

☒ 응용논문

호텔 서비스품질 측정 속성과 차원 개발

김희탁 · 이명식

상명대학교 경영학과

김장하

영동전문대학 관광경영과

Development of Attributes and Dimensions for Hotel Service Quality Measurement

Heetak Kim · Myung-Sik Lee

Dept. of Business Administration, Sangmyung University

Jang-Ha Kim

Dept. of Tourism Administration, Yeongdong Junior College

Abstract

The purpose of this study is to develop the hotel service quality measurement attributes and dimensions which have higher validity and reliability than before.

The procedures of this study is as follows:

First, the attributes and dimensions are developed through the rigorous analysis of literature review.

Second, the attributes and dimensions which have been developed are refined after the pilot survey.

Third, the final survey used for criterion-related validity test, reliability test and factor analysis.

Eventually, twenty seven attributes and six dimensions are extracted and discussed.

1. 연구목적과 방법

호텔산업은 생산성 향상에 의한 여가시간의 증대, 개인 소득의 증가, 생활수준과 교육수준의 향상, 교통수단과 통신수단의 발달로 인하여 급격한 성장을 거듭하고 있다.

특히 우리나라는 급속한 경제발전과 관광산업 육성정책에 힘입어 호텔산업은 괄목할만한 성장을 이룩했다. 1999년 2월 현재 전국적으로 446개의 호텔에 총46,894실의 객실을 보유하고 있으며, 국민호텔업, 가족호텔업 등 관광숙박업체를 포함할 경우 529개 업체 66,286실로서 단기간에 과다하게 건설되는 것이 아닌가 하는 우려를 낳게 한다.¹

호텔의 건립은 신규 고객을 창출하는 면도 없지 않으나 기존 고객의 유치를 위한 각사 간의 경쟁 또한 피할 수 없을 것으로 생각된다. 기업의 존재 가치는 이윤을 추구하여, 이를 바탕으로 사회에 기여하며 계속기업으로 존재하는 것이라고 볼 때 현재 우리나라의 호텔산업은 매우 어려운 환경에 직면해 있는 것 또한 사실이다. 과다 투자에 따른 금융비용의 상승, 인건비의 상승, 경쟁의 심화 등 대내·외적인 기업환경은 상당히 어려운 상황에 직면해 있다.

이같이 어려운 상황을 극복하기 위해서는 호텔 각 부문에서의 불합리점을 개선하고 능률성 향상에 심혈을 기울여야 하며, 특히 품질 향상을 통한 경쟁력의 제고에 보다 큰 관심을 가져야 할 것이다.

한국의 호텔업계는 이제까지 매출액 증대에 의한 이윤의 확대에 관심을 집중시켜 왔지만, 앞으로는 서비스품질 관리를 통한 수익성 증대의 측면에 관심을 갖지 않으면 안되게 되었다. 서비스품질 관리를 위해서는 고객의 서비스품질 평가에 관한 연구가 필요하며, 정확한 서비스품질 측정 속성과 차원을 도출하는 것은 서비스품질 평가의 기본이 된다.

따라서 본 연구는 호텔 서비스품질 측정에 관한 국내·외 전문서적 및 논문 등 선행연구를 비교 분석하고, 이에 대해 전문가 의견을 수렴하여 속성 및 차원을 도출한 후, 이를 이용한 고객자료를 실증분석하여 보다 타당성과 신뢰성이 우수한 호텔 서비스품질 측정 속성 및 차원을 개발하고자 한다.

2. 서비스품질의 차원

서비스품질 차원이란 고객이 서비스품을 평가하기 위해 사용하는 기준 즉, 구성요소를 말한다.

서비스품질의 구성 차원을 실증적으로 연구한 Parasuraman, Zeithaml, Berry(차후

1. 우리나라의 호텔기업은 1988년 251개 업체 32,438실에서 1999년 2월 현재 446개 업체 46,894실로 약10년 동안 업체 수 78%, 객실 수 45%의 성장률을 나타내고 있다.

PZB로 표기, 1985b)는 서비스품을 결정하는 기준 10종을 제시하고 이 기준을 서비스품질의 결정요소라 칭했으며, 이것을 유형성, 신뢰성, 반응성, 능력, 접근성, 예절, 의사소통, 신용성, 안전성, 고객이해의 10가지 주요 차원으로 제시했다. 그러나 이들 서비스품질 구성요소들은 상호간에 다소 중복되는 내용을 지니고 있어 명확하게 식별하기 어렵다. 또한 소비자들의 개인적인 욕구나 서비스 업종에 따라 구성요소를 간의 상대적 중요성이 다를 수도 있다. 하지만 이 요소들이 복합적으로 작용하여 서비스품질이 결정된다는 점은 인정할 만한 것으로 평가되고 있다.

이후 PZB(1988b)는 신용카드 등의 서비스 분야에 대한 실증적 연구로 유형성(물적 시설, 장비, 인원, 의사소통 매체), 신뢰성(서비스 수행에 있어서의 신뢰성과 정확성), 반응성(기꺼이 고객을 돕고 신속한 서비스를 제공하는 것), 보증성(직원의 지식과 예의, 신뢰와 확신을 전하는 능력), 감정이입(각각의 고객들에게 주의 깊고, 도움을 주는 것)의 5개로 서비스품질의 구성차원을 축약했다.

< 표 1 > PZB의 서비스품질 차원

10개 차원	내용(1985b)	5개 차원	내용(1988b)
유형성	서비스 제공에 투입되는 유형적 단서 (건물, 장비, 도구나 서류, 직원의 복장 등)	유형성	좌 동
신뢰성	서비스 업무수행의 일관성과 정확성 (약속의 이행, 계산 및 기록의 정확성 등)	신뢰성	좌 동
반응성	서비스 제공직원의 자발성과 준비성 (즉각적인 서비스제공, 신속한 응답 및 조치 등)	반응성	좌 동
능력	서비스를 제공하는데 필요한 자발성과 준비성 (직원이나 기업의 풍부한 기술 및 지식)	보증성	기업과 직원의 능력, 예의, 신용성, 안전성, 및 이를 전달 하는 능력
예의	직원의 제반 예절과 도덕심 (고객에 대한 친절감, 존경, 배려 등)		
신용성	기업의 신용 및 정직성, 평판, 명성 등		
안전성	위험이나 의심으로부터의 자율		
의사소통	서비스 정보를 전달하며, 고객에게 귀를 기울이는 것 (서비스 제공방법, 서비스에 드는 비용, 문제점의 처리 방법 등에 대한 설명)	감정이입	기업과 직원이 고객들에게 기울이는 관심, 배려와 접촉 용이성
접근성	기업의 접근 가능성과 직원과의 접촉 용이성 (서비스 시설의 편리한 위치, 편리한 영업시간, 대기시간, 혼잡성 등)		
고객이해	고객의 욕구를 이해하려는 노력 (고객의 특별한 욕구의 이해, 개별적 관심, 단골고객의 인식 등)		

자료: PZB (1985b, 1988b)의 연구를 논자 재구성

그러나 Carman(1990)은 치과 진료소, 경영대학 고용센터, 응급병원, 타이어점을 대상으로 실증분석한 결과 SERVQUAL 차원의 안전성은 인상적이나 완전하게 일반적이지는 않다고 했으며, Cronin and Taylor(1992)도 레스토랑점을 대상으로 실증분석한 결과 SERVQUAL 척도의 5개 차원은 확증되지 않았으며 따라서 22개의 항목을 단일차원으로 평가했다고 하였다.

또한 Finn and Lamb(1991), Guiry et al.(1992) 등도 소매점을 대상으로 SERVQUAL을 적용한 결과 제안된 5개 차원의 적합도를 확인할 수 없었다고 했으며, Spreng and Singh(1993)은 은행서비스를 대상으로 실증분석한 결과 5개 차원의 적합도를 발견하기 어려웠다고 했다.

이같은 결과는 분석 대상기업의 차이에 기인한 것이라고 해석할 수 있으므로, 특정 산업이나 기업에 적용하기 전에 차원성의 재평가가 있어야 할 것으로 생각한다.

3. 호텔 서비스품질 측정 속성과 차원에 관한 선행연구 비교 분석

1990년대 이후 호텔 서비스품질 측정에 대한 연구는 국내·외적으로 관심의 대상이 되어 많은 학자들의 연구가 진행되어 왔다. 본 연구에서는 보다 타당성과 신뢰성이 우수한 호텔 서비스품질 측정 속성 및 차원을 개발하기 위하여, 개인적 수준에서의 연구가 아닌, 이전의 여러 연구를 비교 분석하여 속성 및 차원을 도출한 연구를 면밀히 고찰하고 비교 분석하여 이를 다시 정제고, 전문가 의견을 수렴한 후 실제 고객자료를 이용하여 실증분석하고자 한다.

3.1 선행연구 고찰

3.1.1 선행연구에서의 속성과 차원

첫째, Saleh and Ryan(1991)의 연구는 SERVQUAL과 SERVPERF 모델을 호텔기업에 적용하여 실증분석한 연구로, 이들을 Lewis and Pizam(1981), Lewis(1983), Nightingale(1985), Moller et al.(1985), Lewis and Klein (1988), Knutson(1988) 등의 연구에서 이용된 품질 평가 속성을 비교 분석하여 33개의 속성을 도출하였으며, 이를 요인 분석한 결과 PZB의 5개 차원을 33개 속성에서 확인하였다.

둘째, Knutson, Stevens, Wullaert, Patton and Yokoyama(1991)는 SERVQUAL 5개 차원을 이용하여 26개의 호텔 서비스품질 속성을 도출하고 이의 신뢰성과 타당성, 유용성을 주장하였다.

셋째, 김대권(1995)은 Lewis(1984), Gadotte and Turgeon(1988), Martin(1986) 등의 연구를 참고하여 98개의 속성을 도출한 후 패널토의를 거쳐 47개의 호텔 서비스 품질 평가 속성을 추출하였으며, 이를 다시 예비조사를 거쳐 37개 속성으로 축약하였다.

또한 본 연구에서는 위의 37개 속성을 요인분석하여 쾌적성, 분위기, 부대서비스의

다양성, 효용성, 입지, 신뢰성, 적시성, 보증, 고객의 공감 등 9개 차원의 구성요인을 도출하였다.

넷째, 최무애(1996)는 호텔서비스 품질 평가 속성 및 차원을 도출하기 위해 호텔 선택 속성, 호텔서비스 품질 평가 속성, 호텔 만족·불만족 요인 등 다양한 연구를 비교 분석하였다. Engel et al.(1978)의 연구를 비롯한 23명의 연구를 비교 분석하여 빈도수가 높은 순으로 중요성으로 간주하고 이를 패널 토의를 거쳐 선택하였다. 선택된 27개 속성을 다시 요인 분석하여 인적 서비스 요인, 물적 서비스 요인, 이미지 요인으로 구분하였다.

다섯째, 이봉석(1996)은 Lewis(1984)등 국내·외 학자의 연구를 비교 분석하여 호텔 서비스 품질 측정 속성을 도출한 후 이를 PZB가 제시한 5개 차원으로 분류하였다. 즉 PZB의 SERVQUAL 5개 차원을 기준으로 하고, PZB의 22개 속성을 호텔기업 서비스 품질 속성에 적합하도록 20개 속성으로 변형 시켰다.

위에 제시한 다섯편의 연구에서 제시한 호텔 서비스품질 측정 속성 및 차원을 정리 하면 다음의 표와 같다.

< 표 2 > 연구자별 호텔 서비스품질 측정 속성과 차원

연구자	차 원	속 성
Saleh & Ryan	유형성	잘 차려 입고 말끔함, 현대적 설비의 보유, 좋은 매너를 나타냄, 업무에 열의를 보임, 웃으며 일함, 껌을 씹지 않음, 공격적이거나 빈정거리지 않음
	신뢰성	지원적임, 의존적임, 약속된 때 서비스 함
	반응성	바쁜 가운데도 도움, 서비스에 관해 알려줌, 고객 만족도를 체크함, 가능한 한 고객에 응대함, 신속한 서비스, 불평불만의 해소, 고객의 서비스 부탁을 들어줌, 행동에 관해 알려줌
	보증성	신뢰, 고객에 예의 바름, 고객과의 의사소통, 친절하고 진심에서 반기는 억양, 결정하지 못하는 고객에 대한 조언, 지식, 문제점을 야기하지 않음, 스텝과의 의사소통
	감정이입	개별적 접대, 고객의 요구(욕구)에 미리 대처 함, 성실함, 고객의 존경, 개인적 요구(욕구)에 응함, 고객의 이름을 불러 이야기 함, 개인적 주의
Knutson et al.	신뢰성	장비운용, 독립성과 일관성, 빠른 문제해결, 정시의 서비스
	보증성	숙달된 종사원, 편안함, 회사의 종사원에 대한 지원, 종사원의 지식, 예약자의 인지도
	반응성	즉각적인 서비스, 종사원의 배치, 특별한 요구의 실행
	유형성	깔끔한 외모의 종사원, 식·음료의 질, 매력적인 객실, 명성에 맞는 장식, 매력적인 공공장소, 최신의 장비
	감정이입	특별한 가치가 있다고 느낌, 동정적인 종사원, 섬세한 종사원, 편리한 시간, 고객의 요구예측, 무료서비스 제공, 메뉴의 상태, 형식에 얽매이지 않음

< 표 2 > 계속

연구자	차 원	속 성
김대권	보증	예의 바른 태도, 적합한 서비스 제안, 호텔의 제반지식 보유, 진심 어린 감사, 문제 해결의 관심, 의사소통 능력, 소비자 요청에의 지속적 관심, 불만의 처리능력
	신뢰성	예약의 준수, 입·퇴숙 절차, 계산의 정확성, 가격의 적절성, 다른 고객으로부터의 방해
	쾌적성	조명 환기 냉난방, 객실 욕실의 청결 상태, 객실가구 비품 상태
	분위기	분위기 있는 로비, 분위기 있는 실내장식
	부대서비스의 다양성	다양한 유흥시설, 다양한 레크레이션 시설
	고객의 공감	재 투숙객의 대한 관심, 호텔명성에 적합한 서비스, 이규제큐티 브 서비스
	입지	주변지역의 조용함, 주변경관의 수려함
	효용성	비즈니스 서비스제공
	적시성	서비스 제공시간 고지, 서비스 제공시간 준수
최무애	물적 서비스 요인	메뉴의 다양성, 호텔주변의 조용함, 사용하기 편리한 부대시설, 편리한 주차 시설, 현대적인 제반 시설(기계와 전기시설 등), 단정한 종업원의 용모, 매력적인 주변경관과 외관, 분위기와 어울리는 실내장식과 가구.
	인적 서비스 요인	고객의 불편사항에 대한 관심과 해결, 약속대로 준비된 객실, 정확한 예약 사항 기록, 문의사항에 정확한 응답, 청결, 친절과 공손, 고객의 요구에 대해 신속한 대응, 안전, 충분한 객실과 욕실의 크기, 가치에 맞는 가격, 밝고 쾌적한 분위기, 종업원의 서비스에 대한 충분한 지식 보유, 고객과 원활한 의사소통, 신속 정확한 룸서비스, 빠르고 능률적인 체크인 아웃 절차.
	이미지 요인	고객의 개인적 욕구에 대한 종업원의 관심, 호텔에 비치된 관련자료의 유용성, 집과 같은 편안함, 편리한 위치.
이봉석	유형성	현대적 건물과 시설, 시설과 장식물의 외적인 멋, 주변의 조경과 경관, 종사원의 외모와 복장
	신뢰성	서비스제공의 시간준수, 고객의 불만처리, 올바른 서비스, 고객에 대한 실수여부
	반응성	서비스 제공시간의 고지, 신속한 서비스, 고객을 도울 자세, 충분한 인원
	확실성	종사원에 대한 신뢰감, 예약의 편의 및 신뢰, 일관된 예약, 서비스의 전문적 지식
	공감성	고객 개개인에 대한 호텔측의 관심, 고객에 대한 종사원의 개별적 관심, 각종시설의 편리한 이용, 특별한 요구에 대한 응대

자료: Saleh and Ryan(1991) 등의 연구를 논자 재구성

3.1.2 선행연구에 대한 논의

첫째, Saleh and Ryan(1991)의 연구에서는 현대 호텔서비스에서 이해 할 수 없는 의외의 속성(예, 껌을 씹지 않음, 공격적이거나 빈정거리지 않음)이 포함되어 있으며, 한글로 표기했을 경우 의미에 혼동을 초래할 수 있는 용어(예, 지원적임, 의존 적임)를 사용한 점, 유사속성이 다수 포함된 점(예, 행동에 관해 알려줌과 결정하지 못하는 고객에 대한 조언, 개별적 접대와 개인적 요구에 응함, 개인적 주의, 바쁜 가운데 도움과 가능한 한 고객에 응대함, 고객의 서비스 부탁을 들어줌)을 문제점으로 지적할 수 있다.

둘째, Knutson, Stevens, Wullaert, Patton and Yokoyama(1991) 연구에서의 속성 중 회사의 종사원에 대한 지원, 종사원의 배치는 서비스품질에 영향을 미치는 요인으로 보아야 할 것이며, 무료 서비스 제공은 호텔의 마케팅 정책적 의미 지니고 있다. 또한 특별한 가치가 있다고 느끼는 서비스가치를 연구할 때 필요한 속성이며, 종사원에 관한 속성 가운데는 이를 너무 세분화한 것(예, 동정적인 종사원, 섬세한 종사원)이 문제점으로 지적된다. 즉, 종사원의 속성을 이같이 세분화한다면 너무 많은 속성이 도출될 수 있기 때문이다.

셋째, 김대권(1995) 연구에서의 속성 중에는 구체적 표현으로 변경시켜야 할 속성(예, 적합한 서비스 제안, 호텔의 제반 지식 보유)이 있으며, 부대 서비스의 다양성 요인이 2개 속성으로 대표되고 있고, 효용성 요인이 1개 요인으로 대표되고 있으나 현대호텔은 다양한 기능을 수행하고 있어 이의 확대가 필요하다.

또한 고객의 공감요인에 이규제큐티브 서비스를 포함시킨 것도 문제점으로 지적할 수 있다. 이는 호텔의 다양한 부대서비스 중 하나이므로 이같이 세분화한다면 너무 많은 속성이 도출될 수 있으며, 또한 이규제큐티브 서비스는 비즈니스호텔에서만 제공할 수 있는 서비스이기 때문이다. 그러나 본 연구에서는 타 연구와 비교되는 속성(예, 다른 고객으로부터 방해, 유희성에 관한 속성)이 개발되어 있으며, 이는 호텔 기업의 특성을 고려할 때 매우 바람직한 것이라 평가할 수 있다.

넷째, 최무애(1996) 연구에서의 일부 속성은 그 속성 분야를 대표할 수 없는 것이 포함되어 있다(예, 신속 정확한 립서비스, 빠르고 능률적인 체크인/아웃절차). 즉, 빠르고 신속한 인적서비스는 모든 서비스의 제공에 포함 될 수 있다. 특히 본 연구에서는 27개 속성을 인적서비스 요인, 물적 서비스 요인, 이미지 요인으로 차원화 했으나, 안전, 충분한 객실과 욕실의 크기, 가치에 맞는 가격, 밝고 쾌적한 분위기 등은 인적 서비스 요인으로 구분하기 곤란하며, 4개의 이미지요인 속성은 오히려 이를 인적 서비스 요인이나 물적 서비스 요인에 포함시켜야 정확할 것이다.

다섯째, 이봉석(1996) 연구의 속성 중에는 구체적 표현 없이 사용한 것이 있으며(예, 올바른 서비스), 의미가 불분명한 속성이 있어(예, 일관된 예약)이를 명확히 하거나 변형시켜야 할 것이다. 하지만 전체 호텔서비스를 20개 속성으로 축약하여 어느 호텔기업에도 적용 가능토록 개발한 것은 의미 있는 것이다.

3.2 선행연구의 비교분석

앞에서 고찰한 5편의 연구는 모두 선행 연구를 비교 분석하고 실증분석을 통하여

속성 및 요인을 도출하였으므로 타당성이 매우 높은 것으로 생각된다. 그러나 일부 연구에서는 유사속성이 다수 포함되어 있고, 용어나 문장을 변형시키거나 구체화해야 할 속성이 포함되어 있다. 또한 이학식(1997)의 연구에서도 지적했듯이 기존의 연구는 서비스 품질을 실용적인 요소만 고려하는 경향이 있으나 실용적인 요소와 쾌락적인 요소를 함께 고려하여야 한다. 특히 호텔기업은 그 특성상 쾌락적, 유희적 특성을 배제할 수 없으므로 이에 대한 고려가 필요하다고 생각한다. 따라서 이들 속성을 비교 분석하여 다시 정제하고, 전문가 의견을 수렴하여 보다 타당성이 높은 호텔 서비스품질 측정 속성 및 차원을 개발하고자 한다.

이를 위해 본 연구에서는 속성 가운데 의미가 불분명한 것이 있거나 용어의 사용에 다소 문제점은 있으나, 호텔 서비스품질을 20개 속성으로 축약하여 어느 호텔기업에도 적용 가능토록 일반화했으며, 호텔의 다양한 영업장 어느 곳에도 이용할 수 있게 개발하여 전체 호텔 서비스품질 측정이 가능토록 한 이봉석(1996)의 연구에서 도출된 속성을 기준으로 유사 속성을 정리한 후 이를 비교 분석하여 속성을 통합·정제·개발하고, 이봉석(1996)의 연구에서는 고려치 않았지만 다른 여러 연구에서 중요 속성으로 취급된 속성을 이에 추가하여 본 연구에서 이용될 기본 속성을 도출하고자 한다. 도출된 속성은 다시 전문가 의견 수렴과 신뢰도 분석, 요인분석을 거쳐 확정할 것이다.

선행 연구에서 사용된 속성을 비교 분석하기 위해 이봉석의 연구(1996)를 기준으로 이를 도표화하면 다음과 같다.

< 표 3 > 이봉석의 연구를 기준으로 정리한 연구자별 호텔 서비스품질 측정 속성

이봉석 연구에서의 속성	Saleh & Ryan	Kuston 등	최무애	김대권	빈도
현대적 건물과 시설	*	*	*		4
시설과 장식물의 외적인 멋		*	*		3
주변의 조경과 경관			*	*	3
종사원의 외모와 복장	*	*	*		4
서비스제공 시간의 준수	*	*		*	4
고객의 불만 처리	*	*	*	*	5
올바른 서비스					1
고객에 대한 실수 여부					1
서비스 제공시간의 고지	*			*	3
신속한 서비스	*	*	*		4
고객을 도울 자세	*	*			3
충분한 인원		*			2
종사원에 대한 신뢰감	*		*		3
예약의 편의 및 신뢰			*	*	3
일관된 예약					1
서비스의 전문적 지식	*	*	*	*	5
고객 개개인에 대한 호텔 측의 관심	*				2
고객에 대한 종사원의 개별적 관심	*		*	*	4
각종 시설의 편리한 이용			*		2
특별한 요구에 대한 응대	*	*			3

위 표에 나타낸바와 같이 5편의 연구를 기준으로 빈도가 높은 순으로 정리하면, 빈도 5가 고객의 불만 처리, 서비스의 전문적 지식, 빈도 4가 현대적 건물과 시설, 종사원의 외모와 복장, 서비스제공 시간의 준수, 신속한 서비스, 고객에 대한 종사원의 개별적 관심, 빈도 3이 시설과 장식물의 외적인 멋, 주변의 조경과 경관, 서비스 제공 시간의 고지, 고객을 도울 자세, 종사원에 대한 신뢰감, 예약의 편의 및 신뢰, 특별한 요구에 대한 응대이며 나머지 속성이 빈도 1, 2를 나타낸다.

여기서 빈도 3이상(연구자의 60%이상)인 14개의 속성을 1차로 도출하고자 하였으며, 14개 속성 중 일부는 용어를 변경하거나 유사 의미인 경우 이를 통합하였다. 즉, “현대적 건물과 시설”을 “최신의 현대적 건물과 시설 및 설비”로, “시설과 장식물의 외적인 멋”을 “물적 시설(건물, 시설, 설비, 비품 등)의 시각적 매력성”으로, “주변의 조경과 경관”을 “호텔 주변지역의 조경과 경관”으로, “종사원의 외모와 복장”을 “단정한 종사원의 용모”로, “고객의 불만처리”를 “고객의 불평불만에 대한 신속한 해결”로, “신속한 서비스”를 “신속·정확한 서비스”로, “고객을 도울 자세”를 “고객을 존경하고 도우려는 자세로”, “서비스의 전문적 지식”을 “종사원의 직무수행에 필요한 지식 보유”로, “특별한 요구에 대한 응대”를 “고객의 특별한 요구에 대한 응대”로 변경하였다.

그러나 이봉석의 연구(1996)에서는 이용하지 않았지만 다른 여러 연구에서 중요 속성으로 취급한 호텔 서비스품질 측정 속성과 위의 분석에서 빈도 1, 2를 나타낸 속성도 다시 고려해야 하므로, 이를 비교 분석하기 위해 대표속성을 기준으로 동일속성 및 유사속성을 정리하면 다음의 표와 같다.

< 표 4 > 대표 속성을 기준으로 한 유사 용어의 속성

대표 속성	동일용어 및 유사 용어의 속성
청결성	청결, 객실·욕실의 청결 상태,
주차장	주차 편리성, 편리한 주차시설,
가격	가격의 적절성, 가치에 맞는 가격
객실 품질	객실 가구 비품 상태, 충분한 객실과 욕실의 크기
예의	예의바른 태도, 친절과 공손, 진심 어린 감사, 고객에 예의바름, 좋은 매너를 나타냄, 친절하고 진심에서 반기는 억양, 문제점을 이야기하지 않음
의사소통	고객과의 의사소통, 스텝과의 의사소통, 고객과 원활한 의사소통, 의사소통능력
공공장소	분위기 있는 로비, 매력적인 공공장소
유흥성	다양한 유흥시설, 다양한 레크레이션 시설
식·음료의 질	메뉴의 다양성, 식·음료의 질, 메뉴의 상태
분위기	분위기에 어울리는 실내장식과 가구, 밝고 쾌적한 분위기, 분위기 있는 실내장식
호텔의 조용함	호텔의 조용함, 조용함, 객실의 조용함, 다른 고객으로부터의 방해
편안함	집과 같은 편안함, 편안함
부대서비스	비즈니스서비스, 이규제큐티브 서비스
고객요구예측	고객의 요구에 미리 대처함, 고객의 요구 예측

위의 표를 참고하여 동일용어 및 유사용어의 속성이 3개 이상인 대표속성을 호텔 서비스품질 측정 속성으로 도출하였으며, 대표속성의 용어는 유사용어의 속성을 비교하여 변경하였다. 따라서 “예의 바른 태도”, “고객과의 원활한 의사소통”, “식·음료의 다양성 및 질”, “쾌적하고 안락한 분위기”, “호텔의 조용함과 편안함” 등 5개 속성을 추가로 도출하였다.

나머지 9개 속성은 전문가 의견을 반영한 후 다시 비교 분석하고자 한다.

3.3 호텔 서비스품질 측정 속성의 도출(1차 개발)

< 표 5 > 호텔 서비스품질 측정 속성(1차 개발)

호텔 서비스품질 측정 속성	
1. 최신의 현대적 건물과 시설 및 설비	10. 서비스 제공시간의 고지
2. 물적 시설(건물, 시설, 설비, 비품 등)의 시각적 매력성	11. 예약의 편의 및 신뢰
3. 호텔 주변지역의 조경과 경관	12. 종사원의 직무수행에 필요한 지식 보유
4. 단정한 종사원의 용모	13. 고객에 대한 종사원의 개별적 관심
5. 서비스 제공시간의 준수	14. 고객의 특별한 요구에 대한 응대
6. 고객의 불평·불만에 대한 신속한 해결	15. 호텔의 조용함
7. 신속·정확한 서비스	16. 예의 바른 태도
8. 고객을 존경하고 도우려는 자세	17. 고객과의 원활한 의사소통
9. 종사원에 대한 신뢰감	18. 쾌적하고 안락한 분위기
	19. 식·음료의 다양성 및 질

앞에 기술한바와 같이 선행연구를 비교 분석한 결과 1차적으로 위와 같은 19개의 호텔 서비스품질 측정 속성을 도출하였으며, 이는 다시 전문가 의견수렴과 신뢰도 분석과 요인분석을 거쳐 확정할 것이다.

3.4 선행연구에서 제시된 기타속성의 처리

선행연구에서는 제시되었으나 이봉석의 연구를 기준으로 비교 분석할 때 제외된 속성과 대표속성을 기준으로 비교 분석할 때 제외된 속성 중, 위의 19개 속성과 유사한 속성들은 이를 통합하고 나머지 속성은 제거하기로 하며, 제거된 속성은 전문가 의견수렴 후 다시 비교 분석할 것이다.

3.4.1 유사속성의 통합

유사속성의 통합 내용은 다음의 표와 같다.

< 표 6 > 유사속성의 통합

속 성	유 사 속 성
최신의 현대적 건물과 시설 및 설비	조명 · 환기 · 냉난방, 장비 운용
신속 · 정확한 서비스	신속 정확한 룸서비스, 빠르고 능률적인 체크인/아웃 절차, 적합한 서비스제안, 입 · 퇴숙 절차, 호텔명성에 적합한 서비스,
고객의 불평 · 불만에 대한 신속한 해결	불만의 처리 능력
고객을 존경하고 도우려는 자세	업무에 열의를 보임, 웃으며 일함, 지원적임, 고객의 존경
종사원에 대한 신뢰감	의존적임, 성실함
예약의 편의 및 신뢰	약속대로 준비된 객실
종사원의 직무수행에 필요한 지식 보유	숙달된 종사원
고객에 대한 종사원의 개별적 관심	재투숙객에 대한 관심, 결정하지 못하는 고객에 대한 조언, 개별적 접대, 고객의 이름을 불러 이야기함, 섬세한 종사원, 행동에 관해 알려줌
고객의 특별한 요구에 대한 응대	가능한 한 고객에 응대함, 고객의 서비스 부탁을 들어 줌,

3.4.2 일단 제거하고 전문가 의견 수렴 후 다시 비교 분석해야 할 속성

일단 제거하고 전문가 의견 수렴 후 다시 비교 분석해야 할 속성은, “호텔에 비치된 관련자료의 유용성”, “편리한 위치”, “계산의 정확성”, “짐을 씹지 않음”, “공격적이거나 빈정거리지 않음”, “독립성과 일관성”, “회사의 종사원에 대한 지원”, “예약자의 인지도”, “특별한 가치가 있다고 느낌”, “무료 서비스 제공”, “형식에 얽매이지 않음”, “편리한 시간”, “안전” 등이다.

3.5 호텔 서비스품질 구성차원 도출(1차 개발)

앞에서 고찰한 5편의 연구와 1993년 이후 발표된 박사학위 논문 등을 비교 분석하여 호텔 서비스품질 구성차원을 도출하고자 하며 이미 도출된 속성을 이 기준에 의해 차원화하고자 한다. 선행연구에서의 차원을 비교 분석하기 위하여 정리하면 다음의 표와 같다.

< 표 7 > 연구자별 호텔 서비스품질 구성 차원

연구자	호텔 서비스 품질 구성 차원
Saleh & Ryan	1. 유형성 2. 신뢰성 3. 반응성 4. 보증성 5. 감정이입
Kuston 등	1. 유형성 2. 신뢰성 3. 반응성 4. 보증성 5. 감정이입
최무애	1. 물적 서비스 요인 2. 인적서비스 요인 3. 이미지요인
이준혁	1. 시설 및 환경 2. 청결 및 객실내부환경 3. 위치·구전 4. 부대시설의 품질 5. 가격 6. 주위환경 7. 종사원의 능력 8. 정책시스템 9. 불평통제 및 신뢰성 10. 예약
김대권	1. 보증 2. 신뢰성 3. 쾌적성 4. 분위기 5. 부대서비스의 다양성 6. 고객의 공감 7. 입지 8. 효용성 9. 적시성
이봉석	1. 유형성 2. 신뢰성 3. 반응성 4. 확실성 5. 공감성
조선배	1. 이미지 2. 가시성 3. 신뢰성 4. 보증성 5. 관심성 *이미지는 내국인의 서비스품질 평가에 추가된 변수
김춘식	1. 유형성 2. 신뢰성 3. 보증성 4. 관심도
김익중	1. 유형성 2. 신뢰성 3. 관심도
이주형	1. 신뢰·설득·반응성 2. 유형성 3. 공감성
이영희	1. 친절·봉사성 2. 유형성 3. 신뢰성 4. 고객 중심성
고상동	1. 쾌적성 2. 편의성 3. 신뢰성 4. 친절성 5. 위치성
김인호·김익중	1. 유형성 2. 신뢰성 3. 친절성 4. 감정이입

자료: Saleh and Ryan 등의 연구를 논자 재구성

위 표에 나타난 12편의 선행연구에서 제시한 차원을 빈도수가 높은 순으로 정리하면 다음과 같다.

< 표 8 > 선행연구에서의 호텔 서비스품질 구성 차원의 빈도

순위	차 원	동일하거나 유사한 용어	계
1	신뢰성	신뢰성(10), 신뢰·설득·반응성(1), 불평통제 및 신뢰성(1)	12
2	유형성	유형성(8), 물적 서비스요인(1), 가시성(1), 시설 및 환경(1)	11
3	보증성	보증성(5), 확실성(1)	6
3	감정이입	감정이입(3), 공감성(2), 고객의 공감(1)	6
3	쾌적성	쾌적성(2) 청결 및 객실내부 환경(1), 주위환경(1), 시설 및 환(1)	5
4	반응성	반응성(3), 인적서비스요인(1), 신뢰·설득·반응성(1)	5
4	관심성	관심도(2), 관심성(1), 인적서비스요인(1)	4
4	친절성	친절성(2), 친절·봉사성(1), 인적서비스요인(1)	4
5	접근성	입지(1), 위치성(1), 위치·구전(1)	3
6	유흥성	다양한 유흥시설(1), 다양한 레크레이션 시설(1)	2

위 표에 기술된 것 이외의 차원 중 “이미지”(2)는 조선배의 연구에서 내국인의 평가에만 추가된 변수로 규명하였고, “이미지”라는 용어는 너무 추상적이어서 구체화하기 어렵기 때문에 제외하였으며, “종사원의 능력”은 보증성 차원에 포함할 수 있다. 또한 “예약”은 신뢰성 차원에, “분위기”는 쾌적성 차원에, “적시성”은 반응성 차원에, “고객 중심성”은 관심성 차원에, “편의성”은 접근성 차원에, “부대서비스의 다양성”은 유흥성 차원에, “부대시설의 품질”은 유형성 차원에 포함할 수 있다. “효용성”은 효용성이라는 용어가 내포하고 있는 의미가 너무 광범위하고, 위에서 제시한 10개 차원 대부분이 효용성의 의미를 내포하고 있으므로 제외하였다. 한편, “감정이입”과 “관심성”은 의미상 약간의 차이는 있을 수 있으나 선행연구자들이 동일한 내용으로 취급하였으므로 본 연구에서는 “관심성”으로 통일하고자 한다.

따라서 선행연구를 비교 분석한 결과 신뢰성, 유형성, 보증성, 관심성, 쾌적성, 반응성, 친절성, 접근성, 유흥성 등 9개 차원을 도출하였다. 이들 차원 중 접근성과 유흥성은 빈도가 비교적 적으나 다른 차원과 뚜렷하게 구분되므로 일단 유지하고 이에 맞는 속성이 있는가를 확인하고자 한다. 앞에서 도출한 19개 속성을 위에 제시한 차원을 기준을 참고하여 9개 차원으로 차원화 하면 다음의 표와 같다.

< 표 9 > 호텔 서비스품질 구성 차원과 속성(1차 개발)

차원	속성
신뢰성	서비스 제공시간의 준수, 종사원에 대한 신뢰감, 예약의 편의 및 신뢰, 서비스 제공시간의 고지
유형성	최신의 현대적 건물과 시설 및 설비, 물적 시설의 시각적 매력성, 단정한 종사원의 용모, 식·음료의 다양성 및 질
보증성	종사원의 직무수행에 필요한 지식 보유, 고객과의 원활한 의사소통
관심성	고객에 대한 종사원의 개별적 관심
쾌적성	밝고 쾌적한 분위기, 호텔 주변지역의 조경과 경관, 호텔의 조용함
반응성	고객의 불평불만에 대한 신속한 해결, 신속·정확한 서비스, 고객의 특별한 요구에 대한 응대
친절성	고객을 존경하고 도우려는 자세, 예의바른 태도
접근성	
유흥성	

4. 전문가 의견 조사

4.1 전문가 의견 조사 내용

앞장에서 도출한 호텔 서비스품질 측정 속성 및 차원의 타당성과 신뢰성을 높이기 위하여 전문가 의견 조사를 실시하였다. 전문가 의견 조사는 서비스 품질을 연구하는

학자 5인과 호텔업계 중견 간부 5인에게 의뢰하였으며 의뢰 내용은 다음과 같다.

첫째, 호텔 서비스품질 측정 속성 중 중요성이 작다고 생각되는 속성, 중요하다고 생각되는데 누락되어 있어 추가하여야 할 속성, 용어나 문장을 변경하여야 할 속성, 유사한 내용이지만 별도의 속성으로 분류된 속성 등에 대한 의견.

둘째, 호텔 서비스품질 차원 중 유사내용으로 중복되어 있는 차원, 용어를 변경하여야 할 차원, 중요성이 작다고 생각하는 차원, 추가하여야 할 차원, 차원과 속성이 일치하지 않는 것 등에 대한 의견.

상기 내용에 대하여 이들은 비교적 객관적이며 합리적인 의견을 제시하였으며, 특히 현업에 근무하는 중견 간부들은 매우 현실적인 의견을 제시하였다.

4.1.1 호텔 서비스품질 측정 속성에 대한 전문가 의견 수렴

호텔 서비스품질 측정 속성에 대한 전문가 의견을 정리하면 다음의 표와 같다.

< 표 10 > 호텔 서비스품질 측정 속성에 대한 전문가 의견 조사 내용

의견 조사 내용	업계 전문가	학계 전문가
중요성이 작은 속성	1 13, 17	의견 없음
	2 의견 없음	의견 없음
	3 20	3,
	4 의견 없음	의견 없음
	5 의견 없음	의견 없음
추가하여야 할 속성	1 * 안전시설, * 편리한 위치 * 여가성과 유흥성, * 주차시설 * 편리한 접근 및 이용 가능성	* 호텔이용(투숙) 목적 달성도, * 접근 및 이용 편리성, * 고객에 편리한 이용시간
	2 * 고객의 불평 해소능력, * 종사원의 서비스 편차, * 적절한 가격	* 호텔의 위치, * 주차시설, * 청결과 정리정돈, * 로비 분위기
	3 * 편리한 주차시설, * 편리한 위치 * 편리한 이용시간, * 이용에 편리한 다양한 교통시설 * 호텔 홍보 및 안내 * 편리한 동선	* 대고객 서비스와 관련된 각종 안내물/홍보물의 준비·제공 상태, * 편리하고 간단한 사내 안내도 및 안내 표시* 편리한구조
	4 * 시설 면에서 서비스 동선의 간소화, * 다양한 교통 이용 가능성, * 고객의 요구에 미리 대처함	* 효과적인 정보 제공 및 각종 안내 서비스, * 셔틀버스 및 차량제공, * 고객의 요구 예측
	5 * 다양한 관광 홍보물 비치 및 활용도, * 종사원의 제3외국어 구사능력, * 해외 예약시스템 유무, * 자체 문화행사 및 프로그램 개발 여부, * 다양한 레저스포츠 이용 가능성, * 적절한 가격, * 청결상태, * 편리한 이용시간 제공 * 편리한 배치	* 직무수행에 필요한 지원, * 평판,* 로비의 분위기, * 냉/난방, 환기, 조명, * 커빈층 및 이규제큐티브 서비스, * 금연실의 운영 여부,* 고객중심의 정책, * 표준화된 서비스, * 비즈니스 서비스제공,* 편리한 입/퇴숙 절차.

< 표 10 > 계속

의견 조사 내용	업계 전문가		학계 전문가	
용어나 문장을 변경하여야 할 속성	1	* 1과 2를 합하여 “최신의 현대적 시설 및 설비와 그 시각적 매력성”으로.	* “계산 및 기록의 정확성을” 고객입장에서 용어 변경 요망.	
	2	* 13을 “고객에 대한 배려와 관심”으로,* 예의바른 태도에 종사원 용모 포함,* 12를 “종사원의 상품지식”으로.	의견 없음	
	3	의견 없음	4와 9를 통합한 용어 개발 필요	
	4	* 1과 2를 합하여 용어 개발 필요.	의견 없음	
	5	의견 없음	유용성 및 쾌락성	
유사하다고 생각되는 속성	1	1과 2,	의견 없음	
	2	8과 18	8과 18	
	3	의견 없음	4와 9	
	4	1과 2	8과 18	
	5	의견 없음	1과 2	

위 표에 제시한 전문가 의견을 반영하여 다음과 같이 호텔 서비스품질 측정 속성을 새로이 도출하거나 변경하였다.

첫째, 중요성이 작은 속성은 전문가 10인 공감하는 속성이 없으므로 앞에서 제시한 19개 속성을 일단 그대로 유지하였다.

둘째, 추가하여야 할 속성에 대한 전문가들의 의견 중 빈도2 이상을 대표속성별로 정리하면 다음과 같다.

< 표 11 > 추가해야할 속성에 대한 전문가 의견

대표속성	동일용어 및 유사용어의 속성	빈도
홍보 및 정보제공	호텔 홍보 및 안내, 다양한 관광 홍보물 비치 및 활용도, 대 고객서비스와 관련된 각종 안내물/홍보물의 준비·제공 상태, 효과적인 정보 제공 및 각종 안내 서비스, 편리하고 간단한 사내 안내도 및 안내표시	5
접근 및 이용의 용이성	편리한 접근 및 이용 가능성, 편리한 동선, 편리한 배치, 접근 및 이용 편리성, 편리한 구조	5
편리한 위치	편리한 위치, 편리한 위치, 호텔의 위치	3
주차시설	주차시설, 편리한 주차시설, 주차시설	3
여가성과 유용성	여가성과 유용성, 자체 문화행사 및 프로그램 개발 여부, 다양한 레저 스포츠 이용 가능성,	3
편리한 이용시간	편리한 이용시간, 편리한 이용시간 제공, 고객에 편리한 이용시간	3
편리한 교통	이용에 편리한 다양한 교통시설, 다양한 교통 이용 가능성, 셔틀버스 및 차량 제공	3
적절한 가격	적절한 가격, 적절한 가격	2
청결·정리정돈	청결 상태, 청결과 정리 정돈	2
로비 분위기	로비 분위기, 로비 분위기	2
고객 요구 예측	고객의 요구에 미리 대처함, 고객의 요구예측	2

위의 <표 11>과 <표 5>를 비교 분석하여 “호텔 이용안내 및 관광안내 등 편리한 안내정보 제공”, “각종 시설의 접근 및 이용의 용이성”, “편리한 위치”, “편리한 이용시간의 제공”, “이용에 편리하고 다양한 교통수단과 충분한 주차시설 제공”, “다양한 여가활용시설과 프로그램 운용”, “다양한 레저스포츠 활동 가능성”, “적절한 가격”, “청결함과 정리정돈”, “고객의 요구를 예측하고 미리 대처함”을 추가하였다. 또한 “쾌적하고 안락한 분위기”와 “분위기 있는 로비” “객실의 품질”을 통합하여 “쾌적하고 안락한 로비 및 내부 분위기”로 하였다.

셋째, 용어나 문장을 변경하여야 할 속성과 유사하다고 생각되는 속성에 대한 전문가의 의견을 반영하여, “최신의 현대적 시설 및 설비”와 “물적 시설(건물, 시설, 장비, 비품 등)의 시각적 매력성”을 통합하여 “최신의 현대적 시설(건물, 시설, 장식 등)의 보유와 시각적 매력성”으로 변경하였다. 또한 “고객에 대한 종사원의 개별적 관심”을 “종사원과 호텔 측의 고객에 대한 배려와 관심”으로 변경하였으며, “고객을 존경하고 도우려는 자세”와 “예의 바른 태도”를 통합하여 “고객을 존경하고 도우려는 예의 바른 자세와 태도”로 변경하였다.

<표 5>의 속성을 전문가 의견을 수렴하여 정제한 후 정리하면 다음과 같다.

< 표 12 > 호텔 서비스품질 측정 속성(2차 개발)

호텔 서비스품질 측정 속성	
1. 서비스 제공시간의 준수	15. 쾌적하고 안락한 로비 및 내부 분위기
2. 종사원에 대한 신뢰감	16. 호텔 주변지역의 조경과 경관
3. 예약의 편의 및 신뢰	17. 호텔의 조용함과 편안함
4. 적절한 가격	18. 고객을 존경하고 도우려는 예의 바른 자세와 태도
5. 서비스 제공시간의 고지	19. 고객의 불평·불만에 대한 신속한 해결
6. 단정한 종사원의 용모	20. 신속·정확한 서비스
7. 최신의 현대적 시설(건물, 시설, 장식 등)의 보유와 시각적 매력성	21. 종사원과 호텔측의 고객에 대한 배려와 관심
8. 다양한 여가활용시설과 프로그램 운용	22. 고객의 요구를 예측하고 미리 대처함
9. 다양한 레저스포츠 활동 가능성	23. 고객의 특별한 요구에 대한 응대
10. 식·음료의 다양성 및 질	24. 편리한 이용시간의 제공
11. 종사원의 직무수행에 필요한 지식 보유	25. 편리한 위치
12. 고객과의 원활한 의사소통	26. 각종 시설의 접근 및 이용의 용이성
13. 호텔 이용안내 및 관광 안내 등 편리한 안내정보 제공	27. 이용에 편리한 다양한 교통수단과 충분한 주차시설 제공
14. 청결함과 정리정돈	

4.1.2 호텔 서비스품질 구성차원에 대한 전문가 의견 수렴

호텔 서비스품질 구성차원에 대한 전문가의 의견을 비교 분석하기 위해 이를 정리하면 다음의 <표 13>과 같으며, 이 같은 전문가 의견을 반영하여 다음과 같이 호텔 서비스품질의 구성 차원을 변경하였다.

첫째, 중요성이 작다고 지적한 차원과 유사하다고 생각되는 차원의 전문가 의견을 반영하여, 반응성, 관심성, 친절성을 “친절성”으로 통합하였다. “유흥성”에 대한 중요도가 작다는 학계의 의견이 제시되었으나 업계 전문가들은 한사람도 이에 대해 의견을 제시하지 않아 관점의 차이로 보고 제외하지 않았다.

둘째, 용어를 변경해야 할 차원으로 다수의 전문가가 “유흥성”을 지적하여 이를 “여가 활용성”으로 변경하였다.

셋째, 추가하여야 할 차원에 대해서는 특별한 의견이 제시되지 않아 추가적인 차원의 개발은 필요치 않은 것으로 보았다.

< 표 13 > 호텔 서비스품질 구성차원에 대한 전문가 의견 조사 내용

의견 조사 내용	업계 전문가	학계 전문가
중요성이 작은 차원	1 관심성	의견 없음
	2 의견 없음	관심성, 유흥성
	3 관심성	관심성
	4 의견 없음	유흥성
	5 관심성	의견 없음
추가하여야 할 차원	1 명확성	의견 없음
	2 의견 없음	접근성의 추가적인 속성개발 필요 --편리한 교통 등
	3 의견 없음	의견 없음
	4 메뉴의 다양성 및 서비스	의견 없음
	5 의견 없음	의견 없음
용어를 변경하여야 할 차원	1 유흥성, 반응성	유흥성
	2 의견 없음	유흥성을 여가 활용성으로
	3 반응성을 신속성으로	의견 없음
	4 의견 없음	반응성
	5 의견 없음	유흥성
유사하다고 생각 되는 차원	1 관심성과 친절성, 보증성과 쾌적성	신뢰성과 보증성
	2 반응성과 친절성	관심성과 친절성, 반응성과 친절성
	3 의견 없음	반응성과 친절성
	4 신뢰성과 관심성	관심성과 친절성
	5 관심성과 친절성	보증성의 일부 속성과 쾌적성
차원과 속성이 일치하지 않는 것	1 의견 없음	유흥성
	2 의견 없음	의견 없음
	3 쾌적성과 호텔고객의 수준 및 질	의견 없음
	4 의견 없음	의견 없음
	5 의견 없음	의견 없음

4.2 호텔 서비스품질 측정속성과 구성차원의 도출(2차 개발)

선행연구를 고찰하여 1차적으로 호텔 서비스품질 측정 속성과 구성 차원을 도출하

고, 이에 대한 전문가 의견을 수렴하여 다음과 같이 27개 속성과 7개 차원을 2차로 도출하였으며, 이는 다시 고객에 대한 설문자료를 이용하여 기준에 의한 타당성 검증, 신뢰도 분석 및 요인분석을 실시한 후 확정할 것이다.

< 표 14 > 호텔 서비스품질 측정 속성과 구성 차원(2차 개발)

차원	속성
신뢰성	1. 서비스 제공 시간의 준수, 2. 종사원에 대한 신뢰감, 3. 예약의 편의 및 신뢰, 4. 적절한 가격, 5. 서비스제공 시간의 고지
유형성	1. 최신의 현대적 시설(건물, 시설, 장식 등)의 보유와 시각적 매력성, 2. 단정한 종사원의 용모, 3. 식·음료의 다양성 및 질
보증성	1. 종사원의 직무수행에 필요한 지식 보유, 2. 고객과의 원활한 의사소통, 3. 호텔 이용안내 및 관광안내 등 편리한 안내정보 제공
쾌적성	1. 청결함과 정리정돈, 2. 쾌적하고 안락한 로비 및 내부 분위기, 3. 호텔 주변지역의 조경과 경관, 4. 호텔의 조용함과 편안함
친절성	1. 고객을 존경하고 도우려는 예의바른 자세와 태도, 2. 고객의 불평·불만에 대한 신속한 해결, 3. 신속·정확한 서비스, 4. 종사원과 호텔 측의 고객에 대한 배려와 관심, 5. 고객의 요구를 예측하고 미리 대처함, 6. 고객의 특별한 요구에 대한 응대
접근성	1. 각종 시설의 접근 및 이용의 용이성, 2. 편리한 위치, 3. 편리한 이용시간의 제공, 4. 이용에 편리한 다양한 교통수단과 충분한 주차시설 제공
여가 활용성	1. 다양한 여가활용시설과 프로그램 운용, 2. 다양한 레저스포츠 활동 가능성

5. 기준에 의한 타당성 검증

앞에서 도출한 호텔 서비스품질 측정 속성과 차원은 선행연구의 고찰과 전문가의 견조사의 과정을 거쳐 내용타당성을 확보하였으나 통계적 유의성을 평가하기 위해서는 기준에 의한 타당성의 검증이 필요하다.

기준에 의한 타당성의 검증에는 품질 속성의 결과변수라고 서비스품질 연구에서 일반적인 동의가 이루어진 전반적인 서비스품질과 고객 만족도를 이용하였다. 즉 호텔 서비스품질 측정 속성과 전반적인 서비스품질과의 상관성, 호텔 서비스품질 측정 속성과 고객 만족도와의 상관성을 분석하였다.

이의 분석에 필요한 자료를 수집하기 위해 앞장에서 도출한 속성으로 설문지를 설계하여, 1999년 2월 8일부터 15일 동안 3개 호텔²⁾을 대상으로 200매의 설문지를 배포하여 98매를 회수하였으며, 회수된 설문지 중 불성실하게 응답한 8매를 제거하고 90매를 분석에 이용하였다.

2. 설문조사 대상 호텔은 호텔 등급별, 지역별 안배를 고려하여 특1급 호텔인 서울의 Ritz Carlton 호텔, 특2급 호텔인 제주도의 Holiday Inn Crown Plaza 호텔, 1급 호텔인 강릉의 동해관광호텔(현대호텔)을 선정하였다.

분석결과, 호텔 서비스품질 측정을 위한 27개 속성 각각과 전반적인 서비스품질, 고객만족도 사이에는 모두 유의한 상관성이 있는 것으로 나타났다.

분석결과의 자세한 내용은 다음의 표와 같다.

< 표 15 > 호텔 서비스품질 속성과 고객만족의 상관분석표

속성	전반적인 서비스품질	고객만족	속성	전반적인 서비스품질	고객만족
V1	0.41899***	0.27982**	V15	0.52104***	0.62028***
V2	0.50609***	0.61299***	V16	0.61158***	0.63649***
V3	0.37392***	0.45135***	V17	0.55052***	0.59014***
V4	0.24654*	0.39664***	V18	0.45627***	0.45564***
V5	0.34974***	0.48663***	V19	0.67689***	0.72516***
V6	0.33227**	0.37893***	V20	0.63934***	0.60852***
V7	0.56237***	0.44996***	V21	0.61936***	0.60096***
V8	0.50234***	0.53960***	V22	0.44453***	0.36616***
V9	0.54218***	0.57671***	V23	0.42252***	0.22458*
V10	0.56307***	0.61376***	V24	0.57800***	0.63516***
V11	0.50617***	0.51523***	V25	0.49768***	0.32176**
V12	0.50285***	0.60500***	V26	0.53560***	0.46080***
V13	0.52577***	0.64538***	V27	0.41135***	0.26889*
V14	0.41692***	0.51124***			

6. 신뢰도 분석 및 요인분석

선행연구의 고찰과 전문가 의견조사, 기준에 의한 타당성 검증의 과정을 거친 속성 및 차원에 대하여 신뢰도 분석과 요인분석을 실시하였다.

신뢰도 분석은 Cronbach's Alpha Test를 이용하였으며, 분석결과 주요 내용은 다음과 같다.

첫째, 전체 신뢰도 계수는 0.947169로 매우 높게 나타났으며, 각 속성의 신뢰도 또한 전체 신뢰도를 크게 저하시키는 것이 없는 것으로 나타났다.

둘째, V27의 correlation with total 값이 0.280556으로 낮게 나타났으나 높은 신뢰도를 보이고 있으며, 기준에 의한 타당성 검증에서 전반적인 서비스품질 및 고객만족과 유의한 상관성이 있는 것으로 나타나 이를 유지하기로 하였다.

셋째, 요인분석 결과 “단정한 종사원의 용모”가 유형성 요인이 아닌 신뢰성 요인에 포함되었다. 이는 종사원의 용모가 단정할 경우 고객들은 이들에 대해 신뢰함을 나타낸다.

넷째, “편리한 이용시간의 제공”이 접근성 요인이 아닌 친절성 요인에 포함되었다. 이는 호텔 측에서 고객에게 편리한 이용시간을 제공하는 것을 고객은 그들에게 친절

함을 베푸는 것으로 인식함을 나타낸다.

다섯째, “유형성” 요인과 “여가 활용성 요인”이 별개의 요인이 아닌 하나의 요인으로 나타났다. 이는 다양한 레저스포츠 활동 및 여가 활용을 위해서는 기본적으로 이들 활동을 수행할 수 있는 유형적 시설이 필요함을 의미한다.

여섯째, 각 차원의 신뢰도는 모두 0.7 이상으로 높게 나타났다.

< 표 16 > 호텔 서비스품질 측정 속성의 신뢰도 분석결과

Cronbach Coefficient Alpha				
		for RAW variables: 0.947169		
		for STANDARDIZED variables: 0.949485		
		RAW variables		Std. variables
Deleted Variable	Correlation with Total	Alpha	Correlation with Total	Alpha
V1	0.486947	0.946523	0.496096	0.948963
V2	0.698705	0.944465	0.707942	0.946762
V3	0.570674	0.945705	0.597869	0.947912
V4	0.450540	0.946891	0.455484	0.949379
V5	0.629995	0.945145	0.631739	0.947560
V6	0.537064	0.946344	0.531165	0.948602
V7	0.655609	0.944959	0.659645	0.947268
V8	0.713843	0.944251	0.706766	0.946774
V9	0.649652	0.944983	0.658763	0.947277
V10	0.718449	0.944311	0.740418	0.946420
V11	0.708660	0.944161	0.711450	0.946725
V12	0.764682	0.943598	0.763091	0.946180
V13	0.721035	0.944000	0.713833	0.946700
V14	0.439902	0.947876	0.436405	0.949574
V15	0.633150	0.945056	0.628533	0.947593
V16	0.760321	0.946856	0.765556	0.946154
V17	0.703742	0.944492	0.709913	0.946741
V18	0.597612	0.945450	0.602753	0.947861
V19	0.772483	0.943565	0.771549	0.946091
V20	0.755346	0.943599	0.752636	0.946291
V21	0.728310	0.943997	0.734733	0.946480
V22	0.604360	0.945393	0.609419	0.947792
V23	0.377301	0.947848	0.381912	0.950128
V24	0.750499	0.943838	0.749426	0.946325
V25	0.528732	0.946300	0.529820	0.948616
V26	0.550910	0.945942	0.536573	0.948546
V27	0.296481	0.948731	0.280556	0.951150

< 표 17 > 호텔 서비스품질 측정 속성의 요인분석 결과

요 인 명 (Factors)	요 인 속 성 (Variables)	요인 부하량 (Factor Loading)
친절성 (39.6%, $\alpha = .923019$, $v=10.7$)	v23 : 고객의 특별한 요구에 대한 응대	.78480
	v21 : 종사원과 호텔 측의 고객에 대한 배려와 관심	.74175
	v20 : 신속·정확한 서비스	.74076
	v19 : 고객의 불평·불만에 대한 신속한 해결	.68742
	v22 : 고객의 요구를 예측하고 미리 대처	.67923
	v24 : 편리한 이용 시간의 제공	.62956
	v18 : 고객을 존경하고 도우려는 예의바른 자세와 태도	.50880
신뢰성 (9.6%, $\alpha = .854085$, $v=2.6$)	v4 : 적절한 가격	.74116
	v3 : 예약의 편의 및 신뢰	.63709
	v2 : 종사원에 대한 신뢰감	.60460
	v5 : 서비스 제공 시간의 고지	.57954
	v6 : 단정한 종사원의 용모	.50610
쾌적성 (7.9%, $\alpha = .876124$, $v=2.1$)	v1 : 서비스 제공 시간의 준수	.49406
	v16 : 호텔 주변지역의 조경과 경관	.91364
	v17 : 호텔의 조용함과 편안함	.82367
	v15 : 쾌적하고 안락한 로비 등 내부 분위기	.50045
보증성 (6%, $\alpha = .867072$, $v=1.6$)	v14 : 청결함과 정리정돈	.49468
	v13 : 호텔 이용안내 및 관광안내 등 편리한 안내정보 제공	.73704
	v11 : 종사원의 직무수행에 필요한 지식 보유	.73334
유형성 및 여가활용성 (4.7%, $\alpha = .788237$, $v=1.3$)	v12 : 고객과의 원활한 의사소통	.71497
	v9 : 다양한 레저스포츠활동 가능성	.86787
	v8 : 다양한 여가활용 시설과 프로그램 운용	.81017
	v7 : 최신의 현대적 시설(건물, 시설, 장식 등)의 보유와 시각적 매력성	.61324
접근성 (4.2%, $\alpha = .776440$, $v=1.1$)	v10 : 식·음료의 다양성 및 질	.45959
	v25 : 편리한 위치	.84847
	v26 : 각종 시설의 접근 및 이용의 용이성	.66049
	v27 : 이용에 편리한 다양한 교통수단과 충분한 주차시설 제공	.62391

* Varimax 회전 후 누적분산비율 71.8%, α =Cronbach's α , v =Eigenvalue.

7. 결론

본 연구는 보다 타당성과 신뢰성이 우수한 호텔 서비스품질 측정 속성과 차원을 개발하기 위하여, 다음과 같은 3단계의 과정을 거쳐 수행되었다.

첫째, 호텔 서비스품질 측정 속성 및 차원에 관한 선행연구를 비교 분석하여 1차로 새로운 속성 및 차원을 도출하였다.

둘째, 1차로 도출된 속성 및 차원에 대해 학계 및 업계 전문가의 의견을 수렴하여 이를 정제하였다.

셋째, 전문가 의견 수렴을 통해 정제한 속성 및 차원을 이용하여 설문지를 설계하고, 이를 실제 고객에게 설문 조사하여 기준에 의한 타당성 검증, 신뢰도 분석 및 요인분석을 실시한 후 확정하였다.

확정된 27개 속성과 6개 차원은 다음과 같다.

1. 친절성-고객의 특별한 요구에 대한 응대, 종사원과 호텔 측의 고객에 대한 배려와 관심, 신속·정확한 서비스, 고객의 요구를 예측하고 미리 대처함, 고객의 불평·불만에 대한 신속한 해결, 편리한 이용시간의 제공, 고객을 존경하고 도우려는 예의바른 자세와 태도.

2. 유형성 및 여가 활용성-다양한 레저스포츠활동 가능성, 다양한 여가활용 시설과 프로그램 운용, 최신의 현대적 시설(건물, 시설, 장식 등)의 보유와 시각적 매력성, 식·음료의 다양성 및 질.

3. 신뢰성-적절한 가격, 종사원에 대한 신뢰감, 예약의 편의 및 신뢰, 서비스 제공시간의 고지, 단정한 종사원의 용모, 서비스 제공시간의 준수.

4. 쾌적성-호텔 주변지역의 조경과 경관, 호텔의 조용함과 편안함, 쾌적하고 안락한 로비 및 내부 분위기, 청결함과 정리정돈.

5. 보증성-호텔 이용안내 및 관광안내 등 편리한 안내정보 제공, 종사원의 직무수행에 필요한 지식 보유, 고객과의 원활한 의사소통.

6. 접근성-편리한 위치, 이용에 편리한 다양한 교통수단과 충분한 주차시설의 제공, 각종 시설의 접근 및 이용의 용이성.

참고문헌

<국내문헌>

- [1] 고상동(1996), "서비스품질이 관광객 만족에 미치는 영향에 관한 연구-휴양콘도 미업업을 중심으로," 세종대학교 대학원 박사학위 논문, p. 30.
- [2] 김대권(1995), "호텔 서비스품질에 대한 소비자의 평가에 관한 연구," 「호텔경영학연구」, 제3호, 한국호텔경영학회, p. 83.
- [3] 김익중(1993), "호텔이미지 변수가 고객의 만족/불만족에 미치는 영향," 「관광학

- 연구」, 제17호, 한국관광학회, p. 88.
- [4] 김인호, 김익중(1996), “호텔산업의 서비스품질 평가 척도에 관한 연구,” 「관광정책학연구」, 제2권, 한국관광정책학회, p. 43.
- [5] 김춘식(1993), “서비스품질 척도의 타당성 평가-호텔서비스를 중심으로,” 광운대학교 논문집, 제22집, p. 8.
- [6] 이봉석(1996), “서비스 질이 호텔 이미지 형성에 미치는 영향에 관한 연구,” 경남대학교 대학원 박사학위 논문, p. 25.
- [7] 이영희(1994), “소비자몰입이 고객의 지각된 서비스 질에 미치는 영향에 관한 연구-우리나라 특급호텔을 중심으로,” 경희대학교 대학원 박사학위 논문, p. 119.
- [8] 이주형(1994), “관광호텔 서비스질 평가모형에 관한 연구,” 경기대학교 대학원 박사학위 논문, p. 98.
- [9] 이준혁(1997), “호텔 서비스품질 평가에 관한 연구-서울지역 특1급 호텔 이용객의 평가를 중심으로,” 세종대학교 대학원 박사학위 논문, p. 92.
- [10] 이학식(1997), “지각된 서비스품질의 결정과정: 판단 이론적 시각,” 「경영학연구」, 제26권 제1호, 한국경영학회, pp. 139-153.
- [11] 조선배(1994), “호텔서비스 평가 척도의 개발,” 「호텔경영학연구」, 제2호, 한국호텔경영학회, p. 177.
- [12] 최무애(1996), “호텔 서비스품질에 영향을 미치는 조직내부요인에 관한 연구,” 세종대학교 대학원 박사학위 논문, p. 66.

<외국문헌>

- [1] Carman, James M. (1990), “Consumer Perceptions of Service Quality : An Assessment of the SERVQUAL Dimensions,” *Journal of Retailing*, Vol. 66 (Spring), pp. 33-55.
- [2] Cronin, J. Joseph , Jr. and Taylor, Steven (1992), “Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension,” *Journal of Marketing*, Vol. 56 (July), pp. 55-68.
- [3] Guiry, Michael, Wes-Hutchinson, and Barton A. Weitz(1992), “Consumer’s Evaluation of Retail Store Service Quality and Its Influence on Store Choice,” Working paper, University of Florida.
- [4] Finn, D. W. & Lamb C. W.(1991), “Evaluation of the SERVQUAL Scales in a Retailing Setting,” *Advance in Consumer Research*, Vol. 18, pp. 483-490.
- [5] Knutson, B., Stevens, P., Wullaert C., Patton M. & Yokoyama F.,(1991), “LODGSERV: A SERVICE QUALITY INDEX FOR THE LODGING INDUSTRY,” *Hospitality Research Journal*, pp. 277-284.
- [6] Parasuraman, A., Zeithaml, Valarie A. and Berry, Leonard L.(1985b), “A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research,” *Journal of Marketing*, Vol. 49 (Fall), pp. 41-50.

- [7] _____(1988b), "SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality," *Journal of Retailing*, Vol. 64 (spring), pp. 12-40.
- [8] Saleh, Farouk & Ryan Chris(1991), "Analysis service quality in the hospitality industry using the SERVQUAL model," *The Service Industries Journal*, Vol. 11 No. 3, pp. 324-343.
- [9] Spreng, and Singh(1993), "An empirical assessment of the SERVQUAL scale and the relationship between service quality and satisfaction," In *Enhancing Knowledge Development in Marketing*, Chicago: AMA, pp. 1-6.