

# 호텔 식음료공간의 디자인 과정에서 영업성 검토에 관한 연구

(N호텔의 사례를 중심으로)

## INTERIOR DESIGN PROCESS FOR FOOD & BEVERAGE FACILITIES OF A CITY HOTEL

김정근 Kim Jung Keun

### ABSTRACT

Today the design is recognized as indispensable part in business activities and it is demanded as one of the management strategies. Since the ultimate goal of a hotel lies in the pursuit of profit, it is important that the design of a hotel faithfully reflects the demands of management at the time of its construction planning. Furthermore, hotel planning undergoes a complicated design phases on a large scale, thus, utilization of a design process that accomodates regional approaches scientific and structural design activities, which will further reduce errors in design steps and pave a way for effective attainment of the target. Especially the management and designers review and confirm the design in relation to the strategic manegible objectives at the early basic stage. The baseline set here will serve as a direction for detailed design. In this context, this thesis formulates a reference baseline in dividing the space in view of the overall profitability and is based upon a survey conducted on the correlation be-

tween the operation of food and beverage section and the space. First, downtown hotels now take on the role of a public facility to a great extent and the number of Koreans who visit the auxiliary facilities of hotel incerases. Second, recently revenue from a food and beverage section is indowntown and the trend is especiallyobriousat western restaurant, buffet and bar. This necessitates the re-evaluation of the business space allocation. Third, sales promotion plan includes diversification, dessection and scaling down of the food and beverage section areas. Fourth, a proper number of seats must be determined in regard to the average area of one seat shown in the survey. Fifth, dense seat arrangement would entail a curtailment rather than a hike in revenue. Sixth, the installation of private dining room is on the rise and in particular, in Japanese and Chinese restaurants. Seventh, business space with declining revenue tends to induce the integration of similar businesses.

## 1. 서론

### 1.1 연구의 목적

오늘날의 디자인은 기업의 제반 활동에 필수 불가결한 것으로 인식되고 있으며, 이에 따라 디자인은 경영 전략적 차원에서 고려되어지고 있다.

호텔은 고정자산산업으로 시설과 서비스를 제공하는 기업이다. 호텔 건설에는 다양한 시설과 설비로 인해 거액의 투자가 소요되므로 호텔의 내부 설계는 특정한 절차에 의해 진행되어야 하며 경영면에서의 중요 변수와 사용자의 요구조건들이 설계에 반영되도록 하는 것이 중요하다.

현대적 의미의 우리나라 호텔의 역사는 일천하다. 지금까지 건립된 특급호텔의 경우 디자인의 각 단계에 있어 경영자측과 디자이너 사이에 필요적절한 의사교환이 제대로 이루어지지 못했다고 보겠다. 이로 인해 호텔 건립후 운영단계에서 적지 않은 시행착오를 겪게 되었고 지어진 시설이 제대로 운영되지 못하는 경우도 나타났다.

특히, 서울 지역 특급 호텔의 경우 선진 기술 도입의 측면에서 외국에 디자인을 의뢰함으로써 디자인 피드백(Feed Back)과정상의 어려움으로 말미암아 경영자의 요구사항이 제대로 반영되지 못하고, 나아가서 호텔 건립후 많은 불편과 낭비를 초래하기도 하였다.

이와 같은 문제점의 인식을 토대로 본 연구에서는 호텔 설계의 단계별 업무 내용을 파악하기 위하여 그 체계적 진행과정을 알아 보고 기본계획 단계에 있는 호텔을 대상으로 디자인이 호텔의 경영 측면에서 반영되어야 할 요인들을 선정하여 조사, 분석함으로써 실제적인 설계의 기준과 방향을 제시하고자 한다.

### 1.2 연구의 범위

호텔 실내 디자인의 평면계획을 위해 결정되어야 하는 기준과 방향이 호텔의 경영성과 연계되어지는 요인은 매우 다양하다.(예 : 호텔의 경영전략, 실내디자인의 목표, 서비스의 목표 등)

그러므로 본 연구에서는 좌석 점유면적과 영업장 면적 배분의 요인에 국한시켜 호텔의 영업실적과 상관관계를 중점적으로 조사, 분석하고자 한다. 또한 그 계획 방법을 제시하고자 다음과 같이 연구를 진행한다.

이에따른 연구방법은 다음과 같다.

- 디자인의 경영 전략적 측면과 호텔 경영의 측면을 문헌적 고찰을 통하여 살펴본다.
- 호텔 설계 진행시 프로그래밍 과정과 기본계획의 중요성에 대한 인식을 토대로 설계 각 단계별 업무의 필요내용을 살펴본다.
- 식음료 공간 디자인시 기준이 되는 결정 요인중 면적배분과 영업성의 연계 측면의 접근을 시도하기 위하여 대상 호텔을 선정하고 타호텔의 현황과 비교하여 상호 연관성에 따라 종합하는 과정을 통하여 그 기준과 방향을 설정한다.

## 2. 경영전략으로서 디자인과 프로그래밍

디자인의 기능은 인간 생활의 질을 향상시킨다는 측면과 이윤증대를 위한 수단이라는 두가지 측면에서 계속 발전하였다.

지난 150년 동안의 디자인의 발전 과정에서 두가지 기능을 비교해 보면 후자의 배경이 되는 산업 기술 및 경제의 변화가 전자의 경우인 문화 예술의 변화보다 더욱 급격한 발전을 이루었다. 이러한 결과로 인간의 의식변화를 초래하였고 지금은 현실적인 생산과 판매 유통을 전제하지 않는 디자인은 생각하기조차 어려울 정도가 되었다.

오늘날과 같은 자본주의 시장경제 체제하에서 디자인은 이제 기업활동에 필수 불가결한 것으로 인식되고 있으며 디자인이 하나의 경영 전략적 차원에서 고려되는 시대가 되었다.<sup>1)</sup>

기업활동에 있어서의 디자인의 역할은 소비자가 상품을 선택할 때 영향을 주는 요인 즉 제품<sup>2)</sup> 선호의 주요 변수로서 작용한다. 이에 따라 경영 목표가 반영된 디자인은 기업의 경영 성과에 영향을 미치게 된다. 그러므로 디자인도 마케팅, 재정, 생산 등과 같이 경영을 필요로 하며 디자인을

효과적으로 성취하기 위해서는 생산제품뿐만 아니라 커뮤니케이션, 환경 등 모든 비즈니스 활동 가운데서 하나의 경영전략으로 인식하지 않으면 안되는 것이다.<sup>3)</sup>

### 2.1 경영변수와 실내 디자인

호텔의 궁극적으로 영리를 추구하는 하나의 기업이다. 호텔 건물과 내부공간의 영업장 및 시설들은 호텔을 구성하는 요소로서 중요한 상품이 되면 호텔은 이를 통하여 고객에게 숙박, 식음료, 사교, 레크레이션, 업무, 활동 등의 행위를 위해 필요한 인적, 물적, 정보적 서비스를 제공하는 것이다. 즉 호텔은 그 자체가 상품으로써 무형적인 서비스와 유형적인 서비스가 복합되어 판매하는 것이다.<sup>4)</sup>

그러므로 호텔 이용객은 식침(食寢)을 해결하기 보다는 자신들의 이미지 체계나 가치체계에 관계되는 경우가 대부분인 계획적 구매 형태를 취하게 된다. 경영자측은 이러한 구매 동기를 촉진시키기 위하여 고객의 선택영향요인 즉 서비스의 질, 종류, 가격, 새로운 실내디자인 등을 수단으로 매출액 증대를 꾀하게 되는 것이다. 그러므로 호텔의 실내디자인은 공간의 가치를 부여하기 위한 제반 활동일뿐 아니라 호텔의 매출액 증대를 위한 제품 선호의 주요 변수로서 경영자측의 요구조건이 충실하게 연계 되도록 하는 디자인의 수행이 중요하다.

### 2.2 프로그래밍의 정의

실내설계는 반영시켜야 할 법규적, 사회적, 환경적인 복잡한 문제와 건축물의 대형화, 복잡화 등으로 인한 기능의 다양화로 많은 의사결정의 문제들에 연루된다. 결국 이러한 문제들의 대응해결을 위해 조직적이고 과학적으로 처리하기 위한 합리적인 설계 방법이 대단히 중요하게 대두되었다.

W.M.PENA<sup>5)</sup>는 종합적 설계과정을 크게 분석으로서의 프로그래밍(Programming)과 종합으로서의 구상 설계(Design)라는, 명확하면서도 서로 별개인 두 단계로 구별하였는데 오늘날의 설계는 문제의 파악 즉 조사, 분석하는 프로그래밍이 설계의 결과를 얻는 일 못지 않게 중요하게 취급되고 있다.<sup>6)</sup>

프로그래밍이란 매우 다양하게 정의되지만, 기본적으로는 설계과정에서 초기 분석단계에서의 정보를 처리하는 과정이라고 하겠다. Henry Sanoff<sup>7)</sup>는 프로그래밍에 대한 정의를 “프로그래밍이란 의도하고 있는 바를 의사소통 가능하도록 진술한 것이다”고 하였다. 즉 프로그래밍이란 설계자가 사용할 수 있도록 된 정보인 것이다. 특정 시설의 설계를 위해 설계자가 필요로 하는 고객의 요구에 대한 특정 정보를 정리해서 모은 것이다. 여기에는 고객이 표명한 요구뿐 아니라 설계에 영향하게 되는 인적, 물리적, 외부의 모든 요인을 망라한다. 그러므로 프로그램은 고객의 요구를 설계자에게 전달하고 번역해 주는 일이기도 하다.

프로그램이 의도적, 특정적, 체계적인 정보라고 하면 프로그래밍은 이들 정보를 개발, 관리하여 전달하는 일을 하는 정보 처리 과정으로서 실내 설계에서의 프로그래밍과정은 초기 분석단계의 작업이 중심이 된다.

### 2.3 프로그래밍 과정

프로그래밍 목적은 크게 프로젝트(Project) 설계 요구를 조사, 분석하는 것과 고객과 설계자가 설계목표와 프로젝트 요구 및 설계기준을 이해하는 가운데 합의에 이를 수 있도록 하는 의사소통으로 나눌 수 있다.

이러한 프로그래밍 과정은 일반적으로 조사 (Inspection) - 분석 (Analysis) - 조합 (Organization)으로 이루어진다.

프로그래밍 과정에서 정보처리하는 정보를 분석하고 문제를 설정하는 과정으로 보는 것이 합리적이다. 여기서 분석되고 종합된 자료는 설계를 위한 개념적 설정의 기초가 된다.

프로그래밍 과정은 프로그램의 접근 방식이 정보간에 작용하는 방식에 따라 프로그램과 설계의 통합, 분리, 상호 작용의 방법이 있다.<sup>8)</sup>

이와 같이 설계에 프로그래밍을 도입함으로써 종래의 직관적이고 창조적인 설계과정으로 체계적이고 객관적이며 분석적인 방법으로 수행하게 됨으로써 설계의 결과물인 디자인에 신뢰와 정당성을 크게 향상시킬

수 있게 되었다.

## 3. 실내 설계 진행과정

### 3.1 디자인의 기본계획 단계

실제의 진행과정 중 기본계획단계는 프로젝트의 공간 기능을 규모화하고 그 규모를 형태화시키는 공간구성 단계로서 구체적인 디자인의 첫 단계이며 설계의 기본 목표와 방향을 종합적으로 제시해 주는 하나의 지침(Guide Line) 즉 기본 골격을 만드는 단계이다.

기본계획 단계에서 평면계획 수립을 위한 기본적인 세 요소 즉 소요공간계획, 공간규모계획, 기능동선계획은 특히 중요하게 다루어진다.

#### 1. 소요공간 계획(Program of Requirement)

프로젝트가 요구하는 각종 공간의 성격 혹은 종류를 결정하는 일을 말하며 이를 결정하기 위해서는 건물에 들어갈 기능조직(Function System)과 운영방침(Management System)에 대해서 의사결정이 이뤄져야 한다. 이러한 기능계획은 다음에 연결되는 물리계획에 직접적인 영향을 주기 때문이다.

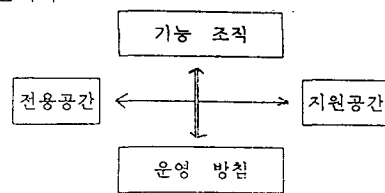


그림 3.1 소요 공간 계획 개념

#### 2. 공간 규모 계획(Space Program)

수립된 소요 공간계획에 필요한 그 규모를 부여하는 일을 말한다. 규모 계획은 인간의 생태나 행태에 근거를 두고 조사 분석한 자료들과 기능공간에 관한 기초자료를 수집하고 연구하며 설문조사 등을 통해 이루어지므로 각 공간의 각종 활동이나 기능에 관한 기초 자료가 갖추어지게 되므로 설계시 직접적인 자료가 되기도 한다.

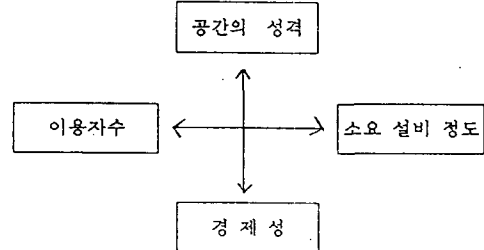


그림 3.2 공간 규모 계획 개념

#### 3. 기능동선 계획(Inter-Function Circulation Planning)

- 1) 정시화, '디자인 개념의 변천에 관한 고찰', 조형논총 제10집, 서울, 1991 국민대학교 환경디자인 연구소, p.160
- 2) 제품 : 소비자의 욕구나 필요를 충족시킬 수 있는 모든 것으로, 물체 뿐 아니라 서비스, 장소, 아이디어, 사람, 조직 활동을 포함하는 것으로 정의한다.
- 3) 이순중, '기업디자인 기능의 변천에 관한 고찰', 조형논총 제10집, 서울 1991 국민대학교 환경디자인 연구소, p.111
- 4) 최풍운, 호텔경영론, 1992. 백산출판사, p.29-34
- 5) Willam M. Pena : 1977, Problem Seeking - An Architectural Programming Primer, Cahners Books International Inc..
- 6) 박한규, 1992, 건축 설계 방법론, 서울, 기문당, p.107
- 7) Henry Sanoff, 1977, Method of Architectural Programming, Stroudsburg, DA. Dowden, Huchinson & Ross Inc..
- 8) 이종인 역, M.A.Palmer 저, 1986, 프로그래밍 연구, 서울, 대광서림, p.180

실내의 각 실이나 공간들의 기능을 원활하게 연결시켜 줌으로써 인간의 활동을 편리하게 해주는 계획을 말한다.

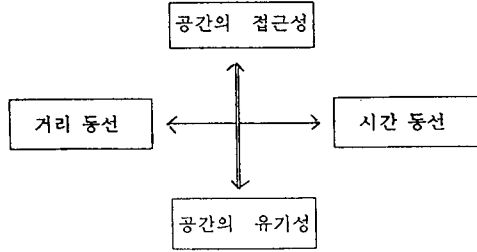


그림 3.3 기능 동선 계획 개념

### 3.2. 호텔 실내 디자인의 기본계획

호텔 설계시 기본계획은 경영자에게 제시되어 사업성을 판단하고 그들의 발상을 추측하여 아이디어를 통합하기 위해 만들어지는 것이다.

그 내용은 디자인의 기본개념, 이미지 정의, 실내계획, 부문설계의 범위, 조명, 가구, 비품 등에 대한 사항이며 설계자는 이러한 제안을 위해 이들에 대한 적합성과 실행가능성의 조사 즉 프로그래밍 과정이 필요하다.

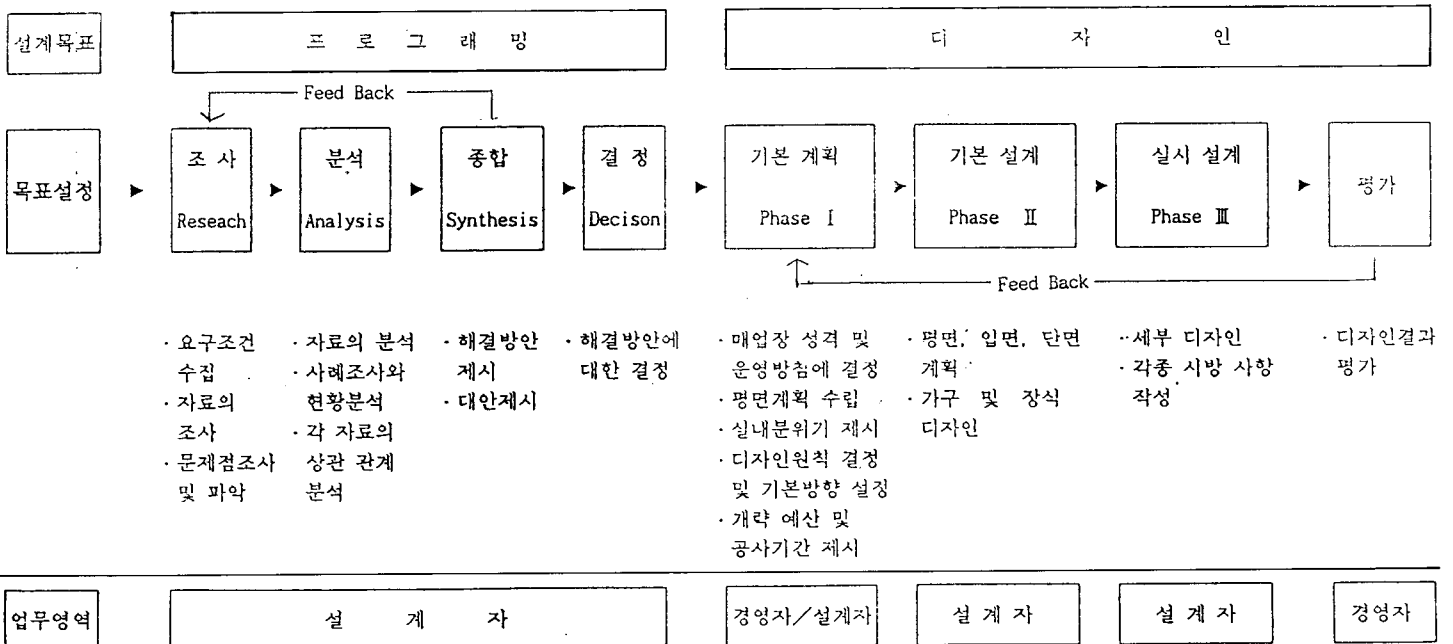
조사의 내용은 공간 자체의 물리적 충족 여부와 이용자인 인간 심리적 행동에 대한 충분한 고려, 사업의 채산성을 배려한 경영면에서의 경제적 타당성과 법적 사항의 검토 등이다.

이렇게 제안된 계획안은 경영자에 의해 검토되고 요구를 보완해 주는 피드백(Feed Back) 과정을 거침으로써 설계의 기준과 방향이 결정되고 향후 설계 및 시공단계에서 파생될 의견의 차이, 마찰, 설계 등의 사태를 최소화시키며 공기의 지연을 예방하고 예산의 증가와 불필요한 반복 투자의 요인을 피할 수 있는 것이다.<sup>9)</sup> 따라서 기본계획 단계는 호텔 설계의 가장 중요한 단계이다. 왜냐하면 기본 계획 단계는 디자인의 대안이 제시될 뿐 아니라 경영자와 의사결정을 위한 프로그램이 요구되는 단계로서 호텔 설계의 가장 중요한 단계이다.

### 3.3 호텔 실내 설계진행 과정

호텔과 같은 대규모 실내 설계 프로젝트는 앞서 언급했던 것과 같이 설계 각 과정에 대한 바른 이해와 그 특징을 파악하여 합리적이고 체계적인 설계 방법으로 적절한 설계 진행 과정을 수립하여 일관되게 진행해야 한다. 이에 따라 호텔 실내 계획의 체계적 진행 과정을 개념적 모델로서 제시하면 다음과 같다.

표 3.4 호텔 설계 진행 과정



## 4. 경영과 디자인

기본계획 단계에서 설계자가 수행해야 할 여러가지 작업내용 중, 평면의 구성과 규모의 결정은 이어지는 디자인의 여타 작업수행에 많은 영향을 미칠 뿐 아니라 경영에도 직접적인 영향을 미친다.

특히 호텔의 수익부문 중 식음료부문은 호텔 판매 활동의 주요 수입원이 되며 전체 공간 내에 중요 부위에 있어 호텔 이미지 결정에 큰 영향을 미친다.

이에 따라 본 연구는 호텔의 식음료부문 영업장을 중심으로 영업장의 업종, 규모, 좌석 점유면적 등을 중점적으로 조사하여 영업장의 구성과 규모결정의 실제적 자료로 제시하고자 한다. 호텔의 영업성을 디자인에 연계시키기 위한 방법으로는 식음료 부문의 영업전망 및 영업실적 등을 조사하여 위의 요인과 그 상관 관계를 분석하였다. 또한 적정규모를 가능하게 합리적인 내부 공간으로 계획하기 위하여 현재 기본계획 단계에 있는 N호텔의 사례를 도심지 특급 호텔(롯데, 신라, 하얏트, 힐튼, 프라자 호텔)의 현황과 비교 검토하여 구체적인 기준과 방향을 제시하고자 한다.

선정된 N호텔은 건축 설계가 완성되어 현재 공사가 시행되고 있어 본 연구의 진행은 다음과 같은 제한점을 갖는다.

- 연구의 기초자료가 되는 설계도 및 시설 내용은 기본설계가 완성된 건축도면을 기준으로 사용한다.
- 현재 건축공사가 시행되고 있으므로 주요 내부 구조의 변경 등은 검토하지 않는다.
- 식음료 부문 공간은 식당, 커피숍, 라운지, 바 등을 주대상으로 조사하며 기능이 다양한 연회장은 제외하였다.
- 사례에서 나타나는 N호텔의 좌석수는 호텔측의 예상 좌석수이다.

### 4.1 N호텔의 사례

#### 4.1.1 건축물 현황

대지위치 : 서울시 강남구 역삼동 602-4의 10필지  
 대지면적 : 10,362.5    건축면적 : 4,080.5    연면적 : 60,705.0  
 건물구조 : 기존빌딩, 지하 3층 지상 15층  
               신축빌딩, 지하 7층, 지상 17층  
 총객실수 : 371  
 외부마감 : 스프레이 코팅 ALC/WALL  
 사업기간 : 신관 오픈 1993. 8    전관 오픈 1994. 8

9) Kichiro Ohba, (1988), 호텔 건축에 무엇이 반영되어야 하는가, 플러스, 16, p.137

N호텔은 객실 규모 218개의 사우나 등 부대시설을 갖춘 도심지형 특급호텔이었으나 현재는 새로운 경영전략의 일환으로 대대적인 증축공사가 시행되고 있다. 기존과 신축의 두 건물은 1층부터 4층까지의 저층부가 하나로 확장되며 그 이상은 기존건물의 경우 일반 객실로 보수되며 신축 건물은 전층이 스위트급 객실로 계획되었다.

#### 4.1.2 호텔의 특징

대상호텔은 새로운 상권이 형성되어 있는 강남의 중심가에 위치하며 주위의 비즈니스 고객을 많이 유치할 수 있고 주택가와 아파트 단지들이 인접해 있어 가족동반의 외식 장소로서도 이용가치가 높다.

호텔의 규모는 객실 371실로 243실의 일반 객실과 128실의 스위트로 구성되어 있다.

객실수를 기준으로 보아 서울지역 대형호텔이 500실 이상인점에 비추어 보면 그 규모면에서 중대형이라 하겠으나 스위트룸이 차지하는 비율이 30% 이상이므로 스위트형 객실 비율이 가장 큰 초호화 특급 호텔이라는 점이 특징이다. 또한 N호텔은 현재 증축설계가 완료되어 건축중이며 실내 설계는 기본계획 단계에서 진행중이다.

표 41 식음료부문 영업장의 시설 내용

층별	시설내용	면적(M <sup>2</sup> )
지하 3층	· 대연회장 · 소연회장	786.1 340.75
지하 2층	· 소연회장 · 게임룸	376.38 65.6
지하 1층	· 부페식당	637.96
지상 1층	· 로비 라운지 · 커피숍 · 비즈니스 센터 · 나이트 클럽	247.2 354.4 93.0 1,432.0
지상 2층	· 양식당	409.63
지상 3층	· 한식당 · 중식당 · 일식당 · 메인바 · 소연회장(P.D.R)	330.1 269.76 410.78 319.85 110.16
지상 4층	· 사우나 · 헬스 클럽 · 수영장	1,390. 485. 806.

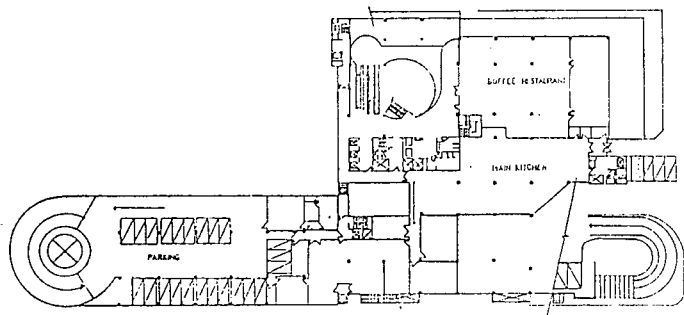


그림 41 지하 1층 평면

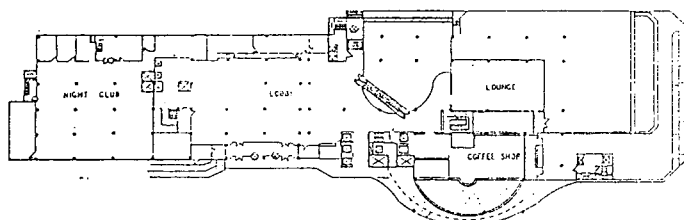


그림 42 1층 평면

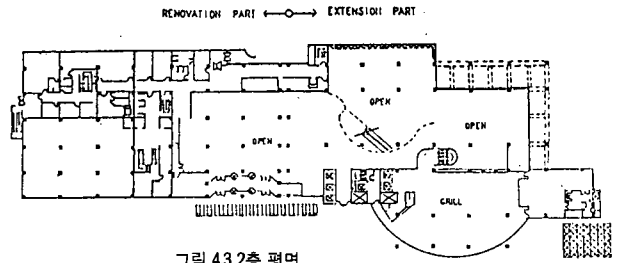


그림 43 4층 평면

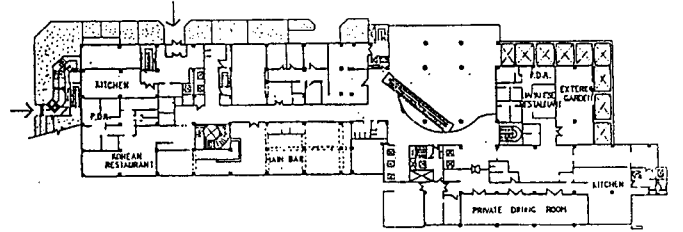


그림 44 3층 평면

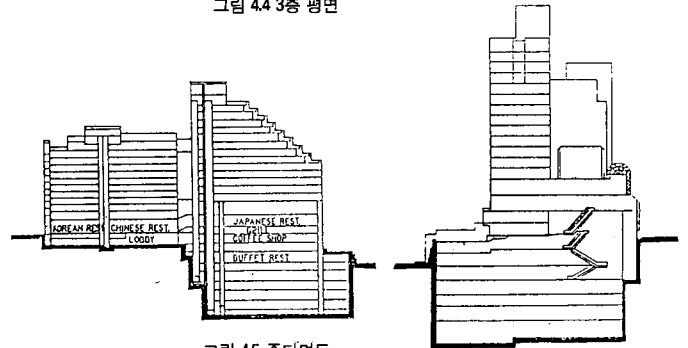


그림 45 주단면도

## 4.2 호텔 경영의 일반적 고찰

### 4.2.1 도심지 호텔의 특징

호텔은 무형적인 서비스와 유형적인 서비스가 복합되어 고객에게 판매되는 곳이다. 오늘날의 도심지 호텔은 잠자리와 음식물을 제공하는 장소로서의 단순한 기능에서 벗어나 사업활동의 장소, 사교와 오락, 레저, 레크리에이션, 교육과 학술 활동의 장소로 이용되고 있다. 따라서 호텔은 이러한 기능과 이에 수반되는 제 서비스 장소로 공공성과 이익성을 동시에 기해야 하는 특성을 갖고 있다.

### 4.2.2 호텔 수입 현황

지금까지 호텔 수입은 객실 부문에 의해 결정된다고 믿어왔으나 생활 수준의 향상은 국민 일반 대중에게 숙박시설 이외에 호텔 상품을 소비하고자 하는 욕구를 창출시켜 그 경향이 점점 증대하고 있다.

내국민의 호텔 이용도를 조사해 보면 80년에 들어와서 계속적인 증가 추세를 보이고 있으며 시설 사용면에 있어서 특등급과 1등급의 식당, 연회장 등 다양한 부대시설 사용에 집중되고 있어 다양한 시설을 보유하고 있는 특급호텔에 경우 계절에 따른 수입면의 차이가 현저히 줄어들게 되었다.

한국관광협회에서 발행된 '81년 우리나라 관광호텔의 등급별, 지역별 경영분석'에 의하면 서울지역 특급호텔의 객실 수입이 33.8%로 식음료 판매수입 52%에 비해 훨씬 낮은 것으로 발표되었다.

이로써 국내경제수준의 향상은 국내 호텔의 판매 활동을 진문화시켰으며 도심지 특급호텔에서 식음료부문의 수입이 호텔 판매 활동의 중요 수입원이 되고 있음이 입증되었다.<sup>9)</sup>

### 4.2.3 식음료 부문의 영업현황

레스토랑 및 바 그리고 커피숍으로 대분될 수 있는 식음료부문의 수익은 근간 자료에 의하면 최근 수년동안 큰 시장 변화의 양상을 보이고 있다. 업장별로 약간의 차이가 있으나 공통적으로 근래 급증하고 있는 호텔

9) 이승희, (1984), '호텔의 부대시설 판매촉진에 관한 연구', p. 26

및 외부 고급 식당으로 인한 경쟁의 심화, 인건비의 급격한 상승 등 원가 상승으로 인한 수익성의 감소, 소비자의 외식성향 변화 등으로 인하여 각 호텔은 계속적인 수요 감소 현상에 직면하고 있는 실정이다.<sup>2)</sup>

식음료부문 영업장 가운데 식당과 바의 매출액 감소 추세가 나타나며 이중에서도 가장 두드러지는 것이 양식당과 부페식당 그리고 바임을 알 수 있다.

이는 양식당과 바의 주요 고객이 외국인인 점을 감안할 때 원화 절상의 고가격으로 인한 거부감으로 짐작되며 내국인이 많이 이용하는 부페식당의 경우 그 선호도가 낮아지고 있음을 짐작할 수 있다.

표 4.2 1985-1987년 레스토랑 및 바의 형태별 매출액 변동 추이

내용	서양식		커피숍		부페		중식		일식		바	
	매출액	증감	매출액	증감	매출액	증감	매출액	증감	매출액	증감	매출액	증감
1985	5,158	-	9,984	-	8,088	-	4,510	-	6,080	-	1,976	-
1986	5,691	10.3	11,209	12.3	7,925	-2.0	4,894	8.5	7,406	21.8	2,158	9.2
1987	5,805	2.0	11,977	6.9	8,235	3.9	5,466	11.7	8,375	13.1	2,157	0

· 매출액 단위 : 백만, 증감 : %  
· 자료 : 정규업, '88올림픽이후 서울지역 특급호텔의 객실가격 정책 및 식음료 부문의 전망과 대책', 한국관광학회.

### 4.3 업종

호텔의 부대시설은 대부분 식음료를 제공하는 시설로서 가장 많은 업종은 식당이다. 호텔 내의 식당은 서양식, 중국식, 일본식, 불란서식, 한국식으로 구성되어 있다. 식당시설 현황을 보면 가장 많은 비율을 차지하는 것이 서양식이며 다음 일식, 중국식, 프랑식, 한식의 순으로 나타나고 있는 반면 81년도 우리나라를 찾는 외래객의 국적 비율로 보면 일본-중

표 4.3 식음료 부문 영업장의 업종 현황

업종	호텔명	호텔명					
		신라	힐튼	하이 야트	롯데	프라자	N호텔
양식		*	*	-	*	*	*
후렌치/이탈리안		*	*	*	*	-	-
한식		*	*	-	*2종	*	*
일식		*	*	*	*2종	*2종	*
중식		*	*	*	*	*	*
부페		*	*	*	*	*	*
커피숍		*	*	*	*	*	*
바		*2종	*2종	*2종	*3종	*2종	*
라운지		*	*	*	*	*	*
나이트클럽		*	*	-	*	-	*
기타(게임룸, 디스코테크 등)		-	-	*	-	-	-

· 자료 : 동호텔 건설본부

표 4.4 좌석당 면적비율

업종	호텔명	신라			힐튼			하이 야트			롯데			프라자			N 호텔						
		영업장	면적	좌석수	M <sup>2</sup> /석	영업장	면적	좌석수	M <sup>2</sup> /석	영업장	면적	좌석수	M <sup>2</sup> /석	영업장	면적	좌석수	M <sup>2</sup> /석	면적	좌석수	M <sup>2</sup> /석			
서양식	콘티넨탈	432	115	3.7	시즌스	129	68	1.9	휴고	472	120	3.9	프린스 유진	462	106	4.3	토파즈	163	68	2.4	409	116	3.5
	서라벌	289	98	2.9	수라	160	70	2.2	-	-	-	-	무궁화	241	104	2.3	아사달	340	86	3.9	330	73	4.5
일식	아리아게	452	147	3.0	젠지	473	144	3.2	아카시아	337	100	3.4	벤케이	435	120	3.6	고도부끼	292	85	3.4	410	64	6.4
	팔션	408	132	3.0	페닉스	309	118	2.6	용궁	170	82	2.0	도림	282	115	2.5	도월	296	94	3.1	269	50	5.4
부페	상그릴라	418	176	2.3	그랑제리아	615	205	3.0	실루엣	475	220	2.2	라세느	428	148	2.8	프라자 퍼브	364	136	2.6	638	184	4.6
	아젤리아	428	188	2.3	가든 카페	326	156	2.1	테라스	558	213	2.6	카페 닌술라	800	328	2.4	프라자	194	101	1.9	354	140	2.5
바	레인보	180	51	3.5	오크롭	235	99	2.4	리젠시	170	62	2.7	윈저바	286	95	3.4	갤러리	102	37	2.7	319	88	3.6
	라운지	265	82	3.2	팜코트	292	97	3.0	로비 라운지	476	100	4.8	로비 라운지	486	202	2.4	폰타나	245	55	4.4	247	62	4.0

· 면적 : M<sup>2</sup>, 좌석수 : E

· 자료 : 롯데 호텔 기획실, 남서울 호텔 건설본부

국-미국-기타의 순으로 나타나고 있어 외국인을 대상으로 하는 식당의 업종은 별다른 차이도 개성도 없는 서구식에 대부분 편중되어 있고 실제 외래객의 비율은 일본이 가장 많은 것으로 나타났다.<sup>3)</sup>

그러므로 업종의 규모와 우선순위 결정에 있어 이를 반영하도록 한다.

분석표에 의하면 대부분의 특급호텔은 비교적 식당의 종류가 다양하다는 것을 알 수 있다. 이는 도시 주변의 전문 음식점과의 경쟁을 극복하고 다채로움이며 다채로운 고객의 구미를 맞추고 인건비의 압박요인을 덜기 위해 대규모 식당보다는 소규모식당을 여러 개 경영하는 것이 현대호텔의 식당경영 추세이기 때문이다.

N호텔의 사례와 비교해 볼 때 시설현황에 대한 제안이 제대로 반영되지 않았으며 타호텔에 비해 도시형 특급호텔로서 식당업종의 다양화와 세분화가 이루어지지 않는 실정이다. 식당도 소규모보다 대규모 지향적이며 기타 부대시설인 게임룸, 나이트클럽 등 유흥시설이 다양하여 고급호텔의 이미지에 영향을 미칠 것이 우려된다.

### 4.4 법적사항의 검토

N호텔은 도시형 특급호텔을 지향하고 있다. 관광사업 시행규칙 14조에는 관광호텔업의 시설기준과 관광호텔업의 등급 결정에 대해 규정되어 있다.

등급결정 요인은 객실의 면적, 냉난방시설, 환기설비, 출입문 자물쇠, 침대규격, 전화, 욕실, 현관로비, 승용승강기, 식당 종류와 갯수, 주방시설, 소방방제시설, 발전기 등이 포함된다.

관광진흥법 시행규칙 등급별 기준에 의하면 식음료부문 공간에 대한 등급별 기준의 경우 특2등급 이상일 때 한식당, 양식당, 연회실, 카테일바 및 다실 또는 휴게실을 설치할 것으로 되어 있다.

관광호텔 등급 평정기준표의 기준에서는 식당의 종류 중 다양성에서 5종 이상인 경우가 가장 높은 배점이 되며 식당의 품위와 질에 있어서 집기, 비품의 질, 공간 활용상태, 내부장식, 재질, 카펫, 분위기, 색상 등이 배점요인이 된다.

N호텔의 경우 등급심사 기준에 미달사항은 나타나지 않는다. 그러나 실내계획서 내부 마감재료의 선택에 있어 소방법규 접촉여부에 대한 배려가 필요하다.

### 4.5 좌석당 차지하는 면적비율

식음료부문 공간에 좌석당 차지하는 면적 비율은 식당의 회전율과 함께 호텔의 수익면에 직접적으로 관련이 있는 요인이다. 특급호텔의 품위와 질적인 면을 배려하고 영업성에 입각한 적절한 수준을 파악하기 위하여 영업장 내의 좌석당 면적비율을 산출하였다.

(표 4.4)에 의하면 각 호텔의 운영방식이나 스타일, 공간의 규모, 실내 디자인에 따라 차이가 있으나 식음료부문 공간의 좌석당 차지하는 면적

비율은 (표 4. 4)와 같이 나타난다.

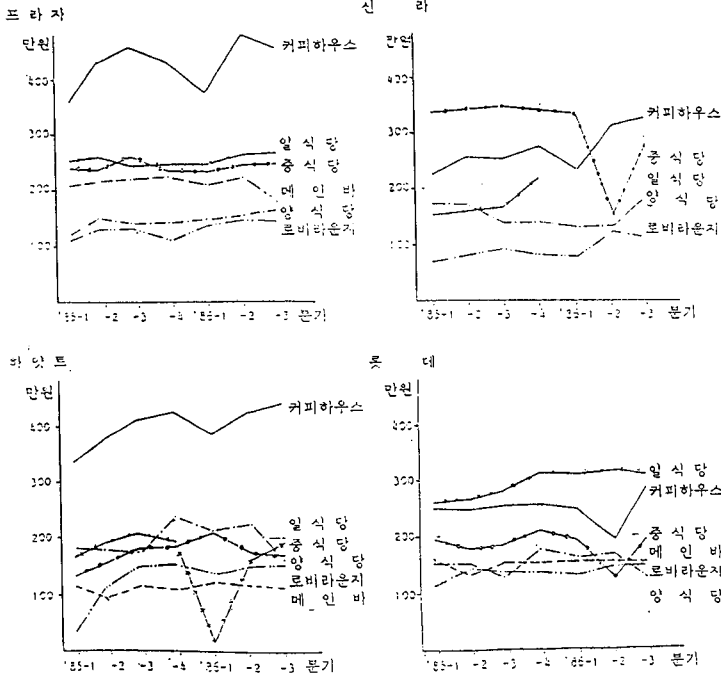
N호텔의 경우 현재 면적에 비해 좌석당 차지하는 비율이 모두 크게 나타나 그 차이가 크므로 이에 따라 영업측면에서의 조절이 필요하다.

#### 4.6 매출액과의 상관관계

##### 4.6.1 업종과 매출액

식음료부문의 대상업종과 매출액의 상관관계를 분석한 바에 의하면 커피숍의 경우 가장 수익이 크며 중식당, 일식당이 상위 그룹에 속하고 양식당, 바, 라운지는 대체로 하위그룹으로 나타났다.

표 4.5 4개 호텔 평당 매출액현황



이에 따라 호텔의 경영측면에서 면적배분시 매출액 상위그룹 업종에 대한 배려가 요구된다고 하겠다.

현재 제시된 N호텔의 평면계획에 의하면 매출액 하위그룹인 양식당과 바의 경우 종류는 1종이나 면적비중이 크며 특히 바의 경우 라운지, 나이트클럽 등 유사업종의 세분화와 함께 강조되고 있어 이의 조절이 필요하다.

##### 4.6.2 좌석당 면적 비율과 매출액

영업장의 좌석비율은 수용인원과 관계되는 것으로 이것은 전체 영업장의 규모를 결정하기 위한 중요한 변수가 된다.

식음료 부문 공간에의 적정 수용 인원은 직접적인 매출액과 연관되나 특급호텔의 이미지를 고려한 적정수용 인원의 결정은 쉽지 않은 문제이다.

이에 따라 타호텔 영업장의 매출액과 좌석비율의 관계를 조사하여 다음과 같은 결과를 얻었다.

표 4.6 매출액 순위와 좌석당 면적비율

업종	매출액 순위	호텔	좌석당 면적비율
서양식	1	신라	3.7
	2	하얏트	3.9
	3	롯데	4.3
	4	힐튼	2.6
	5	프라자	4.2

업종	매출액 순위	호텔	좌석당 면적비율
부페	1	힐튼	3.0
	2	신라	2.3
	3	롯데	2.8
	4	하얏트	2.2
	5	프라자	2.6
커피숍	1	롯데	2.4
	2	하얏트	2.6
	3	신라	2.3
	4	힐튼	2.0
	5	프라자	1.7
바	1	롯데	2.2
	2	힐튼	2.3
	3	신라	3.4
	4	하얏트	2.7
	5	프라자	2.1

· 자료 : 롯데호텔 기획실, '1990년 롯데호텔 매출액 대비표' 중 논자가 요약 정리한 것임.

· 단위 : M<sup>2</sup>/석

· 주 : 바 업종의 롯데, 힐튼은 런치부페와 겸업중임.

각 영업장은 일반적으로 좌석 점유면적이 적은 경우 매출액 순위도 낮은 것으로 조사되었다. 즉 수용인원이 많은 조밀한 좌석배치는 결코 매출액 증대의 영향 요인이 되지 않음이 증명되었다.

또한 환경의 질적 개선 방안으로 여겨지는 상대적으로 좌석점유 면적이 큰 경우에도 매출액 증대에 큰 영향을 미치지 못함을 알 수 있다.

그러므로 영업장의 설계 방향은 조밀한 좌석수 배치를 통하여 영업성 증대를 기대하기 보다는 고객의 변화하는 요구 파악을 통해 적절한 수용인원과 공간의 질적 향상을 통해 고객 유입의 효과를 얻도록 하는 것이 타당하다.

#### 4.7 분석 내용의 종합

① 구성되어 있는 식당업종의 다양화와 세분화 및 소규모화가 필요하다.

② 나이트클럽, 바, 라운지 등의 음료 업종의 면적비중이 식당업종의 비중과 비교할 때 타호텔에 비해 크게 나타난다.

③ 각 업장별로 매출액에 차이를 나타내며, 이에 상응하는 업종의 공간 규모 조정이 요구된다.

④ 수익성이 적은 업종의 경우라도 특급호텔의 규모상 업종의 폐쇄는 고려될 수 없으며 이의 타개책으로 겸업을 고려한 실내계획이 필요하다.

⑤ 조사된 식음료부문 각 공간내의 좌석당 면적비율의 평균치는 다음과 같다.

양식	3.6(M <sup>2</sup> /석)	부페	2.3(M <sup>2</sup> /석)
한식	2.8	커피숍	2.3
중식	2.6	바	2.9
일식	3.3	라운지	3.6

⑥ 현재 예상되는 좌석당 면적 비율은 타호텔에 비해 대부분 크게 나타나므로 이의 조절이 필요하다.

⑦ 좌석당 면적 비율이 평균치보다 너무 크거나 적은 경우 모두 매출액 증대에 영향을 주지 못한다.

⑧ 별실의 설치는 실기능 특성에 따라 평균 좌석 비율을 감안하여 적정 수준을 지킴으로써 개방공간을 유지한다.

10) 정규엽, '88올림픽이후 서울지역 특급호텔의 객실가격 정책 및 식음료 부문의 전망과 대책', 한국관광학회, 관광학연구 12호.

11) 이승희, 전계서, p.39

이와같이 조사분석된 결과에 따라 N호텔의 식음료부문 영업장은 업종, 면적배분, 좌석수 등에 있어 조절과 반영이 요구된다.

## 5. 결론

호텔 실내계획은 호텔이 궁극적으로 영리를 추구하는 기업이기 때문에 경영 전략적 측면에서의 접근 방식이 매우 중요함에도 불구하고 실제로는 경영면의 제반 사항이 디자인에 반영되지 못함으로 인하여 건립 후 많은 문제점이 나타났다. 그 이유는 설계 진행 과정에서부터 각 단계의 업무를 명확히 구분짓지 못했고 경영자가 설계의 단계별 업무 내용을 정확히 파악하지 못함으로 인해 의사결정의 순서가 도치된 것이 주원인으로 지적된다.

본 논문에서는 실내 디자인의 진행과정과 프로그래밍에 대해 다각적으로 살펴보았으며 호텔 설계의 각 단계와 그 업무 내용을 구분하여 제시하였다.

특히 설계 과정의 핵심인 기본계획 단계는 바로 경영자가 디자이너와 함께 주어진 요구사항을 검토하고 확인하는 단계로서 이때 경영자는 전략적 차원으로서의 디자인을 요구하게 되므로 디자이너는 디자인 프로그래밍을 통해 경영자의 요구사항을 충실히 연계시켜 디자인에 반영해야 한다.

디자인에 경영적 고려사항을 연계시키는 접근 방법으로 면적배분과 매출액의 상관관계 조사와 분석을 하였으며 식음료부문 공간을 대상으로 적용시켜 본바, 구성업종의 우선 순위와 면적 배분시 그 비중을 가늠할 수 있는 다음과 같은 결론을 얻었다.

첫째, 현황 분석에서 매출액이 높게 나타난 업종의 면적을 적정 수준으로 증가시킨다.

둘째, 매출액이 낮게 나타난 업종의 경우라도 폐쇄하지 않으며 유사 업종의 겸업을 통하여 영업성 증대에 기여하도록 한다.

셋째, 좌석당 차지하는 면적비율의 합리화를 통하여 매출액 증대와 디자인의 질적 향상을 꾀한다.

이와같이 결정된 각종 체계는 계속적으로 전개되는 설계 진행시 방향과 기준이 되며 이는 일관된 설계 진행과 경영 체계를 이루는데 도움을 주는 것은 물론 예산도 줄일 수 있을 것이다. 이러한 연구과정을 통해 주로 식음료부문의 업종과 면적 배분에 대하여 고려하였던 바, 이외의 다른

디자인 요소, 예를 들어 객실부, 회의, 사교부문 등에 있어 구체적인 경영 측면의 상관관계가 고려되지 못했으므로 앞으로 이런 점이 보완되어 호텔계획의 기초자료로 반영될 수 있도록 연구되어야 할 것이다.

## 참고문헌

- 김종인(역), 프로그래밍 연구, 서울 : 대광서림, 1986.  
 박한규, 건축 설계 방법론, 기문당, 1992.  
 오정환, 호텔경영원론, 경영문화원, 1980.  
 우경국(역), 현대호텔의 계획, 대건사, 1983.  
 이갑조(역), 숙박시설, 화영사, 1986.  
 이강훈(역), Problem Seeking, 대우출판사, 1985.  
 이진사역, 호텔계획과 설계, 이진사, 1983.  
 김현수, '호텔 각 기능공간설계를 위한 분석적 접근', 국민대학교 대학원 석사 학위논문. 1985.  
 이승희, '호텔의 부대시설 판매 촉진에 관한 연구', 경희대학교 경영대학원 석사학위논문, 1984.  
 정경원, '디자인 오케스트라의 지휘자 디자인 매니저먼트', 이화여자대학교 미술대학 장식미술과 동창회.  
 정경훈, '호텔판매 전략에 관한 연구', 관광학, 한국관광학회, 1984.  
 정규엽, '88올림픽이후 서울지역 특급호텔의 객실가격 정책 및 식음료부문의 전망과 대책', 관광학, 한국관광협회, 1988.  
 정시화, '디자인 개념의 변천에 관한 고찰', 조형논총, 국민대학교 환경디자인 연구소, 1991.  
 황정원, '호텔레스토랑 실내공간 디자인에 관한 연구', 홍익대학교 환경대학원 석사학위논문. 1989.  
 C. Dewitt Coffman, Marketing for a Full House, N. Y. Cornell Univ., 1970.  
 Palmer. M. A., The Architect's Guide to Facility Programming., The American Institute of Architects. N. Y., 1981.  
 Roger Dosewell, Towards an Integrated Approach at Hotel Planning, N. Y. Univ., Education. N. Y., 1981.  
 Tomkin, James A & White, John A, Facility planning, John Wiley & Sons, 1984.  
 Walter. A. Rutes. 외 Hotel Planning and Design, N. Y. Watson--Guptill Publications, 1985.

p.38 「장경수」논문에서 이어집니다.

- 3) Richard L. Gains, Interior Plantscapings Building Design for Interior Foliage Plants, New York. Architectural Record. Books, 1977.
  - 4) Mildred F. Schmertz, office Building Design, Architectural Record McGraw-Hill Book Company.
  - 5) Kenneth H. Ripnen, office Building and office Layout planning, McGraw-Hill Book Company, INC. 1960.
4. 정기 간행물
- 1) 김광수, 천창형 아트리움의 자연채광예측방법에 관한 연구, 대한건축학회, 1988, 4월.
  - 2) 김희곤, 고층오피스빌딩 저층부계획에 관한 연구, 홍익대 석사논문, 1985.
  - 3) 박경자, 室内空間의 벽조각 디자인에 관한 연구, 성신여대 석사논문, 1980.

- 4) 박기홍, 室内에 미치는 人工照明的 効果와 心理的 影響에 관한 연구, 홍익대석사논문, 1980.
- 5) 유방연, 실내공간의 수요소 活用에 관한 연구, 홍익대석사논문, 1983.
- 6) 이경자, 오피스로비의 아트리움에 관한 연구, 홍익대석사논문, 1986.
- 7) 신인환, 室内造景에 對한 設計試案, 서울대석사논문, 1986.
- 8) 최혜경, 植物導入을 中心으로 호텔로비의 室内디자인연구, 홍익대석사논문, 1984.
- 9) 홍완기, 휴식공간이 구성요소와 인간형태에 관한 연구, 홍익대석사논문, 1985.
- 10) 함정도, 아트리움 실내공간 디자인기법에 관한 연구, 홍익대석사논문, 1984.