The Korean Journal of Culinary Research
Vol. 12, No. 2, pp. 1~17 (2006)

외식기업 혼잡 만족 측정 도구 개발에 관한 연구

양 태 석¶, 전 효 진*
제주산업정보대학 관광호텔조리과 전임강사
*동서울대학 호텔외식조리정보학과 강사

A Study on Developing Crowding Measurement Tools for Foodservice Corporations

Tai-Seok Yang¶, Hyu-Jin Jeon*
Professor, Dept. of Tourism and Hotel Culinary Art, Jeju College of Technology
**Lecturer, Dept. of Major of Foodservice Management & Culinary Information, Dong Seoul College*

Abstract

This study is to develop a viable measurement tool of crowdedness in restaurants. First, to measure customer's awareness of crowdedness related to each different environmental factor in a restaurant, 49 factors of crowdedness awareness were selected based on the previous studies and then properties of each factor affecting customer's satisfaction for crowdedness were analyzed. To analyze effects of each factor upon the satisfaction rate, a Multiple Regression Analysis was conducted with the crowdedness awareness as an independent variable and satisfaction of crowdedness as a dependent variable. The results showed that when an analysis of the environmental factors in the crowdedness awareness was conducted in an effort to develop a measurement tool of crowdedness awareness in restaurants, that would be fit for the domestic food service market, based upon 49 factors of restaurant environment. Focusing on expectation and satisfaction rate, it was found that rating the satisfaction level would be a much more effective tool to measure crowdedness awareness because satisfaction rate appeared to be more closely related to the awareness than the results obtained from the Multiple Regression Analysis with a difference between expectation and satisfaction scores as an independent variable.

Key words : foodservice corporation, restaurant environment, crowding, measurement tool.

Ⅰ. 서 론

소비자의 생활수준 향상에 따른 고객의 욕구는 나날이 커져가고 있는 시점에서 레

¶ : 교신저자, 011-9783-0540, 01197830540@hanmail.net, 제주도 제주시 영평동 2235번지

스토랑의 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 쇼핑몰에서 밀도, 조우 횟수, 혼잡지각 등의 관점에서 연구되어 왔으나 레스토랑 산업에서는 특정 시간에 대한 이용에서 오는 지각도가 타 산업에 비하여 높음에도 불구하고 그에 대한 연구는 미비한 상태이다.

Cadotte와 Turgeon(1988)은 레스토랑 선택 속성들은 고객의 불만족 목록들에만 연계하여 관심을 가져 그 요인들을 주차 가능 정도, 주변의 교통 혼잡도, 소음, 주변의 공간면적, 영업시간, 청결, 크기, 적정성, 종업원의 외모, 불평의 반응 정도, 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, 예약 시스템 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 사료되어지나, 레스토랑에서의 혼잡에 관한 연구는 미비하며, 더욱이 혼잡을 측정할 수 있는 측정 변수는 부재하다.

따라서 본 연구의 목적은 국내 외식업체의 고객을 대상으로 레스토랑 환경을 중심으로 레스토랑 혼잡에 관한 혼잡지각 측정 도구를 개발함으로써 외식업체의 전반적인 경영전략과 성과를 측정하는 방안을 마련해 줄 수 있으며, 나아가 경쟁 외식업체에 대한 경쟁 우위를 확보하는 성과로서의 자료로 나타나게 될 것으로 기대된다.

Ⅱ. 이론적 배경

1. 레스토랑 환경에 의한 혼잡지각

혼잡(crowding)의 사전적 의미는 "질서 없이 법석거려 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 et al. 1984).

Stokols(1972)은 심리학적 의미에 있어서 혼잡은 어떠한 밀도 수준에 따른 부정적

으로 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). Baum & 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(김남조 · 정철 · 박상현 · 김진선 2000). 사람들은 동일한 밀도에서도 혼잡은 서로 다르게 지각될 수 있다.

생산과 소비가 동시에 일어나는 레스토랑 서비스의 특징으로 인해 고객과 서비스시업이 상호 작용하는 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).

Eroglu & Machleit(1990)에 의하면 점포 내의 혼잡은 부정적 감정을 일으키고 결과적으로 소비하려는 점포 내에서 벗어나려는 쇼핑에서의 소비자에 부정적 이미지 욕구를 증가시킨다고 하였다(Harrell G. D. et al. 1980). Lucas(1964)는 혼잡지각은 물리적인 환경에 의하여도 차이가 있다고 하였으며, Manning & Ciali(1980)의 연구에 의하면 혼잡지각 요인에 대하여 위치와 날씨는 혼잡지각에 중요한 역할을 한다. 특히 날씨가 좋은 때에는 많은 이용자들이 몰리게 되고 또한 혼잡지각을 완화시킨다.

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

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).

레스토랑 내 종업원의 수와 친절성은 각성 및 감정의 활동 수준을 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. at al. 1992).

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

Donovan & Rossiter(1982)의 연구 결과에 의하면, 가게의 좋은 분위기에 의하여 야기된 무드상태는 소비자의 구매 의도를 높이는 것으로 나타났다. Maslow & Mintz(1956)는 아름다운 실내장식을 가진 공간에서 행해진 상품에 대한 평가는 그렇지 못한 공간에서 행해진 평가보다 훨씬 낫게 평가하는 것으로 파악했다. 또한, 긍정적인 무드를 가진 사람은 자신에게 혹은 타인에게도 보다 친절한 행동을 하는 것으로 나타났다(Underwood Bill at al.1973). 이처럼 주위환경으로부터 야기된 특정한 무드는 사람들의 심리, 행동, 태도에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

2. 만족도에 의한 측정도구의 개발

Parasuraman, Zeithamal(1985)등은 고객이 실제 제공받기를 기대하는 것과 실제 수행시의 차이를 측정하는 도구 SERVQUAL을 만들었다. 이 도구는 신뢰도(reliability), 보증(assurance), 수용성(responsivenss), 유형성(tangibles), 감정 이입(empathy)의 5가지 항목의 총 31개 문항으로 구성되어 있다.

Knutson & Stevens(1990)는 숙박업계에는 사용되는 Lodgserv와 레스토랑에서 사용하는 Dineserv라는 도구를 개발하여 고객 서비스의 질을 측정하였다.

Cronin(1992)의 연구에 의하면 서비스 품질 측정 시 수행도에서 기대도를 감한 값보다 수행도만 측정하는 것이 더욱 타당도가 있는 것으로 나타났다.

Green(1993)에 의한 연구에서는 대학 급식소의 고객만족도의 설문지가 대학급식소 운영특성에 대해 IPA(importance-performance analysis)를 통해 중요도와 수행도의 2차원적 분석이 시행되었다.

Tafe와 ARA의 마케팅 부서의 Zatkins에 의해 개발된 고객만족도 도구가 ARA 위탁회사에서 몇 년 동안 사용되었다. 이 설문지는 North Carolina 대학 4개 급식소의 628명의 학생 대상으로 18가지 급식서비스 특성에 대해 질문되었다. 18가지 특성은 선호메뉴의 제공, 실내장식, 음시의 맛, 음식의 외관, 찬 메뉴가 차게 제공, 뜨거운 음식의 뜨겁게 제공, 영양 정보의 제공, 적절한 1인분량, 위생, 서비스의 속도, 종업원의 외양, 종업원의 친절, 서비스 시간, 식사의 전반적인 평가, 아침식사의 평가, 점심식사의 평가, 저녁식사의 평가이다.

Richard(1994)에 의하면 식품회사는 유형과 무형의 산물을 산출하였다. 가정 배달 피자업체인 도미노피자와 피자헛을 대상으로 22개의 SERVQUAL 도구 항목과 피자에 대한 6개 항목을 첨부하여, 유형성, 신뢰성, 수용성, 보증, 감정 이입, 상품의 Crohnbach alpha 계수가 0.7647에서 0.9125로 내적 일관성이 높았다.

Ⅲ. 조사 설계 및 분석 방법

1. 설문지 구성

설문의 전체적인 구성은 다음 <표 1>과 같다.

2. 조사 대상과 조사 시기

설문지는 2005년 7월 4일부터 7월 30일까지 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 푸드점과 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 <표 2>와 같은 결과를 얻어 맥도날드, 버거킹, 파파이스, KFC, 릿츠칼튼, 인터컨티넨탈, 웨스턴

<표 1> 설문의 구성

측정 요인	설문 배경	설명 변인	선행 연구자	문항수	척도
레스토랑 환경	김남조 외 3인(2000) 노영만(2003) 이유재 · 김우철 (1998) 성윤옥(2004), 오희경 (2004) 서정무 · 정석진 (2000) 홍성도(2003), 이훈 (2000) 홍재선 김사헌(1998) 전진생(2000), 김선화 (2002) 정형식 · 김영심 (2001)	소음	이훈(2000)	49문항	리커트척도 7점척도
		청결	Lee(1997), 이훈(2000)		
		경관	이훈(2000)		
		방문객 행동	이훈(2000)		
		물리적 시설 정비	이훈(2000), Lee(1997)		
		교통	정윤미(2001)		
		물리적 환경	Baum, A. & Paulus(1980), P. B., Stockols. D. & Altman.(1987)		
혼잡지각	김남조외 3인(2000) 유경주(1992), 정윤미(2001)			1문항	리커트척도 7점척도
인구 통계학적 특성	성별, 나이, 결혼, 교육 수준, 방문 횟수, 외식 지출비, 월 평균 소득, 방문 레스토랑 유형			8문항	명목척도

〈표 2〉 조사대상의 선정

품질지수대상	업종별	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	리츠칼튼(80), 신라(73), 인터컨티넨탈(77), 웨스틴조선(75), 서울프라자(72), 하얏트(73), 힐튼(76), 롯데(74), 쉐라톤 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
	패스트 푸드	롯데리아(53.4), KFC(58.3), 버거킹(57.3), 맥도날드(52.8)	55.5점	KFC, 버거킹
2004년 한국서비스 품질지수(KS-SQI)	외식서비스 부분 중 한식당	풀향기-2004년	최우수 기업 선정	풀향기, 놀부, 우리들의 이야기
		놀부-2003년		
		우리들의 이야기-2002년		

( )는 품질지수.

조선, 힐튼, 메리어트, 아웃백하우스, 베니건스, VIPS, 피자헛, 풀향기, (주)놀부, 우리들의 이야기의 총 16개의 업체에 고객을 대상으로 자기 기입 방식의 설문 응답을 택하였다. 설문지는 각 업체를 대상으로 50부씩 800부의 설문지를 배포하여 594부를 회수(회수율 74.25%)하였으며 이를 모두 통계 처리하였다.

3. 분석 방법

본 연구의 목적을 달성하고자 각각의 변수들 간의 관계를 파악하고자 이론적 연구와 이를 토대로 설정한 개념적 모형 및 가설을 검정하기 위하여 실증적 연구를 병행하였다.

실증적 연구는 설문 문항의 신뢰도 검정을 위해 알파 계수 분석(Chronbach's Alpha analysis)과 타당성 검정을 위해서 요인 분석(exploratory factor analysis)을 실시하였으며, 레스토랑 환경이 혼잡지각과 만족에 미치는 영향을 파악하고자 다중회귀분석(muti-regression analysis)을 실시하였다.

Ⅳ. 실증 분석

1. 조사대상자의 일반적인 특성

조사자의 일반적인 특성을 파악하기 위해서 빈도분석(Frequency Analysis)을 실시한 결과는 <표 3>과 같다.

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 4>은 레스토랑 혼잡환경 측정항목에 관한 신뢰도 검증을 나타낸 것으로 레스토랑 혼잡환경 측정항목에 관한 신뢰도 검증 결과 각각의 항목이 모두 신뢰도가 0.8 이상으로 양호한 것으로 나타났다.

3. 레스토랑 환경의 혼잡지각에 대한 기대도와 만족도 평균값

레스토랑 환경 지각에 대한 기대도와 만족도를 분석한 결과 기대도 가장 높은 항목은 고객불편 처리 속도가 빠르다로 기대도값은 4.90으로 나왔으며, 만족도가 가장 높은 것은 대기순번이 잘 지켜짐으로 만족도값은 4.84로 나타났다. 기대도에 대한 전체 평균값은 3.45로 나타났으며, 만족도에 대한 전체 평균값은 4.45로 나타나 대체로

<표 3> 조사 대상자의 일반적 특성

구분	내용	빈도(명)	비율(%)
성별	남성 304(51.2), 여성 290(48.8)		
연령	20세 이하 184(31), 20~24세 154(25.9), 25~29세 74(12.5), 30~34세 38(6.4), 35~39세 56(9.4), 40~44세 64(10.8), 45세 이상 24(4.0)		
결혼 여부	미혼 500(84.2), 기혼 94(15.8)		
교육 수준	고졸 이하 158(26.6), 고졸 112(18.9), 2년제 졸 60(10.1), 4년제 졸 228(38.4), 대학원 이상 36(6.1)		
월 평균 방문 횟수	1회 174(29.3), 2회 224(37.7), 3회 104(17.5), 4회 30(5.1) 5회 16(2.7), 6회 10(1.7), 그 이상 36(6.1)		
주당 평균 외식 지출비	1만원 이하 76(12.8), 1만원~3만원 192(32.3), 3만원~6만원 184(31.0) 6만원~9만원 68(11.4), 9만원~12만원 36(6.1), 12만원 이상 38(6.4)		
월 평균 소득	100만원 미만 348(58.6), 100만원대 92(15.5), 200만원대 88(14.8) 300만원대 22(3.7), 400만원대 이상 44(7.4)		
방문 레스토랑	패스트푸드 185(31.1), 패밀리레스토랑 132(22.2), 피자 49(8.2) 호텔레스토랑 106(17.8), 한식레스토랑 122(20.5)		
총계		594	100(%)

〈표 4〉 레스토랑 혼잡환경 측정항목에 관한 신뢰도 검증

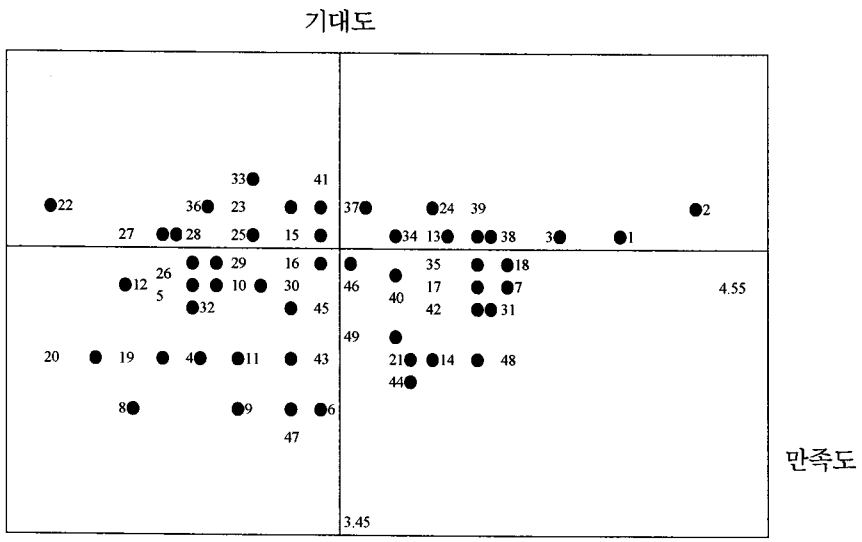
구분	항목	기대도 Cronbach α	만족도 Cronbach α	구분	항목	기대도 Cronbach α	만족도 Cronbach α
1	가격이 높다.	0.8967	0.9041	26	건물 외관이 깔끔하다.	0.8763	0.9010
2	음식서빙 속도가 빠르다.	0.9175	0.9812	27	실내 바닥이 깨끗하다.	0.8246	0.8671
3	고객불편 처리속도가 빠르다.	0.8974	0.9210	28	실내 통로가 깨끗하다.	0.9143	0.8642
4	이벤트가 없다.	0.8764	0.9217	29	휴게실과 집기가 청결하다.	0.9216	0.9421
5	주차시설이 확보되어 있다.	0.8672	0.9015	30	안내표지판의 식별이 용이하다.	0.8947	0.8652
6	종업원의 유니폼이 어울린다.	0.8617	0.9124	31	주차시설이 편리하다.	0.9038	0.9017
7	배경음악이 조용하다.	0.9138	0.9241	32	통로의 이동이 편리하다.	0.8995	0.9356
8	실내조형물이 좋다.	0.8784	0.9321	33	부대시설의 이용이 편리하다.	0.8879	0.9245
9	실내외 풍경과 전망이 좋다.	0.8923	0.9042	34	안내 시스템이 잘 되어 있다.	0.8903	0.9132
10	배치 및 공간이 여유롭다.	0.9145	0.8324	35	서비스가 좋다.	0.8947	0.9120
11	화장실로 이동이 용이하다.	0.9005	0.8982	36	교통이용이 편리하다.	0.8516	0.9312
12	출입구로의 이동이 용이하다.	0.9354	0.9851	37	화장실이 편리하다.	0.8274	0.9324
13	전체적으로 이동이 용이하다.	0.9127	0.9210	38	대기시간이 적다.	0.8867	0.9221
14	주차시설로 이동이 용이하다.	0.8865	0.9242	39	대기 장소가 넓다.	0.9015	0.9314
15	공간분위기가 좋다.	0.8297	0.9210	40	대기 안내가 잘 되어 있다.	0.8964	0.9271
16	실내온도 및 습도가 적절하다.	0.8841	0.9317	41	대기 순번이 잘 지켜진다.	0.9127	0.9572
17	실내조명이 온화하다.	0.8795	0.9065	42	종업원이 친절하다.	0.8768	0.9205
18	소음이 없다.	0.8941	0.9201	43	주변 상가 거리가 잘 정돈되어 있다.	0.8691	0.9104
19	실내 색채가 친근하다.	0.9011	0.9651	44	휴게실과 대기실의 이용이 편리하다.	0.8844	0.8974
20	휴게공간 및 부대시설이 좋다.	0.8964	0.9127	45	건물 외관이 매력적이다.	0.9045	0.9242
21	실내향기가 좋다.	0.8727	0.9024	46	시설이 다양하다.	0.8471	0.9214
22	전체적으로 청결하다.	0.8872	0.9354	47	의자과 테이블의 넓이가 넓다.	0.8537	0.9018
23	화장실이 청결하다.	0.9112	0.9320	48	다른 테이블간의 간격이 넓다.	0.8673	0.9124
24	시설물이 청결하다.	0.9001	0.9017	49	의자가 크다.	0.8791	0.9462
25	통로 및 출입구가 청결하다.	0.8438	0.9104	50			

〈표 5〉 레스토랑환경의 혼잡지각에 대한 기대도와 만족도

구 분	기대도		만족도	
	Mean	Std.	Mean	Std
1. 가격이 높다.	4.26	1.52	4.55	1.52
2. 음식서빙 속도가 빠르다.	4.76	2.93	4.81	1.83
3. 고객 불편 처리속도가 빠르다.	4.90	1.91	4.70	1.62
4. 이벤트가 없다.	2.71	1.68	4.04	1.93
5. 주차시설이 확보되어 있다.	2.79	1.63	4.19	1.57
6. 종업원의 유니폼이 어울린다.	3.30	1.70	3.85	1.70
7. 배경음악이 조용하다.	4.57	1.89	4.25	1.62
8. 실내조형물이 좋다.	2.22	1.52	3.93	1.76
9. 실내외 풍경과 전망이 좋다.	2.71	1.73	4.17	1.65
10. 배치 및 공간이 여유롭다.	2.63	1.64	4.52	1.58
11. 화장실로 이동이 용이하다.	3.01	1.91	4.29	1.48
12. 출입구로의 이동이 용이하다.	2.05	1.42	4.49	1.47
13. 전체적으로 이동이 용이하다.	4.19	1.94	4.58	1.76
14. 주차시설로 이동이 용이하다.	4.09	2.07	4.19	1.55
15. 공간분위기가 좋다.	3.29	1.90	4.61	1.61
16. 실내온도 및 습도가 적절하다.	3.27	2.08	4.49	1.64
17. 실내조명이 온화하다.	4.41	2.11	4.38	1.94
18. 소음이 없다.	4.53	1.96	4.42	1.48
19. 실내 색채가 친근하다.	2.29	1.48	4.22	1.45
20. 휴게공간 및 부대시설이 좋다.	1.96	1.35	4.09	1.54
21. 실내향기가 좋다.	3.76	2.10	4.16	1.71
22. 전체적으로 청결하다.	2.69	1.67	4.92	1.75
23. 화장실이 청결하다.	3.10	1.84	4.81	1.62
24. 시설물이 청결하다.	4.15	2.05	4.86	1.58
25. 통로 및 출입구가 청결하다.	3.62	1.83	4.73	1.61
26. 건물 외관이 깔끔하다.	2.55	1.61	4.54	1.55
27. 실내 바닥이 깨끗하다.	2.41	1.49	4.67	1.49
28. 실내 통로가 깨끗하다.	2.38	1.56	4.67	1.58
29. 휴게실과 집기가 청결하다.	2.68	1.67	4.49	1.49
30. 안내표지판의 식별이 용이하다.	2.79	1.69	4.44	1.78
31. 주차시설이 편리하다.	4.46	2.09	4.21	1.39
32. 통로의 이동이 편리하다.	2.69	1.64	4.39	1.63
33. 부대시설의 이용이 편리하다.	2.92	1.72	5.14	1.61
34. 안내 시스템이 잘 되어 있다.	3.84	2.01	4.71	1.57
35. 서비스가 좋다.	4.41	1.90	4.44	1.62
36. 교통이용이 편리하다.	2.61	1.60	4.82	1.61
37. 화장실이 편리하다.	3.77	1.63	4.79	1.65
38. 대기시간이 적다.	4.46	1.47	4.66	1.65
39. 대기장소가 넓다.	4.20	1.31	4.67	1.59
40. 대기안내가 잘 되어 있다.	3.82	1.76	4.42	1.61
41. 대기순번이 잘 지켜진다.	3.41	1.49	4.84	1.60
42. 종업원이 친절하다.	4.27	1.67	4.37	1.42
43. 주변 상가거리가 잘 정돈되어 있다.	3.21	1.82	4.23	1.55
44. 휴게실과 대기실의 이용이 편리하다.	3.91	1.45	4.08	1.48
45. 건물 외관의 매력적이다.	3.10	1.75	4.48	1.56
46. 시설이 다양하다.	3.54	1.64	4.49	1.67
47. 의자와 테이블의 넓이가 넓다.	4.21	1.68	3.80	1.58
48. 다른 테이블간의 간격이 넓다.	4.43	1.02	4.25	1.32
49. 의자가 크다.	3.87	1.01	4.21	1.38
전체 평균	3.45		4.45	

혼잡기대에 대한 기대하였던 것보다는 만족도가 높은 것으로 나타났다.

레스토랑 혼잡에 대한 기대감과 만족감이 모두 평균값 이상인 것을 관리 유지 영역으로 1. 가격이 높다, 2. 음식서빙 속도가 빠르다, 3. 고객불편 처리속도가 빠르다, 13. 전체적으로 이동이 용이하다, 24. 시설물이 청결하다, 37. 화장실이 편리하다, 38. 대기시간이 적다, 39. 대기장소가 넓다로 나타났으며, 혼잡에 대한 기대도는 낮으나, 만족도는 높은 값으로 15. 공간분위기가 좋다, 22. 전체적으로 청결하다, 23. 화장실이 청결하다, 25. 통로 및 출입구가 청결하다, 27. 실내 바닥이 깨끗하다, 28. 실내 통로가 깨끗하다, 33. 부대시설의 이용이 편리하다, 36. 교통이용이 편리하다, 41. 대기순번이 잘 지켜진다로 나타났으며, 혼잡에 대한 기대도도 낮고 만족도도 낮은 것으로는 4. 이벤트가 없다, 5. 주차시설이 확보되어 있다, 6. 종업원의 유니폼이 어울린다, 8. 실내조형물이 좋다, 9. 실내외 풍경과 전망이 좋다, 10. 배치 및 공간이 여유롭다, 11. 화장실로 이동이 용이하다, 12. 출입구로의 이동이 용이하다, 16. 실내온도 및 습도가 적절하다, 19. 실내 색채가 친근하다, 20. 휴게공간 및 부대시설이 좋다, 26. 건물외관이 깔끔하다, 29. 휴게실과 집기가 청결하다, 30. 안내표지판의 식별이 용이하다, 32. 통로의 이동이 편리하다, 43. 주변 상가거리가 잘 정돈되어 있다, 45. 건물 외관이 매력적이다, 47. 의자와 테이블의 넓이가 넓다로 나타났으며, 기대도는 높으나 만족도가 낮은 것으로는 7. 배경음악이 조용하다, 14.주차시설로 이동이 용이하다, 17. 실내조명이 온화하다, 18. 소음이 없다, 21. 실내향기가 좋다, 31. 주차시설이 편리하다, 35. 서비스가 좋다, 40. 대기안내가 잘 되어 있다, 42. 종업원이 친절하다, 44. 휴게실과 대기실의 이용이 편리하다, 46. 시설이 다양하다, 48. 다른 테이블간의 간격이 넓다, 49. 의자가 크다로 나타났다.



〈그림 1〉 레스토랑 환경의 혼잡지각에 대한 기대도와 만족도

4. 레스토랑 환경 혼잡지각 측정항목의 타당도 검증

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

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

종업원의 용모와 종업원의 수 등으로 구성된 요인 1는 종사원환경 요인이라 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 환경 요인이라 명명하였으며, 대기 시간과 대기 장소, 대기 안내 및 대기 순번으로 구성된 요인 4는 대기적 요인, 서비스에 대한 항목의 구성인 요인 5은 서비스 환경 요인, 요인 6은 분위기 환경 요인, 전체적인 청결 및 시설 및 화장실의 청결 등으로 구성된 요인 7은 청결적 환경 요인으로 명명하였다.

5. 레스토랑 환경 요인과 레스토랑 만족에 관한 회귀검증

레스토랑 환경에 대한 혼잡지각에 대한 요인과 레스토랑 만족에 관한 영향력을 검증하기 위하여 다중회귀 분석을 실시한 결과는 다음의 〈표 7〉와 같다.

회귀 검증 결과 *R*-square값은 0.6061, *p*값은 유의수준 이내에서 적정함으로 나타나 레스토랑 환경 요인과 혼잡만족에 관한 영향의 정도는 통계적으로 유의한 설명력을 지니는 것으로 나타났다.

혼잡지각에 대한 레스토랑 환경 요인 중 가장 영향력을 많이 미치는 것은 대기적 요인으로 회귀계수가 0.3821, 표준오차가 0.4565로 나타났으며, 다음으로는 청결적 환경 요인과 서비스 환경 요인, 편리성환경 요인 순으로 나타났다.

6. 혼잡만족도에 영향을 미치는 혼잡지각의 특성

레스토랑 환경에 따른 혼잡지각의 측정을 위하여 본 연구에서는 선행 연구를 바탕으로 49개의 혼잡지각에 관한 항목을 제시하였다.

레스토랑의 혼잡지각의 측정을 위해 사용된 도구들의 환경에 따른 항목들을 파악하기 위하여 혼잡의 만족도에 미치는 각각의 혼잡지각에 대한 속성을 분석하였다. 혼잡 만족도에 미치는 영향을 분석하기 위하여 레스토랑 환경에 따른 혼잡지각을 독립변수로 혼잡만족도를 종속변수로 하여 다중회귀분석을 실시하였다.

혼잡지각 만족도에 영향을 미치는 레스토랑 혼잡지각의 특성 중 만족도에 의한 다

중회귀 분석 결과 일반적인 설명력이 62.12%, 수정된 설명력이 59.41%의 설명력을 가지고 있었다. 각 항목에 대한 회귀계수는 혼잡만족도를 평가하는데 나타내는 각 항목의 가중치가 된다.

〈표 6〉 레스토랑환경 혼잡지각에 관한 탐색적 요인 분석

구분	종사원	편리성	시설	대기	서비스	분위기	청결
종업원 유니폼의 단정	0.698	.211	.246	4.21E-02	0.193	0.192	0.154
종업원의 친절	0.741	.12E-02	.214	.120	0.160	0.112	0.205
화장실로 이동이 용이	.324	0.842	−.012	.051	0.121	0.046	0.203
출입구로의 이동이 용이	.054	0.832	.148	.32E-02	0.176	0.063	0.124
전체적으로 이동이 용이	.214	0.798	.128	2.1E-02	0.116	0.122	0.147
주차시설로 이동이 용이	.31E-02	0.724	0.318	0.192	−0.015	0.119	.19E-02
배치 및 공간의 여유	0.055	0.683	−.153	0.124	0.126	0.130	−.183
안내표지판의 식별이 용이	.10E-02	0.693	.45E-02	−0.162	0.123	0.032	0.160
주차시설의 편리	0.075	0.645	0.102	0.221	0.053	0.178	0.121
통로의 이동이 편리	0.086	0.692	0.074	0.273	0.169	0.071	0.176
부대시설의 이용 편리	0.265	0.694	0.052	0.161	0.206	0.072	.15E-02
교통이용이 편리	0.357	0.751	0.086	0.302	0.194	0.057	0.126
화장실이 편리	0.122	0.702	0.073	0.337	0.149	0.121	0.123
휴게실 대기실의 이용편리	0.137	0.624	0.175	0.132	0.421	−0.014	0.053
주차시설의 확보	0.300	0.052	0.745	0.124	−.503	0.0571	0.169
실내조형물이 좋음	0.225	.730E-02	0.698	.201	−.195	2.11E-02	.325
실내온도와 습도의 적절	.015	.211	0.657	.068	3.76E-02	.103	.263
휴게공간과 부대시설이 좋음	.214	.214	0.685	.458	8.41E-03	1.24E-02	.012
주변 상가거리의 정돈	.240	.241	0.745	.021	0.141	0.318	0.192
건물 외관의 매력	0.122	0.243	0.683	0.337	0.226	0.130	−0.016
시설이 다양	0.137	0.080	0.693	0.132	−.126	0.151	0.125
테이블의 넓음	0.300	0.149	0.645	0.192	.59E-02	0.205	0.210
테이블간의 간격이 넓음	0.304	0.090	0.652	0.124	0.238	0.193	0.192
의자가 큼	0.223	0.284	0.701	0.221	−0.058	0.160	0.112
대기시간이 적음	2.11E-02	.325	.214	0.634	0.221	−0.058	0.160
대기장소가 넓음	.103	.263	−.514	0.712	0.273	0.112	0.121
대기안내가 좋음	1.24E-02	.012	.325	0.698	0.161	0.248	0.176
대기순번이 잘 지켜짐	.214	−.032	.140	0.685	0.302	0.188	0.116
음식서빙 속도가 빠름	.102	.021	6.01E-02	0.204	0.668	0.143	0.206
고객불편 처리속도가 빠름	0.265	0.084	0.072	.15E-02	0.691	0.083	0.194
이벤트가 없음	0.357	0.079	0.057	0.126	0.707	0.009	0.149
안내 시스템이 좋음	0.122	0.243	0.121	0.123	0.648	0.337	0.421
서비스가 좋음	0.137	0.080	−0.014	0.053	0689	0.114	−.503
배경음악이 조용	0.300	0.149	0.0571	0.169	0.013	0.730	−.221
실내외 풍경과 전망이 좋음	0.223	0.284	0.033	0.170	0.086	0.618	0.432
공간분위기가 좋음	−.94E-02	0.278	0.182	0.150	0.265	0.684	0.387
실내조명의 온화	0.206	0.051	0.380	0.215	0.357	0.652	0.337
무소음	0.083	0.160	0.403	0.287	0.122	0.645	0.115
실내 색채의 친근	0.095	0.117	0.312	0.205	0.137	0.633	0.224
실내향기가 좋음	0.317	0.099	0.176	−.221	0.300	0.122	0.718
전체적인 청결	0.177	0.290	−.89E-02	0.432	0.304	0.137	0.704
화장실의 청결	−.091	−0.002	0.093	0.160	0.403	0.115	0.794
시설물의 청결	.145	0.259	0.132	0.117	0.312	0.170	0.672
통로 및 출입구의 청결	0.403	0.115	0.360	0.083	0.160	.83E-02	0.811
건물 외관의 깔끔	0.312	0.170	0.411	0.095	0.117	.95E-02	0.694
실내 바닥 깨끗	0.176	0.282	0.222	0.317	0.099	0.317	0.668
실내 통로의 깨끗	−.88E-02	−0.198	0.176	0.177	0.290	0.177	0.691
휴게실과 집기의 청결	0.194	0.057	0.126	0.093	0.188	−.43E-02	0.679
고유치(Eigenvalues)	2.577	2.624	1.849	1.913	1.461	1.236	1.214

〈표 7〉 레스토랑 환경 요인과 레스토랑 만족에 관한 회귀검증

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

반면, 기대도에서 만족도를 감한 값을 독립변수로 하여 다중회귀분석을 실시한 결과 일반적인 설명력이 31.02%, 수정된 설명력이 28.75%로 나타나 기대도에서 만족도를 뺀 값을 평가하는 것보다 전반적인 만족도를 평가하는 것이 더 우수한 평가 수단인 것으로 나타났다.

다중회귀 분석결과 회귀계수가 가장 높은 항목은 음식서빙 속도가 빠르다로 0.381이었으며, 다음으로는 고객 불편 처리속도가 빠르다가 회귀계수가 0.325, 전체적으로 이동이 용이하다가 회귀계수가 0.268로 나타났다.

V. 결 론

본 연구의 결과를 요약하자면 첫째, 혼잡지각에 대한 레스토랑 환경 요인 중 가장 영향력을 많이 미치는 것은 대기적 요인으로 회귀계수가 0.3821, 표준오차가 0.4565로 나타났으며, 다음으로는 청결적 환경 요인과 서비스 환경 요인, 편리성환경 요인 순으로 나타났다. 둘째, 국내 외식업체의 레스토랑 환경을 중심으로 외식업체에 맞는 혼잡지각의 측정도구의 개발을 위해 레스토랑의 환경 변수를 기준으로 49가지 항목을 대상으로 기대도와 만족도를 중심으로 도구 개발을 실시하였다. 레스토랑의 혼잡지각의 환경 항목의 분석 결과 기대도에서 만족도를 감한 값을 독립변수로 하여 다중회귀분석을 실시한 결과보다 만족도를 평가하는 것이 설명력이 높아 만족도를 평가하는 것이 더 우수한 평가 수단인 것으로 나타났다.

항목별 다중회귀 분석 결과 회귀계수가 가장 높은 항목은 음식서빙 속도가 빠르다로 회귀계수가 0.381이었으며, 다음으로는 고객 불편 처리 속도가 빠르다가 회귀계수가 0.325, 전체적으로 이동이 용이하다가 회귀계수가 0.268로 나타났다.

〈표 8〉 만족도에 의한 혼잡만족에 영향을 미치는 레스토랑 혼잡지각 특성

질문항목	회귀계수	표준오차	T (P)	질문항목	회귀계수	표준오차	T (P)
1 가격이 높다.	0.211	0.041	5.476 (0.0021)	26 건물 외관이 깔끔하다.	0.194	0.043	5.027 (0.0140)
2 음식서빙 속도가 빠르다.	0.381	0.038	4.872 (0.0048)	27 실내 바닥이 깨끗하다.	0.175	0.029	4.534 (0.0021)
3 고객불편 처리속도가 빠르다.	0.325	0.027	8.421 (0.0360)	28 실내 통로가 깨끗하다.	0.193	0.028	5.010 (0.1872)
4 이벤트가 없다.	0.094	0.034	7.618 (0.0307)	29 휴게실과 집기가 청결하다.	−0.152	0.034	−3.938 (0.1725)
5 주차시설이 확보되어 있다.	0.198	0.024	5.310 (0.0278)	30 안내표지판의 식별이 용이하다.	0.025	0.038	0.648 (0.0154)
6 종업원의 유니폼이 어울린다.	0.142	0.036	3.679 (0.0194)	31 주차시설이 편리하다.	0.198	0.034	5.130 (0.0019)
7 배경음악이 조용하다.	0.195	0.032	5.053 (0.0133)	32 통로의 이동이 편리하다.	0.182	0.036	4.716 (0.0172)
8 실내조형물이 좋다.	0.213	0.024	5.519 (0.0197)	33 부대시설의 이용이 편리하다.	0.163	0.038	4.223 (0.0154)
9 실내외 풍경과 전망이 좋다.	−.012	0.029	−0.311 (0.0011)	34 안내 시스템이 잘 되어 있다.	−0.021	0.039	−0.544 (0.0019)
10 배치 및 공간이 여유롭다.	0.045	0.032	1.166 (0.0042)	35 서비스가 좋다.	0.072	0.040	1.866 (0.0068)
11 화장실로 이동이 용이하다.	0.034	0.034	0.881 (0.0032)	36 교통이용이 편리하다.	0.224	0.042	5.804 (0.0212)
12 출입구로의 이동이 용이하다.	0.215	0.035	5.571 (0.0205)	37 화장실이 편리하다.	0.195	0.041	5.053 (0.0184)
13 전체적으로 이동이 용이하다.	0.268	0.028	6.945 (0.0174)	38 대기시간이 적다.	0.184	0.039	4.786 (0.0175)
14 주차시설로 이동이 용이하다.	0.184	0.036	4.768 (0.0201)	39 대기장소가 넓다.	0.180	0.038	4.664 (0.0170)
15 공간분위기가 좋다.	0.205	0.038	5.312 (0.0183)	40 대기안내가 잘되어있다.	0.168	0.035	4.353 (0.0159)
16 실내온도 및 습도가 절하다.	0.193	0.037	5.010 (0.0187)	41 대기순번이 잘 지켜진다.	0.142	0.032	3.679 (0.0134)
17 실내조명이 온화하다.	0.182	0.035	4.716 (0.0196)	42 종업원이 친절하다.	0.184	0.024	4.786 (0.0174)
18 소음이 없다.	0.195	0.032	5.053 (0.0173)	43 주변 상가거리가 잘 정돈되어 있다.	0.031	0.028	0.803 (0.0029)
19 실내 색채가 친근하다.	0.191	0.030	5.002 (0.1180)	44 휴게실과 대기실의 이용이 편리하다.	0.021	0.038	0.544 (0.0019)
20 휴게공간 및 부대시설이 좋다.	0.281	0.038	7.281 (0.0175)	45 건물 외관이 매력적이다.	0.213	0.024	5.519 (0.0197)
21 실내향기가 좋다.	0.193	0.035	5.001 (0.0182)	46 시설이 다양하다.	−.012	0.029	−0.311 (0.0011)
22 전체적으로 청결하다.	0.198	0.034	5.130 (0.0164)	47 의자와 테이블의 넓이가 넓다.	0.045	0.032	1.166 (0.0042)
23 화장실이 청결하다.	0.201	0.029	5.208 (0.0187)	48 다른 테이블간의 간격이 넓다.	0.034	0.034	0.881 (0.0032)
24 시설물이 청결하다.	0.186	0.028	4.819 (0.0171)	49 의자가 크다.	0.182	0.035	4.716 (0.0196)
25 통로 및 출입구가 청결하다.	0.189	0.041	4.897 (0.0182)	50			

*만족도 항목에 의함.
$F(P)$=16.412(0.0001) df=29 R^2=0.6212 adjusted R^2=0.5941.

따라서 레스토랑의 환경 요인에서 혼잡에 의한 레스토랑 만족을 높이기 위해서는 대기시설의 확충, 대기시간의 감소, 대기의 안내와 레스토랑의 청결 등을 통해서 고

〈표 9〉 기대도와 만족도에 차에 의한 혼잡만족에 영향을 미치는 레스토랑 혼잡지각 특성

	질문항목	회귀계수	표준오차	T(P)		질문항목	회귀계수	표준오차	T(P)
1	가격이 높다.	0.175	0.037	4.539 (0.0860)	26	건물 외관이 깔끔하다.	0.158	0.038	4.167 (0.2145)
2	음식서빙 속도가 빠르다.	0.345	0.036	8.183 (0.5510)	27	실내 바닥이 깨끗하다.	0.139	0.026	3.758 (0.1439)
3	고객불편 처리속도가 빠르다.	0.289	0.024	6.981 (0.8823)	28	실내 통로가 깨끗하다.	0.157	0.026	4.153 (0.2450)
4	이벤트가 없다.	0.258	0.032	6.315 (0.6865)	29	휴게실과 집기가 청결하다.	-.188	0.031	-3.264 (0.8354)
5	주차시설이 확보되어 있다.	0.162	0.023	4.401 (0.8342)	30	안내표지판의 식별이 용이하다.	-.011	0.033	0.537 (0.3125)
6	종업원의 유니폼이 어울린다.	0.106	0.031	3.019 (0.5780)	31	주차시설이 편리하다.	0.162	0.028	4.252 (0.3542)
7	배경음악이 조용하다.	0.159	0.030	4.188 (0.7938)	32	통로의 이동이 편리하다.	0.146	0.036	3.910 (0.7835)
8	실내조형물이 좋다.	0.177	0.022	4.574 (0.8607)	33	부대시설의 이용이 편리하다.	0.127	0.032	3.501 (0.6187)
9	실내외 풍경과 전망이 좋다.	-.048	0.026	-0257 (0.0215)	34	안내 시스템이 잘 되어 있다.	-.057	0.035	-0.450 (0.1028)
10	배치 및 공간이 여유롭다.	0.009	0.031	0.966 (0.1832)	35	서비스가 좋다.	0.036	0.036	1.546 (0.0723)
11	화장실로 이동이 용이하다.	-.002	0.029	0.730 (0.1384)	36	교통이용이 편리하다.	0.188	0.038	4.812 (0.0852)
12	출입구로의 이동이 용이하다.	0.179	0.028	4.618 (0.8752)	37	화장실이 편리하다.	0.159	0.037	4.189 (0.0231)
13	전체적으로 이동이 용이하다.	0.232	0.027	5.757 (0.0891)	38	대기시간이 적다.	0.148	0.035	3.967 (0.4323)
14	주차시설로 이동이 용이하다.	0.148	0.032	3.952 (0.0952)	39	대기장소가 넓다.	0.144	0.032	3.866 (0.2035)
15	공간분위기가 좋다.	0.169	0.028	4.403 (0.7491)	40	대기안내가 잘 되어 있다.	0.132	0.030	3.608 (0.6830)
16	실내온도 및 습도가 적절하다.	0.157	0.033	4.153 (0.8345)	41	대기순번이 잘 지켜진다.	0.106	0.029	3.049 (0.5780)
17	실내조명이 온화하다.	0.146	0.031	3.909 (0.7512)	42	종업원이 친절하다.	0.148	0.023	3.967 (0.7519)
18	소음이 없다.	0.159	0.029	4.188 (0.0325)	43	주변 상가거리가 잘 정돈되어 있다.	-.005	0.024	0.665 (0.1261)
19	실내 색채가 친근하다.	0.257	0.027	6.293 (0.0321)	44	휴게실과 대기실의 이용이 편리하다.	-.015	0.028	0.450 (0.0854)
20	휴게공간 및 부대시설이 좋다.	0.245	0.035	6.035 (0.1832)	45	건물 외관이 매력적이다.	0.046	0.036	3.910 (0.7835)
21	실내향기가 좋다.	0.157	0.033	4.415 (0.0578)	46	시설이 다양하다.	0.143	0.032	3.501 (0.6187)
22	전체적으로 청결하다.	0.162	0.031	4.252 (0.3421)	47	의자와 테이블의 넓이가 넓다.	-.0581	0.028	-0.450 (0.1028)
23	화장실이 청결하다.	0.165	0.028	4.317 (0.1205)	48	다른 테이블간의 간격이 넓다.	0.032	0.036	1.546 (0.0723)
24	시설물이 청결하다.	0.150	0.027	3.994 (0.3024)	49	의자가 크다.	.0601	0.031	0.315 (0.0618)
25	통로 및 출입구가 청결하다.	0.123	0.032	4.059 (0.0021)	50				

*기대도-만족도 항목에 의함.

$F(P)$=9.314(0.0001) df=32 R^2=0.3102 adjusted R^2=0.2875.

객의 혼잡지각을 느낌을 감소시킴으로써 레스토랑 만족의 마케팅 도구로 활용할 수

있을 것으로 사료된다.

참고문헌

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. 13-14.
4. 정윤미 (2001) : 야외위락자원에 대한 혼잡지각이 이용자 만족도에 미치는 영향-경주남산 이용객을 대상으로. 경주대학원 석사학위논문. 6.
5. 홍성도 (2003) : 관광위락지의 혼잡지각이 감정적 반응과 행동조정에 미치는 영향. 경기대학원 박사학위논문. 13.
6. Baker J · Levy M · Grewal D (1992) : An experimental approach to making retail store environmental decision. *Journal of Retailing.* 68(4):451.
7. Baum A · Paulus PB (1987) : Crowding. In Stockols. D. and Altman., I (Eds.), Handbook of Environmental Psychology. New York: Wiley, 533-570.
8. Cadotte Earnest R · Turgeon Normand (1988) : Key factor in guest satisfaction. *The Cornell H. R. A. Quarterly.* 28(4) (February):45-56.
9. Cronin J Jr · Taylor SA (1992) : SERVPER versus SERVQUAL: reconciling performance based and perceptions-minus-expectations measurement of service quality. *Journal of Marketing* (58):14-131.
10. Donovan Robert · Rossiter John (1982) : Store atmosphere: An environmental psychology approach. *Journal of Retailing.* Spring.
11. Eroglu SA · Machleit K (1990) : An empirical study of retail crowding: An tecedents and consequences. *Journal of Retailing* 66(Summer):201-221.
12. Graefe AR · Vaske JJ · Kuss FR (1984) : Social carrying capacity: An integration and synthesis of twenty years of research. *Leisure Sciences* 399-401.
13. Green CG (1993) : Using customer survey data to develop marketing strategies in college/ university foodservices. *Journal of College & University Foodservice* 1(1): 39-51.
14. Harrell GD · Hutt MD · Anderson JC (1980) : Path analysis of buyer behavior under crowding. *Journal of Marketing Research.* February:45-51.
15. Knutson B · Stevens P · Wullaert C · Patton M · Yokoyama F (1990) LODG-SERV: A service quality index for the lodging industry. *Hospitality Research*

Journal 14(2):277-284.

16. Lucas RC (1964) : Wilderness perception and use: The example of the Boundary water canoe area. *Natural Resources Journal* 3(3):394-411.
17. Manning RE · Ciali CP (1980) : Recreation density and user satisfaction: A further exploration of the satisfaction model. *J. of Leisure Research* 12(4): 329-345.
18. Manning RE (1986) : Studies in Outdoor Recreation. Oregon State University Press. 75-89.
19. Maslow AH · Mintz NL (1956) : Effects of esthetic surroundings. *The Journal of Psychology* (41) January.
20. Parasraman A · Zeithaml VA · Berry LL (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 MD · Sundaramn DS · Allaway AW (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. 58.
24. Stokols D (1972) : On the distinction between density and crowding: Some implication for future research. *Psychological Review* 79:275-278.
25. Stuart Berg Flexner (1987) : Random House Dictionary of the English Language. 482.
26. Underwood Bill · Bert Moore · Rosenhan DL (1973) : Affect and self-gratification. *Developmental Psychology* (8).
27. Womble P (1981) : Crowding in a national park campground. *Environment and Behavior* 5:557-573.

2006년 2월 2일 접수
2006년 6월 15일 게재확정