

노인 소비자의 경제적 독립성이 외식 구매 의사 결정 과정에 미치는 영향에 관한 연구

김 태 희^{1*} · 서 은²

¹경희대학교 호텔관광대학 외식산업학과

²경희대학교 관광대학원 조리외식경영학과

Effect of the Elderly Consumers' Financial Independency on Eating-out Decision Making Process

Tae-Hee Kim^{1*} and Eun Seo²

¹Dept. of Food Service Management, Kyung Hee University, Seoul 130-701, Korea

²Graduate School of Tourism, Kyung Hee University, Seoul 130-701, Korea

Abstract

As Korea has approached the aging society, older Koreans have become an important force in restaurant sales today. To succeed with this silver market, it is important for restaurant managers to know who they are and which factors influence the older Koreans' eating-out decision making process. The purpose of this study was to investigate the effect of the elderly consumers' financial independency on restaurant selection process. Data were collected from 178 older consumers above 55 years old and analyzed using the descriptive statistic analysis, MANOVA, and one-way ANOVA. The results showed that the elderly consumers' financial independency significantly influenced the decision making process in determining where they eat out. Significant differences were found between high income group and low income group in the Problem Recognition Step(Wilks' Lambda=0.776, $F=3.796$), Information Search Step(Wilks' Lambda=0.779, $F=2.959$), Alternative Evaluation Step (I:Wilks' Lambda=0.835, $F=1.748$ /II:Wilks' Lambda=0.764, $F=3.212$), and Purchase Decision Step(Wilks' Lambda=0.849, $F=2.412$), except the Post-Purchase Behavior(Wilks' Lambda=0.933, $F=1.179$). The more financially independent older consumers were, the more directly they were involved in the eating out decision making process. Older consumers with higher income and more personal property were likely to 'propose to eat out by themselves'($F=10.986$), to obtain restaurant information from the 'printed materials'($F=9.707$), to consider 'convenient location' as most important factor when they eat out($F=5.594$), and to go to 'family restaurant'($F=7.067$), 'Japanese restaurant'($F=7.391$) and 'fine dining restaurants'($F=6.382$). In conclusion, we found that the elderly consumers' financial independency did influence the eating-out decision making process. Considering that older Korean will become a financially independent consumer and will be eating away from home more often, food service operations should actively position themselves for this market and develop the market-driven menus and services to meet their needs and expectations.

Key words : Elderly consumer, financial independency, eating-out, decision making, silver marketing.

서 론

우리나라는 2000년을 기준으로 이미 고령화 사회로 진입한 상태이며 이러한 고령화와 더불어 전반적인 국민 소득 수준의 향상은 고령층의 경제력을 크게 향상시킬 것으로 전망된다. 이는 인구의 고령화와 함께 대가족 중심의 문화가 약화되면서 노인들을 대상으로 하는 실버 산업이 매우 활발하게 진행되고 있음을 의미한다.

우리 사회에서 통상적인 노인은 자녀와의 동거를 통해 노년기의 경제 문제를 해결하는 것이 일반적인 관행이었다. 그

러나 산업화로 지역간의 빈번한 이동 및 자녀의 부양 의식의 변화, 노인 스스로의 의식 변화는 혼자 사는 노인 단독가계나 노부부만으로 구성되는 노인 부부 가계의 비중을 증가시키고 있다(Yang & Sung 2001). 선진국의 경우 이미 '80년대 이전부터 높은 교육 수준과 경제력이 뒷받침되는 건강한 노인 소비자가 증가하였고, 자식의 부양을 거부하고 경제적으로 독립된 개인생활을 추구하는 노인들이 시장의 소비 주체가 되고 있다(Iwamura 1993, Bartos 1980, Bernhardt 1981).

이러한 변화는 자녀와 동거하는 대가족 중심의 가족 형태에서 노인 부부 중심의 생활 패턴으로 바뀌어가면서 경제력을 가진 독립 노인들이 증가함을 반영하고 있고, 사회가 발전할수록 노인의 사회 환경 변화에 따른 제도적 보상의 강

* Corresponding author : Tae-Hee Kim, Tel : +82-2-961-9388, Fax : +82-2-964-2537, E-mail : thkim33@khu.ac.kr

화, 평균 수명의 연장은 노인들의 삶의 질을 높이는데 중요한 요소로 자리 잡고 있다. 또한 노인들의 구매 욕구는 소비자로서 역할 확대와 구매력의 증가로 이어져 시장의 주체로서 인식되고 있다(Williams & DeMicco 1997).

노인의 구매 행동에 대한 많은 선행 연구(Miller & Petrich 1986, Williams & DeMicco 1997, Kim & Kim 1996, Kim 1999, Jung 2000)들은 이미 노인들의 경제적 독립성을 소득과 직업에 초점을 맞추어 연구해 왔고, 소득과 직업은 대부분의 모든 연구에서 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그 중에서도 소득은 소비 수준을 규정하고 사회 계층을 구분하는데 가장 중요한 요인으로서 연구되어져 왔는데 이는 경제적 독립성을 설명하는데 가장 객관적인 요소이기 때문이다.

경제적으로 자립한 노인과 경제 활동에 참여하는 노인에 대한 연구(Kwon & Cho 2000)에서는 노인 본인의 근로 수입, 배우자의 수입 그리고 재산 소득 등을 활용하여 노인의 만족도를 조사했는데 그 결과 생활비를 마련하고 자립적 경제 생활을 영위하는 노인이 자녀나 사회에 의존하여 경제 생활을 영위하는 노인들에 비하여 삶의 만족도가 높은 것으로 나타났다. 이와 마찬가지로 Kim(1999)은 노인층을 대상으로 금융 자산을 소유한 계층과 그렇지 못한 계층 사이에 존재하는 소득 수준의 차이가 노인 건강에 미치는 영향에 대해서 연구하였는데, 소득 수준이 높은 노인들의 경우 적절한 의료 서비스를 받을 가능성이 그렇지 않은 노인들보다 훨씬 높은 것으로 나타났다. 이는 금융 자산을 보유한 집단이 소비 수준이 높고 좋은 의료 서비스를 받을 수 있을 뿐만 아니라 경제적 여유로 인하여 육체적·정신적으로 평화스럽고 자유스러운 생활을 할 수 있음을 반영한다.

Miller & Petrich(1986)에 따르면 소득의 상태는 노인의 구매 활동을 좌우하게 되는데 경제적으로 높은 지위에 있는 노인의 경우 제품의 비교 구매, 구매 계획 등 적극적인 소비자 행동을 취하는 반면에 경제적으로 낮은 지위에 있는 노인들은 가격에만 의존한 구매 행동을 보이며 문제 인지의 부족 현상이 나타났다. 또한 경제적 상황 변화에 따른 노인 가계의 소비 패턴 지출 변화 분석에서는 노인들의 건강이나 경제력에 따라 필요와 욕구가 상이하게 나타났는데 노인들은 실질 소득의 향상을 경험하면서 과거보다 좋아진 환경에서 생활하고 있고 필요나 욕구는 노인들이 처한 상황, 이동성(mobility), 건강상태에 따라 다르게 나타났다(Jung 2000).

Kim & Kim(1996)는 노인들의 관광 제약 요인으로서 8개의 속성 중 관광 저해 요인으로 외적 자원인 자금의 부족을 들고 있고, Lee & Lee(1991)도 여성 노인 소비자를 대상으로 일상 구매활동에서 일어나는 소비자 문제와 만족에 대해서 구매의 만족은 시장 구매에서의 만족뿐 아니라 실질적으로 자신의 욕구를 충족시킬 수 있는 자원의 양(소득)에 의해 크게 좌우된다고 언급하고 있다. Hong(1991)의 연구에서는 소

득은 개인의 여가 행동에 영향을 미치는 대표적인 변수로 소득과 가족의 여행 일수는 매우 유의한 상관관계를 보였다. 이 연구에서 소득은 여가 활동 선택 시 개인이 이용할 수 있는 자원을 의미하는 지표인 동시에 개인의 사회적 지위를 구성하는 변수로 여가행동을 예측하는데 중요한 변수로 대변되었다. 여기서 자원(resource)이란 권한과 동력의 의미로서, 많이 가질수록 주도적인 결정권을 가지게 되는데 교육, 직업, 수입, 사회 참여 등이 있다(Kang 2001). 또한 Kim & Hong(1996)의 가족 휴가 의사 결정에 있어 가계의 근로 소득 및 비근로 소득, 가계 총지출, 자동차 소유 여부, 경제적 상태 등 가구의 사회 경제적 지위 및 경제력과 관련된 변수들이 영향을 미치는 것으로 나타나 경제적인 요인들이 가족 휴가를 즐기기 위한 자원으로 작용함을 알 수 있다.

지금까지의 선행 연구를 요약하면 노인 소비자의 경제적 독립성은 구매 활동, 건강, 삶의 만족도, 소비 패턴, 여가 행동 등에 영향을 미치는 것으로 나타나 노인 소비자들의 외식 구매 의사 결정 과정에도 영향을 미칠 것으로 사료된다. 즉 건강한 식생활의 추구, 외식의 보편화 추세와 더불어 경제적으로 독립된 노인들의 증가는 외식 시장에서도 많은 영향을 미칠 것이다. 세계적으로 유명한 외식 업체인 맥도날드와 버거킹사는 이러한 노인 시장을 인식하고 노인에 대한 세심한 서비스와 철저한 직원 교육, 쾌적한 실내 환경과 건강 메뉴 제공을 통해 적절한 마케팅을 적용하고 있다(Harris & West 1995). 국내 외식 시장도 해외 브랜드의 활발한 국내 진출과 국내 외식 업체의 증가로 시장이 다양화되고 세분화 되어 질 것이며 고령화 사회의 진입과 함께 노인들이 미래의 주요 고객으로 인식하게 될 것이다. 따라서 기업은 미래 사회로 갈수록 독립적이고 경제적인 노인들의 삶의 패턴 변화와 외식 수준 향상, 소비자 주체로서의 노인들의 욕구 등을 적극적으로 파악해야 할 것이다.

그러나 기존 연구에서는 노인 소비자를 시장에서 영향력을 행사할 수 없는 취약한 소비자(Lee & Lee 1991)로 보거나, 구매 활동에서 저관여 소비자(Yoon 1993)로 인식되었는데 이는 산업 사회에서 노년기에 나타나는 가장 큰 문제가 경제적 빈곤이기 때문이라고 할 수 있다(Chang & Choi 1984). 또한 지금까지 노인 소비자의 구매 의사 결정에 관한 논문들은 생활 필수품을 중심으로 의복 구매나 의료 용품(Park & Park 1995, Park 1996, Kim & Lee 2002) 등의 연구에 국한되어 있고, 외식 산업에서의 노인 소비자 및 외식 구매 의사 결정 과정에 관한 연구는 미비한 실정이다.

따라서 본 연구는 우리나라 노인 소비자들의 경제적 독립성이 외식 구매 의사 결정 과정에 어떠한 영향을 미치는지 규명하는 것을 목적으로 한다.

연구방법

1. 연구대상 및 기간

본 연구는 서울지역에 거주하는 노인을 대상으로 2003년 4월 6일부터 4월 20일 까지 약 15일 동안 조사가 진행되었다. 표본은 서울의 강남 및 강북 일대에 구 자치에서 운영하고 있는 노인 복지센터를 중심으로 편의적으로 표본을 추출했다. 설문 조사는 사전에 훈련된 면접원들이 현장 방문을 실시하여 설문 작성 방법에 대해 설명한 후 조사 대상자가 직접 설문을 작성하는 자기 기입 방식과 기입하는데 어려움이 있는 대상자들의 경우 면접원들이 개별 면접하여 대신 기입하는 방식으로 조사되었다. 220부의 설문지를 배포한 결과 총 213부가 수거되었으며 불성실하게 응답하거나 인구통계 항목에 응답하지 않은 35부를 제외하고 총 178부를 자료 분석에 활용하였다.

2. 설문지의 구성

본 연구의 설문은 선행 연구(Kim 1994, Oh 1996, Park 1996, Park & Park 1995, Lee 2000, Oates *et al* 1996)를 토대로 본 연구의 목적에 맞게 재구성하였으며, 남녀 노인 20명을 대상으로 사전 예비조사 후 이해하기 어려운 항목들을 수정·보완하였다. 설문 문항의 구성은 첫째, 노인 소비자들의 일반적인 특성인 성별, 연령, 최종학력, 퇴직 전후의 직업, 가족 형태, 외식 만족 등에 대해 질문하였다. 둘째, 노인 소비자의 외식 구매 의사 결정을 단계별로 파악하기 위해 구매 의사 결정 관련 연구(Kim 1994, Park & Park 1995, Park 1997)의 연구를 바탕으로 총 28문항을 질문하였다. 노인들의 경제적 독립성은 월소득 수준을 포함한 본인 명의의 주택 보유 여부 등 5문항으로 측정되었고, 본 연구에서는 월소득 수준을 중심으로 분석하였다.

외식 구매 의사 결정 단계는 선행 연구들을 바탕으로 총 6단계로 나눠 설문조사를 하였다. (1) 외식 제안 단계에서는 「본인 제안」, 「배우자 제안」, 「가족 제안」, 그리고 「주위 권유」로, (2) 외식 정보 탐색 단계는 「TV 광고, 라디오」, 「신문, 잡지」, 「친구, 이웃」, 「가족」, 「과거 방문 경험」으로 구분하였으며, 외식 대안 평가는 점포 속성과 관련해서 (3) 외식 대안 평가 단계 I로, 음식점 종류의 선택과 관련해서 (4) 외식 대안 평가 단계 II로 제시하였다. (5) 최종 외식 구매 결정 단계는 「본인 제안」, 「배우자 제안」, 「가족 제안」, 「주위 권유」로 구분하였고, (6) 외식 후 행동 단계는 「불만 표출」, 「행동하지 않음」, 「가족, 친구들에게 표출」, 「재방문 않음」으로 구분하여 조사하였다. 모든 문항들은 「전혀 그렇지 않다」부터 「매우 그렇다」의 5점 리커트 척도를 이용하여 측정하였다.

3. 분석방법

자료는 SPSS Version 10.0을 이용하여 인구통계학적인 빈도와 노인 소비자의 일반적 특성 및 수준을 알아보기 위해 빈도분석, 백분율, 평균, 표준편차 등의 기술적 통계 값을 산출

하였고, 노인 소비자의 경제적 독립성으로 대변되는 월 소득 수준이 외식 구매 의사 결정 과정에 영향을 미치는지를 알아보기 위해 MANOVA 분석을 실시하였다. 마지막으로 월 소득 수준에 따른 외식 구매 의사 결정 과정의 각 단계별 항목 간의 차이를 검증하기 위해 일원분산분석(one-way ANOVA) 및 SNK(Student-Newman-Keuls) 사후검증을 실시하였다.

결과 및 고찰

1. 조사 대상자의 일반적 사항

Table 1에 제시된 바와 같이 조사 대상자의 일반적 특성의

Table 1. Sociodemographic characteristics of the respondents

	Variables	Frequency* (N=178)	Percent (%)
Gender	Male	77	43.3
	Female	101	56.7
Age	55~64	112	62.9
	65~74	58	32.6
	Over 75	8	4.5
	Professional workers	27	20.8
Occupation	Office workers	24	13.5
	Government officers	6	3.4
	Self-employed	41	23.0
	Housewives	40	22.5
	Below high school	65	36.5
Education	2-year college	23	12.9
	University	61	34.3
	Graduate programs	29	16.3
	<100	44	24.7
Monthly income (10,000Won)	100~199	22	12.4
	200~399	69	38.8
	400<	43	24.2
Family type	Shack up with children and grandchildren	100	56.2
	Live couple only	67	37.6
	Live solitary	11	6.2
Overall satisfaction of restaurant experience	Very dissatisfied	4	2.2
	Dissatisfied	12	6.7
	Neutral	83	46.6
	Satisfied	72	40.4
	Very satisfied	7	3.9

* Total number of respondents for each variable may not be the same due to the missing value.

로 응답자의 성별 구성 비율은 남자가 43.3%($n=77$), 여자가 56.7%($n=101$)로 나타났으며, 55세 이상 65세 미만의 연소 노인층이 62.9%($n=112$)로 여성이면서 연소 노인이 가장 많았다. 직업의 형태는 자영업이 23.0%($n=41$)로 가장 많았고, 학력의 경우 전문대와 대학 졸업의 고학력 노인들이 47.2%($n=84$), 대학원이 16.3%($n=27$)로 전문대 이상의 고학력 노인들이 전체의 63.5%로 높은 비율을 차지하는 것으로 나타났다. 이는 강남 지역에서 추출된 표본들의 학력 수준이 반영된 결과라 판단된다. 소득 수준은 100만원 미만이 24.7%($n=44$), 100~200만원 미만이 12.4%($n=22$), 그리고 200~400만원 미만이 38.8%($n=69$)를 차지하는 것으로 나타났다. 가족 형태에서는 2·3대와 동거하는 노인이 56.2%($n=100$)로 전체 비율의 절반 이상을 차지하는 것으로 보아 여전히 우리나라의 노인들은 자녀들과의 동거가 일반적인 가족형태임을 알 수 있다. 외식 경험의 전반적인 만족도는 「보통이다」라고 응답한 노인이 46.3%($n=83$)로 가장 많았고, 그 다음이 「만족하는 편이다」가 40.4%($n=72$)를 차지했다.

2. 경제적 독립성이 외식 구매 의사 결정 과정에 미치는 영향 분석

노인 소비자의 경제적 독립성이 전체적인 외식 구매 의사 결정 과정에 영향을 미치는지 분석하기 위해 MANOVA를 실시하였고, 그 결과를 Table 2에 제시하였다. Table 2에서 보는 바와 같이, 노인 소비자들의 소득 수준은 외식 구매 의사 결정 과정 중 외식 후 행동단계를 제외하고 외식 제안 단계, 외식 정보 탐색 단계, 외식 대안 평가 I 단계, 외식 대안 평가 II 단계, 그리고 최종 외식 구매 결정 단계 모두에서 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 노인들의 경제적 수준은 전반적인 외식 구매 의사 결정 과정에 있어서 중요하게 작용하고 있다고 보여진다. 특히, 외식에 대한 문제 인식 단계인 외식의 제안과 외식 관련 정보 탐색, 대안 평가 과정에서 매우 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

Table 2. Results of MANOVA

Decision making process for eating-out	Wilks lambda	F-value
Problem recognition	0.776	3.796***
Information search	0.779	2.959***
Alternative evaluation I	0.835	1.748*
Alternative evaluation II	0.764	3.212***
Purchase decision	0.849	2.142**
Post-Purchase behavior	0.922	1.179

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

3. 소득 수준에 따른 외식 제안 단계의 차이 검증

소득 수준에 따라서 노인 소비자의 외식 구매 의사 결정 단계별 항목 평균에 그룹간 차이가 있는지 파악하기 위해 일원분산분석(ANOVA)을 실시하였다. Table 3에 나타난 외식 제안 주체 중 본인이 외식을 제안하는 경우가 소득 수준에 따라 그룹간에 유의적인 차이를 보였으며($p<0.001$), 배우자가 제안하는 경우도 $p<0.01$ 수준에서 유의한 차이를 나타냈다. 다시 말하면, 경제적인 소득 수준은 노인들에게 있어 외식을 제안할 때 의사 표현에 영향을 미친다고 볼 수 있으며, 경제력이 높을수록 적극적인 외식 소비자로서 행동하게 될 가능성이 높음을 시사하고 있다. 이는 가족 구성원 중 경제적 주도권, 즉 자원을 많이 소유한 구성원이 구매 의사 결정 과정에서 영향력을 나타낸다는 선행 연구(Ahn & Kim 1993, Kang 2001) 결과와도 유사하다.

4. 소득 수준에 따른 외식 정보 탐색 단계의 차이 검증

Table 4 외식 정보 탐색 단계에서는 신문, 잡지를 통해 정보를 얻는 경우 소득 수준에 따라 그룹 간 매우 유의적인 차이를 보였으며($p<0.001$), 가족을 통해서 정보를 얻는 경우도

Table 3. Results of ANOVA in problem recognition

Question: Who usually suggest to dine out?	Monthly Income (10,000won)				F-value
	<100 ($n=44$)	100~199 ($n=22$)	200~399 ($n=69$)	400< ($n=43$)	
Myself	2.25±1.22 ^{a†}	2.91±1.48 ^a	3.14±1.14 ^{bc}	3.67±1.02 ^c	10.986***
My spouse	1.22±0.18 ^a	1.34±0.29 ^{ab}	1.20±0.14 ^{ab}	0.95±1.05 ^b	5.647*
My family	3.55±1.04	3.55±1.22	3.68±1.08	3.51±1.12	0.267
Friends	3.23±1.03	3.14±1.17	2.93±1.13	3.16±1.15	0.781

† Mean±SD., ** $p<0.01$, *** $p<0.001$.

† Values with different superscripts in the same row are significantly different from each group: ANOVA Post-Hoc multiple comparison test with Student-Newman-Keuls.

Table 4. Results of ANOVA in Information Search

Question: How do you get the restaurant information?	Monthly Income (10,000won)				F-value
	<100 (n=44)	100~199 (n=22)	200~399 (n=69)	400< (n=43)	
From TV Ad and Radio	2.02±0.95 [†]	1.91±1.11	2.45±1.04	2.37±1.13	2.478
From newspaper and magazine	1.91±0.96 ^a	1.55±0.74 ^a	2.48±1.26 ^b	2.84±1.02 ^b	9.707 ^{***}
From friends and neighborhoods	1.91±0.18	1.06±0.23	0.96±0.12	1.07±0.16	1.326
From family	3.30±1.23	3.50±1.22	3.71±1.04	3.91±0.78	2.668 [*]
From past experience	3.61±1.20	3.95±1.05	3.52±1.15	4.02±0.80	2.410

[†] Mean±SD., * $p<0.05$, *** $p<0.001$.

[†] Values with different superscripts in the same row are significantly different from each group: ANOVA Post-Hoc multiple comparison test with Student -Newman - Keuls.

$p<0.05$ 수준에서 유의한 차이를 나타냈다. 노인 소비자들은 소득수준이 높아질수록 신문, 잡지와 가족의 순으로 외식의 정보를 접하고 있으며, 특히 고소득층 노인일수록 객관적인 정보매체인 신문과 잡지를 통한 외식정보를 신뢰한다고 볼 수 있다. 이는 Lumpkin & Greenberg(1982)와 Lee & Kim (1998)의 연구 결과에서 정보 자원은 소득이 높아질수록 신문과 잡지를 통한 인쇄 매체의 정보를 신뢰한다는 결과와 유사하다. 그러나 그룹간의 차이에도 불구하고 대부분의 그룹들

이 신문이나 잡지에서 정보를 얻는 정도가 보통(3점) 미만임을 감안할 때 소득 수준에 상관없이 신문, 잡지보다는 가족과 과거방문 경험을 더 많이 활용하고 있음을 알 수 있다.

5. 소득 수준에 따른 외식 대안 평가 단계의 차이 검증

Table 5는 소득 수준에 따른 외식 대안 평가 항목의 차이를 분석한 결과이다. 첫 번째 평가항목은 외식업체의 점포 선택 속성으로서 여러 가지 요인 중 '편리한 교통 및 위치'가 그

Table 5. Results of ANOVA in Alternative Evaluation I & II

Question I: What is the most important factor to select the restaurant? Question II: What kinds of restaurant do you usually like to go?	Monthly Income (10,000won)				F-value
	<100 (n=44)	100~199 (n=22)	200~399 (n=69)	400< (n=43)	
Price	3.41±1.13 [†]	3.55±1.14	3.75±1.03	3.44±0.88	1.294
Taste/Menu Choice	4.05±1.06 ^a	4.18±1.01 ^{ab}	4.32±0.90 ^{ab}	4.60±0.69 ^b	2.880 [*]
Friendly Service	3.75±1.33 ^a	3.86±1.13 ^{ab}	4.03±0.97 ^{ab}	4.40±0.73 ^b	3.006 [*]
Comfortable Ambience	3.73±1.15 ^a	4.00±1.11 ^{ab}	4.09±0.90 ^{ab}	4.40±0.66 ^b	3.646 [*]
Accessibility/Location	3.45±1.13 ^a	3.73±1.20 ^{ab}	4.14±0.83 ^b	4.14±0.89 ^b	5.594 ^{**}
Restaurant Reputation	3.09±1.39	2.86±1.36	3.36±1.11	3.42±1.16	1.433
General Restaurant	2.93±1.15	3.32±1.04	3.36±0.80	3.44±0.83	2.647
Family Restaurant	1.73±0.97 ^a	1.95±1.00 ^a	2.14±0.99 ^a	2.70±1.08 ^b	7.067 ^{***}
Korean Restaurant	3.52±0.79	3.59±1.14	3.52±0.93	3.47±0.70	0.103
Japanese Restaurant	2.48±1.28 ^a	2.59±1.37 ^a	2.86±1.12 ^a	3.56±0.85 ^b	7.391 ^{***}
Fine Dining	2.11±1.19 ^{ab}	1.73±0.98 ^a	2.38±1.11 ^{bc}	2.86±0.94 ^c	6.382 ^{***}

[†] Mean±SD., * $p<0.05$, ** $p<0.01$, *** $p<0.001$.

[†] Values with different superscripts in the same row are significantly different from each group: ANOVA Post-Hoc multiple comparison test with Student-Newman-Keuls.

룹간 유의한 차이($p<0.001$)를 보였으며, 소득 수준이 높은 노인 소비자들일수록 레스토랑 선택 시 점포의 분위기, 서비스, 가격 그리고 교통을 중요한 요소로 인식하고 있었다. 특히 편리한 교통, 위치를 가지며 접근이 편리한 음식점을 가장 중요한 요소로 인식했다. 물리적 활동이 제약적인 노인들에게 있어 이동하기 편리하고 교통이 원활한 곳을 가장 우선적인 선택 요건임을 알 수 있다. 두 번째 평가 항목으로는 어떤 음식점을 갈 것인가인데, 소득 수준이 안정적인 노인일수록 외국계 패밀리 레스토랑, 일식당, 고급 전문점과 같은 음식점을 선호함을 알 수 있다. 그룹 간에는 매우 유의적인 차이($p<0.001$)를 보이고 있었으며, 이는 선행 연구인 Bartos (1980)연구와 유사한 결과로서 경제적으로 안정된 노인일수록 외국 음식을 접할 기회가 많고 고가의 레스토랑을 방문할 기회가 많기 때문이라 볼 수 있다. 또한 이미 많은 연구 (Hong 1996, Schroeder 1985, Swinyard & Kenneth 1986, Harris & West 1995)에서 밝혀진 바와 같이 소비자의 외식업체 선택은 음식의 질뿐만 아니라 여러 가지 점포 특성에 영향을 받으며, 특히 경제적 능력이나 가족 관계 등과 같은 외부환경에 의해서 달라질 수 있음을 알 수 있다.

6. 소득 수준에 따른 최종 외식 구매 의사 결정 단계의 차이 검증

Table 6은 소득 수준에 따라 최종 외식 구매 결정 단계에서 의사 결정 주체의 차이가 있는지 분석한 결과이다. 본인이 결정하거나 배우자가 결정하는 경우 모두 그룹간의 유의한 차이를 보였다($p<0.01$). 소득이 높을수록 외식을 할 때 최종적으로 본인이 결정하거나 배우자의 의견을 존중하는 경향을 보이는데 이는 경제적으로 안정된 부부 단독 노인일 때 더욱 뚜렷이 나타나고 있다. 이는 Park *et al*(1997)의 연구에서 학력이 높고 소득 수준이 높을수록 타인 동반 시 본인의 주관대로 직접 구매하는 성향이 높고, 직접 구매에 참여함으로써 타인과 함께 구매하는 비율은 감소하는 경향을 보인다는 연구 결과와 유사하다.

7. 소득 수준에 따른 외식 후 행동 단계의 차이 검증

Table 7에서 보는 바와 같이 외식 후 행동단계에서는 소득 수준에 따른 그룹간의 차이는 크게 나타나지 않았다. 다만 외식 시 불만을 가질 경우 재방문하지 않겠다는 의견만이 200만원 미만의 그룹과 400만원 이상의 그룹간에 유의한 차

Table 6. Results of ANOVA in purchase decision

Question: Who make the final decision for eating out?	Monthly income (10,000won)				F-value
	<100 (n=44)	100~199 (n=22)	200~399 (n=69)	400< (n=43)	
Myself	2.95±1.33 ^{a†}	2.86±1.17 ^a	3.38±1.02 ^{ab}	3.72±0.98 ^b	4.701 ^{**}
My spouse	2.59±1.50 ^a	2.86±1.42 ^{ab}	3.22±1.11 ^{ab}	3.51±0.88 ^b	4.729 ^{**}
My family	3.50±1.07	3.68±0.95	3.61±1.13	3.88±0.85	1.090
Friends or Colleague	3.11±1.06	3.36±0.90	3.09±0.92	3.37±1.09	1.029

[†] Mean±SD., ^{**} $p<0.01$.

[†] Values with different superscripts in the same row are significantly different from each group: ANOVA Post-Hoc multiple comparison test with Student-Newman-Keuls.

Table 7. Results of ANOVA in Post-Purchase Behavior

Question: How do you act when you have complaints?	Monthly Income (10,000won)				F-value
	<100 (n=44)	100~199 (n=22)	200~399 (n=69)	400< (n=43)	
Complain immediately	2.82±1.50 [†]	2.95±1.29	3.17±1.27	3.33±1.08	1.300
Do not comment anything	2.98±1.34	2.86±1.49	2.87±1.19	2.79±1.10	0.165
Tell family and friends	3.39±1.17	3.64±0.85	3.67±1.09	3.88±0.76	1.756
Do not visit again	3.91±1.29 ^a	4.00±1.07 ^a	4.14±1.09 ^{ab}	4.60±0.62 ^b	3.550 [*]

[†] Mean±SD., ^{*} $p<0.05$.

[†] Values with different superscripts in the same row are significantly different from each group: ANOVA Post-Hoc multiple comparison test with Student-Newman-Keuls.

이를 나타냈다($p < 0.05$). 그러나 대부분의 그룹이 5점 만점에 4점 또는 이상의 높은 평균을 나타낸 것으로 보아 소득수준에 상관없이 레스토랑 서비스에 불만을 느낄 때 재방문을 하지 않는 경향이 매우 높다는 것을 알 수 있다. 노인 소비자의 경우, 젊은 고객층과는 달리 적극적으로 불만을 토로하거나 해결책을 찾는 소비자들이 많지 않음을 시사한다. 따라서 레스토랑들은 이러한 노인 소비자들이 좀더 쉽고 편리하게 불만을 토로할 수 있는 방법을 모색하여 서비스의 결점들을 개선해 나가는 노력이 필요할 것으로 보인다.

요약 및 결론

본 연구는 노인 소비자의 경제적 독립성이 외식 구매 의사 결정 과정에 어떠한 영향을 미치는지 규명하고자 하였다. 연구 결과를 요약하면 다음과 같다.

MANOVA 분석 결과 노인 소비자의 경제적 독립성은 외식 구매 의사 결정 과정에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 외식 제안 단계에서는 소득이 높을수록 본인이 스스로 외식을 제안하는 경향이 높았다. 외식 정보 탐색에 있어서는 소득이 높아질수록 신문과 잡지를 통한 인쇄 매체 정보를 활용하는 것으로 나타났으나 활용 정도가 매우 낮았고, 반면 소득 수준에 상관없이 가족 및 과거 방문 경험을 통해 주로 정보를 얻는 것으로 나타났다.

외식 대안 평가 단계에서 소득 수준이 높은 노인 소비자들의 경우 레스토랑 선택 시 점포의 분위기, 서비스, 가격 그리고 교통을 중요한 요소로 인식하고 있었다. 특히 이동성이 떨어지는 노인 소비자들은 교통과 점포의 위치가 편리한 음식점을 선호하는 것으로 나타났다. 음식의 종류를 선택하는 과정에서는 경제적 독립된 노인일수록 외식하는 것이 보편화되어 있고 다양한 음식점을 방문하는 것을 알 수 있었다. 또한 어디 가서 외식을 할 것인지 최종 구매 의사 결정을 내릴 때에도 경제적 소득 수준이 높을수록 본인이나 배우자가 최종 의사 결정권을 가지는 경향을 나타냈다. 외식 후 행동에서는 소득 수준에 따른 그룹간의 차이는 크게 나타나지 않았으나, 소득 수준에 관계없이 외식 시 불만을 가질 경우 재방문을 포기하는 경향을 높게 나타내고 있었다.

결론적으로 노인 소비자들의 경제적 독립성은 외식 구매 의사 결정 과정 전반에서 직접적으로 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 경제적으로 안정되고 여유로운 노인 소비자일수록 구매 결정 과정에 직접 관여하여 적극적인 소비 주체로서 행동함을 시사하고 있다. 우리나라의 고령 인구는 지금까지와는 비교가 안 될 정도로 빠르게 증가할 것이며, 경제적으로 독립된 노인들도 점차 증가될 것으로 예상된다. 지금까지의 우리나라 노인들은 경제력이 없는 취약한 소비자

여겨져 왔으나, 미래의 노인 소비자들은 건강하고 부유하며 강력한 구매력을 지닌 핵심 시장으로 부각될 것이다. 또한 미래의 노인들에게 있어 외식의 의미는 한 끼의 식사를 대신 한다는 의미에서 벗어나서 건강하고 풍요로운 노후 생활을 즐기는데 중요한 수단이 될 것으로 보인다. 따라서 외식업체는 이러한 노인 소비자를 미래의 핵심 고객으로 인식하고 이들의 요구 사항을 면밀히 파악하여 고객 중심적인 메뉴, 서비스, 시설 및 분위기 등을 연출할 필요가 있다. 노인 소비자들이 대중교통으로도 쉽게 접근할 수 있는 곳에 점포를 위치시키는 것을 고려할 수 있으며, 이른 아침 식사 제공, 노인 고객들이 쉽게 읽을 수 있는 메뉴판 제작, 노인 고객들을 위한 할인 가격 정책 등 실버 시장을 위한 다양한 판촉 및 마케팅 전략 수립을 통해 영업 활성화 및 치열한 시장에서 경쟁 우위를 확보할 수 있을 것이다.

감사의 글

이 연구는 2003년도 경희대학교 지원에 의한 결과입니다 (KHU-20030306).

문헌

- Ahn JS, Kim SH (1993) Family vacation decision-marking and choice of behavior over the family life cycle. *J Tourism Sci* 17: 183-193.
- Bartos R (1980) Over 49: The invisible consumer market. *Harvard Business Review*. 58: 140-148.
- Bernhardt KL (1981) Consumer problem and complaint action of older Americans: A National View. *J Retailing* 57: 109-125.
- Chang IH, Choi SJ (1984) *Elderly Welfare*. Seoul National University, Seoul.
- Harris KJ, West JJ (1995) Senior Savvy : Mature diner's restaurant service expectations. *FIU Hospitality Review* 13: 35-44.
- Hong BS (1996) Research : Store preference on the clothing involvement and body cathexis of elderly women. *Korean Economics Assoc* 34: 345-356.
- Hong SH (1991) A study on the leisure activities and their constraints of housewives. *Ph. D. Dissertation*. Ehwa Women's University, Seoul.
- Iwamuro R (1993) Seniors: Who they are and how they spend. National Restaurant Association. September, 37-41.
- Jung YS (2000) Consumption patterns and welfare policy

- implications for the elderly. *Korean Soc of Consumer Studies* 11: 59-75.
- Kang SH (2001) Sex - role Ideology and the theory of resources in family purchase decision making. *Korean J Marketing* 3: 1-29.
- Kim DK (1994) Invited Papers ; An empirical study on the behavioral patterns of elderly consumers in Korea. *Korean Academic Soc of Business Administration* 23: 4-21.
- Kim IH, Lee KM (2002) Silver sports activation plan through the analysis of sports consumer behavior of the silver generation. *J Korean Soc of Sport* 15: 441- 458.
- Kim SH, Kim SH (1996) Research Articles: The tourism constraints of the aging population. *J Tourism Sci* 20: 35-51.
- Kim SK (1999) Effect of income level on the elderly's health. *Political Sci* 15: 89-97.
- Kim SM, Hong SH (1996) Research : Which factors were related to the decision making of family vacation. *The Korean Economics Assoc* 34: 99-114.
- Kim YJ (1998) The comparative analysis of income, expenditure and asset between retired elderly households and employed elderly households. *The Korean Economics Assoc* 36: 73-86.
- Kwon JD, Cho JY (2000) A study of factors influencing the life satisfaction of the aged. *The Korean Gerontological Soc* 20: 61-76.
- Lumpkin JR, Greenberg BA (1982) Apparel-shopping patterns of the elderly consumer. *J Retailing* 58: 68-89.
- Lee KC, Kim SR (1998) The effect of internal information and pre-purchase search on consumer satisfaction. *The Korean Economics Assoc* 36: 1-15.
- Lee SH (2000) A study of destination choice behavior in the life-styles of senior citizens(based of older people in Seoul). *MS Thesis*. Kyunghee University, Seoul.
- Lee SL, Lee KC (1991) Research : A study on the consumer problems of the elderly. *The Korean Economics Assoc* 29: 177-199.
- Mille NH, Petrich (1986) Elderly consumers: Problems and behaviors. *J Consumer Studies and Home Economic* 10: 45-50.
- Oh IK (1996) Characteristics of purchase decision-making process of senior citizens for travel products. *J Tourism Sci* 20: 13-35.
- Oates B, Shufeldt L, Vaught B (1996) A psychographic study of the elderly and retail store attributes. *J Consumer Marketing* 13: 14-27.
- Park EM, Kim YS, Sohn HS (1997) Research : A study on the behavior related to brassieres purchasing decision making of elderly women. *The Korean Economics Assoc* 35: 65-79.
- Park JH (1996) A study on the elderly consumer's life style. *MS Thesis*. Kyungpook national university, Daegu.
- Park JW, Park KR (1995) Research papers ; Elderly consumer behaviors from an integrated perspective : Their characteristics in the stage of purchase decision making for apparel. *Korean Academic Soc of Business Administration* 24: 353-386.
- Park JY (1997) A study on the role of children in the family dining decision making process. *Korean Academic Soc of Tourism Management* 9: 143-162.
- Schroeder JJ (1985) Restaurant critics respond: We're doing our job. *The Cornell HRA. Quarterly* 25: 57-63.
- Swinyard WR, Kenneth DS (1986) Market segmentation: Finding the heart of your restaurant market. *The Cornell HRA. Quarterly* 27: 89-96.
- Williams JA, DeMicco FJ (1997) The challenges that face restaurants in attracting and meeting the needs of the mature customer. *J Restaurant & Food Service Marketing* 2: 49-64.
- Yang SJ, Sung YA (2001) The economic status of elderly households. *The Korean Home Management Assoc* 19: 173-190.
- Yoon TP (1993) A study on the effect of the family role on the husband and wife's purchasing decision making in Korea. *Ph. D. Dissertation*. Incheon University, Incheon. (2005년 6월 20일 접수, 2005년 8월 4일 채택)