

휴양콘도미니엄업의 현황 및 정책통계 개발방안

2023-09

정책연구

The Status and Development of Policy
Statistics for the Condominium Industry

박상곤



한국문화관광연구원
Korea Culture & Tourism Institute

정책연구 2023-09

휴양콘도미니엄업의 현황 및 정책통계 개발방안

The Status and Development of Policy Statistics for the Condominium
Industry

박상곤



한국문화관광연구원
Korea Culture & Tourism Institute

연구 책임

박상곤 한국문화관광연구원 연구위원

휴양콘도미니엄업의 현황 및 정책통계 개발방안



연구 개요

1. 서론

가. 연구 배경

- 산업의 발전은 정확한 산업 정보를 바탕으로 수립된 정책에 의해 이루어지기 때문에 산업통계는 매우 중요한 정책 자산임. 그간 휴양콘도미니엄업에 대한 산업 및 기업 통계정보의 부족은 휴양콘도미니엄업의 정책 발굴 및 지원을 저해하는 원인으로 지목됨. 휴양콘도미니엄업에 대한 데이터 기반 정책을 모색하기 위하여 산업 조직론적 분석과 경영 분석 및 실태 분석 등이 우선적으로 이루어져야 함
 - 산업조직 분석은 내·외부 환경 분석, 경쟁과 집중도 평가, 성과와 효율성 평가 등을 포함하며 휴양콘도미니엄업은 경쟁이 치열하고 시장이 집중되어 있기 때문에 시장에서 경쟁력과 수익성을 유지하는 데 필요함
 - 경영 분석은 매출과 이익, 비용, 고객만족도, 경쟁업체와의 비교 등 다양한 지표를 분석하여 휴양콘도미니엄업계의 현 상황과 성과, 시장 동향 등을 파악할 수 있음
 - 운영 실태 분석은 휴양콘도미니엄업의 실시간 운영 상태를 파악할 수 있는 자료로, 예약과 투숙, 체크아웃 등 전 과정에서의 데이터 수집과 분석을 통해 고객의 요구사항과 호텔 서비스 품질, 운영 효율성, 인력 관리 등을 평가할 수 있음
- 본 연구는 휴양콘도미니엄업에 대한 산업 분석, 경영 분석 그리고 운영 실태 조사(설계)를 통해 정부의 산업정책 및 기업의 경영합리화 추진 등에 필요한 기초 통계 자료를 제공함에 그 목적을 둠

나. 연구 목적

- 휴양콘도미니엄업에 대한 전반적인 정책 데이터 구축 방안을 제시하고자 하며, 특히 정책 데이터 구축에 있어 기존 호텔업 운영 현황과 같이 업종의 현황을 신속하게 알려 주고 중요한 내용이 있는 통계를 생산하기 위한 방안을 제시하고자 함

다. 연구 범위 및 방법

- 시간-공간적 범위: 2010년부터 현재, 전국
- 내용적 범위
 - 휴양콘도미니엄업의 산업 분석
 - 휴양콘도미니엄업의 경영 분석
 - 휴양콘도미니엄업 운영 현황(보고통계) 개발 방법
 - 휴양콘도미니엄업 운영 현황에 대한 집계 체계, 지표 구축 및 서버 구축 방안
- 연구 방법은 기존 산업통계를 활용한 산업 분석 및 공시자료를 활용한 경영 분석을 실시하며, 운영 현황 통계 개발 과정에서 실제 기업 실무 관리자와의 심층 면담(인터뷰)을 수행함

2. 휴양콘도미니엄업 현황 분석

2.1 산업 분석

가. 산업 분석의 개요

- 휴양콘도미니엄업 산업 분석은 크게 두 부분으로 나누어 분석하였음
- 첫째, 경제총조사와 기업통계등록부 자료를 바탕으로 매출액, 종사자 수, 편의시설 수, 디지털 활용, 노동생산성, 자본생산성 등의 지표를 활용하여 산업 간 비교 분석을 통해 휴양콘도미니엄업의 현황과 특징을 분석하였음
- 둘째, 관광산업조사 자료를 통해 위 두 자료에서 볼 수 없었던 휴양콘도미니엄업의 설립 연도, 존속 기간, 평균 자본금, 평균 시설 투자비, 판매객실 수, 종사자 특성 등 현황에 대해 분석하였음

나. 휴양콘도미니엄업 산업 분석

- 전반적으로 휴양콘도미니엄업의 전체 사업체 수는 증가하고 있으며, 사업체 수의

확대와 달리 총종사자 수나 총매출액은 비슷하거나 감소하고 있음

- 휴양콘도미니엄업은 2020년도 이전에 비하여 종사자 1인당 총매출액으로 나타나는 총노동생산성이 감소하는 추세임
- 휴양콘도미니엄업은 호텔업과 달리 평균 객실 수가 2010년 206실에서 2015년 183실, 2020년 167실까지 지속적으로 감소하는 추세를 보임
- 휴양콘도미니엄업은 존속 기간이 짧은 사업체 수는 비교적 적고, 존속 기간이 긴 사업체 수가 많은 추세가 심화되고 있음
- 호텔업과 휴양콘도미니엄업 간 경쟁 강도를 설명하는 HHI(허쉬만-허핀달 지수)가 관광숙박업보다 높게 나타남

2.2 경영 분석

가. 경영 분석의 개요

- 경영 분석은 휴양콘도미니엄업에 속한 기업들의 재무제표 자료를 중심으로 해당 산업의 현황과 특징을 파악하였음
- 경영 분석을 위해 한국휴양콘도미니엄경영협회, 문화체육관광부 2021 관광산업 조사 보고서, NICE신용평가정보(주) 데이터베이스(KISVALUE) 등의 자료를 활용하였으며, 2013년부터 2022년까지 한국표준산업분류상 세세분류(5-digit) 기준으로 ‘휴양콘도 운영업’에 속하는 44개 외감기업을 대상으로 재무비율을 산출 및 분석하였음

나. 경영분석 결과

- 첫째, 현재 운영 중인 휴양콘도미니엄 사업장은 전국적으로 246개, 전체 사업장에서 보유 중인 객실은 총 28,106개이며 소수의 기업이 다수의 사업장을 운영하여 산업의 시장집중도가 높은 편인 것으로 나타남
- 둘째, 휴양콘도미니엄업에 속한 기업들은 대부분 장기 부채로 자금을 조달하는 특

징을 가지고 있으며 대부분 영업손실 및 당기순손실을 기록하여 만성 적자 및 과도한 금융비용 부담을 지고 있음

- 재무비율을 통해 휴양콘도미니엄업의 특징을 분석한 결과 첫째, 유동성이 매우 취약한 구조를 가지고 있으며 부채비율 등 재무안정성 측면에서도 개선 및 관리가 필요함
 - 둘째, 투자수익률, 매출액 대비 각종 이익률 측면에서 수익이 매우 저조한 편이나 2019년 이후로 금융비용에 대한 부담은 어느 정도 완화되고 있는 추세임
 - 셋째, 연도별 등락이 있지만 휴양콘도미니엄업에 속한 기업들은 총자산, 자기자본, 매출액, 영업이익 및 순이익이 지속적으로 성장하는 것으로 판단됨
 - 넷째, 총자산 대비 매출액의 비중이 매우 적은 편이므로 매출액 증대를 위한 다양한 노력이 요구됨
- 셋째, 휴양콘도미니엄업과 호텔업의 2022년 재무비율을 비교 분석한 결과, 휴양콘도미니엄업은 호텔업에 비해 유동성, 투자수익률, 수익성, 성장성, 효율성 등이 모두 저조한 반면 재무안정성은 호텔업에 비해 양호한 것으로 나타남
 - 넷째, 코로나19 전·후 재무비율을 비교 분석한 결과 코로나19 이후 유동성 및 투자수익률이 개선되고 성장성이 좋아졌으나, 재무안정성과 수익성이 악화되어 경영 효율성에는 변화가 없는 것으로 나타남

3. 휴양콘도미니엄업 운영 현황(보고통계) 개발 방법

3.1 개요

- 특정 산업에 대한 정책 통계는 해당 산업의 전반적인 사항을 요약 제공하며 통상적으로 산업정책 통계는 산업 수준에서의 통계(산업통계), 해당 산업을 구성하는 기업 수준에서의 통계(기업통계) 그리고 각 기업의 핵심 경영활동을 구체화한 통계(운영통계)로 구분할 수 있음
- 현재까지 휴양콘도미니엄 산업과 직접적으로 관련된 통계가 부족한 실정으로, 특히 정책 담당자 입장에서 휴양콘도미니엄 산업과 관련한 통계의 접근이 용이하지

않을 뿐 아니라 매년 통계를 찾아 데이터를 가공해야 하기 때문에 실질적인 활용이 어려움

- 본 연구에서는 휴양콘도미니엄 산업에 속한 기업들의 운영통계 지표를 별도로 개발함으로써 정책통계를 위한 밑거름을 마련하고자 함

나. 운영통계 개발 체계

- 운영통계 개발 방법 및 절차는 다음과 같음
 - 첫째, 휴양콘도미니엄업 운영통계와 유사하거나 이미 진행 중인 유관 조사(관광 산업조사, 호텔업 운영 현황 등)와 선행 지표들을 우선적으로 검토함
 - 둘째, 휴양콘도미니엄업에 속한 4개 기업 실무 관리자와의 심층 면담을 통해 실제 기업에서 중요하고 빈번하게 생산 및 관리하는 운영 지표를 파악함
 - 셋째, 기업 실무 관리자 심층 면담을 통해 파악된 주요 운영 지표를 정리하여 한국휴양콘도미니엄경영협회 및 회원사, 문화체육관광부, 지자체 등 이해관계자 대상 개별 지표에 대한 중요도를 파악하기 위해 설문조사를 실시함
 - 넷째, 심층 면담 및 설문조사 결과를 바탕으로 휴양콘도미니엄업 관련 이해관계자가 공통적으로 중요하게 생산 및 활용할 수 있는 지표를 최종적으로 선정함

3.2 운영통계 개발 방법

- 유관 조사 지표 검토 및 목록화, 실무자 심층 면담 그리고 최종 문항 선정 및 설문조사로 구분하여 실시함
 - (유관 조사 지표 검토 및 목록화) 선행 지표와 실제 호텔에서 사용하는 운영 지표를 바탕으로 회원권 분양 및 관리, 콘도 운영, 부대시설 영역별로 구분하고 1차 목록을 작성함
 - (실무자 심층 면담) 심층 면담 대상 기업의 재무, 운영, 경영 등 관련 부서의 팀장급 실무자를 대상으로 한 심층 면담을 실시함
 - (최종 문항 선정 및 설문조사) 심층 면담 결과를 기반으로 목록화된 운영통계 지표를 검토하여 대분류 항목을 확정하였으며, 결과는 다음과 같음

〈표 1〉 대분류 지표 최종 문항 선정

구분	대분류 지표	지표 설명
[Panel A] 회원권 분양 및 관리	1) 구좌 수	회원권 판매 지분
	2) 판매액	회원권 총판매액
	3) 수납액	판매액 중 계좌 납입액
	4) 분양률	(예수 보증금 + 공유제 누적 판매액)/총모집 승인 구좌액
	5) 분양 원가율	분양 원가 ÷ 분양 매출
	6) 매출이익률	1 - 분양 원가율
[Panel B] 콘도 운영	7) 객실 가동률	투숙 객실 수 ÷ 판매 가능 객실 수
	8) 총객단가	총매출액 ÷ 투숙 객실 수
	9) 총매출액	객실 가동률 × 총객단가
	10) 매출원가율	총매출원가 ÷ 총매출액
	11) 매출원가(변동비)율	변동성 매출원가 ÷ 총매출액
	12) 매출원가(고정비)율	고정성 매출원가 ÷ 총매출액
	13) 매출이익률	1 - 매출원가율
	14) 사업부 판관비율	사업부 판관비 ÷ 총매출액
	15) 배부 판관비율	배부 판관비 ÷ 총매출액
	16) 사업부 영업이익률	사업부 영업이익 ÷ 총매출액
[Panel C] 부대시설	17) 총영업이익률	영업이익 ÷ 총매출액
	18) 입장객수	투숙 객실 수 ÷ 판매 가능 객실 수
	19) 매출액	총매출액 ÷ 투숙 객실 수
	20) 부대시설 객단가	객실 가동률 × 총객단가
	21) 매출원가율	총매출원가 ÷ 총매출액
	22) 매출원가(변동비)율	변동성 매출원가 ÷ 총매출액
	23) 매출원가(고정비)율	고정성 매출원가 ÷ 총매출액
	24) 매출이익률	1 - 매출원가율
	25) 사업부 판관비율	사업부 판관비 ÷ 총매출액
	26) 배부 판관비율	배부 판관비 ÷ 총매출액
	27) 사업부 영업이익률	사업부 영업이익 ÷ 총매출액
	28) 총영업이익률	영업이익 ÷ 총매출액
[Panel D] 기타 재무지표	29) 고용 인원	고용한 총인원 수
	30) 인건비	고용한 총인원에 대한 인적비용
	31) 기타 비용	기타 총비용
	32) 부채비율	부채 총액 ÷ 자본 총액
	33) 이자보상비율	(법인세 차감 전 순이익 + 이자비용) ÷ 이자비용

- 정량 설문을 통해 중요도(활용도)와 통계 생산 가능 여부를 확인하기 위해 통계 수요자(문화체육관광부 및 지방자치단체 유관부서 담당자)와 생산자(휴양콘도미니엄 업계 담당자)를 대상으로 설문을 실시함

4. 휴양콘도미니엄업 운영 현황(보고통계)

4.1 운영통계 체계 및 지표

가. 운영통계 체계

- 개발된 휴양콘도미니엄업 운영통계 체계는 다음과 같음
 - 첫째, 전체 운영통계를 회원권 분양 및 관리 통계, 콘도 운영 관련 통계, 부대시설 관련 통계 및 기타 재무지표 등의 부문으로 구분함
 - 둘째, 각 부문에 해당하는 개별 지표 유형을 대분류(코드 및 지표명), 중분류(코드 및 지표명), 소분류(코드 및 지표명)로 세분화함
 - 셋째, 부문별 개별 지표 유형을 대분류, 중분류, 소분류로 구분 및 분류한 이후, 지표별 정의 및 관련 재무제표 계정을 표시함
 - 넷째, 관련 이해관계자를 대상으로 설문조사한 지표별 중요도와 함께 기업 입장에서 해당 지표 관련 자료를 생성할 수 있는지 여부를 종합 표기함

나. 운영 현황 지표 개발 결과

- 휴양콘도미니엄업 정책개발을 위한 실무 관리자 심층 면담, 설문조사 등의 결과를 집계 및 분석하여 개발한 운영통계 지표는 다음과 같음
- [Panel A]는 회원권 분양 및 관리 지표이고, [Panel B]는 콘도 운영 관련 지표이며, [Panel C]는 부대시설 관련 지표, [Panel D]는 기타 재무지표임

〈표 2〉 주요 경영지표

[Panel A] 회원권 분양 및 관리

지표 유형					지표 정의	재무제표 관련계정
대분류		중분류		소분류		
코드	지표명	코드	지표명	코드	지표명	
A01	구좌 수				회원권 판매 지분	매출액(공유제), 예수 보증금(회원제)
		01	공유제(등기제)			
		02	회원제			
A02	판매액				회원권 총판매액	매출액(공유제), 예수 보증금(회원제)
		01	공유제(등기제)			
		02	회원제			
A03	수납액				판매액 중 계좌 납입액	현금 및 현금성 자산
		01	공유제(등기제)			
		02	회원제			
A04	분양률				(예수 보증금 + 공유제 누적 판매액) ÷ 총모집 승인 구좌액	
		01	예수 보증금		회원제 총판매액	
				01	신규 분양	매출액(공유제), 예수 보증금(회원제)
				02	재분양	
				03	재계약	
		02	공유제(등기제) 누적 판매액			
		03	총모집 승인 구좌액			
A05	분양 원가율				분양 원가 ÷ 분양 매출	매출원가
A06	매출이익률				1 - 분양 원가율	매출 총이익

[Panel B] 코드 운영

지표 유형						지표 정의	재무제표 관련계정
대분류		중분류		소분류			
코드	지표명	코드	지표명	코드	지표명		
B01	객실 가동률 (Occupancy)					투숙 객실 수 ÷ 판매 가능 객실 수	매출액
		01	판매 가능 객실 수			Capacity	
		02	투숙 객실 수			판매 객실 수	
				01	회원		
				02	비회원		
B02	총객단가					총매출액 ÷ 투숙 객실 수	
		01	객실 객단가(ADR)			객실 총매출액 ÷ 투숙 객실 수	
				01	회원		
				02	비회원 - 성인단체		
				03	비회원 - 학생단체		
				04	비회원 - 외국단체		
				05	비회원 - OTA		
				06	비회원 - 제휴사		
				07	비회원 - 기타		
		02	식음 객단가			식음 총매출액 ÷ 투숙 객실 수	
		03	상품 객단가			상품 총매출액 ÷ 투숙 객실 수	
B03	총매출액					객실 가동률 × 총객단가	
B04	매출원가율					총매출원가 ÷ 총매출액	
		01	재료비율			재료비 ÷ 총매출액 or 재료비 ÷ 식음 상품 매출액	매출원가

지표 유형					지표 정의	재무제표 관련계정
대분류		중분류		소분류		
코드	지표명	코드	지표명	코드	지표명	
.	.	02	인건비용	.	.	
.	.	.	.	01	직접인건비용	총직접인건비 ÷ 총매출액
.	.	.	.	02	간접인건비용	총간접인건비 ÷ 총매출액
.	.	.	.	03	총인건비용	총인건비(직접+간접) ÷ 총매출액
.	.	03	경비율	.	.	총경비 ÷ 총매출액
B05	매출원가(변동비용)	.	.	.	변동성 매출원가 ÷ 총매출액	
B06	매출원가(고정비용)	.	.	.	고정성 매출원가 ÷ 총매출액	
.	.	01	한계이익률	.	.	1 - 고정성 매출원가율
B07	매출이익률	1 - 매출원가율
.	.	01	EBITDA율	.	.	(총매출원가 + 감가상각비 + 무형자산상각비) ÷ 총매출액
B08	사업부 판관비용	.	.	.	사업부 판관비 ÷ 총매출액	판매비와 관리비
B09	배부 판관비용	.	.	.	배부 판관비 ÷ 총매출액	
B10	사업부 영업이익률	.	.	.	사업부 영업이익 ÷ 총매출액	영업이익
B11	총영업이익률	.	.	.	영업이익 ÷ 총매출액	

[Panel C] 부대시설

지표 유형					지표 정의	재무제표 관련계정
대분류		중분류		소분류		
코드	지표명	코드	지표명	코드	지표명	
C01	입장객 수					
		01	골프			
		02	스키			
		03	워터파크			
		04	기타			
C02	매출액					
		01	골프			
		02	스키			
		03	워터파크			
		04	식음료			
		05	기타			
C03	부대시설 객단가					부대시설 총매출액 ÷ 부대시설 총입장객 수
C04	매출원가율					총매출원가 ÷ 총매출액
		01	재료비율			재료비 ÷ 총매출액 or 재료비 ÷ 식음·상품 매출액
		02	인건비율			
				01	직접인건비율	총직접인건비 ÷ 총매출액
				02	간접인건비율	총간접인건비 ÷ 총매출액
				03	총인건비율	총인건비(직접+간접) ÷ 총매출액
		01	경비율			총경비 ÷ 총매출액
C05	매출원가(변동비)율					변동성 매출원가 ÷ 총매출액

지표 유형						지표 정의	재무제표 관련계정
대분류		중분류		소분류			
코드	지표명	코드	지표명	코드	지표명		
C06	매출원가(고정비)율					고정성 매출원가 ÷ 총매출액	
		01	한계이익률			1 - 고정성 매출원가율	
C07	매출이익률					1 - 매출원가율	
		01	EBITDA율			(총매출원가 + 감가상각비 + 무형자산상각비) ÷ 총매출액	
C08	사업부 판관비용					사업부 판관비 ÷ 총매출액	
C09	배부 판관비용					배부 판관비 ÷ 총매출액	
C10	사업부 영업이익률					사업부 영업이익 ÷ 총매출액	
C11	총영업이익률					영업이익 ÷ 총매출액	

[Panel D] 기타 재무지표

지표 유형						지표 정의	재무제표 관련계정
대분류		중분류		소분류			
코드	지표명	코드	지표명	코드	지표명		
D01	고용 인원	매출원가, 판매비와 관리비 (급여, 퇴직급여, 복리후생비, 잡급 등)
.	.	01	콘도	.	.	.	
.	.	.	.	01	정규직	.	
.	.	.	.	02	비정규직	.	
.	.	02	부대시설	.	.	.	
.	.	.	.	01	정규직	.	
.	.	.	.	02	비정규직	.	
D02	인건비	
.	.	01	콘도	.	.	.	
.	.	.	.	01	정규직	.	
.	.	.	.	02	비정규직	.	
.	.	02	부대시설	.	.	.	
.	.	.	.	01	정규직	.	
.	.	.	.	02	비정규직	.	
D03	기타 비용	매출원가, 판매비와 관리비 (수선비, 수도광열비, 감가상각비)
.	.	01	수선비	.	.	.	
.	.	.	.	01	콘도	.	
.	.	.	.	02	부대시설	.	
.	.	02	수도광열비	.	.	.	
.	.	.	.	01	콘도	.	

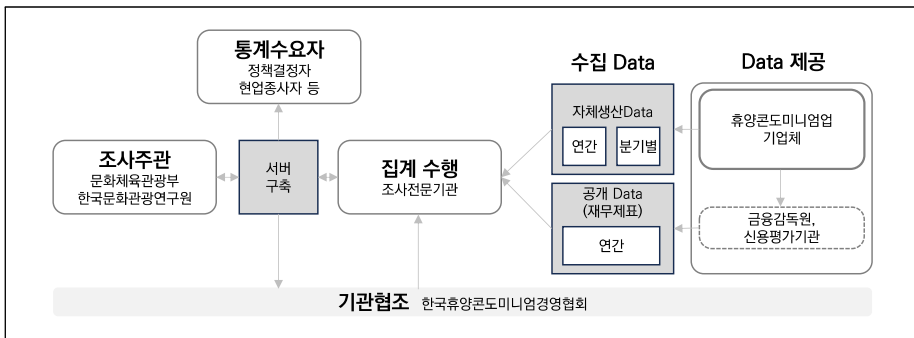
지표 유형					지표 정의	재무제표 관련계정
대분류		중분류		소분류		
코드	지표명	코드	지표명	코드	지표명	
				02	부대시설	
		03	감가상각비			
				01	콘도	
				02	부대시설	
D04	부채비용					부채 총액 ÷ 자본 총액
D05	이자보상비용					(법인세 차감 전 순이익 + 이자비용) ÷ 이자비용
						부채, 자본 법인세 차감 전 순이익, 이자비용

4.2 운영 현황 지표의 집계 체계

가. 집계 체계 개요

- 개발된 운영 현황 지표를 기반으로 휴양콘도미니엄업의 정책 통계를 지속적으로 생산하기 위해서는 이를 효과적으로 집계할 수 있는 집계 체계를 구축해야 함
- 데이터의 유형(수집 방법, 생산 주기, 공개/미공개 등)을 고려한 집계 체계의 안은 다음과 같음

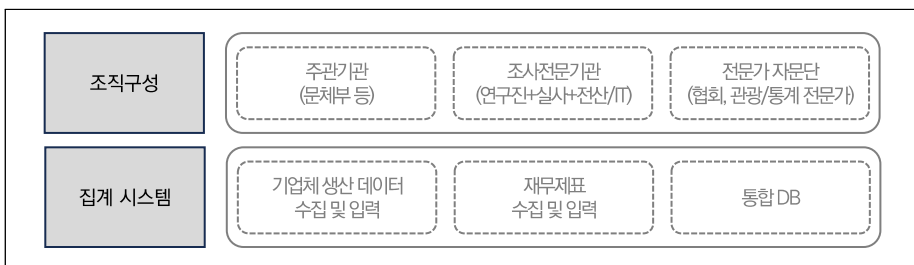
[그림 1] 집계 체계 구축안



나. 집계 수행 체계 및 절차

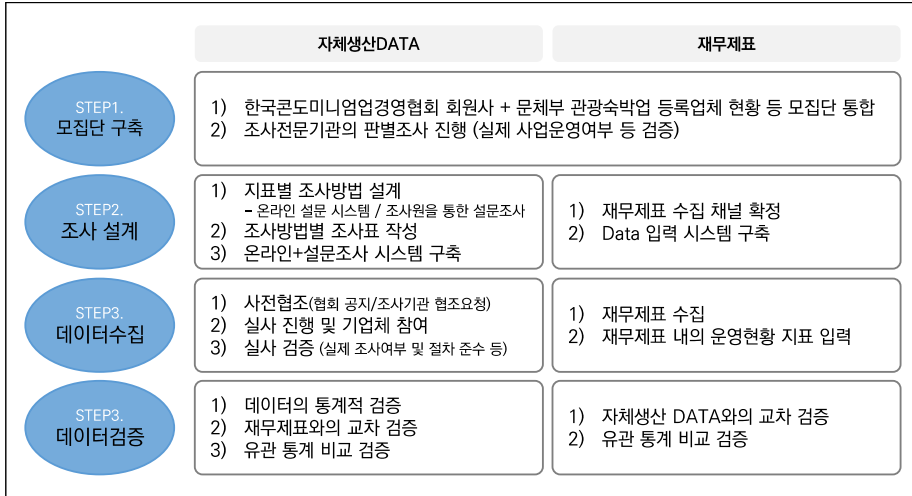
- 운영 현황 지표 집계는 수집된 데이터를 검증하여 정확도와 신뢰도를 높이는 것이 중요하며, 이를 위해 표준화된 데이터 수집 및 검증 체계 구축이 필요함
- 데이터 수집 및 검증 체계는 인적 측면의 조직 구성과 하드웨어적 측면의 집계시스템 구축으로 구분할 수 있음

[그림 2] 데이터 수집 및 검증 협조 체계(안)



- 운영 현황 지표 집계 절차는 모집단 구축, 조사 설계, 데이터 수집, 데이터 검증 단계로 진행됨

[그림 3] 운영 현황 지표 집계 절차(안)



4.3 운영 현황 통계 관리를 위한 시스템 구축 방안

가. 휴양콘도미니엄업 정책 통계 시스템 페이지 구성(안)

- 휴양콘도미니엄업 정책 통계 시스템은 통계 제공을 위한 사용자 페이지와 통계 입력, 통계 대상 DB 등록/수정/삭제 기능 등을 위한 관리자 페이지로 나누어 구성함

[그림 4] 휴양콘도미니엄업 정책 통계 시스템 페이지(안)



목차

제1장 서론	1
제1절 연구 배경 및 목적	3
1. 연구 배경	3
2. 연구 목적	4
제2절 연구 범위 및 방법	5
1. 연구 범위	5
2. 연구 방법	5
제2장 휴양콘도미니엄업 현황 분석	9
제1절 분석의 개요	11
1. 산업 분석의 개요	11
2. 경영 분석의 개요	16
제2절 산업 분석	17
1. 자료의 구축	17
2. 휴양콘도미니엄업 산업 분석	20
제3절 경영분석	66
1. 자료의 구축 및 기술통계	66
2. 경영분석 결과	74
제3절 소결	88
제3장 휴양콘도미니엄업 운영 현황(보고통계) 개발 방법	91
제1절 개요	93
1. 정책통계의 분류	93
2. 휴양콘도미니엄업의 정책통계 개발 필요성	94
3. 운영통계 개발 체계	95

제2절 운영통계 개발 방법	97
1. 유관조사 지표 검토 및 목록화	97
2. 실무자 심층 면담	100
3. 최종 문항 선정 및 설문조사	106
제4장 휴양콘도미니엄업 운영 현황(보고통계)	117
제1절 운영통계 체계 및 지표	119
1. 운영통계 체계	119
2. 운영 현황 지표 개발 결과	120
제2절 운영 현황 지표의 집계 체계	131
1. 집계 체계 개요	131
2. 집계 수행 체계 및 절차	132
제3절 운영 현황 통계 관리를 위한 시스템 구축 방안	135
1. 정보시스템 구축을 위한 필요 사항	135
2. 휴양콘도미니엄업 정책통계 시스템	137
제5장 결론 및 제언	141
제1절 결론	143
제2절 제언	145
참고 문헌 /	147
ABSTRACT /	149

표 목차

〈표 2-1〉 2010, 2015, 2020 산업별, 사업체 수, 종사자 수, 매출액	21
〈표 2-2〉 2010, 2015, 2020 산업별, 평균 종사자 수, 매출액	22
〈표 2-3〉 2010, 2015, 2020, 객실 규모별 사업체 수, 총객실 수, 평균 객실 수	24
〈표 2-4〉 2020, 산업별 사업체 객실 수 요약 통계량	25
〈표 2-5〉 2020, 휴양콘도미니엄 종사자, 매출 규모별 객실 수 요약 통계량	26
〈표 2-6〉 2020, 호텔업, 휴양콘도미니엄 운영 주체별 편의시설 요약 통계량	27
〈표 2-7〉 호텔업, 휴양콘도미니엄 업종별 편의시설 요약 통계량	28
〈표 2-8〉 2020, 휴양콘도미니엄 종사자, 매출 규모별 편의시설 수 요약 통계량	29
〈표 2-9〉 2020, 호텔업, 휴양콘도미니엄 매출 형태별 수입 요약 통계량	30
〈표 2-10〉 2020, 휴양콘도미니엄 종사자 규모별 매출형태별 수입 요약 통계량	31
〈표 2-11〉 휴양콘도미니엄업 설립 연도별 사업체 수	33
〈표 2-12〉 휴양콘도미니엄업 존속 기간별 사업체 수	33
〈표 2-13〉 휴양콘도미니엄 종사자, 매출 규모별 평균 자본금	35
〈표 2-14〉 휴양콘도미니엄 종사자, 매출 규모별 평균 시설 투자비	36
〈표 2-15〉 휴양콘도미니엄 종사자 수, 매출 규모별 연간 판매 객실 수	37
〈표 2-16〉 휴양콘도미니엄업 종사자 수, 매출 규모별 총객실 수 대비 연간 판매 객실 비중	38
〈표 2-17〉 휴양콘도미니엄 종사자 수, 매출 규모별 세부 항목별 연간 판매 객실 수	39
〈표 2-18〉 휴양콘도미니엄 학력별 종사자 수	40
〈표 2-19〉 휴양콘도미니엄 종사원 주요 자격증 보유 현황	42
〈표 2-20〉 휴양콘도미니엄 관광통역 안내사 자격증 보유 현황	43
〈표 2-21〉 휴양콘도미니엄의 온라인 거래와 전자상거래 여부	44
〈표 2-22〉 2020, 산업별 디지털 활용 비율	45
〈표 2-23〉 2020, 산업별 디지털 거래 매출액 비중	47
〈표 2-24〉 2020, 휴양콘도미니엄 종사자, 매출액 규모별 디지털 사용 요약 통계량	48
〈표 2-25〉 2020, 경제권역별 호텔업, 휴양콘도미니엄업 디지털 사용 요약 통계량	49
〈표 2-26〉 2020, 호텔업 온라인 사용에 따른 생산성 차이	51
〈표 2-27〉 2020, 휴양콘도미니엄업 온라인 사용에 따른 생산성 차이	52

〈표 2-28〉 2020, 호텔업 디지털플랫폼 사용에 따른 생산성 차이	53
〈표 2-29〉 2020, 휴양콘도미니엄업 디지털플랫폼 사용에 따른 생산성 차이	54
〈표 2-30〉 2020, 호텔업 키오스크 사용에 따른 생산성 차이	55
〈표 2-31〉 2020, 휴양콘도미니엄업 키오스크 사용에 따른 생산성 차이	56
〈표 2-32〉 2015-2020, 시도별 숙박업 HHI	58
〈표 2-33〉 2015-2020, 경제권역별 호텔업, 휴양콘도미니엄 연평균 매출액	59
〈표 2-34〉 2020, 호텔, 휴양콘도미니엄 노동생산성 비교	61
〈표 2-35〉 2020, 호텔, 휴양콘도미니엄 자본생산성 비교	62
〈표 2-36〉 HHI가 휴양콘도미니엄의 성과에 미치는 영향	64
〈표 2-37〉 휴양콘도미니엄 사업장 현황(2023년 현재)	68
〈표 2-38〉 휴양콘도미니엄업 사업체 실태조사 분석 결과(2021년 현재)	69
〈표 2-39〉 휴양콘도미니엄업 평균 재무 현황	71
〈표 2-40〉 분석 대상 재무비율 및 산출식	73
〈표 2-41〉 휴양콘도미니엄업 유동성 및 안정성 분석 결과	75
〈표 2-42〉 휴양콘도미니엄업 수익성 분석 결과	77
〈표 2-43〉 휴양콘도미니엄업 성장성 분석 결과	79
〈표 2-44〉 휴양콘도미니엄업 효율성 분석 결과	81
〈표 2-45〉 휴양콘도미니엄업 및 호텔업 2022년 재무비율 비교 분석 결과	84
〈표 2-46〉 코로나19 전·후 휴양콘도미니엄업 재무비율 비교 분석 결과	86
〈표 3-1〉 휴양콘도미니엄업 정책통계의 유형	93
〈표 3-2〉 휴양콘도미니엄업 정책통계의 현황	94
〈표 3-3〉 휴양콘도미니엄업 정책통계 지표 목록 - 회원권 분양 및 관리	97
〈표 3-4〉 휴양콘도미니엄업 정책통계 지표 목록 - 콘도 운영	98
〈표 3-5〉 휴양콘도미니엄업 정책통계 지표 목록 - 부대시설	99
〈표 3-6〉 휴양콘도미니엄업 정책통계 지표 목록 - 기타 재무제표	100
〈표 3-7〉 휴양콘도미니엄업 정책통계 개발을 위한 심층 면담 개요	101
〈표 3-8〉 심층 면담 세부 질의 사항	102
〈표 3-9〉 심층 면담 주요 조사 결과 요약 - 한화호텔&리조트(주)	102
〈표 3-10〉 심층 면담 주요 조사 결과 요약 - 휘닉스중앙(주)	104
〈표 3-11〉 대분류 지표 최종 문항 선정	107
〈표 3-12〉 휴양콘도미니엄업 정책통계 개발을 위한 설문조사 개요	108
〈표 3-13〉 중요도(지표 활용도) - [Panel A] 회원권 분야 및 관리	109
〈표 3-14〉 중요도(지표 활용도) - [Panel B] 콘도 운영	110

〈표 3-15〉 중요도(지표 활용도) - [Panel C] 부대시설	111
〈표 3-16〉 중요도(지표 활용도) - [Panel D] 기타 재무지표	112
〈표 3-17〉 집계 및 생산 여부 - [Panel A] 회원권 분야 및 관리	112
〈표 3-18〉 집계 및 생산 여부 - [Panel B] 콘도 운영	113
〈표 3-19〉 집계 및 생산 여부 - [Panel C] 부대시설	114
〈표 3-20〉 집계 및 생산 여부 - [Panel D] 기타 재무지표	114
〈표 3-21〉 추가 및 발전 방안	115
〈표 3-22〉 조사 결과 요약표	116
〈표 4-1〉 주요 경영지표	124
〈표 4-2〉 서버의 용도 및 종류	136
〈표 4-3〉 휴양콘도미니엄업 정책통계 시스템 페이지별 정의	138
〈표 4-4〉 시스템 구축에 따른 HW 비용	139

그림 목차

[그림 1-1] 휴양콘도미니엄업 운영 현황 연구 체계	6
[그림 1-2] 연구의 수행방법 및 과정	7
[그림 2-1] 2010, 2015, 2020 산업별, 종사자 1인당 매출액	23
[그림 2-2] 2015-2020, 경제권역별 호텔업, 휴양콘도미니엄 사업체당 연평균 매출액	60
[그림 3-1] 운영 현황 지표 개발 과정	96
[그림 3-2] 설문조사 Process	109
[그림 4-1] 집계 체계 구축안	131
[그림 4-2] 데이터 수집 및 검증 협조 체계(안)	132
[그림 4-3] 운영 현황 지표 집계 절차(안)	134
[그림 4-4] 휴양콘도미니엄업 정책통계 시스템 페이지(안)	137

휴양콘도미니엄업의 현황 및 정책통계 개발방안

제1장

서론

제1절 연구 배경 및 목적

1. 연구 배경

정부의 산업정책은 기본적으로 데이터를 기반으로 수립된다. 산업의 발전은 정확한 산업 정보를 바탕으로 수립된 정책에 의해 이루어지기 때문에 산업통계는 매우 중요한 산업정책 자산이다. 휴양콘도미니엄업에서도 이러한 산업통계는 중요하다.

이러한 산업통계의 중요성에도 불구하고, 그간 휴양콘도미니엄업은 산업 및 기업의 정보가 부족하여 새로운 정책 발굴 및 지원을 어렵게 하였다. 따라서 휴양콘도미니엄업에 대한 데이터 기반 정책을 모색하기 위해서는 전체 산업 현황부터 기업경영 상태 그리고 기업의 세부 운영 등 단계별 분석이 필요하다. 특히 휴양콘도미니엄업의 전반적인 산업통계를 파악하기 위해서는 휴양콘도미니엄업의 산업조직론적 분석과 경영 분석 및 운영 실태 분석 등이 우선시되어야 한다.

산업조직 분석은 휴양콘도미니엄업의 성과를 이해하고 평가하는 데 필수적인 접근 방식이다. 이러한 유형의 분석은 휴양콘도미니엄 사업이 시장에서 경쟁력을 유지하고 수익성을 유지하는 데 필요하다. 산업조직 분석은 휴양콘도미니엄업의 내외부 환경 분석, 경쟁과 집중도 평가, 휴양콘도미니엄업의 성과와 효율성 평가를 포함하고 있다. 또한 휴양콘도미니엄에 산업조직 분석이 필요한 가장 큰 이유 중 하나는 경쟁이 치열하고 시장이 집중되어 있기 때문이다. 제한된 수의 고객을 두고 다수의 업체가 경쟁하는 상황에서 휴양콘도미니엄이 경쟁 업체와 차별화하고 고유한 가치 제안을 제공하는 것이 중요해졌다.

더불어 휴양콘도미니엄업의 성과와 시장 동향을 파악하기 위해서는 휴양콘도미니엄업에 대한 경영 분석이 필요하다. 이를 위해서는 매출과 이익, 비용, 고객 만족도, 경쟁 업체와의 비교 등의 다양한 지표를 수집하고 분석해야 한다. 이를 통해 휴양콘도미니엄업계의 현 상황과 성과, 그리고 시장 동향 등을 파악할 수 있으며, 이는 정부의 정책 그

리고 기업의 전략적인 의사결정에 도움을 줄 수 있다.

한편, 산업통계 관점에서 휴양콘도미니엄업의 운영 실태를 파악하는 것도 중요하다. 운영 실태는 기본적으로 발생빈도가 월 혹은 분기 단위로 발생하기 때문에 휴양콘도미니엄업의 실시간 운영 상태를 파악할 수 있는 자료이다. 운영 실태를 파악하기 위해서는 예약과 투숙, 그리고 체크아웃 등 전 과정에서의 데이터 수집과 분석이 필요하다. 이를 통해 고객의 요구사항과 호텔 서비스 품질, 운영 효율성, 인력 관리 등을 평가할 수 있다. 또한 이를 기반으로 보다 개선된 운영 방안을 제시할 수 있으며, 이는 고객 만족도와 매출 극대화에도 큰 영향을 미친다. 이러한 정보들은 휴양콘도미니엄업 기업들과 정부의 의사결정에 중요한 시사점을 줄 수 있다.

본 연구는 우리나라 휴양콘도미니엄업의 전반적인 산업 현황과 경영 실태를 파악하여 정부의 산업정책 및 기업의 경영합리화 추진 등에 필요한 기초 통계자료를 제공하는 것을 목적으로 한다. 보다 구체적으로는 휴양콘도미니엄업에 대한 산업분석, 경영분석 그리고 운영 실태 조사(설계)를 통해 정부 및 기업의 전략적인 의사결정에 도움을 주고자 한다.

2. 연구 목적

본 연구는 휴양콘도미니엄업에 대한 전반적인 정책 데이터 구축 방안을 제시하는 데 목적이 있다. 특히 정책 데이터 구축에 있어 기존 호텔업 운영 현황과 같이 업종의 현황을 신속하게 알려줄 수 있는 속보성이 있는 통계를 생산하기 위한 방안을 제시하는 데 연구의 초점을 둔다.

연구의 목적을 달성하기 위해서 휴양콘도미니엄업 산업 전반에 대한 이해가 우선되어야 한다. 또한 업종의 현황을 신속하게 알려줄 수 있는 속보성이 있는 통계 지표를 선정함에 있어 지표의 속보성과 중요성을 동시에 고려한다. 속보성 통계 지표들은 일정 시점, 예를 들어 일반기업회계기준에 따라 1년이라는 회계연도 기준으로 재무제표가 집계되므로 이를 연동하여 속보성뿐만 아니라 중요성을 확보할 수도 있다.

제2절 연구 범위 및 방법

1. 연구 범위

본 연구에서 휴양콘도미니엄업의 통계를 생산하는 시간적 범위는 2010년부터 현재까지이며, 공간적 범위는 전국이다. 주된 대상적 범위는 휴양콘도미니엄업의 산업, 기업, 그리고 운영 관련 통계 지표들이다.

연구의 내용적 범위는 다음과 같다.

제2장에서는 휴양콘도미니엄업의 현황 분석으로 산업 및 경영 분석을 한다. 산업 분석은 산업의 개황, 디지털 전환과 생산성 그리고 산업 환경과 경쟁에 대해 이루어진다. 이를 통해 휴양콘도미니엄업의 산업구조를 파악할 수 있으며, 산업에 대한 이해를 바탕으로 기업 수준의 경영분석을 한다. 제3장과 제4장에서는 휴양콘도미니엄업 운영 현황(보고통계) 개발을 한다. 먼저 방법 및 절차에 대해 설명한 후, 휴양콘도미니엄업 운영 현황에 대한 집계 체계, 지표 구축 그리고 실제 운영을 위한 서버 구축 등을 설명한다.

2. 연구 방법

휴양콘도미니엄업의 산업 분석을 위해 국세청, 통계청 그리고 관광사업체 조사와 같이 기존 산업통계들을 이용하여 연구 목적에 맞게 휴양콘도미니엄업에 대한 통계를 가공한다. 또한 NICE산업평가와 한국평가데이터(KoDATA)를 이용하여 휴양콘도미니엄업에 대한 재무제표를 확보하여 이를 이용하여 경영분석을 실시한다.

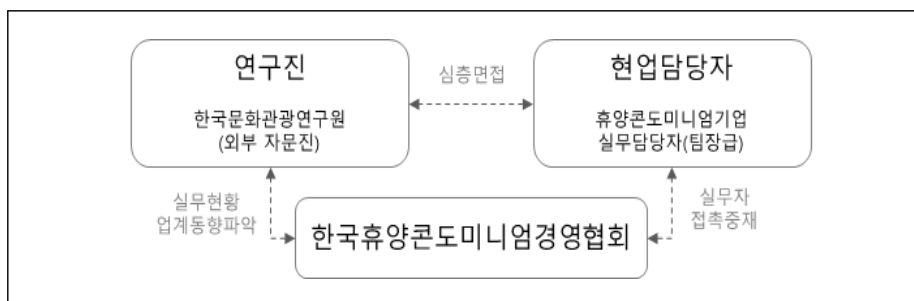
구축된 데이터를 이용하여 휴양콘도미니엄업과 유사 기업(호텔업)과 비교하거나 휴양콘도미니엄업의 과거의 기간과 비교(기간비교)하여 산업 및 경영 분석을 실시한다.

한편, 휴양콘도미니엄업 운영 현황(보고통계) 개발 방법은 지표 개발 및 운영에 초점

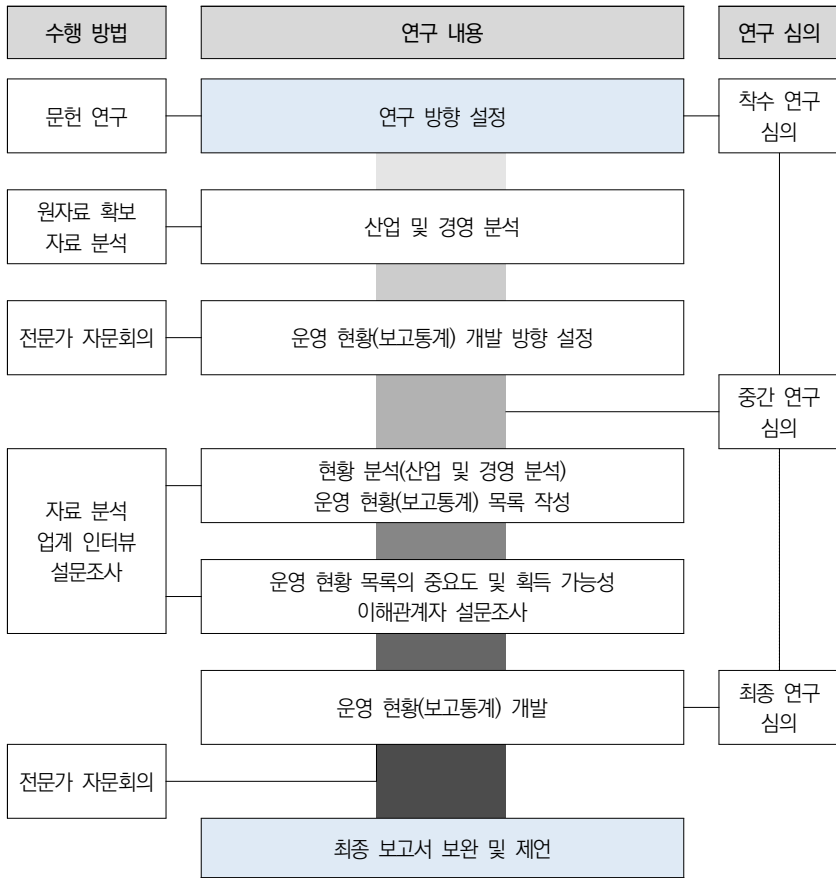
을 두고 방법을 구체화한다. 우선 기존 업체들에서 일정 주기(일일, 주간, 월간, 분기, 반기, 연간)를 두고 생산하는 지표들이 무엇인지를 업체를 직접 방문하여 현장조사를 한다. 이를 통해 지표들을 목록화한 후, 목록화된 지표들이 재무제표의 어떤 항목들과 연관되어 있는지를 일반기업회계기준에 따라 분석한다. 재무제표 관점에서 중요도가 높은 목록들을 1차로 확인한 후, 향후 통계를 이용할 이해관계자들을 대상으로 이러한 목록들에 대해 집계 중요도를 파악한다. 동시에 업체들을 대상으로 목록화된 지표들에 대해 집계 가능한지를 확인한다. 목록화된 지표들의 중요도와 생산 가능성을 고려하여 최종적으로 지표들을 선정한다. 마지막으로 선정된 지표들을 관리하기 위한 서버 구축 및 운영 방법에 대해 방안을 제시한다.

특히 운영통계는 개발 과정에서 기업 측의 실무 현황, 의견 등을 반영해야 한다. 따라서 본 연구에서는 운영통계 개발을 위해 기본적으로 휴양콘도미니엄업에 속한 기업의 지표 관련 실무 관리자(주로 팀장급)와 심층 면담(인터뷰)을 수행하였다. 또한 휴양콘도미니엄업 운영통계 개발 과정에서 관련 협회의 역할이 중요하다.

[그림 1-1] 휴양콘도미니엄업 운영 현황 연구 체계



[그림 1-2] 연구의 수행방법 및 과정



휴양콘도미니엄업의 현황 및 정책통계 개발방안

제2장

휴양콘도미니엄업 현황 분석

제1절 분석의 개요

1. 산업 분석의 개요

본 연구의 목적은 관광숙박업 중 휴양콘도미니엄업의 전반적인 산업 현황과 경향성을 파악하여, 거시적인 관점에서는 정부의 휴양콘도미니엄업 대상 정책을 구성하고, 미시적인 관점에서는 기업의 운영에 필요한 기반을 확보하는 것이다. 특히 정부 정책 수립에 있어서는 기업의 성장과 산업 생태계를 저해하는 등 기타 역효과를 방지하기 위해 면밀한 분석이 필요하다. 따라서 본 장에서는 먼저 휴양콘도미니엄업의 사업 현황에 대해 살펴보고, 휴양콘도미니엄업과 관광숙박업 내 세부 산업들을 휴양콘도미니엄업의 특성에 집중하여 비교 분석한다.

본 분석에서는 경제총조사 및 기업통계등록부와 관광산업조사 두 자료를 보완적으로 사용한다. 경제총조사는 통계청에서 5년마다 실시하는 종사자 수가 1인 이상인 모든 사업체를 대상으로 한 전수조사이다. 본 분석에서 활용한 자료는 2010년, 2015년, 2020년 기준 조사 자료이다. 기업통계등록부는 통계를 생산하기 위한 기반이 되는 명부 자료로서, 기업체와 사업체 단위의 모집단 자료다. 관광산업조사는 문화체육관광부 주관으로 매해 실시되며, 본 분석에서는 2013년부터 2021년 또는 2019년까지 격년 단위의 변화를 살펴본다. 관광산업조사는 통계 작성 기준 기간과 실제 조사 시점에 휴업 및 폐업한 사업체를 제외하여 목표 모집단과 실제 모집단에 차이가 있다.

분석에 있어서 경제총조사를 바탕으로 구성한 대목은 제10차 한국표준산업대분류에 따라 숙박업을 정의하고, 숙박업을 크게 호텔업·여관업·휴양콘도미니엄업·민박업·기타로 구분하고 연구의 범위에 맞게 범위를 조정하였다. 기타 숙박업에는 산장 및 방갈로, 호스텔, 호텔·여관·휴양 콘도 등의 일부 객실을 분양받아 운영하는 업태, 교육 목적이 아닌 청소년 수련 숙박시설 등이 속한다. 관광산업조사 자료를 바탕으로 한 대목은 관광산업조사의 설계를 동일하게 사용하여 관광숙박업 가운데 관광호텔업·기타 호텔업·휴양

콘도미니엄업으로 구분한다. 기타 호텔업은 관광진흥법이 지정한 호텔업 가운데 관광호텔업 외 수상관광호텔업·한국전통호텔업·가족호텔업·호스텔업·소형호텔업·의료관광호텔업을 포괄한다.

세부 통계 분류는 분석 목적에 맞게 각개가 다르지만, 경제총조사와 관광산업조사가 공통된 세부 통계분류로 종사자 수와 매출액을 활용한다. 통일성을 부여하기 위해 종사자 수 세부 분류는 30인 미만, 30인 이상 100인 미만, 100인 이상으로 구성한다. 매출액 세부 분류는 확보한 매출액 구분의 한계로 경제총조사 자료를 10억 미만, 10억 이상 100억 미만, 100억 이상으로 구성한다. 관광산업조사 자료는 15억 미만, 15억 이상 40억 미만, 40억 이상으로 구성한다.

본 분석은 크게 두 부문으로 나누어진다. 경제총조사와 기업통계등록부를 통해 숙박업의 현황을 산업 전반에 걸쳐 종합적으로 살펴본다. 매출액(세부 분류: 객실 매출액, 음식 매출액, 기타 매출액), 종사자 수, 편의시설 수, 디지털 활용, 노동생산성, 자본생산성 등의 지표를 활용하고 산업 간의 비교 분석을 중심으로 휴양콘도미니엄업의 특징을 알아본다. 덧붙여 관광산업조사를 통해 위 두 자료에서 볼 수 없었던 휴양콘도미니엄업의 현황을 설립 연도, 존속 기간, 평균 자본금, 평균 시설 투자비, 판매 객실 수, 종사자 특성에 대하여 알아본다.

본 분석에서 경제총조사와 기업통계등록부를 통한 분석을 강조하는 이유는 경제총조사와 기업통계등록부가 표준산업분류를 통해 전체 숙박업에 대한 정보를 종합적으로 제공하기 때문이다. 전수조사의 특성상 숙박업 전체를 관통함으로써 본 산업분석에 있어 중요한 주제인 디지털 전환과 경쟁에 대한 시사점을 숙박업 전반에 대해 제공할 수 있다. 특히 경쟁이라 함은 최근 다양한 숙박 형태의 증가로 인해 단지 호텔과 휴양콘도 간의 경쟁보다는 타 형태와 휴양콘도 간의 경쟁을 최대한 포함해야 바람직하다. 또한 본 분석은 전국 총 7개의 경제권역별로 각 지표가 지니는 의미를 개괄하여 더욱 실효성 있는 설명을 제시하고자 한다.

가. 가공 통계 생산의 필요성

1) 가공 통계 생산 필요성

통계는 작성 목표에 따라 어떤 특정한 부문에 나타나는 경향, 추세, 상황을 가장 효율

적으로 파악할 수 있는 방법이다. 그중에서도 산업통계는 거시적으로는 해당 산업의 경향이나 미시적으로는 기업 단위의 상황을 탐색하는 데 목적이 있다. 이 가운데 산업 전체 단위의 통계는 통계청과 국세청 등 국가에서 생산한다. 그러나 통계 이용자가 의도에 따라 방대한 데이터를 해석하는 데에는 어려움이 있다. 가령 정책 담당자가 산업통계를 활용하기 위해 쉽게 접근 가능한 통계는 제한된다. 매년 해당하는 통계를 찾아 데이터를 가공하기 위해서도 시간과 비용이 소요되므로 가공 통계 생산의 필요성이 제기된다.

2) 디지털 전환에 대한 통계 필요성

수많은 생산자와 소비자가 동시에 존재하는 자유시장경제에서 대부분의 산업에서 재화 혹은 서비스 소비 과정을 살펴보면 기업의 제시와 고객의 결정으로 이루어진다. 반면 관광숙박업에서의 재화 및 서비스 소비 과정은 고객과 기업 간의 활발한 커뮤니케이션을 바탕으로 한 고객의 요청과 기업의 수용으로 이루어졌다. 실시간, 1:1, 맞춤형 서비스를 제공하는 관광숙박업의 경우 아날로그에서 디지털로의 전환은 고객의 경험과 매우 직접적으로 맞닿아 있다. 예컨대 디지털의 도입으로 대부분의 서비스업에서는 정보를 사전에 입수하는 접근 단계, 주문과 예약이 이루어지는 계약 관계만이 디지털로 대체된다.

숙박업의 디지털 전환은 음식점 등의 다른 서비스에 비하여 상대적으로 더딘 편이다. 숙박업은 일찍이 온라인을 기반으로 예약 서비스 등을 시행하였지만, 일부는 예약 확정을 다시 해야 하는 번거로움이 있거나, 체크인-체크아웃시스템에 직원이 개입, 숙박 룸을 직접 선택해야 하는 등 아날로그 서비스가 여전히 존재한다(김락상, 2004; 진희수·이동원, 2022; 오현석, 2023).

한편으로는 숙박업의 차별점은 활발한 커뮤니케이션이 수반되는 개인 밀착형 서비스라는 점이다. 숙박업의 전반적인 디지털 도입에 따라 고객이 직접적으로 체감할 수 있는 서비스가 오직 숙박 행위만 남게 되었다. 따라서 기업은 고객이 디지털 전환에 어떠한 반응을 보이는지 세심히 관찰해야 한다는 관점도 있다(김현석·이상훈·이충훈, 2021).

3) 숙박업 전반의 경쟁 통계 필요성

지역 경제 관점에서 현존하는 표준산업분류상의 숙박 형태를 살펴보면 법령으로 지정한 관광숙박업의 두 하위분류인 호텔과 휴양콘도미니엄뿐만이 아니라 공유숙박(에어비

앤비 외), 펜션, 게스트하우스, 농어촌민박, 여관 및 여인숙, 호스텔 등이 나타나고 있다. 특히 공유숙박은 호텔업 등 숙박업의 매출을 감소시킨다(박문수·이순학, 2020). 콘도미니엄이 다양한 숙박업소와 경쟁하는 상황에서 휴양콘도미니엄업이 경쟁에 대하여 어떠한 반응이 나타나는지 확인할 필요가 있다. 기본적으로 휴양콘도미니엄은 기존의 호텔에 비해 서비스 차별화가 되는 숙박 시설이다. 휴양콘도미니엄은 다수의 고객에게 객실별로 완전히 분리된 숙박 서비스를 제공하고 휴게·업무·체육 활동 등의 활동이 가능한 공간을 보유함과 더불어, 호텔이 제공하지 않는 취사 시설과 레저 등 각종 유흥시설을 구비한다. 그러나 최근에는 다른 숙박 형태와도 차별화가 되는지 여부가 불분명하다. 취사가 자유롭고 비교적 저렴한 공유숙박, 천연의 풍광을 즐기면서 각종 야생동물과 오염원으로부터의 안전을 보장하는 야영장, 민박의 가격 경쟁력과 질 좋은 서비스를 내세우는 게스트하우스, 기존의 기업형 서비스와는 달리 건물 단위로 단독 사용이 가능해 팬데믹 기간에 매우 각광받은 펜션은 휴양콘도미니엄과 성질이 매우 다른 장점을 내세운다.

그런데 이러한 국면에서 휴양콘도미니엄이 경쟁에 대해 어떤 반응을 나타내는지 즉시 열람하거나 참고할 수 있는 자료가 미비한 형편이다. 경쟁 강도는 휴양콘도미니엄에 여러 영향을 미칠 수 있다. 이를테면, 강한 경쟁 강도는 경영자의 기업가 정신을 고취하거나, 압박으로 하여금 휴양콘도미니엄을 시장에서 퇴출시킬 수 있다. 약한 경쟁 강도가 시장 점유율을 더욱 높이기 위한 혁신을 장려하거나, 경쟁도가 낮기 때문에 고객에게 좋은 서비스를 제공하려는 노력을 약화할 수 있다. 이와 같은 상세한 요인 분석을 위해서는 숙박업 전반의 경쟁 현황을 객관적으로 살펴볼 수 있는 자료가 필요하다.

나. 전수 자료의 필요성

본 분석에서 전수 자료의 중요성을 반복적으로 강조하는 이유는 다음과 같다. 전수 자료는 산업 조사 및 산업 연구 목적에 가장 부합하는 데이터이다. 산업이란 경제 효과를 창출하는 조직 그리고 개인의 집합으로 이루어져 거래행위라는 상호작용을 통해 구성한 시스템이다. 그러므로 산업을 이해하는 데 있어서 산업 내 생산자와 소비자에 자체에 대한 이해는 물론, 거래 행위자들이 각각 기능하는 경제주체로서 일으키는 파급효과를 비롯한 총체적인 현상에 대한 통찰이 요구된다.

앞서 1절 나 항에서 디지털 전환에 대한 통계 필요성과 숙박업 전반의 경쟁 통계 필요

성을 논했다. 물리적인 거리의 제약이 해소되어 정보가 신속하게 확산되는 디지털 시대에서 숙박업은 과거보다 복잡한 경쟁 상황에 놓이게 되었다. 특히 휴양콘도미니엄은 다양한 목적의 시설을 한 장소에 보유한 가장 복합적인 숙박 형태로 각 휴양콘도미니엄이 특유의 개성을 갖추었다. 기존 호텔업과의 경쟁이 주를 이뤘던 과거와 달리 최근 현재 휴양콘도미니엄의 장점을 취한 다양한 숙박 형태가 발생하고 있다. 과거 농어촌 민박과 달리 최근의 펜션업은 취사시설 등이 포함된 주택형 펜션업, 세미나실, 운동장, 산책로 등의 편의시설이 포함된 기업형 펜션업 등으로 발전해 가면서 휴양콘도미니엄의 타겟 고객층에게 유사한 서비스를 제공함으로써 경쟁이 심화되고 있다. 이처럼 경쟁 강도가 높아지고, 경쟁 사업의 범위 또한 넓어짐에 따라 경쟁 지표 도출이 필요하다. 그러나 관광산업조사 등의 표본 자료는 이와 같은 숙박업 전반을 커버하지 않는다. 특히 본 분석에서는 2015년-2020년의 데이터를 기반으로 지역별 허쉬만-허핀달 지수를 계산하여 경쟁 강도를 설명하고 있는데, 관광산업조사를 사용할 경우 경쟁 강도에 대한 왜곡이 있을 수 있다.

또한 미시적 관점에서도 디지털 전환에 대한 정보는 중요하다. 숙박업이 디지털 환경에 적응함에 따라 대중에게 이미 익숙한 CMS(온라인 객실 판매 등의 채널 관리 시스템) 외에도 RMS(수익 관리 시스템), PMS(객실 관리 시스템), 키리스 시스템(Keyless System) 등 기업이 수익률을 증대할 수 있는 새로운 카드가 등장했다. 무인 주차요금 정산기, 키오스크, 사물인터넷처럼 하드웨어를 추가로 구입할 필요도가 비교적 적어 저렴한 데다 매우 능률적인 변혁이다. 반면 아직까지 이러한 변화에 대한 조사가 미비한데, 관광산업조사에서는 온라인과 전자상거래에 대한 내용을 포함하고 있으며, 2020년 경제총조사는 온라인, 디지털플랫폼, 키오스크 등의 활용 여부에 관한 내용을 포함하고 있다. 본 연구는 관광산업조사를 통해 온라인과 전자상거래에 대한 시계열 패턴을 살펴보고, 2020년 경제총조사를 중심으로 다양한 미시적 분석을 수행함으로써 디지털화에 대한 기초적인 내용을 파악한다. 이는 앞선 경쟁 강도 파악과 같이 전체 숙박업에 대한 디지털화를 파악하기 위함이다.

2. 경영 분석의 개요

본 연구는 우리나라 휴양콘도미니엄업의 경영 실태를 파악하여 정부의 산업정책 및 기업의 경영합리화 추진 등에 필요한 기초 통계자료를 제공하는 데 목적이 있다. 산업이란 동일한 종류의 재화와 서비스를 공급하는 기업들의 집합체이므로, 특정 산업에 대한 정책을 개발하거나 통계치를 산출할 때, 해당 산업을 구성하는 기업들의 다양한 경영 현황을 파악하는 것이 매우 중요하다.

기업의 모든 경영활동 결과는 재무제표(재무상태표, 손익계산서, 현금 흐름표, 자본 변동표 및 주식)에 반영된다. 특히, 특정 시점에서 기업의 재무 상태를 자산, 부채 및 자본으로 표시하는 재무상태표와 일정 기간 동안 기업의 경영 성과를 수익, 비용 및 각종 이익으로 표시하는 손익계산서를 통해 한 회계기간 동안 수행된 기업의 모든 경영활동 내역을 파악할 수 있다. 즉, 산업을 구성하는 기업들의 재무제표 수치를 통해 해당 산업의 경영 현황을 다각도로 살펴볼 수 있다. 동종 산업 내에 속한 기업들의 평균적인 경영 현황이 곧 해당 산업의 현황 및 특징이기 때문이다. 따라서 본 연구에서는 휴양콘도미니엄업에 속한 기업들에 대한 경영분석을 통해 해당 산업의 현황 및 특징을 파악하고자 한다. 특히, 재무제표 자료를 중심으로 경영분석을 수행하고자 한다.

구체적인 경영분석 방법은 다음과 같다.

첫째, 휴양콘도미니엄업에 속한 기업들의 사업 현황 실태 및 재무 현황을 분석한다. 둘째, 재무비율을 중심으로 2013년부터 2022년까지 10년간 휴양콘도미니엄업에 속한 기업들의 유동성 및 안정성, 수익성, 성장성, 효율성 분석 결과를 제시한다. 셋째, 휴양콘도미니엄업의 2022년 재무비율을 경쟁 업종인 호텔업과 비교 분석한다. 넷째, 2013년부터 2022년까지 휴양콘도미니엄업의 재무비율을 코로나19 전·후 기간으로 구분 및 비교하여 코로나19 팬데믹이 휴양콘도미니엄업에 미친 영향을 분석한다.

제2절 산업 분석

1. 자료의 구축

휴양콘도미니엄업의 산업 분석을 위해 사용된 통계자료는 크게 세 가지이다. 구체적으로 문화체육관광부의 관광산업조사, 통계청 경제총조사 그리고 기업통계등록부이다. 특히 통계청 경제총조사 및 기업통계등록부는 통계청의 통계데이터 센터의 원자료를 활용하였다.

가. 관광산업조사

문화체육관광부의 관광산업조사는 관광산업의 심도 있는 이해를 목적으로 개발되어 2007년에 관광사업체 기초 통계조사로서 출발했다. 이 조사는 관광진흥법에 따라 정의된 관광사업체를 대상으로 다양한 설문을 진행하는데, 업종 등록 현황, 사업체 개요 등을 묻는 사업체의 일반 현황, 사업체 구분, 영업 개월 수 등을 묻는 사업체 현황, 종사자 수와 신규 채용 등을 묻는 고용 현황, 연간 투자비와 자본금 등을 묻는 재무 현황, 전자상거래 활용 현황, 종사원의 자격증 보유 현황으로 문항을 포함하고 있다.

특히 본 연구의 핵심 대상인 휴양콘도미니엄을 대상으로는 관광숙박업의 성격을 고려하여 객실 매출액, 부대시설 매출액, 판매 객실 수, 객실 현황 등을 추가로 묻고 있다. 관광산업조사는 설문조사로서 숙박업에 대해 모든 산업을 다루고 있지는 않으나 다른 관련 조사 자료인 경제총조사와 기업통계등록부와 다르게 관광산업이라는 분야에 주목하고 각 세부 업종의 특성을 고려한 문항 설계로 차별점을 지녀 그 의의가 있다.

다만 관광산업조사는 전수조사가 아닌 샘플 데이터이고, 본 연구 대상인 휴양콘도미니엄업 즉 관광숙박업에 대해서는 전수조사를 실시하지만 숙박업에 대한 조사 범위가 호텔업과 휴양콘도미니엄업으로 한정된다. 따라서 일반적인 숙박업에 대한, 즉 본 연구에

서 강조하는 일반적인 지역 숙박업에 대한 논의를 진행하기에는 약점이 있다. 그 밖에도 조사 자료의 한계로서 기준 연도 혹은 조사 연도에 휴업 및 폐업으로 분류되어 조사 대상에서 제외된 사업체나 조사 거절 사업체가 전수조사 자료에 비해 다수 존재하는 등 한계점도 갖고 있다.

나. 통계청 경제총조사 및 기업통계등록부

1) 경제총조사

통계청의 경제총조사는 물리적 사업장이 있는 사업체에 대한 전수자료로서, 통계청 주관으로 2010년부터 5년마다 진행한다. 국가 전체 산업에 대한 구조와 분포, 경영 실태 등에 관한 사항을 종합적으로 파악할 수 있다. 조사 항목은 사업체의 창설 연월, 사업체 구분, 종사자 수 등 사업내용에 관한 사항과 매출액, 영업비용, 영업이익 등 사업실적에 관한 사항, 산업에 따라 사업체의 실태를 파악하기 위한 특성 항목 등이다. 이 중 특성 항목은 조사 시점에 따라 각 산업에 대하여 전문가 등의 의견을 수렴하여 정하는 사항으로 2020년 숙박업 설문에는 온라인쇼핑 거래 여부, 무인결제기기(키오스크) 도입 여부, 디지털 플랫폼 거래 여부 등이 대표적이다. 이러한 특성 항목의 도입은 본 연구의 대상인 휴양콘도미니엄업을 비롯한 숙박업에 있어서도 디지털 전환에 대한 실태를 파악할 수 있는 강점을 갖는다.

또한 2010년과 2015년의 자료는 현장조사가 가능한 사업체를 대상으로 조사하였으나, 2020년은 행정 자료를 기반으로 제작된 기업통계등록부(SBR, Statistical Business Registers)를 기반으로 하였다는 점에서 차별점이 있다. 이는 2020년 경제총조사에 물리적 사업장이 존재하지 않는 사업체 또한 새로이 조사 대상으로 포함되었다는 것으로, 모집단의 확장을 의미한다.

2) 기업통계등록부

통계청의 통계등록부(Statistical Registers)는 행정 기반 자료로 물리적 사업장이 없어도 행정적으로 사업등록이 되어 있다면 포함하여 사실상 전수자료의 의미에 가장 부합한다. 좀 더 구체적으로 설명하면 통계등록부는 통계청이 통계 작성 및 분석을 목적으로 행정 자료와 통계자료를 융합하여 구축한 데이터베이스이다. 이는 행정 및 공공 기관

에서 관련 법령에 정한 서식대로 작성한 행정 자료(국세청의 과세자료, 관세청의 수출입 통관 자료, 공단의 4대보험 등)를 기반으로 통계 목적용 표준화 작업을 통한 자료로 볼 수 있다.

이 중 기업통계등록부는 통계청의 경제통계 조사 자료와 국세청 등의 행정 자료를 연계하여 모든 산업을 포괄하는 우리나라 전체 기업체(사업체) 명부 자료이다. 기업통계등록부는 기업체 수준과 사업자등록번호, 사업체 수준 전수자료(전국사업체조사) 등을 포괄하는 사업체(공장, 판매대리점 등) 수준의 산업, 지역, 매출, 종사자 수 등의 기초적 정보를 세부 수준까지 제공한다. 현재 기업통계등록부는 2010년부터 2020년까지 연간 자료로 구성되었고, 활용처로는 정보통계조사, 기업생태 분석지도 서비스, 여성기업실태 조사, 한국기업혁신조사, 경제총조사 등이 있다. 경제총조사의 경우 전 목에서 상술하였듯이 2020년부터 기업통계등록부를 활용해 모집단을 확장했다.

3) 통계데이터 센터

앞서 설명된 것과 같이 기업통계등록부는 명부 자료로서 경제 전반의 성장을 파악하는 데 사용되는 목적성을 가지고 있어, 지정된 특정 장소에서만 사용이 가능하다. 통계데이터센터(SDC)는 기업통계등록부를 비롯하여 각종 통계등록부, 민간 빅데이터, 기존의 조사 통계자료를 연계·융합할 수 있도록 구축된 데이터 플랫폼으로, 사전 신청을 통해 물리적인 분석 센터에서만 접속하여 분석할 수 있다. 서울을 포함하여 전국적으로 11개 통계데이터센터가 있다. 현재 통계데이터 센터가 제공하는 자료에는 비단 경제·사회뿐만이 아니라 인구·가구, 농림어업, 건물·지가, 차량, SNS데이터 등이 있고, 기업통계등록부를 포함한 일부는 데이터 분석의 효과 증진을 위해 분기별로도 제공되고 있다. 통계데이터센터는 다양한 분야의 기관과 협업해 데이터를 구축하고 있어 더 기능적인 데이터 가치 창출이 기대된다.

본 절에서 활용한 경제총조사 자료는 대부분 통계데이터센터에서 10차 표준산업분류에 해당하는 2015년-2020년 기업통계등록부와 2020년 경제총조사를 연계하여 분석하고, 통계청의 심의 과정을 통해 반출받은 결과이다.

2. 휴양콘도미니엄 산업 분석

본 장에서는 휴양콘도미니엄업의 사업 현황에 대하여 구체적으로 살펴본다. 휴양콘도미니엄업의 사업체 수, 종사자 수, 매출액 등 외에도 휴양콘도미니엄의 서비스 생산에 있어 중요한 역할을 하는 객실 및 편의시설에 대한 통계 역시 살펴본다. 또한 휴양콘도미니엄업과 호텔업 등의 관광숙박업을 비교하되, 구체적으로는 호텔업과의 비교를 중심으로 진행한다.

가. 전수조사 자료를 통한 산업 개황¹⁾

1) 사업체 수, 종사자 수, 매출액

사업체 수, 종사자 수, 매출액은 산업구조를 알 수 있는 가장 기본적인 값이다. 지난 10여 년 동안 숙박업의 트렌드가 변화하면서 호캉스, 살아보는 여행 등이 주목을 받기 시작하였다. 최근 코로나19를 경험하면서 안전이라는 키워드와 함께 이러한 경향은 더욱 강화되고 있다. 이에 따라 호텔 등과 같은 편의성을 갖추고 있으며, 취사 시설을 갖춘 감성 생활형 숙박시설 등이 인기를 얻고 있다.

〈표 2-1〉은 경제총조사를 바탕으로 2010년부터 2020년까지 관광숙박업의 세부 산업별 사업체 수, 종사자 수, 매출액을 보여 준다.

먼저 사업체 수에 대한 특징을 살펴보면 전반적으로 전체 사업체 수는 증가하고 있는 것을 볼 수 있는데, 여관업을 제외한 모든 세부 산업에서 사업체 수가 증가하고 있다. 호텔업은 2010년 570개에서 2020년 814개로 약 43% 증가하며, 휴양콘도미니엄업 또한 2010년 245개에서 315개로 29% 증가한 것을 볼 수 있다. 여관업은 그 수가 약 2,000개 정도 감소하는 한편 반대로 기타 관광숙박업은 약 15,000개가 증가하는 것으로 나타난다. 기타 관광숙박업에는 앞서 설명한 생활형 숙박시설, 민박업 등이 포함되는데 에어비앤비와 같은 숙박 공유 플랫폼 등의 활성화로 인하여 이러한 트렌드가 나타나는 것을 볼 수 있다. 휴양콘도미니엄업은 호텔업과 가장 차별적으로 취사가 가능한 특징

1) 산업 분석은 제10차 한국표준산업대분류에 따른 데이터를 대상으로 한다. 따라서 관광진흥법상 휴양콘도미니엄업종으로 등록된 사업체와는 그 대상이 다소 다르다. 일반적으로 제10차 한국표준산업대분류는 관광진흥법상 휴양콘도미니엄업을 대부분 포함하고 있다. 따라서 본 보고서에서는 비율이나 추세 등을 주로 분석한다.

을 가지고 있는데, 호텔뿐만 아니라 이러한 생활형 숙박시설의 확대로 인하여 휴양콘도미니엄 사업체의 경쟁이 심화될 것으로 보인다.

〈표 2-1〉 2010, 2015, 2020 산업별, 사업체 수, 종사자 수, 매출액

(단위: 개, 명, 백만 원)

A. 사업체 수	2010	2015	2020
호텔업	570	779	814
휴양콘도미니엄업	245	251	315
여관업	25,740	24,304	23,913
기타	15,008	21,384	29,928
B. 총종사자 수	2010	2015	2020
호텔업	38,523	40,155	38,700
휴양콘도미니엄업	13,771	13,251	12,717
여관업	59,406	62,865	57,533
기타	29,205	41,110	53,900
C. 총매출액	2010	2015	2020
호텔업	5,271,413	5,313,076	4,531,669
휴양콘도미니엄업	1,754,657	1,881,019	1,513,838
여관업	2,008,882	2,794,614	2,971,348
기타	393,991	931,670	1,539,364

자료: 경제총조사, 2010년 및 2015년 값은 KOSIS에서, 2020년 값은 MDIS에서 자료를 받아 연구진이 작성. 표준산업분류 개정(9차에서 10차)으로 청소년 수련원 등은 제외하고 민박업은 기타에 포함.

사업체 수의 확대와 달리 총종사자 수와 총매출액은 다른 양상을 보여 준다. 총종사자 수를 먼저 설명하면, 호텔업과 휴양콘도미니엄업, 여관업의 총종사자 수는 2010년과 비교하여 비슷하거나 감소한다. 이 중 여관업은 사업체 수의 감소로 인한 총종사자 수의 감소로 보더라도 호텔업 및 휴양콘도미니엄업의 경우 이례적으로 보인다. 이러한 특징은 두 가지 가설로 설명할 수 있는데, 첫 번째는 코로나19로 인한 고용의 일시적 휴직이나 실업이 발생했을 가능성과 두 번째는 디지털 전환 등의 구조 변화로 인한 고용의 영구적 감소이다. 총매출액 또한 총종사자 수와 마찬가지로 호텔업과 휴양콘도미니엄업에서 2010년 대비 감소한다. 호텔업의 매출액 감소는 두 산업 모두 약 14% 정도이다. 반면 여관업의 총매출액은 48% 증가하고, 기타 관광숙박업의 총매출은 약 291% 정도 증가하는데, 이는 고착화된 관광숙박업 구조하에서 이례적인 현상이라 볼 수 있다.

〈표 2-2〉는 2010년, 2015년, 2020년의 관광숙박업 세부 산업별 평균 종사자 수, 평

균 매출액을 보여 준다. 평균 종사자 수와 평균 매출액은 <표 2-1>을 바탕으로 총종사자 수와 총매출액을 각각 사업체 수로 나눈 것이다. 2020년을 기준으로 1개의 사업체당 평균 종사자 수를 보면 호텔업은 약 47.5명, 휴양콘도미니엄업은 약 40.4명 수준임을 알 수 있다. 반면 여관업은 2.4명, 기타 관광숙박업은 1.8명이다. 2020년의 코로나19를 고려하더라도 여관업과 기타 관광숙박업의 종사자 수는 2010년과 비교하여 거의 감소하지 않았다. 반면 2010년의 호텔업 평균 종사자 수는 67.6명, 휴양콘도미니엄업의 경우 56.2명으로 2020년과 비교하면, 호텔업에서 사업체당 평균 20명, 휴양콘도미니엄업에서 사업체당 평균 16명 정도가 감소하는 것을 볼 수 있다. 이는 앞선 <표 2-1>에서와 같이 코로나19의 위기와 디지털 전환으로 인한 구조 변화로 인한 것으로 보인다.

호텔업과 휴양콘도미니엄업의 사업체당 평균 매출액을 보면 이들 세부 산업에 코로나19가 매우 강한 영향을 미쳤음을 짐작하게 하는데, 호텔업은 약 40%, 휴양콘도미니엄업도 약 33%의 평균 매출액 감소가 나타난다. 여관업이나 기타 관광숙박업은 평균 매출액이 상승하는바, 이는 코로나19 기간 동안 숙박 트렌드가 독립적이고 안전한 형태의 숙소를 찾는 것으로 바뀌었기 때문으로 보인다.

<표 2-2> 2010, 2015, 2020 산업별, 평균 종사자 수, 매출액

(단위: 명, 백만 원)

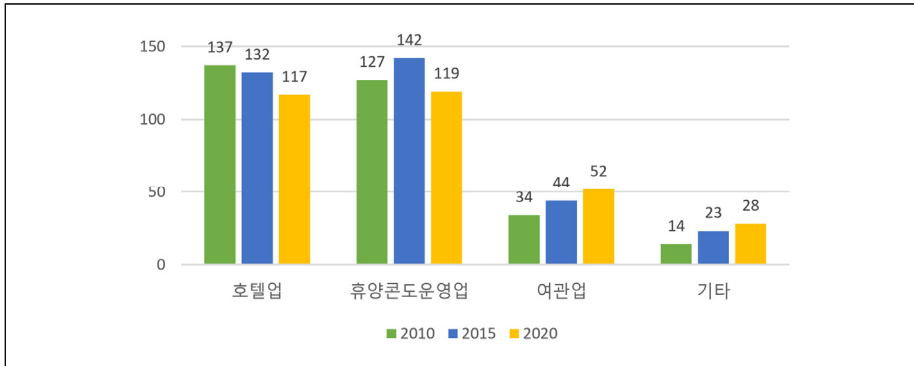
A. 평균 종사자 수	2010	2015	2020
호텔업	67.6	51.5	47.5
휴양콘도미니엄업	56.2	52.8	40.4
여관업	2.3	2.6	2.4
기타	1.9	1.9	1.8
B. 평균 매출액	2010	2015	2020
호텔업	9,248	6,820	5,567
휴양콘도미니엄업	7,162	7,494	4,806
여관업	78	115	124
기타	26	44	51

자료: 경제총조사, 2010년 및 2015년 값은 KOSIS에서, 2020년 값은 MDIS에서 자료를 받아 연구진이 작성, 표준산업분류 개정(9차에서 10차)으로 청소년 수련원 등은 제외하고 민박업은 기타에 포함.

[그림 2-1]은 종사자 1인당 총매출액으로 나타난 세부 산업 수준의 총노동생산성 지표를 보여 준다. 2010년부터 2020년까지 각 산업별로 보여 주는데, <표 2-2>와 같이

사업체당 평균 매출액 지표의 특징이 같다. 호텔업과 휴양콘도미니엄업은 2020년도에 이전에 비하여 총노동생산성이 감소하는 추세이지만 여관업과 기타 관광숙박업의 경우 총노동생산성이 증가하는 추세를 보여 준다. 호텔업과 휴양콘도미니엄업의 총노동생산성 감소는 종사자 수의 감소에 비하여 매출의 감소가 더 크기 때문에 나타나는 결과이다.

[그림 2-1] 2010, 2015, 2020 산업별, 종사자 1인당 매출액



2) 객실 수

객실은 숙박 서비스 운영에 있어 중요한 유형자산이다. 본 목에서는 산업별, 연도별 객실 수, 객실의 구성, 요약 통계량을 보여준다. <표 2-3>은 2010년부터 2020년까지의 객실 규모별 사업체 수, 총객실 수, 평균 객실 수를 각각의 관광숙박업별로 보여 준다.

먼저 호텔업의 경우 대부분 20실 이상의 규모를 갖는다. 50실 미만의 호텔 수가 감소하는 것에 비하여, 100실 이상의 호텔 수는 2010년 199개에서 2015년 304개를 거쳐, 2020년 445개로 증가하는 특징을 보여 준다. 이에 따라 평균 객실 수 또한 2010년 119개에서 2020년 166개로 큰 폭으로 상승한다. 총객실 수 또한 2010년 68,066개에서 2020년 134,948개로 증가하는데, 이러한 특징은 신설된 호텔이 대부분 3성급 이상(비즈니스 호텔)의 규모이며 그 이하 급의 호텔은 시장에서 경쟁력을 잃고 있기 때문으로 볼 수 있다.

〈표 2-3〉 2010, 2015, 2020, 객실 규모별 사업체 수, 총객실 수, 평균 객실 수

(단위: 개, 실)

A. 호텔업	2010	2015	2020
사업체 수	570	779	814
49실 이하	141	161	107
50~99실	230	314	262
100실 이상	199	304	445
총객실 수	68,066	99,678	134,948
평균 객실 수	119.4	128.0	165.8
B. 휴양콘도미니엄업	2010	2015	2020
사업체 수	245	251	315
49실 이하	89	77	109
50~99실	44	58	63
100실 이상	112	116	143
총객실 수	50,399	45,875	52,342
평균 객실 수	205.7	182.8	166.2
C. 여관업	2010	2015	2020
사업체 수	25,740	24,304	23,913
49실 이하	25,212	23,725	23,097
50~99실	506	547	747
100실 이상	22	32	69
총객실 수	531,036	541,896	563,476
평균 객실 수	20.6	22.3	23.6
D. 기타	2010	2015	2020
사업체 수	15,008	21,384	29,457
49실 이하	14,860	21,260	29,157
50~99실	135	99	164
100실 이상	13	25	136
총객실 수	98,060	143,211	360,908
평균 객실 수	6.5	6.7	12.3

자료: 2010, 2015, 2020 경제총조사, KOSIS.

휴양콘도미니엄업은 호텔업과 달리 평균 객실 수가 2010년 206실에서 2015년 183실, 2020년 167실까지 지속적으로 감소하는 추세를 보이고 있다. 객실 규모에 따라서는 20실 이상 49실 이하의 구간에서 사업체 수가 가장 많이 증가하고 있으며, 100실 이상의 휴양콘도 또한 지속적으로 증가하는 추세를 보여준다. 다만 5성급 호텔 등에 대응하는 규모의 휴양콘도미니엄보다는 그보다는 작은 규모의 휴양콘도미니엄이 신규 진입한 것으로 보이며, 2020년 현재 기준 평균 객실 수 또한 호텔업의 평균 객실 수와 유사한 값을 갖는다.

여관업은 대부분 50실 미만의 규모로 구성되며, 휴양콘도미니엄업과 마찬가지로 20실 이상의 여관 수는 증가하지만, 그보다 작은 객실 수를 갖는 여관 수는 감소 추세에 있다. 이러한 특징으로 인하여 총객실 수는 2010년 53만여 실에서 56만여 실로 증가하며, 평균 객실 수 또한 2010년 21실에서 24실로 소폭 증가하는 것을 보여 준다. 기타 관광숙박업은 대부분 20실 미만의 객실을 갖는 사업체로 구성되어 있으며, 4실 이하의 사업체가 가장 많이 증가하여, 전체 사업체 증가분의 절반 이상을 차지한다. 이와 반대로 100실 이상의 객실을 갖는 사업체도 100여 사업체가 증가한다. 사업체 수의 폭발적 증가로 총객실 수는 9만 8천여 실에서 36만여 실로 증가하고, 평균 객실 수 또한 6.5실에서 12.3실로 증가하는 특징을 보여 준다.

〈표 2-4〉 2020, 산업별 사업체 객실 수 요약 통계량

(단위: 실)

산업	평균	표준편차	1분위수	3분위수
호텔업	165.8	151.6	62	237
여관업	23.6	19.0	14	30
휴양콘도미니엄업	166.2	268.3	34	200
민박업	4.6	4.4	2	6
기타	18.4	289.2	4	8
계	20.4	162.5	4	21

자료: 2020 경제총조사.

〈표 2-4〉는 2020년도 세부 관광숙박업별 객실 수에 대한 요약 통계량을 보여 준다. 호텔업의 평균 객실 수는 166실 정도이며, 여관업은 24실, 휴양콘도미니엄업은 166실, 민박업은 4.6실, 기타 관광숙박업은 18.4실로 나타난다. 3열과 4열은 각각 1분위수(25%)와 3분위수(75%)의 값을 보여 준다. 호텔업 3분위수의 경우 237실이며, 휴양콘도미니엄업도 이와 비슷한 200실로 나타난다. 민박업과 기타 관광숙박업은 3분위수가 각각 6실, 8실로 전반적으로 매우 작은 규모를 갖는다. 특히 기타 관광숙박업의 경우 평균이 3분위수보다 크며 표준편차가 세부 산업 중 가장 큰 값을 가지고 있어 산업 내에서 규모의 격차가 매우 큰 것을 알 수 있다.

〈표 2-5〉 2020, 휴양콘도미니엄 종사자, 매출 규모별 객실 수 요약통계량

(단위: 원, 실)

A. 종사자 수	관측치	평균	표준편차	1분위수	3분위수
30인 미만	219	82.0	83	26	109
30인 이상 100인 미만	66	252.7	214	106	324
100인 이상	30	590.4	607	170	767
계	315	166.2	268	34	200
B. 매출액	관측치	평균	표준편차	1분위수	3분위수
10억 미만	154	68.8	68	23	83
10억이상 100억 미만	122	184.4	210	62	236
100억 이상	39	493.6	535	141	576
계	315	166.2	268	34	200

자료: 2020 경제총조사.

〈표 2-5〉는 〈표 2-4〉에서 살펴본 객실 수의 특징을 휴양콘도미니엄업에 대해서만 종사자 규모와 매출 규모에 따라 다시 보여 준다. 종사자 수가 30인 미만의 사업체 수는 219개이며, 평균 객실 수는 82실, 3분위수는 109실이다. 30인 이상 100인 미만 그룹의 경우 사업체 수는 66개, 평균 객실 수는 252.7실로 나타난다. 이 그룹에서 1분위수는 106실로 30인 미만의 종사자 그룹의 3분위수와 유사한 값을 갖지만 3분위수는 324실로 상당한 편차를 보여 준다. 100인 이상이 경우 평균 590실이며, 1분위수는 170실이며 3분위수는 767실로 종사자 규모가 증가할 때, 객실 수의 편차가 더 커지는 것을 볼 수 있다. 이는 휴양콘도미니엄의 특성상 종사자가 객실 운영만을 위한 종사자로 구성되지 않으며, 편의시설 등에 따라 차이가 있기 때문으로 보인다.

매출액 그룹은 10억 원 미만, 10억 원 이상 100억 원 미만, 100억 원 이상으로 구분한다. 매출액 10억 원 미만 그룹의 사업체 수는 154개이며, 평균 69실의 규모이다. 3분위수는 83실로 종사자 기준 30인 미만 구간보다 더 작은 규모이다. 매출액 규모가 10억 원 이상, 100억 원 미만에 속하는 그룹의 사업체 수는 122개이며, 평균 객실 수는 184실이다. 매출액 100억 원 이상 그룹의 사업체 수는 39개이며 평균 494실의 규모이며, 이 경우 576실의 3분위수를 보인다.

3) 편의시설 수

호텔과 휴양콘도미니엄은 일반적으로 고객 만족을 위해 최소한의 편의시설을 갖추고

있다. 사업체의 지리적 위치 등과 상관없이, 신속하고 간편하게 원하는 서비스나 재화를 획득할 수 있는 편의시설의 보유 여부는 고객의 소비 결정 및 분양 등에 중요한 요소이다(최승담·박호운, 2010; 김종원·반승주·김재태, 2013). 가족 여행객이 주로 찾으며, 취사 등의 다양한 서비스를 제공하는 휴양콘도미니엄업은 호텔업보다 편의시설 확보가 중요하다(이희승·전혜진, 2009). 이는 관광진흥법 5조 관광사업의 등록 기준에서부터 드러난다. 휴양콘도미니엄업을 등록하려면 매점 혹은 간이매장, 그리고 공연장·전시관·미술관·박물관·수영장·테니스장·축구장·농구장, 그 밖에 관광객이 이용하기 적합한 문화·체육 공간을 1개소 이상 갖추어야 한다. 따라서 휴양콘도미니엄업을 이해하기 위해서는 편의시설을 중심으로 살펴볼 필요가 있다.

〈표 2-6〉 2020, 호텔업, 휴양콘도미니엄업 운영 주체별 편의시설 요약 통계량

(단위: 개)

산업	통계량	편의시설	운영 주체	
			직영	임대
호텔	평균	5.737	4.735	1.002
	표준편차	8.017	7.093	2.164
휴양콘도미니엄	평균	7.625	5.467	2.159
	표준편차	14.298	7.687	11.888
계	평균	6.264	4.939	1.325
	표준편차	10.196	7.267	6.556

자료: 2020 경제총조사.

〈표 2-6〉은 호텔업과 휴양콘도미니엄업의 평균 편의시설 개수 요약 통계량이다. 3열과 4열에서는 운영 주체에 따라 직영과 임대로 나누어 다시 보여 준다. 호텔업은 사업체당 평균 편의시설 개수 5.737개이며, 휴양콘도미니엄업은 7.625개로, 두 산업의 편의시설 개수 평균 차는 1.878개다. 이를 운영 주체별로 구분하여 살펴보면, 두 산업 모두 임대 운영보다 직영 운영 수가 더 많은 가운데, 임대 운영 비율은 호텔업이 약 17.5%, 휴양콘도미니엄업이 28.3%로 휴양콘도미니엄업이 더 크다. 그리고 두 산업의 요약 통계량에 있어 휴양콘도미니엄업의 표준편차 값이 호텔업 표준편차 값보다 크다. 이는 휴양콘도미니엄업 내 사업체 간 규모의 격차가 크고 사업체 규모가 클수록 다양한 편의시설을 더 많이 제공하기 때문으로 보인다.

〈표 2-7〉 호텔업, 휴양콘도미니엄업의 업종별 편의시설 요약 통계량

(단위: 개)

산업	통계량	편의 시설	업종			
			음식	연회장	스포츠	기타
호텔	평균	5.737	2.355	2.032	0.851	0.499
	표준편차	8.017	2.899	3.621	1.697	1.306
휴양콘도미니엄	평균	7.625	2.629	2.556	0.917	1.524
	표준편차	14.298	4.253	4.231	1.872	11.311
계	평균	6.264	2.431	2.178	0.870	0.785
	표준편차	10.196	3.332	3.806	1.747	6.087

자료: 2020 경제총조사.

〈표 2-7〉은 〈표 2-6〉의 산업별 편의시설 종류에 따라 보여 준다. 경제총조사에서는 편의시설 종류를 ① 식당, 레스토랑 등 ② 커피숍 등 ③ 주점/바 등 ④ 나이트클럽 ⑤ 성인 오락실 등 ⑥ 연회장, 회의장 등 ⑦ 사우나탕 등 ⑧ 수영장 ⑨ 볼링장 ⑩ 헬스장 ⑪ 골프장 ⑫ 골프 연습장 ⑬ 스키장으로 구분하는데, 〈표 2-7〉에서는 식당, 커피숍, 주점 등을 ‘음식’으로, 연회장 등을 ‘연회장’으로, 수영장, 볼링장 등 스포츠 관련 시설을 ‘스포츠’로, 나이트클럽, 성인 오락실, 사우나탕 등을 ‘기타’로 구분한다.

호텔업과 휴양콘도미니엄업 두 산업의 평균 음식 시설 수는 2.431개, 연회장 시설 수는 2.718개, 스포츠 시설 수는 0.870개, 기타 시설 수는 0.785개로 일반적으로 음식과 연회장 시설에 더 치중한다. 휴양콘도미니엄업은 호텔업에 비하여 편의시설 개수가 평균 약 2개 정도 많고, 호텔업보다 음식이나 연회장에 편중하지 않고 다양한 특징을 보인다. 이는 휴양콘도미니엄에서 숙박하는 고객들이 호텔과 비교해 여러 가지 부대시설을 이용할 기대하기 때문으로 보인다. 좀 더 구체적으로 살펴보면, 4개 업종 모두 호텔업에 비하여 휴양콘도미니엄업이 시설 보유 개수가 더 많지만, 스포츠 보유 시설은 상대적으로 큰 차이가 없다. 다른 업종과 비교하여 1개 이상 유의미한 차이를 보이는 업종은 기타 시설인데, 이는 휴양콘도미니엄의 특징에 따라 사우나탕 및 주점을 제외한 성인 위락 시설이 위치하기 때문으로 보인다.

〈표 2-8〉은 휴양콘도미니엄업 편의시설 수 요약 통계량을 사업체의 규모별로 보여 준다. 규모를 판단하기 위해 앞선 〈표 2-5〉의 객실 수와 같이 종사자 수, 매출액 규모를 사용하며, 각각 3개 그룹으로 나누어 규모가 커질수록 편의시설 수가 증가하는지 여부를

확인한다.

〈표 2-8〉 2020, 휴양콘도미니엄 종사자, 매출 규모별 편의시설 수 요약 통계량

(단위: 원, 개)

A. 종사자 수	관측치	평균	표준편차	1분위수	3분위수
30인 미만	219	4.8	13.7	1	5
30인 이상 100인 미만	66	10.5	6.2	7	13
100인 이상	30	22.1	20.7	9	24
계	315	7.6	14.3	2	9
B. 매출액	관측치	평균	표준편차	1분위수	3분위수
10억 미만	154	4.5	16.1	1	5
10억이상 100억 미만	122	8.1	6.6	3	11
100억 이상	39	18.5	18.7	9	21
계	315	7.6	14.3	2	9

자료: 2020 경제총조사.

종사자 수 30인 미만 그룹의 편의시설 수 평균은 4.8개, 30인 이상 100인 미만 그룹은 평균 10.5개로 나타난다. 100인 이상 그룹의 평균 편의시설 수는 22.1개로 하위 그룹에 비하여 2배 이상의 편의시설 수 증가를 보여 준다. 이는 휴양콘도미니엄 규모가 증가할 때, 고객에게 더 많은 서비스를 제공하기 위함으로 보인다. 특히 100인 이상 규모의 3분위수는 24개로 나타난다. 매출액 규모에 따른 평균 편의시설 수는 종사자 규모에 따른 평균과 유사한 값을 보여 준다. 매출액 10억 원 미만 그룹의 편의시설 수는 4.5개이며, 10억 원 이상 100억 원 미만 그룹은 8.1개, 매출액 100억 원 이상 그룹은 18.5개이다.

4) 매출 형태별 수입

본 목에서는 호텔업과 휴양콘도미니엄업의 세부 매출액을 살펴본다. 세부 매출액은 객실 매출, 음식 매출, 기타 매출로 구분한다. 〈표 2-9〉는 2020년 기준 호텔업과 휴양콘도미니엄업의 세부 매출액의 요약 통계량을 보여주고, 〈표 2-10〉은 2020년 휴양콘도미니엄업에 대하여 종사자 규모별 세부 매출액에 대한 요약 통계량을 보여 준다.

〈표 2-9〉 2020, 호텔업, 휴양콘도미니엄 매출 형태별 수입 요약 통계량

(단위: 백만 원)

A. 호텔업	관측치	평균	표준편차	1분위수	3분위수
매출액	814	5,567.2	19,461.0	580	3,702
객실 매출액	814	3,725.3	15,916.0	472	2,680
음식 매출액	814	1,119.1	4,950.5	0	345
기타 매출액	814	722.7	4,359.9	0	99
B. 휴양콘도미니엄업	관측치	평균	표준편차	1분위수	3분위수
매출액	315	4,805.8	12,396.5	211	4,018
객실 매출액	315	3,288.2	7,483.6	189	2,779
음식 매출액	315	564.5	1,879.7	0	179
기타 매출액	315	953.1	4,631.2	0	186
C. 전체	관측치	평균	표준편차	1분위수	3분위수
매출액	1,129	5,354.7	17,772.5	471	3,728
객실 매출액	1,129	3,603.4	14,078.6	412	2,680
음식 매출액	1,129	964.4	4,325.4	0	269
기타 매출액	1,129	787.0	4,436.4	0	112

자료: 2020 경제총조사.

호텔업과 휴양콘도미니엄업 전체 매출액은 약 54억 원 정도이며, 객실 매출액은 약 36억 원으로 전체 매출액의 약 67.3%를 차지한다. 음식 매출액 평균은 약 9.6억 원이며, 기타 매출액 평균은 7.9억 원 정도로 나타난다. 특히 음식 매출액과 기타 매출액은 사업체별 격차가 매우 큰 것을 유추할 수 있는데, 이는 1분위수가 0의 값(매출액이 없음)을 갖고, 3분위수가 평균보다 작은 값을 갖기 때문이다.

호텔업의 매출액 평균은 56억 원이며 객실 매출액 37억 원, 음식 매출액 11억 원, 기타 매출액 7.2억 원이다. 1분위수는 5.8억 원이며, 3분위수는 37억 원이다. 휴양콘도미니엄업의 매출액 평균은 48억 원이며, 객실 매출액 33억 원, 음식 매출액 5.6억 원, 기타 매출액 9.5억 원으로 나타난다. 휴양콘도미니엄업을 호텔업과 비교하면 전체적으로 매출 크기는 작으나, 전체 매출 대비 상대적으로 객실 매출액과 기타 매출액 비중이 높게 나타난다. 음식 매출액은 호텔업의 음식 매출액과 비교하여 절반 수준이다. 이는 코로나19의 상황을 고려하더라도 편의시설 중 음식 매출에 대한 기여가 낮은 것은 구조적 한계일 수 있다. 음식 매출액과 달리 기타 매출액은 호텔업에 비하여 상대적으로 높은 수준이며, 이는 휴양콘도미니엄업만의 차별화된 강점으로 볼 수 있다.

〈표 2-10〉 2020, 휴양콘도미니엄 종사자 규모별 매출 형태별 수입 요약 통계량

(단위: 백만 원)

A. 30인 미만	관측치	평균	표준편차	1분위수	3분위수
매출액	219	1,404.5	4,790.7	110	1,178
객실 매출액	219	1,245.1	4,584.2	92	1,051
음식 매출액	219	92.7	538.8	0	5
기타 매출액	219	66.7	297.4	0	1
B. 30인 이상 100인 미만	관측치	평균	표준편차	1분위수	3분위수
매출액	66	5,877.9	4,152.4	3,074	7,691
객실 매출액	66	4,120.2	3,253.4	1,718	6,083
음식 매출액	66	765.8	1,132.9	0	1,163
기타 매출액	66	992.0	1,721.6	0	1,174
C. 100인 이상	관측치	평균	표준편차	1분위수	3분위수
매출액	30	27,277.1	28,989.4	10,417	32,133
객실 매출액	30	16,372.6	14,645.5	6,225	22,732
음식 매출액	30	3,566.5	4,701.2	0	4,899
기타 매출액	30	7,338.0	13,297.1	0	7,638

자료: 2020 경제총조사.

〈표 2-10〉은 휴양콘도미니엄업 사업체를 종사자 규모별로 3개의 그룹으로 분리하여 객실 매출액, 음식 매출액, 기타 매출액의 요약 통계량을 나타낸다. 30인 미만 그룹을 먼저 보면 매출액 14억 원 중 객실 매출액이 12억 원으로 매우 크다. 따라서 소규모 휴양콘도미니엄업에서는 음식 매출액과 기타 매출액이 차지하는 정도는 매우 작고, 특히 세 가지 매출 형태 간 3분위수를 보면 그 차이는 더욱 크게 나타난다. 객실 매출액 3분위수는 10억 원인 가운데 음식 매출액의 3분위수는 5백만 원, 기타 매출액 3분위수는 1백만 원이다.

종사자 수 30인 이상 100인 미만 그룹의 경우 매출액 59억 원 중 객실 매출액이 41억 원, 음식 매출액이 7.7억 원, 기타 매출액이 9.9억 원이다. 종사자 수 100인 이상의 그룹의 경우 매출액은 273억 원이며, 객실 매출액이 164억 원, 음식 매출액이 36억 원, 기타 매출액이 73억 원으로 종사자 규모가 증가할수록 전체 매출액에서 객실 매출액이 차지하는 비중은 감소하고, 음식 매출액과 기타 매출액이 차지하는 비중은 증가한다. 다시 말해 〈표 2-8〉에서 확인한 바와 같이 종사자 규모가 증가할수록 편의시설 수가 증가하여 매출액의 증가가 나타나지만, 보다 중요한 것은 편의시설의 서비스 품질과 가격

증가에 따른 수요 증가로 인한 것일 수 있다.

나. 관광산업 조사를 통한 산업 개황: 휴양콘도미니엄 시계열 특성

본 항에서는 앞서 전수조사의 한계로 휴양콘도미니엄의 자세한 특성에 대해 파악하지 못한 부분에 대하여 휴양콘도미니엄의 시계열 변화 자료를 기반으로 파악하고자 한다. 앞서 살펴본 자료가 산업 분석에 있어 기초적인 통계량이었다면, 본 항에서는 다각적인 각도에서 분석하기 위해 설립 연도와 존속 기간, 자본금, 시설 투자비, 연간 판매 객실 수, 종사자의 학력과 자격증 보유 여부에 대한 통계를 휴양콘도미니엄업에 대해서만 주목하여 보인다. 다만 관광산업조사를 기반으로 한 자료는 조사 대상에서 제외된 사업체나 응답률 등으로 인해서 경제총조사 자료와 약간 차이를 보임을 참고할 필요가 있다.

1) 설립 연도 및 존속 기간별 사업체 수

숙박업이 다른 산업과 구별되는 특징 중 하나는 고객이 재화와 서비스뿐만 아니라 공간 그 자체를 영위하기 위해 사업장을 방문한다는 것이다. 시스템은 교체할 수 있고 트렌드는 대응할 수 있으나 공간은 단기간에 변경이 어려운 요소로, 이는 휴양콘도미니엄업의 업력이 끼치는 영향을 고찰할 때 함께 고려할 필요가 있다. 또한 사업장의 영업 기간이 오래되면 동일 업태로 계속해서 사업을 영위할 수도 있지만, 이전에는 호텔이었던 사업장이 휴양콘도미니엄으로 변경되거나 휴양콘도미니엄이 호텔로 전환할 수 있다. 영업 기간이 긴 사업체는 소비자가 축적된 경험을 통해 소비를 긍정적으로 결정하거나, 또는 소비자가 독특성을 느끼지 못해 소비를 피할 수 있다. 영업 기간이 짧은 사업체는 소비자가 참신함에 이끌릴 수 있으나, 서비스의 질에 있어 신뢰성이 떨어진다. 계속해서 업종으로 운영한 사업체는 안정적이지만, 업종을 전환한 사업체는 전환 과정에서 혁신을 이루었을 것이다. 새롭게 시장에 진입한 사업체의 경우 건설 계획에서부터 시작한 사업체는 가장 최신의 트렌드를 적극적으로 수용하지만 기존 시설 등을 활용할 수 있는 전환형 사업체는 이전 경영에서 얻은 노하우, 기술, 지식을 사용해 보다 효율적인 경영 전략을 구사할 수도 있다.

다음의 <표 2-11>은 휴양콘도미니엄업의 사업체 현황을 설립 연도에 따라 보여 준다. 휴양콘도미니엄업의 연혁을 살펴보았을 때 휴양콘도미니엄업이 관광숙박업으로 분류된 것은 1983년 관광숙박업 시행령의 개정 이후다. 이후 휴양콘도미니엄을 창업하고자 하

는 사업주는 법령이 정한 조건을 따라야 휴양콘도미니엄으로 등록할 수 있었다. 사업체 수 추이를 살펴보면 90년대에 설립된 휴양콘도미니엄은 꾸준히 감소하지만, 90년대 이전에 설립된 휴양콘도미니엄은 오히려 증가한다. 2013년에는 2000년 이후 설립된 휴양콘도미니엄이 1990년대 이전 설립된 사업체의 16배, 90년대에 설립된 사업체의 2.5배다. 2000년 이후 설립된 사업체도 계속적으로 증가하지만 2021년에는 90년대 이전에 설립된 사업체가 전체의 약 14%, 90년대에 설립된 사업체가 약 17%, 2000년대 이후라는 약 20년을 포괄하는 구간에 설립된 사업체가 약 68%를 차지한다. 이것은 휴양콘도미니엄이 아니었던 사업체가 업종을 변경했기 때문일 수 있다. 사업체가 설립 당시에는 휴양콘도미니엄에 해당하지 않았으나 시간이 지남에 따라 완화되어 새로운 조건은 충족할 수 있게 된 사례가 이에 속한다. 휴양콘도미니엄 인정 요건의 완화 외에 휴양콘도미니엄 업계 전망 등이 휴양콘도미니엄에 진입하고자 하는 사업주를 끌어당길 수 있다.

〈표 2-11〉 휴양콘도미니엄업 설립 연도별 사업체 수

(단위: 개)

설립연도	2013	2015	2017	2019	2021
1990년 이전	8	24	23	39	36
1990년 이후 1999년 이전	54	44	39	43	42
2000년 이후	135	147	166	153	167
계	197	215	227	235	244

자료: 관광산업조사.

〈표 2-12〉 휴양콘도미니엄업 존속 기간별 사업체 수

(단위: 개)

존속 기간	2013	2015	2017	2019	2021
5년 미만	49	60	51	35	30
5년 이상 10년 미만	57	46	47	35	42
10년 이상	91	109	130	166	172
계	197	215	227	236	244

자료: 관광산업조사.

〈표 2-12〉는 존속 기간별로 휴양콘도미니엄업 사업체 수를 구분하여 보여 준다. 5년 미만의 사업체는 2013년에 49개였으나 2015년에는 11개 증가한 60개로 늘어났으나 점차 감소하여 2021년에는 30개에 머무르는 한편, 5년 이상 10년 미만 구간의 사업체

는 2013년에 57개에서 증감을 반복해 42개에 머무른다. 마지막으로 10년 이상 구간 사업체는 91개에서 점점 증가해 2021년에는 172개다. 각 구간을 서로 비교해 보았을 때 2013년에는 10년 이상 존속한 사업체의 수가 5년 미만 구간, 5년 이상 10년 미만 구간의 사업체에 비하여 약 2배에 지나지 않는다. 그리고 이후 격차가 서서히 벌어져 2021년에는 5년 미만 구간의 사업체 수가 30개, 5년 이상 10년 미만 구간 사업체 수가 42개, 10년 이상 구간의 사업체 수가 172개로 큰 차이를 보인다. 이처럼 휴양콘도미니엄업에서는 존속 기간이 짧은 사업체 수가 비교적 적고, 존속 기간이 긴 사업체 수가 많아지는 추세로 심화되고 있다. 관광산업조사의 업종별 존속 기간을 추가로 살펴본 바를 간략히 기술하자면 2021년 존속 기간 5년 미만 사업체 비율은 관광객 이용 시설업 전체의 60.8%, 유원 시설업 전체의 71%이며 휴양콘도미니엄이 포함된 관광숙박업 전체의 49%에 달한다. 동년 존속 기간 10년 이상인 사업체 비율은 관광객 이용 시설업 전체의 6.2%, 유원 시설업 전체의 9.8%, 관광숙박업 전체의 25.7%다. 휴양콘도미니엄의 존속 기간별 사업체 분포가 두드러지게 다른 양상을 보이는 까닭은 휴양콘도미니엄의 특성 때문이다. 휴양콘도미니엄업은 고객을 끌어모으기 위해 제공하는 옵션이 대단위 부지나 시설이 필요하기 때문에, 즉 긴 공사/증축 기간이 필요하기 때문에, 존속 기간이 짧은 사업체보다 존속 기간이 긴 사업체가 더 큰 경쟁력을 지닐 수 있기 때문이다.

2) 자본금 및 시설 투자비

자본금은 기업 경영의 건전성을 평가하는 지표이며, 경영이 창출한 매출액의 일부가 자본금으로 축적되면 자본금이 다시 지출로 빠져나가는 순환이 성장의 동력이다. <표 2-13>과 <표 2-14>는 종사자, 매출 규모별 평균 자본금과 평균 시설 투자비를 나타낸다.

<표 2-13>은 먼저 2013년에서 2015년의 평균 자본금 증가가 전 구간에 걸쳐 크게 두드러진다. 앞선 항에서 이미 2015년 휴양콘도미니엄업의 총매출액과 종사자 1인당 매출액(노동생산성)이 2010년보다 높음을 확인하였으므로 자본금의 증가를 어렵지 않게 예상할 수 있다. 이후 2017년에는 종사자 수의 100인 이상 구간, 매출액의 15억 원 이상 40억 원 미만 구간을 제외하고는 증가한다. 그리고 2019년에는 종사자 수 30인 미만 구간과 매출액 15억 원 미만 구간 사업체의 평균 자본금이 대폭 감소한 반면, 종사자 수 30인 이상 구간과 매출액 15억 원 이상 구간의 평균 자본금은 증가하였다. 이는

규모가 영세한 사업체에 팬데믹의 여파가 상대적으로 강한 영향을 미쳤음을 알 수 있다. 그리고 2021년에는 종사자 수 100인 이상과 매출액 40억 원 이상 구간의 평균 자본금이 감소한 반면, 나머지 구간의 평균 자본금은 회복세를 보인다. 전체적으로는 휴양콘도미니엄의 평균 자본금이 2013년보다 2021년에 적게는 3배, 많게는 9배에 가깝게 증대했다. 이는 첫째로 휴양콘도미니엄 시장 전체가 커졌기 때문이다. 둘째로 회계 시스템상 자본금이 거래로 인해 발생하는 이익잉여금만을 반영하는 것이 아니라 금융 거래에 의한 변동 등을 포괄하여 반영하기 때문이다.

〈표 2-13〉 휴양콘도미니엄 종사자, 매출 규모별 평균 자본금

(단위: 원, 백만 원)

A. 종사자 수	2013	2015	2017	2019	2021
30인 미만	2,902	26,796	25,689	20,705	23,821
30인 이상 100인 미만	23,687	85,101	42,378	57,750	62,400
100인 이상	19,437	24,994	111,909	100,774	86,337
B. 매출액	2013	2015	2017	2019	2021
15억 원 미만	3,406	12,470	28,437	5,460	13,583
15억 원 이상 40억 원 미만	8,089	16,035	9,105	28,693	77,496
40억 원 이상	27,341	87,787	81,367	91,521	57,208
계	16,154	53,984	54,172	54,674	49,389

자료: 관광산업조사.

〈표 2-14〉의 종사자, 매출 규모별 평균 시설 투자비의 증감은 대체로 〈표 2-13〉에서 살펴본 평균 자본금의 변동과 불일치한다. 이는 시설의 변경이나 변경 계획 등이 고용과 기타 경영 유지에 필요한 요소의 지출 변경보다 장기간에 걸쳐 벌어지기 때문에 외부 요인에 즉각적으로 대응하기 어렵다는 사실을 반영하는 결과다.

휴양콘도미니엄의 강점은 한 장소에서 숙박과 다른 문화 욕구를 충족할 수 있다는 것이다. 그래서 휴양콘도미니엄은 다른 휴양콘도미니엄 또는 다른 산업 대비 독자적인 경쟁력을 갖추기 위해 시설 투자비에 집중할 유인이 있다.

종사자 수와 매출액을 교차해 살펴보았을 때도 평균 시설 투자비의 특징을 알아볼 수 있다. 평균 시설 투자비는 2013년을 제외하면 종사자 수 규모가 클수록 함께 증가하는데 동년 매출액 15억 원 미만 구간의 평균 시설 투자비가 나머지 두 구간을 능가하고, 2017년과 2019년에는 15억 원 미만 구간의 평균 시설 투자비가 15억 원 이상 40억 원 미만 구간을 웃돈다. 종사자 수는 매출액보다 비교적 사업체의 물리적인 규모를 반영

한다. 따라서 물리적인 규모가 클수록 평균 시설 투자비가 큰 경향은 일반적인 경향이라 할 수 있다. 그러나 매출액의 경우는, 휴양콘도미니엄의 의사 결정권자가 시설 투자로 매출액을 증가하는 선순환을 기대하고 지출을 결정하므로 매출액이 저조한 구간의 평균 시설 투자비가 매출액이 큰 구간보다 우세할 수 있다.

〈표 2-14〉 휴양콘도미니엄 종사자, 매출 규모별 평균 시설 투자비

(단위: 원, 백만 원)

A. 종사자 수	2013	2015	2017	2019	2021
30인 미만	279	637	444	392	131
30인 이상 100인 미만	3,439	1,148	1,488	1,451	231
100인 이상	2,853	10,726	8,810	7,536	2,185
B. 매출액	2013	2015	2017	2019	2021
15억 원 미만	1,857	448	630	372	138
15억 원 이상 40억 원 미만	3,774	175	709	1,533	65
40억 원 이상	1,663	4,855	4,984	3,950	672
계	2,311	2,779	3,008	2,453	396

자료: 관광산업조사.

다른 두 업종의 관광호텔업, 기타 호텔업의 평균 시설 투자비 분포를 조사하면 다른 두 업종은 휴양콘도미니엄과 매우 상이하다. 또한 다른 두 업종의 평균 시설 투자비는 증감이 비교적 평이하고 전체적인 규모도 휴양콘도미니엄보다 약소하다. 이러한 비교를 통해 휴양콘도미니엄의 시설 투자가 경쟁 전략의 하나임을 입증할 수 있다. 앞에서 반복해서 언급하였듯이, 휴양콘도미니엄은 호텔보다 많은 편의시설과 부대시설로 퀄리티를 확보하고 호텔업보다 많은 서비스 제공을 필요로 한다.

3) 판매 객실 수

앞서 〈표 2-3〉부터 〈표 2-5〉까지 경제총조사의 기준 연도 2010년, 2015년, 2020년 자료를 바탕으로 객실 규모별 사업체 수, 총객실 수, 평균 객실 수, 산업별 객실 수 요약 통계량, 종사자와 매출 규모별 객실 수에 대하여 상술하였다. 본 목에서는 추가로 관광산업조사에서 제공하는 연간 총객실 판매량에 관한 통계를 다룬다.

〈표 2-15〉는 휴양콘도미니엄업 사업체의 연간 판매 객실 수를 종사자 수와 매출 규모에 따라 보인다. 연간 판매 객실 수는 2015년에 감소하였다가 2017년에 크게 증가하고

2019년에는 팬데믹의 영향으로 소폭 감소 후 2021년에는 2017년의 판매 객실 수를 훨씬 능가한다. <표 2-3>에서 2010년의 총객실 수는 50,399개에서 2015년에는 45,875개로 크게 줄고, 2020년에는 52,342개로 늘었는데, 이 변동을 <표 2-15>에서는 더욱 상세하게 살펴볼 수 있다. 종사자 수에 따라서는 2017년을 제외하면 30인 이상 100인 미만 구간의 판매 객실이 가장 많다. <표 2-3>에서 객실 수 100실 이상 사업체보다 객실 수가 적은 사업체의 진입이 활발하다. 이러한 추세와 흡사하게 2021년에는 종사자 수 100인 이상의 판매 객실 수가 줄고, 특히 종사자 수 30인 미만 사업체의 판매 객실 수가 크게 상승한다. 매출액은 현실적으로도 논리적으로도 판매 객실 수와 매우 밀접한 관련이 있는 만큼 동일 연도의 매출액 15억 원 미만 구간과 40억 원 이상 구간 판매 객실 수가 큰 차등을 보인다. 15억 원에서 40억 원 미만 구간의 판매 객실 수는 이례적으로 2015년, 2017년에서 15억 원 미만 구간 판매 객실 수보다 적다. 그 이유로는 매출액 규모가 작은 사업체가 저렴한 가격 정책을 내세워 판매 객실 수를 증가할 수 있다는 점을 들 수 있다.

〈표 2-15〉 휴양콘도미니엄 종사자 수, 매출 규모별 연간 판매 객실 수

(단위: 원, 개)

A. 종사자 수	2013	2015	2017	2019	2021
30인 미만	976,530	1,089,048	1,418,181	663,142	2,443,696
30인 이상 100인 미만	4,905,685	4,266,669	4,211,781	6,121,336	9,308,476
100인 이상	2,474,421	2,707,949	7,884,945	5,361,851	3,521,435
B. 매출액	2013	2015	2017	2019	2021
15억 원 미만	751,161	788,333	822,680	405,466	388,845
15억 원 이상 40억 원 미만	1,394,512	637,725	683,379	1,666,872	920,938
40억 원 이상	6,210,962	6,637,608	12,008,848	10,073,993	13,963,824
계	8,356,636	8,063,666	13,514,907	12,146,329	15,273,606

자료: 관광산업조사

〈표 2-16〉은 총객실 수에 대한 연간 판매 객실 비중을 나타낸다. 좀 더 구체적으로는 〈표 2-16〉은 각 연도와 구간에 해당하는 휴양콘도미니엄의 연간 판매 객실 수를 총객실 수로 나눈 값이다. 따라서 〈표 2-16〉은 휴양콘도미니엄이 구비하고 있는 객실로 한 해 동안 얼마나 활발하게 거래했느냐에 관한 통계량이다. 먼저 종사자 수와 매출액 모두에서 구간이 클수록, 시점이 최근에 가까워질수록 비중이 높은 경향을 보임을 알 수 있다.

그리고 각 연도에서의 구간별 비중 차이가 시점이 최근에 가까워질수록 크다. 2013년에는 종사자 수 30인 미만 구간의 비중은 16,814%, 100인 이상 구간의 비중은 11,932%로 종사자 수가 높은 구간의 비중이 더 작다. 매출액 15억 원 미만 구간의 비중은 13,476%, 40억 원 이상 구간 비중은 20,206%로 1.5배 차이이다. 2015년과 2017년에는 매출액 15억 원 이상 40억 원 미만 구간의 비중이 나머지 두 구간보다 확연히 작다. 그리고 2019년, 2021년에는 규모가 클수록 비중이 높게 나타난다. 다시 말하자면 더 클수록 더 자주 팔았다. 이 비중은 판매량을 보유량으로 나누어 구한 값이므로 더 많이 보유했으므로 많이 판매했다는 단순한 수리적 계산이 아니라 회전율이 높다고 이해할 수 있다. 규모가 클수록 회전율이 높다는 경향은 휴양콘도미니엄이 기본적으로 호텔의 숙박 형태에 여가 활동을 위한 시설을 갖추었으므로 고도화될수록 소비자의 결정에 긍정적인 영향을 미치기 때문이다.

〈표 2-16〉 휴양콘도미니엄업 종사자 수, 매출 규모별 총객실 수 대비 연간 판매 객실 비중

(단위: 원, %)

A. 종사자 수	2013	2015	2017	2019	2021
30인 미만	16,814	15,421	18,152	6,640	17,606
30인 이상 100인 미만	24,345	18,750	23,549	28,176	30,817
100인 이상	11,932	20,602	40,751	31,731	47,697
B. 매출액	2013	2015	2017	2019	2021
15억 원 미만	13,390	14,118	15,581	4,399	5,126
15억 원 이상 40억 원 미만	13,476	9,484	14,947	29,383	10,156
40억 원 이상	20,206	21,654	34,120	29,876	40,110

자료: 관광산업조사.

〈표 2-15〉에서 나타난 연간 판매 객실 수를 〈표 2-17〉에서는 회원과 비회원으로 구분하여 보인다. 휴양콘도미니엄은 일반적으로 회원권을 구입한 회원이나 멤버십에 가입한 회원에게 객실 요금 할인, 부대시설 이용권, 용품 대여, 숙박 관련 유료 서비스 및 외부 서비스 무료 제공 혹은 할인, 포인트 적립 등 다양한 혜택을 제공한다. 이러한 마케팅 전략은 충성 고객을 끌어모으기 위해 더 많이 소비할수록 더 큰 혜택을 단계적으로 제시하여 혜택이 주는 만족감과 달성이 주는 성취감을 동시에 충족한다. 종사자 수 30인 미만 사업체를 먼저 살펴보면 2013년에 비회원 구매가 회원 구매보다 많지만 2015년에 역전하고, 2017년에 다시 비회원 구매가 압도했다가 2019년에는 약 14만 개 차이,

2021년에는 약 61만 개 차이로 회원 구매가 훨씬 많다. 매출액 15억 원 미만 구간에서도 회원 구매와 비회원 구매가 비등하다가 2019년부터 회원 구매가 비회원 구매를 상회한다. 종사자 수 30인 이상 100인 미만 구간에서는 2019년에만 비회원 구매가 회원 구매보다 많고, 매출액 15억 원 이상 40억 원 미만 구간에서는 2021에만 회원 구매가 비회원 구매보다 많다. 그리고 규모가 가장 큰 종사자 수 100인 이상, 매출액 40억 원 이상 구간에서는 전반적으로 비회원과 회원 구매가 대동소이하다. 종사자 수 100인 이상 구간의 2021년 판매량에서는 비회원 구매가 회원 구매를 매우 크게 앞지르기도 했다. 회원 마케팅이 추구하는 원리와 달리 이런 현상이 발생하는 것에는 두 가지 요인이 있다. 첫째로 다른 숙박 형태를 소비하려는 고객이 휴양콘도미니엄으로 선택을 바꿀 만큼 혜택이 매력적이지 않을 수 있다. 둘째로, 휴양콘도미니엄이 고유의 멤버십 시스템이 아닌 제휴 업체와의 협업으로 혜택을 제공하여 고객이 동질적인 혜택을 받기 위해 반드시 회원이 되어야 할 유인이 떨어지기 때문일 수 있다. 특히 디지털화가 가속화된 근래에는 고객이 직접 숙박업체에 접근하지 않고 중개/가격비교 사이트나 어플리케이션 등을 이용하는 경우가 많은데 해당 경로로도 혜택이 경쟁적으로 제공되고 있다.

〈표 2-17〉 휴양콘도미니엄 종사자 수, 매출 규모별 세부 항목별 연간 판매 객실 수

(단위: 원, 천 개)

A. 종사자 수		2013	2015	2017	2019	2021
30인 미만	회원	428	569	621	402	1,527
	비회원	549	520	797	261	916
30인 이상 100인 미만	회원	2,825	2,279	2,752	2,866	5,345
	비회원	2,081	1,987	1,460	3,255	3,964
100인 이상	회원	1,308	1,591	4,502	2,895	1,332
	비회원	1,167	1,117	3,383	2,466	2,189
B. 매출액		2013	2015	2017	2019	2021
15억 원 미만	회원	379	391	322	266	231
	비회원	372	398	500	139	158
15억 원 이상 40억 원 미만	회원	721	281	310	576	551
	비회원	674	357	374	1091	369
40억 원 이상	회원	3,460	3,768	7,243	5,321	7,422
	비회원	2,751	2,870	4,766	4,753	6,542

자료: 관광산업조사.

4) 학력별 종사자 수

일반적으로 노동자의 질을 평가하는 가장 객관적인 요소로 학력과 경력을 꼽을 수 있다. 지식 기반 산업의 종사자는 높은 학력이 높은 생산성과 관련이 있을 개연성이 크고, 기능 인력 기반 산업의 종사자라면 높은 경력이 높은 생산성과 관련이 있을 개연성이 크다. 따라서 휴양콘도미니엄업은 다종다양한 시설을 함께 갖춘 숙박 시설이니만큼 타 업종보다 다양한 분야의 인력이 필요할 것으로 보인다.

〈표 2-18〉은 휴양콘도미니엄업의 학력별 종사자 수를 2020년부터 2023년 현재까지 관광산업조사 설문에서 조사하지 않고 있어 2013년부터 2019년까지 4개 연도로 분리하여 살펴보았다. 휴양콘도미니엄업에 종사하는 인적 자원의 학력은 대학원(재/졸) 이상의 학력 구간을 제외하고 거의 균일하게 분포한다.

우선 2013년에 가장 많은 비율을 차지하는 것은 전문대(재/졸) 종사자 수다. 전문대 졸의 비율은 고졸 이하와 대졸자보다 점차적으로 줄어드는 추세를 보인다. 고졸 이하의 수는 차츰 높아지며, 대졸자의 비율은 2013년 34.1%를 시작으로 계속해서 소폭 상승하다가 2019년에는 2017년 대비 조금 줄어 2019년에는 36.5%로 나타났다. 대학원(재/졸)이 차지하는 비율은 2013-2019년 모두 전체의 3% 미만으로 극히 적는데, 2015년에 종사자 수가 증가했음에도 차지하는 비율이 감소하기도 한다. 전체적으로 살펴보면 종사자 수가 2013년 대비 2019년에 2,724명 늘었다. 구성 비율상 대부분의 증가는 고졸 이하와 대졸자이다. 실질적으로 고졸 이하는 2013년 전체의 28.2%를 차지하였다가 2017년에 25.9%까지 하락한 후 2019년에는 5.5%가 증가한 31.4%까지 상승한다. 대졸자는 상기 서술한 바를 바탕으로 단순 계산하자면 2013년부터 2019년까지 2.4%의 증가를 보인다. 고졸자의 증가 비중이 훨씬 높다. 이러한 점은 이러한 점은 휴양콘도미니엄업에 종사하는 근무자의 실무 영역이 넓고 각 영역이 요구하는 전문성이 다르기 때문으로 보인다.

〈표 2-18〉 휴양콘도미니엄 학력별 종사자 수

(단위: 명)

학력	2013	2015	2017	2019
고졸 이하	3,702	5,748	4,426	4,974
전문대(재/졸)	4,572	5,318	6,109	4,756
대학교(재/졸)	4,472	5,949	6,297	5,772
대학원(재/졸)	359	197	254	329
계	13,106	17,212	17,087	15,830

자료: 관광산업조사.

5) 종사자 자격증 보유

본 목에서는 휴양콘도미니엄이 보유한 인력의 종류를 자격증 보유 현황을 통해 살펴본다. 휴양콘도미니엄은 <표 2-3>에서 드러나듯이 2020년 경제총조사 기준 평균 객실 수 166.2개의 대형 숙박 시설로서 호텔과 유사한 경영 시스템을 공유하고, 다양한 요구를 동시에 충족하고자 하는 고객이 방문하는 시설이므로 종사원이 갖추어야 할 역량 범위도 넓다.

관광산업조사에 포함되는 자격증으로는 관광통역안내사, 국내여행안내사, 국외여행인솔자, 호텔경영사, 호텔서비스사, 호텔관리사가 있으며 구체적인 자격은 다음과 같다.

- ㉠ 관광통역안내사는 외국인 관광객의 국내 여행 안내와 한국의 문화를 소개하는 자다.
- ㉡ 국내여행안내사는 국내를 여행하는 관광객을 대상으로 여행 일정 계획, 여행비용 산출, 숙박 시설 예약, 명승지나 고적지 안내 등 여행에 필요한 각종 서비스를 제공하는 자다.
- ㉢ 국외여행인솔자는 해외를 여행하는 개인 또는 단체에 교통숙박관광객 이용 시설 및 편의시설의 이용에 대해 안내하는 등 각종 여행 편의를 제공하며, 관광지 및 관광상품을 설명하거나 여행을 안내하는 자다.
- ㉣ 호텔경영사는 객실 예약 업무, 객실 판매 및 정비업무, 접객업무, 회계 업무, 식당 업무 등 제반 호텔 관리 업무에 대한 계획을 수립, 조정하며 종사원의 근무 상태를 지휘 감독하는 자다.
- ㉤ 호텔서비스사는 호텔에서 고객에게 각종 서비스를 제공하기 위하여 영접, 객실 안내, 짐 운반, 객실 예약, 우편물의 접수와 배달, 객실 열쇠 관리, 객실 정리, 세탁 보급, 음식 제공 등 각종 서비스를 제공하는 자다.
- ㉥ 호텔관리사는 특2등급 이상의 관광호텔업의 객실 관리 업무, 1등급 이하의 관광호텔업과 한국전통호텔업, 수상호텔업, 휴양콘도미니엄업 및 가족호텔업의 경영 업무를 담당하는 자다.

그 외 자격증이 관광사업 수행과 관련되었다면 기타 자격증으로 분류한다. 예를 들어, 조리사 자격증 등의 경우 업무 수행으로 분류되어 기타 자격증에 포함되었다. 업무에 활용하더라도 운전면허증, 일반 사무 자격증 등은 포함되지 않았다.

<표 2-19>에서는 기타 자격증을 제외하고 관광통역안내사, 국외여행안내사, 국외여행인솔자, 호텔경영사, 호텔관리사, 호텔서비스사 보유 현황이다.

자격증 보유 현황을 자세히 살펴보면 2015년도 자격증 보유 현황이 가장 적어 209개

다. 본 표에 포함하지는 않았으나, 동년 기타 자격증은 매우 크게 증가한 것에 대한 반대 현상이 나타난 것이다. 반면 2017년에는 기타 자격증이 줄고 관광 관련 자격증 현황이 증가했다. 2017년은 2015년에 비해 관광통역안내사 수에 변함이 없고 국내여행안내사는 199개로 크게 는 반면에 호텔경영사, 호텔관리사, 호텔서비스사, 기타 자격증 보유가 매우 줄었다. 그리고 2019년에는 반대 현상이 나타난다. 전체적으로 보면 호텔경영사, 호텔관리사, 호텔서비스사 보유 종사원은 변동이 적거나 2017년의 큰 감축 이후에 이전으로 회복하려는 움직임을 보인다. 그러나 비교적 휴양콘도미니엄의 관리 영역에 연관된 자격증에 비교하여 고객과 직접 접촉하는 영역인 관광통역안내사, 국내여행안내사, 국외여행인솔자의 변동은 전체적인 변동과 함께 움직이는 경향이 적다. 이는 휴양콘도미니엄이 소비자의 요구에 적극적으로 대응하려고 하기 때문이다.

〈표 2-19〉 휴양콘도미니엄 종사원 주요 자격증 보유 현황

(단위: 명)

자격증 종류	2013	2015	2017	2019
관광통역안내사	73	77	77	40
국내여행안내사	47	54	199	92
국외여행인솔자	-	-	8	63
호텔경영사	35	23	0	21
호텔관리사	35	30	8	40
호텔서비스사	32	25	1	31
계	222	209	293	287

자료: 관광산업조사.

〈표 2-20〉은 〈표 2-19〉에서 보인 관광통역안내사 자격증 보유 현황을 관광통역안내사에만 조명하여 다시 보인다. 다만 관광통역 안내사 자격증의 언어 구별은 2017년 이후에는 관광산업조사 설문에서 제외되어 부득이 2013년부터 2017년까지만 보인다. 2013년에는 영어 부문 자격을 갖춘 종사원이 33명이었는데 2014년에는 자격증 보유 현황이 전체적으로 감소하면서 마찬가지로 감소하고 이후 2015년에는 36명으로 가장 많아진다. 2016년에 관광통역안내사 자격증이 전체적으로 하락한 이후 2017년에 상승하였다. 2017년에는 영어가 아닌 중국어가 보유 현황이 전체의 약 64%다. 방한 외국인 관광객 중 쇼핑 금액이 높고 다수인 중국인 관광객의 증가 추세를 반영한 것이다. 중국인 관광객은 미국 혹은 일본 등 다른 국적의 관광객을 압도할 만큼 많은 수가 방문하지

는 않으나, 일반적으로 패키지 형태의 여행을 선호하므로 중국인 관광객의 증가가 관광 통역안내사의 수요 증가를 유도할 가능성이 크다. 여행의 전체적인 조율을 겸하는 역할도 하기 때문이다. 개인 단위의 관광객은 대체로 요구하지 않는 서비스다. <표 2-19>에서 휴양콘도미니엄이 소비자의 니즈에 우선순위를 둔다는 점을 들어 종사원 자격증 보유 현황을 설명했는데, <표 2-20>에 나타난 관광통역안내사의 언어별 증감도 이를 뒷받침한다.

〈표 2-20〉 휴양콘도미니엄 관광통역 안내사 자격증 보유 현황

(단위: 명)

언어	2013	2014	2015	2016	2017
영어	33	23	36	9	22
일어	24	4	20	1	5
중국어	17	16	19	13	49
기타	0	2	2	0	0
계	73	45	77	23	76

자료: 관광산업조사.

다. 휴양콘도미니엄업의 디지털 전환과 생산성

숙박업은 인적 서비스에 대한 니즈가 다른 산업보다 높다. 투숙객의 기대와 요구는 복잡하고, 숙박 시 발생하는 문제에 대해 다른 서비스업보다 신속한 대응이 필요하다. 그러나 코로나19의 확산으로 인해 서비스 품질보다 감염병으로부터의 안전을 중시하게 되면서 소비자 성향이 변화하고 있다. 온라인, 비대면, 언택트에 익숙해진 고객들의 니즈를 맞추고 경영구조를 변환하기 위해 숙박업에도 디지털 전환이 필수가 되고 있다. 특히 휴양콘도미니엄업은 숙박이나 취사뿐만이 아니라 음식·운동·오락·휴양·공연 등 다양한 시설을 갖추고 있기 때문에 고객 편의와 비접촉 서비스의 수요 간의 균형점을 섬세하게 확보할 필요가 있다.

1) 디지털 활용

숙박업에서 비대면으로 전환된 서비스에는 대표적으로 입장 시 발열 체크, 룸 예약, 체크인/체크아웃, 부가서비스 추가, 후불 정산을 비롯한 비대면 결제, 청소, 세탁, 룸서비스 요청이 있다. 디지털 활용은 홈페이지와 자사 앱 실행, 사업장과 제휴한 디지털 플

랫폼의 앱 실행, 앱과 키오스크의 연동, 키오스크 단독 사용 등 비대면 서비스를 도입한 정도와 마케팅 전략에 따라 사업장마다 유형이 다양하다.

다음의 <표 2-21>은 휴양콘도미니엄의 전자상거래와 온라인 거래 여부를 전체 사업체 개수에 대한 비중으로 나타낸다. 관광산업조사는 온라인 거래에 관한 통계를 2013년부터 2021년까지, 전자상거래에 관한 통계를 2008년부터 2019년까지 제공한다. 이는 디지털 활용의 체계가 바뀌는 것을 반영한 변화다. 관광산업조사의 정의에 따르면 전자상거래는 인터넷이나 PC통신을 이용해 상품을 사고파는 행위를 의미한다. 온라인 거래는 인터넷이나 모바일 등의 통신망을 통해서 상품을 파는 행위다. 가장 기본적인 형태의 디지털 도입 이후 거래 약정 창구가 사업체별 웹 사이트에서 애플리케이션으로, 결제 수단이 계좌이체 연결에서 핀테크로 바뀌었다. <표 2-21>은 전자상거래와 온라인 거래 여부 모두 활용하는 방향으로 나아가고 있음을 보인다. 현재 국내 숙박 앱 시장의 점유율 상위권을 차지한 업체들의 출시가 이루어진 2013-2015년도 이후 2017년에 온라인 거래 비율이 76.2%까지 상승하면서 같은 해 전자상거래 비율도 2015년 46%에서 30.7% 오른 76.7%이고, 2019년에는 거의 바등한 77.9%다. <표 2-21>은 전자상거래와 온라인 거래의 성질이 비슷함에도 디지털 도입의 수요가 폭발적으로 늘어 둘 다 늘어나는 추세를 보인다.

<표 2-21> 휴양콘도미니엄의 온라인 거래와 전자상거래 여부

(단위: %)

A. 온라인 거래	2011	2013	2015	2017	2019	2021
활용함	-	60.4%	42.3%	76.2%	71.9%	88.9%
활용하지 않음	-	39.6%	57.7%	23.8%	28.1%	11.1%
B. 전자상거래	2011	2013	2015	2017	2019	2021
활용함	52.3%	69.0%	46.0%	76.7%	77.9%	-
활용하지 않음	47.7%	31.0%	54.0%	23.3%	22.1%	-
관측치	193	197	215	227	235	244

자료: 관광산업조사.

<표 2-22>는 경제총조사를 바탕으로 2020년도 호텔업, 여관업, 휴양콘도미니엄업, 민박업, 기타 숙박업소별 디지털 활용 비율을 보여 준다. 2020년 경제총조사에서는 다양한 디지털 활용 수단 중 가장 대표성이 높은 온라인 판매, 디지털플랫폼, 키오스크의

사용 여부에 대한 설문을 진행한다.

〈표 2-22〉 2020, 산업별 디지털 활용 비율

(단위: %, 대)

산업	디지털	관측치	평균	표준편차
호텔업	온라인	814	94.8%	22.1%
	디지털플랫폼	814	60.9%	48.8%
	키오스크	814	8.1%	27.3%
	설치 개수	66	3.33	6.07
여관업	온라인	23,913	23.9%	42.7%
	디지털플랫폼	23,913	21.2%	40.9%
	키오스크	23,913	8.9%	28.5%
	설치 개수	2,138	8.18	9.99
휴양콘도미니엄업	온라인	315	77.8%	41.6%
	디지털플랫폼	315	45.1%	49.8%
	키오스크	315	6.3%	24.4%
	설치 개수	20	5.25	6.84
민박업	온라인	13,147	40.3%	49.0%
	디지털플랫폼	13,147	32.1%	46.7%
	키오스크	13,147	0.8%	9.0%
	설치 개수	108	2.19	3.10
기타	온라인	16,781	59.1%	49.2%
	디지털플랫폼	16,781	46.6%	49.9%
	키오스크	16,781	0.9%	9.3%
	설치 개수	147	6.35	20.50
계	온라인	54,970	39.9%	49.0%
	디지털플랫폼	54,970	32.3%	46.8%
	키오스크	54,970	4.5%	20.8%
	설치 개수	2,479	7.66	10.71

자료: 2020 경제총조사.

전반적인 숙박업에서 온라인의 활용 비율이 약 40%로 가장 높다. 디지털플랫폼 활용은 32.3%로 온라인 활용에 비해 약간 낮은 수준이며, 키오스크 사용 비율 4.5%로 매우 낮은 수준이나, 사용하는 기업의 설치 대수를 보면 약 8대로 적은 편은 아니다. 먼저 온라인 활용 비중을 보면 호텔업에서 온라인 활용 비율이 94.8%로 매우 높다. 휴양콘도미니엄업에서는 온라인 활용 비율이 77.8%이며, 기타 관광숙박업과 민박업은 각각

59.1%, 40.3%의 순으로 나타난다. 여관업은 23.9%로 온라인 활용 비율이 가장 낮은 것을 볼 수 있다. 이처럼 평균 규모가 작고 개인 사업자가 많은 세부 산업으로 갈수록 온라인 활용 비율이 감소하는 점은 숙박업의 디지털 전환 전략 수립에 있어 중요한 시사점을 제공한다. 즉, 온라인 활용이 가져다주는 연결성에 대한 장점이 소규모 사업체인 여관업에는 아직까지 기여하지 못하고 있다고 볼 수 있다. 예를 들어 주 고객층이 젊은 연령대층이 아니거나, 고객 유치에 있어 개방되지 않은 운영자의 미적용/도입 의지 낮음 등이 있을 수 있다.

디지털플랫폼 활용 비율은 온라인 활용 비율에 비하여 상대적으로 낮다. 이는 숙박업이 자체적으로 온라인 홈페이지 등을 통한 판매가 있기 때문이다. 특징적인 부분은 기타 관광숙박업의 디지털플랫폼 활용 비율이 휴양콘도미니엄업의 활용 비율과 유사한 수준이라는 점이다. 구체적으로 디지털플랫폼 활용 비율은 호텔업에서 60.9%이며, 기타 관광숙박업은 46.6%, 휴양콘도미니엄업은 45.1%이며, 민박업과 여관업은 각각 32.1%와 21.2%이다. 키오스크 활용 비율은 여관업에서 8.9%로 가장 높으며, 호텔업은 이와 유사한 8.1%를 보인다. 휴양콘도미니엄업의 활용률은 6.3%이며, 나머지 민박업이나 기타 관광숙박업은 모두 1% 미만의 활용률을 보인다. 여관업과 호텔업 등에서 키오스크가 증가하는 이유는 젊은 세대가 비대면 서비스를 선호하기 때문으로 보인다. 또한 규모가 작은 사업체에서는 인건비를 절감하기 위하여, 규모가 큰 사업체에서는 관리의 용이성을 위하여 사용하는 것으로 보인다.

〈표 2-23〉은 세부 산업별로 각 사업체의 전체 매출액 대비 디지털 거래창구별 매출액 비중을 평균하여 보여 준다. 산업 전반적으로는 온라인쇼핑을 사용하는 사업체가 가장 많으며 온라인쇼핑을 통한 매출액 비중도 68.2%로 가장 높다. 모바일, 디지털플랫폼 등도 사용 사업체 수에서 차이가 있을 뿐 매출액 비중은 모두 60% 이상을 기록하여, 디지털 활용률은 낮지만 활용 시 그 기여도는 낮지 않음을 알 수 있다.

호텔업에서는 온라인쇼핑을 택한 사업체가 772개, 모바일을 택한 사업체가 556개, 디지털플랫폼을 거래 창구로 택한 사업체가 496개로 가장 적으나 디지털플랫폼을 거래 창구로 사용한 사업체는 다른 수단보다 디지털플랫폼을 통한 매출액 비중이 56.7%로 가장 높다. 휴양콘도미니엄업에서도 마찬가지로 디지털플랫폼을 사용하는 사업체는 디지털플랫폼 의존이 상대적으로 강하게 나타난다. 온라인쇼핑을 택한 사업체가 245개, 모바일을 택한 사업체가 190개, 디지털플랫폼을 택한 사업체가 142개이나 디지털플랫폼

품을 거래 창구로 사용한 사업체는 디지털플랫폼을 통한 매출액 비중이 58.1%로 가장 높다. 여관업에서는 모바일 매출액 비중이 가장 높으며, 민박업과 기타 관광숙박업에서는 온라인쇼핑 매출액이 전체의 75%를 상회하여 상당히 큰 비중을 보여 준다. 특히 디지털플랫폼 또한 마찬가지로의 수치를 보여 민박업과 기타 관광숙박업에서 온라인 및 디지털 플랫폼을 사용하는 업체의 경우 대부분이 온라인, 특히 디지털플랫폼을 통해 창출됨을 알 수 있다.

〈표 2-23〉 2020, 산업별 디지털 거래 매출액 비중

(단위: %)

산업	거래 창구	관측치	평균	표준편차
호텔업	온라인쇼핑	772	54.2	28.2
	모바일	556	48.6	35.4
	디지털플랫폼	496	56.7	28.1
여관업	온라인쇼핑	5,722	44.9	31.0
	모바일	3,251	64.8	37.0
	디지털플랫폼	5,075	44.7	31.2
휴양콘도미니엄업	온라인쇼핑	245	55.6	32.5
	모바일	190	43.6	35.6
	디지털플랫폼	142	58.1	32.1
민박업	온라인쇼핑	5,292	76.4	27.7
	모바일	3,673	66.4	35.2
	디지털플랫폼	4,216	75.8	27.9
기타	온라인쇼핑	9,916	78.7	25.4
	모바일	7,727	62.2	34.4
	디지털플랫폼	7,812	76.4	25.6
계	온라인쇼핑	21,947	68.2	31.3
	모바일	15,397	63.1	35.4
	디지털플랫폼	17,741	66.5	31.4

자료: 2020 경제총조사.

〈표 2-24〉 2020, 휴양콘도미니엄 종사자, 매출액 규모별 디지털 사용 요약 통계량

(단위: 원, %)

A. 종사자 수	관측치	온라인		디지털플랫폼		키오스크	
		평균	표준편차	평균	sd	평균	표준편차
30인 미만	219	73.1	44.5	42.5	49.5	3.2	17.6
30인 이상 100인 미만	66	87.9	32.9	54.5	50.2	10.6	31.0
100인 이상	30	90.0	30.5	43.3	50.4	20.0	40.7
계	315	77.8	41.6	45.1	49.8	6.3	24.4

B. 매출액	관측치	온라인		디지털플랫폼		키오스크	
		평균	표준편차	평균	sd	평균	표준편차
10억 원 미만	154	74.0	44.0	41.6	49.4	2.6	16.0
10억 원 이상 100억 원 미만	122	80.3	39.9	49.2	50.2	7.4	26.2
100억 원 이상	39	84.6	36.6	46.2	50.5	17.9	38.9
계	315	77.8	41.6	45.1	49.8	6.3	24.4

자료: 2020 경제총조사.

〈표 2-24〉는 2020년 기준 휴양콘도미니엄업의 종사자 규모와 매출액 규모별 온라인, 디지털플랫폼, 키오스크 사용 요약 통계량을 보여 준다. 종사자 규모와 매출액 규모는 앞서 사용한 각 3개 구간을 사용한다. 종사자 규모와 매출액 규모가 클수록 온라인과 키오스크 활용 비율은 증가하며, 디지털플랫폼의 경우 규모에 따라 큰 차이는 없으나, 중간 규모에서 가장 높게 나타난다.

구체적으로 종사자 수 30인 미만과 매출액 10억 미만 구간의 온라인 활용비율은 각각 73.1%와 74%이며, 키오스크 활용 비율은 3.2%와 2.6%이다. 반면 종사자 수 100인 이상과 매출액 100억 원 이상 구간의 온라인 활용 비율은 각각 90%, 84.6%이며, 키오스크 활용 비율은 40.7%, 38.9%로 크게 상승한다. 디지털 플랫폼 활용 비율은 종사자 수 30인 이상 100인 미만 구간에서 54.5%, 매출액 10억 원 이상 100억 원 미만 구간에서 49.2%로 나타난다.

〈표 2-25〉 2020, 경제권역별 호텔업, 휴양콘도미니엄업 디지털 사용 요약 통계량

(단위: 개, %)

경제권역	통계량	호텔업			휴양콘도미니엄업		
		온라인	디지털 플랫폼	키오스크	온라인	디지털 플랫폼	키오스크
수도권	관측치	357	357	357	35	35	35
	평균	92.7	55.7	9.5	74.3	40.0	8.6
	표준편차	26.0	49.7	29.4	44.3	49.7	28.4
강원권	관측치	48	48	48	72	72	72
	평균	95.8	64.6	10.4	77.8	55.6	9.7
	표준편차	20.2	48.3	30.9	41.9	50.0	29.8
충청권	관측치	47	47	47	40	40	40
	평균	97.9	55.3	2.1	72.5	30.0	10.0
	표준편차	14.6	50.3	14.6	45.2	46.4	30.4
호남권	관측치	64	64	64	44	44	44
	평균	93.8	62.5	10.9	70.5	36.4	4.5
	표준편차	24.4	48.8	31.5	46.2	48.7	21.1
대경권	관측치	55	55	55	29	29	29
	평균	94.5	58.2	20.0	72.4	41.4	6.9
	표준편차	22.9	49.8	40.4	45.5	50.1	25.8
영남권	관측치	144	144	144	27	27	27
	평균	96.5	64.6	4.2	77.8	40.7	7.4
	표준편차	18.4	48.0	20.1	42.4	50.1	26.7
제주권	관측치	99	99	99	68	68	68
	평균	99.0	75.8	2.0	89.7	54.4	0.0
	표준편차	10.1	43.1	14.1	30.6	50.2	0.0
계	관측치	814	814	814	315	315	315
	평균	94.8	60.9	8.1	77.8	45.1	6.3
	표준편차	22.1	48.8	27.3	41.6	49.8	24.4

자료: 2020 경제총조사, 기업통계등록부.

〈표 2-25〉는 경제권역별 호텔업과 휴양콘도미니엄업의 디지털 사용 비중 자료다. 호텔업에서 온라인, 디지털 플랫폼 사용 비중은 제주권이 전국에서 가장 높다. 제주권 호텔업 사업체 중 99%가 온라인을, 75.8%가 디지털 플랫폼을 사용한다. 제주권 휴양콘도미니엄업의 온라인 사용 비중도 89.7%로 전국에서 가장 높으며, 디지털 플랫폼 사용 비중도 강원권의 55.6%에 이어서 54.4%로 전국 평균인 45.1%에 비하면 상당히 높은 편

이다. 제주권 외에 강원권의 온라인, 디지털 플랫폼 사용은 수도권을 앞서는데, 두 경제권역은 관광산업 비중이 높다는 공통점을 지닌다. 반면 제주권 키오스크 사용 비중은 호텔업에서 2%, 휴양콘도미니엄업에서 0%로 전국에서 가장 낮고 강원권은 키오스크 사용 비중이 충청권의 10%를 이어 9.7%로 매우 높다는 차이가 있다. 이러한 현상에 대한 설명을 두 가지 제시할 수 있다. 첫째로 강원권은 휴양콘도미니엄업 사업체의 수가 호텔업 사업체의 수를 앞선 유일한 경제권역으로, 다른 지역보다 휴양콘도미니엄 사업체 간의 디지털 도입 부문 경쟁력이 치열해질 유인이 있다. 두 번째로, 2021년 기준 제주권과 강원권 숙박업 휴양콘도 운영업 객실 수 현황을 보면 제주권의 휴양콘도미니엄업 사업체는 50실 이하가 45%, 강원권은 300실 이상이 35%다. 두 지역의 휴양콘도미니엄업 사업체의 규모 분포에 차이가 있기 때문에 발생 가능한 현상이다.

그 외에 수도권, 충청권, 호남권, 대경권, 영남권의 휴양콘도미니엄업의 경우 온라인 활용 비율은 각각 74.3%, 72.5%, 70.5%, 72.4%, 77.8%이며, 디지털플랫폼 활용 비율은 각각 40.0%, 30.0%, 36.4%, 41.4%, 40.7%이다. 이어서 키오스크 활용 비율은 수도권 8.6%, 충청권 10%, 호남권 4.5%, 대경권 6.9%, 영남권 7.4%이며, 충청권의 휴양콘도미니엄업에서 키오스크 활용 비율이 가장 높게 나타난다.

2) 디지털 활용과 생산성

기업 경영의 궁극적 목표는 비용 극소화와 이윤 극대화이며, 노동생산성과 자본생산성은 경영의 효율성을 나타내는 중요한 지표이다. 본 목에서는 호텔업과 휴양콘도미니엄업의 온라인, 디지털 플랫폼, 키오스크 사용에 따른 노동생산성과 자본생산성 차이 요약 통계량을 살펴본다. 디지털 활용에 따른 생산성 차이는 생산성을 로그 변환한 값을 t-검정(t-test)으로 비교한다.

노동생산성은 각 사업체 수준의 매출액을 종사자 수로 나눈 종사자 1인당 매출액으로 정의하며, 자본생산성은 각 사업체 수준의 매출액을 객실 수로 나눈 객실 1실당 매출액으로 정의한다. 특히 휴양콘도미니엄업은 매출액, 종사자 수, 객실 수 차이에 대한 통계 역시 살펴보면, 생산성 차이에서 영향이 없더라도 앞서 살펴본 바와 같이 디지털 활용 여부에 따라 규모(매출액, 종사자, 객실 수)의 차이가 나는지를 판단하기 위함이다.

〈표 2-26〉 2020, 호텔업 온라인 사용에 따른 생산성 차이

A. 노동생산성			
집단	관측치	평균	표준오차
미사용	42	3.393	0.291
사용	772	4.263	0.036
차이		-0.869***	0.169
B. 자본생산성			
집단	관측치	평균	표준오차
미사용	42	1.499	0.349
사용	772	2.500	0.046
차이		-1.001***	0.213

자료: 2020 경제총조사.

주: 생산성 변수는 자연로그 변환한 값. * 10%, ** 5%, *** 1% 유의수준하에서 통계적으로 유의함.

〈표 2-26〉은 먼저 호텔업의 온라인 사용에 따른 노동생산성과 자본생산성 차이를 보여 준다. 호텔업은 〈표 2-26〉에서 살펴본 바와 같이 대부분의 사업체가 온라인을 사용하고 있다. 구체적으로는 온라인 미사용 그룹이 42개, 사용 그룹이 772개로 관측된다. 온라인 미사용 그룹의 노동생산성은 3.393, 온라인 사용 그룹의 노동생산성은 4.263으로 온라인 사용 그룹의 노동생산성이 0.869 더 높다. 자본생산성도 온라인을 사용한 그룹이 1.001 높다. 노동생산성과 자본생산성 모두 1% 수준에서 통계적으로 유의함을 보인다.

〈표 2-27〉은 휴양콘도미니엄업의 온라인 사용에 따른 노동생산성, 자본생산성, 매출액, 종사자 수, 객실 수 차이를 보여 준다. 먼저 온라인 미사용 그룹의 노동생산성과 자본생산성이 사용 그룹의 노동생산성과 자본생산성보다 약간 큰 값을 갖지만, 차분의 값은 통계적으로 유의하지 않는다. 이 결과는 호텔업에서 온라인 사용 시 노동생산성과 자본생산성이 증가한 것과 다르게, 휴양콘도미니엄업에서 노동생산성과 자본생산성이 온라인 사용과 연관성이 없다는 것은 일반적 기대와는 다른 특징을 보여 준다.

이러한 이유는 〈표 2-26〉을 살펴보았을 때 온라인을 사용하는 사업체에서 노동투입(종사자 수)과 자본투입(객실 수)이 미사용 사업체에 비하여 각각 60%, 63.6% 정도 상당히 큰 것에 비하여 이에 의한 생산인 매출액은 생산요소에서 나는 차이보다는 상대적으로 덜 차이(51.5%)가 나기 때문이다. 이러한 결과는 온라인 사용이 규모가 큰 사업체에서 나타나는 것으로 온라인을 활용한다고 해서 생산 효율성이 증가하는 것이 아님을 보여 준다.

〈표 2-27〉 2020, 휴양콘도미니엄업 온라인 사용에 따른 생산성 차이

A. 노동생산성			
집단	관측치	평균	표준오차
미사용	70	4.293	0.178
사용	245	4.207	0.078
차이		0.085	0.174
B. 자본생산성			
집단	관측치	평균	표준오차
미사용	70	2.363	0.223
사용	245	2.242	0.120
차이		0.122	0.255
C. 매출액			
집단	관측치	평균	표준오차
미사용	70	6.303	0.273
사용	245	6.818	0.143
차이		-0.515*	0.305
D. 종사자 수			
집단	관측치	평균	표준오차
미사용	70	2.011	0.182
사용	245	2.611	0.100
차이		-0.600***	0.211
E. 객실 수			
집단	관측치	평균	표준오차
미사용	70	3.940	0.126
사용	245	4.576	0.071
차이		-0.636***	0.149

자료: 2020 경제총조사.

주: 생산성 및 매출액, 종사자 수, 객실 수 변수는 자연로그 변환한 값, * 10%, ** 5%, *** 1% 유의수준하에서 통계적으로 유의함.

〈표 2-28〉은 2020년 호텔업의 디지털플랫폼 사용에 따른 노동생산성과 자본생산성 차이를 보여 준다. 노동생산성에 있어 미사용 그룹과 사용 그룹 간의 차이는 0.026으로 온라인 활용에 따른 노동생산성과 자본생산성의 차이와 비교해 극히 작으며, 통계적으로 유의하지 않는다. 이때 디지털플랫폼 미사용 그룹의 자본생산성 평균은 2.554이며, 디지털플랫폼 사용 그룹의 자본생산성 평균은 2.381이다. 사용 그룹과 미사용 그룹의 자본생산성 차이는 미사용 그룹이 사용 그룹보다 0.173 높고 10% 수준에서 통계적으로

유의하다. 이러한 특징은 이미 호텔업에서의 온라인 활용이 평균 94.8%에 달하는 상황에서 유사한 서비스를 제공하는 디지털플랫폼 활용이 큰 효율성을 가져다주지 못하는 것을 알 수 있다.

〈표 2-28〉 2020, 호텔업 디지털플랫폼 사용에 따른 생산성 차이

A. 노동생산성			
집단	관측치	평균	표준오차
미사용	318	4.202	0.057
사용	496	4.228	0.050
차이		-0.026	0.078
B. 자본생산성			
집단	관측치	평균	표준오차
미사용	318	2.554	0.079
사용	496	2.381	0.059
차이		0.173*	0.098

자료: 2020 경제총조사.

주: 생산성 변수는 자연로그 변환한 값, * 10%, ** 5%, *** 1% 유의수준 하에서 통계적으로 유의함.

〈표 2-29〉는 2020년 휴양콘도미니엄업의 디지털플랫폼 사용에 따른 노동생산성과 자본생산성, 매출액, 종사자 수, 객실 수 차이를 보여 준다. 전반적인 결과는 〈표 2-28〉의 온라인 사용에 따른 차이와 유사한 결과를 보여 주지만, 통계적 유의도는 다르다. 디지털 플랫폼 미사용 사업체에 비하여 활용하는 사업체의 노동생산성과 자본생산성은 각각 1.1%, 25.2% 작으나 통계적으로 유의하지 않는다. 마찬가지로 매출액과 종사자 수, 객실 수는 디지털 플랫폼 사용 사업체가 미사용 사업체에 비하여 더 큰 값을 보여 주지만 통계적으로 유의한 값은 객실 수뿐이다. 객실 수의 경우 디지털플랫폼 미사용 그룹의 평균이 4.223, 사용 그룹의 평균은 4.693으로 0.471의 차이를 보인다. 이러한 결과는 〈표 2-27〉의 결과를 함께 고려했을 때 휴양콘도미니엄업이 전자상거래를 도입함으로써 더 많은 객실을 운영할 수 있음을 보여 준다.

〈표 2-29〉 2020, 휴양콘도미니엄업 디지털플랫폼 사용에 따른 생산성 차이

A. 노동생산성			
집단	관측치	평균	표준오차
미사용	173	4.231	0.102
사용	142	4.220	0.102
차이		0.011	0.146
B. 자본생산성			
집단	관측치	평균	표준오차
미사용	173	2.382	0.138
사용	142	2.131	0.163
차이		0.252	0.213
C. 매출액			
집단	관측치	평균	표준오차
미사용	173	6.605	0.172
사용	142	6.824	0.188
차이		-0.219	0.256
D. 종사자 수			
집단	관측치	평균	표준오차
미사용	173	2.374	0.123
사용	142	2.604	0.128
차이		-0.230	0.178
E. 객실 수			
집단	관측치	평균	표준오차
미사용	173	4.223	0.085
사용	142	4.693	0.092
차이		-0.471***	0.125

자료: 2020 경제총조사.

주: 생산성 및 매출액, 종사자 수, 객실 수 변수는 자연로그 변환한 값. * 10%, ** 5%, *** 1% 유의수준하에서 통계적으로 유의함.

〈표 2-30〉은 2020년 호텔업의 키오스크 사용에 따른 노동생산성과 자본생산성 차이를 보여준다. 〈표 2-22〉에서 이미 살펴본 바와 같이 호텔의 키오스크 사용은 전체 호텔 사업체의 8.1%로 온라인과 디지털 플랫폼에 비해 매우 낮은 편이다. 따라서 다른 디지털 사용에 의해 영향을 받을 수 있다. 호텔업의 키오스크 사용 여부에 따른 노동생산성 차이는 통계적으로 유의하지 않고, 자본생산성은 미사용 사업체가 2.421, 사용 사업체가 2.759이며, 그 차이는 -0.338로 10% 유의수준 통계적으로 유의하다. 이는 2020년 코로나19 확산으로 인하여 키오스크가 객실 관리 차원과 프런트의 업무 측면에서 일부 효율성 개선을 기대할 수 있지만, 사업체 간 편차가 크다는 점에서 한계가 있다고 볼 수 있다.

〈표 2-30〉 2020, 호텔업 키오스크 사용에 따른 생산성 차이

A. 노동생산성				
집단	관측치	평균	표준오차	표준편차
미사용	748	4.209	0.040	1.093
사용	66	4.319	0.118	0.961
차이		-0.111	0.139	
B. 자본생산성				
집단	관측치	평균	표준오차	표준편차
미사용	748	2.421	0.049	1.349
사용	66	2.759	0.181	1.471
차이		-0.338*	0.175	

자료: 2020 경제총조사.

주: 생산성 변수는 자연로그 변환한 값. * 10%, ** 5%, *** 1% 유의수준하에서 통계적으로 유의함.

〈표 2-31〉에서는 2020년 휴양콘도미니엄업의 키오스크 사용에 따른 노동생산성과 자본생산성, 매출액, 종사자 수, 객실 수 차이를 보여준다. 〈표 2-22〉에서 살펴본 바와 같이 휴양콘도미니엄업의 키오스크 사용은 6.3%로, 이는 호텔업의 키오스크 설치 비율 보다 1.8%p 낮은 수치다. 키오스크 사용에 따른 노동생산성 차이는 유의하지 않았으나, 키오스크 미사용 그룹의 자본생산성은 2.209, 키오스크 사용 그룹의 자본생산성은 3.156으로 키오스크를 사용한 그룹이 0.957 높았으며 이는 1% 수준에서 통계적으로 유의한 것을 볼 수 있다. 이러한 결과는 앞선 호텔업의 결과와 유사하지만 키오스크 사용 여부에 따른 노동생산성 및 자본생산성 격차를 보면 각각 47.7%와 94.7%로 상당히 큼을 알 수 있다. 매출액, 종사자 수, 객실 수에 대해서도 같은 양상을 보인다. 키오스크 사용 사업체가 미사용 사업체보다 매출액 147.3%, 종사자 수 99.6%, 객실 수 53.5% 높으며 각각 1%, 1%, 5% 수준에서 유의하다.

〈표 2-27〉, 〈표 2-29〉, 〈표 2-31〉까지의 공통적인 특징으로는, 통계적으로 유의하든 유의하지 않든 휴양콘도미니엄업의 온라인, 디지털 플랫폼, 키오스크를 더 규모가 큰 사업체가 사용한다는 점이다. 일반적으로 이러한 디지털화는 인력 감축을 유도할 수 있는데, 숙박업에서 강조되는 대면서비스 특성상 단기간의 인력 감축이 어렵다. 따라서 노동생산성과 자본생산성에 있어 디지털화에 따른 차이가 크지 않거나 통계적으로 유의하지 않을 가능성이 크다.

〈표 2-31〉 2020, 휴양콘도미니엄업 키오스크 사용에 따른 생산성 차이

A. 노동생산성				
집단	관측치	평균	표준오차	표준편차
미사용	295	4.196	0.074	1.273
사용	20	4.673	0.308	1.375
차이		-0.477	0.296	
B. 자본생산성				
집단	관측치	평균	표준오차	표준편차
미사용	295	2.209	0.108	1.853
사용	20	3.156	0.464	2.076
차이		-0.947***	0.431	
C. 매출액				
집단	관측치	평균	표준오차	표준편차
미사용	295	6.610	0.130	2.239
사용	20	8.083	0.467	2.091
차이		-1.473***	0.515	
D. 종사자 수				
집단	관측치	평균	표준오차	표준편차
미사용	295	2.414	0.090	1.539
사용	20	3.410	0.418	1.870
차이		-0.996***	0.361	
E. 객실 수				
집단	관측치	평균	표준오차	표준편차
미사용	295	4.402	0.065	1.110
사용	20	4.927	0.299	1.339
차이		-0.525**	0.260	

자료: 2020 경제총조사.

주: 생산성 및 매출액, 종사자 수, 객실 수 변수는 자연로그 변환한 값, * 10%, ** 5%, *** 1% 유의수준하에서 통계적으로 유의함.

라. 휴양콘도미니엄업의 산업환경, 경쟁

일반적으로 고객이 지출이 가능한 비용에 따라 선택하는 숙박업소의 종류도 달라진다. 대개 숙박업소에서 제공하는 서비스의 종류와 가격 등은 숙박업소의 수준으로 여겨진다. 휴양콘도미니엄은 단지 갖춘 침구나 샤워 시설, 제공하는 서비스의 종류, 서비스를 제공하는 인력의 전문성 레벨이 아니라 대단위 부지에 종합 엔터테인먼트를 갖춘 특

유의 장점으로 독자적인 경쟁력을 지닌다. 본 항에서는 휴양콘도미니엄업 산업 내부의 경쟁 강도를 허쉬만-허핀달 지수(Herfindahl-Hirschman index, HHI)를 이용해 알아보고, 경제권역별로 연평균 매출액, 연평균 매출액 비중, 노동생산성, 자본생산성을 통해 지역시장하에서의 휴양콘도미니엄업의 경쟁력을 살펴본다. 비교 대상으로 주로 호텔업을 사용한다.

본 절에서 사용하는 HHI는 시장집중도를 나타내는 하나의 지표로서 시장 내 모든 사업자의 각 시장점유율(%)을 제곱하여 합한 값이다.

$$HHI = 10000 \times \sum_{i=1}^N s_i^2$$

여기서, s_i 는 시장 전체 매출 대비 i 기업이 차지하는 매출 비중

허쉬만-허핀달 지수는 단순히 시장 내 상위 4사 시장점유율의 합계로 나타내는 4사집중(CR4)지수와는 달리 상위 4사 간의 점유율 분포에 따른 상위기업 내 시장집중의 강약 및 상위 4사 이외의 하위기업들의 시장점유율 분포까지 반영하는 특성을 가지고 있다. 또한 허쉬만-허핀달 지수는 시장점유율이 높은 기업일수록 상대적으로 경쟁 과정에서 영향력이 크다는 점을 반영하여 시장점유율이 높을수록 가중치가 높게 부여되도록 계산되는 장점이 있다.

한편 허쉬만-허핀달 지수의 역수는 이론상 당해 시장 내에 똑같은 규모를 갖는 기업들이 존재한다고 가정할 때 얼마나 많은 기업이 존재할 것인가를 나타내며 그 수요가 많으면 많을수록 그 시장은 보다 경쟁적이라는 것을 시사한다.

미국은 합병 심사 시 시장집중 측정 지표로 허쉬만-허핀달 지수를 이용하여 HHI가 1000 미만이면 비집중적인 시장, HHI가 1000에서 1800 사이이면 어느 정도 집중적인 시장, HHI가 1800을 초과하면 고도로 집중적인 시장으로 분류하고 있으며 HHI의 최솟값은 독점기업이 존재하는 경우의 10000(100*100)이다.

1) 휴양콘도미니엄업의 지역시장 경쟁 강도

〈표 2-32〉는 2015년부터 2020년까지의 시도별 숙박업에 대한 평균적인 허쉬만-허핀달 지수(HHI)를 관광숙박업 전체와 호텔업, 휴양콘도미니엄업 간의 경쟁으로 이분할

하여 보여 준다. HHI는 사업체 수가 많을수록 각 사업체의 시장점유율이 낮은 HHI 척도의 논리를 반영하는데, 관광숙박업의 HHI를 먼저 살펴보면 숙박사업체를 가장 많이 보유한 경기의 HHI는 142.8이고, 사업체 수가 가장 적은 세종의 HHI는 5,671.2이다. 휴양업과 콘도미니엄업의 시도별 HHI를 관광숙박업 전체 시도별 HHI와 비교하였을 때에도 사업체 수가 가장 많은 서울의 HHI가 가장 낮은 415.2이다. 보유 사업체 수가 가장 적은 울산에서 HHI는 가장 높은 2,732.3이다. 또한 종합적으로 전 시도의 호텔업과 휴양콘도미니엄업의 경우 관광숙박업의 부분집합이므로 호텔업과 휴양콘도미니엄업 간의 경쟁강도를 설명하는 HHI가 관광숙박업의 HHI보다 높다.

관광숙박업을 지역별로 나누어 보았을 때 세종을 제외한 나머지 시도의 HHI는 1,000보다 작기 때문에 비집중적인 시장으로 판단할 수 있다. 호텔업과 휴양콘도미니엄업만을 고려한 시장의 HHI를 살펴보면, 광주(2,278.6), 울산(2,732.3), 전북(2,268.1)은 HHI 값이 1,800을 상회하여 고도의 집중적인 시장, 부산(1,115.7), 대구(1,894.2), 인천(1,064.6), 대전(1,011.1), 충북(1,378.3)은 HHI 값이 1,000과 1,800 사이의 값을 갖고 있어 어느 정도 집중적인 시장으로 분류할 수 있다. 충북과 전북을 제외하고 어느 정도 집중적인 시장 이상의 집중된 시장은 모두 광역시로 타 시도에 비하여 사업체 수가 적고, HHI가 높은 경향을 보인다.

〈표 2-32〉 2015-2020, 시도별 숙박업 HHI

시도	관광숙박업 전체		호텔업, 휴양콘도미니엄업	
	사업체 수	HHI	사업체 수	HHI
서울	6,587	241.4	229	415.2
부산	2,232	511.5	74	1,115.7
대구	926	424.0	16	1,894.2
인천	2,347	392.1	51	1,064.6
광주	813	325.4	12	2,278.6
대전	802	242.7	18	1,011.1
울산	956	764.0	12	2,732.3
세종	89	5,671.2	-	-
경기	8,191	142.8	106	791.3
강원	7,129	492.4	105	868.0
충북	1,922	255.1	28	1,378.3
충남	3,781	154.9	43	835.8

시도	관광숙박업 전체		호텔업, 휴양콘도미니엄업	
	사업체 수	HHI	사업체 수	HHI
전북	2,407	386.3	38	2,268.1
전남	3,587	173.1	48	763.5
경북	4,255	167.9	58	664.0
경남	5,573	114.5	72	639.4
제주	3,836	544.1	156	806.0

자료: 2015-2020 기업통계등록부.

주: 세종의 경우 호텔과 휴양콘도미니엄 사업체의 수가 5개 이하로 HHI를 구하지 않음.

2) 휴양콘도미니엄업 생산성의 지역과 업종 간 비교

〈표 2-33〉 2015-2020, 경제권역별 호텔업, 휴양콘도미니엄 연평균 매출액

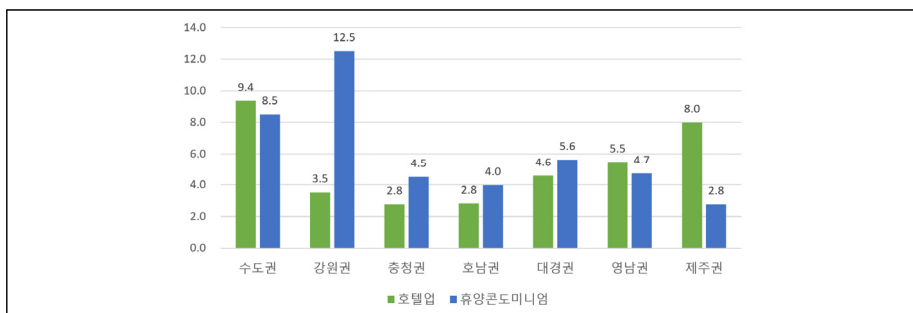
(단위: 10억 원, %)

광역권	호텔업		휴양콘도미니엄		휴양콘도미니엄업 매출 비중
	사업체 수	매출액	사업체 수	매출액	
수도권	354	3,316.9	32	272.4	7.6
강원권	41	144.5	65	814.1	84.9
충청권	50	138.0	40	180.3	56.7
호남권	59	166.2	39	155.1	48.3
대경권	51	234.0	23	129.1	35.6
영남권	131	717.4	28	132.6	15.6
제주권	95	760.0	62	171.6	18.4

〈표 2-33〉은 2015년부터 2020년까지의 호텔업과 휴양콘도미니엄업에 대한 7개 경제권역별²⁾ 연평균 매출액을 토대로 지역 내에서 두 산업의 경쟁을 비교한다. 휴양콘도미니엄업의 매출액과 매출액 비중이 가장 높은 권역은 강원권이다. 강원권은 휴양콘도미니엄업 사업체가 65개, 매출액 814.1십억, 매출액 비중 84.9%로 앞서 〈표 2-32〉에서 이미 살펴본 바와 일관적이다. 강원권을 비롯해 충청권, 호남권, 대경권에서 호텔업 대비 휴양콘도미니엄업의 매출액 비중이 높다. 그 이유로는 충청권, 호남권, 대경권에 전통적인 관광도시가 다수 위치하여 한 시설 내에 다양한 엔터테인먼트가 구비된 휴양콘도의 장점이 관광객에게 호텔업이나 다른 숙박업소보다 매력적인 옵션임을 꼽을 수 있다.

2) 7개 경제권역은 수도권, 강원권, 충청권, 호남권, 대경권, 영남권, 제주권으로 구분한다. 수도권은 서울, 경기, 인천을 포함하며, 충청권은 충북, 충남, 대전을 포함한다. 호남권은 전북, 전남, 광주를 포함하며, 대경권은 대구, 경북, 영남권은 부산, 울산, 경남을 포함한다.

[그림 2-2] 2015-2020, 경제권역별 호텔업, 휴양콘도미니엄 사업체당 연평균 매출액



[그림 2-2]는 <표 2-33>의 경제권역별 호텔업, 휴양콘도미니엄업 연 매출액을 사업체당 평균하여 시각적으로 제시한다. 호텔 사업체 수가 가장 많은 수도권에서 호텔 사업체당 연평균 매출액 또한 높고, 휴양콘도미니엄이 가장 많은 강원권에서도 사업체당 연평균 매출액이 높다. 다만 휴양콘도미니엄 사업체가 두 번째로 많은 제주권은 사업체당 연평균 매출액이 28억 원으로 가장 적다. 휴양콘도미니엄업의 사업체당 매출액이 호텔업의 사업체당 매출액보다 가장 높은 경제권역은 강원권이며 약 90억 원의 차이가 발생한다. 충청권(17억 원), 호남권(11억 원), 대경권(10억 원)에서 강원권 다음으로 업종 간 사업체당 평균 매출액 차이가 크다. <표 2-33>에서 산업 전체의 지역별 매출액 평균을 분석하였을 때 해당 4개 경제권역의 호텔업 대비 휴양콘도미니엄업의 매출액 비중이 높은데, 사업체당 평균 매출액으로 검토한 경우에도 유사한 결과가 확인된다. 제주권의 경우 호텔과 휴양콘도미니엄 간의 사업체당 매출액 차이는 약 52억 원으로 호텔 사업체당 평균 매출액이 서울 다음으로 높은 특징을 보인다.

이러한 특징이 업종별 효율성에 의한 것인지를 판단하기 위하여 <표 2-33>과 <표 2-34>를 통해 2020년 기준 경제권역별로 호텔과 휴양콘도미니엄의 노동생산성과 자본생산성을 t-검정을 통하여 비교한다.

<표 2-34>는 경제권역별 호텔업과 휴양콘도미니엄업의 노동생산성 t-검정 결과이다. 사업체 수, 노동생산성 평균, 차분값, 표준오차, 표준편차를 보여 준다. 총 7개 경제권역에서 영남권과 제주권을 제외한 모든 경우는 휴양콘도미니엄의 평균 노동생산성이 호텔의 평균 노동생산성보다 6.1%에서 84.0%까지 큰 것을 볼 수 있다. 그러나 오직 대경권의 노동생산성 차이만이 5% 수준에서 유의하고, 대경권 휴양콘도미니엄업의 노동생산성이 호텔업의 노동생산성보다 0.840 높게 나타난다.

다시 전반적인 결과를 보면 [그림 2-1]에서 전국 휴양콘도미니엄업 종사자 1인당 매출액(노동생산성)은 2010년 호텔업보다 낮았으나 2015년, 2020년에는 더 높다는 사실을 상기할 필요가 있다. [그림 2-1]의 결과는 호텔업에 비교하여 휴양콘도미니엄업의 종사자 감소보다 매출액 감소가 적기 때문이다. <표 2-34>의 분석 결과는 노동생산성 차이를 경제권역별로 관찰하여도 [그림 2-1]에서 상술한 분석과 유사한 패턴을 보인다는 점에서 의미가 있다.

〈표 2-34〉 2020, 호텔, 휴양콘도미니엄 노동생산성 비교

A. 수도권			
집단	관측치	평균	표준오차
호텔업	357	4.401	0.054
휴양콘도미니엄업	35	4.462	0.207
차이		-0.061	0.184
B. 강원권			
집단	관측치	평균	표준오차
호텔업	48	3.974	0.253
휴양콘도미니엄업	72	4.383	0.154
차이		-0.409	0.280
C. 충청권			
집단	관측치	평균	표준오차
호텔업	47	4.194	0.119
휴양콘도미니엄업	40	4.337	0.205
차이		-0.143	0.229
D. 호남권			
집단	관측치	평균	표준오차
호텔업	64	3.969	0.134
휴양콘도미니엄업	44	4.107	0.200
차이		-0.138	0.232
E. 대경권			
집단	관측치	평균	표준오차
호텔업	55	3.842	0.159
휴양콘도미니엄업	29	4.681	0.240
차이		-0.840**	0.280
F. 영남권			
집단	관측치	평균	표준오차
호텔업	144	4.165	0.078
휴양콘도미니엄업	27	4.002	0.211
차이		0.163	0.203

G. 제주권			
집단	관측치	평균	표준오차
호텔업	99	4.134	0.104
휴양콘도미니엄업	68	3.847	0.151
차이		0.287	0.177

자료: 2020 경제총조사.

주: 생산성 변수는 자연로그 변환한 값, * 10%, ** 5%, *** 1% 유의수준하에서 통계적으로 유의함.

〈표 2-35〉 2020, 호텔, 휴양콘도미니엄 자본생산성 비교

A. 수도권			
집단	관측치	평균	표준오차
호텔업	357	2.556	0.071
휴양콘도미니엄업	35	2.609	0.332
차이		-0.053	0.249
B. 강원권			
집단	관측치	평균	표준오차
호텔업	48	2.246	0.271
휴양콘도미니엄업	72	2.432	0.201
차이		0.186	0.331
C. 충청권			
집단	관측치	평균	표준오차
호텔업	47	2.425	0.169
휴양콘도미니엄업	40	2.273	0.272
차이		0.152	0.311
D. 호남권			
집단	관측치	평균	표준오차
호텔업	64	2.377	0.163
휴양콘도미니엄업	44	2.134	0.321
차이		0.243	0.331
E. 대경권			
집단	관측치	평균	표준오차
호텔업	55	2.341	0.183
휴양콘도미니엄업	29	3.041	0.326
차이		-0.700**	0.345
F. 영남권			
집단	관측치	평균	표준오차
호텔업	144	2.436	0.103
휴양콘도미니엄업	27	2.317	0.297
차이		0.119	0.270

G. 제주권			
집단	관측치	평균	표준오차
호텔업	99	2.293	0.147
휴양콘도미니엄업	68	1.658	0.240
차이		0.635**	0.266

자료: 2020 경제총조사.

주: 생산성 변수는 자연로그 변환한 값, * 10%, ** 5%, *** 1% 유의수준하에서 통계적으로 유의함.

〈표 2-35〉는 경제권역별 호텔업과 휴양콘도미니엄업의 자본생산성 t-검정 결과이다. 자본생산성은 노동생산성과 달리 경제권역에 따라서 호텔과 휴양콘도미니엄 간의 생산성 차이에 대한 방향성이 각각 다르다. 구체적으로 통계적으로 두 업종 간 자본생산성 차이가 유의한 지역들만 설명하면, 첫째로 대경권의 휴양콘도미니엄업 자본생산성도 노동생산성과 마찬가지로 호텔업보다 높다. 대경권의 휴양콘도미니엄업의 자본생산성은 3.041, 호텔은 2.341로 0.700의 차이를 보인다. 이는 5% 수준에서 통계적으로 유의하다. 반면 제주권에서는 호텔업 자본생산성이 5% 유의수준에서 휴양콘도미니엄업보다 0.635 높다. 제주권의 호텔업 자본생산성이 휴양콘도미니엄업보다 높다. 제주권의 경우 다른 경제권역에 비하여 자본생산성이 낮은 특징을 보인다. 제주권의 호텔업 자본생산성은 2.293이며, 휴양콘도미니엄업은 1.658로 0.635의 차이를 보인다. 이 차이는 5% 수준에서 통계적으로 유의하다.

3) 지역시장 경쟁 강도가 휴양콘도미니엄에 미치는 영향

본 목에서는 시도 수준의 지역시장에서 관광숙박업에 대한 경쟁 강도를 살펴보는 HHI를 이용하여 호텔업과 휴양콘도미니엄의 생산성에 미치는 영향을 살펴본다. 비록 지역시장의 관광숙박업의 HHI가 세종을 제외하고 모두 1,000 미만으로 비집중적인 시장이라 볼 수 있지만, 전반적으로 경쟁 강도가 감소할 때, 어떤 영향을 미치는지를 확인하기 위함이다. 노동생산성과 자본생산성, 매출액, 종사자 수, 객실 수, HHI는 자연로그 변환하여 분석한다.

$$y_{ir} = \alpha + \beta_1 HHI_r + \beta_2 HHI_r \times Condo_i + \beta_3 Condo_i + \gamma NF_r + \epsilon_{ir}$$

y_{ir} 은 지역 r 에 위치한 사업체 i 의 자연로그 변환한 노동생산성과 자본생산성, 매출

액, 종사자 수, 객실 수이며, HHI_r 은 자연로그 변환한 지역 r 의 HHI를 의미한다. $Condo_i$ 는 사업체 i 가 휴양콘도미니엄일 때 1의 값을 갖고, 호텔일 때 0의 값을 갖는 더미변수이다. NF_r 은 지역 r 의 호텔 및 휴양콘도미니엄 사업체 수이며, 자연로그 변환한 값을 사용한다. 이와 같은 모형에 의거하여 β_1 은 지역별 HHI 차이가 생산성 등에 미치는 평균적인 영향(또는 호텔업에 미치는 영향)을 의미하며, β_2 는 지역별 HHI가 휴양콘도미니엄업의 생산성에 추가적으로 미치는 영향을 의미한다. 위 회귀분석 결과는 <표 2-36>과 같다.

<표 2-36> HHI가 휴양콘도미니엄의 성과에 미치는 영향

종속변수	(1) 노동생산성	(2) 자본생산성	(3) 매출액	(4) 종사자 수	(5) 객실 수
로그 관광숙박업 HHI	-0.089 (0.075)	-0.101 (0.091)	0.148 (0.111)	0.237*** (0.073)	0.249*** (0.052)
휴양콘도미니엄업 더미	1.061 (0.817)	1.587 (1.146)	2.385* (1.360)	1.324 (0.958)	0.798 (0.663)
휴양콘도미니엄업 더미 *로그 관광숙박업 HHI	-0.184 (0.144)	-0.312 (0.202)	-0.511** (0.241)	-0.327* (0.169)	-0.200* (0.118)
로그 시도별 기업 수	0.089** (0.044)	0.019 (0.057)	0.200*** (0.072)	0.111** (0.051)	0.182*** (0.034)
상수항	4.308*** (0.474)	2.933*** (0.581)	5.469*** (0.711)	1.161** (0.473)	2.536*** (0.341)
관측치	1,128	1,128	1,128	1,128	1,128
R^2	0.008	0.011	0.025	0.041	0.062
휴양콘도미니엄업 로그 HHI 효과	-0.273** (0.123)	-0.413** (0.179)	-0.363* (0.214)	-0.090 (0.152)	0.049 (0.106)

주: 모든 종속변수는 자연로그 변환한 값. 괄호안의 값은 표준오차를 의미, * 10%, ** 5%, *** 1% 유의수준 하에서 통계적으로 유의함.

HHI가 1% 증가할 때, 호텔업의 노동생산성과 자본생산성은 각각 0.089%, 0.101% 감소하지만 통계적으로 유의하지는 않다. 일반적으로 호텔업은 지역 내 관광숙박업에 비하여 더 큰 규모를 가지고 있으며, 지역 내 관광숙박업 전체 매출 대비 호텔업의 매출

비중이 더 클 수 있다. 따라서 HHI가 높은 지역에서는 매출액, 종사자 수, 객실 수가 더 큰 결과를 보여 주는데, 이 결과에서는 매출액보다는 종사자 수와 객실 수에 미치는 영향이 더 크고 통계적으로 유의한 것을 볼 수 있다. 따라서 노동생산성과 자본생산성은 음의 값을 갖지만 통계적으로는 유의하지 않다.

반면 휴양콘도미니엄업의 경우 노동생산성과 자본생산성은 각각 0.273%, 0.413% 감소하는데, 이는 HHI 증가에 따라 그 지역 휴양콘도미니엄업의 매출이 상대적으로 감소하기 때문이다. 이때 휴양콘도미니엄업의 종사자 수 및 객실 수의 경우 지역별 HHI 차이에 따라 영향을 받지 않는다. 이러한 결과는 다른 경쟁력 있는 숙박업체가 발생할수록 휴양콘도미니엄의 수요가 감소하는 것을 의미하므로, 지역 및 경쟁 업체에 따라 이질적인 전략이 필요하다는 시사점을 제공한다.

제3절 경영분석

1. 자료의 구축 및 기술통계

가. 자료의 구축

휴양콘도미니엄업 사업 현황 및 재무 현황 분석을 위한 자료는 다음과 같이 구축한다. 첫째, 한국휴양콘도미니엄경영협회로부터 자료를 입수하여 2023년 현재 운영 중인 사업장 현황을 파악한다. 둘째, 문화체육관광부 2021 관광산업조사 보고서를 참고하여 2021년 현재 휴양콘도미니엄업 사업체 실태조사 분석 결과를 제시한다. 셋째, NICE신용평가정보(주) 데이터베이스(KISVALUE)에서 한국표준산업분류상 세세분류(5-digit) 기준으로 '휴양콘도 운영업'에 속하는 기업의 재무제표 자료를 입수하여 2022년 기준 휴양콘도미니엄업 평균 재무 현황을 분석한다.

본 연구에서는 2013년부터 2022년까지 한국표준산업분류상 세세분류(5-digit) 기준으로 '휴양콘도 운영업'에 속하는 기업에 대한 재무비율 분석을 수행한다. 구체적으로, '주식회사 등의 외부감사에 관한 법률(외감법)'에 따라 연차재무제표에 대한 외부감사의 무가 있는 기업(외감법인)에 대한 재무비율 분석을 수행한다.

외감법인은 공인회계사에 의해 감사받은 연차재무제표를 금융감독원 전자공시시스템(DART) 등에 반드시 공시해야 하므로 재무제표 자료에 대한 일정 수준 이상의 신뢰성을 확보할 수 있을 뿐만 아니라 자료의 수집도 상대적으로 용이하다. 반면, 외감법인이 아닌 기업(비외감법인)은 재무제표에 대한 외부감사 의무가 없기 때문에 재무제표 자료의 신뢰성이 결여되며, 재무제표 자체도 법인세 신고·납부를 위해 국세청에만 제출하고 외부에 공시하지 않으므로 자료 입수가 현실적으로 불가능하다.

재무비율 분석 방법을 상세하게 기술하면 다음과 같다. 첫째, 휴양콘도 운영업에 속한 외감기업들의 재무제표 자료를 통해 유동성, 안정성, 수익성, 효율성 등의 다양한 재무

비율(financial ratio)을 산출 및 분석 한다. 둘째, 휴양콘도 운영업과 한국표준산업분류상 동일한 세분류(4-digit, 관광숙박시설 운영업)에 속한 ‘호텔업’을 대상으로 동일한 재무비율을 산출하고, 휴양콘도 운영업과의 경쟁업종 간 비교 분석을 수행한다. 셋째, 코로나19 이전 기간(2013~2019) 및 이후 기간(2020~2022)의 재무비율을 비교 분석하여 코로나19가 휴양콘도 운영업에 속한 기업들의 경영에 미친 영향을 파악한다. 재무비율 분석에 필요한 모든 자료는 NICE신용평가정보(주) 데이터베이스(KISVALUE)에서 추출하며, 개별기업 재무비율을 항목별로 평균하여 분석한다.

2022년 말 현재 한국표준산업분류상 휴양콘도 운영업에 속한 외부감사 대상 기업은 총 44개이다. 이 중에서 상장기업은 ‘(주)HJ매그놀리아용평호텔앤리조트’ 1개이며, 나머지 43개 기업은 비상장기업이다³⁾. 따라서 휴양콘도 운영업은 거의 대부분 비상장기업에 의해 서비스가 제공되고 있으며, 재무비율 분석도 총 44개 외부감사 기업을 대상으로 수행한다.

나. 기술통계

〈표 2-37〉은 2023년 현재 운영 중인 휴양콘도미니엄 사업장 현황을 나타낸다. 전국적으로 246개 사업장이 운영되고 있으며, 전체 사업장에서 보유 중인 객실은 총 28,106개이다. 이 중에서 한국콘도미니엄경영협회에 회원으로 가입한 사업장은 총 117개이고, 이들 사업장에서 보유하고 있는 객실은 총 18,712개이다. 눈여겨볼 만한 것은 한국콘도미니엄경영협회 회원 사업장 비중이 전체의 47.6%로 절반에 미달하는 수준임에도 불구하고, 이들의 객실 수 비중은 전체의 2/3에 해당하는 66.6%에 달하고 있다는 것이다. 객실 수가 많은 대규모 사업장 대부분이 한국콘도미니엄경영협회 회원에 속해 있는 것으로 볼 때, 분석에 사용한 한국휴양콘도미니엄경영협회 자료가 충분한 대표성을 가지

3) 2022년 말 현재 한국표준산업분류상 휴양콘도 운영업에 속한 비상장기업은 (주)무주덕유산리조트, (주)라비돌, (주)이에스리조트클럽, (주)에이치제이매그놀리아용평디오션호텔앤리조트, (주)HJ매그놀리아용평호텔앤리조트, (주)호반호텔앤리조트, (주)아모렉스리조트, (주)지프러스, (주)소노인터내셔널, (주)모아레저산업, (주)정선랜드, 휘닉스중앙제주(주), 금호리조트(주), (주)신세계영랑호리조트, 동양개발(주), 에스티엑스리조트(주), 에이치디씨리조트(주), (주)승산, 일성레저산업(주), (주)미봉, 휘닉스중앙(주), (주)이랜드파크, 한화호텔앤드리조트(주), (주)다인리조트, (주)대천리조트, 삼매봉개발(주), (주)베이힐, 백동신원(주), 삼풍개발(주), (주)휘찬, (주)성호리조트, 신안종합리조트(주), (주)사우스케이프, 녹지한국투자개발(유), (주)챔버리리조트, 에코패밀리호텔(주), (주)호영개발, 그린랜드센터제주(유), (주)블루원, 산청한방가족호텔(주), (주)애월스테이, 케이에이치강원개발(주), (주)다움레저개발 등 44개이다.

고 있다고 판단된다.

〈표 2-37〉 휴양콘도미니엄 사업장 현황(2023년 현재)

구분	사업장		객실 수(개)	
	개수	비중	개수	비중
한국콘도미니엄경영협회 회원	117	47.6%	18,712	66.6%
한국콘도미니엄경영협회 비회원	129	52.4%	9,394	33.4%
합계	246	100.0%	28,106	100.0%

2023년 현재 한국콘도미니엄경영협회 회원으로 가입한 사업장⁴⁾ 117개 사업장 중 107개 사업장이 정상적으로 운영되고 있으며, 전체의 8.5%에 해당하는 10개 사업장은 현재 휴업 중이다. 또한 소수의 기업(사업체)이 다수의 사업장을 운영하고 있어, 시장집중도가 높은 편이다.

〈표 2-38〉은 2021년 현재 휴양콘도미니엄업 사업체 실태조사 분석 결과를 나타낸다. 전체 사업체 수는 연매출액 40억 원 이상(51.2%), 종사자 10명~30명 미만(27.5%) 그리고 10년 이상 존속(77.9%)한 회사법인(96.7%)이 가장 많이 분포하고 있으며, 종사자 수도 연매출액 40억 원 이상(75.4%)으로 10년 이상 존속(81.3%)한 회사법인(99.4%)이 가장 많은 비중을 차지하였다.

객실 수는 연매출액 15억 원을 기준으로 15억 원 미만인 사업체와 15억 원 이상인 사업체가 확연하게 구분된다. 연매출액 15억 원 미만인 기업은 전체 평균 객실 수(24.1개)에 훨씬 미달하였으나(7.7개~8.3개), 연매출액 15억 원 이상인 기업은 전체 평균 객실 수를 크게 상회하였다(23.5개~44.0개). 또한 종사자 수가 많을수록, 존속 기간이 오래될수록 많은 객실 수를 보유하는 것으로 파악되었다.

연간 이용객 수도 이와 유사한 양상을 보인다. 연매출액 15억 원 미만인 사업체의 경우 연간 이용객 수가 전체의 9.0% 수준밖에 되지 않고, 연매출액 15억 원 이상인 사업체에 압도적으로 많은 이용객이 몰려 있다. 특히, 전체 이용객의 72.6%가 연매출액 40억 원 이상인 대규모 사업장을 이용하는 쏠림 현상이 나타났으며, 이로 인해 휴양콘도미니엄업 사업체의 2021년 총매출액 중 89.9%가 연매출액 40억 원 이상인 대규모 사업장

4) 한국콘도미니엄경영협회 21개 회원사 중 15개 사(71.4%)가 외부감사 대상 법인으로 파악되었다. 즉, 한국 콘도미니엄경영협회 회원사 대부분이 재무비율 분석 대상에 포함된다. 따라서 후술되는 재무비율 분석 결과의 대표성 측면에서도 큰 문제가 없을 것으로 판단된다.

에서 발생한 것이라고 볼 수 있다.

매출액의 경우 종사자 50명 이상(69.9%)으로 10년 이상 존속한(82.0%) 회사법인(99.8%)이 가장 많은 매출을 기록하였다. 또한 매출액 15억 원-40억 원 미만인 사업체에서 평균적으로 가장 많은 자본금을 보유하고 있으며, 종사자 30명-50명 미만의 10년 이상 존속 사업체가 평균적으로 가장 높은 수준의 자본금을 보유하고 있다.

〈표 2-38〉 휴양콘도미니엄업 사업체 실태조사 분석 결과(2021년 현재)

구분		사업체 수 (개)	구성비 (%)	종사자 수 (명)	구성비 (%)
전체		244		12,411	
매출액 규모별	5억 원 미만	37	15.2	520	4.2
	5억 원-15억 원 미만	31	12.7	604	4.9
	15억 원-40억 원 미만	51	20.9	1,928	15.5
	40억 원 이상	125	51.2	9,359	75.4
종사자 규모별	1명-10명 미만	31	12.7	149	1.2
	10명-30명 미만	67	27.5	1,220	9.8
	30명-50명 미만	57	23.4	2,167	17.5
	50명-100명 미만	63	25.8	4,356	35.1
	100명 이상	26	10.7	4,519	36.4
존속 기간별	5년 미만	14	5.7	688	5.5
	5년-10년 미만	41	16.8	1,631	13.1
	10년 이상	190	77.9	10,093	81.3
조직 형태별	개인사업체	6	2.5	48	0.4
	회사법인	236	96.7	12,339	99.4
	회사 외 법인	2	0.8	24	0.2

구분		객실 수 (개)	구성비 (%)	연간 이용객 수 (명)	구성비 (%)
전체		24.1		45,361,253	
매출액 규모별	5억원 미만	7.7	32.0	386,048	0.9
	5억 원-15억 원 미만	8.3	34.4	3,693,934	8.1
	15억 원-40억 원 미만	23.5	97.5	8,358,138	18.4
	40억 원 이상	44.0	182.6	32,923,133	72.6
종사자 규모별	1명-10명 미만	4.4	18.3	3,360,356	7.4
	10명-30명 미만	18.6	77.2	11,183,661	24.7
	30명-50명 미만	42.6	176.8	7,972,604	17.6
	50명-100명 미만	52.7	218.7	12,433,449	27.4
	100명 이상	24.2	100.4	10,411,183	23.0

구분		객실 수 (개)	구성비 (%)	연간 이용객 수 (명)	구성비 (%)
존속 기간별	5년 미만	5.4	22.4	2,617,352	5.8
	5년~10년 미만	11.2	46.5	6,033,176	13.3
	10년 이상	39.5	163.9	36,710,725	80.9
조직 형태별	개인사업체	1.1	4.6	88,057	0.2
	회사법인	30.8	127.8	45,206,286	99.7
	회사 외 법인	35.3	146.5	66,910	0.2

구분		매출액(백만 원)				평균 자본금 (백만 원)	구성비 (%)
		객실	기타	합계	구성비 (%)		
전체		1,020,207	729,476	1,749,683		49,389	
매출액 규모별	5억 원 미만	6,873	446	7,319	0.4	16,290	33.0
	5억 원~15억 원 미만	18,462	7,929	26,391	1.5	10,352	21.0
	15억 원~40억 원 미만	90,459	52,035	142,494	8.1	77,496	156.9
	40억 원 이상	904,413	669,066	1,573,479	89.9	57,208	115.8
종사자 규모별	1명~10명 미만	19,884	23,377	43,261	2.5	5,170	10.5
	10명~30명 미만	142,256	73,220	215,476	12.3	32,451	65.7
	30명~50명 미만	192,838	75,856	268,694	15.4	81,175	164.4
	50명~100명 미만	343,272	281,296	624,568	35.7	45,414	92.0
	100명 이상	321,957	275,727	597,684	34.2	86,337	174.8
존속 기간별	5년 미만	76,623	28,211	104,834	6.0	20,017	40.5
	5년~10년 미만	83,571	127,116	210,687	12.0	21,252	43.0
	10년 이상	860,013	574,149	1,434,162	82.0	57,508	116.4
조직 형태별	개인사업체	1,421	485	1,906	0.1	2,394	4.9
	회사법인	1,017,832	728,991	1,746,823	99.8	51,000	103.3
	회사 외 법인	954	-	954	0.1	999	2.0

다. 휴양콘도미니엄업 재무 현황

〈표 2-39〉는 휴양콘도미니엄업에 속한 기업의 2022년 평균 재무 현황이다. 먼저 재무 상태를 살펴보면, 자산 총계는 373,873백만 원, 부채 및 자본 총계는 각각 280,464백만 원 및 98,410백만 원으로 총자산에서 부채가 차지하는 비중이 74%이다. 즉, 휴양콘도미니엄업에 속한 기업들은 평균적으로 자산 취득 자금의 74%를 타인자본으로 조달하고, 자기자본으로 조달하는 비중은 26%에 불과하다.

유동자산과 비유동자산은 각각 50,376백만 원과 328,497백만 원으로 총자산에서 유

동자산 및 비유동자산이 차지하는 비중은 각각 13%과 87%이다. 즉, 숙박업 특성상 유동자산에 비해 비유동자산이 훨씬 많은 비중을 차지하고 있다. 유동부채와 비유동부채는 각각 102,451백만 원과 191,363백만 원으로 총부채에서 유동부채 및 비유동부채가 차지하는 비중이 각각 37%과 63%이다. 따라서 휴양콘도미니엄업에 속한 기업들은 대부분 장기 부채로 자금을 조달하는 특징이 있다.

자본금, 이익잉여금 및 기타 자본은 각각 50,255백만 원, -30,333백만 원 및 78,488백만 원으로, 자본금이 자본 총액 중 절반가량의 비중(51%)을 차지한다. 눈여겨볼 만한 점은 이익잉여금이 약 -303억 원이라는 것이다. 이는 휴양콘도미니엄업에 속한 기업이 그동안 경영활동을 통해 누적 손실(적자)을 기록하였다는 것을 의미하며, 2022년 경영성과와도 연계된 결과로 볼 수 있다⁵⁾.

〈표 2-39〉 휴양콘도미니엄업 평균 재무 현황

(단위: 백만 원)

재무상태(2022년 말 현재)		경영성과(2022년)	
항목	금액	항 목	금액
자산 총계	378,873	매출액	79,562
유동자산	50,376	매출원가	68,876
비유동자산	328,497	매출 총이익	10,686
부채총계	280,464	판매비와 관리비	12,424
유동부채	102,451	영업이익	(1,738)
비유동부채	191,363	영업외수익	8,981
자본 총계	98,410	영업외비용	9,116
자본금	50,255	이자비용	5,281
이익잉여금	(30,333)	법인세 차감 전 순이익	(1,873)
기타 자본	78,488	당기순이익	(3,972)

휴양콘도미니엄업에 속한 기업들의 2022년 평균 경영 성과를 살펴보면, 매출액 79,562백만 원, 매출원가 68,876백만 원, 매출 총이익 10,686백만 원으로 매출원가율(매출원가÷매출액)이 87%로 매우 높은 편이며, 매출 총이익률(매출 총이익÷매출액)은 13% 수준이다. 즉, 해당 기업들은 매출액에서 매출원가를 제외하고 13%의 이익만을 남

5) 휴양콘도 운영업에 속한 기업들의 평균 이익잉여금은 분석 대상 기간인 2013년부터 2022년까지 단 한 차례도 빠짐없이 연속하여 마이너스(-) 금액을 기록하였다. 즉, 휴양콘도 운영업에 속한 기업은 평균적으로 오랜 기간에 걸친 누적 적자 상황에서 벗어나지 못하는 실정이다.

긴 실정이다. 또한 매출 총이익 10,686백만 원에서 판매비와 관리비 12,424백만 원을 차감한 영업이익은 -1,738백만 원으로 주된 영업활동을 통해 이익을 남기지 못하고 영업손실을 기록하였다. 이는 숙박업 특성상 고정비 성격인 인건비, 감가상각비 등의 비중이 상대적으로 높은 상황에서 코로나19의 영향을 완전히 회복하지 못한 것이 주된 원인일 것으로 판단된다.

한편, 영업외수익은 8,981백만 원, 영업외비용은 9,116백만 원으로 2022년 한 해 동안 영업외수익보다 영업외비용이 더 많이 발생하였고, 이에 따라 영업손실에 비해 법인세 차감 전 순손실(-1,873백만 원)의 규모가 확대되었다. 특히 이자비용(5,281백만 원)이 전체 영업외비용(9,116백만 원)의 58%를 차지한다. 따라서 코로나19 등으로 인한 영업손실에 과도한 금융비용까지 부가되어 휴양콘도미니엄업에 속한 기업의 적자를 심화한 것으로 보인다.

라. 재무비율의 산출

본 연구는 휴양콘도미니엄업에 속한 기업들의 2010년~2021년 재무비율을 유동성 및 안정성, 수익성, 성장성, 효율성 측면에서 연도별로 산출하고, 각 재무비율의 추세를 분석하였다. 재무비율에 대한 구체적인 분석 방법은 다음과 같다. 첫째, 2022년 말 현재 운영 중인 44개 기업을 대상으로 2013년~2022년 재무비율을 개별 기업별로 산출하였다. 둘째, 개별 기업 재무비율에 대한 연도별 평균값을 계산하여 휴양콘도 운영업에 대한 연도별 산업 평균치를 산출하였으며, 각 연도별 산업 평균 재무비율 산출 시 상·하위 극단치(outlier)는 제외하였다.

〈표 2-40〉은 분석 대상 재무비율의 종류 및 산출식이다. 먼저, 유동성 및 안정성 비율은 기업의 장·단기 부채 상환능력 및 자금 운용의 안정성을 평가할 수 있는 지표로, 유동 비율 및 당좌비율을 통해 단기 부채 상환능력을 파악할 수 있다. 또한 부채비율 및 차입금의존도를 통해 장·단기를 모두 포함한 총부채 상환능력과 금융비용(이자비용) 상환능력을 파악할 수 있으며, 고정장기적합률을 통해 자금 운용의 안정성을 평가할 수 있다.

수익성 비율은 투하된 자본 및 매출액에 비해 이익이 얼마나 발생하였는지를 평가하는 지표이다. 즉, 경영 성과를 이익 금액 자체만으로 평가하기보다는 투하된 자본 및 매출액에 비해 얼마만큼의 이익을 창출하였는지로 수익성을 평가하는 재무비율이다. 총자

산이익률(ROA) 및 총자본이익률(ROE)을 통해 투하 자본 대비 이익률(Return On Investment, ROI)을 평가할 수 있고, 매출 총이익률, 매출액 영업이익률, 매출액 순이익률 등을 통해 매출액 대비 각종 이익률을 파악할 수 있다. 그리고 이자보상비율을 통해 이자 및 법인세비용 차감 전 이익(Earnings Before Interests and Taxes, EBIT)으로 이자비용을 얼마나 잘 감당할 수 있는지를 평가할 수 있다.

〈표 2-40〉 분석 대상 재무비율 및 산출식

구분	재무비율	산출식
유동성 및 안정성	유동비율	유동자산 ÷ 유동부채
	당좌비율	당좌자산 ÷ 유동부채
	고정장기적합률	비유동자산 ÷ (비유동부채+자본 총액)
	부채비율	부채 총액 ÷ 자본 총액
	차입금의존도	[단기차입금+(유동성)장기차입금+(유동성)사채] ÷ 자산 총액
수익성	총자산이익률(ROA)	당기순이익 ÷ 평균 자산 총액
	자기자본이익률(ROE)	당기순이익 ÷ 평균 자본 총액
	매출 총이익률	매출 총이익 ÷ 매출액
	매출액영업이익률	영업이익 ÷ 매출액
	매출액순이익률	당기순이익 ÷ 매출액
	이자보상비율	(당기순이익+법인세비용+이자비용) ÷ 이자비용
성장성	총자산 증가율	(당기 말 자산 총액-전기 말 자산 총액) ÷ 전기 말 자산 총액
	자기자본 증가율	(당기 말 자본 총액-전기 말 자본 총액) ÷ 전기 말 자본 총액
	매출액 증가율	(당기 매출액-전기 매출액) ÷ 전기 매출액
	영업이익 증가율	(당기 영업이익-전기 영업이익) ÷ 전기 영업이익
	순이익 증가율	(당기순이익-전기 순이익) ÷ 전기 순이익
효율성	총자산회전율	매출액 ÷ 평균 자산 총액
	재고자산회전율	매출원가 ÷ 평균 재고 자산
	재고자산 판매 기간	365일 ÷ 재고자산회전율
	매출채권회전율	매출액 ÷ 평균 매출채권
	매출채권회수기간	365일 ÷ 매출채권회전율
	매입채무회전율	매출원가 ÷ 평균 매입채무
	매입채무 결제 기간	365일 ÷ 매출채권회전율

성장성 비율은 기업 규모, 매출액, 이익 등이 전년도에 비해 얼마나 증가하였는지를 측정하는 지표이다. 즉, 기업 규모, 매출액, 이익 등의 증가율을 의미하며, 총자산증가율, 자기자본증가율, 매출액증가율, 영업이익증가율, 순이익증가율 등으로 휴양콘도 운영업에 속한 기업들의 성장성을 평가한다.

효율성 비율은 영업활동에 투입된 다양한 자산의 활용 정도를 측정하는 지표이다. 즉, 보유 자산을 영업활동에 투입하여 얼마나 많은 매출을 달성하였는지, 외상 매출액을 얼마나 빠르게 현금으로 회수하는지, 재고자산이 얼마나 빠르게 판매되고 있는지 등 영업활동의 효율성을 평가할 수 있다. 본 연구에서는 총자산회전율, 재고자산회전율 및 판매기간, 매출채권회전율 및 회수기간, 매입채무회전율 및 결제기간 등으로 휴양콘도 운영업에 속한 기업들의 효율성을 측정한다.

2. 경영분석 결과

가. 유동성 및 안정성

〈표 2-41〉은 휴양콘도미니엄업에 속한 기업들의 2013년~2022년 유동성 및 안정성 비율 분석 결과이다. 먼저, 유동비율은 1년 이내에 현금으로 전환할 목적으로 보유하는 유동자산이 1년 이내에 상환해야 하는 유동부채에 비해 얼마나 충분한지를 평가하는 지표이다. 기업이 보유 중인 유동자산을 1년 이내에 모두 현금으로 전환하는 것은 현실적으로 매우 어려울 뿐만 아니라, 유동자산을 현금으로 전환하더라도 유동부채를 상환하는 동시에 일상적인 영업활동에 필요한 운영자금을 지출해야 한다. 따라서 이론적으로 유동비율이 200% 이상이면 단기 부채 상환 능력이 양호하다고 판단한다.

당좌비율은 유동자산에서 재고자산을 제외한 나머지 금액(당좌자산)이 유동부채에 비해 어느 정도의 수준인지를 평가하는 지표이다. 재고자산은 시장에서 소비자에게 판매되어야 현금으로 전환될 수 있을 뿐만 아니라 외상 판매의 경우 매출채권이 현금으로 회수되는 기간이 추가로 소요된다. 따라서 유동자산 총액에서 재고자산을 제외한 당좌자산만으로 유동부채 상환 능력을 평가하는 것이 당좌비율이며, 당좌비율은 유동비율을 보다 보수적으로 평가하는 것이라고 볼 수 있다.

고정장기적합률은 비유동자산 투자에 얼마만큼의 장기자본이 사용되고 있는지를 평가하는 비율로, 비유동자산이 유동자산에 비해 월등하게 많은 휴양콘도미니엄업의 특성을 고려할 때 재무적 안정성 측면에서 중요한 지표가 될 수 있다. 고정장기적합률이 100% 이상이면 비유동자산 취득 및 유지에 단기자금이 투입되고 있다는 것을 의미하므로 기업의 재무적 안정성이 낮아질 수 있다.

부채비율은 전통적으로 가장 많이 사용하는 재무적 안정성 평가 지표로, 자기자본에 비해 타인자본이 얼마나 사용되고 있는지를 평가한다. 부채비율이 높아질수록 전체적인 자금 조달에서 타인자본의 비중이 증가한다는 것을 의미한다. 차입금의존도는 총자산을 보유하는 과정에서 각종 차입금, 사채 등 이자 발생 부채를 얼마나 사용하였는지를 나타내며, 부채비율과 마찬가지로 타인자본에 대한 의존도를 평가하는 지표이다.

〈표 2-41〉 휴양콘도미니엄업 유동성 및 안정성 분석 결과

(단위: %)

연도	유동비율	당좌비율	고정장기적합률	부채비율	차입금 의존도
2013	116.4	88.9	138.4	367.0	38.5
2014	105.4	67.3	114.1	352.7	42.4
2015	109.0	57.4	130.8	470.5	40.7
2016	69.7	49.0	160.3	482.7	41.5
2017	60.5	41.8	166.6	426.7	43.0
2018	68.0	46.6	160.9	469.4	44.4
2019	113.9	93.1	182.4	377.7	40.7
2020	102.2	86.7	204.2	347.4	40.2
2021	105.9	82.7	162.0	533.3	45.4
2022	88.1	74.4	328.7	696.0	41.9

주) 유동비율 = 유동자산 ÷ 유동부채
 당좌비율 = 당좌자산 ÷ 유동부채
 고정장기적합률 = 비유동자산 ÷ (비유동부채+자본 총액)
 부채비율 = 부채총액 ÷ 자본총액
 차입금의존도 = [단기차입금+(유동성)장기차입금+(유동성)사채] ÷ 자산 총액

〈표 2-41〉의 유동비율 및 당좌비율 추세를 보면, 유동비율은 2013년 116.4%에서 큰 폭으로 감소하여 2017년에 60.5%를 기록하였다가 2019년에 113.9% 수준으로 다시 증가한 이후 2022년에는 88.1%로 하락하였다. 따라서 휴양콘도미니엄업에 속한 기업들은 지난 10년간 유동성 측면에서 안정적이지 않은 상황이라고 판단된다. 유동비율이 가장 높았던 2013년과 2019년에도 120%를 넘지 않았기 때문이다.

당좌비율도 유동비율과 매우 유사한 양상을 보인다. 당좌비율은 2013년에 88.9%에서 2017년에 41.8%로 대폭 감소하였다가 2019년에 93.1% 수준으로 증가한 이후 2022년에 74.4%로 다시 하락하였다. 특히, 코로나19의 영향에서 점차 벗어나기 시작한 2022년에도 유동비율 및 당좌비율 모두 100% 미만인 것으로 볼 때 휴양콘도미니엄업에 속한 기업들은 유동성 측면에서 매우 취약하다고 판단된다.

고정장기적합률, 부채비율 및 차입금의존도 추세를 보면, 휴양콘도미니엄업의 고정장기적합률은 2013년 138.4%에서 꾸준히 증가하여 2020년에 204.2%를 기록하였다가 2022년에는 328.7%로 급상승하였다. 이는 비유동자산의 취득 및 유지를 위한 자금의 상당 부분을 장기자금뿐만 아니라 단기자금에도 의존하고 있다는 것을 의미한다. 또한 부채비율도 2013년에 367.0%에서 증가 추세를 지속하다가 2021년 및 2022년에 폭증하였다. 즉, 지난 10년간 고정장기적합률 및 부채비율이 거의 비슷한 추세를 나타낸다. 따라서 자금 운용의 안정성 및 타인자본에 대한 의존도 측면에서도 개선이 필요해 보인다.

차입금의존도는 과거 10년 동안 큰 폭의 변화를 보이지는 않는다. 2013년에 38.5%를 기록한 이후 등락을 거듭하다가 2022년에는 41.9%를 나타냈다. 차입금의존도를 꾸준히 총자산 보유액의 50% 미만으로 유지하고 있다는 측면에서 양호한 수준이라고 판단된다.

나. 수익성 분석 결과

〈표 2-42〉는 휴양콘도미니엄업에 속한 기업들의 2013년~2022년 수익성 비율 분석 결과이다. 총자산이익률(Return On Assets, ROA) 및 자기자본이익률(Return On Equity, ROE)은 투자수익률(Return On Investment, ROI)에 해당하는 재무비율이다. 즉, 사업에 투하된 자금 대비 이익이 얼마나 창출되었는지를 파악하기 위한 지표이다. 이때, 투하 자금을 타인자본과 자기자본 합계(총자산)로 하여 산정한 투자수익률을 총자산이익률(ROA), 투하 자금을 자기자본으로 국한하여 산정한 투자수익률을 자기자본이익률(ROE)이라고 한다. 따라서 총자산이익률(ROA)은 타인자본 및 자기자본을 통해 조달한 총자산 대비 이익률을 나타내고, 자기자본이익률(ROE)은 자기자본 대비 이익률을 나타낸다.

매출 총이익률(매출 총이익÷매출액), 매출액영업이익률(영업이익÷매출액) 및 매출액순이익률(당기순이익÷매출액)은 매출액 한 단위에서 얼마만큼의 각종 이익을 남겼는지를 의미하는 재무비율이다. 특히 매출 총이익률, 매출액영업이익률 및 매출액순이익률은 기업이 각종 비용을 얼마나 잘 통제하였는지를 직간접적으로 보여 준다. 손익계산서에서 매출 총이익은 매출액에서 매출원가를 차감하여 산출한 이익이다. 따라서 매출 총이익률

은 매출액 한 단위에서 매출 총이익이 얼마나 남았는지를 나타낼 뿐만 아니라 기업이 매출원가를 얼마나 잘 통제하였는지를 보여 준다.

〈표 2-42〉 휴양콘도미니엄업 수익성 분석 결과

(단위: %)

연도	총자산 이익률 (ROA)	자기자본이익률 (ROE)	매출 총이익 률	매출액영업 이익률	매출액 순이익률	이자 보상 비율
2013	-1.3	-20.5	39.0	-8.0	-3.1	-4.2
2014	-2.0	-2.6	37.0	-9.5	-16.2	-1.4
2015	-1.9	-6.8	41.7	-2.0	-29.2	-2.2
2016	-1.6	-9.3	43.3	-8.5	-17.1	1.1
2017	-1.9	-9.7	40.8	-8.6	-19.7	-5.1
2018	-2.1	-13.0	35.6	-6.4	-16.1	-3.4
2019	-2.8	-10.4	35.3	-17.1	-38.7	-8.6
2020	-3.4	-12.9	27.1	-41.4	-64.1	-4.6
2021	-1.7	-6.1	35.3	-16.5	-3.4	2.0
2022	-0.7	-0.9	38.4	-6.2	3.7	20.0

주) 총자산이익률(ROA) = 당기순이익 ÷ 평균 자산 총액
 자기자본이익률(ROE) = 당기순이익 ÷ 평균 자본 총액
 매출 총이익률 = 매출 총이익 ÷ 매출액
 매출액영업이익률 = 영업이익 ÷ 매출액
 매출액순이익률 = 당기순이익 ÷ 매출액
 이자보상비율 = (당기순이익+법인세비용+이자비용) ÷ 이자비용

영업이익은 매출액(영업수익)에서 매출원가 및 판매비와 관리비(영업비용)를 차감하여 산출한 이익이다. 따라서 매출액영업이익률은 매출액 한 단위에서 영업이익이 얼마나 남았는지를 의미하는 동시에 기업이 전체적인 영업비용을 얼마나 잘 통제하였는지를 나타낸다. 당기순이익은 매출액에서 영업외수익을 가산하고, 법인세비용을 포함한 회계기간 동안의 모든 비용을 차감하여 산출한 최종이익이다. 따라서 매출액순이익률은 매출액 한 단위에서 최종이익이 얼마나 남았는지를 나타내는 동시에 기업이 전체 비용을 얼마나 잘 통제하였는지를 간접적으로 보여 준다.

이자보상비율은 기업이 이자 및 법인세 차감 전 이익(Earnings Before Interests and Taxes, EBIT)으로 금융비용(이자비용)을 얼마나 감당할 수 있는지를 나타내는 지표이다. 예를 들어, 이자보상비율이 10%라면 이자 및 법인세 차감 전 이익으로 총이자비용의 10%밖에 충당하지 못한다는 것을 의미한다. 따라서 이자보상비율이 100%를 초

과할 때, 이자 및 법인세 차감 전 이익으로 총이자 비용을 충분히 감당할 수 있는 여력이 있다고 볼 수 있다.

〈표 2-42〉의 총자산이익률(ROA) 및 자기자본이익률(ROE) 추세를 보면, 휴양콘도미니엄업에 속한 기업의 총자산이익률(ROA) 및 자기자본이익률(ROE)은 평균적으로 2023년부터 2022년까지 단 한 차례도 빠짐없이 음(-)의 이익률을 기록하였다. 이는 해당 기간 내내 평균적으로 당기순손실을 기록하였기 때문인 것으로 판단된다. 총자산이익률(ROA)은 2013년에 -1.3%에서 매년 소폭의 등락을 나타내다가 2022년에는 -0.7%를 기록하는 등 분석 기간 동안 큰 변화를 보이지 않았다. 다만, 당기순손실을 감안하더라도 보유 중인 총자산을 투하하여 창출한 이익의 비중이 매우 적은 것으로 볼 때, 휴양콘도미니엄업의 수익성은 매우 낮은 것으로 보인다.

자기자본이익률(ROE)은 총자산이익률(ROA)에 비해 비교적 큰 폭의 등락을 보인다. 2023년에 -20.5%에서 2014년에는 -2.6%로 크게 회복하였다가 2015년부터 2018년의 -13.0%까지 지속적으로 감소한 뒤, 2021년부터 다시 회복세를 찾아 2022년에는 -0.9%를 기록하였다. 따라서 향후 이러한 추세가 지속되고 경영성과가 흑자로 전환한다면 휴양콘도미니엄업의 총자산이익률(ROA) 및 자기자본이익률(ROE)은 양(+)의 수치를 기록할 것으로 예상되지만, 그럼에도 불구하고 휴양콘도미니엄업의 수익성은 여전히 매우 낮은 수준이므로 수익성 향상을 위한 노력이 절실히 요구된다.

매출 총이익률, 매출액영업이익률 및 매출액순이익률 추세를 보면, 매출 총이익률은 2023년에 39.0%에서 소폭의 등락을 이어가다가 2020년에 27.1%로 가장 낮은 수치를 기록하였고, 2021년부터 다시 증가하여 과거 수준을 회복하였다. 2013년부터 2022년까지 평균 매출 총이익률이 37.4%인 것으로 볼 때, 휴양콘도미니엄업에 속한 기업들은 매출액의 약 60% 수준을 매출원가로 지출하며, 매출원가에 약 40%가량의 마진(margin)을 가산하여 객실 등을 판매하고 있는 것으로 보인다.

매출액영업이익률 및 매출액순이익률은 2013년부터 2022년까지 지속적으로 음(-)의 값을 나타내어 매출액으로부터 남는 영업이익 및 당기순이익이 전혀 없는 것으로 파악되었다. 지속적인 영업손실 및 당기순손실로 인해 수익성이 현저히 악화된 상황이며, 영업비용을 비롯하여 전반적인 비용 통제가 반드시 필요하다. 그나마 코로나19로 인해 전례 없이 감소한 매출액영업이익률 및 매출액순이익률이 2021년부터 다시 회복되었다는 것은 고무적인 일이다.

이자보상비율 추세분석 결과를 보면, 2013년부터 2020년까지 한 차례를 제외하고 휴양콘도미니엄업에 속한 기업들의 이자보상비율은 음(-)의 수치를 기록하였다. 즉, 영업이익, 당기순이익뿐만 아니라 이자 및 법인세 차감 전 순이익(EBIT)도 손실을 기록하여 정상적인 사업을 통해 창출한 손익으로는 금융비용(이자비용)을 전혀 감당하지 못하는 상황이었다. 특이한 것은 코로나19 직전인 2019년에 이자보상비율이 가장 낮은 수치를 기록하였다는 것이다. 또한 2021년에 이자보상비율이 2.0%로 일종의 흑자 전환한 이후 2022년에 20.0%로 대폭 증가한 것은 매우 다행스러운 일이라고 판단된다. 그러나 여전히 이자 및 법인세 차감 전 순이익이 전체 이자비용의 20% 수준이므로 매출 증대, 비용 절감 등을 통해 수익성을 전체적으로 향상하여 금융비용을 안정적으로 관리할 필요가 있다.

다. 성장성 분석 결과

〈표 2-43〉은 휴양콘도미니엄업에 속한 기업들의 2013년~2022년 성장성 비율 분석 결과이다. 전년 대비 기업 규모 성장률을 살펴보기 위해 총자산 증가율, 자기자본 증가율, 매출액 증가율 등을 분석하였고, 전년 대비 이익 성장률을 파악하기 위해 영업이익 증가율 및 순이익 증가율을 분석하였다.

〈표 2-43〉 휴양콘도미니엄업 성장성 분석 결과

(단위: %)

연도	총자산 증가율	자기자본 증가율	매출액 증가율	영업이익 증가율	순이익 증가율
2013	26.7	22.8	20.6	-6.4	9.3
2014	29.8	9.2	9.5	35.3	-19.9
2015	10.6	14.2	49.7	26.1	24.6
2016	4.4	25.4	5.0	61.7	2.7
2017	6.2	-4.4	26.8	26.7	138.2
2018	7.7	18.1	34.6	28.6	-23.5
2019	10.0	46.0	0.1	1.2	110.7
2020	27.1	61.4	-22.2	22.2	22.7
2021	13.8	10.9	59.3	184.1	229.0
2022	29.2	26.3	24.7	301.6	75.8

주) 총자산 증가율 = (당기 말 자산 총액-전기 말 자산 총액) ÷ 전기 말 자산 총액
 자기자본 증가율 = (당기 말 자본 총액-전기 말 자본 총액) ÷ 전기 말 자본 총액
 매출액 증가율 = (당기 매출액-전기 매출액) ÷ 전기 매출액
 영업이익 증가율 = (당기 영업이익-전기 영업이익) ÷ 전기 영업이익
 순이익 증가율 = (당기순이익-전기 순이익) ÷ 전기 순이익

기업 규모에 대한 성장성을 나타내는 총자산 증가율, 자기자본 증가율 및 매출액 증가율 추세를 보면, 총자산 증가율은 2014년에 전년 대비 26.7%에서 2016년에는 4.4%로 성장세가 크게 둔화했다가, 2017년부터 다시 꾸준히 성장하여 2022년에는 전년 대비 29.2% 성장률을 기록하였다. 자기자본 증가율은 2013년부터 2018년까지 지속적으로 등락을 반복하였으며, 2019년 및 2020년에 대폭 증가하였다가 2021년부터 성장세가 다시 둔화하는 추세를 나타내었다.

매출액 증가율도 거의 매년 큰 폭으로 증감하였으며, 특히 코로나19의 영향을 본격적으로 받기 시작한 2020년에 매출액이 대폭 감소하였다가 2021년에는 다시 매출액 실적을 회복하였다. 정리해 보면 휴양콘도미니엄업에 속한 기업들의 기업 규모 성장성은 비교적 변동이 심한 것으로 파악되었다. 그러나 총자산 증가율, 자기자본 증가율 및 매출액 증가율이 분석 기간 동안 대체로 양(+)의 값을 나타내는 것으로 볼 때, 연도별 차이는 있지만 휴양콘도미니엄업에 속한 기업들은 총자산, 자기자본 및 매출액 측면에서 꾸준히 성장하고 있다고 판단된다.

이익에 대한 성장성을 나타내는 영업이익 증가율 및 순이익 증가율 추세를 보면, 휴양콘도미니엄업에 속한 기업들의 영업이익은 2013년부터 매년 꾸준히 증가하였으며, 2019년~2020년에 성장세가 크게 둔화했다가 2021년 및 2022년에는 폭발적으로 증가하였다. 따라서 전술한 수익성 분석 결과에서 볼 수 있듯이 영업이익의 금액은 2013년부터 2022년까지 매년 손실을 기록하였지만, 손실의 규모는 시간이 경과하면서 계속 감소한 것으로 파악되었다.

순이익 증가율은 연도별로 큰 차이를 보인다. 2013년부터 2018년까지 매년 큰 폭의 등락을 반복하였으며, 특히 2021년에는 가장 높은 증가율을 기록하였다. 또한 영업이익 증가율 및 순이익 증가율이 분석 기간 동안 거의 대부분 양(+)의 값을 나타내는 것으로 볼 때, 성장세의 등락은 있지만 휴양콘도미니엄업에 속한 기업들은 영업이익 및 순이익이 지속적으로 성장하고 있다고 판단된다.

라. 효율성 분석 결과

〈표 2-44〉는 휴양콘도미니엄업에 속한 기업들의 2013년~2022년 효율성 비율 분석 결과이다. 먼저, 매출액을 평균 자산 총액으로 나누어 산출하는 총자산회전율은 보유 중

인 전체 자산을 영업활동에 투입하여 1년 동안 얼마나 많은 매출액을 창출하였는지를 나타내며, 매출원가를 평균 재고 자산으로 나누어 산출하는 재고자산회전율은 기업이 보유 중인 재고자산이 얼마나 빠르게 판매되는지를 보여 준다. 즉, 총자산회전율 및 재고자산회전율은 판매 효율성을 나타내는 지표이다.

매출액을 평균 매출채권으로 나누어 산출하는 매출채권회전율은 외상 매출액을 얼마나 빠르게 현금으로 회수하고 있는지를 평가하며, 매출원가를 평균 매입채무로 나누어 산출하는 매입채무회전율은 외상 매입액을 얼마나 빠르게 현금으로 지급하는지를 보여 준다. 즉, 매출채권회전율 및 매입채무회전율은 자금의 회수 및 결제 효율성을 나타내는 지표이다. 일반적으로 매출채권회전율이 높을수록 그리고 매입채무회전율이 낮을수록 효율적인 자금 관리를 하고 있다고 판단한다.

한편, 재고자산회전율, 매출채권회전율 및 매입채무회전율을 통해 판매 및 자금 관리에 대한 효율성을 파악할 수 있지만, 회전을 자체만으로는 구체적인 재고자산 판매 기간, 매출채권회수기간 및 매입채무 결제 기간을 알 수 없다. 따라서 재고자산 판매 기간, 매출채권회수기간 및 매입채무 결제 기간을 추가로 분석 및 제시한다.

〈표 2-44〉 휴양콘도미니엄업 효율성 분석 결과

(단위: 회, 일)

연도	총자산회전율	재고자산회전율	재고자산 판매 기간	매출채권회전율	매출채권 회수 기간	매입채무회전율	매입채무 결제 기간
2013	0.2	65.1	5.6	70.6	5.2	127.7	2.9
2014	0.2	166.7	2.2	74.6	4.9	101.9	3.6
2015	0.2	81.9	4.5	32.8	11.1	89.8	4.1
2016	0.2	77.4	4.7	52.1	7.0	98.3	3.7
2017	0.2	88.4	4.1	34.3	10.6	155.4	2.3
2018	0.2	102.4	3.6	42.4	8.6	155.6	2.3
2019	0.2	99.2	3.7	36.8	9.9	122.8	3.0
2020	0.1	93.1	3.9	36.4	10.0	117.6	3.1
2021	0.1	73.7	5.0	54.0	6.8	128.1	2.9
2022	0.2	88.0	4.1	48.8	7.5	120.3	3.0

주) 총자산회전율 = 매출액 ÷ 평균 자산 총액
 재고자산회전율 = 매출원가 ÷ 평균 재고 자산
 재고자산 판매 기간 = 365일 ÷ 재고자산회전율
 매출채권회전율 = 매출액 ÷ 평균 매출채권
 매출채권회수기간 = 365일 ÷ 매출채권회전율
 매입채무회전율 = 매출원가 ÷ 평균 매입채무
 매입채무 결제 기간 = 365일 ÷ 매출채권회전율

〈표 2-44〉의 총자산회전을 추세를 보면, 휴양콘도미니엄업에 속한 기업들의 총자산회전율은 지난 10년 동안 큰 변화 없이 0.1회에서 0.2회로 매년 유사한 수준을 보인다. 이는 연간 총매출액이 총자산의 0.1%~0.2% 수준이라는 것을 의미하며 유형자산의 비중이 상당히 큰 산업의 특성을 반영하고 있다. 그러나 총자산 대비 매출액의 비중이 매우 적은 편이므로 매출액 증대를 위한 다양한 노력이 필요해 보인다.

재고자산회전율, 매출채권회전율 및 매입채무회전율 추세를 보면, 먼저 재고자산회전율은 2013년에 65.1회에서 2014년에 166.7회로 크게 증가하였지만 2015년~2016년에는 감소하고, 2017년~2018년까지 다시 증가하였다가 2019년 이후에는 감소세가 반복되는 추세를 보인다. 따라서 휴양콘도미니엄업에서 속한 기업들의 재고자산회전율은 2~3년 주기로 등락을 반복하는 것으로 판단된다.

매출채권회전율은 2013년에 70.6회에서 2014년에 74.6회로 증가하였다가 2015년에 32.8회로 크게 감소하고, 2016년에는 52.1회로 큰 폭의 증가를 보였다가 2017년에는 34.3회로 다시 폭락하는 등 매년 증가 및 감소를 꾸준히 반복하는 패턴을 보인다. 매입채무회전율은 재고자산회전율과 유사하게 2~3년 주기로 등락이 꾸준히 반복되는 추세를 나타낸다. 2013년에 127.7회에서 2015년에 89.8회로 감소하였다가 이후 지속적으로 증가하여 2018년에는 155.6회를 보인다. 그 이후로는 꾸준히 감소하여 2022년에는 120.3회의 매입채무회전율을 기록하였다.

재고자산 판매 기간, 매출채권회수기간 및 매입채무 결제 기간 추세를 보면, 휴양콘도미니엄업에 속한 기업들의 재고자산 판매 기간은 2013년에 5.6일에서 2014년에는 2.2일로 크게 단축되었다가 2016년에 4.7일로 증가하였으며, 2018년에 3.6일로 감소하였다가 다시 2019년부터 증가하는 추세이다. 2013년부터 2022년까지 10년간 평균 재고자산 판매 기간은 4.1일이다. 따라서 휴양콘도미니엄 사업장은 평균적으로 식·음료 등 재고자산을 취득일로부터 약 4일에 걸쳐 판매하는 것으로 파악되었다.

매출채권회수기간은 2013년에 5.2일에서 2015년에 11.1일로 크게 증가하였다가 2016년에는 7.0일로 단축되고 2017년에는 10.6일로 증가하였으며, 2018년에 다시 8.6일로 감소하는 등 매년 등락을 반복하는 양상을 보인다. 2013년부터 2022년까지 10년간 평균 매출채권회수기간은 8.2일이다. 따라서 휴양콘도미니엄업에 속한 기업들은 평균적으로 외상 매출액이 발생한 이후 약 8일이 경과하면 외상 매출액을 현금으로 회수하는 것으로 판단된다.

매입채무 결제 기간은 2013년에 2.9일에서 2015년에 4.1일로 증가하였다가 2018년에 2.3일로 감소하고, 2019년에 3.0일에서 2021년에 2.9일로 변동하는 등 완만한 등락을 주기적으로 반복하지만, 전반적으로 큰 변화 없이 안정적인 추세를 보인다. 2013년부터 2022년까지 10년간 평균 매입채무 회수 기간은 3.1일이다. 따라서 휴양콘도미니엄업에 속한 기업들은 평균적으로 외상 매입액이 발생한 이후 약 3일이면 외상 매입액을 현금으로 결제하고 있다.

마. 휴양콘도미니엄업 및 호텔업 2022년 재무비율 비교 분석 결과

〈표 2-45〉는 휴양콘도미니엄업과 호텔업의 2022년 재무비율 비교 분석 결과이다. 먼저, 유동성 및 안정성 관련 비율에 대한 비교분석 결과를 살펴보면, 휴양콘도미니엄업의 유동비율은 88.1%, 호텔업은 79.3%로 휴양콘도미니엄업의 유동비율이 8.8% 더 높고, 당좌비율은 휴양콘도미니엄업이 74.4%, 호텔업은 91.4%로 휴양콘도미니엄업이 17.0% 더 낮은 수준이다. 따라서 휴양콘도미니엄업과 호텔업의 유동성이 모두 낮은 수준이지만, 그중에서도 휴양콘도미니엄업의 유동성이 호텔업에 비해 더욱 낮은 상황이다.

휴양콘도미니엄업의 고정장기적합률은 328.7%, 호텔업은 211.8%로 휴양콘도미니엄업이 호텔업에 비해 116.9% 더 높고, 부채비율은 휴양콘도미니엄업이 696.0%, 호텔업이 827.9%로 휴양콘도미니엄업이 131.9% 더 낮으며, 차입금의존도 역시 휴양콘도미니엄업이 41.9%, 호텔업이 64.8%로 휴양콘도미니엄업이 22.9% 낮은 것으로 파악되었다. 따라서 재무안정성 측면에서는 보면 휴양콘도미니엄업이 호텔업보다 안정적이라고 할 수 있다.

수익성을 비교 분석한 결과, 휴양콘도미니엄업의 총자산이익률(ROA)은 -0.7%, 호텔업은 0.7%로 휴양콘도미니엄업이 1.4% 낮고, 자기자본이익률(ROE)도 휴양콘도미니엄업이 -0.9%, 호텔업이 3.7%로 휴양콘도미니엄업이 4.6% 더 낮은 수준이다. 따라서 휴양콘도미니엄업과 호텔업의 투자수익률이 모두 낮은 수준이지만, 그중에서도 휴양콘도미니엄업의 투자수익률이 호텔업에 비해 현저히 낮은 실정이다.

〈표 2-45〉 휴양콘도미니엄업 및 호텔업 2022년 재무비율 비교 분석 결과

(단위: %, 회, 일)

구분	휴양콘도미니엄업 [A]	호텔업 [B]	차이 [A]-[B]
유동비율	88.1	79.3	8.8
당좌비율	74.4	91.4	-17
고정장기적합률	328.7	211.8	116.9
부채비율	696.0	827.9	-131.9
차입금의존도	41.9	64.8	-22.9
총자산이익률(ROA)	-0.7	0.7	-1.4
자기자본이익률(ROE)	-0.9	3.7	-4.6
매출 총이익률	38.4	68.3	-29.9
매출액영업이익률	-6.2	-2.4	-3.8
매출액순이익률	3.7	26.5	-22.8
이자보상비율	20.0	2.3	17.7
총자산 증가율	29.2	11.0	18.2
자기자본 증가율	26.3	33.4	-7.1
매출액 증가율	24.7	64.5	-39.8
영업이익 증가율	301.6	236.7	64.9
순이익 증가율	75.8	197.1	-121.3
총자산회전율	0.2	0.3	-0.1
재고자산회전율	88.0	204.6	-116.6
재고자산 판매 기간	4.1	1.8	2.3
매출채권회전율	48.8	57.2	-8.4
매출채권회수기간	7.5	6.4	1.1
매입채무회전율	120.3	97.8	22.5
매입채무 결제 기간	3.0	3.7	-0.7

휴양콘도미니엄업의 매출 총이익률은 38.4%, 호텔업은 68.3%로 휴양콘도미니엄업이 호텔업에 비해 29.9% 낮고, 매출액영업이익률도 휴양콘도미니엄업 -6.2%, 호텔업 -2.4%로 휴양콘도미니엄업이 3.8% 더 낮으며, 매출액순이익률 역시 휴양콘도미니엄업이 -3.7%, 호텔업이 26.5%로 휴양콘도미니엄업이 30.2% 낮은 것으로 파악되었다. 따라서 휴양콘도미니엄업이 호텔업에 비해 전반적인 수익성이 매우 저조한 상황이다. 다만, 이자보상비율은 휴양콘도미니엄업이 20.0%, 호텔업이 2.3%로 휴양콘도미니엄업이 호텔업에 비해 현저히 높은 것으로 나타났다.

성장성을 비교 분석한 결과, 휴양콘도미니엄업의 총자산 증가율은 29.2%, 호텔업은 11.0%로 휴양콘도미니엄업이 18.2% 높지만, 자기자본 증가율은 휴양콘도미니엄업이 26.3%, 호텔업이 33.4%로 휴양콘도미니엄업이 7.1% 낮다. 매출액 증가율은 휴양콘도미니엄업이 24.7%, 호텔업이 64.5%로 휴양콘도미니엄업이 39.8% 낮았지만, 영업이익 증가율은 휴양콘도미니엄업이 301.6%, 호텔업이 236.7%로 휴양콘도미니엄업이 64.9% 더 높은 것으로 나타났다. 따라서 코로나19 이후 호텔업이 휴양콘도미니엄업에 비해 매출을 빠르게 회복하였지만, 영업비용 측면에서는 휴양콘도미니엄업이 호텔업에 비해 영업비용을 더욱 효과적으로 통제한 것으로 보인다. 다만, 순이익 증가율은 휴양콘도미니엄업이 75.8%, 호텔업이 197.1%로 휴양콘도미니엄업이 121.3% 더 낮았다. 따라서 휴양콘도미니엄업과 호텔업 모두 코로나19 영향에서 빠르게 벗어나고 있지만, 그 중에서도 휴양콘도미니엄업의 성장성이 호텔업에 비해 다소 약한 것으로 판단된다.

효율성을 비교 분석한 결과, 휴양콘도미니엄업의 총자산회전율은 0.2회, 호텔업은 0.3회로 두 산업이 유사한 수준이다. 그러나 재고자산회전율은 휴양콘도미니엄업이 88.0회, 호텔업이 204.6회로 휴양콘도미니엄업이 116.6% 낮고, 매출채권회전율도 휴양콘도미니엄업이 48.8회, 호텔업이 57.2회로 휴양콘도미니엄업이 8.4% 더 낮은 반면, 매입채무회전율은 휴양콘도미니엄업이 120.3회, 호텔업이 97.8회로 휴양콘도미니엄업이 22.5회 더 높다. 재고자산 판매 기간, 매출채권회수기간 및 매입채무 결제 기간도 각각의 회전율과 동일한 양상을 보인다. 따라서 휴양콘도미니엄업의 경영 효율성이 호텔업에 비해 상당히 저조하다고 볼 수 있다.

바. 코로나19 전·후 재무비율 비교 분석 결과

〈표 2-46〉은 휴양콘도미니엄업의 재무비율을 코로나19 전·후 기간으로 구분하여 기간별 평균값을 비교 분석한 결과이다. 먼저, 유동성 및 안정성 관련 비율에 대한 비교분석 결과를 살펴보면, 코로나19 이전 기간의 유동비율은 91.8%인데 코로나19 이후 기간에는 98.7%로 코로나19 이후 기간의 유동비율이 6.9% 더 높고, 당좌비율도 코로나19 이전 기간이 63.4%, 코로나19 이후 기간은 81.3로 코로나19 이후 기간이 17.8% 더 높은 수준이다. 따라서 코로나19 이후에 유동성이 더욱 개선된 것을 볼 수 있다.

코로나19 이전 기간의 고정장기적합률은 150.5%, 코로나19 이후 기간은 231.6%로

코로나19 이후 기간이 81.1% 높았으나, 부채비율은 코로나19 이전 기간이 421.0%, 코로나19 이후 기간이 525.6%로 코로나19 이후 기간이 104.6% 더 높았으며, 차입금의존도는 기간별로 큰 차이가 없었다. 따라서 코로나19 이후 휴양콘도미니엄업의 재무안정성이 다소 악화된 것으로 파악되었다.

〈표 2-46〉 코로나19 전·후 휴양콘도미니엄업 재무비율 비교 분석 결과

(단위: %, 회, 일)

구분	코로나19 이전 기간 (2013~2019) 평균 [A]	코로나19 이후 기간 (2020~2022) 평균 [B]	증감 [B]-[A]
유동비율	91.8	98.7	6.9
당좌비율	63.4	81.3	17.8
고정장기적합률	150.5	231.6	81.1
부채비율	421.0	525.6	104.6
차입금의존도	41.6	42.5	0.9
총자산이익률(ROA)	-1.9	-1.9	0.0
자기자본이익률(ROE)	-10.3	-6.6	3.7
매출 총이익률	39.0	33.6	-5.4
매출액영업이익률	-8.6	-21.4	-12.8
매출액순이익률	-20.0	-21.3	-1.3
이자보상비율	-3.4	5.8	9.2
총자산 증가율	13.6	23.4	9.7
자기자본 증가율	18.8	32.9	14.1
매출액 증가율	20.9	20.6	-0.3
영업이익 증가율	24.7	169.3	144.6
순이익 증가율	34.6	109.2	74.6
총자산회전율	0.2	0.1	-0.1
재고자산회전율	97.3	84.9	-12.4
재고자산 판매 기간	4.1	4.3	0.3
매출채권회전율	49.1	46.4	-2.7
매출채권회수기간	8.2	8.1	-0.1
매입채무회전율	121.6	122.0	0.4
매입채무 결제 기간	3.1	3.0	-0.1

수익성을 비교 분석한 결과, 총자산이익률(ROA)은 코로나19 전·후로 차이가 없었으나, 자기자본이익률(ROE)은 코로나19 이전 기간 -10.3%, 코로나19 이후 기간 -6.6%로 코로나19 이후 기간이 3.7% 높다. 따라서 코로나19와 관계없이 휴양콘도미니엄업의

투자수익률은 매우 낮은 수준이지만, 코로나19 이후 투자수익률이 매우 근소하게나마 개선된 것을 볼 수 있다.

코로나19 이전 기간의 매출 총이익률은 39.0%이며 코로나19 이후 기간에는 33.6%로 코로나19 이후 5.4% 정도 낮아졌고, 매출액영업이익률도 코로나19 이전 기간에 -8.6%, 코로나19 이후 기간에는 -21.4%로 코로나19 이후에 12.8% 낮아졌으며, 매출액 순이익률 역시 코로나19 이전 기간에 -20.0%, 코로나19 이후 기간에 -21.3%로 1.3% 낮아졌다. 따라서 코로나19 기간을 거치면서 휴양콘도미니엄업의 수익성이 상당히 악화되었다. 다만, 이자보상비율의 경우에는 코로나19 이전 기간에 -3.4%, 코로나19 이후 기간에 5.8%로 코로나19 이후 상당히 개선되었다고 볼 수 있다.

성장성을 비교 분석한 결과, 코로나19 이전 기간의 총자산 증가율은 13.6%이며 코로나19 이후 기간은 23.4%로 코로나19 이후 9.7%가 높아졌으며, 자기자본증가율도 코로나19 이전 기간에 18.8%, 코로나19 이후 기간에는 32.9%로 코로나19 이전 기간에 비해 14.1% 증가하였다. 매출액 증가율은 코로나19 전후로 큰 차이를 보이지 않으나, 영업이익 증가율은 코로나19 이전 기간에 24.7%이던 것이 코로나19 이후 기간에는 169.3%로 코로나19 이전 기간에 비해 영업이익이 현저하게 증가하였으며, 순이익 증가율도 코로나19 이전 기간에 34.6%에서 코로나19 이후 기간에는 109.2%로 크게 증가하였다.

효율성을 비교 분석한 결과, 재고자산회전율이 코로나19 이후 다소 감소한 것 이외에는 코로나19 전후로 차이가 없다. 따라서 코로나19가 휴양콘도미니엄업의 경영효율성에 미친 영향은 미미한 것으로 판단된다.

제3절 소결

본 장에서는 휴양콘도미니엄업의 산업분석과 경영분석을 실시하였다.

먼저 휴양콘도미니엄업 산업분석은 크게 두 가지 부문으로 나누어 분석하였다. 경제총조사와 기업통계등록부를 통해 숙박업의 현황을 산업 전반에 걸쳐 종합적으로 살펴본다. 매출액(세부 분류: 객실 매출액, 음식 매출액, 기타 매출액), 종사자 수, 편의시설 수, 디지털 활용, 노동생산성, 자본생산성 등의 지표를 활용하고 산업 간의 비교 분석을 중심으로 휴양콘도미니엄업의 특징을 알아보았다. 덧붙여 관광산업조사를 통해 위 두 자료에서 볼 수 없었던 휴양콘도미니엄업의 현황을 설립 연도, 존속 기간, 평균 자본금, 평균 시설 투자비, 판매 객실 수, 종사자 특성에 대하여 알아보았다.

이 중 주요 결과로는 전반적으로 휴양콘도미니엄업 전체 사업체 수는 증가하고 있고, 사업체 수의 확대와 달리 총종사자 수와 총매출액은 현상을 유지하거나 감소하고 있다. 종사자 1인당 총매출액으로 나타낸 세부 산업 수준의 총노동 생산성 지표를 보면, 휴양콘도미니엄업은 2020년도 이전에 비하여 총노동 생산성이 감소하는 추세이다. 또한 휴양콘도미니엄업은 호텔업과 달리 평균객실 수가 2010년 206실에서 2015년 183실, 2020년 167실까지 지속적으로 감소하는 추세를 보이고 있다. 휴양콘도미니엄업의 존속기간이 짧은 사업체 수가 비교적 적고, 존속기간이 긴 사업체 수가 많은 추세가 심화되고 있다. 마지막으로 호텔업과 휴양콘도미니엄업 간의 경쟁 강도를 설명하는 HHI가 관광숙박업보다 높게 나타났다.

한편, 2절에서는 재무제표 자료를 중심으로 휴양콘도미니엄업에 속한 기업들에 대한 경영분석을 통해 해당 산업의 현황 및 특징을 파악하였다. 경영분석을 위해 한국휴양콘도미니엄경영협회, 문화체육관광부 2021 관광산업조사 보고서, NICE산업평가정보(주) 데이터베이스(KISVALUE) 등의 자료를 활용하였으며, 2013년부터 2022년까지 한국표준산업분류상 세세분류(5-digit) 기준으로 '휴양콘도 운영업'에 속하는 44개 외감기업을

대상으로 재무비율을 산출 및 분석하였다. 사업 및 재무 현황 분석 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 2023년 현재 운영 중인 휴양콘도미니엄 사업장은 전국적으로 246개, 전체 사업장에서 보유 중인 객실은 총 28,106개이다. 또한 소수의 기업(사업체)이 다수의 사업장을 운영하고 있으며, 연매출액 40억 원 이상, 종사자 10명~30명 미만, 10년 이상 존속한 회사법인이 가장 많이 분포하여 산업의 시장집중도가 높은 편인 것으로 파악되었다. 특히, 2021년 전체 이용객의 72.6%가 연매출액 40억 원 이상인 대규모 사업장을 이용하는 쏠림 현상이 나타났다.

둘째, 휴양콘도미니엄업에 속한 기업들은 대부분 장기 부채로 자금을 조달하는 특징이 있으며, 대부분 영업손실 및 당기순손실을 기록하여 만성적인 적자에 시달리고 있다. 특히 과도한 금융비용이 큰 부담 요인으로 작용하고 있다.

재무비율을 통해 휴양콘도미니엄업의 특징을 분석한 결과는 다음과 같다. 첫째, 유동성이 매우 취약한 구조를 가지고 있으며, 부채비율 등 재무안정성 측면에서도 개선 및 관리가 필요하다. 둘째, 투자수익률, 매출액 대비 각종 이익률 측면에서 수익성이 매우 저조한 편이다. 다만, 2019년 이후로 이자보상비율이 꾸준히 증가하여 금융비용에 대한 부담은 어느 정도 완화되고 있는 추세이다. 셋째, 연도별 등락이 있지만 휴양콘도미니엄업에 속한 기업들은 총자산, 자기자본, 매출액, 영업이익 및 순이익이 지속적으로 성장하는 것으로 판단된다. 다만, 여전히 적자 상황에서 크게 벗어나지 못하는 실정이다.

넷째, 총자산 대비 매출액의 비중이 매우 적은 편이므로 매출액 증대를 위한 다양한 노력이 필요하다. 휴양콘도미니엄 사업장은 평균적으로 식·음료 등 재고자산을 취득일로부터 약 4일에 걸쳐 판매하고, 외상 매출액을 약 8일 이내에 현금으로 회수하고 있으며, 외상 매입액을 약 3일 이내에 현금으로 결제하고 있다. 따라서 휴양콘도미니엄업의 정상영업 주기는 약 11일(재고자산 판매 기간 4일 + 매출채권 회수 기간 8일 - 매입채무 결제 기간 3일)인 것으로 분석되었다.

끝으로 휴양콘도미니엄업과 호텔업의 2022년 재무비율을 비교 분석한 결과, 휴양콘도미니엄업은 호텔업에 비해 유동성, 투자수익률, 수익성, 성장성, 효율성 등이 모두 저조하며, 재무안정성은 호텔업에 비해 양호한 것으로 나타났다. 또한 코로나19 전후 재무비율을 비교 분석한 결과, 코로나19 이후 유동성 및 투자수익률이 개선되었으며, 성장성이 증가하였다. 그러나 재무안정성과 수익성이 악화되었으며, 경영효율성에는 눈에 띄는

변화가 없는 등 코로나19가 휴양콘도미니엄업의 경영활동에 미친 영향에는 긍정적인 측면과 부정적인 측면이 혼재하는 것으로 분석되었다.

한편, 기존 휴양콘도미니엄업의 산업분석과 경영분석을 하는 과정에서 파악된 데이터 및 정보에 따르면 휴양콘도미니엄업의 경영을 만들어 내는 원천 즉 운영 현황에 대한 정보가 거의 없는 것으로 나타났다. 이 정보들은 경영의 원천인 동시에 업종의 현황을 신속하게 알려줄 수 있는 속보성이 있는 정책 및 기업의 운영 통계로 매우 중요한 자산이다. 따라서 이어지는 장에서는 이러한 기존 통계의 한계를 보완하고자 운영 현황에 대한 통계를 개발하여 제시하고자 한다.

휴양콘도미니엄업의 현황 및 정책통계 개발방안

제3장

휴양콘도미니엄업
운영 현황(보고통계) 개발 방법

제1절 개요

1. 정책통계의 분류

특정 산업에 대한 정책통계는 해당 산업의 전반적인 사항을 요약 제공한다. 통상적으로 산업정책 통계는 산업 수준에서의 통계(산업통계), 해당 산업을 구성하는 기업 수준에서의 통계(기업통계) 그리고 각 기업의 핵심 경영활동을 구체화한 운영 수준에서의 통계(운영통계)로 구분할 수 있다. 이 중에서 한정된 예산 및 시간을 통해 생산, 발표 및 활용되는 정책통계의 우선순위를 두자면 산업, 기업 그리고 운영 수준 통계의 순이다. 기업은 효율적이고 효과적인 경영성과를 창출하기 위해 경영에 필요한 주요 운영지표를 자체적으로 생산 및 관리하고 있으며, 각 운영지표 측정치는 기업 수준의 재무제표에 반영된다. 즉, 기업은 스스로의 이익을 위해 운영통계를 생산하며, 기업통계에 해당하는 재무제표를 기업회계기준 및 관련 법령에 따라 작성한다. 산업통계는 개별기업이 아닌 통계청, 국세청, 문화체육관광부 등 정부 기관 또는 국가 수준에서 집계 및 생산된다. 이에 따라 산업통계가 생성되는 과정에서 기업의 운영통계가 1차 지표의 역할을 하고, 재무제표가 2차 지표가 되며, 1차 지표 및 2차 지표를 통해 3차 지표인 산업통계가 최종적으로 생성된다고 볼 수 있다.

〈표 3-1〉 휴양콘도미니엄업 정책통계의 유형

구분	내용
운영통계	각 기업에서 효율적이고 효과적인 경영성과를 창출하기 위해 경영에 필요한 통계 지표를 자체적으로 생산, 관리
기업통계	해당 산업을 기업 수준에서의 통계로, 기업회계기준 및 관련 법령에 따라 작성된 재무제표에 해당됨
산업통계	개별기업이 아닌 통계청, 국세청, 문화체육관광부 등 정부 기관 또는 국가 수준에서 집계 및 생산되는 산업 수준의 통계

2. 휴양콘도미니엄업의 정책통계 개발 필요성

휴양콘도미니엄 산업에 대한 정책통계도 마찬가지로 관련 정부 기관에서 생산 및 개발해야 하지만, 현재까지는 휴양콘도미니엄 산업과 직접적으로 관련된 통계가 상당히 부족한 실정이다. 특히 정책 담당자 입장에서 휴양콘도미니엄 산업과 관련한 통계의 접근이 용이하지 않을 뿐만 아니라 매번 관련 통계를 찾아 데이터를 가공해야 하기 때문에 실질적인 활용이 매우 어렵다. 기존의 휴양콘도미니엄 산업 및 기업통계가 있음에도 불구하고 기존 과제의 선정 및 정책 담당자와의 인터뷰에서 제기된 문제는 ‘휴양콘도미니엄 산업의 직접적인 정책통계가 없다’는 것이다. 따라서 전술한 바와 같이 본 연구의 주된 목적은 휴양콘도미니엄 산업에 대한 직접적인 정책통계를 생산 및 발표할 수 있도록 1차 지표(운영통계) 및 2차 지표(기업통계)를 검토, 분석 및 제공하고자 하는 것이며, 이를 위해 제2장에서 휴양콘도미니엄 산업의 현황, 특성, 재무제표 등을 통해 2차 통계자료를 제시한 바 있다.

한편, 운영통계는 주로 기업 내부에서 생산 및 활용되는 통계이다. 주로 1년 주기로 생산되는 기업통계에 비해 운영통계는 생산 및 활용되는 주기(일별, 월별 등) 단위가 매우 짧기 때문에 기업의 운영 상황을 즉시 확인할 수 있다는 장점이 있다. 그러나 통계자료가 기업 내부에서만 생산 및 활용되고 외부로 유출하지 않기 때문에 정책통계 생산 과정에서 기업의 운영통계를 직접적으로 확인할 수 없다는 단점이 있다. 따라서 본 연구에서는 휴양콘도미니엄 산업에 속한 기업들의 운영통계 지표를 별도로 개발함으로써 정책통계를 위한 밑거름을 마련하고자 한다.

〈표 3-2〉 휴양콘도미니엄업 정책통계의 현황

정책통계 구분	정책통계 현황	본 연구의 내용
운영통계	<ul style="list-style-type: none"> • 직접적인 정책통계의 부재 • 통계의 접근 용이성 떨어짐 • 매번 관련 통계를 찾아 가공해야 하므로 실질적인 활용 어려움 	본 연구의 핵심 분야로, 휴양콘도미니엄 산업 내 기업의 운영통계 지표 별도 개발
기업통계		재무제표 등 2차 지표 검토 분석 및 제공
산업통계		향후 개발 방안 연구

3. 운영통계 개발 체계

운영통계는 근본적으로 기업 경영활동 및 성과 창출 과정에서 중요도가 높아 지속적인 관리가 필요하며, 경영진의 의사 결정에서도 주된 관심 대상이 되는 지표들이다. 그리고 실제 생산 및 활용 주체가 기업이므로 휴양콘도미니엄업 정책통계를 위한 별도의 운영통계 개발 과정에서 기업 측의 실무 현황, 의견 등을 최대한 반영하는 것이 가장 중요하다. 따라서 본 연구에서는 운영통계 개발을 위해 기본적으로 휴양콘도미니엄업에 속한 기업의 지표 관련 실무 관리자(주로 팀장급)와 심층 면담(인터뷰)을 수행하였다.

한편, 휴양콘도미니엄업 운영통계 개발 과정에서 관련 협회의 역할이 반드시 필요하다. 협회를 통해 휴양콘도미니엄업 산업 전반에 대한 여러 가지 실무 현황, 업계 동향 등을 파악할 수 있으며, 기업의 실무 관리자와 심층 면담을 할 때 중재자가 될 수도 있기 때문이다. 또한 협회는 개발된 운영통계를 다양한 측면에서 활용하는 직접적인 정보 이용자가 될 수도 있다. 따라서 운영통계 개발 전반에 걸쳐 한국휴양콘도미니엄경영협회와 지속적으로 협업하였다.

구체적인 운영통계 개발 방법 및 절차는 다음과 같다.

첫 번째로, 휴양콘도미니엄업과 유사하거나 이미 진행 중인 선행 지표들을 우선적으로 검토하였다. 유관 조사로는 문화체육관광부의 관광산업조사(舊 관광산업체조사), 호텔업 운영 현황 통계 등이 있었으며, 중요 지표를 정리하여 목록화하였다.

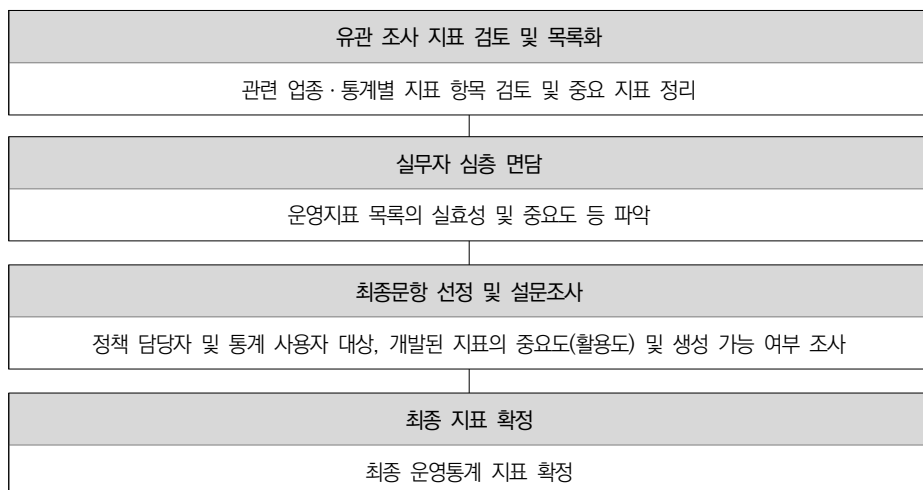
둘째, 휴양콘도미니엄업에 속한 4개 기업 실무 관리자와의 심층 면담을 통해 실제 기업에서 중요하고 빈번하게 생산 및 관리하는 운영지표를 파악하였다. 또한 각 지표에 대한 개념, 중요도, 경영진 보고 빈도 등을 추가로 질의 응답하였다. 심층 면담에는 연구자, 자문위원, 한국콘도미니엄경영협회 실무진, 설문조사 업체 담당자 등이 참여하였으며, 이를 위해 여러 차례 회의를 거듭하였다.

셋째, 기업 실무 관리자 심층 면담을 통해 파악된 주요 운영지표를 정리하여 한국휴양콘도미니엄경영협회 및 회원사, 문화체육관광부, 지자체 등 이해관계자를 대상으로 개별 지표에 대해 각자의 관점에서 바라보는 중요도에 대한 설문조사를 하였다. 또한 기업을 대상으로 한 설문조사에서는 지표별 자료 생성 가능 여부에 대해서도 파악하고자 하였다.

넷째, 심층 면담 및 설문조사 결과를 바탕으로 기업, 협회, 문화체육관광부, 지자체

등 이해관계자가 공통적으로 중요하게 생산 및 활용할 수 있는 지표들을 최종 운영통계로 선정하였다.

[그림 3-1] 운영 현황 지표 개발 과정



제2절 운영통계 개발 방법

1. 유관조사 지표 검토 및 목록화

휴양콘도미니엄업과 유사하거나 이미 진행 중인 선행 지표들을 검토하기 위해 유관 조사인 문화체육관광부의 관광산업조사(舊 관광산업체조사), 호텔업 운영 현황 통계 등의 지표를 검토하였으며, 한국휴양콘도미니엄업경영협회의 협조로 호텔에서 주로 사용하는 지표를 확보하여 객실 이용률(occupancy; OCC), 판매 객실 평균 요금(ADR, Average Daily Rate), 객실당 수입(RevPAR) 지표 등을 검토하였다.

선행 지표와 실제 호텔에서 사용하는 운영지표를 바탕으로 회원권 분양 및 관리, 콘도 운영, 부대시설 영역별로 구분하고, 1차 목록을 작성하였다. 이에 대한 구체적인 사항을 <표 3-3>~<표 3-6>에 제시하였다.

<표 3-3> 휴양콘도미니엄업 정책통계 지표목록 - 회원권 분양 및 관리

대분류	중분류	소분류	지표내용
구좌 수			회원권 판매한 지분
판매액			회원권 총판매액
수납액			판매액 중 당사 계좌로 입금된 금액
분양률			$(\text{예수 보증금} + \text{공유제 누적 판매액}) \div \text{총모집 승인 구좌액}$
	예수 보증금		회원제 총판매액
	공유제(등기제) 누적 판매액		
	총모집 승인 구좌액		
분양 원가율			$\text{분양 원가} \div \text{분양 매출}$
매출이익률			$1 - \text{분양 원가율}$

〈표 3-4〉 휴양콘도미니엄업 정책통계 지표 목록 - 콘도 운영

대분류	중분류	소분류	지표내용
객실 가동률(Occpancy)			투숙 객실 수 ÷ 총Capacity
	총Capacity		판매 가능 객실 수
	투숙 객실 수		판매 객실 수
총객단가			총매출액 ÷ 투숙 객실 수
	객실 객단가(ADR)		객실 총매출액 ÷ 투숙 객실 수
	식음 객단가		식음 총매출액 ÷ 투숙 객실 수
	상품 객단가		상품 총매출액 ÷ 투숙 객실 수
총매출액			객실 가동률 × 총객단가
매출원가율			총매출원가 ÷ 총매출액
	재료비율		재료비 ÷ 총매출액 or 재료비 ÷ 식음·상품 매출액
	인건비율	직접인건비율	총직접인건비 ÷ 총매출액
		간접인건비율	총간접인건비 ÷ 총매출액
		총인건비율	총인건비(직접+간접) ÷ 총매출액
	경비율		총경비 ÷ 총매출액
매출원가(변동비)율			변동성 매출원가 ÷ 총매출액
매출원가(고정비)율			고정성 매출원가 ÷ 총매출액
	한계이익률		1 -고정성 매출원가율
매출이익률			1 - 매출원가율
	EBITDA율		(총매출원가 + 감가상각비 + 무형자산상각비) ÷ 총매출액
사업부 판관비율			사업부 판관비 ÷ 총매출액
사업부 영업이익률			사업부 영업이익 ÷ 총매출액
배부 판관비율			배부 판관비 ÷ 총매출액
영업이익률			영업이익 ÷ 총매출액

〈표 3-5〉 휴양콘도미니엄업 정책통계 지표 목록 - 부대시설

대분류	중분류	소분류	지표내용
매출			
	입장객 수	골프	
		스키	
		워터파크	
		기타	
		총 입장객 수	
	매출액	골프	
		스키	
		워터파크	
		식음료-직영	
		식음료-임대	
		기타	
		총매출액	
		부대시설 객단가	
매출원가율			총매출원가 ÷ 총매출액
	재료비율		재료비 ÷ 총매출액 or 재료비 ÷ 식음·상품 매출액
	인건비율	직접인건비율	총직접인건비 ÷ 총매출액
		간접인건비율	총간접인건비 ÷ 총매출액
		총인건비율	총인건비(직접+간접) ÷ 총매출액
	경비율		총경비 ÷ 총매출액
매출원가(변동비)율			변동성 매출원가 ÷ 총매출액
매출원가(고정비)율			고정성 매출원가 ÷ 총매출액
	한계이익률		1 -고정성 매출원가율
매출이익률			1 - 매출원가율
	EBITDA율		(총매출원가 + 감가상각비 + 무형자산상각비) ÷ 총매출액
사업부 판관비율			사업부 판관비 ÷ 총매출액
사업부 영업이익률			사업부 영업이익 ÷ 총매출액
배부 판관비율			배부 판관비 ÷ 총매출액
영업이익률			영업이익 ÷ 총매출액

〈표 3-6〉 휴양콘도미니엄업 정책통계 지표 목록 - 기타 재무제표

대분류	중분류	소분류	지표내용
고용 인원			
	콘도		
		정규직	
		비정규직	
	부대시설		
		정규직	
		비정규직	
인건비			
	콘도		
		정규직	
		비정규직	
	부대시설		
		정규직	
		비정규직	
기타 비용			
	수선비		
		콘도	
		부대시설	
	수도광열비		
		콘도	
		부대시설	
	감가상각비		
		콘도	
		부대시설	
부채비율			부채 총액 ÷ 자본 총액
이자보상비율			(법인세 차감 전 순이익 + 이자비용) ÷ 이자비용

2. 실무자 심층 면담

가. 실무자 심층 면담 조사 개요

휴양콘도미니엄업에 속한 기업들의 규모, 운영 방식 및 특징 등은 서로 상이하지만, 대규모 기업일수록 경영관리 및 시스템이 잘 구축되어 운영되고 있으므로 실무 운영지

표를 세부적으로 파악하기가 용이하다. 따라서 심층 면담 대상기업 선정 시 대규모 기업을 우선적으로 고려하였다. 또한 대규모 기업뿐만 아니라 중소기업 기업을 대상으로도 심층 면담을 시행하여 운영지표 개발에 있어서 기업 규모에 따른 차별적 특징이 고르게 반영될 수 있도록 하였다. 이러한 방식으로 기업군을 선정한 후, 대규모 기업에 해당하는 한화호텔&리조트(주) 및 휘닉스중앙(주)(휘닉스호텔&리조트), 중소기업에 해당하는 (주)소노인터내셔널(소노호텔&리조트) 및 (주)설해원 등을 최종 심층 면담 대상 기업으로 선정하였다.

〈표 3-7〉 휴양콘도미니엄업 정책통계 개발을 위한 심층 면담 개요

구분	내용	
조사 목적	목록화된 지표의 적합성 검토 및 개선 의견 파악	
조사 대상	휴양콘도미니엄업 기업의 실무 담당(팀장급)	
	[대규모 기업] 한화호텔&리조트(주) 휘닉스중앙(주)	[중소규모 기업] (주)소노인터내셔널 (주)설해원
조사 내용	재무제표 지표 세부 구성 항목, 경영진 보고 및 관리 여부 등	
조사 방법	방문 인터뷰	
조사 기간	2023년 7월 5일~6일	

한국휴양콘도미니엄경영협회 중개를 통해 선정된 대상기업의 재무, 운영, 경영 등 관련 부서의 팀장급 실무자와 접촉하여 인터뷰 일정을 수립하고 방문하였으며, 총 5명의 실무진을 대상으로 심층 면담을 진행하였다.⁶⁾

나. 실무자 심층 면담 조사 내용

심층 면담은 목록화된 휴양콘도미니엄업 정책통계 지표를 기반으로 구성한 질문 내역으로 진행하였으며, 주요 질문 내역을 상세하게 기술하면 다음과 같다.

첫째, 재무제표에 반영되는 매출액, 매출원가, 판매비와 관리비 세부 구성 항목(객실 부문, 부대시설 부문 등) 등을 문의하였다. 둘째, 경영진에게 보고하는(또는 경영진이 중

6) 본 연구가 원활히 수행될 수 있도록 설문조사 및 심층 면접 조사(FGI)에 응해주신 ○○ 팀장(한화호텔&리조트(주) 회계팀), 전○○ 팀장, (한화호텔&리조트(주) 운영기획팀), 이○○ 팀장(한화호텔&리조트(주) 운영기획팀), 손○○ 팀장(휘닉스중앙(주) 개발본부 회원담당), 그리고 오○○ 매니저(휘닉스중앙(주) 재무팀)에게 진심으로 감사드립니다.

요하게 관리하는) 주요 운영지표를 가장 중요한 질문사항으로 하였다. 특히, 지표명[Ex. 회원권 분양률(공유제, 회원제), Occupancy, ADR, 부대시설 1인당 지출 등] 및 정의, 지표 보고 주기(일별 보고, 월별 보고, 연간 보고 등), 지표별 사업장 구분 보고 여부 등을 객실, 부대시설 등 각 부문별로 최대한 자세하게 파악하고자 하였으며, 매출뿐만 아니라 매출원가, 판매비와 관리비 등 비용 측면에서의 주요 운영지표도 함께 질문하였다. 셋째, 주요 운영지표 실적 달성 및 관리 차원에서의 애로사항 및 문제점, 각 운영지표별 재무제표 연계 내역(계정과목), 정책개발에 있어서 기타 참고할 만한 사항 등을 문의하였다.

〈표 3-8〉 심층 면담 세부 질의 사항

차례	조사항목	세부 질의사항
1	재무제표 구성 항목	재무제표에 반영되는 매출액, 매출원가, 판매비와 관리비 세부 구성항목(객실 부문, 부대시설 부문 등)
2	경영진 보고 및 관리 여부	경영진에게 보고하는(또는 경영진이 중요하게 관리하는) 주요 경영지표 <ul style="list-style-type: none"> 지표명[Ex. 회원권 분양률(공유제, 회원제), Occupancy, ADR, 부대시설 1인당 지출 등] 및 정의 지표 보고 주기(일별 보고, 월별 보고, 연간 보고 등) 지표별 사업장 구분 보고 여부 객실, 부대시설 등 각 부문별로 최대한 디테일하게 응답 요청(매출뿐만 아니라 매출원가, 판매비와 관리비 등 비용 측면에서의 주요 경영지표도 포함)
3	애로사항 및 문제점	위 2번 경영지표 실적 달성 및 관리 차원에서의 애로사항 및 문제점
4	운영통계지표-재무제표 연계	위 1번과 2번 질의 사항에 대한 Mapping(2번 주요 경영지표가 1번 재무제표에 반영되는 계정과목)
5	기타 참고 사항	정책개발에 있어서 기타 참고할 만한 사항

다. 실무자 심층 면담 주요 조사 결과

선정된 대상 기업의 재무, 운영, 경영 등 관련 부서의 팀장급 실무자를 대상으로 한 심층 면담의 주요 조사 결과 내용은 다음과 같다.

〈표 3-9〉 심층 면담 주요 조사 결과 요약 - 한화호텔&리조트(주)

심층 면담 조사 결과 (1)	
구분	내용
조사 대상	한화호텔&리조트(주)
조사 방법	방문 인터뷰
조사 일시	2023. 7. 5.
조사 대상 상세 현황	

성명	소속/부서
이○○ 팀장	회계팀
전○○ 팀장	운영기획팀
이○○ 팀장	운영기획팀
조사 방향	
1. 지표 체계 작성 2. 업종 일반사항 3. 주요 지표 발굴	
조사 내용	
<p>(1) 개발-분양-운영순으로 반복(순환 사이클)</p> <p>(2) 분양 시 회원 모집 방법은 다음 두 가지로 구분</p> <p>1) 오너십(OS): 자산 판매 및 매출액 인식</p> <p>2) 멤버십(MS): 부채로 인식</p> <p>* 금액 측면에서는 오너십(OS)과 멤버십(MS)이 동일함</p> <ul style="list-style-type: none"> - 손익 증가: OS 비중이 높아야 함 - 시중 선호도 증가: MS 비중이 높아야 함 - 판매액 증가: 두 가지 비율이 유사해야 함 <p>* MS 판매 시점에서는 매출액을 인식하지 않으나, 추후 회원권 보유자의 숙박 시설 이용 시점에서 매출액(숙박료)이 발생함</p> <p>(3) 분양 일정: 통상적으로 개발 및 분양 개시 이후 1년 이내에 종료</p> <p>1) 개시 이후 1년 이내에는 분양권 관련 수치 변동이 큼</p> <p>2) 그 이후에는 거의 변동 없음</p> <p>3) 계약기간 종료 및 갱신 시점이 되면 다시 수치 변동이 증가 (순환 사이클)</p> <p>(4) 구좌: 객실당 지분</p> <p>1) 객실 1개당 1/12 등으로 지분을 배분하여 판매</p> <p>* 기업마다 배분 기준이 상이(1/10, 1/24, 1/36 등)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ex. 한화호텔&리조트(주)의 100실은 1200 구좌임 - 분양률 = 1200 구좌 중 판매된 구좌 비율 <p>* 단, 객실당 지분은 OS만 해당</p> <p>(5) 운영 시 다음 두 가지를 명확하게 구분</p> <p>1) 회원: 회원권 보유 이용자</p> <p>2) 비회원: 회원권 미보유 이용자</p> <p>* 회원권 구좌 판매 시 분양 관련 지표 변경</p> <p>회원이 객실을 회원가로 구매 시 운영 관련 지표 변경</p> <p>즉, 회원 관리비, 객실 이용료 등에서 회원, 비회원 지표 구분</p> <p>(6) 지표는 호텔업과 거의 유사하지만, 분양 및 운영 측면에서는 상이</p> <p>1) 호텔업의 수익은 모두 비회원 수익</p> <p>2) 휴양콘도미니엄업의 경우 회원/비회원 수익 구분</p> <p>* ADR의 경우, 회원이 비회원에 비해 낮음</p> <p>* 기명 회원권에 비해 무기명 회원권 가격이 훨씬 높음</p>	<p>Ex. 아파트 매매와 유사</p> <p>Ex. 아파트 전세와 유사</p> <p>MS는 다음 세 가지 종류로 구분</p> <p>: 신규, 재분양, 재계약(만기 연장)</p> <p>예) 개발-분양까지 평균 소요 기간</p> <p>거제 벨버디어 기준</p> <p>개발 기간: 2년 반</p> <p>회원 모집: 4년</p> <p>* 공사율 20% 이상 분양 가능</p> <p>공사 기간 2년 기준, 3개월부터 분양 가능</p> <p>→ 신규 분양까지 약 4년 소요</p> <p>(5년간량을 신규 분양 지표로 사용)</p> <p>지분 등기 필요</p> <p>[참고] 분양: MS, OS</p> <p>운영: 회원, 비회원</p>

<p>(7) 주요 지표</p> <p>1) OCC는 경영진 일별 보고 지표</p> <p>* 지점별 실적을 합산하여 전일, 전년, COVID-19 이전 대비 추세 확인</p> <p>2) 비용 측면에서는 인건비가 가장 높은 비중을 차지(인적 서비스 집약 사업)</p> <p>* 고정비: 인건비, 감가상각비, 각종 세금 등</p> <p>변동비: 수도광열비 등</p> <p>- 일용직(아르바이트) 인건비는 잡비 계정으로 처리</p> <p>3) 부대시설 관리 지표</p> <p>* 직영: 콘도 객실과 동일(매월 1회 집계)</p> <p>아웃소싱: 임대수익만 집계</p> <p>4) 업황의 핵심은 매달의 RevPAR, OCC, ADR</p> <p>5) 각 사업장을 ERP로 연결하여 영업이익 등을 매월 집계하며, 객실 판매 등 일부 지표는 일별 집계</p> <p>6) 콘도미니엄업은 내/외국인별 구분(호텔업 지표)보다 회원/비회원 구분이 중요</p> <p>7) 경영상 주요 재무비율: 영업이익률, 부채비율 등</p> <p>(8) 기타 사항</p> <p>1) 기업별로 객실당 지분율 산출 방식이 다르므로 측정 척도 통일이 반드시 필요</p> <p>2) 주요 경영지표를 6~10개로 구성</p> <p>- MS 관련 3개 지표</p> <p>OCC 및 ADR</p> <p>회원 및 비회원</p>	<p>분양의 핵심: 분양률</p> <p>운영의 핵심: OCC</p> <p>객실에 비해 중요도가 낮은 편이지만 경영상 주요 관리 지표에 해당</p> <p>소유 구조의 객실 지분율 등</p>
---	--

〈표 3-10〉 심층 면담 주요 조사 결과 요약 - 휘닉스중앙(주)

심층 면담 조사 결과 (2)	
구분	내용
조사 대상	휘닉스중앙(주)
조사 방법	방문 인터뷰
조사 일시	2023. 7. 6.
조사 대상 상세 현황	
성명	소속/부서
손○○ 팀장	휘닉스중앙(주) 개발본부 회원담당
오○○ 매니저	휘닉스중앙(주) 재무팀
조사 방향	
1. 지표 관련 내용 확인 및 파악	
2. 기관 요구 내용 파악	
조사 내용	
(1) 오너십(OS), 멤버십(MS) 등의 용어는 기업별로 상이	공유제 또는 등기제(OS), 회원제(MS)를 공식 용어로 사용

<p>(2) 구좌 수</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 개발 이후 통합 분양 > 층별 분양 > 실별 분양의 순 2) 따라서 구좌는 기업별로 다르게 분할 가능함 <ul style="list-style-type: none"> * 1/5, 1/6, 1/10, 1/12, 1/24 등 3) 구좌는 기업이 사용하는 하나의 단위일 뿐 <ul style="list-style-type: none"> * 100억/100명, 100억/1명은 관리 측면에서 다르기 때문 4) 구좌 만기 도래 이후 예수금 상환 주기는 다양함 <p>(3) 예수 보증금: 멤버십(MS)에 대한 분양 및 재분양 금액을 모두 반영</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 재무제표에 부채로 계상 2) 전년도 전체 예수 보증금은 *% 내외(기업마다 상이) <ul style="list-style-type: none"> * 분양률 = 분양 구좌/모집 승인 구좌 단가액 = 예수 보증금/모집 승인 구좌액 3) 모집 승인 구좌액 총액= 판매 가능한 총구좌액 4) 예수 보증금 실제 판매액 <p>(4) 매출 관점에서는 구좌가 많을수록 좋으며(이용자 증가), 분양 관점에서는 구좌가 적을수록 좋음(희소가치 증가)</p> <p>(5) 부대시설</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 총투자 사업비: 해당 프로젝트 개발 사업비 총액 2) 부대시설이 객실 판매를 이끄는 관계 3) 객실은 Capacity에 따른 최대 매출 한계가 존재하는 반면, 부대시설은 이러한 한계가 없으므로 큰 폭의 매출액 증대 가능 4) 부대시설 관련 지표는 반드시 파악할 필요가 있음 <ul style="list-style-type: none"> * 주된 통계 이외에도 부대시설 종류, 규모, 매출액 등 파악 <p>(6) 지표 단위</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 기업 단위로 공개되는 자료는 기업 단위로 통계 2) 구좌 수 등의 사업장 단위 산출 여부 결정 필요 3) 보조 지표로 구좌 수 포함 필요 <ul style="list-style-type: none"> * 객실당 구좌 수는 분양시장의 특성을 파악할 수 있는 지표 <p>(7) 분양률은 회원 모집만을 대상으로 하므로 공유제, 회원제 등은 기업마다 전략적으로 판단할 문제</p> <p>(8) 일용직(아르바이트) 인건비는 잡비로 계상하지만, 회계 처리 방식은 업체마다 상이할 수 있으므로 단순히 인건비만으로 규모를 추정하는 것은 무리</p> <p>(9) 비용 측면에서 식음료 관련 지표가 중요</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 인건비(정규직/비정규직)는 계절별로 크게 변동 2) 사업체 단위에서는 식음료 관련 비용, 인건비, 잡비 등이 중요하지 않지만, 사업장 단위에서는 식음료 관련 비용, 인건비가 중요함 	<p>재분양은 계약 연장, 회원권 반환 및 신규 분양을 모두 포함</p> <p>(예수 보증금+공유제 누적 판매액)/총모집 승인 구좌액</p> <p>시장 상황에 따라 변동</p> <p>객실 위주인 호텔업에 비해 부대시설의 영향 및 비중이 큰 편</p> <p>OS 및 MS 비중은 기업 및 시장 상황에 따라 크게 변화 정책 지표로서 필요하나 기업정보 보호 측면에서 미분류 고려[(15)참고]</p>
---	--

<p>(10) 최근 여러 사업장을 두고 사업체 단위 공유제를 판매 Ex. 원가 2천 원, 원가 4천 원 사업장을 통합하여 이익 극대화</p> <p>(11) OCC와 ADR은 상호 연계되어 있으므로 함께 검토해야 함</p> <p>(12) 비회원이 많아지면 ADR 증가</p> <p>(13) 해당 시점의 마케팅과 프로모션에 따라 ADR 변화 1) ADR을 낮추면 OCC 증가 2) 즉, ADR은 가격결정(Pricing) 전략</p> <p>(14) 분양률, OCC, ADR 등 3개 지표는 경영진에게 일별 보고</p> <p>(15) 회원/비회원 구분은 기업 입장에서 중요한 지표이지만, 회원 단가 등의 공개는 매우 민감한 사안이므로 정책통계 개발 시 회원/비회원 구분은 가급적 지양할 것을 당부</p> <p>(16) 부대시설의 규모에 따라 매출액 규모가 좌우되며, 소규모의 부대시설은 임대 또는 외주 관리, 대규모 시설은 직영 관리</p> <p>(17) 부대시설 매출액은 부문별로 조사 필요(골프장, 스키장, 워터파크, 식음료, 기타 등)</p> <p>(18) 보고자 관점에서 결정되는 지표가 주요 경영지표</p> <p>(19) 정책적인 관점에서 고용자 수 파악 필요</p> <p>(20) 모수(총구좌 수) 파악은 지자체 승인부서에서 확인하는 것이 가장 정확</p>	<p>현재 상황에서 ADR이 더 중요하다라도 (경쟁 심화) OCC 증가를 위해 ADR 조정: 기업의 가격 조정 방식</p>
---	--

3. 최종 문항 선정 및 설문조사

가. 최종 문항 선정

심층 면담 결과를 기반으로 목록화된 운영통계 지표를 검토하여 정량 설문을 통해 중 요도(활용도)와 통계생산 가능 여부를 확인하기 위한 대분류 항목을 확정하였으며, 확정 된 대분류 항목은 <표 3-11>과 같다.

〈표 3-11〉 대분류 지표 최종 문항 선정

구분	대분류 지표	지표 설명
[Panel A] 회원권 분양 및 관리	1) 구좌 수	회원권 판매 지분
	2) 판매액	회원권 총판매액
	3) 수납액	판매액 중 계좌 납입액
	4) 분양률	(예수 보증금 + 공유제 누적 판매액)/총모집 승인 구좌액
	5) 분양 원가율	분양 원가 ÷ 분양 매출
	6) 매출이익률	1 - 분양 원가율
[Panel B] 콘도 운영	7) 객실 가동률	투숙 객실 수 ÷ 판매 가능 객실 수
	8) 총객단가	총매출액 ÷ 투숙 객실 수
	9) 총매출액	객실 가동률 × 총객단가
	10) 매출원가율	총매출원가 ÷ 총매출액
	11) 매출원가(변동비)율	변동성 매출원가 ÷ 총매출액
	12) 매출원가(고정비)율	고정성 매출원가 ÷ 총매출액
	13) 매출이익률	1 - 매출원가율
	14) 사업부 판관비율	사업부 판관비 ÷ 총매출액
	15) 배부 판관비율	배부 판관비 ÷ 총매출액
	16) 사업부 영업이익률	사업부 영업이익 ÷ 총매출액
[Panel C] 부대시설	17) 총영업이익률	영업이익 ÷ 총매출액
	18) 입장객수	투숙 객실 수 ÷ 판매 가능 객실 수
	19) 매출액	총매출액 ÷ 투숙 객실 수
	20) 부대시설 객단가	객실 가동률 × 총객단가
	21) 매출원가율	총매출원가 ÷ 총매출액
	22) 매출원가(변동비)율	변동성 매출원가 ÷ 총매출액
	23) 매출원가(고정비)율	고정성 매출원가 ÷ 총매출액
	24) 매출이익률	1 - 매출원가율
	25) 사업부 판관비율	사업부 판관비 ÷ 총매출액
	26) 배부 판관비율	배부 판관비 ÷ 총매출액
	27) 사업부 영업이익률	사업부 영업이익 ÷ 총매출액
	28) 총영업이익률	영업이익 ÷ 총매출액
[Panel D] 기타 재무지표	29) 고용 인원	고용한 총인원 수
	30) 인건비	고용한 총인원에 대한 인적 비용
	31) 기타 비용	기타 총비용
	32) 부채비율	부채 총액 ÷ 자본 총액
	33) 이자보상비용	(법인세 차감 전 순이익 + 이자비용) ÷ 이자비용

나. 정책 담당자 및 통계 사용자 대상 설문조사 개요

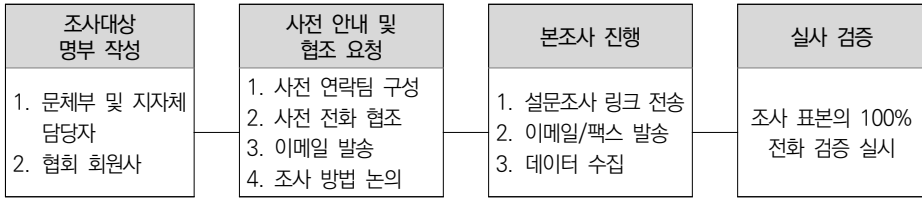
운영통계 지표의 중요도와 통계 생산 가능성을 파악하기 위해, 통계 수요자와 생산자를 대상으로 설문을 실시하였다. 설문 대상자는 정책 담당자인 동시에 통계 사용자인 문화체육관광부 및 지방자치단체 유관부서 담당자, 그리고 통계 생산자인 동시에 통계 사용자인 휴양콘도미니엄업계 담당자(휴양콘도미니엄협회 회원사 대상)로 선정하였다. 또한 신속한 조사를 위해 온라인 조사를 기본으로 하되, 대상자의 수요에 맞춰 이메일 및 Fax 조사를 병행하였다. 운영통계 지표에 대한 중요도는 지표의 활용도를 ‘낮음’(1점)에서 ‘높음’(10점)으로 측정하였으며, 통계 생산 가능성은 휴양콘도미니엄업 사업체를 대상으로 집계 및 생산 여부를 ‘예’, ‘아니요’ 중 선택하도록 하였다.

〈표 3-12〉 휴양콘도미니엄업 정책통계 개발을 위한 설문조사 개요

구분	내용	
조사 목적	목록화된 지표의 중요도 및 생산 가능성 파악	
조사 대상	정책 담당자 및 통계 사용자/생산자 총 36표본	
	기관 (문체부 및 지자체 담당자)	기업 (통계 사용/생산자)
	기관 담당자 28명	기업 총 10개사 (22개 휴양콘도미니엄업 회원사 중 2개 기업 심층 면접, 8개 회원사 담당자 설문조사 실시)
조사 내용 및 측정 방법	운영통계 대분류 항목에 대한 중요도, 통계 생산 여부	
	측정방법	중요도: 지표활용도(10점 척도: 낮음(1)~높음(10))
		통계 생산 여부: 집계 및 생산 여부(예/아니오)
조사 방법	온라인 서베이/이메일, 팩스 조사 병행	
조사 기간	2023년 7월 25일~8월 7일(14일)	

조사 대상자 명부 구축 후에는 원활한 조사를 위하여 안내 및 협조 요청을 위한 사전 연락을 하였고, 그 과정에서 온라인 조사와 이메일, 팩스 조사 방법 중 조사 대상자가 원하는 조사 방법을 논의하여, 신속한 조사가 이루어질 수 있도록 하였다. 본조사는 조사사업체의 온라인 시스템을 활용하여, 설문링크 사이트를 구축하고, 조사 명부별로 사전에 논의된 방식으로 설문링크를 발송하거나 이메일 및 팩스를 발송하여 데이터를 수집하였다. 조사된 표본에 대해서는 100% 전화 검증을 실시하여 실제 조사 여부를 확인하는 과정을 거쳤다.

[그림 3-2] 설문조사 Process



다. 정책 담당자 및 통계 사용자 대상 설문조사 결과

대분류 항목별 중요도(지표 활용도)에 대한 설문조사 결과는 다음과 같다. 첫째, [Panel A]의 회원권 분양 및 관리에서 구좌 수, 판매액, 수납액, 분양률, 분양원가율, 매출이익률에 대해 항목별로 중요도(지표 활용도)를 설문한 결과, 분양률이 6.2점(10점 만점 기준)으로 회원권 분양 및 관리에서 가장 중요하다고 나타났다. 이어서 판매액(6.0점), 구좌 수(5.8점)의 순으로 응답되었다.

〈표 3-13〉 중요도(지표 활용도) - [Panel A] 회원권 분양 및 관리

[단위: 점(10점 만점 기준)]

대분류	중요도(지표 활용도)		
	(N=38)	(N=10)	(N=28)
	전체	기업	기관
구좌 수	5.8	7.4	5.3
판매액	6.0	8.1	5.4
수납액	5.4	7.8	4.7
분양률	6.2	8.3	5.6
분양원가율	5.5	7.5	4.9
매출이익률	5.5	7.5	4.9

해당 대분류 항목을 기업과 기관으로 나누어 분석한 결과, 전반적으로 기업에서 회원권 분양 및 관리의 주요 지표가 중요하다고 높게 응답하였다. 특히 분양률에서 8.3점(10점 만점 기준)으로 나타났으며, 기관이 응답한 항목별 중요도(지표활용도)도 분양률이 5.6점으로 가장 높게 나타났다.

둘째, [Panel B]의 콘도 운영에서 객실 가동률, 총객단가, 총매출액, 매출원가율, 매출원가(변동비)율, 매출원가(고정비)율, 매출이익률, 사업부 판관비율, 배부 판관비율, 사업

부 영업이익률, 총영업이익률에 대해 항목별로 중요도(지표 활용도)를 설문한 결과, 객실 가동률이 7.8점(10점 만점 기준)으로 콘도 운영에서 가장 중요한 지표로 나타났다. 이어서 총객단가 및 총매출액(7.3점)의 순으로 나타났으며, 사업부 판관비율, 배부 판관비율이 모두 5.4점으로 지표 활용도가 낮다고 응답하였다.

〈표 3-14〉 중요도(지표 활용도) - [Panel B] 콘도 운영

[단위: 점(10점 만점 기준)]

대분류	중요도(지표 활용도)		
	(N=38)	(N=10)	(N=28)
	전체	기업	기관
객실 가동률	7.8	9.3	7.4
총객단가	7.3	9.3	6.8
총매출액	7.3	8.6	6.9
매출원가율	7.1	8.6	6.6
매출원가(변동비)율	6.7	8.5	6.1
매출원가(고정비)율	6.7	8.3	6.2
매출이익률	6.7	8.9	6.1
사업부 판관비율	5.4	6.9	5.0
배부 판관비율	5.4	6.6	5.1
사업부 영업이익률	5.6	7.3	5.2
총영업이익률	7.1	8.6	6.6

해당 대분류 항목을 기업과 기관으로 나누어 분석한 결과, 기업에서 객실 가동률 및 총객단가 지표에 대해 9.3점(10점 만점 기준)으로 가장 중요하다고 응답하였다. 기관에서도 객실 가동률이 7.4점으로 높게 나타났다.

셋째, [Panel C]의 부대시설에서 입장객수, 매출액, 부대시설객단가, 매출원가율, 매출원가(변동비)율, 매출원가(고정비)율, 매출이익률, 사업부 판관비율, 배부 판관비율, 사업부 영업이익률, 총영업이익률에 대해 항목별로 중요도(지표 활용도)를 설문한 결과, 매출액이 7.7점(10점 만점 기준), 다음으로 입장객 수(7.4점)의 순으로 부대시설에서 가장 중요한 지표로 나타났다.

앞서 [Panel B] 콘도 운영의 중요한 지표 중 하나로 총객단가가 응답된 결과와 다르게 [Panel C]의 부대시설 객단가가 상대적으로 낮게 나타난 이유는 콘도의 경우 한정된 객실 수(Capacity)에 따라 수요가 정해지므로 객단가가 중요하나, 부대시설은 객실과

달리 수요에 한계가 없어 매출액과 입장객 수가 비교적 더 중요하기 때문으로 해석된다. 그러나 콘도 운영 대분류 지표와 마찬가지로 사업부 판관비율 및 배부 판관비율은 5.8점으로 지표 활용도가 낮다고 응답하였다.

〈표 3-15〉 중요도(지표활용도) - [Panel C] 부대시설

[단위: 점(10점 만점 기준)]

대분류	중요도(지표 활용도)		
	(N=38)	(N=10)	(N=28)
	전체	기업	기관
입장객수	7.4	7.4	7.4
매출액	7.7	8.6	7.4
부대시설객단가	6.5	6.6	6.5
매출원가율	6.9	7.9	6.6
매출원가(변동비)율	6.6	7.8	6.3
매출원가(고정비)율	6.4	7.5	6.1
매출이익률	6.8	8.4	6.3
사업부 판관비율	5.8	6.6	5.5
배부 판관비율	5.8	6.4	5.6
사업부 영업이익률	6.0	7.3	5.7
총영업이익률	6.4	7.9	6.0

해당 대분류 항목을 기업과 기관으로 나누어 분석한 결과, 기업에서 매출액 지표가 8.6점(10점 만점 기준)으로 가장 중요하다고 나타났다. 기관 또한 매출액 및 입장객 수에 대해 7.4점으로 높게 응답하였다.

마지막으로 [Panel D]의 기타 재무지표에서 고용 인원, 인건비, 기타 비용, 부채비율, 이자 보상 비용에 대해 항목별로 중요도(지표 활용도)를 물어본 결과, 인건비가 7.7점(10점 만점 기준)으로 기타 재무지표에서 가장 중요한 지표로 나타났다. 고용 인원은 7.4점으로 인건비 대비 활용도가 상대적으로 낮게 나타났는데, 휴양콘도미니엄업의 경우 계절별로 비정규직 인원수의 변동이 심하기 때문에 고용 인원 지표보다는 고용 인원으로 소요되는 비용인 인건비가 중요한 것으로 보인다. 반면 이자보상비용은 5.7점으로 지표 활용도가 낮다고 응답하였다.

〈표 3-16〉 중요도(지표활용도) - [Panel D] 기타 재무지표

[단위: 점(10점 만점 기준)]

대분류	중요도(지표 활용도)		
	(N=38)	(N=10)	(N=28)
	전체	기업	기관
고용 인원	7.4	6.8	7.6
인건비	7.7	8.6	7.4
기타 비용	6.8	8.0	6.4
부채비율	6.6	7.3	6.4
이자보상비율	5.7	5.8	5.6

해당 대분류 항목을 기업과 기관으로 나누어 분석한 결과, 기업에서 인건비 지표가 8.6점(10점 만점 기준)으로 가장 중요하다고 나타났다. 기업과 달리 기관은 고용 인원 관련 지표가 7.6점으로 가장 높게 응답하였는데 기관에서는 고용률과 관련된 지표인 고용 인원을 더 유의하게 보기 때문으로 생각된다.

조사 대상 중 기업에게 대분류 항목별로 집계 및 생산 여부를 조사한 결과는 다음과 같다. 첫째, [Panel A]의 회원권 분양 및 관리에서 구좌 수, 판매액, 수납액, 분양률, 분양 원가율, 매출이익률에 대해 항목별로 집계 및 생산 여부를 설문한 결과, 구좌 수 및 수납액에 대해 대상 기업 중 87.5%가 집계 및 생산한다고 응답하였다. 이어서 판매액, 분양률, 매출이익률(75.0%)의 순으로 응답하였으며 분양 원가율의 경우 절반 정도인 62.5%가 집계 및 생산 한다고 응답하였다.

〈표 3-17〉 집계 및 생산여부 - [Panel A] 회원권 분야 및 관리

(단위: %)

대분류	집계 및 생산 여부	
	기업(N=10)	
	예	아니요
구좌 수	87.5	12.5
판매액	75.0	25.0
수납액	87.5	12.5
분양률	75.0	25.0
분양 원가율	62.5	37.5
매출이익률	75.0	25.0

둘째, [Panel B]의 콘도 운영에서 객실 가동률, 총객단가, 총매출액, 매출원가율, 매출원가(변동비)율, 매출원가(고정비)율, 매출이익률, 사업비 판관비율 배부 판관비율, 사업부 영업이익률, 총영업이익률에 대해 항목별로 집계 및 생산 여부를 설문한 결과, 객실 가동률, 총객단가, 총매출액 지표를 모두 생산한다(100%)고 응답하였으며, 배부 판관비율(25.0%), 사업부 판관비율 및 사업부 영업이익률(37.5%)은 거의 생산하지 않는다고 응답하였다.

〈표 3-18〉 집계 및 생산여부 - [Panel B] 콘도 운영

(단위: %)

대분류	집계 및 생산 여부	
	기업(N=10)	
	예	아니요
객실 가동률	100.0	0.0
총객단가	100.0	0.0
총매출액	100.0	0.0
매출원가율	87.5	12.5
매출원가(변동비)율	75.0	25.0
매출원가(고정비)율	75.0	25.0
매출이익률	87.5	12.5
사업부 판관비율	37.5	62.5
배부 판관비율	25.0	75.0
사업부 영업이익률	37.5	62.5
총영업이익률	62.5	37.5

셋째, [Panel C]의 부대시설에서 입장객수, 매출액, 부대시설객단가, 매출원가율, 매출원가(변동비)율, 매출원가(고정비)율, 매출이익률, 사업부 판관비율, 배부 판관비율, 사업부 영업이익률, 총영업이익률에 대해 항목별로 집계 및 생산 여부를 설문한 결과, 매출액, 매출원가율 지표를 모두 생산한다(100%)고 응답하였으며, 사업부 판관비율(37.5%) 및 배부 판관비율(25.0%)은 거의 생산하지 않는다고 응답하였다.

〈표 3-19〉 집계 및 생산여부 - [Panel C] 부대시설

(단위: %)

대분류	집계 및 생산 여부	
	기업(N=10)	
	예	아니요
입장객수	62.5	37.5
매출액	100.0	0.0
부대시설객단가	87.5	12.5
매출원가율	100.0	0.0
매출원가(변동비)율	75.0	25.0
매출원가(고정비)율	62.5	37.5
매출이익률	87.5	12.5
사업부 판관비율	37.5	62.5
배부 판관비율	25.0	75.0
사업부 영업이익률	50.0	50.0
총영업이익률	87.5	12.5

마지막으로 [Panel D]의 기타 재무지표에서 고용 인원, 인건비, 기타 비용, 부채비율, 이자 보상 비용에 대해 항목별로 집계 및 생산 여부를 설문한 결과, 기타 비용을 집계 및 생산한다는 응답이 87.5%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 인건비가 75.0%로 나타났다. 중요도(지표 활용도)와 마찬가지로 이자보상비율은 기업 중 25.0%가 생산하는 것으로 응답하여 중요성과 집계가 상대적으로 낮게 나타났다.

〈표 3-20〉 집계 및 생산 여부 - [Panel D] 기타 재무지표

(단위: %)

대분류	집계 및 생산 여부	
	기업(N=10)	
	예	아니요
고용 인원	62.5	37.5
인건비	75.0	25.0
기타 비용	87.5	12.5
부채비율	62.5	37.5
이자보상비율	25.0	75.0

주요 지표 외에도 응답자가 생각하기에 중요하다고 생각되는 지표나 통계 발전 방안

에 대해 설문한 결과는 다음과 같다. 주요 지표에 대해 ‘세분화가 추가적으로 필요’하다는 의견이 응답자 중 45.5%로 가장 높게 나타났으며, 이 외에도 ‘객관적이고 활용이 가능한 지표가 되기를 바란다’와 ‘다른 지표가 추가적으로 필요하다’는 의견이 각각 27.3%를 차지하였다.

세부적으로는 지표에 대해 지역별, 성수기/비성수기 등의 주기별, 회원/비회원 등 종류별 구분이 필요하다는 응답과 다른 추가 지표로 휴양콘도 위탁경영 여부, 고용 인원의 직접 및 위탁고용 비율, 종사원의 급여 수준, 회원권/분양권 (평균)단가, 만기도래 입회금 여부 및 금액 수준, 부가시설 종류 및 적절성, 외국인 이용률 등을 응답하였으며, 동종 업계 간 객관적인 자료로 함께 공유되고 활용되기를 바란다는 의견이 상세하게 나타났다.

〈표 3-21〉 추가 및 발전 방안

(단위: %)

대분류	중요도(지표 활용도)		
	(N=11)	(N=5)	(N=6)
	전체	기업	기관
지표의 세분화가 필요함	45.5	60.0	33.3
객관적이고 활용이 가능한 지표가 되기를 바람	27.3	40.0	16.7
다른 지표가 추가적으로 필요함	27.3	0.0	50.0

라. 설문조사 결과 소결

사전에 설정된 대분류 지표들에 대한 중요도(지표 활용도)와 집계 및 생산 여부 조사 결과를 요약하면 다음과 같다. 이 중 실제 휴양콘도미니엄업에 종사하는 기업들의 자료 집계 및 생산률이 50% 이하인 경우 실제 본 조사에서 집계된 지표의 신뢰도가 상대적으로 낮을 것으로 예상되며, 이러한 지표의 경우 지표 활용도 측면에서도 전체 평가점수가 6점 이하로 상대적으로 낮게 나타나고 있다. 따라서, 해당 지표에 대해서는 향후 응답 기업들의 부담을 줄여주고 조사 효율성을 높인다는 점에서 제외할 것을 고려할 필요가 있다고 판단되었다.

〈표 3-22〉 조사 결과 요약표

구분	대분류 지표	중요도(지표활용도) (10점 만점)			집계 및 생산율 (%)
		전체	기업	기관	기업
[Panel A] 회원권 분양 및 관리	1) 구좌 수	5.8	7.4	5.3	87.5
	2) 판매액	6.0	8.1	5.4	75.0
	3) 수납액	5.4	7.8	4.7	87.5
	4) 분양률	6.2	8.3	5.6	75.0
	5) 분양 원가율	5.5	7.5	4.9	62.5
	6) 매출이익률	5.5	7.5	4.9	75.0
[Panel B] 콘도 운영	7) 객실 가동률	7.8	9.3	7.4	100.0
	8) 총객단가	7.3	9.3	6.8	100.0
	9) 총매출액	7.3	8.6	6.9	100.0
	10) 매출원가율	7.1	8.6	6.6	87.5
	11) 매출원가(변동비)율	6.7	8.5	6.1	75.0
	12) 매출원가(고정비)율	6.7	8.3	6.2	75.0
	13) 매출이익률	6.7	8.9	6.1	87.5
	14) 사업부 판관비율	5.4	6.9	5.0	37.5
	15) 배부 판관비율	5.4	6.6	5.1	25.0
	16) 사업부 영업이익률	5.6	7.3	5.2	37.5
[Panel C] 부대시설	17) 총영업이익률	7.1	8.6	6.6	62.5
	18) 입장객 수	7.4	7.4	7.4	62.5
	19) 매출액	7.7	8.6	7.4	100.0
	20) 부대시설 객단가	6.5	6.6	6.5	87.5
	21) 매출원가율	6.9	7.9	6.6	100.0
	22) 매출원가(변동비)율	6.6	7.8	6.3	75.0
	23) 매출원가(고정비)율	6.4	7.5	6.1	62.5
	24) 매출이익률	6.8	8.4	6.3	87.5
	25) 사업부 판관비율	5.8	6.6	5.5	37.5
	26) 배부 판관비율	5.8	6.4	5.6	25.0
[Panel D] 기타 재무지표	27) 사업부 영업이익률	6.0	7.3	5.7	50.0
	28) 총영업이익률	6.4	7.9	6.0	87.5
	29) 고용 인원	7.4	6.8	7.6	62.5
	30) 인건비	7.7	8.6	7.4	75.0
	31) 기타 비용	6.8	8.0	6.4	87.5
	32) 부채비율	6.6	7.3	6.4	62.5
	33) 이자보상비율	5.7	5.8	5.6	25.0

휴양콘도미니엄업의 현황 및 정책통계 개발방안

제4장

휴양콘도미니엄업
운영 현황(보고통계)

제1절 운영통계 체계 및 지표

1. 운영통계 체계

선행 연구 및 심층 면담을 통해 지표 목록 작성 및 검토, 관계자 설문조사를 통해 중요도 및 생산 가능성까지 검증하여 개발된 휴양콘도미니엄업 운영통계 체계는 다음과 같다.

첫째, 전체 운영통계를 회원권 분양 및 관리 통계, 콘도 운영 관련 통계, 부대시설 관련 통계 및 기타 재무지표 등의 부문으로 구분한다.

둘째, 각 부문에 해당하는 개별 지표 유형을 대분류(코드 및 지표명), 중분류(코드 및 지표명), 소분류(코드 및 지표명)로 세분화한다. 휴양콘도미니엄업 정책 개발을 위한 기본적인 운영통계 지표를 대분류 체계로 분류하고, 대분류 지표별 세부 항목을 중분류 체계로 분류한다. 마찬가지로 중분류 지표별 세부 구성 항목을 소분류 체계로 분류한다. 예를 들어, 객실 가동률(Occupancy) 지표의 경우, 대분류 체계에서 ‘객실 가동률(Occupancy)’을 지표명으로 하여 코드와 함께 분류한다. 그리고 객실 가동률 산출을 위해 필요한 ‘판매 가능 객실 수’ 및 ‘투숙 객실 수’를 중분류 체계로 분류한다. 한편, ‘투숙 객실 수’는 회원 투숙 객실 수 및 비회원 투숙 객실 수로 구분할 수 있다. 따라서 중분류 체계에서의 ‘투숙 객실 수’ 지표에 대한 소분류 체계로 ‘회원’ 및 ‘비회원’을 분류한다. 따라서 대분류, 중분류, 소분류 체계 순으로 갈수록 더욱 세분화된 운영통계 지표가 된다.

셋째, 부문별 개별 지표 유형을 대분류, 중분류, 소분류로 구분 및 분류한 이후, 지표별 정의 및 관련 재무제표 계정을 표시한다. 넷째, 기업, 협회, 문화체육관광부, 지자체 등 이해관계자 등을 대상으로 설문조사를 한 지표별 중요도와 함께 기업 입장에서 해당 지표 관련 자료를 생성할 수 있는지 여부를 종합적으로 표기한다.

2. 운영 현황 지표 개발 결과

〈표 4-1〉은 휴양콘도미니엄업 정책개발을 위한 실무관리자 심층 면담, 설문조사 등의 결과를 집계 및 분석하여 개발한 운영통계 지표이다. [Panel A]는 회원권 분양 및 관리 지표이고, [Panel B]는 콘도 운영 관련 지표이며, [Panel C]는 부대시설 관련 지표, [Panel D]는 기타 재무지표이다. 즉, [Panel A], [Panel B], [Panel C], [Panel D]는 운영통계를 구성하는 각 부문을 의미한다.

가. 회원권 분양 및 관리 부문

[Panel A] 회원권 분양 및 관리 부문에서 가장 중요한 지표는 구좌 수(A01), 판매액(A02) 및 분양률(A04)이다. 휴양콘도미니엄 사업에서는 회원 모집(회원권 분양)을 통해 일정 수준 이상의 객실 판매를 확보하는 것이 가장 중요하며, 회원 모집(회원권 분양)은 다른 산업에 속한 일반 기업과 가장 큰 차이를 보이는 휴양콘도미니엄 산업의 특수성을 반영한다. 따라서 회원 모집(회원권 분양)과 관련한 구좌 수(A01), 판매액(A02), 수납액(A03) 및 분양률(A04) 등이 [Panel A] 회원권 분양 및 관리 부문에서 가장 핵심 지표라고 볼 수 있다.

휴양콘도미니엄의 회원권은 공유제(또는 등기제) 및 회원제로 구분되므로 이를 [Panel A] 중분류 체계에서 공유제(등기제) 및 회원제로 분류하였다. 공유제(등기제)는 객실 관련 토지 및 건물 지분을 회원권 소유자에게 양도(매매)하는 것이므로, 분양 업체(휴양콘도미니엄)는 공유제(등기제) 회원권 판매액을 수익(매출액)으로 계상한다.

회원제는 분양 시점에서 일정 금액(회원권 판매액)을 분양 업체(휴양콘도미니엄)에 납부(가입)하고, 일정 기간 동안 객실 예약, 사용료 등에 대하여 비회원보다 우선권을 가지는 형태이다. 회원제 가입 회원의 경우, 가입 기간 만료 시점이 되면 회원권을 반납하여 계약을 종료하거나 계약을 연장할 수 있으며, 반납 처리된 회원권에 대해서는 휴양콘도미니엄이 타인에게 재판매하게 된다. 이에 따라 회원제 분양은 신규 분양(최초 분양), 재분양(회원권 반납, 회수 및 타인에게 재판매) 그리고 재계약(기존 회원의 계약 연장)으로 세분화할 수 있다. 또한 분양 업체 입장에서 회원제 분양액은 계약 종료 시 반환해야 하는 예치금 성격을 가진다. 따라서 분양 업체는 회원제 분양액을 수익이 아닌 부채(예수 보증금)로 계상하고, 기업회계기준에 따라 후속 처리한다.

회원권 분양률은 예수 보증금 계상액(회원제 분양액)과 공유제(등기제) 누적 판매액을 합산하고, 이를 총모집 승인 구좌액(협회 등으로부터 승인 받은 총판매 가능 구좌액)으로 나누어 산출한다. 즉, 개념상 총판매 가능 구좌액 중 실제 판매된 구좌액 비율을 의미한다. 따라서 분양률 산출에 필요한 구성요소(예수 보증금, 공유제 누적 판매액 및 총모집 승인 구좌액)를 분양률(대분류)에 대한 중분류 항목으로 분류하였으며, 예수 보증금(회원제 분양액)에 대한 소분류 항목으로 회원제 분양 종류(신규 분양, 재분양, 재계약)를 표시하였다. 또한 회원권 분양 및 관리와 관련하여 분양 원가율(A05) 및 매출이익률(A06)도 주요 운영지표로 포함하였다.

나. 콘도 운영 부문

[Panel B] 콘도 운영 부문에서 가장 중요한 지표는 객실 가동률(Occupancy) 및 객실 객단가(Average Daily Rate, ADR)이며, 객실 가동률(Occupancy) 및 객실 객단가(ADR) 일별 실적에 따라 일별 식·음료 재고 등이 수시로 변동되기 때문에 이들 지표는 콘도 운영에 있어서 최상위 지표로 사용된다. 즉, 회원권 측면에서의 최상위 지표가 분양률이라면 콘도 운영 측면에서의 최상위 지표는 객실 가동률(Occupancy) 및 객실 객단가(ADR)이므로 분양률, 객실 가동률(Occupancy) 및 객실 객단가(ADR) 등은 대부분 기업에서 경영진에게 매일(Daily) 확인 및 보고하는 핵심 운영지표이다. 특히, 객실 가동률은 증대할 수 있는 최대치(100%)가 정해져 있지만, 객실 객단가(ADR)는 그 최대치가 정해져 있지 않으므로 객실 객단가(ADR) 증대 및 관리가 절대적으로 중요하다.

이에 따라 [Panel B] 대분류 체계에 객실 가동률(B01) 및 총객단가(B02)를 포함하였다. 객실 가동률은 투숙 객실 수를 판매 가능 객실 수로 나누어 산출하므로 판매 가능 객실 수 및 투숙 객실 수를 객실 가동률에 대한 중분류 체계로 분류하였으며, 투숙 객실 수에 대한 소분류 체계로 회원 및 비회원을 구분하였다. 객단가는 객실 객단가(ADR), 식음 객단가 및 상품 객단가로 구분되므로 대분류 체계에서 총객단가(B02)를 표시하고, 객실 객단가(ADR), 식음 객단가 및 상품 객단가를 총객단가에 대한 중분류 체계로 분류하였다.

특히, 객실 객단가(ADR)에 대한 소분류 체계로 투숙객 종류(회원, 비회원-성인 단체, 비회원-학생 단체, 비회원-외국 단체, 비회원-OTA, 비회원-제휴사, 비회원-기타)를 세

부적으로 구분하였다. 또한 총매출액(B03), 매출원가율(B04), 매출원가(변동비 및 고정비)율(B05 및 B06), 매출이익률(B07) 및 총영업이익률(B11) 등을 콘도 운영 관련 주요 경영지표로 포함하였으며, 사업부 판관비율(B08), 배부 판관비율(B09), 사업부 영업이익률(B10)은 조사 가능성 및 지표 신뢰도를 고려하여 제외토록 하였다.

다. 부대시설 부문

휴양콘도미니엄업에서 부대시설은 매우 중요한 역할을 수행한다. 일반적으로 호텔은 소비자를 끌어들이기 위한 요소가 확보된 지역권(휴양지/관광지/도심 산업지역) 내에서 주로 개발 및 운영되고 있지만, 리조트 등 휴양콘도미니엄은 소비자를 끌어들이기 위한 요소가 확보되지 않은 지역에 다수 분포하고 있기 때문에 지역 내에 소비자들을 끌어들이기 위한 요소를 직접 개발해야 하는 현실적인 어려움이 있다(예: 내륙산간 비도심 지역에 스키, 골프, 워터파크 등 개발).

즉, 리조트 등 휴양콘도미니엄은 소비자를 끌어들이기 위한 요소가 없는 내륙 산간 지역을 포함한 비도심 지역 내 개발 및 운영을 목적으로 한 시설로서, 흥미를 유발할 수 있는 부대시설 및 콘텐츠의 개발 및 유치를 통해 고객 방문을 유발하고, 부대시설 이용 고객이 동시에 휴양콘도미니엄 객실을 이용하는 실정이다. 이에 따라 휴양콘도미니엄 객실 매출 실적은 사실상 시기별 부대시설의 이용량과 비례하며, 부대시설이 객실 매출을 유발하는 것으로도 볼 수 있다. 또한, 시설산업이라는 측면에서도 객실의 경우 판매 가능 객실 수가 제한적인 반면, 스키장, 워터파크 등 핵심 부대시설의 경우 이용객 수에 대한 제약 요인이 객실에 비해 상대적으로 적기 때문에 다수의 고객 확보가 가능한 부대시설은 당일 및 반복 이용 고객 확보를 통해 총체적인 매출을 증대할 수 있다.

따라서 휴양콘도미니엄업 정책개발을 위한 운영통계에 [Panel C] 부대시설 관련 지표를 포함하였다. 입장객 수(C01), 매출액(C02), 부대시설 객단가(C03) 등을 주요 대분류 항목으로 포함하였으며, 부대시설의 종류(골프, 스키, 워터파크, 식음료, 기타)를 입장객 수 및 매출액에 대한 중분류 체계로 분류하였다. 부대시설 객단가는 부대시설 총매출액을 입장객 수로 나누어 산출하며, 매출원가율(C04), 매출원가(변동비 및 고정비)율(C05 및 C06), 매출이익률(C07) 및 총영업이익률(C11) 등을 콘도 운영 관련 주요 경영지표로 포함하였으며, 사업부 판관비율(C08), 배부 판관비율(C09), 사업부 영업이익률

(C10)은 조사 가능성 및 지표 신뢰도를 고려하여 제외토록 하였다.

라. 기타 재무지표

한편, 휴양콘도미니엄 및 부대시설은 매출 측면에서 어느 정도 계절성을 가지며, 특히 여름과 겨울 성수기에 고객이 최대로 증가한다. 따라서 성수기에 운영 인력 수요도 증가하므로 월별 또는 계절별 근로자 수 및 인건비 관리도 중요하다. 또한 산업 특성상 수선비, 수도광열비, 감가상각비의 비중이 높으며, PF 대출 등 차입금 및 금융비용 비중이 높아 부채비율 및 이자보상비율 관리 주기적으로 계속 관리하여야 한다.

따라서 [Panel D] 기타 재무지표로 고용 인원(D01), 인건비(D02), 기타 비용(D03) 및 부채비율(D04)을 대분류 지표로 선정하였으며, 이자보상비율(D05)의 경우 조사 가능성 및 활용도를 고려하여 제외하였다.

고용 인원 및 인건비의 하위 지표로 콘도 및 부대시설을 중분류 체계에 포함하였으며, 각각 정규직 및 비정규직을 소분류 지표로 구분 및 분류하였다. 기타 비용의 경우에는 수선비, 수도광열비, 감가상각비를 중분류 지표로 포함하였으며, 각각에 대한 소분류 체계로 콘도 및 부대시설을 구분 및 분류하였다.

〈표 4-1〉 주요 경영지표

[Panel A] 회원권 분양 및 관리

지표 유형					지표 정의	재무제표 관련계정
대분류		중분류		소분류		
코드	지표명	코드	지표명	코드	지표명	
A01	구좌 수					
		01	공유제(등기제)		회원권 판매 지분	매출액(공유제), 예수 보증금(회원제)
		02	회원제			
A02	판매액				회원권 총 판매액	매출액(공유제), 예수 보증금(회원제)
		01	공유제(등기제)			
		02	회원제			
A03	수납액				판매액 중 계좌 납입액	현금 및 현금성 자산
		01	공유제(등기제)			
		02	회원제			
A04	분양률				(예수 보증금 + 공유제 누적 판매액) ÷ 총모집 승인 구좌액	
		01	예수 보증금		회원제 총판매액	
				01	신규분양	
				02	재분양	
				03	재계약	
		02	공유제(등기제) 누적 판매액			매출액(공유제), 예수 보증금(회원제)
		03	총모집 승인 구좌액			
A05	분양 원가율				분양 원가 ÷ 분양 매출	매출원가
A06	매출이익률				1 - 분양 원가율	매출 총이익

[Panel B] 코드 운영

지표 유형						지표 정의	재무제표 관련계정
대분류		중분류		소분류			
코드	지표명	코드	지표명	코드	지표명		
B01	객실 기동률 (Occupancy)					투숙 객실 수 ÷ 판매 가능 객실 수	매출액
		01	판매 가능 객실 수			Capacity	
		02	투숙 객실 수			판매 객실 수	
				01	회원		
				02	비회원		
B02	총객단가					총매출액 ÷ 투숙 객실 수	
		01	객실 객단가(ADR)			객실 총매출액 ÷ 투숙 객실 수	
				01	회원		
				02	비회원 - 성인 단체		
				03	비회원 - 학생 단체		
				04	비회원 - 외국 단체		
				05	비회원 - OTA		
				06	비회원 - 제휴사		
				07	비회원 - 기타		
		02	식음 객단가			식음 총매출액 ÷ 투숙 객실 수	
		03	상품 객단가			상품 총매출액 ÷ 투숙 객실 수	
B03	총매출액					객실 기동률 × 총객단가	
B04	매출원가율					총매출원가 ÷ 총매출액	
		01	재료비율			재료비 ÷ 총매출액 or 재료비 ÷ 식음·상품 매출액	매출원가

지표 유형					지표 정의	재무제표 관련계정
대분류		중분류		소분류		
코드	지표명	코드	지표명	코드	지표명	
.	.	02	인건비용	.	.	
.	.	.	.	01	직접인건비용	총직접인건비 ÷ 총매출액
.	.	.	.	02	간접인건비용	총간접인건비 ÷ 총매출액
.	.	.	.	03	총인건비용	총인건비(직접+간접) ÷ 총매출액
.	.	03	경비용	.	.	총경비 ÷ 총매출액
B05	매출원가(변동비)율	.	.	.	변동성 매출원가 ÷ 총매출액	
B06	매출원가(고정비)율	.	.	.	고정성 매출원가 ÷ 총매출액	
.	.	01	한계이익률	.	1 - 고정성 매출원가율	
B07	매출이익률	.	.	.	1 - 매출원가율	매출중이익
.	.	01	EBITDA율	.	(총매출원가 + 감가상각비 + 무형자산상각비) ÷ 총매출액	
B08	사업부 판관비율	.	.	.	사업부 판관비 ÷ 총매출액	판매비와 관리비
B09	배부 판관비율	.	.	.	배부 판관비 ÷ 총매출액	
B10	사업부 영업이익률	.	.	.	사업부 영업이익 ÷ 총매출액	영업이익
B11	총영업이익률	.	.	.	영업이익 ÷ 총매출액	

[Panel C] 부대시설

지표 유형						지표 정의	재무제표 관련계정
대분류		중분류		소분류			
코드	지표명	코드	지표명	코드	지표명		
C01	입장객 수						
		01	골프				
		02	스키				
		03	워터파크				
		04	기타				
C02	매출액						
		01	골프				
		02	스키				
		03	워터파크				
		04	식음료				
		05	기타				
C03	부대시설 객단가					부대시설 총매출액 ÷ 부대시설 총입장객 수	
C04	매출원가율					총매출원가 ÷ 총매출액	
		01	재료비율			재료비 ÷ 총매출액 or 재료비 ÷ 식음·상품 매출액	
		02	인건비율				
				01	직접인건비율	총직접인건비 ÷ 총매출액	
				02	간접인건비율	총간접인건비 ÷ 총매출액	
				03	총인건비율	총인건비(직접+간접) ÷ 총매출액	
		01	경비율			총경비 ÷ 총매출액	
C05	매출원가(변동비)율					변동성 매출원가 ÷ 총매출액	

지표 유형						지표 정의	재무제표 관련계정
대분류		중분류		소분류			
코드	지표명	코드	지표명	코드	지표명		
C06	매출원가(고정비)율					고정성 매출원가 ÷ 총매출액	
		01	한계이익률			1 - 고정성 매출원가율	
C07	매출이익률					1 - 매출원가율	
		01	EBITDA율			(총매출원가 + 감가상각비 + 무형자산상각비) ÷ 총매출액	
C08	사업부 판관비율					사업부 판관비 ÷ 총매출액	
C09	배부 판관비율					배부 판관비 ÷ 총매출액	
C10	사업부 영업이익률					사업부 영업이익 ÷ 총매출액	
C11	총영업이익률					영업이익 ÷ 총매출액	

[Panel D] 기타 재무지표

지표 유형					지표 정의	재무제표 관련계정
대분류		중분류		소분류		
코드	지표명	코드	지표명	코드	지표명	
D01	고용 인원	
.	.	01	콘도	.	.	
.	.	.	.	01	정규직	
.	.	.	.	02	비정규직	
.	.	02	부대시설	.	.	
.	.	.	.	01	정규직	
.	.	.	.	02	비정규직	
D02	인건비	
.	.	01	콘도	.	.	
.	.	.	.	01	정규직	
.	.	.	.	02	비정규직	
.	.	02	부대시설	.	.	
.	.	.	.	01	정규직	
.	.	.	.	02	비정규직	
D03	기타 비용	
.	.	01	수선비	.	.	
.	.	.	.	01	콘도	
.	.	.	.	02	부대시설	
.	.	02	수도광열비	.	.	
.	.	.	.	01	콘도	

매출원가,
판매비와 관리비
(급여, 퇴직급여,
복리후생비, 지급 등)

매출원가,
판매비와 관리비
(수선비, 수도광열비,
감가상각비)

지표 유형					지표 정의	재무제표 관련계정
대분류		중분류		소분류		
코드	지표명	코드	지표명	코드	지표명	
				02	부대시설	
		03	감가상각비			
				01	콘도	
				02	부대시설	
D04	부채비용				부채 총액 ÷ 자본 총액	부채, 자본
D05	이자보상비용				(법인세 차감 전 순이익 + 이자비용) ÷ 이자비용	법인세 차감 전 순이익, 이자비용

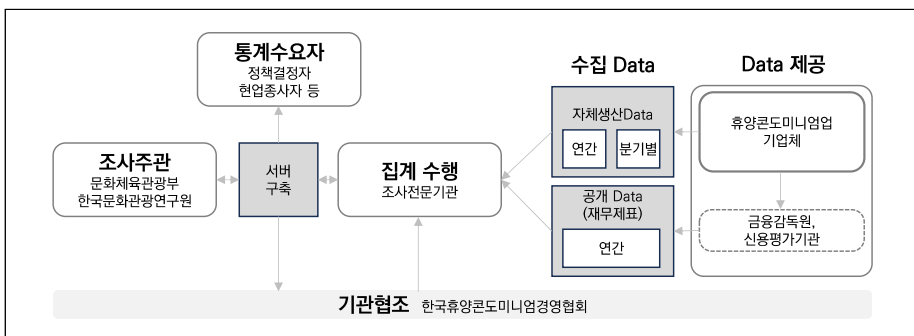
제2절 운영 현황 지표의 집계 체계

1. 집계 체계 개요

개발된 운영 현황 지표를 기반으로 휴양콘도미니엄업의 구체적인 정책통계를 지속적으로 생산하기 위해서는 이를 효과적으로 집계할 수 있는 집계 체계를 구축해야 한다.

집계 체계를 구축하기 위해 가장 먼저 고려해야 할 요소는 데이터의 유형(수집 방법, 생산 주기, 공개/미공개 등)이다. 현재 개발된 휴양콘도미니엄업 운영지표의 경우, 재무제표 연계가 가능한 지표와 기업체에서 자체 생산하는 지표로 구분된다. 자체 생산하는 지표의 경우 생산 주기도 고려해야 하는데(일/주/월/분기/반기/연간 등), 계절성이 반영되는 산업의 특성과 기업체의 협조를 통해 집계가 가능한 점을 고려할 때 생산 주기는 분기별, 연간으로 세분화하는 것이 적합할 것으로 보인다. 또한 재무제표와 같은 공식 데이터의 경우는 연간 단위로 금융감독원, 신용평가기관 등을 통해 집계하는 것이 가능하다. 위와 같이 집계하는 데이터의 유형이 다양하기 때문에 전문적인 데이터 수집이 가능한 조사 전문기관이 집계 수행의 주체가 되는 것이 가장 바람직할 것이다.

[그림 4-1] 집계 체계 구축안



또한 이렇게 작성되는 휴양콘도미니엄업 운영통계를 효과적으로 활용할 수 있도록 조

사 전문기관을 통해 집계된 데이터를 분석, 재생산 및 관리하고 통계 수요자와 공유할 수 있는 서버 구축 또한 필요하다.

2. 집계 수행 체계 및 절차

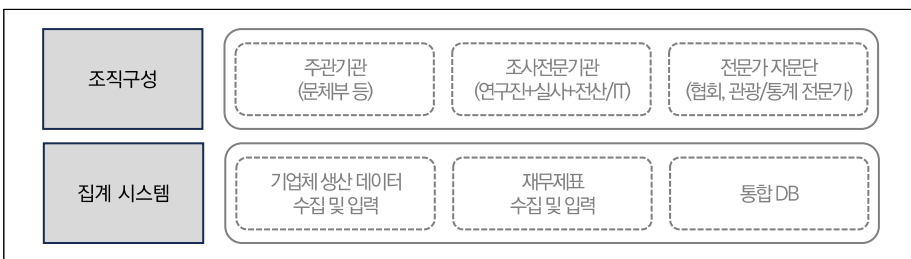
가. 집계 수행 체계

운영 현황 지표 집계는 단순히 데이터를 수집하는 것뿐만 아니라, 수집된 데이터를 검증하여 정확도와 신뢰도를 높이는 것이 중요하다. 이를 위해 표준화된 데이터 수집 및 검증 체계 구축이 필요하다. 데이터 수집 및 검증 체계는 인적 측면의 조직 구성과 하드웨어적 측면의 집계 시스템 구축으로 구분할 수 있다.

우선 조직 구성은 문화체육관광부 등 운영 현황 통계 전반을 감독 관리하는 정책 결정 주체와 실제 데이터 수집을 수행하는 조사 전문기관, 운영 현황 집계 과정과 집계된 지표에 대한 자문을 수행하는 전문가 자문단으로 구성된다. 조사 전문기관이 집계 수행의 주체가 되며, 수집 체계 관리 및 운영을 담당하는 연구진과, 기업체로부터 데이터를 수집할 수 있도록 콘택트 및 직접 설문을 진행하는 실사 조직, 데이터 수집 시스템을 구축하고 DB화하며, 관리할 수 있는 전산/IT 조직으로 구성될 수 있다. 또한 한국휴양콘도 미니엄업경영협회, 관광 및 통계 분야의 전문가로 자문단을 구성하여, 기업체의 정보 제공 및 협조를 용이하게 하고, 정확하고 신뢰할 수 있는 집계 수행 절차 및 집계된 데이터를 검증하여, 통계의 전문성을 확보할 수 있도록 한다.

집계 시스템은 운영 현황 지표의 DB를 구축하는 전산 시스템 구축뿐만 아니라, 데이터 품질을 모니터링할 수 있는 데이터 수집 및 입력 시스템을 포함한다.

[그림 4-2] 데이터 수집 및 검증 협조 체계(안)



나. 운영 현황 지표 집계 절차

집계를 위한 조직 체계를 구성한 후 절차는 모집단 구축, 조사 설계, 데이터 수집, 데이터 검증 단계로 진행된다.

모집단 구축 단계는 조사 대상을 구체화하는 단계이다. 조사 모집단을 확정하기 위해서는 우선적으로 조사 모집단의 개념을 정의할 필요가 있다. 협회 회원사, 문체부의 등록업체 현황이나 통계청 기업체 명부 중 표준산업분류상의 휴양콘도미니엄업 기업체 등 포괄적인 조사 모집단 명부를 구축한 후, 조사 대상의 정의에 맞는 기업체인지 판별 조사를 진행하여 조사 모집단을 확정한다.

조사 설계 과정은 구체적으로 어떤 방식으로 데이터를 수집할지 조사 방법과 조사 도구 등을 기획하고 준비하는 단계이다. 자체 생산 데이터의 경우 지표별로 적합한 조사 방법을 결정하는데, 분기별 데이터와 같이 반복적으로 수집되고, 응답하기 쉬운 지표의 경우 온라인 입력 시스템을 구축하고 기업체 담당자가 직접 데이터를 제공하는 방법이 더 적합할 것이며, 데이터 수집 과정에서 정확한 데이터가 수집되는지 확인이 필요한 지표의 경우는 전문 조사원이 직접 방문하여 설문 형태로 데이터를 수집하는 것이 더 적합할 수 있다. 설문을 통한 데이터 수집은 1:1 면접, 온라인 서베이, 이메일/팩스 조사 등 다양한 방식 중에서 기업체 담당자와 사전 협의를 통해 결정하고, 조사가 가능하도록 준비한다. 또한 조사원, 조사 방법, 조사표 등 비표본 오차를 최소화할 수 있도록 표준화된 실사 가이드라인을 구축 및 적용할 수 있도록 한다. 재무제표 DATA는 외감기업의 경우 금융감독원 전자공시시스템(DART)을 통해 수집하거나, 신용평가기관의 재무제표 데이터베이스(DB)를 통해 수집하는 등 재무제표 자체를 수집할 수 있는 채널을 확보한다. 공통적으로는 내검이 가능한 전산 시스템을 구축하여 입력 및 DB 작성이 용이하도록 하는 것이 필요하다.

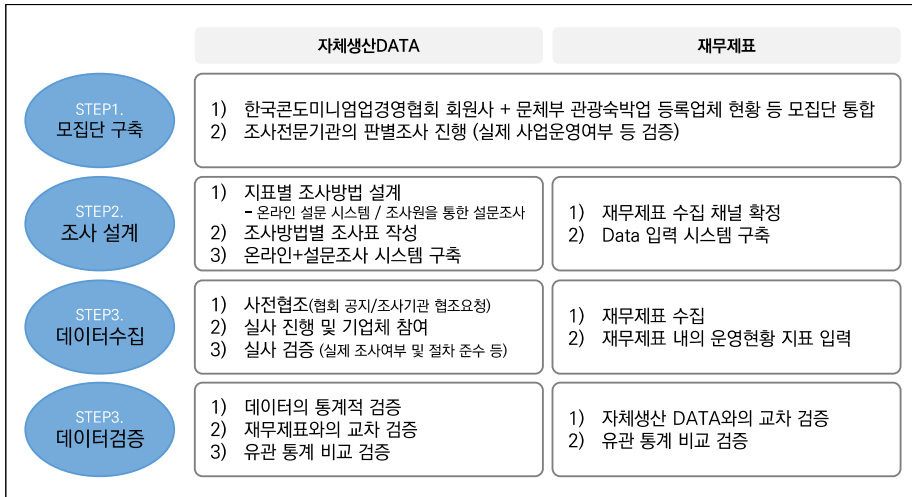
데이터 수집 과정은 실제 데이터를 수집하고 시스템에 입력하는 과정이다. 기업 자체 생산 데이터의 경우는 기업에 조사 방법별로 적합한 공지나 홍보 등을 통해 사전 협조 요청이 선행되어야 한다. 기업체가 직접 입력하는 지표의 경우는 입력 일정, 시스템에 대한 가이드 등 필요한 정보를 사전에 공유하고, 전문 조사원이 투입되는 설문조사는 사전 접촉을 통해 조사 일정 및 장소를 협의하고 구체적인 조사 진행 방식을 협의하여 조사를 진행한다. 설문조사는 데이터 수집과 함께 실사 검증이 필요하며, 투입된 조사원

이 실제 조사를 진행했는지, 표준화된 절차에 따라 진행했는지 확인하여 수집되는 데이터의 품질을 관리할 필요가 있다.

데이터 검증 단계에서는 데이터의 내적 타당도 검증, 데이터 간 교차 검증, 유관 통계와의 비교 검증 등 다양한 방법으로 검증을 거쳐 정확하고 신뢰할 수 있는 데이터를 기반으로 정책통계를 구축할 수 있도록 한다.

운영 현황 지표 집계 수행은 실무적으로 조사 전문기관이 주체가 되며, 전문가 자문단이 절차 단계별로 자문회의를 거쳐 적절한 통계가 구축되도록 전문성을 보완하게 된다. 주관 기관은 절차 전반에 대한 관리와 함께 모집단 정의, 조사 설계 및 최종 데이터 등 중요한 사항을 결정하는 역할을 한다.

[그림 4-3] 운영 현황 지표 집계 절차(안)



제3절 운영 현황 통계 관리를 위한 시스템 구축 방안

1. 정보시스템 구축을 위한 필요 사항

가. 하드웨어

웹 기반의 정보시스템을 구축 및 구성하기 위해서는 하드웨어와 소프트웨어가 필요하다. 일반적으로 시스템을 구성하기 위한 필수 하드웨어는 서버, 방화벽, 네트워크, 스토리지, 스위치 등으로 정리할 수 있다.

서버는 형태에 따라 크게 물리 서버와 클라우드 서버로 나눌 수 있다.

물리 서버는 서비스나 정보를 제공하는 역할을 수행하는 고성능 컴퓨터를 물리적인 공간에 두고 사용하는 서버이다. 규모에 따라 서버실이나 전산실을 구성하고 운영하는 경우가 대부분이며, 이럴 경우 네트워크, 방화벽, 스위치 등 서버 외에 다른 하드웨어의 구축 및 운영을 통해 안정적인 서버 운용을 확보해야 한다. 별도의 전산실을 구성하기 어려운 경우, 데이터센터 내 상면 공간을 임대하여 물리 서버를 적재하고 운영하는 경우도 있다.

클라우드 서버는 데이터센터에 서버를 구축하고 인터넷망을 통해 이용자가 해당 자원을 필요한 만큼 빌려서 액세스해 사용하는 형태를 말한다. 클라우드 서버는 쉽고 빠른 확장이 가능하다는 장점이 있다. CPU, RAM 등 서버의 리소스 확장이 빠르고 간편하며, 때에 따라서는 리소스의 양을 다시 줄일 수도 있다는 유연성을 가지고 있다. 또한, 일반적으로 데이터센터의 가상화된 클라우드 서버를 사용하는 경우가 대부분이므로 물리적 서버와 반대로 서버의 상면 공간이 별도로 필요하지 않다. 서버실을 구축하기 위해서는 별도의 공간뿐만 아니라 서버를 운영하기 위해 항온, 항습 시스템은 물론이고 출입관리 시스템 등의 부가적인 시스템을 구축하여야 하는 비용까지 요구되는데, 클라우드 서버의 경우 이러한 물리적인 공간과 노동이 요구되지 않는다. 반면에 보안 위험, 정확한 서버

용량 산정 실패로 인한 서버 용량의 과대 설정으로 인한 자원 낭비 등의 단점도 분명히 존재한다.

이러한 단점에도 불구하고 2015년 「클라우드컴퓨팅 발전 및 이용자 보호에 관한 법률」(약칭: 클라우드컴퓨팅법) 시행 이후 현재까지 공공부문이 민간 클라우드를 이용할 수 있는 범위는 점진적으로 확대되었으며, 클라우드를 대규모 데이터 저장처리, 고성능 AI 서비스를 구현하는 핵심인프라로 정의하고 클라우드 활용 확산을 위해 재정 지원과 규제 혁신, 인식 개선 등을 추진하고 있다(2023~2023 지능정보사회 종합계획). 행정안전부는 저조한 공공부문의 민간 클라우드 활용률을 높일 수 있도록 클라우드 활용을 저해하는 규제 혁신, 클라우드 디지털 서비스 직접 구매 등 클라우드 친화적 구매 제도 마련 등의 공공 클라우드 활용 확산 정책을 통해 클라우드 이용 일상화를 추진하고 있으며, ‘민간 클라우드 퍼스트’ 원칙을 기반으로 공공부문의 민간 클라우드 이용을 대폭 확대하여 2025년까지 공공부문의 정보시스템 중 54.4%(4,552개)는 민간 클라우드로 이전을 완료하도록 계획하고 있다(행정안전부, 행정·공공기관 정보자원 클라우드 전환·통합 추진 계획, 2021. 7.)

또한 서버는 그 용도와 역할에 따라 DB 서버, 웹 서버(WEB Server), WAS(Web Application Server) 등으로 분류할 수 있다.

〈표 4-2〉 서버의 용도 및 종류

구분	DB 서버	WAS	WEB 서버
용도	데이터베이스 저장만을 담당하는 서버, 데이터만 전문적으로 관리하기 위한 서버	동적인 웹 애플리케이션을 실행하기 위한 서버, 동적인 콘텐츠(DB와 연결되어 데이터를 주고받거나 프로그램으로 데이터 조작이 필요한 콘텐츠)를 생성하고, 데이터베이스와의 상호작용 수행	클라이언트로부터 HTTP요청을 받아들이고 정적인 콘텐츠(변화가 없는 콘텐츠, 어느 사용자에게나 동일한 결과값을 보여줌, 웹페이지, 이미지, HTML 파일)을 제공
종류	oracle, mysql 등	Tomcat, jboss, jeus 등	아파치, IIS(Internet Interconnection Service), webtob 등

서버의 구성은 구축하고자 하는 시스템의 규모, 사용자 수, 사용하는 트래픽 용량에 따라 DB 서버, 웹 서버, WAS를 하나의 단일 서버로 구성하여 운영하기도 하지만 DB 서버는 해킹에 의한 데이터 유실 등의 보안상의 이슈로 분리하여 구성하는 경우가 많다.

나. 응용프로그램

응용프로그램이란 운영체제에서 실행되는 모든 소프트웨어로서 일반적으로 Java, C++, 닷넷 등의 프로그램 언어로 작성된 것을 의미한다. 운영체제를 의미하는 시스템프로그램을 이용해서 특정한 기능만 하도록 하는 프로그램으로 엑셀, MS office, Photoshop과 같이 이미 특정한 분야에서 사용하기 위해 개발되어 상용되는 것도 있지만 정보시스템의 특정한 요구에 따라 해당 작업을 수행하기 위해 개발되는 프로그램도 응용프로그램이라 일컫는다. 그러므로 데이터를 저장, 수정, 삭제, 조회하기 위한 통계 입력 시스템의 경우, 서버라는 고성능 컴퓨터 내 리눅스 또는 윈도우 운영체제상에 통계 입력 응용프로그램을 개발하여 설치하게 되며, 이러한 응용프로그램을 사용자가 웹 또는 프로그램 실행을 통해 접속하여 사용하게 된다.

응용프로그램의 개발 절차는 일반적으로 분석, 설계, 구현, 테스트, 유지보수의 단계로 나뉜다.

2. 휴양콘도미니엄업 정책통계 시스템

가. 휴양콘도미니엄업 정책통계 시스템 페이지 구성(안)

휴양콘도미니엄업 정책통계 시스템은 통계 제공을 위한 사용자 페이지와 통계 입력, 통계 대상 DB 등록/수정/삭제 기능 등을 위한 관리자 페이지로 나누어 구성한다.

[그림 4-4] 휴양콘도미니엄업 정책통계 시스템 페이지(안)

휴양콘도미니엄업	통계조회	이용안내	통계입력	시스템관리
휴양콘도미니엄업 소개	휴양콘도미니엄업 현황	시스템 소개	업체 기본정보 관리 (신규추가/수정/삭제)	메뉴관리
자료실	휴양콘도미니엄업 통계	공지사항	통계입력	권한관리(권한별 메뉴관리)
		FAQ	통계입력현황 관리	코드관리
			공표관리	매인화면 관리
				조사표관리
사용자페이지			관리자 페이지	

〈표 4-3〉 휴양콘도미니엄업 정책통계 시스템 페이지별 정의

구분	메뉴		화면 설명 및 정의
사 용 자	휴양콘도미니엄업	휴양콘도미니엄업	휴양콘도미니엄업에 대한 소개 정보를 제공한다.
		자료실	휴양콘도미니엄업에 관련한 자료를 제공한다.
	통계 조회	휴양콘도미니엄업 현황	휴양콘도미니엄업 업종 현황(통계표)를 지역별, 유형별, 기간별 조회 조건에 맞춰 제공한다. 조회 결과를 편집할 수 있는 파일 형태(엑셀 등)로 다운로드 받을 수 있는 기능을 제공한다.
		휴양콘도미니엄업 통계	분양 매출, 객실 운영, 부대시설, 고용 인원 등에 대한 통계지표를 지역별, 유형별, 기간별 조회 조건에 맞춰 제공한다. 조회 결과를 편집할 수 있는 파일 형태(엑셀 등)로 다운로드 받을 수 있는 기능을 제공한다.
	이용 안내	시스템 소개	시스템의 운영 목적 등에 대한 시스템 소개를 제공한다.
		공지사항	시스템 이용을 위한 공지사항을 제공한다.
		FAQ	자주 묻는 질문에 대한 답변을 제공한다.
관 리 자	통계입력	업체 기본정보 관리	통계 입력 대상(업체)의 DB 정보에 대한 입력, 수정, 삭제, 조회 기능을 제공한다.
		통계입력	통계조회표에서 조회되는 조사 항목에 대한 데이터를 월별로 입력/수정/삭제 기능을 제공한다.
		통계 입력 현황 관리	입력된 통계데이터에 대해 업체별, 지역별, 월별, 기간별 입력 현황 조회 기능을 제공한다.
		공표 관리	통계 조회를 위한 공표 여부 설정 기능을 제공한다.
	시스템관리	메뉴 관리	시스템 메뉴 관리 기능을 제공한다.
		권한 관리	관리자별로 통계데이터의 입력 기능 권한 설정 기능을 제공한다.
		코드 관리	각 메뉴 내 공통코드, 통계 입력을 위한 코드의 관리 기능을 제공한다.
		메인화면 관리	팝업 설정 기능을 제공한다.
		조사표 관리	조사표별, 문항별 입력 항목 관리 기능을 제공한다.

나. 휴양콘도미니엄업 정책통계 시스템 구축(안)

휴양콘도미니엄업 정책통계 시스템을 구축하기 위해 HW 및 SW 구축에 대한 필요 사양을 정의하였다.

〈표 4-4〉 시스템 구축에 따른 HW 비용

구분	물리 서버(1식 기준)	클라우드 서버(1식 기준)
사양	Dell PowerEdge R750 / 8Core / 64GB / 480 SSD * 2EA 1.92TB SSD * 2EA / OS(RedHat Linux)	8vCore/Memory 64GB/SSD 100GB/트래픽 1TB/ OS(RedHat Linux)
고려 사항	<ul style="list-style-type: none"> - 도입 시 장비 구입 비용 투입이 필요하며, 도입 후 HW 유지관리 비용 외 별도 비용 발생하지 않음 - 운영기관 내 전산실 장비 사용 불가한 경우 방화벽, 네트워크, 백업서버, 스위치허브 등의 별도 구축이 필요함에 따라 추가비용 발생(데이터센터 상면 임대 비용 등) 	<ul style="list-style-type: none"> - 월 사용료를 데이터센터에 지급하는 임대 방식으로 초기 투입 금액은 적으나 매년 서버 임대 비용의 확보가 필요함 - 민간 공공기관 전용 클라우드 서버 기준이며, 무료 트래픽 기준 초과 시 트래픽 사용량에 따른 비용 추가

결론 및 제언

제1절 결론

본 연구는 우리나라 휴양콘도미니엄업의 산업 현황과 경영 실태를 파악하고, 운영 실태 조사(설계)를 통해 정부의 산업정책 및 기업의 경영합리화 추진에 도움을 주고자 하였다. 이를 위해 휴양콘도미니엄업에 대한 산업조직론적 분석 및 기업 수준의 경영분석을 실시하였으며, 휴양콘도미니엄업 운영 현황(보고통계)을 개발하여 속보성과 중요성이 확보된 운영 실태 데이터 확보 방안을 마련하고자 하였다.

산업분석에서는 경제총조사 및 기업통계등록부와 관광산업조사 자료를 보완적으로 사용하였다. 먼저, 경제총조사와 기업통계등록부를 통해 매출액, 사업체 수, 종사자 수, 객실 수, 편의시설 수, 디지털 활용, 노동생산성, 자본생산성 등 지표 및 산업 간 비교분석을 중심으로 숙박업의 현황을 종합적으로 살펴보았다. 다음으로, 관광산업조사를 통해 휴양콘도미니엄업의 현황을 설립연도, 존속 기간, 자본금, 시설 투자비, 판매 객실 수, 종사자 특성 등을 통해 알아보았다. 마지막으로, 휴양콘도미니엄업 산업 내부의 경쟁강도를 허쉬만-허핀달 지수(HHI)를 이용해 알아보고, 경제권역별로 연평균 매출액, 연평균 매출액 비중, 노동생산성, 자본생산성을 통해 지역시장하에서의 휴양콘도미니엄업의 경쟁력을 살펴보았다.

경영분석은 재무제표 자료를 중심으로 수행하였으며, 구체적인 경영분석 내용은 다음과 같다. 첫째, 휴양콘도미니엄업에 속한 기업들의 사업 현황 실태 및 재무 현황을 분석하였다. 둘째, 재무비율을 중심으로 2013년부터 2022년까지 10년간 휴양콘도미니엄업에 속한 기업들의 유동성, 안정성, 수익성, 성장성 및 효율성 분석 결과를 제시하였다. 셋째, 휴양콘도미니엄업의 2022년 재무비율을 경쟁 업종인 호텔업과 비교 분석하였다. 마지막으로, 2013년부터 2022년까지 휴양콘도미니엄업의 재무비율을 코로나19 전후 기간으로 구분 및 비교하여 코로나19 팬데믹이 휴양콘도미니엄업에 미친 영향을 분석하였다.

본 연구에서는 특히, 휴양콘도미니엄업에 속한 기업들의 운영통계 지표를 별도로 개발하고자 하였다. 운영통계는 근본적으로 기업 경영활동 및 성과 창출 과정에서 중요도가 높아 지속적인 관리가 필요하며, 경영진의 의사 결정에서도 주된 관심 대상이 되는 지표들이다. 따라서 기업 측의 실무 현황, 의견 등을 최대한 반영하는 것이 중요하기 때문에 기본적으로 휴양콘도미니엄업에 속한 기업의 지표 관련 실무관리자(팀장급)와 심층 면담(인터뷰)을 수행하였다. 이러한 개발 과정 전반에 걸쳐 한국콘도미니엄경영협회가 중개자로서 지속적으로 협업하였다. 운영통계 지표 개발 과정은 첫째, 유관 조사 지표 검토 및 목록화, 둘째, 실무자 심층 면담, 셋째, 최종 문항 선정 및 설문조사, 넷째, 최종 지표 확정의 순으로 수행하였다.

이를 통해 개발된 휴양콘도미니엄업 운영통계 체계는 다음과 같다. 첫째, 전체 운영통계를 회원권 분양 및 관리 지표([Panel A]), 콘도 운영 관련 지표([Panel B]), 부대시설 관련 지표([Panel C]) 및 기타 재무지표([Panel B]) 등의 부문으로 구분한다. 둘째, 각 부문에 해당하는 개별 지표 유형을 대분류(코드 및 지표명), 중분류(코드 및 지표명), 소분류(코드 및 지표명)로 세분화한다. 셋째, 부문별 개별 지표 유형을 대분류, 중분류, 소분류로 구분 및 분류한 이후, 지표별 정의 및 관련 재무제표 계정을 표시한다. 넷째, 기업, 협회, 문화체육관광부, 지자체 등 이해관계자 등을 대상으로 설문조사한 지표별 중요도와 함께 기업 입장에서 해당 지표 관련 자료를 생성할 수 있는지 여부를 종합 표기한다.

개발된 운영 현황 지표를 기반으로 휴양콘도미니엄업의 구체적인 정책통계를 지속적으로 생산하기 위해서는 이를 효과적으로 집계할 수 있는 집계체계를 구축해야 한다. 본 연구에서는 데이터의 유형, 지표의 생산 주기, 데이터 구득원, 집계 수행 기관 등을 고려하여 집계체계 구축(안)을 마련하고 통계 관리를 위한 시스템 구축 방안을 제시하였다.

제2절 제언

산업의 발전은 정확한 데이터를 바탕으로 수립된 정책에 의해 이루어지기 때문에 산업통계는 매우 중요한 산업정책의 자산이다. 그러나 휴양콘도미니엄업에 대한 산업 및 기업에 대한 정보의 부족은 해당 산업의 정책 발굴 및 지원을 저해하는 원인으로 지목되고 있다. 본 연구는 이러한 문제를 해결하고자 휴양콘도미니엄에 속한 기업의 지표 관련 실무관리자들과 직접 만나 심층 면담을 하며 운영통계지표를 개발하였다.

한편, 개발된 운영통계 지표를 기반으로 휴양콘도미니엄업의 구체적인 정책통계를 지속적으로 생산하기 위해서는 이를 효과적으로 집계할 수 있는 집계 체계를 구축해야 한다. 이를 위해 본 연구는 데이터의 유형, 지표의 생산 주기, 데이터 확보, 집계 수행 기관 등을 고려하여 집계 체계 구축(안)을 제시하였다. 또한, 이렇게 작성되는 휴양콘도미니엄업 운영통계를 효과적으로 활용할 수 있도록 조사 전문기관을 통해 집계된 데이터를 분석, 재생산 및 관리하고 통계 수요자와 공유할 수 있는 서버를 구축하는 것이 필요하다.

본 연구를 통해 제시된 휴양콘도미니엄업 운영통계 지표 체계를 향후 지속적으로 개발하고 집계 체계 시스템을 구축하여 휴양콘도미니엄업에 대한 정부의 산업정책과 기업의 전략적 의사결정에 적극적으로 활용되기를 기대한다.

참고 문헌

- 김권중(2020), 「재무제표 분석과 가치 평가」, 창민사.
- 김락상(2004), 정보기술이 호텔 및 숙박업의 경쟁우위에 미치는 효과, 「관광연구저널」, 18(2), 63-76.
- 김종원·반승주·김재태(2013), 선택 속성 성과와 만족 및 재이용 의도와의 관계-지방 거주자의 콘도 선택 속성을 중심으로, 「산업과 경영」, 26(2), 143-158.
- 김현석·이상훈·이충훈(2021), COVID-19로 인한 호텔산업 신규 비대면 서비스에 대한 고객 수요 반응 연구, 「호텔경영학연구」, 30(7), 1-15.
- 노재확·박해선(2009), 정보통신(ICT) 투자 및 활용이 서비스업의 생산성 향상에 미치는 영향 연구, 「e-비즈니스연구」, 10(2), 207-236.
- 박문수·이순학(2020), 숙박 공유 확산이 기존 숙박산업에 미치는 영향과 시사점, 「이슈페이퍼」, 1-90.
- 박문수(2020), 디지털 경제로의 전환과 관광산업 구조 변화, 「한국관광정책」, (82), 16-21.
- 박상근(2008), 「관광기업 경영 분석」, 한국문화관광연구원.
- 백태영(2021), 「원가관리회계」, 신영사.
- 오현석(2023), 숙박업의 디지털 전환 현황과 향후 과제, 「한국관광정책」, (92), 60-64.
- 윤순석·최관·송민섭·이종은(2023), 「K-IFRS 중급재무회계」, 신영사.
- 이희승·전혜진(2009), 숙박 선택 속성을 통한 숙박업체 유형별 세분화에 관한 연구, 「관광연구저널」, 23(3), 291-308.
- 진희수·이동원(2022), 디지털전환 기반의 숙박 예약 서비스 경쟁우위전략: 사례 연구, 「한국산업정보학회 논문지」, 27(1), 93-109.
- 최규환 외(2022), 「호텔 기업 경영 분석 2022」, 경희대학교 출판문화원.
- 최승담·박호운(2010), 프리미엄 콘도미니엄 회원권 구매 목적과 선호 요인과의 관계 분석, 「관광레저연구」, 22(3), 101-115.
- 통계청(2022), 「2020년 기준 경제총조사 결과(확정)」, 통계청 보도자료(2022. 6.

28.), 경제통계국 경제총조사과.

- 하봉찬(2006), 서비스산업의 생산성 정체 현상과 시사점. 「KIET 산업경제, 96」, 16-24.
- KISVALUE Reference Guide, NICE신용평가정보(주)
- 국가법령정보센터, <https://www.law.go.kr/>
- 금융감독원 전자공시시스템(DART), <https://dart.fss.or.kr/>
- 문화체육관광부의 관광산업조사(구 관광사업체기초통계조사)(2010-2022), 각연도.
- 통계청, 경제총조사(2010-2020), 각 연도.
- 통계청, 기업통계등록부(SBR).
- 한국은행, 기업경영분석, 각 연도(2010-2022).
- 한국회계기준원, <http://www.kasb.or.kr/>

ABSTRACT

The Status and Development of Policy Statistics for the Condominium Industry

Sangkon PARK

The purpose of this study is to investigate the current state of the condominium industry and to assist the government in developing industrial policies and corporations in achieving management rationalization through the design of operational statistics. Specifically, the study conducted an industrial organizational analysis and business analysis of the condominium industry, and by developing operational statistics, proposed a plan to ensure the timely collection of condominium operational data.

The industry analysis comprehensively examined the current state of the accommodation industry, focusing on an analysis of industry status indicators and a comparative analysis of industries. Data from the Economic Census and Statistical Business Registers (SBR) were used for the analysis. Next, the current state of the condominium industry was investigated using data from the Korea Tourism Industry Survey. Finally, the competitive strength of the condominium industry was examined using the Herfindahl-Hirschman Index (HHI), and the competitiveness of the condominium industry by regional economic zone was examined.

The business analysis was conducted using financial statement data. The analysis revealed the following: First, the business and financial status of companies in the condominium industry was analyzed. Second, the results of a 10-year (2013-2022) liquidity, stability, profitability, growth, and efficiency analysis of companies in the condominium industry were presented, with a focus on financial ratios. Third, a

comparative analysis of the 2022 financial ratios of the condominium industry and the hotel industry was conducted. Finally, the financial ratios of the condominium industry were divided into pre- and post-COVID-19 periods (2013-2019 and 2020-2022, respectively) and compared to analyze the impact of the pandemic on the condominium industry.

In particular, this study attempted to develop operational statistics indicators for companies in the condominium industry. Since it is important to reflect the practical opinions of companies for operational statistics, interviews were conducted with managers in charge of operational indicators. Throughout this development process, the Korea Resort Condominium Business Association cooperated as an intermediary. The process of developing operational statistics indicators was carried out in the following order: first, reviewing and listing relevant indicators; second, conducting in-depth interviews with practitioners; third, conducting a final questionnaire selection and survey; and fourth, finalizing the indicators.

The condominium industry operational statistics system is developed as follows: First, the overall operational statistics are classified into the categories of membership sales and management indicators, condominium operation-related indicators, subsidiary facility-related indicators, and other financial indicators. Second, the individual indicator types corresponding to each category are subdivided into major, intermediate, and sub-categories. Third, the definition of each indicator and the related financial statement accounts are presented. Fourth, the importance of each indicator to stakeholders related to the condominium industry and whether the company can generate the indicator data are comprehensively indicated.

To continuously produce operational statistics for the condominium industry based on the developed indicators, it is necessary to establish an aggregation system that can effectively collect and integrate these indicators. In this study, an aggregation system construction plan was presented, considering the type of data, the production cycle of indicators, the data acquisition source, and the subject of aggregation.

Keywords

Condominium Industry, Operational Statistics, Industrial and Business Analysis

집필 내역

연구 책임

박상곤 한국문화관광연구원 연구위원

휴양콘도미니엄업의 현황 및 정책통계 개발방안

발행인 김 세 원

발행처 한국문화관광연구원

서울시 강서구 금남화로 154

전화 02-2669-9800 팩스 02-2669-9880

<http://www.kcti.re.kr>

인쇄일 2023년 11월 17일

발행일 2023년 11월 17일

인쇄인 (사)한국장애인이워크협회 일자리사업장

I S B N 978-89-6035-984-0 93300

DOI <https://doi.org/10.16937/kcti.rep.2023.e14>

이 연구보고서를 인용하실 때는 다음과 같은 사항을 기재해 주십시오.

박상곤(2023), 휴양콘도미니엄업의 현황 및 정책통계 개발방안, 한국문화관광연구원

한국문화관광연구원

서울특별시 강서구 금남화로 154

전화 02-2669-9800

팩스 02-2669-9880

www.kcti.re.kr



아래의 DOI 또는 QR코드를 통해
이 보고서를 무료로 다운로드할 수 있습니다.
<https://doi.org/10.16937/kcti.rep.2023.e14>

