



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

碩士學位論文

수정된 IPA를 활용한 세대간 호텔선택속성 비교연구:

- 베이비붐 세대와 밀레니얼 세대를 중심으로

濟州大學校 大學院

觀光經營學科

金 太 利

2021年 08月

수정된 IPA를 활용한 세대간 호텔선택속성 비교연구:

- 베이비붐 세대와 밀레니얼 세대를 중심으로

指導教授 홍 성 화

김 태 리

이 論文을 觀光學 碩士學位 論文으로 提出함

2021年 08月

金太利의 觀光學 碩士學位 論文을 認准함

심사위원장 _____ (인)

위 원 _____ (인)

위 원 _____ (인)

濟州大學校 大學院

2021年 08月

Generational Differences In Hotel Choice
Attributes :
A Comparative Study Of Baby Boomers and Millennials
using Revised IPA

KIM TAE RI

(Supervised by professor Hong Seong-Hwa)

A thesis submitted in partial fulfillment of the requirement for the degree of
Master of Tourism Science

2021. 08.

This thesis has been examined and approved.

.....
.....
.....
.....
.....
.....

Department of Tourism Management

GRADUATE SCHOOL

JEJU NATIONAL UNIVERSITY

목 차

I. 서 론	1
1. 연구의 배경 및 목적	1
2. 연구의 방법과 범위	4
II. 이론적 배경	6
1. 세대별 특징	6
1) 베이비붐 세대	7
2) 밀레니얼 세대	8
3) 선행연구	9
2. 호텔선택속성	12
1) 호텔선택속성	12
2) 선행연구	13
3. 수정된 IPA	17
1) 수정된 IPA 개념	17
2) 선행연구	19

Ⅲ. 연구방법	21
1. 연구 문제	21
2. 조사대상과 자료수집	22
3. 척도의 구성	22
1) 호텔선택속성 척도구성	22
2) 변수의 측정 및 정의	23
4. 자료 분석방법	26
Ⅳ. 연구결과	27
1. 표본의 일반적 특성	27
2. 신뢰도와 타당성	29
3. 세대별 호텔선택속성 중요도	31
4. 세대별 호텔선택속성 만족도	34
5. 세대별 수정된 IPA	36
6. 호텔선택속성 요인이 소비자 만족도에 미치는 영향	56
Ⅴ. 결 론	58
1. 결과 요약	58
2. 시사점	61
3. 연구의 한계 및 제언	62
참고문헌	63
1. 국내문헌	63
2. 국외문헌	66

3. 기타문헌	68
설 문 지	69
ABSTRACT	72

표 목 차

<표 2-1>	15
<표 3-1>	24
<표 3-2>	25
<표 4-1>	28
<표 4-2>	30
<표 4-3>	31
<표 4-4>	33
<표 4-5>	34
<표 4-6>	35
<표 4-7>	37
<표 4-8>	57
<표 5-1>	60

그림 목 차

[그림 1-1] 연구의 흐름도	5
[그림 4-1] 수정된 IPA _ 전체 요인(베이비붐 & 밀레니얼 세대)	37
[그림 4-2] 수정된 IPA _ 전체 요인(베이비붐 세대)	38
[그림 4-3] 수정된 IPA _ 전체 요인(밀레니얼 세대)	38
[그림 4-4] 수정된 IPA _ 안전 및 청결 요인(베이비붐 & 밀레니얼 세대)	40
[그림 4-5] 수정된 IPA _ 안전 및 청결 요인(베이비붐 세대)	40
[그림 4-6] 수정된 IPA _ 안전 및 청결요인 (밀레니얼 세대)	41
[그림 4-7] 수정된 IPA _ 부대시설 요인 (베이이붐 & 밀레니얼 세대)	43
[그림 4-8] 수정된 IPA _ 부대시설 요인 (베이이붐 세대)	43
[그림 4-9] 수정된 IPA _ 부대시설 요인 (밀레니얼 세대)	44
[그림 4-10] 수정된 IPA _ 호텔 부가서비스 요인 (베이비붐 & 밀레니얼 세대)	45
[그림 4-11] 수정된 IPA _ 호텔 부가서비스 요인 (베이비붐 세대)	46
[그림 4-12] 수정된 IPA _ 호텔 부가서비스 요인 (밀레니얼 세대)	46
[그림 4-13] 수정된 IPA _ 접근성 요인 (베이비붐 & 밀레니얼 세대)	48
[그림 4-14] 수정된 IPA _ 접근성 요인 (베이비붐 세대)	48
[그림 4-15] 수정된 IPA _ 접근성 요인 (밀레니얼 세대)	49
[그림 4-16] 수정된 IPA _ 심미성 요인 (베이비붐 & 밀레니얼 세대)	51
[그림 4-17] 수정된 IPA _ 심미성 요인 (베이비붐 세대)	51
[그림 4-18] 수정된 IPA _ 심미성 요인 (밀레니얼 세대)	52
[그림 4-19] 수정된 IPA _ 가격 요인 (베이비붐 & 밀레니얼 세대)	54
[그림 4-20] 수정된 IPA _ 가격 요인 (베이비붐 세대)	54
[그림 4-21] 수정된 IPA _ 가격 요인 (밀레니얼 세대)	55

I. 서론

1. 연구의 배경 및 목적

2019년 12월부터 시작된 코로나19(COVID-19) 바이러스 유행으로 2020년부터 2021년 2021년 현재까지 국가 간 이동 제한 및 사회적 거리두기가 장기화 되고 있다. 코로나19 팬데믹(대유행)으로 관광업계는 사상 최악의 경기침체를 겪고 있으며, 2020년 8월 기준 총 17,664개 여행업체 중 1,000여 곳이 폐업단계¹⁾이다. 이 중 호텔업계는 2019년 동일 기간 대비 2020년 평균 매출액이 47.7% 감소²⁾하는 등 경제적으로 큰 타격을 입은 것으로 보고되고 있다. 그러나 한편으로 여행 및 외출을 최소화하는데 지친 내국인들이 국내 여행에 나서면서 유명 관광지는 물론 숨겨진 명소를 찾는 사람들이 많아지고 있으며 호텔업계에서도 이러한 수요에 발맞춰 대면 접촉을 줄인 언택트(Untact), 온택트(Online + Contact) 마케팅을 진행하고 대면 접촉을 최소화한 숙박상품을 판매하는 등 고객 유치를 위해 적극적인 운영전략을 취하고 있다.

코로나 시대 내국인 관광객의 방문이 주요한 현시점에서 고객이 호텔을 선택하는데 어떠한 속성이 우선시 되는지 파악하는 것은 매우 중요하다. 호텔선택속성은 고객이 호텔을 선택하고 이용할 때, 중요하게 여기는 속성으로 고객의 호텔 이용행태를 이해하는 데 기본적인 요소일 뿐만 아니라 호텔 이용 후 만족도와도 관련이 깊은 주요 요인이다. 호텔선택속성은 1984년 Lewis에 의해 처음 연구된 이후 이용목적과 이용객의 특성 등 다양한 연구목적과 변수를 기준으로 연구가 발전되어 왔으며 시대의 흐름에 따라 우선순위도 변화되어왔다. 특히 고객의 경험 및 특성에 따라 호텔선택속성의 기준은 상이하기 때문에 호텔 기업의 운영전략 및 마케팅 방향은 다르게 설정되어야 한다.

본 연구에서는 고객의 경험 및 특성을 세대별 특성으로 구분하고 세대간 호텔선

1) 한국여행업협회(2021), 전국 여행업체 실태 전수조사 보고서, P8

2) 관광산업위원회(2020), 호텔업 실태조사

택속성의 차이에 대해 비교하여 호텔선택속성의 우선순위를 살펴보고 기업이 전략적 우선순위를 파악하는데 쉽고 직관적인 자료를 제시하고자 한다. 세대간 차이에 대한 연구는 사회학, 심리학, 경영학, 정치학, 경제학, 교육학, 광고학, 시각예술, 생활과학, 의류학, 관광학 등과 같이 여러 학문 분야에서 다양한 접근 방법에 의해 연구³⁾되어 왔는데, 이처럼 세대간 차이에 대한 연구가 많은 분야에서 연구되는 이유는 세대가 단순한 연령의 차이를 반영하는 변수가 아니라 소비자의 가치관과 삶의 특성을 복합적으로 반영하는 유용한 변수이기 때문이다⁴⁾. 최근 세대 연구에서는 베이비붐과 밀레니얼 세대에 대한 연구가 활발하게 진행되고 있는데, 이는 두 세대가 경제활동의 중심이자 핵심 소비층으로서, 2020년을 기점으로 고등교육을 받고 경제적 여력을 갖춘 베이비붐 세대의 은퇴가 본격적으로 시작되면서 이들의 자녀 세대에 해당되는 밀레니얼 세대와 소비목적, 경제적 여유, 사회적 가치관의 차이를 분석하는 것이 기업의 운영전략에 중요해졌기 때문이다.

호텔 운영에 있어 두 세대가 중요한 이유는 두 세대가 총인구에서 차지하고 있는 비중이 높기 때문이다. 2019년도 통계청 장래인구추계 자료를 기준으로 따지면 베이비붐 세대('55-'63년생 기준)의 인구는 30%⁵⁾, 밀레니얼 세대('81-'00년생 기준)의 인구는 27.8%⁶⁾로 두 세대가 전체 인구의 반 이상을 차지하고 있다. 오늘날의 소비시장은 이들의 소비력을 무시할 수 없는 상황이고 이는 호텔업에서도 마찬가지이다. 세대별 소비성향의 차이는 여가생활에도 상당한 영향을 미치는 것으로 나타난다. 그러나 관광 분야에서는 세대간 연구보다는 주로 특정 집단(예: 베이비부머, 노인, 청소년)에 초점을 맞추어 이들의 가치 지각과 관광활동 간의 관계, 여가활동 특성, 관광 상품 개발 및 정책 방향 등을 탐색하는 것에 머무르고 있다. 여가 관련 세대간 비교연구도 대부분 여가환경과 여가 만족에 관한 연구(김수아·김남조, 2020; 박혜영, 2020; 권상희, 홍종배, 2009)나 세대간 관광 행동과 주관적 행복감 비교연구(박창환·이훈, 2019; 안영주 이슬기, 2016; 윤혜진, 김영문, 김은희, 2016) 등이 있을 뿐 호텔선택속성에 대한 구체적인 비교를 진행한 연구는 저조한 실정이다.

3) 윤소라(2015), “베이비부머, X세대, Y세대의 기초 화장품 구매 의사결정 차이에 관한 연구”, 숙명여자대학교 경영대학원 석사논문.

4) 권정윤, 김난도. “소비자학 분야에서의 세대의 개념, 범주 및 특성에 관한 연구” 소비자학연구30, no.5 (2019): 77-99.

5) 통계청(2019), 장래인구특별추계를 반영한 내·외국인 인구전망: 2017~2040년

6) 통계교육원(2019), 통계의 창:밀레니얼 세대의 소비성향 ‘올로(YOLO)’

본 논문에서는 Vavra(1997)가 제안한 수정된 IPA 기법을 통해 국내의 주요 호텔 소비자층인 베이비붐 세대와 밀레니얼 세대의 호텔선택속성의 차이를 분석하여 두 세대의 선택에 영향을 미치는 속성을 비교 연구하여 호텔 운영진의 운영전략수립에 쉽고 직관적인 지표로 활용할 수 있는 자료를 제공하고자 한다.

2. 연구의 방법과 범위

본 연구의 목적은 베이비붐 세대와 밀레니얼 세대간 호텔선택속성을 비교 분석하여 그 차이를 파악하는 것이다. 이를 위해 문헌연구와 실증연구를 병행하여 진행하였다.

먼저 문헌연구에 있어 국내외 논문, 언론 기사, 단행본 및 기타 자료 등을 바탕으로 데스크리서치를 시행하여 베이비붐 세대와 밀레니얼 세대의 개념 및 특징, 세대간 비교 선행연구를 정리하고, 호텔선택속성 개념 및 선행연구 등 이론적 고찰을 진행하였다. 또한, 해당 자료와 예비조사를 바탕으로 실증연구를 위한 연구문제를 도출하고 IPA 분석을 위한 호텔선택속성 항목을 설정하였다. 실증연구는 호텔투숙 경험이 있는 베이비붐 세대와 밀레니얼 세대를 세대별로 할당 추출하여 온라인 설문조사로 시행하였다. 분석자료는 2021년 04월 24일부터 05월 02일까지 수집하였으며, 기술통계와, 요인분석, 수정된 IPA 및 회귀분석을 통해 베이비붐 세대와 밀레니얼 세대의 호텔선택속성을 비교 분석하였다.

본 연구는 총 5장으로 구성하였으며, 다음과 같이 구성하였다.

제1장은 서론으로 연구의 배경 및 현황, 본 연구의 목적을 확인하고 연구의 방법과 범위를 정리하였다. 제2장은 이론적 배경으로서 본 연구에 필요한 베이비붐, 밀레니얼 세대 및 호텔선택속성, 수정된 IPA 기법에 관한 이론적 근거를 문헌 조사와 선행연구를 바탕으로 설명하였다. 제3장은 연구문제를 제시하고 조사대상자와 변수의 정의 및 측정에 관해 설명하였다. 제4장은 제시된 설문지를 통해 도출된 자료를 바탕으로 수정된 IPA grid 작성을 통해 세대별 호텔선택속성의 중요도-만족도를 비교하고 회귀분석을 통해 세대별 선택속성의 차이를 설명하였다. 제5장은 연구 결과를 요약 및 정리한 후, 본 연구의 결론 도출 및 시사점, 그리고 연구의 한계점과 향후 연구 방향을 제시하였다.

위 내용을 바탕으로 본 연구의 전체적인 흐름을 정리하면 아래의 [그림 1]과 같다.

그림 1-1. 연구의 흐름도



II. 이론적 배경

1. 세대별 특징

‘세대(generation)’의 어원은 그리스어 ‘genos’에서 유래된 단어로 ‘새로운 존재의 출현’을 뜻한다. 세대의 어원을 연구한 Nash(1978)는 세대라는 용어는 어떤 존재를 전제로 하여 그와 다른 새로운 존재의 출현이라는 상대적인 의미로 사용되었는데, 그 용어에는 자신이 속한 “어느 집단과의 공통점과 그 밖의 다른 집단과의 차이점”이라는 함의가 내재해 있는 것⁷⁾이라고 정의했다.

최초로 사회학적 세대 개념을 시도한 학자는 Mannheim(1992:1997)으로 세대는 단순히 같은 시기에 태어난 사람들의 집단이기보다는 어린 시절부터 같은 역사적 경험의 공유로 인해 공통의 의식을 가진 사람들의 집단으로 규정⁸⁾하였고 이후 다양한 학자들이 세대의 개념을 정의하였으나, 현대의 세대연구는 데이비드 커처(Kertzer,1983; 박재홍, 2001)가 분류한 4가지 유형을 따르고 있다. 첫째는 친족 관계에서 같은 항렬에 속하는 사람들로 조부-부모-자녀관계를 말한다. 둘째는 동일한 시기에 태어난 코호트(Cohort) 집단을 말한다. 코호트로서의 분류는 동일한 생애주기 단계에서 동일한 역사적 사건을 경험하기 때문에 의식과 행위 등에서 동질적일 수 있다는 가능성 때문에 중요한 의미가 있다. 셋째, 같은 생애주기(Life stage)에 있는 사람들로 청소년 세대, 대학생 세대와 같이 인간발달 과정에서 동일한 과제에 직면한 과제 동질적 집단이라는 점에 주목한다. 넷째, 특정 역사적 시기

7) 박재홍. (2003). 세대 개념에 관한 연구. 한국사회학, 37(3), 1-23.

8) 윤소라(2015), “베이비붐 세대, X세대, Y세대의 기초 화장품 구매 의사결정 차이에 관한 연구”, 숙명여자대학교 경영대학원 석사 논문.

(Historical period)에 생존한 사람들로 분류하는 유형이다. 본 연구에서는 가장 일반적인 개념인 코호트(Cohort) 기준으로 분류한 베이비붐 세대와 밀레니얼 세대의 개념 및 특징을 바탕으로 연구를 진행하고자 한다.

1) 베이비붐 세대

베이비붐 세대는 큰 전쟁 직후 다산의 시기에 태어나는 사람들을 말한다. 미국의 경우 세계대전 이후인 1946년부터 1964년까지 출생한 세대를 베이비붐 세대로 규정하고 있으나, 정확한 연도는 학자마다 의견이 분분하다.⁹⁾ 우리나라는 베이비붐 세대를 1955년~1963년에 출생한 세대로 보고 있으며, 통계청의 공식 자료와 베이비붐 세대를 다룬 기타 학문연구에서도 베이비붐 세대를 해당 연도 기준으로 분류하여 가장 일반적으로 사용하고 있다. 이 기준에 따르면 한국의 베이비붐 세대는 720만 6327명¹⁰⁾으로 전체 인구의 30%이상을 차지하고 있으며, 이들의 노동력과 경제력 등 사회적으로 갖는 영향력이 이전 세대¹¹⁾와 X세대¹²⁾보다는 크기 때문에 이들의 특성과 라이프스타일, 소비가치, 이들의 소비선택유형, 만족도 등에 대한 연구가 다양하게 이루어졌다. 2020년을 변곡점으로 1955년생부터 2028년 1963년생까지 720만명의 베이비붐 세대가 순차적으로 국민연금을 수령하며 이들이 가지고 있는 여유 자금과 시간의 활용에 대해 여러 학문 분야와 관광산업에서 이들의 여가 유형 및 여가만족도 등에 대한 연구가 꾸준히 진행되어 왔다.

문경주·장수지(2020)는 베이비붐 세대를 이전 세대보다 고등교육을 받았으며, 정치적으로는 권위주의와 민주화를 동시에 경험하고, 경제적으로는 압축 성장기와 경제위기를 극복하면서 지금의 사회를 이끌었지만, 이제 노부모 봉양과 자녀 부양이라는 두 가지 부담을 동시에 안고 있는 샌드위치 세대로서 우리 사회의 특수성이 반영된 세대라고 정의했다.

이종열, 이형룡(2017)은 베이비붐 세대의 라이프스타일과 소비가치, 크루즈관광

9) 권정윤, 김난도. (2019). 소비자학 분야에서의 세대의 개념, 범주 및 특성에 관한 연구. 소비자학 연구, 30(5), 77-99.

10) 행정안전부 주민등록 인구통계(2019.04) 노인인구 및 베이비부머 인구현황

11) 베이비붐 이전 세대 (~1962년 출생)

12) X세대의 정의는 일반적으로 1965년에서 1979년 사이에 출생한 집단으로 정의한다.

선택속성 간 관계 분석연구에서 베이비붐 세대는 소비에 있어 감정적 가치보다 사회적 가치, 기능적 가치가 우선되며, 라이프스타일에 따라 선택속성이 다양하다는 결론을 도출하였다. 박혜숙(2016)의 연구에서는 베이비붐 세대는 합리적 소비를 지향하고 권위주의적이고 집단주의, 가족지향적 가치관을 가지고 있는 것으로 정의하였다.

2) 밀레니얼 세대

밀레니얼 세대는 미국 세대 개념 전문가인 닐 하우(Neil Howe)와 윌리엄스트라우스(William Strauss)가 1991년 출판한 「Generations:The History of America's Future(세대들, 미국 미래의 역사)」에서 처음 언급된 단어로 Y세대로 통용되기도 한다. 밀레니얼 세대의 범위는 미국에서는 주로 1981년부터 1996년 출생을 기준으로 하며 국내는 1980년대 초(1980~ 1982년)부터 2000년대 초(2000~ 2004년)까지 출생한 세대를 이야기한다. 글로벌 노동시장의 기준에서 밀레니얼 세대는 2019년에 베이비붐 세대의 인구수를 뛰어넘을 것으로 예상¹³⁾된다. 밀레니얼 세대의 노동 인구 역전현상으로 인해 사회, 경제 분야에서 밀레니얼 세대는 사회, 경제적인 주도층으로 자리잡게 되었다. 이혜정·우규창(2013)은 밀레니얼 세대를 사회적 성공보다 개인의 행복, 여가 등의 가치를 추구하는 경향을 가지고 있으며, 일과 여가생활의 균형을 우선시하고 삶의 질 향상에 기여할 수 있는 여가 향유를 중시하는 특징을 갖고 있다고 표현하였다. 이들에 대한 관광 여가 부문의 연구는 주로 행동요인, 라이프스타일에 관한 연구로 베이비붐 세대에 대한 연구와 대비 연구의 주제와 연구의 수도 많지 않다.

김정지(2019)는 밀레니얼 세대의 특성을 반영한 주얼리 시장 경향 연구에서 밀레니얼 세대의 특성을 기업의 경영철학, 윤리성, 사회적 환원에 관심이 많고, 정체성 표현, 정보공유라고 정리했다. 이는 베이비붐 세대가 가지고 있는 합리적, 권위적 성향과는 차이가 있음을 보여준다. 밀레니얼 세대와 베이비붐 세대의 특성의 차이

13) Rauch, Jonathan (2018). "Generation next, Millennials will outnumber baby-boomers in 2019". The Economist

는 기술의 발달과도 밀접한 연관이 있는데 특히 모바일 디바이스의 발전과 SNS의 등장이 두 세대간 차이의 가속화를 야기했다고 예측할 수 있다. 신용환, 이캐시연주(2015)는 밀레니얼 세대의 소비성향을 하나는 ‘자기지향적’ 성향, 다른 하나는 ‘타인지향적’ 성향, 두 가지 성향을 구분하였으며 한 세대에서 두 성향이 동일하게 나타나는 이유에 대한 연구를 진행하였다. 이 연구에서 밀레니얼 세대는 부모 등 가족들의 지지와 다르게 사회 경쟁의 심화로 초조함이 이들을 지배하는 정서 중 하나가 되었고 이는 밀레니얼 세대를 타인의 영향을 많이 받는 타인지향적 소비성향으로 만들었을 것이라고 분석했다.

강현나, 최동수, 서원석(2020)은 호텔 이용객의 지각된 고객지향성이 고객만족과 행동의도에 미치는 영향 연구에서 밀레니얼 세대가 가지고 있는 가치관과 특성에 따라 옴로(YOLO), 가심비와 같은 소비 트렌드를 이끌며 여가 중심의 소비문화를 창출하는데 기여했으며 다른 세대보다 여가를 소비하고 호캉스와 같은 환대서비스를 이용하는 소비자로서 서비스 욕구를 충족하려는 정도가 더 크다고 판단하였다. 상기 연구를 통해 본 연구에서 알아보고자 하는 세대의 특성이 호텔 이용객의 만족에 유의한 영향을 미치는 것을 확인하였다.

3) 선행연구

세대간 비교연구는 대상에 대한 세대별 인지 차이 비교연구, 소비가치 및 소비문화 등 다양한 연구가 진행되었으나 베이비붐 세대와 밀레니얼 세대의 비교는 많지 않은 실정이다. 특히 관광 분야에서 세대간 비교연구는 여가환경과 여가 만족도에 대한 연구가 주를 이루었고 본 연구와 연관이 있는 선택속성에 대한 연구는 1건으로 김성혁, 오은지, 권상미(2009)가 진행한 관광지선택속성에 대한 세대별 특징이 관광동기와 관광지선택속성, 관광방식에 차이가 있는지 비교 분석하였다. 해당 연구에서는 베이비붐 세대와 X세대(1965-1976 출생), N세대(1977-1997)를 대상으로 세대별 비교연구를 진행했는데, 베이비붐 세대를 1954년 - 1964년 생으로 구분하여 본 연구와는 연령의 구분이 1년의 차이가 있으며 대상 세대도 차이가 있다. 앞선 연구에서는 세대별 관광동기, 관광지선택속성의 차이를 One-way ANOVA를

이용하여 연구하였는데 그 결과 관광동기에서 일상탈출성, 문화추구성, 가시성, 가족결속성 중 일상탈출성, 가족결속성 두가지 속성만이 세대별로 차이가 있는 것으로 나타났으며 베이비붐과 X세대에는 “가족결속성”이 유의한 영향을 미치는 것으로 가족 중심적 가치를 갖고 있다는 사실을 알 수 있다. 관광지 선택속성에서는 기반시설, 관광자원, 유명함, 접근성, 독특성 중 접근성과 관광지 독특성 요인만이 세대별 차이가 있는 것으로 나타났으며, 베이비붐 세대에는 “접근성”요인만이 유의한 영향을 미쳐 베이비 붐 세대에게는 접근성이 중요하다는 것을 알 수 있다. 해당 연구는 세대별 비교연구라는 점에서 일부 유사점이 있으나, 베이비붐 세대와 밀레니얼 세대별 호텔선택속성, 수정된 IPA분석을 실시하는 본 연구와는 차별성이 있다.

권상희 홍종배(2009)는 세대별 여가문화소비유형과 삶의 만족도를 연구하였는데, 이 연구에서 세대별 여가소비경향과 자기정체성, 대인관계, 여가소비만족도, 삶의 만족도간 관계를 분석하였다. 그 결과 한국인의 여가문화소비 유형을 미디어이용형, 관계중심형, 개인중심형, 소일형 여가문화소비 등 네가지로 구분하고, 소일형 여가문화소비를 제외하고 미디어이용형, 관계중심형, 개인중심형 여가문화소비를 활발히 할수록 자기정체성과 대인관계가 강화되고, 여가문화소비 만족도와 삶의 만족도가 높은 것으로 나타났다. 미디어이용형 여가문화소비는 60대 이상과 20대, 10대가 많이 추구하고, 개인중심형 여가문화소비는 20대와 10대가 많이 추구, 관계중심형의 경우 30대이상 중장년층과 노년층이 가장 선호하는 여가문화소비유형으로 나타났다. 이는 앞선 선행연구 결과인 베이비붐 세대가 가족결속성을 중요하게 생각하는 것과 일치하는 것으로 볼 수 있다.

윤혜진, 김영문, 김은희(2016)는 세대별 여가 인식, 활동 그리고 행복의 관계에 대해 연구했는데, 이 연구에서는 세대를 강점기 세대(-1944년 출생), 해방·전쟁 세대(1945-1954년 출생), 베이비붐 세대(1955-1963년 출생), 민주화 세대(1961-1970년 출생), X 세대(1971-1976년 출생), Y 세대(1977-1987년 출생), N&Z세대(1988년 이후)로 구분하여 총 7개 집단의 여가-노동 인식, 여가활동의 차이를 비교하였으며 그 결과 한국 사회의 코호트 특수성이 반영되어 노년 세대일수록 상대적으로 여가에 대한 선호인식이 낮고 노동에 대한 인식이 높으며 젊은 세대는 그 반대인 것으로 나타났다. 각 세대별 여가 활동 유형에도 노년층과 젊은 세대간 유의한 차이가 있는 것으로 나타났는데 젊은 세대일수록 동적인 여가, 노년 세대로 갈수록 휴식활

동과 같은 정적인 여가에 높은 참여 양상을 보였다. 여가-노동 인식, 여가활동 유형, 세대는 모두 주관적 행복감에 유의미한 영향을 미치는데, 휴식활동에 비해 상대적으로 활동적인 여가가 주관적 행복감을 높이는 반면 감상형 여가는 행복감을 낮추는 것으로 나타났다. 또한 여가-노동 인식은 여가를 선호하는 사람일수록 행복수준이 높은 것으로 나타나 노년 세대의 여가 재사회화가 이루어져야 함을 시사하였다.

안영주와 이슬기(2017)의 연구에서는 세대별 여름휴가 관광지의 매력성, 만족도, 추천의도와의 관계를 비교 분석하였는데, 베이비붐 세대(1955-1969), X세대(1970-1987), G세대(1988-)로 구분하여 국내 주요관광지 8구역을 중심으로 연구를 진행하였다. 본 연구에서는 여행지 매력성을 놀거리, 먹거리, 살거리, 쉴거리 5개 항목으로 구분하여 만족도 조사를 실시하였으며 단순회귀분석과, 다중회귀분석을 실시하여 세대별 만족도 차이를 비교 분석하였으며, 그 결과 모든 지역에서 살거리에 대한 관광지 매력성이 기타 매력성에 비해 낮으며 볼거리에 대한 세대별 만족도에 차이가 있는 것으로 나타났다. 본 연구에서 베이비붐 세대의 만족도에는 쉴거리가 가장 유의한 영향을 미치고 X세대와 G세대는 볼거리로 나타나 베이비붐 세대의 여행 만족에는 숙박, 휴식, 여유로움이 만족도에 중요한 영향을 미친다는 것을 알 수 있었다.

김수아, 김남조(2020)는 베이비붐 세대와 밀레니얼 세대의 여가환경이 여가만족에 미치는 영향에 대해 연구하였는데, 이는 본 연구와 일부 유사한 점이 있다. 이 연구는 여가환경을 시간, 비용, 빈도, 동기, 공유자 등으로 구성하였는데, 세대별 여가 환경이 여가만족에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 베이비 붐 세대는 앞선 선행연구와 같이 가족이나 동호회 등 여가공유자가 여가 만족에 영향을 미치며 밀레니얼 세대에게는 친구와의 여가 공유가 여가 만족에 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 또한 밀레니얼 세대가 베이비붐 세대보다 여가 비용을 더 지출하고 있지만 현재보다 더 많은 비용지출과 여가시간 향유를 희망하며, 평일여가시간과 개인적 여가동기가 여가만족에 유의한 영향력을 미치는 것으로 나타났다.

2. 호텔선택속성

1) 호텔선택속성 개념 및 정의

속성(Attributes)은 상품이나 서비스가 갖는 유·무형적인 고유의 특성이며, 상품은 이러한 속성들의 묶음이다(Kotler, Bowen & Makens 1996). 즉 선택속성이란 소비자가 상품을 구매할 때 판단에 영향을 미치는 복합적인 요소라고 할 수 있다.

호텔선택속성은 호텔 이용객이 호텔 선택에 있어 우선적으로 고려하는 중요 사항(Knutson,1988)으로, 호텔 이용객들의 만족에 영향을 미치는 호텔의 다양한 서비스와 시설 등 호텔 선택 시 우선하여 고려하는 유·무형적 속성을 의미한다(Wuest, Tas & Emenheiser,1996). 김용범(2016)은 호텔선택속성을 호텔을 이용한 고객이 중요하다고 생각하는 요인들의 만족이며, 여기에는 호텔의 위치, 가격, 서비스 질, 부대시설 등 호텔에서 제공되는 서비스가 모두 포함되어 있다고 설명했다.

호텔선택속성의 개념은 선행연구 대부분 공통적으로 유무형의 서비스를 지칭하는데 이를 구성하는 항목이 시대적, 사회적으로 변화되고, 시간의 흐름에 따라 새로운 속성에 해당하는 항목이 생기거나 기존에 중요한 속성이 없어지기도 하였다.

호텔선택속성은 시대의 흐름에 따라 와이파이, 조명, 냉난방 시스템 등 기술의 발달과 코로나19, 메르스 등 환경의 변화, 새로운 소비 유형 집단의 등장, 유행 등 복합적인 상황에 따라 변화했는데, 선행연구에서 코로나19 이전과 코로나19 팬데믹 이후의 호텔선택속성에 유의한 차이가 있는지 살펴보고자 한다.

2) 선행연구

(1) 코로나19 이전(~2019.12)

호텔선택속성에 대한 호텔선택속성에 대해 처음으로 연구한 학자는 Lewis(1984)로 6개 호텔 1,315명에게 66개 설문 문항을 조사하여 비지니스, 일반 관광 고객 두 개 집단으로 구분하여 각 집단별 선택속성 중요도를 요인분석, 분산분석, 회귀분석 다중판별분석 및 군집분석을 통해 측정하였으며 그 결과 서비스의 질, 전반적인 느낌(분위기), 안전, 부가적인 서비스, 식음료 가격 및 질, 심미성, 어메니티, 이미지, 음료의 질, 객실 및 욕실 컨디션, 운동시설, 평판, 조용함, 객실 속성, 예약 및 프런트 데스크, 가격 및 가치, 입지 17개 요인을 도출했으며 연구를 통해 여행목적에 따라 선택속성의 중요도에 차이를 보인다는 것을 입증하였다. Knutson(1988)은 3개 호텔(Economy, Mid-priced, luxury) 이용자를 관광객과 비즈니스 이용객으로 구분하여 호텔 선택 시 고려되는 사항들을 분석하였다. 이 연구에서 Knutson은 주요 요인을 객실 청결성, 편안함, 안전성, 신속함, 입지, 친절성, 시설, 환대성 8개의 요인을 중요한 속성으로 고려했으며, 호텔 처음 방문, 재방문, 이용목적(여행, 비즈니스)에 따라 고려되는 주요 속성이 상이함을 확인하였다.

안운석(1996)은 호텔선택 결정속성에 관한 연구에서 호텔선택속성을 부대시설, 종사원, 객실, 전반적 이미지, 비즈니스 부문 총 5 개요인으로 구분하여 각 속성이 호텔선택에 미치는 영향과 상대적 중요도에 대한 연구를 진행하였다. 그 결과 호텔선택속성의 상대적인 중요도는 종사원 > 객실 > 비즈니스 > 부대시설 > 전반적인 이미지 순으로 나타났다. 이채은, 정규엽(2011)은 소비가치 세분화에 따른 호텔선택 결정속성 차이에 대한 연구에서 소비가치 군집별 호텔선택속성 4개 요인인 객실요금, 식음료서비스, 전반적환경, 객실서비스의 영향력을 분석하였다. 그 결과 상황적 가치형 군집은 객실요금에 높은 관심을 보이고 호텔을 선택하는 것으로 나타났으며, 감정적 가치형 군집은 식음료 서비스와 전반적 환경, 객실 서비스 등 서비스 요인에 영향을 많이 받는 것으로 나타났다. 다음으로 소극적 가치형 군집은 객실서비스에 높은 관심, 객실요금, 식음료 서비스, 전반적 환경에 약간의 관심을 보였고, 마

지막 유형인 사회적 가치형 군집은 식음료 서비스, 전반적 환경, 객실서비스에 약간의 관심, 객실 요금에는 그다지 관심이 없는 것으로 나타나 상황적 가치형과 반대의 관심성향을 가진 것으로 분석되었다. 김용범(2016)은 TripAdvisor 평판을 빅데이터 분석 기법의 하나인 텍스트 마이닝을 실시하여 호텔선택속성의 중요도-만족도 분석을 실시하였다. 해당 연구에서는 호텔선택속성을 외부환경, 객실, 식음료, 종사원, 부대시설 5개 요인으로 분류하였으며 성별, 연령별 비교 분석을 실시하고, 호텔선택속성 IPA 분석을 실시하였다는 점에서 본 연구와 일부 유사한 부분이 있으나 세대별 호텔선택속성의 수정된 IPA연구라는 점에서 차별성이 있다. 이집트의 Ahmed M. Fawzy(2016)의 연구에서는 시니어 이집트, 러시아, 영국 관광객을 대상으로 호텔선택속성의 중요도 순위를 연구하였는데, 이 연구에서는 호텔선택속성을 직원, 호텔의 환경(분위기) 및 안전, 레크레이션, 이미지 및 청결, 가격 및 가치, 식음료, 기타시설 7개 요인으로 분류하였다. 그 결과 시니어 관광객에게 공통적으로 청결요인이 가장 중요한 것으로 확인되었다.

Tijana et al.(2017)의 연구에서는 전 세계 80개의 주요 관광지를 방문한 관광객을 대상으로 TripAdvisor에서 수집한 설문을 고객접점(Service Encounter), 방문객(Visitor), 방문객 국적(Visitor's nationality), 호텔(Hotel), 관광목적지(Destination) 5개 요인으로 나눠 다중요인분석을 실시하였으며, 그 결과 관광객 개인의 특성과 호텔의 속성이 만족도에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 장정야 등(2019)의 연구는 중국 안후이성 출신 밀레니얼 세대(1980-2000년 출생)를 대상으로 소비가치 및 호텔선택속성이 만족도에 미치는 영향을 연구하였다. 이 연구에서는 호텔선택속성을 명성, 가격, 입지, 서비스, 시설 총 5개 요인으로 구분하여 호텔이용객의 만족도 관계를 규명하였고, 그 결과 '명성', '시설' 요인이 밀레니얼 세대 만족도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 파악되었다. 해당연구는 밀레니얼 세대의 선택속성 만족도를 연구한다는 점에서 본 연구와 일부 유사한 점이 있으나 특정 세대만을 연구했다는 점에서 본 연구와 차별성이 있다. 마지막으로 본 연구에서는 밀레니얼 세대의 가치관과 특성 및 베이비붐 세대의 가치관과 호텔선택속성의 중요도와 만족도에 미치는 영향을 베이비 붐 세대의 호텔선택속성과 비교하여 분석하고자 한다.

표 2-1. 호텔선택속성 선행연구_코로나19 이전

학자	호텔선택속성 요인
Lewis(1984)	서비스질, 전반적인 느낌, 안전, 개선된 서비스, 식음료의 가격과 질, 쾌적한 상태, 이미지, 입지 등 : 17개 요인
Knutson(1988)	객실 청결성, 편안함, 안전성, 신속함, 입지, 친절성, 시설, 환대성 : 8개 요인
안운석(1996)	부대시설, 종사원, 객실, 전반적 이미지, 비즈니스 : 5 개요인
이채은, 정규엽(2011)	객실요금, 식음료 서비스, 전반적 환경, 객실 서비스 : 4개 요인
Ahmed M. Fawzy & Tamer M. Abba(2016)	직원, 환경(분위기) 및 안전, 레크레이션, 이미지 및 청결, 가격 및 가치, 식음료, 기타 시설 : 7개 요인
김용범(2016)	외부환경요인, 객실, 식음료, 종사원, 부대시설: 5개 요인
유아현(2017)	서비스, 브랜드 이미지, 환경, 부대시설, 요금: 5개 요인
Radojevic, T., Stanistic, N., & Stanic, N. (2017)	입지, 청결, 객실, 서비스, 수면의 질, 가치: 5개 요인
장징아, 이희승, 서강태(2019)	명성, 가격, 입지, 서비스, 시설: 5개 요인

선행연구를 바탕으로 연구자가 재구성

(2) 코로나19 이후 (2019.12 ~2021. 04.)

2020년 3월 세계보건기구(WTO)의 코로나19(COVID-19) 팬데믹(세계적 대유행)을 선언한 이후 코로나19로 인한 관광객의 위험지각에 따른 관광형태의 변화와 영향력에 대한 연구가 활발하게 진행되었으나, 호텔선택속성에 대한 연구는 제한적이다. 윤성필(2020)은 소비성향에 따른 호텔 선택속성의 차이를 연구하였으며, 소비성향

을 과시소비추구집단, 절약구매 추구집단, 계획구매추구집단 3개 집단으로 구분하여 설문을 진행하였다. 호텔선택속성 문항의 경우 윤유식, 오정학, 박경연(2009), 이채은(2010), 유아현 등의 선행연구를 토대로 14개 문항으로 구분하였으며 요인분석을 통해 프론트서비스, 객실요금, 호텔입지, 식음료 서비스 4개 하위요인을 도출하였고 그 결과 과시소비추구집단은 비교적 호텔입지요인, 프론트서비스를 중요하게 고려하고 자신의 사회적 지위를 나타내고자 하는 고객군으로 조사되었으며, 절약추구집단은 프론트서비스, 식음료서비스 요인을 고려하는 것으로 나타났다. 마지막으로 계획구매추구집단은 비교적 골고루 고려하여 가성비를 넘어 가심비를 중요시하는 고객으로 볼 수 있으며, 호텔 기업만큼 혹은 그 이상의 정보습득능력을 가지고 있다고 할 수 있다.

김범석(2020)은 호텔 선택속성에 따른 고객만족과 고객충성 의도에 미치는 영향에 대한 연구를 수도권 특1급 호텔을 대상으로 빅 데이터 분석기법(Big Data Analysis)를 통해 진행하였으며, 호텔선택속성 요인을 접근성, 편리성, 경제성, 서비스 지향성, 브랜드 가치, 심미성 6개 요인으로 분석하여 연구하여 소비자의 선택속성이 고객 만족과 충성에 미치는 영향이 선행연구와 동일한 유의 수준의 가설검증 결과를 얻었다.

김철원(2021)은 코로나19 위험지각이 호텔 서비스 선택과 만족에 미치는 영향에 대해 시대적 상황에 부합하는 문항과 SERVQUAL 모델을 기반으로 20개의 문항을 설문에 사용하였다. 해당 연구에서는 호텔선택속성을 효율성 요인과 전문성요인, 시스템요인, 차별성 요인 4가지로 구분하였으며 각 변수간 분석을 위해 상관관계 분석을 실시하였다. 그 결과 호텔 이용객의 ‘경제’와 ‘심리’ 위험요인이 호텔선택에 영향을 미치며, 호텔선택속성은 고객만족도에 정(+)의 영향을 주지만 재이용 의도에는 ‘차별성 요인(이용 후기 신뢰성, 주차시설과 서비스 제공, 특별 보호 서비스 제공, 브랜드인지도, 외부 경관의 우수성)’ 만이 정(+)의 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 이처럼 코로나19 이후의 호텔선택속성 연구가 진행되었지만 코로나19 전후의 호텔선택속성의 변화에 대한 확인이나, 중요도-만족도 연구는 현재까지 미흡한 실정이다.

3. 수정된 IPA

1) 수정된 IPA 개념

중요도 - 만족도 분석(importance-performance analysis)은 Martilla, James(1977)에 의해 제안된 방법으로 기업에서 고객 만족도 개선을 위한 마케팅 전략 수립에 있어 어떠한 측면에 더 많은 관심을 기울여야 하는지 간단하고 이해하기 쉽게 만든 다속성 모델(Multi-attitude Model) 경영진단기법이다. IPA는 한정된 자원으로 개선이 우선적으로 필요한 부분을 식별하고 경쟁력 제고를 위한 전략적 제안을 가시적으로 표현하여 자동차, 관광, 의료 등 다양한 산업분야의 실무와 연구에 자주 사용되어 왔으나 소비자가 생각하는 중요도와 만족도가 서로 독립적이어야 함에도 불구하고 선형적 결과를 나타내 결과값이 I 사분면과 III 사분면에 치중되어 있어 타당성에 대해 문제점이 지적되었고 이를 개선하기 위해 수정된 중요도 - 만족도 (이하 수정된 IPA) 기법이 제안되었다.(Kano, Seraku, Takahashi, & Tsuji, 1984; Vavra, 1997; Oh, 2001; Matzler et al., 2004; Deng, 2007; Deng, Kuo, & Chen, 2008; 표성수, 2008; 정철·서용석, 2010; 오민재·류재숙, 2016)

수정된 IPA 기법은 먼저 Kano et al.(1984)모델의 고객만족 계수를 이용한 품질속성의 중요도 - 만족도 분석과 Kano 모델의 복잡한 계산을 보완하여 만족도를 회귀계수를 내재적 중요도로 추정하여 사용하는 Vavra(1997)의 중요도-만족도 분석, 만족도를 편상관계수로 자연로그화 하여 내재적 중요도로 추정하는 Deng(2007)의 수정된 IPA 기법이 주로 쓰인다.

먼저 Kano는 Three-Factor Theory를 기반으로 고객 만족에 영향을 미치는 제품 및 서비스의 품질 속성이 기본요인(Basic factor), 실행요인(Performance factor), 그리고 흥분요인(Excitement factor) 3가지로 구분할 수 있다고 주장하였으며(Kano, Seraku, Takahashi, & Tsuji, 1984; Matzler & Hinterhuber, 1998; Vavra, 1997; Matzler et al., 2003; 김남현·이충기, 2013), 내재적 중요도는 Kano의 만족계수(SI: Satisfaction Index)와 불만족계수: DI(Dissatisfaction Index)를 이용하여 추

정하였다(Tontini, 2007; Jang et al, 2012; 송해근, 2013).

Vavra는 1997년 Kano의 Three-Factor Theory의 다소 복잡한 통계 과정을 개선하기 위해 각 항목을 전반적인 만족도와 의 회귀계수를 산출하여 내재적 중요도를 추정하는 방식을 제안했다(남은경·이승곤, 2018; 원옥비·류기상·임은순 2020). Vavara의 수정된 IPA 기법은 Kano이 Three-Factor Theory 모형을 시각화하였기 때문에 기존의 전통적인 IPA grid와 다르게 I사분면은 실행요소(Performance Factor), II사분면은 매력요소(Excitement Factor), III사분면은 비중요 실행요소(Performance factor), IV사분면은 기본요소(Basic Factor)로 해석할 수 있으며 회귀계수를 사용하여 고객 만족에 영향을 미치는 요인의 우선순위를 파악할 수 있다는 장점이 있다.

Deng(2007)은 Vavra가 제안한 연구에서 발생할 수 있는 다중공선성 문제를 해결하기 위해 고객 만족도를 편상관계수(Partial Correlation Coefficient)로 자연로그화하여 내재적 중요도를 추정하였으며 전통적인 IPA grid와 같이 I사분면은 지속 유지(Keep up the good work), II사분면은 우선 시정노력(Concentrate herer), III사분면은 낮은 우선순위 (Low priority), IV사분면은 과잉노력 지양(Possible Overkill)로 해석할 수 있다. Deng(2007)이 제안한 기법은 Vavra(1997)가 제안한 수정된 IPA보다 다중공선성의 문제에서 자유롭지만 고객 만족도와 변수간의 상관관계만을 살펴 본다는 점에서 본 연구에서 진행하고자 하는 세대간 호텔택속성의 차이를 설명하기에는 다소 부족한 측면이 있다. 따라서 본 연구에서는 Vavra가 제안한 수정된 IPA기법을 사용하여 세대별로 호텔선택속성 우선순위에 대해 함께 살펴보고 실무에 보다 유용한 자료를 제시하고자 한다.

2) 선행연구

Vavra(1997)에 의해 제안된 수정된 IPA는 교육, 관광, 의료 등 서비스 관련 여러 분야에서 소비자의 내재적 중요도와 만족도를 통해 개선 우선순위와 유지해야 하는 항목 등을 파악하기 위해 사용되었으며, 주로 수정된 IPA 기법 하나를 활용하거나 전통적인 IPA와 Deng이 제안한 수정된 IPA 기법, AHP 등과 같은 다양한 기법과 비교하는 연구가 이루어져 왔다.

서현식, 송인국(2011)은 Kano모델과 수정된 IPA를 이용하여 기존 노트북과 비교하여 u-러닝 환경에서 태블릿이 적합한지 확인하는 과정을 걸쳤고 이미지가 제일 중요한 개선 요인임을 도출하였다. 결과적으로 노트북 및 태블릿 기반의 환경에서 학습자들은 기존 학습 자료와의 호환성을 크게 중요하지 않게 생각하는 것을 확인하였다.

오민재, 류재숙(2016)은 인천차이나타운 관광매력성 평가에 전통적 IPA와 수정된 IPA를 Deng, Vavra의 기법 2가지를 모두 사용하여 3개 기법의 차이를 비교연구하였는데 전통적 IPA의 결과가 I사분면과 III사분면에 집중되어 있는 것을 확인하였고 두 수정된 IPA 기법은 항목 중 일부만이 동일한 것을 확인하여 수정된 IPA 기법의 결과가 다를 수 있음을 시사하였다. 또한 해당 연구를 통해 수정된 IPA 기법 두 개 중 어떠한 기법이 더 적합한지는 판단할 수 없음을 확인하였다.

정장국, 김기진(2016)은 수정된 IPA를 이용하여 경북지역 대학생을 중심으로 커피전문점의 서비스 품질에 대한 연구를 진행하였고, 수정된 IPA 결과를 통해 유지해야 하는 부분은 메뉴품질, 개선 해야 하는 부분은 직원서비스인 것으로 확인했다.

김이태(2019)의 연구에서는 전통적 IPA와 Deng, Vavra의 수정된 IPA를 활용하여 전시 참가업체와 참관객의 선택속성을 비교하였다. 이 과정에서 연구자는 Vavra와 Deng의 수정된 IPA 결과가 동일하지 않아 기존 선행연구에서 주장한 두 수정된 IPA 방법 중 어떠한 방법이 절대적으로 더 적합하다고 판단 할 수 없다는 결과를 다시 확인하였다(오민재 · 류재숙, 2016; 김홍렬, 2017).

원옥비, 류기상, 임은순(2020)은 앞선 연구와 같이 전통적 IPA와 수정된 IPA 2가지, 총 2가지 기법을 동시에 활용하여 베트남 여행객의 한국 여행상품의 선택속성을 비교 연구하였으며, 각 기법을 사용하여 우선적으로 개선이 필요한 부분을 규명

하고 베트남 단체 관광객을 유치하기 위한 맞춤형 마케팅전략수립을 위한 자료를 제시하고자 하였다. 그 결과 전통적 IPA 대비 수정된 IPA의 결과가 4 분면에 골고루 분포되어 전통적 IPA의 문제점을 수정된 IPA가 어느정도 개선을 한 것으로 확인하였다.

이연주, 이태희(2020)는 수정된 IPA 분석을 이용하여 호텔 예약사이트의 선택속성을 연구하여 기존 호텔 예약사이트의 구성에 대한 연구들과는 달리 소비자가 호텔 예약사이트를 선택하는데 중요하게 생각하는 속성을 파악하여 고객 충성도를 위한 전략수립에 시사점을 제공하였다.

상기 선행연구의 경우 소비자의 중요도와 만족도를 파악하여 개선사항, 유지사항, 개선 불필요 사항, 기본적인 사항을 쉽고 이해하기 쉽게 제시하였으나 소비집단별 중요도와 만족도의 비교는 이루어지지 않았다는 점에서 본 연구의 세대별 호텔선택속성의 비교연구와는 상이한 부분이 있다. 본 연구에서는 Vavra(1997)가 제안한 중요도-만족도 분석 방법을 사용하여 각 세대별 호텔선택속성의 중요도 만족도를 파악하고 IPA grid를 통해 두 세대의 차이를 시각적으로 표현하여 실무에서 쉽고 직관적으로 이해할 수 있는 자료를 제공하고자 한다.

Ⅲ. 연구방법

1. 연구문제

본 연구의 목적은 수정된 IPA분석을 통해 호텔 주요 소비층인 베이비붐 세대와 밀레니얼 세대의 호텔선택속성을 비교 분석하여 세대별 호텔선택속성의 우선순위를 확인하는 것이다. 이를 위해 우선 세대별로 호텔 선택속성의 중요도와 호텔속성별 만족도 차이를 확인하고, IPA grid를 통한 직관적 자료를 제공하는 한편, 나아가 호텔선택속성별로 소비자의 호텔 만족도에 미치는 영향을 파악하여 실증적인 자료를 제시하고자 한다. 연구문제는 다음과 같다.

연구문제 1. 베이비붐 세대와 밀레니얼 세대의 호텔선택속성 중요도-만족도는 어떠한가?

연구문제 1-1. 베이비붐 세대와 밀레니얼세대의 호텔선택속성 중요도에 차이가 있는가?

연구문제 1-2. 베이비붐 세대와 밀레니얼세대의 호텔선택속성 만족도에 차이가 있는가?

연구문제 1-3. 베이비붐 세대와 밀레니얼 세대의 호텔선택속성의 IPA 분석결과는 차이가 있는가?

연구문제 2. 베이비붐 세대와 밀레니얼세대의 호텔만족도에 영향을 미치는 호텔 선택속성이 차이가 있는가?

2. 조사대상과 자료수집

본 연구는 최근 2년간 국내 호텔에 투숙한 경험이 있는 국내 베이비붐 세대(1955년-1963년 출생)와 밀레니얼 세대(1980년-2000년 출생)를 대상으로 온라인 설문조사로 진행하였다. 설문조사는 국내 온라인 조사업체인 엠브레인사의 패널 중 스크리닝 문항을 통해 선별, 추출하고 동시에 Google Survey를 통한 설문도 병행하였다. 412개의 수집된 자료 중 세대에 해당하지 않는 연령이나, 불성실한 응답이 있는 9부를 제외하고 밀레니얼 세대 193명, 베이비붐 세대 209명 등 총 402개의 유효 표본을 최종 분석에 사용하였다.

3. 척도의 구성

1) 호텔선택속성 척도구성

본 연구에서 호텔선택속성은 호텔을 선택하는데 영향을 미치는 가격, 입지, 서비스, 시설, 안전 및 청결, 이미지 등 호텔에서 제공되는 서비스의 총체를 말한다. 호텔선택속성 척도의 항목을 구성하기 위해 Lewis(1984)와 김용범(2016), 장징아(2019) 등 호텔선택속성 관련 선행연구를 참고하였고 예비조사를 통해 이를 보완하였다. 예비조사로는 면접과 desk research를 시행하였다. 면접은 베이비붐 세대와 밀레니얼 세대 각각 3명, 그리고 호텔 근무자 5명 등 총 11명을 대상으로 실시하였고 desk research를 통해 호텔예약 및 평가사이트인 네이버 예약과 TripAdvisor 등에서 소비자들이 언급한 만족 및 불만족 사항을 참고하였다. 이런 과정을 통해 크게 6개 요인, 64개의 호텔선택속성 항목을 추출하였다.

2) 변수의 측정 및 정의

64개의 호텔선택속성 항목에 대한 만족도는 모두 5점 Likert 척도로 측정하였다. 호텔 선택속성의 6개 요인은 안전 및 청결, 부대시설, 호텔 부가서비스, 접근성, 심미성, 가격으로 구성되었으며 각각 7문항, 6문항, 4개 문항, 3개 문항, 3개 문항, 2개 문항이다. 해당 문항은 요인분석에서 타당도와 신뢰도 검정에서 요인에 포함되지 않는 항목 및 요인 적재량이 .5 이하인 항목이 소거되어 총 25개의 항목이 사용되었다. 모든 속성 척도는 리커트 5점 척도(매우 불만족 1점 ~ 매우 만족 5점)로 구성하였다. 구체적인 내용은 표 3-1, 표3-2와 같다.

표 3-1. 변수의 측정

변수	문항	측정	
스크리닝 질문	호텔방문여부	최근 2년 이내 국내 호텔을 방문했는지 여부	예→설문진행 아니오→설문중단
	세대	출생연도	베이비붐세대(1955-1963) 밀레니얼세대(1980-2000) →진행 기타→설문중단
인구 사회학적 변수	학력	최종졸업 학력	중학교 졸업 ~ 대학원 이상 →해당하는 사항 선택
	소득	월평균 가계소득	200만원 미만 ~ 600만원 이상 →100 만원 단위 해당항목 선택
	직업	현재 종사 중인 직업	회사원, 자영업, 학생 주부, 공무원, 농/임/축산/어업 전문직/프리랜서, 기타
	호텔 이용빈도	연간 호텔 방문횟수	연 1회 ~ 연 4회 이상 →해당항목 선택
	주 이용호텔	주로 이용하는 호텔등급	1성급 ~ 5성급 →해당 항목 선택
	정보수집	호텔 정보수집 방법	여행사, 인터넷, 소셜미디어 광고, 이벤트/프로모션 지인소개, 기타
	방문목적	주로 방문하는 목적	휴양/힐링, 명소관광 스포츠/레저, 업무 비즈니스 단체행사, 기타

표 3-2. 변수의 정의(호텔선택속성)

요인	세부항목	내용
안전 및 청결	객실 바닥 청결도	객실 바닥이 청결함
	침구 청결도	침구가 청결하고 사용하기에 편안함
	보안 안전성	보안에 위협을 느끼지 않으며 안전함을 느낌
	방음	소음 차단 정도
	욕실 청결도	욕실 청소가 잘 되어 있음
	호텔 방역시스템	호텔 내 방역 지침이 잘 지켜지고 있음(객실 환기 등)
	화재 안전성	화재 대피 시설이 잘 되어 있고 안전함을 느낌
부대시설	스파 및 사우나	스파 및 사우나 등 휴식공간 제공
	피트니스센터	피트니스센터 운영 및 시설의 쾌적함
	키즈프로그램	키즈프로그램 운영 및 이용시설이 쾌적함
	기타부대시설	호텔 내 편의점, 카지노, 놀이시설 등 추가 시설 이용가능
	수영장	수영장의 운영 및 시설의 쾌적함
	비즈니스센터	비즈니스센터 운영 및 시설의 쾌적함
호텔 부가서비스	미니바가격	미니바 가격이 지불 가능한 가격임
	미니바제공	미니바를 제공하고 다양성과 내용물이 우수함
	룸서비스가격	룸서비스 가격이 지불 가능한 가격임
	멤버십서비스	멤버십 서비스를 통해 포인트 적립, 업그레이드 등 가격 혜택을 받을 수 있음
접근성	대중교통접근성	대중교통을 이용하여 쉽게 방문할 수 있음
	도심과의거리	도심과 가까움
	공항과의거리	공항을 이용하기에 편리함
심미성	외관의심미성	건물에서 느끼는 고급스러움, 쾌적함, 아름다움 등
	레스토랑시설	레스토랑에서 바라보는 풍경 및 내부 인테리어의 아름다움
	로비의심미성	로비에서 느끼는 고급스러움, 쾌적함, 아름다움 등
가격	객실가격신뢰성	호텔에서 제시한 가격 및 구성이 합리적이며, 합당함, 광고와 다르지 않음
	객실가격	고객이 지불 가능한 가격

4. 자료 분석방법

본 연구는 통계 패키지 SPSS 27.0을 사용하여 기술통계를 통해 조사 대상의 인구통계학적 특성 및 호텔 이용 특성을 파악하고, 요인분석을 통해 요인의 타당도와 신뢰도를 확인하였다. 또한 세대간 평균 차이 비교 분석을 위해 t-test를 실시하였으며, 수정된 IPA 기법을 위한 내재적 중요도는 회귀분석을 통해 얻은 표준화된 회귀계수로 추정하였다. 회귀분석을 통해 추정된 내재적 중요도와 설문조사를 통해 얻은 만족도를 분석하여 두 세대의 호텔선택속성의 우선순위를 시각화하여 비교하고 분석 하였다. 마지막으로 회귀분석을 통해 도출한 회귀계수를 바탕으로 6개의 호텔선택속성이 전체적인 소비자 만족도에 미치는 영향을 검증하였다.

IV. 연구 결과

1. 표본의 일반적 특성

기술통계 빈도분석을 통한 표본의 인구통계학적 특성은 다음의 [표 4-1]과 같다. 분석된 402명의 표본 중 밀레니얼 세대는 194명(48.1%) 베이비붐 세대는 209명(51.9%)로, 남성은 156명(38.8%), 여성은 246명(61.2%)으로 베이비붐 세대의 응답률이 더욱 높았으며 여성이 과반이상으로 조사되었다. 학력은 중학교 졸업 이하는 1명(0.2%), 고등학교 졸업 60명(14.9%), 전문대 졸업은 50명(12.4%), 대학교 졸업은 가장 많은 240명(59.7%), 대학원 이상은 51명(12.7%)으로 조사 되었다. 가계소득은 200만원 미만이 43명(10.7%), 200-299만원 91명(22.6%)로 다소 높았으며, 300-399만원 80명(19.9%), 400-499만원 54명(13.4%), 500-599만원 이상은 47명(11.7%), 600만원 이상은 87명(21.6%)으로 베이비붐 세대의 영향으로 다소 높은 비율로 조사되었다. 직업은 회사원이 155명(38.6%)으로 가장 많았으며, 자영업 45명(11.2%), 학생 13명(3.2%), 주부 67명(16.7%), 공무원 24명(6.0%), 농/임/축산/어업 관련 종사자 4명(1.0%), 전문직/프리랜서 58명(14.4%), 기타 36명(9%)으로 나타났다. 표본 중 연평균 호텔 방문 횟수를 1회로 응답한 사람은 89명(22.1%), 2회 122명(30.3%), 3회 93명(23.1%), 4회이상은 98명(24.4%)로 조사되었다. 주 이용호텔 등급은 1등급 32명(8.0%), 2등급 41명(10.2%), 3등급 114명(28.4%), 4등급 131명(32.6%), 5등급 84명(20.9%), 정보수집방법은 인터넷이 241명(60%)로 가장 많았으며 광고를 통해 정보를 수집하는 빈도는 0.7%로 다소 낮게 조사되었다. 주요방문 목적으로는 휴양/힐링이 297명으로 69.4%의 비율을 차지하는 것으로 나타났으며 명소관광은 73명(18.2%), 업무/비지니스는 36명(9.0%)로 조사되었다.

표 4-1. 인구통계학적 특성(n=402)

구분		빈도 (명)	퍼센트 (%)	구분		빈도 (명)	퍼센트 (%)
세대	밀레니얼 세대	194	48.1	연평균 방문횟수	1회	89	22.1
	베이비붐 세대	209	51.9		2회	122	30.3
성별	남성	156	38.8		3회	93	23.1
	여성	246	61.2		4회 이상	98	24.4
학력	중학교 졸업 이하	1	0.2	주이용 호텔등급	1성급	32	8.0
	고등학교 졸업	60	14.9		2성급	41	10.2
	전문대 졸업	50	12.4		3성급	114	28.4
	대학교 졸업	240	59.7		4성급	131	32.6
	대학원 이상	51	12.7		5성급	84	20.9
월평균 가계소득	200만원미만	43	10.7	정보수집방법	여행사	30	7.5
	200~299만원	91	22.6		인터넷	241	60.0
	300~399만원	80	19.9		소셜미디어	63	15.7
	400~499만원	54	13.4		광고	3	0.7
	500~599만원	47	11.7		이벤트 /프로모션	15	3.7
	600만원이상	87	21.6		지인소개	38	9.5
직업	회사원	155	38.6		기타	12	3.0
	자영업	45	11.2		주요방문목적	휴양/힐링	279
	학생	13	3.2	명소관광		73	18.2
	주부	67	16.7	스포츠 /레저		1	0.2
	공무원	24	6.0	업무 /비즈니스		36	9.0
	농/임/축산 /어업	4	1.0	단체행사		5	1.2
	전문직 /프리랜서	58	14.4	기타		8	2.0
	기타	36	9.0	계		402	100.0
계	402	100.0					

2. 신뢰도와 타당성

본 연구에서는 64개의 호텔선택속성 항목의 타당성 및 신뢰도 검증을 위해 탐색적 요인분석과 신뢰도 분석을 시행하였다. 요인의 추출은 주성분 분석을 통해 이루어졌으며, 요인회전은 베리맥스 회전방식을 이용하였다. 요인은 요인적재량이 0.5 이상인 항목을 유의한 것으로 간주하였다. 요인구조의 기준은 요인적재량(기준: $\geq .5$), 공통성(기준: $\geq .5$), 고유값(기준: ≥ 1), 누적분산설명력(기준: $\geq 60.0\%$), KMO(기준: $\geq .5$), Bartlett의 구형성 검정(기준: $< .05$)을 활용하였으며, 신뢰성의 기준은 내적 일관성을 의미하는 Cronbach's α 계수(기준: $\geq .7$)를 활용하였다. 총 64개의 항목에 대한 Cronbach's α 계수는 0.97로 높은 것으로 나타났으며 전체 항목 중 요인적재량이 0.5 이상이고 요인분류에 적합한 25개 항목에 대한 단위행렬 검증결과 Bartlett의 구형성검정 카이제곱 값이 .6429.751($p < .01$)로 유의했으며, KMO값도 .929으로 나타나 측정항목의 타당성이 확인되었다. 6개 요인으로 결정된 요인의 신뢰도 계수는 .824로 높은 신뢰계수를 보여주고 있어 신뢰도 또한 확보된 것으로 판단되었다.

표 4-2. 호텔선택속성 요인분석

요인	항목	요인적재량	고유값 (분산설명력)	Cronbach 계수
안전 및 청결	객실바닥청결도	0.802	4.723 (16.868%)	0.779
	침구청결도	0.749		
	보안안전성	0.714		
	방음	0.699		
	욕실 청결도	0.693		
	호텔방역시스템	0.678		
	화재 안전성	0.655		
부대시설	스파 및 사우나	0.739	3.91 (13.965%)	0.777
	피트니스센터	0.735		
	키즈프로그램	0.711		
	기타부대시설	0.663		
	수영장	0.649		
	비즈니스센터	0.648		
호텔 부가서비스	미니바가격	0.813	2.869 (10.248%)	0.801
	미니바제공	0.72		
	룸서비스가격	0.708		
	멤버십서비스	0.562		
접근성	대중교통접근성	0.825	2.515 (8.984%)	0.782
	도심과의거리	0.781		
	공항과의거리	0.711		
심미성	외관의심미성	0.74	2.502 (8.935%)	0.823
	레스토랑시설	0.725		
	로비의심미성	0.66		
가격	객실가격신뢰성	0.669	1.874 (6.694%)	0.813
	객실가격	0.645		

KMO = .929, Bartlett의 구형성 검정 (근사 $\chi^2 = 6429.751$, $df = 378$, $p = .000$),
누적분산설명력 = 65.693%

3. 세대별 호텔선택속성 중요도

본 연구에서 베이비붐 세대와 밀레니얼 세대의 호텔선택속성 중요도를 산출하기 위해 종속변수는 전체적인 만족도, 독립변수는 안전 및 청결, 부대시설, 호텔 부가서비스, 접근성, 심미성, 가격 6개 요인의 만족도로 한 회귀분석을 통해 표준화된 회귀계수 베타(β)로 내재적 중요도를 추정하였다. 그 결과 유의확률이 0.05보다 적은 안전 및 청결, 심미성, 가격 요인이 전체적인 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다으며, 세대별로 베이비붐 세대는 안전 및 청결, 심미성, 가격 순으로 밀레니얼 세대는 심미성, 안전 및 청결, 가격 순으로 중요하게 생각하는 것으로 확인되었다.

표 4-3. 호텔선택속성 중요도

(단위:명/ β)

세대(명)	안전 및 청결	부대시설	호텔 부가서비스	접근성	심미성	가격
베이비붐(209)	0.411	-0.027	-0.017	0.113	0.206	0.159
밀레니얼(193)	0.237	0.063	0.076	0.057	0.293	0.168
전체(402)	0.32	0.02	0.05	0.08	0.25	0.16

각 요인별 중요도를 살펴보면, 안전 및 청결 요인은 침구 청결도, 욕실 청결도, 호텔 방역시스템의 유의확률이 0.05 이하로 만족도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며 베이비붐 세대의 경우 침구청결도(0.30) > 호텔 방역시스템(0.18) > 객실 바닥 청결도(0.06) 순으로 중요하게 생각하는 것으로 확인되었으며, 밀레니얼 세대는 욕실청결도(0.31) > 호텔 방역시스템(0.22) 순으로 두 세대간 중요도 순서에는 차이가 있는 것으로 나타났다.

부대시설 요인의 경우 전체 세대로 봤을 때, 스파 및 사우나, 피트니스 센터, 키즈 프로그램, 수영장, 비즈니스 센터가 유의확률 0.05이하로 만족도에 정(+)의 영향력을 미치는 것으로 나타났으나, 세대별로 구분했을 때 베이비붐 세대는 수영장

(0.19) > 피트니스센터(0.18) > 수영장(0.03) 순으로 정(+)의 영향을 미치고, 밀레니얼 세대에는 수영장만이 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

호텔의 추가적인 서비스 요인에서는 전체 세대를 분석하였을 때, 미니바 가격, 미니바 제공, 멤버십서비스 항목이 유의확률 0.05이하로 유의한 것으로 확인되었다. 세대별로 베이비붐 세대에는 미니바 제공(0.33) > 멤버십 서비스(0.30), 밀레니얼세대는 미니바 제공(0.28) > 멤버십 서비스(0.22) 순으로 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 세대간 우선순위에는 차이가 없는 것으로 확인되었다.

접근성 요인의 경우 대중교통접근성과 공항과의 거리가 유의확률이 0.05 이하로 만족도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 확인되었으며, 세대별로는 베이비붐 세대는 공항과의 거리(0.19) > 도심과의 거리(0.18) 항목이 만족도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났고, 밀레니얼 세대는 공항과의 거리(0.24) > 대중교통 접근성(0.19) 순으로 유의한 영향을 미치는 것으로 확인되어 세대간 중요도에 차이가 있는 것으로 나타났다.

심미성 요인은 외관의 심미성, 레스토랑 시설, 로비의 심미성이 유의한 것으로 나타났다. 세대별로 확인하였을 때, 베이비붐 세대의 심미성 요인 중요도는 레스토랑 시설(0.27) > 로비의 심미성(0.18), 외관의 심미성(0.18) 순으로, 밀레니얼세대는 로비의 심미성(0.27) > 외관의 심미성(0.21) > 레스토랑 시설(0.17) 순으로 나타났다.

마지막으로 가격 요인은 객실가격, 객실가격의 신뢰성 모두 유의확률 0.05 이하로 유의한 것으로 확인되었다. 세대별로는 베이비붐 세대는 객실가격의 신뢰성(0.27) > 객실가격(0.26) 순으로 유의한 것으로 나타났으며, 밀레니얼 세대는 객실가격만을 중요하게 생각하는 것으로 나타났다.

표 4-4 호텔선택속성 요인별 중요도

(단위:β)

요인		베이비붐	밀레니얼	전체
안전 및 청결	객실바닥청결도	0.061	-0.042	0.022
	침구청결도	0.295	0.180	0.224
	보안안전성	-0.010	0.001	0.002
	방음	0.053	-0.004	0.014
	욕실청결도	0.128	0.314	0.233
	호텔방역시스템	0.182	0.224	0.187
	화재안전성	0.087	0.046	0.062
부대시설	스파및사우나	-0.031	0.076	0.053
	피트니스센터	0.184	0.122	0.138
	키즈프로그램	-0.072	0.085	0.030
	기타부대시설	0.231	-0.015	0.071
	수영장	0.193	0.210	0.203
	비즈니스센터	0.106	0.144	0.117
호텔 부가서비스	미니바가격	-0.039	-0.135	-0.103
	미니바제공	0.336	0.279	0.290
	룸서비스가격	-0.029	0.141	0.098
	멤버십서비스	0.304	0.218	0.241
접근성	대중교통접근성	0.117	0.185	0.148
	도심과의거리	0.183	-0.030	0.049
	공항과의거리	0.194	0.241	0.241
심미성	외관의심미성	0.177	0.214	0.198
	레스토랑시설	0.265	0.166	0.229
	로비의심미성	0.179	0.267	0.210
가격	객실가격신뢰성	0.271	0.045	0.147
	객실가격	0.259	0.401	0.337

4. 세대별 호텔선택속성 만족도

베이비붐 세대와 밀레니얼 세대의 호텔선택속성 만족도의 두 집단간 평균차이를 알아보기 위해 t-test를 실시한 호텔 부가서비스와 가격요인이 유의한 것으로 나타났으며, 안전 및 청결, 부대시설, 심미성, 접근성 요인은 두 집단 간 평균 차이가 유의하지 않은 것으로 확인되었다.

표 4-5 호텔선택속성의 요인별 만족도에서 평균값은 욕실청결도, 침구청결도, 보안안전성, 호텔방역시스템, 객실 가격 순으로 나타났으며, 만족도 평균치가 가장 낮은 항목은 미니바 가격, 룸서비스 가격, 미니바 제공 등 추가적인 서비스와 혜택과 관련된 것으로 나타났다. 세대별로 살펴보면, 베이비붐은 욕실 청결도, 호텔방역 시스템, 레스토랑 시설, 객실가격의 평균 만족도가 높은 것으로 확인되었으며, 밀레니얼 세대는 욕실청결도, 객실가격, 객실가격 신뢰성, 레스토랑 시설, 침구청결도의 만족도 평균값이 높은 것으로 나타났다. 세대별로 만족도 평균이 낮은 항목을 살펴보면 베이비붐은 키즈프로그램, 미니바 가격, 피트니스 센터, 기타 부대시설, 미니바 제공, 룸서비스 가격 순으로 만족도 평균값이 낮았으며, 밀레니얼은 키즈프로그램, 방음, 미니바가격, 미니바 제공, 룸서비스 가격 등 순으로 만족도 평균값이 낮은 것으로 나타났다.

표 4-5. 호텔선택속성 만족도

세대(명)	안전 및 청결	부대시설	호텔 부가서비스	접근성	심미성	가격
베이비붐(209)	3.77	3.41	3.07	3.43	3.66	3.53
밀레니얼(193)	3.76	3.42	2.90	3.52	3.66	3.75
전체(402)	3.77	3.41	2.99	3.47	3.66	3.64
t 값	-0.14	0.21	-2.35**	1.06	-0.07	3.10**

**p<0.05

표 4-6. 호텔선택속성 요인별 만족도

	요인	베이비붐	밀레니얼	전체
안전 및 청결	객실바닥청결도	3.71	3.75	3.73
	침구청결도	3.83	3.87	3.85
	보안안전성	3.77	3.84	3.81
	방음	3.77	3.49	3.63
	욕실청결도	3.84	3.89	3.86
	호텔방역시스템	3.82	3.75	3.79
	화재안전성	3.65	3.74	3.69
부대시설	스파및사우나	3.49	3.54	3.52
	피트니스센터	3.41	3.49	3.45
	키즈프로그램	3.18	3.15	3.16
	기타부대시설	3.38	3.48	3.43
	수영장	3.46	3.60	3.53
	비즈니스센터	3.50	3.27	3.39
호텔 부가서비스	미니바가격	2.68	2.50	2.60
	미니바제공	3.11	3.05	3.08
	룸서비스가격	3.04	2.85	2.95
	멤버십서비스	3.44	3.21	3.33
접근성	대중교통접근성	3.44	3.56	3.50
	도심과의거리	3.55	3.70	3.62
	공항과의거리	3.30	3.29	3.29
심미성	외관의심미성	3.68	3.64	3.66
	레스토랑시설	3.70	3.73	3.71
	로비의심미성	3.61	3.61	3.61
가격	객실가격신뢰성	3.43	3.65	3.53
	객실가격	3.64	3.85	3.74

5. 세대별 수정된 IPA

호텔선택속성에 대한 호텔 이용객의 만족도(X축)와 전반적 만족도에 대한 회귀계수로 도출한 내재적 중요도(Y축)를 이용하는 Vavra(1997)의 수정 IPA 분석을 실시하였으며, 그 결과 주요 실행요인을 의미하는 I사분면(Performance Factor - Important)에는 안전 및 청결 요인과 접근성이 위치하여 지속적으로 관리해야 하는 부분임을 시사하였으며, 개선이 필요한 요인을 의미하는 II사분면(Excitement Factor)에는 가격과 심미성이 위치하여 호텔 실무자의 관심이 필요한 것으로 확인되었다. 내재적 중요도와 만족도가 모두 낮은 요인인 III사분면(Performance Factor-Unimportant)에는 부대시설 요인과 호텔 부가서비스 요인이 위치하여 추가적인 개선은 필요하지 않은 것으로 나타났다. 소비자들이 기본적으로 갖춰야 한다고 생각하는 요인인 IV사분면(Basic Factor)은 두 세대를 통합하여 분석하였을 때 어떠한 요인도 위치하지 않았다. 세대별로 비교하였을 때 I사분면(Performance Factor - Important)은 베이비붐 세대와 밀레니얼 세대 모두 접근성과 안전 및 청결이 중요하고 만족에 영향을 미치는 요인으로 확인되었으나, IPA grid 상에서 위치가 상이하여 각 세대별로 차이가 있는 것으로 나타났다. II사분면(Excitement Factor)에서는 베이비붐 세대에게는 가격 요인의 개선이 필요한 것으로 확인되었으나, 밀레니얼 세대는 가격은 물론 심미성과 부대시설요인의 개선이 추가적으로 필요한 것으로 확인되었다. 주요하지 않은 실행요인을 의미하는 III사분면(Performance Factor-Unimportant)에는 베이비붐 세대는 심미성, 부대시설, 호텔부가서비스 요인이 위치하여 상대적으로 중요하지 않고 만족에도 영향을 미치지 않는 사항으로 확인되었으나 밀레니얼 세대는 호텔 부가서비스 요인만이 중요도와 만족도에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 마지막으로 IV사분면(Basic Factor)에는 두 세대 모두 어떠한 요인도 위치 하지 않아 만족도는 높지만 내재적으로 중요하지 않게 생각하는 요인이 없는 것으로 확인되었다.

표 4-7. 수정된 IPA 분석_ 전체 요인

요인	중요도 (β)			만족도(Avg.)		
	베이비붐	밀레니얼	전체	베이비붐	밀레니얼	전체
안전 및 청결	0.41	0.24	0.32	3.77	3.76	3.77
부대시설	-0.03	0.06	0.02	3.41	3.42	3.41
호텔 부가서비스	-0.02	0.08	0.05	3.07	2.90	2.99
접근성	0.21	0.29	0.25	3.66	3.66	3.66
심미성	0.11	0.06	0.08	3.43	3.52	3.47
가격	0.16	0.17	0.16	3.53	3.75	3.64

그림 4-1. 수정된 IPA_전체 요인 (베이비붐 & 밀레니얼 세대)

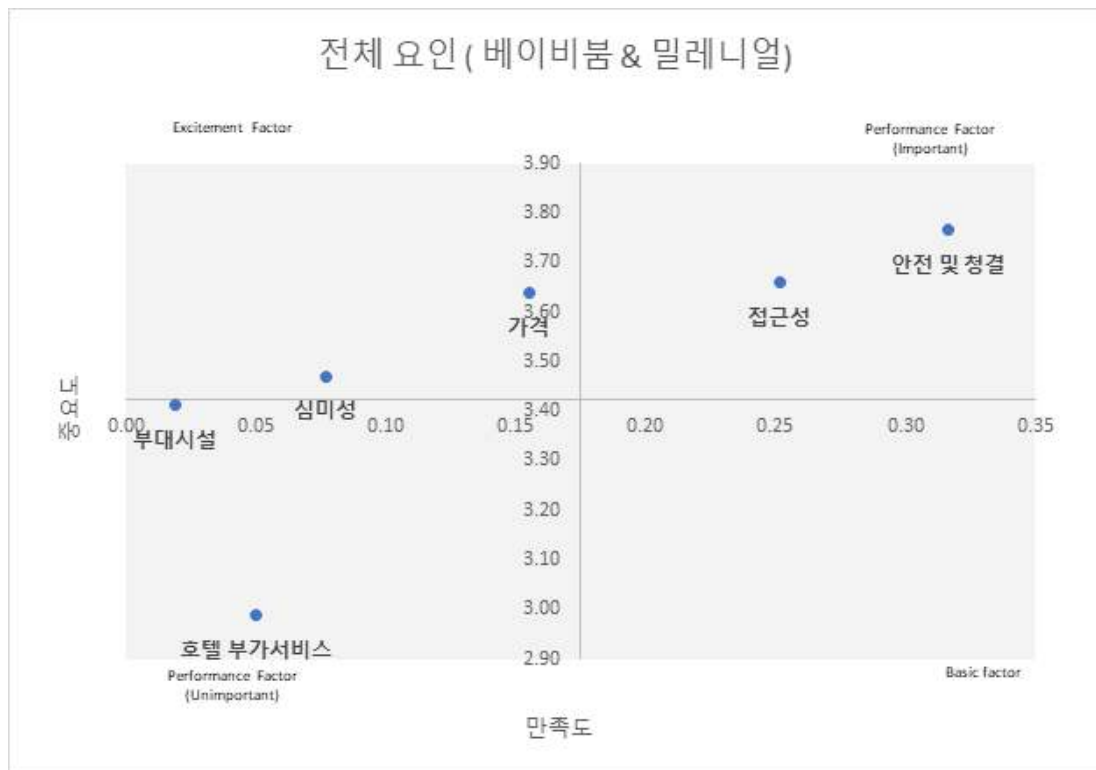


그림 4-2. 수정된 IPA_전체 요인 (베이비붐 세대)

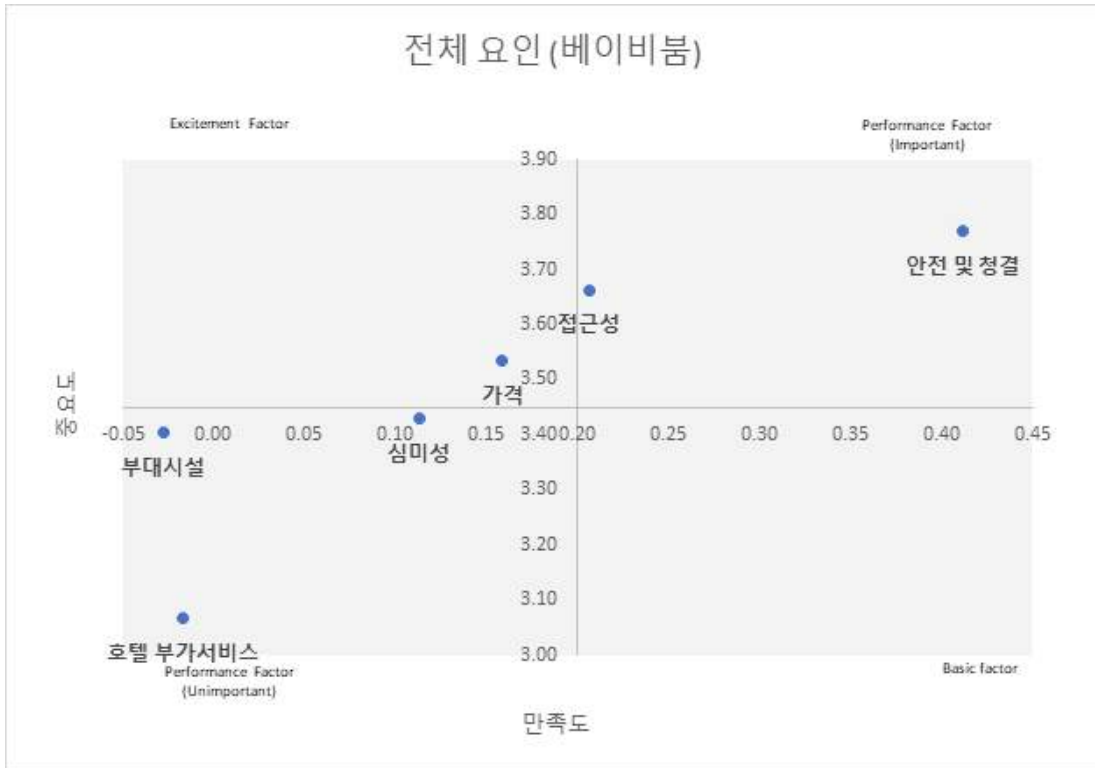


그림 4-3. 수정된 IPA_전체 요인 (밀레니얼 세대)



1) 안전 및 청결 요인 수정된 IPA

베이비붐 세대와 밀레니얼 세대, 두 세대의 안전 및 청결 요인에서는 욕실청결도, 침구청결도, 호텔방역시스템이 중요실행 요인으로 나타나 지속적인 관리가 필요한 것으로 확인되었으며 (Ⅰ사분면), 개선이 필요한 요인(Ⅱ사분면)은 없는 것으로 나타났다. 주요하지 않은 실행요인에는 화재 안전성, 객실 바닥청결도, 방음이 위치했으며(Ⅲ사분면), 보안 안전성은 기본요인에 위치하여 호텔 운영시 기본적으로 유지해야 하는 사항(Ⅳ사분면)인 것으로 간주 할 수 있다.

세대별로 비교 했을 때, 베이비붐 세대의 안전 및 청결 요인에서는 침구 청결도, 호텔 방역시스템 순으로 중요하고 만족에 영향을 미치는 요인으로(Ⅰ사분면) 나타났다. 추가 개선 해야하는 사항은 없는 것으로 확인되었다(Ⅱ사분면), 주요하지 않은 실행요인에는 객실 바닥청결도, 화재안전성이 위치하여 만족과 중요도에 해당 항목들이 크게 영향을 미치지 않는 것을 확인하였다(Ⅲ사분면). 기본 요인에는 욕실 청결도, 방음, 보안 안전성이 위치하여 고객이 만족하는 부분이지만 중요하게는 생각하지 않는 것으로 나타났다(Ⅳ사분면).

밀레니얼 세대는 욕실 청결도, 침구 청결도, 호텔방역시스템 순으로 가장 중요하고 만족하는 항목(Ⅰ사분면)으로 생각하며, 개선이 필요한 항목은 없는 것으로 나타났다. 이는 코로나19 유행으로 호텔 측에서 방역과 안전에 더욱 신경 쓰기 때문으로도 분석할 수 있다. 또한 방음(Ⅲ사분면)은 중요도와 만족도 모두 낮은 부분으로 개선이 필요하지 않은 것으로 확인되었고, 마지막으로 보안 안전성과 화재 안전성, 객실바닥청결도는 만족도는 높지만, 중요도는 낮게 여겨지는 항목으로 나타났다(Ⅳ사분면).

그림 4-4. 수정된 IPA_안전 및 청결 요인 (베이비붐 & 밀레니얼 세대)

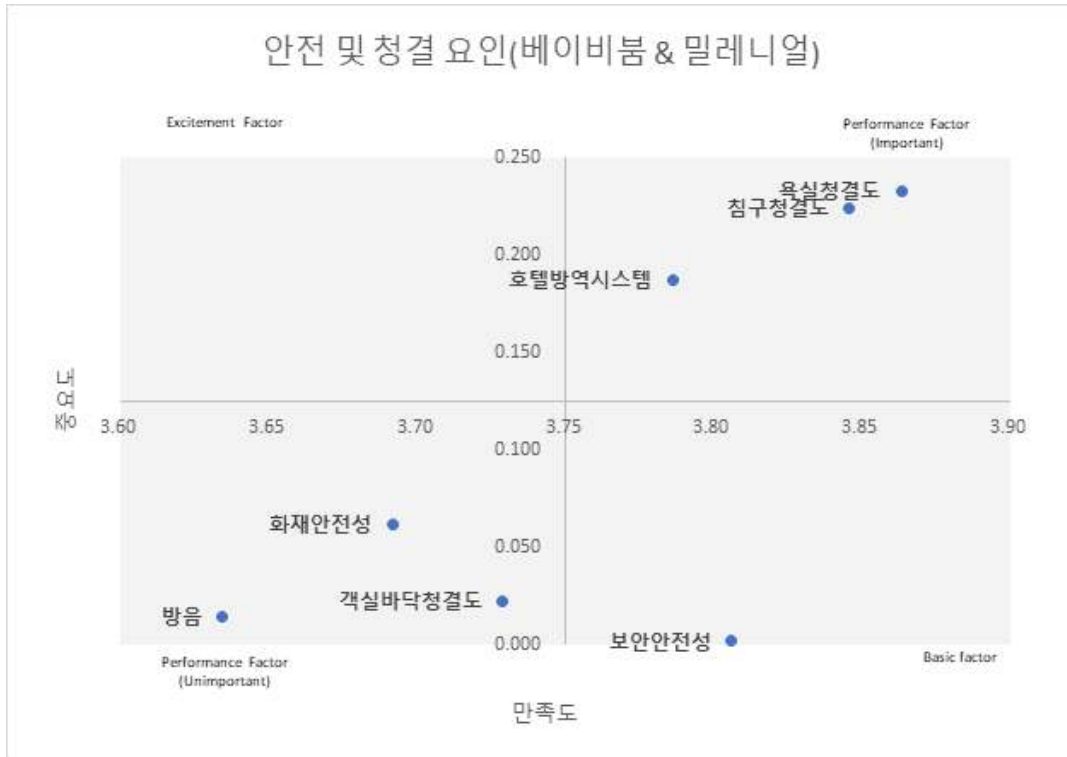


그림 4-5 수정된 IPA_안전 및 청결 요인 (베이비붐 세대)

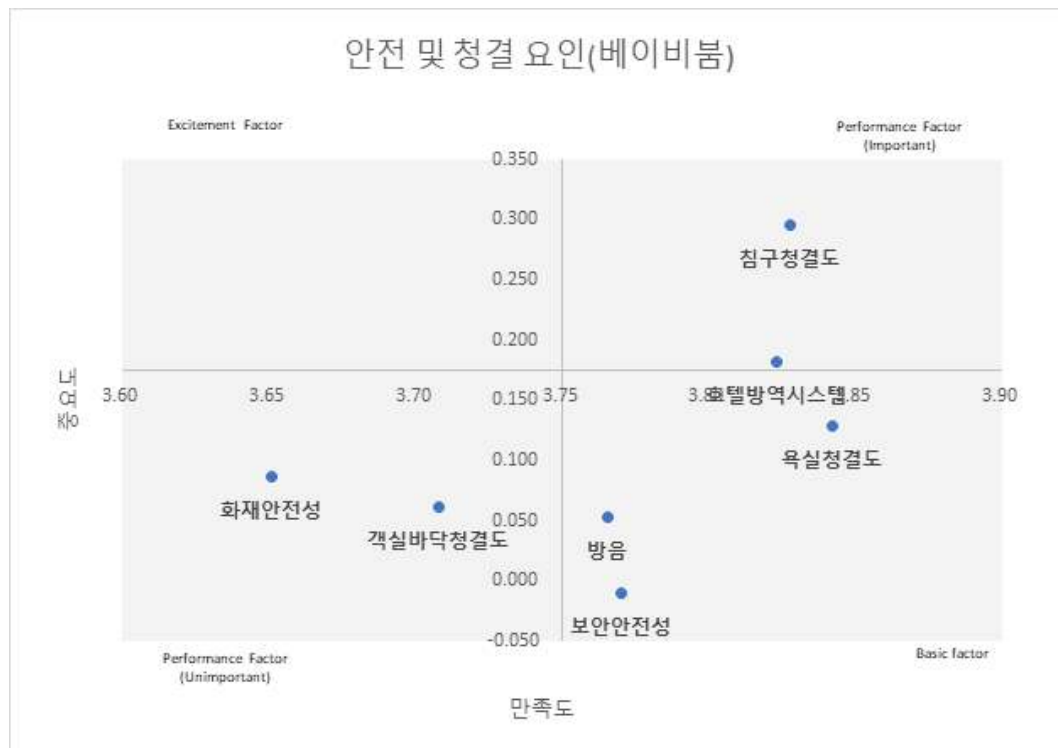
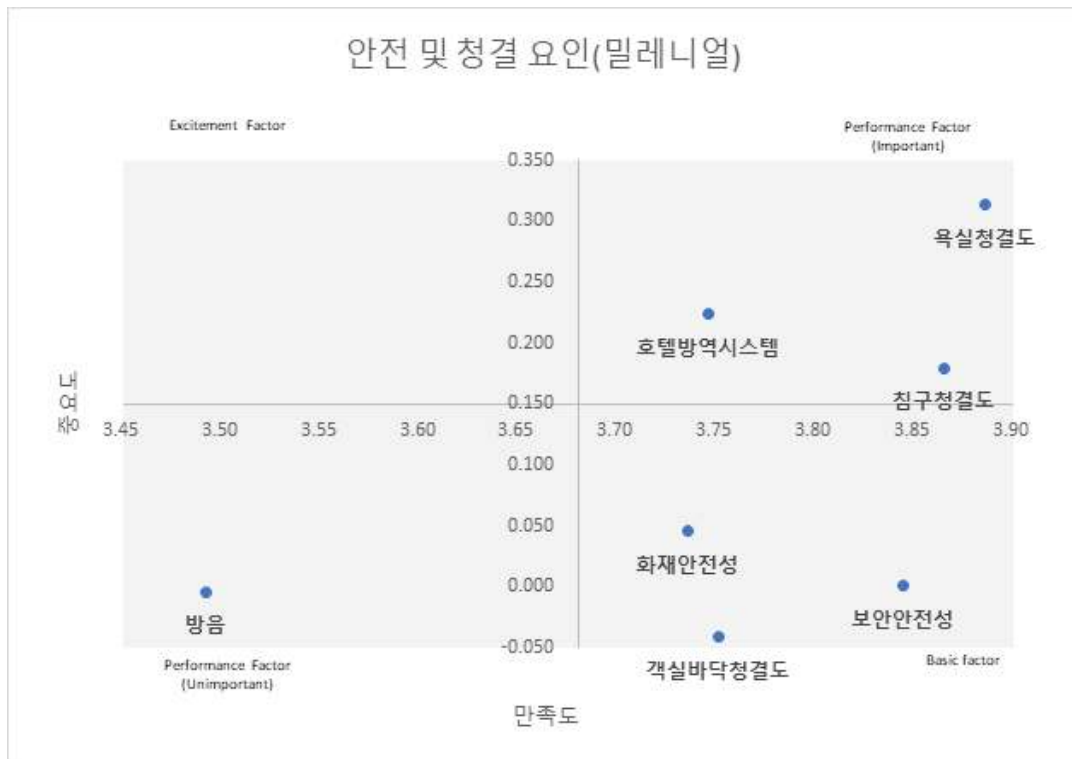


그림 4-6. 수정된 IPA_안전 및 청결 요인 (밀레니얼 세대)



2) 부대시설 요인 수정된 IPA

부대시설 요인의 수정된 IPA 분석 결과 두 세대를 함께 살펴봤을 때, 수영장과 피트니스센터 항목은 중요도와 만족도에 유의한 영향을 미치는 주요 실행요인으로(I 사분면) 지속적인 관리가 필요한 것을 확인 하였고, 키즈프로그램 등 별도의 개선이 필요한 사항은 없는 것으로 나타났다(II, III사분면). 스파 및 사우나와 기타부대시설, 비지니스센터는 만족하는 만큼 중요하다고는 간주하지 않는 것을 확인하였다(IV사분면). 세대별로 비교하면 베이비붐 세대의 경우 비즈니스센터, 수영장, 피트니스센터, 기타부대시설이 주요 실행요인으로 중요도와 만족도에 상대적으로 큰 영향을 미치는 것을 확인하여 지속적으로 관리 해야하는 것으로 나타났으며(I 사분면), 키즈프로그램은 세대를 합산한 IPA 결과와 동일하게 중요도와 만족도가 낮아 개선이 필요하지는 않은 것으로 확인 되었다(II,III 사분면). 마지막으로 베이비붐 세대의 부대시설 요인의 기본요인은 스파 및 사우나로 만족도는 높지만 중요하게는 생각하지 않는 것으로 확인되었다(IV 사분면). 반면 밀레니얼세대의 경우 베이비붐 세대와 비교하여 상대적으로 분포가 고르게 나타났는데, 주요 실행요인에는 수영장, 피트니스 센터가 위치하여 지속적인 관리가 필요한 것으로 확인 되었다(I 사분면). 개선이 필요한 요인으로는 비즈니스 센터가 위치하여 밀레니얼 세대를 대상으로 마케팅을 하는 호텔에서는 비즈니스 센터의 개선이 필요함을 추정할 수 있다(II사분면). 키즈프로그램은 베이비붐 세대와 동일하게 III사분면에 위치하여 만족도가 높지 않으며 중요도도 상대적으로 낮은 것을 알 수 있다. 스파 및 사우나 기타 부대시설 항목은 기본요인에 위치하여 중요도는 상대적으로 낮으나 만족도는 높은 것으로 나타났다(IV사분면).

그림 4-7. 수정된 IPA_부대시설 요인 (베이비붐 & 밀레니얼 세대)

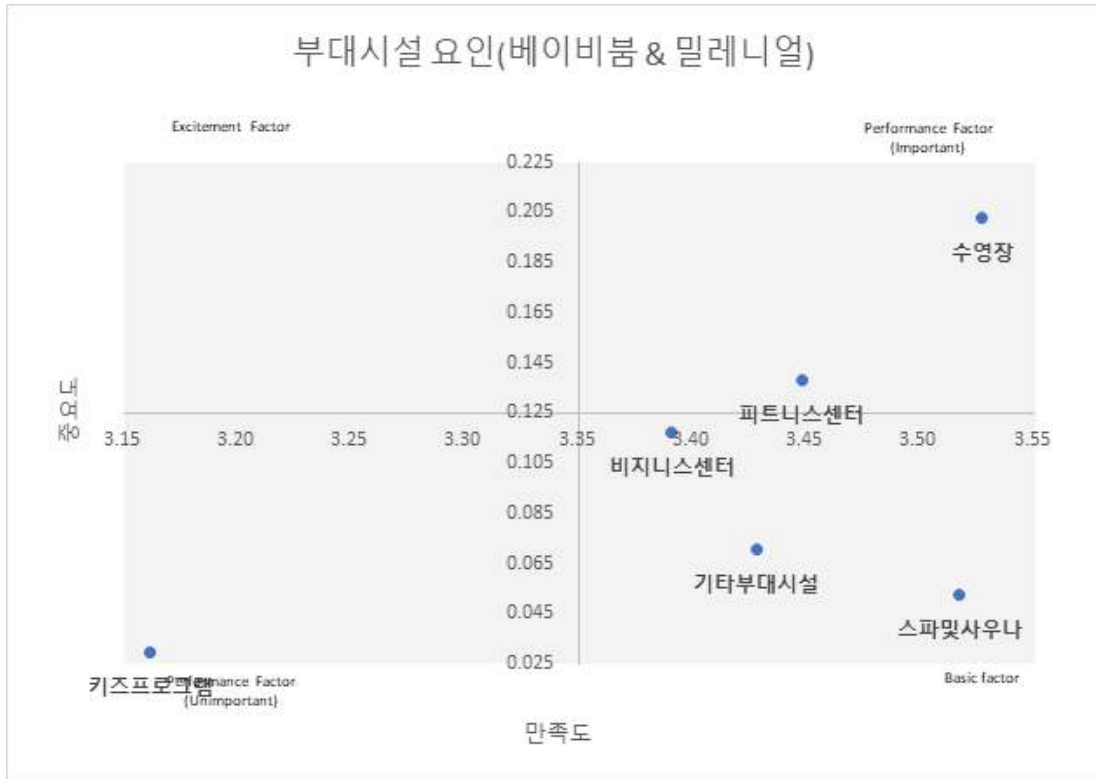


그림 4-8. 수정된 IPA_부대시설 요인 (베이비붐 세대)

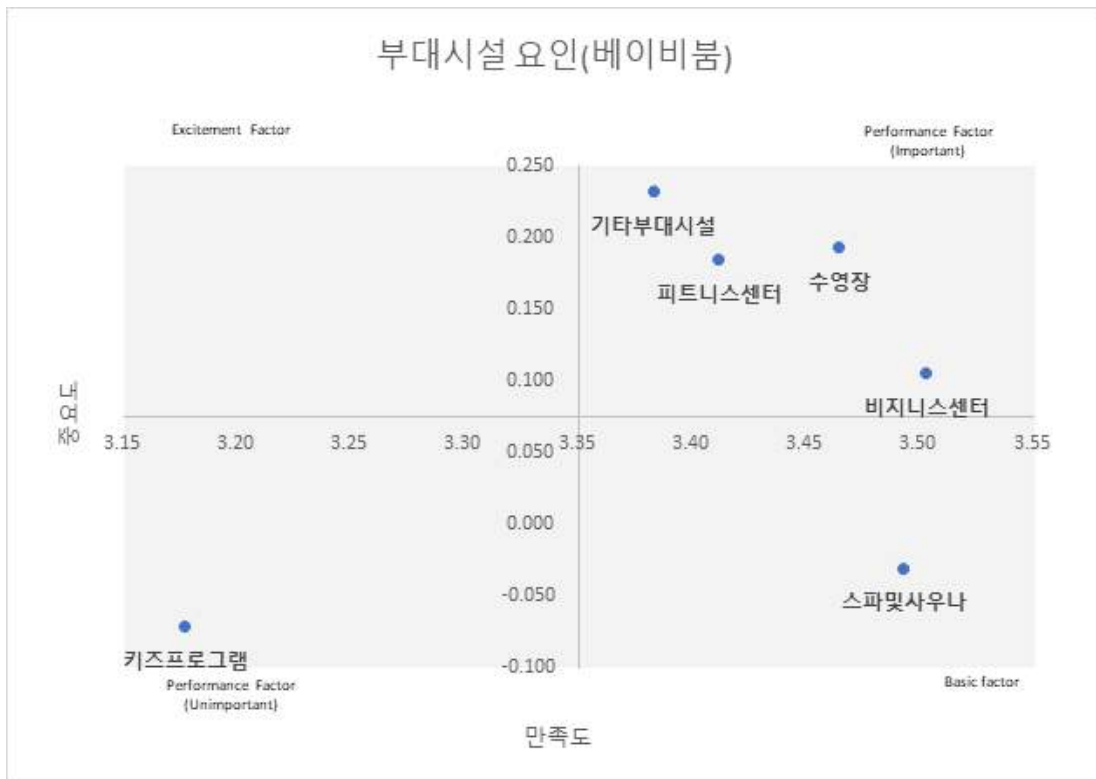
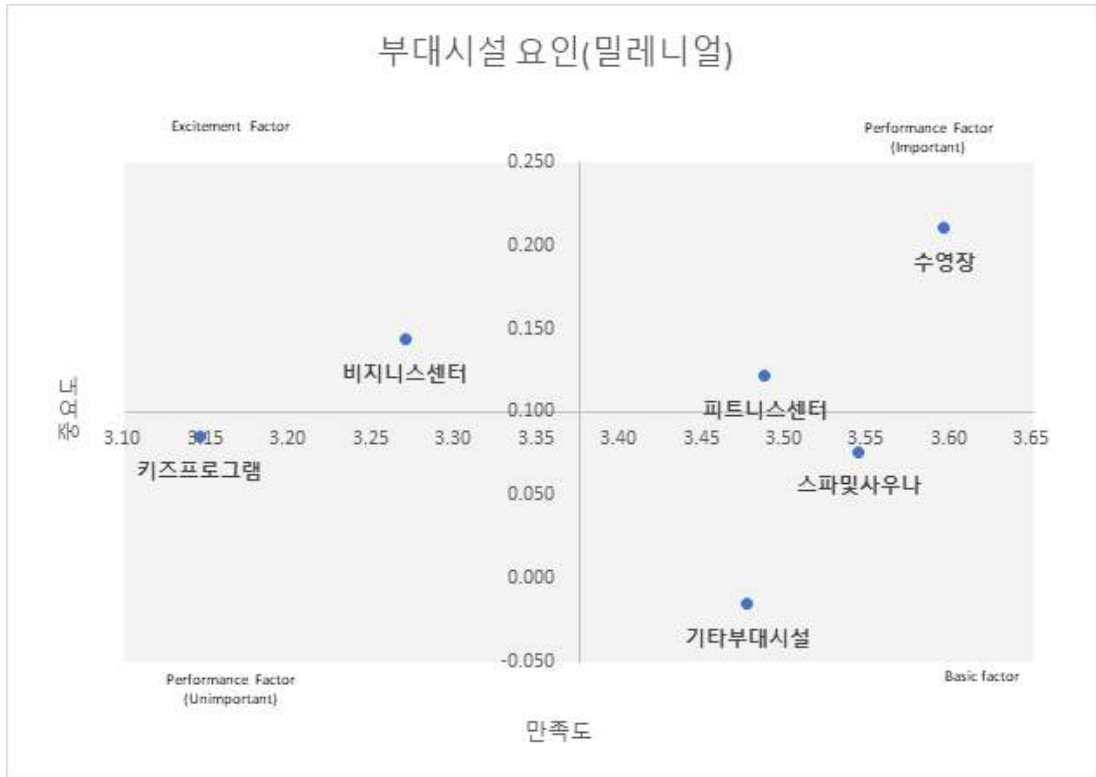


그림 4-9. 수정된 IPA_부대시설 요인 (밀레니얼 세대)



3) 호텔 부가서비스 요인 수정된 IPA

호텔 부가서비스 요인의 베이비붐 세대와 밀레니얼 세대 합산 수정된 IPA에서는 멤버십 서비스, 미니바 제공이 중요도 만족도가 높아 지속적으로 관리해야 하는 부분(I사분면)으로 나타났으며, 룸서비스의 가격은 개선이 필요한(II사분면) 것으로 확인되었다. 개선이 불필요한 사항은 미니바 가격(III사분면)으로 상대적으로 중요도와 만족도에 영향을 미치지 않는 것으로 확인되었다.

세대별로 살펴보면 베이비붐 세대와 밀레니얼 세대 모두 멤버십 서비스와, 미니바 제공, 룸서비스 가격이 중요도와 만족도에 높은 영향을 미치는 항목인 것(I사분면)으로 확인되었고, 미니바 가격은 개선이 필요하지 않은 것(III사분면)으로 나타났다.

그림 4-10. 수정된 IPA_호텔 부가서비스 요인 (베이비붐 & 밀레니얼 세대)

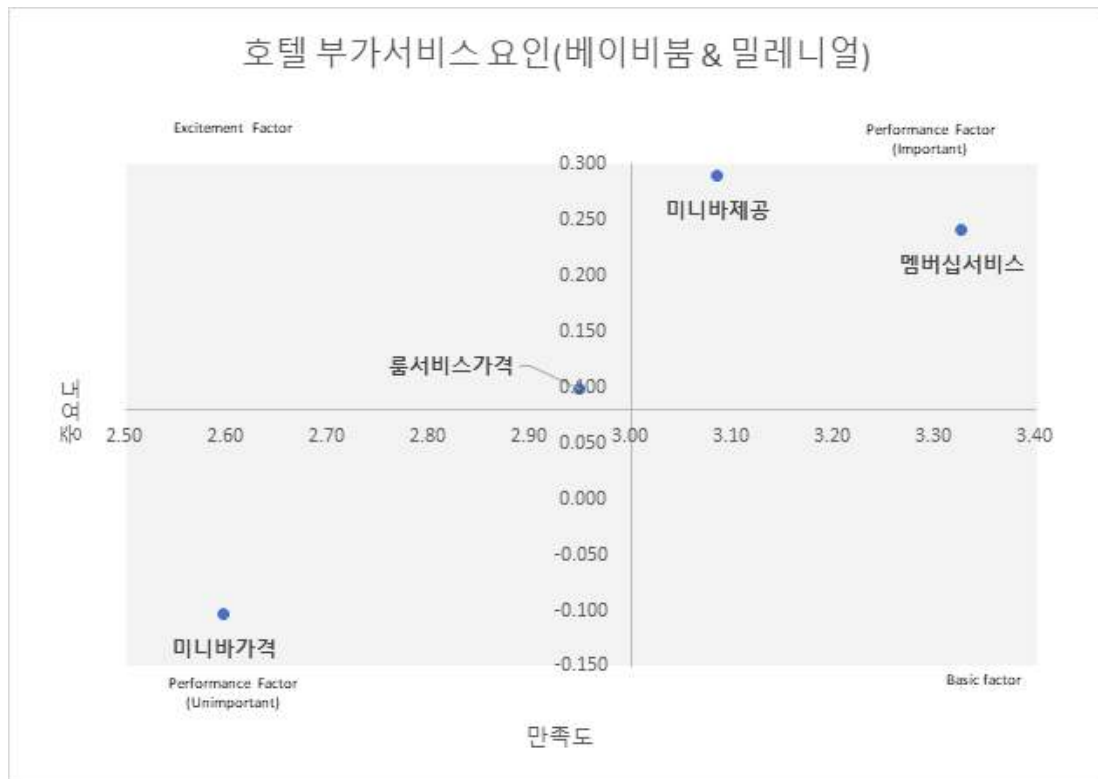


그림 4-11. 수정된 IPA_호텔 부가서비스 요인 (베이비붐 세대)

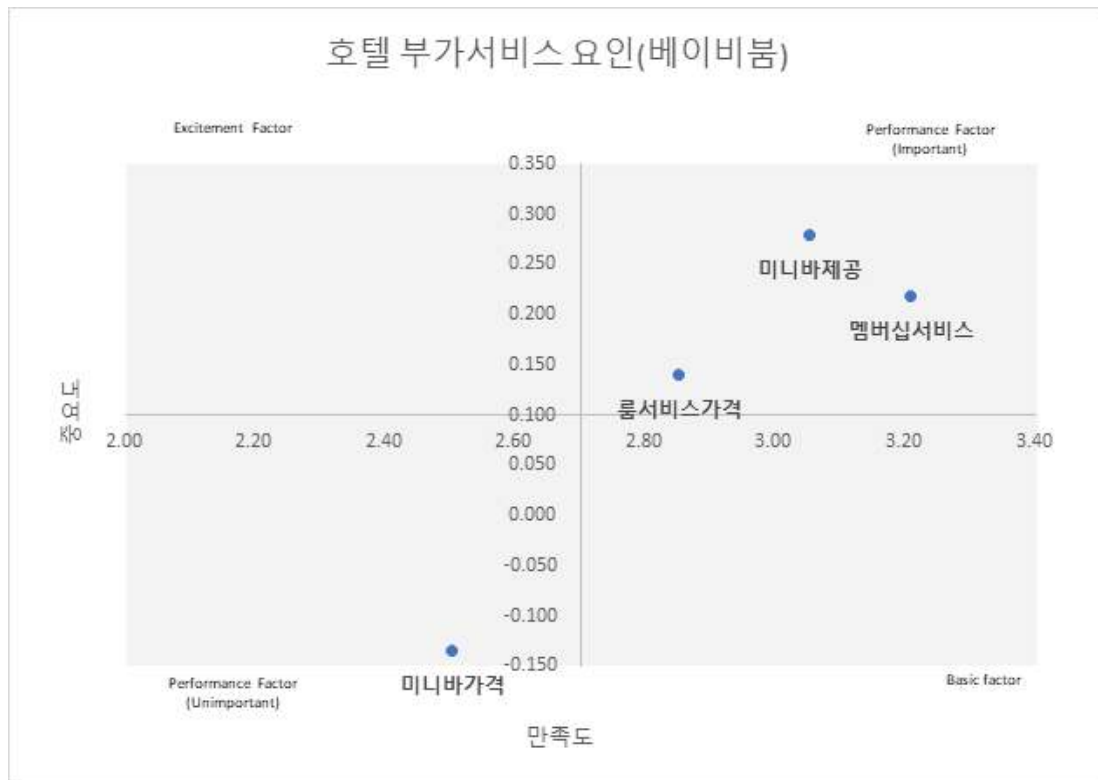
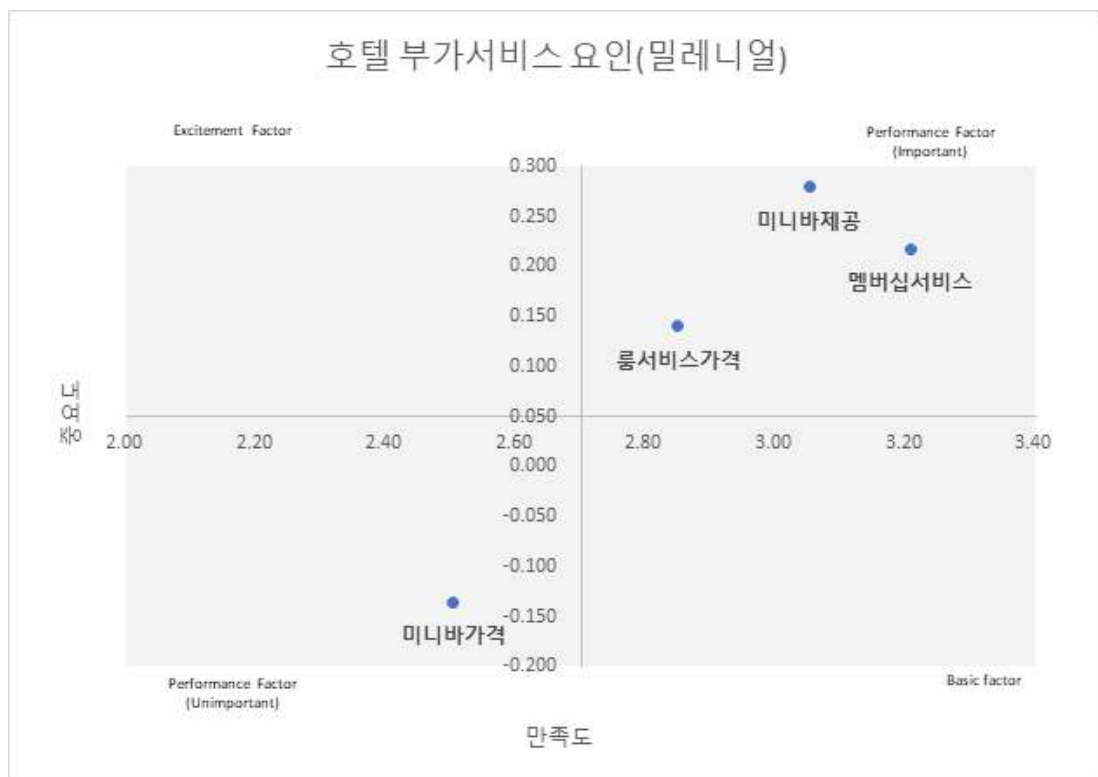


그림 4-12. 수정된 IPA_호텔 부가서비스 요인 (밀레니얼 세대)



4) 접근성 요인 수정된 IPA

접근성 요인의 수정된 IPA의 전체 세대 분석에서는 대중교통 접근성이 중요하고 만족도도 높은 것으로 확인되었으며(I 사분면), 공항과의 거리는 개선이 필요한 항목으로(II사분면)으로 확인되었다. 도심과의 거리는 만족에는 영향을 미치지만 중요하지는 않는 것으로 나타나 여행의 목적, 형태에 따라 선호하는 호텔의 위치가 달라지기 때문으로 분석해 볼 수 있다(IV사분면).

세대별로 살펴보면 베이비붐 세대는 도심과의 거리가 중요도와 만족도에 높은 영향을 미치는 것(I 사분면)으로 확인되었고, 공항과의 거리가 개선이 필요한 항목(II사분면)으로 나타났다. 마지막으로 대중교통 접근성은 IV사분면으로 나타나 추가적인 개선은 필요하지 않은 것으로 확인되었다. 반면 밀레니얼 세대는 대중교통 접근성이 상대적으로 중요도와 만족도 영향력이 큰 항목(I 사분면)으로 나타나 지속적인 관리가 필요한 것으로 분석되어 베이비붐 세대의 결과와 상이하게 대중교통을 이용하는 비율이 더욱 많은 것을 추측할 수 있다. 반면 공항과의 거리는 베이비붐 세대와 동일하게 개선이 필요한 항목(II사분면)으로 확인되었으며, 도심과의 거리가 IV사분면으로 나타나 기본요인으로 분류되었다.

그림 4-13. 수정된 IPA_접근성 요인 (베이비붐 & 밀레니얼 세대)

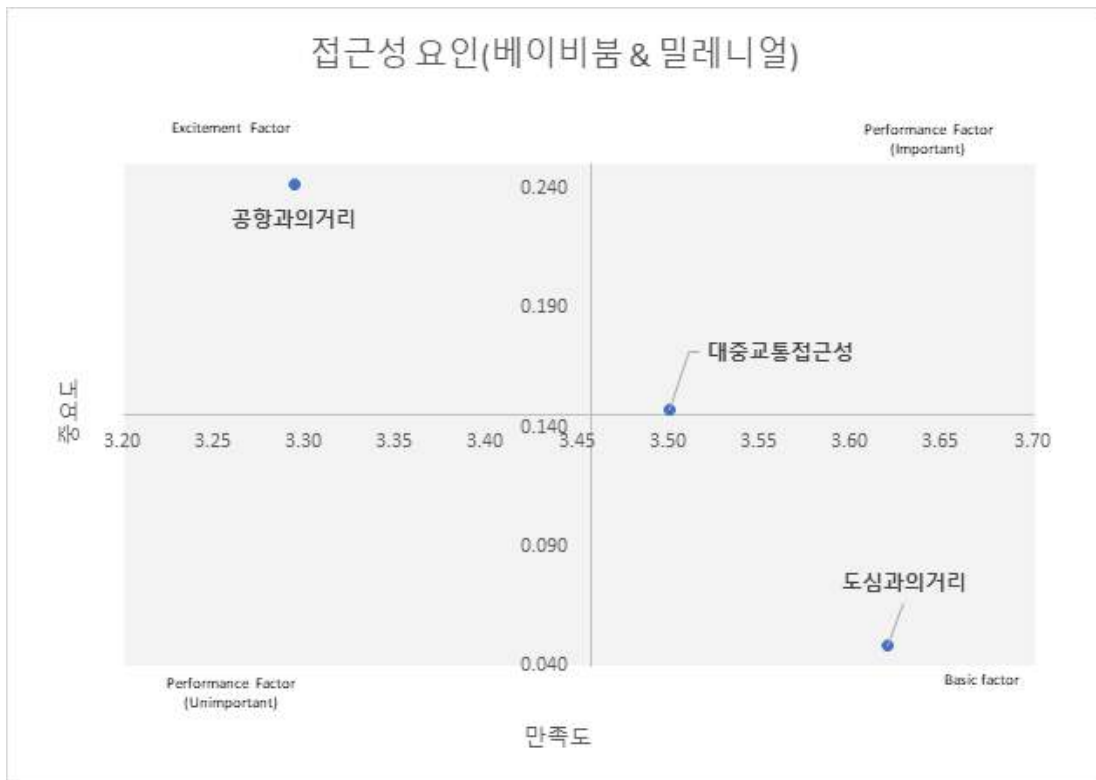


그림 4-14. 수정된 IPA_접근성 요인 (베이비붐 세대)



그림 4-15. 수정된 IPA_접근성 요인 (밀레니얼 세대)



5) 심미성 요인의 수정된 IPA

심미성 요인의 수정된 IPA 전체 세대 분석에서는 레스토랑의 인테리어와 경치 등 심미성을 나타내는 항목이 상대적 중요도와 만족도가 모두 높은 것으로 나타났으며(I사분면), 외관의 심미성과 로비의 심미성은 만족도와 중요도가 상대적으로 낮은 것으로 나타나 중요하지 않은 실행 요인으로 확인되었다(Ⅲ사분면).

세대별로 살펴보면 베이비붐 세대에는 레스토랑 시설이 중요도와 만족도에 높은 영향을 미치는 것(I사분면)으로 확인되었고, 로비의 심미성은 중요하지 않은 요인(Ⅲ사분면), 외관의 심미성은 만족도에 영향을 미치지만 중요도 인식은 낮아(Ⅳ사분면) 베이비붐 세대는 로비와 외관의 심미성에 상대적으로 영향을 받지 않는 것으로 분석되었다. 반면 밀레니얼 세대는 상대적으로 중요도와 만족도 영향력이 큰 항목(I사분면)은 없는 것으로 나타났으며, 로비의 심미성이 개선이 필요한 것으로 나타나 SNS와 타인의 시선을 의식하는 세대적 특성이 반영된 것으로 보인다(Ⅱ사분면). 반면 외관의 심미성은 밀레니얼 세대에게는 만족도 및 중요도가 상대적으로 낮아 개선이 필요하지 않는 항목(Ⅲ사분면)으로 확인되었으며, 레스토랑 시설은 만족에는 영향을 미치나 상대적으로 중요하지 않게 생각하는 것으로 나타났다(Ⅳ사분면).

그림 4-16. 수정된 IPA_심미성 요인 (베이비붐 & 밀레니얼 세대)

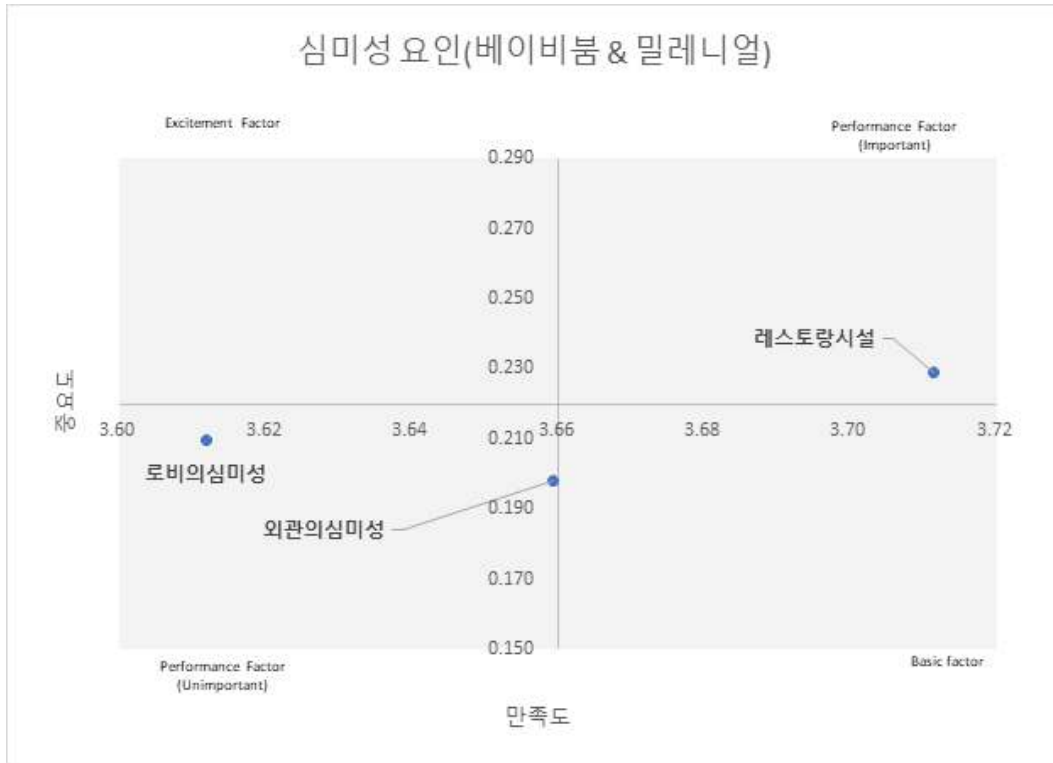


그림 4-17. 수정된 IPA_심미성 요인 (베이비붐 세대)



그림 4-18. 수정된 IPA_심미성 요인 (밀레니얼 세대)



6) 가격 요인의 수정된 IPA

가격 요인의 수정된 IPA 결과 전체 세대에서는 객실가격이 중요하고 생각하고 만족도가 높아 지속적인 관리가 필요한 항목인 것으로 나타났으며(I 사분면), 객실가격의 신뢰성은 만족도와 중요도가 낮은 것으로 확인되었다(Ⅲ사분면).

세대별로 확인했을 때, 베이비붐세대에게는 가격신뢰성이 개선이 필요한 것으로 나타나 객실 가격에 대한 신뢰도 회복이 필요한 것으로 나타났으며(Ⅱ사분면), 객실가격은 만족도에 영향을 미치지만 중요도에는 영향을 미치지 않는 것(Ⅳ사분면) 나타나 베이비붐 세대에게는 객실가격이 크게 영향을 미치지 않지만 객실가격의 신뢰성은 중요한 것으로 확인되었다. 반면 밀레니얼 세대는 객실가격이 제일 중요하고 만족도도 높은 항목(I 사분면)으로 베이비붐 세대보다 가격에 민감한 것을 알 수 있다. 객실가격의 신뢰성은 밀레니얼 세대에게는 중요도와 만족도가 모두 낮은 항목으로 나타났다(Ⅲ사분면). 이는 밀레니얼 세대가 모바일 및 인터넷 환경에 익숙하고 베이비붐 세대와 비교하여 검색을 통한 가격비교와 객실 구성 파악이 상대적으로 용이하기 때문으로 분석할 수 있다.

그림 4-19. 수정된 IPA_가격 요인 (베이비붐 & 밀레니얼 세대)



그림 4-20. 수정된 IPA_가격 요인 (베이비붐 세대)



그림 4-21. 수정된 IPA_가격 요인 (밀레니얼 세대)



6. 호텔선택속성 요인이 소비자 만족도에 미치는 영향

본 연구에서는 전체적인 만족도에 대한 6개 선택속성 요인의 독립적 영향력을 비교하기 위해 표 4-7과 같이 회귀분석을 실시하였다. 회귀분석에 사용된 6개 속성 요인은 소비자 만족도 분산의 50% 정도를 설명하고 있으며, 전체적인 만족도에 유의한 영향을 미치는 요인은 안전 및 청결, 심미성, 가격 요인 순으로 나타났다. 나머지 요인인 부대시설, 호텔 부가서비스, 접근성 요인들은 전체적인 만족도에 유의한 영향을 미치지 않았다.

세대별로 살펴보면 베이비붐 세대에는 안전 및 청결 요인 > 심미성 요인 > 가격 요인 순으로 영향력을 미치는 것으로 나타났으며 밀레니얼 세대의 경우 심미성 > 안전 및 청결 > 가격요인 순으로 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히 베이비붐 세대에게는 안전 및 청결 요인의 베타 값이 0.41로 심미성 요인의 베타 값 0.21의 거의 2배에 달할 정도로 큰 것으로 나타나 베이비붐 세대에게는 안전 및 청결이 매우 중요한 요인으로 나타난 선행연구(Ahmed, 2016, 조승행, 2015) 결과를 지지하는 것으로 확인되었다. 이는 코로나19 상황에서 사회가 안전문제에 더욱 예민해진 결과로 나타난 것일 수 있으나, 선행연구가 코로나19 이전에 진행된 것을 감안하면 호텔의 안전 및 청결 문제는 사회적 요인과 상관없이 아주 기본적인 요인으로 간주되고 있음을 시사한다.

표 4-8. 전체적인 만족도- 호텔선택속성 회귀분석

독립변수	베이비붐 세대			밀레니얼 세대		
	b	β	t	b	β	t
안전 및 청결	6.780	0.411	5.751**	3.716	0.237	3.137**
부대시설	-0.467	-0.027	-0.344	0.995	0.063	0.821
호텔 부가서비스	-0.264	-0.017	-0.225	1.205	0.076	1.211
접근성	1.625	0.113	1.854	0.739	0.057	0.929
심미성	3.294	0.206	2.796**	3.895	0.293	3.693**
가격	2.370	0.159	2.269**	2.826	0.168	2.778**
R ²	0.463			0.428		

**p<0.05

V. 결 론

1. 결과 요약

코로나19의 유행으로 해외여행 욕구를 국내 여행으로 해소하려는 현상이 증가하고 있다. 그동안 조명받지 못했던 국내 여행지 곳곳이 SNS를 중심으로 널리 알려지고 도심에서는 호텔에서 즐기는 파티룸, 룸콕 패키지, 스테이앤 다인 패키지 등 다양한 언택트 상품이 유행하고 있는 이때, 국내 소비의 중심층인 베이비붐 세대와 밀레니얼 세대의 호텔선택속성의 중요도와 만족도를 비교하여 학문적으로는 코로나 19 이후의 세대의 호텔선택속성 개선사항 및 유지사항을 살펴보고 실무적으로는 실증 연구를 통해 호텔기업의 마케팅 전략수립에 유용한 시사점을 제시하였다.

본 연구의 호텔선택속성 중요도와 만족도 분석에는 설문에 사용된 총 64개의 호텔선택속성문항 중 분석에서 유의하지 않거나 어느 요인에도 해당되지 않는 항목을 제외하고 총 25개의 문항이 사용되었으며, 인구통계학적으로는 베이비붐 세대 209명, 밀레니얼 세대 193명으로 베이비붐 세대가 약 3%정도 더 많이 응답하였다. 학력은 대학교 졸업이 59.7%로 가장 많은 것으로 확인되었는데, 이는 온라인 설문조사를 진행하며 기계에 능숙하고 교육수준이 높은 베이비붐 세대가 많이 응답을 진행하였기 때문으로 분석된다. 월평균 가계소득은 200-299만원이 가장 많고 (22.6%) 그 다음은 600만원이상(21.6%)이 가장 많아 베이비붐 세대와 밀레니얼 세대의 차이인 것으로 분석된다. 직업은 회사원이 155명(38.6%)로 가장 많아 앞서 설명한 설문에 응한 베이비붐 세대의 특성이 어느정도 반영된 것으로 추정된다. 대체적으로 설문에 완료한 응답자 절반 이상이 연평균 3회이상(47.5%) 방문하는 것으로 나타나 호텔 투숙을 상대적으로 많이 하는 이용객이 설문에 응한 것으로 보이

며, 주 이용호텔등급은 3등급(28.4%), 4등급(32.6%)로 나타났다. 이들은 호텔의 정보를 주로 인터넷을 통해 수집하며, 이용목적은 휴양/힐링이 과반수 이상(69.4%)로 설문 응답자들이 일반적으로 휴식을 위해 호텔을 찾는 것으로 확인되었다.

베이비붐 세대와 밀레니얼 세대간 호텔선택속성의 차이를 분석한 결과는 다음과 같다.

첫째, 중요도 속성 중 가장 중요한 호텔선택속성은 안전 및 청결 요인으로 확인되었으며, 심미성 요인과 가격요인 순으로 중요한게 여겨지는 것으로 나타났다. 이는 시니어 호텔 이용객에게 청결요인이 가장 중요한 속성으로 연구된 Ahmed(2016) 및 Gustin M.E et al,(1993)의 연구를 지지하고 있는 것으로 나타나 국내 베이비붐 세대에게는 안전 및 청결이 호텔선택속성의 기본요인임을 시사하였으나, 밀레니얼 세대는 코로나19 상황 임에도 안전 및 청결보다 심미성 요인이 만족도에 더 큰 영향을 끼치는 것으로 나타났는데, 이는 SNS 및 타인의 시선을 신경 쓰는 세대적 특징이 반영된 것으로 해석할 수 있다.

둘째, 호텔선택속성의 만족도는 안전 및 청결 > 심미성 > 가격 > 접근성 > 부대 시설 > 호텔 부가서비스로 나타났는데 이는 두 세대 모두 안전 및 청결의 만족도 평균이 높고, 호텔 부가서비스에는 대체로 만족하지 못하는 것으로 나타나 호텔 부가서비스의 만족도 평균을 높이기 위한 노력이 필요함을 시사하였다. 항목별로는 베이비붐, 밀레니얼 세대 모두 욕실 청결도와 객실 가격에 가장 만족한 것으로 분석되어 두 세대간 만족도의 차이는 없는 것으로 나타났으며, 키즈프로그램은 베이비붐 세대와 밀레니얼 세대 모두 가장 적게 만족하는 것으로 나타나 호텔에서 개선이 필요한 것으로 보인다.

셋째, 호텔선택속성의 세대별 수정된 중요도-만족도(IPA) 분석결과 세대별 중요도, 만족도에는 아래 표 5-1과 같이 각 요인별로 두 세대 간 상대적인 차이가 있는 것으로 나타났으며, 이는 세대별 특성 및 경제력, 소비 경험 등이 호텔선택에 반영된 부분으로 분석할 수 있다.

표 5-1. 수정된 IPA 결과

요인별 분석 결과	베이비붐	밀레니얼	전체	
전체요인	1사분면	안전 및 청결, 접근성	접근성, 안전 및 청결	안전 및 청결, 접근성
	2사분면	가격	가격, 심미성, 부대시설	가격, 심미성
	3사분면	심미성, 부대시설, 호텔 부가서비스	호텔 부가서비스	부대시설, 호텔 부가서비스
	4사분면			
안전 및 청결요인	1사분면	침구청결도, 호텔 방역시스템	욕실 청결도, 호텔 방역시스템, 침구청결도	욕실청결도, 침구청결도, 호텔 방역시스템
	2사분면			
	3사분면	화재안전성, 객실 바닥청결도	방음	화재 안전성, 객실 바닥청결도, 방음
	4사분면	욕실 청결도, 방음, 보안 안전성	화재 안전성, 보안 안전성, 객실 바닥청결도	보안 안전성
부대시설요인	1사분면	기타 부대시설, 수영장, 피트니스센터, 비즈니스 센터	수영장, 피트니스 센터	수영장, 피트니스 센터
	2사분면		비즈니스센터	
	3사분면	키즈 프로그램	키즈 프로그램	키즈 프로그램
	4사분면	스파 및 사우나	스파 및 사우나, 기타 부대시설	비즈니스 센터, 기타 부대시설, 스파 및 사우나
호텔 부가서비스	1사분면	미니바 제공, 멤버십 서비스, 룸서비스 가격	미니바 제공, 멤버십 서비스	미니바 제공, 멤버십 서비스
	2사분면		룸서비스 가격	룸서비스 가격
	3사분면	미니바 가격	미니바 가격	미니바 가격
	4사분면			
접근성	1사분면	도심과의 거리	대중교통 접근성	대중교통 접근성
	2사분면	공항과의 거리	공항과의 거리	공항과의 거리
	3사분면			
	4사분면	대중교통 접근성	도심과의 거리	도심과의 거리
심미성	1사분면	레스토랑 시설		레스토랑 시설
	2사분면		로비의 심미성	
	3사분면	로비의 심미성	외관의 심미성	로비의 심미성, 외관의 심미성
	4사분면	외관의 심미성	레스토랑 시설	
가격	1사분면		객실가격	객실가격
	2사분면	객실가격 신뢰성		
	3사분면		객실가격 신뢰성	객실가격 신뢰성
	4사분면	객실가격		

> 1사분면: 주요 실행요인, 2사분면: 매력요인, 3사분면: 비중요 실행요인, 4사분면: 기본요인

2. 시사점

본 연구를 통해서 확인할 수 있는 본 연구의 시사점으로는 베이비붐 세대와 밀레니얼 세대의 호텔선택속성의 중요도와 만족도를 처음으로 비교 분석하는 한편, 코로나19 이후 호텔선택속성을 살펴봄으로써 코로나19 팬데믹이 호텔선택속성 중요도에 영향을 미치는지 확인한 데에 그 학문적 의의가 있다.

실무적인 시사점으로는 국내 주요 소비층인 베이비붐 세대와 밀레니얼 세대의 호텔선택속성의 중요도와 만족도를 비교 분석하여 세대별 마케팅 전략 수립 및 호텔 상품 기획에 실증적 자료를 제공한다는 점에 의의가 있으며, 실제 두 세대 전체를 분석한 결과 안전 및 청결 요인이 만족도에 제일 크게 영향을 미치는 것으로 나타나 호텔 기업에서 안전 및 청결 요인을 지속적으로 관리해야 함을 시사하였으며, 세대별로 호텔 선택속성이 상이함으로 마케팅 전략 수립 및 상품기획에서 차이를 두고 기획해야 함을 시사한다.

위와 같은 시사점 외에도, 호텔 이용객의 내재적 중요도와 만족도 순위 등의 결과를 이용해 서비스 및 시설 개선 시 참고할 수 있는 직관적인 자료로서 활용되어 지기를 고대한다.

3. 연구의 한계 및 제언

본 연구에서는 연구문제인 호텔선택속성에 대한 베이비붐 세대와 밀레니얼 세대의 중요도, 만족도 비교를 위해 수정된 IPA 분석과 회귀분석을 실시하여, 세대간 호텔선택속성 우선순위에 차이가 있는 것을 확인하였다. 그러나 본 연구의 분석에서 발견된 한계점 3가지를 바탕으로 앞으로 연구에 대한 제언을 진행하고자 한다.

먼저, 코로나19 이전의 베이비붐 세대와 밀레니얼 세대의 호텔선택속성 중요도 및 만족도의 차이 연구가 없어 코로나19 이후의 세대별 호텔선택속성의 중요도 및 만족도 차이를 비교 분석에 한정되어 있어 연구에 한계가 있었다. 앞으로의 연구에서는 코로나19사태가 종결되고 자유로운 여행이 가능한 시기에 베이비붐 세대와 밀레니얼 세대의 호텔선택속성의 비교 연구가 필요할 것으로 사료된다.

둘째, 베이비붐 세대와 밀레니얼 세대의 특성이 호텔선택속성 중요도-만족도에 어떻게 영향을 미쳤는지 보다 상세한 설문이 필요한 것으로 판단된다. 후속 연구에서는 각 요인별로 세대 특징이 어떠한 영향을 미쳤는지, 영향을 미친 원인에 대해 자세한 연구가 필요할 것으로 판단된다.

셋째, 호텔 등급에 따른 호텔선택속성의 차이 연구가 필요할 것으로 사료된다. 이용하는 호텔 등급에 따라 고객의 기대심리, 만족도, 선택속성이 다를 것으로 예상되어 후속 연구에서는 호텔 등급을 한정하여 본 연구의 한계점을 보완하여 세대별 차이 비교연구가 이루어지길 바란다.

참고문헌

1. 국내 문헌

- 강성진. (2017). 관광산업체별 신입사원 핵심역량에 관한 연구: IPA와 수정IPA 분석을 사용하여, 관광레저연구, 29(11), pp.273-292.
- 강이주, 오명렬. (2000). 신세대 생활양식의 동태적 변화-최근 3년간의 자료를 중심으로-. 소비문화연구, 3(2): 1-27
- 강현나, 최동수, 서원석(2020).호텔 이용객의 지각된 고객지향성이 고객만족과 행동의도에 미치는 영향 연구 : 밀레니얼 세대를 중심으로.호텔경영학연구,29(6),109-128,.
- 권상희, 홍종배. (2009). 세대별 여가문화소비유형과 삶의 만족도 연구. 언론정보연구, 46(1), 63-97.
- 권정윤, 김난도. (2019). 소비자학 분야에서의 세대의 개념, 범주 및 특성에 관한 연구. 소비자학연구, 30(5), 77-99.
- 김범석. (2021) "호텔 선택속성에 따른 고객만족과 고객충성 의도에 미치는 영향에 관한 연구." 국내석사학위논문 광운대학교 대학원
- 김성혁, 오은지, 권상미. (2009). 관광지선택속성에 대한 세대별 비교. 관광레저연구, 21(2), 167-182.
- 김수아, 김남조. (2020). 베이비붐 세대와 밀레니얼 세대의 여가환경이 여가만족에 미치는 영향 비교 - 여가공유자를 중심으로 -. 관광연구논총, 32(3), 121-143.
- 김우성(Kim Woo-Sung), 허은정(Huh Eunjeong). (2007). 베이비붐세대, X세대, Y세대 소비자들의 소비관련 가치관과 라이프스타일의 비교. 소비문화연구, 10(4): 31-53
- 김용범. "빅 데이터를 활용한 호텔 선택속성의 중요도-만족도에 관한 연구." 국내 박사학위논문 대구가톨릭대학교, 2016. 경상북도
- 김정지. (2019). 밀레니얼 세대의 특성을 반영한 주얼리 시장 경향 연구 - 해외 주얼리 브랜드 사례를 중심으로 -. , 24(1), 115-126.

- 김현동, 이형룡. (2017). AHP를 활용한 비즈니스호텔의 성공적 경영을 위한 기업 구매센터 호텔선택속성의 상대적 중요도와 우선순위 분석. 관광학연구, 41(4), 205-224.
- 문경주, 장수지. (2020). 베이비붐 세대의 사회참여 유형이 삶의 만족도에 미치는 영향. 인문사회 21, 11(6), 2279-2294.
- 박재홍. (2001). 세대연구의 이론적·방법론적 쟁점. 한국인구학, 24(2), 47-78.
- 박혜숙. (2016). 신세대 특성과 라이프 스타일 연구-Z 세대를 중심으로. 인문사회 21, 7(6), 753-767.
- 송해근 (2013) Kano 모델을 이용한 수정된 중요도-만족도 분석, 대한안전경영과학회지, 15:1, 241-248
- 신용환, 이캐시연주. (2018). 이중적 관점으로 본 밀레니얼 세대의 소비와 거울을 통한 브랜드 커뮤니케이션 연구. 한국디자인문화학회지, 24(1), 355-364.
- 안영주, 이슬기. (2017). 여름휴가 관광지 매력성, 만족도, 추천의도와와의 관계 - 세대 간 차이 연구-. 한국관광학회 국제학술발표대회집, 81(0), 194-198.
- 안운석. (1996). 호텔선택 결정속성에 관한 연구. 여행학연구, (4), 113-130.
- 양지명,정영금,윤소영.(2017). 베이비부머 세대와 노인 세대의 여가활동 특성과 여가만족도 영향요인 비교 : 두 세대의 경제활동 여부를 중심으로. 여가학연구, 15(3): 1-20
- 윤소라(2015), “베이비부머, X세대, Y세대의 기초 화장품 구매 의사결정 차이에 관한 연구”, 숙명여자대학교 경영대학원 석사논문.
- 윤혜진, 정광민. (2018). 베이비부머와 Y세대의 관광행동과 주관적 행복감. 관광레저연구, 30(11), 283-298.
- 이병준, 위미나, 윤도혜. (2019). Karl Mannheim의 세대이론에 대한 비판적 탐구와 성인교육적 함의. , 10(2), 1-20.
- 이종열, 이형룡. (2017). 베이비 붐 세대의 소비가치 지각과 크루즈 관광 선택 속성의 차이 진단 및 효과모형 분석 - 라이프스타일 군집 유형을 중심으로 -. 관광학연구, 41(2), 221-240
- 이지선. (2019). 식생활 라이프스타일에 따른 침출차 선택속성 및 소비행동 연구
- 이채은, 정규엽. (2011). 소비가치 세분화에 따른 호텔선택 결정속성의 차이. 호텔

- 경영학연구, 20(4), 39-56.
- 오민재, & 류재숙. (2016). 전통적 IPA 와 수정 IPA 의 비교: 인천차이나타운의 관광매력성 평가. 관광연구저널, 30(7), 129-142.
- 이현중. (2020). 수정된 중요도-실행도 분석을 이용한 관광목적지 선택속성 연구. 관광연구저널, 34(12), 17-28.
- 장장아, 이희승, 서강태. (2019). 소비가치 및 호텔선택속성이 만족도에 미치는 영향 : 80년대 이후 출생한 중국 소비자들을 대상으로. 관광경영연구, 23(7), 505-520.
- 정강국 · 김기진 (2016). Revised-IPA를 이용한 커피전문점의 서비스품질에 관한 연구: 대구 · 경북지역 대학생을 중심으로. 『외식경영연구』, 19(1), 223-242
- 정수현, 구혜경, 김재환, & 김숙연. (2014). 기업 유형에 따른 제품의 소비가치가 태도 및 충성도에 미치는 영향. 서비스경영학회지, 15(5), 255-276.
- 전용택, 최영준. (2016). 호텔고객의 관계혜택, 관계만족, 관계신뢰간의 상호관계. 호텔리조트연구, 15(4), 185-200.
- 조승행. (2015). 비즈니스호텔 선택속성의 중요도와 만족도에 관한 영향. 정보디자인학연구, 24(0), 145-155.
- 조윤설 · 조택연(2019). 밀레니얼 세대의 공간 소비에서 나타난 특징 분석. 한국디자인문화학회지, 25, 413-429.
- 최유정, 최셋별. (2013). 연령대별 세대 의식과 정치적 태도를 통해 본 세대의 경계. 사회과학연구논총, 29(2), 159-201.

2. 국외 문헌

- Aaker, D. A.(2002). Building Strong Brands, NY: The Free press.
- Aaker, D. A.(1996). Measuring brand equity across products & markets. California Management Review, 38(3). 102-120.
- Abalo, J, Varela, J, Manzano, V (2007) Importance values for importance - performance analysis: a formula for spreading out values derived from preference rankings. Journal of Business Research 60(2): 115 - 121.
- Aissa, SB, Goaid, M (2017) Performance of tourism destinations: evidence from Tunisia. Journal of Hospitality & Tourism Research 41 (7): 797 - 822.
- Ajzen, I(1991). The Theory of Planned Behavior, Organizational Behavior and Human Decision Process. 50. pp.179-211.
- Alfred-Stewart, L. (2018). Hotel Loyalty Programs and the Millennial Generation.
- Beauchamp, M. B., & Barnes, D. C. (2015). DELIGHTING BABY BOOMERS AND MILLENNIALS: FACTORS THAT MATTER MOST. Journal of Marketing Theory and Practice, 23(3), 338-350.
- Choi, Jinkyung,PhD., R.D. (2019). Is cleanliness really a reason for consumers to revisit a hotel? Journal of Environmental Health, 82(5), 16-21
- Chu, R. K. S. and Choi, T., “An Importance-PerformanceAnalysis of Hotel Selection Factors in the Hong Kong Hotel Industry: A Comparison of Business and Leisure Travelers,” Tourism Management, Vol. 21, No. 4, 2000, pp.363 - 377
- Dolnicar Sara, Otter Thomas. (2003) Which hotel attributes matter? A review of previous and a framework for future research.
- Fawzy, A. M., & Abbas, T. M. (2016). Ranking the Importance of Hotel Selection Attributes for Senior Tourists in Egyptian Resorts: A

- Comparison among Three Markets. *Journal of Association of Arab Universities for Tourism and Hospitality*, 13(2), 141-153.
- Heyes, A., & Aluri, A. (2017). How millennials perceive leisure luxury hotels in a sharing economy?. *Research in Hospitality Management*, 7(2), 75-79.
- J. Chen(2020) "Revised IPA Method for Citizen Satisfaction of Smart City Development," 2020 *International Wireless Communications and Mobile Computing (IWCMC)*, pp. 2083-2087
- Kevin Lane Keller(1993). Conceptualizing, measuring, managing customer based brand equity, *Journal of Marketing*, Vol.57 No.1, 1993, pp.1-22.
- KIM, Dohee, et al. Understanding heterogeneous preferences of hotel choice attributes: Do customer segments matter?. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 2020, 45: 330-337
- Noone, B. M., & McGuire, K. A. (2016). Impact of attitudinal loyalty on the frequent unmanaged business traveler's use of price and consumer reviews in hotel choice. *Journal of Revenue and Pricing Management*, 15(1), 20-36.
- Martilla JA, James JC. 1977. Importance-performance analysis. *J.Mark.*, 41(1):77-79
- Matin, M. (2017). Have Millennials killed hotel loyalty programs.
- Oh, H.(2001), Revising importance-performance analysis,*Tourism Management*, 22(6), pp.617-627.
- Pantelic, Vladan. (2017). Factors influencing hotel selection: Decision making process..
- Radojevic, T., Stanistic, N., & Stanic, N. (2017). Inside the Rating Scores: A Multilevel Analysis of the Factors Influencing Customer Satisfaction in the Hotel Industry. *Cornell Hospitality Quarterly*, 58(2), 134 - 164.
- Rašovská, I., Kubickova, M., & Rygllová, K. (2021). Importance - performance analysis approach to destination management. *Tourism Economics*,

27(4), 777-794.

- Rauch, Jonathan (2018). "Generation next, Millennials will outnumber baby-boomers in 2019". *The Economist*
- Ryu, Jiyeon. (2019). A Comparative Study of Baby Boomers and Generation Z through Popular Music -Focusing on BTS and the Beatles. 8(2), 11-31.
- Herjanto, H., Chilicki, A., Anantamongkolkul, C., & McGuinness, E. Hotel Selection Criteria of Solo Traveling Females.
- Lai, I. K. W., & Hitchcock, M.(2015). Importance - performance analysis in tourism: A framework for researchers. *Tourism Management*, 48, 242-267
- Lewis, R. C. (1984). Isolating Difference in Hotel Attributes. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, Nov., 6

3. 기타문헌

- 관광산업위원회(2020), 호텔업 실태조사
- 통계교육원(2019), 통계의 창:밀레니얼 세대의 소비성향 '올로(YOLO)'
- 통계청(2019), 장래인구특별추계를 반영한 내·외국인 인구전망: 2017~2040년
- 하나금융경영연구소(2020), 하나금융포커스 10(22), p5.
- 하이원(2020), 2021년 경제 환경 및 관광산업 전망 보고서 p8
- 한국여행업협회(2021), 전국 여행업체 실태 전수조사 보고서, P8
- 행정안전부 주민등록 인구통계(2019.04) 노인인구 및 베이비부머 인구현황

No.

--	--	--

설 문 지

안녕하십니까?

본 설문은 세대간 호텔선택속성 비교연구를 위해 계획되었습니다.

귀하께서 작성해주신 모든 사항은 통계법 제 33조(비밀의 보호 등)에 따라 비밀이 보장되며, 연구목적 이외에는 어떠한 용도에도 사용하지 않음을 약속드립니다.

도움을 주심에 진심으로 감사드립니다.

지도교수: 제주대학교 관광경영학과 홍성화 교수

연구자: 제주대학교 관광경영학과 석사과정 김태리(kmh1377@gmail.com)

▣ 귀하는 최근 호텔을 이용하실 때 얼마나 만족하셨습니까?

아래 항목에 해당하는 만족도를 체크(√)하여 주시기 바랍니다.

항목	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족
객실 가격(가성비, 최저가 등)	①	②	③	④	⑤
객실 가격의 신뢰성(합리적인 가격인지, 마케팅 문구와 다른 부분은 없는지)	①	②	③	④	⑤
객실내 미니바 가격	①	②	③	④	⑤
룸서비스 가격	①	②	③	④	⑤
프론트 직원의 친절함	①	②	③	④	⑤
체크인-체크아웃 시간	①	②	③	④	⑤
체크인/체크아웃 신속함	①	②	③	④	⑤
체크인 서비스(웰컴드링크/업그레이드 등)	①	②	③	④	⑤
호텔 정보수집의 용이성	①	②	③	④	⑤
예약의 편의성(간단한 예약 및 취소)	①	②	③	④	⑤
멤버십 서비스(추가 서비스 제공)	①	②	③	④	⑤
직원의 신속한 대응력	①	②	③	④	⑤
원활한 의사소통	①	②	③	④	⑤
직원의 적극성	①	②	③	④	⑤
와이파이 속도	①	②	③	④	⑤
침구 종류 및 재질	①	②	③	④	⑤
가운 및 슬리퍼 제공	①	②	③	④	⑤
어메니티 퀄리티 및 다양성	①	②	③	④	⑤
객실 내 미니바 제공	①	②	③	④	⑤
조식의 질(다양성, 맛, 청결)	①	②	③	④	⑤
룸서비스 질(다양성, 맛, 신속, 청결)	①	②	③	④	⑤
하우스키핑 서비스(신속, 정확, 청결)	①	②	③	④	⑤

항목	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족
객실 냉난방 시스템	①	②	③	④	⑤
세탁서비스	①	②	③	④	⑤
패키지 상품 포함	①	②	③	④	⑤
발렛서비스	①	②	③	④	⑤
호텔 내 향기/냄새	①	②	③	④	⑤
객실 인테리어	①	②	③	④	⑤
주차장 제공	①	②	③	④	⑤
주차장에서 체크인 센터까지의 거리	①	②	③	④	⑤
비즈니스센터 운영	①	②	③	④	⑤
피트니스센터 운영	①	②	③	④	⑤
키즈 프로그램 제공	①	②	③	④	⑤
수영장 인테리어 및 경치	①	②	③	④	⑤
스파 및 사우나 운영	①	②	③	④	⑤
기타 부대시설(카지노, 편의점 등) 운영	①	②	③	④	⑤
객실 크기	①	②	③	④	⑤
조명	①	②	③	④	⑤
욕조	①	②	③	④	⑤
추가적인 시설(주방,세탁기 등)	①	②	③	④	⑤
엘리베이터 운영사항(설치 , 가용대수)	①	②	③	④	⑤
동선의 편의함(체크인센터-객실, 객실-야외)	①	②	③	④	⑤
소음 차단 정도	①	②	③	④	⑤
호텔 방역 시스템 (객실 소독 및 환기 등)	①	②	③	④	⑤
다른 고객의 경험(주변 인물/온라인리뷰)	①	②	③	④	⑤
화재 안전성	①	②	③	④	⑤
보안 안전성	①	②	③	④	⑤
객실 바닥 청결도	①	②	③	④	⑤
침구 청결도	①	②	③	④	⑤
욕실 청결도	①	②	③	④	⑤
호텔 이미지	①	②	③	④	⑤
호텔 브랜드	①	②	③	④	⑤
호텔의 사회적 활동(친환경, 저소득층 지원 등)	①	②	③	④	⑤
호텔의 역사	①	②	③	④	⑤
호텔 홍보활동(온오프라인 광고)	①	②	③	④	⑤
관광목적지와의 거리	①	②	③	④	⑤
대중교통 접근성	①	②	③	④	⑤
도심과의 거리	①	②	③	④	⑤
공항과의 거리	①	②	③	④	⑤
로비의 아름다움	①	②	③	④	⑤
건물 외관의 아름다움	①	②	③	④	⑤
레스토랑 인테리어 및 전망	①	②	③	④	⑤
객실 전망	①	②	③	④	⑤
호텔의 전경 및 경치	①	②	③	④	⑤

■ 귀하가 최근 이용하신 호텔의 전체적인 만족도를 점수로 매긴다면 몇 점입니까?

100점 만점에 (_____)점

■ 다음은 일반적인 특성에 관한 문항입니다.(√ 표시)

성별	① 남성 ② 여성
연령	만 (_____) 세
학력	① 중학교 졸업 이하 ② 고등학교 졸업 ③ 전문대 졸업 ④ 대학교 졸업 ⑤ 대학원 이상
월평균 가계소득	① 200만원미만 ② 200-299만원 ③ 300-399만원 ④ 400-499만원 ⑤ 500만원 ⑥ 600만원이상
직업	① 회사원 ② 자영업 ③ 학생 ④ 주부 ⑤ 공무원 ⑥ 농/임/축산/어업 ⑦ 전문직/프리랜서 ⑧ 기타(_____)
연간 호텔 방문횟수	① 연 1회 ② 연 2회 ③ 연 3회 ④ 연 4회 이상(_____ 회)
주 이용 호텔 등급	① 1성급(객실+욕실+조식) ② 2성(1성+식음료부대시설) ③ 3성(2성+1개이상 레스토랑+로비) ④ 4성(3성+비즈니스센터+연회장+국제회의장+휘트니스센터) ⑤ 5성(4성+대회의장+24시간이상 룸서비스)
호텔 정보 수집 방법	① 여행사 ② 인터넷(홈페이지) ③ 소셜미디어(SNS 등) ④ 광고 ⑤ 이벤트/프로모션 ⑥ 지인 소개 ⑦ 기타(_____)
호텔 방문 주요 목적	① 휴양/힐링 ② 명소 관광 ③ 스포츠/레저 활동 ④ 업무/비즈니스 활동 ⑤ 단체행사 참가 ⑥ 기타(_____)

ABSTRACT

Generational Differences In Hotel Choice Attributes:

A Comparative Study Of Baby Boomers and Millennials
Using Revised IPA

KIM TAE RI

Department of Tourism Management
The Graduate School of Jeju National University

The purpose of this study is to verify the generational differences between Babyboomers(birth from 1955 to 1963) and Millennials(birth from 1980 to 2000) in hotel choice attributes importance and satisfaction. The survey was conducted through Online survey agency and google analytics questionnaire distribution. Total answer was 412 and 10 answer sheets was excluded due to unscrupulous respondents and inapplicable ages. The collected data analyzed by SPSS 27.0, revised IPA and regression analysis. The revised IPA was implemented with analyzed regression coefficient using implicit importance and satisfaction. Each factor was classified into 6 categories: Safety and cleanliness, facilities, extra service, aesthetic image, accessibility, and price, as a result of regression analysis of factors that influence satisfaction, safety and cleanliness, aesthetic and price factors were found to be significant. As a result of a comparative study between generations, there is a relative difference in the importance and satisfaction of factors for each generation.

Key Words : Generational differences, Hotel choice attributes, Revised IPA