

패밀리레스토랑의 유형적 단서가 고객의 지각된 위험 및 만족에 미치는 영향(서울지역 대학생을 대상으로)

이정자¹ · 윤태환
강원대학교 관광경영학과¹ · 동우대학 식품과학계열

The Influences of Tangible Clues on Customer's Perceived Risk and Satisfaction at Family-Restaurants (Focused on University Students in Seoul)

Jung-Ja Lee, Tae-Hwan Yoon
College of Business Administration, Kangwon University¹
Department of Food Science, Dong-u College

Abstract

The purpose of this study was to investigate the influences of tangible clues on university students' perceived risks and satisfaction at family-restaurants in Seoul. The performances of 3 tangible clues(physical evidence, employee, service process) negatively influenced the student's perceived risks. This result indicated that tangible clues can reduce the negative characteristics of service (intangibility, inseparability, perishability and variability) toward student customers at family restaurants. Meanwhile, financial risk, performance risk and social risk negatively influenced their overall satisfaction. Performance risk had the strongest negative influence on student customers' overall satisfaction, indicating that university students were much more interested in performance and utility about menu, food and service quality than in other factors at family restaurants. As a result, food-service corporations need to manage suitably various tangible clues as an important marketing strategy to diminish their customers' perceived risk and raise their satisfaction.

Key words: tangible clues, perceived risk, satisfaction, family-restaurant

1. 서 론

상품과 서비스 구매행동의 만족에 대한 고객의 인지는 구매결정에 있어서 그들의 지각된 위험(perceived risk)에 의하여 많은 영향을 받게 된다(Laroche M 등 2004). 이는 고객이 구매과정 중의 판매기업 및 상품의 브랜드가치, 촉진전략, 보증제도, 가격정책, 접근성, 종사원 관련 서비스와 태도 등에 대한 개인적인 인지

에 있어서 특정의 위험을 느낀다는 의미이다(Snoj B 등 2004). 즉 지각된 위험은 구매과정과 특정 브랜드 및 점포속성 등에 대한 고객의 인지에 있어서 그들이 느끼는 위험정도를 말하며 고객의 충성도와 가치 및 만족에 영향을 준다(Williams JG 1999).

현재까지 지각된 위험에 대한 연구는 경제, 심리, 의사결정, 보험, 경영 등 다양한 분야에서 수행되어왔으며 고객의 구매행동과 구매의사결정에 대하여 다양한 지각된 위험이 영향을 미치는 것으로 고찰되었다(Campbell MC 등 2001). 이러한 연구는 주로 고객의 구매심리와 많은 연관이 있는 것인데 고객의 행동이 위험에 대한 과거의 지각을 포함하며 이러한 심리는 확실성을 예상할 수 없거나 혹은, 불만족을 만들어 낸

Corresponding author: Tae-Hwan Yoon, Dong-U College, San-244, Nohak-dong, Sockcho 217-711, Korea
Tel: 033-639-0552
Fax: 033-639-0559
E-mail: thyoon13@hanmail.net

다고 하였다(Stone RN 등 1993). 특히 서비스상품의 구매에 있어서 고객들은 서비스의 무형적인 특성으로 인해 다양한 위험을 느끼게 되는데(Agarwal S 등 2001, Mayer KJ 등 2003) 이에 대하여 서비스기업들은 서비스의 무형성과 지각된 위험을 감소시키기 위해 유형적인 단서를 제공하려 노력하고 있다(Snoj B 등 2004). 유형적 단서는 학자마다 다르게 연구되고 있지만 일반적으로 서비스의 과정(service process), 참여자(participants), 물리적 증거(physical evidence) 등으로 분류되고 있다(Zeithaml VA 등 2006). 한편 외식업체는 음식이라는 유형적 상품과 서비스와 관련된 무형적 상품을 판매하는 복합적인 장소이다. 즉 병원의 서비스나 보험업무 및 금융서비스와 같은 무형성이 높은 서비스와는 달리 주요 판매 제품인 음식관련속성과 서비스품질을 포함하는 포괄적인 마케팅연구의 필요성을 시사한다(Lovelock C 등 2004).

따라서 본 연구는 서울지역의 패밀리레스토랑 이용 대학생들을 대상으로 외식기업이 사용하고 있는 유형적 단서의 성과와 그들의 지각된 위험 및 전체만족과의 인과관계를 고찰하고자 하였다. 그리고 이를 통해 만족에 부정적인 영향을 미치는 요인을 고찰하고 그에 대한 해석과 고객유지에 대한 기본적인 방향 및 외식업계에 대한 적용을 시사하고자 하였다.

II. 연구내용 및 방법

1. 조사대상 및 설문지의 구성

조사대상 패밀리레스토랑은 식품유통연감(2002/2004) 한국외식산업연감(2005)에 기재되어 있는 외식업체를 기준으로 하였다. 이들은 T.G.I Friday, 베니건스, 마르쉐, 뽕스, 시즐러 등으로 설문지는 선행연구들을 종합한 후 예비설문조사를 통해 수정하여 유형적 단서에 대한 3요인(서비스 과정 4항목, 물리적 증거 7항목, 종업원 관련 4항목의 15문항)과 기초통계학적인 5문항, 지각된 위험의 24항목, 전체만족 1항목 등으로 구성하여 설문을 실시하였다.

본 연구에서는 조사내용이 포함된 예비설문지를 작성하여 서울지역에 위치한 2개의 4년제 대학교 재학생을 대상으로 2005년 12월 1일부터 5일까지 50부의 예비설문지를 배포하여 예비조사를 실시한 후, 설문지를 보완하고 수정하여 2005년 12월 15일부터 30일에 걸쳐

본 조사를 실시하였다. 각 1개 대학교의 무작위 학생 50명에게 설문지를 배부하여 8개 대학교에 총 400부의 설문지를 배포하였으며, 불완전하거나 수거되지 못한 설문지 97부를 제외한 303부가 분석에 이용되었다.

2. 조사자료의 처리

설문자료는 SPSS 프로그램(version 10.0)과 AMOS 5.0을 이용하여 분석하였다. 유형적 단서와 지각된 위험은 기초 통계적 분석, 탐색적 요인분석, 확인요인분석, 신뢰도 분석을 실시하였다. 그리고 유형적 단서와 지각된 위험 및 전체만족과의 인과관계는 구조방정식의 경로분석(SEM-path analysis)을 이용하였다.

3. 조사내용

본 연구의 유형적 단서는 Table 1의 선행연구를 통해 다음과 같이 서비스 과정(service process), 종사원(employee), 물리적 증거(physical evidence) 등의 3요소 15항목으로 정하였다. 그리고 유형적 단서의 성과에 대하여 전혀 그렇지 않다(1점)에서 보통이다(4점), 매우 그렇다(7점)의 7점 Likert 척도를 사용하였다.

다음으로, 지각된 위험은 Stone RN 등(1993), Laroche M 등(2004)의 것을 바탕으로 심리적 위험, 신체적 위험, 재정적 위험, 사회적 위험, 시간적 위험, 성과적 위험의 각 4문항씩으로 구성된 총 6요인을 선택하였다. 그리고 이에 대한 느낌을 전혀 그렇지 않다(1점)에서 보통이다(4점), 매우 그렇다(7점)의 7점 Likert 척도를 사용하였다. 여기서 신체적 위험은 서비스나 제품의 안전성과 관련된 것으로 구매 후 구매자에게 나타날 신체적인 위해를 의미한다. 그리고 심리적 위

Table 1. Tangible clues in this research

Service process	Convenience of reservation alteration and cancel, Speediness of complaint treatment, Satisfaction of food offering and service speed, Management policy of restaurant
Employee	Ability of complaint treatment, Etiquette and kindness, Knowledge about products and service, External appearance and tidiness
Physical evidence	Elegance of interior decoration, Beauty of exterior appearance, Cleanness of restroom, Confusional degree of restaurant, Quality and condition of background music, Space for children's rest, Smoking area and its atmosphere

from: Lovelock & Wright (2002), 이유재(2005), Zeithaml 등(2006)

험은 구매와 관련된 자아상(self-image)과 자아개념(self-concept)에 대한 잠재적인 손실과 관련된 위험을 말하며, 재정적 위험은 구매와 관련된 금전의 손실과 관련된 위험을 말한다. 또한 사회적 위험은 다른 이들의 구매자에 대한 존경(respect)과 부러움(esteem) 및 우정의 손실위험을 나타내며, 시간적 위험은 구매활동과 관련된 노력과 시간의 손실위험을 말한다. 또한 성과적 위험은 구매 후 서비스와 제품의 비완전성에 대한 손실위험을 의미한다(Laroche M 등 2004).

III. 결과 및 고찰

1. 기초통계적 특성

패밀리레스토랑을 이용하는 서울 지역의 대학생을 대상으로 설문을 실시한 후, 처리된 표본의 기초통계학적인 특성은 Table 2와 같았다.

먼저 성별은 남학생이 168명(55.4%), 여학생이 135명(44.6%)이었다. 동반자별로는 친구가 153명(50.5%)으로 가장 많았으며 연인이 116명(38.3%)이었고, 가족은 34명(11.2%)이었다. 월 이용 횟수로는 2회 이하가 261명(86.1%)이었고, 3~5회가 38명(12.5%), 6회 이상이 4명(1.4%)으로 분류되었다. 한달 용돈에 따른 분류로는 10만원 미만은 8명(2.6%), 10만원 이상 20만원 미만은 79명(26.1%), 20만원 이상 30만원 미만은 141명(46.5%),

Table 2. General Characteristics

Categories	Result	Frequency	N	%
Gender	Male		168	55.4
	Female		135	44.6
Companion	Friend		153	50.5
	Lover		116	38.3
	Family		34	11.2
Number of monthly use	≥2		261	86.1
	3 ≤, ≥5		38	12.5
	6 ≤		4	1.4
Monthly expense (1,000 Won)	<100		8	2.6
	100 ≤, >200		79	26.1
	200 ≤, >300		141	46.5
	300 ≤, >400		62	20.5
Expense per once (1,000 Won)	400 ≤		13	4.3
	<10		10	3.3
	10 ≤, >15		107	35.3
	15 ≤, >20		101	33.3
	20 ≤, >25		56	18.5
	25 ≤		29	9.6

30만원 이상 40만원 미만은 62명(20.5%), 40만원 이상은 13명(4.3%)으로 나타났다. 외식 시 1회 지출비에 따른 분석은 1만원 미만이 10명(3.3%), 1만원 이상 1만5천원 미만이 107명(35.3%), 1만5천원 이상 2만원 미만이 101명(33.3%), 2만원 이상 2만5천원 미만이 56명(18.5%), 2만5천원 이상은 29명(9.6%)으로 나타났다.

2. 유형적 단서의 탐색적 · 확인적 요인분석

먼저 조사대상자가 인지하는 레스토랑의 유형적 단서, 15개 항목의 성과에 대한 신뢰성과 타당성을 검증하기 위해 탐색적 요인분석과 Cronbach's α 를 산출하는 방법을(Table 3) 사용하였다. 분석결과 Kaiser-Meyer-Olkin 계수는 0.733으로 나타나 요인분석의 적합성을 보였다. 그리고 Bartlett 구형성 근사 카이제곱은 372.011($p=0.000$)로 나타나 각 요인의 구성 변수들 간의 상관관계가 통계적으로 의미가 있음을 나타내었다. 또한 Cronbach's α 값은 0.6 이상으로 분석되어 비교적 높은 신뢰성을 보이는 것으로 사료되었다.

다음으로, 상위의 탐색적 요인분석의 결과를 토대로 요인구조가 타당한지를 분석하기 위해 확인적 요인분석을 실시하였다. 이때 사용되는 통계지수로는 χ^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 χ^2 는 그 유의도(p)가 0.05 이상인 것이 모형의 적합도가 좋으며, GFI와 AGFI, NFI는 그 값이 1에 가까운 것이 양호하다. 또한 RMR은 그 값이 0.05 이하이며 0에 가까울수록, PGFI는 높을수록 좋다고 하였다(노형진 2003). 한편 분석의 결과는 다음과 같이 요인 1 '물리적 증거'와 요인 2 '종사원'은 χ^2 의 유의도가 모두 0.05 이상이었으며 GFI, AGFI, NFI도 1에 가깝고, RMR은 0.05이하로 나타나 요인구조가 적합하게 나타났다. 반면 요인 3 '서비스 과정'은 χ^2 의 유의도가 0.05 이하로 분석되었으나 적합지수(GFI)를 비롯한 대부분의 지수는 대체적으로 적합조건에 타당하였다.

3. 지각된 위험의 탐색적 · 확인적 요인분석

지각된 위험의 탐색적 요인분석결과 시간적 위험의 '패밀리레스토랑까지 가는 거리가 멀어 부담된다.'가 공통성이 0.302로 나타나 이를 제외한 후 재분석한 결

과 모든 요인들의 공통성과 회전 적재량이 0.4 이상으로 나타났다. 그리고 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)값이 0.776, Bartlett 구형성검정의 근사카이제곱은 619.426 (p=0.000)으로 나타나 요인분석의 적합성과 타당성이 있는 것으로 분석되었다. 한편 Cronbach's α 값의 산출 결과 각 요인들 모두 0.6 이상으로 나타나 신뢰성 역시 높게 나타났다(Table 4).

다음으로, 지각된 위험의 탐색적 요인분석 결과를 토대로 본 연구에서 설정한 이론모형의 인과관계를 살펴보기 전에 측정변수들이 이론변수를 지지하고 요인구조가 타당한지를 분석하기 위해 확인적 요인분석을 실시하였다. 분석결과 재정적 위험, 시간적 위험, 성과적 위험은 χ^2 의 유의도가 모두 0.05 이상이었으며 GFI, AGFI, NFI도 1에 가깝고, RMR은 0.05이하로 나타나 요인구조가 적합하게 나타났다. 한편, 신체적 위험과 심리적 위험, 사회적 위험은 모형의 적합도가 $p < 0.05$ 로 나타나 요인으로서의 적합도는 낮지만 부합지수(GFI)를 비롯한 대부분의 지수는 대체적으로 적합조건에 타당하였다.

계를 고찰하기 위하여 구조방정식의 경로분석을 실시하였다(Fig. 1). 최초분석결과 적합도가 양호하지 않아 수정지표의 한계를 4로 변경하여 재분석한 결과, 수정된 모형의 적합도는 χ^2 이 12.982, $p(0.294) > 0.05$ 로 분석되었으며 기초부합지수는(GFI) 0.987(≈ 1.0), 조정부합지수(AGFI)가 0.976(≈ 1.0), 표준적합지수(NFI)가 0.782,

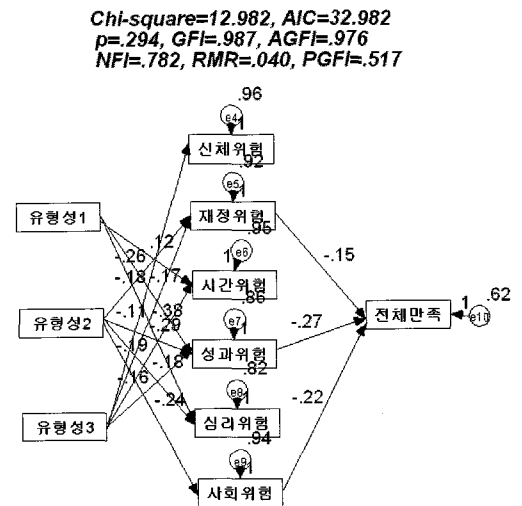


Fig. 1. The last path diagram of SEM (among tangible clues, perceived risk and overall satisfaction)

4. 유형적 단서와 지각된 위험 및 전체만족에 대한 경로분석

유형적 단서와 지각된 위험 및 전체만족과의 인과관

Table 3. Exploratory(cronbach's α) and Confirmatory factor analysis of tangible clues

Result	Tangible clues	Exploratory factor analysis			Confirmatory factor analysis			
		Commodity	Rotation loading capacity	Cronbach's α	Estimate	S.E.	C.R.	p
Factor 1 'physical evidence'	Elegance of interior decoration	0.769	0.787	0.8207	1.000			
	Beauty of exterior appearance	0.725	0.802		0.347	0.070	5.437	0.000
	Cleanness of restroom	0.646	0.672		0.650	0.068	9.611	0.000
	Confusional degree of restaurant	0.519	0.608		0.341	0.081	5.057	0.000
	Quality and condition of background music	0.640	0.841		0.297	0.075	3.976	0.000
	Space for children's rest	0.746	0.804		0.244	0.081	3.292	0.006
	Smoking area and its atmosphere	0.680	0.779		0.256	0.090	2.837	0.003
	$\chi^2=14.758, p=0.194 > 0.05, GFI=0.986, AGFI=0.973, PGFI=0.516, NFI=0.897, RMR=0.034$							
Factor 2 'employee'	Ability of complaint treatment	0.675	0.617	0.7798	1.000			
	Etiquette and kindness	0.807	0.847		0.243	0.071	3.290	0.006
	Knowledge about products and service	0.763	0.824		0.157	0.067	2.353	0.019
	External appearance and tidiness	0.759	0.849		0.344	0.070	5.207	0.000
$\chi^2=15.005, p=0.241 > 0.05, GFI=0.985, AGFI=0.975, PGFI=0.563, NFI=0.748, RMR=0.043$								
Factor 3 'service process'	Convenience of reservation alteration and cancel	0.677	0.762	0.7459	1.000			
	Speediness of complaint treatment	0.762	0.774		0.937	0.044	21.217	0.000
	Satisfaction of food offering and service speed	0.585	0.669		0.680	0.044	15.623	0.000
	Management policy of restaurant	0.619	0.623		0.704	0.051	13.838	0.000
$\chi^2=128.303, p=0.000 < 0.05, GFI=0.982, AGFI=0.969, PGFI=0.433, NFI=0.862, RMR=0.037$								

간명부합지수(PGFI)는 0.517, 평균제곱잔차제곱근(RMR)은 0.040으로 분석되어 적합도가 비교적 양호하게 나타났다.

주는 것으로 나타났다. 시간적 위험에는 경로계수가 -0.120, p=0.032로 나타났으며, 성과적 위험에는 경로계수가 -0.376, p=0.000으로 분석되었다. 또한 심리적 위험에는 경로계수가 -0.172, p=0.001로 분석되었다. 이러한 결과는 내부시설의 품격(고급성), 건물외관의 아름다움, 화장실의 청결, 음식점 내부의 혼잡도, 배경음악의 질과 상태, 흡연구역의 설치와 분위기 등이 대학생

1) 유형적 단서가 지각된 위험에 미치는 영향

먼저, 유형적 단서 1 ‘물리적 증거’는 시간적 위험, 성과적 위험, 심리적 위험에 모두 부정적인(-) 영향을

Table 4. Exploratory(cronbach's α) and Confirmatory factor analysis of perceived risk

Result	Perceived risk	Exploratory factor analysis			Confirmatory factor analysis			
		Commo-dity	Rotation loading capacity	Cronbach's α	Estimate	S.E.	C.R.	p
Physical Risk	1. Because of much fat, family restaurant' foods are harmful to the health.	0.691	0.831	0.8275	1.000			
	2. Family restaurant's foods are the cause of digestive trouble.	0.678	0.760		0.865	0.075	11.557	0.000
	3. I worry about family restaurant's foods for diet control.	0.692	0.769		1.113	0.093	11.950	0.000
	4. Family restaurant's foods are the cause of adult diseases or fatness.	0.737	0.858		1.113	0.081	13.782	0.000
$\chi^2=72.812, p=0.000<0.05, df=4, GFI=0.910, AGFI=0.884, PGFI=0.303, NFI=0.883, RMR=0.122$								
Financial Risk	1. Due to lack of personal expenses, I worry about payment at restaurant.	0.569	0.704	0.7167	1.000			
	2. Food's price is generally more expensive than other restaurant.	0.748	0.865		1.082	0.116	9.353	0.000
	3. Beverage's price is generally more expensive than other restaurant.	0.696	0.834		1.116	0.120	9.266	0.000
	4. I will control myself to use family restaurant(money problem).	0.564	0.751		0.998	0.126	7.909	0.000
$\chi^2=7.335, p=0.078>0.05, df=4, GFI=0.985, AGFI=0.954, PGFI=0.328, NFI=0.972, RMR=0.043$								
Time Risk	1. Food's service speed is slow.	0.610	0.781	0.6931	1.000			
	2. It's long waiting time at this restaurant.	0.661	0.749		0.856	0.132	6.562	0.000
	4. Speediness of complaint treatment is slow.	0.665	0.698		0.679	0.105	6.476	0.000
$\chi^2=2.172, p=0.924>0.05, df=4, GFI=0.981, AGFI=0.964, PGFI=0.543, NFI=0.934, RMR=0.038$								
Performance Risk	1. Contrary to my expectation, menu and service were not perfect.	0.558	0.677	0.7356	1.000			
	2. Because of insufficient quantity, I felt expensive food's price.	0.688	0.698		1.363	0.208	6.568	0.000
	3. On food's remaining, I felt regrettable using restaurant.	0.597	0.747		1.327	0.190	7.001	0.000
	4. Menu and actual food were often different.	0.557	0.756		1.512	0.212	7.141	0.000
$\chi^2=5.872, p=0.170>0.05, df=4, GFI=0.977, AGFI=0.934, PGFI=0.195, NFI=0.943, RMR=0.049$								
Psychological Risk	1. Because of confusional atmosphere, I felt unpleasant.	0.516	0.674	0.6471	1.000			
	2. Because of employee's over-kindness, I felt fretful.	0.742	0.860		1.032	0.253	4.076	0.000
	3. Because food isn't suit my taste, I felt unhappy.	0.821	0.894		2.982	0.610	4.884	0.000
	4. Because of employee's unkindness, I felt angry.	0.817	0.903		2.206	0.434	5.085	0.000
$\chi^2=30.000, p=0.000<0.05, df=4, GFI=0.961, AGFI=0.884, PGFI=0.320, NFI=0.903, RMR=0.179$								
Social Risk	1. If using family restaurant, I feel that my colleagues remind me of a unsubstantial person.	0.725	0.771	0.8806	1.000			
	2. If using family restaurant, I feel that my colleagues remind me of a person with spend-thrift habits.	0.820	0.852		1.341	0.104	12.947	0.000
	3. If using family restaurant, I feel that my colleagues remind me of a person without sense of economy.	0.674	0.960		1.369	0.100	13.669	0.000
	4. If using family restaurant, I feel that my colleagues remind me of a boaster.	0.610	0.821		1.189	0.110	10.818	0.000
$\chi^2=63.755, p=0.000<0.05, df=4, GFI=0.924, AGFI=0.771, PGFI=0.308, NFI=0.928, RMR=0.049$								

고객들의 시간적 위험, 성과적 위험, 심리적 위험을 감소시키는 역할을 하고 있다는 것을 의미한다.

다음으로, 유형적 단서 2 ‘종사원’은 재정적 위험, 성과적 위험, 심리적 위험, 사회적 위험에 모두 부정적인(-) 영향을 주는 것으로 나타났다. 재정적 위험에는 경로계수가 -0.258, $p=0.000$ 으로 나타났으며, 성과적 위험에는 경로계수가 -0.294, $p=0.000$ 으로 나타났다. 그리고 심리적 위험에는 경로계수가 -0.177, $p=0.001$ 로 나타났으며, 사회적 위험에는 경로계수가 -0.235, $p=0.000$ 으로 나타났다. 즉 종업원의 불평처리능력, 예절 및 친절성, 상품과 서비스 지식, 용모와 단정성 등의 종업원 관련 속성들이 대학생 고객들의 재정적 위험, 성과적 위험, 심리적 위험, 사회적 위험의 인지와 반비례한다는 것을 알 수 있다.

끝으로, 유형적 단서 3 ‘서비스과정’은 신체적 위험, 재정적 위험, 시간적 위험, 성과적 위험에 모두 부정적인(-) 영향을 주는 것으로 나타났다. 신체적 위험에는 경로계수가 -0.155, $p=0.004$ 로 나타났으며, 재정적 위험에는 경로계수가 -0.111, $p=0.044$ 로 나타났다. 또한 시간적 위험에는 경로계수가 -0.188, $p=0.000$ 으로 나타났으며, 성과적 위험에는 경로계수가 -0.180, $p=0.000$ 으로 나타났다. 즉 서비스과정은 서비스의 생산과 소비의

동시성 및 가변성 때문에 중요한데 예약사항의 변경 및 취소의 편리, 불평 처리의 신속성, 음식제공 및 서비스속도, 음식점의 운영방침 등의 유형적 단서가 신체적 위험, 재정적 위험과 시간적 위험 및 성과적 위험을 감소시킨다는 의미이다.

이러한 분석결과를 고찰하여 볼 때 유형적 단서가 지각된 위험과 상호영향관계에 있다고 한 Mayer KJ 등(2003)의 연구와 부합된 결과를 보여주고 있다. 또한 서비스의 특징인 무형성이 고객의 지각된 위험에 긍정적인 영향을 미친다고 한 Laroche M 등(2004)의 이론에 대해 본 연구는 무형성의 반대개념인 유형적 단서가 지각된 위험을 감소시킬 수 있다는 것을 나타내었다.

2) 지각된 위험이 전체만족에 미치는 영향

지각된 위험 중에서 재정적 위험, 성과적 위험, 사회적 위험이 전체만족에 모두 부정적인 영향을 주는 것으로 분석되었다(Table 6). 또한 이 중에서 성과적 위험이 가장 큰 부(-)의 영향을 주는 것으로 나타났다. 분석결과 재정적 위험은 경로계수가 -0.147, $p=0.000$, 성과적 위험은 경로계수가 -0.281, $p=0.000$, 그리고 사회적 위험은 경로계수가 -0.218, $p=0.000$ 으로 분석되었다.

조규석 등(2005)은 대학생들이 피자과 치킨 등을 소비하는데 있어서 비싸게 느끼지 않고 적당한 가격으로 인지하고 있음을 발견하였으며 이는 판매음식의 보편화와 가격인하로 인한 것으로 해석하였다. 또한 청소년을 대상으로 한 조혜영과 김선아(2005)는 이들의 패밀리레스토랑 이용에 있어서 할인카드와 쿠폰이 재방문에 영향을 미치며 다양한 점포속성 중에서 음식의 맛을 가장 중요하게 생각하고 있다고 하였다. 그리고 강종현과 양소영(2004)에 의하면 전남지역 대학생들이 패밀리레스토랑을 이용할 경우, 이들의 만족에 서비스 요인과 음식요인이 큰 영향을 준다고 하였다. 따라서

Table 5. SEM(path analysis) from tangible clues to perceived risk

Result Factor	Perceived risk	Estimate	S.E.	C.R.	p
Factor 1 "physical evidence"	Physical Risk	0.018	0.057	0.317	0.751
	Financial Risk	-0.073	0.055	-1.321	0.186
	Time Risk	-0.120	0.056	-2.143	0.032*
	Performance Risk	-0.376	0.052	-7.200	0.000***
	Psychological Risk	-0.172	0.053	-3.215	0.001**
Factor 2 "employ"	Social Risk	-0.018	0.056	-0.315	0.753
	Physical Risk	-0.026	0.057	-0.453	0.651
	Financial Risk	-0.258	0.055	-4.688	0.000***
	Time Risk	-0.087	0.056	-1.566	0.117
	Performance Risk	-0.294	0.053	-5.501	0.000***
Factor 3 "service process"	Psychological Risk	-0.177	0.052	-3.392	0.001**
	Social Risk	-0.235	0.056	-4.215	0.000***
	Physical Risk	-0.155	0.053	-2.909	0.004**
	Financial Risk	-0.111	0.055	-2.009	0.044*
	Time Risk	-0.188	0.056	-3.371	0.000***
	Performance Risk	-0.180	0.057	-3.176	0.000***
	Psychological Risk	-0.073	0.052	-1.409	0.159
	Social Risk	-0.057	0.056	-1.026	0.305

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

Table 6. SEM(path analysis) from perceived risk to overall satisfaction

	Perceived risk	Estimate	S.E.	C.R.	p
Overall satisfaction	Physical Risk	-0.037	0.045	-0.817	0.414
	Financial Risk	-0.147	0.046	-3.219	0.000***
	Time Risk	0.017	0.045	0.378	0.706
	Performance Risk	-0.281	0.046	-6.219	0.000***
	Psychological Risk	0.008	0.046	0.183	0.855
	Social Risk	-0.218	0.045	-4.789	0.000***

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

상위의 연구에 의하면 대학생들이 가격보다 서비스, 음식의 맛과 품질 등의 성과적 요소에 더 많은 관심을 가지고 있음을 알 수 있다. 또한 이는 본 연구의 결과인 성과적 위험이 전체만족에 가장 큰 부정적 영향을 미치는 이유이기도 한 것으로 사료된다.

지각된 위험은 만족, 구전 커뮤니케이션 및 브랜드 충성도에 영향을 준다(Mayer KJ 등 2003). 그리고 불만족한 고객은 다른 기업에 대한 전환행동을 하게 되는데(Tulin E 1998) 지속적인 고객유지를 위하여 만족에 영향을 미치는 지각된 위험의 감소전략을 수립함이 필요하다.

V. 결 론

1. 연구의 결과 및 시사점

본 연구는 서울지역의 패밀리레스토랑을 이용하는 대학생들을 대상으로 유형적 단서가 지각된 위험에 미치는 영향에 대하여 고찰하였다. 또한 지각된 위험이 만족에 미치는 영향을 분석하였으며 그 결과는 다음과 같다.

1) 유형적 단서가 지각된 위험에 미치는 영향

유형적 단서는 총 3개의 요인으로 나누어졌으며 지각된 위험은 6개의 요인으로 분류되었다. 먼저, 유형적 단서 1 ‘물리적 증거’는 시간적 위험, 성과적 위험, 심리적 위험에 부정적인 영향을 미쳤다. 이 중 성과적 위험이 가장 큰 부의 영향을 받는 것으로 나타났다. 또한 유형적 단서2 ‘종사원’은 재정적 위험, 성과적 위험, 심리적 위험, 사회적 위험에 부정적인 영향을 미쳤다. 이 중에서 성과적 위험이 가장 큰 부의 영향을 받는 것으로 나타났다. 마지막으로 유형적 단서3 ‘서비스과정’은 신체적 위험, 재정적 위험, 시간적 위험, 성과적 위험에 부정적인 영향을 미쳤다. 이 중 시간적 위험과 성과적 위험이 큰 부의 영향을 받는 것으로 나타났다.

2) 지각된 위험이 전체만족에 미치는 영향

전체만족에 영향을 미치는 지각된 위험은 재정적 위험, 성과적 위험, 사회적 위험으로 나타났으며 이들은 모두 부정적인 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 지각된 위험 중에서 전체만족에 가장 큰 부의 영향을 주

는 변수는 성과적 위험이었다.

실증분석에 의한 결과를 토대로 본 연구의 주요 시사점을 요약하면 다음과 같다.

첫째, 무형성과 소멸성, 이질성, 동시성 등의 서비스 특성으로 인해 고객들은 외식구매결정에 대해 위험을 지각하게 된다. 이에 대해 본 연구의 결과로 유형적 단서가 고객들의 지각된 위험감소의 역할을 하는 것으로 나타났다. 즉 외식사업체는 통제가 어려운 환대산업 환경에 적절히 적응하면서 통제 가능한 자원을 이용하여 고객의 지각된 위험을 감소시킬 수 있는 다양하며 집중적인 서비스마케팅전략의 구사가 필요하다.

둘째, 만족한 고객은 동일한 상품과 서비스를 반복하여 구매하는 경향이 큰데 이는 경쟁기업의 전략에 대한 효율적인 방어와 기업에 대한 충성도를 유도한다(Anderson 1993, Zeithaml VA 등 2006). 하지만 고객의 지각된 위험은 만족에 부정적인 영향을 미치므로 이를 감소시킬 수 있는 방안이 필요하다. 이는 유형적 단서의 보장 및 증강, 보증제도 및 보상의 제공, 브랜드 이미지 강화, 개인적 서비스의 제공, 품질의 통제 및 관리, 물리적 환경의 개선 등으로 제안될 수 있다.

2. 연구의 한계 및 향후과제

본 연구에서는 다양하게 구성된 지각된 위험(perceived risk)을 이용하여 유의한 결과를 도출하였으나 이러한 요소들의 전체적인 위험(overall risk)에 대한 연구가 누락되었다. 그리고 설문지의 표집에 있어 대학생들을 대상으로 학교 내에서 무작위 표본추출을 하였다. 따라서 패밀리레스토랑에서 직접 식사를 하고 있는 다양한 인구 통계적 형태의 고객을 대상으로 조사를 하는 것이 필요하다고 사료된다.

또한 외식업체가 유형성과 무형성을 함께 가지고 있기 때문에 차후 연구에서는 유형적 단서뿐만 아니라 상품, 가격, 장소, 촉진 등과 관련된 기타속성들을 포함하여 서비스품질 및 고객의 가치인지, 만족과의 관계를 고찰하는 것도 의의가 있을 것으로 사료된다.

참고문헌

- 노형진(2003). SPSS/AMOS에 의한 사회조사분석. 형설출판사. p 274-283
 식품유통연감(2002). 식품저널편집부. 98-122/ 2004. p 100-105
 이유재(2005). 서비스마케팅. 학현사. p 44

- 한국외식산업연합(2005). 한국음식업중앙회. p 294-302
- Agarwal S & Teas RK(2001). Cross-national applicability of a perceived risk-value model. *The Journal of Product and Brand Management* 13(4/5): 242-256
- Anderson EW & Sullivan MW(1993). The antecedents and consequences of customer satisfaction for firms. *Marketing Science* 12(Spring): 125-143
- Campbell MC & Goodstein RC(2001). The moderating effect of perceived risk on consumers' evaluations of product incongruity : preference for the norm. *Journal of Consumer Research* 28(3): 439-449
- Cho KS, Im BS, Kim SE & Kim GW(2005). A survey on consumption behaviors of the fast-foods in university students. *Journal of the Korean Society of Life-Science* 14(2): 313-319
- Jo HY & Kim SA(2005). Korean youths' use of fastfood and family restaurants in different regions: a comparison among cities and rural towns. *Journal of the Korean Society of Food Culture* 20(1): 44-52
- Kang JH & Yang SY(2004). Factor influencing on satisfaction of foodservice in family restaurant. *Korean J Soc Food Cookery Sci* 20(4): 371-379
- Laroche M, McDougall GHG, Bergeron J & Yang Z(2004). Exploring how intangibility affects perceived risk. *Journal of Service Research* May 6(4): 373-389
- Lovelock C & Lauren Wright(2002). *Principles of service marketing and management*. Pearson Education International Inc. p 13
- Lovelock C & Gummesson E(2004). Whither services marketing? In search of a new paradigm and fresh perspectives. *Journal of Service Research* Aug 7(1): 20-41
- Mayer KJ, Bowen JT & Moulton MT(2003). A proposed model of the descriptors of service process. *The Journal of Services Marketing*, 17(6/7): 621-636
- Snoj B, Korda AP & Mumel D(2004). The relationships among perceived quality, perceived risk and perceived product value. *The Journal of Product and Brand Management* 13(23): 156-167
- Stone RN & Gronhaug K(1993). Perceived risk : further considerations for the marketing discipline. *European Journal of Marketing* 27(3): 39-50
- Tulin E(1998). An empirical analysis of umbrella branding. *Journal of Research* 35(August): 339-351
- Williams JG(1999). The impact of employee performance cues on guest loyalty, perceived value and service quality. *The Service Industries Journal* July(19)3: 97-118
- Zeithaml VA, Bitner MJ & Gremler DD(2006). *Service marketing*. McGRAW. HILL 4th. pp 25.

(2006년 4월 13일 접수, 2006년 6월 14일 채택)