

콘도미니엄의 예약문제점 및 개선방안에 관한 연구

반종삼 (연세대학교 정경대학)*
이주현 (연세대학교 정경대학 교수)**

국 문 요 약

급격한 소득증가로 인해 우리의 삶이 점점 풍요해지고 주5일 근무제로 인해 여가시간이 증가하면서 우리나라 국민의 문화와 관광 및 레저에 대한 욕구가 높아지게 되었다. 오늘날 우리나라 관광레저산업은 두텁게 형성된 중산층을 기반으로 점차 전문화, 대형화, 복합화된 산업으로 발전해 나가고 있다. 오늘날 콘도미니엄은 현대 휴양관광레저문화의 총체적 기능을 겸비한 일처다관, 일처다락의 숙박레저시설로 주목받고 있다. 본 연구의 목적은 콘도미니엄이 예약기능을 제대로 수행하지 못하고 있는 원인은 무엇이고 혁신적 개선방안은 어떤 것이 있는가를 규명하고자 하였다. H사 사례를 통해 살펴본 바에 따르면 예약문제점 발생의 가장 중요한 원인은 수요의 집중성과 공급의 지역편중성이라고 할 수 있다. 이를 적극적으로 해결하기 위해서는 지역별 수급전망을 통해 객실의 수를 적절히 조절하고 숙박의 연중분산을 유도하기 위한 다양한 관리정책이 필요하다. 효율적 예약업무를 위한 구체적 방안을 살펴보면 공급수준을 훨씬 상회하는 성수기에 정확한 수요예측이 필요하고 효율적인 예약관리를 실행함으로써 고객의 불만을 최소화하는 운영이 필요하다. 예약 취소율, No-show율 등과 같은 과거 고객 데이터를 바탕으로 실제 객실수요를 정확히 예측하고 이를 바탕으로 초과예약과 대기예약의 활용성을 높여 예약업무의 혁신을 이끌어내는 정책이 적극적으로 추진되어야 한다.

핵심주제어: 콘도미니엄, 예약, 혁신

* 제1저자, 연세대학교 정경대학원 석사, oz2127@yahoo.co.kr

** 교신저자, 연세대학교 정경대학 경영학부 조교수, dardenlee@yonsei.ac.kr

1. 서론

국민소득이 증가하면서 사람들의 가치관이 단순히 일 중심에서 여가생활을 통해 개인의 욕구를 충족시키고자 하는 방향으로 변화하고 있다. 사회전반에 삶의 질을 향상시키고 생활의 여유를 찾고자하는 웰빙(well-being) 열풍이 불어 닥치고 주5일 근무제 도입으로 인해 여가시간도 증가함에 따라 관광레저를 즐기는 사람들의 숫자가 급격히 증가하였다. 특히, 핵가족화, 적은 자녀수, 가사노동의 합리화 등으로 관광레저와 문화체험을 통해 자기실현욕구를 충족시키고자 하는 가족중심의 관광인구가 급격히 증가하고 있다(채용식, 2006). 90년대 이후로 건강지향의 자연 친화형 체류시설, 체험중심의 모험 레포츠 및 문화교양활동, 남녀노소가 함께 즐길 수 있는 테마파크시설의 이용고객이 급격히 증가함에 따라 관광숙박시설들 중 콘도미니엄의 입회회원과 이용비율이 타 관광숙박시설에 비해 급격한 증가 추세를 보이고 있다(서천범, 2007; 고상동, 2003).

개발업자들은 초기에 투자원금을 회수할 수 있는 장점 때문에 82년 휴양콘도미니엄이 관광업종으로 등록된 이후 90년대 중반까지 연평균 30%대의 급격한 객실증가율을 보이기도 하였다. 하지만, 휴양콘도미니엄의 개발 및 분양과정에서 많은 문제점이 노출되면서 정부는 콘도미니엄의 개발, 특히 분양관련 규정을 엄격히 시행하였다. 최근에는 객실 증가율이 연평균 6%대에 머무르고 있는 실정이다. 전국에는 2006년 말 기준 128개소에 약 28,700여실이 운영 중에 있다. 지역별로 보면 산수가 수려한 강원지역이 40개소 13,800여개로 가장 많고 제주와 경기도 30개소 3,500여개와 13개소 2,400여개로 다음을 차지하고 있다. 국내 12개 콘도업체의 매출을 살펴보면 꾸준히 두 자리 수이상의 매출증가율을 보이고 있다.

개방화, 자율화시대를 맞아 다양한 관광숙박시설의 증가는 계속될 것으로 예상된다. 특히, 2000년대 이후 가족적인 분위기와 호텔 같은 고급화된 시설의 펜션이 급격히 증가하였다. 콘도미니엄 업계가 선진화, 고급화, 다양화를 통해 소비자 욕구를 만족시키고자 하는 부단한 노력을 하지 않는다면 멀지않은 장래에 경쟁력 확보에 어려움이 있을 것으로 예상된다. 콘도미니엄의 경쟁력을 높이기 위해서는 고급화된 소비자의 입맛에 맞는 시설과 아울러 고객을 만족시킬 수 있는 선진화되고 합리적 운영방안이 매우 중요하다(김성혁, 2001; 이유재, 1997). 객실 가동률 향상을 통해 매출을 높이는 것은 높은 분양률과 아울러 콘도미니엄 업계의 수익성을 확보할 수 있는 매우 중요한 요건이다. 본 연구의 목적은 고객만족을 높이고 객실가동률을 높이기 위해 예약업무의 시스템화와 예약취소 방지를 위한 혁신적 개선방안을 연구하는 것이다.

II. 콘도미니엄의 특성과 현황

2.1 콘도미니엄의 특성

콘도미니엄(Condo minium)은 어원이 공동소유, 공동지배의 개념에서 발생한 복합어로 공공건물에 대해 개별적으로 구역별로 소유권을 인정하면서 재산권행사, 저당권 설정, 양도, 양수가 가능한 숙박시설을 말한다. 비록, 건물은 개인소유지만 관리 및 운영, 시설정비는 별도의 회사가 맡고 있다. 우리나라 관광 진흥법에 의하면 콘도미니엄 사업은 “관광객의 숙박과 취사에 적합한 시설을 갖추어 이를 공유자, 회원, 기타 관광객에게 이용하게 하는 행위를 영위하는 사업”이라고 규정하고 있다.*

콘도미니엄의 유래를 살펴보면 1950년대 이탈리아 중소기업들이 중업원 복리를 위해 공동투자로 호텔을 건립하고 공동운영한 것이 효시라고 할 수 있다(박태현, 1999). 그 후 1963년경 스페인에 토레마르 호텔이 완공되는 시점을 기해 유럽과 미국으로 널리 확산되기에 이르렀다(박태현, 1999). 국내에서는 1980년 경주보문단지 에 설립된 130실 규모의 한국콘도가 최초로 약 30년의 역사를 갖고 있다.

콘도미니엄은 일반 숙박시설과 달리 소비자들의 공동소유형태로 일정 기간 우선적으로 이용권리가 보장되고 관광지나 휴양시설 근처에 위치해 있으면서도 아파트와 비슷한 구조로 취사가 가능하기 때문에 경제적인 가족 및 단체 여행에 적합한 시설이다. 또, 골프장, 스키장, 워터파크 등의 리조트와 사우나, 노래방, 레스토랑 등과 같은 각종 부대시설을 운영하고 있어 휴양, 관광, 오락 등의 기능을 한곳에서 해결할 수 있다는 다기능의 장점을 지니고 있다(Baud-Bovy and Lawson, 1977; 유현웅, 김홍범, 2007).

투자대상으로 콘도미니엄의 특성을 분석하기 위해서는 개발운영자와 개인소유자 입장에서 장점과 단점을 비교해 볼 필요가 있다. 개인소유자 측면에서 보면 특정지역의 회원권을 소유하더라도 일반적으로 체인화 되어있기 때문에 타 지역 콘도미니엄도 이용할 수 있다. 또, 콘도미니엄은 표준화된 숙박시설로 회원권을 쉽게 매매할 수 있고 공동소유시설로 1가구 2주택에서 제외되며 상속 시 상속세가 부과되지 않는다는 것이 장점이다. 하지만, 콘도미니엄은 다중이용 숙박시설이기 때문에 높은 고정자본투자와 이러한 시설의 조기 노후화가 단점이다. 또, 노후시설의 보수, 가구비품교체로 특별수선비의 지출이 높고 연중 무휴운영을 하는 서비스업체로 노무비가 상대적으로 높아 타 업종에 비해 투자대비수익률이 매우 낮은 것이 단점이다.

* 1982. 12.31 관광숙박업으로 최초 등록

개발자측면에서는 건물, 토지 등과 같은 고정자산의 의존성이 높아 토지수용과 개발 초기에 들어가는 초기 투자비가 높지만 건설공정이 20%이상이면 아파트처럼 선분양이 가능해 투자비가 조기 회수될 수 있다는 장점이 있다. 하지만, 콘도미니엄 건립 대상 지역을 살펴보면 관광지, 휴양지, 국공립공원 등과 같이 지리적 의존성이 매우 크고 제한적이다. 지역을 선정해야만 분양 및 운영에 도움이 되므로 이러한 지리적 자원에 대한 의존성이 큰 반면 제한적이기도 하다고 볼 수 있다. 따라서 환경단체의 반발과 콘도미니엄 간의 경쟁으로 인해 사업성을 갖춘 부지를 점차 찾기 어려워지고 있다.

<표 1> 콘도미니엄과 타 숙박시설과의 차이점 비교

	콘도	호텔	별장	오피스텔	가족호텔
분양가능여부	가능	불가	가능	가능	불가
이용요금	저렴	고가	고가	구입비고가	고가
취사여부	가능	불가	가능	가능	공동취사가능
세제측면	재산세	없음	특별재산세	재산세	없음
용도	휴양숙박시설	숙박	숙박	사무실	숙박
위치	관광지 및 휴양지	대도시	휴양지	도시	휴양지
부대시설	가족단위시설	식음료위주	없음	없음	콘도유사
유지관리비	약간	없음	많음	많음	약간

콘도미니엄은 회원의 소유 및 이용방식에 따라 구분소유방식, 구분공유방식, 시분할방식(time share) 등으로 나눌 수 있다. 구분소유방식은 객실 1실을 1인이 소유하는 일명 FULL 구좌 “를 의미하고 구분공유방식은 객실 1실을 여러 사람이 공동으로 소유하고 공유소유자에게 발행된 회원카드에 따라 할당된 기간을 이용할 수 있는 권리를 가지는 방식이다. 공동소유방식 하에서는 회원카드를 지참하고 있는 개인은 누구나 예약 후 콘도를 사용할 수 있으며 우리나라에서는 회원이 이용하지 않는 기간은 일반인들이 이용할 수 있다. 시분할(timeshare)방식은 미국이나 유럽에서 널리 사용하는 방식으로 1년을 월 단위, 주 단위로 시간단위로 분할하여 소유자에게 이용권(쿠폰)을 발행하고 주 단위 쿠폰을 소지한 소유자가 그 주간에 사용하지 않은 시는 타 콘도 이용권을 교환, 사용할 수 있는 방식이다. 최근 우리나라에서는 시분할 방식 등과 같은 다양한 이용방식이 사용되고 있다.

2.2 국내 콘도미니엄의 현황

1980년대 후반 국내 콘도미니엄은 유명 관광지에 공동회원제 소유방식으로 주로 숙박기능을 위해 단독으로 세워졌다. 하지만, 1990년대 중반이후에는 높은 자본력을 바탕으로 대기업이 참여하면서 단순 숙박기능이외에 골프장, 스키장, 워터파크 등을 갖춘 복합형 종합리조트시설을 주로 건설하였다. 이는 우리나라 국민들의 급격한 소득증가와 관광레저에 대한 욕구변화를 반영해 대기업이 콘도미니엄을 고급화, 대형화, 현대화시키고 다양한 레저 활동을 콘도미니엄 내에서 모두 할 수 있도록 복합화 시켰기 때문이다.

국내 콘도미니엄 객실 수 증가추이를 살펴보면 1983년 명성그룹사건으로 신규콘도사업의 불허로 인해 객실 수의 증가가 계속 부진하다가 1987년 말 88올림픽의 숙소부족을 해소하는 차원에서 신규허가가 재개됨에 따라 이후 급격히 증가하였다. 국내 콘도미니엄 객실 수는 1984년에는 명성콘도 4개소 375실에 불과했으나 1990년에는 8개사 12개소 4,131실로 증가하였고 1990년에서 1995년까지 연평균증가율이 31.2%로 급격히 증가하였다. 이후 경제위기로 인하여 2000년까지 연평균증가율이 5.2%로 둔화되었으나 2000년대 들어 소득증가와 가치관 변화로 다시 연평균 10% 이상으로 급격히 증가하였다. 2004년 7월 1일에 주5일 근무제 시행되면서 주말 관광레저인구가 증가하면서 최근 급격한 객실 수의 증가가 이루어지고 있다.

객실 수의 지역분포를 살펴보면 2006년 기준으로 산수가 수려한 강원지역이 4개소 13,831실로 전체의 48.1%를 차지하고 있고 제주도가 30개소 3,577실로 전체의 12.4%로 가장 많다. 다음으로 경기도가 13개소 2,464실(8.6%), 경상북도가 11개소 2,359실(8.2%), 충청북도가 7개소 1,802실(6.3%), 충청남도가 8개소 1,591실(5.5%) 순이다. 객실 수를 평형별로 살펴보면 20평~40평 중형객실이 20,861실로 전체의 72.5%차지하고 20평 미만의 소형객실이 5,406실로 전체의 18.8%, 40평 초과의 대형객실이 2,498실로 전체의 8.7%를 차지하고 있다. 국내 12개사 콘도업체 객실 매출 증가추이를 보면 2000년 이후 두 자리 수의 성장이 견고하게 계속되고 있음을 <표 2>를 통해 알 수 있다. 특히, 한화리조트, 대명리조트, 일성콘도, 엠캐슬 등과 같은 대형복합리조트사의 매출이 급격히 증가했음을 확인할 수 있다.

<표 2> 국내 12개사 객실부문 매출액 증가표

단위:백만원(%)

업체명	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년
한화리조트	97,220	107,982	119,102	127,222	137,284	171,286
대명리조트	54,844	61,729	79,011	85,570	116,704	133,813
일성콘도	5,812	17,495	18,208	19,028	21,026	18,593
용평리조트	9,653	11,146	13,268	18,606	19,629	18,143
휘닉스파크	9,661	10,745	12,548	13,090	14,453	13,058
무주리조트	12,667	12,875	14,971	13,267	13,738	13,601
엠캐슬	2,468	8,665	10,316	10,375	16,213	33,026
현대성우	7,336	8,273	8,162	8,271	8,662	9,282
오크밸리	6,230	7,973	8,037	8,641	9,573	10,037
파인리조트	7,736	8,112	7,749	8,167	8,007	8,000
켄싱턴리조트	13,241	12,604	13,011	9,889	7,914	6,619
낙산프레야	4,760	5,145	4,895	4,494	4,269	4,197
합 계	241,628	272,744	309,278	326,620	377,472	439,655
(증감률)	(17.9)	(12.9)	(13.4)	(5.6)	(15.6)	(16.5)
12개사 평균	20,136	22,729	25,773	27,218	31,456	36,638

자료: 콘도 각사, ()는 전년비 증감률임.

III. 콘도미니엄의 예약업무에 대한 이론적 고찰

3.1 콘도미니엄의 예약업무

객실예약이란 숙박 및 체류를 목적으로 일정기간 동안 사용 가능한 객실에 대해 선행되어지는 객실사용요구를 의미하는 고객과 숙박업소 간에 숙박체류를 목적으로 일련의 계약행위라 볼 수 있다(신강현, 2001). 따라서 예약은 일정한 원칙과 절차에 의하여 이루어지며 예약업무는 고객에게 불편과 피해를 주는 일이 없이 신속하고 정확하게 이루어져야 한다. 이러한 예약업무에 관한 연구는 미국에서는 많이 수행되었다(Dix and Baird, 1988). 휴가철과 연휴기간을 제외한 평상시 예약의 경우에는 보통 투숙예정일을 기준으로 15일전부터 1일전까지 전화, 구두, 서면으로 접수된다. 이때 예약의 배정은 접수 순서대로 처리되며 예약은 접수와 동시에 확정되어 예약번호가 부여된다.

<표 3> 국내 대표적 콘도미니엄 4개사의 사용기준일 수

구분	A사	B사	C사	D사
하계	4일 (7.15 - 8.20)	4일 (7.15 - 8.20)	4일 (7.16 - 8.20)	4일 (7.15 - 8.20)
동계	4일 (12.21 - 1.31)	4일 (12.21 - 1.31)	5일 (12.20 - 1.31)	4일 (12.20 - 1.31)
휴일	8일	8일	8일	8일
평일	12일	12일	13일	14일
사용 일수계	28일 (2.1 - 1.31)	28일 (2.1 - 1.31)	30일 (2.1 - 1.31)	30일 (2.1 - 1.31)
예약 시기	15일전-1일전 성수기 별도	15일전-1일전 성수기 별도	15일전-1일전 성수기 별도	15일전-1일전 성수기 별도
예약 취소	1일전까지 미취소시 예약된 일수만큼 이용권리 상실	1일전까지 미취소시 투숙 예정 당일은 이용권이 상실 되며, 잔여기간은 자동취소	3일전까지 미취소시 예약된 일수만큼 이용권리 상실	3일전까지 미취소시 투숙 예정 당일은 이용권이 상실 되며, 잔여 기간은 자동취소

콘도미니엄의 예약업무를 분석하기 위해서는 우선 호텔, 모텔 등과 같은 일반 숙박 업체와는 다른 콘도미니엄만의 특성에서 발생하는 객실예약제도의 이해가 선행되어야 한다. 콘도미니엄 운영사마다 조금 차이는 있지만 콘도미니엄 회원은 연간 20~30일 동안 객실을 이용할 수 있으며 회원이 아니라도 하더라도 기본적으로 이용 시기에 따라 객실 이용이 가능하다. 하지만, 회원의 이용시기가 특정한 연휴기간이나 주말에만 집중적으로 몰린다면 이를 모두 충족시키기 어렵기 때문에 대부분의 회원사는 회원이 용약관이라는 일정한 기준이나 원칙을 마련하고 있다. 국내 대표적인 콘도미니엄 4개사의 이용 가능일수는 <표 3>과 같다. 이용의 효율성을 높이고 회원의 권리를 균등하게 분배할 목적으로 회원사는 20~30일간 회원이 이용할 수 있는 콘도이용권을 기간 별로 구분하여 배분한다. C사의 경우 7월 중순에서 8월 중순까지의 하계기간은 4일, 12월 중순에서 1월 말까지의 동계 이용기간은 5일, 주말과 법정공휴일을 포함한 휴일은 8일, 그 외 기간인 평일이용은 13일로 제한하고 있다.

우리나라 콘도미니엄은 공동 소유제이므로 항상 미리 예약을 해야 하며 성수기와 비수기로 예약시기가 규정되어 있어 이에 준해 예약이 접수되고 처리된다. 특히 하계 휴가기간에는 수요가 집중되어 많은 회원이 예약을 원하므로 추첨을 통해 사용일자를 정한다. 한편 회원제 콘도미니엄은 원칙적으로 회원만 이용하는 것이 원칙이나 사업체의 경영상 효율성을 높이고 일반인의 선호도가 높기 때문에 보유분 한도 내에서 호텔과 비슷하게 비회원도 예약 혹은 직접방문을 통해 여유가 있을 시 사용이 가능하

다. 비회원의 객실 이용요금은 회원관리비의 2배~2.5배 수준이 일반적이다.

객실예약과정은 기본적으로 정비 완료된 사용가능객실에 대한 고객의 요구를 일치시키고 즉각적인 방법으로 예약을 처리하며 예약거래의 기록을 유지하는 것의 3단계 과정으로 이루어져 있다(고승호, 1989; 신강현, 2001). 콘도미니엄 예약과정에서 최초로 이루어지는 업무는 회원과 비회원 예약을 구분하는 것인데 회원예약은 콘도미니엄의 이용권을 소지한 회원 또는 회원으로부터 회원의 이용 권리를 대여 받아 이용하고자 하는 고객의 예약을 의미하는 반면 비회원예약은 이러한 사항이 없는 일반고객의 예약을 의미한다. 비회원예약은 다시 호텔의 경우와 마찬가지로 개인예약과 단체예약으로 분류될 수 있다. 호텔의 경우 예약은 일반적으로 크게 개인(FIT)예약과 단체예약으로 구분되고 개인예약은 크게 회원개인예약과 비회원개인예약으로 구분된다(신강현, 2001). 단체예약은 회의와 모임 또는 단체관광을 목적으로 단체의 객실사용 계획에 맞추어 이루어지는 객실, 식음, 세미나 등을 포함한 예약을 말하는데 회원이 아닌 고객으로부터 특정한 객실 수 이상의 객실을 예약하는 것으로 각 회사마다 단체를 인정하는 객실 수는 각각 다르다. 단체예약이 개인예약과 구별되는 점은 단체의 대표자가 존재하고 단체가 구성원들이 지불해야할 요금의 일부 또는 전부를 부담하며 단체에게는 일반적으로 특별한 객실요금 및 서비스가 제공된다는 것이다.

3.2 예약에 대한 이론적 고찰

콘도미니엄의 객실서비스의 비저장성과 연중무휴로 운영되어야 한다는 특성으로 인해 사업성을 높이고 경쟁력 있는 영업운업을 위해서 책임 있고 정확한 예약처리가 필요하다. 또한, 콘도미니엄 예약관련 제반사항을 정확하게 접수, 기록, 정리, 보관하여 고객이 투숙하는 과정에서 불편사항이 발생하지 않도록 세심한 주의를 기울여야 한다(김태섭, 1999). Meidan and Chiu(1995)의 연구에서는 콘도미니엄의 다양한 업무들 중 예약직원의 예약 처리에 대한 교육훈련이 가장 중요한 항목으로 평가되었다. Durocher and Neil(1991)은 전산화된 예약시스템을 통해 고객정보를 관리할 수 있고, 예약데이터에 대한 빠르고 정확한 처리가 가능하다고 하였다. 이러한 객실예약관리 방법들에 의해 콘도미니엄은 객실판매를 통한 수익향상과 고객들에게 좀 더 정확하고 편리한 객실예약서비스를 제공할 수 있다. Lambert, Lambert, and Cullen(1989)은 콘도미니엄 객실예약관리 방법에서 컴퓨터 시뮬레이션 모델을 통해 콘도미니엄예약, 취소, 예약위반 등을 예측할 수 있는 통계방법을 제안하고 예약위반자에 대한 블랙리스트를 작성하거나 손실에 대한 부분보험을 가입함으로써 콘도미니엄의 수익손실을 최소화 할 수 있다고 주장하였다(Prog, 1989). Ross(1990)는 효율적 예약관리를 수행하기 위해 직원들의 예약업무 처리에 대한 교육훈련이 무엇보다

필요하다고 주장하였다.

일반적으로 모든 비즈니스는 수요와 공급 간의 관계를 바탕으로 성립되지만 콘도미니엄 산업에서 수요관리는 시효성이 크고 제한된 공급으로 인해 더욱더 중요시 되고 있다(Sigala, Lockwood, and Jones, 2001). 객실예약서비스는 고객이 미래의 특정 시점에서 특정 콘도미니엄의 객실상품을 일정기간 이용하기 위한 일련의 계약과정으로 고객에게 이용권을 제공하는 서비스이다(조선배, 2002). 예약 절차나 과정이 너무 일반적이기 때문에 무언가 일이 크게 잘못되기 전까지는 업주나 고객 쌍방이 모두 별다른 신경을 쓰지 않고 사소하게 넘기는 일이 많으나 전화에 의한 예약이라 할지라도 법적으로 유효한 계약이다. 계약법에 의하면 구두에 의한 계약도 법적인 구속력을 지닌다. 예약은 객실을 대여해 주는 계약으로 법적 구속력을 가지기 위해 반드시 선약금 지불 등과 같이 확인절차가 반드시 필요한 것은 아니다. 그러나 어느 일방이 이행하지 못했을 경우 그로 인하여 파생되는 손실을 어떻게 측정하고 보상할 것인가에 대한 합의는 결코 쉽지 않다. 본 논문의 목적은 콘도미니엄의 예약기능이 제대로 수행되지 못하는 원인을 밝히고 혁신적 개선방안을 제안하기 위한 것이다.

3.3 예약의 법적 판례를 통한 고찰

예약이 계약이라며 민법의 계약조항에 의거하여 콘도미니엄 측이나 예정된 고객 측의 어느 일방이 합의된 예약을 이행하지 못해서 야기된 손실을 상대방에 대하여 보상할 책임이 있다(이은경, 2002). 예약은 구두에 의한 경우도 있고 쌍방 간에 전보 또는 서신의 교환에 의하여 서면 상으로 구체화될 수도 있다. 구두계약은 차후에 문제가 발생할 경우 증거를 제시할 수 없다는 결점을 가지고 있다(곽윤직, 1998). 하지만, 미국 판례에 따르면 구두에 의한 객실예약은 약정했던 내용이 존재하고 있음을 증명하는 한 법적으로 유효하다고 판시하고 있다.

1946년에 고객 Kellogg와 콘도미니엄과의 소송사건이 있었는데 원고인 고객은 두 가지 이유에서 콘도미니엄을 상대로 제소했다. 하나는 콘도미니엄 측과 객실예약을 체결했던 서면계약을 콘도미니엄측에서 정면으로 위반했고 다른 하나는 원고인 고객이 그로 인해 받은 정신적인 피해를 보상하라는 것이었다. 본 사건에 대하여 당시에 논쟁점이 되었던 것은 배심원에 의한 심의를 허용하느냐 아니면 기각할 것인가의 문제였다. 당해 법정에서는 기소 이유의 첫 번째 항목에 해당하는 계약 위반에 기초한 손해배상에 관련하여 유효성 여부에 관한 어떠한 질문이나 논급을 하지 않았고 선약보증금이 지불되었는지 또는 예약확인이 되었는가에 관해서도 묻기조차 하지 않았다. 단지 두 번째 항목의 정신적 피해에 관한 유효성 여부를 따지기 위하여 참석자 거의 모두가 자신들의 의견을 피력했다. 본건의 기소자의 소인에 관해 법정 당국에서는 부

정적이고 소극적인 입장을 취했다. 그럼에도 불구하고 예약을 계약으로 간주할 것인가라는 명제에 대하여 본건은 중요한 법적 근거로서 선례를 남겨주고 있다.

10년 후 또 하나의 판례를 보면 고객 Thomas가 콘도미니엄을 상대로 소송을 제기한 사건이 발생했는데, 원고인 고객은 피고인 콘도미니엄 앞으로 서신을 우송하는 방식으로 예약을 했다 한다. 쌍방 당사자들이 법정에 출두한 자리에서 콘도미니엄 예약 담당자는 그 예약사실을 인정하지 않고 극구 부정하였다. 이에 대한 법정당국은 선약금 지불 또는 예약확인여부에 대하여는 한마디 언급조차 하지 않았다. 예약의 위반은 곧 계약의 위반임이 본건을 통하여 가장 직접적이고 명백하게 법적 선례를 남긴 것이다. 또한 이상에서 예시한 소송 사건에서 알 수 있는 바와 같이 예약을 구속력 있는 계약으로 창설하기 위해 반드시 예약확인이나 선약금을 요하지 않음을 알 수 있다.

3.4 초과 예약

초과 예약이라고 하는 것은 실제 콘도미니엄에서 판매 가능한 객실 수 이상으로 예약을 받는 것을 말한다. 초과예약은 점차 고객서비스 관리차원에서 중요한 부분으로 차지하고 있으며 실제 미국 콘도미니엄 협회에서 조사한 바에 따르면 고객 불만 사항 중 초과예약으로 인해 발생하는 불만순위가 전체불만요인 중에서 상위 2%이내를 차지할 정도로 심각한 수준에 이르렀다고 한다. 이에 저자는 콘도미니엄 초과예약에 법적 측면을 고찰해보고자 한다. 콘도미니엄 업계와 마찬가지로 항공사, 호텔 등의 업체에서도 초과 예약을 실시하고 있다(Bergsman, 1991). 콘도미니엄의 객실 상품은 재고가 불가능한 상품으로써 당일 판매를 하지 못하게 되면 익일 판매가 불가능하다. 따라서 우선 예약한 고객이 실제 예약 당일 도착하지 않거나, 사전에 객실 예약을 취소하는 경우에 발생하는 손실을 보전하고자 하는 목적에서 초과예약을 실시하는 것이다(Meidan and Chiu, 1995). 걱정된 초과 예약인 경우에는 콘도미니엄 측에 이익이 될 수가 있으나 자칫 너무 공격적인 방향으로 과도한 초과예약을 하다 보면 실제 예약을 한 고객이 객실에 투숙할 수가 없는 상황이 발생하여 고객에게 손실을 끼치고 나쁜 이미지를 심어줄 수 있다(Lefever, 1988).

앞에서 논의한 바와 같이 예약이라고 하는 것은 상대방에게 제안을 하고 약속이 이루어지고 이에 따른 객실 숙박이 가능하다는 답변을 콘도미니엄 측으로부터 받는 것으로 법적인 계약으로 취급된다. 만약에 한쪽에서 일방적으로 계약을 위반하였다면 상대방에서는 손해 배상을 청구할 수가 있는 것이다. 손해배상은 처음 당사자 간에 예약을 하는 시점에서 상호 예약에 따른 위반사항에 대해 손해에 따른 범위를 정하여 놓고 있다. 하지만, 대부분의 콘도미니엄 예약의 경우는 고객과의 예약위반에 따라 법적인 소송으로 가는 경우가 거의 없다. 왜냐하면 상호간에 법적인 절차를 밟

음으로써 득이 되는 것이 없기 때문이다.

그 이유에 대해서 구체적으로 설명을 하자면 콘도미니엄 측에서는 먼저 예약을 하고 콘도미니엄에 특정한 기간 내에 나타나지 않았다면 다른 고객에게 판매를 하면 되기 때문이다. 또, 콘도미니엄 측에서 객실을 판매하지 못하였다고 하더라도 특정기간을 제외하고 항상 보유하고 있는 공실률을 고려하면 그 손실이 그렇게 크지 않기 때문이다.

마찬가지로 이번에는 콘도미니엄 측에서 위반을 하였다면 고객은 다른 콘도미니엄에 투숙하면 되는 것이다. 이때 고객은 자신이 다른 콘도미니엄을 투숙하는 과정에서 발생된 비용 예를 들면 전화비나 택시비 정도에 소요되는 돈은 소송비용에 비해 크지 않은 비용이기 때문이다. 따라서 법정에서는 고객이 위반한 사항이나 콘도미니엄 측에서 위반한 사항에 대해서 보상을 청구하는 소송을 추진하는 것을 꺼려하고 있다.

콘도미니엄 측에서는 초과예약으로 인하여 불평하는 고객이 나타난다면 이들 고객을 완화시킬 수 있는 적당한 구실을 찾아야 한다. 그렇지 못하면 이에 대한 구제 대책을 마련해야 한다. 고객이 사전에 예약을 하였음에도 불구하고 객실에 투숙하지 못하면 이로 인하여서 가시적인 손해가 발생하여 법정에 손해를 제기하였다면 이에 대한 적절한 보상이 이루어지지 않으면 안 되기 때문이다. 주변 지역에 전혀 숙박 시설이 없는 콘도미니엄의 초과예약에 따른 문제가 심각한 상황에 이르자 이를 규제하기 위한 법적인 조치가 미연방 무역 협회에서 1980년대 초 제정된 법률이 있다. 최근에는 전 세계적으로 초과 예약에 따른 손해에 대해서 금전적으로 보상하는 제도가 제법 규모가 큰 콘도미니엄의 체인을 중심으로 확산되고 있다.

IV. 예약관리와 벌점제의 문제점

4.1 예약관리의 문제점

앞에서 논의한 바처럼 콘도미니엄의 경우 예약은 객실을 대여해 주는 법적 구속력을 갖는 구두계약의 성격을 지닌다. 일반적으로 서면계약이 구두계약보다 선호되는데 이유는 시간이 지남에 따라 구두계약의 내용에 대한 기억은 희미해지고 계약내용에 대한 해석이 달라지는 반면 서면계약은 확실성을 보장받을 수 있고 책임소재가 분명하기 때문이다. 하지만, 이러한 서면계약이 가지는 상대적 이점에도 불구하고 콘도미니엄 업계 종사자들은 신뢰를 기반으로 한 구두계약을 널리 사용하고 있다. 앞에서

이미 논의한 것처럼 예약이 비록 구두로 이루어졌다고 해도 법률적으로 이미 계약이 성립되었다고 보기 때문에 계약서에 기술하지는 않지만 정해져 있는 계약정책에 의한 보증금을 콘도미니엄에 내야 한다. 근래 콘도미니엄예약처리 관행을 보더라도 전화예약을 고객으로부터 받거나 서신이나 텔렉스가 도착하는 즉시 예약으로 간주하여 접수하고 있다(고승호, 1989). 조사결과에서 밝혀진 바에 의하면 모든 콘도미니엄 업체들은 비록 보증, 선불 또는 신용카드 등과 상관없이 예약신청을 접수하고 있다. 하지만, 핵심 상품인 숙박서비스는 시효성이 강하기 때문에 예약취소로 인해 남은 객실은 보존, 재판매되지 못하고 손실이 발생하게 된다. 따라서 콘도미니엄은 효율적인 운영과 수익극대화를 위해 혁신적 예약정책을 수립해야 한다(Orkin, 1988).

콘도미니엄에서는 일반적으로 객실예약을 4시나 6시 사이에 받게 되는데 만일 고객이 그때에 오지 않으면 역시 불참 객으로 처리한다. 고객이 불참 객이 되었을 경우 확정예약이나 비 확정 예약이나에 따라 요금징수 상에 엄청난 차이가 있다. 비 확정 예약의 경우에는 거의 요금징수가 이뤄지지 못한다. 예를 들면, 고객이 토요일 밤에 객실을 예약했고, 그 고객이 불참 객이 되었을 경우 비 확정 예약의 경우에는 휴지조각이 되어 버린다. 만약 법적소송을 통해 비용을 보전하고자 한다면 오히려 소송비용이 높고 소요시간도 길기 때문에 현실적인 방안이 되기 매우 어렵다. 따라서 성수기나 휴일 등과 같이 공실률이 높지 않을 경우 콘도미니엄은 그들이 받는 거의 모든 예약을 확정 예약으로 하려고 하는 것이다. 콘도미니엄은 이 기간 동안 예약이란 다른 사람이 이용할 수 있는 객실을 차지하는 것이라는 점을 손님들에게 확실히 이해시키고 확정 예약을 하지 않으면 예약을 보장받을 수 없음을 알려주어야 한다. 고객은 콘도미니엄이 비 확정 예약을 거부했을 경우 일반적으로 청구권을 갖기 어렵다. 따라서 법원은 음식점이 비 확정 예약을 거부했을 경우 법적으로 옳은 행동은 아니지만 음식점에 대해 과중한 법적 제재를 가하는 것을 주저해 왔다.

확정 예약을 어겼을 때 돈을 내도록 하는 조항이 명백히 정해져 있다하더라도 벌금 회수에는 난관이 생기고 판사의 판결을 필요로 하는 소송이 필요하다. 하지만, 비록 계약했다 하더라도 고객은 자신이 사용하지도 않은 서비스에 대한 돈을 내는 것을 결코 좋아하지 않는다. 따라서 신의성실의 원칙에 따라 고객과 콘도미니엄 쌍방이 모두 최선을 다해 예약을 지키고 예약취소의 최소화로 쌍방 간의 손실을 최소화 할 수 있도록 해야 한다.

4.2 NO-SHOW의 원인과 벌점제에 대한 고객반응

예약을 한 다음 나타나지 않는 NO-SHOW의 원인과 현행 벌점제에 대한 고객의 반응을 살펴보기 위해 D사 콘도미니엄 이용한 회원고객 100명을 대상으로 2007년

11월부터 12월까지 설문을 실시하였다. 설문결과에 의하면 <표 4>에 보는 바와 같이 NO-SHOW를 한 대표적인 사유 4가지 중 기상관계가 33건으로 33%를 차지하여 1위이고, 행선지변경이 25건으로 25%로 2위를 기록하였다. 비록 1위를 차지한 사유인 기상상황, 교통상황은 D사 콘도미니엄이 지방에 위치한 관계로 발생한 피치 못할 사정이라고 하더라도 나머지 77%를 차지하는 것은 신중하고 계획성 있는 예약을 했을 경우 충분히 피할 수 있지 않았을까 개인적으로 생각했다.

<표 4> 최근 3년간 예약 후 NO-SHOW횟수 및 사유

사유	최근 3년간 예약 후 NO-SHOW횟수				
	1회	2회	3회	4회	계
1. 기상관계 (폭설, 폭우)	2	8	18	5	33
2. 행선지변경	5	11	6	3	25
3. 가사사유	4	2	9	2	17
4. 기 타 (주말)	4	5	3	13	25

회원이 느끼는 별점제도에 대해서도 설문조사를 통해 살펴보았다. 평일에 별점을 주는 것에 대해서는 불만이 상대적으로 낮았으나 연휴 및 성수기, 주말의 별점제도에 대해서는 많은 회원이 높은 불만을 갖고 있었다. NO-SHOW에 대한 별점에 대한 반응조사에서 연휴 및 성수기에 적용된 별점에 대해서 64건이 매우 불만, 불만이 29건을 선택하였다. 또, 주말에 적용된 별점에 대해서 58건이 매우 불만, 불만이 33건을 선택하였다. 하지만, 평일에 적용된 별점에 대해서는 25건이 매우불만, 44건이 불만을 선택하여 가장 낮은 것으로 나타났다. 이러한 결과는 연휴 및 성수기 그리고 주말에 64건을 차지하여 1위, 주말에 적용된 58건에 58%이고 3위는 평일에 대한 규제로 25건에 25%로 제일 낮게 분석되었다. 이러한 결과는 연휴 및 성수기에 대한 별점이 건당 5점이고 주말에 대한 별점이 건당 3점으로 평일의 건당 2점에 비해 상대적으로 높은 것도 원인이 되겠지만 높은 수요가 있는 기간에 NO-SHOW를 하는 것은 피치 못할 사정이 원인이 되고 운영회사는 비회원을 대상으로 충분히 고객을 받을 수 있다는 점을 생각할 때 불합리하다고 느낀 것도 이유가 될 수 있다. 별점제 시행 전,후 3년간 NO-SHOW율을 살펴보면 시행이전(2002-04)년에는 평균 NO-SHOW율이 3.3%이지만 별점제 시행 후에는 3년간(2005-07)의 평균 NO-SHOW율이 2.9%로 낮아졌다.

<표 5> 별점제 시행 전 3년간 평균 NO-SHOW율

구 분				02년도	03년도	04년도	합 계
판매 객실수	회원	주중	객실수	78,430	85,834	85,841	247,105
		주말		33,963	35,500	33,383	102,846
		소계		112,393	118,334	119,224	349,951
	비회원	주중	객실수	129,673	121,994	124,426	376,093
		주말		23,463	28,615	27,314	79,392
		소계		153,136	150,609	151,740	455,485
	합계	주중	객실수	208,103	204,828	210,267	623,198
		주말		57,427	64,115	60,697	182,239
		소계		265,529	268,943	270,964	805,436
N/S 객실수	회원	주중	객실수	3,072	3,030	2,838	8,940
			비율	3.9%	3.6%	3.3%	3.6%
		주말	객실수	1,805	1,633	1,529	4,967
			비율	5.3%	4.6%	4.6%	4.8%
		소계	객실수	4,877	4,663	4,367	13,907
			비율	4.3%	3.9%	3.7%	4.0%
	비회원	주중	객실수	2,719	3,091	2,782	8,592
			비율	2.0%	2.5%	2.2%	2.2%
		주말	객실수	1,166	1,390	1,250	3,806
			비율	4.9%	4.8%	4.6%	4.8%
		소계	객실수	3,885	4,481	4,032	12,398
			비율	2.5%	3.0%	2.7%	2.7%
	합계	주중	객실수	5,791	6,121	5,620	17,532
			비율	2.7%	3.0%	2.7%	2.8%
		주말	객실수	2,971	3,023	2,779	8,773
			비율	5.1%	4.7%	4.6%	4.8%
		소계	객실수	8,762	9,144	8,399	26,305
			비율	3.3%	3.4%	3.1%	3.3%

<표 6> 별점제 시행 후 3년간 평균 NO-SHOW율

구 분			05년	06년	07년	합계	
판매 객실수	회원	주 중	84,743	81,184	94,619	260,546	
		주 말	37,475	36,383	43,123	116,981	
		소 계	122,218	117,567	137,742	377,527	
	비회원	주 중	122,792	126,396	109,873	359,061	
		주 말	27,561	28,010	23,802	79,373	
		소 계	150,353	154,406	133,675	438,434	
	합 계	주 중	207,535	207,580	204,492	619,607	
		주 말	65,036	64,393	66,925	196,354	
		소 계	272,571	271,973	271,417	815,961	
N/S	회원	주 중	객실수	2,607	2,841	3,026	8,474
			비율	3.1%	3.5%	3.2%	3.3%
		주 말	객실수	1,519	1,520	1,599	4,638
			비율	4.1%	4.2%	3.7%	4.0%
	소 계	객실수	4,126	4,361	4,625	13,112	
		비율	3.4%	3.7%	3.4%	3.5%	
	비회원	주 중	객실수	2,748	2,220	2,170	7,138
			비율	2.2%	1.8%	2.0%	2.0%
		주 말	객실수	1,181	1,039	900	3,120
			비율	4.3%	3.7%	3.8%	3.9%
	소 계	객실수	3,929	3,259	3,070	10,258	
		비율	2.6%	2.1%	2.3%	2.3%	
	합 계	주 중	객실수	5,355	5,061	5,196	15,612
			비율	2.6%	2.4%	2.5%	2.5%
		주 말	객실수	2,700	2,559	2,499	7,758
비율			4.2%	4.0%	3.7%	4.0%	
소 계		객실수	8,055	7,620	7,695	23,370	
		비율	3.0%	2.8%	2.8%	2.9%	

하지만, 두 기간 동안 NO-SHOW율의 차이는 그렇게 크지 않았다. 이러한 NO-SHOW율 차이가 가져오는 경제적 수익을 계산해보면 다음과 같은 과정을 통해 계산될 수 있다. 별점제 시행 후 3년간 총판매 객실 수는 815,961실이고 이 기간 동안 개선된 평균 NO-SHOW율의 증가는 0.04%이다. 따라서 별점제 시행 후 3년간 평균 객실단가가 59,000원이기 때문에 이를 고려할 때 $815,961\text{실} \times 0.04\% \times @59,000 = 1,925,642,000\text{원} \div 3\text{년} = 641,880,000\text{원/년}$ 으로 연간 약 6억4

천2백만 원의 경제적 이득이 있었다고 볼 수 있다. 하지만, 별점제 시행으로 불만족 고객이 늘어난 조사결과를 고려할 때 장기적으로 별점제가 가져오는 장점과 단점을 신중히 판단할 필요성이 있다. 따라서 별점제 강화유지도 중요하지만 사전에 NO-SHOW를 예방할 수 있는 홍보강화 및 회원고객의 교육도 더욱 강화되어야 할 것으로 생각되었다.

V. 콘도미니엄 예약시스템의 개선방안

소득증가와 레저욕구의 증가 및 국민의 문화인식수준이 높아지면서 가치관의 변화가 초래되었고 다른 한편에서는 기술향상으로 자동차 보급의 확대, 노동시간의 주5일제근무로 인한 감소와 그에 따른 여가시간의 증가가 발생하였다.

오늘날 관광-레저산업은 두텁게 형성된 신중산층을 사회적 기초로 하여 점차 다원화, 전문화, 복합화 하는 종합산업으로서 발전해 나가고 있다(이용기 외, 1999). 이러한 추세 하에서 특히 주목을 받기 시작한 것이 바로 본 연구주제인 콘도미니엄인데 이러한 이유는 콘도미니엄이야말로 현대레저문화의 총체적 기능을 겸비한 일처다관, 일처다락의 종합관광숙박시설이 될 수 있기 때문이다.

본 연구는 관광숙박시설의 하나인 콘도미니엄이 예약시스템의 문제점은 무엇이고 혁신적 개선방안은 어떠한 것이 될 수 있겠는가를 규명하고자 하였다. 기존의 콘도미니엄에 관한 선행연구가 콘도미니엄의 거시적 측면에서 다룬 것에 비해 저자의 연구는 예약업무라는 부분적 요소를 주로 논의하였다. 콘도미니엄 예약에서 가장 큰 문제는 공급의 지역적 편중성과 수요의 집중성이다. 이를 어떻게 효과적으로 분산시키고 효율적으로 관리할 수 있는가가 콘도미니엄 예약시스템을 혁신적으로 개선하는 방안이라고 할 수 있다. 지역별 수급전망을 통해 참여업체 수, 객실 수 등을 적절히 조절하는 방안과 휴가여행의 집중현상을 완화할 수 있는 혁신적 방안이 필요하다.

보다 효율적인 예약업무를 위해서는 공급수준을 훨씬 상회하는 성수기와 주말에 가급적 정확한 수요예측이 필요하며, 혁신적인 예약관리를 실행함으로써 고객들의 불만을 최소화하여야 한다(Lambert et al., 1989). 예약 취소율, NO-SHOW율 등 자료를 바탕으로 미래의 통제 불가능한 외부적 환경의 변화도 예측하여 실제 객실수요를 정확히 계산하고, 산출된 범위 내에서 초과예약을 실시하여, 대기예약의 활용성을 높여 예약업무의 혁신을 이끌어내야 한다(Lefever, 1988).

저자는 회원의 별점 및 예약제도의 개선, 홍보강화 등을 통해 콘도미니엄 예약시스템을 개선해야 한다고 주장한다. 첫째, 현 예약취소 운영은 최소 5일전부터 최소 1점에서 최고 5점까지 별점이 부과되어 예약고객이 취소처리를 하지 않아 실제 사용을

원하는 대기예약고객은 원하는 날짜에 사용하지 못하는 문제점 발생하고 있다. 현재 최소 5일 전부터 별점부과 하는 것을 변경하여 최소 3일 전에만 취소하면 별점을 받지 않도록 현실화시키는 것이 필요하다. 또, 하루 혹은 한 시간이라도 빨리 예약취소를 독려하는 방식으로 별점부과 방식을 변경하고 예약취소 없이 나타나지 않는(NO-SHOW)하는 회원에 대해서는 현재보다 높은 8~10점까지 별점을 부과할 수 있도록 별점 제도를 개선해야 한다. 둘째, 여행사나 법인회원이 허수로 객실을 사전에 확보하지 못하도록 NO-SHOW된 객실에 대해 월별 대체 처리하는 방안을 강구하고 기한 내 취소하지 못할 경우 소정의 금액을 페널티로 부과하는 정책을 실시한다. 셋째, NO-SHOW 방지를 위하여 회원권리 및 불이익을 상세히 알리고 예약고객에 대해 수시로 별점경고 SMS를 전달하여 빠른 시간 내에 예약취소가 이루어질 수 있도록 한다.

본 연구가 본래의 문제의식과 목적에 비추어 볼 때, 자료 및 선행연구가 거의 축적되어 있지 않는 등의 어려운 상황에서 연구를 진행하였고 실증분석을 통한 가설을 검증할 수 있을 만큼 충분한 결과를 얻지는 못했다. 하지만, 저자는 문헌연구와 설문조사를 통해 우리나라의 콘도미니엄 산업이 당면한 문제를 극복하고 성숙하고 발전된 단계로 발전하는데 있어 밑거름이 될 수 있는 서비스 혁신방안을 제시하였다.

참 고 문 헌

- 고상동(2003), 『휴양콘도미니엄 경영론』, 백산출판사.
- 고승호(1989), 『예약업무의 효율적 관리와 booking cycle에 관한 실증적 연구』, 경희대학교 석사학위논문.
- 곽윤직(1998). 『채권각론』, 박영사.
- 김성혁(2001), 『서비스산업론』, 형설출판사.
- 김태섭(1999), 『종합병원 인터넷 홈페이지의 운영 현황 및 향후개선 방안』, 연세대학교 석사학위논문.
- 박태현(1999), 『휴양콘도미니엄 서비스 품질평가에 대한 결정요인 연구』, 대구대학교 석사학위논문.
- 서천범(2007), 『레저백서』, 레저산업연구소.
- 신강현(2001), "호텔, 여행사의 예약거래 개선방안에 관한 연구: 인바운드 업무를 중심으로", 『관광품질시스템연구』, 제7권, 제1호, pp.71-96.
- 유현웅·김홍범(2007), "리조트 이미지가 리조트 이용객의 지각된 성과에 미치는 영향", 『관광연구저널』, 제21권, 제4호, pp.35-49.
- 이유재(1997), 『서비스마케팅』, 학현사.
- 이은경(2002), 『민법Ⅱ』, 박영사
- 이용기·박경희·김우곤·권용주(1999), "서비스 품질, 점포이미지 그리고 서비스 가치가 고객만족에 미치는 영향", 『호텔경영학연구』, 제8권, 제2호, pp.259-276.
- 조선배(2002), "호텔산업의 서비스환경, 서비스품질, 고객만족, 재구매 의도의 인과관계 규명: 구조모형을 중심으로", 『관광학연구』, 제26권, 제1호, pp.149-164.
- 채용식(2006), 『리조트경영학』, 현학사.
- Baud-bovy, M. and Lawson, F.(1977), *Tourism and Recreation Development*, London: The Architectural Press.
- Bergsman, S.(1991), "PMS veterans design CRS", *Hotel and Management*, Vol.206, pp.14-44.
- Dix, C. and Baird, C.(1988), *Front Office Operations*, ch. 3. Pitman Publishing Co., London.
- Durocher, J. F. and Neil, B.(1991), "Automated guest relations that generate hotel reservations", *Information Strategy: the Executive Journal*, Vol.7,

- No.3, pp.27-30.
- Lambert, C. U., Lambert, J. M. and Cullen, T. P.(1989), "The overbooking question: A simulation", *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, Vol.30, No.2, pp.14-20.
- Lefever, M. M.(1988), "The gentle art of overbooking", *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, Vol.29, No.3, pp.7-8.
- Meidan, A. and Chiu, H. L.(1995), "Hotel reservation methods—a discriminant analysis of practices in English hotels", *International Journal of Hospitality Management*, Vol.14, No.2, pp.195-208.
- Orkin, E. B.(1988), "Boosting your bottom line with yield management", *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, Vol.28, No.4, pp. 52-56.
- Prog, I. P. L.(1989), "Reservations: customer insurance in the marketing capacity", *Marketing Science*, Vol.8, pp.248-264.
- Ross, B.(1990), "Training: key to effective reservations", *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, Vol.31, No.3, pp.71-79.
- Sigala, M., Lockwood, A. and Jones, P.(2001), "Strategic implementation and IT: Gaining competitive advantage from the Hotel reservations process", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol.13, No.7, pp.364-371.

A Study on the Problems of Current Reservation Process and Suggestions for Improvements

Bahn, Jong Sam* · Lee, Joo Heon**

Abstract

Korea has risen to one of the most newly industrialized countries boasting its consecutive successful economic growth. The economic growth brought the Korean people more money and free time. Koreans all want to spend more time on leisure activities and travels. In this "mass Tour Age", because of its diverse functions and excellent facilities, resort condominium has been got much more attention.

Instead of analyzing whole condominium operations, we put more emphasis on the room reservation system for the efficiency of operation. The purpose of this study is to identify the problems of current condominium operations and to suggest innovative new solutions.

To accomplish the purpose, we analyzed the current room reservation system of condominiums in Korea. After reviewing the current reservation system, we provide a couple of suggestions. In order to improve reservation process, future demands should be forecasted as accurately as possible, or be based on everything from sophisticated technological system. I wish this study can help innovate the current reservation problems of the resort condominium industry for continuous improvements of the industry.

Keywords: Condominium, Reservation, Innovation

* Business Manager and Master of Business Administration, College of Business & Government, Yonsei University

** Assistant Professor, College of Business & Government, Yonsei University
dardenlee@yonsei.ac.kr