

패밀리 레스토랑 근무자의 직무 만족과 직무 교육이 서비스 품질에 미치는 영향에 관한 연구

안 광 열¹

경기대학교 대학원 서비스 벤처 창업 경영 전공

The Effect of the Job Satisfaction and Job Training of Family Restaurant Employees on Service Quality

Kwang Yeol An¹

Dept. of Service Business Venture Creation Management, Kyonggi University

Abstract

The purpose of this study is to identify how and job satisfaction and job training affect service quality and to offer strategic tools for enhancing competitiveness of the food service business industry. To fulfill this purpose, this study utilized a factor analysis, frequency test, a reliability analysis and a covariance structure analysis. The results of the analyses show that one dimension such as “job training” influenced service quality. This means that restaurants should put more focus on job training to improve service quality for customers.

Key words : service quality, job satisfaction, job training, restaurant employee, restaurant operation.

I. 서 론

우리나라는 빠른 경제 성장과 맞벌이 부부의 증가 등 사회 환경이 급변함으로 인해 외식업에 대한 관심과 참여는 매우 빠르게 증가하고 있다. 오늘날 외식은 인간의 기본적인 욕구 충족을 떠난 삶의 질에 더 가까운 문화 생활의 일부로 인식하고 있다.

최근 외식시장의 특성 중 하나는 패밀리 레스토랑의 거대화·다양화 등 양적인 면보다 질적인 면에서 성숙기에 진입하고 있다고 볼 수 있다. 또한, 점차 확대되어가고 있는 외식시장에서 패밀

리 레스토랑 산업의 위치는 점차 확대되어 가는 추세라 할 수 있다(월간식당 2006).

패밀리 레스토랑 시장은 점점 확대되면서 경쟁이 심화되고 있다. 이러한 영업 현실을 타개하기 위하여 각 패밀리 레스토랑에서는 공격적인 점포 전개와 고객 중심의 영업 전략을 구사하고 있으며, 신규 점포 출점 경쟁 등 치열한 경쟁 상황에 돌입하였다(나영선·안성식 2007).

패밀리 레스토랑은 음식과 서비스를 동시에 판매하는 곳으로 서비스 기업의 특징인 인적 서비스 의존도가 매우 높은 곳이라 할 수 있다. 인적 관리의 중요성은 생산과 소비가 동시에 일어나는 서

비스 특징 이론에 기인함으로써 서비스 마케팅 활동 수행과 그 개념에 있어서 조직 내의 인간 관리 및 목표 고객에 관한 인간 관리가 중요하다고 볼 수 있다.

즉, 서비스의 경우, 생산과 소비 사이의 유통 경로가 개재할 여지가 없으므로 서비스의 가치와 효용은 판매원과 고객과의 상호 작용에 의해 창조된다(안태열 2004; 전진화·진양호 2002).

그러므로 외식업에서의 종사원의 역할이 얼마나 중요한가를 나타낸 것이다. 서비스 교육 없이 기업의 지속적인 성장은 불가능하다. 고객의 마음을 만족시키고 고객의 성원에 의해 계속 기업으로서의 위치가 정립되기 위해서는 외식기업의 입장에서 교육 이외에 신뢰할 만한 독특한 방법은 없다고 해도 과언은 아닐 것이다(곽성이 1999). 그러나 현실적으로 교육 효과나 교육 훈련을 통한 서비스 수행의 정도에 대한 연구가 아직 미흡하다.

본 연구는 패밀리 레스토랑에서 직무 만족과 직무 교육이 서비스 품질에 어떠한 영향이 미치는가를 분석하는 것이 주된 목적이다. 이를 좀 더 구체적으로 연구 목적을 기술하면 다음과 같다.

첫째, 선행 연구를 기초로 하여 직무 만족과 직무 교육 그리고 서비스 품질에 대한 이론을 정립한다. 이 이론을 기초로 하여 직무 만족과 직무 교육 및 서비스 품질 요인을 규명한다.

둘째, 규명된 요인을 가지고 직무 만족 요인과 직무 교육 요인이 서비스 품질 요인에 어떠한 영향이 미치는가를 분석한다.

셋째, 위에서 분석된 결과를 바탕으로 패밀리 레스토랑의 종사원들의 직무에 대하여 느끼는 만족도를 제시하여 효율적인 인적 자원 관리를 위한 방안을 제시하여 패밀리 레스토랑의 서비스 전략과 시사점을 제시하고자 한다.

II. 이론적 배경 고찰

1. 직무 만족

조직의 운영을 평가하는 중요한 기준의 하나는 종업원 직무 만족의 정도이다.

로크에 의하면 “직무 만족은 자신의 직무 또는 직무경험을 평가한 결과에서 나오는 즐겁고 긍정적인 정서적 상태”라고 하였고, 길머(Gilmer)는 “직무의 만족 또는 불만족은 자기 직무에 대하여 관련요인 및 일반적인 생활에 대하여 가지고 있는 여러 가지 태도의 결과”라고 정의하고, 직무 만족이란 용어는 직무 상태와 종업원의 사기와 상호 교차적으로 사용되고 있지만 동의어는 아니라고 하였다.

이들 여러 가지 정의에서 볼 수 있듯이 직무 만족은 개인의 욕구 충족과 밀접히 관련된다. 욕구 충족의 정도는 동기 부여의 정도를 말하고, 이는 근무 의욕과 리더쉽에 많은 영향을 미친다(Steers & Porter & Bigley 1996).

직무 만족은 직무 자체뿐만 아닌 직무의 다양한 차원에 대한 태도들의 집합적 개념임을 알 수 있다. 그래서 직무 만족은 조직 측면에서나 개인 측면에서나 중요한 영향을 미친다. 경영자 및 관리자는 조직 구성원들의 욕구 내용과 특성을 이해하고 만족 요인을 제고함으로써 성과는 물론 개인의 성장을 유도하는 것이 중요한 과제이다(오정숙 2001).

직무 만족은 정신건강인 측면에서 중요하다. 직장 생활에 불만족은 그 사람으로 하여금 가정 생활이나 여가 활동에서 불만족을 느낄 것이다.

심지어는 삶 자체에까지 만족을 느끼지 못할 것이다. 그리고 직무 만족은 신체적인 건강에도 영향을 미친다. 직무 불만족으로 인해 건강상에 많은 장애를 줄 수 있다.

스트레스로 인한 동맥 경화나 신경계통의 질병 등의 원인이 된다.

그리고 조직의 입장에서 볼 때 직무 만족이 높게 되면 이직률과 결근율이 감소되고, 경우에 따라서는 생산성 증가의 효과도 얻을 수 있다. 또한, 즐거운 분위기에서 일한다는 것은 경영자나 근로자 모두에게 바람직한 일인 것이다(박운성 1994).

직무 만족에 영향을 미치는 요인은 조사자의

주관, 시기, 대상, 지역 등에 따라 여러 가지로 분류된다.

직무 만족의 영향 요인을 규명함으로써 어떠한 방법으로 경영자들이 종업원 직무 만족을 위해 현실적인 지침을 줄 수 있는지가 중요하다.

외식업은 노동집약적 산업으로 인적 서비스를 제공하는 종사원들이 차지하는 비중이 높아 고객과의 접객 과정에서 서비스 제공 수준이 평가되므로 종사원의 직무 만족은 서비스 제공 수준을 결정하는 매우 중요한 요소가 된다.

2. 교육 훈련

교육 훈련이 기업의 목적 달성을 위한 중요한 하나의 수단으로 작용한다. 그리고 교육 훈련의 기능이 충분히 발휘되어야 비로소 의미가 살아나게 된다.

교육은 개인 또는 단체가 지향하는 가치에 따라서 교육 목적이나 내용이 선택되고 교수, 학습이 행해진다. 그러나 훈련은 개인 또는 단체의 가치에 크게 영향을 받지 않고, 습득하고자 하는 내용에 제한되는 경우가 대부분이다(한국직업능력개발원 1999).

보통의 패밀리 레스토랑에서의 기능적인 구분인 홀, 주방, 기타의 3가지로 분류하여 직능에 따른 교육 훈련을 살펴보도록 하겠다.

주방에서의 교육은 기본적으로 다루어야 하는 설비에 대한 교육이 이루어진다. 각종 설비에 대한 안전 교육 및 이용 방법을 배운다.

기본적인 메뉴 전반적인 교육을 받고 자신에게 주어진 근무에 맞는 심도 있는 메뉴 교육을 받게 된다. 이러한 메뉴 교육과 더불어 조리에 대한 기본 교육도 받게 된다. 조리 기능 및 조리 기술에 관련된 교육을 가장 많이 받게 된다.

위생은 레스토랑의 존립에도 매우 밀접한 중요한 문제이므로 HACCP에 대한 교육과 시스템이 이루어지고 있다.

홀 서비스 교육은 레스토랑에서 고객과의 접촉 빈도가 가장 높은 홀 직원들에 대한 가장 중요한

교육은 역시 고객 응대 교육이다. 직무 태도, 예절 교육, 서비스 교육 등이 기본적으로 이루어진다. 이와 더불어 메뉴 교육, 음료 교육, 전화 응대 교육 등이 중요한 교육 요소이다.

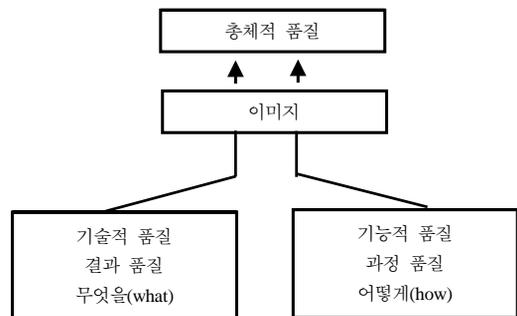
홀 직원은 서비스를 제공하는 사람으로서 인격과 관련된 교육도 등한시될 수 없다. 상품에 대한 완벽한 숙지뿐만 아니라 자신의 언어와 행동 또한 중요하므로 광범위한 인격 교육도 요구된다. 세일즈맨으로서의 고객 심리 및 요구 파악 등 다양한 교육이 요구된다.

본사 조직의 교육은 레스토랑을 지원해 주는 기관으로서 재무, 마케팅, 총무 등과 같은 부서들이 존재한다. 위의 부서들에 대한 교육은 업장에서의 교육과는 다르지만 기본적인 레스토랑 조직에 대한 교육과 각 부서의 특정 교육을 시행한다.

OJT와 같은 직무 교육 훈련은 근로자의 지식, 기술, 태도를 향상시키는 데에 그 목적이 있다. 그리고 직무 순환은 동일한 작업 현장에서 서로 다른 직무로 이동하면서 보다 전문적인 업무를 습득하여 숙련의 깊이를 깊게 하는 방법이다(박경곤 2005).

3. 서비스 품질

일반적으로 서비스 품질의 특성은 몇 가지로 나누어진다. 객관적 품질과 인식된 품질, 과정 품질과 결과 품질, 기대와 성과 비교, 서비스 품질의 성과 등으로 구분할 수 있다.



<그림 1> 과정 품질과 결과 품질.

자료원: 이유재(2000), 서비스 마케팅, 학현사, 512.

또한 과정 품질과 결과 품질에서는 서비스 품질을 두 개의 차원으로 구분하였다. 즉, 기술적 차원(결과 차원)과 기능적 차원(과정 차원)이다. 결과 품질(outcome quality)은 고객이 기업과의 상호작용에서 무엇을(what) 받느냐를 나타낸다. 이는 기술적 품질(technical quality)이라고도 부른다.

품질의 다른 한 가지의 중요한 측면은 과정이다. 서비스 제공자가 어떻게 기능을 수행하는가를 나타내므로 과정의 기능적 품질(functional quality)이라고 부른다.

그리고 Zeithaml 등 (1985)의 연구에서는 ‘서비스 품질은 기대(expectation)와 성과(performance)의 비교에 의해 결정된다’고 주장하였다.

소비자들이 인식한 서비스 품질은 ‘서비스 기업이 제공하여야 한다고 느끼는 소비자들의 기대와 서비스를 제공한 기업의 성과에 대한 소비자들의 인식을 비교’하는데서 나오는 것이라고 하였다.

Parasurman 등(1985)이 주장한 서비스 품질의 요인 10가지 요소 중에서 능력과 신용도를 제외하고는 모두 다 서비스 품질의 과정 차원과 관련된 것으로 볼 수 있다.

따라서 품질의 과정과 측면, 즉 기능적 품질 측면이 중요하다는 사실을 확인할 수 있다.

계속된 연구를 통해 22개의 항목으로 구성된 평가기준을 개발하고 당초에 주장한 서비스 품질 결정요인 10가지를 5개 차원으로 수정하였다.

이 5개의 차원은 유형성(물리적 설비, 장비, 종업원의 외모), 신뢰성(정확하고 믿음만하게 약속한 서비스를 수행할 능력), 응답성(신속한 서비스를 제공하고 고객을 도움 의도), 확신성(종업원의 지식과 예절, 믿음직함), 공감성(접근 용이성, 원활한 의사 소통, 고객에 대한 충분한 이해)으로 구성된다(이유재 2000).

그러나 서창적·윤영진(2000)의 연구에서는 서비스 품질에 대한 평가 척도를 개발하는 일은 매우 어렵다고 주장하였다.

그 이유는 첫째, 측정 대상이 되는 서비스의 품질이 추상적이고 모호한 개념이라는 것과 둘째,

평가 수단이 객관적으로 표현되어야 하는데, 고객의 심리적 변화 상태를 객관적으로 척도화 하기가 쉽지 않으며, 셋째, 서비스 자체가 워낙 광범위하고 복잡하여 평가 척도를 일반화하기 어렵다라는 것이다.

Ⅲ. 조사 설계

1. 연구 모형과 가설 설정

1) 연구 모형

본 연구는 앞장에서 논의한 문헌 연구들을 기초로 하여 교육 훈련과 직무 만족이 서비스 수행에 어떠한 영향을 미치는 가를 분석하는 것이 주된 목적이다.

연구 모형은 <그림 2>와 같다.

2) 가설 설정

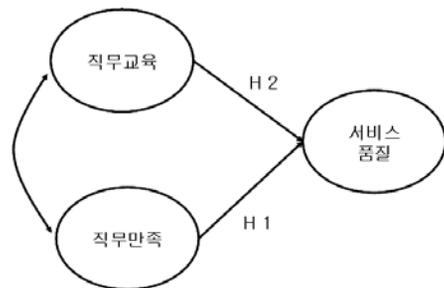
앞에서 제시한 연구 모형을 토대로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 1. 직무 만족은 서비스 품질에 긍정적인 영향을 미칠 것이다(H1).

가설 2. 직무 교육은 서비스 품질에 긍정적인 영향을 미칠 것이다(H2).

2. 설문지 구성 및 분석 방법

본 논문은 연구 모형의 평가 및 분석을 하기 위해 설문지법을 사용하였다. 외식 브랜드 레스



<그림 2> 연구 모형.

토랑(미국계 프랜차이즈 형태, 230석 이상 규모, 서울 지역 3곳)을 대상으로 조사를 실시하였다.

설문지는 총 300부를 서울 지역의 패밀리 레스토랑의 직원들을 대상으로 조사하였다. 총 250부를 회수하였고, 회수된 응답 중 일관성이 없다고 판단된 17부를 제외한 233부의 설문지를 실제 분석에 사용하였다. 설문지에 대한 응답은 응답자가 직접 기입하는 자기 기입식 설문방식을 이용하였다.

설문지의 구성은 선행 연구에서 나타난 설문들을 참고로 하여 총 8개의 요인으로 구성되어 있다. 일반적 사항으로 인구 통계적 특성에 관련된 5개 문항으로 구성되었다.

직무 교육에 관련된 5개 문항(강종훈·김수원 2000; 장명희 2005)과 직무 만족(오정숙 2001; 박경곤 2005)에 관련된 내용으로 5개 문항으로 구성하였다.

응답자의 실제 서비스 수행 정도를 질문한(Parasurman 등 1985) 유형성 4개 문항, 신뢰성 5개 문항, 반응성 4개 문항, 확신성 4개 문항, 공감성 5개 문항으로 구성하였다.

본 설문지는 서울 시내 미국계 패밀리 레스토랑의 종사원을 대상으로 하였고, 설문 항목은 주로 7점 척도를 사용하였다.

본 연구 분석은 사회과학 분야의 통계패키지로 널리 활용되고 있는 SPSS Win 12.0과 AMOS 6.0을 이용하였다. 자료 분석 방법은 빈도 분석과 기술적 분석, 요인 분석, 확인 요인 분석, 신뢰성 분석, 공분산구조 분석 등을 하였다.

3. 신뢰성 및 타당성 분석

본 연구에서 측정도구의 내용타당성을 확인하기 위해 문항의 어귀 및 의미의 명료성 등을 사전에 확인하였으며, 기존 문헌 연구를 통하여 충분한 정도의 문항을 취합하였다. 요인 분석을 통해 각각의 변수들의 추출된 요인은 <표 1>과 같다. 분석에서 요인별에서는 요인 적재치 0.5 이상이고 신뢰도계수는 0.6 이상을 평가 기준으로 하였다. 신뢰성 분석 결과 모든 요인들의 Cronbach

알파 계수가 모두 0.7 이상으로 각 요인에 속한 항목들의 신뢰성은 확보되었다.

4. 변수 선정 및 조작적 정의

본 연구에서 직무 만족과 직무 교육 그리고 서비스 품질에 대한 사례 및 선행 연구를 토대로 직무 만족과 직무 교육, 서비스 품질 요인을 규명하였다. 이들에 대한 조작적 정의는 다음과 같다.

1) 독립변수의 조작적 정의

(1) 직무 만족

직무 만족은 전반적인 만족, 급여 만족, 직무 만족, 복리 후생 만족 등의 내용에 대한 항목들을 조사하여 측정하였다.

이 설문 문항들에 대하여 요인 분석한 결과 1개의 요인으로 추출되어 이 요인을 직무 만족이라고 정의하였다.

(2) 직무 교육

직무 교육은 성취 향상, 능동적, 실무 적용, 의욕 고취, 수행 원활 등의 내용에 대한 항목들을 조사하여 측정하였다. 이 설문 문항들에 대하여 요인 분석한 결과 1개의 요인으로 추출되어 이 요인을 직무 교육이라고 정의하였다.

2) 종속변수의 조작적 정의

(1) 유형성

유형성은 점포의 서비스 물품, 메뉴판, 안내 책자 등이 훌륭, 근무하는 점포는 좋은 위치, 옷 차림새, 용모 매력, 실내 인테리어/건축물은 최신 등의 내용에 대한 항목들을 조사하여 측정하였다.

이 설문 문항들에 대하여 요인 분석한 결과, 1개의 요인으로 추출되어 이 요인을 유형성이라고 정의하였다.

(2) 신뢰성

유형성은 약속한 서비스를 제때에 고객에게 정확히 제공, 고객의 서비스를 최우선으로 수행, 고객에게 약속한 것을 꼭 수행할 의지, 고객의 문제를 진심으로 해결하려고 노력, 고객 자료(포인트 카드 등)를 정확하게 기록 및 관리 등의 내용에 대한 항목들을 조사하여 측정하였다.

이 설문 문항들에 대하여 요인 분석한 결과, 1개의 요인으로 추출되어 이 요인을 신뢰성이라고 정의하였다.

(3) 반응성

반응성은 고객 서비스를 신속히 잘 수행, 항상

<표 1> 요인 분석 결과

요인	설문문항	요인 적재값	아이겐 값	누적분산 비율	크론바하 알파
유형성	점포의 서비스 물품, 메뉴판, 안내 책자 등이 훌륭	.848	2.480	61.488	.855
	근무하는 점포는 좋은 위치	.820			
	옷 차림새, 용모 매력	.742			
	실내 인테리어 / 건축물은 최신	.654			
신뢰성	약속한 서비스를 제때에 고객에게 정확히 제공	.897	3.542	77.310	.920
	고객의 서비스를 최우선으로 수행	.890			
	고객에게 약속한 것을 꼭 수행할 의지	.871			
	고객의 문제를 진심으로 해결하려고 노력	.854			
반응성	고객 자료 (포인트 카드 등)를 정확하게 기록 및 관리	.810	2.761	72.526	.901
	고객 서비스를 신속히 잘 수행	.870			
	항상 고객들을 도우려는 의지	.862			
	바빠도 고객 요구 사항에 즉각 응답	.848			
보증성	고객에게 확신을 주는 행동	.835	3.294	73.857	.892
	고객으로 하여금 예약은 물론 식사도 확실히 믿고 할 수 있음	.892			
	고객에게 항상 정중하게 예의	.867			
	고객에게 응답할 충분한 지식	.849			
공감성	고객 개개인에게 세심하고 자상한 관심	.910	3.887	74.060	.920
	고객이 묻는 요구 사항을 잘 이해	.878			
	고객 개개인에 세심한 관심	.847			
	최대 관심사는 고객	.837			
직무 교육	고객이 편리한 시간대에 영업 및 근무	.812	3.566	68.275	.897
	성취 향상	.875			
	능동적	.858			
	실무 적용	.855			
직무 만족	의욕 고취	.792	2.56	63.128	.794
	수행 원활	.787			
	전반적인 만족	.799			
	급여 만족	.789			
복리 후생 만족	직무 만족	.784			
	복리 후생 만족	.754			

고객들을 도우려는 의지, 바빠도 고객 요구 사항에 즉각 응답, 고객에게 확신을 주는 행동 등의 내용에 대한 항목들을 조사하여 측정하였다.

이 설문 문항들에 대하여 요인 분석한 결과, 1개의 요인으로 추출되어 이 요인을 반응성이라고 정의하였다.

(4) 보증성

보증성은 고객으로 하여금 예약은 물론 식사도 확실히 믿고 할 수 있음, 고객에게 확신을 주는 행동, 고객에게 항상 정중하게 예의, 고객에게 응답할 충분한 지식 등의 내용에 대한 항목들을 조사하여 측정하였다.

이 설문 문항들에 대하여 요인 분석한 결과, 1개의 요인으로 추출되어 이 요인을 보증성이라고 정의하였다.

(5) 공감성

공감성은 고객 개개인에게 세심하고 자상한 관심, 고객이 묻는 요구 사항을 잘 이해, 고객 개개인에 세심한 관심, 최대 관심사는 고객, 고객이 편리한 시간대에 영업 및 근무 등의 내용에 대한 항목들을 조사하여 측정하였다.

이 설문 문항들에 대하여 요인 분석한 결과, 1개의 요인으로 추출되어 이 요인을 유형성이라고 정의하였다.

IV. 실증 분석

1. 표본의 특성

조사 대상자의 일반적 특성을 분석하기 위하여 빈도 분석을 실시한 결과는 <표 2>와 같다.

조사 응답자의 성별에서 남성 75명(32.1%), 여성 157명(67.1%), 결혼값 1명(0.4%)으로 나타났다. 이는 대부분 패밀리 레스토랑의 종사원은 남성보다는 여성이 더 많이 종사하고 있는 것으로 알 수 있다.

연령에 있어 21세 미만이 10명(4.3%), 21~30

<표 2> 인구 통계적 분석

구분		빈도	%
성별	남성	76	32.5
	여성	157	67.1
	계	233	100.0
연령	29세 이하	10	4.7
	30대	202	86.3
	40대	18	7.7
	50대	1	.4
	60대	2	.9
	계	233	100.0
재직기간	1년 이하	158	67.5
	1~2년	40	17.1
	3~4년	27	11.5
	5~6년	6	2.6
	6년 이상	2	.9
	계	233	100.0
학력	고졸 이하	39	16.7
	전문대졸	133	56.8
	대졸	59	25.2
	대학원	2	.9
계	233	100.0	
직책	직원	148	63.2
	Trainer	52	22.2
	Captain 이상	25	10.7
	결측	8	3.8
계	233	100.0	

세는 202명(86.3%), 31~40세는 18명(7.7%), 41~50세는 1명(0.4%), 50세 이상은 2명(0.9%)로 나타났다. 주로 21세에서 30세 사이의 종사원의 수가 가장 많은 것으로 알 수 있다.

패밀리 레스토랑의 특성상 대다수의 고객층이 20대에서 30대의 구조로 인해 회사 측에서는 될 수 있으면 젊은 종사원을 선호하는 경향이 있다. 특히 홀에서 손님을 접객해야 하는 직원일수록 20대 초반 정도의 분포를 보인다. 30대 이상의 종사원인 경우는 대부분 주차 직원이거나, 주방에서 보조의 역할을 담당하는 것이 일반적이다.

학력에 있어 고졸 이하 39명 (16.7%), 전문대졸

133명(56.8%), 대졸 59명(25.2%), 대학원 이상 2명(0.9%)으로 나타났다. 대부분의 종사원들은 전문대졸이 절반 이상을 차지하고 있다.

외식산업의 붐으로 인해 각 대학마다, 특히 전문대학에 많은 수의 외식 관련 학과가 생겨났고, 그에 따른 졸업생의 취업에 따라 대부분의 패밀리 레스토랑의 종사원은 관련 학과 전문대졸자가 상당수를 이루고 있다. 그리고 꾸준히 증가하는 경향은 대졸자의 패밀리 레스토랑의 취업이다. 좀 더 전문화되고 특성화되어 가는 외식업체의 경향을 반영하고 있다.

직책에 있어 직원은 148명(63.2%), Trainer는 52명(22.2%), Captain 이상은 25명(10.7%)으로 나타나, 응답자의 과반수 이상은 직원임을 알 수 있다.

외식산업도 타 산업과 마찬가지로 직책 구조는 전형적인 피라미드형을 이루고 있다.

재직 기간의 경우, 1년 이하는 158명(67.5%), 1~2년 40명(17.1%), 3~4년 27명 (11.5%), 5~6년 6명(2.6%), 6년 이상 2명(0.9%)로 나타났다. 응답자의 대부분은 1년 미만의 직원임을 알 수 있다.

타 산업에 비해 이직률이 높음을 알 수 있다. 실제 종사원들의 경우 2년 정도 근속을 하면 장기근속이라 말할 정도로 외식산업에서의 이직률은 높다.

2. 분석 결과

1) 확인 요인 분석

본 연구의 측정항목들에 대하여 연구 단위별로 확인 요인 분석을 실시하였다.

각 단계별로 항목 구성의 최적 상태를 도출하기 위한 적합도를 평가하기 위하여 GFI(0.9 이상), AGFI(0.9 이상), RMR(작을수록 바람직), NFI(0.9 이상), χ^2 (작을수록), χ^2 에 대한 p 값(0.05 이상) 등을 이용한다.

각 연구 단위들을 구성하는 측정항목들에 대한 확인 요인 분석 결과는 <표 3>과 같다.

<표 3> 확인 요인 분석 결과

요인	GFI	AGFI	NFI	RMR	χ^2	p
직무 만족	.977	.866	.954	.064	14.84	.001
직무 교육	.905	.867	.939	.085	52.87	.000
서비스 품질	.987	.984	.997	.007	6.57	.254

2) 모형적합도

본 연구의 가설을 검정하기 위해 <그림 2>의 연구 모형을 각각 AMOS 7.0을 이용하여 공분산구조 분석으로 구조 모형을 검정한 결과는 <표 4>와 같다.

구조방정식 모형을 보면 $\chi^2=284.75$, 자유도(df)=2, $p=0.000$, GFI=0.942, AGFI=0.946, IFI=0.953, NFI=0.887를 갖는 모형이 도출되었다.

이 모형은 앞에서 언급한 공분산구조 분석의 일반적인 평가기준을 삼는 지표들과 비교해 볼 때 χ^2 의 값이 비교적 높고, p 값도 기준점보다 작게 도출되는 등 기준보다는 조금 부족한 수치를 나타내고 있다.

이때 χ^2 은 표본의 수가 증가하면 값이 커지는 경향이 있으므로, 케이스의 수가 모형을 기각해 버리는 문제에 대한 점을 고려하여 여러 가지의

<표 4> 구조방정식 모형의 적합도

구분	값	기준 값
χ^2	284.75	($p<0.001$) 무효, ($p>0.05$ 또는 $p>0.01$) 유효
χ^2/df	2	1~5 사이의 값이 좋음(James 등 1982)
PGFI	.654	0~1 사이의 범위에서 높을수록 좋음(Gefen 등 2001)
GFI	.942	0.9보다 크면 좋음(Jöreskog & Sörbom 1989)
AGFI	.946	0.8보다 크면 좋음(Gefen 등 2001)
NFI	.887	0.9보다 크면 좋음(Jöreskog & Sörbom 1989)
IFI	.953	0.9보다 크면 좋음(Jöreskog & Sörbom 1989)
TLI	.947	1에 가까울수록 좋음

적합도 지표가 제안되고 있다.

TLI(Tucker-Lewis Index)는 χ^2 지표의 문제를 보조할 수 있는 지표이다.

TLI의 장점은 자료의 크기에 민감하지 않다는 것이며, 1에 가까울수록 적합성이 좋다는 것을 의미한다.

TLI 지수를 포함한 다른 모형적합도 지수도 대체적으로 만족할만한 수준의 값으로 모형적합도가 충족되었다고 볼 수 있으므로 적절한 것으로 판단된다.

3) 경로 분석 결과

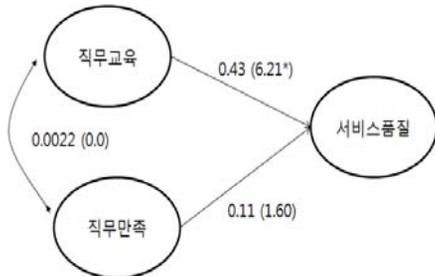
AMOS의 측정 모형을 이용하여 확인 요인 분석을 실시한 결과, 적합도 지수 모두에 문제가 없음을 보여주었다.

각 구성개념들에 대한 요인적재치도 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

일반적으로 구조분석은 인과계수(Estimate)를 표준오차(S.E.)로 나눈 기각치(C.R.)의 t값이 1.96 이상이면 독립변수가 종속변수에 5%의 유의수준에서 유의한 영향을 주는 것으로 볼 수 있다.

본 연구에서 설정한 연구 모형을 검증한 결과는 <그림 3>과 같고, 가설 경로의 검증결과는 <표 5>와 같다.

<표 5>와 같이 직무 교육은 서비스 품질에 영향을 미치는 변수로 나타났으나, 직무 만족은 서비스 품질에 영향을 미치는 요인은 아닌 것으로



* ()는 C.R. 값, * $p < 0.05$.

<그림 3> 연구 모형의 AMOS 분석 결과.

<표 5> 구조 모형 경로 분석 결과

가설	경로	Estimate	S.E	C.R	p
1	직무 교육⇒ 서비스 품질	.328	0.43	6.21	0.000
2	직무 만족⇒ 서비스 품질	0.005	0.11	1.60	.848

나타났다.

일반적으로 프랜차이즈 형태의 패밀리 레스토랑은 직무와 관련된 교육뿐만 아니라 위생 교육이나 안전 교육과 같은 레스토랑 운영과 관련된 다양한 교육을 시행하는 것으로 알려져 있다.

그러므로 패밀리 레스토랑의 경우 서비스 품질에 영향을 주는 직원들에 대한 직무 교육이 강조되는 것으로 앞으로 중요할 것으로 판단된다.

V. 결론 및 시사점

본 연구는 패밀리 레스토랑에서 직무 만족과 직무 교육이 서비스 품질에 어떠한 영향이 미치는 가를 분석하였다. 분석한 결과, 패밀리 레스토랑에서 직무 교육은 서비스 품질에 유의한 영향을 미치는 변수로 나타났으나, 직무 만족은 서비스 품질에 아무런 영향이 미치지 않는 것으로 나타났다.

본 연구에서 주는 시사점은 다음과 같다.

첫째, 프랜차이즈 패밀리 레스토랑의 경우, 서비스 품질에 영향을 주는 요인으로는 직무 교육으로 나타났다. 본 연구는 직무 교육과 서비스 품질에 대한 연구는 처음으로 연구를 하였기에 상당한 의미가 있다고 사료된다.

따라서 직무 교육이 서비스 품질에 영향을 미치고 있으므로 본 연구에서 패밀리 레스토랑의 경우 다양하고 강도 높은 교육 훈련이 많이 시행되고 있다. 기간별로, 재직 년차에 따라 차별화된 교육 훈련을 시행하는 것으로 나타났다.

이러한 교육 훈련에 대한 노력과 정성이 차별화된 서비스나 경쟁력으로 표현되는 것으로 생각

된다.

서비스 산업의 경우, 다른 산업들과 다르게 구별되는 것 중의 하나가 인적 자원의 활용이 경영 성과에 지대한 변수로 작용하는 것으로 선행 연구들에서 나타났다. 이처럼 패밀리 레스토랑과 같은 인적 자원 중심의 서비스 산업에서는 서비스를 제공하는 주체로서 직원들에 대한 직무 교육은 아무리 강조해도 지나침이 없을 것으로 사료된다.

본 연구 조사를 위해 설문지가 배포된 서울 시내 유명 패밀리 레스토랑 3곳의 경우에도 다양한 직무 교육이 시행되고 있었다. 특히 B레스토랑의 경우는 평균적인 교육 훈련 시간이 타 레스토랑에 비해 1시간 30분 정도가 더 시행되는 것으로 나타났다.

바쁜 영업 시간을 피해서 대부분 3시에서 6시 사이에는 늘 교육을 시행하는 것으로 나타났다. 사실 영업점에서 교육을 매일 한다는 것이 대단한 인내와 회사의 큰 의지력을 요구한다. B레스토랑의 경우 타 레스토랑보다도 더 많은 교육 훈련을 시행하는 것이 고객들로 하여금 좋은 브랜드 이미지나 서비스 품질에서 좀 더 높은 평가를 받는 것으로 나타난다고 사료된다.

둘째, 본 연구자는 직무 만족이 서비스 품질에 영향이 미칠 것이라고는 선행 연구도 있으나, 본 연구에서는 직무 만족이 서비스 품질에 어떠한 영향도 미치지 않는 것으로 나타났다. 그러나 서비스 품질은 서비스 기업의 경영 성과의 매우 중요한 요소이다. 서비스 기업의 현 추세에서 서비스 품질을 높이기 위한 여러 가지 연구와 경영상의 기술들, 직무 교육이 많이 개발되고 운영에 적극적인 반영하고 있다.

본 연구에서 나타난 결과에서 중요한 사실은 외식업체에서 높은 급여나 복리 후생과 같은 요인들이 서비스 품질에 영향을 주지 못하는 요소라는 것이다. 직무 만족을 높여 경영 성과를 높이려는 노력을 소홀히 해서는 안 되는 것으로 사료된다. 그러나 단순히 서비스 품질을 높이기 위해

서 급여를 올린다거나 복리 후생과 같은 부분에 많은 투자를 할 필요는 없을 것으로 사료된다. 대신에 직무 교육의 개발 및 성과 향상에 대한 투자를 늘려서 대 고객 접점에 있는 직원들에게 더욱 좋은 서비스를 하도록 독려하는 것이 좋을 것으로 판단된다.

대신에 전반적인 직무 만족도를 높여 이직을 줄인다거나 회사에 대한 충성도를 높여 훌륭한 인적 자원을 계속 보유한다는 측면에서는 중요할 것으로 사료된다. 그러므로 본 연구에서 나타난 것처럼 서비스 품질을 높이기 위한 일환으로 직무 만족에 많은 노력을 기울일 필요는 없을 것으로 보인다. 적정선에서의 급여와 복리 후생 그리고 회사의 전반적인 만족도를 높이는 것이 필요할 것으로 판단된다.

본 연구를 통하여 서비스 품질을 높이기 위한 노력은 직무 관련한 교육 훈련을 지속적이면서도 효과적으로 수행해야 할 것으로 사료된다. 직무 교육 이외에도 다양하고 폭 넓은 교육도 필요할 것이고, 교육의 주기나 재직 년차에 따른 교육 훈련의 내용도 심도있고 차별성 있는 것이 필요할 것으로 사료된다.

참고문헌

1. 강종훈·김수원 (2000) : 실업계 고등학교 평가 기준 개발. 한국직업능력개발원 7-10.
2. 광성희 (1999) : 패밀리 레스토랑 종사원의 교육 훈련 구성요소가 교육성과에 미치는 영향에 관한 연구. 세종대학교 대학원 석사학위논문. 18, 서울.
3. 나영선·안성식 (2007) : 패밀리 레스토랑의 경쟁관계와 고객 선호도에 대한 포지셔닝 연구. *한국조리학회지* 13(1):24-40.
4. 박경곤 (2005) : 호텔조리사의 직무 만족과 숙련 향상에 관한 연구. *한국조리학회지* 11(4):62.
5. 박운성 (1994) : 현대조직행동론. 박영사, 98.
6. 서창적·윤영진 (2000) : 계층분석기법을 이

- 용한 서비스 품질 측정에 관한 연구. *한국서비스경영학회지* 1(1):48.
7. 안태열 (2004) : 패밀리 레스토랑의 고객 관계 마케팅과 경영 성과의 관계. *한국관광산업학회지* 18:99-123.
 8. 오정숙 (2001) : 한국 치과 위생사의 직무 만족 요인에 관한 실증적 연구. *조선대학교 대학원 박사학위논문*. 11, 광주.
 9. 원석희 (1997) : 적시(JIT) 서비스과정의 설계에 관한 연구. *한국생산관리학회지* 8(2):21.
 10. 이유재 (2000) : 서비스 마케팅. 학현사, 512.
 11. 장대성 · 김영택 (2001) : 서비스 품질에 대한 만족이 점포충성도에 미치는 영향: 국내외 패스트푸드 브랜드간 비교 연구. *대한경영학회지* 3(3):120.
 12. 장명희 (2005) : 조리교육의 운영 실태와 체계적인 조리인력 양성 방안. *한국조리학회지* 11(2):54.
 13. 전진화 · 진양호(2002) : 패밀리 레스토랑 인적 자원의 효율적인 관리방안에 관한 연구. *한국조리학회지* 8(2):1-18.
 14. 한국 직업 능력 개발원 (1999) : 직업 교육 훈련 대사전. 494.
 15. Gilme BH (1966) : *Industrial Psychology* 2nd ed., McGraw-Hill, 279-283, Tokyo.
 16. Parasuraman A · Zeithaml VA · Berry LL (1985) : A conceptual model of service quality and its implication for future research. *Journal of Marketing* 49(5):41-50.
 17. Steers RM · Porter LW · Bigley GA (1996) : *Motivation and Leadership at Work*. McGraw-Hill, 230-243, New York.
 18. Zeithaml (1988) : The contingency approach: its foundations and relevance to theory building and research in marketing. *Journal of Marketing* 22(7):37-64.

2008년 10월 27일 접 수
 2008년 11월 27일 1차 논문수정
 2008년 12월 6일 2차 논문수정
 2008년 12월 13일 게재 확정