
비즈니스 여행자를 위한 국내 특급호텔과 중저가호텔 선택속성에 따른 만족도 비교분석(I) - 외부환경부문과 객실부문을 중심으로 -

Analysis Satisfaction of Selection Attributes on Super-Deluxe and Economy Hotel for
Business Travellers(I): Segmentation for Outer Environments and Rooms

공효순
남서울대학교 호텔경영학과

Hyo-Soon Kong(hskong1@nsu.ac.kr)

요약

연구의 목적은 비즈니스 여행자들이 중요하게 생각하는 우리나라 특급호텔과 중저가호텔 선택속성의 차이점과 그에 따른 만족도를 파악하여 중저가호텔이 특급호텔과 구분되는 경쟁우위의 방안을 모색하고 이에 따른 숙박환경을 개선하여 국제적으로 경쟁력 있는 국내 중저가호텔의 개발과 활성화를 위한 것이며 신규투자나 중저가호텔을 건설하는 투자자에게 그에 따른 필요한 기본 개념을 제공하기 위한 것이다. 연구결과는 특급호텔 수준의 서비스를 원하면서도 상대적으로 저렴한 중저가호텔을 선호하는 비즈니스 여행자를 위한 중저가호텔의 모델에 대한 이해 및 시장 세분화를 위한 기초자료를 제공하였다는 점에서 의미가 있다고 볼 수 있다.

■ 중심어 : | 중저가호텔 | 호텔선택속성 | 비즈니스 여행자 |

Abstract

The purpose of this article is identify the difference of selection attributes on super-deluxe hotel and economy hotel, which business travellers consider important and understand satisfaction with the results of it so as to seek the way for economy hotel to take superior competition differentiated from the super-deluxe hotel and towards world wide competitive level. And also it is to offer necessary basic concept for new investors or experienced investors who construct economy hotel. The results indicated that this article has an implication to offer basic data for the understand of a model of economy hotel and market segmentation for business travellers who want to the service of super-deluxe hotel level but prefer economy hotel which costs relatively inexpensive.

■ keyword : | Economy Hotel | Selection Attribute of Hotel | Business Traveller |

I. 서론

2007년에 발표된 미국의 관광전문지 Business

Travel News에 의하면 2006년 세계 100대 도시 1일 체재비가 서울이 식비 202달러(세계 2위), 호텔비 365달러(세계 14위)로 식비와 호텔을 합친 체재비가 567달러

접수번호 : #081030-002

접수일자 : 2008년 10월 30일

심사완료일 : 2008년 12월 23일

교신저자 : 공효순, e-mail : hskong1@nsu.ac.kr

로 세계 3위로 발표되었다. 도쿄의 541달러(세계 5위)와 쿠알라룸푸르의 184달러(세계 95위)와 비교할 때 큰 차이를 보이고 있다. 이는 우리나라의 체재비가 한국을 찾는 외래객의 방문에 큰 걸림돌이 될 수도 있는 것으로 판단되며 비즈니스 여행자를 위한 객실상품 위주의 중저가호텔의 확충이 필요하다는 것을 말해주고 있다 [1].

이와 같이 우리나라의 대부분의 특급호텔의 높은 객실가격으로 대부분의 비즈니스 여행자들은 좀 더 저렴한 가격에 그들이 체류하는 동안 필요로 하는 여러 가지 조건을 충족시키는 중저가호텔에서의 체류를 원한다. 그러나 현재 국내의 중저가호텔은 국내의 특 1, 2급 호텔이나 외국의 중저가(economy), 저가(budget)호텔과 비교하여 시설수준, 경영수준, 전문인력 등 여러 가지 조건이 열악한 상태에 놓여 체류를 꺼리거나 비즈니스 여행자들의 만족을 이끌어내지 못하고 있어 새로운 활로를 모색해야만 하는 시기에 이르렀다.

최근 상용 비즈니스 여행자들은 일일경비가 \$180 - \$215 정도로 제한되어 식사비와 숙박비만으로도 빠듯해 외국 중소기업 비즈니스 여행자들이 특급호텔에 숙박할 엄두도 못 내고 있는 실정이다. 비즈니스 여행자는 특급호텔의 수준의 서비스를 요구하지만 시설은 기본적인 것만을 제공함으로써 가격이 상대적으로 낮은 중저가호텔을 선호한다는 특징을 가지고 있다. 다시 말하면, 그들의 빠듯한 예산에도 불구하고 일정수준의 서비스를 기대하기 때문에 중저가호텔에 대한 관심이 증가하고 있다[2].

그동안 우리나라는 월드컵을 기점으로 변화하는 소비자의 욕구에 부응하여 특급호텔과는 구분되는 차별화 된 마케팅 전략의 필요성이 제기되어 중저가호텔의 활성화가 추진되었으나 많은 중저가호텔은 전문경영 능력의 부족과 경영개선 의지가 약해 숙박시설의 고급화 및 질적 개선이 미흡한데다 정부의 지원책도 소기의 목적을 달성하지 못하고 있어 일부 중저가호텔들은 폐업하거나 업종을 변환하는 등 전체 객실공급의 감소로 이어지고 있다[3]. 또한 그동안 여러 중저가호텔에 대한 연구가 수행되어 왔으나, 진정한 의미의 중저가호텔의 연구보다는 단지 외국의 저가호텔(budget hotel)의 개

념이 도입되어 연구되어 졌으며 상위개념인 중저가(economy) 및 중저가호텔(mid scale hotel without food and beverage service)에 대한 연구는 미진한 실정이었다.

따라서 이제는 특급호텔 수준의 서비스를 제공하면서 시설은 기본적인 것만을 갖추고 가격이 상대적으로 저렴한 중저가호텔을 선호하는 비즈니스 여행자에게 서비스 수준과 편의성에 있어서 국제적으로 손색이 없고 가격이 저렴한 객실 공급 위주의 경쟁력이 있는 중저가호텔의 개발이 시급한 과제라고 볼 수 있다. 즉 고객의 입장에서 불필요한 시설과 서비스를 제거하고 꼭 필요로 하는 것만을 갖춘 '실속 있는 호텔'이라는 판단을 이끌어 내는 것이다.

따라서 이 연구의 목적은 비즈니스 여행자들이 중요하게 생각하는 우리나라 특급호텔과 중저가호텔 선택속성의 차이점과 그에 따른 만족도를 파악하여 중저가호텔이 특급호텔과 구분되는 경쟁우위의 방안을 모색하고 이에 따른 숙박환경을 개선하여 국제적으로 경쟁력 있는 국내 중저가호텔의 개발과 활성화를 위한 것이며 신규투자나 중저가호텔을 건설하는 투자자에게 그에 따른 필요한 기본개념을 제공하기 위한 것이다.

II. 이론적 배경

1. 중저가호텔의 개념과 선행연구

먼저, 국외에 중저가호텔에 대한 연구를 살펴보면, Quest는 적은 규모의 한정된 시설을 갖추고 객실가격이 저렴한 호텔로 정의를 내렸으며[4], Lee & Bale은 단순한 객실과 호텔주변에 레스토랑이나 커피숍을 제공하는 호텔로 정의했고[5], Gilbert와 Arnold는 3-4등급 호텔과 버금가는 서비스와 함께 객실요금은 중급호텔 객실료의 25-30% 정도 저렴한 호텔이라 정의했다 [6]. 또한 Roper 와 Carmouch는 객실요금은 저렴하면서 시설과 서비스는 기존의 풀 서비스(full service hotel)와 구별된다고 하였고[7], Gilbert는 식음료 서비스 시설이 주변에 위치한 숙박시설로, 최소한의 규모로 쾌적한 숙박조건을 제공하는 호텔이라고 정의 하였다

[8].

한편, 국내연구에서 장택호는 소비자가 중간 혹은 그 이하로 느낄 수 있는 심리적 가격대에 품질은 수준급인 호텔로서 가격대는 4-6만원인 호텔로 정의 하였으며 [9], 이정자는 저렴한 여행경비에 민감한 여행시장계층을 겨냥한 신상품으로 고도의 표준화를 통해 시설수준을 고급화하고, 시설의 종류와 서비스는 극도로 단순화한 호텔로서 동일지역에 소재한 중급 호텔실료의 약 25-30% 정도로 저렴한 가격대의 호텔이라고 정의 하였다[10]. 백순복은 특급호텔의 상대적 개념으로 저렴한 요금으로 숙박할 수 있는 호텔을 편의상 부르는 말로 고급 관광호텔의 상대적인 개념, 즉 국내 1, 2급의 관광호텔이라고 정의 하였으며[11], 이주형은 종합관광호텔업 중에서 외국 관광객이 숙박 할 수 있는 최소의 편의 시설을 갖추고, 객실이 50실에서 150실이며, 객실요금 이 비교적 저렴한 반면 동급의 타 호텔보다 높은 수준의 객실서비스를 제공하는 1, 2, 3급 관광호텔이라고 정의하였다[12].

그러나 고호석·박관수의 연구에서는 우리나라의 중저가호텔을 증가호텔과 저가호텔로 구분지어 연구할 필요가 있다고 했다[13]. 또한 이정자[10], 신국철 외 [14], 이주형[15]의 연구에서도 중저가호텔을 외국의 저가호텔(budget hotel)과 비슷한 개념이라고 말하는 것은 외국호텔에서 Budget 호텔이 저가 수준인 것을 볼 때 중저가호텔의 개념을 고려하지 않은 것이라 할 수 있다.

이상의 선행연구들을 참고하여 이번 연구에서는 비즈니스 여행자를 위한 우리나라의 중저가호텔은 시설은 깨끗하고 쾌적하며 기능은 복합기능의 고급 숙박시설에 비해 단순하지만 효율적인 운영으로 특급호텔 수준의 표준화 된 서비스를 제공하며, 객실가격은 특 1, 2급 호텔보다 저렴한 \$60-\$160 정도의 국내의 1, 2, 3급 관광호텔로 정의하고자 한다.

표 1. 우리나라 호텔 등급에 따른 가격 비교
(1인 일반객실 기준)

호텔 등급	가격	비 고
특 1급	\$250-\$420	특 급
특 2급	\$150-\$270	

1급	\$ 90-\$160	중 저 가
2급	\$ 80-\$120	
3급	\$ 60-\$100	

자료: 한국관광호텔협회, 2007

2. 비즈니스 여행자의 호텔선택속성

호텔 비즈니스 여행자는 대규모 모임과 대회, 소규모의 모임 등을 위해 방문하는 재 방문객(repeat guest)을 포함한다. 비즈니스 여행자 시장은 일반 여행자 시장보다 호텔에 투숙하는 비율이 높고, 호텔 매출에 지대한 영향을 미치고 있어 비즈니스 여행자는 비수기에 호텔의 중요한 수입 원천이면서 가격에 민감하지 않은 안정적인 수요를 창출해 내는 원천이기도 하다. 또한 빈번한 해외출장, 복잡한 스케줄과 업무의 신속한 처리 등을 목적으로 호텔을 찾는 비즈니스 여행자들의 수요가 갖는 특성은 신속하고 정확한 업무보조를 받을 수 있는 차별화 되고 전문화 된 서비스를 요구한다[16].

호텔선택속성에 관한 선행연구는 [표 2]와 같이 많은 학자들에 의하여 이루어졌다. 호텔선택속성이란 호텔을 이용하는 고객들이 호텔선택 시 우선적으로 어떠한 속성을 중요시 여기는 중요도와 선택 후 지각하는 만족도를 의미하며 구매의사에 중요하고 결정적인 영향을 제공하는 요소가 되는 것이다.

표 2. 국내·외 호텔선택속성 관련 선행연구

연구자	연구 대상	선택속성
Quest[4]	중저가	작은 규모, 한정된 시설, 저렴한 가격
Lewis[17]	특급	위치, 안전, 명성, 식음료의 가격과 질, 실내장식, 여메니티, 이미지, 예약의 신뢰성, 객실의 조용함, 휘트니스 시설
Lee & Bale[5]	중저가	단순한 객실, 호텔주변의 레스토랑, 커피숍
Knutson[18]	특급	위치와 입지, 안전과 보안, 쾌적함, 청결성, 가격
Salehr & Ryan[19]	중저가	안전성, 조용함, 레스토랑 이용 가능성, 준비된 체크인
Weaver & Oh[20]	특급	접근성, 호텔의 명성, 친절성, 안전과 보안, 금연객실
McCleary, Weaver & Hutchinson[21]	특급	기본적인 서비스, 편리한 위치, 객실 내 부가적 제공품, 연회/회의 시설, 입지, 금연객실, 접근성, 비즈니스 서비스
Lutz & Ryan[22]	특급	객실 내 안전, 책상과 스탠드, 헤드드라이기, 미니바

Griffin, Shea & Weaver[23]	중저가	낮은가격, 패밀리 레스토랑, 준비된 체크인, 공항접근성, 친절함, 청결성, 안전과 보안, 인상적인 광고
Sammons, Moreo, Benson & DeMicco[24]	특급	청결성, 객실문 잠금장치, 주차장 조명, 객실 내 온도조절, 금연 객실, 24시간 룸 서비스, 보안과 안전
한승엽[25]	특급	위치, 쾌적함, 청결성, 욕조의 크기와 비품, 예약의 신뢰성, 불명처리의 효율성, 객실가격, 호텔의 이미지, 안전
김우곤·박병권[26]	특급	세심한 배려, 신속성, 정중함, 종사원의 자신감
이주형[15]	중저가	교통편의, 인근지역의 조용함, 주차, 객실의 청결성, 신속성, 커피숍과 식당의 구비, 화장실, 인터넷, 종업원의 친절성
고호석·박관수[13]	중저가	종사원의 태도, 객실에서의 인터넷 이용, 인근지역의 안전, 룸 서비스, 개별 서비스, 스넥 바, 라운지

자료: 선행연구를 토대로 연구자가 재작성함

III. 연구방법

1. 설문지 구성

이번 연구의 실증분석을 위해서 Lewis[17], Griffin, Shea & Weaver[23], 한승엽[25], 이주형[15] 등의 호텔 선택속성의 연구결과를 토대로 하여 호텔의 해당부서 전문가들의 자문을 받아 특급호텔(특 1, 2급 호텔), 중저가호텔(1, 2, 3급 호텔)로 측정문항을 구분하여 호텔 외부 환경적인 부문 13항목, 객실 부문 27항목, 전반적인 만족도 1항목의 측정문항으로 설문을 구성하였으며, 각 문항에 대하여 리커트 5점 척도를 이용하여 1점을 '매우 중요하지 않다' 5점을 '매우 중요하다'로 측정하였다.

이렇게 구성된 척도에 대해서 1차 조사는 각 부문의 항목별 중요도를 평가하였고, 1차 조사를 통해 중요도가 높게 나타난 다른 측정항목으로 재구성하여 2차 조사는 각 부문의 호텔선택속성 항목별 만족도를 평가하였다.

2. 표본선정 및 자료수집

이번 연구에서 설문은 서울시내 특급호텔(특 1, 2급 호텔)과 중저가호텔(1, 2, 3급 호텔)에 숙박하는 비즈니스 고객을 표본설문 조사대상으로 실시하였으며, 1차

예비 설문조사는 4개 호텔에서 2008년 2월 11일부터 2월 23일까지 57부의(특급호텔 27부, 중저가호텔 30부) 설문이 조사되었다. 2차 설문조사는 2008년 3월 3일부터 4월 30일까지 10개의 호텔을 대상으로 하였으나 조사의 어려움으로 8개의 호텔(특급호텔 4개, 중저가호텔 4개)에서 조사가 실시되었으며, 총 400부를 배포하여 241부를 회수하여 58.2%의 낮은 회수율을 보였다. 여기에서 설문 문항에 대한 응답이 누락되었거나 불성실한 답변이 나타난 설문을 제외한 222부의(특급호텔 108부, 중저가호텔 114부) 유효한 설문지를 이번 연구의 분석 대상으로 사용하였다.

3. 분석방법

자료의 분석을 위해서는 SPSS 15.0(ver.)을 사용하였으며 다음과 같은 통계 분석방법을 적용시켰다. 첫째, 조사대상자의 일반적 특성을 파악하기 위해 빈도분석을 실행하였고, 둘째, 특급호텔과 중저가호텔 간의 선택속성 중요도를 파악하기 위하여 t-test 분석을 실시하였다. 셋째, 각 호텔의 부문별 선택속성 항목의 만족도와 전반적인 만족도에 유의한 차이가 있는지를 파악하기 위해서 스텝와이즈 방식을 통한 회귀분석을 실시하였다.

IV. 분석결과

1. 조사대상자의 일반적 특성

2차 설문조사의 일반적 특성의 분석결과를 살펴보면 성별의 구성은 중저가호텔에서 남자(79.8%), 여자(20.2%), 특급호텔에서 남자(75.9%), 여자(24.1%)로 남성과 여성의 비율이 크게 차이를 보이고 있다. 이는 사회·경제활동에 참여하는 비즈니스 고객의 뚜렷한 성별의 구성 비율을 보여주는 것이라 할 수 있다. 직업별 분포를 보면 중저가호텔에서는 회사원(49.1%), 사업가(34.2%), 학생(11.4%), 기타(5.3%), 특급호텔에서는 회사원(43.5%), 사업가(27.8%), 엔지니어(7.4%), 교사(3.7%), 변호사(8.3%), 학생(9.3%)으로 주요 고객은 회사원, 사업가 등 다양한 전문직 비즈니스 고객임을 알

수 있다. 입국목적의 분포를 살펴보면 중저가호텔은 상용(73.7%), 관광(15.8%), 상용 및 관광(10.5%), 특급호텔은 상용(87.0%), 관광(1.9%), 상용 및 관광(11.1%)로 대부분의 고객이 상용목적으로 체류하는 비즈니스 고객이며 중저가호텔은 특급호텔에 비해 관광목적이 다소 높은 점유율을 나타내고 있는 것을 알 수 있다.

체류경비의 분포를 보면 중저가호텔은 15-20만원(53.5%), 20-30만원(39.5%), 15만원 이하(7.0%), 특급호텔은 20-30만원(63.0%), 30만원 이상(37.0%)으로 특급호텔의 높은 체류경비를 보여주고 있다. 또한 체류기간은 중저가호텔은 1-3박(51.8%), 4-6박(41.2%), 1-2주(7.0%), 특급호텔은 1-3박(32.4%), 4-6박(30.6%), 1-2주(33.3%), 2주 이상(3.7%)으로 나타났다. 이는 중저가호텔과 특급호텔에 체류하는 비즈니스 고객들은 대부분 1-2주일 이내에 업무를 마치고 돌아가는 업무출장임을 보여주고 있다.

국적별로 살펴보면 중저가호텔은 일본(29.8%), 미국(29.8%), 한국(18.4%), 특급호텔은 미국(45.4%), 한국(18.5%), 유럽(15.7%) 등의 순위로 나타났다. 국적별 체류 점유율도 주목할 만하다[표 3].

표 3. 2차 조사 응답자 분포

변수	구분	중저가	특급	전체	
성별	전체	114(100)	108(100)	222(100)	
	남자	91(79.8)	82(75.9)	173(77.9)	$\chi^2=0.490$ $p=0.520$
연령	20대	19(16.7)	19(17.6)	38(17.1)	
	30대	62(54.4)	53(49.1)	115(51.8)	$\chi^2=21.327$ $p=0.000^{***}$
	40대	33(28.9)	19(17.6)	52(23.4)	
	50대이상	0(0)	17(15.7)	17(7.7)	
학력	고졸	21(18.4)	7(6.5)	28(12.6)	$\chi^2=7.258$ $p=0.027^*$
	대학원졸	77(67.5)	82(75.9)	159(71.6)	
경비	15만원이하	8(7.0)	0(0)	8(3.6)	
	15-20만원	61(53.5)	0(0)	61(27.5)	$\chi^2=113.602$ $p=0.000^{***}$
	20-30만원	45(39.5)	68(63.0)	113(50.9)	
	30만원이상	0(0)	40(37.0)	40(18.0)	
체류기간	1-3박	59(51.8)	35(32.4)	94(42.3)	$\chi^2=30.256$ $p=0.000^{***}$
	4-6박	47(41.2)	33(30.6)	80(36.0)	
	1-2주	8(7.0)	36(33.3)	44(19.8)	
	2주이상	0(0)	4(3.7)	4(1.8)	
연간이용	1회	18(15.8)	12(11.1)	30(13.5)	$\chi^2=2.621$ $p=0.270$
	2-4회	71(62.3)	63(58.3)	134(60.4)	
	5-7회	25(21.9)	33(30.6)	58(26.1)	
입국목적	상용	84(73.7)	94(87.0)	178(80.2)	$\chi^2=13.209$ $p=0.001^{**}$
	관광	18(15.8)	2(1.9)	20(9.0)	
	상용및관광	12(10.5)	12(11.1)	24(10.8)	

직업	사업	39(34.2)	30(27.8)	69(31.1)	$\chi^2=29.211$ $p=0.000^{***}$
	회사원	56(49.1)	47(43.5)	103(46.4)	
엔지니어	0(0)	8(7.4)	8(3.6)		
교사	0(0)	4(3.7)	4(1.8)		
변호사	0(0)	9(8.3)	9(4.1)		
학생	13(11.4)	10(9.3)	23(10.4)		
기타	6(5.3)	0(0)	6(2.7)		
국적	한국	21(18.4)	20(18.5)	41(18.5)	$\chi^2=23.182$ $p=0.000^{***}$
	미국	34(29.8)	49(45.4)	83(37.4)	
	일본	34(29.8)	13(12.0)	47(21.2)	
	중국	14(12.3)	5(4.6)	19(8.6)	
	유럽	5(4.4)	17(15.7)	22(9.9)	
기타	6(5.3)	4(3.7)	10(4.5)		

* p<0.05 ** p<0.01 *** p<0.001

2. 호텔 각 부문의 항목별 선택속성의 중요도 차이 분석

2.1 외부환경부문의 특급호텔과 중저가호텔의 중요도 차이분석

표 4. 외부환경부문의 특급호텔과 중저가호텔의 중요도 차이 분석

영역	항목	중저가		특급		t-value	p
		M	SD	M	SD		
외부 환경 부문	호텔위치	4.60	0.50	4.33	0.68	1.701	0.095
	호텔명성	4.10	0.71	4.22	0.93	-0.559	0.578
	호텔이미지	4.10	0.55	4.44	0.51	-2.456	0.017*
	체인호텔	3.80	1.10	4.11	1.01	-1.109	0.272
	호텔등급	4.10	0.84	4.22	0.64	-0.610	0.544
	호텔규모	3.70	0.65	4.22	0.42	-3.544	0.001**
	호텔외관	3.50	1.04	3.89	0.89	-1.505	0.138
	호텔전망	3.50	1.04	3.89	0.89	-1.505	0.138
	호텔조경	3.40	0.50	4.00	0.96	-3.003	0.004**
	공황접근성	4.50	0.51	4.56	0.70	-0.346	0.731
	지역접근성	4.20	0.61	4.22	0.64	-0.134	0.894
	관광접근성	3.70	1.02	3.67	0.96	0.126	0.900
	안전보안	4.20	0.61	4.67	0.48	-3.183	0.002**
평균	3.95	0.32	4.19	0.44	-2.955	0.026*	

* p<0.05 ** p<0.01 *** p<0.001

외부환경의 전체 평균을 보면 중저가호텔은 3.95인 반면, 특급호텔은 4.19로서 특급호텔이 유의하게 높았다($p<0.05$). 이는 특급호텔 이용자들이 중저가호텔에 비해서 전반적으로 외부환경에 대해서 기대치가 높기 때문에 파악된다. 그 중에서 호텔이미지, 호텔규모, 호텔조경, 안전보안 등의 항목은 중저가호텔에 비해서 특급호텔 이용자들이 유의하게 중요도가 높았다($p<0.05$). 반면 유의한 차이는 아니었으나, 중저가호텔의 중요도가 높은 항목은 호텔위치, 관광접근성 등으로

과약되었다. 즉 특급호텔 이용자들은 이미지나 조경, 안전보안 등 유무형적 이미지와 안전을 중시한 반면, 중저가호텔 이용자들은 위치와 접근성과 같은 지리적 편리성을 더 중시하고 있는 것으로 볼 수 있다.

2.2 객실부문의 특급호텔과 중저가호텔의 중요도 차이 분석

객실부문의 전체 평균을 보면 중저가호텔은 3.73인 반면 특급호텔은 4.04로서 특급호텔이 유의하게 높았다 ($p<0.05$). 이는 특급호텔 이용자들이 중저가호텔에 비해서 객실부문에 대한 기대치가 높기 때문에 과약된다. 그 중에서 객실청결, 편의용품, 조절가능 난방장치, 실내장식, 다양한 객실, 미니바, 무료생수, 무료신문, 페이티비, 휴대폰제공 등의 항목은 중저가호텔에 비해서 유의하게 중요도가 높았다($p<0.05$). 반면 유의한 차이는 아니었으나, 중저가호텔의 중요도가 높은 항목은 욕실크기, 테이터포트, 업무공간, 시내무료전화 등으로 과약되었다. 이는 특급호텔 이용자들은 그들의 바쁘고 복잡한 업무로 인한 편안한 휴식과 분위기를 중시하는 반면 중저가호텔 이용자들은 다소 취약성을 보이고 있는 업무와 관련된 설비를 중요시 여기는 것으로 볼 수 있다.

표 5. 객실부문의 특급호텔과 중저가호텔의 중요도 차이분석

영역	항목	중저가		특급		t-value	p
		M	SD	M	SD		
객실 부문	객실크기	3.70	0.92	4.00	0.68	-1.392	0.170
	객실가격	4.00	1.02	4.44	0.70	-1.902	0.062
	객실청결	4.40	0.50	4.89	0.32	-4.351	0.000***
	침대크기	4.10	0.55	4.22	0.64	-0.776	0.441
	편의용품	4.10	0.71	4.44	0.51	-2.083	0.042*
	조절가능 난방장치	3.60	0.93	4.11	0.58	-2.455	0.017*
	실내장식	2.90	0.84	3.78	0.93	-3.726	0.000***
	욕실크기	3.30	0.65	3.22	0.64	0.454	0.652
	욕실용품	3.40	0.81	3.56	0.70	-0.770	0.444
	다양한객실	3.60	0.50	4.00	0.83	-2.228	0.030*
	금연객실	3.80	0.61	4.00	0.83	-1.042	0.302
	미니바	2.80	1.19	3.56	0.70	-2.889	0.006**
	무료생수	3.20	1.10	3.78	0.80	-2.252	0.028*
	커피메이커	3.50	1.14	3.89	0.75	-1.505	0.138
	무료신문	3.60	1.04	4.22	0.80	-2.514	0.015*
	페이티비	3.00	1.02	3.78	0.80	-3.183	0.002**
	컴퓨터 /프린터	4.00	0.64	4.22	0.64	-1.305	0.197
	팩스	3.70	1.02	3.89	0.75	-0.787	0.434

휴대폰제공	3.40	0.93	4.00	0.83	-2.552	0.014*
인터넷고속 전용선	4.20	0.41	4.22	0.64	-0.158	0.875
데이터포트	4.00	0.64	3.89	0.75	0.602	0.550
업무공간	4.10	0.71	4.00	0.68	0.541	0.591
무선통신	4.10	0.55	4.33	0.68	-1.434	0.157
음성사서함	3.70	1.02	4.00	0.68	-1.290	0.203
시내무료 전화	4.00	0.64	3.89	0.58	0.683	0.497
안전금고	3.90	1.06	4.22	0.64	-1.368	0.177
화재안전 시스템	4.50	0.68	4.56	0.51	-0.346	0.731
평균	3.73	0.44	4.04	0.33	-3.029	0.004**

* $p<0.05$ ** $p<0.01$ *** $p<0.001$

3. 호텔 각 부문의 항목별 선택속성의 만족도에 대한 영향력 분석

3.1 외부환경부문의 항목만족이 전반적 만족도에 미치는 영향

특급호텔의 경우 외부환경 항목만족도가 전반적 만족도를 설명하는 정도는 55.6%이며 통계적으로 유의하였다($p<0.05$). 이 중 규모, 이미지, 유명체인호텔, 공항 접근성 용이에 유의한 정(+)의 영향을 미쳐, 특급호텔 이용자들은 호텔의 규모, 이미지, 유명체인호텔, 공항 접근성 용이에 만족할수록 전반적 만족도 향상에 기여하는 것으로 파악되었다.

표 6. 특급호텔

	비표준화 계수	표준화 계수	t	유의 확률
	B	표준 오차	베타	
(상수)	.301	.435	.693	.490
규모	.619	.063	.683	9.771 .000***
이미지	.300	.137	.205	2.184 .031*
유명체인 호텔	.275	.067	.323	4.084 .000***
공항접근성용이	.274	.115	.241	2.387 .019*

$R^2=0.556$, $F=32.249$, $p=0.000$, $Adj.R^2=0.539$, $D.W.=1.742$

* $p<0.05$ *** $p<0.001$

표 7. 중저가호텔

	비표준화 계수	표준화 계수	t	유의 확률
	B	표준 오차	베타	
(상수)	.987	.253		3.897 .000
안전과 보안	.361	.092	.437	3.909 .000***

호텔의 규모	.378	.073	.418	5.166	.000***
호텔의 등급	.217	.081	.222	2.685	.008**
공항접근성 용이	.224	.105	.227	2.127	.036*
R ² =0.523, F=29.865, p=0.000, Adj.R ² =0.505, D.W.=1.828					

* p(0.05) ** p(0.01) *** p(0.001)

중저가호텔의 경우 외부환경 항목만족도가 전반적 만족도를 설명하는 정도는 52.3%이며 통계적으로 유의하였다(p<0.05). 이 중 안전과 보안, 호텔의 규모, 호텔의 등급, 공항접근성 용이에 유의한 정(+)의 영향을 미쳐, 중저가호텔 이용자들은 안전과 보안, 호텔의 규모, 호텔의 등급, 공항접근성 용이에 만족할수록 전반적 만족도 향상에 기여하는 것으로 파악되었다.

앞서 t-test에서 밝혀진 중저가호텔의 중요도 속성의 순위는 호텔의 위치, 공항접근성 용이, 안전과 보안 순으로, 만족도에 영향을 미치는 선택속성의 순위는 안전과 보안, 호텔의 규모, 공항접근성 용이로 나타났다. 특급호텔의 중요도의 속성순위는 안전과 보안, 공항접근성 용이, 호텔의 이미지 순으로 나타났으며, 만족도에 영향을 미치는 선택속성의 순위는 호텔의 규모, 유명체인호텔, 공항접근성 용이로 나타났다. 이는 중요도 선택속성과 만족도 영향요인의 상관관계를 보여주고 있다.

3.2 객실부문의 항목만족이 전반적 만족도에 미치는 영향

특급호텔의 경우 객실 항목만족도가 전반적 만족도를 설명하는 정도는 47.5%이며 통계적으로 유의하였다(p<0.05). 이 중 화재안전시스템, 조절가능 난방장치, 인터넷전용선, 금연객실, 안전금고, 컴퓨터/프린터가 유의한 정(+)의 영향을 미쳐 특급호텔 이용자들은 호텔객실에서 조절가능 난방장치, 인터넷전용선, 금연객실, 안전금고, 컴퓨터/프린터에 만족할수록 전반적 만족도 향상에 기여하는 것으로 파악되었다.

표 8. 특급호텔

	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률
	B	표준 오차	베타		
(상수)	3.079	.419		7.354	.000

화재안전 시스템	.457	.094	.532	4.891	.000***
조절가능 난방장치	.637	.140	.702	4.555	.000***
인터넷 전용선	.241	.088	.296	2.745	.007**
금연객실	.365	.087	.357	4.196	.000***
안전금고	.333	.096	.446	3.478	.001**
컴퓨터/프린터	.293	.099	.356	2.954	.004**
편안한 침대크기	.359	.178	.383	2.013	.047*
R ² =0.475, F=12.915, p=0.000, Adj.R ² =0.438, D.W.=2.320					

* p(0.05) ** p(0.01) *** p(0.001)

중저가호텔의 경우 객실 항목만족도가 전반적 만족도를 설명하는 정도는 73.4%이며 통계적으로 유의하였다(p<0.05). 이 중 안전금고, 데이터포트, 객실청결, 난방장치, 화재안전시스템, 다양한 편의용품, 무선통신이 유의한 정(+)의 영향을 미쳐, 중저가호텔 이용자들은 호텔객실에서 안전금고, 데이터 포트, 객실청결, 조절가능 난방장치, 화재안전시스템, 다양한 편의용품, 무선통신에 만족할수록 전반적 만족도 향상에 기여하는 것으로 파악되었다.

앞서 t-test에서 밝혀진 중저가호텔의 객실부문 중요도 속성의 순위는 화재안전시스템, 객실청결, 인터넷전용선으로 나타났으며 만족도에 영향을 미치는 선택속성의 순위는 객실청결, 화재안전시스템, 안전금고로 나타났다. 특급호텔의 중요도 선택속성 순위는 객실청결, 화재안전시스템, 객실가격, 편의용품 순으로, 만족도에 영향을 미치는 선택속성의 순위는 조절가능 난방장치, 화재안전시스템, 안전금고로 나타났다. 이는 중요도 선택속성과 만족도 영향요인의 상관관계를 보여주고 있다.

표 9. 중저가호텔

	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률
	B	표준 오차	베타		
(상수)	.191	.246		-7.78	.438
안전금고	.414	.062	.487	6.679	.000***
데이터포트	.218	.052	.256	4.222	.000***
객실청결	.811	.204	.824	3.975	.000***
난방장치	.283	.078	.236	3.632	.000***
화재 안전시스템	.526	.191	.545	2.751	.007**
다양한 편의용품	.207	.082	.217	2.534	.013*

무선통신	.130	.056	.142	2.323	.022*
R ² =0.734, F=41.713, p=0.000, Adj.R ² =0.716, D.W.=2.085					

* p<0.05 ** p<0.01 *** p<0.001

V. 결론 및 시사점

이번 연구는 그동안 연구되어 온 선행연구들을 참조하여 중저가호텔에 대한 정의를 재정립하고 특급호텔과 중저가호텔을 이용하는 비즈니스 고객의 호텔선택 행동을 외부환경부문과 객실부문별로 비교 분석함으로써 새로운 연구주제를 확대시킨 것으로 평가할 수 있다.

또한 특급호텔 수준의 서비스를 원하면서 상대적으로 저렴한 중저가호텔을 선호하는 비즈니스 여행자를 위한 중저가호텔의 모델에 대한 이해 및 시장 세분화를 위한 기초자료를 제공하였다는 점에서도 의미가 있다고 볼 수 있다.

이번 연구의 실증분석에 근거한 시사점은 다음과 같다.

첫째, 외부환경부문에서 중저가호텔 이용자들은 특급호텔 이용자들에 비해 호텔의 위치, 관광접근성을 중요시 여기며 안전과 보안, 규모, 등급, 공합접근 용이에 만족할수록 전반적인 만족도에 기여하는 것으로 나타났다. 이는 중저가호텔을 이용하는 비즈니스 여행자들의 바쁜 업무와 일정은 지리적인 편리성과 관광을 목적으로 투숙하는 여행자들의 관광접근성을 중시하는 것으로 볼 수 있으며 다소 취약성을 보이고 있는 호텔의 규모나 등급에 집중적인 관리와 개선책을 모색해야 할 것이다. 즉 새로운 중저가호텔의 개보수, 신규건설 시 이러한 새로운 활로를 모색하여 중저가호텔 활성화에 기여해야 할 것이다. 또한 경영진의 끊임없는 시설투자 및 서비스 향상을 위한 노력과 지원이 수반되어야 할 것이다.

다음으로 특급호텔 이용자들은 중저가호텔 이용자에 비해 호텔의 이미지, 규모, 조경, 안전보안 등을 중요시 여기며 규모, 이미지, 유명체인호텔, 공합접근성 용이에 만족할수록 전반적인 만족도에 기여하는 것으로 나타났다. 이는 특급호텔을 이용하는 비즈니스 고객들은 유·무형적인 이미지와 안전을 중요시하고 있으며, 중저가호텔과 마찬가지로 규모, 유명체인호텔, 지

리적인 편리성 등이 만족을 이끌어 내고 있는 것으로 볼 수 있다. 이는 고급화, 차별화를 추구하는 현대 상용 비즈니스 여행자의 특성을 잘 반영한 것으로 볼 수 있다.

둘째, 객실부문에서 중저가호텔 이용자들은 특급호텔 이용자들에 비해 욕실의 크기, 데이터포트, 업무공간, 시내무료전화 등의 속성을 중요시 여기며 안전금고, 데이터포트, 객실청결, 조절가능 난방장치, 화재안전시스템, 다양한 편의용품, 무선통신 등에 만족할수록 전반적인 만족도에 기여하는 것으로 나타났다. 이는 중저가호텔에서 다소 취약성을 보이고 있는 비즈니스 여행자들에게 절실하게 필요한 그들의 업무를 위한 설비의 요구가 증대되고 있는 것으로 볼 수 있다. 즉, 중저가호텔을 이용하는 비즈니스 고객들은 특정한 업무 목적을 가지고 호텔에 투숙하므로 객실에서 그들의 복잡한 업무를 수행할 수 있는 객실 내 최적의 작업공간을 제공해야 하며 IT관련 Network 설비도 필수불가결한 설비이다. 따라서 객실 개보수, 신규 건설시 이러한 점들을 최대한 고려하여 설계되어야 할 것이다. 또한 객실청결과 특급호텔에 비해서 취약한 객실 내의 다양한 편의용품 제공으로 이용자들의 만족을 이끌어내야 되며 각종 화재 안전설비에도 경영진의 집중적인 관리로 중저가호텔의 활성화에 기여해야 할 것이다.

다음으로 특급호텔 이용자들은 객실청결, 편의용품, 조절가능 난방장치, 실내장식, 다양한 종류의 객실, 미니바, 무료생수, 무료신문, 페이티비, 휴대폰제공 등을 중요시 여기고 있으며 화재안전시스템, 조절가능 난방장치, 인터넷전용선, 금연객실, 안전금고, 컴퓨터/프린터 등에 만족할수록 전반적인 만족도에 기여하게 된다. 이는 높은 가격을 지불한 비즈니스 여행자들의 다양한 서비스 대한 기대와 요구이며 그들의 업무를 위한 최첨단의 IT 관련 Network의 구축 및 사무기기의 구비로 객실 내에서의 업무의 효율성과 편리성을 증대시켜 그들의 만족도를 증진 시켜야 할 것이다.

끝으로 중저가호텔의 이용하는 비즈니스 여행자들은 특급호텔에서 제공하는 수준의 서비스를 기대한다. 또한 특급호텔을 이용하는 비즈니스 여행자는 시설은 기본적인 것만을 제공함으로써 가격이 상대적으로 낮은 중저가호텔을 선호한다는 특징을 가지고 있다. 즉 특급

호텔에 숙박하는 비즈니스 여행자는 그들의 빠듯한 예산 때문에 중저가호텔에 대한 관심이 증가하고 있다. 따라서 특급호텔에서 선호하는 호텔선택속성의 항목과 만족도에 영향을 미치는 호텔선택속성의 항목은 중저가호텔 활성화와 개발에 새로운 마케팅전략의 시사점을 주시해야 할 것이다.

이번 연구에서는 특급호텔의 선택속성 중요도가 모든 부문에서 우세한 것으로 나타났다. 따라서 향후연구에서는 중저가호텔 선택속성에 대한 보다 심층적인 연구가 요구되며 우리나라의 중저가호텔을 증가와 저가호텔로 구분하여 증가호텔과 저가호텔(Budget Hotel)에 대한 개념정리와 비교분석을 통하여 저가호텔 이용자들의 만족을 이끌어 낼 수 있는 새로운 활로를 모색하는 연구가 수행 되어야 한다.

또한 특급호텔과 중저가호텔의 프론트오피스부문, 식음료부문, 부대시설부문의 선택속성에 따른 만족도의 비교분석의 연구가 요구된다.

참 고 문 헌

- [1] 이상규, *국내 중저가호텔의 경영전략유형에 따른 경쟁력 강화방안이 경영성과에 미치는 영향*, 세종대학교 대학원 박사학위논문, 2007.
- [2] E. Watkins, "The Making of Mid-Market Hotel Company," *Lodging Hospitality*, Vol.51, No.8, pp.23-25, 1995.
- [3] 한국문화관광정책연구원, *중저가형 관광숙박시설 확충 및 활성화 방안*, 기본연구 2002(2).
- [4] M. Quest, "Is There a Future for Low-Tariff UK Hotels," *Caterer and Hotelkeeper*, 1983(9).
- [5] D. Lee and D. Bale, "An Introduction in the Budgets," *Three Views*, Cornell H. R. A. Quarterly Administration, pp.11-13, 1984.
- [6] D. Gilbert and I. Arnold, "Budget Hotels," *Leisure Management*, 1988.
- [7] A. Roper and R. Carmouche, "Budget Hotels: A Case of Mistaken Industry," *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol.1, No.1, 1989.
- [8] L. Gilbert, "A Budget Hotels," *Leisure Management*, 1990(9).
- [9] 장택호, *중저가호텔 상품화 및 마케팅 방안에 관한 연구*, 세종대학교 대학원 석사학위논문, 1992.
- [10] 이정자, "버킷호텔에 관한 연구; 개념과 특성 및 역할", *호텔경영학연구*, 제2호, 1994.
- [11] 백순복, *중저가호텔의 체인화 방안에 대한 연구*, 세종대학교 경영대학원 석사학위논문, 1999.
- [12] 이주형, "중저가호텔 경쟁력 제고 방안", *관광경영학연구*, (20): pp.277-299, 2004a.
- [13] 고희석, 박관수, "국내 중저가 숙박시설에 대한 외국인 FIT 선택속성에 관한 연구", *관광학연구*, Vol.16, No.1, pp.163-185, 2001.
- [14] 신국철, *중저가호텔개발 사업계획서*, 한국관광공사, 1997.
- [15] 이주형, "중저가 관광호텔 선택요인 연구", *호텔경영학연구*, 제9권, 제2호 pp.87-108, 2000b.
- [16] 정규엽, 이병관, "호텔 EF(Executive Floor)의 선택속성에 관한 연구", *호텔경영학연구*, 제11권, 제2호, pp.201-223, 2003.
- [17] R. C. Lewis, "Solating Differences in Hotel Attributes," *The Cornell H. R. A. Quarterly*, pp.64-77, 1984.
- [18] B. J. Knutson, "Frequent Travellers; Make Them Happy and Bring the Back," *The Cornell Hotel and Restaurant Administration, Quarterly*, Vol.29, No.1, pp.82-87, 1988.
- [19] F. Salehr and C. Ryan, "Client Perceptions of Hotels," *A Multi Attribute Approach*, *Tourism Management*, Vol.13, No.2, pp.163-168, 1992.
- [20] P. A. Weaver and H. C. Oh, "Do American Business Travellers have Different Hotel Service Requirement?" *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol.5, No.3, pp.16-21, 1993.
- [21] K. McCleary, H. Weaver, and J. Hutchinson, "Segmenting the Business Traveler Market,"

- Journal of Travel & Tourism Marketing, Vol.1, No.4, p.58, 1993.
- [22] J. Lutz and C. Ryan, "Hotel and the Business Woman: an Analysis of Business Women's Perception of Hotel Services," Tourism Management, Vol.15, No.5, pp.349-356, 1993.
- [23] R. Griffin, L. Shea, and P. Weaver, "How Business Travelers Discriminate between Mid-priced and Luxury Hotels," An Analysis Using a Sample a Longitudinal Sample, Journal of Hospitality and Leisure Marketing, Vol.4, No.2, pp.63-75, 1996.
- [24] G. Samons, P. Moreo, L. Benson, and F. DeMicco, "Analysis of Female Business Travellers Selection of Lodging Accommodations," Journal of Travel and Tourism Marketing, Vol.8, No.1, pp.65-83, 1999.
- [25] 한승엽, *비즈니스 FIT 시장의 세분화에 대한 연구*, 세종대학교 대학원 박사학위논문, 1995.
- [26] 김우곤, 박병권, "호텔선택에 있어서 합리적 행동이론의 적용, 상용고객을 중심으로", *관광학연구*, Vol.24, No.8, pp.119-134, 1997.

저 자 소 개

공 효 순(Hyo-Soon Kong)

정회원



- 2005년 8월 : 경원대학교
관광경영학과(경영학박사)
- 2006년 9월 ~ 현재 : 남서울대
학교 호텔경영학과 전임강사

<관심분야> : 서비스품질, 고객만

족, 비즈니스 고객