〈資 料〉

韓國 飮食業의 運營改善에 관한 調査 硏究 (2)

A Study and Inquiry into the Development of the Restaurant Industry in Korea

鄭 五 和*
Chung, Oh Hwa

1. 머리말

韓國의 飮食業은 고객의 소득수준과 영업장소, 유동적인 인구에 따라 업주의 매출량이 민감하게 작용하고 있다. 그래서 오늘에 이르러 음식업은 점포의 분위기와 음식의 가격, 식품위생 그리고 특유한 맛 등으로 고객을 맞이하고 있다. 따라서 본 원고는 음식업의 중요성과 조직관리에 대하여 조사한 결과를 기술코저 한다.

2. 飮食業의 意義와 重要性

(1) 飮食業의 意義

飮食業은 旅行客을 위한 宿所의 식당에서 출발하여 오늘날 서비스산업의 주요 종목으로 전문화되었으며, 사람이 식사하기에 便利하도록 설비해 오면서 먹고 마실 수 있는 음식을 파는 행위를 飮食業으로 정의할 수 있다. 飮食業의 根源이기도 한 식당의 어원을 살펴 보면 프랑스에는 "De Restaure"라는 말로 "기력을 회복하다"라고 설명하고 있으며, 미국의 경우에는 "대중에게 공개하여 식사와 음료수를 제공하는 시설 또는 대중적인 먹는집"이라고 정의하고 있다.(1)

우리나라에서는 飮食業이라는 명칭 외에도 料食業, 食堂業, 食堂, 外食産業, 食品 接客業 등의 多樣한 명칭으로 불리어 지고 있으나, 식품위생법 제21조 1항 및 동법 시행령 제7조 8항에서는 식품접객업으로 휴게음식점, 일반음식점, 단란주점, 유흥주점으로 크게 營業別로 分類하고 있으며, 다방업과 찻집, 제과점업을 휴게음식점에 포함시키고 있다. 따라서 飮食業의 어원에서 볼 수 있는 것과 같이 飮食業의 本質은 특정한 사람들을 顧客으로 하는 것이 아니라 大多數의 大衆을 대상으로 식사와 음료 그리고 서비스를 제공하여 업소를 찾는 고객에게 휴식과 심신을 함께 "회복"시킬 수 있는 장소를 부여함과 동시에 일정의 영리를 추구하고자 하는 事業體라고 말할 수 있겠다.

이상과 같은 관점에서 飮食業이라 함은 일반적으로 일정한 장소에 客席이나 영업에 관계되는 시설을 구비하여 고객에게 음식물(식사, 음료수, 주류, 제과제빵 등)과 인적서비스를 제공하여 식사활동과 관련된 여러가지 편의를 제공하는 영업 또는 사업이라고 정의할 수 있다.(2) 그래서 오늘날과 같은 飮食業分野의 치열한 競爭 속에서는 運營技法이 점점 더 중요한 役割을 담당하게 되었고, 고객에게 인적 및 물적 서비스를 위한 훌륭한 施設과 雰圍氣를 갖춘 一定한 營業場所가 있어야 榮利目的인 企業的 性格을 가질 수 있게 되었다.

전술한 바와 같이 飮食業과 外食産業은 一般

* 食品技術士, 豊年食品工業(株) 生産·品質管理 次長, 安山市 食品衛生管理人會 會長

표 2-1 飮食業과 外食産業의 差異點 比較

區 分	飮食業(Restaurant)	外食産業(Food Service)
食 材	料理에 使用	材料 1次加工群의 使用
調 理	肉感的인 LOOK의 機能 (品質의 不均一)	技術과 機械(均一한 品質),消費者의 嗜好가 강하게 影響을 미침
經營方針	個性化, Idea의 重視, 傳門化, 獨資的인 營業과 管理	3S 主義(Speed, Service, Standard) 獨占的 企業이 탄생하지 않음, 체인화 및 프랜차이즈 형태
店 鋪	雰圍氣 重視	效率 重視
敎 育	經驗 重視	Manual 重視
商 圈	大商圈 主義	小商圈 主義

資料 : 張永勳,「우리나라 食文化와 外食産業의 展開方向,」, 1988, p. 23.
미야 에이지,『그림해설 外食비즈니스』, 한국산업훈련연구소, 1993, p. 4.

的으로 같은 개념으로 인식되고 있고, 양자의 개념과 특성은 〈표 2-1〉과 같이 구분하여 分類할 수 있다.(3)

즉, 〈표 2-1〉에서 알 수 있는 바와 같이 外食産業은 廣義의 飮食業에 대한 狹義의 개념으로써 標準化調理와 效率化調理에 바탕을 둔 서비스 및 Manual 중시의 기업화 특성으로 나타낸 것으로 양자의 차이점을 비교하고 있으나, 근래에 와서는 음식업 고객관리에 의한 營業戰略으로 서비스면이나 음식형태가 거의 비슷하여 飮食業과 外食産業을 음식을 提供하는 면에서 同一한 意味로 보아야 할 것이다.

(2) 飮食業의 役割과 重要性

國民所得과 여가증대, 일일생활권의 확장과 짜여진 시간에 많은 업무량을 처리해야 하는 活動的인 時代의 요구에 따라 외식 풍조가 普遍化, 生活化되면서 지난 수년동안 우리나라의 飮食業은 量으로나 質的으로나 눈부신 發展을 하여 왔다. 또한 世界的인 경향으로는 광범위한 관광여행으로 인한 어마어마한 수요의 인간대이동, 특히 국경과 이념을 초월한 국제이동과 전문직 혹은 기술직 고급인력들의 빈번한 교류, 그리고 부유한 중역들의 장거리 이동의 증가, 이주현상으로 변화된 지역 주위환경속에서 인간관계의 수립에 어려움이 야기되는 것이 오늘날 現代的인 特徵이 되어 가고 있는데, 짧은 時間內에 이 새로운 社會環境에 適應 내지는 소속감을 주는데 가장 큰 寄與를 하는 것이 飮食業이라고 할 수 있다.(4)

食堂 서비스산업의 급속한 發達의 要因은 人口가 시골로 부터 도시로 집중되면서 직장의 거리관계로 가정에서 식사를 하는 것이 불편하게 되었고, 수입이 증가함에 따라 가정도시락 풍조는 사라지고, 음식점이나 직장급식소에서 식사를 하게 되었다. 또한 旅行의 增加와 女性勤勞者의 增加, 企業이 도심지로부터 분산됨에 따라 성장하게 된 것이다. 이러한 관점에서 飮食業의 役割과 重要性은 다음 몇 가지로 要約할 수 있다.

첫째, 國民所得의 增大와 生活水準의 향상에 따라 각 가정은 핵가족의 경향이 두드러지게 나타나고 있어 가족의 화합을 위한 레크레이션이나 여가를 이용한 관광효과를 동시에 충족시켜 주는 役割이 飮食業에 강조되고 있다는 점이다.

둘째, 오늘날 企業이나 機關 및 團體에서 이루어지는 거래활동이나 기타 업무 관련일들의 비중이 높아지고 있어, 飮食業은 거래처에 대한 禮儀와 업무상의 회의 및 사업촉진을 위한 장소로 제공되는 役割을 담당하고 있다는 점이다. 그리고 공업단지에 위치한 음식업소와 도시락전문점은 공장내에 음식을 제공하여 점심

식사를 해결해 주므로써 집단급식소 역할을 하고 있으며, 기업 자체에서 食堂 運營上의 애로사항과 식사비용 절감까지 해결해 줄 것으로 생각된다.

셋째, 最近 핵가족화 된 가정에서 일어나는 結婚式 및 祝賀宴 등을 家庭에서 치루기에는 너무나 어려움이 많아 음식업은 그의 장소 및 행사를 대신하여 주는 역할을 하고 있으며, 또한 바쁘고 복잡한 오늘날의 사회환경에서 불필요한 시간과 에너지의 낭비를 절약해 준다는 重要性을 갖고 있다는 점이다.(5) 특히 産業發展에 의하여 맞벌이 부부의 가계소득이 높아지고 외식이 많아지면서 더욱 더 飮食業의 役割이 重要하게 되었다.

넷째, 社會團體나 地域, 血緣, 學校의 先後輩 모임, 體育行事로 인한 단체적인 인사 해결은 대부분 야외도시락 형태로 전환되어 가고 있고, 과거와는 달리 등산객이 산이나 유원지 등에서는 취사를 하지 못하므로 이들의 식사를 해결해 주는 것이 바로 飮食業의 役割이라 하겠다.

다섯째, 식사요법으로 체질을 개선할 수 있는 건강지향적인 전문음식업이 등장하여 개인적으로 체질개선 서비스를 받을 수 있는 飮食業의 중요성도 있다는 점이다.

여섯째, 飮食業은 國民保健衛生面에서 그 役割이 매우 重要시 되며, 또한 國民 經濟的인 면에서 채용증대, 稅收, 식량조절 등에서 重要한 役割을 擔當하고 있음은 물론 오늘날의 國際化時代에 부응하는 자국의 食生活의 文化를 世界에 알리는데 크게 寄與할 수 있다는 점이다.

이상에서 살펴본 바와같이 飮食業의 重要性이 인식되면서 오늘날 經濟的, 社會的, 환경적인 變化와 더불어 매우 重要한 役割을 담당하고 있는 現代企業으로서 發展을 보게 되었고, 經營方式에서도 연쇄경영(Chain Operation)이 성장하게 되어 자본과 경영지식을 갖춘 外食産業 형태의 음식업이 등장하게 되고 생산과 유통과정을 표준화하고 기계화함으로써 경영 및 서비스면에서 많은 變化를 가져왔다.

3. 飮食業 運營의 組織

오늘날의 組織은 競爭的 狀況에 直面해 있으므로 生存 繁榮하기 위해서는 자원의 효율적인 결합방식에 대한 새로운 「아이디어」들을 創出해 내지 않으면 안된다. 따라서 조직은 그 構成員들의 創意性(Creativity)을 크게 必要로 한다. 그러므로 관리자는 구성원들이 거리낌없이 창의력을 발휘할 수 있는 조직의 분위기를 조성하는데 힘을 쏟아야 할 것이다.(6)

飮食業의 組織은 企業과는 달리 기능조직을 중심으로 간편하면서 命令系統이 잘 유지되도록 勤務者의 직책에 맡게 業務的 責任·權限 등이 부여되도록 편성하여 運營되어야 한다. 그리고 음식업경영자가 생각하고 바라는 정표수준에 도달하기 위해서는 업소에서 근무하는 從業員들이 근면하지 않고서는 도저히 불가능하다는 것이다. 그래서 조직의 목표를 효과적으로 달성하기 위하여 조직체를 만들어야 하며, 그 組織化된 것은 다음과 같이 몇가지의 原則에 준하여 運營管理되어야 한다.(7)

(1) 기능(Function) 조직을 중심으로 한다.

飮食業의 서비스는 一般 企業體와는 달리 生産과 消費가 함께 일어나며, 필요한 시기에 즉시 제공되는 서비스상품이 중추적인 인자이기 때문에 각기능과 特性에 따라 부서별(관리행정, 구매저장, 조리생산, 판매서비스 등)로 組織이 構成되어야 한다.

(2) 組織은 可能한 한 간단(Simple)하게 한다.

組織의 構成은 不必要한 직위나 編成이 없도록 간단하게 하여야 한다. 또한 계층(Line)간의 命令系統을 단축하여 경영진과 직원들 간의 신속하고 원활한 의사소통이 이루어지도록 한다. 조직단위의 관리범위도 效果的으로 통제가 능한 한계를 넘지 않도록 한다. 一般的으로 대형식당과 호텔은 한 간부에게 5-7명이 적절한 것으로 인식되고 있다. 웨이터가 많은 식당에서는 헤드 웨이터가 일괄 관장하는 것보다 캡틴(Captain)들에게 분할 감독하도록 한다. 또

한 한 헤드 웨이터에게는 5-6명의 캡틴을 관장하는 식으로 조직하여 나가는 것이 좋다.

(3) 모든 職責에 대한 業務的 責任, 權限 및 經濟的인 責任을 밝혀야 한다.

조직의 도표와 직무명세서(Job Discription)를 통하여 모든 직원이 자기의 임무, 권한, 통수계통 등을 명확히 알도록 서식을 밝히며, 권한과 책임을 가능한 한 의사결정의 능력이 있다고 인정되는 조직의 최하위계층까지 위임하여 신속한 의사결정을 이루도록 하는 것이 좋다. 飮食業의 서비스의 特徵으로 보아 顧客이 必要한 시기에 滿足시켜 주는 것이 重要하기 때문이다.

(4) 命令統計의 維持가 必要하다.

조직 패턴(Pattern)을 견고히 유지하고, 업무를 조직적으로 수행하기 위해서는 명령계통이 分明하게 세워져 있어야 한다. 즉, 명령계통(Lines of Command)을 손상시키지 않고 業務事項의 하달과 보고가 체계적으로 이루어지도록 계통을 밟아 일하는 것이 바람직하다.

음식업에서 支配人의 組織化 기능에는 業所의 目標達成을 위해서 수행되어야 할 직무활동(Work Activites)을 여러 단위로 分類, 分業化하는 것과 조직내에 설정된 각종의 직책에 적합한 자질(Qualified)을 갖춘 사람을 찾아서 適所에 配置하는 인사충원 기능도 포함하고 있다.

조직화 기능은 환경조건이 변화하기 때문에 계속적으로 수행하여야 하며 飮食業 經營上에서 가장 심각한 問題는 다음의 세가지로 요약할 수 있다.

첫째, 責任과 權限의 問題가 발생한다.

飮食業으로서 食堂經營의 연륜이 짧고, 有能한 전문지배인들이 거의 배출되지 않아, 특히 중소규모의 식당일 경우 소유주 경영이 大部分이므로 책임은 많이 지우되 권한은 주어지지 않는 不均衡의 狀態가 허다하게 많다.

둘째, 계선(Line)과 참모(Staff) 직능의 明確한 限界性이 없다.

조직의 가장 중요한 자원은 인적자원으로 즉, 조직에 그들의 능력과 재능 그리고 창의력 및 추진력을 공급해주는 「사람」이다. 따라서 경영자의 가장 중요한 과업중의 한 가지가 조직이 그의 목표를 성취하는데 최선의 도움이 될 사람들을 선발하여 교육과 훈련을 시키고 개발하는 일이다. 飮食業所의 조직구성원의 充員에 있어서는 인사 담당과 經營者가 社員의 선발을 직접 처리하므로 실제로 그 직원을 거느리고 일할 부서장의 의견이 전혀 반영되고 있지 않다는 것이다.

셋째, 명령계통이나 통수계통의 體系가 서 있지 않다.

下部職員이라 할지라도 사장이나 소유자와 안면이 있으면 지배인이나 부서장을 경유하지 않고 직접 상대하려는 풍조가 있고, 또 그런 方式으로 하여 어떤 意思決定이 부서장도 모르게 이루어지는 일이 많다는 것이다. 또한 명령하달도 계통적으로 행하지 않고 즉흥적으로 하는 경우가 허다하여 음식업 부서장의 관점에서 볼 때 좌절과 불만의 원인이 되고 있다. 現代 飮食業으로서의 經營合理化를 위해서는 전문적이고 책임과 권한이 부여된 조직의 제원칙을 적용하여 합리적인 조직화를 꾀하여야 할 것이다.

組織圖表 〈그림 2-1〉과 〈그림 2-2〉에 나타나 있는 것과 같이 음식업에서는 휴게실 음식점, 단란주점, 소형일반 음식점과 소형 유흥주점은 대부분 소규모의 음식업으로 그 조직이 간단하나, 그러나 〈그림 2-3〉와 같이 대형 일반음식점과 호텔유흥주점은 폭 넓은 조직으로 운영하고 있다. 일반적으로 소규모의 음식업에서는 식당조리와 서비스 및 관리부분으로 나누어져 運營되고 있다. 이러한 組織 運營은 規模上 영세성도 있지만 顧客에게 보다 더 많은 서비스와 滿足을 주기 위해서 그 조직을 運營하기도 한다.

그러면 日本人 사까끼 요시오의 飮食業 조직에 대한 4가지 運營을 살펴보면 다음과 같다.

〈그림 2-4〉의 조직인 주인(경영자, 점장을 겸임)은 정책면 전반, 전술부분의 직무, 인사, 영업, 기획의 4부문 중 영업과 기획의 2부분을 담

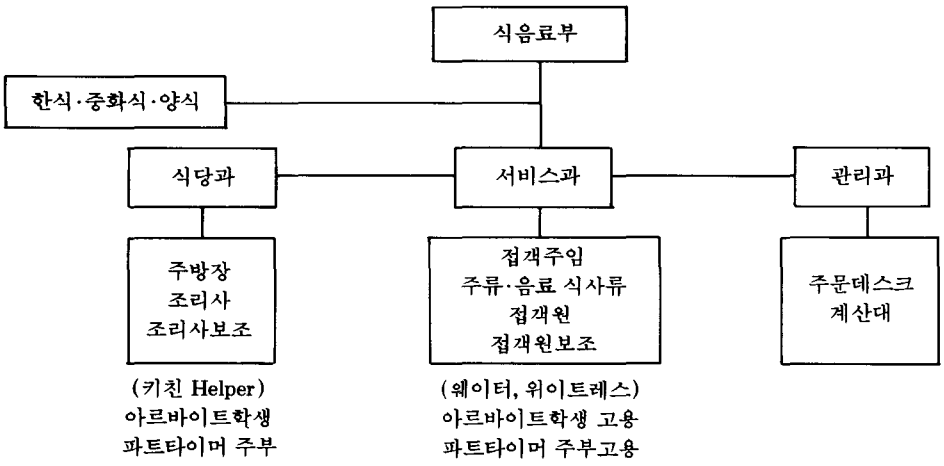
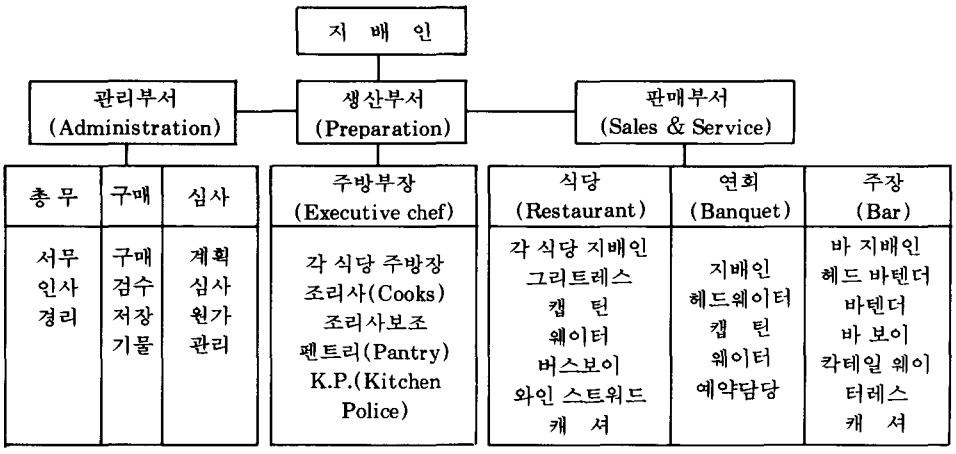


그림 2-1. 조직도표 모형 1－소형 일반식당



資料 : 吳勝一, 『飮食料事業經營』, 白山出版社, 1993. p. 50. 이하 관련자료 같음.

그림 2-2. 조직도표 모형 2－일반식당

당하고, 조리사를 고용하는 것이 이상적인 유형이다. 다음으로 婦人은 정책면에서 주인의 상담에 응하는 것은 당연한 것이고 전술 부분의 4부문중 재무부문의 人事部門을 담당하여 홀을 책임지는 것이 이상적이라 생각한다.

이상과 같이 夫婦가 그 役割을 분담하여 점포 경영을 하는 것이 가장 바람직한 유형이라고 생각된다. 그러나 실제로는 이와는 매우 차이가 있어, 그날 그날의 일에 쫓기기 바쁜 것이 현실이다.

점장의 임무는 영업(점포의 상품력, 서비스력, 점포력을 늘 향상시키기 위해 노력), 구매, 조리 등의 조리장의 업무도 겸하며, 기획(매출, 이벤트 등의 기획, 메뉴의 기획, 고객명부 관리 등)을 한다.

홀담당(부인담당)의 임무는 영업(좋은 서비스의 배려), 재무(장부기록, 경리사무소의 지도로 손익계산, 금전관리 등), 인사(급여, 구인

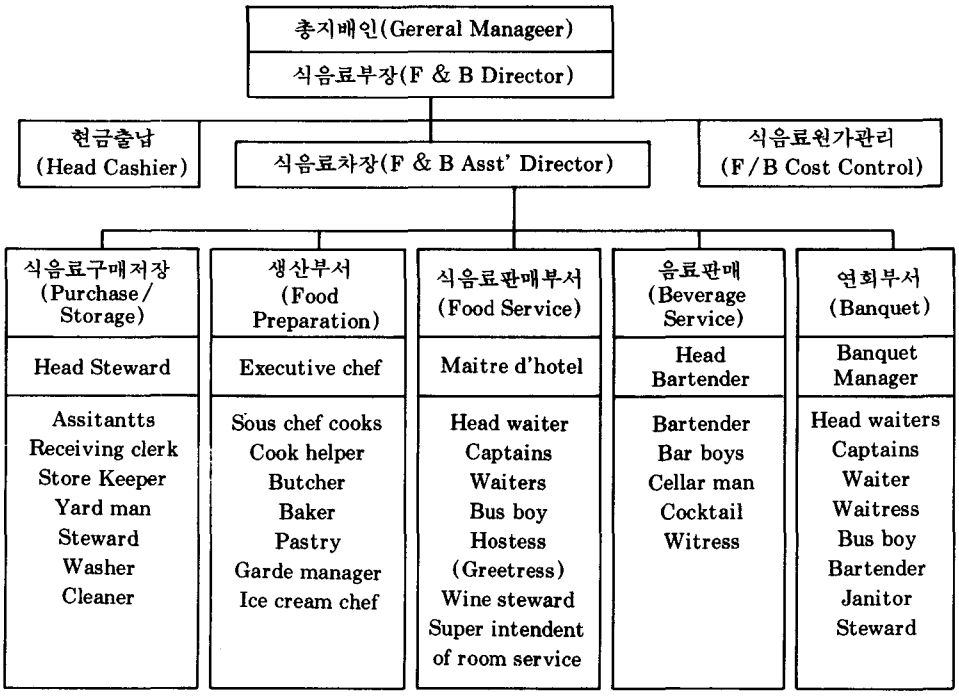


그림 2-3. 조직도표 모형 3－대형호텔

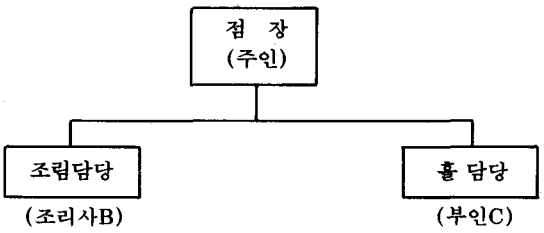


그림 2-4. 파파 마마 스토어의 조직

고용 등등)를 담당한다.

〈그림 2-5〉 조직은 〈그림 2-4〉의 경영조직 보다 조금 세분된 조직으로 조리부분을 치프와 홀장에게 위임한 조직이다.

〈그림 2-5〉 조직의 特徵은 사무소 운영을 부인에게 맡기고 치프가 재료를 발주, 수취, 관리를 함께하며, 그날 쓸 材料를 들어놓아 調理準備를 하도록 한다. 조리장에서 조리작업 수준을 체크하고 맛있는 음식요리가 원활히 제공되도록 부하를 리드한다. 그리고 홀장(지배인)은 매상관리, 종업원 스케줄관리, 아르바이트생교육, 파트교육, 교육 후 웨이터 職務敎育 등을 담당한다.

〈그림 2-6〉 조직은 점장에게 치프와 홀장을 두어 店鋪를 獨立運營하므로 家族經營과 同族經營의 分離가 必要한 組織이다. 이 정도의 飮食企業의 組織이라면 婦人은 되도록이면 現場에서 빠지는 것이 좋다.

〈그림 2-7〉와 같은 이 정도의 規模가 되면 새로운 職責이 생기는데, 그것이 바로 SV(Super Visor)인 것이다. 韓國의 一般企業에서 使用되는 용어로는 營業課長에 해당되며 사장을

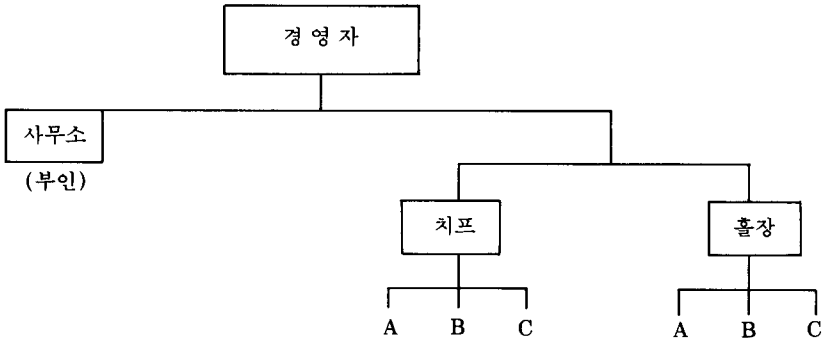


그림 2-5. 연매출 7－8,000천엔 음식점의 조직도

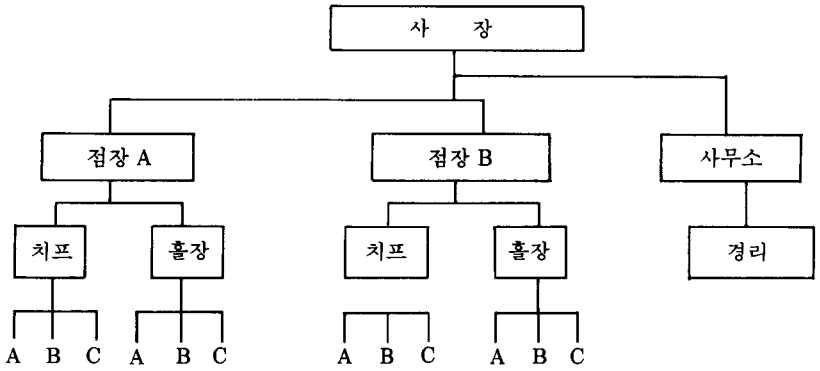


그림 2-6. 2－4 점포인 음식기업의 조직도

대신하여 현장이 잘 유지되도록 점장을 비롯해서 현장의 점포력을 체크하여 從業員을 指導하고 점포를 活性化해가는 役割이 SV의 役割인 것이다.

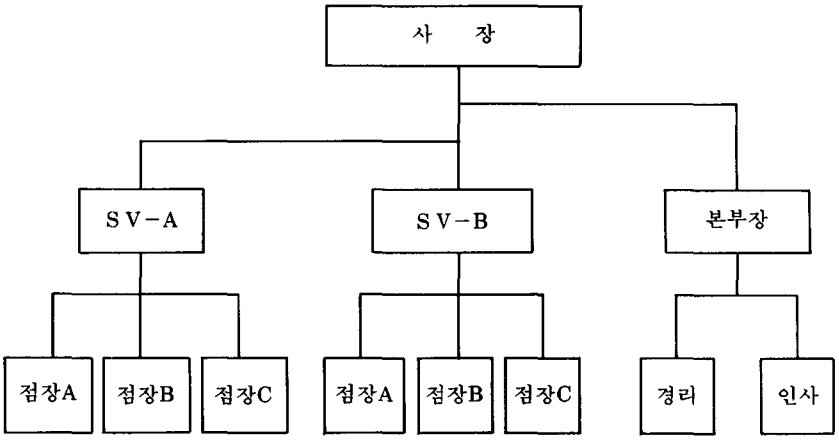
4. 經濟發展에 따른 食品接客業所 變遷過程

오늘날 經濟發展에 따라 서비스업은 상당히 많은 環境變化를 가져왔다. 그 중에서도 韓國飮食業은 몇 해를 거듭하여 社會的으로 規制 및 團束의 대상이 되어왔고 식품접객업소의 營業許可에 대한 分類도 몇 차례나 변경되었다. 그러나 飮食業을 運營하는 經營者 입장에선 效率的인 관리를 하지 못하여 어려움을 가져오기도 했다.

食品接客業所의 營業許可는 〈표 2-2〉와 같이 86년까지는 전문음식점 영업허가가 시행되어 오다가 대중음식점으로 흡수되어 버렸고, 92년에 과자점영업과 다방영업이 폐지되어 93년부터 휴게음식점 영업허가로 통합편승시켰으며, 그리고 이동조리판매업과 출장조리판매업은 일반음식점 영업허가로 흡수되어 버렸다.

90년대부터 국제적인 외식산업이 국내에 들어와 뿌리를 내리면서 국내 음식업 운영에 많은 충격을 주었다. 오늘날 외국 브랜드로 들어온 外食産業이 施設投資나 規模面에서 優位戰略으로 분위기, 가격, 서비스, 맛의 차별화로 국내 외식시장을 見樣하고 있다.

93년에 새롭게 등장하게 된 단란주점 영업은



資料 : 『月刊 HOTEL & RESTAURANT』, 호텔과 레스토랑, 1993, 12월호, pp. 164-167.
주 : 사까끼 요시오는 일본 (주) OEM 컨설팅 회장

그림 2-7. 5-10 점포인 음식기업의 조직도

건전한 휴식이나 유락공간에 대한 사회적 수요를 충족시킬 수 있는 젊은 세대와 직장인을 고객을 한 經營戰略을 펼치고 있어 앞으로 유흥주점의 고객을 많이 흡수시킬 것으로 예측된다.

94년 현재 식품접객업 영업허가 분류에 따른 정의를 알아 보면 다음과 같다.

(1) 휴게음식점 영업

음식류를 조리·판매하는 영업으로 음주행위가 허용되지 아니하는 영업.(주로 다류를 조리·판매하는 다방, 주로 빵·떡·과자·아이스크림류를 제조·판매하는 과자점 형태의 영업을 포함한다)

(2) 일반음식점 영업

음식를 조리·판매하는 영업으로서 식사와 함께 부수적으로 음주행위가 허용되는 영업.

(3) 단란주점 영업

주로 주류를 조리·판매하는 영업으로서 손님이 노래를 부르는 행위가 허용되는 영업.

(4) 유흥주점 영업

주로 주류를 조리·판매하는 영업으로서 유흥 종사자를 두거나 유흥시설을 설치할 수 있고, 손님이 노래를 부르거나 춤을 추는 행위가 허용되는 영업.

유흥종사자 및 유흥시설의 범위

1. 유흥접객원
2. 댄서
3. 가수 및 악기를 다루는 자(일반 음식점에서 안락한 분위기 제공을 위하여 노래를 부르거나 악기를 연주하는 자 및 단란주점에서 손님의 노래를 반주하기 위하여 악기를 연주하는 자 1인을 제외한다.)
4. 무용하는 자
5. 만담 곡예를 하는 자
6. 유흥사회자

• 유흥접객원 : 손님과 함께 술을 마시거나 노래 또는 춤으로 손님의 유흥을 돋구는 부녀자를 말한다.

• 유흥시설 : 유흥종사자 또는 손님의 노래·춤·만남·곡예 등 유흥을 위하여 설치한 무대장치·무대장·조명시설·음향시설 등을 말한다. 다만, 단란주점에서 손님이 노래를 할 수 있도록 하기 위하여 설치한 보

표 2-2 食品接客業 年度別 變遷過程

1993－94년	1992년	91－89년	88－87년	85－86년	83년
	1. 대중음식점 영업(식사류 등 음식만 판매하는 경우)	1. 대중음식점 영업	1. 대중음식점 영업(조리판매업, 이동식판매업, 인삼찻집)	1. 대중음식점 영업(간이주점)	1. 대중음식점 영업(간이주점)
휴게음식점영업	2. 과자점 영업 3. 다방 영업 4. 일반 조리판매업	2. 과자점 영업 3. 다방 영업	2. 과자점 영업 3. 다방 영업	2. 과자점 영업 3. 다방 영업	2. 과자점 영업 3. 다방 영업
일반음식점영업	1. 대중음식점 영업(식사류와 반주로 주류를 판매하는 경우) 2. 휴게실 영업 3. 이동조리 판매업 4. 출장조리판매업(주류 취급시 조주사 필요)	4. 휴게실 영업 5. 식품조리판매업 1) 일반조리판매업 2) 이동조리판매업 3) 출장조리판매업	4. 휴게실 영업	4. 전문음식점 영업(86년 11월 11일 위생법 개정) 5. 휴게실 영업	4. 전문음식점 영업 5. 휴게실 영업
단란주점영업	1. 대중음식점 영업(주류와 안주만) 2. 유흥접객 영업(주류와 안주만 판매하는 경우)				
유흥주점영업	1. 유흥접객 영업(주류와 안주만 판매하는 경우외의 유흥접객영업의 경우)	6. 유흥접객업	5. 유흥음식점 영업(일반유흥음식, 무도유흥음식, 외국인전용 유흥음식점)	6. 유흥음식점 영업	6. 유흥음식점 영업

資料 :『食品衛生法 및 衛生管理指針』, 韓國食品工業協會, 1993, p. 52.

건사회부령이 정하는 음향 및
반주시설을 제외한다.

5. 結 論

飮食業은 우리생활에서 없어서는 안 될 重要性을 가지고 있으며, 이로 인하여 환경적인 변화에 外食産業으로서 役割을 담당하게 되었다. 특히 음식업은 체인 경영방식이 등장하게 되어 자본과 경영기술을 갖춘 형태적인 음식업이 조리와 유통과정을 표준화하고 기계화함으로써 경영 및 서비스면에 변화를 가져왔다.

음식업 운영의 조직은 아직까지 우리나라는 영세성에서 벗어나지 못하고 있으며, 가족이나 부부경영으로 인하여 위생적인 관리가 미흡함을 알 수 있다. 그러나 서울 강남 등 일부지역을 대상으로 살펴보면 현대적인 시설과 분위기를 갖춘 기업형 음식업을 운영하고 있어 기존 한국형 음식업 경영을 위축시키고 있다. 이러한 형태에서 음식의 가격과 고객의 서비스 및 메뉴제공에 따라 여러형태로 분류되고 허가·관리되어 가고 있다.

한국의 음식업소들은 외국브랜드에 밀리지 않도록 향토적인 음식업을 유지관리하고 개발

하여 가격, 서비스, 분위기, 고유의 맛 등으로 대응해 가야 하겠다.

참 고 문 헌

1. 崔大雄, 『食堂經營管理』, 觀光 서비스開發院, 1985, p. 4.
『외식사업 경영론』, 白山出版社, 1992.
2. 鄭厚敎, 「우리나라 料食業의 現況分析과 그의 改善方向에 관한 硏究」, 碩士論文, 崇實大學校, 1988, p. 5.
3. 張永勳, 『우리나라의 食文化와 外食産業의 展開方向』, 新韓綜合硏究所, 1988; p. 23.
4. 吳勝一, 『飮食料事業經營』, 白山出版社, 1993, p. 20.
5. 鄭厚敎, 「우리나라 料食業의 現況分析과 그의 改善方向에 관한 硏究」, 1988, p. 23.
6. 朴愚東, 『經營學原論』, 法文社, 1991, p. 349.
7. 吳勝一, 『食飮料事業經營』, 白山出版社, 1993, pp. 34~49.
8. 鄭五和, 「第22回 韓·日技術士 合同 심포지움에 다녀와서」, 『技術士』, (社)韓國技術士會, 1993, 2월호, p. 83.
「韓國 飮食業 運營改善에 관한 調査 硏究」, 碩士論文, 漢陽大學校, 1994.
9. 미야 에이지, 『그림해설 外食비즈니스』, 한국산업훈련연구소, 1992.
10. 호텔과 레스토랑, 『월간 Hotel & Restaurant』, 1993, 12월호, p. 114.
11. 食品工業協會, 『食品衛生法 및 食品衛生管理指針』, 1993, p. 52.
12. 韓國飮食業中央會, 『月刊 뚝배기』, 1994, 1월호, p. 38.
13. 半壽美, 「우리나라 외식산업 발전방향」, 『食品産業』, 月刊 食品産業, 1987, 6월호
14. 최종옥, 「한국 외식산업 현황과 미래의 전망」, 『외식산업 경영학술 연구발표회』, 중앙대학교 산업교육원 산업기술경영대학원, 1994.
15. 손일락, 『"de restaurer" : 미래의 식당경영』, 螢雪出版社, 1992.

Norman G. Marriott(1989), Principles of Food Sanitation, New York : Van Nostrand Reinhold Co.

Rbert S. Emerson(1990), The New Economics of Fast Food, New York : Van Nostrand Reinhold Co.

Scriven, C. and J. Stevens(1982), Food Equipment Facts, A Handbook for the Food Service Industry, New York, N. Y. : John Willey & Sons.

Stegeman, B., J. Macey, J. Hoedel, D. Smith and A. A. Hertzler(1976), Dietetic Student Study Prison Diets. J. AM. Diet. Assoc, 69, 647-651.

Stokes, T.S.(1986), How to Manage a Restaurant, Wm. C. Brown Co., Pub.,
中村老士, 『外食産業 の 經營戰略 CHECK LIST』, 中央經濟社, 1981.