

호텔 진입공간의 유형별 인지특성 및 이미지형성구조에 관한 연구

A Study on the Cognitive Characteristics and Image Formation Structure of Hotel Access Space

이정림*
Lee, Jeong-Lim

조용준**
Cho, Yong-Joon

Abstract

This study classified visual perception types of access space at 17 five-star hotels in Jeju and examined their cognitive characteristics and image formation structures in an effort to provide basic information important for designing the elevation and the access spaces of a hotel. The results of this study are as follows. Access space image of experimental hotels showed more negative evaluations at both city hotels and resort hotels, viewing angle (upward angle) was also positively evaluated between 10°~12° and 18° and central type in arrangement type and detour access and straight access types in access circulation type were positively evaluated. When viewed from an upward angle of 10° to 12°, the most important factors were as plasticity, decorativeness, and creativity; from 18° it was such factors as harmony and peculiarity; and at 45° it was factors like decorativeness and stability. In considering the various access types, the most important factors in a straight access type were peculiarity and harmony; for one-time curved access type it was by decorativeness, creativity, peculiarity, and stability; and for detour access types it was decorativeness, stability, and peculiarity. Influential of factors affecting image formation and plasticity and harmony factors and the form had more influences on image formation.

Keywords : Deluxe hotels, Approach spaces, Preference, Semantic differential method, Structure of the image formation

주요어 : 특급호텔, 진입공간, 선호도, SD법, 이미지형성구조

1. 서론

1. 연구의 배경 및 목적

호텔의 이미지는 여행지 선택이나 이벤트 개최에 영향을 주는 요소일 뿐만 아니라, 호텔 간의 경쟁에도 선택 기준이 된다. 이처럼 호텔 이미지는 호텔에 대한 평가로 연결되어 좋은 이미지를 갖는 호텔은 방문하는 사람에게 좋은 느낌을 갖게 할 뿐만 아니라, 인터넷 예약시대에는 선택에 영향을 주며, 많은 사람들을 잠재적 고객으로 만드는 데에도 영향을 준다.

이미지는 기본적으로 체험을 근간으로 형성되지만, 최근 매스미디어의 출현으로 실제의 체험뿐만 아니라, 홈페이지에 나타난 안내사진을 통해서 이미지가 형성되면서, 매스미디어에 의한 이미지 형성도 관광산업의 전략으로 요구되고 있다.

이에 본 연구는 제주도에 입지하고 있는 특급호텔 17개소를 대상으로 진입공간의 시지각 유형을 분류하고 이의 인지특성과 이미지형성구조를 규명함으로써 호텔의 진

입공간 계획 시에 필요한 기초자료를 제공하고자 한다.

2. 연구의 범위와 방법

본 연구는 제주도에 입지하고 있는 전체 17개 특급호텔을 대상으로 하였는데, 제주도는 관광특구 도시로서 호텔이 해안이나 관광명소에 입지한 리조트호텔이 대부분이나 제주시 등의 도시 내 비즈니스호텔(시티호텔)도 상당수가 입지하고 있어서 호텔수의 상대비율이 어느 정도 비슷한 특급호텔만을 한정하여 연구대상으로 하였다. 연구는 먼저 호텔 정문에서부터 현관까지의 진입공간의 구성형태와 요소에 대한 조사를 토대로 <표 1> 진입공간을 사진촬영한 후 대학 건축과 학생을 대상으로 인지평가를 실시하였다. 연구를 위한 사진촬영과 인지평가는 2008년 3월부터 4월 초까지 2달간에 걸쳐 실시하였는데, 사진촬영은 인간의 시야각과 최대한 비슷한 범위를 설정하고자 촬영기¹⁾의 1,500 mm 높이에서 24 mm 렌즈로 촬영한 후 이를 이미지 슬라이드로 제작, 빔 프로젝트를 이용하여 스크린에 투

*정회원(주저자, 교신저자), 제주관광대학 인테리어건축과 조교수, 공학박사

**정회원, 조선대학교 건축학부 교수, 공학박사

이 연구는 2008년 이정림의 박사학위논문 결과의 일부임.

1) 사진촬영 장소는 먼저 호텔 전체 이미지의 경우 호텔전체와 진입공간의 일부가 보이는 장소를 선정하여 촬영하였고, 진입공간 이미지는 호텔진입부에서 호텔건축물이 보이는 장소에서 촬영하였으나, 수목진입로로 인해 호텔이 보이지 않은 경우에는 수목진입로를 지나 호텔건축물이 시야에 들어오는 광장의 성격을 갖는 마당(열린마당) 도입부에서 다시 촬영하였다.

사된 이미지를 피험자²⁾에게 평가하도록 하였다. 평가는 앉아있는 좌석에서 호텔을 바라보는 방향각에 대한 오차를 줄이기 위하여 1회 평가에 6명 이하의 인원만 참여하였으며, 스크린과 피험자와의 거리는 3.5미터로 하였다.

이미지에 대한 평가시간은 슬라이드 1매당 2-3분 정도의 시간이 소요되었고, 전체 39개의 이미지에 대해서 약 1시간 20분 정도가 소요되었으며 총 13회를 실시하였다.

표 1. 연구대상 호텔의 일반적 특성

호텔 성격	호텔 기호	호텔특성						정문에서 현관까지 동선유형
		지상 층수	대지 면적 (m ²)	호텔 높이 (m)	D/H비	입면 유형	배치 형태	
시티 호텔	A호텔	12층	24,745.0	47.0	1	외벽 기본형	전면 배치형	짧은 직선
	B호텔	9층	4,955.8	34.7	1	외벽 기본형	전면 배치형	2회 곡선
	C호텔	16층	12,525.7	67.7	1	외벽 수평형	후면 배치형	짧은 직선
	D호텔	10층	6,859.9	35.0	1	외벽 기본형	전면 배치형	짧은 직선
	J호텔	9층	2,363.6	30.5	1	외벽 기본형	후면 배치형	2회 곡선
	K호텔	10층	3,888.4	35.9	1	외벽 기본형	측면 배치형	짧은 곡선
	L호텔	11층	4,546.0	34.9	1	수평발 코니형	전면 배치형	2회 곡선
	N호텔	9층	19,812.9	38.5	1	외벽 수평형	후면 배치형	2회 곡선
	리조트 호텔	E호텔	5층	84,546.0	19.4	4.5-4.7	혼합형	전면 배치형
F호텔		8층	44,023.2	30.0	3	수평발 코니형	후면 배치형	긴직선
G호텔		3층	10,255.0	14.9	1	수평창호형	전면 배치형	짧은 직선
H호텔		5층	84,972.0	34.8	4.5-4.7	수평발 코니형	중앙 배치형	긴직선
I호텔		3층	40,699.0	12.8	4.5-4.7	수평발 코니형	중앙 배치형	긴직선
M호텔		9층	70,137.0	30.0	3	수평발 코니형	중앙 배치형	긴곡선
P호텔		3층	19,894.0	11.2	3	수평발 코니형	중앙 배치형	긴직선
O호텔		8층	26,112.0	31.9	3	수평발 코니형	측면 배치형	돌음형
Q호텔		3층	6,750.0	16.4	1	외벽 기본형	전면 배치형	짧은 직선

위 표는 선행연구(호텔 진입공간의 구성요소 및 특성에 관한 연구)에 나타난 결과를 토대로 작성한 것이다.

2) 본 실험에서의 피험자는 제주관광대학 건축과에 재학 중인 대학생(38명)이 대부분인데, 이의 선정 이유는 실험대상 호텔을 이용하는 이용객들의 실험(이미지평가)에 대한 관심 및 지식부족, 그리고 실험장소의 부재 등으로 인해 부득이 하게 건축(학)과 학생들을 대상으로 하였다. 아울러 건축(학)과 학생들은 일반인들 보다는 도시·건축에 대해 관심을 더 갖고 있지만, 아직은 일반인 수준의 시각도 함께 가지고 있다고 여겨져서 평가대상으로 선정하였으며, 이외에도 건축관련 전문가(6명)와 일반인(평생교육원 강의를 수강하는 대졸이상의 집단 14명)도 포함되어 있다.

표 2. 평가에 사용된 호텔의 이미지

구분	호텔명	실험에 사용된 호텔 이미지			전체층수
		전체 이미지	진입공간 이미지	열린마당 이미지	
시티 호텔	A호텔			-	지하 1층 지상 12층
	B호텔			-	지하 2층 지상 9층
	C호텔			-	지하 2층 지상 16층
	D호텔			-	지하 2층 지상 10층
	L호텔			-	지하 2층 지상 11층
	N호텔			-	지하 2층 지상 9층
	J호텔			-	지하 2층 지상 9층
	K호텔			-	지하 2층 지상 10층
	리조트 호텔	E호텔			-
F호텔					지하 4층 지상 8층
G호텔				-	지하 1층 지상 3층
H호텔				-	지하 7층 지상 5층
I호텔					지하 1층 지상 3층
M호텔					지하 2층 지상 9층
O호텔					지하 1층 지상 8층
P호텔					지하 1층 지상 3층
Q호텔				-	지하 1층 지상 3층

평가에 참여한 인원은 58명이며, 평가 과정에서 중도포기한 사람의 자료를 제외한 53부를 최종 분석 자료로 사

용하였다. 그 후 시지각 분석을 통한 이미지의 평가정도를 알기 위하여 SD(Semantic differential)평가를 실시하였으며, 이를 토대로 요인분석과 회귀분석을 실시하여 호텔 이미지에 대한 평가구조를 해석하였다.

평가에 사용된 호텔의 이미지와 일반적 특성은 다음과 같다<표 1, 2>.

실험대상 호텔 이미지에 대한 평가는 7단계 척도를 이용하여 측정하였는데, 중앙값 4를 중심으로 1의 방향이 평가에 대한 긍정의 값이고, 7의 방향은 부정의 값이 된다³⁾. 실험에 사용된 평가변인은 이미지관련 선행연구에서 사용한 바 있는 48개 형용사쌍⁴⁾을 이용하여 1차 설문 실험을 실시하였는데, 그 결과 본 논문의 목적에 맞지 않고, 호텔의 이미지 평가에 적합하지 않으며, 의미가 중복되어지는 것으로 여겨지는 형용사쌍 20개를 제외시킨 총 28개의 평가변인을 선정하여 시지각 분석을 실시하였고, 분석은 통계프로그램인 SPSS12.0.1을 사용하였다<표 3>.

표 3. 실험에 사용된 형용사 쌍(척도표)

심리적 평가변인			
	(7점)-(1점)		(7점)-(1점)
v01	평면적인-입체적인	v15	단조로운-변화있는
v02	진부한-새로운	v16	검소한-화려한
v03	평범한-독특한	v17	낮선-친근한
v04	고정적인-융통성있는	v18	허술한-짜임새있는
v05	폐쇄적인-개방적인	v19	황량한-아늑한
v06	딱딱한-부드러운	v20	불안한-편안한
v07	소박한-장식적인	v21	침밀감없는-침밀감있는
v08	보수적인-혁신적인	v22	구식인-현대적인
v09	들뜬-차분한	v23	부조화로운-조화로운
v10	불안정된-안정된	v24	획일적인-차이나는
v11	정적인-동적인	v25	빈곤한-풍부한
v12	산만한-정돈된	v26	왜소한-용장한
v13	혼란한-질서있는	v27	어두운-밝은
v14	지루한-흥미로운	v28	흡인력없는-흡인력있는

실험에 사용된 28개의 형용사쌍에 대해 전체적인 설문 항목과 평가변인의 당위성 및 신뢰성을 확인하기 위하여 신뢰도 분석(Reliability analysis)을 실시하였고, Alpha값⁵⁾은 .9800⁶⁾로 유의한 것으로 나타났다<표 4>.

- 3) 정성적 심리평가를 정량화 시키기 위한 단위로서 이를 수치화 시키기 위하여 이와 같은 표현을 사용하였다.
- 4) 본 연구에서 사용된 형용사쌍(평가변인)은 선행연구 즉, 김광호, 주신하, 윤진보, 한영석, 송대호, 박성진, 이봉수 등의 이미지 평가 및 시지각 평가 논문을 바탕으로 본 연구의 목적에 맞는 형용사쌍을 1차적으로 추출한 결과이다.
- 5) Cronbach Alpha는 테스트의 내적 일관성, 즉 테스트 문항이 동질적인 요소로 구성되어 있는지를 알아보는 것에 그 초점을 두고 있다. 이것은 한 테스트 내에서의 변수들 간의 평균 상관관계에 근거한 것이다. 일반적으로 알파는 상관계수로 해석될 수 있기 때문에 그 범위는 0에서 1까지 값을 갖는다. 음(-)의 값을 갖는 알파는 양의 상관성이 아니므로 신뢰도 모형을 위반한다고 볼 수 있다.

표 4. 평가변인에 대한 신뢰도 분석

구분	N(빈도)	%(구성비)	
케이스	유효	1802	97.1
	제외됨(a)	53	2.9
	합계	1855	100.0
Cronbach의 알파	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	항목수	
	.983	.985	28

II. 호텔 진입공간 이미지에 대한 인지특성 분석

1. 호텔 이미지별 선호도 분석

실험대상 호텔 이미지에 대한 시지각 평가는 진입공간 이미지와 열린마당 이미지를 사용하였는데, 열린마당의 경우는, 진입공간의 형태나 수목 등으로 인해 정문에서 호텔정문이 보이지 않는 호텔은 호텔건축물이 시야에 들어오는 지점에서 다시 촬영한 이미지를 의미하며, 이를 ‘열린마당’이라 새롭게 명명하였다.

즉 12개의 호텔은 진입공간 이미지에 대한 시지각 평가를 실시하였고, 열린마당을 거쳐야하는 5개의 호텔은 진입공간과 열린마당 이미지에 대한 평가를 실시하였다.

실험에 사용된 호텔의 이미지에 대해 ‘매우 싫어하는’(1점)에서 ‘매우 좋아하는’(7점)까지 서수척도(Ordinal scale) 7단계의 형식으로 ‘의미차분법’ 측정을 통하여 이미지 별 선호순위를 추출하였다.

실험 결과 진입공간 이미지는 평균 3.7로 보통보다 낮게 나타나고 있는데, 이를 호텔별로 살펴보면 ‘H호텔’이 평균 5.0으로 가장 높고, 다음은 ‘G호텔’ (평균 4.8), ‘M호텔’ (평균 4.5) 순으로 나타났으나 ‘B호텔’과 ‘J호텔’ (각각 평균 2.6), ‘D호텔’ (평균 3.1), ‘L호텔’과 ‘P호텔’ (각각 평균 3.2)의 경우는 나머지 호텔은 평균치 이하로 낮게 나타나고 있다<그림 1>.

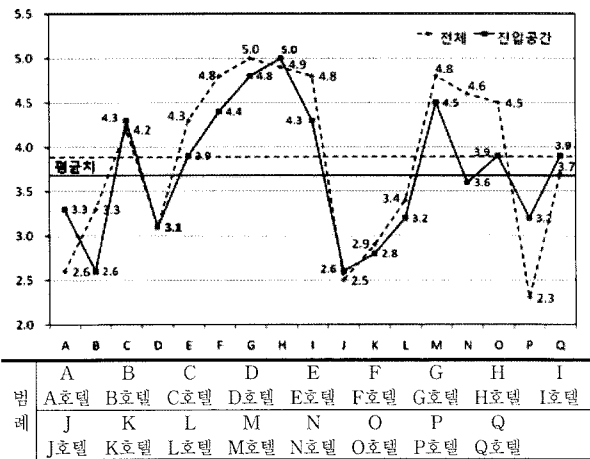


그림 1. 호텔 이미지에 대한 선호도

6) Nunnally(1978)는 탐색적인 연구 분야에서는 크론바하의 알파값이 .60 이상이면 충분하고, 기초연구 분야에서는 .80, 그리고 중요한 결정이 요구되는 응용연구 분야에서는 .90 이상이어야 한다고 주장하고 있다.

이에 의하면 호텔 전체 이미지나 진입공간 이미지 증선호도가 높은 호텔은 대부분 리조트호텔로 나타나고 있는데, 이는 호텔입면은 리조트호텔이 더 다양한 형태와 파사드로 구성되어 있음은 물론, 호텔 대지가 넓고 구성요소 또한 다양하며, 진입로가 길어서 개방감을 줌으로써 좀더 다양한 경관을 연출하고 있기 때문으로 판단된다.

2. 호텔 이미지에 대한 인지분석

실험대상 호텔 이미지 평가는 먼저 각 형용사 쌍에 대한 평균이 4.3으로 비교적 부정적 평가로 나타나고 있는데, 이를 유형별로 보면 전체 이미지는 '정돈된(v12)', '안정된(v10)', '차분한(v9)' 등의 순으로써 28개 항목 중 7개 항목에서 긍정적으로 나타나고 있는 반면 진입공간의 이미지는 진부한(v2)', '보수적인(v8)', '검소한(v16)' 순의 28개 변인에서 모두 부정적으로 나타나고 있다<그림 2>.

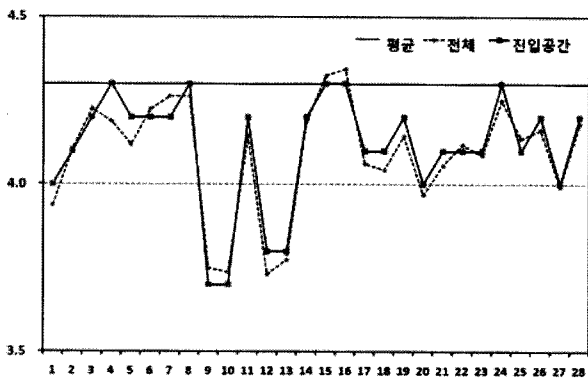


그림 2. 조사대상 호텔 전체의 SD프로파일

1) 시티호텔 이미지에 대한 평가분석

시티호텔의 전체이미지와 진입공간이미지 평가치를 보면 두 이미지 모두 평균 4.7 정도로 약간 부정으로 평가되고 있는데, 이미지별로 전체이미지는 J호텔(평균 5.7), K호텔(평균 5.4) 순으로 부정적인 반면, 긍정적 평가는 N호텔(평균 3.0), C호텔(평균 3.6) 순으로 나타나고 있다. 또 진입공간 이미지의 경우 부정적 평가는 J호텔(평균 5.7), K호텔(평균 5.4) 순이고, 긍정적 평가는 N호텔(평균 3.0) 한 개소로 나타나고 있다<그림 3, 4>.

이상의 결과를 보면 N호텔과 C호텔을 제외한 시티호텔 대부분의 평가가 부정적으로 평가되고 있음을 알 수 있는데, 이는 호텔 지각요소 중 1차적 지각요소인 호텔입면의 형태가 단순 상자형이 많음으로써 평가자가 진부하면서도 단조로운 느낌을 받고 있음을 의미하고, 시티호텔의 특성상 도로에 인접하고 있으며, 대지규모의 한계로 인하여 진입공간이 이미지적 배려보다는 이용객과 차량의 출입 등 기능적 배려가 강하기 때문으로 판단된다.

2) 리조트호텔 이미지에 대한 평가분석

리조트호텔의 전체이미지와 진입공간이미지에 대한 평균치는 두 이미지 모두 평균 3.5 정도로 시티호텔에 비해 긍정적 의미로 평가되고 있는데, 전체이미지에서 부정

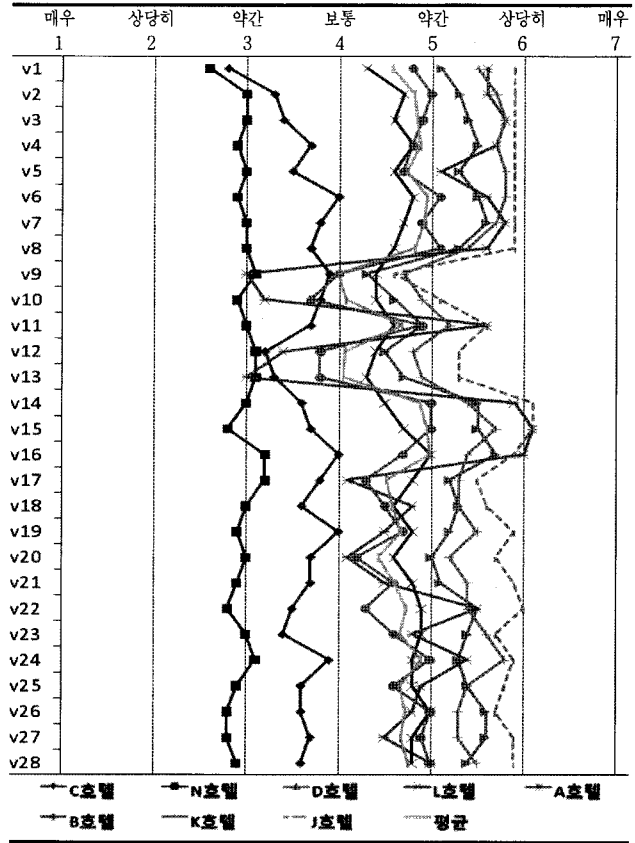


그림 3. 시티호텔 전체이미지에 대한 SD프로파일

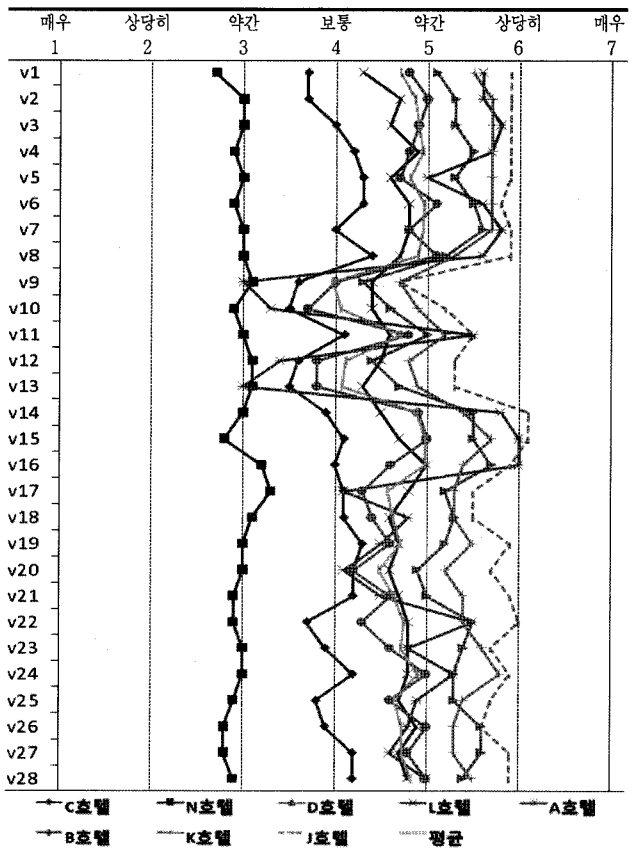


그림 4. 시티호텔 진입공간이미지에 대한 SD프로파일

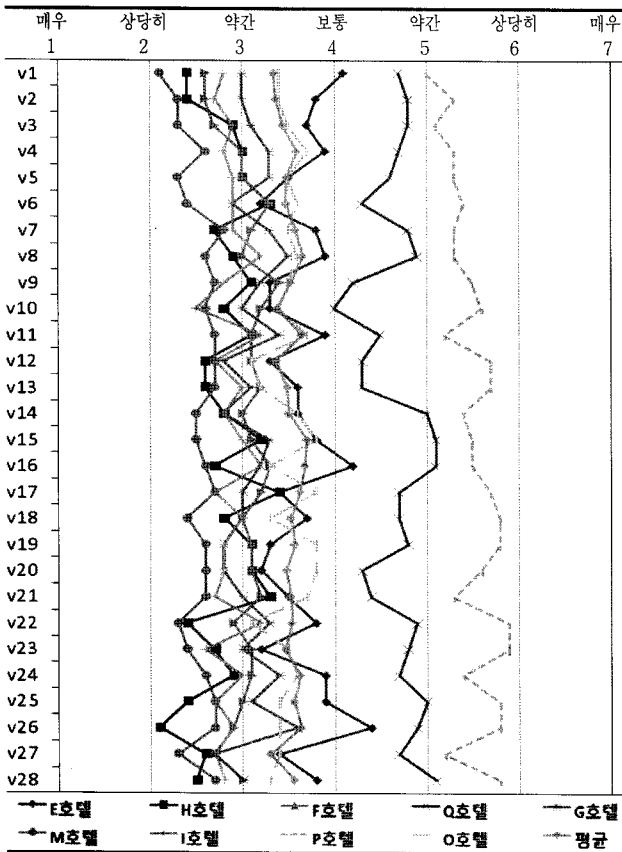


그림 5. 리조트호텔 전체이미지에 대한 SD프로파일

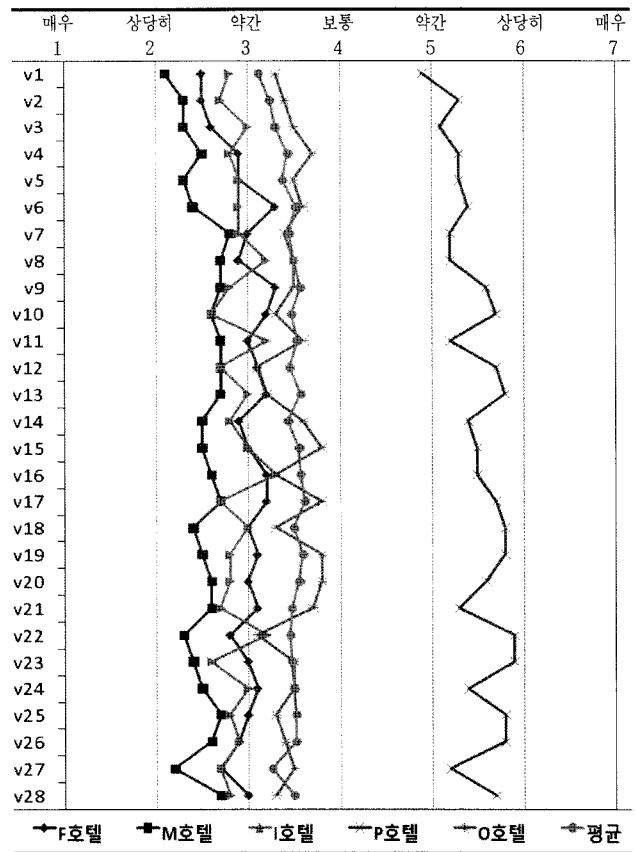


그림 7. 리조트호텔 진입부 열린마당이미지에 대한 SD프로파일

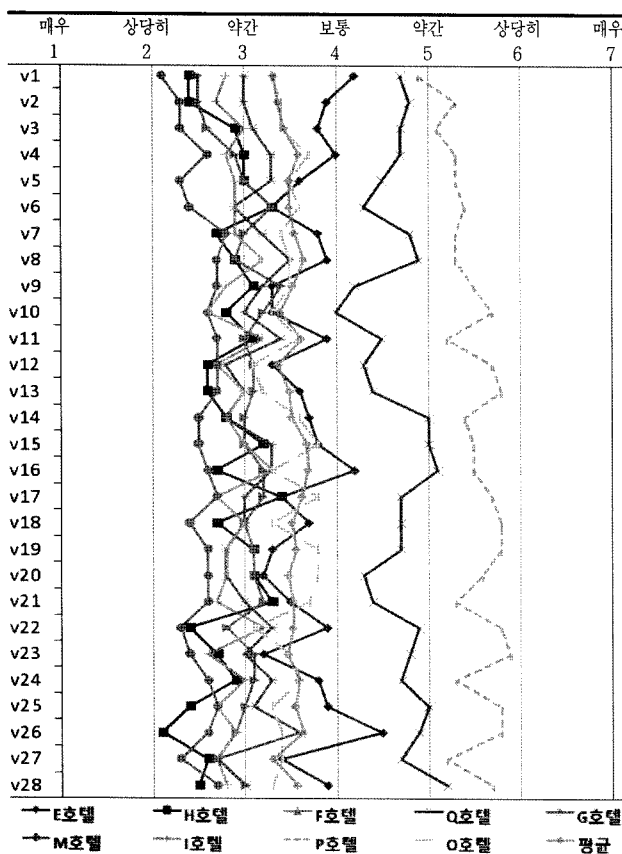


그림 6. 리조트호텔 진입공간 이미지에 대한 SD프로파일

적 평가는 P호텔(평균 5.5)과 Q호텔(평균 4.7) 두 개소로 나타나고 있는 반면, 긍정적 평가는 H호텔(평균 2.8), F호텔(평균 3.0), G호텔(평균 3.1) 순으로 나타나고 있다. 또 진입공간 이미지의 경우 부정적 평가는 P호텔(평균 5.5)과 Q호텔(평균 4.7) 두 개소로 나타나고 있는 반면, 긍정적 평가는 M호텔(평균 2.5), H호텔(평균 2.8), I호텔(평균 2.9) 순으로 나타나고 있다<그림 5, 6>.

리조트 호텔 중 열린마당에서 촬영한 이미지에 대한 평가는 평균 3.5정도로 다소 긍정적으로 평가되고 있는데, 이 중 M호텔(평균 2.5)이 가장 긍정적이고, 다음은 I호텔(평균 2.9), F호텔(평균 3.0) 순으로 나타나고 있다<그림 7>.

이처럼 리조트호텔 대부분의 평가가 긍정적으로 평가되는 것은, 호텔 지각요소 중 1차적 지각요소로서의 호텔입면의 형태가 시티호텔보다 다양한 형태와 파사드로 구성되어 있고, 리조트호텔 특성상 넓은 대지에 진입로가 대부분 길어서 개방감을 주며, 구성요소 또한 다양하여 다양한 경관을 연출하기 때문으로 판단된다.

III. 이미지 선호도 및 평가 요인에 의한 이미지형성 구조

1. 실험대상 호텔의 이미지평가 요인의 분석
 - 1) 실험대상 호텔의 KMO와 Bartlett 분석 결과
이미지평가의 요인분석을 위하여 먼저 변수의 선정이

좋은지를 KMO⁷⁾와 Bartlett분석을 통하여 검증하였다.

그 결과 KMO 값은 .979로서 요인분석을 위한 변수들의 선정이 상당히 좋은 것으로 나타나고 있다.

요인분석 모형의 적합성 여부를 나타내는 Bartlett의 구형성검정치(Sphericity)는 상관관계행렬이 단위행렬이란 귀무가설을 검정하기 위한 것으로서 귀무가설이 기각되지 않으면 요인분석 모델을 사용할 수 없다. 본 연구에서 사용된 28개 변수에 대한 분석결과 검정치가 69,064이고 이 값의 유의수준이 .000 이므로 귀무가설이 기각된다. 따라서 요인분석의 사용이 적합하며 공통요인이 존재한다고 말할 수 있다<표 5>.

표 5. 실험대상 호텔의 KMO와 Bartlett 분석 결과

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.979
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	69,064.862
	df	378
	Sig.	0.000

2) 실험대상 호텔의 이미지평가 요인분석

실험대상 호텔이미지에 대한 평가의 특성과 유형을 파악하기 위하여 SD평가의 원 자료를 바탕으로 요인분석(Factor Analysis)을 실시하였다.

분석방법은 평가요인을 추출하기 위하여 먼저 모든 평가척도 변수들 간의 상관관계 행렬을 구한 후, 요인수와 정보의 손실을 최소화하기 위하여 주성분 분석(Principal component analysis)을 실시하였고, 보다 나은 해석을 위하여 요인들 상호 독립적인 관계를 유지하고 요인해석에 중점을 둔 varimax법을 이용하여 각 요인들의 점수(Factor Loading)를 계산하였다.

이의 분석결과 고유값(Eigenvalue)⁸⁾이 1.0보다 큰 2개의 요인이 도출되었는데, 요인 부하량이 높은 항목을 중심으로 보면, Factor 1은 건축의 외부형태 등에 관련된 평가항목으로서 '조형성'을 의미하는 요인이라 할 수 있고, Factor 2는 건축물의 배치나 주변환경 등의 어울림과 관련된 '조화성'을 의미하는 요인이라 할 수 있으며, 도출된 2개의 평가요인은 전체의 76.78%의 설명력을 가지고 있는 것으로 나타나고 있다<표 6>.

7) Kaiser-Meyer-Olkin(KMO) 측도는 변수쌍들 간의 상관관계가 다른 변수에 의해 잘 설명되는 정도를 나타내는 것으로서 이 측도의 값이 적으면 요인분석을 위한 변수들의 선정이 좋지 못함을 나타낸다. KMO의 값이 .90 이상이면 상당히 좋은 것이고, .80 이상이면 꽤 좋은 것이며, .70 이상이면 적당한 것, .60 이상이면 평범한 것, .50 이상이면 바람직하지 못한 것이고 .50 미만이면 받아들일 수 없는 것으로 판정한다.

8) 고유값(Eigenvalue): 요인부하량과 관련하여 개별요인에 대한 모든 관찰변인의 요인부하량을 지승하여 더한 값이다. 따라서 고유값은 개별 요인의 상대적 중요도를 나타내며 고유값을 설명변인의 수로 나누어주면 설명변량이 산출된다. 이렇듯 고유값은 한 요인에 대한 제곱의 합을 가리키므로 고유값이 크다는 것은 그 요인이 변수들의 분산을 잘 설명한다는 것을 의미한다. 고유값을 기준으로 할 때는 보통 고유값이 1 이상을 갖는 요인의 수만큼 추출한다.

표 6. 실험대상 호텔의 평가요인에 대한 이미지형성 구조

요인명	평가 변인	변인(N)	고유값 (% of variance)	누적기여율 (%)
조형성	v1-8, v11, v14-16, v22, v24-28	18	12.367(44.168)	76.78
조화성	v9-10, v12-13, 17-21, v23	10	9.130(32.607)	

즉 실험대상 호텔 전체의 이미지평가 구조는 '조형성'을 의미하는 요인과 '조화성'을 의미하는 요인으로 형성된다고 볼 수 있다.

2. 유형별 시지각 분석 및 이미지형성 구조

1) 조망각도

이미지 평가에 있어서 중요한 지표중의 하나인 조망각도(D/H비)를 크게 4가지 유형⁹⁾으로 분류하여 실험대상 호텔에 대한 이미지의 선호특성을 파악하고자 하였는데, 실험대상 호텔의 조망각 유형은 상향각10-12°(D/H:4.5~4.7)가 3개(E호텔, H호텔, I호텔), 상향각18°(D/H:3)가 4개(F호텔, M호텔, P호텔, O호텔), 상향각45°(D/H:1)가 10개(A호텔, B호텔, C호텔, D호텔, J호텔, K호텔, L호텔, N호텔, G호텔, Q호텔)로써 총 3가지로 유형화 되었다.

이를 이미지 종류별로 살펴보면 전체 이미지(평균 4.1)의 경우는 상향각10-12°(D/H:4.5~4.7)에 대한 선호도가 평균 4.6으로 가장 높게 나타났고, 다음으로는 상향각18°(D/H:3)(평균 4.1), 상향각45°(D/H:3)(평균 3.5) 순으로 나타나고 있다. 진입공간의 이미지(평균 3.9)도 상향각10-12°(D/H:4.5~4.7)에 대한 선호도가 평균 4.4로 가장 높고, 다음으로는 상향각18°(D/H:3)(평균 4.0), 상향각45°(D/H:3)(평균 3.4) 순으로 나타났다. 이는 호텔 진입부에서 호텔현관까지의 길이가 길수록 선호한다는 의미이다<그림 8>.

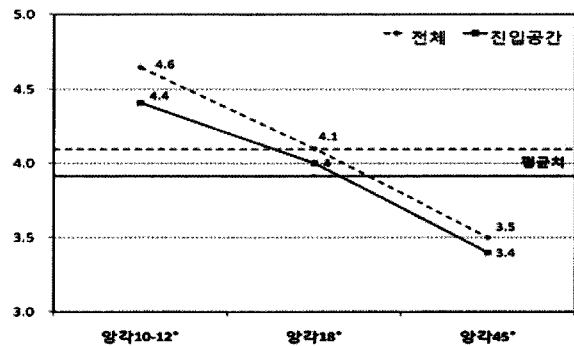


그림 8. 조망각도(상향각)에 따른 이미지 선호도

본 실험에서의 평가척도인 총 28개의 형용사 쌍의 심리적 요소에 대하여 이미지 유형별로 인지평가를 실시하였다.

이 중 상향각 10-12°(D/H:4.5~4.7)에 대한 시지각 분석 결과 평균 3.36으로 긍정적으로 나타나고 있다. 이를 이

9) Maertens(1980)가 제시한 상향각10-12°(D/H:4.5~4.7), 상향각18°(D/H:3), 상향각27°(D/H:2), 상향각45°(D/H:1)의 4가지 유형을 말한다.

미지의 종류별로 보면 전체이미지는 모든 변인이 긍정적으로 나타났고, 진입공간이미지의 경우는 3개 항목(평범한(v3), 진부한(v2), 소박한(v7))을 제외한 나머지 항목은 긍정적으로 평가되고 있다<그림 9>.

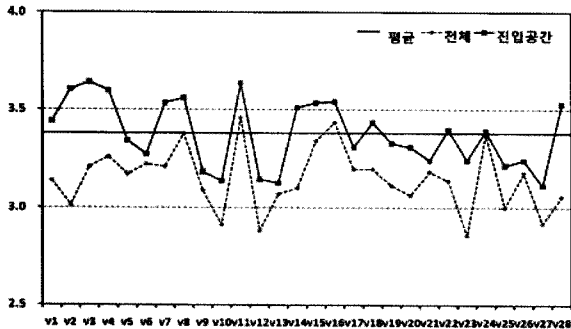


그림 9. 상향각 10-12°(D/H:4.5-4.7)의 SD 프로파일

이의 요인분석 결과 고유값이 1 이상인 요인 3개가 도출되었는데, 요인부하량이 높은 항목을 중심으로 보면, Factor1(v6, v9-v10, v12-v13, v17-v21, v23-v24, v27-v28)은 '조형성'(32.75%)을 의미하는 요인이고, Factor2(v7-v8, v11, v14-v16, v22, v25-v26)는 '의장성'(26.39%)을 의미하는 요인이며, Factor3(v1-v5)는 '창조성'(15.67%)을 의미하는 요인으로써, 도출된 3개의 평가요인은 전체의 74.81%의 설명력을 갖고 있는 것으로 나타나고 있다. 즉, 조망각도 10-12°로 조사된 호텔들에 대한 이미지평가는 조형성, 의장성, 창조성의 3가지 요인에 의해 평가되었고, 이 3가지 요인이 조망각도 10-12°의 범주에 있는 호텔에 대한 이미지를 형성하는 요인이라 설명할 수 있다<표 7>.

표 7. 조망각도 유형에 의한 이미지형성 구조

조망각 유형	요인명	변인(N)	고유값 (% of variance)	누적기여율 (%)
10-12°	조형성	14	9.170(32.749)	74.81
	의장성	9	7.391(26.396)	
	창조성	5	4.387(15.667)	
18°	조화성	16	11.108(39.670)	78.64
	고유성	12	10.911(38.969)	
45°	의장성	22	13.266(47.377)	75.43
	안정성	6	7.854(28.049)	

상향각 18°(D/H:3)에 대한 시지각 분석결과 평균 3.95로 약간 부정적으로 평가되었는데, 이중 전체 이미지에 대한 평가는 모든 변인에서 긍정적으로 나타나고 있고, 진입공간 이미지는 4개 항목(정돈된(v12), 안정된(v10), 차분한(v9), 질서있는(v12))을 제외한 나머지는 부정적으로 나타나고 있다<그림 10>.

상향각 18°에 대한 요인분석 결과 고유값이 1 이상인 요인은 2개가 도출되었는데, 요인부하량이 높은 항목을 중심으로 보면, Factor1(v9-v10, v12-v13, v17-v28)은 '조형성'(39.67%)을 의미하는 요인이고, Factor2(v1-v8, v11,

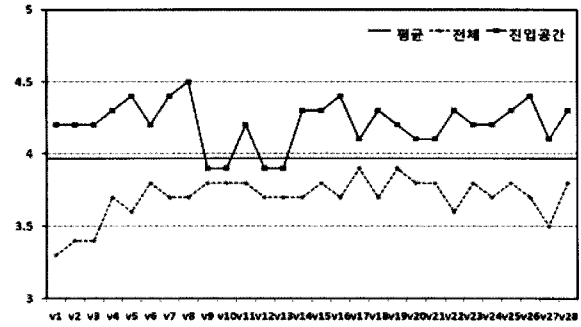


그림 10. 상향각 18°(D/H:3)의 SD 프로파일

v14-v16)는 '고유성'(38.97%)을 의미하는 요인으로써, 도출된 2개의 평가요인은 전체의 78.64%의 설명력을 갖고 있는 것으로 나타나고 있다. 즉, 조망각도 18°로 조사된 호텔들에 대한 이미지평가는 조화성과 고유성의 2가지 요인에 의해 평가되었고, 이 2가지 요인이 조망각도 18°의 범주에 있는 호텔에 대한 이미지를 형성하는 요인이라 설명할 수 있다<표 7>.

상향각 45°(D/H:1)에 대한 시지각 분석결과 평균 4.70으로 대체적으로 부정적 의미로 평가되고 있는데, 이미지별로는 전체 이미지의 경우 4개 항목(차분한(v9), 안정된(v10), 정돈된(v12), 질서있는(v13))이 긍정적인 반면, 나머지 항목은 대부분 부정에 가까우며, 진입공간 이미지는 모든 변인에서 부정적으로 나타났다<그림 11>.

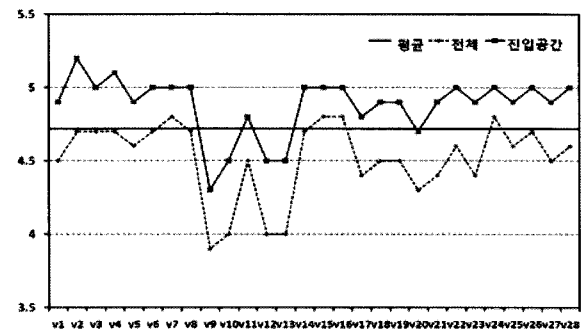


그림 11. 상향각 45°(D/H:1)의 SD 프로파일

상향각 45°에 대한 요인분석 결과 고유값이 1 이상인 요인은 2가지로 추출되었는데, 요인부하량이 높은 항목을 중심으로 살펴보면, Factor1(v1-v8, v11, v14-v16, v18-v19, v21-v28)은 '의장성'을 의미하는 요인이고, Factor2(v9-v10, v12-v13, v17, v20)는 '안정성'을 의미하는 요인으로써, 도출된 2개의 평가요인은 전체의 75.43%의 설명력을 갖고 있는 것으로 나타나고 있다. 즉, 조망각도 45°로 조사된 호텔들에 대한 이미지평가는 의장성과 안정성의 2가지 요인에 의해 평가되었고, 이 2가지 요인이 조망각도 45°의 범주에 있는 호텔에 대한 이미지를 형성하는 요인이라 설명할 수 있다<표 7>.

또한 KMO 값이 조망각도(상향각) 10-12°에서는 .952, 18°에서는 .973, 45°에서는 .976 으로서 요인분석을 위한

변수들의 선정이 상당히 좋은 것으로 나타나고 있고, Bartlett의 구형성검정치(Sphericity)는 유의수준이 .000으로 요인분석의 사용이 적합하며 공통요인이 존재하는 것으로 분석되었다<표 8>.

표 8. 조망각도 유형별 KMO와 Bartlett 분석

상향각 10-12°	Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.952
	Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	8,817.541
		df	378
상향각 18°	Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.973
	Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	19,977.565
		df	378
상향각 45°	Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.976
	Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	39,158.287
		df	378
		Sig.	0.000

2) 배치유형

배치유형은 호텔 정문을 기준으로 전면 배치형 7개(A호텔, B호텔, D호텔, L호텔, E호텔, G호텔, Q호텔), 후면 배치형 4개(C호텔, N호텔, J호텔, F호텔), 측면 배치형 2개소(K호텔, O호텔), 중앙 배치형 4개(M호텔, P호텔, H호텔, I호텔)의 4가지 형식으로 유형화되었다¹⁰⁾.

이의 선호도는 전체이미지 경우 평균 3.9로 낮게 나타나고 있는데, 이 중 '중앙배치형'(평균 4.2)이 가장 높고, 다음은 '후면배치형'(평균 4.0) 순으로 나타났으나, 나머지는 평균치 이하로 낮게 나타나고 있다. 진입공간 이미지는 평균 3.7로 낮게 나타나고 있는데, 이 중 '중앙배치형'(평균 4.2)만 평균이상으로 나타났고, 나머지는 평균치 이하의 낮은 선호특성을 보이고 있으며, 열린마당의 경우는 '측면배치형'(평균 3.5)만 평균치 이하이고 나머지는 평균 이상으로 나타나고 있다<그림 12>.

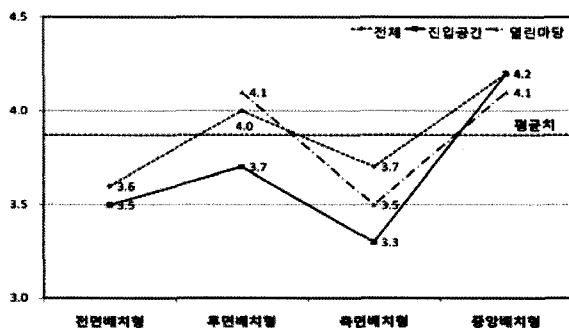


그림 12. 배치유형별 이미지 선호도

10) 이정림(2008), 호텔진입공간의 이미지형성 구조에 관한 연구, 조선대 대학원 박사학위 논문, pp. 57-59.

이의 심리적 변인에 대한 평가는 전면 배치형의 경우 평균 4.56으로 대체적으로 부정적으로 평가되고 있는데, 이미지유형별로는 전체 이미지의 경우 4개 항목(안정된(v10), (차분한(v9), 정돈된(v12), 질서있는(v13))은 긍정적으로 평가되고 있고, 나머지 항목은 대부분 부정적으로 평가되고 있다. 진입공간에 대한 이미지평가는 1개 항목(차분한(v9))을 제외한 나머지 모든 변인은 긍정적으로 평가되고 있는 것으로 나타나고 있다<그림 13>.

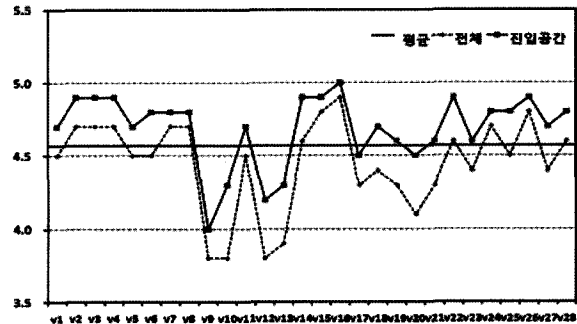


그림 13. 전면 배치형 호텔 평가에 대한 SD 프로파일

전면 배치형에 해당하는 호텔의 이미지를 평가한 언어 쌍 28개 중 고유값이 1이상인 요인은 2가지로 도출되었는데, 이 중 요인부하량이 높은 항목을 중심으로 보면, Factor1(v1-v8, v11, v14-v16, v18, v21-v28)은 '장식성'(47.45%)을 의미하는 요인이고, Factor2(v9-v10, v12-v13, v17, v19-v20)는 '안정성'(28.22%)을 의미하는 요인으로써, 도출된 2개의 평가요인은 전체의 75.66%의 설명력을 가지고 있는 것으로 나타나고 있다. 즉, 전면 배치형으로 조사된 호텔들에 대한 이미지평가는 '장식성'과 '안정성'의 2가지 요인에 의해 평가되었고, 이 2가지 요인이 전면 배치형의 범주에 있는 호텔에 대한 이미지를 형성하는 요인이라 설명할 수 있다<표 9>.

표 9. 배치 유형에 의한 이미지형성 구조

배치 유형	요인명	변인(N)	고유값 (% of variance)	누적기여율 (%)
전면 배치형	장식성	21	13.285(47.446)	74.81
	안정성	7	7.900(28.215)	74.81
후면 배치형	장식성	24	12.341(44.073)	78.64
	안정성	4	10.161(36.289)	78.64
측면 배치형	조화성	18	11.946(42.666)	75.43
	장식성	9	8.867(31.669)	75.43
중앙 배치형	안정성	13	11.231(40.110)	75.43
	고유성	15	11.190(39.963)	75.43

후면 배치형에 대한 시지각 분석결과 평균 4.18로 보통 정도로 평가되고 있는데, 이를 이미지 유형별로 보면 전체 이미지의 경우 2개 항목(차이나는(v24), 부드러운(v6))은 비교적 부정적 평가로 나타나고 있고, 나머지 항목에 대해서는 대체적으로 긍정적 평가로 나타나고 있으며, 진

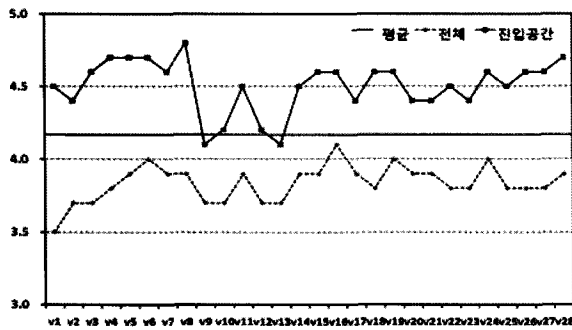


그림 14. 후면 배치형 호텔 평가에 대한 SD 프로파일

입공간 이미지의 경우는 대부분 부정적 이미지로 평가되고 있다<그림 14>.

이의 요인 분석결과 고유값이 1이상인 2개의 요인이 도출되었는데, 이중 요인부하량이 높은 항목을 중심으로 살펴보면, Factor1(v1-v8, v11, v14-v28)은 ‘장식성’(44.07%)을 의미하는 요인이고, Factor2(v9-v10, v12-v13)는 ‘안정성’(36.29%)을 의미하는 요인으로써, 도출된 2개의 평가요인은 전체의 80.36%의 설명력을 가지고 있는 것으로 나타나고 있다. 즉, 후면 배치형으로 조사된 호텔들에 대한 이미지평가는 ‘장식성’과 ‘안정성’의 2가지 요인에 의해 평가되었고, 이 2가지 요인이 후면 배치형의 범주에 있는 호텔에 대한 이미지를 형성하는 요인이라 설명할 수 있다<표 9>.

측면 배치형의 경우는 평균 4.71로 배치유형 중 가장 부정적으로 평가되고 있는데, 이미지 유형별로는 전체 이미지의 경우 v12(정돈된)를 제외한 모든 항목이 부정적으로 평가되고 있고, 진입공간 이미지의 모든 항목도 대체적으로 부정적 평가로 나타나고 있다<그림 15>.

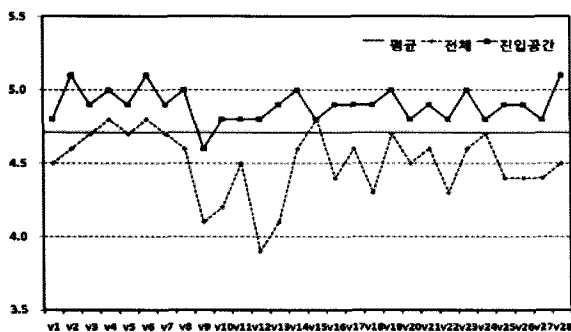


그림 15. 측면 배치형 호텔 평가에 대한 SD 프로파일

이의 요인 분석결과 고유값이 1이상인 2개의 요인이 도출되었는데, 이중 요인부하량이 높은 항목을 중심으로 살펴보면, Factor1(v1-v8, v11, v14-v28)은 ‘장식성’(42.67%)을 의미하는 요인이고, Factor2(v9-v10, v12-v13)는 ‘안정성’(31.67%)을 의미하는 요인으로써, 도출된 2개의 평가요인은 전체의 74.33%의 설명력을 가지고 있는 것으로 나타나고 있다. 즉, 측면 배치형으로 조사된 호텔들에 대한 이미지평가는 ‘조화성’과 ‘장식성’과 ‘창조성’의 3가지

요인에 의해 평가되었고, 이 3가지 요인이 측면 배치형의 범주에 있는 호텔에 대한 이미지를 형성하는 요인이라 설명할 수 있다<표 9>.

중앙 배치형에 대한 시지각 분석결과 평균 3.63으로 배치유형 중 가장 긍정적으로 평가되고 있는데, 이미지 유형별로는 전체 이미지 모두가 긍정적으로 평가되고 있고, 진입공간의 이미지는 v8(보수적인)항목을 제외한 나머지 항목은 긍정적으로 평가되고 있다<그림 16>

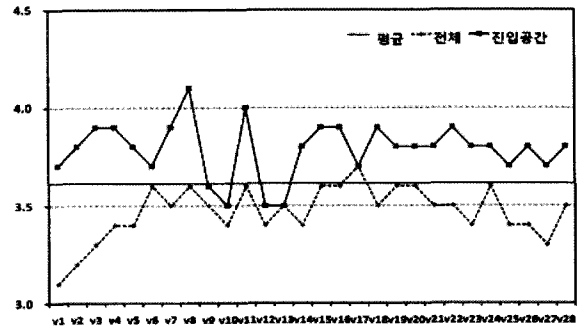


그림 16. 중앙 배치형 호텔 평가에 대한 SD 프로파일

이의 요인 분석결과 고유값이 1이상인 2개의 요인이 도출되었는데, 이중 요인부하량이 높은 항목을 중심으로 살펴보면, Factor1(v6, v9-10, v12-v13, v17-v21, v23-v24, v27-v28)은 ‘안정성’(40.11%)을 의미하는 요인이고, Factor2(v1-v5, v7-v8, v11, v14-v16, v22, v25-v26)는 ‘고유성’(39.96%)을 의미하는 요인으로써, 도출된 2개의 평가요인은 전체의 80.07%의 설명력을 가지고 있는 것으로 나타나고 있다. 즉, 중앙 배치형으로 조사된 호텔들에 대한 이미지평가는 ‘안정성’과 ‘고유성’의 2가지 요인에 의해 평가되었고, 이 2가지 요인이 중앙 배치형의 범주에 있는 호텔에 대한 이미지를 형성하는 요인이라 설명할 수 있다<표 9>.

또한 KMO 값이 전면 배치형에서는 .974, 후면 배치형도 .974, 측면 배치형은 .955, 중앙배치형에서는 .970으로서 요인분석을 위한 변수들의 선정이 상당히 좋은 것으로 나타나고 있고, Bartlett의 구형성검정치(Sphericity)는 모든 유형에서 유의수준이 .000으로 요인분석의 사용이 적합하며 공통요인이 존재하는 것으로 분석되었다<표 10>.

3) 진입유형

호텔이미지를 나타내는 1차적 요소인 정문에서 현관까지 진입공간의 형태는 4가지 유형¹¹⁾으로 분류되었는데, 유형별로는 직선진입이 9개소(A호텔, C호텔, D호텔, G호텔, Q호텔, H호텔, I호텔, F호텔, P호텔)로 가장 많고, 2회 곡선 진입이 5개소(B호텔, J호텔, L호텔, N호텔, E호텔), 1회 곡선 진입(2개소), 돌음형 진입(1개소)로 나타났다.

이의 선호도는 전체이미지 경우 평균 4.0으로 보통정도

11) 이정림(2008), 호텔진입공간의 이미지형성 구조에 관한 연구, 조선대 대학원 박사학위 논문, p. 59.

표 10. 조망각도 유형별 KMO와 Bartlett 분석

전면 배치형	Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.974
	Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	27,352.081
		df	378
Sig.	0.000		
후면 배치형	Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.974
	Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	18,253.088
		df	378
Sig.	0.000		
측면 배치형	Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.955
	Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	8,506.440
		df	378
Sig.	0.000		
중앙 배치형	Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.970
	Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	18,700.217
		df	378
Sig.	0.000		

인데, 이 중 '돌음형 진입'(평균 4.5)이 가장 높은 반면, 나머지는 평균치 이하로 낮게 나타나고 있다. 진입공간 이미지는 평균 3.8로 낮게 나타나고 있는데, 이 중 '직선 진입'(평균 4.0)이 가장 높고, 다음은 '1회 곡선 진입'과 '돌음형 진입'(각각 평균 3.9) 순으로 낮게 나타나고 있다. 또 열린마당의 경우는 평균 4.0으로 보통인데, 이 중 '1회 곡선 진입'(평균 4.5)은 평균치 이상으로 높게 나타났지만 나머지는 평균이하의 낮은 선호특성을 보이고 있다<그림 17>.

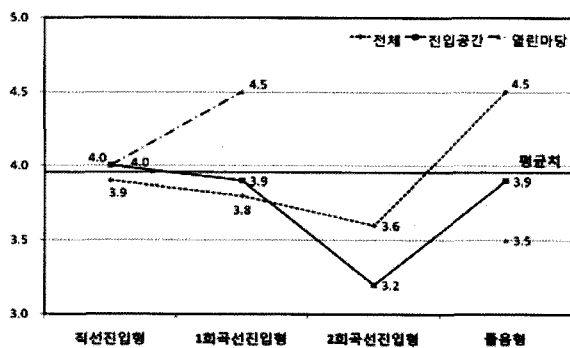


그림 17. 진입유형별 이미지 선호도

이의 심리적 변인에 대한 평가 결과 평균 3.89로써 약간 부정적 평가되고 있는데, 이를 이미지 유형별로 살펴 보면 전체 이미지의 경우 v16(검소한)을 제외한 나머지 항목에서 대체적으로 긍정적 평가로 나타나고 있지만, 프로필이 거의 중간에서 움직이고 있고, 진입공간의 이미지는 v8(보수적인)을 제외한 나머지 항목에서 긍정적 평가와 부정적 평가가 서로 반반씩 교차되고 있지만, 프로필 역시 중간지점에서 움직이고 있는 것으로 나타나고 있다.

이는 직선 진입형이 가장 보편적인 진입형태로써 시야가 개방되고 편안한 느낌을 주는 이미지로 일관되면서도 지루한 느낌을 주기 때문에 여겨지는데, 이의 해결을 위해서는 주변요소에 대한 경관적 배려가 필요하다<그림 18>.

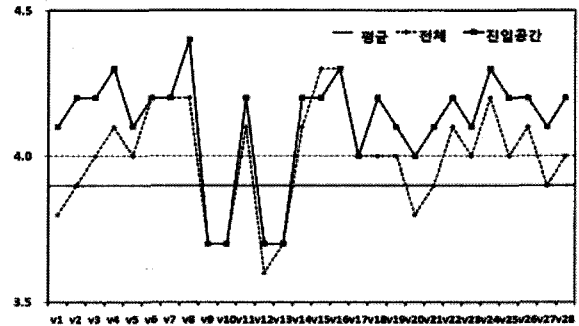


그림 18. 직선 진입형 호텔 평가에 대한 SD 프로파일

직선 진입형에 해당하는 호텔의 이미지를 평가한 언어 쌍 28개 중 고유값이 1이상인 요인은 2가지로 도출되었는데, 이 중 요인부하량이 높은 항목을 중심으로 보면, Factor1(v1-v8, v11, v14-v16, v18, v22-v28)은 '고유성'(47.42%)을 의미하는 요인이고, Factor2(v9-v10, v12-v13, v17, v19-v21)는 '조화성'(28.7%)을 의미하는 요인으로써, 도출된 2개의 평가요인은 전체의 76.11%의 설명력을 가지고 있는 것으로 나타나고 있다. 즉, 직선 진입형으로 조사된 호텔들에 대한 이미지평가는 '고유성'과 '조화성'의 2가지 요인에 의해 평가되었고, 이 2가지 요인이 직선 진입형의 범주에 있는 호텔에 대한 이미지를 형성하는 요인이라 설명할 수 있다<표 11>.

1회 곡선 진입형의 평가척도에 대한 평균치는 4.12로 대체적으로 부정적인데, 이를 이미지 유형별로 보면 전체 이미지는 v9(차분한), v12(정돈된), v10(안정된), v13(질서 있는) 등의 변인이 다소 긍정적으로 평가되고 있고, 나머지 항목은 중간정도로 평가되고 있으며, 진입공간의 이미지는 v9(들뜬)을 제외한 모든 변인이 대체적으로 부정적 평가로 나타나고 있다<그림 19>.

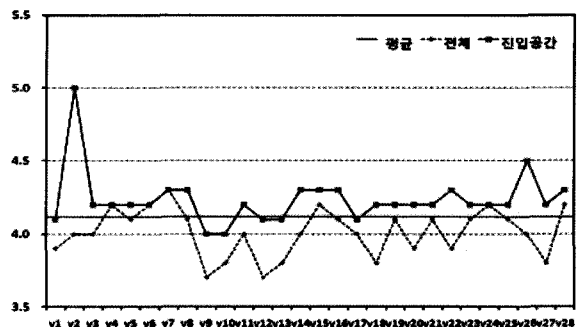


그림 19. 1회 곡선 진입형 호텔 평가에 대한 SD 프로파일

이의 요인 분석결과 고유값이 1이상인 2개의 요인이 도출되었는데, 이 중 요인부하량이 높은 항목을 중심으로 살

해보면, Factor1(v1, v3-v28)은 ‘장식성’(73.23%)을 의미하는 요인이고, Factor2(v2)는 ‘창조성’(9.07%)을 의미하는 요인으로써 도출된 2개의 평가요인은 전체의 82.3%의 설명력을 가지고 있는 것으로 나타나고 있다. 즉, 1회곡선 진입형으로 조사된 호텔들에 대한 이미지평가는 ‘장식성’과 ‘창조성’의 2가지 요인에 의해 평가되었고, 이 2가지 요인이 1회 곡선 진입형의 범주에 있는 호텔에 대한 이미지를 형성하는 요인이라 설명할 수 있다<표 11>.

2회 곡선 진입형의 시지각 분석결과 평균 4.69로 모든 변인의 대부분이 부정적으로 평가되고 있는데, 이미지 유형별로는 전체 이미지의 경우 v9(차분한), v10(안정된), v12(정돈된)를 제외한 모든 평가변인이 부정적으로 평가되었고, 진입공간 이미지는 모든 변인이 부정적으로 나타났다<그림 20>.

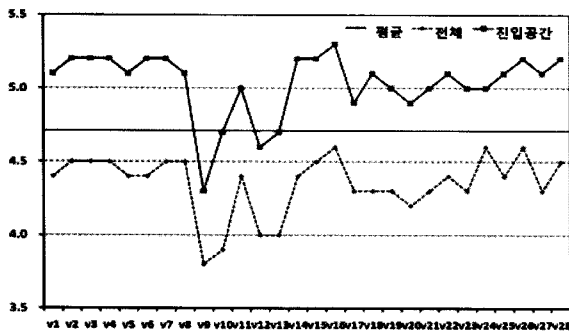


그림 20. 2회 곡선 진입형 호텔 평가에 대한 SD 프로파일

이의 요인분석결과 고유값이 1이상인 2개의 요인이 도출되었는데, 이중 요인부하량이 높은 항목을 중심으로 보면, Factor1(v1-v8, v11, v14-v16, v22, v24-v26, v28)은 ‘고유성’(42.74%)을 의미하는 요인이고, Factor2(v9-v10, v12-v13, v17-v21, v23, v27)는 ‘안정성’(36.27%)을 의미하는 요인으로써, 도출된 2개의 평가요인은 전체의 79.0%의 설명력을 가지고 있는 것으로 나타나고 있다. 즉, 2회 곡선 진입형으로 조사된 호텔들에 대한 이미지평가는 ‘고유성’과 ‘안정성’의 2가지 요인에 의해 평가되었고, 이 2가지 요인이 2회 곡선 진입형의 범주에 있는 호텔에 대한 이미지를 형성하는 요인이라 설명할 수 있다<표 11>.

돌음 진입형에 대한 시지각 평가는 평균 3.88로 약간 부정적으로 평가되고 있는데, 이미지 유형별로는 전체 이미지의 경우 모든 변인이 긍정적으로 나타났고, 진입공간 이미지는 v12(정돈된-산만한), v24(차이나는), v27(밝은)을 제외한 모든 항목이 부정적으로 평가되고 있다<그림 21>.

돌음 진입형에 해당하는 호텔의 이미지를 평가한 언어쌍 28개 중 고유값이 1이상인 요인은 3가지로 도출되었는데, 이중 요인부하량이 높은 항목을 중심으로 보면, Factor1(v11-v12, v15, v18-v28)은 ‘의장성’(31.44%)을 의미하는 요인이고, Factor2(v5-v10, v13, v17)는 ‘안정성’(28.37%)을 의미하는 요인이며, Factor3(v1-v4, v14, v16)는 ‘고유성’(22.49%)을 의미하는 요인으로써, 도출된 3개

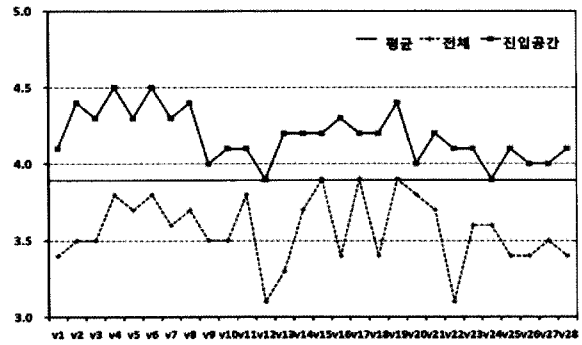


그림 21. 돌음 진입형 호텔 평가에 대한 SD 프로파일

의 평가요인은 전체의 77.29%의 설명력을 가지고 있는 것으로 나타나고 있다. 즉, 돌음 진입형으로 조사된 호텔들에 대한 이미지평가는 ‘의장성’, ‘안정성’, ‘고유성’의 3가지 요인에 의해 평가되었고, 이 3가지 요인이 2차 진입형의 범주에 있는 호텔에 대한 이미지를 형성하는 요인이라 설명할 수 있다<표 11>.

표 11. 진입 유형에 의한 이미지형성 구조

배치 유형	요인명	변인(N)	고유값 (% of variance)	누적기여율 (%)
직선 진입형	고유성	20	13.277(47.417)	76.11
	조화성	8	8.033(28.691)	
1회곡선 진입형	장식성	27	20.505(73.232)	82.30
	창조성	1	2.538(9.066)	
2회곡선 진입형	고유성	17	11.966(42.735)	79.00
	안정성	11	10.155(36.267)	
돌음 진입형	의장성	15	8.802(31.435)	77.29
	안정성	8	6.542(23.365)	
	고유성	6	6.296(22.487)	

표 12. 진입 유형별 KMO와 Bartlett 분석

진입형	Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.			
		0.975		
직선 진입형	Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	31,635.751	
		df	378	
		Sig.	0.000	
1회곡선 진입형	Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.971	
		Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	12,597.506
			df	378
Sig.	0.000			
2회곡선 진입형	Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.973	
		Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	22,030.455
			df	378
Sig.	0.000			
돌음 진입형	Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.923	
		Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	3,968.768
			df	378
Sig.	0.000			

또한 KMO 값이 직선 진입형은 .975, 1회 곡선 진입형은 .971, 2회 곡선 진입형은 .973, 돌음 진입형에서는 .923으로서 요인분석을 위한 변수들의 선정이 상당히 좋은 것으로 나타나고 있고, Bartlett의 구형성검정치(Sphericity)는 모든 유형에서 유의수준이 .000으로 요인분석의 사용이 적합하며 공통요인이 존재하는 것으로 분석되었다<표 12>.

3. 실험대상 호텔 이미지형성 구조식의 도출

실험대상 전체호텔의 이미지형성구조는, 이미지를 평가한 언어쌍 28개 변인의 요인분석에 의해 추출된 고유값이 1이상인 요인 2가지로 설명할 수 있다. 이 중 Factor1은 v1-v8, v11, v14-v16, v22, v24-v28의 18개 평가변인이 서로 상관관계가 높은 변인으로 묶였으며 이는 ‘조형성’을 의미하는 요인이고, Factor2는 v9-v10, v12-v13, v17-v21, v23의 10개 평가변인이 서로 상관관계가 높은 변인으로 묶였으며 이는 ‘조화성’을 의미하는 요인이다.

요인분석을 통해 추출된 2가지 요인을 회귀분석하여 회귀방정식을 찾아내고 각 요인들의 독립적 영향력을 백분율로 산출하였다.

지정한 독립변수를 모두 사용하는 방식으로 회귀분석이 수행되었고, 결정계수 R2값은 0.309으로 회귀분석 결과 도출된 회귀모형의 설명력은 30.9%이며, 모형의 적합성을 검정하는데 사용하는 통계량 F값이 389.569로써 유의수준 0.001에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 따라서 도출된 회귀식은 통계적으로 유의함을 알 수 있다. 다음으로 요인분석 결과 추출된 2가지 요인이 호텔 진입공간 이미지에 미치는 영향이 통계적으로 유의한가의 검증에서 요인1인은 t값이 -24.614로써 유의수준 0.001에서 유의한 것으로 나타났고, 요인2는 t값이 -13.163으로써 유의수준 0.001에서 유의한 것으로 나타났다.

그러므로 도출된 회귀계수를 이용하여 회귀식을 완성하면 <호텔진입공간의 이미지=-0.758×조형성요인-0.405×조화성요인+3.757>이 된다. 또한 표준화된 회귀계수를 이용해서 각 요인이 호텔 진입공간의 이미지에 미치는 영향력을 보면 조화성보다는 상대적으로 조형성이 상대적으로 더 많은 영향력을 미치고 있는 것을 알 수 있고, 백분율로 보면, 요인1은 65.2%, 요인2는 34.8%이므로 조형성요인이 호텔의 이미지에 약65%의 영향을 주며, 조화성요인이 35%의 영향을 준다고 볼 수 있다<표 13, 14>.

표 13. 이미지형성 구조 회귀모형

요인	R2	F값 (Sig.)	설명력 (%)	비표준 회계수	표준화 계수	t값	Sig.
Constant				3.757	-	122.067	.000
조형성	.309	389.569 (.000)	30.9	-.758	-.490	-24.614	.000
조화성				-.405	-.262	-13.163	.000

표 14. 이미지형성 구조 회귀식

호텔진입공간의 이미지=-0.758×조형성요인-0.405×조화성요인+3.757

IV. 결 론

본 연구는 제주도에 입지하고 있는 특급호텔 17개소를 대상으로 진입공간의 시지각 유형을 분류하여 이의 인지 특성과 이미지형성구조를 규명함으로써 호텔의 진입공간 계획시에 필요한 기초자료를 제공하고자 하였고 연구결과는 다음과 같다.

1. 실험대상 호텔 전체이미지와 진입공간 이미지 모두에서 시티호텔보다는 리조트호텔이 더 긍정적으로 나타나고 있으나, 리조트 호텔에서의 진입공간 이미지에 대한 부정적 평가도 높게 나타나 이에 대한 경관적 배려가 필요하다.

2. 호텔 진입공간의 조망각도(상향각) 유형별 이미지평가는 10°~12°에서 긍정적으로 평가된 반면, 45°에서는 낮게 평가되고 있고, 배치 유형별 이미지평가는 중앙 배치형 이미지가 긍정적인 반면, 후면 배치형, 전면 배치형, 측면 배치형의 이미지는 낮게 평가되고 있다. 또 진입동선 유형별 이미지는 전체적으로 부정적으로 평가되고 있는데, 특히 2회 곡선 진입형 이미지가 가장 부정적으로 평가되고 있다.

3. 이미지평가 요인은 ‘조화성’과 ‘조형성’의 2가지 요인으로 평가되고 있는데, 이를 유형별로 살펴보면 조망각도(상향각)별로는 10°~12°의 경우 조형성, 의장성, 창조성의 3가지 요인이, 18°는 조화성, 고유성의 2가지 요인이, 45°는 의장성, 안정성의 2가지 요인에 의해 평가되고 있다. 호텔의 배치유형별로는 전면 배치형과 후면 배치형은 장식성, 안정성의 2가지 요인, 측면 배치형은 조화성, 장식성, 창조성의 3가지 요인, 중앙 배치형은 안정성, 고유성의 2가지 요인에 의해 평가되고 있고, 진입유형별로는 직선 진입형의 경우 고유성, 조화성의 2가지 요인, 1회 곡선 진입형은 장식성, 창조성의 2가지 요인, 1회 곡선 진입형은 고유성, 안정성의 2가지 요인, 돌음 진입형은 의장성, 안정성, 고유성의 3가지 요인에 의해 평가되는 것으로 나타나고 있다.

4. 호텔진입공간의 이미지형성에 미치는 요인의 영향력은 조형성요인과 조화성요인으로써 조형성요인이 이미지형성에 더 많은 영향을 주는 것으로 나타나고 있는데, 조형성은 호텔의 입면형태, 정문에서 현관까지의 거리와 호텔높이의 비(D/H)등 호텔건축물에 관련된 요인이고, 조화성은 진입공간의 구성요소와 동선유형, 배치형태에 따른 외부공간의 구성형태 등 진입공간에 관련된 요인이다.

따라서 앞으로는 지역별 정체성을 확립하면서 지역의 특성을 표현할 수 있도록 호텔 진입공간의 이미지 형성에 대한 경관적 배려가 필요하며, 이는 지역특성을 강화함으로써 지역 호텔로서의 정체성과 지역의 이미지형성을 위한 방향정립에 기여할 수 있을 것이다.

참 고 문 헌

1. 김광호 외(2004), 가로를 구성하는 건물의 체계와 인식에 관한 연구, 대한건축학회논문집, 20(2).
2. 송대호(2006), 도시가로 경관의 선호특성 분석에 관한연구, 대한건축학회논문집, 22(9).
3. 전병직(1998), 호텔건축계획, 세진사.
4. 조용준 외 역(1997), 도시디자인수법, 발언.
5. 주신하(2003), 도시경관 분석을 위한 경관형용사 선정 및 적용 연구, 서울대 대학원 박사학위논문.
6. 주장건·이현호(2002), 시지각 분석에 따른 호텔 로비공간의 특성에 관한 연구, 대한건축학회논문집, 18(7).
7. Maertens H(1980), Optisches Mass fuerden Staedtau, Bonn, Max Cohen&Sohn.

접수일(2009. 1. 23)

수정일(1차: 2009. 3. 19, 2차: 5. 8, 3차: 9. 2)

게재확정일자(2009. 9. 4)