

碩 士 學 位 論 文

호텔 利用行態와 施設 滿足度에 관한
研究

- 濟州地域 特級 호텔 利用客을 中心으로 -



濟州大學校 經營大學院
觀光經營學科 觀光經營專攻

朴 庚 彦

碩 士 學 位 論 文

호텔 利用行態와 施設 滿足度에 관한
研究

- 濟州地域 特級 호텔 利用客을 中心으로 -



指導教授 趙 文 秀
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

濟州大學校 經營大學院
觀光經營學科 觀光經營專攻

朴 庚 彦

호텔 利用行態와 施設 滿足度에 관한 研究

-濟州地域 特級 호텔 利用客을 中心으로-

指導教授 趙 文 秀

이 論文을 經營學 碩士學位 論文으로 提出함.

2001年 6月 日



제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

濟州大學校 經營大學院

觀光經營學科 觀光經營專攻

朴 庚 彦

朴庚彦의 經營學 碩士學位論文으로 認准함.

2001年 7月 日

審查委員長 _____

審 查 委 員 _____

審 查 委 員 _____

감 사 의 글

이 논문이 완성되기까지 많은 가르침을 베풀어주신 조문수 지도교수님과 심사위원 교수님께 머리숙여 깊이 감사드립니다.

그리고 이 논문에 필요한 자료수집에 시간을 아끼지 않으신 박호래, 이정배 교수님께 진심으로 감사드립니다.

본 논문을 진행하는 과정에서 통계처리에 도움을 주신 강성일 조교님께 감사드립니다.

아울러 바쁜 직장생활 가운데서도 틈내어 공부할 수 있도록 배려해주신 한상범 전무님, 노송성 상무님, 박찬영 이사님께도 깊이 감사드립니다.

또한 주변에서 도움을 주신 모든 분께 감사드립니다.

끝으로 오늘 이 논문이 완성될 때까지 자주 찾아 뵈지 못한 부모님과 많은 어려움을 참고 견뎌준 아내 부순, 아빠의 역할을 제대로 못해준 재영, 재만에게도 이 작은 기쁨을 함께 하고자 합니다.

2001. 7

박 경 언

목 차

제1장 서론	1
제1절 문제의 제기	1
제2절 연구의 목적	4
제3절 연구의 방법	5
제4절 연구의 범위와 구성	5
제2장 호텔 이용행태와 호텔시설에 관한 이론적 고찰	7
제1절 호텔 서비스와 호텔 이용행태	7
1. 호텔의 개념 및 제품특성	7
2. 호텔의 물리적 서비스	10
3. 호텔 이용행태와 선택행동	12
4. 선행 연구의 요약	18
제2절 호텔 시설 및 공간배분	22
1. 호텔 시설의 개념	22
2. 호텔 시설의 구성	23
3. 호텔 시설의 연결	38
제3장 호텔 공간 및 시설현황	44
제1절 호텔 공간 및 시설기준	44
1. 객실부문	44
2. 식음부문	45
3. 부문별 면적의 구성	46
4. 주요 부문의 면적결정을 위한 시설별 기본 단위	47

제2절 호텔의 시설계획	48
1. 시설 배분 계획	48
2. 시설 구성의 기준	48
3. 호텔의 시설 및 규모	50
4. 관광호텔 등급평가 기준	52
제3절 제주지역 특1급 관광호텔의 시설 현황	56
1. 제주지역 특1급 관광호텔 시설 개요	56
2. 제주지역 특1급 관광호텔의 시설 현황	57
3. 제주지역 특1급 관광호텔 부대시설 현황	59
제4장 실증조사 분석	62
제1절 실증조사의 설계	62
1. 예비조사	62
2. 설문지의 구성과 측정도구	62
3. 자료의 분석방법	63
제2절 실증 조사의 분석	64
1. 신뢰성과 타당성 분석	64
2. 표본의 특성 분석	66
3. 시설 만족도에 대한 분석	73
4. 분석 결과의 요약	77
제5장 결 론	80
참고문헌	84
ABSTRACT	87
설 문 지	

표 차례

<표 2-1> 호텔 서비스의 분류	11
<표 2-2> 국외의 호텔선택 속성에 대한 연구	20
<표 2-3> 국내의 호텔선택 속성에 대한 연구	21
<표 3-1> 관련법규 검토사항	44
<표 3-2> 호텔의 종류에 따른 객실면적	45
<표 3-3> 식당 종류별 좌석당 면적	46
<표 3-4> 식당과 주방면적의 비율	46
<표 3-5> 부문별 면적 구성비율	47
<표 3-6> 시설별 기본면적	47
<표 3-7> 호텔의 종류 및 규모에 따른 부문별 면적배분	49
<표 3-8> 각 부문에 영향을 주는 요소	50
<표 3-9> 연면적에 대한 각 부문의 면적 비	51
<표 3-10> 숙박 부문의 연면적에 대한 비율	51
<표 3-11> 관리부문의 연면적에 대한 비율	51
<표 3-13> 관광호텔 등급평가중 시설 관련 사항	55
<표 3-15> 제주지역 특1급 관광호텔 시설현황	59
<표 3-16> 제주지역 특1급 관광호텔 부대시설현황	61
<표 4-1> 설문외 구성과 내용	63
<표 4-2> 시설만족도 항목의 신뢰성·타당성 분석	65
<표 4-3> 표본의 인구통계적 특성	67
<표 4-4> 호텔 이용행태적 특성	69
<표 4-5> 호텔에 대한 전체 만족도	70
<표 4-6> 호텔에 대한 재방문 의도	70
<표 4-7> 호텔 시설 및 공간에 대한 선호도분석	72
<표 4-8> 호텔의 시설 만족도 분석	74
<표 4-9> 호텔별 시설 만족도에 대한 중요도	77

그림 차례

<그림 2-1> Monroe와 Guiltinan의 호텔 선택과정 모형	16
<그림 2-2> Engel · Blackwell · Miniard의 호텔 선택과정	17
<그림 2-3> 호텔의 부문별 공간구성	24
<그림 2-4> 객실 기준층 구성형태 분류	25
<그림 2-5> 객실부문과 공공부문과의 연결기능도	27
<그림 2-7> K호텔의 객실 유형별 평면도(Ⅰ)	29
<그림 2-8> K호텔의 객실 유형별 평면도(Ⅱ)	30
<그림 2-9> K호텔의 객실 유형별 평면도(Ⅲ)	31
<그림 2-10> K호텔의 회의 및 연회장시설 평면도	33
<그림 2-11> G호텔의 부대시설 평면도	35
<그림 2-11> A호텔 로비 이용객들의 움직임(18:00 - 19:00)	40
<그림 2-12> A호텔 로비 이용객들의 움직임(09:00 - 10:00)	41



제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

제1장 서론

제1절 문제의 제기

호텔은 집을 떠난 고객이 숙박과 음식을 제공받으면서 지낼 수 있는 복합적 시설(home away from home)¹⁾이라고 할 수 있다. 여행자는 자신이 여행하고자 하는 지역의 호텔을 선택하게 된다. 호텔을 최종적으로 선택하기까지는 수많은 의사 결정 과정을 거치게 되며, 이 과정에서 많은 정보의 교환이 이루어지게 된다.

정보의 원천은 가까운 가족이나 회사 동료 등으로부터 얻는 구전과 각종 언론 매체나 홍보물, 인터넷 등을 이용하는 적극적인 정보 수집과 분석과정을 거친 후 자신에게 유리한 여러 가지의 조건을 반영하여 최종적인 선택을 하게 된다. 이때 정보의 신뢰도는 구전이 가장 높은 것으로 분석되는데 이것은 마케팅의 효과에 의한 것으로 판명되고 있다.

일반적으로 고객은 최저의 가격으로 안락하게 지내고, 쾌적한 분위기와 친절한 서비스를 제공받을 수 있는 호텔을 원한다. 가장 편안한 호텔이라는 것은 이용하는데 불편함이 없다는 것을 의미한다. 그러기 위해서는 우수한 시설과 완벽한 설비, 친절한 직원과 훌륭한 운영 시스템을 갖추어야 할 것이다.

호텔의 서비스라 하면 잘 훈련된 직원으로부터 여러 가지 형태의 인적 서비스를 편안하고 세련되게 제공받는 것을 의미한다. 그러나 서비스는 직원에 의해 제공되어지는 인적인 것만이 아니다. 호텔의 건축 설계 단계에서부터 철저하게 계획되어 완성된 호텔내부 시설들에 대한 적절한 배분, 직원과 고객을 동시에 배려한 호텔 시설에서 나올 수 있다는 것이다. 아무리 훌륭한 인적 서비스가 제공된다 하더라도 호텔의 시설이 효과적이지 못하다면 고객의 입장에서 제공받는 서비스의 가치는 상당부분 감소될 것이다. 반면에 훌륭한 시설과 만족할 만한 호텔시설의 배분으로 고객이 감동을 받았다면 인적 서비스에 대한 약간의 불만은 해소될 수 있을 것이다. 따라서 훌륭한 호텔을 운영하고 고객이 선호하는 호텔을 만든다는 것은 가장 기본적인 명제이나 이에 대한 사전 대비가 충분한지에 대한 검증이 필요하다.

1) 오정환, 「호텔경영학원론」, (서울 : 기문사), 2001. p.72.

우리 나라의 호텔의 역사는 1888년도에 처음으로 외국인에 의해 사업이 시작된 이래, 5.16 이후 관광에 대한 국가적인 관심과 지원으로 비약적인 발전을 하였다²⁾. 특히 1988년 서울 올림픽을 계기로 세계 수준의 특급호텔이 신축되고 국민소득의 증가와 여가에 대한 욕구, 자동차의 급속한 보급 등으로 여행의 수요가 폭발적으로 증가하였다. 이에 힘입어 많은 호텔들이 전국적으로 건설되었고, 경주의 보문 관광 단지와 제주도 중문 관광단지의 개발 사업은 관광에 대한 국가의 의지를 보여주는 예가 될 수 있다.

특히, 제주도의 경우에는 신혼여행의 목적지로 각광을 받아 비약적인 성장을 하였으나, 1994년도의 해외여행 자유화 이후 신혼부부 관광객이 줄어들고 있다. 여기에다 1997년도에 우리 나라에 커다란 충격을 준 IMF는 호텔업계를 더욱 어렵게 하였다.

2001년 3월 31일 현재 우리 나라의 관광호텔은 총 480개 업체에 51,825실이며, 이 중 특1급 관광호텔과 특2급 관광호텔은 총 87개 업체, 객실수 25,513실에 이르고 있다³⁾. 이 중에서 서울에 있는 호텔을 제외한 대다수의 호텔들은 IMF로 인해 영업측면에서 많은 어려움에 처해있으므로 이를 타개하기 위해서는 경영의 합리화를 이루어야 한다. 경영의 합리화를 이루기 위한 첫 번째의 방법으로 가장 중요한 것은 고정비를 줄이는 것이다. 고정비를 줄이는 대표적인 방법은 인건비의 절감이다. 즉, 인건비를 절감하기 위해 구조조정을 실시하거나, 정규 직원의 수를 줄이고 비정규 직원을 늘리는 방법과 외부용역(out sourcing) 등을 한다. 그러나 이러한 단기적 처방으로는 현재 대다수의 관광호텔이 처한 근본적인 문제를 해결하기에는 부족한 것이 사실이다.

이러한 단기적 처방의 근본적인 문제는 숙련된 직원의 감원과 비숙련된 비정규직원의 고용으로 수준 높은 인적 서비스를 제공하지 못함으로써 고객의 불평과 불만의 대상이 되고 있다. 한번 추락한 호텔의 이미지를 개선하는 작업은 상당한 비용과 시간이 소요될 뿐만 아니라 성공한다는 보장도 없다.

한편 호텔 선택속성에 대한 대부분의 연구는 호텔의 서비스를 제공받는 고객의 입장에서, 호텔을 선택하는 동기에 중점을 맞추고 있다. 호텔 선택속성 중에는 여러 가지 측면이 있을 수 있다. 그러나 인적 서비스를 제외하고 호텔 자체의 시설수준과 각종 부대시설의 배치, 수익부문과 비수익부문의 시설배분에 관한 연구. 즉, 물리적 서

2) 박호래, 「호텔경영론」, (서울:형설출판사), 1999, p.20.

3) 한국호텔업협회, 「전국관광호텔 숙박업체 현황」, 2001.

비스에 대한 연구는 미미한 실정이다. 이와 같이 호텔 선택속성 중 물리적 서비스 차이에 대한 측면인 호텔 시설배분에 대한 인식을 제고할 필요가 있다. 특히 호텔 이용객이 어떤 물리적 서비스 측면에서 호텔을 선택하게 되며, 그들은 어떤 목적하에 호텔을 이용하는가를 파악하여, 효과적인 마케팅 전략적 측면에서 호텔시설 만족에 관한 연구를 할 필요가 있다.

호텔에서 이러한 측면을 인식함으로써 제기되는 문제점을 정리하면 다음과 같다.

첫째, 현재까지 진행된 호텔 선택행동에 관한 연구에서 주요 속성으로 인식되고 연구된 것은 주로 인적 서비스란 측면이다. 오늘날 어려움에 처하고 있는 호텔의 이러한 측면을 포함해 고객의 호텔 선택행동을 설명할 수 있는 변수들을 체계적으로 정리할 필요성이 제기되고 있다.

둘째, 고객이 호텔을 선택할 때의 고려요인과 영향요인 중에서 인적 서비스 부분을 제외한 시설요인을 알아본다. 현재까지 진행된 연구에서는 이 부분에 대한 설명이 미비하다.

셋째, 물리적 서비스의 개념과 이에 대한 고객의 선호도를 조사할 필요와 이러한 개념과 선호도가 제주지역 실정에 적합한가에 대한 검증의 필요성이 제기된다.

이러한 측면에서 본 연구는 지금까지 소홀하게 다루어졌던 제주지역 호텔의 시설측면에서 고객의 선호도를 조사하여 체계적으로 정리해 보고 고객이 선호하는 적절한 제주지역 호텔시설의 제시에 초점을 맞추어 연구할 필요가 있다.

제2절 연구의 목적

개별적으로 건설된 각 호텔에 대해 고객의 호텔 선택속성에 관한 연구들 중에는 여러 가지 선택요인이 있다. 현재까지의 연구는 인적 서비스의 중요성을 강조하는데 중점을 두고 있었다. 그러나 시설에 관한 면도 상당한 비중을 차지한다는 점이다.

고객이 호텔을 선택하게 하는 요인 중에서 시설적 측면도 상당한 비중을 차지하는 것 또한 주지의 사실이다. 따라서 본 연구에서는 그간 중점을 두어온 인적 서비스 부분을 제외한 시설적 측면의 물리적 서비스가 고객의 호텔 선택행동에 미치는 영향을 알아보고자 한다. 이러한 측면에서 고객이 호텔을 선택할 경우 이용하는 여러 가지 정보들중에 호텔의 외관이나 내부시설, 인테리어의 수준 등의 변수가 미치는 영향을 정리하여 만족도의 정도를 파악해 보고, 이를 토대로 제주지역 호텔시설의 변화를 알아보려고 하는 것이 본 연구의 목적이다. 이를 좀더 구체적으로 제시하면 다음과 같다.

첫째, 고객이 호텔을 선택할 때 고려하는 요인 중에서 시설적 측면에서 설명할 수 있는 요인들을 찾아서 각각의 특성에 따라 요인분석을 함으로서 요인의 성격을 규명하고자 한다.

둘째, 각 호텔을 이용한 고객은 호텔시설에 대한 전문적인 지식이나 경험이 없더라도 이용자의 입장에서 각각의 시설에 대한 평가를 할 수 있다. 이에 대해 설문조사를 통해 호텔 이용객들이 선호하는 시설과 비선호 시설, 그리고 이러한 시설들에 대한 만족도 등을 파악하여 시설 결정을 위한 의사 결정시 기초자료로 활용하고자 한다.

셋째, 고객의 욕구와 요구를 파악한 단계에서 호텔계획에 있어서의 적절한 시설의 도입과 시대적 변화를 수용할 수 있는 시설의 확충, 불필요 시설 등을 규명하고자 하였다.

넷째, 이러한 사실의 규명을 토대로 가장 합리적인 공간배분을 위한 기초 자료를 파악하고 제주도의 현실에 맞는 리조트 호텔 시설의 최적배치, 배분에 대한 모델을 제시하고자 하는 것을 연구의 목적으로 설정하였다.

제3절 연구의 방법

관광학은 학문의 성격상 종합 학문적 성격이 강하므로 어느 특정 학문적 연구에 의존하기보다는 여러 인접한 학문으로부터 다각적인 접근이 이루어지는 다학제적 접근 방법이 관광학 연구에서 유용한 경우가 많다. 따라서 본 연구에서는 연구의 목적을 달성하기 위한 문헌연구와 실증조사를 병행하여 실시하였고 구체적인 방법은 다음과 같다.

이론적 고찰은 체계적으로 관광학, 관광경영학, 호텔경영학, 경영학, 건축학, 건축공학 등의 인접학문을 인용하여 연구하는 다학제적 연구방법(multi-disciplinary approach study)과 이들 학문간의 문헌을 고찰하는 문헌연구방법(literature study)을 채택하였다.

호텔의 시설에 대한 현황분석은 2001년 현재 제주지역의 특1등급 관광호텔을 대상으로 하여 건축된 시설구조를 통해 공간배분을 분석하는 내용분석(content analysis method)을 실시하였다. 또한 호텔 이용객의 호텔 선택속성을 파악하기 위해 제주 소재 표본 호텔의 투숙객을 대상으로 설문지법(questionnaire survey)을 실시하여 본 연구의 목적을 달성하고자 한다.

제4절 연구의 범위와 구성

본 연구는 전술한 연구의 목적을 달성하기 위해 기존의 국내·외 관련 문헌과 논문들을 참고, 이용하였고 제주지역 특1급 관광호텔 8개 업체를 이용한 호텔 이용객을 대상으로 설문조사를 통한 실증연구를 병행하였다.

한편 본 연구는 다음과 같이 구성되어 있다.

제1장은 본 연구의 서론부분으로서 연구의 동기가 된 문제를 제기하고 연구의 목적과 방법 및 구성체계를 밝혔다.

제2장은 실증연구에 앞서 호텔 선택행동과 호텔 시설배분에 관해 전반적으로 살펴 보았으며, 호텔선택에 있어 중요한 속성에 대해 물리적 서비스 측면에서의 호텔시설 및 공간배분에 대해 살펴보았다.

제3장에서는 일반적인 호텔의 시설 및 공간 계획과 제주지역에 위치한 특1급 관광

호텔들의 시설 배분에 대한 현황을 중점적으로 파악·소개하고 있다.

제4장은 설문조사를 통한 실증분석 부분으로 제주지역 특1급 호텔 8개업체를 이용한 호텔 이용객을 대상으로 호텔 선택시 중요시하는 시설적 측면의 측정 및 이에 대한 결과의 분석을 시도하였다.

제5장은 결론부분으로 연구결과를 요약함과 함께 연구결과에 근거한 호텔 선택속성과 효율적인 호텔 시설배분을 위한 실천방안을 정리하였고, 마지막으로 본 연구의 한계점과 문제점 그리고 앞으로의 연구방향을 제시하였다.



제2장 호텔 이용행태와 호텔시설에 관한 이론적 고찰

제1절 호텔 서비스와 호텔 이용행태

1. 호텔 서비스의 개념 및 제품특성

서비스(service)가 무엇인지에 대한 정확한 개념정의는 그리 쉽지 않다. 하지만 서비스가 우리 인간생활과 밀접한 연관을 맺고 있는 보편적인 인간활동이라는 점은 누구나 인정하게 된다. 그러나 서비스 개념과 내용이 명확하지 못한 것은 서비스라는 용어가 극히 광범위하게, 또 때에 따라서 각기 다른 의미로 사용되기 때문이다. 서비스라고 불리우는 개괄적 의미의 용어에는 상호 이질적인 다양한 서비스가 내포되어 있고 사회발전과 더불어 새로운 서비스가 계속 개발되고 있기 때문에 서비스에 대한 획일적인 정의를 내리는 것은 그리 용이하지 않다⁴⁾.

서비스란 말의 어원은 라틴어의 Servitude, 즉 노예의 상태(State of servant)란 의미에서 비롯되어 Servant(하인)로 변천되었고 다시금 지금의 Service(봉사)로 발전되었는데, 이러한 서비스의 개념을 좀더 명확히 파악하기 위해 몇몇 학자들이 내린 정의를 살펴보면 다음과 같다.

1) 미국 마케팅협회(AMA : American Marketing Association)의 정의

AMA에서는 서비스를 “판매를 위해 제공되거나 제품의 판매와 관련하여 준비되는 제반 활동, 편익, 만족”⁵⁾이라고 정의하고 있다. 그러나 이 정의는 제품과 마케팅을 중심으로 한 정의로써 흔히 판매원이 제시하는 대고객서비스의 개념과 혼용되어 있다. 따라서 제품과 대응된 고유한 존재로서의 서비스 개념을 파악하는데는 미흡하다 할 수 있다.

4) J.M. Rathmell, "What is Meant by Services?", *Journal of Marketing*, Vol.30, October 1976, p.36.

5) American Marketing Association, Report of the Definition Committee, *Journal of Marketing*, 1960, p.215.

2) 코틀러의 정의

코틀러(P. Kotler)는 “서비스란 행위 내지 편익으로서 무형적인 것이며 소유권 이전이 수반되지 않을 뿐 아니라 서비스 생산은 물리적 제품과 관련성이 있을 수도 없을 수도 있다”⁶⁾고 주장하여 서비스의 기능적인 측면을 강조하고 있다.

3) 베리의 정의

베리(L.L. Berry)는 서비스를 유형 활동과 무형 활동으로 구분하여, 서비스를 받아들이는 주체와의 관련성을 통해 서비스를 구분하면서 “물리적으로 소유가 불가능한 행위나 일의 수행 또는 어떤 노력을 포괄하고 있는 무형의 제품”⁷⁾으로 정의하고 있다.

이상의 여러 정의들을 보면, 서비스의 정의는 본원적 접근법과 보완적 접근법이라는 두 가지 접근법이 있음을 알 수 있다. 본원적 접근법은 유형적인 제품과는 달리 독립적인 별개의 개념체계 하에서 서비스를 파악하려는 능동적 노력이며 보완적 접근법은 유형적 제품과 비교되는 상대적 존재로서 서비스를 이해하려는 수동적 노력이다. 그러나 오늘날과 같이 독립적 존재로서의 순수한 서비스 산업이 발달하고 있고, 이에 따라 서비스가 다양한 형태로 급속하게 변화·발전되어 가는 추세에서는 서비스 자체의 성격을 감안한 정의가 더 바람직 할 것이다.

호텔의 개념에 대해서는 여러 가지로 정의·분류되고 있다. 먼저 웹스터 사전의 정의를 살펴보면 호텔은 객실과 식사를 갖추고 대중을 위하여 봉사하는 건물이라고 정의하고 있고⁸⁾, 우리 나라 관광진흥법에서는 관광객의 숙박에 적합한 시설을 갖추고 관광객에게 이용하게 하고 음식을 제공하는 업이라고 규정하고 있다⁹⁾.

6) P. Kotler, 「Marketing for Nonprofit Organizations」 (Englewood Cliffs, NJ:Prentice Hall, Inc), 1982, p.477.

7) L.L. Berry, "Service Marketing is Different", Business Horizons, May-June 1980, pp.24-29.

8) 오정환, 「호텔경영학원론」 (서울 : 기문사), 2001, p.71.

9) 관광진흥법 제3조 2항 (시행령, 시행규칙), 2001.

김충호는 호텔을 일정한 지불능력이 있는 사람에게 객실과 식음료를 제공할 수 있는 시설을 갖추고 잘 훈련되고 예절바른 종업원이 조직적으로 봉사하여 그 대가를 받는 기업이라고 정의하였으며¹⁰⁾, 또한 메드릭(S. Medrik)은 대가를 받고 여행객이나 투숙객에게 숙소, 음료 및 식사를 제공하고 이들에게 식음료와 그 밖의 부대시설을 제공하는 기업이라고 정의하고 있기도 하다¹¹⁾. 한편 이항구는 자기 집을 떠나 여행하는 관광객을 위해 숙박과 음식을 제공하는 업이라고 호텔을 정의하였고¹²⁾ 정경훈은 관광객의 숙박과 체재에 적합한 시설을 갖추어 이를 이용하게 하고 식음을 제공하는 업으로 관광관련법에 의하여 운영되는 관광객 시설이라고 규정하였다¹³⁾.

이렇게 볼 때 호텔이란 경제적으로 지불능력이 있는 불특정 고객에게 영리를 목적으로 적합한 숙박 및 식음료 시설을 갖추고 무형의 인적 서비스 상품을 바탕으로 공익적 개념의 휴식과 오락 등 여가를 즐길 수 있는 공간을 제공하는 기업이라 할 수 있겠다.

이러한 의미를 지닌 호텔 서비스의 특성으로서 오문환은 제품특성, 산업특성, 시장구조적 특성의 3가지 유형으로 나누고 있는¹⁴⁾ 반면에, 오정환은 인적 서비스의 의존성, 최초 투자의 고율성, 고정 자산 구성의 고율성, 고정경비의 지출확대, 비 보관성, 계절성, 비 전매성, 부동산 투자효과, 장기투자성 및 다인자성을 들고 있다¹⁵⁾.

일본의 사사키 히로시게(佐佐木宏茂)는 호텔이란 누구든지 호텔 내에서 적절하게 행동을 취하고, 호텔 시설에 적응, 이용하면서 지불능력이 있으면 누구나 대접받을 수 있는 장소이다. 예를 들어 호텔의 이용자가 체재기간에 관해 명확한 계약이 없어도 음식과 숙박 서비스를 일시적인 체류과정과 같이 이용할 수 있도록 모든 필요한 요건을 제공하지 않으면 안된다¹⁶⁾라고 개념을 지으면서 호텔이 공공의 사회적 장소임과 동시에 가정을 떠난 집으로서의 기능을 하며 서비스를 제공해야 함을 강조하고 있다.

이렇게 볼 때 호텔이란 숙박, 식음료, 기타 서비스 시설 및 인적 서비스를 가지고 제품이 가지는 이익창출 기능을 시도하면서 유효수요에게 인적, 물적 서비스를 제공하

10) 김충호, 「호텔경영학」(서울 : 형설출판사), 1989, p.13.

11) S. Medrik, 「The Business of Hotel」(London : Heimemamm), 1980, p.14.

12) 이항구, 「국제관광학」(서울 : 탐구당), 1987, p.105.

13) 정경훈, “한국전통호텔과 해상호텔 건립에 관한 연구”, 관광학연구 제14호, 1990 p.14.

14) 오문환, “호텔이용객의 선택기준에 관한 연구”, 동의대, 박사학위논문, 1993, pp.8-15.

15) 오정환, 전거서, pp.92-99.

16) 佐佐木宏茂, 「ホテル産業要論」(東京 : プラザ出版), 1977, p.4.

는 건축물 또는 구축물로 정의될 수 있다. 이렇게 정의된 호텔이 고객을 대상으로 하여 판매하고 있는 소구제품(appealing products)을 도스웰(R. Doswell)과 갬블(P. R. Gamble)은 다음과 같이 구분하였다¹⁷⁾.

가. 물리적 제품(physical products) : 호텔 음식, 주류 및 담배 같은 구매 가치가 있고 구매 가능한 유형 품목으로서 볼 수도 있고 만질 수도 있는 것.

나. 서비스 : 무형 제품으로서 깨끗한 객실, 벨맨의 수하물 운반 서비스 등.

다. 이미지 : 제품에 대하여 개인에게 습득된 일련의 연상들을 말한다.

이와 같이 볼 때 호텔제품은 인적 서비스와 물적 서비스 및 기타 서비스로 대별하여 볼수있는데, 이러한 모든 것은 호텔의 선택속성과 깊은 관련을 갖고 있다고 할 수 있다.

2. 호텔의 물리적 서비스

호텔 서비스는 성격상 기본적 서비스와 부차적 서비스로 대별된다. 기본적 서비스는 직원의 인적 서비스와 호텔의 객실 제공이나 기타 편의시설과 식음료 등의 판매 같은 물리적 서비스이며, 부차적 서비스는 기본적 서비스에 보완적 역할을 하는 서비스라 할 수 있다. 따라서 호텔 서비스는 기본적 서비스와 부차적 서비스의 제요소가 결합되어 복합적 서비스의 조화로서 상품의 가치를 구현한다.

호텔 서비스의 각 구성 요소가 되는 각각의 서비스를 살펴보면 <표 2-1>과 같다.

17) R.Doswell & P.R.Gamble, 「Marketing & Planning Hotel & Tourism Project」, Hutchinson, 1981, p.4.

<표 2-1> 호텔 서비스의 분류

호텔서비스		제공물
기본적 서비스	인적 서비스	호텔종사원
	물적 서비스	객실, 식음료, 부대시설, 생화, 기념품, 포장지
부차적 서비스	정보적 서비스	안내, 메시지 취급 및 시설물
	환경적 서비스	자연적, 지리적, 공간적 시설물
	시스템적 서비스	시스템체계
	금융적 서비스	환전 및 Credit 업무

자료 : 이인균, “호텔서비스 관리기법에 관한 연구”, 경희대학교 석사논문, 1989, p.12.

서비스 기업에 있어서 기업의 성장, 특수화, 분산화가 필요하게 될 때 경영은 구체적 인 서비스 디자인 시스템과 함께 명확한 서비스 제공 전략 수립이 필요하게 된다.

서비스는 고객과 서비스 제공자간의 상호작용을 통해 생산되고 제공된다.

Gummesson은 고객이 서비스 운영에 참여했을 때 일어날 수 있는 4가지 상호작용을 다음과 같이 제시하였다.¹⁸⁾

- 1) 고객과 서비스 제공자의 고용인과의 상호작용
- 2) 고객들간의 상호작용
- 3) 고객, 물리적 상품, 물리적 환경간의 상호작용
- 4) 고객과 서비스 제공 시스템간의 상호작용

호텔에 있어서 물리적 서비스라는 것은 호텔의 시설이나 공간배분 등에 관한 물리적 제공과 호텔의 위치, 경관 등 물리적 환경으로 나눌 수 있다.

위에서 보듯이 물리적 서비스는 마케팅적인 요소와 건축적인 요소를 반영하는 것으로서 호텔 사업계획의 초기단계에서 결정되어지는 것이라 할 수 있다.

또한 물리적 서비스의 가장 큰 의의는 향후 영업활동에 미치는 영향이 심각하며 시행착오 시에는 시설 개선에 대한 문제가 쉽지 않다는 점이다.

18) Richard Teare and Michael Olsen, " International Hospitality Management", John Wiley & Sons, Inc., 1992. p.313

다시 말하면 무형의 서비스가 아니라 유형의 서비스로 분류될 수 있기 때문에 일반적인 서비스와는 차원이나 개념이 전혀 다른 것이다.

건축물이나 시설이 상품으로 취급되는 호텔산업에 있어서는 물리적 서비스로 분류가 가능하다고 볼 수 있으나 일반적인 건축물에 적용하기는 어렵다.

이러한 인식은 호텔산업이 고품질의 음식 및 숙박을 제공해야하며 고객과 직원간의 높은 수준의 상호작용을 통해 서비스 제공의 문제를 해결해야 되기 때문이다.

3. 호텔 이용행태와 선택행동

1) 호텔 이용행태

소비자의 구매의사 결정과정은 문제 해결과정과 유사하다. 즉, 소비자는 구매하려는 제품에 관계된 문제를 인식하게 되면, 문제를 해결하는데 도움이 되는 정보를 획득하려 할 것이고, 이를 평가한 후 구매를 결정하고, 이 구매경험을 평가하게 될 것이다.

의사결정(decision making)은 본래 “두 개 이상의 대체적인 선택요소 가운데 그 중요성에 따라 어느 하나를 선택하는 것”¹⁹⁾으로, 구매의사 결정과정은 일반적으로 문제 인식, 정보탐색, 정보평가, 구매, 구매 후 평가라는 5단계로 정리하는 학자들이 대다수이다.²⁰⁾ 피스크(Fisk)는 서비스 이용자의 구매 의사 결정과정을 소비 전 단계, 소비 단계, 소비 후 단계의 3단계로 구분하였다.²¹⁾

-
- 19) Paul E. Moody, *Decision Making*, (New York:McGraw-Hill Book Co., 1983), p.4 ; Joseph D. Fridgen, "Environmental Psychology and Tourism," *Annals of Tourism Research*, Vol.1(No.2, 1984), p.24
- 20) Jadish N.Sheth, "A Model of Industrial Buying Behavior", *Journal of Marketing Research*, Vol.37, (October, 1973)
- James F.Engel& Roger D.Blackwell, *Consumer Behavior*, 4nd ed., (New York:The Dryden Press, 1982)
- Dorothy Cohen, *Consumer Behavior*, (New York:Random House Ind., 1981)
- R.C.Mill and A.M.Morrison, *Tourism System*, (New Jersey:Prentice-Hall Inc., 1985)
- 21) Raymond P.Fisk, "Toward a Consumption/Evaluation Process for Services", *Journal of Marketing Research*, 1981. pp.191-195

① 소비 전 단계

호텔 서비스 이용자는 현재의 상태와 자신이 원하는 바람직한 상태를 비교하여 서비스의 필요성을 느끼는 문제의 인식 단계를 경험하게 된다. 서비스를 구매하고자 하는 소비자의 욕구는 라이프 스타일로 대표되는 다양한 내적 요인들의 결과인데 이 때 소비자가 처한 현재의 상황(시간 압박, 물리적 환경, 재무 상태 등)도 욕구에 영향을 미치게 된다.

문제를 인식한 소비자는 내·외로 정보 탐색을 하게 된다. 먼저 소비자는 자신의 기억 속에 내재된 정보를 탐색하는 내적 탐색을 하게 된다.

과거에 투숙해 본 경험과 그런 경험이 없어도 여러 가지 통로를 통해 알고 있는 지식들이 내적 탐색의 대상이 된다. 이러한 내적 탐색을 통한 정보로는 문제 해결이 힘들다고 판단되면 외적 탐색을 하게 된다. 외적 탐색은 가족, 친지와 같은 개인적인 원천과 호텔 광고 등과 같은 마케팅 원천 또는 여행사 등을 통해 이루어지게 되는데 대개 금전적, 심리적, 신체적 노력과 비용이 수반되느니만큼 그 효과가 예상되지 않는 한 많은 정보 탐색은 하지않게 된다.

정보 탐색과정을 거치면서 소비자는 호텔 선택을 위한 적절한 평가기준을 파악하고 여러 대체안을 확인하게 된다. 호텔 서비스의 무형성 때문에 서비스 질과 관련된 지표로서 가격, 이미지, 종업원, 분위기, 물적 환경요소 등이 중요한 탐색 요소가 된다.

호텔의 대체안 평가기준으로 입지, 가격, 서비스 수준, 청결함, 식음료의 질, 명성, 분위기, 안락함, 주차시설, 안전도, 조용함 등이 있다.²²⁾ 이러한 평가기준에 따라 대체안에 대한 종합적인 태도가 형성하게 된다. 호텔이 결정되었다고 해서 바로 구매가 일어나지 않으며 여러가지 구매준비 행동이 필요하게 된다. 호텔에 가거나 전화 등을 통해 접근하는 절차가 필요한데 이때 여러가지 상황변화나 가격 변화, 새로운 정보 획득, 서비스 가용성의 변화등으로 구매연기, 변경이나 포기가 생길 수가 있다.

호텔에 가서 고객은 가격, 물리적 환경, 분위기, 종업원, 다른 고객들을 통해서 자기가 선택한 결정이 올바른가를 확인, 평가하게 된다(평가 I). 이때 정보탐색이나 대체안 모색에서 생긴 기대가 다시 조정된다. 이 단계에서 소비자는 앞으로 자기가 받을

22) R.C. Lewis, "The Basis of Hotel Selection", The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, May 1984, p.63

서비스의 질을 예상하게 되는데 여기서 만약 전반적인 상황으로 보아서 기대 수준에 못 미치면 그냥 나오게 된다.

② 소비단계

소비단계는 서비스의 생산과 소비에 소비자가 직접 참여하게 되므로 종업원, 다른 고객, 물리적 환경 등이 큰 영향을 미치게 된다. 평가 I에서 만족한 소비자는 서비스를 구매하게 되는데 서비스의 종류에 따라 지불을 서비스 수행중 혹은 후에 하게 된다. 평가 I에서 형성된 기대에 어긋나지 않으면 소비자는 서비스를 사용하게 된다. 사용중 불만이 생기면 시정요구나 중지, 이탈을 하게 된다. 서비스 사용중에도 평가는 계속되는데 이 때의 불만도 시정을 요구할 수가 있다. 사용중의 서비스에 대한 평가는 전체적인 서비스 질의 평가에서 매우 중요한 역할을 하게 된다. (평가 II)

③ 소비 후 단계

서비스 사용이 끝나면 소비자는 사용에 대한 전체적인 평가를 하게 된다. 호텔 서비스를 자주 이용하는 소비자는 자기의 머릿속에 어떠한 과정의 서비스 수행이 일어날 것이라는 나름대로의 예상된 각본(script)이 형성되는데 여기에는 소비자 자신 이외에도 종업원, 경영자, 다른 고객, 물리적 호텔 등이 포함된다. 만일 이러한 각본대로 서비스 수행이 이루어지면 그 소비자는 만족하게 된다. 기대와 다르게 서비스가 수행되면 불만족을 느끼게 된다. 기대에서의 이탈은 어떤 장애(obstacle)에 부딪혀 연속적인 행동이 불가능한 경우(예를 들어 식·음료 재료의 품질)나 착오(error)로 결과가 기대한 대로 안 된 경우(특실 예약이 예약실의 실수로 일반 객실로 예약됨) 그리고 개별적으로 바람직해도 전후 관계로 보아서 부적절한 경우(종업원의 과잉 친절이 오히려 부담이 되는 경우)인 비 중심속성(noncentral attribute)에 의해 발생한다.²³⁾

23) Ruth A. Smith, Michael J. Houston, "Script-Based Evaluations of satisfaction with services", *Emerging Perspectives on Services Marketing*, AMA, 1983, pp.60-61

2) 호텔 선택 행동

평가는 구매 후 인지적 불협화(cognitive dissonance)에 영향을 받는데 이런 상태는 구매결정이 중요하고 선택이 힘들수록, 또 불안감이 클수록 높아진다. 소비자는 이런 상태를 제거하기 위해서 부정적인 정보를 외면하거나 중요성을 과소평가 하기도 한다. 평가 결과 만족한 소비자는 재구매 동기가 생기나 불만족한 소비자는 불만족 행동을 취하거나 아무런 조치도 취하지 않는다. 불만족한 소비자는 서비스의 사용 중지, 호텔의 전환, 가족 친지들에게 이용하지 말 것을 권하는 사적 행동을 취하거나 또는 호텔 측에 항의하거나 공공단체에 고발하는 공적 행동을 취하게 된다. 이 같은 평가 과정의 경험은 기억에 저장되어 다음 기회의 문제 인식에 영향을 주게 된다. 이와 같이 호텔 이용자의 선택상황(a situation of choice)에 따라서 각 요소들은 제각기 나름대로의 다른 중요성을 가지면서 전반적인 개념으로서 특정 호텔을 선택할 것인가, 기각할 것인가를 결정하는 경향이 있다.²⁴⁾

관광 마케팅의 측면에서 볼 때, 일상적 의사결정자에게는 장기적인 홍보와 마케팅 계획이 요구되고 있다. 왜냐하면 이러한 관광자는 관광 행동을 결정할 때 본인의 관습에 기인된 지식과 태도에 의존하기 때문이다.²⁵⁾ 그러므로 마케팅의 노력은 관광자의 요구와 시간 결정보다 더욱 필요하게 된다.

젠킨스(Jenkins)는 거의 모든 관광자가 일단 관광지를 결정한 후에 숙박장소(호텔)를 결정한다²⁶⁾는 사실을 밝혔으며, 관광객들은 만족스러운 결과를 위해 신중한 의사결정 과정을 거친다고 하였다.

영(Young)²⁷⁾은 서비스가 무엇인지를 설명할 수는 있어도 서비스가 무형이기에 이를 경험적으로 투사할 수 없고, 표준화하기가 힘들고, 높은 위험인식을 가져 대부분

24) S. Medrik, op.cit., 1980, p.14

25) Mayo & Jarvis, op.cit., p.16 ; P.B. Myers & L.W. Moncrief "Differential Leisure Travel Decision-Making Between Spouses", *Annals of Research*, Vol.9., No.1. 1978, p.164 ; P. Schul & J.L. Crompton, "Search Behavior of International Vacationers", *Journal of Travel Research*(22:2) Fall, 1983, p.26

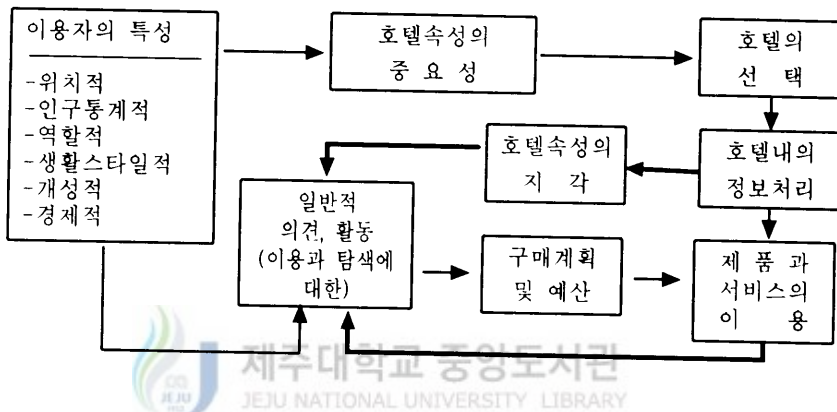
26) R.L. Jenkins, "Family Decision-Making," *Journal of Tourism Research*, Vol.16, (Spring, 1978), pp.2-3

27) Robert F.Young, "Segmenting State Travel Information Inquires by Timng of the Destination and Previos Experience", *Journal of Tourism Research*, (Winter, 1985), p.6

높은 구매몰입을 보이기 때문에 서비스 선택과정에서 독특한 파악이 필요하다고 했다. 그래서 그는 feel(느낌) → do(행동) → learn(학습)의 구조를 개발했다.

한편 Monroe와 Guiltinan은²⁸⁾ 호텔선택은 호텔에 대한 고객의 태도가 큰 영향을 끼치며, 호텔에 대한 고객의 태도는 호텔을 구성하는 제 속성의 중요도와 그 속성들을 어떻게 지각하느냐에 따라 결정된다고 하였다. 그들은 제품과 서비스의 이용결과가 피드백(feedback)되는 과정을 다음과 같이 제시했다.

<그림 2-1> Monroe와 Guiltinan의 호텔 선택과정 모형



보기 : 피드백(feedback)

영향

자료 : Kent B. Monroe & Joseph P. Guiltinan, op.cit., p.20

엔젤(Engel) · Blackwell · Miniard²⁹⁾은 호텔에 대한 선택결정은 기본적으로 점포에 대한 선택과정과 동일하다고 했으며, <그림 2-2>에서 보는바와 같이 평가기준, 지각된 호텔특성, 비교과정, 마음에 드는 호텔과 마음에 들지 않는 호텔의 4가지 변수로 구

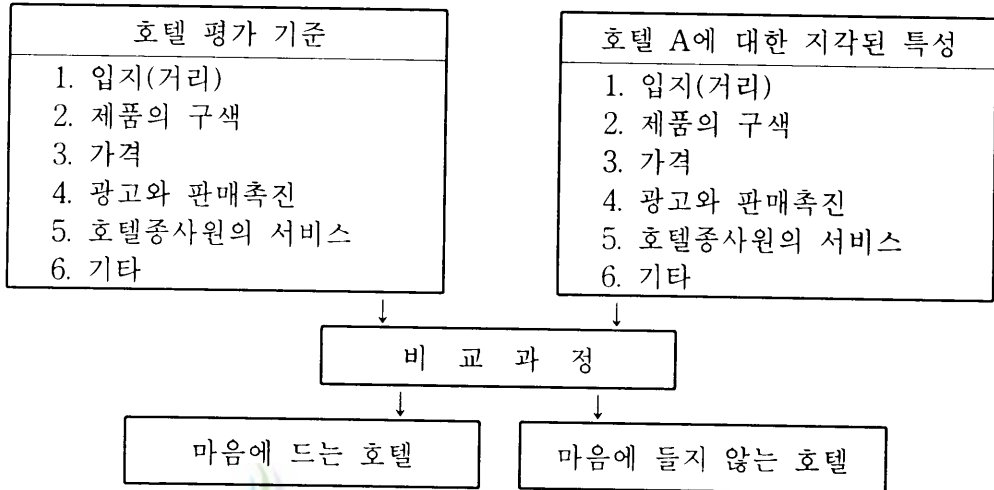
28) Kent B. Monroe & Joseph P. Guiltinan, "A Path Analytic Exploration of Retail Patronage Influence," *Journal of Consume Research*, Vol., (June, 1972), pp.19-28.

29) James F.Engel, Roger D.Blackwell and Paul W.Miniard, *Consumer Behavior*, (Hinsdale Hinoise:The Dryden Press, 1986)

W.Fred Van Raaij & Dick A.Francken, "Vacation Decision, Activites and Satisfaction", *Annals of Tourism Research*, Vol.11.(No.1, 1984)

성되어 있다고 보았다. 이렇게 볼때 이용자들의 호텔선택은 이용자가 지각한 호텔 특성(호텔 이미지)과 이용자 자신의 평가기준을 비교하는 과정을 거쳐 이루어진다고 볼 수 있다. 결국 호텔 선택은 이용자가 지각한 호텔 속성(호텔 이미지)과 자기의 평가기준을 비교하는 과정을 거쳐 이루어진다고 볼 수 있다.

<그림 2-2> Engel · Blackwell · Miniard의 호텔 선택과정



자료 : James F. Engel, Roger D. Blackwell and Paul W. Miniard, op.cit., p.521

호텔선택에 관한 지금까지의 연구결과에 의하면 호텔 선택과정은 일반적으로 문제 인식, 정보탐색, 정보평가, 구매, 구매 후 평가의 5단계를 거친다고 할 수 있으며, 이를 다음과 같이 정리 할 수 있다.³⁰⁾

첫째, 관광자(호텔 이용자)의 의사결정과정은 하나의 시스템으로, 이 과정이 항상 일정한 과정을 거치는 것은 아니다.

둘째, 관광자의 의사결정 과정은 광역적 의사결정의 양상을 취한다. 관광자의 의사결정 과정은 그들의 목적지에 대한 정보획득의 속성과 목적지에 대한 지각된 위험을 감소시키고자 많은 시간과 노력을 요한다는 점에서 일상적 의사결정보다는 광역적 의사결정 패턴을 취한다고 볼 수 있다.

30) 김복일, 관광호텔 선택행동에 영향을 미치는 요인에 관한 연구, 경기대학교 대학원 석사학위논문, 1994

셋째, 일반적으로 소비자행동이 그러하듯이 고도의 복잡성을 보이고 있어 소비자 구매결정 과정을 관찰하기가 힘들다.

4. 선행 연구의 요약

호텔 선택속성에 대하여 많은 연구가 있어 왔으나 호텔 이용객의 호텔 선택에 관한 이론적 체계는 비교적 최근에 와서 체계화되고 있다. 호텔 상품의 소비행동을 더 깊숙이 이해하기 위해 본 연구의 논제와 유사한 주제를 다룬 선행연구들을 중심으로 주요 내용을 살펴본다.

루이스(Lewis, 1984)는 호텔 투숙객들을 대상으로 하여 총57개의 호텔 이용상황과 호텔 선택속성의 중요성을 규명하였다. 루이스는 서비스의 질, 전반적인 느낌, 안전, 개선된 서비스, 식음료 가격과 질, 장식과 분위기, 쾌적성, 음료의 질, 객실과 욕실의 환경, 헬스 시설, 명성, 정숙, 객실과 욕실의 구비 조건, 예약과 프런트 데스크, 가격과 가치, 입지 등 총 17개의 요인으로 분류하였다. 그에 의하면 이용 현황별 속성과 결정속성 중 비즈니스 고객의 경우에는 호텔 이용시 안전, 서비스의 질, 객실과 욕실의 구비 조건 등이 중요 속성으로 분류되고 이러한 호텔의 중요속성과 결정속성의 불일치는 외적인 환경 변수, 즉 소비자의 이용 상황과 과거 경험이 작용하였기 때문이라 하며 상황과 개인적인 속성에 의해 결정속성의 다양성을 보여준다고 했다.³¹⁾

넛슨(Knutson, 1988)은 호텔 선택의 주요 고려 사항을 분석하여 객실의 청결과 안락함, 편리한 위치, 안전과 보안, 신속하고 정중한 서비스, 친절성과 환대, 객실 요금, 레크리에이션 시설, 직원의 특별한 대우라는 8개의 중요 속성을 제시하였다.³²⁾

호텔을 선택하는데 있어서 투숙객이 중요하게 고려하는 선택의 속성은 호텔을 처음 선택할 때 고려하는 요인과 호텔을 반복하여 이용할 때 고려하는 속성으로 분류하였다. 그 결과 호텔을 처음으로 선택할 때는 객실의 정숙과 안락, 편리한 위치, 안전과 보안, 신속하고 정중한 서비스, 친절, 객실 요금 등 6개의 요인이, 호텔을 반복하여 이용할 때는 객실의 정숙과 안락, 특별한 위치, 안전과 보안, 신속하고 정중한 서비스,

31) R.C. Lewis, "The Basis of Hotel Selection", *The Cornell H.R.A. Quarterly*, May, 1984, pp.56-67.

32) B.J. Kuntson, "Frequent Travelers, Marketing Them Happy and Bringing Them Back", *The Cornell H.R.A. Quarterly*, Feb, 1988, pp.83-87.

친절과 환대성, 객실 요금, 직원들로부터의 특별 대우 등 8개의 요인이 중요하게 작용한다는 연구 결과를 제시하였다.

캐도트와 터전(Cadotte and Turgeon, 1988)은 호텔 이용객에게 만족과 불만을 주는 속성을 연구하여 객실과 식음료 서비스 가격, 서비스의 속도, 주차 가능 정도, 숙박 시설의 이용 가능 정도, 신용카드의 적용성, 입지의 편리성, 서비스의 질적 수준, 경영자의 서비스 지식 정도, 서비스의 다양성, 영업 시간, 광고의 질적 수준, 초과 예약 제도, 호텔 주변의 교통 혼잡도 등 25개의 주요 속성 서열을 제시하였다.³³⁾

필라아트롤라와 리체(Filliatraut and Ritche, 1988)는 호텔 레스토랑 선택시 고려되는 속성별로 상황 요인을 연구하여 요리의 종류, 가격, 서비스의 질, 레스토랑의 분위기, 음식의 질 등 5가지 속성을 제시하였는데, 이들은 이론적인 관점에서 행동 모델의 현상을 규명하기 위해서는 시장 세분화 변수로서 속성수준 뿐만 아니라 상황을 포함시키기 위하여 시장 세분화 이론을 수정해야 한다고 주장하였고 방법론적인 관점에서 상황 변수를 관광 마케팅 조사 설계에 체계적으로 포함시켜야 한다고 제안하였다.³⁴⁾

국내의 경우에는 정규엽과 한승엽(1994; 1996)³⁵⁾은 호텔 상품의 부문별 특성에 부합되는 호텔 선택속성을 도출하고 추구하는 혜택에 의한 시장을 세분화함으로써 학문적 측면에 있어 연구방법 및 방향을 제시하였으며, 호텔기업 측면에 있어서 새로운 시장의 이해가 이들에게 필요할 수 있는 유용한 정보를 제공하여 주었다. 그들은 호텔 선택시에 인지하는 중요도에 따라 객실부문, 프런트 오피스부문, 식음료부문, 기타 호텔 전반부문에 따라 각각의 요인을 정의하였다.

정규엽과 이준혁(1996)은 기존의 연구 틀에서 벗어나 호텔 서비스 품질의 평가 속성들을 미시적 환경 요인과 조직적 환경요인으로 나누고 고객위주의 호텔평가가 될 수 있도록 평가 속성을 고객들을 위한 용어로 수정 조사한 바 있다.

위의 호텔 선택속성의 분류와같이 호텔선택에 있어서 영향을 미치는 속성및연구방법은 무수하다. 국내외의 대표적 연구및 기타 연구결과에 의한 속성들을 <표 2-2>.

33) E.R. Cadotte & M. Turgeon., "Key Factors in Guest Satisfaction", *The Cornell H.R.A. Quarterly*, Feb., 1988, pp.45-51.

34) P. Filliatraut & J.R. Ritche, "The impact of Situational Factors on the Evaluation of Hospitality Service", *Journal of Travel Research*, 1988, pp.31-35.

35) 정규엽·한승엽, "호텔선택결정속성에 의한 비즈니스 FIT의 시장세분화에 관한 연구", 한국호텔경영학회, 호텔경영학연구 제4권 제2호, 1996, pp.5-32.

<표 2-3>로 정리하였다.

<표 2-2> 국외의 호텔선택속성에 대한 연구

기관 / 학자	년도	속성 및 요인에 대한 연구 결과 요약
Lewis and Pizam	1981	침대 및 욕실의 질, 친절하고 전문적인 직원, 안전, 가격/질(주요 속성으로 분류되었으나 만족도 면에서는 낮게 평가 됨)
Lewis	1983	유형적 제품, 청결, 가구의 상태, (37%의 응답자가 가장 주요 속성으로 응답)
Lewis	1984	직원의 전문성, 영업이 잘되는 호텔, 안전성, 편의성, 늦 저녁 식료 서비스, 식음료 가격의 적합성, 가격/가치, 명성, 건물 외관 미, 호텔의 개성, 와이인 리스트의 질, 객실과 욕조의 상태, 사우나의 질, 호텔의 조용함, TV와 음향기기의 질, 예약의 용이성, 인근지역과 접근성
Nightingale	1985	청결, 안락함, 집과 같음, 친절한 직원, 레저, 조용함, 공간적인 여유
Knutson	1988	청결하고 안락한 객실, 친절
Cadotte and Turgeon	1988	객실, 식사, 기타 서비스에 대한 가격, 서비스의 소개, 서비스의 질, 주차장, 직원의 지식과 서비스(불만 요인의 횡수에 따른 순서)
Cullen	1988	안전, 위치, 가치, 서비스, 객실, 상태, 조용함
Marshall	1989	객실의 크기, 객실 내 업무 공간의 확보, 욕실 내의 전화
Hopkins/Brad	1986 1987 1990	안전, 객실 내 용품, 객실 디자인과 위치, 식당, 기타 부대시설 (여성 사업목적 관광객)
Taninecz/Weaver and Mac Cleary	1990 1991	청결, 편안한 침대와 베개, 수건의 질, 무료 아침 식사, 욕실내 용품, 낮은 가격
Mac Cleary and Weaver	1992	청결, 침대 및 린넨의 질 (90% 이상의 고객이 중요한 속성으로 응답) 친절한 서비스, 안전, 명성, 주차, 편리함 (80% 이상의 고객이 중요한 속성으로 응답)
Tefre R and M. Olsen	1992	침실과 욕실의 청결성과 쾌적성, 가격에 대한 가치, 식사의 표준, 직원의 우호, 공손, 신속, 전문서비스, 안전과 안정감
Kodera	1993	안전, 위치, 가격, 서비스, 객실 상태, 조용함, 직원의 예의, 장식, 명성, 이미지, 객실 내 용품
Gustin and Weaver	1993	서비스와 청결, 금연 객실, 1층 객실제공, 객실 내 용품, 인근지역에 대한 지식(노인 층에 대한 조사)
Howell, Moreo, DeMiicco	1993	청결, 안전, 객실 침대와 식사, 객실 디자인과 장식, 빠른 체크 아웃, 수영장 및 헬스클럽(여성 사업목적 관광객)

주) 논자 재작성

<표 2-3> 국내의 호텔선택 속성에 대한 연구

기관 / 학자	년도	속성 및 요인에 대한 연구결과 요약
정규엽, 한승엽	1994	객실 : 욕실 내 비품/특성, 욕조의 청결, 취침/작업환경, 편의성, 서비스 프런트 오피스 및 관련 부문 : 스포츠 시설/정보, 주요기능, 객실가격, 직원의 서비스 질, 불평처리의 효율성 식음료 : 식음료 서비스 지각, 식음료 정책 기타 호텔 전반부문 : 호텔 내외의 안전성, 호텔 내외의 환경, 위치, 호텔 이미지
	1996	객실 : 청결/편안함, 객실/욕실의 기능, 충분한 공간/조명, 프런트 오피스 및 관련 부문 : 직원의 능력, 가격, 정보 식음료, 기타 호텔 전반부문 : 이미지, 환경, 위치
정규엽, 이준혁	1997	미시적 환경속성 : 시설 및 환경, 청결 및 객실 내부환경, 위치/구전, 부대시설의 품질, 가격, 주위환경 조직 환경속성 : 직원의 능력, 정책시스템, 불평통제 및 신뢰성, 예약

주) 논자재 작성



제2절 호텔 시설 및 공간배분

1. 호텔 시설의 개념

일반적인 건축물에서 시설(facility)이라는 것은 주로 내부를 지칭하는 것으로 외부와 벽이나 유리, 기타의 자재로 차단되어 있는 곳을 의미한다. 호텔에서도 시설이라 하면 주로 실내를 말하며 대별하면 영업을 위한 곳과 영업을 지원하는 곳으로 나누어 볼 수 있다.

앞장에서 살펴보았듯이 호텔건물의 주목적은 일정한 지불능력이 있는 고객을 상대로 하여 숙박과 식음료등을 인적, 물적 서비스를 함께 제공하고 대가를 받는 상업적 용도를 지닌 건물이다. 일반적인 상업용 건물의 경우에는 그 용도가 사무실이나 상가 등으로 되어 내부공간이 건물의 용도에 맞게 정해져 있는데 반하여 호텔의 경우에는 건물내부의 구조나 배치, 배열이 일반 건축물과 크게 달라 이들이 각각의 기능을 수행하기 위해 한 평면에서 서로 교차하고 어울려서 시설을 구성하기 때문에 공간을 적절한 용도와 적당한 크기로 구획하는 것이 대단히 중요하다고 할 수 있으며 이것을 공간배분(space control)이라고 한다.

호텔의 시설은 쾌적성과 편안함을 제공하는 것을 가장 큰 목적으로 하기 때문에 자연친화적이고 환경 친화적인 요소가 가미되어야 하며 해당호텔의 물리적 특성에 맞는 최적의 시설을 보유하여야 한다. 호텔의 주요고객이 사용하거나 이용하는데 있어서 불편함이나 거부감이 최소화 할 수 있어야 하며 첨단이라는 이유로 고객에게 불편을 제공해서는 안될 것이다. 다시 말하자면 시설이 고객보다 우위라는 개념은 아닌 것이다. 이러한 이유로 호텔 건물은 가로와 세로 비율과 건물의 층·고, 기둥의 간격과 굵기, 사용 목적 등에 따라서 내부 공간의 위치 및 모양이 다양하게 변화될 수 있는 것이다. 실내 공간의 반대적인 개념으로 외부 공간, 즉, 외관을 들 수 있는데 호텔 건물의 경우에는 지역의 랜드마크(landmark)적인 역할을 하는 경우가 많이 있으므로 외부의 형태도 사전에 충분히 고려되어야 할 것이다. 또한 외부의 형태 때문에 내부의 공간이 제약을 받는 경우가 있으므로 사전에 신중하게 충분히 검토해야 한다.

2. 호텔 시설의 구성

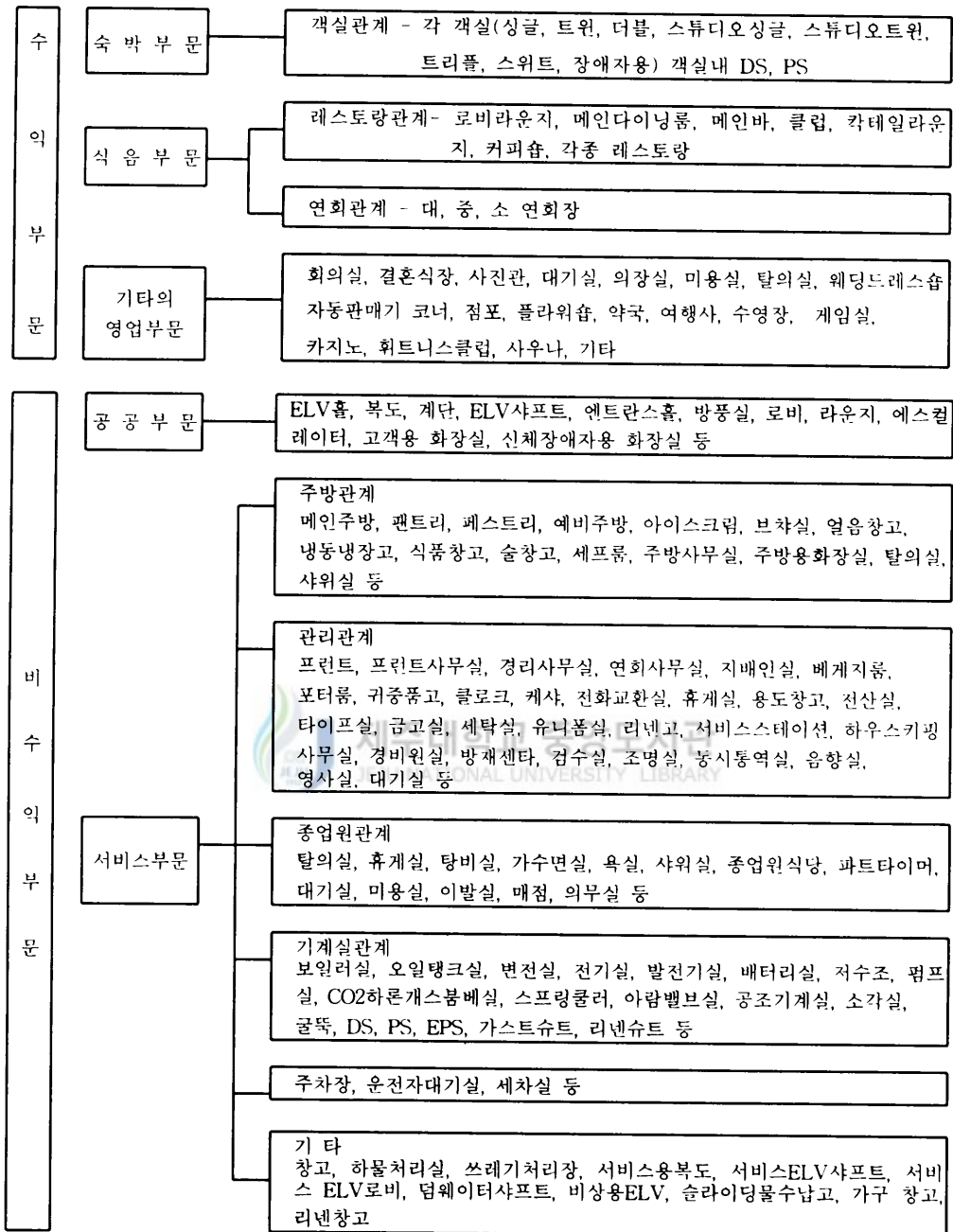
호텔의 시설은 공간구성(space program) <그림 2-3>에 나타난 바와 같이 호텔 고유의 기능에 따라 숙박부문, 식음부문, 기타의 영업부문, 공공부문, 서비스부문으로 나누어진다. 수익부문은 숙박부문, 식음부문, 기타의 영업부문으로 구성되며, 비수익부문은 주방부문, 관리부문, 종업원부문, 기계실부문, 기타부문으로 구성된다. 이중 숙박부문, 식음부문, 기타영업부문 등 영업활동과 직접적인 관계가 있는 시설은 수익공간(profit space), 사무실등 영업과 관련한 지원부서로 구성되는 시설을 비수익공간(non profit space)이라한다.

일반적으로 호텔의 경우에 수익공간과 비수익공간의 구성비는 55대 45의 비율로 되어 있다. 이 비율은 일반 상업용 건물의 경우는 80대 20 정도로 나타나고 있다.³⁶⁾ 위의 비율에서 나타난 것과 같이 호텔 건물은 타 용도의 건물에 비하여 직접적인 영업활동에 필요한 면적이 절대적으로 적은 것을 알 수 있으며 이러한 이유로 공간의 구성과 배치는 매우 중요한 문제임을 알 수 있다.



36) 전병직, 「호텔건축계획」(서울 : 세진사), 1998, p.88.

<그림 2-3> 호텔의 부문별 공간구성³⁷⁾



37) 이광노 외 4인, 건축계획, 문운당, 1990. p.261.

한편 건축학적 관점에서 보면, 호텔의 형태 및 공간구성은 기능과 동선을 기본으로 형성하여 일반적으로 저층부를 형성하는 공공 공간의 메스(mass)와 상층부의 숙박공간의 메스의 조합으로 이루어지며 장소에 따라 구릉지 등 지형에 순응하는 형태로서 하향식 형태를 채용하는 경우도 있다³⁸⁾.

1) 숙박공간 구성의 특징과 형식

현대 호텔의 숙박공간은 객실이 유니트(unit)화 되어 이것이 기준층을 형성하며 일반적으로는 일률적 또는 부분변형으로 구성되며, 이 구성 형식은 건물외관 결정의 중요한 요인이 되는 특성을 지니고 있다. 객실 기준층에 대한 구성형식은 <그림 2-4>와 같다.

<그림 2-4> 객실 기준층 구성형태 분류

도형 입각	객실 기준층 구성 형태 분류			호텔명	
	평면	면	단면		
(1) 선형식				(1)선형(Linear) 형식: 선형구성으로 편복도합, 중복도합, 적임합, 교차합(방사선형) 등으로 구분되며 대부분 객실 입입식이며 평동한 객실 배치와 경계적 형태임	서귀포항 호텔신라
(2) 탑형식				(2)탑형(Tower) 형식: 원형, 삼각형, 사각형의 형태가 기본으로 한 형태 폐쇄적인 코어(Core)를 중앙에 가지고 있으며 기준층의 객실수에 감소되거나 서비스 동선, 기계실비에 유리한 점이 상정성이 강하다	
(3) 아트 리움형식				(3)아트 리움(Atrium) 형식: 호텔 중앙 상부층을 오픈하여 천창으로 채광을 하게 하여 객실 층도와 중앙도의 공간이 입체적인 연계를 가진 메이저 스페이스(Major Space)를 구성하는 형식이다	하얏트 리번기

자료 : 이양, 전개서, p.16.

38) 이양, "제주지역 리조트호텔 객실 및 공용공간에 관한 건축 계획적 연구", 한양대학교, 석사학위논문, 1998, pp.14-18.

2) 공공 공간 구성의 특징

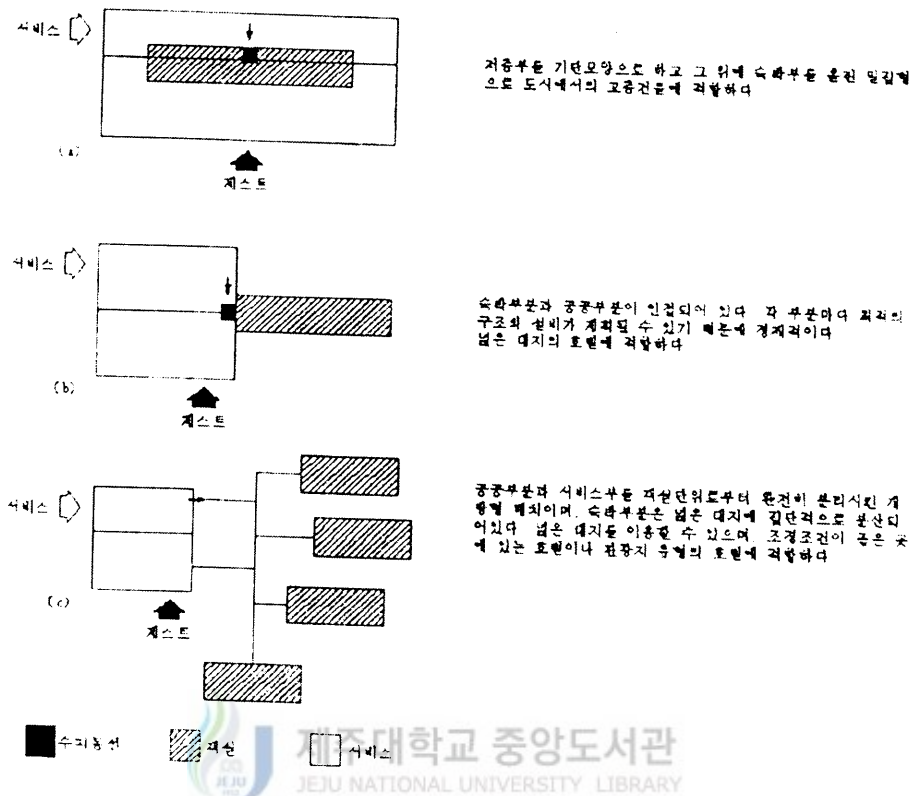
공공 공간(public space)은 그 기능적 특성으로 인하여 호텔의 진입부에 있어서 많은 고객의 이용도를 증가시키며, 객실 공간의 프라이버시와 객실 고객의 동선의 편리성을 함께 충족시키기 위해 저층부에 두는 것이 상례이다. 다양한 계층의 고객의 왕래와 편리성, 호텔이 갖는 개성 있는 내부공간은 호텔의 상징적 이미지를 주는 주요한 건축적 역할을 하는 공간으로서의 특성을 지닌다.

3) 호텔의 공간 결합 방식

호텔 공간의 구성은 기능과 인접관계, 통로와 연결되는 응집된 공간으로 구성되며 호텔의 다양한 요구를 충족시키기 위해서는 일관성 있는 공간구성의 유형을 기대하기는 어렵다. 그러나 각 기능의 분리 계획은 호텔 건축공간 구성계획의 기본 방향으로 진입부인 공공 공간을 중심으로 공간을 결합시키는 방법을 기초로하여 분류하는 것이 우선되어야 한다. 호텔의 기준층과 공공부문을 연결하는 대표적인 방법은 <그림 2-5>와 같다.¹⁴⁾



<그림 2-5> 객실부문과 공공부문과의 연결기능도



자료 : 안영배의 4인, 「건축계획론」 문운당, p.482.39)

4) 호텔의 형태 구성

호텔 건축에 있어 형태구성은 경영자와 설계자의 의지를 반영하고 있으나, 중요한 것은 장소성과 대지규모, 위치, 기상, 조망, 진입관계 등의 물리적 여건에 순응하여 형태와 기능을 해결해야 하며, 이는 이용객의 선호도와도 밀접한 관계가 있다. 따라서 현대 호텔 건축의 건축계획적 입장에서 유형과 형식의 관계로 인한 구성체계는 매우

39) 안영배의 4인, 「건축계획론」 문운당, p.482.

중요하다 하겠다.

5) 객실 부문

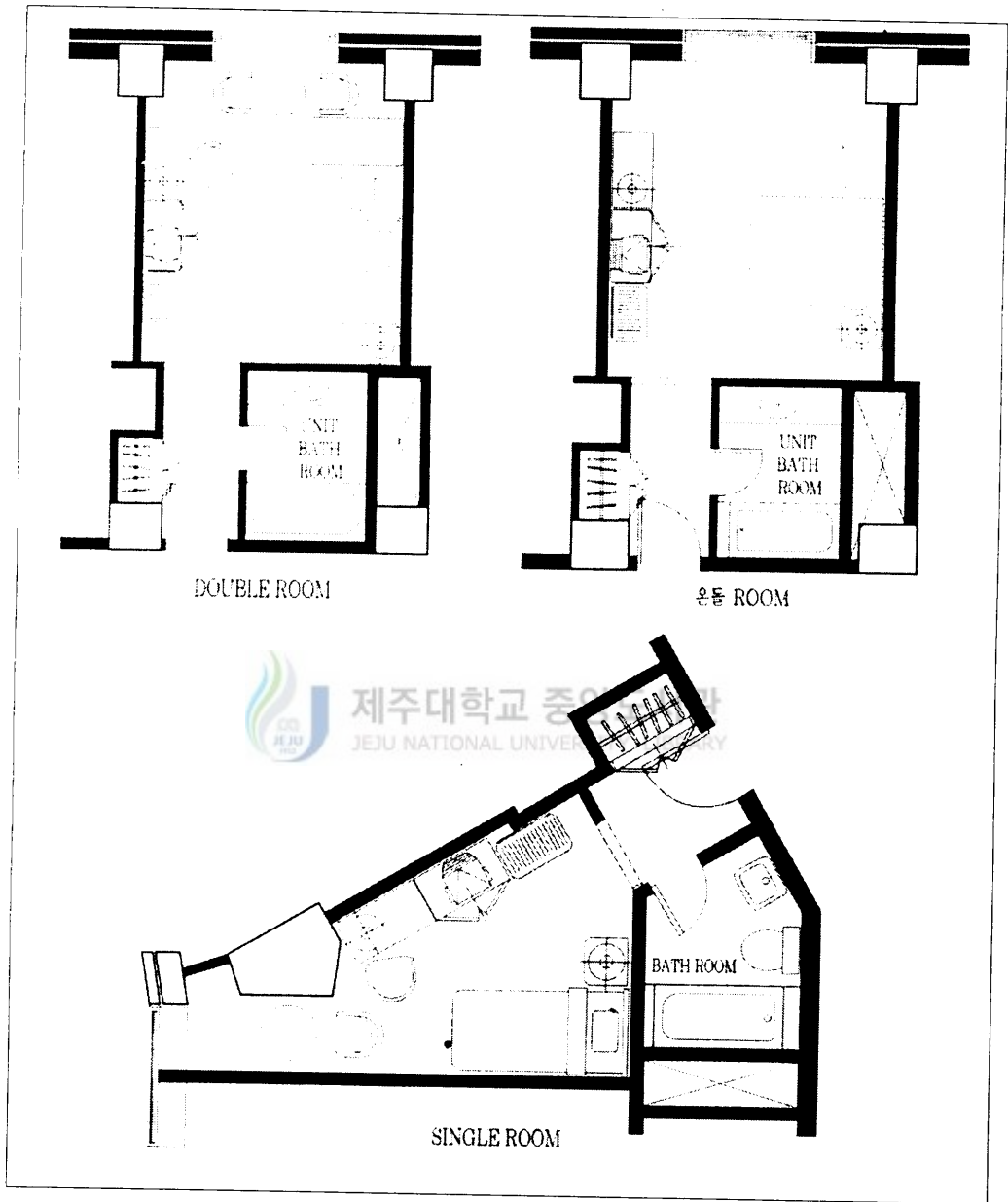
수익 공간의 대표적인 곳으로서 호텔 건물의 약 60%정도를 차지한다. 따라서 호텔의 주 상품은 객실이 되는 것이며 이를 적절하게 배치하는 것은 향후 호텔의 생산성과 직접적인 관련이 있다. 객실부문은 로비 부문의 프런트 데스크와 객실로 구성된다.

객실의 구성은 대부분은 기준 객실(standard room)로 이루어지고 나머지는 스위트룸(suite room)이나 로얄 스위트(royal suite room)등 대형 객실로 나누어진다. 스위트룸의 경우에는 일반적으로 건물의 상층부에 위치하여 전망이나 채광을 배려하고 공간을 넓게 사용할 수 있도록 한다. 스위트 룸의 구성은 일반적으로 전체 객실 수의 5% 범위 내에서 조정한다. 이 부문에서 특별하게 고려되어야 할 곳은 객실 복도로서 복도의 폭과 천장의 높이에 주의하여야 한다.

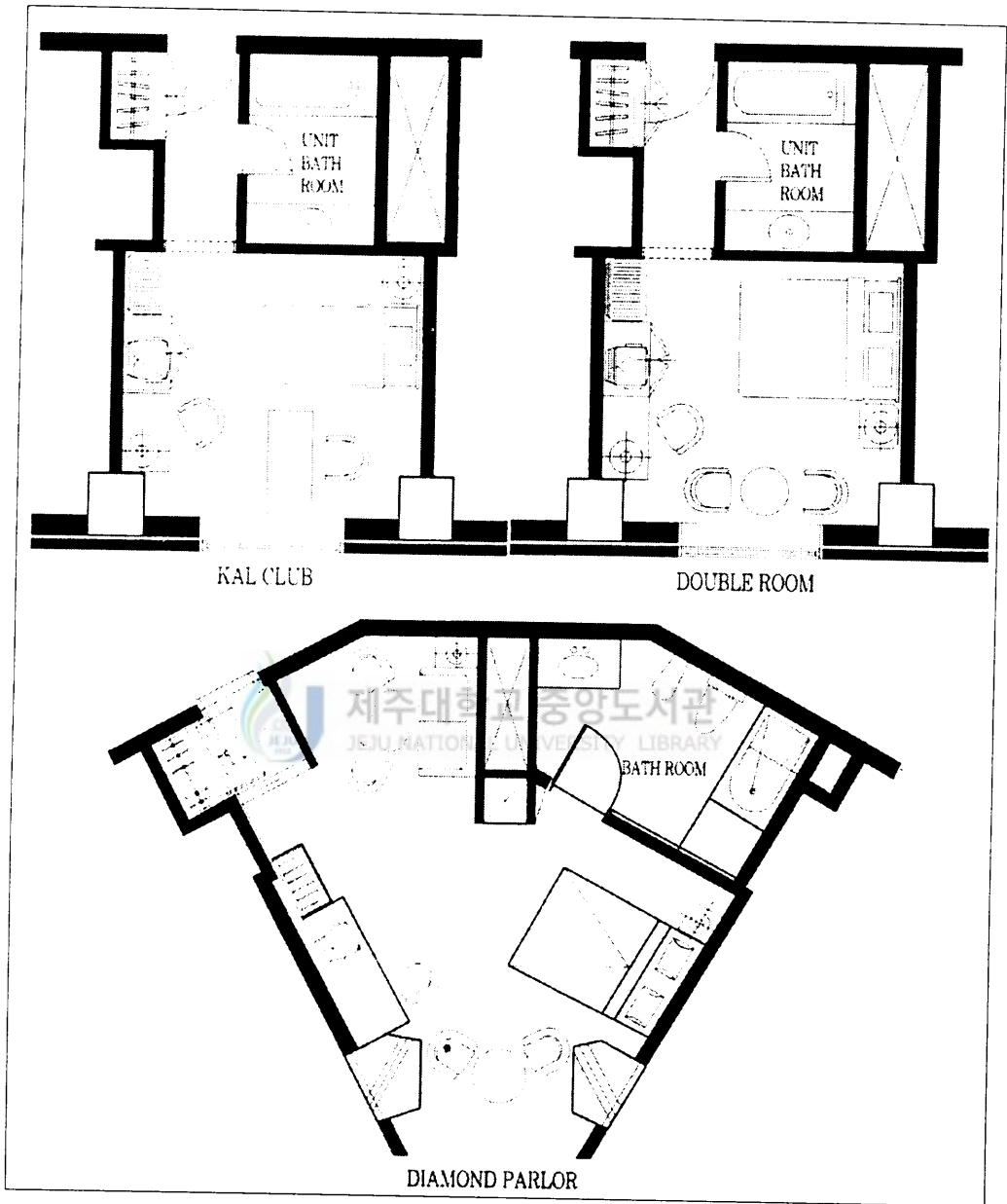
<그림 2-7>, <그림 2-8>, <그림 2-9>는 K호텔의 객실 유형별 평면도이다.



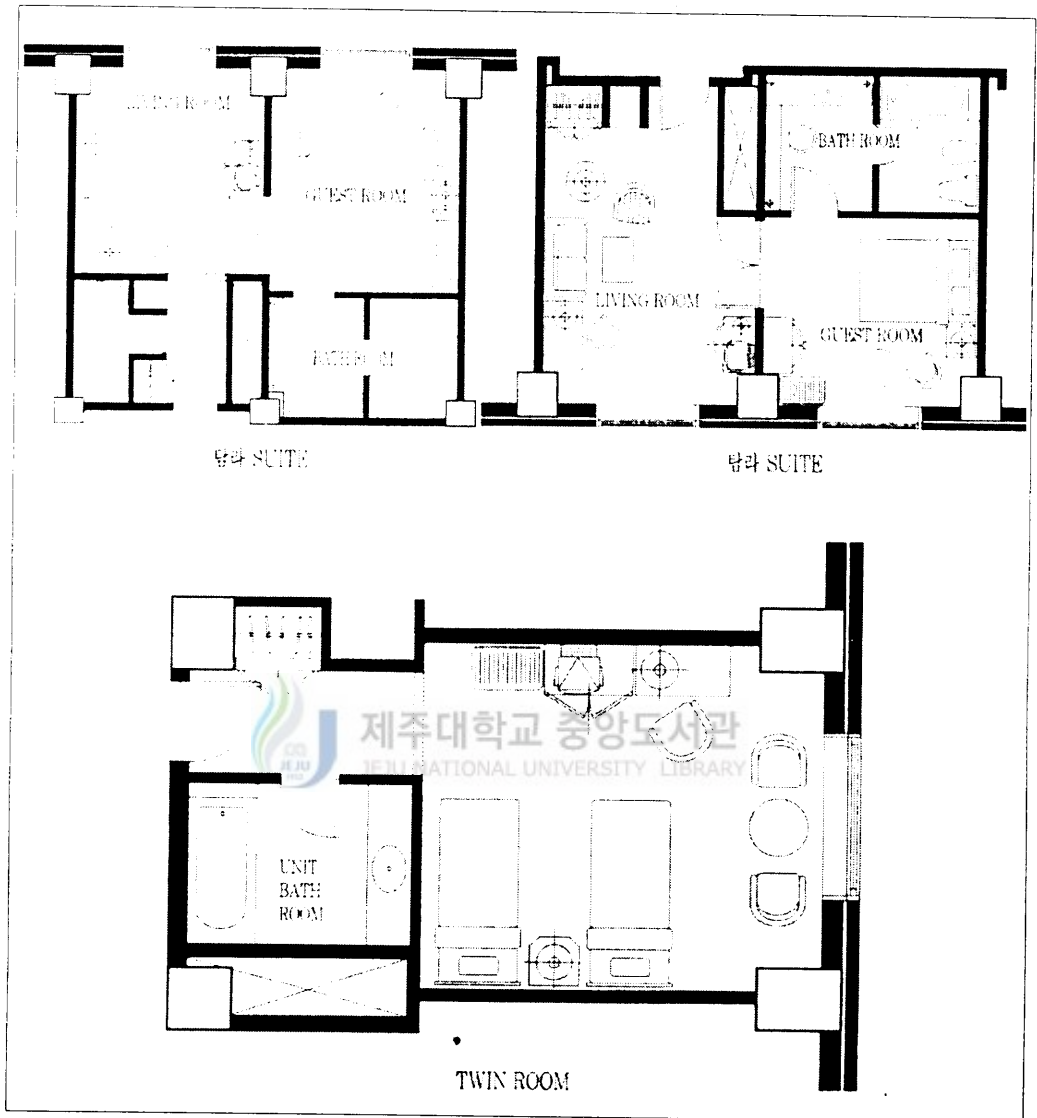
<그림 2-7> K호텔의 객실 유형별 평면도(I)



<그림 2-8> K호텔의 객실 유형별 평면도(Ⅱ)



<그림 2-9> K호텔의 객실 유형별 평면도(III)



6) 식음료 부문

식음료 시설은 대표적인 판매시설로서 호텔에 투숙한 고객과 호텔을 단순하게 이용하려는 고객이 함께 만나는 장소가 된다. 또한 외부의 고객이 호텔을 이용하는 곳이므로 호텔의 특성을 알릴 수 있는 장소이며 호텔의 영업 실적과도 밀접한 관계를 가진 곳이다.

이 공간은 장래에 있어서 호텔의 등급 결정과 밀접한 관련이 있으므로 다소 시간이 소요되더라도 신중을 기해 의사결정을 해야 할 것이다. 호텔 건물의 최상층에는 전망이 우수한 관계로 바(bar)나 레스토랑을 배치하는 것이 일반적인 방법이다.

나머지 레스토랑은 주로 지하에 배치하여 인테리어를 이용하여 분위기를 살릴 수 있도록 한다. 이 위치의 결정은 주로 메인(main)주방의 위치가 지하에 있는 것과 깊은 관련이 있다.

7) 연회장 부문

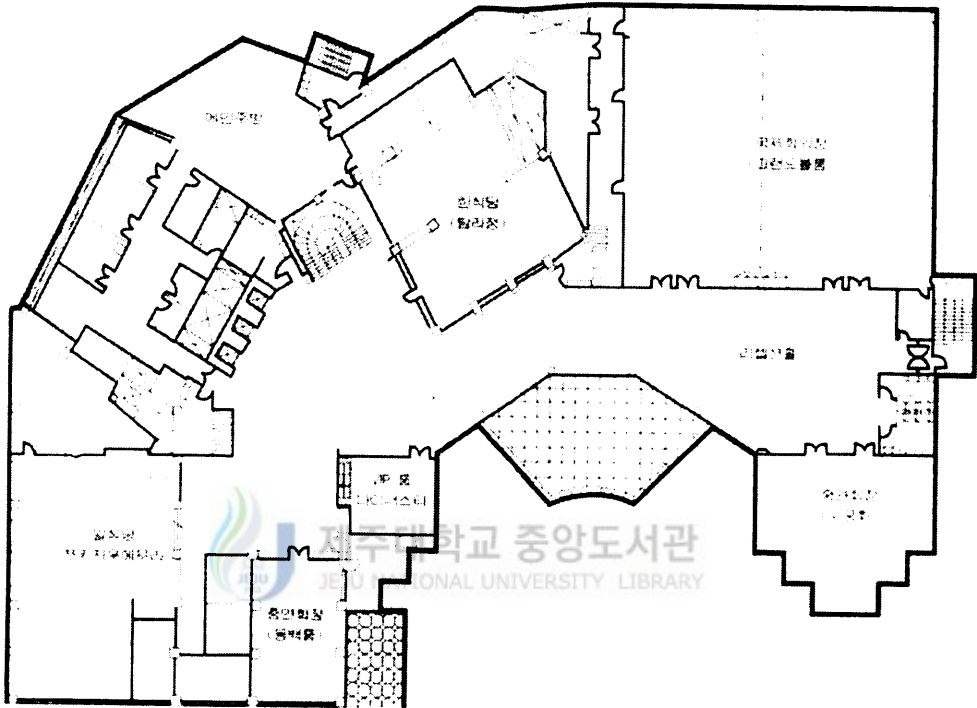
연회장(banquet)은 크기나 위치에 따라서 대연회장과 중·소연회장으로 용도를 나누는데, 대연회장의 경우에는 저층(Low floor)에 자리를 잡고 연회장 전용 출입구를 별도로 만들어 주어야 한다. 주 출입구를 별도로 만드는 이유는 대연회장에서 대형 연회행사가 개최될 경우 많은 고객이 로비를 통해 연회장으로 이동할 경우에 로비의 혼잡은 물론이고 일반 고객과 섞여서 혼잡을 이루기 때문이다. 중·소연회장의 경우에도 혼잡도는 상대적으로 적을 수 있으나 호텔의 이미지와 고객의 편의를 위해 대연회장 부근에 위치하는 것이 바람직할 것이다.

연회장 내에는 어떠한 경우라도 기둥(column)이 있어서는 안되며 기둥이 부득이하게 있을 경우에는 연회장의 구획을 다시 고려해야 할 것이다. 현재는 결혼식이 허용된 관계로 토요일이나 공휴일의 경우에는 예식 관련 고객이 많이 방문하게 되는데 대규모 인원의 일시적인 방문으로 호텔 전체의 이미지를 훼손하거나 혼잡을 초래하는 일이 발생하지 않도록 해야 한다.

연회장의 경우에는 각종 국제행사를 유치할 수 있도록 각종 기자재 및 동시 통역 시설과 조명, 방송장비를 보유할 공간을 확보하여야 하고 행사를 고려하여 천장의 높

이를 6m이상 확보하여야 할 것이다. 예식을 고려한다면 신부 대기실과 폐백실도 준비해야 할 것이다.40)

<그림 2-10> K호텔의 회의 및 연회장시설 평면도



40) 박호래·이정배, 「호텔프로젝트」(서울 : 백산출판사), 2000, p.112.

8) 부대시설 부문

① 휘트니스(fitness)

우리 나라와 일본의 경우에는 다른 나라의 호텔과 달리 휘트니스 시설 중 사우나(sauna) 관련 시설을 호화롭고 넓게 만든다. 그 이유로는 목욕문화가 발달하였고 대부분의 경우에 고가의 회원권을 분양하여 회원을 모집하고 회원 중심으로 시설을 운영하기 때문이다.

회원제의 장점은 초기에 투자비를 회수할 수 있다는 점과 휘트니스 회원이 호텔의 주요 고객으로 확보된다는 점이다. 회원 전용시설이라 하더라도 투숙객의 경우에는 시설을 이용하게 되므로 외부의 고객이 함께 사용하는 개념이다.

이러한 휘트니스 센터내에 설치된 주요 시설로는 락커(locker), 사우나, 냉, 온탕, 휴게실, 식당, 체력 단련실, 실내외 수영장, 골프 연습장, 이·미용실 등이 있다. 주로 지하에 위치하거나 건물의 상층에 자리잡기도 한다.

② 아케이드(arcade)

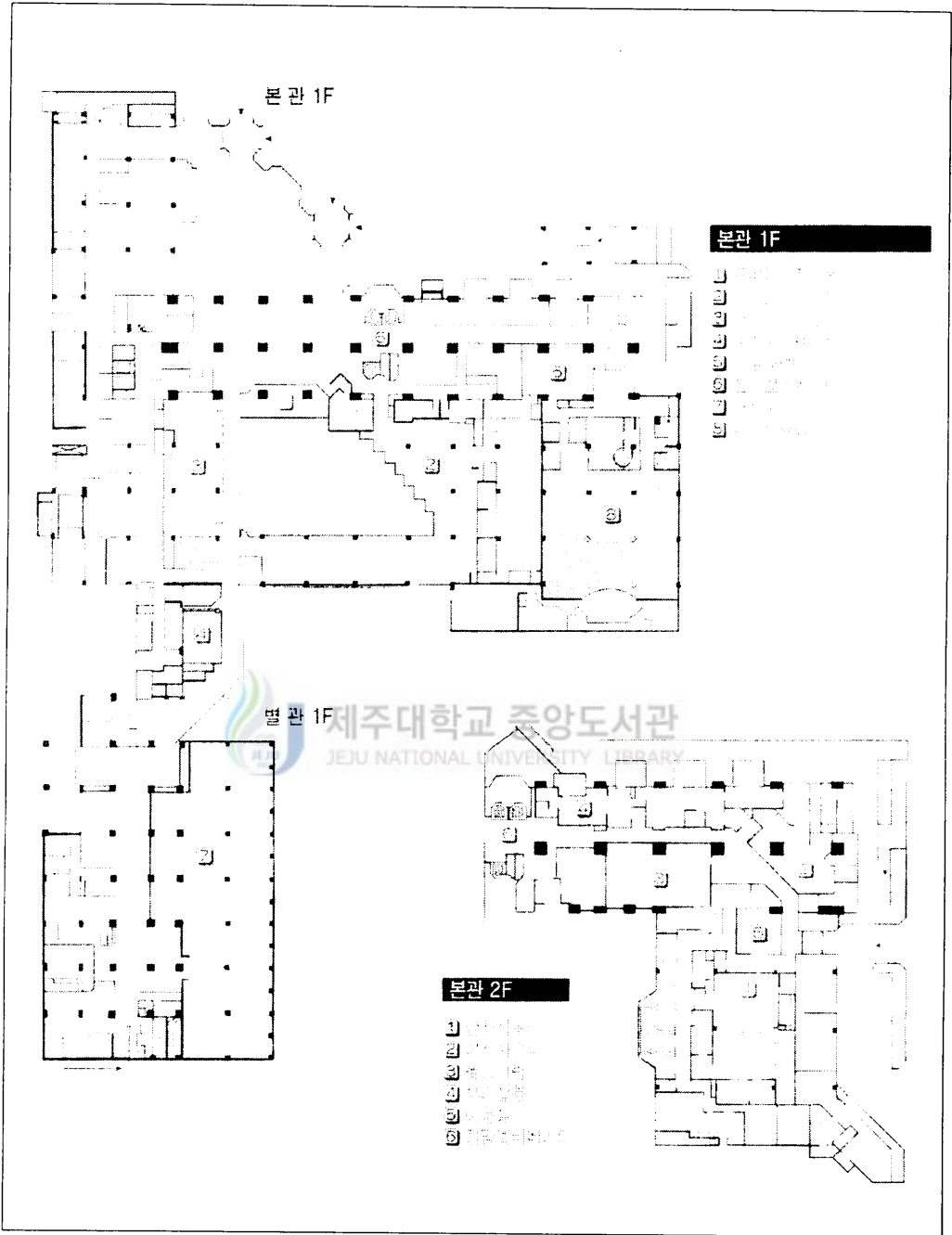
호텔에 투숙한 외국 관광객에게 필요한 물품을 파는 곳으로 양복점, 보석 가게, 양품점, 기념품 상점, 미술품 등이 있다. 주로 지하에 위치하며 고객이 쉽게 찾을 수 있도록 식당가 주위에 배치한다. 주로 임대를 한다.

③ 나이트클럽(night club)

주로 호텔의 지하에 위치하며 전용 출입구를 별도로 만들어 주어야 한다. 취객이 많은 관계로 호텔 내부로 출입구를 둘 경우에는 로비가 소란스럽거나 사고가 발생할 우려가 높다.

영업적인 성격의 특성상 호텔이 직영을 하는 곳은 별로 없으며 대부분이 임대를 주고 있는 실정이다. 이 부분도 음향과 조명을 예상하면 6m 이상의 층고를 확보하는 것이 중요하며 기둥이 없는 형태가 바람직하나 기둥이 있을 경우에는 이를 잘 활용하여야 할 것이다.

<그림 2-11> G 호텔의 부대시설 평면도



9) 지원시설 부문

지원시설은 호텔의 영업활동을 위해 보조적인 기능을 담당하는 곳으로 비수익 공간이라고 할 수 있다. 이 공간에서 직접적인 영업 행위는 이루어지지 않지만 직·간접적으로 도움을 주는 곳이다. 대표적인 곳으로는 각종 주방과 사무실 직원 관련 시설, 설비 및 기계실, 각종 창고, 주차 시설 등이 있다.

① 주방(kitchen)

모든 요리를 조리하고 가공하는 메인주방(main kitchen)과 각 레스토랑 별 보조주방(sub kitchen), 연회장 주방 등으로 나눌 수 있다. 주방의 면적은 호텔의 식음료 영업장과 연회장의 면적에 의해 결정되어지는데 일반적인 면적의 기준은 영업장 면적의 30%를 적용하면 된다. 각종 주방은 메인창고(main storage)로부터 가까운 거리에 위치해야 하고 각 영업장과도 근접해야 한다.

특히 주방은 물과 불을 다루는 곳이므로 각종 안전사고가 빈번하게 발생하므로 이를 사전에 예방하는 시설을 해야 할 것이다. 따라서 주방 가까이에 직원용 엘리베이터가 있어야 하고 필요에 따라서는 덤 웨이터(dumb weighter)를 설치하기도 해야 한다.⁴¹⁾ 이와 마찬가지로 주방에서 발생하는 각종 쓰레기의 반출과 식음 자재의 반입을 고려하여 화물 집하장과 검수실을 인접한 장소에 배치하여야 할 것이다.

② 사무실(office)

지상(地上) 부분은 대부분이 고객을 위한 영업 시설로 전용되는 관계로 일부 리조트 지역을 제외하고 사무실의 경우는 대부분이 지하에 위치하게 된다.

사무실의 면적은 인사, 총무의 기능과 영업 회계, 영업부서, 판촉부서, 주방, 구매, 하우스 키핑 등으로 나눌 수 있다. 운영상 통합 운영이 필요한 부서는 한곳에 집합하는 것이 효율적이고 영업과 근접을 요하는 부서는 원하는 위치에 배치하는 것이 바람직하다.

41) 박호래·이정배, 전계서, p.124.

③ 직원 관련시설

호텔에 근무하는 전체직원이 이용할 수 있는 공간을 말하며 여기에는 직원용 락카, 휴게실, 직원 식당, 탈의실, 세탁실, 교육장 등이 포함된다.

락카와 탈의실의 경우에는 정규 직원이 이용하는 곳과 파트타임(part time)이나 용역 직원이 사용하는 곳을 분리하여야 하고 남녀 구별도 해야 한다. 직원 식당의 면적은 전체 직원 수를 계산한 다음 식사 소요 시간과 교대 근무자 등을 고려하여 몇 회전 할 것인가를 결정해야 한다

세탁실(laundry)의 경우에는 자체 세탁을 할 것인가 아니면 외부 용역을 줄 것인가를 결정해야 한다. 최근의 추세는 인건비가 비싸고 환경문제에 대한 관심이 높은 관계로 자체 세탁을 줄이고 있는 실정이다. 외부 용역을 줄 경우에는 약 1회전 정도의 린넨의 재고가 늘어나는 문제가 발생하며 이는 린넨 창고면적의 증가를 의미하는 것이다.

④ 창고(storage)

현재 운영중인 호텔의 경우에 시설적인 측면에서 가장 부족하게 느끼는 부분이 바로 창고이다. 창고는 모든 부서에서 필요로 하는 장소지만 충분하게 배려하기가 어려운 부분이기도 하다.

대부분의 창고는 지하에 위치하게 되는데 식자재나 음료 자재의 경우에 신선도를 유지하기 위한 냉동, 냉장 창고가 있어야 하며 과일 등을 보관하는 저온창고도 있어야 한다.

또한 각 주방별로 창고도 있어야 한다. 하우스 키핑(house keeping)의 창고는 호텔의 객실이 있는 층에는 각 층별 린넨(linen) 창고가 있어야 한다. 특히 냉동, 냉장창고의 경우에는 냉동기를 움직이는데 필요한 실외기를 설치해야 하고 창고내부를 청소할 수 있도록 하기 위해서 배수구가 꼭 설치되어야 한다.

⑤ 기계실

기계실은 호텔을 유지하는데 꼭 필요한 시설로서 인간에 비유하면 심장과 같은 역할을 하는 곳이라 할 수 있다.

기계실은 각종 보일러와 전기, 냉방, 공조, 저수 시설이 포함되며 유사시 필요한 비

상 발전시설도 있다. 기계실은 엄격히 통제되며 보안을 유지하는 곳으로 외부인의 출입을 철저히 통제하여야 한다.

⑥ 쓰레기 처리장

호텔에서 하루에 발생하는 쓰레기의 양은 객실 수와 영업장의 규모에 의해 다르지만 처리하는 방법은 동일하다. 쓰레기는 분리수거를 해야 하며 공병은 따로 모아 관리하고 음식물 쓰레기는 잘 건조시킨 후 배출하도록 해야 할 것이다.

특히 여름철에 음식물 쓰레기의 경우에는 부패되면 악취를 발생시킬 수 있으므로 환기 및 주위를 물 청소를 실시할 수 있도록 여러가지 시설을 고려해야 할 것이다. 또한 지하에 쓰레기 집하장이 있는 경우에는 쓰레기 운반차량이 직접 진입 할 수 있도록 차량 출입 통로의 높이를 계산해야 한다.

3. 호텔 시설의 연결

호텔 내부공간을 살아 있는 생물체가 아무런 방해를 받지 않고 움직이는 것과 같이 원활하게 하기 위해서는 고객과 직원, 화물, 각종 에너지가 서로 다른 목적을 위해 유기적으로 움직여야 한다.

앞에서 살펴본 각각의 시설을 유기적으로 움직이게 하기 위해서는 각 시설을 연결해야 하는데 수평적 연결로는 복도와 다리, 통로 등이 있고, 수직적 연결로는 계단, 엘리베이터, 에스컬레이터 등이 있다. 이 연결 방식을 이용하여 인적, 물적, 정보의 흐름을 동선이라 하는데 호텔의 경우에는 고객 동선, 종업원 동선, 화물 동선, 에너지 동선 등이 있다고 할 수 있다.⁴²⁾

1) 고객 동선

호텔을 이용하는 고객은 앞에서도 언급한 것과 같이 객실을 이용하는 투숙 고객과 단순히 영업장을 이용하는 외부고객 또는 방문고객으로 나눌 수 있다.

42) 전병직, 전계서, p.99.

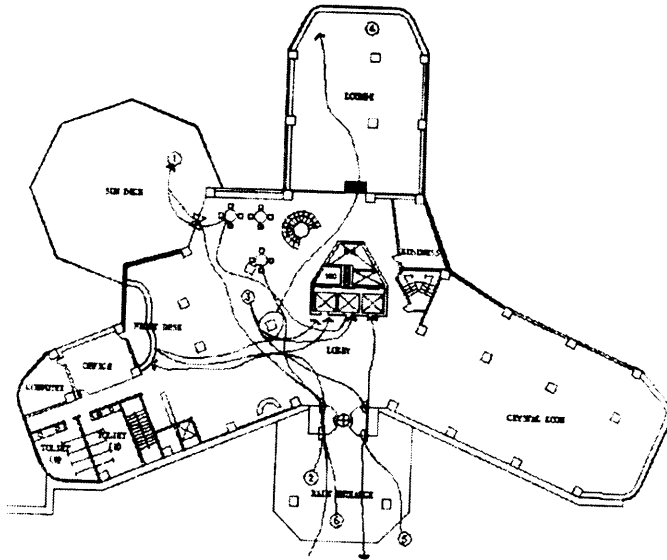
투숙 고객의 경우에는 호텔에 들어서면서부터 쉽게 프런트 데스크(front desk)를 발견할 수 있어야 하며, 체크 인이 이루어진 후에는 근처에 있는 엘리베이터를 이용하여 객실로 이동하면 된다. 짐이 있는 경우에는 신속하게 벨맨이 객실로 운반하여야 한다.

외부 고객의 경우에는 주차를 하거나 택시를 이용하였을 경우에도 쉽게 호텔 내부로 진입하여 원하는 영업장을 찾아갈 수 있도록 해야 한다. 로비(lobby)나 영업 공간은 호텔 직원이 이용해서는 안되며 영업 장소 외의 지역으로 다녀야 한다.

<그림 2-11>에 나타난 바와 같이 A호텔의 오후 시간(18:00~19:00)의 고객 움직임은 다음과 같다.



<그림 2-11> A호텔 로비 이용객들의 움직임(18:00 - 19:00)⁴³⁾

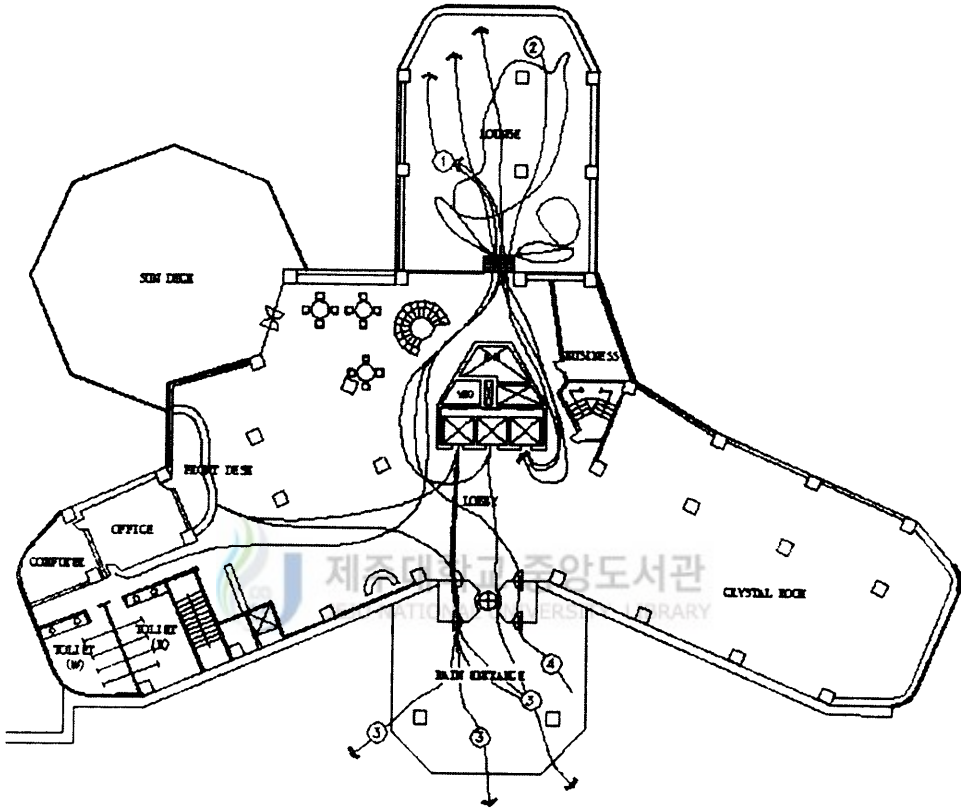


- 18:00 이용객(1) - 두쌍의 신혼부부 중 한쌍은 창가 쇼파에 앉고 한쌍은 선데크로 나가 사진촬영을 한다.
- :05 15명쯤의 중국관광객이 짐을 끌고 로비에 도착한다. 프런트데스크에 안내원이 수속하는 동안 대기의자에 앉아 이야기를 나눈다. 대기의자는 4석밖에 없다. 나머지 11명은 기둥주변에 2~3명씩 모여 이야기를 나눈다.
- :10 이용객(1) - 로비에서 합류 이야기를 나누다 밖으로 나간다.
이용객(2) - 중국관광객 분산하며 객실로 올라감
- :20 이용객(3) - 일본인 관광객 5인 현관 가까운 기둥결에 서 있는 상태로 모여 이야기를 나눈다. 안내원은 체크인 수속. 20분 뒤 3인의 외래객이라운지로 간다(이용객 4)
- :45 이용객(5) - 단체관광객 2팀이 도착 객실로 간다.
이용객(3) - 객실로 간다.

43) 이양, 전개서, pp.40-41.

한편 A호텔의 익일오전 1시간(09:00~10:00) 고객 움직임은 <그림 2-12>와 같다.

<그림 2-12> A호텔 로비 이용객들의 움직임(09:00 - 10:00)



- 09:00 이용객(1) - 가족 1팀, 신혼 1팀, 단체관광객 중 일원 1팀 조식 뷔페식당으로 간다.
 이용객(2) -라운지에 준비된 뷔페식사를 마친 이용객 8명 정도 객실로 간다.
- :15 이용객(3) - 단체관광객 산발적으로 모여 관광을 떠나고, 청소원이 로비 바닥을 닦는다.
- :30 이용객(4) - 외래객 4인 라운지로 간다.
- 10:00 점심 뷔페준비를 위해 종업원들이 로비를 통하여 분주히 움직인다.

2) 직원 동선

호텔 직원은 출근할 때부터 퇴근까지 영업을 위한 공간을 침범해서는 안된다. 근무 부서가 영업장인 경우는 예외로 하지만 일반 사무직원이나 관련이 없는 직원은 절대 노출되어서는 안된다.

직원이 업무를 보기 위해 엘리베이터를 이용하려 할 때는 직원용 엘리베이터, 직원용 화장실, 직원식당, 휴게실을 사용하여야 한다. 될 수 있으면 고객과 직원이 만나지 않도록 계획하는 것이 중요하다.

3) 화물동선

호텔은 작은도시라고 할 만큼 다양한 직종과 직원으로 구성되어 움직이는 곳이다. 따라서 영업활동 및 호텔의 유지를 위한 각종 자재의 납품과 외부인의 출입이 빈번하게 이루어진다.

이러한 구매 물품이 구매를 요구한 각 부서에 적절한 시기에 적당한 보관 상태로 정확한 수량을 공급해 주어야 한다. 이러한 각종물품이 움직이는 동선을 화물 동선이라 하고 화물 동선의 경우에는 계단이나 높이가 다른 복도 등이 나와서는 곤란하다.

대개의 물품은 부피가 크고 무거운 관계로 바퀴가 달린 운반도구인 카트(cart), 웨곤(wagen)등을 사용하는데 바퀴가 굴러갈 수 없는 곳이 있다면 상당한 곤란을 겪게 될 것이고 이를 해결하기 위해서는 인원을 추가로 투입해야 할 것이다.

특히 객실 층의 경우에는 객실에서 발생하는 각종 세탁물이 보통 객실당 1일 3.5kg 정도 발생하므로 이를 엘리베이터를 통해 이동하는데는 많은 시간과 인원이 필요하게 된다.⁴⁴⁾ 이를 해결하는 수단이 린넨 슈트(linen chute)이다. 이 슈트를 이용하여 세탁물을 지하에 있는 세탁실이나 세탁물 집하장으로 보내면 되는 것이다.

44) 박호래 · 이정배, 전계서, p.121.

4) 에너지 동선

우리의 눈에는 보이지 않지만 호텔 내부에 거미줄처럼 얽혀 있는 통신, 전기, 각종 제어장치의 배선과 급수 및 배수를 위한 파이프(pipe), 냉난방 공급을 위한 공조 시설의 덕트(duct), 소화 설비 등이 설치되어 있다. 이들도 어느 하나가 문제를 일으키면 호텔 전체 영업에 지장을 줄 수 있으므로 이를 잘 관리하여야 할 것이다.

시설을 계획할 당시 향후에 추가 설비 공사나 교체 공사를 손쉽게 할 수 있도록 면적을 배분하는 것이 중요하나 공사비의 증가와 면적의 증가로 인해 잘 반영되지 못하고 있는 경우가 많다.



제3장 호텔 공간 및 시설현황

제1절 호텔 공간 및 시설기준

호텔 건축 연면적의 결정요인은 건축법과 도시계획법 등 관계법규를 검토하여 최대 건축가능 연면적을 산출하여야 한다. 산출된 범위 내에서 건축주의 투자비 등 예산을 반영하여 결정하게 된다. 이 때 검토하여야 할 주요 법규사항은 <표 3-1>과 같다.

<표 3-1> 관련법규 검토사항

구 분	관 계 법 규	비 고
대지면적	국토이용관리법	토지대장 지적도 도시계획확인원 국토이용계획확인원
부지현황	도시계획법, 건축법	
지역, 지구	건축법, 시.도 조례	
건폐율	건축법, 시.도 조례	
용적율	건축법, 시.도 조례	
대지 내의 조경	건축법, 시.도 조례	
대지안의 통로 및 공지	시.도 조례	
주차장	건축법, 시.도 조례	
지하층 설치	건축법	
높이제한	시.도 조례	

자료 : 박호래 · 이정배, 전게서, p.127.

호텔 면적의 구성비율은 도시의 호텔과 리조트지역의 호텔과 같이 호텔의 종류 및 규모, 경영방침, 시설의 내역 등에 따라 각기 다르나 일반적인 호텔의 부문별 면적 구성비율은 다음과 같다.

1. 객실부문

호텔의 총 건축 면적 중에서 객실영업과 직접 관련되는 복도 및 엘리베이터, 홀 등

을 포함한 객실부문 전체 면적의 60~70%가 순수 객실면적이 된다. 그러나 편복도의 경우에는 30~35%의 비 영업면적을 확보하기가 어려운 경우도 있다.

객실 복도의 폭은 양복도의 경우에는 1.6m가 적당하며, 편복도의 경우에는 1.2m가 적당하다. 객실 복도의 폭이 1.6m 이하인 경우에는 객실 문이 객실 안쪽으로 열리도록 계획해야 복도를 통행하는 고객 및 룸 메이드(room maid)와 충돌이 일어나지 않는다.

또한 소화기등을 복도에 비치하면 복도 폭이 좁아지므로 복도벽에 니하게 홈을 만들어 소화기를 비치하면 좁은 폭을 만회할 수 있다. 또한 폭이 좁을 경우에는 천장을 높게하여 시각적으로 좁은 느낌을 받지않도록 해야할 것이다. 호텔의 종류에 따른 일반적인 객실면적은 <표 3-2>와 같다.

<표 3-2> 호텔의 종류에 따른 객실면적

구 분		면 적 (㎡)		
		시티호텔	비즈니스호텔	리조트호텔
싱글 룸	적용면적	13.9~22.0	10.5~16.4	11.2~19.6
	평균면적	18.2	13.3	15.9
더블 룸	적용면적	21.0~30.6	10.7~18.0	13.0~34.0
	평균면적	24.7	15.5	20.8
트윈 룸	적용면적	15.3~34.2	14.3~27.9	13.0~33.7
	평균면적	27.6	20.9	26.2

자료 : 박호래 · 이정배, 전계서, p.128

2. 식음부문

식당은 호텔 전체 영업부문 면적의 8~10%가 일반적이며, 식당 종류별 좌석당 면적은 <표 3-3>과 같다.

<표 3-3> 식당 종류별 좌석당 면적

구 분	면 적 (㎡)	비 고
커피숍	1.6 ~ 1.9	연회장은 1.6 ~ 1.8㎡
양식당	2.0 ~ 2.5	
일식당	2.5 ~ 3.5	
중식당	2.0 ~ 2.8	
바(Bar)	2.5 ~ 3.5	

자료 : 박호래 · 이정배, 전게서, p129.

일반적으로 1개의 좌석 당 식당의 면적은 주방면적을 제외하고 1.5~3㎡가 적당하다. 식당규모의 적정면적은 서비스 측면을 고려하여 커피숍의 경우에는 200~250석, 고급식당의 경우에는 100석 정도가 적당하다. 식당의 면적과 주방의 면적비율은 <표 3-4>와 같다.

<표 3-4> 식당과 주방면적의 비율

구 분	면적비율(식당 : 주방)	비 고
라운지, 바	75 : 25	메인주방이 있는 경우에는 비율이 변하는 경우가 많음
커피숍	75 : 25	
식당	65 : 35	
연회장	70 : 30	

자료 : 박호래 · 이정배, 전게서, p.129.

3. 부문별 면적의 구성

호텔의 일반적인 부문별 면적의 구성은 수익면적과 비수익면적으로 크게 나눌 수 있다. 수익면적에는 객실과 식음료, 연회, 아케이드 등이 포함되며, 비수익면적에는 공공부분과 하우스키핑, 린넨실, 주방, 구매창고, 식음료 창고, 사무실과 직원식당, 기계실 등이 포함된다.

<표 3-5> 부문별 면적 구성비율

구 분		구 성 비(%)	
		전 체	부 문 별
수익 면적	객실	35	70
	식음	5	10
	연회	6.5	13
	아케이드	3.5	7
	소계	50	100
비수익 면적	공공부문, 로비, 엘리베이터, 홀, 화장실	20	40
	하우스키핑, 린넨실 등	4	8
	주방, 구매, 식음료창고, 냉동·냉장고 등	6	12
	관리부문 사무실 등	5	10
	직원식당, 락커, 휴게실, 샤워장, 화장실 등	5	10
	기계실, 영선실, 중앙감시반 등	10	20
	소계	50	100
합계		100	

자료 : 박호래·이정배, 전제서.

일반적으로 구성비율은 50 : 50 정도로 나타나고 약간의 차이는 있으나 이 범주를 많이 벗어나지는 않는 것으로 되어있다. <표 3-5>는 호텔의 부문별 면적 구성비를 나타내고 있다.



4. 주요 부문의 면적결정을 위한 시설별 기본 단위

영업장의 면적결정을 위한 기본단위의 내역은 <표 3-6>과 같이 정리할 수 있다.

<표 3-6> 시설별 기본면적

시설명	기본단위	시설명	기본단위	시설명	기본단위
한·양식당	1.8m ² /석	사우나	3.6m ² /인	볼링장	78.m ² /레인
커피숍	2.4m ² /석	실내수영장	9m ² /인	당구장	20m ² /대
연회장	1.5m ² /석	단란주점	4.0m ² /석	라켓볼	80m ² /코트
세미나실	2.2m ² /석	멀티 바	4.0m ² /석	퍼팅골프장	10m ² /홀
스낵코너	1.3m ² /석	노래방	10.0m ² /룸	전자오락실	6m ² /인
단체식당	1.6m ² /석	어린이놀이	6.0m ² /인		

자료 : 건축계획자료집, 보건복지부 지침을 근거로 논자 작성

제2절 호텔의 시설계획

호텔 시설계획(space program)의 작성은 호텔을 계획하는 단계에서는 매우 중요하다. 호텔의 성격에 따라 시설계획의 구성이 달라지는데, 이는 공간의 배분뿐만 아니라 수익배분에 의해서도 좌우될 수 있는 것이다.

장기투숙이 많은 장기 체재형 호텔(residential hotel)의 경우에는 일반적으로 식음료 부문의 매출이 높는데, 객실부문은 여유있고 쾌적함을 주어야 한다. 공공부문의 경우에도 충분한 면적이 제공되며 시설은 비교적 화려하다. 반면, 단기 체류자 및 일반 여행객이 많은 트래지언트 호텔(transient hotel)은 비즈니스 목적의 호텔로서 숙박부문의 경우에 객실의 면적을 많이 할애하여야 한다. 그리고 리조트 호텔(resort hotel)은 전망이 좋은 위치에 우선적으로 위락시설을 배치하여야 한다.

1. 시설 배분 계획

호텔을 계획하는데 있어서 블록 플래닝(block planning)⁴⁵⁾을 시작하기 전 단계로서 각 부문별로 개략적인 규모를 설정하는 것은 블록 플랜이 호텔 기획팀의 필요에 적합한가를 확인하는데 필요한 수단이 되기 때문이다.

설정된 각 부문별 면적의 조정은 계획하는 호텔의 규모, 등급수준, 종류(시티호텔, 비즈니스 호텔, 리조트 호텔 등)에 따라 변화되는 것은 당연하며, 유사 호텔의 구성과 비교하는 것도 규모 설정의 적합여부를 확인하는데 필요하다.

2. 시설 구성의 기준

1) 객실 당 면적 규모

객실 유닛(unit)이 큰 호텔, 연회, 식당과 기타영업부문, 공공부문, 관리부문(back part)이 차지하는 면적이 클수록 총면적/ 총 객실수는 커지는 경향을 나타낸다. 따라서 보통 호텔의 등급을 표시하는 지표로서 사용된다.

45) 원용희, 「호텔계획개발론」, 대왕사, p.150.

시티호텔(city hotel)에서는 40~50m²/실이 폭넓게 분포되어 있는 것은 호텔의 성격이 반영된 것이다.

2) 유효부문의 전체 바닥 면적에 대한 비율

유효 면적비는 유효 면적을 총 면적으로 나눈 것으로서 시티호텔의 경우에는 40~50%, 비즈니스 호텔에서는 50~65%를 차지하는 경우가 많이 있다.

3) 객실 층 유효비율

객실 층 유효비율은 총 객실수를 총 면적으로 나눈 것으로 연면적에 대한 유효비율과 같이 평면계획의 조정 지표라고 할 수 있다. 객실의 규격(가로 × 세로), 총 객실수/ 층 면적, 객실 층 평면 모양, 계단 수, 설비계획에 따라 변화한다.

호텔의 평면 특성으로서 엘리베이터에서 객실까지의 보행거리, 원만한 서비스를 위한 객실 수의 한도 등의 이유에 따라 객실 층의 유효비율은 70%전후로 나타나고 있다. 호텔의 종류 및 규모에 따른 부문별 면적의 배분은 <표 3-7>과 같다.

<표 3-7> 호텔의 종류 및 규모에 따른 부문별 면적배분

구 분	호텔의 성격	연면적 10,000 ~ 20,000 m ²
숙박부문	리조트호텔	43 ~ 56%
	비즈니스호텔	51 ~ 63%
공공부문	리조트호텔	24 ~ 37%
	비즈니스호텔	17 ~ 29%
관리부문	공 통	20% 내외

자료 : 전병직, 호텔건축계획, 세진사

4) 각 부문 면적에 영향을 주는 요소

호텔의 시설배분을 하기 위해서는 객실과 식음료부문, 주방부문, 직원관련시설, 기계실 등이 서로 유기적으로 연결되어야 하므로 이들에 대한 면적을 고려하여야 할 것이다. 이를 정리하면 <표 3-8>과 같다.

<표 3-8> 각 부문에 영향을 주는 요소

구 분	내 용
객실부문	객실 수, 객실 유니트 면적, 객실 수/층, 객실 층 수, 객실 층 평면
식음료부문	객실 수, 침대 수, 레스토랑 수, 좌석 수, 카운터 석, 호텔 등급
주방부문	레스토랑 수, 종류, 좌석 수, 연회장 수와 수용인원수, 레스토랑 및 연회장의 배치, 오픈 키친의 유무, 메뉴, 룸서비스의 유무, 식자재 창고의 크기, 냉동,냉장고의 용량
직원관련부문	직원 수(정직, 파트, 용역, 일용 등), 남녀 비율, 쉬프트별 직원수, 업무구성, 복리시설
기계관련부문	객실 수, 전체 바닥 면적, 공조방식, 열원의 종류, 오수처리 시설의 유무, 엘리베이터 대수
방화설비부문	피난계단, 복도 길이

자료 : 전병직, 전계서.

3. 호텔의 시설 및 규모

호텔의 적정 규모는 시장성에 따르는 것이 원칙이다. 다소 예외가 있으나 일반적으로 300실 정도까지는 객실 수의 증가에 따라 기준 층의 면적이 증가하나 400실 이상인 경우에 적정규모는 2,000m² 상한선으로 증가율은 완만하다. 호텔의 규모와 기준 층 바닥면적 관계는 300~400실을 경계로 기준 층의 객실 수가 40~80실 규모에서 제한적으로 나타난다.

일반적으로 호텔의 성격 및 규모에 따른 각 부문별 면적배분은 <표 3-9>와 같으며, 호텔의 각 부문별 면적 구성 및 연면적에 대한 숙박부문과 관리부문의 비율은 각각 <표 3-10>, <표 3-11>과 같다.

<표 3-9>연면적에 대한 각 부문의 면적 비 (단위 : m², %)

구분		1,000	2,000	3,000	5,000	8,000	10,000	20,000	30,000	50,000	
숙박공간	리조트호텔	43	43	50	54	56	56	56	-	-	
	비즈니스호텔	51	51	53	56	60	62	63	-	-	
공공공간	리조트호텔	37	34	31	28	26	25	24	-	-	
	비즈니스호텔	29	29	28	26	22	19	17	-	-	
관리공간	공동	사무공간	9	9	8	8	9	7.5	8.5	10	10
		요리공간	6	6	6	5	5	5.3	5.8	7	6
		기계공간	5	5	5	5	5	5.2	5.7	11	10

자료 : 주) 전병직, 전계서

<표 3-10> 숙박 부문의 연면적에 대한 비율 (단위 : m², %)

구분	1,000	2,000	3,000	5,000	8,000	40,000
장기 체재형호텔	30	30	33	37	41	44
리조트호텔	43	46	50	54	56	-
커머셜호텔	51	51	53	56	60	-

자료 : 주) 이광노 외 4인, 건축계획, 문은당, 1988년.

<표 3-11> 관리부문의 연면적에 대한 비율 (단위 : m², %)

구분	1,000	2,000	3,000	5,000	8,000	40,000
장기 체재형호텔	9	9	8	8	8	11
리조트호텔	6	6	6	5	5	6
커머셜호텔	5	5	5	5	5.10	

자료 : 주) 이광노 외 4인, 전계서.

4. 관광호텔 등급평가 기준

현재 문화관광부에서 시행중인 관광호텔 등급결정에 관한 요령⁴⁶⁾ 중 종합관광호텔 업 등급평가 기준에 의하면 현관, 로비, 복도부문 120점 만점 중에서 현관 로비항 중 로비의 면적을 120실 미만은 40m', 300실 미만은 100m', 500실 미만은 200m', 500실 이상은 300m'를 기준면적으로 적용하고 있다. 이 기준면적에 대하여 130% 이상 확보하였을 경우에는 10점, 120% 이상 확보시에는 8.5점, 110% 이상 확보시에는 7점 110% 미만을 확보하였을 경우에는 5점을 주도록 하고 있다.

객실부문에 있어서는 총 130점 중 객실 수가 300실 이상일 경우에는 30점, 300실 미만인 호텔은 10점+20점×객실수/300 = 취득점수로 하되 소숫점 둘째 자리에서 반올림한 점수를 주도록 하고 있다.

또한 객실의 면적은 표준객실(더블·트윈 룸)의 기준면적을 19m'로 하고 기준면적의 130% 이상 시에는 15점, 120% 이상 시에는 13점, 110% 이상 시에는 10.5점, 100% 이상시에는 7.5점, 그리고 기준면적 이하일 때에는 5점을 배점하도록 하고 있다.

욕실의 경우에는 3.3m'를 기준면적으로 하고 130% 이상 시에는 10점, 120% 이상 시에는 8.5점, 110% 이상 시에는 5점, 기준면적 이하일 경우에는 3점을 주도록 하고 있다.

식당 및 주방부문은 총 16점 중 식당의 다양성 항목에서 식품 위생법상 일반음식점을 대상으로 평가하되 5종류 이상일 때에는 20점, 4종류 이상은 17점, 3종류 이상은 14점, 2종류 이하는 10점을 주고 있다. 식당의 구조 및 품위항목에서는 출입동선의 구조, 집기와 장식(꽃, 그림 등)의 분위기, 공간의 활용상태 등이 우수일 때에는 20점, 양호면 17점, 보통 14점, 미흡은 10점으로 하고 있다.

주방시설 및 관리항목에서는 주방의 업장에 대한 면적점유율을 주방면적/총 식당면적×100을 기준으로 비교 평가하도록 하고 있는데 총 업장 면적의 40% 이상 점유할 때에는 20점, 30% 이상 점유 시에는 17점, 20% 이상 점유 시에는 14점, 10% 이상 점유시에는 11점, 10% 미만을 점유할 시에는 8점을 주도록 하고 있다.

주방의 설비 및 환경상태에서는 식자재의 관리(보관)상태, 조리대 주변의 환경 정리

46) 문화관광부, 관광호텔 등급결정에 관한 요령, 2001

상태, 환기상태, 외부인의 접근의 통제상태 등을 우수인 경우에는 20점, 양호는 17점, 보통은 14점, 미흡은 0점으로 하고 있다.

부대시설의 관리·운영부문은 총 160점이며 이 중에서 부대시설 유형 및 관리 항목 중 부대시설(휴게시설 또는 편의시설)시설의 다양성으로 커피숍, 각테일 바, 로비라운지, 안전금고(safety box)의 설치, 운영상태 등을 우수일 경우에는 10점, 양호는 8.5점, 보통은 7점, 미흡은 5점으로 하고 있다.

운동 오락시설의 구비여부는 실내(또는 실외) 수영장, 테니스 코트, 스쿼시볼(또는 게이트볼), 헬스클럽을 보유 시에는 각각 5점을 주고 없을 시에는 0점으로 하고 있다. 기타 편의시설 구비는 제과점, 관광기념품점, 면세점, 의무실을 구비하였을 경우에는 각각 5점, 구비를 못할 경우에는 0점으로 처리하고 있다.

국제회의시설 항목에서는 국제회의장(연회장)의 수용능력을 1인 당 1.2㎡를 기준으로 하여 산정하여 평가하고 있는데 500명 이상일 경우에는 10점, 300명 이상은 8.5점, 200명 이상은 7점, 100명 이상 5점, 100명 미만은 3점으로 하고 있다. 동시통역 시설은 5개국 이상은 5점, 4개국은 4점, 3개국 이상으로 임대사용을 포함하여 3.5점, 2개국 이상일 경우에는 2.5점을 배점하도록 하고 있다.

또한 리시버(receiver)보유상태로는 국제회의장 수용능력에 적합한 수량을 보유할 경우에는 5점, 수용능력에는 부족하나 임대하여 사용할 경우에는 임대차 계약이 있을 경우에는 3점을 배점하도록 하고 있다. 그리고 function room의 능력을 평가하여 우수할 경우는 5점, 양호 4점, 보통 3.5점, 미흡 2.5점을 배점하였다.

비즈니스 센터의 설치. 운영상태항목에서는 비즈니스 센터의 설치 유무가 5점 및 0점으로 되어 있고 비즈니스 센터 내 지원시설(PC, FAX, 인터넷통신망 등)의 비치 및 운영·관리상태에 따라 우수할 경우 10점, 양호 8.5점, 보통 7점, 미흡은 5점을 배점하고 있다.

장애자 이용시설 항목에서는 호텔 내에 시설 중 공중전화, 승강기, 화장실, 주차장, 진입로, 기타에 대한 장애자 배려 수준을 평가하고 있는데 5종류 이상 시에는 10점, 4종류 이상 시에는 8.5점, 3종류 이상 시에는 7점, 2종류 이하 일 경우는 5점, 없으면 0점으로 배점하고 있다.

휠체어를 이용한 신체장애자가 혼자서 현관에서 객실까지 이동의 가능여부로서 장애자 객실이 별도로 설치되어 있는 경우에는 장애자 객실까지 이동이 가능한 지를 보

아 가능하면 5점, 불가능하면 0점으로 하고 있다.

기타항목으로는 세탁 서비스가 가능한 시간으로 24시간 가능하면 5점, 8시간 이상 가능이면 3점, 세탁 서비스가 불가할 경우에는 0점으로 하고 있다. 룸 서비스(room service)의 경우도 24시간 가능하면 5점, 8시간 이상 가능이면 3점, 불가할 경우는 0점으로 한다. 종사원 복지 및 관광산업에의 기여 부분은 총 80점으로 되어있고 그 중에 종사원의 후생 복지 항목에서 종사원의 후생복지 시설로 종사원 식당의 운영상태로 식당의 규모, 시설내용 및 식당의 운영, 종사원의 반응 등이 우수할 경우는 10점, 양호는 8.5점, 보통 7점, 미흡 5점, 없을 경우는 0점으로 한다.

기타 후생복지시설 운영상태로는 숙소, 휴게실, 샤워시설, 탈의실(사물 보관함) 등의 설치 및 관리 운영상태를 종합적으로 판단하여 우수는 10점, 양호 8.5점, 보통 7점, 미흡 5점을 배정하고 있다. 주차시설 부문은 총 70점으로 주차장의 면적항목에서는 등급심사시 사업자에게 유리한 주차면적 기준을 적용하도록 하고(예, 관광숙박시설 지원 등에 관한 특별법 시행령 등) 법정기준의 150% 확보 시에는 20점을 배정한다.

법정기준의 150% 미만일 경우에는 $20점 \times \text{점유율}/150 = \text{취득점수}$ (소숫점 둘째 자리에서 반올림)으로 한다. 여기에서 점유율은 확보면 수/ 법정 기준면 수 $\times 100$ 이다. 현관 앞 주차공간은 3차선 이상 확보시는 10점, 2차선 이상은 8.5점, 1차선 이상은 7점이다.

건축 및 설비부문은 총 100점으로 되어있으며 건축물의 외관항목으로 주변 경관과의 조화, 외벽의 유지보수 상태, 안내판의 설치 및 고객의 이용편의성 등을 종합 평가하여 우수할 경우는 10점, 양호 8.5점, 보통 7점, 미흡 5점으로 한다. 건축물 구조의 적합성 항목에서는 건물의 구조가 호텔기능 수행을 위하여 적합한가 여부로 본래 건축물의 용도, 사용자재 등으로 우수는 10점, 양호 8.5점, 보통 7점, 미흡 5점이다.

비영업장의 기능항목에서는 주방, 종사원 복지시설, 기계실, 창고 등 호텔 내 비영업장의 기능이 호텔의 기능수행에 기여할 수 있는 정도 등을 종합적으로 판단하여 우수 10점, 양호 8.5점, 보통 7점, 미흡 5점으로 한다. 전기 및 통신부문이 총 80점, 소방 및 안전부분은 총 100점으로 되어 있으나 본 연구와는 관련이 없어 제외하기로 한다.

이를 요약하면 <표 3-13>과 같다.

<표 3-13> 관광호텔 등급평가중 시설 관련 사항

부 문 별	평가배점	시 설 배 분 관 련 항 목	해당점수	구성비
현관,로비,복도	120	현관로비	10	8.0
객실	130	객실수 객실면적 욕실면적	30 15 10	42.3
식당 및 주방	160	식당의 다양성 식당의 구조 및 품위 주방의 업장에 대한 면적점유율 주방의 설비 및 환경상태	20 20 20 20	50.0
부대시설의 관리, 운영	160	부대시설의 다양성 운동오락시설 구비여부 기타편의시설 구비여부 국제회의장 수용능력 동시통역실 리시버 보유상태 Function room의 능력 비즈니스센터 유무 비즈니스센터내 지원시설 비치 장애자 이용시설 휠체어이용객자의 객실이동가능 세탁서비스 가능시간 룸 서비스 가능시간	10 20 20 10 5 5 5 5 10 10 5 5 5	71.8
종사원 복지 및 관광산업에의 기여	80	종사원 식당의 운영상태 기타 후생복지시설 운영상태	10 10	25.0
주차시설	70	주차장 면적 현관 앞 주차공간	20 10	42.9
건축 및 설비	100	건축물의 외관 건축물의 구조와 적합성	10 10	20.0
전기 및 통신	80		-	-
소방 및 안전	100		-	-
합 계	1,000		330	33.0

주) 논자작성

제3절 제주지역 특1급 관광호텔의 시설 현황

1. 제주지역 특1급 관광호텔 시설 개요

관광진흥법에서 규정한 관광호텔의 등급결정에 관한 요령에 의해 특1급 이상의 호텔이 되기 위해서는 총 1,000점 만점 중 900점 이상을 획득해야 하므로 해당 호텔의 경우에는 고객을 위한 각종 시설의 고급화와 최첨단화를 위한 노력을 기울였을 것이다.

하지만 앞서서도 살펴보았듯이 호텔의 시설이 전체 배점중에 차지하는 비율은 총 330점으로 전체의 약 33.3%를 차지하고 있다. 호텔의 필수기능인 숙박과 식음료를 제공하는 가장 기본적인 것에서부터 고객의 편안함과 쾌적함을 추구하기 위한 각종의 부대시설의 설치에 이르기까지 고객 유치와 고객 만족을 위한 하드웨어(hardware)적인 면에서의 준비를 착실하게 하고 있는 것으로 나타나고 있다.

이러한 사실에 대한 증명으로서 가장 최근에 개관한 호텔일수록 부대시설에 대한 종류와 면적이 점점 증가하고 있으며 다양한 볼거리와 놀거리, 먹거리를 제공함으로써 고객을 위한 호텔로 평가받기를 원하는 추세다.

특히 제주도에 있는 호텔의 경우에는 현재까지는 호텔의 목적이 리조트호텔(resort hotel)을 지향하고 있다. 90년대 이전에 건립된 호텔의 경우에는 관광의 차원이 단순히 자연경관이나 중요 문화재 등을 관람하는 수준에 머물러 있기 때문에 단순한 숙박과 음식을 제공하는 것으로 생각하고 부대시설의 개발이나 다른 여흥의 프로그램을 개발하는 것을 소홀히 하였다. 그러나, 90년대 이후에는 관광의 행태가 자연경관의 감상을 하는 “보는 관광”에서 관광객 스스로가 참여하고 함께 즐기는 “참여관광”의 행태로 변함에 따라 제주의 호텔시설에도 많은 변화가 생기기 시작하였다.

본격적인 리조트호텔로서 국제적인 호텔들이 중문 관광단지를 중심으로 생겨나기 시작하였으며 이에 대응하여 제주시 지역의 호텔들도 과감한 변신을 시도하여 시설의 개 보수 및 증축 등을 통해 다양한 고객의 요구에 부응하였다. 또한 호텔의 시설이 중요하게 대두된 요인으로는 제주 관광객의 경우에 처음으로 방문하는 관광객보다는 여러 차례 반복적으로 방문하는 관광객이 점점 증가하는 추세이기 때문에 자연적 요소가 강한 경관위주의 여행보다는 골프나 낚시, 등산 등 레저 스포츠를 위한 동호인

성격의 여행이 증가함에 따라 짧은 체재기간 동안 많은 곳을 방문하기보다는 일정 지역에서 자유스럽고 한가하게 머무르면서 조용히 휴식을 원하고 있는 것이다. 이러한 고객의 욕구와 요구는 자연적인 기상조건이 열악한 제주의 경우에는 호텔 내에서 시간을 보낼 수 있는 다양한 시설의 준비가 필요하게 된 것이다.

다음으로는 여행의 성격이 신혼 부부 중심에서 가족 단위의 가족여행으로 급속하게 옮겨가고 있다는 것이다. 부부 중심으로 하나 혹은 둘 정도의 자녀를 동반하거나 부모님을 동반하는 형태, 가족과 가족끼리의 형태등으로 소규모 집단화하여 간다는 것이다. 부대시설의 경우에는 동반 자녀들을 위한 시설을 갖추어야 할 것이다. 가족이 함께 시간을 지낼 수 있는 시설을 개발, 도입함으로써 이들이 호텔 외부로 나가는 것을 막아야 할 것이다. 고객이 외부로 나간다는 것은 그 만큼 수입이 줄어든다는 것과 시설에 대한 불만이 있다는 것을 의미한다. 특정 시설을 도입하는 것은 타 호텔과의 차별화를 이룰 수 있는 좋은 계기가 될 것이다. 그러나 관광산업에 있어서 경쟁업체의 유사한 상품의 등장은 필연적이기 때문에 시설의 독점적 지위나 사용권은 없다는 점을 인식하여야 한다.

2. 제주지역 특1급 관광호텔의 시설 현황



일반적으로 하나의 특급 관광호텔이 세워지기 위해서는 호텔을 건설하고자 하는 사업주의 의지 표명으로부터 대상지를 물색하고 토지를 구입, 호텔 건설을 위한 설계용역, 각종 인허가, 건설 착공 및 건물 준공까지는 짧아야 약 5년에서부터 길게는 약 10년이라는 긴 시간을 필요로 한다.

호텔 설계를 진행하는 과정에서 현재 시점에서 판단한 미래의 고객이 요구할 시설의 필요부분을 정확하게 예측하는 것은 불가능하다. 그러나 과거를 조사하고 현재의 상황을 면밀하게 분석하면 어느 정도의 변화하는 추세를 알 수 있다. 여기에다 호텔에 대하여 많은 경험을 가진 사람과 유능한 전문가 집단을 잘 활용할 경우에는 비슷한 결론을 얻을 수 있는 것이다.

설계용역을 외국에 발주하였을 경우에는 프로젝트 매니저(project manager)가 외국인인 되어 설계를 진행하게 된다. 그러나 외국인의 경우에는 국내 실정을 정확하게 파악하기 힘든 면이 있으므로 전적으로 의지하기보다는 참고적인 수준으로 이해하는

것이 좋을 것이다<표 3-15>참조.

조사대상의 특1급 관광호텔은 모두 8개로서 객실 규모로는 500실 이상이 2개, 400실 이상 1개, 300실 이상 1개, 200실 이상이 3개, 100실 미만이 1개로 나타났다. <표 3-15>는 제주지역 특1급 관광호텔의 시설현황을 나타낸것으로서 이를 분석해보면 호텔 건물 전체 면적을 객실 수로 나누어 본 결과 가장 큰 면적을 가진 호텔은 가장 최근에 개관한 L호텔로 1실 당 172.8㎡ 이었다. 가장 작은 호텔의 경우에는 1실 당 66.4㎡로 나타나서 같은 특1등급의 경우라도 약 3배 정도의 차이를 보이고 있었다.

식음료 시설의 경우에는 90년대 이후에 개관한 호텔은 커피숍(coffee shop)과 양식당(western restaurant)을 겸하고 있으며 90년대 이전에 개관한 호텔의 경우에는 한식당(korean restaurant)과 일식당(japanese restaurant)을 혼합하여 사용하는 형태를 보이고 있으나 90년대 이후의 호텔에서는 한식당과 일식당을 완벽하게 구분하고 있다는 점이다. 중식당(chinese restaurant)의 경우에는 K호텔에서만 전문식당을 운영하고 있었으나 향후 중국관광객의 유치 전략에 따르면 해당 식당의 설치를 고려해야 할 것이다.

뷔페식당(buffet restaurant)의 경우에는 제주시 지역의 호텔은 대부분이 상설 뷔페를 운영중인 것으로 조사되었으나 중문 관광단지의 경우에는 지역에 거주하는 일반고객이 거의 없는 관계로 뷔페식당을 여름 시즌 동안에 한하여 한시적으로 운영하는 것으로 조사되어 지역적인 차이점을 보여주었다.

연회장의 경우에는 대연회장의 경우에 면적이 1,000㎡ 이상을 보유한 호텔이 1개, 700㎡ 이상 1개, 600㎡ 이상 2개, 400㎡ 이상 1개, 300㎡ 이상 1개, 300㎡ 이하가 1개로 90년대 이후에 개관한 호텔과 개·보수를 한 호텔이 대형 연회장을 확보하고 있는 것으로 나타나 새로운 관광상품으로 컨벤션(convention)의 중요성을 강조하고 있었다.

<표 3-15> 제주지역 특1급 관광호텔 시설현황 (단위 : m')

구분	L 호텔	S 호텔	H 호텔	G 호텔	C 호텔	K 호텔	O 호텔	V 호텔	
객실수	500	429	224	512	224	282	313	90	
연면적	86,401	55,908	28,015	33,997	16,576	36,744	16,755	8,067	
1실당 연면적	172.8	130.3	125.1	66.4	74.1	130.3	75.4	89.6	
객실	더블	40.3	39.6	36.2	24.8	24.1	23.3	27.1	28.4
	트윈	46.8	39.6	36.2	24.8	24.1	27.2	27.1	28.4
	온돌	40.3	39.6	36.2~79.7	24.8	24.1	27.2	27.1	28.4~37.7
	디럭스	50.2	-	-	-	41.3	50.6	33.1	37.7
	스위트	55.5~283.4	76~264	60.4~201.7	60~261	53~182	39.7~301.4	53~202	56.9
식당 및 주방	커피숍	94	116(377)	248	118(251)	232	608	(357)	116
	양식당	-	커피숍겸	-	100(268)	58	210	(162)	132
	한식당	630	106(268)	196	106(268)	313	255	(274)	162
	일식당	598	86(288)	243	한식당겸	일식당겸	455	(264)	126
	중식당	-	-	-	-	-	226	-	-
	라운지	681	48(215)	108	60(215)	97.5	-	(126)	-
	바	-	48(149)	54	38(126)	바 겸	132	(132)	-
	디스코	-	94(281)	269	(979)	392	752	-	-
	제과점	-	커피숍내	25	커피숍내	-	111	커피숍내	-
	계절식	-	테라스	-	가든부페	-	-	-	-
기타	-	풀스네	-	-	-	가라오케	갈비식당	196	
연회	대연회	1,021	727	435	397	-	609	612	227
	중소	200~	112~142	-	66~274	140	14~162	66~132	49
	로비	479	350	-	-	-	234	-	-

자료 : 논자 작성

3. 제주지역 특1급 관광호텔 부대시설 현황

특1급 관광호텔의 경우에는 고객을 최우선으로 안락하고 편안한 마음으로 불편함이나 부족함 없이 시설을 자유롭게 이용할 수 있어야 할 것이다. 이러한 관점에서 제주지역의 특1급 관광호텔의 각종 부대시설 보유실태는 우리 나라 다른 지역의 호텔과 비교하여도 모자람이 없다.

<표 3-16>은 연구대상의 호텔에서 식음료 영업장을 제외한 부대시설 현황으로서 이를 분석해 보면 남자 사우나의 경우에는 8개 업체 중 7개가 보유함으로서 87.5%가

확보하고 있으며 여자 사우나의 경우는 8개 중 5개로 62.5%로 나타났는데 여자 사우나가 보유율이 낮은 이유로는 제주시 지역의 호텔이 여자 사우나를 제외하였기 때문이다. 여자 사우나를 배제한 이유로는 운영비용에 비해 효율이 낮기 때문이다.

이용실과 미용실은 8개 업체 중 7개가 보유하고 있었으며 사우나가 없는 호텔을 제외하면 모든 호텔이 이, 미용시설을 갖추고 있는 것으로 나타났다. 실외수영장(outdoor swimming pool)은 우리 나라의 경우에는 4계절이 뚜렷한 관계로 이용기간이 약 2개월 정도에 그치고 있는 실정이다. 그러나 중문관광단지에 있는 호텔들은 전체가 보유하고 있으며 제주시의 경우에는 G호텔만이 보유하고 있는 것으로 조사되었다. 이것은 중문단지의 호텔에 투숙한 고객의 경우에 실제로 중문해수욕장을 이용하기보다는 호텔 자체 내의 수영장 이용하는데 있을 것이다. 그 이유로는 중문관광단지에 입주한 호텔들의 경우 실제로 해수욕을 즐기기에는 해수욕장의 접근이 어렵고 불편하다는 이유가 있는 것으로 조사되었다.

실내수영장(indoor swimming pool)은 8개 업체 중 5개가 보유하고 있는데 90년대 이후에 개관하였거나 증축, 개·보수를 실시한 호텔이 해당되어 변화하는 고객의 욕구를 알 수 있었다. 체육관(fitness center)의 경우에도 8개 업체 중 5개가 보유하고 있으며 앞의 실내수영장의 경우와 유사하다. 90년대 이후 개관한 호텔의 특징으로는 전자오락실(game room), 비즈니스센터(business center), 렌터카(rent a car), 면세점(duty free shop) 등을 부대시설로 갖고 있다는 점이었다.

특이한 사항으로는 8개 업체 중 6개 업체가 카지노(casino)를 보유하고 있었는데 2개 업체를 제외하고는 시설의 개·보수를 통해 카지노 영업장을 만들었다. 카지노 영업장을 만들기 위해 호텔의 입장에서는 증축하거나 가장 비효율적이거나 위치가 불만족스러운 영업장을 이동, 폐쇄하여 면적을 확보하였을 것으로 보인다. 카지노 영업장의 면적은 법적으로는 330m² 이상이지만 실제 영업중인 면적으로 1,500m² 이상 3개, 1,000m² 이상 1개, 500m² 이상이 2개로 나타났다.

호텔별로 부대영업장 보유실태를 살펴보면 가장 많은 부대영업장을 가지고 있는 호텔은 S 호텔로 총 18개를 보유하고 있다. 반면에 부대 영업장 수가 가장 적은 호텔 V 호텔로서 총 3개로 나타났다. 특1급 관광호텔의 평균 부대영업장 보유수는 9.5개로 나타났으며 평균 면적은 3,881.1m²로 나타났다. 가장 많은 면적을 확보한 호텔은 평균치보다 약 2.6배가 많은 10,222m² 이었으며 가장 작은 호텔은 평균치보다 무려 90% 이상

적게 나타났다.

같은 특1급의 관광호텔이라 할지라도 시설적인 측면에서 많은 차이를 보이고 있는 것으로 조사되었다. 이러한 시설상의 차이를 실제로 이용하는 고객의 입장에서는 어떻게 받아들일 수 있을지가 호텔의 선택을 결정지을 수 있는 변수가 될 것이다.

<표 3-16> 제주지역 특1급 관광호텔 부대시설현황 (단위 : m²)

구분	L호텔	S호텔	H호텔	G호텔	C호텔	K호텔	O호텔	V호텔
남자사우나	200	357	218	380	496	456	526	-
여자사우나	154	231	40	132	-	311	-	-
이용실	38	50	13	76	43	9	사우나	-
미용실	37	106	38	96	50	44	33	35
부 옥외수영장	1,914	4,859	1,000	1,217	-	-	-	257
실내수영장	459	1,455	509	-	231	559	-	-
체육관	1,045	83	-	30	165	511	-	-
대 라켓볼	-	79	-	-	-	-	-	-
볼링장	-	6레인	-	-	-	-	12레인	-
테니스장	-	2면	-	-	-	-	-	-
시 전자오락실	32	93	-	-	-	-	-	-
매점	50	83	12	-	-	31	-	19
상가	-	-	439	-	483	270	182	-
설 전시장	-	로비 내	-	-	-	-	-	-
여행사	6	132	4	로비 내	-	30	-	-
렌터카	6	13	4	로비 내	-	-	-	-
비즈니스센터	47	17	-	-	-	33	-	-
온실	-	165	-	-	-	-	-	-
기 면세점	2,330	876	-	-	-	-	-	-
타 카지노	-	1,623	1,096	1,593	526	1,529	783	-

자료 : 논자작성

제4장 실증조사 분석

제1절 실증조사의 설계

1. 예비조사

먼저, 실증조사를 위해 2001년 4월 25일부터 27일까지 2일간에 걸쳐 K호텔 종사원과 고객을 대상으로 예비조사를 실시하였다. 예비조사에서 배부된 설문지는 총 70부로 이 중 50부를 회수하여 설문분석에 사용하였다.

예비조사에서 호텔을 선택할 때 고려하는 시설의 중요도와 이용결과에 대한 만족도 항목으로 대별하여 조사하였다. 그러나 시설 만족도 항목으로 분석결과 시설의 중요도 조사에서는 측정도구의 타당성이 미비하다고 판단되어 본 조사에서는 이와 관련한 항목을 제외하고 본 조사를 실시하였다.

2. 설문지의 구성과 측정도구

1) 조사대상 및 자료수집방법

본 조사를 수행하기 위하여 연구의 대상은 제주지역 특1급 호텔 8개 업체를 이용하는 호텔 이용객이다. 특1급 호텔 8개 업체 중 7개 호텔에 대해서는 호텔 당 50부, 규모가 상대적으로 적은 1개 호텔에는 20부로 할당하여 총 370부의 설문지를 배포하였다. 배포된 설문지 중 회수된 매수는 324부였으며 이 중 응답이 불성실하다고 판단된 31부의 설문을 제외한 293부를 본 연구를 위한 실증분석에 활용하였다.

2) 설문지 구성

설문지의 구성은 <표 4-1>에서와 같이 크게 호텔 시설에 대한 만족도, 호텔 시설 및 공간 관련 사항, 호텔 이용행태, 개인적 특성 4가지 부문으로 이루어졌다. 호텔 시설에 대

한 만족도는 호텔의 각 부문의 시설 사용에 대한 내용 20개 문항으로 구성되며, 5점 리커트척도(5=매우 만족, 1=매우 만족하지 않음)로 측정되었다. 그리고 호텔에 대한 전체 만족도, 재 이용 의향 2개 항목에 대해서는 5점 척도(5=매우 만족, 1= 매우 만족하지 않음)로 평가하였고, 나머지 항목은 명목척도로 측정하였다.

<표 4-1> 설문지의 구성과 내용

변수명	문항번호	문항수	척도
호텔 시설 만족도	I.1~20	20	5점 척도
호텔 시설 및 공간	II.1~6	5	명목척도
호텔 이용행태	III.1~8	8	명목척도 5점척도
인구 통계적 특성	IV.1~5	5	명목척도

3. 자료의 분석방법

실증연구의 통계적 분석방법으로는 SPSS/PC 10.0 프로그램을 사용하여 분석하였다. 자료의 분석은 크게 기술적 통계분석과 분산분석 등을 활용하였으며, 분석 절차에 따른 구체적인 분석방법은 다음과 같다.

우선 기초 통계분석으로 표본의 특성을 파악하기 위하여 성별·연령·거주지·직업·학력 등의 인구 통계변수와 방문횟수, 호텔 이용목적, 체류기간 등의 일반 행태적 변수의 빈도를 분석하였다.

두번째로, 요인분석(factor analysis) 및 신뢰도 분석(reliability analysis)을 이용하여 각 20개 호텔 시설의 만족도를 5개의 요인으로 압축하고 문항 사이의 내적 일관성을 조사하기 위하여 신뢰도 검증을 수행하였다.

제2절 실증 조사의 분석

1. 신뢰성과 타당성 분석

측정도구에 있어서 신뢰성(reliability)이란 동일한 개념에 대하여 반복적으로 측정했을 때 나타나는 측정값들의 분산을 의미하는 것으로 측정된 결과치의 일관성, 안정성, 예측가능성 등과 관련된 개념이다.

신뢰성 계수는 그 측정치가 얻어진 여건, 조사 대상집단 등에 영향을 줄 수 있는 여러 오차의 근원에 따라 달라진다. 따라서 특정 검사나 측정치에 대한 하나의 신뢰도 계수가 존재하는 것이 아니라 조건에 따라 신뢰도 계수는 여러 가지가 있다. 본 연구에서는 내적 일관성에 의한 신뢰성 검증방법인 크론바하 α 계수를 이용하여 신뢰성을 측정하였다. 일반적으로 사회과학 분야에서는 크론바하 α 계수가 0.6 이상이면 비교적 신뢰도가 높은 것으로 보고 있다. 이와 같은 항목분석을 기초로 하여 20 항목의 호텔이용객의 시설만족도에 대한 복합 문항들의 신뢰성을 측정한 결과는 <표 4-2>와 같다.

분석결과를 보면 객실 요인의 신뢰성 계수는 0.8203, 경관·입지 요인은 0.8248, 다양성 요인은 0.8474, 부대시설의 유무 요인은 0.8613, 주차장 요인은 0.8030을 나타내 5가지 요인 모두 0.8이상의 신뢰성 계수값을 보여 신뢰도가 비교적 높다고 할 수 있다. 따라서 이들 항목은 동질성이 비교적 높고 척도들의 내적 일관성도 유효하다고 볼 수 있으므로 설문 문항은 신뢰할만 하다고 평가할 수 있다.

한편 측정하고자 하는 개념이나 특성 또는 속성을 정확히 측정하고 있는가를 나타내는 개념인 타당성의 평가는 그 평가방법에 따라 내용 타당성(content validity), 기준에 의한 타당성(criterion-related validity), 개념 타당성(construct validity) 등 3가지로 나누어진다. 내용 타당성이란 측정도구 자체가 측정하고자 하는 속성이나 개념을 어느 정도나 측정할 수 있는가를 보여주는 것으로써 측정하고자 하는 구성개념의 조작적 정의의 적절성 여부를 판단하는 근거자료가 된다. 기준에 의한 타당성은 하나의 속성이나 개념의 상태에 대한 측정이 미래 시점에 있어서의 다른 속성이나 개념의 상태변화를 예측할 수 있는 정도를 의미한다. 개념 타당성은 한 개념이 다른 개념과 구별되는 정도를 설명하는 것으로 요인분석을 통해 설문 자체의 타당성을 양적으로 평

가할 수 있다.

본 연구에서는 구성개념의 타당성을 입증하기 위해 시설 만족도 요인을 구성하는 변수들 각각의 유효성을 고려함으로써 신뢰도를 향상시키고 각 변수들의 설명력을 높일 수 있는 변수를 추출하고자 요인분석을 실시하였다. 요인 분석의 초기 추출방법으로는 주성분 분석을 사용하였고, 회전방식으로는 직각 회전방식 중 베리맥스 기법을 채택하여 고유치(eigen value)가 1.0이상인 것을 분석에 이용하였다. 요인의 해석은 일반적인 관례에 따라 0.40이상의 요인 부하량(factor loading)을 갖는 변수를 의미 있는 것으로 하여 선정하였다. 이상의 측정도구의 타당성 검증을 위해 20문항의 시설만족도 항목을 요인분석의 결과는 <표 4-2>와 같다.

<표 4-2> 시설만족도 항목의 신뢰성·타당성 분석

요인명	설문문항	요인 적재량	아이겐값 (설명력 %)	신뢰계수 α
객실의 종류와 분위기	객실종류의 다양성	.813	6.455	0.8203
	객실내의 비품	.763		
	호텔객실의 분위기	.739		
	객실의 조명시설	.678		
	객실의 방음상태	.649		
호텔의 입지 및 경관	호텔의 외관미	.889	2.672	0.8248
	주위경관	.839		
	호텔위치와 입지	.797		
	로비의 크기 및 밝기	.584		
	안전시설	.532		
시설의 다양성	레스토랑의 다양성	.835	1.814	0.8474
	연회장의 다양성	.818		
	부대시설의 다양성	.779		
부대시설의 유무	쇼핑아케이드의 유무	.838	1.669	0.8613
	기념품점의 유무	.795		
	이미용실의 유무	.748		
	휘트니스시설의 유무	.628		
주차장 이용성	개별주차공간의 면적	.869	1.224	0.8030
	주차장의 전체면적	.859		
	주차장에서 로비까지의 거리	.706		

주1) 요인의 총분산 설명력은 69.2%임.

주2) KMO(Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.)는 .845

<표 4-2>에서 보는 바와 같이 시설만족도 항목에 대한 요인분석 결과는 객실요인이 6.455, 경관·입지 요인은 2.672, 다양성 요인이 1.814, 부대시설의 유무 요인 1.669, 주차장 요인 1.224로 고유치 1을 기준으로 하여 살펴볼 때, 5가지 요인으로 채택될 수 있으며, 총분산은 69.2%의 설명력을 갖는다. 또한 각 요인의 요인 부하량에 있어서도 대부분 0.5를 상회하고 있으므로 통계적으로 문제가 되지 않는 것으로 나타나고 있다. 한편 KMO 값에 있어서도 0.845로 높게 나타나고 있다.

2. 표본의 특성 분석

1) 표본의 인구통계적 특성

본 연구의 표본은 제주지역 특1급 8개 관광호텔의 이용객을 대상으로 하였고 분석에 이용된 응답자의 인구통계적 특성은 <표 4-3>과 같이 나타났다.

총 293명에 대한 응답자의 성별분포를 살펴보면, 응답자 가운데 남성이 208명으로 72.7%, 여성이 78명으로 27.3%를 차지하고 있다. 연령별 분포는 30대가 109명으로 37.8%를 차지해 가장 높은 수치를 보였으며 다음으로 40대가 82명으로 28.5%, 20대가 62명으로 21.5%, 50대가 34명으로 11.8%의 순으로 나타났으며 마지막으로 60대 이상이 1명으로 0.3%이다. 리조트 호텔의 특성과 제주지역 관광패턴의 특성이 가족단위 관광객이 점차 증가하는 것으로 볼 때 30대와 40대, 50대의 수치가 높게 나타나는 것을 감안하면 이 수치는 표본으로써의 유효성을 가지는 것으로 볼 수 있다.

학력별 분포에 있어서는 대졸이 158명 54.7%로 가장 높았고 이어서 전문대졸 75명 26.0%, 고졸 34명 11.8%, 대학원이상 15명 5.2%, 중졸 7명 2.4%으로 순으로 나타나고 있다.

직업별 분포에서는 사무관리직 72명 25%, 서비스직 71명 24.7%, 전문직 35명 12.2%, 경영직이 33명 11.5%, 상업 30명 10.4%로 대부분의 응답자가 비교적 안정된 소득을 갖는 계층인 것으로 드러났다. 이것은 특1급 호텔이 여타 호텔에 비해 객실료가 비싸다는 데서도 유추해볼 수 있는 것이다.

마지막으로 거주지역별 분포를 살펴보면, 서울이 98명으로 36.7%으로 가장 높은 비

<표 4-3> 표본의 인구통계적 특성

특 성	구 분	빈도(명)	비율(%)
성별	남성	208	72.7
	여성	78	27.3
연령	20대	62	21.5
	30대	109	37.8
	40대	82	28.5
	50대	34	11.8
	60대이상	1	.3
학력	중졸	7	2.4
	고졸	34	11.8
	전문대졸	75	26.0
	대졸	158	54.7
	대학원이상	15	5.2
직업	학생	7	2.4
	사무관리직	72	25.0
	서비스직	71	24.7
	기술직	15	5.2
	경영직	33	11.5
	교직	9	3.1
	전문직	35	12.2
	군인군속	2	.7
	상업	30	10.4
	외교관	2	.7
	무직	12	4.2
	거주지역	서울	98
부산		29	10.9
대구		13	4.9
광주		3	1.1
대전		1	.4
인천		10	3.7
경기		46	17.2
강원		8	3.0
충북		4	1.5
충남		1	.4
전북		6	2.2
전남		6	2.2
경북		9	3.4
경남		12	4.5
제주		21	7.9

주) 결측치는 제외하고 계산한 값임

율을 차지하고 있는 것으로 나타났으며, 다음으로 경기도 46명 17.2%, 부산이 29명 10.9%, 제주 21명 7.9%, 대구 13명 4.9%, 경남 12명 4.5%, 인천 10명 3.7%, 경북 9명 3.4% 등의 순으로 나타났고 나머지 지역인 광주, 대전, 충북, 충남, 전북, 전남지역의 경우 그 비율이 상대적으로 미미한 것으로 나타났다. 이는 앞으로 제주지역 호텔이 서울·경기지역이나 부산·경상도 지역에 비해 상대적으로 무관심했던 이들 지역이 잠재시장으로서의 충분한 가능성을 가지고 있고 따라서 이들 지역에 대한 관측활동을 적극적으로 펼쳐야함을 의미하고 있다.

2) 응답자의 호텔 이용행태 분석

제주지역 특1급의 8개 호텔에 대한 연간 호텔 이용회수, 주 이용시기, 이용목적, 선택동기, 체류기간과 같은 이용 행태적 특징은 <표 4-4>와 같이 나타났다.

이를 구체적으로 살펴보면, 연간 호텔 이용회수에 있어서 전체 응답자 중 연간 1~2회 이용한다고 답한 응답자가 137명 47.7%로 가장 많았고, 이어 3~4회가 95명 33.1%로, 5~6회가 37명 12.9%, 7회 이상은 18명 6.3%순의 값을 보였다. 연간 1~4회 사이 이용한다는 비율이 80.8%에 이르고 있는 것으로 나타났으며, 연간 5회 이상 호텔을 이용하는 고객의 비율도 19.2%를 차지하고 있는 것으로 나타났다.

호텔 이용시기에 있어서는 전체 응답자 293명 중 90명 32.3%의 응답자가 여름휴가를 이용한다고 대답하고 있어 가장 높은 비율을 차지하고 있다. 다음으로 연휴를 이용한다는 비율이 77명으로 27.6%, 주말이 61명으로 21.9%의 순으로 나타나고 있어 여름휴가와 연휴 때가 호텔의 최고 성수기임을 알 수 있다. 기타로는 주중이 37명 13.3%, 겨울휴가 때가 14명 5.0%의 비율을 보이고 있다.

한편 호텔 이용목적에 따라서는 관광 목적이 167명 59.0%로 절대다수를 차지하고 있었으며, 다음으로 기타가 42명으로 14.8%, 사업 목적이 41명으로 14.5%, 신혼여행이 24명으로 8.5%, 친지방문이 9명 3.2%의 순으로 나타났다.

호텔 선택동기를 살펴보면, '호텔의 위치'를 중요시한다라는 응답자가 68명으로 25.3%의 비율을 보여 가장 높은 수치를 보였고 다음으로 적절한 가격이 60명으로 22.3%, 친절한 서비스가 42명으로 15.6%, 객실에서의 경치에는 33명 12.3%, 예약의 신속 편리성이 32명 11.9%, 쾌적하고 아늑한 분위기가 31명으로 11.5%의 순으로 나타

났으며, 다양한 부대시설이란 항목에 대해서는 단지 3명, 1.1%만이 응답하고 있다.

마지막으로, 호텔 체류기간에 있어서는 2박3일이 188명 63.9%으로 대부분을 차지하고 있었으며, 다음으로 1박2일이 63명 21.4%, 3박4일 이상이 35명 11.9%의 순으로 나타났다. 이는 제주지역 특1급호텔 8개 업체를 대상으로 한 결과이기 때문에 나타나는 현상이라고 할 수 있는데, 제주를 방문하는 관광객의 평균 체류기간이 2박3일을 감안할 때 수긍할 수 있는 결과라 할 수 있다.

<표 4-4> 호텔 이용행태적 특성

특 성	구 분	빈도(명)	비율(%)
연간호텔 이용회수	1~2회	137	47.7
	3~4회	95	33.1
	5~6회	37	12.9
	7회이상	18	6.3
호텔이용시기	여름휴가	90	32.3
	연휴	77	27.6
	주중	37	13.3
	주말	61	21.9
	겨울휴가	14	5.0
이용목적	관광	167	59.0
	사업	41	14.5
	친지방문	9	3.2
	신혼여행	24	8.5
	기타	42	14.8
선택동기	적절한가격	60	22.3
	예약의 신속편리성	32	11.9
	친절한 서비스	42	15.6
	쾌적하고 아늑한 분위기	31	11.5
	다양한 부대시설	3	1.1
	호텔의 위치	68	25.3
	객실에서의 경치	33	12.3
체류기간	1박2일	63	21.4
	2박3일	188	63.9
	3박4일 이상	35	11.9

주) 결측치는 제외하고 계산한 값임

한편 표본의 호텔 이용에 대한 전체 만족도를 살펴보면 <표 4-5>에 나타난 바와 같이 5점 척도로 측정된 항목의 평균이 3.65로 보통보다 약간 높은 수준의 만족도를 보이고 있는 것으로 나타나고 있다.

구체적으로 살펴보면, 만족이라는 응답이 전체의 51.6%인 148명이 대답해 가장 많았으며, 다음으로 보통이 36.9%인 106명, 매우 만족이 8.4%인 24명의 순으로 나타났다. 만족과 보통이라고 응답한 비율이 전체의 88.5%를 차지하고 있는 반면 매우 불만족에 응답한 비율이 한명도 없고 불만족이라고 응답한 비율도 3.1%로 매우 낮은 것으로 나타난 것은 특1급 호텔을 대상으로 한 결과 때문인 것으로 볼 수도 있다.

<표 4-5> 호텔에 대한 전체 만족도

구분		빈도	비율	평균
호텔에 대한 전체 만족도	매우 불만족	-	-	3.65
	불만족	9	3.1	
	보통	106	36.9	
	만족	148	51.6	
	매우 만족	24	8.4	

주) 5점 척도(5=매우 만족, 1=매우 불만족)

마지막으로, 호텔 이용에 대한 재방문 의도를 살펴본 결과는 <표 4-6>과 같다. 전체 응답자 중 57.0%인 163명이 이용 호텔에 대한 재방문 의도에 대해 그렇다고 응답하고 있고 보통이라고 응답한 비율도 81명으로 28.3%, 매우 그렇다라는 비율도 21명으로 7.3%에 달해 재방문 의도는 비교적 높은 것으로 드러났다.

<표 4-6> 호텔에 대한 재방문 의도

구분		빈도	비율	평균
호텔에 대한 재방문 의도	전혀 그렇지 않음	3	1.0	3.63
	그렇지 않음	18	6.3	
	보통	81	28.3	
	그렇다	163	57.0	
	매우 그렇다	21	7.3	

주) 5점 척도(5=매우 그렇다, 1=전혀 그렇지 않다)

3) 호텔 시설 및 공간에 대한 선호도 분석

응답자의 호텔 시설 및 공간에 대한 인식을 살펴본 결과는 <표 4-7>에 나타난 바와 같다. 먼저 호텔의 외형에 대한 선호도에 대해 현대적 외형과 동서양 혼합형이라고 답한 응답자가 각각 102명 35.4%, 99명 34.4%로 비슷한 분포를 보여주어 대다수가 선호하는 외형으로 나타났다. 이어서 제주의 전통적 외형에는 50명으로 17.4%, 한국의 전통적 외형에는 37명으로 12.8%의 선호도를 보였다.

또한 호텔 객실에서 보이는 주위전망에 대해서는 총 293명 중 절대다수인 216명인 전체의 75.5%가 바다를 원하고 있는 것으로 파악되고 있는데, 이는 제주가 섬이라는 특성에 원인이 있는 것으로 보인다. 이어서 목장 또는 농장이 24명으로 8.4%, 한라산이 22명으로 7.7%, 오름이 13명으로 4.5%, 시가지가 11명으로 3.8%의 순으로 나타나고 있다.

호텔의 부대시설에 대한 선호도에 있어서는 스카이 라운지(sky lounge)가 83명으로 31.1%의 비율을 보여 가장 높은 것으로 나타났으며, 다음으로 휘트니스 센터가 45명으로 16.9%, 오락시설이 38명으로 14.2%, 바(bar)가 28명으로 10.5%, 사우나가 26명으로 9.7%, 커피숍이 24명으로 9.0%의 순으로 나타났고 이외에 기타 13명 4.9%, 연회장 10명 3.7%의 비율을 보였다.

<표 4-7> 호텔 시설 및 공간에 대한 선호도분석

특 성	구 분	빈도(명)	비율(%)
호텔의 외형	현대적외형	102	35.4
	한국전통적외형	37	12.8
	제주전통적외형	50	17.4
	동서양혼합형	99	34.4
주위 전망	한라산	22	7.7
	바다	216	75.5
	오름	13	4.5
	목장또는 농장	24	8.4
	시가지	11	3.8
호텔의 부대시설	사우나	26	9.7
	바	28	10.5
	스카이라운지	83	31.1
	커피숍	24	9.0
	휘트니스센터	45	16.9
	오락시설	38	14.2
	연회장	10	3.7
	기타	13	4.9
식당의 종류	한식당	91	32.9
	양식당	64	23.1
	중식당	11	4.0
	일식당	30	10.8
	뷔페	49	17.7
	커피숍	17	6.1
	로비라운지	15	5.4
사우나 시설	온탕	78	28.1
	냉탕	21	7.6
	건식사우나도크	48	17.3
	습식사우나도크	26	9.4
	맥반석사우나도크	58	20.9
	한방사우나도크	47	16.9

선호하는 식당의 종류를 살펴보면, 한식당이 91명으로 32.9%를 차지해 가장 높은 비율을 보였고 이어서 양식당이 64명으로 23.1%, 뷔페가 49명으로 17.7%, 일식당이 30명으로 10.8%의 순으로 나타났다. 그 밖에 커피숍, 중식당 로비라운지의 경우 각각 6.1%, 4.0%, 5.4%로 한자리 수 이하의 비율을 나타냈다.

마지막으로 사우나 시설에 대한 선호도에 있어서는 온탕이 78명으로 28.1%, 맥반석 사우나 도크가 58명으로 20.9%, 건식 사우나 도크가 48명으로 17.3%, 한방 사우나 도

크가 47명으로 16.9%, 습식 사우나 도크가 26명으로 9.4%, 냉탕이 21명으로 7.6%의 순으로 나타났다.

3. 시설 만족도에 대한 분석

1) 시설 만족도 분석

응답자의 호텔 시설에 대한 만족도를 살펴보면 <표 4-8>와 같다. <표 4-8>에 나타난 바와 같이 응답자가 가장 중요시하는 만족도 항목은 평균값 3.95를 보인 호텔에 대한 접근성을 나타내는 호텔위치와 입지로 나타났으며, 이어서 안전시설(3.93), 주위경관(3.90), 호텔의 외관미(3.87), 로비의 크기 및 밝기(3.75), 호텔 객실의 분위기(3.68) 등의 순으로 나타나고 있다.

반면 20개의 조사항목 중 기념품점(3.00)이나 이·미용실(2.99), 쇼핑 아케이드(2.86)와 같은 임대업장의 설치 유무와 관련한 사항은 상대적으로 낮은 평균값을 나타내고 있어 상대적으로 덜 중요한 항목으로 나타났다. 한편 주차장과 관련한 주차장에서 로비까지의 거리(3.59), 주차장의 전체면적(3.41), 개별 주차공간의 면적(3.32)의 3개 항목에 대해서도 비교적 높은 값을 나타내고 있어 차량과 관련한 사항 역시 호텔의 설계 시 충분한 검토가 있어야 함을 알 수 있다.

<표 4-8> 호텔의 시설 만족도 분석

구분	표본수	평균	표준편차
호텔위치와 입지	291	3.95	0.79
안전시설	293	3.93	0.70
주위경관	293	3.90	0.99
호텔의 외관미	293	3.87	0.89
로비의 크기 및 밝기	292	3.75	0.78
호텔객실의 분위기	293	3.68	0.70
주차장에서 로비까지의 거리	293	3.59	0.78
객실내의 비품	291	3.53	0.71
객실종류의 다양성	292	3.43	0.70
주차장의 전체면적	293	3.41	0.80
객실의 조명시설	293	3.39	0.80
개별주차공간의 면적	291	3.32	0.80
부대시설의 다양성	293	3.31	0.85
레스토랑의 다양성	293	3.30	0.82
객실의 방음상태	292	3.30	0.92
연회장의 다양성	282	3.23	0.82
휘트니스시설의 유무	291	3.15	1.04
기념품점의 유무	288	3.00	0.93
이미용실의 유무	287	2.99	0.89
쇼핑아케이드의 유무	288	2.86	0.98

2) 조사대상 호텔별 시설 만족도에 대한 분석

한편 조사대상인 특1급 관광호텔 8개 업체별 시설만족도를 분석한 결과는 <표 4-9>에 나타난 바와 같다. 우선 특징적인 사항으로, 조사대상 8개 호텔의 위치가 중문관광단지와 제주시로 이원화되어 있는 결과에서도 알 수 있듯이 이들 두 지역별로 중요시하는 시설만족도 항목이 확연히 구분되는 것으로 나타난 것이다. 즉, 중문관광단지 내의 호텔일 경우 주위 경관과 호텔의 외관미, 호텔의 위치와 입지 등의 항목에서 높은 값을 보여 리조트호텔의 특성을 잘 나타내주고 있는 반면, 제주시 지역의 경우 안전시설, 휘트니스센터의 유무, 연회장과 레스토랑의 다양성, 주차장 관련항목에 높은 값을 보여주고 있어 뚜렷한 대비를 이루고 있다.

좀더 구체적으로 살펴보면, 제주시 지역에 위치한 G호텔의 경우 안전시설(4.21), 객실의 조명시설(4.00), 객실의 방음상태(3.95) 등의 항목에서 만족하는 것으로 나타난

반면, 기념품점의 유무(3.05), 주차장의 전체면적(3.16), 개별 주차공간의 면적(3.21), 쇼핑아케이드의 유무(3.21) 등의 항목에서 낮은 수치를 보여 이와 같은 항목에 대한 보완이 필요한 것으로 나타났다. 특히 안전시설과 객실의 조명시설에 대해서는 8개 호텔 모두 가장 높은 만족도를 보인 반면 주차장의 전체면적에 있어서는 중문관광단지의 V호텔에 이어 두 번째로 낮은 값을 보이고 있다.

C호텔 또한 제주시 지역에 위해 있어 안전시설(3.83), 휘트니스센터의 유무(3.67), 호텔 객실의 분위기(3.65), 주차장에서 로비까지의 거리(3.52) 등의 항목에서 상대적으로 높은 값을 보이고 있고, 8개 호텔 전체와 비교했을 할 때는 20개 항목에 각각에 대한 전반적인 만족도는 크게 낮은 항목도 높은 항목도 없는 것으로 나타나고 있다.

O호텔의 경우에 있어서는 구 도심의 가장 변화한 곳에 위치한 관계로 호텔의 위치와 입지(3.85)에서 가장 높은 값을 보였지만, 8개 호텔의 전체 평균값(3.95)에 비하여는 여전히 낮은 수치를 나타냈다. 하지만 주차장의 전체면적(3.67)과 주차장에서 로비까지의 거리(3.64), 개별 주차공간의 면적(3.56) 항목에 있어서는 항목의 전체 평균값에 비해 높은 수치를 나타냈고, 특히 주차장 전체면적 부문은 8개 호텔 중에서 두 번째로 만족도가 높은 것으로 나타내는 특징을 보였다. 하지만 전반적으로 대다수의 항목이 각 항목의 평균값 이하의 값을 보이고 있어 개선이 필요한 것으로 나타났다.

K호텔은 안전시설(3.68), 연회장의 다양성(3.54), 휘트니스센터의 유무(3.54), 부대시설의 다양성(3.51), 호텔의 위치와 입지(3.50) 등의 항목순으로 만족도가 높은 것으로 나타났다. 특히 연회장의 다양성 항목에 있어서는 제주시 지역에 위치한 호텔 중 가장 높은 수치를 보여고 있고, 호텔의 부대시설과 관련한 항목이 다른 항목에 비해 상대적으로 각 항목의 평균값 이상을 나타내는 항목이 많다는 것이 특이하다.

중문관광단지에 위치한 4개 호텔을 살펴보면, 우선 L호텔의 경우 모든 항목이 각 항목별 평균값 이상의 값을 나타냈고 이 중에서도 호텔의 외관미(4.32), 주위경관(4.32), 로비의 크기 및 밝기(4.20), 안전시설(4.09), 호텔의 위치와 입지(4.02)의 항목에 상대적인 만족도가 매우 큰 것으로 나타났다. 이러한 특징은 중문관광단지 내에 위치한 호텔의 공통적인 특징으로 보인다. 특이한 것은 부대시설과 관련한 만족도 항목에 있어 비교대상인 8개 호텔 중 가장 만족도가 큰 것으로 조사되었다.

S호텔의 경우에 있어서는 L호텔과 마찬가지로 전반적인 항목이 각 항목별 평균값 이상을 나타내고 있을 뿐 아니라 중문관광단지에 위치함으로 인한 특징이 잘 나타나

고 있는 것으로 보인다. 특히 주위경관(4.47), 호텔의 외관미(4.15), 호텔의 위치와 입지(4.13), 안전시설(4.02), 호텔 객실의 분위기(4.02)의 항목에 대해 만족도가 매우 높은 것으로 나타났다. 특히 호텔 객실의 분위기 항목에 있어서는 표본이 되는 8개 호텔 중 가장 높은 수치를 보이고 있다.

H호텔은 주위경관(4.91), 호텔의 외관미(4.78), 호텔의 위치와 입지(4.78) 등의 항목에 있어서 8개 호텔 중 가장 큰 값을 보이고 있으며 안전시설(4.09)과 로비의 크기 및 밝기(4.04)의 항목에 있어서도 매우 만족하고 있는 것으로 나타났다. 하지만 다른 항목에 있어서는 중문관광단지 내의 다른 호텔에 비해 낮은 값을 보이고 있는 특징을 나타냈다.

마지막으로 V호텔의 경우에는 안전시설(4.05)에 있어 만족도가 높았으며 이어서 주위경관(3.80), 호텔의 외관미(3.90), 로비의 크기 및 밝기(3.80)의 순으로 값을 나타냈다. 반면 쇼핑아케이드(1.60), 휘트니스시설(1.70), 이·미용실(1.80)의 항목을 비롯해 부대시설 측면에 있어서는 8개 호텔 중 가장 낮은 값을 나타냈는데, 이는 호텔의 규모와 관계가 큰 것으로 보인다.



<표 4-9> 호텔별 시설 만족도에 대한 중요도

항목		호텔명	객실 종류의 다양성	호텔 객실의 분위기	객실내의 비품	객실의 방음상태	객실의 조명시설	호텔위치와 입지	호텔의 외관미	주위경관	안전시설	로비의 크기 및 밝기	부대시설의 다양성	레스토랑의 다양성	연회장의 다양성	휘트니스시설의 유무	쇼핑아케이드의 유무	이미용실의 유무	기념품점의 유무	주차장의 전체면적	개별주차공간의 면적	주차장에서로비까지거리
G 호텔	평균	3.89	3.79	3.79	3.95	4.00	3.79	3.42	3.37	4.21	3.83	3.89	3.53	3.37	3.42	3.21	3.42	3.05	3.16	3.21	3.84	
	N	19	19	19	19	19	19	19	19	19	18	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19
	S.D	.46	.54	.42	.71	.82	.79	.69	.68	.63	.38	.66	.61	.50	.77	.63	.51	.62	.50	.54	.60	
C 호텔	평균	3.40	3.65	3.47	3.04	3.25	3.44	3.35	3.27	3.83	3.46	3.42	3.56	3.17	3.67	2.94	3.11	2.87	3.19	3.13	3.52	
	N	48	48	47	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	47	47	47	48	47	48	
	S.D	.61	.67	.69	1.03	.70	.62	.86	1.11	.63	.77	.79	.77	.78	.63	1.03	.96	1.03	.89	.88	.82	
O 호텔	평균	3.24	3.33	2.97	3.15	3.06	3.85	3.24	3.30	3.55	3.55	2.91	3.30	3.45	2.10	1.93	2.45	2.03	3.67	3.56	3.64	
	N	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33	31	31	30	31	30	33	32	33	
	S.D	.79	.74	.85	.80	.70	.51	.61	.68	.56	.51	.68	.68	.77	1.14	1.08	.85	1.13	.60	.62	.74	
V 호텔	평균	3.60	3.75	3.75	3.70	3.70	3.80	3.90	3.90	4.05	3.80	2.40	2.10	2.00	1.70	1.60	1.80	3.05	3.65	3.60	3.65	
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	
	S.D	.68	.64	.55	.73	.73	.70	.79	.85	.89	.89	1.23	.91	.97	1.03	.75	1.01	.94	.81	.68	.75	
L 호텔	평균	3.59	3.91	3.98	3.81	3.89	4.02	4.32	4.32	4.09	4.20	3.70	3.73	3.73	3.80	3.61	3.61	3.75	3.84	3.68	3.61	
	N	44	44	43	43	44	43	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	
	S.D	.69	.60	.64	.76	.81	.80	.77	.71	.77	.79	.82	.69	.62	.79	.78	.75	.75	.71	.80	.97	
H 호텔	평균	3.04	3.64	3.18	2.69	2.87	4.78	4.78	4.91	4.09	4.04	3.04	2.87	2.79	2.56	2.69	2.63	2.76	3.02	2.93	3.82	
	N	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	42	45	45	43	45	45	45	45	
	S.D	.56	.77	.61	.76	.73	.47	.42	.29	.82	.98	.71	.63	.47	.72	.56	.62	.57	.92	.91	.83	
S 호텔	평균	3.76	4.02	3.85	3.55	3.53	4.13	4.15	4.47	4.02	3.66	3.36	3.34	3.35	3.51	3.17	3.23	3.32	3.34	3.32	3.34	
	N	46	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47	43	47	46	47	47	47	47	47	
	S.D	.71	.61	.55	.77	.65	.65	.59	.50	.53	.64	.57	.67	.61	.59	.68	.60	.66	.60	.66	.56	
K 호텔	평균	3.19	3.27	3.32	3.03	3.27	3.50	3.35	3.05	3.68	3.49	3.51	3.46	3.54	3.54	2.92	3.08	2.89	3.51	3.32	3.46	
	N	37	37	37	37	37	36	37	37	37	37	37	37	35	37	37	36	36	37	37	37	
	S.D	.66	.65	.58	.90	.65	.85	.82	.85	.58	.61	.80	.77	.82	.84	.80	.69	.75	.80	.78	.69	
평균		3.43	3.68	3.53	3.30	3.39	3.95	3.87	3.90	3.93	3.75	3.31	3.30	3.23	3.15	2.86	2.99	3.00	3.41	3.32	3.59	

4. 분석 결과의 요약

지금까지의 분석 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 호텔의 시설에 대한 만족도 항목의 신뢰성과 타당성을 분석한 결과, 시설만족도에 관한 20개 항목이 요인분석을 통해 5개의 요인으로 추출되었고 추출된 각 요인에 대한 신뢰성은 “객실의 종류와 분위기(0.8203)”, “호텔의 경관 및 입지(0.8248)”,

“시설의 다양성(0.8474)”, “부대시설의 유무(0.8613)”, “주차장 이용성(0.8030)”의 5개 요인으로 구성되었고 구분된 요인들의 신뢰수준은 0.8이상의 값을 보여 대체로 양호한 것으로 나타났다.

둘째, 표본의 인구통계적 특성에 있어서는 남성(72.7%)로 여성(27.3%)에 비해 상대적으로 높았으며, 연령별 분포의 경우에는 30대(37.8%)으로 40대(28.5%)의 순으로, 직업별로는 사무관리직(25%), 서비스직(24.7%) 가장 높은 비율을 차지하고 있었다. 또한 학력별로는 대졸(54.7%)이 절대다수를 차지하고 있는 것으로 나타났고, 거주지역에 있어서는 서울(36.7%), 경기(17.2%), 부산(10.9%) 등 서울·경기 지역과 부산·경상도 지역이 고객의 대다수를 차지하고 있는 것으로 분석되었다.

셋째, 응답자의 호텔 이용 행태적 분석결과, 대체적으로 연간 호텔 이용 회수는 1~4회(80.8%)으로 호텔 이용기간은 주로 여름휴가(32.3%) 때 호텔에 투숙하며 주 이용목적은 관광(59.0%)인 것으로 나타났다. 또한 호텔의 선택동기에 있어서는 호텔의 위치(25.3%) 때문이라고 응답한 비율이 가장 높은 반면, 부대시설(1.1%)은 호텔 선택에 있어 큰 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 마지막으로 호텔 투숙시 체류기간은 2박3일(63.9%), 1박2일(21.4%)의 순으로 나타났다.

이와 함께 호텔 예약시스템에 대한 만족도는 92.7%가, 호텔에 대한 전체 만족도에 있어서는 88.5%가 보통 이상이라고 답해 만족도는 대체적으로 높은 것으로 나타났다. 이에 따른 결과 재방문 의도 또한 85.3%가 보통이상이라고 응답하고 있어 제주지역 특1급 호텔에 대한 만족도는 비교적 높은 것으로 조사되었다.

넷째, 호텔의 시설과 공간에 대한 선호도 분석결과, 선호하는 호텔의 외형은 현대적 외형(35.4%)과 동서양 혼합형(34.4%)로, 호텔 객실에서의 전망은 바다(75.5%)를 과반수 이상이 선호하는 것으로 나타났다. 한편 부대시설에 대한 선호도에 있어서는 스카이라운지(31.1%), 휘트니스센터(16.9%)의 순이었으며 선호하는 식당의 종류로는 한식당(32.9%)에 이어 양식당(23.1%)으로 분석되었다. 마지막으로 선호하는 사우나 시설의 경우는 온탕(28.1%), 맥반석 사우나 도크(20.9%)의 순으로 나타났다.

다섯째, 호텔의 시설만족도에 대한 중요도와 호텔별 시설만족도를 분석한 결과, 호텔의 시설만족도의 평균값 순위에 있어서 호텔의 위치와 입지(3.95), 안전시설(3.93), 주위경관(3.90), 호텔의 외관미(3.87), 로비의 크기 및 밝기(3.75), 호텔 객실의 분위기(3.68)의 순이었다.

이러한 만족도 순위를 바탕으로 본 연구의 연구대상 호텔인 제주지역의 특1급 8개 호텔별로 시설 만족도를 분석한 결과, 도심에 위치한 제주시 지역과 리조트호텔이 주류를 이루는 중문관광단지 내의 호텔간의 시설만족도에 있어서, 중문관광단지 내의 호텔일 경우에는 주위경관과 호텔의 외관미, 호텔의 위치와 입지 등의 항목에서 높은 값을 보여 리조트호텔의 특성을 잘 나타내주고 있었고, 제주시 지역의 경우 안전시설, 휘트니스센터의 유무, 연회장과 레스토랑의 다양성, 주차장 관련항목에 높은 값을 보여주고 있어 대조를 이루고 있다.



제5장 결 론

호텔은 고객이 이용하지 않으면 그 효용의 가치를 상실하는 대표적인 상업적 시설이다. 호텔을 주로 이용하는 관광객이나 비즈니스맨들이 호텔을 선택할 때는 여러 가지 요인을 고려하는 복잡한 의사결정이 이루어진다. 고객이 호텔을 선택하는 속성 중 가장 큰 영향을 미치는 요인으로는 호텔의 서비스이고 이와 더불어 중요한 요인 중 하나는 호텔 시설부문이다.

호텔의 시설부문에 대한 연구에 있어 시설부문은 크게 건물의 외관과 객실의 쾌적함이나 이용의 편리함과 같은 내부적인 것으로 양분하고 있다. 그러나 이러한 분류는 호텔의 시설을 연구하는 연구자의 입장에서는 대단히 막연하고 추상적인 것이 되기 쉽다.

따라서 본 연구에서는 이를 실제적, 구체적으로 접근하기 위해 고객의 호텔 시설 이용행태와 시설 만족도를 분석하고 대상지역의 호텔별 시설만족 요인의 분석을 통해 앞으로 호텔 설계시 시설물의 공간배분에 대한 고려점과 마케팅적 제언을 제시하고자 하였다. 본 연구에서의 연구결과를 요약하면 다음과 같다.

우선, 호텔의 시설에 대한 만족도 항목의 신뢰성과 타당성을 분석한 결과, 시설만족도에 관한 20개 항목이 요인분석을 통해 객실의 종류와 분위기, 호텔의 경관 및 입지, 시설의 다양성, 부대시설의 유무, 주차장 이용성의 5개의 요인으로 추출되었고 추출된 각 요인에 대한 신뢰성은 0.8이상의 값을 보여 대체로 양호한 것으로 나타났다.

또한 표본의 인구통계적 특성에 있어서는 남성이, 연령별 분포의 경우에는 30대가, 직업별로는 사무관리직이 가장 높은 비율을 차지하고 있었다. 또한 학력별로는 대졸이 절대다수를 차지하고 있는 것으로 나타났고, 거주지역에 있어서는 서울, 경기, 부산 등 서울·경기 지역과 부산·경상도 지역이 고객의 대다수를 차지하고 있는 것으로 분석되었다.

응답자의 호텔 이용 행태적 분석결과, 대체적으로 연간 호텔 이용 회수는 1~4회로 주로 여름휴가 때 호텔에 투숙하며 관광목적으로 2박3일간 호텔에 주로 투숙하는 것으로 나타났으며 선택동기로 호텔의 위치 때문이라고 응답한 비율이 가장 높은 반면, 부대시설은 호텔 선택에 있어 큰 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

한편 호텔의 시설과 공간에 대한 선호도에 있어서는 현대적 외형과 동서양 혼합형의 호텔 외형에 호텔 객실에서의 전망은 바다를 조망할 수 있는 객실을 선호하고 있는 것으로 나타났다. 한편 부대시설에 대한 선호도에 있어서는 스카이라운지가, 선호하는 식당의 종류로는 한식당과 양식당, 선호하는 사우나 시설의 경우는 온탕과 맥반석 사우나 도크의 순으로 나타났다.

마지막으로 호텔의 시설만족도가 높은 항목으로 호텔의 위치와 입지, 안전시설, 주위경관, 호텔의 외관미, 로비의 크기 및 밝기, 호텔객실의 분위기의 순이었으며, 이러한 시설부문과 관련해서 호텔 예약시스템에 대한 만족도는 92.7%가, 호텔에 대한 전체 만족도에 있어서는 88.5%가 보통 이상이라고 답해 만족도는 대체적으로 높은 것으로 나타났다. 이에 따른 결과 재방문 의도 또한 85.3%가 보통 이상이라고 응답하고 있어 제주지역 특1급 호텔에 대한 만족도는 비교적 높은 것으로 조사되었다.

또한 제주지역의 특1급 8개 호텔별로 시설만족도를 분석한 결과, 도심에 위치한 제주시 지역과 리조트호텔이 주류를 이루는 중문관광단지 내의 호텔간의 시설만족도에 있어서, 중문관광단지 내의 호텔일 경우에는 주위경관과 호텔의 외관미, 호텔의 위치와 입지 등의 항목에서 높은 값을 보여 리조트호텔의 특성을 잘 나타내주고 있었고, 제주시 지역의 경우 안전시설, 휘트니스센터의 유무, 연회장과 레스토랑의 다양성, 주차장 관련항목에 높은 값을 보여주고 있어 대조를 이루고 있는 것으로 나타났다.

본 연구의 대상이 되는 제주도의 경우, 특1급 관광호텔을 설립시기별로는 크게 80년대 이후와 90년대 이후로, 지리적으로는 제주시와 중문관광단지로 나눌 수 있어서 관광호텔의 시대별, 위치별로 각각의 성격이 뚜렷이 구별된다.

80년대에 건립된 호텔들의 경우에는 관광의 행태가 주로 자연경관의 감상에 치우쳐 호텔에 머무르는 시간이 짧은 관계로 다양한 부대시설을 갖추기보다는 일반적인 시설을 적당하게 배열하였고 특히 일본인의 단체 관광객을 맞이하기 위해 한국관 형태의 요정이 부속되는 특징이 있다. 또한 내국인의 경우, 대부분의 고객이 신혼여행 중심의 부부로서 객실은 더블룸을 선호하는 양상을 보여 더블룸의 숫자가 많았다. 그리고 연회장의 경우에도 제주도 자체의 수요를 의식하여 대부분의 호텔이 작은 형태의 연회장을 형식적으로 보유하는 수준을 면하지 못하였다.

반면 90년대 이후에 건설된 호텔들의 경우, 1개의 호텔을 제외하고는 국제수준의 호텔로 건설되어 제주관광의 이미지 개선은 물론 세계적인 행사를 유치하는데 있어서

도 손색이 없는 훌륭한 시설을 갖추고 있다. 객실은 주로 바다를 조망할 수 있도록 배려하였으며 일본관광객 뿐만 아니라 국내의 신혼부부와 가족 여행객, 그리고 기업의 인센티브 관광과 대규모 연수, 회의, 신제품 발표회, 국제회의 유치 등 다양한 고객층을 동시에 유치할 수 있도록 시설적인 측면에서 상당한 노력을 기울였다.

가족단위의 관광객이 늘어나는 추세에 있자 호텔시설중 변화를 보이는 것은 실내수영장과 볼링장, 전자오락실등이 생겨났고, 리조트 호텔들의 경우에는 야외 조경에 대해 많은 투자를 함으로서 다양한 볼거리를 제공하고 여유로운 분위기를 조성하였다.

특이할 만한 사항은 연회장 부문에 있어서 국제적인 행사를 유치하는데도 손색이 없도록 모든 시설을 완벽하게 보유하고 있다는 점이다. 이것은 호텔의 주 고객이 신혼 부부와 일본인을 중심으로 하는 단체 관광의 행태를 벗어나고 있다는 것을 시사하고 있다.

이러한 변화에 적응하기 위하여 80년대에 건설된 특1급의 호텔들은 필요한 시설을 도입하기 위하여 증축 또는 개보수를 통해 시설을 보완하였다. 또한 제주도에 한하여 대규모로 허가가 난 카지노의 경우에도 거의 모든 특1급 관광호텔이 보유하고 있으며, 면세점을 보유한 호텔도 3곳이나 있다.

호텔의 시설은 고객의 요구와 욕구를 충족시켜 줄 수 있을 때 호텔의 영업에 도움이 되며, 고객의 다양한 취향을 고려할 때 항상 변화가 가능한 부분이라고 판단된다. 호텔의 시설은 단순한 건축물 속의 화석적인 공간이 아니라 고객의 취향을 반영하는 하나의 생물체로서 마케팅 활동의 가장 든든한 반력자로서의 위치를 찾아가고 있다고 할 수 있다.

호텔을 건축할 경우, 호텔을 선택하는 고객의 취향을 잘 반영함으로써 다시 호텔을 재방문하게 만드는 의사를 갖도록 하는 것은 중요하다. 따라서 호텔의 공간활용은 전문가 집단의 협조가 필요하며 이를 적절하게 반영할 때 가장 최적의 공간과 위치가 결정되어 향후에 이를 이용하는 고객에게 훌륭한 서비스를 제공할 수 있는 기초가 될 수 있다. 또한 시대적인 흐름을 무시할 수 없는 관계로 내부공간의 구획에 대해 옹고그름은 가릴 수는 없으나 사용되지도 부가가치를 창출하지 않는 공간은 최소화 시켜야 한다. 왜냐하면 공간의 건축에는 반드시 비용이 투입되기 때문이며 이는 호텔의 향후 이익창출과 직결되는 문제이고 영업활동에 커다란 영향을 미칠 수 있기 때문이

다

마지막으로 본 연구의 한계점으로는 호텔 이용객을 대상으로 설문조사를 실시하였지만 호텔을 이용하는 고객의 입장과 시설을 운영하는 직원의 입장이 서로 다를 수 있으므로 이를 밝히는 데는 한계가 있을 수 있고, 호텔의 시설부문과 관련한 선행연구가 미비해 본 연구의 목적을 달성하기 위해 타당성이 입증된 측정척도를 사용하지 못했다는 점이 한계로 작용하고 있어 제주지역을 제외한 다른 지역에도 적용할 수 있는 일반화가 어렵다는 점을 들 수 있다.



참 고 문 헌

관광진흥법 제3조 2항 (시행령, 시행규칙)

김복일, 관광호텔 선택행동에 영향을 미치는 요인에 관한 연구, 경기대학교 대학원 석사학 위논문, 1994

김충호, 「호텔경영학」(서울 : 형설출판사), 1989, p.13.

박호래, 「호텔경영론」, (서울 : 형설출판사), 1999, p.20.

박호래 · 이정배, 「호텔프로젝트」(서울 : 백산출판사), 2000, p.112.

안영배외 4인, 「건축계획론」 문운당, p.482.

오문환, “호텔이용객의 선택기준에 관한 연구”, 동의대, 박사학위논문, 1993, pp.8-15.

오정환, 「호텔경영학원론」, (서울 : 기문사), 2001. p.72.

오정환, 「호텔경영학원론」(서울 : 기문사), 2001, p.71.

이광노외 4인, 「건축계획」, (서울 : 문운당), 1990. p.261.

이양, “제주지역 리조트호텔 객실 및 공용공간에 관한 건축 계획적 연구”, 한양대학교, 석사학위논문, 1998, pp.14-18.

이인균, “호텔서비스 관리기법에 관한 연구”, 경희대학교 석사논문, 1989, p.12.

이항구, 「국제관광학」(서울 : 탐구당), 1987, p.105.

전병직, 「호텔건축계획」(서울 : 세진사), 1998, p.88.

정경훈, “한국전통호텔과 해상호텔 건립에 관한 연구”, 관광학연구 제14호, 1990 p.14.

정규엽 · 한승엽, “호텔선택결정속성에 의한 비즈니스 FIT의 시장세분화에 관한 연구”, 한국호텔경영학회, 호텔경영학연구 제4권 제2호, 1996, pp.5-32.

한국호텔업협회, 「전국관광호텔 숙박업체 현황」, 2000.

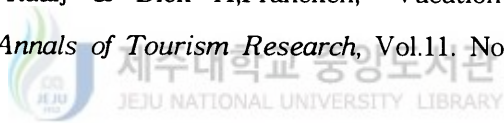
佑佑木宏茂, 「ホテル産業要論」(東京 : プラザ出版), 1977, p.4.

American Marketing Association, Report of the Definition Committee, *Journal of Marketing*, 1960, p.215.

B.J. Kuntson, "Frequent Travelers, Marketing Them Happy and Bringing Them Back", *The Cornell H.R.A. Quarterly*, Feb, 1988, pp.83-87.

- E.R. Cadotte & M. Turgem., "Key Factors in Guest Satisfaction", *The Cornell H.R.A. Quarterly*, Feb., 1988, pp.45-51.
- Kent B. Monroe & Joseph P. Gultinan, "A Path Analytic Exploration of Retail Patronage Influence," *Journal of Consume Research*, Vol., (June, 1972), pp.19-28
- Jadish N.Sheth, "A Model of Industrial Buying Behavior", *Journal of Marketing Research*, Vol.37, October, 1973.
- James F.Engel& Roger D.Blackwell, *Consumer Behavior*, 4nd ed., (New York:The Dryden Press, 1982)
- James F.Engel, Roger D.Blackwell and Paul W.Miniard, *Consumer Behavior*, (Hinsdale Hinoise:The Dryden Press, 1986)
- J.M. Rathmell, "What is Meant by Services?", *Journal of Marketing*, Vol.30, October, 1976, p.36.
- L.L. Berry, "Service Marketing is Different", *Business Horizons*, May-June 1980, pp.24-29.
- Mayo & Jarvis, op.cit., p.16 ; P.B. Myers & L.W. Moncrief "Differential Leisure Travel Decision-Making Between Spouses", *Annals of Research*, Vol.9., No.1. 1978, p.164
- Paul E. Moody, *Decision Making*, (New York:McGraw-Hill Book Co., 1983), p.4 ; Joseph D. Fridgen, "Environmental Psychology and Tourism," *Annals of Tourism Research*, Vol.1(No.2, 1984), p.24.
- P. Filliatrault & J.R. Ritche, "The impact of Situational Factors on the Evaluation of Hospitality Service", *Journal of Travel Research*, 1988, pp.31-35.
- P. Schul & J.L. Crompton, "Search Behavior of International Vacationers", *Journal of Travel Research*(22:2) Fall, 1983, p.26
- P. Kotler, 「Marketing for Nonprofit Organizations」 (Englewood Cliffs, NJ:Prentice Hall, Inc), 1982, p.477.
- Raymond P.Fisk, "Toward a Consumption/Evalustion Process for Services", *Journal of Marketing Reaserch*, 1981. pp.191-195

- R.C. Lewis, "The Basis of Hotel Selection", *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, May 1984, p.63.
- R.Doswell & P.R.Gamble, 「Marketing & Planning Hotel & Tourism Project」, Hutchinson, 1981, p.4.
- Richard Teare and Michael Olsen, "International Hospitality Management", John Wiley & Sons, Inc., 1992. p.313
- R.L. Jenkins, "Family Decision-Making," *Journal of Tourism Research*, Vol.16, (Spring, 1978), pp.2-3.
- Robert F.Young, "Segmenting State Travel Information Inquires by Timng of the Destination and Previos Experience", *Journal of Tourism Research*, (Winter, 1985), p.6
- Ruth A. Smith, Michael J. Houston, "Script-Based Evaluations of satisfaction with services", *Emerging Perspectives on Services Mrketing*, AMA, 1983, pp.60-61
- S. Medrik, 「The Business of Hotel」 (London : Heimemamm), 1980, p.14.
- W.Fred Van Raaij & Dick A.Francken, "Vacation Decision, Activites and Satisfaction", *Annals of Tourism Research*, Vol.11. No.1, 1984.



ABSTRACT

The study on the behavior of hotel use affecting the degree of hotel users' satisfaction at the facilities.

(Studied with Jeju five-star hotel users)

Park, Kyung-Eon

Department of Tourism Management

The Graduate school of Business Administration,
Cheju, National University

Supervised by professor Cho, Moon-soo

In terms of hotel choice, most customers are affected by several external variables. Studies on factors affecting hotel customers directly and indirectly have recently been taken. However, the studies on the attributes of hotel choice have produced many scientific outcomes worldwide in spite of a short term.

The purpose of this study is to find the degree of hotel guests' satisfaction after using hotels, not motivation of hotel choice. Most of all, this study focuses on how facilities of a hotel, which is characterized as fixed and physical, make its guests feel satisfied through polling.

In the chapter 2, consideration of the preceding studies and hotel service of the hotel choice theory is taken place. Hotel service is generally emphasizing human service most, but in this chapter physical services such as the hotel itself, its space and facility is mentioned in view of that a hotel itself could be a product.

In the chapter 3, efficient space use and facility allocating pursuing guests' satisfaction are mentioned.

Commercial buildings could be divided into two parts, a profitable part and a non-profitable part. The former is for operation, and the latter is for supporting the former such as parking lot, machines, equipment, fire service and emergence exits. The ratio of the two parts is 8 to 2. Speaking of a hotel representing other commercial buildings, its ratio of

profitable part and non-profitable part is nearly 5:5. In the field of hotel business, sufficient facility plan in advance is essential to obtain efficient productivity from the internal space of the hotel because a hotel has a lot of non-profitable space.

In the chapter 4, major 8 five-star hotels in Jeju are selected to gauge the degree of 370 hotel users' satisfaction at the facilities of the hotels. The selected five-star hotels are located in Jeju city and Seogwipo city, four in Jeju and the rest in Jungmun respectively. Four of the hotels are located in Jeju and the rest in Jungmun tourist complex so that the study could be performed for hotels in the downtown called 'city hotels' and hotels along beaches called 'resort hotels'. Classifying into periods, the study also shows the difference in facilities, decoration and design between the hotels opened before 1990s and the hotels after 1990s.

Lastly, the chapter 5 for conclusion emphasizes that persistent studies on Hotel spacing and facilities plan should be implemented through polling.



설문지

--	--	--	--

제주대학교 경영대학원

2001. 5.

리조트호텔의 공간배분에 관한 연구



안녕하십니까?

저는 제주대학교 경영대학원에 재학중인 학생입니다.

본 설문지는 저의 석사학위 논문작성의 일환으로, **리조트호텔의 공간배분에 대한 연구**를 위하여 작성된 설문지이오니 부담없이 응답해 주시기 바랍니다. 설문지를 통하여 얻어진 귀하의 고견은 본 연구조사 작업에 귀중한 자료가 될 것입니다.

본 설문지의 내용은 통계목적 이외에 다른 목적에 사용되지 않을 것이며, 자료처리 과정에 있어 비밀이 절대 보장될 것입니다. 아무쪼록 바쁘신 중에도 본 연구 조사작업에 협조하여 주시면 감사하겠습니다.

귀하의 협력에 다시 한번 감사를 드립니다.



2001. 5.

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

제주대학교 경영대학원 관광경영전공

박 경 언 (Tel. 011-251-7735)

지도교수 : 조 문 수

▶ 본 설문의 각 문항에는 정답이 없습니다. 다소 시간이 걸리더라도 1문항 당 자신의 생각과 가장 가깝다고 생각되는 항목 1곳에만 ○표를 하여 주십시오.

질 문 문 항	전혀 만족하지 않음	만족하지 않음	보통	만족	매우 만족
1. 객실 종류의 다양성	①	②	③	④	⑤
2. 호텔 객실의 분위기	①	②	③	④	⑤
3. 객실내의 비품	①	②	③	④	⑤
4. 호텔객실의 방음상태	①	②	③	④	⑤
5. 객실내부의 조명시설(밝기)	①	②	③	④	⑤
6. 호텔의 위치와 입지조건	①	②	③	④	⑤
7. 호텔의 외관미	①	②	③	④	⑤
8. 호텔의 주위경관	①	②	③	④	⑤
9. 호텔의 안전시설(도난 및 화재)	①	②	③	④	⑤
10. 호텔 로비의 크기 및 밝기	①	②	③	④	⑤
11. 부대시설의 다양성	①	②	③	④	⑤
12. 레스토랑(식당)의 다양성	①	②	③	④	⑤
13. 연회장(회의시설)의 다양성	①	②	③	④	⑤
14. 휘트니스 시설의 유무	①	②	③	④	⑤
15. 호텔내부 쇼핑아케이트의 유무	①	②	③	④	⑤
16. 이·미용실의 유무	①	②	③	④	⑤
17. 기념품(선물)점의 유무	①	②	③	④	⑤
18. 호텔 주차장의 전체면적	①	②	③	④	⑤
19. 개별 주차공간의 면적	①	②	③	④	⑤
20. 주차장에서 로비까지의 거리	①	②	③	④	⑤

※※※※※ 다음은 호텔 시설 및 공간에 관한 사항입니다. ※※※※※

1. 귀하께서는 호텔의 외형적 형태는 어느 형태를 선호하십니까?

- ① 현대적 외형 ② 한국 전통적 외형 ③ 제주 전통적 외형 ④ 동·서양 혼합 외형

2. 귀하께서는 호텔 객실에서 보이는 주위경관 중 귀하께서 원하는 경치는 어느 것입니까?

- ① 한라산 ② 바다 ③ 오름 ④ 농장 또는 목장 ⑤ 시가지

3. 귀하께서는 가장 필요하다고 생각하시는 호텔의 부대시설은 무엇입니까?

- ① 사우나 ② 바(bar) ③ 스카이라운지 ④ 커피숍
⑤ 휘트니스센터 ⑥ 오락시설 ⑦ 연회장 ⑧ 기타

4. 귀하께서 호텔 내의 식당 중 주로 이용하시는 식당은 무엇입니까?

- ① 한식당 ② 양식당 ③ 중식당 ④ 일식당 ⑤ 뷔페 ⑥ 커피숍 ⑦ 로비라운지

5. 귀하께서 사우나 이용시 주로 이용하는 시설은 무엇입니까?

- ① 온탕 ② 냉탕 ③ 건식 사우나 도크 ④ 습식 사우나 도크
⑤ 맥반석 사우나 도크 ⑥ 한방사우나도크



※※※※※ 다음은 제주지역 호텔 이용 형태에 관한 사항입니다. ※※※※※

1. 귀하께서는 호텔을 1년에 어느 정도 이용하십니까?

- ① 1~2회 ② 3~4회 ③ 4~6회 ④ 7회 이상

2. 귀하께서 호텔을 주로 이용하는 시기는 언제입니까?

- ① 여름휴가 ② 연휴 ③ 주중 ④ 주말 ⑤ 겨울휴가

3. 귀하께서 호텔을 이용하는 주목적은 무엇입니까?

- ① 관광 ② 사업 ③ 친지방문 ④ 신혼여행 ⑤ 기타

4. 귀하께서 현재 이용하신 이 호텔을 선택하신 동기는 무엇입니까?

- ① 적절한 가격 ② 예약의 신속·편리성 ③ 친절한 서비스 ④ 쾌적하고 아늑한 분위기
 ⑤ 다양한 부대시설 ⑥ 호텔의 위치 ⑦ 객실에서의 경치

5. 귀하께서는 이용하고 있는 **호텔에 며칠간 머무르실 예정**입니까?

- ① 당일 ② 1박 2일 ③ 2박 3일 ④ 3박 4일 이상

6. 귀하께서는 현재 이용하시는 **호텔에 대한 전체적으로 얼마나 만족**하십니까?

- ① 매우 불만족하다 ② 불만족하다 ③ 보통이다 ④ 만족하다 ⑤ 매우 만족하다

7. 귀하께서 **제주도를 재방문하신다면** 현재 이용하고 있는 호텔을 다시 이용하시겠습니까?

- ① 전혀 그렇지 않다 ② 그렇지 않다 ③ 보통이다 ④ 그렇다 ⑤ 매우 그렇다

※※※※※ **마지막으로 자료분류를 위한 일반적인 사항입니다.** ※※※※※



1. 귀하의 **성별**은?

- ① 남성 ② 여성

2. 귀하의 **연령**은?

- ① 20대 ② 30대 ③ 40대 ④ 50대 ⑤ 60대

3. 귀하의 **학력**은?

- ① 중졸 ② 고졸 ③ 전문대졸 ④ 대졸 ⑤ 대학원

4. 귀하의 **현재 직업**은?

- ① 학생 ② 사무·관리직 ③ 서비스직 ④ 기술직 ⑤ 경영직 ⑥ 교직
 ⑦ 전문직 ⑧ 군인·군속상업 ⑨ 상업 ⑩ 외교관 ⑪ 농·어업 ⑫ 무직

5. 귀하께서 현재 거주하고 있는 **지역**은?

()도/시 ()시/ 구·군

“ 협조해 주셔서 대단히 감사합니다 ”

