

2002년을 위한 여행업환경의 기능과 역할에 관한 연구

林憲國*

<目次>

I 서론	IV 2002년 여행업 환경대응을 위한 기능과 역할전망
1. 연구목적	1. 여행업 환경의 개념
2. 연구방법 및 연구범위	2. 2002년 여행업 환경의 기능전망
II 여행업의 기능	3. 2002년 여행업 환경의 역할전망
1. 여행업기능의 정의	V 결론
2. 여행업 증가의 배경	* 참고문헌
3. 우리나라 여행의 발전사	* ABSTRACT
III 관광 진흥법상의 여행업 내용	
1. 여행업의 관념과 분포	
2. 여행업의 수수료와 계약	
3. 2002년 여행업의 기능과 역할	

I. 서론

우리나라는 90년대에 들어 국민소득 10,000\$시대에 진입함으로써 국민들의 여가 활동에 대한 수요가 크게 늘고 있다. 그러한 영향으로 여행업의 증가도 꾸준하게 계속 되고 있다. 또한, 인구의 도시 집중화, 자가용 승용차의 급속한 보급으로 우리나라는 바야흐로 국민여행시대가 열리고 있다. 95년도 한국관광공사 통계 자료에 의하면 외국인 375만명 입국에 내국인 출국자가 415만명, 입국자 일인당 평균소비액 1,491\$인 반면에 출국자 일인당 평균소비액 1,666\$로 국제관광수지에

* 정읍공업전문대학 관광경영과 전임강사

서 약 3억불의 적자를 기록하여 우리나라 관광산업발전에 어두운 그림자를 드리우고 있다. 그것은 86년과 88년 올림픽개최 이후 관광산업에 대한 투자와 노력이 최선을 다하지 못한 결과이기도 하다.

최근 여행전문지 Business Traveller에 의하면 96년 아·태지역 주요 관광목적지별 선호도에서 서울이 총46개 도시 중 39위를 외국인 친절도 42위, 택시서비스 43위, 첫인상, 도시미관, 볼거리, 길 찾기, 물가, 쇼핑, 먹거리등 모든 항목이 30위권에 머물러 있는 것이 바로 우리나라 관광산업의 현주소이기도 하다.

우리나라는 2000년에 ASEM과 2002년 월드컵을 유치하므로써 대형 관광이벤트를 개최해야 한다. 우리는 2002년을 목표로 세계각국의 사람들에게 한국관광의 아름다움과 매력을 느껴볼 수 있도록 하고 내국인들에게는 국내여행의 즐거움과 여행질서, 여행문화를 창조하여 관광선진국의 원년이 될 수 있도록 지금부터 준비를 해야한다. 따라서 다가오는 2002년에는 우리나라 여행업의 관광산업을 선도하는 향도가 될 수 있도록 여행업의 기능과 그 역할에 대하여 이론적으로 그 방향을 제시하고자 한다. 물론 정부와 한국관광공사에서 관광정책에 대한 입안과 결정을 집행해나가겠지만 중소기업 내지는 영세기업인 여행업체의 새로운 기능과 역할에 대하여 한계가 있을 수 있음을 부언해 두고자한다

1. 연구목적

본 연구에서는 2000년 ASEM과 2002년 월드컵개최등 대형관광이벤트를 맞이하여 학문적으로 우리나라 여행업의 장래의 기능과 역할에 대한 새로운 방향을 제시하고자 한다.

첫째, 사회적, 경제적 환경과 기업적 환경, 그리고 여행자(client)의 욕구변화 등에 대한 2002년의 여행업 기능과 역할을 고찰해보고자 한다.

둘째, 우리나라 여행업의 환경이 변화하는 요인들에 대한 것을 몇 가지 측면에서 고찰하여 미래의 여행업의 방향을 고찰해보고자 한다.

2. 연구방법 및 연구범위

본 연구방법으로는 본 논제와 관련된 각종 연구논문, 정부간행물, 서적을 비교 연구하는 문헌연구를 바탕으로 통계자료를 이용하여 본 연구의 타당성을 높이고

다른 여러 나라와 비교하는 비교연구 방법을 택하였다.

한편, 연구범위는 우리나라 여행업으로 한정하고 1960년대부터 1990년대까지의 시간적인 범위를 가지고 여행업 환경에 관하여 고찰하고자 한다.

II. 여행업의 기능

1. 여행업 기능의 정의

여행업의 기본적 기능은 여행자와 여행관련기업이나 여행시설업자(Principal)의 사이에서 여행에 관한 정보를 중개해주는(mediation) 기능을 주된 특성으로 하고 있다. 이러한 본래의 기능은 여행자들의 욕구와 사회적, 경제적 변화에 따라 점차 그 기능이 다양화되고 세분화되면서 전문성을 필요로 하는 추세를 나타내고 있다. 제4장에서 미래의 여행업의 기능과 역할을 고찰해보기로 하고 우선 기본적인 여행업의 기능을 살펴보면 다음과 같다.¹⁾

1) 상담업무 기능

여행은 떠나는 것만으로는 해결 될 수 없다. 여행자는 사전에 여행목적지, 여행기간, 여행비용, 여행코스, 숙박시설, 교통편 등등 여행의 전반에 관해 전문가(여행사직원)의 조언과 현지정보, 안내를 받아 여행을 계획하는 것이 훨씬 경제적이다.

2) 대리업무 기능

여행업은 항공사, 선박회사, 철도회사 등 교통운송기관과 호텔 등과 같은 숙박시설 및 기타 여행관련시설업자를 대리하여 항공권이나 숙박 및 시설이용의 예약을 대행해 주며 여행자를 대리하여 여권·VISA 발급을 위한 수속업무도 대행한다.

3) 알선 업무기능

알선이란 용어는 타의적인 것이 특징이다. 그러나 관광진흥법에서의 mediation이란 운송과 숙박 및 기타의 부수적인 업무의 알선과 편의제공 행위로

1) 林憲國, 旅行社經營論, 技文社, 1997, P.P 49-50

규정하고 있다.²⁾

4) 서비스업무 기능

여행업은 여행자에게 친절한 서비스 제공을 생명으로 해야한다. 여행에 관한 모든 정보와 여행지식을 여행자에게 상세하고 자세하게 안내해 주어야 한다. 현지관광에 관한 정보, 출입국시 수속, 예약, 탑승에 관한 안내 등 서비스업무는 여행의 시작에서부터 끝날 때까지 매우 중요하다.

5) 판매업무 기능

여행상품의 구매자는 바로 여행자이다. 항공권, 호텔 숙박권, 철도 승차권 등의 판매뿐만 아니라 패키지 투어(Package tour)같은 여행상품을 여행자에게 효과적으로 판매하는 것을 말한다. 여행자의 행태 분석과 수급전망, 계절적 요인 등은 판매업무와 밀접한 관계에 있다.

2. 여행업 증가의 배경

1845년 영국의 토마스 쿡(Thomas Cook)에 의하여 세계최초의 여행업이 시작된 이래 제2차 세계대전 이후 여행업은 가장 유망한 사업으로 각광받고 있다. 오늘날 여행업이 증가하게 된 배경에는 다음과 같은 요인들이 작용하기 때문이다.³⁾

1) 생활수준 향상

산업기술의 발달과 기계화에 의한 생산방식으로 대량생산과 대량소비가 이루어지면서 경제가 점차 확대되고 발전해 감에 따라 각국의 국민소득은 향상되었고 이에 따라 개인의 가처분소득도 또한 증대되었다. 그리하여 경제적 생활수준의 향상과 함께 의·식·주 비용에 비하여 문화생활에 드는 비용이 증대되었으며 그 중에서 여행비용의 증가가 두드러지게 나타났다.

2) 여가시간 증대

과학기술이 발달하고 기계문명이 향상되어 이것이 인간생활과 생산활동에 널리

2) 이항구, 관광법통론, 백산출판사, P.P 58-60

3) 李仙熙, 여행업경영개론, 대왕사, 1996. P.P 88-89

보급되면 인적노동력은 점차 줄어들게 된다. 그것은 산업기계의 혁신에 따른 공장작업 과정의 자동화로 나타나게 되고 또 컴퓨터 보급에 따른 사무기계화가 추진되는 양상으로 변화한다.

이와 같은 생산체계의 자동화, 영농의 기계화, 가전제품의 발달과 보급, 사무자동화 등이 이루어짐으로써 근로시간이 단축되고 현대인은 점점 많은 여가 시간을 갖게 된다. 선진국가의 국민들은 여가욕구를 건전한 오락과 휴식생활로 이를 통한 자기개발의 계기로 삼고자 여행을 추구하려는 경향을 강하게 나타내고 있다.

3) 교통 운송수단 발달

제2차 세계대전 이후 첨단 산업기술의 발달은 거리와 공간을 축소시키고 항공기를 대형화시킴으로서 최적의 교통 운송수단으로 등장 시켰다.

항공기의 고속화는 시간절약을 가져왔으며 쾌적성을 높이기 위해 기내시설과 서비스에 최선을 다해 여행자의 요구에 부응하였으며 항공기의 대형화로 대량운송에 의한 운임의 저렴화가 가능해져 여행자들의 해외여행욕구를 자극시키게 되었다.

철도여행 또한 유럽이나 미국·일본 등에서 장거리여행의 적합한 교통 운송수단으로 자리 잡았다. 이미 유레일 패스는 유럽대륙을 여행하는 여행자들에게 특히, 외국인들에게 인기 있는 대중교통수단으로 이용되고 있다. 또한 최근에는 유람선 관광(Cruise tour)이 세계적으로 각광을 받고 있어 머지않아 호화유람선으로 세계일주 여행을 하는 관광객들이 매년 증가할 것으로 예상되고 있다.

4) 여행자 계층 확대

의료기술의 발달로 인간의 평균 수명이 길어져 고령화 사회가 되어가고 사회복지제도의 확립으로 연금 생활자들이 늘어가고 있다. 가정으로부터 여성들의 해방과 더불어 사회참여의 기회가 넓어지고 여성들의 사회적인 지위가 향상됨으로 인하여 여행이 크게 증가하였다. 또한 청소년들의 수학여행, 견학 등 여행자계층이 점점 확대되어 가고 있다.

5) 교육수준 향상

우리는 지금 평생교육이라는 시대에 살고 있다. 교육수준이 향상되고 국민소득이 늘어나면 인간은 부로부터 얻게되는 만족에만 그치지 않고 간접적으로 알고

있는 지식을 직접 현장으로가 확인하고자 하는 욕구가 강력하게 발현된다. 이러한 욕구는 사회적 욕구로서 국내보다는 해외여행을 선호하는 경향으로 이어져 세계각국을 여행하는 민간외교사절로서의 일익을 담당할 수 있을 것이다. 결국 교육수준의 향상은 국제여행에 대한 욕구를 자극시키는 하나의 원동력이 될 것이다.

6) 세계교역 증대

국가간에 교역량이 확대되면 인적교류의 증가를 가져오기 마련이다. 자원과 기술에 관한 상호교환 및 이해를 증진시키기 위해서는 국가간의 무역거래가 필수적인 것이다. 세계무역의 활성화는 수많은 비즈니스 여행자를 만들어내는 요인으로 작용하기 때문이다.

3. 우리나라 여행의 발전사4)

우리나라는 삼국시대로부터 근세조선시대에 이르기까지 불교문화권의 나라로 우리 민족의 생활양식, 정치, 문화제도 등 모든 면에서 불교의 영향을 받아왔다. 따라서 여행이나 관광활동도 불교가 정착되면서 전국명지에 사찰이 생겨남에 따라 신도들을 중심으로 불교봉축행사참가와 산중의 사찰을 찾는 국교적인 목적 아래 여행의 형태인 관광이 생성되었다고 할 수 있다. 따라서 종교적 의미에서의 사찰의 참배와 유명사찰의 순례는 고대 유럽에서의 신전과 성지참배와 유사한 성격을 띄는 원시 관광 형태라 하겠다. 신라시대에 들어서 주요 도시와 사찰을 연결하는 도로가 생기고 고려시대에 들어와서는 전국에 22개의 도로망과 528 개에 이르는 역점이 생겨나면서 국민의 이동이 점점 늘어나게 되었다. 조선시대에 들어서면서 전국에 41 개의 노선과 50 개의 역, 1,200개의 원이 설치되어 서울을 중심으로 각지에 교통망이 발달되어 지역과 지역간의 원활한 교류로 국민의 여행과 매년 정기적으로 개최되는 그 지방 특유의 민속행사(씨름대회, 그네 타기, 줄다리기 등)참가, 천렵, 뱃놀이 등 우리 고유의 서민중심의 민속놀이 형태인 여행현상이 많이 나타나게 되었다. 이처럼 일상생활권을 벗어난 인간의 단순한 장소적 이동의 형식에서 출발한, 우리나라의 초기의 관광형태는 종교의식에의 참가, 무속 신앙적인 산신각, 신목사당 등의 심방, 사찰행사, 또는 민속행사에의 참관 등과 신라시대의 화랑도에 의한 심신수련 여행, 그리고 조선시대의 시인, 풍류객의 원유 등으로

4) 韓國觀光發展社, 韓國觀光協會, 1983

로 그 기원을 유한계층의 소일과 풍류를 즐기는 여가형태로 흔히 찾을 수 있으나 여가시간에 일상생활 그 자체를 떠나는 현대적 관광의 의미와는 상당한 거리가 있었다. 또한, 통일신라와 고려, 조선시대의 여행에 관한 비교분석을 한다는 것은 매우 어렵고 곤란 하기는 하나 관련 서적 등을 기초로 하여 여행계층과 동기 등을 시대별로 구분해 본다면 <표 2-1>로 나타낼 수 있다.

<표 2-1> 통일신라·고려·조선의 여행유형⁵⁾

구분 시대	여행참여계층	여행동기 및 목적	숙박시설	이용교통수단
통일 신라	왕실, 귀족, 지방호족, 불승자 등 상류층 지배계급과 일부 평민	불교봉축행사 (종교), 무속신앙, 제사(산신각), 심신수련(화랑도), 민속행사	원, 관, 절	도보, 말, 수레, 배
고려	왕실, 귀족, 지방호족, 불승자, 선비 등 상류층 지배계급과 일부 평민	사찰행사, 관무역, 군사, 전쟁, 자연유람, 공무, 민속행사,	역, 점, 절	도보, 말, 수레, 유선
조선	왕실, 귀족, 양반, 중인, 유학자, 분승, 선비 등 상류층 지배계급과 일부 평민 및 일부 서민	자연경관유람, 유배, 공무, 민속행사, 전쟁, 풍류, 여행, 문물거래, 상업	역, 원, 객주, 여관, 주막, 절	도보, 말, 수레, 유선, 남여(藍輿)

한편으로 근대 조선시대에 처음으로 여행 알선업이 등장하기 시작하였다. 1899년 경인철도의 개통, 1905년 경부선의 개통 및 1906년 경의선의 개통 등으로 철도 여행 왕래가 활발해 지면서 1908년 외래관광객을 위한 승차권의 대리판매를 토마스 앤더슨 상회 및 영국 침대차회사의 동양 지배인과 협정하여 발매를 개시한 바도 있고 또한 1909년에는 여행객의 편의를 도모하기 위해 각 역에는 명승지의 안

5) 韓國觀光發展史(觀光協會), 호텔經營史(吳政煥), 韓國史講座(金相泰)

朝鮮時代 觀遊旅行에 관한 研究(韓京洙)

三國時代의 觀光類型에 관한 史的考察(朴浩均)

땅끝에서 백두산까지(박정수) 등 서적을 참고로 필자가 作成

내판까지 등장하였다. 이어 1912년 일본여행협회조선지사(현재 대한여행사의 전신)가 설립되어 우리나라에 있어서 최초로 근대적인 여행업이 시작되었다. 당시의 일본여행협회조선지사는 문자 그대로 사업소적 성격을 가지고 주로 일본인의 한국여행 유치를 위해 ‘한국의 저녁’이라는 여행에 관한 영화를 제작하는 등 여행 수요창출에 협력하였다. 이어 1914년에는 일본 교통공사(Japan Tourist Bureau)의 한국지사가 개설되어 일본인의 여행편의를 제공하였다. 일제말기에는 온천지 및 유흥지에 여행자의 승객을 위해 사설철도가 여행 모체적인 역할을 담당하였으며 1945년 해방과 더불어 동년 10월에는 일본여행협회조선지사가 재단법인 대한여행사(Korea Tourist Bureau)로 창립하였는데 이것이 실제적으로 우리나라 여행업의 시초라고 할 수 있다.

Ⅲ. 관광진흥법상의 여행법 내용

1. 여행업의 관념과 분포

관광진흥법 제2장 제3조의 여행업의 정의는 “여행자, 운송시설, 숙박시설 기타 여행에 부수되는 시설의 경영자 또는 여행업을 경영하는 자를 위하여 동 시설이용의 알선, 여행에 관한 안내, 계약 체결의 대리 기타 여행의 편의를 제공하는 업”이라고 하였다. 여기서 이항구는 여행업을 관광객과 관광자원시설간의 매개역할을 하는 포괄적인 업무로 보고 있으며⁶⁾ 윤대순은 여행업은 관광관련업자(Principal)와 관광관련업체이용권(Principle)을 알선하고 관광의 편의(관광수속 및 기타 정보)를 제공해주는 알선업⁷⁾이라고 보고 있다. 또 이선희는 여행자와 여행시설업자 사이에서 거래상의 불편을 덜어주고 중개해 줌으로써 그 대가를 받는 기업⁸⁾으로 정의하고 있다.

ASTA(미국 여행업자 협회)도 여행업을 여행광련시설업자(Principal)를 대신하여 제 3자와 계약을 체결하고 또 이것을 변경 내지 취소할 수 있는 권한이 부여된자를 말하고 있다. 이것을 종합해보면 현대적인 여행업의 개념을 여행의 안전과 쾌

6) 李亢求, 觀光法通論, 白山出版社, 1996. P. 58

7) 윤대순, 관광경영학원론, 1996, 백산출판사, P.222

8) 이선희, 여행업경영개론, 1996, 대왕사, P.P 83~86

적 및 편의를 증진하기 위해 여행자(client)와 여행관련 시설업자 사이에서 여행에 관한 예약·수배·알선 등의 서비스를 제공하여 수수료를 받거나 여행상품을 제작·판매함으로써 발생하는 수익 금액으로 기업을 경영해 나가는 여행사업⁹⁾이라고 할 수 있다.

한편 우리나라 여행업의 분포 및 업무 특성을 보면 1996년 9월 현재 우리나라 여행업체의 전체 등록업체 수는 4,481개 업체이며 이중 일반여행업이 332개, 국외 여행업이 1,871개, 국내 여행업이 2,278개 업체이다. 또한 여행업무를 중심으로 구분해 보면 국내 또는 국외를 여행하는 내국인 및 외국인을 대상으로 하는 일반 여행업 국외를 여행하는 내국인을 대상으로 하는 국외 여행업 국내를 여행하는 내국인을 대상으로 하는 국내 여행업으로 구분하고 있다. 외국의 경우에는 여행사의 규모나 업무능력 등으로 여행도매업체(The wholesaler), 여행소매업체(Retail Travel Agent), 여행대리알선업체(Tour Brokers)등으로 구분하고 있다.¹⁰⁾

2. 여행업의 수수료(Commission)와 계약

여행업의 수수료(Commission)는 여행자(Client) 또는 여행관련시설업자(Principal)로부터 예약, 수배, 알선 등의 서비스를 제공한 대가로서 일정률의 수수료를 받아 기업을 영위해 나가는 사업이라고 할 수 있다.

여행업의 수수료 수입은 대별하여 4종이 있다.¹¹⁾

- ① 프린시펄로부터 받는 판매수수료
- ② 여행자로부터 받는 수수료
- ③ 대리점업체로서 받는 판매수수료
- ④ 여행상품을 직접 제작해서 직접 판매하는 수수료 등이 그것이다.

이러한 일정률의 수수료라는 것을 여행업자의 경영수익을 가져오는 근본적인 수입원이라 할 수 있다. 미국 여행업의 수수료 종류를 예로 들어본다면 <표 3-1>와 같다

9) 임현국, 여행사경영론, 1997, 기문사, P.48

10) Chuck Y. Gee, The Travel Industry, 1989. P. 199

11) 未武直義, 觀光事業論, 法律文化社, 1984. P. 123

<표 3-1> 수수료(Commission) 종류¹²⁾

국내선 항공권	10%	팩키지 투어	11%
호텔 예약	10%	단체·회의 팩키지	15%
카 렌탈(Car Rental)	10%	여행 안내원 동승관광	15%
국제선 항공권	8%	-	-

여행업의 계약은 원칙적으로 대리계약의 형식이다. 대리계약이라 함은 관광객을 위하여 계약효과가 이루어지는 계약을 말한다. 말하자면 관광객이 직접 운송업자나 숙박업자를 방문하지 않고서도 자기들이 직접 방문하여 계약한 것과 마찬가지로의 효력을 나타내는 계약이다¹³⁾. 이것은 여행업자의 손해의 예측이라고 할 수 있다.

대리계약의 주체는 일정하지 않다. 자연인이 주체가 되는 경우와 법인이 주체가 되는 또는 시설업자(Principal)가 주체가 되는 경우가 있을 수 있다. 그러므로 대리계약 또는 편의를 제공한다 함은 반드시 여행하는 관광객만을 대상으로 하는 것이다.

3. 2002년 여행업의 기능과 역할

1) 여행업의 기능

2002년의 여행업의 새로운 변화는 인간의 기본적인 생활이 충족되므로 해서 생활양식의 변화가 지방문화시대, 여권신장, 핵가족화, 고학력화, 여가증대 등 사회생활의 변화를 가져오고 개인적으로 질적인 삶을 추구하려는 경향이 현저해지게 된다. 인간의 생활양식을 크게 세 가지로 나누어 보면 다음과 같이 설명할 수 있다.¹⁴⁾

- ① 외부 지향적 생활양식 ; 기존사회, 단체, 조직의 관습, 이념, 행동을 답습 추구 하는 형태를 말한다.
- ② 내부지향적 생활양식 ; 자기 철학관, 철학, 주의에 입각한 창의적이고 새로운 생활관 추구 형태를 말한다.
- ③ 복합적 생활양식 ; 이상 두 가지 생활양식을 동시에 추구하는 형태로서 인격성

12) Dennis L, Foster, Travel & Tourism, 1995. P. 52

13) 李亢求, 觀光法通論, 白山出版社, 1996, P.P. 60~62

14) 韓國觀光公社, 국민 여가활동과 관광산업, 1985. P. 131

속, 세계관 정립을 모색하는 형태를 말한다.

2000년대의 생활양식은 주로 내부지향적 사고와 태도가 지배적일 것으로 예상되며 자아발견, 자기실현을 위한 다양한 생활패턴이 표출할 것이다.

이와 같이 다양한 생활패턴의 변화에 따라서 여가활동의 형태도 급격히 변화되고 있다. 이러한 생활양식의 변화는 2000년대 여행 알선 환경의 변화로 이어진다.

1960년대에 들어오면서 선진국에서는 대량관광에 따른 관광수요를 합리적 기준에 따라 유형별로 분석하여 소비자를 대상으로 소위 “여행상품”을 개발, 여행사가 의도적으로 여행수요를 유발하고, 촉진시켜 여행산업의 터전을 닦았다.¹⁵⁾

종래의 값비싼 주문생산형태를 벗어나 값싼 대중적 여행상품으로 발전하여 보급되고있는 것은 여행상품생산에 있어서도 대량 생산체제하의 “규모경제” 원리를 도입하였음을 알 수 있다.

이와 같은 배경에는 여행상품에 대한 전문적 연구, 시장조사, 프로그램 작성 등을 하는 전문업체가 있고 호텔, 항공기, 유희오락시설, 열차, 유람선 등 공간상품을 대단위로 공급할 수 있는 체계가 구축됨으로써 가능하게 되었다.

1970년대에 들어오면서 대량소비형태의 한 형태인 대량관광이 자리를 굳히고 여행의 수요가 늘어나면서 “고소득, 고학력, 고급소비” 구조라는 새로운 현상이 나타났다. 이것은 시대적 배경은 관광소비형태와 관광에 대한 태도에 변화를 가져오는 변혁을 낳게 된 것이다. 즉 레저활동, 관광에 대한 소비는 꾸준히 늘어나되 단순한 양적(여행횟수, 소비액 규모)추구를 벗어나 “질적, 구성적, 취향을 추구하고 독자적 가치관과 이상을 실현” 하고자 하는 여행문화가 싹트기 시작하였다.

성숙한 사회에서의 여행자나 관광객은 단순히 여행사의 암시, 선전에 이끌려 가는 소극적인 소비자가 아니라, 자기계획에 의해 스스로 결정하는 능동적 소비자로 등장하게 된 것이다.¹⁶⁾

여행자들은 여행사가 마련해주는 딱딱하고 융통성이 없는 관광내용에 더 이상 만족하지 않고, 짜여진 일정과 관광내용에 구속당하는 것을 바라지 않고 자유분방한 분위기에서 스스로 여행을 하고 싶어하는 다소 모험적 용기와 시도를 하려는 것이 현대인들의 심리이다.¹⁷⁾

다시 말하면 종래 여행사가 기획하여 모집하는 수동적인 주유형의 단체여행을

15) 韓國觀光公社, 2000년대 관광 환경 분석과 전망, 1988. P. 67

16) 朴重煥, 長期旅行設에 관한 研究, 경기대학원 박사학위 논문, 1995. P. 57

17) 전계서, P. 160

점차 기피하고 자신의 경험, 지식, 가치관, 인생관을 살리기 위한 체재형 장기여행이 크게 대두되기 시작하였다.

또한 소규모의 가족관광, 부부관광, 취미생활관광, 문화관광 등으로 발전하여 관광이 일상생활의 한 부분으로 인식되고 있다.

이와 같은 사회생활의 변화와 여행알선환경의 변화와 더불어 전자통신 산업의 비약적인 발달은 제 2장에서 다루었던 여행업의 기본적인 기능을 통합하여 구체적으로 여행의 방향을 제시하게 되었다.

즉, 상담에서 판매까지 종업원의 전문성을 더욱 극대화시킬 수 있는 여행정보시스템(CRS: Computer Reservation System)의 등장이 필연적이다. 여행사에서는 앞으로 여행정보 기능을 제공하는 2가지 형태를 갖추어야 한다. 하나는 여행정보시스템(CRS)이고 다른 하나는 여행정보 관련선전책자(Printed References)들이다.¹⁸⁾

여행정보시스템(CRS)은 10가지의 다음과 같은 여행정보를 활용할 수 있어야 할 것이다.¹⁹⁾

- ① 항공요금전개(Fare displays)
- ② 항공예약관련정보(Flight availability displays)
- ③ 항공예약(Flight bookings)
- ④ 탑승자의 인적사항저장(Storage of passenger records)
- ⑤ 항공좌석배열정보(Advance seat assignments)
- ⑥ 고객개인정보저장(Storage of client profits)
- ⑦ 대기자명단정보(Queue functions)
- ⑧ 각종교통기관발진(Ticket and decreement production)
- ⑨ 여행관련산업의 예약 및 정보(Auxiliary segments)
- ⑩ 여행일반정보(General information)

1981년부터 1991년까지의 미국여행업의 CRS사용비율을 보면 <표 3-2>과 같다.

18) Dennis L. Foster, Travel & Tourism, 1995. P.P 53-54

19) 상계서, P. 229

<표 3-2> 1981-1991 CRS 운영비율

해	CRS를 운영하는 여행사(%)
1981	69
1983	85
1985	90
1987	95
1989	95
1991	96

자료 : Dennis L. Foster, Travel & Tourism, 1995. P. 228

현재 미국의 여행사들 중 CRS를 활용하여 여행업을 운영하는 비율이 96%에 이르고 있다.

반면, 우리나라 여행사에는 대한항공과 아시아나 항공만이 자사의 항공권 판매를 극대화하기 위해서 자체적으로 개발한 TOPAS와 ABACUS예약 시스템을 가지고 있다.

위의 두 가지 시스템은 항공운송예약, 발진 및 여행업에 관광정보를 제공하는 것 이외에도 한정적으로 항공권예약, 발진과 관련된 고객관리와 각종 보고서의 작성 및 여행상품의 판매관리, 수입관리, 자산관리 등의 한정적인 업무를 수행하였다. 그러나 외국의 시스템과 마찬가지로 여행업 경영의 전반적인 정보 시스템이라기보다는 항공사 위주의 예약시스템이라는 한계가 있다.²⁰⁾

한국의 여행업계에 있어 컴퓨터의 이용은 항공사나 철도청의 티켓발매가 주된 업무로 아직도 이 분야의 업무는 타 분야에 비해 상당히 뒤떨어진 상황이다. 이와 같이 컴퓨터의 이용이 낙후되어 있는 것은 ²¹⁾

첫째, 대부분의 여행사가 아직도 영세성을 탈피하지 못하고 있고

둘째, 시스템을 개발하여 구축할 경우의 방대한 비용과 시간 및 노력

셋째, 컴퓨터에 투자한 비용과 효과 면에서의 불안 때문이다.

그러나, 무형의 서비스 산업으로서 2000년대의 여행업은 영세적 규모와 노동집약적인 사업경영에서 벗어나 종합적 여행정보를 가지고 다양한 여행자(Client)의 욕구를 만족시킬 수 있는 정보지식형 서비스를 제공하는 산업으로서 여행정보시스템(CRS)을 운영할 수 있는 전문 여행산업으로 전환해야 할 것이다. 또한, CRS의 운영은 여행사 종업원들의 업무의 생산성과 효율성을 높일 수 있어 장기적인

20) 李仙熙, 旅行業經營概論, 대왕사, 1996. P. 473

21) 鄭榮鍾, 旅行社經營原論, 白山出版社, 1995, P.260

면에서 여행업 경영의 플러스 요인으로 작용할 수 있을 것이다.

따라서, 2002년 여행업의 기능은 상담, 대리, 알선, 서비스, 판매업무기능 등이 CRS에 의하여 하나로 통합되어 더욱 더 자세한 정보, 전문적인 정보, 대체 가능한 이용정보 등을 고객들에게 즉석에서 제공이 가능토록 해 줌으로서 여행자의 다양한 욕구와 필요(wants & need), 취미나 기호에 부응하여 인간의 행복 권에 접근 할 수 있는 기능을 가진 전문적인 여행사로 변해야 할 것이다.

2) 여행업의 역할

앞으로 대형여행업체(Wholesalers)들의 성장비결은 다음과 같은 4가지 요인에 의하여 좌우될 것이다.²²⁾

- ① 여행부품 공급업자 (Suppliers)로부터 경쟁력 있는 패키지 여행을 만드는 것
- ② 여행부품 공급업자로부터 저렴한 개인 여행요금을 확보하는 것
- ③ 기존여행의 습관을 단체여행에서 개별여행으로 변화시켜주는 것
- ④ 증가할 것으로 예상되는 여행사에 고소, 고발을 미연에 방지하기 위한 소비자 (Consumer)들에 대한 최선을 다하는 것 등이다.

위와 같은 사항들은 여행업이 갖는 독특한 성격으로 여행의 안전과 미래를 보장할 수 있는 체질개선이 필요하다. 그것이 여행자의 기대와 신뢰에 대응하는 길이며 업무의 결과에 대한 책임을 지는 것이기도 하다.

또한 2000년대 여행업은 여행자(client)들에게 다음과 같은 이익(benefits)이 여행을 통해서 이루어질 수 있도록 해야한다.²³⁾

- ① 경제적인 이익(Monetary benefits) ; 똑같은 여행상품이나 거의 비슷한 여행코스를 비교하면 여행자들은 거의 대부분 값이 싼 것을 택한다.
- ② 지역적인 이익(Location benefits) ; 여행을 보다 편리하고 편안하게 할 수 있도록 시간적, 거리적 제한이 도움을 주는 것을 말한다.
- ③ 시간적인 이익(Time benefits) ; 여행스케줄 자체가 지루하지 않고 허비하지 않는 적절해서 유용한 시간을 말한다.
- ④ 지각 적인 이익(Sensory benefits) ; 여행은 오감을 통해서 새로운 세계와 접해 보는 것을 말한다.

22) Chuck Y. Gee, James C. Makens, The Travel Industry, 1989. P.P 212-213

23) Chuck Y. Gee, The Travel Industry, New York, 1989, P.38

- ⑤ 감성적인 이익(Psychic benefits) ; 여행을 통해서 정신적 긴장감과 스트레스를 해소하고 자신의 잠재의식이나 열망을 확인해보는 자기발전의 계기로 마련해 주는 것을 말한다.

우리나라 숙박 관광여행의 목적을 보면 다음 <표 3-3>과 같다.

<표 3-3> 숙박 관광여행의 목적 (단위:%)

구분	년도	91년	88년	84년
자연/명소의 구경/유람		34.6	33.3	43.3
피서/피한		19.4	19.1	14.9
피로/긴장해소/오락/유흥		17.6	15.8	14.1
휴양/휴식/요양		9.7	11.2	10.2
견학/시찰/연수/교육		4.9	4.2	3.0
스포츠		4.3	7.0	4.8
취미/연구/관찰		3.2	3.5	2.8
신혼여행		2.1	2.3	2.0
종교행사		1.5	0.8	1.6
기타		1.6	1.2	3.3
모름/무응답		1.2	1.5	-

자료 : 한국관광개발연구원, 한국관광연감(1993)

'91년도 숙박 관광여행 목적중 상위4개 목적이 차지하는 비율은 81.3%를 차지하고 있으며, 이는 주로 정신적, 육체적 휴식과 긴장해소 등을 목적으로 하는 정적관광을 하고 있음을 나타내고 있다. 그러나, 다양한 스포츠 활동과 취미, 견학, 연수, 관찰 등을 목적으로 하는 여행은 한국의 경우 숙박관광여행의 목적에서 차지하는 비율이 상대적으로 작지만 구미 선진국에서는 관광체재일수를 보다 길게 함으로써 스포츠, 취미, 견학, 연수, 관찰 등의 활동이 가능하게 되어 동적 관광의 경향이 나타나고 있다.

반면, 미국의 관광여행의 목적을 비교 분석한 것을 보면 다음 <표 3-4>와 같다.

<표 3-4> 미국인들의 여행 목적

(단위:%)

구 분 \ 년 도	1967	1972	1977	1984
친지, 친척방문	41	38	37	34
사업상 또는 회의참석	19	20	20	22
관광휴가여행	25	25	16	32
기타	15	16	18	12
TOTAL	100	100	100	100

자료 : 미국 상무성 여행 통계센터, 1984

친지방문이 점차 줄어드는데 반해 사업성, 국제회의 참가, 관광여행의 목적이 계속 증가하고 있음을 알 수 있다.

이상에서 우리가 살펴볼 때와 같이 여행업체의 발전요인은 여행자의 이익을 통한 여행사의 수익증대와 관광여행의 증가추세를 바탕으로 한 여행업의 새로운 역할이라고 유추해 볼 수 있을 것이다.

따라서 2002년대의 여행업의 역할은 첫째, 여행자가 여행상품을 신뢰하여 안심하고 즐거운 여행을 할 수 있도록 보호하고 여행사가 경영의 효율성을 높일 수 있는 법적, 제도적 장치로 새로운 여행업 法의 제정이 필요하다. 둘째, 여행사는 SIT(Special Interest Tour)나 DIY(Do It Yourself) tour와 같은 주문제작상품의 전문성을 확보하여 단체 위주보다는 개별여행에 만전을 기하는 새로운 여행상품을 개발하여 여행자들의 욕구나 기호를 충족시킬 수 있는 다양한 여행상품을 개발하여야 한다. 셋째, 현대인들의 여가생활에 대한 Guide line이 설정되어 있지 못한 것이 현실이다. 새로운 여행문화창조, 자기 개발을 위한 여행자 가치를 인식시켜주는 여행업의 역할이 더욱 더 요구되어진다.

IV. 2002년 여행업환경의 대응을 위한 기능과 역할전망

1. 여행업 환경의 개념

1982년 멕시코의 아카폴로에서 개최된 세계 관광 대회에서는 “휴식, 휴가 및 유급휴가의 권리와 함께 모든 사회 계층의 휴가확보를 용이하게 하는데 적합한 사회환경의 조성 및 법률의 제정”을 역설하고 있다. 이것은 바로 여행을 추구하는 기본권리에 관한 언급으로서 이동의 자유를 보장하며 쾌적한 여행환경과 분위기를 강조하고 있다. 인간이 여행행위에 참가하는 것은 하나의 권리로서 인간다운 삶을 영위하자는 데에 가장 큰 목적이 있으며 이는 오늘날의 사회에서는 개인의 성취욕구와 결합된 개인의 자아실현이라는 관점에서 여행행위에 참여한다는 점을 간과해서는 안된다. 따라서, 여행은 인산이 궁극적으로 추구하는 행복권의 실현이라 할 수 있다.²⁴⁾ 이상과 같은 여행의 이념을 실현하기 위해서는 여행업 환경에 대한 학문적인 체계를 정립할 필요가 있으며 여행환경이란 용어와도 밀접한 관계에서 접근할 수도 있을 것이다.

여행환경에 대한 개념의 전제로서 일반론적인 환경에 대한 인식은 여행을 여행객의 이동성을 전제로 한다는 관점과 쾌적한 영감환경 또는 심리환경등의 여행여건(Tourism condition)이 중요시되고 있는 점을 감안할 때 환경개연론의 관점에서 접근하는 것이 유용하다고 할 수 있겠다.

따라서 여행환경의 개념에는 첫째로 , 정치적·법률적·사회경제적·자연적 그리고 기술적 체계 및 여건과 그 역학관계라 할 수 있는 여행환경의 구성요소적 의미가 내포되어야 한다. 즉, 여행환경은 관광권(Tour Route)내에서 여행객의 여행행동을 둘러싸고 있는 주변 환경 중에서 현상적 환경뿐만 아니라 여행객의 개인적 환경 그리고 그 환경간의 역학관계인 맥락적 환경까지 포함하여야 한다. 둘째로, 이러한 요소들간에 상호작용이라는 연계성이 포함되어야 한다. 이는 여행객의 주변환경과 여행객간의 일방적인 수직관계를 인정하는 환경가능론 또는 환경결정론의 관점이 아니라 환경개연론의 관점에 입각하여야 한다는 것이다. 마지막으로 이러한 상호작용을 통해 자극의 방향과 정도에 의한 일정한 변화가 수반된다는 변화성이 포함되어야 한다. 즉, 여행환경은 양적인 변화뿐만이 아니라 관광권내에서의 심리적 환경까지 포괄된 질적인 변화를 갖게 된다는 것이다.

이상과 같은 여행환경에 대한 개념을 바탕으로 하여 여행업환경이란 “여행사업의 원활한 경영활동을 위한 여행자, 여행관련제도, 여행관련시설, 여행구성요소 등

24) 이항구, 관광법리학논총, 백산출판사, 1993, P.P. 273~275

의 상호작용의 총체로서 여행업에 영향을 미치는 유·무형의 모든 것이라고 할수 있다.

2. 2002년 여행업 환경의 기능전망

1) 첨단기술의 관광분야 적용촉진

교통, 통신기술과 컴퓨터 등은 관광분야에 직·간접적으로 이미 많은 기여를 하고 있지만, 앞으로도 지속적으로 기여를 하게 될 것이다. 통신 위성은 국제통신의 질을 향상시키고 요금의 인하를 가져올 것이며, 통신회의방식은 국제회의 분야에 상당한 영향을 끼치고 동시에 관광중사자의 교육훈련에 유용하게 활용될 것이다. P.C, 휴대용전화 팩스기구, 관광자료은행, 항공 및 호텔예약시스템, 국제 직통전화, 운항중인 항공기와 지상간의 상업용전화 호텔객실내의 비디오를 통한 체크아웃과 안내등 통신정보 첨단기술이 국제관광서비스 향상과 개선에 매우 중요한 도구가 되고 있고 앞으로 매우 빠른 속도로 발전되어 갈 것이다.

교통기술 역시 통신기술 못지 않게 세계여행을 보다 쉽게, 빠르게, 편리하게 만들어 주고 있다. 자동차는 이미 국내여행을 위한 주된 교통수단이 되고 있으며 항공기는 계속 대형화될 것이다. 초음속 여객기의 등장도 멀지 않았다. 철도는 초고속전철 또는 자기부상식 열차의 등장으로 보다 고속화되고 편안해 질 것이다. 문제는 이와 같은 첨단기술의 발달에 적용할 수 있는 준비가 되어 있는지에 있다. 다행히 영종도 신 공항, 경부고속철도, 위성통신 등 간접시설부분에 많은 최신 첨단기술이 이용될 것이나 관광부문에는 아직도 그 적용속도가 느리고 부진하기 때문에 이 부문에 대한 정부의 정책적인 지원과 업계의 노력이 필요하다. 세계 관광업계의 기술분야 발전추세를 예의 주시하고 이에 대한 대응책을 적시에 강구하기 위한 연구개발이 확대되어야 하며 연구개발에 이용되는 기업의 자금에 대한 세제상의 혜택을 부여함으로써 이 분야에 활성화를 가져와야 한다.

2) 정보화의 진전

기업경영에 있어서 세계화 추세가 가속화되고 자본, 노동등 생산요소의 국제적 이동이 활발해질 전망이다. 따라서 국제비교우위의 변화 추세에 맞추어 기술집약적이고 자본 집약적인 산업구조로의 이행이 필요하며 정보화 사회가 진전됨에 따라 선진국형 소프트산업의 발전이 중요한 과제로 대두될 것으로 예상된다. 이러한

추세에 맞추어 컴퓨터가 한 가구당 한 대씩 보급되는 등 컴퓨터의 생활화가 이루어 질 것이다. 그러므로 여행업은 CRS체제를 구축하여 차별화된 여행지식(Travel Information)을 여행자에게 제공해야 할 것이다.

3) 여행정보, 지식, 서비스의 끊임없는 개발

후기산업화의 구조적인 측면(직업구조의 변화)은 경제 조직 내에서의 기술, 과학적 변화로부터 나온 것이다. 즉, 정보와 지식이 지닌 전략적 중심성, 정책 개발 뿐만아니라 연구개발(R&D)에 있어서 이론적(theoretical)지식이 지닌 새로운 혁신적 역할, 20세기 후반의 과학에 기반 하는 산업(전자공학, 컴퓨터, 광학, 고분자)이 차지하게 된 중요성, 과거 산업사회의 기계 테크놀로지(machine technology)에 비교되는 “지적테크놀로지(intellectual technology)”의 등장이 물질주의에 대한 혐오의 증대와 삶의 질(quality of life)을 추구하는 변화를 초래했다.²⁵⁾ 그러므로 21세기는 전통적인 자원 즉 노동, 토지, 그리고 자본으로부터의 수익은 꾸준히 줄어들고 있으며 새로운 부(富)의 주요한 창출자는 정보와 지식이다.²⁶⁾

새로운 지식에 관한 세 가지 종류²⁷⁾는 첫째, 제조공정, 제품, 서비스의 끊임없는 개선이다. 둘째, 개발이다. 즉, 새롭고 다른 제품, 제조공정, 그리고 서비스를 개발하기 위해서 기존의 지식을 끊임없이 활용하는 것이다. 셋째, 순수한 혁신이다. 경제에 변화를 (사회변화도 또한) 추구하기 위해 지식을 적용하는 것이다. 따라서 여행업은 여행정보와 지식, 유·무형의 서비스를 결합하는 새로운 상품개발에 끊임없이 노력해야 한다.

3. 2002년 여행업환경의 역할 전망

1) 자연과 인간성, 사회의 풍요를 추구

오늘날 인간사회는 돈과 물질이 풍부한 축복 받은 사회라고 말하여 지지만 인간의 마음은 이러한 물질적 풍요에 만족하지 않고 마음속 깊이 “풍요로운”을 실감할 수 있는 생활과 사회를 동경하며 살아가고 있다. 이러한 인상적인 사회는 인간이 마음이 풍요로운 사회라고 할 수 있다. 이러한 사회를 만드는 것은 결코 쉬운

25) Daniel bell, 정보화사회와 문화의 미래, 서규환 역, 디자인 하우스, 1993, P.P 160~161

26) Peter F. Drucker, 자본주의이후의 사회, 이재규역, 한국경제신문사, 1992, P.206

27) 상계서, P.P 270~273

일이 아니지만, 인간은 보통 자유시간을 통하여 자기자체를 되돌아보고 지친 몸과 마음에 활력을 되찾아 새로운 마음가짐을 즐겁게 일을 임하는 경우가 많으므로 “자유시간의 선용” 즉, “건전한 여가생활”이 중요시되는 사회가 진실로 풍요로운 사회에 가까운 사회라고 할 수 있다.

그러나 집중적인 관광활동은 인간의 마음에 풍요를 가져다 줄 수 있는 자연을 파괴하고 각종 문화재를 훼손시켜 결국 인간의 마음에도 손상을 주는 역효과를 초래할 수도 있다. 그러므로 사람들은 풍부한 여행경험을 통하여 마음을 수양하면서 자연과 문화재를 훼손치 않기 위해서 노력해야 할 것이며, 모든 관광개발도 환경보전에 해가 되지 않는 차원에서 추진되도록 최대한의 노력을 기울여야 한다.

여행활동은 또한 지역사회에 경제적인 이익을 가져와 지역사회의 발전에 크게 기여 할 수 있다. 여행활동은 이와 같은 인간사회에 크게 기여할 수 있으며 앞으로 더욱더 복잡화, 인공화 될 21세기 사회에서 여행활동은 풍요한 사회건설에 더욱 큰 역할을 할 것으로 보인다.

2) 환경보존을 위한 여행상품실현

오늘날의 환경문제는 국제적으로 그 심각성이 날로 더해가고 있다. 국제 관광 교류가 증대되고 국내 관광이 활발하게 됨에 따라 지구상의 많은 신비가 관광객들에게 노출됨으로써 훼손을 입게되어 관광분야에서도 큰 이슈로 대두되고 있다. 관광지의 무분별한 개발은 자연을 훼손하고 생태계를 파괴하여 자연환경의 재생이 불가능할 정도의 심각한 상황을 초래하므로 결과적으로 관광여행자체를 훼손하는 인식으로 점차 번져가고 있다. 따라서 앞으로는 관광개발에 앞서 환경보호를 우선적으로 고려하는 정부의 지도, 감독이 강화되어야 할 것이다.

여행은 자연과 문화가 공생하면서 성립된다.²⁸⁾ 자연환경과 공생하는 여행을 진척시키기 위해서는 다음과 같은 3가지 측면에서 고려해야 한다.²⁹⁾ 첫째, 여행업자가 환경을 의식한 여행형태를 진행시켜야 하며 둘째, 여행자가 환경을 염두에 둔 여행을 선택하는 것 셋째, 여행목적지에서의 여행과 환경의 균형을 유지하는 것이라고 할 수 있다.

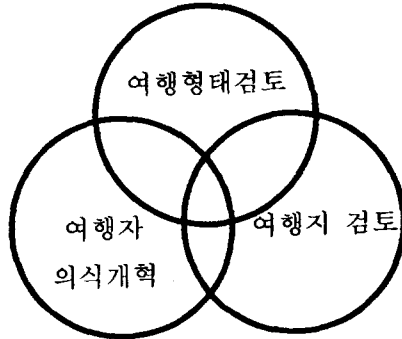
이에 환경과 공생하는 여행을 도표로 그려보면<도표 4-1>과 같다

28) 大木英男, 企業の還京對應の考え方と實淺, 東京다이아몬드사, 1992, P.206

29) 상계서, P.209

<도표 4-1> 환경과 공생하는 여행의 실현

여행형태검토



위의 그림에서 보는 것과 같이 3요소가 점점 하는 것이 앞으로 새로운 환경과 공생하는 여행이라는 테마가 형성되지 않을까 생각된다.

1989년 ASTA에서 제정한 환경관광 실천에 관한 중요한 지침을 보면 현지 전통문화와 자연을 보호 보존하며 건거나 현지 대중교통수단을 이용할 것을 권고하고 있다. 이에 앞으로의 여행업은 자연환경을 보존하는 여행을 실현하는 구심체가 되어야 할 것이다.

3) 여행권의 제도적 명시

① 인간생활에 있어서 중요하게 다룰 수 있는 것은 인간의 존엄과 가치 성이다. 한국의 제5차 개정 헌법 제9조에서는 “모든 국민은 인간으로서 인격과 행복을 누릴 수 있는 존엄성을 당연한 권리”로서 규정하고 있다.³⁰⁾ 인격가치란 자주적인 독자평가를 하는 것으로부터 정신적인 고유평가라는 본능적인 윤리가치로서 인간의 존엄과 가치를 지침으로 삼는 것이다.

② 한국의 헌법 제32조는 “인간생활을 할 권리를 행복추구권으로 다루는 경향이 있다.

행복추구권이 기본적인 형식으로 규정하였다하더라도 구체적인 권리를 내용으로 보면, “인간으로서 존엄과 가치”를 존중받으면서 살아가는 것이 모든 국민의 당위성이고 이상적인 삶을 지표로 설정해 놓음으로써 “인간의 존엄과 가치”를 윤리 규범적인 성격과 성격을 강조한 것이다. 따라서 여행의 주체인 여행자가 여행을 통해 긴장과 스트레스를 해소 하고 행복감을 느끼게 되고 자기 직업이나 직장

30) 이항구, 관광법리학논총, 백산출판사, 1993, P.43

에 만족감을 갖게 되어서 행복감을 추구할 수 있다는 것이다.

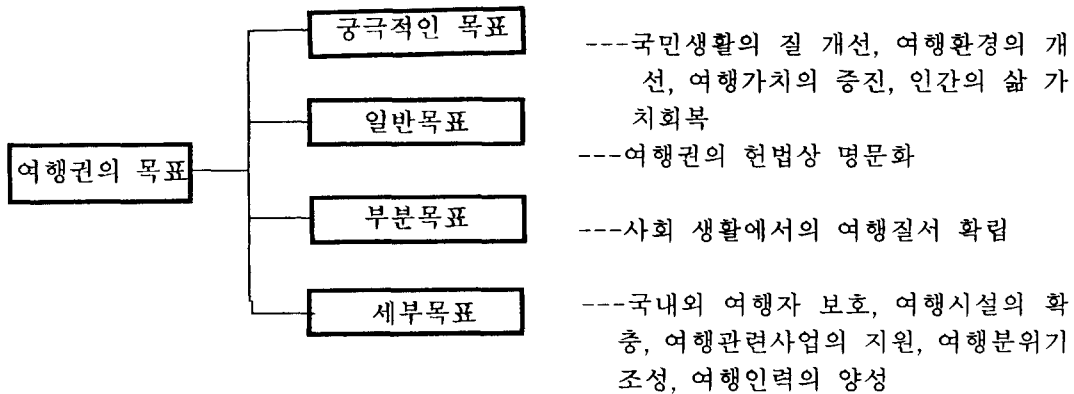
특히, 여행의 세계화를 맞이하여 1980년 세계관광에 대한 마닐라 선언의 제4조에 “여가의 권리 특히 휴가권, 여행권 등의 자유와 자유에 관한 권리”로 인식을 새롭게 하여 휴가와 여행의 권리를 만족시키는 수단으로서 국제평화와 상호이해를 강조하여 기본권의 보장에서 여행권을 구체적으로 제시하였다.³¹⁾

이는 관광기본법에 나타난 관광기본법 제13조 국민관광개발의 관광에 대한 국민의 이해차원에서 “내일의 건전한 자기생활을 영위하기 위해서 건문을 높이고 민간외교로서 가치를 성취하려는 생활권의 연장”이라고 규정하고 있다.³²⁾

또한 관광기본법의 정신은 한국의 헌법 제34조에 나타난 “모든 국민은 인간다운 생활을 할 권리를 갖는다”라는 권리로서 인간의 삶 질을 추구하여서 여행환경을 개선하고 여행의 가치를 증진시키는 것이다.

여행의 가치는 여행욕구에 따라 달라지기는 하지만 일반적으로 여행자 반응에서 오는 여행환경적응이기 때문이다. 여행권의 목표는 여행을 통한 새오할의 질을 확보함과 동시에 여행환경 및 여행 가치증진에 그 목표를 두고 있다고 할 수 있으며, <도표 4-2>와 같다고 할 수 있다.

<도표 4-2> 여행권의 목표



자료 : 정찬중, 여행사경영원론, 백산출판사, 1994, P. 31.

31) 최승이, 국제관광론, 대왕사, 1993, P.374

32) 이항구, 관광법통론, 백산출판사, 1996, P.373

따라서, 국민의 여행권 인정이 헌법을 통하여 이루어지도록 관계부처와 함께 노력하는 한편, 독자적인 여행헌장의 필요성도 대두된다고 하겠다.

그러므로 여행업은 국민들의 행복권 추구라는 바탕에서 여행을 다루어야 하며 이와 관련된 모든 법, 약관, 계약 등의 여행거래를 원활히 유지하는 여행업법의 제정이 필요하다.

V. 결 론

우리나라 관광산업의 균형적인 발전을 이루기 위해서는 관광 운송업이나 관광 호텔업에 비하여 상대적으로 낙후되고 영세성을 면치 못하고 있는 여행업에 대한 새로운 정책적, 제도적인 지원과 관리가 선행되어야 한다.

일본에서 1996년 4월부터 시행되고 있는 新旅行業法은 여행사의 등록구분을 여행업과 여행 대리업으로 새롭게 조정하여 여행객을 보호하고 여행상품을 관리하며 양질의 여행문화를 추구하려는 정책적 선택이며 여행자를 위한 수속, 예약, 판매업무 뿐만 아니라 여행상품의 기획, 여행 안내업무의 전문성을 재고하기 위한 소비자 보호차원에서 긍정적으로 평가되고 있다. 앞으로 우리나라에서도 여행업의 전문성과 경영 효율성을 극대화시키기 위하여 여행업의 기획과 판매 즉, 여행상품의 제작과 기획을 대형여행사에 맡기고 판매는 소형여행사에서 담당할 수 있는 여행업의 도매업체와 소매업체의 구분이 필요한 것으로 전망된다. 특히 ASEM회의, 2002년의 월드컵 공동개최로 외국의 많은 관광객의 방문이 예상됨으로 이에 대비하는 관광산업 육성 책이 추진되어야 할 것이다.

1960년대 이후 서방 선진국을 중심으로 경제적 발전 국제긴장의 완화 자동차 및 항공기 발달과 보급 생활의식의 변화와 여가 및 소득의 증가로 인해 여행이 유럽이나 미국에서 급증을 보이게 되어 여행업은 제 3차 산업으로 확고한 지위를 굳히게 되었다.

이제 여행은 현대인들의 여가 생활에서 삶의 가치를 확인하는 시간으로 인식되어지고 있다. 고도의 산업사회로 들어가는 21세기 여행업의 나가야 할 방향을 여행자들에게 인간의 참되고 진실한 자기모습을 발견하며 인류의 행복을 추구하는 미래 산업으로 발전해야 할 것이다.

參 考 文 獻

< 국 내 문 헌 >

1. 金太永, 現代觀光學概論, 白山出版社, 1995.
2. 朴重煥, 長期旅行設에 관한 研究, 경기대학원 박사학위 논문, 1995.
3. 윤대순, 관광경영학원론, 백산출판사, 1996.
4. 李仙熙, 旅行業經營概論, 대왕사, 1996.
5. ———, 관광마케팅개론, 대왕사, 1995.
6. 李亢求, 現觀光法通論, 白山出版社, 1996.
7. ———, 관광법리학논총, 백산출판사, 1993
8. 林憲國, 旅行社經營論, 技文社, 1997.
9. 鄭榮鍾, 旅行社經營論, 白山出版社, 1995.
10. 崔승이, 국제관광론, 대왕사, 1993
11. 崔평길, 미리보는 코리아 2000, 장원, 1993,
12. 韓國觀光發展社, 韓國觀光協會, 1983.
13. 韓國觀光公社, 국민여가활동과 관광산업, 1985.
14. ———, 2000년대 관광환경분석과 전망, 1988.

< 서 양 문 헌 >

1. Chuck Y. Gee, The Travel Industry, 1989.
2. Daniel Bell, The Winding Dassage : Essays and Sociological Journeys, 정보사회와 문화의 이해, 서규화역, 디자인 사무소, 1993
3. Dennis L. Foster, Travel & Tourism, McGraw-Hill Book 1995.
4. Peter F. Drucker, Post-Capitalist Society (자본주의 이후의 사회, 이재규역), 한국경제신문사, 1993
5. 未武直義, 觀光事業論, 法律文化社, 1984.
6. 大木英男, 企業の還京對應の考え方と實淺, 東京다이아몬드사, 1992,

ABSTRACT

A Case Study on The Role of Travel Industry Environment for 2002 Year's

IM, HURN-KOOK

The value of 21 century travel originate from increasing hate about environment pollution and confirmation of quality of life.

Therefore the role of travel industry will developo into travel industry that travel information and knowledge unite with service under computer Reservation system out of basic travel work (counsel, agency, mediation, service, sale)

So, a view of the travel industry that it is as following.

1. Operrating CRS of travel industry.
2. Constantly development of travel product and service.
3. Pursuide to humanity and nature
4. Travel for keeping natural environment.
5. Establishment of new travel law.

In conclusion, we certity our lappiness through travel and create new travel culture.