

관광수입에 대한 한류 및 경제지표의 영향*

배 은 송** · 김 대 철****

Effect of Hallyu and Economic Indicators on Tourism Income

Bae, Eun-Song · Kim, Dae-Cheol

Abstract

The purpose of this paper is to estimate tourism income and to examine the influence of Korean wave and economic indicators on it. For this purpose, we examined the impact of Korean wave, GDP, CPI and exchange rate on tourism income for foreign tourists from the USA, China and Japan who entered Korea. We used panel data from 1998 to 2014 including 17-year time-series data and cross-sectional data of tourism income, Korea wave and economic indicators. STATA13 program was used to perform panel data analysis. As a result of verifying the equilibrium distribution of error and time-series independence, it is found that the basic assumption for the panel linear regression model are satisfied. As a result of the series of the test for model selection, the best fit model was identified as the fixed effect model. As a result of the study, the Korean wave the GDP, and exchange rate have a significant impact on tourism income. However, CPI did not have a significant impact on tourism income. In this study, it is meaningful to analyze the influence of the Korean wave on the tourism income by using Korean wave scale as an objective index of the export of Korean wave contents.

Key words: Hallyu, Tourism Income, Panel Data Analysis

I. 서 론

한류란 1999년 중국 언론 매체를 통해 “한국의 유행이 밀려온다”는 뜻으로 처음 사용된 용어로 해외에서 한국의 드라마, 대중가요 등과 같은 한국문화를 좋아하고 동경하는 현상을 의미하

며, 한국문화의 해외 확산을 통칭하거나 한국문화가 글로벌 시장에서 인기를 얻고 있는 현상을 일컫는다 (이원희, 2011). 최근 이참(2012)의 연구에서는 한류를 “해외에서 드라마, K-pop, 영화, 게임, 공연 등 한국의 문화를 좋아하는 현상”으로 한류를 정의하고 있다. 한류는 중국을 비롯한

* 이 논문은 한양대학교 교내 연구지원 사업으로 연구되었음.(HY-2016년도).

** 한양대학교 일반대학원 경영학과 박사수료.

Bae, Eun-Song, Ph.D. Candidate, Department of Business Administration, Hanyang University, 222, Wangsimri-ro, Seongdonggu, Seoul, Korea

e-mail: pearag@hanyang.ac.kr

**** 교신저자: 한양대학교 경영학과 교수.

Kim, Dae-Cheol, Professor, School of Business, Hanyang University, 222, Wangsimri-ro, Seongdonggu, Seoul, Korea
Tel: (02)2220-1043, e-mail: dckim@hanyang.ac.kr

동아시아지역에서 시작됐지만 이제는 아시아를 넘어 유럽, 미주지역에 이르는 해외에서의 한국 문화에 대한 열광적인 반응 또는 해외 사람들에게 미치는 한국 문화콘텐츠의 호의적인 영향이라 할 수 있다(이원희, 2011). 이처럼 한류를 일으킨 문화콘텐츠 또는 한류콘텐츠는 드라마, 영화, K-pop, 게임, 공연 등이 주를 이루고 있다.

한류는 K-pop과 같은 음악 그리고 드라마 및 예능프로그램 등으로 대표되며 DVD, 화보, 음반, 뮤직비디오, 게임 등 다양한 형태로 제작된 한류콘텐츠가 주도하고 있으며, 다양한 경제적 효과 및 문화적 파급효과를 가진다. 문화체육관광부에서 발간하는 2015년 콘텐츠산업 통계조사 보고서에 기초하여 2014년 콘텐츠산업 수출입 현황을 살펴본 결과 한류열풍의 주된 K-POP의 해외진출이 활발해짐에 따라 음악 산업 부분의 콘텐츠 수출이 전년대비 21.0% 증가하였고, 연평균(2010년부터 2014년까지) 41.7% 로 지속적으로 증가하는 추세를 보이고 있다. 또한 전체 콘텐츠산업 수출액은 52억 7,352만 달러로 2010년부터 2014년까지 연평균 13.4% 증가하였으며, 전년대비 7.1% 증가하였다. 한류콘텐츠수출은 우리나라 전체 콘텐츠 산업 수출에 큰 영향을 미쳤으며, 최근의 신한류 붐은 경제위기 이후 다소 둔화되었던 콘텐츠 산업의 수출 증가율을 회복세로 전환하는데 크게 기여하였다(채지영, 2014).

또한 한류콘텐츠는 외국인에게 한국에 대한 이미지 형성에 큰 영향을 미치고 있으며(이원희, 2011), 이를 통해 향상된 국가 브랜드가치는 해외에서 한국 상품에 대한 신뢰도를 높이고 고급스러운 이미지를 형성하여 구매 촉진으로 연결되고 있다(채지영, 2011). 한류는 산업 전 분야로 파급되어 한류 효과를 일으키고 있으며 특히 의료관광(성형), 화장품산업 및 미용 업계는 한류의 영향을 직접적으로 받고 있다. 한류 스타들과 밀접한 관련이 있는 패션, 스타일 제품들은 중국, 동남아 등 한류 영향력이 강한 아시아 지역에서 특수를 누리고 있다(채지영, 2011). 미용 업계의

경우 한류 스타들을 마케팅 포인트로 활용하면서 최신 트렌드를 선도한다는 이미지와 높은 신뢰도를 얻고 있다(채지영, 2014).

이러한 한류의 다양한 파급효과로 인해 한국을 방문한 외래 관광객들의 지출이 증가하면서 관광수입이 증가하는 양상을 보이고 있다. 2011년 문화체육관광부의 외래 관광객 실태조사를 살펴보면 한국으로 입국한 외래 관광객 중 8.2%가 한국 여행을 결정할 때 고려한 요인은 드라마 촬영지 방문 혹은 한류스타들의 팬들과의 미팅 등의 한류로 나타나고 있으며, 일반 관광객은 142만원을 지출한 반면 한류 관광객은 216만원을 지출한 것으로 나타나 한류관광객의 소비가 일반 외국인 관광객보다 1.5배 이상 많은 것으로 조사되었다. 또한 2012년 9월에 개최된 '2012 인천K-pop 콘서트'는 총 61개국에서 6,600여명이 콘서트 관람을 위해 인천을 방문하였으며, 약 90억 원의 경제적 파급효과를 일으킨 것으로 파악되고, 외국인 관광객 1인당평균 1,298달러를 지출한 것으로 나타났다(이참, 2012). 이와 같이 한국에 방문하는 외국인 관광객의 증가와 함께 관광수입의 규모 또한 증가하는 것을 알 수 있다. 따라서 관광수입 추정하고 예측하는 것은 관광산업의 현재와 미래를 조망하는 가장 중요하고 기본적인 일이라 할 수 있다(김성태, 2014).

한국의 관광수지는 외래 관광객이 우리나라에서 지출한 관광수입과 한국인이 외국에서 사용한 관광지출금액으로 측정된다. 대부분의 관광수요예측에 관한 연구는 관광객 수에 관한 연구가 대부분이며 관광수입에 관한 연구는 많이 이루어지지 않고 있다. 관광수입은 외래 관광객 수와 같은 관광수요의 영향을 받지만 관광수요의 차이가 곧 관광수지라 볼 수는 없다(김학준, 2014). 또한 기존 연구들에서는 관광수입을 파악하기 위하여 전체 관광수입을 전체 외래 관광객 수로 나눈 '1인당 지출경비'를 사용하였는데, 이는 외래 관광객들의 개별 지출을 모두 동일한 것으로 가정한 결과이다. 이는 결국 외국인 관광객

수에 대한 예측모형과 관광수입에 대한 예측모형이 동일한 것임을 알 수 있다.

관광수요에 관한 연구들은 꾸준히 수행되어 왔다. 선행연구들을 통해 밝혀진 중요한 관광수요 결정요인은 소득, 물가 등이며, 소득은 Lee et al.(1996)과 Uysal (1998) 등의 연구에서 언급되었으며, 물가는 Quayson & Var(1982)과 Qu & Lam(1997) 등에서 언급되었다. 또한 소득 및 물가 요인을 설명하는 변수로서 환율, 국내총생산(GDP), 국제유가, 소비자물가지수(CPI)등을 사용한 연구들이 대부분이다. 고정민(2012)의 연구에서는 외래 관광객의 증가에 대한 원인으로 한류를 지목하고 있으며, 이참(2012)의 ‘한류관광 장기화 방안마련을 위한 연구’에 따르면 한류의 영향으로 한국으로 입국하는 외래 관광객의 수가 비례하여 증가하는 양상을 보인다고 하였다. 하지만 한류가 원인이라는 사실에 대해 정량적 지표를 이용하여 관광객수요예측과 관광수입예측을 시도한 연구는 찾아보기 힘들다. 이러한 이유 중의 하나는 한류를 측정하는 척도를 나타내기 힘들기 때문이다. 본 연구에서는 한류를 측정하기 위해 한류콘텐츠 수출량을 척도로 사용하였다. 또한 관광수입 결정요인 분석을 위한 대상 국가를 중국, 미국, 일본의 외래 관광객들로 한정하였는데, 중국, 미국, 일본은 한국으로 입국하는 관광객 수가 가장 많고 그에 따른 관광수입도 가장 많아 2014년 기준으로 우리나라전체 관광수입의 80% 이상을 차지하고 있다. 또한 한류의 중심이 되는 대표적 나라들이다.

따라서 본 연구에서는 관광수입 결정요인으로 기존에 여러 선행연구에서 활용된 물가 및 소득 뿐 아니라 한류도 포함하였다. 연구방법으로는 시계열적인 동태적 특성과 횡단면적인 변수들 간 상호연관성을 동시에 반영하는 방법인 패널 분석 기법을 이용하여 한국으로 입국한 외국인 관광수입 결정요인을 파악 하고자 한다. 이를 통해 중국, 미국, 일본 각 국가별 특성 및 국가별 상호 연관성과 시간에 따른 동태적 특성이 반영

된 관광수요의 예측이 가능할 것이라 생각되어지며, 한류, 원화대비환율, 소비자물가지수(CPI), 국내총생산(GDP)등의 요인이 관광수입에 미치는 영향관계를 알아보고자 한다.

II. 이론적 고찰

2.1 관광수입

수요예측은 대부분의 계획 수립에 있어 전제가 되는 것으로 미래의 불확실한 상황에서 발생할 수 있는 여러 대안들 중에서 가장 높은 발생 잠재력을 지닌 대안을 예측하기 위한 의사결정 방법이며, 과거자료를 바탕으로 시장 환경을 고려하여 최적의 예측모형을 수립하여 미래의 수요를 추정하고자 하는 목적을 갖고 있다(전효재, 2003). 이를 통해 수요예측은 경쟁적, 다변적인 경영환경 속에서 미래를 사전에 예견할 수 있도록 하여 경영의사결정과 관련된 불확실성과 위험을 줄이고, 경영자에게 합리적인 의사결정을 제공하는 중요한 역할을 한다(정의선 외, 2013). 관광산업 또한 수요예측은 국가나 기업 차원의 관광계획 수립이나 의사결정에 있어 매우 중요한 도구로써 정부의 새로운 관광정책 수립에 반영하거나 관광산업의 재정 및 인프라 계획과 같은 사업계획에 필수적인 일이다(Tuner & Witt, 2001). 따라서 정확한 수요예측을 수행하는 것은 관광산업에서 경영과 계획의 의사결정을 도와주고 효율적으로 미래를 관리할 수 있도록 위험과 손실을 최소화 시켜 궁극적으로 수익성을 향상시킬 수 있는 역할을 한다(전효재, 2003). 이에 적합한 관광수요예측방법을 선정하는 것은 예측의 정확도를 높여 예측을 효과적으로 하는 것에 큰 의미가 있다.

정확하고 효과적인 관광수요를 예측하기 위하여 다양한 연구들이 수행되어 왔으며, 관광산업에서의 수요 예측의 대표적인 방법은 정량적 기법의 일종인 인과모형 예측법과 시계열 예측법

을 활용한 연구가 많이 수행되어왔다. 우선 시계열 예측법은 시간의 흐름에 따라 과거부터 누적된 자료를 바탕으로 그 패턴과 추세를 분석하여 장래를 예측하는 방법이다. 시계열 예측방법 중 시계열변수들 간의 장기균형관계를 이용한 모델이 대표적이며, 과거자료를 통해 미래를 예측한다는 측면에서 관광수요예측에도 자주 활용되지만 관광수요결정요인에 대한 규명에는 방법적 한계를 가지고 있다(Song & Witt, 2006; 모수원, 2007; 김성태, 2014). 두 번째로 많이 사용되는 방법은 인과모형 예측법이라고 할 수 있다. 이러한 인과모형 예측법은 관광수요와 결정변수들 간의 관계를 규명하지만, 단점으로는 특정 시점에서의 정적인 관계만을 추정하고 있다는 점이다(김학준, 2014). 이러한 시계열 예측법과 인과모형 예측법의 단점을 보완하고 시계열분석과 특정 시점에서의 횡적분석을 동시에 고려하는 예측방법으로 최근에는 관광수요예측에 있어서 패널데이터 분석법이 주로 사용되고 있다. 패널데이터 분석방법은 패널데이터를 활용함으로써 패널데이터가 지닌 다양한 정보들을 가장 효과적으로 도출가능하다. 따라서 정외선 외(2013)의 연구에서 살펴볼 수 있듯이 관광분야에 있어서 관광수요에 영향을 미치는 결정변수들을 패널데이터를 활용하여 관광수요를 예측하고 이를 바탕으로 주요 정책수립 및 정책에 반영하고 있다.

패널데이터 분석방법을 활용하여 관광수요예측을 추정하기 위하여 기존연구들을 살펴보면, ‘관광수요’란 대부분 유형수요인 관광객 수 또는 관광수입을 의미하고 있으며(이충기, 2003), 크게 관광지출 혹은 수입을 종속변수로 설정하거나, 입국자 혹은 출국자수, 숙박관광객수 혹은 호텔객실수를 종속변수로 활용한 연구들로 분류할 수 있다. 정의선(1989)은 5개국 즉, 미국, 일본, 영국, 홍콩과 사우디아라비아 등을 대상으로 관광지출 혹은 수입에 대한 연구를 실시하였다. 특히 이 연구에서는 한국관광산업의 분기별 여행수지 자료를 활용하여, 관광수출입합수를 분석

하려 하였다. 한국은행과 통계청에서 제시하고 있는 여행수지는 방한여행객의 지출과 한국인의 해외여행으로 지출한 금액의 차이로 산출된다. 또한 여행수지의 세부항목은 일반여행과 유학연수로 구분하여 편제하고 있으며, “여행수입은 비거주자가 해당 경제권을방문하는 동안 본인 사용 또는 선물 목적으로 취득한 상품과 서비스를 포함하여 계상하는데 숙박, 음식, 오락, 기념품구입 등이 해당된다”고 정의하고 있다. 본 연구에서는 방한하는 외래 관광객들이 사용하는 일반여행 항목만을 산정하여 관광수입 변수로 사용하고자 한다.

2.2 관광수입의 결정요인

2.2.1 경제지표

국제관광수요 결정요인에 관한 국내의 연구를 보면 다양한 변수들 중 가장 중요한 관광수요 결정요인은 ‘소득’으로 관광수요에 영향을 미치는 가장 높은 설명력을 지닌 변수로 대부분의 연구모형에서 사용되고 있다(Qu & Lam, 1997; 박진석, 2009; 송근석·송학준, 2006). 또한 대부분의 선행 연구들이 소득을 측정하기 위한 대리변수로 국내총생산(GDP) 혹은 1인당 GDP를 사용하고 있다(Lim, 1997). 물가도 관광수요의 중요 결정요인으로 분석되었다(Lee et al., 1996). 경제이론에 의하면 다른 조건이 일정하다면 수요와 가격은 반비례 관계에 있기 때문에 관광 대상국의 관광 상품과 서비스의 가격이 높으면 높을수록 관광 수요는 감소할 가능성이 있다(송근석·송학준, 2006). 대부분의 기존연구를 보면 여행가격의 대리변수로 대부분 소비자물가지수(CPI)를 사용하고 있는데, 1960년대 이후 선행연구를 분석한 Lim(1997)의 연구에 따르면 절대 가격과 상대 가격 가운데 상대 가격을 3:7의 비율로 많이 사용하고 있다고 밝히고 있다. 관광수요에 영향을 끼치는 물가와 연관되어 환율은관광지 국가의 물가수준에 영향을 미치며, 관광객은 물가

의 변동보다 환율 변동을 더 쉽게 인지하는 등의 중요성이 있다. 이러한 측면에서 환율의 중요성을 탐구한 다수의 연구결과도 존재한다(Uysal, 1998; 모수원, 2004; 박진석, 2009). 국제관광수요 결정요인과 관련해 환율은 여행 가격의 일부분으로 포함되거나(모수원, 2004; 송근석·송학준, 2006), 별개의 독립변수로 사용되고 있다(Lim, 1997; 박진석, 2009; 모수원, 2010). 김병철(2011)의 관광수요에 미치는 경제적 파급효과를 보는 연구에서는 환율을 명목환율로 사용하였으며, 각국 통화의 달러대비 연평균 시장 환율로 측정하였고, 김성태(2014)와 김학준(2014)의 연구에서는 각국의 원화대비 연평균환율을 사용하였다.

2.2.2 한류

고정민 외 (2009)의 연구에서는 한류란 “한국의 대중문화 및 순수예술과 연계된 상품 및 서비스로 한류 상품의 구매, 관광, 관람 등으로 연결되는 모든 행동”이라 정의하고 있으며, 한국관광공사(2012)에서는 한류를 “해외에서 드라마, K-pop, 영화, 게임, 공연 등 한국의 대중문화를 좋아하는 현상”으로 정의하고 있다. 한류는 문화적인 현상과 경제적인 현상의 다면적인 특성을 가지고 있어 바라보는 관점이 다르기 때문에 이처럼 다양하게 정의되고 있다. 한류의 경제적 효과를 살펴보면 크게 콘텐츠 수출효과, 타 산업 수출 효과, 한류의 관광효과가 나타나고 있으며 이로 인한 국민경제적 파급효과를 기대 할 수 있다(이원희, 2011).

‘한류관광’은 이러한 한류의 영향으로 한국을 방문한 외래객들의 한국관광을 의미하며, 1990년대 중반 한국드라마의 콘텐츠 수출로 일본인들의 관심을 끌게 되었고, 이러한 관심이 국내 드라마촬영지에 관광을 하게 된 것이 한류관광의 시발점이라고 볼 수 있다(이참, 2012). 한류관광을 규정하는 정확한 기준은 아직 없으나, 관광객의 활동에 따라 광의의 의미와 협의의 의미로 구

분되고 있다. “협의의 한류관광이란 한류에 대한 관심도가 높은 외래 관광객이 영화 및 드라마 촬영지 방문, 팬들과의 미팅 참가, K-Pop과 관련된 공연 참가 등의 한류와 직접적으로 연관된 관광 활동에 참여하는 관광을 의미한다.” “광의의 한류관광이란 한국을 방문한 외래 관광객이 한류와 직접적으로 관련된 관광활동에 관여하지는 않지만 한국을 방문한 직접적인 이유가 한류에 대한 관심인 경우로서 일반적인 한문문화 경험 등의 관광행동을 목적으로 하는 경우를 의미한다.” 이와 유사한 의미를 가지고 있는 해외사례를 살펴보면 미국과 호주의 영화는 매력적인 관광유인요인이 될 수 있음을 보여주고 있다. 즉, 이 사례에서 볼 수 있듯이 우수한 해외영화를 접한 관람객은 그 영화의 생산국에 대한 관심을 갖게 되어 영화 관람객이 이제는 관광객으로 바뀌어 그 나라를 방문하게 된다는 것을 알 수 있다. 이는 일반적으로 영화관광이라고 불리며 오래전부터 관광매력도 제고 요인의 하나로 인식되어 왔다(고정민, 2006). 이는 ‘한류관광’이라고 불리는 이러한 현상과 유사한 현상이라고 설명 할 수 있다. “영화관광(Film Tourism, 혹은 Film-induced Tourism)이란 영화, 드라마, 음악 등에 나타난 장소의 경치 및 장소와 연관된 스토리를 통해 방문객을 끌어들이는 비즈니스로 정의되는데, 간단하게는 영화, 드라마와 연계해 세트장, 촬영지 등을 관광 상품화 하는 것을 말한다”. 영화관광은 현대적 문화관광 중의 하나로 분류되며 관광 상품에서 중요한 위치를 차지하고 있다(고정민, 2006).

영화관광에 대한 인식은 꽤 널리 퍼져있지만 최근 들어서야 관광객들을 유인하기위하여 관광청 등이 비디오나 영화 지도를 만드는 등 영화관광을 활용하여 이익을 얻으려는 마케팅 노력을 기울이고 있다(Riley & Doren, 1992). 그러나 관광분야에서 콘텐츠가 관광 입국객 수의 변화 및 관광수입에 미치는 효과를 규명하려는 노력이 다른 산업분야에 비해 미흡하였다. 관광분야에

서 콘텐츠가 관광객에게 미치는 영향에 대한 연구 중 Riley & Doren(1992)의 연구에서는 “관광 목적지의 새로운 이미지를 형성하기 위해 영화를 이용하는 것은 목적지 홍보를 위한 효과적인 수단이 될 수 있다”고 주장하였다. 우리나라 역시 한류콘텐츠가 관광입국 객수의 변화 및 관광 수입에 미치는 효과를 규명하려는 노력이 필요하다.

Mintel(2003)의 연구에 따르면 “5명중 1명은 TV프로그램이나 영화에 자극받아 영국을 찾았고, 스코틀랜드 방문자의 50%가 TV드라마나 영화 등의 매체를 통해 스코틀랜드 지역을 여름 휴양지로 인식하는 것으로 나타났다”. 또한 뉴질랜드의 경우 2001년 영화<반지의 제왕> 개봉 후 외국인 관광객 수는 연평균 5.6% 증가하였고, 관광객 중 9%가 영화의 영향을 받은 것으로 조사되었다(Mintel, 2003).

우리나라의 경우도 한류로 인한 관광객이 증가하고 있다. 한류의 영향을 추정하기 위해 한류 전의 관광객 수와 한류 후의 관광객 수의 변동을 살펴보면, 일본 NHK지상파에서 <겨울연가>를 방송한 후 2004년 한국을 방문한 일본인 관광객 입국자 수를 살펴보면 2003년에 비해 무려 35.5%나 증가하였다. 또한 2004년 한국관광공사의 설문에 따르면 한국드라마의 영향으로 한국을 방문하게 되었다고 답한 비율이 47%에 달해, 관광객에게 한류가 한국 방문의 결정적인 요인이었음을 보여준다(고정민, 2006). TV드라마로 대표적인 <대장금>, <가을동화>, <겨울연가> 등의 드라마의 인기로 인한 한류열풍이 한류관광으로 이어지고, 한류가 시대에 따라 드라마에서 K-pop 위주로 재편되고, K-pop 콘서트 관람을 위해 한국으로 입국하는 한류관광이 증가하고 있다. 드라마 및 K-pop 등의 한류로 인한 한국에 대한 인식의 제고와 이미지가 좋아지는 효과와 더불어 한국음식, 화장법, 패션, 한국어 학습, 한국문화 등에 관심이 증가 하고 이는 한국방문을 통해 K-pop콘서트, 음식투어, 쇼핑, 어학연수, 문화관

광등으로 이어지며, 한류의 인기와 더불어 외래 관광객 수도 급격히 증가하는 경향이 나타나고 있다.

1997년 중국에서 TV드라마 ‘대장금’과 가수 그룹 H.O.T로 시작된 한류는 2000년대 초반 일본에서 ‘겨울연가’와 대장금이 한류 열풍을 이끌었고, 2012년 가수 싸이의 ‘강남스타일’은 미국 및 유럽을 비롯한 전 세계인의 사랑과 관심을 받으며 한국 대중문화의 역사를 다시 쓰게 되었다. 문화 및 지역적 근접성에서 시작된 한류는 이제 지역과 문화를 벗어나 범세계적인 트렌드로 발전할 수 있는 가능성을 보여주고 있는 것이다(고정민, 2006). 장르도 드라마에서 K-Pop, 방송프로그램, 온라인 게임, 공연, 영화 등으로 한류가 다양화되고 있다. 이러한 한류의 영향으로 한국의 대중문화 콘텐츠(영화, 방송프로그램, 게임)의 수출이 2001년 이후 매년 40%이상의 성장률을 보이고 있다.

송기문 외(2014)의 연구에서 한류관광의 근본은 대중문화 콘텐츠라고 이야기 하고 있고, 고정민(2006)의 연구에서 한류는 한국의 대중문화 콘텐츠를 통해 형성된 것으로 곧 콘텐츠의 경쟁력과 밀접한 관련이 있다고 하였다. 이것은 한국의 대중문화 콘텐츠가 해외에 수출되는 정도는 한국의 대중문화가 수출국에서의 경쟁력이 어느 정도 확보 되는가에 따라 달라진다고 해석 가능하다. 따라서 본 연구에서는 한류의 척도로 한국의 대중문화 콘텐츠의 수출액으로 사용 하고자 한다.

유창근(2012)의 연구에서는 한류관광콘서트에 방문한 외래 관광객의 소비지출 패턴을 알아보고 그로인해 창출되는 경제적 파급효과를 분석하였다. 이 연구를 통해 1인당 지출금액을 추정하였고 지출에 영향을 미치는 결정요인은 한류관광콘서트의 만족도가 높을수록 지출이 많아진다고 밝히고 있다. 이 연구를 위해 한류콘서트를 관람한 외국인 관광객을 대상으로 서베이 조사를 실시하였으며, 인천에서 관광객들이 사용

한 금액을 한정하여 파급효과를 추정하였는데, 한류의 영향으로 입국한 관광객의 지출로 경제적 파급효과를 일으키는 것에 대한 연구는 있지만 한류가 관광수입에 영향을 미치는지에 대한 연구를 패널데이터를 활용하여 분석한 본 연구와의 차이점이 있다. 이처럼 기존 한류관련 연구들의 경우 설문조사를 이용하여 재방문의사가 존재 하는지 또는 한류가 가지는 이미지와 관련된 연구들이 주를 이루었으며, 관광수입에 미치는 한류의 영향을 시계열자료와 횡단면자료로 구성된 패널모형을 적용한 연구는 미진하다. 따라서, 본 연구에서는 한류를 대중문화 콘텐츠 수출액을 한류의 척도로 하여 외래 관광객이 지출하는 관광수입에 미치는 영향을 알아보려고 한다.

III. 연구방법

3.1 연구가설

3.1.1 한류와 관광수입의 영향

1990년대 겨울연가로 인한 드라마 촬영지 관광을 시발점으로 한류를 통한 외래 관광객들의 유입이 증가하기 시작하였다(이참, 2012). 최근 드라마에만 편중되던 한류가 예능, 방송포맷 등으로 확장되어 한류의 영향은 더 커져가고 있는 추세이다. 이러한 외래 관광객들의 증가와 더불어 외래 관광객들이 사용하는 관광지출금액이 증가하고 있으며, 특히 한류로 인한 관광객들의 지출금액은 일반여행객 보다 높은 것으로 분석되고 있다. 이러한 한류의 효과는 수출과 서비스 투자 그리고 관광객에 영향을 미친다고 분석된다. 한류에 대한 선호도가 높을수록 한국 관광지 에 대한 긍정적인 반응이 나타나는 것으로 분석되어졌다(박은숙·최해수, 2013). 이에 본 연구는 한류의 영향이 증가함에 따라 관광수입에 영향을 미칠 수 있을 것으로 판단하여 아래의 가설을 수립한다.

H1: 한류는 관광수입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.1.2 경제지표와 관광수입의 영향

GDP는 국내총생산을 의미하며, 국가의 경제 수준을 설명하는 변수로 많이 활용하고 있다. 물론 국가의 경제상황을 모두 나타내기는 어려우나 어느 정도의 국가경제를 대용하는 변수로는 활용할 수 있다. 국제관광수요 결정요인에 관한 국내외 연구를 보면 소득은 관광 수요에 영향을 미치는 높은 설명력을 지닌 변수로 대부분의 연구모형에서 소득을 독립변수로 사용하고 있으며, 소득을 측정하기 위한 대리 변수로 대부분 GDP 혹은 1인당 GDP를 사용하고 있다. 만약, 국가경제가발전한다면, 국민소득의 증가로 이어질 수 있고 이는 국민들의 생활에 여유가 증가함을 의미한다. 각 국가별 GDP의 증가와 국민소득의 증가로 인해 국민들이 여가생활을 즐길 수 있게 된다면 해외여행에 대한 수요도 증가할 수 있으며, 최근 한류로 인해 부상하고 있는 한국여행에 대한 수요가 늘어날 수도 있다. 이에 본 연구는 관광수입에 영향이 존재 할 것으로 판단하여 아래의 가설을 수립하였다.

H2: 국내총생산(GDP)는 관광수입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

소비자물가지수는 국가의기본적인 경제 통계 지표로서, 각 국가의 통계기관에서 계산하는 물가지수(price index)의 일종이다. 본 연구에서는 2010년의 각 국의 물가를 기준으로 계산되어진 상대적 지수로서 세계은행(World Bank)자료를 이용하였다. 여행가격은 국제관광수요 결정요인에서 중요한 설명변수로 사용되고 있으며, 기존 연구를 살펴보면 여행가격의 대리변수로 많은 연구에서 소비자 물가지수를 사용 하고 있다. 경제 이론에 의하면 다른 조건이 일정할 때 수요와 가격은 반비례 관계에 있기 때문에 관광대상국

의 관광 상품과 서비스의 가격이 높으면 높을수록 관광 수요는 감소할 가능성이 있다(송근석·송학준, 2006). 즉, 상대적으로 한국에 비하여 소비자물가지수가 높다면 여행가격이 낮아지므로 관광으로 인한 지출이 증가로 나타날 수 있다. 하지만 여행객이 여행지를 선택함에 있어서 해당국의 물가까지 파악하고 여행지를 선택하지 않을 수도 있다. 또한 여행객의 실질적 체감 물가지수는 본국의 물가지수가 더 영향이 있을 것이라 생각되어 이에 본 연구는 한국의 소비자 물가지수가 아닌 각 국가의 소비자물가지수가 관광수입에 유의한 영향이 있을 것으로 판단하여 아래의 가설을 수립하였다.

H3: 소비자물가지수(CPI)는 관광수입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

환율은 각국의 통화와 한국의 원화대비 환율이다. 국제관광 수요결정 요인과 관련해 환율의 영향력이 자주 언급되고 있다(모수원, 2004; 송근석·송학준, 2006). 환율을 독립변수로 사용하는 것은 관광객들이 물가변화 보다 환율 변동을 더 쉽게 인지하므로 환율에 기초해 관광 의사 결정을 내린다는 논거에 따른 것이다(Witt, S. F. & Witt, C. A., 1995). 즉, 국제관광에 있어 원화대비 환율이 낮다면 관광객은 환율에 대한 부담이

낮아지므로 환율이 높을 때보다 관광객수와그로부터 발생하는 관광수입이 증가할 것이다. 이에 본 연구는 각국의 원화대비 환율이 한국에서의 관광 지출에 영향을 미칠 것으로 판단하여 가설을 수립하였다.

H4: 원화대비 환율은 관광수입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.2 자료수집

본 연구에서 한국으로의 인바운드 관광수입 함수를 추정하기 위하여 사용한 자료는 중국, 미국, 일본, 홍콩의 1998년부터 2014년까지 데이터 총 17년의 패널 데이터로 구성되어있다. 국내에서 사용되는 외국인 관광객의 관광지출금액은 한국은행에서 제공하는 각 나라별 여행수입의 자료를 사용하였으며, 국내로 유입되는 외래 관광객 수는 통계청에서 제공하는 자료를 사용하였다. 환율의 경우 한국은행에서 제공하는 각 나라의 원화대비 환율자료로서 평균금액을 사용하였다. 또한 세계은행에서 제공하는 연도별 자료를 기초로 GDP(국내총생산)과 CPI(소비자물가지수) 활용하였다. 아래의 <표 1>은 본 연구에서 활용하는 변수들에 대한 단위 및 출처 등을 나타낸다.

<표 1> 변수의 조작적 정의

요인명	단위	변수 정의	출처
관광수입 Income	US \$(mn)	중국, 미국, 일본 관광객의 연도별 관광지출액	한국은행
한류 Halluy	US \$	중국, 미국, 일본에 수출한 연도별 방송콘텐츠 수출액	한국콘텐츠진흥원
환율 FX	KRW(₩)	중국, 미국, 일본 통화의 연도별 원화대비 환율(평균자료)	한국은행
국내총생산 GDP	US \$	중국, 미국, 일본의 연도별 국내총생산 (Gross Domestic Product)	세계은행

3.3 연구모형

본 연구에서 관광수입을 추정하고 설명변수의 영향관계를 파악하기 위하여 시계열데이터와 횡단면데이터의 통합형태인 패널데이터를 활용하였으며, 이 분석을 위해 STAT13프로그램을 이용하여 패널데이터 분석을 실시한다. 패널 모형은 관찰되지 않거나 설명되지 않고 남은 오차항 중에서 개체특성 효과 혹은 시간특성 효과를 어떻게 보느냐에 따라 합동모형, 고정효과모형, 그리고 확률효과모형으로 구분할 수 있다. 일반적인 패널 모델을 식으로 표현하면 <수식 1>과 같이 나타낼 수 있다.

$$y_{it} = \alpha + \beta x + \epsilon_{it} \quad (\text{단, } \epsilon_{it} = \mu_i + \lambda_t + v_{it}) \quad (1)$$

여기서 μ_i 는 관찰되지 않은 개체특성 효과를 의미하며, λ_t 는 관찰되지 않은 시간특성 효과 그리고 v_{it} 는 확률적 교란항을 나타낸다. 본 연구에서는 패널데이터를 활용하여 한국에서의 외래 관광객의 관광 지출을 통해 관광수입 예측에 관한 추정을 검토하기 위한 최종 함수 모형은 다음 <수식 2>로 나타낼 수 있다.

$$\begin{aligned} \text{tourincome}_{it} = & \alpha + \beta_1 \text{Hallyu}_{it} + \\ & \beta_2 \text{GDP}_{it} + \beta_3 \text{CPI}_{it} + \beta_4 \text{FX}_{it} + \epsilon_{it} \end{aligned} \quad (2)$$

(i= USA., China, Japan ; t=1998, ..., 2014)

종속변수는 관광수입으로 i국의 t시점에 사용한 한국에서 사용한 관광지출 금액을 의미한다. 설명변수인 Hallyu_{it} 는 한류변수로 한국에서 i국으로 수출한 방송콘텐츠 수출금액을 척도로 사용하였으며, GDP_{it} 는 i국의 국내총생산, CPI_{it} 는 i국의 소비자물가지수 그리고 FX_{it} 는 i국의 원화대비 환율을 의미한다. t는 시간의 흐름을 ϵ_{it} 은 오차항을 나타낸다.

개체특성 효과와 시간특성효과 모두 존재하지

않고 절편 α 가 모집단의 평균치를 나타내는 것이 합동 모형이다. 고정효과 모형은 국가 간 특성이 요소가 국가마다 다르다는 것을 의미하며, 시간에 따라 일정한 값으로 간주된다. 따라서 국가특성효과는 확률적 변동의 결과가 아니라 장기간 고정적으로 지속되는 효과를 의미한다(Ahn & Schmidt, 1995).

또한, 임의효과모형은 고정효과모형과 그 형태가 같지만 모형에서 설정하고 있는 가정에 차이가 있다. v_{it} 를 고정효과 모형에서는 시간에 따라 고정불변하다고 가정하고 있으나 임의효과 모형에서는 확률적으로 변한다고 가정한다. 즉 국가 간의 차이가 시간에 따라 그 특성이 변하는 확률적인 변수로서 국가 간 특성이 고정되지 않는 임의의 확률적인 변수라고 가정하는 것이다. 두 모형 모두 국가특성효과를 인정하지만 가정에 있어 고정효과는 시간에 따라 고정불변의 국가특성으로 가정하고, 임의효과모형은 국가 간 확률적으로 분포되는 것이라 가정하는 것이다.

IV. 연구결과

4.1 기술통계량

본 연구에서 관광수입을 추정하고 한류 및 경제지표와의 영향관계를 분석하기 위해 사용된 자료는 시계열 데이터와 횡단면 데이터를 모두 포함하고 있는 패널데이터로써 1998년부터2014년까지 총 17년의 시계열 데이터와 관광수입(Income), 한류(Hallyu), 국내총생산(GDP), 소비자물가지수(CPI), 원화대비환율(FX) 등 5개의 횡단면 데이터를 포함하고 있다. 또한 미국, 중국, 일본3개국의 패널 그룹을 가지고 있으며, 각 변수별로 51개의 데이터를 가지고 있다. <표 2>와 같이 데이터의 기술통계량을 요약 할 수 있다. 각 변수별로 기술 통계량 값을 살펴보면, 관광수입의 평균은 19억59백만 달러로 최소값은 중국의 2억84.5백만 달러이고 최고값은 중국의 93억48.6백만 달러

로 나타났다. 한류(Hallyu)의 척도인 방송콘텐츠 수출액은 평균 45.2백만 달러로 최소값은 37.8백만 달러이고 최대값은 1.6백만 달러로 나타났다. 국내총생산(GDP)의 평균값은 8조 67백억 달러이며, 최소 3조 4백억 달러부터 18조 달러 까지 분포하고 있다. 소비자물가지수(CPI)의 평균은 95.24, 최소 값 74.76, 최대값 113이며, 원화대비 환율은 평균 759.99원, 최소 119.81원부터 최대 1413.14원까지 분포되어 있음을 알 수 있다.

이터와 시계열 데이터의 특성을 동시에 가지고 있기 때문에 오차항에 이분산성이나 자기상관이 있을 수 있다(민인식·최필선, 2012). 따라서 패널 선형회귀모형에서고정효과 모형 혹은 확률효과 모형에서 구한 추정량이 바람직한 추정량이 되기 위해서는 오차항이 하나의 패널 그룹 내에서 자기상관(autocorrelation)이 존재하지 않아야 한다.

본 연구의 데이터 또한 패널데이터로 시계열

<표 2> 기술 통계량

Variables	Observations	Mean	Std. Dev.	Min.	Max.
Income	51	1959,069	1588,178	284,5	9348,6
Hallyu	51	4.52e+07	3.78e+07	1662277	1.46e+08
GDP	51	8,67e+12	4,99+12	3,04e+12	1,80e+13
CPI	51	95,24062	10,02852	74,75543	113
FX	51	759,98868	475,4099	119,81	1413,14

4.2 상관관계 검증

패널선형회귀 모형에서는 오차의 등분산성과 시계열 독립성에 대한 가정을 만족해야 한다. 기본 가정이 위배되는 경우 추정량의 표준오차에 영향을 주게 되어 비효율적인 추정량이 도출될 수 있기 때문이다. 특히 패널데이터는 횡단면 데

데이터의 특성을 포함하고 있기에 자기상관관계와 등분산성 검증을 실시하였으며, 그 결과를 <표 3>으로 나타냈다. 첫 번째, 자기상관관계가 있는지 검증 해본 결과 $F(1,2)=4.591$ 이며, p값이 0.1654로 5% 유의수준에서 오차항에 자기상관 관계가 없다고 판단할 수 있다. 두 번째, 오차의 등분산성 진단하기 위하여 가장 많이 사용되는 방법으로 Breusch-Pagan LM 검정을 수행하였다.

<표 3> Correlation matrix of residuals

	e1	e2	e3
e1	1,0000		
e2	-0,0594	1,0000	
e4	-0,2351	0,3316	1,0000

- Breusch-Pagan LM test of independence: $\chi^2(3)=1,001$, $Pr=0,8010$

Based on 17 complete observation

- Wooldridge test for autocorrelation in panel data

Ho: no first-order autocorrelation

$F(1,2)=4,591$, $Pr=0,1654$

오차의 등분산성검증 결과가 카이제곱 값이 1.001이며 p값이 0.8010이므로 P값이 0.05보다 크기 때문에 5% 유의수준에서 설명변수 간에 이분산성을 가지고 있다고 보기 어렵다.

본 연구에서 사용된 패널데이터의 상관관계를 검증해 본 결과 패널의 오차항간 자기상관관계가 없어서 시계열 독립성에 대한 가정을 만족하며, 오차의 이분산성도 가지고 있다고 보기 어려워 오차의 등분산성에 대한 가정 또한 만족한다고 판단된다.

4.3 적합모형 채택

패널데이터를 이용하여 패널 모형을 설정하고 모수를 추정 하려고 할 때 가장 중요한 점은 어떠한 패널 모델을 설정 하여야하는가 이다(이희연·노승철, 2012). 즉, 패널데이터의 특성에 따라 그에 적합한 패널 모델을 선정하여야 하는데 이것은 각 패널 모형이 지닌 각자의 장단점과 특징이 다르기 때문이다. 관광수입을 추정하고 한류 및 경제지표가 관광수입에 영향이 있는지 살펴보기 위하여 어떠한 패널모형이 보다 적합한가에 대해 몇 가지 검증을 통하여 적합 모형을 선정 하고자 한다.

패널모형으로는 합동모형, 고정효과모형, 그리고 확률효과모형 등의 세 가지 모형이 있으며, 이 중 가장 적합한 모형을 채택하는 과정을 거쳐야 한다. 최적모형 선정을 명확하게 하기 위하여 첫 번째는 F검정, 두 번째는 Breusch-Pagan LM 검정, 그리고 세 번째는 Hausman 검증을 실시한다.

첫 번째의 F검정(혹은 Chow검정)은 합동모형이 고정효과모형 보다 더 적합한가를 검정하기 위한 방법이다. F검증결과 F값이 19.90이고 P값이 0.000으로 1%유의수준에서 합동모형 보다 고정효과 모형이 더 적합함을 알 수 있다. 두 번째의 확률효과 모델이 합동 모델에 비해 더 적합한가를 검정하기 위해 Breusch-Pagan LM 검정을 실시한 결과 카이제곱 값이 1.001이고 P값이 0.8010

으로 나타나 5% 유의수준에서 확률효과 모형보다 합동모형이 더 적합하다는 것을 뜻한다. 세 번째에서는 최종 적합모형을 선택하기 위해서 Hausman 검정을 실시하였다. Hausman검증 결과 카이제곱 값이 48.28이며, p값이 0.0000으로 1% 유의수준에서 확률효과 모형보다 고정효과 모형이 더 적합하다고 판단된다.

위의 검정 결과 Breusch-Pagan LM 검정을 통해 확률효과 모형보다 합동 모형이 더욱 적합한 것을 알 수 있으며, Hausman 검증을 통해 확률효과 모형보다 고정효과 모형이 더 적합함을 알 수 있다. 최종적으로 Chow검정 결과에서 합동모형보다 고정효과 모형이 더 적합하다고 선택 되었으므로 세 모형 중에서 고정효과 모형이 가장 적합하다고 판단된다. 따라서 본 연구는 고정효과 모형의 추정량으로 가설을 검정하고 관광수입을 추정 하고자한다.

4.4 가설검증

적합모형 채택의 결과에 따라 고정효과 모형으로 관광수입을 추정하고 한류 및 경제지표가 관광수입에 미치는 영향에 관한 가설을 검증하였고 그 결과를 <표 4>으로 나타내었다.

첫 번째, 한류가 관광수입에 미치는 영향 관계에 관한 가설을 검증하였다. H1로 ‘한류가 관광수입에 정(+)의 영향을 미친다’는 것이다. 가설검증 결과 한류의 계수가 0.0000114이고 p값이 0.022로 5% 유의수준에서 유의하므로 한류는 관광수입에 유의한 영향을 미친다고 판단 할 수 있다. 이와 같은 연구 결과는 기존의 한류가 관광산업에 영향을 미친다는 연구와 그 맥을 같이 한다. 오미숙(2007)의 연구에서는 방한 의사결정의 원인이 한류의 영향이 큰 집단과 적은 집단을 구분하여 한류유형에 대한 선호조사를 실시한 결과 대중문화와 관련된 TV드라마, 가요, 영화, 공연 등의 장르를 선호하는 것으로 나타났다. 또한 유창근(2013)의 연구에서 이와 같은 한류콘텐츠와 연계된 관광프로그램의 선호도를 조사하였는데

한류콘텐츠 프로그램으로 구분된 스타 팬 사인회, 드라마 촬영지, 공연상품관람이 가장 선호하는 프로그램으로 선정되었다. 이희승 외 (2006)의 연구에서는 관광유형에 따른 영향요인을 분석하였는데 한국 드라마 혹은 영화 시청을 자주 하는 여성으로 일본, 중국, 미국 혹은 캐나다인이 많은 것으로 조사 되었으며 미디어 영향 요인으로 한류스타와 동행 관광, 촬영지 방문, 콘서트 관람, 팬클럽 참여 등의 한류에 관련된 관광유형이 가장 설명력이 높게 나타났다. 이는 본 연구가 중국, 미국, 일본을 대상으로 한 것과 미디어 영향으로 한류관광에 영향을 미치는 것이 같은 맥

의 영향을 미친다’, 그리고 H4의 ‘원화대비환율은 관광수입에 정(+)의 영향을 미친다’의 세 가설이 해당된다. 가설 H2의 검증 결과 p값이 0.000으로 1% 유의수준에서 유의함을 알 수 있다. 가설 H3의 검증 결과 CPI(소비자물가지수)는 p값이 0.634로 10% 유의수준에서도 유의하지 않은 변수로 나타났다. 가설 H4의 검증 결과 원화대비환율(FX)은 계수 2.803748이며 p값 0.008로 1% 유의수준에서유의하다.

관광수요에 영향을 미치는 변수로서 국내총생산(GDP), 소비자물가지수(CPI), 환율 등의 경제 지표에 대한 중요성을 언급한 연구들이 이어져

<표 4> The effect of variables on tourism income

Variable	Hypotheses	Fixed effect model			Random effect model		
		Coef.	z	p> z	Coef.	z	p> z
Hallyu	H1	.0000114	2.36	0.022**	.0000162	2.59	0.010**
GDP	H2	4.45e-10	3.80	0.000***	1.43e-12	0.04	0.968
CPI	H3	-20.751	-0.48	0.634	127.8346	7.21	0.000***
FX	H4	2.803748	2.78	0.008***	-1,002153	-2.15	0.031**
_cons		-2657.296	-0.75	0.459	-10160.73	-5.98	0.000***

p<.05, *p<.01

라이라고 할 수 있겠다. 설문조사가 아닌 실제 데이터를 사용한 연구도 있었는데 이원희(2011)의 ‘신한류를 활용한 인바운드 관광정책 방향’연구에서 “2010년 기준 한류관광객의 1인당 소비액은 1,100달러 정도로 한류관광을 통한 수입 창출 효과는 대략적으로 5억 달러 정도로 추정할 수 있으며 지속적으로 늘어나고 있는 추세”라고 하였다. 선행연구에서 보았듯 한류콘텐츠를 통한 한류의 영향은 방한 외래 관광객에 많은 영향을 미치는 것을 알 수 있었다.

두 번째, 경제지표가 관광수입에 미치는 영향에 대한가설을 검증하였다. 가설은 H2 ‘GDP(국내총생산)은 관광수입에 정(+)의 영향을 미친다’, H3의 ‘CPI(소비자물가지수)는 관광수입에 정(+)

왔으나 관광수입에 경제지표가 영향을 미치는가에 대한 연구는 많이 부족하였다. 또한 관광수입 함수 추정에 있어서 대부분의 연구들이 1인당 지출경비를 통한 추정이 많았으나 본 연구에서는 실제 사용금액을 사용하여 그 신뢰성을 높였다고 할 수 있다. 일반적인 관광수요와 마찬가지로 기존연구에서 언급되었던 국내총생산, 환율 등의 경제지표 변수들이 유의한 영향이 있음이 확인 되었으나 ‘가격’의 대리변수로 사용하였던 소비자물가지수의 유의하지 않은 결과가 나타나 기존연구와는 다른 점으로 나타났다. 소비자 물가지수가 유의하게 나타나지 않은 연구들도 있었는데, 김학준(2014)의 연구에서는 국내총생산(GDP), 소비자물가지수(CPI), 환율, 국제유가 등

의 설명변수를 활용하여 관광수입함수를 추정하였는데, 물가뿐만 아니라 환율도 직접적으로 영향을 미치는 변수가 아닌 것으로 나타났다. 본 연구에서는 관광수입의 척도를 각 국가의 실제 관광지출금액을 데이터를 사용한 반면 김학준(2014)의 연구에서는 각 나라의 1인당 지출 경비를 사용함으로써 본 연구와는 약간의 다른 결과를 얻었다고 보여 진다. 또한 김성태(2014)의 연구에서 환율, 국내총생산(GDP), 국제유가, 소비자물가지수(CPI)등의 설명변수로 Inbound 관광객 수요함수와 Outbound 관광객 수요함수를 추정하였는데 Inbound 관광수요에서는 소비자물가지수가 유의한 변수가 아니었던 반면 Outbound에서는 유의한 변수로 나타났다. 즉 한국으로 입국하는 외래 관광객들에게는 한국의 물가수준이 관광입국자에 어떤 영향을 미치지 못한 반면, 한국인이 해외여행 시에는 해당 국가의 물가지수의 영향을 많이 받는다는 결과를 얻었다. 이를 두고 저자는 대상국가가 영국, 미국, 중국, 일본으로 상대적으로 한국보다 높은 수준의 경제적 위치로 인한 정보의 부족을 원인으로 꼽아서 설명하고 있다.

이처럼 정보의 부족으로 물가지수가 유의하지 않은 결과를 얻는데 영향을 미쳤을 수도 있으나 소비자물가지수는 여행가격의 대리변수로 사용되었던 점을 다시생각해보면, 외래 관광객의 자신의 국가물가지수가 한국과 비교하였을 때 높다면 한국으로의 여행가격이 저렴하다고 인식되어 영향을 미쳤을 수도 있다. 하지만 한국으로 입국하는 외래 관광객을 대상으로 했음에도 한국에 대한 물가지수가 아닌 각 국가에 대한 물가지수를 사용하였으므로 직접적인 영향이 적어 통계적으로 유의하지 않은 결과가 나타났다고 생각되어진다.

V. 결 론

본 연구에서는 패널데이터를 활용하여 관광수

입에 미치는 영향변수에 대해 알아보는 연구를 수행하였다. 패널분석은 횡단면데이터와 시계열데이터의 특성을 모두 포함하고 있는 패널데이터를 활용하여 분석하는 기법으로 한류 및 경제지표가 관광수입에 미치는 영향과 시간에 따른 동태적특성을 반영 하고자 하였다. 본 연구에서는 우리나라관광수요의 70%이상의 비중을 차지하는 중국, 미국, 일본의 외래 관광객을 대상으로 관광지출금액을 산출하여 관광수입의 수요함수를 추정 하고자 하였다. 관광수입에 영향을 미치는 설명변수로는 선행연구에서 주요하게 다뤄졌던 환율, 소득, 가격 뿐 아니라 한류를 결정요인으로 사용하였다. 한류는 한국 문화를 좋아하고 동경하는 현상으로 한국문화의 해외 확산이나 글로벌 시장에서 인기를 얻고 있는 현상으로 정의되고 있으며, 이러한 한류를 통해서 한국으로 입국하는 외래 관광객의 증가와 함께 관광수입 또한 증가하고 있다. 한류를 관광수입을 추정하고 결정요인으로 사용함으로써 한류와 경제요인들이 관광수입에 미치는 영향관계도 함께 알아보하고자 하였다.

이를 위해 미국, 중국, 일본 3개국의 외래 관광객을 대상으로 이들로 인한 국내 관광수입, 한류, 환율, 소득, 가격 5개의 변수의 횡단면데이터와 1998년부터 2014년까지 17년의 시계열데이터가 합쳐진 패널구조의 데이터를 활용하였다. 관광수입에 대한 한류 및 경제지표의 영향관계를 알아 본 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 패널 적합모형 채택을 위한 검정결과 고정효과 모형이 가장 적합한 모형으로 채택되었으며, 패널데이터의 시계열 독립성과 등분산성의 기본가정이 만족되었다. 따라서 고정효과 모형을 통해 추정결과를 얻을 수 있었다. 둘째, 한류는 관광수입에 정(+)의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 한류의 척도로 사용된 한류콘텐츠 수출액이 증가하면 한국으로 입국하는 외래 관광객의 수요가 증가하는 것으로 해석가능하다. 한류로 인해 증가하는 다양한 외국인 한류

팬 층을 외래 관광객으로 끌어들이 수 있는 종합적이고 체계적인 관광전략이 필요하며 다양한 한류콘텐츠 개발 및 한류를 더욱 확산 시킬 수 있는 전략이 필요하다. 이를 위해, 한류관광 활성화를 위하여 한류관광객의 현황 및 문제점을 정확히 파악하고, 한류 팬 층의 관광 행태 및 고객 요구사항의 정확한 이해가 필요하며 이를 위한 실증연구 등의 체계적인 연구가 필요하다. 또한 한류 팬의 성향에 따라 적절한 관광활동 및 프로그램을 개발해야 할 것이다. 예를 들면 한류콘텐츠와 관광활동의 연계 프로그램으로 한식, 쇼핑, 미용, 의료, 자연환경, 등과 한류관광의 팬 미팅, 공연관람, 촬영지 방문 등의 다양한 콘텐츠를 활용하여 한류 팬 층을 흡수해야 한다. 또한 이러한 한류 관광객에 대하여 재방문을 유도하거나 체재일 수를 늘려 고부가가치 창출을 위한 관광프로그램 및 상품개발이 필요하다.

셋째, 각 국의 국내총생산(GDP)은 관광수요에 정(+)의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 소득이 높아진다면 여유자금이 늘어나 여행에 대한 부담이 줄어들어 관광수요가 증가하는 것으로 해석 할 수 있다. 넷째, 원화대비 환율이 관광수요에 영향을 미치는 것으로 나타났다. Witte(1995)연구에서 관광객들이 물가의 변화보다 환율 변동을 더 쉽게 인지하기 때문이라는 인식과 각국의 통화가 원화대비 환율이 높아진다는 것은 자국의 통화 가치가 높아지는 것이므로 관광수요가 증가하는 원인이 될 수 있다. 다섯째, 소비자물가지수(CPI)는 관광수요에 정(+)의 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 김학준(2014)의 연구에서도 한국으로 입국하는 외래 관광객들에게 한국의 물가수준이 관광입국자에게 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 이는 한국보다 높은 수준의 경제적 위치로 인한 관광객이 한국의 물가에 대한 정보 부족을 원인으로 지목하고 있다. 관광객이 여행을 의사결정을 하는 것에 여행국가의 물가까지 파악 하고 오지 않는다고 보여진다.

여섯째, 한류의 영향으로 한국에 대한 관심이 증가하게 되면서 그 영향으로 한국을 방문한 외래 관광객이 증가하고 그에 따른 관광수입이 증가하는 양상을 보여 왔다. 하지만 한류에 대한 영향으로 관광수입의 영향을 미치는 것에 대해서 정확한 계산이 어려워 한류의 효과를 추정하거나 외래 관광객을 대상으로 한 설문조사에 의지한 연구들이 대부분이었다. 한류의 척도를 개발하고 서베이 조사방법이나 추세비교 등의 기존 연구와는 달리 관광수요에 한류가 미치는 영향을 분석할 수 있는 모델을 수립한 것에 대한 연구의 의의가 있다. 일곱째, 관광수입의 데이터를 1인당 관광지출금액을 사용하지 않고 각 나라의 실제 사용데이터를 사용하였는데 외래 관광객 수가 많다고 해서 관광수입이 반드시 증가하거나 관광수와 관광수입이 정비례하는 것은 아니므로 관광객 수에 대한 모형과 별개로 관광수입에 대한 모형을 수립한 것에 대한 연구의 의미가 있으며, 이러한 관광수입에 대한 한류, 소득, 여행가격, 환율 등과의 영향관계를 시계열 데이터와 횡단면 데이터의 통합 형태인 패널데이터를 활용하여 동태적인 특성을 반영하여 패널 분석 모델을 수립한 것에 대한 연구의 시사점이 있다.

마지막으로 중국, 미국, 일본을 대상으로 관광수입에 대한 한류 및 경제지표의 영향관계를 밝힌 것에 대한 연구의 의의가 있지만 예측한 관광수입추정량의 정확도(accuracy test)를 검증하는 과정을 추가한다면 관광수입의 추정에 대한 신뢰성을 높일 수 있을 것이다. 또한 한류콘텐츠 수출액으로 한류의 척도를 개발한 것에 대한 연구의 의의가 있지만 완벽하게 한류를 설명하는 척도로서는 부족한 점이 있으며, 주요국을 제외하고 한류의 척도로 사용한 한류콘텐츠 수출액에 대한 데이터가 부족하여 분석 대상이 주요국에 한정된다는 한계점이 있다. 향후 아시아, 유럽 및 중동의 다른 국가들을 포함하고 조금 더 설명력 높은 한류의 척도를 개발한다면 더욱 세밀하고 신뢰성 높은 관광수입을 예측 할 수 있을 것이다.

참고문헌

고정민(2012), 한류문화외관광, *한국관광정책*, (49), 33-40.

고정민 · 김영덕 · 노준석 · 심상민 · 유승호(2009), 한류, 아시아를 넘어 세계로, *한국문화산업교류재단*.

김성윤 · 이희찬 · 임은순(2008), 아웃바운드 관광객 수요함수 결정인자 추정: 패널데이터 모형을 적용하여, *한국호텔관광학회, 호텔관광연구*, 10(2), 220-234.

김성태(2014), 관광수요예측에 대한 실증연구: 패널 데이터 분석기법을 중심으로, *관광레저연구*, 26(1), 115-129.

김주연 · 이용주(2012), 한류관광 장기화 방안마련을 위한 연구: K-pop 콘서트 참가자를 중심으로, *한국관광공사*.

김태구 · 송두석(2006), ARIMA모형을 적용한 외국인 이용객 호텔객실 수요예측모형 선정: 서울 특1급 호텔을 중심으로, *호텔경영학연구*, 15(5),97~118.

김태구 · 서용건(2007), 패널데이터모형을 적용한 호텔 외국인 객실 수요 결정요인 추정, *한국관광학회, 관광학연구*, 31(1), 465~485.

김학준(2014), 패널 데이터분석기법을 활용한 관광수입 예측에 관한 연구, *관광레저연구*, 26(2), 493~504.

모수원(2004), 한국 인바운드 관광의 비교열위재 속성, *관광레저연구*, 16(3), 27~44.

모수원(2009), 경제변수의 변동이 국제관광수요와 공급에 미치는 장단기 효과, *한국산업경제저널*, 1(1), 39-58.

모수원(2010), 환율과 유가가 관광수요에 미치는 효과, *대한관광경영학회*, 24(6),27~38.

민인식, 최필선(2012), STATA 패널데이터 분석(Panel Data Analysis). (쑤지필미디어).

문화체육관광부 · 한국콘텐츠진흥원(2016), 콘텐츠산업 통계 2015, *문화체육관광부*.

박은숙 · 최혜수(2013), 한류가 관광지 이미지와 관광객 만족에 미치는 영향- 중국인 관광객을 중심으로, *관광연구*, 27(6), 57~73.

박진석(2009), 일본인 한국관광수요의 결정요인에 관한 연구, *관광학연구*, 33(2), 287~302.

송근석 · 송학준(2006), 국제관광수요 결정요인에 관한 연구- 방한 일본인을 중심으로, *호텔관광연구*, 21, 112-127.

유창근(2012), 인천한류관광콘서트 방문객의 소비지출 패턴 및 경제적 파급효과, *한국콘텐츠학회*, 12(8), 399-410.

이상미 · 정현영(2015), 중국관광객의 한류문화가 한식의 인지도와 태도에 미치는 영향, *한국외식산업학회지*, 11(1), 85-94.

이승곤 · 윤유식 · 김동일(2011), 한국의 인-바운드관광환경에 적합한 정량적 수요예측 기법의 최적 모델 검증에 관한 연구: 일본인 관광객 수요를 중심으로, *관광연구저널*, 25(4), 5-20.

이원희(2011), 신한류를 활용한 인바운드 관광정책 방향, *한국문화관광연구원*, 38.

이참(2012), 한류관광장기화 방안마련을 위한 연구 - K-pop 콘서트 참가자를 중심으로-, *한국관광공사*,

임형주 · 최종서(2012), 소유집중도가 기업성과에 미치는 영향, *대한경영학회지*, 25(8), 3265~3291.

전효재(2003), 국제관광 수요예측, *한국문화관광정책연구원*, 4.

정의선(2013), 중국 인바운드 관광수입의 수요예측 - ARIMA모형에 의한 시계열분석을 중심으로-, *호텔리조트연구*, 12(1), 135~157.

채지영(2011), 일본인의 한국 대중문화 소비 특성에 관한 연구: 한국 드라마 소비를 중심으로, *한국심리학회지*, 11, 823~844.

채지영(2014), 문화콘텐츠 수출 지원 정책 체계 개선 방안 연구, *한국문화관광연구원*, 31.

최병호 · 김영은(2010), 국내외브랜드 커피전문점의 방문수요, 만족도 및 행동의도에 관한 비교 연구-20대, 30대 중심으로-, *한국외식산업학회지*, 6(2), 77-95.

최병호 · 서태수 · 김인수(2011), 관광호텔 마케팅 전략에 관한 연구, *한국외식산업학회지*, 3(7), 145-159.

Ahn, S. C.,& Schmidt P. (1995), Efficient Estimation of Models for Dynamic Panel Data, *Journal of Econometrics*, 68, 5-27.

Ai, C. (1997), A Semiparametric Maximum Likelihood Estimator, *Econometrica*, 65, 933-963.

Aitchison, J., & S. D. Silvey (1958), Maximum-Likelihood Estimation of Parameters Subject to Constraints, *Annals of Mathematical Statistics*, 29, 813-828.

Baltagi, B. H. (2008), *Econometric Analysis of Panel*

- Data, *John Wiley & Sons Ltd.*
- David, J. R. (1995), Alternative Methods for Quantitative Analysis of Panel Data in Family Research: Pooled Time-Series Models, *Journal of Marriage and Family*, 57(4), 1065-1077.
- Drukker, D. M. (2003), Testing for serial correlation in liner panel-data models, *The Stata Journal*, 3(2), 168-177.
- Fang E., Palmatier R.W., & Steenkamp J.E.M. (2008), Effect of Service Transition Strategies on Firm Value, *Journal of Marketing*, 72, 1-14.
- Hoechle, D. (2007), Robust Standard Errors for Panel Regressions with Cross-Sectional Dependence, *The Stata Journal*, 7(3), 281-312.
- Lee, C. K., T. Var & Blaine, T. W. (1996), Determinants of inbound tourist expenditures, *Annals of Tourism Research*, 23(3), 527-542.
- Lee, C. K., H. J. Son, & Mjelde, J. W. (2008), The forecasting of international Expo tourism using quantitative and qualitative techniques, *Tourism Management*, 29(6), 1084-1098.
- Lim, C. (1997), An econometrics classification and review of international tourism demand models, *Tourism Economics*, 3(1), 69-81.
- Michael K.P., & David R.E. (1990), Testing the Rationality of Price Forecasts: New Evidence from Panel Data, *The American Economic Review*, 80(4), 714-735.
- Mintel(2003), Lord of the Rings Market Research Summary report, *Tourism New Zealand*.
- Oh, C. O. (2005), The contribution of tourism development to economic growth in the Korean economy, *Tourism Management*, 26(1), 39-44.
- Park H. M. (2009), Linear Regression Models for Panel Data Using SAS, Stata, LIMDEP, and SPSS, Indiana University, *University Information Technology Services*.
- Qu, H. & , Lam, S. (1997), A travel demand model for Mainland Chinese tourists to Hong Kong, *Tourism Management*, 18(8), 593-597.
- Quayson, J. & Var, T. (1982), A tourism demand function for the Okanagan, BC, *Tourism Management*, 3(2), 108-115.
- Riley, R.W., Doren, V. C. S.(1992), Movies as tourism promotion. A 'pull factor in a' push' location, *In Tourism Management*, 13(3), 267-274.
- Romano R., Næs T., & Brockhoff P.B. (2014), Combining analysis of variance and three-way factor analysis methods for studying additive and multiplicative effects in sensory panel data, *Journal of Chemometrics*, 25, 29-37.
- Song, H. & Witt, S. F. (2003), Tourism forecasting: accuracy of alternative econometric models, *International Journal of Forecasting*, 19(1), 123-141.
- Song, H. & Witt, S. F. (2006), Forecasting international tourist flows to Macau, *Tourism Management*, 27(2), 214-224.
- Thomas P., Vera T.E., & Philip M. (2005), Panel data analysis on comparative politics: Linking method to theory, *European Journal of Political Research*, 44, 327-354.
- Tuner, L. W., & Witt, S. F.(2001), Factor Influencing Demand for International Tourism: Tourism Demand Analysis Using Structural Equation Modeling, revisited, *Tourism Management*, 7, 21-38.
- Uysal, M. (1998), The Determinants of Tourism Demand: A Theoretical Perspectives, In: Ioannides and K. Debbage(eds), *The Economic Geography of the Tourist Industry: A Supply-Side Analysis*, London: Routledge.
- Walsh, K., Enz., C.A., & Canina, L.(2003), The impact of gasoline price fluctuations on lodging demand for US brand hotels, *International Journal of Hospitality Management*, 23(5), 505-521.
- Witt, S. F., & Moutinho, L. (1995), Tourism Marketing and Management Handbook, *Tourism Management*, 16, 627-629.
- Witt, S. F. & Witt, C. A. (1995), Forecasting tourism demand: A review of empirical research, *International Journal of Forecasting*, 11(3), 447-475.

Wooldridge J.M. (2002), *Econometric Analysis of Cross Section and Panel Data*, *The MIT Cambridge*.

2016년 11월 21일 접수
2016년 12월 15일 수정본 접수
2016년 12월 23일 최종 수정본 접수
3인 익명 심사 畢