



μ

2017

«

μ

»

:

,

:

,

,

,

: customer/consumer behavior(u)r, tipping behavior(u)r, gratuity, tipping in restaurants, services

	μ	
	1:5
1.1	μ5
	2 :7
2.1	7
2.2	μ7
	3:22
3.1	22
3.2	μ22
3.3	μ23
3.4	μ25
	4:27
4.1	27
4.1.1	μ27
4.1.2	μ μμ28
4.1.3	μ31
4.1.4	μ34
4.1.5	μ - μ35
4.1.6	μ - μ39
4.1.7	μ - -40
4.2	43
4.2.1	43
4.2.2	- ²43
4.2.3	μ μ μ45
	6:54
	56
	1.....	58
	2.....	60

1:

1.1

μ

μ (pourboire) μ
μ μ μ μ .
μ μ μ
μ . μ μ
μ ,
μ . μ μ
μ .
μ ,
μ . μ
μ \$21 μμ
μ μ μμ
(Lynn, 2006)
μ μ μ
.
, μ
μ \$40 μμ
(Cho,2013). μ
μ μμ μ μ
μ (Cho,2013).
μ μ μ
μ .
μ μ μ μ μ
μ
.
μ ,
.
μ μ μ .
μ ,
μ ,
μ , μ

μ ,

μ ,
 μ
 μ
.

μ
 μ
 μ μ

2.1

[illegible]

2.2

Garritty and Degelman(1990)

μ

μ

μμ 42 μ , μ 21

Charley Brown's Restaurant

Huntingt on

Beach.

μ

μ μ

μ

μ μ μ

, μ
 μ μ μ .
 μ , μ 2 μ
 μ , 21 μ .
 μ , μ : « μ , , »
 μ μ Kim, μ ».
 μ μ .
 μ μ
 μ . μ μ μ
 μ , μ (M= \$5.44,
 S.D. =\$1.75), μ (M = \$3.49, SD =
 \$1.13). μ
 μ , μ ,
 μ (M = \$5.24, SD = \$1.84) μ μ (M =
 \$3.68, SD = \$1.29).

Lynn and Grassman (1990),

μ μ .
 μ μ
 , μ μ
 μ μ
 μ .
 μ μ μ . μ
 μ 106 μ
 μ , μ .
 , μ μ ,
 (, , ,),
 , μ
 μ . μ 1= 5=
 μ , μ ,
 .
 , « »
 . μ

137

μ . μ μ .
 μ μ μ
 μ . ,
 μ 15%
 μ μ .
 μ μ
 μ , ,
 μ μ μ
 . μ , μ μ
 μ μ μ μ
 μ . μ ,
 μ μ
 μ μ μ ,
 μ μ .
 μ ,
 μ μ μ ,
 μ μ
 μ , μ μ
 μ , μ μ
 μ μ .
 Lynn(2006) μ
 μ . μ μ
 μ μ
 μ . , μ
 μ .
 1. ,
 ,
 μ μ .

2. μ μ , μ
 μ μ
 μ .

3. μ μ
 μ , μ
. μ
, μ , μ μ ,
, ,
, ,
. :

✓ μ
« » . . μ
15-20% μ . μ , Lynn and
McCall μ μ 36 μ μ 5.016
40 69% μ μ μ
 μ μ μ μ .
 μ μ
 μ .
 μ μ μ μ
 μ μ μ . μ μ
 μ μ μ . μ
, μ μ μ μ
 μ μ μ (Lynn
and Grassman, 1990), μ μ μ
(Lynn and Thomas-Haysbert, 2003)
 μ μ μ
(Lynn and Thomas-Haysbert, 2003).
✓ μ
 μ
 μ μ μ (Feinberg, 1986;
Garrity and Degelman, 1990; Lynn and Latane, 1984, Lynn and Mynier, 1993).
✓ μ μ

μ μ , μ μ
μ μ μ μ μ
μ (Freeman, Walker, Borden and Latane, 1975; Lynn and Latane, 1984; May, 1980).

✓

μ
μ μ μ μ
μ μ (Lynn and McCall, 2000a). Conlin et al. (2003)
μ , μ
μ

. Bodvarsson and Gibson (1999)

- μ μ . , μ
μ μ

. Lynn and McCall (2000a)

μ μ

.

✓

μ
μ 20-40% (Lynn, 1996; 2003b).

μ , Garrity and Degelman (1990) μ

μ .

Lynn et al. (1998), μ μ

μ .

✓

-

Crusco and Wetzel (1984),

μ μ . Davis et al. (1998)

μ μ

μ μ . , Lynn and

McCall (2000b) μ μ

μ

.

μ μ ,

μ μ μ μ μ

μ . ,

μ μ
 μ .
 μ μ - μ
 μ μ
 μ , .
 Seiter (2007) μ μ ,
 « » μ μ
 . μ μ 94
 μ , 188 μμ , 2 .
 μ 22
 μ - .
 μ : «
 μ μ
 , ».
 μμ ,
 μ , μ
 .
 , μ
 μ .
 μ μ μ
 μ μ .
 « » μ ,
 μ μ
 μ μ .
 μ Hsieh et al. (2007), μ
 μ μ
 . μ 236 , μ
 μμ μ μ

μ . μ
 , μ .
 Jacobaetal. (2010) μ
 μ « » μ
 μ .
 μ « » , μ , μ . μ
 , « » μ
 , μ . μ
 , μ ,
 μ μ μ .
 μ . μ 786
 (432 354), 326
 μ 460 μ (2 5 μ).
 μ μ
 μ μ .
 , μ
 , μ
 μ .
 , μ
 μ . μ μ 32
 μ μ 56 μ .
 95
 μ μ « ».
 μ μ (0= 9=).
 μ (0= μ
 9=μ). μ μ 15 μ
 15 μ μ / μ .
 : μ μ 2
 μ μ (6) 6 μ 2 μ (μ
 μ μ μ). 72 (6
 μ x 6 μ x 2). 72
 μ 3 μ , 24 μ « » , 24
 μ « » 24 μ « μ »

. μ , μ
 , μ μ .
 μ , μ ,
 μ , « » ,
 μ μ
 (, μ). μ μ
 μ μ « », « »
 μ μ « » .
 μ .
 , μ
 , μ μ μ μ
 μ . μ « » ,
 μ μ μ μ μ
 μ (Greitemeyer, 2009a,b).
 μ μ μ
 , μ μ
 « »
 μ .
 Cho(2013) μ μ
 μ μ , μ μ ,
 μ , μ ,
 , μ , ,
 , ,
 .
 , μ μ
 μ ,
 μ .
 ,
 μ .
 μ , μ
 , μ
 , μ
 μ μ 68 μ
 μ μ . μ

1. μ

15-20% μ μ .

« μ » .

:

1	1	2	3
μ $\mu\mu$ μ 15-20%	μ μ μ μ	μ μ	μ μ
2:	μ	-	μ

2	4	5	6	7	8
μ μ	μ μ μ μ μ μ	μ μ	μ μ	μ μ μ μ	μ μ μ μ
3:	μ				

2.

μ , μ
 μ , μ
 μ

3	9	10	11
μ μ	μ μ μ	μ μ μ	μ μ μ
4:	μ		

3.

μ μ	μ μ	
μ	μ	μ
4	12	13
μ μ	μ μ	μ μ
5:	μ	

4.

μ , μ
 μ , μ

5	14	15
μ μ μ	μ μ μ	μ μ μ

6: μ

6	16
μ μ	μ μ μ

7: μ

5.

.

μ μ

μ

μ .

7	17	18	19
μ μ μ μ	μ μ μ μ	μ μ μ	μ μ

8: μ

-

μ

μ μ μ
 μ
 μ μ μ (1-
1). μ μ
 μ μ . μ μ
 μ μ (2).

 μ μ μ μ
(4). (5),
(5) (6) μ
 μ μ .
 μ μ μ μ
 μ / (11).
 μ -
 μ - (7).

	μ	
Lynn and McCall(2016)	μ	
		μ
		μ
	μ	

9:

μ

3:

3.1

μ ,
μ
μ ,
μ . μ μ
μ μ (Babbie,
2011).
μ
μ ,
μ .
μ μ .
μ , μ
μ (3.3)
μ .
μ μ ,
μ . μ
μ ,
μ .
μ μ
μ μ (3.4) μ
μ
μ μ
μ .

3.2

μ
μ μ μ ,
μ . μ
μ μ
μ . μμ 150 μ
1 5 μ . μ -
μμ μ 75.

μ 22 μ 2017 4
 2017.
 , μ μ
 μ -μ μ μ
 μ - . μ , μ
 μ μ μ μ , μ
 μ μ
 .
 μ , μμ 84 μ
 μμ 66 μ .
 , μ μ
 , 44% 56% .
 μ , 150 μ
 91 μ μ -μ μ
 59 μ - ,
 μ μ .

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ	ΩΡΑ ΗΜΕΡΑΣ	ΦΥΛΟ ΣΕΡΒΙΤΟΡΟΥ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΩΝ
22/09/2017			15
23/09/2017			28
25/09/2017			26
25/09/2017			8
26/09/2017			22
26/09/2017			11
29/09/2017			25
04/10/2017			15
			150

10: μ μ μ ,

3.3 μ

μ μ
 μ , μ
 μ μ μ
 μ .

μ μ

μ μ μ .

μ μ μ

, μ

. μ

, μ μ

(, 2015:263).

μ (. μ 1- μ) 12

μ .

1. μ

2. -

3. μ

➤ 1..... ,

μ , μ

μ μ μ

μ 6 : « », «1-3 μ », «1-2

μ », «3-4 μ », «5-6 μ », « μ ».

➤ 2..... μ

() ,

μ 5 : « μ

μ », « μ μ », «μ »,

« μ μ », « μ μ ».

➤ 3..... μ

μ , μ μ μ

μ μ

(LynnandMcCall, 2016). μ μ

5 : « μ », « », «μ », «

», « μ ».

➤ 4.....

, μ μ μ ,

μ

. μ , « » , «
 » , « » , « » .
 ➤ 5 _____ ,
 : « » , « » , « μ » , «
 » , « » .
 ➤ 5 μ
 μ μ . μ
 (6), (7), (8), μ (10)
 μ (11).
 ➤ μ μ μ μ ,
 μ μ
 (9), μ
 μ .
 ➤ (12)
 μ , μ : «
 » , « » , « μ » , « » , « » .

3.4 μ

μ μ μ μ μ
 μ μ μ
 μ μ μ μ μ
 μ μ μ . μ μ
 , μ μ
 . μ
 μ μ .
 μ μ
 μ μ μ μ 12
 :
 ✓ μ ,
 ✓ μ ,
 ✓ μ μ ,

✓ μ - ,

✓ , , ,

✓ μ μ ,

✓ μ

✓ .

μ μ

.

4:

4.1

4.1.1

μ

μ , μ μμ Stata.
μ μ μ μ μ
, μ ,
μ μ μ μ excel.
μ μ μ μ μ μ

μ .

,

μ μ μ
μ μ μ

.

✓ 2(μ 1)

μμ , «

μ μ » μ μ «

μ μ » μ μ «

/ μ μ ».

« μ μ » μ « μ

μ » μ μ « / μ

μ ».

✓ 3(μ 1)

μ , « μ

/ » μ μ « » μ

μ « / μ / ».

« » μ μ « » μ

μ « / μ / ».

✓ 4(μ 1)

, « » μ μ

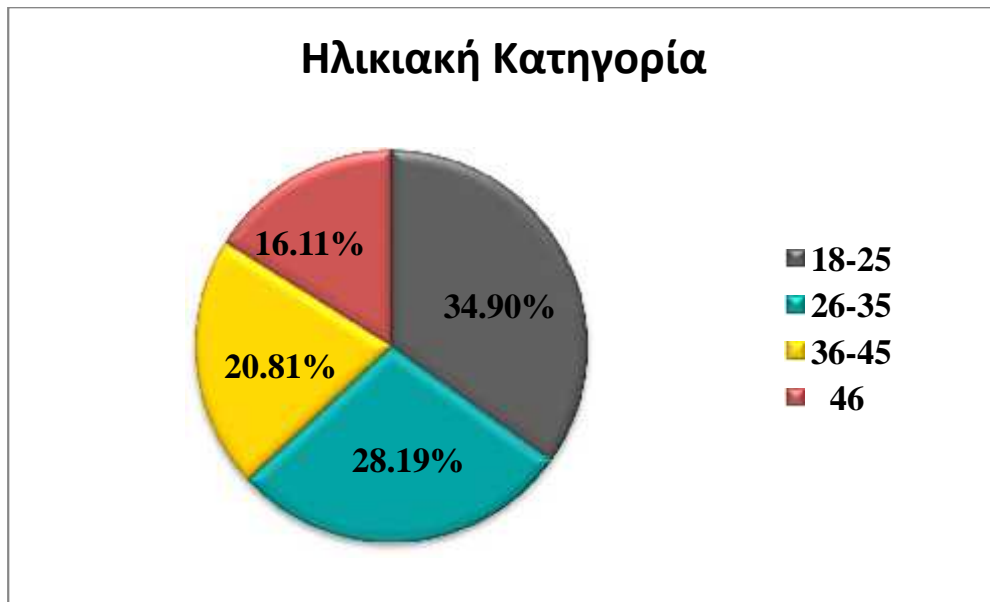
« » μ μ «

/ ».

✓ 7(μ 1)
 μμ , 46-55 μ μ
 56 μ μ 46 .
 ✓ 8(μ 1)
 μμ , « μ » μ μ
 « » μ μ «
 μ / ».
 ✓ 10(μ 1) μ
 μμ , « μ
 μ « » μ «
 » « » μ μ
 « » μ μ « / ».
 ✓ 11(μ 1)
 μμ , « »
 μ μ « / » μ μ
 « / / ».
 ✓ μ
 12(μ 1) μ μ
 , « » μ μ
 « » μ μ « / ».

4.1.2 μ μμ

μ μ
 μ μ μ :
 μ μ μ
 μ 64,67% 35,33% .
 μ 1 μ
 μμ μ .



μ 1. μ

μμ μ

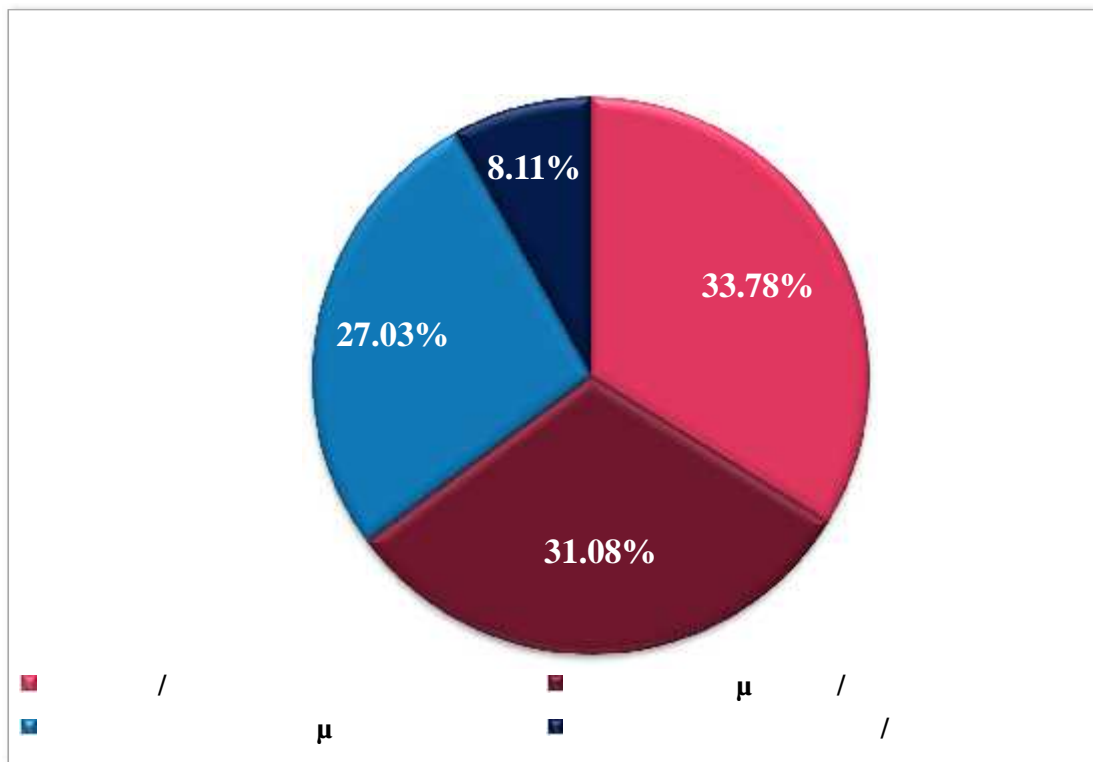
μ 34,9% μ μ

18-25 , 28,19% μ 26-35 ,

20,81% μ 36-45 16,11% μ 46 .

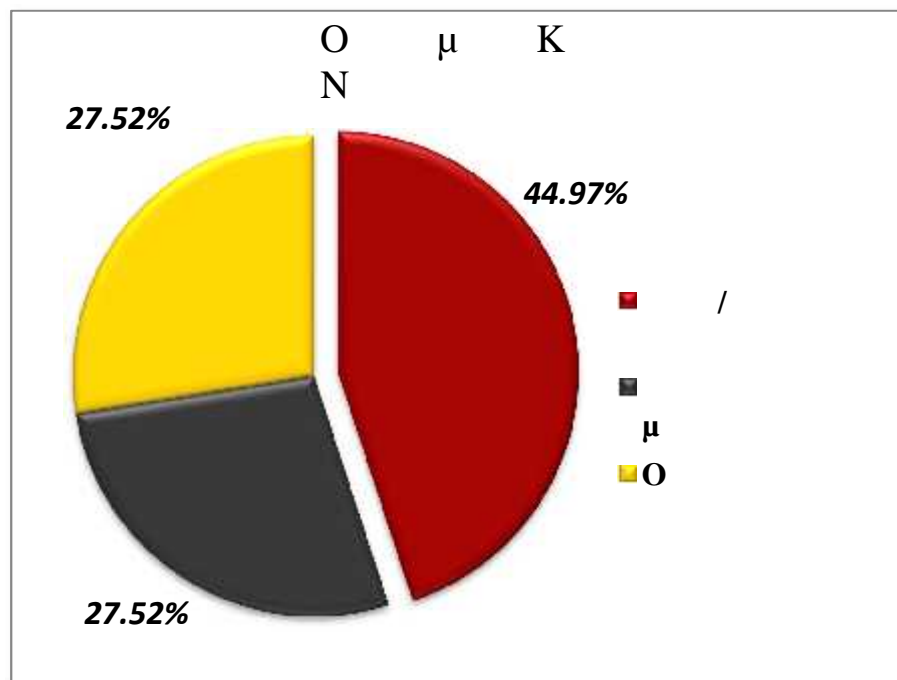
μ 2 μ

μμ μ .



μ 2. μ

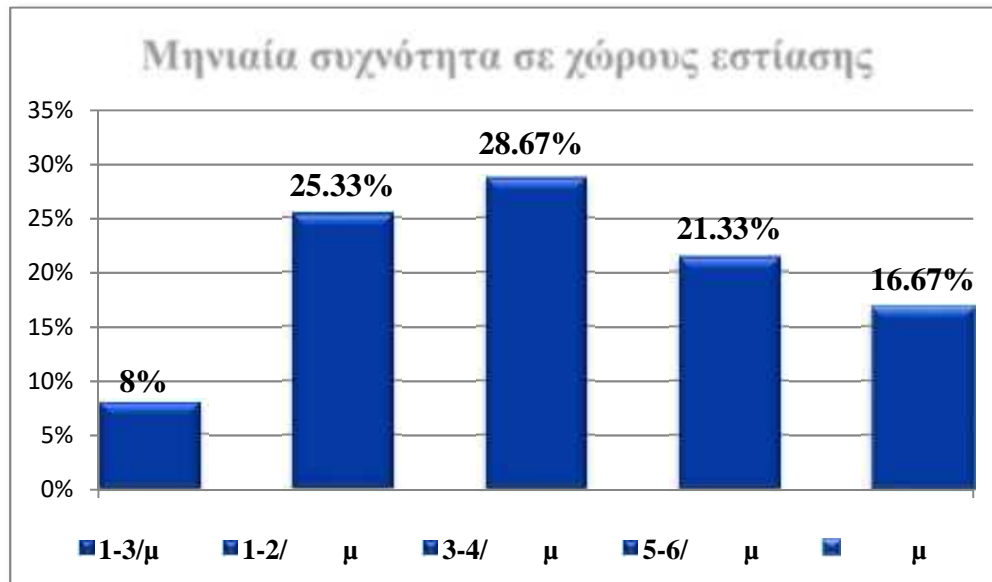
μμ , μ μ
 μ , μ 33,78% , 31,08%
 μ / , μ μ 27,03%
 μ μ μ 8,11%
 /
 μ 3 μ
 μμ μ



μ 3. μ μ
 10 μ (μ 1)
 μ μμ 44,97% μ ,
 μ / , 27,52%
 μ 27,52%
 .
 ✓ (11)
 μμ 62% μ , 14%
 μ μ , 16% / /
 8% .
 ✓ 9 μ (μ 1)
 ,
 , μ 42,28%
 57,72% .

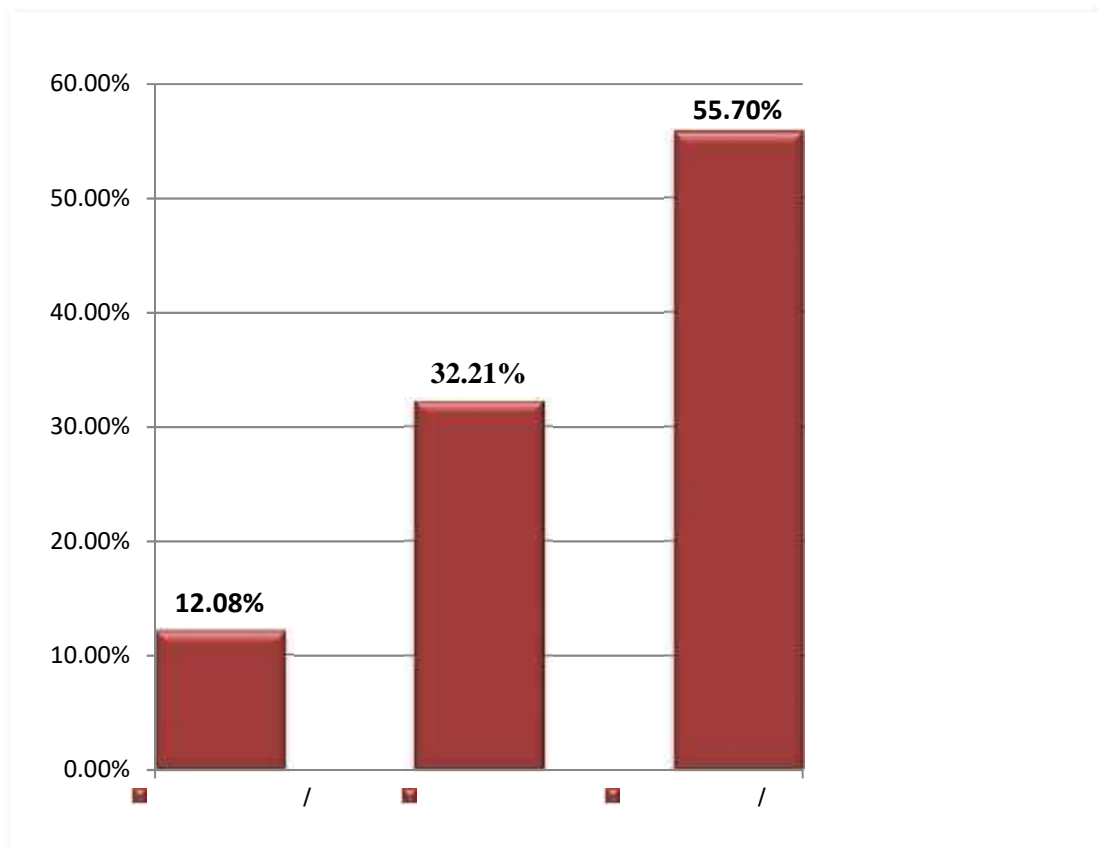
4.1.3 μ

μ 4 μμ
μ 1(μ 1) μ
μ .



μ 4. μ μ

μ μ μ 4, μ μμ
μ 28,67% 3-4 / μ μ
μ μ ,
25,33% μ 1-2 / μ , 21,33%
5-6 / μ , 16,67%
μ μ 8%
1-3 /μ μ .
❖ 2(μ 1)
μμ , 66%
/ μ , 26,67%
μ μ 7,33% /
μ .
μ 5 μ
(3) μ
.



μ 5.

μ

μμ

μμ

μ

,

μ .

3, 12,08%

/

μ , 32,21%

μ

μ

55,70%

/

❖

12

μ

μ μ

(

μ 1)

μ

μ

μ

74,67%

μ «μ », 19,33% « / » 6%

« ».

«

»

μ

.

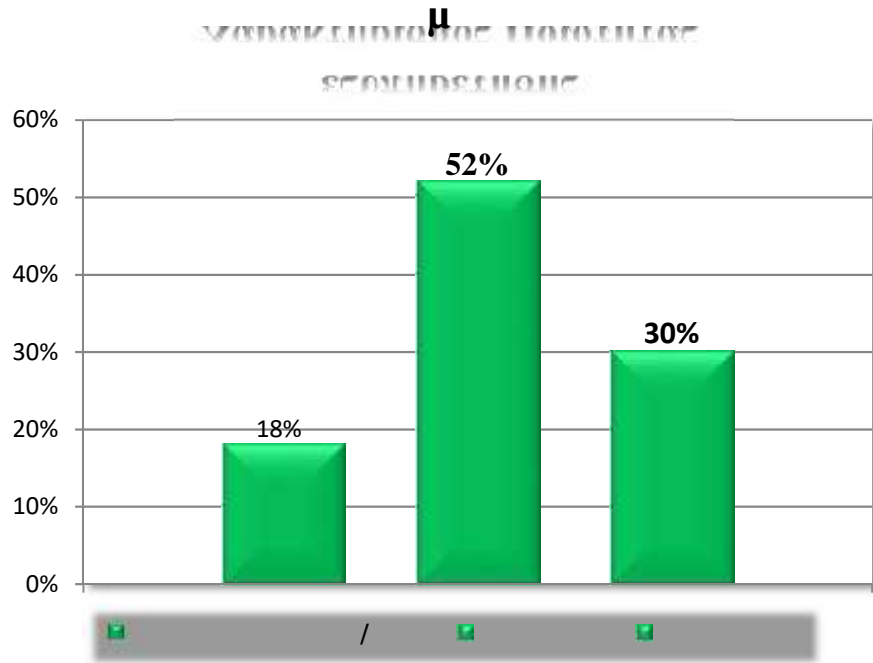
μ 6

μ

μ

μ

.



μ 6.

μ

μ 6 μ

4(

μ 1)

18%

/ , μ

μ 52%

, 30%

❖

5(μ 1)

μμ 20%

μ , 47,33%

32,67%

μ

«

»

«

».

4.1.5

μ - (13) μ
() 4 μ (),
μ μ .

μ (€)

Total_bill 6,7	21	0,43	0,39	0,00	1,30
6,7<Total_bill 7,4	17	0,71	0,67	0,00	2,70
7,4<Total_bill 13,8	19	0,95	0,90	0,00	3,20
Total_bill> 13,8	18	2,01	1,25	0,70	6,00
	75	-	-	-	-

13:

μ μ 4 μ (€)

μ

μ () 6,7€ μ μ
0,43€ μ 0€ μ 1,3€
μ μ (>) 6,7€ μ ()
7,4€ μ μ 0,71€
μ 0€ μ 2,7€ ,
μ μ (>) 7,4€ μ () 13,8€
μ μ 0,95€ μ 0€
μ 3,2€ , μ μ (>)
13,8€ μ μ 2,01€
μ 0,7€ μ 6€
,
μ μ μ .
μ μ μ μ - μ .
μ μ μ , μ μ
μ μ .

14 μ

μ μ μ

22 .

μ (€)

Total_bill 9,3	6	0,82	0,69	0,00	1,80
9,3<Total_bill 15,6	5	0,96	0,62	0,50	2,00
15,6<Total_bill 27,5	6	1,28	0,65	0,70	2,50
Total_bill>27,5	5	3,38	1,52	2,00	6,00
	22	-	-	-	-

14: μ μ (€)

μ μ

μ () 9,3€ ,

μ 0,82€ μ

μ 1,8€ μ μ 9,3€

15,6€ μ

0,96€ μ 0,5€ μ

2€ , μ μ 15,6€ 27,5€ μ

μ 1,28€

0,7€ μ 2,5€ , μ 27,5€

μ 3,38€

μ 2€ μ 6€ , μ μ

μ 2,10€

μ μ , μ 12

μ μ ,

μ μ μ

. μ μ
 μ .
 15 μ
 μ μ μ
 56 .

μ (€)

Total_bill ≤ 6,25	14	0,44	0,38	0,00	1,00
6,25 < Total_bill ≤ 7,2	18	0,57	0,48	0,00	1,30
7,2 < Total_bill ≤ 10,5	11	0,62	0,81	0,00	2,70
Total_bill > 10,5	13	1,95	1,47	0,30	6,00
	56	-	-	-	-

15:

μ μ (€)

14 μ
 56 μ
 () 6,25€ μ 0,44€
 0€ μ 1€ μ 6,25€
 7,20€ μ 0,57€
 μ μ μ 1,3€ ,
 μ μ (>) 7,20€ μ ()
 10,5€ μ 0,62€
 0€ μ 2,7€ , μ
 μ (>) 10,5€ μ
 μ 1,95€ 0,3€ μ 6€
 μ μ , μ μ
 μ μ μ μ
 μ .

4.1.6

μ - μ

17

μ

150

μ

μ

.

μ		μ			μ /
1	16	0,76	0,00	3,00	0,76
2	85	0,89	0,00	2,50	0,44
3	27	1,08	0,00	3,00	0,36
4	12	1,97	0,70	3,20	0,49
5	10	4,00	2,00	6,00	0,80
	150	-	-	-	-

17:

μ μ

μ

(€)

μ

μ μ

μ

μ

0,76€

0€

μ

3€

μ

μ

0,89€

0€

μ

2,5€

,

μ

μ

1,078€

0€

μ

3€

μ

4

μ

μ

1,97€

,

0,7€

μ

3,2€

,

5

μ

μ

4€

2€

μ

6€

μ ,

μ

μ

μ

μ

.

μ

μ

μ

μ

.

μ

μ ,

μ

μ

μ

μ ,

μ

μ

μ

μ

μ

.

μ

μ

5 μ .

4.1.7

μ -

-

μ

μ

μ

μ

μμ

.

(18)

μ

μ μ

.

μμ		. μ (€)
	97	0,54
	53	0,42

18:

μ μ

μμ

(€)

μ

0,54€

0,42€

μ

μ

μ

μ

0,12€

(19)

μ μ

μμ

.

	0,69	0,48
	0,46	0,33

19:

μ μ

μ

,

μ

0,69€

μ

,

0,46€

μμ

,

μ

0,48€

0,33€

μ μ ,

μ

μμ

μ

μ

μ

μμ

.

μ

μ

μ

.

- -
150 μ μμ 72%
, 27,33% , 8,67%
6%

	Κατανάλωση φαγητού			
Κατανάλωση καφέ				
ΝΑΙ	8	2	98	108
	61,54%	22,22%	76,56%	72%
ΌΧΙ	5	7	30	42
	38,46%	77,78%	23,44%	28%
ΣΥΝΟΛΟ	13	9	128	150
	100%	100%	100%	100%

20:

150 μμ 72%
8 2 ,
μ .

	Κατανάλωση φαγητού			
Κατανάλωση αλκοόλ				
ΝΑΙ	3	7	31	41
	23,08%	77,78%	24,22%	27,33%
ΌΧΙ	10	2	97	42
	76,92%	22,22%	75,78%	72,67%
ΣΥΝΟΛΟ	13	9	128	150
	100%	100%	100%	100%

21:

150 μμ , 27,33% 41 μ
, 3 7
μ .

μ
 μ
 (μ 2, 10) μ
 μμ μ μ μ 95,33% μ
 4,67% μ .
 μ
 22 μ ,
 μ μ μμ 150
 .

Total_minutes	150	88,26	30	300

22: μ
 μ μ 88,26
 1,5 . μ 30 ,
 μ 300 , 5 .
 .

4.2.1

[illegible]

4.2.2

To estimate the parameters of the multinomial logit model, we use the following command:

```
✓ mlogit price ( . , 10) income ( . , 10)
```

✓ `mlogit work (. , 10) income (. , 10)`

✓ `mlogit income (. , 10) monthly_freq (. , 1)`

	P-value	Pearson ²	
price,income	0,338	4,537	
work,income	0,001	29,938	
income,monthly_freq	0,743	5,139	

23: μ x^2

μ μ (o)

, μ , (1)

μ μ . :

o: P-value>0,005, μ μ

(),

μ .

1: P-value<0,005 , μ ,

μ .

μ - μ

, P=0,338 ,P>0,005 μ

μ (o), μ

$\mu\mu$ μ μ

, μ .

- μ

, P=0,001 ,P<0,005 μ

μ (o), μ μ μ μ

$\mu\mu$ μ

.

μ -

², P=0,743 ,P>0,005 μ

μ (o) μ

$\mu\mu$ μ μ

.

	1=	μ		0=
Work₄			$\mu\mu$,
	1=	μ	μ	0=
Work_Experience			$\mu\mu$, 1=
	0=			
Monthly_freq₁*				, 1=1-3 / μ
	0=			
Monthly_freq₂				, 1=1-2
	/	μ	0=	
Monthly_freq₃				, 1=3-4
	/	μ	0=	
Monthly_freq₄				, 1=5-6
	/	μ	0=	
Monthly_freq₅				, 1= μ
	0=			
stability₁*		μ	(, 0=),
	1=	/		
Stability₂		μ	(, 0=),
	1=		0=	
Stability₃		μ	(, 0=),
	1=	/	μ	
	0=			
frequen₁*		$\mu\mu$		
	,	1=	/	μ 0=
Frequen₂		$\mu\mu$		
	,	1=		0=
Frequen₃		$\mu\mu$		
	,	1=	/	0=
Service_qual₁*				, 1=
	/	0=		
Service_qual₂				, 1=
	0=			
Service_qual₃				, 1=
	0=			
Server_frien₁*				, 1=
	0=			
Server_frien₂				, 1=
	0=			
Server_frien₃				, 1=
	0=			
Price₁*		μ		
	$\mu\mu$,	1=	0=
Price₂		μ		
	$\mu\mu$,	1=	0=
Price₃		μ		
	$\mu\mu$,	1=	/ 0=
Waiter_gender			$\mu\mu$,
	1=	0=		

μ	Total_tip			Indiv_tip		
	Coef.	Std. Err.	P> t	Coef.	Std. Err.	P> t
Gender	0,123	0,157	0,434	0,119	0,074	0,111
Age2	0,191	0,181	0,295	0,001	0,090	0,99
Age3	-0,084	0,226	0,711	0,058	0,145	0,689
Age4	0,325	0,215	0,132	0,088	0,113	0,437
Education2	-0,111	0,192	0,564	0,015	0,108	0,889
Education3	-0,227	0,183	0,218	0,003	0,099	0,974
Education4	0,037	0,298	0,902	0,037	0,143	0,798
Income2	-0,226	0,216	0,298	0,015	0,105	0,883
Income3	-0,252	0,194	0,196	0,012	0,087	0,889
Work2	0,188	0,342	0,584	0,020	0,163	0,904
Work3	0,184	0,243	0,451	0,040	0,130	0,76
Work4	0,069	0,294	0,816	0,159	0,145	0,277
Work_experience	0,267*	0,153	0,082	0,075	0,069	0,277
Monthly_freq2	0,128	0,263	0,627	0,064	0,138	0,64
Monthly_freq3	0,408	0,254	0,11	0,218*	0,131	0,099
Monthly_freq4	0,318	0,277	0,253	0,170	0,149	0,256
Monthly_freq5	0,369	0,303	0,226	0,272	0,177	0,128
Stability2	0,363	0,325	0,265	0,197	0,175	0,262
Stability3	0,160	0,298	0,592	0,102	0,159	0,524
Frequen2	-0,128	0,242	0,596	0,046	0,120	0,701
Frequen3	-0,093	0,256	0,715	0,080	0,122	0,512

Service_qual2	-0,179	0,227	0,43	0,189	0,119	0,114
Service_qual3	-0,245	0,269	0,364	0,128	0,145	0,379
Server_frien2	0,333	0,223	0,138	0,217**	0,086	0,013
Server_frien3	0,318	0,205	0,123	0,243**	0,097	0,013
Price2	-0,445*	0,264	0,093	0,285	0,189	0,135
Price3	-0,596*	0,301	0,05	0,315	0,207	0,131
Nperson	0,227**	0,094	0,017	0,030	0,051	0,564
Waiter_gender	0,176	0,139	0,206	0,055	0,085	0,516
Coffee_con	0,424	0,280	0,132	0,112	0,160	0,484
Alcohol_con	-0,175	0,300	0,56	0,243	0,183	0,186
total_minutes	0,004**	0,002	0,024	0,003**	0,001	0,031
Total_bill	0,097**	0,012	<0,001	-	-	-
Indiv_bill	-	-	-	0,079**	0,011	<0,001

26: μ μ

μ :

μ gender μ ,

μ , 0,12€ μ

μ .

μ age μ . ,

$\mu\mu$ μ μ 26-35 46

0,19€ 0,33€ μ μ $\mu\mu$

μ 18-25 .

μ education

$\mu\mu$ μ . $\mu\mu$

μ 0,23€ μ μ

μ / .

μ income μ . ,

μ $\mu\mu$ μ

/ 0,25€

μ μ μ
 μ μ .
 μ μ μ
 μ , 0,23€ μ μ
 μ .
 μ work
 μμ μ μ ,
 μμ μ
 0,18€ μ μ .
 μ work_experience μ
 μ p=0,10. μ , μμ
 0,27€
 μ μ .
 , μ monthly_freq
 μ . μμ
 μ 3-4 μ
 5-6 μ 0,41€ 0,32€
 μ μ
 μ 1-3 μ . μ
 μμ μ
 0,37€ μ μ
 μ 1-3 μ .
 μ stability, μ
 μμ ()
 μ . μ
 0,36€ μ μ
 .
 μ frequen, μμ
 μ . μμ
 μ 0,13€
 μ μ μ
 / .

, μ service_qual μ μ .
 μ
 0,25€ μ μ μ
 / .
 μ μ server_frien μ
 μ . μ
 $\mu\mu$. μ , $\mu\mu$
 , 0,33€ μ
 μ μ .
 μ price₂,price₃ μ
 $\mu\mu$, μ
 μ p=0,10. μ
 μ , 0,45€ μ μ
 μ μ . $\mu\mu$
 μ / 0,60€ μ
 μ μ .
 $\mu\mu$
 0,42€ μ μ
 . $\mu\mu$ 0,17€
 μ μ μ
 .
 μ nperson μ
 μ p=0,05. μ μ μ
 . μ μ μ 1
 μ , μ 0,23€
 μ waiter_gender μ , μ
 0,18€ μ
 μ .
 μ total_minutes μ
 $\mu\mu$ μ 1
 0,004€ μ . μ μ μ
 μ 60 ,
 μ 0,24€

μ , μ total_bill μ .
 μ , μ 1€
 μ 0,10€.
 μ μ μ μ indiv_tip
 μ μ , gender, age, education,
income, work, stability, service_qual, waiter_gender, coffe_con alcohol_con
 μ μ μ . μ price2, price3
nperson μ μ μ , μ
 μ μ .
, μ μ , μ
 μ μ monthly_freq3, server_frien2 server_frien3 .
 μ μ monthly_freq3, $\mu\mu$ 3-4
 μ 0,22€ μ μ
 μ 1-3 / μ . μ μ
server_frien2 server_frien3 , $\mu\mu$
0,22€
0,24€ μ μ μ
 μ .
, μ μ total_minutes,
 μ $\mu\mu$ μ total_bill/
indiv_bill / μ μ μ
 μ μ , μ
 μ μ .

6:

—

μ

μ

.

, μ

. ,

μ .

μ ,

, μ

μ ,

,

,

,

μ ,

,

,

μ ,

μ

,

μ

μ

,

,

μ

μμ

.

μ

μ

μ

μ

μ ,

μ

μ

μ

μ .

: Cho(2013)

Lynn(2016).

μ

μ

μ

μ

.

μ

,

μ μ

μ

μ .

,

μ

μ

μ

.

μ

μ

μ

μ

μ .

μ

μ

.

μ

μ

,

μ

μ

μ

μ

μ

.

,

μ

μ

μμ

.

μ

μμ

μ

μ

μ

μμ

.

Crusco and Wetzel, (1984).

μ

μ

μ

. μ , μ
 Davisetal. (1998)
 μ μ . μ
 μ μ μ .
 μ μ
 μ μ .
 , μ μ μ
 μ μ μ ,
 , μ , μ
 , μ μ μ
 . μ
 μ μ .
 μ μ
 μ , ,
 , , ,
 , μ ,
 μ μ μ
 .
 , μ μ μ
 μ μ μ
 μ ,
 μ μ
 .

- , .,2015 μ μ &
- , .,2010. μ μ .
- Rosili.
- Artuger, S., &Burcin C., 2013. ***Factors influencing the tipping propensity of restaurant customers: A study in 5 star hotels a la carte restaurants.*** International Journal of Business and Social Science, 4 (17), 70-78.
- Azar, Ofer H., 2005.***Who Do We Tip and Why? An Empirical Investigation.*** Applied Economics, 37 (16), 1871-1879.
- Azar, Ofer H., 2005.***The Social Norm of Tipping: Does it Improve Social Welfare?***Journal of Economics, 85 (2), 141-173.
- Azar, Ofer H., 2007.***The Social Norm of Tipping: A Review,*** Journal of Applied Social Psychology, 37.(2), 380-402.
- Arnould, E., Thompson C., 2005.***Consumer Culture Theory (CCT) – Twenty Years of Research.*** Oxford University Press, Journal of Consumer Research
- Babbie, E., 2011.
- Bodvarsson, O., GibsonW., 1999. ***AnEconomic Approach to Tips and Service Quality: Results of a Survey,***" The Social Science Journal, 36(1), 137-147.
- Chiang, A., 2009. μ μ .
- Dillon, T., ReifH., 2002. ***Factors influencing consumers' e-commerce commodity purchases.*** Information Technology Learning and Performance Journal.
- Grønhøj, A., 2007. ***The consumer competence of young adults: a study of newly formed households.*** Department of Marketing and Statistics, Aarhus School of Business, University of Aarhus, Aarhus, Denmark.
- Harris, M., 1995.***Waiters, Customers and Service: Some Tips About Tipping.***Journal of Applied Social Psychology, 25(8), 725-744.
- Hsieh, A., & Der-Huang W. 2007. ***"The relationship between Timing of Tipping and Service Effort.*** Service Industries Journal, 27(1), 1-14.
- Garrity, K., Degelman, D.,1990. ***Effect of Server Introduction on Restaurant Tipping.*** Journal of Applied social psychology, 20 (February), 168-172
- Jacoba, C., Guéguenb, N., &Boulbryc, G., 2010. ***Effects of songs with prosocial lyrics on tipping behavior in a restaurant.***International Journal of Hospitality Management 29(2010) 761-763
- Koku, P., 2005. ***Is There a Difference in Tipping in Restaurant versus Non-Restaurant Service Encounters, and Do Ethnicity and Gender Matter.***Journal of Services Marketing, 19 (7), 445-452.
- Liu, C., 2008. ***The Perceptions of waiters and Customers on Restaurant Tipping.*** Journal of Services Marketing, 22 (2), 95-103.
- Lynn, M., 1988.***TheEffects of Alcohol Consumption on Restaurant Tipping.*** Personality and Social Psychology Bulletin, 14 (March), 87-91.

- Lynn, M., 1994. *Neuroticism and the Prevalence of Tipping: A Cross-Country Study*. *Personality and Individual Differences*, 17(1), 137-138.
- Lynn, M., 2000. *National Personality and Tipping Customs*, *Personality and Individual Differences*, 28, 395-404.
- Lynn, M., 2000. *The Relationship Between Tipping and Service Quality: A Comment on Bodvarsson and Gibson's Article*, *The Social Science Journal*, 37, 131-13
- Lynn, M., 2004. *Black-White Differences in Tipping of Various Service Providers*, *Journal of Applied Social Psychology*, 34 (11), 2261-2271.
- Lynn, M., 2006. *Tipping in restaurants and Around the Globe: An Interdisciplinary Review*. Ch.31, pp. 626-643. In Morris Altman (Ed.) *Handbook of Contemporary Behavioral Economics: Foundations and Developments*, M.E. Sharpe Publishers.
- Lynn, M., 2006. *Race Differences in Restaurant Tipping: A Literature Review and Discussion of Practical Implications*, *Journal of Foodservice Business Research*, 9 (4), 99-113.
- Lynn, M., & McCall, M., 2000. *Gratitude and Gratuity: A Meta-Analysis of Research on the Service-Tipping Relationship*, *Journal of Socio-Economics*, 29, 203-214.
- Lynn, M., & Sturman, M., 2010. *Tipping and service quality: A within-subjects analysis*. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 34 (2), 269-275.
- Lynn, M., Sturman, M., Ganley, C., Adams, E., Douglas, M., & McNeal, J., 2008. *Consumer Racial Discrimination in Tipping: A Replication and Extension*, *Journal of Applied Social Psychology*, 38 (4), 1045-1060.
- Lynn, M., Zinkhan, G., & Harris, J., 1993. *Consumer Tipping: A Cross-Country Study*. *Journal of Consumer Research*, 20 (December), 478-485.
- Lynn, M., 2006. *Tipping in Restaurants and Around the Globe: An Interdisciplinary Review*. Cornell University, School of Hospitality Administration
- Lynn, M., & McCall, M., 2016. *Beyond Gratitude and Gratuity: A Meta-Analytic Review of the Predictors of Restaurant Tipping*. Cornell University, School of Hospitality Administration
- Lynn, M., & Grassman, A., 1990. *Restaurant tipping: An examination of three 'rational' explanations*. Cornell University, School of Hospitality Administration
- Seiter, J., 2007. *Ingratiation and Gratuity ? The Effect of Complimenting Customers on Tipping Behavior in Restaurants*. *Journal of Applied Social Psychology* 37: 478-485
- Sun Bai, C., 2013. *Factors Affecting Restaurant Consumers 'Tipping Behavior*. The Korean Society for Quality Management (March), 15-32

1

: :

μ μ : μ :

μ , μ μ μ
μ & μ μ μ
μ μ .
μ μ .

1. μ , μ ,
/ ;

	1-3 /μ	1-2 / μ	3-4 / μ	5-6 / μ	μ
1	2	3	4	5	6

2. (/) μ ,

μ	μ		μ	μ
μ	μ		μ	μ
1	2	3	4	5

3. μ ;

μ /				μ /
1	2	3	4	5

4. μ ;

1	2	3	4	5

5. ;

1	2	3	4	5

6. ;

1	2

7. ;

18	18-25	26-35	36-45	46-55	56
1	2	3	4	5	6

8. ;

μ	μ			μ	/
1	2	3	4	5	6

9. / μ / ;

1	2

10. μ μ 12.300€ μ μ ;

		μ		
1	2	3	4	5

11. μ ;

	/		μ	μ μ
1	2	3	4	5

12. μ μ : ,

1	2	3	4	5

2

(2)

()

μ μ :

μ :

:

:

1. μ (μ): |_____|

2. (€) (μ): |_____|

3. μ (€) (μ): |_____|

4. μ (€) (μ): |_____|

5. μ μ (€) (μ): |_____|

6. μ - ()

				/
1	2	3	4	5

7.

1	2

8.

1	2

9.

1	2	3

10. μ

1	2

11. μ

\vdots
 \vdots
 $\mu \quad \vdots$

12.

1	2