

인터넷 정보품질이 직무만족 및 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구 -호텔 및 프랜차이즈 식음료 사업 중심으로-

채규진*, 장대성**, 김민수***

A Study of the Impact of Internet Information Quality on Job Satisfaction and Organizational Performance -Focusing on Hotel and Franchising Restaurant Business-

Gyu-jin Chae *, Daesung Chang **, Min-su Kim ***

요약

인터넷 기반의 정보시스템은 모든 기업들에게는 필수적인 요소이며 기업 활동을 위해 전략적으로도 활용되어지고 있다. 이러한 정보시스템은 더 이상 외식기업도 예외는 아니다. 본 연구는 외식사업에서 제공하는 정보품질이 근로자 직무만족에 영향을 주는가와 그리고 경영성과에 어떻게 영향을 미치는지를 알아보았다. 본 연구에서는 인터넷 정보품질은 근로자 직무만족에 영향을 주는 것으로 판명되었다. 그리고 경영성과에도 영향을 주는 것으로 나타났다. 본 연구를 바탕으로 좀 더 다양하고 활발한 연구가 진행되어 한식의 세계화와 외식기업의 글로벌화를 위한 인터넷 정보시스템 품질에 더욱 노력 하여야 할 것으로 생각된다.

Abstract

Internet explosion has revolutionized the way the industries, including that of the hospitality industry have conducted their businesses. With any new technology, there is a need to explore, define, develop and refine practices in its usage. The main purpose of this study was to examine how internet information influence employees job satisfaction and organizational performance. Employees were asked through surveys to evaluate four specific factors: format, accuracy, content and timeliness (FACT) in terms of their importance when making a restaurant choice. The findings of this study were as follows: internet information quality influenced business performance and employees job satisfaction.

▶ Keyword : 정보품질(Information Quality), 직무만족(Job Satisfaction), 경영성과(Business Performance)

• 제1저자 : 채규진

• 접수일 : 2008. 10. 9, 심사일 : 2008. 10. 17, 심사완료일 : 2008. 11. 26.

* 경영학 박사, 상명대학교 강사 ** 경기대학교 경영학과 교수 *** 한서대학교 항공관광학과 교수

I. 서론

21세기는 정보혁신의 시대로 불리고 있다. 18세기의 산업 혁명에 이장 되는 이러한 정보혁명으로 인한 커다란 변화는 이제 기업들이 물리적인 공간에서 경쟁해야 할 뿐만 아니라, 새로운 가상적인 공간에서도 경쟁을 해야만 한다는 것이다. 즉, 이제는 정보가 물리적인 세계를 도와주는 역할에서 벗어나 새로운 가치를 가지게 되었고, 새로운 자원으로서의 역할을 담당하게 되었다. 따라서 기업은 물리적인 세계에서 뿐만 아니라 가상적인 세계에서도 경쟁해야만 살아남을 수 있게 된 것이다.

이러한 무한경쟁의 시대에서 기업 경쟁력을 강화하고자하는 노력은 외식 기업에서도 나타나고 있다. 자체 인터넷의 활용을 통한 업무효율성 뿐만 아니라, 각종 인터넷도구를 활용한 고객과의 접점의 기회를 더욱 늘리려는 노력이 증가하고 있다[5].

1970년대 이후부터 가파른 경제성장의 영향으로 외식업에 대한 관심과 참여는 급속히 증가하고 있으며, 현재의 외식은 인간의 기본적인 욕구 충족을 떠난 삶의 질을 더욱 풍족하게 하는 수단에 더 가까운 문화생활의 일부로 인식 되고 있다.

이러한 외식산업은 유형인 상품이 생산과 판매가 한 장소에서 이루어지는 대표적인 노동집약적 산업인 동시에 고객에게 제공하는 무형의 재화인 인적서비스 그 자체가 하나의 상품가치로서 중요한 영업매체가 되고 있다. 기존에 선행 되어진 연구를 보면, 고객이 일반적으로 외식업을 선택하는 요소로는 맛, 청결, 서비스, 가치 등 여러 가지 요인이 있으나 고객의 재구매 태도를 결정하는 결정적인 요인은 외식기업으로부터 고객이 받은 직원들의 인적서비스에서 기인된다고 할 수 있다. 이것은 곧 외식기업에서의 직원의 역할이 얼마나 중요한가를 나타내는 것이다.

또한 외식기업에서 제공하는 인터넷 기반의 정보품질도 외식기업의 경영성과로 이어지는 중요한 요인으로 인식되어지고 있으나 이에 대한 연구와 관심이 아직은 미비한 상황이다. 그리고 직원들이 매일 사용하는 인터넷 시스템의 정보품질과 직무만족과의 연구가 외식기업 분야에서는 아직 미비한 실정이다. 직무만족과 경영성과와의 관계에 대한 연구는 많았으나 이 역시 정보품질과의 연계를 통한 연구는 찾기 힘들다.

현재 여러 기업이 직면하고 있는, 기업이 제공하는 정보품질과의 관계는 앞으로도 더욱 중요한 기업 경영환경의 변수로 작용될 것으로 생각 된다. 이에 본 연구의 목적은 외식기업체의 인터넷 정보품질이 직원들의 직무만족 그리고 조직의 경영

성과에 어떠한 영향을 주는지를 분석하여 향후 외식기업들의 경영전략을 제시하고자 한다.

본 연구의 통계 분석은 AMOS 7.0을 이용한 확인요인분석 및 공분산 구조분석과 SPSS 12.0을 이용한 빈도분석(frequencies analysis), 신뢰성분석(reliability analysis), 요인분석(factor analysis), 분산분석(ANOVA) 등의 통계분석 방법을 이용하였다.

II. 문헌고찰

2.1 정보품질

정보의 품질수준을 측정하기 위해서는 측정변수들을 선택할 필요가 있다. 따라서 본 연구에서는 측정변수들을 도출해내기 위해 정보품질을 구성하는 요인들에 대하여 기존의 선행 연구들을 검토하였다.

정보시스템 평가에 있어 시스템 품질에 대한 성과측정은 정보시스템이 얼마나 경제적이고 목적에 부합하도록 개발되었으며, 따라서 성과측정은 사용하고 운용하는데 있어서 어느 정도의 효율성을 가지고 있는지에 초점을 맞추고 있다. 또한 시스템 자체의 품질성과를 측정할 때에는 정보시스템에서 사용하고 있는 하드웨어나 소프트웨어의 효과성과 효율성, 투입된 비용에 대해 시스템이 얼마나 가치 있게 운영되고 있는지를 판단한다. 또한 정보시스템개발 및 운용 투자에 대한 효율성과 시스템이 고장 없이 안정성을 가지고 작동하는지에 대한 컴퓨터 시스템의 신뢰도도 평가한다. 주요 명령이나 요구에 대한 반응시간, 데이터베이스의 내용과 사용자 인터페이스를 고려한 시스템의 특성도 측정되어진다. 정확성, 최신성, 상세성, 신뢰성, 유연성, 사용의 편의성, 완결성과 같은 데이터 특성에 대해서도 정보 시스템의 평가항목으로 고려되어야 한다.

초기의 정보품질에 관한 논의는 정확성(accuracy)을 중심으로 진행되었으나 점차 그것으로는 부족하다는 인식이 확산되기 시작하였다. 정확한 정보가 항상 유용한 것은 아니며 정보의 다른 특성들을 감안해야 한다는 지적이 제기되었다. 대표적인 것으로 Ballou and Pazer(1985)의 연구에서는 데이터 품질을 정의하면서 정확성(accuracy), 완전성(completeness), 일관성(consistency), 적시성(timeliness)의 4가지 차원을 사용하였다[10].

이런 관점들을 통해 다양한 측면으로 정보품을 측정할 수 있다는 장점이 있지만, 여기에서도 간과한 점은 정보를 사용하는 사용자의 활용을 감안하지 못했다는 점이다. 이러한

배경에서 Giri(1998)는 정보의 품질을 '사용상의 적합성'이라고 표현하였다. 기업이 정보를 활용함에 있어서, 다시 말해 어떤 특정한 용도에 적합하게 사용하기 위해서는 정보가 내용상의 정확성뿐만 아니라 사용상, 표현상에서도 적합해야 한다는 것이다(8).

또한 어떤 특정한 용도에 적합하게 사용된 정보가 또 다른 용도를 위하여 사용할 때에도 적합할 필요가 있다. 이렇게 정보의 이용 목적이 다양하다는 측면에서 보면 단순히 정보의 정확성을 포함한 내용의 우수성만으로 정보의 품질을 평가하면 오류를 범하기 쉽다. 정보의 품질을 평가하는 다양한 기준들은 바로 그 정보를 다양한 용도로 사용하는 사용자의 관점에서 제시될 필요가 있다. 그래서 정보품질은 정보시스템에 의해 산출 되어진 출력물의 가치와 유용성 또는 상대적 중요도에 초점을 맞추고 있다(4).

특히 정보시스템에 의한 결과물인 품질은 정보시스템이 직무성과 변수 중 하나인 직무만족도에 영향을 줄 수 있는 핵심요인 중 하나이다.

2.2 직무만족

인간이란 다양한 요구를 가진 존재로서 직무에 종사하여 여러 가지 가치를 추구한다. 물론 각자의 개성에 따라 추구되는 가치도 다양하겠으나 그 가운데에서도 조직 속의 인간으로 귀속, 성장, 안전, 승진, 임금 및 공로인정 등과 직무 그 자체에 대한 흥미 등이 예시될 수 있다(3). 이때의 직무만족이란 열거된 요인 전체에 대한 정서적 측면에서의 충족감이라 할 수 있다. 조직이란 항상 목표를 가지며 그 목표의 효율적 달성과 관련하여 동기유발을 위해 부단한 노력을 한다. 따라서 동기유발과 밀접한 관계에 있는 직무만족에 대한 연구 역시 다양하게 이루어져 온 것이다. 그 결과 직무만족에 대한 개념적 정의가 불분명하고, 또한 그 유사개념으로 사기나 동기부여 그리고 직무몰입 등의 개념들과 유사개념으로 혼용되고 있기도 하다(7).

Locke(1976)는 직무만족을 종업원이 자신의 직무에 대한 평가에서 얻어지는 유쾌한 또는 긍정적인 감정 상태라고 하였다.

직무에 관한 연구는 Hoppok(1935)의 연구 이후 Locke(1976)의 개념 및 비판 사이에서 3,000건 이상의 많은 연구가 발표되었다(13).

Smith(1955)는 직무만족은 각 개인이 자신의 직무와 관련하여 경험하는 모든 좋고 싫음의 감정의 상태 또는 이러한 감정들의 균형 상태에서 기인되는 일련의 태도라고 그의 연구에서 주장 하였다(11).

Porter and Lawler(1968)의 연구에서는 직무만족이란 구성원이 실제로 얻는 보상이 정당하다고 인정되는 보상의 수준을 초과한 정도라 하여 이러한 수준에 미달할수록 주어진 상황에 대한 불만은 더욱 증대된다고 하였다(14).

Mc Cormick과 Tiffin(1974)은 직무만족을 그 직무에서 얻어지는 또는 경험되는 욕구 만족의 정도의 함수라 하여 사람들이 그의 직무에 대하여 가지는 특태도로 각 개인의 가치관계에 따라 상이한 형태를 나타내므로 이것은 곧 직무에 대한 감정적 반응을 의미하는 것이라고 주장 하였다(12).

Quinn(1973)의 연구에서는 직무만족이란 어떤 특별한 직무내용 즉 보상, 안전, 관리 등에 대한 만족도를 근거로 계량화된 개선의 정도라고 주장 하였다(15).

박운성(1994)은 직무만족이란 행동, 정보, 정서의 3요소로 구성되어 있으며 강도가 다양하고 근원은 개인의 수많은 직능에 의하여 이루어진다고 말했으며, 또 다른 이론으로는 직무만족이란 개인의 직무나, 직무에 대한 개인의 느낌이나 감정의 반응으로서 정의했다(6).

위에서 서술한 선행 연구를 통해서 보면, 직무만족이란 종업원이 직무와 관련하여 경험하게 되는 유쾌한 감정의 상태라 할 수 있다. 여기서 직무란 여러 직위 가운데 주요한 일이나 특정한 일이 동일한 한 무리를 의미한다. 또한 만족이란 인식론적으로 감정적인 반응이라고 보는데, 감정적 반응은 내적 반응을 통해서만 발견되는 인간의 정신적 과정이라 할 수 있다.

이들 여러 가지 정의에서 볼 수 있듯이 직무만족은 개인의 욕구충족과 밀접히 관련된다. 욕구충족의 정도는 동기부여의 정도를 말하고, 이는 근무의욕에 많은 영향을 미친다.

2.3 경영성과

치열한 경쟁시장에서 경쟁의 초점은 단순한 가격경쟁에서 품질, 제품과 서비스혁신 및 고객의 요구에 부응할 수 있는 유연성과 같은 가격 이외의 경쟁으로 바뀌어가고 있다. 이러한 동태적 환경에서 경쟁하기 위한 경영전략의 수립은 반드시 경제상황, 고객의 요구, 주주들의 기대, 근로자의 요구조건, 자원과 같은 관련 변수들을 고려해 수립하여야 한다는 주장도 있다(1).

경영성과는 기업의 일정기간동안의 활동의 결과물로서, 그 기업의 경쟁력을 보여주며, 향후 미래에 대한 기업 활동의 방향제시의 역할을 수행한다. 경영성과를 측정하기위한 그동안의 연구는 경영학 전반에서 지속적으로 수행되어져 왔다.

과거의 경영성과 측정은 다양한 성과 측정을 해야 함에도 불구하고 재무성과측정과 같은 개별척도에 한정되어 왔다.

특히 주요성과의 경우 생산부문에서는 제조성과, 조직부문

에서는 조직성과, 마케팅 부문에서는 고객성과 그리고 재무부
문에서는 재무성과에 중점을 두어 기업의 경영성과가 평가되
어왔다. 하지만 이러한 개별부문에 대한 성과측정방법은
1990년대에 들어 변화하는 환경과 불확실성에 대한 성과측
정의 한계성으로 인해 많은 학자들에 의해 논란이 제기 되었
다[2].

성과측정이 단지 현재성과의 수준을 파악하는데 그치지 않
고, 미래 기업 활동의 방향을 제시하는 계획화의 원천적 단계
라고 볼 경우, 단편적인 성과측정의 결과가 미래 활동방향을
제시하거나 지침이 될 수 있는가이다[9].

성과측정을 하는데 제조업과 서비스업간에는 한 영역에서
연구결과를 공유할 수 없는 중요한 차이점이 있다. 바로 서비
스의 무형성(intangibility), 이질성(heterogeneity), 동시
성(simultaneity), 비영구성(perishability)이 그것이다.

무형성(intangibility)이란 유형의 상품과 무형의 서비스
가 복합되어있고 서비스 과정을 통제하기 어렵고, 이질성
(heterogeneity)은 인적 요소의 의존성이 강해 산출물(서비
스 질)의 동일성 유지 어려움이 있고 성과 표준의 다양성을
고려해야 한다.

동시성(simultaneity)은 생산과 소비가 동시 발생하는 특
징을 갖고 있으며, 사전 측정, 조사, 검증의 어려움 등이 존
재하고, 비영구성(perishability)의 경우 재고 축적, 재사용
불가하며 재고 보유의 어려움 등이 있다.

III. 연구모형 및 실증분석

3.1 연구모형

본 연구의 분석을 위해 아래의 그림1과 같이 연구모형을
제시하였다.

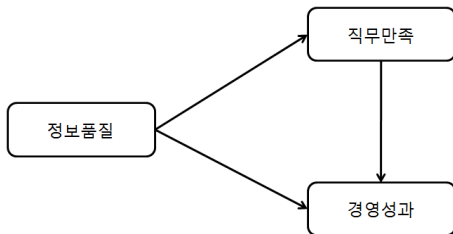


그림 1. 연구모형
Fig. 1 Research model

3.2. 표본의 선정과 조사방법

본 연구의 실증 분석을 위한 설문조사는 서울과 경기지역에
소재한 외식업체나 호텔 또는 커피전문점의 직원을 대상으로
하였다. 설문지는 총 310부를 배포하였고 그 중 237부가 회
수 되었고, 유효한 자료로는 231부를 분석 대상으로 하였다.

3.3 측정도구의 타당성과 신뢰성분석

본 연구에서는 측정도구의 내용타당성을 확보하기 위해 문
항의 어귀 및 의미의 명료성 등을 사전에 확인 하였으며 기존
의 문헌 연구를 통하여 충분한 정도의 문항을 취합하였다. 요
인분석에서는 요인 적재치 0.5 이상, 신뢰도계수는 0.6이상
을 평가 기준으로 하였다. 요인분석의 결과는 표1과 같다.

표1. 요인분석 결과
Table. 1 Result of factor analysis

요인	설문 문항	요인 적재치	아이겐값	누적 분산 비율	크론 바흐 알파
정확성	E_13	0.837	2.594	64.862	.818
	E_14	0.836			
	E_12	0.814			
	E_11	0.730			
내용	E_16	0.844	2.330	58.243	.757
	E_15	0.765			
	E_17	0.750			
	E_18	0.686			
형식	E_110	0.810	2.349	58.720	.764
	E_111	0.801			
	E_19	0.744			
	E_112	0.706			
정서성	E_116	0.838	2.503	62.576	.800
	E_114	0.820			
	E_113	0.758			
직무만족	E_115	0.745	2.585	51.697	.775
	E_S2	0.822			
	E_S1	0.753			
	E_S3	0.699			
	E_S4	0.678			
경영성과	E_S6	0.628	2.186	54.652	.712
	P3	0.790			
	P2	0.749			
	P4	0.734			
	P5	0.679			

3.4 2차 요인분석 및 확인요인분석

단일 차원성 검토 후에 정보품질과 같이 다수의 구성 개념들이 존재하여 분석에 활용할 경우 정보의 손실이 예상되는 개념들에 대해 2차 요인분석을 실시하여 하나의 잠재적 요인으로 변환 시켰다. 그 후에 본 연구의 측정항목들에 대하여 연구단위별로 확인요인분석을 실시하였으며 분석과정에서 단일 차원성을 저해시키는 항목들은 제거되었다. 각 단계별로 항목구성의 최적상태를 도출하기 위한 적합도를 평가하기 위하여 GFI(Goodness-of-Fit Index: 0.9이상 바람직), AGFI(Adjusted Goodness-of-Fit Index: 0.9이상 바람직), RMR(Root Mean Square Residual: 작을수록 바람직), NFI(Normed Fit Index: 0.9이상 바람직), χ^2 (작을수록 바람직), χ^2 에 대한 p값(0.05이상 바람직)등을 이용한다. 각 연구 단위들을 구성하는 측정항목들에 대한 확인요인분석 결과는 표2와 같다.

연구 변수중 2차 요인분석을 실시한 정보품질 변수는 측정변수 항목이 3개이므로 모형적합도가 1로 수렴하는 결과를 나타냈다. 확인요인분석 결과는 아래의 표2와 같다.

표2. 확인요인분석결과
Table.2 Result of confirmatory factor analysis

연구단위	CFA 이전 항목수	CFA 이후 항목수	GFI	AGFI	NFI	RMR	χ^2	p
정보품질	4	3	1.000	-	1.000	.000	-	-
직무만족	5	5	0.983	.950	.965	.027	8.418	.135
경영성과	4	4	.971	.855	.928	.036	11.817	.003

3.5. 연구모형 검정

본 연구의 가설을 검정하기 위해 그림1의 연구모형을 각각 AMOS 7.0을 이용하여 공분산구조분석으로 구조모형을 검정하였다. 구조방정식모형의 검정 결과는 아래의 표3과 같다.

표3. 구조방정식 모형의 적합도
Table.3 The model fit of covariance structure analysis

연구 모형	값	기준 값
χ^2	142.302	(p<0.001) 유효, (p>0.05 또는 p>0.01) 무효
χ^2/df	2.790	1-5사이의 값이 좋음 (James 등, 1982)

연구 모형	값	기준 값
PGFI	.587	0-1사이의 범위에서 높을수록 좋음(Gefen 등, 2001)
GFI	.898	0.9보다 크면 좋음 (Jöreskog와 Sörbom, 1989)
AGFI	.843	0.8보다 크면 좋음 (Gefen 등, 2001)
NFI	.820	0.9보다 크면 좋음 (Jöreskog와 Sörbom, 1989)
IFI	.877	0.9보다 크면 좋음 (Jöreskog와 Sörbom, 1989)
PNFI	.634	높을수록 좋음 (James 등, 1982)
TLI	.837	높을수록 좋음 (James 등, 1982)
RMSEA	.094	0.08보다 작으면 좋음, 0.05보다 작으면 매우 좋음
ECVI	.972	작으면 좋음 (Kelloway, 1998)

구조방정식 모형을 보면, $\chi^2=142.302$, 자유도(d.f.)=2.79, p=0.000, GFI=0.898, AGFI=0.843, IFI=0.877, TLI=0.837, ECVI=0.972, RMSEA=0.094를 갖는 모형이 도출되었다. 이모형들은 앞에서 언급한 공분산구조분석의 일반적인 평가기준을 삼는 지표들과 비교해 볼 때 χ^2 의 값이 비교적 높고 p값도 기준점보다 작게 도출되는 등 기준보다는 조금 부족한 수치를 나타내고 있다. 이때 χ^2 은 표본의 수가 증가하면 값이 커지는 경향이 있으므로, 케이스의 수가 모형을 기각해버리는 문제에 대한 점을 고려하여 여러 가지의 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 만족할 만한 수준의 값으로 모형적합도가 충족되었다고 볼 수 있으므로 적절한 것으로 판단한다.

3.6 연구모형의 구조방정식모형 검정

AMOS의 측정모형을 이용하여 확인요인분석을 실시한 결과 적합도 지수 모두에 문제가 없음을 보여주었다. 각 구성개념들에 대한 요인적재치도 통계적으로 유의하였다. 일반적으로 구조분석은 인과계수(Estimate)를 표준오차(S.E.)로 나눈 기각비(C.R.)의 t 값이 1.96이상이면 독립변수가 종속변수에 5%의 유의수준에서 유의한 영향을 주는 것으로 볼 수

있다. 본 연구에서 설정한 연구모형을 검증한 결과는 그림2와 같다.

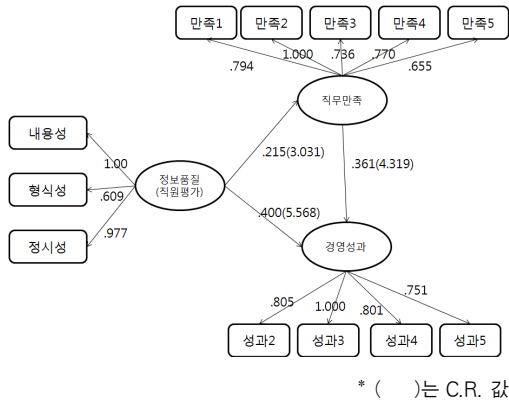


그림2. 연구모형의 AMOS 분석 결과
Fig.2 Result of AMOS analysis on the research model

가설 경로의 검증결과는 아래의 표4와 같다.

표 4. 구조모형 경로분석 결과
Table.4 Result of covariance structure analysis

가설	경로	Estimate	S.E	C.R	p
1	정보품질 ⇒ 직무만족	0.215	0.071	3.013	0.003
2	정보품질 ⇒ 경영성과	0.400	0.072	5.568	0.000
3	직무만족 ⇒ 경영성과	0.361	0.083	4.319	0.000

IV. 결론 및 시사점

첫째, 정보품질은 직무만족에 긍정적인 영향을 주는 것으로 나타났다. 멋진 디자인과 다양한 고객층에 맞는 정보제공 매체는 곧 내가 다니고 있는 회사를 불특정 다수에게 보여주는 직장의 얼굴 이므로 좋은 디자인과 형식 등이 전반적인 직무만족에 긍정의 영향을 주는 것으로 사료된다.

인터넷이 일상에서 분리되어질 수 없을 정도로 생활 속에 깊숙이 자리 잡아 가는 것으로 보인다. 그래서 많은 기업들에서 직원들의 업무도 거의 사내망(intranet)으로 연결되어 있다. 외식기업의 경우 고객의 접점에 있는 직원과 그렇지 않은 직원으로 구분되어진다. 기업에는 다소 위험의 부담은 있지만 고객과의 접점에서 고객을 대하는 직원들의 경우에 인터넷 상에서 개별적으로 고객과의 접촉을 허락하는 기업도 있는 것

로 나타났다.

외식기업의 경영자의 입장에서 보면 다소 불안한 면이 있을 것이다. 중간관리자 직급도 아닌 일반 직원이거나 비정규직의 직원이 고객 게시판에 글을 남기는 것이 어찌되었든 기업을 대표하는 일이기 때문이다.

현재 외식기업의 경우 정규직의 비율 보다는 비정규직의 비율이 상대적으로 높다. 그럼에도 불구하고 위의 예와 같은 것은 비정규 직원들에게도 일의 범위를 넓혀주고 책임감을 주는 일종의 임파워먼트(empowerment)의 한 부분으로 생각된다. 늘 시키는 일 만이 아니라 내가 책임지고 일 할 수 있다는 것도 직무만족의 큰 부분이라고 생각된다. 그리고 잘 구성되어진 정보시스템을 운영하는 업체의 경우 직원들에게도 적정하게 보상하고 전반적인 직무 환경이 일정 수준은 될 것이라는 생각 된다. 고객에게 정확하고 정시성 있는 정보를 제공하려고 노력하는 경영자라면 직원에게도 정확하고 약속을 잘 지키는 경영자일 것이기 때문이다.

고객에게는 잘 해주고 직원에게는 못해주는 경영자도 있겠지만 대체적으로는 내부고객과 외부고객 모두를 소중하게 여기는 것이 일반적일 것으로 판단된다. 그러므로 잘 구성되어지고 잘 운영되어지는 정보품질은 직무만족에 긍정의 영향을 주는 것으로 사료된다.

둘째, 정보품질은 경영성과에 긍정적인 영향을 주는 것으로 나타났다.

고객에게 제공되는 정보의 내용이 식음료 매장의 이용에 편리성을 주고, 이용에 대한 확신을 주는 것이 고객들의 식음료 영업장 이용에 대한 불안도 없애주는 것이므로 이러한 요소들이 곧 매출의 증대, 신규고객 창출, 기존 단골고객을 지속적으로 유지하는 요인들로 판단하는 것으로 사료되어진다.

한국어, 영어, 일어 등을 정보제공매체에 사용함으로 한국인뿐만 아니라 다양한 여러 나라의 고객이 식음료 영업장을 이용하게 한다. 특히 호텔이나 패밀리레스토랑의 경우 매출 비율은 낮지만 제공된 외국어를 보고 영업장을 방문하는 외국인의 수가 빈번하다.

상대적으로 한식당의 경우 홈페이지를 운영하는 영업장이 증가하고 있으나 영어, 일어 또는 중국어로 정보를 제공하는 기업은 적다. 그래서 상대적으로 본 연구의 조사 대상이었던 외식기업들의 경우 외국인들의 방문도 많고 재무적 성과도 높을 것으로 생각된다. 그리고 호텔을 제외한 두 곳의 브랜드는 젊은 층의 고객들이 선호하는 측면이 있다. 그러다 보니 대상 기업들의 인터넷 홈페이지는 다소 화려하고 밝은 색깔 그리고 젊은 층이 선호하는 음악도 나오게 하였다. 즉 타겟(target) 고객에 맞는 형식을 따라가고 있다. 이러한 여러 이유들이 경

영성공에 긍정적인 영향을 주는 것이라 판단된다.

셋째, 직무만족은 경영성공에 긍정적인 영향을 주는 것으로 나타났다. 외식기업의 근무특징중의 하나가 팀(team)형태로 움직인다는 것이다. 싫든 좋든 일정기간은 팀별로 움직인다. 그리고 또 하나의 특징은 직원들 연령대의 분산이 작다는 것이다. 그리고 젊은 층이라는 것이다. 이러한 요소들이 만들어내는 근무환경은 독특한 면이 많다. 팀제로 움직이기에 각자가 팀에 맞추지 않으면 전체가 다 같이 힘든 특징이 있다.

그래서 팀워크(team work)를 최대의 가치로 생각 하는 경향이 강하다. 임금수준은 낮을지 모르나 전반적인 복지수준은 평균이상인 것으로 나타났다. 이러한 요인들이 고객접점에서 근무하는 직원들을 하나로 묶어주는 것들이며, 더러는 큰 시너지(synergy) 효과를 내기도 한다. 그래서 일반적인 기업 조직과는 좀 다른 양상을 보인다.

직원들의 연령대가 낮고 팀워크가 강조되다보니 받는 보수나 근무환경과는 무관하게 직무에 긍정적인 어떤 힘을 발휘하기도 하는 것이 외식기업의 직원문화의 특징이다.

본 연구의 조사 대상이었던 호텔과 패밀리레스토랑 그리고 커피전문점의 경우 호텔을 제외하고는 대체적으로 연령대가 20대 초중반 이었다. 특히 커피전문점의 경우는 대부분 비정규직원으로 20대 초반이 대부분이었다. 아직은 사회경험이 부족하고 기준에 타 기업에서의 근무 경력 등이 짧으므로 현재 자기의 근무환경이나 복지수준 그리고 임금에 대해서도 기준이 없어서 대체로 회사에 대한 만족이 보통 이상이었을 것으로 판단된다.

호텔의 경우는 불특정 다수가 이용하는 곳 보다는 특정의 소수가 이용하는 측면이 많으므로 경영상의 호경기와 불경기의 변동이 크지는 않을 것으로 생각된다. 그리고 패밀리레스토랑이나 커피전문점에 비하여 근무환경이나 임금도 좋은 편이고 복지수준도 잘 돼 있는 것으로 나타났다. 그래서 이러한 여러 이유가 직무만족으로 이어지고, 이것이 외부고객에게 질 좋은 서비스로 연결되어진다고 생각된다.

참고문헌

[1] 강두식(2004), 의료기관의 서비스 지향성이 경영성공에 미치는 영향에 관한 연구, 인천대학교 박사학위논문, pp.48~49.
 [2] 강정수(2007), 특1급 호텔의 레스토랑이미지와 성과에 관한 연구, 극동대학교 박사학위논문, p.19.
 [3] 김성혁·원용희, (1992), "직무만족과 서비스제공 수준에 관한 연구", 관광학 연구, 제15 호, pp.45~49.

[4] 김영택(2001), 생산정보의 품질측정에 관한 연구, 서강대학교 박사학위논문, pp.19~20.
 [5] 노경호(2002), 기업 인트라넷이 경영성공에 미치는 영향에 관한 연구, 동국대학교 박사학위논문, p.4.
 [6] 박운성(1994), 『현대조직행동론』, 박영사, p.174.
 [7] 이주연(2004), 정보품질이 직무성공에 미치는 영향: e-비즈니스 시스템의 사용자 역할을 중심으로, 인하대학교 박사학위논문, pp.32~34.
 [8] 조규만(2007), K사의 고객 정보시스템의 정보품질 평가 모델에 관한 탐색적 연구, 한양대학교 박사학위논문, pp.16~17.
 [9] 홍기운(2003), 외식기업의 시장 지향적 경쟁전략이 경영성공에 미치는 영향에 관한 연구, 경기대학교 박사학위논문, p.61.
 [10] Donald, P. Ballou and Harold, L. Pazer (1985), Modeling Data and Process Quality in Multi-Input, Multi-Output Information Systems, Management Science, Vol.31, No.2, pp.150~162.
 [11] H. Smith(1955), Psychology of Industrial Behavior, New York, McGraw-Hill, p.45.
 [12] J. Tiffin and E. McCormick(1974), Industrial Psychology, 6th ed, Prentice-Hall. p.34.
 [13] Locke, E. A.(1976), "Job Satisfaction and Job Performance: A Theoretical Analysis," Organizational Behavior and Human Performance, Vol.3, pp.484~500.
 [14] Porter, L. and Lawler, E.(1968), "The Effects of Performance on Job Satisfaction", Industrial Relation, No.7, pp.20~28.
 [15] R. Quinn(1973), "Evaluation Weighted Model of Measuring Job Satisfaction: A Cinderella Story", Organizational Behavior and Human Performance, Vol.10, p.2.

저 자 소 개



채 규 진

1994: 배재대학교 독문과 졸업
2003: 경기대학교 서비스경영
대학원 석사
2008: 경기대학교 경영학 박사
현재: 상명대학교 강사
관심분야: 서비스 경영, 서비스 마케팅, e-비즈니스



장 대 성

1978년: 한국외국어대학교 법과대학
법학과 졸업
1987년: University of Nebraska
-Lincoln, MBA
1992년: University of Nebraska
-Lincoln, 경영학 Ph.D.
현재 : 경기대학교 경영학부 교수
관심분야 : 서비스 및 생산운영 시스템



김 민 수

1990년: 경원대학교 독문학과 졸업
2004년: 경기대학교 경영학 석사
2007년: 경기대학교 경영학 박사
현재: 한서대학교 항공관광학 조교수
관심분야 : 서비스 품질, 항공사 서비스