

觀光호텔 調理部門의 食材料 購買管理에 관한 研究

羅 英 宣*

目 次

- I. 序論
- II. 觀光調理部門의 食材料 購買管理에 대한 理論的 背景
 1. 概念的 接近
 2. 食材料의 特性
- III. 食材料 購買管理 現況 分析
 1. 食材料의 流通構造 分析
 2. 食材料의 購買節次
 3. 食材料의 移動 節次
- IV. 食材料 購買管理 重要性의 再認識
 1. 食材料 流通構造 把握의 重要性
 2. 效率的인 食材料 購買節次
 3. 食材料 管理의 統合 시스템적 認識
- V. 結論

參考文獻

ABSTRACT

* 안산공업전문대학 호텔조리과 전임강사, 본 학회 부회장

I. 序論

인류의 태동과 함께 시작된 음식문화는 산업이 발달하면서 경제환경이 변하고 생활수준이 점차 높아지면서, 인간의 문화생활 중 가장 중요한 여가활동 내지 생활방편으로 발전되어 자리잡아가고 있다.¹⁾ 꿈의 비즈니스라고 소개될 만큼 음식업과 관련된 외식산업은 제조 및 정보산업과 함께 한나라의 중요한 산업으로 자리 잡아가고 있다. 1990년 이후 5년동안 미국에서 가장 급속한 성장을 이룩한 5대 업종 가운데 가장 급속한 성장을 이룩한 업종 2위를 기록했다는 <포춘>의 기사²⁾에서 확인되고 있다.

이러한 급속한 성장률에도 불구하고 실패율은 어느 산업보다도 높게 나타나는 게 현실이다. 이와 같은 결과는 인건비와 식재료비 및 동력비 등 각종 비용의 급격한 상승 때문에 기업의 성장과 발전에 필요하고 기업 존재목적인 이윤 창출을 하지 못하기 때문인 것으로 나타나고 있다.³⁾

호텔은 고도로 발달한 미국의 경우만 보더라도 식음료 부문보다는 객실위주의 경영전략을 구사하고 있으며, 일반 식당의 경우에는 겨우 10% 정도만이 5년 이상 영업을 지속하고 있으며, 1/3에 해당하는 업소가 매년 소유주가 바뀌거나 부도가 나는 것으로 나타나고 있다.⁴⁾

이와 같은 현상은 식당경영도 이제는 각종 원가고에 능동적이고 적극적으로 대처하지 못하는 외식기업은 고객유치를 위한 판매촉진 경쟁에서 한계에 직면할 수밖에 없다는 것을 의미한다. 매출의 신장에 수반하는 비용의 증가를 적절하게 조절하는 능력이 경영능력이며, 특히 인건비와 식재료비를 일정 수준 이하로 유지하는 관리능력이 외식산업 경영의 최대의 당면과제이다.

특히 식재료의 구매는 판매할 제품 즉 음식의 질과 가격에 결정적인 영향을 미치며, 이에 따라 관광호텔 식당 경영의 경쟁력을 확보하는 기본 수단이 된다. 어떠한 식재료를 언제, 얼마만큼, 어디서, 어떠한 절차에 따라 구매하는 것이 양질의 식재료를 저렴한 가격에 필요한 량만큼 확보할 수 있을까?

본 연구는 이러한 문제의식을 바탕으로 호텔의 식음료 부문과 단체급식, 그리고 일반 식당부문의 식재료를 효과적으로 구매하고 관리하는 모형에 접근하고자 한다.

1) 박기용, 미국외식산업의 분류와 업종에 관한 연구, 식음료경영연구 제8권, 1997.5. 47쪽

2) 손일탁, 음식장사 이야기, 들녘, 1997, 28쪽.

3) 권동국, 호텔식음료 원가관리의 효율적인 활용에 관한 연구, 식음료경영연구, 1997.5. 35쪽

4) 박용기, 전계논문, 50쪽

II. 觀光호텔 調理部門의 食材料 購買管理에 대한 理論的 背景

1. 概念的 接近

1) 호텔의 食飲料

가) 外食産業의 概念

외식이라 함은 가정이 아닌 곳에서 음식을 사 먹는 그 자체 또는 이러한 행위를 말하며, 외식서비스란 외식을 하고자 하는 사람들에게 음식을 제공하는 등 이에 수반되는 일체의 서비스를 의미한다.⁵⁾ 외식업이란⁶⁾ 외식서비스를 업으로 하는 것으로, 식사를 주로 제공하는 음식점, 주류와 음료를 불특정 다수에게 제공하는 주점과 일반식당 및 고급식당, 종합급식을 주로 하는 급식업 즉 회사, 학교, 공장 등의 단체 급식과 열차, 선박, 항공 급식 등을 포함하는 것으로 이를 외식산업으로 분류한다.⁷⁾

나) 發展過程과 範圍

1995년에는 100대 고성장 체인기업 가운데 음식업종이 1위부터 7위까지 휩쓸었다는 <엔터 프러너> 기사⁸⁾는 미국에서도 외식산업이 급속도로 발전하고 있음을 반증하고 있다.

국내의 외식산업은 연평균 17%의 급속한 성장을 기록하고 있으며, 1995년에 약 20조원에 달하는 시장 규모⁹⁾로 다른 산업보다도 급격하게 성장하고 있을 뿐만 아니라, 2000년에는 40조원을 능가할 것이라고 예측하고 있다.¹⁰⁾ 1979년 7월 난다랑이 프랜차이즈 호시로, 같은 해 10월에는 롯데리아가 출현하면서 서구식 외식산업의 경영방법이 국내에 보급되기 시작하였다.

호텔의 식음료 부문을 비롯한 외식산업은 다양한 종류의 음식에 대하여 소량의 주문을 받아서 제한된 극히 짧은 시간 이내에 조리 및 판매해야 하는, 시간과 공간적인 제약이 많은 형태일 뿐만 아니라, 제품을 개발하거나 생산하여 잠재 고객을 대상으로 판매촉진 활동을 하는 일반 제품과는 다르게 소비자의 주문에 의한 생산과 인도현장에서 대부분이 소비하는 등의 제한적 요소가 많은 특이한 서비스 산업의 형태가 그 특징이다.¹¹⁾

5) 외식 비즈니스, 한국산업훈련연구소, 1992, p 94

6) 상계서, p 94

7) 강병남, 한국외식산업 현황과 진출방안에 관한 연구, 한국조리학회, 1996, p 91

8) 손일락, 전계서, p 28

9) 조구현, 국내 외식브랜드 해외진출 활성화방안에 관한 연구, 식음료 경영연구 제 8권, 1997, 5, p 197

10) 강병남, 전계논문, p 91

11) 나영선, 관광호텔 주방의 효율적인 운영관리에 관한 연구, 경희대학교, 1994, p 8-9

<표 1> 식품위생법의 외식관련 업종 구분표

업종구분	영 업 내 용
휴게음식점 영업	음주행위가 허용되지 아니하며, 음식류를 조리 및 판매하는 영업으로 다방 및 제과점 형태의 영업을 포함한다.
일반음식점 영업	음식류를 조리 및 판매하는 영업으로 부수적으로 음주행위가 허용되는 영업.
단란주점 영업	음식을 조리하고 판매하며, 음주와 노래부르는 행위가 허용되는 영업.
유흥주점 영업	음식을 조리하고 판매하며, 음주와 가무가 허용되는 영업으로 유흥종사자를 두거나 유흥시설을 설치할 수 있다.

이처럼 특이한 음식상품을 판매하는 산업의 범주에는 식사를 주로 하는 음식 또는 그리고 음료를 판매하는 업을 모두 포함한다. 이들을 한국 표준 산업 분류는 <표 2>와 같이 음식점업에 식당업과 주점업 및 제과점업으로 분류하고 이를 다시 17가지의 업태로 분류하고 있다.

그러나 식품위생법은 음식점업 즉 외식산업을 <표 1>과 같이 휴게음식점 영업, 일반음식점 영업, 단란주점 영업, 유흥주점 영업 등 4개의 업종으로 분류하여 법률에 적용하고 있다. 사실 관련업종을 구분하거나 분류하는 것은 시각과 의식의 차이에 따라 다양한 방법이 적용될 수 있다.

<표 2> 한국표준산업분류표

대분류	중분류	소분류	항 목 명
552			음식점업 restaurant, bars & canteens
	5521		식당업 restaurants
		55211	한식점업 Korean style restaurants
		55212	중국음식점업 Chinese style restaurants
		55213	일본음식점업 Japanese style restaurants
		55214	서양음식점업 western style restaurants
		55215	음식출장조달업 catering of food
		55216	자급식음식점업 self-supply restaurants
		55217	간이체인음식점 chain lunch room operations
		55219	달리 분류되지 않은 식당업 restaurants n. e. c.
	5522		주점업 drinking places
		55221	일반유흥주점업 general amusement drinking places
		55222	무도유흥주점업 amusement drinking places-dancing
		55223	한국식유흥주점업 amusement drinking places-Korean style
		55224	극장식주점업 amusement drinking places-stage
		55225	외국인전용 유흥주점업 amusement drinking places-only foreigner
		55229	달리 분류되지 않은 유흥주점업 drinking places n. e. c.
	5523		다과점업 tearoom & bakery store
		55231	제과점업 bakery store
		55232	다방업 tea room
		55239	달리 분류되지 않은 다과점업 tea room & bakery store n. e. c.

다) 호텔의 식음료

호텔의 식음료 부문은 음식과 음료를 생산하고 판매하는데 직·간접적으로 참여하는 생산부서(주방)와 판매부서(서비스)로 구성되어 있다. 호텔에 따라 식음료 부문을 구성하는 조리부문과 서비스 부문을 통합하여 한 부서장이 관장하거나 또는 분리하여 각각의 부서장이 책임지고 관리하도록 되어 있다. 호텔의 식음료 부문은 조직의 형태나 규모 또는 최고경영자의 경영철학에 따라 조리부문과 식음료 서비스 부문을 '통합하느냐' 아니면 '분리하느냐'는 달라질 수 있으며, 어떠한 '절대적인 불변의 법칙'이 있을 수는 없다.¹²⁾ 단지 '어떠한 조직의 형태가 개별기업의 수익창출에 효과적이나'가 관건일 뿐이다.

호텔의 식음료 서비스부문은 음식을 주로 판매하는 식당과 주류와 음료를 주로 판매하는 업장으로 구성되어 있다. 호텔의 식음료부문의 상품은 조리부문에서 만들어 제공하는 음식과 빼에서 만들어 제공하는 것들로 구성되어 있다. 물론 여기에 서비스라는 부가적 요소가 결합되어야 비로소 완전한 상품으로 완성되는 것은 주지의 사실이나, 물리적 상품이 가장 중요한 부문이라는 것을 부인할 수는 없다.

이들 업장은 투숙객은 물론이며, 일반대중을 타겟마켓으로 영업활동을 하고 있다. 초기의 호텔은 객실위주의 사업이었으나, 수익이 제한된 객실부문보다는 단위면적당 판매수익을 능력의 여하에 따라 무한대로 창출할 수 있는 식음료 부문의 중요성이 새로이 인식되고 있으며, 그 결과 객실수익(약40%)과 기타 부대시설 수익(약20%)을 제외한 약 40%가 약간 넘는 총수익을 식음료 부문에서 창출하고 있다. 또한 부문별 수익률 분포를 분석해보면 식음료 부문의 비중이 점차 높지는 추세가 지속되고 있다.

또한 최근에는 연회기능의 중요성을 새로이 인식하여 적응력 배양과 활성화 그리고 전문화를 위하여 대형호텔을 중심으로 식음료 서비스 소속으로부터 독립하여 연회부서장의 책임하에 관리하도록 하는 경향이며, 이를 위하여 출장요리(outside catering)를 활성화시키는 추세에 있다.

아울러 조직의 효율성과 생산성 향상을 제고하기 위하여 "식음료팀", "조리팀"과 같은 "project team system"을 활용하여 식음료 부문의 조직을 재편하는 호텔이 증가하고 있다. 또한 호텔이라는 공간적 제한을 극복하기 위하여 호텔 밖의 레스토랑으로 그 사업영역을 확장하면서 "사업부"제도까지 도입하고 있다.¹³⁾

2) 호텔 食飲料의 調理部門

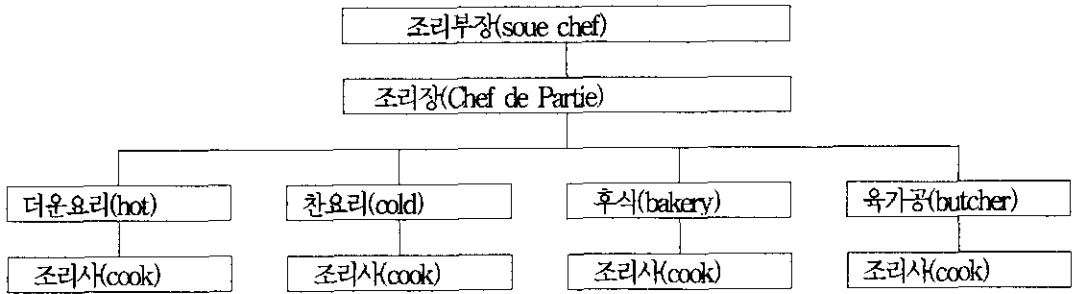
가) 調理部門의 概念

음식을 만들어 제공하는 주방을 일반기업이나 제조업에 견주어 보면 생산부문에 해당한다고 볼 수 있다. 고객에게 판매할 상품은 식재료라는 원재료를 투입하여 일련의 일정한 조작 과정을 거치면서 완성된다. 이러한 과정에는 음식을 가공 처리할 수 있는 일정한 조리시설과 조리기구를 갖추고 있으며, 기초 식재료에 조리 기술과 과학, 위생요인, 운영관리과정 등 제반 경영자원이 투입되어 음식이라는 결과의 산물을 산출하는 호텔 경영조직의 한 부분을 조리부문이라고 그 개념을 정리하고 출발하고자 한다.

12) 송재호, 호텔 F & B 상품의 시장전략에 관한 연구, 식음료경영연구, 1994, 8 p 42-43

13) 나정기, 호텔식음료원가관리실무, 백산출판사, 1997, p 16-17

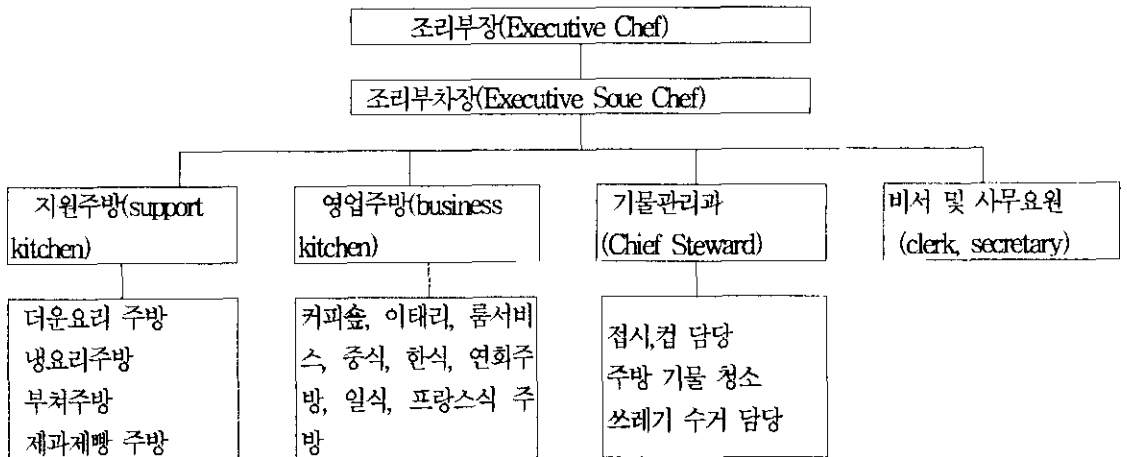
〈표 3〉 소규모 주방의 조직도



자료 : 논자작성

다만 이를 장소적 의미가 농후한 주방(Kitchen)¹⁴⁾ 또는 Kitchen Control 보다는 조리와 관련된 총체적 활동을 관리한다는 의미의 조리부(Cooking Department) 또는 조리부관리(Cooking Control)¹⁵⁾라는 용어를 구분지어 사용¹⁶⁾하기도 하나, 이들의 용어를 혼용하여 장소적 의미와 경영관리적 의미가 함축된 같은 의미로 보다 일반적으로 많이 사용¹⁷⁾되고 있는 현실을 감안하여 논자는 후자를 따르기로 한다.

〈표 4〉 대규모 호텔의 주방조직



14) 음식을 만들거나 차릴때에 쓰도록 정해 놓은 방과 대결안의 음식을 만들던 곳의 소주방, 솥을 걸고 불을 피워 밥을 짓거나 그밖의 음식을 만들던 곳(신기철, 신용철, 새우리말 큰사전, 삼성출판사, 1986, p 3056, 1990, 1529) 또는 The room or area containing the cooking facilities, also denoting the generating area where food is prepared.(The Cooks Dictionary)으로 의미를 설명
 15) 식품위생, 환경위생, 개인위생 등의 관리(유정봉, 호텔주방부문 식재료관리에 관한 연구, 경희대학교 1990, p 6-8)나 운영상 수반하는 각종 비용통제와 위생문제, 노동생산성 문제, 그리고 안전관리에 대한 관리(김철환, 호텔주방계획에 관한 연구, 세종대학교 대학원, 1990, p 15-16)가 강한 의미
 16) 진양호, 호텔조리부의 물적자원관리에 관한 연구, Culinary Research 한국조리학회, 1996, p 7
 17) 권동국, 전개논문, p 37. 추상용, 호텔연회행사 활성화를 위한 메뉴개선에 관한 연구, 경희대학교, 1997, p 37-41
 오승일, 김태현, 대학구내식당 급식사업을 위한 기본운영계획, Tourism Research, 1994, p 87
 김기영, 관광호텔주방의 효율적 운영방안에 관한 연구, 경기대 대학원 석사논문, 1989, p 11
 김기영, 유정봉, 관광호텔 주방의 조리환경에 관한 연구, Tourism Research, 1994, p 362
 정시철, 관광호텔 주방식재료의 효율적 관리에 관한 연구, 1992, 6, p 8-24

다) 調理部門의 機能

식음료 부문에서 식료 생산기능을 담당하는 조리부문은 환경여건에 따라서 외적기능과 내적 기능으로 대별된다. 외적기능이란 조리부문 외부의 상호관계에 의해 주고받는 영향을 의미하며, 내적기능은 조리부문 내부의 요소들에 의한 상호관계를 의미한다. 주방의 음식생산을 위한 시설기능은 음식물을 제공하는 이외에 인적·물적·정보적 서비스를 제공한다.¹⁸⁾

3) 食材料 購買管理

가) 購買管理의 概念

일반적으로 기업경영에 있어서 구매활동이란 생산할 제품의 일부 또는 원재료를 구입하기 위하여 생산자 또는 유통업체와 계약을 체결하여 물품을 인도 받고 그 대금을 지불하는 일련의 활동 과정을 의미한다. 광의의 구매활동은 토지, 건물, 기계, 비품, 설비, 원재료와 같은 상품과 아울러 용역과 노동력의 조달까지 포함할 수 있다.¹⁹⁾

식음료 구매관리의 대상은 식음료생산의 기본 재료가 되는 식재료 즉 식품을 구매하는 활동에 국한되어야 하며 아울러 최종 목적은 고객만족과 비용절감 그리고 이윤 창출의 극대화를 충족시키는 데 있어야 한다.

호텔의 식음료 부문이나 외식업체의 식재료 구매관리 과정은, 먼저 ① 소요될 식재료의 수요예측을 통한 구매요청과, ② 이에 따른 납품업자의 선정과정을 거쳐, ③ 납품된 식재료의 검수와 창고저장 또는 조리부문으로 불출, ④ 조리과정을 거친 완성된 음식의 판매, ⑤ 재고 및 창고관리 ⑥, 대금의 결제와 원가관리를 거쳐면서 반복된 순환과정을 밟게 된다.

호텔이나 외식업체의 구매부문은 일반 사무용품을 비롯한 소모품과 설비나 기계류의 담당자와 식재료를 전담하는 담당자가 구분되어 있는 업체가 대부분이다. 식재료 구매담당자는 구매활동에 있어서 구매하고자 하는 식재료의 ① 품질, ② 납품시기, ③ 인도할 장소, ④ 수량과 포장 단위, ⑤ 생산자 또는 원산지, ⑥ 대금결제 방법과 ⑦ 가격 등의 필수 고려사항에 대하여 면밀히 검토하여 최적 구매처를 탐색하여야 한다. 식재료 구매관리에서 가장 중요한 3가지 요소는 식재료의 품질(Quality), 납품업자가 식재료를 인도할 시기(Timing), 납품할 식재료의 가격(Price)이라 할 수 있다.

나) 需要豫測²⁰⁾

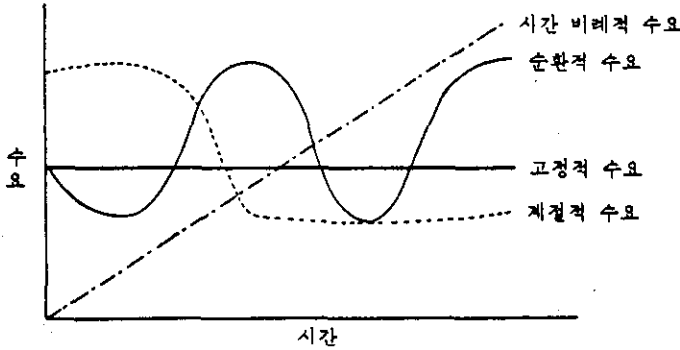
식재료비와 인건비의 지속적인 상승으로 식재료의 적절한 호텔의 식음료 부문이나 단체급식 또는 일반식당에서 필요한 식재료의 정확한 수요예측을 하기가 매우 어려워 졌다. 정확한 수요예측은 소요자금, 설비의 종류와 규모, 노동력과 업체 즉 생산할 음식의 종류에 따라 다르게 나타나며, 경영자나 조리 및 구매담당자의 주관적인 판단에 따라 달라질 수 있다.

18) 원용희, 신승중, 호텔경영정보론, 대왕사, 1991, p 20

19) 김동승, 최신식품구매론, 기전연구사, 1991, p 33-34

20) 양일선, 식품구매, 수학사, 1996, p 99-108

〈표 5〉 식재료의 수요변동 양상



자료 : 양일선, 식품구매, 수학사, 1996. 100쪽

〈표 -6〉 수요예측 방법

주관적 예측 방법 (질적 접근 방법)	정성적 예측법 (subjective model)	델파이 기법(delphi method)	
		소비자(시장)조사법(market research)	
객관적 예측 방법 (양적 접근방법)	시계열 분석 예측법 (time series method)	위원회 합의법(panel consensus)	단순이동평균법 가중이동평균법
		판매원 의견조사법	
		라이프사이클 유추법	
	인과형 예측법 (causal model)	자료유추법	회귀 분석모델 (regression analysis)
		이동평균법 (moving average method)	
		지수평활법 (exponential method)	
	최소자승법		
	계량경제 분석모델		
	투입-산출 분석모델		
	선행지수 분석모델		

과소 또는 과잉 생산이나 구매로 인한 손실을 미연에 방지하기 위하여 정확한 수요예측을 위한 수요변동의 양상(〈표 5〉참조)을 먼저 파악한 후에 이를 근거로 수요예측 모델설정이 필요하다. 수요예측 모델을 설정하는 선택 요소는 비용, 정확성, 과거자료의 타당성, 예측하고자 하는 기간, 소비자 행동의 유형 등이 고려되어야 한다.

주관적 예측 방법은 예측자료가 불충분한 신기술 상품이나 신제품을 출시할 때에 주로 이용한다. 객관적 예측 방법은 시계열 분석법과 인과형 예측법이 있는데, 전자는 과거 유형이 미래에도 지속된다는 가정하에 시계열에

따라 제시된 과거의 자료로부터 그 추세나 경향을 예측하는 기법이며, 후자는 예측하려는 변수와 인과관계가 있는 변수를 찾아내어 서로 연관시켜 예측하는 방법이다.

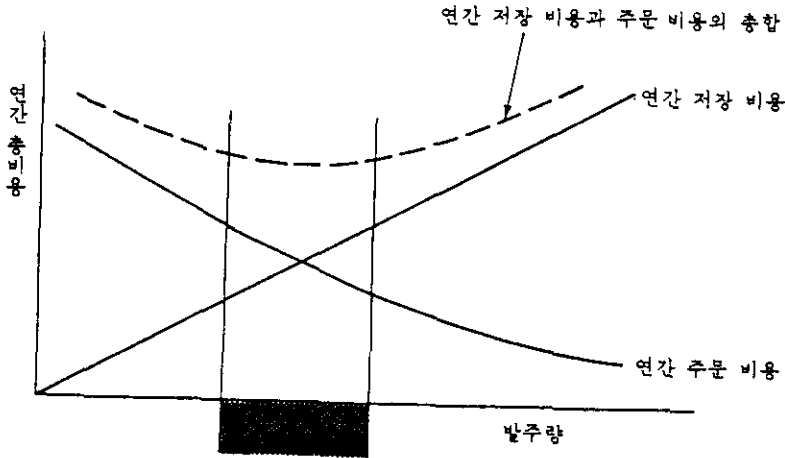
식음료 수요예측 기법으로 다양한 통계학적 기법이 적용되고 있으나, 직관적 예측, 이동평균법(moving average method), 회귀 분석모델(regression analysis)과 지수평활법(exponential method) 등이 가장 흔히 이용되고 있다.

다) 발주량의 결정

조리부문이나 창고담당자가 요구한 구매량을 모두 발주할 수는 없으며, 규모가 큰 호텔이나 체인 식당 그리고 대규모의 단체급식소는 발주량과 발주 횟수에 따라 구매비용이 지대한 영향을 받기 때문에, 구매담당자는 가장 경제적인 수량 즉 적정 구매량을 발주하여야 한다.

구매비용(order cost)과 저장비용(storage cost) 그리고 저장에 따른 식재료의 품질, 지금사정 등 제반 여건을 종합적으로 고려하여 발주하는 것이 마땅하다. <표 7>²¹⁾은 발주량에 따른 저장비용과 주문비용과의 관계를 도식화 한 것이다. 구매비용(order cost)에는 운반비, 통신비, 소모품비, 검수와 구매에 관련한 인건비 등이 이에 포함되며, 저장비용(storage cost)에는 냉장·냉동비, 감손비, 품질저하에 따른 비용, 창고비용, 관리비용 등이 이에 해당한다.

<표 7> 발주량에 따른 저장비용과 주문비용과의 관계



21) 상계서, p 119

<표 7>과 같은 발주량에 따른 저장비용과 주문비용과의 관계에 따라 적정 발주량 또는 경제적 발주량 (economic order quantity ; EOQ)을 산출해 봄으로서 이에 효과적으로 대응할 수 있을 것이다. 이외에도 발주량을 결정할 때 ①장래에 가격이 급격하게 등락할지의 여부, ②주문량에 따라 차등 적용되는 가격제도 즉 수량할인을, ③장기보관할 때 품질이 심하게 변화되는 식재료의 특성, ④성수기와 비수기의 가격편차가 심한 계절적인 요인 등이 함께 고려되어야 한다.

또한 정량 발주를 할 것인지 아니면 정기발주를 할 것인지도 중요한 요소가 된다. 정량발주방식은 발주점 방식이라고도 하며, 재고가 일정량에 이르면 일정발주량 즉 경제적 발주량(EOQ)을 발주하는 시스템이며, 이때 발주점은 발주해서 입고가 될 때까지의 조달기간(lead time) 중에 소비되고 남은 식재료가 안전재고량에 도달하게 된다.

< 정기 발주방식 >

정기 발주 주기 = 경제적 발주량 ÷ 수요량

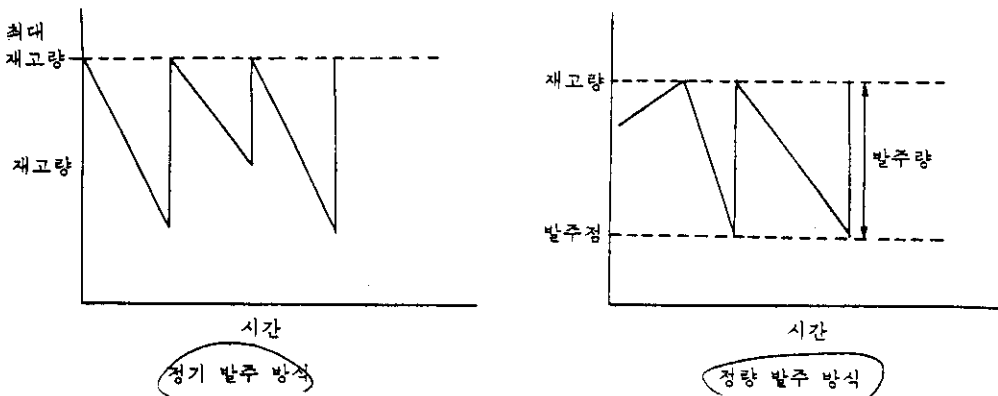
발주량 = 최대재고량 - (현재 재고량 + 발주중의 미입고량)

최대재고량 = 발주 주기중의 수요량 + 조달주기중의 수요량 + 안전재고량

= 수요율(발주주기 + 조달기간) + 안전재고량

그러나 정기 발주방식은 일정기간이 되면 일정량을 발주하는 방식이다. 정기발주방식은 부정량을 정기적으로 발주하는데 반하여, 정량발주방식은 정량을 부정기적으로 발주하는 것으로 이를 그림으로 나타낸 것이 <표 8>에 잘 나타나 있다.

<표 8> 정기발주방식과 정량발주방식의 비교



자료 : 양일선, 식품구매, 수화사, 1996. 123쪽

2. 食材料의 特性

1) 食材料의 정의

본 연구에 식재료란 고객에게 판매할 요리를 조리하는 재료로 사용하는 일차 농축수산물을 포함한 이의 가공품과 식품 첨가물 등 모든 식품을 의미하기로 한다. 단지 경우에 따라 식품 자체가 조리과정을 거치지 아니하고 고객에게 제공된다 하더라도 외식업체에서 사용되는 경우에는 이 범주에 포함된다고 본다.

2) 분류

식품을 분류하는 방법은 목적과 편리성에 따라 다양한 형태로 나타나고 있다. 식품을 물성과 원질, 생산업종에 따라 식물성 식품(농산물, 임산물, 공산품), 동물성 식품(축산물, 수산물, 기타), 광물성 식품(물, 소금, 간수 등)으로 분류²²⁾ 한다. 또한 사용방법에 따라서 주식품, 부식품, 기호품, 조미료 등으로 나누기도 한다. 호텔이나 관광전문업소로 지정된 식당의 경우에 수입식품을 한국관광광용품센터(KTHSC)에서 일괄 공급받고 있는데, 그 분류 방법은 <표 9>와 같다.

<표 9> 한국관광광용품센터의 식품분류

식품류	주류
과즙, 커피 및 차류	맥주, 와인, 위스키, 진, 보드카, 럼, 포약, 웨리, 리큐, 중국산 술, 미니어취
조제과실, 조제채소, 조제식품류	
버터, 치즈류	
건조한 포도, 코코넛	
향신료, 겨자, 어류의 조제식품	
스파게티, 수프, 유지류, 당 시럽, 이스트류	
엑기스, 식용색소, 식초류	
곡분, 코코아, 케익믹스류	
생과일 등의 식재료	
소스, 케찹, 잼, 젤리류	

자료 : 전양호, 호텔조리부의 물적자원관리에 관한 연구, 한국조리학회 제2호, 10쪽

다만 식재료를 조리하는 실무에서는 이러한 구분방법보다는 담당자나 취급자 또는 구매처나 구매방법에 따라 대분류를 하고 있으며, 아울러 조리방법 즉 주재료, 부재료 또는 첨가물인지의 여부에 따라 분류하기도 한다. 또한 국제간의 수출입 되는 식품의 분류는 UN의 '관세와 무역에 관한 일반협정(Gatt)' 기준에 따라 상품개념을 중심으로 분류되고 있으므로 여타의 다른 분류방법과는 거리가 있다.

22) 상계서, p 32

따라서 식품을 수입하고자 할 때는 관세율표의 상품분류를 참고하여야 한다. 일단 분류된 상품코드는 수입이라 할지라도 그 관세율이 달라 질 수 있기 때문에 세심한 주의가 필요하다. 우리가 막연하게 식품이라 생각하는 것도 의약품이나 기호품 또는 기타 첨가물로 분될 수 있기 때문이다.

3) 食材料의 特性

식료상품 자체 또는 그 원재료 생산에는 계절적 제약울 수반하므로 생산의 조절이 곤란하며, 생산시기가 한정되는 데 반하여 소비는 지속적이며 대량이다.²³⁾ 따라서 이러한 생산과 소비의 시간적, 공간적 간격을 조절하기 위한 수단으로 창고업과 냉장, 냉동 저장기술이 발달하고, 신속한 교통수단이 이용되고 있다.²⁴⁾

외식업체에서 판매하는 음식의 조리에서 이용되는 식재료는 인체에 영양을 제공하여 주는 음식물을 총칭하며 다음과 같은 특징이 있다. 첫째, 영양소를 많이 가지고 있거나 향기나 풍미가 있어야 한다. 둘째, 한 번의 이용으로 소비되는 단용제이다. 셋째, 변질, 부패, 충해 등을 받기 쉽고 저장과 수송이 곤란하다. 넷째, 계절적 지역적 수급조절의 불균형으로 인한 가격의 변동이 심하다. 다섯째, 생활 필수품으로서 수요 탄력성이 여타의 다른 상품에 비하여 매우 작다. 여섯째, 식료품은 국민의 건강과 생활 안정에 큰 영향을 미친다. 일곱째, 식료상품은 무역물로서의 국제 이동율이 낮은데 일반적으로 최근에는 급격히 높아지고 있다. 여덟째, 종류에 따라 소비자의 기호도가 현저하게 다르게 나타나는 것이 많다.

III. 食材料 購買管理 現況 分析

1. 食材料의 流通構造 分析

1) 都賣 流通 기구

농수산물의 유통은 소비지에서 형성되는 지역시장과 여기에 물품을 주로 공급하는 도매시장(이차시장), 그리고 생산지에서 형성되는 산지 시장으로 나눌 수 있다. 항포구의 수산시장이나 채소 재배지의 채소시장, 목축 단지의 축산물 시장 등이 대표적인 산지 시장이다.

이들 산지에서 생산된 농수산물을 유통시키는 도매시장은 법정 도매시장과 농협공판장, 유사도매시장 등 3부류가 혼재하고 있는 실정이며, 개설현황은 <표 10>과 같다.²⁵⁾ 도매시장의 농수산물 거래는 공익성을 수행할 수 있도록 공설제도에 입각해서 조직되고 운영되고 있다. 도매시장에는 도매인과 경매사 그리고 매매참가인이 그 기능을 수행하고 있으며, 이 체계는 <표 11>과 같다.

23) 나영선, 전계논문, p 34-35

24) 유봉노, 신상품학, 박영사, 1988, p 32

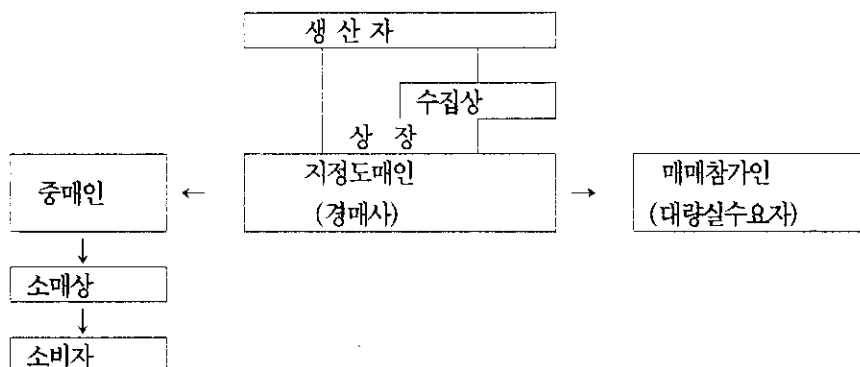
25) 양일선, 전계서, p 18-22

〈표 10〉 도매시장 및 공판장 개설현황

도매시장	종합	청과	수산	축산	한약재	양곡
개 소	6	31	7	8	1	1

공판장	농협	수협	축협	유통공사
개 소	77	222	2	1

〈표 11〉 도매시장 거래체계



자료 : 양일선, 식품구매, 수확사, 1996. 19쪽 참고로 재작성

위탁 상장 수수료는 거래 액의 3.5%(청과), 6%(수산), 3.5%(축산) 이내로 제한하고 있으며, 수산물은 수산자원 보호령에 의거 수협산지 위판장에 상장하도록 되어있다. 지정도매인은 흔히 도매업자로 불리며, 생산 출하자로부터 위탁받아 상장하고 자사의 경매사를 통하여 경매 또는 입찰에 의한 방법으로 거래가 이루어지도록 하는 업자를 말한다. 중매인은 판매를 위하여 점포를 가지고 있는 중간업자로서 상품을 선별, 감정하고 평가하며, 거래에 참가하여 가격을 결정하는 기능을 수행하며, 중매인과 유사한 행위나 출하자로부터 직접 위탁받아 판매하는 행위를 금지하고 있으나, 실제로는 음성적으로 행해지고 있다.

매매참가인 제도는 지정도매인이 행하는 경매에 참가하여 필요한 상품을 사들이는 전문 소매상이나 대규모 수요자로 중매인의 거래독점을 방지하고 다수의 거래자가 경매에 참가할 수 있도록 하는데 있다. 도매시장은 서울과 지방 도시에 분포하고 있으나, 현실적 기능 면에서 많은 문제점을 안고 있다.

일반적인 도매상이란 최종 소비자에게 판매하는 소매업과는 다르며, 재판매 또는 사업 목적으로 구매하는 고객을 대상으로 상행위를 하는 활동을 말한다. 대개 거래의 규모가 크며, 넓은 상권과 자금력을 유지하고 있다. 이를 유형별로 분류하면 <표 12>와 같다.

〈표 12〉 도매상의 유형별 분류

상 인 도 매 상	완전기능도매상	거간 및 대리인	거간 :
	도매상 : 일반잡화도매 일반계열도매 전문도매 산업분배업자 :		대리인 : 제조업자 대리 판매 대리인 구매대리인 수수료 상인
	한정기능도매상	생산자 판매	판매지점 : 판매 사무소 :
	현금판매도매, 낙하선적인, 트럭도매, 선반중개, 농수산물 협동조합 우편주문 도매상		

2) 小賣 유통 기구

유통이란 상품이나 서비스를 소비자와 생산자의 생산과 소비의 시간적, 공간적 간격을 조정하는 동시에 분배기능의 역할을 수행하는 활동이며, 소매업은 개인적 또는 비영리 목적으로 사용하려는 최종 소비자에게 직접 판매하는 활동이다.

소매업의 유형으로 백화점, 편의점, 슈퍼마켓, 연쇄점, 쇼핑센터, 소매상조합, 소비자 조합 등이 있다. 점포는 도심 상가지역 또는 주택지역의 상가에 주로 위치하며, 최근에는 셀프서비스를 하는 업소가 증가하는 추세에 있다. 또한 대량 저가에 판매하는 창고 클럽이나 이와 유사한 할인점, 카달로그 및 통신판매업체가 증가하는 추세에 있다. 이들은 서비스 방법과 판매가격이 주된 판매전략이며, 이를 주무기로 소비자를 유혹하고 있다.

2. 食材料의 購買節次

1) 購買市場 調査

식재료 구매비용을 절감하면 그 만큼의 절감 내용이 순이익에 반영되는 경과를 낳는다. 이는 기존의 매출을 상당히 신장하는 결과와 같기 때문에 최고 경영자는 이를 중요시 할 수밖에 없다. 따라서 구매시장 조사는 매우 중요하며 구매담당자 또는 조리부문 최고 책임자는 구매하기 전에 면밀한 구매시장 실태 조사를 할 필요가 있다.

구매할 식재료의 품질, 수량, 가격, 시기, 구매선, 구매조건, 대체재 여부 등을 조사한다. 여기서 구매시장이라고 하면 단순한 시세 형성시장 뿐 만 아니라 가격에 영향을 미치는 모든 기업외적 요인을 의미한다. 즉 성수기와 비수기간의 가격변동 추이, 생산지에 따른 품질과 가격비교, 구매비용과 구매처에 따른 총비용 비교, 저장에 따른 비용과 품질 등은 간과하기 쉬운 부분들이나 실제로 효과적인 구매를 하기 위해서는 이러한 부분에 대한 정보의 축적이 절실하다고 사료된다.

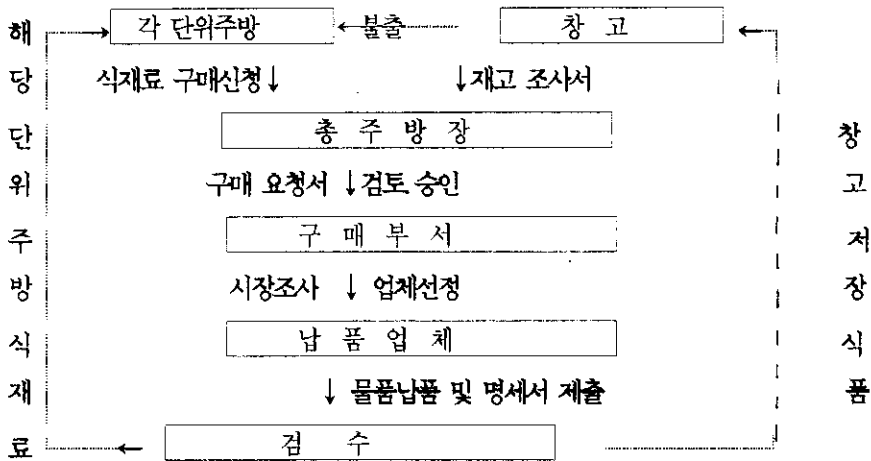
2) 호텔 食飲料 部門

가) 구매

호텔의 식재료 구매관리는 조리목적에 필요한 식품을 적절한 납품 예정자와 구매처를 탐구 파악하여 교섭을 거쳐 발주하여 매입하고 이를 필요로 하는 관련 주방이나 식자재 창고에 입고하는 일이다. 식재료의 구매는 정기적이고 치밀한 시장조사를 통하여 용도에 적합한 합리적인 가격에 구매하고 납품시기와 품질에 유의하여야 한다. 이를 좀더 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.²⁶⁾

- ① 식자재는 판매 및 조리목적에 적합한 품질과 성능을 가진 것이어야 한다.
- ② 가격이 저렴하고 지불조건, 반품, 교환, 배달 등의 면에서 유리한 거래이어야 한다.
- ③ 구매 식재료는 어떠한 경우에도 주문량을 주문한 시기에 납품할 수 있어야 한다.
- ④ 구매 부대비용 예컨대 수입, 사무, 검수대금의 계산과 지불이 명확하여야 한다.
- ⑤ 납품업자의 신용이나 납품능력에 대하여 사전조사가 필요하다.

<표 13> 호텔 식재료의 구매절차 시스템



나) 구매절차

주방장이 작성한 각 식당의 메뉴에 따라 고객이 음식을 주문하게 되면, 필요한 식자재가 발생하게 된다. 이처럼 고객이 요구에 대비하기 위한 필요 식재료의 구매절차는 다음과 같은 절차를 거쳐 이루어진다.

- ① 각 업장주방은 예상 소비량의 식재료를 구매 청구서로 작성하여 조리부장에게 보낸다.
- ② 창고 담당자는 재고량을 파악하여 조리부장에게 보낸다.
- ③ 조리부장은 각 단위 주방의 청구서와 재고량을 검토하여 구매 청구서를 작성하여 구매부서에 보낸다.

26) 박운성, 현대구매관리, 박영사, 1993, p 15-16

- ④ 구매부서는 납품업체를 선정하고 양질의 식재료를 적시에 구매한다.
- ⑤ 검수과는 납품업자가 구매한 식재료를 주방에서 주문한 품질, 수량, 가격 등을 검수하여 최상의 식재료를 확보한다.
- ⑥ 검수를 마친 식재료는 창고에 입고한다.
- ⑦ 각 단위주방은 필요한 식재료를 청구서로 작성하여 조리부장의 서명을 받는다.
- ⑧ 창고에서는 총주방장의 결재를 득한 식재료 청구서에 의하여 각 단위주방에 식재료를 발송한다.²⁷⁾ 이를 도식화하면 <표 13>와 같다.

3) 체인 레스토랑 및 단체급식소

본사 구매팀이 일괄적으로 구매하여 각 지점업소에 필요한 식재료를 공급하거나 또는 센트럴 키친에서 가공하거나 일차 조리하여 보급한다. 이러한 형태는 대량으로 구매하여 가공하고, 또한 가격이 저렴한 성수기에 대량으로 가공저장하기 때문에 식재료의 구매가격이 다른 경쟁업체에 비하여 훨씬 유리하다.

4) 一般食堂

구매할 식재료의 량이 비교적 적으며 가짓수는 많기 때문에 필요한 것을 수시로 소량구매하는 것이 일반적이며 이러한 구매방법이 효과적이라 할 수 있다. 업주나 주방장이 직접 시장을 방문하여 식재료를 탐구하고 선택하기 때문에, 용도에 적합한 것을 필요한 량만큼 구매할 수 있으며 또한 불필요한 구매로 인한 손실을 극소화시킬 수 있는 장점과 이점이 있다.

그러나 이러한 능력과 효율적 측면에도 불구하고 희기 식재료나 소량구매가 어려운 것일 경우에는 구매에 애로로 작용하기도 한다. 또한 규모가 영세하기 때문에 계절별 가격변동이 심할 경우에 능동적으로 대처하기가 어려운 게 현실이다.

3. 食材料의 移動 節次

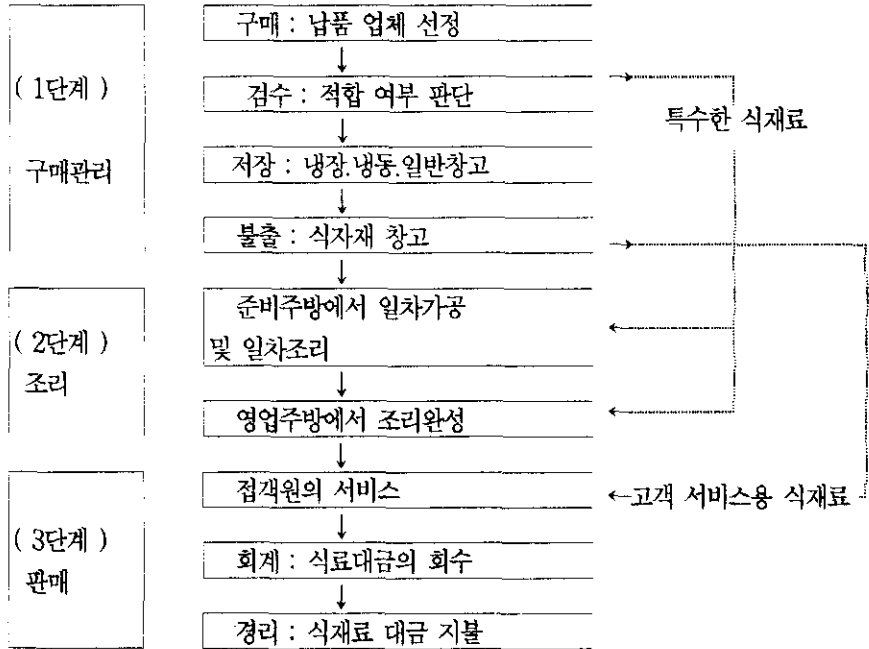
1) 檢受 節次

구매관계자의 발주서에 의해 납품된 식재료는 검수를 거쳐 창고에 저장되거나 필요한 주방에 인계된다. 이러한 식재료 검수의 목적은 주문한 내용 즉 가격, 품질, 수량 등이 발주내용과 일치하는지 여부를 비교한다. 검수 테스트 방법은 식재료의 종류에 따라 다르며, 필요한 척도와 검수 도구를 이용하여야 한다.

식재료가 납품되는 즉시 검수가 이루어져야 하며, 검수가 끝나는 즉시 적절한 보관상태로 보관이 될 수 있도록 조치가 취해져야 한다. 검수 담당자는 검수 명세서에 의한 검수결과에 대한 내용을 기록하고 서명함으로써 구매자에 대한 협조자로서의 역할까지 다하게 된다.

27) 나영선, 전개논문, 1994, p 57

〈표 14〉 식료의 이동 시스템



2) 貯藏

가) 食材料 貯藏 概念

식재료 저장은 재료가 납품에 의한 검수에 합격된 상태로 변질되지 않고 보존될 수 있도록 관리되어야 하며, 또한 재료를 쉽게 식별하고 그 위치를 확인할 수 있도록 분류하여 저장하여야 한다.²⁰⁾ 호텔 재고자산은 식재료의 비율이 70-80%를 차지하고 있으며, 특히 보존 유효기간 및 보존방법에 따르는 손실, 과다재고로 인한 자산의 유동성 저하 등으로 인하여 자산의 결손 폭이 넓어질 수 있기 때문에 식재료 저장관리의 문제가 대두되고 있다.²⁰⁾

식재료 저장은 구매와 소비사이의 시간적 간격을 조절하여 불시의 대량 수요에 대비하며, 식재료의 저장은 예기하지 못하는 불확실한 대량 수요에 적절히 대처할 수 있게 하는 기능도 있다. 또한 성수기와 비수기의 가격편차가 심한 과일, 야채, 생선류의 가격상승으로 인한 원가관리에 기여한다.

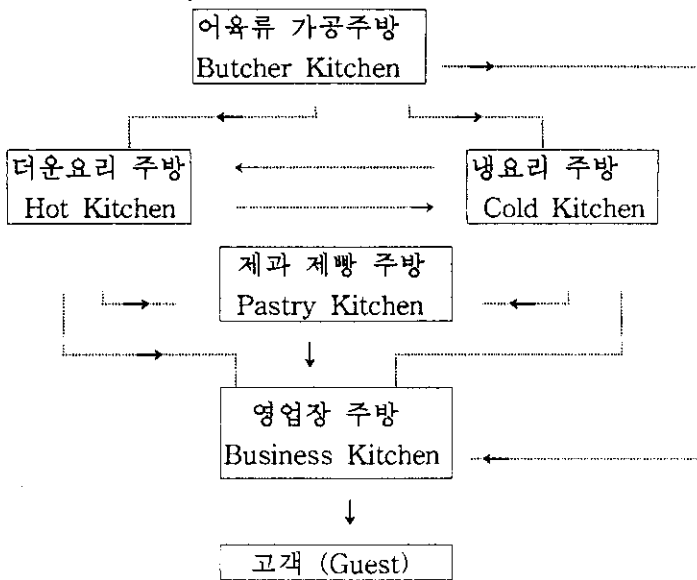
대부분의 저장식품은 부패 위험과 질이 저하되는 경향이 있다. 또한 재고량이 과다하면, 식재료 회전율이 낮아져 자금 회전율이 저하되며, 이로 인한 운영자금의 압박을 받을 우려가 있다. 수요량과 소비품목의 정확한 예측과 이에 따른 구매, 이에 적합한 적절한 저장관리가 요구된다.

대부분의 외식업체는 구매한 식재료를 건조보관실, 야채나 과일 보관창고, 냉장·냉동실, 유제품 보관실 등에 저장한다. 이는 창고 저장하거나 또는 주방에 적절히 저장된다. 또한 주방에서는 일부 조리된 음식들이 저장되기도 한다.

3) 調理 및 提供

영업주방은 고객 주문에 따라 지원주방의 준비된 반조리품을 인수하여 필요한 조리과정을 거쳐 완성 음식으로 만들어 고객에게 제공한다. 물론 이때 기초 식재료가 이용되기도 한다. 각 호텔의 전체주방 내부에서의 반제품의 흐름은 <표 15>와 같다. 이 표에 나타난 '단위주방간의 식재료 이동시스템'은 특급호텔의 일반적인 경향을 나타낸 것이다. 이때 이동하는 식재료는 기초 식재료와 반제품을 비롯한 완제품을 포함하고 있다.

<표 15> 단위 주방간의 식재료 이동시스템



IV. 食材料 購買管理 重要性의 再認識

1. 食材料 流通構造 把握의 重要性

식재료의 효과적이 관리는 식재료의 유통구조 분석에서부터 시작된다. 생산과 그 시기 및 성수기와 비수기, 가격의 변동추이 등을 파악하여 이에 능동적으로 적용해야 할 것이다. 국내산 식재료인 경우에 도매시장과 공판장의 개설현황과 취급 상품 및 상품별 유통 경로를 추적하여 효율적인 구매관리를 할 수 있는 각종 정보체계를 구축하여야 한다.

28) 정경훈, 호텔 재고관리 모형에 관한 연구, 경희대학교 박사논문, 1986, p 43-49

29) 김방원, 관광호텔주방의 효율적인 관리에 관한 연구, 경희대 석사논문, 1989, p 69

일반시장에서 필요할 때마다 소량씩 구매할 것인지 아니면 생산자나 도매업자에게 대량으로 구매하여 가공저장 할 것인지를 여부는 당해 외식업체의 경영전략과 연계되는 정책적 결정이 뒤따라야 할 것으로 판단된다. 따라서 이러한 유통과정에 따른 수수료와 비용을 감안하여 어느 시점에서 얼마만큼 구매할 것인가는 각급 업체의 규모나 업종의 특성에 따라 달라질 수 있다. 이는 저장가능성과 소비량과의 함수 관계에 의하여 결정된다고 본다.

거의 자율화된 수입식품의 경우에 대량으로 직접구매하는 것이 바람직하나 특정 수입상과 계약에 의하여 특정지역의 상품을 일정량 일정기간 마다 구매하는 방법도 구매비용을 절감하면서 우수한 품질의 식재료를 확보할 수 있는 방법이라 판단된다. 국내산 식재료가 아닌 외국산 식재료의 사용이라도 단일기업의 경영전략 차원에서, 가격이 저렴하고 품질이 우수할 경우에 이를 이용하는 것이 바람직하다고 본다.

2. 效率的인 食材料 購買節次

조직의 규모가 커지면 비전문가가 식재료를 구매하게 된다. 즉 조리사도 아니면서 또한 시장조사 담당자가 아닌 다른 구매담당이 식재료의 구매처를 탐구하고 구매선을 결정하는 경우가 비일비재하다. 이는 효율적인 구매 절차일지는 모르나 적절한 품질의 식재료를 구매하는 데는 한계가 있을 수밖에 없다.

우리가 일반적으로 알고 있는 구매절차는 구매공고를 통한 응찰과 이를 분석하여 적절한 납품예정자를 결정하여 낙찰자로 하여금 납품하도록 하는 방법이 가장 저렴한 가격에 적합한 품질의 식재료를 구매하는 최선의 방법으로 알려져 있다. 대규모 업체에서는 이러한 방법을 통하여 납품업체를 결정하며, 가격의 변동이 극심한 식재료의 경우에 10일 내지 15일마다 재입찰을 하도록 하고 있다. 이러한 경우라 하더라도 총주방장과 구매담당자는 동일상품의 가격이 시장가격과 경쟁적인 가격에 납품되고 있는지의 여부와 보다 더 낮은 제품은 없는지를 주기적 시장조사를 통하여 파악할 필요가 있다.

대부분의 식음료 상품을 취급하는 외식업체의 구매절차는 주방장의 구매요청에 따라 구매담당자가 구매하는 체계로 이루어져 있다. 규모가 큰 호텔이나 체인식당 및 단체급식소는 식재료 주문과 보급과정과 절차가 복잡하고 여러 명의 의사결정과정을 거치도록 되어 있다. 이는 효과적이고 능률적인 구매행위를 수행하는 데 장애요소가 되고 있다.

효율적인 구매행위를 수행하기 위해서는 구매절차를 단순화하여야 하며, 직접 조리를 담당하는 조리부문이 그 주체가 되어야 한다. 또한 여러 개의 단위주방이 존재하는 대규모 업체의 경우에 식재료 구매의사결정에 각각의 단위업장 주방장의 의견이 반영될 수 있는 제도적 장치가 마련되어야, 최선의 식음료 상품을 제공할 수 있는 토대가 마련되는 것이다.

식재료 구매관리는 단순한 구매행위만을 의미하지 않으며, 구매량이 결정과 구매시점의 결정이 중요한 의사결정의 요소이다. 구매량이 결정은 앞장의 '발주량에 따른 저장비용과 주문비용'의 함수관계에 영향을 받는다. 또한 구매시점의 결정은 안전재고와 리드타임(발주에서 납품까지의 기간) 동안의 소비량에 따라 결정된다. 이러한 제반 의사결정은 대부분 경험에 의한 통계수치의 비교와 분석에 의하여 도출된다.

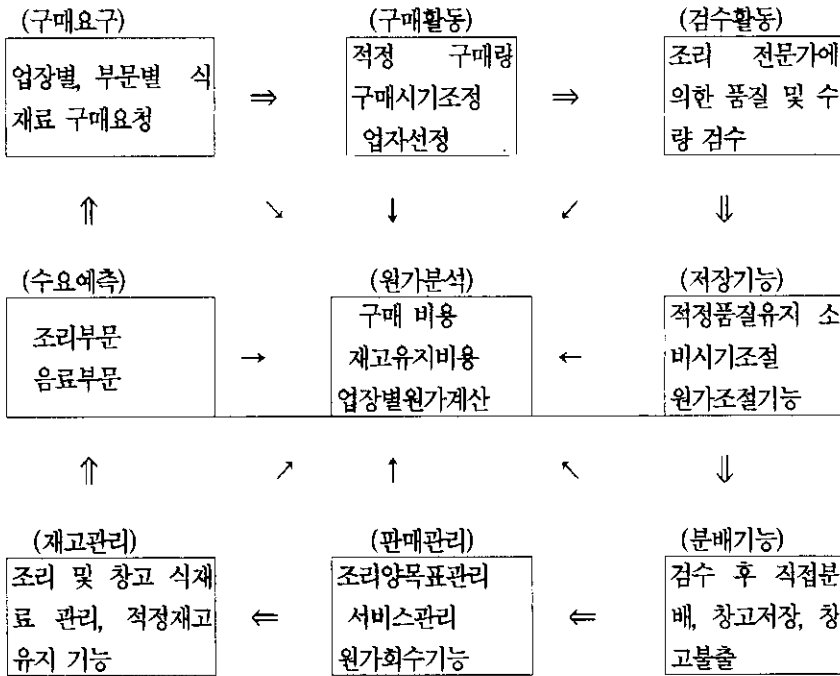
3. 食材料 管理의 統合 시스템적 認識

식재료 구매관리는 외식업체의 경영시스템 내부의 하나의 요소로 인식하여야 한다. 즉 기업의 최종목표는 상품의 판매와 이에 따른 수익이 창출에 있으며, 이러한 상품을 생산하기 위하여 투입되는 재화와 용역 즉 식재료를 조달하거나 구매하여야 한다.

구매요구에 따라 구매활동이 전개되며, 검수와 저장과정을 거쳐 각각의 업장에 분배된 식자재는 상품으로 생산되어 수익을 창출하며, 남은 재고와 수요예측에 따라 다시 구매요구를 하게된다. 이러한 과정은 단속적인 현상이 아니라 순환되는 순환과정이며, 그 결과가 feed-back 되는 하나의 시스템이다. 이러한 과정은 도식화한 <표 16> 내부 식재료의 흐름에 따른 부문별 기능 시스템"에 잘 나타나 있다.

또한 이러한 모든 과정은 식료상품의 원가를 유발하는 요소로 작용한다. 따라서 모든 마다 원가 개념을 도입한 원가영향요인을 분석하면서 효율적인 구매관리를 수행하여야 한다.

<표 16> 내부 식재료의 흐름에 따른 부문별 기능 시스템



V. 結論

관광호텔의 식당운영의 난제는 가장 높은 비용요소를 차지하는 인건비와 식재료 비용의 효과적인 관리라 할 수 있다. 특히 식재료는 판매할 음식 즉 상품의 품질을 결정하는 중요한 요소인 동시에 많은 비용을 수반한다. 따라서 필요한 식재료를 어떠한 방법으로, 어디서, 얼마만큼, 언제 구매할 것인가 하는 의사결정은 외식기업의 경영결과에 지대한 영향을 미치는 중요한 부문이다. 효과적인 식재료 구매관리 활동을 전개하기 위한 본 논문의 연구 결과는 다음과 같은 결과를 도출하였다.

첫째, 식재료의 유통구조의 파악에 따른 경제적인 구매활동의 필요성이 있다.

둘째, 구매절차의 단순화와 조리부문 최고책임자의 식재료 구매의사결정 참여가 매우 중요하다.

셋째, 구매량과 구매시점의 결정이 식재료 관리비용과 구매비용에 미치는 영향이 지대하다.

넷째, 식재료 구매관리는 독립된 단일 기능이나 시스템이 아니라 호텔경영시스템 내부의 하위시스템으로써, 순환되면서 순차적으로 영향을 미치는 경영시스템의 일부이다.

다섯째, 구매관리 시스템의 효율성 여하에 따라 식재료의 구매원가에 영향을 미친다는 인식이 필요하다.

아울러 앞으로 호텔 이외의 외식 관련산업체에서 사용하는 식재료의 효율적인 구매관리에 관한 연구가 전개되어야 할 것으로 사료된다.

參 考 文 獻

1. 강병남, 한국외식산업현황과 진출방안에 관한 연구, 한국조리학회, 1996,
2. 권동규, 호텔식음료 원가관리의 효율적인 활용에 관한 연구, 식음료경영연구, 1997.5.
3. 김기영, 관광호텔주방의 효율적 운영방안에 관한 연구, 경기대 대학원 석사논문, 1989.
4. 김기영, 유정봉, 관광호텔 주방의 조리환경에 관한 연구, Tourism Research, 1994.
5. 김동승, 최신식품구매론, 기전연구사, 1991,
6. 김방원, 관광호텔주방의 효율적인 관리에 관한 연구, 경희대 석사논문, 1989,
7. 김철환, 호텔주방계획에 관한 연구, 세종대학교 대학원, 1990,
8. 나영선, 관광호텔 주방의 효율적인 운영관리에 관한 연구, 경희대학교, 1994,
9. 나정기, 호텔식음료원가관리실무, 백산출판사, 1997,
10. 박기용, 미국의식산업의 분류와 업종에 관한 연구, 식음료경영연구 제8권, 1997.5.
11. 박운성, 현대구매관리, 박영사, 1993,
12. 손일락, 음식장사 이야기, 들녘, 1997,
13. 송재호, 호텔 F&B 상품의 시장전략에 관한 연구, 식음료경영연구, 1994.8.

22 觀光호텔 調理部門의 食材料 購買管理에 관한 研究

14. 신기철, 신용철, 새우리말 큰사전, 삼성출판사, 1986,
15. 양일선, 식품구매, 수화사, 1996.
16. 오승일, 김태현, 대학구내식당 급식사업을 위한 기본운영계획, Tourism Research, 1994,
17. 외식 비즈니스, 한국산업훈련연구소, 1992, 9
18. 원용희, 신승중, 호텔경영정보론, 대왕사, 1991,
19. 유봉노, 신상품학, 박영사, 1988,
20. 유정봉, 호텔주방부문 식재료관리에 관한 연구, 경희대학교 1990
21. 정경훈, 호텔 제고관리 모형에 관한 연구, 경희대학교 박사논문, 1986,
22. 정지철, 관광호텔 주방식재료의 효율적 관리에 관한 연구, 1992.6.
23. 조구현, 국내 외식브랜드 해외진출 활성화방안에 관한 연구, 식음료경영연구 제8권, 1997.5.
24. 진양호, 호텔조리부의 물적자원관리에 관한 연구, Culinary Research 한국조리학회, 1996,
25. 추상용, 호텔연회행사 활성화를 위한 메뉴개선에 관한 연구, 경희대학교, 1997,

ABSTRACT

It is a Heavy Factor of the Labor, Food and Beverage Raw Materials Cost for the Food Service Industry Management of a Hotel Restaurant Operation.

Especially, Food & Beverage Raw Materials are the Primary Factor of Determine the Product of Food & Beverage Quality for Sale in the Restaurant and that are Accompany with Cost.

Therefore, This paper included that Analyze and Research of Purchasing Pattern, Propose to a New Concept of the Food & Beverage Purchasing Management for a Action about Purchasing Management Effectively.