

관광호텔 조리사의 프로페셔널리즘으로서 조리마인드에 관한 연구

강종현* · 김장익**

< 목 차 >

I. 서론	IV. 분석결과와 종합토의
II. 이론적 배경	V. 결론
III. 조사설계와 분석방법	참고문헌
	ABSTRACT

I. 서론

여러 국가들은 관광객들이 지출하는 소비액에 대해 많은 관심을 가지고 있다. 관광객들이 자국에서 행하는 활동과 지출하는 소비액으로 인하여 많은 효과가 기대되고 있기 때문이다. 그래서 한국과 같은 국가는 특별히 관광객들을 유치하기 위하여 관광기본법을 제정하여 관광진흥의 시책을 규정하고 있으며, 또한 관광진흥법을 제정하여 관광개발과 관광사업을 지도·육성하고 있다.

우리나라 관광호텔은 관광진흥법의 목적에 준하는 관광객들을 유치할 수 있는 매력적인 음식을 조리하고 식문화의 창달과 관광객들의 소비지출을 유도할 수 있어야 한다. 사람이 관광목적 뿐만 아니라 어떠한 목적으로 여행하든 자신의 일상 생활권을 떠나 타지역으로 여행할 때에는 반드시 소비행위가 따르게 된다. 이와 같이 타지역으로 여행하는 관광객들의 소비지출을 유도할 수 있는 매력물 중에 하나가 음식이라고 볼 수 있다. 더구나 식행위는 여행에 있어 불가피한 행위 중에 하나이다. 따라서 관광호텔은 관광객의 식욕구를 만족시킬 수 있을 뿐만 아니라 매력을 줄 수 있는 품질적 음식을 조리할 필요가 있다.

관광호텔이 관광객을 대상으로 영업하는 업체이고 그들로부터 수익이 발생한다면 그들의 선호하는 환경 속에서 선호하는 음식을 제공하여야 한다. 관광객들이 선호하는 환경 속에서 품질적 음식의 제공은 끊임없는 음식조리 지식과 기술의

* 안산공과대학 외식산업과 교수

** 혜전대학 호텔조리과 겸임교수

개발로부터 가능하다. 이러한 조리지식과 기술의 개발은 당해주방을 책임지고 있는 감독자들에 의해 달라진다. 감독자들은 자신의 업체에 원하는 조리지식과 기술이 있기 때문이다.

음식을 만드는데 필요한 조리지식과 기술이 제대로 적용된 음식은 품질적 음식이라 할 수 있다. 따라서 음식품질을 개선하기 위한 음식조리의 문제는 음식품질에 미치는 조리영향요소들을 제시하고, 부하직원들이 조리하고 있는 음식들이 이러한 조리영향요소가 만족스럽게 적용이 된 음식들인지에 대해 감독자들로부터 평가하도록 함으로써 파악된다. 결국 파악된 문제의 조리영향요소가 적절한 방법을 통하여 개선하게 됨으로써 음식품질은 향상되게 된다.

이와 같은 감독자들의 평가를 통한 개선된 음식조리는 품질적 음식조리로 관광객들에게 매력적인 음식을 제공할 수 있는 바탕이 된다. 그러나 이러한 평가가 없는 상태에서 조리는 매력적이지 못한 음식을 생산하게 될 뿐만 아니라 관광호텔사업의 영속성을 확신할 수 없는 조리가 된다. 이러한 평가는 관광호텔사업에 있어 가장 중요한 단계라고 볼 수도 있다.

이러한 감독자들의 평가 결과로 개발되는 음식은 관광객 대상의 영업조건이 된다. 지금까지 음식이 관광목적지의 선택속성들 중에서 하나로 조사되어 온 것을 제외하고 관광객들에게 매력을 줄 수 있고, 식문화를 창달할 수 있고, 관광을 진흥할 수 있는 품질적 음식이 조리되어 왔다고 보기는 어렵다.

따라서 본 연구는 고객의 분류와 욕구, 그리고 고객만족을 고찰하고, 그들에게 제공되는 음식의 영향을 고찰한 후에, 실제 음식을 만들고 있는 조리사들이 고객의 욕구를 충족시키면서, 그들에게 제공된 음식들로부터 기대할 수 있는 효과를 얻을 수 있는 음식을 조리하고 있는지를 감독자들로부터 조사하여 보여주고 시사점을 제시하는 순서로 진행하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 고객의 분류와 욕구

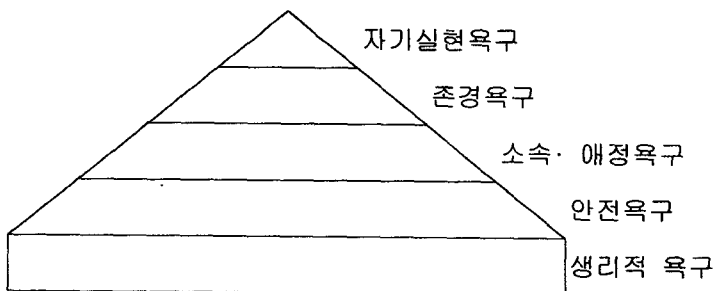
고객은 크게 두 종류로 나누어 볼 수 있는데 하나는 제품과 서비스를 구매하고 돈을 지불하는 자이고 다른 하나는 제품과 서비스를 제공하는 종업원을 말한다. 전자는 외부고객을 말하는 것으로 지금까지 고객으로 인식해 온 고객을 의미한다. 후자는 내부고객으로 지금까지 고객으로 인식하지 않았던 종업원을 의미한다. 본 연구는 고객만족의 개념을 종업원 만족과 구분하여 외부고객을 대상으로

하고 있다.

앞에서도 구분했지만 외부고객은 지역주민과 관광객으로 구분될 수 있다. 지역주민은 세부적으로 내국인과 외국인으로 구분되고 관광객도 세부적으로 내국인과 외국인으로 구분된다. 특정지역에 거주하는 내국인 뿐만 아니라 외국인의 보건증진에도 이바지하기 위하여 식품으로 인한 위생상의 위해와 식품영양의 질적 향상을 도모하기 위하여 제정된 법이 식품위생법이다. 따라서 식품위생법에서 구분되고 있는 식품접객영업은 거주하는 내국인 뿐만 아니라 외국인의 보건증진을 위하여 식품으로 인한 위생상의 위해를 방지하고 식품영양의 질적 향상을 도모할 수 있는 사업이어야 한다. 물론 외국인 관광객을 위하여 관광진흥법에서 구분하고 있는 관광사업체가 있지만, 외국인 관광객이 반드시 관광사업체만을 이용하지 않는다고 볼 수도 있기 때문에, 식품접객영업은 이들 외국인 관광객을 포함한 외국인의 보건증진 뿐만 아니라 외식경험을 제공하여 사업목적에 달성하여야 할 것이다.

고객을 대상으로 하는 모든 사업은 나름대로의 사업목적인 사업효과를 기대하고 행해진다. 사업으로 인한 기대효과를 얻기 위해서 사업은 고객을 만족시킬 수 있어야 한다. 고객을 만족시킨다는 것은 고객의 욕구를 만족시킨다는 것을 의미한다. 고객의 욕구는 최저차 욕구인 생리적 욕구로 시작하여 안전욕구, 소속 및 애정욕구, 존경욕구를 거쳐 최고차 욕구인 자기실현의 욕구로 성장되어 간다.

<그림 1> 고객의 욕구단계



외식하는데 있어서도 고객은 5단계를 거치면서 자기실현의 욕구를 달성하고자 한다고 볼 수 있다. 따라서 고객욕구는 외식으로부터 충족하고자 하는 5단계의 인간욕구를 말한다. 이것은 관광호텔이 5가지의 외식욕구를 충족시킬 수 있어야 한다는 것을 의미한다. 즉 관광호텔은 다음과 같이 욕구단계별로 고객의 욕구를 충족시켜야 한다.

㉠ 생리적 욕구

이것은 고객의 생명 그 자체를 유지하기 위한 기초적인 욕구로서 다른 모든 욕구보다 우선하게 된다. 생리적 욕구는 외식하는데 있어서 음식과 관련된 고객 욕구라 볼 수 있다. 따라서 관광호텔은 고객의 생명유지를 위해 필요한 영양소를 공급할 수 있는 음식을 고객에게 제공할 수 있어야 한다.

㉡ 안전욕구

이것은 고객의 신체적 위험과 생명이 박탈로부터 해방되려는 욕구로서 음식으로 인한 위생상의 위해와 불안한 외식환경에서 해방되려는 욕구를 말한다. 안전 욕구는 외식하는데 있어서 음식 및 서비스와 관련된 고객욕구라 볼 수 있다. 따라서 관광호텔은 고객이 위생적으로 안전한 음식을 제공하고 편안한 마음으로 식사할 수 있도록 하여야 한다.

㉢ 소속·애정욕구

이것은 고객이 특정집단에 소속되거나 또는 다른 집단에 의하여 자신이 소속되어지길 바라면서 사회적으로 유용한 인간으로서 의미있는 관계를 유지하려는 욕구를 말한다. 소속·애정욕구는 외식하는데 있어서 서비스와 관련된 고객욕구라 볼 수 있다. 따라서 관광호텔은 고객이 소속된 집단의 구성원들과 같이 외식하면서 의미있는 관계를 유지할 수 있도록 하거나 애인이나 가족들과 같이 외식하면서 의미있는 관계를 유지할 수 있도록 하여야 한다.

㉣ 존경욕구

이것은 고객이 특정집단에 소속된 다음, 그 집단의 단순한 구성원 이상이 되려는 욕구를 말한다. 존경욕구는 외식하는데 있어서 서비스와 관련된 고객욕구라 볼 수 있다. 따라서 관광호텔은 고객이 특별히 대우받는다는 느낌이 들도록 고객을 존중할 수 있어야 한다.

㉤ 자기실현의 욕구

이것은 고객 자신의 잠재력을 최대한으로 개발하여 성장가능성을 최대로 달성하려는 욕구를 말한다. 자기실현의 욕구는 외식하는데 있어서 음식 및 서비스와 관련된 고객요구라 볼 수 있다. 따라서 관광호텔은 고객 자신의 잠재력을 최대한으로 개발하여 성장가능성을 최대로 달성할 수 있는 기회를 제공하는 장소이어야 한다.

2. 고객욕구의 만족

만족이란 마케팅에서 중요한 측면으로 인식되어 왔으나 그 개념이 어떻게 정의되어야 하는가에 대해서 아직 의견의 일치를 보지 못하고 있다. 일반적으로 만족을 욕구충족, 기쁨/불쾌, 인지적 상태, 속성이나 편익평가, 또는 경험의 주관적 평가로서 정의한다. 개념 정의의 자체에는 의견을 달리하고 있지만 만족이 단일변수가 아니라 상호관련된 여러 요소들이 만족에 영향을 미친다는 점에는 의견을 같이 하고 있다.

만족(satisfaction)이란 satis(충분) + facere(만들다 혹은 하다)라는 라틴어에서 유래했다. 라틴어에 의하면 만족은 성취하거나 무엇을 채우는 것으로 볼 수 있다. 고객만족은 고객의 성취반응이므로 정해진 수준 이상으로 고객의 기대를 충족하는 것을 의미한다. 만족은 이렇게 정해진 주관적인 기대수준에 의해서 좌우되므로 객관적으로 낮은 혹은 높은 품질로도 개인의 기대에 따라 만족을 얻거나 얻지 못하는 수가 생긴다. 그러나 고객만족이란 고객의 욕구와 기대에 최대한으로 부응한 결과로 발생하는 제품과 서비스에 대한 고객의 신뢰감이 연속되는 상태를 말한다. 즉 고객의 필요와 욕구에 의해 생겨난 기대를 충족시키거나 초과할 때 만족이 발생하고 그렇지 못할 때 불만족이 발생하게 된다.

음식에 대한 고객의 만족개념은 분석수준에 따라 여러 형태로 나타내어질 수 있다. 즉 음식에 대한 만족은 고객들의 만족반응을 군집화하여 사회차원, 산업차원, 기업차원에서 볼 수 있으며, 또한 개인수준에서 식사전시점의 만족에서부터 식사후의 만족까지 시간의 연속선상에서 살펴볼 수 있다. 그리고 음식에 대한 만족은 만족대상에 따라 구분될 수도 있다. 예컨대 음식에 대한 만족은 음식속성에 대한 만족도, 점점직원에 대한 만족도, 그리고 전반적인 만족도로 구분될 수 있다.

3. 음식의 영향

음식의 영향이란 고객에 의한 외식이라는 현상이 가져온 영향을 특정 기준으로 평가한 것이다. 음식의 효과를 평가하는 기준은 보통 경제적 효과가 이용된다. 따라서 음식의 영향은 경제적 영향과 비경제적 영향으로 구분될 수 있다.

외식은 생리적인 목적을 위한 외식이지만 동시에 일련의 소비활동으로 이루어지는 현상이기도 하다. 이러한 외식자의 소비활동에 따라 생기는 영향은 음식의 경제적 영향이라 불리워질 수 있으며, 경제적 영향이란 구체적으로 국제수지의 개선, 경제발전에 기여, 그리고 지역개발의 촉진을 말할 수 있다.

1) 경제적 영향

외국인 고객에게 제공되는 음식은 외국인 고객이 입국하는 나라와 지역의 외화수입이며, 외국인 고객의 외식에 지출되는 소비액의 증가는 외화획득의 증대에 직접적으로 이바지하는 것이 된다.

제품수출로 인한 외화가득율과 외국인 고객의 유치로 인한 외화가득율을 비교해 보아도 알 수 있다. 외국인 고객의 욕구를 충족시키고 그들을 매료시킬 수 있는 음식의 조리에 의한 외화수입은 보이지 않는 수출이라고 불리워질 수 있다.

외식이 국내인에 의해서 행해지든 외국인에 의해서 행해지든 외식은 외식자와 음식제공자와를 결부시킴으로써 음식제공자가 소재하고 있는 국가, 또는 지역의 경제발전에 기여하게 된다.

이와 같이 외국인 고객의 방문과 외식에 지출하는 소비의 증대는 자사의 발전을 촉진시킴과 동시에 새로운 고용의 기회를 제공하게 된다. 고용기회의 증대는 새로운 구매력을 낳게 하고, 수요를 확대시키는 이른바 승수효과를 나타내게 된다.

관광객들이 외식함으로써 행해지는 소비의 증대는 외식과 관련된 사업을 성립시켜, 고용의 기회를 증대시키며, 지방자치단체의 세수를 증대시키며, 세수의 증대는 공공서비스의 향상을 가져오게 되며, 도로, 상하수도, 그리고 전력공급과 같은 생활기반시설을 정비하게 되는 효과를 가져오게 된다.

2) 비경제적 영향

관광객에게 음식을 제공함으로써 발생하는 비경제적 영향은 사회문화적 효과라 불리워질 수 있다. 사회문화적 효과는 교육적 영향, 문화적 영향, 그리고 국제친선영향이라 말할 수 있다.

관광객들의 외식은 직접적으로 전통음식을 먹고 외식체험을 한다는 점에 있어서 뛰어난 교육적 효과를 가진다. 관광객들의 음식으로 인한 교육적 영향이라고 하는 것은 이처럼 직접적 외식체험을 통하여 얻어지는 것에 대한 평가이다.

지역외부고객이 외식에 의해서 습득한 음식에 관한 지식과 체험은 다른 여러 사람들에게 자연스럽게 전해짐으로서 사회에 대하여 커다란 영향을 미치게 된다. 오랜 역사의 모든 과정을 통해서 보면 다른 나라의 식문화나 산물은 여행하는 사람과 함께 다른 나라로 건너간 일이 많다.

가령 실크로드가 교역뿐만 아니라 동서문화의 교류에 크게 이바지한 것은 잘 알려진 사실이다. 또한 이탈리아의 여행가 마르코폴로의 체험담에 바탕을 둔 동방견문록은 4세기 초엽 당시로서는 최초로 상세한 동양의 소개이었고, 유럽사람들의 동양에의 관심을 높여, 그것이 신허로나 신대륙 발견의 원이 되었다.

이와 같이 여행은 관광객의 식사가 생리적인 욕구이고 생리적으로 행하는 그

자체가 목적일 수도 있지만, 음식에 의해 얻어지는 지식과 경험은 다른 사람들에게 전해질 수 있는 것이며, 또 내방한 관광객을 통하여 서로 다른 문화에 접촉할 수 있는 것이 된다. 그래서 방문한 관광객을 통해서 다른 나라의 식문화가 도입되고 있으며, 한국인에 의해 한국의 식문화가 해외에 소개되고 있다.

음식으로 인한 사회문화적 영향 가운데 국제왕래를 통해서 가져오게 되는 영향을 국제친선영향이라 불리워질 수 있다. 음식은 지방과 지방, 나라와 나라 사이의 식문화의 전달에 이바지할 수 있는 것이고, 나라와 나라의 경우에 그것은 국제친선효과를 가져온다고 생각할 수 있다.

III .조사설계와 분석방법

1. 조사설계 및 대상자 선정

본 연구는 감독자들부터 조리영향요소를 통하여 부하직원들이 조리한 음식에 대한 만족도를 조사하는데에만 목적을 두고 있다. 조리영향요소 만족도는 특1급호텔과 특2급호텔로 구분하여 조사된다. 조사된 결과에 의하면 특1급호텔들과 특2급호텔들의 조리영향요소 만족도가 한식과 양식에서 차이가 있는지도 검증될 수 있다고 본다. 본 조사의 결과자료는 조리사의 조리마인드변화를 요구하는데 필요한 기초자료로만 활용하게 된다.

조사대상호텔은 서울에 소재하고 있는 특급호텔들 중에서 한식과 양식을 모두 판매하고 있는 호텔들로 선정되었다. 특1급호텔로 L, A, P, R과 LW의 호텔들이 선정되고 특2급호텔로 R0, PA, RI, N과 S의 호텔들이 선정되었다.

2. 조사시기와 조사방법

설문지는 2000년 1월부터 2월까지 1개월 동안 배포되었다. 설문내용은 무작위 표본추출방법에 의하여 조사되었다. 조사대상자는 특급1급과 특2급호텔의 조리사 500명을 선정하였다. 본 연구는 특정한 일반적 사항을 가지고 있는 조리사들에 대한 조사편증을 예방하기 위하여 사전에 대략적인 비율을 정하여 설문지를 배포하고 질문내용에 의미전달이 미흡한 부분에 대해서 사전에 교육된 면접원(대학생)에 의하여 보충·설명되도록 하였다.

설문방법은 한정식 설문지법(close-ended questionnaire)이 이용된다. 조사대상자의 일반사항에 관한 질문은 여러 가지의 응답들 중에서 한 가지만을 선택하

도록 하는 방법이 이용되나 직급과 같은 경우 호텔에 따라 다르게 호칭되고 있어 직급과 근무호텔에 관한 질문은 자기기입식 방법이 이용된다. 조리영향요소 만족도는 리커트척도방법이 이용된다.

3. 설문지구성

설문지는 크게 2개 부분으로 구분되어 있다. 첫 번째 부분은 조사대상자의 일반사항 항목으로는 6문항, 두 번째 부분은 조리영향요소 만족도항목 21문항으로 구성하였다.

<표 1> 설문지 구성

설문내용		측정도구
I	조사대상자의 일반적 특성	성별, 연령, 조리경력, 근무호텔, 조리하고 있는 음식의 종류 명목척도
II	조리영향요소 만족도	사전조미, 사전색깔내기, 스탁량, 육류, 가금류, 또는 해산물류와 야채가니쉬 동시에 가열, 소스농도, 가열온도, 특정부위 먼저 가열, 기름바르면서 가열, 방향야채(미르뿌와)첨가하여 가열, 가열 후에 생성된 식재료유출물로, 소스(팬그레비나 쥐) 만들기, 가열도구, 식재료근육조직과 고유맛, 기름종류, 식재료두께, 밀가루나 빵가루 묻히기, 가열 중에 시각적인 장식재료첨가, 가열 중에 뒤집어 주기, 기름량, 동시에 가열하는 식재료량, 가열 중에 식재료유실물 걸내기, 조리시점 리커트 5점 척도

IV. 분석결과와 종합토의

1. 조사대상자의 일반사항

조사대상자의 일반사항에 관한 결과에 의하면 전체표본은 429명이었다. 성별로 남성과 여성은 각각 372명과 57명이었다. 연령별로 20대, 30대, 40대와 50대는 각각 136명, 219명, 72명과 2명이었다.

2. 조사자료의 신뢰성

본 연구는 신뢰도 평가기준으로 크롬바알파계수를 이용한다. 일반적으로 알파계수가 0.6 이상이 되면 비교적 신뢰도가 높다고 보고 있다. 따라서 본 조사는 신뢰도계수가 0.7805와 0.8425이므로 신뢰도가 높다고 할 수 있다.

조리영향요소 만족도 조사에서 조리영향요소를 제외시키게 되면 전체 신뢰도계수가 향상되는 조리영향요소는 상관계수가 0.1226이고 알파계수가 0.8469인 가열 중에 시각적인 장식재료 첨가이다. 이 조리영향요소를 제외시키게 되면 전체 신뢰도계수는 0.8425에서 0.8469로 향상된다. 조리영향요소를 제외시키게 되면 전체 신뢰도계수가 0.8318로 가장 크게 저하되는 조리영향요소들은 기름량, 기름종류와 가열 중에 뒤집어 주기였다.

<표 2> 신뢰성 검증결과

구 분	상관계수	알파계수	신뢰도계수	
가열 중에 식재료유실물 걸러내기	0.5075	0.8319	0.7805	0.8425
스탁량	0.4322	0.8351		
가열 중에 뒤집어 주기	0.5079	0.8318		
사전조미	0.2844	0.8410		
조리시점	0.2974	0.8405		
방향야채(미르뿌와)첨가하여 가열	0.3964	0.8366		
가열 후에 생성된 식재료유출물로 소스(팬그레 비나 쥐)만들기	0.4502	0.8343		
소스농도	0.4456	0.8346		
육류, 가금류, 또는 해산물류와 야채가니쉬 동시에 가열	0.2911	0.8408		
가열도구	0.3801	0.8374		
가열 중에 시각적인 장식재료첨가	0.1226	0.8469		
식재료근육조직과 고유맛	0.4831	0.8327		
기름종류	0.5042	0.8318		
식재료두께	0.4639	0.8336		
밀가루나 빵가루 묻히기	0.3074	0.8379		
기름바르면서 가열	0.4838	0.8329		
동시에 가열하는 식재료량	0.4661	0.8338		
특정부위 먼저 가열	0.4733	0.8333		
가열온도	0.3862	0.8371		
기름량	0.5054	0.8318		
사전색깔내기	0.3860	0.8371		

3. 조사자료의 결과

한식에서 조리영향요소 만족도에 관한 조사결과에 의하면 소스농도, 식재료근육조직과 고유맛, 기름종류, 특정부위 먼저 가열, 가열온도, 그리고 사전색깔내기는 호텔에 따라 차이가 없는 것으로 나타났다. 각각의 호텔에서 가장 높은 만족도와 가장 낮은 만족도를 보이는 조리영향요소들은 다음과 같다.

L호텔에서 가장 높은 만족도를 보이는 조리영향요소는 기름량이였다. A호텔에서 가장 높은 만족도를 보이는 조리영향요소는 조리시점이었다. 이외에 가장 높은 만족도를 보이는 조리영향요소는 P호텔에서 가열 중에 뒤집어 주기, R호텔에서 가열온도, LW호텔에서 사전색깔내기, R0호텔에서 가열도구와 가열 중에 장식재료 첨가, PA호텔에서 방향야채 첨가하여 가열, 야채가니쉬 동시에 가열과 기름량, RI호텔에서 소스만들기, N호텔에서 소스농도와 야채가니쉬 동시에 가열, 그리고 S호텔에서 특정부위 먼저 가열이었다.

<표 3> 한식자료의 조사결과

구 분	L	A	P	R	LW	R0
가열 중에 식재료유실물 걸러내기	4.64A	4.14A	4.00A	4.11A	4.25A	4.15A
스탁량	4.27AB	3.29BCD	3.78ABCD	3.89ABCD	4.12ABC	3.92ABCD
가열 중에 뒤집어 주기	4.18AB	3.57B	4.67A	4.00AB	4.00AB	4.15AB
사전조미	4.27A	4.14A	4.33A	4.11A	4.38A	4.15A
조리시점	4.18A	4.43A	4.33A	3.44AB	4.25A	4.08A
방향야채(미르뽕와)첨가하여 가열	4.00A	3.43AB	3.67AB	4.33A	4.25A	3.77AB
가열 후에 생성된 식재료유출물로 소스(팬그레비나 쥬)만들기	4.09ABC	4.14AB	3.89ABC	3.56BC	3.88ABC	4.00ABC
소스농도	4.18	3.29	4.22	3.67	4.00	4.15
육류, 가공류, 또는 해산물류와 야채가니쉬 동시에 가열	4.18ABC	4.00ABC	4.41AB	3.78BC	4.25AB	4.15ABC
가열도구	4.36A	4.00AB	4.56A	4.00AB	3.75AB	4.54A
가열 중에 시각적인 장식재료첨가	4.36A	4.71A	4.11A	4.33A	4.13A	4.54A
식재료근육조직과 고유맛	4.18	3.71	3.67	3.56	4.00	4.08
기름종류	4.09	4.29	4.11	3.67	3.00	4.08
식재료두께	4.27AB	3.43ABC	3.78ABC	4.00ABC	3.88ABC	4.23AB
밀가루나 빵가루 묻히기	3.91ABC	3.57BCD	4.00ABC	3.11CD	4.00ABC	3.77ABC
기름바르면서 가열	4.27A	3.71AB	4.11A	3.78AB	3.63AB	3.69AB
동시에 가열하는 식재료량	4.27A	4.29A	4.44A	3.56AB	3.13B	3.54AB
특정부위 먼저 가열	4.09	4.00	4.11	3.44	3.75	3.77
가열온도	3.82AB	4.14AB	3.89AB	4.56A	3.88AB	3.62AB
기름량	4.00AB	3.71ABC	4.22AB	3.44BC	4.38AB	4.31AB
사전색깔내기	4.00	3.57	4.22	3.67	4.50	4.00

주: * p > 0.05 ** p > 0.01, A > B > C > D는 Duncan Grouping시 집단차이를 나타냄.

L호텔에서 가장 낮은 만족도를 보이는 조리영향요소는 가열온도였다. 이외에 가장 낮은 만족도를 보이는 조리영향요소들은 A호텔에서 스탁량과 소스농도, P호텔에서 방향야채 첨가하여 가열, 그리고 식재료근육조직과 고유맛, R호텔에서 밀가루나 빵가루 묻히기, LW호텔에서 기름종류, RO호텔에서 동시에 가열하는 식재료량, PA호텔에서 기름바르면서 가열, RI호텔에서 가열 중에 뒤집어 주기, N호텔에서 가열 중에 뒤집어 주기, 그리고 S호텔에서 기름량과 기름바르면서 가열이었다.

양식에서 조리영향요소 만족도에 관한 조사결과에 의하면 가열 중에 식재료유실물 걸러내기, 가열 중에 뒤집어 주기, 조리시점, 소스만들기, 소스농도, 야채가니쉬 동시에 가열, 가열도구, 가열 중에 시각적인 장식재료 첨가, 식재료근육조직과 고유맛, 기름종류, 식재료두께, 밀가루나 빵가루 묻히기, 기름바르면서 가열, 동시에 가열하는 식재료량, 특정부위 먼저 가열, 가열온도, 그리고 사전색깔내기는 호텔에 따라 차이가 없는 것으로 나타났다. 각각의 호텔에서 가장 높은 만족도와 가장 낮은 만족도를 보이는 조리영향요소들은 다음과 같다.

<표 3>의 계속

구 분	PA	RI	N	S	F	유의도
가열 중에 식재료유실물 걸러내기	4.08A	3.70A	4.09A	2.60B	3.449	0.001**
스탁량	3.92ABCD	3.10CD	4.46A	2.90D	2.299	0.023*
가열 중에 뒤집어 주기	4.17AB	2.70C	3.90AB	2.60C	5.298	0.000**
사전조미	4.33A	2.80B	4.55A	2.70B	6.096	0.000**
조리시점	4.25A	3.80A	4.27A	2.70B	2.633	0.009**
방향야채(미르뿌와)첨가하여 가열	4.42A	4.40A	4.09A	2.80B	2.241	0.026*
가열 후에 생성된 식재료유출물로 소스(팬그레비나 쥐)만들기	4.33AB	4.70A	4.36AB	3.10C	2.046	0.043*
소스농도	4.08	3.60	4.64	3.29	1.910	0.060
육류, 가금류, 또는 해산물류와 야채가니쉬 동시에 가열	4.42AB	4.40AB	4.64A	3.40C	2.091	0.038*
가열도구	3.75AB	4.20A	4.36A	3.20B	2.212	0.028*
가열 중에 시각적인 장식재료첨가	4.08A	4.30A	4.36A	3.00B	2.923	0.004**
식재료근육조직과 고유맛	3.33	4.00	4.55	3.40	1.595	0.129
기름종류	4.08	3.80	4.36	3.20	1.956	0.054
식재료두께	3.33BC	4.20AB	4.46A	3.10C	2.128	0.035*
밀가루나 빵가루 묻히기	3.58BCD	4.60A	4.46AB	2.70D	3.562	0.001**
기름바르면서 가열	3.08BC	4.30A	4.46A	2.60C	3.615	0.001**
동시에 가열하는 식재료량	3.83AB	4.60A	4.46A	3.00B	3.015	0.003**
특정부위 먼저 가열	3.92	4.40	4.55	3.50	1.585	0.132
가열온도	4.08AB	4.20AB	4.18AB	3.20B	1.412	0.195
기름량	4.42A	4.40AB	4.00AB	3.00C	2.637	0.009**
사전색깔내기	4.00	4.30	4.27	2.90	1.752	0.089

주: * p > 0.05, ** p > 0.01, A > B > C > D는 Duncan Grouping시 집단차이를 나타냄.

L호텔에서 가장 높은 만족도를 보이는 조리영향요소는 방향야채 첨가하여 가열이었다. A호텔에서 가장 높은 만족도를 보이는 조리영향요소는 기름량이었다. P호텔에서 가장 높은 만족도를 보이는 조리영향요소는 사전조미였다. R호텔에서 가장 높은 만족도를 보이는 조리영향요소들은 조리시점과 가열온도였다. LW호텔에서 가장 높은 만족도를 보이는 조리영향요소는 사전조미였다. R0호텔에서 가장 높은 만족도를 보이는 조리영향요소는 사전색깔내기였다. PA호텔에서 가장 높은 만족도를 보이는 조리영향요소들은 특정부위 먼저 가열과 사전색깔내기였다. RI호텔에서 가장 높은 만족도를 보이는 조리영향요소는 방향야채 첨가하여 가열이었다. N호텔에서 가장 높은 만족도를 보이는 조리영향요소들은 가열도구와 가열 중에 시각적인 장식재료 첨가였다. S호텔에서 가장 높은 만족도를 보이는 조리영향요소는 방향야채 첨가하여 가열이었다.

<표 4> 양식자료의 조사결과

구 분	L	A	P	R	LW	R0
가열 중에 식재료유실물 걸러내기	3.56	4.17	3.11	3.40	3.30	3.55
스탁량	3.78A	4.00A	2.89B	4.00	3.60AB	3.64AB
가열 중에 뒤집어 주기	3.56	4.17	3.11	3.50	3.60	3.82
사전조미	3.44BC	4.67A	3.00C	4.60A	4.00AB	3.55BC
조리시점	2.89	4.25	3.67	3.80	4.20	3.55
방향야채(미르브와)첨가하여 가열	3.78BC	4.58A	3.11C	3.60BC	4.30AB	2.91C
가열 후에 생성된 식재료유출물로 소스(팬그레비나 쥐)만들기	3.67	4.00	3.33	4.00	3.80	4.00
소스농도	3.44	3.83	3.56	3.90	3.90	3.64
육류, 가금류, 또는 해산물류와 야채가 니쉬 동시에 가열	4.11	3.58	3.00	3.80	4.10	4.00
가열도구	3.00	3.92	3.44	4.00	4.10	3.64
가열 중에 시각적인 장식재료첨가	3.33	3.83	3.56	3.40	3.70	3.82
식재료근육조적과 고유맛	3.78	3.83	2.89	3.90	3.70	3.81
기름종류	3.78	4.42	3.56	3.20	3.70	3.90
식재료두께	3.44	4.42	3.22	3.70	3.80	3.27
밀가루나 빵가루 묻히기	3.78	4.33	3.11	3.70	3.80	3.46
기름바르면서 가열	4.33	4.00	3.56	3.70	4.00	4.00
동시에 가열하는 식재료량	3.89	3.75	3.56	3.90	3.50	4.00
특정부위 먼저 가열	4.00	3.92	3.56	3.60	3.00	3.91
가열온도	4.44	4.42	3.67	4.10	3.80	3.92
기름량	4.56A	4.25AB	3.00C	3.50ABC	3.20BC	4.00ABC
사전색깔내기	4.33	4.17	3.33	3.70AB	4.00	4.46

주: * p > 0.05, ** p > 0.01, A > B > C는 Duncan Grouping시 집단차이를 나타냄.

L호텔에서 가장 낮은 만족도를 보이는 조리영향요소는 특정부위 먼저 가열이었다. A호텔에서 가장 낮은 만족도를 보이는 조리영향요소는 조리시점이었다. P호텔에서 가장 낮은 만족도를 보이는 조리영향요소는 야채가니쉬 동시에 가열이었다. R호텔에서 가장 낮은 만족도를 보이는 조리영향요소들은 스탁량, 그리고 식재료근육조직과 고유맛이었다. LNH호텔에서 가장 낮은 만족도를 보이는 조리영향요소는 기름종류였다.

RO호텔에서 가장 낮은 만족도를 보이는 조리영향요소는 방향야채 첨가하여 가열이었다. PA호텔에서 가장 낮은 만족도를 보이는 조리영향요소는 식재료두께였다. RI호텔에서 가장 낮은 만족도를 보이는 조리영향요소는 가열 중에 식재료유실을 걸러내기였다. N호텔에서 가장 낮은 만족도를 보이는 조리영향요소는 기름종류였다. S호텔에서 가장 낮은 만족도를 보이는 조리영향요소는 특정부위 먼저 가열이었다.

<표 4>의 계속

구 분	PA	RI	N	S	F	유의도
가열 중에 식재료유실물 걸러내기	3.75	3.88	3.38	4.13	1.279	0.261
스탁량	3.75AB	4.38A	3.50AB	4.00A	1.969	0.050*
가열 중에 뒤집어 주기	4.00	4.25	4.13	4.13	1.847	0.072
사전조미	3.88ABC	4.38AB	4.00AB	4.25AB	3.070	0.003**
조리시점	3.38	4.50	3.63	4.25	2.568	0.120
방향야채(미르백와)첨가하여 가열	4.00ABC	4.75A	3.50BC	4.50AB	4.681	0.000**
가열 후에 생성된 식재료유출물로 소스(팬그레비나 쥐)만들기	4.25	4.38	3.80	4.13	0.849	0.573
소스농도	4.13	4.13	3.88	4.00	0.474	0.888
육류, 가금류, 또는 해산물류와 야채가니쉬 동시에 가열	3.88	4.50	4.13	3.88	1.660	0.112
가열도구	3.88	4.13	4.38	4.25	1.599	0.129
가열 중에 시각적인 장식재료첨가	3.88	4.38	4.38	4.38	1.381	0.210
식재료근육조직과 고유맛	3.50	4.25	3.38	4.00	1.105	0.368
기름종류	4.00	4.25	3.00	4.13	1.771	0.086
식재료두께	3.38	4.00	3.75	3.75	1.489	0.166
밀가루나 빵가루 묻히기	3.63	4.13	3.63	3.63	0.843	0.579
기름바르면서 가열	3.63	4.00	3.25	4.00	0.692	0.714
동시에 가열하는 식재료량	3.63	4.00	3.50	3.88	0.401	0.931
특정부위 먼저 가열	3.75	4.13	3.25	3.25	1.081	0.385
가열온도	4.00	4.13	3.63	3.88	0.804	0.614
기름량	4.00ABC	4.25AB	3.63ABC	4.00ABC	2.267	0.025*
사전색깔내기	4.25	4.50	3.63	3.50	1.419	0.194

주: * $p > 0.05$, ** $p > 0.01$, $A > B > C$ 는 Duncan Grouping시 집단차이를 나타냄.

4. 조사자료의 분석결과

한식에서 조리영향요소 만족도의 호텔등급에 따른 차이검증에 의하면 동시에 가열하는 식재료량과 가열온도는 특2급호텔이 특1급호텔 보다 만족하게 생각하는 조리영향요소들이었다. 조리영향요소들 중에서 가열 중에 식재료유실을 걸러내기, 스탁량, 가열 중에 뒤집어 주기, 사전조미, 조리시점, 소스농도, 야채가니쉬 동시에 가열과 기름량은 유의도가 각각 0.005, 0.001, 0.003, 0.000, 0.020, 0.003과 0.018 이기 때문에 호텔등급에 따라 유의한 차이가 있는 조리영향요소들이었다.

양식에서 조리영향요소 만족도의 호텔등급에 따른 차이검증에 의하면 기름종류, 기름바르면서 가열과 동시에 가열하는 식재료량은 특2급호텔이 특1급호텔 보다 만족하게 생각하는 조리영향요소들이었다. 조리영향요소들 중에서 스탁량, 가열 중에 뒤집어 주기, 사전조미와 식재료두께는 유의도가 각각 0.048, 0.042, 0.001과 0.049이기 때문에 호텔등급에 따라 유의한 차이가 있는 조리영향요소들이었다.

<표 5> 한식에서 호텔등급별 만족도 차이

구 분	평균		표준편차		t	유의도
	특1급	특2급	특1급	특2급		
가열 중에 식재료유실을 걸러내기	4.24	3.67	0.9160	1.000	2.895	0.005**
스탁량	4.13	3.38	1.0725	1.0507	3.508	0.001**
가열 중에 뒤집어 주기	4.09	3.47	0.9284	1.1402	3.018	0.003**
사전조미	4.33	3.56	0.7467	1.1591	4.024	0.000**
조리시점	4.20	3.69	1.0074	1.1446	2.374	0.020*
방향야채(미르뿌와)첨가하여 가열	4.09	3.73	1.1101	1.1362	1.586	0.116
가열 후에 생성된 식재료유출물로 소스(팬그레비나 쥐)만들기	4.15	3.87	0.9703	1.0996	1.346	0.181
소스농도	4.22	3.62	0.8754	1.0931	3.028	0.003**
육류, 가금류, 또는 해산물류와 야채가니쉬 동시에 가열	4.33	4.00	0.7215	0.9293	1.982	0.050*
가열도구	4.18	3.98	0.9045	1.0333	1.052	0.295
가열 중에 시각적인 장식재료첨가	4.31	4.04	0.8792	0.9524	1.442	0.152
식재료근육조직과 고유맛	4.02	3.67	0.9328	1.0871	1.740	0.085
기름종류	3.98	3.78	1.0451	0.9975	0.991	0.324
식재료두께	4.04	3.71	0.9421	1.1604	1.547	0.125
밀가루나 빵가루 묻히기	3.93	3.60	0.8997	1.2136	1.547	0.125
기름바르면서 가열	3.82	3.69	1.1237	1.0622	0.587	0.559
동시에 가열하는 식재료량	3.87	3.96	1.2027	1.0435	-0.363	0.717
특정부위 먼저 가열	4.02	3.89	0.9328	0.9101	0.697	0.487
가열온도	3.91	3.98	1.0050	1.0111	-0.339	0.735
기름량	4.22	3.76	0.9167	1.0035	2.406	0.018*
사전색깔내기	4.13	3.73	1.1065	1.0954	1.779	0.078

주: * p > 0.05, ** p > 0.01.

5. 시사점

음식품질에 영향을 미치는 조리요소를 통하여 호텔주방의 감독자들로부터 부하직원들이 만든 음식에 대한 만족도를 조사한 결과 보통이다와 만족한다는 응답이 많았으며 아주 만족한다는 응답은 적었다. 이러한 조사결과에 의하면 조리사들의 조리마인드를 변화시키는 것이 중요하다고 생각하면서 일선조리사들 뿐만 아니라 감독자들도 변화가 필요하다고 볼 수 있는 부분을 몇가지 제시하고자 한다.

<표 6> 양식에서 호텔등급별 만족도 차이

구 분	평균		표준편차		t	유의도
	특1급	특2급	특1급	특2급		
가열 중에 식재료유실을 걸러내기	3.74	3.51	0.9530	0.9972	-1.129	0.262
스탁량	3.94	3.58	0.8001	0.9265	-2.005	0.048*
가열 중에 뒤집어 주기	4.00	3.64	0.7888	0.8950	-2.066	0.042*
사전조미	4.35	3.64	0.8748	1.0719	-3.493	0.001**
조리시점	3.94	3.70	0.9044	1.0615	-1.137	0.259
방향야채(미르쁘와)첨가하여 가열	4.11	3.68	1.0161	1.0654	-1.981	0.051
가열 후에 생성된 식재료유출물로 소스(팬그레비나 쥐)만들기	4.07	3.79	0.8538	1.0412	-1.406	0.163
소스농도	3.96	3.70	0.8681	1.0408	-1.279	0.204
육류, 가금류, 또는 해산물류와 야채가니쉬 동시에 가열	3.94	3.83	0.9753	0.9399	-0.529	0.598
가열도구	4.04	3.68	0.8153	1.1249	-1.777	0.079
가열 중에 시각적인 장식재료첨가	3.94	3.75	0.8794	1.1125	-0.913	0.364
식재료근육조직과 고유맛	3.78	3.64	1.0091	1.1117	-0.655	0.514
기름종류	3.80	3.81	1.1666	0.9699	0.019	0.985
식재료두께	3.89	3.49	0.8493	1.0809	-1.991	0.049*
밀가루나 빵가루 묻히기	3.91	3.55	0.9147	1.3320	-1.516	0.133
기름바르면서 가열	3.74	3.98	1.1242	1.0319	1.071	0.287
동시에 가열하는 식재료량	3.76	3.77	0.9234	0.9375	0.026	0.979
특정부위 먼저 가열	3.74	3.55	0.9530	1.2124	-0.821	0.414
가열온도	4.09	3.94	0.9147	1.0087	-0.755	0.452
기름량	3.94	3.75	0.9044	1.2063	-0.858	0.393
사전색깔내기	4.04	3.96	1.0532	1.1025	-0.385	0.701

주: * $p > 0.05$, ** $p > 0.01$.

새천년을 이끄는 조리사들에게 조리의 전문지식을 활용하고 응용할 수 있는 전문직종들이 정립할 수 있을 것이다. 최근의 신지식인은 자신의 장점과 역량을 최대한으로 발휘하여 새로운 사명감을 창조해 내는 사람들이라고 할 수 있다.

밀레니엄 시대의 특성이라고 할 수 있는 정보 다변화 현상을 읽고 지식화 시키고 마케팅까지 이끌어 낼 수 능력을 가진 조리사들만이 음식조리라는 직업의 매력성을 알아본다. 이 직업들의 특성은 많은 경험과 지식, 정보를 가지고 있는 전문인들이 새롭게 펼쳐 나갈 수 있는 직종이라는 것이다. 진정한 프로정신을 가진 조리사들만이 그 명예를 얻을 수 있을 것이다.

음식조리의 성공비결은 첫째 사람, 둘째도 사람, 셋째도 사람이다. 그러나 중요한 것은 그들의 육체가 아니라 그들의 두뇌이다(Not their bodies but their brains). 따라서 조리사들은 고객을 대상으로 영업하기 위하여 현재 자신의 역할과 환경에서 자신의 능력을 발휘할 수 있어야 한다. 그러하기 위해서는 문제점을 발견하여 극복하는 발전적인 실천과 노력이 필요하다.

21세기는 우리 사회의 모든 면에서 급격한 변화가 이루어질 것이다. 따라서 우리는 이 변화의 급류에서 개혁의 대상이 아니라 개혁의 주역이 되어야 한다. 산업사회에서 정보화 사회로 이행되면 정보의 양과 중요성, 그리고 지식의 발달이 기하급수적으로 증가하게 되고 백과사전식 지식이나 만능선수는 설 땅이 없어지며 각 분야의 전문가, 제 1인자만이 살아 남게 될 것이다.

21세기는 새로운 경제패러다임의 등장으로 외식사업과 같은 중소기업의 성장이 지역발전을 선도하는 외식사업의 시대가 도래하게 된다.

21세기에는 지식·정보사회가 되고, 소비형태가 개성화와 다양화 되며, 균형적으로 지역이 발전하고, 첨단·융합복합기술이 필요하게 되며, 무차별적인 시장경쟁이 이루어지고, 경제가 세계·가상공간으로 확대된다.

<표 7> 21세기의 경제패러다임

구 분	20세기	21세기
경제사회	산업사회	지식·정보사회
소비형태	획일적, 모방적	개성화, 다양화
지역발전	불균형 성장	균형 성장
기술형태	후발기술	첨단·융합 복합기술
시장경쟁	제한경쟁	무차별경쟁
경제공간	국가경제 중심	세계·가상공간 확대

이러한 사회의 변화 속에서 앞으로 조리사는 어떻게 변화에 대응하고 스스로의 개혁을 통해 경쟁에서 승리할 수 있는 다음과 같은 역할과 변화에 대한 대응을 깊이 생각하고 대비해야 할 것이다.

① 최고의 전문가

조리사는 철저한 프로정신을 갖고 끊임없는 노력으로 특수분야에 대한 연구와 개발에 전력하여 특정 분야에서 제1인자가 되겠다는 자세로 임할 때, 전문인으로서 대접받게 될 것이다.

② 유능한 관리자

조리사는 안으로 부하직원, 밖으로 고객에 대한 관리와 식자재의 검수, 재고 관리와 같은 조직을 운영하는 기술과 지식의 중요성을 간과할 수 없다.

③ 탁월한 경영인

조리사가가 점장의 역할까지 책임을 지는 전문 위탁회사에서는 이익을 내지 못하는 점장은 업체 입장에서 필요없는 존재로 전락하게 되고, 앞으로 아웃소싱(out-sourcing: 그 기업의 핵심역량을 제외하고 다른 부분을 외부 경쟁력을 가진 업체에 위탁하는 방법 - 예; 위탁급식, 건물관리 대행 등)이 대세를 이루게 되면 점장의 제일 큰 역할은 이익의 실현이라고 볼 수 있다. 점장 뿐만 아니라 조리사는 매출을 증대하고 경비를 절감함으로써 이익을 실현하는 노력을 끊임없이 경주하여야 할 것이다. 또한 마케팅 능력을 겸비하여 할 것이다.

④ 행정능력의 개발

식당현황, 직원근태관리, 재고관리, 사업계획과 같은 행정사항도 조리사의 업무이다. 따라서 조리사는 컴퓨터 활용, 전산기술과 경리, 회계 등의 행정 능력의 개발 또한 중요하다.

⑤ 최일선 서비스맨

고객만족을 최우선과제로 삼고 단순한 음식조리차원에서 벗어나 고객의 불만 사항을 파악, 개선하여 최상의 음식을 조리함으로써 고객에게는 즐거운 식사로 건강증진을, 조리사 자신은 매출증가로 이윤의 극대화를 갖는 일거양득의 효과를 얻어내는 역할을 수행하여야 한다. 그러므로 배운 전문 지식의 바탕 위에 한 손에는 외국어 실력, 나머지 한 손에는 전산기술로 무장하고, 경영 마인드가 확립된 경쟁력을 갖춘 외식사업 전문가만이 최후의 승자가 될 것이다.

⑥ 경영경향에 대응

㉠ 미래에 예상되는 첫 번째 트렌드는 응축이다.

이러한 경향(trend: '조류'라는 뜻으로 일시적인 유행이 아니라 경제, 경영의 큰 경향을 의미함)은 큰 것보다 작은 것이 더 좋을 수 있다는 말이다. 실질적으로 전문분야에서 세계시장을 주도하는 중소기업들이 새 시대의 주역으로 부상하고 있다. 외형은 작지만 자신이 속한 업종에서 세계 시장점유율을 과시하며 산업을 주도할 수 있다. 규모나 보유자원이 중요한 것이 아니라, 에너지를 응축시키고 활용할 수 있는 경영시스템을 갖추는 것이 관건이 된다. 조리사는 자신의 역량을 결정하여야 한다. 즉 자신이 가장 자신있게 할 수 있는 일을 선택한다.

㉡ 두 번째 트렌드는 유연이다.

이러한 경향은 부드러운 것이 강함을 의미한다. 앞으로는 변화하는 환경에 따라 조직의 전략·기능·구조를 유연하게 수정해 나갈 수 있는 '환경민감성'이 사업생존의 조건이 된다. 따라서 고정된 예산계획이나 장기사업 보다는 미래환경의 불확실성을 수용하고서 변화에 대응하는 시나리오를 수립해야 한다.

조직형태도 고정돼 있을 필요가 없다. '인력 풀(人才 Pool制: 수시로 입사회망자들과 면접, 입사회망시기 희망부서 적성 등 기초자료를 컴퓨터에 입력했다가 필요한 시기에 적절한 사람을 채용하는 방식)'에서 프로젝트 리더가 원하는 자격조건을 지닌 사람을 선발, 팀을 구성해 처리하는 프로젝트 중심으로 변화해야 한다. 유연이 의미하는 또 하나는 소프트다. 고품질, 저가격, 내구성 외에 디자인, 고기능, 편리함 등 감성적 요소가 어필하는 정도에 따라 상품의 히트여부가 결정되는 시대가 도래한다. 다품종 소량생산을 벗어난 '맞춤생산 시스템'의 구축이 더 큰 의미를 갖게 된다. 따라서 조리사는 어떠한 환경이라도 민첩하게 적응할 수 있도록 유연한 마음가짐을 가져야 한다. 고객이 원하는 것이 무엇인지를 판단하여 고객의 니즈를 충족시켜야 한다.

㉢ 세번째 트렌드는 공유다.

이러한 경향은 핵심역량을 제외한 모든 것을 공유하고, 아웃소싱할수록 성과가 높아짐을 의미한다. R&D와 마케팅, 상품기획 등을 제외한 비핵심부분을 아웃소싱하는 회사들이 증가하고 있다. '공장없는 생산'이 일반화되며 판매회사와 제조회사의 제휴, 공동마케팅, 기술교환 등이 다양하게 채택될 것이다. 한편 동일산업내의 전략적 제휴나 합병도 더욱 빈번하게 일어날 것이다. 고객에게 한 차원 높은 제품, 서비스를 제공할 수 있기 때문이다. 사업체간의 공유뿐 아니라 사회와의 공생, 환경과의 공생도 활발할 것이다. 따라서 조리사는 타인이나 타조직과

교류하여야 하며, 자만심은 자신을 멈추게 한다. 자만심을 버리고 자신의 지식을 나눌 수 있는 자신감을 가져야 한다. 앞으로 CEO(Chief Executive Officer: 최고 결정권자, 총주방장)의 능력이 외식사업성패를 좌우할 것이다.

㊸ 네번째 트렌드는 모험이다.

앞으로 시장선점에 따른 효과를 후발자가 결코 향유할 수 없는 시대가 도래한다. 선발기업들이 강자간의 연합, 고객기반 심화, 업계표준 제정, 공동 네트워크 사용 등을 통해 진입장벽을 구축하기 때문이다. 요즘 알고 있는 인터넷 포털 경쟁도 결국 누가 관문을 선점하느냐의 싸움이다. 따라서 조리사는 정해진 게임의 규칙을 따르는 것에서 벗어나 자사에 유리하도록 게임의 규칙을 만드는 지혜가 요구되며, 새로움을 계속 추구할 수 있는 조직문화의 '역동성(vitality)'이 중시될 것이다. 결국 조리사는 새로운 분야를 개척하려는 도전의식을 가져야 한다. 새술은 새부대에 담아야 하기 때문이다.

㊸ 다섯번째 트렌드는 특이다.

21세기는 한 사람의 천재가 수만명을 먹여 살리는 시대가 된다. 창조적 소수의 역할이 증대하고 그들의 능력이 사업체 가치를 결정할 것이다. 사업체의 성과도 탁월한 CEO의 능력에 따라 흥망성쇠가 결정된다. 한편 인재에 대한 평가기준이 '농업적 근면성'에서 '튀는 창조성'으로 전환될 것이다. 따라서 조리사는 끼 있는 사람, 천재, 특이 인재 등 개성이 강하고 창의적인 인재를 세계적으로 확보하는 것이 중요해진다. 조직구성원이 기업가정신(Entrepreneurship)으로 무장할 수 있는 문화를 구축할 것도 요구된다. 또한 조리사는 조직구성원들과 함께 자신만의 캐릭터를 가져야 한다. 자신의 이름이 곧 상표가 되기 때문이다. 자신만의 개성을 가지도록 노력하는 것이 중요하다.

㊸ 여섯번째 트렌드는 지식이다.

대차대조표, 손익계산서에 기록되는 자산의 가치보다 보이지 않는 자산(invisible asset)의 가치가 더욱 큰 시대가 도래한다. 예컨대 코카콜라의 브랜드 가치는 838억달러로서 우리나라 연 GDP의 30%에 육박하는 규모다. 인터넷 기업이 연속 적자를 기록함에도 불구하고 높은 주가를 유지하는 것은 보이지 않는 자산에 대한 평가가 반영된 탓이다. CKO(Chief Knowledge Officer: 지식경영자)로서 조리사는 먼저 R&D비용이 수확체증을 만들어 내는 엔진임을 명심해야 한다. 둘째, 자신의 브랜드력을 갖추는 것이 중요하다. 아무리 가격이 변화하고 경쟁사의 신제품이 출현하더라도 자신의 브랜드 로열티를 지닌 고객은 기존 상품을 고수하

기 때문이다. 셋째, 지적재산권을 더욱 효율적으로 관리하기 위한 시스템도 구축해야 한다. 사업체 이미지는 관리 방식에 따라 기업의 운명을 결정하는 주요 변수가 될 것이다. 위기관리 팀을 구성하고 평소에 꾸준히 이미지를 관리하는 것이 중요하다. 사업체 이미지 관련 지출비용을 보험금 납부로 간주할 필요가 있다. 지식을 창출하지만 그 지식은 묻혀 있는 지식이 아니라 현장에서 생동감이 넘치는 지식이어야 한다. 자신의 경험이 곧 새로운 지식이 되도록 정리하여야 한다. 경험을 통해 보고서와 연구업적을 창출해야 한다. 그것은 곧 조리사 자신의 포트폴리오가 된다.

㉔ 일곱번째 트렌드는 기본이다.

태풍의 핵이 고요하듯 환경변화가 극심하고 세상이 바뀔수록 중심은 움직이지 않는 법이다. 조리사도 원심력에 끌려 본질에 벗어나는 우를 범하지 말고, 구심력을 키워 본질을 잃지 않으려는 노력을 경주해야 한다.

VI 결 론

본 연구는 음식으로 한식과 양식을 선정하고 이들을 조리하는 방식을 5가지 방식으로 한정하고 5개의 조리방식에 포함되어 있는 음식품질에 영향을 미칠 수 있는 요소들을 21개로 한정하여 감독자들로부터 자신의 부하직원들이 만들고 있는 음식들에 대해 어느정도 만족하고 있는지를 평가하도록 함으로써 호텔별로 만족도를 조사해 보고자 하였다.

결국 본 연구는 감독자들이 평가하는 만족도가 어느정도인지에 대한 원초적인 자료만을 감독자들이 근무하고 있는 호텔별로 제시하여, 각각의 호텔에 근무하는 감독자들이 부하직원들이 조리하는 음식에 대해 어느정도 만족하고 있는지를 보여주고 앞으로 조리사들이 음식품질에 의해 불만을 느끼는 고객의 욕구와 그들에게 제공되는 음식의 영향을 고려하여 자신의 조리마인드를 프로페셔널리즘으로 변화시켜야 될 필요성을 제시하는데 궁극적인 목적을 두었다.

참 고 문 헌

Carmin, J. & G. X. Norkus, "Pricing Strategies for Menus: Magic or Myth?"
The Cornell H.R.A. Quarterly, Vol. 31, No. 3, 1990.

CIA, The Professional Chef, USA: Cahners, 1974.

Drysdale, J. A., Profitable Menu Planning, New Jersey: Prentice Hall, Inc
1986.

ABSTRACT

A Study on the Standards of Professionalism

Kang JongHeon

Kim JangEix

The purpose of this study looks for the cooking directions to improve the quality of the finished product by examining the perceptions for cooking style of the finished product by cook at ten deluxe hotel in Seoul. For purpose of this purpose, this study focuss on five areas: (1) examining five different types of cooking styles and twenty one culinary factors, (2) examining the satisfaction rating of culinary factors, (3) measuring reliability of the culinary factors, (4) measuring the satisfaction rating of culinary factors. The study provides a generalized framework for improving the cooking of Korean food and Western food relative to the preception for the cooking style of each food by hotel restaurant cook. This general framework could be easily expanded to include additional factors that might be relevant for other restaurant cook or other menu items.

3인 익명심사 畢

2000년 8월 3일 논문접수

2000년 8월 21일 최종심사