The Korean Journal of Culinary Research
Vol. 13, No. 3, pp. 293~307 (2007)

특급 호텔 종사원들의 라이프스타일에 따른 웰빙 소비 행동 차이 분석

김 윤 민¶
경기대학교 대학원 외식조리관리 전공

An Analysis of the Differences in Well-being Consumption Behavior to the Lifestyle

Youn-Min Kim¶
Dept. of Foodservice Managment, Kyouggi University

Abstract

This article was to provide information enabling us to respond effectively to the well being market which has great potential of growth by studying well-being consumption behaviour according to the lifestyles of dining-out customers and to find out how their lifestyles have influence on well-being by investigating their patterns according to demographical characteristics of dining-out customers who play key role in consumption and will have great purchasing power in food service industry. First, factor analysis of variation of lifestyle, 6 factors are named conscious style, realistic style, self-regard style, health-focusing style, changeable style, and fashion-sensitive style. Second, factor analysis of well-being consumption behaviour, 5 factors over eigen 1 are selected and used in a research and they are named healthful food principle, physical health principle, mental health principle, confidence principle, and old-age planning principle. Analysis result reveals that there exists significant relationship between lifestyle and well-being consumption behaviour.

Key words : well being, consumption, lifestyle, foodservice, behavior.

Ⅰ. 서 론

현대 사회는 경제적, 사회적, 문화적, 기술적 요인으로 인한 환경적 변화 때문에 지식과 기술 중심의 정보화, 디지털 사회로 변화되어 가고 있다. 특히 사회적 요인과 문화적 요인 중에서 여성의 사회 진출 증가, 건강 관심 고조, 고령화 추이, 문화 생활 의식의 향상, 식생활의 서구화 추이 등 전반적인 변화가 형성되어 가고 있다. 즉, 생활에 있어서 물적 혹은 양적인 만족의 추구뿐만 아니라, 질적이고 정신적인 충족까지도 추구하려는 현상으로 볼 수 있다. 따라서 선진국을 비롯한 각국의 웰빙 시장 역시 빠르게 그 영역을 넓혀가고 있다. 그러므로 지속적인 경제 성장으로 선진국형 라이프스타일로 진입하고 있으며, 특히 고소득층에서 웰빙 소비가 빠르게 확산되며 건강을 중시하는 신라이프스타일이 등장할 것이다(진양호, 2004).

이러한 사회적 변화는 단편적인 분석만으로는

¶ : 교신저자, 011-9606-3223, presentmini@naver.com, 서울시 마포구 상암동

전반적인 고객의 만족을 기대할 수 없게 된다. 이에 다양한 변화를 예측하고 고객들을 충족시킬 수 있는 설명인자인 라이프스타일이 등장하게 되었다. 라이프스타일은 고객의 편익을 내포한 측정방법으로 사회·경제·문화의 급속한 환경변화에서 생활하고 있는 고객의 가치체계나 특성의 전반적인 이해를 할 수 있게 해 주었다. 그러므로 '잘 먹고 건강한 삶'이라는 개념을 지닌 웰빙 라이프가 생활 패턴으로 표출되어 하나의 트렌드를 형성하고 있으며, 이는 외식 고객의 소비 행동에 많은 영향을 미치고 있다. 따라서 웰빙 식생활 패턴은 사회·경제·문화적인 균형을 중심으로 식생활 수준을 향상시키고, 준거집단을 형성하며 필연적으로 의식주 생활에 커다란 변화를 가져온다.

기존의 라이프스타일에 따른 소비 행동에 관한 연구는 전반적으로 마케팅 분야에서 많은 연구가 이루어져 왔다. 외식 분야에서는 외식과 관련된 결과적 행위에 초점을 맞추고 연구가 진행이 되었다. 외식 소비 행동 웰빙 고객의 외식 소비 행동에 관련된 연구와 외식 소비 행동의 동기적 특성이나 일반적인 가치는 어떠한가에 대해 살펴본 연구는 미비한 상태이다.

따라서 본 연구에서는 라이프스타일 유형에 따른 외식 고객의 웰빙 소비 행동 대한 차이를 외식 고객을 유형화하여 유형에 따른 웰빙 소비 행동을 살펴보고, 라이프스타일이 이들의 웰빙 소비 행동에 어떠한 영향을 미치는 분석하는데 목적이 있다.

이에 웰빙 라이프 고객들은 경제 소득의 고저에 따라 유기적으로 외식 소비 활동을 보이고 있으며, 이들은 소비 트렌드의 변화를 주도하는 계층으로서 자유로운 사고방식을 기반으로 독특한 소비 패턴과 문화 창조의 리더 역할을 하고 있다. 그리고 이러한 연구를 통하여 외식 경영자는 고객의 변화하는 욕구를 파악하여 이익을 창출할 수 있다. 또한 외식 시장의 시장세분화 기초 자료를 제공하고, 트렌드를 분석하여 기업의 마케터로 하여금 시장세분화의 기초 자료와 포지셔닝 전략에 필요한 유용한 정보를 제공하고자 한다.

Ⅱ. 이론적 배경

1. 라이프스타일과 웰빙

라이프스타일이라는 용어는 사회학자인 막스 베버(Max Weber)와 심리학자인 알프레드 아들러(Alfred Adler)에 의해 처음으로 만들어졌다. 베버는 사회 계층을 경제적 관계, 특히 생산 체제에 참여하는 형(부르주아와 프롤레타리아)으로만 이해하는 것은 아주 불충분해서 계급(class) 이외에 지위 그룹(Status group)이라는 개념을 제안하였다(G. Roth & C. Wittich eds., Max Wever). 이후 라이프스타일의 개념은 사회, 심리, 개인, 그룹, 계층에 따른 차이를 표현하는 개념으로 사용되어 오다가 1963년 마케팅 분야에 도입된 것은 미국 마케팅협회(AMA)에서 『라이프스타일의 영향과 시장행동』을 주제로 발표한 후였다. 주제를 발표한 W. Lazer는 "라이프스타일은 시스템적 사고이다. 총체적이며 넓은 의미에 있어서 라이프스타일이란 사회 전체 또는 사회 일부분이 지니고 있는 차별적이고 특징적인 생활양식을 표현하는 구성요소와 관련있는 것으로서 문화, 자원 집단의 상징, 공식적 승인(licence) 및 개인적 승인(sanction) 등에 따라 유형화된 결과이다."라고 하였다(W. Lazer, 1963).

일반적으로 라이프스타일은 몇 가지의 방법으로 분류되고 있으나, 실제 라이프스타일의 유형 분석에 있어서는 분석의 목적에 따라 연구자의 주관적 판단으로 다양하게 나뉘는 경향이 있다. 이상의 정의에서 살펴본 바와 같이, 라이프스타일은 분석의 목적과 관심의 수준에 따라 학자들 간에 서로 다르게 기술하고 있지만 전체사회나 특정 개인 혹은 가족, 특정계층 또는 집단의 생활양식, 가치관, 태도, 실제적 행동 등이 통합된 체제로서 몇 개의 유형으로 분류되며 소비 행동에 영향을 주며 또한 차별적 또는 특징적인 생활양식으로서 이는 특징적인 요구와 욕구의 패턴을 뜻한다고 할 수 있다.

웰빙의 사전적 의미는 '안녕·행복·복리'로 규정하고 있다. 즉, Well(건강한, 만족스러운, 좋은) Being(삶)'이며, 이러한 생활을 추구하는 사람들로 규정하고 있으며, 웰빙족은 말 그대로 웰빙(Wellbeing)을 추구하는 사람들이다. 물질적 가치나 명예보다는 신체와 정신이 건강한 행복한 삶을 추구하는 사람들이 그들이다. 한 때 인터넷의 대두와 함께 급속히 변화해 가는 IT환경 속에서 떠올랐던 예티족과는 사뭇 다른 가치관을 지닌 집단이라고 할 수 있다. '젊고(Young)', '기업가적(Entrepreneurial)'이며, '기술에 바탕을 둔(Tech based)', '인터넷 엘리트(Internet Elite)'로 새로운 세기를 이끌어 가는 선도적인 집단으로 추앙 받았던 예티(YETTIE)족들이 자신을 하나의 상품으로 팔기 위해 끊임없이 자기개발에 투자하면서 휴일도 없이 근무하여 그에 대한 대가로 가족 및 인간관계의 유대단절까지도 감수해내는 집단이었다면 웰빙족은 직장과 가정을 철저히 분리하고 가족간의 유대를 중시하며 건강한 신체 및 정신의 수련을 통한 질적으로 풍요한 삶을 추구한다. 한편 풍요로움을 기반으로 고급스러운 문화를 향유하고 소비하는 것에서 만족을 느끼던 보보스족과도 일맥상통하는 것처럼 보일 수 있으나, 보보스족들이 자신들의 물질적 풍요를 바탕으로 고급스러운 생활방식으로 포장한 보헤미안적인 자유로움으로 배타적인 계급성을 드러낸 것에 비해 웰빙족이 추구하는 자유로움과 여유는 소박하고 가치 지향적이다. 그들은 자신의 건강을 지키기 위해 운동을 하거나 명상과 향기요법으로 마음의 피로를 풀거나 무공해 유기농채소로 식단을 꾸미는 등 타인을 의식하지 않고 소박한 실천을 하는 집단이다(심형석·송경진, 2004).

웰빙형 인간의 유형을 좀 더 세분화해 보면 돈은 있지만 낭비를 하지 않고 꼭 써야 될 것에만 쓰는 세이빙형(Saving)형, 정신적 여유와 자기개발을 추구하는 개발형, 건강과 생활의 자유를 중시하는 엔조이(Enjoy)형, 가족과 여유로운 생활을 추구하는 패밀리형이 있다. 처음에는 유기농 식품과 같은 먹거리에서 시작하였던 웰빙 바람은 점차 친환경 식품으로 확대되었고, 건강을 위한 운동법이 소개되었을 뿐만 아니라 사람들을 질병으로부터 해방시킬 의료 분야로까지 넓어지고 있다. 또한 신체적인 건강뿐만 아니라 정신적인 여유와 마음의 평화를 추구하는 웰빙 컨셉과 디지털기술이 결합되어 생활의 질을 개선하는 방향으로 나아가고 있다(김영한·임희정, 2004).

국내와 국외의 선행 연구를 살펴보면 다음과 같다. 국내 연구로는 강이주, 박명희(1990)의 라이프스타일에 따른 사회구성원들의 소비 패턴상의 차이를 연구, 박찬욱, 박미혜, 송미영(1992)은 우리나라 기혼 여성과 미혼 여성의 비교 분석을 통하여 라이프스타일에서 차이를 보이는 13개 요인을 밝혔으며, 조형오(1996)는 라이프스타일이 일상 소비 생활 및 매체 이용 행위 등 다양한 형태적 차이에 어떠한 영향을 미치는가를 체계적으로 파악한 연구, 박성연(1996)은 의식주, 소비, 문화 생활 등 5개 차원에서 한국인의 라이프스타일을 분류, 라이프스타일 외의 다른 행태적 변수들과 인구통계학 차원에 대한 분석, 채미선(1996)은 라이프스타일에 따른 케이블 TV시청자의 이용 패턴과 충족에 관한 연구, 현소은, 성예원(1998)은 주부 취업 여부에 따라 라이프스타일 및 구매의사 결정 과정에서의 일반직, 전문직, 비 취업주부의 차이를 분석한 연구, 김재휘(1999)는 소비자 행동 연구에서의 라이프스타일의 도입 경위와 접근 방법, 라이프스타일이란 변수의 유효성과 제한점에 대한 기술적인 연구, 장윤정(2000)은 X세대의 라이프스타일과 유형별 제품 소비 특성에 관한 연구, 전유명(2002)의 라이프스타일별 외식서비스 품질평가에 관한 연구가 있다. 국외 연구로는 Myers & Gutman(1974)는 개인들 간의 상호작용을 통해서 공동 목표를 채택하고 생활해 나가는 방법에 대한 결과적 행위를 사회계급에 근거하여 AIO방법을 사용하여 연구하였다. Renold & Darden(1974)은 인간이 그 스스로 개성있게 변화되어 가고 있는 구조체제를 개인구조이론에 근

거해서 라이프스타일에 대한 이론적 구축을 시도하였다. Berkman & Gilson(1978)은 소비에 의해서 결정되는 행동들의 통일된 패턴 태도, 가치, 의견, 관심, 그리고 드러난 행동(Overt Behavior) 등으로 라이프스타일을 측정하였다. Mitchell(1983)은 프로그램을 개발하여 9가지로 라이프스타일 유형을 정리하였는데, 생존자형, 생계유지형, 소속지향형, 경쟁지향형, 성취지향형, I-AM-ME형, 경험자형, 사회사업형, 종합형으로 유형을 분류하였다. Hakins(1983)은 생활 주기를 통해 형성된 고유한 라이프스타일은 개인적 상황, 문화, 사회계층, 준거집단, 가족, 개성 등의 영향을 받는다고 주장하였다.

이러한 연구의 결과를 종합하면 라이프스타일의 유형분석에 있어서는 연구자의 주관적인 경향은 있으나, 전체사회나 특정 개인 혹은 가족, 특정계층 또는 집단의 생활 양식, 가치관, 태도, 실제적 행동 등이 통합된 체제로서 소비 행동에 영향을 준다고 나타났다.

Ⅲ. 연구방법

1. 연구 가설 및 방법

본 연구에서는 선행연구를 기초로 하여 다음과 같이 연구가설을 설정하였다.

가설 1 : 인구통계학적 특성에 따른 웰빙 요인에 유의한 차이를 나타낼 것이다.

1-1. 웰빙 요인은 성별에 따라 유의한 차이를 나타낼 것이다.

1-2. 웰빙 요인은 연령에 따라 유의한 차이를 나타낼 것이다.

1-3. 웰빙 요인은 결혼 여부에 따라 유의한 차이를 나타낼 것이다.

1-4. 웰빙 요인은 가족 수에 따라 유의한 차이를 나타낼 것이다.

1-5. 웰빙 요인은 근무 부서에 따라 유의한 차이를 나타낼 것이다.

1-6. 웰빙 요인은 학력에 따라 유의한 차이를 나타낼 것이다.

1-7. 웰빙 요인은 평균 수입에 따라 유의한 차이를 나타낼 것이다.

1-8. 웰빙 요인은 주거 소유별에 따라 유의한 차이를 나타낼 것이다.

1-9. 웰빙 요인은 주거 형태별에 따라 유의한 차이를 나타낼 것이다.

1-10. 웰빙 요인은 자동차 소유 여부에 따라 유의한 차이를 나타낼 것이다.

가설 2. 라이프스타일은 웰빙에 영향을 미칠 것이다.

2-1. 라이프스타일은 음식건강주의에 영향을 미칠 것이다.

2-2. 라이프스타일은 신체건강주의에 영향을 미칠 것이다.

2-3. 라이프스타일은 정신건강주의에 영향을 미칠 것이다.

2-4. 라이프스타일은 자신감주의에 영향을 미칠 것이다.

2-5. 라이프스타일은 노후대책주의에 영향을 미칠 것이다.

2. 조사대상과 조사기간

서울 지역 내의 특1급 호텔 5곳(H, S, R, L, M호텔)에 근무하는 직원 300명을 대상으로 편의표본 추출하여 2004년 8월 3일부터 8월 30일까지 설문지를 직접 배포하여 252부를 회수하였다. 그 중 응답이 부실하거나 내용을 신뢰할 수 없는 것을 제외한 총 233부가 최종 분석 대상으로 활용하였다.

3. 설문지 구성 및 분석방법

본 연구의 설문조사는 직접 호텔을 방문하여 연구의 취지를 설명하고 연구의 취지를 설명하고 설문지를 배포하여 수집하였다. 조사도구로 사용된 설문지는 RVS(Rokeach Value Survey)의 36개의 가치관 척도와 최근 미국에서 흔히 사용하고 있는 SRI(Stanford Research Institute)의 VALS (Value and Life-Style)를 바탕으로 페이스 팝콘이

제시한 미래의 트렌드와 웰빙의 트렌드가 많은 부분 일치한다는 가정 하에 라이프스타일 유형화에 사용되었던 문항을 행동 영역과 태도 영역으로 구분하여 작성하였다. 설문지 항목은 리커트 5점 척도를 기준으로 응답하도록 하였다. 각 척도의 기준으로 1점은 '전혀 그렇지 않다', 3점은 '보통이다', 5점은 '매우 그렇다' 로 제사하였다. 수집된 자료는 데이터 코딩을 하여 SPSS 12.0 통계 프로그램을 이용하였다. 통계 분석은 빈도 분석, 신뢰도 분석, 요인 분석, 분산 분석(ANOVA)을 실시하였다.

Ⅳ. 분석 결과

1. 일반적 사항

조사대상자의 일반적 사항에 대한 빈도 분석 결과는 〈표 1〉과 같다. 성별에서는 남성이 135명에 57.9%, 여성이 98명에 42.1%로 남성이 많았다. 결혼 여부는 미혼자가 119명에 51.1%로 기혼자보다 많이 나타났는데, 기혼자 중에서 배우자의 취업 여부는 취업이 86명에 36.9%를 나타났

〈표 2〉 조사대상자의 웰빙 소비 행동적 사항

구분	내용	빈도(명)	비율(%)
외식 횟수	주 1~2회	171	73.4
	3~4회	43	18.5
	5~6회	6	2.6
	매일한다	13	5.6
외식 비용	10만원 이하	125	53.6
	11~15만원 이하	45	19.3
	16~20만원 이하	28	12.0
	21~25만원 이하	20	8.6
	26만원 이상	15	6.4
외식 목적	기분전환	61	26.2
	가족과의 시간	72	30.9
	새로운 음식 경험	44	18.9
	가정내 식사 불가능	19	8.2
	영양적 음식 섭취	11	4.7
	시간 절약	25	10.7
	단체 급식 탈피	1	0.4
유기농 사용	원래 유기농 구입	41	17.6
	원래 일반적 구입	108	46.4
	웰빙 이후 유기농	17	7.3
	그날 시세에 따라 구입	67	28.8

구분	내용
외식시 동행인	친구
	가족
	동료
	선후배
	혼자
식습관	채식주의자
	육식주의자
	웰빙 이후 채식주의
	웰빙 이후 육식주의
	육식 채식 혼합
건강 관심	매우 생각
	보통 생각
	별 신경쓰지 않음
	웰빙 이후 관심 증가
	많이 먹는 것이 좋다
외식 정보 수집	매스컴
	요리 전문 프로그램
	전단지
	친구등의 구전

〈표 1〉 조사대상자의 일반적 사항

구분	내용	빈도(명)	비율(%)
성별	남성	135	57.9
	여성	98	42.1
연령	20~29세 이하	102	43.8
	30~39세 이하	96	41.2
	40~49세 이하	24	10.3
	50세 이상	11	4.7
학력	고졸 미만	4	1.7
	고졸	44	18.9
	대재 및 대졸	172	73.8
	대학원 이상	13	5.6
월평균 수입	100만원 이하	41	17.6
	101~150만원 이하	79	33.9
	151~200만원 이하	64	27.5
	201~250만원 이하	38	16.3
	251만원 이상	11	4.7
주거 형태	아파트	100	42.9
	빌라	58	24.9
	주택	67	28.8
	기타	8	3.4

〈표 3〉 라이프스타일요인에 대한 신뢰도

변수명	Mean	Alpha if item deleted
의식적 스타일	3.57	.5675
현실형 스타일	3.03	.6066
자기중심적 스타일	3.58	.6333
건강 위주 스타일	3.57	.5519
변화적 스타일	3.38	.5754
패션 민감 스타일	3.50	.5311
Standardized item alpha = .6466		

〈표 4〉 웰빙 요인에 대한 신뢰도

변수명	Mean	Alpha if item deleted
음식건강주의	3.20	.5550
신체건강주의	3.12	.6813
정신건강주의	3.28	.5485
자신감주의	3.05	.6635
노후대책주의	3.90	.6648
Standardized item alpha = .6001		

다. 연령은 20대가 102명에 43.8%를 나타내 가장 많은 분포를 보였다. 가족 수에서는 3~4명의 일반적인 분포가 114명에 48.9%를 나타나 가장 많았다. 근무 부서별로는 조리부가 127명에 54.5%로 전체의 반 이상의 분포를 나타났으며, 다음으로 식음료부, 객실부, 인사부, 연회부 순의 나타났다. 학력에서는 대학 재학 및 졸업자가 172명 73.8%로 가장 많았다. 월평균 수입에서는 101만원에서 150만원 이하가 79명 33.9%로 가장 많았다. 주거 소유는 자택이 127명에 54.5%로 가장 많았는데, 아파트가 100명에 42.9%로 가장 많은 분포를 보였다.

2. 타당도 검증

본 연구에서는 주성분 분석을 이용하여 요인분석을 실시하고 요인 적재치를 높이기 위해 베리맥스 회전(rotate=varimax)을 실시하였다. 요인

〈표 5〉 라이프스타일에 대한 요인 분석

변수명	요인명					
	의식적 스타일	현실형 스타일	자기중심적 스타일	건강위주 스타일	변화적 스타일	패션민감 스타일
거실 필수	.733					
집안 장식	.783					
집단 리더	.574					
금전 우선		.808				
식료품 저장		.798				
아침 식사			.750			
식생활			.870			
바캉스			.712			
음식 영양				.748		
무공해 식품				.634		
경제 정치				.834		
비만주의					.804	
지방 지향					.815	
휴일 계획					.742	
과감 패션					.738	
노후 투자						.788
패션 민감						.524
디자인						.789
의상 조화						.781

〈표 6〉 웰빙행동에 대한 요인 분석

변수명	요인명				
	음식건강	신체건강	정신건강	자신감	노후대책
카페인 지양	.846				
TV 회피	.525				
금연	.713				
비피더스	.591				
건강 운동		.793			
신발		.786			
절약		.608			
황토 속옷			.762		
건강 투자			.751		
스트레스			.787		
낙천주의			.794		
신용카드			.682		
재질 선택				.527	
싫은 일 안함				.824	
진정 친구					.657
돈은 행복					.663
정기저축					.639
자연친화적					.555

의 추출은 아이겐값(eigen-value)을 기준으로 하는 경우와 총 분산 중에 요인을 설명하는 비율에 따라 결정하는 방법이 있는데 본 연구에서는 아이겐값을 기준으로 요인을 추출하였다.

아이겐값을 기준으로 할 경우 보통 아이겐값이 1 이상인 것으로 사용한다. 따라서 라이프스타일의 변수에 대한 요인 분석에서는 아이겐값이 1 이상이 되는 6개의 요인을 추출하여 조사에 사용하였으며 13개의 변수가 제거되었다. 본 연구에서는 6개의 요인을 의식적 스타일, 현실형 스타일, 자기중심적 스타일, 건강위주 스타일, 변화적 스타일, 패션민감 스타일로 명명하였다. 또한 웰빙 소비 행동의 요인 분석에서는 아이겐값이 1 이상이 되는 5개의 요인을 추출하여 조사에 사용하였으며 3개의 변수가 제거되었으며 본 연구에서는 5개의 요인을 음식건강주의, 신체건강주의, 정신건강주의, 자신감주의, 노후대책주의로 각각 명명하였다.

〈표 7〉 성별에 따른 요인의 차이검증

구분 / 요인	성별		*t*-value	*p*
	남	여		
음식건강주의	3.09	3.36	−2.788	.006*
신체건강주의	3.26	2.91	3.883	.000**
정신건강주의	3.31	3.25	.802	.423
자신감주의	3.07	3.03	.394	.694
노후대책주의	3.92	3.88	.484	.629

주: *p<0.01, **p<0.001.

3. 인구통계학적 특성에 따른 차이 검증

성별에 따른 요인들의 대한 평균치와 *t*-검증결과 유의수준 0.01에서 음식건강주의가 유의적인 차이를 나타내었으며, 유의수준 0.001에서 신체건강주의가 유의적인 차이를 나타내었다.

결혼 여부에 따른 요인들의 대한 평균치와 *t*-검증결과 유의수준 0.01에서 신체건강주의가 유의적인 차이를 나타내었으며, 그 외의 요인들은 유의적인 차이를 나타내지 못하였다.

차량 소유 여부에 따른 요인들에 대한 평균치와 *t*-검증결과 유의수준 0.05에서 음식건강주의와 노후대책주의가 유의적인 차이를 나타내었으며, 유의수준 0.01에서 신체건강주의가 유의적인 차이를 나타내었다.

2) 분산 분석

연령에 따른 분산 분석 결과를 보면 유의수준 0.05 이하에서 노후대책주의가 유의한 차이를 나타내었으며, 유의수준 0.01에서 자신감주의가 유의한 차이를 나타내었다.

〈표 8〉 결혼 여부에 따른 요인의 차이검증

구분 / 요인	결혼 여부별		*t*-value	*p*
	기혼	미혼		
음식건강주의	3.16	3.25	−0.921	.358
신체건강주의	3.26	2.98	2.967	.003*
정신건강주의	3.32	3.25	.832	.406
자신감주의	3.05	3.06	−0.114	.910
노후대책주의	4.01	3.80	2.414	.017

주: *p<0.01.

〈표 9〉 차량 소유별에 따른 요인의 차이검증

구분 / 요인	차량소유별		*t*-value	*p*
	소유	비소유		
음식건강주의	3.31	3.09	2.266	.024*
신체건강주의	3.25	2.97	3.083	.002**
정신건강주의	3.33	3.24	1.132	.259
자신감주의	3.09	3.01	.877	.382
노후대책주의	4.00	3.81	2.276	.024*

주: *p<0.05, **p<0.01.

〈표 10〉 연령에 따른 요인의 차이검증

구분 / 요인	연령				*F*-value	*p*
	20~29세	30~39세	40~49세	50세 이상		
음식건강주의	3.18	3.20	3.29	3.22	.125	.945
신체건강주의	3.00	3.19	3.16	3.36	1.664	.176
정신건강주의	3.26	3.22	3.55	3.54	2.515	.059
자신감주의	3.01ab	3.18a	2.64b	3.27b	4.498	.004**
노후대책주의	3.82a	4.03a	3.92a	3.52b	3.061	.029*

주: *p<0.05, **p<0.01.

거주 가족수별에 따른 분산 분석 결과를 보면 유의수준 0.05 이하에서 음식건강주의와 노후대책주의가 유의한 차이를 나타내었으며, 유의수준 0.01에서 신체건강주의와 자신감주의가 유의한 차이를 나타내었다.

학력별에 따른 분산 분석 결과를 보면 유의수준 0.01 이하에서 음식건강주의, 정신건강주의와 노후대책주의가 유의한 차이를 나타내었다.

월평균 수입별에 따른 분산 분석 결과를 보면 유의수준 0.001 이하에서 정신건강주의와 자신감주의가 유의한 차이를 나타내었다.

주거 소유 여부별에 따른 분산 분석 결과를 보면 유의수준 0.05 이하에서 신체건강주의가 유의한 차이를 나타내었다.

주거 형태별에 따른 분산 분석 결과를 보면 유의수준 0.01 이하에서 신체건강주의, 자신감주의와 노후대책주의가 유의한 차이를 나타내었다.

4. 라이프스타일이 웰빙 요인에 미치는 영향력 검증

〈표 11〉 가족수별에 따른 요인의 차이검증

구분 / 요인	가족수별				*F*-value	*p*
	1~2	3~4	5~6	7명 이상		
음식건강주의	3.20a	3.3a1	2.95b	2.50c	3.043	.030*
신체건강주의	3.24a	3.16a	2.77b	3.00b	4.527	.004**
정신건강주의	3.21ab	3.36a	3.24a	2.80b	1.382	.249
자신감주의	3.20b	3.07b	2.74c	3.50a	4.560	.004**
노후대책주의	3.73b	3.99a	3.95a	4.25a	2.639	.050*

주: *p<0.05, **p<0.01.

〈표 12〉 학력별에 따른 요인의 차이검증

구분 / 요인	학력별				*F*-value	*p*
	고졸 미만	고졸	대졸	대학원 이상		
음식건강주의	3.50ab	2.84c	3.26b	3.67a	4.467	.002**
신체건강주의	3.66	2.98	3.15	2.94	1.325	.261
정신건강주의	3.25b	3.49a	3.25b	3.33a	4.510	.002**
자신감주의	2.87	3.11	3.06	3.03	.783	.537
노후대책주의	3.06b	3.78ab	3.94a	4.19a	3.381	.010**

주: *p<0.05, **p<0.01.

〈표 13〉 월평균 수입별에 따른 요인의 차이검증

구분 / 요인	월평균 수입별(만원)					*F*-value	*p*
	100 이하	101~150	151~200	201~250	251 이상		
음식건강주의	3.31	3.18	3.25	2.97	3.50	1.563	.185
신체건강주의	3.01	3.02	3.10	3.35	3.45	2.207	.069
정신건강주의	3.13bc	3.42b	3.08c	3.39b	3.78a	5.541	.000***
자신감주의	2.53c	3.18ab	3.10b	3.21a	3.22a	8.031	.000***
노후대책주의	3.85	3.82	3.94	3.96	4.20	1.074	.370

주: *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001.

〈표 14〉 주거 소유별 수입별에 따른 요인의 차이검증

구분 / 요인	주거소유별				*F*-value	*p*
	자택	전세	월세	임대/기타		
음식건강주의	3.12	3.27	3.43	3.31	1.408	.241
신체건강주의	3.04b	3.32a	3.01b	2.83b	3.506	.016*
정신건강주의	3.26	3.28	3.26	3.60	1.030	.380
자신감주의	3.01	3.08	3.25	2.95	.760	.518
노후대책주의	3.94	3.79	4.05	3.91	1.216	.305

주: *p<0.05.

〈표 15〉 주거형태별 수입별에 따른 요인의 차이검증

구분 / 요인	주거형태별				*F*-value	*p*
	아파트	빌라	주택	기타		
음식건강주의	3.22	3.15	3.27	2.75	1.225	.301
신체건강주의	2.96b	3.33a	3.11b	3.50a	4.284	.006**
정신건강주의	3.21	3.45	3.29	3.00	2.514	.059
자신감주의	2.97b	3.32a	2.94b	3.12b	4.181	.007**
노후대책주의	4.09a	3.74b	3.78b	3.81b	4.926	.002**

주: **p<0.01.

1) 라이프스타일이 음식건강주의에 미치는 영향

웰빙 요인에서 음식건강주의 요인에 대한 값을 종속변수로 하고, 라이프스타일의 6개 요인을 독립변수로 하여 회귀분석을 실시하였다.

본 모형에 대한 회귀식은 다음과 같다.

Y=1.440−0.116−1.983+0.144+0.201+0.378+0.153+ ε

Y=음식건강주의

X=의식적 스타일, 현실형 스타일, 자기중심적 스타일, 건강위주 스타일, 변화적 스타일, 패션민감 스타일

2) 라이프스타일이 신체건강주의에 미치는 영향

〈표 16〉 라이프스타일이 음식건강주의에 미치는 영향

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
		B	표준오차	베타		
R^2=.463 F=12.401	(상수)	1.440	.360		3.995	.000*
	의식적 스타일	− .116	.054	−.135	−2.146	.033*
	현실형 스타일	−1.983E-02	.055	−.022	− .363	.717
	자기중심적 스타일	.144	.065	.139	2.202	.029*
	건강위주 스타일	.201	.056	.213	3.574	.000*
	변화적 스타일	.378	.061	.373	6.248	.000*
	패션민감 스타일	.153	.049	.190	3.137	.002*

주: *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001.

웰빙 요인에서 신체건강주의요인에 대한 값을 종속변수로 하고, 라이프스타일의 6개 요인을 독립변수로 하여 회귀분석을 실시하였다. 본 모형에 대한 회귀식은 다음과 같다.

Y=2.247+4.832−1.907+7.983+0.118+1.655+0.135+ε

Y=신체건강주의

X=의식적 스타일, 현실형 스타일, 자기중심적 스타일, 건강위주 스타일, 변화적 스타일, 패션민감 스타일

3) 라이프스타일이 정신건강주의에 미치는 영향

웰빙 요인에서 정신건강주의요인에 대한 값을 종속변수로 하고, 라이프스타일의 6개 요인을 독립변수로 하여 회귀분석을 실시하였다. 본 모형에 대한 회귀식은 다음과 같다.

Y=2.659+6.764−7.001+9.564−1.241+0.168+0.103+ε

Y=정신건강주의

X=의식적 스타일, 현실형 스타일, 자기중심적 스타일, 건강위주 스타일, 변화적 스타일, 패션민감 스타일

4) 라이프스타일이 자신감주의에 미치는 영향

웰빙 요인에서 자신감주의요인에 대한 값을 종속변수로 하고, 라이프스타일의 6개 요인을 독립변수로 하여 회귀분석을 실시하였다. 본 모형에 대한 회귀식은 다음과 같다.

Y=1.841−2.457+0.322+2.474+5.239+0.144+5.941+ε

Y=자신감주의

X=의식적 스타일, 현실형 스타일, 자기중심적 스타일, 건강위주 스타일, 변화적 스타일, 패션민감 스타일

〈표 17〉 라이프스타일이 신체건강주의에 미치는 영향

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
		B	표준오차	베타		
R^2=.159 F=1.181	(상수)	2.247	.440		5.108	.000*
	의식적 스타일	4.832E-02	.066	.051	.734	.464
	현실형 스타일	−1.907E-02	.067	−.019	−.286	.775
	자기중심적 스타일	7.983E-02	.080	.070	1.003	.317
	건강위주 스타일	.118	.069	.114	1.721	.087
	변화적 스타일	1.655E-02	.074	.015	.224	.823
	패션민감 스타일	.135	.045	.180	2.974	.003*

주: *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001.

〈표 18〉 라이프스타일이 정신건강주의에 미치는 영향

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
		B	표준오차	베타		
R^2=.419 F=2.276	(상수)	2.659	.439		6.056	.000*
	의식적 스타일	6.764E-02	.066	.071	1.029	.304
	현실형 스타일	−7.001E-02	.067	−.069	−1.050	.295
	자기중심적 스타일	9.564E-02	.079	.083	1.204	.230
	건강위주 스타일	−1.241E-02	.068	−.012	− .181	.856
	변화적 스타일	.168	.074	.150	2.273	.024*
	패션민감 스타일	.103	.053	.126	1.966	.051

주: *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001.

〈표 19〉 라이프스타일이 자신감주의에 미치는 영향

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
		B	표준오차	베타		
R^2=.474 F=13.159	(상수)	1.841	.297		6.206	.000*
	의식적 스타일	−2.457E-02	.044	−.034	− .553	.581
	현실형 스타일	.322	.045	.424	7.157	.000*
	자기중심적 스타일	2.474E-02	.054	.029	.461	.645
	건강위주 스타일	5.239E-02	.046	.067	1.133	.258
	변화적 스타일	.144	.050	.172	2.893	.004*
	패션민감 스타일	5.941E-02	.044	.081	1.347	.179

주: *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001.

5) 라이프스타일이 노후대책주의에 미치는 영향

웰빙 요인에서 노후대책주의에 대한 값을 종속변수로 하고, 라이프스타일의 6개 요인을 독립변수로 하여 회귀분석을 실시하였다. 본 모형에 대한 회귀식은 다음과 같다.

Y=0.545+0.257+0.282+0.132−9.465+0.186+0.143+ ε

Y=노후대책주의

X=의식적 스타일, 현실형 스타일, 자기중심적 스타일, 건강위주 스타일, 변화적 스타일, 패션민감 스타일

4. 가설검증

1. 인구통계학적 특성에 따른 웰빙 요인에 유의한 차이를 나타낼 것이다(채택).

1-1. 웰빙 요인은 성별에 따라 유의한 차이를 나타낼 것이다(채택).

1-2. 웰빙 요인은 연령에 따라 유의한 차이를 나타낼 것이다(채택).

1-6. 웰빙 요인은 학력에 따라 유의한 차이를 나타낼 것이다(채택).

1-7. 웰빙 요인은 평균수입에 따라 유의한 차이를 나타낼 것이다(채택).

1-9. 웰빙 요인은 주거형태별에 따라 유의한 차이를 나타낼 것이다(채택).

1-10. 웰빙 요인은 자동차 소유여부에 따라 유의한 차이를 나타낼 것이다(채택).

2. 라이프스타일은 웰빙에 영향을 미칠 것이다(부분 채택).

2-1. 라이프스타일은 음식건강주의에 영향을 미칠 것이다(채택).

2-2. 라이프스타일은 신체건강주의에 영향을

〈표 20〉 라이프스타일이 노후대책주의에 미치는 영향

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
		B	표준오차	베타		
R^2=.456 F=11.945	(상수)	.545	.431		1.264	.208
	의식적 스타일	.257	.065	.251	3.980	.000*
	현실형 스타일	.282	.065	.258	4.314	.000*
	자기중심적 스타일	.132	.078	.107	1.690	.092
	건강위주 스타일	−9.465E-03	.067	−.008	−.141	.888
	변화적 스타일	.186	.072	.154	2.574	.011*
	패션민감 스타일	.143	.043	.210	3.298	.001

주: *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001.

미칠 것이다(기각).

2-3. 라이프스타일은 정신건강주의에 영향을 미칠 것이다(채택).

2-4. 라이프스타일은 자신감주의에 영향을 미칠 것이다(채택).

2-5. 라이프스타일은 노후대책주의에 영향을 미칠 것이다(채택).

V. 결 론

본 연구는 호텔 종사원의 라이프스타일에 따른 웰빙 소비 행동을 연구함으로써 성장 가능성을 지닌 웰빙 시장에 유연히 대처 할 수 있는 정보를 제공하고자 현재 소비의 주도적 역할을 하고 있고 향후 외식 시장에서 높은 구매력을 지닌 외식 고객의 인구통계학적 특성에 따른 라이프스타일 유형을 연구하여 라이프스타일이 웰빙에 어떠한 영향을 미치는가를 규명하기 위하여 수립되었다.

따라서 본 연구의 목적을 달성하기 위하여 문헌적 연구와 실증적 연구를 병행하여 실시하였으며, 수집된 데이터를 대상으로 하여 외식 고객의 인구통계학적 특성에 따른 라이프스타일 유형을 규명하고자 하였으며, 라이프스타일이 웰빙 소비 행동에 미치는 관계요인을 규명하고 제시하고자 하였다.

분석 결과 첫 번째로 라이프스타일의 변수에 대한 요인 분석에서 아이겐값이 1 이상이 되는 6개의 요인을 추출하여 조사에 사용하였으며, 6개의 요인을 의식적 스타일, 현실형 스타일, 자기중심적 스타일, 건강위주 스타일, 변화적 스타일, 패션민감 스타일으로 명명하였다.

두 번째로 웰빙 소비 행동의 요인 분석에서는 아이겐값이 1 이상이 되는 5개의 요인을 추출하여 조사에 사용하였으며, 5개의 요인을 음식건강주의, 신체건강주의, 정신건강주의, 자신감주의, 노후대책주의로 명명하였다.

세 번째로 인구통계학적 특성 10가지(성별, 연령, 결혼 여부, 가족 수, 근무 부서, 학력, 평균 수입, 주거 소유별, 주거 형태별, 자동차 소유 여부)에 따른 웰빙 요인에 대한 평균차이검증을 하여 라이프스타일의 변수에 대한 요인 분석에서 13개의 변수를 제거하였고, 웰빙 소비 행동의 요인 분석에서 3개의 변수가 제거되었다. 분석 결과를 살펴볼 때 외식 고객의 라이프스타일에 따른 웰빙 소비 행동 간에 유의한 관계가 있는 것으로 나타났다.

웰빙 고객은 같은 연령대라 하더라도 남녀에 따라 다르고, 주거형태 등에 따라 다르기 때문에 목표고객을 정확히 하지 않으면 그들의 필요와 욕구를 만족시킬 수 없다. 이에 본 연구에서는 외식 시장이 다양하고 급속히 변화하는 고객을 위한 서비스에 많은 시간과 고비용을 투자하고자 하는 노력의 중요성을 인식하고는 있지만, 현재와 앞으로 변화할 외식 고객을 만족시키기 위해서는 웰빙 고객행동에 대한 본질적이며 보다 전문화되고 세분화된 조사와 연구가 필요함을 보여주고 있다. 또한 이러한 고객행동에 관한 연구는 외식 고객으로 하여금 다양한 필요와 욕구를 충족시켜 줄 것이며, 외식업체로 하여금 보다 효율적인 고수익을 창출할 수 있을 것으로 사료된다.

본 연구를 하는데 있어서 한계점은 문제제기와 대상선정에 있어 '웰빙'에 관한 학문적기준이 명확하지 않아 그 기준을 선정함에 있어서 난해하였고, 선행연구가 미비하여 이론적 연구와 설문문항 구성의 어려움을 한계점으로 볼 수 있다. 따라서 향후 연구에서는 본 논문을 바탕으로 웰빙에 관한 학문적 기준을 정립하고 타당한 본질적의미를 정립할 수 있는 다양하고 체계적인 연구가 수행되어야 할 것으로 사료된다.

참고문헌

1. 김영한 · 임희정 (2004) : 웰빙마케팅, 다산북스, 서울, 41.
2. 심형석 · 송경진 (2004) : 웰빙 비즈니스, 박영

률출판사, 서울, 19.
3. 진양호 (2004) : 월간식당, 2004, 2월호:234.
4. Faith Popcorn, 조은정 옮김 (1995) : 팝콘리포트, 21세기 북스, 48-49.
5. 고욱견 (2003) : 중국소비자의 건강식품 구매행동에 관한 연구(라이프스타일을 중심으로), 서울대학교, 서울, 7-10.
6. 강이주 · 박명희 (1990) : 생활양식과 소비 패턴에 관한 연구. *한국소비자학회지* 1(2):84-99.
7. 김승연 (2002) : 라이프스타일에 따른 외식소비 행동에 관한 연구, 중앙대학교, 서울, 9-12.
8. 김재휘 (1999) : 소비자행동 연구에서의 라이프스타일 어프로치. 중앙대학교, *사회과학연구논문집* 12:27-43.
9. 박성연 (1996) : 한국여대생들의 선물구입행위에 관한 연구. *이화여자대학교 경영대학논문집* 17:71-87.
10. 박찬욱 · 박미혜 · 송미영 (2002) : 우리나라 기혼여성 및 미혼여성의 라이프스타일에 관한 연구. *한국소비자학회지* 3(2):75-90.
11. 장윤정 (2000) : *X세대의 라이프스타일 분석.* 중앙대학교, 서울, 76-81.
12. 조형오 (1996) : 한국인의 라이프스타일 유형분류 및 소비 행동에 대한 연구. *한국소비자학회지* 7(2):223-242.
13. 전유명 (2002) : 라이프스타일별 외식서비스 품질평가에 관한 연구. 경기대학교, 수원, 115-117.
14. 채미선 (1996) : 라이프스타일에 따른 케이블 TV 시청자의 이용패턴과 충족에 관한 연구. 서울대학교, 서울, 50-61.
15. 현소은 · 성예원 (1998) : 취업 여부에 따른 주부 소비자 행동 비교연구. *한국소비자학회지* 9(3):41-57.
16. Roth G · Wittich eds. C · Max Wever (1957) : Englewood Cliffs, NJ: Drentice-Hall Inc:8-10.
17. Engel JF · Blackwell RD (1982) : Consumer, 4th Ed, New York: The Dryden Press:189.
18. Plummer JT (1974) : The concept and application of life style segmentation. *Journal of Marketing* 38(1):33-37.
19. Novak TP · MacEvoy B (1990) : On comparing alternative segmentation schemes The list of Values(LOV) and Values and Life Styles (VALS). *Journal of Comsumer Research* 17.
20. Zaltman Gerald · Melanie Wallendort, Comsumer Behavior (1983) : Basic Finding and Management Implications, 2nd ed, (New york : John Wiley & Sins):5.

2007년 8월 28일 접수
2007년 9월 20일 게재확정