

대학구내식당에 대한 대학생의 가격민감도에 관한 연구 - 서울권과 충청권을 중심으로 -

이은용¹ · 박규은² · 전유정^{3*}

¹경희사이버대학교 호텔경영학과, ²경희대학교 조리외식경영학과, ³극동대학교 호텔관광경영학과

Study on Price Sensitivity at University Cafeterias - Focus on Seoul and Chungcheong Area -

Eun-Yong Lee¹, Kyu-Eun Park² and Yu-Jung Jeon^{3*}

¹Dept. of Hotel Management, Kyung Hee Cyber University, Seoul 02447, Korea

²Dept. of Food Service Management, Kyung Hee University, Seoul 02447, Korea

³Dept. of Hotel and Tourism Management, Far East University, Chuncheon 27601, Korea

ABSTRACT

As the number of cafeterias at universities has increased, studies on student perception of price sensitivity at cafeterias have gained increased attention. Therefore, the study investigated the relationship between students and university cafeterias according to price sensitivity measurement (PSM). According to the analysis, the indifference price (IDP) was 3,444.06 Korean Won while the subsequent cumulative distribution percentage was approximately 17.68%. The optimal pricing point (OPP) was 3,233.73 Korean Won and the stress price (IDP-OPP) was 210.33 Korean Won. The point of marginal expensiveness (PME) was 4,602.24 Korean Won and the point of marginal cheapness (PMC) was 2,036.29 Korean Won. Therefore, the range of acceptable prices (RAP) was established as 2,565.95 Korean Won. In addition, the study examined differences between price sensitivity measurement (PSM) for the respondent subgroups. Hence, the results will provide a practical background for development of business plans for university cafeterias.

Key words: University cafeteria, university student, price sensitivity, Seoul and Chungcheong area

서 론

최근 위탁급식 전문 업체의 대학 내 진출 및 상업성 외식 매장이 대학 내로 진출하는 등 급식업체가 급속하게 다원화되고 있다(Kim KJ *et al* 2012; Lim HS 2015). 이러한 흐름과 함께 편의점 도시락과 같은 형태의 간편식이나 대학 내 전문적인 상업성 외식 매장 진출이 확대됨에 따라(Lim HS 2015), 대학구내식당의 고객인 대학생들의 다양한 욕구를 충족시키는 것에 대한 관심이 집중되고 있다(Kim KJ *et al* 2012; Lillico *et al* 2015).

많은 대학들은 학생들의 다양한 욕구를 충족시키기 위한 방안으로 푸드 코트(food court)와 같은 스타일로 대학구내식당을 운영하고 있지만(Kim HA 2007), 아직까지도 대부분의 대학구내식당은 대학 내에 위치한 지리적 이점으로 경쟁력 강화 필요성에 대한 인식이 낮아 계속해서 발달하고 있는 간

편식이나 대학 내 진출한 상업성 외식 매장 등에 대응하기에는 부족한 것이 현실이다. 더욱이 경비절감, 구조조정과 같은 운영상의 문제로 인하여 대부분의 대학구내식당은 위탁경영의 형태로 이루어지고 있는데(Kim KJ *et al* 2012), 물가상승으로 인한 식자재 가격이 폭등하면서 위탁업체가 영업적자를 면하지 못하는 등의 어려움에 처하고 있다(Kim KJ *et al* 2012; Cho WJ & Cho YJ 2012). 따라서 이러한 운영상의 어려움을 극복하기 위해서 가격 조정을 통한 전략적 대처가 필요한 상황이다(Lee SJ & Kim HA 2010).

이러한 흐름에 따라 대학구내식당의 운영을 개선하기 위한 원인을 규명하기 위한 연구가 활발하게 진행되고 있으나, 대부분의 연구들은 대학구내식당의 서비스 품질이나 이에 대한 고객의 만족·불만족에 관한 연구(Cho WJ & Cho YJ 2012; Yi NY 2015), 대학구내식당에 대한 선택속성에 관한 연구(Kim KJ *et al* 2012; Lim HS 2015), 대학급식 메뉴의 영양에 대한 연구(Lee SJ & Kim HA 2010; Lillico *et al* 2015) 등을 중심으로 진행되고 있어 가격을 통한 운영상의 해결방안을 도출하기에는 다소 한계가 있다. 또한 이러한 연구들의 대부

* Corresponding author : Yu-Jung, Jeon, Tel: +82-43-880-8337, E-mail: yujungjeon@hotmail.com

분에서 대학생들이 대학구내식당을 선택하는 주요 원인으로 저렴한 가격을 제시하고 있으며(Lee HY 2005; Han MJ et al 2004; Hyun SH et al 2010), 대학생들의 대학구내식당에 대한 만족 혹은 불만족 그리고 대학구내식당을 선택하게 되는 원인이 가격이라고 주장하고 있다. 하지만 이들은 공통적으로 가격의 중요성에 대해 이론적인 주장만 하고 있을 뿐, 실질적인 분석을 제시하지 못하고 있다는 한계가 있다. 이에 실질적인 분석을 바탕으로 효율적인 운영방안을 제시할 수 있는 가격 자체에 초점을 둔 연구가 매우 필요한 실정이다.

최근 가격에 대한 연구를 살펴보면, 가격에 따른 고객들의 반응의 차이를 검증하는 가격민감도분석(Price Sensitivity Measurement, PSM)이 많이 활용되고 있다(Park KE & Lee EY 2014). 가격민감도분석(PSM)은 소비자가 인식하는 가치에 대한 인식이 가격과 상품 품질의 상호관계에 의해 어떠한 영향을 받는지 살펴보는 방법으로 소비자의 가치 인식 변화를 살펴볼 수 있다(Lewis R & Shoemaker S 1997). 현대산업분야에서는 호텔 객실요금 및 호텔 내 레스토랑의 이용 금액에 대한 연구(Lewis R & Shoemaker S 1997; Raab et al 2009)를 시작으로 커피전문점 가격에 대한 연구(Park KE & Lee EY 2014)로 범위를 넓혀가며 가격민감도에 대한 연구가 활발하게 진행되고 있으나, 앞서 언급한 것과 같이 대학구내식당 가격에 대한 연구는 부족한 실정이다.

따라서 본 연구에서는 대학구내식당 경영자들에게 가격 책정 시 도움을 줄 수 있는 가격민감도 분석을 통해 고객이 인지하고 있는 대학구내식당의 가격에 대한 민감도를 측정하고자 한다. 또한 서울권과 충청권 소재 대학교 구내식당을 이용하는 고객의 가격에 대한 민감도 비교를 통하여 지역에 따라 어떠한 가격 책정 방향을 수립해야 하는지 도움을 줄 수 있는 연구 결과를 도출하고자 한다. 이를 통해 대학구내식당 운영자는 본 연구에서 분석된 가격과 현재 실제 운영되고 있는 대학구내식당의 가격 비교를 통해 대학구내식당의 적정 가격을 고객에게 제시하는 데 도움이 될 수 있는 기초자료를 제공하고자 한다.

연구방법

1. 설문지 구성

본 연구를 진행하기 위하여 구성된 설문지는 대학구내식당에 대한 가격을 묻는 문항과 대학구내식당 및 학교 주위 식당에 대한 만족도, 그리고 인구통계학적 문항으로 구성하였다. 대학구내식당에 대한 가격 민감도를 측정하기 위해서는 ‘싸다(cheap)’, ‘너무 싸다(too cheap)’, ‘비싸다(expensive)’,

‘너무 비싸다(too expensive)’를 묻는 문항이 제시되어야 하는데, 본 연구에서는 Lewis R & Shoemaker S(1997), Park KE & Lee EY(2014)의 연구에서 사용했던 문항을 활용하여, ‘나는 급식 메뉴의 가격이 ()원이 되어야 가격이 싸다고 생각한다(cheap).’, ‘나는 급식 메뉴의 가격이 ()원보다 낮으면 품질에 문제가 있다고 생각한다(too cheap).’, ‘나는 급식 메뉴의 가격이 ()원이 되면 비싸다고 생각한다(expensive).’, ‘나는 급식 메뉴의 가격이 ()원 이상이 되면 아무리 맛있어도 사 먹지 않을 것이다(too expensive).’의 네 가지 문항으로 구성하였다.

대학구내식당 및 학교 주위 식당에 대한 인식을 묻는 문항은 Hwang JH 등(2011), Colgate M & Lang B(2001), Ping (1993), Lee HT(2010), Shin DS(2009)에서 사용한 설문을 바탕으로 본 연구에 맞도록 변경하여 구성하였다. 대학구내식당에 대한 문항은 경제적 만족도를 묻는 문항 중심으로 이루어졌는데, 가격의 적절성, 음식 품질에 대한 만족, 다른 곳보다 구내식당을 우선 선택, 가격 대비 메뉴에 대한 만족으로 구성하였다. 학교 주위 식당에 대한 인식은 대안 매력을 묻는 문항으로서, 더 좋은 식당이 많음, 학교 주위 식당을 더 선호함, 학교 주위 식당의 시설과 분위기 선호, 학교 주위 식당의 메뉴와 서비스 선호의 4가지 문항으로 구성하였다. 마지막으로 응답자의 인구통계학적 특성을 묻는 문항으로 설문을 구성하였다.

2. 자료수집 및 분석방법

본 연구는 대학교 구내식당에 대한 학생들의 가격 인식에 대하여 연구하고자 하였다. 그러나 대학구내식당은 해당 학교의 위치적 특징에 따라서 달라질 수 있다고 판단하여 진행하였다. 즉, 학교 주위에 충분한 다른 대안이 될 수 있는 음식점이 많은 환경과 그렇지 않은 환경에 따라 달라질 수 있으며, 서울권 소재 대학의 경우 밀집된 지역에 위치하고 있어 대학 주위에 상대적으로 많은 음식점이 있는 경우가 많다고 할 수 있다. 반면, 지방에 위치하고 있는 대학 중 대학 주위에 음식점의 수가 적은 경우를 쉽게 찾아볼 수 있어 서울 지역 소재 대학과 크게 차이가 난다고 할 수 있다. 이에 본 연구에서는 서울에 위치한 4년제 대학교 4곳과 충청지역에서 대학교 4곳을 선정하였다. 각각의 대학교는 앞서 언급한 바와 같이, 학교 주위 환경이 극명하게 차이가 나는 곳으로 선택하였다¹⁾. 설문지는 본 연구자들이 선정된 학교에 직접 방문하여 강의 시작 전에 해당 설문지 및 설문 방법에 대하여 설명한 후 직접 배포하여 그 자리에서 수거하였다. 설문은 2015년 10월 8일부터 10월 27까지 진행되었으며, 340부

1) 각 대학교 정문 및 후문에서 반경 200 m 내 식당 수를 기준으로 하였으며, 서울 지역 소재 대학의 경우 100개 이상으로 충청 지역 소재 대학의 경우에는 50개 미만인 곳으로 선정하였다.

가 수거되었으나, 이 중 불완전한 설문이라 판단되는 설문지를 제거한 후 총 313부가 본 연구의 분석에 활용되었다.

응답자의 가격에 대한 인식을 측정하는 도구로서 PSM은 응답자에게 전문적인 기술이나 지식을 필요로 하지 않는다는 특징이 있다(Lewis R & Shoemaker S 1997). 본 연구에서는 대학구내식당의 가격에 대하여 1,000원부터 10,000원까지의 가격 범위를 설정하였고, 이를 바탕으로 응답자에게 앞서 언급하였던 네 가지 유형의 질문을 제시하였다. 이러한 문항에 대한 결과 값은 그대로 또는 비율로 변환하여 사용하는데, 가격 민감도 인식 그래프를 그리기 위해 Sigmaplot 10.0 프로그램을 사용하였으며, 인구 통계학적 특성과 설문지의 신뢰도와 타당도를 확보하기 위하여 SPSS Ver. 18.0을 이용하여 분석을 진행하였다.

결과 및 고찰

1. 조사대상자의 인구 통계학적 특성

본 연구의 인구통계학적 특성은 Table 1과 같이 분석되었다. 먼저 본 연구는 앞서 언급한 바와 같이, 지역별로 대학구내식당에 대한 가격 인식에 차이가 있는지 확인하고자 하였다. 서울 및 인근 지역에서는 147명(47.0%)의 응답자가 본 설문문에 참여하였으며, 충청지역에서는 166명(53.0%)이 설문문에 응답하였다. 성별은 남성이 116명(37.1%), 여성이 197명(62.9%)로 나타났으며, 학년은 1학년이 38명(12.1%), 2학년이 72명(23%), 3학년이 132명(42.2%), 4학년이 71명(22.7%)로 분석되었다. 응답자의 절반 이상(161명, 51.4%)이 1주일에 2회 이하로 대학구내식당을 이용한다고 응답하였으며, 1주일에 3회가 71명(22.7%), 4회가 63명(20.1%), 5회가 18명(5.8%) 순으로 나타났다. 대학구내식당을 이용할 경우 응답자의 대부분이 평균 3,000원대 메뉴를 선택한다고 답하였으며(208명, 66.5%), 2,000원 이하는 14명(4.5%), 2,000원대는 45명(14.4%), 4,000원 이상을 선택하는 경우는 46명(14.7%)으로 조사되었다. 조

Table 1. General characteristics of respondents by area

Items	Metropolitan area (n=147)		Non metropolitan area (n=166)		Chi square value	
	n	%	n	%		
Gender	Male	59	40.1	57	34.3	1.124 ^{n.s}
	Female	88	59.9	109	65.7	
Grade	Freshmen	27	18.4	39	23.5	31.840 ^{**}
	Sophomore	29	19.7	66	39.8	
	Junior	55	37.4	52	31.3	
	Senior	36	24.5	9	5.4	
Number of use	Less than twice	70	47.6	56	33.7	12.320 ^{**}
	3 times	28	19.0	22	13.3	
	4 times	37	25.2	68	41.0	
	5 times	12	8.2	20	12.0	
Average cost at cafeteria (unit: ₩1,000)	Less than 2	4	2.7	10	6.0	17.126 ^{**}
	Over 2~less than 3	21	14.3	24	14.5	
	Over 3~less than 4	88	59.9	120	72.3	
	More than 4	34	23.1	12	7.2	
Monthly dining out amount (unit: ₩1,000)	Less than 100	8	5.4	51	30.7	73.871 ^{**}
	Over 100~less than 200	56	38.1	56	33.7	
	Over 200~less than 300	32	21.8	54	32.5	
	More than 300	51	34.7	5	3.0	

** $p < 0.01$.

^{n.s.} none significance.

Table 2. Result of validity and reliability

	University cafeteria satisfaction	Alternative attractiveness
a1. Cafeteria menu price is suitable for lunch.	0.844	
a2. I am satisfied with the cafeteria menu quality.	0.881	
a3. Cafeteria is first choice for lunch.	0.491	
a4. Food quality has a good value for lunch price.	0.879	
b1. There are better restaurants than cafeteria.		0.815
b2. I prefer outside restaurants to cafeteria.		0.835
b3. Facility & atmosphere of outside restaurants are better than cafeteria.		0.848
b4. I prefer outside restaurants' menu and service to cafeteria's.		0.789
Eigenvalue	2.452	3.080
Variance explained (%)	30.650	38.500
Cronbach's α	0.790	0.872

Table 3. Result of t -test

Items	Mean		t -value
	Mertopolitan area	Non metropolitan area	
b1	5.28	4.34	5.723**
b2	5.49	4.70	5.464**
b3	5.16	4.07	8.428**
b4	5.18	4.48	5.208**

** $p < 0.01$.

Table 4. Result of price sensitivity (unit: ₩)

	Total	Metropolitan	Non metropolitan
Indifference price	3,444.1	3,734.8	2,853.3
Optimal pricing pont	3,233.7	3,294.5	2,605.6
Price stress	210.3	440.3	247.7
Point of marginal expensiveness	2,036.3	2,456.9	1,980.2
Point of marginal cheapness	4,602.2	5,482.8	3,937.6
Range of acceptable prices	2,566.0	3,025.8	1,957.4

사 대상자의 한 달 평균 외식 금액은 10만 원대가 112명(35.8%)로 가장 많은 분포를 차지하였고, 10만원 미만인 59명(18.8%), 20만 원대가 86명(27.6%), 30만원 이상이 56명(17.9%)으로 나타났다.

2. 타당성 및 신뢰성 분석

대학구내식당에 대한 만족도와 학교 주위 식당에 대한 대학생의 인식을 살펴보기 위하여 본 연구에 사용된 설문 항목의 타당성과 신뢰성을 검증하기 위하여, 탐색적 요인분석과 내적 일관성을 측정하는 Cronbach's α 값을 이용한 신뢰도 분석을 실시하였다. 요인분석의 추출방법은 주성분 추출 방법을 사용하였으며, Varimax 회전방식을 이용하여 분석하였다. 분석결과를 살펴보면, KMO 값은 11,520.36($p < 0.001$)으로 분석되었으며, 누적 분산은 69.15%로 나타났다. 또한 신뢰도 분석 결과, 각각 0.790, 0.872로 나타나 본 연구에서 사용된 문항에 대한 타당성과 신뢰성이 확보되었음을 확인하였다. 요인분석을 통해 도출된 2개의 요인은 '구내식당 만족도' 요인과 '대안매력도' 요인으로 명명하였다. 특히 대안매력도 요인의 경우, 구내식당의 경쟁 환경을 평가할 수 있는 항목으로 평가된다는 점을 고려해 볼 때, 본 연구에서는 지역별로 차이가 있는지 t -test를 통해 검증하였다(Table 5).

Table 5. Result of price sensitivity of high and low satisfaction groups (unit: ₩)

	High satisfaction	Low satisfaction
Indifference price	3,491.7	3,149.6
Optimal pricing pont	3,233.7	3,099.1
Price stress	258.0	50.5
Point of marginal expensiveness	2,412.1	2,053.5
Point of marginal cheapness	4,972.4	3,968.5
Range of acceptable prices	2,560.3	1,963.0

타당성과 신뢰성이 검증된 문항을 바탕으로(Table 2), 본 연구에서는 학생들이 학교 주위에 위치하고 있는 외부 식당과 학교구내식당에 대한 인식을 살펴보았다. 대학구내식당에 대한 만족도를 묻는 문항의 결과를 살펴보면, 대학구내식당의 가격 적절성(3.94 ± 1.52)보다 음식 품질(3.35 ± 1.454), 점심식사 장소로서 대학구내식당 우선선택(3.02 ± 1.678)을 묻는 항목의 평균값이 다소 낮은 것으로 나타나고 있어, 대학 내 구내식당에 대해서는 만족하고 있다고 해석하기 어렵다고 할 수 있다. 또한 학교 주위 식당에 대한 인식을 묻는 대안 매력도에 관한 항목을 살펴보면 전반적으로 대학구내식당 만족도보다 높게 나타나고 있으며, 학교 주위에 상대적으로 많은 외부 음식점이 존재하고 있는 서울권에 위치한 학교와 그렇지 않은 충청권 학교를 비교한 결과 유의수준 0.05에서 차이가 있는 것으로 나타나고 있어 분명한 인식 차이가 있음을 확인해 볼 수 있다.

3. PSM에 따른 구내식당 가격민감도 분석

1) 전체 표본의 가격 민감도

대학구내식당의 '싸다'와 '비싸다'의 응답 누적분포가 만나는 무관심가격(IDP)은 3,444.06원으로 누적응답비율이 17.68로 Lewis R & Shoemaker S(1997)가 낮다고 제시한 응답비율인 37보다 매우 낮은 수준에서 결정되었다. 또한 '너무 싸다'와 '너무 비싸다'의 응답 누적분포가 교차하는 최적 가격점(OPP)은 3,233.73원으로 분석되었고, 무관심가격과 최적가격의 차이(IDP-OPP)를 의미하는 가격의식긴장 범위(Stress price)는 (+)210.33원으로 분석되었다. 무관심가격(IDP)에 대한 축적분포의 비율이 낮을수록, 가격의식긴장 범위가 넓을수록 가격민감도가 높다고 판단할 수 있는데(Lewis R & Shoemaker S 1997), 기존 외식분야의 연구와 비교하여 응답의 누적비율은 다소 높지만, 가격의식긴장 범위가 넓게 나타나 대학구내식당의 가격 민감도가 민감한 것으로 분석되었다.

고가 한계점(PME)은 '너무 비싸다'고 응답한 응답자의 누적분포와 '비싸지 않다'고 응답한 응답자의 누적분포가 만나는 지점으로 4,602.24원에서 결정되었고, '너무 싸다'와 '싸지 않다'고 응답한 누적분포가 만나는 지점인 저가 한계점(PMC)은 2,036.29원에서 결정되었다. 고가 한계점과 저가 한계점은 각각 누계곡선의 응답자가 상호 동수인 지점으로 이들의 차이(PME-PMC)인 수용가격대(RAP)는 2,565.95원에서 결정되었다.

2) 서울권 지역 가격 민감도 분석 결과

서울권에 위치한 대학구내식당에 대한 응답자의 가격 인식을 살펴보면, 먼저 무관심 가격은 3,979.68원으로 분석되었고, 최적 가격은 3,472.10원 가격, 긴장범위는 507.58원으로 분석되었다. 저가 한계점은 2,695.31원으로 나타났으며, 고가 한계점은 5,998.78원, 그리고 수용가격대는 3,303.47원으로 분석되어 전반적으로 앞서 살펴본 가격대보다 어느 정도 높은 가격대를 형성하고 있는 것을 확인하였다.

3) 충청권 지역 가격 민감도 분석 결과

충청권에 위치한 대학구내식당에 대한 응답자의 가격 인지에 대하여 분석한 결과, 무관심 가격은 2,950.50원으로 나타났으며, 최적 가격은 2,608.37원 가격 긴장범위는 342.13원으로 확인되었다. 저가 한계점은 1,991.42원, 고가 한계점은 3,932.01원으로 분석되었으며, 수용가격대는 1,940.59원으로 나타났다. 전반적인 가격 인식은 서울 소재 대학에서 진행된 분석 결과의 가격보다 낮은 가격대를 형성하고 있는 것으로 나타났다. 서울권 지역과 충청권 지역의 가격 민감도의 표를 살펴보면 Table 4와 같다.

4. 만족도에 따른 가격민감도 분석

본 연구에서는 대학구내식당의 만족도에 따라 가격에 대한 인식이 달라지는지 살펴보기 위하여, 만족도 문항을 바탕으로 SPSS 통계 패키지에서 제공하는 K-평균법(K-means)방법을 통해 2개 집단으로 구분하여 분석하였다. 이러한 비계층적 군집화 방법은 최근 많은 연구에서 사용하고 있는 방법으로서, 계층적 군집화 과정에서 발생할 수 있는 한계점, 즉 한 대상이 일단 어느 군집에 소속되면 다른 군집으로 이동할 수 없고 예외 값이 제거되지 않는다는 한계를 극복할 수 있다는 특징이 있다.²⁾

만족도가 높은 집단의 무관심 가격은 3,491.7원, 낮은 집단은 3,149.6원으로 나타났고, 최적 가격은 높은 집단이 3,233.7원, 낮은 집단이 3,099.1원으로 분석되었다. 저가 한계점은 각각 2,412.1원, 2,005.5원으로 나타났으며, 고가 한계점은 4,972.4원, 3,968.5원으로 나타났다. 그리고 수용가격대는 만족도가 높은 집단에서 2,561.3원, 낮은 집단에서는 1,963.0원으로 나타나고 있으며, 가격 긴장범위는 만족도가 높은 집단에서 358원으로 낮은 집단인 50.5원보다 넓은 것으로 나타났다. 전반적인 분석 결과를 살펴보면, 대학구내식당에 대한 만족도가 높은 집단에서 보다 높은 가격대가 형성되고 있으나, 이러한 차이는 어느 지역에 위치하고 있는지에 따라 구분된 가격 형성대와 비교해 보면 그 차이가 그리 크지 않음을 알 수 있다.

2) 본 연구에서 만족도 문항(Table 2 참조)를 통해 분석한 결과, a1(F value=138.18, $p < 0.01$), a2(F value=179.48, $p < 0.01$), a3(F value=287.49, $p < 0.01$), a4(F value=224.95, $p < 0.01$)로 분석되어 유의미한 분석 결과치를 보이고 있음이 확인되었다.

요약 및 결론

본 연구는 서울 및 충청권에 소재하고 있는 대학교의 구내식당 메뉴에 대해 학생들이 인지하는 가격민감도를 알아보기 위하여, 서울권 소재 대학에 재학 중인 학생 147명, 충청권 소재 대학에 재학 중인 학생 166명, 총 313부의 유효 표본을 바탕으로 가격민감도를 분석하였다.

먼저 대학생이 인식하고 있는 대학구내식당 메뉴의 무관심 가격은 3,444.06원으로 나타났으며, 최적 가격은 3,233.73원으로 나타났다. 이를 지역별로 구분하여 살펴보면, 서울권 지역에서는 무관심 가격이 3,734.81원, 최적가격은 3,294.53원으로 나타났고, 충청권 지역에서는 무관심 가격이 2,853.3원, 최적가격은 2,605.57원으로 나타나 서울권 지역이 충청권 지역보다 비교적 높은 가격대를 형성하고 있는 것을 알 수 있다. 이러한 결과는 지역별 특징이 반영된 것이라고 할 수 있는데, 상대적으로 생활물가가 높은 서울권 지역에서도 대학구내식당 메뉴 가격에 대한 인식이 충청권 소재 대학에 재학 중인 학생보다 높은 것을 확인할 수 있었다.

서울권 지역에서 캠퍼스 외부에 경쟁력을 갖춘 식당이 많다는 *t-test* 결과는 대학구내식당이 캠퍼스 내부에 있다는 높은 접근성으로 인해 고객(대학생) 유치에 용이할 수 있다는 인식이 적절하지 않음을 뜻한다. 특히, 서울권 소재 대학의 경우 구내식당을 이용하는 빈도가 충청권 소재 대학보다 낮다는 점은 많은 외부 식당과 대학구내식당이 경쟁관계에 있음을 의미한다. 반대로 충청권 소재 대학의 경우 상대적으로 외부에 충분한 수의 식당이 존재하고 있지 않기 때문에 서울권보다는 경쟁 정도가 낮다고 할 수 있으나, 충청권 소재 대학의 구내식당 메뉴 가격에 대한 인식이 서울권 소재 대학의 학생보다 눈에 띄게 낮다는 점은 높은 가격대의 구내식당 메뉴에 대하여 학생들의 가격 저항이 있을 수 있음을 뜻한다. 즉, 일부 학생의 경우, 대학구내식당을 이용하기보다는 매점이나 편의점, 배달 등을 이용하는 경우가 상당히 많다는 것은 외부 식당과의 경쟁 강도가 낮다고 해서 대학구내식당의 경영이 상대적으로 용이할 수 있다는 인식은 적절하지 않음을 의미한다.

또한 본 연구에서는 대학구내식당에 대한 만족도를 기준으로 2개 집단으로 구분하여 가격민감도를 분석한 결과, 만족도가 높은 집단이 그렇지 않은 집단보다 조금 높은 가격대를 형성하고 있다는 것을 확인할 수 있었다. 무관심 가격의 경우, 만족도가 높은 집단은 3,491.7원, 낮은 집단은 3,149.6원으로 분석되었으며, 최적 가격은 각각 3,233.7원, 3,099.1원으로 나타났다. 이러한 차이는 앞서 언급한 바와 같이 지역에 따른 인식과 비교해 볼 때 큰 차이가 나고 있지 않음을 확인할 수 있었다.

본 연구에서는 위와 같은 연구 결과를 바탕으로 몇 가지 시사점을 제시해 보고자 한다. 먼저, 서울권 소재 대학구내식당 경영자들은 상대적으로 많은 수의 캠퍼스 외부 식당과 경쟁해야 하는 경영 환경 속에서 대학구내식당이 경쟁 우위를 창출할 수 있는 요소를 파악하여 이를 극대화하려는 노력이 필요하다. 이미 앞서 분석을 바탕으로 도출된 결과와 같이 충청권보다는 서울권에서 외부 식당에 대한 경쟁력이 더 높다는 것을 알 수 있다. 이는 대학구내식당이 빠른 시간 내 점심을 먹을 수 있기 때문이 아닌 외부 식당과 비교해도 높은 수준의 메뉴 품질과 시설을 갖추어 고객 방문을 유도해야 할 것이다. Table 3에서 나타난 것과 같이, 서울권 소재 대학에서는 이미 학생들이 외부 업체의 경쟁력을 더 높게 평가하고 있다는 점은 대학구내식당의 전반적인 경쟁력 향상을 위한 많은 투자가 필요함을 의미한다.

또한 서울권 소재 대학 구내식당의 경우, 무관심 가격과 최적 가격이 충청권 소재 대학보다 비교적 높게 형성되어 있기 때문에, 가격대를 낮추어 고객을 유도하기보다는 적정 수준의 가격대로 구성하여 외부 업체와 경쟁하여도 메뉴 품질 등에서 높은 평가를 받을 수 있도록 구성하는 것이 필요하다. 특히 급식 경영에서 식재료 원가로 추가적으로 일정 금액을 사용할 수 있는 환경이 조성될 경우 제공되는 음식 메뉴의 품질이 크게 향상될 수 있다는 점은 대학구내식당이 충분히 외부 식당과 비교해도 경쟁 우위를 확보할 수 있는 여지가 있음을 뜻한다. 이미 서울 소재 S 대학의 경우, 본 연구에서 분석된 최적가격과 무관심가격 사이의 가격(3,294~3,734원)으로 판매되고 있으나, 그 품질과 맛으로 인해 학생들 뿐 아니라, 인근 일반 소비자들까지 대학 구내식당 방문을 유도할 수 있는 경쟁력을 갖춘 메뉴를 제공함으로써 안정적인 구내식당 운영이 이루어지고 있다. 이는 가격 대비 성능 극대화를 추구하는 최근의 트렌드와 일치되는 것으로서, 박리다매가 가능하다는 대학구내식당의 특성을 고려할 때 이러한 운영 전략이 필요한 시점이라 할 수 있다.

그러나 상대적으로 외부에 경쟁업체가 많지 않은 지방 대학의 대학구내식당에서는 높은 가격대를 유지하기보다는 적절한 가격대를 형성할 수 있는 메뉴로 구성하여 고객을 확보할 수 있도록 하는 것이 필요하다. 이미 앞서 확인한 바와 같이, 서울권보다 낮은 가격대로 형성되어 있는 무관심 가격과 최적가격은 대학 구내식당이 높은 가격대의 메뉴로 구성하기에는 무리가 있다는 것을 뜻한다. 실제로 본 연구에서 알 수 있듯이, 구내식당 이외에 특별한 대안이 많지 않은 상황에서도 주 2회 이하 방문 고객의 수가 약 34%에 이른다는 것은 충분히 많은 수의 고객을 확보할 수 있는 여건이 형성되어 있음에도 불구하고, 이러한 경영 환경을 최대한 활용하고 있지 못하고 있다고 해석해 볼 수 있다. 따라서 외부에 서울권

과 같이, 많지 않은 경쟁업체가 있는 대학구내식당에서는 학생들이 적절한 급식 메뉴 가격이라고 인지할 수 있는 수준에서 가격을 결정하는 것이 무엇보다도 중요하다고 할 수 있으며, 동시에 그 가격대에서 메뉴 품질 극대화를 위한 여러 가지 방안을 확보하는 것 역시 필수적인 사항이라 하겠다. 이를 위해서는 식자재 구매에서 규모의 경제를 통한 이익을 얻을 수 있기 위해 지역적으로 근접해 있는 대학 간 공동 구매 방식을 취하는 것도 하나의 방법일 수 있다.

또한 지방 소재 대학의 구내식당에서는 메뉴 제공 방식의 변화를 통한 경쟁력 강화 전략이 필요할 것으로 보인다. 이를 위해 사이드 메뉴의 수를 최소화하고, 메인 메뉴의 품질을 향상시키는 방향의 접근이 필요하다. 이러한 변화는 일부 구내 대학 식당에서도 나타나고 있는데, 한식의 경우 메인 메뉴의 품질 강화와 동시에 제공 반찬의 수를 최소화하거나, 양식 메뉴의 경우 원 플레이트 메뉴(One plate menu) 방식으로 메인 메뉴에 집중함으로써 고객에게 고품질의 메뉴를 제공하면서도 동시에 원가 관리가 가능할 수 있도록 구성해야 할 것이다. 특히 지방 소재 대학의 경우, 학교 인근에 외부 레스토랑 수가 많지 않다는 점은 대학 구내식당이 마진율을 낮추는 대신 메뉴 품질 향상을 통해 고객 수를 증가시킴으로써 안정적인 구내식당 운영이 가능할 수 있을 것으로 사료된다.

본 연구에서 만족도에 따라 가격 인식의 차이가 있는지를 분석하였는데, 만족도에 따른 가격 민감도의 차이는 존재하였으며, 오히려 경쟁업체가 적은 충청권 소재 대학에서 만족도가 낮은 집단의 수가 더 많은 것으로 나타났다. 그러나 이러한 만족도에 따른 가격 차이는 구내식당에 대한 가치 인식의 차이로 해석해 볼 수 있으며, 높은 만족도를 보이는 집단이 구내식당에 대한 가치를 높게 평가함으로써 그 결과로 높은 가격대 형성으로 이어졌다고 할 수 있다. 이러한 분석 결과로 유추해 볼 때, 현재 3,233.73원으로 형성되어 있는 최적가격대가 구내식당에 대하여 만족하는 고객이 늘어나면 날수록 좀 더 높은 가격대 형성이 가능하게 됨을 뜻한다. 만족도에 따라 최적가격은 134.6원, 무관심 가격은 342.13원의 가격 차이가 나고 있는데, 이는 고객 만족도를 향상시킴으로써 그만큼 가격을 올릴 수 있는 여지가 있음을 뜻한다. 구내식당에 대한 만족도 형성에는 음식 메뉴 품질도 중요한 요소이지만, 그 외의 다른 요소를 통해서도 얼마든지 만족도를 높일 수 있다는 점을 고려할 때, 최대한의 고객 만족을 이끌어냄으로써 가격 인상을 통한 대학구내식당의 안정적 운영을 꾀할 수 있을 것이다.

특히 최근에는 편의점 및 도시락 전문점에서 비교적 고품질의 도시락을 쉽게 구매할 수 있음에 따라 구내식당을 이용하지 않는 경우가 늘어나고 있다. 이는 대학구내식당의 메뉴 품질이 편의점과 같은 외부 도시락 품질보다 높지 않다고 판

단하는 고객이 많아지고 있음에 따른 것으로서, 외부 도시락에서 제공할 수 없는 다른 가치를 학생 고객에게 제공할 수 있도록 하는 것이 필요하다. 또한, 최근에 점심 식사를 혼자서 해야 하는 학생들이 많아지고 있는데, 이들에게 구내식당에서 색다른 경험의 가치를 제공할 수 있도록 하는 것 역시 구내식당의 경쟁력 강화를 위해 필요한 전략이라 할 수 있다. 따라서 향후에는 구내식당의 경쟁업체가 단순히 외부에 있는 음식점이 아닌 편의점 도시락과 같은 형태로 경쟁자의 범위가 향상됨에 따라 고객을 지속적으로 유치할 수 있도록 적정가격대에서 최고의 가치를 인지할 수 있도록 메뉴 구성 및 운영이 필요할 것이다.

REFERENCES

- Cho WJ, Cho YJ (2012) Influence on dissatisfaction with the college food service outlets evaluated by college students based on demographical characteristics. *Tourism Study* 27 (4): 435-454.
- Colgate M, Lang B (2001) Switching barriers in consumer markets: An investigation of the financial services industry. *J Consumer Marketing* 18(4): 332-347.
- Goldsmith RE, Kim D, Flynn LR, Kim WM (2005) Price sensitivity and innovativeness for fashion among Korean consumers. *J Soc Psy* 145(5): 501- 508.
- Han MJ, Yoon JY, Kim NY, Yoo YH (2004) Satisfaction of meal and service quality in university foodservice institutions. *J Korean Soc Food Sci Nutr* 20(6): 545-552.
- Hwang JH, Seo KH, Lee EY (2011) The role of alternative attractiveness and switching costs on moderating customer satisfaction or customer loyalty in the foodservice industry. *Korean Academic Soc Hotel Admin* 20(6): 37-59.
- Hyun SH, Park KS, Heo YJ (2010) Identifying the attributes of college students' fast food restaurant selection and satisfaction. *J East Asian Soc Diet Life* 20(6): 975-986.
- Kim HA (2007) Price elasticity analysis of foodcourt-styled university foodservice. *J Korean Home Economics Asso* 45(6): 49-59.
- Kim KJ, Ahn SH, Kim YJ, Lee JH, Park KY (2012) A comparison study on selection attributes and satisfaction in the university foodservice using IPA - Focused on difference in accessibility to outside restaurants. *Korean J Culinary Research* 18(1): 104-119.
- Lee HT (2010) The effects of customer dissatisfaction, alternative attractiveness, switching cost on customer switching

- intention. *Review of Business & Economics* 23(4): 2135-2155.
- Lee HY (2005) Identifying relative importance of foodservice attributes to design a new university foodservice operation. *J Korean Soc Food Sci Nutr* 34(7): 1028-1034.
- Lee SJ, Kim HA (2010) Comparative analysis of price sensitivity for using environmental-friendly agricultural products in university foodservices between Jeonnam and Gyeongnam areas in Korea. *J Korean Soc Food Sci Nutr* 39(8): 1220-1230.
- Lewis R, Shoemaker S (1997) Price-sensitivity measurement: A tool for the hospitality industry. *Cornell Hotel and Restaurant Admin Quarterly* 38(2): 44-54.
- Lim HS (2015) A study on the activation plan of a cafeteria for the faculty in university. *J Korea Entertainment Industry Asso* 9(1): 157-168.
- Park KE, Lee EY (2014) The analysis of customers' price sensitivity of coffee in small-medium coffee house : Focused on take-out coffee house. *Journal Tourism & Leisure Research* 26(6): 339-357.
- Ping RA (1993) The effects of satisfaction and structural constraints on retailer exiting, voice, loyalty, opportunism, and neglect. *Journal of Retailing* 69(3): 320-352.
- Shin DS (2009) A study on customer satisfaction and switching intention of theme park visitor by expectation-disconfirmation theory -Moderating effect on alternative attractiveness-. *Tourism Study* 24(2): 177-197.
- Yi NY (2015) Mediating effects of perceived value on the relationship between university foodservice quality attributes and satisfaction of Chinese students in Daejeon. *J Korean Soc Food Sci Nutr* 44 (11): 1750-1758.

Date Received	Jan. 12, 2016
Date Revised	Mar. 7, 2016
Date Accepted	Mar. 8, 2016