

## 생선회전문점의 물리적 환경이 이용고객의 지각된 위험에 미치는 영향 - 강원영동지역권역 위주 -

윤 태 환\*  
경동대학교 호텔조리학과

Effects of Physical Environment on Risk Perception in Customers at Raw-fish Restaurants  
- focused on Northeastern Area of Kangwon Province -

Tae-Hwan Yoon\*

Department of Hotel Cuisine, Kyungdong University

### Abstract

The purpose of this article was to research the effects of physical environment on risk perception in customers at raw-fish restaurants in the Northeastern area of Kangwon province, South Korea. In this research, reliability analysis, factor analysis and path analysis were carried out. Physical environments were divided into four factors and risk perception into three factors. 'Exterior facility' had a negative influence on performance ( $p < 0.001$ ) and financial risk ( $p < 0.001$ ). 'Interior facility' negatively affected performance risk ( $p < 0.001$ ), financial risk ( $p < 0.001$ ) and time risk ( $p < 0.001$ ). 'The others' negatively influenced performance risk ( $p < 0.05$ ). Lastly, 'press copy' negatively influenced performance risk ( $p < 0.001$ ). Based on these results, various physical environments affected the risk perception in customers at raw-fish restaurants, and satisfaction level of customers was based on risk perceptions. As a result, food-service companies need to manage the physical environment as a marketing strategy, as well as reduce risk perception to increase customers loyalty.

Key Words: Physical environment, perceived risk, raw-fish restaurant

### I. 서 론

상품과 서비스 구매에 대한 고객의 인지는 외식기업의 다양한 마케팅 전략들과 특정한 브랜드에 대한 신뢰와 충성도를 유도하는 가장 중요한 개념이라고 할 수 있다. 이 때 고객들의 개성, 라이프스타일, 개인이 추구하는 가치의 종류, 지각된 위험, 외식기업들의 마케팅 전략 그리고 기타의 다른 변수들로 인해 고객의 인지는 다양한 형태로 나타나게 된다(Ziethaml 등 2011; Yoon 2013).

그리고 서비스 상품에 대한 고객의 만족과 구매 후 행동에 대한 고객의 인지는 특히 그들의 지각된 위험에 상당 부분 영향을 받는다. 이는 서비스 제공이 근본적으로 큰 무형성을 가지고 있기 때문에 이를 경험하기 전에는 구매를 통한 만족과 불만족의 판단을 하기가 불가능하게 된다(Boris 등 2004). 그리고 고객들이 느낄 수 있는 구매에 대한 이러한 특성의 지각된 위험은 서비스 상품을 제공하는 기업에 대한 불만족을 초래하게 된다. 즉 서비스와 관련된 구매 과정

중에는 발생하게 될 수 있는 다양한 위험요소로 인해 고객들은 구매에 대한 위험을 인지하게 된다는 것이다(Mittal 2002). 따라서 서비스 상품 판매 기업들은 고객들이 인지할 수 있는 다양한 지각된 위험요소들을 감소시키는 물리적 환경들을 제공할 수 있도록 노력해야 한다(Chang & Wu 2012).

한편, 지각된 위험에 대한 연구는 경제학, 심리학, 구매의 사결정론, 보험, 경영학 그리고 공공정책 등 다양한 분야에서 이루어져 왔다. 그리고 수십년 동안 소비자 심리와 관련된 영역에서 많은 연구가 이루어지고 있다. 일반적으로, 고객의 위험인지는 상품과 서비스 구매의 결과로써 고객이 불만족스럽거나 혹은 유쾌하지 못한 느낌에 대한 예측불가능하고 불확실한 상황에 처할 때 나타나게 된다(Srivastava & Sharma 2011; Pi & Sangruan 2011). 위험인지에 대한 다양한 연구의 결과로서, 고객들이 인지하는 위험은 그들의 구매 행동, 구매 후 만족 그리고 충성도에 유의한 영향을 주는 것으로 나타나고 있다(Shim & Lee 2011; Kim 등 2013).

\*Corresponding author: Tae-Hwan Yoon, Department of Hotel Cuisine, Kyungdong University, San244, Nohak-dong, Sockcho, 217-711, Korea  
Tel: 82-33-639-0551 Fax: 82-33-639-0558 E-mail: thyoony13@hanmail.net

Jun(2013)은 외식기업의 지각된 위험이 고객들의 소셜커머스 사용의사에 미치는 영향에 대한 연구를 하였는데 지각된 위험이 이용의사에 부정적인 영향을 주는 것을 확인하였다. 한편 Lee & Lee(2012)는 관여도별로 분류된 고객들의 지각된 위험과 관련 정보탐색이 고객만족에 어떤 영향을 주는지 연구를 하였다. 그 결과 고객들이 인지하는 지각된 위험들에 유의한 차이가 있었으며 만족에 부정적인 영향을 주는 것으로 분석되었다. 또한 Je & Kim(2011)은 외식기업 이용 불로거들의 외식기업에 대한 믿음 그리고 이용 후 가치인지 및 재구매의사에 다양한 지각된 위험들이 부정적인 영향을 준다고 주장하였다.

레스토랑에서 외식서비스관련 상품을 구매하거나 이용할 때 고객들은 이들의 무형적인 특성 때문에 혼란을 겪게 된다. 무형성은 눈으로 직접 볼 수 있거나 몸으로 느낄 수 있는 물질적인 요소가 없거나 부족함으로 인해 쉽게 정의할 수 없으며 형상화할 수 없는 특징을 의미한다(Pierre 등 2000). 이러한 상황을 통해 고객들은 외식상품구매에 대한 위험을 인지하게 되는 것이다. 즉, 외식기업의 유형성을 대표하는 물리적 환경과 지각된 위험에 대한 심도 깊은 이해가 필요하다는 의미이다.

따라서 본 연구의 목적은 강원도 영동권 지역 생선회전문점의 물리적 환경요인들이 이용 고객의 지각된 위험에 어떠한 영향을 미치는지를 알아보기 위한 것이다. 즉 외식기업의 물리적 환경이 이용 고객의 지각된 위험에 어떤 방향으로 영향을 주는 것인지 알아보는 것이 첫 번째 목적이다. 그리고 이를 통해 물리적 환경이 고객의 지각된 위험을 감소시킬 수 있는지의 가능성을 알아보는 것이 최종적인 목적이라고 할 수 있다.

## II. 연구 내용 및 방법

### 1. 조사대상 및 기간

본 연구의 조사 대상지는 강원도 영동권 지역의 생선회전문점을 이용하는 고객들을 대상으로 하였다. 대상 생선회전문점은 일반적인 횡집의 형태가 아닌 업스케일레스토랑 수준의 형태를 갖추고 있으며, 월 2,000만원 이상의 매출을 기록하는 식당으로 고성군에 2곳, 속초시와 양양군에 3곳, 강릉시에 2곳으로 선정하였다. 설문지는 사전 연구를 기초로 하여 제작성하였다. 이들은 다음과 같은데, 물리적 환경은 모두 21문항, 기초통계적 특성은 7문항(성별, 직업, 학위, 동반자, 월 이용횟수, 1인당 지출비, 거주지)으로 구성되었다. 설문지는 자기 기입방식으로 현장에서 작성이 완료되면 즉시 수거를 하는 방식으로 진행하였다.

본 연구에서 2013년 8월 1일부터 30일까지 예비 설문지 100부를 고성군, 속초시, 강릉시의 각각 1곳으로 총 3곳에서 배포하여 사전설문을 실시하였다. 그 후 이를 바탕으로 재구성한 뒤, 2014년 1월 1일부터 31일까지 총 500부의 설문지

를 상기 장소에 배포하여 본 설문을 실시하였다. 이중 유효한 436부의 설문지를 분석에 이용하였는데 수거율은 87.2%로 나타났다.

### 2. 조사내용 및 방법

#### 1) 물리적 환경

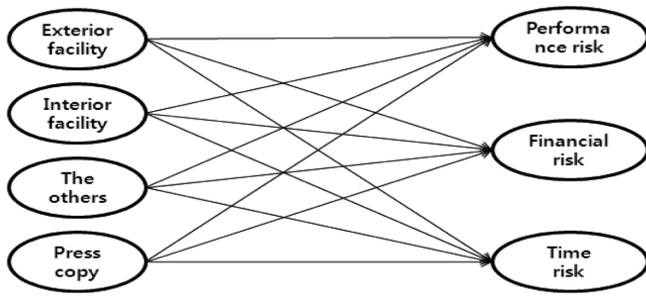
본 연구의 물리적 환경은 외식서비스 기업이 그들의 서비스상품과 품질을 고객에게 확신하도록 하는 물질적인 자산을 의미한다. 본 연구에서는 Yim(2012)의 유형적 근거를 바탕으로 한 물리적 환경과 Jung & Yoon(2010)의 서비스 이스케이프를 참조하여 재구성 하였다. 이는 4가지 요인으로 구성하였는데 첫 번째는 '외부시설'로서 '주차장의 상태, 간판의 미려함, 외부장식의 우아함, 외부조리기의 상태, 레스토랑으로의 유도표지상태'로 구성되었다. 두 번째는 '내부시설'로서 '흡연실의 상태, 놀이방의 상태, 수유실의 상태, 고객 대기실의 상태, 화장실의 청결과 편안함'으로 구성되었다. 세 번째는 '기타시설'로서 '내부 디자인과 인테리어의 우아함, 가구의 우아함, 집기류와 도구의 정리 상태, 내부 분위기의 편안함, 음악의 적합성, 종업원 유니폼의 상태'로 구성되었다. 마지막으로 '인쇄물류'는 '레스토랑 명함의 미려함, 문방구류의 비치상태, 팜플렛과 브로셔의 상태, 연계 쇼핑과 관광지로의 할인권비치'로 구성되었다. 상기의 변수 중 '외부장식의 우아함, 내부 디자인과 인테리어의 우아함'을 변수로 채택한 이유는 다음과 같다. 영세한 경영방식을 가진 일반 횡집을 제외한 최근의 생선회전문점은 고급일식레스토랑 즉, 업스케일레스토랑 수준의 외부장식과 내부 디자인을 차용하고 표방하는 추세를 지향하고 있기 때문이다. 그리고 모든 변수는 5점 리커트 척도를 채택하였다.

#### 2) 지각된 위험

한편 지각된 위험은 구매과정에 있어서 고객들이 인지하는 위험의 정도를 의미하는데 본 연구에서는 Laroche(2004), Shim & Lee(2011)의 연구를 토대로 변수를 책정하였다. 이는 12개 변수의 3가지 요인으로 구성되었다. 먼저 첫 번째 요인은 '성과정 위험'으로 '메뉴와 서비스가 완벽하지 않았다, 음식이 남아 지불금액이 아깝다, 메뉴와 실제 음식이 다르다, 식재료의 품질이 낮다'로 구성되었다. 두 번째 요인은 '금전적 위험'으로서 '이 음식점의 지불금액을 믿지 못하겠다, 타 음식점의 음식가격보다 비싸다, 타 음식점의 주류·음료 가격보다 비싸다, 일반적인 가격이 비싸다'로 구성되었다. 세 번째 요인은 '시간적 위험'으로서 '느린 음식서비스 속도, 긴 대기시간, 음식점까지 먼 도달시간, 느린 불만처리속도'로 구성되었다. 모든 변수는 5점 리커트 척도를 채택하였다.

### 3. 통계분석방법

먼저 물리적 환경과 지각된 위험의 신뢰도와 타당도를 측정하기 위해 Cronbach's와 탐색적 요인분석을 실시하였다.



<Figure 1> Research model

그리고 탐색적 요인분석결과를 토대로 각 결과의 요인구조의 적합성을 알아보기 위해 확인요인분석을 실시하였다. 이때 사용되는 통계지수로는  $\chi^2$ , GFI(적합지수, Goodness of Fit Index), AGFI(수정부합지수, Adjusted GFI), PGFI(간명적합지수, Parsimonious GFI), NFI(표준적합지수, Normed Fit Index), RMR(잔차제곱평균제곱근, Root Mean-Square Residual) 등이 있다. 여기서  $\chi^2$ 는 그 유의도(p)가 0.05 이상인 것이 모형의 적합도가 양호하다. 그리고 GFI와 AGFI, NFI는 그 값이 1에 가까운 것이 양호하다. 또한 RMR은 그 값이 0.05 이하이며 0에 가까울수록, PGFI는 높을수록 좋다고 하였다. 최종적으로 강원도 영동권 지역 생선회 전문점의 물리적 환경이 이용고객의 지각된 위험에 미치는 영향을 고찰하기 위하여 구조방정식(SEM)의 경로분석을 이용하여 분석을 실시하였다.

4. 연구의 설계

1) 연구모형 및 가설의 설계

(1) 연구모형

선행연구(Laroche 2004; Shim & Lee 2011)를 토대로 본 연구에 적합하도록 수정하여 물리적 환경이 지각된 위험에 미치는 영향을 통합적으로 연구하고자 하였다. 이들에 대한 실증연구모형은 <Figure 1>과 같다.

(2) 가설설정~가설은 아래와 같이 총 4개로 구성되었다.

가설 1. 외부시설은 고객의 지각된 위험에 유의한 영향을 미친다.

가설 2. 내부시설은 고객의 지각된 위험에 유의한 영향을 미친다.

가설 3. 기타시설은 고객의 지각된 위험에 유의한 영향을 미친다.

가설 4. 인쇄물류는 고객의 지각된 위험에 유의한 영향을 미친다.

III. 결과 및 고찰

1. 인구통계적 분석

본 연구의 분석 대상자들에 대한 인구통계적인 분석결과

<Table 1> General characteristics of subjects

Result Categories	Frequency	N	%
Gender	Male	222	50.9
	Female	214	49.1
Job	University student	15	3.4
	Salaried man	173	39.7
	public service personnel	125	28.7
	Owner	101	23.2
	Profession	22	5.0
Scholarship	High school graduate	23	5.2
	College graduate	184	42.2
	University graduate	194	44.5
	Graduate schools≤	35	8.1
Partner	Friend	87	20.1
	Lover	94	21.5
	Companion	134	30.7
	Family	121	27.7
Number of monthly use	≥2	226	51.8
	3~5	197	45.2
	6≤	13	3.0
Use expense per once of one person (1,000Won)	<10	22	5.0
	10~15	151	34.6
	15~20	170	38.9
	20~25	85	19.5
	25≤	8	2.0
Residence area	Seoul & Kyunggi-Do	136	31.4
	Chungcheng-Do	55	12.4
	Kyungsang-Do	49	11.2
	Jeonra-Do	23	12.3
	Gangwon-Do	163	37.4
	Jeju-Do	10	12.3

는 <Table 1>과 같다. 먼저 남성이 222명(50.9%), 여성이 214명(49.1%)로 나타났다. 직업에 대한 분류에서는 대학생이 15명(3.4%), 직장인이 173명(39.7%), 공무원이 125명(28.7%), 자영업자가 101명(23.2%), 그리고 전문직이 22명(5.0%)로 나타났다. 학력에 대한 분류에서는 고졸이 23명(5.2%), 전문대 졸업자가 184명(42.2%), 대학졸업자는 194명(44.5%) 그리고 대학원 이상이 35명(8.1%)로 분석되었다. 한편 동반자에 따른 분류에서는 친구가 87명(20.1%), 연인이 94명(21.5%), 직장동료가 134명(30.7%), 가족이 121명(27.7%)로 분석되었다. 월 이용 횟수에 의한 분류에서는 2번 이하가 226명(51.8%), 3번 이상 5번 이하가 197명(45.2%), 6번 이상이 13명(3.0%)이었다. 그리고 1인당 지출비에서는 1만원 이하가 22명(5.0%), 1만원 이상에서 1만 5천원 미만이 151명(34.6%), 1만 5천원 이상에서 2만원 미만이 170명(38.9%), 2만원 이상에서 2만 5천원 미만이 85명(19.5%), 2만 5천원 이상이 8명(2.0%)으로 나타났다. 마지막으로 거주지의 분류에서는 서울·경기지역이 136명(31.4%), 충청도가 55명(12.4%), 경상도가 49명(11.2%), 전라도가 23명(12.3%), 강원도가 163명(37.4%), 제주도가 10명(12.3%)로 분석되었다.

2. 물리적 환경과 지각된 위험의 기초통계적 분석

먼저 물리적 환경에 대한 기초통계적인 분석은 다음과 같다. 첫째 외부시설에서는 ‘주차장의 상태’가 가장 큰 점수를 보였지만(4.33±0.52), ‘간판의 미려함’은 가장 낮은 점수를 나타냈다.(2.82±0.55). 내부시설에서는 ‘화장실의 청결과 편안함’이 가장 높은 점수를 나타냈고(4.37±0.34), ‘수유실의 상태’가 가장 낮은 점수를 나타냈다(2.54±0.39). 이러한 결과를 보면 ‘간판의 미려함’과 ‘수유실의 상태’에 대한 만족정도가 가장 낮았다는 것을 알 수 있다. 한편 기타시설로서 ‘집기류와 도구의 정리 상태’가 가장 높은 점수를 나타냈고(3.55±0.37), ‘내부 분위기의 편안함’이 가장 낮은 점수를 나타냈다(3.27±0.76). 마지막으로, 인쇄물에서는 ‘연계 쇼핑과 관광지로의 할인권비치’가 가장 높은 점수를 나타냈고(4.57±0.41), ‘팸플렛

과 브로셔의 상태’가 가장 낮은 점수를 나타내었는데(2.95±0.57) 이는 고객들의 만족정도가 가장 낮다는 의미이다.

두 번째로, 고객의 지각된 위험에 대한 기초통계적인 특성은 다음과 같다. 성과적 위험에서 ‘식재료의 품질이 낮다’가 가장 높은 점수를 나타내었지만(4.43±0.07), ‘메뉴와 실제음식이 다르다’가 가장 낮은 점수를 나타내었다(3.21±0.77). 금전적 위험에서는 ‘타 음식점보다 주류·음료가격이 비싸다’가 가장 높은 점수를 나타내었지만(4.51±0.43), ‘타 음식점보다 음식가격이 비싸다’가 가장 낮은 점수를 나타내었다(3.98±0.39). 마지막으로 시간적 위험에서는 ‘음식점까지 먼 도착거리’가 가장 높은 점수를 나타내었지만(4.69±0.42), ‘느린 불만처리속도’가 가장 낮은 점수를 나타내었다(3.36±0.36). 즉 생선회 전문점 이용고객들은 다른 형태의 음식점보다 음식 및

<Table 2> EFA of physical environment & perceived risk

	Variables	grade	m±std	EFA		
				Commodity	Rotation loading capacity	Cronbach's α
Exterior facility	Maintenance & condition of parking lots	1	4.33±0.52	0.91	0.80	0.87
	Beauty of signboard	5	2.82±0.55	0.77	0.76	
	Elegance of exterior decoration	3	4.25±0.13	0.68	0.73	
	Maintenance & condition of outdoor cookers	2	4.32±0.21	0.83	0.71	
	Establishment & easy identification of signage to restaurants	4	3.25±0.32	0.70	0.79	
Interior facility	Maintenance & condition of smoking room	5	3.54±0.54	0.77	0.75	0.78
	Maintenance & condition of playing room for children	4	3.72±0.21	0.76	0.73	
	Maintenance & condition of singing room	3	3.88±0.64	0.76	0.73	
	Maintenance & condition of feeding room	6	2.54±0.39	0.67	0.70	
	Maintenance & condition of waiting sector	2	4.07±0.24	0.69	0.74	
	Cleanness & comfortableness of restroom	1	4.37±0.34	0.78	0.76	
The others	Elegance of indoor design & interior	5	3.33±0.28	0.83	0.79	0.73
	Arrangement & elegance of furniture	3	3.37±0.51	0.81	0.73	
	Arrangement & condition of utensils, equipments	1	3.55±0.37	0.75	0.79	
	Comfortableness of indoor air	6	3.27±0.76	0.71	0.77	
	Suitableness & atmosphere of music	4	3.35±0.45	0.73	0.68	
	Uniform's condition of personnels	2	3.39±0.15	0.69	0.67	
Press copy	Elegance of restaurant's business card	2	4.55±0.90	0.80	0.80	0.74
	Maintenance & condition of stationery	3	3.07±0.36	0.74	0.79	
	Maintenance & condition of pamphlet, brochure	4	2.95±0.57	0.73	0.73	
	Possession of discount coupon toward other shops & sightseeing resorts	1	4.57±0.41	0.70	0.70	
Performance risk	menu and service were not perfect	2	4.27±0.11	0.68	0.75	0.80
	feeling expensive food's price	1	4.43±0.07	0.73	0.75	
	feeling regrettable using restaurant on account of food's remaining	3	4.25±0.19	0.78	0.69	
	difference menu with real food	4	3.21±0.77	0.71	0.71	
Financial risk	distrust about payment at restaurant	3	4.21±0.74	0.79	0.73	0.73
	expensiveness of foods than other restaurant	4	3.98±0.39	0.69	0.76	
	expensiveness of beverages than other restaurant	1	4.51±0.43	0.82	0.74	
	worry about general payment at restaurant	2	4.32±0.29	0.80	0.83	
Time risk	slow speediness about food service	3	4.27±0.32	0.73	0.73	0.71
	long waiting time	2	4.32±0.91	0.73	0.71	
	long distance to restaurant	1	4.69±0.42	0.69	0.79	
	slow speediness against complaint treatment	4	3.36±0.36	0.80	0.75	

음료의 가격이 비싸게 느껴지는 것과 전문점까지의 도착거리에 대한 위험인지를 가장 크게 느낀다는 것을 알 수 있다.

3. 물리적 환경과 지각된 위험에 대한 탐색요인분석

먼저 Kaiser-Meyer-Olkin 계수는 0.91로 탐색요인분석에 적합하도록 나타났다. 또한 Bartlett's 유형성 검증의  $\chi^2$ 는 542.11(p=0.000)로 분석되어 통계적으로 유의한 결과를 나타냈다. 그리고 cronbach's  $\alpha$  계수는 모두 0.6 이상으로 나타나서 신뢰성 역시 유의하게 분석되었다.

4. 물리적 환경과 지각된 위험에 대한 확인요인분석

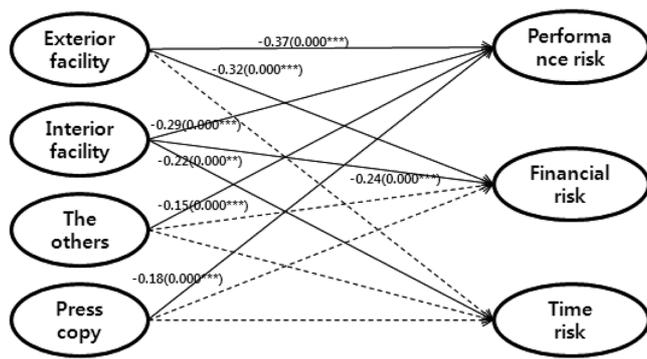
본 연구의 모델의 적합성을 알아보기 위해 확인요인분석

을 실시하였는데, 먼저 물리적 환경의 적합도 지수는 다음과 같이 나타났다.  $\chi^2=64.25$ ,  $p=0.00<0.05$ ,  $GFI=0.94$ ,  $AGFI=0.93$ ,  $PGFI=0.90$ ,  $NFI=0.90$ ,  $RMR=0.04$ 로 분석되었다. 즉  $\chi^2$ 는 0.05 이하로 나타났으며 GFI, AGFI, NFI는 모두 1 가까이 나타나서 분석에 적합하였다.

두 번째로 지각된 위험의 확인요인분석 결과는 다음과 같은데  $\chi^2=5.75$ ,  $p=0.13>0.05$ ,  $GFI=0.92$ ,  $AGFI=0.91$ ,  $PGFI=0.88$ ,  $NFI=0.89$ ,  $RMR=0.05$ 로 나타났다. 즉  $\chi^2$ 의 유의도는 0.05 이상으로 나타났으며 GFI, AGFI, NFI도 1 가까이 나타났다. 따라서 분석결과를 토대로 하면  $\chi^2$ 의 일반적인 유의성이 0.05 이상이었으며 GFI, AGFI, NFI는 1에 가깝게 나타나서 요인구조의 적합성이 입증되었다.

<Table 3> CFA of physical environment & perceived risk

Variables		CFA				
		Estimate	S.E.	C.R.	p	
Physical environment	Maintenance & condition of parking lots	1.00				
	Exterior facility	Beauty of signboard	0.94	0.14	19.45	0.00
		Elegance of exterior decoration	0.92	0.12	12.33	0.00
		Maintenance & condition of outdoor cookers	0.91	0.13	14.22	0.00
		Establishment & easy identification of signage to restaurants	0.90	0.45	22.35	0.00
		Maintenance & condition of smoking room	1.00			
	The others	Maintenance & condition of playing room for children	0.96	0.01	21.95	0.00
		Maintenance & condition of singing room	0.93	0.03	17.22	0.00
		Maintenance & condition of feeding room	0.90	0.01	15.41	0.00
		Maintenance & condition of waiting sector	0.89	0.03	12.39	0.00
		Cleanness & comfortableness of restroom	0.82	0.05	20.15	0.00
	The others	Elegance of indoor design & interior	1.00			
		Arrangement & elegance of furniture	0.93	0.05	12.27	0.00
		Arrangement & condition of utensils, equipments	0.90	0.05	19.54	0.00
		Comfortableness of indoor air	0.89	0.01	12.11	0.00
		Suitableness & atmosphere of music	0.85	0.06	19.45	0.00
		Uniform's condition of personnels	0.82	0.05	12.37	0.00
		Press copy	Elegance of restaurant's business card	1.00		
Maintenance & condition of stationery	0.91		0.04	18.54	0.00	
Maintenance & condition of pamphlet, brochure	0.88		0.01	14.73	0.00	
Possession of discount coupon toward other shops & sightseeing resorts	0.83		0.09	10.28	0.00	
$\chi^2=64.25$ , $p=0.00<0.05$ , $GFI=0.94$ , $AGFI=0.93$ , $PGFI=0.90$ , $NFI=0.90$ , $RMR=0.04$ .						
Perceived risk	Performance risk	menu and service were not perfect	1.00			
		feeling expensive food's price	0.95	0.05	29.78	0.00
		feeling regrettable using restaurant on account of food's remaining	0.92	0.01	54.21	0.00
		difference menu with real food	0.90	0.09	13.24	0.00
	Financial risk	distrust about payment at restaurant	1.00			
		expensiveness of foods than other restaurant	0.91	0.05	12.14	0.00
		expensiveness of beverages than other restaurant	0.90	0.05	13.25	0.00
		worry about general payment at restaurant	0.87	0.01	14.65	0.00
	Time risk	slow speediness about food service	1.00			
		long waiting time	0.93	0.01	13.78	0.00
		long distance to restaurant	0.91	0.04	12.98	0.00
		slow speediness against complaint treatment	0.89	0.09	14.27	0.00
$\chi^2=5.75$ , $p=0.13>0.05$ , $GFI=0.92$ , $AGFI=0.91$ , $PGFI=0.88$ , $NFI=0.89$ , $RMR=0.05$						



<Figure 2> The last path diagram (The influence of physical environment on perceived risk)  
 $\chi^2=23.25$  ( $p>0.05$ ), GFI (0.92), AGFI (0.90), NFI (0.90), RMR (0.04)

5. 물리적 환경이 지각된 위험에 미치는 영향(가설검증)

물리적 환경이 지각된 위험에 미치는 영향을 알아보기 위해 구조방정식(structural equation model)을 실시하였다. 최초 분석 지수가 낮게 나와서 이를 높이기 위해 지수한계를 4로 높이는 방식을 실시하였더니 양호하게 분석되었다. 그 결과는 다음과 같은데  $\chi^2=23.25$ ,  $p=0.51(>0.05)$ , GFI=0.92, AGFI=0.90, PGFI=0.90, NFI=0.90, RMR=0.04(<0.05)로 나타났다.

<가설 1> 외부시설은 고객의 지각된 위험에 유의한 영향을 미친다.

물리적 환경에서 지각된 위험으로의 경로분석을 실시한 결과, ‘외부시설’은 성과적 위험(estimate= -0.37, C.R.= -7.71,  $p<0.001$ ), 금전적 위험(estimate= -0.32, C.R.= -7.35,  $p<0.001$ )에 부정적인(-) 영향을 주었다. 하지만 시간적 위험(estimate= -0.06, C.R.= -1.14,  $p=0.16$ )에는 유의한 영향을 주지 못하였다. 특히 성과적 위험에 가장 큰 영향을 주는 것으로 나타났는데 이는 고객들이 생선회 전문점을 이용할 때 ‘외부시설’을 통해 성과적 위험과 금전적 위험을 덜 느끼는 것으로 판

단된다. 즉, ‘외부시설’은 고객의 성과적 위험과 금전적 위험을 감소시킬 수 있다는 의미이다. 따라서 가설 1은 부분 채택되었다.

<가설2> 내부시설은 고객의 지각된 위험에 유의한 영향을 미친다.

그리고 ‘내부시설’은 분석결과 모든 지각된 위험에 부정적인(-) 영향을 주는 것으로 나타났다. 즉 분석결과로 ‘내부시설’은 성과적 위험(estimate= -0.29, C.R.= -5.50,  $p<0.001$ ), 금전적 위험(estimate= -0.24, C.R.= -5.01,  $p<0.001$ )에 유의한 영향을 주었다. 그리고 시간적 위험(estimate= -0.22, C.R.= -4.83,  $p<0.001$ )에도 유의한 영향을 주었다. 구매 위험인지는 서비스의 차별적, 무형적 특징으로 인해 서로 다르게 나타나는데 이는 서비스에 대한 심리적이며 정신적인 표현의 불확실성과 관련된다(Shim & Lee 2011, Klerck & Sweeney 2007). 즉 ‘흡연실의 상태, 놀이방의 상태, 수유실의 상태, 고객 대기실의 상태, 화장실의 청결과 편안함’ 등의 물리적 환경은 생선회 전문점 이용고객의 지각된 위험을 감소시킬 수 있다는 의미이다. 따라서 가설 2는 채택되었다.

<가설3> 기타시설은 고객의 지각된 위험에 유의한 영향을 미친다.

‘기타시설’은 성과적 위험(estimate= -0.15, C.R.= -3.90,  $p<0.05$ )에 부정적인(-) 영향을 주었다. 하지만 금전적 위험(estimate= -0.08, C.R.= -1.17,  $p=0.18$ )과 시간적 위험(estimate= -0.04, C.R.= -0.35,  $p=0.55$ )에는 유의한 영향을 주지 못했다. Yelkur R(2000), Yim SB(2012), Yoon TH(2013)은 고객들이 음식점의 다양한 상황에 의해 영향을 받게 되는데 이들은 서비스 종류, 편리함, 서비스 품질 등과 관련된 것이라 하였다. 다시 말해서, 이러한 변수들이 성과적 위험에는 영향을 주었지만 금전적, 시간적 위험에는 영향을 주지 못한 것으로 분석되었다. 즉 생선회 전문점은 ‘내부 디자인과 인테리어 상태,

<Table 4> Result of path analysis from physical environment to perceived risk

Result	Variables	Estimate	S.E.	C.R.	p
Exterior facility	Performance risk	-0.37	0.01	-7.71	0.000***
	Financial risk	-0.32	0.03	-7.35	0.000***
	Time risk	-0.06	0.03	-1.14	0.169
Interior facility	Performance risk	-0.29	0.02	-5.50	0.000***
	Financial risk	-0.24	0.03	-5.01	0.000***
	Time risk	-0.22	0.08	-4.83	0.000***
The others	Performance risk	-0.15	0.04	-3.90	0.003**
	Financial risk	-0.08	0.05	-1.17	0.184
	Time risk	-0.04	0.02	-0.35	0.550
Press copy	Performance risk	-0.18	0.03	-4.21	0.000***
	Financial risk	-0.08	0.08	-1.02	0.164
	Time risk	-0.09	0.07	-1.12	0.180

\*\*\* $p<0.001$ , \*\* $p<0.05$ , \* $p<0.01$

가구와 집기류의 정리 상태, 내부 분위기, 음악상태, 종업원의 유니폼'에 대한 총체적이고 전반적인 개선과 관리가 필요하다고 사료된다. 따라서 가설 3은 부분 채택되었다.

<가설4> 인쇄물류는 고객의 지각된 위험에 유의한 영향을 미친다.

마지막으로 '인쇄물'류는 성과적 위험(estimate=-0.18, C.R.=-4.21, p<0.001)에 부정적인(-) 영향을 주는 것으로 분석되었다. 하지만 금전적 위험(estimate=-0.08, C.R.=-1.02, p=0.16)과 시간적 위험(estimate=-0.09, C.R.=-1.12, p=0.18)에는 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 인쇄물류가 금전적 위험과 시간적 위험을 제어할 수 없다는 것을 의미한다. 무형성과 지각된 위험과의 연구에서 서비스의 무형성은 고객의 지각된 위험을 발생시키는데 특히 고객이 심적으로 무형성을 느낄 때 금전적 위험발생이 가장 크게 발생한다고 하였다(Chang & Wu 2012). 그리고 고객들은 일반적으로 시간을 돈과 동일하게 생각하며 특히 음식점에서 대기하는 시간이 시간적 위험을 발생시키는 중요한 요인이라고 하였다(Shim & Lee 2011; Yoon 2013). 이와 유사하게 Martin & Camarero(2009)는 고객이 인터넷 상에서 상품을 구매할 때에 인지하게 되는 금전적 위험과 시간적 위험이 구매만족에 가장 크게 부정적인(-) 영향을 주는 결과를 초래한다고 하였다. 한편 국내의 와인구매시장을 대상으로 연구한 Lee & Lee(2012)는 이용 고객들이 지각하는 금전적 위험과 성과적 위험이 만족에 큰 영향을 준다고 하여 본 결과와 비교가 되었다. 본 연구의 결과를 통해 생선회 전문점은 '인쇄물류'와 관련된 '레스토랑 명함의 존재와 상태, 문방구류의 비치상태, 팜플렛과 브로셔의 상태, 연계 쇼핑과 할인권비치관련' 등의 변수들에 대한 총체적인 확인과 정비 및 개선이 필요하다고 사료된다. 따라서 가설 4는 부분 채택되었다.

## IV. 요약 및 결론

### 1. 연구의 결과 및 시사점

본 연구는 강원도 영동권 지역에 위치하는 생선회전문점의 이용고객을 대상으로 설문과 조사 및 분석을 실시하였다. 즉 생선회전문점의 물리적 환경요인들이 이용고객들의 지각된 위험에 어떠한 영향을 주는지 알아보고자 하였다. 그리고 본 연구를 통해 외식 전문점의 서비스 마케팅 전략에 이론적이며 실용적인 기여를 하고자 하였다. 본 연구의 결과는 다음과 같다.

먼저 본 연구 자료의 신뢰성과 타당성을 확인하기 위해 탐색적 요인분석을 실시하였다. 그 결과 Kaiser-Meyer-Olkin계수는 0.91로 나타났으며 Bartlett's 유형성 검증  $\chi^2$ 는 542.11, p=0.000으로 나타나 분석에 적합한 것으로 나타났다. 그리고 cronbach's  $\alpha$  계수는 0.6 이상으로 나타나서 요인분석의 신뢰도도 적합한 것으로 분석되었다.

한편, 확인요인분석의 실시를 통해 요인구조가 적합한 것으로 나타났다. 즉,  $\chi^2$ 의 유의성은 일반적으로 0.05 이상을 넘어서 적합하였으며 GFI, AGFI, NFI의 수치 역시 1에 가까워서 분석에 적합하였다.

두 번째, 물리적 환경이 지각된 위험에 어떠한 영향을 주는지 알아보기 위해서 구조방정식(structural equation model)을 이용하였다. 최초 분석에서는 적합도가 낮아서 수정지수를 4로 높여 2차 분석을 실시하였다. 그 결과 양호한 값을 나타냈는데  $\chi^2=23.25$ , p=0.51(>0.05), GFI=0.92, AGFI=0.90, PGFI=0.90, NFI=0.90, RMR=0.04(<0.05)로 나타나 모두 분석에 적합하였다.

마지막으로, 물리적 환경이 지각된 위험에 미치는 영향을 알아보기 위해 경로분석을 실시한 결과 '외부시설'은 성과적 위험(p<0.001)과, 금전적 위험(p<0.001)에 부정적인 영향을(-) 주는 것으로 나타났다. 하지만 시간적 위험(p=0.16)에는 유의한 영향을 주지 않는 것으로 나타났다. 그리고 '내부시설'은 모든 지각된 위험(p<0.001)에 부정적인(-) 영향을 주는 것으로 분석되었다. '기타시설'은 성과적 위험(p<0.05)에 부정적인(-) 영향을 주는 것으로 분석되었다. 하지만 금전적 위험(p=0.18)과 시간적 위험(p=0.55)에는 유의한 영향을 주지 않는 것으로 나타났다. 마지막으로, '인쇄물류'는 성과적 위험(p<0.001)에 부정적인(-) 영향을 주는 것으로 분석되었다. 하지만 금전적 위험(p=0.16)과 시간적 위험(p=0.18)에는 유의한 영향을 주지 않는 것으로 나타났다.

본 연구의 결과에 의하면 생선회전문점 대부분의 물리적 환경 요인들이 이용고객들의 지각된 위험에 강한 영향을 주는 것으로 분석되었다. 하지만 기타시설과 인쇄물류는 금전적 위험과 시간적 위험에 유의한 영향을 주지 못하는 것으로 분석되었다. 이러한 결과는 물리적 환경의 상기 두 요인이 생선회 전문점을 이용하는 고객의 금전적이며 시간적인 위험 인지를 감소시키는데 효과적이지 못함을 의미한다. 고객은 음식점에서 식사를 하는 경우에 음식점 내의 다양한 시설과 장치 및 도구로 구성된 유형적인 가치를 직접 육안으로 인지하게 된다. 이를 통해 구매 결정에 대한 가치인지 및 만족 혹은 불만족을 경험하게 된다. 따라서 음식점의 물리적 환경은 구매 후 평가에 중요한 변수가 될 수 있는데 특히 서비스가 포함된 외식 상품을 구매할 때는 더욱 그렇다고 할 수 있다. 이는 고객들이 상품만을 구매할 때 보다는 서비스가 포함된 외식상품을 구매할 때 무형성을 더 많이 느끼기 때문이다. 따라서 생선회 전문점은 기타시설인 내부 디자인과 인테리어, 가구의 상태, 집기류와 도구의 정리 상태, 내부 분위기, 음악의 적합성, 종업원 유니폼의 상태 등을 재정비하고 최적의 상태로 관리하여야 한다. 또한 인쇄물류와 관련된 레스토랑 명함의 상태, 문방구류의 비치상태, 팜플렛과 브로셔의 상태, 연계 쇼핑과 관광지로의 할인권에 대한 전체적인 검사와 최적의 개선이 필요하다. 마지막으로 고객들의 지각된 위험을 감소시키는 한 방법으로 인터넷을 통한 마케팅

전략을 추천하고자 한다. 즉 이는 고객들이 인터넷 상의 가상공간을 통해 다양한 정보를 쉽고 빠르게 얻을 수 있으며 대체품과의 비교가 용이 하기 때문이다. 따라서 홈페이지에 외식기업의 유용한 외식구매정보를 신속하게 탑재하는 것이 중요하다. 그리고 블로그나 동호회에 최신의 구매정보를 등재함으로써 기존 고객들의 자연스러운 구전을 통해 잠재고객의 구매심리를 자극하도록 하여야 한다. 더불어 외식기업은 상품과 서비스에 대한 구매 후 보증 및 손쉬운 환불용이 정책이 필요하며, 경우에 따라서는 음식점의 기존 정책을 고객의 사정과 상황에 적합하도록 신축성 있게 변환할 수 있어야 한다.

## 2. 연구의 한계 및 차기 연구

본 연구의 첫 번째 한계로는 각 생선회전문점에서 설문을 실시하는 시간적인 문제였다. 즉 각 시간대 별로 포집되는 응답자들의 구성이 기초통계적인 특성으로 고려해 볼 때 한쪽으로 집중될 가능성이 있다. 예를 들면 시간대별로 남녀성비, 주부나 대학생들 같은 특별한 인구범주가 집중적으로 포집이 될 가능성을 의미한다. 따라서 이러한 결점을 해결하기 위해서 포집시간을 하루 2부분으로 나누어 고정하였는데 점심 2:00에서 5:00까지, 저녁 7:00에서 9:00까지로 제한하여 설문을 실시하였다.

한편, 본 연구는 강원도 영동권의 생선회 전문점으로 한정하여 조사를 실시하였다. 이는 우리나라 전체의 외식전문점에 대한 평가가 아니므로 적용의 한계가 있다고 사료된다. 따라서 차기 연구로서 다양한 지역의 외식전문점에서 조사를 실시하여 지역적인 차이 및 유사한 결과의 비교 연구가 필요하다고 사료된다.

## 감사의 글

본 연구는 2014년도 경동대학교 학술연구지원을 통해 수행되었습니다.

## References

- Boris S, Aleksandra PK, Damijan M. 2004. The relationships among perceived quality, perceived risk and perceived product value. *J. Product Brand Manag.*, 13(23):156-167
- Chang ML, Wu WY. 2012. Revisiting perceived risk in the context of online shopping: an alternative perspective of decision-making styles. *J. Psychol. Mark.*, 29(5):35-47
- Je MJ, Kim YG. 2011. The relationships of blogger's trust, perceived risk, benefit and intention to purchase in restaurants. *Korean J. Foodserv. Manag. Soc.*, 14(3):157-174
- Jun HM, 2013. The effect of foodservice consumer's perceived risk and value on social Commerce usage intention: focused on the technology acceptance model. *Korean J. Foodserv. Manag. Soc.*, 16(6):199-222
- Jung HS, Yoon HH. 2010. A study on the effects of perceived service quality in upscale Korean restaurants upon customer's feeling response and revisit intent. *Korean J. Food Cookery Sci.*, 26(2):129-137
- Kim Y, Kim EK, Choe JS. 2013. A Study on the food purchasing behavior characteristics of rural housewives on Bibongmyeon, Hwaseong. *J. Korean Soc. Food Cult.*, 28(6): 553-561
- Klerck D, Sweeney JC. 2007. The effect of knowledge types on consumer-perceived risk and adoption of genetically modified foods. *J. Psychol. Mark.*, 24(2):314-325
- Laroche M, Gorcon HGM, Jasmin B, Zhiyong Y. 2004. Exploring how intangibility affects perceived risk. *J. Serv. Res. May*, 6(4):373-389
- Lee SH, Lee HR. 2012. The effect of the wine consumers according to the level of involvement in perceived risk and information search on consumer satisfaction. *Korean J. Foodserv. Manag. Soc.*, 15(4): 297-319
- Martin SS, Camarero C. 2009. How perceived risk affects online buying. *J. Online inf. rev.*, 33(4):223-231
- Mittal B. 2002. Services communications: from mindless tangibility to meaningful massages. *J. Serv. Mark.*, 16(5):421-31
- Pi SM, Sangruang J. 2011. The perceived risks of online shopping in Taiwan. *J. Soc. behav. personal.*, 39(2):87-97
- Pierre C, Brian W, Gilles L. 2000. A benefit congruency framework of sales promotion effectiveness. *J. Mark.*, 64(4):65-81
- Shim SI, Lee Y. 2011. Consumer's perceived risk reduction by 3D virtual model. *Int. J. Retail Distrib. Manag.*, 39(12):107-118
- Srivastava K, Sharma NK. 2011. Exploring the multidimensional role of involvement and perceived risk in brand extension. *Int. J. Commer. Manag.*, 21(4):49-57
- Yelkur R. 2000. Customer satisfaction and the services marketing mix. *J. Prof. Serv. Mark.*, 21(1):10-19
- Yim SB. 2012. The effect of a italy restaurant's physical environment on the emotional responses and purchasing intention. *Korean J. Food Serv. Manag.*, 15(6):93-115
- Yoon TH. 2013. The influence of tangible clue of raw-fish restaurants on consumers' emotional responses & repurchasing behavior in east-northern area of Kangwon-province. *Korean J. Food Cookery Sci.*, 29(5):533-541
- Zeithaml VA, Bitner MJ, Gremler DD. 2011. *Services Marketing*. McGRAW. HILL 4th. pp 25

Received April 15, 2014; revised August 24, 2014; revised November 6, 2014; revised November 11, 2014; revised December 5, 2014; accepted December 8, 2014