

# 대구 지역의 커피전문점 이용 실태

Dong-Wook Lim, Jeong-Ah Cho  
Kyungbuk National University

- 최근에 대구지역의 커피전문점들이 많아지는 것을 보고, 사람들이 얼마나 커피전문점을 이용는지 궁금하여, 본 조사를 하게 되었습니다. 그리고 팀원이 모두 모여 2012년 7월 22일 일요일부터 28일 토요일까지 '대구 지역 사람들의 커피전문점 이용 실태 조사'라는 주제로 설문지를 만들었습니다.  
- 2012년 7월 29일 일요일에 대구 시내 중심부에서 설문지 100부를 지나가는 사람들을 대상으로 조사하였습니다.

## 1. 자료 특성에 대한 설명

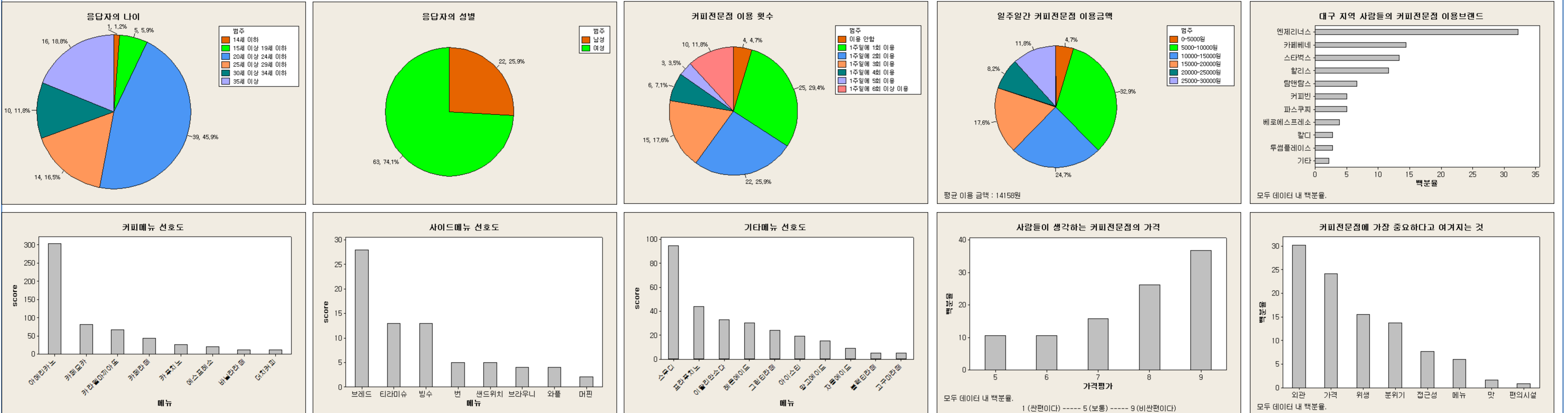
- 본 설문조사에서 얻은 변수는 나이, 성별, 이용횟수, 브랜드, 메뉴, 선호 메뉴, 가격평가, 중요입니다.  
- 나이는 범주형 변수이고, 14세 이하를 1로, 15세 이상 19세 이하를 2로, 20세 이상 24세 이하를 3으로 25세 이상 29세 이하를 4로 30세 이상 34세 이하를 5로 35세 이상을 6으로 코딩하였습니다.  
- 성별은 범주형 변수이고, 남자를 1로, 여자를 2로 코딩을 하였습니다.  
- 브랜드, 메뉴, 선호 메뉴는 다중응답 변수군으로, 각각 응답 개수의 최대치만큼 더미변수를 만들어서 분석을 하였습니다.  
- 중요는 외관을 1로, 가격을 2로 위생은 3으로, 분위기는 4로, 접근성은 5로, 메뉴는 6으로, 맛은 7로 코딩하였습니다.  
- 가격평가는 리커트 9점 척도로 점수가 높을수록 비싸다고 평가를 하였습니다.

## 2. 적합한 통계 기법 선정

- 커피전문점들의 메뉴 가격을 모두 조사하고, 본 설문에서 얻은 선호 메뉴의 순위를 1위에 5점을, 2위에 4점을, 3위에 3점을, 4위에 2점을, 1위에 1점을 주고, 이용 브랜드, 이용 회수에 따른 추정 이용 금액이라는 파생 변수를 생성하여, 이용 금액 변수와 비교하여, 일관성이 없는 설문지를 제외하였습니다.

- 만약 분산분석 가정이 모두 만족한다면 분산분석으로 분석을 하고, 분산분석 가정이 위배된다면 비모수 검정으로 분석을 합니다.

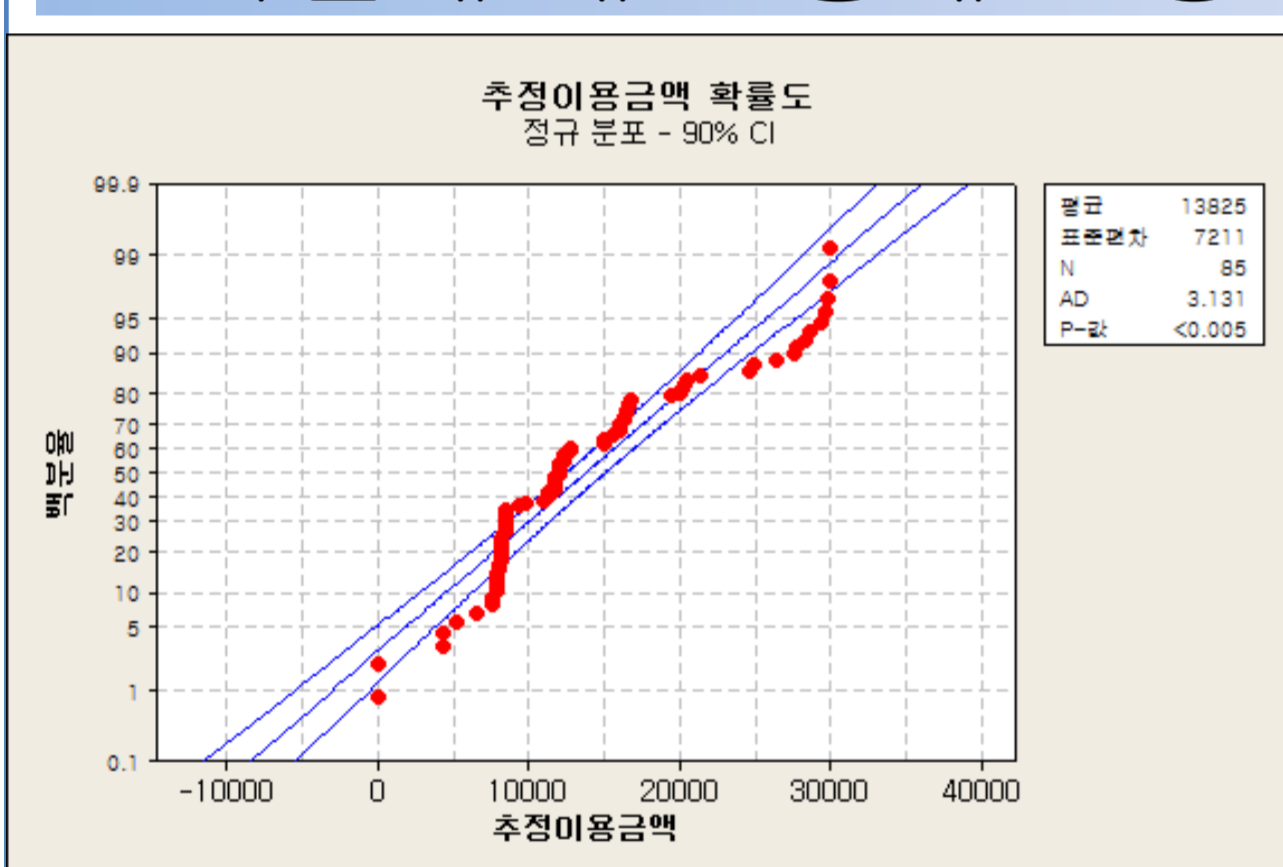
## 3. 자료 시각화 (그래프)



- 설문조사에 응한 사람들은 남자 26%, 여자 74%입니다. 응답자의 연령대는 20대 초중반이 많았으며, 커피전문점 일주일 평균 이용 횟수는 남자가 2.68회, 여자가 2.44회로 남자가 조금 더 많았습니다. 커피전문점 일주일 평균 이용 브랜드수는 남자가 1.68개, 여자가 1.94개로 여자가 남자보다 더 다양한 커피전문점을 이용한다고 볼 수 있습니다. 커피전문점 평균 이용금액은 남자가 14678원, 여자가 13527원으로 남자들이 조금 더 많았습니다.

- 대구 지역 사람들은 주로 엔제리너스, 카페베네, 스타벅스, 할리스를 이용을 하고, 커피 메뉴는 아메리카노를, 사이드메뉴는 브레드를, 비커피메뉴에서는 스무디를 선호합니다. 사람들은 커피전문점을 고를 때 외관과 가격, 위생, 분위기 순으로 고려하고, 전반적으로 현재 가격에 대해서 비싸다고 생각합니다.

## 4. 가설에 대한 통계 검정



F-검정(정규 분포)  
검정 통계량 = 3.18, P-값 = 0.433  
Levene 검정(연속형 분포)  
검정 통계량 = 1.60, P-값 = 0.309

위 확률도에 의하면, P-value값이 유의수준 0.1보다 작으므로, 반응 변수 추정이용금액은 유의수준 0.1에서 정규분포를 따른다고 할 수 없습니다. 또한 Levene검정에서 P-value값이 0.309로 귀무가설(모든 수준에 대하여 분산이 같다)을 기각할 수 없으므로, 유의수준 0.1에서 등분산성은 성립합니다. 분산분석의 가정인 정규성이 위배되므로, 비모수 검정인 Kruskal-Wallis 검정을 합니다.

### 여자의 커피전문점 이용에 대한 빈도분석

변수	N	N*	평균	표준 편차	최소값	최대값
나이	63	0	3.905	1.316	1.000	6.000
이용횟수	63	0	2.444	1.654	0.000	6.000
가격평가	62	1	7.855	1.129	5.000	9.000
이용브랜드수	63	0	1.937	0.998	0.000	5.000
추정이용금액	63	0	13527	6900	0	29769

### 남자의 커피전문점 이용에 대한 빈도분석

변수	N	N*	평균	표준 편차	최소값	최대값
나이	22	0	3.818	1.259	2.000	6.000
이용횟수	22	0	2.682	1.887	1.000	6.000
가격평가	22	0	7.727	1.386	5.000	9.000
이용브랜드수	22	0	1.682	0.995	1.000	4.000
추정이용금액	22	0	14678	8151	5291	29974

### Kruskal-Wallis Test on 추정이용금액(남자)

나이	N	중위수	Ave 순위	Z
2	2	8564	7.5	-0.91
3	9	12064	10.4	-0.67
4	6	8316	8.3	-1.44
5	1	24939	18.0	1.02
6	4	28756	19.3	2.64
전체	22		11.5	

H = 9.22 DF = 4 P = 0.056

### Kruskal-Wallis Test on 추정이용금액

나이	N	Median	Ave Rank	Z
1	1	7550	7.5	-1.45
2	5	8216	16.9	-2.44
3	39	12086	44.5	0.51
4	14	13701	47.0	0.66
5	10	10444	38.5	-0.61
6	16	14044	49.1	1.09
Overall	85		43.0	

H = 9.45 DF = 5 P = 0.092

### Kruskal-Wallis Test on 추정이용금액

가격평가	N	Median	Ave Rank	Z
5	5	11804	37.2	-0.50
6	5	15060	51.3	0.83
7	23	12064	42.3	-0.06
8	18	15865	49.7	1.41
9	33	11325	38.2	-1.29
Overall	84		42.5	

H = 3.46 DF = 4 P = 0.485

### Kruskal-Wallis Test on 추정이용금액(여자)

나이	N	중위수	Ave 순위	Z
1	1	7550	6.0	-1.43
2	3	7868	7.8	-2.34
3	30	12209	34.6	1.06
4	8	16423	45.0	2.15
5	9	8564	25.9	-1.07
6	12	9945	29.7	-0.49
전체	63		32.0	

H = 13.02 DF = 5 P = 0.023

### Kruskal-Wallis Test on 추정이용금액

이용브랜드수	N	Median	Ave Rank	Z
0	2	0.000	1.5	-2.41
1	34	8564	33.6	-2.87
2	29	12324	47.3	1.16
3	14	18240	60.1	2.83
4	5	16282	55.2	1.14
5	1	8265	21.0	-0.90
Overall	85		43.0	

H = 20.20 DF = 5 P = 0.001

### Kruskal-Wallis Test on 추정이용금액

성별	N	Median	Ave Rank	Z
1	22	11934	43.1	0.03
2	63	12086	43.0	-0.03
Overall	85		43.0	

H = 0.00 DF = 1 P = 0.976

위 Kruskal-Wallis 검정에 의하면, 유의수준 0.1에서 나이와 이용브랜드수가 커피전문점 이용금액에 유의한 차이를 보인다고 할 수 있습니다.

## 5. 결론

- 유의수준 0.1에서 나이와 이용브랜드수가 대구 지역 사람들의 커피전문점 이용금액에 영향을 준다고 할 수 있습니다.  
- 남자의 경우 30세 이상에서 이용금액이 가장 많았고, 여자의 경우 20대에서 이용금액이 가장 많았습니다. 이는 남자와 여자의 사회진출 시기가 평균적으로 각각 30대, 20대이기 때문에 이 결과가 얻어진 것으로 보입니다.  
- 이용브랜드수에 따른 추정이용금액의 Kruskal-Wallis 검정의 중앙값들은 2차 모형의 관계가 있습니다. 사람들이 커피전문점에 있어 중요하게 생각하는 것은 가격, 분위기, 외관, 위생상태입니다. 하지만, 분위기가 좋고 외관 및 위생상태가 깔끔한 곳은 고가커피전문점임에도 불구하고, 사람들은 고가커피전문점을 이용하는 경향을 보입니다.  
- 사람들이 많이 이용하는 4대 커피전문점은 엔제리너스, 카페베네, 스타벅스, 할리스커피로 이들은 고가 커피전문점입니다.  
- 사람들이 커피전문점에서 선호하는 커피메뉴는 아메리카노, 카페라떼, 카라멜마끼아또, 카푸치노입니다. 이는 대중매체의 영향으로 알려진 메뉴들로, 대중매체가 사람들의 인식에 영향을 주는 것으로 보입니다.  
- 사이드메뉴와 비커피메뉴는 가격이 높은 경향이 있어서 커피메뉴에 비해서 상대적으로 이용을 적게 하는 경향을 보입니다.