

# 디지털경제에서의 한국 관광정책의 방향연구

A Study for the Direction of Korean Tourism Policy in Digital Economy

이응규\*

## 목 차

- I. 서론
  - II. 디지털경제와 관광경제
  - III. 디지털경제와 거시관광정책
  - IV. 디지털경제에서의 관광정책의 방향
  - V. 결론
- 참고문헌

Key Words: 디지털 경제, 관광경제, 거시관광정책, 물가안정, 노동시장, 생산성, 관광정책방향

## Abstract

According as the use of information and communication technologies and the Internet are advancing rapidly, the digital economy are no longer emerging or beginning today. They are here with ours already. We are living in a new era that the economic paradigm and structures are changed remarkably, namely the digital economy era. Tourism policy is crucial to tourism industry competitiveness by triggering changes in the digital economy. Better tourism policy in the digital economy should satisfy the tourist needs as well as create additional value for the tourism industry.

\* 순천향대학교 산업정보대학원 대우교수, unkorea@webtour.com, 011-229-5158

# I. 서론

인터넷이나 전자상거래 등의 디지털 기술의 확산으로 인한 디지털 혁명의 결과로 기업과 기업, 기업과 소비자간의 새로운 경제활동이 가능하게 된 디지털 경제(digital economy) 시대가 도래하고 있다. 즉 과거 산업혁명시대의 산업경제와는 전혀 다른 생산, 소비는 물론 고용, 문화생활에까지 변화를 주는 새로운 경제구조와 흐름을 21세기 들어 맞이하고 있다는 것이다. 이러한 디지털 경제는 그 규모가 예상을 초월하는 성장을 지속하여 21세기 경제성장의 주역으로 자리매김해 나가고 있는 상황이다(U.S. Department of Commerce, 1999). 이와 같이 세계경제는 정보통신기술(ICT)의 발달과 인터넷의 확산에 따른 결과로 디지털 경제로 급속하게 변화하고 있는데, 이에 따른 급격한 경제구조의 변화, 패러다임의 변화를 초래하고 있다.

이제 지난 세기의 산업경제사회를 토대로 하는 기존의 패러다임이 21세기 들어서는 디지털 경제를 근간으로 하는 새로운 패러다임으로 변화하고 있다는 것은 그 어느 누구도 의심할 여지가 없는 사실이 되었다. 디지털 경제로의 전환은 기존의 경제법칙과는 여러 가지 면에서 차이를 보이는 경제법칙의 변화뿐만 아니라 경제구조, 산업구조, 그리고 노동시장에까지 커다란 영향을 미치고 있는 실정이다(홍동표 외, 2000). 즉, 디지털 기술의 발전은 정보를 디지털화시켜 저장, 처리, 교환할 수 있도록 하였다는 것이다. 예를 들면, 하드웨어, 소프트웨어, 네트워크 부문에서의 기술발전은 기존의 경제에서 현찰, 수표, 영수증, 보고서, 대면회의 등 물리적(physical) 형태로 교환되어 제한적이었던 정보의 교환을 디지털 경제에서는 인터넷, 이동전

화, 디지털 TV, 전자카드 등 다양한 디지털 기기들이 등장하여 저렴한 비용으로 빠른 속도로 교환 가능하게 하였다는 것이다.

이와 같은 환경하에서 우리나라의 경우도 경제위기 이후에 정보통신기술의 발전과 전세계적인 네트워크인 인터넷을 기반으로 하는 디지털 경제의 영역의 급속한 성장으로 인하여 우리가 지금 처해 있는 위기상황의 탈출과 지속적인 성장을 가능하게 하는 새로운 동력산업으로 급부상하고 있다. 이러한 디지털 경제의 등장으로 인하여 관광산업의 환경 또한 다른 어느 때와 달리 급격하게 변화하고 있어서 우리나라 관광산업을 육성시키기 위한 관광정책의 방향설정이 매우 중요한 시점이라고 할 수 있다.

바람직한 방향의 한국 관광정책을 위해서는 지금까지와는 다른 디지털 경제에 걸맞는 새로운 조직과 절차를 통해서 다양한 관광정책과제에 대응할 수 있는 체계를 구축해야만 한다. 이제는 과거처럼 새로운 정책과제에 대하여 행정이 선도적으로 정책을 입안하고 대응하도록 내버려두어서는 안된다. 경제성장이 둔화된 국가재정에 우려를 갖게 됨으로 인해 행정주도형의 정책입안에 한계가 드러났기 때문이다(안중윤, 1997). 또한 급속하게 모든 사회전반적인 체제 및 경제구조까지 뒤트는 디지털 경제시대의 높은 파도를 극복할 수 없기 때문이다.

관광이 세계적인 거대 산업, 성장 산업, 그리고 동력 산업이라고 하면서도 지금까지 정부의 관광정책, 정부내 관광조직은 급변하는 디지털 경제에 효과적으로 대응하기 위한 체제도 갖추지 못했을 뿐만 아니라 못하고 있는 것이 사실이다. 21세기 디지털 경제시대에 관광산업의 경쟁력을 좌우할 뿐만 아니라 한 국가의 운명까지도 바꾸게 될 정책을 필요로 하고 있다. 그 중에서도 관광산업의 운명을 좌우할 관광정책 연구에 통풍이 잘되는 시기

라고 할 수 있다. 이러한 관광정책연구가 우리의 경제, 사회, 문화뿐만 아니라 일상생활 전반에 많은 변화를 촉발시키게 될 것이다. 또한 디지털 경제시대를 위한 관광정책의 연구는 과거 산업경제 시대에 관광산업이 지니고 있었던 물리적 제한성을 극복시켜주고 지속적으로 발전할 수 있는 추진력이 되어 줄 것이다(Buhalis, 2003).

따라서 본 연구는 이미 도래해 있는 디지털 경제시대를 위한 한국 관광정책의 방향에 중점을 두고 시행하여야 할 관광정책의 추진방향을 제시하고자 한다.

## II. 디지털경제와 관광경제

### 1. 디지털경제의 정의와 특성

#### 1) 디지털경제의 정의

디지털경제에서의 산업의 경쟁력은 기존의 경제법칙, 산업사회와는 다른 새로운 기업전략, 산업구조, 산업정책에 기초해야하는 필요성을 제기하고 있다. 이에 선진국을 중심으로 디지털경제에서의 새로운 기회와 변형을 선점하기 위한 연구가 꾸준히 이루어지고 있다. 이러한 상황에서 디지털경제는 최근 디지털기술이 발전되고 사회경제 각 부분에서 직간접적으로 사용되면서 나타나는 새로운 현상들을 대표하는 용어로 사용되고 있다.

1998년 이후 매년 발행되고 있는 미상무성의

“떠오르는 디지털경제(The Emerging Digital Economy)”보고서 시리즈에서도 IT산업과 관련된 성장, 생산성, 불가, 고용 등의 현상과 전자상거래에 관한 내용을 분석하면서 디지털경제에 대한 내용을 주로 다루기 시작했다. 특히 Tapscott(1996) 등 많은 연구자들이 디지털경제에 대한 수많은 연구들을 새로운 환경에서 변화하는 소비자, 기업, 정부의 모습을 디지털경제로 나타내면서 활성화되기 시작했다.

이러한 디지털경제는 일반적으로 “재화와 서비스의 생산, 판매, 소비 등 제반 경제활동이 디지털 기술과 네트워크에 의존하는 경제”라고 정의되고 있다(남상섭·조병철, 2002). 이 경우 디지털경제의 핵심은 컴퓨터를 통한 정보가공 및 통신, 인터넷 기술의 발전, 이에 따른 경제주체간의 네트워크 형성, 전자 네트워크의 상업적 활용으로서 전자상거래의 증대 등이라고 본다. 이와 같이 디지털경제는 디지털 기술의 발전 및 활용을 토대로 과거와는 다른 새로운 경제질서를 구축한다고 평가되고 있다. 그럼에도 불구하고 아직 디지털경제의 포괄범위와 개념에 대한 의견이 일치하지는 않지만 그 방향은 논의를 더해가면서 한 방향으로 가고 있다.

1990년대 들어 지시기반경제(knowledge-based economy), 신경제(new economy), 인터넷 경제(internet economy), 네트워크 경제(network economy), 사이버경제(cyber economy), E-economy 등의 다양한 용어들이 디지털 경제와 유사한 뜻으로 사용되면서 개념상의 혼란을 초래하고 있다. 따라서 <표 1>과 같이 이러한 용어들에 대한 상호개념 비교를 통하여 디지털경제를 명확히 구분해 볼 필요가 있다.

〈표 1〉 디지털경제와 유사한 개념의 상호비교

구분	내 용
지식기반경제	· 지식기반경제는 OECD에서 공식적으로 사용하기 시작하였고, 세계적인 동기가 이루어지고 있다. 지식의 창출, 파급 및 활용과 관련된 경제를 말함. · 지식기반경제는 교역자유화, 투자자유화, IT발전 등으로 지식/기술의 이전이 촉진되면서 이전 경제보다도 지식의 파급과 활용이 가치창출에서 차지하는 역할을 특히 강조하고 있음.
신경제	· 신경제는 1990년대 이후 미국의 고성장, 저실업, 저물가의 거시현상을 설명하던 용어임. · 글로벌화, 금융·기업구조조정, IT 투자확대를 통한 생산성 향상에 의한 결과로 분석하고 있음.
인터넷경제	· 인터넷경제는 인터넷이나 WWW(World Wide Web) 등으로 형성되는 네트워크화 되는 새로운 경제(smart economy)로 정의함.
네트워크 경제	· 경제시스템이 인터넷을 토대로 유무형의 네트워크망으로 연결되어 있어 경제주체간의 정보교류가 중요함을 강조하는 개념. · 디지털경제의 특성 중 경제시스템상의 특징을 강조한 개념임.
사이버경제	· 사이버경제는 컴퓨터 기술의 발전을 바탕으로 인터넷 등 가상공간, 가상경제주체의 출현과 거기에서 나타나는 여러 경제행위(전자상거래, 전자금융 등)를 의미. · 디지털경제의 경제활동이 주로 가상공간에서 이루어지는 점을 강조한 개념으로 새로운 경제활동영역인 가상공간에 국한되는 디지털경제의 하위개념임.
E-economy	· IT 발전과 파급에 기초하여 변화하는 경제로 정의됨.

자료 : 홍동표·이원준·이재성(2000) : 박용선(2000) : 남상섭·조병철(2002) : 삼성경제연구소(2003)에 의거하여 필자가 재작성한 것임.

이와 같이 다양한 용어와 다양한 해석이 있지만 공통적인 것은 인터넷이나 전자상거래 등 디지털 기술의 발전과 빠른 보급은 이전과 다른 모습의 경제가 출현하고 있다는 것을 인식하고 있고, 변화하는 모습을 설명하고자 한다는 것이다. 또한 디지털 기술이나 디지털 재화가 시장에서 검증되지 않았고, 기업역시 디지털 기술을 이용한 새로운 기업조직이나 비즈니스 모델을 확립하고 있는 상황이고, 법제도 역시 새로운 환경을 주도할 만큼 정비되어 있지 않고, 또한 빠르게 변화하는 상황을 보여주는 통계가 제공되지 않는 등 아직까지 성숙되지 않은 디지털경제는 공감대를 갖는 정의를 갖기까지는 시간이 걸릴 것으로 예상하고 있다.

## 2) 디지털경제의 특성

디지털경제의 특성을 정리하면 다음과 같이 나누어 볼 수 있는데, 이에 대한 구체적인 내용은 다음과 같다.

첫째로, 네트워크 효과의 강화이다. 디지털경제에서는 가치창출에서 지식·정보·기술의 역할이 증대되고 네트워크 효과에 따른 확대지향의 균형(positive feedback)이 지배한다는 것이다. 이는 모든 사람이 실질적으로 다른 사람과 정보교환을 하는데 거의 비용이 들지 않는 것(zero cost)이 가능해졌다는 것을 의미한다(Evans and Wurster, 1999). 이로 인해 시장의 경쟁원리도 한 기업에 의해 시장이 지배되고 시장점유가 장기적으로 유지될 수 있는 가능성이 높아진다는 특성이 있다(Katz and Shapiro, 1994). 이와 같이 디지털경제의 특성인 네트워크 효과란 네트워크 규모가 커

질수록 네트워크 가치가 기하급수적으로 증가한다는 것을 의미한다. 이러한 특성은 앞으로 디지털경제에서 쉽게 볼 수 있는 사항이다.

둘째로, 소비활동의 급속한 변화이다. 이는 소비자들이 구매를 위한 거래비용과 상품 검색비용이 감소함으로 인해 낮은 가격으로 다양한 재화를 보다 편리하게 구매하게 됨으로서 소비자의 효용증대를 가져올 뿐만 아니라 정보불균형(information asymmetry)에 기인한 가격 불이익을 해결해 주고 있다(Hagel III and Singer, 1999). 또한 상품 판매자의 입장에서는 쿠키(cookie) 등 다양한 소비자정보 확보 및 분석 기법을 활용할 수 있어서 일대일 마케팅을 통한 맞춤형 산까지도 가능하게 하고 있다. 여기에 생산자로서의 소비자의 역할변화도 일어나고 있다. 이는 기업과의 직접대화를 통해 자신만의 수요를 반영시킬 수 있는 서비스도 가능해져 소비자가 가격을 지정하는 경매 비즈니스 모델을 탄생시켰다. 또한 소비자가 자신의 구매 의사를 공개하는 역광고(adverse advertising) 서비스가 아주 많이 등장하기 시작했는데, 이러한 서비스를 통해 소비자는 자신의 구매의사를 아주 저렴한 비용으로 효과적으로 전달할 수 있게 되었다는 특성이 있다. 이러한 예는 eBay(경매), www.priceline.com(비행기표 예매) 등에서 쉽게 찾아 볼 수 있다.

셋째로, 거래비용의 감소와 사업의 분할과 같은 기업활동의 변화를 들 수 있다(Cohen et al, 2000). 거래비용의 감소란 정보기술의 발달에 힘입어 정보의 수집과 처리가 신속, 정확하게 이루어지며 기업활동과정의 상태와 목적에 대한 긴밀한 관리를 가능하게 하고 수많은 과업들간의 조정이 유기적이고 신속하게 이루어지게 하고 있어 각종

거래비용을 절감시키는 것을 말한다. 또한 사업의 분할은 글로벌 경쟁, 규제완화, 전자상거래 등 정보기술의 도입으로 기업은 핵심사업을 중심으로 구조조정되고 주변사업은 분사하거나 외부조달하는 방식으로 전환하고 있다는 것이다(Brynjolfsson et al, 1994). 여기에 기업들은 자신이 비교우위가 있는 분야에 특화하고 전략적 제휴, 인수합병, 합작투자 등을 통해 다른 부문과 연계를 확산하고 있다. 특히 디지털경제에서는 신제품개발에 필요한 연구개발 투자액의 규모와 투자의 위험성이 하나의 기업이 담당할 수 없을 정도로 커짐에 따라 기업간 제휴는 더욱 활발하게 진행되고 있다. 이외에도 자신이 보유하지 않은 부문을 보완하기 위해서나 표준화 경쟁에서 유리한 위치를 차지하기 위한 수평·수직적 기업간 제휴도 디지털경제에서 흔히 나타나는 전략이 되고 있다.

넷째로, 시장구조의 변화이다. 이는 기존의 경제에서 진입장벽, 경쟁력 요인이었던 유통·판매망의 중요성이 인터넷과 전자상거래와 더불어 상대적으로 감소되면서 유통·판매망 구축을 위한 막대한 고정비용이 절감되고 있다는 것이다(Shapiro, 1999). 이에 따라 시장독점 가능성이 작아지고 진입장벽도 상대적으로 낮아지고 있다.<sup>1)</sup> 또한 네트워크 시장에서 거래되는 많은 제품의 비용구조는 기존의 제품의 비용구조와 비교할 때 상대적으로 낮은 한계비용과 높은 평균비용의 구조를 가지고 있다. 이에 따라 시장독점과 독점이윤에 대한 해석이 달라지고 있는 것도 특이할만한 사실이다. 기술발전이 빠른 속도로 진행되는 온라인 사업에서 이윤은 경영상 높은 위험, 높은 연구개발비용, 상품의 짧은 수명주기 등의 이유로 다른 산업의 이윤보다 높은 것을 인정하여야 하므로 폭리행위로 규제

1) 그러나 기술적인 진입장벽과 실질적인 진입장벽의 차이는 여전히 존재하고 있다. 즉, 기업을 설립하여 이윤을 내는 것은 온라인 하에서도 어렵다는 것이다. 또한 지적재산권, 기술표준, 기존 기업간의 계약관계 등이 온라인 시장에서도 여전히 새로운 진입장벽으로 작용하고 있다는 사실을 명심해야만 한다.

할 수 없다는 것이다. 독점이윤 또한 독창적인 아이디어나 신기술 보유에 대한 보상으로 간주할 수 있다는 것이다. 또한 급격한 시장변화의 구조를 가능하게 한 것이 탈중개화(disintermediary)이다 (배찬권 외, 2000). 기업과 기업, 기업과 소비자, 민간부문과 공공부문간의 직접거래가 가능해지면서 가치사슬에서 소비자와 공급자를 연결하는 단순중개기능은 배제되고 온라인을 이용한 새로운 유통·판매방식이 등장하여 새로운 시장을 형성하고 있다는 특성이다.

이외에도 지식과 정보 등이 경제활동에 필수적이며 핵심적인 요소가 되는 지식기반화의 특성, 정보교환이 실시간(real time)으로 이루어짐으로 인해 시간과 공간의 격차 없이 경제활동이 세계 각국에서 동시에 일어나 동시에 진행되는 실시간 경제를 구현한다는 특성이 있다.

## 2. 디지털경제와 관광경제의 효율성

디지털경제하에서는 인터넷을 통해 관광정보의 흐름이 자유롭게 이루어지기 때문에 관광정보가 신속하고 효율적으로 사용된다. 전통적으로 관광자의 관광활동을 지원하고 구성해주는 요소인 시간과 비용이 관광활동을 결정짓는 중요요인이었던 것처럼 이제는 정보 역시 관광자의 관광활동을 결정짓는 중요한 축으로 작용하고 있다. 관광정보는 하나의 독립된 생산요소로서, 또는 기존의 시간과 비용을 보다 효율적으로 결합하는 역할을 함으로써 관광경제의 생산성을 변화시킨다. 또한 네트워크를 따라 흘러 다니는 관광정보는 그 자체로서 새로운 관광행태를 창출하며, 관광자들은 다양한 관광정보를 신속하게 활용함으로써 삶의 질을 향상시킬 수 있다. 즉 디지털경제에서는 관광자의 관광행동을 구성하는 3가지의 경제활동 구조 자체가 변화되어 가고 있다는 것이다.

### 1) 디지털경제와 관광자

관광자가 관광상품을 전자상거래를 통해 구매를 하는 경우에 우선 구매비용을 줄일 수 있다. 즉, 과거의 관광자는 관광상품을 저렴한 가격에 구입하기 위하여 많은 탐색비용을 지불하였으나 인터넷의 도입에 따라 이러한 구매비용을 크게 줄일 수 있게 되었다. 또한 일괄구입, 공동구매, 역경매가 가능해졌을 뿐만 아니라 인터넷을 통한 24시간 접속은 관광자의 시간제약을 제거하여 소비의 편리성을 도모해 주고 있는 실정이다. 관광자의 관광활동을 결정하기 위한 3가지 요소, 즉 시간, 정보, 비용을 혁신적으로 지원해 주는 새로운 디지털기술의 발전으로 인하여 관광자의 관광활동에도 획기적인 변화가 발생하고 있는 것이다(이용규·김은희, 2002). 또한 관광을 구성하고 있는 3가지 요소에서도 급격한 변화가 이루어지고 있는 실정이다.

또 하나 디지털경제의 도입에 따라 맞춤형 관광의 확산이 급속하게 이루어지고 있다는 점이다. 즉 전자상거래를 통한 관광활동은 관광자의 취향과 과거 구매실적에 관한 축적된 고객정보를 가지고 관광자의 욕구에 효과적으로 대처하여 관광자에게 최대 가치를 제공하는 관계마케팅을 제공할 수 있다는 것이다. 이는 특정 관광자에게 적합한 서비스를 제공해 주는 것이 가능해졌다는 것을 의미한다. 또한 쌍방향 커뮤니케이션의 발전과 관광자 상호간의 정보교환으로 인하여 관광자의 주권이 크게 향상되었다는 점도 디지털경제시대에 관광자의 위상변화를 느낄 수 있는 좋은 사례가 되고 있다.

### 2) 디지털경제와 관광기업

디지털경제의 도입에 따라 관광기업경영에 있어서 생산성은 향상되었으나 관광기업의 이윤증가와 는 상관관계가 없다는 실증분석 결과들이 나오기

시작했다. 이는 디지털기술에 대한 투자가 관광기업 활동의 거래비용 및 생산비용을 감소시켜 생산성 향상을 실현한 반면에 낮은 진입장벽으로 인한 경쟁 촉진, 가격하락 등으로 이윤은 그만큼 증대할 수 없었음을 의미한다고 할 수 있다(Brynjolfsson et al, 2000; 이용규, 2001). 이제 관광기업의 디지털 기술에 대한 투자는 한 기업만이 보유하는 독점적인 노하우(know-how)가 아닌 생존을 위한 전략적 필수재(strategic necessity)임을 의미하고 있다. 그러나 많은 연구(Roach, 1987; Berndt and Morrison, 1995; Tapscott, 1996; Brynjolfsson et al, 1997; Brynjolfsson et al, 2000)를 통해 얻어진 공통된 연구결과는 디지털기술에 투자하더라도 그 기업들이 모두 성공적인 결과를 얻어낼 수는 없다는 것이다. 따라서 이러한 디지털기술 투자 효과를 극대화하기 위해서 Carley(2000)나 Kling and Lamb(2000)은 분권화된 기업조직, 디지털 기술활용능력을 갖춘 인력 개발 등 흡수능력을 갖추어야만 한다고 지적하고 있다. OECD(1998; 1999; 2000a; 2000b)도 새로운 디지털경제에서 생산적인 일터를 만들기 위해서는 핵심사업에 집중하고 주변사업은 외주, 디지털기술의 효과적인 이용, 수직적·계층적인 구조에서 수평적인 기업구조 형성, 잘 교육받고 보다 대응적인 노동자, 소규모 또는 자체적으로 운영되는 다수의 그룹 등과 같은 공통점을 지닌다고 지적하였다.

또한 인터넷은 공통적인 브라우저의 사용으로 어느 기업과도 비용의 부담없이 접속할 수 있게 되었고, 개방적인 인터넷에 기반한 B2B 시장은 관광기업간 거래를 동태적이고 다자적인 관계(dynamic and multilateral, many-to-one-to-many relationship)로 전환하고 있다는 것도 우리가 고려해야 하는 변화중의 하나이다.

### 3) 디지털경제와 관광산업

디지털기술을 집약적으로 사용하는 관광산업의 경우에는 디지털로 인해 생산성이 증가한 것처럼 보이기에는 하나 두드러지게 증가했다는 증거가 발견되지 않아 이에 대한 논란이 가중되고 있는 상황이다. 항공, 운송, 그리고 숙박 등과 같은 기존 관광서비스업의 성장을 가능하게 한 서비스 인프라의 구축이나 관광정보처리업 같은 신규 서비스업의 출현과 성장의 배경에는 도움이 되었어도 실질적인 관광산업을 구성하고 있는 개별 기업 자체의 성장은 상대적으로 두드러지지 않았다는 것이다(권남훈, 1999). 미국의 경우 디지털기술 사용 서비스업은 과거 30년에 걸쳐 디지털 투자를 완성했음에도 불구하고, 1990년에서 1997년 사이에 생산성이 오히려 감소하였다는 것이다.

이는 Brynjolfsson and Hitt(2000)의 지적처럼 눈에 보이는 생산과 투자만을 측정하는 기존의 성장회계(growth accounting) 방식은 디지털 투자로부터 창출되는 정성적(定性的)인 측면을 고려하지 못한 결과라고 할 수 있다. 즉 비즈니스 프로세스 개선을 위한 투자, 인력개발 투자 등 디지털 투자를 보완하는 후속투자(digital-related complementary investment)를 비용으로 취급하고 또한 디지털 투자에 의한 재화나 서비스의 품질향상, 신상품 개발, 고객서비스 개선, 신속성 등이 생산에 반영되고 있지 않아서 디지털 투자의 경제성과가 과소평가된다고 주장하였다. 따라서 미래의 디지털 투자는 반드시 이에 대한 고려가 신중하게 이루어져야만 한다.

## Ⅲ. 디지털경제와 거시 관광정책

따라서 이러한 현실인식에 기초할 때 본 연구에서 제시하는 디지털경제에서 고려해야 할 거시적인 측면에서의 관광정책을 다음과 같이 크게 3가지 차원으로 나누어 볼 수 있다.

### 1. 비용측면에서의 물가안정

디지털경제에서의 거시관광정책을 살펴보면, 비용면에서 디지털기술을 활용한 전자상거래의 활성화가 관광산업 전체의 물가를 안정시킬 수 있다는 것이다. 이는 <표 2>와 <표 3>에서 보는 바와 같이 전자상거래가 가격인하를 가능하게 해준다는 것이다. B2B 전자상거래 시장을 통해 조달 및 소멸(perishable)에 따른 비용을 절약하고 효율적인 관계를 형성하여 생산원가를 낮추어 준다는 것이다. 특히 잦은 거래로 인한 비용이 높은 교통 및 항공운송 상품, 상품에 대한 수요변동이 비교적 큰 관광산업의 보호(hedging)를 위한 B2B 시장의 활용 인센티브가 크다는 점도 이를 뒷받침하고 있다.

### 2. 노동시장의 구조적인 변화

디지털경제시대에는 노동시장의 구조적인 변화가 발생한다는 점을 고려한 거시관광정책이 입안되어야 한다는 점이다. 이는 디지털경제가 ICT산업의 발전으로 인하여 일자리 창출과 동시에 일자리가 감소하는 다산다사효과(churning effect)를 발생시킨다는 것을 의미한다(남상섭·조병철, 2002). 이와 같은 다산다사효과는 전 산업에 걸쳐 발생하나 전체적으로는 관광산업의 고용흐름에 플러스 영향을 줄 것으로 예상하고 있다. 또한 여성 고용의 비중이 확대되고 이들의 경제활동 참여를 촉진시키는 계기가 될 것이다. 디지털경제시대에는 특히 노동수요측면에서 성별차이를 축소시켜 여성들이 산업사회에 비해 더욱 중요한 역할을 수행하게 될 것이다. 즉 디지털경제에서는 사람의 육체적 노동력과 기계 등이 지배하는 농경사회나 산업사회에서와는 달리 사람의 지적활동, 창의적인 아이디어, 감성 등이 중요해지기 때문에 여성의 역할도 변화하게 되어 경제활동 참여를 촉진하게 된

<표 2> 전자상거래를 통한 유통비용 절감

(단위 : 달러/거래)

구분	항공기 티켓	청구서 지급(bill payment)
기존방식	8.0	2.22-3.32
전화활용	-	-
인터넷활용	1.00	0.65-1.10
절감율(%)	87	71-67

자료 : OECD(1999), p.63에서 인용.

<표 3> B2B 전자상거래를 통한 비용 절감 가능성

산업	비용절감 비율
식품산업	3-5
항공운송산업	15-20

주 : 비용 절감은 전체 투자비용(total input costs)에서 차지하는 비중(%)  
 자료 : Goldman Sachs(2000).



다는 점이다. 또한 고용의 형태도 변화하여 노동과 통근의 일치를 요구하지 않은 재택근무나 텔레워크가 활성화되고, 관광기업의 비용절감에 대한 압력과 업무의 아웃소싱이 확산되는 경향에 따라 고용형태의 다양화가 빠르게 진전된다는 것이다. 따라서 이와 같은 고용의 유연화가 진전되면서 고용 측면의 불안정성은 증대될 전망이다. 이와 더불어 고용의 질적인 구조변화가 동시에 진행될 것이라는 점이다. 즉 과거의 특정 직무위주의 기술보다는 평생학습이 요구되는 광범위한 기술과 노동기능의 향상이 필요하게 된다는 점이다. 따라서 디지털경제에서 거시관광정책은 고학력, 고숙련, 다기능 노동에 대한 수요를 대응할 수 있는 준비를 해야만 한다.

### 3. 지속적인 생산성의 향상

디지털경제시대에 대두되고 있는 생산성 향상의 의문을 뒤로하고 이러한 향상의 확산을 지속하고 유지할 수 있는 관광정책은 무엇인가? 이는 디지털기술에 대한 지속적인 투자로 인한 관광산업의 생산성의 향상으로 보기보다는 관광산업의 전략적인 발전을 중요시하는 일관된 관광정보화정책의 추구에서 그 이유를 찾아야 한다고 볼 수 있다. 국내·외의 급속한 환경변화는 우리에게 새로운 변화를 요구하고 있다. 이러한 상황에서 세계 각국의 관광정보를 제공하는 인터넷 기반의 네트워킹 시스템 하에서 국가와 지역의 다양한 관광정보를 제공함으로써 자국의 관광홍보를 하고 관광산업계에 적합한 관광자 지향(tourist-oriented)의 관광정책을 집행하기 위해 디지털경제로의 이행을 추진하고 있다는 점이다. 결국 생산성의 향상문제는 이에 대한 부차적인 문제로서 앞으로 우리 나라의 관광산업이 경쟁이 극심한 국제관광환경에서 도태되지 않고 살아남기 위한 관광자 지향의 대응태세를

갖추기 위함이라는 것을 알 수 있다.

이와 같이 디지털경제를 위한 거시적인 측면에서의 관광정책입안시 고려해 할 사항이 있다는 것으로 조사되었지만, 현재 정부, 공공기관, 관광산업부문에서 고려하는 관광정책의 대부분이 미시적인 단발마적인 관광행정 집행에 국한되어 있어 이에 대한 대책이 시급하다 할 수 있겠다.

미래 디지털경제시대에 더욱 다양한 관광자의 수요에 대응하기 위해서는 각종 관광관련 노동, 교육, 통계, 법령, 투자 등에 대한 정보를 포함하는 거시적인 지식기반 정책지원 시스템으로 전향하는 사고의 전환이 우선되어야 할 것이다. 또한 광범위한 관광정책 요구를 수용하기 위해서는 이미 추진되어 있는 문화관광부, 광역 및 기초자치단체와 통계청, 건설교통부, 법제처 등 유관기관의 관광행정과 중복이 되거나 편협된 정책집행이 이루어지지 않도록 하기 위한 관광정책의 방향이 제시되어야 한다.

## IV. 디지털경제에서의 관광정책의 방향

디지털경제에서의 한국 관광산업의 발전을 위한 관광정책의 기본방향은 생산성 향상, 국제화, 정부기능의 재정리, 공공투자, 규칙제정이라는 표제 아래 관광정책의 방향을 설정해야 할 것이다. 이와 같이 디지털경제에서의 관광산업의 발전을 위한 한국 관광정책의 기본방향을 나누어 보면 다음과 같다.

### 1. 생산성 향상

미래 디지털경제시대의 관광정책이 보다 생산성을 향상시킬 수 있는 방향으로의 설정이 되어야 한다는 것이다. 이에 대한 구체적인 내용으로는 관광정보의 공동 활용방안, 관광부문 디지털화를 위한 기술개발, 관광부문의 전자상거래 대응, 국가간 관광정보 교류확대 등을 고려할 수 있다. 이를 위해서는 정보, 기술, 인적 교류 등의 활성화를 촉진할 국가간 공동 협력 사업의 전개를 지속적으로 해 나가고 국제적 위상 확보를 위한 선진화를 도모해야만 한다. 특히 21세기 동북아시아 관광중심국가로서의 위상확보를 위해 한국, 일본, 중국, 싱가포르를 대상으로 하는 동북아 Hub-Site를 구축하고 해당 국가들과 공동으로 관광정보화 시범사업을 발굴 추진하여 국가간 관광자원정보 및 정책교류를 적극 추진함으로써 생산성을 향상시킬 수 있을 것이다.

## 2. 국제화

20세기 말부터 진행된 경제의 국제화가 지식, 정보와 같은 정신적·무형적 차원으로 확대됨에 따라 세계경제의 단일화가 가속화되고 있는 상황이다. 이에 따라 국가간 상호의존성이 증가하고, 관광기업의 업무영역은 더욱더 전 세계로 급속히 확산되고, 관광기업간의 경쟁이 이루어지는 시장의 범위도 과거의 국내시장중심에서 세계전체로 확대되어 국경 없는 지구촌 단일경제시대가 도래하고 있다. 아울러 무역장벽이나 정치적 장벽도 사라지고 경쟁이 국제화되고 심화되어 관광시장의 형태가 완전경쟁시장에 거의 근접하고 있다. 따라서 이러한 국제화로 인한 업무영역의 확대나 단일경제의 상황에 대응하기 위한 관광정책의 국제화를 위한 방향연구가 시급하다고 할 수 있다.

## 3. 정부기능 재정리

디지털경제시대에 걸맞는 관광정책을 집행하기 위해서는 관광정책 입안과 관광행정의 효율성을 극대화할 수 있는 방안으로 정부내 관광관련 기능들을 재정리하는 것이 중요하다고 할 수 있다. 이는 관광정책과 행정을 원활하게 지원해주기 위한 최상의 방안이라고 할 수 있다. 즉, 종합적이고 체계적인 관광정책입안과 관광행정 구현을 위한 정부 기능들의 재정리는 관광자에게 관광행정정보서비스의 제공의 효율성을 극대화할 수 있는 방안이라고 할 수 있다. 또한 관광행정정보서비스에 대한 정부기능의 전담기관의 역할을 분류하고 책임을 지음으로서 미래 디지털경제의 급변성에 효과적으로 대응할 수 있다는 것이다.

## 4. 공공투자

디지털경제시대의 관광산업의 발전을 위해서 관광분야의 디지털기술의 발전과 관련된 지적·인적·재정적 자산을 창출하기 위한 기초 연구, 인력개발 등과 같은 교육에 투자하는 관광정책을 시행해야 한다는 것이다. 관광이 많은 경제적 영향을 가진 산업으로서 중요한 지위를 차지하기 위해서는 그 기능을 충분히 발휘함과 동시에 끊임없이 다양화되고 있는 관광자의 여러 가지 요구에 부응하지 않으면 안된다. 관광산업이 관광자의 욕구를 만족시키고, 사회적으로 높은 평가를 받기 위해서는 관광산업의 분야에 교육, 연구를 충실히 할 수 있는 여건마련을 위한 공공투자가 지속적으로 이루어져야 한다. 이를 뒷받침하는 관광정책의 형성이 무엇보다도 중요하다고 할 수 있다.

## 5. 규칙제정

관광산업을 위한 관광정책의 규칙제정의 방향은 개방(open institutions)과 경쟁(open

competition)을 확립하고 유지하는 데에 초점을 맞추어야 한다는 것을 의미한다. 즉 시장개방, 규제완화(deregulation)를 통한 경쟁촉진으로 관광기업이 경쟁력 확보를 위해 신기술에 투자하도록 유도해야 한다. 이러한 디지털기술에 대한 투자확대를 통하여 거래비용의 감소, 효율경영의 실현 등을 달성할 수 있다는 것이다. 경쟁의 개념은 평생직장의 개념이 무너지고 경쟁이 치열해지는 노동시장에서 개인은 자기계발을 위해 컴퓨터나 언어에 시간과 돈을 투자하고 있다. 이와 같은 노동시장의 활성화를 위하여 각종 교육의 기회제공과 관(官)·산(産)·학(學)의 협력체계를 구축하는 관광정책의 빠른 형성을 바랄뿐이다.

## V. 결론

디지털 혁명은 새로운 패러다임을 요구하고 있고 새로운 경제원리나 구조에 커다란 변화를 초래하고 있다. ICT 산업의 발전에 기초하고 있는 디지털경제에서는 대규모의 관광정보를 시간과 공간, 비용의 제약없이 주고받을 수 있게 되었다. 이에 관광객, 관광기업 그리고 정부는 효율적인 거래를 통해 많은 혜택을 실현하고 있다.

먼저 관광객의 경우 관광기업의 효율적 경영과

낮은 진입장벽에 따른 경쟁의 결과로 다양한 관광상품을 저렴한 가격에 구매할 수 있게 되었다. 관광기업 역시 디지털기술을 활용하여 조달, 재고, 판매, 유통비용 등을 절감하는 효율적 경영을 실현하고 생산성을 향상시키고 있다. 또한 국가경제 차원에서의 디지털경제는 관광시장의 확대와 신산업의 창출을 통해 생산 및 고용창출에 기여할 전망이다.

그러나 이러한 디지털경제에서 전망되는 혜택은 모든 기업이나 국가에서 실현되고 있는 것은 아니다. 우리는 이와 같은 ICT 산업에 대한 투자로부터의 혜택을 충분히 실현하기 위해서는 과거와는 다른 경제구조가 우선적으로 건설되어야 한다는 것을 지적할 수 있다. 디지털경제에서의 관광경제의 흐름은 기존의 경제법칙과는 여러 가지 면에서 차이를 보이고 있고, 디지털경제에서의 경쟁력은 산업사회와는 다른 새로운 기업구조와 산업정책에 기초하고 있기 때문이다.

이러한 상황에서 본 연구는 디지털경제에서의 한국 관광정책의 방향연구를 통해 제시한 관광정책의 방향은 생산성 향상, 국제화, 정부기능 재정리, 공공투자, 규칙제정 등 다섯 가지이다. 이를 통해 디지털경제시대에 관광산업의 경쟁력을 확보하고 국내·외 관광객의 관광욕구를 충족시킬 뿐만 아니라 관광기업의 부가가치를 창출할 수 있는 기회를 제공할 수 있는 계기를 마련하고자 하였다.

## 참 고 문 헌

1. 광용선, “디지털경제의 실체”, 『지식경제 리포트』, 현대경제연구원, 2002. 2.
2. 권남훈·김종일·김희수·오정숙, 『정보통신 기술발전에 따른 인력수요 및 직업변화』, 정보통신정책연구원, 1999. 12.
3. 남상섭·조병철, “디지털경제의 발전과 경제 패러다임의 변화”, 『창업정보학회지』, 한국창업정보학회, 2002, 제5권 제1호.
4. 배찬권 외, “디지털경제에서의 유통구조의 변화”, 『정보통신정책이슈』, 정보통신정책연구원, 2000, 제12권 2호.
5. 삼성경제연구소, “전통기업의 디지털 전환전략”, 『CEO Information 246호』, 2000. 5. 17.
6. \_\_\_\_\_, “디지털변혁기와 국내기업의 약진”, 『CEO Information 410호』, 2003. 7. 23.
7. 안종윤, 『관광정책론-공공정책과 경영정책-』, 박영사, 1997.
8. 이용규, “여행기업의 정보화투자 평가에 대한 실증적 연구”, 『관광정책학연구』, 한국관광정책학회, 1999.
9. \_\_\_\_\_, “지방정부 인터넷 관광정보서비스의 중요성공요인에 관한 연구”, 한양대학교 대학원 박사학위논문, 2001.
10. \_\_\_\_\_, 김은희, 『관광과 문화』, 대왕사, 2002.
11. 홍동표·이원준·이재성, 『디지털경제에서의 기업 및 산업구조와 정책연구』, 정보통신정책연구원, 2000. 12.
12. Berndt, E. and C. J. Morrison, “Hightech Capital Formation and Economic Performance in U.S. Manufacturing : Evidence from the Annual Survey of Manufactures”, Quarterly Journal of Economics, 1994, Vol.109, pp.367-397.
13. Brynjofsson, Erik and Lorin M. Hitt, “Breaking Boundaries”, Information Week, 1997, September 22.
14. \_\_\_\_\_, Erik and Lorin M. Hitt, Beyond Computation : Information Technology, Organization Transformation and Business Performance, 2000. mimeo.
15. \_\_\_\_\_, Erik and Brian Kahin, Understanding the Digital Economy : Data, Tools, and Research, 2000, The MIT Press.
16. \_\_\_\_\_, Erik, Thomas W. Malone, Vijay Gurbaxani and Ajit Kambil, An Empirical Analysis of the Relationship Between Information Technology and Firm Size, 1994, mimeo.
17. Buhalis, Dimitrios, eTourism : information technologies for strategic tourism management, Financial Times : Prentice Hall, 2003, pp.6-78.
18. Carley, Kathleen M., “Organizational Change and the Digital Economy : A Computational Organization Science Perspective”, in Understanding the Digital Economy : Data, Tools, and Research edited by Erik Brynjoolfsson and Brian Kahin, The MIT Press, 2000.
19. Cohen, Stephen S., J. Bradford Delong,

- John Zysman, "Tools for Thought : What is New and Important About the E-economy", BRIE Working Paper, 2000, No.138
20. Evans, P. B. and Thomas S. Wurster, *Blown to Bits*, Harvard Business School Press, 2000.
  21. Goldman Sachs, "The Shocking Economic Effect of B2B", *Global Economic Paper*, 2000, No.37.
  22. Hagel III, J., and Marc Singer, *Net Worth*, Harvard Business School Press, 2000.
  23. Katz, Michael and Carl Shapiro, "Systems Competition and Network Effects", *Journal of Economic Perspective*, 1994, Vol.8, No.3, Spring.
  24. Kling, Rob and Robert Lamb, "IT and Organizational Change in Digital Economies : A Sociotechnical Approach", in *Understanding the Digital Economy : Data, Tools, and Research* edited by Erik Brynjolfsson and Brian Kahin, The MIT Press, 2000.
  25. OECD, *The Knowledge-based Economy*, 1996.
  26. \_\_\_\_\_, "Use of Information Networks and Their Impact on Organizational Structures : Firm-Level Evidence from Japan, Information Technology Outlook, 1997.
  27. \_\_\_\_\_, *Technology, Productivity and Job Creation*, 1998.
  28. \_\_\_\_\_, *The Economic and Social Impact of Electronic Commerce : Preliminary Findings and Research Agenda*, 1999.
  29. \_\_\_\_\_, "A New Economy? - The Role of Innovation and Information Technology in Recent OECD Economic Growth", DSTI/INS/STP/ICCP(2000)1/REV1, 2000a.
  30. \_\_\_\_\_, *Korea and the Knowledge-based Economy : making the Transition*, 2000b.
  31. Shapiro, Carl, "Competition Policy in the Information Economy". mimeo, 1999, August.
  32. Tapscott, Don, *The Digital Economy : Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence*, McGraw-Hill, 1999.
  33. U.S. Department of Commerce, *The Emerging Digital Economy*, 1998.
  34. \_\_\_\_\_, *The Emerging Digital Economy II*, 1999.
  35. \_\_\_\_\_, *Digital Economy*, 2000.