

碩士學位論文

펜션 利用者의 選擇屬性에 관한 研究

- 濟州地域을 中心으로 -



濟州大學校 經營大學院

觀光經營學科 觀光經營學專攻

姜 昌 秀

2003年 6月

碩士學位論文

펜션 利用者의 選擇屬性에 관한 研究

- 濟州地域을 中心으로 -

指導教授 崔 柄 吉



濟州大學校 經營大學院

觀光經營學科 觀光經營學專攻

姜 昌 秀

2003

펜션 利用者의 選擇屬性에 관한 研究

- 濟州地域을 中心으로 -

指導教授 崔 柄 吉

姜 昌 秀

이 論文을 觀光學 碩士學位 論文으로 提出함.

2003年 6月



제주대학교 중앙도서관

JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

姜昌秀의 觀光學 碩士學位論文을 認准함.

委員長 _____

委 員 _____

委 員 _____

濟州大學校 經營大學院

2003年 6月

目 次

第 1 章 序 論

第 1 節 問題의 提起	1
第 2 節 研究의 目的	2
第 3 節 研究의 方法	3
1. 研究의 範圍	3
2. 研究의 方法	5

第 2 章 研究의 理論的 背景

第 1 節 펜션의 概念과 特性	6
1. 펜션의 由來와 意味	6
2. 펜션의 定義	7
第 2 節 펜션選擇 意思決定過程	8
1. 觀光選擇行動	8
2. 펜션選擇 意思決定過程	11
第 3 節 펜션選擇屬性	16
1. 選擇屬性的 定義 및 特性	16
2. 펜션 選擇屬性	17
第 4 節 先行研究의 動向	25

第 3 章 濟州地域의 펜션 現況

第 1 節 濟州地域의 펜션 現況	29
1. 觀光性向 分析	29

2. 觀光地 現況	32
3. 民泊 및 펜션 現況	33
第 2 節 國內外 펜션 現況	35
1. 우리나라의 펜션	35
2. 外國의 펜션	40

第 4 章 實證分析

第 1 節 分析模型 定立과 研究假說의 設定	44
1. 分析模型의 定立	44
2. 研究假說의 設定	45
第 2 節 調査設計	46
1. 調査目的	46
2. 標本抽出 및 調査方法	46
第 3 節 設問紙 構成과 資料分析 方法	47
1. 設問紙 構成	47
2. 資料分析 方法	48

第 5 章 分析 및 結果의 論議

第 1 節 利用者의 特性과 頻度分析	49
1. 利用者의 特性	49
2. 펜션 利用者의 利用形態	50
3. 펜션 選擇屬性	52
第 2 節 研究假說의 檢證	54
1. 信賴度 檢證	54
2. 利用形態에 따른 펜션 選擇屬性 差異分析	55
3. 利用者의 特性에 따른 펜션 選擇屬性 差異分析	65

第 3 節 分析結果에 대한 論議 70

1. 分析結果의 要約 70

2. 分析結果에 대한 論議 73

第 6 章 結 論

參 考 文 獻

ABSTRACT

附錄 : 질 문 지



表 目 次

<표 2-1> 서비스 품질 평가 속성	18
<표 2-2> 숙박시설 이용 고객의 선택 속성	24
<표 2-3> 선행연구 요약	28
<표 3-1> 제주지역 관광객 입도현황	29
<표 3-2> 관광객 성향별 입도현황	30
<표 3-3> 외국인 관광객 국적별 입도현황	31
<표 3-4> 제주도 도·시·군 유료관광지 입장객 현황	32
<표 3-5> 제주도 사설 유료관광지 입장객 현황	33
<표 3-6> 제주도 민박 및 펜션 현황	34
<표 3-7> 제주지역 휴양펜션 현황	35
<표 3-8> 관광펜션과 휴양펜션업 비교표	39
<표 4-1> 설문지의 구성	47
<표 5-1> 펜션 이용자의 특성	49
<표 5-2> 펜션 이용자의 이용형태	51
<표 5-3> 펜션 선택속성 빈도분석	53
<표 5-4> 펜션 선택속성의 신뢰도 검증 결과	54
<표 5-5> 제주도 방문횟수에 따른 차이검정	56
<표 5-6> 동행인 수에 따른 차이검정	57
<표 5-7> 동행인과의 관계에 따른 차이검정	58
<표 5-8> 여행목적에 따른 차이검정	59
<표 5-9> 제주도 체재기간에 따른 차이검정	60
<표 5-10> 펜션 숙박기간에 따른 차이검정	61
<표 5-11> 펜션 정보수집 자료원에 따른 차이검정	62

<표 5-12> 펜션 이용경험에 따른 차이검정	63
<표 5-13> 여행경비에 따른 차이검정	64
<표 5-14> 이용자의 성별에 따른 차이검정	65
<표 5-15> 이용자의 연령에 따른 차이검정	66
<표 5-16> 이용자의 거주지에 따른 차이검정	67
<표 5-17> 거주 구분에 따른 차이검정	68
<표 5-18> 월 평균가구소득에 따른 차이검정	69



[그림 1-1] 연구의 구성	4
[그림 2-1] 펜션 선택의사결정과정	13
[그림 2-2] 펜션 비교과정	15
[그림 4-1] 분석모형	44

第 1 章 序 論

第 1 節 問題의 提起

현대의 관광형태는 녹색관광(Green Tourism)을 추구하는 가족단위의 체험형 관광으로 변화되고 있다. 이에 따라 농어촌의 아름다운 자연환경 속에서 도시의 가족단위 관광객들이 편히 쉬고 갈 수 있는 친환경적인 숙박시설이 급속히 증가하고 있는 추세이다. 특히 우리나라의 대표적인 관광지인 제주지역의 경우, 국민소득의 증가와 주 5일 근무제의 확산에 따른 여가시간의 증대로 인해 단체관광 위주의 관광에서 2000년 이후에는 가족단위의 개별관광으로 변화되고 있다. 더구나 WTO 등 농수산물 시장의 개방으로 인해 농어촌 경제가 어려워짐에 따라 제주도개발특별법을 제정하면서 농어민의 소득향상에 이바지할 수 있는 새로운 숙박시설인 펜션(Pension)이라는 소규모 관광숙박업을 도입하였다. 이후 국제자유도시특별법이 제정되면서 「휴양펜션」으로 명문화되어 가족단위의 개별관광객을 위한 이색적인 숙박시설이라는 특징이 알려지면서 이와 유사한 형태의 숙박시설인 콘도형 민박이라는 이름으로 제주도 전 지역에 확산되고 있는 실정이다.

이러한 콘도형 민박은 주5일 근무제가 확산되면서 제주지역 뿐만 아니라 경기도, 강원도 지역을 비롯한 전국 여러 지역으로 확산되고 있다. 이에 따라 정부는 관광진흥법을 개정하여 「관광펜션」을 새로운 관광편의시설 업종으로 포함시키고 있다).

이처럼 펜션은 제주지역 뿐만 아니라 전국적인 현상으로 급속하게 증가하는 추세에 있으며 선호도와 이용률이 날로 증가하고 있다.

1) www. nct. go. kr ; 관광진흥법시행규칙중개정령안, 문화관광부 공고 제2002- 144호, 2002년 12월 27일

이와 같은 실정에도 불구하고 펜션에 대한 체계적인 연구나 조사는 이루어지지 않고 있는 실정이다.

펜션은 주민주체의 소규모 관광개발사업이라는 점에서 매우 바람직하지만 향후 공급과잉으로 인한 채산성 악화와 사업자의 마케팅 능력 부족으로 인한 경영상의 어려움이 예상된다. 따라서 펜션을 이용하는 고객들이 펜션을 선택할 때 어떠한 속성을 중요시하며 이러한 속성에 영향을 미치는 요인들은 무엇인지에 대한 연구의 필요성이 제기되고 있다.

第 2 節 研究의 目的

앞에서 제기한 문제의식을 바탕으로 본 논문에서는 연구지역인 제주지역의 콘도형 민박인 펜션을 이용하는 관광객을 대상으로 펜션 선택속성과 선택속성에 영향을 미치는 이용형태 및 이용자의 특성에 대해 분석하여 보다 나은 서비스를 제공할 수 있는 관광숙박시설로의 역할을 제시하고자 한다.

이러한 목적을 달성하기 위한 구체적인 연구의 목표는 다음과 같다.

첫째, 문헌연구를 통해 펜션과 숙박시설의 선택속성에 대한 이론을 체계화한다.

둘째, 연구지역인 제주지역의 펜션에 대한 현황을 파악한다.

셋째, 펜션을 이용하는 이용자들의 이용형태와 특성은 선택속성에 어떠한 영향을 미치는지를 알아본다.

넷째, 펜션의 주요 선택속성과 그 요인을 파악함으로써 향후 이용자들의 부정적인 영향을 최소화 할 수 있는 펜션으로서의 발전방안을 제시한다.

第 3 節 研究의 方法

1. 研究의 範圍

본 연구의 시간적 범위에는 펜션이라는 용어가 처음으로 명문화된 제주도개발특별법이 개정 공포된 2000년 1월부터 펜션업이 본격적으로 시행될 국제자유도시특별법이 시행되는 2003년 7월까지로 한정하였다.

공간적 범위는 우리나라의 대표적인 관광지인 제주지역을 지역적 범위로 국한해서 수행한다. 따라서 현재 제주지역에 있는 펜션만을 조사대상으로 한정하였다.

내용적 범위는 펜션 선택속성과 이용자의 이용형태 및 특성을 분석하는 것을 내용으로 한다.

본 논문의 구성은 제1장 서론을 포함하여 전체 6개의 장으로 구성하였는데, 이를 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

제1장은 서론으로 문제의 제기 및 연구의 목적, 범위 및 방법을 기술하였고

제2장은 연구의 이론적 배경으로 제1절에서는 펜션의 개념과 특성, 제2절에는 펜션선택 의사결정과정, 제3절에는 펜션선택속성에 대한 이론을 체계화하였다.

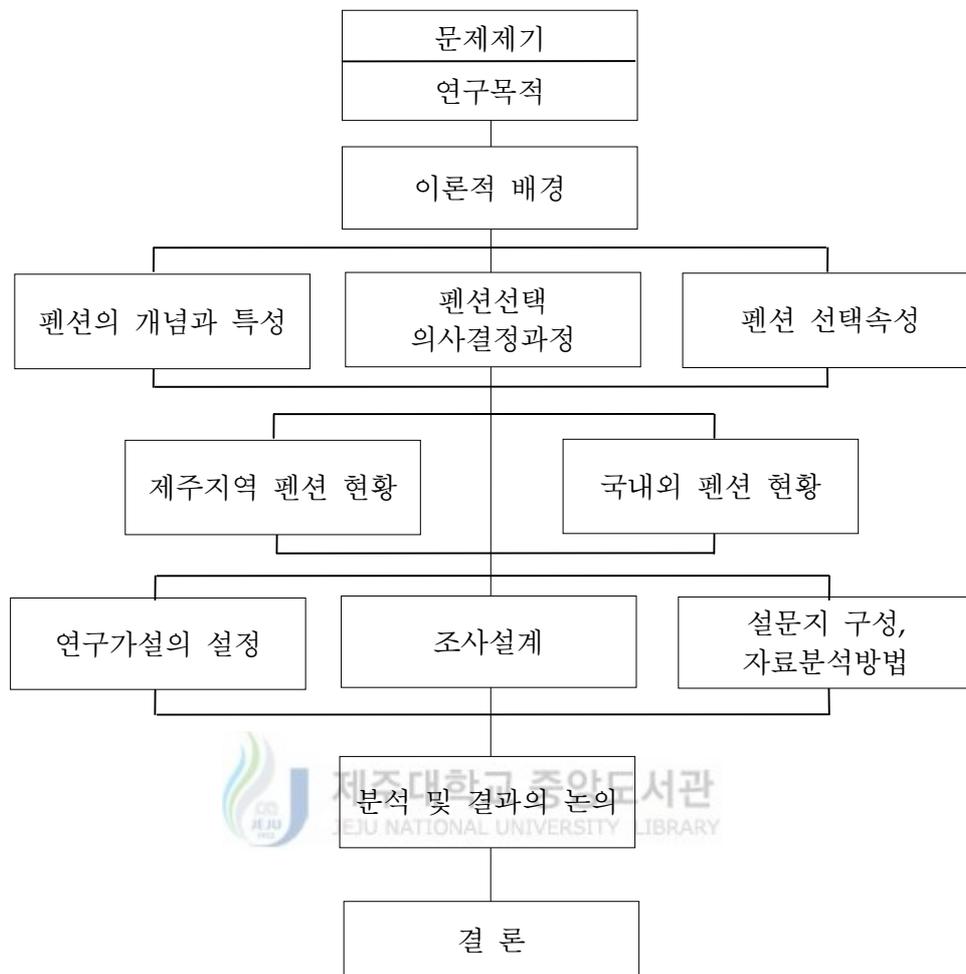
제3장은 연구지역인 제주지역과 국내외의 펜션 현황을 기술하였다.

제4장은 실증분석으로 연구모형의 정립과 연구가설의 설정, 조사설계, 설문지 구성 및 자료분석방법에 대해 기술하였다.

제5장은 분석 및 결과의 논의로 이용자의 특성과 측정척도의 평가, 연구가설의 검증, 분석결과에 대한 논의로 구성하였다.

마지막 제6장은 결론으로 연구의 요약과 한계점에 대해 기술하고 향후 시사점을 제시하였다.

본 연구의 구성은 다음 [그림 1-1]과 같다.



[그림 1-1] 연구의 구성

2. 研究의 方法

본 연구의 목적을 달성하기 위해 도입된 연구방법은 문헌연구와 실증연구를 병행하였다.

문헌연구를 통해 펜션에 대한 개념과 선택속성에 대한 이론적 토대를 구축하여 분석의 준거로 삼았으며, 연구지역인 제주지역의 펜션 현황과 국내외 사례를 파악하였다.

실증연구의 경우 제주지역 펜션을 이용한 관광객을 대상으로 표본을 추출하여 조사를 실시하였다.

조사대상 기간은 2003년 3월 15일부터 2003년 3월 22일까지 7일간으로 하였으며 예비답사 및 예비조사를 실시한 기간은 2003년 2월 21일부터 25일까지 5일간이었다.

조사는 필자의 주관 하에 설문에 대한 충분한 교육받은 조사원 8인이 제주 공항 대합실에서 제주관광을 마치고 이도하는 관광객 중 펜션에서 숙박한 관광객만을 대상으로 일대일 면접하는 대인면접조사방법으로 진행되었으며 표본 추출은 비확률 표본추출방법 중의 하나인 임의표본추출에 의해 수행되었다.

수집된 자료는 사회과학 통계패키지인 SPSS를 활용하여 빈도분석, 일원변량분석, t-test, 상관분석 등을 실시하였다.

본 연구의 한계점은 연구지역인 제주지역의 관광이 성수기와 비수기에 따라 관광객 이용형태에 차이가 있다는 점에서 이용자의 펜션 선택속성에도 차이를 보일 것으로 예상된다는 점이며 아직 관광펜션에 대한 법률적 적용이 제주지역에 한해 배제됨으로 인해 콘도형 민박과 펜션과의 개념구분이 모호하다는 점, 연구지역인 제주지역의 펜션만을 대상으로 공간적 범위를 한정하였기 때문에 지역적인 편중성이 있다는 점이다.

第 2 章 研究의 理論的 背景

第 1 節 펜션의 概念과 特性

1. 펜션의 由來와 意味

서양의 간이숙소영업은 프랑스의 팡손(Pen Sion)을 들 수 있는데, 팡손은 이태리어로는 팡소네, 독일어로는 펜존이라 발음하며, 운영주체는 농어촌 지역에 살고있는 거주자이다. 펜션의 의미는 연금·은금이라는 뜻으로 유럽의 노인들이 연금과 민박경영으로 여생을 보내는 뜻에서 유래되었다.

경제 용어 사전에 의하면 펜션(pension)은 호텔정도의 시설을 갖추고 가족적인 분위기를 살린 소규모 숙박시설로 정의되어 있다. 선진국에서는 정년 퇴직한 부부가 자영하는 경우가 많으며, 요금이 싸고, 가정적인 서비스를 제공해 가족들이 주말을 이용하여 즐길 수 있다는 것이 장점이다²⁾.

펜션은 유럽풍 고급민박의 한 형태로 목재나 통나무 등으로 지어진 소규모 고급민박시설을 말하는데, 개인 별장과 같은 아늑함과 가족적인 분위기의 새로운 스타일의 레저용 숙박시설이다. 특히 프랑스풍의 팡손은 자연풍광이 아름다운 산촌이나 호수가 및 바닷가에 입지하고 있으며 유럽에서는 전지역에 걸쳐 보편화된 민박시설이다.

일본의 경우 1970년대에 처음으로 도입되어 전국의 유명관광지에 약 3,000여개가 성업 중에 있다. 펜션에서는 개별 화장실과 주방시설이 갖추어져 있으며 주인이 제공하는 가정식 식사도 즐기실 수 있는 것이 일본펜션의 특징이다.

2) 김창식·김웅식·김동훈, “제주도 펜션업의 도입과 합리적 운영방안에 관한 연구”, 「제주관광학연구」 제4집, 제주관광학회, 2001, p.161.

2. 펜션의 定義

미국의 관습법(common law)상의 숙박업 정의에서 「숙박업은 손님에게 숙식 및 재산 보호의 의무를 지며, 숙식을 제공해서 그 반대급부를 수령하는 장소」라고 되어 있다. 이 법에서 숙박업종으로 제외되어 있는 것이 장기체재형 부동산 임대물건으로 취급하고있는 민박형의 『Homestay』와 하숙영업이다³⁾.

일본의 여관업법 제2조 『여관업의 범위』에서는 호텔영업·여관영업·간이숙소영업·하숙영업으로 구분하고 있는데, 「간이숙소영업이란 주로 숙박하는 장소를 여러 사람이 공동으로 이용하는 구조 및 설비의 시설을 갖추어서 숙박료를 받고 사람을 숙박시키는 영업으로, 하숙영업 이외의 것이다」라고 정의하고 있다. 이 법에 의하면, 서양의 건축물인 펜션·롯데지·코티지·샤레이 등 여러 사람이 함께 공용할 수 있는 숙박시설까지도 간이숙박업으로 포함하고 있다⁴⁾.

우리나라의 간이숙박영업은 공중위생법과 농어촌정비법에 의해 지방자치단체의 장에게 신고하여 영업하는 민박업이 있다. 민박은 『농어촌정비법』 제66조에 「농촌지역에서 농업인이 농촌주택을 이용하여 이용자의 편의와 농가소득 증대를 목적으로 숙박·취사시설 등을 제공하는 곳이다」고 정의하고 있으며, 또한 동법 제71조에서는 시장·군수는 농림부령이 정하는 바에 따라 민박농가 또는 농촌민박마을을 지정할 수 있도록 되어 있다. 한편, 『제주국제자유도시특별법』에서의 ‘휴양펜션업’은 「농어민 소득증대사업으로 관광객의 숙박·취사 및 농어촌 체험관광에 적합한 시설을 갖추어서 이를 당해 시설의 회원·공유자 기타 관광객에게 이용하게 하는 업」으로 규정하고 있다.

그리고 현재 입법 예고되어 있는 『관광진흥법』 개정안에는 ‘관광펜션업’을 「숙박시설을 운영하고 있는 자로서 자연·문화체험관광에 적합한 시설을 갖추어 이를 관광객에게 이용하게 하는 업」으로 규정하고 있다.

3) 상계논문, p.161.

4) 상계논문, p.162.

따라서 본 연구에서는 펜션에 대한 정의를 ‘고급민박의 새로운 형태로 개인 별장과 같은 아늑함과 가족적인 분위기를 갖춘 소규모 콘도형 민박시설’이라고 정의하고자 한다.

第 2 節 펜션選擇 意思決定過程

1. 觀光選擇行動

여행은 개인의 욕구충족에서 발생하는 사회현상이며 우리가 맞고 있는 대량 관광시대는 경제성장을 배경으로 한 자연스런 현상이라 할 수 있다⁵⁾. 관광은 한 가정의 가계예산 중에 높은 비율을 차지하고 있는 주요한 비용으로 등장하게 되었고 관광목적지, 여행의 부류, 기간, 여행의 형태와 경비를 결정하기에는 많은 시간과 노력, 경비가 소요된다.

마케팅분야에서 제안되어 온 소비자행동이론을 검토해 보면 첫째, 소비자에게 어떠한 요인이 에너지를 환기시켜 제품을 구입하도록 하는가, 둘째, 어떠한 과정을 거쳐 제품을 선택하게 되는가에 초점을 두고 있다.

이러한 소비자 행동이론에 대해 Van Raaij와 Francken⁶⁾은 다음과 같은 과정의 관광선택행동으로 설명하고 있다.

- 1) 일반적 의사결정 (generic decision or generic expenditure)
- 2) 정보의 탐색 (information acquisition, information sources and media)
- 3) 의사결정 (joint decision-making)
- 4) 관광활동 (vacation activities)
- 5) 소비자 만족/불만족 (satisfaction and complaint)

5) 이애주, “관광지 선택행동에 관한 연구”, 박사학위논문, 세종대학교 대학원, 1988, p.25.

6) W. F. Van Raaij and D. A. Francken, “Vacation Decisions, Activities and Satisfaction,” *Annals of Tourism Research*, 1984, pp.101-112.

이러한 관광선택행동 과정에는 개인적·사회적 요소가 영향을 줄 수 있으며, 개인적 요소, 사회·인구통계학적 요소 및 가계적 요소가 행동과정에 어떻게 영향을 주는가를 설명하고 있다. 특히 가정을 구성하고 있는 구성원의 성격 및 가정적 특징은 설득·교섭 등의 의사결정통합과정에 영향을 주고 있는데 이러한 통합과정의 결과는 관광선택행동 각 과정마다 영향을 줄 수 있으나, 특히 3단계인 의사결정에 영향을 많이 주는 것으로 나타났다.

각 과정을 살펴보면, 첫 번째로 여행을 갈 것인가, 안갈 것인가를 결정하는 문제의 인식 단계가 있다. 이 과정에서 중요한 요소는 한 가구당 수입 혹은 임의적 가처분 소득, 가정생활주기, 여행으로부터 얻을 수 있는 가치는 사회계층과의 비교, 여행을 함으로써 지위와 명성을 유지할 수 있다는 느낌, 여행준비 및 추억을 주위 여러 사람들에게 이야기함으로써 얻는 만족감으로 판명되었다.

욕구를 인식하여 목표지향적인 행동으로서 여행을 떠나겠다고 결정하면, 소비자는 행동대안에 필요한 정보를 수집하기 위한 정보탐색과정에 들어간다. 관광선택행동에 있어서 정보는 여러 가지 기능을 수행하는데, 첫째, 정보는 여행에 대한 기대감 및 환상과 함께 여행상품을 구매하는 것에 대한 평가를 긍정적으로 받아지도록 한다. 둘째, 정보는 여행을 원하지 않는 가정구성원을 설득시킬 수 있게 근거를 제공한다. 셋째, 지리적·역사적·문화적 정보는 관광목적지를 선택하고 감상하는데 도움을 준다. 넷째, 정보는 여행결정을 합리화 내지 정당화시킨다.

Jenkins⁸⁾은 거의 모든 가정은 관광지를 결정한 후 숙박장소를 결정한다는 사실을 밝혔으며 50%이상은 한 달 내지 3달에서 1년 정도를 잡고 있는 것으로 밝혔다. 또한 개인에 따라 정보탐색행동은 다르게 나타나는데, 교육수준이 높을수록 많은 정보를 탐색하고 방문하고자 하는 목적지에 대한 서적을 읽는

7) W. F. Van Raaij and G. Eilander, "Consumer Economizing Tactics for Ten Product Categories," *In Advances in Consumer Research*, Vol.10, 1983, p.169.

8) R. L. Jenkins, "Family Vacation Decision-Making," *Journal of Travel Research*, Vol.16, No.4, 1978, pp.2-7.

경향이 있으며, 정보를 가장 많이 탐색하는 집단은 35세에서 55세에 이르는 여성으로 중상류의 사회지위계층으로 나타났다.

세 번째 단계인 의사결정에 영향을 주는 정보원천과 매체에 대한 연구는 Franck과 Van Raaij⁹⁾에 의해 이루어졌는데 관광선택행동의 초기단계에서는 상업적 정보원천, 즉 판매사원·광고·여행광고책자에 많이 의존하고 있으며, 결정단계에서는 충고적 정보원천, 즉 관광정보센터·여행사로부터 정보를 수집하는 것으로 나타났다. 또한 사회적 정보원천 즉 친지·친척은 관광선택행동의 모든 단계에 많은 영향을 주고 있는 것으로 밝혀졌다. 그러나 소비자 협회·잡지·여행가이드 책자는 의사결정단계에 영향력을 발휘하지 못하는 정보원천으로 지적하였다.

또한 Jenkin¹⁰⁾은 여행기간과 여행에 사용되는 경비는 남편이 결정하며, 교통수단·여행활동·숙박시설과 목적지의 선택·자녀동반의 여부는 부부가 같이 결정한다고 주장하였다. 그러므로 의사결정과정의 중요한 요소는 여행사 광고, 가족간의 커뮤니케이션의 의사전달 스타일, 교육수준, 여행경험, 가격의 민감도, 관광지 선호도, 속성에 대한 민감도라고 할 수 있다. 의사결정과정은 개인에 따라 많은 차이를 보이고, 관광객은 여러 대안을 살펴보기 위해 오랜 시간을 보내며 어떤 관광객은 충동구매로 시간을 아주 적게 보내는 소비자도 있다.

관광선택행동의 네 번째 과정인 관광활동은 여행행동으로부터 얻을 수 있는 경험으로서, 대부분의 관광객은 의사결정과정과 결과에 집착하지만 실제의 관광활동은 관광 마케터가 관광제품을 개선하고 마케팅 전략을 설계하는데 있어서 중요한 정보를 제공해 줄 수 있다. 즉 관광객의 방문회수, 체재기간 등을 포함한 관광활동에 따라 관광객은 모험형과 경험형·순응형·교육형·건강형·사회형·지위향상형으로 분류할 수 있다¹¹⁾. 이러한 관광객 분류에 있어서

9) D. A. Francken and W. F. Van Raaij, "A Longitudinal Study of Vacationers Information Acquisition Behavior," *Papers on Economic Psychology*, No.2, Rotterdam : Erasmus University, 1979 ; 이애주, 전제논문, p.30 재인용.

10) R. L. Jenkins, *op. cit.*, 1978, pp.2-7.

모험형과 경험형·교육형·사회형은 활동적, 건강형은 수동적, 순응형과 지위향상형은 개인 및 사회적 규범이라는 특성과 관련된다. 즉 여행을 통해 여행자는 인간의 기본적 욕구인 휴양 및 휴식을 충족시킨 후에는 보다 높은 차원의 욕구인 사회적 접촉, 새로운 경험 및 자아성취의 욕구를 충족시킨다고 할 수 있다.

관광행동과정의 마지막 단계인 만족과 불만족은 관광객의 기대와 지각된 성과에 따라 결정된다. 즉 만족(불만족)은 공정한(불공정한)거래의 공정성에 대한 인지와 기대했던 것에 대한 불일치로부터 발생하는데 예를 들어 불만족은 여행으로부터 기대되지 않은 경험으로 경비와 혜택의 균형이 깨어질 때 발생한다. 또한 사회심리학자들의 공정성이론은 개개인 사이에서의 투입-산출의 교환과정을 다루는 것이다. 이러한 공정성 이론은 개인이 지각하는 자기 자신의 산출/투입비율이 다른 사람의 산출/투입비율과 대등하면 공정성이 존재한다고 느끼게 되며, 비율간의 균형관계가 없다고 지각하면 불공정성을 느낀다는 사실을 제안한다. 즉 관광객은 경비를 들인 만큼 가치를 얻지 못했다고 지각할 때(편안함·식사·교통·위생 등) 불공정하다고 느끼게 된다.

이상 관광선택행동과정에 대해 살펴보았는데 이러한 관광선택행동은 펜션선택 행동에도 연관시킬 수 있다.

2. 펜션選擇 意思決定過程

의사결정은 앞에서 언급한 관광선택행동 단계를 설명하는 구조의 한 단계로 파악될 수 있으며 Engel과 Blackwell¹²⁾의 소비자 행동이론과 유사하다고 할 수 있다. 소비자 의사결정모델의 대표적 모델인 EBK(Engel-Blackwell-Kellat)

11) 이해주, 전계논문, p.32 재인용.

12) J. F. Engle and R. D. Blackwell, *Consumer Behavior*, 4th ed., (Heinsdale : The Dryden Press, New York, 1982), p.300.

모델의 의사결정과정은 5단계로 구분되며, 문제의 인식, 정보탐색, 대안의 평가, 선택, 그리고 결과 및 평가의 단계로 설명하고 있다. 의사결정에 있어 대안을 평가하기 위해 정보탐색이 요구되어지며, 선택행동 이후에도 이러한 다섯 단계의 평가과정을 거치게 된다.

즉, 소비자는 내부적 자극이나 외부적 자극을 처리한 결과, 현재의 실제적인 상태와 이상적인 상태에 대한 차이가 충분히 크다고 지각한다면 욕구가 인식되고 의사결정과정이 시작된다. 그러나 특정한 문제를 해결하려는 이러한 동기부여는 이상적 상태와 실제적 상태의 괴리의 크기와 문제의 중요성에 달려있다¹³⁾. 즉, 두 가지 상태에 대한 지각사이의 괴리가 일정한 수준이상으로 커야 소비자로 하여금 결정과정을 계속하도록 동기를 부여할 수 있으며, 소비자는 시간과 예산제약을 받으므로 가장 중요하다고 지각되는 문제를 우선적으로 해결하려고 할 것이다.

EBK모델에서 태도란 소비자의 욕구와 동기를 충족시키는 정도에 따라 상표를 평가하여 선택하는 소비자 의사결정과정의 결과로 제의하고 있는데, 이러한 모델은 자극, 즉 동기를 활성화시키는 요소와 목표지향적 행동과의 관계를 살펴봄으로써 구매행동의 이론적 틀을 제시하고 있다¹⁴⁾.

EBK모델을 인용하여 소비자의 펜션 선택의사결정과정을 도식화하면 다음 [그림 2-1]과 같다.

①의 소비 전 단계에서는 환경적 요인, 문화, 가치, 규범, 사회, 계층, 준거적 요인을 고려해야 한다.

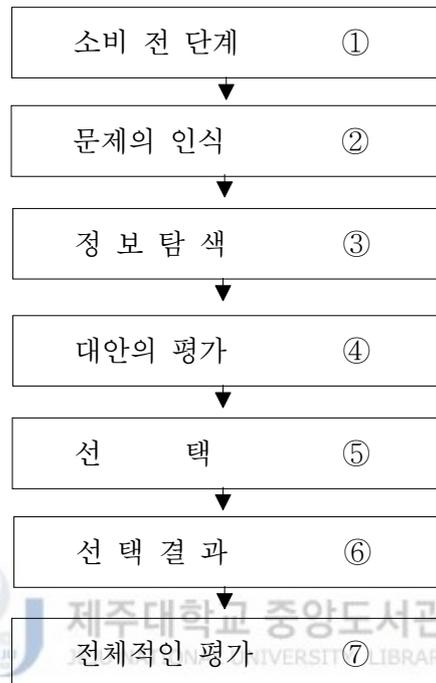
②에서 펜션의 선택과정은 고객욕구나 욕망을 인식함으로써 시작됨을 알 수 있다. 즉, 객실, 식당, 부대시설에 대한 필요성의 인식이 이루어져야 한다.

소비자의 욕구와 욕망은 어떤 형태의 이익을 추구할 것인가를 결정하는 것

13) D. I. Hawkins, Kenneth A. Coney and Roger J. Bost, *Consumer Behavior*, (Dallas : Business Publication, Inc., 1980), p.388.

14) D. T. Kollat, R. D. Blackwell and J. F. Engel, *Research in Consumer Behavior*, (New York : Holt, Rinehart and Winston, 1970). ; 이애주, 전개논문, p.26 재인용..

이므로 펜션 경영자는 특별한 욕구와 욕망을 충족시키는 그러한 상품을 보증하는 역할을 담당해야 할 것이다¹⁵⁾.



자료 : 최근영, “투숙객의 호텔선택속성에 관한 연구”, 석사학위논문, 세종대학교 경영대학원, 1999, pp.12-13.

[그림 2-1] 펜션 선택의사결정과정

③은 소비자가 펜션에 대한 욕구나 욕망을 인식한 후에 정보를 탐색하는 과정이다. 잠재고객은 개인적 지식이나 과거의 경험, 친구를 통하여 정보를 얻게 되며, 이러한 개인적 지식이 불충분할 경우에는 외부자료인 여행사·책자·신문·잡지·인터넷 등의 매체를 통하여 정보를 얻게 된다. 펜션의 경우, 위치·객실의 수 및 규모·가격 등 상품의 유형적 측면에 대한 정보를 탐색하며, 서비스의 질, 일반적인 분위기 등 펜션 상품의 무형적 측면에 있어서도

15) 이선희, 「여행업경영개론」, (서울 : 대왕사, 1996), pp.54-57.

정보를 탐색하게 된다. 잠재고객이 내부적·외부적 자료로부터 얻은 정보에 만족하게 되면 구매과정은 계속되어진다.

④의 단계에서 소비자들은 그들이 펜션을 선택함으로써 얻어지는 이익을 기준으로 펜션에 가치를 부여한다. 펜션 상품에 대한 가치부여는 유형적인 특징보다는 상품의 심적 이미지를 더욱 중요시하기도 한다. 펜션 운영자는 소비자의 긍정적인 태도를 유도하기 위하여 유용한 정보를 제공해야 한다.

⑤는 구매결정의 단계이다. 선택에 있어 중요한 점은 구매결정이 동기와 직접적으로 연계된다는 것이다. 즉, 동기는 펜션 이용자의 심리적 상태와 연결되고 동기는 마케팅 노력, 특히 상품 디자인과 판매촉진을 통하여 자극된다. 소비자는 이러한 단계를 거쳐 구매를 결정하지만 구매과정은 여기에서 끝나지 않는다.

⑥과 ⑦에서 소비자와 마케팅에 보다 중요한 단계가 이행된다. 펜션이 소비자의 기대를 부응시켰는가, 즐거운 시간을 제공하였는가, 기대한 대로 즐거운 휴식을 제공하였는가 등에 대한 평가단계는 펜션업에 있어서 특히 중요하다.

펜션은 소비자로부터 받은 피드백을 활용함으로써 이익을 얻을 수 있다. 이러한 펜션의 의사결정과정은 투숙객과 펜션과의 상호작용을 나타내는 데 있어 문제인식, 선택, 결과와 결과의 연속을 포함하는 복잡한 현상이다¹⁶⁾.

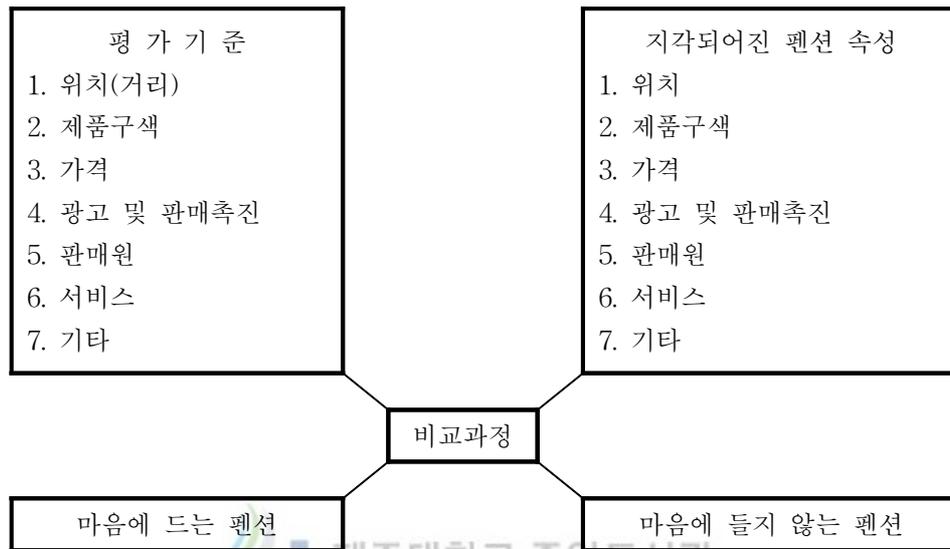
그리고 펜션을 이용하는 투숙객이 펜션을 선택하는 과정은 [그림 2-2]에 보는 바와 같이 평가기준, 지각된 펜션속성, 비교과정, 마음에 드는 펜션/마음에 들지 않는 펜션 등의 네 가지 변수로 구성되는 과정을 통하여 펜션을 선택하게 된다.

여기에서 평가기준은 위치, 상품의 구성, 가격, 광고 및 판매촉진, 판매원, 서비스 등의 항목을 말하고, 지각된 펜션의 속성은 위의 평가기준을 비교하는 것이다.

모든 의사결정 과정을 거쳐 전체적인 서비스에 대한 평가가 이루어지는데 선택된 펜션에 대해 만족했을 경우에는 구매선택에 의한 확신과 재구매 동기

16) 박호표, 「호텔·관광마케팅」, (서울 : 학현사, 1998), p.211.

가 형성되며, 불만족하였을 경우에는 펜션이용 중지, 펜션전환, 친지에 대한 이용경고 등의 사적행동을 행하거나, 또는 소비자단체나 자치단체에 고발하는 공적인 행동을 보이게 될 수도 있다.



자료 : J. E. Engel, R. D. Blackwell and D. T. Kollat, *op. cit*, pp. 505-506 ; 손준용, "휴양지 호텔선택속성에 관한 연구", 석사학위논문, 경희대학교 경영대학원, 2000, p.22 재인용.

[그림 2-2] 펜션 비교과정

第 3 節 펜션選擇屬性

1. 選擇屬性的 定義 및 特性

선택속성이란 이용고객의 선호와 구매하는데 차이를 일으키는 상품 속성에 대한 태도가 어떻게 형성되며 이러한 상품 속성이 다른 속성들과 어떻게 구별될 수 있는가에 대한 것이다¹⁷⁾.

상품 속성은 첫째, 상품 선택에 있어서 구매자의 언급된 중요도에 의해 측정된다. 그러나 이러한 측정은 구매상황에 따라 다르며 동시에 이용자가 실질적인 구매기준에 대한 지식이 부족한 경우 혹은 참된 구매 동기를 숨기려는 경우 더욱 모호해진다.

둘째, 상품 선택에 있어서 결정성은 중요성의 개념을 초월한다. 즉, 결정성은 대안의 평가에 있어서 중요한 동시에 차별적으로 지각된 상품의 특성을 개념화한 것이다. 따라서 결정성은 상품속성의 지각과 전반적인 태도와 선택 행동과의 상관관계를 나타낸다.

셋째, 상품 속성의 결정성은 어떤 상품 속성은 상품 선호와 구매행위에 있어서 속성에 대한 태도가 결정적이며 나머지 속성들은 아무리 우호적이라 할 지라도 결정적이지 못하다. 선택속성은 결정성을 크게 가지는 속성이다. 결정성은 앞에서 언급한 바와 같이 평가기준의 중요성의 개념과 구분이 가능하다.

중요성은 이용 고객들이 생각하기에 어떤 상품이 지녀야 할 속성으로서 이 속성이 결여된 경우 이용 고객은 불만을 가지게 되지만 이것이 충족되었다고 이용 고객들이 그 상품을 선호하거나 신용하지는 않는다. 왜냐하면 다른 경쟁사의 상품들도 그 속성을 동일하다고 평가될 수 있기 때문이다. 따라서 이러한 중요성에다가 각 상품간의 차별정도인 차별성을 결합한 것이 결정성이다.

어떤 경우에는 중요성과 결정성이 동일할 수도 있지만 많은 구매상황에 있

17) 양영재, “호텔 이용객의 특성과 선택 요인에 관한 비교 연구”, 석사학위논문, 전남대학교 경영대학원, 2002, p.15.

어서 이용 고객들이 중요하다고 언급한 속성들 가운데 어떤 것은 상품선택 행위에 크게 영향을 미치지 못하는 경우가 있다.

예를 들면 숙박시설을 선택하게 되는 것도 상품 선택행위와 같다고 볼 수 있다. 투숙객들이 숙박시설을 선택하여 객실을 구매하는데 있어서 숙박시설의 안전성, 즉, 도난·화재 등은 중요한 요소 및 속성이라 평가하고 있으나, 실제로 투숙객들이 한 숙박시설을 선택할 때 안전성이라는 속성이 구매결정에 크게 영향을 미치지 않을 것이다. 이런 경우 숙박시설의 안전성은 중요속성이긴 하지만 대부분의 투숙객들은 이외에 서비스의 질, 이미지, 안락함, 위치 등 다른 속성들이 숙박시설 구매 시에 결정적인 영향을 미친다. 이와 같은 경우 투숙객들은 안전성과 같은 속성은 기본적 속성이라 인식하게 되므로 구매시 결정적인 속성이 되지 못하고 오히려 그 외의 다른 속성들이 투숙객의 숙박시설 선택에 중요한 선택속성으로 작용한다고 볼 수 있다.

2. 펜션選擇屬性



펜션선택속성을 파악하는 것은 마케팅에 있어 시장차별화를 통한 표적시장의 전략에 필요한 기본적인 이론적 근거를 제공한다. 이러한 속성을 여러 학자들의 견해를 통해 살펴보도록 한다.

Knutson¹⁸⁾는 숙박시설을 선택하는데 있어서 중요한 선택속성을 밝히기 위해 상용여행자와 관광목적 여행자를 표본으로 선정하여 객실요금 지불 수준에 따라 구분하여 숙박시설을 선택할 때 고려하는 요인에 대해 연구하였다. 그 결과, 상용 여행자는 객실의 청결과 안락, 편리한 위치, 안전과 보안, 신속하고 정중한 서비스, 친절, 객실 요금 등의 순으로 여섯 개의 요인을 중시하였으며, 관광목적 여행자는 객실의 청결과 안락, 안전과 보안, 객실 요금, 신속

18) Bonnie J. Knutson, "Frequent Traversers : Making Them Happy and Bringing Them Back," *The Cornell H.R.A. Quarterly*, Vol.29, May, 1988, pp.83-87.

하고 정중한 서비스, 편리한 위치, 친절 그리고 레크리에이션 시설 등의 순서로 일곱 개의 요인을 중시한 것으로 나타났다.

Lindquist¹⁹⁾은 문헌고찰을 통하여 선택속성에 대한 가설적 증거와 실증적 증거를 구별, 요약하면서 결정속성으로 상품, 서비스, 고객, 물적 편의시설, 편의성, 촉진활동, 업장 분위기, 제도적 요소 (업장의 보수성과 현대성), 거래 후 만족감 등의 9가지로 구분하였다.

<표 2-1> 서비스 품질 평가 속성

1) 객실 · 식음료 · 서비스의 가격	14) 호텔 시설
2) 서비스의 속도	15) 건물의 청결
3) 주차시설	16) 경영자의 서비스 지식
4) 숙박시설 이용가능정도	17) 주변환경
5) 퇴숙시간	18) 불편에 대한 반응
6) 신용카드 사용여부	19) 서비스의 다양성
7) 영수증의 정확성	20) 시설 외관
8) 경영자의 자세	21) 경영자의 인성
9) 호텔의 규모	22) 영업시간
10) 입지	23) 광고수준
11) 직원들의 서비스 지식	24) 예약제도
12) 서비스의 내용	25) 호텔 주변 교통혼잡도
13) 서비스의 품질	

자료 : E. R. Cadotte and N. Turgeon, *op. cit.*, p.48 ; 손준용, 전제논문, p.27 재인용.

Cadott와 Turgeon²⁰⁾은 호텔과 레스토랑 고객에게 만족과 불만족을 주는 속성을 연구하고자 1970년에 NRA(National Restaurant Association)의 432개 기업의 관리자와 AH & MA(American Hotel & Motel Association)의 260명

19) J. D. Lindquist, "Are Women's Apparel Store Image Space Aline Across Life Cycle Line," *Proceeding American Marketing Association*, 1979, pp.31-32.

20) Ernest R. Cadotte and N. Turgeon, "Key Factors in Guest Satisfaction," *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, Vol.28, February, 1988, pp.45-56.

관리자들로부터 자료를 수집하였다. 연구결과 총 25개의 속성변수를 추출하였는데 그 속성변수는 위 <표 2-1>과 같다.

이처럼 여러 학자들에 의한 다양한 선택속성 항목들을 일반적·상품 서비스·시설적 특성의 세 가지 차원으로 분류할 수 있다.

1) 일반적 특성

일반적 특성에 속하는 속성으로는 호텔의 위치와 교통, 관광지와의 연계성과 같은 접근성과 안전, 위생 및 청결, 주위경관, 주위 평판, 이용자의 지위수준이 있다.

접근성에서 호의적인 평가를 받고 있는 펜션은 이 속성이 중요한 경쟁적 이점이 될 수 있다. 위치, 교통 및 관광지와의 연계성 등의 접근성 속성은 사업 계획수립단계에서부터 중요하게 검토되어야 하는 주요변수이다.

펜션의 위치는 주위환경이 조용한 도심과 동떨어진 곳에 위치하다보니 접근성 개선은 원칙적으로 불가능한 일이지만, 개선이 가능한 점은 정확한 위치에 대한 홍보를 강화하거나 지도를 제작하는 방안을 통해 위치에 대한 잠재관광객의 자각이 호의적인 방향으로 변화되도록 유도하거나, 위치속성 자체를 덜 중요한 속성으로 자각되도록 유도하는 등의 막대한 노력과 비용이 소요된다.

그리고 주위경관속성은 세계적인 독창성을 확보하고, 지역번영의 지속화를 도모하며, 지역과 밀착되어 교류감동의 폭을 넓히는 개발과 활성화를 통하여²¹⁾, 펜션이 제공하는 시설을 이용하게 하는 등 체재의 편의를 증진시킬 수 있도록 경관을 조성하는 것을 일컫는다. 관광객은 펜션을 선택하는데 있어 다른 펜션에 비해 환경과 시설의 경관이 질적인가를 평가하고 방문의사결정을 내리게 된다²²⁾. 이와 더불어 경관이 새로운 경험을 제공하여 줄 수 있는지도 방문의사결정에 영향을 미친다.

21) 여가산업연구소. “무주리조트 개발구상에 관한 연구”, 경기대학교부설 여가산업연구소, 1990, p.251.

22) 이주형·이재곤, “리조트 이용집단간 속성만족도에 관한 연구”, 「관광경영학연구」 제9호, 관광경영학회, 2000, pp.170-171.

숙박시설은 많은 관광객들이 한꺼번에 수용하고 있는 시설이라는 점에서 안전도는 기본적으로 갖추어져야 할 속성이다. 안전도는 펜션 건물자체의 안전도뿐만 아니라 인근지역의 안전도, 객실의 안전도, 호텔의 화재에 대한 안전도구로서 구명구와 같은 장비가 배치되어 있어야 하며 도난 등으로부터 신변의 위험 없이 안전하게 숙박할 수 있는나의 정도이다²³⁾.

2) 상품·서비스적 특성

상품·서비스적 특성으로는 가격수준, 친절한 서비스, 불만의 해소능력, 예약의 용이성, 광고수준, 직원의 용모, 판촉활동이 있다.

가격속성은 펜션의 수익과 직결될 뿐만 아니라 관광객의 불만족의 주요요인 속성이다. 즉, 합리적인 가격분포는 관광상품을 잘 포장해 주는 포장지와도 같아서 불균형한 가격분포가 관광객의 구매력에 나쁜 영향을 주어 시장상황을 혼란시키거나, 경영방침에도 어긋나는 가격을 설정할 수도 있다. 따라서 가격이 부적당하게 결정되었다면, 그것은 높은 비용을 발생시킬 뿐만 아니라 판매량을 줄이게 된다. 가격은 시장상황에 따라 변동하는 것이기 때문에 계획시점에서 상정가격과 현황의 실제가격을 점검해 보아야 한다. 개업시점에서 시장가격과 신규 개장되는 영업장으로서 경쟁의 우위를 확보하기 위해서는 첫째, 수요를 자극할 수 있는 가격인가? 둘째, 경쟁력이 있는 가격인가? 셋째, 비용과 이익이 균형을 이루고 있는가? 넷째, 가격리더로서 행사하고 있는가? 등을 고려하여 가격결정이 이루어져야 한다.

서비스의 범위를 정하거나 개념을 정의한다는 것은 서비스의 특성상 쉬운 일이 아니기 때문에 현실적으로도 서비스에 대한 통일된 정의를 내리지 못하고 있는 실정이다²⁴⁾. 일반적으로 서비스는 경영형태, 서비스수단, 서비스형식 등으로 분류될 수 있으나, 숙박시설인 경우는 이용자들이 가장 중요시하는 부

23) 양영재, 진계논문, p.18.

24) 이선희 외, “여행서비스 품질과 만족의 관련성 연구”, 「여행학연구」 제7호, 한국여행학회, 1998, p.15.

분으로 종업원들이 고객에게 제공하는 서비스의 형태로 그 내용을 보면 서비스 내용에 대한 전문적인 자질과 모든 서비스의 신속하게 처리되는 정도, 서비스의 전체적 수준, 서비스 제공의 다양성, 서비스를 제공함에 있어서 친절함과 예의를 갖춘 정도가 수준급에 해당되는지를 본다²⁵⁾. 숙박산업은 인적 서비스를 최우선으로 하기 때문에 종업원의 서비스의 질은 선택 요인으로 작용되는 정도가 크다.

현대의 관광객들은 경험과 지식이 축적되어 있어서 일반화된 기재사항, 과장된 문구, 불안전하고 부정확한 안내로는 그들의 기본적인 욕구를 충족시키지 못하는 물론 위험과 불협화를 이루는 원인이 되기도 한다²⁶⁾. 관광객들은 본인들의 편의를 위해 관광에 대한 풍부한 정보를 얻기를 바란다²⁷⁾. 또한 훌륭한 정보는 관광경험을 풍부하게 해주고, 자원의 오용을 방지하고, 지역주민과의 갈등을 해소시켜준다. 관광정보는 초기에는 구전정보에 의한 정보전달체제로 주로 이용되다가 사회의 급격한 발달과 함께 정보의 양과 정밀성에 있어서 새로운 변화를 갖게 되었다. 이러한 변화는 현대에 이르러 정보사회의 발달과 함께 많은 변화추세를 띠고 있다²⁸⁾.

펜션이 이용자의 욕구를 만족시킬 수 있다면 이는 곧 매출의 증가와 성공적인 상품판매로 이어질 것이다. 그러나 대부분의 숙박휴양시설들은 상품화의 중요성을 이해하지 못하고, 결과적으로 빈약한 상품화시스템으로 수익기회를 상실하게 된다. 상품화를 제대로 이루지 못하는 업체는 경쟁에서 패하게 되며, 심지어는 상품과 서비스의 품질도 떨어질 수밖에 없다.

촉진활동은 설득력 있는 커뮤니케이션활동을 통하여 매출액을 증대시키고자 하는 기업의 최종적 활동이다. 촉진활동은 경영자가 의도적으로 관광객들의

25) Robert C. Lewis, "The Basic of Hotel Selection," *The Cornell H. R. A. Quarterly Part III*, May 1984, pp.54-69.

26) 이주형 · 이재근, 전계논문, p.172.

27) 유정남, "한국 국민관광의 현황과 전망에 관한 연구", 「관광연구논집」 제12집, 경기대학교부설 관광개발연구소, 1995, p.15.

28) 김천중, "여행정보의 활용방안에 관한 연구", 「관광경영학연구」 창간호, 관광경영학회, 1997, pp.38-40.

태도와 행위에 영향을 주고자 정보를 제공하는 것으로, 목표시장의 관광객에게 적절한 상품을 적절한 장소에서 적절한 가격으로 구매할 수 있도록 커뮤니케이션을 하는 총체다. 이러한 촉진활동 중 판매촉진이라는 것은 AMA의 정의에 의하면 진열, 전시·시범과 통상적인 방법이 아닌 비 반복적 판매노력과 같이 관광객 구매를 자극하고, 판매점의 성과를 자극하는 마케팅활동 중 인적 판매나 광고 또는 홍보가 아닌 모든 마케팅활동이다.

결과적으로 판매촉진전략의 궁극적인 목적은 진열·전시·시범과 통상적인 방법이 아닌 비 반복적 판매활동을 통하여 정보를 제공함과 소비자를 유인하기 위함으로 압축할 수 있다. 관광목적지의 선전자료 획득과 획득용이성은 관광목적지를 선택하는데 있어 영향을 미치며²⁹⁾, 이외의 인적·비 인적 커뮤니케이션의 촉진활동에 중요한 영향을 미치기 때문에, 이러한 촉진활동에 대한 관광객의 태도측정은 중요하다고 할 수 있다.

3) 시설적 특성

시설적 특성에는 외관의 매력, 다양한 부대시설, 객실 분위기, 주차시설, 실내장식으로 구성된다.

관광산업이 발전하고, 많은 사람들이 국외로 관광함에 따라 관광객들은 보다 폭넓은 시설들을 갈구하게 되었다³⁰⁾. 관광사업의 미적인 시설은 관광객에게 좋은 이미지를 줄 수 있는 직접적인 요인이 되었다. 이러한 시설³¹⁾과 관련하여 나름대로의 특성을 갖추어 한번도 보지 못한 어떤 시설만이 관광 욕구를 유발할 수 있는 원인을 갖게 된다고 하여 시설의 독창성을 강조하고 있다³²⁾.

분위기는 가구와 다른 물리적인 물건의 디자인과 배열을 포함한 물리적 환경의 적당한 디자인에 의해 창출되는 것이다³³⁾.

29) R. J. Calantone and J. S. Johar. "Seasonal Segmentation of the Tourism Market Using a Benefit Segmentation Framework," *Journal of Travel Research*, Vol.23, No.2, 1984, p.286.

30) S. Dickman, *Tourism*, (Edward Arnold Pty Ltd., 1989), p.92.

31) 이종규 편역, 「리조트의 개발과 경영」, (서울 : 부연사, 1998), p.101.

32) 이항구, 「관광학서설」, (서울 : 백산출판사, 1997), p.299.

정찬중³⁴⁾은 서비스업에 있어 설비의 질이나 새로움이 고객을 유인하는데 중요한 역할을 하지만, 상품의 일부로서 구입하는 것은 설비나 비품이나 소모품 그 자체가 아니라, 그것이 가지는 기능과 함께 일체화해서 빚어내는 느낌, 무드, 분위기라 하여 이용하는 환경으로 보고 있다.

따라서 관광객의 욕구를 충족시켜주기 위해서 분위기는 장식, 디스플레이, 기물, 조명, 소모품, 유니폼, 서비스 등의 속성들과 조화가 이루어져야 하며, 펜션의 환경가치 중 어떠한 한 속성만이 최고의 가치를 발휘할 수 있는 것이 아니다. 관광객의 편의를 증진시키기 위해서는 공간, 소음, 조명, 색깔 등의 심리학적, 기능적, 장식적인 효과에도 세심한 주의가 필요하다.

한편 Lewis은 숙박시설 선택 요인의 속성을 17가지로 세분화하였으며 그 내용은 다음 <표 2-2>와 같다.

이상과 같이 숙박시설로서의 펜션선택속성에 대해 살펴보았는데 이러한 모든 속성들 중에서 가장 중요하게 여기고 있는 주요한 속성들은 펜션의 위치, 교통, 안전, 위생 및 청결, 주위경관, 주위 인지도, 관광지와의 연계성, 가격 수준, 친절한 서비스, 불만의 해소능력, 예약의 용이성, 외관의 매력, 다양한 부대시설, 객실 분위기 등을 뽑을 수 있다.

33) J. D. Fridgen, *Dimensions of Tourism*, (Educational Institute of the American Hotel & Motel Association, 1991), p. 281.
34) 정찬중, 「서비스마케팅론」, (서울 : 백산출판사, 1990), pp.135-136.

<표 2-2> 숙박시설 이용 고객의 선택 속성

기 준 속 성	구 성 변 수
서비스의 질	1) 스태프(staff)의 전문성 2) 모든 서비스의 신속성 3) 서비스의 전반적인 수준 4) 제공되는 서비스의 다양성 5) 친절성과 공손함
전반적인 느낌	1) 잘 운영되는 호텔 2) 믿을만한 질적 수준 3) 자신의 욕구에 부합됨 4) 상대방의 마음을 알아차림 5) 편안한 느낌
안 전	1) 호텔의 안전함 2) 주변지역의 안전함 3) 객실의 안전함 4) 화재안전
개선된 서비스	1) 늦저녁 식사 서비스 2) 룸 서비스의 이용 가능성 3) VIP객실 4) 우아한 식사 5) 추가적인 화려함
식음료의 가격과 질	1) 합리적인 식음료 가격 2) 식음료시설의 유용성 3) 음식의 질 4) 식음료 가격, 다양한 선택 5) 음식서비스의 질적 수준
실내 분위기	1) 건물외부와 미학적 상태 2) 실내의 미적 수준 3) 현대적·시대 감각적 4) 전반적인 현대적 편리함
쾌 적 상 태	1) 편리함 2) 쾌적상태(향기 등) 3) 추가적 제공 부속물 4) 전반적인 현대적 편리함
이 미 지	1) 호텔의 성격 2) 체인의 성격 3) 전반적인 좋은 느낌
식음료의 질	1) 와인목록의 질적 수준 2) 체인의 성격 3) 로비카테일의 제공상태
객실, 욕실 구비 조건	1) 객실과 욕실의 물적 조건 2) 객실과 욕실이 청결함
헬스 시설	1) 사우나, 증기욕탕 구비 2) 연중 이용가능한 풀장
평 판	1) 호텔과 체인의 명성 2) 좋은 평판
조 용 함	1) 호텔의 조용함 2) 지역의 조용함
객실 속성 조건	1) TV와 라디오의 질적 수준 2) 침대의 안락함 3) 객실과 욕실의 크기 4) 인터넷을 통한 각종 정보
예약과 프론트 서비스	1) 예약시스템의 편리함 2) 예약시스템의 신뢰도 3) 입숙 퇴숙절차
가격과 가치	1) 가격과 가치 2) 실제적인 가격
입 지	1) 다른 지역과의 접근성

자료 : Robert C. Lewis, *op. cit.*, pp.54-69.

第 4 節 先行研究의 動向

숙박시설 선택속성에 관한 이론적 체계는 비교적 최근에 와서 체계화되고 있다.

최근영³⁵⁾은 호텔 이용 고객들의 호텔 선택 속성에 관한 연구에서 투숙목적에 따라, 투숙형태에 따라 그리고 충성 및 비충성 집단을 구분하여 분석하였는데, 대체적으로 30~40대의 남성 고객들의 사업 업무가 높은 비중을 차지하였고, 단체 및 FIT고객은 객실 요금에 민감한 반응을 보였다. 그리고, 여성보다는 남성 고객이 호텔에 대한 충성도가 강하며, 30~40대 집단에서 큰 비중을 차지하고 소득이 높을수록 충성도가 높은 것으로 나타났다. 그리고 호텔 투숙객에 대한 선택 속성의 차이를 검증한 결과 통계적으로 유의한 결과와 각 호텔별 선택 속성 또한 차이를 보이는 것으로 연구되었다.

정연국³⁶⁾은 호텔의 실증 분석을 통한 호텔 이용객들이 호텔을 선택 요인을 분석한 결과, 남성보다 여성 고객이 높은 관심을 가지고 있고, 연령에 있어서는 젊은 층이 호텔에 대한 관심이 많으며 노년층일수록 객실의 가격이나 디자인, 기타 여러 요인들을 종합적으로 고려하는 것으로 나타났다. 또한 식음료에 있어서는 다양한 메뉴와 맛과 그리고 질에 대한 관심이 집중되고, 호텔을 이용하는 고객들의 교통 수단은 대체적으로 자가용을 이용하는 것으로 나타났다. 그리고 재방문 고객을 위한 다양한 프로그램 개발과 종사원의 서비스 질의 개선과 고객에 대한 서비스가 중요한 요소가 되었으며, 정보 원천에 있어서는 호텔 선택 시 주위의 추천이 상당한 비중을 차지하는 바 그에 맞는 광고 및 홍보 중심으로 마케팅 전략을 수립해야 한다고 하였다.

이창석³⁷⁾은 호텔 이용객의 선택 요인에 관한 만족과 호텔 경영자와 종업원

35) 최근영, “투숙객의 호텔 선택 속성에 관한 연구”, 석사학위논문, 세종대학교 경영대학원, 1999.

36) 정연국, “관광호텔 선택 영향 요인에 관한 연구”, 석사학위논문, 경희대학교 경영대학원, 1999.

37) 이창석, “부산지역 호텔 이용객의 선택 요인에 관한 연구”, 석사학위논문, 동아대학교 대학원, 1992.

의 보다 합리적인 마케팅 전략을 강구하고, 호텔 이용객들이 호텔 이용 시 어떤 요인을 중요시 여기며, 호텔 이용객들 간에 해운대 지역과 도심 지역의 특성의 차를 보이는지 부산 지역 5개 호텔을 대상으로 설문 조사하여 다섯 부분으로 나누어 백분율분석과 Chi-Square 분석을 실시하였는데 첫째, 연구통계학적 특성은 31~40세의 기혼 남성이 많고 사무직, 판매서비스 및 상공업자가 대부분이며 고졸이상의 월 100~200만원의 소득자가 많았으며 둘째, 선택 요인의 특성으로는 서비스 질과 안전도 등이 투숙객들의 커다란 비중을 차지하였다. 셋째, 일반적 행동 특성은 가족이나 친구들과 휴양 및 휴식을 목적으로 투숙 경우가 많고, 교통 수단의 자가 승합차를 주로 이용하였다. 넷째, 호텔별 비교 분석 결과 이용객의 유형, 정보 원천, 예약과 프론트 데스크에 대한 중요도 검증 결과 유의한 차이가 있음을 분석되었다. 마지막으로 지역특성으로는 해운대 지역 호텔 투숙객들은 자가 승합차를 이용하여 가족 및 친구와 함께 휴양 및 휴식 목적이 많았고, 도심지역은 여행사의 단체 이용객이 많음을 연구 결과로 제시하였다.

Baresky와 Iabagh³⁸⁾의 연구는 호텔 이용객의 만족을 종업원의 서비스와 태도, 그리고 호텔의 입지를 중시 여기고, 고객의 재방문 여부의 결정에 있어서는 가격이 그다지 중요한 속성이 아닌 것으로 나타났다.

Medrik³⁹⁾의 연구에서 호텔은 이용객의 입장에서 볼 때 이윤추구의 확대 시 설로 서비스를 제공함에 있어서 시설, 서비스, 가격, 위치, 이미지 등의 요소들을 중요한 구성으로 보았다.

Monroe와 Guiltinan⁴⁰⁾은 호텔 레스토랑 선택 시 호텔 이용객의 태도에 많은 영향을 받을 수도 있으며, 호텔에 대한 이용 고객의 태도는 호텔을 구성하는 재속성과 중요도의 지각에 의해 결정된다고 했다. 다시 말해서, 호텔 레스

38) Jonathan D. Barsky and Richard Iabagn, "A Strategy for Satisfaction," *The Cornell H.R.A Quarterly*, Vol.33, October, 1993.

39) S. Medrik, *The Business of Hotel*, (Heinemann : London, 1980).

40) K. B. Monroe and J. P. Guiltinan, "A Path-Analytic Exploration of Retail Patronage Influences," *Journal of Consumer Research*, Vol.2, June, 1975.

토랑 선택에 영향을 미치는 요인은 호텔 이용 고객들의 지각에 따라 많은 차이와 요인들이 작용된다고 볼 수 있다.

Lewis⁴¹⁾는 호텔 투숙객들을 대상으로 하여 호텔 이용상황과 호텔선택 속성의 중요성과의 관계를 규명하였다. 그는 여행목적은 상황이라는 개념으로 이해하고 속성에 대한 중요성을 측정하였는데 그 결과 호텔간의 선택에 있어서는 가격, 분위기, 질적 수준, 서비스가 중요한 선택속성이 되며 목적에 따라 선택 속성의 중요도에 차이를 보인다는 것을 실증하고자 하였다.

연구결과 상용 여행장의 경우 중요한 속성의 순위를 안전, 서비스의 질, 객실·욕실의 구비상태, 레스토랑의 질, 평판 등을 듣고 있으나 호텔의 결정속성에 있어서는 서비스의 질, 안전, 정숙, 예약 서비스, 객실·욕실의 구비상태의 순위를 나타내고 있어 중요속성과 결정속성이 반드시 일치하지는 않는다고 하였다.

관광목적 여행자의 경우에는 주요속성의 우선 순위로 서비스의 질, 식당의 질, 요금의 조건, 건축미, 쾌적함, 정숙, 객실·욕실 상태로 나타났으나, 결정속성에 있어서는 정숙, 안전, 이미지, 객실·욕실상태, 요금 및 가치, 서비스의 질 순서로 나타나고 있어 역시 중요속성과 결정속성은 일치하지 않는다고 하였다. 이와 같이 호텔 이용객들은 중요하다고 생각하는 속성임에도 불구하고 상황과 개인적인 속성에 따라 결정속성이 다르다고 하였다.

이상의 선행연구 결과를 정리하면 다음 <표 2-3>과 같다.

41) Robert C. Lewis, "Isolating Differences in Hotel Attributes," *The Cornell H.R.A. Quarterly*, Vol.25, November, 1984.

<표 2-3> 선행연구 요약

구 분	연 구 내 용
선택 속성에 관한 연구	- Medrik : 시설, 서비스, 가격, 위치, 이미지 등의 요소 - Monroe와 Gultinan : 호텔 이용고객들의 지각에 따른 차이 - Lewis : 가격, 분위기, 질적수준, 서비스
특성 차이에 따른 선택속성에 관한 연구	- 최근영 : 투숙목적, 투숙형태, 충성 및 비충성 집단으로 구분 - 정연국 : 성별, 연령, 식음료, 교통수단, 정보원천별 - 이창석 : 인구통계학적 특성, 일반적 행동특성, 지역특성별 - Baresky와 Iabagh : 종업원의 서비스와 태도, 호텔의 입지별

자료 : 연구자가 재구성.



第 3 章 濟州地域의 펜션 現況

第 1 節 濟州地域의 펜션 現況

1. 觀光性向 分析

1) 연도별 관광객 추이

연구지역인 제주지역의 연도별 관광객 추이를 살펴보면 다음 <표 3-1>과 같이 1980년대 이후 꾸준한 증가세를 보여왔다.

<표 3-1> 제주지역 관광객 입도현황

구 분	관 광 객 (천명)			관 광 수 입 (억원)		
	계	내국인	외국인	계	내국인	외국인
'80	669	649	20	260	227	33
'85	1,323	1,249	74	1,157	899	258
'90	2,992	2,757	235	4,319	3,308	1,011
'91	3,205	2,929	276	5,132	3,838	1,294
'92	3,422	3,179	243	7,970	6,217	1,753
'93	3,464	3,187	277	8,516	6,442	2,074
'94	3,693	3,470	223	8,895	7,153	1,742
'95	3,997	3,755	242	9,814	7,844	1,970
'96	4,144	3,935	209	10,179	8,400	1,779
'97	4,363	4,179	184	10,756	9,143	1,613
'98	3,291	3,067	224	9,558	7,523	2,035
'99	3,667	3,420	247	10,295	8,037	2,258
2000	4,110	3,822	288	14,975	10,877	4,098
2001	4,197	3,907	290	14,957	10,917	4,040
2002	4,515	4,226	289	-	-	-

자료 : <http://www.provin.jeu.kr>, 제주도청홈페이지, 2003.

1998년 IMF 경제위기로 인해 관광객이 감소하였으나 그 이후에도 꾸준한 증가세를 보여 2002년에는 1988년 경제위기 이전보다 더 많은 관광객을 유치하였다. 그러나 외국인 관광객은 2000년 28만명을 기점으로 증가세가 둔화되어 정체되고 있는 상황이다.

관광수입도 관광객 수의 증가와 마찬가지로 꾸준한 증가추세를 보여왔다. 1998년 IMF 경제위기 때 잠깐 주춤하였으나 1조 5천억원 수준까지 성장하였다.

2) 관광객 성향

입도 관광객을 성향별로 보면 일반단체 관광객은 1998년 IMF 경제위기 이후 관광객 수가 급격히 떨어졌으나 현재 1997년 수준까지 상승하였다.

수학여행은 1998년 이후 급격히 감소하였으나 1997년 IMF 이전 상태로 회복하지 못하고 있다. 신혼여행객은 1998년 이후 급격히 감소하고 있는 추세를 보이고 있어 2002년 신혼여행객 수는 12만명으로 1997년의 1/3 수준까지 떨어져 있다.

반면 개별여행객은 2000년에 1997년 수준까지 회복하고 꾸준히 상승하여 현재 제주도 관광객 수의 절반이 넘어 300만명까지 육박하고 있다.

<표 3-2> 관광객 성향별 입도현황

구 분	'97	'98	'99	2000	2001	2002
계	4,363,192	3,291,116	3,666,836	4,110,934	4,197,574	4,515,205
내 소 계	4,178,739	3,067,415	3,419,871	3,822,509	3,907,524	4,226,019
내 일반단체	807,313	493,254	584,116	627,033	698,123	722,218
국 수학여행	507,248	128,533	211,259	311,795	326,370	384,635
인 신혼여행	355,944	424,038	316,506	240,272	183,480	123,160
개별여행	2,508,284	2,021,590	2,307,990	2,643,408	2,699,551	2,996,006
외 국 인	184,403	223,701	246,965	288,425	290,050	289,186

자료 : <http://www.provin.jeju.kr>, 제주도청홈페이지, 2003.

1990년도의 외국인 관광객은 59.8%가 일본인 관광객으로 그 비중이 매우 높았으나 1994년(70.5%)을 기점으로 그 비중은 매년 감소하여 2001년 현재 50.9%까지 감소하였다.

반면 중국인 관광객은 매년 증가추세를 보여 2001년 현재 24.7%로 외국인 관광시장에서의 비중이 점점 더 커지고 있다.

<표 3-3> 외국인 관광객 국적별 입도현황

년도	계	교포	일본	대만	홍콩	미국	영국	중국	기타
'90	235,073 (100%)	30,824 (13.1)	140,454 (59.8)	36,290 (15.4)	9,974 (4.2)	10,573 (4.5)	845 (0.4)	-	6,113 (2.6)
'91	275,371 (100%)	24,085 (8.7)	181,962 (66.1)	39,739 (14.4)	14,166 (5.2)	8,048 (2.9)	1,117 (0.4)	-	6,254 (2.3)
'92	242,576 (100%)	12,224 (5.0)	161,983 (66.8)	43,033 (17.7)	13,595 (5.6)	5,420 (2.2)	1,835 (0.8)	-	4,486 (1.9)
'93	277,359 (100%)	23,891 (8.6)	189,535 (68.3)	28,668 (10.3)	16,229 (5.9)	9,299 (3.4)	2,564 (0.9)	-	7,173 (2.6)
'94	222,442 (100%)	31,180 (14.0)	156,900 (70.5)	19,587 (8.8)	4,294 (1.9)	5,344 (2.4)	648 (0.3)	1,117 (0.5)	3,372 (1.5)
'95	241,884 (100%)	20,323 (8.4)	152,672 (63.1)	29,471 (12.2)	28,020 (11.6)	3,163 (1.3)	346 (0.1)	2,582 (1.0)	5,577 (2.3)
'96	209,253 (100%)	21,610 (10.3)	128,529 (61.4)	25,778 (12.3)	18,447 (8.8)	3,800 (1.8)	254 (0.1)	3,944 (1.9)	6,891 (3.3)
'97	184,403 (100%)	15,594 (8.4)	121,446 (65.8)	13,543 (7.3)	18,191 (9.9)	3,082 (1.7)	691 (0.4)	5,075 (2.8)	6,781 (3.7)
'98	223,701 (100%)	18,324 (8.2)	117,948 (52.7)	8,467 (3.8)	43,101 (19.3)	5,079 (2.3)	605 (0.3)	15,142 (6.9)	15,035 (6.7)
'99	246,965 (100%)	15,139 (6.1)	126,128 (51.1)	2,222 (0.9)	31,894 (12.9)	7,788 (3.2)	482 (0.2)	46,247 (18.7)	17,065 (6.9)
2000	288,425 (100%)	14,737 (5.1)	147,358 (51.1)	2,294 (0.8)	28,777 (10)	11,216 (3.9)	325 (0.1)	57,236 (19.8)	26,482 (9.2)
2001	290,050 (100%)	10,501 (3.6)	147,525 (50.9)	2,414 (0.8)	20,329 (7)	10,935 (3.8)	358 (0.1)	71,650 (24.7)	26,338 (9.1)

자료 : <http://www.provin.jeu.kr>, 제주도청홈페이지, 2003.

2. 觀光地 現況

1) 도·시·군 관광지 현황

제주도의 도·시·군 유료관광지는 총 15개로 이중에서 천지연 폭포의 입장객이 가장 많다. 다음으로 성산일출봉과 민속자연사박물관, 산방산 순이며 2001년과 2002년의 입장객 수를 비교하면 우도가 있는 성산해양군립공원의 입장객 수가 전년대비 47.0%가 감소하였다.

<표 3-4> 제주도 도·시·군 유료관광지 입장객 현황

구 분		2001년	2002년	%
도 · 시 · 군 관 광 지	소계	6,880,416	7,011,662	1.9
	민속자연사 박물관	871,979	841,293	-3.5
	한라산국립공원	450,061	425,475	-5.5
	천지연	1,502,729	1,522,589	1.3
	천제연	547,767	551,955	0.8
	정방폭포	556,839	531,034	-4.6
	만장굴	574,948	528,099	-8.2
	비자림	103,298	108,772	5.3
	항몽유적비	132,484	131,677	-0.6
	산방산	799,534	758,284	-5.2
	추사적거리	-	62,874	-
	성산일출봉	885,781	887,156	0.2
	성산해양군립공원	287,486	195,560	-32.0
	마라해양군립공원	167,510	158,178	-5.6
	국립제주박물관	-	159,663	-
항일기념관	-	149,053	-	

자료 : <http://www.provin.jeju.kr>, 제주도청홈페이지, 2003.

2) 사설 관광지 현황

제주도의 사설 유료관광지는 총 19개로 이중에서 관광식물원의 입장객 수가 127만명으로 가장 많았고 다음으로 한림공원과 산굼부리로 나타났다.

전년대비 이승만 박물관이 456.9% 감소하였으며 민속관광타운과 중문민속 박물관도 입장객 수가 크게 떨어진 것으로 나타났다.

<표 3-5> 제주도 사설 유료관광지 입장객 현황

구분		2001년	2002년	%
사 설 관 광 지	소계	6,288,419	6,839,466	8.8
	삼성혈	241,641	218,306	-9.7
	목석원	447,540	392,658	-12.3
	해양수족관	325,646	352,347	8.2
	한림공원	1,142,020	1,102,788	-3.4
	산굼부리	1,112,303	1,039,916	-6.5
	신천지미술관	91,343	77,587	-15.1
	제주민속촌	438,059	396,035	-9.6
	제주조각공원	138,461	171,472	23.8
	관광식물원	1,270,582	1,278,198	0.6
	분재예술원	241,821	225,893	-6.6
	중문민속박물관	26,806	15,954	-40.5
	절물자연휴양지	34,433	40,334	17.1
	민속관광타운	66,862	33,756	-49.5
	신영영화박물관	266,138	284,918	7.1
	테디베어뮤지엄	188,370	352,900	87.3
	이승만박물관	69,654	12,552	-82.0
	미니월드	186,740	313,079	67.7
	소인국테마파크	-	414,673	-
	일출랜드	-	116,100	-

자료 : <http://www.provin.jeju.kr>, 제주도청홈페이지, 2003.

3. 民泊 및 펜션 現況

현재 제주도내의 민박과 콘도형 민박인 펜션의 현황에 대해 구체적으로 정리된 자료가 없는 실정이다. 따라서 각 시군의 홈페이지 민박현황을 정리한 결과 다음 <표 3-6>과 같다.

현재 제주지역 민박은 총 1,119개소에 이르고 있으며 이 가운데 북제주군과 남제주군의 43개소가 콘도형 민박 즉, 펜션으로 파악되고 있다. 그러나 제주시와 서귀포시의 자료에는 구체적으로 구분되지 않아 전체 민박의 10%인 120여개소로 추정된다.

<표 3-6> 제주도 민박 및 펜션 현황

(2003년 3월말 현재)

지역	구 분			개소	지역	구 분			개소	
제주시	이호해수욕장 지구 민박			43	서귀포시	구시가지권			30	
	용두암 지구 민박			12		신시가지권			33	
	기 타			28		중문권(I)			73	
	외국인 민박			254		중문권(II)			79	
	계			337		계			215	
북제주군	민 박	동부권	구좌읍	61	남제주군	민 박	동부권	남원읍	7	
			조천읍	163				성산읍	11	
			추자면	52				표선면	7	
			우도면	17				서부권	대정읍	1
	서부권	한림읍	121	안덕면		13				
		애월읍	53	계			39			
		한경면	18	관광 펜션		동부권	남원읍	1		
	계						485	성산읍	2	
	관광 펜션	동부권	구좌읍				1	표선면	3	
			조천읍				8	서부권	대정읍	
			추자면						안덕면	3
			우도면				1	계		
		서부권	한림읍	3						
			애월읍	17						
	한경면	4								
계			34							

자료 : www.tour.jeju.go.kr, 제주시 홈페이지, 2003 ; www.infojeju.com, 서귀포시 홈페이지, 2003 ; www.bukjeju.go.kr, 북제주군 홈페이지, 2003 ; www.namcheju.net, 남제주군 홈페이지, 2003을 참조하여 연구자가 재구성, 중문권 I는 서귀포 서부 지역 해안마을, II는 산간마을임.

참고로 현재 제주국제자유도시특별법상의 휴양펜션 현황을 보면 제주시 8개소, 서귀포시 7개소, 북군 20개소, 남군 13개소로 총 48개소가 신청하였고 이 가운데 7개소만 운영되고 있다.

<표 3-7> 제주지역 휴양펜션 현황

(2003년 4월 말 현재)

구 분	계		운영중		공사중		미착공	
	개소	객실수	개소	객실수	개소	객실수	개소	객실수
계	48	440	7	67	16	153	25	220
제주시	8	78	-	-	3	30	5	48
서귀포시	7	68	1	8	3	30	3	30
북제주군	20	171	3	29	2	20	15	122
남제주군	13	123	3	30	8	73	2	20

자료 : 제주도 관광과 내부자료, 2003.

第 2 節 國內外 펜션 現況

1. 우리나라의 펜션



2003년 7월 1일부터 시행에 들어갈 『제주국제자유도시특별법』 제53조에서 「관광객의 숙박·취사와 자연체험관광에 적합한 시설을 갖추어 이를 당해 시설의 회원, 공유자, 그 밖에 관광객에게 제공하거나 숙박 등에 이용하게 하는 업」을 휴양펜션업으로 규정하고 있다. 개정된 관광진흥법에 따르면 ‘관광펜션업’에 대한 개념이 추가되어 있다. 따라서 휴양펜션업과 관광펜션업의 차이점과 공통점에 대해 정리하였다.

1) 제주국제자유도시특별법 상의 휴양펜션업

제주도는 관광객의 편의를 증진하고, 주민소득증대사업의 일환으로 중소자본을 가진 도내 농·어민도 직접 관광개발에 참여할 수 있는 방안으로 소규모

관광숙박업(펜션업)을 선택하였다. 펜션업(특별법 제37조)은 관광객의 숙박·취사와 체험관광에 적합한 시설을 갖추고 이를 당해 시설의 공유자·회원·기타 관광객에게 제공하게 하거나 숙박 등에 이용하게 하는 업으로 정의하였다.

펜션업은 개발특별법 개정과정에서 사업자 범위를 놓고 도민에 한해야 한다는 지역의 입장과 형평에 위배되므로 모두에게 개방돼야 한다는 중앙의 논리가 부딪히는 곡절도 있었다. 결국 사업자 범위는 제주도에 주소를 둔 자와 제주지역에 본적을 둔 자로 결론이 났다. 시행령 조례 개정안에 펜션업 사업자의 자격을 도내에 주소를 둔 농업·임업·축산업·수산업 종사자나 제주 출신으로 귀향해 1차 산업에 종사하는 자로 한정하였다.

부지위치는 도시계획구역 외의 지역으로 숙박시설이 가능한 지역으로 한정하였는데 객실 면적은 8평 이상으로 하고, 부지조건은 200평 이상의 농지나 3,000평 이상 목장을 확보하고, 과수원이나 체험농장을 갖춘 경우에 허용하기로 했다. 또 동물사육장, 잔디밭, 파고라, 어린이 놀이터, 바비큐장 등의 시설 가운데 2종 이상을 부지 내에 설치하도록 조건을 달았다.

제주국제자유도시특별법이 새로이 제정되면서 휴양펜션업 조항도 제주국제자유도시특별법 제53조로 바뀌었지만 그 내용은 변화가 없다.

제주국제자유도시특별법시행령 제37조에서 등록기준을 정하였는데 그 내용을 보면 다음과 같다.

- (1) 휴양펜션업시설의 건물층수가 2층 이하일 것
- (2) 객실수가 10실 이하일 것
- (3) 그 밖에 관광객의 숙박·취사 등의 편리를 위하여 도조례가 정하는 시설기준 등에 적합할 것

여기서 '도조례가 지정하는 시설 기준'은 제주국제자유도시특별법 시행조례 제103조에 명시되어있다. 그 내용을 보면 다음과 같다.

- (1) 객실은 숙박과 취사에 적합한 거실·현관(출입구)·욕실·화장실 및 취사시설을 갖춘 것 (다만, 1개 객실에 출입구는 현관 1개소로 하여야 한다)
- (2) 객실면적은 25제곱미터 이상 100제곱미터 이하일 것

(3) 지목여하에 불구하고 체험농장용으로 사용할 660제곱미터 이상의 토지 또는 목장으로 사용할 1만제곱미터 이상의 토지를 확보하여 자연체험을 할수 있도록 할 것

(4) 휴양펜션업 시설부지안에 어린이놀이터, 간이골프연습장, 게이트볼장, 풀장, 바베큐장 등 이용시설중 2종이상 갖추어야 하며, 시설부지 또는 시설부지 경계선과 인접하여 체험농장을 갖출 것

그리고 사업계획 승인기준에 대해서도 시행조례 제104조에 명시되어있다.

(1) 휴양펜션업시설의 부지위치는 농어촌정비법 제2조제1호의 규정에 의한 농어촌지역중 관계법에 따라 숙박시설 건축이 가능한 지역

(2) 사업계획승인신청 및 변경승인 신청(양수자 또는 경매 등으로 인수한 자 포함)을 할 수 있는 사업자의 범위

① 농지법 제2조제2호, 농어촌발전특별조치법 제2조제2호, 농업협동조합법 제19조제3항의 규정에 의한 농어업인으로서 제주도에 2년 이상 거주하는 자.

② 제주도에 본적을 둔 자로서 귀향하여 1년 이상 농·임·축·수산업에 종사하는 자.

(3) 승인을 얻은 사업계획중 사업계획의 변경승인을 얻어야 할 사항(변경승인 대상이 아닌 경우에는 관계법 규정에 적합하여야 한다)

① 사업자의 변경

② 건축물 연면적 (2동 이상인 경우 연면적의 합계)의 100분의 10이상의 변경

③ 대지면적의 100분의 10이상의 변경

④ 체험농장용 농지 또는 목장면적의 100분의 20이상의 변경

⑤ 객실수의 변경

2) 개정된 관광진흥법상의 관광펜션업

펜션업이 급격히 증가하면서 정부는 2002년 12월에 펜션업을 관광편의시설업으로 지정하기 위해 관광진흥법시행령을 개정 입법 예고하였다.

개정하게된 이유는 관광수요증대에 따라 새로 등장하고 있는 펜션업 중 일정 기준이상의 시설을 관광사업에 편입시키고, 유기시설 및 유기기구에 대한 안전성검사기관을 복수화함으로써 경쟁체제를 도입하는 등 현행 제도의 운영과정에서 나타난 일부 미비점을 개선·보완하기 위해서이다.

그 주요 내용 중 소규모 고급 민박시설로서 자연·문화체험관광에 이용하기 편리한 새로운 숙박 형태의 '관광펜션업'을 관광편의시설업으로 지정할 수 있도록 하였고 관광펜션업에 대한 지정 및 지정취소의 권한을 시·도지사에게 위임하도록 하였다.

지정기준을 보면

- (1) 자연 및 주변환경과 조화되는 3층 이하의 건축물일 것.
- (2) 객실이 30실 이하일 것.
- (3) 취사 및 숙박에 필요한 설비와 바베큐장 및 캠프파이어장 중 주인의 환대가 가능한 1종류 이상의 시설을 갖추고 있을 것. 다만, 수 개의 관광펜션으로 단지를 이룰 경우에는 공동으로 설치할 수 있다.
- (4) 숙박시설 및 이용시설에 대하여 외국어 안내 표기를 하도록 하였다.

3) 관광펜션업과 휴양펜션업의 비교

이상의 관광펜션과 휴양펜션업을 비교하면 다음 <표 3-8>과 같다.

<표 3-8> 관광펜션과 휴양펜션업 비교표

구 분	휴양펜션	관광펜션	
관련법규	제주국제자유도시 특별법	관광진흥법	
정 의	관광객의 숙박·취사와 자연체험 관광에 적합한 시설을 갖추어 이를 당해시설의 회원, 공유자, 그 밖에 관광객에게 제공하거나 숙박 등에 이용하게 하는 업	숙박시설을 운영하고 있는 자로서 자연·문화체험관광에 적합한 시설을 갖추어 이를 관광객에게 이용하게 하는 업	
시 설 규 모	객 실 수	10실 이하	30실 이하
	층 수	2층 이하	3층 이하
	객실면적	25~100㎡	-
	자연 체험장	- 체험농장 : 660㎡이상 - 체험목장 : 10,000㎡이상	-
	부대시설	2종 이상 (어린이 놀이터, 간이 골프연습장, 게이트볼장, 풀장, 바비큐장 등)	1종 이상 (바비큐장 및 캠프 파이어장 등)
	기타조건	자연 및 주변환경과 조화, 취사 및 숙박에 필요한 설비, 외국어 안내표기	객실은 숙박과 취사에 적합한 거실·현관·욕실·화장실 및 취사 시설을 갖추는 것 등
차 이 점	사업자 제한	제한 (관련법에 의한 농축어업인)	-
	회원모집	가 능	불 가
	절 차	사업승인→등록	지 정
	진흥자금 융자여부	가 능	가 능
공 통 점	- '펜션'상호가능 : (휴양, 관광)펜션 - 양도/양수 가능		
장 점	- 건설자금 융자가능 - 회원모집 가능	- 휴양펜션에 비해 소규모자본 - 절차 간편 - 사업자 제한 없음	
단 점	- 관광펜션에 비해 자본 과다 - 절차 복잡 - 사업자 제한	- 건설자금 융자 불가 - 회원모집 불가	

2. 外國의 펜션

1) 프랑스의 지트

프랑스의 펜션은 일반적으로 지트(gite)로 지칭되고 있다. 지트는 집 전체나 가옥의 독립된 일부분을 빌려주는 대가민박(貸家民泊, gite rural)과 침실만을 제공하는 대실민박(貸室民泊, chambre d'hôte)이 있으며, 어린이민박(le gîte d'enfants)과 농가캠핑(le camping a la ferme), 단체체류민박(le gîte d'étape et de séjour), 휴가용 오두막(le chalet-loisir) 등이 있다.

대실민박에서 제공되는 주택은 민가, 농가, 중세의 성, 수도원 등 다양하며 침실과 화장실 이외에 민박자 전용시설(거실·주방 등)을 갖추고 있는 곳도 있다.

지트는 프랑스어로 '집'을 의미하며 오늘날 일반적으로 농가에서 관광객들에게 임대하는 집을 의미한다. 1951년 알프스 지역에서 마을의 민가를 관광객에게 빌려주면서 시작되었는데⁴²⁾, 이는 농촌의 자구 노력과 장기휴가에 따른 저비용 숙박시설의 필요성에서 출발하였다.

전국 최대의 민박 조직인 「지트 드 프랑스(Gite de France)」 전국연맹의 민박사업과 농업회의소에서 공동 상표 네트워크로 운영하는 「농가에 오신 것을 환영합니다(Bienvenue a la ferme)」 사업이 대표적이다. 지트 전국연맹은 1955년에 정부의 보조를 받아 처음 설립되었는데, 전국의 농촌 민박을 체계화하고 단일 조직망으로 연결하였다.

지트는 일반적인 휴가형태와 정형화된 숙박시설을 벗어나, 전통적인 휴가방식에 대한 새로운 대안을 제시하고 있다. 현재 지트의 유형은 크게 6가지로 나뉘어지며 이외에도 이용객의 다양한 요구에 부응하고 비수기 예약을 촉진시키기 위해 각종 주제별로 새로운 형태(les gites a theme)를 도입하고 있다⁴³⁾.

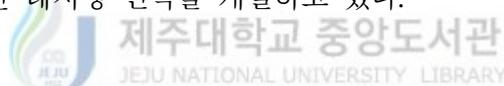
이들 민박 농가는 지트 연맹이 정한 등급 기준에 따라 최저 1등급에서 최고

42) 강신겸·김현주, "IMF시대 저비용 여가시설 개발방안연구," 삼성경제연구소, 1998.

43) www.gites-de france.fr, 프랑스 지트 홈페이지, 1998.

4등급까지 등급을 보리의 수로 표시하는데, 등급심사는 지트 연맹 도협회 위원회가 맡고 있으며 유효기간은 5년이며, 등급 인정은 각 위원별로 환경과 옥외설비, 건물의 상태, 실내설비 및 실내장식을 평가하여 기준 점수에 도달할 경우에만 부여하고 있다.

프랑스에서는 녹색관광을 더욱 활성화하기 위하여 향후 추진 사업으로 정보서비스와 예약시스템을 개선하고, 민박 이용객 도로표지판을 확충하는 한편, 이용객의 욕구에 부응하여 레저형 민박 개발에 박차를 가하고 있다. 정보서비스와 예약시스템은 가정에서 안내서를 받아보고 전화를 통해 신용카드로 예약 및 대금결제를 할 수 있도록 개선되고 있으며, 또한 관광객의 민박 이용을 증대시키고 이용객의 편의를 돕기 위해 주요 도로변에 표지판을 세우고, 아스팔트 도로 위에도 민박 지역을 알리는 표시를 할 수 있도록 추진하고 있다. 이용객의 요구 변화에 따라 민박도 새로운 유형으로 발전을 모색하고 있는데, 최근에는 민박을 하면서 스포츠나 레저를 즐기려는 이용객이 늘어나 낚시, 승마, 스키 등 다양한 레저형 민박을 개발하고 있다.



2) 영국의 B&B(Bed & Breakfast)

영국은 소규모 민박을 중심으로 숙박형과 식사형이 발달되어 있다. 대부분의 민박 농가는 건물을 신축하지 않고, 있는 그대로 시골의 생활이나 문화, 역사적 유산, 풍경, 마을 주민의 환대 등을 관광 상품화하고 있다. 민박의 운영 형태는 농가 일손을 줄이기 위해 침대(Bed)와 아침 식사(Breakfast)만을 제공하는 B&B형 민박이 주류를 이루고 있다.

세계적으로 널리 알려진 B&B는 민간인이 자기 집에서 여행자에게 숙박과 영국의 전통아침식사를 제공하고 대가를 받는 형태의 숙박시설로서 주요 마을, 시, 휴양지 등에 분포하고 있다. B&B는 소규모, 가족 경영의 형태이며, 따라서 손님들에 대한 따뜻한 환대와 격식을 차리지 않는 편안한 분위기, 누군가의 “집”에 머물고 있다는 인상을 주면서 큰 인기를 누려왔다. 특히 외래 관광객의 경우 영국의 가정을 경험할 수 있다는 것이 중요한 장점이다.

B&B의 운영자들에게는 이들 시설이 유용한 수입원이자 소유하고 있는 시설물의 활용도를 높이는 역할을 하였다. 여가가 증가하는 시점에서 B&B는 바닷가나 시골의 휴양지들에 급속하게 생겨났고, 영국 전역으로 확산되었다.

한편, 영국에서도 1983년에 설립된 농장휴가협회가 전국 민박 농가를 공동 네트워크로 조직하고 공동 상표를 사용하며 민박 프로그램을 제공하고 있는데, 영국은 민박 농가의 등급 판정을 정부관광국에서 담당하고 있는 점이 특징이다. 민박 농가의 등급은 왕관(Crown)으로 표시하며, 최저 등록(listed)에서 최고 5관(Five Crown)까지 6등급으로 구분하고 있다. 일반적으로 영국의 민박 농가는 등록에서 3관까지의 등급에 포함할 수 있다. 등급판정은 침실·욕실·화장실·기타 부수적 서비스에 대해 이루어지며, 불시에 관광국 직원이 방문하여 점검하고 있다. 영국에서는 최근 농가의 민박 사업이 발전됨에 따라 민박과 병행하여 농가에서 제공할 수 있는 다양한 농자 관광상품 개발에 주력하고 있다. 이러한 경향은 농어업식량부가 1980년대 후반부터 농업경영 다각화사업을 장려함에 따라 촉진되고 있다 농장의 관광자원을 개발하기 위해 1991년에는 '전국농장매력물 네트워크(National Farm Attraction Network UK)'가 설립되어 농장내 공예센터, 농장박물관, 경관박물관, 클레이사격 등 다양한 프로그램을 개발, 추진하고 있다.

3) 일본

일본의 경우 민숙과 팡송이 여관업법⁴⁴⁾의 적용을 받으며, 간이숙박업으로 분류된다. 일본관광협회의 분류에서는 민박과 팡송을 호텔, 여관과 더불어 민영숙박시설로 분류하고 있다⁴⁵⁾. 이들은 비교적 저렴한 요금으로 숙박할 수 있으며 가정적인 서비스를 받을 수 있기 때문에 많은 사람들이 선호하고 있다. 1997년 현재 민숙과 팡송은 일본 숙박여행객의 이용 숙박시설 중 약 8%를 차지하고 있다.

44) 여관업법에는 숙박시설을 호텔업, 여관업, 간이숙박업, 하숙업 등 4가지로 구분

45) www.jnto.go.jp, 일본관광공사 홈페이지, 1998.

민숙과 팡송 중 펜션과 유사한 것은 팡송으로 팡송은 서양의 펜션(pension)을 모방한 것으로 '가족이 경영하는 소규모 서양식 호텔'이다. 이것은 저렴한 가격으로 수준 높은 서양식 숙박시설을 이용하고자 하는 일본인들의 수요에 부응하기 위하여 개발되었으며 주로 젊은 세대에게 인기가 있다.

팡송은 1970년에 제1호가 개업한 이래 민숙(民宿)시장과 경쟁하면서 그 수가 점점 증가해왔다. '75년 이후 '90년대 초까지 매년 20%의 성장을 보였으나 '92년 2,766개를 정점으로 감소하기 시작하여 '96년에는 2,284개를 기록했다. 이는 일본 경제의 거품이 걷힌 이후 숙박자수의 감소와 숙박단가의 저하에 따라 시장규모가 다소 축소되었기 때문이다. '73년에 팡송시스템 개발(Pension System Development)이라는 회사가 설립되어 용자알선까지 담당하는 일종의 프랜차이즈방식 경영시스템을 구축하고 있다.

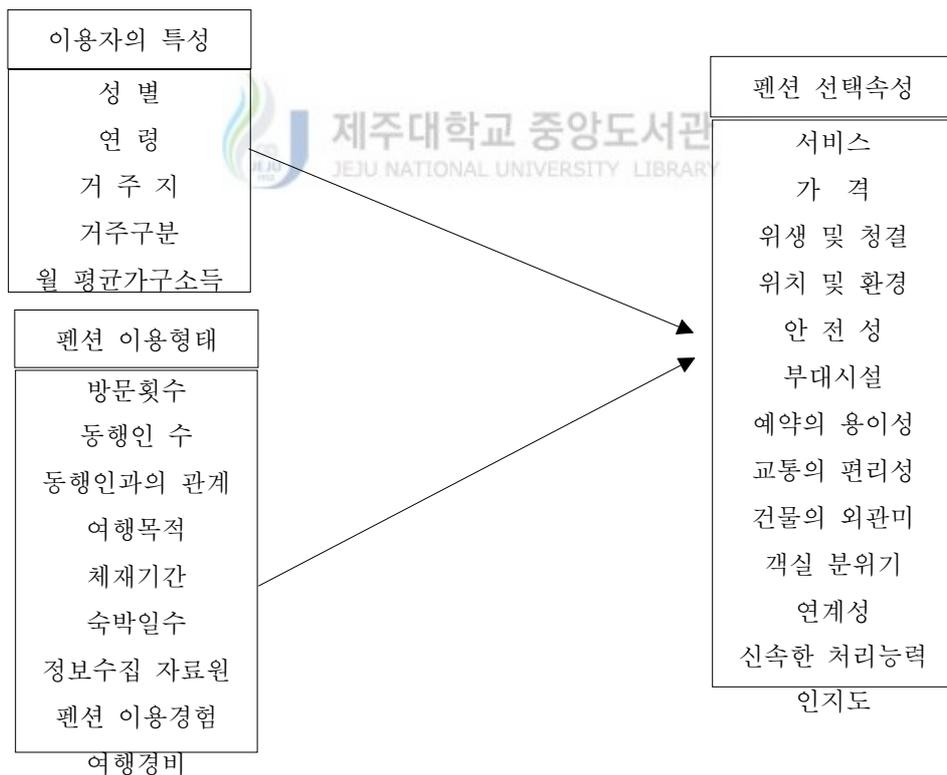


第 4 章 實證分析

第 1 節 分析模型 定立과 研究假說의 設定

1. 分析模型의 定立

본 연구에서는 앞의 이론적 고찰을 중심으로 펜션 이용자의 특성과 이용형태가 펜션 선택속성에 어떠한 영향을 미치는 지를 규명하기 위해서 다음 [그림 4-1]과 같은 분석모형을 구상하였다.



[그림 4-1] 분석모형

2. 研究假說의 設定

1) 연구가설 설정의 배경

펜션 선택 속성을 설명하기 위해서는 펜션을 선택하는 이용자의 이용형태에 따라 중요하게 고려되는 속성이 무엇인지, 어떠한 영향을 미치는지를 파악하는 것이 중요하다. 따라서 본 연구의 연구가설은 이러한 흐름 속에서 설정되었다.

가설 1은 이용자가 펜션을 선택할 때 이용자의 이용형태에 따라 어떠한 차이가 있는지를 검증하기 위해 설정한 가설이다. 이용자의 이용형태는 방문횟수, 동행인 수, 동행인과의 관계, 여행목적, 체재기간, 숙박일수, 정보수집 자료원, 펜션 이용경험, 여행경비의 9가지 변수로 설정하였다.

가설 2는 이용자가 펜션을 선택할 때 이용자의 인구통계학적 특성에 따라 어떠한 차이가 있는지를 검증하기 위해 설정한 가설이다.

이용자의 인구통계학적 특성은 성별, 연령, 거주지, 거주구분, 월 평균가구 소득의 5가지 변수로 설정하였다.

2) 연구가설의 설정

본 연구에서는 아래와 같은 연구가설을 설정하고 평균차이분석을 통해 가설을 검정하였다.

<가설 1> 펜션 선택속성은 이용자의 이용형태에 따라 차이가 있을 것이다.

<가설 2> 펜션 선택속성은 이용자의 특성에 따라 차이가 있을 것이다.

第 2 節 調査設計

1. 調査目的

본 연구에서의 조사는 새로운 숙박시설로 각광받고 있는 펜션을 이용자들이 선택할 때 어떠한 속성을 우선적으로 고려하고 있는지를 알아보고 이용자의 특성과 이용형태는 이러한 선택속성에 어떠한 영향을 미치는지를 파악하고자 하였다.

이러한 조사결과를 통해서 펜션의 새로운 경영모델을 제시하고자 하였다.

2. 標本抽出 및 調査方法

자료조사는 설문지법에 의해 이루어졌으며, 리커드 5점 척도와 명목척도를 이용하여 설문을 구성하였다.

조사대상은 연구지역인 제주지역에 소재하고 있는 펜션을 이용한 만 20세 이상의 관광객을 모집단으로 하였다.

조사기간은 2003년 3월 15일부터 2003년 3월 22일까지 7일간 실시하였으며 예비답사 및 예비조사는 2003년 2월 21일부터 25일까지 5주일간 실시하여 사전에 발생할 오차를 최소화하였다.

설문조사는 사전에 설문교육을 마친 8명의 조사원이 제주공항대합실에서 제주관광을 마치고 이도하는 관광객 중 펜션에 숙박한 관광객을 대상으로 응답자가 직접 기입하는 자기기입형(self-administered questionnaires) 방식으로 진행되었다. 총 450부를 배포하였으며 이중 응답이 부실한 설문 36부를 제외한 총 414부를 최종 유효표본으로 확정하였다.

第 3 節 設問紙 構成과 資料分析 方法

1. 設問紙 構成

설문지 구성은 기존의 선행연구 결과와 이론을 근거로 구성하였으며, 설문 문항은 크게 3부분으로 나누어져 있다.

<표 4-1> 설문지의 구성

연구영역	측정변수	척도 유형
펜션 선택속성	<ol style="list-style-type: none"> 1. 친절한 서비스 2. 합리적 가격 3. 위생 및 청결 4. 위치 및 환경 5. 생명, 도난의 위협으로부터의 안전성 6. 다양한 부대시설 7. 예약의 용이성 8. 교통의 편리성 9. 건물의 외관미 10. 객실 분위기 11. 주변 관광지와의 연계성 12. 불편사항에 대한 신속한 처리능력 13. 주위의 소개 및 인지도 	리커드 5점 척도
펜션 이용형태	<ol style="list-style-type: none"> 1. 제주도 방문횟수 2. 동행인 수 3. 동행인과의 관계 4. 여행목적 5. 체재기간 6. 펜션 숙박기간 7. 펜션 정보수집 자료원 8. 펜션 이용경험 9. 여행 경비 	명목척도
이용자의 특성	<ol style="list-style-type: none"> 1. 성별 2. 연령 3. 거주지 4. 거주구분 5. 월 평균가구소득 	명목척도

먼저 선행연구에서 선택속성으로 언급된 변수들을 조사하여 펜션에 적합하다고 판단된 13개의 변수를 펜션 선택속성으로 선정하였다.

그리고 이용자의 특성과 이용형태를 조사할 수 있는 문항을 선정하였으며 이러한 설문구성과 측정척도는 위 <표 4-1>에서 보는 바와 같다.

펜션 선택속성과 관련하여 13개 문항, 이용형태와 관련하여 10개 문항, 이용자의 특성 5개 문항 등 총 28문항으로 구성하였다.

2. 資料分析 方法

조사에서 수집된 자료는 코딩을 거쳐 통계 패키지 프로그램인 SPSS 프로그램을 이용하여 분석하였다.

분석방법은 서술적 통계방법(descriptive statistical)과 다변량 분산분석(multivariate statistical analysis) 방법을 활용하였다.

전체적인 표본의 특성을 파악하기 위해 서술적 통계방법으로 빈도분석(frequency analysis)과 평균, 표준편차 등을 살펴보았다. 펜션 선택속성에 대한 분석을 위해 선택속성에 대한 항목에 대해 내적 일관성을 나타내는 Cronbach's Alpha를 이용한 신뢰성 검증을 실시하였다.

펜션 선택속성과 이용형태, 이용자의 특성간의 차이를 검증하기 위해 분산분석(ANOVA)과 T-Test를 시행하여 분석하였으며 사후검정방법으로 Duncan Test를 이용하였다. 유의수준은 $p < .05$, $p < .01$ 수준에서 검증하였다.

第 5 章 分析 및 結果의 論議

第 1 節 利用者의 特性과 頻度分析

1. 利用者의 特性

조사대상자인 펜션 이용자의 특성을 파악하기 위해 빈도분석을 실시하였으며 그 결과는 다음 <표 5-1>과 같다.

<표 5-1> 펜션 이용자의 특성

변 수	빈 도(명)	비 율(%)	
성 별	남 성	180	43.5
	여 성	234	56.5
연 령	20 대	152	36.7
	30 대	142	34.3
	40 대	98	23.7
	50 대 이상	22	5.3
거주지	중부권(서울, 경기, 강원)	182	44.0
	충청권(충청남북도)	52	12.6
	경상권(경상남북도)	116	28.0
	전라권(전라남북도)	64	15.5
거주구분	광역시	226	54.6
	시	154	37.2
	군	34	8.2
월 평균가구소득	199만원 이하	112	27.1
	200~299만원	174	42.0
	300~499만원	84	20.3
	501만원 이상	44	10.6
계	414	100.0	

성별로는 여성이 234명(56.5%)으로 남성 180명(43.5%)보다 많이 표집되었으며 연령별로는 30대가 152명(36.7%)으로 가장 많이 표집되고 다음은 30대가 142명(34.3%), 40대 98명(23.7%), 50대 이상 22명(5.3%)순으로 구성되었다.

거주지에 대해 182명이 서울, 경기, 인천, 강원 지역인 중부권(44.0%)으로 가장 많았고 다음으로 경상남도, 경상북도, 대구광역시, 울산광역시, 부산광역시를 묶은 경상권이 116명(28.0%), 전라남도, 전라북도, 광주광역시를 묶은 전라권 64명(15.5%), 충청남도, 충청북도, 대전광역시를 묶은 충청권이 52명(12.6%)순으로 나타났다.

거주구분에 대해서는 54.6%인 226명이 광역시이고 154명은 시 지역(37.2%), 8.2%는 군 지역으로 조사되었다. 월 평균가구소득은 42.0%인 174명이 200~299만원, 27.1%는 199만원 이하, 20.3%는 300~499만원으로 조사되었다.

2. 펜션 利用者의 利用形態

분석에 사용된 414부에 대한 응답자들의 이용형태에 대한 빈도분석 결과는 다음 <표 5-2>와 같다.

제주도 방문횟수를 보면 이번 방문을 포함해서 제주도 방문이 '2~3번째'라는 의견이 44.9%로 가장 많았으며 다음으로 '처음 방문' 22.7%, '6회 이상' 18.8% 순으로 나타났다.

이번 방문에서 같이 동행한 동행인 수를 보면 45.9%가 '1~2명'이 여행을 온 것으로 조사되었다. 29.0%는 3~5명, 25.1%는 6명 이상으로 나타났다.

동행인과의 관계를 보면 부부/연인이 34.8%로 가장 많았으며 다음으로 친구나 동아리, 모임이 30.0%, 가족/친지 17.4% 순으로 조사되었다.

여행목적은 보면 72.0%가 휴양/휴식으로 나타나 펜션을 이용하는 여행객 대부분이 휴양과 휴식을 목적으로 방문하는 것을 알 수 있다.

<표 5-2> 펜션 이용자의 이용형태

항 목		빈 도	%
제주도 방문횟수	처음 방문	94	22.7
	2-3 회	186	44.9
	4-5 회	56	13.5
	6회 이상	78	18.8
동행인 수	1-2 명	190	45.9
	3-5 명	120	29.0
	6명 이상	104	25.1
동행인과의 관계	혼 자	14	3.4
	부 부	144	34.8
	가족/친지	72	17.4
	직장동료 친구/동아리/모임	60 124	14.5 30.0
여행목적	신혼여행	26	6.3
	휴양/휴식	298	72.0
	비즈니스	32	7.7
	레저/건강/기타	58	14.0
제주도 체재기간	1박 2일	78	18.8
	2박 3일	230	55.6
	3박 4일 이상	106	25.6
펜션 숙박기간	1박	110	26.6
	2박	220	53.1
	3박 이상	84	20.3
펜션 수집정보 자료원	인터넷	108	26.1
	여행사	62	15.0
	아는 사람	156	37.7
	출판물 / 기타	88	21.3
펜션 이용경험	처음 이용	212	51.2
	2 회	64	15.5
	3-4 회	64	15.5
	5회 이상	74	17.9
여행경비	30만원 이하	104	25.1
	31-50 만원	194	46.9
	51-80 만원	72	17.4
	81만원 이상	44	10.6
계		414	100.0

이번 여행의 체재기간에 대해 55.6%가 2박 3일로 나타났으며 다음으로 25.6%는 3박 4일 이상, 18.8%는 1박 2일로 나타났다.

조사대상인 펜션에서 숙박한 일 수에 대해 2박이 53.1%로 가장 많았으며 다음으로 26.6%가 1박, 3박 이상은 20.3%로 조사되었다.

이번에 이용한 펜션에 대한 정보는 37.7%가 아는 사람을 통해서 알게 되었다는 의견이 가장 많았으며 다음으로 26.1%는 인터넷, 21.3%는 출판물이나 기타 경로를 통해서 펜션에 대한 정보를 수집한 것으로 나타났다.

이번 방문을 포함해서 펜션을 이용한 경험에 대해 51.2%가 처음 이용한다고 응답하였으며 15.5%는 각각 2회와 3~4회로 나타나 절반 이상이 펜션을 이번 여행을 통해 처음으로 접해보았음을 알 수 있다.

다음 여행경비에 대해 46.9%가 31~50만원으로 나타났으며 다음으로 25.1%는 30만원 이하, 17.4%는 51~80만원 순으로 조사되었다.

따라서 위의 결과를 종합해 보면 펜션 이용자는 주로 휴양을 목적으로 동아리나 모임친구와 함께 2박 3일 일정으로 방문한 여행객으로 아는 사람을 통해 알게된 펜션에서 2박 정도 숙박한 펜션 첫 경험자로 요약될 수 있다.

3. 펜션 選擇屬性

펜션 선택속성에 대해 '매우 중요하다'를 5점, '대체로 중요하다' 4점, '보통이다' 3점, '중요하지 않은 편이다' 2점, '전혀 중요하지 않다' 1점으로 환산하여 평균값으로 빈도분석을 실시하였으며 그 결과는 다음 <표 5-3>과 같다.

분석결과 펜션을 선택할 때 가장 중요하게 생각하는 속성은 '위생 및 청결'(4.531점)로 나타났다. 다음으로는 '합리적인 가격'이 4.348점, '친절한 서비스' 4.198점, '안전성' 4.174점 순으로 조사되었다. 따라서 펜션 이용자들이 가장 중요하게 생각하는 선택속성은 깨끗하고 청결한 숙박시설, 적절한 가격, 친절한 서비스를 갖춘 펜션을 선호하고 있음을 알 수 있다.

모든 선택속성이 평점 3점보다 높게 나타나 중요한 속성으로 나타났으나 이 가운데 가장 낮은 중요도를 보인 선택속성은 '다양한 부대시설'(3.483점)인 것으로 나타났다. 다음으로는 '주위의 소개 및 인지도'가 3.633점, '건물의 외관미' 3.643점 순으로 조사되었다.

따라서 펜션을 선택할 때에는 각종 부대시설이나 주위의 소개보다는 깨끗하고 위생적인 시설, 그리고 적절한 가격, 친절한 서비스를 제공하는 펜션을 더 선호하고 있음을 알 수 있다.

<표 5-3> 펜션 선택속성 빈도분석

펜션 선택속성	평균	표준편차
위생 및 청결	4.531	0.715
합리적인 가격	4.348	0.784
친절한 서비스	4.198	0.838
생명, 도난의 위협으로부터의 안전성	4.174	0.857
객실 분위기	4.097	0.800
위치 및 주위환경	4.063	0.806
불편사항에 대한 신속한 처리능력	4.024	0.855
주변 관광지와의 연계성	3.913	0.848
교통의 편리성	3.889	0.919
예약의 용이성	3.701	0.839
건물의 외관미	3.643	0.906
주위의 소개 및 인지도	3.633	0.944
다양한 부대시설	3.483	0.912

第 2 節 研究假說의 檢證

1. 信賴度 檢證

신뢰도⁴⁶⁾는 비교 가능한 독립된 측정방법에 의해 특정 대상을 측정하는 경우에 결과가 비슷하게 나타나야 하는 것으로⁴⁷⁾, 각 항목의 측정결과가 일관성을 유지하는가의 여부를 확인하기 위한 목적으로 이용된다.

<표 5-4> 펜션 선택속성의 신뢰도 검증 결과

펜션 선택속성		항목제거시 알파계수	신뢰도 알파
펜 션 선 택 속 성	1. 친절한 서비스	0.8221	0.8277 (0.8283)
	2. 합리적 가격	0.8205	
	3. 위생 및 청결	0.8141	
	4. 위치 및 환경	0.8159	
	5. 생명, 도난의 위협으로부터의 안전성	0.8187	
	6. 다양한 부대시설	0.8203	
	7. 예약의 용이성	0.8072	
	8. 교통의 편리성	0.8114	
	9. 건물의 외관미	0.8181	
	10. 객실 분위기	0.8227	
	11. 주변 관광지와의 연계성	0.8124	
	12. 불편사항에 대한 신속한 처리능력	0.8098	
	13. 주위의 소개 및 인지도	0.8128	

46) 신뢰도는 비체계적 오차(random error)와 관련된 개념으로 안정성, 일관성, 예측가능성, 정확성, 의존가능성 등으로 표현될 수 있는 개념이며, 동일한 항목에 대해 측정을 반복했을 때 측정값들의 분산들로 표현될 수 있는 개념이다 : 채서일, 「사회과학 조사방법론」, (서울 : 법문사, 1992), pp.240-243.

47) 채서일 외 2인, 「spss/pc를 이용한 통계분석」, (서울 : 학현사, 1993), pp.67-68.

본 연구에서는 펜션 선택속성에 대한 항목의 신뢰도를 검정하기 위하여 내적 일관성(internal consistency reliability)을 고려한 Cronbach's Alpha계수를 활용하였다. Cronbach's Alpha계수는 0과 1사이의 값을 가지며, 사회과학 자료의 경우 0.7이상이면 신뢰성이 높다고 보며⁴⁸⁾ 본 연구의 신뢰성 검정결과는 위 <표 5-4>와 같이 매우 높은 것으로 나타났다.

2. 利用形態에 따른 펜션 選擇屬性 差異分析

펜션 선택속성은 이용자의 이용형태에 따라 차이가 있을 것이라는 <가설 1>을 검증하기 위해 다음과 같은 하위가설을 설정하였다.

- <가설 1-1> 펜션 선택속성은 방문횟수에 따라 차이가 있을 것이다.
- <가설 1-2> 펜션 선택속성은 동행인 수에 따라 차이가 있을 것이다.
- <가설 1-3> 펜션 선택속성은 동행인과의 관계에 따라 차이가 있을 것이다.
- <가설 1-4> 펜션 선택속성은 여행목적에 따라 차이가 있을 것이다.
- <가설 1-5> 펜션 선택속성은 체재기간에 따라 차이가 있을 것이다.
- <가설 1-6> 펜션 선택속성은 펜션 숙박일수에 따라 차이가 있을 것이다.
- <가설 1-7> 펜션 선택속성은 정보수집 자료원에 따라 차이가 있을 것이다.
- <가설 1-8> 펜션 선택속성은 펜션 이용경험에 따라 차이가 있을 것이다.
- <가설 1-9> 펜션 선택속성은 여행경비에 따라 차이가 있을 것이다.

위의 하위가설을 검정하기 위해 이용자의 이용형태에 따라 평균차이분석을 실시하였다.

48) 김충련, 「SAS라는 통계상자」, (서울 : 데이터플러스, 1997), p.240.

1) 제주도 방문횟수에 따른 차이검정

펜션 선택속성은 제주도 방문횟수에 따라 차이가 있을 것이라라는 <가설 1-1>을 검정하기 위해 평균차이 분석을 실시한 결과는 <표 5-5>와 같다.

펜션 선택속성 요인 중 $p < .01$ 수준에서 친절한 서비스와 위치 및 주위환경, 안전성, 교통의 편리성, 신속한 처리능력 속성은 제주도 방문횟수에 따라 다르게 나타났다. 그리고 예약의 용이성과 인지도는 $p < .05$ 수준에서 다르게 나타났다.

친절한 서비스와 위치 및 주위환경 속성, 안전성, 예약의 용이성, 교통의 편리성, 신속한 처리능력 속성에서는 제주도 방문횟수가 2~3회인 집단이 가장 중요하게 인식하고 있으며 인지도 속성에서는 제주도 방문횟수가 4~5회인 집단이 가장 중요하게 인식하고 있는 것으로 분석되었다.

<표 5-5> 제주도 방문횟수에 따른 차이검정

펜션 선택속성	제주도 방문횟수				전체 평균	F	p
	처음 방문	2~3회	4~5회	6회 이상			
친절한 서비스	3.894C	4.376A	4.071BC	4.231BA	4.198	7.780	0.000
합리적 가격	4.362	4.419	4.143	4.308	4.348	1.881	0.132
위생 및 청결	4.447	4.559	4.500	4.590	4.531	0.740	0.529
위치 및 주위환경	4.000AB	4.215A	3.964AB	3.846B	4.063	4.681	0.003
안전성	4.043B	4.366A	4.071B	3.949B	4.174	6.116	0.000
다양한 부대시설	3.319	3.538	3.643	3.436	3.483	1.890	0.131
예약의 용이성	3.575B	3.850A	3.536B	3.615AB	3.701	3.719	0.012
교통의 편리성	3.617B	4.108A	3.821B	3.744B	3.889	7.322	0.000
건물의 외관미	3.575	3.613	3.571	3.846	3.643	1.679	0.171
객실 분위기	3.915	4.161	4.179	4.103	4.010	2.241	0.083
관광지와의 연계성	3.894	3.968	3.929	3.795	3.913	0.785	0.503
신속한 처리능력	3.702C	4.226A	4.000AB	3.949BC	4.024	8.561	0.000
인지도	3.468B	3.677AB	3.929A	3.513B	3.633	3.402	0.018

주) A>B>C는 사후검증 방법인 Duncan Test시 집단간 차이를 나타냄.

(2) 동행인 수에 따른 차이검정

펜션 선택속성은 동행인 수에 따라 차이가 있을 것이라라는 <가설 1-2>를 검정하기 위해 평균차이 분석을 실시한 결과는 다음 <표 5-6>과 같다.

펜션 선택속성 요인 중 $p < .01$ 수준에서 객실 분위기와 불편사항에 대한 신속한 처리능력 속성은 동행인 수에 따라 다르게 나타났다.

객실 분위기 속성에서는 동행인 수가 3~5명인 집단이 가장 중요하게 인식하고 있는 것으로 나타났으며 불편사항에 대한 신속한 처리능력 속성에서는 동행인 수가 6명 이상인 집단이 가장 중요하게 인식하고 있는 것으로 분석되었다.

<표 5-6> 동행인 수에 따른 차이검정

펜션 선택속성	동행인 수			전체 평균	F	p
	1~2명	3~5명	6명 이상			
친절한 서비스	4.137	4.200	4.308	4.198	1.401	0.247
합리적 가격	4.347	4.333	4.365	4.348	0.046	0.955
위생 및 청결	4.537	4.583	4.462	4.531	0.818	0.442
위치 및 주위환경	4.084	4.033	4.058	4.063	0.149	0.862
안전성	4.147	4.100	4.308	4.174	1.811	0.165
다양한 부대시설	3.390	3.583	3.539	3.483	1.927	0.147
예약의 용이성	3.674	3.600	3.865	3.701	2.994	0.051
교통의 편리성	3.905	3.900	3.846	3.889	0.151	0.860
건물의 외관미	3.621	3.783	3.519	3.643	2.483	0.085
객실 분위기	4.042B	4.283A	3.981B	4.097	4.894	0.008
관광지와의 연계성	3.863	4.017	3.885	3.913	1.285	0.278
신속한 처리능력	3.956B	3.917B	4.269A	4.024	5.933	0.003
인지도	3.568	3.617	3.769	3.633	1.549	0.214

주) A>B>C는 사후검증 방법인 Duncan Test시 집단간 차이를 나타냄.

(3) 동행인과의 관계에 따른 차이검정

펜션 선택속성은 동행인과의 관계에 따라 차이가 있을 것이라하는 <가설 1-3>를 검정하기 위해 평균차이 분석을 실시한 결과는 다음 <표 5-7>과 같다.

펜션 선택속성 요인 중 $p < .05$ 수준에서 위치 및 주위환경과 객실 분위기 속성은 동행인과의 관계에 따라 다르게 나타났다.

위치 및 주위환경 속성에서는 혼자서와 부부, 가족/친지 집단이 다른 집단에 비해 중요하게 인식하고 있는 것으로 나타났다.

객실 분위기 속성에서는 동행인과의 관계가 모임/친구/동아리인 집단이 가장 중요하게 인식하고 있는 것으로 분석되었다.

<표 5-7> 동행인과의 관계에 따른 차이검정

펜션 선택속성	동행인과의 관계					전체 평균	F	p
	혼자	부부	가족/친지	직장 동료	모임			
친절한 서비스	3.857B	4.250A	4.222A	3.833B	4.339A	4.198	4.607	0.001
합리적 가격	4.429	4.375	4.444	4.067	4.387	4.348	2.392	0.050
위생 및 청결	4.571	4.486	4.528	4.633	4.532	4.531	0.458	0.766
위치 및 주위환경	4.143A	4.139A	4.222A	3.867B	3.968B	4.063	2.411	0.049
안전성	3.857	4.222	4.333	4.233	4.032	4.174	2.157	0.073
다양한 부대시설	3.429	3.444	3.528	3.500	3.500	3.483	0.135	0.969
예약의 용이성	3.714	3.714	3.722	3.800	3.565	3.701	1.246	0.291
교통의 편리성	4.429	4.429	3.972	3.867	3.774	3.889	1.870	0.115
건물의 외관미	3.571	3.571	3.667	3.600	3.694	3.643	0.207	0.934
객실 분위기	4.000AB	4.056AB	4.167AB	3.833B	4.242A	4.097	2.990	0.019
관광지와 연계성	4.000	3.861	4.167	3.933	3.807	3.913	2.310	0.057
신속한 처리능력	4.000	4.000	4.028	4.167	3.984	4.024	0.505	0.725
인지도	3.857	3.625	3.806	3.433	3.613	3.633	1.493	0.203

주) A>B>C는 사후검증 방법인 Duncan Test시 집단간 차이를 나타냄.

(4) 여행목적에 따른 차이검정

펜션 선택속성은 여행목적에 따라 차이가 있을 것이라라는 <가설 1-4>를 검정하기 위해 평균차이 분석을 실시한 결과는 다음 <표 5-8>과 같다.

펜션 선택속성 요인 중 합리적인 가격과 다양한 부대시설, 건물의 외관미, 신속한 처리능력, 인지도 속성은 $p<.01$ 수준에서 차이를 보였으며 예약의 용이성과 객실 분위기 속성은 $p<.05$ 수준에서 차이를 보였다.

합리적 가격 속성에서는 휴양/휴식 목적의 집단이 중요하게 인식하고 있는 것으로 나타났으며 다양한 부대시설과 예약의 용이성, 신속한 처리능력, 인지도 속성에서는 레저/건강/기타 목적의 집단, 건물의 외관미 속성에서는 신혼여행, 객실 분위기 속성에서는 신혼여행과 레저/건강/기타 목적의 집단이 중요하게 인식하고 있는 것으로 나타났다.

<표 5-8> 여행목적에 따른 차이검정

펜션 선택속성	여행목적				전체 평균	F	p
	신혼 여행	휴양 /휴식	비즈니스	레저 /기타			
친절한 서비스	4.308	4.242	3.875	4.103	4.198	2.271	0.080
합리적 가격	3.923B	4.463A	4.250AB	4.000B	4.348	9.174	0.000
위생 및 청결	4.462	4.500	4.625	4.690	4.531	1.452	0.227
위치 및 주위환경	4.077	4.094	3.875	4.000	4.063	0.846	0.469
안전성	4.385	4.134	4.063	4.345	4.174	1.694	0.168
다양한 부대시설	3.077B	3.463AB	3.375B	3.828A	3.483	4.806	0.003
예약의 용이성	3.692AB	3.664AB	3.500B	4.000A	3.701	3.310	0.020
교통의 편리성	3.769	3.866	4.250	3.862	3.889	1.885	0.131
건물의 외관미	4.077A	3.577BC	3.577C	3.897AB	3.643	4.697	0.003
객실 분위기	4.385A	4.087AB	3.813B	4.172A	4.097	2.690	0.046
관광지와의 연계성	4.000	3.920	3.750	3.931	3.913	0.498	0.684
신속한 처리능력	4.154AB	3.933B	4.188AB	4.345A	4.024	4.557	0.004
인지도	3.846AB	3.557BC	3.375C	4.069A	3.633	6.231	0.000

주) A>B>C는 사후검증 방법인 Duncan Test시 집단간 차이를 나타냄.

(5) 제주도 체재기간에 따른 차이검정

펜션 선택속성은 체재기간에 따라 차이가 있을 것이라라는 <가설 1-5>를 검정하기 위해 평균차이 분석을 실시한 결과는 다음 <표 5-9>와 같다.

펜션 선택속성 요인 중 $p < .01$ 수준에서 건물의 외관미와 주변 관광지와의 연계성 속성은 체재기간에 따라 다르게 나타났으며 교통의 편리성과 객실 분위기 속성은 $p < .05$ 수준에서 차이를 보였다.

교통의 편리성과 주변 관광지와의 연계성 속성에서는 1박 2일 체재기간 집단이 다른 집단에 비해 중요하게 인식하고 있는 것으로 나타났으며 건물의 외관미와 객실 분위기 속성에서는 3박 4일 이상의 집단이 중요하게 인식하고 있는 것으로 나타났다.

<표 5-9> 제주도 체재기간에 따른 차이검정

펜션 선택속성	체재기간			전체 평균	F	p
	1박2일	2박3일	3박4일 이상			
친절한 서비스	4.128	4.226	4.189	4.198	0.405	0.667
합리적 가격	4.385	4.409	4.189	4.348	2.991	0.051
위생 및 청결	4.641	4.487	4.547	4.531	1.390	0.250
위치 및 주위환경	4.205	4.061	3.962	4.063	2.051	0.130
안전성	4.359	4.113	4.170	4.174	2.415	0.091
다양한 부대시설	3.590	3.496	3.377	3.483	1.270	0.282
예약의 용이성	3.897	3.644	3.679	3.701	2.735	0.066
교통의 편리성	4.128A	3.878B	3.736B	3.889	4.193	0.016
건물의 외관미	3.590B	3.496B	4.000A	3.643	12.011	0.000
객실 분위기	4.077AB	4.026B	4.264A	4.097	3.280	0.039
관광지와의 연계성	4.205A	3.861B	3.811B	3.913	5.967	0.003
신속한 처리능력	4.231	3.974	3.981	4.024	2.835	0.060
인지도	3.821	3.583	3.604	3.633	1.925	0.147

주) A>B>C는 사후검증 방법인 Duncan Test시 집단간 차이를 나타냄.

(6) 펜션 숙박기간에 따른 차이검정

펜션 선택속성은 숙박기간에 따라 차이가 있을 것이다라는 <가설 1-6>를 검정하기 위해 평균차이 분석을 실시한 결과는 다음 <표 5-10>과 같다.

펜션 선택속성 요인 중 $p < .01$ 수준에서 예약의 용이성과 교통의 편리성, 주변 관광지와의 연계성 속성은 펜션 숙박기간에 따라 다르게 나타났으며 합리적 가격과 객실 분위기 속성은 $p < .05$ 수준에서 차이를 보였다.

합리적 가격 속성에서는 펜션 숙박기간이 2박인 집단이 중요하게 인식하고 있는 것으로 나타났으며 예약의 용이성과 교통의 편리성, 주변 관광지와의 연계성 속성에서는 1박인 집단이 중요하게 인식하고 있는 것으로 분석되었다. 그리고 건물의 외관미 속성에서는 펜션 숙박기간이 3박 이상인 집단이 중요하게 인식하고 있는 것으로 나타났다.

<표 5-10> 펜션 숙박기간에 따른 차이검정

펜션 선택속성	숙박기간			전체 평균	F	p
	1박	2박	3박 이상			
친절한 서비스	4.109	4.200	4.310	4.198	1.367	0.256
합리적 가격	4.346AB	4.418A	4.167B	4.348	3.161	0.043
위생 및 청결	4.582	4.509	4.524	4.531	0.384	0.681
위치 및 주위환경	4.164	4.036	4.000	4.063	1.235	0.292
안전성	4.273	4.155	4.095	4.174	1.142	0.320
다양한 부대시설	3.636	3.464	3.333	3.483	2.760	0.064
예약의 용이성	3.927A	3.609B	3.643B	3.701	5.644	0.004
교통의 편리성	4.164A	3.846B	3.643B	3.889	8.465	0.000
건물의 외관미	3.618B	3.509B	4.024A	3.643	10.306	0.000
객실 분위기	3.982B	4.073B	4.310A	4.097	4.275	0.015
관광지와의 연계성	4.146A	3.873B	3.714B	3.913	6.880	0.001
신속한 처리능력	4.164	3.982	3.952	4.024	2.041	0.131
인지도	3.800	3.536	3.667	3.633	2.954	0.053

주) A>B>C는 사후검증 방법인 Duncan Test시 집단간 차이를 나타냄.

(7) 펜션 정보수집 자료원에 따른 차이검정

펜션 선택속성은 펜션 정보수집 자료원에 따라 차이가 있을 것이라라는 <가설 1-7>을 검정하기 위해 평균차이 분석을 실시한 결과는 다음 <표 5-11>과 같다.

펜션 선택속성 요인 중 $p < .01$ 수준에서 안전성과 예약의 용이성, 주변 관광지와의 연계성, 신속한 처리능력 속성은 펜션 정보수집 자료원에 따라 다르게 나타났으며 객실 분위기와 인지도 속성은 $p < .05$ 수준에서 차이를 보였다.

안전성 속성에서는 인터넷과 여행사, 출판물 및 기타매체를 통해서 펜션 정보를 수집한 집단이 가장 중요하게 인식하고 있는 것으로 나타났으며 예약의 용이성과 인지도 속성에서는 여행사를 통해서 펜션 정보를 수집한 집단, 객실 분위기와 주변 관광지 연계성 속성에서는 인터넷과 여행사를 통해서 펜션 정보를 수집한 집단이 가장 중요하게 인식하고 있는 것으로 분석되었다.

<표 5-11> 펜션 정보수집 자료원에 따른 차이검정

펜션 선택속성	펜션 정보수집 자료원				전체 평균	F	p
	인터넷	여행사	아는 사람	출판물 /기타			
친절한 서비스	4.204	4.387	4.077	4.273	4.198	2.399	0.067
합리적 가격	4.444	4.355	4.295	4.318	4.348	0.826	0.480
위생 및 청결	4.648	4.419	4.500	4.523	4.531	1.579	0.194
위치 및 주위환경	4.148	4.032	3.987	4.114	4.063	1.008	0.389
안전성	4.407A	4.387A	3.923B	4.182A	4.174	8.886	0.000
다양한 부대시설	3.519	3.677	3.372	3.500	3.483	1.788	0.149
예약의 용이성	3.759B	4.065A	3.539B	3.659B	3.701	6.309	0.000
교통의 편리성	3.963	4.032	3.744	3.955	3.889	2.205	0.087
건물의 외관미	3.796	3.645	3.551	3.614	3.643	1.601	0.189
객실 분위기	4.241A	4.226A	4.026AB	3.955B	4.097	3.090	0.027
관광지와의 연계성	4.111A	4.194A	3.705B	3.841B	3.913	7.948	0.000
신속한 처리능력	4.037B	4.419A	3.859B	4.023B	4.024	6.628	0.000
인지도	3.648B	3.936A	3.590B	3.477B	3.633	3.083	0.027

주) A>B>C는 사후검증 방법인 Duncan Test시 집단간 차이를 나타냄.

(8) 펜션 이용경험에 따른 차이검정

펜션 선택속성은 펜션 이용경험에 따라 차이가 있을 것이라라는 <가설 1-8>을 검정하기 위해 평균차이 분석을 실시한 결과는 다음 <표 5-12>와 같다.

펜션 선택속성 요인 중 $p < .01$ 수준에서 교통의 편리성 속성은 펜션 이용경험에 따라 다르게 나타났으며 예약의 용이성 속성은 $p < .05$ 수준에서 차이를 보였다.

교통의 편리성과 예약의 용이성 속성에서는 펜션 이용경험이 5회 이상인 집단이 중요하게 인식하고 있는 것으로 분석되었다.

<표 5-12> 펜션 이용경험에 따른 차이검정

펜션 선택속성	펜션 이용경험				전체 평균	F	p
	처음 이용	2 회	3~4회	5회 이상			
친절한 서비스	4.274	4.188	3.969	4.189	4.198	2.199	0.088
합리적 가격	4.396	4.250	4.313	4.324	4.348	0.665	0.574
위생 및 청결	4.594	4.531	4.344	4.514	4.531	2.048	0.107
위치 및 주위환경	4.009	4.031	4.125	4.189	4.063	1.076	0.359
안전성	4.142	4.156	4.250	4.216	4.174	0.337	0.799
다양한 부대시설	3.396	3.563	3.563	3.595	3.483	1.337	0.262
예약의 용이성	3.613B	3.688B	3.688B	3.973A	3.701	3.435	0.017
교통의 편리성	3.764B	3.875AB	4.000AB	4.162A	3.889	3.878	0.009
건물의 외관미	3.698	3.625	3.563	3.568	3.643	0.607	0.611
객실 분위기	4.000	4.125	4.250	4.216	4.097	2.419	0.066
관광지와의 연계성	3.849	3.969	4.000	3.973	3.913	0.841	0.472
신속한 처리능력	3.953	4.000	4.094	4.189	4.024	1.577	0.194
인지도	3.632	3.656	3.781	3.487	3.633	1.133	0.335

주) A>B>C는 사후검증 방법인 Duncan Test시 집단간 차이를 나타냄.

(9) 여행경비에 따른 차이검정

펜션 선택속성은 여행경비에 따라 차이가 있을 것이라라는 <가설 1-9>를 검정하기 위해 평균차이 분석을 실시한 결과는 다음 <표 5-13>과 같다.

펜션 선택속성 요인 중 $p < .01$ 수준에서 합리적 가격과 안전성, 다양한 부대시설, 예약의 용이성, 교통의 편리성, 주변 관광지와의 연계성, 신속한 처리능력 속성은 여행경비에 따라 다르게 나타났으며 건물의 외관미와 인지도 속성은 $p < .05$ 수준에서 차이를 보였다.

합리적 가격 속성에서는 여행경비가 31~80만원의 집단이 중요하게 인식하고 있는 것으로 나타났으며 안전성 속성과 다양한 부대시설, 예약의 용이성, 교통의 편리성, 주변 관광지와의 연계성, 신속한 처리능력, 인지도 속성에서는 여행경비가 30만원 이하의 집단이 중요하게 인식하고 있는 것으로 분석되었다. 건물의 외관미 속성에서는 여행경비가 81만원 이상의 집단이 중요하게 인식하고 있는 것으로 나타났다.

<표 5-13> 여행경비에 따른 차이검정

펜션 선택속성	여행경비				전체 평균	F	p
	30만원 이하	31~50만원	51~80만원	81만원 이상			
친절한 서비스	4.231	4.144	4.361	4.091	4.198	1.473	0.221
합리적 가격	4.385B	4.392A	4.444A	3.909C	4.348	5.403	0.001
위생 및 청결	4.654	4.454	4.472	4.682	4.531	2.627	0.050
위치 및 주위환경	4.212	4.072	3.917	3.909	4.063	2.539	0.056
안전성	4.577A	3.990B	4.056B	4.227B	4.174	12.060	0.000
다양한 부대시설	3.846A	3.412B	3.278B	3.273B	3.483	8.300	0.000
예약의 용이성	3.904A	3.670AB	3.472B	3.727AB	3.701	3.996	0.008
교통의 편리성	4.212A	3.845B	3.694B	3.636B	3.889	6.880	0.000
건물의 외관미	3.654AB	3.516B	3.806AB	3.909A	3.643	3.381	0.018
객실 분위기	4.000	4.072	4.250	4.182	4.097	1.623	0.183
관광지와의 연계성	4.308A	3.845B	3.778B	3.500C	3.913	13.069	0.000
신속한 처리능력	4.327A	3.928B	3.889B	3.955B	4.024	6.086	0.000
인지도	3.846A	3.557AB	3.639AB	3.455B	3.633	2.748	0.043

주) A>B>C는 사후검증 방법인 Duncan Test시 집단간 차이를 나타냄.

3. 利用者の 特性에 따른 펜션 選擇屬性 差異分析

펜션 선택속성은 이용자의 특성에 따라 차이가 있을 것이라는 <가설 2>를 검증하기 위해 다음과 같은 하위가설을 설정하였다.

<가설 2-1> 펜션 선택속성은 성별에 따라 차이가 있을 것이다.

<가설 2-2> 펜션 선택속성은 연령에 따라 차이가 있을 것이다.

<가설 2-3> 펜션 선택속성은 거주지에 따라 차이가 있을 것이다.

<가설 2-4> 펜션 선택속성은 거주구분에 따라 차이가 있을 것이다.

<가설 2-5> 펜션 선택속성은 월 평균가구소득에 따라 차이가 있을 것이다.

위의 하위가설을 검증하기 위해 이용자의 특성에 따라 평균차이분석을 실시하였다.

1) 이용자 성별에 따른 차이검정

펜션 선택속성은 이용자의 성별에 따라 차이가 있을 것이라라는 <가설 2-1>을 검증하기 위해 평균차이 분석을 실시한 결과는 <표 5-14>와 같다.

<표 5-14> 이용자의 성별에 따른 차이검정

펜션 선택속성	이용자의 성별		전체 평균	t	p
	남 성	여 성			
친절한 서비스	4.233	4.171	4.198	0.751	0.453
합리적 가격	4.278	4.402	4.348	-1.597	0.111
위생 및 청결	4.533	4.530	4.531	0.048	0.962
위치 및 주위환경	3.978	4.128	4.063	-1.888	0.060
안전성	4.089	4.239	4.174	-1.775	0.077
다양한 부대시설	3.378	3.564	3.483	-2.069	0.039
예약의 용이성	3.511	3.846	3.701	-4.103	0.000
교통의 편리성	3.667	4.060	3.889	-4.410	0.000
건물의 외관미	3.600	3.675	3.643	-0.837	0.403
객실 분위기	4.089	4.103	4.010	-0.172	0.863
관광지와의 연계성	3.767	4.026	3.913	-3.113	0.002
신속한 처리능력	4.000	4.043	4.024	-0.504	0.615
인지도	3.611	3.650	3.633	-0.410	0.682

펜션 선택속성 요인 중 $p < .01$ 수준에서 예약의 용이성과 교통의 편리성, 주변 관광지와의 연계성 속성은 이용자의 성별에 따라 다르게 나타났다. 그리고 다양한 부대시설 속성은 $p < .05$ 수준에서 다르게 나타났다.

다양한 부대시설과 예약의 용이성, 교통의 편리성, 주변 관광지와의 연계성 속성에서는 남성보다 여성이 더 중요하게 인식하고 있는 것으로 분석되었다.

(2) 이용자의 연령에 따른 차이검정

펜션 선택속성은 이용자의 연령에 따라 차이가 있을 것이라하는 <가설 2-2>를 검정하기 위해 평균차이분석을 실시한 결과 다음 <표 5-15>와 같다.

<표 5-15> 이용자의 연령에 따른 차이검정

펜션 선택속성	이용자의 연령				전체 평균	F	p
	20대	30대	40대	50대 이상			
친절한 서비스	4.263	4.225	4.143	3.818	4.198	2.021	0.110
합리적 가격	4.540A	4.268A	4.265A	3.909B	4.348	6.424	0.000
위생 및 청결	4.658A	4.549AB	4.367BC	4.273C	4.531	4.402	0.005
위치 및 주위환경	4.145	4.028	4.061	3.727	4.063	1.894	0.130
안전성	4.158	4.211	4.082	4.455	4.174	1.2750	0.283
다양한 부대시설	3.382	3.493	3.674	3.674	3.483	2.474	0.061
예약의 용이성	3.658AB	3.620B	3.959A	3.364B	3.701	4.996	0.002
교통의 편리성	3.987A	3.803A	3.959A	3.455B	3.889	2.857	0.037
건물의 외관미	3.803A	3.606A	3.612A	2.909B	3.643	6.774	0.000
객실 분위기	4.197	4.014	4.102	3.909	4.097	1.722	0.162
관광지와의 연계성	4.000	3.958	3.755	3.727	3.913	2.169	0.091
신속한 처리능력	3.961	4.000	4.122	4.182	4.024	1.000	0.393
인지도	3.579	3.606	3.796	3.455	3.633	1.445	0.229

주) A>B>C는 사후검증 방법인 Duncan Test시 집단간 차이를 나타냄.

펜션 선택속성 요인 중 $p < .01$ 수준에서 합리적 가격과 위생 및 청결, 예약의 용이성, 건물의 외관미 속성은 이용자의 연령에 따라 다르게 나타났으며 교통의 편리성 속성도 $p < .05$ 수준에서 차이를 보였다.

합리적 가격과 교통의 편리성, 건물의 외관미 속성에서는 40대 이하의 연령층이 중요하게 인식하고 있는 것으로 나타났으며 위생 및 청결 속성에서는 20대, 예약의 용이성 속성에서는 40대가 다른 연령층에 비해 중요하게 인식하고 있는 것으로 분석되었다.

(3) 거주지에 따른 차이검정

펜션 선택속성은 거주지에 따라 차이가 있을 것이라하는 <가설 2-3>을 검정하기 위해 평균차이 분석을 실시한 결과는 다음 <표 5-16>과 같다.

<표 5-16> 이용자의 거주지에 따른 차이검정

펜션 선택속성	이용자의 거주지				전체 평균	F	p
	중부권	충청권	경상권	전라권			
친절한 서비스	4.253	4.231	4.052	4.281	4.198	1.684	0.170
합리적 가격	4.374	4.423	4.310	4.281	4.348	0.466	0.706
위생 및 청결	4.637A	4.539AB	4.397B	4.469AB	4.531	2.914	0.034
위치 및 주위환경	4.143	4.077	3.914	4.094	4.063	1.970	0.118
안전성	4.187	4.077	4.190	4.188	4.174	0.253	0.859
다양한 부대시설	3.560	3.423	3.379	3.500	3.483	1.020	0.384
예약의 용이성	3.736	3.654	3.586	3.844	3.701	1.508	0.212
교통의 편리성	3.978	3.808	3.810	3.844	3.889	1.040	0.375
건물의 외관미	3.758AB	3.885A	3.500BC	3.375C	3.643	5.197	0.002
객실 분위기	4.143A	3.962AB	4.207A	3.875B	4.097	3.118	0.026
관광지와의 연계성	3.813	3.923	4.017	4.000	3.913	1.660	0.175
신속한 처리능력	4.033	4.077	3.914	4.156	4.024	1.229	0.299
인지도	3.626	3.808	3.466	3.813	3.633	2.614	0.051

주) A>B>C는 사후검증 방법인 Duncan Test시 집단간 차이를 나타냄.

펜션 선택속성 요인 중 $p < .01$ 수준에서 건물의 외관미 속성은 이용자의 거주지에 따라 다르게 나타났으며 위생 및 청결과 객실 분위기 속성도 $p < .05$ 수준에서 차이를 보였다.

위생 및 청결 속성에서는 거주지가 중부권인 집단이 중요하게 인식하고 있는 것으로 나타났으며 건물의 외관미 속성에서는 충청권 집단이 중요하게 인식하고 있는 것으로 분석되었다.

또한 객실 분위기 속성에서는 중부권과 경상권 집단이 다른 거주지 집단에 비해 중요하게 인식하고 있는 것으로 파악되었다.

(4) 거주 구분에 따른 차이검정

펜션 선택속성은 거주 구분에 따라 차이가 있을 것이라하는 <가설 2-4>를 검정하기 위해 평균차이 분석을 실시한 결과는 다음 <표 5-17>과 같다.

<표 5-17> 거주 구분에 따른 차이검정

펜션 선택속성	거주구분			전체 평균	F	p
	광역시	시	군			
친절한 서비스	4.142	4.286	4.177	4.198	1.371	0.255
합리적 가격	4.292	4.416	4.412	4.348	1.262	0.284
위생 및 청결	4.487	4.610	4.471	4.531	1.508	0.223
위치 및 주위환경	4.106A	4.078A	3.706B	4.063	3.736	0.025
안전성	4.310A	3.974B	4.177AB	4.174	7.236	0.001
다양한 부대시설	3.584A	3.338C	3.471B	3.483	3.386	0.035
예약의 용이성	3.717	3.701	3.588	3.701	0.346	0.708
교통의 편리성	3.929	3.857	3.765	3.889	0.618	0.539
건물의 외관미	3.531B	3.831A	3.529C	3.643	5.4296	0.005
객실 분위기	4.062	4.130	4.177	4.097	0.514	0.599
관광지와의 연계성	3.885	3.961	3.882	3.913	0.392	0.676
신속한 처리능력	4.035	4.000	4.059	4.024	0.109	0.897
인지도	3.513B	3.870A	3.353B	3.633	8.464	0.000

주) A>B>C는 사후검증 방법인 Duncan Test시 집단간 차이를 나타냄.

펜션 선택속성 요인 중 $p < .01$ 수준에서 안전성, 건물의 외관미, 인지도 속성은 이용자의 거주구분에 따라 다르게 나타났으며 위치 및 주위환경과 다양한 부대시설 속성은 $p < .05$ 수준에서 차이를 보였다.

위치 및 주위환경 속성에서는 광역시와 시지역에 거주하는 집단이 군지역에 거주하는 집단에 비해 중요하게 인식하고 있는 것으로 나타났으며 안전성과 다양한 부대시설 속성에서는 광역시에서 거주하는 집단이 중요하게 인식하고 있는 것으로 분석되었다. 그리고 건물의 외관미와 인지도 속성에서는 시지역에 거주하는 집단이 중요하게 인식하고 있는 것으로 나타났다.

(5) 월 평균 가구소득에 따른 차이검정

펜션 선택속성은 월 평균 가구소득에 따라 차이가 있을 것이라 하는 <가설 2-5>를 검정하기 위해 평균차이분석을 실시한 결과는 다음 <표 5-18>과 같다.

펜션 선택속성 요인 중 $p < .01$ 수준에서 건물의 외관미 속성만 이용자의 월 평균 가구소득에 따라 다르게 나타났다. 건물의 외관미 속성에서는 월 평균 가구소득이 199만원 이하의 집단이 중요하게 인식하고 있는 것으로 분석되었다.

<표 5-18> 월 평균가구소득에 따른 차이검정

펜션 선택속성	월 평균 가구소득				전체 평균	F	p
	199만원 이하	200~299만원	300~499만원	500만원 이상			
친절한 서비스	4.107	4.195	4.238	4.364	4.198	1.078	0.358
합리적 가격	4.357	4.379	4.310	4.273	4.348	0.299	0.826
위생 및 청결	4.482	4.506	4.571	4.682	4.531	0.989	0.398
위치 및 주위환경	4.107	4.058	3.952	4.182	4.063	0.960	0.411
안전성	4.214	4.103	4.262	4.182	4.174	0.770	0.511
다양한 부대시설	3.375	3.483	3.643	3.455	3.483	1.403	0.241
예약의 용이성	3.857	3.644	3.571	3.773	3.701	2.361	0.071
교통의 편리성	4.071	3.862	3.762	3.773	3.889	2.313	0.076
건물의 외관미	3.821A	3.690AB	3.476BC	3.318C	3.643	4.549	0.004
객실 분위기	4.036	4.195	3.929	4.182	4.097	2.532	0.057
관광지와의 연계성	4.036	3.908	3.833	3.773	3.913	1.437	0.231
신속한 처리능력	4.071	3.908	4.167	4.091	4.024	2.068	0.104
인지도	3.625	3.655	3.738	3.364	3.633	1.582	0.193

주) A>B>C는 사후검증 방법인 Duncan Test시 집단간 차이를 나타냄.

第 3 節 分析結果에 대한 論議

1. 分析結果의 要約

1) 펜션 선택속성에 대한 중요도 분석

펜션 선택속성에 대해 '매우 중요하다'를 5점, '대체로 중요하다' 4점, '보통이다' 3점, '중요하지 않은 편이다' 2점, '전혀 중요하지 않다' 1점으로 환산하여 평균값으로 빈도분석을 실시하였다.

분석결과 펜션을 선택할 때 가장 중요하게 생각하는 속성은 '위생 및 청결'(4.531점)로 나타났다. 다음으로는 '합리적인 가격'이 4.348점, '친절한 서비스' 4.198점, '안전성' 4.174점 순으로 조사되었다. 따라서 펜션 이용자들이 가장 중요하게 생각하는 선택속성은 깨끗하고 청결한 숙박시설, 적절한 가격, 친절한 서비스를 갖춘 펜션을 선호하고 있음을 알 수 있다.

모든 선택속성이 평점 3점보다 높게 나타나 중요한 속성으로 나타났으나 이 가운데 가장 낮은 중요도를 보인 선택속성은 '다양한 부대시설'(3.483점)인 것으로 나타났다. 다음으로는 '주위의 소개 및 인지도'가 3.633점, '건물의 외관미' 3.643점 순으로 조사되었다.

따라서 펜션을 선택할 때에는 각종 부대시설이나 주위의 소개보다는 깨끗하고 위생적인 시설, 그리고 적절한 가격, 친절한 서비스를 제공하는 펜션을 더 선호하고 있음을 알 수 있다.

2) 이용형태에 따른 펜션 선택속성 차이분석

제주도 방문횟수에 따른 차이검정 결과 친절한 서비스와 위치 및 주위환경 속성, 안전성, 예약의 용이성, 교통의 편리성, 신속한 처리능력 속성에서는 제주도 방문횟수가 2~3회인 집단이 가장 중요하게 인식하고 있으며 인지도 속성에서는 제주도 방문횟수가 4~5회인 집단이 가장 중요하게 인식하고 있는 것으로 분석되었다.

동행인 수에 따른 차이검정 결과, 객실 분위기 속성에서는 동행인 수가 3~5명인 집단이 가장 중요하게 인식하고 있는 것으로 나타났으며 불편사항에 대한 신속한 처리능력 속성에서는 동행인 수가 6명 이상인 집단이 가장 중요하게 인식하고 있는 것으로 분석되었다.

동행인과의 관계에 따른 차이검정 결과, 위치 및 주위환경 속성에서는 혼자 와 부부, 가족/친지 집단이 다른 집단에 비해 중요하게 인식하고 있는 것으로 나타났다. 객실 분위기 속성에서는 동행인과의 관계가 모임/친구/동아리인 집단이 가장 중요하게 인식하고 있는 것으로 분석되었다.

여행목적에 따른 차이검정 결과에서는 합리적 가격 속성은 휴양/휴식 목적의 집단이 중요하게 인식하고 있는 것으로 나타났으며 다양한 부대시설과 예약의 용이성, 신속한 처리능력, 인지도 속성에서는 레저/건강/기타 목적의 집단, 건물의 외관미 속성에서는 신혼여행, 객실 분위기 속성에서는 신혼여행과 레저/건강/기타 목적의 집단이 중요하게 인식하고 있는 것으로 나타났다.

제주도 체재기간에 따른 차이검정 결과, 교통의 편리성과 주변 관광지와의 연계성 속성에서는 1박 2일 체재기간 집단이 다른 집단에 비해 중요하게 인식하고 있는 것으로 나타났으며 건물의 외관미와 객실 분위기 속성에서는 3박 4일 이상의 집단이 중요하게 인식하고 있는 것으로 나타났다.

펜션 숙박기간에 따른 차이검정 결과, 합리적 가격 속성에서는 펜션 숙박기간이 2박인 집단이 중요하게 인식하고 있는 것으로 나타났으며 예약의 용이성과 교통의 편리성, 주변 관광지와의 연계성 속성에서는 1박인 집단이 중요하게 인식하고 있는 것으로 분석되었다. 그리고 건물의 외관미 속성에서는 펜션 숙박기간이 3박 이상인 집단이 중요하게 인식하고 있는 것으로 나타났다.

펜션 정보수집 자료원에 따른 차이검정 결과, 안전성 속성에서는 인터넷과 여행사, 출판물 및 기타매체를 통해서 펜션 정보를 수집한 집단이 가장 중요하게 인식하고 있는 것으로 나타났으며 예약의 용이성과 인지도 속성에서는 여행사를 통해서 펜션 정보를 수집한 집단, 객실 분위기와 주변 관광지 연계성 속성에서는 인터넷과 여행사를 통해서 펜션 정보를 수집한 집단이 가장 중

요하게 인식하고 있는 것으로 분석되었다.

펜션 이용경험에 따른 차이검정에서는 교통의 편리성과 예약의 용이성 속성이 펜션 이용경험이 5회 이상인 집단이 중요하게 인식하고 있는 것으로 분석되었다.

여행경비에 따른 차이검정 결과, 합리적 가격 속성에서는 여행경비가 31~80만원의 집단이 중요하게 인식하고 있는 것으로 나타났으며 안전성 속성과 다양한 부대시설, 예약의 용이성, 교통의 편리성, 주변 관광지와의 연계성, 신속한 처리능력, 인지도 속성에서는 여행경비가 30만원 이하의 집단이 중요하게 인식하고 있는 것으로 분석되었다. 건물의 외관미 속성에서는 여행경비가 81만원 이상의 집단이 중요하게 인식하고 있는 것으로 나타났다.

3) 이용자의 특성에 따른 펜션 선택속성 차이분석

이용자 성별에 따른 차이검정 결과, 다양한 부대시설과 예약의 용이성, 교통의 편리성, 주변 관광지와의 연계성 속성에서는 남성보다 여성이 더 중요하게 인식하고 있는 것으로 분석되었다.

이용자의 연령에 따른 차이검정에서는 합리적 가격과 교통의 편리성, 건물의 외관미 속성이 40대 이하의 연령층이 중요하게 인식하고 있는 것으로 나타났으며 위생 및 청결 속성에서는 20대, 예약의 용이성 속성에서는 40대가 다른 연령층에 비해 중요하게 인식하고 있는 것으로 분석되었다.

거주지에 따른 차이검정에서는 위생 및 청결 속성이 거주지가 중부권인 집단이 중요하게 인식하고 있는 것으로 나타났으며 건물의 외관미 속성에서는 충청권 집단이 중요하게 인식하고 있는 것으로 분석되었다. 또한 객실 분위기 속성에서는 중부권과 경상권 집단이 다른 거주지 집단에 비해 중요하게 인식하고 있는 것으로 파악되었다.

거주 구분에 따른 차이검정 결과, 위치 및 주위환경 속성에서는 광역시와 시지역에 거주하는 집단이 군지역에 거주하는 집단에 비해 중요하게 인식하고 있는 것으로 나타났으며 안전성과 다양한 부대시설 속성에서는 광역시에서 거

주하는 집단이 중요하게 인식하고 있는 것으로 분석되었다. 그리고 건물의 외관미와 인지도 속성에서는 시지역에 거주하는 집단이 중요하게 인식하고 있는 것으로 나타났다.

월 평균 가구소득에 따른 차이검정 결과에서는 건물의 외관미 속성이 월 평균 가구소득 199만원 이하의 집단이 중요하게 인식하고 있는 것으로 분석되었다.

2. 分析結果에 대한 論議

1) 철저한 위생관리 및 청결유지

이번 조사에서 펜션을 방문하는 이용자 대부분이 휴양과 휴식을 위한 관광으로 나타났다. 이용자들은 하루의 빠듯한 일정을 마치고 나면 깨끗한 침구와 따뜻한 목욕물을 가장 원할 것이다. 하지만 이러한 시설이 아직 제주지역 펜션에는 미흡하다는 지적이 많은 것으로 나타났다. 본 연구결과에서도 가장 기본적이라고 할 수 있는 위생 및 청결이 가장 중요한 선택속성으로 분석되었다. 그리고 이번 설문조사를 수행하면서 펜션 이용자들을 대상으로 인터뷰를 한 결과 이용자들이 가장 불만족스러워하는 것은 침구의 불결하다는 의견이다. 펜션을 경영하는 경영자 입장에서는 자체의 인력으로 30개 이하의 객실안에 있는 침구와 수건 등과 같은 세탁물을 매일 반복적으로 처리하기 위해서는 많은 시간과 비용이 필요하다는 문제를 안고 있다. 또한 펜션은 주로 조용한 어촌이나 산촌에 위치해 있어 여름에는 모기 및 각종 해충으로부터 노출되어 있다. 또한 주변환경 정리와 쓰레기 처리, 객실 청소 및 소독, 정화조 관리 등과 같은 업무를 몇 명 안되는 펜션 인력으로 소화하기에는 많은 시간과 비용이 소요된다는 문제를 안고 있다.

따라서 펜션에서 사용되는 침구류 및 수건, 잠옷 등을 규격화하고 통일화하여 전문 세탁업체에 위탁하여 항상 청결한 객실을 제공해야 한다. 또한 주변환경 정리와 쓰레기 처리, 객실 청소, 정화조 관리, 각종 소독 등 전문적인

위생관리가 필요하다. 펜션을 이용하는 고객의 기대 수준은 이미 호텔수준 이상의 청결함을 요구하고 있으므로 경영자는 늘 깨끗한 침구와 객실 및 주변환경을 유지시켜야 할 것이다.

2) 가격 신뢰도의 제고

펜션의 숙박료는 시설과 규모에 따라 일정한 기준이 없어 그 가격도 천차만별이고, 인원과 시기에 따라 편차가 심하기 때문에 이용자들은 숙박요금에 대한 신뢰도가 떨어지고 있는 실정이다. 특히 성수기에는 더욱 심화되고 있어 이용자들은 불쾌한 관광을 하게 된다. 이러한 문제는 펜션의 이미지 실추와 신뢰도 하락을 가져오는 원인이 되고 있다. 따라서 객실규모와 이용기간에 따른 정가와 할인율이 명확히 공시되고 정확히 지켜져야 하며 예약 취소시 환불에 대한 규정이 명확하게 명시되어야 한다. 또한 기존의 관광숙박업과의 경쟁요인을 고려하여 적정한 요금을 책정해야 한다.

3) 정기적인 서비스 교육

펜션도 숙박서비스업으로서 당연히 이용자에게 서비스를 제공하는 업이다. 펜션은 고급 민박이라는 이미지를 갖고 있어 이용자들은 이에 맞는 서비스를 요구하게 된다. 그러나 펜션 종업원들은 보통 경영자의 가족 구성원인 경우가 많다. 따라서 이에 맞는 적절한 서비스를 제공하지 못하고 있다. 따라서 펜션업체의 종사원과 사업주를 대상으로 한 서비스 교육이 필요하다. 펜션의 영세성으로 인해 자체적인 서비스 교육이 힘들기 때문에 대학 등 공공기관에서 서비스 교육 프로그램을 개설하여 펜션 운영자와 종사원들의 서비스 질을 높일 수 있도록 해야 한다.

4) 아름다운 자연환경과 조화된 펜션

현재 펜션이 농어촌 지역에 마구잡이 식으로 생겨나고 있지만 특색있는 객실이 부족한 형편이다. 농어촌의 아름다운 경관에 위치해 있다는 것을 제외하

면 그 내부는 일반 호텔이나 여관과 다를 바가 없다. 가족관광객이 많이 찾고 있지만 가족끼리 앉아서 대화할 공간조차 마련되어 있지 않고 있다.

그리고 건축물 색상도 주변 환경과 조화되지 않은 색상으로 오히려 주변 경관을 해치고 있으며 경관이 수려하기로 유명한 지역에는 펜션이 경쟁적으로 밀집됨으로써 오히려 자연경관을 인공물로 훼손하는 결과를 초래하고 있다.

아름다운 경관지가 각종 개발로 인해 파괴되는 것을 지켜본 우리의 입장에서는 제주의 아름다움을 지켜야 할 의무가 있다. 제주의 자량은 아름다운 자연환경이다. 따라서 농어촌 지역에 만들어지는 펜션도 자연과 조화된 인공미를 갖추어야 하며 건축심의·허가 과정에서부터 이를 엄격히 심사해야 한다.

펜션이 우후죽순처럼 만들어지다 보니 모두 똑같은 형태의 구조나 시설을 갖춘 경우가 많다. 차별화를 위해서는 구조나 형태를 차별화시켜 나가야 한다. 그렇기 위해서는 주변 환경과 조화를 이룰 수 있는 외관미를 갖추면서 색상이나 내부 인테리어에 대한 전문가의 조언이 필수적이다. 그리고 현재 운영되고 있는 펜션에는 대가족이 함께 앉아서 얘기를 나눌 수 있는 공간이 부족하다. 따라서 각 층마다 독립된 공간을 만들 수 있도록 하고 그 장소에서 같이 방문하는 관광객들이 모여서 이야기를 나눌 수 있도록 해야 한다. 합숙훈련이나 단합대회 형식으로 방문한 관광객들에게도 꼭 필요한 사항이다. 그리고 신혼 부부만을 위한 공간도 필요하다. 원룸형식의 객실은 신혼부부의 분위기를 나타낼 수 없다. 따라서 침실이 분리된 객실을 신혼부부에게 제공함으로써 아름다운 신혼을 연출 할 수 있도록 해야 한다. 또한 객실 분위기를 위해서 침구나 기타 소품도 그 주변환경과 펜션의 이미지에 맞도록 디자인되어야 한다.

5) 펜션 이정표와 펜션 셔틀버스 운행

조사를 진행하면서 나타난 펜션의 문제점 중 또 하나는 펜션을 찾아가기 어렵다는데 있다. 제주공항에는 시외버스가 운행되지 않기 때문에 택시나 렌터카를 이용해야 하는데 현재의 관광지도에는 펜션이 명시되어 있지 않다. 더욱이

렌터카없이 자전거 여행을 온 관광객들은 더욱 찾기가 힘이 든다. 그리고 펜션이 위치한 곳이 주요 도로에서 떨어진 바닷가나 산속에 있기 때문에 더욱 찾아가기가 힘들다. 따라서 펜션 지도 제작이 우선적으로 필요하며 렌터카를 이용하는 관광객을 위해서 지역별(읍면단위)단위의 펜션 이정표를 세울 필요가 있다. 그리고 공항과 항만을 기점으로 펜션을 중심으로 주변관광지를 운행하는 펜션 셔틀버스를 운행하는 방안을 검토하여 주변 관광지와 연계할 도모해야 한다.

6) 편의시설의 확충

펜션은 아름다운 자연을 배경으로 마을과 동떨어진 곳에 위치하는 경우가 많기 때문에 주변에 유흥시설이나 편의시설이 멀리 떨어져 있어서 이용자들이 이러한 시설을 이용하기에는 많은 어려움이 있다. 특히 야간에는 이용자들이 여가를 보낼 아무런 시설이 없기 때문에 방안에서만 지내게 된다는 문제점을 안고 있다. 특히 어린이나 청소년들을 위한 공간이 마련되어 있지 않아 펜션 내부에서 뛰어 놀게 되면서 안전사고의 위험을 안고 있다. 따라서 야간을 이용하여 체험할 수 있는 시설을 개발할 필요가 있다. 제주는 청정한 기후를 자랑하고 있어 별을 관찰할 기회가 적은 도시인들에게는 제주의 밤하늘은 또 하나의 매력일 수 있다. 그러므로 누워서 밤하늘의 별을 관찰 할 수 있는 시설이나 천체망원경을 옥상이나 베란다에 설치하여 야간에 체험할 수 있는 프로그램을 개발해야 한다. 또한 기후가 좋지 않을 경우 야간에 즐길 수 있는 시설을 만들어야 한다. 그 대표적인 것이 인터넷이다. 이제 인터넷 이용은 도시인들의 필수적인 일상생활로 자리잡고 있어 여행을 와도 인터넷을 검색하고 메일을 확인할 수 있는 시설을 갖추고 있어야 한다.

第 6 章 結 論

펜션은 제주지역 뿐만 아니라 전국적인 현상으로 급속하게 증가하는 추세에 있으며 선호도와 이용률이 날로 증가하고 있다. 그러나 이에 대한 체계적인 연구나 조사는 이루어지지 않고 있는 실정이다. 펜션은 주민주체의 소규모 관광개발사업이라는 점에서 매우 바람직하지만 향후 공급과잉으로 인한 채산성 악화와 사업자의 마케팅 능력 부족으로 인한 경영상의 어려움이 예상된다. 따라서 펜션을 이용하는 고객들이 펜션을 선택할 때 어떠한 속성을 중요시하며 이러한 속성에 영향을 미치는 요인들은 무엇인지에 대한 연구의 필요성이 제기되고 있다.

이러한 문제의식을 바탕으로 본 논문에서는 연구지역인 제주지역의 콘도형 민박인 펜션을 이용하는 관광객을 대상으로 펜션 선택속성과 선택속성에 영향을 미치는 이용형태 및 이용자의 특성에 대해 분석하여 보다 나은 서비스를 제공할 수 있는 관광숙박시설로의 역할을 제시하고자 하였다.

이러한 본 연구의 목적을 달성하기 위해 도입된 연구방법은 문헌연구와 실증연구를 병행하였다. 문헌연구를 통해 펜션에 대한 개념과 선택속성에 대한 이론적 토대를 구축하여 분석의 준거로 삼았으며, 연구지역인 제주지역의 펜션 현황과 국내외 사례를 파악하였다. 실증연구의 경우 제주지역 펜션을 이용한 관광객을 대상으로 표본을 추출하여 조사를 실시하였다. 조사대상 기간은 2003년 3월 15일부터 2003년 3월 22일까지 7일간으로 하였으며 예비답사 및 예비조사를 실시한 기간은 2003년 2월 21일부터 25일까지 5일간이었다.

조사는 필자의 주관 하에 설문에 대한 충분히 교육받은 조사원 8인이 제주 공항 대합실에서 제주관광을 마치고 이도하는 관광객 중 펜션에서 숙박한 관광객만을 대상으로 일대일 면접하는 대인면접조사방법으로 진행되었으며 표본 추출은 비확률 표본추출방법 중의 하나인 임의표본추출에 의해 수행되었다.

수집된 자료는 빈도분석 및 평균차이분석을 실시하였다.

본 조사의 분석결과를 정리하면 다음과 같다.

첫째, 펜션 선택속성 중 위생 및 청결 속성이 가장 중요한 속성으로 나타났으며 다음으로 합리적인 가격, 친절한 서비스, 안전성 순으로 분석되었다.

둘째, 이용자의 이용형태 중 방문횟수, 여행목적, 여행경비 따라 펜션 선택 속성에는 차이가 있는 것으로 나타났다.

셋째, 이용자의 특성에 따라 펜션 선택속성에는 차이가 없는 것으로 나타났다.

이러한 조사결과를 토대로 보다 나은 서비스를 제공할 수 있는 관광숙박시설로서의 역할을 다하기 위해서는 다음과 같은 시스템을 갖추어야 한다.

첫째, 세탁 및 청소의 전문업체 위탁관리이다.

펜션에서 사용되는 침구류 및 수건, 잠옷 등을 규격화하고 통일화하여 전문 세탁업체에 위탁하는 방안과 주변환경 정리와 쓰레기 처리, 객실 청소, 정화조 관리, 각종 소독 등 전문적인 위생관리가 필요하다. 펜션의 비품관리 및 위생관리를 전문업체에서 담당함으로써 보다 나은 위생 및 청결 서비스를 제공할 수 있을 것이다.

둘째는 가격 신뢰도의 제고이다.

제주지역의 펜션은 시설과 규모에 따라 그 가격도 천차만별이고, 개별 펜션에서도 명확한 기준 없이 요금이 적용되어 이용자의 신뢰를 떨어뜨리고 있다. 따라서 객실규모와 이용기간에 따른 정가와 할인율이 명확히 공시되고 지켜져야 한다. 또한 기존의 관광숙박업과의 경쟁요인을 고려하여 적절한 요금을 책정해야 한다.

셋째는 종사원과 업주에 대한 정기적인 서비스 교육이다.

펜션 업체의 종사원과 업주를 대상으로 한 서비스교육을 담당할 기구가 필요하며 서비스에 등급을 정하여 현행 호텔의 객실 등급제가 아닌 서비스 등급제를 도입할 필요가 있다.

넷째, 아름다운 자연환경과 조화된 펜션을 조성해야 한다.

제주의 자량은 아름다운 자연환경이다. 따라서 농어촌 지역에 만들어지는

펜션도 자연과 조화된 인공미를 갖추어야 하며 이를 심사할 기구가 필요하다. 그리고 펜션업체의 건설공사 이전에 전문적인 디자인과 색상에 대한 조언을 해줄 수 있는 기구가 필요하다.

다섯째, 펜션 이정표와 펜션 셔틀버스 운행이다.

펜션 지도 제작이 우선적으로 필요하며 렌터카를 이용하는 관광객을 위해서 지역별(읍·면)단위의 펜션 이정표를 세울 필요가 있다. 그리고 공항과 항만을 기점으로 펜션을 중심으로 주변관광지를 운행하는 펜션 셔틀버스를 운행하는 방안을 검토하여 주변 관광지와의 연계를 도모해야 한다.

여섯째, 예약 시스템의 도입이다.

펜션의 홈페이지 관리와 인터넷 예약을 총괄할 기구가 필요하며 이러한 인터넷 예약을 통해 적정가격의 통일화가 자동적으로 이루어질 수 있을 것이다.

마지막으로 야간 체험시설과 인터넷 시설을 갖추어야 한다.

야간을 이용하여 체험할 수 있는 시설을 개발할 필요가 있으며 누워서 밤하늘의 별을 관찰 할 수 있는 시설이나 천체망원경을 옥상이나 베란다에 설치하여 야간에 체험할 수 있는 프로그램과 같은 야간 체험시설과 여행을 와도 인터넷을 검색하고 메일을 확인할 수 있는 시설을 갖추고 있어야 한다.

이처럼 많은 부분의 역할을 담당할 기구가 필요하다는 점을 지적하였다. 현실적으로 전문적인 부분을 담당해야 하기 때문에 각각의 업체가 수행하기에는 많은 비용과 시간이 소요될 것이다. 따라서 공동의 목적을 위한 조합을 구성함으로써 경제적인 이익을 창출할 필요가 있다. 협회의 기능으로는 가입과 탈퇴가 약하기 때문에 공동의 이익을 위한 조합형태가 발전 가능성이 높다고 판단된다. 따라서 가칭 '제주펜션 조합'의 구성을 제안한다.

앞으로 개정될 관광진흥법에 '펜션업'이 법적으로 허용되면 많은 펜션이 무분별하게 설립될 가능성이 매우 높다. 따라서 제주국제자유도시특별법에 명시되어 있는 '휴양펜션업'과 기존의 관광호텔 및 민박과 같은 숙박시설과의 경쟁에서 살아남기 위해서는 펜션업체간의 협력이 우선시 된다. 따라서 가칭 '제주펜션 조합'을 구성하여 조합원간의 정보교환 및 홍보, 기타 부대사업을 통해

펜션의 수준을 높여야 한다.

본 연구는 연구지역인 제주지역의 관광이 성수기와 비수기에 따라 관광객의 이용형태가 차이가 있다는 점에서 이용자의 펜션 선택속성에도 차이를 보일 것으로 예상된다는 한계를 갖고 있다. 또한 아직 관광펜션에 대한 법률적 적용이 제주지역에 한해 배제됨으로 인해 콘도형 민박과 펜션과의 개념구분이 모호하다는 점과 연구지역인 제주지역의 펜션만을 대상으로 공간적 범위를 한정하였기 때문에 지역적인 편중성이 있다는 점이다.

따라서 앞으로 펜션에 대한 관광진흥법 개정이 이루어지면서 펜션업에 대한 이용자들의 인식이 높아지는 시기에 전국단위의 조사와 함께 펜션의 새로운 선택속성을 추가한 체계적인 연구가 이루어졌으면 한다.



參 考 文 獻

1. 국내문헌

- 김충련, 「SAS라는 통계상자」, (서울 : 데이터플러스, 1997).
- 박호표, 「호텔·관광마케팅」, (서울 : 학현사, 1998).
- 이선희, 「여행업경영개론」, (서울 : 대왕사, 1996).
- 이종규 편역, 「리조트의 개발과 경영」, (서울 : 부연사, 1998).
- 이항구, 「관광학서설」, (서울 : 백산출판사, 1997).
- 정찬중, 「서비스마케팅론」, (서울 : 백산출판사, 1990).
- 채서일 외 2인, 「spss/pc를 이용한 통계분석」, (서울 : 학현사, 1993).
- 채서일, 「사회과학 조사방법론」, (서울 : 법문사, 1992).
- 강신겸·김현주, “IMF시대 저비용 여가시설 개발방안연구,” 삼성경제연구소, 1998.
- 김창식·김응식·김동훈, “제주도 펜션업의 도입과 합리적 운영방안에 관한 연구”, 「제주관광학연구」 제4집, 제주관광학회, 2001.
- 김천중, “여행정보의 활용방안에 관한 연구”, 「관광경영학연구」 창간호, 관광경영학회, 1997.
- 손준용, “휴양지 호텔 선택 속성에 관한 연구”, 석사학위논문, 경희대학교 경영대학원, 2002.
- 양영재, “호텔 이용객의 특성과 선택 요인에 관한 비교 연구”, 석사학위논문, 전남대학교 경영대학원, 2002.
- 여가산업연구소. “무주리조트 개발구상에 관한 연구”, 경기대학교부설 여가산업연구소, 1990.

- 유정남, “한국 국민관광의 현황과 전망에 관한 연구”, 「관광연구논집」 제12집, 경기대학교부설 관광개발연구소, 1995.
- 이선희 외, “여행서비스 품질과 만족의 관련성 연구”, 「여행학연구」 제7호, 한국여행학회, 1998.
- 이애주, “관광지 선택행동에 관한 연구”, 박사학위논문, 세종대학교 대학원, 1988.
- 이주형 · 이재곤, “리조트 이용집단간 속성만족도에 관한 연구”, 「관광경영학연구」 제9호, 관광경영학회, 2000.
- 이창석, “부산지역 호텔 이용객의 선택 요인에 관한 연구”, 석사학위논문, 동아대학교 대학원, 1992.
- 정연국, “관광호텔 선택 영향 요인에 관한 연구”, 석사학위논문, 경희대학교 경영대학원, 1999.
- 최근영, “투숙객의 호텔 선택 속성에 관한 연구”, 석사학위논문, 세종대학교 경영대학원, 1999.
- 남제주군 홈페이지, www.namcheju.net
- 문화관광부 홈페이지, www.nct.go.kr
- 북제주군 홈페이지, www.bukjeju.go.kr
- 서귀포시 홈페이지, www.infojeju.com
- 일본관광공사 홈페이지, www.jnto.go.jp
- 제주도청 홈페이지, www.provin.jeju.kr
- 제주시 홈페이지, tour.jejudi.go.kr
- 프랑스 지트 홈페이지, www.gites-de.france.fr

2. 국외문헌

- Barsky, Jonathan D., and Richard Iabagn, "A Strategy for Satisfaction," *The Cornell H.R.A Quarterly*, Vol.33, October 1993.
- Cadotte, Ernest R., and N. Turgeon, "Key Factors in Guest Satisfaction," *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, Vol.28, February, 1988.
- Calantone, R. J., and J. S. Johar, "Seasonal Segmentation of the Tourism Market Using a Benefit Segmentation Framework," *Journal of Travel Research*, Vol.23, No.2, 1984.
- Dickman, S., *Tourism*, (Edward Arnold Pty Ltd., 1989).
- Engle, J. F., and R. D. Blackwell, *Consumer Behavior*, 4th ed., (Heinsdale : The Dryden Press, New York, 1982).
- Francken, D. A., and W. F. Van Raaij, "A Longitudinal Study of Vacationers Information Acquisition Behavior," *Papers on Economic Psychology*, No.2, Rotterdam : Erasmus University, 1979.
- Fridgen, J. D., *Dimensions of Tourism*, (Educational Institute of the American Hotel & Motel Association, 1991).
- Hawkins, D. I., Coney, Kenneth A., and Roger J. Bost, *Consumer Behavior*, (Business Publication, Inc., Dallas, 1980).
- Jenkins, R. L., "Family Vacation Decision-Making," *Journal of Travel Research*, Vol.16, No.4, 1978.
- Knutson, Bonnie J., "Frequent Traversers : Making Them Happy and Bringing Them Back", *The Cornell H.R.A. Quarterly*, Vol.29, May, 1988.
- Kollat, D. T., Blackwell, R. D., and J. F. Engel, *Research in Consumer Behavior*, (New York ; Holt, Rinehart and Winston, 1970).

- Lewis, Robert C., "Isolating Differences in Hotel Attributes", *The Cornell H.R.A. Quarterly*, Vol.25, November, 1984.
- Lewis, Robert C., "The Basic of Hotel Selection," *The Cornell H. R. A. Quarterly Part III*, May 1984.
- Lindquist, J. D., "Are Women's Apparel Store Image Space Aline Across Life Cycle Line", *Proceeding American Marketing Association*, 1979.
- Medrik, S., *The Business of Hotel*, (Heinemann : London, 1980).
- Monroe, K. B. and J. P. Gultinan, "A Path-Analytic Exploration of Retail Patronage Influences," *Journal of Consumer*, Vol.2, June, 1975.
- Van Raaij, W. F., and G. Eilander, "Consumer Economizing Tactics for Ten Product Categories," *In Advances in Consumer Research*, Vol.10, 1983.



ABSTRACT

A STUDY ON SELECTIVE ATTRIBUTIONS OF PENSION USERS

- Targeting Jeju Region -

Chang-soo Kang

Department of Tourism Management

Graduate School of Business Administration

Cheju National University

Supervised by Professor Byung-Gil Choi

Pensions have been rapidly increased not only in Jeju but also as a nation-wide phenomenon and preference and the rate of utilization on them are also growing. However, no systematic researches and studies have been made and so it's raised a necessity to study on what features users consider the first when they select pension and what factors influence on the features.

Based on this, the study is to propose a role of tourist accommodation offering better service by analyzing pension selective attributions of tourists, form of pension chosen by tourists and tourist type which influence on the attributions surveying tourists use condominium style pension in Jeju area. Followings are the results of the survey:

Firstly, it's appeared sanitary and cleanliness are the major concerns, followed by reasonable price, kindly service and safety.

Secondly, there are differences on pension selection by number of visit, purpose of visit and expenses of users.

Thirdly, there are no differences on pension selection by user types.

Based on these results, pensions should prepare following facilities to meet requirements as a tourist accommodation offering better service.

Firstly, pensions should designated a specialized laundry and cleaning company.

Secondly, pensions should have a reliable room rate mechanism.

Thirdly, pensions should have a regular training program for employees and employers to upgrade their service.

Forth, pensions should keep a beautiful scenic environment.

Fifth, pensions should operate shuttle buses scheduled on the time table.

Sixth, pensions should introduce a reservation system.

Lastly, pensions should be equipped with internet lines and have facilities for night life.

It's expected that the study has a limit to find out exact pension selective attributions of tourists because there are differences on form of accommodation chosen by tourists by low and high season in Jeju. There will be also a regional preponderance because it's not clearly classified between condominium style home stay and pension as Jeju is excluded from juridical governance by a law related to tourist pension and the pensions surveyed are limited to in Jeju area.

Therefor, further systematic study should be made inclusive of a new selective attribution along with a nation-wide research on pension business as pension users' recognition is growing when the tourism promotion law on pension is stipulated.

附 錄 : 질 문 지

안녕하십니까?

저는 제주대학교 경영대학원 관광경영학과 석사과정에 재학중인 학생으로 ‘펜션 이용자의 선택속성에 관한 연구’라는 주제로 석사학위 논문을 준비하고 있습니다.

본 설문지는 제주지역 펜션 이용객의 펜션 선택 이용 시 어떤 요인들을 중요시하는 가를 알아보기 위해 개발되었습니다. 귀하의 응답내용은 순수 학문목적으로만 이용되며 비밀은 철저히 보장됨을 약속드립니다.

보다 나은 제주지역의 펜션과 제주관광의 발전을 위해 바쁘시더라도 한 문항도 빠짐없이 평소에 갖고 있던 생각과 경험을 토대로 응답해주십시오.

귀하의 협조에 다시 한번 감사드립니다.

2003년 4월

지도교수 : 제주대학교 관광경영학과 최 병 길 교수

연구자 : 제주대학교 경영대학원 관광경영학과 석사과정 강 창 수

8. 제주지역 이외의 지역을 포함해서 지금까지 펜션을 이용하신 경험은 어떻게 되십니까? (회)

9. 이번 펜션에서의 숙박을 평가한다면?

- ① 매우 만족한다 ② 대체로 만족한 편이다 ③ 그저 그렇다
 ④ 대체로 불만족스럽다 ⑤ 매우 불만족하다

10. 불만족하다면 어떤 점이 가장 불편하셨습니다?

11. 다시 제주를 방문한다면 이번에 숙박하신 펜션을 이용하시겠습니까?

- ① 반드시 이용한다 ② 될 수 있으면 이용하겠다
 ③ 다른 펜션을 이용하고싶다 ④ 펜션은 이용하지 않겠다
 ⑤ 잘 모르겠다



12. 다음은 펜션을 선택할 때 중요하게 고려하는 사항입니다. 선생님의 경험을 토대로 모든 문항에 표시를 해주십시오.

번호	내용	전혀 중요하지 않다	중요하지 않은 편이다	보통이다	중요한 편이다	매우 중요하다
1	친절한 서비스	①	②	③	④	⑤
2	합리적 가격	①	②	③	④	⑤
3	위생 및 청결	①	②	③	④	⑤
4	위치 및 주위환경	①	②	③	④	⑤
5	생명, 도난의 위협으로부터의 안전성	①	②	③	④	⑤
6	다양한 부대시설	①	②	③	④	⑤
7	예약의 용이성	①	②	③	④	⑤

번호	내용	전혀 중요하 지 않다	중요하 지 않은 편이다	보통 이다	중요한 편이다	매우 중요하 다
8	교통의 편리성	①	②	③	④	⑤
9	건물의 외관미	①	②	③	④	⑤
10	객실 분위기	①	②	③	④	⑤
11	주변 관광지와 연계성	①	②	③	④	⑤
12	불편사항에 대한 신속한 처리능력	①	②	③	④	⑤
13	주위의 소개 및 인지도	①	②	③	④	⑤

13. 위 사항 중에서 가장 중요하다고 생각되는 문항 번호를 하나만 적어 주십시오. (번)

다음은 인구통계학적 특성에 관한 사항입니다. 해당 번호에 표시해 주십시오.



14. 선생님의 성별은? ① 남성 ② 여성

15. 선생님의 연령은? (세)

16. 선생님의 거주지는? (광역시/도 시/군/구)

17. 이번 여행의 경비는 1인당 총 얼마를 예상하십니까? (만원)

18. 선생님 가정의 연간 평균연봉은 어떻게 되십니까? (만원)

대단히 감사합니다.