

기본연구
2001-05

여행업 제도 개선방안

김 상 태

한국관광연구원

Sangtae, Kim

A Study on Supporting Measures for Improving the Travel Agency Industry

여행업 제도 개선방안

김 상 태

한국관광연구원

서 문

전국 1만여개의 관광사업체 중 75%가 여행업일 정도로 관광산업 내 여행업의 비중이 크고, 내용에 있어서는 여타의 관광사업을 묶어준다(organizer)는 측면에서 여행업 정책은 관광산업정책 중에서 중요성이 크다고 볼 수 있습니다. 그러나 여행업 정책은 이해관계자가 많다는 점에서, 현황과악은 물론 정책결정의 어려움이 큰 것이 사실입니다. 장기적인 측면에서 볼 때에는 여행업이 자유업의 성격으로 발전할 것으로 예상되지만, 현재는 등록사무를 통해 공공의 직접적인 산업정책대상이 되고 있습니다.

본 연구는 97년의 “한국의 여행업 발전방안” 연구 이후 여행업계의 변화와 현안을 살펴보고, 여행업제도의 개선 방안을 도출코자 하였습니다. 여행업과 관련한 새로운 변화는 절대적인 국내외 수요의 증가, 인터넷 확산과 직접거래증가, 여행사간 경쟁의 심화, 소비자 의식 증대와 덤핑의 사회문제화 등을 들 수 있습니다. 여행업의 정책 측면에서는 일반여행업에 대해서도 지방이양위원회가 시·도 이양을 결정함에 따라 이에 대한 대책이 요구되고 있는 형편입니다. 본 연구에서는 여러 가지 개선 대안을 제시하고 있으나, 상당부분의 제안은 개별적인 보완협의를 통해 확정해야 할 사안으로 보여 집니다. 그러나 본 연구에서도 밝혔듯이 소비자 의식을 제고하기 위해 상품판별기준을 제시한 우수여행상품인증제의 도입과 조기정착, 여행약관과 표준 계약서의 도입, 관광 불편신고제도의 개선은 빠를수록 여행시장 건전화에 도움을 줄 것으로 확신합니다. 앞에서도 밝혔듯이 여행업에 대한 정부의 지원은 장기적으로 지속되기 어렵다는 점에서 여행업 내부의 개혁의지와 실천이 그 어느 때 보다 중요한 시점에 있다고 판단됩니다.

아무쪼록 본 연구가 우리나라 여행업의 발전에 일조 할 수 있기를 기대하며 연구가 수행되는 과정에 좋은 의견과 자료를 협조해주신 문화관광부 관계자 및 전문가 제위께 심심한 감사의 말씀을 드립니다.

2001년 12월

한국관광연구원장 이 연 택

Abstract

A Study on Supporting Measures for Improving the Travel Agency Industry

The purpose of "A Study on Supporting Measures for Improving Travel Agency Industry" is to produce research to support government policy for restructuring travel agencies and their environment.

A 1997 study, "A Research on How to Develop for The Travel Agency Industry in Korea", suggested 30 detailed projects under seven areas; subdivision of the industry, strengthening competitiveness of travel agencies, reforming distribution channel, concentrating on increasing the number of inbound tourists, reinforcing an efficient consumer-oriented system. Twenty two of the 30 projects were undertaken.

Programs that have not been started are united supporting system for enterprise, preliminary price-inform system, incentive for foreign travel agencies, renewing system of registration and system of rescission registration, system of consular representation for the tourism sector, enlargement of administrative organization in charge of travel agencies, enactment of travel agencies, etc. The reason these could not be carried out is that most related projects should be controlled by an administrative organization superior to MCT or related industries by themselves. Also, it seems be difficult for the system of renewing registration to be selected in this step. It seems that suggestions(drafts) from this study are able to be reflected in the policies relatively well.

The travel industry has no choice but to strengthen self-regulation in comparison with other industries, because it is closely connected with consumer's rights. From this point of view, this study attempts to lead the market to govern itself as much as possible, and to suggest programs to reinforce restriction against matters related to damage of consumers.

This study suggest 17 programs in the five part. Introduction of a system for designating the best tourist product, authorizations of the best travel agency, reformation of contracts and clauses, and appeal systems for consumer complaints should be carried out as soon as possible. Also reinforcement of a basic system, a support system need to be examined carefully with taking advice of parties concerned throughly.

요 약

1. 연구배경

- 지난 1990년 2,000여 개에 불과했던 여행업은 97년 5,087개로 증가한 후 2001년에 이르러서는 6,939개로 급증세가 계속되고 있음. 이에 따라 초저가 상품의 범람과 이에 따른 소비자 피해등 관광불편 신고도 꾸준히 증가하는 추세임
- 이와 관련 지난 97년과 2000년 “한국 여행업 발전방안”과 “여행수배업의 제도권 편입에 대한 타당성 조사” 연구가 이루어진 바 있어, 이후 많은 정책의 개선이 이루어졌으나, 환경 변화 등의 요인으로 일부 사안은 실행되지 못했음
- 특히, 지난 1999년 규제개혁위원회의 권고에 따라 시장질서유지와 소비자 보호와 관련된 규제사항 등이 일시에 삭제됨으로써 정부의 여행업 정책 수단은 매우 제한적인 여건에 처해져 있음
- 더욱이 지방이양위원회가 현재까지 문화관광부에서 관장하던 일반여행업의 등록업무를 시·도로 위임토록 결정함으로써 향후 문화관광부의 여행업 정책은 새로운 정책 틀과 수단을 필요로 함

2. 연구목적

- 정부의 여행업 정책전반에 대한 제도적 개선을 위한 정책의 제시와 환경변화에 대응하여 경쟁력을 갖추 수 있도록 여행산업의 구조변화를 건전하게 유도하는 데 본 연구의 목적이 있음

3. 연구범위

- 시간적 범위: 정책 목표년도 2003년(관광비전21 목표연도)
- 공간적 범위: 여행업 관련 정책의 효력범위인 전국을 대상으로 하며, 미국, 중국, 일본, 홍콩, 대만 등 해외사례 등 포함
- 내용적 범위: 현황분석, 설문조사, 제도개선방안도출 등

4. 주요연구내용

- 1997년 “한국의 여행업 발전 방안”에서는 업종개편, 여행업의 경쟁력강화, 가격유통 구조의 개선, 인바운드 여행업의 집중육성, 소비자 보호체제의 강화, 여행문화 수준의 제고, 효율적 행정체계의 정비 등 총 8개 분야에서 30개의 세부정책방안을 제시한 바 있음. 이중 22개 사업이 추진되었으며, 8개 사업은 시행되지 못했음
- 미착수 프로그램은 사업자 단체의 통합지원, 사전가격예시제 도입, 외국 여행업체에 대한 인센티브 확대, 갱신등록제와 등록취소제도의 활용, 관광영사제도의 도입, 여행업 담당 행정조직의 확대, 여행업법의 제정 등임
- 실행되지 않는 원인은 대체로 문화관광부 관광국의 결정범위를 벗어난 사업으로 상위 행정기구에서 결정할 사항이거나, 업계가 자율적으로 결정해야 할 문제였기 때문임. 또한 갱신등록제 등의 제안정책은 산업정책의 현 단계에서 채택되기 어려운 무리한 것으로 판단됨. 따라서 동 연구에서 제안된 정책은 비교적 충실하게 정책에 반영된 것으로 볼 수 있음
- 한편 본 연구는 이와 같은 정책성과를 중심으로 문헌 및 현황조사와 전문가 설문조사 등을 실시하여 정책대안을 모색코자 하였음. 먼저 현황조사를 통해볼 때 다음과 같은 주요한 사항들을 발견할 수 있었음
 - 첫째, 여행업의 증가는 집중육성분야인 인바운드보다 아웃바운드를 중심으로 이루어짐. 1991년 이후 2001년 현재까지 전체 여행업체가 3.3배 증가한 반면 국외여행업의 증가는 19.7배로 나타났음
 - 둘째, 대형여행업체의 시장점유율 증가가 보여짐. 2001년 현재 인·아웃바운드 상위 10개사가 전체시장의 62.88%, 49.12%를 차지하고 있고, 이는 98년도 이후 점진적으로 증가됐다는 것을 감안해 볼 때 당분간 이러한 추세가 계속될 것으로 보여짐
 - 셋째, 새로운 경영방식의 도입이 증가함. 코스닥이나 ISO인증자격획득, 합병이나 전략적 제휴, 직영체제확대 등이 뚜렷하게 추세화 되고 있음
 - 넷째, 유사여행알선행위의 범람을 지적할 수 있음. 유학원이나 낚사회, 답사회 등이 미리 만든 여행상품을 불특정 다수에게 판매하는 여행알선 행위가 늘고 있어, 여행업자의 영업기반을 잠식하고 있음

- 다섯째, 초저가 상품이나 부당수수료의 횡행. 이러한 행위는 업계 내부의 건전한 경쟁을 위협할 수 있을 뿐 아니라 자칫 소비자 피해로 전가될 가능성이 있어 정책의 지속적 관심이 요구됨
 - 여섯째, 온라인 여행사가 증가함. 세계인구중 4억여명의 인터넷 이용자가 있는 상황에서 여행업계의 온라인 여행사도 꾸준히 증가하고 있음
- 전문가에 대한 설문조사에서 나타난 주요결과는 다음과 같음
- 첫째, 현행 여행업의 업종구분 방식에 대해서는 찬성과 반대가 비슷한 의견을 보였으나, 도·소매 구분에 대해서는 응답자의 72%가 찬성을 보이고 있음
 - 둘째, 여행사들의 보증보험 액수에 대해서는 상당수의 응답자가 매출규모에 따른 차등적 보험을 지지하고 있음
 - 셋째, 일반여행업 등록행정의 시·도 위임에 대해서는 47.7%의 응답자가 전면실시에 부정적인 입장을 갖고 있음
 - 넷째, 초저가 상품에 대한 대책에서 전문가들은 56.5%가 표준원가제 등 강력한 정부의 규제를 지지하고 있었으나 시장의 자율적 규제나 소비자 피해 전가시 처벌강화도 43.4%가 동의하는 것으로 나타났음
 - 다섯째, 대부분의 전문가들은 현행규제관련 법조항이 개설했을 필요성을 제기하였음. 개선의 방향으로 소비자 피해요인과 시장질서의 혼란을 초래하는 행위에 대해서는 강화를, 고의적이지 않은 미미한 사항에 대해서는 규제완화를 요구하고 있음
 - 여섯째, 정부의 각종 정책에 대한 실효성평가 부분에서 전문가들은 정부가 대체로 정책을 적정하게 시행하고 있다고 보았으나, 여행상품 유통구조 혼란과 과당광고, 관광진흥개발기금지원, 전국관광기념품 공모전등에 대한 정책은 실효성이 미약하다고 평가함

5. 결론

- 본 연구에서는 다음과 같은 정책대안을 제시하였음
 - 먼저 제도개선 목표와 기본방향에서는 인바운드 중심체제를 유지하되 아웃바운드와 도메스틱 정책이 보강될 필요가 있음을 제시함. 다음으로 기본제도의 개선부문에서 여행업 등록구분의 조정대안을 검토하였고, 기획여행업제도의 미래 발전방안과 여행 수배업체의 한시적인 제도권 편입방안, 중국여행사 지정제도의 개선방향을 제시함
 - 영업기반의 강화부문에서는 불법여행 알선행위의 규제강화, 우수여행사 지정제도의 개선, 연구조사활동의 강화방안, 금융·세제 개선방안 등을 제시함
 - 규제개혁의 효율성 제고부문에서는 관광불편신고제도의 개선, 여행상품유통과정상의 불공정거래 감시제도의 도입, 덤핑 및 과대·허위광고에 대한 대응방안, 관광객 보호와 안전대책 등을 제시함
 - 지원시스템 효율화 부문에서는 일반여행업등록 업무의 시·도 위임시행방안, 정부간 여행업 관련 협력방안, 여행업법 등을 제시함
- 정부의 관광정책 중 여행업정책은 비교적 어려운 분야에 속해 있음. 유통과정에서 국내외 각기 다른 유형의 사업체가 연관되어 있는 등 복잡할 뿐 아니라 업체수가 많고 구체적인 정책판단자료도 충분하지 않기 때문임
- 정책기조에 있어서 여행업은 소비자 권리와 밀접하게 연관되어 있어 일반적인 규제 완화 추세와는 다른 양상을 보일 수밖에 없음
- 이러한 관점에서 본 연구에서는 최대한 시장자율에 의한 시장질서 확립을 유도하되, 소비자 피해가 발생하는 사항에 대해서는 규제를 강화하는 관점에서 정책프로그램을 제시코자 함
- 전체 제안 사업은 4개 분야에 걸쳐 18개 정책프로그램으로 제시한 정책사업은 향후 수년동안 추진할 사업임. 이 중 우수여행상품 인증제 도입과 우수여행사 지정제도, 계약서 및 약관의 개정, 소비자 불편신고제도 등은 조속히 추진할 필요성이 있고, 기본제도의 개선, 지원시스템의 체계화 부문은 중장기적으로 공청회 등을 통해 실행방안을 도출한 후 신중한 추진이 필요할 것으로 제안하였음

차 례

요약

제1장 서론	1
제1절 연구배경 및 목적	1
제2절 연구범위 및 방법	2
1. 연구범위 /2	
2. 연구수행방법 /2	
제3절 연구 수행체계	3
제2장 관련연구검토	4
제1절 여행업 관련연구	4
1. 문헌연구의 동향 /4	
2. 여행업관련 논문게재 현황 /5	
3. 선행연구 추진실적 /6	
제2절 산업정책 관련연구	9
1. 산업정책의 개념 및 특성 /9	
2. 정책수단에 따른 분류 /11	
3. 공정거래 /14	
제3장 현황 및 사례분석	18
제1절 여행업 현황	18
1. 시장의 확대 /18	
2. 여행업체의 증가 /21	
3. 대형·전문화와 전략적 제휴 /28	
4. 유통질서의 혼란 /30	
5. 소비자 불편의 증가와 예약문화의 미정착 /37	

제2절 여행업관련 주요정책	39
1. 조직현황 /39	
2. 관련제도 및 정책 /43	
3. 소비자 보호관련 규정 /44	
4. 규제개혁정책 /49	
5. 지원정책 /53	
제3절 여행업의 경영환경 변화전망	58
1. 관광시장의 지속적인 성장 /58	
2. 관광객의 행태변화 /59	
3. 시장의 경쟁심화와 유통경로의 축소 /60	
4. 여행사와 카드사, 인터넷기업 등의 전략적 제휴증가 /60	
5. 여행업의 상장사 진입가속과 ISO 등 국제표준자격 경쟁심화 /61	
6. 전반적인 규제완화 속에 소비자 관련 사항 강화 /61	
7. 중국시장 확대 /61	
제4절 해외사례분석	63
1. 도·소매 분리 /63	
2. 자격증 제도 /65	
3. 여행관련법 /66	
4. 여행사 설립 및 영업보증금 제도 /67	
5. 여행약관의 운영 /69	
6. 여행자 보호제도 /69	
7. 여행수배업 관리제도 /71	
8. 시사점 /73	
제4장 조사결과분석	74
제1절 여행업 설문조사결과	74
1. 조사방법 및 내용 /74	
2. 주요조사결과 /74	

제2절 일반여행업 등록 시·도 이양 의견조사결과	84
1. 조사방법 및 내용 /84	
2. 주요조사결과 /84	
제3절 전문가 심층면접조사결과	86
1. 조사방법 및 내용 /86	
2. 심층면접 주요결과 /86	
제4절 전문가 협의회 개최결과	87
1. 조사방법 및 내용 /87	
2. 회의 주요결과 /88	
제5절 종합분석	89
1. 여행업 구조적 문제점 /89	
2. 주요 문제점에 대한 추정원인 /90	
3. 통계적 상관관계분석 /91	
 제5장 부문별 제도개선방향	 92
제1절 기본제도의 개선	92
1. 제도 개선의 목표 및 기본방향 /92	
2. 부문별 정책목표 설정의 구체화 /94	
3. 여행업 등록구분의 조정대안 /96	
4. 기획여행업제도의 개선 /98	
5. 여행 수배업체의 한시적인 제도권 진입 /99	
6. 중국여행사 지정제도의 개선 /101	
제2절 영업기반의 강화	103
1. 불법여행 알선행위의 규제강화 /103	
2. 우수여행사 지정제도의 개선 /104	
3. 연구·조사활동의 강화방안 /106	
4. 금융·세제 개선방안 /107	

제3절 규제효율성의 제고	108
1. 관광불편신고제도의 개선 /109	
2. 여행상품유통과정상의 불공정거래 감시제도의 도입 /111	
3. 덤핑 및 과대·허위광고에 대한 대응방안 /112	
4. 관광객 보호와 안전대책 /114	
제4절 지원 시스템 효율화	116
1. 일반여행업등록 업무의 시·도 위임 시행 방안 /116	
2. 정부간 여행업 관련 협력방안 /118	
3. 여행업법 /119	
제5절 우수여행상품 인증제 도입	120
1. 검토배경 /120	
2. 인증제도의 도입 현황 /120	
3. 주요사안에 대한 검토논의 /126	
4. 추진방향 및 기대효과 /129	
제6절 사업별·주체별·시기별 추진방향	131
 제6장 결론 및 제언	 132
 참고문헌	
 부 록	 139
I. 우수여행상품인증제에 관한 규정(안) /141	
II. 여행업 제도 개선 관련 전문가 의견조사 설문지 /146	

표 차 례

<표 2- 1> 국내도서관의 여행업관련문헌 보유현황	4
<표 2- 2> 「관광학연구」지의 여행업관련논문 게재 현황분석	5
<표 2- 3> 산업정책의 제개념들	9
<표 3- 1> 연도별 외래방문객 입국현황	18
<표 3- 2> 국적별 외래방문객 입국현황	19
<표 3- 3> 연도별 국민 해외여행 증가추세	20
<표 3- 4> 연도별 국민관광여행 총량	21
<표 3- 5> 연도별 여행업체 증가추이	22
<표 3- 6> 기획여행신고 현황	23
<표 3- 7> 일반여행업체의 유치 및 송출실적	24
<표 3- 8> 상위 10개업체 내국인 송출현황	25
<표 3- 9> 인바운드 상위 10개 업체 매출액	25
<표 3-10> 아웃바운드 상위 10개 업체 매출액	26
<표 3-11> 여행관련업 총고용현황	27
<표 3-12> 여행업 총고용 추정 현황	27
<표 3-13> 일본내 한국여행상품 판매가격과 국내여행사가 받는 가격 비교	33
<표 3-14> 여행업 여행상품 판매가격과 숙박료 대비 비율 분석결과	33
<표 3-15> A 여행사 사례	34
<표 3-16> 중국의 지역별·호텔등급별 유치 최저요금(1인 1박 서울 기준)	34
<표 3-17> 허위·과장광고에 대한 조치 사례	35
<표 3-18> 관광국 인원 현황	40
<표 3-19> 관광국 예산 현황	40
<표 3-20> 한국관광공사 인력현황	41
<표 3-21> 한국관광공사 예산현황	41
<표 3-22> 보증보험 가입현황	45
<표 3-23> 여행공제회 운영현황	46
<표 3-24> 공제금 지급액 (97년 10월~2001년 6월)	47

<표 3-25> 99년 국내여행 표준약관개정내용	47
<표 3-26> 99년 국외여행표준약관 개정내용	49
<표 3-27> 연대별 관광부문 주요 정책추진내용	50
<표 3-28> 행정조치상황	52
<표 3-29> 위반내용	52
<표 3-30> 관광진흥개발기금의 여행업체지원 현황	53
<표 3-31> 관광진흥개발기금의 운용현황	54
<표 3-32> 연도별 우수여행업체지정 현황	55
<표 3-33> 우수여행사 관광진흥기금 수혜실적	55
<표 3-34> 관광통역안내원 등록 현황	56
<표 3-35> 국외여행인솔자 발급 현황	57
<표 3-36> 국내안내원 총인원	57
<표 3-37> 국내·외 관광객 현황(1996~2000년)	58
<표 3-38> 세계 인터넷 이용자 증가 추세 및 전망	60
<표 3-39> 여행업별 업무범위	63
<표 3-40> 여행업별 업무범위	64
<표 3-41> 각국 여행업 법규 명칭	66
<표 3-42> 여행업별 등록과 영업보증금	67
<표 3-43> 각국의 여행약관 내용	69
<표 3-44> 일본의 영업보증금제도	70
<표 3-45> 각국의 여행자 보호제도 내용	70
<표 3-46> 각국의 소비자 피해구제기구	71
<표 3-47> 여행수배업의 국가별 분류	72
<표 4- 1> 일반여행업 등록 시·도 이양 조사결과	85
<표 4- 2> 여행업의 문제점 및 원인	90
<표 4- 3> 상관관계 분석결과	91
<표 5- 1> 부문별 정책목표 설정(안)	95
<표 5- 2> 현안문제의 정책적 대응방안	108
<표 5- 3> 품질인증 사례	125
<표 5- 4> 여행업개선방안의 추진방향	131

그 림 차 례

[그림 1-1] 연구의 수행체계	3
[그림 2-1] 산업정책의 목표체계 구조	10
[그림 2-2] 산업정책수단의 세부유형	12
[그림 3-1] 한국관광공사 관광불편신고 현황(1998~2000년)	37
[그림 3-2] 문화관광부 관광국 조직도	39
[그림 3-3] 한국관광공사 조직도	41
[그림 4-1] 여행업 유통구조상의 문제점 구조	89
[그림 5-1] 인증절차	127

제1장 서론

제1절 연구배경 및 목적

여행업 등록업체는 '90년 1,905개에 불과했으나 '97년에 5,087개로 증가된 후, 2000년 6월 현재 6,355개로써 지난 10년간 3배정도 증가하였다. 또한 2000년 2월 한국관광공사에서 집계한 관광불편신고도 '96년 500건에서 '99년 말 현재 624건으로 크게 증가하고 있는 추세이다.

IMF 경제위기를 계기로 90년 초부터 계속된 여행수지 적자는 '98, '99, 2000년까지 흑자기조가 유지되었으나, 2002년 적자로 전환될 전망이다. 바, 아웃바운드의 증가와 인바운드의 덩핑구조가 주요한 원인으로 추정되고 있다.

이와 관련 '98년 규제개혁위원회의 권고에 따라 시장질서유지와 소비자보호 등을 위해 규정된 규제사항이 삭제됨으로써 정부가 사회문제화 된 여행업의 문제에 효율적으로 대처하기 어려워졌다.

한편 여행업에 대해서는 지난 '97년과 2000년에 “한국 여행업 발전방안”과 “여행수배업의 제도권 편입에 대한 타당성 조사” 등이 수행됨으로써 많은 정책이 제안되었으나, 종합정책계획의 성격 상 특정 사안별 구체성이 미약하거나, 연관 사항 등이 복합적으로 나타나 일부는 시행되지 못했다. 또한 여행업에 미치는 다양한 환경변화요인, 즉 국가간 경쟁심화, 관광객의 증대, 관광정책의 중요성 증대, 인터넷의 등장 등은 21세기 여행업의 구조적 변화를 요구하고 있다.

이러한 문제점과 함께 일반여행업에 대한 업무가 시·도로 위임될 가능성이 높아 이에 대비한 정책수립의 필요성과 함께 여행업의 특정사안별로 구체적인 제도개선의 필요성이 대두되고 있다.

본 연구는 여행업의 미래 환경변화에 대응하기 위해 시장의 질서회복과 소비자 보호 차원의 정책들을 재검토하여 여행업에 대한 제도적 개선방안을 제시하는데 목적이 있다.

제2절 연구범위 및 방법

1. 연구범위

가. 시간적 범위

- 연구 기준년도: 2001년
- 자료 기준년도: 1997년 이후
- 정책 목표년도: 2003년(관광비전21 목표연도)

나. 공간적 범위

- 여행업 관련 정책의 효력범위인 전국을 대상으로 함
- 미국, 중국, 일본, 홍콩, 대만 등 여행업 대상

다. 내용적 범위

- 여행업 현황분석
- 국내외 사례분석
- 전문가 등 관련조사분석
- 부문별 여행업 제도개선방안 등

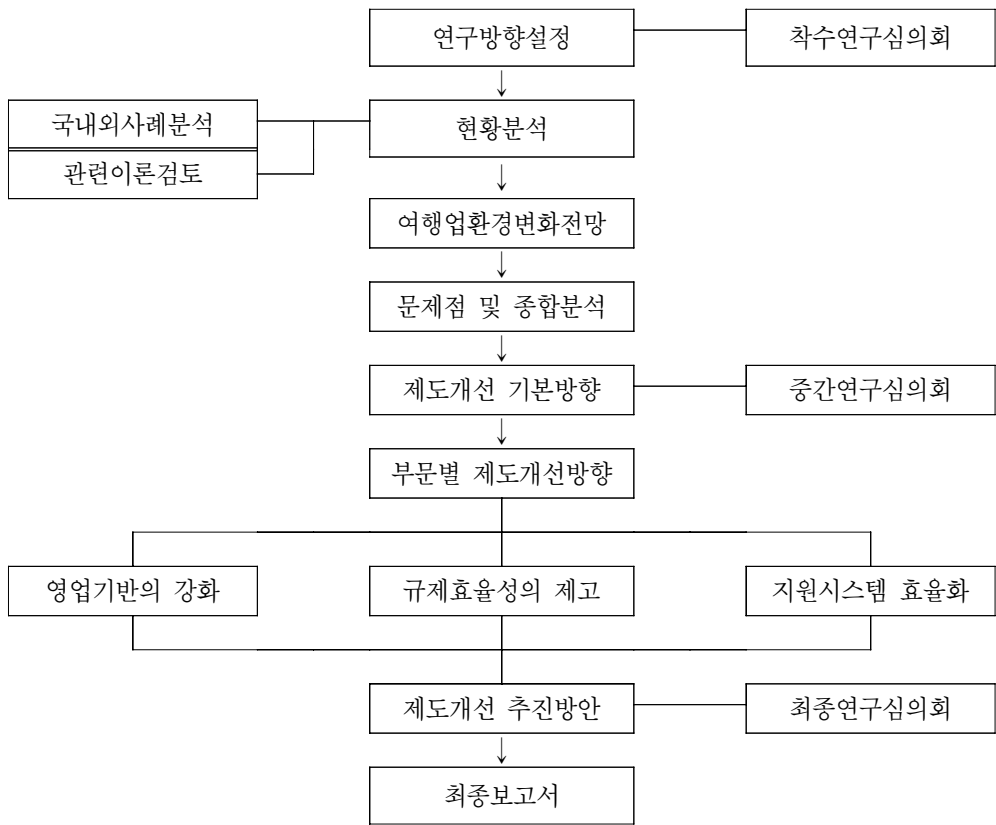
2. 연구수행방법

본 연구는 이론적 측면에서는 여행업과 관련된 문헌조사, 법령, 통계자료, 인터넷 등 다양한 경로로 통한 2차자료분석, 국내외 사례연구 등을 통해 기초자료조사를 실시하였다.

또한 탐색적 측면에서 여행업의 정확한 현황을 파악하기 위하여 여행업체 면담조사, 시·도 공무원 의견조사, 전문가 의견조사, 전문가 협의회 개최 등을 실시하였다.

제3절 연구 수행체계

본 연구의 체계적인 수행을 위하여 연구심의회를 통해 연구목표를 설정하고, 국내외 문헌 및 자료를 조사하여 여행업의 문제점을 종합분석 한 후, 기본 육성방향을 설정하였다. 또한, 세부적으로 부문별 육성방안 및 추진방안을 마련하여 두 차례의 전문가 협의회를 거쳐 최종적인 결론에 이르고자 하였다.



[그림 1-1] 연구의 수행체계

제2장 관련연구검토

제1절 여행업 관련연구

1. 문헌연구의 동향

공중통신망을 이용해 국내도서관을 중심으로 문헌검색을 시도한 결과 ‘관광’이란 검색어를 통한 단행본과 학위논문, 정기간행물이 국회도서관의 경우 각각 1,324권, 1,747권, 4,851권으로 조사되었으며, 국립중앙도서관의 경우는 정기간행물을 제외한 단행본과 학위논문이 각각 679권, 481권으로 나타났다.

이 중 ‘여행업’관련 문헌은 국회도서관의 경우 정기간행물, 단행본, 학위논문이 각각 46권, 13권, 8권이고, 국립중앙도서관은 단행본 22권과 학위논문 31권으로 나타났다.

<표 2-1> 국내도서관의 여행업관련문헌 보유현황

(단위: 권)

검색어 구 분		여행사 (A)	호텔 숙박	관광 행정	관광지 개 발	관광 정보	관광조사 연구	관광 지리	관광 상품	관광 자원	관광 (B)
국회 도서관	정기 간행물	46 (0.9)	765	65	38	288	1	17	165	262	4851
	단행본	13 (1.0)	96	47	32	51	11	31	48	140	1324
	학위 논문	8 (0.5)	420	25	62	38	30	11	88	140	1747
국립 중앙 도서관	단행본	22 (3.2)	222	2	4	18	2	9	4	39	679
	학위 논문	31 (6.4)	570	1	8	5	0	0	10	18	481

주: ()=점유율(A/B)

2. 여행업관련 논문게재 현황

대표적인 관광관련 학술지인 관광학회지를 중심으로 여행업관련 논문의 게재실태를 살펴보면 다음과 같다. 창간호부터 2000년 상반기 발표된 관광학회지를 대상으로 살펴보면 전체 게재논문 299편 중 여행업관련 논문은 12편으로 4% 수준인 것으로 나타났다.

한편 이를 연구주제별로 살펴보면 여행상품 구매, 조직이론, 여행물가지수, 관광소비자 보호 등으로 나타나고 있다. 결과적으로 그간 여행업에 대해서는 충분한 관련연구가 수행되지 못했으며, 내용에 있어서도 미시적인 주제에 머무르고 있어, 거시적인 정책 수립에 도움이 되지 못한 것으로 보여진다.

<표 2-2> 「관광학연구」지의 여행업관련논문 게재 현황분석

연 도	제 목	저 자
2000년 제30호	여행사종업원에 대한 통제수단과 개인의 판매노력 및 감독자 만족간의 관계에 관한 연구	최낙환, 배기철, 황윤룡
	여행상품구매자의 의견 선도력과 그에 따른 여행사 선택속성에 관한 구전활동의 차이	김성혁, 신흥철, 김창석
2000년 제29호	여행상품 가격수용범위에 관한 연구	최영성, 엄서호
1999년 제28호	여행기업윤리의 실천모형 정립에 관한 연구	이영관
	여행비용모형(TCM)를 이용한 관광자원의 수요분석	조광익, 손대현
	여행사 이미지와 고객 애호도의 관계에 관한 연구	최낙환, 배기철
1999년 제27호	국외여행업종사자의 직무환경이 직무만족에 미치는 영향: Tour Conductor를 중심으로	김정배, 윤세환, 홍경옥
	여행인솔자의 전문직화에 관한 연구	조현준
	Web을 이용한 국내여행사의 인터넷 마케팅 활용 현황 및 효율화 방안	김홍범, 이애주, 김혜경
	신용카드여행서비스 이용 행태에 관한 연구	원종혜, 이태희
	여행상품 소비자 권익보호에 관한 연구	조성찬
	여행업 조직 구성별 지각차이에 관한 연구	이상춘
	여행업의 업종개편에 관한 연구	김재걸
	여행시간의 기회비용측정	배만규
	해외여행 경비결정요인 분석: 공적분 기법 적용	김덕기 이강욱
1998년 제26호	신혼여행 패키지 상품의 준거가격 지각과 구매행동의 관계	박영균 외

(표 계속)

연 도	제 목	저 자
1997년 제24호	Intern-Students Job Satisfaction with On-the-Job Training in Hotel and Travel Industry	이완형
1997년 제23호	The Reaction Strategy of Korea Inbound Tour Operator Industry in Australia on the Ground Operation Fee Discounting	고태규
1996년 제22호	노인계층의 여행상품 구매결정과정 특징	오익근
1996년 제21호	여행사종사원의 부서내 갈등관리기법에 관한 연구	김홍주
	여행자의 여행사 선택속성에 관한 연구	김성혁, 전기항
1995년 제19호	한국 여행물가지수 결정에 관한 연구	임은순
1990년 제14호	한국의 관광소비자보호의 실태와 개선방안	장병권
1987년 제11호	국제여행업의 해외지사 경영방안에 관한 연구	정찬중
	내국인의 해외여행성향에 관한 조사연구	김진탁
1986년 제10호	관광알선업의 수익성 향상을 위한 방안연구	박선헌
1985년 제9호	국제여행알선업의 현황과 과제	김재민
1982년 제6호	국제여행알선업의 경영합리화방안에 관한 연구	이선희
여행업관련 게재논문 총수(A)	28편	
전체논문 총수(B)	490편	
비율(A/B)	5.71%	

자료: 한국관광학회, 『관광학연구』, 1979~2001년을 대상으로 분석

3. 선행연구 추진실적

여행업제도 연구와 관련 '97년의 “한국 여행업 발전 방안”과 “여행수배업의 제도권편입에 대한 타당성 연구”가 수행된 바 있다. 동연구에서 당시에 제시된 사항에 대해 문화관광부의 담당공무원을 통해 확인해 본 결과, 다음과 같은 사항으로 정리되어 있었다. 한편, 추진실적에 대해서는 완료(□), 추진중(○), 미추진(△)으로 구분하였다.

가. 한국여행업 발전방안

기존제안사항		추진실적	비고
업종개편	일반, 국내, 대리점으로 구분	보고서 발행 시 IMF 상황으로 인해 추진이 불가능했으며, 현재 기획여행제도를 통해 내용적으로 도·소매가 일부 추진되는 것으로 봄	△
	일반, 국외(갑), 국외(을), 국내로 구분		
	일반, 국제, 국내, 대리점으로 구분		
	일반, 국제, 국외(갑), 국외(을), 국내로 구분		

(표 계속)

기존제안사항		추진실적	비고
여행업의 경쟁력강화	기금지원의 확대	관광진흥개발기금, 새천년 관광벤처투자기금 등 기금지원 확대	□
	규제개선	중복규제의 경우 개선됨 기준검토는 지속적으로 검토 중임	○
여행업의 경쟁력 강화	전략적 제휴촉진	여행업계 내부에서 부문적으로 실행됨	○
	개발상품의 보호	우수여행상품인증제에서 보완 검토 중	○
	정보화 중점지원	경영정보 D/B의 추가적 활용가능성 검토	○
	종사원교육의 실효성있는 지원	관광인력개발원에서 관광종사원 교육 실시 중임	○
	사업자단체의 통합지원	업계의 이해관계 대립 및 경쟁으로 인해 미 실시	△
	여행업 분쟁조정위원회 설치	업계자체간 소비자 불만족에 대한 공제조합 운영, 정부와의 협력은 미흡	○
가격유통 구조의 개선	부당염매행위에 대한 강력조치	기준 및 사례의 불확실성으로 인해 조치 미흡	○
	외국여행자의 연락사무소 제도개선	여행업수배업체의 제도권편입 타당성 조사 실시	□
	사전가격예시제의 도입	미 실시	△
인바운드 여행업의 집중육성	인바운드 관광전 설립지원	관광교역전, 지자체의 FAM투어 실시	□
	외국여행업체에 대한 인센티브 확대	미 실시	△
	중국시장의 개척	관광사증 기한의 연장, 판촉활동 강화	○
	그린여행사제도 적극활용	우수여행사 제도의 발전	□
소비자보호체제의 강화	표준약관의 재정비	99년 소비자피해구제방향으로 강화 개정	□
	갱신등록제와 등록취소제도의 적극활용	미 실시	△
	레드여행사 공개제도 도입	불공정행위 여행사를 인터넷상에 올리는 방안 검토	○
	관광영사제도 도입	미 실시	△
	영업보증금 제도의 개선	내국인의 해외여행실시 업체의 보증보험 가입의무화	□
	여행책임담당자 지정제도의 도입	일부 대형여행사의 경우 담당제도 운영	○
	여행일정 보증제도의 실시	업계 대부분이 여정표에 의해 운영	○
여행문화 수준의 제고	관광인식제고 사업강화	정부의 대국민 홍보사업으로 친절한 시민 캠페인 실시	○
	관광문화의 수준제고		
	예약문화의 정착		
효율적 행정체계의 정비	여행업관련 행정조직의 확대검토	정부조직의 축소분위기로 인하여 미추진	△
	한국관광공사의 업제지원부 기능강화	관광정보 D/B구축 및 공동 파트너쉽 강화	○
	여행업등록 관리업무의 위임·위탁	일반여행업의 경우 광역시·도, 국내 및 국외여행업의 경우 시·군 자치단체 위임	□
	여행업법의 제정	미검토	△

주: □: 완료, ○: 추진중, △: 미추진

나. 여행수배업의 제도권편입에 대한 타당성 검토분석

기존제안사항		추진실적	비고
신고조건	보증보험	관련기관 간담회 등의 개최를 통해 의견수렴결과 기존 여행업체 등의 반발로 본 연구결과 이후로 유보	○
	외국여행업체 또는 현지공급업자와의 계약서류 사본		
	한국여행수배업협회(KOTA)의 확인서		
	KOTA의 KTA와 KATA 가입 유도		
금지사항	부당염매 행위금지		
	소비자(여행자)와의 직접거래 금지		
	여행자 방치금지		

주: □: 완료, ○: 추진중, △: 미추진

다. 기존선행연구의 추진현황 검토

1997년 “한국의 여행업 발전 방안”에서는 업종개편, 여행업의 경쟁력강화, 가격유통구조의 개선, 인바운드 여행업의 집중육성, 소비자 보호체제의 강화, 여행문화 수준의 제고, 효율적 행정체제의 정비 등 총 8개 분야에서 30개의 세부정책방안을 제시한 바 있다. 이중 22개 사업이 추진되었으며, 8개 사업은 시행되지 못한 것으로 조사되었다.

이러한 미착수 프로그램은 업종재편, 사업자 단체의 통합지원, 사전가격예시제 도입, 외국 여행업체에 대한 인센티브 확대, 갱신등록제와 등록취소제도의 활용, 관광영사제도의 도입, 여행업 담당 행정조직의 확대, 여행업법의 제정 등의 내용이다.

실행되지 않는 원인은 대체로 문화관광부 관광국의 결정범위를 벗어난 사업으로 상위 행정기구에서 결정한 사항이거나, 업계가 자율적으로 결정해야 할 문제였기 때문으로 나타났다. 또한 갱신등록제 등의 제안정책은 산업정책의 현 단계에서 채택되기에는 무리한 방안이 제시된 것으로 판단된다.

여행수배업의 제도권 편입에 대해서는 간담회 등을 통해 후속조치를 모색하였으나, 가장 강력한 이해관계집단인 KATA의 반대로 유보되고 있는 실정이다.

결과적으로 대부분의 연구제안 사항이 정책에 반영되어 실시된 것으로 평가되며, 정책이 지속적으로 개선되고 있음을 확인할 수 있다.

제2절 산업정책 관련연구

1. 산업정책의 개념 및 특성

산업정책이란 1970년 일본 통산성 대표가 OECD의 공업위원회에서 연설한 ‘일본의 산업정책’에서 처음 사용한 용어로 이전에는 산업합리화, 산업구조론, 산업구조의 고도화, 신산업체제론, 산업재편성 등의 용어로 산업정책의 제문제를 거론하였다. 우리 나라의 경우 산업정책이란 용어가 일반적으로 사용되기 시작한 것은 1970년대 후반 이후라고 할 수 있다.

산업정책의 개념은 산업발전을 목표로 생산자원의 총량을 증가시키거나 부문간 자원배분의 개선을 의도하는 경제정책을 의미하는 것으로 관련 개념들을 정리해 보면 <표 2-3>과 같다.

<표 2-3> 산업정책의 제개념들

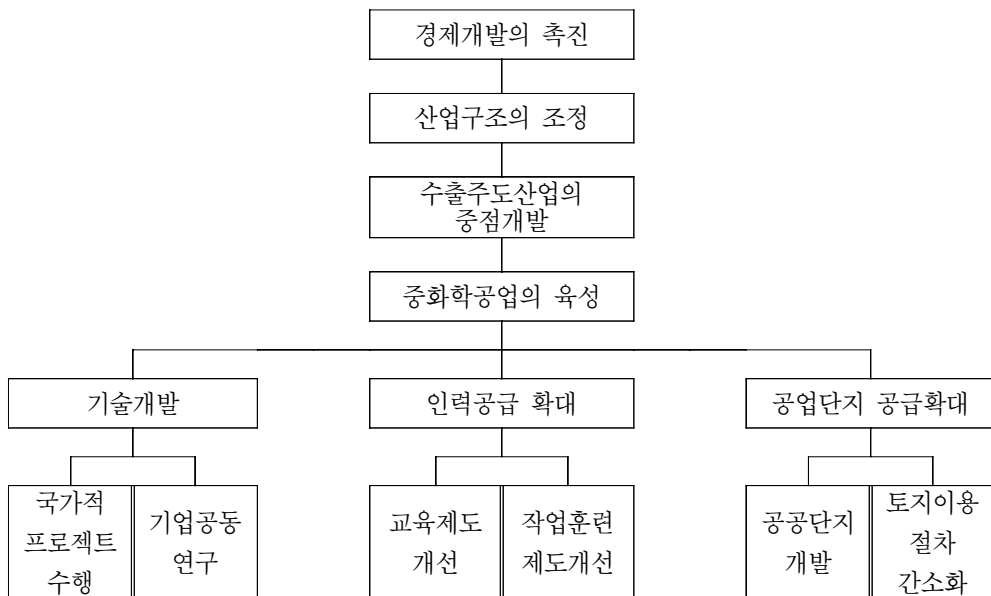
연구자	관련문헌	제개념
F.Gerald Adams and Lawrence R. Klein	Industrial Policies for Growth and Competitiveness	자원, 노동공급 및 자본축적의 증가, 기술의 개발, 산업발전의 촉진, 생산요소이동의 개선 및 적응능력의 개선 등을 통해 경제의 잠재적 공급능력을 증대시키는 정부의 명시적 정책
OECD	Positive Adjustment Policies	거시경제정책의 보조적 수단으로서 산업의 효율성제고와 성장을 도모하는 제반 정책적 조치
Chalmers Johnson	Industrial Policy Debate	총체적인 국제경쟁력을 유지하기 위해 국민경제내의 여러 산업을 발전 또는 축소시킴을 의도하는 정부의 정책
伊藤元重	産業政策の經濟分析	경쟁적 시장기구가 갖는 결함-시장실패-때문에 자유경쟁에 의해서는 자원배분 혹은 소득배분상 어떤 형태의 문제가 발생할 경우, 산업 혹은 부문간의 자원배분 또는 개별산업의 산업조직에 개입함으로써 국민경제 후생수준을 높이기 위해 실시되는 정책
이경태	산업정책의 이론과 실제	산업정책이란 경제성장, 국제경쟁력강화를 달성하기 위해 산업에 대한 지원, 조정, 규제를 통해 산업일반 또는 특정산업의 생산, 투자, 거래활동에 개입하는 경제정책

자료: 이경태, 『산업정책의 이론과 실제』, 산업연구원, 1996을 바탕으로 재구성.

산업정책의 주요한 특징으로는 첫째, 공급지향적 정책(경제성장을 목표로 한 총공급관리)을 추진하고, 둘째, 생산자원의 공급과 배분에 정부가 개입함으로써 산업활동을 지원, 조정 또는 규제하여 그 효과가 발생하며, 셋째, 국민경제의 성장잠재력이 미약하거나 훼손이 우려될 때 중요성이 부각된다는 점을 들 수 있다.

산업구조정책의 개념은 제산업간의 구조(inter-industry structure), 즉 제산업의 구성비율을 의미하는 산업구조정책과 동일산업의 구조, 즉 특정산업의 기업체수, 집중도, 진입장벽, 제품수요의 가격탄력성, 수요의 크기와 성장률 등의 문제를 포함하는 산업조직정책으로 구분할 수 있다.

산업구조정책은 산업간 자원배분에 개입하여 성장유망산업의 활동을 촉진하고 사양산업의 전환 또는 감소를 유도하는 반면 산업조직정책은 기업행동의 규칙·규범과 시장경제질서를 정비하여 기업간 경쟁형태 및 시장구조에 영향을 미침으로써 산업의 효율 및 성과를 증진시키는 정책이라고 할 수 있다. 이러한 관점에서 본 연구에서 사용하는 구조조정은 엄밀하게 볼 때 산업조직정책이라 할 수 있으나 대부분의 연구보고서 및 문헌에서는 산업조직정책을 산업구조정책에 포함시켜 논의하고 있는 것이 일반적이다.



[그림 2-1] 산업정책의 목표체계 구조

자료: 이경태, 『산업정책의 이론과 실제』, 산업연구원, 1996.

2. 정책수단에 따른 분류

정책은 수단에 따라 유인정책, 규제정책, 비전제시정책으로 구분될 수 있다.

가. 유인정책

민간기업에 대해 금전적·비금전적 유인책을 강구함으로써 정책목적과 부합되는 행동을 자발적으로 취하도록 유도하는 것이다. 내용적으로는 각종 조세감면, 금융지원의 수단을 통해 부문간 비용 또는 수익율의 상대적 크기를 변화시킴으로써 기업의 이윤추구행위의 방향과 구성에 영향을 미치는 것을 말한다. 결국 시장가격기구에서 결정되는 상대적 비용 또는 수익체계를 부정하는 것이 아니라 오히려 시장가격 메카니즘을 인정하면서 그 기능에 결함이 있는 경우 이를 한계화(marginal)함으로써 자원배분의 효율성을 높이려고 하는 것이다.

유인정책은 한정된 자원을 특정산업 또는 특정행위에 집중시키는 것이 산업발전에 더욱 유리할 것이라는 정부의 판단이 전제로 되나 정부가 행정명령 또는 행정지침 등과 같은 직접적인 개입을 통하여 물리적으로 자원배분을 조정하는 것보다는 유인의 제공이라는 간접적이고 유도적인 접근방법에 의해 정부가 희망하는 방향에 근접하도록 하는 것이 기업의 자율성 보장이라는 측면에서 최근 바람직하게 받아들여지고 있다.

여행업에 대한 유인정책은 인바운드 육성 측면에서 관광진흥개발기금 운영이 여기에 초점이 맞춰져 있다고 볼 수 있다.

나. 규제정책

인허가권이나 행정지침 등에 의해 민간기업의 행위를 직접적으로 규제하는 것으로 설비투자, 기술도입, 신규진입과 신규투자의 조정 또는 해외투자에 대한 인허가, 카르텔의 규제 등을 들 수 있다. 규제정책은 가시적 실효성에도 불구하고 장기적 측면에서 규제 대상이 행정권한에 의해 자의적으로 선정될 수 있으므로 행정권한의 자의성을 축소하는 차원에서 행정규제의 일반적 지침을 설정할 필요가 있다.

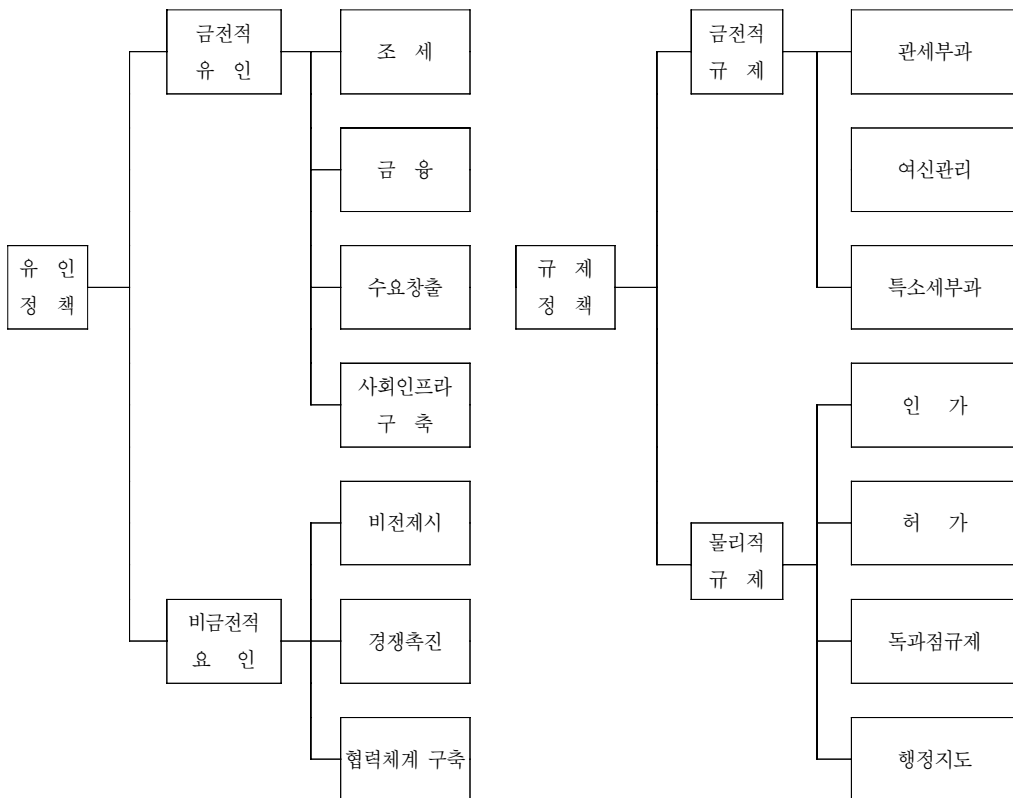
여행산업에서 규제정책은 소비자 보호 또는 여행시장의 질서유지라는 원칙에 의해 운용되고 있다. 그러나 규제정책이 기업영업을 지원하는 측면에서 강조되어 무분별하게

완화될 경우, 중요한 가치가 훼손될 가능성이 높다는 것이 경험적으로 여행산업에서 나타나고 있다. 따라서 이에 대한 신중한 원칙 설정과 운용이 필요하다.

다. 비전 제시정책

정부가 가지고 있는 정보와 정보제공력을 민간에 제공함으로써 민간부문이 당면하고 있는 불확실성을 완화하여 민간부문의 의사결정이 보다 합리적이고 효율적이 되도록 하며 미래의 산업구조에 대한 종합적인 전망을 제공하여 기업의 투자활동을 촉진하고자 하는 것이며 산업구조의 중·장기 전망, 국제경제의 현황과 전망, 정부정책의 전개방향 등에 관한 정부의 견해와 입장 공표 등을 들 수 있다.

이와 관련 여행산업에 별도의 비전은 제시되고 있지는 않으나, 관광비전 등을 통해 국내외 관광객 목표를 설정하는 것 등이 여기에 해당된다고 볼 수 있다.



[그림 2-2] 산업정책수단의 세부유형

라. 산업정책의 유효성

산업정책이 성공을 거두기 위해서는 수단의 유효성이 확보되어야 하며 유효성의 문제는 시장가격기구의 자율조정과 정부의 인위적 조정기능 사이의 상충된 성격에 기인하는 것이라고 할 수 있으며, 유효성의 결정요인은 강제력과 순응력의 크기인데 강제력과 순응력은 어느 정도 반비례관계를 가진다.

강제력은 정부의 공권력에 근거하여 성립되며, 산업정책의 수단을 강제력의 크기에 따라 형태별로 분류하여 보면 법적 규제→행정지도→경제적 유인의 제공→정보제공 및 비전제시의 순이며, 강제력과 순응력의 관계에서 법력에 의한 일방적인 규제와 지시는 외형적으로는 빈틈없이 법령의 규정대로 집행될 수 있을 것처럼 보이지만 경제주체의 이해관계와 배치될 경우에는 다양하고 음성적인 방법을 통해 회피하려는 노력을 유발하여 순응력이 저하된다.

행정지도는 법적 규제에 비해 물리적인 강제력이 약하므로 행정지도가 기업의 순응을 유도하기 위해서는 행정지도에 순응하는 기업에 대해 차별적 혜택을 부여하거나 차별적인 불이익을 가할 것이라는 기대와 염려를 갖게 할 필요가 있다. 정부가 의도적으로 기업 활동을 특정방향으로 유도하려고 한다면 정부가 제공하는 정보가 자원배분과정에서 악영향을 미칠 수 있다.

산업비전의 제시는 강제력은 거의 없는 반면 경우에 따라서는 기업의 높은 순응을 끌어낼 수 있으며 유인의 제공은 강제력은 약하지만 순응력이 강한 경우가 많다. 각종 세금의 감면, 정부예산의 직접보조, 금리규제 등의 정책수단은 기업의 비용과 이익, 즉 손익계산서에 영향을 미쳐 기업활동을 변화시킬 수 있으나 유인의 제공이 갖는 효과는 한계적이다.

산업정책이 효과를 거두기 위해 필요한 조건으로는 첫째, 경제성장에 대한 사회적 보상체계가 작동할 수 있는 체제가 갖추어져야 한다. 둘째, 발전전략의 기초가 경제적 효율성을 중시하는 방향으로 설정되어야 한다. 셋째, 산업정책을 둘러싼 거시환경이 안정되어야 한다. 마지막으로, 정책결정자들의 사고와 행동이 실용주의적이어야 한다. 이러한 산업정책의 성향은 여행업 정책에서도 똑같은 조건으로 적용된다.

3. 공정거래

가. 독점규제와 총사회후생의 극대화

현행 법령에 의한 공정거래의 목적은 ‘독점규제및공정거래에관한법률(제1조) 사업자의 시장지배적지위의 남용과 과도한 경제력의 집중을 방지하고, 부당한 공동행위 및 불공정 거래행위를 규제하여 공정하고 자유로운 경쟁을 촉진함으로써 창의적인 기업활동을 조장하고 소비자를 보호함과 아울러 국민경제의 균형있는 발전을 도모함을 목적으로 한다.’라고 정의하고 있다.

이에 따라 공정거래의 목적은 소비자 보호와 국민경제의 발전 도모를 목적으로 하는 사회적 범위와 사업자 즉, 기업활동의 독점규제·부당 공동행위금지·불공정거래 규제 등을 통한 창의적 기업활동을 조장한다는 경제적 목적을 동시에 지적하고 있다. 그러나 이 두 가지 목적은 기업측면에서 기업이윤추구를 제한함으로써 잦은 마찰을 자주 불러일으키고 있다¹⁾.

두 목적간에 마찰을 일으킬 경우 우리나라는 과거 경제성장을 끊임없이 지속해오며 공정거래의 목적을 경제적 목적에 중심을 두어 해석해 왔으나, 이제는 사회적 목적에 대한 새로운 인식이 균형을 이루어야할 시기에 있다. Frey 등(1984)은 미국 경제학자를 대상으로 한 1984년 조사에서 공정거래법이 기업의 독점력을 낮추는데 중점적으로 사용되어야 한다²⁾ 하였으나, 이러한 해석은 경제가 처한 시대적 상황, 이념적 상황, 성장단계가 지속적으로 변화해 오면서 오늘날 가장 중요한 목적은 총사회후생의 극대화로 변화하고 있다.

여행업의 발전은 국민해외여행자유화, 대규모 국제행사의 유치 등 많은 국내외 관광객의 이동이 증대되면서 비약적 발전을 거듭해왔다. 그러나 그동안 관광객을 경제적 관점에서 해석하여 외화유출 등 경제적 손실의 원인으로 보아왔고, 상대적으로 소비자의 보호에 소홀했던 것이 사실이다. 장기적 측면에서 여행업의 발전과 외부환경변화에 대응하기 위해 이제는 소비자의 권익을 보호해야 할 시기가 도래한 것이다.

또한 항공사와 호텔업계 등 강력한 외부거래선과 여행사간 계층성에 따른 내부거래선 상은 시장의 확대에 따라 계속적으로 주시될 필요가 있다.

1) 이승철 (1999), 『공정거래경제학』, 한국경제연구원, p. 98.

2) Bruno S. Frey, Werner W. Pommerehne, Friedrich Schneider, and Guy Gilbert (1984), "Consensus and Dissension Among Economists : An Empirical Inquiry", American Economic Review 74, pp. 986-994.

나. 인위적 진입장벽³⁾

Stigler(1968)는 진입장벽을 신규진입자는 부담해야 하지만 기존기업은 부담할 필요가 없는 차별적 비용으로 정의하였다⁴⁾. 이는 기존기업의 시장형성 비용을 보장하고, 신규진입자에 대한 사업참여를 제한함으로써 기업이윤을 보장하기 위함이다.

이러한 진입장벽에는 자연적 진입장벽(natural barriers to entry)과 인위적 진입장벽(artificial barriers to entry)으로 분류할 수 있다. 자연적 진입장벽은 규모의 경제나 상품차별화의 필요성 등 산업의 특성을 반영함으로써 업종간 경쟁을 제한하고 효율을 증진시키는 요소로 인식된다. 여행업에서는 사업자등록을 자본금에 따라 상품의 취급을 제한하고, 영업보증금 또는 보험을 의무화하고 있고, 특수한 위법 행위를 고시하여 규제하고 있는 바 이러한 것들을 통칭하여 자연적 진입장벽이라 할 수 있다. 이에 대해 일부 전문가들은 시장의 크기에 비례하여 장벽을 연동조정해야 한다는 주장도 있는 실정이다.

그러나 인위적 진입장벽은 배타적 행위나 약탈행위 등 기업의 경쟁전략상 이루어지는 행위로 효율을 증진시키는 행위로 보기 어려울 뿐만 아니라 이러한 행위는 기업에게 더 큰 피해를 준다. 약탈은 경쟁 혹은 잠재적 경쟁을 제한할 목적으로 경쟁자를 시장에서 퇴출시키기 위해 상품의 가격을 약탈적으로 낮추는 행위이다. 여행상품 덤핑가격의 책정을 통해 일시적 시장규모를 장악하고, 경쟁자의 퇴출이후 다시 가격상승을 통해 이전 시장 장악을 위한 비용을 고스란히 소비자에게 부과함으로써 여행상품 서비스 만족도 하락과 상품경쟁력 약화, 그리고 산업구조를 악화시키는 결과를 초래하고 있는 것이다. 여행업에서 이러한 덤핑문제는 규제와 법적 해석의 모호성이 매우 큰 분야로 남아있는 것이 현실이다.

여행업 자체의 개선노력에도 불구하고 소비자불편신고 및 구제신청 등의 증대는 약탈적 행위에 대해 규제를 통한 정책적 대응책이 미흡하였다고 지적할 수 있다. 따라서 끊임 없이 인위적 진입장벽을 검토할 수 밖에 없다. 또한 여행상품을 직접적으로 구매·소비하는 소비자를 통해 직접적으로 규제할 수 있는 대응책이 강구되어야 할 것으로 본다. 따라서 ‘여행사→소비자’로 이어지는 약탈행위를 규제하기 위한 ‘소비자→정책기관→여행사→소비자’로 이어지는 순환적 정책구조의 형성이 필요한 것이다.

여행업의 약탈행위 규제를 위한 순환적 정책구조는 소비자를 중심으로 시장을 개편하고 관리함으로써 피해를 최소화하고 장기적 발전을 이끄는 지원정책이라 할 수 있다.

3) 이승철, 전게서, pp. 208-233.

4) George. J. Stigler (1968), *Barriers to Entry, Economics of Scale, and Firm Size in The Organizations of Industry*, The UNIV. of Chicago Press, pp. 67-70.

다. 배타적 거래

‘배타적 거래(exclusive dealing)’란 거래상대방이 자기 또는 계열회사의 경쟁사업자와 거래하지 않는 조건으로 그 거래상대방과 거래하는 행위이다. ‘배타적 구입계약’이란 특정유통업자가 주어진 시장에서 독점적 구매권과 판매권을 갖는 것으로 경제적 의미에서의 지역제한 혹은 배타적 지역과 같으므로 배타적 거래는 공급행위만을 의미한다.

따라서 배타적 거래는 유통업자의 상품과 용역 선택의 자유를 방해할 우려가 있는 거래계약이라는 점에서 공정경쟁 저해성의 문제가 발생할 수 있다. 특히 제조업자가 거래상의 지위를 이용하여 유통업자가 필요로 하는 경쟁유통업자의 상품 또는 용역을 구입하지 못하도록 하는 경우에는 부당하게 불이익을 강제할 가능성이 있다.⁵⁾

여행업체는 항공사, 호텔리어, 렌즈사 등 각종 서비스의 가치연계(value network)에 의한 상품 생산을 지속적으로 반복하고 있다. 여행업은 배타적 거래를 통한 상품의 차별화를 이끌어야 하지만 상품에 대한 복제가능성이 높아 배타적 거래를 달성하는데 한계가 상존한다. 또한 독창적 상품의 개발이 보호받지 못하고, 상품의 품질에 대한 평가를 객관적으로 달성하지 못하는 데서 발생하는 소비자 부담과 기업의 상품개발비용에 대해 손실을 보상해 줄 수 있는 제도적 기반이 미흡하다는 문제점도 지적된다.

여행업계에서 배타적 거래의 문제는 주로 항공권과 관련하여 나타나고 있다. 따라서 이에 대한 철저한 감시체계의 운용이 필요한 것으로 보인다.

라. 가격차별을 통한 사회후생 증진

‘가격차별(price discrimination)’이란 같은 물건을 둘 혹은 그 이상의 다른 가격으로 판매하는 것을 말하며, 일반적으로 그 가격의 차이가 제조비용의 차이로 정당화되지 않을 때 가격차별이 존재한다고 본다⁶⁾. 이러한 가격차별의 효과는 항상 차별자에게 추가적인 이윤을 가져다 줌과 동시에 가격을 한계비용과 비슷한 수준까지 접근시킴으로써 생산량

5) 이승철 (1992), 『불공정거래행위의 경쟁정책』, 한국경제연구원, pp. 6-37.

6) 이승철, 전제서, pp. 400-413.

Roger D. Blair and David L. Kaserman (1985), *Antitrust Economics*, Richard D. Irwin Inc., pp. 258-280

W. Kip Viscusi, John M. Vernon, and Joseph E. Harrington Jr. (1992), *Economics of Regulation and Antitrust*, D. C. Heath and Company, pp. 278-288.

의 증대와 평균비용의 삭감을 실현할 수 있다.

그러나 여행업에서의 지속적이고 불규칙적인 덤핑가격은 여행시장의 생산량에 대한 규모를 축소하는 결과를 초래하게 된다. 이러한 덤핑가격은 가격차별화의 수단으로 볼 수 없다. 가격차별화는 기존여행시장의 시장규모를 생산량에 대한 신규수요를 창출로 시장규모를 증대시키거나 또는 여행업의 시장규모를 유지하면서 총생산량을 지속적으로 유지 할 수 있는 전략적 접근이 총사회후생의 증가로 이어지는 것이다. 이러한 가격차별화의 전략적 접근은 양적 증대가 목적이 아니라, 질적 향상을 통한 소비자만족의 증대로 이어져야 한다는 것을 의미하고 있다. 즉 가격차별이 시장규모에 영향을 미치지 않고 소비자에게 영향을 미침으로써 시장의 변화를 질적인 상승효과를 기대할 수 있는 것이다.

이러한 관점에서 현재 여행업체가 제공하고 있는 상품가격이 시장규모의 축소를 불러 일으키고 있지 않은가 검토해 볼 필요가 있다. 여행상품의 가격에 옵션을 뒀으로서 총생산량을 보전하고 있다고 하지만, 소비자의 질적 만족을 이끌어 내지 못함으로서 총사회후생에 저해요인으로 등장하게 되는 것을 바람직한 가격정책이 될 수 없다. 따라서 총사회후생 증대 달성을 위한 가격차별이 이루어져야 하며, 산업규모의 증대와 최종소비자의 만족으로 이어질 때 가격차별은 달성될 수 있는 것이다.

따라서 여행시장에서 공정거래의 정책적 목표로 총사회후생 증대와 가격차별이 보장 될 수 있는 시장형성을 위한 대응책이 필요한 것으로 보여진다.

제3장 현황 및 사례분석

제1절 여행업 현황

1. 시장의 확대

가. 인바운드 시장

2000년 한국을 방문한 외래관광객은 532만 명으로 사상 최초로 500만 명을 돌파하였으며, 전년대비 14.2% 성장해 90년대 들어 가장 높은 성장률을 기록하였다. 이러한 성장의 주 요인으로는 전체 외래객의 74.9%를 구성하는 아시아 시장(398만 명, 전년대비 15.6% 증가)에서 주요 인바운드 시장인 일본과 중국이 각각 13.2%, 39.8%의 높은 성장을 보이고, 그외 홍콩을 제외한 대부분의 시장이 경제회복에 힘입어 과거의 부진에서 벗어나 양호한 성장세를 보인 것에 기인한 것으로 분석된다.

미주와 구주시장도 각각 전년대비 15.2%, 17.4% 성장하였고, 전체 인바운드시장에서의 점유율은 각각 10.0%, 8.5%로 전년도와 비슷한 수준을 이루었다. 특히 미주지역은 '98, '99 연속 마이너스 성장에서 회복하였고 구·미주 모두 사상 최고의 방문객수를 기록하였다. 이러한 구·미주시장의 성장은 한국경제 회복과 대통령의 유럽순방으로 한국에 대한 관심과 교역이 증대한데 기인하는 것으로 보여진다⁷⁾.

<표 3-1> 연도별 외래방문객 입국현황

연 도	외래방문객수(명)	단위 : 명, %
		전년대비 증가율(%)
1996	3,683,779	-
1997	3,908,140	6.1
1998	4,250,216	8.8
1999	4,659,785	9.6
2000	5,321,792	14.2

자료: 문화관광부(2001), 『관광동향에 관한 연차보고서』, p. 19. 재구성

7) 문화관광부 (2001), 『관광동향에 관한 연차보고서』, p. 16.

<표 3-2> 국적별 외래방문객 입국현황

단위 : 명, %

국 적	외래방문객수(명)		성장률 (%)	구성비(%)	
	2000	1999		2000	1999
아시아주	3,984,888	3,446,177	15.6	74.9	74.0
일 본	2,472,054	2,184,121	13.2	46.5	46.9
홍 콩	200,874	234,087	-14.2	3.8	5.0
중 국	442,794	316,639	39.8	8.3	6.8
기 타	869,166	711,330	18.1	16.3	15.3
미 주	534,519	463,937	15.2	10.0	10.0
미 국	458,617	396,286	15.7	8.6	8.5
캐 나 다	56,304	50,678	11.1	1.1	1.1
기 타	4,492	3,748	19.9	0.1	0.1
구 주	452,478	385,511	17.4	8.5	8.3
영 국	57,895	53,902	7.4	1.1	1.2
독 일	51,093	47,318	8.0	1.0	1.0
프 랑 스	33,991	29,424	15.5	0.6	0.6
기 타	168,970	139,264	17.6	3.2	2.9
대 양 주	54,067	44,464	21.6	1.0	1.0
호 주	39,617	33,378	18.7	0.7	0.7
뉴질랜드	9,890	8,390	17.9	0.2	0.2
아프리카주	18,317	18,669	-1.9	0.3	0.4
이 집 트	3,229	3,081	4.8	0.1	0.1
교 포	277,523	301,027	-7.8	5.2	6.5
총 계	5,321,792	4,659,785	14.2	100.0	100.0

자료: 문화관광부(2001), 『관광동향에 관한 연차보고서』, p. 21. 재구성

나. 아웃바운드 시장

해외여행 자유화 조치 이후 급격한 성장을 지속해 온 내국인 출국은 '97년 말 시작된 외환위기로 해외여행심리가 크게 위축되어 '98년에는 전년대비 32.5%의 급격한 감소를 보였다. 그러나 '99년에는 환율안정과 경제회복 기대감으로 41.6%의 증가를 보였고, 이러한 추세가 지속되어 2000년에도 550만 명이 해외여행에 나서 전년대비 26.9% 증가했다. 목적별로는 전체 출국자중 관광목적으로 출국한 내국인이 216만 명으로 전년대비 56.2%('99년도 성장률 130% 증가) 정도 성장하여 2000년에도 관광목적 출국자의 증가가 전체 출국의 증가를 주도한 것으로 분석되며, 상용목적으로 출국한 경우는 146만 명으로 전년대비 17.9% 증가를 보였다⁸⁾.

일본의 아웃바운드 규모는 '97년 16백만 명 수준으로 일본전체인구의 약14% 정도임을 살펴볼 때, 향후 국내의 아웃바운드 규모는 현재 5백만 수준에서 향후 2010년까지 7~8백만 명 수준으로 증대될 것으로 전망된다.

<표 3-3> 연도별 국민 해외여행 증가추세

연 도	출 국 자 (명)	전년대비 증가율 (%)
1996	4,649,251	-
1997	4,542,159	-2.3
1998	3,066,926	-32.5
1999	4,341,546	41.6
2000	5,508,242	26.9

자료: 문화관광부(2001), 『관광동향에 관한 연차보고서』

다. 국내시장

관광여행 총 경험률과 숙박관광여행 경험률은 '97년 IMF 경제위기로 인해 감소하였으나, 전체적으로 점진적인 증가 추이를 보여주고 있고, 당일관광여행 경험률은 지속적인 감소 추이를 보이고 있다.

'97년부터 관광여행 총 경험률과 숙박관광여행 경험률이 증가해 '97 하반기부터 시작된 IMF 경제위기가 점차 회복되어 가고 있는 것으로 보여진다. 관광여행의 내용면에서도

8) 문화관광부 (2001), 『관광동향에 관한 연차보고서』, p. 22.

당일관광여행 경험률은 변동이 없는데 반해, 숙박관광여행 경험률은 상승해 이러한 경제 회복 심리를 반영하고 있는 것으로 나타나고 있다.

<표 3-4> 연도별 국민관광여행 총량

지 표	1994년	1995년	1996년	1997년	1998년*	1999년
관 광 여 행 참가자수(만명)	3,060	3,131	3,269	3,161	3,231	3,301
경험율(%)	90.5	92.6	90.9	87.9	90.8	91.8
전년대비 증가율(%)	-	2.3	4.2	-3.4	2.1	4.2
숙박관광여행 참가자수(만명)	2,326	2,340	2,323	2,143	2,463	2,783
경험율(%)	68.8	69.2	64.6	59.6	61.6	63.7
전년대비 증가율(%)	-	0.5	-0.7	-0.8	12.9	11.4
당일관광여행 참가자수(만명)	2,701	2,708	2,917	2,819	2,514	2,209
경험율(%)	79.9	80.1	81.1	78.4	77.9	77.4
전년대비 증가율(%)	-	0.2	7.1	-3.4	-12.1	-13.8

자료: 한국관광공사 (1999), 『국민여행실태조사』 재구성

이러한 시장의 규모변화를 살펴볼 때, 여행시장은 특별한 악재가 없을 경우 상당기간 확대될 것으로 보여진다.

2. 여행업체의 증가

가. 여행사 및 해외지사 수

1991년부터 2001년까지 최근 10년 동안의 업종별 여행업체 현황을 살펴보면 <표 3-5>와 같다. 1991년 이후 2001년 현재까지 전체 여행업체는 3.3배정도 증가하였으며 그중 일반 여행업과 국외여행업의 증가율은 약 3.7배와 19.7배에 달하는 것으로 조사된다.

여행업체의 증가는 과거 5년보다 최근 5년의 증가폭이 더 급격한 것으로 나타났는데, 특히 2000년에 일반여행업(28.8%), 국외여행업(14.1%), 국내여행업(8.4%) 모두 큰 폭의 증가를 보이고 있다.

이러한 증가세는 인터넷을 이용한 사이버 여행사가 급증하고 있으며 유통업이나 컴퓨터와 관련된 다른 업종에서 종합 인터넷 쇼핑몰을 만들면서 여행업을 하나의 신규사업으로 확장하는 경우가 많아지고 있다.

<표 3-5> 연도별 여행업체 증가추이

연 도	일반여행업		국외여행업		국내여행업		소 계	
		증가율(%)		증가율(%)		증가율(%)		증가율(%)
1991	229	-	598	-	1,434	-	2,261	-
1992	261	12.2	728	17.8	1,463	1.9	2,452	8.4
1993	294	11.2	856	14.9	1,568	6.6	2,718	10.8
1994	311	5.4	1,091	21.5	1,779	11.8	3,181	17.0
1995	340	8.5	1,393	21.6	1,964	9.4	3,697	16.2
1996	330	-3.0	1,772	21.4	2,213	11.3	4,315	16.7
1997	331	0.3	2,223	19.4	2,543	12.9	5,097	18.1
1998	336	1.4	2,324	4.1	2,700	5.8	5,360	5.1
1999	382	12.0	2,419	3.9	2,748	1.7	5,559	3.7
2000	537	28.8	2,818	14.1	3,000	8.4	6,355	14.3
2001	629	14.6	3,085	8.7	3,225	7.0	6,939	8.4

*자료: 한국관광개발연구원(1997), 『한국관광연감』

*1998~2001년까지는 문화관광부의 각연도 『관광동향에 관한 연차보고서』 재구성

또한 국내 인바운드 업체의 해외지사는 '96년 일본 179개, 중국 3개, 미국 2개 등 190여 개 업체가 해외에 진출하여 관광객 유치활동을 하고 있는 것으로 나타났다. 특히 2002년 한일월드컵 및 한류 열풍에 따른 해외시장의 개척이 활발해짐에 따라 향후 해외지사 수는 중국을 중심으로 빠르게 증가될 것으로 전망된다.

국내 인바운드 업체의 해외지사는 2002년 한일월드컵 관련 특별기획상품이 중요한 증가요인으로 예상되며, 중국의 월드컵 진출에 따른 중국인 관광객 유치를 위한 제반사항(비자문제, 중국내 여행사설립 등)이 범정부적 차원에서 해결될 경우, 향후 중국시장 개척을 위한 인바운드 업체의 중국지사 설립은 여행업의 발전에 큰 영향을 미칠 것으로 전망된다.

나. 기획여행신고 현황

관광진흥법 제2조 제3호에 의하면 ‘기획여행이라 함은 여행업을 경영하는 자가 국외여행을 하고자 하는 여행자를 위하여 여행의 목적지·일정·여행자가 제공받을 운송 또는 숙박 등의 서비스의 내용과 그 요금 등에 관한 사항을 미리 정하고 이에 참가하는 여행자를 모집하여 실시하는 여행을 말한다’라고 규정하며 기획여행을 실시하기 위해서는 관광진흥법시행규칙 제18조 (보험의 가입등) 제3항에 의거 ‘5억원 이상의 보증보험 등에 가입하거나 영업보증금을 예치하고 유지해야 한다’고 규정하고 있다.

한국일반여행업협회(KATA) 여행통계에 의하면 관광진흥법 제2조 3항에 의해 영업보증금 5억원 이상을 예치한 기획여행업체는 2001년 12월 현재 일반여행업체 629개 중 9.7%인 61개 업체가 기획여행업체로 등록되어 있다.

기획여행업체의 연도별 신규 등록현황은 '98년 24개업체, '99년 8개업체, 2000년 14개업체, 2001년 14개업체 등으로 주로 대규모 여행업체들이 대부분 기획여행업체로 신고를 한 것으로 나타났다. 또한 한국관광협회중앙회에 등록된 국외여행업체 중 기획여행업체로 신고한 여행업체는 5개업체로 조사되었다. 이에 따라 전체적으로 국내 기획여행업체는 2002년 1월까지 66개 업체가 신고를 마치고 영업을 하고 있는 것으로 나타났다.

<표 3-6> 기획여행신고 현황

구분	업체수(A, 개소)	기획여행신고 업체수(B, 개소)	비율(B/A, %)
일반여행업	629	61	9.7
국외여행업	3,085	5	0.2

자료: 한국일반여행업협회, 한국관광협회중앙회, 2001년 12월 기준

다. 여행사 이용률

일반여행업체에서 유치하는 단체관광객은 대부분이 순수한 관광을 목적으로 입국하는 것으로 전체 외국인 입국자중 단체관광객의 점유비는 매년 30%를 유치하고 있으며, 2000년에는 전체 입국자 532만명 중 36%인 192만명을 유치한 것으로 나타났다.

또한 일반여행업체에서 내국인 관광객을 해외로 송출한 실적은 2000년에 전체 출국자 550만명 중 12%인 67만명 정도로 IMF 이전인 '97년도(17%)에 비교해 다소 낮아졌지만,

'98년(7.8%), '99년(9.6%) 보다는 증가되었으며, 2002년 이후 경기회복에 대한 심리적 안정으로 일정수준 증가할 것으로 전망된다.

2000년도 KATA 회원사의 내국인 송출실적은 패키지 상품을 이용한 관광객이 전년도 426천명보다 58.8% 성장한 677천명을 기록하였으며 이는 전체 출국자 550만명의 12.30%를 차지하는 것으로 나타났다. 이중에서 패키지 아웃바운드(package outbound)를 취급하는 상위 10대 여행사가 2000년 송출실적 677천명중 63.4%인 429천명을 송출하여 상위업체와 기타 업체간의 격차가 심화되고 있다. 이중 5만명 이상 송출한 업체가 4개사이고, 10만명에 육박하는 송출실적을 나타낸 업체가 생기는 등 우리나라 아웃바운드 업체도 점차 대형화 추세로 전환하고 있음을 알 수 있다.

<표 3-7> 일반여행업체의 유치 및 송출실적

단위 : 천명, %

연 도	일반여행업체 외래관광객 유치실적			일반여행업체의 내국인 송출실적		
	전체 입국자수	외래객 유치실적	점유비	전체 출국자수	내국인 송출실적	점유비
1996	3,683,779	1,017,986	28	4,649,251	857,386	18
1997	3,908,140	1,174,729	30	4,542,159	791,394	17
1998	4,250,216	1,590,195	37	3,066,926	239,495	7.8
1999	4,659,785	1,738,897	37	4,341,546	418,204	9.6
2000	5,321,792	1,920,498	36	5,508,242	677,297	12

자료: 문화관광부 (2001), 『관광동향에 관한 연차보고서』, p. 204.

라. 여행사의 매출성장

여행사의 매출은 한국일반여행업협회(KATA) 여행통계에 의하면 인바운드의 경우, 2000년 3,995억원으로 1999년 3,381억원에 비해 15.39% 성장하였으며, 아웃바운드의 경우는 2000년에는 6,259억원 전년대비 약 42.1% 성장한 것으로 나타났다. 한편, 2001년 10월 현재 인바운드, 아웃바운드 여행사의 매출액에서 상위 10개 업체가 차지하는 비율은 각각 49.12%, 62.88%로 점차 여행사의 빈익빈 부익부 현상이 심화되고 있는 것으로 나타났다.

<표 3-8> 상위 10개업체 내국인 송출현황

업체명	2001년 10월	비율(%)	2000년	비율(%)	1999년	비율(%)	1998년	비율(%)
국일여행사	64,938	8.49	52,262	13.28	42,357	9.93	52,184	22.47
롯데관광개발	63,668	8.32	50,635	12.87	24,827	5.82	12,332	5.31
성도여행사	23,910	3.12	26,239	6.67	18,980	4.45	7,608	3.28
여행매니아	25,870	3.38	10,457	2.66		-		-
이온누리닷컴	26,594	3.47	19,960	5.07		-		-
자유여행사	73,165	9.56	76,782	19.52	55,563	13.03	31,444	13.54
참좋은여행	33,183	4.34	25,094	6.38		-		-
코오롱티엔스	24,552	3.21	22,004	5.59	17,852	4.19	8,053	3.47
투어이천	26,817	3.50	11,822	3.00		-		-
하나투어	123,785	16.17	98,172	24.95	77,597	18.19	59,688	25.71
10개사 합계	486,482	63.57	393,427	58.08	237,176	55.60	171,309	73.78
전체여행사합계	765,317	100.00	677,422	100.00	426,542	100.00	232,191	100.00

자료: 한국일본여행업협회 (2000), 『국제여행통계집』, pp. 16-51. 재구성

<표 3-9> 인바운드 상위 10개 업체 매출액

업체명	매출액(천원)			
	2001.1~10.	2000년	1999년	1998년
대한여행사	22,302,759	25,698,096	22,373,385	17,857,084
동서여행사	20,931,144	27,086,442	17,751,958	14,843,602
롯데관광	17,601,610	17,737,925	13,091,083	11,917,465
세방여행	16,997,529	24,486,808	20,934,411	14,971,528
한진관광	16,472,714	21,389,460	16,547,751	14,442,119
세일여행사	14,260,621	18,524,223	14,858,013	10,964,120
동보여행사	11,971,878	13,924,839	11,927,078	9,414,785
전국관광	11,670,624	12,969,165	11,529,356	8,174,391
코오롱티엔에스	11,533,789	13,665,262	13,812,224	12,527,545
한주여행사	10,694,997	19,206,996	17,602,188	13,885,068
10개업체 합계	154,437,665	194,689,216	160,427,447	128,997,707
인바운드매출	314,414,000	399,587,623	338,103,692	270,764,556
전체여행업대비 10개업체 비율(%)	49.12	48.72	47.45	47.64

자료: 한국일본여행업협회, 『국제여행통계집(2000)』 및 내부자료

<표 3-10> 아웃바운드 상위 10개 업체 매출액

업체명	매출액(천원)			
	2001. 1~10.	2000년	1999년	1998년
참좋은여행	19,816,983	14,834,814	-	-
이온누리닷컴	20,254,266	17,229,021	-	-
씨에프랑스옴세계여행	22,048,474	-	-	-
여행매니아	23,330,166	5,481,816	-	-
한진관광	24,753,084	29,392,217	28,036,620	9,417,488
코오티엔에스	26,455,102	26,281,045	19,564,287	5,786,988
국일여행사	39,275,330	36,440,013	27,015,166	20,880,385
자유여행사	55,231,263	74,766,340	36,339,941	15,315,403
롯데관광개발	62,827,082	48,166,523	19,392,041	7,305,845
하나투어	107,295,775	98,274,177	68,864,867	27,999,381
10개업체 합계	401,287,525	350,865,966	199,212,922	86,705,490
아웃바운드매출	638,172,461	625,928,608	362,205,331	125,218,369
전체여행업대비 10개업체 비율(%)	62.88	56.06	55.00	69.24

자료: 한국일반여행업협회, 『국제여행통계집(2000)』 및 내부자료

마. 외국사의 진출

유럽과 미국 등 외국계 대형 여행사들의 한국 진출 움직임이 활발해지고 있다. 이미 걸리버와 쿠오니 등 한국 시장에 정착한 유럽계에서는 2000년부터 스페인에 본사를 둔 콘도르 버케이션, 북유럽을 기반으로 한 톨라레, 프랑스의 와곤-리 등이 들어와 있으며, 최근엔 이탈리아 최대 여행사인 CIT가 CIT아시아를 설립하고 본격적인 영업에 착수했다. 또한 미국의 아메리칸 익스프레스도 한국 여행사와의 전략적인 파트너를 선정한 후 협력 관계를 통한 프랜차이즈 시스템을 통해 한국시장 진출을 발표했다. 이들 외국계 대형 여행사들의 한국 진출은 한국의 아웃바운드 시장이 성장하기 시작한 90년대 중반부터 예견돼 왔던 것으로 지난 2000년 1월1일부터 외국업체가 한국에 들어와서 직접营业을 할 수 있도록 개방되자 더욱 활발히 진행되고 있으며, 수십년의 역사 속에서 쌓은 노하우와 전문성, 물적·인적 자원을 바탕으로 한국의 기존 영업 관행에 변화를 불러일으키고 있다. 또한 이들은 유럽 관광객을 한국으로 보내는 한국 인바운드 비즈니스와 아시아 자체 상품 확대 개발, 유럽 이외 지역에 대한 한국관광객 송출 확대 등을 염두에 두고 있다⁹⁾.

바. 여행사의 고용현황

1999년도 사업체 통계조사에 따르면 우리나라 여행업(여행보조업포함)관련업종에 고용하고 있는 종사원수는 총 218,611명인 것으로 밝혀졌으며 이는 전체산업체 고용인원인 12,920,289명의 약1.7%를 차지하는 수치이다.

<표 3-11> 여행관련업 총고용현황

구 분	구성업종	종사원수
사업체 총괄	전체	12,920,289 명
여행알선 및 기타 여행보조업	<ul style="list-style-type: none"> · 여행사 · 관광안내소 · 여행사 안내서비스 · 매표대리 · 숙박알선 · 카풀체제 운영 	218,611명

자료: 통계청 (1999), 『1999년 사업체 기초통계조사 보고서』, 재정리

여행사 고용현황을 살펴보면 현재 6,939업체에 총 46,799여명 이 종사하고 있다고 추측하고 있으며, 이를 업종별로 살펴보면 일반여행업체의 경우 629개업체에서 총 12,304명이 종사하고 있음을 알 수 있다. 또한 이들을 직급별로 살펴보면 영업직이 가장 많은 5,733명, 사무직이 그 다음으로 4,770명, 임원이 1,056명인 것으로 나타났다.

국외, 국내여행업의 경우는 현재 종사원 수가 정확하게 집계가 되어 있지 않는 상황이므로 국외여행업의 경우 7명, 국내 여행업의 경우 4명 정도로 예상하여 추정하였다.

다음은 이러한 방식으로 나타난 여행업의 고용규모 추정량이다. 여행업체수는 7천여개 사업장에 고용인원은 47천여명으로 추정할 수 있다.

<표 3-12> 여행업 총고용 추정 현황

구분	일반여행업	국외여행업	국내여행업	합계
업체수(개)	629	3,085	3,225	6,939
고용인원 수(명)	12,304	21,595	12,900	46,799

자료: 일반여행협회 내부자료

9) 여행신문 (2001. 6. 11일자), ‘외국계 대형여행사 한국진출의 의미’

3. 대형 · 전문화와 전략적 제휴

가. 합병

2001년 1월2일 현재 일반여행업은 591개, 국외여행업은 3,020개 국내여행업은 3,182개 소가 활동을 하면서 이에 따른 과당 경쟁이 이어지고 있다. 또한 다수 업체가 도 · 소매를 겸하고 있어 여행업이 분업화 · 전문화되지 못하고 국제경쟁력을 갖춘 건실한 대형 여행사가 나오기 힘든 상황이다¹⁰⁾. 이러한 상황에서의 여행사의 합병은 여행사간의 윈-윈(Win-Win)전략의 일환으로 이루어지고 있다.

현행 여행업제도로는 영세여행업체의 급증과 난립에 따른 과당경쟁을 견제하기에 미흡한 면이 있고, 이에 따라 여행업의 건전한 육성발전을 위해서는 여행업의 통합이 바람직한 방법으로 보여진다. 여행사의 통합 및 합병은 상용 및 인센티브에 강한 여행사와 패키지에 강한 업체와의 합병, 온라인과 오프라인간의 결합이 추진되고 있으며, 합병을 통해 브랜드파워, 새로운 수익모델 창출 및 규모의 경제를 통한 시너지효과에 기대를 걸고 있다.

이와 같이 합병이 추진된 사례로 룩저팬(Look Japan), 굿모닝트래블과 성준여행사 등이 합병을 통해 시장확대와 새로운 상품개발을 통한 사업전환 등을 추진하고 있는 실정이다.

나. 코스닥, ISO 인증

ISO 9000(품질보증체제)은 고객이 제품을 구입하는 경우, 그 기업의 제품을 안심하고 구입할 수 있도록 품질시스템을 가장 합리적인 기준(투명성 · 원칙 · 국제기준)으로 만들어낸 제도로, 현재 ISO 9001, 9002, 9003 세 가지 시리즈가 있다. ISO 인증제도는 제조업, 건설업뿐만 아니라 서비스 분야(공공행정 · 학교 · 병원 · 금융업 · 도소매 등)를 비롯한 조직구조를 갖춘 각 분야에 적용된다. 이러한 ISO 9000 시리즈는 ‘품질경영 및 품질보증에 관한 품질보증모델’ 국제규격에 의해 제품 또는 서비스를 공급하는 공급자의 품질시스템을 평가해 품질보증 능력과 신뢰성을 인정해주는 제도¹¹⁾이다. 최근 여행업체가 ISO 9000 인증을 획득하려고 하는 것은 새로운 수요에만 의존하는 경영방식에서, 믿을 수 있는 서비스

10) 여행신문 (2001. 2. 8일자), ‘여행업통합 수면위로’

11) 여행신문 (2001. 7. 2일자), ‘온누리, ISO 9001 인증에 도전’

와 품질로 고객을 재창출하기 위한 전략으로 보여진다. 현재 ISO 9001을 받은 여행사로
는 한주 여행사와 뉴삼화 여행사가 있으며, 2001년 7월 현재 온누리 여행사가 ISO 9001
인증 받기 위해 준비작업을 하고 있는 것으로 알려지고 있다.

다. 전략제휴

여행업계와 인터넷 기업과의 전략적 제휴는 인터넷쇼핑몰, 금융업체, 인터넷포털사이트 등과 이루어지고 있으며 향후 지속적으로 증가할 것으로 예상된다. 이렇게 여행업계가 인터넷 기업과의 제휴사업에 높은 관심을 보이고 있는 이유로는 인터넷의 활성화와 함께 여행상품 판매는 여행사라는 전통적인 공식이 무너지면서 영업의 폭을 넓힐 필요가 있기 때문으로 분석된다. 또한, 제휴사의 잘 정리된 고객자료를 바탕으로 이에 맞는 적절한 상품기획과 참신한 여행상품 기획에도 도움이 되고, 제휴를 통한 비용 절감 효과와 매출액 증가를 통해 상호 이익 증대를 이끌어 낼 수 있기 때문인 것으로 판단되며, 향후 상호 협력을 통한 잠재 시장 확대 가능성의 증대가 기대된다.

이러한 전략적 제휴의 형태로 독점제휴(예카투어), 컨소시엄(투데이 웨딩클럽, 즐거운 여행), 업무제휴(고려여행사+삼성카드), 사업제휴(하나투어+롯데닷컴·삼구쇼핑·신세계쇼핑·비시카드, 모두투어+LG캐피탈 등) 등이 있다. 또한, 이러한 전략적 제휴는 여행사의 경영의 새로운 접근방법으로 여행상품 후불제(인터파크), 회원제 등의 신규사업모델을 제시하고 있다.

라. 직영체제 확대

직영체제의 확대는 현지에서 여행사 간의 상품에 대한 차별적 서비스를 직접적으로 관리하기 위한 운영형태로 패키지 여행사와 홀세일러 업체들 사이에 확대되는 추세를 보이고 있다. 이는 기존의 방식으로 여행상품에 대한 질적 향상에 대한 한계, 덤핑의 악순환, 옵션 및 쇼핑강요 등의 구조 속에서 상품에 대한 차별화가 어렵다는 점을 인식한 결과라 할 수 있다.

이러한 직영체제는 대형업체들의 랜드사 설립과 직영사무소 설립의 형태로 나타나고 있다. 하나투어, 모두투어, 범한여행 등이 꿈에 설립을 추진하고 있는 것으로 알려지고 있으며, 직영체제의 도입은 영업방식의 다변화, 안정적인 현지행사 진행, 신규상품개발기획

등을 위해 더욱 확대될 전망이다. 또한 이를 통해 현행 랜드업의 기반도 향상되어질 가능성도 정책차원에서 주시해볼 필요가 있다.

마. BSP와 ATR가입

여행사가 항공권을 자체 직접 발권할 수 있는 방법으로 BSP(Bank Settlement Program; 이하 BSP)에 가입하거나 일정 금액의 보증금(deposit)을 맡기고 항공권을 발급받는 ATR(Air Ticket Request; 이하 ATR) 두가지 방법이 있는데, BSP에 가입하려면 IATA에 가입의 승인 여행사 자격을 취득해야하므로 소규모의 여행사나 재정상태가 일정수준 이상이 되지 않으면 가입이 어려우므로 ATR 방법으로 항공권을 발급받게 된다. 항공권 발권에 문제가 생겼을 때 보증금을 받은 항공사에는 피해가 발생하지 않고 여행사만에 전적으로 책임을 져야 하므로 불공정거래가 발생할 수 있는 여지가 있다고 보여진다.

4. 유통질서의 혼란

가. 불법영업의 증가

여행상품의 불법영업으로는 유학원, 산악회 및 인터넷을 통한 여행상품의 판매 등이 모객행위를 통한 알선·수배행위를 하는 경우가 해당 될 수 있다.

관광진흥법상 여행업 등록을 하지 않은 채 여권·비자 수속과 항공권 판매 및 현지 어학연수와 관련된 여행 알선을 할 경우 관광진흥법 제 77조에 의거 3년 이하의 징역이나 3천만원 이하의 벌금을 처하도록 하고 있지만, 유학원의 경우 명백히 여행사의 업무인 알선·계약체결의 대리, 여행에 관한 안내 등을 대행하고 있으며 대략적으로 800여개¹²⁾가 영업중인 것으로 추정된다.

유학원은 기타서비스업으로 분류되어 있어 세무서에 임대차계약서만으로 등록이 가능하며 국세청은 과세부과의 목적 이외에는 등록자에 대한 자료를 공개하지 않아 교육인적자원부에서조차 유학원에 대해 현황파악도 어려운 실정이다. 때문에 유학원을 국외여행업으로 편입시켜 국외여행업 업무에 유학업무를 추가하되 해외 및 국내 대학과 유학생 알선 관련 계약 체결 등의 요건을 마련할 필요성도 검토해 볼 여지가 있다.

12) 유학원 관계협회나 유학원 내부인사를 통한 추산치

또한 산악회 및 낚시회의 경우에도 회원들만을 대상으로 활동하여야 함에도 불구하고 공개적으로 불특정 다수를 상대로 해외여행 일정이 담긴 전단지 등을 배포하며 모객활동을 벌이고 있다.

철도청과 지방자치단체도 여행업체가 아닌 이벤트사에 용역을 주고 열차요금 외에 부대경비를 징수하고 여행코스를 진행하고 있는 것으로 나타났다. 이밖에도 오프라인이 없이 온라인만으로 운영중인 인터넷 여행사도 최근 꾸준히 증가하는 추세이다.

이러한 여행알선행위는 지속적으로 전개되어 왔으며, 무등록 홀세일업체와 일반 차이가 없어 여행업의 영업기반을 심각하게 훼손하고 있는 실정이다. 따라서 여행업 정책이 업계의 높은 순응성을 담보하기 위해서는 여행업으로 신고하지 않은 업체의 영업활동을 강력히 규제할 필요가 크다. 그러한 측면에서 불법영업 규제강화는 다른 어떤 정책보다 앞서 추진되어야 할 것으로 보여진다.

나. 홀세일러의 직판

최근 여행시장에서는 유통단계를 최소화 해 허니문상품을 위주로 시장공략에 나서고 있는 랜드팩이 경쟁자로 등장하면서 홀세일업체는 매번 허니문 성수기에 힘겨운 경쟁을 벌여나가고 있다. 이에 따라 일부 홀세일업체는 랜드입금방식을 도입하여 허니문 상품판매에 나서고 있다. 또한 랜드팩 외에도 브랜드 파워를 내세우는 직판 패키지 업체들의 지방공략 또한 홀세일업체의 영업력을 약화시키는 큰 요인으로 작용하고 있다. 고객의 여행상품 선택에 있어서 일반인들에게 인식되지 않는 홀세일업체의 상품보다는 대중성이 널리 확보된 직판 패키지 여행사의 상품을 선호하는 경향이 뚜렷이 증가하고 있으며, 인터넷을 기반으로 한 온라인여행사들은 젊은 신세대를 중심으로 시장을 확산시키면서 홀세일업체들의 기존 시장을 파고들고 있다. 이러한 시장상황은 홀세일업체에게 점차 불리하게 진행되고 있어 기존 홀세일러 업체들의 경우 생존을 위해서라도 직판에 나설 수 밖에 없는 상황으로 전개되어 가고 있다. 그러나 이러한 상황이 계속될 경우 여행시장이 매우 혼탁해질 가능성이 있는바, 특히 한 단계 유통단계를 거치면서 가격경쟁력에서 밀릴 수 밖에 없는 상황은 홀세일러 업체의 직판을 더욱 부채질할 수 있는 여건을 조성하고 있다. 홀세일러 업체의 여행상품의 직접판매는 바로 직판 형식을 취하기보다는 간접적인 형식의 직접판매를 취할 가능성이 크다¹³⁾.

13) 여행신문 (2001. 9. 27일자), '홀세일 직판진출 수순 밝나'

다. 랜드사의 확산

국내 랜드사는 대략 800~900여개 업체(여행수배업협회(KOTA) 174개 회원사 포함)가 영업중인 것으로 추정된다. 랜드사들의 경우 영업을 다각화하고, 홀세일러 업체 역시 인터넷 사이트와 제휴를 맺으면서 직영체계를 도입하고 있어 업계 내에서 입지를 굳히고 있는 랜드들은 대부분 여행업 등록¹⁴⁾을 마친 것으로 알려지고 있다.

관련업계에 따르면 지방에서 영업력을 다져온 랜드사들이 속속 서울에 진출하고 있으며 일반인을 상대로 영업을 펼치기도 해 특정지역 전문 여행사로 발전하는 양상을 보이고 있다.

또한, 기존 랜드업을 바탕으로 성장한 일부 랜드는 자체적으로 항공권을 발권하면서 지역전문 홀세일업체로 성장하고 있다. 랜드의 영업력 확대는 허니문 시장에서 특히 강세를 나타내고 있는데 대다수 대리점에서는 수익면에서 장점을 보이고 있는 랜드팩을 선호하고 있으며 부득이 항공권이 없을 경우, 홀세일업체의 상품을 선택¹⁵⁾하는 것으로 알려지고 있다.

라. 덤핑, 부당수수료의 횡행

여행사의 난립으로 인한 과당경쟁으로 숙박비에도 미치지 못하는 가격에 관광객을 유치하여 선택관광이나 쇼핑 강요 등으로 물의를 일으키는 덤핑상품이 만연하고 있다.

인바운드의 경우 P관광은 2박3일 간 일본인 관광객 17명을 유치하면서 여행경비로 총 985,000원 받았으나 숙박비만 1,807,080원 등 지상경비로 2,336,800원 지출하여 1,418,600원이 덤핑가격임을 알 수 있다. 또한, 아웃바운드의 경우 C여행사는 ‘마닐라 팍상한’ 3박4일을 340,000원에 모객을 하였으나 항공료만 300,000만원인 것을 감안하면 숙박비 및 식비 등은 모두 덤핑 부문으로 추정된다.

현행 관광진흥법상에서는 “사위(詐僞) 기타 부정한 방법으로 관광사업을 경영한 때...” 제재를 할 수 있도록 되어 있는 규정만 두고 있어 저가의 여행상품으로 외래 관광객을 유치하고 이를 만회하기 위해 쇼핑 등을 강요하여 물의를 일으키더라도 이를 제재할 수 있는 명확한 근거규정이 미흡한 실정으로 보아야 할 것이다.

14) 여행신문 (2001. 6. 25일자), ‘랜드, 성역은 없다’

15) 여행신문 (2001. 6. 18일자), ‘랜드 사업다각화’

<표 3-13>에서 보는 바와 같이 일본여행사로부터 받는 국내여행사의 상품가격은 투어 피(tour fee)는 물론 숙박료에도 미치지 못하는 가격으로 판매되고 있어 인바운드 여행사들이 과다출혈로 인한 경영부실을 초래하고 있다.

<표 3-13> 일본내 한국여행상품 판매가격과 국내여행사가 받는 가격 비교

상품명		일본여행사의 판매가격(¥)	국내여행사가 받는 가격		숙박료(원)	숙박료대비 국내여행사 수입가격 비율(%)
			¥	₩		
S코스	S호텔	78,000	21,000	236,500	310,800	76.1
	B급호텔	48,000	8,000	88,000	82,500	106.7
D1코스	L본관	44,800	12,500	137,000	126,857	108.4
	A급 호텔	37,800	8,000	88,000	94,350	93.3
	B급 호텔	36,800	8,000	88,000	82,500	106.7
	C급 호텔	29,800	3,000	33,000	53,000	102.3
D2코스	S호텔	50,800	17,500	192,000	249,750	77.1
	A급 호텔	45,800	8,000	88,000	94,350	93.3
	C급 호텔	33,800	5,000	55,000	159,000	34.6
P코스	L호텔	47,800	10,000	110,000	108,225	101.6
	P호텔	38,800	1,000	110,000	66,600	165.2

자료: 문화관광부 내부자료

<표 3-14> 여행업 여행상품 판매가격과 숙박료 대비 비율 분석결과

일정	여행상품 판매가격(A)		숙박호텔명	숙박료(₩)(B)	가격비율(%) (A/B)
	¥	₩			
2001. 3. 31~23	5,000	55,000	A	99,900	55
	2,000	22,000	B	58,000	38
	5,000	55,000	C	88,800	62
2001. 3. 22~24	6,500	71,500	D	99,900	72
	6,500	71,500	E	88,800	81
2001. 3. 23~25	5,000	55,000	F	38,500	142
	7,500	82,500	G	99,900	83
	8,100	89,100	H	129,500	69
2001. 3. 24~26	11,000	121,000	I	99,000	122
	7,500	82,500	J	94,350	87
	21,000	231,000	K	216,450	107
	28,000	308,000	L	216,450	142
2001. 3. 25~27	6,500	71,500	M	85,470	84
	6,500	71,500	N	116,550	61

자료: 문화관광부 내부자료

<표 3-15> A 여행사 사례

일정	여행상품 판매가격(A)		숙박호텔명	숙박료(₩)(B)	가격비율(%) (A/B)
	₩	₩			
2001 .1 9 ~ 12	14,000	154,000	A	105,450	146
3. 22 ~ 24	9,000	99,000	B	116,550	85
3. 23 ~ 25	16,000	176,000	C	133,200	132
3. 24 ~ 26	21,500	236,500	D	259,740	91

자료: 문화관광부 내부자료

한편 일반여행업협회 내 중국인 유치 자율관리위원회에서 지역별 단체여행객 최저요금을 책정하여 자율적으로 이를 지킬 것을 유도하고 있으나, 실효성에 대해서는 만족할 만한 수준이 안되는 것으로 평가되고 있다.

<표 3-16> 중국의 지역별 · 호텔등급별 유치 최저요금(1인 1박 서울 기준)

지역	3성급	4성급	5성급	비고
북경, 천진, 서안, 산둥	\$50	\$55	\$65	· 노동적, 연말연시, 연휴(성수기) 및 성수기 시작전 · 후 2박은 10%인상 · 인원기준: 10인상
상해, 중경, 성도, 곤명, 계림, 사천	\$45	\$50	\$65	
광둥	\$35	\$40	\$55	
동북3성	-	\$65	-	

자료: 일반여행업 협회 내부자료

마. 과당광고

여행업체의 광고는 4대 매체를 기준으로 ‘관광 · 여행 서비스 업종’이 광고시장에서 전체 산업 중 2위¹⁶⁾로 산업규모에 비해 광고의 과다성이 크다고 볼 수 있다.

2000년 7월 한달 동안의 광고를 보면, 성수기를 맞은 30대 여행사들의 신문광고 단수가 총 2,500단에 육박, 1999년 1,952단에 비해 500단 이상이 증가하여, 이를 금액으로 환산하면 4대 일간지 광고금액으로 대략 34억에 이르고 있어 광고비가 과다하게 지출되고 있음¹⁷⁾을 알 수 있다. 또한, 여행업체들이 과투자된 광고비의 회수를 위하여 관광객에게

16) 99년 2월 제일기획 조사결과

17) 2001년 정기국회 국정감사 정책자료집 ⑥

무리한 옵션을 강요하고 부당한 수수료를 더욱 높이는 등 역효과가 나타나고 있는 실정이다. 지나친 광고전은 영세한 여행업체들에게 심각한 경영 압박을 주며, 이러한 여행사의 과다 광고비 지출이 개선되지 않는 이유는 상품정보가 부족한 소비자들이 신문광고에만 의존하여 여행을 선택하는 경향이 강하고, 여행사들이 영업실적 향상에만 치중하는 박리다매 판매방식에서 벗어나지 못하기 때문인 것으로 보여진다¹⁸⁾.

현행 관광진흥법 시행규칙 제22조 광고 표시 조항에서 “규정에 의하여 기획여행을 실시하는 자가 광고를 하고자 하는 때에는 다음 사항을 표시할 수 있다. ‘여행업의 등록번호·상호 및 소재지, 기획 여행명·여행일정 및 주요 여행지, 여행경비, 교통·숙박 및 식사 등 여행자가 제공받을 구체적인 서비스의 내용, 최저 여행인원’은 표시하도록 되어 있으나 의무조항이라기 보다는 선택조항으로 규정되어 있어 제도의 실효성이 미흡한 실정이다.

<표 3-17> 허위·과장광고에 대한 조치 사례

업체	사유	조치
일동후디스(주)	<ul style="list-style-type: none"> · 객관적 근거없이 기존 유아식과 달리 영양소가 파괴되지 않고 자연상태의 영양가치가 유지된다고 함 · 타사 제품과 품질보증의 차원이 다른 것 처럼 허위·과장광고를 함 	<ul style="list-style-type: none"> · 시정명령을 받은 30일 이내에 표시·광고의 공정화에 관한 법률을 위반하였다는 사실을 1개의 중앙 일간지(전면) 5단×12cm의 크기로 토요일·일요일·공휴일을 제외한 평일에 1회 게재함으로써 공표하여야 함
한국투자신탁증권(주)	<ul style="list-style-type: none"> · “한국 듀얼턴 4호 공사채 수익증권” 판매를 위한 안내전단 광고를 하면서 국내 투자분에 대해 운영 수익과 관계없이 연 15%의 이자를 지급하는 것처럼 소비자를 오인시킬 수 우려가 있는 허위·과장광고 하는 행위 	<ul style="list-style-type: none"> · 시정명령을 받은 30일 이내에 표시·광고의 공정화에 관한 법률을 위반하였다는 사실을 1개의 중앙일간지(전단) 3단×12cm의 크기로 토요일·일요일·공휴일을 제외한 평일에 1회 게재함으로써 공표하여야 함
(주)한국필립	<ul style="list-style-type: none"> · 오존발생기를 판매하면서 살균효과, 농약 및 유기물 제거효과, 중금속 제거효과와 관련하여 그 효과를 과장하여 표현하거나 또는 객관적인 근거 없이 치료효과가 있다고 허위·과장 광고하는 행위 	<ul style="list-style-type: none"> · 시정명령을 받은 30일 이내에 표시·광고의 공정화에 관한 법률을 위반하였다는 사실을 1개의 중앙일간지(전면) 3단×12cm의 크기로 토요일·일요일·공휴일을 제외한 평일에 1회 게재함으로써 공표하여야 함

18) 2001년 정기국회 국정감사 정책자료집 ⑥

바. 악성미수

여행사들의 경우 미수에 거의 무방비로 노출되어 있다. 상용고객을 대상으로 비수기와 성수기의 자금관리에 대한 미흡으로 각종 미수금에 대한 회수가 어려운 실정에 있다. 업계에서는 미수로 인한 연쇄부도 가능성이 잠재되어 있어 이에 대한 대책은 중장기적으로 검토될 필요가 있다. 대책의 방향은 원칙적으로 여행업의 유통흐름을 투명하게 하고 재무상황이 공개되도록 하되, 업계의 순응속도를 감안할 필요가 있다. 그러나 정상적인 유통과정에서 발생하는 미수의 경우는 별도의 대책이 필요할 것으로 보여진다.

사. 공급업자 횡포

국내 여행업체에 대한 우월적 지위를 가진 공급자는 항공사로 볼 수 있다. 국내 두 항공사 간의 경쟁과 해외 항공사와의 경쟁은 여행사의 다양한 상품개발의 활로 개척과 서비스 차별화를 위한 전략적 기획을 저해할 가능성이 매우 높다.

여행업체의 안정적 항공권 확보는 여행업체 운영에 있어 핵심적 요소이지만 아직도 개선되지 않고 있는 문제점이 많이 드러나고 있다.

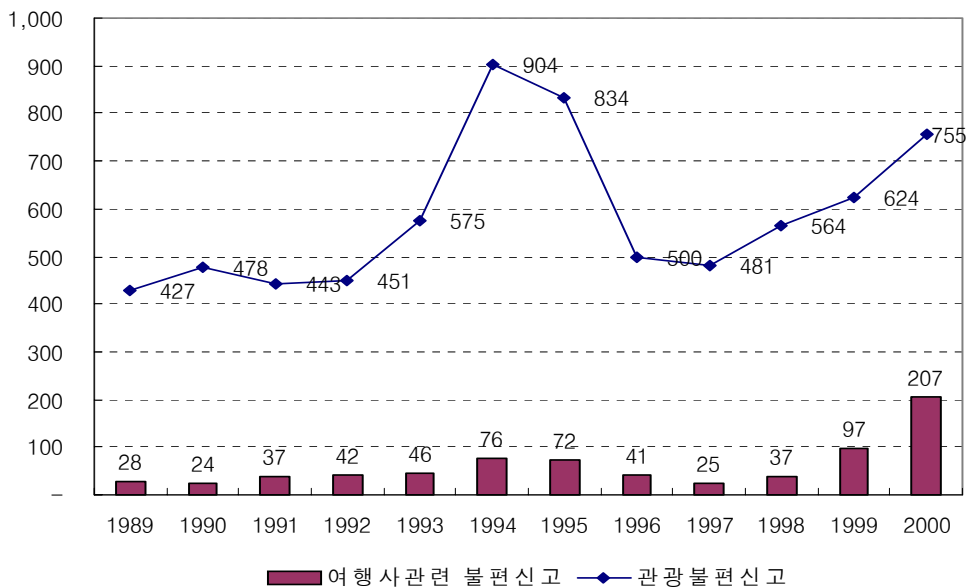
항공사간의 지나친 경쟁심리로 인해 경쟁사의 판매 비율이 월등한 대리점에 대해 유형 무형의 압력, 노선의 블록에 대한 횡포, 경쟁사에서 대리점 계약 해지 위협, 근시안적인 요금정책, 덤핑을 주도하는 연합상품 운영, 자의적 기준을 동원한 좌석 블록 배분, 불공정 행위의 책임 떠넘기기 등 항공사들의 관행적 행위는 여전하다.

이러한 공급업자의 횡포는 여행업체의 활동은 적극적 대응방안의 모색을 어렵게 하고 있는 실정이다. 이러한 횡포는 공급업자의 우월적 지위를 이용한 공정거래의 위반가능성이 높다고 할 수 있다.

5. 소비자 불편의 증가와 예약문화의 미정착

가. 관광불편신고 현황

한국관광공사 관광불편신고에 따르면 '97년 481건으로 다소 낮아졌다가 '98년 564건, '99년 624건, 2000년 755건으로 증가하였으며, 이는 연평균 16.3% 정도로 증가하고 있는 것으로 나타났다. 특히 여행업체와 관련된 불편신고 건수는 '97년 25건에서 2000년 207건으로 매우 높은 수준으로 증가하고 있는 추세이다.



[그림 3-1] 한국관광공사 관광불편신고 현황(1998~2000년)

또한 한국소비자보호원에 접수되고 있는 피해구제도 2000년 254건으로 전년대비 15.5%로 증가하였으며, 접수 건수도 '99년 국외여행 172건, 국내여행 48건, 2000년 국외여행 225건, 국내여행 29건으로 국외여행에 대한 소비자 피해가 증가한 것으로 나타났다.

현행 관광불편신고제도는 “관광불편신고센터운영에관한규정(1997)”에 의해 운영되고 있으나, 관광불편신고처리기관의 부족, 관광불편신고의 충분한 관리체계 부재 등의 문제점이 있다. 이러한 여행불편과 피해구제 신고건수는 증가하고 있으나, 업계 자율적 서비스 개선 유도가 미흡한 것으로 판단된다.

나. 예약문화

여행을 하나의 고부가가치 상품으로 상정할 때 부실한 한국 여행문화의 ‘예약문화 부실 불감증’은 여행사에 국한된 것이 아니다. 이는 사회 전 분야에서, 특히 여행에서 가장 선행되는 부분으로 원활하고 확실할수록 그다음 과정을 효과적으로 이끄는 동력이 되기 때문이다.

예약문화의 부재와 더불어 큰 문제가 되는 것이 ‘예약부도(No Show)’와 ‘출발 임박 취소(late cancel)’인데, 예약부도율의 경우 시기와 노선, 항공사에 따라 차이가 있지만 여전히 평균적으로 10% 이상을 상회하고 있다.

예약부도율과 출발 임박 취소율이 높을수록 항공사와 여행사의 피해가 커지고, 좌석점유율이 낮아진다는 것이 항공사 수익성에 타격을 줄뿐만 아니라, 출발에 가까워서야 예약을 취소함으로써 다른 사람의 탑승 기회가 박탈되는 기회비용 상실까지 생각하면 엄청난 손실이다. 이러한 예약문화의 미정착 때문에 항공사가 예약부도율을 예상하고 초과예약(over booking)을 받았다가 이를 소화하지 못해 고객으로부터 항의를 받는 사례도 자주 발생한다. 여행사 역시 늦은 취소로 인해 그룹이 완성되지 못함으로써 행사 자체가 취소되는 경우도 종종 있다. 이럴 경우, 기존 예약자에게 환불 이외의 보상금을 주어야함은 물론이다¹⁹⁾.

소비자보호원측은 “예약문화의 정착을 위해서는 예약시점에 따른 차등 할인요금제, 예약자에 대한 차별적인 서비스 등과 같이 예약에 대한 인센티브를 부여하는 방안의 마련과 예약부도를 줄일 수 있도록 예약부도 위약금에 대한 합리적인 기준을 제정·시행해야 할 것”이라고 주장하고 있다. 이와 함께 예약절차의 간편화 및 다양화와 예약문화에 대한 사회적 공감대의 형성이 필요하다고 지적하고 있다²⁰⁾.

따라서 예약문화의 정착을 위한 법제도적 규정 정비와 이해당사자간 기본협약의 유도 및 지원, 사회캠페인을 통한 인식의 전환 등이 추진되어야 할 것으로 보여진다.

또한 예약문화의 정착과 미정책의 영향에 따른 비용분석 등 기초적인 조사·연구의 필요성도 제기된다고 볼 수 있다.

19) 여행신문 (2001. 1. 11일자), ‘2001년 연중캠페인 - 여행문화의 격을 높이자’

20) 여행신문 (2001. 8. 27일자), ‘예약취소·부도율 여전히 높아’

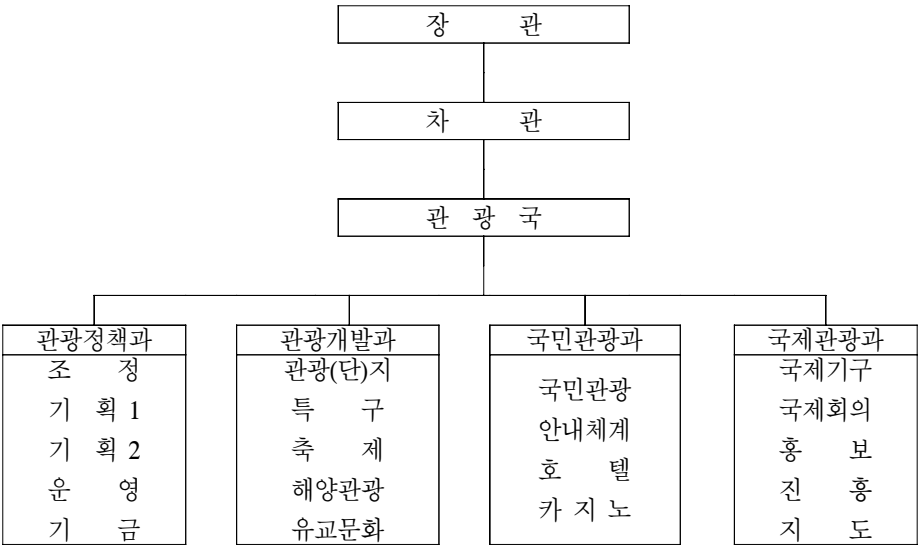
제2절 여행업관련 주요정책

1. 조직현황

가. 문화관광부

문화관광부는 '98년 2월 정부조직개편에 따라 부명칭을 문화체육부에서 문화관광부로 변경한 바 있다. 문화관광부 관광국은 관광정책과, 관광개발과, 국민관광과, 국제관광과 등 총 4개과로 구성되어 있으며 인원은 관광국장을 포함 총 45명이다. 이 중 여행업 관련 업무는 국제관광과에서 담당하며 실무를 맡는 공무원은 담당사무관을 포함, 2인으로 구성되어 있다. 관광국 예산은 '97년 이후 지속적으로 증가되고 있으나, 예산증가에 따른 인력 확충 증가율은 미흡한 실정으로 문화관광부문에 인력확충과 더불어 여행업을 전담할 수 있는 인력의 확충이 검토될 필요가 있다고 보여진다.

그러나 이 부문은 '97년 연구에서도 제안되어 있으나, 실행되지 못한 문제로, 작은 정부로의 지향 추세와 여행업에 대한 인식부족에 기인한 것으로 보여진다. 따라서 단시간내에 인력확충의 사안은 해결될 것으로 보이지 않으나, 일부 업무의 이양, 위임 및 관련 네트워크를 통한 협력행정의 발굴 등이 단기적 해결방식이 될 수 있을 것으로 판단된다.



[그림 3-2] 문화관광부 관광국 조직도

<표 3-18> 관광국 인원 현황

단위 : 명

구 분	계	2급	3-4급	4급	4-5급	5급	6급이하	기능직
정 원	46	1	1	3	5	14	18	4
현 원	44	-	2	3	4	15	17	4

자료: 문화관광부 (2001), 『관광동향에 관한 연차보고서』

<표 3-19> 관광국 예산 현황

단위 : 백만원, %

연 도	'97년	'98년	'99년	2000년	2001년
예 산 액	23,205	29,422	79,955	105,710	191,159
증 가 율	-	△26.8	△171.8	△32.2	△80.8

자료: 문화관광부 (2001), 『관광동향에 관한 연차보고서』

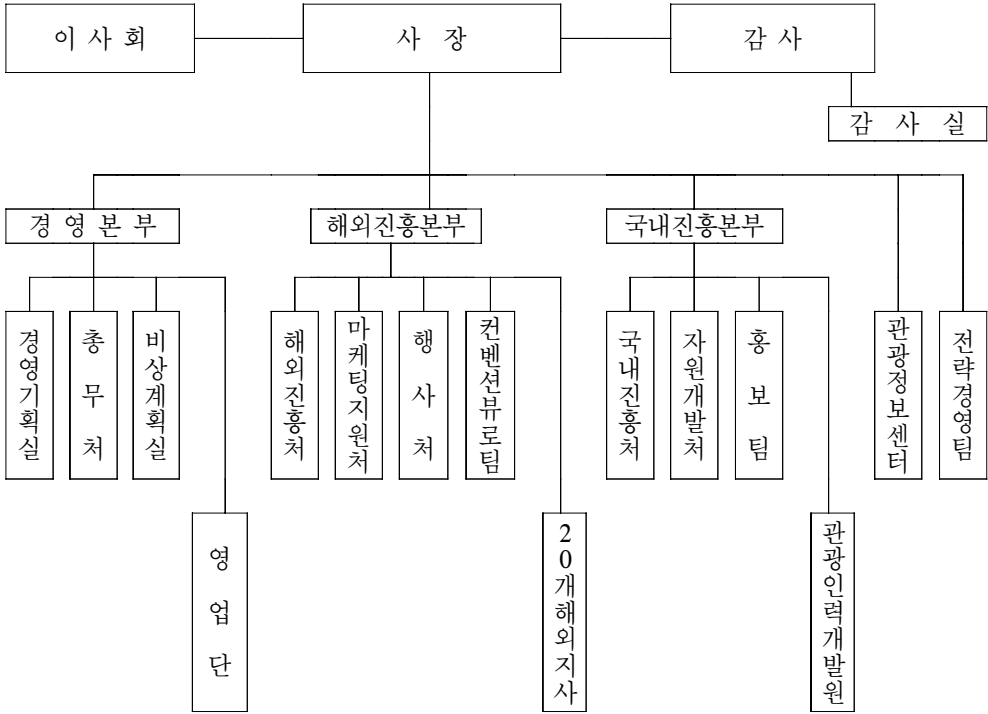
나. 한국관광공사

한국관광공사(KNTO)는 경영본부, 해외진흥본부, 국내진흥본부 등 3개 본부에 9개 실·처, 3팀, 2개 국내지사, 20개 해외지사로 구성되어 있으며, 총 699명의 인력으로 이루어져 있다. 관련예산은 '97년 대비 48% 감소한 것으로 나타났다.

한국관광공사는 여행업과 관련하여 외래객유치를 위한 해외마케팅 활동, 관광불편신고 센터 운영, 여행업관련 조사연구활동, 관광종사원 양성 등 업무의 간접지원업무와 함께 진흥본부내 상품개발처 업계지원부가 직접지원업무를 하고 있다.

과거 업계 협력팀이 담당하던 업무가 국내진흥팀과 지자체 협력팀으로 흡수되었고, 관광정보서비스를 E-mail을 통해 업계에 제공하는 업무를 진행하고 있다.

그러나 여행업체와 간접적으로 인바운드여행 홍보에 대한 업무를 지원하는 수준에서 협력이 이루어지고 있는 것으로 보여진다. 따라서 차제에 여행업에 대한 직접지원방식의 확대가 검토될 필요가 있는 것으로 판단된다.



[그림 3-3] 한국관광공사 조직도

자료: 문화관광부 (2001), 『관광동향에 관한 연차보고서』

<표 3-20> 한국관광공사 인력현황

단위 : 명

구 분	계	임 원	일 반 직	기 능 직	업 무 직	관광통역직
정 원	699	5	423	46	208	17

자료: 문화관광부 (2001), 『관광동향에 관한 연차보고서』

<표 3-21> 한국관광공사 예산현황

단위 : 억원

연 도	'97년	'98년	'99년	2000년	2001년
예 산 액	1,146	814	600	672	597
증 가 율	-	▽29.0	▽26.3	△12.0	▽11.2

주: 면세점 부문 예산 제외

자료: 문화관광부 (2001), 『관광동향에 관한 연차보고서』

다. 한국관광협회 중앙회(KTA)

한국관광협회중앙회는 관광진흥법 제39조의 규정에 의하여 1963년에 설립, 우리나라 관광업계를 대표하여 업계전반의 의견을 종합조정하고, 국내외 관련기관과 상호 협조함으로써 관광산업의 진흥과 회원의 권익 및 복리증진에 이바지함을 목적으로 하고 있다.

주요업무는 관광의 날 기념식, 한국관광홍보사절 선발대회, 각종 경진대회 등 관광진흥사업과 관광종사원 자격시험(국내여행안내원, 호텔 현관·객실·식당접객직 종사원), 관광산업 발전을 위한 대정부 건의사업, 방송매체를 통한 건전관광홍보, 관광안내소 운영, 전국 관광사업체명부 및 각종 간행물 제작 배포, 회원 공제사업과 지급보충업무 등이며, 국제기구 가입 및 국제교류행사 참가 등의 국제협력사업도 추진하고 있다.

그동안 관광인 신년인사회, 한국국제관광전(KOTFA), 국제관광 서울하프마라톤대회, 서울관광페스티벌, 서울관광사진공모전, 국민관광상품권 발행사업, 관광복권 발행사업을 착실히 추진해 왔다. 여행산업 부문에서는 국외와 국내 여행업체를 회원사로 하고 있으나 특별한 지원활동은 충분해 보이지 않는다.

라. 한국일반여행업협회(KATA)

한국일반여행업협회는 1991년 12월 관광진흥법 제43조의 규정에 의하여 설립된 일반여행업 단체로서 내·외국인 여행자에 대한 여행업무의 개선 및 서비스의 향상을 도모하고 회원상호간의 연대협조를 공고히 하며 여행업 발전을 위한 조사, 연구, 홍보활동을 통하여 여행업의 건전한 발전에 기여함으로써 관광진흥발전과 회원의 권익증진을 목적으로 하고 있다.

2000년도에 추진한 주요업무로는 회원사들에게 관광관련 정보제공하고 정부기관 등에 관광사업에 대한 연계협조 및 일반여행업체(회원사)의 영업실적을 정리·발표하였다.

국제협력사업으로 러시아관광시장 개척단, 인도관광시장 개척단 파견 등 9차례 해외유치단 행사에 참가하였고, 관광불편신고처리위원회를 자체적으로 운영하여 소비자 피해보상 업무를 처리하고 있으며, 관광통역안내지원센터 운영을 전국적으로 25개 관광통역지원센터를 설치·운영하고 있다.

2001년도에는 지역소재 회원사 간담회 개최(영남, 제주, 호남 등), 관광불편신고 처리위원회 운영 및 신시장 개척사업(인도시장), 2001년 방문의 해 사업 추진(중국시장 판촉단

과전), 제16차 KATA/TVA 관광교류회의 개최(서울)등의 주요사업을 추진할 계획이다. 또한, KATA NEWS지 격월간 발행, 국제여행통계집 제작, KATA 회원명부 등 출판사업과 제5차 KATA Congress를 개최할 계획이다.

마. 한국여행수배업협회(KOTA)

KOTA는 현재까지 법외의 임의단체로 여행수배업의 상호간의 정보교환 및 친선도모를 통하여 경쟁관계를 지향하며, 여행업체와의 균형적 협력적 마케팅을 통하여 여행업계 발전에 기여, 여행수배업의 보호증진을 도모함을 목적으로 한다. 또한, KOTA는 회원사 랜트를 중심으로 여행업계 구인구직 센터를 운영하고 있다. 현재 KOTA의 가장 중요한 활동부문은 여행수배업의 제도권 편입이다.

2. 관련제도 및 정책

가. 정의와 업종구분

관광진흥법 제3조 제1항 제1호에서 여행업의 정의를 ‘여행자 또는 운송시설·숙박시설 기타 여행에 부수되는 시설의 경영자등을 위하여 당해시설이용의 알선이나 계약체결의 대리, 여행에 관한 안내 기타 여행의 편의를 제공하는 업’으로 규정하고 있다.

관광진흥법시행령 제2조 (관광사업의 종류) 제1호에 의거 여행업은 일반여행업, 국외여행업, 국내여행업으로 구분된다. 또한 제3조 (문화관광부장관에게 등록하는 여행업) 법 제4조제1항에서 “대통령령이 정하는 여행업”이라 함은 제2조제1호 가목의 규정에 의한 일반여행업을 말한다.’라고 등록에 관한 의무를 규정하고 있다. 또한 제4조 국외여행업과 국내여행업은 관할 특별시장·광역시장 또는 도지사(이하 “시·도지사”라 한다)에게 등록을 의무화하고 있다. 관광사업의 등록기준으로 제7조에 의거 별표 1에 자본금과 사무실에 의해 등록기준을 규정하고 있다.

관광진흥법시행규칙 제18조 제2항에 의거 보증보험등의 가입금액 또는 영업보증금의 예치금액을 일반여행업 5천만원이상, 국외여행업 3천만원이상, 국내여행업 2천만원이상으로 규정하고 있다.

구 분	정 의
일반여행업	국내 또는 국외를 여행하는 내국인 및 외국인을 대상으로 하는 여행업 (여권 및 사증을 받는 절차를 대행하는 행위를 포함한다)
국외여행업	국외를 여행하는 내국인을 대상으로 하는 여행업 (여권 및 사증을 받는 절차를 대행하는 행위를 포함한다)
국내여행업	국내를 여행하는 내국인을 대상으로 하는 여행

나. 중국여행사 지정제도

문화관광부에서 한·중 문화관광비망록(2000.6.27)에 의거 56개의 여행사를 지정·운영하고 있으며, 문화관광부 지정 전담여행사 56개 여행사중 10개 업체가 지난해에 탈퇴하였다.

전체 유치인원 109,645명중 70,997명을 유치한 업체는 상위 8개 여행사로 점유율 65% 이상을 차지함으로 여행사간 실적의 편중현상이 나타나며, 총 46개 여행사중 실적이 없는 업체도 7개에 달하는 것으로 나타났다. 그러나 지정제도 자체가 자유시장질서에 반하고 있다는 점과 전담사 지정의 조건 등이 불법체류 측면에 중점을 둔 것은 개선이 필요한 것으로 판단된다.

3. 소비자 보호관련 규정²¹⁾

가. 관광불편신고센터운영

‘관광불편신고센터운영에관한규정’은 ‘내·외국인관광객의 관광불편사항을 파악·시정함으로써 명랑한 관광분위기를 조성하고 한국관광의 이미지를 제고시키기 위하여 관광불편신고센터의 설치 및 운영요령을 규정함을 목적’으로 하고 있다. 서울특별시·광역시·도지사 및 한국관광공사사장은 신고센터를 설치·운영하여야고, 시·도지사가 필요한 경우에는 시·군 또는 지역별 관광협회에도 신고센터를 설치·운영하도록 규정되어 있다. 현재까지 한국관광공사, 광역지자체, 6개 시·군(경주시 등) 등 전국 23개소에서 관광불편신고센터를 설치·운영하고 있다.

21) 여행업의 소비자 관련규정으로는 소비자 불편신고제도, 영업보증금, 공제보험, 여행공제회 및 여행업 표준약관 등이 있음

관광불편신고센터는 관광을 위한 시설 또는 수단을 이용하는 자는 누구든지 신고할 수 있으며 신고된 사항은 해당기관 및 부서에 이송되어 처리하도록 하고 있다.

나. 안전강화

한국관광공사에서는 홈페이지의 해외정보컨텐츠에 해외여행 참고사항과 관련사이트를 운영하고 있다. 내용으로는 일반적으로 유의사항, 각국별 유의사항, 해외여행 유의국가, 국가별 개황, 재외공관정보로 나누어 소개하고 있다.

그러나 이외에 해외여행자의 안전대책에 별다른 내용이 없어 이에 대한 집중적인 정책 노력이 필요할 것으로 보여진다. 특히 해외여행 안전사고와 관련된 조사·통계가 명확히 집계되지 않아 현황 파악은 물론 정책의 중요성도 부각되지 않는 것이 문제점으로 나타난다.

다. 영업보증금, 공제보험, 공제회

관광진흥법에 의하면 여행업자는 보증보험회사 또는 한국관광협회 여행공제회의 보증보험에 가입하거나 업종별 관광협회에 영업보증금을 예치하여야 한다.

<표 3-22> 보증보험 가입현황

구분	일반여행업	국외여행업	국내여행업	합계
업체수	644	3,099	3,234	6,977
가입업체수(개)	383	1,900	2,156	4,439
전체비율(%)	59.5	61.3	66.7	63.2

자료: 관광중앙협회 내부자료, 2001년 4월 30일 현재

그러나 업종별로 구분된 일률적인 영업보증금이 책정되어 있고, 여행업을 등록할 때에 만 영업보증금을 제시하게 되어 있으므로 지속적인 예치 관리방안의 모색이 요구된다.

보증보험의 변상대상은 실제 여행업체가 자체적인 변상능력이 없는 경우 폐업 또는 등록취소 등의 경우에만 해당될 뿐 아니라 기획여행상품을 판매하는 여행사는 5억 이상 가입의무조항이 있거나 하나 대부분 5억에 가입하고 있어 피해를 입은 전체 여행객에게

충분한 피해보상이 불가능한 형편이다.

또한 피해보상의 최저한도가 높아 일반적으로 여행에서 나타날 수 있고, 소액피해의 구제방법이 제한적이라는 점도 실효성을 충분히 인정받지 못하는 요인이 되고 있다.

보증보험의 보험기간 경과시 불소급과 행정력의 미비로 관리가 제대로 이루어지지 않고 있다.

라. 여행공제회

여행업자는 사업을 개시하기 전 업종별, 지역협회장을 피보험자로 하는 여행공제회에 가입할 수 있으며 여행사가 여행알선계약을 이행하지 못하여 피해를 입은 여행자는 피보험자에게 공제금 지급청구를 할 수 있다. 2001년 6월까지 여행공제회에 가입한 회원수는 4,439개사에 달하고 있다.

<표 3-23> 여행공제회 운영현황

구 분	내 용	
공제회가입금	일반여행업	5천만원 이상
	국외여행업	3천만원 이상
	국내여행업	2천만원 이상
	기획여행취급 여행사	1억원 이상
공제회 가입회원수	일반여행업	383개사
	국외여행업	1,900개사
	국내여행업	2,156개사
	합 계	4,439개사

자료: 한국관광협회 내부자료

97년 10월 이후 2001년 6월까지 여행공제회 조성금액으로부터 혜택을 받은 관광객은 894명, 25개업체로 이는 매년 평균 관광객 224명에 6개 업체만이 혜택을 받았음을 알 수 있다.

공제금지급조건은 회원사가 피해변상을 해줄 수 없을 때로 한정되어 있으며 회원가입상의 문제로는 사고의 예상규모가 큰 반면 공제기금 조성 기여도가 낮은 기획여행취급여

행사의 가입이 회피되고 있다는 점과 공제회 가입회원들이 사업자단체를 탈리하고 있다는 점등은 개선의 여지가 있다고 보여진다. 또한 공제회가입이 보험기간 만료 후에는 잘 이행되지 않는다는 점과 보험기간이 1년으로 기간이 짧다는 점, 공제회의 또 다른 목적인 부대이익사업 등이 활성화되지 않은 점등도 문제로 볼 수 있다.

<표 3-24> 공제금 지급액 (97년 10월~2001년 6월)

조성금 누계액(2001. 6월)	지급액('97. 10~2001. 6)
393억 6천만원	2억3천500만원 - 25개업체 - 894명(관광객)

자료: 한국관광협회 내부자료

마. 99년 여행업 표준약관 개정내용

공정거래위원회는 한국일반여행업협회 및 한국관광협회가 청구한 여행업 표준약관을 '99년 3월 26일부로 승인하였다.

당시 국·내외 여행표준약관은 종합서비스 계약인 여행계약의 민사적 법률관계 규율에 주요역할 수행을 목적으로 하였다. 여행계약과 관련한 여행자의 불만이나 분쟁이 빈발하고 있음에도 불구하고 이에 대한 민·사법적 규율은 미흡하며, 실제 여행계약의 세부적인 내용은 여행업자가 작성한 약관에 맡겨져 있는 실정이며, 여행계약 체결시 등 표준약관의 사용은 여행업의 건전한 거래질서 확립 및 불공정한 내용의 약관통용 방지를 기대하고 있었다.

따라서 여행자는 여러 측면에서 선택권을 가지게 됨으로써 계약체결과정에서 어떠한 내용이 계약에 포함되는지에 대하여 알고 계약을 체결할 수 있는 기회를 갖게 되며 계약서 1부를 소지하게 됨으로써 향후 분쟁시 유리한 증거 자료를 확보할 수 있도록 하였다.

<표 3-25> 99년 국내여행 표준약관개정내용

개정전 약관	개정후 약관	비고
· 여행업자를 “우리사”로 표현, 여행자를 “여행객”“여행자”로 혼용	· “여행업자”와 “여행자”로 함	변경
· 일반모집관광을 하는 경우 행사를 할 수 없는 최저인원을 14명으로 함	· 여행을 실시할 수 있는 최저인원을 공란으로 하여 여행업자와 여행자가 자율적으로 정하도록 함	완화

(표 계속)

개정전 약관	개정후 약관	비고
· 계약금을 전체요금의 10%이상으로 함	· 계약금을 여행요금의 10%이하로 함	강화
-	· 여행요금을 여행업자가 지정한 방법으로 지급하도록함	신설
· 상호와 대표자만 표시하고 담당자 표시 없음	· 여행업자 외에 계약 담당자를 표기하도록 함	강화
· 현지관광입장료에 대하여 언급 없음	· 현지관광입장료가 여행요금에 포함되는지에 대하여 여행자가 선택할 수 있도록 함	강화
· 여행자보험료가 여행요금에 포함된 약관, 포함되지 아니한 약관 혼용	· 여행자보험에의 가입여부를 여행자의 자율적 인 판단에 맡기되 보험 가입된 상품은 여행자가 그 내용을 알고 선택할 수 있도록 함	강화
· 여행계약을 이행함에 있어 당사 또는 수 배를 대행시킨 자가 고의 또는 과실로 여행자에게 손해를 끼쳤을 때에는 그 손해를 배상할 책임이 있음	· 현지 여행업자, 여행안내자 등의 고의·과 실로 인한 여행자의 손해에 대하여 모집 여행업자가 배상하도록 하여 여행자의 피해구제를 도모함	강화
· 여행자의 귀책사유로 인하여 여행조건이 예정대로 이행되지 못하거나 이로 인하여 여행자가 입은 손해에 대하여 우리사는 책임지지 아니함	· 여행업자의 책임을 민법상의 원칙에 따르도록 함	강화
· 항공기, 기차, 선박 등 교통수단의 연발 착 및 교통체증 등 우리사의 고의 또는 과실이 아닌 피해에 대하여 우리사는 책임을 지지 아니함	· 항공기·기차·선박 등 교통수단의 연발 착 등으로 인하여 여행자가 입은 손해를 여행업자가 배상하도록 함	강화
· 수하물에 관해서 생긴 손해에 대해서는 이용운송기관의 손해배상규정에 따른 배상청구를 우리사가 대행하며, 우리사가 별도의 배상은 하지 않음	· 여행자의 수하물에 관하여 여행업자는 운송주선인에 준하여 손해보상책임을 지도록 함	강화
· 여행계약은 항공기의 좌석사정 및 시간 변경이나 현지의 사정 또는 천재지변 등으로 인하여 변경될 수도 있음	· 여행조건 변경은 당사자 쌍방이 합의한 경 우나 천재지변 등으로 여행목적달성이 불가능한 경우에 한하여 가능토록 한정하여 여행업자가 일방적으로 변경하지 못하도록 함	강화
· 국외여행약관에만 있음	· 여행계약이 중도에 해지된 경우 국외여행의 경우와 마찬가지로 국내여행이 경우에도 여행업자에게 귀가협조의무 부여	국내여행 약관신설
· 여행계약 해제등에 따른 손해배상에 관하여 미수교국, 특수국가 행사시는 예외로 한다고 규정	· 미수교국등 특수지역에의 여행에 대하여 이 표 준약관의 내용과 달리 정리 정할 수 있도록 함	강화

<표 3-26> 99년 국외여행표준약관 개정내용

개정전 약관	개정후 약관	비고
· 우리사는 수속대행계약을 이행함에 있어 우리사의 고의 또는 과실로 여행자에게 손해를 끼쳤을 때에는 그 손해를 배상할 책임이 있음	· 여행업자의 귀책사유로 여행자의 국외여행에 필요한 여권, 시증 등을 취득하지 못한 경우 여행업자는 여행자에게 이로 인한 여행자의 손해를 배상하도록 함	강화
· 여행업자는 그 증감된 금액 범위내에서 여행요금을 증감할 수 있음. 단, 여행출발일 7일전에 여행자에게 그 취지를 통보함	· 여행업자가 여행요금 증액시 여행출발일 15일전에 여행자에게 통지하도록 함	강화

그러나 '99년 여행표준약관의 개정에도 불구하고, 국내·외 여행표준약관의 개정필요성은 법무부 '민법' 개정 추진, 문화관광부 '관광진흥법', 동 시행령·시행규칙의 추가, 현행 약관에서 반영치 못한 전화 또는 인터넷 예약의 미흡, 각 조문마다 당사자간 합의작성 방식, 기회여행 위주로 계약 내용이 이루어져 위탁여행, 회망여행, 수속대행에 따른 분쟁 가능성 등으로 표준약관의 발전적 개정이 조속한 시일내에 필요한 것으로 보여진다.

4. 규제개혁정책

가. 추진실적

현재까지 정부의 여행관련 정책을 살펴보면, '60년대에는 관광사업진흥법 제정을 통해 관광을 제도권의 영역에서 지원토록 하는 근거의 확보와 함께, 협회의 설립과 정책심의 위원회 등 조직적 기반을 마련하였다.

'70년대에는 법제적 기반을 정비하고, '80년대에는 법제적 일원화와 88 올림픽을 기점으로 해외여행자유화 등의 변화에 대처하였다.

'90년대는 관광의 중흥기로서 그동안 정부주도형 관광개발과 추진에서 민간주도형 관광기반을 마련하기 위해 법제적 정비, 제도적 개선, 관광자원개발, 시장확대, 외국인투자촉진 등을 통해 산업의 발전기반을 마련한 것으로 보여진다.

<표 3-27> 연대별 관광부문 주요 정책추진내용

시기별	지원정책
'60년대	1961년 관광사업진흥법, 동법 시행령, 동법시행규칙을 제정 공포
	1962년 국제관광공사법 제정
	1963년 특수법인 대한관광협회중앙회가 설립
	1965년 관광정책심의위원회규정 공포
'70년대	1975년 관광기본법, 관광단지개발촉진법 제정
'80년대	1981년 국민관광지 연차적 개발
	1987년 관광진흥법 통합 개정하여 법체계 일원화
	1989년 해외여행자유화 전면 실시
'90년대	1994년 정부조직개편시 관광정책기능이 문화체육부로 이관
	1995년 관광호텔 및 국민호텔 소비성 서비스업에서 제외 버스전용차선에 관광버스 운행허용 관광호텔 중소기업 적용기준 확대 10대계열기업의 호텔건설 시설자금에 대한 여신규제 완화
	1996년 일반주거, 준주거, 상업, 준공업, 자연녹지지역 등의 관광호텔 및 위락시설 입지 완화 호텔, 여관업 및 관광지소재 여신규제 완화 여행업 사무실 면적기준 폐지 관광종사원 자격시험면제 확대 10대계열기업의 관광시설용 부동산취득 허용 관광단지용 부동산 비업무용 판정 유예기간 3년으로 연장 관광단지개발사업 시행자의 양도소득세 감면 확대 여행업 국내여행객 모집구역제한 폐지 문화관광명소를 연결한 4개코스의 서울 시티투어 운영
	1997년 관광안내기능 강화를 위한 도로표지규칙 개정 우수여행업체 지정 지원제도 도입 국외여행인솔 교육기관 지정 및 양성지원 전문관광식당업 등록기준 완화 수도권 자연보전권역내 관광지 조성규모 제한완화 국제회의시설을 민자유치촉진법상 대상시설로 지정 업단지내 관광시설용지 조성시 전기시설 무담비용 면제 공유수면매립지 중 사유지의 관광호텔 건설목적 임대허용 중국인 단체관광객 사증발급절차 간소화 휴양콘도미니엄에 대한 여신규제 폐지 시·도 단위 종합관광안내소(MC)설치, 관광지표지(한자병기)설치 확대 등의 관광안내체계 개선 전문휴양업의 상시근로자수를 20인 이하에서 50인 이하로 확대 및 관광호텔업(현행 100인 이하)의 확대 등 관광관련업종의 중소기업 범위 확대

(표 계속)

시기별	지원정책
'90년대	1998년 중국인 관광객 제주도 무사증 입국 허용 해상관광호텔 신축규제 폐지 관광호텔 전력요금 산업요율 적용 특1등급 관광호텔에서의 혼인예식업 허용 법인이 분양 받은 휴양콘도미니엄업에 대한 지방세 중과세 폐지 관광음식점의 재산세 중과 제외 관광시설 임시투자세액 공제제도 유원시설업 상수도 요금의 영업용 1종 적용 관광호텔 외화획득분 상수도 요금 감면 외국인 투자촉진법상 투자유치 산업에 관광산업 포함 2002년 월드컵축구대회조직위원회 관광부문 추진기관 지정(한국관광공사)
	1999년 한국방문의해추진위원회 규정 공포(대통령령) 규제개혁위원회 여행업관련 규제 폐지 - 외국여행업자 연락사무소 개설 신고 - 관광사업자의 사위·수수료나 금품수수행위·계약이나 약관 위반행위·과다경쟁 행위 등의 금지행위 - 관광사업자의 표지부착의무 - 약관설정 및 변경신고 - 기획여행 신고 - 여행계약서 교부 의무 - 관광종사원 교육의무 - 관광종사원 자격시험 응시제한 - 관광종사원 양성 및 연수기관 지정 등 밀레니엄맞이 대형이벤트 상품개발 홍보 사증발급절차 및 입국허용범위 확대, 복수사증발급대상 확대 한국재발견캠페인 - 한국부터 보자 전통음식개발·보급

규제정책과 관련, 가장 획기적인 조치는 1999년 규제개혁위원회에 의해 관광진흥법내 여행관련 규제가 대폭 완화된 실적이 있다. 그러나 이는 과도한 규제완화 또는 담당부서의 충분한 합의가 뒷받침한 것으로 보기 어려운 바, 소비자 보호와 시장질서유지 측면에서 개선의 여지가 있는 것으로 보여진다.

나. 단속실적

여행업체에 대한 단속은 2000년에서 2001년 상반기에 각각 50건, 38건으로 대부분 지도 점검시에 적발되었으며, 행정조치 상황을 살펴보면 경고조치가 전체의 각각 62%,

79%를 차지하고 있다. 위반내용을 살펴보면 2000년에는 변경등록 기간 미준수(30%), 덤핑(20%)과 무자격 국외여행인솔자(18%)가 전체에서 큰 부분을 차지하며, 2001년 상반기에는 변경등록 미준수가 전체의 61%를 차지하였다.

경고조치의 경우 2001년 상반기에 2000년 한해동안의 조치건수와 비슷하며 2001년엔 행정조치가 더욱 증가할 것으로 예상된다.

<표 3-28> 행정조치상황

조치상황	2000년	2001년 상반기
경고	31	30
과징금	14	5
등록취소	1	3
사업정지	1	0
폐업조치	3	0
합계	50	38

자료: 문화관광부 내부자료

<표 3-29> 위반내용

위반내용	2000년(건)	2001년(건)
변경등록기간 미준수	15	23
덤핑	10	4
무자격 국외여행인솔자	9	2
사위 및 부정한 방법 사용	5	4
사업 미경영	4	2
보증보험 및 여행보증금 미가입	3	1
사무실 폐쇄	2	0
기획여행 실시 요건 위반	1	1
부당징수료 징수	1	0
합계	50	37

자료: 문화관광부 내부자료

5. 지원정책

가. 재정지원

'95년부터 2000년까지 여행업체에 지원한 관광개발기금을 살펴보면 총 267억원으로 관광진흥개발기금 지원총액인 4,586억원의 5.8%에 불과한 실정이다.

특히 관광진흥개발기금에 대한 지원은 '97년 7%대의 여행업체 수혜비율이 '98년 6.2%, '99년 5.5%로 낮아졌으며, 2000년에는 4.9% 수준으로 계속적으로 지원감소 추세에 있는 것으로 나타났다.

<표 3-30> 관광진흥개발기금의 여행업체지원 현황

단위: 백만원

연 도	관광진흥개발기금 순조성액	관광진흥개발기금 지원총액(A)	여행업체 수혜총액(B)	점유율(B/A) (%)
1995	13,416	39,780	3,347	8.4
1996	30,453	62,035	2,878	4.6
1997	37,333	62,788	4,432	7.1
1998	48,183	84,353	5,247	6.2
1999	80,811	88,371	4,886	5.5
2000	67,167	121,273	5,984	4.9
계	277,363	458,600	26,774	5.8

자료: 문화관광부 내부자료 (2001)

그러나 '97년에 여행업에 대한 관광진흥기금의 융자조건은 6개월 거치 1년 상환, 연이자율 대하 6.5%, 대여 8%에서 2001년 현재 1년 거치 2년 상환, 연이자율 대하 4.5%, 6%로 완화되었다. 이와 관련 여행업의 관광산업내 비중과 중요성을 감안, 전체 기금지원 내 여행업지원비율의 증대와 함께 지원사업의 추가 등이 필요한 것으로 보여진다. 특히 지원시 담보제공 부문과 관련 신용담보체계의 개발이 필요한 것으로 보여진다.

<표 3-31> 관광진흥개발기금의 운용현황

설치근거	용자대상자 선정기관	용자대상별 용자조건			
		용자대상	대여기간	연이자율	
관광기본법 제14조 관광진흥 개발기금법 제 2조	한국산업은행 한국관광협회 한국일반여행업 협회	관광시설 건설 자금	4년거치 5년상환	4.5%	6%
		관광시설 개·보수 자금	2년거치 4년상환		
		국민관광진흥사업 건설자금	4년거치 5년상환		
		국민관광진흥사업 개·보수자금	2년거치 4년상환		
		관광사업체 운영자금	1년거치 2년상환		

자료: 문화관광부 내부자료

나. 벤처지정 여행사 현황²²⁾

문화관광부는 주체공원, 국제회의 등 외국인 관광객을 유치할 목적으로 관광산업 분야의 유망중소기업을 육성하고 지식기반산업으로의 성장을 지원하기 위해 민간투자회사와 함께 매칭펀드 형식으로 관광기업에 전문적으로 투자하는 벤처투자조합을 설립(결성일: '99. 7. 9) 하였다.

현재 중소기업청에 등록되어 있는 여행업 관련 벤처기업으로는 6개 업체가 있으며, 여행업 벤처기업은 중소기업청에 지정된 벤처기업 중 전체 0.06%를 차지하고 있는 실정이다. 관광벤처기업 지정요건인 창작 신기술 또는 신기법을 이용하거나 지식 집약도가 높은 사업 중이라는 조건 중 여행업의 경우 그 판단 기준의 모호성이 있으며, 지정업체수가 6개업체에 불과하므로 지원육성책의 모색이 필요할 것으로 보여진다.

다. 우수여행사 제도

문화관광부에서는 매년 외국인 유치실적이 우수하고 건전한 영업활동을 수행한 여행업체를 선정·지원함으로써 관광수지 개선, 건전 국민관광문화 정착 및 여행업체의 사기 진작 등의 도모를 목적으로 하고 있다.

'97년에 「그린사업체」에서 「우수여행업체」로 명칭을 확정하였으며 우수여행업체 20개사에 각 5,000만원 정도의 관광진흥개발기금 용자했다. '97년부터 2001년까지 5년 동안 4개의 여행사가 전체 비율 20%로 계속 지정되고 있으며, 2001년에는 20개 여행사중

22) 여행업 벤처기업에 대해서는 새천년관광투자조합에서 지분투자, 약정투자의 형태로 지원이 이루어짐

13개사가 전년도 지정여행업체와 동일한 문제가 있다고 보여진다.

지정대상을 인바운드 실적에 주로 연계하고 있어 향후 일반여행업과 국외여행업으로 확대가 필요하며, 지정심의 시기와 심의대상 기간의 불일치 문제등도 개선의 의지가 있는 것으로 판단된다.

<표 3-32> 연도별 우수여행업체지정 현황

연도	1997	1998	1999	2000	2001
업체수	10	12	16	20	20

<표 3-33> 우수여행사 관광진흥기금 수혜실적

단위: 백만원

구분	전체여행업체 수혜총액	우수여행업체 수혜총액	우수여행업체수(개)	비율(%)
1998	5,247	524	12	10
1999	4,886	970	16	20
2000	5,984	1,198	20	20

자료: 문화관광부 내부자료

라. 세제지원

여행업에 대한 세제지원의 현황과 발전방향에 대해서는 별다른 조사·연구내용이 없는 실정이다. 다만 한국관광연구원의 분기별 전망조사에서 여행업체의 요구는 호텔에 대한 부가가치세 영세율 적용등이 제기되어 있는 정도이다. 실제로 있어서는 일반여행사가 외국여행객을 유치하여 외화를 획득하는 경우 부가가치세가 면제된다(영세율 적용). 부가가치세법 시행령 제26조를 보면 제5호에 ‘관광진흥법에 의한 일반여행업자가 외국인 관광객에게 공급하는 관광알선용역으로 그 대가를 외국환은행에서 원화로 받는 것’은 영세율에 적용된다고 규정되어 있는 정도이다.

이러한 이유는 여행업에 대한 과세수준이 낮고, 여행업의 영업규모가 크지 않다는 점에서 조세에 대한 심도있는 고민이 선행되어 있지 않기 때문인 것으로 보여진다. 그러나 향후 체계적으로 금융부문의 특정산업 지원이 악화되고 있어 여행업에 있어서는 세제에 대한 조사·연구를 강화할 필요성이 높아지고 있다.

마. 인력지원

1) 관광통역안내원

관광통역안내원은 외국인 관광객과 해외 여행을 하는 내국인의 편의를 제공하며 사전에 예약된 손님을 공항에서 만나 여행비를 산출하며 일정표 작성, 명승지나 고적지 안내, 환전, 호텔, 택시 이용 등 입국에서 출국에 이르기까지 관광 일정의 모든 편의를 제공하는 역할을 담당하고 있다. 응시자격으로는 학력, 연령, 성별의 제한이 없으나, 한국관광공사에서 주관하는 자격증을 취득하여야 한다.

2000년 6월 현재 관광통역안내원 시험의 전체 합격자 누계수는 14,018명이며, 그 중 등록자 누계는 10,834명으로 등록율은 77.3%로 나타났다.

여행업체 중 관광통역안내원을 채용하고 있는 업체는 전체의 39.7%이고, 현재 채용되어 있는 안내원들은 주로 일본어, 영어, 중국어 안내원이며, 채용인원에 있어서도 일본어와 영어 안내원의 비율이 상대적으로 높은 것으로 나타났다. 여행업체의 관광통역안내원 수요 창출 대책과 향후 중국어 안내원의 수요 증가에 대비하여 특단의 중국어 안내원 육성 대책이 필요한 것으로 판단된다.

또한, 안정적인 관광통역안내원 기반을 구축하기 위하여 신분보장과 위상에 대한 검토가 필요하며, 정상수급이 어려울 경우 기존의 명예통역안내원제도 등의 보완체계의 구축이 요구된다.

<표 3-34> 관광통역안내원 등록 현황

연도	1996	1997	1998	1999	2000
총수(명)	7,285	7,838	8,533	9,788	10,997

자료: 한국관광공사 (2000), 『관광통역안내원 채용현황조사 보고서』

2) 국외여행인솔자

여행업자가 내국인의 국외여행을 실시할 경우 여행자의 안전 및 편의제공을 위하여 당해 여행을 인솔하는 자를 둘 때에는 문화관광부령이 정하는 요건에 적합한 자를 두도록 되어있다. 자격요건으로는 관광통역안내원자격증을 취득한 자이거나 여행업체에서 2년 이상 근무하고 국외여행경험이 있는 자로서 문화관광부장관이 정하는 소정의 교육을

이수한 자 또는 문화관광부장관이 별도로 지정하는 교육기관에서 국외여행 인솔에 필요한 교육을 이수한 자이어야 한다.

동제도와 관련 현재까지의 문제로는 문화관광부의 적발률이 비교적 높다는 점과 기존 교육프로그램의 시간적 부담보다 내용상의 미흡성으로 인해 교육에 대한 거부감이 크다는 점은 개선의 여지가 큰 것으로 보여진다.

<표 3-35> 국외여행인솔자 발급 현황

연도	1998	1999	2000
총수(명)	3,635	2,871	2,012

3) 국내여행안내원

내국인의 국내여행을 위한 안내를 위해서는 국내여행안내원 자격증을 취득해야 하며, 자격요건으로는 만 18세 이상으로 관광종사원 결격사유에 해당되지 않아야 하며 자격시험은 한국관광협회중앙회에서 주관하고 있다.

<표 3-36> 국내안내원 총인원

연도	1996	1997	1998	1999	2000
총인원(명)	29,729	34,911	37,545	41,782	46,780

4) 시험과목 및 합격결정기준

관광통역안내원은 외국인 관광객에게 한국을 소개하는 중요한 관광인력으로서 자격의 위상을 제고시키는 것이 필요하다. 따라서 국가공인자격으로서 지속적으로 운영하고, 자질향상과 전문성을 확대하기 위하여 경력관리제도를 시급히 도입하고, 또한 특정지역을 전문적으로 안내할 수 있는 가칭 ‘지역관광안내원’을 새롭게 도입하도록 해야한다.

이외에 면제기준의 강화, 유자격자의 관리강화 등을 통하여 21세기에 적합한 관광 전문인력으로서 육성할 필요성이 있는 것으로 보여진다.

제3절 여행업의 경영환경 변화전망

1. 관광시장의 지속적인 성장

세계관광기구(WTO)는 2000년도 국제관광객수는 6억 9,830만명으로 전년대비 7.4% 증가하였고 관광수입은 4,759억불로 전년대비 4.5% 증가한 것으로 발표하였다.

우리나라를 방문한 외래관광객은 2000년 530만명으로 전년대비 14.2%가 증가되어 WTO 증가율과 비교해 매우 높은 증가율을 기록하였다. 또한, 국민 해외여행객도 '98년 IMF 이후 경제회복심리에 따라 '99년 40% 이상 급격히 증가하였으며, 2000년에도 역시 26.9%의 증가율을 기록하였다. 국민 국내관광은 '99년 이후 연간 3.9% 대의 꾸준한 증가율을 기록하고 있으며, 향후 주5일 근무제 도입으로 여가시간 증대와 경제회복에 따른 가구당 가처분소득증대로 지속적인 증대가 예상된다. 2000년에는 외래관광객은 증가하였으나 관광수입은 오히려 2.8% 감소한 것으로 나타났고, 관광지출은 IMF경제위기 극복에 따라 60.4%의 기록적인 증가율을 나타내었고, '98년 낮아지는 추세로 나타났으나 점차 높아지는 경향을 보이고 있다.

<표 3-37> 국내·외 관광객 현황(1996~2000년)

단위: 천명, 천불

구분	1996	1997	1998	1999	2000
외래관광객	3,683	3,908	4,250	4,659	5,321
	-	6.1%	8.8%	9.6%	14.2%
국민해외여행객	4,649	4,542	3,066	4,341	5,508
	-	-2.3%	-32.5%	41.6%	26.9%
국민국내관광총량	135,404	139,900	141,445	146,921	152,610
	-	3.3%	1.1%	3.9%	3.9%
관광수입	5,430,210	5,115,963	6,865,400	6,801,900	6,609,100
	-	-5.8%	34.2%	-0.9%	-2.8%
관광지출	6,962,847	6,261,539	2,640,300	3,975,400	6,377,400
	-	-10.1%	-57.8%	50.6%	60.4%
관광수지	-1,532,637	-1,145,576	4,225,100	2,826,500	231,700

자료: 한국관광연구원, 『관광동향에 관한 연차보고서』 각연도
문화관광부 (2001), 『제2차관광개발기본계획』

2. 관광객의 행태변화

가. 주5일 근무제 등 여가시간 확대

주 5일 근무제와 주 5일 수업제의 도입, 유급휴일의 증가로 인한 근로시간의 감소는 개인의 자유재량시간의 확대와 여가시간의 확대에 이어져 여행에 대한 욕구가 증대할 것으로 전망된다.

특히 주5일 근무제가 실시될 경우 여행행태는 가족중심성과 자기개발성, 여행계획성 등이 두드러질 것으로 보여진다. 이에 따라 여행업계는 기본적으로 주7일근무제를 도입하게되며, SIT관광의 증가에 따라 종업원의 전문성 강화, 새로운 테마관광상품개발 등에 주력해야 할 것으로 전망된다.

나. 관광행태의 다양화

관광수요의 증가와 더불어 자연생태관광, 문화체험관광, SIT관광 등의 새로운 관광행태에 대비하여 문화관광기반시설을 확충하려는 움직임이 가속화되고 있다.

21세기의 관광행태는 단체 여행의 비중이 저하되고, 개인여행자와 FIT 여행의 증가가 확대될 것으로 전망됨에 따라 크루즈, 생태, 의료, 모험 등 특수목적 관광이 보편화될 것으로 보여진다. 이러한 추세에 대해 WTO는 세계화(Globalization)에서 지역화(Localization)로 변화, 관광목적지 선정 및 판매망 구축시 전자기술의 막강한 영향력 발휘, 여행수속의 간소화 및 신속화를 중시하여 신속·편리한 여행(Fast Track Travel)추구, 전에 가보지 못했던 낯선 곳, 즉 오지여행의 증가 및 우주관광시대의 개막, 해외여행의 일상화, 3Es(Entertainment, Excitement, Education)를 결합한 주제별 관광상품의 부상 등을 대표적인 추세전망 시나리오로 제시하고 있다.

따라서 미래의 관광시장은 기존 대중관광의 폐해에 대한 반작용으로 자연환경과 고유 문화 등을 보존하면서 체험하는 대안적 관광형태(alternative tourism)의 중요성이 지속될 전망이며, 향후 발전이 예상되는 관광 형태로는 모험관광, 크루즈관광, 생태관광, 문화관광, 테마관광, 자연관광, 녹색관광 등을 들 수 있다.

3. 시장의 경쟁심화와 유통경로의 축소

정보기술의 발달과 인터넷 보급의 확산은 90년대 중반부터 경제 전반에 광범위하게 응용됨으로써 경제, 시장구조, 기업경영에 근본적인 변화를 초래하였으며, 이러한 변화는 향후 지속적으로 가속화될 전망이다. 한편 전세계 인터넷 이용자는 1995년 44,324천 명에서 2000년 349,242천 명으로 8배 증가할 것으로 2005년에는 다시 2배 증가하여 765,776천 명이 될 것으로 전망되고 있다.

<표 3-38> 세계 인터넷 이용자 증가 추세 및 전망

단위: 천명

구 분	1995	1998	2000	2005
이용자수	44,324	181,789	349,242	765,776

자료: Computer Industry Almanac Inc.(1999), <http://www.c-i-a.com>

인터넷을 활용한 전자상거래(Electronic Commerce) 규모는 1998년 770억 달러 규모이나 2003년에는 1조 달러로 12배 이상 증가할 것으로 전망되며, 인터넷을 통한 정보전달과 경제행위가 이루어지는 디지털 경제가 급속히 확산될 것으로 예상하고 있다.

이에 따라 여행업에서도 on-line여행사의 지속적 확대와 항공사와 호텔 등의 공급업자가 소비자와의 직접거래의 증대로 유통질서의 패러다임에 대한 변화를 예고하고 있다. 이러한 추세는 델타, 유나이티드, 노스웨스트, 컨티넨탈의 공동투자로 인터넷 여행사이트 오비츠(www.orbitz.com) 운영, 외국 여행사의(걸리버, 콜도즈비케이션, 톨라네, 와폴리, CIT 등) 시장진입 가속화등을 통해 확인되고 있으며, 기업간 직접거래도 증가하고 있는 추세이다.

4. 여행사와 카드사, 인터넷기업 등의 전략적 제휴증가

시장변화에 대응하기 위해 여행사의 시장확대와 대규모 시장을 형성하고 있는 카드사가 회원들에게 다양한 서비스 공급하여 상호이익을 확대하기 위한 전략적 제휴도 증가하고 있다. 또한 인터넷 보급의 확산에 따른 기술적 환경변화에 대응하기 위해 대형 포털사이트와의 제휴를 통한 상품판매·원가절감·기업홍보 등의 활동도 점차 활성화되고 있다.

이러한 여행사와 카드사, 인터넷기업(포털사이트 등)은 회원기업 간 제휴로 비용 절감 효과와 매출액 증가를 통해 상호 이익 증대를 이끌어 낼 수 있으므로 여행사와 인터넷 기업의 전략적 제휴는 향후 증가할 것으로 예상된다.

5. 여행업의 상장사 진입가속과 ISO 등 국제표준자격 경쟁심화

2002년 1월 현재 금융감독원 전자공시시스템에 등록된 국내 여행업체 중 코스닥(KOSDAQ)에 등록된 업체는 하나투어가 있으며, 현재 등록추진 중인 업체도 증가하고 있는 추세이다. 이러한 추세는 여행사의 대형화와 전략적 제휴를 통한 시장 우위를 선점하려는 업계의 경쟁력 향상 활동에 도움을 주고 있다.

특히 여행업체의 이러한 움직임은 기존 증권시장의 까다로운 상장요건을 구비하지 못한 중소기업에게 자금 조달 기회를 주기 위해 장외에 개설된 코스닥시장 활력을 통해 위축된 투자심리를 회복시킴으로써 관광벤처기업의 투자재원조달을 활성화하려는 목적으로 보여진다.

또한 ISO 국제표준자격 취득을 통해 해외시장 개척과 투자확보를 위한 다양한 수단이 일부여행업체에 의해 적극적으로 강구되고 있는 추세에 있다.

6. 전반적인 규제완화 속에 소비자 관련 사항 강화

최근의 정부정책은 규제완화를 통한 기업운영의 활성화 정책을 추진하고 있다. 그러나 규제개혁을 통한 민간부문의 활성화를 하는데 있어 기업의 이윤보장과 소비자의 권익에 대한 균형을 이루기 위해 정책적 변화가 다양화되어야 한다. 여행업에서도 덤핑여행상품에 대한 규제를 통해 기업간 시장경쟁에 대한 안정적 기반조성을 계속해 나가는 한편 소비자 보호와 소비자 피해를 최소화하기 위해 소비자 보상 관련 제도를 강화할 것으로 전망된다.

7. 중국시장 확대

'99년 11월에 개최된 제 4차 한·중 관광진흥회의에서 2000년 6월부터 중국인의 한국 방문을 완전 자유화가 합의된 이후, 2002년 한·일 월드컵 축구대회 본선 진출 및 2008년

북경올림픽 개최 등으로 12억 중국시장이 확대되고 있다.

세계관광기구(WTO)에 따르면 중국경제는 당분간 8~10%의 높은 성장을 계속할 것이며, 2000년대 초에는 중국의 국민총생산이 미국을 앞질러 세계1위의 경제대국으로 부상할 것으로 예측하고 있다. 2020년에는 관광객 송출면에서 세계4위를 차지할 것으로 예측된다.

현재 중국 9개 성·시 주민만 한국관광을 허용하는 제한적 관광정책에서 완전 개방으로의 정책 전환과 '98년 기준하여 약 800백만명의 중국 국민이 개인 비자를 소지하고 해외 여행을 하고 있는 현황, 그리고 2020년에 중국이 미국, 일본, 독일에 이어 세계 4위의 관광객 해외 송출국이 된다는 WTO 전망으로 볼 때 (WTO, 1999), 방한 중국인의 예상 인원은 2003년까지 약 100만명 이상이 될 것으로 예상된다²³⁾. 또한 중국인들의 근거리에 위치한 한국을 방문매력이 높은 것으로 인지함으로써 접근성과 매력성 차원에서 국내 여행시장에 대한 적극적 대응방안이 요구되고 있는 실정이다.

특히 중국시장은 교통접근성, 물가 등의 상대우위 요인이 일본에 비해 크고, 최근의 중국내 한류열풍을 효과적으로 연계할 경우, 관광객의 증대는 물론 방한 중 소비확대 등이 예상됨으로써 향후 국제수지의 개선에 중요한 역할이 기대되는 시장이다.

23) 김철원 (1999), 『중국관광객 유치확대를 위한 관광상품개발방안』, 한국관광연구원, p. 1.

제4절 해외사례분석

1. 도·소매 분리

여행업에 있어서 일본, 대만은 도·소매를 제도적으로 구분시키고 있으며 미국, 영국, 독일, 호주 등의 나라는 자율적으로 도·소매가 분리되어 있다.

가. 일본

여행업을 1, 2, 3종 및 대리점업으로 구분하고 있으며, 1종은 해외여행 및 국내여행상품의 기획·판매를 담당하고 2종은 해외여행상품의 판매와 국내여행상품의 기획 및 판매를 담당하며, 3종은 해외 및 국내여행의 수배를 담당하게 한다. 또한 각 업종 공히 대리점을 설치할 수 있도록 하고 있다.

<표 3-39> 여행업별 업무범위

구분		업무범위			
		국내여행		해외여행	
		주최	판매	주최	판매
여행업	제1종	○	○	○	○
	제2종	○	○	-	○
	제3종	-	○	-	○
여행업자 대리업		-	○	-	○

자료: 일본운수성

나. 미국

여행소매업자, 여행기획가, 투어오퍼레이터, 여행도매업자, 여행접대업자로 구분되어 있으며 주요 업무내용으로는 다음과 같다.

<표 3-40> 여행업별 업무범위

구분	내용
여행소매업자 (Travel Agent)	고객과 직접 거래를 통해 고객에게 여행서비스, 항공 예약 및 발권 등의 서비스를 판매하며, 때때로 서플라이어(호텔이나 렌트카업체)의 상품을 고객에게 판매하기도 하는데 기본적으로 소비자와 투어 오퍼레이터의 중간적인 위치에 있음
여행기획자 (Tour Organizer)	여행소매업자 또는 특별한 목적을 위해 구성된 단체의 한 구성원이 여행기획자가 되며 이들은 사전에 비용이 지불되는 특별한 그룹여행을 기획함
투어 오퍼레이터 (Tour Operator)	여행상품을 판매 또는 개발하는 회사를 말하며 여행상품에는 Fly Drive(항공과 렌트카의 결합상품)같은 단순상품부터 교통, 호텔, 식사, 관광지 입장 등 여행의 모든 구성요소가 포함된 패키지 여행상품까지가 다양하게 포함됨
여행도매업자 (Wholesaler)	여행패키지를 혼합하여 여행소매업자를 대상으로 판매하는 회사나 개인을 말하며 보통 Tour Operator와 같은 의미로 쓰임
여행접대업자 (Receptive Agent /Receptive Operator)	공항영접, 숙소까지의 교통편의 제공, 호텔 투숙 보조와 같은 관광목적지에 도착하는 여행자 대상 서비스를 전문으로 회사나 개인을 일컬음

다. 중국

중국의 여행업 분류 및 행정관리는 영업 범위로 구분하여 국제, 국내 2개로 분류하고 있으며, 모든 여행사는 국가여유국의 행정통제를 받으며 대부분의 대형 여행사 지방사무소는 해당 성이나 시 정부에 소속되는 형태이다.

라. 기타

○ 대만

‘종합’, ‘갑종’, ‘을종’ 여행업으로 구분하고 있으며, ‘종합’인 경우는 인·아웃바운드 및 국내여행의 기획과 판매를 담당하며, ‘갑종’의 경우 인·아웃바운드 및 국내여행의 판매를 담당하고, ‘을종’의 경우 국내여행만 담당하고 있다.

○ 영국

법적으로 도·소매업을 분리하고 있지는 않으며, 영국여행업협회의 구분에 의해 Tour Operator, Travel Agents, Tour Operator & Travel Agents, Branch Offices of Tour Operators and Travel Agents로 구분되어 있다.

○ 호주

자율적으로 도매여행업협회와 소매여행업협회를 결성하여 여행업의 도·소매를 분리되고 있는 것으로 보여진다.

○ 독일

여행상품을 만들어 판매할 능력이 있는 여행사는 자동적으로 여행도매업체(Reiseveranstalter)가 될 수 있는 체제이다.

2. 자격증 제도

가. 일본

일반여행업 취급주임자와 국내여행업 취급주임자로 나누어 별도의 시험을 실시하고 있으며, 해외여행을 취급할 경우 여행업무취급담당자의 선임을 의무화하고 있다. 또한, 여행업무취급담당자는 일정한 시험을 의무적으로 치르도록 하고 있는데, 업체경력이 5년 이상 되는 사람에 한해 시험의 일정과목을 면제해주고 있다. 시험의 주관은 운수성이 위탁한 기관이 관장하도록 하고 있다.

나. 영국

행사 종사원을 양성하기 위해 전문 교육기관과 교육 프로그램을 운영 중에 있으며, 영국여행업협회는 여행업직원을 대상으로 각종 교육 과정을 이수한 후 National Vocational Qualification (NVQs) 또는 Scottish Vocational Qualification (SVQs) 등 정부에서 인정하는 자격증을 부여하고 있다.

영국의 경우 여행업체 대리점의 직원중 최소 1명은 ABTA(영국여행업협회)가 인정하는 자격증 소유자를 고용할 것을 의무화하고 있으며, 인정자격기준은 최소 2년이상 관광관련업계에서 종사하여야하고, ABTA산하 교육기관에서 부여하는 COTAC Level 1을 획득하고 18개월 이상 업계에서 근무하였거나, COTAC Level 2를 소유한 경우는 1년 이상 업계에서 근무한 자로 한정하고 있다.

다. 대만

교통부 관광국이 위탁한 유관기관에서 시험을 거치게 하고 합격한자에 한해 도유인(導遊人) 합격 훈증서를 발급하고 있다. 대만에서 도유인 시험에 응시하기 위해서는 성격이 원만하고 심신이 건강하며 만 20세 이상으로 국내에서 6개월 이상 거주한 자로 교육부가 인정하는 국내외 대학이상을 졸업해야 한다.

라. 싱가포르

싱가폴의 경우 여행안내원 자격증을 의무화하고 있다. 여행안내원자격증을 신청하고자 하는 사람은 신청자의 성격과 여행안내원으로서의 능력 및 자질을 입증하는 내용의 신청서를 관광진흥국 (Tourist Promotion Board)에 제출하도록 하고 관광진흥국에서 이를 심사하여 결정한다.

3. 여행관련법

일본, 태국, 대만은 여행업을 전담하는 개별적인 여행업법을 제정해 놓고 운영 중에 있으며 미국, 프랑스, 영국, 독일은 기존 관련법상에 여행업을 포함시켜 다루고 있다.

미국의 경우 원칙적으로 여행업을 규율하는 법률이 없으며, 여행업계를 감독하는 기관은 연방정부나 주정부 및 시정부에 존재하지 않는다. 그러나 예약, 발권등의 여행일반업무를 시행하기 위해서는 각종 관련협회나 단체(IATA, ARC등)가 제정하는 수속을 밟고, 이 협회나 단체의 승인을 받아야 한다. 따라서 이들 각종 협회나 단체가 정하는 광범위한 제 규칙을 따라야 한다.

<표 3-41> 각국 여행업 법규 명칭

국명	여행업법 명칭
일본	여행업실무육법
홍콩	Travel Agents Ordinance
태국	Travel Agency Business and Guide Act
대만	여행업관리규칙

4. 여행사 설립 및 영업보증금 제도

일본, 호주, 대만, 벨기에, 홍콩 등은 여행업 설립시 일정조건(자본금 등)을 갖추어 등록을 하도록 하고 있다.

가. 일본

일본의 여행사 등록은 영업보증금을 반드시 예치하도록 여행업법에 명시되어 있으며, 영업보증금의 경우 금액은 전사업년도에 여행업자가 취급한 액수에 따라 탄력적으로 운용하고 있다. 또한 여행사는 제1종~제3종의 등록별에 따라고 정해진 「영업 보증금」의 공탁의무를 지우고 있다.

<표 3-42> 여행업별 등록과 영업보증금

등록별	등록	연간거래액	영업보증금
제1종 여행업	국토교통성 여행진흥과	70억엔 미만	7,000만엔
제2종 여행업	각도 부현청 담당과	7억엔 미만	1,100만엔
제3종 여행업	각도 부현청 담당과	2억엔 미만	250만엔

자료: JATA 법령 자료 재구성

나. 영국

영국에서의 여행사 설립은 정부의 인허가 과정을 거치지 않고 가능하나 합자회사로 설립할 경우는 상무성에서 규정하는 설립과정을 거치도록 하고 있으며, 보증금제도와 관련하여서는 소비자보호를 위하여 보증보험의 가입을 의무화하고 있다. 이때 보험료는 예상매출규모에 따라 적용된다. 특히 패키지여행상품을 취급하는 업체는 Civil Aviation Authority의 Air Operators License 보증보험에 가입하여야 하고 기타 일반여행업체는 ABTA (영국여행업협회) 또는 Travel Trust Association의 보증보험에 가입하여야 한다.

다. 홍콩

홍콩에서 여행사를 설립하려고 하면 TIC (Travel Industry Council of Hong Kong)에 가입한 아웃바운드업체만 TAR (Travel Agency Registry)에서 면허증을 교부받도록 되어 있는데, TIC에 가입하기 위해서는 자본금이 HK\$ 500,000이상이고 지점 1개소 당 HK\$ 250,000를 추가 확보해야 하며 독립된 사무실을 보유하여야 한다.

또한 보증금제도와 관련하여서는 1996년 2월부터 여행업등록관청이 주관하는 기획여행상품사고기금을 설치해 놓고 있으며 지급수준은 HK\$ 20,000에서 100,000까지인데, 사고확인은 여행사에서 지급한 영수증에 따라 보상하며 재원은 기획여행 상품가의 0.3%를 징수하여 조달하고 있다.

라. 태국

태국에서의 여행업 설립은 태국관광청 산하 여행업 등록처에 등록을 해야하며 등록자본금을 의무화하고 있는데 ‘국제여행업’은 10만바트, ‘국내여행업’은 5만바트이며 외국인과 합작하여 여행업을 설립하고자 할 시는 1인당 200만바트를 추가하여야 한다.

또한 영업보증금제도와 관련해서는 등록조건으로 소비자보호를 목적으로 하는 예치금 제도를 의무화하고 있으며 태국관광청이 개별여행사의 명의로 계좌를 유지한다. 이때 이자수입은 여행사에 귀속되고 피해액이 예치금의 범위를 벗어날 경우 심사를 통해 태국관광청이 직접 보상함을 원칙으로 하고 있다.

마. 기타

대만에서 여행사를 설립할 경우 업종별로 등록시 자본금을 소유하여야 하는데 대만화폐로, ‘종합여행업’은 4억5천만원, ‘갑종여행업’은 1억6천만원, ‘을종여행업’은 8천만원 이상이 있어야 설립가능하며, 영업보증금의 경우 ‘종합여행업’은 대만화폐로 1천만원, ‘갑종여행업’은 1백5십만원, ‘을종여행업’은 6십만원을 예치하도록 하고 있으며 지사를 설립할 때, ‘종합여행업’과 ‘갑종여행업’은 지사당 30만원, ‘을종여행업’은 지사당 15만원을 별도로 증액시켜야 한다.

이외에도 프랑스, 벨기에, 노르웨이, 이태리, 핀란드, 룩셈부르크 등은 여행업 설립시 허가제를 채택하고 있다.

5. 여행약관의 운영

일본의 경우 정부에서 여행약관을 제정하여 운영하고 있는 반면, 덴마크, 네덜란드, 노르웨이, 스웨덴, 영국은 여행업협회 단독 또는 정부와 협력하여 여행약관을 설정하고 있다.

<표 3-43> 각국의 여행약관 내용

국가	내용
일본	정부에서 여행약관을 제정하여 운영하고 있음
독일	여행중 계약해제시 여행자, 여행업자 모두 귀로운송의무를 분담하도록 하고 있음
영국	여행자가 취소료 없이 여행개시전 여행계약을 취소할 수 있도록 하고 있으며 불가항력적 사유가 발생했을 경우에도 상당한 비용을 공제하고 여행업자가 여행계약을 해제할 수 있도록 하고 있음

6. 여행자 보호제도

여행자 보호와 관련하여 핀란드, 이태리, 스웨덴, 영국, 호주 등은 보다 적극적인 소비자보호 및 피해예방차원에서 여행정보 제공 및 광고에 대한 규제를 실시하고 있다.

가, 일본

일본의 경우 기획여행상품신고제 및 광고시 표시하여야 할 구체적인 사항을 명시할 것을 의무로 규정하고 있다.

변제업무보증보험은 여행대금을 지급한 후에 여행 회사의 도산에 의하고 여행이 실시되지 않는 사태가 발생하였을 때, 소비자를 보호하기 위한 제도로 여행업법에 정해진 영업보증금 제도로 이러한 사태가 발생하면 사단법인 일본 여행업 협회(JATA)는 보증사원을 대신하고 일정한 범위에서 소비자의 변제업무 보증금으로부터 환부 절차를 한다.

<표 3-44> 일본의 영업보증금제도

등록별	영업보증금	5분의 1금액	JATA	공탁
제1종 여행업	17,000만엔	1,400만엔	각사의 분단금 총괄	여행업협회 변제업무 보증금 (영업보증금에 바뀌는것)
제2종 여행업	1,100만엔	220만엔		
제3종 여행업	250만엔	50만엔		

자료: JATA 자료 참조

나. 중국

중국에서 영업하는 모든 여행사는 책임보험 가입이 의무화되어 있으며, 보험계약에 따라 일정한 보험금을 납부하며 여행사가 업무중 야기한 여행자의 신체적, 재산적 피해에 대해서는 보험을 통해 배상하게 된다. 배상범위는 사망 사고를 포함한 여행자의 신체적 피해(여행 중 발생한 여행자의 치료비, 치료를 위한 교통비 등) 및 재산적 피해와 물품 분실, 도난 등이며 해외여행의 경우 보험 배상한도는 인민폐 16만위엔(미화 약 2만달러)이다. 책임 보험에 가입하지 않은 업체는 15일에서 30일까지의 영업정지와 인민폐 5천위엔(미화 약 600달러)에서 2만위엔(미화 약 2,400달러)의 벌금이 동시에 부과되고 있는 것으로 알려지고 있다.

다. 기타

<표 3-45> 각국의 여행자 보호제도 내용

국가	내용
핀란드	국립소비자 보호원에서 패키지에 관한 지침으로 여행브로셔의 내용과 편집방법에 관하여도 구체적으로 규제하고 있음
이태리	각 지역 관광국에서 여행상품 안내서를 승인하도록 하고 있음
스웨덴	마케팅법에 여행사업자의 정보제공 의무를 명시하고 있으며 여행광고와 정보에 관한 규칙으로 여행브로셔의 내용에 관하여도 규제하고 있으며, 패키지여행에 관한 지침을 마련해 놓고 있음
영국	거래표준원에서 여행상품 안내서를 승인하고 있음
호주	여행광고를 규제하는 구체적인 지침을 제정하여 이를 광고기준으로 삼고 있음

한편, 대부분의 국가가 여행자의 피해구제를 위한 기구를 설치하여 운영중인데 피해구제 기구의 설치형태에 따라 노르웨이, 덴마크, 오스트리아, 대만은 여행에 관한 전문소비자 피해구제기구를 설치하여 운영하고 있으며, 노르웨이, 덴마크, 오스트리아는 이곳에 각각 여행분쟁조정원을 두고 있다.

<표 3-46> 각국의 소비자 피해구제기구

국가	내용
대만	관광서비스질 제고 및 소비자를 보호하고 소비자피해를 중재 또는 보상하는 기능을 수행하는 여행품질보증협회(TQAA: Travel Quality Assurance Association)를 설치하고 있음
영국	중앙정부, 주정부에서 설치한 소비자 피해기구에서 여행을 한 분야로 취급하고 있음
호주	공정거래위원회와 주정부의 소비자 상담과
캐나다	주정부의 소비자보호과와 주정부의 관광과
일본	소비생활센터
핀란드	소비자분쟁조정원

7. 여행수배업 관리제도

여행수배업 관련 해외사례를 살펴보면 각국 정부의 관리 내용은 국가별로 매우 다르게 나타나고 있다. 이 가운데 한국관광공사 해외 지사 등의 경로를 통하여 수집된 자료를 바탕으로 한 해외 사례를 살펴보면 다음과 같다.

가. 일본²⁴⁾ : 국내의 여행수배업체 관리 측면

일본은 '96년 4월에 시행된 '표준여행업약관'에 여행수배업의 존재를 명기하고 있다. 우선 제4조에서는 '여행업자의 수배대행자' 또는 '수배를 업으로 하는 자'라고 하여 민법상의 이행 보조자로 규정하고 있으며 제23조에서는 여행자에게 손해를 끼칠 경우 여행사와 함께 손해를 배상할 책임이 있음을 명시하고 있다. 즉 수배 계약 관계가 없으면 여행업자의 사용인으로, 수배 계약을 체결하게 되면 계약에 대한 이행 책임이 있는 민법상의 속행 보조자로 규정하고 있다.

24) 가칭 '한국여행수배업협회(KOTA)'의 자료 협조를 받음.

나. 중국²⁵⁾ : 자국 내에서 활동하는 외국 여행업체 관리 측면

중국은 ‘외국 기업의 중국 장기 주재 관광 대표처 설립시의 심사 비준 관리 방법’을 규정하여 자국 업체보다는 외국 여행사의 현지 활동에 대하여 매우 엄격한 규제와 관리를 하고 있다. 규정된 바에 의하면 본국에서 법인 등기를 받은 관광 관련 업체로서 본국 내의 여행업협회 등 유사 조직의 정식 성원으로 등록되어 있는 업체만 중국 현지에서 활동할 수 있으며, 금융기관에서 발급한 자본 신용 증명서도 제출하게 하여 자국에서도 철저히 신용 보증이 되는 업체만 본국에서의 활동을 허가하고 있다. 또한 중국 내에서는 국가 지정 회사 이외에는 어떠한 경영 활동도 할 수 없음을 전제로 하고 있다.

신청시에는 중국 현지 여행사의 추천이 필요하며 신청도 현지 여행사가 대행하여야 하고 감독과 불법 행위 등에 대한 권유와 보고의 의무 또한 현지의 여행사에게 지워주고 있다. 적법한 절차를 거쳐 현지 활동이 허가된 후에도 매년 검사를 실시하며, 사무실도 허용하는 구역 내에 설치하여야 한다. 또한 파견된 인원은 총 5명을 넘지 못하며, 직원 고용과 회사의 이전 등 사소한 업무를 처리함에 있어서도 중국 국가 여유국의 허락을 받아야 하는 등 매우 까다로운 제약 조건을 규정하고 있다. 그리고 이러한 규정은 현재 홍콩과 마카오 지역에도 똑같이 적용하고 있다.

<표 3-47> 여행수배업의 국가별 분류

국 가	특 징
일 본	<ul style="list-style-type: none"> ◦ ‘현지의 지상서비스를 대행하거나 업으로 하는 자’로 약관에 언급만 되어 있음 ◦ 우리의 실정과 가장 비슷함
중 국	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 자국의 업체보다는 외국 업체에 대한 관리가 엄격히 이루어지고 있음 ◦ 외국 업체의 중국 현지 영업 활동시 중국 국가 여유국의 관리하에 엄격한 제재를 받음 ◦ 이 규정은 홍콩과 마카오에도 동일 적용함
한 국	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 현지 지상서비스를 제공하는 전문 업체 ◦ 여행업 표준약관에는 ‘현지여행업자’로 언급되어 있음

자료: 김은혜 (1999), “여행업의 Relationship Marketing에 관한 연구”, 한양대학교 대학원 석사학위논문, p. 30. 재구성

25) 한국관광공사의 해외 지사를 통하여 수집됨.

8. 시사점

업종분리 측면에서 여러 가지에서 여행업의 도·소매분리는 제도적으로 또는 자율적으로 분리되어 있다. 소비자 보호 측면에서 우리나라는 손해보상 여행금액 및 절차대행 등의 금액에 대하여 금전적 손해배상의 범위로 삼고 있지만, 일본은 손해보상과 더불어 여행자에 대한 금전적 손해배상과 해외여행자 1인당 15만엔 한도의 배상을 추가하고 있으며, 환불기간에 대한 명시도 구체적으로 명시되어 있다. 또한, 여행계약 해제시 여행자는 취소료에 해당하는 위약금의 범위도 명시하고 있는 것으로 나타났다. 여행업종사원 자격증제도와 관련하여서는 일본의 경우 일반 및 국내여행업취급주임자 시험에 주로 여행업관련 실무위주로 시험을 치르도록 되어 있다. 또한 일본, 태국, 대만 등은 여행업에 대한 독립된 여행업관련법을 제정하여 운영하고 있는 것이 특기할 만하며, 이밖에 선진국의 경우 여행업설립, 여행업약관 운영을 자율적으로 수행하면서 소비자보호와 관련된 사항에 대해서는 강력한 제도적 장치를 마련해놓고 있는 것으로 주목할 만한 사항이다.

또한 최근 무분별한 한국의 현지 여행수배업체를 감시·감독하기 위하여 프랑스·태국·호주 등의 정부가 현지 등록업자의 명단 공개와 보호 조치를 하고 있는 것으로 나타나고 있는데 이는 국제 관광객의 증가에 따른 각국 정부의 여행수배업체에 대한 관리가 점차 강화되는 경향으로 해석할 수 있어 이에 대한 대책이 시급한 것으로 판단된다. 이러한 점들을 살펴볼 때 각국의 여행업 정책은 최우선에 관광객 보호가 설정되어 있는 반면, 덤핑 등 시장의 혼란요인이 큰 문제로 인식되고 있는 것을 알 수 있다.

제4장 조사결과분석

제1절 여행업 설문조사결과

1. 조사방법 및 내용

- 조사기간: 2001. 11. 5 ~ 11. 17일(14일간)
- 조사대상: 각계, 언론계, 공무원, 업계 등 총30명
- 조사방법: 팩스, E-mail, 우편조사 실시
- 주요조사내용: 여행업제도 전반에 걸쳐 설문하되, 우수여행상품인증제에 대한 의견 및 시행시 평가항목과 가중치를 병행 조사

2. 주요조사결과

가. 여행업의 제도적 구분

여행업의 영업종류에 따른 분류의 적정성에 대하여서는 40.9%가 적정하다라고 응답하였으며, 적정하지 않다가 22.7%, 매우 적정하지 않다가 18.2%, 보통이다가 18.2%로 나타났다. 결과적으로 매우 적정하지 않음, 적정하지 않음이 40.9%, 매우 적정함, 적정함 40.9%로 현 여행업 분류에 대하여 비슷한 의견을 보이고 있다.

또한, 이러한 영업종류에 의해 여행업의 분류에 대해 수정 필요성에 따라 국내여행업과 국제여행업으로 구분, 유통구조와 영업범위에 따라 다양화의 필요, 인바운드 여행업의 신설, 일반여행업과 국외여행업을 같은 테두리에 포함, 종합여행업과 대리점 단일체제 등의 의견 등이 다양하게 제시되었다.

구분	빈도수	유효퍼센트(%)
매우 걱정하지 않음	4	18.2
걱정하지 않음	5	22.7
보통	4	18.2
걱정함	9	40.9
계	22	100.0

한편, 제도적으로 여행업을 도·소매업으로 분리하는 것에 대한 의견에서는 찬성 72.7%, 반대 22.7%, 잘 모르겠다 4.5%로 나타나, 제도적 차원에서 여행업을 도·소매업으로 분리하는 것이 필요하다고 조사되었으며, 여행수배업의 제도권편입에 대한 의견에서는 찬성이 73.9%, 반대가 13.0%, 잘 모르겠음이 13.0%로 나타나 여행수배업의 제도권 편입에 대한 지지도가 매우 크게 나타나고 있음을 알 수 있다.

구분	여행업의 도·소매업 분리		여행수배업의 제도권편입	
	빈도수	유효퍼센트(%)	빈도수	유효퍼센트(%)
찬성	16	72.7	17	73.9
반대	5	22.7	3	13.0
잘 모르겠음	1	4.5	3	13.0
합계	22	100	23	100

나. 여행업 보증보험

여행업 보증보험에 대한 대책안에 대하여서는 여행업자별 매출액에 따른 탄력적 운용 50.0%, 금액의 상향조정이 27.3%, 기타가 18.2%, 차액에 대한 정부의 보상 4.5%로 나타났다. 따라서 여행업자별 매출액에 따른 탄력적 운용이 가장 타당한 대책안으로 금액의 상향조정으로 조사되었다.

구분	빈도수	유효퍼센트(%)
금액의 상향조정	6	27.3
차액에 대한 정부의 보상	1	4.5
여행업자별 매출액에 따른 탄력적 운용	11	50.0
기타	4	18.2
계	22	100

다. 일반여행업 등록권 이양의 시행

일반여행업의 시·도로 등록권 이양에 대하여서는 전면적 실시 52.2%, 시범 실시 후 확대 21.7%, 연기 13.0%, 시행 불필요가 13.0%로 나타났다. 근본적으로는 시·도로 등록권 이양 실시에 관해서는 73.9%가 찬성하였다. 본격적으로 전면실시와 반대의견으로 구분하여 보면 52.5% 대 47.5%로 큰 차이가 없다고도 볼 수 있다. 또한 이양 시기에 대한 차이도 34.7%로 나타나 이양 시기를 고려해 보아야 할 것으로 조사되었다.

구분	빈도수	유효퍼센트(%)
전면적 실시	12	52.2
시범실시 후 확대	5	21.7
연기	3	13.0
시행 불필요	3	13.0
합계	23	100.0

전면적 실시 반대의 이유로는 일관적 정책 필요 50.0% 준비기간의 부족 25.0%, 기타가 25.0%로 나타나고 있다.

라. 유통과정상 불공정거래

여행상품 유통과정상 불공정거래의 발생에 관하여서 여행사와 숙박·기념품 및 음식점 34%, 송출여행사와 지방여행사간 25%, 항공사와 여행사간 23%, 도매여행사와 소매 여행사간 18%로 나타났다. 특히 여행사와 숙박, 기념품 및 음식점간에 가장 불공정거래의 발생이 높은 것으로 조사되었으며, 다음으로 송출여행사와 지방여행사간, 항공사와 여행사간, 마지막으로 도매여행사와 소매여행사간으로 조사됨에 따라 공정거래에 대한 유통과정의 문제 해결이 단계적으로 추진될 필요성을 제기하고 있다.

구분	빈도수	유효퍼센트(%)
항공사와 여행사간	6	25
도매여행사와 소매여행사간	4	18
송출여행사와 지방여행사간	5	27
여행사와 숙박, 기념품 및 음식점간	7	30
합계	22	100.0

마. 우수여행상품인증제의 시행 계획에 대한 의견

문화관광부의 우수여행상품인증제의 시행에 대해서는 찬성 69.6%, 반대 21.7%, 잘 모르겠다 8.7%로 나타났다. 또한 잘 모르겠다는 의견이 8.7%로 나타나 사업의 시행전 충분한 홍보가 필요한 것으로 보인다.

구분	빈도수	유효퍼센트(%)
찬성	16	69.6
반대	5	21.7
잘 모르겠다.	2	8.7
합계	23	100.0

우수여행상품 인증제의 경우 인바운드와 아웃바운드로 나누어 평가 항목당 중요도를 평가한 결과 인바운드는 만족도가 21.9%로 가장 높게 나타났고, 시장성 18.1%, 독창성 15.5%, 소비자 보호 15.7%, 국가 이미지 14.5%, 가격 적정성 12.6% 순으로 나타났으며, 아웃바운드의 경우 만족도가 19.0%로 가장 높게 나타났고, 소비자 보호 14.9%, 건전성 13.6%, 독창성 13.8%, 가격적정성 13.3%, 시장성 12.1%, 교육성 8.7%, 환경보호 6.3%, 기타 1.0% 순으로 나타났다.

구분	항목	중요도(%)	구분	항목	중요도(%)
인바운드	독창성	15.5	아웃바운드	독창성	13.8
	국가이미지 제고	14.5		가격 적정성	13.3
	시장성	18.1		시장성	12.1
	만족도	21.9		건전성	13.6
	가격 적정성	12.6		만족도	19.0
	소비자 보호	15.7		교육성	8.7
	기 타	0.5		환경 보호	6.3
				소비자 보호	14.9
				기 타	1

또한 본 문항과 관련하여 1차 조사에 응해준 전문가를 대상으로 2차 국민 국내여행상품전문가 조사결과 만족도가 20.20%로 가장 높고, 다음으로 가격적정성(14.00%), 독창성(13.93%) 순으로 나타났다. 그 외 기타 전문가 의견으로는 지속가능성, 관광이미지 부합성, 시사성, 대중성 등이 조사되었다.

항목	중요도평균(%)
만족도	20.20
소비자보호	11.40
건전성	11.33
독창성	13.93
가격적정성	14.00
시장성	10.07
교육성	8.93
기타(지속가능성, 관광이미지부합성, 시사성 등)	19.07
계	100

마. 초저가 여행상품에 대한 개선책

초저가 여행상품으로 인한 유통과정상의 문제에 대한 대안으로 표준원가제의 도입 47.8%, 시장의 자율적인 규제 30.4%, 소비자 피해 전가시 처벌 강화 13.0%, 정부의 감시, 감독강화 8.7%로 나타났다.

바. 과당광고 규제

과당광고 규제 방안에 대해서 업계의 자율적 규제 78.3%, 법적 규제 검토 17.4%, 기타 4.3%로 응답하여 업계의 자율적 규제가 가장 선호되는 방안임을 알 수 있다.

사. 관광불편신고의 조직적 관리

관광불편신고의 한국관광공사에서의 총괄적인 접수와 체계적인 사후 처리에 대해서 타당하다 43.5%, 타당하지 않다 26.1%, 보통이다 17.4%, 기타 13.0%로 응답하였다. 보통과 타당함이 전체의 60.9%로 나타나 총괄적 관리의 필요성이 어느 정도 있는 것으로 조사되었다.

자. 여행업의 정책적 관점

1) 과징금 부과액과 행정처분

관광진흥법 시행규칙에 따른 위반행위별 과징금 부가액과 행정처분의 적정성 여부에

대한 의견조사결과, 보험 또는 공제 미가입, 영업보증금 미예치 위반행위에 대한 행정처분적정성 여부에서는 적정함 35.0%, 적정하지 않음 30.0%, 전혀 적정하지 않음 20.0%, 보통 15.0%로 나타났다. 전혀 적정하지 않음과 적정하지 않음의 응답이 전체의 50.0%를 차지하므로 행정처분이 적정하지 않은 것으로 조사되었다.

기획여행 실시요건 또는 실시 방법에 위반하여 기획여행의 실시 위반행위에 대한 행정처분적정성 여부에서는 적정함이 40.0%, 보통 25.0%, 전혀 적정하지 않음 10.0%, 적정하지 않음 20.0%, 매우 적정함 5.0%로 나타났다. 적정함과 보통의 응답이 전체의 65.0%를 차지하여 행정처분이 적정한 것으로 조사되었다.

요건에 적합하지 아니한 자가 국외여행을 인솔한 위반행위에 대한 행정처분 적정성 여부에서는 적정하지 않음 35.0%, 적정함과 보통이 각 25.0%, 전혀 적정하지 않음 10.0%, 매우 적정함이 5.0%로 나타났다. 보통, 적정함 그리고 매우 적정함으로 전체의 55.0%로 응답하였으므로 행정처분이 적정한 것으로 조사되었다.

관광종사원이 교육을 받도록 협조하지 아니한 때의 위반행위에 대한 행정처분 적정성 여부에서는 적정하지 않음 35.0, 보통, 적정함이 각 25.0%이고 전혀 적정하지 않음이 10.0%, 매우 적정함이 5.0%로 나타났다. 보통, 적정함, 매우 적정함이 전체의 55.0%를 차지하여 행정처분이 적정한 것으로 조사되었다.

2) 과징금 부과액의 적정성에 대한 의견

관광사업자 또는 사업계획 승인을 얻은 자의 지위승계 후 승계신고를 하지 아니한 때의 위반행위에 대한 과징금 부과액의 적정성 여부에서는 보통 42.1%, 적정하지 않음 26.3%, 전혀 적정하지 않음 15.8%, 매우 적정함 10.5%, 적정함 5.3%으로 나타났다. 전혀 적정하지 않음과 적정하지 않음이 42.1%이고 적정함과 매우 적정함이 15.8%를 차지하므로 과징금 부과액이 적정하지 않는 것으로 조사되었다.

기획여행의 실시 요건 또는 실시 방법에 위반하여 기획여행을 실시한 때의 위반행위에 대한 과징금 부과액의 적정성 여부에서는 적정하지 않음 36.8%, 전혀 적정하지 않음 21.1%, 보통 21.1%, 적정함 15.8%, 매우 적정함 5.3%으로 나타났다. 전혀 적정하지 않음과 적정하지 않음이 전체의 57.9%를 차지하여 과징금 부과액이 적정하지 않은 것으로 조사되었다.

문화관광부령이 정하는 요건에 적합하지 아니한 자가 국외여행을 인술한 때의 위반행위에 대한 과징금 부과액의 적정성 여부에서는 적정하지 않음 42.1%, 보통 36.8%, 전혀 적정하지 않음 15.8%, 적정함 5.3%로 나타났다. 전혀 적정하지 않음과 적정하지 않음이 전체 응답의 57.9%를 차지하여 과징금 부과액이 적정하지 않은 것으로 조사되었다.

사업에 관한 보고 또는 서류의 제출명령을 이행하지 아니한 때의 위반행위에 대한 과징금 부과액의 적정성 여부에서는 보통 52.6%, 적정하지 않음 26.3%, 전혀 적정하지 않음 15.8%, 적정함 5.3%로 나타났다. 전혀 적정하지 않음과 적정하지 않음이 42.1%이고, 적정함과 매우 적정함이 5.3%를 차지하므로 과징금 부과액이 적정하지 않는 것으로 조사되었다.

관계공무원의 장부·서류 기타 물건의 검사를 방해한 때의 위반행위에 대한 과징금 부과액의 적정성 여부에서는 보통 36.8%, 전혀 적정하지 않음 26.3%, 적정하지 않음 21.1%, 적정함 15.8%로 나타났다. 전혀 적정하지 않음과 적정하지 않음이 47.4%, 적정함과 매우 적정함이 15.8%를 차지하므로 과징금 부과액이 적정하지 않는 것으로 조사되었다.

관광종사원의 교육을 받도록 협조하지 아니한 때의 위반행위에 대한 과징금 부과액의 적정성 여부에서는 적정하지 않음 42.1%, 전혀 적정하지 않음 26.3%, , 보통 21.1%, 적정함 10.5%로 나타났다. 전혀 적정하지 않음과 적정하지 않음이 전체 응답의 68.4%를 차지하여 과징금 부과액이 적정하지 않은 것으로 조사되었다.

3) 여행업 정책실효성

여행업 관련 정책실효성에 대한 의견조사 결과, 여행업관련 정책의 실현성 정도에서 규제차원에서는 ‘자본금 설정에 대한 진입규제’, ‘여행업 지도점검’, ‘중국여행사 지정제도’ 등은 현행유지하는 것이 바람직한 것으로 조사되었으며, ‘여행업의 영업범위에 따른 업종구분’, ‘기획여행제도’, ‘소비자관광불편신고제도’, ‘영업보증금, 공제보험’, ‘여행공제회’, ‘여행업 표준약관’의 경우는 보완해야 될 사항으로 조사되었다. 또한 ‘여행상품의 불공정 유통거래의 규제’ 및 ‘과당·과장·허위광고의 규제’는 좀더 개선되어야 할 사항으로 조사되었다.

한편, 여행업관련 정책지원에 대한 실현성 측면에서는 ‘세제지원(여행업 영세율 등)’, ‘사업자단체에 대한 지원’은 현행유지, ‘인력지원’, ‘관광벤처기업 지정’, ‘우수여행사제도’, ‘사업자단체에 대한 지원’, ‘한국관광명품 인증마크’, ‘한국상품 전문여행사 선정·

관리’, ‘잠재시장 개척활동’, ‘외래객유치 촉진을 위한 대형이벤트 실시’, ‘국제회의 유치·지원, 국제협력지원’, ‘홍보간행물 제작 및 선전물 제작사업 수행’, ‘지자체의 해외관촉활동 및 지자체 공무원 관광관련 교육지원’은 보완해야 될 사항으로 조사되었으며, ‘세계지원’ 및 ‘우수 국내여행상품 선정’은 개선되어야 할 사항으로 조사되었다.

4) 규제개혁차원에서 삭제의 타당성정도

95년 관광진흥법 삭제 조항		삭제의 타당성 정도
제6조 2 연락사무소의 신고	① 외국여행업자와 업무연결을 하거나 대가를 받지 아니하고 여행에 관한 정보제공 등의 업무를 하기 위하여 외국여행업자의 연결사업소를 개발한 자는 문화체육부장관에게 신고하여야 한다.	있음
제10조 금지행위	① 관광사업자 또는 사업계획의 승인을 얻은 자는 다음 각 호의 행위를 하여서는 아니된다. 1. 관광사업의 경영 또는 사업계획을 추진함에 있어서 사위 기타 부정한 방법을 사용하는 행위	없음
	2. 관광사업의 경영 또는 사업계획을 추진함에 있어서 부당한 수수료나 금품을 수수하는 행위	없음
	3. 관광사업의 경영 또는 사업계획을 추진함에 있어서 규약이나 약관을 위반하는 행위	없음
	4. 관광사업자 상호간의 과당 경쟁을 하는 행위	미흡
	5. 규정에서 정하는 분양, 회원모집 기타 운영에 관한 기준을 위반하는 행위	있음
	6. 기타 대통령이 정하는 관광진흥을 저해하는 행위	없음
제16조 기획여행의 신고 등	① 여행업을 경영하는 자가 기획여행을 실시하고자 할 경우에는 문화체육부장관에게 신고하여야 한다. 신고한 사항을 변경하고자 할 때에도 또한 같다.	있음
제16조 2 여행계약서 교부 등	여행업을 경영하는 자는 여행자와 여행계약을 체결하는 때에는 당해 여행서비스에 관한 내용 기타 문화체육부령이 정하는 사항을 기재한 계약서를 교부하고, 이를 여행자에게 설명하여야 한다.	있음
제55조 권한의 위임·수탁 등	③ 문화체육부장의 권한을 다음의 대통령이 정하는 바에 의하여 한국관광공사·협회 또는 지역별·업종별 관광협회나 기타 문화체육부장관이 지정하는 전문연구·감사기관에 수탁할 수 있다.	미흡
	4. 규정에 의한 기획여행의 신고	있음

연락사무소의 신고조항의 삭제에 대해서는 보통이 36.4%, 타당함이 31.8%, 타당하지 않음이 18.2%, 매우 타당함 9.1%, 전혀 타당하지 않음 4.5%로 나타났다. 보통, 타당함, 매우 타당함의 응답이 전체의 77.3%를 차지하여 삭제의 타당성이 있는 것으로 조사되었다.

관광사업의 경영 또는 사업계획을 추진함에 있어서 사위 기타 부정한 방법을 사용하는 행위를 하여서는 아니된다에 대해서 조사결과 삭제 타당성에 대해서 전혀 타당하지 않음 36.4%, 타당하지 않음 27.3%, 보통 18.2%, 타당함 13.6%, 매우 타당함 4.5%로 나타났다. 전혀 타당하지 않음, 타당하지 않음의 응답이 전체의 63.7%를 차지하여 삭제의 타당성이 없는 것으로 조사되었다.

관광사업의 경영 또는 사업계획을 추진함에 있어서 부당한 수수료나 금품을 수수하는 행위에 대해서는 삭제 타당성에 대해서 타당하지 않음 31.8%, 타당함 27.3%, 전혀 타당하지 않음 27.3%, 보통 9.1%, 매우 타당함 4.5%로 나타났다. 전혀 타당하지 않음, 타당하지 않음의 응답이 전체의 59.1%를 차지하여 삭제의 타당성이 없는 것으로 조사되었다.

관광사업의 경영 또는 사업계획을 추진함에 있어서 규약이나 약관을 위반하는 행위·금지행위 3의 삭제 타당성에 대해서 타당하지 않음 40.9%, 전혀 타당하지 않음 31.8%, 보통 13.6%, 타당함 13.6%로 나타났다. 전혀 타당하지 않음, 타당하지 않음의 응답이 전체의 72.7%를 차지하여 삭제의 타당성이 없는 것으로 조사되었다.

관광사업자 상호간의 과당경쟁을 하는 행위에 대한 삭제 타당성에 대해서 타당하지 않음 27.3%, 보통 22.7%, 타당함 22.7%, 전혀 타당하지 않음 18.2%, 매우 타당함 9.1%로 나타났다. 전혀 타당하지 않음과 타당하지 않음이 45.5%이고 타당함, 매우 타당함이 31.8% 차지하여 삭제의 타당성이 낮은 것으로 조사되었다.

규정에서 정하는 분양, 회원모집 기타 운영에 관한 기준을 위반하는 행위에 대한 삭제 타당성에 대해서 타당함 31.8%, 전혀 타당하지 않음 22.7%, 보통 22.7%, 타당하지 않음 18.2%, 매우 타당함 4.5%로 나타났다. 보통, 타당함, 매우 타당함의 응답이 전체의 59%를 차지하여 삭제의 타당성이 있는 것으로 조사되었다.

기획여행의 신고 등의 삭제 타당성에 대해서 보통 31.8%, 타당함 22.7%, 타당하지 않음 18.2%, 전혀 타당하지 않음 18.2%, 매우 타당함 9.1%로 나타났다. 보통, 타당함, 매우 타당함의 응답이 전체의 63.6%를 차지하여 삭제의 타당성이 있는 것으로 조사되었다.

여행계약서 교부 등의 삭제 타당성에 대해서 보통 31.8%, 전혀 타당하지 않음 31.8%, 타당하지 않음 18.2%, 타당함 13.6%, 매우 타당함 4.5%로 나타났다. 전혀 타당하지 않음, 타당하지 않음이 50%, 타당함, 매우 타당함이 18.1%로 삭제의 타당성 있는 것으로 조사

되었다.

권한의 위임·수탁 등의 삭제 타당성에 대해서 보통 50%, 전혀 타당하지 않음 18.2%, 타당하지 않음 18.2%, 타당함 9.1%, 매우 타당함 4.5%로 나타났다. 전혀 타당하지 않음, 타당하지 않음이 36.4%, 타당함, 매우 타당함이 13.6%를 차지하여 삭제의 타당성이 미흡한 것으로 조사되었다.

규정에 의한 기획여행의 신고의 삭제 타당성에 대해서 보통 36.4%, 타당하지 않음 27.3%, 전혀 타당하지 않음 18.2%, 타당함 9.1%, 매우 타당함 9.1%로 나타났다. 전혀 타당하지 않음, 타당하지 않음이 45.5%, 타당함, 매우 타당함이 18.2%를 차지하여 삭제의 타당성이 있는 것으로 조사되었다.

차. 사업자단체의 역할수행

사업자단체의 역할수행과 관련한 의견조사에서 한국관광협회 중앙회의 경우 보통이 36.4, 그렇지 못하다 및 매우 그렇지 못하다가 각각 27.3%이며, 매우 그렇다와 그렇다가 각각 4.5%로 조사되어 그렇지 못하다, 매우 그렇지 못하다가 전체 응답의 54.6%를 차지하여 한국관광협회중앙회 역할 수행의 정도에 관하여 부정적인 것으로 조사되었다.

또한 일반여행업협회의 역할 수행에 대해서는 보통이다 40.9%, 그렇다 27.3%, 그렇지 못하다 18.2%, 매우 그렇지 못하다 9.1%, 매우 그렇다 4.5%로 나타났다. 그렇지 못하다, 매우 그렇지 못하다가 전체 응답의 27.3%를 차지하여 일반여행업협회 역할 수행의 정도에 관하여서는 비교적 긍정적인 것으로 나타났다.

한편, 한국관광공사의 역할 수행에 대해서는 보통이다 31.8%, 그렇다 27.3%, 매우 그렇다 22.7%, 그렇지 못하다 18.2%로 나타났다. 한국관광공사의 역할 수행이 매우 그렇다, 그렇다, 보통이다가 81.8%로 긍정적인 의견이 우세한 편이다.

제2절 일반여행업 등록 시·도 이양 의견조사결과

1. 조사방법 및 내용

- 조사기간: 2001. 9. 12 ~ 14일(3일간)
- 조사대상: 16개 광역시·도 여행업 행정담당 공무원
- 조사방법: 전화조사
- 주요조사내용: 일반여행업 등록을 현행 문화관광부에서 16개 광역시·도로 이양할 계획에 대한 여행업 행정담당 공무원의 의견조사

2. 주요조사결과

일반여행업 등록의 지자체 이양계획에 대해서 12개 시·도의 공무원이 인지하고 있으며 3개 지자체는 그렇지 못하고 있었으며, 이양에 대해 8개의 시·도에서는 지자체에 위임하는 것이 현시점이 적절하다고 하였고, 5개 시·도에서는 부적절한 것으로 평가했으며, 2개 시·도에서는 잘 모르겠다고 응답하였다.

시·도 위임에 대비하여 대책은 15개 시·도에서 전혀 수립되지 않고 있으며, 현재 국외·국내 여행업체의 등록은 15개 시·도 모두 시·군으로 위임을 하고 있다. 국외·국내 여행업에 대한 진흥정책의 실시 유무는 12개 시·도에서는 진흥정책이 없으며, 경상북도의 경주, 전라남도, 충청북도, 인천광역시, 경상남도는 지역유치에 대한 인센티브 제공을, 제주도에서만 지역내 여행업체에 대해서 진흥책을 시행하고 있다.

각 시·도 관광과 내 여행업 담당 공무원은 14개 시·도에서 각 1명씩이 있으며, 각 시·군에 1명씩 담당공무원이 있음. 대구광역시에서만 2명의 담당공무원이 있다.

담당공무원의 직급은 행정 6급이 7개 시·도, 행정 7급이 7개 시·도, 행정 8급이 1개 시·도임. 여행업 관련 업무를 한 근무연수는 1년 이내가 8개 시·도, 1년 이상이 6개 시·도이다.

일반여행업 등록의 이양의 바람직성 유무는 5개 시·도의 담당공무원이 반대를 하였고 2개의 시·도 담당공무원은 잘 모르겠다고 응답한 것으로 보아 이양하는 시점에 문제점이 없다고 하기 어려운 것으로 나타났다.

<표 4-1> 일반여행업 등록 시·도 이양 조사결과

구분	인지유무	이양의 바람직성 유무	대책수립 유무	국외·국내 여행업 등록 이양 유무	국외·국내 여행업 진흥정책 유무	담당 공무원수 (명)	직급 및 근무연수
서울특별시	○	○	×	○	×	1	7급, 2개월
부산광역시	×	×	×	○	×	1	7급, 2년
인천광역시	○	○	×	○	×	1	6급, 1개월
광주광역시	○	×	×	○	×	1	6급, 4개월
대구광역시	○	·	×	○	×	2	5,7급, 1년
대전광역시	○	×	×	○	×	1	7급, 7개월
울산광역시	×	·	×	○	×	1	8급, 3개월
강원도	×	×	×	○	×	1	6급, 1년
충청북도	○	×	×	○	×	1	7급, 7개월
충청남도	○	○	×	○	×	1	6급, 9개월
경상북도	○	○	×	○	경주에만 시행	1	7급, 1년
경상남도	○	○	×	○	×	1	6급, 1년1개월
전라북도	○	○	×	○	×	1	6급, 1년
전라남도	○	○	×	○	○	1	7급, 2개월
제주도	○	○	×	○	○	1	6급, 1년 6개월

주: 경기도는 담당공무원의 출장으로 조사 이행 불가

16개 시·도에서 일반여행업 등록의 시·도 이양에 대한 아무런 대책이 수립되어 있지 않으므로 이양하는 과정에서 준비기간이 필요할 것으로 판단된다.

제3절 전문가 심층면접조사결과

1. 조사방법 및 내용

- 조사기간: 2002. 1. 16일
- 조사대상: 중앙정부, 업계, 학계, 협회, 언론계 등 총8명
- 조사방법: 포커스 인터뷰(심층면접조사)
- 주요조사내용: 여행업체도 개선, 우수여행상품인증제에 대한 세부내용 전문가 의견 조사 실시

2. 심층면접 주요결과

우수여행상품인증제는 특정 여행사를 인정하는 것이 아니라, 좋은 여행상품을 발굴하고 전문적인 여행상품의 개발을 촉진하여 궁극적으로 한국관광의 국제경쟁력을 제고시키는데 커다란 역할을 할 것으로 기대된다.

특히 우수여행 상품 인증제를 시행한다면 현재 무질서한 여행사 시장의 분위기를 쇄신하여 건전관광정책이 이루어지고 우수상품 여행사를 정부가 적극 지원한다면 침체되어 있는 여행사들의 사기 앙양 및 영업활성화에 도움될 것으로 보여진다.

그러나 인증제 도입에 따라 기획여행 상품이 있는 대형 여행사와 나뉘대로 인센티브 상품을 개발 열심히 성장하고 있는 중소규모 여행사들간의 시장질서 파괴, 이로 인한 여행사의 양극화 현상이 우려될 수 있다. 또한 우수여행 상품을 지정 받은 것을 여행사가 우수여행사로 지정 받은 것처럼 과대광고를 하여 소비자들에게 혼란을 줄 가능성에 대한 대비가 필요하다. 또한 복제 또는 유사상품을 만들지 못하도록 하여 그 상품의 시장성 및 독창성을 유지하여 보호해 줄 수 있는 방법을 모색할 필요가 있다. 업계 자율의 건전한 시장경쟁 질서 확립 우선 필요하고, 제도 도입시 충분한 여론 수렴 후, 점진적으로 시행하며, 시행시 공신력 확보가 최우선 과제로 검토되어야 한다.

이 같은 점에서 우수여행상품 인증제의 실시는 여행사의 전문화, 차별화, 국제 경쟁력 확보라는 점에서 바람직하다고 여겨진다.

제4절 전문가 협의회 개최결과

1. 조사방법 및 내용

- 조사기간: 2001. 9/11, 10/11, 11/30, 12/11(총4회 실시)
- 조사대상: 문화관광부, 업계, 학계, 협회, 언론계 등 총8명
- 조사방법: 협의회 개최
- 주요조사내용: 우수여행상품인증제에 대한 세부내용 전문가 의견조사 실시

일자	주요논의 사항	비고
2001. 9. 11 (한국관광연구원)	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 우수여행상품인증제 논의의 배경 ◦ 인증범위: 인바운드, 아웃바운드, 도메스틱 ◦ 평가단계: 사후평가에 중점 ◦ 인증상품의 지원:배타적 영업권 배제 ◦ 유사사계의 검토:NCSI 	업계, 협회, 언론계, 각계 문화관광부등 9명 참석
2001. 10. 11 (문화관광부)	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 인증의 목적 ◦ 평가항목의 도출:인-아웃바운드의 구분 ◦ 인증평가의 구성과 권한 ◦ 시행시기 	상동
2001. 11. 30 (일반여행업협회)	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 전문가 조사결과와 검토 ◦ 평가항목별 평가관점 ◦ 시행기관 재검토 ◦ 평가수수료의 부담 방식 ◦ 실무위원회의 구성방안 ◦ 인증의 범위: 사전기준을 정하지 않기로 함 	상동
2001. 12. 11 (문화관광부)	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 규정(안)의 검토(문안별) ◦ 인증의 신청방법과 절차 ◦ 인증의 간격 ◦ 인증의 유효기간 ◦ 인증후 관리방안 ◦ 국내여행상품의 평가항목과 기준 ◦ 이의제기 방식과 대응방안 	상동

2. 회의 주요결과

4차례의 심층회의를 통해 우수여행상품인증제의 도입시 주요사항에 대해 다음과 같은 잠정방향을 도출하였다.

구분	주요사항
평가 대상	외국인 국내여행상품, 국민 해외여행상품, 국민 국내여행상품으로 하여 국민 국내여행상품의 항목과 가중치를 보완하도록 함
평가시행기관	문화관광부에서 별도의 시행기관을 지정할 수 있도록 함
인증의 시기	연 2회 이상 실시하도록 함
인증의 신청과 절차	여행상품을 인증 받고자 하는 여행업체는 시행기관에 우수여행상품인증 신청서 등 첨부서류를 작성하여 접수하도록 함. 신청된 여행상품에 대하여 평가위원회는 심의를 하며 이에 선정된 여행상품에 대하여 문화관광부장관이 인증함
평가 위원회 구성	위원회는 15인 이내로 구성하고, 위원장은 시행기관의 장으로 함
위원회의 기능	인증기준의 심의와 조정, 신청여행상품의 평가, 우수여행상품 선정, 기타 인증제와 관련한 사항으로 정함
위원장의 직무	위원장은 간사를 정할 수 있음
실무위원회	위원회는 실무위원회를 둘 수 있고, 대상범위에 따라 나누어 운영되며, 위원장을 포함하여 5인 이내의 위원으로 구성되며 실무위원장은 위원장이 임명함
평가 수수료	실비 범위내에서 평가 수수료를 부과할 수 있음
인증의 유효기간	인증 후 1년으로 한다
지원과 홍보	문화관광부장관과 시행기관은 인증여행상품에 대하여 홍보와 같은 지원책등의 필요한 조치를 해야 함
인증후 관리	정기 검사 실시, 특별검사, 임시 검사를 통하여 지도·검사를 실시할 수 있음

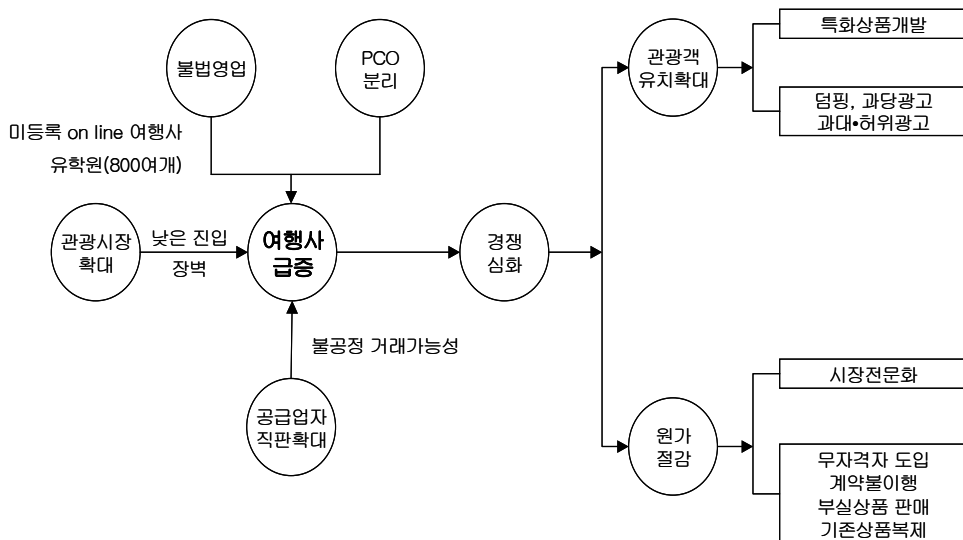
제5절 종합분석

1. 여행업 구조적 문제점

여행업체 급증이 산업 시장규모 확대를 통해 국가경쟁력으로 이어지지 못하고 있는 실정은 기존 시장의 변화에 적극적으로 대응하지 못한데서 기인한다.

여행업체의 양적 증대가 산업의 기회요인으로 분석되는 반면, 시장규모 증대에 따른 질적 저하는 미래의 여행산업에 대한 발전적 기반을 조성하는데 장애요인으로 구조적 문제점을 낳고 있는 실정이다.

구체적인 문제의 구조를 살펴보면, 산업내의 낮은 진입장벽으로 동종업종의 경쟁사가 증대되면서 경쟁이 심화되며, 이러한 여행사의 증대는 공급업자와 여행사간의 불공정 거래가능성을 증대시키고 있다. 이러한 경쟁심화는 관광객 유치확대 측면에서 특화상품 개발보다는 상품가격덤핑과 과당광고, 과대허위광고를 유발하고 있으며, 원가절감 차원에서 시장의 전문화보다는 무자격자 도입, 계약불이행, 부실상품 판매, 기존상품의 복제가 성행하는 문제점이 유발되고 있는 구조적 문제점을 안고 있다.



[그림 4-1] 여행업 유통구조상의 문제점 구조

2. 주요 문제점에 대한 추정원인

관광부문에서 나타난 주요문제점의 원인은 다음과 같이 추정된다. 원인을 구조적으로 살펴보면 여행업의 영세성과 낮은 진입장벽, 일부규정의 불명확성 등이 개선될 필요가 있는 것으로 나타났다.

<표 4-2> 여행업의 문제점 및 원인

구분	문제점	추정원인
선행연구의 미비	· 여행업 관련한 비중 있는 연구의 미비 및 내용면에서도 정책수립에 큰 도움이 되지 못함	· 여행업 관련 연구의 부족
영업기반 강화	· 관광시장 지속 성장, 관광수지 적자	· 국내 관광객의 송출의 증가율이 우세
	· 여행업 업종간 영역침범의 만연	· 업체간의 영업범위가 불분명해짐
	· 여행사 수 급증	· 관광시장의 확대와 낮은 진입장벽
	· 여행업계 종사원의 총 통계의 부재	· 높은 이직률에 따른 조사의 어려움
	· 종사원의 높은 이직율	· 여행업체의 소규모와 불안정한 고용환경
	· 여행사 이용율 저하	· 개별여행의 증가, 항공사와 호텔의 작가대 증가
	· 불법영업의 성행	· 유학원 수의 증가와 영업범위의 모호함
	· 불법인터넷여행사의 증가	· 인터넷 여행시장의 증가
	· 항공패к 확산	· 여행사가 항공패к에 소비자 불만사항을 떠 안게 됨
	· 불법인터넷 여행사의 증가	· 인터넷 여행시장의 증가
	· 여행송출 해당국 여행사의 덤핑상품가격 요구	· 여행사 난립과 과당경쟁으로 유발
	· 현 여행상품구조의 다단계성과 유통과정의 불투명	· 여행업체의 영세성과 기준미달의 업체 시장 진입
	· 송출시장여행사와 현지 여행사간의 송객보증금 등의 불공정거래	· 가격경쟁심화
	· 여행업체와 공급자간의 부당거래 발생	· 대규모 업체와 영세업체 간의 구조적 문제
규제개혁의 효율성제고	· 덤핑상품의 난립	· 여행사간의 과당 경쟁으로 인함
	· 저가의 여행상품으로 인한 쇼핑과 옵션투어등을 강요	· 여행사간의 과당경쟁과 제재할 수 있는 근거 규정(과징금)의 규제력 미흡
	· 기획여행에 신고하지 않고 기획여행을 실시로 인한 사고 발생시 보상의 어려움	· 기획여행의 정의의 불분명함과 낮은 진입 장벽
	· 과장, 허위광고	· 여행사의 난립과 과당경쟁
	· 관광벤처기업의 여행업 지정업체수가 적음	· 관광벤처기업이 여행업 적용시 판단기준의 모호성
	· 여행사 영세율만 세제지원 됨	· 여행업의 손실처리 및 시장 개척에 대한 지원책 발표 부족
	· 관광통역 안내원의 등록율의 저조	· 여행업체에서의 공식적 수요 부족
	· 여행업 관련 관광종사원 시험의 미흡과 관련성이 떨어지는 시험과목	· 관광종사원의 자격의 적합성 판단 기준에 부족함
	· 향후 중국어 통역안내원의 부족이 예상됨	· 중국어 통역 안내원 육성지원책 미흡

(표 계속)

구분	문제점	추정원인
소비자보호	· 소비자피해 증가	· 규제완화조치로 불법 제재의 법적근거 부재 · 여행자와 여행사 간의 책임에 대한 변상과 예약 취소시 위약금에 대한 명시가 불분명
	· 관광불편신고 관리의 분산	· 관광진흥법상 불편신고접수 및 처리기관 운영의 분리로 인함
관련 정책	· 기획여행업체의 미흡한 광고 내용	· 관광진흥법 제22조 광고표시조항에서 ‘~ 표시할 수 있다’라고 하여 기준이 모호함
	· 보증보험의 관리 및 여행공제회 보증금 관리	· 영업예증금은 지속적인 유치 담보규정 부재

3. 통계적 상관관계분석

여행업과 관련된 여행자, 여행업자, 그리고 관광불편신고 간의 상관관계를 분석한 결과, 외래관광객, 국민해외여행객 증가와 여행업체 증가는 상관관계가 높은 수준의 정의 상관관계로 나타났으며, 또한 여행사 관련 불편신고의 증가도 관광객 및 여행업체의 증가에 관련성이 있는 것으로 분석되었다. 이러한 결과는 여행사가 관광객의 증가에 대비한 상품개발과 서비스 향상보다는 양적 증가를 질적으로 대응하지 않고 기존의 상품판매와 서비스를 제공함으로써 관광객의 욕구충족을 위한 노력을 미흡히 한 결과라 할 수 있다.

결론적으로 여행사의 증대는 여행수요의 증가에 준하고 있고, 관광불편신고는 수요에 대한 질적 개선을 위해 여행업 관련 분야에서 총체적 개선이 필요한 것으로 보여진다.

<표 4-3> 상관관계 분석결과

구분	외래 관광객	국민해외 여행객	전체 여행업	일반 여행업	국외 여행업	관광 불편신고	불편신고 (여행사)
외래관광객	1.000	-	-	-	-	-	-
국민해외여행객	.936**	1.000	-	-	-	-	-
전체여행업	.955**	.973**	1.000	-	-	-	-
일반여행업	.973**	.969**	.972**	1.000	-	-	-
국외여행업	.926**	.951**	.997**	.937**	1.000	-	-
관광불편신고	.475	.470	.379	.543	.356	1.000	-
불편신고 (여행사)	.806**	.640*	.614*	.850**	.595*	.604*	1.000

주: * P<0.05, ** P<0.01

자료: 외래관광객 · 국민해외여행객 · 전체여행업일반여행업 · 국외여행업: 문화관광부, 1971~2000년까지
지 각연도, 관광불편신고 · 불편신고(여행사): 한국관광공사 1989~2000년까지 각연도

제5장 부문별 제도개선방향

제1절 기본제도의 개선

1. 제도 개선의 목표 및 기본방향

가. 제도개선의 목표

현황분석과 설문조사결과 등에서 볼 수 있듯이 여행업에 대한 산업정책은 매우 복잡하고 다양하게 진행될 수밖에 없는 것이 사실이다. 그러나 개별사안의 복잡성에도 불구하고 전체적인 정책의 틀은 단순하고 명쾌하게 진행될 필요가 크고, 정책의 목표 역시 사회 구성원이 쉽게 공감하는 방향으로 추진되는 것이 바람직 할 것이다.

이와 관련 정책대상으로 볼 때 여행업은 특정한 법률에 의해 지원되거나 규제되기보다는 장기적으로 자유업으로 전환될 필요성이 높은 업종이라는 것이 감안되어야 할 것이다. 이는 첫째 정부의 산업정책에서 시장자유주의를 확대해나가는 추세이고, 둘째, 국제적인 경제기구에서 특정산업의 지원이 제한되는 경향이 강하고, 셋째 일부 선진국의 사례에서 여행업을 소비자보호와 관광인프라 구축을 통한 간접지원방식에 정책을 한정하는 추세, 넷째 여러 가지 언론들의 비난에도 불구하고 업계일각의 선진적 경영방식도입, 자율적 시장정화 움직임등 시장 신뢰성 제고 노력등을 희망적으로 볼 수 있기 때문이다. 이러한 상황을 고려할 때, 현단계에서 여행업에 대한 정책은 획기적이거나 충격적인 조치보다는 기존의 정책과 일관성을 유지하면서 업계가 순응할 수 있도록 추진하는 것이 바람직 할 것이다.

이에 따라 본 연구에서 제도개선의 목표를 다음과 같이 설정코자 한다.

- 첫째, 여행업의 국제경쟁력 강화
- 둘째, 관광객의 소비자 권리 강화

나. 제도 개선의 기본방향

제도 개선의 목표를 원활하게 달성하기 위하여 기본방향은 각 목표에 맞게 다음과 같이 설정코자 한다.

목표	기본방향
여행업의 국제 경쟁력 강화	① 여행업에 대한 규제보다는 지원책에 비중을 둔다. ② 금융보다는 세제부분의 지원을 강화한다. ③ 직접적인 지원보다는 간접적인 지원책을 강구한다.
관광객의 소비자 권리 강화	① 관광객의 불편신고 체계를 효율적으로 정비한다. ② 관광객 피해 구제 시스템을 실효성있게 정비한다. ③ 관광객의 국내외 안전정책의 비중을 확대한다.

다. 17개 개선과제의 설정

또한 제도개선을 통한 여행업의 발전을 위해 5개분야 17개 개선과제를 제시코자 한다.

기본방향	개선과제	목표
기본제도의 개선	부문별 정책목표 설정의 구체화 여행업 등록구분의 조정대안 기획여행업제도의 미래 발전방안 여행 수배업자의 한시적인 제도권 편입방안 중국여행사 지정제도의 개선	여행업의 국제경쟁력 강화
영업기반의 강화	불법여행 알선행위의 규제강화 우수여행사 지정제도의 개선 연구조사활동의 강화방안 금융, 세제 개선방안	
지원 시스템 효율화	일반여행업등록 업무의 시·도 위임 시행방안 정부간 여행업 관련 협력방안 여행업법	
규제효율성의 제고	관광불편신고제도의 개선 여행상품유통과정의 불공정거래 감시제도의 도입 덤핑 및 과대·허위광고에 대한 대응방안 관광객 보호와 안전대책	관광객 소비자 권리 강화
제도 도입	우수여행상품 인증제 도입	

2. 부문별 정책목표 설정의 구체화

가. 검토배경

우리나라에서 현대적 의미의 여행시장의 형성은 그리 오래된 것이라 보기 어렵다. 인바운드는 6.25전쟁 후 주한미군의 휴식, 휴양에 따른 소극적 의미의 관광정책에서 1965년 한·일 국교정상화를 계기로 발전했다고 볼 때 약 40년의 역사가 축적되어온 것이다. 아웃바운드의 경우는 이에 비해 훨씬 일천한 바, 1988년 서울 올림픽을 계기로 해외여행이 자유화된 것을 상기해 볼 때 불과 15년정도에 불과한 실정이다.

더구나 선진외국과 달리 도메스틱 정책이라 볼 수 있는 국민의 레크레이션이 국제관광(international tourism)시장의 형성후에 본격적으로 검토되기 시작한 특수성을 여행업정책에선 고려되어야 할 사항이다.

여행산업의 국제경쟁력을 향상시키기 위해서 정부의 정책은 우선 안정되고, 예측가능한 거시경제적, 정치적, 사법적 환경을 조성하여야 한다. 이러한 관점에서 인·아웃바운드의 균형정책은 우리나라의 경제수준과 여론을 감안할 때 당분간 불가피한 측면이 있다. 이러한 불가피성의 지적은 중장기적으로 관광수지균형정책이 합리적이지 않다는 판단에 기초한 것이다. 이는 인바운드 정책이 국제친선을 바탕으로한 경제정책이라면, 아웃바운드 정책이나 도메스틱 정책은 국민의 삶의 질 향상이라는 정책목표의 토대하에 국민의 세계화라는 교육정책의 성격이 강하기 때문이다. 따라서 관광수지를 대표적인 관광지표로 사용되는 것은 중장기적으로 개선할 여지가 크다고 보여진다.

나. 개선방향

기존의 여행업정책은 인바운드가 도메스틱이나 아웃바운드에 비해 중요성이 큰 것으로 평가된다. 이는 정부의 여러 가지 지원책이 인바운드에 집중된 반면 아웃바운드는 경제상황과 연동되어 여행객휴대품 조사강화, 골프투어의 비공식적 제한, 언론을 통한 사회적 비판강화, 공직자 해외여행제한, 해외여행 소지가능금액제한 등이 특정한 시기에 집중되는 경향을 보이기 때문이다. 또한 관광진흥개발기금의 용자나 세제측면에서 아웃바운드와 도메스틱은 상대적으로 정책적 배려가 없다고 보이는 것이 이러한 판단을 가능케 하고 있다. 특히 도메스틱정책은 인바운드 관광정책에 종속되거나 일부 캠페인이나 관광

자원개발 등 한정된 분야에서의 정책만이 시행되는 상황이다. 따라서 앞으로의 여행업 정책은 인바운드와 아웃바운드의 균형정책을 일정기간 유지하되, 내국인의 국내관광에 대해서는 정책비중을 보다 확대할 필요가 크다고 보여진다.

이를 위해 인바운드의 경우 기존의 외화수입측면의 정책목표를 중시하되, 지속적인 인바운드 시장의 확대와 우리나라의 이미지(brand value)향상과의 연동을 통해 지나친 상업성 추구보다는 품격향상과 특화상품개발을 적극 유도할 필요가 있다.

<표 5-1> 부문별 정책목표 설정(안)

구분	정책기본관점	정책보완관점	정책기본방향	주요정책프로그램(안)
인바운드	경제	국가이미지	지속지원, 효율화	· 인바운드 업종 분리 · 시장개척지원
아웃바운드	교육	안전	과열시규제, 건전화	· 해외여행 안전대책강화 · 기업해외연수 세제지원
도메스틱	교육	지역경제활성화	지원강화	· 여행사 공정거래유도

이와 함께 인바운드 만을 영업하고자 하는 여행업체를 위해 여행업 등록구분의 재검토가 필요할 것으로 판단된다. 또한 새로운 시장개척을 위한 세제지원과 간접지원방식인 공공부문 해외홍보와의 연계성을 강화하여 홍보의 효율성을 제고할 필요가 있다고 보여진다.

아웃바운드의 경우는 국민의 세계화라는 교육적 관점에서 국민의 건강과 생명을 보호하는 안전정책프로그램의 개발이 보완되는 것이 바람직 할 것으로 보여진다. 그러나 지나친 해외여행이나 도박, 매춘, 보신 등 국가 이미지를 손상시킬 수 있는 여행상품 판매업자를 단속할 법적근거는 강화할 필요가 있을 것이다.

도메스틱의 경우는 사회제도로써 주5일 근무제나 휴가분산제와 연계하여 정책을 개발해 나가되, 교육적 차원을 강화할 필요가 있다. 특히 도메스틱은 지역경제 활성화 측면에서 고려할 사항이 있으며, 거대수요시장에 인접한 송출 여행사와 관광지 현지 여행사간의 공정거래 유도도 향후 중요한 정책의제가 될 것으로 보여진다.

3. 여행업 등록구분의 조정대안

가. 검토배경

현행 여행업의 등록은 일반여행업, 국외여행업, 국내여행업으로 구분되어 있다. 등록구분에서 통상적 기준이 업태(도·소매)또는 시장의 확연한 차이라고 볼 때, 현행 등록구분 방식은 업태구분을 통한 도·소매 분리라는 목적으로 기획여행제도로 일부를 보완하고, 시장에 따라 구분한 것으로 보여진다. 다만 특이한 것은 시장으로 볼 때 가장 자연스러운 형태는 국내를 여행하는 외국인대상(인바운드), 국외를 여행하는 내국인대상(아웃바운드), 국내를 여행하는 내국인 대상(도메스틱)으로 구분하는 것인데, 현행제도에서 인바운드는 별도로 구분되지 않고 종합적 성격을 갖는 일반여행업이 별도로 있다는 것이다.

이러한 구분방식은 현재의 관광진흥법 입법당시 여행업계가 아웃바운드에 치중하고 상대적으로 영업이 어려운 인바운드를 회피하려는 경향이 있어 이를 방지하는 차원에서 이루어진 것으로 추정된다.

참고적으로 1987년 7월 관광진흥법이 입법되기 이전의 관광사업법에서는 국제여행알선업, 국내여행알선업, 여행대리점업으로 구분하고 있는바, 이는 시장과 업태를 동시에 고려한 방식으로 보여진다. 한편 현행의 구분방식에 대항 일반 및 국외여행업을 통합하여 국제와 국내로만 구분하자는 일부 업계의 의견도 수년 전부터 있는 것으로 알려지고 있다.

이러한 점들을 고려해볼 때 현행 등록구분은 인바운드를 활성화시키겠다는 정부의 노력에도 불구하고, 인바운드만을 영업하려는 사업자에게 일반여행업으로 등록하게 하고 있어 부담을 가중시키는 이율배반이 발생한다는 점과 굳이 종합성격만을 갖는 일반여행업이 실효성이 있는가에 대해 문제를 제기할 수 있다. 다만 아웃바운드의 증대에 따라 인바운드의 반사효과가 있어왔다는 점에서 일반여행업 실효성을 주장하는 입장도 확인되고 있다.

따라서 정부는 각 대안에 대한 사전적 검토결과를 확보하고 여건변화에 따라 대응하는 전략이 필요할 것으로 판단된다.

나. 개선방향

여행업의 등록기준 변화는 기득권을 갖고 있다고 보여지는 업체의 저항과 정부의 시장 개입이라는 행정부담 등이 있을 수 있다. 따라서 이러한 정책의 시행조건으로는 거시적 경쟁환경으로 볼 때, 우리 여행업체의 대형화, 전문화를 이룰 수 있다는 확신과 이를 통해 유통질서의 혼란이 현저히 줄어들 수 있다고 판단되고, 업계 스스로의 합의 또는 동의가 사전에 이루어질 때에 추진되는 것이 바람직하다.

이와 관련 여행업 등록기준 변화방안은 여러 가지 조합이 가능하나 업태(도매·소매) 구분은 기획여행 신고업체제도로 분리하여 볼 때, 4가지 방안이 검토될 수 있다고 보여진다.

첫째, 수요시장에 따른 구분으로 인바운드, 아웃바운드, 도메스틱으로 나눈다.

둘째, 첫째 대안에 종합성격을 갖는 현행 일반여행업을 포함한다.

셋째, 국제와 국내로 지역범위에 따라 구분한다.

넷째, 현행방식을 유지한다.

각 대안에 대한 장, 단점 분석 결과는 다음과 같다.

대안		장점	단점	비고
1안	수요시장구분 (인바운드, 아웃바운드, 도메스틱 등 3종)	<ul style="list-style-type: none"> · 시장경제에 따라 명쾌한 구분이 가능 · 시장별 정책의 차별화 용이 · 인바운드 육성효과 기대 	<ul style="list-style-type: none"> · 기존의 일반여행업과 관련협회의 혼란이 예상됨 · 아웃바운드 통한 인바운드 효과저감 우려 	· 인바운드의 경우, 자본금 1억 수준을 전제
2안	수요시장 구분 등 (일반, 인바운드, 아웃바운드, 도메스틱 등 4종)	<ul style="list-style-type: none"> · 현행제도의 틀을 유지함으로써 혼란저감 · 시장에 따라 구분의 명쾌성 확보 	<ul style="list-style-type: none"> · 관리업종의 추가로 인한 행정부담가중 	-
3안	지역범위구분 (국제, 국내 등 2종)	<ul style="list-style-type: none"> · 행정의 단순화 · 관련협회간 통합효과 기대 	<ul style="list-style-type: none"> · 일반과 국외의 통합에 따라 자본금 규모의 변화가 발생 · 정책별 차별성부여 곤란 	-
4안	현행유지 (일반, 국내, 국외)	<ul style="list-style-type: none"> · 새로운 행정부담 없음 · 시장혼란 없음 	<ul style="list-style-type: none"> · 등록구분에 대한 논란 계속 · 인바운드 별도 육성 곤란계속 	-

연구진의 판단으로는 대안2가 가장 자연스럽고, 개편의 무리를 주지않는 방안으로 판단되나, 이의 결정은 앞서 공청회나 간담회등의 충분한 의견수렴을 통해 이루어지는 것이 바람직할 것으로 판단된다.

4. 기획여행업제도의 개선

가. 검토배경

기획여행제도는 “여행업을 경영하는 자가 국외여행을 가고자 하는 여행자를 위하여 여행의 목적과 일정, 여행자가 제공받을 운송 또는 숙박 등의 서비스 내용과 그 요금 등에 관한 사항을 미리 정하고 이에 참가하는 여행자를 모집하여 실시하는 여행”을 말한다.

당초 패키지 상품인 기획여행상품별로 신고를 의무화하던 동 제도는 99년 5월 규제 개혁차원에서 기획여행업체로 신고단위를 조정한 바 있다. 엄격한 의미에서 기획여행업체는 패키지 상품의 개발 주체로서 도매업을 운영할 요건을 갖추고 있으나 모든 기획여행 신고업체가 도매업을 표방하고 있는 것은 아니다. 반대로 도매업을 하기 위해서는 기획여행 신고업체가 되어야만 가능하다.

이러한 기획여행 신고제도는 첫째 기획여행 신고업체 중 도매업을 선언한 업체의 직접 판매, 둘째 기획여행 업체별 매출규모의 편차에도 불구하고 획일적으로 적용되는 보험기준, 셋째 기획여행 상품광고 시 광고표시사항의 임의성부여²⁶⁾, 넷째 유사 기획여행 업체의 발생 등은 주요한 문제점으로 지적할 수 있다. 특히 유사기획여행 업체의 경우는 유학원, 낚사회, 동호회 등 뿐만 아니라 일부여행사들이 기획여행의 일부요건을 광고에서 고의적으로 누락시킨 후, 기획여행이 아니라며 보증보험에 가입하진 않는 사례도 있는 것으로 알려지고 있어 여행업의 존립기반을 심각하게 훼손하고 있는 것으로 보여진다.

나. 개선방향

기획여행을 하는 업체의 경우, 소비자와 직거래를 하지 않는다는 조건으로의 신고제도 도입을 검토할 수 있다. 기획여행업체가 상품개발과 유통에 있어 도매업의 성격을 가짐

26) 동 사항에 대해서는 2001년 9월 관광진흥법개정에 대한 입법예고시 표시사항 의무화가 포함되어 개선이 예정되어 있음.

에도 불구하고 소매업에 개입하여 사업자간의 경쟁을 심화시키는 행위는 여행업의 유통구조 개선에 문제점으로 제기된다. 이러한 문제점의 보완을 위해 기획여행업체에 대한 공시와 상품에 대한 유통체계를 개선하도록 유도할 수 있는 신고제도의 도입을 검토해 볼 수 있다.

또한 기획여행제도에 획일적으로 적용되는 보험기준을 차별화할 필요성이 제기된다. 기획여행제도는 시장성이 큰만큼 사업에 대한 위험성이 크다. 대부분 일정규모이상의 여행업자가 기획여행에 등록된 사례에서도 시장잠재력이 높음을 짐작할 수 있다. 그러나 시장참여에 대한 구체적 기준은 불명확하다. 획일적 보험기준은 사업자에게 탄력적 사업운동을 저해하고 매출증대에 따른 상품과 소비자의 보호기준도 모호한 실정이다. 일본의 경우 매출거래에 따라 보험기준을 차등화하고 있다.

이러한 일본제도의 특성은 첫째, 진입시 보증금의 기준은 매출액 대비 10% 이상 최대 35%로 설정하여 진입장벽을 높게하여 영세업자 진출시 소비자 보호영역을 확대하였으며, 매출액 증대에 따라 5%, 1%이하 등으로 세부적 영업보증금을 차별화 하였다. 둘째, 일정규모 이상시 영업보증금의 부담율은 감소하도록 기준을 제시하였다. 특히 매출이 높은 사업자에 대해 일정규모의 매출에 대해 보증금을 부과하고 그 이상일 경우 매출기준 폭을 증대하여 영업활동의 탄력적 운영을 제시하고 있다. 셋째, 업종별 부과기준을 차별화 하였다. 이러한 영업보증금은 국내 등록세와 더불어 별도의 보험기준을 제시하고 있다. 이러한 차별적 정책은 시장구조에 대한 장기적 관리에 중요한 요소이다.

그러나 이러한 영업보증금에 대한 차별적 제시는 매출신고에 대한 투명성이 선결되어야 한다. 국내 여행업 관련 매출신고현황은 구체적 실적이 미흡한 실정이다. 따라서 관련 정책의 실현성을 높이기 위해 우선 선결되어야할 과제가 회계의 투명성을 확보하여야 한다. 기타 광고표시사항의 임의성은 이미 개선방안이 추진되고 있고 유사 기획여행업체의 문제는 별도의 논의를 하고자 한다.

5. 여행 수배업체의 한시적인 제도권 진입

가. 검토내용

우리나라 여행시장에서 속칭 랜드업은 매우 특수한 존재로 평가된다. 지난 80년대 후반 우리나라의 해외여행자유화가 본격화되면서 늘어난 랜드사는 최고 약 700~1000개

정도가 활동중인 것으로 알려지고 있다. 랜드사의 증가는 근본적으로 언어능력이나 현지 수배능력등에서 충분히 자격을 갖추지 않은 여행업자들이 여행사의 진입장벽이 등록제 등으로 낮아지면서 가속화 된 것으로 보여진다.

다시 말해 여행업 특히 아웃바운드업을 하기 위해서는 관광객의 유치능력과 함께 해외현지 공급업자와의 가격협상력, 현지관광정보의 이해력, 언어구사력 등을 갖추어야 하는데, 상당수 여행업과 종사인력이 관광객 유치능력이외의 조건을 갖추지 못했기 때문에 랜드업이 늘어난 것으로 추정된다.

이와 관련 정부는 94년 외국여행업자의 연락사무소로 랜드업을 규정하여 신고제로 관리했으나 99년 규제개혁차원에서 관련조항을 삭제하였다. 이에 따라 현존하면서도 법적으로는 실체가 없는 임의단체가 생겨난 것이다. 이로써 정책의 사각지대에 놓은 랜드사들은 99년 7월 한국여행수배업협회(KOTA: Korea Overseas Tour Operator Association)를 결성, 여행수배업의 제도권 편입을 정부에 청원한바 있다. 정부도 한국관광연구원에 이를 검토토록 요구하여 2000년 6월 “여행수배업의 제도권 편입에 대한 타당성 검토”연구를 제출한 바 있다

동 연구에서 랜드업의 제도권 편입이 여행업체의 유통구조의 투명성을 제고하고, 이를 통해 소비자 피해를 저감시킬 수 있을 것으로 판단함과 동시에 제도의 확정 이전에 이해관계자의 대표성 있는 협의과정을 전제조건으로 제시하였다. 그러나 정부가 2000년 말 개최한 회의에서 전국일반여행업협회(KATA)가 공식적인 반대입장을 표명하면서 현재까지 제도의 시행이 유보되고 있는 상황이다.

나. 개선방향

여행수배업의 제도권 편입과 관련한 이해집단은 여행수배업체와 기존 여행업체, 관광객, 정부와 일반 국민으로 구별될 수 있다.

2000년 연구에서 조사한 결과를 살펴보면 정부와 일반국민측면에서의 장점이 기존여행업체의 단점에 비해 크게 나타남으로써 여행수배업의 제도권 편입이 사회적 순편익이 0 이상을 보이는 것으로 제도실시의 정당성이 있는 것으로 분석되었다.

현실적인 측면에서 일반여행업과 국외여행업이 실질적인 반대를 하고 있는 것은 정책집행의 부담이 된다. 이러한 반대는 대단히 실질적인 이유에 근거한 것으로 논리적 정당성 만으로 극복하기 어려운 문제이다. 또 하나의 측면은 한국여행수배업협회(KOTA)의

숨은 의도도 문제의 소지가 있다. 1000여개에 달하는 수배업체간의 경쟁은 이들 KOTA 회원에게는 기존 여행업체와의 문제외에 또 다른 경쟁전선을 의미한다. 따라서 회원사의 권익보장을 위해 비회원사에 대한 배타적 입장을 견지할 가능성이 농후하다.

그러나 이러한 여러 가지 문제에도 불구하고 우리의 여행시장에는 긍정적인 정책기대 효과가 예상되는 한 일정한 자극이 필요할 것으로 보여진다. 따라서 적절한 시기에 1년 또는 3년 정도의 유효기간을 갖는 일몰법(sunset law)을 시행하여, 제도권 편입의 긍정적 기대효과를 추구할 필요가 있을 것으로 보여진다.

이 경우 기존 여행업체와의 갈등을 최소화한다는 측면에서 신고조건의 설정, KATA와 KOTA간의 갈등 조정기구설치, 수배업의 소비자 직접거래금지 등을 조건으로 KATA측과 사전합의에 도달하는 것이 전제가 되어야 할 것이다.

만약 원활한 합의에 도달하지 않을 경우, 이해집단이면서도 3자적 입장에 있는 전문가와 소비자 단체대표들을 포함한 공개토론회나 공청회를 통해 결정하는 방안을 검토할 수 있을 것이다.

6. 중국여행사 지정제도의 개선

가. 검토배경

중국 단체관광객 유치전담 여행사제도는 1998년 한·중 양 국가간 합의에 의해 실시되고 있다.

이어 현재에는 2000년 6월 한·중 문화관광 비망록에 의해 한국측은 56개사와 중국측은 국가여유국에서 비준한 직할시, 성 및 중앙부처직속의 67개 여행사가 지정되어 있다.

중국측 여행사의 경우 9명 이상의 단체관광방식만으로 운영되도록 하고 있고 불법체류 문제에 대비, 지정여행사외에 중국내 어떤 다른 여행사와도 거래하지 않도록 하고 있다.

우리나라는 2001년 7월 현재 10개사의 탈퇴로 46개업체가 지정사로서 영업중에 있으며, 중국여행사와 계약관계를 갖고 유지하고 있다. 한편 대기 여행사의 성격을 갖는 KATA지정업체 21개사(2001.7 현재)가 있다. 이밖에 동비망록을 통해 우리측의 여행사는 “중국단체 관광객 유치 전담여행사 업무 시행지침”(1999. 11)에 의거 일반여행업체여야 할 것과 무단 이탈자에 대한 강제출국 비용부담을 위해 KATA에 3천만원의 보증금을 유치하도록 하고 있다. 또한 불법체류방지노력 임무(제7조 전담여행사의 역할 및 임무)와

함께 제10조 전담여행사 제재조치 조항에 의거 불법체류자 이탈에 대한 행정처분과 덤핑, 과당경쟁에 대해서는 지정취소를 받을 수 있도록 되어 있다.

이와 관련 문화관광부는 전담여행사 관광객 유치활동 활성화를 지원하기 위해 중국내 홍보단 파견시 전담여행사의 우선 선정권리와 유치실적 미진업체의 자격취소 등을 병행하고 있다. 또한 지속적인 단속을 통해 시장교란업체의 취소활동을 계속하고 있다.

나. 개선방향

중국여행사 지정제도는 실제로 자유시장질서라는 관점에서 볼 때 매우 예외적인 제도로 볼 수 있다. 원하고 능력이 있다면 어느 업체든 어떤 시장에 대해서도 여행알선을 할 수 있다는 것이 세계적인 추세이기 때문이다. 그러나 외환관리와 연동된 중국의 아웃바운드 제한정책과 우리나라의 제3국인 불법체류문제가 원인으로 이 같은 제도가 시행되게 된 것으로 볼 수 있다. 따라서 중장기적으로는 이러한 배타적인 진입제한 성격의 지정제도는 자유화해 간다는 기본 방침을 확인할 필요가 있다.

이러한 기본 방침과 관련 문화관광부가 한·중 비망록에 의거 가능한 최대지정 숫자인 56개사를 시장질서 등의 문제로 모두 지정하지 않고 있는 것은 한·중간 국제 관광의 확대와 관련하여 개선의 여지가 있는 것으로 볼 수 있다.

또한 “중국 단체관광객 유치 전담여행사 업무시행규칙” 제7조 전담여행사의 역할 및 임무와 제 10조 전담여행사 제제 조치조항에서 지나치게 불법체류문제에 대한 책임성을 지정여행사에 둔 것을 재고의 여지가 있다고 보여진다. 이는 불법체류의 원인이 되는 중국 측 여행사의 모객행위에서 단속하는 것이 관광객의 단순수배를 맡은 우리측 여행사를 단속하는 것보다 정당하고 효과적이라고 볼 수밖에 없기 때문이다.

또한 여행사의 본연의 임무는 관광객을 불편 없이 수용하여 한국관광의 만족을 올리는 데 있는바, 불법체류방지를 주 업무로 설정하는 것은 정책인식상의 문제점으로 보여질 수 있기 때문이다.

따라서 정부는 향후 중장기적으로 이러한 지정제도의 철폐노력과 함께 현 제도를 유지하는 과도기적 상황에서는 한·중 관광교류증대를 위해 제도 내 최대한의 여행사지정과 일부 관련조항의 관광진흥 목적의 우선성을 부여하는 것이 필요할 것으로 판단된다.

제2절 영업기반의 강화

1. 불법여행 알선행위의 규제강화

가. 검토배경

현황부분에서 살펴본대로 여행업은 제한된 수요시장내에서 7~8천개가 치열한 경쟁을 하는 상황에 있다. 따라서 경쟁적인 여행시장의 질서나 소비자 피해방지 등 규제정책 측면에서 정부의 정책관심이 높은 것은 자연스러운 것으로 보여진다.

그러나 규제의 대상이 여행업체에만 집중되는 반면 유학원이나 이벤트사, 낚사회, 답사회 등을 통한 불법영업행위의 단속은 상대적으로 미약한 것으로 보여진다.

이에 따라 법정자본금과 영업보증금, 보험 등의 경제적 부담과 상당수준의 소비자 불편 책임을 갖는 여행업체는 영업기반을 잠식당할 뿐 아니라 이들 무허가 영업활동으로 인한 피해의 책임까지도 떠안는 경우가 발생할 수 있다.

이러한 여행업 관련 불법영업으로는 철도청, 유학원, 산악회 및 인터넷을 통한 여행상품의 판매 등이 모객행위 등에서 전국에 약 2천여개가 활동중에 있는 것으로 추산된다. 그러나 이러한 불법영업행위에 대해서는 관련규정에도 불구하고, 현장에서의 실질적 규제 방안은 미흡한 것으로 보여진다.

따라서 불법영업행위는 여행업의 기반을 흔들 만큼 그 규모와 내용면에서 심각한 실정이며, 근본적으로 여행업의 유통질서 확립과 여행자들의 안전을 위해 반드시 제도권 내에서 관리될 수 있어야 한다.

나. 개선방안

불법영업행위는 여행업의 질서에 반하는 활동으로 관리기준마련을 통한 규제·단속을 통해 적극적으로 대응해야 한다. 현실적인 가장 큰 문제는 단속근거라기 보다는 단속행정력의 미흡성을 지적할 수 있다. 이런 상황에서 고려할 수 있는 것은 합동단속시스템을 강화하는 것과 시장내부의 고발체계 강화 및 언론을 통한 계도 활동 병행 등이다. 합동단속의 경우에는 행정자치부 또는 교육인적자원부와 지방자치단체등과의 협력을 검토할 수 있으며, 시장내부고발은 피해를 받았다고 보여지는 여행업체가 영업권 보호차원에서

적극활성화 되도록 여건을 조성하고, 계동활동의 경우는 정기적이고 집중적인 단속과 이의 결과를 언론에 효율적으로 배포하는 것이 주요할 것으로 보여진다. 특히 불법영업행위의 단속은 여행업계의 정부신뢰성을 높여주고, 국민의 호응을 얻을 수 있다는 점에서 비중 있게 추진될 필요가 크다.

2. 우수여행사 지정제도의 개선

가. 검토배경

우수여행사지정 지원제도는 1997년 그린여행사 선정으로 출발한 지정제도이다. 동 제도의 목적은 외국인 유치실적이 우수하고 건전한 영업활동을 수행할 여행업체를 지정, 지원함으로써 관광수지개선, 건전국민관광문화정착 및 사기 진작 등을 도모하고자 하는 것이다.

도입 당시의 지정 기준은 전년도 인바운드 실적이 전체 외화획득액의 1%이상을 획득하는 것을 조건으로 최고3년간 경고이상의 처분을 받은 일이 없는 여행업체를 대상으로 하고 있다. 이렇게 선정된 여행업체는 관광진흥개발기금을 통해 우선유자혜택이 주어지게 된다.

2001년 우수여행업체 선정기준은 첫째 2000. 1~2000. 12 기간 중 여행업체 전체가 획득한 총 외화수입금액(\$399만)의 1.3/100이상(\$30,692)의 외화를 획득한 업체 중 상위 16개사와 미주, 구주, 동남아, 중국 등 전략지역의 유치실적우수4개사 등 20개사이며, 둘째 2001.1월 부터 심의일 현재까지 10일간 영업정지 또는 과징금 100만원 이상의 처분을 받지 않은 업체로서, 셋째 2000년 1월 이전부터 여행업을 경영해온 업체가 되고 있다.

동 제도의 특징을 세부적으로 살펴보면 첫째 지정제도는 근본적으로 업계의 사기를 양양하려는 것 뿐 아니라 관광진흥개발기금을 통한 실질적 지원책을 강구한다는 것, 둘째 인바운드 만을 대상으로 하되 전략지역인 미주, 구주, 동남아, 중국 등의 시장에 대한 전략적 균형 배려를 하고 있다는 점등을 들 수 있다.

우수여행사지정제도는 전체 관광사업체 중 70~80%를 차지하는 여행업을 대상으로 정부가 추진하는 주된 여행업지원정책으로 평가된다.

따라서 제도의 기준과 운영방식에 대해 많은 사업체가 관심을 두고 있다는 점에서 제도의 신중한 운영이 요구된다.

나. 개선방향

동 제도의 추진과 관련 문제점을 살펴보면 첫째 매년 약간의 지정기준이 달라지고 있어, 제도의 대상인 여행업계의 일부에서 혼선과 불만을 초래하고 있고, 둘째 지정되는 업체의 상당수가 매년 중복되고 있는 점, 셋째 주된 지원재원인 관광진흥개발기금이 아웃바운드에서 발생하는 반면 지원은 인바운드에 한정되어 있다는 점, 넷째 정책재원의 성격상 단순운영비지원의 부적합성 등을 지적할 수 있다. 또한 기술적으로는 총 외화획득 우수업체와 지역별 우수업체간 중복사항이 발생할 경우 처리의 기준이 모호한 점도 개선의 여지가 있을 수 있다고 보여진다.

따라서 정부는 차제에 동 제도를 현행 행정프로그램에서 문화관광부 훈령정도로 법적 위상을 상향조정하는 조치를 우선하는 것이 필요하다고 보여진다. 이 경우 훈령에는 지정기준을 보다 명확히 하고, 수혜대상범위의 확대를 위해 증가율을 기준으로 하는 새로운 방식을 병행하고, 일정기간(3년~5년) 중복지원된 여행업체는 1년간이라도 배제하는 방식을 검토해 볼 필요가 있다.

또한 현재에는 어려울 수 있더라도 아웃바운드와 국내관광에 대한 지원방안을 중장기적으로 검토하되, 전격적인 도입이 어려울 경우 제도안에 먼저 관련조항을 삽입시키고 시행을 일정기간 유예하는 방식을 도입할 수 있다고 보여진다. 향후 문제의 소지가 있는 것은 현재의 관광진흥개발기금지원의 용도가 단순운영자금의 성격을 갖고 있는바, 이는 정부기금의 올바른 용도로 보기 어려운 점이 있다. 공공재원의 일반기업지원의 경우, 통상적으로 특정사업비 명목의 자금지원이 일반적이라는 점도 있지만 기금에 대한 감시, 감독이 강화될수록 지원효과부문을 점검하게 될 때, 달리 이를 입증할 수 없어 자칫 여행업지원부문이 삭감될 우려가 있기 때문이다.

따라서 우수여행사지정제도에 따른 관광진흥개발기금의 지원은 현행의 운영자금지원에서, 특정목적에 갖는 사업에 국한하는 것이 바람직할 것이다 이 경우 해외에서의 홍보비용, 정보시스템 구축 또는 시장개척비용, 직원연수나 교육비용 등 지원효과를 구체적으로 측정할 수 있는 부분에 한정하는 것을 검토할 수 있을 것이다.

3. 연구·조사활동의 강화방안

가. 검토배경

여행업과 관련된 연구조사활동은 학술적 측면에서 여행상품 구매, 조직이론, 여행물가지수, 관광소비자보호 등에 집중되어 있으며, 정책적 측면에서 업종개편, 여행업의 경쟁력강화, 가격유통구조의 개선, 인바운드 여행업의 집중육성, 소비자 보호체제의 강화, 여행문화 수준의 제고, 효율적 행정체계의 정비 등의 추진을 이루어져 왔다. 그러나 상대적으로 타분야와 비교해 다양한 연구가 이루어지지 못하였으며, 여행산업으로서의 기본적인 연구조사활동이 미흡하였음을 보여준다. 따라서 향후 여행부문의 연구조사활동은 여행업에 대한 범위와 산업으로써의 역할, 그리고 타산업과의 연계라는 측면에서 강화되어야 할 필요성이 제기된다. 그러나 무엇보다도 여행관련 연구를 수행하기 위한 기본자료의 부족은 우선적으로 극복되어야 할 과제로 보여진다.

나. 개선방향

여행업은 타산업과의 연계성이 매우 높은 분야이다. 타산업이 선형적 구조의 산업구조를 가진 반면, 여행업은 네트워크형 산업구조를 가지고 있다. 이러한 구조는 그 산업의 범위와 유형을 정확히 밝히는데 많은 시간과 비용이 소요된다고 할 수 있다. 따라서 여행업 자체에 대한 연구조사활동과 연계산업에 대한 연구조사활동의 필요성이 제기된다.

여행업 자체에 대한 연구조사활동으로는 기초통계로써 사업체별 매출액과 매출구조, 재무상황등과의 산업구조, 시장구조, 예측, 관광자와의 상호작용 등이 수행되어야 하며, 연계산업에 대한 연구조사활동의 영역으로는 그동안 관광사업과의 협력이 미흡하였던 항공사와의 상호작용, 숙박, 식음료 등 관련사업의 네트워크 산업구조로서 이해하고, 관련 산업간에 협력연구가 적극적으로 수행되기 위한 지원대책이 적극적으로 필요하다.

이와 관련 여행업계 내의 불공정거래 유형구분과 감소방안 등은 주요한 연구대상이 될 수 있으며, 개별사업체에 도움을 줄 수 있는 연구로써 광고의 매출기여도 분석, 여행업체의 정보화 추진방안, 여행벤처의 모형정립 등이 필요한 것으로 보여진다. 국민의 여행안전대책과 여행자보험개선방안, 독립법으로써 여행업법의 제정방안, 여행산업의 사업자단체의 통합방안이나 수익성제고 방안 등도 구체적인 연구주제로 검토해 볼 만 하다.

4. 금융·세제 개선방안

가. 검토배경

여행업의 영세업자에게 세제지원 실적과 효과는 실효성이 낮은 것으로 보여진다. 이러한 결과는 세제지원수준 뿐만아니라 영세성에서 오는 사업활동범위의 한계에서 오는 것이라 해석할 수 있다.

세제지원의 실질적 효과는 직접지원과 간접지원으로 구분할 수 있다. 세제지원효과는 해당사업에 대한 간접지원이라는 정책적 지원방법으로 영세규모의 사업자에게는 사업규모대비 세제감면혜택이 낮은 수준으로 보여질 수밖에 없다. 따라서 이러한 간접지원방식은 일정규모이상 사업자에게는 실효성이 높다고 볼 수 있지만 영세업자의 경우는 그 반대로 작용할 수도 있다. 따라서 영세업자에게 적극적 세제지원방식을 도입할 필요성이 제기된다.

나. 개선방향

금융측면에서 관광개발진흥기금은 관광사업자에게 해당사업의 영위를 위해 대여·보조하는 직접지원방식의 적극적 정책추진활동이다. 여행업에서 관광진흥개발기금의 용도는 홍보, 종사자 관련 사업내용으로 한정적이다. 따라서 금융부문에서도 영세업자의 직접적 지원효과를 높이기 위해 용도범위의 확대가 검토될 필요가 있다.

간접지원방식에 대한 지속적 유지와 더불어 차별적 세제감면혜택의 부여가 필요하다. 또한 새로운 시장개척, 수출산업으로서의 위상정립을 위해 세제감면(부가가치세)등이 고려되어야 한다. 공공부문 해외홍보와의 연계성을 강화하여 홍보의 효율성을 제고와 더불어 일반여행사가 외국여행객을 유치하여 외화를 획득하는 경우 부가가치세(영세율 적용) 면제를 적극적으로 검토되어야 한다. 또한 인바운드 여행업체의 상품판매실적을 수출로 인정하여 수출업체에 준하는 지원제도적용이 요구된다.

제3절 규제효율성의 제고

여행업정책에서 규제정책을 통상 두가지 관점에서 정당화 될 수 있다.

첫째는 소비자 보호차원과, 둘째는 시장질서의 회복차원이다. 이러한 원칙하에서 먼저 진입장벽의 문제는 일반적인 의견으로 제시되는 사례가 많은데, 통상적으로 특정 유통업계내의 혼란이 자격조건이 취약한 사업자의 용이한 시장진입조건에 원인이 있다고 보기 때문이다. 그러나 여행업의 경우 자유업종으로서의 성격이 강하고, 경쟁의 긍정적 측면이 있다는 점에서 소비자 피해로 전가되지 않을 경우, 정부의 개입은 시대적 추세에 맞다고 보기 어려운 점이 있다.

<표 5-2> 현안문제의 정책적 대응방안

현실적 문제	성격	추정원인	1차 처리대안	대안추진의 예상문제				대응방향
				행정력 미흡	기준불 명확성	기대실 효미흡	시대성 미반영	
과다진입	-	수요증가와 낮은 진입조건	진입장벽 상향조정	△	○	△	○	- 소비자피해 미발생시, 시장경계에 맡김
불법영업	관광진흥법 위반	감시, 감독 실효성 부족	관리·감독 강화	○	○	△	○	- 관계기관과 기준마련 후 합동단속
공급자와의 불공정거래	공정거래법	유형상의 문제(상대적 우월성)	조사·고발 강화	○	○	○	△	- 심층조사후 관계기관 고발 및 관계자 합의 조정 유도
부당염매	공정거래법	과당경쟁 (관광객 유치확대)	표준원가제 도입	○	○	△	△	- 소비자피해 발생시 강력규제
과대· 허위광고	광고물표시 등에 관한 법률	과당경쟁 (관광객 유치확대)	관리감독 강화	△	○	△	△	- 기준의 명확성확보 감독강화
무자격자 투입	관광진흥법	과당경쟁 (원가절감)	관리·감독 강화	○	△	△	△	- 현수준대로 사후처리
계약 불이행	민·형사법 위반	과당경쟁 (원가절감)	계약서고지 의무부활	△	△	△	△	- 계약서고지의무 부활
부실상품 판매	-	과당경쟁 (원가절감)	우수여행 상품인증제	○	○	○	○	- 소비자의 선택부문으로 정부 직접개입 불가 - 간접규제 방식 검토
기존상품 복제	-	과당경쟁 (원가절감)	우수여행상 품 인증제					- 우수여행상품인증제의 도입후 보완사항으로 설정

주: △: 상대적으로 문제가 적음, ○: 상대적으로 문제가 많음

불법영업의 경우는 명백한 규제의 대상이나 이는 앞절에서 다루었고, 공급자의 불공정 거래는 단계적으로 극복해 나가야 할 것이다. 부당염매와 과대·허위 광고는 규제의 대상이나 이를 적용할 기준설정상의 어려움이 있고, 무자격자의 관광사업장 투입은 기본제도를 유지하되 일부제도의 보완이 필요한 것으로 보인다. 소비자의 가장 큰 불편사항인 여행 계약 불이행은 지난 '99년 폐지한 관광진흥법상의 관련조항을 재신설할 필요성이 높고, 부실상품 판매와 기존상품복제의 문제는 직접적인 단속보다 우수여행상품인증제 등을 통해 개선해 나가는 것이 바람직할 것으로 보여진다.

1. 관광불편신고제도의 개선

가. 검토배경

현행 “관광불편신고센터 운영에 관한 규정(1997.12 문화체육부 훈령 제74호)은 이전의 교통부 훈령 제807호를 승계한 것으로 내·외국인 관광객의 관광불편사항을 파악, 시정하여 명랑한 관광분위기를 조성하고 한국 관광이미지를 제고할 목적으로 시행되고 있다.

2001년 7월 현재 동 제도에 의거 운영주인 신고센터는 한국관광공사와 광역지자체, 경주 등 6개 시·도에서 23개소가 운영되고 있다.

기본적으로 관광불편신고는 관광을 위한 시설 또는 수단을 이용하는 사람은 누구나 신고할 수 있도록 되어 있다.

신고에 대한 처리기관은 문화관광부, 지역별 관광협회, 한국일반여행업협회, 한국관광공사, 특별시 등 광역행정자치기관이 담당하도록 되어 있다.

이외에 제도에서는 각 협회 내에 관광불편신고처리 위원회를 운영하도록 되어 있다. 앞서 살펴본 대로 관광객의 불편사항에 대한 정확한 상황파악은 관광정책의 수립에 있어 매우 중요한 정보자료일 뿐 아니라 관광객에게는 불편사항을 신고하고 처리해 줄 시스템을 갖는다는 데에 동 제도의 의의가 있는 것이다. 그러한 면에서 현 제도는 내용적으로 보완의 여지를 남기고 있다고 보여진다.

첫째는 신고접수기관의 미흡이다. 현재 23개에 불과한 신고센터는 시·군별로 모두 설치되어야 할 뿐 아니라 업종별, 지역별 모두에 설치할 필요가 있다. 신고접수처가 불편사항이 있는 관광객에게 거리가 있으면 안되기 때문이다.

둘째는 종합집계시스템의 미비이다. 현재 신고처리 상황은 한국관광공사의 경우 매년

“관광불편신고 분석서”를 발간함으로써 처리를 종료하고, 한국일반여행업협회의 경우만 문화관광부에 결과를 제출토록 되어 있다. 따라서 시·도에서 처리된 사항이나 지역협회에서 처리한 사항은 총괄집계가 되지 않고 있어 정확한 불편신고사항의 파악이 되지 않고 있는 것으로 보여진다.

셋째는 관광불편의 다양한 원인에 대한 처리 범위 초월의 문제이다. 현행의 관광불편 신고는 관광진흥법상 관광사업체에 한정되어 있다. 따라서 항공사나 택시 등의 대중교통 수단, 일반숙박업소, 요식업체 등의 유관사업체와 항만, 터미널에서의 불편발생을 파악하기 어렵고, 문제발생시에는 처리범위를 벗어나는 문제가 있다.

나. 개선방향

앞서의 문제를 살펴볼 때, 관광불편신고제도는 첫째 문화관광부 훈령수준에서 처리하기가 어렵고, 둘째 관광불편 신고대상범위를 확대할 필요가 있으며, 셋째 관광불편 신고센터도 확대할 필요가 있고, 넷째 불편신고의 통합관리시스템이 필요하다는 것을 확인할 수 있다.

따라서 정부는 조속한 시일내에 관광불편신고제도를 법제화하던가, 국무총리실 등에 위임하는 조치가 필요할 것이다.

또한 관광불편신고의 대상은 항공, 공항, 택시, 버스 등 교통수단과 시설물, 일반음식점과 숙박업소, 관광지 등으로 확대하는 개정이 추진되어야 할 것이다. 관광불편신고센터는 주5일 근무제와 지방관광활성화를 위해 시·군 단위까지 확대하는 조치가 필요하며, 불편신고의 접수, 처리기관은 의무적으로 문화관광부나 국무총리실에 정기적인 보고를 할 수 있는 근거조항의 신설이 추진되는 것이 바람직하다. 또한 이러한 자료의 종합정리와 함께 이에 따른 원인분석과 저감 방안 등을 포함한 종합보고서의 정기적인 발행이 추진되어야 할 것으로 보인다.

2. 여행상품유통과정상의 불공정거래 감시제도의 도입

가. 검토배경

여행상품 유통과정상 불공정거래의 발생에 관하여서 여행사와 숙박·기념품 및 음식 집간, 송출여행사와 지방여행사간, 항공사와 여행사간, 도매여행사와 소매여행사간 등 사업자간의 시장지배적 사업자가 영세업체를 대상으로 불공정거래가 발생하는 것으로 조사되었다. 불공정거래에 대한 주요원인으로 공급자의 우월적 지위를 이용한 이윤확대를 영세업자에게 요구함으로써 사업자들의 시장환경 개선을 저해하고 있다.

‘독점규제및공정거래에관한법률시행령’의 불공정거래행위의 유형 및 기준 (제36조 제1항관련)에서 근절되어야 할 불공정거래유형은 거래거절, 차별적 취급, 경쟁사업자 배제, 부당한 고객의 유인, 거래강제, 거래상 지위의 남용, 구속조건부 거래, 사업활동방해 등 8개 유형으로 제시하고 있다. 이중 여행업에서 빈번하게 일어나는 불공정거래 행위로 거래강제, 거래상 지위의 남용, 차별적 취급, 거래거절 등이 주요한 문제점이라 지적할 수 있으며, 이러한 행위가 근절되기 위한 근본적 대처방안이 미흡하다는 것이다. 관광진흥법상 여행업관련 불공정거래행위에 대해 구체적 행위와 기준을 제시하지 못함으로써 반복적 불공정거래가 발생하고 있는 것이다.

나. 개선방향

관광진흥법상에서 여행업과 관련된 불공정거래의 행위와 기준을 제시함으로써 영세업자의 보호와 관광객의 보호를 함께 추구할 수 있는 제도적 마련이 필요하다. 여행상품유통구조에 대한 개선은 기존 사업자를 보호하는 측면에서 제도적 기반의 요구가 높다.

그러나 여행업의 유통구조의 복잡성과 네트워크형 상품개발구조는 상품개발에 한계를 가져왔고, 영세업자의 사업환경변화에 대한 자구책 미흡과 불법영세업자의 난립으로 구조적 대응방안이 미흡한 실정이다.

정부는 산업환경개선과 사업자보호를 위해 불공정거래에 대한 감시제도의 기준을 마련하여야 한다. 특히 여행업의 안정적 영업기반을 조성하고 더불어 규제효율성 측면에서 불공정거래에 대한 감시제도 도입은 최소한의 규제로 최대의 효과를 볼 수 있는 정책적 과제이다.

불공정거래에 대한 행위는 법적으로 해당 행위를 규정하고 있으나, 산업특성을 고려하지 않은데 한계점이 존재한다. 여행업은 독점적 권한을 가진 항공사들의 경쟁심화로 그 피해를 신고하는데 많은 비용을 감수하여야 한다. 이러한 구조적 문제점은 영세업자가 불공정거래를 암묵적으로 묵인하며, 대규모업체의 시장지배구조를 이용한 불공정 거래를 부추일 가능성을 증대시킨다. 따라서 불공정거래에 대한 행위규제차원에서 구체적 행위 연구가 조속히 추진되어야 하며, 이러한 사례에 대한 위반행위 고발시 사업자의 보호, 감시체계의 정부적 차원 대응이 실행될 수 있는 제도적 기반마련이 검토되어야 한다. 또한 이러한 조치 이전단계에서 정부는 관련 사업자단체의 지원을 통해 불공정거래감시위원회를 발족시켜 운영하는 방안을 검토해 볼 수 있다.

3. 덤핑 및 과대·허위광고에 대한 대응방안

가. 검토내용

여행상품의 덤핑은 표현에 있어, 법률적으로는 공정거래법에 따라 부당염매로 여행시장에서는 초저가 상품으로 불리워 진다.

여행시장에서 초저가 상품이라는 표현은 통상적 의미에서의 덤핑이 갖는 범법 내지 위법성을 배제하려는 업계의 자위적 판단이 작용한 것으로 보여진다. 덤핑은 그 행위자체로서의 문제가 있다고 보기는 어렵다. 상품선택에 있어 저렴성을 추구하는 소비자에게 가혹한 경쟁환경에 있는 여행업체가 저가 정책을 구사한다는 것 자체가 자연스러운 경제현상이기 때문이다. 더구나 여행시장에서의 덤핑은 전 세계에서 공통적으로 나타나는 현상으로 관광객에게는 관광의 비용을 줄여줌으로 해서 국민의 관광기회를 확대해온 긍정적 측면은 분명히 존재하고 있는 것으로 보여진다.

이와 관련 공정거래법상 부당염매의 조건은 첫째 정당한 이유 없이 공급비용보다 낮은 가격으로 공급하고, 둘째 경쟁사업자를 배제시킬 의도가 있다고 판단될 때라는 성립요건을 갖고 있다. 그러나 이러한 기준에 따라 덤핑여부의 판결은 현실적으로는 대단히 어렵다는 것이 학계나 행정부의 정설이다. 그럼에도 불구하고 덤핑은 현재의 여행시장에서 가장 큰 시장혼란 요인으로 지적될 뿐 아니라 소비자에게 피해가 전가되는 주요한 원인이라는 측면에서 정책의 관점과 적용을 단계적으로 구체화할 필요성은 매우 높다고 볼 수 있다.

나. 개선방향

학술적 의미에서 덤핑은 약탈가격(predatory pricing)으로 정의된다. 이때의 약탈은 경쟁 혹은 잠재적 경쟁을 제한할 목적으로 경쟁가를 시장에서 퇴출시키기 위해 상품의 가격을 약탈적으로 낮추는 행위를 의미한다. 또한 약탈을 행하는 이유는 미래에 기업의 독립이윤을 위해 오늘의 손실을 감수하는 것으로 보고 있다. 약탈가격 여부는 한계비용이나 평균가변비용, 평균총비용보다 공급가격이 낮을 때를 기준으로 하고 있으나 이론적으로 논쟁의 여지가 많은 사안으로 일률적인 기준설정과 적용이 어렵다는 성격을 갖는다.

이와 관련 약탈 행위의 효과가 없을 것이라는 이론도 상당히 강력한 지지를 받고 있는바, 약탈가격이 효과를 보기 위해서는 약탈 이후 가격 인상으로 손실분을 회복해야 하는 반면 실제에 있어서는 그럴 가능성이 별로 없기 때문에 무의미하다는 것이다.

이와 같은 상황들을 고려해 볼 때, 여행시장에서 덤핑은 세 가지 문제를 갖고 있는 것으로 보여진다.

첫째는 덤핑상품의 판매가 활성화됨으로써 기존의 정상적인 여행상품의 판매가 부진할 가능성이 높다는 점, 둘째는 이로 인해 경쟁적인 덤핑현상이 확산됨으로써 시장의 질서가 혼란에 빠질 가능성과, 셋째는 덤핑으로 인한 손실을 일반기업처럼 미래의 가격 인상으로 회복하기보다는 추가 옵션이나 쇼핑의 강제, 현지여행사에게 넘기기 등 소비자 피해로 전가시킨다는 점 등이다.

그러나 이러한 문제에도 불구하고 이를 규제할 방법은 매우 제한적이다. 이렇게 보는 이유는 첫째, 제도적으로 부당염매는 공정거래법에 기초하고 있으나 이법을 주관하는 공정거래위원회가 여행업계의 특성을 충분히 이해하기 어렵고 행정력도 이를 처리하기 위해서는 충분치 못하다는 점이다. 또한 관광진흥법상에 이를 위한 규제근거가 없고, 이를 신설할 경우 중복규제에 해당되어 신설가능성이 크지 않다는 것이다.

둘째는 역시 덤핑판정기준의 문제이다. 이미 오래전부터 논의되어왔던 표준원가제가 도입되지 못한 이유와 같은 맥락에서, 여행상품가격의 결정은 시장내에 공통적인 표준가격의 존재하지 않기 때문이다. 여행업체의 시장규모와 공급업자와의 특수조건 등이 혼재되어 여행상품의 가격은 그 정당성을 판별할 뚜렷한 기준이 없다고 볼 수밖에 없다.

따라서 덤핑에 대해서는 정부의 역할은 기본적으로 크게 세 가지로 설정할 수 있다. 그것은 첫째, 사업자 단체에 덤핑행위에 대한 조사권과 판결, 유권해석권한의 일정부분에 대해 권한을 부여하는 것과, 둘째는 덤핑의 판정기준 개발로, 문제가 된 여행업자에게 비용산출원가를 요구하는 근거조항의 신설과 노투어피나 상식적으로 이해하기 어려운

가격을 판정하는 관련 위원회의 설립이다. 셋째는 소비자 피해 발생 시 사후처리 강화 측면에서 규제를 강화하는 방안이다.

4. 관광객 보호와 안전대책

가. 검토배경

‘약관의규제에관한법률’ 제2조1항에서 “약관이라 함은 그 명칭이나 형태 또는 범위를 불문하고 계약의 일방 당사자가 다수의 상대방과 계약을 체결하기 위하여 일정한 형식에 의하여 미리 마련한 계약의 내용이 되는 것을 말한다”라고 규정하고 있다. 특히 약관은 여행사와 여행자간에 거래를 위해 공통적·획일적으로 계약을 체결함으로써 여행업의 영업에 관한 통일성을 보장하고 거래의 신속성 유지하지만, 여행업자의 우월적 지위를 이용한 여행자의 피해에 대한 대응책은 여전히 미흡한 실정이다.

약관은 사업자와 소비자간의 상호신뢰를 바탕으로 만약의 사태에 책임있는 태도를 소비자에게 보여줄 수 있어야 한다. 특히 그동안 일부 내용적 측면에서 소비자 보호에 대한 개선이 이루어져 왔으나, 일본의 약관에서 제시한 위약금에 대한 규정은 미흡한 실정이다. 따라서 관광상품의 구매에 대한 신뢰를 높이기 위해 관광객 보호와 더불어 사업자의 영업기반 안정화 측면에서도 약관상에 상호책임에 대한 기준이 명확화될 필요성이 제기된다.

한편 해외여행을 하는 내국인을 대상으로한 범죄발생 건수가 날로 증대되는 추세이다. 2000년 해외에서 강력범죄건수가 560여건에 달하며, 여행객들을 대상으로한 범죄건수는 외교적 마찰을 우려해 적극적 대응이 미흡한 실정이다. 이러한 여행안전을 위협하는 주요 원인으로 많은 현금을 보유한 여행행태에 문제점이 제기된다. 또한 내국인의 해외 여행 시 발생하는 안전대책은 대부분을 해외주재 영사관 또는 여행사의 지점망 등에 의존하고 있는 실정이다. 해외여행객의 증대와 자국민의 안전대책마련에 대한 요구가 날로 증대되는 시점에서 정부의 내국인 보호에 대한 적극적 대응책이 검토되어야 한다.

나. 개선방향

우선 여행업약관의 개정이 여행자와 여행사간의 책임과 권리의 상호신뢰성의 바탕이 될 수 있는 개선책이 검토되어야 한다.

여행약관과 관련 1999년 3월 현재의 약관이 공정거래위원회에 의해 확정되어 시행되어 오고 있다. 이때의 특징은 합의를 전제로한 여행조건의 변경인정, 불가피한 손해의 경우 여행업자의 선배상, 관광지 입장료, 여행자 보험금, 여권 발급내용에 대한 여행자의 선택권 인정 등이다.

그러나 최근 들어 여행총량의 증가에 따라 여행불편신고도 지속적으로 증가하고 있고 인터넷을 통한 전자상거래 급증추세와 일부 환경변화요인을 감안해서 여행표준약관의 개정 필요성이 제기된다. 따라서 조속한 시일 내에 현행약관의 개정이 필요한 것으로 보여진다. 이때 중점을 두어야 할 사항으로는 전자상거래를 통한 약관의 처리 방식설정과 약관과 계약서간 역할결정, 취소료, 위약금의 재검토, 홀세일러와 소매업자의 책임성구분, 특약의 인정여부, 계약의 발효시점 등이다. 이를 추진하기 위해서는 관련 사업자단체의 책임자를 포함한 가칭 “약관개정추진위원회”를 구성하여 구체적인 조항검토를 수행토록 하는 것이 바람직할 것이다.

이밖에도 정기적으로 약관에 대한 검토시스템을 행정프로그램에 삽입하여 시대적 변화요인을 수용하는 방식의 검토도 필요할 것으로 보여진다.

관광객의 안전문제는 관광행정당국차원에서 현재 한국관광공사 홈페이지에 일부 자료가 게시되어 있을 뿐 대부분 외교통상부나 경찰청에 의존하고 있는 실정이다. 특히 이 문제는 구체적인 사고의 통계조차 분명하지 않아 관련 정책의 수립에 한계가 크다. 따라서 우선적인 조사·연구대상으로 검토될 필요가 크며, 향후 관광 활동의 증가에 따른 정부의 역할이 크게 요구되는 분야로 사전에 충분한 준비를 해야 할 것으로 보여진다.

제4절 지원 시스템 효율화

1. 일반여행업등록 업무의 시·도 위임 시행 방안

가. 검토배경

그 동안 문화관광부의 관리사무였던 일반여행업의 등록이 시·도이양위원회의 결정에 따라 시·도로 위임될 예정이다. 현재까지 여행업 중 일반여행업만이 중앙사무로 존속된 이유를 살펴보면 여행업구분상 일반여행업만이 외국인 관광객을 대상으로한 인바운드를 할 수 있다는 특수성이 감안된 것으로 보여지며, 당해 일반여행업자나 관련협회의 이양반대의 주장이 강했던 것도 하나의 원인으로 판단된다.

반면에 이양결정의 논리로는 첫째 전국적으로 일반여행업의 등록과 행정지원에 중앙부처의 1~2명 수준의 공무원으로 감당하기 어렵다는 판단과, 둘째, 중앙 행정사무를 지방으로 이양함으로써 지방자치제를 보다 성숙시키고자 하는 사회적 분위기와 당위성이 제시되고 있다.

그러나 일반여행업 등록사무가 시·도로 이양되기 위해서는 사전에 검토해보아야 할 사항이 많을 것으로 보여진다. 우리나라 관광정책에서 여행업 정책은 아직까지 큰 비중을 갖고 있지 않으나, 관광정책에 매우 중요하게 작용될 수 있기 때문이다. 따라서 동사안의 최종결정이전에 현황분석과 함께 행정의 효율성 제고여부, 해당사업체의 의견, 외국의 사례, 전문가의 의견, 각급 공무원들의 의견 등을 충분히 검토할 필요가 있을 것으로 판단된다.

나. 개선방향

일반여행업의 등록업무 시·도 이양과 관련 본 연구에서는 세가지 사항을 확인하였다.

첫째는 동 사무의 행정대상인 여행업체의 대표기관인 KATA의 의견, 둘째는 이양시 행정주체가 되는 시·도 담당공무원의 의견, 셋째는 전문가의 의견이다. 이와 관련 또 하나의 이해집단인 문화관광부는 공식적인 입장표명을 유보하였다.

결과적으로 KATA의 경우는 이양반대의 입장을 표명하였고, 시·도 담당공무원의 경우 상당부분 이양에 찬성하고 있으나, 일부는 반대의견도 있다는 점이 특이할 만하다. 전문

가들의 의견은 전면실시에 52.2%가 찬성하는 반면 47.8%는 시범실시 후 확대나 연기, 시행불필요를 제시함으로써 이양과 이양반대가 어는 한쪽으로 몰리지 않는 점이 주목할 만하다.

한편, KATA의 이양반대 이유로는 첫째 일반여행업 서비스의 전통성과 국제성에 따라 중앙정부 사무로 존속필요성을 강화하면서, 둘째 외국의 사례와, 셋째 일반여행업 등록지역의 성격상 등록사무이양이 서울시로의 이양이라는 결과만 초래할 것이라는 우려, 넷째 정책집행단계의 지연성 등을 들고 있다.

시·도 공무원들에 대한 조사에서는 총 7개항에 대한 전화조사를 실시하였는바, 일반여행업 등록사무의 시·도 이양은 12개 시·도 공무원은 알고 있었으나, 3개 지자체 공무원은 모르고 있었으며, 이양에 대해 8개 시·도 담당공무원이 찬성하는 반면에 5개 시·도가 부적절한 조치라고 평가하였고 2개 시·도는 모르겠다고 응답하였다. 특히 이 결과는 행정사무의 확대를 행정권한의 확대로 이해하는 행정부서내 정서와 달라 의아하게 받아들일 수 있는 부분이다.

또한 시·도 위임에 대비한 대책에 대해서는 응답한 15개 시·도 모두 준비되지 않았다고 답변했으며, 시·도 위임시 시, 군 등의 기초자치단체로 위임할 것으로 예상되는 바 15개 시·도 모두 기존의 국내, 국외 여행업 등록사무를 위임하고 있다. 기존의 국내, 국외 여행업에 대한 정책은 인천, 충북, 전남, 경북, 경남에서 외래 관광객의 지역유치 공헌여행사에 대한 인센티브 제공과 제주지역의 여행업지원책에 한정되어 있는 점도 시·도 이양 이후 여행업지원정책을 크게 기대하기 어려운 점이다.

이와 같은 사항을 종합해 볼 때, 동 사안의 직접이해 당사자인 일반여행업체의 반대가 존재하고, 이양대상인 시·도의 의견편차가 있으며, 이양에 따른 준비 등이 부족한 점을 감안, 일반여행업의 시·도 이양은 비교적 여행업지원정책의 체계가 구축된 제주지역 등에 한정하여 시범실시 후 재검토하는 것이 바람직 할 것으로 판단된다. 그러나 이 같은 사안에 대한 충분한 고려없이 이양이 강행될 경우도 행정당국에서는 대비할 필요가 크다고 보여진다.

이양시 대응방안으로는 먼저 시·도 여행업정책협의회를 발족시킬 필요가 있으며, 문화관광부의 업무부담이 줄어든 만큼 정책 기획기능이 강화되는 것이 바람직하다. 이러한 기획기능에는 시·도 차원의 여행업진흥계획의 수립기준 등이 포함될 수 있을 것으로 보여진다.

2. 정부간 여행업 관련 협력방안

가. 검토배경

여행업의 국제관광영업에 있어 발생될 수 있는 문제는 당연히 국가간 협력의 의제사항이 될 수 있다.

여기에는 양국의 관광진흥을 위한 비자제도나 관광객 안전·보호사안, 또한 한·중간과 같이 상대 여행업자의 자격조건 등이 현재까지 여행업 부문에서의 활동 유형이다.

이와 관련 대부분 시장질서에 기초한 여행업정책 중 덤핑이나 관광객보호 등의 문제는 국가간 협력이 보다 강화되어야 할 사항으로 보여진다.

국내에서 발생하는 인바운드 덤핑의 경우, 상당한 원인이 송출국 여행업체의 과도한 요구에서 발생되고 있다. 아웃바운드의 현지문제도 우리 국내에 원인이 크다고 보기 때문이다. 따라서 향후 여행업정책에서 국가간 협력이 중요하게 검토되어야 할 것으로 보여진다.

나. 개선방향

국제간 협력에서 현안은 각 국간에 만연된 덤핑문제에 대한 공동대처방안으로, 이 사안의 경우 국제 관광기구를 통해 정식안건(agenda)으로 제기할 수 있을 것으로 보여진다. 또한 국제간 협력의 내용에서 한국의 관광객이 많이 방문하는 국가이면서 당해국의 방한 실적이 저조한 국가에 대해서는 보다 적극적인 균형의 원칙을 설정하는 방법도 검토되어야 할 것이다.

또 다른 안건으로는 당해국별 인바운드업체(지상수배업체)에 대한 관리기준의 설정이나 국제관광상품의 표준화 또는 현재 도입이 추진중인 우수여행상품인증에 관한 국제표준화의 문제도 검토될 수 있을 것으로 보여진다.

이밖에 공동연구 사안의 발굴, 여행전문인력의 교환연수 등도 검토의 대상이다.

3. 여행업법

가. 검토배경

여행업의 구조적 문제점은 환경변화에 따른 제도적 범위에 변화에서 비롯된다. 관광산업의 정책적 관리방안을 제시하고 있는 관광진흥법상에서 여행업에 대한 적극적 관리방안의 수립이 요구된다. 이러한 관리는 기존 법령(관광진흥법)에서 “여행업법”으로 분리·제정해야 될 필요성이 제기된다.

여행업법의 제정의 필요성은 첫째, 현행 관광진흥법은 지나치게 많은 업종과 내용을 포함하여 법의 효율적인 이용에 어려움이 있다. 특히 여행업관련조항은 조문이 산발적으로 분산되어 있어, 법의 이해나 개정에도 다소 한계가 있는 것이 사실이다.

둘째, 독립된 법의 제정은 국가적으로 정부의 산업정책비중을 의미하는 면이 있고, 여행업체의 수가 전국관광사업체의 80%에 달한다는 점등을 고려하고, 여행업의 어려운 현실과 사회적 중요성을 감안, 독립법의 위상을 제공해줄 필요가 크다.

셋째, 현행 관광진흥법내의 업종중 동법에만 근거를 두고 있는 여행업의 특성을 감안, 타업종과 분리하여 차별적으로 관리하는 것이 효율적이다.

넷째, 급변하는 환경변화와 기존 관광진흥법의 개선필요성을 감안, 여행업관련 사항도 추가 개정할 조문이 많아 개별 법으로 관리하는 것이 바람직하다.

나. 추진방향

여행업법에 대한 제정필요성은 오랫동안 제기되어오고 있다. 현행 관광진흥법이 관광산업 전체의 포괄적 관리를 담보하는 반면, 세부사업의 실효성을 거두는데 한계가 있기 때문이다. 이러한 법제정은 전문가, 사업자 등 다양한 분야에서 제기되고 있다.

신규여행업법의 제정방향은 법적용의 현실성 제고, 관광진흥의 실효성 확보, 소비자보호, 국제규범준수, 공정거래체계확립, 규제의 효율적 개선, 건전관광문화의 정착, 세계화·정보화 추세에 대한 부응 등으로 설정하는 것이 바람직하다.

‘여행업법’에 포함된 사항은 크게 총칙과 여행업, 여행종사원, 사업자단체, 보칙, 벌칙, 부칙 등 7개 부문으로 나누고 시대상황에 맞는 조문으로 구성하는 것이 필요할 것으로 보여진다. 이 부문에 대해서는 독립법으로의 분법에 대한 공감대 형성 후, 별도의 조사·연구를 통해 입법(안)을 수립하는 것이 바람직할 것이다.

제5절 우수여행상품 인증제 도입

1. 검토배경

국내외 관광객의 증가에 따라 여행업은 2001년 6월 현재 전국에 6,355개로 '97년 대비 3배정도 증가하였으나, 과당경쟁으로 인한 덤핑 등으로 소비자 피해건수는 증가 추세에 있다. 또한 여행업체의 특성상 전반적인 영세수준을 벗어나기 어려운 실정으로 건전하고 특색 있는 상품이 개발되지 않은 상황이다. 이러한 가운데 특정업체의 상당한 비용과 노력으로 개발한 우수상품의 특허권의 범주에 포함되지 않아, 즉각적으로 유사상품이 시장에 범람함으로써, 경제적 피해와 개발 의지를 약화시키는 악순환이 계속되어 오고 있다. 이에 따라 외국인 관광객의 국내 관광 만족도를 제공하며, 우리 여행사의 국제 경쟁력을 강화하고, 국민의 관광수요를 건전하고 다양하게 충족시킬 수 있도록, 우수여행상품 인증제도를 도입할 필요가 크다고 본다.

2. 인증제도의 도입 현황

국내·외의 유사사례를 살펴볼 때, 아직까지 우수여행상품인증제도와 같은 사례는 나타나지 않지만, 최근 민·관 모두에서 인증사례가 많이 나타나고 인증의 범위도 유형에서 무형으로 확산되고 있는 추세이다.

가. 타산업부문

1) NCSI

NCSI(National Customer Satisfaction Index)는 국가고객만족도로 표현하며, 한국생산성본부에서 각 기업과 기관을 대상으로 측정하는 고객만족도 지수의 고유 이름이다. NCSI의 조사 목적으로는 각 기업(기관)의 고객만족도의 측정과 발표를 통해 기업(기관)간의 품질 향상을 위한 선의의 경쟁을 유도함으로써 궁극적으로는 국가 전체의 품질 경쟁력을 향상 시키는데 두고 있다. 주관은 한국생산성본부(KPC)이며, 미시간 대학, 조선일보가 NCSI 조사에 도움을 주고 있으며, 조사 대상 산업은 우선적으로 GDP에 미치는 영향이 큰 산업

을 기준으로 선정되며, 통계청 자료인 표준산업분류에 의해 조사 대상 산업이 특정 분야에 치우치지 않도록 하여 NCSI가 한국의 고객만족도 수준을 대표할 수 있도록 설계되어 있음. GDP에 미치는 영향력이 크지 않더라도 소비자들의 관심이 높거나 사회적으로 이슈가 되고 있는 산업 분야가 있다면 NCSI 조사 대상에 포함시켜, NCSI 조사가 전통 산업뿐만 아니라 최신 산업까지 모두 포함할 수 있도록 하고 있다.

조사결과는 각 기업의 가장 객관적인 품질 경쟁력 척도로 활용될 수 있으며, 경쟁사와의 비교는 각 기업의 위치를 파악하게 함으로써 마케팅이나 경영 전략적 차원에서 많은 시사점을 제공하고 있다.

2) Q마크

과학기술처에서 시행하며, 국내기업이 개발한 신기술을 조기에 발굴하여 그 우수성을 인정해 줌으로써, 국산 신기술의 기업화를 촉진하고, 신기술을 이용한 제품의 신뢰성 제고와 초기시장진출의 기반조성을 목적으로 제정하였다.

기술개발촉진법 제2조 4호 및 동법 시행규칙 2조에 의해 1993년 8월부터 시행하는 국가 신기술인정제도 의해 부여하는 마크로 KT마크라고도 한다.

선정기준으로는 기존 또는 유사제품에 비해 기술적으로 독창성·자립도·파급효과 등이 우수한 것, 가격경쟁력·시장 진출 및 수입대체효과 등 경제전망이 있는 것, 제품품질 및 안전성이 신청 당시의 성능을 유지할 수 있는 품질관리체계를 갖추고 있는 것, 신기술 인정을 통한 지원효과가 있는 것 등이다.

3) ISO 시리즈 인증제도

1993년 12월 정부(전 공업진흥청)에서 품질경영촉진법을 제정하여 품질보증체제 인증 제도를 처음 도입하여, 1996년 2월부터는 산업자원부(당시 통상산업부)에서 관련 법률의 운용을 담당하고 있다. 산업자원부 산하 사단법인 한국품질환경인정협회(KAB)에서 주관하고 있다.

환경경영체제(ISO 14001) 인증제도는 1996년 7월 산업자원부에서 환경친화적 산업구조로의 전환 촉진에 관한 법률 제정을 통해 도입하고, 심사절차는 신청 → 서류검토 → 문서심사 → 사무소심사 → 입회심사 → 인정승인 → 인정서 발행하고 있으며, 심사기준은 국제표준화기구(ISO)가 제정한 품질보증 및 품질관리를 위한 국제 규격이다.

지원 및 혜택으로는 조달기관 등 국내의 각 부처 및 지자체는 각종 법규에 의한 혜택을 부여, 심사의 면제(산업표준화법에 따른 공장심사의 면제), 세액공제(조세감면규제법에 따른 기술비 세액공제), 인증획득자금지원, 가산점 부여 등이다.

또한 회사의 품질/환경/안전 시스템의 지속적인 개선 및 유지를 확인하기 위해 년1회(또는 6개월에 1회) 사후관리심사를 실시하고 있다.

4) 서비스품질 인증제도

서비스품질 인증제도는 산업자원부가 서비스품질 제고를 위해 콘도, 호텔, 은행, 백화점, 할인점, 주유소 등 국민의 일상소비생활과 매우 밀접한 업종을 대상으로 공개현장평가, 암행 평가, 고객 평가 등으로 우수업체를 선정, 시상하는 제도이다.

품질평가 대상으로 경영전략, 서비스품질 시스템, 서비스 인적자원 및 조직운영체계, 서비스표준이행 및 실천, 서비스 만족도, 기타 업종별 특성을 고려한 심사기준을 바탕으로 품질수준을 진단하고, 콘도부문 서비스 우수기업으로 한화리조트(직영 9개 체인을 대상)가 평가에서 우수기업으로 선정된 바 있다. 산자부는 서비스 품질 인증제도의 영역을 물류(택배), 여행사, 신용카드, 이동통신사로 확대할 예정이다.

나. 관광부문

1) 우수 국내여행상품

문화관광부, 한국관광공사 주관하여 국내관광활성화와 성공적인 “다른 지역 방문의 해” 사업 실시를 목적으로 하여 2001년 7월부터 시행하였으며, 지정 대상으로는 신규 및 기존 국내여행상품 (단, 2일 이상 상품에 한하여 건전한 국민관광 취지에 부합하는 상품)으로 한다.

심사기준은 상품소재의 참신성, 상품내용의 충실함, 상품화(판매) 가능성, 한국적 여행상품 개발노력, 상품설명서의 내용 등으로 하며, 심사위원 구성은 문화관광부 국민관광과장, 한국관광공사 국내진흥처장이나 과장, 한국관광협회중앙회 국장, 일반여행업협회 국장, 학계교수, 여행전문가, 언론사 기자, 웹사이트 여행동호회 시삽 등이다.

시상 내역은 월 4개 상품을 선정하여 상품당 150만원과, 지원내역으로는 월 1회 주요 일간지 및 여행전문지에 월별 우수상품 공동광고를 하며, 입상자에게는 국내관광진흥을

위한 우수상품 공동광고 지원, 공사 홍보물 및 인터넷 홈페이지 게재, 공사 전광판광고 등 국내관광홍보 광고 실시 등의 특전이 있다. 시상 후 일반인이나 심사위원, 공사직원을 직접 투어에 참가하여 평가하여 관리하고, 2001년 첫 우수 국내여행상품 4개가 선정되었다.

2) 우수여행사

동제도의 목적은 매년 외국인 유치실적이 우수하고 건전한 영업활동을 수행한 여행업체를 선정하여 지원함으로써 관광수지 개선, 건전 국민관광문화 정착 및 여행업체의 사기 진작 등 도모를 목적으로 한다. 1996년부터 「그린사업체」로 시작하여 97년 「우수여행업체」로 명칭을 변경, 현재까지 시행되고 있다. 지정대상은 외국인 관광객 국내유치 여행업체이다.

선정기준으로는 한해 동안 여행업체 전체가 획득한 총외화 수입금액의 1.3/100이상 외화 획득한 업체중 상위 16개사 및 지역별(미주, 구주, 동남아, 중국) 유치실적 우수 4개사, 총 20개사이며 (지역별 유치우수업체는 상기 1.3/100이상 외화획득 기준 적용을 배제), 선정 기준일까지 행정처분(10일간 영업정지 또는 과징금 100만원 이상)을 받지 아니한 업체, 선정 기준일로부터 1년 이전부터 여행업을 경영하여 온 업체여야 한다. 지정방법은 「우수여행업체 지정심의위원회」에서 선정기준에 따라 후보업체를 선별하고, 후보업체 중 상위 16개 업체 선정하며, 미주, 구주, 동남아, 중국 등 유치지역별 외화획득 최우수 4개 업체를 선정, 지정심의위원회에서 최종 선정된 20개 업체를 지정한다. 지정심의위원회는 문화관광부 국제관광과장, 한국관광공사 국내진흥처장, 한국일반여행업협회 사무국장, 한국관광연구원 연구실장, 관광학과 교수 2명 등 총 6명으로 구성된다.

지정업체에 대한 지원은 관광진흥개발기금 우선지원(여행업체 지원금의 1/10중 일부를 우선배정 지원), 여행업체 지도 및 점검대상에서 제외(단, 특별점검은 예외), 우수여행업체 지정증서 수여로 사기 진작 및 격려, 각종 여행상품 및 업체 선전·홍보시 “문화관광부 지정 우수여행업체” 문구와 로고 사용 허용한다.

3) 전국관광기념품 공모전

문화관광부와 한국관광공사에서 주관하며, 우수관광기념품 우수발굴 및 육성을 목적으로 하고, 지정대상으로는 국내외 관광객에게 판매할 목적으로 제작된 기념품, 우리나라의

문화와 향토성, 상품성을 겸비한 기념품, 주문 및 대량생산이 가능한 신규 개발 또는 기존 관광기념품 등이 있다.

선정기준(공통 평가항목)으로는 한국의 전통미와 지역의 향토성을 반영함과 동시에 현대적인 감각이 조화를 이루며 독창성이 있는 제품, 품질이 우수하고 실용적이어서 상품 가치가 높은 제품, 품질에 비해 가격이 저렴하고 다양한 수요자를 위한 범용성을 갖춰 구매력이 높은 제품, 대량생산 및 주문생산이 가능하여 국·내외 관광객의 수요를 충족할 수 있는 제품, 특허권, 실용신안권, 신기술에 의해 생산된 벤처기업 제품, 2002년 월드컵, 아시안 게임 등 대형국제관광이벤트를 대비하여 우리 문화의 특색을 잘 살린 제품으로 하며, 심사위원회는 판매업체 대표, 외국인, 디자인계, 관광업계, 소비자 단체, 학계, 기타 유관기관 관계자 등 15인으로 구성된다.

입상특전으로는 우수관광기념품 육성자금 융자, 제품 포장디자인 개발 지원, 한국관광명품 인증마크 사용권 부여, 공모전 입상제품 홍보 및 판로 지원, 한국관광기념품사이트 내 수상작 홍보 등이 제공되며, 시행 홍보부족으로 인하여 참여치 못한 업체들로부터의 이의 제기로 홈페이지를 개설한다.

4) ‘한국관광명품’ 인증마크

한국관광공사에서 주관하고 우수관광기념품에 공신력을 부여하며 국제경쟁력을 갖춘 한국 고유의 관광기념품 개발 육성과 쇼핑관광 활성화 및 외화수입 증대에 기여함을 목적으로 하며 2000년 상반기부터 시행하고 있다.

지정 대상으로는 관광기념품 공모전에 장려상 이상 선정된 작품이며, 인증마크 사용기간은 10년이며, 인증마크 부여 후 업체를 대상으로 설문조사와 실사를 실시하며, 인증마크 사용승인을 받지 않은 자가 허위 또는 유사 표시를 하여 사용하는 경우는 그 사실을 조사하고 증거품 등을 확보하여 필요한 민·형사상 법적 조치를 취하며 인증마크 사용승인을 받은 자라 할지라도 인증마크 이미지에 저촉되는 광고 또는 판촉활동을 한다고 판단될 경우, 공사에서는 시정을 요구할 수 있으며, 이 경우 특별한 이유가 없는 한 공사의 지시에 따라야 한다. 2000년도에 40개, 2001년 25개가 선정되었다.

다. 기타 품질인증마크

제품의 품질향상과 소비자에게 좋은 품질의 제품을 제공한다는 것이 목적임. 현재 한국에서 통용되는 품질인증마크는 다음과 같다.

<표 5-3> 품질인증 사례

구분	내용
품 마크	KS 마크와는 별도로 정부가 품질관리가 우수한 업체의 제품에 주는 품질 보증 표시. 국제적으로 공인된 품질경영체제 ISO 9000이 한국에 확산되자 1997년 6월 28일 정부는 이 마크를 폐지
검 마크	제품 하자가 발생하였을 때 인명이나 재산상의 피해가 우려되는 공산품의 안전도를 해당 검사기관이 평가하여 인정해주는 검사필증. 자동차용 브레이크액·부동액·재생타이어·유모차 등은 반드시 이 표시가 있어야 함
열 마크	열을 사용하는 기자재의 열효율과 안전도 등을 검사하여 에너지관리공단 이 부여하는 합격증. 열사용기구는 이 표시가 없으면 제조·판매할 수 없음
전 마크	전기를 사용하는 제품 중 전기용품 안전관리법에 따라 감전·화재 등 사고가 일어날 가능성에 대해 안전시험을 통과해야 받을 수 있음
GD(good design) 마크	KS, 품, 검 마크를 얻은 제품 중 디자인이 뛰어난 것에 한국디자인포장센터가 주는 표시
GP(good package) 마크	포장이 뛰어난 상품에 부착하는 마크
EMI(electromagnetic interference) 마크	가전제품에서 발생하는 유해전자파를 억제하는 장치가 부착되었다는 표시이다. 세탁기·TV모니터·냉장고 등을 정보통신부가 심사한 후 합격필증을 붙임
환경 마크	재활용품을 원료로 사용하였거나 폐기시 환경을 해치지 않는 상품에 환경처가 주는 녹색상품제도
태극 마크	한국귀금속 감정센터가 일정 품질 이상의 귀금속이라고 평가하여 우수한 공장에 주는 마크

라. 시사점

유무형 상품에 대한 정부기관 및 관련단체의 인증제도는 점차 확대되는 추세에 있다. 관광 부문에서 시행되고 있는 우수 국내여행상품, 우수여행사, 전국관광기념품 공모전, '한국관광명품' 인증마크 등은 내용적으로 여행상품에 대한 품질향상, 여행업체 지정, 관광기념품 제품개발 지원 및 육성 등을 평가·지원하고 있으며, 인증주체로 국가 또는 국가가

인정하는 기관인 문화관광부, 한국관광공사 등이 시행하고 있는 것으로 나타났다.

이러한 인증사례는 관련 상품의 품질 향상 및 유지와 국가적 공신력을 이용한 소비자의 신뢰성 또는 만족도 증대가 주요한 인증제도의 목적인 것으로 나타났으며, 이와 관련 관광부문 중 여행사에 대한 평가도 숙박부문에 이어 산업자원부의 ‘서비스품질 인증제도’를 통해 조만간 시행될 예정인 것으로 조사되었다.

이러한 추세를 종합해 볼 때 여행상품에도 인증제도 도입에 적극적으로 대처해야 할 시점으로 판단된다.

3. 주요사안에 대한 검토논의

가. 목적

개발중이거나 기존의 여행상품에 대한 평가를 통해 공인기관의 인증을 부여함으로써 소비자인 관광객이 믿고 여행상품을 선택하는 것을 지원할 필요가 있으며, 여행사의 우수여행상품개발을 촉진함으로써 우리나라 여행상품의 국제경쟁력을 제고로 설정함으로써 수요의 질적 개선을 통해 여행산업의 발전을 도모하는 것이 바람직한 것으로 판단된다.

그러나 당초 전문가협의회에서 여행상품 복제방지 목적 등이 논의되었으나, 현실적으로 어렵다고 판단됨에 따라 목적에서 배제하는 바람직 할 것으로 판단된다.

나. 인증 및 시행기관

인증기관의 경우 민간과 정부기관 모두를 검토하였으나, 인증제의 권위와 일관성을 위해 우선 문화관광부가 맡되, 제도정착수준에 따라 민간이양을 추진할 필요가 있다고 판단된다. 인증기관의 행정력을 보완하기 위해 별도의 시행기관을 두는 것이 필요하며, 시행기관의 선정에 희망기관의 설립목적, 의지와 능력, 평가대상업체의 순응성 등을 고려, 신청접수 후 평가를 통해 결정하는 것이 바람직하다. 시행기관으로는 한국관광공사, 사업자단체, 연구소, 소비자단체 등을 검토할 수 있을 것이다.

다. 인증의 대상범위

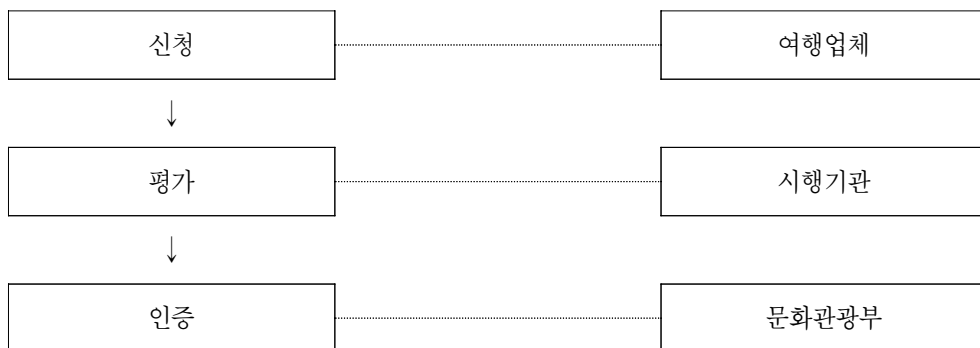
우수여행상품이란 관광지, 숙박, 식사, 교통수단, 관광활동 등 각 단계의 여행내용, 안내원과 종사원의 서비스, 계약조건의 이행 전반에서 관광객의 기대를 만족시키는 여행상품으로 기준에 부합되는 것으로 이해된다. 인증의 대상범위는 외국인 국내여행(인바운드), 국민해외여행(아웃바운드), 국민국내관광(도매스틱)등에서 개발중이거나 유통중인 여행상품으로 인증을 신청한 여행상품 중 인증기준에 부합된 것으로 설정할 수 있다. 그러나 전면시행의 부담을 고려, 인-아웃바운드를 우선 실시한 후, 국민국내관광으로 확대키로 하는 것이 바람직 한 것으로 판단된다.

라. 인증의 시기

인증의 시기는 인증수요와 시행기관의 운영부담을 고려하여 결정하되 우선 연 2회 실시하는 것이 현실적 방안으로 판단되며, 향후 인증수요확대시 인증시기도 늘일 필요성이 제기 된다.

마. 인증의 절차

인증희망여행업체가 시행기관에 인증요청서류를 접수하면, 시행기관은 평가위원회를 개최하고, 선정된 여행상품을 문화관광부 장관이 인증토록 하여야 한다.



[그림 5-1] 인증절차

바. 우수여행상품 평가위원회

평가위원회의 구성은 사례를 통해 볼 때 본위원회와 실무위원회로 이원화하여 평가의 효율성을 제고하되, 위원회의 구성을 관계기관, 사업자단체, 학계, 언론계, 법조계, 소비자단체 관계자등으로 15인 이내에서 구성하는 것이 바람직할 것으로 보인다.

주요 기능으로 위원회는 인증기준의 심의와 조정, 신형여행상품의 평가, 우수여행상품의 선정, 기타 사항을 주기능으로 하며 위원장을 시행기관의 장이 맡아 사업의 원활성을 도모할 필요가 있다.

여행상품의 특수성과 다양성을 감안, 위원회는 평가대상 상품의 특성에 따라 평가항목과 기준에 대한 조정권한을 갖도록 하고, 평가위원회의 전문성을 고려하여 해당 실무위원에 임명하는 것이 필요하다.

사. 우수여행상품 평가방법

평가방법으로 전반적 평가는 전문가 협의회와 전문가 조사를 통해 도출된 평가항목에 대해 평가위원회의 위원이 전문성을 바탕으로 평가하여 이를 합산, 총점기준으로 심의하되 과락방식을 검토할 필요가 있을 것이다²⁷⁾. 소비자 만족도는 인증신청여행업체가 신청상품구매자의 인적사항을 제출하면, 시행기관은 표준 설문지를 통해 소비자의 만족도를 평가토록 하는 실증적 평가가 바람직 할 것이다.

아. 인증의 유효기간

우수여행상품인증의 유효기간은 해당여행업체의 신청부담과 여행상품의 변화속도 등을 감안하여 결정해야 한다. 따라서 우선 인증의 유효기간은 1년으로 하되, 제도시행후 인증제에 대한 업계의 반응과 인증취소를 등을 고려하여 인증기간을 조정하는 것이 바람직 할 것으로 판단된다.

자. 인증상품의 지원과 홍보

27) 신청업체가 제출한 상품을 알 수 있는 CD, 비디오테이프, 브로셔등을 기준으로 평가하되, 필요에 따라 현장확인을 할 수 있도록 보완

인증상품에 대하여는 다음의 지원책을 고려해 볼 수 있다. 우선 인증상품에 대하여는 문화관광부는 물론, 관계기관, 사업자단체, 언론기관의 홈페이지에 이를 게재토록 유도하고, 기별 우수여행상품에 대한 공동광고의 지원(전파 및 인쇄매체 등)하며, 관광진흥개발기금을 재원으로 시장개척, 개발 등의 실비와 격려금을 지원하며, 한국관광홍보물에 인증상품목록 게재하도록 지원하며, 정부인증마크의 배타적 사용권 부여하며, 기타 세제적 지원책 등을 추후 지속적으로 개발을 유도하여야 한다.

배타적 상품판매권을 보장할 경우, 유사상품의 피해가 발생할 수 있고, 적정한 운영기간도 설정하기 어려울 것으로 판단되어, 지원책에서 배제하는 것을 고려하여야 한다.

차. 시행시기

6월 월드컵 축구대회에 대응하여 상품의 최소홍보기간을 고려, 3월중 제1기 우수상품을 인증하는 것이 필요할 것으로 판단된다. 이를 위해서는 1월이나 2월 중 인증제도의 제도적 근거 확보와 시행기관의 선정, 시행법안 공고, 신청접수, 평가 등 일련의 조치가 있어야 될 것이다. 제 1차 시행후 5~6월중 제도평가를 통해 미비점을 보완하고 아시안게임에 대비, 제2차 인증을 착수하는 것이 바람직하다.

4. 추진방향 및 기대효과

우수여행상품 인증의 평가 목적은 우선적 비중은 소비자의 우수상품 식별성 제고에 두고 여행사의 우수신상품 개발 촉진은 부수적으로 하고, 대상 업종으로는 인·아웃바운드 등 국제관광과 국내관광 모두를 대상으로 하되, 전면적 도입보다는 인·아웃바운드 등 국제 관광 부문에 우선 시행 후 확대하는 것이 바람직하다.

대상 상품으로는 코스 중심의 여행상품으로 하되, 관광객 만족도를 기준으로 평가하며, 대상 단계는 상품화 이전의 사전평가와 유통중인 상품에 대한 사후평가를 논의한 바, 우선 사후 평가에 중점을 두어야 할 것이다. 관점은 사후 평가에 비중을 두기로 한 만큼 관광객 만족 수준을 주시하되, 정책 부합성을 제고하기 위하여 전문가 평가를 시행, 보완하기로 하며, 항목은 인·아웃바운드의 정책 방향과 내용이 다른 만큼 분리하여 평가 항목 도출하도록 한다. 우수상품 보유 여행업체가 평가 시행기관에 의해, 평가 위원회 등을 통해 문화관광부가 인증하는 과정이 현실적인 것으로 판단하며, 평가 주체로는 최종 평가

및 인증주체는 문화관광부로 하되, 시행기관은 사업자 단체, 한국관광공사 등을 검토하는 것이 바람직하다.

우수여행상품 인증제가 도입될 경우 첫째, 관광객의 여행상품신뢰성 제고 및 만족도 증가, 둘째, 국가 및 지역이미지 제고 기여, 셋째, 여행업체의 품질향상노력과 우리여행상품의 국제영향력제고, 마지막으로 기존 “우수여행업체지정”제도와 병행, 여행설계의 건전 경쟁풍토 조성할 수 있는 기반이 될 것으로 판단된다.

제6절 사업별 · 주체별 · 시기별 추진방향

본 연구에서 제안된 각종 정책과제별 개선방안들의 실현성을 높이기 위해 개선방안별 추진주체와 적정 추진시기를 <표 5-5>와 같이 단계별로 설정하였다. 개선방안들에 대한 추진시기는 향후 5개년으로 설정하였다. 그리고 추진주체는 정부, 공사, 협회, 업체 등으로 설정하였다.

<표 5-4> 여행업개선방안의 추진방향

구 분		주 체 별				2002	2003	2004	2005	2006
		정부	공사	협회	업체					
기본제도의 개선	부문별 정책목표 설정의 구체화	■	●	●	●					
	여행업 등록구분의 조정대안	■	●	●	●					
	기획여행업제도의 미래 발전방안	■	●	●	●					
	여행 수배업자의 한시적인 제도권 편입방안	■	●	●	●					
	중국여행사 지정제도의 개선	●	●	■	●					
영업기반의 강화	불법여행 알선행위의 규제강화	■	●	■	●					
	우수여행사 지정제도의 개선	■	●	●	●					
	연구조사활동의 강화방안	■	●	■	●					
	금융, 세제 개선방안	■	●	●	●					
지원 시스템 효율화	일반여행업등록 업무의 시·도 위임 시행 방안	■	●	■	●					
	정부간 여행업 관련 협력방안	■	●	●	●					
	여행업법	■	●	■	■					
규제효율성의 제고	관광불편신고제도의 개선	●	■	■	●					
	여행상품유통과정의 불공정거래 감시제도의 도입	■	●	■	●					
	덤핑 및 과대·허위광고에 대한 대응방안	■	●	■	●					
	관광객 보호와 안전대책	■	●	●	●					
제도 도입	우수여행상품 인증제 도입	■	●	●	●					

■: 중심주체 ●: 협력주체

제6장 결론 및 제언

본 연구는 여행업 정책전반에 대한 제도적 개선을 위한 정책의 제시와 환경변화에 대응하여 경쟁력을 갖출 수 있도록 여행산업의 구조변화 등을 유도하기 위해 이론적 측면에서 여행업과 관련된 문헌조사, 법령, 통계자료, 인터넷 등 다양한 경로로 통한 2차 자료 분석, 국내·외 사례연구 등과 설문조사, 협의회, 심층면접조사 등을 실시하였다.

연구결과, 첫째 제도개선의 목표와 기본방향에서는 인바운드 중심체제를 유지하되 아웃바운드와 도메스틱 정책이 보강될 필요가 있으며, 다음으로 기본제도의 개선부분에서 여행업 등록구분의 조정대안을 검토하였고, 기획여행업제도의 미래 발전방안과 여행수배업체의 한시적인 제도권 편입방안과 중국여행사 지정제도의 개선하는 것이 바람직하다.

둘째, 국제경쟁력의 강화부문에서는 우수여행상품 인증제의 도입방안과 우수여행사 선정제도의 보완방안 그리고 연구조사활동의 강화방안 등이 제도적으로 추진되어야 할 것으로 판단되었다.

셋째, 규제개혁의 효율성 제고부문에서는 기존의 관광불편신고제도의 개선, 여행상품 유통과정상의 불공정거래 감시제도의 도입, 부당업체 및 과당광고에 대한 대응방안과 관광객 보호와 안전대책 및 불법영업행위 규제 방안을 마련하여야 한다.

넷째, 여행업 지원시스템의 체계화부문에서는 일반여행업등록 업무의 시·도 위임에 대해 시범실시 후 시행 방안을 제안하였고 정부간 여행업 관련 협력방안 등이 필요하다.

여행업에 대한 정책의 추진은 최대한 시장자율에 의한 시장질서 확립을 유도하되, 소비자 피해가 발생하는 사항에 대해서는 규제를 강화하는 관점에서 정책프로그램을 추진하여야 한다. 이러한 관점은 정부의 관광정책 중 여행업정책은 비교적 어려운 분야에 속해 있으며, 유통과정에서 국내외 각기 다른 유형의 사업체가 연관되어 있는 등 복잡할 뿐 아니라 업체수가 많고 구체적인 정책판단자료도 충분하지 않기 때문이다. 정책기초에 있어서도 여행업은 소비자 권리와 밀접하게 연관되어 있어 일반적인 규제완화 추세와는 다른 양상을 보일 수밖에 없기 때문이다.

전체 제안 사업은 4개 분야에 걸쳐 18개 정책프로그램을 제시하였다. 제시한 정책사업은 향후 수년동안 추진할 사업으로 이 중 우수여행상품 인증제 도입과 우수여행사 지정

제도, 계약서 및 약관의 개정, 소비자 불편신고제도 등은 조속히 추진할 필요성이 있고, 기본제도의 개선, 지원시스템의 체계화 부문은 중장기적으로 공청회 등을 통해 개선방안을 도출한 후 신중히 검토할 필요가 있을 것으로 제안하였다.

본 연구에서 제시한 정책적 대안은 여행업에 대한 광범위성과 정책사안의 다양성 측면에서 세부적으로 검토하는데 한계가 있었다. 그러나, 추진우선순위 측면에서 국제경쟁력 강화를 위한 우수여행상품인증제는 그 사안의 시급성을 감안하여 구체적 방안을 제시하였다. 그 외 많은 정책방향의 제시는 향후 여행업의 지속적 정책개발을 위해 세부적 정책 프로그램 개발을 위한 정책의제(*agenda*)를 제시하는데 의의를 두고 있다.

참고 문헌

- 고태규 (1997), “The Reaction Strategy of Korea Inbound Tour Operator Industry in Australia on the Ground Operation Fee Discounting”, 「관광학연구(제23호)」, 한국관광학회
- 김덕기 · 이강욱 (1999), “해외여행 경비결정요인 분석: 공적분 기법 적용”, 관광학연구(제27호), 한국관광학회
- 김성혁 · 신흥철 · 김창석 (2000), “여행상품구매자의 의견 선도력과 그에 따른 여행사 선택속성에 관한 구전활동의 차이”, 관광학연구(제30호), 한국관광학회
- 김성혁 · 전기향 (1996), “여행자의 여행사 선택속성에 관한 연구”, 관광학연구(제21호), 한국관광학회
- 김은혜 (1999), “여행업의 Relationship Marketing에 관한 연구”, 한양대학교 대학원 석사학위논문
- 김재걸 (1999), “여행업의 업종개편에 관한 연구”, 관광학연구(제27호), 한국관광학회
- 김재민 (1985), “국제여행알선업의 현황과 과제”, 관광학연구(제9호), 한국관광학회
- 김정배 · 윤세환 · 홍경옥(1999), “국외여행업종사자의 직무환경이 직무만족에 미치는 영향: Tour Conductor 를 중심으로”, 관광학연구(제27호), 한국관광학회
- 김진탁 (1987), “내국인의 해외여행성향에 관한 조사연구”, 관광학연구(제11호), 한국관광학회
- 김철원 (1999), 『중국관광객 유치확대를 위한 관광상품개발방안』, 한국관광연구원
- 김홍범 · 이애주 · 김혜경 (1999), “Web을 이용한 국내여행사의 인터넷 마케팅 활용현황 및 효율화 방안”, 관광학연구(제27호), 한국관광학회
- 김홍주 (1996), “행사종사원의 부서내 갈등관리기법에 관한 연구”, 관광학연구(제21호), 한국관광학회
- 문화관광부 (1971~2000), 『외래관광객 · 국민해외여행객 · 전체여행업일반여행업 · 국외여행업』

문화관광부 (1989~2000), 『관광불편신고·불편신고(여행사)』

문화관광부 (2001), 『관광동향에 관한 연차보고서』

문화관광부 (2001), 『제2차 관광개발기본계획』

박선태 (1986), “관광알선업의 수익성 향상을 위한 방안연구”, 관광학연구(제10호), 한국관광학회

박영균 (1998), “여행 패키지 상품의 준거가격 지각과 구매행동의 관계”, 관광학연구(제26호), 한국관광학회

배만규 (1999), “여행시간의 기회비용측정”, 관광학연구(제27호), 한국관광학회

오익근 (1996), “노인계층의 여행상품 구매결정과정 특징”, 관광학연구(제22호), 한국관광학회

원종혜·이태희 (1999), “신용카드여행서비스 이용 행태에 관한 연구”, 관광학연구(제27호), 한국관광학회

이경태(1996), 『산업정책의 이론과 실제』, 산업연구원

이상춘 (1999), “여행업 조직 구성별 지각차이에 관한 연구”, 관광학연구(제27호), 한국관광학회

이선희 (1982), “국제여행알선업의 경영합리화방안에 관한 연구”, 관광학연구(제6호), 한국관광학회

이승철 (1992), 『불공정거래행위의 경쟁정책』, 한국경제연구원

----- (1999), 『공정거래경제학』, 한국경제연구원

이영관 (1999), “여행기업윤리의 실천모형 정립에 관한 연구”, 관광학연구(제28호), 한국관광학회

이완형 (1997), “Intern-Students Job Satisfaction with On-the-Job Training in Hotel and Travel Industry”, 관광학연구(제24호), 한국관광학회

임은순 (1995), “한국 여행물가지수 결정에 관한 연구”, 관광학연구(제19호), 한국관광학회

- 장병권 (1990), “국제여행업의 해외지사 경영방안에 관한 연구”, 관광학연구(제14호), 한국관광학회
- 재정경제부 (2000), 『코스닥시장 안정을 위한 시장운영개선대책』
- 정기국회 국정감사 정책자료집 2001. 6호
- 정찬중 (1987), “국제여행업의 해외지사 경영방안에 관한 연구”, 관광학연구(제11호), 한국관광학회
- 조광익 · 손대현 (1999), “여행비용모형(TCM)를 이용한 관광자원의 수요분석”, 관광학연구(제28호), 한국관광학회
- 조성찬 (1999), “여행상품 소비자 권익보호에 관한 연구”, 관광학연구(제 27호), 한국관광학회
- 조현준 (1999), “여행인솔자의 전문직화에 관한 연구”, 관광학연구(제27호), 한국관광학회
- 최낙환 · 배기철 (1999), “여행사 이미지와 고객 애호도의 관계에 관한 연구”, 관광학연구(제28호), 한국관광학회
- 최낙환 · 배기철 · 황윤룡(2000), “여행사종업원에 대한 통제수단과 개인의 판매노력 및 감독자 만족간의 관계에 관한 연구”, 관광학연구(제30호), 한국관광학회
- 최영성 · 엄서호(2000), “여행상품 가격수용범위에 관한 연구”, 관광학연구(제29호), 한국관광학회
- 통계청 (1999), 『1999년 사업체 기초통계조사 보고서』
- 한국관광개발연구원 (1997), 『한국관광연감』
- 한국관광공사 (1999), 『국민여행실태조사』
- 한국관광공사 (2000), 『관광통역안내원 채용현황조사 보고서』
- 한국관광연구원 (각년도), 『관광동향에 관한 연차보고서』
- 한국일반여행업협회, 한국관광협회중앙회 (2001. 12), 『기획여행신고 현황』
- 한국일반여행업협회 (2000), 『국제여행통계집』
- 한국일반여행업협회 (2001 1-10), 『일반여행업 관광통계』

여행신문 (2001. 1. 11일자), ‘2001년 년중캠페인- 여행문화의 격을 높이자’

여행신문 (2001. 2. 8일자), ‘여행업통합 수면위로’

여행신문 (2001. 6. 25일자), ‘랜드, 성역은 없다’

여행신문 (2001. 7. 2일자), ‘온누리, ISO 9001 인증에 도전’

여행신문 (2001. 8. 27일자), ‘예약취소 · 부도율 여전히 높아’

여행신문 (2001. 9. 27일자), ‘홀세일 직판진출 수순밟나’

여행신문(2001. 6. 11일자), ‘외국계 대형여행사 한국진출의 의미’

여행신문(2001. 6. 18일자), ‘랜드 사업다각화’

Bruno S. Frey · Werner W. Pommerehne · Friedrich Schneider · Guy Gilbert, (1984),
"Consensus and Dissension Among Economists : An Empirical Inquiry" American
Economic Review

Gerorge. J. Stigler (1968), "Barriers to Entry, Economics of Scale, and Firm Size in The
Organizations of Industry", The UNIV. of Chicago Press

Roger D. Blair · David L. Kaserman (1985), *Antitrust Economics*, Richard D. Irwin Inc.

W. Kip Viscusi · John M. Vernon · Joseph E. Harrington Jr. (1992), *Economics of Regulation
and Antitrust*, D. C. Heath and Company

Computer Industry Almanac Inc.(1999), <http://www.c-i-a.com>

JATA 법령 자료 (www.jata-net.com 자료 참조)

부 록

I. 우수여행상품인증제에 관한 규정(안)

II. 여행업 제도개선 관련 전문가 의견조사 설문지

I. 우수여행상품인증제에 관한 규정(안)

제1조(목적) 이 규정은 문화관광부가 우수여행상품을 인증함으로써 급증하는 국내·외 관광객의 여행상품 선택에 편의를 제공하고, 다양하고 전문적인 여행상품의 개발을 촉진하여 여행상품의 국제경쟁력을 제고할 목적을 갖는다.

제2조(정의) 우수여행상품이라 함은 관광객의 기대를 만족시키는 여행상품으로써 본 규정에서 정한 기준에 부합되는 것을 말한다.

제3조(시행기관) 문화관광부는 우수여행상품 인증제의 공정하고 원활한 추진을 위해서 별도의 시행기관을 지정할 수 있다.

제4조(인증의 대상범위) 외국인 국내여행·국민 해외여행·국민 국내여행 등에서 개발중이거나 유통중인 여행상품으로 시행기관에 인증을 신청한 여행상품 중 본 규정의 기준에 부합된 여행상품을 대상으로 한다.

제5조(인증의 시기) 연 2회 이상 실시한다.

제6조(인증신청과 절차) ①여행상품을 인증 받고자 하는 여행업체는 시행기관에 우수여행상품인증 신청서 등 관련 첨부서류를 작성하여 접수하여야 한다.

②신청된 여행상품에 대하여 평가위원회는 심의를 하며 이에 선정된 여행상품에 대하여는 문화관광부장관이 인증하여야 한다.

제7조(위원회 구성과 운영) ①시행기관은 우수여행상품에 대한 공정한 평가를 위하여 관계기관·관련협회·지자체 관계자·학계·언론계·법조계·소비자 단체 관계자 등으로 우수여행상품평가위원회(이하 “위원회”라 한다)를 구성한다.

②위원회는 위원장을 포함하여 15인 이내로 구성한다.

③위원회는 재적위원 2/3이상이 출석하고, 출석위원 과반수 이상의 찬성으로 의결한다.

④위원장은 시행기관의 장으로 한다.

제8조(위원회의 기능) ①인증기준의 심의와 조정

②신청여행상품의 평가

③우수여행상품의 선정

④기타 인증제와 관련한 사항

제9조(위원장의 직무) ①위원회의 의장이 된다.

②위원장은 간사를 정할 수 있다.

③위원장은 위원회 개최일로부터 2일전까지 심의 안건을 각 위원에게 배포하여야 한다.

④위원장은 내용이 경미하거나 긴급을 요하는 경우 위원장 포함하여 일부 또는 전체 위원에게 서면심의를 요청할 수 있다. 단, 서면 심의범위는 안건의 일부 또는 전부로 정할 수 있다.

⑤위원장은 표결권을 가지며 가부동수인 경우 결정권을 가진다.

⑥위원장은 심의에 필요할 경우 신청인에게 서면 또는 출석하여 의견진술을 하게 할 수 있다.

제10조(실무위원회) ①위원회는 실무위원회를 둘 수 있다.

②위원회는 위원회에 상정할 자료를 사전에 심의·조정하고, 위원회로부터 위임받은 사항을 처리하기 위하여 다음의 실무위원회를 둘 수 있다.

1.외국인 국내여행상품 실무위원회

2.국민 해외여행상품 실무위원회

3.국민 국내여행상품 실무위원회

③각 실무위원회는 위원장 1인을 포함하여 5인 이내의 위원으로 구성하고, 실무위원장은 위원장이 임명한다.

제11조(수당) 위원회 및 실무위원회에 출석한 위원에 대하여는 예산의 범위안에서 수당을 지급할 수 있다.

제12조(인증의 기준) ①위원회는 우수여행상품인증(이하 “인증”)신청서가 제출된 경우에는 다음 각호의 사항을 심의한 후 문화관광부에 심의 결과를 제출하고, 문화관광부장관은 인증의 여부를 여행업체에게 통보하도록 한다.

1.외국인 국내여행상품의 평가 항목과 기준은 다음과 같다.

가.독창성(16%): 여행상품의 구성요소인 여행지, 숙박, 음식, 교통수단 등에서 기존 상품과 차별할 수 있는 참신성과 우수성을 평가함

나.국가이미지제고(15%): 지역의 이미지 향상을 통해 우리나라의 이미지 제고 효과에 기여할 수 있는가를 평가함

다.시장성(18%): 소비자로부터의 호응도, 판매된 규모 등을 평가함

라.만족도(22%): 여행지, 숙박, 교통수단 등의 여행내용만족도, 안내원과 종사원에 대한 서비스 만족도와 계약조건의 이행에 대한 형식 만족도 등을 평가함

마.가격 적정성(13%): 초저가 여행상품과 호화 여행상품을 방지하지 하는 등 적절한 가격의 여부를 평가함

바.소비자 보호(16%): 보험, 안전대책 등의 소비자 보호 안전 장치 여부를 평가함

2.내국인 해외여행상품의 평가 항목과 기준은 다음과 같다.

가.독창성(14%): 여행상품의 구성요소인 여행지, 숙박, 음식, 교통수단 등에서 기존 상품과 차별할 수 있는 참신성과 우수성을 평가함

나.가격 적정성(13%): 초저가 여행상품과 호화 여행상품을 방지하지 하는 등 적절한 가격의 여부를 평가함

다.시장성(12%): 소비자로부터의 호응도, 판매된 규모 등을 평가함

라.건전성(14%): 매춘, 퇴폐, 호화 사치관광 등을 지양한 여행의 건전도를 평가함

마.만족도(19%): 여행지, 숙박, 교통수단 등의 여행내용만족도, 가이드와 통역관등의 서비스 만족도 그리고 계약조건의 이행에 대한 형식 만족도를 평가함

바.교육성(8%): 여행지역의 문화, 역사 등을 통한 교육적 효과를 평가함

사.환경보호(5%): 밀렵 등과 관련한 환경보호 측면을 평가함

아.소비자 보호(15%): 보험 등의 소비자 보호 안전 장치 여부를 평가함

3.내국인 국내여행상품의 평가 항목과 기준은 다음과 같다.

가.독창성(15%): 여행상품의 구성요소인 여행지, 숙박, 음식, 교통수단 등에서 기존 상품과 차별할 수 있는 참신성과 우수성을 평가함

나.가격 적정성(15%): 초저가 여행상품과 호화 여행상품을 방지하지 하는 등 적절한 가격의 여부를 평가함

- 다.시장성(10%): 소비자로부터의 호응도, 판매된 규모 등을 평가함
- 라.건전성(13): 매춘, 퇴폐, 호화 사치관광 등을 지양한 여행의 건전도를 평가함
- 마.만족도(20%): 여행지, 숙박, 교통수단 등의 여행내용만족도, 가이드와 통역관등의 서비스 만족도 그리고 계약조건의 이행에 대한 형식 만족도를 평가함
- 바.교육성(10%): 여행지역의 문화, 역사 등을 통한 교육적 효과를 평가함
- 사.환경보호(5%): 밀렵 등과 관련한 환경보호 측면을 평가함
- 아.소비자 보호(12%): 보험 등의 소비자 보호 안전 장치 여부를 평가함
- ②상품별 각 항목과 가중치는 위원회가 상황에 맞게 조정할 수 있다.

제12조(소비자만족도 평가방법) ①소비자만족도 조사 평가 방법

- 1.우수여행상품의 인증을 신청한 여행업체는 시행기관에 해당 여행상품 구매자의 인적사항을 제출하여야 한다.
- 2.시행기관에서는 표준설문지를 여행업소에 배부하도록 하며 시행기관에서 수거하도록 한다.
- 3.조사방법은 다음과 같다.
 - 가. 우 편
 - 나. 전 화
 - 다. 모사전송 등 기타
- 4.우편엽서의 경우에는 우편요금을 시행기관의 부담으로 한다.

제13조(평가결과 통보) ①평가는 신청서를 접수한 날로부터 통상 30일이내에 완료하고, 평가결과는 심의·확정일로부터 7일이내에 신청인에게 통보한다. 단, 부득이한 사유로 기간이 초과하는 경우에는 그 사유를 신청인에게 통보한다.

②평가결과가 적격인 업체에 대해서는 문화관광부장관이 평가자의 성명과 서명(날인)이 기재된 우수여행상품인증서를 발급한다.

제14조(평가 수수료) ①인증제 시행의 원활한 추진을 위하여 실비 범위내에서 평가수수료를 부과할 수 있다.

②수수료는 금융기관을 통한 수납을 원칙으로 하며, 납부시 발생하는 송금수수료등은 인증서발급의뢰자가 부담한다. 납입된 수수료는 시행기관 회계과에 수입·의뢰하여야 한다.

제15조(이의신청에 의한 재평가) 인증 부적격으로 통보 받은 업체가 1개월 이내에 객관적인 입증자료를 첨부하여 이의신청을 하는 경우 위원회는 이의신청의 타당성이 인정될 시 재평가를 실시한다.

제16조(인증의 유효기간) 인증 후 유효기간은 1년으로 한다.

제17조(인증취소) 인증제의 취지에 어긋나며, 인증에 유지되고 있지 않음이 확인되었을 때에는 문화관광부장관은 그 자격을 취소할 수 있다.

제18조(지도·감독 등) 문화관광부장관은 인증 후 인증의 유지관리의 확인점검을 위해 정기검사, 임시검사, 특별 검사 등의 점검을 실시할 수 있으며, 점검결과를 통보 받은 여행업체는 지체 없이 시정 또는 개선 등의 필요한 조치를 하여야 한다.

제19조(지원과 홍보) ①문화관광부장관과 시행기관은 인증 여행상품을 지원하기 위하여 필요한 조치를 하여야 한다.

②인증제와 관련된 기관 또는 단체에서는 인증의 결과를 관광객이 널리 알 수 있도록 인쇄매체·전파매체·기타 수단을 통하여 홍보하여야 한다.

제20조(자료의 제출등) 위원회는 인증을 위하여 필요하다고 인정될 때에는 여행업체에 대하여 자료의 제출이나 의견의 제시를 요구할 수 있다.

제21조(추진현황 보고) 시행기관장은 매년 말 인증현황을 종합·작성하여 익년도 12월 31일까지 문화관광부장관에게 보고하여야 한다.

제22조(예산의 정산) ①인증제 예산에 대한 정산 검토는 문화관광부장관이 이를 행한다.

②인증제의 시행기관에서는 예산의 인증이 완료된 때에는 인증제 정산서를 작성하여 문화관광부장관에게 지체 없이 제출하여야 한다.

③예산의 잔액이 있는 경우에는 이를 문화관광부장관에게 반납하도록 한다.

부 칙

제1조(시행일) 이 규정은 2002년 2월 1일부터 시행한다.

II. 여행업 제도개선 관련 전문가 의견조사 설문지

한 국 관 광 연 구 원

KOREA TOURISM RESEARCH INSTITUTE

여행업 제도 개선방안에 대한 여행업체 의견조사

- 전문가 -

NO.				
-----	--	--	--	--

안녕하십니까?

한국관광연구원은 문화관광부 산하 연구기관으로 정부의 관광정책수립지원 및 관광산업발전을 위한 각종 정책개발연구를 전담하여 수행하고 있습니다.

본 조사는 당 연구원에서 현재 수행하고 있는 “여행업 제도개선 방안” 연구의 효율적 추진을 위한 여행업체 의견조사입니다. 응답해주신 내용은 연구에 반영되어 우리나라 여행업의 경쟁력강화에 기여하게 될 것이며, 본 설문지는 연구의 기초자료로만 이용되고 대외적으로 공개되지 않을 것입니다.

본 연구를 위하여 협조해 주시면 대단히 감사하겠습니다.

한국관광연구원장 이 연 택

담당자: 김 상 태

주 소: (우)110-062, 서울 종로구 신문로 2가 1-38 내자빌딩

연락처: TEL (02) 3704-0620

FAX (02) 723-3015~6

문1) 현재 우리나라의 여행업의 종류는 영업범위에 따라 일반여행업, 국외여행업, 국내여행업으로 분류되어 있습니다. 이러한 구분에 대한 선생님의 의견은 어떻게습니까?

- ①매우 걱정하지 않다 ②걱정하지 않다 ③보통이다 ④걱정하다 ⑤ 매우 걱정하다

문1-1) 만일 수정이 필요하다고 생각하시면 어떤 식으로 했으면 좋겠습니까? 선생님의 의견을 적어주십시오

$$\left(\begin{array}{c} \text{ } \end{array} \right)$$

문2) 현재 우리나라 여행업은 전문적으로 여행상품을 기획·생산하는 기능을 갖는 대형 도매업과 소매업의 기능이 분리되어 있지 않습니다. 귀하는 제도적으로 여행업의 업태를 도·소매업으로 분리하는 방안에 대해 찬성하십니까?

- ① 찬성 ② 반대 ③ 잘 모르겠다

문3) 여행업보증보험의 변상대상은 실제 여행업체가 자체적인 변상능력이 없는 경우 폐업 또는 등록취소 등의 경우에만 해당됩니다. 또한 기획여행상품을 판매하는 여행사는 5억 이상 가입의무조항이 있기는 하나 피해를 입은 전체 여행객에게 충분한 피해보상이 불가능한 형편입니다. 다음 중 어떠한 대책안이 적절하다고 생각하십니까?

- ①금액의 상향조정 ②차액에 대한 정부의 보상
③여행업자별 매출액에 따른 탄력적 운용 ④기타()

여행업의 등록을 한 자는 그 사업을 개시하기 전에 여행알선과 관련한 사고로 인하여 여행자에게 피해를 준 경우 그 손해를 배상할 것을 내용으로 하는 보증보험 또는 공제에 가입하거나 업종별 관광협회에 영업보증금을 예치하고 당해 사업을 하는 동안 계속하여 이를 유지하여야 한다.

여행업의 가입 또는 예치하고 이를 유지하여야 할 보증보험들의 가입금액 또는 영업보증금의 예치금액은 일반여행업의 경우 5천만원이상, 국외여행업의 경우 3천만원, 국내여행업의 경우 2천만원으로 되어있다.

문4) 현행 일반여행업은 문화관광부에 등록을 하고 있으나, 연내에 각 시·도로 이양할 계획을 밝히고 있습니다. 시·도로 등록권 이양의 시행에 대한 의견은 어떻습니까?

- ① 전면적 실시 ② 시범실시 후 확대 ③ 연기 ④ 시행 불필요

4-1) 전면적 실시를 반대하신다면, 그 이유는 무엇입니까?

- ① 준비기간 부족 ② 일관적 정책 필요 ③ 기타()

문5) 여행수배업체측에서는 불법 영업체의 난립 방지, 여행상품 유통구조의 투명화, 여행의 건전화, 법적 근거 마련 등의 이유로 찬성하고 있습니다. 하지만 기존 여행업체측에서는 여행상품 가격의 상승과 그로 인한 매출 감소, 여행수배업체와의 거래에 있어 부가가치세 등의 각종 세금의 부과 등의 이유로 해서 여행상품의 유통경로상의 여행수배업을 제도권에 편입해야 한다는 의견에 반대하고 있습니다. 귀하는 여행수배업 제도권 편입에 대하여 어떻게 생각하십니까?

- ① 찬성 ② 반대 ③ 잘 모르겠다

문6) 여행상품 유통과정상 불공정 거래가 가장 많이 발생할 것이라고 생각하시는 순서대로 답해주시시오.

- ① 항공사와 여행사간 ② 도매여행사와 소매여행사간
③ 송출여행사와 지방여행사 ④ 여행사와 숙박, 기념품, 및 음식점 등

(- - -)

문7) 현재 조저가 여행상품으로 인한 유통과정상에 문제가 발생하고 있습니다. 귀하는 이를 해결하기 위한 개선책으로 어떠한 방법이 가장 타당하다고 생각하십니까?

- ① 업계의 자율적인 규제 ② 정부주도적 지도·감독 ③ 관광불편신고에 접수된 업체 공개
④ 기타()

문8) 여행업계의 모객 경쟁이 심해지면서 업체간 과도한 광고경쟁을 함에 따라 과도하게 광고비 지출을 하고 있습니다. 이러한 과당 광고를 규제 할 수 있는 방법 중 어떠한 방법이 가장 타당하다고 생각하십니까?

- ①업계의 자율적 규제 ②법적 규제 검토 ③기타()

문9) 현재 관광불편신고를 한국관광공사, 일반여행업협회, 소비자 단체, 지방자치단체에 나누어 접수수를 받고 있으므로 중복접수사항의 여부가 확인이 불가능한 실정이며, 종합적인 피해상황을 파악하기 힘들다고 생각합니다. 이에 조직적 관리의 필요성이 제기되므로 한국관광공사에서 총괄적으로 접수하여 체계적인 사후 처리를 하는 것에 대하여 선생님의 의견은 어떻습니까?

- ①타당하지 않다 ②보통이다 ③타당하다 ④기타()

여행업 관련 관광불편신고는 한국관광공사, 일반여행업협회, 각 지역별 관광협회 및 각 지자체 소비자 불편신고센터, 소비자 보호원 등에서 접수 및 사후 처리를 하고 있음

문10) 문화관광부에서는 우수여행상품인증제를 시행할 계획을 가지고 있습니다. 이에 대하여 어떻게 생각하십니까?

- ①찬성 ②반대 ③잘 모르겠다

문10-1) 우수여행상품인증제의 평가 항목을 다음과 같이 인바운드와 아웃바운드로 나누어 설정하였습니다. 인바운드에서는 독창성, 국가이미지제고, 시장성, 만족도, 가격 적정성, 소비자 보호로, 또한 아웃바운드에서 독창성, 가격 적정성, 시장성, 만족도, 교육성, 환경보호, 소비자 보호로 평가 항목을 설정하였습니다. 귀하께서는 위와 같은 평가항목이 적절하다고 생각하십니까? 이외에 추가할 항목이 있으시면 기재해주십시오.

(인바운드:)

(아웃바운드:)

< 인바운드 평가항목의 정의 >

구 분	내 용
독창성	여행상품의 구성요소인 여행지, 숙박, 음식, 교통수단 등에서 다른 상품과 차별할 수 있는 참신성과 우수성을 평가함
국가이미지 제고 기여성	지역의 이미지 개선이 우리나라의 이미지 제고 효과에 기여할 수 있는가를 평가함
시장성	소비자로부터의 호응도, 판매된 규모 등을 평가함
만족도	여행지, 숙박, 교통수단 등의 여행내용만족도, 가이드와 통역관등의 서비스 만족도와 계약조건의 이행에 대한 형식 만족도를 평가함
가격적정성	수익성을 고려하여 초저가 여행상품과 바가지 여행상품의 방지하기 위한 적절한 가격의 여부를 평가함
소비자 보호	보험 등의 소비자 보호 안전 장치 여부를 평가함

<아웃바운드 평가항목의 정의>

구 분	내 용
독창성	여행상품의 구성요소인 여행지, 숙박, 음식, 교통수단 등에서 다른 상품과 차별할 수 있는 참신성과 우수성을 평가함
가격 적정성	수익성을 고려하여 초저가 여행상품과 바가지 여행상품의 방지하기 위한 적절한 가격의 여부를 평가함
시장성	소비자로부터의 호응도, 판매된 규모 등을 포함함
건전성	매춘, 퇴폐, 호화 사치관광 등을 지양한 여행의 건전도를 평가함
만족도	여행지, 숙박, 교통수단 등의 여행내용만족도, 가이드와 통역관등의 서비스 만족도 그리고 계약조건의 이행에 대한 형식 만족도를 평가함
교육성	여행지역의 문화, 역사 등을 통한 교육적 효과를 평가함
환경보호	밀렵 등과 관련한 환경보호 측면을 평가함
소비자 보호	보험 등의 소비자 보호 안전 장치 여부를 평가함

문10-5) 위와 같이 설정된 평가 항목들 중에서 인바운드와 아웃바운드에서 중요도를 백분율로 나타내어 주십시오.

< 평가항목 >

구분	항목	중요도(%)	구분	항목	중요도(%)
인바운드	독창성		아웃바운드	독창성	
	국가이미지 제고			가격 적정성	
	시장성			시장성	
	만족도			건전성	
	가격 적정성			만족도	
	소비자 보호			교육성	
				환경 보호	
				소비자 보호	

문11) 현행 관광진흥법 시행규칙 별표 2와 별표 3에 따르면 위반행위별 과징금 부과금액 및 행정 처분을 살펴보면, 그 금액의 정도가 업체에 효과적인 영향을 미치기에는 미미한 실정이다. 이에 따라 과징금 부과액과 행정처분의 실효성 확보가 가 필요하다는 의견이 있습니다.

문11-1) 각 항목별 현행 행정처분의 적정성에 대해 어떻게 생각하십니까?

<관광진흥법 시행령 별표 2 행정처분의 기준>

위반행위	근거 법령	현행 행정처분				적정성 여부
		1차 위반	2차 위반	3차 위반	4차 위반	
5.보험 또는 공제에 가입하지 아니하거나 영업보증금을 예치하지 아니한 때	법 제33조	경고	사업 정지 1월	취소(신고업종의 경우에는 사업정지 3월)	신고업종의 경우에는 사업정지 6월	
7.기획여행의 실시요건 또는 실시 방법에 위반하여 기획여행을 실시한 때	법 제33조	사업 정지 15일	사업 정지 1월	사업 정지 3월	취소	
8.요건에 적합하지 아니한 자가 국외여행을 인솔한 때	법 제33조	사업 정지 10일	사업 정지 20일	사업 정지 1월	사업 정지 3월	
21.관광종사원이 교육을 받도록 협조하지 아니한 때	법 제33조	경고	사업 정지 5일	사업 정지 10일	사업 정지 1월	

11-2) 각 항목별로 행정처분이 적정하지 못하다고 생각하신다면, 어느 정도의 처분이 적정하다고 생각하시는지 의견을 적어 주십시오.

위반행위	행 정 처 분			
	1차 위반	2차 위반	3차 위반	4차 위반
5.보험 또는 공제에 가입하지 아니하거나 영업보증금을 예치하지 아니한 때				
7.기획여행의 실시요건 또는 실시 방법에 위반하여 기획여행을 실시한 때				
8.요건에 적합하지 아니한 자가 국외여행을 인솔한 때				
21.관광종사원이 교육을 받도록 협조하지 아니한 때				

문11-3) 각 항목별 현행 과징금 부과액의 적정성에 대해 어떻게 생각하십니까?

<관광진흥법 시행령 별표3 위반행위별 과징금 부가기준>

위반행위	해당 법조문	현행 과징금			적정성 여부
		일반 여행업	국외 여행업	국내 여행업	
3.관광사업자 또는 사업계획 승인을 얻은 자의 지위승계 후 승계신고를 하지 아니한 때	법제8조	100만원	50만원	50만원	
4.기획여행의 실시요건 또는 실시 방법에 위반하여 기획여행을 실시한 때	법제12조	200만원	100만원	-	
5.문화관광부령이 정하는 요건에 적합하지 아니한 자가 국외여행을 인솔한 때	법제13조	100만원	50만원	-	
9. 가.사업에 관한 보고 또는 서류의 제출명령을 이행하지 아니한 때	법제73조	200만원	100만원	100만원	
나.관계공무원의 장부·서류 기타 물건의 검사를 방해한 때	법제73조	200만원	100만원	100만원	
11.관광종사원이 교육을 받도록 협조를 하지 아니한 때	법제37조	30만원	20만원	20만원	

11-4) 각 항목별로 과징금 부가금액이 적정하지 못하다고 생각하신다면, 어느 정도의 금액이 적정하다고 생각하시는지 의견을 적어 주십시오

위반행위	과징금 부가금액		
	일반여행업	국외여행업	국내여행업
3.관광사업자 또는 사업계획 승인을 얻은 자의 지위승계 후 승계신고를 하지 아니한 때			
4.기획여행의 실시요건 또는 실시 방법에 위반하여 기획여행을 실시한 때			
5.문화관광부령이 정하는 요건에 적합하지 아니한 자가 국외여행을 인솔한 때			
9.가사업에 관한 보고 또는 서류의 제출명령을 이행하지 아니한 때			
나.관계공무원의 장부·서류 기타 물건의 검사를 방해한 때			
11.관광종사원이 교육을 받도록 협조를 하지 아니한 때			

문12) 관광산업의 건전한 발전과 관광사업자의 복리증진을 목적으로 하는 한국관광협회 중앙회와 일반여행업체들의 상호간의 연대, 협조와 여행업의 건전한 발전과 회원의 권익 증진을 목적으로 하는 일반여행업협회가 취지대로 역할을 수행하고 있다고 생각하십니까?

①매우 그렇다 ②그렇다 ③보통이다 ④그렇지 못하다 ⑤매우 그렇지 못하다

문13) 우리나라 관광산업의 중심축으로 해외 관광시장 개척 및 국민관광진흥 활동을 목적으로 하는 한국관광공사가 취지대로 역할을 수행하고 있다고 생각하십니까?

①매우 그렇다 ②그렇다 ③보통이다 ④그렇지 못하다 ⑤매우 그렇지 못하다

문14) 다음과 같은 여행업 관련 정책이 집행중입니다. 정책 실효성에 대하여 귀하는 어떻게 생각하십니까?

구분	주요정책	실효성 정도				
		전혀 없음		보통		매우 있음
규제	여행업의 영업범위에 따른 업종 구분	①	②	③	④	⑤
	기획여행제도	①	②	③	④	⑤
	소비자 관광불편신고제도	①	②	③	④	⑤
	영업보증금, 공제보험	①	②	③	④	⑤
	여행공제회	①	②	③	④	⑤
	여행업 표준약관	①	②	③	④	⑤
	여행업 지도 점검	①	②	③	④	⑤
	여행상품의 불공정 유통거래의 규제	①	②	③	④	⑤
	과당·과장·허위광고의 규제	①	②	③	④	⑤
지원	관광진흥개발기금 지원	①	②	③	④	⑤
	세제 지원(여행사 영세율)	①	②	③	④	⑤
	인력지원(관광통역안내원, 국외여행인솔자, 국내여행안내원 등)	①	②	③	④	⑤
	관광벤처기업 지정	①	②	③	④	⑤
	우수여행사 제도	①	②	③	④	⑤
	사업체 단체에 대한 지원	①	②	③	④	⑤
	중국여행사 지정제도	①	②	③	④	⑤

문15) 1998년 제1기 규제개혁위원회의 권고에 따라 시장질서유지와 소비자보호 등을 위해 다음과 같은 규정된 규제사항이 삭제됨으로써, 정부가 사회 문제화된 여행업의 문제에 효율적으로 대처하기 어려워졌습니다. 규제 개혁 차원에서 삭제의 타당성 정도에 대해 어떻게 생각하십니까?

	95년 관광진흥법 삭제 조항	삭제의 타당성 정도				
		전혀 타당 하지 않음		보통		매우 타당 함
제6조 2 연락사무소 의 신고	①외국여행업자와 업무연결을 하거나 대가를 받지 아니하고 여행에 관한 정보제공 등의 업무를 하기 위하여 외국여행업자의 연결사업소를 개발한 자는 문화체육부장관에게 신고하여야 한다.	①	②	③	④	⑤
	②①의 규정에 의하여 신고하여 할 사항 및 절차는 문화체육부령으로 정한다.<본제신설 93.12.27>	①	②	③	④	⑤
제10조 금지행위	①관광사업자 또는 사업계획의 승인을 얻은 자는 다음 각호의 행위를 하여서는 아니된다. 1.관광사업의 경영 또는 사업계획을 추진함에 있어서 사위 기타 부정한 방법을 사용하는 행위	①	②	③	④	⑤
	2.관광사업의 경영 또는 사업계획을 추진함에 있어서 부당한 수수료나 금품을 수수하는 행위	①	②	③	④	⑤
	3.관광사업의 경영 또는 사업계획을 추진함에 있어서 규약이나 약관을 위반하는 행위	①	②	③	④	⑤
	4.관광사업자 상호간의 과당 경쟁을 하는 행위	①	②	③	④	⑤
	5.규정에서 정하는 분양, 회원모집 기타 운영에 관한 기준을 위반하는 행위	①	②	③	④	⑤
	6.기타 대통령령이 정하는 관광진흥을 저해하는 행위	①	②	③	④	⑤
제16조 기획여행의 신고 등	①여행업을 경영하는 자가 기획여행을 실시하고자 할 경우에는 문화체육부장관에게 신고하여야 한다. 신고한 사항을 변경하고자 할 때에도 또한 같다.	①	②	③	④	⑤
	②①의 규정에 의한 기획여행의 신고, 실시요건 및 방법에 관하여 필요한 사항은 문화체육부령으로 정한다.<전면개정 93.12.27>	①	②	③	④	⑤
제16조 2 여행계약서 교부 등	여행업을 경영하는 자는 여행자와 여행계약을 체결하는 때에는 당해 여행서비스에 관한 내용 기타 문화체육부령이 정하는 사항을 기재한 계약서를 교부하고, 이를 여행자에게 설명하여야 한다.<본제신설 93.12.27>	①	②	③	④	⑤
제55조 권한의 위 임 · 수탁 등	③문화체육부장의 권한을 다음의 대통령령이 정하는 바에 의하여 한국관광공사·협회 또는 지역별·업종별 관광협회나 기타 문화체육부장관이 지정하는 전문연구·감사기관에 수탁할 수 있다.<개정 94.8.3>	①	②	③	④	⑤
	4. 규정에 의한 기획여행의 신고	①	②	③	④	⑤

저자약력

김상태(金相兌)

現在 한국관광연구원 연구위원

여행업 제도 개선방안

발행인	이 연 택
발행처	한국관광연구원 서울시 종로구 신문로 2가 1-38, 내자빌딩 전화: 02-3704-0600 팩스 02-723-3015~6
인쇄일	2001년 12월 31일
발행일	2001년 12월 30일
인쇄인	라인피아

A Study on Supporting Measures for Improving the Travel Agency Industry

Sangtae, Kim

Introduction

Related Work and Research

Policies and Cases Analysis in Travel Agencies

Survey Results

Supporting Measures for the Policies

Conclusion

한국관광연구원

ISBN -----