

經營學碩士 學位論文

위탁급식업체의 식자재 관리
시스템이 직무만족과 비재무적
경영성과에 미치는 영향

慶州大學校 産業經營大學院

호텔외식경영학과

정 욱 영

2009年 6月

위탁급식업체의 식자재 관리
시스템이 직무만족과 비재무적
경영성과에 미치는 영향

지도교수 오 영 섭

이 논문을 경영학석사학위 청구논문으로 제출함

2009년 6월

경주대학교 산업경영대학원

호텔외식경영학과

정 욱 영

鄭旭泳의 碩士學位論文을 인준함

심사위원장_____ (인)

심 사 위 원_____ (인)

심 사 위 원_____ (인)

慶州大學校 産業經營大學院

2009년 6월

< 차례 >

제 1 장 서론	1
제 1 절 문제제기와 연구의 목적	1
1. 문제제기	1
2. 연구목적	3
제 2 절 연구방법 및 범위	4
1. 연구방법	4
2. 연구의 범위	4
제 2 장 이론적 배경	5
제 1 절 위탁급식업체	5
1. 위탁급식업체의 정의	5
2. 위탁급식업체의 역사	9
3. 위탁급식업체의 발전배경	11
4. 위탁급식업체의 현황 및 전망	13
제 2 절 식자재구매관리시스템	17
1. 식자재의 개념	17
2. 식자재 구매관리	17
제 3 절 직무만족	27
1. 직무만족의 개념	27
2. 직무만족의 측정	28
3. 직무만족의 결정요인	31
4. 직무만족의 결과변수	34

제 4 절 경영성과	35
1. 경영성과의 개념	35
2. 경영성과의 유형	36
 제 3 장 연구의 설계	 41
제 1 절 연구의 모형과 과제 설정	41
1. 연구의 모형	41
2. 연구과제의 설정	41
3. 변수의 조작적 정의	43
제 2 절 설문지의 설계	44
1. 설문문항의 추출	44
2. 설문지의 구성	46
제 3 절 조사 설계	47
1. 표본의 추출	47
2. 자료 수집 및 기간	47
3. 분석 방법	48
 제 4 장 조사의 분석 및 해석	 49
제 1 절 기초자료분석	49
1. 인구 통계학적 특성	49

제 2 절 측정도구의 신뢰성 및 타당성 분석	51
제 3 절 연구가설의 검증과 결과 분석	53
1. 식자재구매시스템이 직무만족도에 미치는 영향의 검증	53
2. 식자재구매시스템이 비재무적 경영성과에 미치는 영향	53
3. 식자재구매시스템이 구매만족도에 미치는 영향	55
4. 구매만족도가 직무만족도에 미치는 영향	56
5. 구매만족도가 비재무적 경영성과에 미치는 영향	57
6. 직무만족도가 비재무적 경영성과에 미치는 영향	57
제 5 장 결 론	59
제 1 절 결과요약 및 시사점	59
제 2 절 연구의 한계점 및 향후 연구방향	61
참고문헌	62
설 문 지	72
Abstract	76

〈표 차례〉

<표 2-1> 국내 위탁 급식 전문업체의 역사	9
<표 2-2> 식음료의 구매 절차	19
<표 2-3> 식자재 구매관리에 관한 선행연구	26
<표 2-4> 직무만족의 선행연구	33
<표 2-5> 경영성과에 대한 선행연구	39
<표 3-1> 식자재 구매시스템의 변수 추출	45
<표 3-2> 설문지 구성	46
<표 3-3> 표본의 설정 및 조사	47
<표 4-1> 표본의 인구 통계학적 특성	50
<표 4-2> 식재료 구매에 대한 신뢰도 및 타당성 분석	51
<표 4-3> 구매만족도에 대한 신뢰도 및 타당성 분석	52
<표 4-4> 직무만족도에 대한 신뢰도 및 타당성 분석	52
<표 4-5> 비재무적 경영성과에 대한 신뢰도 및 타당성 분석	53
<표 4-6> 식자재구매시스템이 직무만족도에 미치는 영향	54
<표 4-7> 식자재구매시스템이 비재무적 경영성과에 미치는 영향	55
<표 4-8> 식자재구매시스템이 구매만족도에 미치는 영향	56
<표 4-9> 구매만족도가 직무만족도에 미치는 영향	56
<표 4-10> 구매만족도가 비재무적 경영성과에 미치는 영향	57
<표 4-11> 직무만족도가 비재무적 경영성과에 미치는 영향	57

〈그림 차례〉

<그림 3-1> 연구 모형	41
----------------------	----

제 1 장 서 론

제 1 절 문제제기와 연구의 목적

1. 문제제기

과거의 급식산업은 일반 외식산업과 동일한 개념으로 받아들여질 만큼 일반 외식산업의 비중이 거의 대부분을 차지하고 있었다. 그러나 1988년 서울 올림픽 이후 본격적으로 시작된 위탁급식업체의 출현은 단체급식산업이 일반 외식산업과 더불어 급식산업의 커다란 축으로 자리 잡게 된 계기가 되었다(구용훈, 2002).

통계자료에 따르면, 국내 집단급식소의 현황은 2000년도 14,945개소에서 2006년에는 28,632개소로 지속적인 증가를 보이고 있으며 이에 따른 집단급식의 내적, 외적인 증가도 지속적으로 실행되고 있다(식품의약품안전청, 2007).

급식산업은 기업의 종업원 다수에게 충분한 영양공급을 제공함으로써, 단순히 허기를 막아주는 차원에서 더 나아가 기업의 생산성을 높이고자 하는 후생복지 차원의 비영리사업으로 시작되었다(전길희, 1989). 그러나 핵가족화, 여성의 사회진출 증대, 편의 지향적 생활 추구 등 사회적 변화의 영향으로 급식산업도 새로운 서비스 산업분야로 발전하게 되었다.

국내 단체급식의 위탁은 1988년 9월 중소기업인 (주)서울캐터링서비스가 처음으로 시작하였고, 1989년 대기업에서는 최초로 LG유통의 FS사업부가 국내의 단체급식시장에 본격적으로 뛰어들었다. 88년 당시에는 단체급식시장의 위탁율이 4%를 기록했고 전체 시장의 규모도 1조원을 예상하였다. 그러나 단체급식업체의 경영합리화, 업종 전문화 추세에 따라 직원급식의 전문 위탁율이 증가하면서 단순히 끼니를 제공한다는 기존의 개념이 직원의 복리후생 측면으로 전환되었으며, 매년 꾸준히 증가하고 있는 추세이다(류은순, 1998; 김태희, 2001). 그리고 최근에는 위탁급식업

체들의 인수·합병·분사·독립 등으로 국내 위탁급식시장은 더욱더 대형화·전문화되는 추세에 있다. (주)풀무원ECMD는 CMD와 엑소 후레쉬의 전략적 통합으로 창립되었고, LG유통 FS사업부는 (주)아워홈으로 분리 독립하였으며, 제일제당은 그룹 내 식자재유통 및 급식사업 부문을 CJ푸드(주)로, 외식사업 부문은 (주)푸드빌로 독립하여 전문성을 확보하고자 노력하고 있다(양일선 외, 2001). 이러한 운영체제는 식자재의 대량구매를 통한 원가절감, 인력의 전문화 및 효과적인 급식지원시스템을 통한 생산성 향상, 전문 인력의 교육 및 훈련 등 효율적인 경영방식을 통해 급식소의 음식과 서비스품질의 향상을 기하려 하고 있다(정유정, 2000).

이와 같이 급식시장이 포화상태에 이르면서 한정된 시장을 놓고 업체 간 경쟁이 심화되고 있고 식자재비와 인건비가 높아지는데 비해 오히려 수탁사에서 지불하는 급식단가는 제자리걸음으로 위탁급식업체들의 경영환경은 점점 악화되어 이들은 급식시장에서 도태되지 않기 위한 새로운 활로를 찾고 있다(김성국, 2001). 또한 최근 치열한 경쟁 뿐 아니라 과도한 투자 등으로 인해 급식시장에 대한 한계성을 느낀 위탁급식업체들은 부가가치가 높은 사업부문에 관심을 갖게 되어 식자재 유통, 외식관련사업 등 시설 및 인프라 확충에 힘을 기울이고 있다(김성국, 2001; 김정수, 2002).

이에 급식시장에 한계성을 느낀 위탁급식업체들은 그들이 사용하는 매출비용 중 가장 높은 비율을 차지하고 있는 식자재의 매입원가를 낮추기 위한 노력을 하고 있고, IMF 이후 식자재비 폭등과 업체 간 경쟁심화 등 시장환경이 악화됨에 따라 효율적인 식자재비 절감을 바탕으로 한 구매전략의 수립만이 유일한 생존전략으로 인식하고 있다.

식자재 비율은 보통 매출의 30~35% 정도의 비율을 차지하고 있는데 식자재구매관리시스템과 구매과정에서 여러 가지 과정들이 직접 원가에 미치는 영향 또한 상당하다 할 수 있고, 이러한 효율적인 구매관리를 통해 다양한 경제적 효과를 거둘 수 있다(강옥구, 2005).

이렇듯 경영진들은 한정된 급식시설과 급식비용이 제한된 조건에서 단체급식에 대해 높아진 기대치를 충족시키기 위해 종사원의 직무만족과

같은 무형적인 요소들을 고려해 보아야 한다.

따라서 본 연구에서는 위탁급식업체의 효율적인 식자재구매시스템이 종사원들의 직무만족에 어떠한 영향을 미치며, 또한 종사원들의 직무만족이 위탁급식업체의 비재무적 경영성과에 어떠한 영향을 미치는지를 연구의 과제로 삼는다.

2. 연구목적

본 연구는 앞에서 제기한 문제의식을 바탕으로 식자재 관리수행도 요인에 대하여 파악하고 평가요인을 토대로 직무만족과 구매만족을 알아봄으로써 위탁급식업체가 종사원들의 직무만족을 극대화하여 경영성과를 높임으로써 고객에게 보다 만족스러운 품질의 서비스를 제공함으로써 경영성과와 기업경영의 커다란 발전을 가져오게 하고 나아가 국민의 식생활 환경개선과 이를 운영하는 외식업체가 시장을 공략함에 있어서 보다 효과적인 방안을 제시하는데 도움을 주고자한다.

이러한 연구의 목적을 달성하기 위하여 다음과 같은 세부적인 연구목표를 설정하였다.

첫째, 위탁급식업체 식자재관리수행도의 개념 및 직무만족, 구매만족의 대한 이론적 체계화를 통하여 위탁급식업체의 비재무적 경영성과 요인을 규명할 수 있는가?

둘째, 위탁급식업체 관리자들을 대상으로 식자재관리수행도 요인에 사용된 측정변수에 대한 신뢰성과 타당성을 입증할 수 있는가?

셋째, 위탁급식업체의 식자재 관리수행도에 대한 내부 종사자들의 구매만족도는 측정이 가능한가?

넷째, 식자재관리수행도가 직무만족에 미치는 영향은 측정이 가능한가?

다섯째, 직무만족이 비재무적 경영성과에 미치는 영향은 측정이 가능한가?

여섯째, 분석결과를 토대로 위탁급식업체의 식자재관리시스템이 비재무적 경영성과에 미치는 영향을 규명할 수 있을 것인가? 등에 대해 연구하고자 한다.

제 2 절 연구방법 및 범위

1. 연구방법

본 연구의 목적을 달성하기 위하여 문헌연구(literature study)와 실증연구(empirical study)를 병행하였다. 문헌연구를 위해서 관련서적과 논문, 기타 각종 간행물 및 통계자료를 활용하여 위탁급식업체의 식자재구매시스템의 이론적 체계화를 기하였다. 이러한 이론적 연구와 체계화를 바탕으로 실증분석에 사용될 측정문항을 도출하고 측정척도를 개발하였다. 그리고 각각의 요인들이 전체적인 비재무적 경영성과에 미치는 영향을 실증적으로 분석하는 방법으로는 다중회귀분석을 이용하였으며, 구체적인 실증분석방법과 절차는 3장에서 설명한다.

2. 연구의 범위

본 연구는 다음과 같이 총 5장으로 구성하였으며 이를 구체적으로 요약하면 다음과 같다.

제1장은 서론으로 연구목적, 연구방법 및 체계를 제시하여 본 연구의 의도를 밝혔으며, 연구목적 달성을 위하여 실증연구에 활용된 통계적 분석방법을 제시하였다.

제2장은 이론적인 배경으로 위탁급식업체, 식자재관리시스템, 직무만족, 경영성과 등이 전개되었다.

제3장은 이론적 배경을 바탕으로 관련변수들 간의 연구모형설계, 연구가설의 설정, 조사 설계 및 검증방법으로 구성되었다.

제4장에는 기초자료분석과 연구가설의 검정결과 해석으로 분석결과를 요약 및 논의하였다.

제5장은 결론으로 연구의 요약과 제언, 그리고 향후 연구 과제를 제시하였다.

제 2 장 이론적 배경

제 1 절 위탁급식업체

1. 위탁급식업체의 정의

위탁급식이라 함은 위탁경영전문업체에서 급식을 대행해주는 것을 말하는데 위탁경영(contract management)이란 경영전문회사가 기관이나 기업과 일정한 계약을 체결하고 이에 따라 기관이나 기업업무의 일부 또는 전부를 위탁받아 관리를 대행해 주는 것을 의미한다(양일선, 1996).

우리나라에서 단체급식전문업체의 등장, 발전배경으로 급식경영합리화 추구 및 직원들의 복리후생증진요구 등의 여러 가지 배부환경 변화 외에도 고임금체계 및 물가상승, 서비스사업의 발전, 산업의 전문화경향 등 경제적 요인과 고객들의 고품질 식사 요구나 고객 요구의 다양성, 건강 지향의 식문화경향들의 사회·문화적 요인 등에 있다(양일선, 1996).

단체급식전문업체는 다점포체계(Murti-Unit system)로 식자재 다량구매 및 유통체계, 메뉴개발, 교육 및 훈련체계, 위생관리 및 업무전산화 시스템 등의 급식지원시스템으로 급식업무의 효율화를 통한 전문성을 구축하려고 노력하고 있다(최상철, 2001).

식품위생법 제2조 9항에 의하면 ‘집단 급식소’라 함은 “영리를 목적으로 하지 아니하고 계속적으로 특정 다수인에게 음식식물을 공급하는 기숙사, 학교, 병원, 기타 후생 기관 등의 급식시설로서 대통령이 정하는 것”으로 정의하고 있으며, 집단 급식소의 범위는 시행령 제2조에 “집단 급식소는 상시 1회 50인 이상에게 식사를 제공하는 급식소” 라고 규정하고 있다(윤지현 등, 2007). 또한 단체급식은 경영형태에 따라 급식업무를 기업 자체에서 직접 운영하는가, 또는 급식시관과 급식시설의 관리를 전문적으로 하는 위탁급식회사에 위탁하는가에 따라 직영과 위탁경영으로 나누어지는데, 기업 자체에서 자금을 확보하고 시설·설비를 갖추어 노

동력과 식재료를 조달하여 종업원에게 식사를 제공하는 운영방식을 직영 급식이라 하고 급식시설의 관리를 전문적으로 하는 위탁급식회사 간의 계약에 의해 단체급식업무의 일부 또는 전부에 대한 관리를 대행하는 것을 급식위탁경영(contract food-service management)이라고 한다(양일선 등, 2006).

한경수(2001)는 위탁급식이란 병원, 학교, 산업체, 후생기관 등에서 특정인을 대상으로 영리적으로 음식을 공급하는 것으로써 전문 업체를 통하여 다점포 체제로 식자재의 대량구입 및 유통체계, 메뉴개발, 교육 및 훈련체계, 위생관리 및 업무전산시스템 등의 급식지원시스템으로 급식업무의 효율화를 통한 전문성을 구축하는 것이라고 하였으며, 유태훈(2009)은 위탁급식은 크게 급식 대상을 대상으로 산업체 급식, 기숙사 급식, 학교급식 등으로 분류할 수 있으며 산업체 급식의 특징은 식단을 선택할 수 있도록 다양한 메뉴와 중식을 중심으로 제공된다고 하였다.

1) 학교의 위탁급식

학교급식은 장기적인 안목에서 미래 사회를 위한 건강한 인재를 육성한다는 교육적 투자 목적 하에 국가 경쟁력 강화를 위한 정책 사업으로 시행되고 있다. 학교급식에 대한 국민적 관심과 정부의 정책적 지원에 따라 우리나라 학교 급식은 최근 빠르게 성장하고 있다. 초등학교의 급식은 1990년 학교 수 기준으로 전체의 10.2%이던 급식실시율이 1993년 25.0% 1995년 71.7% 1997년 97.3%로 꾸준한 신장세를 보여주고 있고 2002년 3월 99.9%로 거의 대부분의 초등학교에서 급식을 실시하고 있으며 초등학교에 비해 늦게 급식이 시작된 중·고등학교의 경우 1997년부터 급식이 본격적으로 시작되었으며, 1997년 중학교의 경우 8.6%, 고등학교의 경우 9.8%에 불과하던 급식실시율이 현재 눈에 띄게 성장하여 2002년 3월 중학교의 경우 72.5%, 고등학교 97.3%의 실시율을 보이고 있다(김숙희, 2001).

우리나라에서 학교급식이 시작된 것은 전쟁(6.25동란)후 외국의 원조에 의하여 결식아동들에서 무상으로 우유급식(탈지분유)을 하면서이며(김

은영, 2001), 이후 점차적으로 발전을 하여오다 학교급식이 제도적으로 정비되어서 안정된 것은 1981년 1월 29일 학교급식법이 제정·공포된 이후라고 할 수 있다. 학교급식법은 그 후에도 5번의 개정이 있었는데, 위탁업체가 학교급식에 참여하게 된 것은 제 5차 개정(1996. 12. 30. 법률 제 5236호)부터이다.

학교급식의 조기 확대를 위해 정부는 그 동안 논란이 많았던 학교에서의 외부 위탁급식을 전면적으로 허용하였다. 개정된 학교급식법은 기존 학교급식법의[학교급식은 학교 내 시설설비를 갖추도록] 규정이 학교급식확대에 걸림돌이 된다고 판단하여 [학교 외의 장소에 공동 조리장을 설치 운영할 수 있도록 하고, 해당학교에서 원하는 경우 위탁급식공급업자와의 계약을 통하여 외부의 급식이 가능하도록 하여 단기간에 급식을 확대할 수 있도록 하려는 방안으로 개정되었다(학교급식법 제10조).

위탁급식 실시대상은 학교 내 시설·설비를 갖추고 있는 학교와 설비를 갖추지 못한 학교를 포함하고 있으며, 형태는 학교 내 급식 조리시설을 이용한 위탁운영형태(운영위탁), 학교 외의 장소에서 조리·운반하여 급식하는 형태(운반급식), 학교 외의 장소에서 조리·가공한 음식을 포장·운반한 후 일부 조리나 재 가열하여 급식하는 형태가 있다. 학교급식 여부 및 위탁화 결정은 학교장이 학교운영(급식)위원회의 의견을 들어 결정하고 희망학생에 한하여 실시하게 되는데, 초등학교의 경우 관할 교육장의 사전 승인을 얻어야 한다(양일선, 1991).

학교급식의 경우도 위탁전문업체가 운영하는 경우 일반 산업체급식과 같이 식자재의 다량구매 및 유통체계를 통한 식재료비의 절감, 축적된 인력관리와 급식운영의 전문성의 측면에서는 장점이 되나, 급식기기의 설치 및 운영에 대한 비용이 간접비용으로 작용되어 학부모의 비용부담이 높아질 수 있으며, 위탁업체의 영리추구로 인하여 위생 및 영양관리가 부실해질 수 있다는 우려도 있다. 이런 여러 가지 우려 속에서도 중·고등학교의 위탁급식 실시는 계속적으로 증가하여, 2002년 현재 서울특별시의 경우 중학교 전체 중학교의 60.7%가 위탁급식을 실시하고 있고, 고등학교는 전체 고등학교 중 93.5%가 급식을 실시하고 있는데 그 중 직영의 비율은 4.2%에 불과하다(교육인적자원부, 2002).

위탁급식사업은 식자재의 대량·계획구매에 의한 원가절감과 인력의 전문화, 효과적인 지원시스템을 통한 경제성을 가지고 있으며, 전문 인력 운영 및 육성과 다수 업장의 운영으로 탄력적인 인력 배치가 가능하고, 전문 인력에 의한 경제적 운영 및 지속적인 연구개발, 철저한 조리공정 관리로 낭비요소를 최대한 방지할 수 있는 운영관리상의 장점을 가지고 있으며, 고객 만족의 친절서비스와 체계적인 위생, 안전관리 시스템에 의한 운영으로 고객관리가 가능하다(최상철, 2006).

2) 산업체의 위탁급식

산업체급식시장에서 위탁급식이 활성화 된 것은 1988년 이후이다. 산업체에서 급식은 종업원의 복리후생대책의 일환으로 상당히 중요한 위치를 차지하고 있으나 급식운영에 비전문적인 기업의 측면에서 계속적으로 증가하는 부대비용과 높은 인건비, 관리의 난점으로 인해 직영운영체계에서 위탁급식이라는 아웃소싱방식으로 전환이 된 것이다. 위탁급식의 실시는 위탁사의 경제적 비용절감은 물론 기존 직영체계에서 불만족한 급식과 서비스를 받아오던 이용고객에게 저단가의 다양한 식단 제공방식의 새로운 경험이 바로 국내 단체급식전문업체의 급성장의 기반이 되었다(최상철, 2001).

그러나 발전을 계속하여 오던 급식시장에서 위탁경영의 단점도 부각되어 졌는데, 첫 번째는 원가조절을 위한 노무비 삭감으로 경험이 적은 신입사원이나 시간제 조리원이 차지하는 비율이 높아짐으로써 이직이 잦고 오히려, 식품·시설·설비·위생관리에 소홀해질 우려가 있다는 점이다. 두 번째는 계약 후 발생한 업무에 대한 경비를 추가로 지출해야 하는 경우가 생길 수 있다는 점이며, 세 번째는 명령계통의 이원화(위탁사·수탁사)에 따라 업무지시에 혼선이 빚어질 수 있다는 점을 들 수 있다.

또한 단체급식전문업체에 의한 급식경영방식은 업체의 질적 수준에 따라 기대할 수 있는 성과에 대한 편차가 크기 때문에 위탁경영이 모든 문제의 해결책은 아니므로 좀 더 많은 연구가 필요할 것이다(손대현, 1982).

2. 위탁급식업체의 역사

우리나라 급식경영업체의 역사를 살펴보면 <표 2-1> 1988년에 창업한 서울케이터링서비스 주식회사가 무역센터 현대백화점 직원(1일—2,500식/일)급식을 책임지고 위탁운영하게 된 것을 필두로 하여 1989년 인제대학교 부속 상계 백병원의 1일 2,200식의 병원급식을 위탁하게 되어 우리나라에서는 최초로 사업체급식 및 병원급식의 위탁경영을 시작한 위탁급식경영업체가 되었다. 1989년 서울케이터링이 서울대 관악사를 위탁하기 시작한 것을 시작으로 현재 LG유통(2000년 3월 Our Home으로 분리), 삼성에버랜드, 제일제당, 신세계푸드시스템, 씨엠개발(CMD), 아라코(ARAKOR) 등의 대기업을 비롯하여 중소기업인 고은유통, 수양급식이 몽골리아 해외지사 설립과 몽골리아 국립기술대학 구내식당을 운영함으로써 국내회사 중 최초로 해외에 진출하게 되었다. 1996년부터 군대급식, 1997년에는 중·고등학교 급식에서도 위탁급식 영역이 점차 확대되고 있다(양일선, 1999).

<표 2-1> 국내 위탁급식전문업체의 역사

시 기	주 요 사 건
1988. 9.	최초의 사업체 급식 위탁경영 개시 ((주)서울케이터링 서비스가 설립되어 무역센터 현대백화점 직원식당 운영)
1989. 2.	최초의 대학 급식소 위탁경영 개시 ((주)서울케이터링 서비스가 서울대학교 관악사 운영개시)
1989. 8.	최초의 병원급식 위탁경영 개시 ((주)서울케이터링 서비스가 인제대학교 상계 백병원 운영개시)
1989. 9.	(주)LG유통 급식사업 개시 (LG쌍둥이 빌딩 - 카페테리아식 배식 운영)
1989. 9.	(주) 고은유통 설립
1991. 1.	(주) 고은유통이 자매회사 (주) 대경종합유통 설립
1991. 6.	(주) 씨엠개발(CMD) 설립
1991. 11.	(주) 이조케이터링서비스 설립

1991. 12.	신세계 급식 운영팀 발족
1992. 4.	(주)고매유통 법인 설립
1992. 10.	(주)LG유통 일본 Green House Co. Ltd와 기술제휴 체결
1993. 2.	(주)아라코(ARAKOR) 미국 ARAMARK사와 기술제휴 체결
1993. 3.	(주)수양급식 설립 서울농협식문화센터 설립
1993. 6.	(주)아라코(ARAKOR) 설립 부산 농협식문화센터 설립
1993. 7.	(주)LG유통 대전 EXPO 운영요원 급식운영
1993. 10.	서대구 농협식문화 선테 설립
1993. 12.	최초로 병원급식에 쿨칠시스템(Cool-Chill System) 도입 ((주)씨엠 개발(CMD) 이 고려병원에서 운영)
1994. 11.	(주)제일제당 일본 SHIDAX사와 기술 도입 계약 체결
1994. 12.	(주) 중앙개발 Food Service 사업부 발족
1995. 6.	(주) 수양급식 몽골리아 해외지사 설립
1995. 7.	신세계 푸드시스템으로 별도 법인회
1995. 4.	CMD 담양 식품 가공 공장 준공
1995. 9.	(주) 엑소프레쉬 (EXOFRESH) 설립 풀무원 현대백화점이 50:50의 지분을 투자해 운영
1995. 12.	(주)중앙개발 일본 닛코꾸트러스트사와 업무제휴
1996. 3.	-최초의 군대급식 위탁경영 개시(LG 군부대 급식점 서울 공항점 운영개시) -두산 종합식품 케이터링팀이 두산신용 협동조합으로 사업이관 LG 상품연구소 개소
1996. 10	(주)수양급식 몽골리아 국립기술 대학 구내식당 운영 개시 오산농협식문화센터 설립
1996. 11.	인천농협식문화센터 설립
1997. 2.	(주)중앙개발 단체급식부분 국내 최초 ISO 9002 인증 획득
1997. 7.	(주)중앙개발 단체급식부분 국내최고로 ISO14001 인증 획득
1997. 10.	LG유통 ISO9002 인증획득, 전문급식브랜드 “Our Home” 개발 (주)중앙개발이 (주)삼성에버랜드로 법인명 변경

1997. 12.	(주)신세계푸드시스템 ISO 9002 인증 획득
1999. 1.	(주)고매푸드서비스가 아벨라사와 합작, (주)아벨라고매로 법인명 변경
2000. 1.	금강 개발 주식회사에서 (주)지네트(G-NET) 설립 현대그룹과 금강개발 계열사가 엑소프레쉬에서 지네트로 점차 이전
2000. 3.	OUR HOME이 LG유통에서 분리독립
2000. 4.	(주)엑소프레쉬 (EXOFRESH)가 풀무원에서 독자 운영

자료: 이은정(1999), 위탁급식경영업체의 영양사, 조리사의 교육훈련 Program 개발에 관한 연구, 경기대학교 관광대학원 석사학위논문. 논자 재정리

3. 위탁급식업체의 발전 배경

국내의 위탁급식경영업체(contractd foodservice management company or contract meal management company)는 1988년 9월 서울 Catering이 국내에서 최초로 창업된 이후로 등장하여 초등학교, 대학교, 병원, 사업체 단체급식시설의 급식업무를 전문적으로 위탁받아 관리를 대행해 주고 있고, 급식시장의 년 매출액은 추정치로 2000년에 전체 약 1조 7천억 원 정도의 시장을 형성하고 있다.

우리나라에서 위탁급식경영업체가 등장하게 된 배경은 1980년대 말 노사분규가 심화되면서 근로자의 복지후생 요구도가 증대되었다. 한편으로는 1986년 아시안게임과 1988년 올림픽이후에 근로자들의 소득증대와 외식산업 및 식품산업의 발달, 새롭고 다양한 외식문화에 접할 수 있는 기회의 증대가 되었다. 이들 근로자는 기업의 노사분규 시에 근로자들의 처우개선과 함께 후생복지 부분의 하나인 급식의 질적 개선을 자주 요구하게 되었다. 이에 대해 기업주들은 급식의 위탁경영에 관심을 갖게 되면서 사업체 급식이 위탁경영의 체제로 전환되기 시작하였다. 따라서 위탁급식경영은 외식산업의 발달과 인플레이션으로 인한 식품비의 상승, 에너지비의 상승, 노사분규를 통한 인건비의 상승 등의 원인으로 노동조합의 결성에 따른 노사 간의 제반문제가 발생하게 되어 자체 내에서 효

을적으로 직영하기에 난점이 많아져 등장하게 되었다(양일선, 1991).

병원의 경우 1988~1989년에 실시된 전국민의료보험제로 인하여 경영 압박을 겪게 되자 병원경영에 대한 혁신적인 개혁이 요구되었다. 이와 더불어 병원노조의 탄생으로 병원 내 노사분규의 핵심쟁점이 되었던 급식부서 직원의 처우개선 요구 및 병원 급식업무의 마비와 파행 등으로 병원경영진들이 급식위탁을 고려하도록 하는 여건이 조성되었으며, 1995년부터는 의료시장의 개방으로 병원 경영합리화 요구와 의료기관 서비스평가 및 서비스개선의 일환으로 병원급식의 위탁화가 진전되는 계기가 되었다.

한편 대학교 식당에서도 위탁급식경영업체들이 빠른 속도로 진출하게 되었는데 그 배경은 신세대 대학생들이 음식의 질적 향상과 식당환경 개선을 요구하고 있고, 그 동안 개인업자가 임대계약을 맺어 학생식당을 운영해 온 경우 상당수의 업자들이 저렴한 식단가 때문에 원가나 채산성을 맞추기 위해 값싼 식자재를 사용하여 음식의 질이 낮아 학생들의 불만이 누적되었기 때문이다. 또한 일부대학의 경우 특별한 경영 Know-How 없이 직접운영·관리로 적자운영을 면치 못하였으며, 인력관리, 식자재구매, 서비스측면에서도 문제점이 드러나 학생 측과 크고 작은 마찰이 있어 왔다. 이에 따라 대학교 측에서는 마찰을 최소화하고 운영사의 적자폭을 감소하기 위해 급식의 위탁경영을 모색하게 되었다. 대학교급식소는 대학자체의 직영이나 개인 임대업자의 운영에서 급식전문위탁업체에 의한 운영형태로의 전환이 빠른 속도로 파급되고 있다. 위탁급식경영업체에서 초기에 투자비가 과다 지출되고 낮은 식단가로 예상보다 적자폭이 커서 고전하고 있지만, 기업의 이미지제고와 시장 확대를 위하여 대학교식당에 관심을 주목하고 있는 현실이어서 대학교급식이 위탁급식경영업체에 의해 경영되는 비율은 더욱 증가할 것이다(양일선, 1999).

대기업 등이 자체 운영하던 직원식당을 외부에 위탁하는 추세는 느는 데다 초·중학교에 이어 고등학교까지 학교급식이 전면 실시될 예정이며 더불어 기존의 학교, 병원, 관공서뿐만 아니라 군부대까지 식당운영을 외부업체에 맡기는 추세다. 지난 53년 외국 원조기관에 의한 무상급식이 실시된 이래 77년 학교급식 빵 식중독 사고로 빵 급식제도가 폐지되는 우여곡절을 겪었으나 96년 학교급식법이 개정된 후 학교급식은 해마다

늘고 있다. 학교급식사업은 지난해부터 초등학교를 대상으로 전면 실시된데 이어 올해 안에 고교급식이 전면 실시되고 2002년에는 모든 학교(학생 수 8백20만 명)로 단체급식이 확대될 계획이다(양일선, 1997).

이렇듯 위탁급식경영업체는 급식경영합리화 추구하고 직원들의 복리후생증진요구 등의 여러 가지 내부환경 변화 외에도 외적 환경요인인 고임금체제 및 물가상승, 서비스산업의 발전, 산업의 전문화 경향 등의 경제적 요인과 고객들의 고품질 식사요구나 고객 요구의 다양성, 건강지향의 식문화 경향 등의 사회, 문화적 요인에 의해 등장하고 발전하게 되었다(양일선, 1997).

4. 위탁급식업체의 현황 및 전망

1) 위탁급식업체의 현황

급식위탁경영(contract food-service management)이란 단체급식기관과 이러한 급식시설관리를 전문적으로 하는 위탁급식회사 간의 계약에 의해 단체급식업무의 일부 또는 전부에 대한 관리를 대행하는 것을 의미하는 것으로 선진국에서는 보편화 되고 있는 급식위탁경영이 1988년 국내 급식산업 분야에 도입되어 IMF 이후 많은 기업들이 구조조정과 경영합리화 추세에 따라 위탁급식의 효율성에 대한 인식이 높아짐으로써 급식소를 위탁하는 회사들이 증가하게 되었다(Eom · Lyu, 2003). 국내 전체 급식시장의 규모는 1997년에는 약 2조 5천억 원으로 파악되어 5년 사이에 50%로 이상 증가하였고(Kim, 2001), 2004년 약5조 8천억 원 규모의 급식시장으로 더 성장하였다. Food World(2004)에 따르면 그 중 52%의 위탁율로 3조원 규모로 파악되었던 위탁급식시장은 급식 직영화 논란이 불거지면서 학교 급식 일부가 직영으로 전환하는 등 시장에 많은 변화가 있었지만 2005년에도 7%의 지속적인 성장을 통하여 그 규모가 3조 1천억 원에 이르는 것으로 추정되고 있다(Kim, 2006).

1988년에 처음 국내에 선보인 위탁급식산업은 이제 성숙기에 접어들

있고 전문위탁급식업체 뿐만 아니라 위탁급식업장도 계속 증가하는 추세에 있다(Choi, 2001). 3조 원대 시장으로 성장하는 10여 년 동안 위탁급식업은 일반 대중음식점과 마찬가지로 식품접객업으로 분류되어 관리되었으나, 2003년 4월에 와서야 식품위생법 개정예 따라 ‘위탁급식업’이라는 새로운 업종으로 탄생하게 되었다. 식품위생법 시행령(대통령령 제 17971)제 7조 제8호 마 항목에서 『집단급식소를 설치 운영하는 자와 위탁계약에 의하여 그 집단급식소 내에서 음식류를 조리하여 제공하는 영업』으로 규정함으로써 위탁급식업종이 법적 근거를 갖게 되었다(Food World, 2004). 이러한 성장 가운데 급식시장이 포화상태에 이르면서 한정된 시장을 놓고 위탁급식전문업체들의 신규업장수주와 개발을 위한 업체간 경쟁이 심화되고, 식자재비와 인건비가 높아지는데 비해 오히려 수탁사에서 지불하는 급식단가는 제자리걸음을 하고 있어 위탁급식전문업체들의 경영환경은 점점 악화되고 있는 실정이다(Jeong, 2000; Park, 2005).

위탁시장은 최근 성장기를 지나 성숙기로 접어들어 시장점유율 확보에 어려움을 겪고 있고 이러한 어려움을 극복하기 위한 두드러진 특징은 양적 성장에서 수익성 위주로 사업이 재편되고 있다는 점으로, 급식업체들은 수익이 나지 않는 부실급식소를 정리하고, 내부 조직을 정비하여 수익 위주의 사업을 전개하는 등 내실 다지기에 집중하고 있다(Park, 2005). 이렇듯 시장의 경쟁이 점점 심화되고 경영환경이 어려워짐에 따라, 위탁급식전문업체들은 질적 성장을 꾀하고 있는 것으로 나타난다. 1992년 10월 (주)아워홈은 일본 내 최대 단체급식 회사인 그린하우스(Green House)와 기술제휴를 체결하였으며, 아라코(주)는 1993년 2월부터 미국 내 위탁급식업체 중 매출 1위인 ARAMARK와 기술제휴를 체결하여 직원의 교육, 연수 및 기술자문을 도모하고 있다. 1994년에는 현 CJ푸드시스템이 일본 단체급식 회사인 SIIDAX와 기술도입 계약을 체결하였고 (주)ECMD는 CMD와 엑소푸레쉬의 전략적인 통합으로 창립되었다. 또한 LG유통 FS사업부는 (주)아워홈으로 분리 독립하였으며, 제일제당 그룹 내 식자재 유통 및 급식 사업부문은 CJ푸드시스템(주)으로 외식사업부문은 (주)푸드빌로 분사하는 등 인수, 합병, 분사, 독립 등으로 국내 위탁시장은 대형화, 전문화 되는 추세에 있다(Yang·Cha, 2001).

대기업은 주로 식자재 유통의 강점을 가진 기업에서 시작하여 막강한 자금력, 조직력, 브랜드 인지도의 장점과 해외브랜드의 도입, 기술제휴 등으로 선진 기술을 도입하거나, 자체 기술개발을 전개하고 있고, 위탁급식전문업체에서는 자사의 이미지를 높이고 급식품질을 개선하기 위해 고객만족(CS:Customer Satisfaction)경영, HACCP제도의 도입, ISO품질인증 등으로 시장 점유율을 높이기 위한 다양한 방안을 모색하고 있다 (Jung, 2000).

국외 위탁급식업을 살펴보면 이미 1970년대 초반부터 위탁급식 산업이 시작되었다고 보고되고 있다. 그 배경으로는 우선 경제적인 이유를 지적 할 수 있는데 즉 식품비, 인건비의 상승 및 오일 쇼크 이후의 에너지비의 상승 등으로 급식 예산이 맞지 않게 된 것을 들 수 있다. 또한 인사관리 측면에서, 특히 단체급식소는 노동집약적인 특성으로 인하여 종업원의 작업시간이 길며 작업관리가 비효율적이고, 점차 노동조합의 결성에 따른 노동쟁의의 문제가 대두되어 노사 간에 제반문제가 발생하게 되었으며 그 결과 자체 내에서 효과적으로 직영하기가 어려워졌기 때문이라고 지적된다(Kwak, 1988). 운영관리를 위한 제도적 뒷받침을 하는 일본의 경우에 대기업은 약 20개사로 상위 17개사의 시장점유율이 2001년 기준 13.8%수준으로 우리나라와는 달리 상위 독점화는 덜한 수준이며 (Kim, 2004), 영국은 급식체계(foodservice system)유형 중심으로 운영하고 있고, 미국의 경우는 학교급식을 제외하고는 자율적으로 운영되고 있어 국내와는 상이한 특성을 가지고 있다.

외국의 위탁경영업체는 또 다른 변화에 도전하고 있다. 외부로부터의 경쟁과 고객들의 요구 때문에 이들은 과거의 급식경영에서 가장 중요한 용어로 사용되었던 “영양”이란 단어가 사라지고 그 대신 3M(marketing, motivation, merchandising)이란 새로운 용어를 만들어 경영을 새로운 방향으로 돌려놓았다. 이들은 종업원의 처우 개선과 교육훈련에 의한 인력관리, 활발한 시장 활동과 수준 있는 상품과 서비스만이 외부사의 경쟁에서 이겨가는 길임을 주장하면서 급식경영을 외식산업 대열로 깊숙이 끌어들이고 그들의 위치를 굳혀 가는데 전력을 다하고 있다. 이들은 단체급식만이 아니라 CKS(central kitchen system)을 갖추고 식품의 일차

적 처리와 완전 가공된 음식을 다량 생산하여 시중에 판매하고 있으며, 기내식(in-flight)을 비롯하여 시중의 Cafeteria 와 Family Restaurant까지 경영하면서 그들의 세력을 확장해 가고 있다(Chun, 1989). 또한 마케팅 차별화를 위한 브랜딩(branding), 테이크아웃과 배달의 증가, 각종 가공 기술의 발달과 인터넷 등을 이용한 경영 및 마케팅의 효율화 등이 최근 미국 급식시장의 변화 추세라고 할 수 있다(Cha, 2001).

2) 위탁급식업체의 전망

위탁급식시장은 외형경쟁과 내실화의 두 가지 전략이 공존하면서도 국가의 정치, 경제의 외적 환경영향으로 내실화를 중시하는 경영전략이 추구되며 기존의 전형적인 단체급식사업 형태를 탈피하고 선진국에서처럼 외식사업 및 관련부문까지 사업영역이 다각화 될 것이다. 또 중, 고등학교는 물론 실버타운과 군부대까지 단체급식이 이루어지는 건강 및 안전 지향적인 품질위주의 급식시장이 전망된다(Kim, 2007). 그리고 위탁급식업체는 과거의 단순한 대형급식형태의 일반화된 단체급식의 모습을 탈피하고 수요자의 유형별 고객의 요구에 적극적으로 대응하여야 하며 고객의 기대수준에 부응하는 성과를 제공해야만 업체가 생존하며 성공 할 수 있다는 새로운 심적인 기업철학이 필요하다(Yang, 2001).

제 2 절 식자재구매관리시스템

1. 식자재의 개념

일반적으로 식자재 원가는 매출액의 30~40%정도 차지하는 만큼 식자재의 관리는 매우 중요하다. 그러므로 필요한 식자재를 알맞게 구매하여 최선의 상태를 유지함으로써 이윤 창출에 공헌하고, 낭비되는 자재를 줄이는 것이 식자재 관리의 목적이라 할 수 있다(신재영, 1995).

식자재란 “국내법이 규정하고 있는 적법한 절차에 따라 외국 또는 국내로부터 유입되는 물적자원으로 호텔 및 외식업체의 업장을 이용하는 고객에게 판매할 목적인 음식상품의 중간재 또는 최종상품의 총체”(관세법 제3조)라고 할 수 있다. 그러므로 식자재란 최종제품을 만드는 물리적 변화의 성질의 것을 의미하는 직접재료로써 식음재료를 의미한다(박현지, 1993).

식자재는 원산지에 따라 국산식자재와 수입식자재로 나눌 수 있으며, 광의의 식자재는 주된 음식의 자재와 부가적 음식인 음료까지 포괄한다. 그러므로 식자재는 음식상품의 생산을 위한 중간재로써 완전한 음식 생산을 위해 소용되는 물적자원이다(진양호, 1995).

2. 식자재구매관리 측정 요인

구매란 요구되는 품목에 대하여 정해진 질적 수준 한도 내에서 최소 가격을 제시하는 공급자에게 주문을 결정하는 행동이다(Power, 1984).

구매는 부가적인 투자 없이도 이윤을 창출시키고 있는 사업 분야로서 이해하기도 한다. 이것은 능률적인 구매에 의한 원가절감을 통해서 그만큼 기업의 경제적 목적에 기여할 수 있기 때문이며 이처럼 감소된 비용을 이윤으로 볼 때 구매가 가져다 줄 수 있는 잠재적인 이윤의 가능성이 크다는 것을 인식해야 한다(이정자, 1994).

식자재구매관리란 식자재 원가관리의 기초가 되는 단계로써 단순히 필요한 물품만을 구입하는 업무가 아니라 계획, 통제, 관리하는 경영활동으로 인식 되어야한다. 식자재 경영에 있어서 직접 재료비인 식자재 원가가 차지하는 비율은 인건비와 더불어 최대의 단일비용 항목으로 나타나고 있다. 식자재구매관리란 생산활동에 필요한 품질의 자재를 최소비용으로 획득하기 위한 관리활동으로, 합리적이고 원활한 생산활동을 위하여 적절한 품질의 자재구매, 적정량의 구매, 적절한 시기의 구매, 적절한 가격의 구매, 적절한 공급처의 선정을 목표로 삼고 있다(이애주, 1996).

식자재구매관리는 판매 또는 조리목적에 필요한 식품을 적절한 납품의 구매처를 탐구·파악하여 교섭을 거쳐 발주 및 가공시켜 구입하고 이를 필요로 하는 관련 조리장이나 식자재 창고에 입고하는 일이다.

식자재구매관리는 판매 또는 조리목적에 필요한 식품을 적절한 납품예정자와 구매처를 파악하여 발주 및 가공시켜 매입하고, 이를 필요로 하는 관련 주방이나 식자재 창고에 입고하는 일이다. 식자재는 정기적이고 치밀한 시장조사를 통하여 용도에 적합한 식자재를 합리적인 가격에 구매하고, 납품 시기와 품질에도 유의하여야 한다(정중훈, 1999).

구매관리는 구매전문부서를 통해서 이루어지며, 생산시설의 기계화·과학화·전산화·정보화 및 고도의 산업분화를 통하여 구매활동이 이루어지고 있다. 따라서 구매부서는 기업활동 면에서 중요한 위치를 차지하고 있다. 현 기업은 재료비가 차지하는 비중이 커지게 되어 필요한 원재료를 언제, 어디서, 누가, 어떻게 구입하느냐가 기업활동 측면에서 어느 때보다 구매관리의 중요성이 날로 높아지고 있다.

식자재의 구매절차와 내용은 다음과 같다.<표 2-2>

<표 2-2> 식자재의 구매 절차

절차	내용
구매의 필요성 인식 ↓	-구매업무의 출발 단계 -구매청구서 작성→특정 품목이나 소요량 파악 -총괄적 물품소요량에 대한 서류작성
물품요건의 기술 ↓	-구매대상 품목에 대한 정확한 기술 · 개인적 지식, 과거의 기록 자료, 상품 안내책자 활용 -오류발생방지→비용발생억제→영업기회 상실방지
거래처 설정 ↓	-시장조사→가격, 공급시장의 여건 -견적서 접수
구매가격 결정 ↓	-최소비용, 최고품질 -생산성과 수익성 고려

발주 및 주문에 대한 사후점검 ↓	-주문은 서류작성이 원칙 -주문서 사본작성→(검수부·회계부·물품사용부서·재 고관리부서) -주문서 도착 확인→적시공급
송장의 점검 ↓	-주문내용과 송장내용 비교→물품내역, 가격 -송장의 내용과 검수부의 수령내용과 비교
검수작업 ↓	-구매주문서에 의한 현물 확인·대조 -주문내용에 대해 발생된 차질의 처리 및 반품 -검수일지 작성(수령일보) 서류작성 -입고확인
기록 및 기장관리	-구매내용의 정리, 보관 · 주문서 사본, 구매청구서, 물품인수장부 검사 또는 반 품에 대한 보고기록

김현중(2002), 관광호텔 조리장의 식자재 재고관리에 관한 연구, 경기대학교대학원 석사학위논문.

1)식자재구매절차

식자재구매관리는 사전에 설정한 목표달성을 하기 위해 필요한 원자재와 여타 주변자재 등을 필요한 시기에 최소한의 비용으로 조달하거나 구매하는 행위를 말한다(최수근, 1999). 최근의 식품구매는 고객의 욕구 변화에 따라 다양한 상품의 출현을 요구하고 있다. 식자재의 활용에 있어서도 생산지의 다국적화와 여러 식품의 용도의 다변화로 인해 구매품에 있어서도 다각화가 이루어지고 있다.

구매 담당자는 메뉴조건을 파악하기 위해 메뉴 기획자와 긴밀한 접촉 유지를 하여야 하며, 그들의 특별한 음식 서비스에 필요한 가장 적합한 식품을 선택하기 위하여 요리법에 관한 지식도 요구된다. 그리고 수요예측에 의거하여 필요량 만큼의 자산을 도입함은 물론 급변하는 식자재 원재료 공급시장의 여건 및 경제적 동향을 고려하여 구매량을 재조정함으로써 생산에 원활을 기할 수 있도록 원재료 조달업무기능을 다해야 한다(이정자, 1982).

식자재구매의 요건은 가격, 시기 및 양질의 양을 어떤 방법으로 구매

하느냐가 관건이라 볼 수 있는데, 계획에 대한 일반적 절차는 구매→수납→출고→생산→저장(일반 제조업과는 달리 반제품의 상태, 또는 완제품의 상태로 저장하는 품목은 극히 제한 되어있다.)→판매→분석→재구매의 과정을 반복하는 순환을 계속하고 있다(나정기, 1994).

식자재구매는 메뉴 품목에 따라 물품이 결정된다. 오래된 식자재의 재고량이 많을 때는 그 품목의 재고량을 줄이고, 고객이 선호하는 품목을 선택하여 구매하는 것이 좋다. 일반적으로 재고관리비는 재고자산총액의 30% 정도로 보는데 이것은 재고자산 투자에 의한 자본비용, 저장 공간에 의한 비용, 물품의 취급 및 저장에 소요되는 비용, 그리고 부패 또는 폐기로 인한 비용 등이 포함되는 것이다. 그런데 구매절차 여하에 따라서 어느 정도는 구매자나 납품업자 간에 운송비 절감을 기할 수도 있으며 이것은 결국 완제품의 총원가를 절감시킨다. 그러므로 전문화된 구매기술은 운영비뿐만 아니라 재료원가를 절감 시킬 수 있는 방법으로 그 중요성이 인정된다(정종훈, 1999).

구매관리는 정기적이고 치밀한 정보와 시장 조사를 통해 호텔 식음료업장의 운영에 필요한 식자재를 합리적인 가격에 구입해야하는 종합적인 행위를 말하며, 식자재구매는 호텔별로 식음료메뉴 판매가격에 따라 다르고 또 일반 자재와 달라서 가격위주의 구매보다는 정확한 수요 예측에 따른 과학적인 구매가 이루어져야 한다(나영선, 1997).

현준호(2001)는 구매관리란 생산활동 과정에서 생산계획을 달성할 수 있도록 생산에 필요한 자재를 양호한 거래 선으로부터 적절한 품질을 확보하여 적절한 시기에 필요한 수량만큼을 최소의 비용으로 구입하기 위한 관리활동을 의미한다고 정의했다. 박운성(1990)은 경제주체가 그의 기능을 수행하기위해 일정한 시기에 필요로 하는 지정된 물자 또는 용역을 그에 상응하는 일정한 대가를 지불하고 다른 경제 주체로부터 획득하는 경제행위로 정의했다.

엄인룡(1989)은 호텔식음료의 구매관리는 호텔경영관리적인 의의를 지닌다고 했다. 일반적으로 식자재의 과다한 원가는 재료의 구매와 이에 따른 검수, 입고, 출고, 저장, 등 수행 중에 야기되는 모든 형태의 재료 낭비와 손실에 기인된다. 그러므로 이러한 전 과정에서 발생하기 쉬운

문제점에 대한 효율적 구매관리와 불필요한 비용발생을 배제하는데 원가관리목적과 포괄적인 구매관리목적이 있다고 하였다.

2)식자재구매가격 결정

가격결정은 회사의 손익에 직접 관련되는 일이므로 자재관리상 중요한 문제이며 따라서 공정하고 타당한 선에서 결정되는 것이 바람직하며, 거래 가능한 납품업자들의 견적 가격이나 내용을 상품의 품질, 가격, 서비스 등의 총체적인 관점에서 상호 비교·분석함으로써 최선의 가격을 결정할 수 있다. 또 거래조건에 관계되는 구매조건, 지불조건, 인수인도조건, 반품조건, 품질보증조건 등에 있어서도 그것이 자사에게 있어 유·불리가 원가적인 측면에서 커다란 차이를 보인다. 구입가격이나 그 거래조건의 여하에 따라 단지 원가의 인하만 되는 것이 아니라, 이 결정방법의 하나로서 구입시점에서 이익을 획득하는 것도 된다(박운성, 1997).

식자재의 신선도가 좋고 나쁨에 의한 이용자의 평가와 만족은 조리방법과 기술에 의한 메뉴개발 보다 더욱 중요시되어야 할 것이다. 급식 원가에서 가장 큰 부분을 차지하고 있는 식재료비의 중요성은 원가관리에 의한 조절기능이 앞서기도 하나 급식의 질 유지를 위해서는 필수적인 요인으로 제조원가 중 인력관리 또는 제반 경비에 대한 탄력적인 운영의 여유를 가지는 반면 쉽게 바꿀 수 없는 부분이다. 그럼에도 불구하고 운영자 측의 관리에 있어 식재료비는 식품재료의 조달, 구입방법을 검토하고 구입단가를 떨어뜨리도록 노력하는 것이 필요한 부분이다(한국식품영양과 교수협의회, 1996).

김우곤(2000)은 학교급식의 위탁급식만족도에 관한 실증분석과 급식개선을 통해 급식율을 높일 수 있는 방안을 모색하였으며, 전체적인 만족도에 영향을 미치는 요인으로는 식단 및 반찬의 다양성과 적정 수준의 식재료비 투입에 대한 중요성을 강조하고 있다.

3)식자재 검수관리

검수란 구매요청서에 의해서 주문되어 배달된 물품의 내용이 구매하려는 해당 식자재와 일치하는가를 검사하고 받아들이는 관리활동이다.

식자재 검수의 목적은 주문한 내용 즉 가격, 품질, 수량, 규격 등이 일치하는가에 대하여 견적서와 비교함으로써 성립된다. 따라서 검수요원은 식자재에 대한 표준구매명세서를 숙지하고 있어야만 한다(오승일, 1994).

이민석(2008)은 검수란 납품된 식재료와 물품의 품질, 신선도, 위생, 수량 및 규격이 요구 기준에 부합되는지 확인하여 수령 여부를 판단하는 과정으로 식재료의 신선도와 품질을 결정짓는 중요한 부분이다. 식재료의 신선도와 품질은 단체급식의 위생 및 안전성 확보와 직결되는 문제이므로 보다 체계적이고 효율적인 검수지침에 대한 이해가 반드시 요구된다. 검수자는 구매요구서의 사본이나 검수일지를 지니고 항목별 수량, 포장상태 등을 점검하며 관능검사나 외관검사를 통해 식재료의 품질과 신선도를 평가 한다.

4)식자재 저장·출고관리

식자재는 검수를 통과한 상태로 부패하지 않도록 관리하여야 하며, 식자재의 식별을 용이하게 하 루 있도록 그 위치를 분류하여 저장하여야 한다. 또한 도난 등과 같이 갖가지 형태의 낭비 및 손실을 최소로 줄이고 재고가 원활히 회전하여 식자재의 출고가 이루어지도록 하는 것이 중요하다(김현중, 2002).

저장관리의 목표는 저장과정에서 발생하는 갖가지 형태의 낭비 및 손실을 가능한 최대한으로 줄이고 물품에 대한 적절한 재고수준을 유지하고 재고에 따른 감실이나 손실을 방지하는데 있다(손일락, 1982). 또한 저장 시 인수당시의 재료와 동일한 상태로 식자재를 보존되어야 한다(임경인, 1994).

식자재의 저장방법은 근본적으로 식자재의 변질을 유도하는 요인에 대한 억제 방법인데 일반적으로 저장원리는 온도, 습도, 대기성분과 관련이 있는데 만약 열의 발생, 제품의 건조, 수분의 방출 등이 일어나면 변질되게 된다. 따라서 식자재를 잘 저장하기 위해서는 저장조건을 합리화하고 식품의 호흡활동을 억제하며, 기후변화조건을 고려하거나 냉장 및 냉동기를 사용하고 있다(송재철, 1998).

식자재의 출고는 구매행위가 생산활동으로 연결되는 최종단계로 저장

회사로부터 식자재가 배출되는 것을 말한다. 출고는 반드시 선입선출의 원칙에 의해 입고순서에 따라 출고되어야 하며, 부패되었거나 유효기간이 만료된 식품들은 적절한 절차를 거쳐 처리되어야 한다(김동승·어수현, 1994).

식자재의 출고관리의 목적은 허용된 담당직원이 저장고를 출입하여 적절한 절차에 의하여 출고관리를 하여, 저장고의 소비량 결정 및 재고량을 파악하여 적절한 시기에 식자재의 구매량을 결정하기 위함이다. 또한 출고품의 측정 자료를 통하여 일일 식자재 원가 산출을 돕기 위함이다(김현중, 2002).

5)식자재 재고관리

재고란 많은 기업에서 총투자 자산의 15~40% 정도를 차지하는 대단히 중요한 자산의 하나임과 동시에 미래에 사용하기 위하여 비축하고 있는 재화라고 할 수 있다(Heizer & Bender,1991).

재고는 불확실한 수요와 공급을 만족시키기 위한 물품의 적절한 보관기능을 의미하고 있다. 즉 수요란 필요를 의미하고, 공급이란 그 필요를 만족시키는 행위이다. 미래의 수요라는 것은 그 수요의 발생시간과 수요의 양에 있어서 불확실성을 함축하고 있는데, 재고는 이러한 불확실한 미래의 수요를 시간적으로 충족시키기 위해서 필요한 것이다. 따라서 재고라 함은 물품(재고자산)의 흐름이 시스템 내의 어떤 지점에 정체되어 있는 상태를 시간적인 관점에서 파악한 관리개념으로 정의하고 있는 상태를 시간적인 관점에서 파악한 관리개념으로 정의하고 있는 것이다(홍기운 외, 2001).

기업조직에 있어서 재고자산은 전체자산의 상당한 부분을 차지할 뿐만 아니라 원가구성 요소 중 노무비는 절감가능성의 폭이 좁은데 반하여 자재비는 품종선택, 계획의 합리화, 담당자의 판단과 노력에 따라 절약이 크게 개선될 수 있으므로 적절한 방법의 선택은 기업체의 많은 이익을 가져다 줄 수가 있을 것이다(김상철, 1998).

재고관리는 수요와 공급 사이의 불일치에 대한 완충작용을 도모하여 원활하게 작업이 이루어지도록 하는 것으로 그 효과는 비용을 절감하고,

가의 운영자본(working capital)을 조성하고, 투자수익(return on investment)을 향상시키고, 또한 고객만족도를 증진시킨다(김인구, 2000).

재고관리의 목적은 첫째, 생산활동의 독립성을 유지하기 위한 것이고, 둘째, 고객의 서비스 수준을 최대화하기 위한 것이다. 셋째, 고객서비스를 제공하는데 드는 비용을 최소화하기 위한 것이고, 넷째, 경제적 주문량의 이익을 얻기 위한 것이고, 다섯째, 원자재 조달기간의 변화에 대처하기 위한 것이다(김현중, 2002).

재고관리의 기능은 시간요소와 불연속성 요소, 불확실성 요소, 경제성 요소로 나눌 수 있고, 이에 재고를 보유하는 목적이나 기능에서 재고의 유형을 분리하면 불확실한 수요변화에 대처하는 안전재고, 장래에 대비하는 예비재고, 경제적 구매를 위한 주기재고, 수송기간 중 생기는 수송중 재고로 나눌 수 있다(김은아, 1996; 송재영, 2001).

식자재 창고관리 목적은 수요에 신속히 그리고 경제적으로 적응할 수 있도록 재고를 최적상태로 관리하는데 있다. 즉, 가능한 최소한의 재고를 보유하면서도 재료의 품질로 인한 손실방생과 재고보유시비용 및 재료발주비용을 최적화하여 총재고관리비용을 최소 시키는 데에 초점을 맞추고 있다(엄인룡, 1989).

6) 식자재 유통

유통이란(한국농촌경제연구원, 1992) 최초의 생산시점으로부터 최종 소비자의 손에 놓여 질 때까지 일어나는 재화와 용역의 흐름에 관련되는 모든 경영활동의 수행이라고 정의 할 수 있다.

유통은 상업적 유통(commercial distribution)과 물적 유통(physical distribution)으로 분류된다. 그 중에서도 상업적 유통은 도매, 소매 등과 같은 상거래 활동을 두고 하는 말이다. 이에 대하여 물적 유통은 운송, 하역, 포장, 보관 정보 등 상품의 거래 과정에서 실제로 나타나는 상품의 이동이나 흐름을 말한다. 유통이란 상품의 시장 거래 과정에서 발생하는 여러 가지 현상과 행위의 특성을 분석 종합한다. 유통의 경제 행위는 여러 가지 유형의 흐름이라고 말할 수 있다. 첫째, 물적 흐름(physical flow)이다. 공급업자로부터 도·소매업자, 그리고 소비자 등에

이르는 유통채널을 따라 원자재나 반제품, 부품 제품 등이 이전되는 과정이기 때문이다. 둘째, 유통은 생산자로부터 소비자에까지 이어지는 소유권의 흐름(title flow)이다. 셋째, 유통은 소비자로부터 생산자에게 이어지는 어떤 액면의 지불의 흐름(payment flow)이다. 유통은 주고받는 시장 정보의 흐름(information flow)이다. 생산자나 도소매상이 소비자들을 상대로 하여 광고, 인적판매, 판촉, 홍보 등을 내용으로 하는 촉진의 흐름(promotion flow)이다.

<표 2-3> 식자재구매관리에 관한 선행연구

연구자	선행연구
나정기(1994)	가격, 시기 및 양질의 품질을 어떠한 구매방법으로 구매하는가
이애주(1996)	식자재 원가관리의 기초가 되는 단계로써 단순히 필요한 물품만을 구입하는 업무가 아니라 계획, 통제, 관리하는 경영활동으로 인식
나영선(1997)	정기적이고 치밀한 정보와 시장 조사를 통해 호텔 식음료 업장의 운영에 필요한 식자재를 합리적인 가격에 구입해야하는 종합적인 행위
정종훈(1999)	판매 또는 조리목적에 필요한 식품을 적절한 납품예정자와 구매처를 파악하여 발주 및 가공시켜 매입하고, 이를 필요로 하는 관련 주방이나 식자재 창고에 입고하는 일
최수근(1999)	사전에 설정한 목표 달성을 하기 위해 필요한 원자재와 여타 주변자재 등을 필요한 시기에 최소한의 비용으로 조달하거나 구매하는 행위
현준호(2001)	생산활동 과정에서 생산계획을 달성할 수 있도록 생산에 필요한 자재를 양호한 거래 선으로부터 적절한 품질을 확보하여 적절한 시기에 필요한 수량만큼을 최소의 비용으로 구입하기 위한 관리활동

선행연구를 토대로 논자재정리.

제 3 절 직무만족

1. 직무만족의 개념

조직에 대한 조직 구성원들의 호의 적인 태도가 성과에 커다란 영향을 준다는 생각과 조직 구성원들이 자지가 맡고 있는 직무에 대해 어느 정도의 만족을 느끼고 있는가에 깊은 관심을 갖게 되어 많은 학자들 사이에 주요 관심사가 되었다(장호익, 2002). 직무만족에 관한 연구는 다방면으로 이루어지고 있으나 그 개념을 명확하게 정의하기는 매우 어렵다(김대권, 2000). 그 이유는 대부분의 연구들이 직무만족에 관한 이론적 배경이 없이 서로 다른 개념의 정의위에서 서로 다른 측정방법으로 수행되었기 때문이다. 이런 관점에서 직무만족에 관한 개념을 이론적으로 정의한 학자들의 견해를 정리하면 다음과 같다.

직무만족이란 조직 구성원이 자신의 직무자체 및 직무와 관련한 다양한 현상들에 대해 느끼는 감정으로 종사원의 높은 동기부여와 직무만족은 생산성 향상과 조직에 대한 자부심과 충성심으로 고객만족에 중요한 선행요인으로 종업원의 서비스품질과 고객과의 지속적인 관계로 인해 경영성과에 바람직한 영향을 미친다고 하였다(Spector, 1997; Maister, 2001; Brashear et al., 2004).

직무만족은 연령차원으로 많이 다루는 개념으로 직원의 업무와 직무수행중 물리적·사회적 조건에 대한 감정적 반응이나 태도를 의미하는 것으로서 개인의 직무만족과 직무순환의 관계에 대한 연구에서 직무만족도가 낮으면 직무전환이 있으므로 직무만족도가 부정적인 영향을 미친다고 하였다(Shermerhorn et al., 1997; Wendy et al., 2005).

Staw 와 Ross(1985)는 개인의 직무만족도는 직무상황의 변화와 상관없이 일관되고 안정적인 상태를 유지함으로 종사원의 직무만족을 극대화시키기 위해서는 관리자와의 갈등, 사기저하, 역할갈등, 집단 내 긴장, 수행능력저하, 업무수행에 따른 재제조치 등의 불미스러운 문제점들을 최소화해야 한다고 하였다(Kim et al., 2005).

2. 직무만족의 측정

사람이 조직생활을 하면서 가장 관심을 두고 있는 것은 직무에 대한 만족여부라 해도 과언이 아닐 것이다. 자신의 직무에 대한 만족정도가 높은 사람은 자신의 직무환경에 대해 긍정적인 태도를 갖게 된다.

김봉규(2006)는 조직구성원의 직무만족은 조직의 효과에 많은 긍정적인 영향을 미치기 때문에 구성원들로 하여금 직무만족을 느끼고 부여된 역할을 효과적으로 수행할 수 있는 근무환경의 조성이 필요하다고 하였다.

박영기(2007)는 직무만족은 동료와의 관계가 가장 중요한 요인으로 동료와의 원만한 관계를 유지하며, 현재의 직장이 안정적이라는 인식을 가지도록 하는 것이 직무만족에 영향을 미친다고 하였다.

직무만족은 직무수행자가 자신의 직무와 직무를 수행하는 조건에 대하여 갖는 심리적 상태로써, 개인이 자신의 직무에 대하여 긍정적 또는 부정적으로 느끼는 심리상태라고 정의하였다(Fornell, 1992; Wood et al., 2001).

개인의 입장에서서는 첫째, 가치판단적인 면에서 볼 때 중요하다. 조직생활을 하는 사람들 누구나 자신의 직무에 있어서 만족을 느끼지 못했다면, 삶의 보람도 느끼기 힘들 것이다.

둘째, 정신건강적인 측면에서 중요하다. 자기 생활의 한 부분이 불만족스럽고, 채워지지 못한다면 대부분의 사람들은 그것이 전이효과(spill-over effect)를 가져와 그와 관련 없는 다른 부분의 생활도 불만족스럽게 보는 경향이 많다.

셋째, 신체적 건강에도 영향을 미친다. 이는 일에 대한 불만으로 인한 스트레스가 여러 가지 질병의 원인이 될 수 있기 때문이다. 조직의 입장에서서는 첫째, 경영자들 중 직무만족이 종업원과 성과에 직접 영향을 준다는 가정을 지니고 있는 사람들이 많지만, 이론적으로는 완전히 타당성이 입증되고 있지 않다.

넷째, 조직 활동의 합법성과 목적이 고양되어지는데, 이는 자신의 직무생활에 대해 긍정적인 감정을 지닌 사람은 외부 사회에 대하여 자기가 속해 있는 조직을 호의적으로 이야기하게 되기 때문이다.

다섯째, 자신의 직무를 좋아하는 사람은 조직외부에서 뿐만 아니라 조직내부에서도 원만한 인간관계를 유지해 나간다.

여섯째, 직무만족이 높게 되면 이직률과 결근율이 감소되고 이에 따라 생산성 증가의 효과도 얻을 수 있게 된다.

그러므로 대부분의 조직구성원들은 생활에서의 만족을 직무만족에서 추구하는 경향이 있으며 직무에 만족함으로써 조직에 대한 공헌도가 높아지게 되므로, 경영자나 관리자의 입장에 있는 사람은 조직구성원이 직무만족 뿐 아니라, 보다 큰 인간적 만족을 얻도록 관리하여야한다(유기현, 1983).

직무만족은 개인의 정서반응이며 마음속에 존재하는 것이기 때문에, 어떠한 물리적 척도로도 측정될 수 없다. 그러나 직무만족의 중요성으로 인해 직무만족을 측정하기 위한 조직 구성원들의 행동관찰, 인터뷰, 또는 직무만족과 관련된 정보를 얻기 위해 만들어진 설문지 등의 여러 가지 방법들이 다양하게 연구·개발되었다(신유근, 1983).

1) Job Descriptive Index(JDI)

사회학자들은 전체적인 직무만족이나 직무의 구체적 분야에 대한 만족은 태도로 측정할 수 있다고 생각하며, 직무만족에 관한 예측치(predictors), 또는 기준(criteria)으로 삼기 위해 통계적 평가도구보다는 태도 측정을 사용하여 왔다. 직무만족도 측정은 수년 동안 표준화된 방법 없이 각기 다른 방법이 이용되어져 왔다.

오늘날에 가장 많이 이용되고, 연구되어져 표준화된 직무만족도 측정 방법은 Smith 등(1969)에 의해 개발된 Job Descriptive Index(JDI)이다. JDI는 매우주의 깊게 개발되었기 때문에 널리 사용되어지고 있다고 Vroom(1964)이나 그 외 학자들이 지적하고 있다.

JDI는 직무를 직무자체(work), 급여(pay), 상사의 감독(supervision), 승진(promotion), 동료들(coworkers)의 다섯 가지 범주로 분류하여 72문항의 도구로 구성되어 있다. JDI는 직업이나 교육수준에 관계없이 모든 직급의 종업원에 적용시킬 수 있으며, 그 동안 거의 100여개의 연구에 JDI가 직무만족 측정도구로 사용되어져 왔다.

Yeager(1981)에 의해 JDI가 광범위한 직무의 종류와 서로 다른 개인적 특성을 가진 종업원들에게도 적용가능하다는 연구결과를 보고하였다. JDI를 5범주 이상으로 더 세부적으로 나누어 사용할 수 있다고 지적하였는데, 이것은 감독(supervision)과 동료(co-workers)들에 관한 사항을 감독자의 직무수행 능력과 그리고 동료들의 직무수행 능력과 그들의 대인관계에 있어서의 숙련도에 대한 만족으로 더 분리하여 포함 시킬 수 있다고 제시하였다(명미선, 1999).

2) 안면기법

직무 만족을 측정하는 가장 단순한 방법 중에 하나가 안면기법을 사용하여 직무만족을 측정하는 방법이다. 안면기법은 원래 전반적인 만족도를 측정하기 위해 개발된 것이나 특정한 단면에 초점을 맞추어 개별단면의 만족도를 측정 할 수도 있다. 안면기법은 매우 단순해서 언어적 기술이 그다지 필요하지 않고, 응답시간이 적게 소요되는 장점이 있으며, 특히 신뢰성과 타당성이 있는 측정방법이라고 알려져 있으나 다른 접근법에 비해 정확한 만족수준을 측정하지 못하고 응답자의 만족에 대한 느낌을 충분히 표현하기 어렵기 때문에 응답자들의 만족도가 과장되기 쉽다는 단점을 지니고 있다(황규대 외, 2001).

3) Minnesota Satisfaction Questionnaire (MSQ)

다양한 만족 단면과 관련된 이슈에 대해 응답자들이 얼마나 만족하고 있는가를 응답하도록 하는 방법이 미네소타 만족설문지(MSQ)법이다. MSQ는 안면기법보다는 정확하지만, 설문지에 100개의 항목이 포함되어 있어 안면기법에 비해 응답에 많은 시간이 소요되며 일부 응답자들이 만족도를 과장하여 응답을 왜곡할 경향이 있다는 단점이 있다(황규대 외, 2001).

3. 직무만족의 결정요인

직무만족이란 가치판단의 준거기준과 전체 근무환경에 따라 태도가 형성되며, 본질적인 직무자체의 만족과 더불어 기업 내·외적 요인에 의해서 영향을 받는다. 따라서 직무만족의 영향요인을 무엇으로 결정하는가가 직무만족에 중요한 관건이 될 수 있으며, 어떤 요인들이 직무만족에 크게 영향을 미치는지를 안다면 조직운영에 있어서 경영자들에게 커다란 지침을 제공하는 역할을 할 수 있을 것으로 사료되어진다.

직무만족의 결정요인으로 많은 선행연구에서 승진, 급여, 근무시간, 안정감, 정책, 복리후생, 상사, 동료, 고객, 직무자체 및 전체적 만족 등으로 직무만족에 대한 영향요인들은 대부분 5-20개의 요인으로 구성된다고 하였다(Wu & Norman, 2005).

신유근(2002)은 직무만족을 조직의 측면에서 보면 생산성에 직접적인 영향을 미칠 수 있으므로 직장 내에서 원만한 인간관계유지와 갈등해소 등으로 자신의 조직을 외부에 호의적으로 이야기하여 그 조직에 호감을 갖게 만들어 조직생활의 합법성과 목적을 고취시키게 되므로 직무만족도가 높으면 이직률과 결근율이 감소되고, 이에 따른 생산성 증가의 효과가 있다고 한다.

최정환과 백유경(2003)은 호텔종사원의 직무특성에 따른 연구에서 과업 다양성이 있는 직무파트에서 근무하는 종사원들이 그렇지 않은 곳에서 근무하는 종사원들보다 상사관계요인, 직무만족감요인, 인사고과요인에 더 만족한다고 하였다.

Herzberg(1959)는 직무만족 요인과 직무불만족 요인으로 구분하고 있는데, 직무만족 요인으로는 성취, 인정, 직무자체, 책임, 성장들이 있고, 불만족 요인으로는 회사정책과 관리, 감독, 작업조건, 대인관계, 임금, 지위, 직무안정 등을 들고 있다.

Vroom(1964)은 감독, 작업집단, 직무내용, 임금, 승진의 기회, 작업시간 등의 여섯 가지 요인을 들고 있으며, Locke(1976)는 직무자체, 임금, 승진, 감독, 안정감, 복리후생, 작업조건, 동료, 회사경영방침 등의 9가지를 들고 있다.

Porter(1968)는 조직전체요인, 환경작업요인, 개인요인, 직무내용 요인 등의 네 가지로 분류하고 있다.

Jurgenson(1978)은 발전, 동료, 부가급부, 회사, 시간 안전, 작업유형, 작업조건, 감독 등의 10가지로 분류하고 있다.

Minnesota대학부설 연구소는 능력 활용, 독창성, 도덕성, 독자성, 다양성, 작업조건, 권위, 책임감, 회사정책, 사회적 지위, 상사와 부하와의 관계, 이점, 안정성, 임금, 승진, 상사의 지식능력, 직무수행능력, 동료관계, 성취감, 활동성 등을 직무만족의 결정요인으로 분류하였다(임지은, 2001).

이소정(2006)은 국내호텔의 조리·식음료 종사원을 대상으로 JDI척도를 사용하여 직무만족도 평가요소 5가지 및 전반적인 만족도를 평가한 결과 직무자체, 급여, 상사의 감독, 승진, 동료와의 관계 등에서 유의성이 나타났다고 하였다.

김봉규(2006)는 호텔종사원의 직무만족을 Herzberg의 2요인이론의 외생요인과 동기요인으로 측정한 결과 외생요인으로서는 근무조건, 자아개발, 급여수준, 리더십, 동료관계, 안정, 후생복지 순으로 나타났고, 동기요인으로서는 책임감, 발전성, 독자성, 성취감, 직무적합, 인정감, 잠재력발휘 순으로 직무만족에 영향을 미친다고 하였다.

박태수(2006)는 호텔종사원의 직무만족 5요인과 고객요청 서비스 생산성과의 영향관계에서 모든 요인들이 유의성이 나타났으며, 특히 종사원의 상사에 대한 만족을 제외한 동료, 업무, 임금 및 발전기회에서 매우 높은 유의성이 나타났다고 하였다.

이규만(2006)은 직무만족이 높을수록 조직에 대한 애착심이 더 크고 조직 시민행동의 발현이 높아지고 심리적 계약위반과 조직몰입 간의 관계에서 매개역할을 하며 심리적 계약위반은 구성원의 직무만족에 부(-)의 영향을 미치는 것을 확인한 것으로 나타났다. 또한 외식업체의 종사원들은 조직분위기, 인사고과, 상사로부터 받는 스트레스가 직무만족에 가장 큰 영향을 미친다고 하였다(김명수, 외 2005).

주현식 등(2007)은 컨벤션센터 종사원의 직무특성에 대한 연구에서 직무특성이 직무만족에 미치는 영향은 직무특성 중 직무도전성만이 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 직무도전성이 직무만족에 대한 직접적인

효과를 의미하는 것으로서 직무도전성이 명확하면 직무만족이 향상되는 것이라고 하였다.

<표 2-4> 직무만족의 선행연구

연구자	선행연구
Wu & Norman (2005)	승진, 급여, 근무시간, 안정감, 정책, 복리후생, 상사, 동료, 고객, 직무자체 및 전체적 만족 등으로 직무만족에 대한 영향요인들은 대부분 5-20개의 요인으로 구성된다
강무근(2004)	종사원 상·하간 원만한 인간관계와 원활한 의사소통, 직무에 맞는 적절한 권한과 책임, 승진기회, 적절한 임금수준, 적절한 근무시간 기물관리의 청결성 등에서 직무만족에 대한 유의성이 나타났다
이소정 등(2006)	JDI척도를 사용하여 직무만족도를 평가한 결과 직무자체, 급여, 상사의 감독, 승진, 동료와의 관계 등에서 유의성이 나타났다
김봉규(2006)	근무조건, 자아개발, 급여수준, 리더십, 동료관계, 안정, 후생복지 순으로 나타났고, 동기요인으로는 책임감, 발전성, 독자성, 성취감, 직무적합, 인정감, 잠재력발휘 순으로 직무만족에 영향을 미친다
이규만(2006)	외식업체의 종사원들을 조직분위기, 인사고과, 상사로부터 받는 스트레스가 직무만족에 가장 큰 영향을 미친다
주현식 등(2007)	직무도전성이 직무만족에 대한 직접적인 효과를 의미하는 것으로서 직무도전성이 명확하면 직무만족이 향상되는 것

선행연구를 토대로 논자재정리.

4. 직무만족의 결과변수

종업원의 직무만족은 이직, 결근, 직무성과 등의 직무수행에 영향을 미치게 되며, 그와 관련되어 많은 연구들이 행하여져 왔다.

1) 이직

이직은 구성원이 소속한 조직으로부터 현재의 업무를 금두고 다른 직무나 조직으로 이탈하는 것으로 정의할 수 있으며, 이직에 영향을 주는 요인으로 다섯 가지 요인인 직무자체, 급여, 승진, 상사의 감독, 동료들을 들 수 있다.

직무 자체에 대한 만족도와 이직과의 관계를 살펴보면 직무자체에 대해 부정적인 견해를 갖는 종업원의 경우 이직으로 발전할 가능성이 높다. 종업원이 이직을 결정하는 가장 일반적인 요소로는 급여를 들 수 있는데, 절대량도 물론 중요하지만 자기가 기대한 만큼의 보수를 받지 못하는 경우에 이직요인이 될 수 있다. 수많은 연구에서 임금수준에 대한 만족은 이직과 부(-)의 관계를 보이는 것으로 보고되고 있는 것을 토대로 판단할 수도 있다.

그 밖에 종업원과 상사와의 인간관계, 승진의 공정성 또한 종업원으로 하여금 이직을 고려하게 하느냐에 대한 영향변수로서 작용하게 된다.

Hulin & Smith(1969)는 이직한 사무직원들을 대상으로 하여 이들의 이직전의 직무만족도와 이직하지 않은 사무직원 집단의 직무만족도를 비교했을 때 이직은 분명하게 직무만족과 음(-)의 상관관계를 나타낸다고 보고하였다.

2) 생산성

직무만족도가 높게 되면 생산성이 높아진다는 이론은 많은 학자와 기업 경영자들의 주요 관심사이다. 인간관계론을 기초로 한 일반적인 견해에 있어서는 직무만족이 생산성에 직접적인 영향을 미친다고 보고하였다.

Vroom(1964)은 직무만족과 성과를 다룬 20여개의 연구를 검토한 결과 직무만족은 직무성과를 2%정도 밖에 설명해 주지 못한다는 것을 알아냈는데, 직무만족과 생산성의 관계가 높지 않다는 데에 대한 연구는

그러한 요인의 규명과 함께 타당성에 대한 의심마저 가지게 했다. 다시 말하면 두 변수 간에 미미하나 지속적인 정(+)의 관계가 있는데, 그 관계는 직무만족이 성과에 영향을 미치는 것이 아니라, 오히려 직무성과가 직무만족에 영향을 미친다는 것이다(Poter & Lawer, 1968; 명미선, 1999).

제 4 절 경영성과

1. 경영성과의 개념

경영성과는 조직의 목표달성도, 조직이 필요로 하는 자원획득을 위한 환경의 개척능력, 변화하는 환경에 대한 적응 및 생존능력, 인적자원개발과 구성원의 욕구를 충족시킬 수 있는 조직능력, 기업의 생산성 또는 수익성 등으로 다양하게 정의하고 있다(장현모, 2008).

전통적인 경영성과의 측정의 지표는 재무적 성과 중심이었으며 과거의 성과 평가는 주로 재무적인 성과의 평가에만 치우쳤지만 최근 들어서는 비재무적인 요인들의 기업의 가치와 성과에 직접적인 연관을 갖는다는 사실이 입증되고 있다. 그러나 기업의 규모가 증대되고 환경이 복잡해지면서 더 이상 재무적인 성과의 측정만으로는 기업의 성과를 제대로 평가할 수 없게 되면서 점차 비재무적인 성과에 대한 측정과 평가에 관심을 기울이게 되었다(이용석, 2003).

Navis & Dibella(1995)는 전문가 집단에 의한 지식의 전파, 창조, 활용을 통하여 경영성과를 창출하거나 생성된 지식을 구성원들이 함께 공유하여 지식활동을 극대화함으로써 경영성과를 창출할 수 있다고 하였다.

이병윤(1998)은 조직의 경영성과는 다차원적인 개념이며, 기업의 경영성과 측정을 어떤 하나의 지표에 의해 측정한다는 것이 현실적으로 어렵다고 하였으며, 권혁률(2000)은 기업에서 경영활동의 결과로 나타나는 것이 경영성과이며, 이는 마케팅, 재무관리, 인사조직, 생산관리, 품질관리, 기술관리 등 각 영역에 따라 강조되는 바가 다르다고 하였다.

Daft(1998)는 기업의 경영성과를 측정하기 위한 전통적인 접근방법으로 산출목표와 자원획득 교섭력, 내부적 건강과 효율 등의 지표를 사용한다고 하였고 경영성과 측정을 위한 현대적인 접근법은 대부분 복수의 지표에 의해 측정되는데 다양한 기준을 동시에 적용한다고 주장하였다. 산출목표는 이윤율, 성장, 시장점유율, 사회적 책임, 종사원 복지, 제품의 질과 서비스, 연구개발, 다각화, 효율성, 재무적 안전성, 자원보존, 경영개발 등이라 하였고, 자원획득 교섭력에는 환경인지도, 일상적 활동의 유지, 환경변화에 대한 대응력 등이라 하였으며, 내부적 건강과 효율에는 강력한 조직문화 및 긍정적 작업분위기, 팀워크, 신뢰, 커뮤니케이션, 경제적 효율성 등이 있다고 하였다.

우성진(1999)은 기업의 경영성과에 영향을 미치는 성과변수로서 재무적 성과와 조직유효성을 사용하였다. 즉 재무적 성과로서는 매출액 성장률과 시장성장률로 측정을 하였으며, 비재무적 성과변수인 조직유효성은 직무만족, 직원능력, 경쟁우위 등을 이용하여 평가하였다.

2. 경영성과의 유형

기업성과와 관련된 연구 중에서 Kaplan & Norton(1992)은 균형성과표(balanced scorecard)에 대한 개념을 제시하면서, 과거의 재무성과 위주의 개별척도에 한정된 성과지표의 한계점을 보완하고 성과측정지표 간의 유기적인 관계를 강조하였다. 그리고 기업성과의 측정을 위해서 내부프로세스성과, 혁신 및 학습성과, 고객만족성과, 재무성과 등을 동시에 고려하여야 한다고 주장하고 있으며, 이러한 주장은 실무적으로나 학문적으로 인정을 받고 있는 편이다. 이들 외에도 많은 연구자들이 기업성과에 대한 측정변수 및 변수 간의 관계에 대한 연구결과를 제시하고 있으나, 성과변수 간의 일방적인 관계만이 존재한다고 볼 수는 없을 것이다.

재무적 성과지표에 의한 성과측정은 객관적인 장점이 있지만 각 기업마다 서로 다른 회계처리 방법을 적용하고 있기 때문에 단순한 성과치의 비교는 문제가 있다. 이에 따라 Powell(1992)은 설문지를 이용하여 응답자들이 제시하는 주관적인 평가를 경영성과로 사용하였다.

1) 경쟁우위

경쟁우위란 기업이 구매자를 위해 창출한 가치가 그것을 창출하기 위해 투입한 비용을 초과하는 가치에서 생겨나는 것이라 하였으며, 여기서 가치란 구매자가 대가를 지불하고자 하는 것이며, 우월한 가치는 동일한 혜택을 경쟁자보다 저가로 제공하거나 고가격을 상쇄하고도 남을 만한 특유의 혜택을 제공하는 데서 생기는 것이다(Porter, 1985).

Hall(1993)은 기업의 입장에서 볼 때 시장경쟁에서 승리함을 경쟁우위라 하였다. 즉, 고객들이 시장에서 기업의 제품 또는 서비스를 지속적으로 선택할 때 그 기업의 경쟁우위가 획득되어 진다는 것이다.

Porter(1990)는 기업의 전통적인 외부환경과 내부환경 모두가 기업경쟁우위의 핵심원천이 된다고 주장하였다. 즉, 외부환경으로부터 기회와 내부강점을 극대화하고, 위협과 내부약점을 극소화하는 방향으로 경영전략을 수립할 때 경쟁우위가 획득되어 진다는 것이다. 뿐만 아니라 기업의 구조적 특성과 같은 외부환경 요인이 궁극적으로는 기업의 경영성과에도 영향을 미친다고 주장하였다(이호길 외, 2003).

2) 재무성과

일반적으로 기업의 이해관계자들은 대부분 기업의 성과에 많은 관심을 갖고 있는데, 기업의 성과를 평가하는데 가장 일반적으로 사용되는 것이 재무성과이다.

Weill & Olson(1989)과 최종민(2000)은 정보기술 투자와 조직 재무성과간의 직접적인 관계를 실증 분석하였으며, Mahmood & Mann(1993)은 실증자료로써 정보기술투자와 조직성과간의 관계를 검증하였는데, 개발적인 상관분석에서는 관계가 미약한 것으로 나타났다. 그러나 변수집단들을 고려한 정준상관분석에서는 종업원별 매출액, 투자수익률과 총자산매출액비율 등으로 측정되는 재무성과에 대한 정보기술 투자의 영향이 유의적인 것으로 제시하였다.

따라서 경영성과와 조직성과를 평가하는 데 있어 직감이나 추측에 의하지 않고 재무성과를 이용하는 것은 통계자료나 재무제표를 이용하여

과학적인 분석을 통하여 보다 체계적으로 의사를 결정할 수 있는 지표를 산출할 수 있기 때문이다(이운태 외, 1999).

박정아(2001)는 전통적인 성과측정으로서 기업의 이익달성에 얼마나 기여했는가를 나타내는 측정지표를 재무적 성과라고 하였다. 기업의 성과측정시스템이 과거에는 투자수익률, 운영예산, 현금예산과 같은 재무적 측정지표가 중요한 역할을 담당하였으나, 재무적 측정지표의 사용은 고객 및 경쟁적 측면을 경시하고 조직의 운영수준과도 연계성이 부족하였다(이상식, 1997). 따라서 기업에서는 연구개발과 종사원 교육훈련 등의 지출을 억제함으로써 궁극적으로 미래의 경쟁력을 저하시키는 결과를 초래하기도 하였다(이호길 외, 2003).

3) 비재무적 경영성과

Day & Wensley(1988)는 경쟁적 성공의 결과에 대한 2가지 차원인 경쟁적 성과와 관련해 경쟁우위를 구축하고 일상적으로 관찰하기 위한 기본 틀을 제시하였는데, 경쟁자 중심의 관점과 고객 중심의 두 가지가 그것이다. 경쟁자 중심의 방법은 상대의 강점과 약점, 상대적인 자원의 크기를 비교하여 양자의 가치사슬을 비교하는 것이다. 고객중심의 방법은 고객의 선택기준과 고객이 추구하는 효익에서의 부문별 차이를 살펴보아서 자신의 조직과 경쟁자의 특성을 비교 분류하는 것이다.

비재무적 성과지표는 그 중요성이 인정되고 있으나 객관화되기가 쉽지 않을 뿐 아니라 측정의 범위가 광범위하여 단기적 성과를 나타내기에는 부적합한 것으로 인식되고 있다. 그러나 기업의 장기적 성과를 나타내는 비재무적지표는 조직을 중심으로 관련된 모든 이해집단의 여러 기준에 의해 성과가 측정되므로, 종합적이고 포괄적으로 조직성과의 많은 부분을 설명할 수 있는 장점이 있다.

비재무적 성과지표로서 가장 널리 연구되고 있는 것이 시장의 경쟁적 위치를 나타내고 있는 시장점유율분석이다. 시장점유율이 높은 기업은 규모의 경제, 상표인식도, 유통경로지배, 고객 및 공급자와의 유리한 거래조건의 확보, 경험축적을 통한 경험곡선 개발에 유리한 위치를 확보함은 물론 시장점유율과 수익성은 밀접한 상관관계를 형성한다는 사실이

많은 선행연구에서 밝혀졌기 때문이다(허문구, 1993). 한편 전략차원에서 볼 때 어떻게 하면 장래에 고객의 욕구에 맞게 상품을 생산하고 신제품을 개발하여 경쟁사와 비교할 때 경쟁적 우위를 확보할 것이냐에 대한 장기적 수익성 측정요소는 시장위치, 제품의 가치, 원가, 신제품 개발 활동, 관리자 개발과 성과, 종사원 생산성과 태도 등이 포함된다. 성과는 다차원적 개념이며 전략과 성과 간에는 다양한 관계가 있다는 점을 감안할 때 성과차이를 도출하는데 있어서 성과를 단지 하나의 지표에 의해 파악 한다는 것은 불완전하다.

재무적 성과지표에 의한 성과측정은 객관적인 장점이 있지만 각 기업마다 서로 다른 회계처리 방법을 적용하고 있기 때문에 단순한 성과치의 비교는 문제가 있으므로 설문지를 이용하여 응답자들이 제시하는 주관적인 평가를 경영성으로 사용하였다(Powell, 1992).

또한 유희경 등(2007)은 비재무적 성과지표는 재무적 성과의 원천이 되며, 기업의 핵심적인 성공요인을 탐색하여 이를 활용할 수 있다는 장점을 갖는다고 주장하였다.

<표 2-5> 경영성과에 대한 선행연구

연 구 자	선 행 연 구
Porter(1985)	기업이 구매자를 위해 창출한 가치가 그것을 창출하기 위해 투입한 비용을 초과하는 가치에서 생겨나는 것
Day & Wensley(1988)	경쟁적 성공의 결과에 대한 2가지 차원인 경쟁적 성과와 관련해 경쟁우위를 구축하고 일상적으로 관찰하기 위한 기본 틀을 제시
Porter(1990)	기업의 전통적인 외부환경과 내부환경 모두가 기업경쟁우위의 핵심원천이 된다
Hall(1993)	고객들이 시장에서 기업의 제품 또는 서비스를 지속적으로 선택하는 것
Mahmood & Mann(1993)	종업원별 매출액, 투자수익률과 총자산 매출액비율 등으로 측정되는 재무성과에 대한 정보기술 투자의 영향이 유의적인 것으로 제시

허문구(1993)	시장점유율이 높은 기업은 시장점유율과 수익성이 밀접한 상관관계를 형성한다
이윤태 등 (1999)	경영성과와 조직성과를 평가하는 데 있어 재무성과를 이용하는 것은 체계적으로 의사를 결정할 수 있는 지표를 산출할 수 있기 때문
박정아(2001)	전통적인 성과측정으로서 기업의 이익달성에 얼마나 기여했는가를 나타내는 측정지표
유희경 등 (2007)	비재무적 성과지표는 재무적 성과의 원천이라고 주장

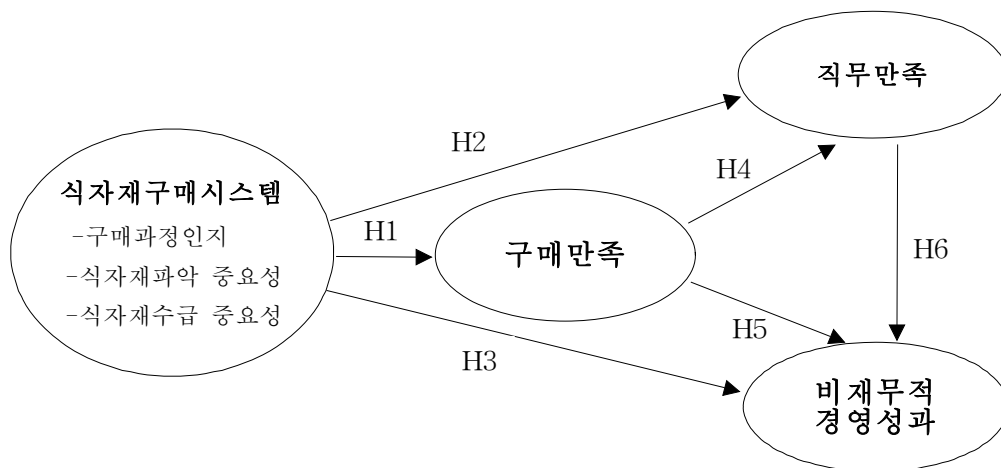
선행연구를 토대로 논자재정리.

제 3 장 연구의 설계

제 1 절 연구의 모형과 과제 설정

1. 연구모형

본 연구는 위탁급식업체의 식자재구매시스템이 종사원의 구매만족과 직무만족이 위탁급식기업의 비재무적 경영성과에 영향을 미치는 요인을 연구하기 위하여 선행연구를 통해서 실증적으로 검증된 변수들을 통하여 국내 연구로(최혜영, 1994; 박영남, 1998; 한정혜, 1999; 이선영, 2000; 최현미, 2003; 이유재, 2004; 이연세, 2004; 강지은, 2006; 김종란, 2006; 이천용, 2006; 김남청, 2007; 박은숙, 2007; 유우가, 2008; 장현모, 2008; 강민수, 2008), 국외 연구로는(Oliver & Sean, 1989; Crosby et al. 1990; Morgan & Hunt, 1994; Garbarino et al. 1999; Denton et al. 2000)등의 변수를 추출하여 영향력의 관계를 파악하기 위하여 <그림 3-1>과 같이 연구의 모형을 설정하였다.



<그림 3-1> 연구 모형

2. 연구과제의 설정

이론적 배경에서 논의된 이론적 배경들을 바탕으로 연구모형에서 제시된 변수들 간의 관계비교에 대한 것으로 구체적인 가설 내용은 다음과 같다.

<가설 1> 식자재구매시스템은 구매만족에 유의적인 영향을 미칠 것이다.

가설 1-1 구매과정의 인지는 구매만족에 유의적인 영향을 미칠 것이다.

가설 1-2 식자재파악의 중요성은 구매만족에 유의적인 영향을 미칠 것이다.

가설 1-3 식자재수급의 중요성은 구매만족에 유의적인 영향을 미칠 것이다.

<가설 2> 식자재구매시스템은 직무만족에 유의적인 영향을 미칠 것이다.

가설 2-1 구매과정의 인지는 직무만족에 유의적인 영향을 미칠 것이다.

가설 2-2 식자재 파악의 중요성은 직무만족에 유의적인 영향을 미칠 것이다.

가설 2-3 식자재 수급의 중요성은 직무만족에 유의적인 영향을 미칠 것이다.

<가설 3> 식자재구매시스템은 비재무적 경영성과에 유의적인 영향을 미칠 것이다.

가설 3-1 구매과정의 인지는 비재무적 경영성과에 유의적인 영향을 미칠 것이다.

가설 3-2 식자재파악의 중요성은 비재무적 경영성과에 유의적인 영향을 미칠 것이다.

가설 3-3 식자재수급의 중요성은 비재무적 경영성과에 유의적인 영향

을 미칠 것이다.

<가설 4> 구매만족은 직무만족에 유의적인 영향을 미칠 것이다.

<가설 5> 구매만족은 비재무적 경영성과에 유의적인 영향을 미칠 것이다.

<가설 6> 직무만족은 비재무적 경영성과에 유의적인 영향을 미칠 것이다.

3. 변수의 측정 및 조작적 정의

1) 식자재구매시스템

본 연구에서는 식자재구매시스템을 위탁급식업체 내에서 일정부분 통제와 관리가 가능한 내부환경으로 제한하였으며 설정한 식자재구매시스템을 구매과정의 인지요인, 식자재 파악의 중요성요인, 식자재수급의 중요성요인에 대한 가설을 설정하고 그 가설을 검증하기위해 리커트 5점 척도를 사용하였다.

가. 식자재구매과정의 인지요인

최현미(2007)는 식자재구매과정 중에는 많은 요인들이 존재하고 있고 그 요인들에서도 중요시 여기는 행동적 태도, 식자재 가격, 식자재 품질, 학습적 행동 등을 평가하였다. 따라서 본 연구에서는 선행연구를 바탕으로 가격변동, 가격인지, 구매방법, 구매과정 중 정보, 구매관련정보, 품질인지, 원가인지 등으로 선정하였으며 각 항목마다 개인의 지각정도를 리커트 5점 척도를 이용하여 ‘1 매우 그렇다, 2 그렇다, 3 보통이다, 4 그렇지 않다, 5 매우 그렇지 않다’로 측정하였다.

나. 식자재 파악의 중요성 요인

이종길(2003)은 식자재 파악의 중요성이 효율적인 식자재구매관리에 영향을 미친다고 하였다. 따라서 본 연구에서는 선행연구를 바탕으로 식자재 파악의 중요성에 대하여 원활한 식자재의 구매만족을 위한 요인으로 재고량파악의 중요성, 원재료가격의 중요성, 발주과정의 중요성, 신선도 유지의 중요성, 레시피의 중요성, 원산지 표기 및 포장의 중요성 등으로 선정하였으며 각 항목마다 개인의 중요성 정도를 리커트 5점 척도를 이용하여 ‘1 매우 그렇다, 2 그렇다, 3 보통이다, 4 그렇지 않다, 5 매우 그렇지 않다’로 측정하였다.

다. 식자재 수급의 중요성 요인

이선영(2000)은 식자재 수급의 중요성 요인에서 계속적이고 원활하고 안전한 식자재의 수급을 필요하다고 하였다. 따라서 본 연구에서는 선행연구를 바탕으로 식자재품질의 일관성, 새로운 식자재의 원활한 구매요청, 업체의 식자재 확보능력 등을 선정하여 리커트 5점 척도를 이용하여 ‘1 매우 그렇다, 2 그렇다, 3 보통이다, 4 그렇지 않다, 5 매우 그렇지 않다’로 측정하였다.

2) 구매만족

구매만족도의 설문지 문항은 5문항으로 구성되었는데 선행연구(이종길, 2003)를 참고로 연구의 목적에 맞게 연구자가 개발하였으며 품질 만족, 요청 및 구매 만족, 과정에 대한 만족, 구매 방법 만족, 구매의 원활정 등을 선정하여 리커트 5점 척도를 이용하여 ‘1 매우 그렇다, 2 그렇다, 3 보통이다, 4 그렇지 않다, 5 매우 그렇지 않다’로 측정하였다.

3) 직무만족

이천용(2006)은 직무만족이란 종업원이 자신의 직무에 대해 가지고 있는 일종의 태도를 의미하며, 직무를 통해 자신의 욕구를 충족되고 있다고 자각하는 호의적 감정의 정도라 정의할 수 있다고 하였다. 따라서 본

연구에서는 선행연구를 바탕으로 적극적인 태도, 결속력, 업무에 대한 호감, 자부심, 인사평가와 처우의 공정성 등의 5문항을 선정하여 리커트 5점 척도를 이용하여 ‘1 매우 그렇다, 2 그렇다, 3 보통이다, 4 그렇지 않다, 5 매우 그렇지 않다’로 측정하였다.

4) 비재무적 경영성과

우성진(1999)은 비재무적 성과변수를 조직유효성은 직무만족, 직원능력, 경쟁우위 등을 이용하여 평가하였고 선행연구를 바탕으로 본 연구에서는 고객 만족도, 타 회사에 비해 서비스 경쟁력우위, 종사원들의 직무만족도, 식자재 활용의식, 식자재 원가절감의식, 식자재 유통기간관리능력, 신메뉴 개발의지 등의 7문항을 선정하여 리커트 5점 척도를 이용하여 ‘1 매우 그렇다, 2 그렇다, 3 보통이다, 4 그렇지 않다, 5 매우 그렇지 않다’로 측정하였다.

제 2 절 설문지의 설계

1. 설문문항의 추출

본 설문문항은 선행연구를 바탕으로 식자재구매시스템은(이선영, 2000; 최현미, 2003; 이종길, 2003; 강지은, 2006; 박은숙, 2007), 직무만족은(최혜영, 1994; 박영남, 1998; 한정혜, 1999; 이유재, 2004; 이천용, 2006), 구매만족은 이연세, 2004; 김종란, 2006; 강민수, 2008; Oliver & Sean, 1989; Crosby et al. 1990; Morgan & Hunt, 1994), 비재무적 경영성과는(김남청, 2007; 유우가, 2008; 장현모, 2008; Garbarino et al. 1999; Denton et al. 2000)에서 사용한 변수들을 대상으로 위탁급식업체의 식자재구매시스템, 직무만족, 구매만족과 비재무적 경영성과에 관련된 항목에서 추출하여 본 연구에 맞게 일부를 수정하여 사용하였다. 기존의 식자재구매시스템의 관한 연구들은 물리적 관리만을 측정대상으로 하고 있는 것이 대부분이다. 위탁급식업체의 경우는 다른 외식업체 보다 인적 서비

스의 중요도와 상품메뉴의 중요성이 공통적이기 때문에 인적·물리적 관리를 더불어 포괄하는 총체적인 연구가 필요하다 이러한 선행연구에서 나타난 속성들을 보면 다음과 같다.

<표 3-1> 식자재구매시스템의 변수 추출

설 문 문 항	박은숙 (2007)	최현미 (2003)	강지은 (2006)	이선영 (2000)	본 연구
식자재구매방법에 대하여 알고 있다.	O	O	O		O
유통업체의 구매관련정보에 대해 알고 있다.	O				O
유통업체의 식자재 확보능력에 만족한다.	O	O			O
식자재 반품 시 협조체계에 대해 알고 있다.	O	O			O
구매과정의 필요한 정보에 대해 알고 있다.	O	O	O		O
식자재의 가격에 대해 알고 있다.	O	O			O
식자재 가격변동에 알고 있다.	O	O			O
식자재 품질에 대해 전반적으로 알고 있다.	O		O		O
구입되는 식자재 품질은 일관성이 있다.	O	O			O
식자재의 원가를 숙지하고 있다.			O	O	O
식자재의 신선도 유지를 위해 노력 한다.				O	O
원가절감을 위해 원재료 가격이 중요하다.				O	O
조리 시 메뉴의 정확한 Recipe를 숙지한다.			O	O	O
업장 간의 식자재 교류가 원활하다.			O	O	O
식자재 재고량을 파악하고 청구한다.			O	O	O
식자재 관리 중 발주과정이 중요하다.				O	O
메뉴구성은 매출 및 고객관리에 비례한다.			O	O	O
검수과정과 방법에 대하여 알고 있다.		O	O		O
식자재 보관·운반절차에 대하여 알고 있다.		O		O	O
공급업체의 식자재 정보능력을 알고 있다.		O	O		O
새로운 식자재의 요청 및 구매가 원활하다.				O	O

선행연구를 토대로 논자 재작성

2. 설문지의 구성

본 연구에서 사용되는 설문지는 크게 5부분으로 구성하였다.

첫째, 식자재구매시스템의 요인을 알아보기 위해 행동적 태도, 식자재 가격, 식자재 품질, 학습적 행동 등에 대한 21개의 문항으로 <표 3-1>과 같이 구성되었다. 21개의 문항은 리커트 5점 척도법을 사용하였다.

둘째, 구매만족은 ‘식자재 품질’, 5개의 문항으로 구성되어있으며 리커트 5점 척도법을 사용하였다.

셋째, 직무만족과 비재무적 경영성과는 각각 5개와 7개의 문항으로 구성되어있으며 리커트 5점 척도법을 사용하였다.

끝으로 넷째, 응답자의 인구통계학적인 내용으로 연령, 성별, 결혼여부, 수입, 학력, 직위, 경력 등 총 7개의 문항으로 구성되었으며, 명목척도를 사용하여 측정하였다. 내용을 정리하면 <표 3-2>와 같다.

<표 3-2> 설문지 구성

변 수	문 항 수	척 도	선 행 연 구
식자재구매 관리 시스템	21	리커트 5점 척도	박은숙(2007), 최현미(2003), 강지은(2006), 이선영(2000)
구매만족	5	리커트 5점 척도	이연세(2004), 김종란(2006), 강민수(2008), Crosby et al. (1990), Oliver & Sean(1989), Morgan & Hunt(1994)
직무만족	5	리커트 5점 척도	이천용(2006), 이유재(2004), 한정혜(1999), 최혜영(1994), 박영남(1998)
비재무적 경영성과	7	리커트 5점 척도	유우가(2008), 장현모(2008), 김남 청(2007), Garbarino et al.(1999), Denton et al.(2000)
인구통계적 특성	7	명목척도	

제 3 절 조사 설계

1. 표본의 추출

본 연구를 수행하기 위한 자료(data)의 수집은 예비조사와 본 조사로 나누어 실시하였다. 먼저 예비조사는 연구수행 필요에 따라 시행하였으며 비표준화된 면접방법(unstandardized interview method)을 이용하여 위탁급식업체 직원들의 인터뷰를 통해 수행하였고, 이를 바탕으로 설문지에 대한 문항 등을 수정하였다. 표본추출방법은 비확률표본추출방법(non-sampling error method)의 하나인 편의적표본추출방법(convenience sampling method)을 실시하였다.

2. 자료 수집 및 기간

본연구의 모집단은 대구·경북지역의 위탁급식업체로 한정하였으며, 위탁급식업체의 관리자와 내부종사원 중 연구자가 임의로 선정하여 설문지를 배부하였다. 조사방법은 설문조사방법을 통한 응답자의 직접기입법을 이용하였다. 조사대상은 대구·경북지역의 위탁급식업체 종사원을 대상으로 2009년 4월 5일부터 5월 4일까지 총 30일간 실시하였다. 설문지는 총 300부를 배포하였고 250부를 수거하였으며, 이 중 애매하거나 불성실한 응답 33부를 제외한 217부를 최종분석에 사용하였다.

<표 3-3> 표본의 설정 및 조사

조사대상	위탁급식업체의 종사원
조사범위	대구 경북지역의 위탁급식업체
조사기간	2009년 4월 5일 ~ 5월 4일(30일간)
자료수집	설문지 배포 수 : 300매, 수거된 설문지 : 250매 불성실한 응답을 제외한 최종분석 설문지 : 217매

3. 분석 방법

본 연구는 변수의 신뢰성과 타당성 검증을 수행함에 있어서 이에 부합되는 통계분석을 사용하고자 한다.

첫째, 표본의 인구통계적 특성을 알아보기 위해서 빈도분석을 실시한다.

둘째, 선행연구를 검토하여 인구통계학적인 특성에 따라 식자재관리수행도요인의 차이분석(대응표본, t-test, One-way ANOVA)을 실시한다.

셋째, 추출된 식자재구매시스템 변수에 대한 요인분석을 통하여 나타난 요인들이 종속변수 즉, 직무만족, 구매만족, 비재무적 경영성과에 미치는 영향을 규명하기 위해서 회귀분석을 실시한다.

제 4 장 분석결과 및 고찰

제 1 절 기초자료분석

1. 인구 통계학적 특성

본 설문에 응답한 응답자들은 총 217명으로 이들의 인구통계학적 특성을 구체적으로 살펴보면 <표 4-1>과 같다.

성별로는 남자 140명(64.5%), 여자 77명(35.5%)으로 전체적으로 남자가 많은 것으로 나타났다. 결혼유무에 따라서는 기혼 99명(45.6%), 미혼 118명(54.4%)으로 근소한 차이를 나타냈다. 연령별로는 29세 이하 88명(40.6%), 30~39세 74명(34.1%), 40~49세 38명(17.5%), 50세 이상 17명(7.8%)으로 29세 이하의 연령대가 가장 많은 것으로 나타났다. 학력별로는 고졸이하 58명(26.7%), 전문대졸 112명(51.6%), 대학교졸 40명(18.4%), 대학원졸 7명(3.2%)으로 전문대 졸업자가 가장 많은 것으로 나타났다. 월 평균 소득은 100만원 미만 37명(17.1%), 100~200만원미만 137명(63.1%), 200~300만원미만 34명(15.7%), 300~400만원미만 7명(3.2%), 400만원이상 2명(0.9%)으로 100~200만원의 월 평균 소득자가 가장 많게 나타났다. 직위는 사원 126명(58.1%), 주임 29명(13.4%), 대리 23명(10.6%), 과장 20명(9.2%), 차장 8명(3.7%), 부장이상 11명(5.1%)으로 사원이 가장 높게 나타났다. 경력은 5년 미만 105명(48.4%), 5~10년 49명(22.6%), 10~20년 46명(21.2%), 20년 이상 17명(7.8%)으로 나타났다.

<표 4-1> 표본의 인구 통계학적 특성

구분	내용	빈도	비율(%)
성별	남	140	64.5
	여	77	35.5
결혼유무	유	99	45.6
	무	118	54.4
연령	29세 이하	88	40.6
	30~39세	74	34.1
	40~49세	38	17.5
	50세 이상	17	7.8
학력	고졸이하	58	26.7
	전문대졸	112	51.6
	대학교졸	40	18.4
	대학원졸 이상	7	3.2
월평균소득	100만 원 미만	37	17.1
	100만원~200만 원 미만	137	63.1
	200만원~300만 원 미만	34	15.7
	300만원~400만 원 미만	7	3.2
	400만 원 이상	2	0.9
직위	사원	126	58.1
	주임	29	13.4
	대리	23	10.6
	과장	20	9.2
	차장	8	3.7
	부장 이상	11	5.1
경력	5년 미만	105	48.4
	5~10년 미만	49	22.6
	10~20년 미만	46	21.2
	20년 이상	17	7.8
계		217	100.0

제 2 절 측정도구의 신뢰성 및 타당성 분석

신뢰도란 안정성, 일관성, 정확성, 예측가능성과 관련이 있는 개념으로서 비교 가능한 동일한 개념에 대해 측정을 반복했을 때 결과가 동일한 측정값을 얻을 가능성을 의미하는 것이다. 본 연구에서는 신뢰도 분석을 위하여 전체항목과 구성요소별로 Cronbach's α 를 이용하여 측정하였다. 먼저, 요인분석은 0.4이상으로서 다른 요인에 적재된 변수는 제외시켰다. 일반적으로 Cronbach's α 값이 0.5이상이면 신뢰성이 있는 것으로 볼 수 있다. 각 연구단위별로 직각회전방식에 의한 주요인성분법에 의거하여 요인분석을 실시하고 남은 측정항목들에 대하여 신뢰도 분석을 실시하였다.

식자재구매시스템에 대한 요인분석 결과 가장 중요한 요인 순으로는 첫째는 구매과정의 인지며, 둘째는 식자재파악의 중요성이고, 마지막으로 식자재수급으로 나타났다. 각각의 아이겐값은 구매과정의 인지 4.661, 식자재파악의 중요성 3.903, 식자재수급 1.984로 나타났으며, 각 요인의 분산설명률(%)은 각각 구매과정의 인지요인 29.131%, 식자재파악의 중요성 요인 24.392%, 식자재 수급요인 12.401%로 65.924%의 누적분산설명률(%)을 보였으며, 이를 정리하면 <표 4-2>와 같다.

<표 4-2>식자재구매시스템에 대한 신뢰도 및 타당성 분석

요인명	변수명	요인적재값	아이겐값(%)	α 값
구매과정 의 인지	가격변동	0.829	4.661 (29.131)	0.920
	가격인지	0.812		
	구매방법	0.804		
	구매과정정보	0.782		
	구매관련정보	0.782		
	품질 인지	0.755		
	원가 인지	0.715		

식자재 관리	재고량 파악	0.849	3.903 (24.392)	0.890
	원재료 가격	0.830		
	발주과정	0.827		
	신선도 유지	0.761		
	표준레시피	0.687		
	원산지 표기 및 포장	0.680		
식자재 수급	식자재 품질의 일관성	0.774	1.984 (12.401)	0.664
	새로운 식자재구매요청 원활	0.736		
	업체의 식자재 확보능력	0.645		
KMO 0.899, Bartlett 1903.686, 유의도 0.000				

구매만족에 대한 요인분석결과 아이겐값이 3.628, 분산설명률(%)은 72.554%로 <표 4-3>과 같이 나타났다.

<표 4-3> 구매만족도에 대한 신뢰도 및 타당성 분석

요인명	변수명	요인적재값	아이겐값(%)	α값
구매만족	구매과정의 만족	0.873	3.628 (72.554)	0.904
	구매방법의 만족	0.868		
	새로운 식자재 요청 및 구매의 만족	0.847		
	구매원활의 만족	0.843		
	품질의 만족	0.828		
KMO 0.888, Bartlett 645.581 , 유의도 0.000				

직무만족에 대한 요인분석 결과 아이겐값이 2.491, 분산설명률(%)은 62.267%로 <표 4-4>와 같이 나타났다.

<표 4-4> 직무만족도에 대한 신뢰도 및 타당성 분석

요인명	변수명	요인적재값	아이겐값(%)	α값
직무 만족	직무에 적극적인 태도	0.817	2.491(62.267)	0.790
	일의 수행 결속력	0.812		
	업무에 대한 만족	0.787		
	회사에 대한 자부심	0.738		
KMO 0.738, Bartlett 275.655, 유의도 0.000				

비재무적 경영성과에 대한 요인분석 결과 아이겐값이 3.857, 분산설명률(%)은 55.097%로 <표 4-5>와 같이 나타났다.

<표 4-5> 비재무적 경영성과에 대한 신뢰도 및 타당성 분석

요인명	변수명	요인적재값	아이겐값(%)	α값
경영 성과	회사에 대한 고객 만족도가 높다	0.812	3.857 (55.097)	0.859
	타 회사에 비해 서비스 경쟁력이 높다	0.798		
	식자재 활용의식이 높다	0.775		
	식자재 유통기간 관리능력이 높다	0.704		
	종사원들의 직무만족도가 높다	0.703		
	신메뉴 개발의지가 높다	0.699		
	식자재 원가 절감 의식이 높다	0.695		
KMO 0.854 , Bartlett 620.853 , 유의도 0.000				

제 3 절 연구가설의 검증과 결과 분석

1. 식자재구매시스템이 직무만족도에 미치는 영향의 검증

식자재구매시스템이 직무만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 회귀모형은 F값이 $p=0.000$ 에서 12.242를 보이고 있어 유의도 0.000% 수준에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.<표 4-6> R^2 은 .154로 나타나 15.4%의 설명력을 보여주고 있다. 따라서 식자재구매시스템이 직무만족도에 영향을 미치나 그 설명력은 낮은 수준으로 나타났다.

그러므로 식자재구매시스템은 직무만족에 유의적인 영향을 미칠 것이라는 <가설 1>은 채택 되었다.

<표 4-6>식자재구매시스템이 직무만족도에 미치는 영향

		비표준화 계수	표준 오차	표준화 계수	t값	유의 확률
(상수)		-0.038	0.064		-0.584	0.560
직무 만족도	구매과정의 인지	0.143	0.065	0.143	2.209*	0.028
	식자재 파악의 중요성	0.327	0.065	0.328	5.061***	0.000
	식자재 수급	0.161	0.065	0.162	2.497*	0.013
R^2 0.154, 수정된 R^2 0.141, F 12.242, 유의확률 0.000						

* $p<0.05$, *** $p<0.001$

2. 식자재구매시스템이 비재무적 경영성과에 미치는 영향

식자재구매시스템이 비재무적 경영성과에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 회귀모형은 F값이 $p=0.000$ 에서 14.638을 보이고 있어 유의도 0.000% 수준에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. R^2 은 .182로 나타나 18.2%의 설명력을 보여주고 있다. 따라서 식자재구매시스템이 비재무적 경영성과에 영향을 미치나 그 설명력은 낮은 수준으로 <표 4-7>과 같이 나타났다.

<표 4-7>식자재구매시스템이 비재무적 경영성과에 미치는 영향

		비표준화 계수	표준 오차	표준화 계수	t	유의 확률
(상수)		-0.025	0.063		-0.400	0.689
비재무적 경영성과	구매과정의 인지	0.085	0.065	0.085	1.323	0.187
	식자재 파악의 중요성	0.260	0.063	0.264	4.108***	0.000
	식자재 수급	0.322	0.064	0.324	5.025***	0.000
R ² 0.182 수정된 R ² 0.169 F 14.638 유의확률 0.000						

*p<0.05, ***p<0.001

3. 식자재구매시스템이 구매만족도에 미치는 영향

식자재구매시스템이 구매만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 회귀모형은 F값이 56.632(p=0.000)를 보이고 있어 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. R²은 0.458로 나타나 45.8%의 설명력을 <표 4-8>과 같이 나타내고 있다.

<표 4-8>식자재구매시스템이 구매만족도에 미치는 영향

		비표준화 계수	표준 오차	표준화 계수	t	유의 확률
(상수)		-0.029	0.052		-0.551	0.582
구매 만족도	구매과정의 인지	0.054	0.053	0.053	1.027	0.306
	식자재 파악의 중요성	0.220	0.052	0.219	4.222***	0.000
	식자재 수급	0.636	0.052	0.637	12.265***	0.000
R ² 0.458 수정된 R ² 0.450 F 56.632 유의확률 0.000						

*p<0.05, ***p<0.001

4. 구매만족도가 직무만족도에 미치는 영향

구매만족도가 직무만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 회귀모형은 F값이 $p=0.000$ 에서 7.135를 보이고 있어 유의도 0.000% 수준에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났으나 <표 4-9>와 같이 R^2 은 .032로 나타나 3.2%의 낮은 설명력을 보여주고 있다.

<표 4-9>구매만족도가 직무만족도에 미치는 영향

		비표준화 계수	표준 오차	표준화 계수	t	유의확 률
직무 만족도	(상수)	0.000	0.068		0.000	1.000
	구매만족도	0.181	0.068	0.180	2.671**	0.008
		R^2 0.032	수정된 R^2 0.028	F 7.135	유의확률	0.008

* $p<0.05$, *** $p<0.00$

5. 구매만족도가 비재무적 경영성과에 미치는 영향

구매만족도가 비재무적 경영성과에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 회귀모형은 F값이 $p=0.000$ 에서 40.570을 보이고 있어 유의도 0.001% 수준에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다<표 4-10>. R^2 은 0.164로 나타나 16.4%의 설명력을 보여주고 있다. 따라서 구매만족도가 비재무적 경영성과에 영향을 미치나 그 설명력은 낮은 수준으로 나타났다.

<표 4-10>구매만족도가 비재무적 경영성과에 미치는 영향

		비표준화 계수	표준 오차	표준화 계수	t	유의 확률
비재무적 경영성과	(상수)	0.006	0.064		0.092	0.927
	구매만족도	0.416	0.065	0.405	6.369***	0.000
		R^2 0.164	수정된 R^2 0.160	F 40.570	유의확률	0.000

* $p<0.05$, *** $p<0.001$

6. 직무만족도가 비재무적 경영성과에 미치는 영향

<표 4-11>을 보면 직무만족도가 비재무적 경영성과에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 회귀모형은 F값이 $p=0.000$ 에서 39.602를 보이고 있어 유의도 0.000% 수준에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

<표 4-11>직무만족도가 비재무적 경영성과에 미치는 영향

		비표준화 계수	표준 오차	표준화 계수	t	유의 확률
비재무적 경영성과	(상수)	0.002	0.063		0.029	0.977
	직무만족도	0.402	0.064	0.399	6.293***	0.000
R ² 0.159 수정된 R ² 0.155 F 39.602 유의확률 0.000						

* $p<0.05$, *** $p<0.001$

R²은 .159로 나타나 15.9%의 설명력을 보여주고 있다. 따라서 직무만족도가 비재무적 경영성과에 영향을 미치나 그 설명력은 낮은 수준으로 나타났다.

제 5 장 결 론

제 1 절 결과요약 및 시사점

급식산업은 기업의 종업원 다수에게 충분한 영양공급을 제공함으로써, 단순히 허기를 막아주는 차원에서 더 나아가 기업의 생산성을 높이고자 하는 사업으로서 핵가족화, 여성의 사회진출 증대, 편의지향적 생활 추구 등 사회적 변화의 영향으로 급식산업도 새로운 서비스 산업분야로 발전하게 되었다.

위탁급식업체의 운영체제는 식자재의 대량구매를 통한 원가절감, 인력의 전문화 및 효과적인 급식지원시스템을 통한 생산성 향상, 전문 인력의 교육 및 훈련 등 효율적인 경영방식을 통해 급식소의 음식과 서비스 품질의 향상을 기하려는 것이다. 식자재는 보통 매출의 30~35% 정도의 비율을 차지하고 있으므로 식자재구매관리시스템과 구매과정에서 여러 가지 과정들이 직접원가에 미치는 영향 또한 크다고 할 수 있다. 하지만 급식시장이 포화상태에 이르면서 한정된 시장을 놓고 업체 간 경쟁이 심화되고 있고 식재료비와 인건비가 높아지는데 비해 오히려 수탁사에서 지불하는 급식단가는 제자리걸음이므로 위탁급식 업체들의 경영환경은 점점 악화되어 이들은 급식시장에서 도태되지 않기 위한 새로운 활로를 찾고 있다. 이에, 급식시장에 한계성을 느낀 위탁급식업체들은 그들이 사용하는 매출비용 중 가장 높은 비율을 차지하고 있는 식자재의 매입원가를 낮추기 위한 노력을 하고 있고, IMF 이후 식자재비 폭등과 업체 간 경쟁심화 등 시장환경이 악화됨에 따라 효율적인 식자재비 절감을 바탕으로 한 구매전략의 수립만이 유일한 생존전략으로 인식하고 있다. 따라서 본 연구에서는 위탁급식업체의 효율적인 식자재구매시스템이 비재무적 경영성과에 미치는 영향을 확인 하고자 실증 분석을 실시하였다. 본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 식자재구매시스템은 직무만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났으며 식자재 파악의 중요성 요인, 식자재의 수급 요인, 구매 과정의 인지

요인 순으로 영향을 미치는 것으로 나타났다($p<0.000$). 둘째, 식자재구매시스템은 비재무적 경영성과에 영향을 미치는 것으로 나타났으며 식자재의 수급 요인, 식자재 파악의 중요성, 구매과정의 인지 순으로 나타났다($p<0.000$). 셋째, 식자재구매시스템은 구매만족에 영향을 미치는 것으로 나타났고 45%의 높은 설명력을 보였으며 식자재의 수급요인, 식자재 파악의 중요성, 구매 과정의 인지 순으로 나타났다($p<0.000$). 넷째, 구매만족도는 직무만족에 영향을 미치는가에 대한 검증결과는 영향을 미치는 것으로 나타났지만 낮은 설명력의 결과(3.2%)로 인해 구매만족이 직무만족에 미치는 영향은 적은 것으로 나타났다($p<0.000$). 다섯째, 구매만족도가 비재무적 경영성과에 미치는 영향에 대한 실증분석결과 구매만족도는 비재무적 경영성과에 영향을 미치는 것으로 나타났다($p<0.000$). 마지막으로 여섯째, 직무만족도가 비재무적 경영성과에 미치는 영향을 분석한 결과는 종사원들의 직무만족도가 비재무적 경영성과에 영향을 미치는 것으로 나타났다($p<0.000$).

본 연구 결과의 시사점은 첫째, 식자재구매시스템파악의 중요성과 식자재수급이 위탁급식업체에 비재무적 경영성과에 영향을 미친다는 것을 확인하였다는데 그 첫 번째 의의를 부여 할 수 있다. 위탁급식업체의 비재무적 경영성과를 높이기 위해서는 식자재구매시스템의 요인 즉 식자재 파악의 중요성 요인, 식자재의 수급 요인 그리고 구매 과정의 인지요인에 대하여 관리자의 관심과 배려가 요구 된다는 것이다.

둘째, 식자재구매시스템 요인 중 식자재의 수급 요인이 위탁급식업체의 비재무적 경영성과에 가장 큰 영향력을 준다는 것을 확인 하였다는 것이다. 이는 위탁급식업체의 특성을 반영된 결과로 타 업체보다 회사에 대한 고객만족도와 서비스 경쟁력, 식자재 활용의식, 유통기간 관리능력, 종사원의 직무만족, 신메뉴를 개발하려면 빠른 식자재의 수급이 필요하다는 것이다. 그러므로 식자재의 수급에 관리자들의 관심과 배려의 정도를 높이는 것이 중요하다는 것을 알 수 있다.

제 2 절 연구의 한계점 및 향후 연구방향

본 연구는 식자재구매시스템이 위탁급식업체의 비재무적 경영성과에 영향을 미친다는 것을 확인하였다는 것에 의의가 있을 것이다. 하지만 본 연구는 연구대상을 대구·경북지역의 위탁급식업체만을 대상으로 하였기 때문에 수도권과 대구·경북지역 외 기타지역의 위탁급식업체를 제외한 결과이다. 따라서 본 연구 결과를 일반화하는 것에는 문제점이 있을 것이라 사료된다. 뿐만 아니라 식자재구매시스템을 구매 과정의 인지요인, 식자재 파악의 중요성 요인, 식자재의 수급 요인으로 규정하고 비재무적 경영성과를 확인 하였다. 따라서 비재무적 경영성과에 영향을 미치는 기타 요인에 대한 영향요인을 확인하지 못하였다는 점이 본 연구의 아쉬움으로 남는다.

향후 연구에서는 위탁급식업체의 비재무적 경영성과를 측정하기 위하여 식자재구매시스템에 대한 구체적인 평가 항목의 개발과 더불어 업체에서 직접 적용하여 활용할 수 있는 체계적인 연구가 필요할 것이다. 또한 충분한 기간을 가지고 전국적인 연구의 진행이 되어야 할 것이며 마지막으로 위탁급식업체의 관리자들에게 식자재구매시스템에 대한 중요성을 강조할 수 있는 식자재구매시스템이 위탁급식업체 경영성과에 많은 공헌을 하고 있는 것을 측정기법으로서의 도구화 내지는 그에 따른 방법 및 실지적인 연구가 계속되어야 할 것으로 사료된다.

참고문헌

국내문헌

- 강무근(2004). 호텔주방관리가 조리사의 직무만족에 미치는 영향. 「컨벤션 연구」, 4(1): 31-49.
- 강민수(2008). 호텔 서비스 회복의 공정성 지각이 고객만족과 긍정적 구전, 재구매에 미치는 영향에 관한 연구. 경희대학교 경영대학원 석사학위논문.
- 강지은(2006). 조리사의 원가의식 및 식자재구매만족도가 관리수행에 미치는 영향, 동의대학교 경영대학원 석사학위논문.
- 관세법 제3조
- 권혁률(2000). 온라인 여행업의 시장환경과 전략이 기업성장에 미치는 영향에 관한 연구. 세종대학교 대학원 박사학위논문.
- 김남철(2007). 호텔경영사의 리더십이 조직유효성과 경영성과 지각에 미치는 영향. 대구대학교 국제경영·산업정보대학원 석사학위논문.
- 김대권(2000). 호텔 종사원 직무 만족 요인에 관한 이론적 고찰. 「관광정책연구」 3:98.
- 김동승·어수현(1994). 『식품구매론』, 기문사, 120.
- 김봉규(2006). 관광호텔 종사원의 직무만족에 관한 실증적 연구. 「관광학연구」, 30(2): 217-236.
- 김상철(1998). 관광호텔 식자재구매시스템 확립에 관한 연구. 서라벌대 논문집, 158.
- 김석희(1993). 『조직행위론』. 법경사. 223-242.
- 김선봉(2000). 『조직행동론』. 민영사.
- 김우곤(2000). 서울시내 고등학교 위탁급식의 만족도에 관한 실증연구, 「관광학연구」, 국가기술자격법 23(2); 189-206.
- 김은아(1996). 관광호텔 식자재의 관리방안에 관한 연구, 경기대학교 대학원.
- 김은영(2001). 단체급식전문업체 급식관리자의 소진에 영향을 미치는 제요인. 동덕여자대학교 산업대학원 석사학위논문.
- 김인구(2000). 『생산운영관리』, 문영사, 235.
- 김종란(2006). 호텔 뷔페 레스토랑의 고객 만족도 조사를 통한 재방문 의도에 관한 연구, 한양대학교 경영대학원 석사학위논문.
- 김현중(2002). 관광호텔 조리장의 식자재 재고관리에 관한 연구, 경기대학교 국제대학원 석사학위논문.

- 나영선(1997). 관광호텔 조리부문 의식자재구매관리에 관한연구. 한국조리학회지, 3:181-202.
- 나정기(1994). 『호텔식음료원가관리』, 백산출판사, 148.
- 류우가(2008). 미션과 혁신 및 경영성과의 관계에 관한 연구, 창원대학교대학원 석사학위논문.
- 명미선(1999). 특급호텔 조리, 식음료 종사원의 직무만족도 및 이직의사 견해 분석, 연세대 생활환경대학원. 석사학위논문.
- 박연호(2000). 『조직행동론』, 박영사.
- 박영기(2007). 호텔 아웃소싱 근로자의 근무환경에 대한 인식이 직무만족과 조직몰입에 미치는 영향. 「관광연구」, 22(1):21-35.
- 박영남(1998). 자원봉사자의 소진(Burnout)에 영향을 미치는 요인에 관한 연구. 연세대학원대학원 석사학위논문.
- 박용태(1973). 『경영동기 이론의 연구』, 박영사. 30.
- 박운성(1990). 『현대구매관리』, 박영사; 16.
- 박운성(1997). 『현대구매관리론』, 박영사, 329.
- 박은숙(2007). 식자재 유통의 발전방안에 관한 연구, 단국대학교 경영대학원 석사학위논문.
- 박정아(2001). 관광호텔의 경영성과평가를 위한 BSC 평가지표간의 인과관계, 계명대학교. 박사학위논문.
- 박태수(2006). 호텔종사원의 직무만족이 서비스 생산성에 미치는 영향. 「호텔경영학연구」, 15(1): 147-161
- 박현지(1993). 관광호텔식음료 자재관리에 관한 연구, 경기대학교 대학원, 3.
- 손대현(1982). 『단체급식관리』, 교문사.
- 손일락(1982). 호텔 식음료의 적정재고관리에 관한 연구. 경희대학교 경영대학원 석사학위논문.
- 송재영(2001). 『자재관리』, 하울출판사, 267.
- 송재철(1998). 『최신식품학』, 교문사, 205.
- 신유근(1983). 『조직행동론』. 다산출판사.
- 신유근(2002). 『조직론』, 서울 다산출판사.
- 신재영·최창권·김의근·선동규(2000). 『외식사업경영론』, 백산출판사, 185-186.
- 양일선(1991). 급식산업의 변화에 따른 영양사의 역할기대, 「국민영양」, 13:2-12.
- 양일선(1996). 우리나라 위탁급식경영의 발전과 현황. 「국민영양」. 96(4):16-26.
- 양일선(1997). 이진미, 위탁급식전문업체의 현황과 전망. 「식품산업과 영」양, 3.

- 양일선(1999). 급식산업의 현황과 전망, 급식산업전문인과정, 4.
- 양일선(1999). 우리나라와 외국의 위탁급식 경영비교. 한 「국학교보건학회지」 12(2).
- 양일선·이보숙·차진아·한경수·채인숙·이진미(2006). 『단체급식』, 교문사.
- 엄인룡(1989). 호텔식음료 관리에 관한 연구-재고관리를 중심으로-, 경희대학교 경영대학원 석사학위논문.
- 오승일(1994). 『식음료 사업경영』, 형설출판사, 316.
- 오정숙,(2001). 한국 치과 위생사의 직무만족 요인에 관한 실증적 연구. 조선대학교 대학원 박사학위논문, 11
- 우성진(1999). 지식경영의 핵심요인이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구. 창원대학교 박사학위논문.
- 원용희(1992). 호텔종사원 직무만족과 서비스 제공수준 및 성과에 관한 연구. 세종대학교 박사논문. 25-33.
- 유기현(1983). 『조직행동론』. 서울무역경영사.
- 유태훈(2009). 위탁급식점 책임자의 직무만족도 형성에 미치는 영향요인에 관한 연구. 영산대학교 관광대학원. 석사학위논문.
- 유희경·박선숙·박행묵·김효상(2007). 패밀리레스토랑 종업원의 성격요인, 조직응집성, 조직성과의 관계 분석, 「관광학연구」, 31(5); 9-28.
- 윤지현·주나미·윤지영·류시현·배현주(2007). 『급식경영』, 파워북.
- 이규만(2006). 외식산업체 종사원들의 심리적 계약위반. 직무만족, 조직몰입 및 조직시민행동 간의 관계. 「서비스경영학회지」, 7(4): 109-128.
- 이민석(2008). 집단급식소에서의 효율적인 식재료 검수지침 및 적용. 2008 영양사 식품위생교육, 대한영양사협회, 45-82.
- 이병윤(1998). 한국관광호텔의 경영성과 측정에 관한 연구, 경기대학교 박사학위논문.
- 이상식(1997). 기술혁신에 따른 비재무적 성과지표의 과리회계적 의미, 경제경영연구, 3, 165-166.
- 이선영(2000). 호텔 직원의 식음료 원가에 대한 인식이 식자재 관리행동에 미치는 영향에 관한 연구. 동아대학교 경영대학원 석사학위논문.
- 이소정·명미선·양일선·이혜영(2006). 국내 비체인 특급 호텔과 외국계 체인 특급 호텔 조리·식음료 종사원의 직무만족도 비교 분석. 「한국조리학회지」, 21(1): 42-50.
- 이애주(1996). 『식음료관리론』, 일신사, 234.
- 이연세(2004). 인터넷 쇼핑몰을 통한 의류제품의 구매실태, 구매요인 및 구매만족에

- 관한 연구, 대구카톨릭대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 이용석(2003). 서비스 리더십이 외식기업의 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구, 경기대학교 서비스경영전문대학원 석사학위논문.
- 이유재(2004). 『서비스마케팅 제3판』, 학현사.
- 이윤태·윤기현(1999). 진료과별 재무성과 측정모형 구축연구 : 병원의 의료이익에 영향을 미치는 요소를 중심으로 병원경영학회지, 4.2(12) 162-191.
- 이정자(1982). 『호텔 식음료 원가관리』, 형설출판사, 57~85.
- 이정자(1994). 『호텔식음료 원가관리』, 형설출판사, 60.
- 이종길(2003). 호텔 식자재구매관리의 효율화 방안을 위한 실증 분석, 연세대학교 생활환경대학원 석사학위 논문.
- 이천용(2006). 위탁급식업체 내부마케팅이 직무만족, 조직몰입 및 서비스품질에 미치는 영향에 관한 연구, 경주대학교 산업경영대학원 석사학위논문.
- 이호길·서철현·서재현(2003). 조직의 지적자본 구성요인이 기업의 경쟁우위와 재무적 성과에 미치는 영향(한국의 특급호텔을 중심으로), 인력개발연구, 5(1), 38-66.
- 임경인(1994). 『식당경영원론』, 대왕사, 541~528.
- 임지은(2001). 호텔의 조직공정성이 종사원의 직무만족에 미치는 영향에 관한 연구. 세종대학교 석사학위.
- 장현모(2008). 품질경영이 경영성과에 미치는 영향에 관한 실증연구, 한국해양대학교 대학원 박사학위논문.
- 장호익(2002). “직무 만족이 조직몰입과 조직 시민 행동에 미치는 영향에 관한 연구”, 부산대학교 대학원 박사학위 논문 7.
- 정종훈(1999). 『식음료 경영론』, 백산출판사, 98.
- 주현식·윤승현·김화경(2007). 컨벤션센터 종사원의 직무특성이 조직몰입, 직무만족, 조직시민행동에 미치는 영향. 「관광연구」, 21(4): 43-60.
- 진양호(1995). 호텔 수입식자재 관리에 관한 연구, Tourism Reserch 「관광학」 9:53.
- 최상철(2001). 위탁급식 계약형태에 따른 수탁사의 수익성에 관한 연구. 한국호텔경영학회 호텔경영학 연구.
- 최상철(2006). 『외식산업개론』, 대왕사.
- 최수근(1999). 호텔기업의 식자재구매절차 개선에 관한 연구, 경주대 논문집, 89.
- 최정환·백유경(2003). 호텔종사원의 직무특성이 직무만족에 미치는 영향에 관한 연구, 「호텔관광연구」, 5(1): 251-269.

- 최종민(2000). 기업 재무성과와 정보기술 투자 간의 관계연구. 경영연구학회지.
- 최현미(2003). 위탁급식업체의 식자재구매시스템 만족도에 영향을 미치는 요인분석과 구매효율화 방안 제시, 연세대학교 생활환경대학원 석사학위논문.
- 최혜영(1994). 사회사업가의 Burnout에 영향을 미치는 요인 연구, 연세대학교대학원 석사학위논문.
- 한경수(1988). 위탁급식전문업체의 고객만족 측정도구의 개발 및 평가, 연세대 박사학위 논문.
- 한경수(2001). 위탁급식업체 인적자원 직무분석, 한국관광학회 제 49차 학술연구 발표 논문집, 91-104.
- 한국농촌경제연구원(1992). 농수산물 유통구조개선 대책백서, 5.
- 한정혜(1999). 위탁급식전문업체 급식관리자의 직무만족도에 영향을 미치는 제 요인, 동덕여자대학교 산업대학원 석사학위논문.
- 허문구(1993). “전략군내 기업간의 성과차이와 그 원인”, 고려대학교 대학원 박사학위 논문.
- 현준호(2001). 호텔서비스에서 공급체인 관리의 성공요인에 관한 연구, 세종대학교 세계경영대학원, 석사학위논문.
- 홍기운·진양호·김장익(2001). 『최신 식품구매론』, 대왕사, 279.
- 황규대(2001). 『조직행위론』, 박영사.

외국문헌

- Adams, JS(1965), Advances in Experimental social Psychology ; Inequity in social exchange. New York : Academic Press.
- Beatty. RW(1978), "research needs of pair profession in the near Future", the personnel Adiministrator, september, 17.
- Blum. NS & Naylor, JC(1968), Industrial Psychology, its theoretical and social foundation. New York ; Harger and Row.
- Brashear, TG, Brooks, CM & Boles, JS (2004). Distributive and procedural justice in a sales force context scale development and validation. *Journal of Business Research*, 57(1): 86-93.
- Campbell. JJ & V. scarpello(1983), "for satisfaction and the fit between individual needs and organizational rewards," Journal of

- Occupational psychology, 56(0): 315~328.
- Carre, MR & Dittrich, JE(1978), "Equity Theory, The Recent Literature, Methodological Considerations and New Direction". *Academy of Management Review*.
- Cha YS.(2001), Research on customers perception of employee foodservice and evaluation of dietitian service area according to the types of foodservice. Yeon University a Master's Thesis.
- Choi SC.(2001), Study on foodservice company's profit management through the diverse types of foodservice contract. *The Journal of Hotel Management* 10(3):275-301.
- Chun KH(1989), Management Contract and Effective Way of Dietitians. *Nutr&Diet* 89(11):6, 9-10.
- Daft, RL(1998), Organization Theory and Design. 6ed, Cincinnati South-Western College Publishing, 127.
- Dalton, GW, Thompson, PH & Price, RL(1977), Leadership and Expectations : Pygmalion Effects and Other Self-fulfilling Prophecies in Organization, *Leadership Quarterly*, 3, 271-305.
- Day G and Wensley R(1988),Assesing Advan : A Framework for Diagnosing Competitive Superiority, *Journal of Marketing*.
- E. A locke(1976) Handbook of industrial & organizational psychology, chicago; rand mcnally,p.130
- Eom YL, Lyu ES.(2003), Analysis of Current Operationnal Practices and Issues of Contract-Managed Foodservice Companies in Republic of Korea. *J Korean Diet Assoc* 9(3):197-208.
- Food World(2004), Issues&perspectives in contract foodservice industry. *Food World* 2(5):28-38.
- Gibson, JL & Klein, SM(1970), Employee attitude as a function of age and length of services, *A reconceptualization. Academy of Management Journal* 13: 411-425.
- Gilmer, BH(1966), Industrial and Organization.
- Hall, R.(1993), A Framework Linking Intangible Resources and Capabilities to Sustainable Competitive. *Strategic Managment Journal*, 14, 607-618.

- Heizer & Bender(1991), Production and Operation Managment, *Allyn and Bacon*, 564.
- Herzberg, F. Mausner, B. and Snydermanm B.(1959), The Motivation to work, New York; Wiley.
- Herzberg, F.(1968), One More Time ; How do you Motivate employee? *Harvard Business Review*. 46(1):53-62.
- Hulin, CL(1968), Effect of change in job satisfaction level of employee turnover. *Journal of Applied Psychology*. 52: 122-126.
- Hulin, CL & Blood, MR(1968), Job Enlargement, Individual Differences, and Worker Responses, *Psychological Bulletin*, 69(1): 41-55.
- Price, JL(1972), Handbook of organizational Measurement, washington, *Health and company*, 156.
- Jeong YJ(2000), Outlook of restaurant industry in 2000. *The Restaurant Management February*,163-180.
- Jung YJ(2000), The Steady External Growth and Enriched of Substance Management. Monthly restaurant August edition.
- Jurgenson, CE Job Prefernces(1978), What makes a job good or bed? *Journal of Applied Psychology* 63(0): 267-276.
- Kaplan. RS & Norton, DP, The Balaned Scorecard-Measures that Drive Performance, *Harvard Business Review*, 70(0): 71-80.
- Kim JS.(2004), Illumination of contract foodservice industry in Korea. *2004 Foodservice industry and Academic Seminar*. Foodservice Management Society of Korea 2004 Seminer proceeding.
- Kim SH.(2001), Improvement Way of Korean' Contracted Foodservice Industry. *Kyung Hee University the food service industry Business Research*, Institute University-industry partnership Seminar Surce Book.
- Kim SJ.(2007), The Influence of Service Quality of Company Employees on Satisfaction of Customeers. *The Korea Journal of Culinary Research* 13(4): 164-177.
- Kim UK.(2001), Competition in foodservice industry. *Food J* 43: 40-47.
- Kim UK.(2006), Market trends in foodservice industry, *Food World* 2(7): 42-47.

- Kim, WG, Leong, JK & Lee, YK(2005), Effect of service orientation on job satisfaction, organizational commitment, and intention of leaving in a casual dining chain restaurant. *Hospitality Management*, 24: 171-193.
- Kwak TK(1988), Trends of Contracted Foodservice Management. *Nutr&Diet* 88(1,2): 4.
- Locke, EA(1976), Handbook of Industrial and Organizational Psychology ; *The nature and causes of job satisfaction*(3. ed).skokie : Rand McNally.
- Mahmood, M & Mann, GJ(1993), Measuring the Organizational Impact of Information Technology Unvestment, *Journal of Management Information Systems*. 10, 97-122.
- Maister, DH(2001), What managers must do to create a high-achievement culture. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 42(6): 90-96.
- Maslow, AH(1943), A theory of Human Motivation, *Psychological Review* 50(4); 370
- Mccormick, EJ & Ilgen, D(1980), *Industrial Psychology*(7. Ed.). Prentice-Hall.
- Morgan, MR & Hunt, DS(1994), The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing, *Journal of Marketing*, 58(0): 20-38.
- Navis, EA & Dibella, GJ(1995), Understanding Organizations as Learning Systems, *Sloan Managment Review*, 40(3): 40-54.
- Park ME(2005), A Study on the Cost Structure of Foodservice Center in Institution. *Korean J Culinary Res* 11(3):151-165.
- Porter, ME(1985), Competitive Advantage : Creating and Sustaining Superior Performance, New York, NY;Free Press.
- Porter, ME(1990), The Competitive Advantage of Nations. NY ; The Free Press, 34-36.
- Porter. LW & LawlerIII. EE(1968a), Managerial Attitudes and Performance, homewood,III; Richard D.irwin, 31.
- Poter, LW & Lawer, EE(1968b), The effect of performance or job satisfaction, *Industrial Relation*. 7:20-28.

- Poter, LW & Steers RM(1973), Work and Personnal Factors in Employee Turnover and Absen tieesm, *Psychological Bulletin*.
- Powell, T(1992), Organizational Alognment as Competitive Advantage. *Strategic Management Journal*, 13, 119-134.
- Powell, T(1992), Organizational Alognment as Competitive Advantage. *Strategic Management Journal*, 13, 119-134.
- Power, TF & Thomas JM(1984), Food service Operation; *Planning and Control*, New York; John Willey, 77.
- Price, JL(1972), Handbook of Organizational Measurement, 156.
- Queen, RD & Magine, TW(1973), Evaluation Weighted Model of Measuring Job Satisfaction ; A Chdserlla Story, Organization Behavior and Human Performance.
- Salancik, GR & Pfeffer, J(1977), An examination of needs satisfaction models of job attitudes. *Administrative Science Quarterly*, 22: 427-456.
- Sayles, LK & Strauss, G(1960), Human Behavior in Organization, *Englewood Dliifs*, N. J.; Prentice - Hall.
- Sergiovanni, TJ(1969), Factors which affect satisfaction and dissatisfaction of Teachers, Organization and Human Behavior, ed. Carver, F. and T.J. Sergaovanni, *New York; McGraw-Hill*, 249-260.
- Shea, JR, Faines, HS & Spitz, RS(1970), Duals carres Vol 1. Manpower research Monograph No 21. Washigton D. C. ; *Manpower administration*, U. S. Department of Laber.
- Shermerhorn, D., Hunt, JG & Osborn, RN (1997). *Basic organizational behavior*. NY: John Wilely & Sons Inc.
- Shiha, D & Sarma, KC(1962), Union attitude and job satisfacation in Indian.
- Smith HC(1964), Psychology of Industrial Behavior. New York ; *Mcgraw-Hill Book Co*.
- Smith, CH(1955) psychology of industrial Begavior, New york ; McGraw-hill, H Book Co. inc. 114~115.
- Smith, HC, Kendall, HM & Hallin CL(1969), The Measurement of satisfaction in work Retirement. Chicago, *Rad McNally*.

- Smith, PC, Kendall, LM & Hulin, CL(1969), The Measurement of satisfaction work and retirement: *A Strategy for the study of attitudes*, Chicago: Rand McNally & co.
- Spector, PE(1997), *Job satisfaction: Application, assessment, causes, and consequences*. California: Sage Publications, Inc.
- Tang IS & Cha JA. (2001), Foodservices Managrment. Kyomoonsa.
- Vollmer, HM, & Kiney, JA(1955), Age, education and job satisfaction. *personnel*, 32: 39-44.
- Vroom, VH(1964b), Work and Motivation. New York ; John Willey&Sons.
- Vroom. VH(1964a), Ego Involvement, job satisfaction and performance , *Personnel Psychology*, 15(0); 159-177.
- Wanous, JP & Lawler, JE (1972), measurment and Meaning of job satisfaction, *journal of applied Psychology*, 56(2): 95-105.
- Weill. P. & Olson, MH Managing Investment in information Technology : Mini case Examples and Implication, *MIS Quarterly*, 3-17.
- Wendy, R, Boswell, JT & Boudreau (2005). The relationship between employee job change and job satisfaction: The honeymoon-hangover effect. *Journal of Applied Psychology*, 90: 882-892.
- Wild, R(1970), Job needs, job satisfaction, and job behavior for women manual works. *Journal of Applied Psychology* 46; 247-251.
- Wu, L & Norman IJ (2005). An Investigation of Job Satisfaction, Organizational Commitment and Role Conflict and Ambiguity in a Sample of Chinese Undergraduate Nursing Students, *Nurse Education Today*, in Press.
- Yang IS(2001), Estimation and Projection of the Domestic and Overseas Foodservice Industry. *Food Science&Industry* 34(3).
- Yeager, SJ(1981), Dimentionality of the job descriptive index, *Academy of Managment Journal* 24: 205-212.

▶ 설 문 지 ◀

--	--	--

안녕하십니까?

바쁘신 중에서도 본 조사에 응해 주셔서 대단히 감사합니다. 본 설문지는 “위탁급식업체의 식자재구매시스템이 구매만족 및 직무만족과 비재무적 경영성과에 미치는 영향”을 조사하기 위하여 작성된 것입니다.

귀하의 솔직하고 성의 있는 답변은 본 연구를 수행하는데 매우 귀중한 자료가 되고 큰 도움이 될 것입니다.

본 설문지는 통계법 8조에 의거, 사적 비밀이 보장되며 순수하게 연구 목적 이외에는 사용되지 않으므로 솔직하게 한 문항도 빠짐없이 답해 주시기 바랍니다.

귀중한 시간 할애해 주셔서 대단히 감사합니다.

2009년 4 월 일

지도교수 : 오 영 섭
경주대학교 대학원
호텔외식경영학과

연구자 : 정 욱 영
경주대학교 대학원
호텔외식경영학과 석사과정

1. 다음은 식자재구매 관리 시스템에 구성 요인에 관한 질문입니다. 귀하가 생각하시는 부분에 V를 하시면 됩니다.

설 문 문 항	전 혀 그 렇 지 않 다	그 렇 지 않 다	보 통 이 다	그 렇 다	매 우 그 렇 다
1. 식자재구매방법에 대하여 알고 있다.	①	②	③	④	⑤
2. 유통업체의 구매관련정보에 대해 알고 있다.	①	②	③	④	⑤
3. 유통업체의 식자재 확보능력에 만족한다.	①	②	③	④	⑤
4. 식자재 반품처리 시 협조체계에 대해 알고 있다	①	②	③	④	⑤
5. 식자재구매과정에서 필요한 정보를 알고 있다	①	②	③	④	⑤
6. 식자재의 가격에 대해 알고 있다	①	②	③	④	⑤
7. 식자재 가격변동에 알고 있다	①	②	③	④	⑤
8. 식자재 품질에 대해 전반적으로 알고 있다	①	②	③	④	⑤
9. 구입되는 식자재 품질은 일관성이 있다.	①	②	③	④	⑤
10. 식자재의 원가를 숙지하고 있다.	①	②	③	④	⑤
11. 식자재의 신선도 유지를 위해 노력 한다.	①	②	③	④	⑤
12. 기업의 원가 절감을 위해 원재료의 가격이 중요하다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
13. 조리 시 메뉴의 정확한 Recipe를 숙지하고 작업한다.	①	②	③	④	⑤
14. 식자재 발주 시 재고량을 파악은 중요하다.	①	②	③	④	⑤

15. 식자재 관리 중 발주과정이 중요하다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
16. 귀사의 메뉴수와 구성은 매출 및 고객 관리에 비례한다.	①	②	③	④	⑤
17. 입고되는 식자재의 원산지 표기 및 포장상태에 알고 있다.	①	②	③	④	⑤
18. 식자재 검수 과정과 방법에 대하여 알고 있다.	①	②	③	④	⑤
19. 검수 후 식자재 보관 및 운반 절차에 대하여 알고 있다.	①	②	③	④	⑤
20. 식자재 공급업체들의 식자재 정보와 확보능력에 알고 있다.	①	②	③	④	⑤
21. 새로운 식자재의 요청 및 구매가 원활하다.	①	②	③	④	⑤

2. 다음은 식자재구매만족에 관한 질문입니다. 귀하가 생각하시는 부분에 V를 하시면 됩니다.

구 매 만 족 도	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1. 나는 식자재의 품질에 만족한다.	①	②	③	④	⑤
2. 나는 새로운 식자재의 요청 및 구매에 대하여 만족한다.	①	②	③	④	⑤
3. 나는 식자재구매 과정에 대하여 만족한다.	①	②	③	④	⑤
4. 나는 식자재구매 방법에 만족한다.	①	②	③	④	⑤
5. 나는 식자재구매가 원활하게 이루어지고 있다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤

3. 다음은 직무만족에 관한 질문입니다. 귀하가 생각하시는 부분에 V를 하시면 됩니다.

직 무 만 족 도	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1. 나의 직무에 적극적인 태도를 가지고 있다.	①	②	③	④	⑤
2. 나는 결정된 일을 모두 수행하려는 결속력이 있다.	①	②	③	④	⑤
3. 나는 내가 하고 있는 종류의 업무를 좋아한다.	①	②	③	④	⑤
4. 나는 회사를 다니는 자부심을 가지고 있다.	①	②	③	④	⑤
5. 나는 회사의 인사평가와 처우가 공정하다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤

4. 다음은 비재무적 경영성과에 관한 질문입니다. 귀하가 생각하시는 부분에 V를 하시면 됩니다.

경 영 성 과	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1. 우리 회사에 대한 고객 만족도가 높다.	①	②	③	④	⑤
2. 우리 회사는 타 회사에 비해 서비스 경쟁력이 높다.	①	②	③	④	⑤
3. 우리 회사는 종사원들의 직무만족도가 높다.	①	②	③	④	⑤
4. 우리 회사는 식자재 활용의식이 높다.	①	②	③	④	⑤
5. 우리 회사는 식자재 원가 절감 의식이 높다.	①	②	③	④	⑤
6. 우리 회사는 식자재 유통기간 관리 능력이 높다.	①	②	③	④	⑤
7. 우리 회사는 신메뉴 개발 의지가 높다.	①	②	③	④	⑤

- 75 -

The Effect of Ingredient Management System in Contract Food Service Companies on Non-Financial Management Results

Jeong, Wook-Young,

Graduate School of Industrial Management Gyeongju University

Department of hotel and food service management

(Supervised by Professor Oh, Young-Sub)

(Abstract)

The food service industry provides nourishment for majority of employees in a company so that it can promote the productivity as well as simply satisfy their hunger in the view of well-fare as a nonprofit enterprise. However, the food service industry has turned into a new service industry with the influence of nuclearization, the increase in the entry of women in public affairs and convenience-oriented life pursue. Competition is getting fierce between companies in the limited market of food service as it becomes saturated. In addition, the ingredient costs and labor costs have risen, but the unit cost of meal is almost fixed; thus, the management circumstance of companies are getting worse and worse and they are looking for the new means not to get behind the market. Contract food service companies that has a limit in a food service market have put their efforts to reduce the purchase cost of ingredients which

accounts for the highest proportion and have recognized that a purchase strategy is the only survival strategy based on ingredients purchase reduction by efficient purchase system. Thus, this study has researched how the efficient purchase system of ingredients in contract food service companies affect the non-financial management achievement.

The survey has been used to research in the way of self fill-in questionnaire. The subjects are aimed at managers and employees in contract food service companies in Daegu and North Gyeongsang Province from April 5th to May 4th in 2009 for 30 days. 217 copies of questionnaire have been utilized for analysis.

The result are as follows.

First, the purchase of ingredients has an effect on job satisfaction and the importance of perceiving ingredients, the supply and demand of ingredients, the recognition of purchase procedure are effective in order.

Second, the purchase system of ingredients has an influence on non-financial management results and the supply and demand of ingredients, the importance of perceiving ingredients, the recognition of purchase procedure are effective in order

Third, the purchase of ingredients has an impact on the purchase satisfaction and it is highly available in explanation (45%) and the supply and demand of ingredients, the importance of perceiving ingredients, the recognition of purchase procedure are effective in order.

Fourth, the purchase satisfaction has an effect on job satisfaction and it seems to be low in explanation; so, purchase has a low influence on job satisfaction.

Fifth, purchase has an influence on non-financial management

results.

Sixth, job satisfaction has an effect on non-financial management results.

The subjects of this study have been aimed at contract food service companies in Daegu and North Gyeongsang Province, so the companies in the metropolitan area and throughout the nation are excluded. Thus, it would be problematic to generalize the study results. Also, the purchase system of ingredients can be defined as the factor of purchase procedure recognition, the factor of perceiving ingredient importance and the factor of ingredient supply and demand and non-financial management results have been confirmed. The effect factors on the other factors about non-financial management results have not been confirmed. Therefore, it is necessary to develop the specific evaluation items for ingredient purchase and to study systematically in order to directly apply it to the companies. In addition, the nationwide researches are needed with a long enough period. Lastly, specific and practical study should be continuously done to emphasize the importance of purchase system aimed at managers in contract food service companies.