

## 1. 국내 크루즈 관광 산업의 성장 저해요인 분석

해운경영학과 박 소 현  
지도교수 이 태 우

이 연구에서는 현재 국내 크루즈 관광 산업의 현황을 부산항을 기항하는 크루즈선을 중심으로 분석하여 국내 크루즈 관광 산업의 성장을 저해하는 요인을 규명하고자 하였다.

1980년 이후 크루즈 산업이 활발해지면서 전 연령층으로 시장이 점차 확대되어 가면서 크루즈 관광객의 수요가 꾸준히 증가하고 있는 추세이다. 세계 4대 크루즈 선사는 카니발 크루즈 라인, 로얄 캐리비언 크루즈 라인, P&O 크루즈 라인, 스타 크루즈 등이며, 이 크루즈 선사들이 보유하고 있는 크루즈 선대는 전세계 크루즈 선대의 78%를 구성하고 있다.

아시아 크루즈 시장은 극동아시아, 동남아시아, 남태평양의 세 지역으로 구분될 수 있으며, 많은 발전요인과 잠재성을 가지고 있는 크루즈 시장이다. 대형 크루즈 선사들이 아시아권으로 진출하면서 고객 유치를 위한 활발한 홍보 활동과 저가의 다양한 상품 개발로 크루즈 관광에 대한 일반 대중들의 인지도가 많이 높아지고 있다.

부산항을 기항하고 있는 스타 크루즈 선사의 슈퍼스타 토러스호, 슈퍼스타 에이리쓰호와 현대상선(주)의 금강산 크루즈선을 중심으로 항차당 평균 이용 승객을 분석해 본 결과 운항 실적이 매우 부진한 것으로 나타났다. 그리하여 슈퍼스타 에이리쓰호는 운항을 중단하였고, 슈퍼스타 토러스호는 항로와 항해 일정을 축소·변경하였다. 금강산 크루즈 역시 크루즈 관광객의 수가 급격히 감소하고, 현대상선(주) 측의 자금난으로 인해 운항을 크게 축소하고 있는 실정이다.

이 연구에서 국내 크루즈 관광 산업의 저해 요인을 크루즈항 기반시설 측면, 소비자 인지도 측면, 경영 수지 측면 등 세 가지 측면으로 나누어 분석하여 본 결과는 다음과 같다.

첫째, 크루즈항 기반시설 측면에서는 크루즈항이 기본적으로 갖추어야 하는 크루즈 전용 터미널과 크루즈 전용 선석의 부재, 관광상품 개발의 부족 및 육상교통 연계의 미비 등의 요인이 나타났다.

둘째, 소비자 인지도 측면에서는 현재 크루즈 시장의 발전단계 중 도입기 단계에 있는 국내의 경우 크루즈 관광에 대한 대중적인 인지도의 부족과 선상 여가 프로그램의 부족, 의사소통의 어려움 등이 요인으로 나타났다.

셋째, 경영 수지 측면에서는 크루즈 선사의 주된 수입원인 선상 수입원 관리 시스템의 부재로 인하여 외부 환경 변화에 신속하게 대응하는데 어려움이 있는 것으로 나타났다.

그리고 일반적인 크루즈 산업과 비교할 때, 특수한 상황하에 있는 금강산 크루즈 산업의 성장을 저해하는 요인은 다음과 같다.

첫째, 내항부정기 여객운송사업 면허(내항면허) 발급으로 각종 제재사항이 많이 가해지면서 시간적·경제적 손실이 발생하였다. 특히, 내항면허 발급으로 인하여 카지노와 면세점의 운영의 불가로 인해 선상 주요 수입원인 크루즈 선상 수입이 적자를 면치 못하고 있다.

둘째, 비싼 입산료가 부과되어 관광객에게 관광 비용에 대한 부담을 가중시킴으로써 타 여행 상품과의 가격 경쟁력이 뒤떨어졌다.

국민들의 소득 수준 향상, 여가 시간의 증가 및 각종 국제적인 대회 및 행사 등을 유치로 인하여 국내 크루즈 관광과 육상 관광을 연계시켜 국내 크루즈 산업이 발전할 수 있도록 이에 대

한 대비가 시급하다고 할 수 있다. 따라서 본 연구에서 도출된 국내 크루즈 관광 산업의 성장 저해 요인을 제거해 나감으로써 국내 크루즈 관광 산업의 성장 가능성을 높일 수 있다.

## 2. 電子去來의 規制에 관한 研究

해사법학과 최진이  
지도교수 황정원

미국이 '全世界的 電子商去來 基本計劃(A framework for Global Electronic Commerce)'을 천명한 이래, 電子去來는 세계적인 논의의 초점이 되었으며, 각국들과 EU는 電子去來에 있어 공동대응을 하는 등, 이러한 추세는 電子去來가 새로운 경제활동 수단으로서 경제변혁을 예고하고 있다.

電子去來가 우리의 사회·경제적으로 미치는 영향을 소비자 측면에서 본다면 새로운 디지털 경제정책 및 사회의 전통적 개념변화, 구매활동을 위한 정보수집과 배송비용과 시간절감, 購買行爲의 便宜性 增大, 상품 및 정보의 투명성, 그리고 다원화된 경쟁과 소비자의 선택권한 확대 등을 들 수 있고, 企業內部的인 측면에서는 인적·물리적인 공간자원의 절감으로 인한 경영의 효율화와 고객의 소비동향 파악이 용이하고, 서비스 개선이 가능하며, 중간물류 및 유통단계의 축소로 業務效率 및 비용의 절감, 효율적인 판촉활동 및 마케팅 전략 수립이 가능하다는 점 등을 들 수 있다. 이러한 사회·경제적 활동의 패러다임 변화는 사회비용의 절감을 통한 국민생활 전반의 高費用構造 改善과 경제영역의 세계화, 관련기술의 개발촉진 등으로 인한 새로운 분야의 고용창출 효과를 기대할 수 있다. 그러나 이러한 電子去來를 활성화하기 위해서는 그에 따른 기술적·제도적인 보완이 우선 되어야 한다.

電子去來의 주요 저해요인으로서 개선되어야 할 사항으로 電子去來가 갖는 非對面 去來의 특성상 去來의 主體·時期·對象 등이 불투명하기 때문에 契約의 取消나 撤回, 電子支拂制度에 대한 불신 등의 消費者 保護側面에서의 制度的·技術的 보완이 시급하며, 이를 위해서는 電子去來의 標準化 및 規格化와 認證 및 保安節次의 강화 등의 해결이 선결과제이다.

이처럼 기존의 意思傳達媒體와는 여러 면에서 차이점을 갖는 전자적 매체를 이용한 거래가 일반 대중에게까지 급속히 보편화되면서 분쟁의 발생가능성 또한 증가하고 있기 때문에 이러한 종류의 去來를 규율하기 위한 法規整備의 필요성이 어느 때보다 절실해 지는 것이다. 따라서 電子去來의 장애를 제거하고 분쟁의 위험을 최소화하기 위해서는 法的 裝置의 整備方案을 마련하여야 하는데, 그 방안으로써 첫째, 契約에 의하는 경우, 去來 當事자가 기업인 때는(특히 EDI ; Electronic Data Interchange의 경우)에 데이터 交換協定을 체결하여 契約書에 의하여, 企業과 消費者間의 去來인 경우에는 約款에 의한 附合形式에 의해 當事者の 合意로 電子去來의 法的인 장애를 제거할 수 있고, 둘째, 立法的인 해결에 의하는 경우, 電子去來의 장애 요인을 파악하고 이를 제거하며, 당사자들의 法的인 분쟁 가능성이 최소화 될 수 있도록 立法的인 방안 내지 法解釋의 방법을 강구하는 것이다.

이러한 가상공간을 이용한 去來에서 적용될 法規를 정립하는 방법에 관하여는 대체로 세 가지 흐름이 있다. 첫째는 사이버 공간도 인간의 활동공간이기 때문에 현실공간과의 공통점을 갖