

대학생의 패밀리레스토랑 선택에 영향을 미치는 중요요인의 평가

강종헌 · 김정미
순천대학교 조리과학과

Measuring the Important Factors Influencing Family Restaurant Choice

Jong-Heon Kang · Jung-Mi Kim
Food & Cooking Sciences, Suncheon National University

Abstract

The aim of this study was to test the different situational characteristics of family restaurant choice. Accordingly, this study measured the important factors influencing family restaurant choice between university student's situational characteristics. In this study, the important factors were food presentation-related, facility-related, food quality & value-related and service-related factors.

The findings from this study were as follows.

Results of analyzing the validity and the internal consistency of important factors showed that the convergent and discriminant validities of important factors are supported, and cronbach's alpha showed that the internal consistency of important factors is supported. It was found that groups of different situational characteristics perceived that facility factor was significantly important factor influencing their family restaurant choice. It was found that the important factor was statistically significant with regard to the difference situational characteristics. Finally, the results of the study provide some insights into the market-oriented types of foodservice marketing strategies or tactics to enable family restaurant to effectively manage and more competitive.

Key words : situational characteristics, family restaurant choice, important factors

1. 서 론

특정 이용상황에 적합한 음식 및 서비스에 대한 고객의 욕구를 만족시켜 패밀리레스토랑 운영의 활성화를 도모하고, 식생활문화의 개선 및 발전을 위해서 경영자는 특정 이용상황으로 음식점을 이용하는 고객들이 음식점을 선택할 때 중요하게 생각하는 요인에 대한 평가 결과에 초점을 두고 패밀리레스토랑을 운영하여야 한다. 그러려면 패밀리레스토랑 경영자는 패밀리레스토랑 선택에 영향을 미치는 중요요인을 평가하여 특정 이용상황 특성의 집단들 중에서 어떠한 고객집단이 요인들 중에서 어떠한 요인을

중요하게 생각하고 있는지, 요인들이 특정 이용상황 특성의 집단들 간에 차이가 있는지, 그리고 요인들 중 어떠한 개별 중요요인이 특정 이용상황 특성의 집단들 간에 차이가 있는지를 파악할 수 있어야 한다.

그러나 지금까지 국내에서 이용고객들을 조사대상으로 패밀리레스토랑에 대해 연구한 논문들로 서로 다른 요인들로 조합된 패밀리레스토랑들의 선호 순위를 평가한 연구¹⁾, 패밀리레스토랑 요인에 대한 지각 및 만족과 행동의도 간의 관계를 분석한 연구들²⁻⁷⁾, 패밀리레스토랑 요인의 인구통계학적 변수와 이용상황 특성별 차이를 분석한 연구들⁸⁻¹²⁾, 패밀리레스토랑의 마케팅활동에 대한 인지도, 만족도와 매력도 간의 관계를 분석한 연구¹³⁾가 있었으나 패밀리레스토랑을 선택할 때 특정 이용상황 특성들에서 중요한 요인에 대해 평가하고, 그 결과로 패밀리레스토랑

Corresponding author: Jong-Heon Kang, Suncheon National University, 315, Maegok-dong, Suncheon 540-742, Korea
Tel: 061-750-3694
Fax: 061-750-3608
E-mail: astckjh@hanmail.net

경영자들에게 도움이 될 수 있는 시사점을 제시한 연구는 이용빈도별 요인의 차이를 평가한 강⁹⁾, 김¹⁰⁾과 백¹¹⁾의 연구들 이외에 거의 없었다. 이러한 연구가 패밀리레스토랑의 관리적인 관점뿐만 아니라 이론적인 관점을 고려한다면 이와 같은 연구의 필요성이 절실하다.

따라서 본 연구는 특정 이용상황 특성의 집단이 요인들 중에서 어떠한 요인을 중요하게 생각하고 있는지를 파악하기 위해 이용상황 특성에서 중요요인을 분석하고, 요인들이 특정 이용상황 특성의 집단들 간에 차이가 있는지를 파악하기 위해 중요요인의 이용상황 특성별 차이를 분석하고, 그리고 요인들 중 어떠한 개별 중요요인이 특정 이용상황 특성의 집단들 간에 차이가 있는지를 파악하기 위해 개별 중요요인의 이용상황 특성별 차이를 분석하는데 목적을 두었다.

II. 연구방법

1. 조사 대상 및 방법

본 연구는 광양시에 위치하고 있는 패밀리레스토랑들을 조사대상업체로 선정하고, 2003년 7월 1일부터 15일동안 광양시에 소재하고 있는 대학생들을 조사대상자들로 선정하여 남학생 63명과 여학생 161명으로부터 설문을 조사하였다.

설문 조사는 조사대상자들에게 조사의 취지를 설명하고, 조사대상자에게 패밀리레스토랑이 어떠한 레스토랑이라는 것을 설명하고, 설문내용 중 지출비는 1회에 지출가능한 비용이라고 설명하여, 설문지를 배부하고, 각각의 폐쇄식 설문 문항(close-ended questions)에 응답하도록 하는 자기기입식 방법(self-administered questionnaires)으로 이루어졌다.

2. 조사 내용

1) 조사대상자의 일반사항에 관한 조사

본 연구는 조사대상자의 일반사항을 파악하기 위하여 성별 변수와 이용상황 특성들을 선정하여 명목척도로 조사하였다. 이용상황 특성들은 Kaynak, Kucukemiroglu and Aksoy¹⁴⁾, Kara, Kaynak and Kucukemiroglu¹⁵⁾, June and Smith¹⁶⁾의 연구들을 참고하여 이용빈도, 지출비와 식사시간으로 선정되었다. 이러한 이용상황 특성들은 집단을 분류하는데 사용되었다.

이용빈도군은 월 1회 이용하거나 월 1회도 이용하지 못한다고 대답한 응답자를 레스토랑 이용 다빈

도군, 월 2~3회 이용한다고 대답한 응답자를 보통 이용빈도군, 그리고 월 4회 이상 이용한다고 대답한 응답자를 레스토랑 이용 소빈도군으로 분류하였다. 지출비군은 1회 지출비가 1만원 미만이라고 대답한 응답자를 소액 지출비군, 1회 지출비가 1만원~2만원이라고 대답한 응답자를 보통 지출비군, 그리고 1회 지출비가 2만원 초과라고 대답한 응답자를 고객 지출비군으로 분류하였다. 식사시간군은 주로 패밀리레스토랑을 점심에 이용한다고 대답한 응답자를 점심 식사시간군, 점심과 저녁 사이에 이용한다고 대답한 응답자를 점심과 저녁 사이 식사시간군, 저녁에 이용한다고 대답한 응답자를 저녁 식사시간군, 그리고 저녁 이후에 이용한다고 대답한 응답자를 저녁 이후 식사시간군으로 분류하였다.

2) 패밀리레스토랑 선택에 영향을 미치는

중요요인들에 관한 조사

본 연구는 이용상황 특성에서 중요요인을 분석하고, 중요요인의 이용상황 특성별 차이를 분석하고, 개별 중요요인의 이용상황 특성별 차이를 분석하는데 사용될 패밀리레스토랑 선택에 영향을 미치는 중요요인들을 파악하기 위하여 Maclaurin and Maclaurin¹⁷⁾, Kivela¹⁸⁾, Qu¹⁹⁾, Bojanic and Shea²⁰⁾, Cadotte and Turgeon²¹⁾, June and Smith¹⁶⁾의 연구들을 참고하여 20개 항목들을 측정도구로 선정하고, 각각의 항목들에 대하여 아주 중요하게 생각한다면 ⑤를 선택하고, 아주 중요하지 않게 생각한다면 ①을 선택하도록 하는 5점 등간척도로 조사하였다.

3. 자료의 통계처리

조사대상자의 일반적인 사항은 빈도분석 방법을 사용하여 파악되었다. 이용상황 특성에서 중요요인을 분석하고, 중요요인의 이용상황 특성별 차이를 분석하고, 개별 중요요인의 이용상황 특성별 차이를 분석하는데 사용될 패밀리레스토랑 선택에 영향을 미치는 중요요인들의 개념 타당성은 탐색요인분석(exploratory factor analysis)과 무차편상관관계분석(zero-order partial correlation analysis)의 방법들을 사용하였으며, 신뢰성은 크로바 알파(Cronbach's alpha)에 의해 분석하였다. 패밀리레스토랑 선택에 영향을 미치는 중요요인들을 추출하는데 사용될 측정도구들의 자료 적합성은 KMO의 표본적합도와 바틀렛(Bartlett)의 검정에 의해 분석되었다. 중요요인의 이용상황 특성별 차이를 분석하는데 사용될 패밀리레스토랑 선택에 영향을 미치는 중요요인들의 자료 적

합성은 바틀렛(Bartlett)의 검정에 의해 분석되었다.

특정 이용상황 특성의 집단들 중에서 어떠한 집단이 요인들 중에서 어떠한 요인을 중요하게 생각하고 있는지를 파악하기 위한 이용상황 특성에서 중요요인 분석은 대응일치분석 방법을 사용하였다. 본 연구에서 대응일치분석 방법은 Ivy²²⁾의 연구에서와 같이 유클리디언 거리측도(Euclidean distance measure)를 적용한 방법이었다.

요인들이 특정 이용상황 특성의 집단들 간에 차이가 있는지를 파악하기 위한 중요요인의 이용상황 특성별 차이 분석은 다변량분산분석(MANOVA) 방법을 사용하였다. 요인들 중 어떠한 개별 중요요인이 특정 이용상황 특성의 집단들 간에 차이가 있는지를 파악하기 위한 개별 중요요인의 이용상황 특성별 차이 분석은 일원분산분석(one-way ANOVA) 방법을 사용하였다.

III. 결과 및 고찰

1. 조사대상자의 일반적인 사항

설문지는 250부가 배포되고 224부가 회수되어 89.6%의 회수율을 보였다. 회수된 224부의 설문지들 중 어떠한 설문지도 결측값이 발견되지 않아 모두가 분석에 사용되었다. Table 1에 의하면, 본 연구에 참여한 응답자들 중에서 남성 응답자는 63명, 그리고 여성 응답자는 161명이었다.

조사대상자의 이용상황 특성을 보면, 레스토랑 이용 소비빈도군은 86명, 보통 이용빈도군은 78명, 그리고 레스토랑 이용 다빈도군은 60명이었다. 소액 지출비군은 83명, 보통 지출비군 65명, 그리고 고액 지출비군은 76명이었다. 점심 식사시간군은 50명, 점심과 저녁 사이 식사시간군은 54명, 저녁

Table 1. Characteristics of respondents

Characteristic variables		N	%
Gender	Male	63	28.1
	Female	161	71.9
Frequency of purchase	Low Once or less/month	86	38.4
	Medium 2-3 times/month	78	34.8
	High More than 4 times/month	60	26.8
Price willing to pay	Low ₩10,000 or less /once	83	37.1
	Medium ₩10,000-20,000/once	65	29.0
	High More than ₩20,000/once	76	33.9
Eating time	Lunch	50	22.3
	Lunch-Dinner	54	24.1
	Dinner	57	25.4
	Supper	63	28.1
Total		224	100.0

식사시간군은 57명, 그리고 저녁 이후 식사시간군은 63명이었다.

2. 중요요인들의 개념 타당성과 신뢰성

본 연구는 패밀리레스토랑에 미치는 중요요인들을 파악하기 위하여 20개 측정도구들의 상관행렬에 대해 주성분분석을 수행하였다. 20개 측정도구들의 상관행렬들에 대해 구형성을 검정한 결과에 의하면 KMO의 표본적합도가 0.918이었고, 바틀렛의 검정($\chi^2 = 2196.215$, $df=190$)이 통계적으로 유의하여($p<0.001$) 본 연구의 측정도구들은 주성분분석에 적합한 자료들이었다.

직교회전 이후에 측정도구들과 요인들로 분류된 4개 중요요인들 간 상관관계 정도가 0.494 이상으로 나타났고, 4개 중요요인들이 설명할 수 있는 변수들의 분산 크기가 2.80 이상으로 나타났다. 설명력에서 4개 중요요인들은 전체분산의 약 62% 이상을 설명하는 것으로 나타났다. 4개 중요요인들은 개별 요인에 구성된 변수들을 설명해 주는 정도가 약 43% 이

Table 2. Results of factor analysis

	Correlation	Communality	AVE	Eigenvalue (% of Variance)
Food color	.721	.686	.825	3.547 ¹ (17.737)
Food shape	.780	.747		
Food height	.792	.730		
Garnishing	.641	.643		
Arrangement	.541	.608	.748	3.185 ² (15.926)
Parking & Exteria	.737	.564		
Interia	.747	.673		
Rest room	.638	.497		
Seat & table type	.584	.578		
Table decoration	.697	.606		
Menu design	.520	.438		
Food temperature	.540	.566	.781	2.962 ³ (14.808)
Food quantity	.737	.616		
Food price	.807	.677		
Food texture	.738	.694		
Food flavor	.494	.511	.819	2.800 ⁴ (14.002)
Uniform	.666	.565		
Reception service	.787	.718		
Food service	.741	.715		
Farewell service	.728	.662		
KMO measure of sampling adequacy				.918
Bartlett's test of sphericity				$\chi^2 = 2196.215/df = 190$ Sig. = .000***

Notes : 1=Food presentation, 2=Facility, 3=Food quality & value, 4=Service, *** $p<0.001$.

상들로 나타났다. 그리고 Fornell and Larcker²³⁾가 추천한 평균분산추출값이 0.7 이상으로 나타났기 때문에 요인으로 분류된 4개 중요요인들의 집중타당성이 입증되었다.

Maxham and Netemeyer²⁴⁾의 연구에서와 같이 변수들 간 상관계수의 제곱, 즉 특정 변수가 다른 변수에 의해 표현되는 분산 비율(shared variance)과 개념들의 평균분산추출값들을 비교하여 판별타당성을 검증한 결과에 의하면 평균분산추출값들이 Table 3의 분산 비율들보다 높게 나타났기 때문에 중요요인들의 판별타당성도 입증되었다.

4개 중요요인들에 대한 신뢰성의 추정치들이 Table 3에서 제시되었다. Nunnally²³⁾는 0.60과 0.70 이상의 크론바 알파가 내적일관성을 나타내는 기준이라고 하였다. 본 연구에서 중요요인들에 대한 신뢰성의 추정치들은 약 0.62와 0.82로 나타났기 때문에 본 연구에서 사용하고 있는 중요요인들이 충분한 내적일관성(internal consistency)을 보이고 있음을 알 수 있었다. 따라서 본 연구는 4개 중요요인들에 포함된 측정도구들의 성격을 고려하여 첫 번째 요인을 음식 프레젠테이션 요인, 두 번째 요인을 시설 요인, 세 번째 요인을 음식 품질과 가치 요인, 그리고 네 번째 요인을 서비스 요인으로 명명하였다.

본 연구는 연구목적을 달성하기 위하여 요인들로 분류된 4개 중요요인들의 총합척도(summated scale)를 종속변수로 사용하여 다변량분산분석을 수행하였다. 총합척도들로 개발된 4개 중요요인들이 다변량분산분석에 적합한 자료인지를 파악하기 위하여 Rao and Wang²⁵⁾의 연구에서와 같이 4개 중요요인들의

상관행렬에 대해 타들렛(Bartlett)의 검정을 수행하였다. 검정 결과에 의하면, 검정통계량이 통계적으로 유의하게 나타나서($\chi^2=361.427$, $df=6$, $p<.001$) 총합척도들로 개발된 4개 중요요인들은 다변량분산분석에 적합한 자료들이었다.

3. 이용상황 특성에서 중요요인의 분석

1) 패밀리레스토랑 이용 빈도에 따른 중요요인 분석

어떠한 이용빈도군에서 어떠한 요인이 중요요인으로 나타났는지를 파악하기 위한 대응일치분석의 결과는 Table 4에서 제시되었다. Table 4에서 보는 바와 같이 본 연구가 이용빈도에 의해 응답자를 3개 이용빈도군들로 분류하고 있기 때문에 차원의 수는 2개였다. 첫 번째 차원은 비정칙값이 0.036이었고, 94.6%의 분산을 설명하고 있는 것으로 나타났다. 이러한 2개 차원에 나타난 이용빈도와 중요요인의 관계는 Fig. 1에서 제시되었다.

Fig. 1에 의하면, 3개 이용빈도군들은 서로 다른 사분면에 위치하고 있다. 3개 이용빈도군들 중에서 레스토랑 이용 소빈도군은 시설 요인과 관련이 있는 것으로 나타났기 때문에 시설 요인은 레스토랑 이용 소빈도군에서 중요요인임을 알 수 있다. 그러나 음식 프레젠테이션 요인과 서비스 요인은 레스토랑 이용 소빈도군과 보통 이용빈도군에서 중요요인으로 나타났다. 그리고 음식 품질과 가치 요인은 3개 이용빈도군들 모두에게서 중요요인으로 나타났다. 이러한 결과는 패밀리레스토랑을 많이 이용하지 못한 레스토랑 이용 소빈도군이 이용빈도가 상대적으로

Table 3. Matrix of zero-order correlations and reliability

	Mean(SD)	1	2	3	4
1. Food presentation	3.0616(.8056)	[.8672]	.603	.673	.580
2. Facility	3.0744(.7433)	.364	[.8196]	.431	.588
3. Food quality & value	3.2812(.7269)	.453	.186	[.8095]	.490
4. Service	3.0748(.8281)	.336	.346	.240	[.8285]
KMO measure of sampling adequacy				.764	
Bartlett's test of sphericity		$\chi^2 = 361.427/df = 6$ Sig. = .000***			

Notes: Intercorrelations are included in the upper triangle of the matrix, Shared variances in percent are included in the lower triangle of the matrix. Each scale's reliability(Cronbach's α) is reported in the diagonal in brackets.

*** p<0.001, ** p<0.01.

Table 4. Summary of dimension results: frequency of purchase

Dimension	Singular Value	Inertia	Proportion of Inertia		Confidence S.D.	Singular Value Correlation
			Accounted for	Cumulative		
1	.036	.001	.946	.946	.033	.243
2	.009	.000	.054	1.000	.012	
Total		.001	1.000	1.000		

많은 고객들 보다 시설 요인에 대해 잘 몰라서 나타나게 된 결과라 생각한다. 한편 서비스 요인은 Kaynak, Kucukemiroglu and Aksoy¹⁴⁾와 Kara, Kaynak and Kucukemiroglu¹⁵⁾의 연구들과는 다르게 레스토랑 이용 소비도군과 보통 이용빈도군들에서 중요하게 생각하는 요인으로 나타났다. 이것은 이들의 연구들에서 시설 요인을 패밀리레스토랑 선택에 영향을 미치는 중요요인으로 포함시키지 않았기 때문이라고 생각된다. 따라서 기존에 패밀리레스토랑 선택에 영향을 미치는 중요요인들로 밝혀진 요인들이라도 새로운 요인을 포함시켰을 때 기존의 중요요인들 보다 더 중요한 요인으로 나타날 수 있다는 것을 알 수 있다.

2) 패밀리레스토랑 음식비용 지출정도에 따른 중요요인 분석

어떠한 지출비군에서 어떠한 요인이 중요요인으로 나타났는지를 파악하기 위한 대응일치분석의 결과는 Table 5에 제시되었다. Table 5에서 보는 바와 같이 본 연구가 지출비에 의해 응답자를 3개 지출비군들

로 분류하고 있기 때문에 차원의 수는 2개였다. 첫 번째 차원은 비정칙값이 0.037이었고, 92.1%의 분산을 설명하고 있는 것으로 나타났다. 이러한 2개 차원에 나타난 지출비와 중요요인의 관계는 Fig. 2에서 제시되었다.

Fig. 2에 의하면, 3개 지출비군들은 서로 다른 사분면에 위치하고 있다. 3개 지출비군들 중에서 고액 지출비군은 시설 요인 및 서비스 요인과 관련이 있는 것으로 나타났기 때문에 시설 요인과 서비스 요인은 고액 지출비군에서 중요요인임을 알 수 있다. 그러나 음식 프레젠테이션 요인은 소액 지출비군과 보통 지출비군에서 중요요인으로 나타났다. 그리고 음식 품질과 가치 요인은 3개 지출비군들 모두에게서 중요요인으로 나타났다. 이러한 결과는 지출이 큰 고객들이 다른 지출비군들 보다 지출에 상응하는 쾌적한 환경과 높은 수준의 서비스를 제공받고자 하는 욕구로 인해 나타나게 된 결과라 생각한다.

3) 식사시간군에 따른 중요요인 분석

어떠한 식사시간군에서 어떠한 요인이 중요요인으

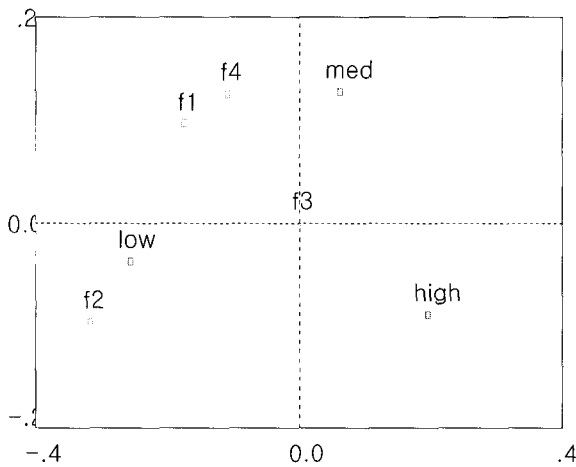


Fig. 1. Perceptual map showing positioning of frequency of purchase

f1: food presentation factor, f2: facility factor, f3: food quality & value factor, f4: service factor, low: low frequency of purchase, med: medium frequency of purchase, high: high frequency of purchase

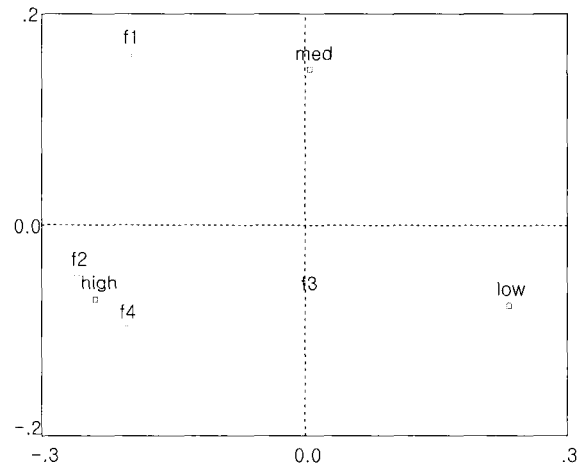


Fig. 2. Perceptual map showing positioning of price willing to pay

f1: food presentation factor, f2: facility factor, f3: food quality & value factor, f4: service factor, low: low price willing to pay, med: medium price willing to pay, high: high price willing to pay

Table 5. Summary of dimension results: price willing to pay

Dimension	Singular Value	Inertia	Proportion of Inertia		Confidence S.D.	Singular Value Correlation
			Accounted for	Cumulative		
1	.037	.001	.921	.921	.026	.112
2	.011	.000	.079	1.000	.020	
Total		.001	1.000	1.000		

로 나타났는지를 파악하기 위한 대응일치분석의 결과는 Table 6에서 제시되었다. Table 6에서 보는 바와 같이 본 연구가 식사시간에 의해 응답자를 4개 식사시간군들로 분류하고 있기 때문에 차원의 수는 3개였다. 첫 번째 차원은 비정칙값이 0.055이었고, 93.5%의 분산을 설명하고 있는 것으로 나타났다. 2개 차원들에 의해 설명할 수 있는 분산의 크기는 98.8%였다. 이러한 2개 차원에 나타난 식사시간과 중요요인의 관계는 Fig. 3에서 제시되었다.

Fig. 3에 의하면, 4개 식사시간군들은 서로 다른 사분면에 위치하고 있다. 4개 식사시간군들 중에서 저녁 식사시간군은 시설 요인과 관련이 있는 것으로 나타났기 때문에 시설 요인은 저녁 식사시간군에서 중요요인임을 알 수 있다. 그러나 음식 프레젠테이션 요인, 음식 품질과 가치 요인, 그리고 서비스 요인은 점심 식사시간군, 저녁 식사시간군과 점심과 저녁 사이 식사시간군에서 중요요인으로 나타났다. 이러한 결과는 저녁 이후 식사시간군이 일반적으로 정해진 식사시간에 식사하지 못하여 다른 정해진 식사시간에 식사하는 고객들에 비해 공복감이 커서 나타나게 된 결과라 생각한다.

4. 중요요인의 이용상황 특성별 차이 분석

1) 패밀리레스토랑 이용 빈도에 따른 중요요인 차이 분석

패밀리레스토랑 선택에 영향을 미치는 중요요인의 이용빈도군별 차이를 평가한 결과에 의하면, 이용빈도군별 중요요인의 차이가 통계적으로 유의하게 나

타났다(F=3.288, p<0.01).

Table 7에서 개별 중요요인의 이용빈도군별 차이를 평가한 결과에 의하면, 4개 중요요인들 중에서 음식 프레젠테이션 요인, 음식 품질과 가치 요인, 그리고 서비스 요인의 이용빈도군별 차이가 통계적으로 유의하지 않게 나타났으나(p>0.05), 시설 요인(p<0.001)의 이용빈도군별 차이는 통계적으로 유의하게 나타났다.

사후분석 결과에 의하면, 레스토랑 이용 소빈도군

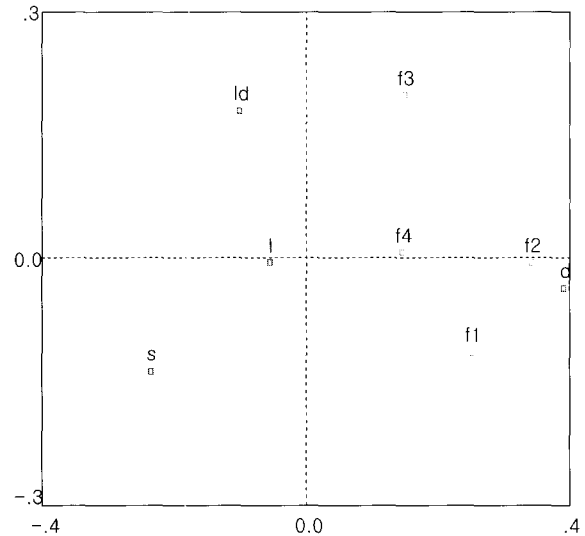


Fig. 3. Perceptual map showing positioning of eating time

f1: food presentation factor, f2: facility factor, f3: food quality & value factor, f4: service factor, l: lunch, d: dinner, ld: lunch-dinner, s: supper

Table 6. Summary of dimension results: eating time

Dimension	Singular Value	Inertia	Proportion of Inertia		Confidence S.D.	Singular Value Correlation
			Accounted for	Cumulative		
1	.055	.003	.935	.935	.037	.027
2	.013	.000	.053	.988	.015	
3	.006	.000	.012	1.000		
Total		.003	1.000	1.000		

Table 7. The difference between factors and frequency of purchase

Attribute	F	p	Mean for each group			
			Low	Medium	High	Total
Overall MANOVA test						
Wilks' λ	.889	3.288				
Univariate ANOVA tests						
Food presentation	1.881	.155	3.1744	3.0513	2.9133	3.0616
Facility	7.974	.000***	3.3159 ^a	2.9530 ^b	2.8861 ^b	3.0744
Food quality & value	.159	.853	3.2651	3.2641	3.3267	3.2812
Service	.809	.447	3.1366	3.0929	2.9625	3.0748

** p<0.01, *** p<0.001,

a-b: Means with different superscripts in the same row differ significantly(p<0.05) by Duncan's multiple range test.

이 패밀리레스토랑을 선택할 때 시설 요인에 대해 중요하게 생각하는 정도는 보통과 레스토랑 이용 다빈도군들 보다 통계적으로 유의할 정도로 높게 나타났다($p<0.05$). 이러한 결과는 백¹¹⁾의 연구에서 식당 시설·설비 세련성의 이용빈도군별 차이가 있다는 결과를 뒷받침해 주는 결과였다. 음식 품질과 가치 요인의 이용빈도군별 차이가 통계적으로 유의하지 않은 결과는 김¹⁰⁾의 연구에서 건강을 위해서 더 많은 지출도 감수할 수 있다는 문항의 이용빈도군별 차이가 없다는 결과를 뒷받침해 주는 결과였다.

2) 레스토랑 음식비용 지출정도에 따른 중요요인 차이 분석

패밀리레스토랑 선택에 영향을 미치는 중요요인의 지출비군별 차이를 평가한 결과에 의하면, 지출비군별 중요요인의 차이가 통계적으로 유의하게 나타났다($F=2.748, p<0.01$).

Table 8에서 개별 중요요인의 지출비군별 차이를 평가한 결과에 의하면, 4개 중요요인들 중에서 음식 품질과 가치 요인, 그리고 서비스 요인의 지출비군별 차이가 통계적으로 유의하지 않게 나타났으나 ($p>0.05$), 음식 프레젠테이션 요인($p<0.05$)과 시설 요인($p<0.01$)의 지출비군별 차이는 통계적으로 유의하게 나타났다.

사후분석 결과에 의하면, 고액 지출비군이 패밀리 레스토랑을 선택할 때 음식 프레젠테이션과 시설 요인들에 대해 중요하게 생각하는 정도는 소액 지출비군 보다 통계적으로 유의할 정도로 높게 나타났다 ($p<0.05$).

3) 식사시간군에 따른 중요요인 차이 분석

패밀리레스토랑 선택에 영향을 미치는 중요요인의 지출비군별 차이를 평가한 결과에 의하면, 지출비군별 중요요인의 차이가 통계적으로 유의하게 나타났다($F=3.322, p<0.001$).

Table 9에서 개별 중요요인의 식사시간군별 차이를 평가한 결과에 의하면, 4개 중요요인들 중에서 음식 품질과 가치 요인, 그리고 서비스 요인의 식사시간군별 차이가 통계적으로 유의하지 않게 나타났으나($p>0.05$), 음식 프레젠테이션 요인($p<0.01$)과 시설 요인($p<0.001$)의 식사시간군별 차이는 통계적으로 유의하게 나타났다.

사후분석 결과에 의하면, 점심과 저녁 사이 식사시간군이 패밀리레스토랑을 선택할 때 음식 프레젠테이션과 시설 요인들에 대해 중요하게 생각하는 정도는 점심, 저녁과 저녁 이후 식사시간군들 보다 통계적으로 유의할 정도로 높게 나타났다 ($p<0.05$).

Table 8. The difference between factors and price willing to pay

Attribute	F	p	Mean for each group		
			Low	Medium	High
Overall MANOVA test					
Wilks' λ	.906	2.748			.006**
Univariate ANOVA tests					
Food presentation	3.218	.042 [†]	2.8867 ^b	3.1415 ^{ab}	3.1842 ^a
Facility	5.475	.005**	2.9016 ^b	3.0513 ^{ab}	3.2829 ^a
Food quality & value	.108	.898	3.2988	3.2462	3.2921
Service	2.768	.065	2.9518	3.0269	3.2500

* $p<0.05$, ** $p<0.01$,

a-b: Means with different superscripts in the same row differ significantly($p<0.05$) by Duncan's multiple range test.

Table 9. The difference between factors and eating time

Attribute	F	p	Mean for each group			
			Lunch	Lunch-Dinner	Dinner	Supper
Overall MANOVA test						
Wilks' λ	.837	3.322				.000***
Univariate ANOVA tests						
Food presentation	4.235	.006**	3.0200 ^b	3.3889 ^a	2.9263 ^b	2.9365 ^b
Facility	9.520	.000***	3.0067 ^b	3.5062 ^a	2.9795 ^b	2.8439 ^b
Food quality & value	2.598	.053	3.2520	3.4481	3.3544	3.0952
Service	1.433	.234	3.1200	3.2454	3.0175	2.9444

** $p<0.01$, *** $p<0.001$,

a-b: Means with different superscripts in the same row differ significantly($p<0.05$) by Duncan's multiple range test.

IV. 결 론

본 연구는 패밀리레스토랑을 조사대상업체로 선정하고, 대학생들이 패밀리레스토랑을 선택할 때 중요하게 생각하는 요인을 평가하고자 하였다.

본 연구는 패밀리레스토랑 선택에 영향을 미치는 중요요인을 평가하기 위하여 패밀리레스토랑을 이용한 경험이 있는 대학생들에게 250부의 설문지들을 배포하여 224부를 회수하고 분석에 사용하였다. 연구의 결과와 연구 한계는 다음과 같았다.

본 연구는 패밀리레스토랑 선택에 영향을 미치는 중요요인을 파악하기 위하여 20개의 측정도구들을 선정하였다. 선정된 측정도구들에 대한 요인분석과 신뢰성 분석의 실시로 4개 중요요인들을 추출하였고, 추출된 4개 중요요인들의 타당성과 신뢰성이 입증되었다.

이용상황 특성에서 중요요인을 분석한 결과에 의하면, 음식 프레젠테이션과 서비스 요인들은 레스토랑 이용 소비도군과 보통 이용빈도군들에서 중요요인들, 시설 요인은 레스토랑 이용 소비도군에서 중요요인, 그리고 음식 품질과 가치 요인은 이용빈도군들 모두에서 중요요인으로 나타났다.

음식 프레젠테이션은 보통과 고액 지출비군들에서 중요요인, 시설과 서비스 요인들은 고액 지출비군에서 중요요인들, 그리고 음식 품질과 가치 요인은 지출비군들 모두에서 중요요인으로 나타났다. 음식 프레젠테이션, 시설, 음식 품질과 가치, 그리고 서비스 요인들은 점심, 저녁과 저녁 이후 식사시간군들에서 중요요인들로 나타났다.

중요요인의 이용상황 특성별 차이를 분석한 결과에 의하면, 패밀리레스토랑 선택에 영향을 미치는 중요요인의 이용빈도군별 차이는 통계적으로 유의하였고, 시설 요인의 이용빈도군별 차이가 통계적으로 유의하게 나타났고, 보통과 레스토랑 이용 다빈도군들 보다 레스토랑 이용 소비도군이 시설 요인을 더 중요하게 생각하는 것으로 나타났다.

패밀리레스토랑 선택에 영향을 미치는 중요요인의 지출비군별 차이는 통계적으로 유의하였고, 음식 프레젠테이션과 시설 요인들의 지출비군별 차이가 통계적으로 유의하게 나타났고, 소액 지출비군들 보다 고액 지출비군이 음식 프레젠테이션과 시설 요인들을 더 중요하게 생각하는 것으로 나타났다.

패밀리레스토랑 선택에 영향을 미치는 중요요인의 식사시간군별 차이는 통계적으로 유의하였고, 음식 프레젠테이션과 시설 요인들의 식사시간군별 차이가

통계적으로 유의하게 나타났고, 점심, 저녁과 저녁 이후 식사시간군들 보다 점심과 저녁 사이 식사시간군이 음식 프레젠테이션과 시설 요인들을 더 중요하게 생각하는 것으로 나타났다.

이상의 연구 결과들을 종합해 보면, 특정 이용상황으로 패밀리레스토랑을 이용할 때, 그 고객은 일부 요인을 중요하게 생각한다는 것을 알 수 있다. 이것은 고객들이 특정 이용상황에 맞는 음식·서비스를 제공받기를 원한다는 것을 의미한다. 따라서 패밀리레스토랑 경영자는 어떠한 특정 이용상황의 고객군이 어떠한 특정 요인을 중요하게 생각하는지를 파악하고, 특정 이용상황으로 패밀리레스토랑을 이용하는 고객들이 원하는 음식·서비스를 제공하여야 할 것이라 생각한다.

본 연구의 분석 결과는 패밀리레스토랑 경영자들이 고객만족경영을 실현하기 위한 방안을 마련하는데 도움을 줄 수 있으리라 생각하지만 한계점들도 가지고 있다. 먼저 본 연구가 특정 지역의 패밀리레스토랑만을 조사대상으로 한정하고 있기 때문에 연구결과를 일반화하기 위해서 여러 지역의 패밀리레스토랑에 대하여 연구할 필요가 있다. 그리고 조사대상자를 대학생들만 아니라 다른 군을 조사대상자로 선정한다면, 다른 이용상황 특성들을 선정하여 연구할 필요가 있다고 생각한다.

참고문헌

1. Kang, JH : Measuring Preferences of University Students for Family Restaurants in the Eastern Part of Chonnam. Korean J. Soc. Food Cookery Sci., 19(5):581-591, 2003
2. Lee, AJ, Park, DH and Park, JW : Effect of the Service Quality of Foodservice Industry on Customer Satisfaction, Revising Intention, and Oral Transmitting Intention. Korean Journal of Hotel Administration, 12(1):191-213, 2003
3. Lee, JS and Kim, EK : The Relationship Among Image, Guests' Satisfaction, and Brand Loyalty of Family Restaurant. Journal of Tourism and Leisure Research, 15(2):99-118, 2003
4. Kim, SH, Kim, TG and Lee, JH : Determinants of Revisit Intentions in Family Restaurants: Customer Value, Customer Satisfaction, Switching Costs, Attractiveness of Alternatives. Journal of Tourism Sciences, 27(1):201-220, 2003
5. Nam, WJ and Park, HJ : The Difference of Selective Properties among Family Restaurant Brands. Journal of Foodservice Management, 5(3):91-108, 2002
6. Kang, JH : A Study on the Determinant Factors for Dining at Family Restaurant in Suncheon City. Korean J. Soc. Food Cookery Sci., 17(6):571-582, 2001
7. Kim, SH and Ko, HS : Differences between Family

- Restaurant Visitor Expectations of and Satisfactions with Service Quality. *Journal of Tourism Sciences*, 22(1):78-97, 1998
8. Cho, HS : A Study on the Buying Behavior of Restaurant Users -Focused on the Foreign Chain Family Restaurants in Kangnam-ku area, Seoul. *Journal of Foodservice Management*, 6(1):147-166, 2003
 9. Kang, JH : A Multiple Discriminant Approach to Identifying Frequent Users of Eating out at Family Restaurant. *Korean, J. Soc. Food Cookery Sci.*, 18(1): 109-118, 2002
 10. Kim, TH : Family Restaurant Patrons' Attitudes toward Nutrition & Healthy Menus. *Korean J. Dietary Culture*, 17(5):629-637, 2002
 11. Back, YC : A Study on Difference of the Factors of Customer's Assessment of Service Quality between the Family Restaurant and Fast Food Restaurant. *Journal of Tourism and Leisure Research*, 10(2):147-167, 1998
 12. Park, SA : An Analysis on the degree of Utilization of Korean Menu Items in Family Restaurants With Special Reference to Consumer Satisfaction. *Korean J. Dietary Culture*, 12(1):23-33, 1997
 13. Lee, JR : A study on preference of marketing activities for women customer in family restaurant. *Journal of Foodservice Management*, 6(1):65-83, 2003
 14. Kaynak, E, Kucukemiroglu, O and Aksoy, S : Consumer Preferences for Fast Food Outlets in a Developing Country. *Journal of Euromarketing*, 5(4): 99-113, 1996
 15. Kara, A, Kaynak, E and Kucukemiroglu, O : Marketing strategies for fast-food restaurants. *British Food Journal*, 99(9):318-324, 1997
 16. June, LP and Smith, SLJ : Service Attributes and Situational Effects On Customer Preferences For Restaurant Dining. *Journal of Travel Research*, 26(2) : 20-27, 1987
 17. Maclaurin, DJ and Maclaurin, TL : Customer Perceptions of Singapore's Theme Restaurants. *The Cornell H.R.A. Quarterly*, 41(3):75-85, 2000
 18. Kivela, JJ : Restaurant marketing : selection and segmentation in Hong Kong. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 9(3):116-123, 1997
 19. Qu, H : Determinant Factors and Choice Intention for Chinese Restaurant Dning. *Journal of Restaurant & Foodservice Marketing*, 2(2):35-49, 1997
 20. Bojanic, DC and Shea, LJ : Segmentation for a Multiunit Restaurant Operation. *Ther Cornell H.R.A. Quarterly*, 38(4):56-61, 1997
 21. Cadotte, ER and Turgeon, N : Key Factors in Guest Satisfaction, *The Cornell H.R.A. Quarterly*, 28(1):46, 1988
 22. Ivy, J : Higher education institution image : a correspondence analysis approach. *The International Journal of Educational Management*, 15(6):276-282, 2001
 23. Boshoff, C and Tait, M : Quality perceptions in the financial services sector. *International Journal of Service Industry Management*, 7(5):5-31, 1996
 24. Maxham, JG and Netemeyer, RG : Modeling customer perceptions of complaint handling over time: the effects of perceived justice on satisfaction and intent. *Journal of Retailing*, 78(4):239-252, 2002
 25. Rao, CP and Wang, Z : Evaluating alternative segmentation strategies in standard industrial markets. *European Journal of Marketing*, 29(2):58-75, 1995
-
- (2004년 2월 16일 접수, 2004년 4월 19일 채택)