

## 취업희망분야와 의사결정 영향요인의 관계에 관한 연구 - 식품영양 및 외식·조리 전공자를 중심으로 -

이 경 은·김 태 희<sup>1)†</sup>

서울여자대학교 자연과학대학 식품영양학과, 경희대학교 호텔관광대학 외식산업학과<sup>1)</sup>

### Investigation of Factors Influencing Career Decision-Making of Students in Foodservice Management and Culinary Arts Programs

Kyung-Eun Lee · Tae-Hee Kim<sup>1)†</sup>

Department of Food & Nutrition, Seoul Women's University, Seoul, Korea  
Department of Food Service Management,<sup>1)</sup> Kyung Hee University, Seoul, Korea

#### ABSTRACT

The purposes of the study were to identify important attributes in foodservice management and culinary arts students' career decision-making and to investigate factors determining their preferred employment fields. A questionnaire that consisted of preferred employment fields, importance rating of 19 attributes related to job choices, and demographic information was developed based on a review of literature. A total of 319 students enrolled in food and nutrition, foodservice management, and culinary arts programs of eight 2-year colleges and 4-year universities in Seoul and Kyunggi Province participated in the survey. Data were analyzed using SPSS Win (version 10.0) with descriptive statistics, chi-square analysis, one-way analysis of variance, factor analysis, and discriminant analysis. Attributes of the highest importance scores included fringe benefits, wages and promotion opportunities, working environments, professional development opportunities, and organizational culture. The students who preferred non-commercial foodservice as a career choice depended more on "word-of-mouth from faculty" than those who preferred other fields ( $F=3.094, p < .05$ ) and rated importance of "participation in job fairs" higher than those who selected hotel food and beverage ( $F=5.048, p < .01$ ). A factor analysis of the 19 attributes resulted in five factors: job/compensation policy, impersonal communication, company image, word-of-mouth, and personal experience. The five factors explained 67% of the total variance. A discriminant analysis revealed that students who perceived "impersonal communication" and "word-of-mouth" more important were likely to prefer non-commercial foodservice as a career choice. The results would be used by university faculty in advising graduating students on career selection and by recruiters in developing effective and attractive recruiting programs. (*Korean J Community Nutrition* 10(3) : 311~318, 2005)

KEY WORDS : career decision-making · foodservice management · culinary arts

#### 서 론

지식경제시대인 21세기에는 우수인재 확보 능력 등 인적

자본에 대한 투자가 기업의 성공을 예측하는 중요한 지표라고 할 수 있다(박인호 2000). 인적서비스 의존도가 높고 진입장벽이 낮은 외식·급식산업에서 우수 인재의 확보 및 보유 능력은 업체의 사업 진입장벽을 높이고 경쟁우위를 확보할 수 있는 전략적 무기로 활용될 수 있기 때문에 더욱 중요하다고 하겠다. 국내 외식·급식 기업들은 채용 공고에 많은 지원자가 몰리는 것에 만족하고 있으나, 업체가 진정으로 원하는 인재들의 지원율은 높지 않은 것이 현실이다. 이는 지금까지 취업시장에서 기업은 주로 노동력에 대한 수요자로, 지원자는 노동력의 공급자로만 인식되

접수일 : 2004년 8월 24일

채택일 : 2005년 2월 3일

†Corresponding author: Tae-Hee Kim, Department of Food Service Management, Kyung Hee University, 1 Hoegi-dong Dongdaemoon-gu, Seoul 130-701, Korea

Tel: (02) 961-9388, Fax: (02) 964-2537

E-mail: thkim33@khu.ac.kr

어 온 결과이다. 그러나 본격적인 '인재의 시대'를 맞아 외식·급식업체들은 필요한 자격요건을 갖춘 사람들을 모집하는 '수요자'로서 기업의 이미지뿐만 아니라, 근무조건과 보상정책 등 '공급자'로서 제공할 수 있는 것에 대해서도 적극적으로 홍보하여 기업의 매력도를 높이는 적극적인 인적자원 마케팅 활동이 요구된다(Kim 등 2001).

필요한 인적자원을 충원함에 있어 기업의 잠재적 지원자를 노동시장내의 잠재고객으로 볼 때 노동시장에서 경쟁적 위치를 가진다는 것은 타 기업과 차별성을 가진 인적자원 효과가 나타나는 것이므로, 인적자원관리는 많은 면에서 마케팅 활동과 비슷하다고 볼 수 있다(Martin & Franz 1994). 그러므로 우수인력 확보를 위해 기존의 인력정책으로 경쟁할 것이 아니라 기업의 긍정적이고 매력적인 이미지를 대외적으로 과시하고 잠재적 지원자들에게 요구되는 자질을 분명히 제시하는 마케팅 활동이 요구된다.

잠재적 지원자들이 취업을 앞둔 대학 졸업 예정자들은 직업세계에 대한 막연한 두려움을 가지고 있기 마련이다. 대학 졸업예정자들에게 기업의 긍정적이고 매력적인 이미지를 과시하기 위해서는 잠재적 지원자들과의 다양한 의사소통(communication) 정책이 필요한데, 크게 인적(人的), 비인적(非人的) 방법으로 구분할 수 있다. 인적 의사소통 방법의 예로는 채용설명회, 견학, 산학 실습 및 인턴십, 기업이 운영하는 레스토랑 이용 경험, 선배나 친구들의 이야기, 교수님들의 조언 등과 같은 것을 들 수 있고, 반면 회사광고, 카탈로그, 인터넷 홍보 등을 비인적 방법들이라 할 수 있다(Jordaan 1963; Taylor 1988; Brooks 등 1995; Talbott 1996).

기업을 직접 경험할 수 없는 대학생들의 기업에 대한 인식이나 평가는 주로 외부정보에 기초하게 되므로, 대졸 신입사원 채용에 있어 '기업 이미지는 모든 것'이라고 할 정도로 기업 명성과 같은 이미지 요소가 학생들의 취업의사결정에 매우 중요하게 작용하고 있다(Dowling 1986; Turban 등 1998). 또한 기업이미지가 중요한 이유는 바로 취업시장에서 그 기업의 매력도를 결정하는 중요한 요소이기 때문이다. 기업 인지도와 직무 및 조직의 특성(Taylor & Bergmann 1987; Saks 등 1996), 임금 수준과 같은 보상정책(Rynes & Barber 1990; Cable & Judge 1994; Saks 등 1996) 등도 잠재적 지원자들에게 호감을 주는 요인으로써 취업의사결정과 밀접하게 관련이 있다고 보고 되었다.

호텔, 외식, 급식전공 학생들은 다른 전공분야에 비해 인턴십 경험이 취업의사결정 및 기업 선호도 등에 많은 영향

을 미치는 것으로 나타났으며(Charles 1992), 국내에서도 외식·급식 전공 학생들의 인턴십 만족도가 기업 선호도 및 입사지원의향에 영향을 미치는 것으로 나타났다(Kim 등 2001). Sciarini & Woods (1997a)는 미국 21개 대학의 호텔외식경영 프로그램에 재학 중인 550명의 학생을 대상으로 설문조사를 실시한 결과, 학생들이 가장 취업하고 싶어 하는 분야는 특급호텔, 클럽, Mid-market 호텔, 고급 레스토랑, 일반/패밀리레스토랑, 위탁/단체급식업체 Economy 호텔의 순이라고 보고하였다. 또한 학생들이 장래 취업하고 싶은 기업에 대한 인식 과정에 영향을 미치는 요인들을 조사한 또 다른 연구에서는 '고객으로서 기업을 경험한 것'이 가장 중요했으며, '교수 및 동문의 조언', '동료 학생들의 구전', '기업을 대표해서 나온 사람들의 성향이나 외모'를 통해 관심을 갖게 되거나 '수업시간의 초청 특강 연사', '재학 중 인턴십 경험' 등이 영향을 미치는 것으로 나타났다(Sciarini & Woods 1997b). 이렇듯 학생들이 취업하고 싶어 하는 분야나 기업을 결정하는데 다양한 요인들이 영향을 미치므로 기업 입장에서 우수한 인재를 확보하기 위해서는 재학생들과의 다양하고 효과적인 외부 커뮤니케이션 전략 수립이 필요하다고 판단된다.

국내에서는 외식·급식경영산업의 역사가 짧아 아직까지 이 분야의 주된 취업자인 식품영양·외식·조리 분야 졸업예정자들의 취업희망분야에 영향을 미치는 취업의사결정 요인들에 관한 연구는 매우 부족한 실정이다. 따라서 본 연구의 목적은 1) 국내 식품영양·외식·조리 전공 졸업예정자들이 취업을 할 때 어떤 요소들을 중요시 하는지 파악하고, 2) 졸업예정자들의 취업희망 분야의 결정에 영향을 미치는 요인들을 파악하여 이 전공 졸업예정자들의 취업진로 상담 및 관련 기업체의 인적자원 마케팅 활성화 방안을 제시하고자 하는 것이었다.

## 조사대상 및 방법

### 1. 조사대상 및 기간

국내 대표적인 외식·급식 4개 기업의 인사팀장 및 인재육성팀장들과의 전화 인터뷰를 통해 업체들이 기존에 채용했던 인턴들의 출신학교 비율이 가장 높은 서울·수도권 지역 대학들을 규명하고, 이로부터 편의표본 추출방법에 의해 조사대상 학교와 학과를 선정하였다. 선정된 2년제 5개 대학, 4년제 3개 대학의 식품영양, 외식경영 및 조리 관련 학과에 재학 중인 2002년 졸업 예정자들을 대상으로 학과장 또는 전공교수를 통하여 2001년 9월 24일부

터 29일까지 총434부의 설문지가 배부되어 회수되었다. 본 설문조사는 두 가지 연구목적에 가지고 수행되었기 때문에 2차에 걸쳐 조사 자료의 정리 작업이 이루어졌다. 1차적으로 첫 번째 연구목적에 부합되지 않는 자료 56부(인턴십 경험이 없거나 타 분야에서 인턴십을 한 대상자, 불성실하게 응답한 설문지 등)가 제외되었고, 2차적으로 본 연구 목적에 부합되지 않은 59부(이미 취업 중인 야간 대학생이나 외식·급식·호텔 식음료 이외의 타 분야 취업 희망자 등)를 제외시키고 총 319부를 본 연구의 대상으로 삼았다.

## 2. 조사내용

조사에 이용된 설문지는 기존의 연구를 참고로 하여 개발되었다(Jordaan 1963; Taylor 1988; Brooks 등 1995; Talbott 1996; Sciarini & Woods 1997b). 우선 조사 대상자들에게 외식업체, 급식업체, 그리고 호텔 식음료분야 중 졸업 후 가장 취업하고 싶은 분야 하나를 선택하도록 한 후, 그러한 선택 시 영향을 미칠 수 있는 19개 요인을 제시하고 취업의사 결정 시 각각의 변수들이 어느 정도 중요한지 5점 척도로 평가하도록 하였다(1: 전혀 중요하지 않다, 5: 매우 중요하다). 취업 의사 결정과 관련된 변수들은 인적 의사소통과 관련된 문항 7가지(인턴십 경험, 취업설명회 참석, 회사 견학 및 방문 경험, 레스토랑 및 식당 이용경험, 친구 및 동료들의 이야기, 선배들의 조언, 교수님들의 조언), 비인적 의사소통과 관련된 문항 3가지(기업의 TV 및 라디오 광고, 홍보물, 인터넷 홈페이지), 직무 및 보상정책 관련 문항 6가지(담당직무의 내용, 근무환경, 직장분위기, 자기계발기회 제공 여부, 임금수준 및 승진기회, 복리후생제도), 기업이미지 관련 문항 3가지(회사의 브랜드 이미지, 회사의 인지도/유명도, 최고경영자의 자질과 명성)로 구성되었다. 마지막으로 조사대상자의 성별, 연령, 전공, 대학구분 등 4가지 일반적인 특성에 대한 자료도 수집하였다.

## 3. 자료분석

본 연구의 자료분석은 SPSS Win 10.0 통계패키지를 활용하여 빈도분석, 기술통계, 카이스퀘어분석, 일원분산분석, 요인분석, 판별분석을 통해 수행하였다. 분산분석의 결과가 유의적인 경우 Tukey 사후검증을 실시하였다. 급식업체, 외식업체, 호텔 식음료부 중 학생들의 희망취업 분야를 결정짓는 요인들을 파악하기 위해 판별분석을 실시하였다. 판별분석의 독립변수로 취업의사 결정과 관련된 19개 변수들의 요인분석 결과 규명된 요인들을 이용하였다.

**Table 1.** Demographic characteristics of respondents N = 319

	Characteristics	Frequency Percent (%)	
		Frequency	Percent (%)
Gender	Female	285	89.3
	Male	34	10.7
Age	19 – 25 years	284	89.0
	26 years or older	35	11.0
Degree	2-year college	292	91.5
	4-year university	27	8.5
Major	Food & nutrition	121	37.9
	Culinary arts	103	32.3
	Institutional foodservice management	60	18.8
	Restaurant management	31	9.7
	Others	4	1.3
Preferred employment field	Non-commercial foodservice	115	36.1
	Hotel food & beverage	104	32.6
	Commercial foodservice	100	31.3

## 결과 및 고찰

### 1. 조사대상자의 일반사항

조사대상자의 인구통계학적인 특성은 Table 1에 제시되었다. 조사대상자의 대부분이 여성(285명, 89.3%)으로 나타났다. 이는 본 연구의 조사대상 학과 및 대학들에 여학생의 비율이 높은 식품영양학과 및 여자 전문대 등이 포함되었기 때문이다. 연령으로 보면 대부분 19세에서 25세미만(89%) 이었고, 2년제 대학 졸업예정자가 전체의 92%를 차지했다. 전공은 식품영양전공(37.9%)이 가장 많았고, 조리전공(32.3%), 급식경영전공(18.8%), 외식경영전공(9.7%)의 순으로 나타났다.

조사대상자들이 가장 취업하고 싶은 분야로는 전체 응답자의 36.1%가 급식분야를 선택했으며, 호텔 식음료분야는 32.6%, 외식분야는 31.3%가 선택하여 골고루 분포되었다. 특급 호텔이나 고급 레스토랑을 가장 선호했다고 보고한 선행 연구(Sciarini & Woods 1997a, 1997b)의 결과와 비교하기 어려운 점은 국내 외식/급식경영(Foodservice management), 식품영양(Food & Nutrition) 및 조리(Culinary Arts) 분야의 대학 교육프로그램이 미국의 교육프로그램(Hospitality Program)과 차이가 있기 때문으로 사료된다.

학생들의 소속 학과에 따라 선호되는 취업희망 분야에 있어서 차이를 보였다(Table 2). 식품영양/급식경영을 전공한다고 응답한 학생들은 급식분야(56.4%)를 가장 선호하였고 외식분야(28.7%) 역시 선호되는 분야였다. 그에 반해 외식경영전공 학생들은 외식분야(64.5%)를, 조리전공

**Table 2.** Preferred employment field by department

Frequency (%)

Department	Preferred employment field			Total
	Non-commercial foodservice	Commercial foodservice	Hotel food & beverage	
Food & nutrition <sup>a</sup>	102 (56.4)	52 (28.7)	27 (14.9)	181 (100)
Restaurant management	0 ( 0.0)	20 (64.5)	11 (35.5)	31 (100)
Culinary arts	13 (12.6)	28 (27.2)	62 (60.2)	103 (100)

 $\chi^2$  value = 101.16 ( $p < .001$ )<sup>a</sup>includes an institutional foodservice management major.**Table 3.** Importance rating of attributes related to students' job-choice decision

Rank	Variables	Overall mean	Preferred employment field			F-Value
			Commercial foodservice	Non-commercial foodservice	Hotel food & beverage	
1	Fringe benefits	4.50	4.50	4.43	4.57	.943
2	Wage & promotion opportunities	4.44	4.48	4.37	4.49	.993
3	Working environment	4.36	4.29	4.38	4.41	.735
4	Opportunity for professional development	4.24	4.16	4.24	4.33	.995
5	Organizational culture	4.23	4.17	4.23	4.27	.402
6	Corporate brand image	4.12	4.03	4.10	4.22	1.693
7	Job task	4.10	4.03	4.13	4.13	.528
8	Corporate reputation	4.07	3.96	4.06	4.18	1.987
9	CEO reputation	3.93	3.83	4.00	3.95	.870
10	Word-of-mouth from alumni	3.92	3.80	3.99	3.95	2.055
11	Word-of-mouth from faculty	3.92	<b>3.84<sup>a</sup></b>	<b>4.06<sup>b</sup></b>	<b>3.83<sup>a</sup></b>	<b>3.094<sup>*</sup></b>
12	Internship experience	3.72	3.79	3.60	3.80	2.078
13	Word-of-mouth from friends	3.65	3.54	3.72	3.66	1.566
14	Corporate homepage	3.53	3.47	3.63	3.48	1.085
15	Experience with the company as a customer	3.50	3.63	3.39	3.51	2.267
16	Field trip experience	3.44	3.42	3.51	3.38	.766
17	Printed materials	3.19	3.14	3.31	3.10	2.127
18	Participation in job fairs	3.18	<b>3.17<sup>ab</sup></b>	<b>3.36<sup>b</sup></b>	<b>2.99<sup>a</sup></b>	<b>5.048<sup>**</sup></b>
19	Corporate commercial (TV, radio)	3.15	3.07	3.30	3.07	2.653

\*:  $p < .05$ , \*\*:  $p < 0.01$ <sup>ab</sup> Means in a same row followed by the same letter are not significantly different from each other by Tukey's multiple range test.

Scale: A Likert-type 5-point scale was used (1: not at all important, 5: very important).

학생들은 호텔 식음료부(60.2%)를 가장 선호하였다.

## 2. 취업의사 결정변수의 중요도 및 희망진로에 따른 비교

취업의사 결정변수의 중요도 전체 평균을 분석한 결과 복리후생제도가 4.50로 가장 높게 나타났으며, 급여수준 및 승진기회(4.44), 근무환경(4.36), 자기계발 기회(4.24), 조직문화(4.23) 등이 높은 점수를 나타내었다(Table 3). 이들은 전공 분야를 불문하고 취업을 앞둔 대학생들에게 있어 가장 중요한 결정 변수들임을 알 수 있었다. 그 외에도 기업의 브랜드 이미지(4.12), 직무내용(4.10), 기업의 명성(4.07), CEO의 명성(3.93) 등도 중요한 것으로 나타났다. 선행연구(Turban 등 1998) 결과에서도 보고되었듯이, 기업의 명성이나 이미지는 취업을 앞둔 대학생들에

게 있어 직장 선택 시 중요한 요인으로 작용할 것으로 보여진다. 특히 21세기 기업경영환경에서 점차 브랜드 가치 중심의 경영마인드가 강조되고 있는 것을 고려할 때(신철호 2004), 외식·급식기업들도 앞으로 우수한 인재를 확보하기 위해서 기업 브랜드 이미지 및 명성을 전략적으로 관리하는 활동이 필요할 것으로 판단된다.

조사대상자들의 취업의사 결정 시 영향을 미치는 또 다른 요인으로는 동문선배(3.92), 교수(3.92), 그리고 친구들(3.65)로부터 얻는 조언이나 구전(口傳)과 같은 인적 정보인 것으로 나타났다. 이는 조사대상자들이 현실적인 직업세계에 대한 경험이 부족하고 미래에 대한 불안감을 가지고 있어 같은 분야에서 일을 해 본적이 있는 동문이나 교

수 등 주변의 사람들이 제공하는 직업세계에 대한 정보에 많이 의존하고 이들 정보를 신뢰하는 경향이 높기 때문인 것으로 보인다. Sciarini & Woods (1997b) 연구에서도 유사한 결과를 나타내고 있다. 또 다른 형태의 인적 정보로는 인턴쉽 경험(3.72)과 고객으로서 기업이 운영하는 레스토랑을 이용하거나 경험하는 것(3.50), 견학(3.44) 등이 있으며 이들 변수들의 중요도 또한 평균 3.5 이상을 나타내고 있다. 외식업체나 호텔 식음료의 경우 학생들은 진로를 결정하기 전 대부분 고객으로서 브랜드를 자연스럽게 경험할 수 있는 기회가 많기 때문에 점포의 서비스 품질 관리가 매우 중요할 수 있다.

특히 직업세계를 미리 경험할 수 있는 산학실습 형태의 인턴쉽 프로그램은 외식·급식·조리 전공자들의 취업의사 결정 시 중요하게 작용하고 있어, 이러한 인턴쉽이 기업에 대한 긍정적인 경험이 되고 더 나아가 긍정적인 기업 이미지 및 기업에 대해 매력을 갖도록 하기 위해 학교 및 기업들의 체계적인 인턴쉽 프로그램 운영이 필요할 것으로 보인다(Kim 등 2001).

중요도가 다소 떨어지는 항목들은 대부분 비인적 매체들인 홈페이지, TV 광고, 인쇄 홍보물들로, 이중 기업 홈페이지는 3.53인 보통 이상의 중요도를 보이고 있어 대학생 대상의 기업 외부홍보 활동 시 인쇄물이나 대중매체 광고보다는 기업 홈페이지 관리에 자원을 투입하는 것이 효과적일 것으로 보여 진다. 취업설명회 및 박람회 등은 국내에서는 아직까지 활성화되어 있지 않아 대학생들의 참여

도가 저조한 것으로 판단된다.

취업의사 결정변수 각각의 중요도 평균을 취업희망분야에 따라 비교 분석한 결과 '교수님들의 조언' ( $p < 0.05$ ) 및 '취업설명회 참석' ( $p < 0.01$ )에서만 통계적으로 유의적인 차이가 있는 것으로 나타났다. 급식분야를 선호하는 학생 집단은 다른 두 그룹에 비해 '교수님들의 조언'을 더욱 중요하게 생각하였고, 호텔 식음료부를 선호하는 학생들에 비해 '취업설명회에 참석'을 통해 기업 정보를 수집하는 것으로 나타났다. 급식업체들은 우수한 인재를 확보하기 위해 교수님들을 대상으로 기업 이미지를 강화하여 긍정적인 구전효과를 증대시키고, 취업시즌 때 취업설명회에 적극적으로 참여하여 회사를 대외적으로 홍보하고 구인하는 전략이 필요할 것으로 보인다.

### 3. 취업의사결정 관련 변수의 요인분석

취업의사결정 시 중요성 평가에 사용된 19개 항목을 가지고 요인분석을 실시하였다. 추출 방법으로는 주성분 분석(principal components analysis)이 이용되었고, Varimax 방법으로 회전된 결과가 Table 4에 제시되었다. 분석 결과 고유치(Eigenvalue)가 1 이상인 5개 요인이 추출되었으며, 분류된 요인에 속한 항목들의 내용과 의미적 공통점을 근거로 5개의 요인을 각각 「직무보상정책 요인」, 「비인적 정보매체 요인」, 「기업이미지 요인」, 「구전 요인」, 「경험 요인」으로 이름 붙였다. Varimax 회전 후 누적 설명력은 67%이며, 전체 Cronbach's  $\alpha$  값은 0.87로 내적 일관

**Table 4.** Results of factor analysis of attributes influencing career decision

Factors	Attributes	Factor loading
Job/Compensation policy ( $v^2 = 6.091$ ; % variance: 32.06)	Job tasks	.80
	Working environment	.80
	Opportunity for professional development	.79
	Organizational culture	.73
	Fringe benefits	.72
	Wage and promotion opportunity	.70
Impersonal communication ( $v = 2.153$ ; % variance: 11.33)	Printed materials (brochure, catalog)	.89
	Corporate commercial (TV, radio)	.87
	Corporate Internet homepage	.75
Company image ( $v = 1.700$ ; % variance: 8.95)	Corporate reputation	.84
	Corporate brand image	.80
	Reputation of CEO	.66
Word-of-mouth ( $v = 1.441$ ; % variance: 7.59)	Word-of-mouth from alumni	.83
	Word-of-mouth from friends	.80
	Word-of-mouth from faculty members	.74
Personal experience ( $v = 1.253$ ; % variance: 6.60)	Field trip experience	.81
	Participation in company job fairs	.73
	Internship experience	.68
	Experience with the company as a customer	.47

\* Cumulative percent of variance after Varimax rotation = 66.5%, Overall Cronbach's  $\alpha = 0.8717$

<sup>o</sup>  $v =$  Eigenvalue

성이 높게 나타났다.

요인1 「직무보상정책 요인」에는 ‘근무환경’, ‘직무내용’, ‘자기계발기회’, ‘조직문화’, ‘복리후생제도’, ‘급여수준/승진기회’ 등 6개 변수가 묶였으며, 고유치가 6.091로 가장 크게 나타나 요인모델 가운데 「직무보상정책 요인」이 차지하는 비중이 가장 크다는 것을 알 수 있고 또한 전체변량 66.5% 가운데 32.06%를 차지하여 5개 요인 중 가장 중요한 요인임을 설명해 주고 있다. 요인2 「비인적 정보매체 요인」은 ‘회사 홍보물(브로슈어, 카탈로그)’, ‘회사광고(TV, 라디오)’, ‘회사인터넷 홈페이지’에서 높은 적재량을 보이고 있고, 요인3은 「기업이미지 요인」으로 ‘회사 유명도/인지도’, ‘회사 브랜드 이미지’, ‘최고경영자의 자질/명성’에서 높은 적재량을 보였다. 요인4는 ‘동문/선배들의 조언’, ‘친구들의 이야기’, ‘교수님들의 조언’ 등이 함께 묶여 「구전 요인」으로 명명했고, 마지막 요인5는 「경험 요인」으로서 ‘건축/방문 경험’, ‘취업설명회 참석’, ‘인턴쉽 경험’, ‘레스토랑/호텔식당 이용 경험’에서 높은 적재량을 나타냈다.

**4. 취업의사 결정요인이 취업희망분야에 미치는 영향에 관한 분석**

취업의사결정 5가지 요인들이 졸업예정자의 취업희망 분야에 미치는 영향을 파악하기 위하여 판별분석(discriminant analysis)을 실시한 결과 두개의 판별식이 규명되었다. 첫

**Table 5.** Correlation coefficients and standardized function coefficients of discriminant analysis

Variable	Correlation coefficients with discriminant function	Standardized function coefficients
Job/compensation policy	-.281	-.292
Impersonal communication	.763	.777
Company image	-.282	-.291
Word-of-mouth	.481	.495
Personal experience	.069	.072

**Table 6.** Original and predicted career preference

Preferred employment field		Predicted employment field			Total
		Commercial foodservice	Non-commercial foodservice	Hotel food & beverage	
Original <sup>a</sup>	Commercial foodservice	35 (35.0)	38 (38.0)	27 (27.0)	100 (100)
	Non-commercial foodservice	26 (22.6)	60 (52.2)	29 (25.2)	115 (100)
	Hotel food & beverage	25 (24.0)	35 (33.7)	44 (42.3)	104 (100)
Cross-validated <sup>b</sup>	Commercial foodservice	32 (32.0)	40 (40.0)	28 (28.0)	100 (100)
	Non-commercial foodservice	26 (22.6)	59 (51.3)	30 (26.1)	115 (100)
	Hotel food & beverage	29 (27.9)	38 (36.5)	37 (35.6)	104 (100)

<sup>a</sup>43.6% of the original group cases were correctly classified.

<sup>b</sup>40.1% of the cross-validated grouped cases were correctly classified.

번째 판별식은 통계적으로 유의적이었으나( $\lambda = .944, \chi^2(10, N = 316) = 18.21, p = .05$ ), 두 번째 판별식은 통계적으로 유의적이지 못한 것으로 나타났다( $\lambda = .984, \chi^2(4, N = 316) = 5.091, p = .28$ ). 판별변수와 표준화 정준 판별함수 간의 상관계수와 표준화된 정준 판별함수 계수는 Table 5에 제시되었다. 규명된 유의적인 판별식은 「비인적 정보매체 요인」과 「구전 요인」에 의해 대표되어 “기업에 관한 정보원”으로 명할 수 있다. 그러나 이 판별식의 유의도가 유의수준 .05의 경계 수준에 있으므로 이를 감안한 해석이 필요할 것으로 여겨진다.

이 판별식은 졸업예정 학생들 중 급식업체에 취업하고 싶어 하는 학생들의 희망취업분야를 52.2% 정확하게 예측하였고, 호텔에 취업하고자 하는 학생의 42.3%, 외식업체에 취업하고자 하는 학생들의 35%를 정확하게 예측하였다(Table 6). 교차 분석 결과에서도 전체 학생들의 40.1%의 희망취업분야를 정확히 예측하였다. 판별식의 예측력이 높지 않게 나온 것으로 미루어 보아 급식관련 전공 학생들의 취업 선호 분야의 예측에서 취업의사 결정 요인들의 설명력이 낮은 것으로 생각된다. 졸업 예정자들의 취업선호 분야를 보다 정확히 예측하기 위해서 다양한 변수들을 포함한 연구가 수행되어야 할 것이다.

판별함수 평균 분석 결과, 급식업체를 선호하였던 학생들의 판별함수 평균은 0.268인 반면, 외식업체와 호텔식음료를 선호하였던 학생들의 판별함수 평균은 각각 -0.097, -0.203이었다. 즉 「비인적 정보매체 요인」과 「구전 요인」을 중요시 하였던 학생들이 급식업체를 취업분야로 선호한 반면, 이 정보매체에 대한 중요성 인식이 낮았던 학생들이 호텔의 식음료부를 취업분야로 선호하였다.

**요약 및 결론**

본 연구의 목적은 식품영양·외식·조리 전공 졸업예정

자들이 취업의사 결정 시 중요하게 여기는 요인을 파악하고, 취업희망분야 선택에 취업의사 결정요인들이 미치는 영향을 연구하고자 하는 것이었다. 설문조사는 2001년 9월 24일부터 29일까지 실시되었으며, 자료처리에 사용한 설문지는 총 319부였다. 본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

1) 응답자 중 여성(89%)이 훨씬 더 많았으며, 대부분 19~25세 이하(89%)이었고, 2년제 대학 졸업예정자가 전체의 92%를 차지했다. 전공은 식품영양전공(37.9%)이 가장 많았고, 다음으로 조리전공(32.3%), 급식전공(18.8%), 외식경영전공(9.7%) 순으로 나타났다. 학생들이 가장 취업하고 싶은 분야는 급식분야(36.1%), 호텔 식음료분야(32.6%), 외식분야(31.3%)로 골고루 나타났다.

2) 취업의사결정에 관련되는 주요 변수들의 중요도를 분석한 결과 복리후생제도, 급여수준 및 승진기회, 근무환경, 자기개발기회, 직무내용 등 직무보상정책과 관련된 항목들이 가장 중요한 것으로 나타났다. 또한 기업의 이미지나 명성 등이 중요했고, 동문선배, 교수, 그리고 친구들로부터 얻는 조언이나 구전, 인턴쉽 경험과 같은 인적정보에 대해서도 중요하게 여기는 것으로 나타났다. 중요도가 다소 떨어지는 항목들은 비인적 정보전달 방법들인 홈페이지, TV나 라디오 광고, 인쇄홍보물 등으로 나타났다. 특히 급식회사에 취업하고자 하는 집단은 외식업체나 호텔식음료부서에 취업하고자 하는 그룹에 비해 교수님들의 조언과 취업설명회 참석을 취업의사결정시 중요하게 생각하는 것으로 나타났다.

3) 취업의사결정 관련 19개 변수들을 요인 분석한 결과 고유치(eigenvalue)가 1이상인 5개 요인이 추출되었으며, 분류된 요인에 속한 항목들의 내용과 의미적 공통점을 근거로 5개의 요인을 각각 「직무보상정책 요인」, 「비인적 정보매체 요인」, 「기업이미지 요인」, 「구전 요인」, 「경험 요인」으로 이름 붙였다. Varimax 회전 후의 누적 설명력이 67%이며 전체 Cronbach's  $\alpha$  값은 0.87로 나타났다.

4) 추출된 5개 요인들이 졸업예정자의 취업희망분야 결정에 미치는 영향을 파악하기 위해 판별분석을 실시한 결과 “기업에 관한 정보원”으로 대표될 수 있는 한 개의 판별함수가 통계적으로 유의적이었다. 「비인적 정보매체 요인」과 「구전 요인」을 중요하게 여기는 학생일수록 급식업체를 희망취업분야로 선택한 반면, 이를 중요하게 여기지 않는 학생일수록 호텔 식음료를 선호하였다.

본 연구에 참여한 대상자들은 서울 및 수도권 소재 2년제 및 4년제 8개 대학 재학생들로 본 결과의 일반화에 제한이 있으므로 미래에는 보다 대표성을 갖는 표본을 이용

한 연구가 필요할 것이다. 본 연구에서는 식품영양·외식·조리 관련 전공 졸업예정자들이 취업분야 결정 시 중요하게 여기는 요인들을 파악하였으나, 선호 취업 분야를 보다 정확히 예측할 수 있도록 다양한 의사결정 요인 및 변수들을 포함한 연구가 요구된다.

고용주로서 기업의 성공여부는 잠재적 지원자들의 기대와 요구사항을 경쟁사들보다 얼마나 더 잘 만족시켜 주느냐에 달려 있다고 본다. 국내 외식업체, 급식업체 그리고 호텔 기업들은 우수 잠재 인력들에게 호감을 주기 위하여 우선 졸업예정자들이 취업의사 결정 시 가장 중요하게 생각하면서도 기본적인 요소인 적절한 수준의 급여와 근무환경, 명확한 직무내용 등을 갖추는 것이 필요할 것이다. 학생들이 기업을 방문하거나, 채용을 위해 또는 특강 등으로 기업의 담당자들이 학교를 방문할 때 회사의 브랜드 이미지에 각별히 신경을 써야 할 것이다.

동문/선배, 교수 등의 조언과 구전이 학생들의 취업의사에 중요하게 작용하므로 장기적인 관점에서 관련된 분야 고객들과의 전략적인 관계관리가 필요하며 부정적인 구전 효과가 퍼지지 않도록 유의하는 것이 중요하다. 특히 급식업체들의 경우 학생들과 가장 가까이 있으면서 영향력을 발휘할 수 있는 대학 교수들을 대상으로 전략적인 홍보활동을 펼치며, 취업박람회 참여를 통해 대외적인 이미지를 홍보할 수 있다. 우수한 고객을 확보하고 유지하는 것이 하루아침에 이루어지지 않듯이, 경영자나 인사담당자들은 내부 고객인 우수 인력을 확보하는 것도 장기적인 관점에서 기업의 전략적인 커뮤니케이션 활동으로 달성될 수 있음을 기억해야 할 것이다.

## 참 고 문 헌

- 박인호(2000) : 성공적인 인적자원 투자관리 방안. *LG주간경제* 58 : 37-43
- 신철호(2004) : 브랜드경영과 디자인 경영, pp.3-68. 산업정책연구원, 서울
- Brooks L, Cornelius A, Greenfield E, Joseph R (1995): The relation of career-related work or internship experiences to the career development of college seniors. *Journal of Vocational Behavior* 46: 332-349
- Cable DM, Judge TA (1994): Pay preferences and job search decisions - A person-organization fit perspective. *Personnel Psychology* 47: 317-348
- Charles KR (1992): Career influences, expectations, and perceptions of Caribbean hospitality and tourism students - A third world perspective. *Journal of Hospitality and Tourism Education* 4(3): 9-14
- Dowling GR (1986): Managing your corporate images. *Industrial Marketing Management* 15: 109-110
- Jordan JP (1963): Exploratory behavior: the formation of self and occ-

- upational concepts. In Super DE ed, *Career Development: Self-concept Theory*, pp.42-78, College Entrance Examination Board, New York
- Kim TH, Lee YN, Park HH (2001): An exploratory study of the relationship between students' internship job satisfaction, first job choice, and word-of-mouth in food service industry. *The Academy of Korea Hospitality & Tourism* 7: 203-227
- Martin JH, Franz EB (1994): Attracting applicants from a changing labor market - A strategic marketing framework. *Journal of Management Issues* 6(1): 34-35
- Rynes SL, Barber AE (1990): Applicant attraction strategies - An organizational perspective. *Academy of Management Review* 15(2): 286-310
- Saks AM, Wiesner WH, Summers RJ (1996): Effects of job previews and compensation policy on applicant attraction and job choice. *Journal of Vocational Behavior* 49: 68-85
- Sciarini MP, Woods RH (1997a): Where hospitality students want to work: 1995-1996. *Journal of Hospitality & Tourism Education* 9(2): 6-9
- Sciarini MP, Woods RH (1997b): Selecting that first job: how students develop perceptions about potential employers. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* 38(4): 76-81
- Talbott SP (1996): Boost your campus image to attract top grads. *Personnel Journal* 75(3): 6-9
- Taylor MS (1988): Effects of college internships on individual participants. *J Appl Psychol* 73: 393-401
- Taylor MS, Bergmann TJ (1987): Organizational recruitment activities and applicants' reactions at different stages of the recruitment process. *Personnel Psychology* 40: 261-285
- Turban DB, Forret ML, Hendrickson CL (1998): Applicant attraction to firms: Influences of organization reputation, job and organizational attributes, and recruiter behaviors. *Journal of Vocational Behavior* 52: 24-44