

대학생의 금전에 대한 태도에 따른 패밀리 레스토랑 선택 속성에 관한 연구

정 호 선, 윤 혜 현[¶]
경희대학교 조리과학과

A Study on the Relationships between the Attitudes of University Students toward Money and the Attributes of Choosing Family Restaurants

Hyo Sun Jung, Hye Hyun Yoon[¶]

Dept. Culinary Science and Arts, KyungHee University

Abstract

The purpose of this study is to examine the relationships between each type of attitudes toward money and the attributes of choosing family restaurants. A self-administrated questionnaire was completed by 387 students, and data were analysed by frequency, factor, reliability and canonical correlation. Seven factors were obtained from factor analysis of attitudes toward money; Factor 1 'power', Factor 2 'obsession', Factor 3 'retention', Factor 4 'achievement', Factor 5 'anxiety', Factor 6 'distrust', and Factor7 'evaluation'. The attributes of family restaurant choice were extracted into six factors: Factor 1 'quality of food', Factor 2 'restaurant event', Factor 3 'interior environment', Factor 4 'value of food', Factor 5 'convenience for approach', and Factor 6 'employees' service'. Canonical correlation analysis showed three significant functions. Canonical function 1 showed that the attitudes of considering the power of money, its retention and achievement were indicated to have significantly positive relationships with the quality of food in the attributes of choosing family restaurants. Canonical function 2 showed that significantly negative relationships between distrust and restaurant events and convenience for approach. Canonical function 3 also showed that significantly positive relationships between obsession and anxiety and the interior of restaurants and employees' service, and significantly negative relationships between evaluation and the interior of restaurants and employees' service.

Key words : relationship, attitude, money, family restaurant, choice, university student.

I. 서 론

금전은 인간의 삶을 영위하는데 있어서 가장 중요한 요인이며(Wernimont & Fitzpatrick 1972), 개개인의 시각에 따라 금전에 대한 의미도 상이

하기 때문에(McClelland 1967), 금전에 대한 태도는 결과적으로 개인의 사회적인 동기나 행동에도 중요한 영향을 미치게 된다(Tang 1992). 따라서 소비자가 경제 생활의 가장 기본적인 도구로써 금전을 올바르게 사용하고 이해하는 것은 현대와

¶ : 교신저자, 02-961-9403, hhyun@khu.ac.kr 서울시 동대문구 회기동 1

같은 고도의 대중 소비 시대에서 건강한 삶을 영위할 수 있는 기본 조건으로 금전은 단지 일상생활에서 필요로 하는 재화와 용역을 구입하는 수단일 뿐 아니라 개인의 생활 태도, 정서, 심리적 안정까지 영향을 미치는 중요한 요인이라고 할 수 있겠다(Nickel & Dorsey 1967).

특히 대학생은 중·고등학생 시기의 의존적이고 수동적인 소비 성향에서 벗어나 소비를 확대하는 주도적인 연령층으로 대학생의 문화가 신세대 문화의 의미로써 현 시대의 중심을 이루고 있다는 점에서 외식을 포함한 대학생의 소비 행동은 매우 중요한 의미를 가지고 있다. 더불어 소득 수준의 향상과 아르바이트 기회의 확대는 대학생의 소비 생활을 예전보다 더욱 풍부하게 증가시켰을 뿐만 아니라 부모로부터 경제적인 독립을 함으로써 독자적인 소비 행동을 보이고 있는 실정이다(박정숙 2002). 이러한 이유로 외식 시장에 있어서도 대학생이 현실적으로 영향력 있는 소비 집단으로 등장하면서 굳건히 자리 매김하게 되었으며, 과거에 비해 큰 비중을 차지하게 되었으므로 본 연구의 주된 연구 대상으로 대학생을 선정하였다.

금전에 대한 태도에 따른 소비자의 행동과 관련된 대표적인 연구로써 박정숙·차경욱(2003)은 대학생의 금전에 대한 태도에 따라 의복 구매 행동에는 유의한 차이가 있고, Özgen & Bayoğlu(2005)의 연구에서는 대학생의 금전에 대한 태도가 응답자의 사회적인 환경에 따라 차이가 있다고 하였다. 또한, 우석봉(2006)도 금전에 대한 가치관에 따라 금융기관의 이용 행동이 상이하며, Sybrowsky(2007)의 연구에서도 대학생의 금전에 대한 태도가 충동적인 구매에 유의한 영향을 준다고 밝히고 있다.

그러나 금전에 대한 태도와 관련되어 이루어진 타 분야의 연구에 비해 대학생이 주요 고객층이라고 할 수 있는 패밀리 레스토랑의 선택 속성과의 연관성을 측정하는 연구는 전무한 실정으로써, 연구의 필요성이 제기된다고 할 수 있겠다. 따라

서 본 연구에서는 소비자들의 이러한 금전에 대한 태도, 신념이나 행동이 경영 분야와 관련된 다른 많은 속성 및 행동과 연관성을 가진다는 전제 아래(Mitchell & Mickel 1999), 대학생의 금전에 대한 태도와 패밀리 레스토랑 선택 속성 간의 상관관계를 가정하여, 대학생의 금전 태도에 따라 패밀리 레스토랑의 선택 속성에 있어서 특징적인 성향에 대해 고찰해 보고자 하였다.

II. 이론적 배경

1. 금전에 대한 태도

소비자의 금전에 대한 태도를 측정하기 위한 대표적인 척도는, 금전의 윤리적인 속성과 근원적인 가치를 측정하는 Tang(1992)의 금전에 대한 윤리 척도(MES: money ethics scale), 금전에 대한 상징적인 가치나 예산 행동을 측정하는 Furnham(1984)의 금전에 대한 신념과 행동척도(MBBS: money belief and behavior scale)와 금전에 대한 태도, 행동과의 관계를 파악하는데 중점을 둔 Yamauchi & Templer(1982)의 금전에 대한 태도 척도(MAS: money attitude scale) 등 3가지로 구분할 수 있다. 본 연구에서는 비교적 일관성 있는 측정 결과를 제시하고 있는 것이 선행 연구들(Bailey et al. 1994; Furnham et al. 1996)을 통해 입증된 Yamauchi & Templer(1982)의 척도와 Lim & Teo(1997)의 연구에서 보완된 척도를 혼합하여 사용하였다.

금전에 대한 태도와 관련된 연구로 김정훈(2002), 김정훈·동환숙(2002), Özgen & Bayoğlu(2005), Keller & Siegrist(2006), Rose & Orr(2007) 등의 연구에서는 소비자의 성별, 연령, 투자 스타일, 직업 등의 일반적인 특성이나 특정 시기 전후에 따른 금전에 대한 태도의 차이를 분석하였다. 김정훈 등(2002), Tang et al.(2002), Bonsu(2008) 등의 연구에서는 특징적인 국민적 성향에 따른 금전에 대한 태도를 국가별로 비교하여 분석하였고, 홍은실 등(2001), 김정훈·이은희(2002), 박정

<Table 1> Preceding study on the attitude toward money*

연구자(연도)	연구내용	연구 결과
홍은실 등 (2001)	여대생의 물질주의 가치성향과 화폐에 대한 태도 및 금전 사용 행동에 관한 연구	바람직한 금전 사용 행동에 가장 큰 영향을 미치는 것은 화폐를 안전의 도구로 여기는 태도이며, 감정 충족의 도구로 여기는 태도는 바람직하지 않은 태도로서, 물질주의적인 가치는 금전 사용 행동에 부정적인 영향을 주는 것으로 나타남
김정훈 (2002)	여대생과 주부의 돈과 신용에 대한 태도 비교 연구	주부들이 여대생보다 돈을 안전의 척도로 인식하는 경향이 강했으며, 반면 여대생은 주부보다 감정충족의 도구, 성공의 척도로서 인식하고 돈 때문에 더욱 불안해 한다고 하였음
김정훈 · 동환숙(2002)	IMF 경제 위기 이후 대학생의 돈에 대한 태도와 행동의 차이에 관한 연구	대학생의 돈에 대한 태도는 IMF 전후를 비교할 때 유의한 차이가 없었으며, 신세대 대학생들은 IMF체제의 영향을 덜 받고 비교적 풍부한 소비생활을 영위하는 것으로 나타남
김정훈 · 이은희(2002)	돈에 대한 태도와 가치관 유형에 따른 전라북도 대학생들의 소비가치, 물질주의 태도, 구매충동에 관한 연구	연령이 높아짐에 따라 돈에 대한 태도에 있어서 합리적이고 실질적인 태도를 갖게 되며, 보다 바람직한 가치의식을 갖게 되는 것으로 나타남
김정훈 등 (2002)	한국, 일본 및 한국계, 일본계 미국 여대생들의 돈에 대한 태도 비교 연구	한국 여대생이 돈에 대해 가장 강박적인 태도를 보였으며, 일본계 미국 여대생이 가장 낮은 값을 보였고, 돈을 힘으로 인식하는 태도 역시 한국 여대생이 가장 높았는데 예산 행동에서는 일본 여대생이 가장 높은 값을 보였음
Tang et al. (2002)	타이완, 미국, 영국인의 금전과 일과 관계된 태도에 관한 연구	금전에 대한 태도 중 계획적인 소비(예산) 측면이 높은 사람은 자아존중감이 강하고, 조직시민행동·이타성이 강하며, 위해(evil)적인 측면에서의 금전에 대한 태도 요인은 조직 시민 행동·수용과 긍정적인 관계를 지니며, 이타성과는 부정적인 관계를 보였음
박정숙 · 차경욱(2003)	대학생 소비자의 돈에 대한 태도 유형별 의복구매행동에 관한 연구	돈에 대한 태도를 통해 3개의 군집이 도출되었으며, 대학생의 일반적인 특성에 따른 군집별 차이가 나타났고, 의복 구매 행동을 의사 결정 단계별로 고찰한 결과, 금전에 대한 군집에 따라 유의한 차이가 나타남
Tang et al. (2004)	금전에 대한 태도와 소득-급여 만족도와 의 관계 연구	금전에 대한 대학교수의 높은 관심과 소득, 급여에 대한 만족도는 긍정적인 관계가 있는 것으로 나타남
김영숙 · 이신정(2005)	성인 소비자의 화폐 태도 유형별 여가 참여 및 만족에 관한 연구	화폐 태도 유형별 인구통계적 특성에는 유의한 차이가 있었으며, 여가 활동 및 여가 참여도에 있어서도 유의한 차이를 보였음
홍은실(2005)	중고대학생의 돈에 대한 태도와 소비 행동에 관한 연구	학년이 높아질수록 계획적인 소비행동을 많이 하고 충동적인 소비행동을 적게 하는 것으로 나타남
Engelberg (2005)	경제적인 자기효능감의 정도에 따른 금전에 대한 태도 연구	경제적인 자기 효능감이 높은 집단이 그렇지 않은 집단에 비해 힘, 불신, 불안 측면의 평균값이 낮은 것으로 나타남
Gbadamosi & Joubert(2005)	금전에 대한 윤리, 도덕적인 관념이 직무 태도에 미치는 영향에 관한 연구	스위스 공공 부문 종사원의 금전에 대한 윤리와 기업 윤리에 대한 태도는 이직 의도와 직무 성과에 유의한 영향을 주는 것으로 나타남

〈Table 1〉 Continued

연구자(연도)	연구내용	연구 결과
Özgen & Bayoğlu (2005)	터키 대학생의 금전에 대한 태도에 관한 연구	터키 대학생의 금전에 대한 태도는 인구통계적 특성(특히, 성별, 연령)에 따라 차이가 있으며, 대학생의 재정적인 행동에 대한 이해는 소비자 행동의 측면에서도 효과적으로 다루어야 할 부분이라고 하였음
우석봉(2006)	돈에 대한 가치관 유형에 따른 금융기관 이용 행동 및 태도에 관한 연구	돈에 대한 가치관을 통해 4개의 군집을 도출하였으며, 도출된 군집에 따라 은행에 대한 태도, 보험의 필요성, 투자 시 태도 등 금융이용 행동에는 유의한 차이가 나타남
Engelberg & Sjöberg (2006)	감성지능(EI)와 금전에 대한 태도와 관련된 연구	MAS 척도로 측정된 금전에 대한 태도와 감성지능에는 유의한 관계가 있었는데, 높은 수준의 감성지능을 가진 응답자가 금전과 경제적인 자기효능감이 더 높은 것으로 나타남
Keller & Siegrist(2006)	주식투자자의 금전에 대한 태도 연구	스위스인 주식투자자들의 금전에 대한 태도를 분석하여 4개의 군집으로 구분하였으며, 투자 스타일, 위험 관여도, 가격 변동 시 대응방법, 사회적 책임감 등에 따라 군집별 특징적인 특성이 나타남
Rose & Orr(2007)	상징적인 금전의 의미에 대한 측정과 탐색적 연구	대학생과 대학원생의 금전에 대한 태도를 조사하여 4개의 요인으로 구분하였으며, 각각의 요인과 개인적인 가치와 그로 인한 특별한 소비 행동에는 잠재적인 관계가 있는 것으로 나타남
Sybrovsky (2007)	대학생의 금전에 대한 태도가 충동적인 구매에 미치는 영향에 관한 연구	힘과 걱정 측면의 태도는 충동구매에 긍정적인 영향을 주었으나, 불신은 부정적인 영향을 주는 것으로 나타남
Bonsu(2008)	소비문화에 있어서 가나인의 금전에 대한 태도 연구	금전에 대한 태도 연구들이 대부분 부유한 국가에 초점이 맞춰져 있는 데에 근간하여 서아프리카의 가나인을 대상으로 MAS를 사용하여 금전에 대한 태도를 조사하였으며, 상대적으로 부유한 다른 국가들과 유사한 금전 태도를 보이는 것으로 나타남

*2000년 이후의 선행 연구 중심으로 연구자 작성.

숙·차경옥(2003), Tang et al.(2004), 김영숙·이신정(2005), 홍은실(2005), 우석봉(2006), Sybrovsky (2007) 등은 금전에 대한 태도와 금전 사용 행동, 구매 충동, 의복 구매 행동, 여가 참여 및 만족도, 급여 만족도, 금융기관 이용 행동 등의 관계에 대해 고찰하였다. 또한, Engelberg(2005)과 Engelberg & Sjöberg(2006)는 응답자의 경제적인 자기 효능감 및 감성지능과 금전에 대한 태도와 관련성을 지니고, 소비자가 아닌 종사원 관점의 연구로 Gbadamosi & Joubert(2005)는 공무원의 금전에 대한 윤리와 도덕적인 관념이 직무 태도에 유의한 영향을 준다고 하였으며, 금전에 대한 태도와 관련된

어 이뤄진 최근의 선행 연구는 〈Table 1〉과 같다.

2. 레스토랑 선택 속성

레스토랑 선택 속성과 관련되어 이뤄진 최근의 선행 연구는 〈Table 2〉와 같다.

박희정·양위주(2002), 강중현·김종미(2004), 최웅·이규숙(2005), 김미정 등(2007), 설훈구 등(2007), 정유경 등(2007) 등의 연구에서는 패밀리 레스토랑과 패스트푸드 레스토랑을 대상으로 선택 속성을 고찰하여 이용 행태나 구매 행동, 식생활 라이프스타일과 관련지어 고찰하였으며, 윤태환(2005), 전경철 등(2005)은 일식 레스토랑을 대

<Table 2> Preceding study on the attribute of restaurant choice*

연구자(연도)	연구내용	연구 결과
Kivela et al. (2000)	소비자의 레스토랑 선택 속성에 관한 연구	레스토랑의 인상(첫, 끝), 서비스, 환경, 음식의 품질, 예약 및 주차 등 5개 요인으로 구분되었으며, 서비스와 음식의 품질이 고객의 재방문에 가장 크게 기여(공헌)한다고 하였음
박희정 · 양위주(2002)	이용 행태 및 인구통계적 특성과 레스토랑 선택 속성 간의 관계에 대한 연구	패스트푸드점을 대상으로 하여 소비자들의 레스토랑 선택 속성과 이용 행태 및 인구통계적 특성과의 관계를 측정하였으며, 월 이용횟수가 많을수록 편의성과 부가서비스를 중요시 여겼고, 여성이 남성보다 여러 가지 속성들을 더 고려하는 것으로 나타남
Yüksel & Yüksel(2002)	관광객의 레스토랑 선택 속성에 따른 만족도에 관한 연구	관광객의 레스토랑 선택 속성을 9개로 요인화하여 5개의 군집으로 구분하였으며(가치추구, 서비스추구, 모험음식추구, 환경추구, 건강음식추구), 결과적으로 각각의 군집이 전체적인 만족도에 유의한 영향을 주는 것으로 나타남
강종현 · 김종미(2004)	대학생의 패밀리 레스토랑 선택에 영향을 미치는 주요 요인에 관한 연구	대학생의 레스토랑 선택 속성을 4개의 요인으로 구분하였으며, 이용 상황의 특성에 따라 레스토랑 선택 속성의 중요도에는 차이를 보이는 것으로 나타남
윤태환 (2005)	외식 동기와 일식 전문점 선택 속성과의 관계에 관한 연구	추출된 5개의 외식 동기 요인과 6개의 일식 전문점 선택 속성 요인 간에는 유의한 상관관계가 도출되었으며, 특히 편의형 동기와 위생 및 청결 속성, 경제형 동기와 종업원 서비스 속성이 높은 관련성이 있는 것으로 나타남
전경철 등 (2005)	일식 레스토랑 고객의 선택 속성이 판매 촉진과 고객 만족, 고객 충성도에 미치는 영향에 관한 연구	일식 레스토랑의 선택 속성 중 가격이 판매 촉진에 가장 큰 영향을 주었으며, 레스토랑 서비스는 고객 만족에 가장 큰 영향을 주는 것으로 나타남
최승용 (2005)	호텔 레스토랑의 이용 행태와 선택 속성의 변화에 관한 연구	서울 시내 특 1급 호텔 뷔페 레스토랑 고객의 이용 행태와 선택 속성은 주 5일 근무제의 시행에 따라 차이가 있었는데, 음식의 품질, 이용 편의성, 가격 등에서 유의한 차이가 나타남
최용 · 이규숙(2005)	패밀리 레스토랑의 선택 속성과 구매행동에 관한 연구	응답자의 일반적인 특성에 따라 패밀리 레스토랑의 선택 속성에는 유의한 차이가 있었으며, 패밀리 레스토랑의 선택 속성 중 음식의 맛, 품질, 외관 등이 중요하게 고려하는 요인으로 나타남
Frank(2005)	레스토랑 선택 속성에 영향을 주는 요인에 관한 연구	아일랜드 더블린 거주 소비자의 이탈리아-차이니스 스타일의 레스토랑 선택 속성을 측정된 결과, 음식의 품질과 종류, 청결도, 접근성과 평판이 의사 결정의 중요한 요소로서 작용한다고 하였음
Spencer et al. (2006)	레스토랑의 안전성에 대한 소비자 평가에 대한 연구	레스토랑에서의 음식의 안전성과 외식 행동, 레스토랑 선택에 영향을 주는 요인에 관한 연구에서, 레스토랑 위생, 레스토랑의 전체적인 품질, 외부적인 정보 등의 수준으로 레스토랑의 안전성을 평가하며 성별, 연령, 교육수준, 과거 사건의 여부에 따라 선택 속성이 달라진다고 하였음

〈Table 2〉 Continued

연구자(연도)	연구내용	연구 결과
김미정 등 (2007)	대학생의 식생활 라이프스타일에 따른 레스토랑 선택 속성에 관한 연구	음식의 맛과 안전성을 추구하는 라이프스타일은 메뉴의 품질, 맛, 서비스 등의 레스토랑 선택 속성을 중요시하며, 건강 추구 요인은 접근성, 메뉴, 가격 측면을 중요하게 여긴다고 하였음
설훈구 등 (2007)	레스토랑 선택 속성을 통한 시장세분화에 관한 연구	패밀리 레스토랑과 패스트푸드점의 선택 동기로 방문 목적에 부합하는지의 여부가 가장 중요한 척도였으며, 선택 속성의 값을 이용하여 시장 점유율이 우수한 레스토랑의 조건을 예측하였음
유혜경 등 (2007)	노년 소비자의 외식행동과 레스토랑 선택 속성에 관한 연구	노년 소비자가 레스토랑을 선택하는데 있어서 가장 중요하게 고려하는 요인은 음식의 품질, 레스토랑 환경, 서비스 요인으로 나타났으며, 외식행동에 따른 선택 속성의 차이는 없었음
정유경 등 (2007)	레스토랑 내 어린이 놀이시설과 레스토랑 선택 속성에 관한 연구	어린이 놀이시설에 대한 관여 수준이 높을수록, 놀이시설의 중요도와 레스토랑 선택 속성에 대해 많은 관심을 보이는 것으로 나타났으며 키즈 마케팅의 일환으로 잠재고객으로서 어린이 놀이시설이 중요한 수단이 될 것이라고 하였음
Sun & Morrison (2007)	타이완 노년층의 레스토랑 선택 행동에 관한 연구	타이완의 65세 이상 소비자의 레스토랑 선택 속성을 측정된 결과 3개의 요인으로 구분되었고, 요인화된 특성에 따라 2개의 군집으로 구분하였으며(빈번하게 방문하는 카페테리아 고객, 가끔씩 방문하는 패밀리 레스토랑 고객), 일반적인 특성에 따른 차이가 있다고 하였음

*2000년 이후의 선행 연구 중심으로 연구자 작성

상으로, 최승용(2005)은 호텔을 대상으로 하여 레스토랑 선택 속성을 연구하였다. 또한, Kivela et al.(2000)과 Yüksel & Yüksel(2002)은 소비자의 레스토랑 선택 속성이 만족도나 재방문에 유의한 영향을 준다고 밝혔으며, Frank(2005)와 Spencer et al.(2006)은 레스토랑 선택 속성에 영향을 주는 요인과 소비자 평가에 대한 연구를 진행하였고, 유혜경 등(2007)과 Sun & Morrison(2007)은 노년 소비자의 특징적인 레스토랑 선택 속성에 대해 고찰하였다.

상기에 언급한 바와 같이 금전에 대한 태도에 따른 소비자 행동과 관련되어 이뤄진 선행 연구 중 외식 행동과 관련된 연구는 전무한 실정이라고 할 수 있다. 따라서 본 연구를 통해 대학생이 가지고 있는 금전에 대한 태도와 패밀리 레스토랑의 선택 속성이 특징적인 태도나 속성으로 구분되는지 고찰하고, 또한 도출된 금전 태도와 패

밀리 레스토랑의 선택 속성에 대한 각각의 요인이 서로 유의한 상관관계를 가지는지에 대한 연구 가설을 검증하고자 하였다.

III. 연구방법

1. 조사대상 및 기간

대학생의 금전에 대한 태도에 따른 패밀리 레스토랑 선택 속성을 알아보기 위하여 설문조사를 실시하였다. 총 450명의 대학생을 대상으로 하였으며, 서울지역에 위치한 4년제 대학교 재학생으로 표본을 설정하였다. 예비조사는 서울에 위치한 K대학교 재학생을 대상으로 11월 5일부터 11월 10일까지 예비설문지 50부를 배포하였으며, 예비조사 결과를 토대로 설문지를 수정하고 보완하여 2007년 11월 15일부터 30일까지 총 15일간 본 조사를 실시하였다. 총 403부의 설문지가 회수

되었으며, 이 중 통계분석이 가능한 387부(86.0%)가 통계처리에 사용되었다.

2. 조사내용 및 분석방법

본 설문지의 내용으로써 금전에 대한 태도는 금전을 어떤 목적을 달성할 수 있는 수단으로 이해하는지의 차원을 포함하는 광범위한 의미의 가치관 또는 신념에 대한 태도로 정의하였으며(홍은실 2003), 선행 연구들(Yamauchi & Templer 1982; Medina et al. 1996; Lim & Teo 1997; Roberts & Sepulveda 1999; Bonsu 2008)를 참고하여 28문항으로 측정하였다. 패밀리 레스토랑에 대한 대학생의 선택 속성도 기존의 연구들(Filiatrault & Ritchie 1988; Morgan 1993; 김홍범·허창 1998; 김미정 등 2007; 설훈구 등 2007; 유혜경 등 2007)을 참고하여 26문항으로 구성하였으며, 리커드 7점 척도로 측정하였고, 응답자의 일반적인 특성 4문항을 포함하여 총 58문항으로 설문지를 구성하였다.

통계 분석 프로그램으로 윈도우용 SPSS(Version 12.0)와 SAS(Version 8.0)를 사용하였으며, 일반적인 특성은 빈도분석을 통해 빈도와 백분율로 표시하였고, 금전에 대한 태도와 패밀리 레스토랑 선택 속성은 요인분석과 신뢰도분석을 통해 타당성과 신뢰성을 검증하였다. 또한, 구분된 다수의 요인을 바탕으로 금전에 대한 태도와 패밀리 레스토랑 선택 속성과의 연관성을 규명하기 위해 독립변수와 종속변수의 두 집단 간 정준상관계수를 도출하고 상관관계를 파악할 수 있는 정준상

관분석을 실시하였다.

IV. 연구 결과 및 고찰

1. 응답자의 일반적인 특성

응답자의 일반적 특성을 파악하기 위하여 빈도 분석을 실시한 결과는 <Table 3>과 같다. 응답자 중 남학생은 168명(43.4%), 여학생은 219명(56.6%)이었으며, 1학년 93명(24.0%), 2학년 96명(24.8%), 3학년 94명(24.3%), 4학년 104명(26.9%) 등으로 조사되었다. 전공별로는 인문계열 169명(43.7%), 자연계열 218명(56.3%)이었으며, 한 달 용돈은 41만원 이상 112명(28.9%), 31~40만원 105명(27.1%), 21~30만원 103명(26.6%), 20만원 이하 67명(17.3%) 등의 순으로 나타났다.

2. 대학생의 금전에 대한 태도와 패밀리 레스토랑 선택 속성에 관한 요인분석 및 신뢰도 분석

본 연구에 포함된 각 요인의 하위변수에 대한 단일차원성 여부를 판단하기 위하여 사각회전(Varimax) 방법에 의한 요인 분석을 실시하였으며, 신뢰성 분석을 통해 내적일관성 여부를 검증하였다. 대학생의 금전에 대한 태도와 패밀리 레스토랑 선택 속성에 관한 요인분석과 신뢰도분석 결과는 각각 <Table 4, 5>와 같다.

대학생의 금전에 대한 태도의 요인분석을 실시한 결과, <Table 4>와 같이 총 7개의 요인이 도출되었으며, 누적설명력은 62.711%로 조사되었다.

<Table 3> General characteristics of subjects

Characteristics			Characteristics				
	N=387	%		N=387	%		
Gender	Male	168	43.4	Major	School of humanity	169	43.7
	Female	219	56.6		School of natural science	218	56.3
Grade	Freshman	93	24.0	Monthly pocket money (₩10,000)	~20	67	17.3
	Sophomore	96	24.8		21~30	103	26.6
	Junior	94	24.3		31~40	105	27.1
	Senior	104	26.9		41~	112	28.9

요인 1은 힘(권력)의 측면으로, 돈은 내가 원하는 것을 얻을 수 있도록 해준다(m1), 돈을 소유하는 것은 매우 즐거운 일이다(m2), 나는 사람들에게 나의 돈에 대해 얘기하는 것을 좋아한다(m3), 돈은 힘을 의미한다(m4), 나는 종종 돈으로 할 수

있는 일이 무엇인지에 대해 생각한다(m5) 등 5개 항목으로 구성되었으며, 요인 2는 망상(추종)의 측면으로, 돈은 내가 진정으로 추구하고 의존할 수 있는 한 가지이다(m6), 나는 돈이 나의 모든 문제를 해결해줄 수 있다고 믿는다(m7), 돈으로

〈Table 4〉 Factor analysis and reliability analysis results on the attitudes toward money

Variables	Communality	Factors						
		F1 Power	F2 Obsession	F3 Retention	F4 Achievement	F5 Anxiety	F6 Distrust	F7 Evaluation
m1	0.733	0.782 ¹⁾	0.267	0.191	0.054	0.016	0.051	0.092
m2	0.647	0.772	0.106	0.165	0.014	0.090	0.060	0.011
m3	0.636	0.756	0.091	0.217	0.026	0.059	0.065	0.025
m4	0.632	0.679	0.204	0.295	-0.001	0.170	0.066	0.096
m5	0.423	0.535	0.306	-0.041	0.191	0.063	0.017	-0.023
m6	0.648	0.235	0.760	0.064	0.008	0.068	0.076	-0.018
m7	0.654	0.244	0.755	0.080	-0.022	0.035	0.012	0.128
m8	0.608	0.295	0.688	0.213	-0.017	0.001	-0.030	0.038
m9	0.619	0.267	0.681	0.278	0.057	0.060	0.012	0.001
m10	0.506	-0.088	0.671	0.188	0.010	0.098	0.014	-0.047
m11	0.748	0.252	0.200	0.797	0.077	-0.011	0.056	0.028
m12	0.657	0.210	0.056	0.770	0.115	0.008	0.026	-0.048
m13	0.689	0.045	0.292	0.761	0.035	0.128	-0.005	0.067
m14	0.709	0.321	0.274	0.713	-0.039	0.110	0.094	-0.007
m15	0.730	-0.023	-0.005	0.039	0.848	-0.013	0.080	0.042
m16	0.742	0.028	0.053	0.096	0.844	-0.079	-0.066	-0.085
m17	0.690	0.211	-0.036	0.064	0.794	-0.048	-0.003	0.092
m18	0.592	-0.002	0.023	-0.012	0.751	0.139	-0.017	-0.088
m19	0.605	-0.158	0.226	0.085	-0.035	0.721	-0.002	0.015
m20	0.517	0.160	0.092	-0.027	0.110	0.672	0.083	0.109
m21	0.566	0.300	0.010	0.064	-0.051	0.663	0.043	-0.168
m22	0.497	0.078	0.125	0.079	-0.027	0.639	0.020	0.245
m23	0.773	0.028	0.069	0.081	0.042	-0.010	0.867	0.082
m24	0.705	0.054	-0.013	0.006	0.108	0.231	0.798	0.017
m25	0.618	0.105	0.014	0.031	-0.142	-0.058	0.762	-0.034
m26	0.668	0.028	0.022	0.159	0.086	0.142	0.027	0.783
m27	0.672	0.043	0.087	0.051	-0.029	0.357	0.041	0.728
m28	0.615	0.070	-0.040	-0.219	-0.131	-0.236	0.000	0.698
Eigen value		6.360	2.959	2.245	1.899	1.696	1.540	1.487
Variance		21.930	10.202	7.742	6.548	5.849	5.310	5.129
Cronbach α		0.826	0.820	0.846	0.830	0.658	0.747	0.622

¹⁾ Factor loading/Cumulative 62.711%.

는 무엇이든지 살 수 있다(m8), 나는 기분을 좋게 하기 위해 돈을 사용한다(m9), 돈은 내게 있어 가장 중요한 목표이다(m10) 등 5개 항목으로 구성되었고, 요인 3은 보유(관리)의 측면으로, 나는 나의 돈을 매우 조심스럽게 사용한다(m11), 나는 나의 돈 예산을 매우 잘 짠다(m12), 나는 돈을 쓰는데 있어서 매우 현명하다(m13), 나는 언제 무슨 일이 생길지, 현금이 필요할지 모르기 때문에 저축을 한다(m14) 등 4개 항목으로 구성되었다. 요인 4는 성공의 측면으로, 돈은 그 사람의 성취의 정도를 나타낸다(m15), 나는 나보다 더 많은 돈을 소유한 사람들에게 존경을 느낀다(m16), 나는 그 사람의 행동보다 돈으로 사람을 판단한다(m17), 돈은 성공의 상징이다(m18) 등 4개 항목으로 구성되었으며, 요인 5는 불안의 측면으로, 나는 할 수 있든 없든 견딜 수 없다는 말을 종종 한다(m19), 나는 돈을 쓰는 의사 결정을 할 때 종종 어려움을 느낀다(m20), 나는 재정적인 위험에 대해 걱정한다(m21), 나는 충분한 돈을 가지고 있지 않으면 불안하다(m22) 등 4개 항목으로 구성되었다. 요인 6은 불신의 측면으로, 나는 내가 산 물건의 가격에 대해 늘 불평한다(m23), 나는 중요한 무언가를 구입할 때 내가 무엇을 놓치지 않았는지 늘 의심한다(m24), 무언가를 사고난 후 다른 곳에서 더 좋은 것을 구입할 수 있지 않았을까 걱정한다(m25) 등 3개 항목으로 구성되었으며, 요인 7은 평가(비교)의 측면으로, 내 친구들은 대부분 나보다 많은 돈을 가지고 있다(m26), 나는 내 친구들이 생각하는 것보다 가난하다(m27), 나는 종종 나보다 더 많은 돈을 가진 사람들에게 열등감을 느낀다(m28) 등 3개 항목으로 구성되었다. 이러한 결과는 싱가포르 대학생의 금전에 대한 태도를 고찰한 Lim & Teo(1997)의 연구에서 망상, 권력, 예산, 성취, 평가, 불안, 보유, 인식 등 8개 요인으로 구분한 것과 거의 일치하는 결과를 보였으며, 대학생을 대상으로 한 김정훈·이은희(2002), 박정숙·차경욱(2003) 등의 연구에서도 성공의 척도, 감정 충족 도구, 불안의 원천, 인식한

태도, 안전의 도구 등 5개 요인으로 구분하였고, 김영숙·이신정(2005)의 연구에서는 금전에 대한 태도를 성공의 상징, 감정충족의 도구, 미래 안전의 도구, 인식과 불신, 불안의 원천, 인정받기 위한 수단 등 6개로 요인화하여 본 연구 결과와 부분적으로 일치하는 것으로 조사되었다. 그러나 유사한 척도를 사용하여 이뤄진 Robert & Sepulveda(1999), Bonsu(2008) 등의 연구에서는 힘, 시간-저장, 불신, 걱정, 충동 등으로 구분되어 본 연구의 결과와는 상이한 차이를 나타냈다.

패밀리 레스토랑 선택 속성 항목의 요인분석을 실시한 결과, <Table 5>와 같이 총 6개의 요인이 도출되었으며, 누적설명력은 64.157%로 조사되었다. 요인 1은 음식의 품질로, 음식의 맛(r1), 음식의 장식(외관)(r2), 음식의 청결(r3), 재료의 신선도(r4), 음식의 가격(r5) 등 5개 항목으로 구성되었으며, 요인 2는 레스토랑 이벤트로, 이벤트 관측 행사(r6), 할인 카드(r7), 주위의 추천(r8), 부대 서비스 제공(r9), 평판 및 이미지(r10) 등 5개 항목으로 구성되었고, 요인 3은 내부 환경으로, 실내 장식(r11), 실내 음악(r12), 실내 분위기(r13), 안락한 좌석(r14) 등 4개 항목으로 구성되었다. 요인 4는 음식의 가치로, 음식의 정확성(r15), 음식의 신속성(r16), 음식의 질감(r17), 가격에 상응하는 가치 제공(r18), 메뉴의 다양성(r19) 등 5개 항목으로 구성되었고, 요인 5는 접근 편의성으로, 편리한 주차시설(r20), 편리한 운영시간(r21), 예약의 용이성(r22), 접근의 용이성(r23) 등 4개 항목으로 구성되었으며, 요인 6은 종업원 서비스로, 종업원의 친절함(r24), 종업원의 신속한 응대(r25), 종업원의 단정한 외모(r26) 등 3개 항목으로 구성되었다.

이러한 결과는 대학생을 대상으로 한 김미정 등(2007)의 연구에서 레스토랑 선택 속성을 음식의 맛과 종업원 서비스, 내부 인테리어, 접근성, 마케팅 전략, 음식의 품질, 메뉴와 가격 등으로 구분한 것과 부분적으로 유사한 결과를 보이는 것으로 조사되었으며, 김홍범·허창(1998)은 위생

〈Table 5〉 Factor analysis and reliability analysis results on the attributes of family restaurant choice

Variables	Communality	Factors					
		F1 Quality of food	F2 Restaurant event	F3 Interior environment	F4 Value of food	F5 Convenience for approach	F6 Employees' service
r1	0.769	0.772 ¹⁾	0.180	0.187	0.277	-0.135	0.102
r2	0.702	0.738	0.286	0.164	0.172	-0.015	0.131
r3	0.663	0.717	0.096	0.263	0.169	0.123	0.161
r4	0.665	0.655	0.026	0.247	0.372	0.070	0.179
r5	0.515	0.531	0.451	0.039	0.139	-0.089	-0.036
r6	0.632	-0.049	0.751	0.132	0.140	0.169	-0.002
r7	0.558	0.177	0.691	0.116	0.120	0.073	0.125
r8	0.568	0.399	0.610	0.093	0.024	-0.061	0.153
r9	0.554	0.140	0.581	0.245	0.183	0.198	0.253
r10	0.543	0.302	0.575	0.270	0.014	0.006	0.221
r11	0.749	0.217	0.208	0.785	0.077	0.072	0.176
r12	0.623	0.033	0.141	0.761	0.005	0.142	0.053
r13	0.697	0.474	0.175	0.606	0.100	0.078	0.242
r14	0.585	0.359	0.273	0.585	0.088	0.048	0.169
r15	0.678	0.232	0.136	-0.030	0.746	0.114	0.187
r16	0.610	0.120	0.242	-0.059	0.695	0.046	0.219
r17	0.603	0.306	-0.002	0.307	0.620	0.093	0.148
r18	0.603	0.186	0.074	0.523	0.535	0.033	0.056
r19	0.609	0.065	0.370	0.366	0.446	0.108	-0.351
r20	0.725	-0.131	-0.036	0.103	0.040	0.828	0.092
r21	0.686	0.197	0.165	0.037	0.067	0.769	0.152
r22	0.660	-0.139	0.102	0.216	0.262	0.711	0.101
r23	0.676	0.530	0.136	-0.088	-0.201	0.569	-0.065
r24	0.753	0.262	0.188	0.175	0.178	0.051	0.765
r25	0.762	0.242	0.273	0.088	0.266	0.093	0.736
r26	0.491	-0.025	0.072	0.223	0.124	0.274	0.588
Eigen value		8.530	2.345	1.603	1.520	1.409	1.274
Variance		32.809	9.019	6.163	5.847	5.420	4.899
Cronbach α		0.856	0.790	0.828	0.746	0.736	0.750

¹⁾ Factor loading/Cumulative 64.157%.

및 청결성, 메뉴, 분위기, 음식의 맛과 영양, 어린이를 위한 시설, 편리성, 서비스 등으로 구분하였고, 강종현·김종미(2004)의 연구에서 음식 프리젠테이션, 시설, 음식 품질, 서비스 요소로 구분한 것과 일치하지는 않지만, 일부 유사한 것으로 나

타났다. 또한 Filiatrault & Ritchie(1988)은 선택 속성을 음식의 종류, 가격, 서비스의 질, 분위기, 품질 등이라고 하였고, Morgan(1993)은 음식의 맛, 신속하고 정확한 서비스, 장소와 분위기, 가격 등으로 구분하였으며, Yüksel & Yüksel(2002)은

서비스 품질과 종업원 태도, 음식 품질 및 위생, 메뉴, 가격과 가치, 환경, 건강식품, 위치, 흡연, 가시성 등의 9개 요인으로 레스토랑 선택 속성을 요인화하였다. 전경철 등(2005)은 맛, 입지, 인테리어, 가격, 서비스가 일식 레스토랑의 선택 속성에 영향을 미치는 요인으로 조사하였으며, Frank (2005)는 음식의 품질, 종류, 레스토랑 청결도, 접근성, 평판 등으로, Spencer et al.(2006)은 위생과 청결도, 레스토랑의 전체적인 품질, 평판 등으로, 유혜경 등(2007)은 노인층의 레스토랑 선택 속성에 관한 연구에서 레스토랑의 환경과 서비스, 음식의 전반적인 품질, 접근의 용이성, 음식의 경제성 등 4개 요인으로 구분하였으며, 응답 대상과 타겟이 되는 레스토랑에 따라 상이한 결과를 보이는 것으로 나타났다.

상기에 서술된 요인분석 결과를 바탕으로 금전에 대한 태도와 패밀리 레스토랑 선택 속성에 대한 신뢰도를 검증한 결과, 크론바하 알파값(Cronbach's Alpha)이 0.6 이상으로(Hair et al. 1998) 적합한 신뢰도를 보이는 것으로 조사되었다.

3. 대학생의 금전에 대한 태도와 패밀리 레스토랑 선택 속성에 관한 정준상관분석

요인분석에 의해 정제된 대학생의 금전에 대한 태도와 패밀리 레스토랑 선택 속성 사이에 밀접한 관련성이 있는지를 판단하기 위해 정준상관분석을 실시하였다. 본 연구에서는 <Table 6>에서 제시된 분석 결과를 토대로 정준부하가 최소 0.4 이상인 것에 근거하여 유의적인 표준정준상관계수를 괄호로 표기하고 이를 토대로 다음과 같이 분석 결과를 해석하였다.

분석 결과, 총 5개의 정준상관함수가 도출되었으며, 정준상관계수의 크기를 보면 정준함수 1은 0.4155, 정준함수 2는 0.2625, 정준함수 3은 0.2178, 정준함수 4는 0.1742, 정준함수 5는 0.0870으로 조사되었고, 총 3개의 유의적인($p < 0.05$) 정준상관함수가 도출되었다. 정준함수를 구성하는 한 개의 정준변량이 다른 정준변량으로부터 설명되는

분산의 정도를 나타내는 중복성 지수에 있어서는 레스토랑 선택 속성에 의해 설명되는 금전에 대한 태도는 정준함수 1에서 0.1715, 정준함수 2에서 0.1215, 정준함수 3에서 0.1380의 설명력을 나타냈으며, 금전에 대한 태도에 의해 설명되는 레스토랑 선택 속성이 정준함수 1에서 0.4616, 정준함수 2에서 0.1060, 정준함수 3에서 0.1115의 설명력을 가지는 것으로 조사되었다.

표준화 계수로 측정된 금전에 대한 태도와 관련이 있는 중요한 요인으로는 정준함수 1에서 힘(권력), 보유(관리), 성공의 요인이 정준식 1을 구성하는 가장 중요한 변수였으며, 정준함수 2에서는 불신 요인이, 정준함수 3에서는 추종(망상), 불안, 평가(비교) 요인이 정준식을 구성하는 가장 중요한 변수로 조사되었다. 패밀리 레스토랑 선택 속성과 관련이 있는 중요한 요인으로는 정준함수 1에서 음식의 품질 요인이 정준식 1을 구성하는 가장 중요한 변수였으며, 정준함수 2에서는 레스토랑 이벤트 및 접근의 편의성 요인이, 정준함수 3에서는 내부 환경과 종업원 서비스 요인이 정준식을 구성하는 가장 중요한 변수로 조사되었다.

결과적으로 정준부하량이 최소 0.40수준 이상인 것에 근거하여 유의적인 표준정준상관계수들로 7개의 금전에 대한 태도 요인과 6개의 패밀리 레스토랑 선택 속성 요인과의 상관관계를 살펴보면 다음과 같다.

정준함수 1에서 금전에 대한 태도 중 힘(권력), 보유(관리), 성공 요인은 레스토랑 선택 속성 중 음식의 품질 요인과 유의적인 양의 상관관계를 보이는 것으로 조사되었다. 또한, 정준함수 2에서 불신 요인은 레스토랑 이벤트와 접근의 편의성 요인과 음의 상관관계를 보였으며, 정준함수 3에서 추종(망상), 불안 요인은 내부 환경과 종업원 서비스 요인과 양의 상관관계를 보였고, 평가(비교) 요인은 음의 상관관계를 보이는 것으로 나타났다.

이러한 결과는 대학생의 금전에 대한 태도를 나타내는 요인 중 금전의 힘, 보유, 성공을 중요시하는 태도는 음식의 품질과 관련된 속성이 우수

〈Table 6〉 Canonical correlation analysis results on the attitudes toward money and attributes of family restaurant choice^{a)}

Factor name	Standardized canonical correlation coefficients					Canonical loadings ^{b)}				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Attitudes toward money										
Power	0.5502	-0.6353	0.2097	-0.1415	-0.3291	(0.6074)	-0.1549	0.3504	-0.0415	-0.3612
Obsession	-0.6100	0.3841	0.4959	0.3649	0.1929	-0.0217	0.3467	(0.4670)	0.2438	-0.2085
Retention	0.4798	0.3445	-0.0457	0.1160	0.8094	(0.6068)	0.3478	-0.0322	0.1511	0.6747
Achievement	0.5187	0.4504	-0.4549	0.2563	-0.6208	(0.5892)	0.3920	0.0209	0.2289	-0.5273
Anxiety	0.0554	0.4047	0.6104	-0.6682	0.0000	0.2018	0.3494	(0.5847)	-0.6731	-0.1110
Distrust	0.1653	-0.5939	0.2487	0.0669	0.2841	0.2734	(-0.5553)	0.3032	-0.0255	0.1677
Evaluation	-0.0326	0.0267	-0.6210	-0.5687	0.0502	0.0193	0.0328	(-0.4359)	-0.6698	0.0061
Redundancy coefficient	0.1715	0.1215	0.1380							
Attributes of family restaurant choice										
Quality of food	0.5762	-0.8887	-0.6276	-0.0577	0.4979	(0.8838)	-0.3128	-0.0878	0.0001	0.0622
Restaurant event	0.2403	0.7510	0.2602	-0.9998	0.1616	0.7364	(0.4222)	0.2876	-0.3990	0.0833
Interior environment	-0.1937	-0.0937	0.9578	0.5158	-0.1348	0.5305	0.0284	(0.6170)	0.3425	-0.0984
Value of food	0.2202	0.4959	-0.5075	0.3258	-0.0410	0.7208	0.2827	-0.1305	0.2751	-0.5444
Convenience for approach	0.0758	0.4735	-0.3129	0.5769	0.7180	0.3524	(0.5254)	-0.0644	0.5461	0.5438
Employees' service	0.3201	-0.3356	0.4585	0.1046	-0.0134	0.7219	-0.0556	(0.4204)	0.1881	0.0119
Redundancy coefficient	0.4616	0.1060	0.1115							
	Canonical function 1	Canonical function 2	Canonical function 3	Canonical function 4	Canonical function 5					
Canonical correlation coefficient	0.4155	0.2625	0.2178	0.1742	0.0870					
Eigen value	0.2088	0.0740	0.0498	0.0313	0.0076					
Likelihood ratio	0.7056	0.8530	0.9161	0.9617	0.9919					
df	42	30	20	12	6					
p	0.0000**	0.0009**	0.0321*	0.2546	0.7994					

* $p < 0.05$, ** $p < 0.001$.

^{a)} The above analysis was conducted with SAS program(version 8.0).

^{b)} A parenthesis, which was represented in numerical value, indicates standardized canonical correlation coefficient whose value of canonical loading is more than 0.4.

한 패밀리 레스토랑을 선호하고 있음을 알 수 있으며, 금전에 대한 불신은 레스토랑 이벤트와 접근의 편의성 측면에서 부정적인 선택 속성을 가지고, 금전에 대한 추종, 불안 요인은 레스토랑 내부 환경과 종업원 서비스가 우수한 패밀리 레스토랑을 선택하는 반면, 반대로 금전에 대한 태도

중 평가요인과는 부정적인 관계를 보이는 것으로 유추할 수 있겠다.

V. 요약 및 결론

본 연구는 대학생의 금전에 대한 태도와 패밀

리 레스토랑 선택 속성과의 관련성을 고찰하고자 하였으며, 요인분석을 통해 구분된 7개의 금전에 대한 태도 요인과 6개의 패밀리 레스토랑 선택 속성 요인을 정준상관분석을 통해 검증하였다. 연구 결과는 다음과 같다.

1. 대학생의 금전에 대한 태도의 요인분석 결과, 총 7개의 요인이 도출되었으며, 누적설명력은 62.711%로 조사되었다. 요인 1은 힘(권력)의 측면으로 금전이 지니고 있는 힘과 관련된 5항목으로 구성되었고, 요인 2는 망상(추종)의 측면으로 금전에 대한 맹목적인 추종과 관련된 5항목으로 구성되었으며, 요인 3은 보유(관리)의 측면으로 금전에 대한 계획적인 예산과 관련된 4항목으로 구성되었다. 요인 4는 성공의 측면으로 성공에 대한 판단은 금전과 매우 밀접한 관계를 가지고 있다는 내용의 4항목으로 구성되었으며, 요인 5는 불안의 측면으로 금전에 대한 불안함과 관련된 4항목으로 구성되었다. 요인 6은 불신의 측면으로 금전과 금전으로 구매한 물품에 대한 불신과 관련된 3항목으로 구성되었고, 요인 7은 평가(비교)의 측면으로써 주위 사람들과 자신을 금전으로 비교하여 평가한다는 내용의 3항목으로 구성되었다.
2. 패밀리 레스토랑 선택 속성 항목의 요인분석 결과, 총 6개의 요인이 도출되었으며, 누적설명력은 64.157%로 조사되었다. 요인 1은 음식의 품질 측면으로 레스토랑 선택 속성 중 음식의 품질과 관련된 5항목으로 구성되었고, 요인 2는 레스토랑 이벤트 측면으로 부가적인 서비스와 이미지 등의 5항목으로 구성되었으며, 요인 3은 레스토랑 내부 환경으로 물리적인 환경에 대한 4항목으로 구성되었다. 요인 4는 음식의 가치와 관련된 5항목으로 구성되었으며, 요인 5는 접근의 편의성과 관련된 4항목으로 구성되었고, 요인 6은 종업원 서비스와 관련된 3항목으로 구성되었다.

3. 대학생의 금전에 대한 태도와 패밀리 레스토랑 선택 속성 간의 정준상관분석 결과, 총 5개의 정준상관함수가 도출되었으며, 총 3개의 유의적인($p < 0.05$) 정준상관함수가 도출되었다(정준함수 1 : 0.4155, 정준함수 2 : 0.2625, 정준함수 3 : 0.2178) 표준화계수로 측정된 금전에 대한 태도와 관련이 있는 중요한 요인으로는 정준함수 1에서 힘(권력), 보유(관리), 성공의 요인이 정준식 1을 구성하는 가장 중요한 변수였으며, 정준함수 2에서는 불신 요인이, 정준함수 3에서는 추종(망상), 불안, 평가(비교) 요인이 정준식을 구성하는 가장 중요한 변수로 조사되었다. 패밀리 레스토랑 선택 속성과 관련이 있는 중요한 요인으로 정준함수 1에서는 음식의 품질 요인이 정준식 1을 구성하는 가장 중요한 변수였으며, 정준함수 2에서는 레스토랑 이벤트 및 접근의 편의성 요인이, 정준함수 3에서는 내부 환경과 종업원 서비스 요인이 정준식을 구성하는 가장 중요한 변수로 조사되었다. 이러한 결과는 정준함수 1에서 금전에 대한 태도 중 힘, 보유, 성공 요인은 레스토랑 선택 속성 중 음식의 품질 요인과 유의적인 양의 상관관계를 보이는 것으로 조사되었다. 또한, 정준함수 2에서 불신 요인은 레스토랑 이벤트와 접근의 편의성 요인과 음의 상관관계를 보였으며, 정준함수 3에서 추종, 불안 요인은 내부 환경과 종업원 서비스 요인과 양의 상관관계를 보였고, 평가 요인은 음의 상관관계를 보이는 것으로 나타났다.

이러한 결과는 금전에 대한 태도 중 금전이 가지고 있는 힘, 보유, 성공의 측면을 중요시하는 태도를 가진 대학생은 다른 선택 속성과 비교하였을 때 음식의 품질과 관련된 속성이 우수한 패밀리 레스토랑을 선호하며, 반면 금전에 대해 가지고 있는 불신의 태도는 레스토랑 이벤트와 접근의 편의성 측면에서 부정적인 선택 속성을 가지

고 있고, 금전에 대한 일방적인 추종, 불안한 태도는 레스토랑 내부 환경과 종업원 서비스가 우수한 패밀리 레스토랑을 선택하지만, 반대로 금전에 대한 태도 중 평가 측면은 레스토랑 내부 환경과 종업원 서비스에 있어서 부정적인 결과를 초래한다고 해석할 수 있겠다. 이는 재료의 신선도나 음식의 맛, 장식을 중요하게 고려하며, 우수한 음식의 품질을 기대하면서 이러한 서비스를 제공받을 목적으로 패밀리 레스토랑을 찾는 대학생(고객)은 금전을 권력이나 성공의 일환으로서 인식하고 있는 반면, 이벤트나 접근의 편의성 측면에서 우수한 패밀리 레스토랑을 선호하는 대학생은 신뢰의 측면에서 금전에 대한 태도를 가지고 있는 것으로 판단할 수 있다. 따라서 본 연구를 통해 대학生の 금전에 대한 태도와 패밀리 레스토랑의 선택 속성에는 유의한 상관관계가 있다는 것이 증명되었으며, 패밀리 레스토랑의 선택에 있어서도 금전에 대한 태도에 따라 차별화된 특징적인 성향을 보이는 것으로 나타났다. 그러므로 이러한 관련성을 중요하게 고려하여 각 세분시장의 규모 변화에 대한 예측을 하고 대학生の 인지도를 높이기 위해 다양한 촉진 요소들의 도입을 통한 효과적인 마케팅 전략이 필요할 것으로 여겨진다.

본 연구는 대학生の 금전에 대한 태도와 패밀리 레스토랑 선택 속성과의 연관성을 측정하고자 하였으나, 이와 관련된 선행 연구가 전무하였기 때문에 본 연구 결과와의 비교를 통한 심층적인 관계 고찰이 불가능하였으며, 서울 지역 대학교의 대학생으로 표본을 한정하여 본 연구 결과를 일반화하기에는 다소의 한계가 존재할 것으로 사료된다. 따라서 이러한 제한점을 보완하여 보다 객관적인 결과를 도출할 수 있는 활발한 후속 연구들이 필요할 것으로 여겨진다.

참고문헌

1. 강종현·김종미 (2004) : 대학生の 패밀리 레스토랑 선택에 영향을 미치는 주요 요인 평가. *한국조리과학회지* 20(2):187-195.
2. 김미정·정효선·윤혜현 (2007) : 대학生の 생활 라이프스타일에 따른 레스토랑 선택 속성에 관한 연구. *한국식생활문화학회지* 22(2): 210-217.
3. 김영숙·이신정 (2005) : 성인소비자의 화폐 태도 유형별 여가참여 및 만족에 관한 연구. *한국생활과학회지* 14(5):771-783.
4. 김정훈 (2002) : 여대생과 주부의 돈과 신용에 대한 태도 비교. *대한가정학회지* 40(3):165-175.
5. 김정훈·동환숙 (2002) : IMF 경제 위기 전후 대학生の 돈에 대한 태도와 행동 차이. *한국생활과학회지* 11(3):237-247.
6. 김정훈·이은희 (2002) : 돈에 대한 태도와 가치관 유형에 따른 전라북도 대학生の 소비 가치, 물질주의 태도, 구매 충동. *한국가정관리학회지* 20(6):121-128.
7. 김정훈·Masuo D·Malroux L·Hanashiro R (2002) : 여대생들의 돈에 대한 태도와 경험 -한국, 일본 및 한국계, 일본계 미국 여대생 비교. *한국생활과학회지* 11(2):169-175.
8. 김홍범·허창 (1998) : 고객의 외식동기에 따른 레스토랑 선택 속성의 차이에 관한 연구. *관광학연구* 21(2):205-221.
9. 박정숙 (2002) : 대학생 소비자의 돈에 대한 태도 유형별 의복구매행동. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문. 1-84, 서울.
10. 박정숙·차경옥 (2003) : 대학생 소비자의 돈에 대한 태도 유형별 의복구매행동. *대한가정학회지* 41(6):13-28.
11. 박희정·양위주 (2002) : 이용 행태 및 인구통계적 특성과 레스토랑 선택 속성간의 관계에 관한 연구 -패스트푸드점을 중심으로. *한국식품영양과학회지* 31(3):492-499.
12. 설훈구·강성욱·박기용 (2007) : 패밀리, 패스트푸드 레스토랑의 선택 속성을 통한 시장세분화에 관한 연구. *관광레저연구* 19(4):249-267.
13. 우석봉 (2006) : 돈에 대한 가치관 유형에 따

- 른 금융기관 이용 행동 및 태도. *한국심리학회 논문집* 구두 발표. 522-523.
14. 유혜경 · 홍원수 · 이금룡 (2007) : 노년소비자의 외식소비행동과 레스토랑 선택 속성. *외식경영연구* 10(3):115-136.
 15. 윤태환 (2005) : 외식동기와 일본음식점 선택 속성과의 관계. *외식경영연구* 8(3):47-66.
 16. 전경철 · 정진우 · 박봉규 (2005) : 일식레스토랑 고객의 선택 속성이 판매 촉진과 고객 만족, 고객 충성도에 미치는 영향. *외식경영연구* 8(3): 107-124.
 17. 정유경 · 박상복 · 허경숙 (2007) : 레스토랑 내의 어린이 놀이시설과 레스토랑 선택 속성에 관한 연구. *관광학연구* 31(5):29-50.
 18. 최용 · 이규숙 (2005) : 패밀리 레스토랑의 선택 속성과 구매행동에 관한 연구. *호텔리조트 카지노연구* 4(2):351-364.
 19. 최승용 (2005) : 주 5일 근무제에 따른 호텔 레스토랑의 이용 행태와 선택 속성의 변화에 관한 연구 -서울 시내 특 1급 호텔 뷔페 레스토랑을 이용하는 내국인을 중심으로. *외식경영연구* 8(3):27-45.
 20. 홍은실 (2005) : 중고대학생의 돈에 대한 태도와 소비행동에 관한 연구 -청소년 단계와 성별 비교. *한국가정관리학회지* 23(5):103-121.
 21. 홍은실 · 황덕순 · 한경미 (2001) : 여자 대학생의 물질주의 가치성향과 화폐에 대한 태도 및 금전 사용 행동. *한국가정관리학회지* 19(1): 143-158.
 22. Bailey W · Johnson P · Adams C · Lawson RJ · Williams PK · Lown JM (1994) : An exploratory study of the money beliefs and behaviors scale using data from three nations. *Consumer Interests Annual* 178-185.
 23. Bonsu SK (2008) : Ghanaian attitudes towards money in consumer culture. *International Journal of Consumer Studies* 32(2):171-178.
 24. Engelberg E · Sjöberg L (2006) : Money attitudes and emotional intelligence. *Journal of Applied Social Psychology* 36(8):2027-2047.
 25. Engelberg E (2005) : The perception of self-efficacy in coping with economic risks among young adults -An application of psychological theory and research. *International Journal of Consumer Studies* 31(1):95-101.
 26. Filiatrault A · Ritchie H (1988) : The impact of situational factors on the evaluation of hospitality service. *Journal of Travel Research* 26(4):20-30.
 27. Frank CM (2005) : Factors influencing restaurant selection in Dublin. *Journal of Food-service Business Research* 7(2):53-85.
 28. Furnham A (1984) : Many sides of the coin -The psychology of money usage. *Personality and Individual Differences* 5(5):501-509.
 29. Furnham A · Kirkcaldy B · Lynn R (1996) : Attitudinal correlates of national wealth. *Personality and Individual Differences* 21(3):345-353.
 30. Gbadamosi G · Joubert P (2005) : Money ethics, moral conduct and work-related attitudes -Field study from the republic sector in Swaziland. *Journal of Management Development* 24(8):754-763.
 31. Hair JF · Anderson RE · Tatham RL · Black WC (1998) : Multivariate data analysis. Prentice-Hall. 5th ed. Englewood Cliffs. NJ.
 32. Keller C · Siegrist M (2006) : Money attitude typology and stock investment. *Journal of Behavioral Finance* 7(2):88-96.
 33. Kivela J · Inbakaran R · Reece J (2000) : Consumer research in the restaurant environment. Part 3 -Analysis, finding and conclusions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 12(1):13-30.
 34. Lim VKG · Teo TSH (1997) : Sex, money and

- financial hardship -An empirical study of attitudes towards money among undergraduates in Singapore. *Journal of Economic Psychology* 18(4):369-386.
35. McClelland DC (1967) : Money as a motivators -Some research insights. *The McKinsey Quarterly*, 10-21.
36. Medina JF · Saegert J · Gresham A (1996) : Comparison of Mexican-American and Anglo-American attitudes toward money. *Journal of Consumer Affairs* 30(1):124-145.
37. Mitchell TR · Mickel AE (1999) : The meaning of money -An individual-difference perspective. *Academy of Management Review* 24 (3):568-578.
38. Morgan S (1993) : Benefit dimensions of mid-scale restaurants chains. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* 34(2):40-45.
39. Nickel P · Dorsey JM (1967) : Management in Family Living. John Wiley and Sons. NY.
40. Özgen Ö · Bayoğlu AS (2005) : Turkish college student's attitudes towards money. *International Journal of Consumer Studies* 29(6): 493-501.
41. Roberts JA · Sepulveda CJM (1999) : Demographics and money attitudes -A test Yamauchi & Templer's(1982) money attitude scale in Mexico. *Personality and Individual Differences* 27(1):19-35.
42. Rose GM · Orr LM (2007) : Measuring and exploring symbolic money meaning. *Psychology and Marketing* 24(9):743-761.
43. Spencer H · Shannon M · Oliver M · Paul S · Andria J · Robert H · Deborah C · Lewinda K (2006) : Consumer assessment of the safety of restaurants -The role of inspection notices and other information cues. *Journal of Food Safety* 26(4):275-301.
44. Sun YHC · Morrison AM (2007) : Senior citizens and their dining-out traits -Implications for restaurants. *International Journal of Hospitality Management* 26(2):376-394.
45. Sybrowsky JP (2007) : Paths toward impulsive buying -The effect of credit use and debt avoidance on the paths between money attitudes and impulsive buying among U.S. college students. Brigham Young University. Master Thesis, 1-52, Utah.
46. Tang T (1992) : The meaning of money revisited. *Journal of Organizational Behavior* 13(2): 197-202.
47. Tang TLP · Luna-Arocas R · Sutarso T · Tang DSH (2004) : Does the love of money moderate and mediate the income-pay satisfaction relationship. *Journal of Managerial Psychology* 19(2):111-135.
48. Tang TLP · Furnham A · Davis GMTW (2003) : A cross-cultural comparison of the money ethics -The protestant work ethic, and job satisfaction (Taiwan, USA & UK). *International Journal of Organization Theory and Behavior* 6(2):175-194.
49. Wernimont PF · Fitzpatrick S (1972) : The meaning of money. *Journal of Applied Psychology* 56:218-221.
50. Yamauchi K · Templer D (1982) : The development of a money attitude scale. *Journal of Personality Assessment* 46(5):522-528.
51. Yüksel A · Yüksel F (2002) : Measurement of tourist satisfaction with restaurant services: A segment-based approach. *Journal of Vacation Marketing* 9(1):52-68.

2008년 3월 13일 접수
2008년 5월 29일 1차 논문수정
2008년 6월 10일 게재확정