# 타임쉐어를 적용한 콘도미니엄 운영의 개선방안에 관한 연구

김 범 진* · 나 승 열**

The Improvements on Management of Condominium in Korea

< 목 차 >

개요
Ⅰ. 서론
Ⅱ. 타임쉐어에 관한 이론적 고찰
Ⅲ. 우리나라 콘도미니엄의 운영현황 및 문제점
Ⅳ. 실증분석
Ⅴ. 결론
참고문헌
Abstract

## 개 요

콘도미니엄 운영과 관련하여 타임쉐어의 개념, 구분, 관광분야에의 적용 사례와 각 국의 관련 제도와 법규를 살펴보았다. 또한 콘도미니엄 운영방식과 우리나라와 외국의 콘도미니엄 운영현황, 법·제도적 측면을 살펴보고, 우리나라의 콘도미니엄 운영의 문제점을 파악하고 이를 개선하기 위해 다음과 같은 방안을 제시하였다.

* 상지대학교 경상대학 경영학과 교수
** (주)영안개발 사장 위에서 제시한 타임쉐어 분양방식에 관한 실증분석결과, 응답자들의 구매의사(있음과 없음)간에 1%유의수준에서 차이를 발견하였다. 그러나 기존의 분양방식에서는 1%유의수준에서 응답자들의 구매의사간에 차이를 발견하지 못했다. 이러한 분석결과는 응답자들이 콘도미니엄을 구입하고자 하는 경우에 개선방안으로 제시한 콘도미니엄 분양권을 구입할 것이라는 사실을 보여준다. 타임쉐어형 콘도미니엄을 구매하고자 하는 응답자는 연간평균 22.6일(약 3주정도)을 사용하고 싶다고 하였다.

접수일자 : 2003-4-4 게재확정일자 : 2003-12-18

첫째, 분양방식은 1실 당 1구좌 분양(완전소유방식)방식을 채택한다.
둘째, 이용방식에 있어서는 완전 타임쉐어 방식을 채택한다.

*주제어 : 타임쉐어, 콘도미니엄, 공유제, 이용제*

# Ⅰ. 서 론

## 1. 연구의 필요성과 목적

최근에 주 5일 근무제가 점차 확산되고, 가족 중심형 휴가문화가 정착되면서 콘도미니엄에 대한 관심이 높아지고 있다. 이러한 상황에서 콘도미니엄업계에서는 수천만 원씩 하는 회원권 가격을 낮추면서 사치품으로 여겨졌던 콘도미니엄 회원권을 대중화 해 왔다. 그러나 이 과정에서 유사상품의 난립으로 소비자들의 피해사례가 늘고 있다. '콘도이용권'으로 불리는 이러한 유사상품의 경우에 해당 업체는 콘도미니엄지분에 따라 회원을 모집하는 것이 아니라 단순히 시설을 사용할 수 있는 이용권만 주는 것이기 때문에 소비자는 재산권을 행사할 수도 없을 뿐만 아니라 무분별한 이용권 남발로 인하여 막상 필요한 시기에 콘도미니엄을 이용하고자 할 때 이용할 수 없는 결과를 초래하는 등 문제점이 야기되고 있다.

우리나라 콘도미니엄사업은 2002년 6월 말 현재 46개 업체, 86개의 콘도(20,896실)가 운영되는 등 양적인 성장을 이루고 있으며, 최근 한국관광공사에서 실시한 설문조사에서 보여 주는 바와 같이 국내에서 여름휴가를 보내는 사람들 중 가장 선호하는 숙박장소로 콘도미니엄이 각광을 받고 있다. 그러나 전술하였듯이 콘도미니엄의 분양 단계에서부터 관리·운영에 이르기까지 개선되어야 할 많은 문제점등이 지적되고 있다. 특히, 회원권 소유자가 필요한 시기에 적절하게 콘도미니엄을 이용할 수 없다는 것이 가장 큰 문제점으로 지적되고 있다.

콘도미니엄은 사업자 측면에서는 회원권 분양 및 회원모집 등을 통하여 조기에 사업투자비를 회수 할 수 있는 매력 있는 사업으로 인식되고 있으며, 콘도미니엄 소유자(회원) 측면에서는 언제라도 휴가를 즐기고 쉴 수 있는 제2의 집으로 인식하고 있으나, 현재의 콘도미니엄 분양방식 및 운영형태로서는 소비자측면의 요구를 충분히 만족시키지 못하고 있다.

따라서 본 연구에서는 '사업자, 소유자와 이용자의 요구를 현실적으로 모두 만족

시킬 수 있는 콘도미니엄 운영방안은 없는가?'라는 문제의 제기를 바탕으로 하여, 사업자, 소유자와 이용자의 요구를 최대한 만족시킬 수 있는 방안을 모색하기 위한 연구를 수행하고자 한다.

사업자, 소유자와 이용자의 요구를 최대한 만족시킬 수 있는 콘도미니엄 운영방안을 찾기 위해서 다음과 같은 연구목적을 수행할 것이다.

첫째, 타임쉐어에 관한 이론과 선진 각 국의 제도 및 법규를 고찰하여 콘도미니엄 운영방안의 개선을 위한 근거를 마련할 것이다.

둘째, 콘도미니엄에 관한 이론과 우리나라와 외국의 콘도미니엄 운영 현황을 비교·분석하여 효율적인 콘도미니엄 운영방안의 기초를 모색할 것이다.

셋째, 우리나라의 콘도미니엄 운영에 관한 문제점을 파악하고 이를 개선하기 위한 방안을 제시할 것이다.

## 2. 연구의 내용 및 방법

본 논문은 휴양 콘도미니엄 운영과 관련하여 연구목적을 달성하기 위하여 제1장의 서론에 이어서 제2장에서 타임쉐어의 개념, 구분, 각 국의 관련 제도와 법규 그리고 콘도미니엄의 성장잠재력을 살펴보았다. 제3장에서 콘도미니엄 운영방식과 우리나라의 콘도미니엄 운영현황, 법·제도적 측면을 살펴보았다. 또한 우리나라의 콘도미니엄 운영의 문제점을 파악하였다. 제4장에서 설문조사를 통한 자료의 수집과 실증분석을 하였다. 이상의 연구 결과를 토대로 하여 제5장 결론에서 연구결과에 관한 요약과 시사점을 제언하고 연구의 한계와 향후의 연구방향을 제시하였다.

본 연구는 콘도미니엄의 운영제도에 타임쉐어 개념을 적용하여 능률적이고 효과적인 콘도미니엄 운영방안을 마련하고자 하는 것이다. 이를 위하여 문헌을 기반으로 한 조사연구와 콘도미니엄 이용자들에 대한 설문조사를 자료로 한 실증적인 연구를 실시하였다.

문헌연구에서는 본 연구 주제와 관련된 선행 연구 및 사례 등을 체계적으로 정리하였다. 실증연구 부분에서는 연구자가 제시한 방안에 대한 실현가능성을 파악하고자 콘도미니엄 이용자를 대상으로 자기 기입식 설문조사를 하였다. 실증조사는 2002년 12월 10일부터 2003년 1월10일까지 약 한 달간 강원도 원주, 경기도 가평, 전라북도 남원에 위치한 콘도미니엄에서 이용자를 대상으로 설문조사를 하였다.

조사결과 총 215매의 설문지를 회수하였으며, 이중 불성실한 응답 6매를 제외한 총 209매를 유효표본으로 확정하고, 이를 바탕으로 빈도분석, $x^2$분석을 실시하였다. 연구자료의 통계적인 분석은 SPSS 10.0 통계프로그램을 사용하였다.

# II. 타임쉐어에 관한 이론적 고찰

## 1. 타임쉐어의 개념

타임쉐어(time share 혹은 time sharing)의 사전적 의미는 '시분할(時分割)' 또는 '시간 나눠 쓰기'로 표현될 수 있는데, 관광분야에 있어서 타임쉐어의 개념은 '휴가시설의 공동 소유(임차)'로 사용되어지고 있다. 타임쉐어에 의한 휴가소유권(vacation ownership 혹은 holiday ownership)은 매년 특별히 주어진 시기 또는 기간에 콘도미니엄 혹은 다른 형태의 숙박시설에서 휴가를 즐길 수 있는 권한을 얻는 것이다.

타임쉐어는 휴일 숙박을 위한 효과적인 선불구매라 할 수 있다. 구매자는 타임쉐어를 통한 숙박시설의 이용권리를 부여받기 위하여 일정한 금액을 지불해야 하며 재산권(혹은 회원권)에 대한 유지관리비를 매년 지불해야 한다. 여기서 재산권이라 함은 건물내부의 면적과 공유면적을 포함한다. 판매기간은 대체로 1주일 단위를 기초로 하고 있으나 각 국의 상황에 따라 탄력적으로 적용하고 있다.( 김향자, 1997.) 일본의 경우는 1주간 단위의 휴가취득이 어려워 토·일요일 이용권과 평일 이용권에 차이를 두는 '일본형 타임 쉐어링 시스템'을 개발하여 운영하고 있다.

타임쉐어를 적용하면 회원의 권리를 보호할 수 있기 때문에 회원권의 판매가 원활하게 된다. 또한 비수기에는 이용자가 적어지기 때문에 이용요금이 성수기에 비하여 저렴해 진다. 연간 계속해서 이용이 평준화되면 시설규모가 적정하게 되어 초기 투자도 적게 할 수 있다.

## 2. 타임쉐어의 구분

### 1) 시분할 이용방식에 따른 구분

타임쉐어 개념에 있어 키워드인 '시간'을 어떻게 나눌 것인가에 따라 '표준시간 할당방식'과 '부분시간 할당방식'으로 구분된다.

표준시간 할당방식(standard time share)은 고정시간제(fixed time)라고도 할 수 있는데, 이는 보통 1년을 주(周) 단위로 구분하여 52개 주로 나누고 각 주에 대하여 휴가소유권을 판매하는 방식이다. 1년은 52주로 구성되나 통상 운영하는 1주를 제외한 51주에 대하여 매 주마다 이를 명기해서 판매하고 있어 성수기에 이용이 중복되는 일은 없게 된다. 해당 주는 이용 계절, 시설의 지리적 위치, 이용할 수 있는 부대시설의 종류 등에 따라 가격이 차등 적용된다. 국제적 표준기간은 1주간(7박 8일)이며, 하나의 숙박시설 단위당 51개 계좌까지 판매하도록 하고 있다. 구미 선진

국들은 일반적으로 표준시간 할당방식을 채택하고 있는데, 이용시기가 고정되어 있어 예약의 어려움이 없다는 것이 특징이며, 이용하지 않게 될 경우에는 다른 회원과 교환하여 이용하기도 한다. 한편, 일본의 경우 1주 단위의 휴가취득이 어렵다는 사정이 있어 토·일요일 이용권과 평일 이용권에 차이를 두는 '일본형 타임쉐어링 시스템'이 개발되어 운영되고 있다.(고상동, 1996.)

부분시간 할당방식(fractional time share)은 표준화된 시간 배분방식과 대칭되는 운영방식으로 유동시간제(floating time)라고도 한다. 우리나라에서 실시되고 있는 콘도미니엄 운영방식은 부분시간 할당방식을 채택하고 있다. 우리나라를 비롯한 동북아 3개국은 이른바 부분시간 할당방식 제도를 따르고 있다. 부분시간 할당방식은 회원이 이용할 수 있는 일 수만 정해주고 사용하고 싶을 때 별도의 예약을 통하여 이용할 수 있는 방식이다. 우리나라의 경우 짧게는 28일(1실 당 10인 회원모집의 경우), 길게는 60일(1실 당 5인 회원모집의 경우)까지 사용가능시간 간격을 묶어서 회원권을 판매하고 있다. 이러한 부분시간 할당방식은 약관에 정해진 대로 이용이 가능한 포괄적 기간 내에서 회원이 객실을 사용하고자 할 때마다 예약을 해야 하기 때문에 연휴나 휴가 성수기에는 예약이 매우 어렵게 될 수밖에 없다.

### 2) 소유방식에 따른 구분

타임쉐어에 의한 숙박시설의 소유방식은 소유제와 이용제로 구분할 수 있으며, 분양방법에 따라 이들 두 형태의 변형된 방식은 매우 다양하게 적용될 수 있다.

공유제(ownership)는 콘도미니엄 구입자가 계약서에 명시된 일정한 기간동안 콘도미니엄의 완전한 소유권을 갖는 제도이다. 소유제로 구입한 콘도미니엄은 임대하거나 판매할 수 있으며 재산의 일부로 남겨둘 수도 있다. 소유제를 세분하면 일반 차용제(tenancy in common time sharing)와 인터벌 소유제(interval ownership)로 구분된다.

이용제(membership)는 콘도미니엄 구입자가 그 콘도미니엄을 소유하는 것이 아니라 대개 10년 내지 40년의 일정기간 동안 1년에 원하는 몇 주간을 사용할 수 있는 권리만을 갖는다. 이용권을 가진 콘도미니엄 구입자는 이익을 남겨 팔거나 임대를 제한하고 있다. 이용제를 세분하면 휴가권제, 휴가권 대여제, 회원제로 구분될 수 있다.

## 3. 주요 각 국의 제도 및 법규

많은 나라들이 타임쉐어의 중요성과 그것이 관광에 영향을 끼치고 있다는 사실을

인식하고 있다. 적절한 법률제정은 타임쉐어 운영을 인정하고 있으나, 때때로 강제적인 판매기법에 얽매이기도 한다.

일반적으로 법규정은 소비자보호 측면에서 발달되어왔다. 그 결과 비록 법률규정이 오랜 기간 동안 이 산업을 건전하고 좋은 방향으로 성장해왔다 하더라도 그 법이 실행되는 기간동안에 판매활동이 사라지는 경우가 대다수였다.

### 1) 미국

미국에서는 특히, 플로리다가 타임쉐어법을 규정한 선구적인 곳이다. 1983년 FRETA(Florida Real Estate Timeshare Act)이 제정되었으며, 1993과 1995년에 변경이 되면서 거의 모든 타 지역의 모델로서 이용되어져 왔다. '엄격주의(draconian)'로 간주된 이 법은 구매자가 구매동의를 취소할 수 있는 10일의 할부판매계약 취소보증제도(cooling-off)를 의무적으로 규정한다는 내용을 포함하고 있다.

타임쉐어법이 규정된 대부분의 지역은 원래 1979년 제정된 ALDA/ Narello Model Timeshare 조항은 다음과 같다.

① 정의: 사용권과 소유권간의 차별이 없고, 본질적으로 모든 방법들은 같은 방식으로 규정되어진다.

② 타임쉐어 판매: 허가된 부동산중개업자만이 가능하다. 허가증사본을 구매자에게 주어야 한다. 허가증은 지역의 승인, 사업 예산권의 승인, 법률적 검토가 있은 뒤에야 인정된다.

③ 판매규정의 문서화: 구매자의 권리가 보호될 때까지 자금의 이양을 보호하기 위하여 의무적으로 5일간의 취소 기간과 상세한 신용, 조건부 날인증서를 제공하도록 되었다.

④ 광고규정

⑤ 교환제도에 관한 정보

### 2) 유럽

각 나라마다 구조의 차이는 있으나 EU의 몇 몇 나라(프랑스, 그리스, 포루투칼, 영국)에는 특별한 타임쉐어법이 규정되어 있다. 프랑스, 그리스, 포르투칼, 영국에 존재하는 법은 모두 타임쉐어를 합법적인 구조로 확립하기 위해 제정되었다.

프랑스에서 1986년 제정된 규정에서는 판매가 위축되지 않는 범위 내에서 전반적으로 법의 효력이 미치도록 고려해 주었다. 포르투칼에서는 엄격한 새로운 타임쉐어법이 1993년에 통과되어 몇 몇 주요 리조트들이 재정적 어려움을 겪는 것을 지원하였다. 그러나 이 법은 타임쉐어 판매를 방해하는 역할을 하게 되었다. 영국에서는

1992년 10월 타임쉐어령이 공포되었는데, 14일의 할부판매계약취소 보증제도를 의무적으로 도입하였다.

모든 EU나라들은 1997년 4월까지 타임쉐어 관련법을 채택하도록 하였다. 그 요령은 타임쉐어에 대한 합법적인 법적 지위를 갖기 위함이 아니라 소비자 보호대책을 강구하기 위한 것이었다. 구매자가 이용가능한 최소한의 정보와 계약에 대한 설명이 있고, 10일의 할부판매계약취소 보증제도를 규정하고 있으며, 이 기간동안 지불행위는 금지하도록 하고 있다.

현재 유럽의 타임쉐어 산업은 새로운 분야로써 시작단계에 있다고 할 수 있다. 선진국가의 법 제정은 판매를 일시적으로 위축하게 하지만, 타임쉐어에 대한 구매자들의 신용은 유럽의 타임쉐어 관련 산업의 장기적 전망을 밝게 하며, 성장촉진제가 되고 있다.

### 3) 일본

'70년대 오일쇼크 이후 저성장 시대에 돌입하게 되자 일본의 콘도미니엄은 분양전매 방식에서 회원제 방식으로 전환되었고, 그 후 공동소유제와 구분소유제로 분화하여 발전하여 왔다. '90년대에 들어서면서 콘도미니엄 분양의 침체가 계속되면서 회원제 방식을 기반으로 한 타임쉐어 방식(연간 45일의 숙박권)의 도입이 증가되어 왔다.(김향자, 1998년 6월, pp. 48-9)

宝塚엔터프라이즈(주)가 RCI(Resort Condominium International)사와 업무제휴한 JRCI(Japan Resort Condominium International)를 설립하여 라이센스를 가지게 되었다. JRCI사는 미국방식을 일본의 사회풍토에 맞도록 수정하여 판매를 하고 있다.(日本統合ユニコム(株), 1984, p. 18)

## 4. 타임쉐어의 성장잠재력

타임쉐어 산업은 현재 관광산업분야에서 가장 빠르게 성장하고 있는 분야중의 하나로서 타임쉐어를 응용한 상품의 성장세가 계속되고 있으며 소비자로부터 많은 호평을 받고 있다. 타임쉐어 산업에 있어 성장요인을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 소비자의 행태 변화를 들 수 있다. 이전의 일시적인 방문과 단기간의 여행행태에서 점차로 휴가성향이 장기간 여행과 재 방문을 선호하는 추세로 변하고 있다는 점이 타임쉐어 산업의 성장을 부추기고 있다.

둘째, 새로운 유형의 타임쉐어 상품의 출현을 들 수 있다. 타임쉐어 상품은 소비자 욕구에 맞게 변화되어 가고 있다. 예를 들어 장소중심의 휴가클럽, 호텔중심의

휴가클럽 등의 형성은 좀 더 짧은 기간의 휴가유형, 휴일기간, 숙박시설의 크기 및 유형 등의 선택에 대한 다양성을 요구하는 소비자들에 대한 응답이라고 할 수 있다.

셋째, 새로운 타임쉐어 시장의 출현을 들 수 있다. 유럽의 전 동구권 국가들의 국민들은 여행에 대해 갇혀있던 욕구를 인식하기 시작하면서 휴양상품에 대한 관심이 증대되었다. 또한 이스라엘은 거대한 타임쉐어 시장을 발전시켜 왔으며, 인도의 경우는 거대한 중산층에 의하여 타임쉐어 산업이 인도대륙에 폭넓게 확산되어졌다. 동남아시아도 예외는 아니어서 타임쉐어 개념이 빠른 속도로 퍼지고 있으며, 엄청난 잠재력을 지닌 차기시장으로 중국의 부상이 예견되고 있다.

## III. 우리나라 콘도미니엄의 운영현황 및 문제점

### 1. 콘도미니엄의 운영제도

#### 1) 분양형태

콘도미니엄은 분양형태(사업자 측면에서는 판매의 형태, 소비자 측면에서는 소유의 형태를 의미한다)에 따라서 공유제와 회원제로 구분할 수 있다.

공유제(ownership)는 콘도미니엄 회사 혹은 분양회사가 콘도미니엄 객실을 분양할 때 소유권 자체를 매각하는 것으로써, 회원은 객실에 대한 지분소유권을 가지며, 그것은 법적으로 등기된다. 이용제(membership)는 회원이 법적인 소유권을 갖지 않고 다만 시설의 이용권만을 갖는 것으로 예탁금 방식이라고도 한다. 공유제의 경우 회원권(소유권)의 매매를 통해 자격을 취득하지만, 회원제의 경우는 소정의 입회절차 즉, 입회금, 보증금, 연회비 등으로 구성된 회비를 납부함으로써 콘도미니엄을 이용할 수 있게 된다. 이때의 보증금은 반환성 무이자 장기임대를 근거로 하여 약정된 기한(주로 7년, 15년, 20년, 30년 혹은 영구)이 되면 회원에게 돌려주는 금액이다.

우리나라의 경우 경제적 측면에서 공유제는 소비자의 재산권 보장이라는 제도적 장치가 마련되어 있으나 취득세, 재산세 등 각종 세금이 부과되므로 비과세 대상인 회원제에 비하여 분양가가 비싸게 책정된다. 이용 측면에서 볼 때 회원제는 공유제와 실제 이용에서 별 다른 차이가 없으며 과세대상에서 제외된다는 특징을 들 수 있다. 최근 들어서는 공유제에 비해 회원제 분양 비율이 높은 추세에 있으며, 이들 두 가지 방식을 절충하여 운영하는 것이 보통이다.

### 2) 이용방식

콘도미니엄을 이용하는 방식에 따라 구분소유방식, 구분공유방식, 시분할방식 등으로 구분될 수 있다.

구분소유방식은 건물의 1실을 1인이 소유하여 이용하는 것이다. 소유자가 이용하지 않는 기간은 관리회사가 다른 이용객에게 빌려주어 그 수입의 일부를 소유자에게 배당 환원시킬 수 있다. 이 방식에 의한 경우 소유자가 혼자 이용하는 것보다는 일반이용객에게 이용하게 하는 것이 주목적이기 때문에 이용객 유치에 주력하여 가동율을 높여 고수익, 고배당을 실현하며 나아가 장래 소유권 전매에 의한 차익을 얻는 투자성도 기대할 수 있는 방식이다.

구분공유방식은 1실을 여러 명이 공유하는 방식으로 소유자(회원포함)에게 발행된 카드에 숙박일수가 정해져 있으며 숙박이용권(쿠폰)을 지참한 이용객이면 누구나 숙박이 가능하다.

시분할방식은 최근 미국 및 유럽에서 급속도로 발달되고 있는 시스템이며 미국내 콘도미니엄 업계가 불황에 직면했을 때 그 타개책으로 등장한 방식이다. 1년을 주단위로 구분하여 소유자에게 이용권을 발행한다. 주 단위 이용권리를 취득한 소유자가 해당 주에 콘도미니엄을 이용할 수 없을 경우에는 다른 소유자와 이용권을 교환하는 방식을 도입하여 운영되고 있다. 타임쉐어의 개념이 도입된 후 30여 년이 지난 지금 타임쉐어는 관광산업에 있어서 세계적인 현상이 되었다. 1980년에 세계적으로 15만 5천명이었던 타임쉐어 소유자(약 500개의 리조트 운영)가 현재에는 전세계적으로 약 3백만 명(약 5,000개 이상의 리조트 운영)이 되는 급성장을 보이고 있다.

### 3) 운영방식

콘도미니엄을 운영하는 방식은 위탁경영제도와 시분할 소유권제로로 구분할 수 있다.(日本統合ユニコム(株), 1984, p. 18)

위탁경영제도(management contract)는 각 객실단위가 다른 개인에게 분양되는 콘도미니엄에 있어서 경영의 합리화를 위하여 경영자 또는 관리회사와 개별 소유자가 위탁경영계약을 맺는다. 관리회사는 콘도미니엄의 개발업자이거나 개발회사의 자회사로 소유자와 개발업자간의 제3자 역할을 수행한다. 각 객실의 소유자는 자신의 객실을 임대하기 위해서 관리회사와 개별적으로 계약을 체결하게 된다. 이 경우에 관리회사는 각 소유자의 대리인이 되며 그 밖의 다른 법적 관계도 가능하다.

위탁경영제도의 가장 일반적 두 가지 방법은 개별임대와 공동임대이다. 개별임대

는 소유자의 객실이 실제로 임대되었을 경우에만 임대수입의 일정금액을 배당 받는 방식이다. 공동임대는 모든 수입과 비용을 공동으로 계산하여 각 소유자는 임대기간 중의 객실판매 여부에 상관없이 일정 비율의 배당을 받는다.

시분할 소유권(time sharing ownership)은 각 객실을 단독으로 소유할 의사가 없는 소유자를 위하여 고안되었으며, 비용을 최소화하기 위하여 객실을 시간적 개념으로 나누어 가지는 것이다. 이 방식은 개발업자에게 시기별로 분할 분양을 할 수 있도록 함으로써 더 많은 이익을 얻을 수 있도록 하는 것이다. 그러나 관리회사와 개발업자가 각 객실의 소유자와 일 대 일로 업무를 처리해야 하기 때문에 업무가 복잡하고 업무량이 많다는 어려움이 존재한다.

## 2. 우리나라 콘도미니엄의 운영현황

### 1) 콘도미니엄사업의 특징

현재 국내의 콘도미니엄 사업은 아주 독특한 방법으로 운영되고 있다. 이는 타 관광숙박시설이나 외국에서의 콘도미니엄과는 대별되는 사업 특징을 지니고 있다. 이러한 특징을 지니게 된 가장 큰 이유는 경상시장 외에 투자비를 회수할 수 있는 회원권시장을 지니고 있다는 점이다.

회원권 시장을 지니고 있다는 점은 콘도미니엄 사업을 현재의 위치까지 끌어올린 장점이기도 하지만 콘도미니엄 사업을 한계에 이르게 만든 가장 근본적인 원인이 되었다고도 볼 수 있다. 콘도미니엄 사업의 특징은 여러 가지로 정리될 수 있겠지만 대표적인 특징 몇 가지를 정리하면 [표 3-3]과 같다.

콘도미니엄의 특징은 타 숙박시설과의 비교를 통해서도 파악될 수 있는데, 호텔과의 차이점은 투숙객에게 음식서비스가 없다는 것이다. 투숙객이 식사를 하고자 할 때에는 외식을 하거나 방에 설치된 취사시설과 기구를 이용하여 자취하여야 한다. 콘도는 일반적으로 호텔 객실요금에 비해 저렴하며 이용조건은 각각 다르나 이용기간은 수일, 수 주간 등 다양하다. 별장과의 차이점을 살펴보면 취사가 가능하나 시설이용요금 측면에서 상대적으로 저렴하다는 것이며, 가족호텔과 비교를 하면 시설이용 측면에서 유사하나 공동취사가 아닌 개별취사에 의해 시설을 이용할 수 있다는 특징을 들 수 있다.

[표 3-3] 콘도미니엄 사업의 특징

| 구분 | 내용 |
|---|---|
| 높은 고정자본 의존성 | · 건물과 시설이 투자액의 70~80% 정도로 대단히 높으며, 일반기업과 비교시 변동비에 대한 고정비의 비율이 매우 높음 |
| 시설의 조기 노후화 | · 고정 자본에 대한 의존도가 매우 높기 때문에 시설, 가구 등의 조기 노후화 정도가 높음 |
| 연중 무휴성 및 인적자원에 대한 높은 의존성 | · 콘도미니엄은 1년 365일 24시간 무휴로 고객에게 서비스를 제공하는 숙박시설이며, 노동집약적인 서비스 산업으로서 인적자원에 대한 의존도가 매우 높음 |
| 저장 불가능과 이용일수의 제한 | · 객실은 미래 판매를 위해 저장될 수 없으며, 한 객실에 대한 공동 소유권을 갖게 되므로 각자 지분에 따른 연간 사용일수가 제한 됨 |

자료: 이원희(1998) 재정리.

[표 3-4] 콘도미니엄과 타 숙박시설과의 비교

| 구분 | 콘도미니엄 | 호텔 | 별장 | 가족호텔 |
|---|---|---|---|---|
| 분양가능 여부 | 가능 | 불가 | 가능 | 가능 |
| 시설이용 비용 | 이용료 저렴 | 이용료 고가 | 이용료 고가 | 이용료 저렴 |
| 취사상태 | 개별 취사 | 불가 | 개별 취사 | 공동 취사 |
| 용도 | 휴양 숙박시설 | 숙박시설 | 숙박시설 | 숙박시설 |
| 부대시설 | 가족단위 이용객 위주의 다양한 부대시설 | 식음료 시설 및 휘트니스 시설 | - | 단체위주 부대시설 |
| 유지관리비 | 시설 이용료 약간 | - | 많음 | - |
| 비고 | 휴양레저 및 연수중심시설 | - | 세금 중과 숙박업 허가 불가 | 이용권만 가능 소유권 없음 |

자료: 최경수(2000) 재정리.

분양 측면에서 살펴보면 호텔을 제외한 콘도미니엄, 별장과 가족호텔이 분양 가능한데 가족호텔의 경우는 회원들에게 이용권만 주어지고 소유권은 주어지지 않는다. 또한 별장의 경우 숙박업으로는 허가가 불가하다는 점을 들 수 있다.

관리·운영 측면에서 보면 콘도미니엄은 다른 숙박시설과 비교해 볼 때 개별취사

가 가능하고, 가족단위 이용객을 위한 다양한 부대시설이 완비되어 있고, 시설에 대한 이용료가 상대적으로 저렴하다는 특징을 지니고 있다. 콘도미니엄과 타 숙박시설과를 비교하면 [표 3-4]과 같다.

### 2) 콘도미니엄사업의 운영현황

국내 콘도미니엄의 운영 현황을 살펴보면, [표 3-5]와 같다. 2002년도 6월말 현재 46개 업체에 86개 콘도와 20,896실이 등록되어 운영되고 있는 상황이다.

[표 3-5] 휴양 콘도미니엄 등록현황(2002년도 6월 현재)

| 시 · 도 | 콘도 수 | 객실 수 | 시 · 도 | 콘도 수 | 객실 수 |
|---|---|---|---|---|---|
| 부산 | 2 | 665 | 전북 | 6 | 951 |
| 인천 | 1 | 150 | 전남 | 3 | 511 |
| 경기 | 12 | 2,365 | 경북 | 5 | 1,180 |
| 강원 | 39 | 12,016 | 경남 | 3 | 581 |
| 충북 | 5 | 683 | 제주 | 7 | 712 |
| 충남 | 5 | 1,082 | 합계 | 86 | 20,896 |

자료: 문화관광부, 「2002년 관광동향에 관한 연차보고서」

휴양 콘도미니엄의 위치를 기준으로 살펴보면 강원도가 39개 콘도에 12,016실로 가장 많고, 경기도가 12개 콘도에 2,365실로 지역별 큰 차이를 보이고 있다. 이는 과거에 휴양 콘도미니엄의 허가 조건이 강원도, 제주도 그리고 관광진흥법에 의한 관광단지, 국토이용관리법에 의한 관광휴양지역으로 사업 승인이 한정되었고, 그 이후 관광지, 관광 · 휴양지역, 국 · 도립공원지역, 유원지 및 자연경관이 수려한 지역에 제한적으로 건립이 가능하도록 규정하고 있어 지역적 편중이 발생한 것으로 사료된다.

우리나라의 휴양 콘도미니엄 운영방식을 살펴보면, 분양방식 측면에서 공유제(ownership)와 이용제(membership)를 혼용하여 운영하고 있다. 실당 모집구좌 수는 과거에는 법적으로 1실 당 5내지 10명으로 제한하였으나, 최근(1999년도 이후)에는 1실 당 2인 이상으로 완화되었다. 한편 최근에는 공유제에 비해서 회원제에 의한 분양이 늘고 있는 상황이다.

이용방식에 있어서는 타임쉐어 방식 중 부분시간할당방식을 채택하고 있다. 즉 1년 중 이용가능한 시간에 대하여 구좌수로 나누어 그 기간이 정해지고, 정해진 기간 내에 시설을 이용할 수 있게 된다.

### 3) 콘도미니엄의 운영관련 제도 및 법규

우리나라는 1982년 12월 31일부로 휴양 콘도미니엄업을 관광진흥법상의 관광숙박업종으로 신설한 이래로 휴양 콘도미니엄업에 대한 사항을 관광진흥법에서 규정하고 있다.(대통령령 제11021호)

관광숙박업의 일부분으로서 휴양 콘도미니엄업은 공중위생법상 숙박업으로 분류되기도 하며, 콘도미니엄 시설의 개발 및 운영과 관련해서는 개별법으로서 건축법, 체육시설 설치 및 이용에 관한 법률, 소방법, 식품위생법, 폐기물관리법 등 다양한 법의 적용을 받고 있다.

한편 휴양 콘도미니엄을 지도·감독하기 위한 관할 부처령으로서 1983년 6월 '휴양 콘도미니엄업 지도·감독 요령'이 제정되고 몇 차례의 개정이 있었으나 1999년도에 폐지되었다. 따라서 현재 관광진흥법상에서는 휴양 콘도미니엄의 개념 및 기본적인 분양조건 등만을 규정하고, 운영은 콘도미니엄업체 자율에 맡기고 있는 실정이다.

[표 3-6] 숙박 관광여행 시 이용 숙박 시설(단위: 개, %)

| 연도 / 유형 | 93 | 94 | 95 | 96 | 97 | 99 | 2001 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 사례 수 | 4,121 | 3,985 | 4,311 | 3,554 | 3,711 | 2,242 | 2,763 |
| **콘도미니엄** | **9.7** | **10.2** | **11.1** | **13.6** | **13.1** | **17.3** | **22.0** |
| 관광호텔 | 3.6 | 5.2 | 5.6 | 4.1 | 3.6 | 4.3 | 4.6 |
| 일반호텔 | 6.9 | 7.1 | 7.6 | 8.9 | 6.4 | 7.7 | 9.6 |
| 유스호스텔 | 1.4 | 2.2 | 1.6 | 2.5 | 2.4 | 2.5 | 3.7 |
| 여관 | 26.9 | 24.8 | 22.1 | 20.3 | 18.4 | 20.4 | 16.0 |
| 여인숙 | 0.9 | 1.4 | 1.2 | 0.7 | 0.9 | 0.2 | 0.4 |
| 친구나 친척집 | 21.7 | 20.6 | 20.0 | 21.0 | 20.5 | 18.3 | 17.1 |
| 민박 | 12.2 | 13.8 | 15.1 | 13.9 | 14.7 | 17.3 | 19.5 |
| 캠핑 | 15.4 | 12.9 | 13.0 | 13.5 | 16.9 | 9.4 | 5.6 |
| 기타 | 1.2 | 1.7 | 2.7 | 1.6 | 3.1 | 2.6 | 1.4 |
| 계 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

자료: 한국관광공사. 「국민여행실태조사」
주1) 국민여행실태조사는 '93~'97년까지는 작성 주기가 1년이었으며, '98년부터는 작성 주기가 2년으로 변경 됨.
주2) '93년 이전의 자료는 현재의 조사 항목과 달라 상호 비교분석이 어려워 제외함.

관광진흥법상에서 규정하고 있는 휴양 콘도미니엄 운영과 관련된 사항을 정리하면, 휴양 콘도미니엄업은 관광객의 숙박과 취사에 적합한 시설을 갖추어 이를 당해

시설의 회원·공유자 기타 관광객들에게 제공하거나 숙박에 부수되는 음식·운동·오락·휴양·공연 또는 연수에 적합한 시설 등을 함께 갖추어 이를 이용하게 하는 업으로 정의되고 있다(관광진흥법 제3조 '관광사업의 종류', 제2항 '관광숙박업').

관광진흥법상에서의 휴양 콘도미니엄 시설의 분양 및 회원모집 기준을 살펴보면, 1개의 객실 당 분양 또는 회원모집의 인원은 2인 이상(다만 공유자 또는 회원이 법인인 경우에는 그러하지 아니하다)이 되어야 하며, 1개의 객실에 공유제 또는 회원제를 혼합하여 분양하거나 회원모집을 해서는 안되며, 공유자 또는 회원의 연간 이용일수는 365일을 객실 당 분양 또는 회원모집계획 인원수로 나눈 범위 내로 한정하고 있다(법 제19조 제4항, 시행령 제25조 1항).

분양 또는 회원모집시 공유자 및 회원의 권익을 위하여 약관에 공유지분 또는 회원자격의 양도·양수, 시설의 이용, 시설의 유지·관리에 필요한 비용의 징수, 회원입회금의 반환, 회원증의 발급 및 확인, 공유자·회원의 대표기구 구성, 기타 공유자·회원의 권익보호를 위한 사항을 포함시켜야 한다(법 제19조 제3항·제5항, 시행령 제27조).

## 3. 우리나라 콘도미니엄의 운영의 문제점

콘도미니엄 운영을 포함한 제도 및 법규 개선에 관한 공청회 등을 통하여 이용방법의 개선, 분양가 산정의 자율화, 유보율 제도의 폐지, 구좌 수 제한제도의 완화, 소비자 보호규정의 제정 등 다양한 제도개선이 실효성을 거두기는 했으나 아직도 문제점으로 지적되고 개선되어야 할 부분이 적지 않게 있는 실정이다. 콘도미니엄 운영의 문제점을 회원모집, 이용과 운영의 관점에서 정리하기로 한다.

### 1) 회원모집상의 문제점

사업자 측면에서 콘도미니엄 사업은 대부분 초기에 투자자금을 회수하고자 하는 목적이 크기 때문에 분양 후 관리에 대한 자금배분의 고려가 미약하다. 또한 호텔업과 비교해 볼 때 자기자본 비용이 낮은 실정이다. 콘도미니엄의 초기 분양수익금을 콘도미니엄의 운영·관리에 투자하는 비율이 낮아 기존 시설에 대한 재투자를 어렵게 하여 시설의 노후화를 가져오게 되고 따라서 소비자의 불만을 초래하게 되는 근본적인 문제점을 내포하고 있다.

한편 최근에는 분양구좌의 제한이 완화되고, 주 5일제 근무 등으로 콘도미니엄에 대한 관심이 증대되는 추세에 편승해서 200~300백만 원의 저가형 콘도미니엄 이용권이 남발되고 있다. 콘도미니엄 이용권을 판매하면서 회원이 이용하고자 할 때는

언제나 가능하고, 심지어 성수기에도 불편 없이 이용할 수 있다고 과장 광고를 하여 소비자를 현혹시키고 있다. 콘도미니엄 이용권은 분양권과는 달리 등기상의 문제가 발생되지 않아 무분별하게 판매되고 있어 결국 소비자들은 필요한 시기 콘도미니엄을 이용할 수 없는 결과를 초래하고 있다.

### 2) 이용상의 문제점

첫째, 성수기에 이용하기가 어렵다. 우리나라의 휴가는 자녀들의 방학과 직장의 휴가제도로 말미암아 여름과 겨울에 집중되고 있다. 특히 여름의 경우가 더욱 더 그렇다. 콘도미니엄을 소유하고 있어도 하절기에는 콘도미니엄의 이용에 상당히 어려움이 있다. 이는 우리나라 콘도미니엄 이용방식이 타임쉐어 방식 중 부분시간할당방식을 채택하고 있어 이용할 수 있는 기간만 주어질 뿐 정착 이용하고자 할 때는 예약을 통하여 이용해야 하므로 주말과 성수기 등 많은 사람이 동시에 원하는 시기가 되면 이용이 상대적으로 어려워 질 수밖에 없는 상황을 초래한다.

둘째, 예약문화가 성숙되어 있지 않다. 일반적으로 콘도미니엄을 이용하기 위해서는 비수기에는 2~3일 전에, 주말은 2주~1개월 전에 전화로 예약을 할 수 있다. 그러나 연휴나 성수기에는 1개월 전 예약을 통하여 이용할 수 있다. 예약을 한 후에는 출발 1~2일 전에 다시 한번 예약 확인을 받아 두어야 한다. 그러나 아직 예약에 대한 인식의 부족으로 연휴나 성수기에도 며칠을 앞두고 예약을 요구하게 되어 이용이 어렵게 되기도 한다. 이 경우 회원들은 자신이 실책보다는 회사에게 책임을 돌리고 있으며, 이는 소비자 불만의 원인이 되고 있다. 그러나 현재와 같은 부분시간 할당방식에서는 성수기에 이용을 원하는 사람들이 많아 근본적으로 예약의 어려움을 해소하기가 어려운 실정이다.

셋째, 콘도미니엄의 체인화로 인한 기존 고객의 불편이 초래된다. 체인이란 기업경영 합리화의 한 방안으로서 상호간 특별한 개발비용이 필요치 않으면서 기업의 수익증대를 도모할 수 있는 기업의 신뢰도, 광고 등의 효과를 동시에 누릴 수 있는 방안으로 인식되고 있다. 콘도미니엄의 상호이용제도는 업체 측면에서 볼 때 콘도미니엄의 회원권 판매를 증진시키는데 일익을 담당하고 있다. 또한 회원측면에서는 1개의 객실에 대한 회원권의 구입으로 여러 지역에서 다양한 욕구를 충족시킬 수 있는 편의가 있다. 그러나 체인화로 회원 수가 많아져 인기 있는 콘도미니엄의 경우는 원하는 시기에 이용하기 어렵게 된다. 또한 새로운 체인 건설 후 회원을 모집하게 되는 경우 기존회원의 경우는 더욱 많은 사람이 동시에 이용해야 하므로 이용권한이 축소되는 문제점이 있다.

### 3) 운영관리상의 문제점

첫째, 성수기와 비수기간 이용율의 심한 편차가 존재한다. 우리나라의 콘도미니엄 업체들은 분양 및 회원을 모집하는 경우에 부분시간 할당방식을 채택하고 있어 짧게는 28일, 길게는 60일까지 이용 가능한 일수를 정하여 회원권을 판매하고 있다. 이러한 방식은 콘도미니엄 시설을 이용하고자 하는 회원이 필요할 때마다 별도로 예약을 해야 하는 방식으로서 연휴 및 여름 휴가철 등 성수기에 예약이 매우 어렵게 될 수밖에 없다. 그러나 우리나라는 근로환경이나 휴가제도 여건상 콘도미니엄 시설 이용 회원권의 이용시기가 일정한 시기에 몰릴 수밖에 없어 성수기에는 매년 객실의 부족현상을 겪고 있다. 따라서 콘도미니엄 객실의 연평균 이용율은 여름 시즌을 제외하면 연 30% 미만으로 매우 낮다. 이것은 콘도미니엄 관리주체의 운영을 어렵게 만드는 요인이 되고 있으며, 이로 인하여 관리주체가 비회원이나 단체이용객들에게 불법적인 영업을 하게 하는 원인이 되고 있다.

둘째, 경영상의 애로가 존재한다. 성수기와 비수기의 편차는 경상수지 적자, 인건비의 부담가중 등 여러 가지 부담을 주게된다. 콘도미니엄의 평균 객실점유율은 연평균 50%에 훨씬 못 미치고 있는 실정이며, 호텔이용요금의 30% 수준의 관리요금으로는 경상수지의 만성적자를 면할 수 없다. 특히, 숙박업 및 서비스업의 공통 문제로서 인건비 지출 비율이 높은 것은 큰 애로요인으로서 인건비 절감을 위해서 인력을 줄일 경우 인적서비스가 주를 이루는 숙박산업의 특성상 서비스의 질이 저하될 우려가 있게 된다.

셋째, 시설 노후화에 대한 대응이 미흡하다. 회원모집 및 분양으로 회수한 자금에는 장래 시설의 관리에 대한 보증금도 포함되어 있다. 그러나 일부 업체의 경우 이러한 보증금을 시설의 관리 보증금으로 사용하지 않고 시설의 관리비를 경상 수익금으로만 충당하고 있다. 이용율이 저조한 현재 상황에서의 경영수지 적자는 시설의 노후화에 따른 시설의 개·보수를 어렵게 만들고 있다.

## Ⅳ. 실증분석

### 1. 조사설계

#### 1) 설문의 구성

본 절에서는 연구자가 제안한 개선방안에 대해 잠재 소비자를 대상으로 설문조사를 이용한

실증분석을 통하여 잠재소비자의 의견을 파악하고, 개선방안의 현실적 가능성을 검토해 보고자 한다.

개선방안의 현실적 적용 가능성을 파악하기 위한 설문문항은 연구자가 제안한 개선방안에 대해서 설명을 하였고, 연구자가 알고자 하는 문항으로 구성하였다.

### 2) 조사방법

본 연구에 대한 실증분석을 수행하기 위하여 2002년 12월 10일부터 2003년 1월10일까지 약 한 달간 강원도 원주에 위치한 A콘도미니엄, 경기도 가평에 위치한 B콘도미니엄, 전라북도 남원에 위치한 C콘도미니엄에서 이용자를 대상으로 설문조사를 하였다.

조사방법은 연구자가 사전에 준비한 설문지를 A, B, C 콘도미니엄 고객서비스 담당자에게 배포하여 콘도미니엄 이용자로 하여금 작성하도록(1객실 당 1매) 요청하였다.

300매의 설문을 배포하였으며, 총 215매의 설문지를 회수하였다. 이중 불성실한 응답을 한 6매를 제외한 총 209매를 유효표본으로 확정하고 이를 분석에 사용하였다.

### 3) 분석방법

수집된 자료를 이용하여 응답자의 인구통계학적 특성을 분석하였고, 콘도회원권의 소유여부, 소유 개수, 가고싶은 휴양지역과 신규 구매의향에 대하여 빈도분석을 실시하였다. 또한 연구모형으로 제시된 방식으로 콘도를 분양할 경우에 구매할 의사여부와 구매이유, 연간 사용일수 등에 대하여 빈도분석을 실시하였다.

응답자들의 콘도분양에 참여 여부(있음/없음)가 콘도분양방식(연구모형으로 제시된 방식/기존의 방식)에 따라서 차이가 존재하는 지 검증하기 위해서 Fisher의 정확확율검증방법을 사용하여 $x^2$값을 계산하여 10%의 유의수준에서 차이가 있는 지 검증하였다. 연구자료의 통계적인 분석은 SPSS 10.0 통계프로그램을 사용하였다.

## 2. 실증분석

### 1) 기술통계적 특성

총 209매의 유효표본에 대해서 미응답자를 제외한 응답자의 인구통계학적인 특성은 [표-1]과 같다. 응답자 209명의 성별은 남성이 54.5%, 여성이 45.5%로서 남성의 비율이 다소 많은 것으로 나타났다. 196명의 거주지는 강원도가 35.7%로 가장 많았고, 서울 19.4%, 경기도 11.2%, 충북 5.1% 순으로 나타났다. 강원도에 거주하는 이용자가 가장 많은 것은 설문 지역의 두 군데가 강원도와 인접지역이었기 때문일 것이다.

한편 휴양콘도미니엄 회원권을 소유한 59명 중 응답자 51명을 대상으로 소유한 회원권의 개수를 파악한 결과 1개가 68.6%로 가장 많았으며, 2개가 25.5%으로 나타났고 3개 이상도 5.9%로 나타났다.

### 2) 구매의향분석

콘도미니엄 회원권 소유 여부 및 소유한 회원권 개수, 향후 구입의향 등에 대한 분석결과는 [표-2]에 나타나 있다. 콘도미니엄 회원권 소유 여부에 대한 분석결과 응답자 207명 가운데 28.5% 만이 회원권을 소유하였으며, 응답자의 71.5%는 회원권이 없는 단순 이용자였다.

[표-1] 응답자의 인구통계학적 특성

| 구분 | | 빈도 | 구성비(%) |
|---|---|---|---|
| 성별 | 남 | 114 | 54.5 |
| | 여 | 95 | 45.5 |
| | 합계 | 209 | 100.0 |
| 거주지 | 서울특별시 | 38 | 19.4 |
| | 경기도 | 22 | 11.2 |
| | 인천광역시 | 6 | 3.1 |
| | 강원도 | 70 | 35.7 |
| | 충청남도 | 5 | 2.6 |
| | 대전광역시 | 5 | 2.6 |
| | 충청북도 | 10 | 5.1 |
| | 전라북도 | 7 | 3.6 |
| | 전라남도 | 7 | 3.6 |
| | 광주광역시 | 6 | 3.1 |
| | 대구광역시 | 7 | 3.6 |
| | 경상남도 | 4 | 2.0 |
| | 울산광역시 | 1 | 0.5 |
| | 부산광역시 | 6 | 3.1 |
| | 제주도 | 2 | 1.0 |
| | 합계* | 196 | 100.0 |

* 거주지에 대한 무응답 13매로 합계가 196이다.

[표-2] 응답자의 콘도회원과 소유여부 및 신규구입 의향 분석

| 구분 | | 빈도 | 구성비(%) |
|---|---|---|---|
| 콘도회원권 소유여부 | 있음 | 59 | 28.5 |
| | 없음 | 148 | 71.5 |
| | 합계 | 207* | 100.0 |
| 콘도회원권 소유개수 | 1개 | 35 | 68.6 |
| | 2개 | 13 | 25.5 |
| | 3개 | 2 | 3.9 |
| | 4개 | 1 | 2.0 |
| | 합계 | 51** | 100.0 |
| 신규구매 의향 | 있음 | 119 | 56.9 |
| | 없음 | 90 | 43.1 |
| | 합계 | 209 | 100.0 |

* 콘도회원권 소유에 대한 무응답 2명으로 합계가 207이다.
** 회원권 소유자 중 소유개수 미응답자는 8명이다.

향후 콘도미니엄 회원권 신규 혹은 추가 구입 의향에 대한 분석결과 응답자 209명 중 56.9%가 구입하겠다고 응답하였으며, 43.1%는 구입하지 않겠다고 응답하여 구입의향이 다소 높게 나타났다.

연구모형으로 제시된 콘도미니엄 분양권에 대한 구매의향분석결과는 [표-3]과 같다. 응답자의 69.9%가 '구매의향이 있다'고 응답하였으며, 30.1%는 '구매의향이 없다'고 응답하였다.

[표-3] 연구모형으로 제시된 콘도미니엄 분양권에 대한 구매의향 분석

| 구분 | 빈도 | 구성비(%) |
|---|---|---|
| 구매의사 있음 | 146 | 69.9 |
| 구매의사 없음 | 63 | 30.1 |
| 합계 | 209 | 100 |

### 3) 구매의향차이분석

응답자들의 콘도분양방식(타임쉐어방식과 기존방식)에 따른 구매의향차이 결과는 [표-4]와 같다. 분양방식별 응답자들의 구매의사간에 차이가 존재하는 지 $x^2$값을 사용하여 검증하였다.

[표-4] 타임쉐어방식과 기존방식의 구매의향차이 분석

| 분양방식 / 구매의사 | 타임쉐어방식 | 기존방식 |
|---|---|---|
| 있음 | 146 | 119 |
| 없음 | 63 | 90 |
| $x^2$ 값 | 32.96* | 4.02 |
| df | 1 | 1 |
| p=.01 | 6.635 | 6.635 |

타임쉐어 분양방식에서 1%유의수준에서 응답자들의 구매의사(있음과 없음)간에 차이가 존재하는 것으로 나타났지만, 기존의 분양방식에서는 1%유의수준에서 응답자들의 구매의사(있음과 없음)간에 차이가 있다고 볼 수 없었다. 이러한 분석결과는 응답자들이 콘도미니엄을 구입하고자 하는 경우에 개선방안으로 제시한 콘도미니엄

분양권을 구입할 것이라는 사실을 시사한다.

연구모형으로 제시한 방안의 콘도미니엄 분양에 구매의향이 있는 응답자는 다음과 같은 이유로 타임쉐어방식의 분양을 선호한다고 하였다.

첫째, 사업성 측면에서 가장 긍정적 방안이라고 평가하였다.

둘째, 제시한 방안은 기존의 콘도미니엄 이용 방식상의 문제점으로 지적되고 있는 회원이 필요한 시기에 이용할 수 없다는 점을 극복할 수 있는 방안이 될 것으로 평가하였다.

설문에서 제시한 방안의 콘도미니엄 분양에 구매의향이 없는 응답자는 경제적인 이유 때문에 분양에 참여할 수 없을 것이라고 하였다. 즉, 콘도미니엄을 구매할 경제적인 능력이 되지 못하는 경우가 많았으며, 분양가격이 높게 책정될 것이라는 부정적인 인식, 수입 보장의 불명확성 등을 들 수 있었다. 다른 한편으로 '필요성이 없다', '시간이 없다' 라는 의견이 있었다.

### 4) 사용일수분석

개선방안으로 제시된 콘도미니엄을 구매하고자 하는 응답자를 대상으로 연간사용일수를 분석한 결과는 [표-5]와 같다. 연간사용일수는 3일부터 100일까지 다양하게 나타났으며 평균적으로 22.6일로 나타났다. 즉, 응답자는 연간 평균 약 3주 정도를 소유자가 이용하기를 희망하는 것으로 분석되었다.

[표-5] 연간사용 일수

| 응답자 수 | 최소값 | 최대값 | 평균 | 표준편차 |
|---|---|---|---|---|
| 147 | 3.0 | 100.0 | 22.6 | 17.0 |

## V. 결 론

### 1. 요약 및 시사점

#### 1) 요약

콘도미니엄은 사업자 측에서 회원권 분양 및 회원모집 등을 통하여 조기에 사업투자비를 회수 할 수 있는 매력적 사업으로 인식되고 있으며, 콘도미니엄 소유자(회원) 측에서는 언제라도 휴가를 즐기고 쉴 수 있는 제2의 집으로 인식하고 있다. 그러나 현재의 콘도미니엄 분양방식 및 운영형태로서는 사업자, 소유자와 이용자

측의 요구를 충분히 만족시키지 못하고 있는 실정이다. 이에 본 연구에서는 사업자, 소유자와 이용자의 요구를 현실적으로 모두 만족시킬 수 있는 '한국적 콘도미니엄 운영방안은 없는가?' 라는 문제제기를 바탕으로 연구를 수행하고자 하였다.

콘도미니엄 운영과 관련하여 타임쉐어의 개념, 구분, 관광분야에의 적용 사례와 각 국의 관련 제도와 법규를 살펴보았다. 또한 콘도미니엄 운영방식과 우리나라와 외국의 콘도미니엄 운영현황, 법·제도적 측면을 살펴보고, 우리나라의 콘도미니엄 운영의 문제점을 파악하고 이를 개선하기 위해 다음과 같은 방안을 제시하였다.

첫째, 분양방식은 1실 당 1구좌 분양(완전소유방식)방식을 채택한다.

둘째, 이용방식에 있어서는 완전 타임쉐어 방식을 채택한다.

타임쉐어 분양방식에서 1%유의수준에서 응답자들의 구매의사(있음과 없음)간에 차이가 존재하는 것으로 나타났지만, 기존의 분양방식에서는 1%유의수준에서 응답자들의 구매의사간에 차이가 있다고 볼 수 없었다. 이러한 분석결과는 응답자들이 콘도미니엄을 구입하고자 하는 경우에 개선방안으로 제시한 콘도미니엄 분양권을 구입할 것이라는 사실을 확인하였다. 타임쉐어형 콘도미니엄을 구매하고자 하는 응답자는 연간평균 22.6일(약 3주정도)을 사용하고자 하였다.

### 2) 시사점

우리나라에서 콘도의 분양과 운영에 타임쉐어형 콘도미니엄 제도를 도입하면 다음과 같은 효과를 얻을 것을 기대된다.

첫째, 사업자는 사업비 조달과 운영수익을 올릴 수 있으며, 콘도미니엄 소유자는 필요한 시기에 콘도미니엄 이용과 함께 이용을 하지 않을 경우에 고정적인 숙박료 수입을 얻을 수 있게 될 것이다.

둘째, 이용자는 비록 회원권을 구입하지 않았지만 깨끗하고 편리한 콘도미니엄을 사전에 예약을 통하여 차별된 이용금액으로 이용할 수 있을 것이다.

설문조사의 분석에서 타임쉐어형 콘도미니엄을 구매하는 가장 큰 이유는 사업성 측면에서 가장 긍정적으로 평가할 수 있고, 기존의 콘도미니엄 이용 방식상의 문제점으로 지적되고 있는 회원이 필요한 시기에 이용할 수 없다는 점을 극복할 수 있을 것이라고 평가한 점은 위의 효과를 반영해주는 것이다.

## 2. 한계 및 향후의 연구방향

### 1) 한계

본 연구의 한계점을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 제시된 개선방안은 목표시장 측면에서 실제로 구매가능성이 가장 큰 상위 소득계층을 목표로 하여야 할 것이다. 그러나 실증분석에 있어서는 목표시장에서 다소 벗어난 일반적인 콘도미니엄 이용객을 대상으로 하였다.

둘째, 설문을 우리나라의 세 지역의 콘도이용자 209명을 대상으로 국한하여 분석하였으므로 분석결과의 일반화에는 한계가 있다.

셋째, 콘도미니엄운영의 주된 당사자인 사업자에 관한 요구를 조사하기가 어려워 실증분석에서 반영하지 못하였으므로 연구결과의 일반화에는 한계가 존재한다.

### 2) 향후의 연구방향

현행 콘도미니엄 운영방식의 문제점을 고찰하고 이의 개선방안으로 타임쉐어형 콘도미니엄을 제시하였다. 본 연구에 제시된 타임쉐어형 콘도미니엄은 연구자가 오랜 기간동안 현업에 근무하면서 쌓아왔던 노하우를 바탕으로 개발된 한국적 콘도미니엄 운영방안이다. 그러나 제시된 운영방안이 가장 합리적인 방안인 지에 대한 보다 정밀한 통계적 검정이 수반되어야 할 것이다. 향후에 본 연구를 바탕으로 하는 추가적인 연구를 통하여 보다 합리적인 운영방안이 도출되어야 할 것이다.

## 참 고 문 헌


고상동, "서비스품질이 관광객만족에 미치는 영향에 관한 연구", 세종대학교 대학원 박사학위논문, 1996.

_____, 『휴양콘도미니엄 경영론』, 백산출판사, 1999.

곽경석, "숙박산업으로서 국내휴양콘도미니엄의 역할과 효율적인 운영방안에 관한 연구", 명지대학교 교통관광대학원 석사학위논문, 1998.

김남윤, "휴양콘도미니엄 이용자의 선택속성과 만족도에 관한 연구", 경기대학교 관광전문대학원 석사학위논문, 2001.

김향자, "우리 나라의 타임쉐어 도입 활성화 방안," 「관광 I&I 정보」, 한국관광연구원, 1998년 8월, pp. 15-22.

_____, "일본의 리조트맨션 동향," 「관광 I&I 정보」, 한국관광연구원, 1998년 6월, pp. 45-50.

_____, 「휴양 콘도미니엄 제도 개선 방안」, 한국관광연구원, 1997, p. 137.

문화관광부, 「관광동향에 관한 연차보고서」, 2002.

박태현, "휴양콘도미니엄의 서비스품질평가에 대한 결정요인 연구", 대구대학교 사회개발대학원 석사학위논문, 1999.

박호래 · 이정배, 『콘도미니엄 프로젝트』. 백산출판사, 2000.
서천범, 「레저백서 2002」, 한국레저연구소, 2002.
_____, 「레저백서 2003」, 한국레저연구소, 2003.
손대현 · 장희정, 「리조트의 철학」, 이치조산야 원저, 1996.
양화석, 「부동산컨설팅연구사례집」, 21세기 컨설팅(주), 1996.
이원희, "콘도미니엄 회원권 구매시 태도에 관한 연구", 고려대학교 경영대학원 석사학위논문, 1998.
이진범, "국내휴양콘도미니엄업의 시장환경분석 및 제도개선방안에 관한 연구", 세종대학교 경영대학원 석사학위논문, 1998.
(주)국제산업 정보연구소, 「레저스포츠 리조트사업의 시장전망과 개발전략」(일본편), 1989.1.4.
최경수, "고급 콘도미니엄 회원권 구매시 선택 유형에 관한 연구", 세종대학교 경영대학원 석사학위논문, 2000.
최현식, "콘도미니엄의 운영체계 및 고객관리 개선방안에 관한 연구", 경희대학교 경영대학원 석사학위논문, 1998.
한국관광개발학회, 관광개발론업, 1997.
한국관광공사, 「국민여행실태조사」, 1993.
한국관광공사, 「국민여행실태조사」, 1994.
한국관광공사, 「국민여행실태조사」, 1995.
한국관광공사, 「국민여행실태조사」, 1996.
한국관광공사, 「국민여행실태조사」, 1997.
한국관광공사, 「국민여행실태조사」, 1999.
한국관광공사, 「국민여행실태조사」, 2001.
한국관광협회, 「한국관광발전사」, 1984.
山田光俊, 「리조트맨숀 개발사업계획 실태자료집」, 1988.7.
日本統合ユニコム(株), "共有制オテハの 經營實態-事業計劃 實務資料集", 1984.
ARDA(미국 휴양지개발협회), *AEI Resource Mamual.*
WTO, *Timeshare*: The New Force In Tourism, 1996.
http://www.donga.com/fbin(동아일보 홈페이지)
Http://www.moleg.go.kr(법제처 홈페이지)
Http://www.RCI.com(RCI 홈페이지)
Http://www.rci-timeshare.com(RCI 타임쉐어 홈페이지)

# ABSTRACT

## The Improvements on Management of Condominium in Korea

**Kim, Beom-Jin* · Na, Seung-Yeoul****

This research focuses on finding out "a Korean-mode system for operating condominium" which can satisfy all its participants, that is, operating companies, owners and guests. Some problems were founded with regard to the operating system of Korean condominium industry. Based on such findings, the following ideas were suggested to improve the current system.

First, the membership should be sold in the way of "1 account for one condominium".(full-possession approach)

Second, complete timeshare approach should be selected with regard to utilization.

To verify the feasibility of the suggestions above, this research was conducted on the basis of the data collected from user of condominium that is situated in Kangwon, Kyonggi and Chulla provinces from December 10, 2002 to January 10, 2003. Frequency analysis, $x^2$ analysis were also employed.

Among the users in those areas, 69.9% responded: "They have an intention to purchase timeshare condominium". Therefore, it can be inferred that timeshare condominium is evaluated as positive. Also, people who wish to buy timeshare condominium wished to use 22.6 day per year(about 3 weeks).

In conclusion, the two suggestions for improvement are expected to have the following advantages.

First, while operation companies can easily collect initial investment fund and get operation profits, condominium owners have free rights to use the facilities. And also, when they do not stay there, they can get high income through lodging charges, which will be operated by management companies.

Second, guests can use clean and convenient condominium through reservations at a special price, although they did not buy membership card.

***Keyword*** : *Complete Timeshare Approach, Full-Possession Approach, System for Operating Condominium*

---

* Professor, Department of Management, Sangji University

** President, Young An Development Co., Ltd.