韓國營養學會誌 38(10) : 880~894, 2005

위탁급식전문업체 지적자본 측정도구의 운용시험 평가*

박 문 경§**·양 일 선***

연세대학교 식품영양과학연구소,** 연세대학교 식품영양학과***

Practical Evaluation of Intellectual Capital (IC) Measurement Tool for Contract Foodservice Management Company*

Park, Moon-Kyung§ ** · Yang, Il-Sun***

*Research Institute of Food and Nutritional Science,** Yonsei University, Seoul 120-749, Korea*
*Department of Food & Nutrition,*** Yonsei University, Seoul 120-749, Korea*

ABSTRACT

The purposes of this study were to a) measure the IC identified of CFMC (contract foodservice management company), b) examine IC circumstance of CFMC, c) evaluate practically IC measurement tool of CFMC, and d) present information for selecting an adequate CFMC to clients. The questionnaires of IC measurement were handed out to 108 CFMCs, there composing of main office employees, foodservice managers, customers, and clients of 207 school, 38 hospital, and 86 business/industry foodservices. The statistical data analysis was completed using SPSS Win (ver 12.0) for descriptive analysis, t-test, Mann-Whitney U test. First, CFMCs had operational experience for an average of 8 years and 8 months, and served an average of 38,540 meals a day. Most of the respondent companies specialized in the school foodservice field and managed an average of 66 clients for the contract period of 2 years and 3 months. Second, the respondent companies had gotten a score of 77.78 points for the total average, 77.7 points in the large enterprise group and 78.1 points in the small and medium-sized enterprise group. Therefore, the minimum number of points for the accrediting license on qualification is suggested to be over 70 out of a 100 point scale; this study would be serve as reference for the certification license on qualification. On the level of evaluation category, the scores were 14.15 to 20 points on 「finance」, 19.24 to 25 points on 「customer」, 19.33 to 25 points on 「process」, 14.31 to 20 points on 「human resource」, and 8.6 to 10 point on 「renewal and development」. 「Renewal and development」 and 「customer focus」 received better grades than other evaluation categories. Third, 「Finance」 indicated similar distribution overall. Small and medium-sized companies had lower grades than large companies on 'market ability' of 「customer」, but, clients of small and medium-sized companies had higher grade for 'client satisfaction' than large companies. Most of the companies supported 'infrastructure support for foodservice operation' of 「process」 by the main office of CFMCs, but, the branch chain offices of CFMCs were not applied efficiently. Large companies made more effort to improve the 'employee ability' of 「human focus」 than small and medium-sized CFMC. The 'research and development cost' of 「renewal and development」 was increased compared to the previous year. In conclusion, if CFMCs were to perform self-evaluation and a routine checkups by utilizing CFMC's IC measuring tool, improvements in CFMC operational capacities as well as foodservice quality can be noted. (*Korean J Nutrition* 38(10) : 880~894, 2005)

KEY WORDS : foodservice industry, contract foodservice management company, intellectual capital, measurement tool, category, indicator, attribute.

서 론

최근 국내 급식산업 분야에서는 학교, 병원 사업체 등의 단체급식 시설의 급식 업무를 전문적으로 위탁받아 경영하는 위탁급식전문업체가 등장하여 급식산업에서 큰 관심을 모으고 있다. 1988년 국내 위탁급식시장이 활성화 된 이후 현재 운영형태 및 식단가의 다양화, 사업 영역의 다각화로 위탁급식 시장이 기존의 정형적 틀에서 벗어나 이용고객의 요구에 부응하며 차별화된 성장을 보이고 있다.[1] 현재 국내 급식시장의 위탁급식산업은 이제 성숙기에 접어들었고 위탁급식전문업체뿐만 아니라 위탁급식업자도 계속 증가하는 추세이다. 3조원대 시장으로 성장하는 10여년 동안 위탁급식

접수일 : 2005년 9월 28일
채택일 : 2005년 12월 16일
*This work was supported by the Korea Research Foundation Grant (KRF-2002-041-C00345).
§To whom correspondence should be addressed.
E-mail : mkpark0710@yonsei.ac.kr

© 2005 The Korean Nutrition Society

업은 일반 대중음식점과 마찬가지로 식품접객업으로 분류되어 관리되었으며, 2003년 4월에 와서야 식품위생법 개정에 따라 '위탁급식업'이라는 새로운 업종으로 탄생하게 되었다. 식품위생법 시행령 (대통령령 제 17971) 제 7 조 제 8 호 마목에서 『집단급식소를 설치 · 운영하는 자와 위탁계약에 의하여 그 집단급식소 내에서 음식류를 조리하여 제공하는 영업』으로 규정함으로써 위탁급식업종이 법적 근거를 갖게 되었다.[2] 이에 위탁급식업체는 식품위생법 제 69 조 규정에 의한 집단급식소 신고와는 별개 사항으로 각 구청에 위탁급식업을 신고하도록 되었다.

이처럼 단기간에 양적인 성장으로 최근 다양한 문제들이 제기됨으로써[3] 위탁급식업의 발전과 이에 따른 제도적 뒷받침과 관련되어 다각적인 연구의 진행이 이루어져 왔다. Park[4]은 급식 위탁 운영에 대해서는 계약과 관련해서 고객사 계약 담당자의 업체 선정에 영향을 미치는 요인에 대해 '운영계획의 적정성' 영역이 가장 중요한 평가 요인으로 지적하였으며, 위탁급식전문업체 개발영업 사원과의 견해차이 등을 제시하였다. 또한 위탁급식전문업체와 고객사 간의 장기계약 결정에 미치는 요인에 대한 연구를 통해서 위탁급식업체가 고객사를 지원하는 부분에 대한 역량이 강화되어야 한다고 보고된 바 있다.[5]

급식성과 평가를 위한 연구로 Song[6]은 학교급식을 대상으로 성과평가를 측정하기 위한 BSC (Balanced Scorecard)를 개발하여 이의 타당성을 입증하였으며, Hyun[7]은 고등학교 위탁급식 운영의 재무성과 및 이에 대한 견해를 조사함으로써 1식당 적정 식재료비를 1,200~1,300원으로 하며 이때의 표준계약서를 제시하였다.

병원급식에 관해서는 직영운영 중인 병원을 대상으로 급식 및 영양서비스 향상을 위한 질관리 기준 및 도구를 개발하여 평가한 연구가 수행되었으며,[8] 급식 위탁운영 중인 병원을 대상으로는 위탁관리 운영 실태를 조사하고, 위탁 운영에 대해 계약 및 급식업무의 분장과 같은 제반 관련 사항을 분석된 바 있다.[9] 병원 및 위탁사 영양사간의 업무 만족도 향상을 위한 갈등요인을 분석한 Kim[10]의 연구에서는 집단간 목표의 차이, 성과기준 및 보상체계, 한정된 자원 등이 갈등원인인 것으로 나타났다. 병원급식의 위탁운영 평가로는 BSC와 QFD (Quality Function Deployment)를 활용하여 병원 위탁급식의 운영평가 및 운영전략을 수립한 연구가 수행되었다. 이 연구에서는 병원급식의 운영평가를 통한 전략을 BSC의 4가지 항목으로 분류하여 각각의 항목별 수립된 전략의 우선순위에 따른 수행을 제안하였다.[11] 따라서, 기존의 의료서비스 평가제도의 한 부분으로 평가되어오던 병원급식에 대한 세부적인 연구가 수행되고 있으며, 특히 최근 급식소 유형 중에서 가장 위탁화가 느린 병원의 점진적인 위탁화 추세에 맞추어 병원급식의 위탁 운영에 대한 평가 연구들의 수행이 늘고 있는 추세이다.

사업체 급식의 경우에는 사업체급식과 유사한 특성을 갖고 위탁운영되고 있는 대학급식을 대상으로 운영평가 및 평가도구를 개발한 것을 초기로 하여[12,13] 위탁급식전문업체의 종합적 품질경영 평가도구가 개발되어 운용시험 평가되었으며, 이를 통해서 위탁급식전문업체 품질 평가를 위한 다각적인 측면의 평가가 시도되었다.[14]

이처럼 급속한 발전을 이룬 위탁급식업종의 질적 향상을 위해 기존에 위탁급식전문업체를 대상으로 이루어진 평가 연구는 일반적인 기업의 평가를 하는 방식은 재무 · 회계적인 방법을 답습한 평가 방법이거나 다양한 특징을 가진 다수의 급식업장을 보유한 위탁급식업의 특성을 고려하지 못한 업장 중심, 급식소 유형 중심, 급식 대상자 중심의 협의적 연구로 이루어져왔다.

이와 같이 기존의 연구를 통해 위탁급식전문업체의 질적 성장과 정책적 지원 및 법적 제도의 지원을 위한 요구가 제기되어 왔으나 급속한 발전을 이룬 급식 관련 산업 자체적으로도 위탁급식전문업체 인증제도의 도입에 대한 필요성이 인식되면서 이에 대한 요구가 일고 있으며,[15] 이를 통해 기존의 품질이나 재무회계로 치우친 평가가 아닌 비 재무적 중요 자본도 기업의 자본으로 통합하는 지적자본 (intellectual capital)의 개념을 접목하여 인증제도 도입을 위한 급식운영 평가 모형 기준항목이 선정된 연구가 진행되기에 이르렀다.[16] 이를 통해 고객 (customer), 고객사 (client), 위탁급식전문업체 (contractor) 측면을 고려한 통합적인 측정뿐 아니라, 3자간의 원활한 운영이 이루어지기 위한 지원 infra system을 모두 포함하여 급식 기업 전반에 걸친 통합적 평가가 이루어지지 못한 점이 지적되어 새로운 방향의 기업 평가 도구가 개발되었다.[17] 이와 같은 도구는 각각의 상이한 측정항목별 비교 표준을 점수화하여, 몇몇 대기업군에 의해서 이끌어져가고 있는 국내 위탁급식시장에서 객관적인 평가의 도구로써 활용가능성이 높게 평가되고 있다.

따라서, 본 연구는 급식산업에서는 처음 도입된 지적자본의 개념을 활용하여 개발된 측정도구의 운용시험평가를 실시해 봄으로써 국내 위탁급식전문업체의 지적자본 보유 및 운영 현황을 파악하고 개발된 지적자본 측정 도구가 국내 위탁급식전문업체의 평가에 활용될 수 있는지 여부를 타진해 보고자 하였으며, 향후 위탁급식전문업체 (contractor)와 위탁의뢰기관 (client) 등 다자간의 신뢰성있는 정보를 제공하고자 하였다.

조사 내용 및 분석 방법

1. 조사 대상

한국급식관리협회 및 위탁급식전문업체 대기업 사장단회의에 소속되어 있는 국내 위탁급식전문업체와 접촉 가능한 위탁급식전문업체 총 108개 업체를 대상으로 사전 연구의 취지를 설명하고 연구 참여의사를 타진하는 사전 협조 요청 단계 (prenotification)를 거친 후 운용시험 평가를 실시하였다. 사전협조 요청단계에서 확인한 주소 및 운영중인 업장 유형 등의 자료를 근거로 하여 각 업체를 대상으로 설문조사를 실시하였다. 이 과정에서 본 연구를 통해 각 기업이 얻을 수 있는 이점을 충분히 설명하여 조사대상들의 참여를 최대화할 수 있도록 유도하였다.[18,20]

설문지는 조사대상 내용에 따라 위탁급식전문업체 본사 담당자 (contractor, 을사) 및 업장 담당자 (contractor, 을사), 급식위탁 의뢰기관 (client, 갑사) 담당자, 고객 (customer)을 대상으로 실시하였으며, 각 위탁급식전문업체 규모에 따른 운영업장의 유형 및 인원여부에 무관하게 동일 부수를 발송하고 반송봉투를 통해 회수하였다. 회수되지 않은 설문지는 수신 확인전화 및 추가 설문지 발송을 통하여 회수율을 높이고자 하였다.

전체 108개 위탁급식전문업체 본사로 설문지가 발송되었으며, Table 1에서 보는 바와 같이 108개 업체의 본사는 각 업체별로 32명씩, 급식소 유형별로는 각 업체 보유 업장에 따라 표준 업장을 무작위 선정하여 학교 29명, 병원 29명, 사업체 29명을 업장 한곳당 조사대상자로 하였다. 따라서, 각 업체마다 급식소 유형별 1~2곳씩 발송되어 전체 업장유형별로는 학교가 207개 업장, 병원이 38개 업장, 산업체가 86개 업장에 설문지가 발송되었다. 이에 전체 조사대상자는 본사 3,456명, 학교급식 6,003명, 병원급식 1,102명, 산업체 2,494명이 각각 조사대상으로 전체 13,055부 수가 발송되었고, 총 52개사의 회신으로 회수율 48%였다. 각 설문지 종류에 따른 조사 대상은 다음 Table 1과 같다.

2. 자료 수집 및 기간

2003년 11월 초에 연구의 목적, 연구의 내용 및 조사시기 등을 연구의 필요성과 연구 참여 여부 등을 타진한 후에 각 업체별로 설문지를 발송하였고, 미 회수된 업체를 대상으로 한 재발송 및 협조요청으로 2004년 2월 첫째주까지 회수하였다.

3. 조사 내용

재무, 고객, 과정, 인적자원, 개발 및 혁신의 5가지 항목 (category)의 세부 지표 (indicator)와 이들 지표는 각각 속성 (attribute)로 분류되어 모두 표준 점수화로 산출된다.[17] 「재무」, 「고객」, 「과정」, 「인적자원」, 「혁신 및 개발」의 5개 항목 (category)별 지표 (indicator)로는 「재무」에는 해당 기업의 '수익성', '활동성', '성장성', '유동성', '안정성', '자본금'이 포함되었으며, 「고객」에는 '시장력', '고

Table 1. Measurement tool and respondent

		Measurement type and content	Respondent (persons)
Headquarters		A Operation and management of CFMC	Official-man (1)
		B System for operating and managing branch office of CFMC	Officer (1)
		C Job satisfaction of CFMC's employee	Random sample (30)
Branch office	School	D Job satisfaction of foodservice manager	Foodservice manaager (official leader, dietitian, cook) (5)
		E System for operating and managing branch office of CFMC	Official leader (1)
		F Customer satisfaction on school foodservice	Customer (20)
		I Client satisfaction	Client (3)
	Hospital	D Job satisfaction of foodservice manager	Foodservice manaager (official leader, dietitian, cook) (5)
		E System for operating and managing branch office of CFMC	Official leader (1)
		G Customer satisfaction on hospital	Customer (20)
		I Client satisfaction	Client (3)
	Business & Industry	D Job satisfaction of foodservice manager	Foodservice manaager (official leader, dietitian, cook) (5)
		E System for operating and managing branch office of CFMC	Official leader (1)
		H Customer satisfaction on B&I foodservice	Customer (20)
		I Client satisfaction	Client (3)

객사 (client) 확보', '고객만족', '고객사 (client) 유지', '고객사 (client) 수익성'이 포함되었다. 「과정」에는 '경영 및 운영 인프라 시스템', '인증제도 보유', '품질경영 제도 도입' 지표로 구성되었으며, 「인적자원」에는 '직원 능력', '인적자원 보유', '직원의 직무 만족', '직원 유지도'가 포함되었다. 마지막으로 급식 운영에 대한 미래의 급식 운영상태를 전망해보기 위한 「혁신 및 개발」에는 '연구개발', '정보기술', '신규사업/시장개발' 항목으로 최종 항목이 규명되었으며, 각 평가항목 (category)별 지표 (indicator)에 해당되는 세부 속성 (attribute)이 선정되었다.[17]

이들 지적 자본의 표준 점수를 산출하기 위하여 9개의 조사도구를 활용하여 조사하였으며 (Table 1), 조사된 결과는 재무 및 관리회계 전문가에게 자문하여 조사 결과의 타당성을 검증하였다.

4. 통계적 분석 방법

본 연구의 통계적 분석을 위해 SPSS 12.0 통계 package를 활용하여 다음과 같은 세부 분석을 실시하였다.

위탁급식전문업체 운영특성 및 수준 파악을 위해 기술통계분석 (descriptive analysis), 위탁급식전문업체 규모별 지적자본 표준화 점수의 차이 규명을 위해서 모수분석과 비모수 분석에 따라 t-test와 Kolmogorov-Smirnov검증 및 Mann-Whitney U 검증을 실시하였다. 위탁급식전문업체 운영 자본의 점수를 산출하기 위하여 기술통계분석 (descriptive analysis)을 실시하였다.

결과 및 고찰

1. 조사대상 위탁급식전문업체 일반사항

조사대상 위탁급식전문업체들은 대부분 90년대 초반부터 다수의 위탁급식전문업체들이 설립되다가 90년대 후반에 급격히 생기기 시작한 것으로 나타났고, 평균 8년 8개월간 운영된 것으로 조사되었다. 설립 자본금은 평균 45억으로 최소 5천만원에서 최대 810억원의 업체도 있었다. 810억원의 자본금으로 설립된 업체의 경우에는 위탁급식만을 전문으로 설립된 회사가 아닌 위탁급식이 그 기업에서 하나의 조직 부문으로 포함되는 경우였기에 타 위탁급식전문업체와는 다르게 다른 사업부문이 포함된 경우여서 자본금이 상이하게 높은 경우였다 (Table 2).

조사 대상 위탁급식전문업체 운영현황은 다음 Table 3과 같이 2곳을 제외한 대부분의 위탁급식전문업체들이 학교급식을 위탁운영하고 있었고, 평균 15개 업장을 운영하고 있었으며, 1일 평균 1만식으로 4억 8천 8백만원의 매출을 올리고 있는 것으로 조사되었다. 학교의 경우에는 일 매출액에서 최대 66억의 매출을 올리고 있었고 이는 다수의 업장 보유 및 일식수에 기인했을 것으로 추론된다. 또한, 사전 급식소 전화 조사를 통한 설문지 타진시 조사된 바에 의하면 급식 이외에 매점과 같은 부대시설을 동일 위탁급식전문업체에서 운영한 경우에 급식 매출액에 부대시설의 매출액을 함께 합산하고 있었기에 이를 기재했을 경우도 포함되어 있었을 것으로 여겨진다.

병원은 전체 33개 업체 중에서 11개 업체가, 대학은 12개 업체가 운영하고 있었다. 병원의 경우에는 장례식장 급식 및 외래식당을 함께 운영하여 얻은 매출액이 이에 포함되었을 것으로 사료되며, 1일 평균 3천식으로 매출액 1억 9천 8백만원으로 조사되었다. 대학은 1일 평균 7천식으로 4억 5천만원의 매출액인 것으로 밝혀졌다.

복지시설, 교통수단, 운동시설은 운영하고 있지 않는 위탁급식전문업체가 대부분이었고, 산업체는 사무실, 공장, 관공서의 형태를 운영하고 있는 경우가 대다수였다. 산업체 급식소의 경우에는 공장이 최대 227개 업장으로 17만 9천식에 평균 8천 9백식으로 산업체 중에서 가장 많은 일식수를 제공하고 있었으며, 따라서 1일 매출액도 20억의 가장 높은 수익을 창출하고 있었다. 학교가 산업체에 비해 가장 많은 업장과 일식수를 공급하고 있었으나, 식단가와 최대 제공 식수 및 업장수의 차이에 의해 평균은 이와 같은 결과가 나온 것으로 사료된다.

Table 2. Demographic factor of CFMC

Categories		Frequency (%)	Mean	SD
Foundation year (yr)	1984	2 (6.3)		
	1985 - 1989	4 (12.5)		
	1990 - 1995	9 (28.1)		
	1996 - 2000	17 (53.1)		
Total		32 (100.0)		
Operation period[1)]		32	8 yr 8 mon	5 yr 6 mon
Capital (won)[2)]		31	4,512,570,968	14,729,012,560

CFMC: Contract foodservice management company
1) Median: 6 yr
2) Minimum: 50,000,000 won, maximum: 81,000,000,000 won, median: 250,000,000 won

Table 3. Operation circumstance of respondent CFMC (N = 33)

Foodservice type	Operation[1]		Foodservie No. possessed (ea)				Average meal volume a day (meal)				Sales a day (won)			
	Opera-tion	Non-operation	M	SD	Min	MAx	M	SD	Min	MAx	M	SD	Min	MAx
Hospital	11 (33.3)	22 (66.7)	4.72	14.61	0	80	3,016.20	7,707.22	0	26,152	198,794,233	684,269,102	0	3,500,000,000
School[2]	31 (93.9)	2 (5.9)	14.55	24.33	0	128	10,860.59	14,324.19	0	69,669	488,526,467	1,320,505,442	0	6,600,000,000
College & Univ	12 (36.4)	21 (63.6)	4.97	13.43	0	63	7,292.29	28,999.60	0	160,983	451,786,457	1,299,699,465	0	5,900,000,000
B & I[3] (factory)	11 (33.3)	22 (66.7)	25.56	62.01	0	227	8,956.00	33,996.51	0	179,938	2,018,476,483	8,500,759,200	0	45,000,000,000
B & I[3] (office)	13 (39.4)	20 (60.6)	14.19	35.69	0	135	5,664.43	18,662.53	0	83,138	699,198,750	2,213,280,109	0	10,000,000,000
B & I[3] (government and public office)	11 (33.3)	22 (66.7)	3.72	9.82	0	50	950.77	2,499.21	0	11,000	192,132,104	926,584,611	0	5,000,000,000
B & I[3] (training institute)	7 (21.2)	26 (78.8)	0.91	2.36	0	9	421.61	1,682.52	0	9,120	83,694,467	248,761,504	0	1,000,000,000
Millitery	5 (15.2)	28 (84.8)	0.16	0.45	0	2	70.03	259.01	0	1,301	30,982,183	148,354,028	0	800,000,000
Wellfare facilities	3 (9.1)	30 (90.9)	0.16	0.57	0	3	30.65	153.12	0	850	18,176,667	99,501,058	0	545,000,000
Transpor-tation	1 (3.0)	32 (97.0)	0.06	0.35	0	2	0.00	0.00	0	0	66,666,667	36,514,837	0	200,000,000
Sports facilities	3 (9.1)	30 (90.9)	0.03	0.18	0	1	9.17	50.21	0	275	695,404	3,744,862	0	20,166,700

CFMC: Contract foodservice management company
[1] Frequency (%)
[2] Median - average meal volume a day: 5000 meal, sales a day: 54,640,000 won
Median of other foodservice was analyzed a zero as non-operation
[3] B & I: business and industry

Eum[3]의 연구에서는 대기업과 중소기업을 분류하여 조사한 결과에서 대기업의 평균 보유 업장수는 공장, 사무실, 고등학교, 대학, 병원 급식소를 각각 약 109개, 70개, 30개, 22개, 20개 보유하고 있었고, 중소기업의 경우에는 도시락 10개, 사무실 8개, 중 · 고등학교, 및 대학교 급식소와 병원 급식소를 대부분 5개 이하로 보유하고 있었던 결과와 비추어 볼때, 본 연구에서 조사된 결과의 기업규모별 분류 없이 합산되어 제시하였으므로 편차에서도 볼 수 있듯이 기업규모별 차이가 크게 있을 것으로 보인다.

최근에 민간 급식이 가능하게 된 군부대의 경우에는 5개의 위탁급식전문업체가 운영하고 있었으며 2개의 업장에 1일 최대 1,300식을 공급하고 있는 것으로 조사되었다.

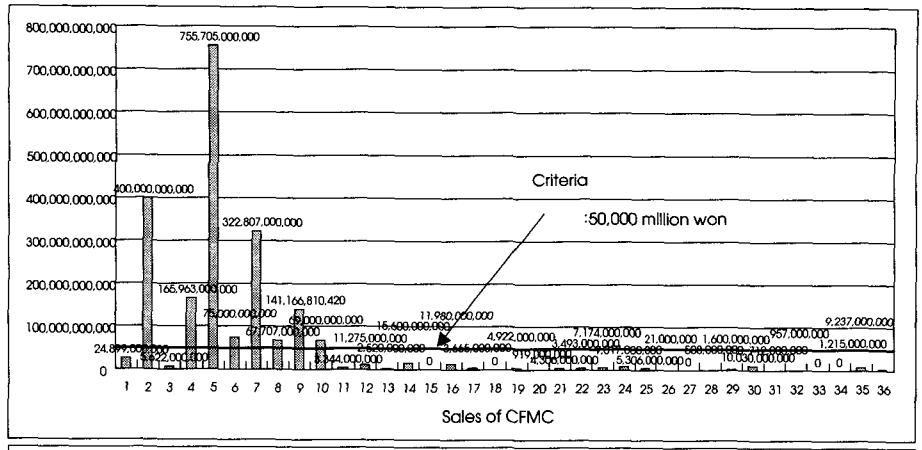
각각의 결과치는 대기업과 중소기업 모두의 결과를 평균내어 산출된 것이므로 기업별 표준편차가 큰 것으로 분석되었다. 또한, 중소기업의 경우에는 대부분 학교급식만을 운영하고 기타 나머지 유형의 급식소는 운영하고 있지 못한 경우가 대다수여서, 그 빈도의 차이에 의해 중앙값은 학교를 제외하고는 모두 0이었고, 최소값 역시 모두 0이었다. 이는 Eum[3]의 연구결과 국내 위탁급식전문업체가 기업 규모에 따라 보유 업장수 및 제공 총식수의 차이가 점차 커지며 대기업에 편중되어 운영되고 있다는 보고와 일맥상통하는 결과로 사료된다.

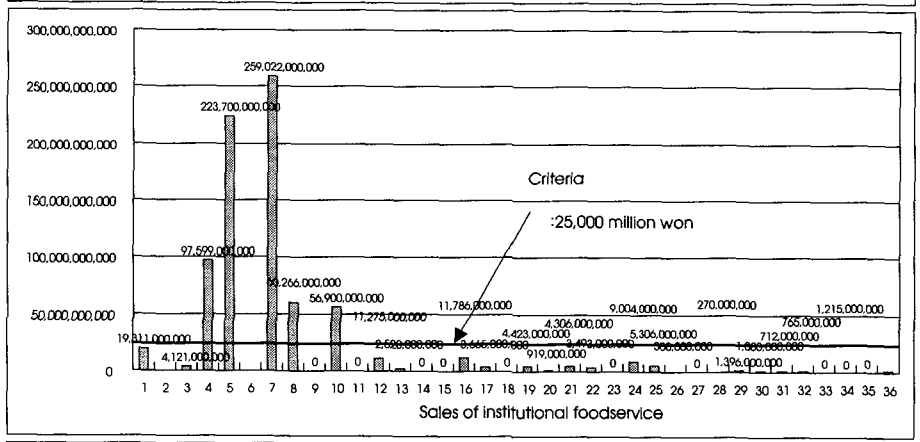
2. 기업 규모에 따른 위탁급식전문업체의 지적자본 측정 현황

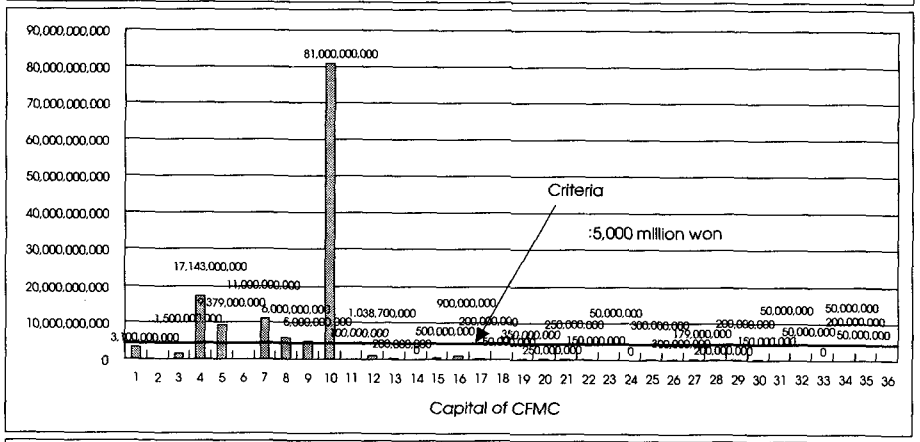
1) 위탁급식전문업체 기업 규모 분류

기업 규모에 따른 지적자본 보유 수준의 상이함으로 인하여 대기업과 중소기업이 같은 점수 기준으로 배점을 받을 시에 중소기업의 불합리함을 최소화하기 위하여[21] 기업의 규모에 따른 점수 배점 기준을 각각 다르게 적용하고자 하였다. 이를 위해 조사대상 위탁급식전문업체를 대기업과 중소기업으로 분류하여 추후 연구를 진행하였다.

국내 중소기업의 범위는 중소기업기본법에 의해 기준이 정해지고 있으며, 중소기업기본법시행령 제 2 조 및 3조에 의해 그 정의와 범위가 업종 및 근로자수, 자산규모 등이 정해져 있고, 대기업의 경우에는 현재 독점규제 및 공정거래에 관한 법률 제 9 조에 의해 그 기준이 정해져 있는 현실이다. 이와 같은 분류를 위한 세부 기준은 기업 규모 대비 조리원수와 같은 항목에서 조리종사원을 외부 위탁으로 실시하고 있거나 임시직으로 운영하고 있는 경우가 많은 위탁급식전문업체의 경우에는 국내 대기업과 중소기업을 분류하는 법







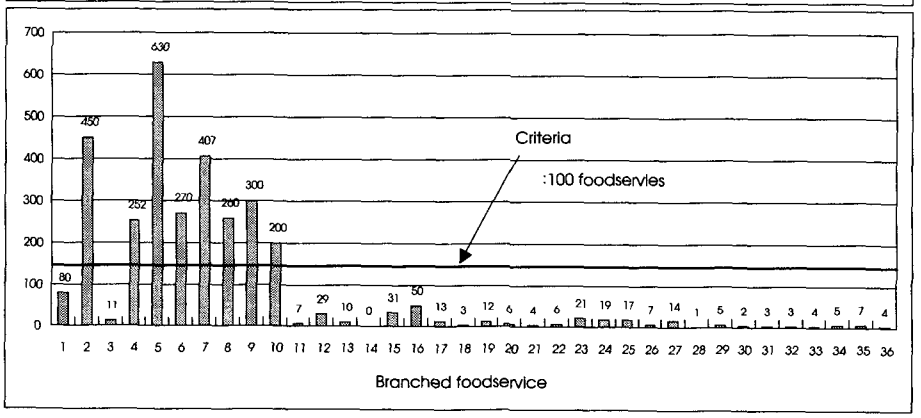


Fig. 1. Classifacation by size of CFMC. CFMC: Contract foodservice management company.

률의 적용에 한계가 있으며, 2002년 4월에 위탁급식업종이 새로 신설되어 해당 업종에 대한 기준이 미비한 현실로 인하여 통상적으로 대기업 계열사인 위탁급식전문업체는 대기업으로 인식되어 오고 있는 실정이었다.[22-25]

이에 본 연구에서는 지적자본 측정도구를 활용하여 대기업과 중소기업 대비 지적자본 보유 수준을 알아보고자 하였기에, 국내 위탁급식전문업체의 형황 및 업체의 특성을 감안하여 새롭게 대기업과 중소기업을 분류하였다. 분류기준은 인터뷰를 통해 도출된 총매출액, 단체급식부문 매출액과 자본금, 보유 고객사수를 추가 기준으로 하여 총 4개의 기준으로 각각의 추이에 따라 대기업과 중소기업을 분류하였다 (Fig. 1).

Fig. 1에서와 같이 업체별 특성이 구분되는 지점을 기준으로 하여 대기업과 중소기업을 분류한 결과 전체 조사대상 기업 중에 8개 업체가 대기업으로 분류되었으며, 나머지는 중소기업으로 분류되었고, 경영학 자문단에게 감사를 의뢰하여 그 타당성을 입증하였다. 이로써 전체 회수된 기업 중에서 총 8개사가 대기업군으로 분류되었다.

2) 위탁급식전문업체 지적자본 항목 (Category)별 측정

위탁급식전문업체 지적자본 측정도구의 운용 시험 평가 결과는 다음 Table 4와 같다.

지적자본 항목별 점수를 산출하기 위해서는 각각의 지적자본 항목에서 요구된 모든 세부 항목의 점수가 모두 기재된 기업만이 이들 점수를 합산한 총점의 추정이 가능하므로 평가 세부 항목에 대해 한 문항도 빠짐없이 조사되어 점수화된 위탁급식전문업체에 한하여 지적 자본 항목별 점수가 산출되었다. 또한 최종적으로 총점 (100점 만점)을 내기 위해서는 이와 같은 「재무」, 「고객」, 「과정」, 「인적자본」, 「혁신 및 개발」의 지적자본 항목별 합계 점수가 모두 산출된 회사만이 대상이 될 수 있었다. 따라서, 각각의 항목 및 총점의 대상 업체수가 다르며, 전체 회수된 52개 조사대상 업체 중에서 총점을 산출할 수 있는 업체는 5개 업체만으로 축소될 수 밖에 없었다. 또한, 중소기업일수록 지적자본의 세부 항목에 대한 자료를 모두 제출하지 못한 위탁급식전문업체들이 대다수여서, 전체 총점은 1개의 중소기업에 한해서 산출되었으므로 그 기업의 특수성이 배제되지 못한 제약점이 있어, 전체 점수에 대한 대기업과 중소기업간의 차이에 대한 부분은 본 연구에서는 조사되지 못하였다.

전체 100점 만점에 대해서 전체 위탁급식전문업체들은 평균 77.78점이었고, 대기업이 77.70점, 중소기업은 78.10점을 받은 것으로 나타났다. 이에 본 연구의 결과를 토대로 국내 위탁급식전문업체로써 갖추어야할 최소 점수를 70점으로 제안할 수 있으며 추후 이와 같은 점수를 토대로 면밀한 검토를 거쳐 위탁급식전문업체 인증제도 마련이 가능하리라 사료된다. 또한 추후 위탁급식전문업체 인증제도를 위한 기준 설정시 각 해당항목에 도출 및 기준점수를 위한 기초자료로 본 연구 결과가 사용될 수 있을 것으로 사료된다.[4]

「재무」 항목은 전체 20점 중에서 대기업은 평균 14.40점이었으며, 중소기업은 14.07로 대기업과 중소기업 간의 큰 차이가 없었으며 전체 14.16점이었다. 「고객」은 전체 25점 만점에 대해서 12개 위탁급식전문업체가 평균 19.71이였으며, 대기업이 19.94점, 중소기업이 19.54점으로 나타났다. 「과정」은 전체 25점 만점으로 대기업은 19.33점, 중소기업은 17.29점으로 전체 평균 17.83점으로 나타났다. 「인적자본」은 대기업이 14.36점, 중소기업이 14.20점으로 20점 만점에 전체 평균 14.31점으로 나타났다. 「혁신 및 개발」은 10점 만점으로 대기업이 9.43점, 중소기업이 8.08점으로 전체 위탁급식전문업체는 평균 8.6점으로 나타났다.

모든 항목에서 대기업이 다소 높은 점수를 받은 것으로 나타났으며, 이는 자료의 제공 및 전체 응답대상 업체 및 점수 산출 가능 업체 수가 대기업이 많았기 때문이다. 또한, 일반적으로 높은 시장점유율, 고객사수 및 1일 급식수가 많고, 고객들의 업체 인지도가 높은 위탁급식전문업체들의 점수가 전반적으로 높게 산출되었다.

대체로 모든 평균값이 중앙값과 유사하여 위탁급식전문업

Table 4. Measurement by intellectual capital categories of CFMC

score

Categories (distribution of score)	Total			Large corporation			Smaller corporation			Z-value
	Respondent Co.[1)]	M	Median	Respondent Co.[1)]	M	Median	Respondent Co.[1)]	M	Median	
Finance (20)	19	14.16	14.0	5	14.40	14.0	14	14.07	14.0	−0.140
Customer (25)	12	19.71	19.6	5	19.94	19.9	7	19.54	19.6	−0.488
Process (25)	23	17.83	17.0	6	19.33	19.0	17	17.29	17.0	−1.803
Human resource (20)	13	14.31	14.4	5	14.36	15.0	8	14.28	14.3	−0.147
Renewal and development (10)	10	8.62	9.0	4	9.43	9.4	6	8.08	7.8	−1.506
Total (100)	5	77.78	78.1	4	77.70	77.4	1	78.10	78.1	0.000

CFMC: Contract foodservice management company

1) CFMC altogether responded IC (intellectual capital) measurement categories could be calculated

체의 지적자본 측정결과 간의 편차는 적은 것으로 사료되며, 이 역시 모든 항목을 응답한 업체들이 대체로 상위 업체들이였던 것에 기인했을 것으로 사료된다. 또한 조사대상 업체들의 결과를 볼때 대기업일수록 또한 사회적으로 상위 기업으로 인식된 업체일수록 높은 점수를 받은 것으로 분석되어, 개발된 지적자본 측정도구 실용화의 타당성이 있는 것으로 판단된다.

3) 위탁급식전문업체 지적자본 항목별 지표 (Indicator) 측정

조사대상 위탁급식전문업체의 지적자본은 대체로 모든 평균값이 중앙값과 유사하여 지적자본 평가기준에 따른 보유수준간의 편차는 적은 것으로 사료되었으며, 각 지적자본 항목별 지표의 점수를 산출한 결과는 다음과 같다 (Table 5).

(1) 「재무」 항목

「재무」항목의 지적자본 측정결과 25점 만점에 대해 전체 20개 업체 평균은 14.15점으로 대기업 14.33점, 중소기업 14.07점으로 산출되었다. 전체 항목 중에서 '안정성'이 3점 중에서 1.86점으로 가장 낮은 점수였으며, 2002년도 「재무」는 대기업이 중소기업보다 안정성이 떨어지는 것으로 나

Table 5. Measurement by the indicators on each category of CFMC's intellectual capital score

Indicators (distribution of score)	Total			Large corporation			Smaller corporation			Value[2]
	Respondent Co.[1]	M	Median	Respondent Co.[1]	M	Median	Respondent Co.[1]	M	Median	
Finance catogory										
Profitablity (5)	28	3.50	3.5	7	3.79	3.5	21	3.40	3.5	z = −0.847
Activity (3)	29	2.00	2.0	7	1.86	2.0	22	2.05	2.0	z = −0.614
Growth (4)	27	3.00	3.0	7	2.86	3.0	20	3.05	3.0	z = −0.847
Flexibilty (3)	29	2.00	2.0	7	2.14	2.0	22	1.95	2.0	z = −0.614
Stability (3)	22	1.86	2.0	6	1.75	1.8	15	1.97	2.0	z = −1.277
Capital (2)	31	1.61	1.5	6	1.75	1.8	25	1.58	1.5	t = 0.981
Total (25)	19	14.16	14.0	5	14.40	14.0	14	14.07	14.0	z = −0.140
Customer category										
Market abilty (5)	25	2.98	2.4	7	4.09	3.4	18	2.56	2.1	z = −2.856***
Client security (5)	18	3.86	3.8	5	3.60	3.0	13	3.96	3.8	z = −0.673
Customer satisfaction (6.5)	44	5.30	5.5	8	5.25	5.0	36	5.31	5.5	t = −0.151
Client maintencance (6)	26	5.02	5.5	5	4.50	4.5	21	5.14	5.5	z = −1.726
Client profitability (2.5)	24	1.92	2.0	5	2.10	2.5	19	1.87	2.0	z = −0.634
Total (25)	12	19.71	19.6	5	19.94	19.9	7	19.54	19.6	z = −0.488
Process category										
Business and operation infrastructure system (20)	23	14.70	14.0	6	15.17	15.0	17	14.53	14.0	z = −0.499
Certification property (2.5)	33	1.20	1.5	6	2.17	2.5	27	0.98	0.5	t = 4.208***
Quality management (2.5)	33	1.65	1.5	6	2.00	2.0	27	1.57	1.5	t = 1.856
Total (25)	23	17.83	17.0	6	19.33	19.0	17	17.29	17.0	z = −1.803
Human resource category										
Employee ability (6)	16	5.00	5.0	5	5.10	5.0	11	4.95	5.0	z = −0.240
Human resource (5)	22	3.62	3.7	5	3.56	3.5	17	3.64	3.8	z = −0.317
Employee satisfaction (5)	49	2.98	3.0	8	2.50	2.5	41	3.07	3.0	t = −2.130
Employee maintenan (4)	23	3.11	3.0	5	3.10	3.5	18	3.11	3.0	z = −0.115
Total (20)	13	14.31	14.4	5	14.36	15.0	8	14.28	14.3	z = −0.147
Renewal and development category										
Research and development (5)	14	4.30	3.7	5	4.76	4.7	9	4.04	4.4	z = −1.777
Information technology (2.5)	31	2.02	2.5	6	2.50	2.5	26	1.90	1.5	t = 5.367***
New business/market development (2.5)	20	1.85	1.8	4	2.23	2.4	16	1.76	1.7	z = −1.777
Total (10)	10	8.62	9.0	4	9.43	9.4	6	8.08	7.8	z = 1.506

CFMC: Contract foodservice management company
[1] CFMC altogether responded IC (intellectual capital) measurement categories could be calcurated
[2] t-test on parameter and Kolmogorov-Smirnov and Mann-Whitney U on non-parameter

타났다. 또한 '활동성' 부분 역시, 중소기업이 대기업보다 약간 상회하는 점수를 받았으며, 기타 '수익성', '성장성', '유동성', '자본금'은 모두 대기업이 중소기업보다 약간 상회하는 점수를 받았다. '수익성'은 전체 5점 중에서 기업 전체 평균 3.5점이었고 대기업 3.79점, 중소기업 3.4점으로 대기업과 중소기업 간의 점수 차이가 가장 큰 것으로 나타났다.

(2) 「고객」 항목

조사대상 위탁급식전문업체의 「고객」항목에 대해서 총점이 산출된 업체는 전체 13개 업체였으며, 25점 만점에 대해 평균 19.24점이었으며, 대기업이 19.94점, 중소기업이 18.80점으로 산출되었다. 5점의 배점이 할당된 '시장력'의 경우에는 평균 2.98점으로 중소기업이 2.56의 낮은 배점을 받은 것에 기인한 것으로 나타났다.

'고객사 수익성'과 '고객사 유지' 항목에 대해서 높은 배점을 받았으며, '고객사 유지'의 경우에는 대기업보다 중소기업이 더 높은 점수를 얻은 것으로 나타났다. 이 외에도 '고객사 확보', '고객만족'에서 중소기업이 대기업보다 약간 상회하였다. '고객만족'의 경우에는 전체 6.5만점에 5.3점으로 대기업과 중소기업 모두 고객을 만족시키고 있는 것으로

Table 6. Measurement of CFMC's intellectual capital

freqency (%)

Categories (distribution of score)	Indicators (distribution of score)	Attributes (distribution of score)	Score criteria	Total	Large co.	Smaller Co.
Finance (20)	Profitability (5)	Return on total assets (3)	3	7 (25.0)	3 (42.9)	4 (19.0)
			2	15 (53.6)	3 (42.9)	12 (57.1)
			1	6 (21.4)	1 (14.3)	5 (23.8)
			Total	28 (100.0)	7 (100.0)	21 (100.0)
		Return on sales (2)	2	6 (21.4)	2 (28.6)	4 (19.0)
			1.5	14 (50.0)	3 (42.9)	11 (52.4)
			1	8 (28.6)	2 (28.6)	6 (28.6)
			Total	28 (100.0)	7 (100.0)	21 (100.0)
	Activity (3)	Total assets turnover (time) (3)	3	7 (24.1)	0 (0.0)	7 (31.8)
			2	15 (51.7)	6 (85.7)	9 (40.9)
			1	7 (24.1)	1 (14.3)	6 (27.3)
			Total	29 (100.0)	7 (100.0)	22 (100.0)
	Growth (4)	Growth rate of sales (2)	2	7 (24.1)	0 (0.0)	7 (31.8)
			1.5	14 (48.3)	6 (85.7)	8 (36.4)
			1	8 (27.6)	1 (14.3)	7 (31.8)
			Total	29 (100.0)	7 (100.0)	22 (100.0)
		Growth rate of net income (2)	2	6 (22.2)	0 (0.0)	6 (30.0)
			1.5	16 (59.3)	6 (85.7)	10 (50.0)
			1	5 (18.5)	1 (14.3)	4 (20.0)
			Total	27 (100.0)	7 (100.0)	24 (100.0)
	Flexibility (3)	current ratio (3)	3	7 (24.1)	1 (14.3)	6 (27.3)
			2	15 (51.7)	6 (85.7)	9 (40.9)
			1	7 (24.1)	0 (0.0)	7 (31.8)
			Total	29 (100.0)	7 (100.0)	22 (100.0)
	Stability (3)	Debt ratio (1.5)	1.5	6 (21.4)	1 (14.3)	5 (23.8)
			1	15 (53.6)	5 (71.4)	10 (47.6)
			0.5	7 (21.4)	1 (14.3)	6 (28.6)
			Total	28 (100.0)	7 (100.0)	21 (100.0)
		Interest coverage ratio (times) (1.5)	1.5	5 (25.0)	1 (20.0)	4 (26.7)
			1	10 (50.0)	2 (40.0)	8 (53.3)
			0.5	5 (25.0)	2 (40.0)	3 (20.0)
			Total	20 (100.0)	5 (100.0)	15 (100.0)
	Capital (2)	Capital (2)	2	13 (41.9)	3 (50.0)	10 (40.0)
			1.5	12 (38.7)	3 (50.0)	9 (36.0)
			1	6 (19.4)	0 (0.0)	6 (24.0)
			Total	31 (100.0)	6 (100.0)	25 (100.0)

Table 6. Continued

Categories (distribution of score)	Indicators (distribution of score)	Attributes (distribution of score)	Score criteria	Total	Large co.	Smaller Co.
Customer (25)	Market ability (5)	Marketshare (3)	3	5 (19.2)	3 (42.9)	2 (10.5)
			2	7 (13.5)	4 (57.1)	3 (15.8)
			1	14 (53.8)	0 (0.0)	14 (73.7)
			Total	26 (100.0)	7 (100.0)	19 (100.0)
		Meal number a day (1)	1	7 (24.1)	3 (42.9)	4 (18.2)
			0.7	10 (34.5)	4 (57.1)	6 (27.3)
			0.4	12 (41.4)	0 (0.0)	12 (54.5)
			Total	29 (100.0)	7 (100.0)	22 (100.0)
		Client number (1)	1	10 (26.3)	3 (37.5)	7 (23.3)
			0.7	13 (34.2)	5 (62.5)	8 (26.7)
			0.4	15 (39.5)	0 (0.0)	15 (50.0)
			Total	38 (100.0)	8 (100.0)	30 (100.0)
	Client security (5)	New contract client number (2)	2	10 (41.7)	4 (80.0)	6 (31.6)
			1.5	4 (16.7)	0 (0.0)	4 (21.1)
			1	10 (41.7)	1 (20.0)	9 (47.4)
			Total	24 (100.0)	5 (100.0)	19 (100.0)
		Growth rate of new contract client number (3)	3	7 (38.9)	1 (20.0)	6 (46.2)
			2	8 (44.4)	2 (40.0)	6 (46.2)
			1	3 (16.7)	2 (40.0)	1 (7.7)
			Total	18 (100.0)	5 (100.0)	13 (100.0)
	Client and customer satisfaction (6.5)	Client satisfaction (2.5)	2.5	25 (56.8)	3 (37.5)	22 (61.1)
			1.5	18 (40.9)	5 (62.5)	13 (36.1)
			0.5	1 (2.3)	0 (0.0)	1 (2.8)
			Total	44 (100.0)	8 (100.0)	36 (100.0)
		Customer satisfaction (4)	4	16 (34.0)	3 (37.5)	13 (33.3)
			3	24 (51.1)	5 (62.5)	19 (48.7)
			2	7 (14.9)	0 (0.0)	7 (17.9)
			Total	47 (100.0)	8 (100.0)	39 (100.0)
	Client maintenance (6)	Mean recontract term (2)	2	17 (53.1)	1 (20.0)	16 (59.3)
			1.5	14 (43.8)	4 (80.0)	10 (37.3)
			1	1 (3.1)	0 (0.0)	1 (3.7)
			Total	32 (100.0)	5 (100.0)	27 (100.0)
		Mean contract term (1.5)	1.5	13 (40.6)	1 (20.0)	12 (44.4)
			1.0	13 (40.6)	1 (20.0)	12 (44.4)
			0.5	6 (18.8)	3 (60.0)	3 (11.1)
			Total	32 (100.0)	5 (100.0)	27 (100.0)
		Recontract ratio a yr (2.5)[1)]	2.5	18 (66.7)	3 (60.0)	15 (68.2)
			1.5	8 (29.6)	2 (40.0)	6 (27.3)
			0.5	1 (3.7)	0 (0.0)	1 (4.5)
			Total	27 (100.0)	5 (100.0)	22 (100.0)
	Client profitability (2.5)	Mean sales per client (2.5)	2.5	12 (50.0)	3 (60.0)	9 (47.4)
			1.5	10 (41.7)	2 (40.0)	8 (42.1)
			0.5	2 (8.3)	0 (0.0)	2 (10.5)
			Total	24 (100.0)	5 (100.0)	19 (100.0)

나타났고 6점 중에서 전체 5.02로 대체로 '고객사 유지'도 잘 되고 있는 것으로 평가되었다.

(3) 「과정」 항목

「과정」항목의 경우에는 전체 23개 위탁급식전문업체가 평균 17.83점으로 6개의 대기업이 19.33점, 17개의 중소기업이 평균 17.29점으로 산출되었다. 전체 지적자본 측정 항목 중에서 가장 많은 배점을 차지하고 있는 '경영 및 운영 infra 시스템'의 경우에는 평균 14.70점으로 대기업 (15.17점)이 중소기업 (14.53점) 보다 약간 상회하였으며, '인증제도 보유', '품질경영도입' 역시 대기업이 중소기업보다 상회하였다. 특히, HACCP와 ISO와 같은 '인증제도보유' 부분에 대해서 중소기업이 대기업에 비해 미비한 것으로 나타났으며, 품질경영방식은 대기업과 중소기업 모두 도입이 미비한 것으로 조사되었다.

(4) 「인적자원」 항목

「인적자본」의 경우에는 전체 13개 위탁급식업체가 평균

Table 6. Continued

Categories (distribution of score)	Indicators (distribution of score)	Attributes (distribution of score)	Score criteria	Total	Large co.	Smaller Co.
Process (25)	Business and operation infrastructure system (20)	Nfrastructure's support for foodservice operation (8)[2]	8	16 (43.2)	3 (42.9)	13 (43.3)
			6	9 (24.3)	2 (28.6)	7 (23.3)
			4	10 (27.0)	2 (28.6)	8 (26.7)
			2	2 (5.4)	0 (0.0)	2 (6.7)
			Total	37 (100.0)	7 (100.0)	30 (100.0)
		Nfrastucture's application for foodservice operation (8)[2]	8	5 (12.8)	1 (12.5)	4 (12.9)
			6	18 (46.2)	3 (37.5)	15 (48.4)
			4	16 (41.0)	4 (50.0)	12 (38.7)
			2	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
			Total	39 (100.0)	8 (100.0)	31 (100.0)
		Operation period (4)	4	9 (28.1)	1 (16.7)	8 (30.8)
			3	12 (37.5)	3 (50.0)	9 (34.6)
			2	11 (34.4)	2 (33.3)	9 (34.6)
			Total	32 (100.0)	6 (100.0)	26 (100.0)
	Certification property (2.5)	ISO, HACCP etc (2.5)	2.5	6 (18.2)	4 (66.7)	2 (7.4)
			1.5	11 (33.3)	2 (33.3)	9 (33.3)
			0.5	16 (48.5)	0 (0.0)	16 (59.3)
			Total	33 (100.0)	6 (100.0)	27 (100.0)
	Quality management (2.5)	TQM, CQI, 6σ, SCM etc (2.5)	2.5	5 (15.2)	3 (50.0)	2 (7.4)
			1.5	28 (84.8)	3 (50.0)	25 (92.6)
			Total	33 (100.0)	6 (100.0)	27 (100.0)
Human resource (20)	Employee ability (6)	Education program (managerial edu, practical edu, orientation edu) (2)	2	14 (45.2)	6 (100.0)	8 (32.0)
			1.5	10 (32.3)	0 (0.0)	10 (40.0)
			1.0	5 (16.1)	0 (0.0)	5 (20.0)
			0.5	2 (6.5)	0 (0.0)	2 (8.0)
			Total	31 (100.0)	6 (100.0)	25 (100.0)
		Education team or educator (1)	1	22 (66.7)	6 (100.0)	16 (59.3)
			0.5	11 (33.3)	0 (0.0)	11 (40.7)
			Total	33 (100.0)	6 (100.0)	27 (100.0)
		Average education cost per employee (1.5)	1.5	7 (41.2)	3 (60.0)	4 (33.3)
			1.0	9 (52.9)	2 (40.0)	7 (58.3)
			0.5	1 (5.9)	0 (0.0)	1 (8.3)
			Total	17 (100.0)	5 (100.0)	12 (100.0)
		Average education time per employee (1.5)	1.5	5 (23.8)	0 (0.0)	5 (31.3)
			1.0	9 (42.9)	3 (60.0)	6 (37.5)
			0.5	7 (33.3)	2 (40.0)	5 (31.3)
			Total	21 (100.0)	5 (100.0)	16 (100.0)

Table 6. Continued

Categories (distribution of score)	Indicators (distribution of score)	Attributes (distribution of score)	Score criteria	Total	Large co.	Smaller Co.
Human resource (20)	Human resource (5)[3]	Meal volume per net employee (1)	1	8 (30.8)	1 (20.0)	7 (33.3)
			0.7	10 (38.5)	3 (60.0)	7 (33.3)
			0.4	8 (30.8)	1 (20.0)	7 (33.3)
			Total	26 (100.0)	5 (100.0)	21 (100.0)
		Meal volume per net employee with experience (1)[4]	1	9 (39.1)	1 (20.0)	8 (44.4)
			0.7	7 (30.4)	1 (20.0)	6 (33.3)
			0.4	7 (30.4)	3 (60.0)	4 (22.2)
			Total	23 (100.0)	5 (100.0)	18 (100.0)
		Meal volume per net dietitian (1)	1	10 (40.0)	2 (40.0)	8 (40.0)
			0.7	8 (32.0)	3 (60.0)	5 (25.0)
			0.4	7 (28.0)	0 (0.0)	7 (35.0)
			Total	25 (100.0)	5 (100.0)	20 (100.0)
		Meal volume per net cook (1)	1	3 (12.0)	1 (20.0)	2 (10.0)
			0.7	12 (48.0)	1 (20.0)	11 (55.0)
			0.4	10 (40.0)	3 (60.0)	7 (35.0)
			Total	25 (100.0)	5 (100.0)	20 (100.0)
		Meal volume per foodservice productor (dietitian, cook, cooing emplyee) (1)	1	15 (57.7)	3 (60.0)	12 (57.1)
			0.7	10 (38.5)	2 (40.0)	8 (38.1)
			0.4	1 (3.8)	0 (0.0)	1 (4.8)
			Total	26 (100.0)	5 (100.0)	21 (100.0)
	Employee satisfaction (5)	Job satisfaction of employee (5)	5	2 (4.1)	0 (0.0)	2 (4.9)
			4	6 (12.2)	0 (0.0)	6 (14.6)
			3	30 (61.2)	4 (50.0)	26 (63.4)
			2	11 (22.4)	4 (50.0)	7 (17.1)
			Total	49 (100.0)	8 (100.0)	41 (100.0)
	Employee maintenance (4)	Employee turnover ratio (%) (2)[5]	2	9 (33.3)	2 (40.0)	7 (31.8)
			1.5	8 (29.6)	1 (20.0)	7 (31.8)
			1	10 (37.0)	2 (40.0)	8 (36.4)
			Total	27 (100.0)	5 (100.0)	22 (100.0)
		Average job tenure (2)	2	13 (50.0)	2 (40.0)	11 (52.4)
			1.5	7 (26.9)	2 (40.0)	5 (23.8)
			1	6 (23.1)	1 (20.0)	5 (23.8)
			Total	26 (100.0)	5 (100.0)	21 (100.0)

14.31점을 받았으며, 대기업이 14.36점, 중소기업이 14.28점으로 역시 대기업과 중소기업간 차이는 미미했다. 각 세부항목별로는 '직원능력'이 대기업 (5.10점)이 중소기업 (4.95점)에 비해서 약간 상회하는 점수를 받은 것을 제외하고는 '인적자원보유', '직원만족', '직원유지도'의 항목에 대해서 모두 대기업보다 중소기업이 상회하는 점수를 받은 것으로 나타났다. 따라서, 대기업의 경우에는 중소기업에 비해서 직원 능력 향상을 위한 교육 프로그램의 보유 및 실시에 많은 노력을 기하고 있으나, 보유직원의 만족도 및 유지가 낮아 교육을 위해 투자한 금액을 효과적으로 거두지 못하고 있는 것으로 나타났으며, 직원교육 결과를 효율적으로 활용하기 위한 제반 노력이 부족한 것으로 사료된다.

(5) 「혁신 및 개발」 항목

전체 10점의 배점을 갖고 있는 「혁신 및 개발」은 전체 8.62점으로 '연구개발'은 전체 5점 중에서 평균 4.3점이었고, '정보기술'의 경우에는 전체 2.02점을 산출되었으며, '신규사업/시장개발'은 전체 평균 1.85점이었다.

'연구개발', '정보기술', '신규사업/시장개발'의 세가지 항목이 모두 대기업이 중소기업에 비해 상회하는 점수를 받았다. 이와 같은 결과로 볼 때 대기업이 중소기업에 비해서 자본력을 갖고 사업영역을 확장하며 시스템 구축에 더 노력하고 있는 것으로 사료된다.

4) 위탁급식전문업체 지적자본의 세부 속성 측정

위탁급식전문업체 지적자본의 배점별 획득 해당 기업체수

Table 6. Continued

Categories (distribution of score)	Indicators (distribution of score)	Attributes (distribution of score)	Score criteria	Total	Large co.	Smaller Co.
Renewal and development (10)	Research and development (5)	Research and development cost a yr (1)[6]	1	7 (35.0)	2 (40.0)	5 (33.3)
			0.7	7 (35.0)	3 (60.0)	4 (26.7)
			0.4	6 (30.0)	0 (0.0)	6 (40.0)
			Total	20 (100.0)	5 (100.0)	15 (100.0)
		Growth rate of R & D cost (%) (1)[6]	1	8 (57.1)	4 (80.0)	4 (44.4)
			0.7	3 (21.4)	1 (20.0)	2 (22.2)
			0.4	3 (21.4)	0 (0.0)	3 (33.3)
			Total	14 (100.0)	5 (100.0)	9 (100.0)
		Menu development team (1.5)	1.5	25 (78.1)	6 (100.0)	19 (73.1)
			0.5	7 (21.9)	0 (0.0)	7 (26.9)
			Total	32 (100.0)	6 (100.0)	26 (100.0)
		Sanitation analysis team and sanitation outsourcing (1.5)	1.5	21 (72.4)	6 (100.0)	15 (65.2)
			0.5	8 (27.6)	0 (0.0)	8 (34.8)
			Total	29 (100.0)	6 (100.0)	23 (100.0)
	Information technology (2.5)	Communication channel with customer (1)	1.0	29 (93.5)	6 (100.0)	23 (92.0)
			0.5	2 (6.5)	0 (0.0)	2 (8.0)
			Total	31 (100.0)	6 (100.0)	25 (100.0)
		Networding by PC application (1.5)	1.5	18 (56.3)	6 (100.0)	12 (46.2)
			0.5	14 (43.8)	0 (0.0)	14 (53.8)
			Total	32 (100.0)	6 (100.0)	26 (100.0)
	New business/market development (2.5)	Marketing cost for operating new foodservice store (hopital, school, B & I) (1.5)	1.5	8 (38.1)	3 (75.0)	5 (29.4)
			1.0	7 (33.3)	1 (25.0)	6 (35.3)
			0.5	6 (28.6)	0 (0.0)	6 (35.3)
			Total	21 (100.0)	4 (100.0)	17 (100.0)
		Extra business except institution foodservice (1)[7]	1	11 (36.7)	3 (50.0)	8 (33.3)
			0.7	15 (50.0)	3 (50.0)	12 (50.0)
			0.4	4 (13.3)	0 (0.0)	4 (16.7)
			Total	30 (100.0)	6 (100.0)	24 (100.0)

CFMC: Contract foodservice management company
[1] Foodservice store n. recontracted/(foodservice store no. expired) × 100
[2] Procurement & distribution system, Menu operation system, Sanitation management system, Education and training system for human resource, information and computer system, facility and equipment support system, customer satisfaction operation system, evaluation analysis of foodservice operation
[3] Legal and contract employee
[4] Employee worked over 5 yr in foodservice co.
[5] (employee no. changing occupation/total employee no.) × 100
[6] Menu development, improvement of productivity, event plan, sanitation system, catering eta.
[7] Consulting, catering, restaurant, interior, vending machine, kitchen equipment, food procurement, food distribution, etc.

를 살펴봄으로써 현재 국내 위탁급식전문업체의 지적자본 보유 수준의 추이와 대기업과 중소기업간 차이를 보고자 하였으며, 그 결과는 다음 Table 6에 제시하였다.

「재무」항목의 경우에는 '자본금'을 제외한 '수익성', '활동성', '성장성', '유동성', '안정성'에 해당하는 각 세부항목 모두 비슷한 분포를 보였으며, '자본금'의 경우에 전체 41.9%의 기업이 최고점수를 받았다.

「고객」항목은 조사대상 위탁급식전문업체의 대부분이 '시장점유율', '일식수', '고객사수' 항목에 대해서 낮은 점수를 받은 것으로 나타났는데, 세 항목 모두 대다수의 중소기업이 낮은 점수를 받았다. '시장력'의 경우 중소기업들의 '시장력'이 대기업에 비해서 상대적으로 낮은 것으로 분석되었다. '고객사 (client) 만족도'의 경우에는 대기업에 비해서 중소기업에 급식을 위탁 운영하고 있는 고객사가 더 만족하고 있는 것으로 나타났으며 이로 인해 전체 고객사 만족도가 만점인 2.5점을 받은 위탁급식업체가 56.8%로 나타났다.

'평균계약기간'의 경우에는 초기 계약기간이 대기업이 짧

은데 비해서 중소기업의 경우에는 대다수가 장기 계약을 하고 있는 것으로 나타났다. 전체 조사대상 위탁급식전문업체 중에서 중소기업은 대기업에 비해 지방에 위치하여 지방에서 위탁 운영하고 있는 경우가 있어 이들 업체의 경우에는 초기 계약기간이 수도권 지역에서 주로 급식소를 운영하고 있는 위탁급식전문업체에 비해서 장기간 계약하는 현실 때문으로 사료된다. '연간 재계약률', '고객사당 매출'도 대부분의 기업이 최고점을 받은 것으로 나타났다.

「과정」항목은 '급식소 운영을 위한 infra' 지원도의 경우에는 대기업과 중소기업 모두 본사에서의 지원도가 높은 것으로 조사되었으나, 이를 활용하는 업장의 경우에는 대기업은 50% 기업이 8점 중 4점을 획득하였고, 중소기업의 경우에는 48.4%가 6점을 획득하여, 본사에서 지원해주는 infra 시스템이 실제 업장에서는 효율적으로 활용되고 있지 못하고 있는 것으로 조사되었고 대기업이 중소기업보다 HACCP와 ISO와 같은 인증을 받고 있는 업체가 많은 것으로 나타났다.

「인적자원」항목은 대기업이 중소기업보다 '직원능력'을 향상시키기 위한 교육에 많은 노력을 하고 있는 것으로 나타났고, '총 경력직 직원 보유수 대비 식수'의 경우에 중소기업이 대기업에 비해 급식업체에서 근무경력이 5년 이상된 경력직 직원을 다수 보유하고 있는 것으로 조사되었다. 또한 중소기업이 대기업에 비해서 조리사의 보유가 높은 것으로 조사되었다. 직원의 '직무만족도'의 경우에는 전체 조사대상 위탁급식전문업체 기업의 61.2%인 30개 업체가 5점 중에서 3점을 획득하였다.

「혁신 및 개발」의 경우에는 대기업과 중소기업이 모두 연구개발비를 전년대비 증가한 것으로 조사되었으며, 대기업의 경우에는 조사대상 대기업이 모두 메뉴개발팀, 위생담당팀, 고객과의 대화채널을 확보하고 전산망을 구축하고 있는 것으로 조사되었다.

요약 및 결론

본 연구는 개발된 위탁급식전문업체 지적자본 측정도구를 운용시험 평가를 실시해 봄으로써 위탁급식전문업체가 갖추어야할 항목들을 구체적으로 제시하고 현재 국내 위탁급식전문업체의 지적자본 수준을 파악하며, 고객사 (급식위탁의뢰기관)에게는 적합한 업체를 선정할 수 있는 기준을 제시하고자 하였다. 이를 토대로 향후 위탁급식업과 관련된 제도의 기초자료로 제공하고자 하였다.

1) 개발된 평가 도구의 운용시험평가에 참여한 조사대상 업체들은 평균 8년 8개월 운영되었고, 설립 자본금은 평균 45억으로 최소 5천만원에서 최대 810억원의 업체도 있었다. 대부분의 위탁급식전문업체들이 학교 급식을 실시하고 있었으며, 평균 15개 업장을 운영하고 있었고, 1일 평균 1만식으로 4억 8천 8백만원의 매출 수준으로 조사되었다. 병원은 전체 33개 업체 중에서 11개 업체가, 대학은 12개 업체가 운영하고 있었다. 산업체는 사무실, 공장, 관공서의 형태를 운영하고 있는 경우가 대다수였다.

2) 전체 100점 만점에 대해서 전체 위탁급식전문업체들은 평균 77.78점이었고, 대기업이 77.70점, 중소기업은 78.10점으로 분석되었다. 이에 본 연구의 결과를 토대로 국내 위탁급식전문업체로 인증을 받기 위한 항목의 제안과 함께 점수는 최소 점수를 70점으로 제안한다.

3) 항목별 점수는 「재무」20점 중 14.15, 「고객」은 25점 중 19.24, 「과정」은 25점 중 19.33, 「인적자원」은 20점 중 14.31, 「혁신 및 개발」은 10점 중 8.6으로 조사되었다. 5개 영역 중 「혁신 및 개발」, 「고객」영역은 다른 영역에 비해 상대적으로 운영 수준이 높은 것으로 판단되며, 5개 영역 모두에서 대기업이 다소 높은 점수를 받은 것으로 조사다.

4) 조사대상 위탁급식전문업체들의 항목별 점수 분포는 「재무」항목의 경우에는 '자본금'을 제외한 '수익성', '활동성', '성장성', '유동성', '안정성'에 해당하는 각 세부항목 모두 비슷한 분포를 보였으며, 「고객」항목은 '시장력'의 경우에는 중소기업들이 대기업에 비해서 상대적으로 낮고, '고객사 (client) 만족도'의 경우에는 대기업에 비해서 중소기업에 급식을 위탁 운영하고 있는 고객사가 더 만족하고 있는 것으로 나타났다. 「과정」항목은 '급식소 운영을 위한 infra' 지원도의 경우에는 대기업과 중소기업 모두 본사에서의 지원도가 높은 것으로 조사되었으나, 실제 업장에서는 효율적으로 활용되고 있지 못한 것으로 조사되었다. 「인적자원」항목은 대기업이 중소기업보다 '직원능력'을 향상시키기 위해 교육에 많은 노력을 하고 있는 것으로 나타났고, 중소기업이 대기업에 비해 급식업체에서 근무경력이 5년 이상된 경력직 직원을 다수 보유하고 있는 것으로 조사되었다. 「혁신 및 개발」의 경우에는 대기업과 중소기업이 모두 연구개발비를 전년대비 증가한 것으로 조사되었다.

이상의 결과를 종합해 보면, 개발된 위탁급식전문업체 지적자본 측정도구는 자체적인 평가를 수시 또는 정기적으로 실시함으로써 위탁급식전문업체 측면에서는 부족한 지적자본과 각 지적자본의 성장률 등을 모니터링하는데 활용할 수 있어 운영능력 향상 및 경쟁력 확보에 기여할 수 있을 것이며, 현재 다원화되어 관리하고 있는 정부 기관 측면에서는 관할 지적자본의 정책적 관리에 활용할 수 있을 것으로 사료된다. 위탁의뢰기관에서도 객관적인 평가결과를 통해 신인도가 높은 업체를 선별함으로써 보다 질 높은 급식서비스

제공 보장이 가능하여 이로써 마지막 소비자 (end user)인 고객 (customer)은 급식 품질의 향상과 전반적인 급식 만족도 개선 효과를 거둘 수 있을 뿐만 아니라 전반적으로 급식산업 시장의 성장에 기여하는 사회 · 경제적 효과 등의 다각적 효과 기대된다.

이로써 개발된 위탁급식전문업체 지적자본 측정도구의 활용적 의의는 크다고 볼 수 있으나, 기존 이와 같은 관련 연구가 없어 상호간 비교가 불가하다는 한계가 있었으나 국내에서는 처음으로 전국규모로 이루어진 위탁급식전문업체의 본사와 급식업장, 고객 (customer)과 고객사 (client)의 다각적인 평가를 시도했다는 점에서 그 의의를 찾을 수 있겠다.

Literature cited

1) Choi SC. Study on foodservice company's profit management through the diverse types of foodservice contract. *Korean J Hospitality Administration* 10(3): 275-301, 2001
2) Korea Food Information Institute. Present and future of contract foodservice. *Food World* 2(5): 28-38, 2004
3) Eum YR, Ryu ES. Anlysis of currenet operational practices and issues of contract-managed foodservice companies in Republic of Korea. *J Korean Ditetic Assoc* 9(3): 197-208, 2003
4) Park JY. Sales strategy planning through analyzing the factors affecting the foodservice management contract. Yonsei university, graduate school of human environmental sciences MD thesis, 2003
5) Lee CS. Determinants of long-term orientation in foodservice contractor-client relationships Kyonggi university MD thesis, 2002
6) Song JY. Development of measurements based on Balanced Score Card (BSC) for the purpose of evaluating performance of school foodservice operations. Yonsei university MD thesis, 2003
7) Hyun SW. Developing meal pricing and capital investment guideline in contract-managed high school foodservice. Yonsei university MD thesis, 2002
8) Lee SJ. The development of quality management standards and tool for the quality improvement of hospital food and nutrition services. Yonsei university Ph.D. thesis, 1999
9) Kim JS. The analysis of the management of contracted hospital food services and perspectives of each party involved. Yonsei university, graduate school of human environmental sciences MD thesis, 2002
10) Kim JH. Inter group analysis of importance and performance of foodservice tasks and conflicts to improve satisfaction index between dietitians from hospitals and contract managed foodservice companies. Yonsei university, graduate school of human environmental sciences MD thesis, 2004
11) Park SY. Strategic planning for the contract-managed hospital foodservice through QFD methodology. Yonsei university MD thesis, 2003
12) Yang IS. Deveopment of evaluation tool for efficient foodservice system and operation in Yonsei university. Yonsei university coop research report, 1995
13) Yang IS. Operation evaluation and developmental strategy for efficient foodservice management of Yonsei university foodservice. Yonsei university coop research report, 1996
14) Yang IS. Development and application of total quality service evaluation tool for contract foodservice management companies's business strategic plan. LG distribution co. FS part research report, 1999
15) Yang IS, Park MK, Lee HY. An inquiring demand for certification of contract foodservice management company by in-depth interview and a review about the system in a related field. *J Korean Dietetic Assoc* 10(2): 218-223, 2004
16) Yang IS, Park MK, Cha JA, Lee KT, Park SY. Identification of foodservice operation evaluation model's criteria items for certifying contract foodservice management company. *Korean J Food Cookery Sci* 20(3): 247-255, 2004
17) Park MK, Yang IS. Development of intellectual capital measurement tool of contract foodservice management company. the 1st international foodservice management and culinary symposium (IFMCS) proceeding: Globalization of foodservice industry. 13-14: 254-283, 2004
18) Brotherton B. *The Handbook of Contemporary Hospitality Management Research.* John Wiley & Sons, 1999
19) Schwab D. *Research Methods for Organizational Studies.* Mahwah NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc., 1999
20) Lee HY. The impact of organizational culture on total quality management strategy in family restaurants. Yonsei university Ph.D. thesis, 2002
21) Korea accounting institute http://www.kasb.or.kr
22) Ministry of commerce, industry and energy: www.mocie.go.kr
23) The national assembly of the republic of Korea: www.assembly.go.kr
24) Informatization promotion committee: www.ipc.go.kr
25) Fair trade commission: www.ftc.go.kr