

# 외식업체 종사원의 직무만족 영향요인이 직무만족과 서비스품질에 미치는 영향

An effect on the Job-satisfaction and Service quality  
of the effect factor on Job-satisfaction of  
Family Restaurant Service Staff.

이 형 백\* · 노 진 옥\*\*

## 【목 차】

I. 서론	V. 분석결과
II. 이론적 배경	VI. 결론
III. 연구모형 및 가설설정	Abstract
IV. 실증분석	참고문헌

## I. 서론

외식산업은 인간의 기본적인 욕구를 충족시켜주는 산업으로써, 다른 산업에 비해 원자재 의존도가 낮은 반면에 인적서비스의 제공이 핵심적인 상품으로, 급속한 경제발전 때문에 소득 수준의 향상, 여가 시간의 증대, 맞벌이 부부의 증가, 생활 패턴의 변화 등과 함께 국내 대기업들과 국외 외식 기업들의 활발한 국내시장으로의 진출로 인해 우리나라의 외식산업은 놀라운 성장률을 보이고 있다.

이러한 외형적 성장세 속에 호황을 누리던 국내 외식업체가 97년 IMF이후 위기를 겪었으며, 다시 성장 추세를 보이다가 2004년 조류독감, 광우병 파동 등의 대외 환경요인으로 외식업체가 다시 흔들리는 양상을 보였다.

\* 아시아대학교 관광경영학과 교수

\*\* 아시아대학교 관광경영학과 교수

## 2 · 관광식음료경영연구

따라서 예측 불허의 시대적 상황에서 살아남기 위해서는 외식산업도 단순한 매출극대화를 떠나, 내적인 요인에 더욱 심혈을 기울여 업체 간의 경쟁에서 뒤떨어져서는 안 될 것이다.

‘좋은 기업이란 최고의 만족된 종사원으로 구성된 조직이다’라는 표현에서 알 수 있듯이 외식산업 종사원에 대한 직무만족은 기본적인 문제로써 직무와 관련된 모든 행동에 직접·간접적으로 영향을 미치고 있다. 이러한 점을 감안하여 볼 때 외식산업 종사원의 직무만족과 서비스 행위에 대한 관심은 더욱 증대 될 것이다(임봉혁, 1994).

이러한 관점에서 서비스 상품 운영관리의 주체가 되는 서비스 종사원들에 대한 관심과 배려가 중요함에도 불구하고, 전반적인 외식산업의 경영상 문제로 인해 서비스 종사원에 직무만족 대한 연구가 부족한 실정이다. 따라서 외식산업이 지속적으로 발전하기 위해서는 점점 종사원들의 만족이 선행되어야 좋은 품질의 서비스상품이 외부고객에게 까지 전달되어지므로 서비스품질에도 중요한 영향을 미치는 것이 문제가 될 것이다.

외식산업은 서비스 산업이라 해도 과언이 아니다. 서비스 운영자 혹은 서비스 제공자의 역할을 하는 종사원과 서비스를 제공받는 고객과의 접촉순간(MOT: Moment of Truth)이나 그 과정을 연구·발전시키기 위한 서비스 기업에서의 일련의 서비스 조직관리인 것이며, 이의 궁극적인 목표는 고객의 요구 및 욕구를 충족시켜 고객에게 제공하는 가치를 극대화하여 서비스 상품의 판매 향상을 도모하고 나아가 기업의 이익을 극대화 할 것이다.

외식산업의 발전에 따른 외식업체의 외형적인 발전은 커다란 성장을 거듭하고 있다. 그러나 앞으로는 하드웨어(hard ware)측면보다 내적으로 어떤 서비스를 질적으로 나타낼 수 있느냐 하는 소프트웨어(soft ware)가 더 강조될 추세이다.

외식산업에서의 서비스 상품은 기업 목적을 달성하기 위한 메뉴개발 서비스, 판매촉진 서비스 및 마케팅 서비스도 중요하겠으나 고객의 욕구를 만족 시킬 수 있게 하기 위해서 서비스 접점에서 전달되어지는 과정이 상품의 가치를 높일 수 있는 방법이며, 이 상품의 질을 높일 수 있는 역할을 하는 사람이 곧 업장의 관리자를 비롯한 전 종사자 개개인인 것이다.

이처럼 중요시 되는 인적 서비스의 품질을 좀 더 향상시키기 위해서는 기업측면에서 좀 더 과학적인 분석이 필요하다.

## II. 이론적 배경

### 1. 직무만족

기업 경영에서의 직무만족에 관한 연구는 오랜 연구의 역사를 가지고 있다. 그러나 직무만족을 다룬 지금까지의 실증적 연구결과들을 살펴보면 직무만족을 측정하기 위해서 사용된 내용이 다르다. 그 이유는 직무만족에 관한 이론적 배경이 없이 서로 다른 개념의 정의 위에서 서로 다른 측정방법으로 대부분의 연구들이 수행되었기 때문이다.

일반적으로 서비스 종사원의 직무만족은 각 개인의 조직내에서 맡고 있는 직무를 수행하면서 느끼고 감지하는 개인의 만족 정도를 나타낸 것으로 볼 수 있는데, 서비스 종사원이 느끼는 만족 정도는 개인의 능력과 자질, 수행하고 있는 업무에 대한 적응력, 조직체 내에서의 여러 가지 조직환경과 절대적인 관계가 있고, 직무만족을 조직성과를 예측하는데 중요한 지표가 될 뿐 아니라, 개인의 욕구와 조직의 목적을 통합하는 데서도 중요한 역할을 할 수 있다.

한편 직무만족에 영향을 미치는 요인은 상당히 많고 복잡한데, 크게 개인적 요인과 직무적 요인으로 나누어 살펴 볼 수 있다. 먼저 개인적 요인은 조사대상자의 연령·성·교육수준·근무기간 등·인구통계적 요인과 개성·능력 등의 개인적 특성 등이 포함된다. 직무적 요인에는 직무에 대한 흥미·자주성·중요성 등 직무 자체요인과 승진기회, 급여, 직무보장, 구성원간의 인간관계 및 커뮤니케이션, 직원복지 등 직무와 관련된 전반적 환경이 포함 될 수 있다. 특히 최근에는 조직내 커뮤니케이션의 중요성이 강조되고 있다.

또한 직무만족은 경영자와 경영학도들에게 매우 중요한 연구과제의 하나이다. 대부분의 성인들은 수면시간을 제외한 시간의 약 반 이상을 직무에 파묻혀 생활하고 있다. 그리고 직무에 연관되었건 안되었건 간에 그들의 행동의 중요한 결정요인으로써 직무에 대한 만족은 직무수행 및 성과에 중요한 영향을 미친다.(추헌, 1992, p. 608) 여기에서 직무에 직접 연관된 몇가지 예를 들어 호오순 연구를 수행할 당시에는 만족이란 개념이 막연하게 감정적 태도나 감정적 방향감을 의미하는 용어로 사용되었다. 그 후 맥코믹은 직무를 통해 얻거나 또는 경험하는 욕구만족 차원의 함수를 직무만족이라고 정의하고 있다.(유기현, 1983, p. 78) 즉, 자아충족의 감정과 성취감이 직무의 차원과 정도를 결정하고 있다고 전제한다면, 이는 직무구성원의 직무에 대해 취하는 특정 태도이면서 동시에 직무에 대한 감정적 반응으로 해석할 수 있다.

#### 4 · 관광식음료경영연구

로크는 직무만족이란 개인이 직무를 평가하거나 직무를 통해서 얻게 되는 경험을 평가함으로써 얻게 되는 유쾌함이나 혹은 좋은 정서태도를 말한다고 정의하고 있다.(김석희, 1993, pp. 233~242)

그리고 콘스탄스(1973)는 직무만족이란 감정적 반응이기 때문에 종사원 자신이 직무에 대해서 평가하여 획득된 유쾌함과 긍정적인 감정 상태라고 정의하고 있다.

조직 구성원들이 해당 조직을 담당하고 있는 직무에 대해서 만족하고 있느냐의 여부는 그 조직의 성과와 관련하여 매우 중요한 의미를 지니고 있으며, 이의 만족여부에 따라 구성원은 그 조직에 대하여 긍정적인 태도를 취할 수도 있고 부정적인 태도를 취한다고 볼 수 있다.(임봉혁, 1994)

따라서 직무나 조직에 대한 종사원의 긍정적인 태도는 직무만족을 높이고 나아가 조직목표를 달성하는데 매우 중요한 요인으로 작용하기에 경영자들은 종사원의 태도를 긍정적 또는 호의적으로 개선시키기 위해 많은 노력과 투자를 필요로 한다.

〈표 1〉 제학자들의 직무만족 요인의 분류

학 자	제 반 요 인		
	개인적 특성	직무적 특성	조직적 특성
긴즈버그		직무자체에서 얻어지는 본질적 만족	경제적 보수와 만족, 사회 환경적 만족
허즈버그	*성취 *성장 *지위 *인정 *책임	*작업 #직무안정	#사회정책 및 관리 #감독 #작업조건 #급여 #대인관계
마이어즈	*성취감 *성장 *승진 *책임 *인정 *지위	*작업 *작업규제 및 시간	#작업조건 #급여 #부가급여
브 림	승진기회	직무내용 작업시간	감독, 급여 작업진단
쥬 겐 손	회사에 대한 자부심, 발전	작업시간, 작업유형 직무의 안정성	급여, 감독, 작업조건, 동료
포 네 트	연령, 교육수준, 성장지능, 작업수준	조직과 관리 안정성	사회적 환경, 감독, 의사소통, 급여
로 크	승진	안정성 직무자체	급여, 복리후생, 작업조건, 동 료, 회사경영 및 방침
공통요인	성장, 인정, 성취감	직무자체 안정성	사회정책, 감독, 작업조건, 급 여, 대인관계

\*만족요인 #불만족요인

지금까지 여러 학자들의 연구를 통하여 제시한 직무만족의 영향요인은 그 이론을 달리하고 있지만 각 요인들은 모두 직무와 개인 및 조직의 범주내에 포함될 수 있다.

Holt(1984)는 각각 4개의 레스토랑에 근무하는 웨이터와 웨이츄레스의 직무만족을 평가하고 직무강화요인을 설명하기 위해서 72명의 웨이터와 웨이츄레스, 34명의 간부를 대상으로 설문조사를 실시하였다. Holt(1984)의 연구는 직무강화요인의 인식에 관한 인구통계적 특성과 종사원의 만족에 영향을 미치는 요인을 중점적으로 파악하였는데, 만족요인으로는 능력활용, 독창성, 도덕성, 독자성, 다양성, 권위, 책임성, 사회적 지위, 회사정책, 상사와 부하와의 관계, 안정성, 임금, 작업조건, 승진, 상사의 지식능력, 동료관계, 직무수행능력, 인정, 성취감, 활동성 등을 조사하였다.

연구결과 첫째, 직무란 개인의 경제적인 지위, 사회적인 지위, 자기자신 그리고 전체적인 생활의 만족을 결정하는데 중요한 요소이고 둘째, 대부분의 구성원들은 직무에 대하여 약 80% 정도가 전반적으로 만족을 표시하였는데, 절반정도는 그들에게 기회가 주어진다면 직업을 바꿀 의사도 있다고 밝히고 있으며, 마지막으로 직무만족은 신체적·정신적인 건강과도 깊은 관계가 있다는 것을 밝히고 있다.

서비스기업의 품질경영은 서비스 품질의 개선활동에 대한 서비스요원의 참여를 전제로 하고 있으며, 그들의 잠재력을 충분히 활용하기 위한 조직구조를 필요로 한다. Krestensen, et al.(1984)의 연구에 의하면 서비스요원의 품질과 관련된 제안을 하도록 유도하는 제도로서 금전적 보상, 제안건수에 대한 기준의 설정, 수상제도, 경쟁, 교육, 훈련, 보너스시스템 등을 들고 있다.

양질의 서비스품질을 고객에게 전달하기 위해서는 고객의 기대와 요구에 부응하는 서비스를 제공해야 하며, 훌륭한 인적서비스 품질을 서비스요원의 마음가짐 여부에 따라 결정된다. 결국 서비스요원의 직무만족과 서비스 품질향상은 밀접한 관계가 있다는 점을 명심하고 서비스기업 경영진은 서비스요원의 직무만족에 우선 관심을 가져야 한다.(주종대, p. 106-107)

## 2. 서비스품질

서비스란 용어자체의 활용범위가 매우 다양하고 광범위할 뿐만 아니라 상호 이질적인 다양한 유형의 서비스가 내포되어 있고, 서비스를 구성하고 있는 것에 관한 본질적인 정의가 부정확하여 서비스에 대한 획일적인 정의를 내리기는 쉽지 않다.(김대권, 1994, p. 6)

서비스의 사전적 정의를 보면, 봉사, 접대, 근무, 대접, 시중, 성김 베푸는 것으로 지금까지의 서비스의 정의는 기본의 마케팅연구의 주대상이었던 제품과는 독특한 차이점을 인식하게 되면서부터 시작되었다고 할 수 있다.(이선희, 1993, p.103)

서비스품질(service quality)은 무형성, 이질성, 생산과 소비의 비분리성 등 서비스가 갖는 고유의 특성으로 인하여 품질의 객관적 평가가 용이한 유형의 재화와는 달리 그 정의와 평가가 어려우며 학자들간의 서비스품질의 개념을 정의하고 많은 노력이 이루어졌다.

Lethinen(1991)은 서비스 품질을 물리적 품질(Physical quality)과 상호작용 품질(interactive quality), 기업 품질(corporate quality)로 구분하였다. 물리적 품질은 서비스 기업의 물리적 자원으로써 설비, 건물, 기계 등을 말하며, 상호작용 품질은 고객과 서비스 제공자 혹은 고객과 다른 고객과의 상호작용에 의해 결정된다. 기업품질은 그 기업이 가지고 있는 이미지와 기업의 프로필 등이 이에 속한다고 할 수 있다.

또한 Lethinen은 서비스 품질을 “과정적 품질(process quality)과 산출된 품질(output quality)의 결합”으로 개념화하였다. 과정적 품질은 서비스가 생산 또는 전달되는 동안 고객에 의해 판단되는 서비스 품질을 의미하며, 결과적 품질은 서비스가 수행된 이후 고객에 의해 평가된 서비스 품질이라고 할 수 있다.

Normann(1984)은 ‘진실의 순간’이 서비스 품질과 밀접한 관계가 있음을 제시하였다. 고객들이 서비스 기업의 자원들을 만나는 상황과 서비스 제공자의 서비스 수행방법이 고객이 서비스 품질을 경험하는데 중요한 요인이 된다는 것이다. 즉, 고객과 서비스 제공자 간의 상호작용을 통하여 기능적 품질차원의 수준이 결정됨은 물론 이 순간에 거의 모든 기술적 품질이 고객에게 이전되고 있다는 것이다. 이 순간이 바로 서비스 제공자가 고객에게 서비스 품질을 보여주는 기호가 되는 시간과 장소이며, 진실의 순간이 잘못 관리되면 기술적 품질이 아무리 우수하다 해도 서비스 품질은 평범한 것이 되는 것으로 평가된다고 역설하였다.

고객들에게 만족된 서비스를 제공하기 위해서는 계속적으로 고객의 서비스 품질지각을 평가함과 아울러 서비스 품질개선을 위해 서비스 품질상의 문제점과 원인들을 찾아내야만 한다.

서비스 품질의 문제점과 원인들은 흔히 서비스 제공자측에서 발견할 수 있는데, 이들의 결합은 고객이 서비스 품질을 낮게 지각하게 만드는 원인 된다. 만약 서비스 품질을 제공하는 기업측에 있어서 그 문제점을 정확히 확인할 수 있다면 이를 개선·보완하여 고품질의 서비스를 고객에게 제공할 수 있는 기회가 된다.

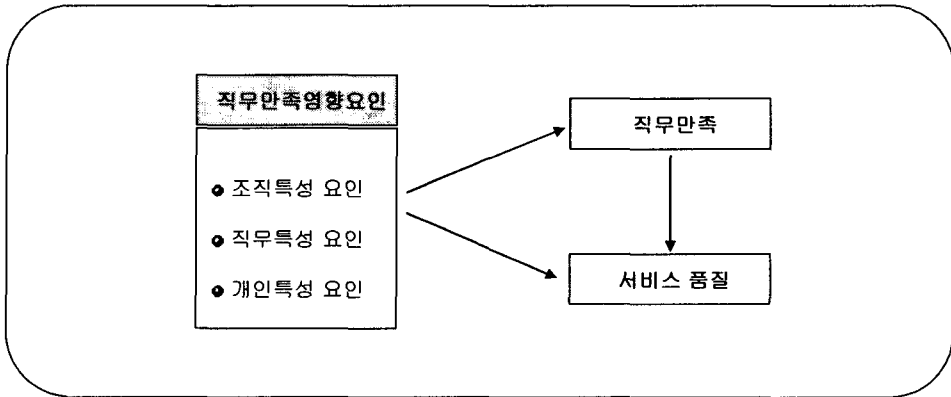
### Ⅲ. 연구모형 및 가설설정

#### 1. 연구모형

앞에서 볼 수 있듯이 종사원들의 직무만족 영향 요인과 서비스품질을 설명하기 위한 연구가 많은 학자들에 의해 수행되어져 왔다. 따라서 본장에서는 직무만족 영향 요인이 직무만족과 서비스품질에 관해 문헌 연구들을 중심으로 직무만족과 서비스품질에 미치는 영향을 규명하기 위해 <그림 3-1>과 같은 연구 모형을 설정하였다.

여기에서 패밀리레스토랑 직무특성으로 조직적 특성, 개인적 특성, 직무적 특성으로 구분 설정하였다. 먼저 조직적 특성요인으로는 임금의 공정성, 승진의 공정성, 종사원의 복지제도 및 복지시설, 근무시간과 같은 변수를 활용하였고, 개인적 특성요인으로는 상사와의 관계, 동료와의 관계 등을 변수로 사용하였다. 또 직무적 특성요인으로는 사회와의 친교, 사회적 인식, 교육 및 개발기회, 작업환경 등의 변수를 사용하였다.

이러한 요인들이 직무만족과 서비스품질에 어떠한 영향을 미치는지 알아보고자 한다.



<그림 1> 연구의 모형

#### 2. 가설의 설정

본 연구에서는 이러한 연구모형을 토대로 하여 사설을 설정하여 패밀리 레스토랑 종사원에게 있어서 직무만족 영향 요인을 알아보고 이 요인들이 직무만족과 서비스품질에 영향을 미치는지에 대해 알아보고자 한다. 아울러 실증분석에 사용된 변수들의 조작적

## 8 · 관광식음료경영연구

정의도 같이 내리고자 한다.

조작적 정의란 개념적 정의를 실제로 관찰 가능한 현상과 연결시켜 구체화 시킨 진술, 즉 가설을 구성하고 있는 주요 개념을 실제현상에서 측정 가능하도록 관찰 가능한 형태로 정의하는 과정을 말한다. 따라서 본 연구의 연구모형에 제시된 변수들의 개념에 대한 조작적 정의는 다음과 같다.

### 1) 직무만족 영향요인

직무만족 영향요인은 조직특성요인, 직무특성 요인, 개인특성 요인으로 나누었다.

첫째, 조직특성 요인에는 임금의 공정성, 승진의 공정성, 종사원의 복지제도, 근무시간 등으로 구성하였다. 둘째, 직무특성 요인에는 사회적 친교, 교육 및 개발기회, 작업환경 등으로 구성하였고, 셋째, 개인적 특성요인에는 근무 중 자신을 둘러싸고 있는 상사 및 동료직원간의 관계, 직무의 사회적 지위 등으로 구성하였다.

가설 1 : 직무만족 영향요인이 직무만족에 정(+)에 영향을 미칠 것이다.

가설 1-1 : 조직특성 요인이 직무만족에 정(+)에 영향을 미칠 것이다.

가설 1-2 : 직무특성 요인이 직무만족에 정(+)에 영향을 미칠 것이다.

가설 1-3 : 개인특성 요인이 직무만족에 정(+)에 영향을 미칠 것이다.

### 2) 직무만족

직무만족은 직무자체에 대한 긍정적인 감정상태를 가르키는데, 측정요인으로 성취감, 적합성, 인정감, 책임감, 성장감, 작업조건, 인간관계, 임금 등을 제시하여 구체적으로 측정하기 위해 리커트 5점 척도로 질문하였다.

가설 2 : 직무만족 영향요인이 서비스품질에 정(+)에 영향을 미칠 것이다.

가설 2-1 : 조직특성 요인이 서비스품질에 정(+)에 영향을 미칠 것이다.

가설 2-2 : 직무특성 요인이 서비스품질에 정(+)에 영향을 미칠 것이다.

가설 2-3 : 개인특성 요인이 서비스품질에 정(+)에 영향을 미칠 것이다.

### 3) 서비스품질

패밀리 레스토랑 서비스품질에 대한 전반적인 만족도를 측정하고자 리커트 5점 척도로 질문하였다.



가설 3 : 직무만족은 서비스품질에 정(+)에 영향을 미칠 것이다.

## IV. 실증분석

### 1. 조사방법

본 연구에서는 실증연구를 위해 패밀리레스토랑에 근무하는 종사원을 연구대상으로 설문지를 배포하여 225명으로부터 자료를 수집하였다.

조사기간은 2004년 4월 1일부터 2003년 5월20일까지, 패밀리레스토랑을 방문하여 패밀리레스토랑 종업원들에게 설문지를 배포하였다.

이러한 자료수집 과정을 거친 후, 총 300부의 설문지를 대구 전역의 패밀리레스토랑 종업원들에게 직접 설문지를 나눠주고 작성하게 하였으며, 이를 통하여 246부의 설문지를 회수할 수 있었으며, 이들 중 응답이 부실하거나 상당수의 설문 문항에 응답을 하지 않은 설문지 21부를 제외한 225부를 최종 결과분석에 사용하였다.

### 2. 신뢰도와 타당도 분석

본 연구에서는 다음과 같은 이유로 가설검정을 위해 공분산구조방정식(SEM) 분석 프로그램 중 하나인 Lisrel 8.5를 사용하였다.

첫째, Lisrel 통계기법은 요인분석이나 경로분석에서는 제공하지 않는 연구모형의 적합성을 평가할 수 있다. 따라서 이론변수간의 인과관계를 탐색적으로 설정한 본 연구 모형이 이론적인 모형으로서의 적합성을 가지고 있는지를 파악하기 위하여 Lisrel 통계기법을 사용하였다.

둘째, Lisrel 통계기법은 변수들 간의 인과관계를 파악하기 위해서 실시되는 경로분석에서 필요한 여러 가지 비현실적인 가정을 하지 않아도 된다. 즉 경로분석에서는 내생변수의 잔차들 간의 무상관이어야 하며, 독립변수들간의 상관관계가 없어야 한다는 가정이 필요하나, Lisrel 분석에서는 이런 가정에 제한되지 않기 때문이다. 따라서 본 연구에서는 외생변수 간의 상관관계 및 변수 잔차들 간의 상관관계가 존재할 것으로 가정하고 있기 때문에 다중공선성의 문제를 피할 수 있는 Lisrel 분석이 적절하다고 판단되었다.

셋째, Lisrel 분석이나 경로분석에서 경로도형을 구성하는 각 변수들간의 관계를 설명하는 효과로는 직접효과와 간접효과가 있다. 회귀분석의 회귀계수는 독립변수가 종속변수에 미치는 직접효과를 나타내는 계수로써, 중간 매개변수를 통해 종속변수에 영향을 미치는 간접효과는 설명되지 않는다. 따라서 이를 검정하기 위해 경로분석이나 Lisrel 분석이 사용되어야 한다고 판단했다.

측정모델의 평가에 앞서, 척도 순화과정(scale purification process)을 통하여 일부 항목은 제거하였다.

본 연구에서의 척도 순화과정은 탐색적 요인분석(exploratory factor analysis), Cronbach  $\alpha$ , 항목-전체 상관관계분석(item-total correlations), 확증적 요인분석(confirmatory factor analysis) 등과 같은 통계기법을 이용하여 반복적으로 진행되었다. 확증적 요인 분석이란 특정개념의 측정척도에 대한 척도의 타당성평가에 특히 유용한 분석방법으로, 구조방정식모델에서 측정모델은 각 개념에 대한 예측 변수를 지정함으로써 완전히 통제할 수 있어 확증 역할을 수행할 수 있다.

#### 1차 순화과정에서는

첫째, 개별 측정척도를 단일 차원성(unidimensionality)을 전제로 측정척도를 검토하였다.

둘째, 요인분석을 통하여 고유 값(eigen value)이 1이상 되는 요인의 개수를 파악하고, 요인적재치가 .30 이상이 되는 항목을 포함하는 반면 공유치(communality)가 .25~.30이하인 항목은 요인의 개수를 고려하여 제거하였다(Hair et al., 1995). 그리고 고유 값이 1.0 이상인 요인이 하나인 경우, 요인2에 적재된 항목은 상황을 고려하여 제거하였다.

셋째, 요인분석을 통하여 항목을 제거한 후, 신뢰성을 검토하였는데, 항목-전체 상관관계에서 .30이하의 상관관계를 가지는 항목은 요인분석의 요인적재치와 공유치를 비교한 다음에 제거여부를 결정하였다. 또한 항목 제거 시에는 Cronbach  $\alpha$ 값을 고려하였다.

2차 순화과정에서는 단일차원성을 전제로 1차 순화과정을 반복하였다. 그리고 1차·2차 순화과정을 통해 순화된 측정항목을 동시에 고려하여 측정모델을 평가하였고, 이 과정에서 항목의 수정지수(modification index)가 4.0을 넘는 항목을 추가로 제거하였다(Joreskog & Sorbom, 1984).

### 1) 직무만족영향요인

#### (1) 조직적 특성

직무만족영향요인은 종업원의 직무만족에 영향을 미치는 요인들이라 정의할 수 있으

며, 본 연구에서는 종업원들의 직무만족에 영향을 미치는 조직적 특성, 개인적 특성, 직무적 특성으로 구분하였다.

설문 구성은 조직적 특성 8문항, 개인적 특성 7문항, 직무적 특성 4문항으로 구성하였다. 직무영향요인의 개념은 학자들마다 차이는 있으나 본 연구에서는 이를 종합하여 3차원으로 구분하여 사용하였다. 직무만족영향요인에 대한 측정척도 순화분석 결과는 <표 2>에서 나타난 것과 같다.

개인적 특성의 경우 A1-A8 모두 하나의 요인으로 나타났으며, 항목전체의 요인적재치, 고유값, 공유치, 신뢰성 모두 높게 나타났다. 따라서 항목조정 없이 모두를 분석에 이용하였다.

<표 2> 측정척도순화: 조직적 특성

항목	순화이전 초기결과			
	요인분석		신뢰성	
	조직적특성	공유치	항목-전체 상관관계	항목제거시 Cronbach α
A1	.819	.670	.7521	.9062
A2	.785	.616	.7121	.9095
A3	.890	.792	.8424	.8984
A4	.809	.654	.7407	.9071
A5	.843	.710	.7830	.9035
A6	.734	.539	.6560	.9137
A7	.785	.617	.7143	.9093
A8	.711	.505	.6311	.9156
Eigen-value	5.104			
분산설명%	63.798			
Cronbach α			.9186	

\* 제거되어진 항목

## (2) 개인적 특성

개인적 특성은 전부 6문항으로 구성하였으며, 구성문항에 대한 측정척도 순화분석 결과는 <표 3>에 나타난 것과 같다. A10의 경우 신뢰성을 저해하는 요인으로 나타나 제거되었으며, 최종적으로 6개 항목이 채택되었다. 순화과정 이후 개인적 특성에 대한 분산 설명력은 45.80%에서 50.40%로 증가하였으며, 신뢰도는 .794에서 .796로 증가되었다.

〈표 3〉 측정척도순화: 개인적 특성

항목	순화이전 초기결과				순화과정이후 최종결과		
	요인분석		신뢰성		요인분석		신뢰성
	개인적 특성	공유치	항목-전체 상관관계	항목제거시 Cronbach $\alpha$	개인적 특성	공유치	항목-전체 상관관계
A9	.751	.565	.6239	.7489	.729	.531	.5789
A10	.496	.246	.3595	.7968*	-	-	-
A11	.667	.445	.5108	.7699	.672	.451	.5036
A12	.766	.587	.6265	.7487	.787	.619	.6485
A13	.741	.550	.6025	.7545	.754	.568	.6092
A14	.599	.359	.4441	.7838	.622	.386	.4609
A15	.674	.455	.5252	.7672	.685	.469	.5303
Eigen-value	3.206				3.024		
분산설명%	45.805				50.405		
Cronbach $\alpha$			.7940				.7968

\* 제거되었던 항목: A10

## (3) 직무적 특성

직무적 특성에는 총 4문항이 사용되었으며, 구성문항에 대한 측정척도 순화분석 결과는 <표 4>에 나타난 것과 같다. 직무적 특성의 경우 A16~A19까지 모두 하나의 요인으로 나타났으며, 항목전체의 요인적재치, 고유값, 공유치, 신뢰성 모두 높게 나타났다. 따라서 항목조정 없이 모두를 분석에 이용하였다.

〈표 4〉 측정척도순화: 직무적 특성

항목	순화이전 초기결과			
	요인분석		신뢰성	
	직무적특성	공유치	항목-전체 상관관계	항목제거시 Cronbach $\alpha$
A16	.698	.488	.4705	.7299
A17	.849	.720	.6751	.6140
A18	.751	.564	.5406	.6927
A19	.724	.524	.4986	.7177
Eigen-value	.2296			
분산설명%	57.392			
Cronbach $\alpha$			.7486	

\* 제거되었던 항목

## 2) 직무만족

직무만족은 종업원이 자기직무에 만족하는 정도라고 정의하였으며, 설문 구성은 <표 3-1>에서 언급한 것과 같이, 직무만족 문항을 총 10문항으로 구성하였다.

직무만족에 대한 측정척도 순화분석 결과는 <표 5>에서 나타난 것과 같다.

직무만족의 경우 B1-B10 모두 하나의 요인으로 나타났으며, 항목전체의 요인적재치, 고유값, 공유치, 신뢰성 모두 높게 나타났다. 따라서 항목조정 없이 모두를 분석에 이용하였다.

<표 5> 측정척도순화: 직무만족

항목	순화이전 초기결과			
	요인분석		신뢰성	
	직무만족	공유치	항목-전체 상관관계	항목제거시 Cronbach α
B1	.801	.642	.7468	.9131
B2	.834	.695	.7808	.9111
B3	.653	.427	.5797	.9218
B4	.730	.532	.6625	.9190
B5	.778	.606	.7135	.9150
B6	.829	.686	.7806	.9112
B7	.737	.543	.6750	.9172
B8	.868	.753	.8272	.9082
B9	.680	.463	.6117	.9204
B10	.780	.608	.7160	.9150
Eigen-value	5.956			
분산설명%	59.558			
Cronbach α			.9232	

\* 제거되어진 항목

## 3) 서비스 품질

서비스품질은 종업원이 고객에게 제공하는 전반적인 서비스 품질로 정의하였고, 구성 문항에 대한 측정척도 순화분석 결과는 <표 6>에서 나타난 것과 같다.

서비스 품질의 경우 C1-C9까지 모두 하나의 요인으로 나타났으며, 항목전체의 요인적재치, 고유값, 공유치, 신뢰성 모두 높게 나타났다. 따라서 항목조정 없이 모두를 분석에 이용하였다.

〈표 6〉 측정척도순화: 서비스 품질

항목	순화이전 초기결과			
	요인분석		신뢰성	
	서비스품질	공유치	항목-전체 상관관계	항목제거시 Cronbach $\alpha$
C1	.859	.738	.8189	.9462
C2	.844	.712	.8013	.9471
C3	.864	.746	.8294	.9453
C4	.866	.750	.8288	.9452
C5	.857	.735	.8118	.9466
C6	.862	.743	.8143	.9461
C7	.831	.690	.7815	.9479
C8	.856	.732	.8146	.9460
C9	.847	.717	.8039	.9468
Eigen-value	6.563			
분산설명%	72.917			
Cronbach $\alpha$			.9520	

\* 제거되어진 항목

## V. 분석결과

### 1. 표본

#### 1) 대상 및 자료수집

실증연구를 위해 패밀리레스토랑에 근무하는 근무자를 연구대상으로 설문지를 배포하여 225명으로부터 자료를 수집하였다.

조사기간은 2004년 4월 1일부터 2003년 5월20일까지, 패밀리레스토랑을 방문하여 패밀리레스토랑 종업원들에게 설문지를 배포하였다.

이러한 자료수집 과정을 거친 후, 총 300부의 설문지를 대구 전역의 패밀리레스토랑 종업원들에게 직접 설문지를 나눠주고 작성하게 하였으며, 이를 통하여 246부의 설문지를 회수할 수 있었으며, 이들 중 응답이 부실하거나 상당수의 설문 문항에 응답을 하지 않은 설문지 21부를 제외한 225부를 최종 결과분석에 사용하였다.

2) 표본의 특성

본 연구의 분석에 사용되어질 설문지 응답자의 일반적인 특성은 <표 7>과 같다. 전체 응답자 중 성별 분포는 남성이 41.3%, 여성이 58.7%로 패밀리레스토랑 종사원들은 여성이 남성보다 조금 많은 편이었으며, 이는 우리나라 인구의 성비를 비교해 볼 때 적정하다고 판단된다. 연령별 분포에서는 20대가 51.1%, 10대가 21.7%로 나타나 종사원들의 연령은 20대가 전체의 74.6%이상을 차지하고 있는 것으로 나타났다. 학력별 분포에서는 전문대졸 41.3%, 대졸 34.7%로 전체의 75%를 차지하고 있는 것으로 나타났으며, 거의 결혼하지 않은 직원이 93.3%로 나타났다. 직위에서는 영업(바텐더/웨이트리스)가 전체의 62.7%로 나타났으며, 근무년수에서도 1년에서 3년 사이가 전체의 69.4%로 이직율이 높은 것으로 보여진다. 월평균 소득도 120만원 이하가 전체의 약 75% 정도를 차지하고 있는 것으로 보아, 근무조건이 열악한 것으로 파악되었다.

<표 7> 표본의 인구통계적 특성

구 분	빈 도 수	구성비율(%)	
성 별	남성	93	41.3
	여성	132	58.7
연 령 별	20세 이하	21	9.3
	21세 ~ 25세	129	57.3
	26세 ~ 30세	39	17.3
	31세 ~ 35세	3	1.3
	36세이상	15	6.7
	무응답	8	8.0
학 력	고졸이하	18	8.0
	고 졸	27	12.0
	전문대졸	93	41.3
	대 졸	78	34.7
	대학원졸	9	4.0
직 위	영업(웨이터/웨이트리스)	141	62.7
	조 리	39	17.3
	안 내	12	5.3
	바텐더	15	6.7
	점장(관리자)	15	6.7
	주차 및 일반관리	3	1.3

〈표 7〉 표본의 인구통계적 특성 &lt;계속&gt;

구 분		빈 도 수	구성비율(%)
월 평균 소득	40만원 이하	9	4.0
	41만원 ~ 80만원	111	49.3
	81만원 ~ 120만원	54	24.0
	121만원 ~ 160만원	27	12.0
	161만원 ~ 200만원	12	5.3
	200만원 이상	12	5.3
근무기간	1년이하	21	9.3
	1-2년사이	87	38.7
	2-3년사이	69	30.7
	3-4년사이	6	2.7
	4-5년사이	15	6.7
	5년이상	27	12.0
직위	아르바이트	45	20.0
	정직원	144	64.0
	관리자	36	16.0
결혼여부	미 혼	210	93.3
	기 혼	12	5.3
	기 타	3	1.3
계		225	100

## 2. 측정모델평가

탐색적 요인분석과 신뢰성 평가 방법을 통해 측정척도의 항목을 조정하였고, 확증적 요인분석(confirmatory factor analysis)을 통해 각 척도의 단차원성을 평가하였다. <표 8>에 나타난 모델 적합도를 통하여 알 수 있듯이, 모든 척도는 만족스러운 수준의 단차원적(unidimensional) 요인구조를 지니고 있는 것으로 나타났다.

〈표 8〉 측정척도의 단차원성(unidimensionality)

측정척도	항목의 수	$\chi^2$	자유도	p-value	RMR	GFI	AGFI	CFI
조직적 특성	8	103.35	20	.000	.047	.90	.82	.93
개인적 특성	7	22.60	9	.007	.033	.97	.93	.96
직무적 특성	4	12.85	2	.001	.043	.97	.87	.95
직무만족	10	267.73	35	.000	.056	.83	.73	.84
서비스품질	9	228.88	27	.000	.042	.82	.70	.89



<표 9>는 모든 측정척도의 항목을 동시에 고려한 측정모델의 결과이다. 이 과정에서 수정지수(modification index)가 4.0을 능가하는 조직적 특성 측정항목 중 A2, A3, A4, A5, A8 과 개인적 특성 측정항목 중 A10, A11, A12 A13 과 직무적 특성 측정항목 중 A17, A19와 직무만족 측정항목 중 B4, B5, B6, B7, B10과 서비스품질 측정항목 중 C3, C6, C7을 제거하였다. <표 9>에서 볼 수 있듯이, 측정모델은  $\chi^2(142)=525.18$ , RMR= .061, GFI = .80, AGFI = .73, CFI = .86로 나타나, Bentler & Bonnett(1980)가 제시한 기준에는 조금 못 미치는 것으로 나타났다.

Cronbach  $\alpha$ 에서 5개척도 모두가 신뢰성을 지니고 있는 것으로 나타났다(.7486~.9186).

<표 9> 측정모델결과

척도	평균	표준편차	구성개념간 상관관계 <sup>a</sup>				
			조직특성	개인특성	직무특성	직무만족	서비스품질
조직적 특성	3.160	.9036	1.000				
개인적 특성	3.480	.6906	.494	1.000			
직무적 특성	3.146	.7882	.500	.580	1.000		
직무만족	3.434	.7496	.661	.640	.576	1.000	
서비스품질	3.588	.8682	.703	.373	.386	.652	1.000
Cronbach $\alpha$			.7639	.6464	.5688	.8435	.9278

모델적합도:  $\chi^2(142)=525.18$ , RMR= .061, GFI = .80, AGFI = .73, CFI = .86

a. 상관계수의 two-standard error interval estimates(표준오차추정구간)이 1을 포함하지 않음.

### 3. 연구모델평가 및 가설검증

#### 1) 연구모델평가

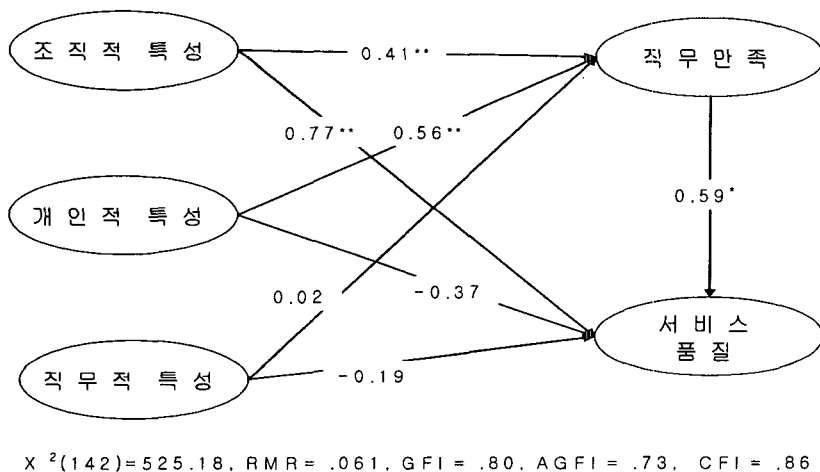
<그림 2>는 본 연구에서 제안한 가설로 구성된 제안모델로서 구조방정식 모델의 개별 추정치를 보여 주고 있다. <표 10>은 Lisrel을 활용한 구조모델의 추정치 결과이다. ( $\chi^2(142)=525.18$ , RMR= .061, GFI = .80, AGFI = .73, CFI = .86). 그리고 <표 10>의 직접효과에서 볼 수 있듯이, 본 연구에서 제시한 7개 가설 가운데 .05 수준에서 4개 가설이 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

〈표 10〉 제안모델의 LISREL 추정결과

경로(가설)	직접효과		간접효과	
	계수값	t-value	계수값	t-value
조직적 특성→직무만족(H1-1)	0.41	3.48**		
개인적 특성→직무만족(H1-2)	0.77	4.36**		
직무적 특성→직무만족(H1-3)	0.56	2.70**		
조직적 특성→서비스품질(H2-1)	-0.37	-1.29		
개인적 특성→서비스품질(H2-2)	0.02	0.07		
직무적 특성→서비스품질(H2-3)	-0.19	-0.73		
직무만족→서비스품질(H3)	0.59	2.42*		
조직적특성→직무만족→서비스품질			0.24	2.58**
개인적특성→직무만족→서비스품질			0.33	1.66
직무적특성→직무만족→서비스품질			0.01	0.07

모델적합도:  $\chi^2(142)=525.18$ , RMR = .061, GFI = .80, AGFI = .73, CFI = .86

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



〈그림 2〉 연구모델의 모델의 결과

## 2) 가설검증

### (1) 직무만족영향요인과 직무만족

직무만족영향요인 중 조직적 특성과 직무만족의 관계를 나타내주는 H<sub>1-1</sub>의 t 값은

3.48로  $p < 0.01$  수준에서 유의하게 나타났다. 따라서 직무만족영향요인 중 조직적 특성은 직무만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 연구 가설이 채택되었다.

직무만족영향요인 중 개인적 특성과 직무만족의 관계를 나타내주는  $H_{1.2}$ 의  $t$  값은 2.70로  $p < 0.01$  수준에서 유의하게 나타났다. 따라서 직무만족영향요인 중 개인적 특성은 직무만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 연구 가설이 채택되었다.

직무만족영향요인 중 직무적 특성과 직무만족의 관계를 나타내주는  $H_{1.3}$ 의  $t$  값은 0.07로  $p < 0.01$  수준에서 유의하게 나타나지 않았다. 따라서 직무만족영향요인 중 직무적 특성은 직무만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 연구 가설이 기각되었다.

## (2) 직무만족영향요인과 서비스품질

직무만족영향요인 중 조직적 특성과 서비스품질과의 관계를 나타내주는  $H_{2.1}$ 는  $t$  값이 4.36으로  $p < 0.01$  수준에서 유의하게 나타났다. 즉, 직무만족영향요인 중 조직적 특성이 서비스품질에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설은 지지되었으며, 직무만족영향요인 중 조직적 특성은 서비스품질에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

직무만족영향요인 중 개인적 특성이 서비스품질과의 관계를 나타내주는  $H_{2.2}$ 는  $t$  값이 -1.29으로  $p < 0.05$  수준에서 유의하게 나타나지 않았다. 즉, 직무만족영향요인 중 개인적 특성이 서비스품질에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설은 기각되었으며, 직무만족영향요인 중 개인적 특성은 서비스품질에 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

직무만족영향요인 중 직무적 특성과 서비스품질과의 관계를 나타내주는  $H_{2.3}$ 은  $t$  값이 -0.73으로  $p < 0.05$  수준에서 유의하게 나타나지 않았다. 즉, 직무만족영향요인 중 직무적 특성이 서비스품질에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설은 기각되었으며, 직무만족영향요인 중 직무적 특성은 서비스품질에 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

## (3) 직무만족과 서비스품질

직무만족이 서비스품질에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는  $H_3$ 은  $t$  값이 2.42로 유의하게 나타났다. 패밀리레스토랑 종사원들의 직무만족이 서비스품질에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설은 채택되었다. 따라서 패밀리레스토랑 종사원들은 자신의 직무에 만족할수록 고객 서비스품질은 좋아진다는 것을 알 수 있다.

업체는 고객들에게 좀더 나은 서비스를 제공하기 위해 먼저 종사원들의 직무만족요인을 고려하여야 할 것이며, 종사원들이 자신의 업무에 만족할 때 대고객 서비스가 제공된다는 점을 유의하여야 할 것이다.

#### (4) 간접효과

직접효과를 통한 가설검증에 이어, 본 연구에서는 변수간의 간접효과를 검토하였다. <표 4-4>에서 볼 수 있듯이, 직무만족영향요인이 직무만족을 통한 서비스품질에 미치는 간접효과에는 조직적 특성만이  $t$  값 2.58로  $p < 0.01$ 수준에 유의한 영향을 미치는 것을 발견할 수 있었으나, 다른 요인들에서는 간접효과가 없는 것으로 나타났다.

## VI. 결론

### 1. 요약

실증분석 결과, 본 연구에서 제시한 7개의 가설 가운데 4개가 유의한 것으로 검증되었다. 이상의 연구 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 패밀리레스토랑 종사원들이 지각하는 직무만족영향요인 중 조직적 특성은 직무만족에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

둘째, 패밀리레스토랑 종사원들이 지각하는 직무만족영향요인 중 개인적 특성은 서비스품질에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

셋째, 패밀리레스토랑 종사원들이 지각하는 직무만족영향요인 중 직무적 특성은 직무만족에 유의한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

넷째, 패밀리레스토랑 종사원들이 지각하는 직무만족영향요인 중 조직적 특성은 서비스품질에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

다섯째, 패밀리레스토랑 종사원들이 지각하는 직무만족영향요인 중 개인적 특성은 서비스품질에 유의한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

여섯째, 패밀리레스토랑 종사원들이 지각하는 직무만족영향요인 중 직무적 특성은 서비스품질에 유의한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

일곱째, 패밀리레스토랑 종사원들의 직무만족은 서비스품질에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이상의 결과를 종합해 볼 때 이는 패밀리레스토랑 종사원들이 현재 자신들이 근무하는 패밀리레스토랑의 회사분위기나 직원들간의 관계에는 만족하는 것으로 보여지나, 자신이 하고 있는 일에 대한 직무적 특성에서는 가설이 전부 유의하게 나타나지 않은 것

으로 보아 자신이 하고있는 일에 대해서는 만족하지 못하는 것을 의미하며, 나아가 더 나은 직무환경이나 직무의 변화가 일어나지 않는다면 다른 직종으로의 이직이 많이 나타날 것으로 사료된다.

## 2. 논의 및 시사점

### 1) 이론적 시사점

서비스품질은 고객관리를 위해 매우 중요하다. 성공적인 고객관리는 고객에 대한 서비스 제공시 보여 지는 서비스의 품질에 기인한다고 볼 수 있다. 본 연구를 통하여, 고객이 얼마나 서비스를 원하는 시간에, 신속하게 제공받았는가에 따라 서비스업체에 대한 만족, 신뢰감, 애착심이 결정될 뿐만 아니라 관계 확대를 위한 충성도에까지 강력한 영향을 미칠 수 있음이 다른 연구에 의해 확인되고 있다. 서비스 업체가 가지고 있는 인력 관리 관리의 어려움, 서비스 생산과정에서 고객이 차지하는 역할, 고객만족 및 장기적 고객관리가 기업 이윤에 미치는 기여 등을 감안 할 때 서비스 제공 시 서비스품질에 대한 관리가 고객관계를 유지·발전시키는데 매우 중요한 역할을 하고 있음을 알 수 있었다. 따라서 패밀리레스토랑 종사원들의 직무만족을 위한 끊임없는 노력과 서비스교육을 통한 서비스품질의 향상을 위해 노력하여야 할 것이다.

본 연구와 관련하여, 패밀리레스토랑 종사원의 직무만족과 관련한 기존의 선행연구에 대하여 몇 가지 이론적 시사점을 추가할 수 있을 것이다.

첫째, 직무만족에 대한 그간의 연구는 직무만족의 결과에만 집중되어왔다. 그러나 서비스 제공시 종사원의 서비스품질에 대해 자신이 지각하는 직무만족이 대고객 서비스품질에 영향을 미친다는 사실을 밝힘으로써, 서비스 제공업체의 효율적인 직무관리가 고객만족과 이직관리에 매우 중요한 역할을 할 것이다.

이는 서비스 제공 시 서비스 제공자가 고객에게 보여 주는 신뢰감, 친절함, 노력, 예의 등과 같은 상호접촉·작용상의 행위는 서비스제공자의 직무만족에서 나온다는 것이 규명된 것이다.

둘째, 패밀리 레스토랑 종사원들의 서비스품질은 패밀리레스토랑 종사원들의 직무만족에서 기인한다는 연구가 거의 없었다. 본 연구에서는 직무만족영향요인이 서비스품질에 영향을 미친다는 관계를 실증적으로 구명함으로써 서비스품질과 직무만족영향요인과 관련된 포괄적인 연구모델을 개발하여 이 분야 연구에 새로운 방안을 제시함과 아울러 패

밀리레스토랑 종사원들의 직무만족을 위한 동기부여에 이론적 통찰력을 제공 할 것이다.

셋째, 서비스 품질과 관련하여 그간 고객만족과의 관련성만을 검정하기 위한 측정척도를 개발하였으나, 본 연구와 같이 패밀리레스토랑 종사원의 직무만족과 관련되어 확대 응용한 경우를 발견 할 수 없었으나, 본 연구에서 이러한 관련척도를 다양한 계량심리학적 평가방법을 통해 신뢰성과 타당성을 평가하여 측정척도의 일반화와 활용 가능성을 제시하였다.

### 3. 연구의 한계점 및 향후연구과제

패밀리레스토랑의 경쟁력 확보를 위해 본 연구는 패밀리레스토랑 종사원들의 직무만족영향요인, 직무만족, 서비스품질을 포함하는 모델을 제안하고 이에 대한 만족스러운 실증결과를 확인할 수 있었다. 그러나 이론적, 실증적, 관리적 기여에도 불구하고, 본 연구는 몇 가지 한계와 문제점을 지니고 있으므로, 향후 연구를 위해 이를 간략하게 제시해 보고자 한다.

첫째, 본 연구는 패밀리레스토랑 종사원만을 대상으로 연구를 실시하였으며, 패밀리레스토랑 종사원에 대해서만 조사를 한정하였기 때문에 본 조사결과를 다른 형태의 레스토랑, 호텔, 병원 및 기타 다른 서비스기업으로 확대, 일반화하는 데는 한계가 있다. 따라서 일반 레스토랑 종사원과 다른 서비스 업체의 경우에도 동일하게 적용할 수 있는지의 여부는 여전히 의문으로 남아있다. 그러므로 모델의 일반화 가능성과 관련한 또 다른 문제로서 비영리를 목적으로 하는 서비스업체(특히 병원)를 대상으로 그 연구를 확대할 필요성이 있다.

둘째, 서비스 제공 시 발생될 수 있는 여러 가지 상황을 고려하지 않았다. 다시 말하면 고객에게 서비스를 제공하는 시간적 상황 즉 점심시간, 저녁시간과 같이 패밀리레스토랑을 많이 이용하는 상황을 고려하지 못하였다. 향후 연구에서는 이론적 그리고 실증적으로 보다 충실한 연구가 될 수 있도록 이러한 상황을 충분히 고려한 연구의 필요성이 제기된다.

셋째, 본 연구에서는 서비스품질평가와 관련하여 전반적인 서비스품질로 서비스 품질을 평가하도록 하였으나, 향후에는 서비스 품질을 각 서비스제공현장, 서비스제공 시점, 서비스 상황과 원인별로 보다 세분하여 평가하는 것이 필요하다 하겠다.

마지막으로, 본 연구에서는 기존의 직무만족과 서비스품질 연구를 패밀리레스토랑 종

사원들에게 직무만족 측면으로 확대하여 적용하였으나 고객이 지각하는 고객만족과 같은 변수들을 좀 더 추가함으로써 모델을 보다 확대할 수 있을 것이다.

## Abstract

Family Restaurant is a service business of a kind. The role of service operator is to improve a sales of service goods through maximizing the service value with customer satisfaction at the moment of MOT(moment of truth).

Family Restaurant come to the great growth on the face of it. In future, it will place emphasis more and more on not hardware but software including service quality. The purpose of this study, therefore, is to research the effect on service quality of the job satisfaction of Family Restaurant's service staff.

Data was collected from the employee who are working at Family Restaurant located in Taegu. The empirical research has been done over 50days from 1April, 2004 to 20May, 2004.

In conclusion of empirical analysis, 4 hypotheses were significant among 7 hypotheses suggested in this study. The research showed as follows :

First, the organic trait among the effect factor of job satisfaction perceived by Family Restaurant service staff showed positive influence on job satisfaction.

Second, the personal trait among the effect factor of job satisfaction perceived by Family Restaurant service staff showed positive influence on service quality.

Third, the official trait among the effect factor of job satisfaction perceived by Family Restaurant service staff showed negative influence on job satisfaction.

Fourth, the organic trait among the effect factor of job satisfaction perceived by Family Restaurant service staff showed positive influence on service quality.

Fifth, the personal trait among the effect factor of job satisfaction perceived by Family Restaurant service staff showed negative influence on service quality.

Sixth, the organic trait among the effect factor of job satisfaction perceived by Family Restaurant service staff showed negative influence on service quality.

Seventh, the job satisfaction of Family Restaurant service staff showed positive influence on service quality.

Besides, the critical points of this study are as follows;

First, we designated the subject of research to the employee of Family Restaurant only.

Second, multi-situations(time, holiday) which can happen as service was offered, wasn't concerned.

Third, as service quality was estimated by general service quality, the research in future should subdivide service quality more.

I, finally, applied the pervious researches on job satisfaction and service quality in the employee of Family Restaurant. To extend more this research model in future, the variables like customer satisfaction should be added.

## 참고문헌

- 강억태, “리더쉽 유형과 부하의 직무만족에 관한 연구”, 연세대 석사학위논문, 1992, pp. 52-53.
- 권창희, “패밀리레스토랑 선택행동과 관여도의 관계에 관한 연구”, 세종대학교, 석사학위 논문, 1995.
- 김석희. (1993). 조직행위론, 서울: 법경사, pp. 233~242.
- 김천서. (2000). 패밀리레스토랑 직원의 역할갈등, 모호성이 직무성과와 직무만족에 미치는 영향. 석사학위논문, 동아대학교, 5-6.
- 박용태. (1973). 경영동기 이론의 연구, 서울: 박영사, p. 30.
- 박정준 등. (2000). 관광과 서비스. 서울: 대왕사.
- 손일락, “패밀리레스토랑의 서비스품질 평가요인에 관한 연구”, 호텔·외식경영학연구, 제 5권 제1호, 1996.
- 신유근. (1985). 조직행위론, 서울: 다산출판사, pp 198~200.
- 신재영, 박기용. (1999). 외식산업개론. 서울: 대왕사.
- 원영숙, 패밀리 레스토랑의 운영실태에 관한 연구, 세종대학교 석사학위논문, 1997.
- 유기현. (1983). 조직행동론, 서울: 무역경영사, p. 78.



- 유명우, “동기부여와 직무만족에 관한 연구”, 고려대학교 석사학위논문, 1990, p. 48.
- 유세미, “식생활 패턴은 왜 변해야 하는가”, 이코노미스트, 1995, 6월 21일. p. 11.
- 이선희. (1993). 관광마케팅개론, 서울: 대왕사, p.103.
- 이수광, “호텔 서비스 품질과 고객만족 · 구매의도의 상관성에 관한 연구”, 한국관광학회, 관광학연구, 통권 24호, 1997. 8.
- 추현. (1992). 조직행동론, 서울: 형설출판사, p. 608.
- 허창, “가족생활 주기에 따른 레스토랑 선택속성에 관한 실증적 연구”, 세종대학교 석사학위논문, 1996.
- Donald Schwab and Larry Cummings, Theories of Performance and Satisfaction A Review, Industrial Relations, vol. 9(October 1970), pp.408-430. Lawler, Managerial Attitudes and Performance, Homewood N., Irwin, 1968, p. 31.
- Ferguson, D. H. & Berger, F., "Employees as Assets : A Fresh Approach to Human Resources Accounting", The Cornell H. R. A. Quarterly, Vol. 25, No. 4, 1985.
- George, W. R, The Retailing of Service-A Challenging Future, Journal of Retailing, Vol.53, 1977, p. 91
- Holt, N.C.L., "The Relation Between Individual Vocational Need and Work Environment Reinforcers in the Sample of Food Service Workers," Ph. D. Dissertation, University of Minnesota, 1984.
- Lyman W. Porter and Edward E Arthur Brayfield and Walter Crockett, Employee Attitude and Employee performance, Psychological bulletin, Vol 52(1995), pp396-424
- Parawuraman, A., V.A. Zeithaml & L.L. Berry, "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Marketing Consumer Perception of Service Quality", Journal of Retailing, Vol. 64, Spring 1988.

