

BSC 관점의 성과측정치가 호텔기업의 성과에 미치는 영향

류지호*, 이원기**

부산대학교 경제통상대학 관광컨벤션학과 교수*, 경남과학기술대학교 상경대학 회계정보학과 교수**

A Study on the Effects of Performance Measures in BSC on the performance of Hotel Industry

Ji-Ho Ryu*, Won-Ki Lee**

Dept. of Tourism and Convention, College of Economics & International Trade, Pusan National University*

Dept. of Accounting Information, Gyeongnam National University of Science and Technology**

요 약 본 연구에서는 호텔기업을 대상으로 기존의 BSC 관점의 재무적, 비재무적 성과지표를 활용하여 이들 성과 측정치의 제공이 경영성과에 미치는 영향을 실증분석을 통해 분석하고자 하였다. 실증분석결과, 균형성과표의 네 가지 관점의 성과측정치는 서로 통계적으로 유의적인 정(+)의 관계가 있는 것으로 나타났다. 또한 각 관점의 성과지표가 실질적으로 호텔기업의 성과증진에 미치는 영향을 알아보기 위하여 실시한 회귀분석결과에서는 네 가지 관점의 성과측정치들이 각각 해당 성과 개선에 긍정적인 영향을 미치고 있는 것으로 분석되었으며, 고객을 직접적으로 대면하여 서비스를 제공하는 호텔기업의 특성상 고객관점의 성과측정치가 고객관점의 성과에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다.

주제어 : 균형성과표, 성과측정치, 호텔기업, 기업성과

Abstract The purpose of this study is to analyze the effects of financial and non-financial performance measures in BSC on the performance of hotel industry. To achieve research purpose, this study analyzed the data from korean hotel industry. Empirical results of this study show that there are significant positive correlations among the performance measures in terms of four balanced scorecard. These results are consistent with those of previous studies. In addition, regression analyses has shown that the performance measures have positive impacts on the performance of hotel firms.

Key Words : Balanced Scorecard, Performance Measures, Hotel Industry, Performance of firm

I. 서 론

그 동안 우리나라의 호텔산업은 비약적인 경제성장에

따른 소득수준과 교육수준의 향상으로 인하여 여가활용을 위한 레저와 문화에 대한 욕구 증가로 양적 및 질적인 측면에서 큰 발전을 이루어 왔다. 그러나 호텔산업을 대

* 본 논문은 부산대학교 자유과제 학술연구비(2년)에 의하여 연구되었음.

Received 11 February 2014, Revised 12 March 2014

Accepted 20 March 2014

Corresponding Author: Won-Ki Lee(Gyeongnam National University of Science and Technology)

Email: leekeith@gntech.ac.kr

ISSN: 1738-1916

© The Society of Digital Policy & Management. All rights reserved. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0>), which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

상으로 한 기존의 선행연구들을 살펴보면 아직까지도 재무적인 측면만을 강조하는 전통적인 성과측정치에 초점을 두고 있는 것이 사실이다. 이는 특히, 서비스산업이라는 호텔산업의 특성을 고려하지 못함으로써 성과측정은 단순한 성과만을 측정할 뿐, 성과측정을 통한 성과증진의 선순환 구조를 유도하지 못하고 있다.

기업이 장기적인 관점에서 경쟁우위를 확보하기 위해서는 조직구성원들의 노력을 유인하고 이끌어낼 필요가 있으며, 그러한 관점에서 기업이 설정하는 성과측정치표는 조직구성원들의 행동을 바람직한 방향으로 유도할 수 있는 중요 수단 중 하나가 될 것이다. 특히, 기업이 의도하는 방향과 일치될 수 있는 구성원들의 바람직한 행동 변화를 이끌어내고 유인하기 위해서는 조직의 비전과 목표를 변화하는 환경에 적합하게 재 설정할 필요가 있으며, 그에 따른 새로운 성과목표와 성과측정치를 구성원들에게 제공할 필요가 있다.

그럼에도 불구하고 앞서 언급한 바와 같이 기존 선행 연구들에 따르면 상당 부분 많은 호텔기업들은 여전히 전통적인 성과측정치표를 사용하고 있는 것으로 제시하고 있다. 더욱이 극심한 경쟁환경하의 많은 기업들은 재무적인 측면의 요소보다는 고객이나 품질, 유연성 등과 같은 비재무적인 요소의 성과에 초점을 두고 이러한 경쟁우위원천들을 획득하고자 부단한 노력을 하고 있다. 따라서 이러한 요소들을 획득하고 유지하기 위해서는 이러한 비재무적인 요소들이 성과지표로서 측정되어야 할 것이다.

이에 본 연구에서는 호텔기업을 대상으로 기존의 BSC 관점의 재무적, 비재무적 성과지표를 활용하여 이들 성과측정치의 제공이 경영성과에 미치는 영향을 실증 분석을 통해 분석하고자 한다.

먼저 본 연구에서는 기존의 국내·외 선행연구 및 문헌 등을 통하여 균형성과표에 관한 기본적인 개념에 대하여 살펴본 후, 호텔산업의 특성을 고려한 균형성과표 관점의 성과측정치표 제공이 기업성과 향상에 미치는 영향에 관한 실증분석을 위한 이론적인 틀을 마련한다. 그리고 이를 기초로 하여 연구모형과 연구가설을 설정, 실증분석을 통하여 검증한다. 이러한 실증분석을 위하여 본 연구에서는 다음과 같은 연구방법을 이용한다.

첫째, 국내·외의 선행연구를 통해 그 타당성과 신뢰성이 입증된 균형성과표 관점의 성과지표를 추출, 설문

문항을 국내 기업의 실정에 맞도록 수정하여 우편과 E-mail을 병행한 설문조사를 실시한다.

둘째, 문헌검토에 기초한 이론적 틀을 토대로 연구 모형과 연구가설을 설정한다.

셋째, 가설검증을 위한 실증분석을 위하여 수집된 자료의 신뢰성과 타당성을 확보하기 위하여 Cronbach's Alpha test와 요인분석(factor analysis)을 이용한 기초분석을 수행한다.

넷째, 균형성과표 관점의 성과측정치 제공정도가 기업 성과에 미치는 영향을 다중회귀분석(multiple regression analysis)을 통하여 분석한다.

본 연구는 국내 호텔기업들을 대상으로 서비스산업의 특성을 고려한 균형성과표 관점의 성과측정치가 기업 성과에 미치는 영향을 실증분석을 통하여 입증함으로써, 호텔기업의 성과관리를 위한 균형성과표의 도입에 대한 당위성을 제시할 뿐만 아니라 현재 기업내 구축된 성과 측정시스템의 진부화에 대한 진단과 함께 변화하는 환경에 적절한 성과측정 및 성과관리를 지원하는 포괄적인 성과관리시스템으로의 재설계나 또는 수정하기 위한 방향을 제시할 수 있을 것으로 생각된다.

II. 이론적 배경 및 연구가설

2.1 성과측정치와 균형성과표

기업에 있어 성과측정은 구성원들의 행위나 행동의 결과에 대하여 수치를 부여하는 과정으로서 기업의 목표달성을 위한 다양한 활동의 효율성과 효과성을 평가하기 위한 과정으로 이해할 수 있다. 이러한 성과측정을 위한 체계적인 체제로서의 기업의 성과측정시스템(performance measurement system)은 기업 내부의 다양한 기능과 활동을 조정하고 관리하는 한편, 개인과 조직의 성과를 성과측정치에 따라 측정하고, 이를 바탕으로 하는 성과평가를 통하여 인센티브를 제공, 조직구성원들의 과업동기를 유발함으로써 기업의 성과개선을 유인하게 된다. Ittner and Lacker(1997)에 따르면 기업에 있어 이러한 성과측정시스템은 기업의 전략적인 계획수립, 기업의 전략적인 목표달성 여부, 구성원들의 보상에 있어 매우 중요한 역할을 수행하기 때문에 기업의 전략적인 목표달성을 위한 성과측정시스템의 개발은 기업이 당면한 주요

문제 중의 하나가 된다.

한편, 오늘날 기업들은 장기적인 불황과 더불어 급변하는 기업환경 환경에 기인하는 높은 불확실성과 첨예한 경쟁 환경에 처해있으며, 이를 극복하기 위하여 고객만족이나 품질, 유연성 등의 경쟁우위원천들을 획득하고 유지하기 위하여 다양한 전략을 수립하고 실행하고 있다. 그러나 기존의 재무적인 측면에 제한된 전통적인 성과측정시스템은 기업의 전략을 성공적으로 수행하는데 있어 한계를 지니고 있다[1]. 즉, 기업의 단기적인 재무적 성과측정에 초점을 두고 있는 전통적인 성과측정시스템은 당기순이익이나 매출액, 주당순이익, 자본이익률, 투자수익률 등 전통적 회계절차를 통하여 성과를 측정함으로써 기업의 장기적인 발전을 위한 전략수립에 상당한 영향을 미칠 수 있는 요소나 원천들을 제대로 측정하지 못할 뿐만 아니라 근시안적인 관점에서 기업의 역량강화와 미래의 새로운 전략수립 등을 지원할 수 있는 장기적인 측면의 투자와 미래 수익창출을 위한 무형자산 등에 대한 투자를 제한하게 된다[2].

이와 같은 재무적 성과측정치에 초점을 두고 있는 전통적인 성과측정치가 지니는 여러 문제점 등을 제도적으로 보완하는 한편, 기업의 성과를 재무적 성과와 비재무적 성과 등 다양한 측면에서 측정하기 위하여 제시된 것이 균형성과표(Balanced Scorecard)라 할 수 있다. 특히, 기업의 성과를 기업의 전략과 연계하고자 하는 새로운 사고가 Eccles(1991)에 의해 제시된 이후, Kaplan and Norton(1992)은 12개의 기업을 대상으로 하는 성과측정 프로젝트를 통하여 경영자로 하여금 기업의 성과를 고객관점, 내부 프로세스관점, 학습과 성장관점, 재무적 관점 등의 네 가지의 측면으로 볼 수 있는 성과평가 모델로서 균형성과표를 제시하였다. 이러한 네 가지 차원의 성과측정치들은 기존의 전통적인 재무적 성과측정치가 내포하고 있는 문제점들을 비재무적인(non-financial) 측면의 성과측정치를 통하여 보완이 가능하다.

균형성과표의 기본적인 개념은 기업이나 조직의 현재 또는 단기적인 측면의 관리 및 운영에 대한 요약된 형태로서의 성과를 측정 및 전달하는 것으로서 재무적인 측면의 성과측정치가 중요하다는 인식과 함께 장기적으로 재무적 성과 향상에 영향을 미치게 되는 요인으로서 고객, 내부프로세스, 혁신이나 학습 등의 비재무적인 측면의 성과측정치 또한 요구된다는 것이다. 이러한 비재무

적인 성과측정치는 기업의 경영자들로 하여금 장기적인 관점하에서의 기업의 성장잠재력 뿐만 아니라 기업의 장기회 등을 평가하는데 도움을 줄 수 있다[1]. 이처럼 균형성과표는 기업의 성과와 관련하여 다양한 비재무적 성과지표를 이용함으로써 과거와 현재, 미래의 기업 성과와 기업의 가치에 대한 평가를 가능하게 함으로써 경영자로 하여금 다양한 기업 활동에 대한 전략적인 선택을 유도하게 된다.

Kaplan and Norton(1993)에 의하면 이와 같은 균형성과표는 기존의 전통적인 성과측정치들과는 사이한 차이를 보이고 있는데, 먼저 대부분의 기업은 이미 기업 내부의 여러 부분들의 활동을 관리 및 통제하기 위하여 다양한 성과측정치를 사용하여 왔다. 그러나 이러한 성과측정치표들은 기업이 추구하는 전략을 제대로 반영하지 못하거나 전략이 고려되지 않는 하의상달식(bottom-up)의 성과측정치들인 경우가 대부분이며, 제도적이고 체계적인 절차 보다는 임시적인 절차를 통하여 설정된다. 그러나 균형성과표의 성과측정치들은 기업이 추구하는 전략적인 목표와 함께 기업이 처해 있는 경쟁이나 환경 등으로부터 도출된 여러 요인들을 반영하거나 고려하여 성과측정치를 설정하게 된다. 또한 전통적인 성과측정치들은 주로 과거지향적인 측면의 성과지표들로서 단지 과거의 기업 활동의 결과를 요약하여 이해관계자들에 대해 보고하는 것에 그치는 반면, 균형성과표의 성과측정치는 기업의 전략적인 목표를 반영함으로써 현재와 미래의 성과개선을 지향하는 미래지향적인 측면을 강조한다. 그리고 또한 균형성과표의 성과측정치표들은 전통적인 성과지표들과 달리 기업의 내부 및 외부 성과에 대한 균형 있는 성과측정치를 제공한다.

2.2 선행연구와 연구가설

호텔기업의 경영성과에 대한 평가는 과거 오래전부터 이루어져 왔으나, 호텔기업의 균형 있는 경영성과에 대한 평가에 대한 필요성은 Philips(1999)에 의해 제시되었다. 그는 호텔시장이 점차 변화함에 따라 호텔기업의 경영성과에 평가 또한 그러한 변화를 수용해야 하며, 이를 위하여 새로운 경영성과에 대한 균형된 평가가 요구됨을 강조하고 있다. 따라서 호텔산업은 고객이 다양화되고, 개별 호텔마다 상이한 서비스를 제공함에 따라 구성원들이 수행하는 직무와 제공하는 서비스에 대한 표준화가

관란하기 때문에 개별 기업이 지니는 고유한 특성을 고려한 새로운 성과평가시스템이 필요하다는 것이다[3]. 이와 관련하여 Brown and McDonel(1996)은 기존의 호텔기업의 성과평가는 호텔기업의 정보시스템이 경영성과를 다양한 측면에서 조사하고 평가하기에 부족한 측면에 많으며, 경영자들의 조직구성원 및 마케팅과 관련한 평가에 많은 관심에도 불구하고 기존의 성과평가시스템은 이에 대한 적절한 평가가 불가능하기 때문에 개별 호텔기업의 독특한 경영환경을 적절하게 고려하여 경영성과를 평가하기 위해서는 균형성과표가 호텔기업의 성과평가체계로서 도입이 되어야 함을 주장하고 있다.

이선희·이병운(1999)에 따르면, 국내의 경우 호텔기업의 성과평가는 대부분이 측정가능한 재무비율이 유일한 평가지표로 인식되어, 재무적인 관점에서 성과평가가 이루어져 왔다[4][5]. 비교적 최근에 와서 호텔산업의 성과평가에 균형성과표를 적용하고자 하는 노력들이 나타나고 있는데, 일련의 관련 연구들을 보면, 초기의 연구로서 박종태(2001)는 호텔기업에 균형성과표를 도입하기 위한 성과측정치표에 대한 연구를 수행하였으며, 박무현·박정아(2001)는 관광호텔산업을 대상으로 균형성과표의 네 가지 관점간의 연계관계에 대한 분석을 수행하였다. 또한 정구점(2003)은 균형성과표를 활용하여 호텔기업의 경영성과를 포괄적으로 평가하기 위한 성과지표 개발에 관한 연구를 수행하였으며, 서창석(2002)은 호텔기업의 경영성과와 관련한 성과동인에 관한 연구를 수행하고 있다.

한편, 과거 호텔기업 등과 같은 서비스산업의 경우에는 일반 제조기업의 경우보다 성과정보에 대한 수요가 높지 않았다. 그러나 오늘날 서비스기업의 규제철폐와 극심한 경쟁 환경하에서의 기업들은 과거와 다른 개선된 성과정보를 필요로 한다. 특히, 호텔기업이 수행하는 활동의 품질이나 적시성 및 효율성을 제고함으로써 성과를 개선하기 위해서는 성과와 관련한 다양한 측면의 정보를 필요로 한다.

특히, 조직구성원들의 바람직한 행동변화를 지속적으로 유인하기 위해서는 조직의 목표를 재 정의함과 동시에 변화한 환경에 적합한 새로운 성과목표와 성과측정치를 전달하여야 한다[6]. 전통적인 성과측정시스템에 의한 단기적인 재무적 측면의 한정된 성과목표와 성과측정치만으로는 구성원들의 행동변화를 유도하고 촉진하는데

한계가 있으며, 이에 따라 기업의 목표 달성 또한 제한을 받을 수 밖에 없다. 오늘날과 같이 극심한 경쟁환경하에서는 고객, 품질, 혁신, 유연성 등과 같은 경쟁요소들이 매우 중요한 요인들로 인식되고 있으며, 대다수 많은 기업들에서 이러한 비재무적인 성과를 그들의 목표에 포함하고 있다. 따라서 이와 같은 비재무적인 측면의 성과들이 기업의 성과목표로서 설정되고 성과로서 측정되지 않는다면, 기업 본연의 목적을 달성하는데 있어 조직구성원들의 노력과 활동에 제한을 받게 된다.

McMann and Nanni(1995)에 의하면, 기업의 목표나 전략과 연계된 성과측정치는 조직구성원들로 하여금 기업목표와 일치되는 행동을 유인하고, 기업의 장기적인 전략을 충실히 실행하도록 한다. 이는 조직구성원들에 대해 개인의 목표를 기업 전체의 목표에 일치시킴으로서 기업목표를 달성하고자 하는 동기를 유발하게 되며, 기업의 성과를 이를 통하여 증대되게 된다는 것이다. 즉, 기업의 성과정보에 해당하는 성과측정치가 피드백정보로 제공되면, 조직구성원들은 이러한 정보들은 업무수행상의 문제점들을 파악하고 그러한 문제점들을 해결할 수 있도록 조력한다.

Locke(1968)가 제시하고 있는 목표설정이론(goal-setting theory)에 따르면, 목표는 행동을 촉발하는 동기유발에 직접적인 요인으로 작용함으로써 조직구성원들의 업무활동을 지적적으로 조절하는 기능을 지닐 뿐만 아니라 조직구성원들의 행동을 바람직한 방향으로 유도하게 된다. 또한 조직에 있어 성과목표는 조직구성원들의 관심과 행동의 방향을 제공하고, 목표달성을 위한 노력을 유발하며, 그러한 노력을 지속시키게 할 뿐만 아니라 목표달성을 위한 전략의 개발과 동기를 유발시킴으로써 목표달성을 위한 구성원들의 행동을 직접적으로 유인하게 된다. 결국 이러한 성과목표는 목표 그 자체로서 목표달성을 위한 조직구성원들의 노력과 행동을 유인하는 메커니즘이 되어[7], 궁극적으로 조직구성원들의 목표지향적인 행동을 이끌어냄으로써 성과개선을 가져올 수 있다는 것이다. 특히, 이러한 성과목표는 추상적이고 불명확한 목표보다는 구체적이고 명확하며, 계량화된 측정가능한 목표가 제시될 때, 목표설정 자체가 조직의 성과를 증진하게 된다.

이러한 목표설정과 함께 성과측정치에 대한 피드백은 정보제공 및 동기유발 기능을 수행함으로써 구성원들의

업무성과를 향상시키게 된다[8][9]. 성과측정치의 제공은 목표달성을 위한 조직구성원들의 바람직한 행동을 지속시키고 유지시킴으로써 오래전부터 성과지향적인 조직에 있어 성과향상을 위한 필수적인 수단으로서 인정되어 왔다[10]. Warr(1987)에 의하면, 이러한 과업성과에 대한 목표설정 및 결과에 대한 피드백은 조직구성원들의 업무수행에 대한 만족도 및 내재적 동기와 밀접한 관련성이 있으며, 빈약한 피드백이 이루어지는 경우에는 업무에 대한 불만과 사기저하 등이 나타나게 된다. 결국, 이와 같은 피드백은 조직구성원 스스로가 자신이 수행한 과업의 정확성과 적합성 등에 대한 정보를 제공하며, 구성원들로 하여금 자신들의 업무수행 활동을 사전에 설정된 목표와 비교가능하게 함으로써 업무수행 행위를 어떻게 수정할 것인가를 결정할 수 있도록 할 뿐만 아니라, 자신이 수행한 업무결과를 통해 자기효능 감 및 성취감 등을 부여해 줌으로써 과업목표에 대한 내재적 동기를 유발하게 된다[11] [12].

이러한 관점에서 호텔기업에 있어 균형성과표에 의한 성과목표설정과 성과측정치의 제공은 호텔기업의 성과향상을 가져오게 된다. 균형성과표와 기업성과간의 관계에 관한 기존의 선행연구를 살펴보면, 먼저 이학식·김영·이용기(1998)은 시장지향성과 성과간의 관계에 관한 연구를 통하여 조직구성원들의 만족도가 고객만족에 긍정적인 영향을 미치고 이를 통하여 기업의 성과가 향상될 수 있음을 제시하고 있으며, 박무현(2011)은 균형성과표의 학습과 성장관점으로 구성원의 만족도, 혁신지향의 조직문화를 내부프로세스 관점으로, 그리고 고객관점으로 고객만족을 고려하여 내부프로세스 관점의 혁신지향의 조직문화가 총자산증가율에 정(+)의 영향을 미치고 있음을 보여주고 있다.

또한 박영태·정규엽·안운영(2013)은 호텔기업의 조직구성원들이 지각하고 있는 균형성과표의 성공요인과 기대성과간의 관계에 연구를 통하여 균형성과표의 성공요인에 대한 지각이 고객관점, 내부프로세스 관점, 학습과 성장관점, 그리고 고객관점 등의 네 가지 관점의 성과에 영향을 미치고 있음을 제시하고 있다. 김미정(2013)은 균형성과표의 비재무적 관점의 성과측정지표와 기업성과간의 관계에 관한 연구를 통하여 재무적 측면의 성과지표와 고객, 학습 및 성장, 내부프로세스 등의 비재무적 성과지표간에는 유의적인 관련성이 존재하며, 내부프로

세스 관점의 유연성과 명문화 등이 기업의 경영성과에 정(+)의 영향을 미치고 있으며, 고객서비스, 고객만족, 고객관계성 등의 고객관점의 요인들이 경영성과에 긍정적인 영향을 미치고 있음을 제시하고 있다. 그러나 학습과 성장 관점에서 고려한 제 요인들의 기업성과에 대한 영향은 발견하지 못하였다.

이에 본 연구에서는 이러한 논의를 바탕으로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

[가설 1] 균형성과표의 네 가지 관점의 성과측정치간에는 정(+)의 관련성이 있을 것이다.

[가설 2] 균형성과표의 네 가지 관점의 성과측정치는 기업성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

III. 연구설계

3.1 변수 정의 및 측정

3.1.1 성과측정지표

본 연구에서는 호텔기업의 성과측정치를 Kaplan and Norton(1992)이 제안하고 있는 균형성과표에 따라 고객관점, 내부프로세서 관점, 학습과 성장 관점, 그리고 재무관점 등의 네 가지 관점으로 구분하여 측정하고자 하였다. 이를 위해 각 관점의 성과측정치는 관련 기존의 선행연구들에서 그 타당성과 신뢰성이 입증된 측정치에 대한 설문항목을 구성하여 각 성과측정치의 제공정도(1_매우 낮음~7_매우높음)를 7점 Likert-type 척도로서 측정하였다.

재무적인 관점은 주로 전통적인 측면에서의 재무적 성과의 개선으로서, 이에 대한 성과측정치는 정구점(2003)의 연구를 토대로 매출액, 영업이익, 그리고 원가절감 등 3가지의 항목으로 측정하였다. 고객관점은 호텔기업이 제공하는 전반적인 서비스에 대한 고객의 만족으로 본 연구에서는 유희경·김수정(2003)과 박무현·박정아(2004)의 연구 등을 참조하여 고객의 서비스만족, 고객의 불만 또는 클레임, 고객유지, 신규고객확보, 시장점유율, 등으로 측정하였다. 내부프로세스 관점은 호텔기업 내부의 효율성과 가치창조를 위한 프로세스로서 유희경·김수정(2003), 그리고 이용기·이영재·김장하(2001) 등의 연구를 토대로 새로운 서비스의 개발 및 출

시, 서비스개선, 고객응대시간, 서비스준비시간 등으로 측정하였다. 그리고 학습과 성장 관점은 호텔기업이 장기적인 성장발전을 위한 조직기반으로서 유희경·김수정(2003), Davis(1996), Lingle and Schiemmn(1996) 등의 연구를 바탕으로 종업원만족도, 종업원이직률, 종업원 인당 매출액, 종업원 교육·훈련 등으로 측정하였다.

3.1.2 기업성과

본 연구에서는 호텔기업의 성과 또한 균형성과표의 네 가지 관점에 의해 재무적 성과(매출액증가율, 영업이익증가율, 원가절감 정도), 고객성과(고객의 서비스만족도, 고객의 불만 또는 클레임 건수, 고객유지비율, 신규고객확보율, 시장점유율 증대), 내부프로세스 성과(새로운 서비스의 개발 및 출시 빈도, 서비스개선정도, 고객응대시간의 단축, 서비스준비시간 단축), 그리고 학습과 성장 관점의 성과(종업원만족도 증가, 종업원 이직률, 종업원 인당 매출액 증가, 종업원 교육·훈련 정도)를 기존 선행 연구들을 토대로 각각의 성과측정치 대하여 최근 2년간의 개선 정도(1_더욱감소~7_더욱증가)를 7점 Likert-type 척도로서 측정하였다.

3.2 표본선정 및 자료수집

본 연구는 조직단위의 기업을 분석대상으로서 2013년 현재 한국관광호텔협회에 등록되어 있는 국내 특1급 호텔 및 특2급 관광호텔 124개 호텔기업을 대상으로 하여 우편에 의한 설문조사를 실시하였다. 설문에 대한 응답자는 기업 활동 전반에 대해 충분히 파악할 수 있다고 판단되는 관리자나 부서장을 대상으로 하였다. 설문조사 기간은 2013년 12월 6일부터 2014년 1월 7일까지로 해당 기간중 설문지의 회수율을 높이기 위하여 E-mail 및 전화를 통하여 협조를 부탁하였으며, 경우에 따라서 직접 방문조사를 수행하였다. 총 40부(32.3%)의 설문지가 회수되었으며, 불성실한 응답이나 응답누락, 그리고 응답내용에 일관성이 없어 분석에 부적합한 것으로 판단되는 설문을 제외한 총 38부를 최종 분석 대상으로 하였다.

<Table 1> Characteristics of Sample

No. of employees	below 100	101-150	151-300	over 301	Total
No. of firms	9	10	12	7	38

3.3 변수의 신뢰성 및 타당성 분석

3.3.1 타당성 분석

본 연구에서 변수측정을 위해 고려한 다항목 척도들은 이미 기존 선행연구들을 통하여 입증되었다. 그러나 본 연구에는 이들 측정항목에 대한 구성타당성을 확보하기 위하여 주성분분석에 의한 요인분석을 수행하였다. 주성분분석(principal component analysis)에 의한 요인 분석에서는 베리맥스(Varimax) 방법에 의한 직교회전을 통하여 요인적재치를 산출하였다.

Hair(1979)에 의하면 요인분석을 위해서는 측정항목 수의 4-5배에 해당하는 표본의 수를 필요로 한다. 그러나 본 연구의 변수측정을 위한 설문항목의 수는 총 51개 문항이다. 따라서 38개의 표본으로 전체 설문항목을 대상으로 요인분석을 실시하기에는 표본의 수가 부족하다. 따라서 본 연구에서는 연구변수들을 각각의 차원에 따라 몇 개의 집단으로 나누고, 각 집단별로 요인분석을 실시하였다[13].

균형성과표의 네 가지 관점에서의 성과측정치와 각 관점의 기업성과에 대한 측정항목에 대한 요인분석결과를 <table 2>에 제시하였다. 성과측정치 및 호텔기업의 성과와 관련한 측정항목 Financial Pstv(Perm)_1~Financial Pstv(Perm)_3은 매출액과 영업이익, 그리고 원가절감 등으로 재무적 측면의 성과지표와 관련한 설문문항들로 구성되어 있으며, Customers Pstv (Perm)_1 ~ Customers Pstv(Perm)_5는 고객들의 호텔기업에 대한 만족에 관한 것으로 고객의 만족, 고객의 불만 또는 클레임 건수, 고객유지, 신규고객확보, 시장점유율 등에 관한 설문문항으로 이루어져 있다. 그리고 InProcess Pstv(Perm)_1~InProcess Pstv(Perm)_5는 내부 프로세스 관점의 성과측정치에 관한 문항으로서, 새로운 서비스의 개발 기간, 신규서비스의 출시 빈도, 서비스개선 정도, 고객응대시간의 단축, 서비스준비시간의 단축 등의 설문문항으로 이루어져 있다.

설문문항 Ln & Grw Pstv(Perm)_1~Ln & Grw Pstv(Perm)_4는 학습과 성장 관점의 성과측정치에 관한 측정항목으로서 종업원만족도, 종업원이직률, 종업원 인당 매출액, 종업원 교육·훈련 정도 등으로 구성되어 있다. 1차 요인분석 결과 내부 프로세스 관점 및 학습과 성장 관점의 의 성과측정치 및 기업성과 측정 설문문항

-InProcess Pstv(Perm)_3(서비스 개선), Ln & Grw_1(종업원만족도)- 이 공통적으로 고객관점의 성과측정치(II) 및 기업성과 성분(II)에 수렴하여 이들 항목을 제거한 후 요인분석을 재 실시 하였으며, 재 실시한 요인분석에서는 <table 2>의 Panel A와 B에 나타난 바와 같이 4개의 성분(성분 I: 재무적 관점, 성분 II: 고객관점, 성분 III: 내부 프로세스 관점, 성분IV: 학습과 성장관점)으로 수렴되고 있음을 알 수 있다.

<Table 2> Factor analysis for research variables

Panel A: Performance Measures				
Items	Factor loadings			
	I	II	III	IV
Financial Pstv_1	.892	.036	.201	.236
Financial Pstv_2	.917	.087	.094	.200
Financial Pstv_3	.928	.208	.053	.113
Customers Pstv_1	-.012	.739	.325	.111
Customers Pstv_2	.137	.772	.258	.020
Customers Pstv_3	.039	.915	-.005	-.066
Customers Pstv_4	.033	.929	.011	-.043
Customers Pstv_5	.237	.704	.179	.132
InProcess Pstv_1	.087	.271	.884	.052
InProcess Pstv_2	.074	.164	.923	.125
InProcess Pstv_4	.074	.111	.904	.173
InProcess Pstv_5	.165	.085	.747	.229
Ln & Grw Pstv_2	.179	-.004	.196	.866
Ln & Grw Pstv_3	.091	.054	.175	.920
Ln & Grw Pstv_4	.234	.027	.103	.734
<i>Eigen-value</i>	<i>2.482</i>	<i>3.956</i>	<i>3.527</i>	<i>1.990</i>
<i>% of var.</i>	<i>16.547</i>	<i>26.374</i>	<i>23.513</i>	<i>13.267</i>

Panel B: Performance of firms				
Items	Factor loadings			
	I	II	III	IV
Financial Perm_1	.834	.102	.268	.176
Financial Perm_2	.876	.145	.244	.168
Financial Perm_3	.878	.168	.236	.339
Customers Perm_1	-.134	.700	.309	.370
Customers Perm_2	.087	.785	.101	.016
Customers Perm_3	.104	.887	-.039	.133
Customers Perm_4	.095	.882	-.030	-.022
Customers Perm_5	.230	.794	.138	.060
InProcess Perm_1	.194	.040	.924	.099
InProcess Perm_2	.233	.045	.911	.157
InProcess Perm_4	.219	.112	.902	.179
InProcess Perm_5	.209	.150	.757	.371
Ln & Grw Perm_2	.325	.063	.093	.887
Ln & Grw Perm_3	.261	.098	.202	.888
Ln & Grw Perm_4	.088	.140	.325	.770
<i>Eigen-value</i>	<i>2.399</i>	<i>3.992</i>	<i>3.601</i>	<i>2.290</i>
<i>% of var.</i>	<i>15.994</i>	<i>26.614</i>	<i>24.007</i>	<i>15.267</i>

3.3.2 신뢰성 분석

본 연구에서 변수측정을 위해 이용한 측정항목들에 대한 신뢰성 검증을 위해 Cronbach's Alpha Test를 실시 하였으며, 분석결과 <Table 3>에 제시된 바와 같이 각 변수들의 신뢰성 계수가 0.7이상으로 높게 나타나고 있다. 성과측정치와 관련한 측정항목 중 내부 프로세스 관점의 성과측정치 및 기업성과 항목인 InProcess Pstv(Perm)_3(서비스 개선)을 제거한 후 신뢰성 계수가 다소 상승하였으며, 학습과 성장 관점의 성과측정치 및 기업성과에 관한 측정항목 Ln & Grw_1(종업원만족도) 또한 한거한 후 재 실시한 신뢰성 분석결과에서 신뢰도가 상승하였음을 알 수 있다. 일반적으로 측정항목의 수가 10개 이하인 경우 신뢰성계수가 0.7이상이면 신뢰도가 상당히 양호하다고 할 수 있으며(Nunnally, 1978), 분석 단위가 조직이나 부서일 경우에는 신뢰성계수가 0.6정도 이면 측정지표의 신뢰성에 큰 문제가 없는 것으로 판단 한다(Van de Ven & Ferry, 1980). 따라서 본 연구에서 각 변수를 측정하기 위해 구성한 항목들의 측정치를 산술평균한 수치는 유효하다고 판단할 수 있다.

<Table 3> Cronbach's alpha coefficients

Research variables	Before deletion		After deletion	
	No. of items	Alpha	No. of items	Alpha
<i>Measures</i>				
Financial Pstv	3	0.889	3	0.889
Customers Pstv	5	0.913	5	0.913
InProcess Pstv	5	0.802	4	0.887
Ln & Grw Pstv	4	0.794	3	0.856
<i>Performance</i>				
Financial Perm	3	0.903	3	0.903
Customers Perm	5	0.893	5	0.893
InProcess Perm	5	0.811	4	0.839
Ln & Grw Perm	4	0.800	3	0.845

IV. 실증분석

4.1 성과측정치들간의 관련성 분석

[가설 1]의 검증위해 본 연구에서는 Pearson 상관관계 분석을 실시하였으며, 그 결과를 <Table 4>에 제시하였다.

<Table 4> Pearson correlation analysis

Research variables	FnPv	CuPv	InPv	LGPv	FnPm	CuPm	InPM
<i>Measures</i>							
Customers Pstv	.273**						
InProcess Pstv	.519***	.306***					
Ln & Grw Pstv	.569***	.339***	.503***				
<i>Performance</i>							
Financial Perm	.430***	.342***	.307***	.334***			
Customers Perm	.320***	.344***	.320***	.341***	.445***		
InProcess Perm	.341***	.388***	.403***	.336***	.453***	.471***	
Ln & Grw Perm	.362***	.327***	.305***	.391***	.488***	.303***	.333***

Note) ***p<0.01, **p<0.05, *p<0.1

분석결과, 균형성과표의 네 가지 관점의 성과지표들간에는 통계적으로 유의적인 정(+)의 상관관계가 있음을 나타내고 있다. 이러한 분석결과는 균형성과표와 관련한 기존의 선행구들의 결과와 일치하는 것으로 우리나라 호텔기업들은 균형성과표에 의한 각 관점의 성과측정치들을 균형되게 설정하고 있을 뿐만 아니라 각 관점의 성과측정치들은 서로 강한 인과관계를 지니고 있음을 보여주고 있어, [가설 1]이 지지되고 있음을 나타내고 있다.

또한 각 관점의 성과측정치들이 호텔기업에 있어서의 네 가지 관점에 의한 기업성과와도 유의적인 정(+)의 관련성이 있는 것으로 나타나 본 연구에서 검증하고자 하

는 [가설 2]와도 어느 정도 그 방향성이 일치하고 있음을 알 수 있다.

4.2 성과측정치가 기업성과에 미치는 영향 분석

본 연구에서는 균형성과표의 네 가지 관점의 성과측정치가 기업성과에 미치는 영향을 분석하기 위하여 통제변수를 고려하여 아래와 같은 회귀모형을 설정, 다중회귀분석을 실시하였다.

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 \cdot \text{Measure}_i + \beta_2 \cdot \text{Size} + \varepsilon_i$$

Y_i : 네 가지 관점의 기업성과

Measure_i : 네 가지 관점의 성과측정치

Size : 기업규모(ln 종업원 수), 통제변수

β_i : 회귀계수, ε_i : 잔차

회귀분석결과는 <Table 5>에 제시하였다. 전반적으로 성과측정치의 호텔기업의 성과에 대한 회귀계수가 통계적인 유의성을 보여주고 있으며, 그 방향 또한 정(+)의 방향을 나타내고 있어 본 연구의 [가설 2]가 지지되는 것으로 나타났다. 이와 같은 분석결과는 기업의 전략 및 목표와 연계된 성과측정과 성과측정치의 제공이 기업의 목표 즉 성과의 증진을 가져올 수 있음을 의미한다고 볼 수 있다.

<Table 5> Results of regression analyses

Independent var.	Dependent var.	FnPm	CuPm	InPM	LGPm
		β (T-value)	β (T-value)	β (T-value)	β (T-value)
Slop	Financial Measure	-0.082 (-0.823)			
Size	Financial Measure	0.231 (2.270)**			
Adj. R ²	Financial Measure	0.080 (0.977)			
F-value	Financial Measure	0.263			
Slop	Customers Measure	7.213***			
Size	Customers Measure		-0.111 (-1.122)		
Adj. R ²	Customers Measure		0.389 (3.569)***		
F-value	Customers Measure		0.018 (0.257)		
Slop	InProcess Measure		0.269		
Size	InProcess Measure		7.391***		
Adj. R ²	InProcess Measure			-0.041 (-0.279)	
F-value	InProcess Measure			0.254 (1.886)*	
Slop	Ln & Grw Measure			0.013 (0.093)	
Size	Ln & Grw Measure			0.254	
Adj. R ²	Ln & Grw Measure			6.933***	
F-value	Ln & Grw Measure				-0.023 (-0.155)
Slop					0.281 (2.869)***
Size					0.114(0.823)
Adj. R ²					0.216
F-value					5.786***

Note) ***p<0.01, **p<0.05, *p<0.1

본 분석결과로 볼 때, 균형성과표에 의한 네 가지 관점의 성과측정치 중 고객관점의 성과측정치가 고객관점의 기업성과에 상대적으로 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 다음으로는 학습과 성장 관점의 성과측정지표가 해당 성과에 큰 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 이러한 분석결과는 호텔기업이 고객을 대면하여 서비스라는 제품을 제공한다는 서비스업의 특성을 반영하고 있기 때문인 것으로 판단된다. 반면, 통제변수로서 고려한 기업규모변수는 모든 회귀분석에서 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타나 호텔기업의 성과에 있어 기업규모효과가 나타나지 않았다.

V. 결 론

오늘날 우리나라의 호텔산업은 경제성장을 기반으로 하는 소득수준의 증가와 교육 및 문화 수준의 증가에 따른 많은 여가 시간의 활용 등 다양한 요인들에 의해 많은 발전을 이루어 온 것이 사실이다. 그럼에도 불구하고 호텔산업 등과 같은 서비스업과 관련한 선행연구들을 살펴보면, 제조기업 등과 같은 다른 산업과 달리 그 성과에 대한 측정은 여전히 많은 기업들이 과거의 전통적인 측정치를 사용하고 있음을 제시하고 있다.

상대적으로 제조업의 경우, 기업을 둘러싸고 있는 경영환경의 변화와 극심한 경쟁 등에 따라 다양한 전략적 목표를 설정하고 있다. 그러나 기존의 재무적인 측면의 성과측정에 한정된 성과지표로는 그러한 전략적 목표를 달성하는데 한계가 있음을 직시하고, 전략적 목표를 달성하기 위한 도구의 하나로서 재무적 성과지표와 비재무적인 성과지표가 균형을 이룰 수 있는 균형성과표를 도입, 활용하고 있다. 비교적 최근에 와서야 호텔산업과 같은 서비스업에 대한 균형성과표의 도입 및 그 효과에 관한 연구들이 수행되고 있으나, 아직까지 미미한 실정이라 할 수 있다. 이에 본 연구에서는 우리나라 호텔기업들을 대상으로 균형성과표에 의한 성과측정에 초점을 두고 실질적으로 균형성과표의 네 가지 관점의 성과측정치가 호텔기업의 성과증진에 어떠한 영향을 미치는지를 분석하였다.

상관분석결과, 균형성과표의 네 가지 관점의 성과측정치들은 서로 통계적으로 유의적인 정(+)의 관계가 있는

것으로 나타났다. 이는 각 관점의 성과측정치표는 서로 다른 차원의 지표가 아닌 기업의 목표나 전략 실행을 위해서는 각 관점의 성과지표들이 연계됨으로 가능하다는 것으로서 기존의 각 성과동인과 지표간의 연계와 관련한 선행연구들의 결과와 일치하고 있음을 보여주고 있다. 또한 각 관점의 성과측정치표가 실질적으로 호텔기업의 성과증진에 미치는 영향을 알아보기 위하여 실시한 회귀 분석결과에서는 공히 네 가지 관점의 성과측정치들이 각각 해당 성과 개선에 긍정적인 영향을 미치고 있는 것으로 분석되었다. 특히, 고객을 직접적으로 대면하여 서비스를 제공하는 호텔기업의 특성상 고객관점의 성과측정치가 고객의 만족, 고객의 불만 또는 클레임, 고객유지비율, 신규고객확보율, 시장점유율 등의 고객관점의 성과에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 분석결과로 볼 때, 호텔기업들은 균형성과표를 토대로 하여 산업의 특성을 고려한 성과지표 개발 및 성과측정을 통하여 기업성과를 개선할 수 있을 것으로 사료된다.

한편, 본 연구의 결과는 우리나라 전체 호텔기업으로 일반화하는 데에는 다소 무리가 있을 것으로 판단된다. 특히, 자료수집의 한계로 인하여 본 연구의 분석대상이 되는 기업의 수가 작다고 할 수 있다. 또한 본 연구에서는 설문에 의해 자료를 수집하고 있다. 설문지에 의한 자료수집은 응답자의 인지에 의해 측정하기 때문에 응답자의 주관에 개입될 여지가 다분히 많다고 할 수 있다. 따라서 향후 수행되는 연구에서 이러한 한계점들이 충분히 보완되어야 할 것으로 생각된다.

ACKNOWLEDGEMENTS

This work was supported by a 2-Year Research Grant of Pusan National University.

REFERENCES

- [1] Kaplan, R. S., Measures for Manufacturing Excellence, Boston: Harvard Business School Press, 1990.
- [2] Barney, J. B., Firm Resource and Sustained

- Competitive Advantage, *Journal of Management*, Vol. 17, pp. 99-120, 1991.
- [3] Harris, P. and B. J. Brown, Research and Development in Hospitality Accounting and Financial Management, *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 2, pp. 161-181, 1998.
- [4] Y. J. Choe, Empirical comparative analysis on the profitability between international chain hotels and local hotels in Korea, Ph.D. dissertation, Kyungsoong University, 2001.
- [5] S. Y. Cho and S. Y. Kim, Management Contract, Financial Performance, and Stability of Super Deluxe Hotels in Seoul, *Journal of Tourism Sciences*, Vol. 22, No. 2, pp. 96-101, 1998.
- [6] W. K. Lee, The Impacts of Motivating by Management Accounting System on Firm's Performances, *Journal of Business Research*, Vol. 28, No. 1, pp. 267-298, 2013.
- [7] Locker. E. and G. Latham, *Goal Setting Theory and Task Performance*, NY: Prentice Hall, 1990.
- [8] Kopelman, E. A., Objective feedback, In E. A. Loche(ed.), *Generalizing from laboratory to field setting*, Lexington: Lexington Books, 1986.
- [9] Early, P. C., G. G. Northcraft, C. Lee and T. R. Lituchy, Impact of process and outcome feedback on the goal setting to task performance, *Academy of Management Journal*, Vol. 19, pp. 87-94, 1990.
- [10] Locke, E. A., Toward a theory of task motivation and incentives, *Organizational Behavior and Human Performance*, Vol. 3, pp. 157-189, 1968.
- [11] Ashford, S. J. and L. L. Cummings, Feedback as an Individual Resource: Personal Strategies of Creating Information, *Organizational Behavior and Human Performance*, Vol. 32, No. 3, pp. 370-398, 1983.
- [12] Bandura, A., *Social Learning Theory*. HJ: Prentice-Hall, 1977.
- [13] Kim, J. and C. Miller, *Factor Analysis: Statistical Methods and Practical Issues*, SAGE University paper, Vol 14, 1981
- [14] Nunnally, *Psychometric Theory*, NY: McGraw-Hill, 1978.
- [15] Brown, B. J. and B. McDonell, The Balanced Scorecard: Short-term Guest or Long-term Resident?, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 2, No. 2, 1995.
- [16] C. S. Seo, A Study of Performance Drivers for Super Deluxe Hotels in Seoul, Ph.D. dissertation, Sejong University, 2002.
- [17] H. K. Yoo and S. J. Kim, An Empirical Study on the Hotel Employee's Recognition of Balanced Scorecard as a Key Performance Indicator, *Korea Academic Society of Hotel Administration*, Vol. 12, No. 2, pp. 165-185, 2003.
- [18] H. S. Lee, Y. Kim and Y. K. Lee, Market Orientation and Business Performance : Mediating Roles of Employees Satisfaction, Customer Satisfaction, and Corporate Image, *Korean Management Review*, Vol. 27, No. 1, pp. 157-184, 1998.
- [19] Hair, J. F., *Multivariate Data Analysis*, Oklahoma: Petroleum Publishing Company, 1979.
- [20] Ittner, C. D. and D. F. Larker, Quality Strategy, Strategic Control System and Organizational Performance, *Accounting, Organizations and Society*, Vol. 22, No. 3, pp. 239-304, 1997.
- [21] J. K. Jung, Study on the balanced scorecard approach to measure hotel management performance, Ph.D. dissertation, Donga University, 2003.
- [22] J. T. Park, Implementing a Balanced Scorecard Approach to measure Hotel management performance, *Journal of Tourism System and Quality Management*, Vol. 7, 2001.
- [23] Kaplan, R. S. and D. P. Norton, Putting the Balanced Scorecard into Work, *Harvard Business Review*, Vol. September-October, 1993.
- [24] Kaplan, R. S. and D. P. Norton, The Balanced Scorecard-Measures that Drive Performance, *Harvard Business Review*, Vol. January-February, pp. 71-79, 1992.
- [25] M. H. Park and J. A. park, The Relationships

Among BSC Evaluation Indicators in the Hotel Industry, *Journal of Tourism Sciences*, Vol. 28, No. 3, pp. 161-179, 2004.

[26] M. H. Park, Causality and Mediated Effects of the Performance Drivers in BSC Framework, Vol. 37, pp. 137-154, 2011.

[27] McMann, P. J., and A. J. Nanni, Means versus ends: A review of the literature on Japanese management accounting, *Management Accounting Research*, Vol. 6, pp. 313-346, 1995.

[28] Philips, P. A., Performance Measurement System and Hotels: a New Conceptual Framework, *Hospitality Management*, Vol. 18, 1999.

[29] S. H. Lee and B. Y. Lee, A Study on the Management of managerial Performance of Tourist Hotels, *Journal of Travel Study*, Vol. 10, pp. 207-227, 1999.

[30] Y. K. Lee, Y. J. Lee, and J. H. Kim, The Impact of Service Traing and Technology on Service Quality, Service Value and Customer Satisfaction in Hotel Industry, *The Academy of Customer Satisfaction Management*, Vol. 3, No. 1, pp. 1-16, 2001.

[31] Y. T. Park, K. Y. Jeong and Y. Y. Ahn, The Relations Between BSC Success Factor And Performance Expectation Perceived By Five-Star Hotel Employees, *Korea Academic Society of Hotel Administration*, Vol. 22, No. 3, pp. 1-16, 2013

[32] Warr, P. W., *Work, Employment, and Mental Health*, Oxford: Clarendon Press, 1987.

[32] Eccles, G. and J. Pyburn, Creating a Comprehensive System to Measure Performance, *Management Accounting*, Vol. October, pp. 41-58, 1992.

[33] Davis, T. R. V., Developing an employee balanced scorecard: linking frontline performance to corporate objectives, *Management Decision*, Vol. 24, No. 4, pp. 14-18, 1996.

[34] Lingle, J. H. and W. A. Schiemann, From Balanced Scorecard to Strategic Gauges: Is Measurement Worth It?, *Management Review*, Vol. March, pp.

56-61, 1996.

[35] M. J. Kim, A Study on the Impact of the Non-Financial Perspectives for the Financial Perspectives Focused on BSC, *Yeungsang Journal*, Vol. 5, No. 2, pp. 73-103, 2013.

류 지 호(Ryu, Ji Ho)



- 1995년 8월 : 충남대학교 경영학과 (경영학박사)
- 2009년 3월: 부산대학교 관광컨벤션 학부장
- 1983년 8월 ~ 현재 : 부산대학교 관광컨벤션학과 교수
- 관심분야 : 호텔, 관광회계, 컨벤션 회계

· E-Mail : rjiho@pusan.ac.kr

이 원 기(Lee, Won Ki)



- 2003년 8월 : 경북대학교 회계학과 (경영학박사)
- 2005년 3월 : 목원대학교 경영학과 전임강사
- 2008년 9월 ~ 현재 : 경남과학기술대학교 회계정보학과 교수
- 관심분야 : 성과평가, 조직학습

· E-Mail : leekeithr@gntech.ac.kr