

VIP REPORT



■ 여행업 선진화, 시스템의 정비가 필요하다

발행인 : 김 주 현
편집주간 : 한 상 완
편집위원 : 이장균, 주원, 이철선
발행처 : 현대경제연구원
서울시 종로구 계동 140-2
Tel (02)3669-4334 Fax (02)3669-4332
Homepage. <http://www.hri.co.kr>
인쇄 : 서울컴퓨터인쇄사 Tel (02)2636-0555

- 본 자료는 기업의 최고 경영진 및 실무진을 위한 업무 참고 자료입니다.
- 본 자료에 나타난 견해는 현대경제연구원의 공식 견해가 아니며 작성자 개인의 견해임을 밝혀 둡니다.
- 본 자료의 내용에 관한 문의 또는 인용이 필요한 경우, 현대경제연구원 산업전략본부(02-3669-4334)로 연락해 주시기 바랍니다.

목 차

■ 여행업 선진화, 시스템의 정비가 필요하다

Executive Summary i

1. 전환점을 맞고 있는 한국 관광산업 1

2. 변혁을 겪고 있는 여행업 3

3. 정착이 쉽지 않은 새로운 여행업 모델 8

4. 여행업 선진화의 조건 15

■ HRI 경제 지표 24

1. 전환점을 맞고 있는 한국 관광산업

한국의 관광산업은 2009년 도약의 계기를 맞이할 것으로 기대되고 있다. 전 세계적인 경기침체와 관광시장의 위축에도 불구하고 외래 관광객은 2009년 전년에 비해 15%가 증가한 790만 명 그리고 관광수지도 흑자(9월 까지 3억 2천만 달러)를 기록할 것으로 예상되고 있다.

이에 정부에서는 11월 '관광산업 선진화 전략'을 발표하고 관광 산업을 확실한 신 성장 동력을 육성하기 위한 작업에 착수 하였다. 그 목표는 한국을 '관광부국'으로 만드는 것으로 관광의 일상화, 시장친화, 한국형 콘텐츠 강화 그리고 2010~2012 한국방문의 해의 네 가지 추진전략으로 구성되어 있다.

따라서 여행상품 구매자와 나머지 관광산업을 연결하는 접점에 위치한 여행업의 선진화는 시급한 과제로 다가올 수밖에 없다.

2. 변혁을 겪고 있는 여행업

한국 여행업은 현재 다음과 같은 특징을 가지고 있다. 첫째, 다수의 생산성이 낮은 소규모 업체들로 구성되어 있다. 둘째, 진입과 퇴출이 쉬운 완전경쟁적인 산업이다. 셋째, 매출의 상당부분을 항공권 판매에 의존하고 있다. 넷째, 종사자들은 상대적으로 고학력임에도 낮은 임금을 받는 것으로 파악되고 있다. 다섯째, 관광산업의 다수를 차지하면서 관문역할을 하는 관계로 소비자의 불만이 가장 많이 제기되는 대상이다. 여섯째, 여행업을 위한 법적인 장치가 미비한 실정이다. 일곱째, 그러나 다른 서비스업들과 비교했을 때 성장잠재력이 높은 것으로 판명되고 있다. 그러므로 여행업은 문제점이 많지만 미래 서비스 산업의 발전을 선도할 중요한 산업이라고 할 수 있다.

그런데 한국의 여행업은 항공사들이 제공하던 항공권 발권 커미션제도의 폐지라는 큰 변혁에 직면하고 있으며 이에 대한 올바른 대처가 잠재성을 얼마나 실현할 수 있을지를 결정하는 중요한 요소가 될 것으로 보인다. 미국에서 1990년대 후반부터 항공권 발권 커미션의 축소 움직임이 시작되면서 2000년대 초반 폐지되었다 이에 유럽, 아시아, 중동, 남아메리카 등의 지역에서 많은 항공사들이 이에 동참하고 있다. 한국에서는 대한항공이 2010년 1월 1일부터 발권총액의 7%로 적용하던 항공권 발권 커미션을 폐지하기로 결정하였다.

여행사들이 그동안 영위해오던 영업모델인 '수탁판매(sale on consignment)'는 더 이상 유지 불가능하게 되었다. 지금까지 여행사는 소비자와 여행상품의 공급자들 사이에

서 단순한 연결자이자 이들이 생산하는 상품에 대한 '출구(outlet)' 역할을 해왔다. 이에 따라 여행사는 공급자가 약속한 일정비율의 알선수입 곧, '커미션(commissions)'을 통해 매출과 수익을 올려왔다. 그러나 항공권 발권 커미션이 없어지면서 영업모델은 고객에게 서비스를 제공하고 취급수수료를 받아서 매출이나 수익을 올리는 일종의 '변형된 수탁판매' 모델로 전환할 수밖에 없는 상황에 처해있다.

선진여행업계는 항공권 커미션 폐지 이후 취급수수료 부과, 대체여행상품 판매증가, 매출양극화와 여행사 숫자 감소, M&A 증가 등의 변화를 경험하고 있다. 선진국 여행사들의 취급수수료 부과시도가 증가하고 있다. 다른 한편으로 여행사들은 항공권 발권 비중을 줄이고 다른 여행상품의 판매를 증가시키고 있다. 여행 산업 전체적으로 여행사 숫자의 감소와 규모에 따른 여행사들의 매출양극화 현상이 나타났다. 여행사들의 M&A가 증가하여 거대 여행사들이 등장하기 시작하였고 국제적인 M&A도 활발하게 진행되고 있다.

3. 정착이 쉽지 않은 새로운 여행업 모델

선진국에서 시작된 '변형된 수탁판매' 모델의 국내정착은 기존 사회시스템이 선진국의 그것과 다르다는 면에서 쉽지 않을 것으로 전망되고 있다. 새로운 제도가 정착할 수 있는지에 대해서는 두 가지 시각이 있다. 하나는 입법능력과 정치지도력만으로 충분하다는 "위로부터(top down)"의 시각이다. 다른 하나는 해당 사회의 규범, 전통, 믿음 그리고 개인의 가치관으로부터 영향을 받을 수밖에 없다는 "아래로부터 (bottom up)"의 시각이다. 커미션제 폐지는 항공사와 여행사들 간의 자율적인 합의의 형태를 띠는 면에서 그 정착 가능성을 판단하는데 있어 "아래로부터"의 시각이 더 합당하다. 한국에서는 '팁(tip)문화'의 부재, 시간제 임금의 미 정착, 경제의 서비스산업화 미진 등의 몇 가지 특징이 취급수수료 도입과 충돌을 야기할 가능성이 높은 것으로 보인다.

'팁(tip)문화'의 부재는 여행사가 제공하는 서비스에 부과하는 취급수수료의 당위성에 대해 소비자로부터 공감대를 끌어내기가 힘들 것임을 의미한다. 전 세계적으로 여행사들이 취급수수료 부과에 진전이 있는 지역과 팁을 주고받는 것이 문화로서 정착한 지역이 대체적으로 일치하는 것으로 나타났다. 반면에 한국이 포함된 아시아는 팁을 모욕의 표시로 받아들이기까지 하는 것으로 조사되었다. 기능적으로 팁과 취급수수료 모두 제공된 서비스에 대해 지불하기로 약속한 비용에 추가되는 무엇이라고 할 수 있다. 한 쪽이 관행으로 정착하였을 경우 다른 하나가 도입되는 것은 그 만큼 수월할 것이다. 그

런 면에서 한국에서 여행사들의 취급수수료 부과시도는 팀이 관행화된 서구 국가들에 비해 어려울 것으로 전망된다.

시간제 임금의 미발달은 여행사가 부과하는 취급수수료 산정에 있어 소비자와 공급자 모두가 동의할 수 있는 기준이 없음을 뜻한다. 취급수수료가 빠르게 정착하고 있는 미국에서는 시간제임금이 아직 대세라고 할 수 있다. 시간당 임금은 서비스 공급자에게는 공급된 서비스의 양을 소요된 시간과 시간당 임금을 가지고 계산할 수 있게 해준다. 또한 수요자는 스스로 서비스를 공급할 때 발생하는 비용 곧, 서비스의 '기회비용'을 통해 이를 추정할 수 있어 시간제 임금은 양자가 기준을 설정하는 것을 도와준다. 전체적으로 한국의 임금체계가 시간급에 기초하고 있다고 말할 수 없으며 그 만큼 취급수수료에 대해 공급자와 수요자가 동의할 수 있는 기준 마련은 어려울 것으로 전망된다.

경제가 서비스 산업화할 경우 새로운 유료서비스의 도입이 쉬울 것이라는 면에서 서비스 산업이 발달하지 않은 한국에서 취급수수료의 정착은 불리하다고 할 수 있다. 서비스산업의 비중이 늘어난다는 것은 서비스공급자가 공급하는 서비스에 가격을 매기고 소비자가 이를 지불하는 경우가 증가한다는 것을 전제로 하지 않고는 불가능하다. 여행사가 부과하는 서비스 취급 수수료는 서비스 공급자로서 공급하는 서비스에 가격을 매기는 것이며 이는 다른 유료서비스와 다를 것이 없다. 따라서 서비스 산업의 발달은 취급 수수료와 같은 새로운 유료서비스의 도입에 우호적인 환경을 제공한다고 할 수 있다. 2005년 현재 서비스 산업이 한국의 전체 GDP에서 차지하는 비중은 56.3%로 미국(75.9%), 영국(74.7%), 독일(69.6%), 프랑스(77.0%) 등에 비해 크게 뒤지는 것으로 나타나고 있다. 그만큼 취급수수료 도입이 어려울 것으로 예상된다.

4. 여행업 선진화의 조건

여행업 선진화를 위해서는 여행업을 둘러싼 시스템의 정비 곧, 법적, 제도적 그리고 정책적인 조치와 여행사 스스로의 경쟁력강화와 이미지 개선노력 등이 필요하다.

첫째, 여행업만을 다루는 '(가칭)여행업법'의 제정이 필요하다. 지금의 법체계는 큰 변혁을 앞두고 있는 여행업의 이해를 반영하고 필요할 경우 도움을 주기에 부족하다고 할 수 있다. 일본의 경우는 1952년에 여행업법을 이미 제정하고 이를 운영하고 있다.

둘째, 현재 축소가 예정되어있는 관광사업 관련 부가가치영세율 적용을 계속 유지하

는 것이 필요하다. 2010년 1월 1일부터 관광호텔·콘도미니엄이 외국인 관광객에게 제공하는 숙박과 음식제공 용역에 대한 부가가치세 영세율 적용의 폐지가 예정되어 있다. 여행업은 이로 인해 간접적인 피해를 받을 것으로 예상된다.

셋째, 여행사가 제공하는 서비스에 대해 취급수수료를 부과할 수 있는 법적 근거를 마련해야 한다. 일본은 지방의 조례나 여행업 표준 약관을 통해 여행사들이 취급수수료를 부과할 수 있는 근거를 제공하고 있다. 국내에서는 기존 관광진흥법의 시행령이나 새로 제정되는 '(가칭)여행업법'의 시행령을 통해 15년 정도의 기한을 정해 여행상품 구입액의 일정 비율을 여행사가 취급수수료로 부과할 수 있게 규정해야 한다.

넷째, 여행사들은 인구구성의 변화와 의료관광, MICE, 문화상품 등에 맞춘 새로운 여행상품 개발을 위해 노력해야 한다.

국내인구구성의 변화는 노령화, 핵가족화, 고학력화로 특징 지워지며 이에 따라 여행상품에 대한 수요도 변화하고 있는 것으로 나타났다. 장거리보다는 단거리 여행, 여성이나 자녀중심으로 여행지 선택, 단기 어학연수나 유학과 같은 교육관련 여행 등이 보편화되고 있다. 의료관광, MICE 그리고 문화와 연계된 여행상품 또한 수요가 증가하고 있어 이에 적극적으로 부응하는 것이 필요하다.

다섯째, 여행불편신고제도 및 불법영업에 대한 업계자율의 규제를 강화하고 여행업에 대해 국민들이 가지고 있는 부정적인 이미지를 개선시키기 위해 노력해야 한다.

소비자 만족을 위한 노력에도 불구하고 소비자의 불만 및 피해사례신고가 계속되고 있다. 여행업계 전체 차원에서 자율적인 자정과 규제노력을 배가할 필요가 있다. 부정확한 정보제공, 계약조건의 불이행, 사기성 피해 등 소비자의 피해사례가 보도되면서 여행업에 대해 부정적인 이미지가 확산 고착화되어온 것이 사실이다. 정확한 정보 제공과 안내를 통해 문제가 발생하기 이전에 이를 방지하려는 노력이 필요하다.

여섯째, 여행사들은 경영합리성을 제고하고 투명성을 확보하기 위해 노력해야 한다.

대부분의 여행사들은 규모의 영세성과 고급 경영 인력의 확보미비로 인해서 과학적인 경영과는 여전히 거리를 두고 있다. 경영의 합리성 제고 뿐만 아니라 고용, 임금, 근로시간, 퇴사, 해고 등 인사관리 또한 좀 더 객관화된 내규와 원칙의 적용이 필요하다. 국내여행사들은 실질적으로 상당부분 비공식적인 부분에서 영업을 영위하고 있다고 해도 과언이 아니다. 제도권 진입을 통한 성장을 위해 여행사의 회계시스템을 보다 명확히 하려는 노력이 필요하다.

1. 전환점을 맞고 있는 한국 관광산업

○ 2009년 한국의 관광산업은 도약의 계기를 마련할 것으로 기대

- 2009년 전 세계적으로 경기침체와 신종플루의 확산 등으로 관광시장이 위축된 가운데 한국의 관광산업은 획기적인 전환점을 맞음

- 외래 관광객이 2009년 전년에 비해 15% 증가한 790만 명에 이를 것으로 추정
- 관광수지도 9월 현재 3억 2천만 달러를 기록하여 2009년 흑자 전망

< 내국인 출국, 외래객 입국 그리고 관광수지 추이 >

(단위: 만 명, 억 달러)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009(e)
내국인 출국	608	712	709	883	1,008	1,161	1,333	1,200	950
외래객 입국	515	535	475	582	602	616	645	689	790
관광수지	-1.8	-31.2	-29.1	-38.1	-62.3	-86.8	-101.3	-36.2	3.2(9월)

자료: “문화체육관광부, 한국관광 3배 늘리기 본격 추진,” 문화체육관광부 보도자료, 2009년 11월 20일.

○ 이러한 전환에 힘입어 최근 정부는 관광을 확실한 신 성장 동력산업으로 육성하기 위한 전략 마련

- 2009년 11월 문화관광부는 '관광산업 선진화 전략'을 발표하고 '觀光富國 대한민국'을 만들기 위한 노력에 착수

- 관광수요 확충과 투자 활성화를 통하여 '내수 진작→인프라 등 관련투자 확대 →외래 관광객 방문증가'의 선순환 구조를 정착시킴
- 경쟁력이 있는 고부가가치 관광 상품을 육성하고 남아있는 규제와 제도 개선을 지속적으로 추진
- '2010~2012 한국방문의 해'를 계기로 환대서비스 개선, 특별마케팅 등 민관합동의 다양한 준비노력 전개

여행업 선진화, 시스템의 준비가 필요하다

< '관광 산업 선진화 전략'의 내용 >

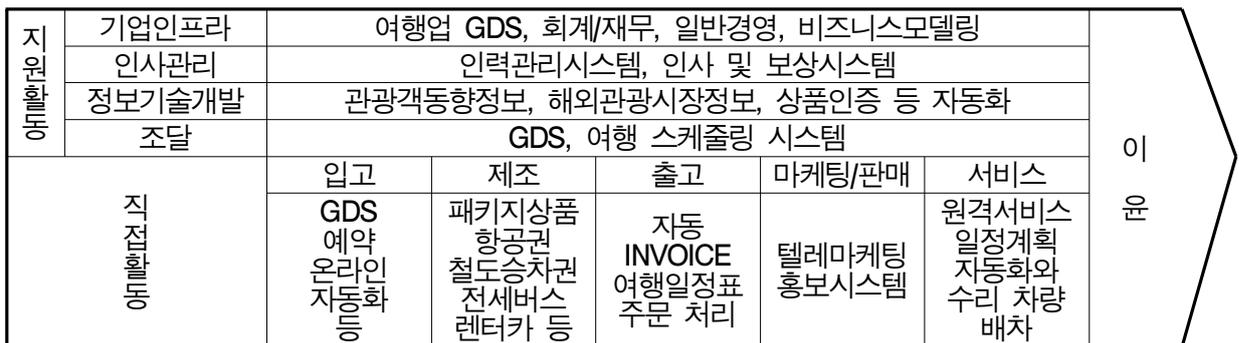
추진전략	주요과제
관광의 일상화	1. 휴가 및 공휴일 제도 개선 2. 가족관광 교육 시스템 3. 소외계층 복지관광 4. 숙박 등 관광수용태세 개선
시장친화	1. 특별용자 등 단기대책 2. 민간 투자 활성화 위한 제도 개선 3. MICE, 쇼핑 등 고부가 산업 육성 4. 비자개선 및 한중일 협력 강화
한국형 콘텐츠 강화	1. 명품 콘텐츠 발국육성 2. 관광재생 프로젝트 3. 테마형 관광국토 디자인 구축 4. 창조관광 실현
[특별사업] 2010~2012 한국 방문의 해	1. 국민환대 서비스 개선 2. 안전한국 캠페인 3. 7대 특별이벤트 추진 4. 해외홍보 마케팅 및 인센티브

자료: 「관광산업 선진화 전략」, 문화체육관광부, 2009년 11월.

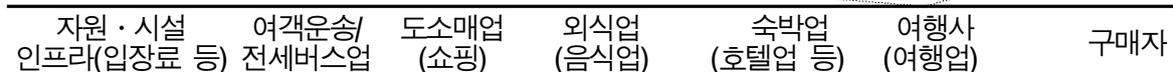
○ 따라서 소비자와 나머지 관광산업을 연결시키는 연결자의 위치에 있는 여행업의 선진화가 시급한 과제로 다가옴

- 여행업은 여행상품 구매자와 전체 관광산업이 만나는 접점으로 관광산업의 선진화는 이의 선진화로부터 시작되고 끝나는 것과 마찬가지로 임

< 여행업과 관광산업의 가치사슬 구조화 >



여행업 가치사슬
관광산업 가치 네트워크



자료: 「국내여행업 발전」, 한국문화관광연구원, 2006년.

2. 변혁을 겪고 있는 여행업

○ 여행업은 많은 문제점이 있지만 한국의 미래 서비스 부문을 이끌고 갈 높은 잠재력을 가지고 있는 산업으로 평가

- 다수의 소규모 업체, 완전경쟁, 항공권 판매에의 의존, 상대적으로 높지 않은 임금, 소비자 불만의 대상, 법적 장치 미비 등이 문제점으로 지적

< 한국 여행업의 문제점 >

특징	내용
다수	· 2007년 전체 관광사업체 11,716개 중 약 73%인 8,555개가 여행업체
소규모	· 2007년 여행업에 모두 54,964명이 종사해서 한 곳당 6~7명 근무 · 한 사업체당 연 3억 2,900만 원의 매출
완전경쟁	· 2000년 여행업체 인허가 수는 1,284건에서 2008년 2,088건으로 약 1.8배 증가 · 휴·폐업 수는 2000년 각각 243건과 12건에서 2006년 958건과 179건으로 증가
항공권에 대한 의존	· 2008년의 여행사 전체취급액 6조 5,218억 원 중에서 항공권 취급규모는 75.2%인 4조 9,046억 원을 기록
상대적 저임금	· 교육정도로 보았을 때 2008년 여행사 종사자들의 67.5%가 대졸로 전체 서비스업의 59.6%보다 높은 것으로 나타남 · 그러나 1인 당 급여에 있어서는 2007년의 경우 약 1,850만 원으로 전체 서비스업의 1,670만 원보다 크게 높지 않음
소비자 불만의 대상	· 2007년 접수된 관광불편신고 558건 중에서 여행사가 173건(31.0%)으로 가장 높았음 · 다음으로 숙박 53건, 택시 46건, 쇼핑 44건, 등의 순서
법적장치 미비	· 1999년 제19차 개정된 관광진흥법의 관광사업에 대한 장(章)에서 여행업이 제2절로 독립 · 그러나 일본은 이미 1952년에 별개의 여행업법을 제정하고 운용해 오

- 2007년 산업연관표를 바탕으로 한 분석에서 여행업은 여타 서비스업에 비해 잠재력에서 뒤지지 않고 오히려 앞선 것으로 판단

· 산업분류상 여행사업 및 여행지원서비스는 “서비스업>사업서비스>기타 사업 서비스”로 분류, 편제되어 여타 기타 서비스업(예, 전시 및 행사대행업)과의 통계상 합치로 인한 편차가 존재하는 한계가 있음

- 여행업이 포함되어 있는 '기타 사업 서비스업'은 부가가치유발효과와 취업유발계수, 전방연쇄효과가 매우 높은 반면, 수입유발계수는 낮아 우리나라의 차세대 서비스업으로 육성효과가 유망

< 기타사업서비스(여행업)의 산업연관효과 종합 (국내비교) >

		2000	2005	2006	2007	순위
생산유발 효과	기타사업서비스	1.448	1.639	1.656	1.664	6/10
	서비스업	1.634	1.695	1.716	1.721	
	전 산업	1.854	1.926	1.944	1.940	
부가가치 유발효과	기타사업서비스	0.941	0.931	0.928	0.924	2/10
	서비스업	0.868	0.865	0.862	0.855	
	전 산업	0.754	0.741	0.733	0.722	
수입유발 효과	기타사업서비스	0.058	0.068	0.071	0.075	9/10
	서비스업	0.132	0.135	0.138	0.145	
	전 산업	0.246	0.259	0.267	0.278	
후방연쇄 효과 (영향력계수)	기타사업서비스	0.765	0.841	0.841	0.845	6/10
	서비스업	0.881	0.880	0.882	0.887	
전방연쇄 효과 (감응도계수)	기타사업서비스	2.108	2.626	2.666	2.511	1/10
	서비스업	1.002	1.018	1.026	1.031	
취업유발 계수	기타사업서비스	20.1	24.0	23.7	24.2	3/10
	서비스업	21.5	18.4	18.2	18.1	
	전 산업	18.1	14.7	14.3	13.9	

주: 순위는 기타사업서비스(여행업), 도소매, 음식점 및 숙박, 운수 및 보관, 통신 및 방송, 금융 및 보험, 부동산 및 사업서비스, 공공행정 및 국방, 교육 및 보건 그리고 사회 및 기타 서비스 의 10대 서비스업 가운데 기타사업서비스(여행업)이 차지한 순위임.

- 선진국을 중심으로 항공권 발권 커미션제도가 폐지되었고 한국도 이에 2010년부터 동참하기로 결정하면서 이에 대한 대응이 미래 한국여행업의 잠재력이 얼마나 실현될 수 있을지를 결정 짓는 중요한 변수로 등장
- 선진지역에서 시작된 항공권 발권 커미션의 폐지에 전 세계 항공사들이 동참함으로써 이는 관광산업의 돌이킬 수 없는 새로운 추세로 정착
 - 미국에서 1990년대 후반부터 항공권 발권 커미션의 축소 움직임이 시작되면서 2000년대 초반 폐지

- 유럽, 아시아, 중동, 남아메리카 등의 지역에서 많은 항공사들이 뒤따랐고 한국에서는 대한항공이 2010년 1월 1일부터 7%로 적용되던 항공권 발권 커미션을 폐지하기로 결정

< 항공권 발권 커미션 폐지 현황 >

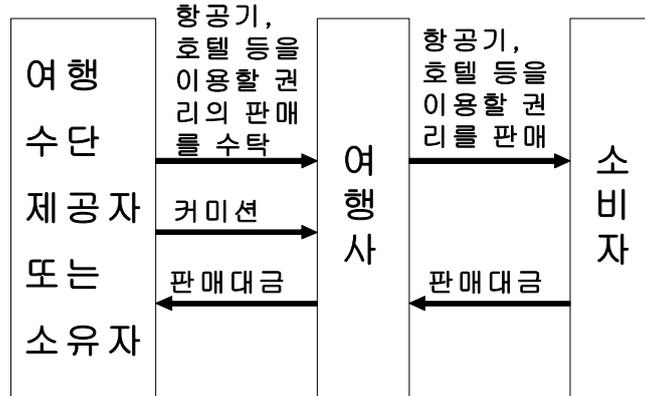
지역	내용
북미	<ul style="list-style-type: none"> · 1995년 미국에서 American, Delta, US, Trans World, United, Northwest 그리고 Continental의 7개 항공사들이 항공권 발권 커미션에 대해 상한선을 부과하기로 합의 · 1999년 10월에는 전체금액의 5%로 축소되었고 2002년 3월 완전히 사라짐
유럽	<ul style="list-style-type: none"> · 유럽에서는 9%로 정해진 항공권 발권 커미션이 1997년에서 1999년에 이르는 기간 동안 7%수준으로 1차적으로 감소 · 2001년 이후에는 점진적인 축소가 진행되면서 대부분의 국가에서 사라짐
중동	<ul style="list-style-type: none"> · 아랍에미리트(UAE)의 경우 2008년 1월 초부터 국내에서 영업 중인 모든 여행사들에 대해 커미션 폐지를 적용
아시아	<ul style="list-style-type: none"> · 일본항공(JL)과 전 일본공수(NH) 등 일본의 주요 항공사들은 2009년 4월부터 항공권 발권 커미션을 폐지한다고 선언하였고, 연간 JL에는 300억 엔 그리고 NH에는 100억 엔의 비용감소효과가 발생할 것으로 기대 · 한국에서는 대한항공이 2010년 1월부터 항공권 발권 커미션을 폐지하기로 방침을 정함 · 싱가포르의 경우는 1999년에 이미 싱가포르 항공이 항공권 발권과 관련된 커미션을 없앴 · 인도에서는 2009년 인도에 취항하고 있는 싱가포르 항공을 비롯한 12개의 대형 외국항공사들이 커미션 폐지정책을 적용
남아메리카	<ul style="list-style-type: none"> · 남미에서는 LAN Chile가 2007년 커미션을 없앴으며 콜롬비아에서는 Colombian Airlines가 커미션을 조금씩 축소하는 방향으로 움직이기 시작

○ 여행사들이 그동안 영위해오던 영업모델인 '수탁판매(sale on consignment)'는 더 이상 유지가 불가능한 것으로 판단

- 판매대행을 주로 하는 여행사들의 이전까지의 영업형태는 전형적인 수탁판매로 취급액이 아닌 커미션을 통해서 매출과 수익을 창출
 - 여행사는 소비자와 항공사, 호텔, 유람선회사 등 여행상품의 공급자들 사이에서 단순한 '연결자(intermediary)'이자 이들이 생산하는 상품에 대한 '출구(outlet)' 역할을 해옴

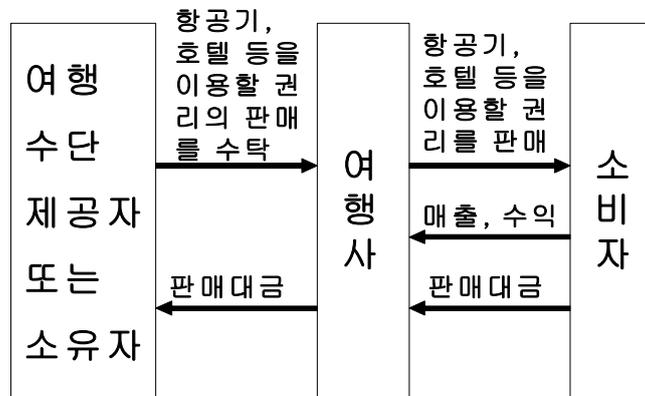
- 여행사의 매출은 소비자로부터 받은 항공요금을 포함한 각종 판매대금이 아니고 공급자가 약속한 일정 비율의 알선수입 곧, '커미션(commissions)'임

< 여행사의 수탁판매 영업 형태 >



- 이제 여행사들은 생존을 위해 항공사와 같은 여행상품 공급자가 아닌 소비자를 위한 서비스 제공자로 변신을 모색해야 하는 상황
- 항공권 발권 커미션이 없어지면서 영업모델은 고객에게 전문적인 서비스를 제공하고 이에 취급수수료를 부과하여 이로부터 매출이나 수익을 취하는 일종의 '변형된 수탁판매' 모델로 전환해야하는 상황에 처함

< 항공권 커미션 철폐이후의 새로운 여행업 영업형태 >



○ 선진 여행업은 커미션 폐지이후 취급수수료 부과, 대체여행상품 판매 증가, 매출양극화, M&A증가 등의 변화 경험

- 여행사들은 여행사가 제공하는 서비스에 대해 수수료를 부과하기 시작
 - 미국에서 1998년에 한 번이라도 취급수수료를 부과한 적이 있는 여행사들의 비율이 64.0%였으나 2006년 92.9%로 증가
- 다른 한편으로 여행사들은 항공권 발권 비중을 줄이고 다른 여행상품이나 새로운 여행상품의 판매 비중을 증가시킴
 - 항공권의 비중은 2000년 56.1%에서 2008년 23.8%로 32.3%p가 감소한 반면에 크루즈의 경우 같은 기간 16.8%에서 27.5%로 10.7%p가 증가

< 미국 여행사들의 여행 상품 군 별 판매비중 변화 >

(단위: %)

구분	2000	2001	2002	2003	2005	2006	2007	2008
항공권	56.1	54.0	33.6	32.1	29.3	27.3	26.0	23.8
크루즈	16.8	16.6	22.1	22.1	23.6	23.8	24.8	27.5
패키지	-	-	27.4	28.5	29.7	29.6	30.8	31.9
호텔	14.7	16.0	8.1	8.5	8.7	8.1	9.9	9.2
렌터카	8.1	8.8	5.0	4.7	4.7	4.2	4.4	4.2
기타	4.3	4.6	3.8	4.1	4.0	7.0	4.0	3.4

자료: 「항공권 발권수수료 관련 연구 자료집」, KATA, 2009년 2월.

- 여행 산업 전체적으로 여행사 숫자의 감소와 규모에 따른 여행사들의 매출 양극화 현상이 발생
 - 미국에서 1999년 2만 7천 여개였던 여행사는 2006년 16,640개로 감소
 - 2002년과 2008년을 비교하면 연간매출액이 1백만 달러 미만인 여행사들이 21.0%에서 35.5%로 그리고 1천만 달러 이상의 매출은 4.1%에서 9.3%로 증가
- 여행사들의 M&A가 증가하여 거대 여행사들이 등장하기 시작하였고 국제적인 M&A도 활발히 진행
 - 2007년 영국의 Thomas Cook과 My Travel이 합쳐져 유럽 2위의 여행사 탄생

3. 정착이 쉽지 않은 새로운 여행업 모델

- 선진국에서 시작된 '변형된 수탁판매'모델의 국내정착은 기존 사회시스템이 선진국의 그것과 다르다는 면에서 쉽지 않을 것으로 전망되고 있음
- 새로운 제도(**institution**)가 정착될 수 있는지에 대해 "**위로부터(top down)**" 그리고 "**아래로부터(bottom up)**"의 두 가지 시각이 존재¹⁾
 - "**위로부터(top down)**"의 접근은 제도가 정치지도자들에 의해 만들어진 법에 의해 결정된다고 주장하고 있으며 이의 대표적인 인물은 루소(Rousseau), 콩도르세(Condorcet) 등이 있음
 - "**아래로부터(bottom up)**"의 접근은 제도가 해당 사회의 규범, 전통, 믿음 그리고 개인의 가치관으로부터 자연스럽게 만들어지고 법은 단지 이를 형식화하는 것일 뿐이라고 주장하고 있으며 이의 대표적인 인물은 버크(Burke), 포퍼(Popper) 등이 있음
- "**위로부터**"의 시각은 새로운 제도의 도입이나 변화를 용이한 것으로 그러나 "**아래로부터**"의 시각은 이를 어려운 것으로 주장
 - "**위로부터**"의 시각은 새로운 제도를 도입하거나 변화시키는 데 있어 이전의 법을 철폐하고 새로운 법을 만들 수 있는 정치지도력만으로도 충분하다고 보고 있으며 따라서 혁명적인 제도변화의 가능성을 인정
 - "**아래로부터**"의 시각은 현재의 제도가 이전 제도들로부터 제약을 받을 수밖에 없고 이의 변화는 항상 점진적이라고 보고 있으며 이에 따라 혁명적인 제도변화 가능성을 부정
- "**위로부터**"의 시각은 세계적으로 가장 좋은 제도가 있을 수 있다고 보는 반면에 "**아래로부터**"의 시각은 이를 부정

1) Easterly, William (2008), "Design and Reform of Institutions in LDCs and Transition Economies," American Economic Review, 98.2: 95-99.

- "위로부터"의 시각은 모든 사회가 지향하고자 하는 전 세계적으로 가장 좋은 제도가 있다고 생각
- "아래로부터"의 시각은 인간사회는 장기적으로라도 일치하지 않는 서로 다른 제도를 발전시킬 수 있다고 생각

< 새로운 제도의 도입을 바라보는 두 가지 시각 >

	위로부터 (top down)	아래로부터 (bottom up)
제도(institution)에 대한 기본적인 시각	· 제도는 정치지도자들에 의해 만들어지는 법에 의해 결정	· 제도는 해당 사회의 규범, 전통, 믿음 그리고 개인의 가치관으로부터 자연스럽게 만들어짐
새로운 제도의 도입이나 변화	· 이전의 법을 철폐하고 새로운 법을 만드는 것 가능 · 혁명적인 제도변화 가능	· 현재의 제도는 이전 제도들로부터 제약을 받을 수밖에 없음 · 점진적인 제도적 변화만 가능
가장 좋은 제도의 존재 여부	· 모든 사회가 받아들이고자 하는 가장 좋은 제도 존재	· 인간사회는 다양한 제도적 발전 경로를 밟을 수밖에 없기 때문에 불가능
주요 인물	· 루소(Rousseau), 콩도르세(Condorcet)	· 버크(Burke), 포퍼(Popper)

- 커미션 폐지는 항공사와 여행사들 간의 자율적인 형태를 띠는 면에서 "아래로부터"의 시각이 합당하며 그런 면에서 한국에서는 그 정착이 비관적
 - 전 세계적으로 커미션 폐지는 항공사와 여행사들 간의 자율적인 결정의 형식을 띠고 있어 법에 의한 강제와 거리가 멀며 이에 따라 "위로부터"보다는 "아래로부터"의 시각에서 취급수수료의 정착가능성을 점검하는 것이 합리적
 - 한국에서의 '팁(tip)'문화의 부재, 시간제 임금의 미 정착, 경제의 서비스화 미진 등 선진국과 뚜렷이 구별되는 몇 가지 특성이 취급수수료 도입과 충돌을 야기할 가능성이 높은 것으로 보임
- '팁(tip)'문화의 부재는 여행사가 제공하는 서비스에 부과하는 취급수수료의 당위성에 대해 소비자로부터 공감대를 끌어내기가 힘들 것임을 의미
- 전 세계적으로 여행사들이 취급수수료를 부과하는데 좋은 성과를 기록하고 있는 지역과 '팁'문화가 발달한 지역이 대체적으로 일치

- 팁이 문화로서 정착된 정도가 가장 강한 지역은 북미고 그 다음으로 오세아니아, 유럽 등이 오며 이 분포와 여행사들의 취급수수료 부과 분포가 비슷함
 - 반면에 한국이 포함된 아시아는 이를 모욕의 표시로 받아들이기도 함
- 소비자들이 '팁'을 묵시적으로 받아들일 경우 취급수수료 부과를 묵인할 가능성 또한 높아지며 그런 면에서 한국은 크게 불리함
- 팁과 취급수수료 모두 제공된 서비스에 대해 지불하기로 약속된 비용에 추가되는 그 무엇이라고 할 수 있음
 - 한 쪽이 관행으로 정착하였을 경우 다른 하나가 도입되는 것은 그만큼 수월할 것으로 보이며 그런 면에서 한국에서 여행사들의 취급 수수료 부과 시도는 쉽지 않을 것으로 전망

< 세계 여러 나라의 식당에서의 '팁(tip)' 관행 비교 >

대륙	국가	내용	비고
아프리카	이집트	있음 (총액의 15%까지)	국가별로 큰 차이
	에티오피아	있음	
	남아프리카	있음 (총액의 10%까지)	
아시아	중국	없음	전체적으로 팁이 관행으로 정착되어 있지 않으며 일부에서는 모욕의 표시로 받아들이기도 함
	홍콩	없음 (총액의 10%가 봉사료로 부과되기도)	
	인도	없음	
	일본	없음	
	말레이시아	없음 (총액의 10%가 봉사료로 부과되기도)	
	필리핀	없음 (총액의 10%가 봉사료로 부과되기도)	
	싱가포르	없음 (총액의 10%가 봉사료로 부과되기도)	
	한국	없음 (총액의 10%가 봉사료로 부과되기도)	
	대만	없음 (총액의 10%가 봉사료로 부과되기도)	
유럽	오스트리아	있음 (총액의 5~10%)	국가별로 차이를 보이며 사회복지제도가 발달된 국가일수록 관행화된 정도가 낮음
	벨기에	없음 (총액의 일정비율이 봉사료로 부과)	
	크로아티아	없음	
	체코공화국	있음 (총액과 무관)	
	덴마크	없음 (총액의 일정비율이 봉사료로 부과)	
	스웨덴	없음 (총액의 일정비율이 봉사료로 부과)	
	노르웨이	없음 (총액의 일정비율이 봉사료로 부과)	
	에스토니아	있음 (총액의 10%까지)	
핀란드	있음 (총액과 무관)		

	프랑스	없음 (총액의 일정비율이 봉사료로 부과)	
	독일	있음 (총액의 5~10%)	
	그리스	있음 (총액과 무관)	
	헝가리	있음 (총액과 무관)	
	아이슬란드	없음	
	아일랜드	있음 (총액의 10~12%)	
	이탈리아	없음	
	네덜란드	있음 (총액의 5~10%)	
	루마니아	있음 (총액의 10%까지)	
	세르비아	있음 (총액의 10~15%)	
	슬로베니아	없음	
	스페인	없음	
	스위스	없음	
	터키	있음 (총액의 5~10%)	
	영국	있음 (총액의 10~15%)	
북아메리카	캐나다	있음 (총액의 10~20%)	전 세계에서 가장 발달
	미국	있음 (총액의 15~20%)	
	멕시코	있음 (총액의 10~15%)	
남아메리카	아르헨티나	있음 (총액의 10%까지)	국가별로 차이를 보임
	볼리비아	없음 (총액의 일정비율이 봉사료로 부과)	
	브라질	있음 (총액의 10%까지)	
	칠레	있음 (총액의 10%까지)	
	콜롬비아	없음 (총액의 10%가 봉사료로 부과되기도)	
	에콰도르	없음 (총액의 10%가 봉사료로 부과되기도)	
	파라과이	없음 (총액의 일정비율이 봉사료로 부과)	
	트리니다드 토바고	없음	
오세아니아	호주	없음 (증가추세)	최근 증가하는 추세
	피지	없음	
	뉴질랜드	없음 (증가추세)	

자료: 1) "Tip," Wikipedia (<http://en.wikipedia.org>) (accessed on Jun 10, 2009).

2) "A few tips on handling gratuities worldwide," San Francisco Chronicle, April 27, 2006.

주: 여기서 "있음" 과 "없음" 은 일반화된 정도가 기준 이며 각각에서 예외적인 경우까지 포함하거나 배제하는 것은 아님.

○ 한국에서의 시간제 임금의 미 정착은 여행사가 부과하는 취급수수료 산정에 있어 소비자와 공급자 모두가 동의할 수 있는 기준이 부재함을 의미

- 여행업에서 취급수수료 부과를 선도하고 있는 미국에서 시간제 임금은 아직도 널리 적용

여행업 선진화, 시스템의 준비가 필요하다

- 취업수수료가 가장 빠르게 정착하고 있는 미국에서는 2008년 16세 이상 고용된 근로자 수 1억 3,860만 명 중에서 6,575만 명 즉, 47.4%가 시간당으로 계산되는 임금을 받고 있는 것으로 나타나서 아직 시간제 임금이 대세

< 2008년, 산업별로 본 미국에서 시간당 임금을 받는 노동자들의 분포 >

(단위: 천 명, %)

구분	전체고용노동자 수	시간당 임금을 받는 노동자 수	비중
농업	2,168	692	31.9
광업	819	471	57.5
건설	10,974	5,392	49.1
제조업	15,904	9,557	60.0
도소매	20,585	12,437	60.4
교통과 인프라	7,727	3,193	41.3
정보	3,481	1,475	42.3
금융	10,228	3,338	32.6
전문서비스	15,540	5,688	36.6
교육과 의료	31,402	11,895	37.8
레저, 요식, 숙박 등	12,767	8,642	67.6
그 밖의 서비스	7,005	2,434	34.7
전체	138,600	65,758	47.4

자료: 「Household Data Annual Averages 2008」, U.S. Census Bureau, 2009.

< 미국 변호사들이 부과하는 서비스 피의 종류와 내용 >

구분	내용
고정요금 (fixed fee)	종종 '표준요금(standard fee)'이라고 불리는 요금으로 유언장 작성, 합의 이혼 등과 같은 단순한 일상적인 법률적 문제를 처리할 때 적용
시간당 요금 (hourly fee)	변호사들 대부분이 적용하고 있는 요금으로 법률적 문제를 해결하는 데 사용된 변호사의 시간에 따라 부과
성공사례금 (contingency fee)	사고나 개인상해 그리고 금전적인 보상을 원하는 경우에 볼 수 있는 부과방법으로 의뢰자가 재판에서 승리하거나 또는 법정 밖 협상을 통해서 문제를 해결할 경우 보상금의 일부를 변호사에게 주기로 약속
법정요금 (statutory fee)	법에 의해서나 관련기관이 일부 법률적인 업무에 대해 그 비용을 결정하고 적용하게 함
의뢰요금 (retainer fee)	일정 기간 동안 의뢰인의 모든 법률적인 문제를 처리해주는 데 해 부과하는 요금

자료: "Lawyers & Legal Fees," Alabama State Bar, Oct. 2007.

- 시간제 임금은 공급된 서비스의 양을 소요된 시간과 시간당 임금을 가지고 소비자와 공급자가 추정할 수 있게 해줌
 - 서비스 공급자는 소요된 시간에 시간당 임금을 곱하여 수수료를 제시할 수 있고 반면 수요자는 서비스를 스스로 공급하고자 할 때 발생하는 비용 곧, 서비스의 '기회비용(opportunity cost)' 계산을 통해 이를 추계하는 것이 가능
 - 미국에서 대표적인 서비스 전문직인 변호사들이 자신들이 제공하는 서비스에 대해 부과하는 비용 중에서 가장 흔한 경우가 '시간당 요금 (hourly fee)'임

- 한국의 임금체계는 실질적으로 시간제 임금과 거리가 멀며 그만큼 서비스 취급수수료의 부과 기준이 발달하지 못했다고 할 수 있음
 - 한국에서 시간급이 시작된 것은 1950년 6·25 때 미군이 진주하고 한국인 노무자들이 8군에 취직을 하면서부터인 것으로 알려지고 있음
 - 그러나 현재 우리나라 임금체계가 시간급에 기초하고 있다고 할 수 없으며 그만큼 정확한 취급수수료 산정은 어려울 것으로 전망

- 경제가 서비스 산업화할 경우 새로운 유료 서비스의 도입이 쉬울 것이라는 면에서 서비스 산업이 발달하지 않은 한국에서 취급수수료의 정착은 불리

- 경제의 서비스화는 각 부문에서 서비스를 사고파는 영역이 늘어남을 의미
 - 한 경제에서 서비스산업이 차지하는 영역이 늘어난다는 것은 서비스공급자가 공급하는 서비스에 가격을 매기고 소비자가 이를 지불하는 경우가 증가하지 않는다면 불가능

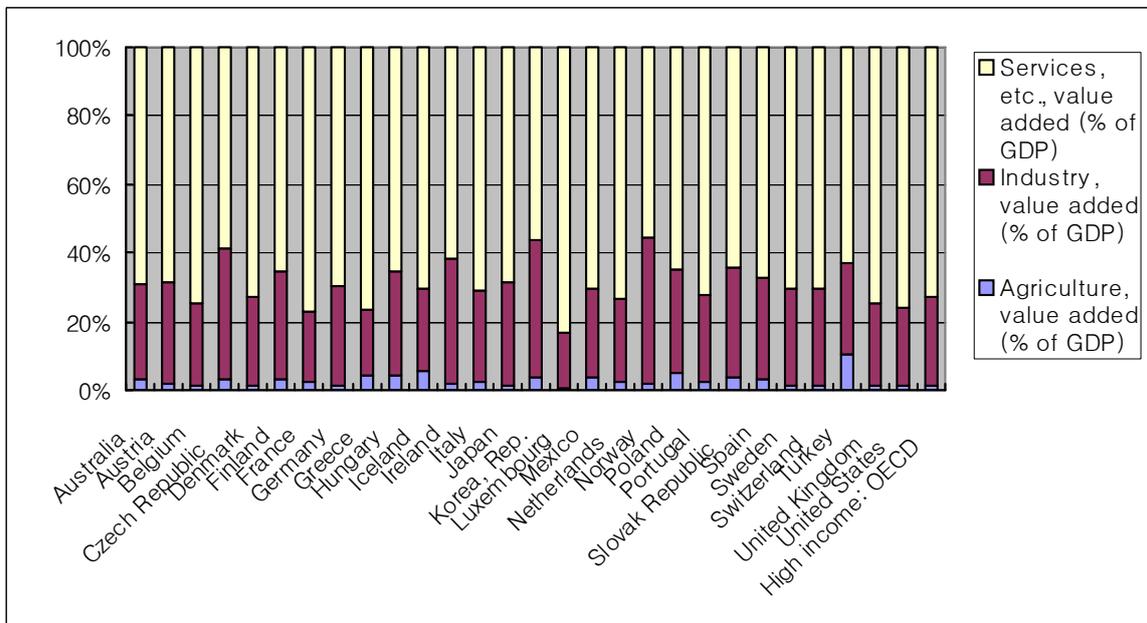
- 여행사가 부과하는 취급수수료는 새로운 형태의 유료서비스로 서비스 산업이 발달해 있는 환경에서 정착에 유리
 - 여행사가 부과하는 취급수수료는 서비스 공급자로서 공급하는 서비스에 가격을 매기는 것이며 다른 유료서비스와 다를 것 없음
 - 서비스 산업의 발달은 서비스의 유료화 진전과 궤도를 같이 하며 취급수수료와 같은 새로운 유료서비스의 도입에 우호적인 환경 제공

- 한국은 선진국에 비해 경제에서 서비스 산업이 차지하는 비중이 크게 낮은 것으로 나타나고 있으며 그만큼 취급수수료의 도입과 정착이 불리함
 - 2005년 현재 서비스산업이 한국의 전체 GDP에서 차지하는 비중은 56.3%로 미국(75.9%), 영국(74.7%), 독일(69.6%), 프랑스(77.0%)에 비해 크게 뒤짐

< 2005년 OECD국가들의 산업별 GDP 구성 비교 >

(단위: %)

	1차 산업	2차 산업	3차 산업
미국	1.2	22.8	75.9
영국	0.9	24.2	74.7
독일	1.0	29.3	69.6
프랑스	2.3	20.6	77.0
일본	1.5	29.8	68.6
한국	3.4	40.2	56.3
노르웨이	1.6	42.9	55.4
룩셈부르크	0.4	16.1	83.4
체코	2.9	38.3	58.7
멕시코	3.8	25.9	70.1



자료: World Bank.

4. 여행업 선진화의 조건

- 여행업이 선진화되기 위해서는 여행업을 둘러싼 시스템의 정비가 필수적임
- 법적, 제도적 그리고 정책적 정비를 통해 '변형된 수탁판매'모델이 정착할 수 있는 시간과 공간을 확보해야 함
- 여행사업계는 스스로 경쟁력을 강화하고 이미지개선을 위해 노력해야 함
- 여행업만을 다루는 '(가칭)여행업법' 제정이 요구됨
- 일본, 태국, 대만 등이 여행업법을 제정해 놓고 운용
 - 현재 한 절(제2절)을 통해 여행업을 다루고 있는 관광진흥법은 혁명적인 변혁을 앞둔 여행업의 이해를 충분히 반영하지 못함

< 각국 여행업 법규 명칭 >

국가	명칭
미국	-
일본	여행업법·표준여행업약관·여행상담약관
홍콩	Travel Agents Ordinance
태국	Travel Agency Business and Guide Act
대만	여행업관리규칙

자료: 김상태 (2001), 「여행업제도개선방안」, 한국문화관광연구원.

- 현재 축소가 예정되어있는 관광산업관련 부가가치영세율 적용을 계속 유지
- 우리나라는 외화획득에 도움을 주는 방향으로 부가가치세 영세율을 채택
 - 재화의 측면에서 수출이나 해외에서 국가의 위상을 높이는 목적으로 사용되는 경우 부가가치세 영세율을 적용
 - 용역의 측면에서 국내 체류 외국인이나 외국법인 그리고 외국행 화물이나 사람 수송과 관련된 서비스를 중심으로 부가가치세 영세율을 적용

- 관광호텔의 서비스에 대한 부가가치세 영세율제도는 적용과 비적용을 반복해 왔으며 적용 자체도 한시적이었던 것을 연장하는 형식을 취함

< 관광호텔·콘도에 대한 부가가치세 영세율 적용 연혁 >

기간	적용여부	내용
1977년 1월 1일~1991년 6월 30일	적용	외국인 관광객에게 공급하는 숙박용역(음식용역 포함)
1991년 7월 1일~1993년 12월 31일	폐지	내·외국인 차별과세 등을 이유로 폐지
1994년 1월 1일~1994년 12월 31일	적용	1994년 한국방문의 해를 맞아 객실요금에 만 1년간 적용
1995년 1월 1일~2000년 12월 31일	폐지	영세율 폐지로 관광호텔요금 10% 인상
2001년 1월 1일~2004년 12월 31일	적용	한국방문의 해, 한·일 월드컵, 이라크 전쟁, SARS 등을 계기로 객실요금에 한시적으로 적용
2005년 1월 1일~2007년 6월 30일	폐지	중국관광객의 급증
2007년 7월 1일~현재	적용	환율인상, 북경올림픽을 이유로 한시적으로 부활하여 폐지시한을 계속 연장

- 외국인관광객 투숙과 관련된 서비스에 대한 부가가치세 영세율 적용은 **2010년** 만료를 앞둬
 - 2009년 8월 25일의 '2009년 세제개편안'에는 비과세감면제도의 준비가 포함
 - 2010년 1월 1일부터 관광호텔·콘도미니엄이 외국인 관광객에게 제공하는 숙박과 음식용역에 대한 부가가치세 영세율 적용을 폐지하기로 결정
 - 원화가치 하락으로 인한 가격경쟁력 상승과 대부분의 OECD와 EU국가에서 내·외국인 모두에 과세한다는 것이 이유로 제시
- 여행업에 대한 부정적인 영향이 불가피하며 이를 다시 한 번 연장 유지해야
 - 외국인 관광객에게 공급하는 관광알선용역에 대한 부가가치세 영세율 적용은 당분간 유지되어 여행업에 대한 직접적인 영향은 없을 것으로 전망
 - 그러나 그동안 호텔업계가 누려온 2007년 기준으로 연간 900억 원의 세금절감, 숙박요금 9.1% 하락, 관광객 13만 7,000명 증가, 관광수입 1,132억 원 증대 등의 혜택이 사라져 간접적으로 여행업계는 부정적인 영향을 피해가기 어려움

< 부가가치세법 시행령(대통령령 제20929호, 2008.7.24)의 여행업 관련 항목 >

항목	내용
나. 외국인관광객에게 제공하는 관광알선용역에 대한 부가가치세 영세율 적용범위확대	1) 여행업자가 외국인관광객에게 공급하는 관광알선용역에 대한 수수료를 외국환은행에서 원화로 받는 것에 한하여 부가가치세 영세율을 적용하고, 외화현금으로 받는 경우에는 영세율을 적용하지 않고 있음 2) 관광알선용역 수수료를 외화현금으로 받아 증거서류를 제출하는 경우에도 부가가치세 영세율을 적용하도록 함
다. 관광호텔에서 호텔업자가 외국인관광객에게 제공하는 음식용역에 대한 부가가치세 영세율 적용	호텔이 외국인관광객에게 제공하는 음식용역에 대하여도 숙박용역과 함께 공급되는 경우에 한하여 2009년 말까지 한시적으로 부가가치세 영세율을 적용함
라. 관광호텔에서 외국인관광객에게 제공하는 숙박용역에 대한 영세율 적용시한 연장	호텔이 외국인 관광객에게 제공하는 숙박용역에 대한 부가가치세 영세율 적용시한을 2009년 말까지로 1년간 연장함

○ 여행사가 제공하는 서비스에 대해 취급수수료를 부과할 수 있는 법적인 근거를 마련해야 함

- 일본은 지방의 조례나 여행업 표준 약관을 통해 취급수수료를 부과할 수 있는 근거 제공

· 커미션 폐지에 대비하여 지방조례²⁾를 제정하고 표준약관에 명시함으로써 여행사들이 취급수수료를 받을 수 있는 법적인 근거를 제공

- 콜롬비아는 일종의 시행규칙을 제정하여 여행사가 항공권을 판매하고 받을 수 있는 취급수수료의 범위를 구체적으로 적시하고 적용

· 콜롬비아 의회는 2001년 9월 6일 '민간항공(Aeronautical Civil) 특별행정기구'의 설립을 승인하였고 2006년 9월 1일 이사회는 구체적으로 범위를 명시하여 일정규모의 항공권 취급 수수료를 여행사들이 받을 수 있음을 결의

· 2009년 7월부터 적용하기로 한 규정에 따르면 구입하는 국제선 항공권 가격의 최소 5%에서 최대 11.8%까지 취급 수수료를 부과할 수 있게 해줌

2) "취급 수수료, 법적규정 못 받을 이유 없다," 세계여행신문, 2009년 8월 10일.

< 콜롬비아 항공청 산하 민간항공 특별행정기구 이사회의 결의에 따른 항공권
취급 수수료 규정 (2009년 7월 1일부터 적용) >

국제항공권 가격	취급 수수료
300 달러 이하	15달러
300달러 ~ 500달러 이하	28달러
500달러 ~ 800달러 이하	46달러
800달러 초과	95달러

- 유럽 선진국들은 상법이나 민법상에서 대리인의 보수에 대한 청구 권리를 명시하여 항공사들은 항공권 커미션 폐지 이후에도 형태를 달리해서 여행사들을 지원하게 만들
- 한시적으로 일정비율의 취급수수료 부과를 허용하도록 하는 법제정을 추진하고, 중장기적으로 민법이나 상법상에서 위탁자의 대리인에 대한 의무를 강화하는 개정 작업이 필요
 - 취급 수수료와 관련해서는 기존 관광진흥법의 시행령이나 새로 제정되는 여행업법의 시행령을 통해 15년 정도의 기한을 정해 여행상품 구입액의 일정 비율을 여행사가 취급 수수료로 부과할 수 있게 규정해야
 - 대리인의 권리보다는 의무에 많은 조항을 할애하고 있는 현재의 민법과 상법을 개정하여 위탁자의 대리인에 대한 의무를 강조함으로써 양자 사이에 보다 공정한 관계가 형성될 수 있도록 노력
- 여행사들은 인구구성 변화와 의료관광, MICE, 문화상품 등에 초점을 맞춘 새로운 여행상품 개발을 위해 힘써야 함
- 국내 인구구성의 변화는 노령화, 핵가족화 그리고 고학력화로 특징 지워짐
 - 전체인구에서 차지하는 국내 노인인구비율이 2018년에는 14.3%, 2026년에는 20.8%로 증가하여 초고령 사회에 접어들 것으로 예상
 - 1980년대 이후 핵가족화가 급격히 진행되면서 소규모 가구가 1980년 13.1%에서 2005년 36.1%로 급증한 결과 2세대 이하 가구가 전체의 91.5%를 차지
 - 지난 20년간 인구의 고학력화가 이루어져 1980년 89.3%를 차지했던 고졸 이

하 인구가 2005년에는 61.1%로 축소되고 대학이상 재학 및 졸업(중퇴포함) 인구는 1,340만 명, 인구의 38.4%에 육박

- 인구구성의 변화와 더불어 여행수요 또한 변화

- 고령화는 은퇴이민, 핵가족화는 단독가구 증가와 더불어 단독여행 그리고 고학력화는 연수와 같은 교육관련 여행에 대한 수요를 증가시키고 있으며 이런 변화를 반영한 여행상품개발에 적극적으로 노력해야

< 고령화, 핵가족화 그리고 고학력화가 여행업에 미치는 영향 >

	여행과 여행상품에 미치는 영향
고령화	장거리보다는 단거리 여행 선호 유명관광지보다는 휴양지 선호 은퇴이민에 대한 고려 증가
핵가족화	여성이나 자녀중심의 여행지 선정 대규모 여행보다는 소규모 여행 선호 단독여행 증가
고학력화	국내뿐만 아니라 전 세계를 대상으로 한 여행정보 탐색 증가 맞춤형 여행상품에 대한 선호 단기 연수나 유학과 같은 교육관련 여행 증가

- 의료관광, MICE 그리고 문화와 연계된 여행상품 또한 수요가 증가하고 있어 이에 적극적으로 부응하는 것이 필요

< 경쟁국의 의료서비스 비교 >

분류	한국	태국	홍콩	싱가포르	일본	중국
분야별	미용진료	35.5	29.7	22.6	21.3	55.8
	건강검진	26.1	10.6	22.9	27.4	67.7
	외과수술	32.6	11.6	20.6	18.4	61.0
	장기요양	31.0	12.3	17.4	28.7	64.2
속성별	의료진	33.9	10.6	20.0	26.1	72.6
	비용절감	27.1	26.8	19.7	16.5	33.5
	의사소통	27.4	10.0	30.0	22.6	59.4
	관련 관광 상품 다양성	31.9	13.5	22.6	27.4	53.2

자료: 「의료 관광 마케팅조사」, 한국관광공사, 2008년.

- 2010년 세계 의료관광객은 4,000만 명으로 증가할 것으로 전망되는 가운데 2008년 한국의 의료관광객은 25,000명으로 아시아 경쟁국들에 비해 상대적으로 미흡한 규모지만 서비스와 가격 면에서 경쟁력이 있는 것으로 평가
- 세계적으로 회의(meeting), 포상(incentives), 컨벤션(convention) 그리고 전시(exhibition)관련 관광을 의미하는 MICE에 대한 수요가 증가하는 가운데 한국은 최근 이에 필요한 인프라를 갖추어가면서 현재보다 높은 시장점유율 기대

< 주요 국가별 국제회의 개최 건수 추이 >

(단위: 회, %)

구분	2005		2006		2007		2008	
	건수	비중	건수	비중	건수	비중	건수	비중
세계	10,050	100.0	8,871	100.0	10,318	100.0	12,874	100.0
한국	192	1.9	185	2.1	268	2.6	393	3.1
중국(홍콩, 마카오 포함)	243	2.4	204	2.3	255	2.5	240	1.9
싱가포르	184	1.8	298	3.4	466	4.5	829	6.4
일본	192	1.9	166	1.9	448	4.3	803	6.2
호주	214	2.1	202	2.3	272	2.6	347	2.7

자료: Union of International Association.

< 2007년, 국내 국제회의 시설 현황 >

(단위: 곳, 석)

구분	시설	수용인원(대회의장)
컨벤션 센터	7	23,400
호텔회의장	132	97,946
준 회의장	41	42,577
계	180	163,923

자료: 한국관광공사.

- 문화관광축제 관련 관광객 수는 2003년 1,610만 명에서 2006년 3,520만 명으로 2배 이상 증가하였으며, 이들 관광객 1명이 유발하는 경제적 효과는 평균 3.6만 원/인으로 나타나 한국의 경쟁력 있는 새로운 관광 상품으로 떠오름

○ 여행불편신고제도 및 불법영업에 대한 업계자율의 규제를 강화하고 여행업에 대한 국민들의 이미지를 개선시켜야 함

- 소비자 만족을 위한 노력에도 소비자의 불만 및 피해사례신고가 계속되고 있고 일부 불법 여행사 및 동호회를 중심으로 불법여행모집 또한 끊이지 않아 소비자의 피해가 우려됨에 따라 자율적인 규제노력을 배가해야
 - 2008년 한국관광공사는 총 163건의 여행사 관련 피해사례를 접수하였으며 계약조건 불이행, 안내서비스 불량, 계약해지 및 환불의 순서를 보임

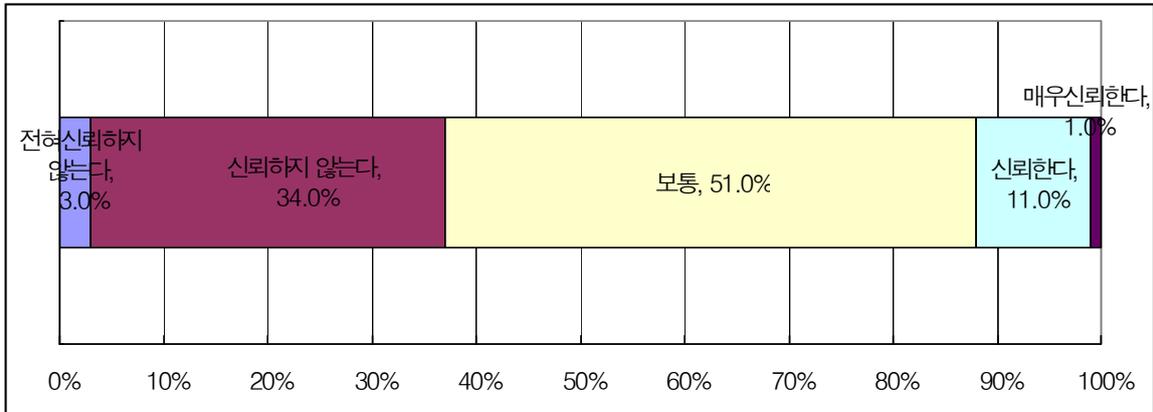
< 여행사 관련 피해접수 사례 >

구분	2006		2007		2008	
	건수	구성비	건수	구성비	건수	구성비
여행사 전체	170	100.0	173	100.0	163	100.0
계약조건 불이행	48	28.2	47	27.2	35	21.5
안내서비스 불량	15	8.8	49	28.3	32	19.6
계약해지 및 환불	36	21.2	23	13.3	32	19.6
옵션상품 등 쇼핑관련	21	12.4	15	8.7	22	13.5
사기성 피해	7	4.1	4	2.3	9	5.5
부당요금 징수	6	3.5	4	2.3	4	2.5
기타	37	21.8	31	17.9	29	17.8

자료: 「2008 관광불편신고 종합분석서」, 한국관광공사, 2009년 2월.

- 여행산업은 진입장벽이 낮아 경쟁이 쉽게 과열될 수 있으며, 이에 따라 무분별한 관광객 유치, 불법적인 원가절감 행위 등이 나타날 수 있기 때문에 이를 업계가 나서서 경계하는 노력 요구
 - 과거 분산되어 있던 소비자피해 신고접수와 관련된 업무를 현재는 한국일반여행업협회(KATA)에서 일괄 처리하고 있어 효율성이 개선되고 있지만 정확한 정보 제공을 통해 이를 사전에 방지하려는 노력이 병행되어야 함
- 부정확한 정보제공, 계약조건의 불이행, 사기성 피해 등 소비자의 피해사례가 보도되면서 여행업에 대해 확산된 부정적인 이미지를 개선해야
 - 그동안 여행업은 지나친 가격경쟁에 기인한 팁과 옵션관광 강요, 허위·과대광고 등 잘못된 관행으로 소비자의 신뢰 하락을 자초한 측면이 적지 않음
 - 설문조사에 따르면 여행사 신문광고를 전혀 신뢰하지 않거나 신뢰하지 않는 소비자의 비율이 37%로 신뢰하는 소비자의 비율인 12%를 크게 상회함

< 소비자의 신문광고 신뢰도 >



자료: "4604명에게 들었다 - 소비자가 원하는 해외여행," 여행신문, 2005년 7월 14일.

○ 여행사들은 경영합리성을 제고하고 투명성을 확보하기 위해 노력해야 함

- 대부분의 여행사들은 규모의 영세성과 고급 경영 인력의 확보미비로 인해서 과학적인 경영과 아직 거리를 두고 있는 상태

- 여전히 여행사 경영자의 관리마인드 부족 곧, 소위 말하는 주먹구구식 경영이 문제점으로 지적되고 있으며 많은 경우 시장의 불확실성으로 인해 장기계획보다는 단기계획에 급급한 양상
- 항공권, 호텔숙박권, 철도승차권 등 수탁판매를 통해 고객으로부터 받은 판매대금은 실질적으로 외상대금이나 다름없지만 이를 수입으로 혼동하여 지출하다가 재정적인 어려움에 봉착하는 경우도 드물지 않게 발생
- 다수를 차지하는 소규모 여행사들에서 고용, 임금, 근로시간, 퇴사, 해고 등 인사관리 또한 좀 더 객관화된 내규와 원칙의 적용을 요구

- 국내여행사들은 실질적으로 상당부분 비공식적인 부분에서 영업을 영위하고 있는 상태

- 국내 거의 모든 여행사들은 법이 요구하는 공인회계사의 회계감사 대상이 아니고 치열한 경쟁으로 인해 수익성이 개선되지 못하여 영세성을 벗어나지 못하고 있으며 이로 인해 국세청의 세무조사도 거의 받지 못하고 있음

- 여행사 경영성과에 대해 객관적인 인정을 받지 못함에 따라 대부분은 증권시장이나 코스닥 시장 진입을 생각하지 못하고 있음
 - 회계 상의 불투명성은 대부분의 여행사들을 중소기업에 대한 세제지원의 대상에서 제외시키는 결과를 가져옴
- 제도권 진입을 통한 성장을 위해 여행사의 회계시스템을 보다 명확하게 하려는 노력이 필요
- '한국일반 여행업 협회(Korea Association of Travel Agents, KATA)'는 내·외부적인 소통을 활성화하여 회원사들의 이해 증진에 힘써야 함
- 내부적으로는 회원사들을 대상으로 한 교육을 강화해야 함
- KATA의 회원사들을 대상으로 한 교육은 오프라인 위주로 이루어져 지역적인 한계가 있고 내용도 이슈중심이어서 그 효과는 제한적
 - 미국의 ASTA(American Society of Travel Agents)처럼 온라인으로 회원사들을 교육시키는 방안을 강구하는 것이 필요
- **KATA는 카드사들이 여행사들에 대해 적용하고 있는 높은 가맹점 수수료율의 부당성함을 국민들에게 홍보하고 이의 인하를 유도해야 함**
- 현재 대부분의 카드사들은 여행사들에 3%가 넘는 가맹점 수수료율 부과
 - 한국의 최저 신용카드 가맹점 수수료율은 1.5% 이상으로 대다수 선진국들보다 높은 것으로 파악³⁾되고 있으며 다른 사업자 단체들과 협력하여 이의 인하를 적극적으로 유도해야 함

예상한 연구위원 (syeahk@hri.co.kr, 02-3669-4181)

임상수 연구위원 (happylims@hri.co.kr, 02-3669-4334)

전해영 연구원 (haloween@hri.co.kr, 02-3669-4406)

3) 「지급결제수단 다양화를 통한 소상공인 결제 수수료 최소화방안 연구」, 중소기업청, 2008년 9월.

HRI 經濟 指標

🔴 主要 經濟 指標 推移와 展望

主要 經濟 指標 推移와 展望

구 분		2003	2004	2005	2006	2007	2008 ^P	2009 ^E	2010 ^E	
국 민 계 정	경제성장률 (%)	2.8	4.6	4.0	5.2	5.1	2.2	-1.0	3.9	
	최종소비지출 (%)	0.5	1.0	4.6	5.1	5.1	1.6	0.7	3.1	
	민간소비 (%)	-0.4	0.3	4.6	4.7	5.1	0.9	-0.5	2.9	
	총고정자본형성 (%)	4.4	2.1	1.9	3.4	4.2	-1.7	-2.7	4.3	
	건설투자 (%)	8.5	1.3	-0.4	0.5	1.4	-2.1	3.0	3.2	
	설비투자 (%)	-1.5	3.8	5.3	8.2	9.3	-2.0	-12.0	7.5	
대 외 거 래	경상수지 (억 \$)	119	282	150	54	59	-64	343	160	
	통 관 기 준	무역수지 (억 \$)	150	294	232	161	146	-133	332.6	226
		수출 (억 \$)	1,938	2,538	2,844	3,255	3,715	4,220	3,574.8	3,935.9
		증감률 (%)	(19.3)	(31.0)	(12.0)	(14.4)	(14.1)	(13.6)	(-15.3)	(10.1)
		수입 (억 \$)	1,788	2,245	2,612	3,094	3,568	4,353	3,242.2	3,709.9
		증감률 (%)	(17.6)	(25.5)	(16.4)	(18.4)	(15.3)	(22.0)	(-25.5)	(16.0)
소비자물가 상승률 (%)	3.5	3.6	2.8	2.2	2.5	4.7	2.7	3.0		
실업률 (%)	3.6	3.7	3.7	3.5	3.2	3.2	3.7	3.4		
국제유가(평균, Dubai, \$/배럴)	26.8	33.6	49.4	61.6	68.4	94.3	60	85		
원/달러 환율 (평균, 원)	1,192	1,145	1,024	956	929	1,103	1,280	1,150		

주: P(Preliminary)는 잠정실적치, E(Expectation)는 전망치.