KOREAN J. FOOD COOKERY SCI.
Vol. 23, No. 1, (P.62~69) Feb, 2007

외식업체 조직가치가 종사원의 직무만족과 조직몰입에 미치는 영향

민 계 홍
전주대학교 문화관광대학 외식산업학과

A Study on Effects of Organization Value on Job Satisfaction and Organization Loyalty in the Foodservice Business

Kye-Hong Min
Dept. of Foodservice Management, College of Culture and Tourism, Jeonju University

Abstract

Competitions among domestic foodservice businesses get more intense as the presence of new competitors has rapidly increased. For the past decade, our domestic foodservice industry has shown outstanding growth and overcome poor industrial environments. The poor work conditions employees suffer from will cause negative effects on organization values and effectiveness. Although facing severe problems, most of foodservice businesses do not take aggressive counteraction to eliminate these issues. With this in mind, the study has been implemented to empirically investigate the effects of the foodservice business on organization values and organization effectiveness and then to utilize the findings of the study to develop various marketing strategies for the foodservice industry.

The findings of the study were as follows: first, with respect to the effects among organization values, job satisfaction, and organization loyalty, the organization value was found to have positive effects both on job satisfaction and organization loyalty. The findings demonstrated that the levels of job satisfaction and organization loyalty of employees may be increased by promoting organization values, as positive relationships were found between organization values, job satisfaction, and organization loyalty of employees. second, organization values were found to have a positive effect on organization loyalty. Therefore, job satisfaction should be considered as a key factor for achieving overall organizational loyalty of employees in the foodservice industry.

Key words : Foodservice business, effects organization, job satisfaction, organization loyalty, organization value

Ⅰ. 서 론

외식산업을 선도하는 업체들은 서비스 수준과 종사원의 질을 향상시키기 위해 많은 노력을 하고 있다. 최근 경제성장과 고객 욕구의 고급화와 다양성으로 인한 외식시장의 성장(Jeon HJ 2006)과 변화는 외식업체들 간의 경쟁을 과열시키고 있다. 외식시장의 환경적인 측면에서 내부 고객인 종사원의 직무만족을 통해 회사에 기여를 할 수 있게 하고 이를 기반으로 외식시장에서의 경쟁우위를 유지하려는 것이 외식업체의 가장 중요한 과제로 부각되고 있다. 우리나라 외식산업은 열악한 사회경제적 여건 속에서도 괄목할 만한 성장을 이루어왔는데, 2005년 7월 1일부터 시행된 주 5일 근무제 즉, 주 40시간 근무제의 실시는 경제, 사회, 문화적으로(Min KH 2006) 많은 변화가 있었다. 그러나 외식업체 종사원의 직무만족과 조직몰입에 대한 만족도는 상대적으로 결여되고 있다.

조직의 서비스 시스템이 종사원으로 하여금 자신의 직무 성과와 조직의 성과를 높이도록 적극 협조하게

Corresponding author : Min, Kye-Hong, Jeonju University, 1200, Hyoja-Dong, Wansan-Gu, Jeonju, 560-759, Korea
Tel: 063-220-2896
Fax: 063-220-2908
E-mail : mkhbasil@hanmail.net

하고, 동기를 부여한다는 선행 연구 결과가 다양하게 있다. 따라서 근무환경의 변화로 인해 조직의 가치와 종사원들의 직무만족, 조직몰입에 대해 여러 가지 문제가 발생할 수 있는 소지가 높다는 것은 높은 단순 이직율의 정도만 보아도 알 수 있다.

이런 이유로 외식업체 내에서 이러한 문제발생 가능 소지들을 제대로 관리해 주지 못하고 있음으로 인해, 여러 문제를 내포하고 있다. 외식업체에서의 핵심자원인 종사원들의 직무만족과 조직몰입과 같은 조직효율성 향상에 한계를 나타내는 원인으로 작용하게 되는 것이다. 외식업체의 특성상 주말 등 휴일에 대한 휴무의 불분명과 저임금, 조직성의 결여 등의 요인은 조직가치와 직결되는 직무만족 및 조직몰입에 영향을 미치게 한다. 이러한 요인은 서비스제공자의 가치를 충족시키는 계기가 되어 이는 곧 고객의 욕구를 충족시키는 계기가 될 수 있을 것이다.

직무만족과 조직몰입에 관련된 국내 선행 연구들 중에는 직무만족과 조직몰입을 중심으로 호텔의 사회자본이 기업성과에 미치는 영향 연구(Kim SJ 2006), 사회체육지도자의 직무만족, 조직몰입, 직무성과와 이직의도에 관한 연구(Jeon TJ 2006), 외식업체의 비정규직 종사원 임파워먼트가 직무만족, 조직몰입 및 이직의도에 미치는 영향(Lee SH 2006), 직무스트레스 요인이 상사, 부하 교환관계와 직무만족, 조직몰입 및 이직의도에 미치는 영향(Cheon SD 2005), 호텔주방 조직 환경에 따른 임파워먼트가 직무만족, 조직몰입 및 이직의도에 미치는 영향 연구(Ahn HG 2003)가 있는데 직무만족과 조직몰입에 영향을 조사한 결과 종사원의 직무만족은 개인 업무에 대한 자부심이 높을수록 직무만족은 높지만 업무가 많을수록 조직몰입은 낮아진다고 나타났다. 또한 조직몰입은 직무만족보다 이직성향을 더욱 정확히 예측해주며, 몰입이 높은 종사원들이 몰입이 낮은 종사원들보다 성과가 높게 나타난다고 한다. 국외 선행연구에는 조직윤리와 직무만족에 관한 연구(Koh HC과 Boo EH 2001), 직무만족, 조직몰입, 이직의도 간 관계에 관한 연구(Schwepker CH 2001), 윤리풍토의 일치도가 직무만족, 조직몰입, 이직의도에 미치는 영향 연구(Sims RL과 Keon TL 1997)에서 직무만족 측면에서 상사에 대한 만족도는 전반적인 만족에 긍정적인 영향을 미치며, 조직리더의 역할을 강조하였다. 또한 직무만족은 조직몰입에 의해 영향을 받을 수 있으며 윤리적 가치를 육성하여 만족할 수 있는 직무환경을 만들 수 있다고 하였다.

외식 및 조리 분야에서 종사원의 이직에 대한 연구는 다양하게 진행되어 왔지만, 외식업체 조직가치가 종사원의 직무만족과 조직몰입에 어떠한 영향을 미치는지에 대한 연구는 미약한 상태이다. 특히 외식업체에서는 조직의 가치에 대한 중요성과 종사원의 직무만족과 조직몰입에 대한 중요성을 인지하고 있다. 그러나 이러한 조직의 가치에 대한 연관성 및 구조적 접근방법을 찾아내어, 이를 외식경영에 적용해 나가는 방안을 마련하지는 못하고 있다.

지금까지 직무만족과 조직몰입에 관한 연구는 간헐적으로 이루어져 왔으나, 외식업체의 조직가치가 종사원의 직무만족과 조직몰입에 대한 연구는 아직까지 없다. 외식업체는 이러한 조직가치를 통해 서비스종사원의 관리와 목표를 설정할 필요성이 있다.

따라서 본 연구에서는 외식업체의 조직의 가치와 직무만족, 조직몰입에 어떠한 영향을 미치고 있는 가를 실증적으로 규명해내어 서비스 종사원의 만족을 통해 직무의 공정성을 통한 기업성과에 미치는 영향을 평가하는데 있다.

II. 연구방법

1. 연구모형 및 가설의 설정

본 연구의 목적인 외식업체 조직가치가 종사원의 직무만족 및 조직몰입, 종사원의 직무만족과 조직몰입 간에 어떠한 영향을 미치고 있는가를 실증적으로 분석을 통해 규명하기 위해서 연구의 모형 및 가설을 설정하였다. 연구의 모형 및 가설의 설정은 Schwepker(2001)의 "Ethical Climate's Relationship to Job Satisfaction, Organizational

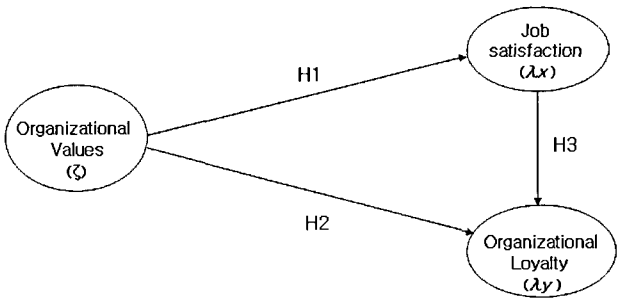

Fig. 1. Research Model

Commitment and Turnover Intention in the Salesforce"에서 제시한 조직의 윤리적 가치와 조직만족, 조직몰입의 연구 모형을 근거로 하여 다음과 같이 설정하였다.

가설 1. 외식업체의 조직가치가 높을수록 직무만족은 높아질 것이다.
가설 2. 외식업체의 조직가치가 높을수록 조직몰입은 높아질 것이다.
가설 3. 외식업체의 직무만족이 높을수록 조직몰입은 높아질 것이다.

2. 조사대상 및 기간

본 연구의 조사대상은 수도권에 위치한 패스트푸드점, 패밀리레스토랑, 호텔을 선정한 후 이곳에서 근무하는 패스트푸드점 3업체 54명, 패밀리레스토랑 6업체 184명, 호텔 10업체 255명의 종사원을 선정하였다. 선정 기준은 식품연감에서 발표한 업종과 매출을 기준으로 선정된 패스트푸드점, 패밀리레스토랑, 호텔을 선정하였다. 또한, 외식업체의 업종별 분류에 의한 패스트푸드점, 연간 총 매출액 대비 상위 6위 이내에 속하는 외국브랜드 패밀리레스토랑, 수도권에 위치한 특 1급 호텔을 선정하였다. 조사 기간은 2006년 7월 18일에서 8월 2일까지 15일간 실시하였다.

3. 조사방법

본 연구의 자료 수집은 외식업체의 업종별 분류에 의한 패스트푸드점, 패밀리레스토랑, 호텔 종사원을 대상으로 설문을 실시하였다. 설문은 연구에 대한 충분한 이해를 거친 연구자가 직접 외식업체를 방문하여 종사원들에게 설문지를 배포하여 응답자가 직접 기입하는 자기기입법을 사용하여 설문지 조사를 실시하였다. 총 500부중에서 498부를 회수하였으며, 5부는 설문지 기입에서 성의가 없거나 일률적인 답변으로 일관하여 이를 제외하고 493부만을 통계처리하여 회수율은 99.6%이고 유효 표본은 98.9%이다. 설문 척도는 명목척도와 리커트식 7점 척도를 사용하였다.

4. 설문지 구성

본 연구에서는 자기기입법에 의한 선택형 설문지 조사방법을 사용하였다. 선행연구(Lee BS 2005, Oh DK 2004, Choi EM 2002, Victor와 Cullen 1988)에서 사용된 설문과 이론을 근거로 설문지를 발췌하여, 본 연구자의 연구목적에 적합하도록 수정하고 보완하여 문항을 작성하였으며 총 4개 부분으로 구성하였다. 설문지의 각 부분들은 조직의 가치 5문항, 직무만족 6문항, 조직몰입 6문항, 인구통계학적 특성 8문항 등 총 25문항으로 구성하였다. 설문지 항목은 리커트(Likert)가 개발한 7점 등구간 척도(7-point interval scale)을 기준으로 응답하도록 하였으며, 각 척도의 기준으로 1점은 "전혀 그렇지 않다", 4점은 "보통이다", 7점은 "매우 그렇다"로 제시하였다. 또한 인구통계학적 특성은 명목척도와 구간척도로 구성하였다.

5. 통계분석

수집된 자료는 데이터 코딩과정을 거쳐, SPSS 12.0 Window 통계 프로그램을 이용하여 분석하였다(Won TY 2004, Chae SI 2003). 분석방법으로는 첫째, 조사대상자의 특성을 분석하기 위하여 빈도분석을 실시하였다. 둘째, 크론바하 알파(Chronbach's α)를 이용한 신뢰도 분석(Reliability analysis)을 실시하였다. 셋째, 가설검증과 연구모형의 검증을 위하여 AMOS(Analysis of Moment Structure) 4.0 통계 프로그램을 이용한 경로분석(path analysis)을 실시하였다.

III. 결과 및 고찰

1. 조사대상자의 일반적 특성

조사대상자의 인구통계학적 특성을 파악하기 위해 빈도분석(Frequency Analysis)을 실시한 결과 성별, 연령, 최종학력, 고용형태, 근무부서, 근무업체, 월평균 수입에 관한 내용은 Table 1과 같다. 성별 구성에 있어서 전체응답자 500명중 남성이 287명으로 전체 응답자의 58.2%이고, 여성은 206명으로 41.8%로 나타났다. 연령별로는 21~25세가 142명으로 가장 많은데 전체의 28.8%, 26~30세가 131명으로 32.4% 순으로 나타났다. 최종학력은 고졸이 41명으로 8.3%, 2년제 졸업이 263명으로 전체의 53.3%, 4년제 졸업이 158명으로 32.0%, 대학원 졸업이 31명으로 6.3%로 나타났는데 외식분야 종사원들의 학력 수준이 높아지고 있다고 사료된다. 고용형태에서는 정규직이 349명으로 70.8%, 비정규직이 144명으로 29.2%로 나타났다. 근무부서에서는 조리부가 248명으로 50.3%, 식음료부가 176명으로 35.7%,

Table 1. Characteristics of respondents

Characteristics	Categories	Frequency(N)	Percentage(%)
Gender	Male	287	58.2
	Female	206	41.8
Age	20 years	7	1.4
	21~25 years	142	28.8
	26~30 years	131	26.6
	31~35 years	115	23.3
	36~40 years	36	7.3
	41~45 years	45	9.1
	45 and over	17	3.4
Education	High school	41	8.3
	Junior collage	236	53.3
	University	158	32.0
	Graduate	31	6.3
Employment forms	Regular Job	349	70.8
	Contract Job	144	29.2
Belonged department	Culinary Kitchen	248	50.3
	Food & Beverage	176	35.7
	Cashier	33	6.7
	Office	36	7.3
The organization	Fastfood	54	11.0
	Family Restaurant	184	37.3
	Hotel	255	51.7
Monthly Income (Won)	≤ 1,000,000	82	16.6
	1,000,000~2,000,000	176	35.7
	2,000,000~3,000,000	138	28.0
	3,000,000~4,000,000	75	15.2
	4,000,000~5,000,000	16	3.2
	≥ 5,0000,000	6	1.2
Total		493	100.0

케셔가 33명으로 6.7%, 사무직이 36명으로 7.3%로 나타났다. 근무업체에서는 패스트푸드가 54명으로 11.0%, 패밀리레스토랑이 184명으로 37.3%, 호텔이 255명으로 51.7%로 나타났다. 월평균수입은 100만원 미만이 82명으로 16.6%, 100~200만원 미만이 176명으로 35.7%, 200~300만원 미만이 176명으로 35.7%, 300~400만원 미만이 75명으로 15.2%, 400~500만원 미만이 16명으로 3.2%, 500만원 이상이 6명으로 1.2%로 나타났다.

3. 설문지의 신뢰성 검증

외식업체의 조직가치 관련 항목들에 대한 신뢰도 검증은 선행 연구 문헌(Koh HC와 Boo EH 2001)을 고찰하여 평균값, 표준편차, 신뢰성 검정을 하였는데 결과는 Table 2와 같다. 조직가치 항목들의 측정값 중 'Q3. 우리 회사와 부서에 대한 생각'에 대한 평균값이 다른 항목의 평균값이 비하여 높은 편이며, 일반적으로 4.62

Table 2. Reliability of organization value items in foodservice business

Items	Mean±SD	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted	Standardized Item Alpha
Q1. Proper efficiency of department	4.81±1.25	.65	.87	
Q2. Means to acquire knowledge and technique in the organization	4.63±1.12	.69	.86	
Q3. Thought about the department and the organization	4.84±1.26	.78	.84	.88
Q4. The choice of the organization	4.62±1.30	.71	.85	
Q5. Sincere interest on the work in the organization	4.76±1.17	.72	.85	

에서 4.84까지의 평균값 분포를 보이고 있는 것으로 나타났다. 외식업체의 조직가치에 대한 측정항목의 신뢰도 분석에서는 수정 전 항목의 상관계수가 0.64에서 0.77까지로 나타났고, 항목을 제거할 경우의 신뢰도 알파계수는 'Q1. 부서의 충분한 효율성'의 항목이 0.866의 알파 계수 값을 보임으로써 모든 항목의 신뢰도 계수 값이 0.84에서 0.87까지의 신뢰도를 보였다. 따라서 전체적인 신뢰도는 0.87로 나타나 높은 것으로 볼 수 있다.

외식업체의 종사원이 인지하는 직무만족 관련 항목들에 대한 신뢰도 검증은 선행 연구 문헌(Oh DK 2004, Choi EM 2002)을 고찰하여 평균값, 표준편차, 신뢰성 검정을 하였는데 결과는 Table 3과 같다. 6개의 직무만족 관련 측정값에서 'Q3. 팀 동료에 대한 만족'의 평균값이 5.03으로서 다른 항목들의 평균값과 비교하면 높은 평균값의 분포를 보이고 있는 것으로 나타났다. 그리고, 직무만족에 대한 측정 항목의 신뢰도 분석에서는 수정 전 항목의 상관계수는 0.58에서 0.78까지로 나타났고, 항목을 제거할 경우의 신뢰도 알파계수는 모든 항목의 신뢰도 값이 0.83이상으로 나타났다.

따라서 외식업체의 종사원이 인지하는 직무만족 요인에 대한 설문조사의 구성 항목들이 직무만족 요인과 관련된 결과를 도출하는데 적절한 측정항목이며, 전체적인 항목의 측정척도인 전체 신뢰도는 0.88로 나타나 신뢰성이 높은 것으로 나타났다.

외식업체의 종사원이 인지하는 조직몰입 관련 항목들에 대한 신뢰도 검증은 선행 연구 문헌(Lee BS 2005, Choi EM 2002)을 고찰하여 평균값, 표준편차, 전체 신뢰도 검증을 하였는데 결과는 Table 4와 같다. 6개의 직무만족 관련 측정값에서 'Q1. 회사의 성공을 위한 최선의 노력'의 평균값이 5.04로서 다른 항목들의 평균값과 비교하면 높은 평균값의 분포를 보이고 있는 것으로 나타났다.

외식업체의 종사원이 인지하는 조직몰입에 대한 측정 항목의 신뢰도 분석에서는 수정 전 항목의 상관계수는 0.69에서 0.80까지로 나타났고, 항목을 제거할 경우의 신뢰도 알파계수는 모든 항목의 신뢰도 값이 0.87이상으로 나타났다. 따라서 외식업체의 종사원이 인지하는 조직몰입 요인에 대한 설문조사의 구성 항목들이 조직몰입 요인과 관련된 결과를 도출하는데 적절한 측정항목이며, 전체적인 항목의 측정척도인 전체 신뢰도는 0.90으로 나타나 신뢰성이 매우 높은 것으로 볼 수 있다.

2. 연구모형의 검증

본 연구는 외식업체의 조직가치가 종사원의 직무만족과 조직몰입에 미치는 영향을 분석하고자 구성하였다. 연구의 구조모형은 조직가치와 직무만족, 조직몰입

Table 3. Reliability of job satisfaction items in foodservice business

Items	Mean±SD	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted	Standardized Item Alpha
Q1. Satisfaction with current work	4.75±1.21	.70	.85	.88
Q2. Satisfaction with the senior	4.90±1.30	.70	.85	
Q3. Satisfaction with the colleagues	5.03±1.29	.65	.85	
Q4. Satisfaction with the salary	4.16±1.50	.59	.87	
Q5. Opportunity of promotion	4.24±1.39	.65	.85	
Q6. Satisfaction with the job	4.64±1.26	.79	.83	

Table 4. Reliability of organization loyalty items in foodservice business

Items	Mean±SD	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted	Standardized Item Alpha
Q1. Best effort for the success of the organization	5.04±1.30	.66	.89	.90
Q2. Pride in the organization	4.66±1.27	.80	.87	
Q3. Job accomplishment in case of life-time job	4.64±1.34	.70	.89	
Q4. Values of myself and the organization after the entering the organization	4.53±1.27	.75	.88	
Q5. Pride in being with the organization	4.66±1.25	.76	.88	
Q6. Offering the motivation for the better outcome	4.64±1.30	.72	.89	

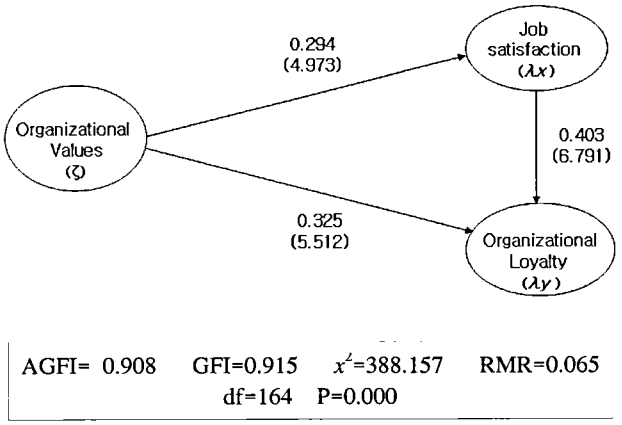

Fig. 2. Model estimation

에 관한 3개의 잠재변수(Latent variables)들로 구성되었다. 연구모형에서 잠재변수의 구성개념에 대한 측정척도는 요인 분석을 통해 측정변수들에 대한 타당성이 입증된 바 있다. 연구모형의 검증결과는 다음의 Fig. 2와 Table 5와 같다.

1) 연구모형의 적합도 지수 결과

최종구조모형의 적합도 지수는 x^2(chi-square: 카이자승통계량)가 388.157, 자유도가 164, 유의수준이 0.000으로 나타났다.

GFI(Goodness of Fit Index: 기초부합지수)는 0.915이며, AGFI(Adjusted Goodness of Fit Index: 조정부합지수)는 0.908로 나타났다. 또한 RMR(Root Mean square Residual: 잔차제곱평균제곱근)은 0.065, RMSEA(Root Mean Square Error of Approximation: 근사오차제곱평균제곱근)는 0.074, PNFI(간명표준부합지수)는 0.722로 나타났다. 구조모형의 적합도 지수는 대체적으로 수용할 만한 것으로 나타났으며, 최종 구조모형의 적합도 지수 결과는 다음의 Table 6과 같다.

4. 가설의 검증

가설 H1 : 외식업체의 조직가치가 높을수록 직무만족도는 높아질 것이다.

가설 H1은 외식업체의 조직가치가 직무만족도에 미치는 영향 관계를 나타낸 것으로, 외식업체 구성원의 조직가치가 직무만족도에 미치는 영향을 검증하기 위한 것으로 가설 H1과 같이 설정하였다. 외식업체의 조직가치가 직무만족에 미치는 영향의 정도를 검증한 결과 표준화경로계수가 0.294, 표준오차가 0.158, 기각비(C.R)가 4.973, 유의수준 0.028으로 나타나 조직가치는 직무만족에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

선행 연구 문헌인 일가치감과 결정요인과 조직효과성 연구(Oh DK 2004)와 조직윤리와 직무만족에 관한 연구(Koh HC와 Boo EH 2001)의 결과와 가설 검증 후의 '조직가치가 높을수록 조직만족도는 커질 것이다'라는 결과와 일치하므로 가설 1은 채택되었다. 다음의 Table 7은 가설 1의 검증 결과이다.

가설 H2 : 외식업체의 조직가치가 높을수록 조직몰입도는 높아질 것이다.

가설 H2는 외식업체의 조직가치와 조직몰입의 관계를 나타낸 것으로 외식업체의 조직가치가 조직몰

Table 5. Reliability of research model

관 계	표준화 경로계수	표준오차	C.R	p
Organizational Values(ζ)→Job Satisfaction(λx)	0.294	0.158	4.973	0.028
Organizational Values(ζ)→Organization Loyalty(λy)	0.325	0.075	5.512	0.034
Job Satisfaction(λx)→Organization Loyalty(λy)	0.403	0.131	6.791	0.001

Table 6. Fit Index of the research model

Model	GFI	AGFI	PNFI	RMR	RMSEA
Default Model	0.915	0.908	0.722	0.065	0.074
Saturated Model	1.000				
Independence Model	0.357	0.412	0.000	0.342	0.218

Chi-square = 388.157
Degrees of freedom = 164
Probability level = 0.000

입에 미치는 영향을 검증하기 위한 것이다. 선행 연구 문헌인 조직몰입도에 관한 연구(Johnston 1990)의 결과와 가설은 일치하는 것으로 나타났다. 외식업체의 조직가치가 높을수록 조직몰입의 정도가 높아진다는 가설 2의 검증 결과는 다음의 Table 8과 같다. 외식업체의 조직가치가 높을수록 조직몰입도가 높아질 것이라는 가설 2에 대한 분석 결과 표준화경로계수가 0.325, 표준오차가 0.075, 기각비(C.R)가 5.512, p값이 0.034로 나타나 외식업체의 조직가치는 조직몰입에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타나, '조직가치가 높을수록 조직몰입은 커질 것이다'라는 가설2는 채택되었다.

가설 H3 : 외식업체의 직무만족이 높을수록 조직몰입도는 높아질 것이다.

가설 H3은 직무만족과 조직몰입의 관계를 나타낸 것으로 외식업체의 직무만족이 조직몰입도에 미치는 영향을 검증하기 위한 것인데, 선행 연구 문헌인 직무만족이 조직몰입에 미치는 영향 연구(Brown와 Peterson 1993, Johnston 1990)에서는 직무만족이 조직몰입에 긍정적인 영향을 미친다고 하였다. 그 결과는 가설 H3와 일치하는 것으로 나타났다.

다음의 Table 9 가설 3의 검증결과로 외식업체의 직무만족이 높을수록 조직몰입도가 높아질 것이라는 가설 3에 대한 경로분석 결과 영향력의 정도를 나타내는 표준화경로계수가 0.403, 표준오차가 0.131, 기각비(C.R)가 6.791, p값이 0.001로 나타나 외식업체의 조직가치는 조직몰입에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 가설 3 '조직가치가 높을수록 조직몰입은 커질 것이다'라는 채택되었다.

Ⅳ. 결론 및 제언

본 연구에서는 외식업체의 조직가치가 종사원의 직무만족과 조직몰입에 어떠한 영향을 미치는지를 살펴보았는데, 결론 및 제언은 다음과 같다.

첫째, 조직가치와 직무만족과 조직몰입에 관한 영향력의 검증에서는 구조모형의 분석결과 조직가치는 직무만족에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 또한 조직몰입에 미치는 조직가치의 영향력도 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 조직가치와 직무만족 및 조직몰입에 관한 선행연구(Lee JR 2006, Um JH 2006, Kim KS 2003)와 일치한다. 이는 외식업체에서의 조직가치는 직무만족과 조직몰입에 정(+)의 영향을 주는 것으로 분석된 결과는 곧 외식업체에서의 조직가치가 종사원의 직무만족과 조직몰입에 긍정적인 영향을 미침으로 인해 조직가치 부여를 통하여 종사원의 직무만족과 조직몰입에 대한 성과를 향상시킬 수 있음을 보여주었다.

둘째, 직무만족과 조직몰입에 대한 영향력 검증결과 직무만족은 조직몰입에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 조직만족이 증가할 수 록 조직몰입에 영향을 미치므로 외식업체의 조직몰입을 위해서는 직무만족에 대한 고려가 필요하다고 할 수 있겠다.

본 연구가 갖는 한계점과 향후 연구의 방향을 제시하면 외식업체에 대한 선행연구의 부족으로 인하여 조사대상이 외식업체의 특징적인 요소를 반영하지는 못하였다는 것이다. 또한 실증조사의 범위를 외식업체가

Table 7. Reliability of H1

Path	Standardized coefficient	Standarderror	CR	p	Reliability
Organizational Values(ζ)→Job Satisfaction(λx)	0.294	0.158	4.973	0.028	Accept

Table 8. Reliability of H2

Path	Standardized coefficient	Standarderror	CR	p	Reliability
Organizational Values(ζ)→Organization Loyalty(λy)	0.325	0.075	5.512	0.034	Accept

Table 9. Reliability of H3

Path	Standardized coefficient	Standarderror	CR	p	Reliability
Job Satisfaction(λx)→Organization Loyalty(λy)	0.403	0.131	6.791	0.001	Accept

집중된 수도권지역에만 한정되었다는 한계가 있다. 실증조사를 위한 설문분석에서 외식업체의 종사원들이 근무 중이여서 시간 관계상 신뢰성 있는 설문을 했는지에 대한 의문점이 남아 있다. 향후 연구에서는 이러한 한계점과 연구의 방향을 보완하여 외식업체의 조직가치가 종사원의 직무만족과 조직몰입에 미치는 영향 연구에 대한 다양하고 실질적인 연구가 필요하겠다.

참고문헌

원태연. 2004. 한글 SPSS12K 통계조사분석. SPSS아카데미. 서울. pp 336-342

채서일. 2003. 사회과학조사방법론. 학연사. 서울. pp 181-182

Ahn HG. 2003. The Impacts of Hotel Kitchen Employee's Empowerment by Organizational Climates to Job Satisfaction, Organizational Commitment and Turnover Intention. The Gyeongju University of Korea.

Brown SP, Peterson RA. 1993. Antecedents and consequences of sales person job satisfaction. J Marketing Res 30(1) : 63-77

Cheon SD. 2005. A Study about Influence on Job Stress Facters with Leader Member Exchange. Job Satisfactio.n. Organizational Commitment and Turnover Inclination. The Kyunghee University of Korea.

Choi EM. 2002. The relation of perceived role to job satisfaction and orgaization commiment of medical record technicians as health information manager. Doctorate thesis. The Hanyang University of Korea. p 26

Jeon HJ. 2006. Relational Characteristics and Satisfaction of Foodservice Business in Association to Distribution Channels. Korean J Food Cookery Sci 22(2). p 193

Jeon TJ. 2006. The effect of professional identity of sport for all leaders on organizational effectiveness : focusing on job satisfcation, organizational commitment, job performance, and turnover intention. The Yonsei University of Korea.

Johnston MW, Parasuraman A, Futrell CM, Black WC. 1990. A longitudinal assessment of the impact of selected organizational influences on sales people's organizational commtiment during early employment. J Marketing Res 27(3) : 333-344

Kim KS. 2003. The influence of organizational culture and empowerment of a hotel on organizational effectiveness and service quality. Doctorate thesis. The Kyonggi University of Korea.

Kim SJ. 2006. A Study on the effect of hotel's social capital on the enterprise performance. Doctorate thesis. The Kyunghee University of Korea.

Koh HC, Boo EH. 2001. The link between organizational ethics and job satisfaction: A study of managers in singapore. J Business Ethics 29(4) : 309-324

Lee BS. 2005. A study on the orgaizational effects of CEO leadership style on the basis of the recognition of organizational employee. Doctorate thesis. The Hannam University of Korea. p 59

Lee JR. 2006. The analysis on the causal relations among the transformational-transactional leadership, linkage types in organizational values, and organizational effectiveness. Doctorate thesis. The Chonbuk University of Korea.

Lee SH. 2006. The Effects of Empowerment on Job Satisfaction, Organizational Commitment Turnover Intention of the Contingent Workers in the Foodservice Industry. The Kyungwon University of Korea.

Min KH. 2006. Menu Evaluation for Native Foods in Jeonju Area. Korean J Food Cookery Sci 22(1). p 96

Oh DK. 2004. Determinants of perceived value of work and organizational effectivenes. Doctorate thesis. The Sungkyunkwan University of Korea. p 70

Schwepker CH. 2001. Ethical climate's relationship to job satisfaction, organizational commitment, and turnover intention in the salesforce. J Business Res 54(1) : 39-52

Sims RL, Keon TL. 1997. Ethical work climate as a factor in the development of person-organization fit. J Business Ethics 16(11) : 1095-1105

Um JH. 2006. A Study on the influence of corporate culture factors on job satisfaction and organizational commitment in HRD organization. Doctorate thesis. The Hanyang University of Korea.

Victor, Cullen, John B. 1988. The organizational bases of ethical work climates. Administrative Sci Quarterly 33(1) : 101-125

(2007년 1월 6일 접수, 2007년 2월 13일 채택)