

## 거시환경변화가 호텔매출액에 미치는 영향:

### 경주지역 특급호텔을 중심으로

손은호·박덕병  
농촌진흥청 국립농업과학원

#### The Influences of Changes in Macro-Environments on Hotel Sales:

##### Cases of Deluxe Hotels in Gyeongju City

Son, Eun Ho · Park, Duk Byeong

National Academy of Agricultural Science, RDA, Suwon, Korea

#### ABSTRACT

Generally, tourism environments are classified as macro or micro environments. Hotel revenues are influenced directly and indirectly by macro and micro environments. This study aims to examine the determinants of the change in macro-environments on hotel revenue. The explanatory variables in this research were wage, exchange rates (ER), consumer price index (CPI) and seasonality. The results of this study were as follows; The CPI and ER significantly affected the hotel food and beverage sales. The seasonality (summer and autumn) and wage significantly affected the hotel room sales. Wage and seasonality (summer and autumn) also significantly affected the total sale on the hotels.

Key words: macro-environment, hotel's sale, seasonality, multiple regression

### I. 서론

과거부터 지금까지 우리나라의 기업들은 환경의 변화 속에서 많은 변화를 겪어 왔다. 이에 적절히 대응하여 고도의 성장을 지속해 온 기업들이 많이 있는 반면에, 환경에 대한 변화를 극복하지 못하고 쇠퇴 또는 도산되어 버린 기업들도 적지 않다. 예를 들면, 지난 1997년 말부터 IMF 관리체제에 들어가면서 산업구조조정의 문제가 뜨거운 이슈로 등장하여 자연스럽게 기업의 매각문

제가 세간에 퍼지게 되었으며, 경기불황에 따른 영업부진으로 조직의 인원을 감축하고 신규채용을 중단하거나 최소화하기 위해서 초긴축경영을 도입한 기업도 많았다. 이러한 배경 하에서 최고경영자들은 환경에 대한 중요성을 더욱 강하게 인지하게 되었다.

특히, 관광관련 산업분야에서 중추적인 역할을 담당하고 있는 호텔산업도 예외는 아니었다. 기업의 환경은 크게 거시환경과 미시환경으로 구분한다. 전자는 정태적인 관점에서 기업의 전략을

접수일: 2008년 11월 10일 채택일: 2008년 12월 9일

Corresponding Author: Son, Eun Ho Tel: 82-31-290-0285 Fax: 82-31-290-0207

e-mail: sch8811@rda.go.kr

수립하는 과정에 영향을 미칠 수 있는 기회와 위협요인을 분석하는 것이고, 미시환경은 동태적인 관점에서 전략을 수행하는 과정에 영향을 미칠 수 있는 강점과 약점을 파악하는 것이다(장세진 2000).

환경에 대한 분석을 2가지 관점에서 볼 때, 타 산업분야에서는 미시환경에 대한 연구보다 거시환경에 대한 연구가 상대적으로 더 강조되었으며(이장우 1999), 호텔산업의 경우에는 거시환경의 연구보다 미시환경의 연구가 주류를 이루고 있다(손은호·구정대 2004). 이러한 이유는 기업들 간에 나타나는 미시환경의 경영자원의 이질성은 일시적인 현상이며, 장기적으로는 기업들 간에 동질화되는 것으로 보고 있었기 때문에 이에 대한 연구는 상대적으로 관심을 두지 않았던 것으로 보인다.

특히, 호텔산업은 서비스의 제공이 사업의 중심을 이루고 있고, 서비스상품의 특성상 생산과 소비가 동시에 이루어진다는 특성 때문에 호텔산업의 거시환경변화는 경영전략에 직·간접적으로 영향을 미치고 있다. 뿐만 아니라 호텔산업은 여러 가지 업종의 복합기능의 성격을 띠게 되므로 개별적인 요소 하나가 전체의 혼합체에 큰 영향을 미치게 된다. 거시환경의 변화는 기존사업에 위협을 주는 동시에 새로운 사업의 기회를 제공하고 있다. 따라서 다양하고 복잡한 거시환경에 적절히 적응하는 호텔산업의 경영전략은 호텔산업의 장기적 성과를 결정하는 중요한 요소로 작용할 것이다.

이러한 이유 때문에 호텔산업이 지속적으로 경영성과를 향상시키기 위해서는 거시환경에 대한 변화를 규명하는 것이 선행되어야 한다(장세진 2000). 이러한 측면을 고려하여 본 연구는 거시환경 중 임금, 환율, 소비자물가지수, 계절성이 호텔기업의 경영성과에 미치는 영향을 규명하는 것이 주목적이며,

이에 대한 결과는 정태적인관점에서 호텔산업의 전략을 수립하는 과정에 영향을 미칠 수 있는 기회와 위협요인을 규명하는 것이기 때문에 호텔의 최고경영자들은 경영전략을 수립하는데 필요한 기초 자료가 될 것이라 판단된다.

## II. 문헌 고찰

### 1. 호텔 총매출액

호텔기업들이 경영성과를 어떻게 나타낼 것인가에 대해서는 해당 담당자에 따라 다를 수 있다. 일반적으로 호텔기업의 경영성과라 함은 보통 판매금액의 증가, 시장점유율의 상승, 자산규모의 증가, 부가가치의 증가 여부와 같은 요소들을 말한다. 그리고 호텔기업은 이러한 개별적인 경영성과를 바탕으로 이익을 추구하는 것을 목적으로 하고 있으므로 결국 호텔기업의 경영성과는 이익이라 볼 수 있다. 호텔기업의 이익은 손익계산서를 보면 쉽게 파악할 수 있는데, 이것은 매출액에서 시작하여 비용과 수익을 순차적으로 차감하여 당기순이익이 산출되는 과정을 나타내고 있다. 다양한 수익항목 중에서 매출액이란 일정한 대가를 받고 상품·제품·서비스 등의 재화 또는 용역을 공급하는 일반적인 상거래에서 발생하는 판매수익을 말한다(김재석·손은호 2006).

본 연구에서 사용하는 호텔기업의 경영성과는 호텔총매출액을 사용하고자 한다. 여기에서 호텔총매출액은 식음료매출과 객실매출을 더한 것인데, 호텔기업의 총매출액은 영업활동에서 얻은 수익으로서 손익계산서상에서 아주 중요한 역할을 하고 있다.

먼저, 모형에 적용하기 전에 해당 호텔의 식음료의 매출액과 객실의 매출액을 살펴보는 것이 선행되어야 한다. 이를 위해 경주지역 호텔총매출액의 변화추이를 살펴보면 Table 1과 같다. 분석대상지역의 호텔총매출액은 '91년부터 '95년까지 연평균 증가율이 28.5%로 아주 높게 나타났으며, '98년부터 '02년까지의 연평균 증가율은 5.5%로 조금 상승한 것으로 나타났지만, 같은 기간 객실매출액은 각각 22.6%와 6.2%로 나타났다. 그러나 식음료매출액의 경우에는 연평균 증가율이 37.3%에서 4.9%로 나타나고 있어, 전체적으로 볼 때, 식음료매출액의 증가율이 객실매출액과 호텔총매출액의 증가율의 폭보다 급격하게 하락하는 것을 볼 수 있다.

이는 분석대상 기간 중에 '97년도 IMF 체재의 구제금융조치를 받은 휴유증으로 인한 경기침체

Table 1. Trends of hotel total revenue

(Unit: thousand won, %)

	Year				Rate of increase	
	1991	1995	1998	2002	'91-'95	'98-'02
Roombed	11,811,423	26,720,660	21,641,869	27,540,337	22.6	6.2
Food and beverage	8,535,937	30,313,771	25,706,578	31,099,550	37.3	4.9
Total	20,917,321	57,034,431	47,348,447	58,639,887	28.5	5.5

Rate of increase  $r = 4 * \text{Log}(r+1) / (\text{last year} / \text{basic year})$

Source: Statistics on deluxe hotels in Gyeongju city, Technical Paper. 1991~2002

로 내구소비재에 대한 수요의 감소와 금리 및 물가의 상승 등에 대한 이유인 것으로 판단되며, 그리고 2002년도의 경우에는 '98년도보다 조금 증가한 것을 볼 수 있는데, 이는 한·일 월드컵 개최로 인한 특별한 사건 때문인 것으로 사료된다.

2. 거시환경요인

한 조직을 둘러싸고 있는 환경은 크게 거시환경과 미시환경으로 구분한다. 전자는 정치, 경제, 사회·문화 환경 등의 다양한 요소로 구성되어 있으며, 사회내의 모든 조직에 유사하게 나타나는 환경을 말하며, 후자는 한 조직이 목표설정 및 목표달성에 관한 의사결정을 내릴 때 직접적으로 영향을 미치는 환경으로서, 제품 및 시장, 인적·물적 자원, 정보자원 등의 요소로 구성되어 있다(Miles & Snow 1978).

경영전략 측면에서 볼 때, 거시환경은 정태적인 관점에서 기업의 전략을 수립하는 과정에 영향을 미칠 수 있는 기회와 위협을 분석하는 것이고, 미시환경은 동태적인 관점에서 전략을 수행하는 과정에서 영향을 미칠 수 있는 강점과 약점을 파악하는 것이다(장세진 2000). 그래서 기업의 경영성과는 거시와 미시환경을 얼마나 효율적으로 분석하느냐에 달려 있으며, 이러한 경영환경은 고정적이지 않고 사회라는 큰 환경시스템 속에서 다양한 이해관계자들과 상호작용을 하며 유기적 관계를 형성해 가고 있다(이학중 1992). 기업이 성장하기 위해서는 상위시스템인 환경에 적응하여야 하며, 이러한 환경의 변화에 적응하지 못하는 기업은 생존할 수 없다. 이 때문에 기업

과 환경은 본질적으로 깊은 상호관계성을 지니고 있다(Bartol & Martin 1991).

과거 우리나라의 기업들은 거시환경의 변화에 적절히 적응하여 고도의 성장을 지속해 온 기업들이 많이 있는 반면에, 이를 극복하지 못하고 축소 또는 파산되어 버린 기업들도 많다(이학중 1992). 특히, 호텔산업은 거시환경에 더욱 민감한 반응을 보였다. 예를 들면, 지난 1997년 말부터 IMF관리체제에 들어가면서 산업구조조정 문제가 뜨거운 이슈로 등장하여 자연스럽게 호텔기업의 매각문제가 세간에 퍼지게 되었으며, 경기불황에 따른 영업부진으로 조직의 인원을 감축하고 신규채용을 중단하거나 최소화하기 위해서 초긴축경영을 도입한 호텔기업도 많았다. 이러한 배경 하에서 최고경영자들은 거시환경에 대한 정도의 차이는 있지만, 이를 더욱 중요하게 인지하게 되었다.

호텔산업이 장기적인 전략을 계획하기 위해서는 거시환경의 기회요인과 위협요인을 분석하는 것이 선행되어야 한다. 이러한 거시환경에는 경제적, 정치와 법률적, 사회 및 문화적, 과학 및 기술적 환경 등으로 분류하는데(이석규 1997), 이를 규명하기 위해서는 다음과 같은 것을 고려해야 한다. 먼저, 경제적 환경요인은 경제의 전반적 성격과 방향을 말하는데, 이것을 나타내는 주요 지표로서 임금·물가·경제성장률·이자율·환율 등을 들 수 있다. 이 지표들은 특정 산업, 기업, 개인의 경제 활동에 직·간접적인 영향을 미친다(이장우 1999).

이러한 측면에서 볼 때, 관광분야에서 거시환경에 관한 연구는 국제관광수요에서 이를 주로

다루고 있다. 이 중에서 소득변수는 여러 경제변수들 중 가장 영향력이 크고 또 통계적으로 유의한 변수임이 증명되었으며(임은순 1993; Uysal & Crompton 1987; Witt & Martin 1987; Witt & Witt 1992; Crouch 1992; Song & Wong 2003; Wong 2004; Ouerfelli 2008;), 그 중에서 가장 널리 사용되는 소득지표로는 실질 가처분소득인데, 이 가처분소득을 변수로 채택하기도 하고(Witt & Martin 1987; Witt & Witt 1992), 개인소득이나 개인소비지출액을 그 대리변수로 사용하기도 하였다. 관광서비스는 소득과 정(+)의 상관관계가 있으며 소득탄력성값은 1보다 크게 나타나고 있다. 이는 관광서비스가 선택재(혹은 사치재)의 특성을 갖고 있음을 의미하며 아울러 소비자가 소득이 증가하면서 관광서비스에 대한 소비열망이 큰 서비스제품이라는 의미이기도 하다. 그리고 환율(김민주 1988; 이호영 1995; Witt & Martin 1985; Witt & Witt 1992; Crouch 1992;)과 소비자물가지수(안광호 2002; Crouch 1992; Witt & Witt 1992)의 변수도 관광수요에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 연구결과를 볼 때, 관광활동은 경제변수에 매우 민감한 영향을 받는 변수이다. 특히, 특급 관광호텔의 경우 외국인의 비율이 비교적 높다는 점에서 환율변동은 객실 및 식음부문에 영향을 미칠 것으로 사료된다.

두 번째, 정치와 법률적 환경은 경제 및 기술 환경과 더불어 호텔기업의 전략경영에서 매우 중요한 위치를 차지하며, 이는 기업의 전략적 관점에서 정치와 법률적 환경은 주로 정부의 정책과 방침 그리고 각종 법규로 이루어지고 있기 때문이다. 이러한 점에서 모든 호텔기업들은 국가의 제도와 법적 요건을 준수하여 사회적 책임을 다하면서 자신의 고유한 목표를 추구하게 된다. 어떤 기업이든 정치 또는 법률적인 이유로 각종 제도나 법적 규제 조치가 추가되거나 제거되는데, 이는 그 나라에 존재하는 모든 기업들에게 새로운 기회요인이나 위협요인으로 작용하기 때문이다(이석규 1997).

세 번째, 사회 및 문화적 환경요인은 문화적, 사회 심리적, 종교적 조건 등을 의미한다. 이러한 환경요인은 사회구성원의 이념, 가치, 태도, 행동

등에 영향을 미침으로써 기업에게 기회를 제공하기도 하고 위협이 되기도 한다. 예를 들어, 사회적 환경의 변화는 사회구성원의 가치관에 변화를 가져오며 이에 따라 소비자들의 소비성향과 구매 행동에 영향을 준다(이장우 1999).

네 번째로, 과학 및 기술적 환경의 변화는 현대 기업의 전략 환경에 많은 변화를 가져오는 가장 중요한 원인이다. 산업혁명 이후의 과학기술의 발전은 현대의 산업발전에 큰 원동력이 되었고, 근래에 와서 과학기술의 발전이 더욱 가속화되면서 과학기술의 예측이 전략수립에 매우 중요한 부분을 차지하게 되었다(이학중 1992). 지금까지 거시환경에 관한 분석은 대부분 국제관광수요에서 주로 연구되어 왔으며, 연구에 사용된 변수도 정보수집이 용이한 경제적인 변수가 주를 이루고 있다. 이러한 이유는 관광활동이 경제적으로 생산적인 활동보다는 소비적인 활동이 강하다는 점을 파악할 수 있는 부분이라 할 수 있다. 그리고 우발적인 사건이나 외환규제조치, 해외여행 제한철폐 등의 '일회성 사건'으로써 종속변수에 돌발적 영향을 미치는 요인을 가변수의 형태로 설명변수에 포함시키는 것을 더미변수라 하는데, 이 또한 기업의 경영성과에 영향을 미친다.

이상과 같은 점을 고려해 볼 때, 경주지역에 소개하고 있는 호텔의 최고경영자는 거시환경변화에 대한 기회요인과 위협요인을 파악할 필요가 있다는 것이다. 본 연구는 거시환경변화가 호텔 매출액에 미치는 영향관계를 규명함으로써, 호텔기업의 최고경영자는 거시환경으로부터 기회요인을 극대화하고, 위협요인을 최소화하는 방향으로 전략을 세워야 호텔시장에서의 경쟁우위를 획득할 수 있을 것으로 판단한다.

### III. 연구방법

#### 1. 자료

거시환경변화가 호텔매출액에 미치는 영향을 규명하기 위해서는 질적인 방법과 양적인 방법으로 파악할 수 있다. 본 연구에서는 양적인 방법 중에서도 시계열 자료를 이용하였다. 이는 과거에서부터 현재까지 꾸준히 규칙적인 상황이 있다

면, 특별한 이변이 없는 한 미래에도 그 규칙적인 상황은 계속될 것으로 예측할 수 있기 때문이다. 이러한 규칙성을 발견하여 미래에 대한 정확한 예측이 이루어진다면, 이를 바탕으로 미래의 경영계획을 합리적으로 수립할 수 있는 대응전략을 마련할 수 있다고 본다.

따라서 본 연구는 거시환경변화가 호텔매출액에 미치는 영향을 규명하기 위해 시계열 자료인 여러 개의 독립변수를 이용하여 종속변수인 호텔매출액의 영향요인을 다중 회귀분석방법을 사용하고자 한다. 그리고 연구에 사용된 자료는 호텔이 소재한 지역과 등급을 기준으로 경주지역의 특급 관광호텔 5개사(웰리치 조선, 코오롱, 콩코드, 현대, 힐튼호텔)를 선정하였다. 이는 표본대상의 경영환경이 비교적 동질성이 있어야 분석결과에 대한 객관성을 확보할 수 있기 때문이다.

한편, 본고의 목적을 수행하기 위해서 필요한 종속변수 자료는 경주지역 각 특급 호텔의 내부 월별 시계열 자료(1991년~2002년)를 이용하였으며, 독립변수에서 임금, 환율, 소비자물가지수는 1992년부터 2003년까지 월별 시계열 자료를 사용하였다(통계청, 1992-2003). 따라서 본 연구에서도 관광수요에서 유의한 변수들을 중심으로 임금, 환율, 소비자물가지수, 계절성을 설명변수로 사용하였다.

## 2. 변수의 정의 및 측정

먼저, 임금이란 노동을 제공하여 얻은 소득이다. 이것은 사용자의 입장에서 보면 기업에 제공된 노동에 대하여 지불하는 대가이며, 근로자의 입장에서 보면 생활의 원천을 이루는 소득이다. 한편, 근로기준법에서의 임금은 사용자가 노동의 대상으로 근로자에게 임금, 봉급 및 기타 어떠한 명칭으로든지 지급하는 일체의 금품을 말한다. 소득관련변수는 관광수요의 결정인자로 많이 사용하고 있는데, 소득변수를 사용할 때는 국민총생산액이나 1인당 국민소득을 사용하고 있다. 그러나 많은 연구에서 소득변수로 가장 정확한 소득변수는 가처분소득을 이용하였다. 본 연구에서는 통계청에서 제공하는 월별 시계열 가처분소득 자료가 없는 관계로 이에 대한 대리변수로 임금을

을 사용하였다.

두 번째로, 환율은 국제간에 결제되는 대차상의 외환어음의 가격인 자국화폐와 외국화폐의 교환비율로서 대내외 물가차이의 변동을 말한다. 이는 기본적으로 외환시장에서 외환에 대한 수요와 공급에 의해서 결정되나 물가상승률, 금리차, 정치사회의 안정여부 등 복합적 요인에 의해 영향을 받는다. 환율의 경우에도 국제관광수요와 관련된 선행연구에서 이미 밝혀진 바와 같이, 환율변동은 국제관광수요에 많은 영향을 미치고 있는 것으로 나타나고 있어 경주지역 호텔매출액에도 영향을 미칠 것으로 판단된다. 세 번째로, 소비자물가지수는 도시가구가 일상적인 소비생활을 영위하기 위하여 필요로 하는 비용의 변동을 측정하기 위한 지표 '95년 기준 지수에서는 소비자출액 비중이 높은 509개 품목을 선정 조사하여 기본분류(비목별)지수 이외에도 신선식품지수, 구입빈도별지수, 기본생활품지수, 생활물가 지수 등의 특수분류지수와 지역별(전국, 시도별 등)지수를 편제하여 공표한 것이다. 이 지수의 가중치는 2000년 도시가계 소비자출액을 기초 자료로 조정하여 2000년을 기준으로 환산(deflate)한 것을 사용하였다.

소비자물가지수는 일반적으로 소비지출에 많은 영향을 미친다. 이러한 점에서 볼 때, 내국인의 소득증가는 호텔 이용율이 증가되고 있는 상황을 고려할 때 소비자물가지수는 호텔의 소비지출에 중요한 변수로 작용할 수 있을 것이라 판단된다.

마지막으로, 본 연구에서는 호텔경영의 특성인 계절성(안광호 2002)을 고려하기 위해 이를 더미변수로 전환하여 이용하였다.

## 3. 분석방법과 분석모형

거시환경변화가 호텔매출액에 미치는 영향을 파악하기 위해서는 이와 관련된 적합한 변수의 설정이 과제이다. 그러나 관광수요와 마찬가지로 거시환경변화에 영향을 미치는 인자들은 종류와 영향력이 나라와 지역 그리고 시기에 따라 다르다. 이러한 이유 때문에 연구자가 각각의 영향인자를 설정하지만, 여러 가지 인자 중에서도 대체

로 공통적 성격을 띠는 인자도 적지 않다고 한다 (김사헌 1997).

이러한 측면에서 볼 때, 거시환경변화가 호텔 매출액에 영향을 미치는 변수도 다양하다고 볼 수 있는 데, 본 연구에서는 자료의 수집이 가능하고, 계량화되어 있는 월별 시계열 자료를 사용하였다. 모형에 적용한 독립변수는 거시환경의 경제변수인 임금, 환율, 소비자물가지수와 계절성을 사용하였으며, 종속변수로는 호텔의 영업성 과지표인 식음료매출액, 객실매출액, 호텔총매출액으로 구분하여 이용하였다.

이를 규명하기 위해 함수관계로 표현하면 다음과 같다.

$$S_1 = f(WAGE, ER, CPI, DM1, DM2, DM3)$$

$$S_2 = f(WAGE, ER, CPI, DM1, DM2, DM3)$$

$$S_3 = f(WAGE, ER, CPI, DM1, DM2, DM3)$$

종속변수  $S_1$  : 식음료매출액,  $S_2$  : 객실매출액,  $S_3$  : 호텔총매출액을 나타내며, 독립변수 WAGE = 임금, ER : 대미불 환율, CPI : 소비자물가지수 (2000=100), DM1 : 봄, DM2 : 여름, DM3 : 가을, reference(참조변수) : 겨울을 나타냄.

#### IV. 연구결과

거시환경변화가 호텔매출액에 영향을 미치는 요인을 파악하기 위해서 인과관계의 규명이 용이한 다중회귀모형을 사용하였으며, 이를 위해 사용한 프로그램은 SPSS/PC<sup>+</sup> 13.0 통계패키지를 이용하였다. 회귀분석을 이용한 분석은 주어진 데이터의 특이성을 파악해야 되는 데, 전통적인

선형회귀의 가정들 중에는 모형에 포함되어 있는 설명변수들 간에 다중공선성이 없어야 한다는 것이다. 특히, 시계열 자료의 잔차항은 그 자체의 과거 값과 밀접한 상관관계를 갖는 경우가 많기 때문에 이런 변수들은 잔차항을 변환시켜야 한다.

이러한 이유로 본 연구에서 사용되는 시계열 자료가 월별인 것을 감안하여 설명변수들 간의 다중공선성 유무를 검정하기 위해 분산팽창계수 (VIF), 그리고 잔차항 간에 자기상관의 존재 여부를 검정하기 위해서 Durbin-Watson *d*-통계량을 이용하였다. 주어진 자료를 바탕으로 거시환경변화가 호텔매출액에 미치는 영향과 설명변수들 간의 다중공선성과 자기상관의 존재 여부를 파악하기 위해서 최소자승법을 이용하여 다중회귀분석 방법을 실시하였다<sup>1)</sup>.

분석결과, 먼저 분산팽창계수(VIF)값을 기준으로 설명변수들 간의 다중공선성을 확인한 결과, 소비자물가지수(11.365), 임금(5.970), 환율(4.429), DM1(1.101), DM2(1.210), DM3(1.171)로 소비자물 가지수에만 문제가 있는 것으로 나타났다. 또한, 잔차항 간의 자기상관을 파악하기 위해서 더빈왓슨(Durbin-Watson)의 *d*-통계량을 살펴보면, 연구 모형(S1)에서 1.588로 자기상관이 존재하는 것으로 나타났으며, 연구모형(S2), 연구모형(S3)에서는 각각 2.140과 1.927로 나타나, 잔차항 간에는 자기상관이 존재하지 않는 것으로 나타났다.

모형(S1)에서는 설명변수들 간의 다중공선성의 문제와 자기상관의 존재를 가지고 있고, 모형 (S2), 모형(S3)에서는 분산팽창계수가 문제가 있어 적합한 모형으로 사용할 수 없다. 일반적으로 분산팽창계수란 설명변수들 간의 결정계수를 말하는데, 만약에 결정계수가 커지게 되면 자연히

1)  $S_1 = -2.0E+09 -276.812WAGE +77224737CPI -2350214ER +51702668DM1 + 1.61E+08DM2 +73586754DM3$   
 (-4.912) (-1.270) (7.982) (-7.104) (1.119) (1.707) (0.789)  
 $R^2 = 0.569$   $n = 144$   $F = 30.204$   $DW = 1.588$   
 $S_2 = -2.4E+09 -838.137WAGE +84226354CPI -2293422ER +50908361DM1 +7.14E+08DM2 +3.51E+08DM3$   
 (-5.975) (-3.924) (8.886) (-7.076) (1.125) (7.707) (3.843)  
 $R^2 = 0.599$   $n = 144$   $F = 34.123$   $DW = 2.140$   
 $S_3 = -4.4E+09 -1114.949WAGE +1.61E+08CPI -4643636ER +1.03E+08DM1 +4.25E+08DM2 +1.61E+08DM3$   
 (-5.729) (-2.721) (8.880) (-7.469) (1.182) (4.926) (2.423)  
 $R^2 = 592$   $n = 144$   $F = 33.186$   $DW = 1.927$

VIF는 커지게 되고, 전혀 관계가 없이 결정계수가 0에 가까워지면 VIF의 값은 1이 되는 것이다. 이에 따라  $5 < VIF < 10$ 이면 다중공선성을 의심할 수 있고,  $VIF > 10$ 이라면 다중공선성이 심각하다고 진단할 수 있는 지표이기 때문에 이 모형에서는 분산팽창계수가 심각한 것이다.

이 모형에서 이 문제를 해결하기 위해 단계별 선택방법을 이용하여 다시 적합한 모형을 추정하였다.

이에 대한 결과가 Table 2, Table 3, Table 4와 같다.

먼저, 모형(S<sub>1</sub>)의 분석결과는 표 2와 같다. 이 모형에서 적합성을 나타내는 F값은 86.757이고, 개별 회귀계수의 유의성 검정을 나타내는 p값은 0.000으로 나타나 회귀식이 유의한 것을 알 수 있으며, 결정계수(R<sup>2</sup>)가 0.403로 나타나고 있어 비교적 높은 설명력을 보이고 있다. 그리고 자기상관의 존재 여부를 검정하는데 사용하는 D/W의 d 통계량은 2.066으로 나타나 자기상관이 존재하지 않은 것으로 볼 수 있다<sup>2)</sup>.

그럼, 통계적으로 유의한 2개의 변수와 호텔식음료매출액과의 관계를 살펴보면 다음과 같다. 이 회귀식에서는 통계적으로 유의한 변수가 2개로 나타났는데, 이 변수들이 호텔식음료매출액에 미치는 영향력을 상호 비교하기 위한 척도의 베타(β)값은 소비자물가지수(CPI)가 1.124로 정(+)의 영향을 미치며, 환율(ER)은 -0.697로 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났는데, 이를 경제이론에 적용하여 설명하면 다음과 같다.

첫째, 소비자물가지수를 호텔숙박료의 대리변수로 사용하여 호텔숙박료 인상이 호텔식음료매출액에 정(+)의 영향을 주고 있다는 점은 다음과 같이 해석할 수 있다. 호텔식음료의 가격이 상승함에 따라 매출액이 증가될 경우 그 재화는 가격비탄력적이라는 경제이론을 수용할 때 본 연구에서 분석되는 호텔식음료매출액은 장기적으로 가격비탄력적인 산업이라는 결론을 내릴 수 있다. 이러한 특성을 현실에 적용할 때 호텔을 찾는 이용객은 호텔 측의 가격변동에 민감하게 반응하지

않고 있다는 결론을 내릴 수 있을 것이다.

둘째, 환율의 변동이 호텔식음료매출액에 부(-)의 영향을 미쳤는데, 이는 경제이론과 일치하지 않는 부분이다. 즉 환율이 인상될 경우 외국인인 호텔식음료를 찾을 경우, 자신이 소지한 외화소득을 국내화폐로 환산하면 국내화폐표시 소득이 증가하게 되고 이는 식음료매출액을 포함한 모든 호텔수요는 증가하게 된다. 즉, 환율의 증가는 소득의 증가에 의해서 호텔서비스에 대한 수요곡선을 우측으로 이동시켜서 호텔의 서비스 공급곡선이 우상향의 기울기를 갖고 공급곡선이 이동하지 않는다면 환율이 증가할 경우 호텔 측의 매출액은 증가하게 될 것이라는 경제원칙이다. 이러한 경제원칙과 정반대로 나타나고 있는 이유에 대해서 연구자 나름대로 그 이유를 제시하는 것도 본 연구의 올바른 연구방향을 정립하기 위해서 필요한 과정이라고 판단하여 이하에서는 여기에 대한 연구자의 소견을 말하고자 한다.

우선, 이 연구에서 모형의 약점으로 지적되는 것은 호텔서비스의 공급측면에 대한 것을 누락시키고 있다는 점이다. 호텔산업의 공급측면에서 공급곡선이 우상향의 기울기를 갖고 공급곡선이 시간의 변동에 따라 호텔 수가 증가하여 이에 따라 시간의 변동에 따라 호텔 서비스의 공급이 우상향으로 이동할 수 있다는 현실적인 가정을 도입한다면 실증분석에서 제시된 환율의 호텔식음료매출액에 대한 부(-)의 효과가 나타난 원인의 일부분을 설명할 수 있을 것이다. 즉, 시간의 경과에 따라 호텔의 수가 증가하여 호텔의 서비스 공급이 증가하고 환율의 상승이 동시에 나타난다면 다음과 같은 과정을 거쳐서 호텔식음료의 매출액은 감소할 수도 있을 것이다.

환율이 증가하면 호텔 서비스 수요곡선을 우측으로 이동하게 되고, 호텔 수가 증가하여 호텔 서비스의 공급곡선을 우측으로 이동하게 된다. 이때 호텔 서비스의 공급곡선의 이동 폭이 수요곡선의 이동 폭에 비해 더 크게 나타난다면 균형 거래량은 증가하더라도 서비스 균형가격은 처음의 가격보다 매우 낮은 가격으로 형성될 수 있

2) 유의수준 5%에서 설명변수가 2개, 관찰치가 100일때 임계값은 하한치(dl) 1.63, 상한치(du) 1.72이다. 따라서 자기상관이 없는 확실한 영역의 D/W값은 1.72 ~ 2.28로 볼 수 있다.

다. 다시 말하면, 최종균형점이 장기수요곡선의 비탄력적인 구간에 위치할 경우 가격하락에 따른 호텔 측의 총수입은 감소하게 될 것이다. 이러한 설명은 공급 측의 사정을 감안한 것으로 그 동안 우리나라 호텔의 증가를 감안한다면 더 좋은 모형이 될 수 있으리라 생각한다. 즉 호텔 수가 급격하게 늘어난다면 호텔서비스 가격의 하락이 환율의 증가에 의한 매출액의 증가부분을 완전히 상쇄하여 순 효과는 부(-)로 나타날 수 있다는 가능성을 내포하고 있다.

우리나라의 경우 환율의 증가로 인한 호텔의 매출액이 증가하여야 함에도 불구하고 환율 상승이 호텔매출액에 부(-)의 효과로 나타난 것은 공급부문의 사정을 고려하지 않은 모형설정의 결함이라고 생각된다.

두 번째 모형(S<sub>2</sub>)의 분석결과는 Table 3과 같다. 이 모형에서 적합성을 나타내는 F값은 25.657이고, 개별 회귀계수의 유의성 검정을 나타내는 p값은 0.000으로 나타나 회귀식이 유의함을 알 수 있고, 결정계수(R<sup>2</sup>)는 0.355로 나타났다. 한편, 자기상관의 존재여부를 검정하는 D/W의 통계량은 1.882로 나타나 자기상관이 없는 것으로 나타났다<sup>3)</sup>.

이 모형에서는 통계적으로 유의한 변수가 3개

로 나타났는데, 이 변수들의 상대적인 중요성을 평가하는 베타(β)값을 중심으로 살펴보면, 여름(DM2)이 0.478, 임금(WAGE)이 0.349, 가을(DM3)이 0.299의 순서로 나타났다. 즉, 계절성 중 여름과 가을은 겨울에 비해 객실매출액이 유의하게 높게 나타났으며, 여름이 가을보다 객실매출액이 상대적으로 더 높은 것으로 나타났다. 아울러 봄의 객실매출액은 겨울에 비해 유의한 차이를 보이지 않았다. 이는 호텔산업의 특성상 계절성이 객실매출액에 민감한 반응을 보여 주고 있다는 의미이다. 특히, 경주는 리조트지역으로서 여름 휴가철에 객실을 이용하는 투숙객이 많다는 것으로 해석할 수 있다.

세 번째 모형(S<sub>3</sub>)에 대한 분석결과는 Table 4와 같다. 이 모형에서 적합성을 나타내는 F값은 24.006이고, 개별 회귀계수의 유의성 검정을 나타내는 P값은 0.000으로 나타나 회귀식이 유의하게 나타난 것을 알 수 있으며, 결정계수(R<sup>2</sup>)는 0.340으로 나타났다. 또한 자기상관의 존재여부를 검정하는데 사용하는 D/W의 d 통계량은 2.062로 나타나 잔차항 간에는 자기상관이 존재하지 않은 것으로 나타났다.

이 모형에서는 3개의 변수가 통계적으로 유의

Table 2. Results of multiple regression on hotel's food and beverage sales

Independent Variable	B	β	t-Statistic	Sig.
Constant	-1424573978.6	-	-3.760	p < 0.05
CPI	65525691.4	1.124	8.768	p < 0.05
ER	-2189072.7	-0.697	-5.436	p < 0.05

R<sup>2</sup> : 0.403 β = standardized coefficients D/W : 2.066 F = 86.757

Table 3. Results of multiple regression on hotel's bedroom sale

Independent Variable	B	β	t-Statistic	Sig.
Constant	8.19	-	5.050	p < 0.05
DM2	7.45	.478	6.638	p < 0.05
WAGE	564.49	.349	5.141	p < 0.05
DM3	4.66	.299	4.158	p < 0.05

R<sup>2</sup> = 0.355 β = standardized coefficients D/W = 1.822 F = 25.657

3) 유의수준 5%에서 설명변수가 3개, 관찰치가 100일 때 임계값은 하한치(dl) 1.61, 상한치(du) 1.74이다. 따라서 자기상관이 없는 확실한 영역은 D/W값 1.74 ~ 2.26이다.



Table 4. Results of multiple regression on hotel's total sale

Independent Variable	B	$\beta$	t-Statistic	Sig.
Constant	-1.65	-	5.288	p < 0.05
WAGE	1470.26	.478	6.958	p < 0.05
DM2	9.41	.318	4.359	p < 0.05
DM3	6.46	.218	2.992	p < 0.05

$R^2 = 0.340$   $\beta =$  standardized coefficients  $D/W = 2.062$   $F = 24.006$

한 변수로 도출되었는데, 이 변수들 간의 영향력을 상호 비교하기 위해 베타( $\beta$ )값을 중심으로 살펴보면, 임금이 0.478, 여름더미가 0.318, 가을더미가 0.218의 순으로 나타났다. 즉, 이 모형에서도 여름과 가을이 겨울에 비해 호텔 총매출액이 유의하게 높게 나타났으며, 여름이 가을보다 상대적으로 더 높은 것으로 나타났다. 아울러 봄의 호텔 총매출액은 겨울에 비해 유의한 차이를 보이지 않았다. 그리고 이 모형에서 임금이 가장 많은 영향을 미치는 것은 선행연구(임은순 1993; Uysal & Crompton 1987; Witt & Martin 1987; Witt & Witt 1992; Crouch 1992; Song & Wong 2003; Wong 2004; Ouerfelli 2008;)와도 일치하는데, 이는 경제변수들 중 소득변수가 호텔 수요를 결정하는 대표적인 변수로 볼 수 있다.

### V. 결론

불확실성과 복잡성 그리고 다양성을 특징으로 하고 있는 오늘날의 경영환경은 기업 간 무한 경쟁의 상황을 촉진하고 있다. 특히, 호텔현상은 지역마다 정도의 차이가 있지만, 모든 호텔들은 환경에 직·간접적으로 영향을 미친다. 이러한 환경은 크게 거시환경과 미시환경으로 구분한다. 전자는 정태적인 관점에서 기업의 전략을 수립하는 과정에 영향을 미칠 수 있는 기회와 위협요인을 분석하는 것이고, 미시환경은 동태적인 관점에서 전략을 수행하는 과정에 영향을 미칠 수 있는 강점과 약점을 파악하는 것이다. 또한, 거시환경은 기업의 최고경영자가 인지하는 것으로 기업의 경영전략 수립에 중요한 분석대상이 되며, 기업의 경영성과에 많은 영향을 준다. 특히, 호텔산

업은 호텔의 특성상 거시환경에 민감한 반응을 보이고 있다. 따라서 본 연구는 거시환경 분석을 통해 호텔매출액에 미치는 영향력을 규명하여 호텔산업의 최고경영자가 경영전략 수립에 필요한 기초 자료가 되었으면 한다.

연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째로 호텔식음료매출액에 영향을 미치는 변수는 소비자물가지수와 환율로 나타났다. 소비자물가지수는 정(+)의 영향을 미치고 있으며, 환율은 (-)의 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 호텔고객들은 소비자 물가에 민감하다. 때문에 호텔의 최고경영자는 물가의 변화에 가격을 탄력적으로 적용하는 대응방안을 모색해야 할 것이다. 그리고 호텔투숙객 중 외국인의 비중이 많다면, 환율의 변동에 따른 판매 전략을 강구해야 할 것이다.

두 번째로 호텔객실매출액에는 계절성(여름과 가을)과 임금이 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 경주지역은 역사문화도시로서의 관광지로 유명하다. 호텔객실에 수요를 창조하기 위해서는 계절성과 임금에 대한 대응방안을 잘 모색해야 할 것이다. 경주지역은 성수기와 비수기가 뚜렷이 구분되어 호텔경영의 불안정성을 보여주고 있다. 이를 극복하기 위해서는 다양한 패키지 상품의 개발과 이벤트 제휴 마케팅과 같은 공격적인 경영을 해야 할 것으로 판단된다.

세 번째로 호텔총매출액에는 임금과 계절성(여름과 가을)이 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 임금에 따라 호텔의 가격을 탄력적으로 적용해야 한다는 것이다. 이를 위해 호텔의 최고경영자는 거시환경에 대한 분석을 통해 기회요인을 극대화하고 위협요인을 최소화하는 전략을 모색해야 할 것이다.

거시환경변화가 호텔매출에 미치는 영향에 대한 분석은 거시환경변화에 관련된 세부항목을 중심으로 분석할 때 좀 더 정확한 인과관계를 밝힐 수 있을 것으로 사료된다. 그러나 본 연구에서는 자료획득의 어려움으로 다양한 변수들에 대한 평가를 하지 못하였다는 점이 연구의 한계점이다. 호텔산업의 공급측면에서 공급곡선이 우상향의 기울기를 갖고 공급곡선이 시간의 변동에 따라 호텔 수가 증가하여 이에 따라 시간의 변동에 따라 호텔 서비스의 공급이 우상향으로 이동할 수 있다는 현실적인 가정을 도입한다면 실증분석에서 제시된 환율의 호텔식음료매출액에 대한 부(-)의 효과가 나타난 원인의 일부분을 설명할 수 있을 것이다. 즉, 시간의 경과에 따라 호텔의 수가 증가하여 호텔의 서비스공급이 증가하고 환율의 상승이 동시에 나타난다면 다음과 같은 과정을 거쳐서 호텔식음료의 매출액은 감소할 수도 있을 것이다.

우리나라의 경우 환율의 증가로 인한 호텔의 매출액이 증가하여야 함에도 불구하고 환율 상승이 호텔매출액에 부(-)의 효과로 나타난 것은 공급부문의 사정을 고려하지 않은 모형설정의 결함이라고 생각된다. 따라서 향후 연구에서는 이러한 한계점을 중심으로 연구가 진행될 경우, 호텔 기업의 최고의사결정자는 보다 구체적이고 객관적인 결과를 얻을 수 있을 것으로 판단되며, 그 결과로 호텔기업의 경영전략을 수립하는데 도움이 될 것으로 본다.

## 참고문헌

- 김민주(1988) 한국인의 국제관광 수요에 관한 연구: 결정인자 분석과 수요함수 추정. 경기대학교 대학원 석사학위논문.
- 김사현(1997) 관광경제학신론. 일신사.
- 김재석·손은호(2006) 계절ARIMA 모형을 이용한 호텔객실매출액의 예측. 관광학연구 30(2), 381-398.
- 손은호·구정대(2004) 일반환경변화가 호텔식음료매출에 미치는 영향. 관광연구 18(3), 13-28.
- 안광호(2002) 호텔기업의 매출액 예측모형에 관한 실증적 연구. 관광연구 17(2), 43-57.
- 이석규(1997) 신경영분석론. 학문사.
- 이장우(1999) 경영전략론. 법문사.
- 이학중(1992) 전략경영론. 박영사.
- 이호영(1995) 외래관광객의 관광수요와 수요함수 추정. 경기대 대학원 석사학위논문.
- 임은순(1993) 환율변동이 한국관광수지에 미치는 효과에 관한 실증연구. 호텔관광경영연구 8, 33-49.
- 장세진(2000) 전략경영론. 박영사.
- 통계청. 한국통계연감(1992~2003).
- Bartol K, Martin DC(1991) Management. New York: McGraw Hill.
- Crouch, GI(1992) Effect of income and price on international tourism. Annals of Tourism Research 19, 643-664.
- Miles RE, Snow CC(1978) Organizational strategy, structure and process. New York: McGraw Hill.
- Ouerfelli C(2008) Co-integration analysis of quarterly european tourism demand in tunisia. Tourism Management 29, 127-137.
- Song H, Wong KF(2003) Tourism demand modeling: a time varying parameter approach. Journal of Travel Research 42(1), 57-64.
- Uysal M, Crompton JL(1985) Deriving a price index for inclusion in international tourism demand estimation models revisited. Journal of Travel Research 25(3), 23-30.
- Witt SF, Martin, CA(1987) International tourism demand models inclusion of marketing variables. Tourism Management 8(1), 33-40.
- Witt SF, Witt CA(1992) Modeling and demand in tourism. London: Academic Press.
- Wong, KKF (2004) Industry-specific and general environmental factors impacting on hotel employment. International Journal of Contemporary Hospitality Management 16(3), 287-293.