

구성원의 직무만족이 서비스품질에 미치는 효과 및 성별 조절효과

안 관 영* · 김 길 선* · 손 용 승**

1. 문제제기 및 연구목적

서비스업은 물론 최근 제조업의 경우에도 서비스기능이 점차 중요시되고 있는 시점에서 무형의 서비스기능이 무엇보다도 중요한 역할을 하고 있음에도 불구하고 기업이나 사업장 단위의 서비스품질에 관한 연구는 비교적 많이 이루어지고 있으나 정작 현장에서 고객을 상대로 하는 종업원의 서비스품질에 관한 연구는 상대적으로 적은 편이다. 서비스업종이나 제조업종의 경우 점점 종업원들의 성과는 고객만족도에 의해 좌우된다 해도 과언이 아니다. 고객들이 인지하는 만족도는 결국 종사원들과의 접촉을 통하여 인지된다는 점에서 서비스품질의 중요도는 더해가고 있다. 문제는 종업원들의 서비스품질이 고객만족과 직결된다는 점에서 중요성이 커지고 있는 반면 서비스 품질을 구성하는 제 요인들이 종업원들의 직무행위로 정확하게 규정되어지기 어려우며, 또한 고객들과의 접촉상황에 따라 가변적이며, 제 3자가 관찰하기 어렵다는 점에서 종업원 각자의 자발성에 의존해야한다는 점이다. 서비스품질은 다른 노동과는 달리 감정노동이라는 특징을 갖고 있어 구성원들의 대고객에 대한 서비스가 자발적일 때 효과적이며, 고객에 대한 서비스 또한 다양해야하므로 다른 업종에 비하여 직무행위 외에 구성원 각자의 자발적 행위 내지 직무외적 행위에 대한 필요성이 크게 요구된다(안관영 · 이석준, 2007).

종업원들의 서비스품질과 같은 대 고객지향적 행동은 내부 고객 즉, 구성원들의 직무만족에 의해 많은 영향을 받는다. 최근 내부마케팅에 관한 연구가 활발해지면서 외부 고객만족을 위해 내부고객인 직원들의 직무만족에 대한 관심이 증대되고 있다. Hallowell et al.(1996)은 서비스품질이란 내부서비스에 의한 종사원의 직무만족을 의미하며 내부서비스품질이 높을수록 종사원의 만족도가 높아지고 그들이 제공하는 서비스품질도 향상되는 것으로 보고 있다. 즉, 내부서비스품질인 직무만족을 측정하고 관리하는 것은 내부고객의 만족을 높일 수 있는 수단이 되며 결국에는 외부고객의 만족도 향상시킬 수 있게 된다는 것이다. 이러한 연구결과를 바탕으로 본 연구에서는 외식업체 종사자들을 대상으로 그들의 직무만족이 서비스품질에 미치는 효과를 실증분석하며, 직무만족과 서비스품질의 관계가 종업원의 성별에 따라 어떤 차이가 있는가를 실증분석함으로써 성별 차이에 따른 시사점을 제공하고 한다.

* 상지대학교 경영학과

** 공군

2. 이론적 배경

2.1 서비스품질

서비스는 제품과 같이 유형적인 것이 아닌 추상적 개념이다. 이준엽(1994)은 이러한 서비스품질의 특성에 관하여 다음과 같이 정리하였다. 첫째로, 서비스 품질은 고객의 지각과 관련된 고객지향적인 개념이며, 둘째로, 서비스 품질은 태도와 유사한 개념이고, 셋째로, 서비스 품질은 서비스의 결과뿐만 아니라 과정에 대한 평가이기도 하며 넷째로, 서비스 품질은 구매 전에 미리 평가 할 수 있는 탐색적 품질이라기보다는 제품구매나 소비과정에서 평가하는 경험적 품질이라는 것이다. 다섯째로, 서비스 품질은 기대와 수행의 비교에 의해 결정된다는 점이다.

서비스 품질에 대한 대표적인 연구자들은 Parasuraman, Zeithaml, Berry(1985) 등인데 이들은 서비스 품질을 “고객이 서비스를 받고 있는 동안 형성된 지각과 서비스를 받기 전에 고객이 가졌던 기대와의 차이”라고 말한다. 즉 기대한 것에 대한 지각의 결과가 서비스 품질인 것이다. Parasuraman et al.(1985; 1988)은 서비스 품질을 서비스의 우수성에 관련된 소비자의 전반적인 판단 및 태도라 정의하고, 기대와 지각개념을 지각된 품질개념과 연결하여 지각된 서비스 품질을 소비자의 지각과 기대 사이의 차이 정도 및 방향으로 정의하였다. 이들은 1985년에 서비스 품질을 측정하기 위한 구성요소로 유형성, 신뢰성, 반응성, 능력, 예절, 신용성, 안정성, 가용성, 의사소통, 고객이해의 열 가지를 제시하였다가 1988년에는 유형성(tangibles: 물리적 시설, 장비, 종업원, 커뮤니케이션 자료의 외양), 신뢰성(reliability: 약속한 서비스를 믿을 수 있고 정확하게 수행할 수 있는 능력), 반응성(responsiveness: 고객을 돕고 신속한 서비스를 제공하려는 의도), 확신성(assurance: 종업원의 지식과 예절, 신뢰와 자신감을 전달하려는 능력), 공감성(empathy: 회사가 고객에게 제공하는 개인적 배려와 관심)의 다섯 가지 구성요소로 압축하여 제시하였다(서창적·윤여선, 2005; 안관영, 2009).

이에 대하여 Cronin & Taylor(1992)는 서비스 품질을 측정하는데 있어 차이 이론에 바탕을 둔다는 것은 문제점이 있다는 반박을 제기하였다. 특히 그들은 서비스 품질이 일종의 고객들의 태도와 유사한 개념이라고 보고 이를 문헌적 연구와 실증적 연구를 통하여 입증하였다. 구체적으로 이들은 서비스 품질 평가방법 중 SERVQUAL이 적당한 방법인가와 서비스 품질, 고객만족, 행위의도와의 관계를 밝히는 연구를 수행하였다. 이들은 서비스 품질이 어떻게 개념화되고 측정되어야 하는가에 대하여 문헌적 고찰을 실시하고 동시에 은행, 방역소, 세탁소, 패스트 푸드점을 대상으로 한 실증적 분석결과 서비스 품질은 태도요인으로서 개념화되고 측정되어야 한다는 결론을 내렸다(안관영, 2006). 전반적으로 서비스 품질의 구성요소에 대하여는 어느 정도의 합의가 이루어지고 있으나 측정방법에 대하여는 다양한 견해가 존재한다.

2.2 직무만족과 서비스품질

직무만족이란 구성원들 개인이 자신이 수행하고 있는 직무에 대해 갖고 있는 태도를 의미한다. 따라서 직무만족도를 높게 인지하는 종업원은 자신의 직무에 대해 긍정적인 태도를 갖고 있으며, 직무만족도를 낮게 인지하는 종업원은 담당 직무에 대해 부정적인 태도를 갖고 있음을 의미한다. 이러한 점에서 직무만족은 직무에 대한 구성원들의 정서적 반응이며, 또한 자신의 직무를 통해 얻고자 하는 기대감과 실현치의 차이로 나타날 수 있다는 점에서 주관적인 개념이다. Luthans(1995)는 직무만족의 특성을 세 가지 측면에서 평가된다고 볼 수 있다. 첫째로 직무만족은 특정 직무상황에 대한 정서적 반응이기 때문에 관측이 불가능하며 오로지 추론에 의존하여야 한다. 둘째로 직무만족은 직무수행에 따른 결과가 기대수준을 어느 정도 충족하는가에 의해 결정된다는 점이다. 업무 담당자가 다른 부서 직원보다 고되게 일하면서도 상대적으로 낮은 보수를 받는다고 느끼면 불만족도가 높을 것이다. 반대로 자신이 적절한 대우와 보상을 받고 있다고 느끼면 만족할 것이다. 셋째로 직무만족은 단일차원이 아닌 다차원적이라는 점이다. 구체적으로 직무자체가 갖고 있는 흥미감이나 교육기회, 책임감 정도, 그리고 보수의 적정성과 공정성, 승진기회, 상사의 업무적·사회적 지원 정도, 동료들의 업무적 능력과 사회적 지원분위기와 같은 요소로 구성되는 총합적 개념이다.

허즈버그의 이원이론에 따르면, 근로자들은 급여, 감독방법, 회사의 정책과 관행, 하급자와의 인간관계, 동료와의 인간관계, 작업조건, 개인생활 요소들, 직위, 직장의 안정성과 같은 직무외적 요인들에 대해서는 기대수준 이하를 실현하는 경우 매우 큰 불만족을 인지하기만 기대수준 이상을 실현하는 경우 큰 만족감을 갖지 못한다는 것이다. 이에 반해 직무수행에 따른 성취감, 칭찬이나 인정을 받을 수 있는 기회, 직무자체가 주는 흥미, 성장 가능성, 책임감, 직무의 도전성, 승진이나 경력상의 발전가능성과 같은 직무내적 요인들은 기대수준을 충족하지 못하더라도 불만족이 높지 않으나 기대수준을 충족하는 경우 매우 큰 만족감을 갖는다는 것이다(백기복, 2011). 이처럼 직무외적 요인들은 직무불만족에 대해 적극적 영향을 미친다는 점에서 위생요인이라 지칭하며, 반대로 직무내적 요인들은 동기부여에 적극적 영향을 미친다는 점에서 동기부여요인이라 지칭한다.

구성원의 행동이나 성과와 관련하여 직무만족이 중요시되는 이유는 다양한 성과지표에 대해 긍정적 영향을 미친다는 점이다. 구성원의 직무만족이 고객의 서비스품질에 긍정적 영향을 미친다는 주장은 실증분석결과로도 검증이 되고 있다(Hallowell et al., 1996; Yoon et al., 2001). Snipes et al.(2005)의 연구에 따르면 직무만족은 고객만족에 가장 큰 영향을 미치는 요인이며, 고객만족은 고객이 인지하는 서비스품질과 긍정적 관계를 갖는다는 것이다. 이러한 결과는 대부분 관리자들은 서비스품질의 제고를 위해 최고경영층이 현장 종업원과 고객에 대하여 항상 많은 관심을 가져야한다고 믿고 있으며, 종업원의 직무만족을 제고시키는 일이야말로 궁극적으로 서비스품질과 같은 성과를 나타내기 때문이란 것이다. 이상과 같은 이론적 배경을 바탕으로 다음과 같은 가설을 설정하고자 한다.

가설 1: 직무만족은 서비스품질에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

조직구성원의 태도 및 직무행위와 관련하여 성별에 따른 연구는 비교적 많은 편은 아니다. 그 이유는 남녀간의 성적 차이에 대한 주제가 민감하다는 것이 주원인이다. 성별에 따른 구성원들의 행동과 태도의 차이에 대한 것으로 업무적 역할과 성별 중 어느 것이 구성원의 행위에 영향을 미치는가에 대한 연구를 들 수 있다. Chao et al.(1994)의 연구결과에 따르면 구성원들은 남녀 구분 없이 비슷하게 사회화되고 공식 업무에 대한 역할활동도 비슷하게 하는 것으로 나타났다. 즉, 업무적 역할이 성별에 따른 태도 및 행위적 차이를 능가한다는 것이다. 일반적으로 남자 종업원의 경우 가장 으로서 직장에서의 인정과 승진에 대한 욕구가 강한 반면, 여성 종사원의 경우는 가계 내에서 남성에 비하여 2차적 소득자로서의 성격이 강하여 상대적으로 회사에 대한 애착과 귀속감이 적은 것이 일반적이기 때문이다. 이처럼 성별에 따른 차이의 방향성을 주장하기 어렵기 때문에 다음과 같은 탐색적 가설을 제시하였다.

가설 2: 직무만족이 서비스품질에 미치는 효과는 성별에 따라 차이가 있을 것이다.

이러한 조절효과에 대한 가설은 분석결과를 바탕으로 성별에 따른 차별적 관리에 필요한 시사점을 제공할 수 있다는 점에서 의의가 있을 것이다.

3. 연구의 설계

3.1 자료수집 및 분석방법

본 연구의 가설을 검증하기 위하여 표본조사를 실시하였다. 표본조사는 강원 영서지역에 입지한 외식업체 종사자 중 고객들과의 접점종사자를 대상으로 하였다. 따라서 고객이 직접 방문하는 외식업체 중에서 고객서비스에 직접 참여하는 홀서빙 종업원들을 대상으로 하였다. 2012년 2월 6일부터 2월 25일까지 약 3주간에 걸쳐 설문을 배부 및 회수하였다. 총 배부된 350부 중 303부가 회수되었으며, 이 중 응답이 부실하거나 미응답 문항이 많은 설문 15부를 제외한 회수된 288부의 설문이 본 연구의 분석대상이 되었다.

가설 1과 2를 검증하기 위하여 위계적 다중회귀분석(hierarchical multiple regression)을 실시하였다. 이 방법은 독립변수와 종속변수간의 관계가 조절변수의 수준에 따라 차이가 있는가, 즉 조절효과를 검증하는데 적합한 기법이다(Baron & Kenny, 1986).

3.2 변수의 측정

본 연구에서 분석대상이 되고 있는 주요 변수로서 직무만족과 서비스품질에 대한 측정도구는 선행연구에서 검증된 것을 연구목적에 맞도록 수정하여 사용하였다. 먼저 직무만족은 개인이 자신의 직무에 대해 가지는 태도로서 개인과 조직 간의 적합의 정도를 의미하는 것으로, 직무에 대한 평가의 결과로 얻게 되는 감성적이고 정서적인 선호도를 의미한다. 즉, 자신의 직무에 대한 애착이나 열의로 긍정적으로 지각하는 심리적 지각과정을 의미한다. 직무만족은 내재적 직무만족과 외재적 직무만족으로 구분될 수 있다(박영배, 1996). 내재적 직무만족은 개인이 직무의 활동성·독립성·창의성·변화성·안정성, 직무상 직권의 크기, 능력발휘의 기회, 자기 방법으로 일을 처리할 수 있는 기회, 직무의 도덕적·사회적 가치, 직무를 통해 얻을 수 있는 성취감에 대하여 느끼는 만족의 정도로 측정하였다. 이에 대해 외재적 만족은 현 직무에서의 승진가능성, 고용안정성, 보수와 칭찬, 조직의 정책이나 기술적·인간적 측면 및 상사의 감독과 지도 방법에 대한 만족의 정도로 측정하였다.

서비스품질의 구성요인에 대하여는 Cronin & Taylor(1992)가 제시한 서비스품질의 측정도구 중 가중되지 않은 SERVPERF를 측정하기 위한 22개의 설문을 바탕으로 하여 구성하였다. 유형성은 적합한 시설과 장비제공, 적합한 분위기제공, 직원들의 용모 등을, 신뢰성은 약속된 서비스를 정확하고 믿을만하게 수행할 수 있는 능력을, 반응성은 즉각적인 서비스의 제공과 고객의 요청에 도움을 줄 수 있는 능력을, 그리고 공감성은 고객에게 개별적인 애정과 관심을 표시하는 정도에 대하여 설문하였다. 확실성이 경우는 요인분석결과 타당성을 갖지 못하는 것으로 나타나 본 연구에서는 제외되었다. 모든 설문문항은 리커트 5점 척도로 측정하였다.

4. 조사결과의 분석

연구변수들 간의 대략적인 관계를 알아보기 위해 무차상관관계계수를 분석한 결과는 <표 1>과 같다. 표의 결과에 따르면, 종속변수인 서비스품질의 구성요소인 유형성, 신뢰성, 반응성, 공감성 간에는 비교적 높은 유의적 상관관계가 존재하는 것으로 나타났다. 이러한 분석결과는 서비스품질의 각 구성요소에 대하여 높게 인지하는 종업원일 수록 다른 구성요소에 대한 인지도도 높은 것을 알 수 있다. 다음으로 내재적 직무만족, 외재적 직무만족과 서비스품질의 구성요소간의 관계를 살펴보면, 직무만족의 구성요소 모두 서비스품질의 모든 구성요소인 유형성, 신뢰성, 반응성, 공감성과 비교적 안정적인 높은 정의 관계를 갖는 것으로 나타났다.

직무만족의 구성요소인 내재적 직무만족과 외재적 직무만족 간에는 비교적 강한 정의 상관관계를 갖는 것으로 나타나 두 변수는 상호 밀접한 관계에 있을 알 수 있다. 다음으로 성별의 경우 유형성과 미약한 정의 상관관계가 있으며, 신뢰성, 공감성과는 미약한 부의 상관관계가 있는 것으로 나타났고, 다른 변수들과는 유의한 관계가 없는 것으로 나타났다.

<표 1> 연구변수의 기술통계량 및 무차상관계수표

	평균	표준편차	유형성	신뢰성	반응성	공감성	내재적 만족	외재적 만족	성별
유형성	3.752	.836	1						
신뢰성	3.774	.782	.638**	1					
반응성	3.791	.791	.655**	.769**	1				
공감성	3.440	.968	.427**	.479**	.558**	1			
내재적 만족	3.382	.910	.588**	.598**	.615**	.511**	1		
외재적 만족	3.594	.838	.663**	.673**	.669**	.506**	.718**	1	
성별 ^{a)}			.132*	-.127*	-0.071	-.167**	-0.039	0.001	1

a) 성별은 1=여, 2=남으로 코딩

* p < .05, ** p < .01

직무만족과 서비스품질의 관계에 대한 가설 1과 직무만족과 서비스품질의 관계에서 성별의 조절효과를 검증하기 위한 가설 2를 검증하기 위하여 위계적 다중회귀분석을 실시한 결과는 <표 2>와 같다.

먼저 직무만족과 서비스품질의 관계에 대한 가설 1을 검증하기 위하여 다중회귀분석한 결과는 각 종속변수별 1단계의 분석결과와 같다. 유형성에 대한 회귀분석결과 1 단계에서 내재적 직무만족($\beta=.243, p<.01$)과 외재적 직무만족($\beta=.488, p<.01$) 모두 유형성에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 직무만족의 유형성에 대한 설명력(R²)은 48.5%로 나타났다. 신뢰성의 경우 1단계의 분석결과 내재적 직무만족($\beta=.228, p<.01$)과 외재적 직무만족($\beta=.510, p<.01$) 모두 신뢰성에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 직무만족의 신뢰성에 대한 설명력(R²)은 49.4%로 나타났다. 반응성의 경우도 1단계 분석결과 내재적 직무만족($\beta=.272, p<.01$)과 외재적 직무만족($\beta=.474, p<.01$) 모두 반응성에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 직무만족의 반응성에 대한 설명력(R²)은 48.9%로 나타났다. 공감성의 경우 1단계 분석결과 내재적 직무만족($\beta=.292, p<.01$)과 외재적 직무만족($\beta=.297, p<.01$) 모두 공감성에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 직무만족의 공감성에 대한 설명력(R²)은 32.5%로 나타났다. 따라서 직무만족과 서비스품질의 관계에 대한 가설 1은 모두 채택되었다. 즉, 내재적 직무만족과 외재적 직무만족은 모두 서비스품질에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다.

그리고 1단계의 분석결과 조절변수로 사용된 성별의 경우는 종속변수인 서비스품질의 모든 구성요소에 대하여 부분적으로 유의적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 남자가 여자에 비해 유형성을 높게 인지하고 있으며, 여자는 상대적으로 남자에 비해 신뢰성과 공감성을 높게 인지하고 있는 것으로 나타났다.

<표 2> 위계적 다중회귀분석결과

종속변수 단계 예측변수	유형성		신뢰성		반응성		공감성	
	1단계	2단계	1단계	2단계	1단계	2단계	1단계	2단계
내재적만족	.243**	.357	.228**	.136	.272**	.285	.292**	-.025
외재적만족	.488**	.701	.510**	.648	.474**	.304	.297**	.638
성별(a)	.141**	.700	-.119**	-.030	-.061	-.300	-.156**	-.056
내재적만족*성별		-.189		.141		-.016		.493
외재적만족*성별		-.703*		-.245		.308		-.898*
△R2		.016*		.002		.003		.018*
R2	.485**	.501**	.494**	.496**	.489**	.492**	.325**	.333**

a) 성별은 1=여, 2=남으로 코딩
* p < .05, ** p < .01

다음으로 직무만족과 서비스품질의 관계에서 성별의 조절효과를 검증하기 위해 위계적 다중회귀분석을 실시하였다. 위계적 다중회귀분석은 독립변수와 종속변수간의 관계에서 조절변수에 의한 체계적 변화를 검증하기 위한 분석방법이다. 이 방법을 적용한 이유는 Fisher의 Z'계수를 이용한 방법의 단점이 조절변수를 하위집단으로 구분함으로써 정보의 손실이 생길 수 있으며, 각 조절변수의 하위집단별로 독립변수의 분산이 동일하다는 것을 전제로 하여야 한다는 것이다(Cohen & Cohen, 1983; Baron & Kenny, 1986).

유형성의 경우 직무만족과 재직기간의 상호작용효과를 알아보기 위해 1단계에서 내재적 직무만족, 외재적 직무만족, 성별을 예측변수로 하며, 유형성을 종속변수로 하는 다중회귀분석을 실시한 결과이다. 다음으로 2단계에서는 상호작용효과를 알아보기 위해 1단계에서 투입된 변수에 직무만족과 성별의 곱으로 이루어진 2개 상호작용항(내재적 직무만족*성별, 외재적 직무만족*성별)을 예측변수로 투입하여 다중회귀분석을 실시하였다. 실시결과 예측변수들의 종속변수인 유형성에 대한 설명력(R2)은 .501로 1단계에서 보다 .016만큼 증가하였으며, 설명력 증가분(△R2)은 p<.05 수준에서 유의한 것으로 나타났다. 그리고 2개 상호작용항의 표준화회귀계수 중 '외재적 직무만족*성별' 항만이 유형성에 유의적 영향력이 있는 것으로 나타났으며(β=-.703, p<.05), '내재적 직무만족*성별' 항은 유의적 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이상과 같은 방식으로 분석한 결과 신뢰성과 반응성의 경우는 유의적인 상호작용 항이 없으며, 공감성의 경우는 '외재적 직무만족*성별' 항이 공감성에 유의적 영향력이 있는 것으로 나타났다(β=-.898, p<.05). 따라서 가설 2는 부분적으로 채택되었다.

5. 결론 및 제언

본 연구는 외식업에 종사하는接客 구성원들을 대상으로 직무만족이 서비스품질에 미치는 효과를 검증하고, 직무만족과 서비스품질의 관계에서 성별의 조절효과를 검증

하고자 하였다. 조사결과를 요약하고, 이를 바탕으로 서비스 종사자들의 서비스품질 수준을 제고하기 위한 방안을 제시하고자 한다.

먼저 직무만족 구성요소(내재적 직무만족, 외재적 직무만족)와 서비스품질의 관계를 분석한 결과 직무만족의 구성요소는 모두 모든 서비스품질 구성요소(유형성, 신뢰성, 반응성, 공감성)에 대하여 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히 상대적 중요성을 나타내는 표준화 회귀계수가 내재적 직무만족에 비해 외재적 직무만족이 높게 나타났다. 일반적으로 내재적 직무만족이 외재적 직무만족에 비해 더욱 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타나고 있다(Huffman & Ingram, 1992; Snipes et al., 2005). 이러한 이유는 직무자체에 대한 만족과 같은 내재적 만족은 조직이나 상사와 같은 외부적 영향력 없이 나타나는 만족으로서, 내재적 직무만족이 높은 종업원은 낮은 종업원에 비해 스스로 직무에 대하여 자부심과 보람감을 갖고 상급자의 지시에 관계없이 서비스품질 제고와 고객만족을 위해 노력할 것이기 때문으로 풀이된다. 그런데 본 연구에서는 외재적 직무만족의 영향력이 높게 나타난 것은 외식업이 대부분 영세하며, 임금 및 각종 복리후생 혜택이 매우 열악하기 때문으로 풀이된다. 따라서 대 고객만족을 높이기 위해 유형성, 신뢰성, 반응성, 공감성을 제고하기 위해서는 일을 통해 보람감, 성취감 및 자부심을 갖도록 하며, 자율성 제고와 같은 내재적 직무만족이 필요하며, 특히 보수나 고용안정성 제고나 칭찬, 가족과 같은 대인관계의 형성이 요구됨을 알 수 있다.

직무만족과 서비스품질의 관계에서 성별의 조절효과에 대한 분석결과 내재적 직무만족이 유형성, 신뢰성, 반응성, 공감성에 미치는 긍정적 효과는 성별에 따른 차이가 없는 것으로 나타났다. 이에 대해 외재적 직무만족이 유형성, 신뢰성, 반응성, 공감성에 미치는 효과는 긍정적이지만, 특히 유형성과 공감성의 경우는 남성 종사자에 비해 여성 종사자들의 경우에 상대적으로 긍정적 효과가 큰 것을 알 수 있다. 이러한 분석결과는 보수나 직업적 안정성, 쾌적한 작업환경, 원활한 인간관계의 형성과 같은 요인에 대한 외재적 직무만족이 높을수록 유형성과 공감성이 높아지는 경향이 있는데 특히 남선근로자에 비해 여성근로자의 경우에 더욱 긍정적 효과가 있다는 것을 의미한다.

이상과 같은 분석결과를 바탕으로 외식업에 종사하는 점점 종업원들의 서비스품질을 제고하기 위해서는 업무 수행에 따른 보람감과 성취감을 느끼도록 하고, 일에 대해 흥미를 갖도록 하는 것과 함께 적절한 보수, 직업적 안정성을 유지하며 쾌적한 작업환경이 유지되도록 관리하는 것이 요구된다.

이상과 같은 연구결과는 주로 강원 영서지역의 외식업계에 종사하는 점점종사원들을 상대로 설문조사한 결과를 바탕으로 이루어진 것이다. 따라서 연구결과를 지역적으로 일반화하는데는 한계가 있을 것이다. 그리고 실증분석의 자료는 전적으로 응답자들의 주관적 판단에 근거한 설문조사를 바탕으로 하는 횡단적 조사에 의존하였다. 이러한 분석방법의 장점은 일정기간 내에서 다수에 대한 정태적 상황을 반영할 수 있다는 것이지만, 응답자들의 시간적 흐름에 따른 의식의 변화와 같은 동태적인 특성을 반영하지 못한다는 단점이 있다. 따라서 추후 연구에서는 이러한 점들이 보완되어야 할 것이다.