

제6주제 : 16:50~17:20

외식기업의 레스토랑 환경과 혼잡지각에 관한 연구,

발표자 : 양태석(제주산업정보대학)

좌 장 : 엄영호(수원여자대학)

토론자 : 최덕주(남해전문대학)

박영배(안산공과대학)



# 외식기업의 레스토랑 환경과 혼잡지각에 관한 연구

양 태 석<sup>1)</sup>

제주산업정보대학 관광호텔조리과 전임강사

## A Study on Restaurant Environment and Crowding in Foodservice Company

Tai-Seok Yang<sup>1)</sup>

*Professor, Dept. of Tourism and Hotel Culinary Art, Jeju College of Technology*

### ABSTRACT

This study was conducted during a period from July 4 to 30 to investigate the effect of restaurant environment upon customer's satisfaction and crowdedness awareness. Total 800sets of questionnaire were distributed among major food service corporations. They were 16 restaurants from McDonald, Burger King, Popeyes, KFC, Rits Carlton, Intercontinental, The Westin Chosun, Hilton, Merriot, Outback Steak House, Bennigans, VIPS, Pizza Hut, Pul-hyanggi(Scent of grass), Nolboo Co., and Our Story, and received 50 sets each to hand out to their customers. Out of total 800 sets of questionnaires, 592 sets (74.25%) were retrieved and underwent a Multiple Regression Analysis. We found the following results from the study. First, among each variable of restaurant environment that had a significant effect on the crowding, "fast service" and "responsiveness to customer complaints" scored a regression coefficient value 0.381 and 0.325 respectively. Second, among each restaurant environment factor that had a significant effect on crowding, "quality of facility" scored the highest regression coefficient value 0.423 with a standard error score 0.1074, followed by "status of waiting", "overall ambience" and "service quality" in ascending order. Third, in the analysis of the effect of each environmental factor upon the satisfaction rate, "status of waiting" showed the highest regression coefficient value 0.3821 with a standard error score 0.4565, followed by "cleanliness", "service quality" and "conveniency", in ascending order.

**Key words :** Crowding, Customer's Satisfaction, Restaurant Environment

## I. 서 론

소비자의 생활수준 향상에 따른 고객의 욕구는 나날이 커져가고 있는 시점에서 레스토랑의 선택에서 있어 레스토랑의 상황적 요인이 고객들의 의사 결정 과정에 상당한 영향력을 행사할 수 있음에도 불구하고 그간 이루어진 연구들은 일반적으로 레스토랑의 환경적 측면 같은 요인들에 대한 연구가 미미한 실정이다.

더욱이 특정 시간에 과도한 이용이 이루어질 경우 이에 대한 혼잡지각에 관한 연구는 관광 위락지 또는 백화점 같은 쇼핑물에서 밀도, 조우횟수, 혼잡지각 등의 관점에서 연구되어왔으나 레스토랑 산업에서는 특정시간에 대한 이용에서 오는 지각도가 타 산업에 비하여 높음에도 불구하고 그에 대한 연구는 미비한 상태이다.

Cadotte와 Turgeon(1988)은 레스토랑 선택속성들은 고객의 불만족 목록들에만 연계하여 관심을 가져 그 요인들을 주차 가능정도, 주변의 교통 혼잡도, 소음, 주변의 공간면적, 영업시간, 청결, 크기, 적정성, 종업원의 외모, 불평의 반응정도, 서비스의 질, 음식의 질, 종업원의 태도, 서비스의 양, 가격, 관리자의 서비스 지식, 메뉴의 음식가능 정도, 음료의 질, 서비스의 다양성, 건물 외형의 통일성, 광고의 질, 편리한 위치, 주변의 정숙성, 영수증의 정확성, 예약시스템 등으로 규명함으로써 경영자가 이용고객 만족을 증진시키는데 도움이 될 수 있다는 시사점을 제시하였다.

그러므로 레스토랑 환경에서의 혼잡은 기업의 이윤 창출과 연결되며, 이는 고객과의 장기적인 관계 유지에 매우 중요한 요소로 사료되어진다.

따라서 본 연구는 외식기업의 고객을 대상으로 레스토랑 환경이 혼잡에 대한 지각과 레스토랑만족에 미치는 영향을 살펴보고자 한다.

## II. 이론적 배경

### 1. 혼잡지각

혼잡(crowding)의 사전적 의미는 “질서없이 법석거리며 몹시 수선하고 떠들썩함”이고(남영신, 1998) 번역된 ‘crowded’는 많은 사람들이 조밀하게 모여 있는 상태로 귀찮을 정도의 압박이나 스트레스가 주어지는 장소적 상황을 의미한다.(Stuart Berg Flexner, 1987) 즉 어떠한 질서나 조직 없이 많은 사람들이 몰려있는 상태로(정윤미, 2001) 특정 밀도의 부정적 평가이며, 특정 장소에 너무 많은 사람들이 있는 것에 대한 가치판단이다.(홍성도, 2003)

따라서 어떤 지역에서의 혼잡이란 개인의 주관적 판단이든 객관적 사실이든 관계없이 다양한 사회적·물리적 요소들에 의해 개개인들의 반응이 변화하는 것이다.(Graefe A. R., Vaske, J. J. and Kuss F. R., 1984)

Stokols(1972)은 심리학적 의미에 있어서 혼잡은 어떠한 밀도수준에 따른 부정적으로 작용하는 개인적, 주관적 평가로 정의하여 밀도와 혼잡과의 관계를 설명하였다. 밀도와 혼잡의 개념을 구별하면 밀도는 공간단위당 이상적인 사람의 수와 관련된 물리적 개념인 반면, 혼잡은 심리적 의미로 밀도 수준에 따라 내리는 부정적, 주관적 평가라 하였다.(Robert E. Manning, 1986) Baum과 Pailus(1987)는 “밀도는 일정한 공간에서의 사람의 수와 관련된 물리적 상황인데 반하여, 혼잡은 물리적 조건, 상황적 변수, 개인적 특성, 대응자산 등을 통한 평가의 결과로서 개인의 경험과 연관되어 있다라고 하였다.” 결국 밀도란 단지 ‘단위 면적당 사람의 수’를 일컫는 기술적인 용어일 뿐이나 혼잡지각은 심리적인 측면을 반영한 것이다.(김

남조·정철·박상현·김진선, 2000) 사람들은 동일한 밀도에서도 혼잡은 서로 다르게 지각될 수 있다. Gramann과 Burdge(1984)는 혼잡을 목표관련 혼잡(goal-related crowding), 행태적 혼잡(behavioral crowding), 물리적 혼잡(physical crowding)으로 구분하였다.

목표관련 혼잡이란 특정 행동을 유발시키는 심리적 목표가치의 밀도와 불일치 정도를 말하며, 행태적 혼잡이란 다른 이용자의 위협 또는 기타 불쾌한 행동에 노출되는 정도(예: 소음, 쓰레기, 소란, 무모한 행동 등)를 말하며, 물리적 혼잡이란 구속받지 않고 활동을 즐기기 위해 요구되는 공간의 크기를 말한다.

Eroglu와 Machleit(1990)에 의하면 점포 내의 혼잡은 부정적 감정을 일으키고 결과적으로 소비현장에서 벗어나려는 소비자들의 욕구를 증가 시킨다고 하였으며, 소매점 내 혼잡도는 다른 고객들과 관련한 사회적 요인으로써 혼잡지각의 증가가 소비자의 각성수준을 증가시켰다.(Harrell G. D., Hutt, M. D., and Anderson, J. C., 1980)

레스토랑 내 종업원의 수와 친절성은 각성 및 감정의 활동수준을 조절하는 것으로, 레스토랑 실내에 종업원의 수가 많으면 많을수록 또는 종업원의 친절도가 높을수록 레스토랑 환경은 보다 활동적으로 지각되며, 결과적으로 환경 내 참여자의 각성수준이 증가한다. 따라서 레스토랑 혼잡지각 정도와 레스토랑 종사원의 친절성 및 숫자가 고객의 감정반응에 상당한 영향을 줄 것이다.(Baker J., Levy, M., and Grewal, D., 1992)

Rabson(1999)은 레스토랑의 디자인 요인으로서 공간배치가 고객의 행동에 영향을 미친다고 설명하면서, 식사공간을 협소하게 설계하거나 개방된 공간내의 좌석을 증가시키면 고객의 체류시간을 줄일 수 있으며, 고객들은 쉽게 복잡한 환경을 지각하게 된다.(노영만, 2003)

## 2. 레스토랑 환경에 의한 혼잡지각

전통적인 혼잡이론은 이용수준이 이용자들 간의 접촉 횟수가 혼잡지각에 영향을 미치는 것으로 이용자의 접촉 변수가 기대, 취향, 혹은 편견, 이전의 경험, 활동 참가와 같은 타의 측정변수와 상호 협력되어질 때 비로소 보다 정확히 예산되어 진다. 즉 이는 혼잡지각이 참가 밀도에 의해 영향을 받지만 이들의 관계가 다양한 다른 상황적, 주관적인 변수에 의해 성립되는 것으로 볼 수 있다.(Graefe A. R., Vask J. J. and Kuss F. R., 1984)

이러한 연구는 이용수준의 증가는 방문자들의 사이의 접촉 및 조우횟수를 증가시키고 이러한 접촉 및 조우횟수는 혼잡지각에 영향을 미치는 것으로, Manning(1986)은 혼잡지각에 영향을 주는 요인들을 방문자 특성, 조우자 특성, 상황적 변수 등의 범주로 구분하여, 방문자 특성에서는 야외위락 참여 동기와 접촉에 대한 선호와 기대, 경험, 태도, 나이, 성별, 교육수준 등과 같은 인구통계학적 요소가 있으며, 조우자 특성에는 방문자 집단의 종류와 크기, 형태, 다른 방문 집단에 대한 동질성 지각이 있으며, 상황적 변수들은 방문지의 종류, 방문지 안에서의 위치, 환경적 요소 등으로 구분하였다.

생산과 소비가 동시에 일어나는 레스토랑 서비스의 특징으로 인해 고객과 서비스사업이

상호작용하는 장소는 직접적으로 또는 간접적으로 고객들의 태도와 행동에 영향을 주게 된다. 따라서 마케팅 연구자들은 고객의 태도나 행동에 영향을 주는 요인으로서 서비스 현장의 환경을 중요하게 고려하여 왔다.(노영만, 2003)

Wener(1985)는 복잡하고 무질서한 실내디자인은 종업원이나 손님들에게 좌절감과 불안감을 느끼게 하였다고 보고하였다. 또 다른 연구에서도 실내공간이 인간의 심리적 상황에 영향을 미친다고 제안하였다. Donovan과 Rossiter(1982)의 연구결과에 의하면, 가게의 좋은 분위기에 의하여 야기된 무드상태는 소비자의 구매 의도를 높이는 것으로 나타났다. Maslow와 Mintz(1956)는 아름다운 실내장식을 가진 공간에서 행해진 상품에 대한 평가는 그렇지 못한 공간에서 행해진 평가보다 훨씬 낮게 평가하는 것으로 파악했다. 또한, 긍정적인 무드를 가진 사람은 자신에게 혹은 타인에게도 보다 친절한 행동을 하는 것으로 나타났다.(Underwood Bill, Bert Moore and D. L. Rosenhan, 1973) 이처럼 주위환경으로부터 야기된 특정한 무드는 사람들의 심리, 행동, 태도에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

분위기는 환경적 자극에 대한 지각을 통하여 형성된다고 볼 수 있는데, 물리적 환경에 대하여 Belk(1975)는 “상황이 가장 쉽게 표출될 수 있는 외관상의 특징상황으로서 위치 및 장소, 장식, 음향, 조명, 기후, 풍취, 상품진열 구성 등 자극대상의 물적 환경”이라고 말한다. 또 물리적 환경을 색상, 소음, 조명, 날씨, 제품진열로서 즉, 시각·청각·후각·등의 감각기관을 통해 소비자의 지각에 영향을 미친다고 보기도 한다.(임종원 · 김재일 · 홍성태 · 이유재, 1994)

Clawson과 Knetsch(1966)는 혼잡에 대한 기준이 지역의 내부형태에 따라 차이가 난다고 하고 개발되지 않은 야영장과 고도로 개발된 야영장 등의 차이에 따라 위락경험의 질에 대한 이용밀도의 효과가 달리 나타난다고 하였다.

Lucas(1964)는 혼잡지각은 물리적인 환경에 의하여도 차이가 있다고 하였으며, Manning와 Ciali(1980)의 연구에 의하면 혼잡지각 요인에 대하여 위치와 날씨는 혼잡지각에 중요한 역할을 한다. 특히 날씨가 좋은 때에는 많은 이용자들이 물리게 되고 또한 혼잡지각을 완화시킨다.

Womble와 Studebaker(1981)는 시설물이 불충분할 때 혼잡을 느끼게 된다는 사실을 알아내어 환경설계의 내용에 따라 혼잡의 지각수준이 달라질 수 있다는 것을 보여주었다.

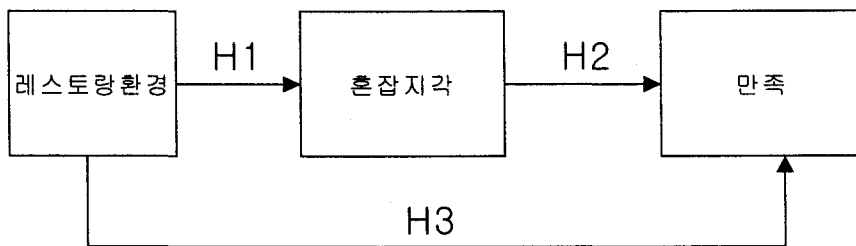
Sonnenfeld는 주어진 환경과 행동 간의 관계에 있어 적응(adaptation)은 자극에 대한 반응을 변화시키는 것을 의미하며, 조정(adjustments)은 그 자극자체를 변화시키는 것을 의미한다고 하였다.

방문자들은 활동에 적당한 장소가 없거나 이용시설에서 줄을 서서 기다리거나 원하는 장소를 이용할 수 없을 때 이용목적이 좌절되고 혼잡을 지각하기 때문에 제한된 공간과 자원과 같은 물리적인 요인도 위락 목적을 가로 막고 혼잡을 유발시킨다.(Stokols D., 1972)

### Ⅲ. 조사 설계 및 분석 방법

## 1. 연구모형

혼잡지각에 대한 연구는 여러 분야에서 계속 진행되고 있으나 외식관련분야에서는 전혀 연구가 없는 것으로 나타났으며, 관광분야에서의 연구들에 의하면 혼잡의 비판적 결정요인으로 만족도와 고객행동을 종속변수로 한 혼잡지각 설명변인 변수를 바탕으로 본 연구에서는 선행연구의 <표 1>를 중심으로 Shelby의 1976년 “Social psychological effects of crowding in wilderness: The case of river trips in the Grand Canyon”과 Robert E. Manning의 1986년 “Studies in outdoor Recreation”과 1987년 Baum, A. and Paulus, P. B., 혼잡도 모형과 Shelby Bo의 1980년 “Crowding models for Back Country Recreation”의 연구모형과 2003년 홍성도의 관광위락자의 혼잡지각이 감정적 반응과 행동조정에 미치는 영향에서의 연구모형과 2003년 노영만의 “레스토랑 환경지각이 소비자의 태도 형성에 미치는 영향”의 박사학위논문의 연구모형을 바탕으로 다음과 같은 연구모형을 제시하였다.



<그림 1> 연구 모형

<표 1> 혼잡지각 설명변인

이론	상황적 요인	물리적 환경	참고문헌
환경과부하 이론	상황적 요인	소음	이훈(2000)
		청결	Lee(1997), 이훈(2000)
		경관	이훈(2000)
	물리적 환경	방문객 행동	이훈(2000)
		물리적 시설정비	이훈(2000), Lee(1997)
		교통	정윤미(2001)
	물리적 환경	Baum, A. & Paulus(1980), P. B., Stockols. D. & Altman.(1987)	
	레스토랑만족	정윤미(2001), 유경주(1992), 이영진(2001), 남운모(2001), 김재서(2001)	

## 2. 변수의 조작적 정의

본 연구는 국내 외식업체의 혼잡지각에 관한 연구로 크게 혼잡지각에 미치는 요인과 혼잡지각의 측정 그리고 혼잡지각이 고객에 미치는 영향을 살펴보고자 선행연구를 바탕으로 다음과 같이 변수의 조작적 정의를 내렸다.

〈표 2〉 변수의 조작적 정의

개념	변수	조작적 정의
환경적 요인	레스토랑 환경	레스토랑 기업의 무형적 상품을 유형화시키는 유형적 단서의 마케팅 도구
혼잡지각	혼잡지각	혼잡으로 인해 느끼는 정신적 작용
만족도	레스토랑만족	혼잡에 의한 레스토랑 만족에 관한 지각 정도

## 3. 가설의 설정

본 연구는 국내 외식업체의 혼잡지각에 대한 연구로 선행연구를 바탕으로 한 혼잡지각이 고객만족에 미치는 관계와 혼잡지각에 미치는 레스토랑 환경 요인들 간의 영향관계를 규명해 보려는 연구로 환경과부하이론인 상황적·환경적 요인인 소음(이훈;2000), 청결(Lee;1997, 이훈;2000), 경관(이훈;2000), 방문객 행동 (이훈;2000), 물리적 시설정비(이훈;2000, Lee;1997) 교통(정윤미;2001), 물리적 환경(Baum, A. & Paulus, P. B., Stockols, D. & Altman.;1987), 고객만족(정윤미;2001, 유경주;1992, 이영진;2001, 남운모;2001, 김재서;2001)을 중심으로 혼잡지각의 레스토랑 환경에 관한 영향변수와 혼잡지각 결과 변수(만족)를 중심으로 다음 <표 3>과 같이 선행연구를 배경으로 가설을 설정하였다.

〈표 3〉 가설 설정과 가설배경



가설	가설배경
H1: 레스토랑 고객은 레스토랑 환경 요인이 클수록 고객의 혼잡지각의 +에 영향을 미칠 것이다.	노영만 (2003), 광동성 · 이상훈 (1998) 이유재 · 김우철 (1998), 이훈 (2000), 정형식 · 김영심, (2001), 권익현 · 유창조, (1997) 김선화, (2002), Bruner, G. C. (1990) Baum, A. & Paulus, P. B.(1987), Shelby Bo, (1980) Robert E. Manning, (1986), Zeithaml, Valarie,(1981) Mohr, K., Backman, K.F., Gahan, L.W., and Backman, S.J. (1993)
H2: 레스토랑 고객의 혼잡지각이 클수록 고객만족의 +에 영향을 미칠 것이다.	Formica, S., and Uysal, M. (1996) 이훈 · Kerstetter, D. L. (1997), 김남조의 3인, (2000) 정윤미(2001), 유경주(1992) 이영진(2001), 김재서(2001) Shelby Bo (1980) Robert E. Manning (1986)
H3: 레스토랑 고객은 레스토랑 환경 요인이 클수록 고객만족의 +에 영향을 미칠 것이다.	정윤미(2001), 유경주(1992),이영진(2001), 남운모(2001), 김재서(2001)

#### 4. 설문지 구성

설문의 전체적인 구성은 다음 <표 4>과 같다.

<표 4> 설문의 구성

측정요인	설문배경	설명변인	선행연구자	문항수	척도
레스토랑 환경	김남조의 3인(2000)	소음	이훈(2000)	49문항	리커트척도 7점척도
	노영만(2003)	청결	Lee(1997), 이훈(2000)		
	이유재 · 김우철(1998)	경관	이훈(2000)		
	성윤옥(2004), 오희경(2004)	방문객 행동	이훈(2000)		
	서정무 · 정석진(2000)	물리적 시설정비	이훈(2000), Lee(1997)		
	홍성도(2003), 이훈(2000)	교통	정윤미(2001)		
	홍재선 김사현(1998)	물리적 환경	Baum, A. & Paulus(1980), P. B.		
	전진생(2000), 김선화(2002)		,Stockols. D. & Altman.(1987)		
	정형식 · 김영심(2001)				
혼잡지각	김남조의 3인(2000) 유경주(1992), 정윤미(2001)			1문항	리커트척도 7점척도
만족	Mohr 외(1993), 정윤미(2001) Formica & Uysal(1996) 이훈 & Kerstetter(1997) 김남조의 3인(2000), 김재서(2001), 남운모(2001), 유경주(1992), 이영진(2001)			1문항	리커트척도 7점척도
인구통계학적 특성	성별, 나이, 결혼, 교육수준, 방문횟수, 외식지출비, 월평균소득, 방문 레스토랑 유형			8문항	명목척도

#### 5. 조사대상과 조사시기

설문지는 2005년 7월4일부터 7월30일까지 조사를 레스토랑의 영업 중 혼잡을 느낄 수 있는 점심시간인 12시~13시와 저녁시간인 18시~19시 사이에 각각 실시하였다.

조사대상인 외식업체 선정에 있어서는 식품연감에서 발표한 업종을 중심으로 패스트 푸드 점과 패밀리레스토랑, 피자, 호텔 군으로 나누어 그 대상을 국가고객만족지수(NSCI)와 한국능률협회컨설팅에서 발표한 한국산업의 고객만족도(KCSI)에서 제시한 레스토랑 중 2004년을 기준으로 만족지수가 각각의 업태별로 평균점수 이상인 레스토랑을 강남과 강북의 강남점과 대학로 점을 대상으로 선정하였으며, 한식당은 산업자원부가 인증하는 한국표준협회에서의 한국서비스 품질지수(KS-SQI)의 외식서비스 부분 중 한식당에서 2002-2004년까지 최우수 기업으로 선정된 레스토랑을 그리고 호텔 레스토랑은 카페 레스토랑을 중심으로 각각 선정하여 다음과 <표 2>와 같은 결과를 얻어 맥도날드, 버거킹, 파파이스, KFC, 릿츠칼튼, 인터컨티넨탈, 웨스턴조선, 힐튼, 메리어트, 아웃백하우스, 베니건스, VIPS, 피자헛, 풀향기, (주)놀부, 우리들의 이야기의 총16개의 업체에 고객을 대상으로 자기기업방식의 설문 응답을 택하였다. 설문지는 각 업체를 대상으로 50부씩 800부의 설문지를 배포하여 594부를 회수(회수율 74.25%)하였다.

<표 5> 조사대상의 선정

품질지수(기준)	업태	대상 레스토랑	평균	선정 레스토랑
2004년 국가고객 만족지수(NSCI)	패스트 푸드	파파이스(68), 맥도날드(68), 롯데리아(67), 버거킹(69), KFC(66)	67.6점	맥도날드 버거킹 파파이스
	호텔	릿츠칼튼(80), 신라(73), 인터컨티넨탈(77), 웨스턴조선(75), 서울프라자(72), 하얏트(73), 힐튼(76), 롯데(74), 셰라톤 워커힐(70) 메리어트(79)	74.9점	릿츠칼튼 인터컨티넨탈 웨스턴조선 힐튼 메리어트
2004년 한국산업 고객만족도(KCSI)	패밀리 레스토랑	아웃백하우스(62.8), 베니건스(59.5), VIPS(57.5), TGIF(55.1)	58.7점	아웃백하우스 베니건스 VIPS
	피자	피자헛(63.1), 도미노피자(61.1)	62.1점	피자헛
2004년 한국서비스 품질지수(KS-SQI)	패스트 푸드	롯데리아(53.4), KFC(58.3), 버거킹(57.3), 맥도날드(52.8)	55.5점	KFC 버거킹
	외식서비스 부분 중 한식당	풀향기-2004년 놀부-2003년 우리들의 이야기-2002년	최우수 기업선정	풀향기 놀부 우리들의 이야기

( )는 품질지수

## 6. 분석방법

본 연구의 목적을 달성하고자 각각의 변수들 간의 관계를 파악하고자 이론적 연구와 이를

토대로 설정한 개념적 모형 및 가설을 검증하기 위하여 실증적 연구를 병행하였다.

실증적 연구는 설문문항의 신뢰도검정을 위해 알파계수분석(Chronbach's Alpha analysis)과 타당성검정을 위해서 요인분석(exploratory factor analysis)을 실시하였으며, 레스토랑 환경이 혼잡지각과 만족에 미치는 영향을 파악하고자 다중회귀분석(multi-regression analysis)을 실시하였다.

## IV. 실증분석

### 1. 조사대상자의 일반적인 특성

조사자의 일반적인 특성을 파악하기 위해서 빈도분석(Frequency Analysis)을 실시한 결과는 다음 <표 6>과 같다.

<표 6> 조사 대상자의 일반적 특성

구분	내용	빈도(명)	비율(%)
성별		남성304(51.2), 여성290(48.8)	
연령		20세이하184(31), 20-24세154(25.9), 25-29세74(12.5), 30-34세38(6.4) 35-39세56(9.4), 40-44세64(10.8), 45세이상24(4.0)	
결혼여부		미혼500(84.2), 기혼94(15.8)	
교육수준		고졸이하158(26.6), 고졸112(18.9), 2년제졸60(10.1), 4년제졸228(38.4), 대학원이상36(6.1)	
월 평균 방문 횟수		1회174(29.3), 2회224(37.7), 3회104(17.5), 4회30(5.1) 5회16(2.7), 6회10(1.7), 그 이상36(6.1)	
주당평균 외식 지출비		1만원이하76(12.8), 1만원-3만원192(32.3), 3만원-6만원184(31.0) 6만원-9만원68(11.4), 9만원-12만원36(6.1), 12만원이상38(6.4)	
월 평균 소득		100만원미만348(58.6), 100만원대92(15.5), 200만원대88(14.8) 300만원대22(3.7), 400만원대이상44(7.4)	
방문레스토랑		패스트푸드185(31.1), 패밀리레스토랑132(22.2), 피자49(8.2) 호텔레스토랑106(17.8), 한식레스토랑122(20.5)	
총계		594	100(%)

### 2. 신뢰성 검증

본 연구에서는 문항 간에 어느 정도의 일관성을 갖는지를 측정하는 방법으로 Cronbach's alpha을 이용하여, 내적 일관성(internal consistency reliability)에 관한 해당 문항을 가지고 모든 신뢰도를 구하고, 이에 평균치를 산출하여, 계수값을 구하였다. <표 7>은 레스토랑 혼잡환경 측정항목에 관한 신뢰도 검증을 나타낸 것으로 레스토랑 혼잡환경 측정항목에 관한 신뢰도 검증결과 각각의 항목이 모두 신뢰도가 0.8이상으로 양호한 것으로 나타났다.

〈표 7〉 레스토랑 혼잡환경 측정항목에 관한 신뢰도 검증

Cronbach's					
1	가격이 높다.	0.9041	26	건물외관의 깔끔하다.	0.9010
2	음식서빙 속도가 빠르다.	0.9812	27	실내 바닥 깨끗하다.	0.8671
3	고객불편 처리속도가 빠르다.	0.9210	28	실내 통로의 깨끗하다.	0.8642
4	이벤트가 없다.	0.9217	29	휴게실과 집기의 청결하다.	0.9421
5	주차시설의 확보되어 있다.	0.9015	30	안내표지판의 식별 용이하다.	0.8652
6	종업원의 유니폼이 어울린다.	0.9124	31	주차시설의 편리하다.	0.9017
7	배경음악이 조용하다.	0.9241	32	통로의 이동 편리하다.	0.9356
8	실내조형물이 좋다.	0.9321	33	부대시설의 이용 편리하다.	0.9245
9	실내외 풍경과 전망이 좋다.	0.9042	34	안내 시스템이 잘 되어있다.	0.9132
10	배치 및 공간의 여유롭다.	0.8324	35	서비스가 좋다.	0.9120
11	화장실로 이동의 용이하다.	0.8982	36	교통이용이 편리하다.	0.9312
12	출입구로의 이동의 용이하다.	0.9851	37	화장실의 편리하다.	0.9324
13	전체적으로 이동 용이하다.	0.9210	38	대기시간이 적다.	0.9221
14	주차시설로 이동 용이하다.	0.9242	39	대기장소가 넓다.	0.9314
15	공간분위기가 좋다.	0.9210	40	대기안내가 잘 되어있다.	0.9271
16	실내온도 및 습도의 적절하다.	0.9317	41	대기순번이 잘 지켜진다.	0.9572
17	실내조명의 온화하다.	0.9065	42	종업원의 친절하다.	0.9205
18	소음이 없다.	0.9201	43	주변상가거리가 잘 정돈되어있다.	0.9104
19	실내 색채가 친근하다.	0.9651	44	휴게실과 대기실의 이용편리하다.	0.8974
20	휴게공간 및 부대시설이 좋다.	0.9127	45	건물외관의 매력적이다.	0.9242
21	실내향기가 좋다.	0.9024	46	시설이 다양하다.	0.9214
22	전체적인 청결하다.	0.9354	47	의자나 테이블의 넓다.	0.9018
23	화장실의 청결하다.	0.9320	48	다른 테이블간의 간격이 넓다.	0.9124
24	시설물의 청결하다.	0.9017	49	의자가 크다.	0.9462
25	통로 및 출입구의 청결하다.	0.9104	50		

### 3. 레스토랑 환경에 의한 혼잡에 관한 평균값

〈표 8〉 레스토랑 환경에 의한 혼잡에 관한 평균값

구분	Mean	Std	구분	Mean	Std
1. 가격이 높다	4.55	1.52	26. 건물외관의 깔끔하다	4.54	1.55
2. 음식서빙 속도가 빠르다	4.81	1.83	27. 실내 바닥 깨끗하다	4.67	1.49
3. 고객 불편 처리속도가 빠르다	4.70	1.62	28. 실내 통로의 깨끗하다	4.67	1.58
4. 이벤트가 없다	4.04	1.93	29. 휴게실과 집기의 청결하다	4.49	1.49
5. 주차시설의 확보되어 있다	4.19	1.57	30. 안내표지판의 식별용이하다	4.44	1.78
6. 종업원의 유니폼이 어울린다	3.85	1.70	31. 주차시설의 편리하다	4.21	1.39
7. 배경음악이 조용하다	4.25	1.62	32. 통로의 이동 편리하다	4.39	1.63
8. 실내조형물이 좋다	3.93	1.76	33. 부대시설의 이용 편리하다	5.14	1.61

구 분	Mean	Std	구 분	Mean	Std
9. 실내의 풍경과 전망이 좋다	4.17	1.65	34. 안내 시스템이 잘되어있다	4.71	1.57
10. 배치 및 공간의 여유롭다	4.52	1.58	35. 서비스가 좋다	4.44	1.62
11. 화장실로 이동의 용이하다	4.29	1.48	36. 교통이용이 편리하다	4.82	1.61
12. 출입구로의 이동의 용이하다	4.49	1.47	37. 화장실의 편리하다	4.79	1.65
13. 전체적으로 이동 용이하다	4.58	1.76	38. 대기시간이 적다	4.66	1.65
14. 주차시설로 이동 용이하다	4.19	1.55	39. 대기장소가 넓다	4.67	1.59
15. 공간분위기가 좋다	4.61	1.61	40. 대기안내가 잘되어있다	4.42	1.61
16. 실내온도 및 습도의 적절하다	4.49	1.64	41. 대기순번이 잘 지켜진다	4.84	1.60
17. 실내조명의 온화하다	4.38	1.94	42. 종업원의 친절하다	4.37	1.42
18. 소음이 없다	4.42	1.48	43. 주변상가거리가 잘 정돈되어있다	4.23	1.55
19. 실내 색채가 친근하다	4.22	1.45	44. 휴게실과 대기실의 이용편리하다	4.08	1.48
20. 휴게공간 및 부대시설이 좋다	4.09	1.54	45. 건물외관의 매력적이다	4.48	1.56
21. 실내향기가 좋다	4.16	1.71	46. 시설이 다양하다	4.49	1.67
22. 전체적인 청결하다	4.92	1.75	47. 의자나 테이블의 넓다	3.80	1.58
23. 화장실의 청결하다	4.81	1.62	48. 다른 테이블간의 간격이 넓다	4.25	1.32
24. 시설물의 청결하다	4.86	1.58	49. 의자가 크다	4.21	1.38
25. 통로 및 출입구의 청결하다	4.73	1.61	전체 평균	4.45	

#### 4. 레스토랑 환경 혼잡지각 측정항목의 타당도 검증

본 연구에서는 요인분석 방법으로 주성분분석을 사용하였으며, 기준 고유값(Eigenvalue) 1이상인 것을 사용하여 타당성을 높였으며, 요인 적재치를 높이기 위해 배리맥스 회전(Varimax)을 실시하였다.

레스토랑 환경에 대한 혼잡지각의 타당성을 검증하기 위하여 혼잡지각에 관한 측정항목을 대상으로 탐색적요인분석을 실시한 결과 총 7개의 요인이 추출되었다.

종업원의 용모와 종업원의 수 등으로 구성된 요인 1는 종사원환경요인이라 명하였다. 화장실로 이동 용이와 출입구의 이동 용이 등 이동의 용이성과 편의성으로 구성된 요인 2은 편리성환경 요인이라 명하였으며, 주차시설 및 시설에 관하여 구성된 요인 3는 시설적 환경요인이라 명명하였으며, 대기시간과 대기장소, 대기안내 및 대기순번으로 구성된 요인 4는 대기적요인, 서비스에 대한 항목의 구성인 요인 5은 서비스환경요인, 요인 6은 분위기 환경요인, 전체적인 청결 및 시설 및 화장실의 청결 등으로 구성된 요인 7은 청결적 환경요인으로 명명하였다.

〈표 9〉 레스토랑환경 혼잡지각에 관한 탐색적 요인 분석

종업원 유니폼의 단정		.211	.246	4.21E-02	0.193	0.192	0.154
종업원의 친절		.12E-02	.214	.120	0.160	0.112	0.205
화장실로 이동의 용이	.324		-.012	.051	0.121	0.046	0.203
출입구로의 이동의 용이	.054		.148	.32E-02	0.176	0.063	0.124
전체적으로 이동 용이	.214		.128	2.1E-02	0.116	0.122	0.147
주차시설로 이동 용이	.31E-02		0.318	0.192	-0.015	0.119	.19E-02
배치 및 공간의 여유	0.055		-.153	0.124	0.126	0.130	-.183
안내표지판의 식별 용이	.10E-02		.45E-02	-0.162	0.123	0.032	0.160
주차시설의 편리	0.075		0.102	0.221	0.053	0.178	0.121
통로의 이동 편리	0.086		0.074	0.273	0.169	0.071	0.176
부대시설의 이용 편리	0.265		0.052	0.161	0.206	0.072	.15E-02
교통이용이 편리	0.357		0.086	0.302	0.194	0.057	0.126
화장실의 편리	0.122		0.073	0.337	0.149	0.121	0.123
휴게실 대기실의 이용편리	0.137		0.175	0.132	0.421	-0.014	0.053
주차시설의 확보	0.300	0.052		0.124	-.503	0.0571	0.169
실내조형물이 좋음	0.225	.730E-02		.201	-.195	2.11E-02	.325
실내온도와 습도의 적절	.015	.211		.068	3.76E-02	.103	.263
휴게공간과 부대시설이 좋음	.214	.214		.458	8.41E-03	1.24E-02	.012
주변상가거리의 정돈	.240	.241		.021	0.141	0.318	0.192
건물외관의 매력	0.122	0.243		0.337	0.226	0.130	-0.016
시설이 다양	0.137	0.080		0.132	-.126	0.151	0.125
테이블의 넓음	0.300	0.149		0.192	.59E-02	0.205	0.210
테이블간의 간격이 넓음	0.304	0.090		0.124	0.238	0.193	0.192
의자가 큼	0.223	0.284		0.221	-0.058	0.160	0.112
대기시간이 적음	2.11E-02	.325	.214		0.221	-0.058	0.160
대기장소가 넓음	.103	.263	-.514		0.273	0.112	0.121
대기안내가 좋음	1.24E-02	.012	.325		0.161	0.248	0.176
대기순번이 잘 지켜짐	.214	-.032	.140		0.302	0.188	0.116
음식서빙 속도가 빠름	.102	.021	6.01E-02	0.204		0.143	0.206
고객불편 처리속도가 빠름	0.265	0.084	0.072	.15E-02		0.083	0.194
이벤트가 없음	0.357	0.079	0.057	0.126		0.009	0.149
안내 시스템이 좋음	0.122	0.243	0.121	0.123		0.337	0.421
서비스가 좋음	0.137	0.080	-0.014	0.053		0.114	-.503
배경음악이 조음	0.300	0.149	0.0571	0.169	0.013		-.221
실내의 풍경과 전망이 좋음	0.223	0.284	0.033	0.170	0.086		0.432
공간분위기가 좋음	-.94E-02	0.278	0.182	0.150	0.265		0.387
실내조명의 은화	0.206	0.051	0.380	0.215	0.357		0.337
무소음	0.083	0.160	0.403	0.287	0.122		0.115
실내 색채의 친근	0.095	0.117	0.312	0.205	0.137		0.224
실내환기가 좋음	0.317	0.099	0.176	-.221	0.300	0.122	
전체적인 청결	0.177	0.290	-.89E-02	0.432	0.304	0.137	
화장실의 청결	-.091	-0.002	0.093	0.160	0.403	0.115	
시설물의 청결	.145	0.259	0.132	0.117	0.312	0.170	
통로 및 출입구의 청결	0.403	0.115	0.360	0.083	0.160	.83E-02	
건물외관의 깔끔	0.312	0.170	0.411	0.095	0.117	.95E-02	
실내 바닥 깨끗	0.176	0.282	0.222	0.317	0.099	0.317	
실내 통로의 깨끗	-.88E-02	-0.198	0.176	0.177	0.290	0.177	
휴게실과 집기의 청결	0.194	0.057	0.126	0.093	0.188	-.43E-02	

## 5. 실증분석결과

### 1) 레스토랑 환경 변수가 혼잡지각에 미치는 영향에 관한 회귀분석

레스토랑 환경 변수가 혼잡지각에 미치는 영향을 분석하기 위하여 레스토랑 환경을 독립 변수로 하고 혼잡지각을 종속변수로 하여 다중회귀분석을 실시하였고 그 결과는 <표 10>과 같다.

레스토랑 환경 변수가 혼잡지각에 영향을 미치는 레스토랑 환경의 특성 중 혼잡지각에 의한 다중회귀 분석결과 일반적인 설명력이 62.12%, 수정된 설명력이 59.41%의 설명력을 가지고 있었다.

다중회귀 분석결과 회귀계수가 가장 높은 항목은 음식서빙 속도가 빠르다로 0.381이었으며, 다음으로는 고객 불편 처리속도가 빠르다가 회귀계수가 0.325로 나타났다.

<표 10> 레스토랑 환경 변수가 혼잡지각에 미치는 영향에 관한 회귀분석

	질문항목	회귀계수	표준오차	t	P
1	가격이 높다	0.211	0.041	5.476	(0.0021)
2	음식서빙 속도가 빠르다	0.381	0.038	4.872	(0.0048)
3	고객 불편 처리속도가 빠르다	0.325	0.027	8.421	(0.0360)
4	이벤트가 없다	0.094	0.034	7.618	(0.0307)
5	주차시설의 확보되어 있다	0.198	0.024	5.310	(0.0278)
6	종업원의 유니폼이 어울린다	0.142	0.036	3.679	(0.0194)
7	배경음악이 조용하다	0.195	0.032	5.053	(0.0133)
8	실내조형물이 좋다	0.213	0.024	5.519	(0.0197)
9	실내의 풍경과 전망이 좋다	-0.012	0.029	-0.311	(0.0011)
10	배치 및 공간의 여유롭다	0.045	0.032	1.166	(0.0042)
11	화장실로 이동의 용이하다	0.034	0.034	0.881	(0.0032)
12	출입구로의 이동의 용이하다	0.215	0.035	5.571	(0.0205)
13	전체적으로 이동 용이하다	0.268	0.028	6.945	(0.0174)
14	주차시설로 이동 용이하다	0.184	0.036	4.768	(0.0201)
15	공간분위기가 좋다	0.205	0.038	5.312	(0.0183)
16	실내온도 및 습도의 적절하다	0.193	0.037	5.010	(0.0187)
17	실내조명의 온화하다	0.182	0.035	4.716	(0.0196)
18	소음이 없다	0.195	0.032	5.053	(0.0173)
19	실내 색채가 친근하다	0.191	0.030	5.002	(0.1180)
20	휴게 공간 및 부대시설이 좋다	0.281	0.038	7.281	(0.0175)
21	실내향기가 좋다	0.193	0.035	5.001	(0.0182)
22	전체적인 청결하다	0.198	0.034	5.130	(0.0164)
23	화장실의 청결하다	0.201	0.029	5.208	(0.0187)
24	시설물의 청결하다	0.186	0.028	4.819	(0.0171)
25	통로 및 출입구의 청결하다	0.189	0.041	4.897	(0.0182)
26	건물의판의 깔끔하다	0.194	0.043	5.027	(0.0140)
27	실내 바닥 깨끗하다	0.175	0.029	4.534	(0.0021)
28	실내 통로의 깨끗하다	0.193	0.028	5.010	(0.1872)
29	휴게실과 집기의 청결하다	-0.152	0.034	-3.938	(0.1725)
30	안내표지판의 식별 용이하다	0.025	0.038	0.648	(0.0154)
31	주차시설의 편리하다	0.198	0.034	5.130	(0.0019)
32	통로의 이동 편리하다	0.182	0.036	4.716	(0.0172)
33	부대시설의 이용 편리하다	0.163	0.038	4.223	(0.0154)
34	안내 시스템이 잘되어있다	-0.021	0.039	-0.544	(0.0019)
35	서비스가 좋다	0.072	0.040	1.866	(0.0068)
36	교통이용이 편리하다	0.224	0.042	5.804	(0.0212)
37	화장실의 편리하다	0.195	0.041	5.053	(0.0184)
38	대기시간이 적다	0.184	0.039	4.786	(0.0175)
39	대기장소가 넓다	0.180	0.038	4.664	(0.0170)

40	대기안내가 잘되어있다	0.168	0.035	4.353	(0.0159)
41	대기순번이 잘 지켜진다	0.142	0.032	3.679	(0.0134)
42	종업원의 친절하다	0.184	0.024	4.786	(0.0174)
43	주변상가거리가 잘 정돈되어있다	0.031	0.028	0.803	(0.0029)
44	휴게실과 대기실의 이용편리하다	0.021	0.038	0.544	(0.0019)
45	건물외관의 매력적이다	0.213	0.024	5.519	(0.0197)
46	시설이 다양하다	-0.12	0.029	-0.311	(0.0011)
47	의자나 테이블의 넓다	0.045	0.032	1.166	(0.0042)
48	다른 테이블간의 간격이 넓다	0.034	0.034	0.881	(0.0032)
49	의자가 크다	0.182	0.035	4.716	(0.0196)

**F(P)=16.412(0.0001) df=29 R2=0.6212 adjusted R2=0.5941**

### 2) 레스토랑 환경요인과 혼잡지각에 관한 영향력 검증

레스토랑 환경 요인과 혼잡지각에 관한 영향력을 검증하기 위하여 다중회귀 분석을 실시한 결과는 다음의 <표 11>와 같다.

회귀 검증 결과 R-square값은 0.4681, p값은 유의수준 이내에서 적정함으로 나타나 레스토랑 환경요인과 혼잡지각에 관한 영향의 정도는 통계적으로 유의한 설명력을 지니는 것으로 나타났다.

혼잡지각에 대한 레스토랑 환경요인 중 가장 영향력을 많이 미치는 것은 시설적 요인으로 회귀계수가 0.423, 표준오차가 0.1074로 나타났으며, 다음으로는 대기적 환경요인과 분위기 환경요인, 서비스환경요인 순으로 나타났다.

**<표 11> 레스토랑환경요인과 혼잡지각에 관한 회귀검증**

독립변수	회귀계수	표준오차	t값	p값
상수	3.417	0.2546	4.352	0.0000
종사원 환경요인	0.211	0.3074	2.432	0.0341
편리성 환경요인	0.214	0.2678	2.403	0.0339
시설적 환경요인	0.423	0.1074	3.701	0.0335
대기적 환경요인	0.410	0.2342	2.812	0.0415
서비스 환경요인	0.347	0.3027	4.247	0.0001
분위기 환경요인	0.395	0.2433	3.314	0.0005
청결적 환경요인	0.317	0.1421	2.978	0.0214

R-square=0.4681, F값= 11.312 Prob>F=0.001

### 3) 레스토랑환경요인과 만족에 관한 회귀검증

레스토랑 환경에 대한 혼잡지각에 대한 요인과 레스토랑만족에 관한 영향력을 검증하기 위하여 다중회귀 분석을 실시한 결과는 다음의 <표 12>와 같다.

회귀 검증 결과 R-square값은 0.6061, p값은 유의수준 이내에서 적정함으로 나타나 레스토랑 환경요인과 혼잡만족에 관한 영향의 정도는 통계적으로 유의한 설명력을 지니는 것으로 나타났다.



혼잡지각에 대한 레스토랑 환경요인 중 가장 영향력을 많이 미치는 것은 대기적 요인으로 회귀계수가 0.3821, 표준오차가 0.4565로 나타났으며, 다음으로는 청결적 환경요인과 서비스 환경요인, 편리성환경요인 순으로 나타났다.

따라서 레스토랑의 환경요인에서 혼잡에 의한 레스토랑만족을 높이기 위해서는 대기시설의 확충, 대기시간의 감소, 대기의 안내와 레스토랑의 청결 등을 통해서 고객의 혼잡지각을 느낌을 감소시킴으로써 레스토랑만족의 마케팅 도구로 활용할 수 있을 것으로 사료된다.

**<표 12> 레스토랑환경요인과 만족에 관한 회귀검증**

독립변수	회귀계수	표준오차	t값	p값
상수	2.397	0.3074	5.568	0.0000
종사원 환경요인	0.0965	0.2431	0.745	0.0041
편리성환경요인	0.1842	0.2678	2.416	0.0025
시설적 환경요인	0.1013	0.2452	1.102	0.0035
대기적 환경요인	0.3821	0.4565	4.180	0.0000
서비스 환경요인	0.2133	0.1027	2.682	0.0001
분위기 환경요인	0.1465	0.1325	1.988	0.0005
청결적 환경요인	0.2563	0.1074	2.944	0.0001
R-square=0.6061, F값= 2.268 Prob>F=0.001				

4) 혼잡지각이 만족에 미치는 영향에 관한 회귀검증

레스토랑 환경에 대한 혼잡지각에 대한 요인과 만족에 관한 영향력을 검증하기 위하여 다중회귀 분석을 실시한 결과는 다음의 <표 13>와 같다.

회귀 검증 결과 R-square값은 0.5461, p값은 유의수준 이내에서 회귀모델이 통계학적으로 적정함으로 나타나 혼잡지각과 만족에 관한 영향의 정도는 통계적으로 유의한 설명력을 지니는 것으로 나타났다.

혼잡지각에 대한 만족에 영향력은 -0.184로 나타났다.

**<표 13> 혼잡지각과 만족에 관한 회귀검증**

독립변수	회귀계수	표준오차	t값	p값
상수	2.592	0.1483	3.435	0.0000
혼잡지각	-0.184	0.0442	1.647	0.0001
R-square=0.5461, F값= 22.817 Prob>F=0.001				

5) 가설의 검증

레스토랑 환경에 대한 혼잡지각과 만족 그리고 혼잡지각이 만족에 미치는 영향력을 검증하고자 회귀분석을 실시한 결과 다음의 <표 14>와 같다.

〈표 14〉 레스토랑 환경과 혼잡지각과 만족에 관한 가설검증

	가설	재택의 유무
H1:	레스토랑 고객은 레스토랑 환경 요인이 클수록 고객의 혼잡지각의 양에 영향을 미칠 것이다.	채택
H2:	레스토랑 고객의 혼잡지각이 클수록 고객만족의 양에 영향을 미칠 것이다.	채택
H3:	레스토랑 고객은 레스토랑 환경 요인이 클수록 고객만족의 양에 영향을 미칠 것이다.	기각

## V. 결론 및 제언

본 연구는 레스토랑 환경에서 느끼는 혼잡이 혼잡지각과 만족에 미치는 영향을 살펴보고자 한 결과 첫째, 레스토랑 환경 변수가 혼잡지각에 영향을 미치는 레스토랑 환경의 특성 중 혼잡지각에 의한 다중회귀 분석결과 일반적인 설명력이 62.12%, 수정된 설명력이 59.41%의 설명력을 가지고 있었다.

다중회귀 분석결과 회귀계수가 가장 높은 항목은 음식서빙 속도가 빠르다로 0.381이었으며, 다음으로는 고객 불편 처리속도가 빠르다가 회귀계수가 0.325로 나타났다.

이는 레스토랑 경영에 있어서 고객이 혼잡함을 덜 느끼게 하기 위해서는 완벽한 사전준비에 의해 음식을 기다리게 하는 웨이팅 시간을 단축시켜주고, 고객의 불만 사항을 즉석에서 신속히 처리해주는 종사원에 대한 교육이 중요성 강조되어야 할 것으로 사료된다.

둘째, 레스토랑 환경 요인과 혼잡지각에 관한 영향력을 검증하기 위하여 다중회귀 분석을 실시한 결과 R-square값은 0.4681, p값은 유의수준 이내에서 적정함으로 나타나 레스토랑 환경요인과 혼잡지각에 관한 영향의 정도는 통계적으로 유의한 설명력을 지니는 것으로 나타났다.

혼잡지각에 대한 레스토랑 환경요인 중 가장 영향력을 많이 미치는 것은 시설적 요인으로 회귀계수가 0.423, 표준오차가 0.1074로 나타났으며, 다음으로는 대기적 환경요인과 분위기 환경요인, 서비스환경요인 순으로 나타났다.

이는 레스토랑의 환경요인에서 고객의 혼잡지각을 감소시키기 위해서는 시설적 요인인 주차 시설의 확보, 실내조형물의 좋음, 온도와 습도 조절, 부대시설, 테이블의 넓음, 테이블 간격의 넓음, 의자의 크기와 대기시설의 확충, 대기시간의 감소, 대기의 안내 등을 통해서 고객의 혼잡지각을 느낌을 감소시킴으로써 고객만족의 마케팅 도구로 활용할 수 있을 것으로 사료된다.

셋째, 레스토랑 환경에 대한 혼잡지각에 대한 요인과 만족에 관한 영향력을 검증하기 위하여 다중회귀 분석을 실시한 결과는 R-square값은 0.6061, p값은 유의수준 이내에서 적정함으로 나타나 레스토랑 환경요인과 만족에 관한 영향의 정도는 통계적으로 유의한 설명력을 지

나는 것으로 나타났다.

혼잡지각에 대한 레스토랑 환경요인 중 가장 영향력을 많이 미치는 것은 대기적 요인으로 회귀계수가 0.3821, 표준오차가 0.4565로 나타났으며, 다음으로는 청결적 환경요인과 서비스 환경요인, 편리성환경요인 순으로 나타났다.

이는 레스토랑의 환경요인에서 혼잡에 의한 레스토랑만족을 높이기 위해서는 대기시설의 확충, 대기시간의 감소, 대기의 안내와 레스토랑의 청결 등을 통해서 고객의 혼잡지각을 느낌을 감소시킴으로써 레스토랑만족의 마케팅 도구로 활용할 수 있을 것으로 사료된다.

## 참고 문헌

1. 김남조·정철·박상현·김진선(2000), 사회적 수용력의 혼잡기대, 혼잡지각, 만족의 관계에 관한 연구, 관광학연구 (31):234-257.
2. 남영신(1998), 우리말 분류 대사전, 성안당.
3. 노영만(2003), 레스토랑 환경지각이 소비자의 태도 형성에 미치는 영향, 경기대학교 박사학위논문, pp.13-14.
4. 정윤미(2001), 야외위락자원에 대한 혼잡지각이 이용자 만족도에 미치는 영향-경주남산 이용객을 대상으로, 경주대학원 석사학위논문, p.6.
5. 홍성도(2003), 관광위락지의 혼잡지각이 감정적 반응과 행동조정에 미치는 영향, 경기대학원 박사학위논문, p.13.
6. Baker J., Levy, M., and Grewal, D.(1992), An Experimental Approach to Making Retail Store Environmental Decision, Journal of Retailing, 68(4):451.
7. Baum A. and Paulus P. B.(1987), Crowding. In Stockols. D. and Altman., I(Eds.), Handbook of Environmental psychology New York: Wiley, pp.533-570.
8. Cadotte, Earnest R. and Turgeon, Normand(1988), "Key Factor in Guest Satisfaction," The Cornell H.R.A. Quarterly, Vol. 28. No. 4.,(February):45-56.
9. Cronin, J.Jr, and Taylor, S. A.(1992), SERVPER versus SERVQUAL: reconciling performance based and perceptions-minus-expectations measurement of service quality, journal of marketing(58):14-131.
10. Donovan, Robert and Rossiter, John(1982), Store Atmosphere: An Environmental Psychology Approach, Journal of Retailing, Spring.
11. Eroglu S. A. and Machleit, K.(1990), An Empirical Study of Retail Crowding: Antecedents and Consequences, Journal of Retailing 66(Summer): 201-221.
12. Graefe A. R., Vaske, J. J. and Kuss F. R.(1984), Social carrying capacity: An integration and synthesis of twenty years of research, Leisure Sciences, pp.399-401.
13. Green C. G.(1993), Using Customer Survey data to develop marketing strategies in

college/ university foodservices. *Journal of College & University Foodservice* 1(1): 39-51.

14. Harrell G. D., Hutt, M. D., and Anderson, J. C.(1980), Path Analysis of Buyer Behavior Under Crowding, *Journal of Marketing Research*, February:45-51.

15. Knutson, B., Stevens, P., Wullaert, C., Patton, M.,and Yokoyama, F.(1990) LODGSERV: A service quality index for the lodging industry. *Hospitality reserch journal* 14(2):277-284.

16. Lucas R. C.(1964), Wilderness perception and use: The example of the Boundary Water Canoe Area, *Natural Resources Journal* 3(3):394-411.

17. Manning R. E. and Ciali C. P.(1980), Recreation Density and User Satisfaction: A Further Exploration of the Satisfaction Model, *J. of Leisure Research*, Vol 12(4):329-345.

18. Manning R. E.(1986), *Studies in outdoor Recreation*, Oregon State University Press, pp.75-89.

19. Maslow A. H. and N. L. Mintz(1956), "Effects of Esthetic Surroundings" *The Journal of Psychology*, (41) January.

20. Parasraman, A., Zeithaml, V.A., and Berry, L.L.(1985) A conceptual model of service quality and its implications for future research, *Journal of marketing*(49):41-50.

21. Rabson S.(1999), Turning the Tables: The Psychology of Design for High-volume Restaurants, *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 40(3):56-63.

22. Richard M. D., Sundaramn, D. S. and Allaway A. W.(1994) Service quality and choice behavior; An Empirical investigation. *Journal of restaurant & foodservice marketing*1(2):93-109.

23. Robert E. Manning(1986), *Studies in Outdoor Recreation*, Oregon State University Press, p.58.

24. Stokols D.(1972), On the distinction between Density and Crowding: Some Implication for Future Research, *Psychological Review*, (Vol.79):275-278.

25. Stuart Berg Flexner(1987), *Random House Dictionary of the English Language*, p.482.

26. Underwood Bill, Bert Moore and D. L. Rosenhan(1973), "Affect and Self-Gratification", *Developmental Psychology* (8).

27. Womble P. (1981), Crowding in a national park campground, *Environment and Behavior* (5):557-573.