

소비자의 술집 평가기준 척도개발에 관한 연구

서정희 · 복미정 · 강한나
아동가정복지학 전공

<요 약>

이 논문은 울산광역시의 울산대학교 학생 200명을 대상으로 하여 소비자의 술집평가 기준에 관한 척도를 개발하였다. 대학생 소비자가 술집을 선택할 때 중요하게 고려해야 할 평가기준으로 25개 문항을 선정하였다. 25개 문항을 요인분석 한 결과 8개의 요인이 추출되었다. 각 요인에 속하는 문항들의 기여도를 알아보기 위하여 요인에 포함된 모든 문항을 더한 점수를 종속변수로 하고 각 문항의 점수를 독립변수로 하여 단계별 회귀분석을 함으로써 설명력의 증가분을 검토하였다. 마지막으로 척도의 신뢰도를 알아보기 위하여 25개 문항의 상관관계를 검토하였고, 요인별 신뢰도계수를 구하였다. 이러한 과정을 거친 결과 이 논문에서 개발한 척도는 신뢰도가 높다는 사실이 경험적으로 입증되었다.

Consumers' evaluative criteria about a drinking house : Scale development

Seo, Jeonghee · Bok, Mijung · Kang, Hanna
Dept. of Child & Family Welfare

<Abstract>

This research developed a scale to measure consumers' evaluative criteria about a drinking house. The data was collected from 200 college students in Ulsan. 25 items were selected as the criteria for the choice of drinking house. The factor analysis was used to identify the 8 sub-dimensions of consumers' evaluative criteria about the favorite drinking house. The stepwise multiple regression was used to predict the explanatory power of each items included in each factors. The Pearson's product

moment correlation of inter item and reliability coefficient was calculated. This measure was found to be reliable throughout above mentioned several analyses.

I. 문제의 제기

술은 인류 역사상 가장 오래된, 그리고 가장 많은 사회에서 사용되어 온 물질이었다는 사실에 이의를 제기할 사람은 없을 것이다. 언제 어떻게 해서 알코올이 발견되었는지에 관한 정확한 기록은 없지만, 술은 고대로부터 의식이나 연회에서 사용되어 왔으며, 때로는 보약이나 치료의 목적으로도 사용되어 왔다. 오늘날 대부분의 가정이나 가게, 술집, 음식점 등에서 쉽게 구할 수 있는 알코올음료는 좋은 면이든 나쁜 면이든 인간행동에 지대한 영향력을 행사하고 있다. 긍정적인 측면으로는 사회적 응집력을 높이고 조화로운 관계를 형성하도록 도움을 주며, 특히 상징적인 의미에서 알코올음료는 우정을 다짐하고, 통과의례 또는 종교적 절차의 일부분으로 사회에서 다양하게 사용되어 왔다. 그러나 부정적인 측면으로, 알코올로 인한 파괴적이고 해로운 개인적 사회적 결과에 관한 기록도 적지 않다. 알코올 소비로 인한 경제적 손실은 물론이며, 더욱 심각한 것은 국민 건강에 미치는 부정적인 영향, 즉 태아의 알코올중후군(fetal alcohol syndrome)이나, 술로 인한 폭력과 죽음(사고사, 살인, 자살) 등과 같은 사회문제를 많이 발생시키고 있다(조성기, 2001).

우리나라에서 술이 국민의 건강에 영향을 미치는 주요한 물질이라는 점은 의심할 여지가 없다. 현재 보건복지부가 맥주, 양주, 소주 등 모든 주류 제품에 음주 경고문을 붙이도록 하고, 지정알코올상담센터를 개설하여 예방홍보사업에 나서는 등의 노력을 하고 있으나, 아직도 음주문제는 일반인들에게 심각한 사회문제로 인식되지 않는 것이 현실이다. ‘남자의 호연지기는 주량에 비례 한다’는 사회 통념이 현재까지 널리 퍼져 있으며, 마셨다 하면 2차, 3차까지 가는 음주가 보편적이고 관용적인 문화로 자리 잡고 있다(조성기, 2001). 언론에서 보도되는 일련의 대학신입생과 신입사원의 환영회에서 사고는 우리 사회가 범상하게 지나쳐 온 음주문화를 되돌아보고 반성해야 한다는 점을 시사한다.

한국음주문화연구센터가 전국의 만 18세 이상의 남녀 3029명을 대상으로 세계보건기구(WHO)가 만든 알코올 사용 장애 측정표를 기준으로 한국인의 음주실태를 분석한 결과 전체 응답자 중 19.5%가 알코올 사용 장애로 나타났다. 즉 성인 5명 중 1명은 음주의 정도가 단순히 술을 마시고 즐길 수 있는 수준을 벗어나 이제는 건강의 이상을 가져올 수 있을 정도로 과하게 술을 먹는 것으로 나타났다(동아일보, 2001; 이성림 · 복미정, 2002에서 재인용). 이원재(2001)의 연구에서도 대학생의 90% 이상이 음주를 하며, 대학생들의 음주량과 빈도는 우려할 만한 수준인 것으로 보고되고 있다. 한 번 음주할 때 7잔 이상인 위해음주량에 해당되는 양을 음주하는 학생들이 남학생은 66.4%, 위해음주량인 하루 소주 5잔(또는 맥주 2, 3병 이상)을 음주하는 여학생은 52.0%에 이르고 있는 것으로 보고되었다.

국외의 경우 미국의 27개 대학생들의 음주 조사(Straus · Bacon, 1953)를 실시한 결과 음주자는 74%, 비음주자는 26%로 학년이 높아질수록 음주자의 비율이 더욱 증가하는 것으로 나타났다. 음주 횟수를 살펴보면 신애숙 · 우문호(1999)의 연구에서 대부분의 대학생들이 2~3일에 한번 정도 음주를 하며, 소주 1병의 주량을 가지고 있는 것으로 나타났고, 1주에 1회 이상 음주를 하는 경우가 많았다(김준숙 · 안성순 · 김인숙, 1995; 광정옥 · 김영복,

1997; 김영란, 1999).

이와 같이 기존의 선행연구들을 살펴본 결과 음주실태에 관한 연구(고영태, 1995;곽정옥·김영복, 1997; 박노권, 1998; 이원재, 2001; 조성기, 2001)와 음주행동에 대한 연구(장승옥, 1997; 신애숙·김영숙·홍정훈, 1999), 음주습관(김영란, 1999), 음주생활(김준숙·안정순·김인숙, 1995), 음주형태(송보경, 1994), 음주문제(탁진국·김은영, 1999)에 대한 연구가 있었다. 그 외 주류 소비와 관련한 연구로는 이성림·복미정(2002)의 연구만이 있을 뿐 음주 장소를 평가하는 기준에 대한 연구는 이루어지지 않았다.

이상의 선행연구들을 살펴본 바에 의하면 음주비용과 음주량, 음주횟수에 대한 연구만이 있을 뿐 음주의 장소인 술집의 평가기준에 대한 연구는 이루어지지 않았다. 따라서 본 논문에서는 대학생 소비자를 조사대상으로 하여 술집 평가기준을 측정하기 위한 척도를 개발하고자 한다. 표준화된 척도를 개발함으로써 소비자들이 중요하게 생각하는 술집의 속성을 파악할 수 있는 객관적인 자료를 수집하여 건전한 음주문화를 형성하기 위한 기초 자료를 제공하고자 한다.

II. 연구 방법 및 절차

1. 척도의 구성

이 논문은 대학생 소비자들이 술집을 선택할 때 평가 기준으로 사용할 수 있는 척도를 개발하기 위하여 술집 선택 시 일반적으로 고려할만한 문항으로 주인 및 종업원과 관련된 문항 25개, 광고 및 판촉 서비스 문항 27개, 메뉴구성 및 가격 관련 문항 14개, 부대시설과 관련된 문항 47개, 총 113개의 문항으로 질문지를 구성하였다. 각각의 문항에 대하여 실제 이용하는 단골술집을 떠올리면서 전혀 그렇지 않다는 1점에서 부터 매우 그렇다는 5점에 이르는 5점 리커트 척도로 평가하게 하여 측정하였다.

우선 문항분석법을 적용하여 113개 문항의 평균과 표준편차를 구한 다음 표준편차가 1 이상인 문항 61개를 1차적으로 선택하였다. 그런 다음 이들 61개 개별문항간의 상관관계를 분석하여 그 범위가 .30에서 .70까지인 문항을 2차적으로 선별하였고, 그 중 연구의 과정상 불필요하다고 판단되는 문항을 포함하여 36개의 문항을 추가적으로 제외시켜 총 25개의 문항으로 구성하였다.

2. 조사대상 및 자료의 수집

울산대학교에 재학 중인 학생들 가운데 음주를 하는 학생만을 대상으로 2004년 8월 1일부터 15일까지 총 220부를 배포하여 이중에서 부실기재된 것을 제외하고 총 200부를 최종 분석 자료로 사용하였다. 조사방법은 사회 인구학적 특성과 대학생 소비자의 술집 평가기준 척도가 포함되어 있는 질문지를 조사대상자에게 나누어주어 응답방법을 알려 주고 직접 기입하게 한 후에 질문지를 회수하였다.

3. 자료의 분석 방법

자료의 분석은 SPSS WIN 10.1k를 이용하였으며 이 논문의 연구문제를 해결하기 위하여 분석에 사용된 통계방법과 절차는 다음과 같다.

첫째, 대학생 소비자가 술집을 선택할 때 고려하는 평가기준의 수준을 알아보기 위하여 평균과 표준편차를 구하였다.

둘째, 대학생 소비자의 술집 평가기준의 경험적 구성요인을 알아보기 위하여 요인분석을 실시하였다. 또한 이 척도를 이용하여 다른 변수와의 관계를 분석하기 위한 연구를 보다 용이하게 하며, 요인에 포함된 문항들이 요인에 기여하는 정도를 파악하고, 모든 문항이 반드시 포함되어야 하는지를 검토하기 위하여 각각의 요인에 포함된 문항의 모든 점수를 더하여 종속변수로 하고 각각의 문항을 독립변수로 하여 단계별 중회귀분석을 실시하였다.

셋째, 척도의 신뢰도를 측정하기 위하여 문항의 내적 일치법을 적용하였다. 내적 일치도를 종합하여 나타내 주는 신뢰도 계수인 Cronbach의 α 계수를 구하였다.

4. 조사대상자의 일반적 특성

조사대상자의 일반적인 특성이 <표 1>에 나타나 있다. 먼저 대학생 소비자의 성별에 대해서 살펴보면 남자가 50%, 여자가 50%로 동일하게 표집 되었다. 연령은 22~23세가 32.5%로 가장 많이 나타났으며, 24~25세가 29.0%, 20~21세 19.5%, 26~27세 이상이 19.0%의 순으로 나타났다. 월평균 가계소득을 살펴보면 200~300만원이 40.0%로 가장 많았고, 다음이 200만원 미만으로 32.5%, 300만원 이상이 27.5%로 나타났다. 한달 평균 용돈은 20만원대가 40.7%로 가장 많았고, 30만원대 29.9%, 10만원대, 40만원대가 각각 14.9%, 14.4%였다.

일주일 평균 음주횟수를 살펴보면 주 1회가 54.5%로 과반수 이상이고, 다음으로는 주 2회가 24.5%, 주 3회가 12.0%였고, 주 4회 이상도 9.0%로 나타났다. 자주 가는 단골술집이 없는 경우가 60%, 있는 경우가 40%로 단골술집을 정해 두지 않는 경우가 많음을 알 수 있다. 결제방법으로는 현금이 92.9%로 압도적으로 많았으며, 나머지의 결제 수단은 카드로 7.1%였다. 경제적으로 독립하지 못한 대학생들은 주로 현금을 이용하는 것으로 보인다. 월 평균 음주관련 지출비용은 3만원미만이 52.8%로 과반수정도이고, 3~8만원의 지출이 28.0%, 8만원 이상이 19.2%로 나타났다.

이상과 같이 대학생을 조사대상으로 표집을 하여 연령대는 대부분이 20대이고, 월 평균 용돈은 20만원대가 가장 많았다. 주당 1회 이상의 음주를 하며 많게는 주 4회 이상의 음주를 하는 경우도 보인다. 월 평균 음주에 대한 지출비용으로는 3만원 미만이 대부분이고, 결제수단으로는 현금이 압도적으로 많았다.

<표 1> 조사대상자의 일반적인 특성

	구분	빈도	백분율		구분	빈도	백분율
성별	남자	100	50.0	일주일 평균	1회	109	54.5
	여자	100	50.0		2회	49	24.5
	계	200	100.0		3회	24	12.0
연령	20~21세	39	19.5	음주횟수	4회 이상	18	9.0
	22~23세	65	32.5		계	200	100.0
	24~25세	58	29.0	단골술집 여부	있음	80	40.0
	26~27이상	38	19.0		없음	120	60.0
	계	200	100.0	계	200	100.0	
가계 소득	200만원 미만	65	32.5	계산방법	현금	184	92.9
	200~300만원	80	40.0		카드	14	7.1
	300만원 이상	55	27.5		계	198	100.0
	계	200	100.0	한달평균 음주관련 지출비용	3만원 미만	102	52.8
한달 평균 용돈	10만원대	29	14.9		3~8만원	54	28.0
	20만원대	79	40.7	8만원 이상	37	19.2	
30만원대	30만원대	58	29.9	계	193	100.0	
	40만원대 이상	28	14.4				
계	194	100.0					

* 무응답은 missing 처리하였음.

III. 연구결과 및 논의

1. 대학생 소비자의 술집 평가기준

술집 평가기준에 대한 고려정도의 분포, 평균, 표준편차는 <표 2>에 제시되어 있다. 술집 선택 시 고려하는 평가기준의 정도를 살펴보면 ‘안주의 맛이 만족스럽다’가 3.51로 가장 높고, 술집의 위치가 ‘창문이 없는 지하다’라는 문항이 1.95로 가장 낮았다. 전반적으로 3점대의 문항은 8개 문항, 2점대의 문항은 16개 문항, 1점대는 1개 문항으로 나타났다. 이러한 결과는 술집 선택 시 고려하는 정도를 측정할 때 이상적인 평가기준에 대한 문항이 아니라 실제 단골술집을 떠올리면서 각 문항에 해당되는 정도를 응답하였기에 평균이 낮게 나타난 것으로 사료된다.

<표 2> 술집 평가기준의 분포, 평균, 표준편차

평가 기준	분포(%)					평균	표준 편차
	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다		
종업원과의 친분이 있다	21.5	20.5	22.5	28.5	7.0	2.79	1.26
종업원의 외모가 호감형이다	18.5	24.0	39.0	15.0	3.5	2.61	1.06
종업원은 술집의 유니폼을 입고 있다	18.5	29.0	33.0	14.0	5.5	2.59	1.11
종업원은 항상 웃는얼굴로 손님을 대한다	6.5	19.0	45.0	19.5	10.0	3.08	1.02
종업원은 손님과의 대화가 많다	13.5	35.5	26.0	20.0	5.0	2.68	1.09
술집에 들어설 때 자리안내가 신속하다	4.5	11.0	31.5	37.5	15.5	3.49	1.03
불만이 있을 때 종업원이 만족스럽게 처리한다	6.5	15.5	36.0	34.5	7.5	3.21	1.01
내가 가면 종업원이 날 알아본다	15.0	19.5	31.0	24.0	10.5	2.96	1.21
이벤트가 있다	39.0	27.0	20.5	11.5	2.0	2.11	1.11
고가의 술이 있다	19.5	32.0	25.5	16.5	6.5	2.59	1.17
세트메뉴의 구성이 만족스럽다	10.5	19.0	36.5	25.5	8.5	3.03	1.10
안주의 맛이 만족스럽다	4.5	11.5	32.5	31.5	20.0	3.51	1.08
기본안주가 많이 나온다	5.5	12.0	36.0	29.0	17.5	3.41	1.08
할인쿠폰의 사용이 가능하다	37.5	29.5	15.5	12.5	5.0	2.18	1.21
포인트 적립이 가능하다	46.0	24.0	16.0	9.5	4.5	2.03	1.19
조명이 작은 전구로 되어 있다	14.6	30.7	31.2	19.1	4.5	2.68	1.08
영상스크린이 있다	35.5	28.0	22.5	12.5	1.5	2.17	1.09
스크린으로 동영상이나 음악채널을 보여준다	28.5	17.0	20.0	21.5	13.0	2.74	1.41
음악 볼륨이 크다	14.0	19.0	39.5	22.0	5.5	2.86	1.09
단체손님을 위한 테이블이 있다	5.5	12.5	35.0	32.0	15.0	3.39	1.06
화장실 청소가 잘 되어 깨끗하다	5.0	29.0	35.0	24.0	7.0	2.99	1.01
창문을 열 수 있다	20.5	25.5	35.0	14.0	5.0	2.58	1.11
창문의 유리가 썬팅되어 있다	27.1	23.6	23.6	20.1	5.5	2.53	1.24
창문이 없는 지하다	52.0	19.5	16.0	7.0	5.5	1.95	1.21
화장실 공간이 남녀로 확실히 분리되어 있다	17.0	13.0	27.0	14.0	29.0	3.25	1.43

구체적으로 살펴보면 종업원의 인상(웃는 얼굴), 신속한 자리안내, 만족스러운 불만처리, 만족스러운 세트메뉴 구성, 만족스러운 안주의 맛, 푸짐한 기본안주, 단체석 구비, 남녀가 분리된 화장실등과 같은 문항은 5점 척도 중에서 3점대로 나타났다. 종업원과의 친분, 종업원의 외모(호감형), 종업원의 유니폼 착용, 종업원과 손님과의 활발한 의사소통, 종업원의 손님기억력, 이벤트 운영, 고가의 술 구비, 할인쿠폰 발행, 포인트 적립 가능, 전구조명 설치, 영상스크린 설치, 영상스크린 활용(음악, 동영상 채널 방영), 음악볼륨의 크기, 청결한 화장실, 창문개폐 가능, 창문 썬팅 처리 여부 등은 2점대였다. 따라서 현재 대학생들이 이용하고 있는 술집에 대한 구체적인 평가기준의 점수대가 그리 높지 않는 것으로 보아 소비자의 다양한 욕구를 충족시키지 못하고 있는 것으로 보인다.

2. 술집 평가기준의 경험적 차원

<표 3> 술집 평가기준의 요인분석

평가기준	요인1	요인2	요인3	요인4	요인5	요인6	요인7	요인8	공통 분산비
종업원과의 친분	.827	.059	-.119	.054	-.080	.108	.059	-.057	.729
종업원의 손님기억	.755	.203	-.138	-.024	-.006	-.009	-.114	-.040	.645
손님과의 의사소통	.694	.199	.082	.050	.173	-.053	-.040	.086	.572
종업원의 외모	.527	.144	.083	.184	-.090	.179	.333	-.011	.490
신속한 자리안내	.054	.826	.061	.055	.104	.090	-.004	.093	.719
만족스러운 불만처리	.210	.679	.067	.329	-.013	-.205	.019	.049	.662
종업원의 인상	.257	.651	-.048	.032	.050	.210	.046	-.156	.566
종업원의 유니폼착용	.230	.540	.191	.034	-.114	-.080	.248	-.078	.469
영상스크린 설치	-.107	.051	.778	-.084	.151	.117	.056	-.002	.665
영상스크린 활용	-.004	.095	.644	.114	.206	.371	.001	.137	.635
이벤트운영	-.047	.113	.571	.127	-.082	-.098	.180	.171	.436
창문개폐 가능	.109	.016	.507	-.043	.269	-.363	-.082	-.419	.658
세트메뉴의 구성	.049	-.006	.049	.809	.134	.015	.094	.097	.696
푸짐한 기본안주	-.021	.170	.238	.678	-.048	.175	.017	-.199	.619
만족스러운 안주 맛	.139	.190	-.199	.614	.104	-.173	-.067	-.168	.545
포인트 적립 가능	.136	.015	.107	.018	.846	.056	.035	.039	.752
할인쿠폰 발행	-.133	.048	.118	.148	.833	.008	.044	.044	.754
전구조명 설치	.119	-.047	.073	-.144	.242	.731	.063	.128	.655
단체석 구비	.056	.124	.127	.297	-.209	.581	.013	-.225	.555
남녀분리 화장실	-.024	.206	-.044	.073	-.031	.147	.734	-.122	.627
청결한 화장실	.101	-.065	.034	.273	.127	-.356	.591	.034	.584
창문 썬팅 처리	-.131	-.112	.246	-.272	.111	-.018	.533	-.033	.463
고가의 술 구비	.151	.167	.159	-.037	-.026	.260	.417	.233	.374
술집 지하 위치	-.029	.040	.090	-.173	.098	-.096	-.117	.761	.651
음악볼륨 크기	.051	-.230	.420	.051	.052	.272	.142	.532	.614
고유값	3.787	2.836	1.899	1.683	1.427	1.327	1.110	1.067	
분산의 백분율	15.148	11.345	7.598	6.732	5.710	5.306	4.439	4.269	
누적백분율	15.148	26.494	34.092	40.824	46.533	51.839	56.278	60.547	

술집 선택 시 고려할 만한 평가기준들을 요인분석 한 결과가 <표 3>에 제시되어 있다. 요인분석은 주성분 분석방법으로 요인을 추출한 후에 보다 유사한 요인으로 묶이게 하기 위하여 직교회전 방법을 이용하여 회전을 하였다. 요인분석의 결과 고유값이 1이상인 요인이 모두 8개로 추출되었으며, 이 8개의 요인은 전체분산의 60.5%를 설명해 주고 있다.

요인 1은 고유값이 3.787로, 술집 선택 시 고려할 평가기준에 대해 전체분산의 15.148%

를 차지하고 있어서 요인들 중 가장 설명력이 큰 요인이다. 구체적인 문항으로 종업원과
친분, 종업원의 손님기억, 종업원과 손님과의 활발한 의사소통, 종업원의 외모(호감형)등이
포함되어 있기 때문에 이들에 대해 종업원의 친밀도 요인이라고 명명하였다.

요인 2는 고유값이 2.836로, 전체분산의 11.345%를 차지하고 있어서 두 번째로 설명력이
큰 요인이다. 신속한 자리안내, 만족스러운 불만처리, 종업원의 인상(웃는 얼굴), 종업원의
유니폼 착용 등이 요인에 포함되어 있으며, 서비스 요인이라고 명명하였다.

요인 3은 고유값이 1.899로, 전체분산의 7.598%를 설명하고 있다. 영상스크린 설치, 영상
스크린 활용(음악, 동영상 채널 방영), 이벤트 운영, 창문 개폐 가능 등이 포함되어 있어서
분위기 요인이라고 명명하였다.

요인 4는 고유값이 1.683이다. 이 요인은 전체분산의 6.732%를 설명하고 있고, 구체적인
문항으로는 만족스러운 세트메뉴 구성, 푸짐한 기본안주, 만족스러운 안주 맛이 포함되어
있어서 메뉴구성과 맛 요인이라고 명명하였다.

요인 5는 고유값이 1.427이고, 전체분산의 5.710%를 설명하고 있다. 포인트 적립 가능,
할인쿠폰 발행 등이 포함되어 있으며, 이 요인을 포인트 및 할인이라고 명명하였다.

요인 6은 고유값이 1.327이다. 이 요인은 술집 선택 시 고려할 평가기준에 대한 전체분
산의 5.306%를 설명하고 있으며, 전구조명 설치, 단체석 구비 등의 문항이 포함되어, 조명
및 공간구성 요인이라고 명명하였다.

요인 7의 고유값은 1.110이고, 전체분산의 4.439%를 설명하고 있으며, 남녀가 분리된 화
장실, 청결한 화장실, 창문의 썬팅 처리, 고가의 술 구비 등의 문항이 포함되어 시설관리
및 상품구색 요인이라고 명명하였다.

요인 8의 고유값은 1.067로, 술집 선택 시 고려할 평가기준에 대한 전체분산의 4.269%를
설명하고 있어서, 요인들 중 설명력이 가장 작다. 지하에 위치한 술집, 음악볼륨의 크기에
대한 문항이 포함되어 있으며, 요인 8을 위치 및 소음도 요인이라고 명명하였다.

<표 4>는 요인분석 결과에서 나타난 8개 요인들 간의 상관관계가 제시되어 있다.

종업원의 친밀도 요인은 서비스 요인, 메뉴구성과 맛 요인, 조명 및 공간구성 요인과는
의미있는 양의 상관관계였으나 분위기 요인, 포인트 및 할인 요인, 시설관리와 상품구색
요인, 위치 및 소음도 요인과는 의미있는 상관관계를 보이지 않았다. 서비스 요인은 분위
기요인, 메뉴구성과 맛 요인, 시설관리와 상품구색 요인과는 의미있는 양의 상관관계를 보
이나 포인트 및 할인 요인, 조명 및 공간구성 요인, 위치 및 소음도 요인과는 의미있는 상
관관계가 나타나지 않았다. 분위기 요인은 메뉴 구성과 맛 요인을 제외하고 포인트 및 할
인 요인, 조명 및 공간구성 요인, 시설관리와 상품구색 요인, 위치 및 소음도 요인과는 의
미있는 양의 상관관계를 보였다. 메뉴구성과 맛 요인은 위치 및 소음도 요인과 의미있는
음의 상관관계가 나타났지만, 그 외 포인트 및 할인 요인, 조명 및 공간구성 요인, 시설관
리와 상품구색 요인과는 의미있는 상관관계를 보이지 않았다. 포인트 및 할인 요인에서는
위치 및 소음도 요인과 의미있는 양의 상관관계를 보였으나, 조명 및 공간구성 요인, 시설
관리와 상품구색요인과는 의미있는 상관관계가 나타나지 않았다. 조명 및 공간구성 요인은
시설관리와 상품구색 요인, 위치 및 소음도 요인과 의미있는 상관관계를 보이지 않았다. 시
설관리와 상품구색 요인은 위치 및 소음도 요인과 의미있는 상관관계가 나타나지 않았다.

<표 4> 술집 평가기준 요인들 간의 상관관계

	종업원의 친밀도	서비스	분위기	메뉴구성 과 맛	포인트 및 할인	조명 및 공간구성	시설관리 상품구색	위치 및 소음도
종업원의 친밀도	1.00							
서비스	.43***	1.00						
분위기	-.02	.18**	1.00					
메뉴구성과 맛	.18**	.31***	.12	1.00				
포인트 및 할인	.02	.06	.31***	.13	1.00			
조명 및 공간구성	.17**	.12	.18**	.08	.07	1.00		
시설관리와 상품구색	.11	.19**	.24***	.08	.10	.11	1.00	
위치 및 소음도	-.04	-.10	.23***	-.15*	.14*	.09	.10	1.00

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

3. 요인별 술집 평가기준의 상대적 중요도

요인분석에서 추출된 요인에 포함된 각각의 문항들이 그 요인을 설명하기 위하여 반드시 포함되어야 하는가를 살펴보기 위하여 각각의 요인에 포함된 모든 문항의 점수를 더하여 종속변수로 하고 각각의 문항을 독립변수로 하여 단계별 중회귀분석을 한 결과가 <표 5>에 제시되어 있다.

종업원의 친밀도 요인의 단계별 회귀분석의 결과 손님과의 의사소통과 종업원 외모의 설명력 증가분이 각각 7%로 술집의 평가기준에 기여하는 정도가 낮은 것을 알 수 있다. 그러나 종업원과의 친분과 종업원의 손님 기억은 전체분산의 84.8%를 설명해 주고 있어서 중요한 평가 기준이다. 대학생은 일반인에 비해 경제력이 제한되어 소비능력이 낮으므로 종업원과의 친분에서 얻을 수 있는 이익(안주 서비스, 외상 등)을 염두하고 술집을 선택하는 경우가 있는 것으로 보인다.

서비스 요인에서는 종업원의 유니폼 착용의 설명력 증가분이 7%로 다소 덜 중요한 평가기준으로 나타났다. 그러나 신속한 자리안내와 만족스러운 불만처리, 종업원의 인상은 전체 분산의 92.4%를 설명해 주고 있어서 술집 평가기준의 중요한 문항으로 볼 수 있다.

분위기 요인에서는 4개의 평가기준이 모두 중요한 것으로 나타났다. 영상스크린 설치가 가장 중요한 평가기준이고, 창문개폐 기능이 분위기 요인 중 가장 덜 중요한 평가기준으로 나타났다.

<표 5> 요인별 단계별 회귀분석

요인	문항	회귀식에 문항이 추가된 후의 R ²
종업원의 친밀도	종업원과의 친분	.688***
	종업원의 손님기억	.848***
	종업원과 손님과의 의사소통	.921***
	종업원의 외모	1.000
서비스	신속한 자리안내	.569***
	만족스러운 불만처리	.813***
	종업원의 인상	.924***
	종업원의 유니폼착용	1.000
분위기	영상스크린 설치	.620***
	영상스크린 활용	.773***
	이벤트운영	.889***
	창문개폐 가능	1.000
메뉴구성과 맛	만족스러운 세트메뉴구성	.648***
	푸짐한 기본안주	.849***
	만족스러운 안주 맛	1.000
포인트 및 할인	포인트 적립 가능	.793***
	할인쿠폰 발행	1.000
조명 및 공간구성	전구조명 설치	.607***
	단체석 구비	1.000
시설관리 및 상품구색	남녀분리 된 화장실	.573***
	청결한 화장실	.739***
	창문 썬팅 처리	.894***
	고가의 술 구비	1.000
위치 및 소음도	지하에 위치한 술집	.650***
	음악볼륨의 크기	1.000

***p<.001

메뉴구성과 맛 요인의 단계별 회귀분석 결과를 보면 만족스러운 세트메뉴의 구성이 가장 중요한 평가기준으로 그 비중이 크고, 그 다음은 푸짐한 기본안주이고, 만족스러운 안주의 맛이 상대적으로 덜 중요한 기준으로 보인다.

포인트 및 할인 요인에서도 2개의 평가기준이 모두 중요하였다. 포인트 적립 가능이 할인쿠폰 발행에 비하여 훨씬 중요한 평가기준이었다. 조명 및 공간구성 요인도 전구조명 설치가 단체석 구비보다 중요한 평가기준인 것으로 나타났다.

시설관리 및 상품구색 요인에서는 남녀 분리된 화장실이 술집 선택 시 평가기준에 기여하는 정도가 가장 높았고, 청결한 화장실, 창문 썬팅 처리, 고가의 술 구비 등 순으로 중요성이 나타났다. 이 중 남녀분리 된 화장실이 가장 중요한 평가기준으로 등장한 이유는 술집의 화장실이 제대로 갖추어지지 않아 당황스러웠거나 곤란했던 경험이 반영되어 이러한

결과가 나타난 것으로 생각된다. 위치 및 소음도 요인에서는 지하에 위치한 술집이 음악볼룸의 크기에 비하여 훨씬 더 중요한 평가기준으로 나타났다.

4. 술집 평가기준 척도의 신뢰도

<표 7> 술집 선택 시 고려할 평가 척도의 요인별 신뢰도 계수

요인	문항수	Cronbach의 α 계수
종업원의 친밀도	4	.72
서비스	4	.71
분위기	4	.59
메뉴구성과 맛	3	.63
포인트 및 할인	2	.74
조명 및 공간구성	2	.34
시설관리 및 상품구색	4	.44
위치 및 소음도	2	.35
단골술집 선택 시 고려할 평가 척도	25	.72

척도의 내적 일치도를 간단히 나타내는데 유용한 지수는 Cronbach의 α 계수이다. <표 7>은 술집 선택 시 고려할 평가 척도의 요인별 신뢰도 계수가 제시되어 있다. 25개 문항으로 구성된 술집 선택 시 대학생 소비자가 중요하게 고려하는 평가기준 척도의 신뢰도 계수는 .72로 나타남으로써 신뢰도가 어느 정도 높다는 사실이 입증되었다.

요인별로 신뢰도를 보면 종업원의 친밀도 요인, 서비스 요인, 포인트 및 할인 요인은 신뢰도 계수가 .70이상으로 높게 나타났다. 그러나 분위기 요인, 메뉴구성과 맛 요인, 조명 및 공간구성 요인, 시설관리 및 상품구색 요인, 위치 및 소음도 요인은 .34에서 .63사이에 있는데 이들 요인의 문항수가 2~4개인 점을 감안한다면 크게 문제되는 수준은 아니라고 볼 수 있다.

IV. 결론

이 논문은 대학생 소비자가 술집 선택 시 중요하게 고려해야 할 평가기준을 측정하기 위하여 25개 문항으로 구성된 척도를 개발하였다. 이 척도는 8개의 서로 다른 경험적 차원을 가지고 있으며, 전반적으로 신뢰도 계수가 높게 나타남으로써 신뢰도도 검증되었다.

술집 선택 시 평가기준에 관하여 대학생 소비자가 중요하게 고려하는 정도를 분석한 결과 안주의 맛에 대한 고려정도가 가장 높았고, 그 다음 신속한 자리안내, 기본 안주의 양에 대한 고려 정도가 상대적으로 높게 나타났다. 이에 반해 술집의 위치가 창문이 없는 지하공간인 경우를 가장 회피하는 것으로 보인다.

요인분석의 결과 종업원의 친밀도 요인, 서비스 요인, 분위기 요인, 메뉴구성과 맛 요인,

포인트 및 할인 요인, 조명 및 공간구성 요인, 시설관리 및 상품구색 요인, 위치 및 소음도 요인 등 8개의 서로 다른 요인들이 나타났는데, 이 중 종업원의 친밀도 요인과 서비스 요인의 설명력이 컸다. 또한 각 요인들 마다 술집의 평가기준의 중요도가 다르게 나타났을 뿐만 아니라 요인 내에서도 여러 평가기준의 비중이 달랐다.

각각의 요인에 포함된 평가기준 문항을 검토해 보면 종업원의 친밀도 요인에서는 손님과의 의사소통, 종업원의 외모 등의 문항이 설명력이 낮으므로 제거 할 수 있다. 서비스 요인에서는 종업원의 유니폼 착용이 설명력이 낮은 문항이므로 제거될 수 있다. 문항을 줄이고자 하는 경우에는 2개의 문항만이 포함된 요인인 포인트 및 할인 요인과 조명 및 공간구성요인, 위치 및 소음도 요인 등을 제거 할 수 있다.

본 연구는 읍주의 장소인 술집의 평가기준에 대한 표준화된 척도를 개발함으로써 소비자자들이 중요하게 고려하는 술집의 속성을 파악하였다. 이러한 속성들은 소비자들에게 읍주에 대한 만족감을 극대화할 수 있는 요인으로서의 가치가 있을 뿐 아니라 소비자들에게 선택을 받기 위해 고려해야 하는 술집의 특성에 대한 자료를 제공해 주는데 의의가 있다.

그러나 본 연구에서는 조사대상을 대학생으로 한정하여, 연령이 다양하게 배분되지 않았다는 점에 한계가 있다. 그러므로 향후에는 조사대상자를 일반인으로 하여 보다 정교화 된 척도를 구성하고, 사회경제적 특성과 다른 관련 변수들 간의 관계를 검토하는 연구가 후속 연구에서는 이루어져야 할 것이다. 그리고 술집 평가기준에 관한 척도를 개발하기 위해 본 연구에서는 통계를 이용한 양적 방법을 사용하였으나, 심층면접과 같은 질적 방법을 사용하여 좀 더 세분화된 평가기준을 선정하는 작업이 요망된다.

참고문헌

1. 고영태(1995), 여대생의 읍주실태와 읍주에 대한 의식 구조, 덕성여대 논문집, 제25집, 327-338.
2. 광정옥 · 김영복(1997), 일부 여자 대학생들의 읍주실태와 관련요인, 한국학교보건학회지, 제10권 2호, 259-269.
3. 김영란(1999), 대학생의 읍주 습관에 관한 조사 연구, 대한보건협회, 제25권 2호, 24-33.
4. 김준숙 · 안성순 · 김인숙(1995), 20대의 읍주생활에 관한 연구 - 청주지역 대학생과 직장인을 대상으로, 한국생활과학회지, 제4권 1호, 113-122.
5. 박노권(1998), 목원대학교 학생들의 읍주 · 흡연실태 분석 및 평가, 목원대 논문집, 제34집, 39-51.
6. 송보경(1994), 서울시내 대학생의 읍주 형태 조사, 여성연구논총, 제9집, 63-81.
7. 신애숙 · 김영숙 · 홍정훈(1999), 양산대학생들의 읍주행동에 관한 조사연구(II), 한국식생활문화학회지, 제14권 3호, 251-267.
8. 신애숙 · 우문호(1999), 양산대학생들의 읍주행동에 관한 조사연구(I), 한국식생활문화학회지, 제14권 2호, 131-137.
9. 이성림 · 북미정(2002), 주류소비지출에 관한 연구, 울산대학교 생활과학논문집, 제4권 1호, 55-76.
10. 이원재(2001), 대학생의 읍주양태, 보건과 사회과학, 제10집, 79-95.

11. 장승옥(1997), 대학생들의 음주행위와 음주규범, 한국사회복지학 통권 제31호, 423-440.
12. 조성기(2001), 대학생의 음주실태, 한국음주문화연구센터, 20-31, 157-159.
13. 탁진국·김은영(1999), 음주동기가 음주문제에 미치는 영향에 관한 연구, 학생생활연구, 제10권, 3-27.
14. Straus, A. & Bacon, S.(1953), Drinking in College, New Haven C. T.: Yale University Press.