

Vol.12 | 2024.02

YANOLJA RESEARCH INSIGHTS

대한민국 관광 중소기업 디지털전환을 위한
온라인 B2B 플랫폼 제언

변재문

yanolja research

CONTENTS

Issue	01
대한민국 관광 중소기업 디지털 전환을 위한 온라인 B2B 플랫폼 제언	
Appendix 01	09
주요 경제지표	

대한민국 관광 중소기업 디지털 전환을 위한 온라인 B2B 플랫폼 제언

변재문

세종대 호텔관광경영학과 교수
jaemun.byun@sejong.ac.kr

수출 제조업 중심의 글로벌 경제 선진국으로 도약한 우리나라에서 대표적인 서비스 산업인 관광산업은 고용 기여도, GDP 기여도 (한국 2.8% vs. 글로벌 10.3%), 일인당 생산성 (OECD 국가 평균 대비 약 60%) 등 다양한 지표에서 여전히 글로벌 관광산업 선진국 대비 열위에 있다. 따라서, 우리나라의 지속적인 경제 성장을 위해서는 수출 제조업과 더불어 대표 내수 서비스 산업인 관광산업이 양적 및 질적 성장이 요구되며, 특히 인구감소, 지방소멸, 자영업 침체 등 당면한 국내 문제를 극복할 주요 동력으로 관광산업 활성화¹가 필수적이다.

최근 모바일 디바이스 및 디지털 기술 보급, 플랫폼 경제 활성화와 함께 관광기업 경쟁력 강화를 위한 디지털 전환(Digital Transformation)이 주목받고 있다. 관광산업 가치사슬 영역에서 인공지능(AI), 사물인터넷(IoT), 빅데이터, 클라우드 컴퓨팅 등 디지털 기술이 활용되며 산업구조 및 생태계가 전환하고 있다. 그러나, 국내 관광산업은 모바일 및 ICT 기술 도입, 빅데이터 활용 등 디지털 전환 기준에서 낮은 수준으로 평가됐다².

우리나라 관광산업은 중소기업 비중이 매우 높은 영세한 구조(2021년 연간 매출 5억원 미만 92%, 고용인원 10명 미만 88%)이나, 대부분 중소기업은 디지털 기술을 전혀 활용하지 않거나 초기 시스템 구축 수준으로 조사됐다². 반면, 디지털 기술로 무장한 OTA 등 글로벌 관광기업이 국내 숙박 예약 점유율을 절반 이상을 차지하는 등 로컬 중소기업 대비 월등한 경쟁우위를 확보하고 있다.

이미 디지털 환경에 익숙한 국내외 관광객에 대응하고(2020년 글로벌 OTA 매출 비중 94%), 관광 서비스 경쟁력을 강화하기 위해 관광 중소기업의 디지털 전환은 당면한 이슈이나 현실적으로 자체적인 디지털 전환은 어려운 상황이다. 실제로 국내 관광기업의 디지털 시스템 구축은 홈페이지 제작 위주로 예약, 유통, 결제, 판매, 마케팅 등 대부분 영역에서 미흡한 수준으로 평가됐다².

따라서, 필자는 우리나라 중소기업의 디지털 생태계 진입을 지원하는 현실적인 정부 정책 제시하려 한다. 특히, Expedia, Booking Holdings, Trip.com, Airbnb 등 글로벌 OTA 플랫폼 사업자 중심의 디지털 관광산업 생태계에서 국내 관광 중소기업이 경쟁우위를 확보할 수 있도록 관광 서비스 생산 및 운영 영역 뿐만 아니라 유통, 판매, 마케팅 영역에서 디지털 접근성을 제고하는 정부 정책이 필요하다. 예를 들어, OECD는 관광산업 디지털 전환을 위해 정부에서 우선적으로 관광 중소기업의 디지털 역량을 강화하고 디지털 기술 기반의 혁신 관광기업을 육성하는 정책을 권고한다.

1 장수청 (2024), 인구감소와 지방소멸 극복, 지역권역중심 인바운드 관광 활성화에 답이 있다, Yanolja Research Insights, Vol. 11, 1-4.

2 정광민 외 (2021), 관광산업의 디지털 전환 수준 진단과 정책대응 방향, 한국문화관광연구원

디지털 관광산업의 중소 관광기업 핵심 경쟁우위 (Core Competency)

디지털 중심 관광산업에서 중소 관광기업은 경쟁 시장, 비즈니스 모델 및 전략 등 외부 환경 및 내부 자원 요인을 고려하여 구체적으로 차별화된 경쟁우위를 확보해야 하지만 일반적인 경쟁우위를 정리하여 아래와 같이 요약할 수 있다.

1. 초개인화 (Hyper-Personalization)

: 중소 관광기업은 표준화된 관광 서비스를 동일한 프로세스로 제공하는 글로벌 대형 관광기업과 달리 특정 관광객 유형을 대상으로 개별 니즈 및 요구에 맞춘 차별화된 서비스를 유연하게 제공하여 경쟁우위를 확보한다.

2. 로컬 전문성 (Local Expertise)

: 중소 관광기업은 소재 관광지를 중심으로 지역 농산물 및 전통 조리법 음식관광 등 독특한 해당 지역만의 관광 경험을 제공한다.

3. 지역 연대 파트너십 (Local Partnership)

: 지역 여행사, 농장/공장, 호텔/민박, 식당, 학교 등 다양한 지역 파트너가 연대하여 지역 축제 등 다양한 관광 이벤트를 활용하고 독특한 지역 관광 경험을 체험하는 관광 서비스를 제공한다.

4. 친밀한 고객 관리 (Customer Relationship Management)

: 해당 지역 역사, 문화, 축제, 특산품, 이벤트 등 지역 사회에 대한 소식을 공유하는 등 SNS 활동, 개인적인 리뷰 응대 등 관광객과 밀접한 관계를 형성하는 고객 관리 활동을 통해 충성 고객을 확보한다.

5. 유연성 및 민첩성 (Flexibility & Agility)

: 신규 SNS, 방한 관광국가, 여행 취향 등 관광 시장 변화에 민첩하고 유연하게 대응하여 신규 관광 상품 및 서비스 도입하고 기존 관광 상품 및 서비스를 수정한다.

6. 기타

: 니치(Niche) 시장/상품 공략, 친환경 및 지속가능성 확보, 온라인/모바일 활동, 신규 관광 콘텐츠 등 개별 관광객(FIT) 대상으로 독특한 관광 서비스를 개발하여 개성적인 브랜드 및 충성 고객을 확보한다.

중소 관광기업의 디지털 생태계 편입 지원 정부 정책

국내 중소기업의 디지털 전환을 위한 정부 지원 정책은 대체로 초기 연구 또는 논의 단계로 파악되며², 글로벌 차원에서는 국가별로 자국의 관광산업 현실에 따라 다양하게 구현된다. 다만, 중소기업의 디지털 혁신 지원, 디지털 전환 교육/훈련 제공, 법적 제도 및 규제 정비 등 일반적으로 유사한 지원 정책으로 아래와 같이 유형화할 수 있다.

1. 보조금 및 인센티브

: 디지털 기술 도입 및 인력 육성을 위해 세금 공제, 인센티브, 보조금, 지원금 등 금전적인 또는 비금전적인 지원 정책을 제공한다.

2. 인력 양성 교육/훈련 프로그램

: 정부 산하 또는 민간 교육기관과 협업하여 디지털 마케팅, 데이터 분석 등 관광과 관련된 높은 디지털 교육 및 훈련을 제공한다.

3. 디지털 인프라 구축

: 모바일 네트워크, 데이터 서버, 디지털 데이터 수집/분석 프로그램 등 인프라를 공동 사용, 기간 구독, 회당 이용 등 방식으로 이용하는 기회를 제공한다.

4. 법률/규제 정비

: 예약 및 정보 공유, 상거래 활동, 데이터 보호, 신용 결제 등 디지털 전환 관련 법률 및 규제, 절차를 간소하고 컴플라이언스(Compliance) 업무를 지원한다.

5. 마케팅/프로모션 활동

: 지방 정부 및 DMO와 협력하여 글로벌 및 국내에서 관광지를 홍보하고 연관된 중소기업 서비스에 대한 디지털 마케팅을 지원한다.

6. 정보 제공 및 리서치

: 정부 기관(예: 코레일), OTA(예: 야놀자), IT기업(예: 네이버) 등 디지털 데이터 보유 기관과 협업하여 관광 트렌드, 관광객 정보, 관광지 현황 등 중소기업 대상으로 맞춤형 리서치 정보를 제공한다.

중소 관광기업 디지털 전환 지원 정부 정책 요건

국내 중소기업 대상 디지털 정부 정책은 관광벤처에게 디지털 기술 개발을 지원하는 보조금 및 인센티브 중심이며, 기존 관광기업에게는 주로 디지털 인력 양성 교육/훈련, 홈페이지 구축, 디지털 마케팅을 지원한다. 그러나, 실질적인 중소기업 홈페이지 또는 모바일 어플 이용 빈도는 낮은 편이며, 디지털 교육을 받은 임직원이 퇴직하는 경우도 빈번하여 중소기업의 디지털 경쟁력 강화는 여전히 미흡하다.

또한, 국내 중소기업의 자체적인 디지털 혁신 기술 개발 또는 글로벌 플랫폼 구축은 현실적으로 어렵기 때문에 디지털 생태계와 연계하는 접점을 제공하여 상품정보 교류, 예약/거래, 결제 등 비즈니스 활동이 디지털로 처리될 수 있는 지원이 정부 정책으로 필요하다. 특히, 디지털 플랫폼을 통해 관리되는 관광산업 가치사슬에서 관광 서비스를 광고/홍보, 유통, 판매할 수 있도록 지원해야 한다.

결국, 중소기업의 핵심 경쟁우위 및 디지털 생태계 편입 실행성을 고려하여, 국내 중소기업이 (1) 글로벌 및 국내 관광 플랫폼과 디지털로 연결되며, (2) 관광객 맞춤형 관광 서비스에 집중할 수 있도록 정부 정책을 통해 지원해야 한다.

중소 관광기업의 지원 온라인 B2B 플랫폼

필자는 국내 중소기업이 로컬 파트너십으로 연계하여 국내외 관광객에게 매력적인 관광 서비스를 개발하고 글로벌 및 로컬 관광 플랫폼에서 유통하는 온라인 B2B 플랫폼을 정부 정책으로 제안한다.

온라인 B2B 플랫폼 필요성

국내 중소기업이 자사의 관광 서비스 단독으로 하루 또는 며칠 동안 관광객을 유인할 만큼 충분히 매력적인 경쟁력을 확보하기 쉽지 않고 홍보/광고, 프로모션 예산에 한계가 존재하기 때문에 로컬 파트너십 관광 패키지(Package)를 구성하여 공동으로 마케팅 활동을 할 수 있다. 따라서, 정부 정책으로 중소기업이 지역 내 관광 서비스를 파악하고 사전에 설정된 가이드라인(Guideline)에 따라 합리적으로 거래하는 온라인 B2B 플랫폼을 제공하여 거래 비용을 낮추고 지역 관광 활성화를 유도한다.

또한, 디지털 생태계 편입은 관광 서비스의 다양한 세부사항(Specification)을 문자, 이미지, 영상 등 디지털 정보로 생성/등록하는 일차적인 과정이 요구되나, 자사의 서비스를 정확하고 매력적으로 표현하는 마케팅, 기획, IT 역량이 미흡하여 정부 정책으로 문자 기술, 이미지 및 영상 촬영을 온라인 B2B 플랫폼을 통해 지원한다. 동시에, 중소기업이 온라인 B2B 플랫폼을 통해 글로벌 및 국가별 OTA 등 관광 유통 채널을 파악하고 관광 서비스를 쉽게 등록하도록 지원하고, 디지털 정보로 경영/재무 상황을 적시에 파악하여 마케팅 활동 강화, 신규 서비스 도입 등 경영 활동을 지원하는 시스템을 제공한다.

로컬 파트너십 협업 지원

지역 내 중소기업이 온라인 B2B 플랫폼을 통해 국내외 관광객에게 매력적인 관광 서비스를 로컬 파트너십으로 사례와 같이 패키지(Package)를 구성한다. 또한, 온라인 B2B 플랫폼을 통해 판매 현황을 확인하며 광고/홍보, 프로모션 등 마케팅 비용 투자를 논의하고 블로그, 유튜브, 인스타그램 등 디지털 마케팅을 운영한다. 예를 들어, 블로그, 유튜브, 틱톡 제작 교육을 온라인 B2B 플랫폼에서 제공하여 디지털 콘텐츠 마케팅 활동을 지원한다.

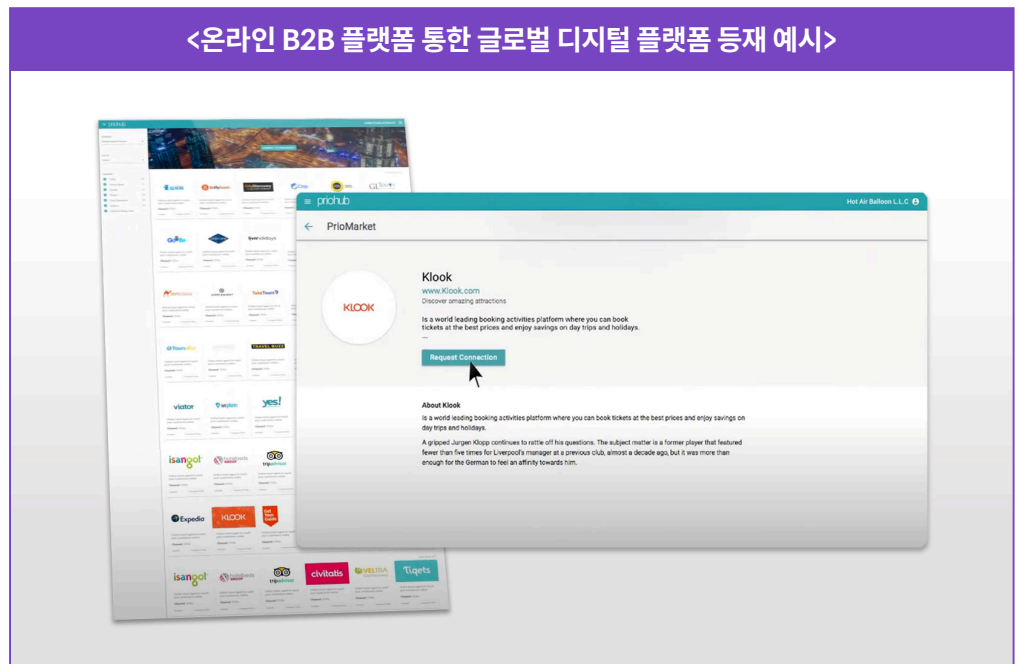
중소 관광기업 지역 파트너십 사례

Boutique Hotel + Local Brewery	지역 부티크 숙소와 브루어리 공동으로 투어, 테이스팅, 체험 등 관광상품을 개발하여 각자 홈페이지, 블로그 등 홍보하며 협력함
Food Tour Operator + Local Restaurants	지역 여행사 및 여러 레스토랑 공동으로 Culinary Tour를 개발하여 다양한 식품을 소비 및 체험하는 관광상품을 운영함
Art Gallery + Historic Walking Tour	지역 여행사 및 박물관, 갤러리 등 공동으로 지역 아티스트를 소개하며 실제 작품을 감상 및 구매하는 관광상품을 개발/운영함
Local Scenic Train + Winery	레일 바이크, 관광 열차 등 운송 기업과 지역 와인러리 등 명소와 결합된 관광상품을 개발하여 가이드 투어 및 테이스팅 등 제공함
Water Sports Rental + Beachfront Cafes	워터 스포츠 장비 렌탈 업체 및 해변 카페, 레스토랑 협업을 통해 체험 관광 패키지 상품을 공동으로 홍보 및 광고하며 운영함
Historical Society + Walking Tours and Museums	지역 여행사 및 관광 명소, 박물관 등과 공동으로 역사, 문화, 예술 등 지역을 소개하는 관광상품을 기획하여 관광객을 유인함
Adventure Tour Company + Local Accommodations	외지에서 모험 또는 이색 여행 체험 전문 여행사와 지역 숙소에서 협력하여 특별한 체험을 제공하는 관광상품을 기획하여 운영함
Eco-Tour Company + Local Conservation Organizations	친환경 관광 여행사와 지역 자연 보호 기관과 연계하여 친환경 활동을 체험하는 관광상품으로 동시에 자연 보호도 홍보함

또한, 숙박시설, 레스토랑, 유원시설, 역사/문화시설 등 업태에 따라 수집하는 데이터 범위 및 유형, 형태에 다르기 때문에 온라인 B2B 플랫폼을 활용하여 공동으로 인구통계, 성격, 라이프스타일, 취미/흥미, 태도, 심리, 행동 등 다각도로 관광객 유형(Segment)을 파악하고 맞춤형 관광 서비스를 기획한다. 온라인 B2B 플랫폼에서 공동으로 로열티 프로그램을 운영하여 고객 충성도를 제고하고 재방문을 유도한다.

글로벌 및 국내 판매 채널 확보 지원

온라인 B2B 플랫폼을 통해 글로벌 및 로컬 관광 유통 채널을 파악하고 관광 서비스를 간편하게 등록하도록 지원한다. 국내 중소 관광기업은 디지털 관광객 접근을 위한 디지털 생태계 편입 자체가 미흡하며, 특히 국가별 로컬 디지털 플랫폼을 파악하여 등록하는 역량이 부족하다. 따라서, 온라인 B2B 플랫폼을 통해 국가별 디지털 플랫폼을 번역하여 소개하고, 주요 이용자 및 예약/결제 조건을 설명하며, 등록 과정을 동영상으로 안내하고 바로 등록할 수 있는 인터페이스(Interface)를 제공한다. 동시에, 온라인 B2B 플랫폼은 관광 서비스 관련 세부사항을 영어 또는 현지 언어로 기술하고 이미지 및 영상을 생성하여 디지털 정보로 전달하는 작업을 지원한다.



출처: Infamous Studios(2019)

경영 활동 디지털 정보화 지원

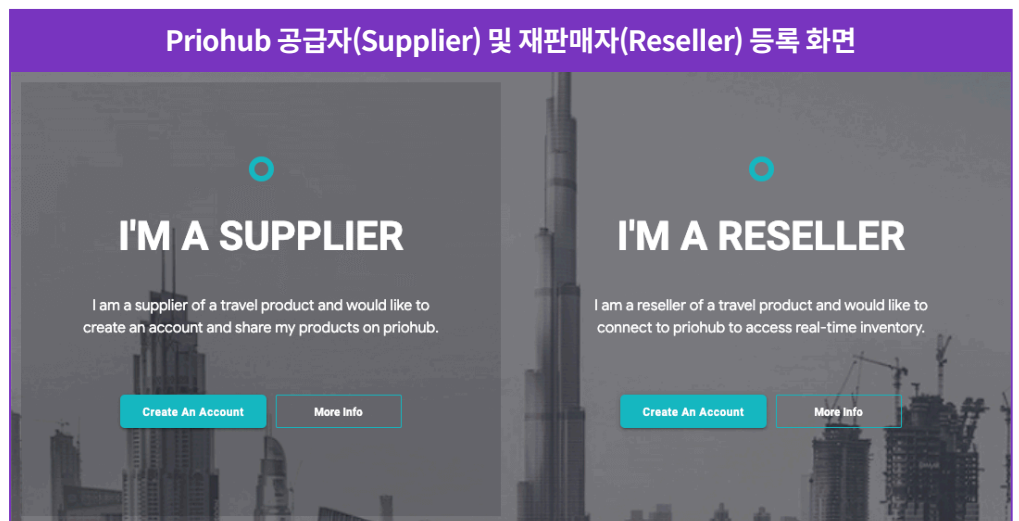
중소 관광기업 경영 활동을 디지털 정보로 기록하며 재무 현황 (예: 매출, 고객 단가, 원가 비율), 마케팅 실적 (예: 마케팅 비용 대비 실적, 고객 재방문율), 인사 관리 (예: Scheduling) 등 경영 관리 프로그램을 지원한다. 고객/매출 증감, 마케팅 비용 증감, 월별/계절별/연도별 재무실적 등 경영성과를 대시보드 형태로 시각화하여 중소기업에서 편하게 이용하고 경영 의사결정에 활용할 수 있도록 지원한다. 용량관리 (Capacity Management), 가격관리 (Price Management), 수익관리 (Revenue Management) 등 관광산업과 밀접하게 관련된 경영 분석 및 관리 프로그램을 탑재하고, 판매 채널 별로 예약 현황이 디지털 정보로 실시간으로 관리될 수 있도록 기존 예약 시스템과 연동한다.

로컬 파트너십 구축 및 디지털 플랫폼 등재 등 거래 관련 가이드라인(Guideline)을 제공하여 지루한 협상 과정 없이 편리하고 빠르게 협력하는 디지털 계약(Digital Contract) 기반의 법률 서비스를 지원한다. 표준화된 거래 방식 및 절차에 따라 판매 수수료, 할인 비율 등 세부 사항에 동의하고 디지털 계약하는 절차를 온라인 B2B 플랫폼을 통해 진행한다.

중소 관광기업 지원 온라인 B2B 플랫폼 사례

온라인 B2B 플랫폼을 운영하는 대표 사례는 아랍에미리트(UAE) 도시인 두바이(Dubai)의 관광&무역 마케팅 부서(Department of Tourism and Commerce Marketing)에서 민간 위탁으로 운영하는 프리오허브 (Priohub, <https://priohub.com>)이다.

두바이는 자국의 다양한 관광지를 홍보하고 경제를 활성화할 목적으로 자국 관광기업과 국내외 관광 서비스 판매자(Retailer/Reseller) 간 협업을 지원하는 Priohub를 출범했다. Priohub의 미션(Mission)은 “두바이 관광기업이 자국의 관광 상품이 전 세계 관광객에게 전달되고 편리하게 예약 및 결제하도록 지원하는 선도적인 마케플레이스 (The leading marketplace for travel products to reach their customers around the world and allow seamless bookings, reservations and payments)”이다.



Priohub 기능은 크게 공급자(Supplier) 및 재판매자(Reseller)를 대상으로 구분된다. 먼저, 공급자에게 글로벌 및 로컬 OTA 등 재판매자와 연계하여 전 세계 관광객을 고객으로 확보하는 기회를 제공하고 규정된 조건에 따라 디지털로 계약하는 기능을 제공한다. 또한, 실시간으로 판매 실적, 재무 성과를 확인하여 최적의 판매 가격, 판매 채널을 결정하는 경영 활동을 지원한다. 다음으로, Priohub는 재판매자(Reseller)에게 두바이의 관광 포트폴리오를 디지털로 일괄 제공하여 일일이 자사 판매 채널을 홍보하고 계약 조건을 설명하는 복잡한 과정 없이 편리하게 공급자와 연계하는 기회를 제공한다. 해외 재판매자는 현지 직원 또는 대행사(Agency)이 없이도 두바이 관광 서비스를 쉽게 탐색하여 자사의 디지털 플랫폼에 등재하는 직거래 방식으로 거래 비용을 절감하고 낮은 수수료로 두바이 공급자에게 높은 마진을 제공한다.

온라인 B2B 플랫폼 운영 방안

온라인 B2B 플랫폼 운영은 크게 중앙 정부 및 지방 정부 역할로 구분된다. 중앙 정부는 온라인 B2B 플랫폼의 주요 기능 및 세부 요건을 정의하고 위탁 개발 및 운영을 위한 민간 기업을 선정하여 관리/감독한다. 또한, 온라인 B2B 플랫폼을 통한 다양한 거래 활동을 위해 규제 및 가이드라인, 인센티브 등 법률을 정비하고 지원 정책을 제도화한다. 로컬 파트너십을 통한 연계 관광 서비스 기획/개발, 운영, 광고/홍보에 필요한 지원금, 보조금, 인센티브를 제공하며 성공 사례를 발굴한다. 공정 협력 가이드라인을 마련하며 품질이 현저하게 낮은 경우에는 온라인 B2B 플랫폼에서 퇴출하는 등 규정 및 제도를 사전에 정비하고, 지방 정부와 협력하여 로컬 파트너십 과정에서 발생하는 각종 분쟁 및 이슈를 조정한다. 국내외 축제 및 이벤트, 행사 등 다양한 기회를 활용하며, 협회, 공사, 학교 등 다양한 유관 기관과 협력하여 중소 관광기업의 참여를 독려한다.

온라인 B2B 플랫폼 관련 정부 역할

중앙 정부	지방 정부
<ul style="list-style-type: none"> • 로컬 파트너십 지원 정책 수립 및 규정 정비 : 가이드라인, 인센티브, 규제 등 • 디지털 B2B 플랫폼 및 기술 개발/운영 : 판매채널 관리, 파트너십 지원, 디지털 계약, 예약 시스템 등 • 인센티브 지원금(펀드 등) 제공 : 홍보/광고, 수수료, 기술 개발 지원 등 • 품질 규제 및 공정 협력 관리 : 상호 공정한 협력 가이드라인 제공, 품질 저하 방지 등 • 관광 리서치 및 데이터 제공 : 파트너십 관련 규정, 계약 등 교육, 연계 상품 개발 컨설팅 • 지역 연계 관광상품 홍보 : 국내외 로컬 관광상품 홍보 및 이벤트 개최 등 	<ul style="list-style-type: none"> • 로컬 중소기업 네트워킹 지원 : 네트워킹 이벤트, 파트너십 설명회 등 • 지방 관광 인프라 정비 : 로컬 관광상품 오프라인 판매처(키오스크 등), 안내판 등 • 지역 이벤트 및 축제 : 지역 파트너십 관광 상품 홍보 및 인센티브 제공 등 • CRM 및 품질 관리 : 고객 피드백 관리 및 공유, 관광상품 품질 관리 등 • (필요 시) 품질 인증제도 운영 : 로컬 파트너십 참가 가능 관광기업 선별/인증 • 지역 마케팅 및 DMO 운영 : SNS, YouTube 등 다양한 디지털 및 오프라인 마케팅 활동 • 지역 사회 관광 참여 홍보 : 지역 관광 활성화 효과에 대한 홍보 및 지원 요청 • 인센티브 제공: 홍보비, 시설 지원 등

지방 정부는 로컬 파트너십을 통해 지역을 대표하는 관광 서비스를 실질적인 지원하는 역할을 담당한다. 먼저, 온라인 B2B 플랫폼의 목적/취지, 기능/역할, 사용 방법, 규정 및 가이드라인 관련 정보를 다양한 행사를 통해 홍보한다. 관광 안내소, 키오스크 등 오프라인 판매처를 운영하며, 관광 안내 책자, 안내판 등 지역 관광 활성화를 위한 인프라를 정비하고, SNS, 유튜브 등 디지털 광고/홍보 활동을 전개한다. 해당 지역 중소 관광기업의 관광 서비스 품질 관리를 위해 정기 점검을 실시하며 관광객의 피드백을 청취하여 공유하는 등 품질을 유지한다.

결론 및 향후 논의

국내 관광산업은 우리나라 미래 성장을 위한 대표 서비스 산업으로 국내 특히 지방 일자리 창출 및 내수 소비 증진을 위해 지속적인 정부 지원이 요구된다. 미래 관광산업은 가치 사슬 영역에서 디지털 전환을 통해 디지털 관광객, 디지털 유통 채널 등 디지털 생태계 중심으로 운영될 전망이다. 따라서, 국내 관광기업, 특히 중소 관광기업의 글로벌 관광산업 디지털 생태계 진입을 유인해야 한다.

이를 위해, 정부 지원 정책으로 중소 관광기업 로컬 파트너십 협업 지원 온라인 B2B 플랫폼을 제안한다. 디지털 관광 시대에 중소 관광기업은 초개인화 (Hyper-Personalization), 로컬 전문성 (Local Expertise), 지역 파트너십 (Local Partnership) 등 차별화된 핵심 경쟁우위를 기반으로 독특한 관광 콘텐츠를 개발해야 한다. 온라인 B2B 플랫폼을 통해 관광 서비스 관련 세부사항 및 경영 활동을 문자, 이미지, 영상 등 디지털 정보로 생성하여 글로벌 및 로컬 디지털 플랫폼에 등록하는 동시에 자사의 경영성과를 적시에 파악한다. 또한, 온라인 B2B 플랫폼은 중소 관광기업이 글로벌 및 로컬 디지털 플랫폼에 쉽게 등록하고 디지털 계약을 체결하도록 지원한다.

금번 국내 중소기업 디지털 전환 지원을 위한 정부 정책 제안과 관련하여 추가적인 논의 및 협력을 위해 야놀자 리서치에게 연락할 수 있다.

*본 내용 인용시 “변재문(2024), 대한민국 관광 중소기업 디지털 전환을 위한 온라인 B2B 플랫폼 제안, Yanolja Research Insights, Vol. 12.”로 표기

참고문헌

1. 정광민·송수엽·한희정·박문수·변재문(2021), 관광산업의 디지털 전환 수준 진단과 정책대응 방향, 한국문화관광연구원
2. 최규완(2023), 관광산업 디지털전환의 미래, Yanolja Research Brief, Vol. 1, 1-7.
3. 장수청(2023), 디지털전환과 글로벌화를 통한 대한민국 관광대국 도약, Yanolja Research Brief, Vol. 1, 8-15.
4. 장수청 (2024), 인구감소와 지방소멸 극복, 지역권역중심 인바운드 관광 활성화에 답이 있다, Yanolja Research Insights, Vol. 11, 1-4.
5. 2021 관광산업조사, 문화체육관광부
6. 한국관광공사, “2023 글로벌 관광 트렌드: 위드코로나 시대 여행 니즈 다각화”, 2022 글로벌 관광 트렌드 다이제스트, Volume 5
7. 정광민·한희정·박준희·박병호(2023), 미래유망기술의 관광산업 분야 적용 전망과 대응 방향, 한국 문화관광연구원
8. Infamous Studios(2019), DNATA - PrioHub Dubai MarketPlace. [비디오 파일]. <https://youtu.be/1fhGBkTfRak?feature=shared>
9. Dubai Department of Tourism and Commerce Marketing, PrioHub (<https://prioHub.com>)

Appendix

주요 경제지표

주요지표	통계명	세부항목	2018	2019	2020	2021	2022	22.12	23.01	23.02	23.03	23.04	23.05	23.06	23.07	23.08	23.09	23.10	23.11	23.12	24.01	
경제일반	경제성장률 ¹	실질GDP성장률(%)	2.9	2.2	-0.7	4.1	2.6	-	0.3(Q1)	-	-	0.6(Q2)	-	-	0.6(Q3)	-	-	0.6(Q4)	-	-	-	
		민간소비증감률(%)	3.2	2.1	-4.8	3.7	4.3	-	0.5(Q1)	-	-	-0.1(Q2)	-	-	0.3(Q3)	-	-	0.2(Q4)	-	-	-	
	경기종합지수 ²	선행지수	94.2*	96.0*	100.0*	106.2*	108.7*	109.4	109.4	109.3	109.4	109.4	109.4	109.8	110.5	111.1	111.4	111.9	112.4	112.9	113.4	-
		동행지수	98.3*	99.7*	100.0*	103.8*	108.3*	108.4	108.2	108.7	109.5	110.0	110.3	110.3	110.3	110.0	110.0	110.0	110.1	110.2	110.1	-
경기동향	기업경기실사지수 ³	후행지수	95.0*	97.8*	100.0*	103.7*	109.5*	112.4	112.8	112.9	113.1	113.4	113.7	113.9	113.8	113.9	114.0	114.4	114.7	114.9	114.9	-
		종합	94.1*	90.8*	81.5*	101.4*	94.6*	85.4	88.5	83.1	93.5	93.0	93.8	90.9	95.5	93.5	96.9	90.6	90.1	94.0	94.0	91.1
		비제조업	96.9*	93.6*	84.2*	100.6*	96.1*	87.3	90.3	85.1	95.7	90.5	93.3	90.9	101.6	95.2	95.1	93.3	93.3	91.1	100.5	95.2
	업종별기업경기실사지수 ⁴	여가/숙박 및 외식	-	-	-	99.5*	89.7*	90.0	85.7	77.8	88.9	120.0	107.1	100.0	128.6	123.1	100.0	76.9	100.0	128.6	107.1	
		전산업	78*	73*	65*	84*	82*	74	70	68	71	73	74	76	75	73	73	73	69	69	68	
		숙박업	78*	70*	30*	48*	85*	98	78	71	68	69	94	85	88	96	76	78	81	78	75	
	중소기업경기전망조사 ⁵	전산업	87.8*	83.6*	70.7*	77.8*	82.7*	81.7	77.7	77.6	83.1	80.7	83.8	81.1	79.1	79.7	83.7	82.7	80.7	78.8	77.5	
		숙박 및 음식점업	87.7*	82.0*	60.7*	57.8*	80.9*	95.9	80.1	80.3	85.7	95.3	95.5	96.6	88.6	89.3	87.0	92.2	90.5	86.9	86.1	
		소비자심리지수	104*	99*	88*	103*	96*	90	91	90	92	95	98	101	103	103	100	98	97	100	102	
	소비자동향조사 ⁶	소비자지출전망	108*	108*	97*	108*	111*	108	110	108	110	110	111	113	113	113	112	112	113	111	111	111
		여행비 지출전망	91*	91*	80*	89*	92*	90	90	91	91	94	97	99	101	101	99	97	95	93	95	96
		교양/오락/문화생활비 지출전망	94*	90*	71*	86*	93*	92	91	91	92	93	94	96	95	95	94	94	93	91	92	94
		외식비 지출전망	93*	91*	83*	92*	94*	91	90	91	90	91	94	96	97	99	96	94	92	95	96	
	산업별서비스업생산지수 ⁷	총 지수	100.6	102.0	100.0	105.0	112.0	126.8	109.7	108.2	117.5	113.9	114.1	117.6	114.2	113.9	115.6	114.5	116.0	127.1	-	
		숙박업	150.2	149.7	100.0	111.3	139.1	148.4	127.6	132.4	126.7	139.7	148.9	149.2	150.8	151.2	145.4	154.8	142.6	147.8	-	
		음식점 및 주점업	120.7	119.4	100.0	100.7	116.7	127.7	112.6	110.8	119.0	117.1	120.2	116.0	118.9	119.2	114.6	116.8	112.9	124.7	-	
산업별 생산지수 ⁸	서비스업	100.63	101.93	100.00	105.09	111.88	114.60	113.80	116.20	115.70	115.20	114.20	114.90	115.30	115.50	116.10	115.20	115.20	115.60	-		
	숙박·음식점	124.37	122.94	100.01	101.78	119.31	120.56	120.30	129.65	124.96	123.35	117.90	118.26	116.65	119.60	122.77	119.38	118.69	118.67	-		
물가	소비자물가지수 ⁹	총 지수	99.09	99.47	100.00	102.50	107.71	109.26	110.07	110.33	110.52	110.77	111.13	111.16	111.29	112.28	112.83	113.26	112.67	112.71	113.15	
		호텔숙박료	108.91	106.51	100.00	99.82	108.71	115.46	113.30	107.00	107.73	113.59	116.16	114.71	122.48	131.17	116.12	120.47	115.22	125.47	111.90	
		여관숙박료	101.28	101.43	100.00	98.39	101.64	104.62	104.47	104.72	104.88	105.91	105.64	105.88	106.87	107.65	106.58	107.54	107.22	107.17	107.24	
		콘도이용료	101.21	102.29	100.00	99.86	102.43	107.89	117.90	101.68	97.51	98.64	104	104.52	120.55	144.08	109.24	106.72	99.16	123.53	119.09	
	생산자물가지수 ¹⁰	휴양시설이용료	81.99	84.36	100.00	102.65	108.58	108.80	108.88	107.33	106.14	107.78	109.95	110.02	128.36	134.76	111.77	109.55	106.00	111.36	106.12	
		총 지수	103.48	103.50	103.03	109.60	118.78	119.79	120.25	120.46	120.59	120.50	120.03	119.77	120.08	121.17	121.72	121.56	121.02	121.19	121.80	
		숙박서비스	105.32	104.41	100.25	99.80	105.91	111.55	111.40	106.08	106.20	109.78	111.92	111.14	117.91	126.30	112.96	115.30	111.22	120.50	112.61	
		호텔	104.00	101.82	95.59	95.59	104.09	111.40	108.69	102.74	103.67	109.36	111.87	110.22	117.82	126.43	111.98	116.35	111.23	121.13	108.02	
노동과 임금	경제활동인구조사 ¹¹	여관	99.60	99.76	98.35	96.87	100.14	103.12	103.03	103.31	103.43	104.33	104.01	104.27	105.19	105.83	104.88	105.79	105.50	105.45	105.52	
		휴양콘도	114.96	116.04	113.44	113.83	117.12	121.97	131.84	116.21	113.07	114.33	120.70	120.93	137.67	162.78	125.63	123.21	114.57	142.72	137.6	
관광	관광수지 ¹²	실업률(%)	3.8	3.8	4.0	3.7	2.9	3.0	3.6	3.1	2.9	2.8	2.7	2.7	2.7	2.0	2.3	2.1	2.3	3.3	3.7	
		고용률(%)	60.7	60.9	60.1	60.5	62.1	61.3	60.3	61.1	62.2	62.7	63.5	63.5	63.2	63.1	63.2	63.3	63.1	61.7	61.0	
		관광수지 전체(백만달러)	-13,066	-8,516	-3,175	-4,329	-5,297	-838	-1,151	-868	-581	-286	-597	-1,098	-1,179	-772	-750	-434	-1,077	-1,067	-	
	출입국관광통계 ¹³	관광수입 전체(백만달러)	18,462	20,745	10,181	10,623	11,781	1,090	861	976	1,246	1,422	1,438	1,183	1,125	1,362	1,309	1,663	1,302	1,224	-	
관광지출 전체(백만달러)		31,528	29,261	13,356	14,951	17,079	1,928	2,012	1,844	1,827	1,708	2,035	2,281	2,304	2,134	2,059	2,097	2,380	2,291	-		
환율	환율 ¹⁴	국민 해외관광객(천명)	28,696	28,714	4,276	1,223	6,554	1,393	1,782	1,725	1,472	1,497	1,683	1,772	2,154	2,093	2,017	2,043	2,062	2,416	-	
		방한 외래관광객(천명)	15,347	17,503	2,519	967	3,198	539	434	479	801	889	867	961	1,032	1,089	1,098	1,230	1,115	1,037	-	
		미국 USD	1,100.30	1,165.65	1,180.05	1,144.42	1,291.95	1,296.22	1,247.25	1,270.74	1,305.73	1,320.01	1,328.21	1,296.71	1,286.30	1,318.47	1,329.47	1,350.69	1,310.39	1,303.98	1,323.57	
		유럽 EUR	1,298.63	1,304.81	1,345.99	1,352.79	1,357.38	1,371.13	1,342.37	1,361.65	1,398.50	1,446.41	1,444.20	1,405.98	1,421.87	1,439.04	1,422.61	1,427.31	1,415.59	1,422.28	1,444.12	
중국 CNY	일본 JPY	996.27	1,069.75	1,105.07	1,041.45	983.44	959.12	956.76	956.68	977.31	990.52	969.37	918.39	911.74	911.4	901.65	903.72	874.28	904.83	906.71		
	중국 CNY	166.40	168.58	170.88	177.43	191.57	185.47	183.16	185.97	189.10	191.60	190.02	180.99	178.60	181.78	182.11	184.62	180.86	182.29	184.41		

* 본 지수는 통계지를 제공하는 기관에서 제공하는 평균값이 아닌 아날라리에서 일 또는 분기의 개별지수를 자체적으로 계산한 평균값으로 해석상의 유의를 포함

- 1) 경제성장률 : 한국은행 전기 대비 성장률(%)
- 2) 경기종합지수 : 통계청, 2020년 기준으로 100을 상회하면 추세 이상의 성장, 하회하면 추세 이하의 성장
- 3) 기업경기실사지수 : 전국경제인연합회 한국경제연구원, 100 이상(미만)이면 다음 달 경기가 좋아질 것으로 전망한 업체가 그렇지 않을 것으로 보는 업체보다 더 많음(적음)을 의미, 2021년 이전에는 '여가/숙박 및 외식'을 조사하지 않음
- 4) 업종별 기업경기실사지수 : 한국은행, 0-200의 값을 가지며 100보다 클 때는 긍정적인 시각의 기업의 수가 부정적 시각의 기업의 수보다 많다는 의미
- 5) 중소기업경기전망조사 : 중소기업기업부, 100이상(미만)이면 다음 달 경기가 좋아질 것으로 전망한 업체가 그렇지 않을 것으로 보는 업체보다 더 많음(적음)을 의미
- 6) 소비자동향조사 : 한국은행, 소비자동향지수는 소비자의 심리를 반영한 심리지표로서 0에서 200까지의 값을 가질 수 있는데 기준치는 100, 소비자심리지수가 100보다 크면(작으면) 평균적인 경기상황보다 나음(나쁨)을 의미
- 7) 산업별 서비스업 생산지수 : 통계청, 불변지수, 2020년 기준으로 100 이상이면 생산성 증가, 이하이면 생산성 하락

- 8) 산업별 생산지수 : 통계청, 2015년 기준으로 100 이상이면 생산성 증가, 이하이면 생산성 하락
- 9) 소비자물가지수 : 통계청, 2020년 기준으로 100 이상이면 물가 상승, 이하이면 물가 하락
- 10) 생산자물가지수 : 통계청, 2015년을 기준으로 100 이상이면 물가 상승, 이하이면 물가 하락
- 11) 경제활동인구조사 : 통계청, 만 15세 이상 인구 중 경제활동인구를 대상으로 실업률(%)과 고용률(%)을 조사
- 12) 관광수지 : 한국은행
- 13) 출입국관광통계 : 한국관광 데이터랩
- 14) 환율 : 하나은행, 매매기준율 기준

yanolja research

발행일 : 2024년 2월 29일 | 발행처 : 야놀자리서치 | 주소 : 서울특별시 강남구 테헤란로 108길 42, MDM타워 4층
이메일 : yanolja@yanolja.com | 홈페이지 : yanolja-research.com

Disclaimer : 본 보고서는 개별 사안에 대한 조연을 제공하거나, 야놀자의 입장이나 사업전략을 반영하지 않으며, 일반적인 정보를 제공할 목적으로 작성되었습니다. 야놀자리서치의 사전 동의 없이 본 보고서의 전체 또는 일부를 무단 배포, 인용, 발간, 복제하는 것은 금지되며, 동의 없이 본 보고서를 활용하는 과정에서 발생한 손해에 대해서 야놀자리서치는 어떠한 법적 책임도 지지 않습니다.