

주방 근무자 만족과 음식 품질에 관한 호텔간 비교 연구

안 광 열

오산대학 식품조리과 겸임교수

A Comparative Study of the Employee's Satisfaction and Food Quality in Hotel Kitchen

Kwang-Yeol Ahn

Dept. of Food Culinary, Osan College

ABSTRACT

The purpose of this study is to show how to increase customers' satisfaction of the food service enterprise by examining degree of customers' satisfaction with food quality on the basis of the responses of cooks in top-level hotels in Seoul and their customers. The results of this study shows that cooks of hotels who were more satisfied with their jobs work better and cook better foods than cooks who were not satisfied with their jobs. Thus, food quality of hotels whose cooks were more satisfied with their jobs was better evaluated by their customers.

Key words : satisfaction, food quality, food service enterprise.

I. 서 론

오늘날의 세계 환경은 정치, 경제, 문화, 사회, 기술 등 전반적인 환경 변화와 정보·통신의 발달로 그 변화의 속도는 급속도로 빠르게 변화되고 있다. 이와 같은 환경 변화는 서비스 산업인 외식산업에도 커다란 영향을 미치고 있다. 즉 외식산업은 기업화, 전문화, 프랜차이즈화 등이 되어 가고 있고 고객의 욕구 또한 다변화되고 있다. 따라서 고객의 다양한 욕구에 맞는 서비스 품질의 개발과 적용이 당면한 중요한 과제로 대두하고 있다.

국민경제의 급속한 발전으로 인하여 생활양식의 변화, 가처분 소득의 증가, 여가 시간의 증가 등 사회적 환경변화 및 지구의 환경보존 등 여러 요인으로 인하여 관광, 레저산업에 대한 관심이 높아지고 있다. 더욱이 관광산업은 석유 산업, 자동차 산업과 더불어 이제 단일품목 산업으로는 세계 3대 산업 중의 하나이다.

특히 호텔산업은 관광산업에서 가장 큰 비중을 차지하는 산업으로서 내·외적 환

경변화의 영향에 매우 민감한 반응의 산업으로서 호텔산업은 인적 서비스를 중요한 경영요소로 하는 노동집약적인 산업이다.

호텔산업은 관리, 영업, 시설로 나뉘고 있으며 영업부분은 객실과 식음료로 나뉘고 있다. 식음료의 제조가 주방에서 이뤄지고 있으므로 호텔경영에 있어서 주방이 차지하는 비중과 역할은 매우 중요하다. 호텔주방은 조리종사자의 작업공간 또는 생활공간으로서 질 높은 수준의 복지시설과 경제적 부가가치를 창출하는 곳이다.

호텔산업의 중요한 부분을 차지하고 있는 식음료 부서를 제대로 경영하기 위해서는 음식을 제조하는 조리사들이 그 조직에 대하여 만족감을 갖는 것이 전제 조건이 되어야 한다. 그 전제 조건 위에서 내부 고객에 대한 지속적인 교육이 이루어져야만 훌륭한 음식이 나올 수 있을 것이다.

이는 주방내의 근무 만족이 음식 품질에 영향을 줄 것이라는 가정 하에 본 연구를 수행하여, 주방 내부 고객만족이 음식 품질에 미치는 영향을 규명한다.

본 연구는 첫째, 특 1급 호텔별(H호텔, R호텔, I호텔) 조리 부서의 종사원들에 대한 직무 만족에 차이가 있는가를 분석을 한다.

둘째, 특 1급 호텔 조리 부서 종사원의 직무만족요인이 전반적인 만족에 유의한 영향을 미치는가를 분석을 한다.

셋째, 특 1급 호텔별(H호텔, R호텔, I호텔) 고객이 느끼는 음식 품질에 대한 차이가 있는가를 분석을 한다.

위 분석 결과를 가지고 특급호텔 조리 부서에 대한 직무만족 향상에 도움을 주고, 서비스 향상은 물론 호텔기업의 궁극적인 목표인 매출 극대화에 기여하게 될 것이다. 또한 조리부서 종업원과의 직무만족과 외부 고객이 느끼는 음식 품질의 관계를 분석함으로써 보다 더 좋은 서비스를 제공함을 목적으로 한다.

II. 이론적 고찰

1. 내부 고객 만족의 개념

내부 고객은 가치를 생산하는 것은 물론 직접 매장에서 고객과 대면하여 생산한 가치를 판매하는 역할을 하기도 하고 가치를 생산하기 위해 중간고객으로부터 그들의 가치를 구매하기 때문에 가치생산자인 동시에 가치판매자라고 할 수 있다.

우리가 내부 고객의 정의와 내부 고객의 범위가 필요한 것은 내부 고객 만족이 고객만족의 출발점이 되므로, 사내 고객이 고객으로서 가장 먼저 만족시켜야 할 대상이 되기 때문이다.

내부 고객 만족을 위해서는 내부 고객의 의견을 수렴, 반영하는 것이 무엇보다도 중요하다. 즉 현실태에 대한 인식, 불만사항 및 개선방안 등에 대해 주기적으로 설문 조사 또는 면접 등의 방법을 통해 종사원들의 의견을 수렴하여 반영하여야 한다. 직

원들의 창의적이고 참신한 아이디어를 적극 수용함으로써 직원들이 만족감과 성취감 속에 업무를 수행하며, 문제가 있을 때는 공적인 자리뿐만 아니라 사적인 자리에서도 해결을 할 수 있게 하여, 내부 고객으로서의 만족도를 높여갈 수 있게 해 주어야 한다¹⁾.

또한 내부 고객 만족을 이루기 위해 조직은 좋은 근무여건의 수립에 힘써야 한다. 내부 고객 만족을 조직의 경쟁력 차원으로 이해하여 최종 고객 만족의 실현이라는 조직의 최종목표와 그 목적을 같이 해야 한다. 최종고객이 자신의 욕구에 대한 높은 품질의 신속한 대응을 원하듯이 내부 고객도 자신의 욕구에 대해 신속하고 좋은 품질의 지원을 받기를 바란다.

2. 내부 고객 만족의 영향요인

많은 학자들이 내부 고객 만족에 대한 선행연구를 살펴보면 다음과 같다.

원용희의 연구(1992)²⁾에서 직무 만족에 영향을 주는 요인으로 동기요인과 위생요인으로 구분하여 17개의 요인으로 구분하였다. 동기 요인에 포함되는 것은 능력 활동, 도덕성, 독자성, 다양성, 권위, 독창성, 성취도, 활동성으로 구성했다. 위생 요인으로는 회사 정책, 상사와 부하와의 관계, 안정성, 임금, 작업조건, 승진, 상사의 지식능력, 동료관계, 인정 등으로 나타났다.

한양옥의 연구(2000)³⁾에서는 복지제도나 공정한 승진제도가 직무만족도의 변수로 작용하는 것으로 조사되었으며, 임금은 직무만족에 큰 영향을 주지 못하는 것으로 조사되었다. 또, 동료와의 관계보다는 상사와의 관계가 직무만족에 더 큰 영향을 주는 것으로 조사되었다.

위 선행연구에 의하면 내부 고객만족요소 및 그 조건은 기업의 품질을 안정적으로 유지하면서 향상시켜 나갈 수 있는 기본적인 조건임과 동시에 그 만족수준에 따라 기업의 성장 잠재력을 점쳐 볼 수 있는 척도로 보고 있다⁴⁾.

이러한 내부 고객의 원활한 서비스나 만족이 이루어지기 위하여 조직적 측면에서 반드시 갖추어야 할 사항은 각 직원들에 대한 대폭적인 권한이양과 정보 전달체계 두 가지로 볼 수 있다. 대폭적인 권한이양은 내부 고객들 사이의 가장 작은 단위에서 업무가 결정, 종결되게 함으로써 신속한 대응력을 배양할 수 있다. 정보 전달체제도 권한이양으로 빠른 결정을 할 때, 조직 전체의 맥락에 대해 반하지 않기 위해 반드시 전제되어야 하는 부분이다⁵⁾.

3. 식품품질의 개념과 요소 및 평가

1) 품질의 개념

식품의 품질은 소비자가 기대하는 가치(價値) 기준에 따라 다르며, 특히 1차 농(農)

· 축(畜)·수산물(水産物)과 이들 가공식품의 특성과 평가방법에 따라 다르다. 품질 평가요소(平價要素)에 따른 식품의 품질을 구분하면 다음과 같다.

① 주관적(主觀的)인 품질

소비자 개인의 개성과 취향에 따른 기호성, 선호도 등을 고려한 품질이다.

② 객관적(客觀的)인 품질

정량 또는 분석이 가능한 크기, 중량 및 용량, 외형, 영양성분 등의 품질을 말한다. 식품의 기본적 품질요소를 갖추고 고객의 요구와 희망사항에 맞게 목표품질을 설계하고, 관리하고, 홍보하며, 제품성 유지를 위해 서비스를 지속적으로 하여야 한다.

③ 외형적(外形的)인 품질

회사명, 상품명, 포장 디자인 및 형태 등 관념적인 대용(代用) 품질을 말한다.

④ 기능적(技能的)인 품질

건강보조식품, 특수영양식품 등과 같이 건강지향적인 기능을 갖고 있는 식품의 품질을 말하며, 영양성분이나 특수성분 등의 유용성을 부여하는 품질이다.

⑤ 절대적(絶對的)인 품질

식품위생법에서 규제하고 있는 사항, 즉 최소한 식품이 갖추어야 할 표시사항과 기본적인 품질을 말한다. 즉, 실중량, 실용량, 원재료의 성분 및 함량 오차 함량, 첨가물(添加物) 사용기준 등 위생과 안정성을 보장해야 할 내용의 품질이다.

⑥ 상대적(相對的)인 품질

제품의 기호성을 증진시키고 최대한 이익을 창출하여 경쟁사와의 경쟁력을 제고(提高)시키며, 특수성분의 유용성(有用性)이 강화되어 제품의 우위성을 높이려는 품질관리, 연구개발 및 생산관리 등 효율적인 관리로 인하여 수요와 공급의 차원에 쌍방 이익이 최적화 되도록 하는 방법을 상대적 품질이라고 한다.

⑦ 기본적(基本的)인 품질

제품이 영양 및 위생적으로 생산 처리되어 소비자가 선택할 수 있는 기본적 특성을 갖춘 제품을 공급하여 판매 관련자가 제품의 안정성과 효용가치를 충분히 홍보·판촉하도록 하며, 타사와 경쟁력이 생기도록 하는 기대(期待) 품질을 말한다.

⑧ 부가적(附加的)인 품질

제품의 경쟁력을 가지 위해 제품의 이미지, 외형, 디자인, 판매장소와 판매원의 매너 등 차별 포인트가 관념적 품질과 심리적인 품질에 직·간접적으로 전달되어 차별화 된 품질을 말한다.

2) 품질의 요소

일반적으로 식품의 품질구성 요소(quality attributes)는 여러 가지 세부 요소들이 집합된 상태이며, 오관(五官)을 통해 감지할 수 있는 관능적 품질요소와 소비자가 감지할 수 없는 양적(量的) 품질요소 및 영양 위생적 품질요소로 구분한다. 이들 3요소는 어느 한 요소에 한정되지 않으며 서로 깊은 상호관계를 갖고 있다.

(1) 양적 품질요소

양적 품질요소(quantitative quality)는 원·부재료 입고, 제품생산, 제품출고 등 제품화 단계에 따라 해당 식품의 품질을 평가하는 것으로 분석기기와 이론식에 의하여 측정하거나 계산할 수 있는 품질요소이다.

(2) 관능적 품질요소

관능적 품질요소(organoleptical quality)는 시각, 후각, 미각, 촉각 및 청각 등에 의하여 평가되는 품질이다. 이는 식품위생법의 기준에 의하여 통제되는 양적(量的) 요소 및 영양·위생적 요소보다 소비자에게 더 큰 영향을 미치고 있다. 관능적 품질은 소비자의 제품 선호에 가장 큰 영향을 미치는 중요한 품질요소이므로 제품의 존속과 수명(life cycle)을 유지하기 위해 제도가공업체는 체계적이고 전문적인 측정방법에 접근하여 관능적 품질을 지속적으로 개선해야 한다.

(3) 영양 및 위생적 품질요소

식품의 중요한 구비요소인 영양 및 위생적 품질요소는 외관적으로 감지할 수 없다. 영양적 품질요소는 단백질, 탄수화물, 지방질, 비타민, 무기질 등과 같은 영양성분들로서 신체의 구성 및 기능을 조절하며, 인체에 열량(熱量)을 공급한다. 위생적 품질요소는 영양소의 질(質) 저해 요소의 유·무, 이물질(異物質)의 혼입 및 유해(有害) 미생물의 유·무 등이 있으며 이들은 제품제조 가공과정 중에 필히 제거되거나 방지되어야 한다.

3) 관능적 품질평가

(1) 겉모양

원재료와 제품의 크기 및 모양은 쉽게 짚 수 있으며 단위도 명확하므로 소비자 혹은 제조자가 직접 확인할 수 있는 유일한 외적(外的) 품질평가에 속한다.

제품의 겉모양(外觀; appearance)인 크기와 모양 등은 균일하게 유지되어야 하며 품질의 등급(grade) 유지와 관련하여 볼 때 타당한 값이면서도 균일성(uniformity)을 갖추어야 한다. 원재료의 크기와 모양은 제조관련자가 제품의 품질유지와 생산효율 증진을 위해 세심한 주의를 기울여 관리하여야 하며, 완제품은 제조자와 소비자가 직접 확인하여야 한다.

(2) 색깔

제품의 색(色; color)은 외관적 품질을 나타내는 요소로서 제품의 좋고 나쁨을 소비자가 직접 평가하기 때문에 제품의 크기, 모양과 함께 대단히 중요하다. 색은 물질의 성분에 따라 조사된 가시광선(可視光線)이 흡수 혹은 반사되는 것에 기인하는 것을 말하며, 복수 에너지의 강도와 파장의 크기에 따라 측정된다. 또한 광원(光源)과 파장대(波長帶)에 따라 광택(gloss), 탁도(turbidity), 투명도(transparency)의 현상이 나타난다.

(3) 조직감

조직감은 음식물을 섭취하여 씹을 때 작용하는 힘과 조직 상호관계에서 느끼는 복합적 감각이라고 할 수 있다. 이를 힘의 기본 단위로 표시할 수 있으며, 표시하는 방법은 식품의 종류와 정의하는 사람의 관점에 따라 달라진다.

(4) 풍미

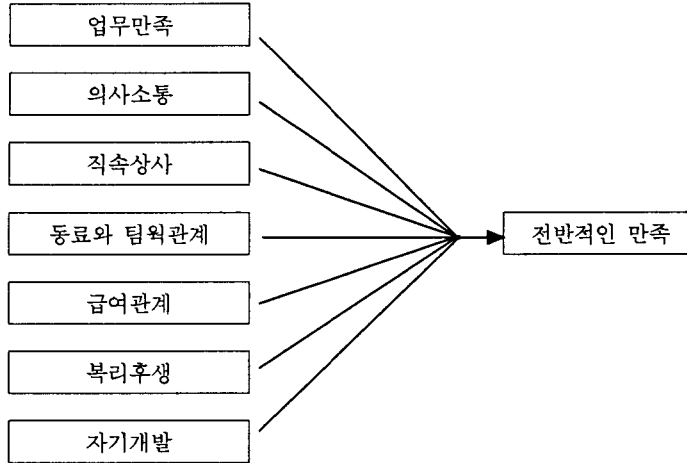
풍미는 주로 제품의 냄새(flavor)와 맛(taste)이며, 미약하나마 색깔과 텍스처 등에 의하여 복합적으로 느껴지는 관능적 품질이기도 하다. 맛은 주로 화학적 성분이 용액 상태로 미각(味覺) 기관을 자극하여 반응을 일으킨 감각을 말하며, 냄새는 기체상태의 성분이 후각기관을 자극하여 후각 반응을 일으킨 감각이다.

Ⅲ. 조사 설계와 분석방법

1. 조사 설계

본 연구의 조사목적은 서울지역 특급호텔 주방 종사자를 대상으로 호텔별 종사자의 직무 만족에 대해 차이를 검증하고 특급 호텔 조리 종사자의 직무에 대한 전반적인 만족도에 대한 다중회귀분석을 실시하였다. 또한 특급 호텔을 이용하는 외부고객으로부터 음식 품질에 대한 호텔별 차이가 있는가를 검증 실시하였다.

이런 분석을 통해 특급호텔 주방 종사자의 직무만족과 외부 고객에 대한 음식품질에 대해 품질 향상 제고의 방향을 제시하고자 한다. 이러한 목적을 달성하기 위해



〈그림 1〉 연구모형

〈그림 1〉과 같이 연구모형을 설정하였다.

2. 표본 선정

본 연구의 대상을 서울지역 특급호텔을 임의로 3개 호텔(H호텔, R호텔, I호텔)을 선정하였다. 서울지역 소재한 특급호텔 주방 종사원과 호텔 이용객을 대상으로 직접 조사를 실시하여 설문지를 회수하는 방법을 택하였으며, 설문기간은 2002년 10월 7일부터 10월 21일까지(약 13일 정도) 총 180명(H호텔: 60부, R호텔: 60부, I호텔: 60부)을 대상으로 실시하였다. 이중 성실치 못하게 응답한 자료와 기타 부적합하다고 판단하는 자료 9부를 제외하여 총 171부(회수율: 97.22%)를 분석에 사용하였다.

3. 설문지 작성 및 구성

본 연구에 사용된 설문지를 작성함에 있어 호텔이라는 특히 요리부에 재직하는 종사원의 직무만족을 측정하기 위한 것이므로 관련 문헌과 선행연구를 참고로 하여 본 연구의 목적에 적합하도록 재구성을 하였다.

본 논문의 설문지에서 호텔 주방 종사원의 설문지는 총 8가지 요소로 구성되었다. 호텔에 대한 전반적인 만족에 관련된 6개 문항, 업무만족에 관련된 10개 문항, 의사소통에 관련된 8개 문항, 직속상사에 관련된 6개 문항, 동료와 팀웍 관계에 관련된 4개 문항, 급여 관계에 관련된 2개 문항, 복리후생에 관련된 4개 문항, 자기개발에 관련된 3개 문항과 설문 응답자의 인구 통계학적 특성으로 성별, 연봉, 근무형태, 연령, 직위 등으로 구성되었다.

또한 고객의 설문지는 음식품질 요인에 관련된 6개 문항과 설문 응답자의 인구통계학적 특성으로 성별, 연령 등으로 구성되었다.

4. 분석 방법

1) 요인분석과 신뢰성 분석

단일 차원성의 평가를 위한 요인분석결과가 단일한 요인으로 구성되어 나타날 경우에는 단일 차원성이 보장되었다고 보는 것이다. 이를 위하여 측정항목으로 회전되지 않은 요인분석을 실시하여 각 변수의 요인 부하량의 크기로 단일 차원성을 확보할 수 있다.

분석결과 전체 항목들에서 나타난 비회전 요인 부하량은 일반적 기준이 0.6 이상으로 크게 문제되지 않는 수준인 것으로 조사되었다. 따라서 단일 차원성 측면에서 본다면 각 개념들을 구성하는 항목의 차원은 모두 단일 차원상에 존재한다고 할 수 있다(표 1).

〈표 1〉 단일 차원성 확보를 위한 요인분석

전반적인 만족		업무만족		의사소통		직속상사	
문항	요인 부하	문항	요인 부하	문항	요인 부하	문항	요인 부하
근속 근무 여부	.829	업무 수행 기획	.801	인사 고과 정보	.785	업무 진행 방법	.802
직업 안정성	.822	업무량	.799	인사 고과 평가	.768	인사 처리 만족	.801
근무 전반 만족	.807	직무 성취감	.767	의견 건의 방법	.763	팀워 조성 노력	.793
근무 권유	.794	업무 수행 보상	.766	급여 방식 정보	.761	직원에 대한 태도	.793
3년 이상 근속	.785	의사 결정 참여	.724	의견 반영	.760	업무 처리 경력	.767
급여 인상 제시	.693	현업무 만족도	.722	의견 제안 방법	.723	자기 개발 경력	.749
		업무 전반	.701	급여 결정 방식	.719	업무 수행 능력	.708
		연장 근무	.684	의사 표현 자유	.668		
		연장 근무 수당	.682				
		업무 환경	.641				
동료와 팀워크관계		급여관계		복리후생		자기개발	
문항	요인 부하	문항	요인 부하	문항	요인 부하	문항	요인 부하
목표 달성 협력	.870	타사 비교 급여	.953	휴가 사용	.864	직무 교육	.881
의견 충돌 해결	.867	현업 급여 만족	.953	전반 만족도	.826	능력 개발 기회	.872
팀워 노력	.853			휴식 공간	.811	시간 부여도	.808
업무 협력	.844			복리 후생비	.810		

신뢰성이란 안정성, 일관성, 예측 가능성, 정확성, 의존 가능성 등으로 표현될 수 있는 개념으로 비교 가능한 독립된 측정 방법에 의해 대상을 측정하는 경우 결과가 비슷하게 되는 것을 의미한다. 즉 측정 결과에 오차가 들어 있지 않은 정도인 분산에 대한 체계적 정보를 반영하고 있는 정도를 나타내는 것이다⁶⁾.

Cronbach's α 계수를 이용한 내적 일관성 방법이 많이 이용되고 있고, Nunnally

(1978)⁷⁾에 의하면 0.7이상이면 신뢰성이 있는 것으로 판단되고, 탐험적 연구(preliminary research)에서는 통상 0.5이상을 기준치로 이용한다. 항목들의 Cronbach's α 계수가 0.6이상이므로 변수의 제거는 필요 없는 것으로 판단된다. <표 2>는 품질요인별 신뢰성계수를 보여준다.

<표 2> 품질 요인별 신뢰성 계수

전반적인 만족	업무만족	의사소통	직속상사
.605	.899	.884	.887
동료와 팀워크관계	급여관계	복리후생	자기개발
.880	.898	.846	.809

2) 분석 방법

수집된 자료의 통계처리는 SPSS Win 10.0패키지를 활용하여 분석하였다. 분석은 주로 빈도분석, 신뢰성 분석과 타당성 분석, 분산분석, 다중회귀분석을 하였다.

5. 변수의 조작적 정의

1) 전반적인 만족

특급호텔의 조리부서에 근무하는 종사자의 전반적인 만족에 관한 내용으로서 전반적인 직무만족, 직업의 안정성, 타 호텔과 근무 만족 비교, 호텔에서 계속 근무 여부, 타 호텔에서 10% 급여 인상시 이직 여부, 호텔의 근무 권유 등을 전반적인 만족이라고 개념적 정의를 내리고 6개 문항에 대해 리커트 5점 척도를 이용하여 측정하였다.

2) 업무만족

특급호텔의 조리종사자들의 업무에 관한 내용으로서 전반적인 업무 만족, 업무수행 계획, 업무 환경, 업무의 양, 의사결정 참여, 오버 타임, 오버 타임 수당, 업무 성취감, 성공한 업무 수행 보상, 현 업무의 만족 등을 업무 만족이라고 개념적 정의를 내리고 10개 문항에 대해 리커트 5점 척도를 이용하여 측정하였다.

3) 의사소통

특급호텔에 종사하는 조리종사자들의 직원들 간의 의사소통에 관한 내용으로서 의사표현자유, 의견건의방법, 급여결정방식, 급여결정방식의 정보, 업무고과평가방법, 업무고과평가방법에 대한 정보, 의견과 제안의 반영, 의견과 제안 방법 등을 의사소통이라고 개념적 정의를 내리고 8개 문항에 대해 리커트 5점 척도를 이용하여 측

정하였다.

4) 직속상사

특급호텔에 근무하는 조리종사자들의 직속상사의 만족에 관한 내용으로서 직속상사의 업무수행능력, 직원들에게 대하는 태도, 팀웍 조성 노력, 인사처리, 업무진행 방법, 업무처리의 격려, 직원의 자기개발에 대한 배려 등을 직속상사라고 개념적 정의를 내리고 7개 문항에 대해 리커트 5점 척도를 이용하여 측정하였다.

5) 동료와 팀웍 관계

특급호텔에 근무하는 조리종사자들의 동료와 팀웍에 관한 내용으로서 팀웍을 위한 노력, 목표 달성을 위한 서로간의 협력, 업무와 관련하여 서로 협력, 의견충돌시 동료들의 해결 등을 동료와 팀웍 관계라고 개념적 정의를 내리고 4개 문항에 대해 리커트 5점 척도를 이용하여 측정하였다.

6) 급여

특급호텔에 근무하는 조리종사자들의 급여에 관한 내용으로서 자기가 하는 일에 대한 급여에 대한 만족, 타 호텔과 비교한 급여에 대한 만족을 급여 관계라고 개념적 정의를 내리고 2개 문항에 대해 5점 척도를 이용하여 측정하였다.

7) 복리후생

특급호텔에 근무하는 조리종사자들의 복리후생에 관한 내용으로서 호텔의 전반적인 복리후생비(교육비, 경조사비, 휴가비 등)에 대한 만족, 휴가 사용에 대한 만족, 호텔 휴식 공간에 대한 만족에 대한 부분을 복리후생이라고 개념적 정의를 내리고 4개 문항에 대해 5점 척도를 이용하여 측정하였다.

8) 자기개발

특급호텔에 근무하는 조리종사자들의 자기개발에 관한 내용으로서 개인의 능력개발 기회, 직무에 필요한 교육 제공, 업무시간을 제외한 자기 시간에 대한 만족을 자기개발이라고 개념적 정의를 내리고 3개 문항에 대해 5점 척도 이용하여 측정하였다.

IV. 실증 분석

1. 조사표본의 기술 통계적 특성

본 연구를 수행하기 위해 설문조사를 통하여 응답이 불성실하거나 응답내용이 부적합한 것으로 판단되는 설문지를 제외한 호텔직원용 171부와 고객용 177부의 설문

지가 최종 연구표본으로 선정하였다.

1) 인구통계학적 특성

조사 대상자의 일반적 특성을 분석하기 위하여 빈도분석을 실시한 결과 <표 3> 및 <표 4>와 같다.

조사 응답자의 성별에 있어서는 총 171명 중 남성이 135명(79%), 여성은 36명

<표 3> 표본의 인구통계학적 특성(호텔 직원용)

구 분		빈도수	백분율	구 분		빈도수	백분율
성 별	남자	135	79	근무 형태	정사원	123	72
	여자	36	21		계약직 사원	48	28
	합계	171	100		합계	171	100
학 력	고졸	15	9	연 령	만 25세 이하	20	11.7
	전문대학 졸업	107	63		만 26~35세	117	68.4
	대학 졸업	40	23		만 36~45세	27	15.8
	대학원 이상	9	5		만 46세 이상	7	4.1
	합계	171	100		합계	171	100
연 봉	1,000만원 이하	5	3	직 위	계약직	36	21
	1,100~2,000만원	60	35		사원	101	59
	2,100~3,000만원	75	44		주임급	28	16
	3,100~4,000만원	29	17		계장급	4	0.2
	4,000만원 이상	2	0.1		대리급	2	0.1
	합계	171	100		합계	171	100

<표 4> 표본의 인구통계학적 특성(호텔 고객용)

구 분		빈도수	백분율
성 별	남자	117	66.1
	여자	58	32.8
	Missing	2	1.1
	합계	177	100.0
연 령	20대	64	36.2
	30대	57	32.2
	40대	38	21.5
	50대 이상	11	6.3
	Missing	7	4.0
	합계	177	100.0

(21%)으로 나타났다. 특1급 호텔 조리사들의 대부분은 여성보다 남성의 비율이 높은 것이 일반적이다. 학력에 있어서 전문대가 107명(63%)로 가장 높고, 대졸 이하 40명(23%), 고졸 이하 15명(9%), 대학원 이상 9명(5%) 순으로 나타났다. 전문대 출신의 비중이 가장 높은 것은 호텔 조리인력의 주요 배출 창구가 전문대학 조리 관련 학과이기 때문이고, 고졸 이하 학력 취업자의 경우에도 직장을 다니면서 전문대학 과정을 이수하는 사례가 많기 때문인 것으로 판단된다.

종사원의 연봉에 있어서 2,100만원~3,000만원이 75명(44%)으로 가장 높게 나타나고 있고, 1,100만원~2,000만원 60명(35%), 3,100만원~4,000만원 29명(17%), 1,000만원 이하가 5명(3%), 4,000만원 이상이 2명(0.1%) 순으로 나타났다. 2,000만원 이하의 저임금 비율이 38%라는 비교적 높은 비율로 나타나는 이유는 경쟁이 격화하면서 호텔에서도 인턴, 계약직, 파트타임, 아르바이트와 같은 비정규직을 고용하는 비중이 늘어나고 있다고 사료된다.

직위에 있어서 사원이 59%로 가장 높고 계약직 21%, 주임급 16%, 계장급 0.2%, 대리급 이상 0.2%로 전형적인 피라미드형 구조를 보여주고 있고, 근무 총 기간에 있어서 5년~8년이 36%로 가장 높고, 1년~4년이 31%, 9년~12년 16%, 13년~16년 0.9%, 16년 이상 0.8% 순으로 나타나고 있다. 5년 이상의 장기근속자의 비율이 69%로 매우 높게 나타나고 있는데 패밀리 레스토랑의 5년 이상 근속자 비율이 평균 3.5%에 비하면 매우 높은 비율인데 이는 호텔 식음료 매장의 개점 역사가 오래 되었고, 상대적으로 안정적인 직장 조건을 반영하고 있다고 판단된다.

고객의 인구통계학적 특성 분석을 살펴보면 성별에 있어서는 남자 117명(66%), 여자 58명(33%)로 남자가 여자보다 2배 높게 나타나고 있다. 이는 대부분 호텔을 이용하는 고객이 모두 비즈니스가 많으므로 여성보다는 남성들이 더 비즈니스 목적으로 호텔을 방문하기 때문에 고객이 많을 것으로 판단하고 있다.

연령면에 있어서 20대가 64명(36%), 30대가 57명(32%), 40대가 38명(21%), 50대 이상이 11명(6.3%) 순으로 나타났다. 이는 일반적으로 호텔의 주 고객층이 30, 40대인 것에 반해 설문 응답자 중 20대가 많은 것은 설문 응답에 보다 능동적이고 적극적으로 응답을 하는 연령층이 20대이기 때문인 것으로 판단된다.

2) 연구 모형의 평가 및 분석

(1) 호텔별 주방 종사자간의 근무만족요인에 따른 차이 검증

① 호텔 주방 종사자의 전반적인 만족에 따른 분산분석

호텔 주방 종사자의 전반적인 만족에 대한 분석결과는 <표 5>와 같다.

<표 5>에서 보는 바와 같이 R호텔에 대한 평균값이 3.017이고 H호텔에 대한 평균

값은 3.017이다. 그리고 I호텔에 대한 평균값이 3.252로 가장 높게 나타났으나, F값이 2.907($P=.057>.05$)로 5%의 유의수준에서 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다. 즉 호텔 주방 종사자의 전반적인 만족에서 R호텔의 평균값보다 H호텔과 I호텔의 평균값이 상대적으로 높게 나타나고 있고 통계적으로도 유의하게 높게 나타났다.

이는 호텔 조리부서의 종사원의 직무에 대한 전반적인 만족에 있어서는 R호텔의 경우 평균값이 가장 낮은 이유는 우선 급여 수준이 가장 낮고, 연간 매출액 및 회사의 지명도에 있어서도 가장 낮은 현실을 반영하고 있다고 판단된다.

〈표 5〉 호텔 주방 종사자의 전반적인 만족에 대한 집단간 분산분석 결과

호텔별	표 본	평 균	표준편차	F	유의확률
H호텔	57	3.207	.514	2.907	.057
R호텔	58	3.017	.633		
I호텔	56	3.252	.507		
합 계	171	3.157	.561		

② 호텔 주방 종사자의 업무만족에 따른 분산분석

호텔 주방 종사자의 업무만족에 대한 분석결과는 〈표 6〉과 같다.

〈표 6〉에서 보는 바와 같이 R호텔에 대한 평균값이 2.981이고 I호텔에 대한 평균값은 2.974이다. 그리고 H호텔에 대한 평균값은 3.064로 H호텔이 가장 높게 나타났으나, F값이 .317($P=.729>.05$)로 5%의 유의수준에서 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다. 이는 H호텔의 종사원 업무만족도가 가장 높게 나타나는 것은 호텔 주변의 자연 환경과 직원의 근무환경, 건물의 밀집으로 인한 물자 수용의 용이함과 아울러 최근 3년간 기업의 매출 성장률이 수위를 지키고 있는 점이 반영되고 있다고 판단된다.

〈표 6〉 호텔 주방 종사자의 업무만족에 대한 집단간 분산분석 결과

호텔별	표 본	평 균	표준편차	F	유의확률
H호텔	57	3.064	.546	.317	.729
R호텔	58	2.981	.777		
I호텔	56	2.974	.678		
합 계	171	3.006	.672		

③ 호텔 주방 종사자의 의사소통에 따른 분산분석

호텔 주방 종사자의 의사소통에 대한 분석결과는 〈표 7〉과 같다.

〈표 7〉에서 보는 바와 같이 R호텔에 대한 평균값이 2.797이고 I호텔에 대한 평균값

은 2.84821이다. 그리고 H호텔에 대한 평균값은 3.009으로 H호텔이 가장 높게 나타났으나, F값이 1.632($P=.199>.05$)로 5%의 유의수준에서 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다. 이는 H호텔의 경우 개념 년수가 10년 이상이어서 6년 미만인 I, R 호텔에 비해 장기근속자 비중이 높아 직원간 이해도와 친밀도가 높기 때문인 것으로 판단된다.

〈표 7〉 호텔 주방 종사자의 의사소통에 대한 집단간 분산분석 결과

호텔별	표 본	평 균	표준편차	F	유의확률
H호텔	57	3.009	.521		
R호텔	58	2.797	.834	1.632	.199
I호텔	56	2.848	.560		
합 계	171	2.884	.658		

④ 호텔 주방 종사자의 직속상사에 따른 분산분석

호텔 주방 종사자의 직속상사에 대한 분석결과는 〈표 8〉과 같다.

〈표 8〉에서 보는 바와 같이 H호텔에 대한 평균값이 3.081이고 R호텔에 대한 평균값은 3.091이다. 그리고 I호텔에 대한 평균값은 3.160으로 I호텔이 가장 높게 나타났으나, F값이 .225($P=.799>.05$)로 5%의 유의수준에서 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

〈표 8〉 호텔 주방 종사자의 직속상사에 대한 집단간 분산분석 결과

호텔별	표 본	평 균	표준편차	F	유의확률
H호텔	57	3.081	.568		
R호텔	58	3.091	.808	.225	.799
I호텔	56	3.160	.644		
합 계	171	3.110	.679		

⑤ 호텔 주방 종사자의 동료관계에 따른 분산분석

호텔 주방 종사자의 동료관계에 대한 분석결과는 〈표 9〉와 같다.

〈표 9〉 호텔 주방 종사자의 동료관계에 대한 집단간 분산분석 결과

호텔별	표 본	평 균	표준편차	F	유의확률
H호텔	57	3.421	.582		
R호텔	58	3.405	.899	.016	.984
I호텔	56	3.428	.630		
합 계	171	3.418	.715		

〈표 9〉에서 보는 바와 같이 R호텔에 대한 평균값이 3.405이고 H호텔에 대한 평균값은 3.421이다. 그리고 I호텔에 대한 평균값이 3.428로 I호텔이 가장 높게 나타났으나, F값이 .016($P=.984>.05$)로 5%의 유의수준에서 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

⑥ 호텔 주방 종사자의 급여 관계 따른 분산분석

호텔 주방 종사자의 급여 관계에 대한 분석결과는 〈표 10〉과 같다.

〈표 10〉에서 보는 바와 같이 R호텔에 대한 평균값이 2.422이고 I호텔에 대한 평균값은 3.035이다. 그리고 H호텔에 대한 평균값이 3.114로 H호텔이 가장 높게 나타났으나, F값이 10.598($P=.000<.05$)로 5%의 유의수준에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. R호텔의 경우 급여에 대한 만족도가 비교 대상인 나머지 두 호텔보다 현저하게 낮은 것으로 나타나고 있다.

〈표 10〉 호텔 주방 종사자의 급여 관계에 대한 집단간 분산분석 결과

호텔별	표 본	평 균	표준편차	F	유의확률
H호텔	57	3.114	.713		
R호텔	58	2.422	1.091	10.598	.000
I호텔	56	3.035	.791		
합 계	171	2.853	.930		

⑦ 호텔 주방 종사자의 복리후생에 따른 분산분석

호텔 주방 종사자의 복리후생에 대한 분석결과는 〈표 11〉과 같다.

〈표 11〉에서 보는 바와 같이 R호텔에 대한 평균값이 2.616이고 H호텔에 대한 평균값은 2.719이다. 그리고 I호텔에 대한 평균값이 2.982로 I호텔이 가장 높게 나타났으나, F값이 3.490($P=.033<.05$)로 5%의 유의수준에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

이는 H, I 호텔의 복리후생에 있어서 심야 교통비, 의료비 보조, 학자금 제도, 퇴직

〈표 11〉 호텔 주방 종사자의 복리후생에 대한 집단간 분산분석 결과

호텔별	표 본	평 균	표준편차	F	유의확률
H호텔	57	2.719	.632		
R호텔	58	2.616	.920	3.490	.033
I호텔	56	2.982	.693		
합 계	171	2.770	.771		

급제도, 장기근속 처우, 주택자금 융자 등은 R호텔보다 종사원들에게 많은 혜택을 주고 있으나 심야 교통비에 있어 R호텔이 보다 많이 받고 있다.

⑧ 호텔 주방 종사자의 자기개발에 따른 분산분석

호텔 주방 종사자의 자기개발에 대한 분석결과는 <표 12>와 같다.

<표 12>에서 보는 바와 같이 R호텔에 대한 평균값은 2.758이고 H호텔에 대한 평균값은 2.853이다. 그리고 I호텔에 대한 평균값이 2.892으로 I호텔이 가장 높게 나타났으나, F값이 .468($P=.627>.05$)로 5%의 유의수준에서 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

<표 12> 호텔 주방 종사자의 자기 개발에 대한 집단간 분산분석 결과

호텔별	표 본	평 균	표준편차	F	유의확률
H호텔	57	2.853	.591		
R호텔	58	2.758	.912	.468	.627
I호텔	56	2.892	.749		
합 계	171	2.834	.761		

(2) 호텔별 고객간의 음식품질요인에 따른 차이 검증

① 호텔별 고객의 음식 다양성에 따른 분산분석

호텔별 고객의 음식 다양성에 대한 분석결과는 <표 13>과 같다.

<표 13>에서 보는 바와 같이 R호텔에 대한 평균값이 3.66이고 H호텔에 대한 평균값은 3.72이다. 그리고 I호텔에 대한 평균값이 4.07로 가장 높게 나타났으나, F값이 2.895($P=.058>.05$)로 5%의 유의수준에서 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다. 즉 호텔별 고객의 음식 다양성에서 R호텔의 평균값보다 H호텔과 I호텔의 평균값이 상대적으로 높게 나타나고 있고 통계적으로도 유의하게 높게 나타났다.

이는 I 호텔의 경우, 음식 다양성에서 가장 높은 고객 만족도를 보이고 있는데, I 호텔 현장 지배인들을 인터뷰해 본 결과, 호텔이 도심 한가운데 지하에 위치해 있는

<표 13> 호텔의 음식 다양성에 대한 집단간 분산분석 결과

호텔별	표 본	평 균	표준편차	F	유의확률
H호텔	58	3.72	1.15		
R호텔	59	3.66	1.03	2.895	.058
I호텔	60	4.07	.76		
합 계	177	3.82	1.00		

입지상의 불리함과 외국인 투숙객, 다양한 목적의 방문 고객층을 고려하여 메뉴의 다양성을 부각시키는 정책의 반영으로 사료된다.

② 호텔별 고객의 음식 가격에 따른 분산분석

호텔별 고객의 음식 가격에 대한 분석결과는 <표 14>와 같다.

<표 14>에서 보는 바와 같이 R호텔에 대한 평균값이 3.457이고 H호텔에 대한 평균값은 3.482이다. 그리고 I호텔에 대한 평균값이 3.683로 가장 높게 나타났으나, F값이 1.070($P=.354>.05$)로 5%의 유의수준에서 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다. 이는 특1급 호텔의 경우 음식 가격에 있어 실제적으로 차이가 없음을 알 수 있다.

<표 14> 호텔의 음식 가격에 대한 집단간 분산분석 결과

호텔별	표 본	평 균	표준편차	F	유의확률
H호텔	58	3.482	.977		
R호텔	59	3.457	.970	1.070	.354
I호텔	60	3.683	.812		
합 계	177	3.542	.923		

③ 호텔별 고객의 음식 훌륭함에 따른 분산분석

호텔별 고객의 음식 훌륭함(음식의 색과 모양)에 대한 분석결과는 <표 15>와 같다.

<표 15>에서 보는 바와 같이 H호텔에 대한 평균값이 3.586이고 R호텔에 대한 평균값은 3.627이다. 그리고 I호텔에 대한 평균값이 3.728로 가장 높게 나타났으나, F값이 .450($P=.638>.05$)로 5%의 유의수준에서 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

④ 호텔별 고객의 음식 재료의 신선도에 따른 분산분석

호텔별 고객의 음식 재료의 신선도에 대한 분석결과는 <표 16>과 같다.

<표 16>에서 보는 바와 같이 H호텔에 대한 평균값이 3.561이고 I호텔에 대한 평균값은 3.694이다. 그리고 R호텔에 대한 평균값이 3.762로 가장 높게 나타났으나, F값

<표 15> 호텔의 음식 훌륭함에 대한 집단간 분산분석 결과

호텔 별	표 본	평 균	표준편차	F	유의확률
H호텔	58	3.586	.859		
R호텔	59	3.627	.848	.450	.638
I호텔	60	3.728	.859		
합 계	177	3.647	.835		

〈표 16〉 호텔의 음식 재료의 신선도에 대한 집단간 분산분석 결과

호텔별	표 본	평 균	표준편차	F	유의확률
H호텔	58	3.561	.845	.820	.442
R호텔	59	3.762	.897		
I호텔	60	3.694	.835		
합 계	177	3.674	.859		

이 .820($P=.442>.05$)로 5%의 유의수준에서 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

이는 전반적인 만족도에서 가장 떨어짐에도 불구하고 R호텔의 경우 식재료의 신선도가 제일 높게 나타나는 것은 3개 호텔 중 식자재 원가가 가장 높고 15일 단위로 구매업체를 변경하여 업체간 경쟁을 통해 납품 식재료의 질을 높이는 독특한 구매 시스템의 효과라고 판단된다.

⑤ 호텔별 고객의 음식 맛에 따른 분산분석

호텔별 고객의 음식 맛에 대한 분석결과는 〈표 17〉과 같다.

〈표 17〉에서 보는 바와 같이 H호텔에 대한 평균값이 3.534이고 R호텔에 대한 평균값은 3.576이다. 그리고 I호텔에 대한 평균값이 3.728로 가장 높게 나타났으나, F값이 .840($P=.433>.05$)로 5%의 유의수준에서 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다. 이는 특급호텔의 음식에 대한 맛 차이는 고객들에 있어 H, R, I호텔 모두 차이가 없는 것으로 나타났다.

〈표 17〉 호텔의 음식 맛에 대한 집단간 분산분석 결과

호텔별	표 본	평 균	표준편차	F	유의확률
H호텔	58	3.534	.799	.840	.433
R호텔	59	3.576	.968		
I호텔	60	3.728	.784		
합 계	177	3.613	.854		

⑥ 호텔별 고객의 음식 재공급 및 보충에 따른 분산분석

호텔별 고객의 음식 재공급 및 보충에 대한 분석결과는 〈표 18〉과 같다.

〈표 18〉에서 보는 바와 같이 H호텔에 대한 평균값이 3.069이고 R호텔에 대한 평균값은 3.491이다. 그리고 I호텔에 대한 평균값이 3.551로 가장 높게 나타났으나, F값이 5.642($P=.004<.05$)로 5%의 유의수준에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 이는 H호텔이 가장 낮게 나타난 것은 숙련도가 떨어지는 실습생, 아르바이트의 비중이 타

호텔보다 높아 고객에 대한 서비스가 상대적으로 낮아질 수 있다고 판단된다.

〈표 18〉 호텔의 음식 제공급 및 보충에 대한 집단간 분산분석 결과

호텔별	표 본	평 균	표준편차	F	유의확률
H호텔	58	3.069	.813	5.642	.004
R호텔	59	3.491	.971		
I호텔	60	3.551	.729		
합 계	177	3.371	.867		

(3) 호텔 주방 종사자의 근무만족요인과 전반적인 만족의 관계 검증

〈표 19〉에서 보는 바와 같이 호텔 주방 종사자의 근무만족 요인의 각 변수가 전반적인 만족에 유의한 영향을 미치는지의 여부를 다중회귀분석을 하였다. 분석 모형에 사용된 독립변수들은 업무만족, 의사소통, 직속상사, 동료와 팀워크관계, 급여관계, 복리후생, 자기계발 등 7가지 요소이다.

〈표 19〉 전반적 만족에 대한 회귀분석 결과

변 수	분 석				
	R	Beta	T	sig T	
(상수)	1.116		6.959	.000	
업무만족	.436	.521	7.372	.000	
동료와 팀워크 관계	.134	.170	2.674	.008	
급여관계	9.635E-02	.160	2.547	.012	
R Square = .532 df 1 = 3 df 2 = 167 F = 63.165 signif F = .000					

회귀분석의 결과는 〈표 19〉에서와 같이 종속변수에 대한 전체 설명력은 53.2%로 나타나고 있다. 또한 회귀식에 대한 통계적 유의성을 검증하는 F 통계량 값은 63.165 이고 이에 대한 유의도가 .000이다. 따라서 이 회귀식은 통계적으로 유의성이 있는 것으로 나타났다.

각 독립변수 t 값의 유의도에 의해 호텔의 전반적인 만족에 영향을 미치는 변수로는 업무만족, 동료와 팀워크관계, 급여관계 등의 3개 변수가 유의한 변수로 판명이 되었고, 나머지 변수인 의사소통, 직속상사, 복리후생, 자기계발 등의 4개 변수는 제외가 되었다.

V. 결 론

본 연구의 결과에 따른 시사점은 최근 호텔에서 정규직이 줄고 비정규직 사원의 증가 추세로 주방 내부 고객만족에서 업무 만족이 많은 비중을 차지하고 있는 것으로 사료된다.

이러한 결과로 인해 동료간의 팀웍은 떨어지고 오버타임 등의 여러 가지 여건이 IMF 이후 호텔업계에 많은 변화가 일어나 현재 여건상 업무만족이 전반적인 만족에 영향을 주고 있는 것으로 나타났다. 본 연구에서 R호텔은 이직률이 높게 나타나고 있는 것이 다른 호텔보다 여러 가지 여건이 어려움이 있다고 볼 수 있다. 또한 급여 관계에 있어서도 다른 호텔에 비해 R호텔이 제일 낮게 나타나고 있다.

본 연구 결과 호텔 조리부서 종사원의 근무만족이 좋은 호텔의 고객들이 그렇지 않은 호텔의 고객들보다 음식의 평가를 높게 평가를 하고 있는 것으로 나타났다. 따라서 호텔업계에서도 종사원의 근무만족에 더 많은 투자를 하여 종사원들이 좋은 분위기에서 근무할 수 있는 여건을 만들어 주는 것이 무엇보다도 시급하다고 할 수 있다.

또한 본 연구의 한계는 첫째, 본 연구 조사는 그 조사대상 지역을 서울지역 특 1급 호텔 3개로 한정시킴으로써 지역 및 호텔 등급에 의한 분석상의 편견을 배제시키지 못했다.

둘째, 조사대상이 서울지역 소재한 특 1급 호텔 조리부서에 종사원을 대상으로만 하였기 때문에 조사에 어려움이 많았다. 특히 조리부서에 근무하는 종사원들은 폐쇄적이라 짧은 시간에 충분한 표본의 확보가 이루어지지 않았다.

미래의 연구 방향은 첫째, 호텔의 직무만족이 기업성가에 미치는 영향이 매우 크다. 특히 조리부서에서 음식 매출액이 호텔기업에서 차지하는 비중이 크므로 직무만족과 매출액과의 관계를 좀 더 체계적인 연구가 필요하다.

둘째, 특 1급 호텔은 내국인보다 외국인이 더 많이 이용하고 있으므로 내국인의 고객보다는 외국인을 대상으로 실시해 고품질의 음식 및 고품격의 서비스 전략 및 서비스 차별화 전략을 구축하는데 새로운 방향을 제시하여야 글로벌 경쟁에서 살아남을 수 있다.

참고문헌

1. 노옥섭 (2000) : TQM접근 방법에 의한 정부 환경감사체계 발전에 관한 연구, 한국 감사원과 미국 GHO사례의 비교분석을 중심으로. 고려대학교 대학원 박사학위논문.
2. 원윤희 (1992) : 호텔 종사원의 직무만족과 서비스 제공 수준 및 성과에 관한 연구. 세종대학교 대학원 박사학위논문.
3. 한양옥의 연구 (2000)

4. 추현구 (1999) : 정보통신서비스의 고객만족경영에 관한 연구. 인하대학교 경영대학원 석사학위논문.
5. 김애자 (1996) : 고객만족경영에 있어 내부 고객만족요인에 관한 연구. 연세대학교 경영대학원 석사학위논문.
6. 채서일 (1992) : 사회과학조사방법론. 학현사.
7. Nunnally JC (1978) : Psychometric Theory. 2nd., New York: Mcgraw-Hill Book Company.

(접수일: 2004년 4월 19일 / 채택일: 2004년 5월 25일)