

외식업 종사자들의 근무 형태에 따른 만족도 연구

김기영* · 김종훈**

* 경기대학교 관광학부 외식조리전공 교수

** 경남정보대학 식품과학계열 전임강사

The Study of Satisfactory Degree based on the Working Type in Foodservice Industry

Ki-Young Kim* and Jong-Hoon Kim**

* Professor, Division of Tourism Science, Kyunggi University

** Professor, Food Science Subdivision, Kyungnam College of Information Technology

ABSTRACT

The meaning of foodservice industry is various but especially its most important one contains a service industry. And so, foodservice industry should provide very impressive service to customers. If workers don't satisfy themselves at the works, they can not give a high qualifying service to the customers.

Therefore, this study showed how the worker's satisfactory degree depending on working type effects on the growth of foodservice industry.

The conclusions by questionnaires to workers who have worked as both a regular and a contract employment at Special First Degree Hotels in Seoul are followings.

Very interestingly, the proportion of satisfying degree for the workers as regular is 34.94% but the degree for workers as contract is 36.8%.

The reason is that the average age of regular workers is high and they have their family to support and they have changed their job more often than the others. They can express their problems through a labor union but the part of solution is very small. It must cause to decrease satisfying degree.

The workers generally satisfied to their senior employers. It means that the negative image of higher-ups in the past has been changed. It is a serious problem that the proportion of satisfaction degree remains 30%. The managements must perceive the fact that the increase ratio of contract workers does not make low quality of service. They should know that the satisfaction degree of regular workers is lower than contract ones.

In order to increase the satisfaction degree, if the managements can find out the way of taking over their authority and giving a motive, they can reduce the ratio of occupation change and nonattendance. And also they can promote the productivity in foodservice industry and in conclusion, the foodservice industry will have grown very successfully in the near future.

Key words : satisfactory degree, working type, foodservice industry.

I. 서 론

우리나라는 세계가 놀랄 정도의 급속한 경제성장을 이루었다. 이러한 경제성장으로 인하여 큰 변화를 가져온 것 중의 하나가 식문화이다.

급속한 경제성장을 이루다 보니 식 습관도 빠르게 변해왔다. 새로운 형태의 식문화가 정착하기도 전에 또 다른 식문화가 형성되고, 새로운 식문화끼리 융화되기도 전에 또 다른 식문화가 출현하여, 계층별로 다양한 식문화가 공존하고 있는 것이다.

이러한 흐름에 의해서 생소하기만 하던 외식이라는 단어가 외식산업이라는 용어가 쓰일 만큼 짧은 시간 내에 급성장을 하였다.

외식업이 규모와 매출면에서만 급성장을 한 것이 아니라, 외식업소의 점포 수에 있어서도 68만개¹⁾를 넘어 설 정도로 급성장을 하였다. 여기에서 우리가 생각할 것이, 외식업소의 수가 많다는 것은 그만큼 경쟁상대가 많다는 것이다. 그 경쟁상대를 이겨 내야지만 외식 현장에서 실패하지 않고 성공할 수 있다.

과거에는 음식이 맛 있을 경우, 서비스나 위생, 분위기 등은 매출에 큰 영향을 주지 못했다. 그러나, 지금은 상황이 변했다. 맛으로 승부하던 시기는 지나간 것이다. 맛은 기본적인 요인이 되어 버렸고, 매출에 영향을 주던 여러 요인들이 충족되어야만 다른 업소보다 한 발 앞서 갈 수 있게 되는 것이다.

특히, 서비스는 성공의 열쇠를 쥐고 있는 중요한 요소이다. 이러한 서비스가 제대로 수행되기 위해서는 외식업 종사자들이 그 조직에 대하여 만족감을 갖는 것이 전제조건이 되어야 한다. 그 전제조건 위에서 내부 고객에 대한 지속적인 교육이 이루어져야만 훌륭한 서비스가 나올 수 있다.

그래서, 서비스의 중요성이 무엇보다 강조되는 현실에서 직원들의 불만족요소를 찾아내고자 하는 것과, 특히, 외식시장에서 원가절감의 한 방편으로 정 직원이 아닌, 수습사원, 임시직, 아르바이트 사원 등의 비율이 증가하고 있는 점을 주지하여 직원 평가방법에 대한 만족도, 업무수행 능력, 팀웍 조성, 복리후생, 현 직장에 대한 만족도 등에 관하여 근무형태별로 만족도를 비교, 분석하는 것이 본 연구의 목적이다.

연구의 방법으로는, 외식산업이 실용학문이므로, 연구의 내실을 다지기 위하여 실증적 연구방법과 체계적이고 객관적인 사항을 도출하기 위한 문헌적 연구방법을 병행하였다. 실증적 연구방법으로는 서울시내 특 1급 호텔 10개소의 정 직원과 계약직 직원 500명을 대상으로 설문조사를 실시하였다.

1) 월간식당, 2002년 2월호, p.222.

II. 이론적 배경

1. 고객

고객은 영어로 customer이고 custom에서 어원을 찾을 수 있다. custom은 '어떤 물건이나 대상을 습관화하는 것 또는 습관적으로 행하는 것'²⁾을 뜻한다. 그래서 customer, 즉 고객은 '어떤 물건이나 대상을 습관화하는 사람 또는 습관적으로 행하는 사람'으로 풀이되며 고객은 일정기간 여러 번 구매와 상호작용을 통해 형성되는 것으로서, 어떤 물건이나 대상을 사용하거나 이용한 경험이 있는 소비자라도 일정기준 이상의 누적 소비 경험이 없을 경우 고객으로 간주하지 않는다.

다시 말하면 고객이라 함은 기업이 생산할 상품을 결정하는 사람이라 표현할 수 있고 특정 업체의 제품이나 서비스를 최종적으로 구입하여 사용했거나 사용하는 자를 의미하는 것으로³⁾ 진정한 의미의 고객은 오랜 시간에 걸쳐 키워진다.⁴⁾

그러나 현대에 들어와서 고객의 개념을 많이 바뀌어서 고객의 범위가 상당히 광범위해졌다. 고객에는 나를 중심으로 한 상사, 부하, 동료 등은 물론 경영자, 관리자, 기술자, 생산자, 판매자, 서비스 용원 등 가치를 생산, 제공하는 종업원 모두를 의미하는 내부고객과 내부고객의 상품이나 서비스를 제공받는 가치 구매 고객을 일반적으로 칭하는 외부고객으로 나눌 수 있다.⁵⁾

내부고객은 TQM(Total Quality Management : 전사적 품질 경영)을 수행하는데 있어 중요한 요인이고⁶⁾ 기존의 고객 외에도 중간고객, 잠재고객, 기대고객 심지어 소비자까지도 외부고객으로 보는 추세이다.⁷⁾

그렇다면 소비자와 고객의 개념에 의문이 남는다. 소비자는 어떤 대상을 구입한 후 사용(이용)할 수도 있고 안 할 수도 있다. 그러나 고객은 앞에서 언급했듯이 최종적으로 어떤 대상을 사용하거나 이용한 사람이다. 식당에서 소비자가 음식을 포장해 가져가서 먹었을 경우 고객이 되지만 본인은 먹지 않고 가족만 먹었다면 단순히 소비자일 뿐이다.

2) 질 그리핀 (1997), 충성고객 이렇게 만든다, 세종서적, p.47.

3) 유혜경 (1992), 고객만족 우선 전략에 관한 사례 연구, 서강대학교 경영대학원 석사학위 논문, p.5.

4) 질 그리핀, 상계서, p.47.

5) 원성애 (1996), 고객만족경영을 위한 서비스 교육 훈련 전략에 관한 실증적 연구, 단국대학교 대학원 석사학위 논문, p.6.

6) 배병렬 (1997), 고객가치창조, 도서출판 석정, p.155.

7) 김성혁 (1999), 외식업의 서비스, 백산출판사, p.64.

즉, 소비자는 고객이 될 수 있지만 고객은 소비자가 될 수 없다.

2. 내부고객

고객만족경영은 이전의 단일 상품이나 서비스에 한정하여 재화들에 대해 성공적으로 최종소비자들의 인정을 받는 상품 마케팅과는 다르다. 즉 한 상품이 실패하면 다음 기회에 새로운 상품으로 만회할 수 있다고 믿었던 이전의 시각과는 다르다는 것이다. 시장상황이 한번의 실패, 즉 고객의 불만족이 곧바로 기업의 생존까지 좌우할 수 있을 만큼 치열하게 변했기 때문에 기업 전체의 차원에서 고객과 관계를 유기화 하고, 불만의 여지를 용납하지 않겠다는 것이다.

이러한 총체적 경영관리체제로의 전환은 고객에 대한 개념의 확대를 가져온다. 예전에는 최종 구매자가 고객이란 개념에서 이제는 기업활동에 있어 고객의 만족에 중요한 역할을 하는 모든 관련자로 고객의 개념을 확대한 것이다. 따라서 최종고객 이외에도 실제 상품을 생산하는 종업원들로부터 유통업자, 원료제공자 등이 모두 고객의 범주에 속하게 된다.

그리고, 고객만족경영 측면에서의 고객 개념을 보면, 가치를 생산하는 종업원을 내부고객으로, 부품공급자나 유통업체, 홍보회사, 금융기관 등과 같이 가치생산을 촉진하거나 가치를 전달하는 집단을 기업의 중간고객으로, 그리고 최후로 가치를 소비하는 최종소비자를 외부고객 혹은 최종고객으로 구분하고 있다.⁸⁾

여기에서는 인적 서비스를 기본으로 하는 외식산업의 특성상 그 중요성이 더욱더 부각되고 있는 종업원, 즉 내부 고객에 대하여 연구를 하겠다.

내부 고객이란 회사 내에 있는 모든 사람 사이의 관계라 말할 수 있다. 1979년 '사내고객제'에 대한 이론을 발표한 미국의 학자 미셸 롭슨(M. Robson)은 내부고객에 대하여 "회사 내에 있는 모든 사람은 서로간에 고객이다." 라고 말하였다.

그의 이론에 의하면 전(前)공정의 고객은 후(後)공정이며 후(後)공정의 고객은 차후(次後)공정이 된다는 내용이다. 후공정이 고객이 된다면 전공정의 작업자는 고객에게 (후공정의 고객= 종업원) 불량품을 넘겨서는 안 되는 것이다. 즉 나의 공정에 있는 사람이 내 고객이 되고 내 상사나 부하직원도 고객이 될 수 있는 것이다.

그러므로 내부 고객이란 조직 내부에서 일하면서 서로가 필요한 서비스, 제품, 정보 등을 서로 의존하고 있는 사람들로 정의할 수 있다.

우리가 내부 고객의 정의와 내부 고객의 범위가 필요한 것은 내부 고객 만족이 고객만족의 출발점이 되므로, 사내 고객이 고객으로서 가장 먼저 만족시켜야 할 대상이 되기 때문이다. 불만족한 종업원이 고객에게 좋은 서비스를 제공하여 고객을

8) 김애자 (1996), 고객만족경영에 있어 내부고객 만족요인에 관한 연구, 연세대학교 경영대학원 석사학위논문, pp.13-14.

만족시키기는 힘들다. 종업원을 고객으로 대우하고 만족시켜, 사기를 높여주면 최종 소비자인 고객을 만족시키기 위해 최상의 노력을 할 것이다.

최종소비자들의 만족도가 낮은 업체들이 공통적으로 내부고객 만족도가 낮다는 점은 바로 이 사실을 확인해 준다. 고객의 기대를 충족시키자면 종업원이 고객을 위해 당연히 해야 할 일을 하도록 종업원의 사기를 관리하고 지원해야 한다. 자신에게 주어진 역할에 만족하는 종업원만이 고객에게 정성과 열의에 찬 서비스를 제공할 것이기 때문이다.⁹⁾

3. 내부고객만족

만족이란 단어를 한글대사전에서는 “바라던 대로 이루어져 흐뭇함, 충분하고 넉넉함” 이라 표현되어 있다.¹⁰⁾ 심리학에서는 만족을 개인이 욕구를 충족하여 목표가 달성되었을 때 경험하는 심리적 상태로 보고 있다.¹¹⁾

고객의 경우는 항상 자신만의 잣대를 가지고 있다. 그 잣대를 기준으로 기대 이하일 때는 불만족, 기대 이상일 때는 만족하게 된다.¹²⁾ 고객만족에 대한 정의에는 결과에 강조를 두느냐 혹은 과정에 강조를 두느냐에 따라 개념이 조금 달라지고 있다.

전자의 입장에서는 고객만족을 소비경험으로부터 야기되는 결과로 개념화하였다. 이와 관련된 정의로는 “소비자가 치른 대가에 대해 적절히 혹은 부적절히 보상되었다고 느끼는 소비자의 인지적 상태” (Howard and Sheth:1969), “구매한 특정 제품이나 서비스, 소매상 혹은 쇼핑이나 구매행동과 같은 행태와 관련된 또는 이들에 의해 야기되는 경험에 대한 감정적 반응” (Westbrook and Reilly:1983), “불일치된 기대와 소비자가 소비경험에 대해 사전적으로 가지고 있던 감정이 복합적으로 결합하여 발생된 종합적 심리상태” (Oliver:1981) 등이 있다.

과정에 초점을 맞춰 고객만족을 정의하는 것으로는 “소비경험이 최소한 기대되었던 것보다는 좋았다는 평가” (Hurt: 1977), “선택된 대안이 그 대안에 대한 사전적 신념과 일치되었다는 평가” (Engle and Blackwell:1982), “사전적 기대와 소비 후 지각된 제품성과의 차이에 대해 보이는 소비자의 반응” (Tse and Wilton:1988) 등이 있다.¹³⁾

9) 전영준 (1999), 내부고객만족과 외부고객만족간의 상관성에 관한 연구 -포스코 지정 판매점을 중심으로-, 인하대학교 경영대학원 석사학위논문, p.22.

10) 최영성 (2000), 지역 밀착화를 통한 고객만족경영, 부산대학교 국제대학원 석사학위논문, p.51.

11) 윤용현 (2000), 고객만족과 식당선호도의 관계에 관한 연구, 경상대학교 경영대학원 석사학위논문 p.19.

12) 최영성, 상계 논문, p.52.

13) 전혜진 (1999), 종업원만족과 고객만족간의 관계에 관한 연구, 고려대학교 대학원 석사학위논문, p.19.

결과든 과정이든 어느 쪽이 강조가 되던 간에 고객만족의 정의를 요약하면 제공된 서비스에 대한 고객의 감정이자 평가를 의미한다. 그러므로 내부고객만족 역시 조직이 제공하는 여러 가지 서비스에 대하여 종사원이 느끼는 감정의 표현이며 평가이다.

내부고객은 직접 상품을 생산하고 고객과의 접점에서 최종고객이 만족·불만족을 느낄 수 있는 결정적인 순간을 관리하는 중요한 역할을 담당한다.

Karl Albrecht(1990)는 “조직의 외부에 양질의 서비스를 제공하려면 먼저 조직 내부에 양질의 서비스를 제공할 수 있는 체제를 구축해야 한다.”라고 전제하고, “고객과 조직이 접촉하는 결정적 순간이 쌓여 고객은 조직에 대한 인식을 결정한다.”라고 하였다. 조직이 내부고객을 중시하지 않는 한 진정한 고객만족은 생겨날 수 없으며, 직원들은 스스로가 정당한 대우를 받고 있다고 느끼며 조직을 자랑스럽게 생각할 때 최종고객에게 진정한 만족을 주기 위해 노력한다.

또, 그는 고객만족경영에서는 어떤 단계의 관리자든지 그 직무는 고객에게 서비스를 제공하는 제일선의 직원을 지원하는 일이라고 강조하고 역 피라미드 조직을 제시하였다. 역 피라미드 조직체계에서는 고객이 최고점에 오고, 다음으로 중요한 것이 고객만족을 실현시키기 위해 고객과 직접 접촉하는 직원이며, 이들 현장직원을 돕는 것이 관리자층이다. 관리자층은 고객접촉에 관계하는 직원들을 훈련하고 이들이 높은 열의와 의욕을 갖고 업무를 수행할 수 있도록 지원하여야 하며, 이들 관리자층을 돕는 것이 최고 관리자층이다.

내부고객 만족을 이루기 위해 조직은 좋은 근무여건의 수립에 힘써야 한다. 내부고객 만족을 조직의 경쟁력 차원으로 이해하여 최종고객만족의 실현이라는 조직의 최종목표와 그 목적을 같이 해야 한다. 최종고객이 자신의 욕구에 대한 높은 품질의 신속한 대응을 원하듯이 내부고객도 자신의 욕구에 대해 신속하고 좋은 품질의 지원을 받기를 바란다.

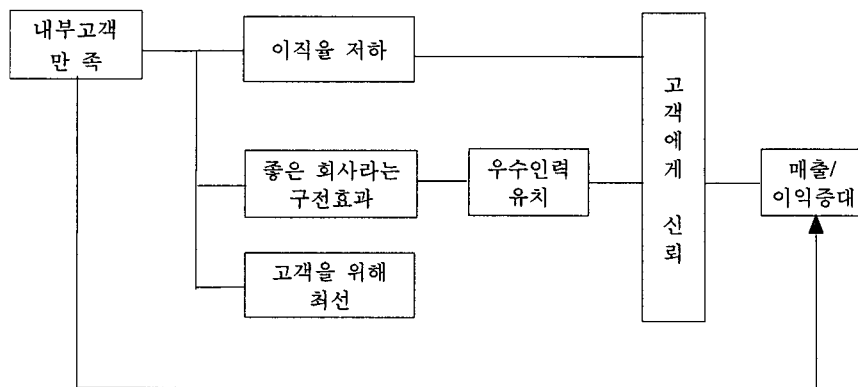
물론 최종고객의 욕구와 내부고객의 욕구는 그 수준에서 다르지만 결국 만족을 지원하는 조직기반은 같은 특성을 공유한다고 할 수 있다. 즉, 환경의 변화에 대한 신속한 대응력과 더불어 경쟁사와 차별할 수 있는 독특한 품질관리 구조를 갖춘 것 이어야 한다. 내부고객 만족의 기반이 고객만족 경영의 중요한 구성요소라는 것을 잊어서는 안되겠다.¹⁴⁾

내부고객 만족을 위해서는 내부고객의 의견을 수립, 반영하는 것이 중요하다. 즉, 현 실태에 대한 인식, 불만사항 및 개선방안 등에 대해 주기적으로 설문조사 또는 면접 등의 방법을 통해 종사원들의 의견을 수립하여 반영하여야 한다. 직원들의 창

14) 황병청 (1997), 내부고객만족의 결정요인에 관한 연구 -영주지방철도청을 중심으로-, 안동대학교 대학원 석사학위논문, pp.20-21.

의적이고 참신한 아이디어를 적극 수용함으로써 직원들이 만족감과 성취감 속에 업무를 수행하며, 문제가 있을 때는 공적인 자리뿐만 아니라 사적인 자리에서도 해결을 할 수 있게 하여, 내부고객으로서의 만족도를 높여갈 수 있게 해 주어야 한다.¹⁵⁾

내부고객 만족의 결과는 이직률의 저하, 좋은 회사라는 구전의 효과, 고객을 위해 최선을 다하는 효과를 나타내고, 이는 고객에게 신뢰를 주어 결국은 조직의 이익을 증대시킨다.¹⁶⁾



자료원 : 한국능률협회 컨설팅, 1997 "제2단계 고객중심 경영 혁신 방안 지도 연구", 1997, p.82.
황병청, 내부고객만족의 결정요인에 관한 연구, 1997, p.22에서 재인용

<그림 2-1> 내부 고객만족의 효과

4. 선행연구

1) 민원기의 연구

민원기는 그의 석사학위논문 “서비스 품질 극대화를 위한 리더십 유형 및 직무만족요인 연구” 에서 외식산업의 고객 서비스 품질 극대화를 기하기 위하여, 상사의 리더십과 종업원의 직무만족의 두 요인이 종업원의 성숙도라는 상황변수와 어떻게 결합되어야 하는가를 알아보기 위한 연구를 실시하였다.

연구결과 외식산업의 고객 서비스 품질을 극대화하는 종업원의 직무만족요인은 직무 > 상사 및 승진 > 임금 및 복리후생 > 동료관계 > 경영방침 및 지휘감독의 순서로 분석됨으로 고객 서비스 품질 극대화에는 직무 자체의 안정과 보람, 만족이 가장

15) 노옥섭 (2000), TQM 접근 방법에 의한 정부 환경감사체계 발전에 관한 연구 -한국 감사원과 미국 GAO 사례의 비교분석을 중심으로-, 고려대학교 대학원 박사학위논문, p.128.

16) 황병청, 상계 논문, p.22.

중요한 직무만족요인으로 나타났다.

고객 서비스 품질을 극대화하는 직무만족 요인으로 종업원의 직무 성숙도가 낮을 경우에 직무 자체에 대한 안정과 보람이, 종업원의 직무성숙도가 높을 경우에 상사 및 승진이, 종업원의 심리적 성숙도가 낮을 경우에 상사 및 승진이, 종업원의 심리적 성숙도가 높을 경우에 동료관계가 각각 다른 직무만족 요인에 우선하고 있다고 했다.¹⁷⁾

2) 전은선의 연구

전은선은 그의 석사학위논문 “외식산업 종사원의 직무만족도에 관한 연구”에서 설문지구성을 직무만족, 임금과 복리후생, 인사고과, 상사와의 관계, 직장 내 인간관계, 고객에 대한 서비스제공 등 여섯 부분으로 구분하여 조사하였다.

그 결과 외식업 서비스제공 수준에 영향을 미치는 직무만족요인은 임금과 후생복지, 인사관리, 상사와의 관계, 직장 내 인간관계가 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그리고 관광전공자가 비 전공자보다 서비스 제공수준에 영향을 더 미치는 것으로 나타났다. 또, 직무만족은 서비스 제공과 회사에 대한 공헌도에 있어서 중요한 역할을 하고 있는 것으로 조사되었다.¹⁸⁾

3) 한양옥의 연구

한양옥은 그의 석사학위논문 “외식업체 종사원 직무만족요인에 관한 연구”에서 인구 통계적 특성, 조직특성 요인, 직무특성 요인, 인간관계 요인, 심리적 요인 등으로 나누어 총 37문항으로 설문지를 구성하였다.

그의 연구에서는 복지제도나 공정한 승진제도가 직무 만족도의 변수로 작용하는 것으로 조사되었으며, 임금은 직무만족에 큰 영향을 주지 못하는 것으로 조사되었다. 또, 동료와의 관계보다는 상사와의 관계가 직무만족에 더 큰 영향을 주는 것으로 조사되어 향후 외식업의 관리방식에서 상사의 역할이 큰 비중을 차지하게 되었다.

그리고 그의 조사에서는 외식산업 종사자가 이제는 단순한 생계유지에 관심을 갖기보다는 본인의 능력개발을 염두에 두는 의식이 생기기 시작하였다.¹⁹⁾

17) 민완기 (1998), 서비스 품질 극대화를 위한 리더쉽 유형 및 직무만족요인 연구, 연세대학교 대학원 석사학위논문.

18) 전은선 (1999), 외식산업 종사원의 직무만족도에 관한 연구, 경기대학교 관광대학원 석사학위논문.

19) 한양옥 (1999), 외식업체 종사원 직무만족요인에 관한 연구 -비 브랜드 개인 외식업체 종사원을 중심으로-, 경기대학교 관광대학원 석사학위논문.

Ⅲ. 조사설계

1. 조사의 목적과 방법

본 조사의 목적은 연구 내용의 완성도를 위해서 문헌적인 연구와 더불어 현장에서 직접 근무하고 있는 내부고객들의 의견이 필요하기 때문이며, 대상자는 각종 서비스 경진대회나 요리대회 등에서 외식산업의 가장 선두에 있는 것으로 검증된 서울시내 특 1급 호텔 중 10개소 즉, 라마다 르네상스호텔, 롯데호텔, 롯데호텔월드, 리츠칼튼호텔, 메리어트 호텔, 웨라톤위커텔호텔, 신라호텔, 인터콘티넨탈호텔, 조선호텔, 프라자호텔 등의 내부고객 중 정 직원과 계약직 직원 500명을 대상으로 실시하였다. 조사기간은 2002년 2월 4일부터 2월 16일까지였으며, 조사방법은 사전에 교육이 된 9명이 설문지에 대한 설명을 내부고객에게 한 후 설문지에 무기명으로 표시하도록 하였다.

2. 설문지의 구성 및 수집

설문지의 구성은 likert의 5점 척도를 기준으로 작성하였고, 외식산업 내부고객과 관련된 각종 선행연구를 기초로 하여, 연구자가 현장에 근무하면서 직접 느낀 부분과 외식업체에 근무하는 동료들로부터 조언 받은 내용을 참고하여, 근무형태와 관련된 부분을 중심으로 작성하였다. 설문지는 총 500부를 배포하여 479부가 회수되었으며, 불성실하게 대답한 12부를 제외한 467부가 실제 분석에 이용되었다.

Ⅳ. 자료분석과 결과

이 연구의 분석을 위하여 SAS(Statistical Analysis System)V6.12를 사용하여 분석하였다. 통계적 분석기법으로는 교차분석을 이용한 chi-square 검증을 하였다.

조사 대상자를 분석해 보면 남자가 344명으로 73.66%, 여자가 123명으로 26.34%를 차지하였으며, 결혼 여부의 경우 미혼이 275명으로 58.89%, 기혼이 190명으로 40.68%, 기타가 2명으로서 0.43%로 나타나 미혼이 가장 많았고, 학력은 고졸 또는 그 이하가 49명(10.49%), 전문대졸 또는 그 이하가 297명(63.60%), 대졸 또는 그 이하가 99명(21.20%), 대학원 재학 이상이 22명(4.71%)으로 조사되어 전문대학 졸업 또는 그 이하가 가장 많은 비율을 차지하고 있는 것으로 나타났다.

근무 부서는 식음료 부서 178명(38.12%), 조리 부서(61.88%)로 조사되었으며, 연봉별로는 1,000만원 이하 33명(7.07%), 1,100~2,000만원 212명(45.40%), 2,100~3,000만원 197명(42.18%), 3,100만원 이상 25명(5.25%)으로 조사되어 1,100~2,000만원이 가장 많은 것으로 나타났으며, 조사 대상자 중 노조원이 317명으로 67.88%,

〈표 4-1〉 개인의 일반적인 사항

구 분		빈도(명)	계(명)	구성비(%)	계(%)
성 별	남	344	467	73.66	100
	여	123		26.34	
결혼 여부	미혼	275	467	58.89	100
	기혼	190		40.68	
	기타(이혼, 사별 등)	2		0.43	
학 력	고졸 또는 그 이하	49	467	10.49	100
	전문대학 졸업 또는 그 이하	297		63.60	
	대학 졸업 또는 그 이하	99		21.20	
	대학원 재학 이상	22		4.71	
근무부서	식음료 부서	178	467	38.12	100
	조리 부서	289		61.88	
연 봉	1,000만원 이하	33	467	7.07	100
	1,100~2,000만원	212		45.40	
	2,100~3,000만원	197		42.18	
	3,100만원 이상	25		5.35	
노 조	가입	317	467	67.88	100
	미 가입	150		32.12	
근무형태	정 직원	372	467	79.66	100
	계약직 직원(인턴, 아르바이트 등)	95		20.34	
전 공	관광·외식·조리·식품관련 전공	403	467	86.30	100
	비 전공	64		13.70	
직 위	계약직	81	467	17.34	100
	사원	282		60.39	
	주임급	72		15.42	
	계장급	19		4.07	
	대리급	7		1.50	
	과장급	6		1.28	
외식업체경력	1년 이하	58	467	12.42	100
	만 2~10년	319		68.31	
	만 11~20년	79		16.92	
	만 21년 이상	11		2.35	
근속연수	만 1년 미만	56	467	11.99	100
	만 1~5년	216		46.25	
	만 6~10년	160		34.26	
	만 11~15년	31		6.64	
	만 16년 이상	4		0.86	
연 령	만 25세 미만	60	467	12.85	100
	만 26~35세	331		70.88	
	만 36~45세	68		14.56	
	만 46세 이상	8		1.71	
이직횟수	없다	245	467	52.46	100
	1회	116		24.84	
	2회	65		13.92	
	3회	29		6.21	
	4회 이상	12		2.57	

비 노조원이 150명으로 32.12%로 나타났다.

현업관련 전공자는 403명으로 86.30%이고, 비 전공자는 64명으로 13.70%이었고, 직위별로는 계약직 81명(17.34%), 사원 282명(60.39%), 주임급 72명(15.42%), 계장급 19명(4.07%), 대리급 7명(1.50%), 과장급 6명(1.28%) 등으로 조사되어 사원이 가장 많은 비율을 차지하였다.

경력은 1년 이하가 58명(12.42%), 만 2~10년이 319명(68.31%), 만 11~20년이 79명(16.92%), 만 21년 이상이 11명(2.35%) 등으로 조사되어 만 2~10년의 경력이 가장 많은 것으로 조사되었고, 근속연수는 만 1년 미만 56명(11.99%), 만 1~5년 216명(46.25%), 만 6~10년 160명(34.26%), 만 11~15년 31명(6.64%), 만 16년 이상 4명(0.86%)으로 조사되어 만 1~5년이 가장 많은 비율을 차지하였다.

연령별로는 만 25세 미만 60명(12.85%), 만 26~35세 331명(70.88%), 만 36~45세가 68명(14.56%), 만 46세 이상 8명(1.71%)으로 나타나 만 26~35세가 가장 많았고, 이직횟수는, 없다 245명(52.46%), 1회 116명(24.84%), 2회 65명(13.92%), 3회 29명(6.21%), 4회 이상 12명(2.57%)으로 조사되어 근속한 직원이 가장 많은 것으로 나타났다.

〈표 4-2〉 직원평가방법의 이해정도와 근무형태 (단위:명)

	매우 그렇다	그렇다	보통	아니다	전혀 아니다	계
정 직원	5	81	129	128	29	372
계약직 직원	2	9	45	29	10	95
계	7	90	174	157	39	467
$\chi^2 : 10.520$			유의수준 : 0.033			

귀하의 회사 업무과과평가방법에 대하여 충분히 납득하고 있습니까? 라는 질문에 대하여 전체 응답자 중 20.77%인 97명이 긍정적인 대답을, 41.97%인 196명이 부정적인 대답을 하여 대체적으로 진급과 관련하여 불만족하고 있는 것으로 조사되었다. 근무형태에 따라서는 정 직원은 86명인 23.11%, 계약직 직원은 11명인 11.58%가 긍

〈표 4-3〉 업무수행능력과 근무형태 (단위:명)

	매우 잘함	잘함	보통	못함	매우 못함	계
정 직원	28	165	146	29	4	372
계약직 직원	18	34	29	12	2	95
계	46	199	175	41	6	467
$\chi^2 : 15.500$			유의수준 : 0.004			

정적인 대답을 하여 정직원보다 계약직직원이 진급과 관련하여 불만이 더 큰 것으로 조사되었다.

귀하의 직속상사 업무수행능력은 어떻다고 보십니까? 라는 질문에 46명이 '매우 잘 한다'라고 대답하였으며, 199명이 '잘 함', '보통'이 175명으로 대부분 긍정적으로 나타났으며, 부정적인 의견은 '못함' 41명, '매우 못함'이 6명으로 총 47명인 것으로 나타나 대체적으로 직속상사의 업무수행 능력에 만족하고 있는 것으로 조사되었다. 이를 근무형태별로 살펴보면 정직원은 51.88%, 계약직직원은 54.74%가 긍정적인 대답을 하여 계약직 직원이 정직원보다 상사의 업무수행능력을 높이 평가하고 있는 것으로 조사되었다.

〈표 4-4〉 팀웍조성에 대한 의견과 근무형태 (단위:명)

	매우 잘함	잘함	보통	못함	매우 못함	계
정 직원	23	161	132	47	9	372
계약직 직원	12	31	33	13	6	95
계	35	192	165	60	15	467
$\chi^2 : 9.940$			유의수준 : 0.041			

귀하의 직속상사는 팀웍조성을 위하여 얼마나 노력하십니까? 라는 질문에 대하여 '매우 잘 한다'고 응답한 사람은 35명, '잘 한다'고 대답한 사람이 192명, '보통'이라고 응답한 사람이 165명으로 나타나 긍정적인 대답 48.60%, 보통 35.33%으로 전체의 83.94%가 직속상사가 팀웍조성을 위하여 노력하고 있다고 판단하고 있는 것으로 나타났다. 이를 근무형태와의 관계에서 살펴보면 정직원은 각각 긍정적인 대답 49.46%, 보통 35.48%, 부정적인 대답 15.05%로 나타났고, 계약직 직원은 각각 45.26%, 34.74%, 20.0%로 조사되어 정직원이 계약직 직원보다 더 만족하고 있는 것으로 조사되었다.

회사의 전반적인 복리후생에 대하여 어떻게 생각하십니까? 라는 질문에 대하여 전체 응답자 중 보통이 231명으로 49.46%, 불만족이 143명으로 30.62%, 만족이 93

〈표 4-5〉 복리후생에 대한 의견과 근무형태 (단위:명)

	매우 좋다	좋다	보통	나쁘다	매우 나쁘다	계
정 직원	6	66	173	111	16	372
계약직 직원	1	20	58	12	4	95
계	7	86	231	123	20	467
$\chi^2 : 12.355$			유의수준 : 0.015			

명으로 19.92%로 조사되었다. 근무형태에 따라서는 정직원이 각각 46.51%, 34.14%, 19.35%으로 나타났고, 계약직 직원의 경우는 보통 61.05%, 만족 22.10%, 불만족 16.84%로 나타나 정 직원이 계약직 직원보다 2배 이상 불만족한 것으로 조사되었다.

〈표 4-6〉 성별과 근무형태 (단위:명)

	남	여	계
정 직원	282	90	372
계약직 직원	62	33	95
계	344	123	467
$\chi^2 : 4.336$		유의수준 : 0.037	

성별과 근무형태와의 관계에서 전체 응답자 467명 중 정직원은 372명으로 79.66%, 계약직직원은 95명으로 20.34%로 집계되었으며, 남자는 344명으로 73.66%, 여자는 123명으로 26.34%로 조사되었다. 정직원 372명 중 남자는 282명으로 75.81%이었으며, 여자는 90명으로 24.19%로 나타났다. 계약직직원 95명 중 남자는 62명으로 65.26%, 여자는 33명으로 34.74%로 조사되었다. 남자의 경우 정 직원에서, 여자의 경우 계약직 직원에서 그 비율이 높게 나타나고 있다.

〈표 4-7〉 연봉과 근무형태 (단위:명)

	천만원 이하	1,100~2,000 만원	2,100~3,000 만원	3,100만원 이상	계
정 직원	8	151	190	23	372
계약직 직원	25	61	7	2	95
계	33	212	197	25	467
$\chi^2 : 108.455$		유의수준 : 0.001			

연봉과 근무형태와의 관계에서 연봉은 1,100~2,000만원이 212명으로 전체의 45.40%로 조사되어 가장 많았고, 그 다음은 2,100~3,000만원이 197명으로 42.18%로 나타났고, 1,000만원 이하가 33명, 3,100만원 이상이 25명으로 조사되었다. 근무형태 별로는 정직원의 경우 2,100~3,000만원이 51.08%로 가장 많았으며, 계약직 직원의 경우는 1,100~2,000만원이 64.21%로 가장 많았다. 계약직의 경우 2,000만원 이하가 전체의 90.53%가 되는 것으로 조사되었고, 정직원 중에 1,000만원 이하가 8명이 있었으며, 계약직 직원 중 3,100만원 이상 되는 사람도 2명이 있는 것으로 조사되었다.

노조와 근무형태와의 관계에서 전체 응답자 467명 중 노조에 가입한 사람은 317

〈표 4-8〉 노조와 근무형태 (단위:명)

	가입	미 가입	계
정 직원	307	65	372
계약직 직원	10	85	95
계	317	150	467
$\chi^2 : 179.930$		유의수준 : 0.001	

명으로 전체의 67.88%로 나타났으며, 미가입자는 150명으로 32.12%로 나타났다. 근무형태별로는 정직원의 노조 가입율은 82.53%이었으며, 계약직 직원의 경우는 10.53%가 노조에 가입되어 있는 것으로 조사되어 계약직 직원의 경우 노조 가입율이 현저하게 떨어지는 것으로 나타났다.

〈표 4-9〉 외식관련업체 근무한 기간과 근무형태 (단위:명)

	1년 미만	만 2~10년	만 11~20년	만 21년 이상	계
정 직원	18	267	77	10	372
계약직 직원	40	52	2	1	95
계	58	319	79	11	467
$\chi^2 : 104.162$		유의수준 : 0.001			

외식업체에 근무한 기간과 근무형태와의 관계에서 전체 응답자 467명 중 319명이 만 2~10년을 외식업체에서 근무한 것으로 조사되어 전체의 68.31%를 차지하였고, 그 다음으로 만 11~20년이 79명으로 16.92%를 차지하였고, 1년 이하가 58명으로 전체의 10.49%를 차지하고 있다. 만 21년 이상을 근무한 사람도 11명이 있는 것으로 조사되었다. 근무형태별로는 정직원의 경우 만 2~10년이 71.77%로 가장 많았고 1년 미만도 18명이 있었다. 정직원 중 만 21년 이상 근무한 사람은 10명이었으며, 계약직 직원 중에도 만 21년 이상을 근무한 사람으로 1명이 조사되었다.

〈표 4-10〉 근속연수와 근무형태 (단위:명)

	1년 미만	만 1~5년	만 6~10년	만 11~15년	만 16년 이상	계
정 직원	15	169	153	31	4	372
계약직 직원	41	47	7	0	0	95
계	56	216	160	31	4	467
$\chi^2 : 130.986$		유의수준 : 0.001				

근속연수와 근무형태의 관계에서 근속연수는 전체 응답자 중 만 5년 이하가 58.24%인 272명으로 가장 많았으며, 그 다음은 만 6~10년이 34.26%인 160명으로 조사되었다. 근무형태별로는 정직원의 경우 현재의 직장에서 근속한 기간이 만 1~5년이 169명으로 45.43%, 만 6~10년이 153명으로 41.13%, 만 11~15년이 31명으로 8.33%, 1년 미만이 15명으로 4.03%, 만 16년 이상이 4명으로 1.08%로 조사되었다. 현재의 직장에서 계약직 직원으로 만 11년 이상을 근무한 사람은 없는 것으로 조사되었다.

〈표 4-11〉 현 직장의 만족도와 근무형태 (단위:명)

	매우 만족	만족	보통	불만족	매우 불만족	계
정 직원	7	123	195	40	7	372
계약직 직원	4	31	46	7	7	95
계	11	154	241	47	14	467
$\chi^2 : 10.441$			유의수준 : 0.034			

회사 전반에 대한 귀하의 만족도는 어떻습니까? 라는 질문에 대하여 전체 응답자 467명 중 보통이 51.61%인 241명으로 가장 높게 나타났으며, '만족 또는 매우 만족' 이 35.34%, '불만족 또는 매우 불만족' 이 13.06%로 나타났다. 근무형태별로는 정직원의 경우 보통이 195명으로 가장 많았으며, 매우 만족과 매우 불만족은 1.8%로 동일하게 나타났다. 계약직직원의 경우는 보통이 48.42%로 가장 높게 나타났으며, 매우 불만족이 7.37%로 정직원보다 아주 높게 나타났다. 이것은 신분의 불안으로 인한 결과로 추측된다.

〈표 4-12〉 연령과 근무형태 (단위:명)

	정 직원	계약직 직원	계
만 25세 이하	24	36	60
만 26~35세	273	58	331
만 36~45세	67	1	68
만 46세 이상	8	0	8
계	372	95	467
$\chi^2 : 76.846$		유의수준 : 0.021	

연령별로는 만 26~35세가 331명으로 전체의 70.88%이었으며, 만 36~45세가 14.56%, 만 25세 이하가 12.85%, 만 46세 이상이 1.71%로 조사되었다. 근무형태별로는 정직원의 경우 각각 73.39%, 18.01%, 6.45%, 2.15%로 조사되었으며, 계약직

〈표 4-13〉 이직횟수와 근무형태 (단위:명)

	정 직원	계약직 직원	계
없다	184	61	245
1회	92	24	116
2회	59	6	65
3회	25	4	29
4회 이상	12	0	12
계	372	95	467
χ^2 : 11.931		유의수준 : 0.018	

직원의 경우 만 26~35세가 61.05%, 만 25세 이하가 37.89%, 만 36~45세가 1.05%로 조사되었다.

이직횟수는 전체 응답자 467명 중 245명이 '없다' 라고 응답하여 52.46%의 비율을 나타냈고, 1회라고 응답한 사람이 24.84%, 2회는 13.92%, 3회 6.21%로 나타났다. 4회 이상 회사를 옮긴 사람도 12명이 있었다. 근무형태별로는 정 직원의 경우 각각에 대하여 49.46%, 24.73%, 15.86%, 6.72%, 3.23%로 조사되었고, 계약직 직원의 경우 각각 64.21%, 25.26%, 6.32%, 4.21%, 0%로 조사되었다.

V. 결 론

외식산업은 여러 산업의 성격을 복합적으로 지니고 있지만 그 중에서도 특히, 서비스산업의 성격이 강하다. 이렇게 서비스 산업의 성격이 강한 외식산업은 고객만을 넘어서서 고객이 감동하는 수준의 서비스를 현재는 요구하고 있다. 고객이 감동할 수 있는 서비스를 제공하기 위해서는 그 서비스를 수행하는 내부고객이 만족하지 않고는 고객에게 제대로 된 서비스를 제공할 수 없다.

그래서 연구자는 계약직 직원의 비율이 늘어나는 시대적인 흐름을 반영하여 근무형태별로 만족도를 조사하여, 내부고객 만족을 이뤄 외식산업 발전에 도움이 되고자 하였다.

이번 연구가 외식산업에서 여러 가지 측면으로 가장 앞서고 있는 서울시내 특 1급 호텔의 정직원과 계약직 직원을 대상으로 조사한 결론은, 직원 평가방법에 있어서는 정직원이 계약직 직원보다 더 만족하고 있는 것으로 조사되었으며, 상사의 업무수행 능력에 있어서는 계약직 직원이 정직원보다 더 만족하고 있는 것으로 조사되었다. 상사의 팀워크조성능력에 대한 만족도는 정직원이 계약직 직원보다 더 만족하고 있는 것으로 조사되었으며, 회사의 복리후생에 대한 만족도도 정직원이 계약직 직원보다 더 만족하고 있는 것으로 조사되었다. 특이한 것은, 현 직장에 대한 전체적인 만족도 조사에서 정직원이 34.94%, 계약직 직원이 36.8%의 긍정적인 대답이 나와 계약직

사원이 더 만족하고 있는 것으로 조사되었다.

이러한 원인으로, 정직원의 경우는 평균연령이 높음으로 해서 부양가족에 대한 부담이 있고, 이직횟수가 많아서 비교대상이, 계약직 직원보다 많았기 때문에 추측된다.

또, 정직원은 노조가입으로 인하여 불만을 건의할 수 있고, 건의한 불만에 비하여 해결되는 것이 미미하기 때문에, 이것이 현 직장의 만족도를 떨어뜨리는 결과로 추측할 수 있다.

직속상사와 관련한 질문에 대해서 대체적으로 만족하고 있는 것으로 나타나, 과거에 권위적이고 일방적인 지시만 하던 직속상사의 이미지가 많이 바뀌어 가고 있음을 알 수 있다.

본 연구의 조사 결과 만족도가 30%대에 머물고 있는 것은 경영자들이 심사숙고해야 할 부분이다. 고 임금체제의 사회적 현상으로 인한 계약직 직원의 비율이 높아진다고 하여 서비스의 질이 떨어지는 것이 아니라는 것을 알 수 있다. 정직원의 만족도가 더 떨어져 있는 현실을 직시해야 한다.

경영자들은 만족도를 높이기 위해서 적절한 권한이양과 동기부여를 할 수 있는 방법만 찾는다면, 현재 외식산업에서 가장 문제가 되고 있는 이직율과 결근율도 줄일 수 있으며 내부고객의 자존감으로 인한 생산성 향상이 외식업소의 번창으로 이어져 목적인 바를 달성할 수 있을 것이다.

참고문헌

1. 김성혁 (1999) : 외식업의 서비스, 백산출판사.
2. 김애자 (1996) : 고객만족경영에 있어 내부고객 만족요인에 관한 연구, 연세대학교 경영대학원 석사학위논문.
3. 노옥섭 (2000) : TQM 접근 방법에 의한 정부 환경감사체계 발전에 관한 연구 -한국 감사원과 미국 GAO 사례의 비교분석을 중심으로-, 고려대학교 대학원 박사학위논문.
4. 배병렬 (1997) : 고객가치창조, 도서출판 석정.
5. 유혜경 (1992) : 고객만족 우선 전략에 관한 사례 연구, 서강대학교 경영대학원 석사학위논문.
6. 윤용현 (2000) : 고객만족과 식당선호도의 관계에 관한 연구, 경상대학교 경영대학원 석사학위논문.
7. 원성애 (1996) : 고객만족경영을 위한 서비스 교육 훈련 전략에 관한 실증적 연구, 단국대학교 대학원 석사학위논문.
8. 월간식당, 2002년 2월호.

9. 전영준 (1999) : 내부고객만족과 외부고객만족간의 상관성에 관한 연구 -포스코 지정 판매점을 중심으로-, 인하대학교 경영대학원 석사학위논문.
10. 전해진 (1999) : 종업원만족과 고객만족간의 관계에 관한 연구, 고려대학교 대학원, 석사학위논문.
11. 질 그리핀 (1997) : 충성고객 이렇게 만든다, 세종서적.
12. 최영성 (2000) : 지역 밀착화를 통한 고객만족경영, 부산대학교 국제대학원 석사학위논문.
13. 황병청 (1997) : 내부고객만족의 결정요인에 관한 연구 -영주지방철도청을 중심으로-, 안동대학교 대학원 석사학위논문.