

관광활동의 경제관계로서의 관광경제

전영명

경애하는 최고령도자 김정은동지께서는 다음과 같이 말씀하시였다.

《경제개발구들에 유리한 투자환경과 조건을 보장하여 그 운영을 활성화하며 관광을 활발히 조직하여야 합니다.》(《조선로동당 제7차대회에서 한 중앙위원회사업총화보고》 단행본 56페이지)

관광경제와 그 특징을 옳바로 인식하는것은 나라의 관광업을 과학적으로 발전시키는 데서 중요한 의의를 가진다.

관광경제는 사회생산력수준이 일정한 단계에 도달하고 상품생산과 교환이 발전하는 과정에 생겨났다. 사람들의 관광활동은 오래전부터 진행되어왔지만 그것이 하나의 경제활동으로 전화되고 발전한것은 그리 오래되지 않는다.

오늘 관광경제는 경제의 중요한 구성부분의 하나로 되였다.

관광경제는 교환의 형식으로 이루어지는 관광활동과 그 과정에 이루어지는 경제관계의 총체 다시말하여 관광제품의 생산, 분배, 교환, 소비와 관련한 사람들의 활동과 그것을 둘러싸고 이루어지는 경제관계의 총체를 말한다.

관광경제를 이루는 중요요소는 사회적분업의 한 형태로서의 관광업이다.

관광업이라는것은 자연경치나 력사유적 같은것을 선전하여 다른 나라 사람들을 많이 끌어들여 구경을 시키면서 생활상편의를 도모해주고 식료품과 일용품, 기념품 같은것을 팔아 일정한 수입을 얻는것이다.

관광업은 관광제품을 생산하고 관광객들에게 판매하여 그들의 관광수요를 충족시키는 사회적분업의 한 분야이다.

관광업이 하나의 전문적인 경제부문으로 형성되자면 전문적인 관광객과 관광업자(관광경영자)가 있어야 한다. 때문에 관광객과 관광업자는 관광업이 존재하기 위한 필수적이며 직접적인 두 요인이다.

관광경제는 우선 관광객과 관광경영자사이에 이루어지는 거래관계이다.

관광객은 관광업이 존재할수 있게 하는 첫째가는 요인이다. 관광객은 관광수요를 제기하는 당사자이며 관광수요는 관광활동의 가능한 범위를 결정한다.

관광경영자는 관광업의 기본담당자이다. 관광경영자는 관광공급을 대표하는 당사자이며 관광공급은 관광수요를 충족시킬수 있는가 없는가를 결정한다. 때문에 관광경영자는 관광활동의 실제적인 범위를 결정하는 기본요인이다.

관광수요와 관광공급사이에는 유기적인 련관관계가 형성된다. 관광수요의 장성 또는 저하는 직접적으로 관광공급의 량과 질, 품종에 영향을 준다. 관광공급의 량과 질, 품종은 반대로 관광수요의 상태와 정도를 억제 또는 추동하게 된다.

관광경제는 또한 관광제품을 둘러싸고 이루어지는 사람들사이의 거래관계이다.

관광경제는 관광제품의 생산과 유통, 소비를 둘러싸고 이루어지는 경제활동이며 따라서 관광제품을 떠난 관광경제란 존재할수 없다. 관광제품은 관광활동과정에 관광객과 관광

공급자들사이에 거래되는 대상으로서 관광지와 관광경영자들로부터 관광객들에게 제공되어 관광객들의 수요충족에 이용되는 여러가지 물품 등을 말한다.

관광제품은 그 사회적형태에 따라 교환의 형식으로 유통될수도 있고 직접 공급될수도 있다. 관광제품이 상품화된 조건에서 그것은 교환의 형식으로 유통된다. 이런 조건에서 관광객은 반드시 관광제품을 상품으로 구매하게 되며 관광업자는 관광제품을 판매하고 화폐를 얻게 된다.

국제관광시장에서 모든 관광제품은 상품으로 된다. 관광시장에서 관광객은 화폐를 지불하고 관광상품을 구매한다. 화폐를 지불한 관광객은 자기의 요구에 맞는 관광상품을 획득할 권리가 있으며 화폐를 지불받은 관광기업은 관광객의 관광수요에 맞는 관광상품을 제공해야 한다. 만일 판매된 관광상품의 질이 낮아 관광객의 불만을 초래하면 해당 관광상품에 대한 관광객의 수요를 떨어뜨리게 되며 나아가서 관광객들이 그 관광상품에 대한 구매욕망을 완전히 잃어버리게 될수도 있다. 관광제품은 인간생활에 절실히 요구되는 생활필수품이 아니다. 그러므로 관광상품의 질을 철저히 보장하는것은 관광업의 존재와 발전을 규정하는 중요한 전제로 된다.

관광제품의 유통과정은 곧 관광제품의 소비과정이다. 관광제품은 관광객들의 관광수요를 충족시키는 과정을 통하여 유통된다.

관광경제는 또한 관광을 둘러싸고 이루어지는 모든 경제관계를 포괄한다.

현실적인 관광경제활동과정에는 관광객, 관광업자와 함께 관광지국가(또는 지역)의 다른 경제부문 기업들과 국가기관 등 여러 요소들이 관계하며 이들사이에 호상의존, 호상계약, 호상협조와 같은 복잡한 경제관계가 맺어진다. 때문에 관광경제를 이루는 요소는 관광객, 관광경영자, 관광지국가(또는 지역)로 되며 이들사이에 맺어지는 경제관계의 총체가 관광경제를 이룬다.

관광경제는 여러 고리를 통하여 운영된다.

관광경제운영의 고리는 기본고리와 중간고리로 구분된다.

관광경제운영의 기본고리는 관광제품의 구매와 판매고리이다.

관광경제활동에서 기본은 관광제품의 실현과정이며 그것은 곧 관광제품의 교환과정이다. 이 과정에는 관광제품의 구매와 판매의 두 측면이 포함된다.

관광제품의 구매고리의 당사자는 관광수요자, 관광객이며 판매고리의 당사자는 관광공급자, 관광경영자이다. 이 양자는 관광경제활동을 상반되는 두개의 측면으로 갈라놓는다. 양자는 그 목적도 서로 다르며 경제행위의 형식도 서로 다르다. 관광제품의 판매는 관광공급자가 관광제품을 화폐로 전환시키는 과정이며 관광제품의 구매는 관광객이 화폐를 관광제품으로 전환시키는 과정이다. 이 두 과정의 결합으로 관광경제활동이 이루어진다. 그러므로 관광제품의 구매와 판매는 관광경제운영의 기본고리로 된다.

관광경제운영의 기본고리인 관광제품구매와 관광제품판매는 그 세부고리로 나누어진다.

관광제품구매고리는 관광제품구매발생계기와 구매방향결정으로 나누어진다.

관광제품구매발생계기는 사람들이 구매하려는 관광제품의 구매조건의 형성과 구매하는 시기를 결정하는것을 말한다. 관광제품구매방향결정은 관광객이 어떤 종류의 관광제품을 선택하여 구매하겠는가 하는것과 자기 나라와 다른 나라의 관광제품가운데서 어느 지역 혹은 어느 나라 도시의 관광제품을 선택하는가를 결정하는것을 말한다.

국제관광시장에서 관광제품판매고리는 관광시장관리와 관광봉사제공으로 나눈다.

관광시장관리는 관광공급자가 관광시장에 대한 조사와 예측을 진행하고 판매활동을 위한 광고선전을 통하여 최대로 관광객원천시장을 개발하는것을 말한다. 관광봉사제공은 관광경영자가 직접적으로 관광제품을 구매하는 관광객에게 봉사를 제공하는것을 말한다. 다시말하여 교통, 음식, 숙박, 유람, 구매, 오락봉사와 전신전화, 세탁, 수리, 화폐교환과 같은 여러가지 봉사를 제공하는것을 말한다.

관광시장관리는 관광제품판매의 전제로 되며 관광봉사제공은 관광제품판매의 기초로 된다.

국제관광시장에서 관광경제운영의 고리에는 중간고리가 있다.

관광제품의 구매와 판매는 관광경제활동의 기본고리로 되지만 여행사가 출현한 이후 관광제품의 구매와 판매사이에 중간고리가 형성되었다. 이전에는 관광제품의 구매와 판매가 관광객과 관광경영자사이에서 직접적으로 진행되었다. 그러나 오늘 관광제품의 구매와 판매는 여행사를 거쳐서 실현되기도 한다. 즉 여행사가 판매와 구매를 중개하는 중간고리로 되고있다. 물론 모든 교환이 다 여행사를 거치는것은 결코 아니다.

관광경제운영의 중간고리는 다시 관광제품의 도매와 소매로 나눈다. 다시말하여 관광상품의 도매와 소매가 여행사들사이에서 전문화되게 된다.

관광제품의 도매를 전문으로 하는 여행사는 관광도매업자로서 여러 관광공급자들과 단일한 항목의 여러가지 관광제품들을 예약하고 그것을 조합하여 완성된 새로운 관광제품으로 가공한 다음 다른 여행사(관광소매업자)에게 판매한다. 관광제품의 소매를 전문으로 하는 여행사는 관광소매업자로서 관광도매업자로부터 도매한 관광제품을 관광객들에게 직접 판매한다.

여행사의 개입은 관광경제활동의 효과성을 높이고 관광업과 사회와의 련계를 더욱 긴밀하게 하며 관광업이 더욱 확대되게 한다.

관광경제는 일정한 특징을 가지고있다.

첫째로, 관광경제가 관광제품의 상품화를 전제로 하여 발생하였다는것이다.

다른 일반제품의 생산과 소비는 자연경제의 조건에서도 경제의 한 부분을 이룰수 있지만 관광활동은 그렇게 되지 않는다. 자연경제에서 관광활동은 관광객이 자기의 능력에 의거하여 자체의 관광수요를 충족시키는 개별적이며 일시적인 현상으로 진행되었을뿐 전문화된 사회적활동으로 될수 없었다. 자연경제에서는 관광제품의 생산과 교환관계가 이루어질수 없으며 관광경제자체가 형성될수 없었다.

력사적으로 관광경제는 상품화폐관계가 확대되고 관광제품을 요구하는 수요자와 관광제품을 생산한 공급자사이의 교환관계가 이루어지는 조건에서 발생하였다.

우선 관광제품이 상품화됨으로써 관광에 대한 수요가 대량적으로 제기되었다. 관광수요의 규모와 수량, 소비수준, 유람내용 등은 관광경제활동이 정상적으로, 효과적으로 진행되는가 되지 못하는가를 결정하는 선차적인 조건이며 관광수요의 확대는 관광경제발전에 직접적으로 작용하는 기본요인의 하나이다.

또한 관광제품이 상품화됨으로써 관광제품에 대한 공급이 사회적범위에서 이루어지고 그것이 관광객의 다종다양한 수요를 충족시킬수 있었다. 자연경제의 조건에서는 관광수요자와 관광공급자가 분리될수 없으며 따라서 관광제품공급이 사회적활동으로 진행될수 없

었다. 관광공급자는 관광제품의 생산자로 될뿐아니라 관광기업의 경영자로서 관광제품의 가치를 실현하여야 한다. 관광제품의 공급이 어떻게 진행되는가 하는것은 관광경제가 효과적으로 진행되도록 하는 중요한 전제로, 기초로 된다.

둘째로, 관광경제가 하나의 종합성을 띤 봉사경제이라는것이다.

관광활동에서 관광객은 관광과정에 숙박, 식사, 교통, 유람, 구매, 오락 등 종합적인 봉사를 효과적으로 실현할것을 요구한다. 때문에 공급의 측면에서 보면 관광경제는 봉사를 위주로 하여 다른 많은 기업, 부문들과 련관된 경제활동이라고 볼수 있다.

관광공급자는 관광객에게 숙박, 식사, 교통, 유람, 구매, 오락을 포함한 여러가지 기본적인 관광봉사를 직접 제공할뿐아니라 화폐교환, 통신, 의료 등의 보조적인 봉사도 제공해준다. 이러한 봉사적성격의 경제활동은 물질적인 형식으로 제공될뿐아니라 비물질적인 형식으로 제공되기도 한다.

관광경제활동은 여행사, 관광식당, 관광호텔, 관광운수 등 부문의 기업들과 련계를 맺으며 금융, 체신, 병원, 보안기관, 세관, 상품검사 등의 부문 및 기관, 기업체들과도 관계를 가진다. 때문에 관광경제부문은 여러 경제부문의 성격을 종합하고있는 복합적인 경제부문으로 된다.

셋째로, 관광경제가 상대적으로 독자적인 경제부문이라는것이다.

관광경제는 여러 부문의 성격을 복합적으로 띠고있는 부문이지만 이러한 여러 부문의 단순한 조합이 아니라 여러 부문의 경제활동이 유기적으로 결합되어있는 독자적인 경제부문이다.

관광경제는 오랜 기간의 발전과정에 점차 하나의 독자적인 경제부문으로 형성되었다. 특히 제2차 세계대전 이후에 관광경제의 발전속도가 매우 빨라지고 종합적인 경제적효과성이 높아졌으며 다른 경제부문에 주는 영향도 전례없이 커졌다. 관광업을 통하여 국제적인 경제적련계가 확대되고있으며 오늘날에 와서 관광경제는 봉사와 다른 물질생산부문의 발전을 추동하는데서 중요한 역할을 하고있다.

우리는 관광경제와 그 특징에 대하여 잘 알고 관광업을 과학적으로 발전시킴으로써 경애하는 최고령도자 **김정은**동지의 사회주의문명강국건설구상을 하루빨리 실현하여야 할것이다.