

## 수요자 관점에서 커피 전문점 종사원을 위한 교육 프로그램

민 계 홍<sup>¶</sup>  
전주대학교 외식산업학과<sup>¶</sup>

### A Study on the Education Programs for Employees in Coffee Restaurants from the Employers' Viewpoint

Kye-Hong Min<sup>¶</sup>

Dept. of Foodservice Management, Jeonju University<sup>¶</sup>

#### Abstract

The purpose of this study is to make analyses on the importance and performance of the foodservice management, foodservice service, and the courses related to coffee in the colleges providing a coffee related curriculum, in order to determine which courses are required in the education programs for employees needed by the coffee restaurants as the employers' viewpoint. The analysis methods were frequency analysis, *T*-test and IPA analysis. The result are as followings. First, the performance was lower than the importance when it comes to importance and performance with the coffee related courses recognized by the staff in the coffee restaurants, particularly with a big gap in the theory of cost control and coffee theory. Second, in the IPA analysis of the importance and performance of the curriculum, quadrant - I as a weak item includes the cost control, foodservice marketing, and coffee theory courses. Quadrant - II includes the foodservice, coffee extraction practice, Espresso, Caffe Latte and Cappuccino, and Latte Art courses. Pertaining to the quadrant - III are those courses lack of the necessity, including the foodservice management, foodservice franchise, practical English in service, and coffee roasting. Quadrant - IV contains those course of less importance but of higher performance such as the practicum work experience. As part of limitations of study, specialties of staffs working for coffee franchise shops were not reflected due to lacking in pre-conducted studies and the samples couldn't be recognized to represent all coffee franchise shops since the sampling districts were restricted only to Seoul metropolitan area.

Key words : coffee restaurants, education, program, employees, employers' viewpoint.

#### I. 서 론

현대인들은 라이프스타일의 변화와 함께 건강에 대한 관심이 더욱 고조되고 있다. 바쁜 일상생활 속에서 음료는 매우 중요한 역할을 하고 있으며, 생활 방식의 변화와 식생활 습관에 따라 현대

인은 다양한 종류의 음료수를 섭취하고 있다(김효진 2004). 음료 중에는 다양한 종류의 음료가 있겠지만 그 중에서 커피가 차지하고 있는 소비량 증가는 음료시장에 많은 변화를 주고 있다. 우리나라는 현재 세계 11위의 커피 소비국으로, 국민 1인당 연간 300잔의 커피를 마시고 있다(전광

¶ : 민계홍, 018-357-0256, mkhbasil@hanmail.net, 전주시 완산구 백마길 45 전주대학교 외식산업학과

수 등 2008). 이러한 커피의 소비와 매년 국내 커피 수입량 증가 추세로 인하여, 커피 전문점이 생겨나게 되어 우리나라의 경제 전반에 나타난 불황에도 불구하고 커피시장은 확대되고 발전할 여지가 많다고 할 수가 있다.

현재 커피시장은 80여 개의 테이크아웃 커피 브랜드와 40여 개의 토종, 외국 커피 전문점 브랜드가 시장을 놓고 서로 경쟁 속에 있다(은혜원 2008). 예전에는 단순히 커피를 마시는 것에 만족했다면 현대에는 자신의 취향에 맞는 고급스러운 커피를 마시려는 사람들의 욕구가 늘어나고 있다. 이러한 현상은 토종 브랜드 커피 전문점보다 외국 브랜드 커피 전문점들을 선호하기 때문에 외국 브랜드 커피 전문점을 방문하는 고객들이 많아 영업 매출에 따른 커피 수입도 증가하고 있기 때문이다.

관세청에 따르면 국내 커피 원두 수입은 전년 대비 증가량은 무려 1만5,000톤으로, 2004년 8만4,000톤 수입 이후 2005년 8만5,000톤, 2006년 8만6,000톤, 2007년 8만7,000톤, 2008년 10만톤 등 매년 1,000톤 정도씩 늘어난 것에 비해 급격한 증가세를 보였다. 외국 커피 전문점인 스타벅스, 커피빈 등의 커피 가격 상승과 기업 내의 위기를 국내 자생 커피 전문점들이 커피 시장에서의 주역이 될 수 있는 기회로 맞이할 수 있게 되었다. 그러나 상대적으로 국내 외식업체의 커피 전문점 매출이 감소하고 있어 높은 수익을 기대하기 어려운 것이 현실이다. 이러한 추세에 따라 국내 자생 커피 전문점들을 활성화 시킬 수 있는 차별화된 경영전략이 필요하다고 판단이 된다. 이러한 필요성에 대해 커피 전문점들의 활성화 측면에서 외식 관련 분야에 해당하는 새로운 방법으로 교육적인 측면에서 접근을 해 보려고 한다.

전국적으로 각 대학 내 외식 관련 학과가 급증하고 또 경쟁률 역시 해마다 높아지고 있을 뿐 아니라 외식업에 종사하려는 희망자가 늘고 있어 공급은 증가하고 있지만, 정작 수요자인 고용주 입장에서는 인력 부족 문제를 호소하고 있다(윤

지연 등 2007). 이러한 결과는 현재 국내 각 대학의 외식 관련 학과는 전문성이 부족하여 졸업한 전공자들이 외식업계에 투입돼도 바로 활용할 수 있는 인력은 별로 없다는 것이 업계 관계자들의 판단이다(식품외식경제 2006). 수요자 입장인 커피 전문점에서는 재교육이 필요 없이 현장에서 직무를 수행할 수 있는 종사원을 원하고 있지만, 공급자 관점에서도 실무 현장에서 필요로 하는 교육이 어떻게 이루어져야 하는지 문제가 제기되고 있다. 지금까지 커피 전문점과 관련된 선행 연구는 주로 커피 전문점의 서비스 품질과 선택 속성, 포지셔닝 전략 등에서 간헐적으로 연구가 이루어져 왔다. 그러나 커피 전문점에서 근무하는 종사원을 대상으로 조사한 수요자 관점에서 현장에서 필요로 하는 커피 관련 교육에 관한 연구는 아직 이루어지지 않았다.

따라서 본 연구에서는 첫째, 커피에 대한 이해, 커피 전문점과 커피 교육 기관의 현황에 대하여 이론적으로 알아보려고 한다. 둘째, 수요자 관점에서 커피 전문점 종사원을 위한 개설된 교육 프로그램 내용과 커피 전문점을 위한 각 교과목에 대한 중요도와 수행도를 분석하고자 한다. 이러한 분석을 통해 국내 자생 커피 전문점들이 영업 활성화 전략을 수립하는데 활용될 수 있는 기초 자료로 제공하고자 한다.

## II. 이론적 배경

### 1. 커피 전문점의 현황

커피(Coffee)라는 말의 어원은 에티오피아의 카파(Kaffaa)라고 전해진다. 카파란 ‘힘’을 뜻하는 아랍어로 에티오피아에서 커피나무가 야생하는 곳의 지명이기도 하다. 1650년 유럽에 전해진지 10여 년이 지났을 때 블린트 경이 Coffee라 부른 것이 계기가 되어 현재까지 커피라는 이름이 사용되고 있다. 커피는 60여 종의 커피가 있는데, 그 중에서 가장 많이 재배되고 있는 것이 에티오피아가 원산지인 아라비카종(Coffee Arabian), 아

프리카 콩고가 원산지인 로브스타종(Coffee Robusta), 아프리카 리베리아가 원산지인 리베리카종(Coffee Liberica)의 3종류로 분류된다(서지연 2006). 이 중 아라비카종이 전 세계 산출량의 75%를 차지하고 리베리카종은 거의 생산되지 않기 때문에 국제 교역에서는 일반적으로 아라비카종에서 분류된 콜롬비아 커피를 중심으로 한 마일드(Mild)와 브라질 커피를 중심으로 한 자연 건조식 브라질(Brazil) 커피, 그리고 로브스타(Robusta)가 세계 3대 원종으로 구별되고 있다(최정희 2007). 나라별 커피 생산량은 1위가 브라질로 전세계 커피 생산량의 30%를 차지하는 세계 최대의 커피 생산국이다.

우리나라에 1890년 처음으로 궁중에 커피가 소개되었고(나영선 등 2008), 고종 황제가 처음으로 커피를 음용하여 최초의 한국인 커피 애호가는 고종 황제이다. 이후 커피는 1945년 이후 한국 전쟁이 끝나고 미군이 주둔하면서부터 한국에 본격적으로 보급되었으며, 1970년대에 이르러 급속도로 보급되어 일반인에게 대중화 되었다. 1960년대 말까지는 국내에서 커피가 생산되지 않았지만 1960년대 말 연간 외화 유출액이 780만 달러에 이르자 정부는 커피제조업의 설립을 승인하였고 동서식품과 미주산업이 설립되어 국내 커피산업이 출발하게 되었다. 1989년 네슬레가 시장에 가세하면서 국내 커피 시장에서의 경쟁은 더욱 심화되었다(이태원 2005). 하지만, 인스턴트 커피 중심으로 돌아가던 인스턴트 커피와 원두 커피의 비율이 유래 없이 기형적인 구조를 띠던 한국의 커피시장이 시간이 흘러 사람들의 라이프스타일의 변화로 인하여 에스프레소 시장으로 점차 확대되기 시작했다. 또한, 대기업과 해외 브랜드들의 커피시장 진출이 두드러지고 세계 최대 커피체인점 스타벅스의 선전에 힘입어 많은 업체들이 그 뒤를 따라 원두 커피 시장 진출을 시도했다. 1999년 이화여대 앞에 1호점을 오픈한 스타벅스를 시작으로 엔제리너스, 커피빈, 탐앤탐스, 할리스커피, 파스쿠찌 등이 시장 진출을 했다(<http://cafe.naver.com> 2009).

커피 전문점은 주로 에스프레소와 이를 기본으로 하는 각종 커피를 품목으로 하고 있다. 1997년 9월 미국의 에스프레소 커피 전문점 체인 브랜드인 스타벅스가 국내에 들어왔는데, 당시 외환 위기였던 우리나라 시장에서는 큰 반응을 얻지 못했다. 1998년 우리나라 경제가 호전될 기미가 보였고 이때부터 스타벅스를 통해 알려진 에스프레소 커피 전문점의 인지도를 바탕으로 국내 에스프레소 커피 전문점이 커피 전문점 시장에 뛰어들면서 인스턴트 커피로 대표되던 국내 커피 시장에 큰 변화를 가져왔다. 스타벅스 이외의 외국계열 브랜드가 국내에 들어왔으며 국내 자생 브랜드가 생겨나기 시작했다.

이로서 커피 전문점 시장은 활발한 성장을 하게 되었다(박경환 2002). 현재까지는 외국계 커피 전문점의 활약이 두드러진다. 업계 매출 순위 1위를 스타벅스가 선점한 가운데 치열한 경쟁을 하고 있다. 커피 전문점 시장은 업계의 양극화 현상이 심해서 대형 업체들은 시장점유율을 높이기 위해 분투하고 있으며, 소형 매장 위주의 가맹사업을 전개하는 업체들은 컨셉의 재조정과 공동투자의 형식을 빌어 대규모 직영 매장을 오픈하여 경쟁력을 키우고 있는 실정이다(고남희 2004). 최근 웰빙이 문화적 코드로 자리 잡으면서 업체들은 웰빙과 커피를 접목시킨 메뉴를 개발하고 커피 외의 차나 음료 메뉴를 개발하여 판매하는 등으로 각 업체들은 경쟁력을 키우기 위한 노력을 하고 있다.

현재 국내에서 점포가 가장 많은 커피 전문점을 보유하고 있는 브랜드는 스타벅스인데, 1999년 한국 진출 후 2004년 100호점, 2007년 200호점에 이어 올해 250호점을 돌파하는 등 한국에서 빠른 성장세를 보이는 브랜드이다. 지난 해에는 점포 수를 233개에서 282개로 늘리며 1,700억원대의 매출 실적을 기록했으며, 다른 국가에서는 스타벅스의 매출이 줄고 있지만 유독 한국에서만 지난해보다 360억원 가량 늘어난 것이다. 이 때문에 점포당 평균 매출액도 지난해 5억원 선에

비해 1억원 이상 늘어났다. 이디야 에스프레소는 2001년에 오픈하여 현재 가장 많은 점포 수를 가진 브랜드로 국내 커피 프랜차이즈 업계 최초로 중국 북경에 가맹점을 오픈하였으며, 테이크아웃형의 소규모 점포를 운영하고 있다. 커피빈은 2001년에 오픈하여 세계 커피 시장에서는 떨어지지만 유독 우리나라에서만 스타벅스에 이어 최고의 매출을 차지하고 있는데, 스타벅스와의 차별화를 강조하는 전략으로 매장 인테리어를 원목으로 사용해 고급스러운 분위기를 강조하고 별도의 흡연석도 마련하였다(이종진 2008). 할리스 커피

피는 3위를 기록하고 있는 토종 커피 전문점 브랜드로서 현재 142개의 가맹점을 보유하고 있다. 국내 대표 브랜드인 로즈버드 등과 같은 커피 전문 브랜드가 급증하고 있는데, 낮은 비용을 기반으로 한 낮은 가격과 매장 안에 들어가지 않고서도 살 수가 있는 편리한 테이크아웃이 가능하고 현재까지 260여 개의 작고 많은 점포를 운영하고 있어 높은 접근성과 인지도로 스타벅스의 큰 경쟁업체가 될 수 있다(임상현 2009). 현재 국내의 대표적인 커피 전문점에 대한 현황은 <Table 1>과 같다.

<Table 1> Status of major coffee restaurants

Brand	Company	Number of coffee restaurants	Reference
1 Gloriajeans	Gloriajeans Korea	17	Putting management to contribute to community in practice
2 Beans & berries	Hanwha galleria	9	Present 9 direct management shops to be extended to 15
3 Buzz coffee	Buzz coffee	63	Making contract of monopoly on Korean markets with Vezerasa producing Espresso machines and expected to open 100 shops until 2010
4 Starbucks	Starbucks Korea	210	Joining community voluntary activities and expanding a business making & selling Gyeonggi rice cake
5 Ediya espresso	Ediya	234	Promoting franchise business and expanding shops in China
6 Angelinus	Lotteria	76	Commercial marketing by making an "Angelinus" character angel and managing an on-line shopping mall
7 Javacity	Javacity Korea	24	Cultural marketing including in-door performances, films and offering valuable tips
8 Caribou coffee	Lioense coffee	4	Running only direct-management shops and presently managing 2 shops at Incheon Airport
9 Caffè' bene	Caffè' bene	10	Special coffee restaurants rising as a hot trend to lead coffee culture as a multipurpose cultural space in downtown area by using outstanding concept, "coffee & waffle"
10 Coffee bean	Coffee bean Korea	104	American coffee brand to be opened in 8 districts including Busan, Daegu, and Cheonan around the end of the year
11 Tom N Toms	Tom N Toms	65	Producing a variety of events such as exhibitions, performances, cultural marketing, and membership card services
12 Pascucci	SPC companies	41	30 Italian coffee brand shops to be opened until the end of the next year
13 Peuse cafe	Shinhanbang -BYC	8	ShinHan Spinning introduced Korea-native Espresso coffee brand to lead a new coffee trend
14 Hollys coffee	Hollys F&B	110	10 pranchise shops across the nation

Data: Coffee, Amended it by referring to the November Issue of 2007(as of October, 2007).

2. 국내 커피 교육 기관

커피에 대한 관심과 수요 증가로 인하여 커피에 대한 체계적인 전문 인력을 양성하고자 많은 대학 및 교육 기관들은 커피 전공 과목 또는 학과의 신설을 시도하고 있다. 현재 국내 커피 교육 기관은 대학과 대학 내 사회교육원, 평생교육원, 아카데미 순으로 나뉘볼 수 있다. 국내 커피 교육 기관 중에서 대학에 커피 분야의 전공 학과 개설은 대구보건대학에서 2004년도에 국내 최초 개설되었고, 주로 지방 전문대학을 중심으로 유사 전공 또는 계열 내에 신설되었다(강석우·고범석 2005).

현재 국내에는 커피 관련 과(전공)에 해당되는

2년제 대학이 8곳으로 대구보건대학과 나주대학, 부산여자대학, 백석문화대학, 상지영서대학, 전남과학대학, 충남청양대학, 양산대학 등이 있다. 4년제 대학교에서 커피 과목을 개설한 대학은 2곳으로 총 10개 대학이 있다. 4년제 대학교의 경우에는 전주대학교, 호남대학교 등에서 정규 교과목으로 개설하여 커피 교육을 진행하고 있는데, 학생들이 수강 신청 호응도가 높아 졸업 후 진로 분야에 도움이 되고 있다.

대부분 대학에서 커피 관련 과(전공)나 교과목을 개설하는 이유는 서비스 산업에서 식음료에 대한 이해와 전문적인 지식을 학습하여, 식음료 분야를 담당할 수 있는 전문 인력을 양성하고 있

<Table 2> Status of the universities installing the coffee curriculum

Category	Name of school	Position	Name of major · department	Name of curriculum
University	Jeonju	Jeonju	Dept. of foodservice management	Coffee theory, Barista training
	Honam	Kwangju	Dept. of culinary science	Coffee barista theory, Coffee extracting & roasting practice
College	Daegu Health	Daegu	Division of hotel, restaurant and culinary arts / hotel · wine · coffee	Coffee roasting extracting practice
	Naju	Naju	Dept. of hotel · culinary · bakery / coffee barista	Coffee extracting practice, Coffee roasting practice, Coffee machine handling practice
	Busan Womens	Busan	Division of hotel / hotel · coffee barista	Coffee theory, Espresso coffee practice, Cappuccino coffee practice, Understanding on coffee roasting, Hand drip practice, Coffee restaurant franchise business, Coffee menu planning
	Baekseok Culture	Cheonan	Division of industry / coffee barista	Coffee theory, Coffee extracting, Coffee roasting, Espresso practice, Coffee machine handling practice
	Sangji Youngsoo	Wonju	Tourism · culinary · beverage	Coffee extracting roasting practice
	Chunnam Techno	Kwangju	Hotel · tourism · cocktail	Barista I, Barista II
	Chungnam Cheongyang	Cheongyang	Hotel · tourism · foodservice	Barista
Yongsan	Yongsan	Division of hotel, culinary / barista · pastry · welfare	Coffee theory barista practice	

Data: Revising theories by referring to journal of tourism leisure(Vol 17, No 2, p.187, 2005) and related university in homepage as basis of Feb in 2009.

기 때문이다. 대학에서의 커피 관련 과(전공)에서는 이론과 실습과목의 교과과정으로 구성되어 있는데, 이론 과목으로 커피학, 실습과목으로 바리스타 실무, 에스프레소 실습, 커피 추출 배전 실습 등 커피 추출부터 서비스까지 커피 전반에 대한 체계적인 교육을 실시하고 있다.

교육 과정은 매년 바뀔 수가 있으므로 2009년 2월을 기준으로 내용을 정리하였는데, 커피 관련 교과목을 개설한 국내 대학의 대학명과 지역명, 학과 또는 전공명, 교과목명에 대한 현황은 <Table 2>와 같다. 현황 자료는 관광·레저연구 제17권 제4호(강석우 등 2005)와 해당 대학 홈페이지의 교과과정 내용, 해당 대학의 교수를 통해 내용을 수집하여 정리하였다. 또한 커피 관련 교과과정은 전체적으로 이수 구분이 전공 선택으로 이루어졌다.

### 3. 자격증 제도

바리스타가 되기 위한 자격증 인증시험과 교육 프로그램은 다음과 같다. 바리스타 자격증의 명칭은 “바리스타 2급 시험”이라고 한다. 응시자격은 크게 4가지로 구분되는데, 아카데미(학원) 수료자는 커피학개론 6시간, 커피 로스팅 6시간, 에스프레소 추출 9시간, 카푸치노 6시간 이상 등 총 36시간 이상을 이수한 자, 대학은 커피학 관련 교과목(주당 3시간 이상을 15주 이상), 커피 배전 또는 추출에 관련된 교과목(주당 4시간 이상을 15주 이상)을 이수한 자, 평생교육원(사회교육원) 수료자는 커피학개론 6시간, 커피 로스팅 6시간, 에스프레소 추출 9시간, 카푸치노 6시간 이상 등 총 36시간 이상을 이수한 자, 산업체 근무 경력자는 커피 관련 산업체 1년 이상 근무 경력자로 시험에 응시할 수가 있다.

전형방법은 필기시험과 실기시험으로 구분하여 실시하는데, 필기시험은 커피학개론, 커피 추출, 커피 배전, 서비스 및 식품위생 등 60문항으로 사지선다형이며 시험시간은 60분이다. 실기시험은 사전 준비 자세, 에스프레소의 평가, 카푸치

노의 평가, 밀크스팀과 밀크폼 평가, 서비스 기술 평가 등으로 실시가 되는데, 필기시험과 실기시험 모두 70점 이상을 득점하면 합격처리한다.

현재 바리스타 2급 자격증은 국가기술자격증이 아니고 민간자격증이다. 자격증 취득을 위해 실시하는 필기 및 실기시험 업무를 총괄하는 기관이 많은 관계로 인하여 시험 기준과 평가가 기관마다 다르다. 커피와 관련된 교육 프로그램이 평생교육원이나 아카데미에서 배우는 교육 내용과 바리스타 2급 자격증에서 배우는 교육 내용이 거의 동일하다. 커피 전문 인력 양성을 교육 목표로 하고 있는 대학 및 평생교육원, 아카데미에서는 자격증 위주의 교육과 실무에서 필요로 하는 커피 교육을 병행한 교육이 되어야 할 것이며, 바리스타 2급 자격증 시험에 필요한 표준화된 교재 발행과 커피 교육을 담당할 수 있는 전문 인력이 필요하므로 이에 대한 대책이 필요하다.

### 4. 선행 연구

최근까지 커피 전문점에 관한 선행 연구는 포지셔닝 전략, 서비스 품질에 대한 중요도와 수행도, 선택 속성 등에 대하여 간헐적으로 연구가 이루어졌다. 그러나 본 연구의 주제인 커피 전문점 종사원을 위한 교육 프로그램에 관한 선행 연구는 부재하기 때문에 주로 외식·호텔 관련 교육 프로그램의 선행 연구를 기초로 하여 제시하고자 한다.

외식·호텔 관련 분야의 교육 프로그램에 관한 선행 연구로는 국내 조리사의 직업윤리 교육의 현황과 개선 방안 연구(최영준 2008)가 있다. 국내 29곳 조리 관련 대학을 대상으로 교육 과정 분석을 통해 조리사에 대한 윤리 교육 실태를 2007년 8월에 조사를 하였는데, 전문적인 교육은 실질적으로 이루어지지 않는 것으로 나타나서 전문가들을 중심으로 교육 기관에서 교육 내용 및 프로그램 개발 등 다각적인 교육이 필요하다고 하였다. 호텔 교육 프로그램의 중요도와 성취도 연구(백주아 등 2008)에서는 서울 소재 특급호텔 종사

원을 대상으로 교육 프로그램에 대한 종사원들의 사전 생각과 사후 만족을 비교하기 위해 중요도와 성취도를 분석하였는데, 서비스 교육, 전화 예절 교육, 고객 불평 처리 방법 교육, 이미지 교육은 유지하고 호텔 상품 체험 교육, 해외 연수, 커뮤니케이션 향상 교육, 소방 안전 교육 등은 개선을 해야 한다고 하였다. 호텔 서비스 교육 프로그램에 관한 연구(노민경·원윤희 2008)에서는 호텔 식음료와 객실부서 종사원을 대상으로 특급호텔에서 실시하고 있는 교육 프로그램을 IPA 분석을 통해 프로그램 중요도와 실행도를 분석하였는데, 중요도에서는 서비스 매너 교육, 외국어가 높았으며 실행도에서는 고객 만족, 레스토랑과 식음료 이해, 식음료 위생, 메뉴 이해 프로그램이 높았다. 조리 교육의 운영 실태와 조리 인력 양성 방안(장명희 2005) 연구에서는 조리 관련 실업계 고등학교와 전문대학, 4년제 대학교 등을 대상으로 조리 교육의 환경 변화와 조리인력의 직업 정보, 조리 교육 운영 현황 등을 분석하였다. 연구 결과에서는 조리 교육을 운영을 하는 데 있어서 인력 양성 목표가 차별화되지 않고 있으며, 조리 교육 담당 교원들은 조리 교육에 대한 이해와 정체성을 확보하고 관련 교육 기관과의 연계 체계가 활성화되어야 한다고 하였다. 외식산업 전문인력 양성에 관한 연구(윤지연 등 2007)에서는 전국의 전문대학 및 종합대학의 외식 관련 학과에 재직 중인 강사 이상의 교원을 대상으로 외식산업 전문인력으로서 요구되는 교과목의 활용도와 중요도를 T-검정과 IPA 분석을 실시하였다. 그 결과 분야별로 구분하여 분석한 결과 중요도와 수행도가 높은 과목은 경영 관련 이론에서 서비스 관리, 마케팅, 인적자원관리, 원가 및 재무관리, 메뉴관리이고, 조리 관련은 식품위생법규, 조리원리, 조리용어 해설이며, 실습 관련은 현장 실습, 서비스 매너, 실무 영어, 한식조리, 동양조리 등으로 나타났다. 학기제와 블록식 교육 과정의 비교 연구(김태형 2002)에서는 서울에 소재한 특급호텔 조리팀을 대상으로 조리사의 조직문화,

조리 교육의 인식도와 교수와 학생간의 의사소통 관계 등을 분석하였다. 그 결과 단일 과목의 전공 교수 제도나 기초부터 고급 과정까지의 단계적인 학습 운영을 하는 블록식 수업은 학기제로 운영되고 있으며, 수업 방식은 수업의 연계성이 낮아 실기 수업 위주로 편성된 시스템의 도입이 요구된다고 하였다.

### III. 연구방법

#### 1. 조사설계

본 연구의 자료 수집은 연구에 대한 충분한 이해를 거친 연구자가 직접 수도권 지역에 있는 국내 브랜드 B, C, G, H, J 커피 전문점을 방문하여 대학에서 바리스타를 전공했거나, 커피 관련 교육을 이수한 종사원들에게 설문지를 배포한 후 자기기입법을 사용하여 설문지 조사를 실시하였다. 총 160부 중에서 156부를 회수하여 148부를 통계처리 하였다. 조사 시기는 2009년 2월 23일부터 2월 27일까지 실시하였다.

#### 2. 설문지 구성

수요자 관점에서 커피 전문점 종사원을 위한 교육에 대한 분석을 하기 위해 설문지 구성을 하였는데, 내용은 일반적 사항 5문항, 교육 교과목의 중요도와 수행활용도에 관한 14문항 등 총 19 문항으로 <Table 3>과 같다. 설문지 작성은 외식산업 전문인력 양성에 관한 연구(윤지연 등 2007)에서 사용한 설문지를 본 연구의 취지에 맞게 수정하고 보완하여 작성하였다. 교육 과정의 중요도와 수행활용도에 관한 문항은 현재 외식분야 관련 대학에서 개설하여 교육하고 있는 교육 과정을 교육 분야별로 정리하였다. 교육 과정은 크게 외식경영(외식경영, 외식프랜차이즈, 원가관리, 외식마케팅) 4문항, 외식 서비스(외식 서비스, 서비스 실무 영어) 2문항, 커피 관련 문항(커피학 이론, 커피 로스팅, 커피 추출 실습, 산업체 현장 실습, 에스프레소, 카페라테와 카푸치노, 라떼아트,

〈Table 3〉 Questionnaire of the constitution contents

Category	Item	Number of the items
Characteristics of the respondents	Gender, Age, Education, Operating career, Major or department	5
Importance and achievement of educational curriculums	Foodservice management related education(Foodservice management, Foodservice franchise, Cost control, Foodservice marketing), Foodservice service related education(Foodservice, Foodservice English), Coffee related education(Coffee theory, Coffee roasting, Coffee extracting practice, Practicum work experience, Espresso, Caffè latte and cappuccino, Latte art, Dessert practice)	14

디저트 실무) 8문항 등 총 14문항으로 구성하였다. 설문지 조사방법은 자기기업법에 의한 선택형 설문지를 사용하였으며, 설문지의 항목은 5점 척도를 기준으로 응답하도록 하였다. 각 척도의 기준으로 1점은 '전혀 그렇지 않다', 3점은 '보통이다', 5점은 '매우 그렇다'로 제시하였다.

### 3. 분석방법

분석방법으로는 설문조사에서 수집된 자료를 데이터 코딩 과정을 한 후 SPSS 12.0 통계 프로그램을 이용하였다. 조사대상자들의 일반적 특성을 알아보기 위해서 빈도분석을 실시하였으며, 교육 과정의 중요도와 수행도의 차이를 분석하기 위해 T-test와 IPA(Importance Performance Analysis) 분석을 실시하였다. IPA 분석기법을 실시한 이유는 IPA 분석기법은 SWOT 분석의 매트릭스와 유사한 형태를 띠고 있으며, 각 4사분면에 해당하는 의미도 유사한 측면이 있으며(이형래 2005), 사용이 간편하고 결과 해석이 용이하며 문제 제시가 명확하다는 점에서 활용도가 매우 높기 때문이다(Hammit et al. 1996). 특히 중요도와 수행도 분석은 4개의 분면으로 나누어진 2차원 공간에 중요도와 수행도 값을 중심으로 평가요소가 위치하게 되는데, 중앙값과 평균값이 일정하게 거의 비슷하다면 평균값을 쓰는 것을 권장하고 있다(Martilla & James 1977). 점수 부여는 수행도와 중요도를 각각 1점에서 5점까지 점수를 부여하여 평가한 결과를 격자도로 나타냄으로써 각

교과목에 대한 위상을 평가하는데 효과적인 방법이 될 수 있다(윤지연 등 2007).

## IV. 결과분석

### 1. 조사대상자의 일반적 사항

조사대상자들의 인구통계학적 특성을 파악하기 위해 빈도분석을 실시한 결과는 〈Table 4〉와 같다. 성별 구성에 있어서 전체 응답자 148명 중 여성이 115명(77.7%)으로 가장 많이 나타났는데, 이러한 결과는 커피 전문점 업종에 근무하는 종사원은 업종의 특성 때문에 여성이 많음을 알 수가 있었다. 연령별로는 26~28세가 49명(33.1%)으로 가장 많았으며, 23~25세(32.4%)가 48명, 29세 이상이 14명(9.5%)으로 가장 나타났는데, 이러한 결과는 서비스 직종의 특성상 대부분 종사원의 연령대가 20대 중반임을 알 수가 있다. 최종 학력은 2년제 졸업이 77명(52.0%)으로 가장 많았으며, 그 다음은 4년제 졸업이 53명(35.8%) 순으로 나타났다. 근무 경력은 1~3년이 62명(41.9%)으로 가장 많았고, 4~6년이 49명(33.1%)으로 나타나서 종사원 대부분이 단기 근속자라는 것을 알 수가 있었다. 근무 경력이 짧은 이유는 조사대상자 선정을 대학에서 바리스타를 전공했거나, 커피 관련 교육을 이수한 자로 한정하였으며, 종사원 대부분이 대학 졸업 후 취업을 바로 한 상태이기 때문이다. 커피 전문점에 근무하고 있는 종사원은 대학에서 바리스타를 전공한 종사원이 85



〈Table 4〉 Characteristics of the respondents

Characteristics	Categories	N	%
Gender	Male	33	22.3
	Female	115	77.7
Age	Less than 22 years	37	25.0
	23~25 years	48	32.4
	26~28 years	49	33.1
	29 years more	14	9.5
Education	High school	6	4.1
	Junior college	77	52.0
	University	53	35.8
	Graduate	12	8.1
Operating career	1~3 years	62	41.9
	4~6 years	49	33.1
	7~9 years	23	15.5
	More than 10 years	14	9.5
Major or department	Foodservice	21	14.2
	Culinary	24	16.2
	Food and nutrition	11	7.4
	Hotel	7	4.7
	Barista	85	57.4
Total		148	100.0

명(57.4%)으로 가장 많았으며, 그 다음으로 조리 전공이 24명(16.2%), 외식전공이 21명(14.2%)의 순으로 나타났다. 이러한 결과는 조사대상자를 대부분이 대학에서 바리스타를 전공하였거나, 바리스타 관련 교과목을 개설한 대학들이 외식, 조리, 식품영양, 호텔 관련 전공이기 때문이다.

2. 교육 교과목의 중요도와 수행도 간의 T-검정

커피 전문점 종사원을 위한 교육에 대한 중요도와 수행도 간에 어떠한 유의적인 차이가 있는지를 실증적으로 분석하기 위해 T-검정을 실시한 결과는 〈Table 5〉와 같다. 전체적으로 커피 전문점 종사원들이 인식하는 교육 교과목은 중요도보다 수행도가 낮게 나타났는데, 그 중에서 커피 추출 실습과 디저트 실무가 차이가 큰 것으로 나타났다. 외식경영 관련 교육에서는 외식 프랜차이즈(0.17), 외식 서비스 관련 교육에서는 서비스 실무 영어(0.33), 커피 관련 교육에서는 카페라떼와 카푸치노(0.04) 과목이 평균 차이가 적은 것으

〈Table 5〉 Mean difference between the degree of importance and achievement of educational curriculums

Category	Curriculum	Mean±SD			t
		Importance	Achievement	Mean difference	
Foodservice management related education	Foodservice management	3.74±0.722	3.45±0.633	0.29	4.854***
	Foodservice franchise	3.70±0.771	3.53±0.644	0.17	4.412***
	Cost control	4.35±0.919	3.22±0.892	1.13	2.211**
	Foodservice marketing	4.23±0.833	3.58±0.675	0.65	6.161***
Foodservice service related education	Foodservice	4.58±0.646	4.15±0.703	0.43	4.116***
	Foodservice English	4.01±0.866	3.68±0.775	0.33	4.291***
Coffee related education	Coffee theory	4.38±0.713	3.35±0.713	1.03	3.142***
	Coffee roasting	3.94±0.770	3.61±0.816	0.33	2.752**
	Coffee extracting practice	4.36±0.857	4.13±0.972	0.23	5.340***
	Practicum work experience	4.03±0.887	3.85±0.858	0.18	2.775**
	Espresso	4.42±0.625	4.26±0.611	0.16	2.701**
	Caffè latte and cappuccio	4.41±0.765	4.45±0.748	0.04	1.960*
	Latte art	4.22±0.799	4.40±0.698	0.18	1.000*
Dessert practice	4.35±0.811	3.82±0.833	0.53	3.919***	

\*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001.

로 나타났다. 커피와 관련하여 개설된 교육 교과목의 중요도와 수행도 간의 평균차이 결과는 <Table 4>와 같다.

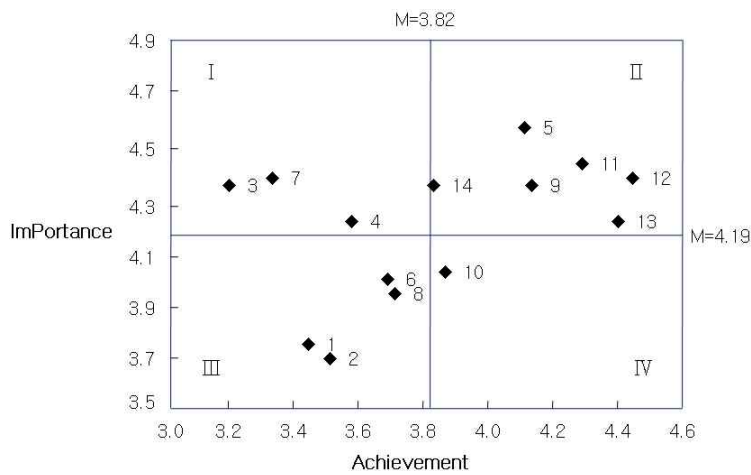
3. 교육 교과목의 중요도와 수행도의 IPA 분석  
 중요도와 수행도 분석은 4개의 분면으로 나누어진 2차원 공간에 중요도와 수행도 값을 중심으로 평가요소가 위치하게 되는데, 중앙값과 평균값이 일정하게 거의 비슷하다면 평균값을 쓰는 것을 권장하고 있다(Martilla & James 1977). 수행도와 중요도를 각각 1점에서 5점까지 점수를 부여하여 평가한 결과를 격자도로 나타냄으로써 각 교과목에 대한 위상을 평가하는데 효과적인 방법이 된다(윤지연 등 2007).

본 연구에서는 커피 전문점들을 위한 각 교과목에 대한 중요도와 수행도를 측정하였는데, 그 결과는 <Fig. 1>과 같다. 4개 분면에 각 교과목의 중요도 평균값(4.19)을 y축으로 하고 수행도의 평균값(3.82)을 x축으로 위치시켰는데, I 사분면은 약점 항목으로 중요도는 높으나 수행도가 낮은

항목 영역으로 노력의 집중화가 필요시 되는 과목이 포함되는데 원가관리, 외식마케팅, 커피학 이론 과목이 해당이 된다. 이러한 과목들은 신속히 개선되지 않으면 학생들의 교육 만족도가 감소될 수 있으므로 보완이 필요하다. II사분면은 유지 항목으로 현재의 좋은 상태를 계속 유지해야 하는데, 외식 서비스, 커피 추출 실습, 에스프레소, 카페라테와 카푸치노, 라떼아트 과목이 해당된다. III사분면은 중요도와 수행도가 낮아 필요성이 결여되는 과목들의 영역인데 외식경영, 외식 프렌차이즈, 서비스 실무 영어, 커피 로스팅 과목이 해당된다. IV사분면은 중요도는 낮으나 수행도가 높은 과목들의 영역인데 산업체 현장 실습 과목이 해당된다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 수요자 관점에서 외식 및 커피 관련 전공자가 졸업 후에 커피 전문점에서 근무를 할 수 있도록 커피 전문점 종사원에게 필요한 교육



- |                               |                          |                                |
|-------------------------------|--------------------------|--------------------------------|
| 1. Foodservice management     | 2. Foodservice franchise | 3. Cost control                |
| 4. Foodservice marketing      | 5. Foodservice           | 6. Foodservice English         |
| 7. Coffee theory              | 8. Coffee roasting       | 9. Coffee extracting practice  |
| 10. Practicum work experience | 11. Espresso             | 12. Caffè latte and cappuccino |
| 13. Latte art                 | 14. Dessert practice     |                                |

<Fig. 1> Results from the evaluation of the degrees of importance and achievement(IPA).

이 무엇인가를 실증적으로 분석하고자 하였다. 그 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 조사대상자들은 성별 구성에 있어서 여성이 115명(77.7%), 연령별로는 26~28세가 49명(33.1%), 최종 학력은 2년제 졸업이 77명(52.0%), 근무 경력은 1~3년이 62명(41.9%), 커피 전문점에 근무하는 종사원 중 대학에서 바리스타 전공자가 85명(57.4%)으로 가장 많았다. 이러한 결과는 수요자 관점에서 외식 서비스 분야인 커피 전문점에서 신입사원 채용 시 대학에서 커피와 관련된 유사 전공을 이수한 직원을 채용하는 것이 해당 기업에 이익이 될 것으로 생각하여 신입사원 채용 시 바리스타 전공자를 많이 채용한 것으로 생각된다. 왜냐하면 일반적으로 판단하기에 커피와 관련된 타 전공을 이수한 종사원보다 커피와 관련된 전공을 이수한 종사원이 커피 관련 교육을 받았기 때문에 현장에서 필요로 하는 자격요건이 충족되었을 것으로 인식하기 때문이다.

둘째, 커피 전문점 종사원을 위한 교육 교과목에 대한 중요도와 수행도 간에 T-검정 결과는 전체적으로 커피 전문점 종사원들이 인식하는 교육 교과목은 중요도보다 수행도가 낮게 나타나는데, 그 중에서 원가관리와 커피학 이론에서 큰 차이가 있는 것으로 나타났다. 외식경영 관련 교육에서는 외식 프랜차이즈(0.17), 외식 서비스 관련 교육에서는 서비스 실무 영어(0.33), 커피 관련 교육에서는 카페라테와 카푸치노(0.04) 과목이 차이가 적은 것으로 나타났다.

셋째, 교육 교과목의 중요도와 수행도의 IPA 분석에서는 4개 분면에 각 교과목의 중요도 평균값(4.20)을 y축으로 하고 수행도의 평균값(3.83)을 x축으로 위치시켰는데, I사분면은 약점 항목으로 중요도는 높으나 수행도가 낮은 항목 영역으로 노력의 집중화가 필요시 되는 과목이 포함되는데, 원가관리, 외식마케팅, 커피학 이론 과목이 해당이 된다. 이러한 과목들은 신속히 개선되지 않으면 학생들의 교육 만족도가 감소될 수 있

으므로 보완이 필요하다. II사분면은 유지 항목으로 현재의 좋은 상태를 계속 유지해야 하는데, 외식 서비스, 커피 추출 실습, 에스프레소, 카페라테와 카푸치노, 라떼아트 과목이 해당된다. III사분면은 중요도와 수행도가 낮아 필요성이 결여되는 과목들의 영역인데, 외식경영, 외식 프랜차이즈, 서비스 실무 영어, 커피 로스팅 과목이 해당된다. IV사분면은 중요도는 낮으나 수행도가 높은 과목들의 영역인데 산업체 현장 실습 과목이 해당된다.

선행 연구와의 비교 고찰을 해 보면 선행 연구 중에는 커피 전문점, 서비스와 외식 교육 관련 선행 연구가 있었는데, 본 연구의 결과와 선행 연구와 일치하는 결과는 다음과 같다. IPA 분석을 통해 연구한 호텔 서비스 교육 프로그램 중요도에 관한 연구(노민경·원윤희 2008)에서 교육 프로그램 중요도는 서비스 매너 교육, 외국어 과목 등에서 유사하게 본 연구의 결과와 일치했다. 그리고 외식산업 전문인력으로서 요구되는 교과목의 활용도와 중요도 분석(윤지연 등 2007)에서 중요도와 수행도가 높은 과목은 외식경영, 서비스 관리, 외식마케팅, 원가 및 재무관리, 메뉴관리, 현장 실습, 서비스 매너, 실무 영어 등 본 연구의 결과와 일치성을 찾을 수 있다.

연구의 한계점으로는 선행 연구의 부족으로 인하여 커피 전문점 종사원의 특징적인 요소를 반영하지 못하였으며, 설문지역을 수도권으로 한정하였기 때문에 표본이 전체 커피 전문점을 대표했다고 할 수가 없다고 생각된다. 제언으로는 커피 전문점에서 근무하고 있는 대부분의 종사원들은 바리스타 전공 외 외식, 조리, 식품영양, 호텔을 전공한 종사원이 많았다. 특히 외식을 전공한 종사원들 중에는 대학 졸업 후 커피 관련 분야로 진로를 결정하는 종사원들이 그리 많지 않다. 이러한 현상은 질 높은 교육 환경과 교육 과정을 바탕으로 커피 관련 교육을 이수해도 수요자 관점에서는 전공과 무관한 인력을 채용하기 때문이다. 그러므로 수요자인 업체와 공급자인 대학 측

은 학생들의 입장을 고려하여 실질적이고 실용적인 인력 양성 교육 프로그램을 운영하고 관련 업체에서는 신입사원 채용이 외식과 관련된 전공을 졸업한 인력을 우선적으로 채용하여야 한다. 기대효과로는 커피 전문점 종사원을 위한 교육 프로그램에 관한 연구가 부재한 현 시점에서 커피 교육 프로그램을 운영하고 있는 교육 현장에서는 이러한 연구 자료를 기초자료로 활용할 수 있는 계기가 될 것으로 의의를 둘 수 있다.

### 한글초록

본 연구의 목적은 수요자 관점의 커피 전문점 종사원을 위한 교육 프로그램은 어떤 교과목을 이수해야 하는지 알아보고자 현재 커피 관련 교과목을 개설한 대학의 외식경영, 외식 서비스, 커피 교과목에 대한 중요도와 수행도를 분석하는데 있다. 분석방법은 빈도분석과 T-test, IPA 분석을 실시하였다. 연구 결과는 첫째, 커피 관련 교과목에 대한 중요도와 수행도는 전체적으로 커피 전문점 종사원들이 인식하는 교육 교과목은 중요도보다 수행도가 낮게 나타났다. 그 중에서 원가관리와 커피학 이론에서 큰 차이가 있는 것으로 나타났다. 둘째, 교육 교과목의 중요도와 수행도의 IPA 분석에서는 I사분면은 약점 항목으로 원가관리, 외식마케팅, 커피학 이론 과목이 해당이 된다. II사분면은 유지 항목으로 외식 서비스, 커피 추출 실습, 에스프레소, 카페라테와 카푸치노, 라떼아트 과목이 해당된다. III사분면은 필요성이 결여되는 과목들로 외식경영, 외식 프랜차이즈, 서비스 실무 영어, 커피 로스팅 과목이 해당된다. IV사분면은 중요도는 낮으나 수행도가 높은 과목들로 산업체 현장 실습 과목이 해당된다. 연구의 한계점으로는 선행 연구의 부족으로 인하여 커피 전문점 종사원의 특징적인 요소를 반영하지 못하였으며, 설문지역을 수도권으로 한정하였기 때문에 표본이 전체 커피 전문점을 대표했다고 할 수가 없다고 생각된다.

### 참고문헌

1. 김태형 (2002). 학기제와 블록식 교육 과정의 비교 연구. *한국조리학회지* 8(2):59-76.
2. 강석우·고범석 (2005). 산업체와 교육 기관 간의 상호계약에 의한 전문대학 호텔 와인·커피전공교과과정 개발에 관한 연구. *관광레저연구* 17(4):183-202.
3. 김효진 (2004). 시판음료의 이용현황. 숙명여자대학교, 1-2, 서울.
4. 고남희 (2004). 월간식당 8월호. 한국외식정보편집부, 27, 서울.
5. 노민경·원윤희 (2008). 호텔 서비스 교육 프로그램의 IPA 분석에 관한 연구. *호텔관광연구* 10(4):254-267.
6. 나영선·김동섭·정진구·권오철·양신철 (2008). 호텔서양조리실무개론. 백산출판사, 16, 서울.
7. 박경환 (2002). 국내 Take-out 커피 전문점 시장의 산업구조분석. *인하대학교 산업경제연구* 16(2):215.
8. 식품외식경제 (2006). 외식인재양성을 위한 대학설립의 의미. 1월 22일, 서울.
9. 서지연 (2006). 한국의 원두 커피 시장 확대방안에 관한 연구. 경기대학교, 6, 서울.
10. 이종진 (2008). 커피 전문점의 마케팅 믹스 활동에 대한 소비자 인식이 브랜드 자산에 미치는 영향. 세종대학교, 33, 서울.
11. 이태원 (2005). 커피 전문점 선택 속성과 고객만족도 결정요인에 관한 연구. 연세대학교, 38, 서울.
12. 이형래 (2005). 호텔 연회서비스의 중요도 성취도에 관한 연구. 대구대학교, 25, 대구.
13. 임상현 (2009). 브랜드 특성에 따른 커피 전문점의 서비스 품질 향상에 관한 연구. 한양대학교, 18, 서울.
14. 윤지연·홍완수·김태희 (2007). 외식산업 전문인력 양성에 관한 연구. *대한가정학회지* 45(1): 91-99.

15. 은혜원 (2008). 에스프레소 커피 전문점 포지셔닝 전략에 관한 연구. 세종대학교, 54-56, 서울.

16. 장명희 (2005). 조리 교육의 운영 실태와 체계적인 조리인력 양성 방안. *한국조리학회지* 11(2):48-66.

17. 전광수 · 이승훈 · 서지연 · 송주은 (2008). 기초 커피바리스타. 형설출판사, 4, 서울.

18. 최정희 (2007). 식품세계. 국내 커피시장 보고서. 한국무역협회, 9월호, 서울.

19. 최영준 (2008). 국내 조리사의 직업윤리의 현황과 개선방안에 관한 탐색적 연구. *관광연구* 22(4):265-279.

20. Hammitt WE · Bixer MD · Francis P (1996). Going beyond important performance analysis to analyze the oservance influence of park impact. *Journal of Park and Recreation Administration* 14(1):45-62.

21. Martilla JA · James JC (1977). Importance performance analysis. *Journal of Marketing* 41(1):77-70.

22. [http://cafe.naver.com/cafedaloz.cafe?iframe\\_url=/ArticleRead.nhn%3Farticleid=124](http://cafe.naver.com/cafedaloz.cafe?iframe_url=/ArticleRead.nhn%3Farticleid=124), 2009년 3월 6일 14:12.

---

2009년 6월 19일 접수

2009년 7월 14일 1차 논문수정

2009년 7월 27일 2차 논문수정

2009년 9월 3일 게재확정