



어머니 식문화 추구 성향에 따른 어린이 외식메뉴 선택 동기가 메뉴신뢰에 미치는 영향 - 경상북도 거주 어머니 대상 -

이 윤 지¹ · 정 희 선^{2*}

¹대구한의대학교 한방식품학과 식품조리영양학전공
²숙명여자대학교 문화예술대학원 전통식생활문화전공

Effect of Children's Restaurant Menu Selection Motive according to the Mother's Food Culture Tendency on the Level of Trust in the Menu - Among Mothers Living in Gyeongsangbukdo -

Yun-Ji Lee¹ and Hee Sun Jeong^{2*}

¹Major in Faculty of Herbal Food Cuisine and Nutrition, Daegu Hanny University, Gyeongsan 38610, Republic of Korea
²Traditional Culinary Culture, Graduate School of Arts, Sookmyung Women's University, Seoul 04310, Republic of Korea

ABSTRACT

The influence of children in decision making within families is increasing while consumer trends and social interactions are changing in the sphere of food and culinary culture. The choices made by children are influenced heavily by their mothers, and this study examined the preferences of mothers regarding to food choices. The menu choices made by mothers for their children along with their reasons for the selection and satisfaction level were analyzed. This information can be used to develop future children's restaurant menu items. The research subjects were 350 mothers living in Gyeongsangbukdo who had children between 7~12 years of age. Confirmatory factor analysis showed that there are three main factors on the mothers' food culture tendencies, which are pursuing conservative culture, pursuing contemporary and pursuing popular trends. In addition, two different selection motivations could be observed, which are classified as environmental and emotional selection motivations. All factors met the standard by $\chi^2=396.297$, GFI=0.900, CFI=0.915, TLI=0.906, RMSEA=0.067, RMR=0.043. SEM (Structural Equation modeling) showed that among the eleven hypotheses suggested by the research model, six of them were significant. Among the mother's food culture tendencies, pursuing conservative culture and popular trendy types significantly affect the emotional and environmental motivations in children's restaurant menu selection. The emotional and environmental motivations have significant effects on trust in the menu. The study showed that when developing children's menus, restaurants should consider the children's customized service and the preferences of mothers in addition to the food. If children's menu items are developed in accordance with the study results, children will experience a more diverse range of foods and economical profitability in the child consumer industry should increase through the increased satisfaction levels in the mothers.

Key words: children's restaurant menu, mother's food culture tendency, menu selection motive, trust in menu

서 론

저출산 현상이 지속되면서 자녀에 대한 부모의 집중적인 투자현상이 나타나게 되었고, 이에 따라 키즈 시장이 확대되고 있다(Park HJ 2016). 한 가구의 자녀가 1명 또는 2명으로 줄어들고, 경제력 있는 조부모가 귀한 손주를 위해 지출을 아끼지 않게 되었다. 이로 인해 생겨난 용어 중에 식스포켓이라는 용어가 있다. 6개의 주머니라는 뜻의 식스포켓(six

pocket)은 한 자녀를 위한 돈이 부모, 친조부모, 외조부모 등 6명의 주머니로부터 나온다는 의미에서 지어졌다(Kim MJ 2013). 어린이는 가족용품 구매에도 직접 혹은 간접적인 영향력을 행사하고 있다. 이러한 영향력 행사자로서 자체의 왕성한 소비계층일 뿐만 아니라, 가정 내 구매의사 결정과정에서 상당한 영향력을 행사하기 때문에(Lee IK 2010), 어린이를 대상으로 하는 마케팅은 다양하게 시행되고 있다(Lee SJ 2008). 외식업체에서는 판매촉진, 물리적 환경, 메뉴 등을 고려한 키즈마케팅이 패밀리 레스토랑의 재구매 의도에 영향을 미친다고 하였다(Lee JY 2016). 패스트푸드점과 패밀리

* Corresponding author : Hee Sun Jeong, Tel: +82-2-710-9853, Fax: +82-2-2077-7140, E-mail: sunnyj@sm.ac.kr

레스토랑에서는 어린이 대상 판매촉진을 위해 어린이 메뉴 제공, 어린이 이용 식기제공, 어린이용 의자 제공, 어린이 장난감 비치 및 제공, 어린이 놀이 시설 마련, 생일파티·돌잔치의 행사지원 등을 시행하고 있다(Yoon SO 2007).

어린이를 위한 마케팅 유형 중 서비스만이 만족도나 재구매 의도에 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 이는 외식업체에서 행하여지고 있는 어린이를 위한 마케팅 유형이 다양하지 않기 때문인 것으로 조사되었다(Lee JY 2016). 지금까지 외식업계의 어린이 대상 산업관련 선행연구로 한국키즈산업(Angel business) 프랜차이즈 마케팅 전략연구(Lee JE 2001), 키즈산업에 있어서 한식프랜차이즈 업체의 마케팅 방향(Jo JH 2005) 등과 같은 마케팅 관련 연구와 패스트푸드에서 판매하는 어린이 메뉴의 영양성분 비교(Hobin E 등 2014), 캐나다 음식점에서 판매하는 어린이 메뉴의 설탕첨가량에 대한 연구(Scourboutakos MJ 등 2016) 등 어린이 메뉴 중 영양관련 국외 연구가 있을 뿐 아이를 위한 적합한 메뉴 제공에 대한 연구는 전무한 상태이다. 0~13세의 자녀를 동반한 부모의 경우, 한식당의 어린이 관련 선택속성 중 음식요인에 가장 큰 중요도를 보이고 있고, 한식당의 경우 어린이에게 적합한 음식의 양이나 영양면에서 많은 개선이 이루어져야 할 것이라고 하였다(Lee SJ 2008). Lee JY(2016)는 외식업체의 어린이를 위한 마케팅이 부모의 구매행동에 미치는 영향에 대한 연구에서 외식업체에서 시행되고 있는 편의시설, 놀이환경, 제품 이외에도 아이들을 위한 메뉴의 다양성과 어린이 전용 메뉴, 어린이 체험 중심 마케팅, 아이들을 위한 컬러마케팅 등 다양한 분야의 마케팅이 필요하다고 하였다.

부모는 유아의 사회화에 최초로 관계하는 사람이자 가장 밀착되고 깊은 영향력을 미치며, 자녀의 식생활에 가장 큰 영향을 미치는 요인이다(Chun HI 2006). 부모의 식습관과 식품기호도는 유아의 모델이 되며, 유아는 부모의 식품기호와 식습관을 똑같이 배우고, 이에 따라 식품기호를 형성한다(Yoon WJ 2008). 식생활 태도는 어린 시절부터 형성되며, 어머니가 아동에게 신체적·정신적 발육에 적합하도록 배려하여 꾸민 영양식에 의하여 길들여졌다고 볼 수 있다(Park JY 2010).

식문화는 식생활 라이프스타일의 주요한 영역이며, 소비자의 식습관 및 식품소비 등 식생활 전반에 중요한 영향을 미친다고 할 수 있다(Lee YK 2007). 아이가 가족 내에서 결정하는 결정권이 커지고, 소비트렌드의 변화, 다방면의 커뮤니케이션 발달로 다양한 식문화 추구성향이 생겨났다.

Kim YA 등(2015)은 식생활 라이프스타일을 건강중시형, 미각중시형, 편의중시형, 식사관리형, 식품탐험형의 요인으로, Kim YH(2014)는 미각추구형, 안전추구형, 서양음식추구형, 식생활무관심형, 건강지향형의 요인으로, Sul HK 등

(2007)은 웰빙추구형, 외식선호형, 양식선호형, 미식가형, 간편추구형의 5개 요인으로 구분하였다. 이에 본 연구는 아이에게 가장 큰 영향을 미치는 어머니의 식문화 추구성향 유형을 선행연구를 토대로 살펴보고, 이에 따른 어린이 외식메뉴 선택 동기가 메뉴신뢰에 미치는 영향을 분석하여 어린이 외식 메뉴개발을 위한 기초자료를 제시하고자 하였다.

연구 내용 및 방법

1. 연구 대상 및 기간

서울과 광역시에서는 관광객에 맞춰 외식메뉴, 외식선택, 레스토랑 선택, 아이의 식생활에 대해 다양한 내용으로 연구가 진행되고 있지만, 상대적으로 지방에서는 아이에 대한 식생활이나 아이를 위한 외식메뉴에 대한 연구가 부족하다. 따라서 교육 밀집 지역인 경상북도 지역 중에서 교육환경과 외식환경이 접해있는 지역인 포항을 중심으로 연구를 진행하였다. 본 연구는 경상북도 포항에 거주하는 만 7~12세 자녀를 둔 20~40대 어머니를 대상으로 2016년 7월 21일부터 8월 7일까지 실시하였다. 총 362부의 설문지 배포 후 350부의 유효 설문지를 수거하여 분석에 사용하였다(SMWU-1705-HR-022).

2. 연구 내용 및 방법

본 조사에 사용된 설문지는 식문화 추구성향과 어린이 외식메뉴 선택동기 등에 대한 선행연구(Jo JH 2005; Kang HY & Jo MN 2015; Kim AY & Lee MA 2018)를 토대로 하여 본 연구의 목적에 맞게 수정·보완하여 구성하였고, 학문적 1차 사전설문조사 결과, 본 설문대상자를 경상북도 포항에 거주하는 만 7세~12세 자녀를 둔 20~40대 어머니로 선정하였고, 어머니의 식문화 추구성향과 어린이 외식메뉴 선택동기를 유형별로 도출하였다. 다항목으로 측정된 연구 단위의 타당성과 신뢰성을 평가하기 위해 SPSS 21.0을 이용하여 요인분석(factor analysis)과 신뢰도 분석(reliability test)을 실시하였다. 요인분석은 주성분과 직각회전방식을 이용해 실시하였으며, 도출된 각 요인들의 내적 일관성을 검증하기 위해 Cronbach' α 값을 이용한 신뢰도 분석을 실시하였다. 요인분석의 적합도 평가는 Kaiser-Meyer-Olkin과 Bartlett's Test of Sphericity를 통해 검증하였고, KMO 통계량은 전체 자료와 개별 자료의 표본 적합도를 평가하며, Bartlett 구형성 검정은 요인분석에서 이용될 상관행렬이 단위행렬인지를 평가하고, 변수들이 독립적인지 아닌지를 평가하였다.

3. 연구모형 및 가설설정

본 연구에서는 식문화 추구성향과 어린이 외식메뉴 선택

동기를 유형별로 도출하기 위하여 선행연구(Kang HY & Jo MN 2015; Kim AY & Lee MA 2018)를 토대로 설문지를 작성하여 사전 설문을 실시하였고, 그 결과 전통적 보수추구형, 개방적 유행추구형, 서양음식추구형의 유형으로 구분하였다. 이를 토대로 가설 설정을 위한 요인명을 전통식문화 추구성향, 모던식문화 추구성향, 유행식문화 추구성향으로 구분할 수 있었다. 어린이 외식 메뉴 선택 동기는 환경적 동기, 감성적 동기로 분류하였다. 이러한 식문화 추구성향이 외식메뉴 선택 동기와 메뉴신뢰에 미치는 영향을 알아보고자 아래와 같이 가설을 설정하였다.

- H1. 어머니의 전통식문화 추구성향은 어린이 외식메뉴 선택 시 환경적 동기에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H2. 어머니의 모던식문화 추구성향은 어린이 외식메뉴 선택 시 환경적 동기에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H3. 어머니의 유행식문화 추구성향은 어린이 외식메뉴 선택 시 환경적 동기에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H4. 어머니의 전통식문화 추구성향은 어린이 외식메뉴 선택 시 감성적 동기에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H5. 어머니의 모던식문화 추구성향은 어린이 외식메뉴 선택 시 감성적 동기에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H6. 어머니의 유행식문화 추구성향은 어린이 외식메뉴 선택 시 감성적 동기에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H7. 어린이 외식메뉴 선택 시 환경적 동기는 메뉴신뢰에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H8. 어린이 외식메뉴 선택 시 감성적 동기는 메뉴신뢰에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H9. 어머니의 전통식문화 추구성향은 메뉴신뢰에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H10. 어머니의 모던식문화 추구성향은 메뉴신뢰에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H11. 어머니의 유행식문화 추구성향은 메뉴신뢰에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

의 영향을 미칠 것이다.

H11. 어머니의 유행식문화 추구성향은 메뉴신뢰에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

위의 가설을 검증하기 위해 Fig. 1과 같이 연구 모형을 설계하였다.

4. 통계 처리 방법 및 절차

본 연구는 통계자료를 분석하기 위해 SPSS 21.0와 AMOS 21.0 통계 프로그램을 사용하였다. 설문에 응답한 조사대상자의 일반적 특성은 빈도분석을 통해 파악하였고, 척도의 타당도를 검증하고 요인화하기 위해 탐색적 요인분석(Exploratory Factor Analysis; EFA)과 신뢰도 검증을 실시하였다. 구조방정식 모형분석을 실시하기에 앞서 요인들 간의 적합도와 구성개념간의 타당도를 알아보기 위해 확인적 요인분석(Confirmatory Factor Analysis; CFA)을 실시하여 적합도 지수를 확인하였고, 집중타당성, 판별타당성, 법칙타당성을 확인하여 구성개념의 타당도를 검증하였다. 본 연구에서 설정한 요인간의 관계구조가 어떻게 되는지를 확인하기 위하여 구조방정식 모형 분석을 실시하여 최종 모델을 찾아내 가설을 검증하였다.

결과 및 고찰

1. 조사대상자의 일반적 특성

조사대상자의 인구통계학적 특성에 대한 분석 결과는 Table 1과 같다.

연령은 40대가 189명(54%)으로 가장 많았고, 30대 134명(38.3%), 20대는 27명(7.7%) 순으로 조사되었다. 최종학력은 전문대졸이 131명(37.4%)으로 가장 많았고, 대학교졸이 130

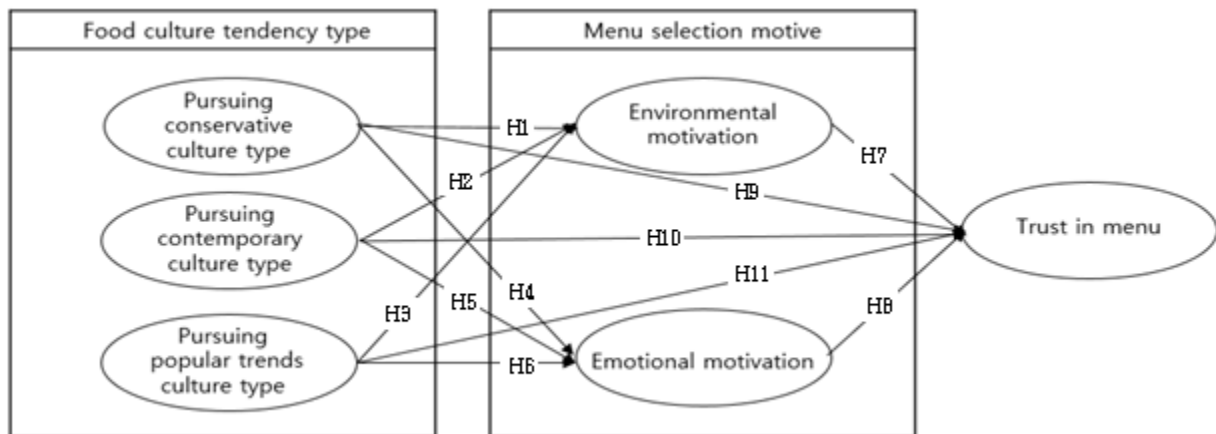


Fig. 1. Research model.

Table 1. General characteristics of respondents N(%)

	Characteristics	Frequency (N)	Percentage (%)
Age	20s	27	7.7
	30s	134	38.3
	40s	189	54.0
Education level	High school graduate or lower	60	17.1
	College	131	37.4
	University	130	37.1
	Graduate school or more	29	8.4
Average monthly food expense per one person (₩1,000)	20 less	67	19.2
	20~40 less	139	39.7
	40~60 less	91	26.0
	60 and over	53	15.1
	Total	350	100.00

명(37.1%)으로 비슷한 빈도를 보였으며, 고졸 이하 60명(17.1%), 대학원졸이 29명(8.3%) 순으로 조사되었다. 월평균 1인 식비는 20만 원 이상~40만 원 이하가 139명(39.7%)으로 가장 많았고, 40만 원 이상~60만 원 이하가 91명(26%), 20만 원 미만 67명(19.1%), 60만 원 이상은 53명(15.1%)으로 나타나, 대부분이 20~60만 원 정도의 식비를 지출하는 것으로 조사되었다.

2. 척도의 타당성 및 신뢰도 분석

1) 어머니 식문화 추구성향 탐색적 요인분석 및 신뢰도 분석

어머니의 식문화 추구성향을 측정 한 항목들이 동일 개념으로 분류되었는지를 확인하고자 탐색적 요인분석을 실시한 결과는 Table 2와 같다. 설명된 총 분산은 70.33%로 나타났으며, 탐색적 요인분석 시 공통성이 0.4보다 낮거나 이론에 맞지 않는 문항들을 제거하고, 고유값이 1.0 이상인 3개의 요인으로 추출되었다. 요인분석의 표준형성 적절성의 KMO값은 0.818, Bartlett의 구형성 검정 결과는 $\chi^2=1,840.49(df=55, p<.001)$ 로 요인분석에 사용된 변수들은 서로 독립적이지 않고 상관관계를 가지고 있어 요인으로 분류하는데 적합함을 알 수 있었다. 구체적으로 살펴보면, 요인이 설명할 수 있는 변수들의 분산 크기를 의미하는 아이겐값이 요인 1은 4.48,

총분산의 43.74%를 설명하는 것으로 나타났으며, 문항들의 특성에 맞게 ‘유행식문화 추구성향’이라 명하였다. 요인 2는 아이겐값 1.97, 17.88%의 변량으로 나타났고, 문항들의 특성에 맞게 ‘모던식문화 추구성향’이라 명하였으며, 요인 3은 아이겐값 1.29, 11.71%의 설명력을 가지고 있었고, 문항들의 특성에 맞게 ‘전통식문화 추구성향’으로 명하였다. 신뢰도 검정 지수인 Cronbach's α 는 기준인 0.6보다 높게 나타나 문항별로 응답의 일관성에 문제가 없으며, 높은 신뢰도를 보인다고 할 수 있었다.

Kim AY & Lee MA(2018)의 어머니 식생활라이프스타일 유형이 어린이용 한식 메뉴 인식에 미치는 영향에 대한 연구에서 어머니의 식생활라이프스타일에 대한 요인분석 결과, 건강중시형, 미각중시형, 편의중시형, 식사관리형, 식품탐험형의 5개 요인으로 군집을 설정하였다. 식품탐험추구형은 다른 나라의 음식 먹는 것이 편하고, 새로운 식품을 접하면 먹어보기를 시도하며, 외국의 조리법을 시도해 보려고 하고, 낯설거나 새로운 음식에 대한 거부감이 없다고 하였다. 또한 학력이 높을수록 건강에 대한 관심이 있어 식사관리에 신경을 더 쓰고 소득이 높을수록 새로운 음식을 접할 기회가 많기 때문에 이러한 결과가 도출되었다고 보고하였다. 결과적으로 식품탐험추구형은 편의점 편의식품 재구매에 영향을 주지 못하고 있는 것으로 나타났지만, Jeong YH(2014)의 연구에서는 미각추구형의 특징을 가진 사람들이 식품 재구매 의도에 긍정적 영향을 미치는 것으로 조사되었다. Hwang IY(2017)의 연구에서 도전적외식형은 다양함과 최신의 것을 추구하기에 메뉴 개발을 통해 신제품을 소비자에게 선보이면 만족도와 재방문이 높아져 마케팅 효과를 보일 것이라고 하였다. 또한 적극적행동형은 건강은 물론 간편하고 편한 것을 지향하고, 맛집을 찾아다닐 만큼 외식을 추구하며 식생활에 적극적인 행동을 보이는 것으로 나타났다. 식품탐험추구형과 도전적외식형, 적극적행동형이 보여주는 유형은 어머니 식문화 추구성향 중 유행식문화 추구성향과 비슷한 경향을 알 수 있었고, 식생활 형태가 변화하고 새롭고 다양한 음식을 접할 수 있는 기회가 생김으로써 뉴트랜드 성향을 보이는 것으로 파악하였다. Lee YJ(2010)는 식생활 개선을 통한 웰빙 추구하고 삶의 질 향상에 관심이 높아지면서 식생활 관련 연구 또한 늘어나고 있다고 하였다. 식생활 행동은 개인 또는 집단의 다양한 취향과 기호가 반영되는 인간의 문화적 측면과 관련되어 하나의 생활양식으로 나타나는 문화현상이다. 소비자의 외식수준 및 선호가 다양화 되고, 개성화됨에 따라 소비자의 행동을 제대로 아는 것이 훨씬 더 어렵고 복잡해졌다. Shin JY & Park GY(2001)가 소비자에게 내제된 특정한 소비성향 또한 외식업체의 마케팅 전략에 있어서 중요한 쟁점으로 받아들여진다고 보고한 바와 같이 본 연

Table 2. Food culture tendency type factors of mothers and their credibility analysis

Factor	Measurement items	Factor loadings	Variance	Eigen value	Cronbach' α
Pursuing popular trends culture	I prefer foods that intrigue my interest.	.852	43.74	4.48	0.865
	I prefer menus that are newly developed.	.841			
	I prefer foods that are popular on TV or on the internet.	.823			
	I am highly interested in newly popular foods.	.755			
Pursuing contemporary culture	I like experiencing different cultures through food.	.815	17.88	1.97	0.831
	I have much interest in food that with mixed cultural background.	.770			
	I have much interest in new food that combines eastern and western cultures.	.758			
	I am open to food and culture of different countries.	.745			
Pursuing conservative culture	I prefer traditional culture.	.882	11.71	1.29	0.792
	I prefer foods that shows the sentiment of the region.	.827			
	I prefer food with history and tradition.	.744			

(Total cumulative) Total variance explanation power (%)=70.33.

KMO=.818.

Bartlett $\chi^2=1,840.49$, $df=55$, $p=.000$.

구의 어머니 식문화 추구성향 역시 외식메뉴와 영향관계가 있을 것으로 사료된다.

2) 어린이 외식메뉴 선택 동기 탐색적 요인 분석 및 신뢰도 분석

어머니의 식문화 추구성향에 따른 어린이 외식메뉴 선택 동기에 대한 유형을 분류하고, 척도의 타당성과 내적 일치성을 확인하기 위한 탐색적 요인 분석 및 신뢰도 검증 결과는 Table 3과 같다.

설명된 총 분산은 63.05%로 나타났으며, 탐색적 요인분석 시 공통성이 0.4보다 낮거나 이론에 맞지 않는 문항들을 제거하고 고유값이 1.0 이상인 2개의 요인으로 추출되었다. 요인분석 표준형성 적절성의 KMO값은 0.723, Bartlett의 구형성 검정 결과는 $\chi^2=486.55(df=15, p<.001)$ 로 유의적인 결과가 나타났다. 구체적으로 살펴보면, 요인 1은 아이젠값 2.67, 총 분산의 44.55%를 설명하는 것으로 나타났으며, 문항들의 특성에 맞게 '환경적 동기'라 명하였다. 요인 2는 아이젠값 1.11, 18.51%의 변량으로 나타났고, 문항들의 특성에 맞게 '감성적 동기'이라 명하였다. 신뢰도 검정 지수인 Cronbach's α 는 모두 기준인 0.6보다 높게 나타나 문항별로 응답의 일관성에 문제가 없으며 높은 신뢰도를 보인다고 할 수 있었다.

3) 메뉴신뢰 탐색적 요인분석 및 신뢰도 분석

어머니의 식문화 추구성향에 따라 메뉴신뢰에 대한 유형을 분류하고, 척도의 타당성과 내적 일치성을 확인하기 위한 탐색적 요인 분석 및 신뢰도 검증 결과는 Table 4와 같다.

설명된 총 분산은 68.78%로 나타났으며, 고유값이 1.0 이상인 1개의 요인으로 추출되었다. 요인분석 표준형성 적절성의 KMO값은 0.677, Bartlett의 구형성 검정 결과는 $\chi^2=287.98(df=3, p<.001)$ 로 유의적이었다. 요인 1은 아이젠값 2.06, 68.78%의 변량으로 나타났고 문항들의 특성에 맞게 '메뉴신뢰'라 명하였다. 신뢰도 검정 지수인 Cronbach's α 는 기준인 0.6보다 높게 나타나 문항별로 응답의 일관성에 문제가 없으며 높은 신뢰도를 보인다고 할 수 있었다.

3. 확인적 요인 분석

구성개념과 그것을 측정하는 변수 사이의 일치성을 확인하고 구성개념 타당성을 검증하기 위해 확인적 요인분석을 실시하였다. 관측변수와 잠재변수 간의 요인부하량을 측정할 수 있고, 모델의 전반적인 적합도를 평가할 수 있기 때문에 구성개념 타당성(construct validity)을 측정하는 데 유용한 확인적 요인분석(Woo JP 2012)을 실시한 결과는 Fig 2, Table 5와 같다. 모형에 대한 적합도 평가는 기초부합치인 χ^2 통계량, 절대적합지수인 GFI(Goodness of Fit Index), 원소간 평균

Table 3 Factors in children restaurant menu selection motive and their credibility analysis

Factor	Measurement item	Factor loadings	Variance	Eigen value	Cronbach' α
Environmental motivation	I usually go to places providing services for children.	.875	44.55	2.67	0.715
	I usually choose menu items where I can experience different cultures through food.	.762			
	I usually choose menu items through which I can have better ties with my children.	.684			
Emotional motivation	I usually choose menu items with great taste and high quality.	.822	18.51	1.11	0.683
	I usually choose menu items that are nutritionally well balanced.	.803			
	I usually choose menu items with good explanation about the food.	.646			

Total cumulative explanation power (%)=63.05.
 KMO=.723.
 Bartlett $\chi^2=486.55$, $df=15$, $p=.0000$.

Table 4. Menu trust factors and reliability

Factor	Measurement item	Factor loadings	Variance	Eigen value	Cronbach' α
Trust in menu	I recommend the child menu selected to others.	.872	68.78	2.06	0.768
	I will definitely try new child menu items when they come out.	.812			
	I am satisfied that my children consume nutritional value through menu items.	.803			

Total cumulative explanation power (%)=68.78.
 KMO=.677.
 Bartlett $\chi^2=287.98$, $df=3$, $p=.000$.

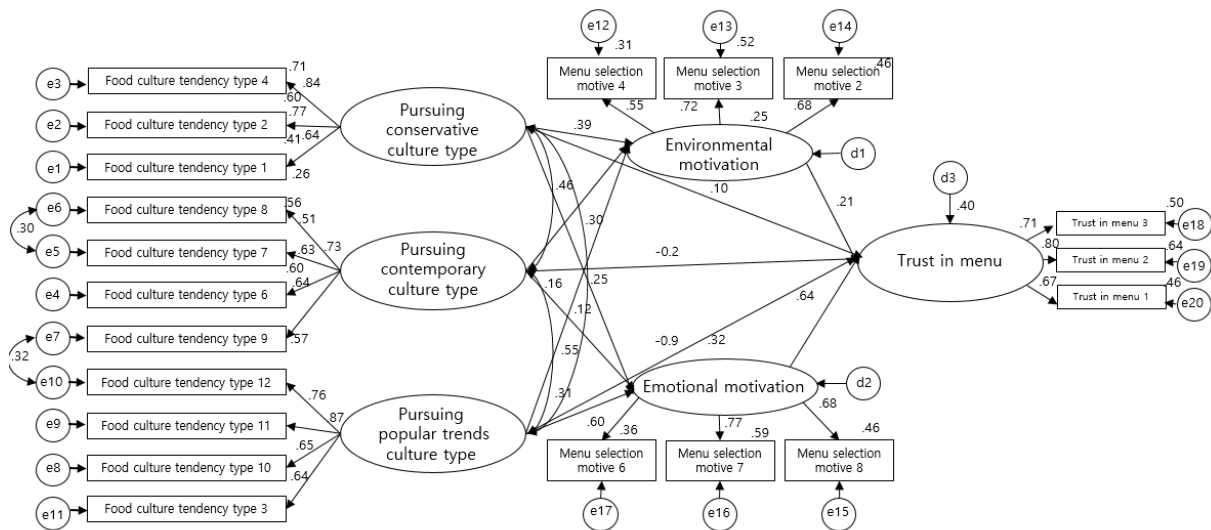


Fig. 2. Correction model.

Table 5. The goodness-of-fit index from confirmatory factor analysis

model	$\chi^2(p)$	df	GFI	CFI	TLI	RMSEA	RMR
Evaluation standard			≥0.9	≥0.9	≥0.9	<0.08	<0.05
Analysis result	396.297 (.000)	155	0.900	0.915	0.906	0.067	0.043

차이인 RMR(Root Mean Square Residual), 비교부합치인 CFI(Comparative Fit Index), TLI(Tucke-Lewis Index)를 이용하였다. 전체 구성 개념에 대한 확인적 요인 분석의 결과는 Fig 2와 같이 요인부하량이 0.5를 상회하는 것을 알 수 있고, *t*값도 모두 1.965 이상으로 유의적으로 나타났다. 모형 적합도를 정리한 Table 5를 보면 $\chi^2=396.297(p<.001, df=155)$, GFI=0.900, CFI=0.915, TLI=0.906, RMSEA=0.067, RMR=0.043으로 모두 기준 값을 만족하는 것으로 나타났다.

Hair Jr JF 등(2006)은 측정모형의 잠재변수에 대한 개념

타당성(Construct Validity)을 살펴보기 위해서는 집중타당성 (Convergent Validity)과 판별타당성(Discriminant Validity)이 검토되어야 한다고 하였다. 일반적으로 분산추출지수(AVE)는 0.5 이상, 개념 신뢰도는 0.7 이상을 기준으로 보고 있으며, 분석결과 개념 신뢰도는 0.7 이상, AVE는 0.5를 상회하여 본 연구에서 사용된 측정항목들은 해당 연구 개념에 대한 집중타당성을 갖는다고 할 수 있다.

Table 6은 확인적 요인분석을 통해 요인 적재값을 도출하고, CR값, AVE값을 산출한 결과를 나타낸 표이다. 잠재요인

Table 6. Path coefficient and validity analysis

Construct	Measurement index	Validity analysis					
		Non-standardized coefficient	C.R.	Standardized coefficient	<i>t</i> -value	Concept of confidence	AVE
Pursuing conservative culture	Food culture tendency 4	1		0.640	0.40		
	Food culture tendency 2	1.217	11.132	0.777	0.31	0.842	0.642
	Food culture tendency 1	1.392	11.283	0.843	0.25		
Pursuing contemporary culture	Food culture tendency 8	1		0.808	0.25		
	Food culture tendency 7	1.005	14.703	0.775	0.31	0.876	0.642
	Food culture tendency 6	0.68	10.72	0.584	0.41		
	Food culture tendency 9	1.002	15.063	0.795	0.27		
Pursuing popular trends culture	Food culture tendency12	1		0.845	0.27		
	Food culture tendency11	0.972	19.107	0.880	0.18	0.879	0.648
	Food culture tendency10	0.868	16.04	0.763	0.36		
Environmental motivation	Food culture tendency 3	0.799	13.232	0.660	0.55		
	Selection motive 4	1		0.577	0.42		
	Selection motive 3	1.314	8.239	0.729	0.32	0.781	0.546
Emotional motivation	Selection motive 2	1.071	8.009	0.649	0.33		
	Selection motive 8	1		0.670	0.41		
	Selection motive 7	1.13	10.611	0.757	0.32	0.797	0.569
Trust in menu	Selection motive 6	0.812	9.408	0.624	0.34		
	Trust in menu 3	1		0.713	0.37		
	Trust in menu 2	0.964	11.553	0.806	0.19	0.846	0.648
	Trust in menu 1	0.848	10.714	0.681	0.32		

의 CR값이 모두 0.7 이상, AVE값이 0.5를 상회함으로써 측정모형의 잠재변수에 대한 집중타당성은 만족스러운 것으로 분석되었다.

판별타당성은 서로 다른 구성개념에 대한 측정을 실시하여 얻게 된 측정값들 간의 차이를 나타내는 정도를 말하며, 잠재변수간의 상관계수의 수치가 낮게 나타나면 판별타당성이 높다고 판단할 수 있다. 판별타당성을 확인하기 위해 3가지 방법(평균분산추출값, 잠재변수간 상관계수의 신뢰구간, χ^2 차이분석)을 이용하였다. 구성 개념 간 상관계수와 앞서 계산한 AVE값과 개념신뢰도를 정리한 결과는 Table 7과 같다. 판별타당성 검증을 위한 첫 번째 방법 $AVE > f^2$ 을 확인하기 위하여 상관관계가 가장 높은 감성적 동기와 메뉴신뢰의 상관계수를 기준으로 비교해 본 결과, AVE값이 0.569와 0.648로 $f^2=0.407$ 보다 높아 판별타당성이 있는 것으로 나타났다. 두 번째 방법 $f^2 \pm 2 \times S.E.$ 는 0.492, 0.628로 1을 포함하지 않으므로 판별타당성이 있는 것으로 나타났다. 세 번째 방법은 두 구성개념 간 자유로운 상관을 갖는 비제약모델의 카이제곱 값이 396.297에서 두 구성개념간의 공분산을 1로 고정한 제약모델의 카이제곱값이 521.003으로 $\Delta\chi^2=124.706$ 이므로 기준인 $\Delta\chi^2=3.84$ 보다 높아 판별타당성이 있는 것으로 나타났다. 판별타당성을 확인하기 위해 3가지 방법으로 검증해 본 결과,

3가지 방법 모두 판별타당성이 있는 것으로 분석되었다.

4. 연구가설 검증

1) 수정모형 검증

어머니 식문화 추구성향, 선택동기, 메뉴신뢰 관계의 이론적 모델 검증에 앞서 모형 적합도를 살펴보았으나, 기본모형에서 적합성이 대체적으로 기준에 약간 미치지 못하는 것으로 나타났다. 따라서 모형의 적합도를 높이기 위해 수정지수(Modification Index:MI)를 이용하여 재분석을 실시하였고, 모형을 수정하여 최적의 모형을 도출하였다(Fig. 2).

모형의 간결성을 저해하지 않는 범위 내에서 수정지수를 이용해 오차항의 공분산 관계를 설정하여 Table 8과 같이 적합도를 도출할 수 있었다. CFI=0.929, TLI=0.912, RMR=0.046, RMSEA=0.061로 모두 기준을 상회하며, 기본 모형에 비해 적합도가 높아져 본 연구 가설의 설명력이 있으면서도 간명성이 고려되는 적합한 모형인 것으로 나타났다.

2) 가설 검증

수정 모델의 가설 검증 결과는 Table 9와 같다. 앞서 설정한 11개의 연구 가설에 대한 채택 여부를 살펴보면, 어머니

Table 7. Correlation coefficient by factors and validity analysis

	Pursuing conservative culture	Pursuing contemporary culture	Pursuing popular trends culture	Environmental motivation	Emotional motivation	Trust in menu
Pursuing conservative culture(ρ^2)	1	<u>0.213</u>	<u>0.063</u>	<u>0.194</u>	<u>0.169</u>	<u>0.050</u>
Pursuing contemporary culture(ρ^2)	0.461	1	<u>0.297</u>	<u>0.108</u>	<u>0.171</u>	<u>0.047</u>
Pursuing popular trends culture(ρ^2)	0.250	0.545	1	<u>0.079</u>	<u>0.199</u>	<u>0.048</u>
Environmental motivation(ρ^2)	0.440	0.329	0.281	1	<u>0.314</u>	<u>0.173</u>
Emotional motivation(ρ^2)	0.411	0.414	0.446	0.56	1	<u>0.407</u>
Trust in menu(ρ^2)	0.224	0.216	0.218	0.416	0.638	1
Concept of confidence	0.842	0.876	0.879	0.781	0.797	0.846
AVE	0.642	0.642	0.648	0.546	0.569	0.648

Note: Underlined values are the square of the correlation coefficient.

Table 8. The goodness-of-fit index from correction model

Mode	$\chi^2(p)$	df	GFI	CFI	TLI	RMSEA	RMR
Evaluation standard			≥0.9	≥0.9	≥0.9	<0.08	<0.05
Analysis result	356.005(.000)	154	0.910	0.929	0.912	0.061	0.046

Table 9. Hypothesis test result(correction model)

	Route		Standardized coefficient	t-value	p-value	Verification result
Pursuing conservative culture	→	Environmental motivation	0.392	4.420	***	Adopted
Pursuing contemporary culture	→	Environmental motivation	0.070	0.772	0.44	Dismissed
Pursuing popular trends culture	→	Environmental motivation	0.156	1.956	0.05	Adopted
Pursuing conservative culture	→	Emotional motivation	0.295	3.867	***	Adopted
Pursuing contemporary culture	→	Emotional motivation	0.122	1.427	0.154	Dismissed
Pursuing popular trends culture	→	Emotional motivation	0.309	4.035	***	Adopted
Environmental motivation	→	Trust in menu	0.207	2.538	0.011	Adopted
Emotional motivation	→	Trust in menu	0.644	6.358	***	Adopted
Pursuing conservative culture	→	Trust in menu	-0.101	-1.190	0.234	Dismissed
Pursuing contemporary culture	→	Trust in menu	-0.023	-0.268	0.788	Dismissed
Pursuing popular trends culture	→	Trust in menu	-0.086	-1.077	0.281	Dismissed

*** $p < 0.001$.

의 전통식문화 추구성향과 유행식문화 추구성향은 어린이 외식 메뉴 선택 시 환경적, 감성적 동기 모두에 정(+)의 유의한 영향을 미치고, 다시 환경적, 감성적 외식 메뉴 선택 동기는 메뉴 신뢰에 정(+)의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 총 6개의 가설이 채택되었다.

Lee YJ(2010)는 모(母)의 로하스 라이프스타일 태도가 친환경식재료 구매 및 건강식생활에 미치는 영향에 관한 연구에서 어머니의 로하스 라이프스타일 태도가 높을수록 가정 내 친환경 식재료 구매 태도와 건강식생활 실천 태도에 매우 큰 영향을 미쳐 가정 내 건강과 환경을 고려한다고 보고하였다. 이러한 결과는 어머니의 성향이 아이에게도 영향을 미친다는 본 연구와 유사한 경향이라 할 수 있다. 어머니의 식문화 추구성향이 가족에게 영향을 주기 때문에 어린이 메뉴개

발에 있어서 어머니의 성향을 파악하고, 어머니와 아이의 유대감을 줄 수 있는 서비스와 공간을 활용했을 때 효과가 있다는 것을 나타내 주는 결과라고 사료된다. Jeong YH(2005)의 어머니 식습관, 식품이데올로기 및 체형인식이 유아의 영양상태에 미치는 영향에 관한 연구에서는 어머니의 식습관, 식품이데올로기, 체형인식, 직업 유무 등에 따라 아이에게 미치는 식습관 형태가 다양하게 나타났다고 하였다. 결론적으로는 어머니의 식품 기호도에 따라 아이의 식품 섭취가 제한될 수 있기 때문에 아이에게 음식을 접하는 기회를 늘릴 수 있도록 해야 한다는 결과가 나왔다. 따라서 다양한 외식 메뉴를 통해 아이에게 맞는 식품기호를 확립할 수 있도록 해야 할 것이다. Kim AY & Lee MA(2018)는 어머니의 식생활 라이프스타일 유형이 한식메뉴 인식에 미치는 영향에 대한

연구에서 중국인과 베트남 어머니를 대상으로 연구한 결과, 안정적 편의 추구형인 어머니는 새로운 문화에 대해 소극적인 태도를 가지고 있어서 편의식 형태로 섭취하였고, 개방적 유행 추구형, 소비적 미각 추구형, 합리적 건강 추구형, 계획적 정보 추구형인 어머니는 새로운 문화에 대해 개방적인 태도를 갖고 있으며, 식생활 자체에 대한 관심이 높아 다양한 메뉴를 접하려고 하는 것을 알 수 있었다. 본 연구에서도 전통과 유행 식문화 추구성향 모두 스토리와 정보추구의 내용을 포함하고 있어 이러한 성향을 가진 어머니가 새로운 메뉴 개발과 외식선택에 있어 보다 적극적인 경향을 보였다. 특히, 어린이 메뉴의 필요성에 대한 설문조사 결과, 80.6%가 필요하다고 응답하여 본 연구의 전통, 유행식문화 추구성향 어머니와 유사함을 알 수 있었다.

5. 경로의 직접, 간접, 총효과

구조방정식 분석에서 직접효과에 대해서는 표준화계수와 CR값 등을 통해 유의성을 알 수 있지만, 간접효과의 유의성은 따로 제공해 주지 않아 부트스트래핑(Bootstrapping)방법을 사용하여 경로의 간접효과 유의성을 분석해 보았다. 부트스트래핑은 대표적으로 다변량 정규분포를 가정할 수 없는 매개모형의 간접효과 신뢰구간과 이를 통한 유의성 검정에 이용하는 안정적인 모수추정 방법(Heo J 2013)으로 부트스트랩 횟수 500번, 신뢰구간 95%로 수행한 결과는 Table 10과 같다.

전통식문화 추구성향, 모던식문화 추구성향, 유행식문화

추구성향의 외생변수가 환경적 동기, 감성적 동기의 매개변수를 통해 최종 종속변수인 메뉴신뢰에 미치는 직접효과, 간접효과, 총효과를 분석한 결과, 전통식문화 추구성향과 유행식문화 추구성향은 선택동기를 통해 메뉴신뢰에 유의한 영향을 미치고 있음을 알 수 있었다($p < .01$). 감성적 동기는 분위기, 편안함, 기분전환 등 감성적인 경험에서 오는 인식이 포함되어 있고, 환경적 동기는 아이를 위한 음식, 교통의 편리함, 아이를 위한 서비스 등 이용의 편의성과 관련된 요인이 포함되어 있다.

관광동기에 따른 농촌관광지 선택속성에 관한 연구(Zou Y 2011)에서 교통의 편리성, 비용저렴은 관광객에게 중요한 선택속성으로 분석되어 중국 농촌 관광지 방문 시 비용에 민감하고 접근성(교통의 편리성)을 중시 여긴다고 하였다. 이는 환경적 동기부분이 관광객 방문에 영향을 미친다는 것으로 특히, 휴식성 동기는 모든 관광지 선택속성에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 분석되어 향후 스트레스 해소, 안락하고 편안한 분위기를 강화할 필요가 있다고 하였다. 이러한 결과는 본 연구의 외식선택 시 감성적 동기인 분위기의 편안함, 기분 전환의 필요성이 메뉴신뢰에 영향을 준다는 결과와 유사하다고 볼 수 있다. Lee SJ(2008)의 한식당 선택속성이 어린이 관리 프로그램에 미치는 영향에 관한 연구 결과, 자녀를 동반한 가족 외식 시 대기업에서 운영하는 패밀리 레스토랑은 어린이 메뉴의 다양한 구비와 가격 할인 및 이벤트 행사에 대해 우선적인 방안이 마련되어야 할 것이라고 하였다. 이 연구에서도 어린이 동반 외식이 환경적 동기에 의해

Table 10. Direct effect, indirect effect, total effect of route

		Direct effect	<i>p</i>	Indirect effect	<i>p</i>	Total effect	<i>p</i>
Pursuing conservative culture	→ Environmental motivation	0.392	0.005	0	0	0.392	0.005
	→ Emotional motivation	0.295	0.002	0	0	0.295	0.002
	→ Trust in menu	-0.101	0.285	0.271	0.003	0.170	0.043
Pursuing contemporary culture	→ Environmental motivation	0.070	0.550	0	0	0.070	0.550
	→ Emotional motivation	0.122	0.259	0	0	0.122	0.259
	→ Trust in menu	-0.023	0.812	0.093	0.213	0.070	0.508
Pursuing popular trends culture	→ Environmental motivation	0.156	0.139	0	0	0.156	0.139
	→ Emotional motivation	0.309	0.003	0	0	0.309	0.003
	→ Trust in menu	-0.086	0.321	0.231	0.002	0.146	0.123
Environmental motivation	→ Trust in menu	0.207	0.057	0	0	0.207	0.057
Emotional motivation	→ Trust in menu	0.644	0.004	0	0	0.644	0.004

많은 영향을 받는다고 할 수 있었다. Choi JW(2012)의 연구에서 해외여행의 선택속성인 물리적, 심리적 만족도가 구매 후 행동의도에 유의적으로 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. Crompton JL & Hensarling DM(1987)은 관광객은 공급자가 통제하는 서비스뿐만 아니라, 공급자의 통제범위를 넘는 관광객의 사회적 심리상태(요구, 동기, 성향)와 외부적인 변수(날씨, 사회적 상호작용)에 의해서도 관광만족에 영향을 받는다고 하였다. 이상의 연구결과를 종합해 보면, 어머니 성향에 따른 외식선택에 있어서 만족도와 재방문, 재구매 등을 높이기 위해서는 단순히 물리적인 것만이 아닌 심리적인 부분의 마케팅도 고려되어야 한다는 것을 파악할 수 있었다.

요약 및 결론

본 연구는 경상북도에 거주하는 만 7세에서 12세의 자녀를 둔 어머니 350명을 대상으로 어머니의 식문화 추구성향에 따른 어린이 외식메뉴 선택 동기를 알아보고, 메뉴신뢰에 미치는 영향을 분석하여 어린이 외식메뉴 개발에 필요한 기초자료를 마련하고자 조사하였다.

조사대상자의 일반적인 특성을 살펴본 결과, 응답자 연령층은 40대가 54%로 가장 많았고, 다음으로 30대 38.3%, 20대 7.7% 순으로 나타났다. 최종학력은 전문대졸이 37.4%, 대학교졸 37.1%, 고졸 이하 17.1%, 대학원졸 8.3% 순으로 조사되었다. 월평균 1인 식비는 20만 원 이상~40만 원 미만인 39.7%로 가장 많았고, 40만 원 이상~60만 원 미만 26%, 20만 원 미만 19.1%, 60만 원 이상 15.1%로 분석되었다.

어머니 식문화 추구성향의 유형을 도출하기 위한 요인분석결과, 전통식문화 추구성향, 모던식문화 추구성향, 유행식문화 추구성향의 3가지 요인으로 구분하였다. 외식메뉴 선택 동기는 환경적 선택동기와 감성적 선택동기 두 가지로 분류되었다. 전통식문화 추구성향, 유행식문화 추구성향은 어린이 외식메뉴선택 시 감성적 동기와 환경적 동기 모두 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 어린이 외식메뉴 선택 시 환경적 동기와 감성적 동기는 메뉴신뢰에 모두 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 조사되었다.

한 가구의 자녀가 줄어들고, 사회구조가 변화하면서 키즈 산업이 대두되어 아이를 위한 다양한 산업이 증가하고 있지만, 외식업계에서 아이를 위한 다양한 메뉴개발은 이루어지지 않고 있다(Lee JY 2016). 외식업체가 새로운 소비군으로 떠오르고 있는 아이를 대상으로 할 경우, 단순히 음식만이 아니라, 엄마와의 유대감, 분위기, 아이를 위한 서비스, 아이가 즐길 수 있는 공간 등을 강조해 편안하고 아이가 즐길 수 있는 식사 공간을 만드는 것에 중점을 두면 외식 메뉴신뢰에

보다 효과적인 결과를 보여주는 것으로 파악되었다(Lee YJ 2010).

연구 결과, 어머니들은 다양한 메뉴, 건강한 음식뿐 아니라, 더 나아가 음식을 먹는 공간적인 분위기와 메뉴를 통해 느낄 수 있는 감성적 것을 원하고 있음을 알 수 있었다. 외식업체가 다양하고 세분화된 어머니의 식문화 추구성향에 따라 어린이를 위한 질적, 양적 외식메뉴 개발에 적극적 자세를 갖는다면 어린이 외식산업에 있어서 효과적인 결과를 가져올 수 있을 것으로 사료된다.

REFERENCES

- Crompton JL, Hensarling DM (1987) Some suggested implication of the product life cycle for public recreation and park agency managers. *Leisure Sci* 1(3): 295-296.
- Chun HI (2006) Research on mothers' actual management status of eating habits of children and understanding and needs of children nutrition education. Master's Degree Thesis Sungshin Womens's University, Seoul. pp 29-43.
- Choi JW (2012) The structural relationship of physical and psychological selection attributes of overseas tour on satisfaction and post purchase behavioral intention. Master's Degree Thesis Keimyung University, Daegu. pp 23-30.
- Hair Jr JF, Black WC, Babin BJ, Anderson RE, Tatham RL (2006) *Multivariate Data Analysis*. 6th ed. Upper Saddle Ricer, NJ : Pearson Education, Lewiston, NY, USA. pp 72-104.
- Heo J (2013) Heo Jun's Easily Follow to Structural Equation Modeling AMOS. Hannara Publishing Co., Seoul, Korea. pp 104-111.
- Hobin E, White C, Li Y, Chiu M, O'Brien MF, Hammond D (2014) Nutritional quality of food items on fast-food 'kids menus': Comparisons across countries and companies. *Public Health Nutr* 17: 2263-2269.
- Hwang IY (2017) Breakfast consumption behaviors based on the food-related lifestyle. Master's Degree Thesis Sejong University, Seoul. pp 12-13.
- Jeong YH (2005) The influence of mother's food habit, food ideology and perception of body image in preschool children's nutrient intake. Master's Degree Thesis Keimyung University, Daegu. pp 124-125.
- Jeong YH (2014) The research of how awareness of the comfort food and lifestyle affect the product selection and willingness to repurchase. Master's Degree Thesis Chung-

- woon University, Chungcheongnam-do. pp 34-36.
- Jo JH (2005) Marketing strategies for the Korean food franchise on kids industry. Master's Degree Thesis Chung-ang University, Seoul. pp 13-16.
- Kang HY, Jo MN (2015) HMR current use and key buying factor according to food-related lifestyle by college students. *The Tour Sci Soc of Kor* 39(5): 87-106.
- Kim AY, Lee MA (2018) Perception analysis of Korean-style food menus for kids according to mothers' food-related lifestyle types: Focus on chinese and vietnamese. *J Korean Soc Food Sci Nutr* 47(1): 65-76.
- Kim MJ (2013) Kids' industry 'new trends: Novelty kids' items distribution, apparel industry six pockets <six pocket: parents, grandparents> Open up. <http://magazine.hankyung.com/business> (accessed on 5. 6. 2013).
- Kim YA, Lee BC, Youn HW (2015) Satisfaction of convenience foods and repurchase intention according to food-related lifestyle. *The Kor Acad Soc of Tour Leisure* 27(1): 433-452.
- Kim YH (2014) A study on how the selection of Korean restaurant according to the eating lifestyle affects the behavioral intention. Master's Degree Thesis Kyungsook University, Busan. pp 6-18.
- Lee IK (2010) A study on the marketing strategy of kids. Master's Degree Thesis Kyung-hee University, Seoul. pp 11-13.
- Lee JE (2001) The Strategic marketing study of south Korea's angel business franchise industry. Master's Degree Thesis Sookmyung Women's University, Seoul. pp 44-46.
- Lee JY (2016) A study on effects of buying behavior of the parent about kids marketing of restaurant. Master's Degree Thesis Kyonggi University, Seoul. pp 20-42.
- Lee SJ (2008) A study on the effects of kids management program on Korean style restaurant choice attribute: With special focus on the Daejeon metropolitan Area. Master's Degree Thesis Joongbu University, Chungcheongbuk-do. pp 7-11.
- Lee YJ (2010) A study of the effects on a healthy dietary life and purchase of environmental-friendly food materials according to mother's LOHAS lifestyle attitudes. *J Korean Soc Food Cult* 25(6): 708-718.
- Lee YK (2007) A study on food purchase behavior according to wives' food related life style. Master's Degree Thesis Sungkyunkwan University, Seoul. pp 5-8.
- Park HJ (2016) A study on domestic kids party activation plan. Master's Degree Thesis Sungshin Womens's University, Seoul. pp 17-18.
- Park JY (2010) The effects of the dietary life of mothers on their children's health-related factors. Master's Degree Thesis Gwangju National University of Education, Gwangju. pp 47-52.
- Scourboutakos MJ, Semnani-Azad Z, L'Abbé MR (2016) Added sugars in kids' meals from chain restaurants. *Pre Med Rep* 3: 391-393.
- Shin JY, Park GY (2001) Introduction to the Food Service Industry. Daewangsa, Seoul. pp 453-457.
- Sul HK, Lee SH, Jun JK (2007) An exploratory study on dietary behavior lifestyle. *J Food Serv Manag Soc Korea* 10(2): 267-284.
- Woo JP (2012) Structural Equation Model Concepts and Understanding. Hannarae Publishing Co., Seoul, Korea. pp 360-367.
- Yoon SO (2007) Parents' preference & response to kids promotion of restaurants. Master's Degree Thesis Yonsei University, Seoul. pp 4-7.
- Yoon WJ (2008) Research on mother's management status of eating habits of preschool children: Mother's needs about food service and nutritional education. Master's Degree Thesis Kyungwon University, Seoul. pp 22-27.
- Zou Y (2011) A study on the selection attributes of rural tourism destination by tourist motivation. Master's Degree Thesis Hanyang University, Seoul. pp 65-99.

Date Received	Jan. 3, 2019
Date Revised	Feb. 25, 2019
Date Accepted	Feb. 25, 2019