

## 기획여행상품 원가구성요소의 선택기준에 대한 고찰

The investigation on the selection criteria of cost elements in package tour products

오현준, 허희영

숙명여자대학교, 한국항공대학교

Oh Hyun-jun, Hurr Hee-young

Sookmyung Woman's University,  
Korea Aerospace University.

### 요약

본 연구는 기획여행상품의 가치, 여행자 만족 및 기획여행상품의 원가구성요소에 대한 이론적 기초의 정리에서 출발하여 이와 관련한 선행연구들의 선택된 원가구성요소에 대하여 알아본다. 이론적 연구의 구체적인 고찰을 통해 기획여행상품의 가치와 여행자 만족과는 어떠한 유기적인 관계가 있는지를 파악하고, 여행자 만족을 평가하기 위해 적용된 기획여행상품 원가구성요소의 선택기준에 대한 시사점은 무엇인지를 분석한다. 이러한 연구 고찰을 통해 여행사는 기획여행상품의 기획 및 판매시 중점적으로 지원해야 될 부분이 무엇인지, 소비자의 의도가 무엇인지를 파악할 수 있으며, 또한 기획여행상품 생산자의 입장에서 고객의 욕구에 부합하는 기획여행상품 개발에 이를 활용할 수 있을 것이다. 한편 본 연구는 다른 하나의 핵심적인 목적을 위해 시행된 바, 원가구성요소의 선택기준을 근거로 여행자 및 여행사 입장에서의 기획여행상품의 평가지표 중요도 연구 등에 활용하고자 한다.

### Abstract

This paper investigates a selected criteria of cost elements in prior researches on value of package tour products, satisfaction of the tourist and cost elements of package tour products. In theoretical point of view, this paper shows the relationship between the value of the package tour products and satisfaction of the tourist. In this paper, the selected criteria of cost elements in package tour products for evaluating the satisfaction of the tourist are also analyzed. This research shows travel agencies' focus on the plan and products and consumers' needs. Also this can be used for development of package tour products which meet the consumers' needs as package tour product suppliers. Meanwhile, other purpose of this research is to help investigate evaluation indicators of package tour products for tourists and travel agencies based on cost elements.

## 1. 서론

21세기 들어 관광산업의 급속한 팽창과 주5일 근무제 확산은 관광기회의 증가 및 관광에 대한 여행자의 지적 수준 향상과 질적 관심의 변화 현상을 발생시켰다. 해외이동의 목적은 생존의 차원이 아닌 생활을 즐기기 위한 여행목적이 주가 되고, 여행자는 이러한 목적을 위해 기획여행상품의 선택 시 가격뿐만 아니라 여행상품에 대한 신뢰, 여행사에 따른 차별화된 서비스, 사후관리서비스, 안전성, 포함된 여러 가지 옵션 및 여행에 대한 가치 등 다양한 만족도 제고에 상당한 비중을 두고 있다[1]. 이처럼 여행자는 기획여행상품 구매시 여행상품의 만족할 만한 가치를 기준으로 선택하고, 여행자만족은 일반적으로 여행경험의 가치를 평가하기 위하여 이용되고 있다. 또한 여행자 만족은 기획여행상품의 재 구매 결정을 선택하는데 영향을 미치기 때문에 중요하고, 이러한 만족은 기획여행상품의 원가구성요소에 대한 만족에 대한 중요도를 평가함으로써 가능할 것이다. 즉 여행자가 무엇을 중요시 생각하고 무엇을 원

하는지를 파악하기 위해서는 기획여행상품을 선택하는데 있어 중요시 되어지는 선택기준에 대한 연구가 절실히 요구된다 하겠다. 따라서 본 연구는 기획여행상품의 가치, 여행자 만족 및 기획여행상품의 원가구성요소에 대한 이론적 기초에 대해 논의하고, 선행연구를 바탕으로 기획여행상품의 가치와 여행자 만족과의 유기적인 관계 및 여행자 만족을 평가하기 위해 적용될 기획여행상품의 원가구성요소의 선택기준을 고찰하고, 연구의 분석을 바탕으로 여행사는 기획여행상품의 기획 및 판매시 중점적으로 지원해야 될 부분이 무엇인지, 여행자의 의도는 무엇인지를 파악하고, 여행사의 입장에서 고객의 욕구에 부합하는 여행상품 개발에 활용할 수 있도록 한다.

## 2. 기획여행상품 가치

가치란 소비자가 포기해야하는 가격, 희생과 소비자가 얻는 유용성, 품질, 혜택과의 교환[2]이며, 여행자가 지불한 모든 것

대신에 받게 되는 모든 것으로써 단골고객의 강력한 지표[3]이며, 이는 여행자가 여행상품을 소비한 후 주관적으로 느끼는 지각된 가치로써의 유용성이나 만족감으로 정의된다. 기획여행상품이 '가치가 있다'라는 것은 여행상품가격에 비해 여행자가 느끼거나 얻는 효용이 크다는 것이며, 여행상품 구매상황에서 가격과 품질을 기준으로 기획여행상품에 대해 가치판단을 내리고 그 가치판단을 기준으로 구매를 결정하는 것이다. 또한 가치는 상품에 대한 소비자가 무엇인가 얻고자하는 것으로, 주관적인 관점에서 유용성과 소비 결과에 대한 만족이다[4]. 이러한 가치개념은 기대 또는 획득된 가치로서의 통합된 관점[5]으로 특정한 상황을 초월하여 행동 혹은 사건을 선택 또는 평가하는 지표이며 상대적인 중요성에 의해 서열화 할 수 있는 바람직한 최종상태로 행동에 관한 신념을 나타내는 것으로 정의하였다[6]. 여행가치는 여행상품을 구입함으로써 얻어지는 인지된 효용이나 편익에 대하여 여행자가 그 대가로 지불하는 인지된 가격을 말하고, 고객가치는 특정한 것을 이용하는 상황에서 고객들의 목표와 목적 달성을 촉진하는 이용으로부터 연속적으로 발생하게 되며, 내부성과와 이러한 것에 대한 고객들의 평가를 비롯하여 선호를 의미한다[5].

### 3. 여행자 만족

만족은 여행자들의 의사결정과정에서 제품이나 서비스를 이용한 후의 행동으로 볼 수 있다. 만족은 이전의 기대와 이후의 경험이 주관적인 판단의 결과로서 결정되며, 개인적인 감정이나 가치판단의 기준에 의해서 평가되는 것으로 보고 있다[7]. 만족은 성과간의 일치여부에 의해 지각된 성과가 기대된 성과보다 높을 경우 만족으로, 지각된 성과가 기대된 성과보다 낮을 경우 불만족으로, 지각된 성과가 기대된 성과와 일치할 경우 중립으로 표현하고 있다. 이러한 만족에 대한 구체적인 측정방식에서는 전반적인 평가 점수로 산출한다. 여행자만족 개념에는 하나의 과정으로써 만족이 형성된다고 하여 주요한 변수와 변수들 간 상호작용의 메카니즘으로 정의하고 있으며 만족은 심리적 과정의 마지막단계로 인식하고 있다. 여행자만족은 소비하는 동안 여행상품이나 서비스에 의해 제공되어지는 만족 수준의 판단으로 정의하였다[8]. 여행자 만족은 고정적이기 보다는 유동적인 개념으로 개인의 지각과정을 통하여 여과되며, 기대, 경험, 태도, 그리고 현재의 여건 등에 따라 가중치를 부여하여 평가한다[9].

## 4. 기획여행상품 원가구성요소

### 4.1 기획여행상품 정의

기획여행이라 함은 관광진흥법 제2조 제3항에서 "여행업을 경영하는 자가 국외여행을 하고자 하는 여행자를 위하여 여행의 목적지·일정·여행자가 제공받을 운송 또는 숙박 등의 서비스 내용과 그 요금 등에 관한 사항을 미리 정하고 이에 참가하는 여행자를 모집하여 실시하는 여행"으로 규정되어 있으며, 문화관광부의 기획여행 실시지침에 의하면 특정여행업체에서 여행일정·가격·교통편·호텔 등급 등을 미리 정하여 직접 개발·판매하는 여행상품은 모두 기획여행에 해당되며, 정의에 규정된 내용 일부를 누락시켜도 사실상 여행업체가 주체가 되어 상품을 개발·모객하는 소위 패키지여행 등은 원칙적으로 기획여행으로 정의하고 있다.

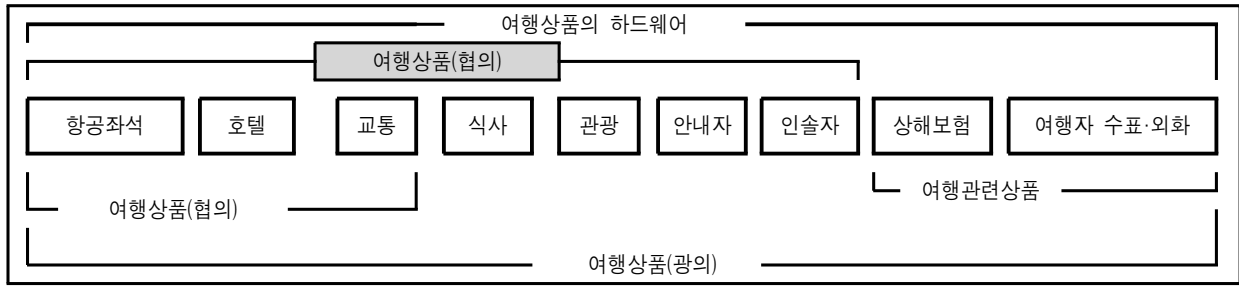
### 4.2 기획여행상품의 원가와 구성요소

미국회계학회에서는 "원가란 특정의 목적을 달성하기 위하여 발생한 또는 발생할 가능성이 있는 희생을 화폐가치로 측정된 것이다"라고 정의하였고, 한국공인회계사협회에서는 "원가란 경영에 있어서 일정한 급부에 관련하여 파악된 재화 또는 용역의 소비를 화폐액으로 표시한 것이며, 또한 경영목적 이외의 경제가치의 소비나 이상상태 하의 경제가치의 감소를 포함하지 아니 한다"라고 정의하고 있다. 부가 46015-557에 따르면 기획여행상품에서 원가로 인정되는 항목은 관광객으로부터 수탁 받아 지급되는 금액으로 손님에게 직접 귀속되는 비용으로써 관광객이 관광 중에 개인이 부담할 비용을 여행사가 대신 수탁 받아서 지급되는 금액이 원가에 해당된다. 이를 구체적으로 구분하면 표 1의 기획여행상품의 원가 구분표[10]와 같으며 이를 바탕으로 기획여행상품의 구성요소를 인식할 수 있다.

[표 1] 기획여행상품의 원가 구분표

원가구분	세부내용
교통 운임비	• 항공요금 • 선박운임 • 관광손님의 차량전세, 고속도로 등 교통비 및 운송비
지상경비	• 관광 손님의 숙박비와 식사비 • 관광 손님의 입장료 • 관광 손님의 출국세와 공항세 • 현지 여행사에 지급한 비용
기타경비	• 관광 손님의 여권인지대 등 여권 발급시 제 비용 • 관광 손님의 비자 비용 • 관광 손님의 보험료

여행사에서는 상품을 구성하는 요소인 여행소재를 하나하나 묶어 일련의 기획여행상품을 생산하고 있으며, 기획여행상품의 구성요소는 그림 1의 여행상품 정의를 참고로 하여 항공좌석, 호텔, 교통, 식사, 관광, 안내자 및 인솔자로 나타낼 수 있다.



자료: 여행상품 기획·판매실무, 정찬중, 신석호 공저 29쪽을 재구성[11]

▶▶ 그림 1. 여행상품의 정의

[표 2] 선행연구 및 여행사 상품공시 정보의 세부 선택기준 요소에 관한 분류

연구자	팩터(Factor)	세부 선택 기준 요소(criteria)					
		기준 요소 A	기준 요소B	기준 요소C	기준 요소D	기준 요소E	기준 요소F
Wong & Kwong [12]	여행계약 및 서비스 질	여행사 평판	여행사 서비스 질	가이드질 및 경력	편안한 여행 일정	보증된 출발	여행 안전성
	매력	방문국 환경	문화적 특성	포함된 관광지	·	·	·
	호텔 및 항공	호텔의 질과 등급	호텔의 시설	익숙한 항공사	·	·	·
	TV 지원 및 소비자 보호	TV광고 및 여행프로그램	룸의 선택 가능성	활동의 자유 가능성	·	·	·
	노선	미중복 노선	항공 스케줄	·	·	·	·
	개인적 흥미	개인적 흥미	테마·놀이공원방문	·	·	·	·
	구전	여행 파트너 옵션과 흥미	가족과 친구 구전 추천	·	·	·	·
박정민 [13]	식사 및 관광활동	식사의 특수성	식사의 편의성	식사의 환경성	사회적 활동	보양적 활동	·
	호텔 및 교통서비스	이미지	편의성	관리상태	서비스	교통 서비스	·
	여행사	신용성	정보성	경제성	시간성	안전성	·
	쇼핑	특산품	유명품	비교상품	·	·	·
	관광활동	문화적활동	스포츠활동	경제적 활동	정치적 활동	·	·
	선택관광	옵션투어	야간관광활동	·	·	·	·
	가격	호텔 가격	교통 가격	식사의 적절성	·	·	·
김옥재 [14]	관광지	매력성	편의성	근접성	·	·	·
	숙박	가액문제	편의성	관리상태	서비스	·	·
	교통	서비스	안전성	운임적절성	·	·	·
	식사	적절성	편의성	환경성	·	·	·
	쇼핑	유명도	비교상품	·	·	·	·
	여행사	정보성	경제성	시간성	안전성	·	·
	문명희 [15]	쇼핑	쇼핑특산품	쇼핑현지물가	쇼핑저렴가격	쇼핑국민 이미지	쇼핑유명도
식당과 호텔		당첨결상태	식당서비스	식당음식맛	호텔편의	호텔정결	·
관광활동		관광스포츠	관광이벤트행사	관광카지노방문	선택야간활동	·	·
여행사		상담능력	신뢰도	출국설명	·	·	·
여행사 안내원		친절	지식	경력	·	·	·
장병수, 구정대 [16]	항공 편리성	교통좌석배열	여정편리성	·	·	·	·
	서비스 질	공항수속신속성	가이드서비스	공항직원서비스	호텔직원서비스	운전자서비스	·
	여행내용	불거리	지역주민 친근감	음식의 다양성	쇼핑가격	·	·
	여행안내 체계성	여행안전성	여행일정의 체계성	쇼핑안내	언어소통	·	·
	여행상황	교통혼잡	여행정보	·	·	·	·
	편의시설 및 청결성	식당시설	식당청결성	유흥시설	쇼핑시설	위락시설	·
	시설 접근성	부두접근성	화장실접근성	공항접근성	주차장접근성	·	·
여행사 상품공시 [17] [18] [19]	관광환경	자연환경	기후적정성	깨끗한 환경	문화적 유산	·	·
	호텔시설 및 교통환경	호텔시설	호텔 위생성	교통환경	·	·	·
	항공	항공기국적	좌석배열	직항유무	·	·	·
	호텔(숙박)	호텔등급	호텔위치	부가서비스	·	·	·
	식사	특식의 횟수	메뉴선택가능성	식사장소	식당수준	부가서비스	·
	교통(차량)	연식	인승	차량	·	·	·
	가이드	가이드경력	자격증 유무	·	·	·	·
	인솔자	인솔자경력	동행 유무	·	·	·	·
	쇼핑	횟수	선택가능유무	·	·	·	·
관광지	유명 관광지	선택 관광 가능	·	·	·	·	
여행사	안심서비스	수수료 포함 유무	·	·	·	·	
일정조건	일정의 편안함	인원수제한 여부	변경가능성	팁 포함유무	·	·	

### 5. 선행연구의 팩터 및 세부 선택기준요소

기획여행상품 원가구성요소를 바탕으로 고찰된 선행연구 및 여행사 상품공시 정보의 세부 선택기준 요소에 관한 분류는 표 2와 같이 요약되었고, 표 3에 연구자별 중요 선택기준 및 통계분석 방법을 표 4에 연구자별 요소와 통합 요소를 분석하였다.

### 6. 결론 및 시사점

기획여행상품의 가치의 증대는 여행상품가격에 대하여 여행자가 느끼거나 얻는 효용의 크기로 표시되고, 효용의 크기는 만족감으로 나타낼 수 있다. 따라서 기획여행상품의 가치와 여행자 만족과의 유기적인 관계에 따라 고객의 목표와 목적가치는 목표기준 만족으로 나타나며, 이용 시 열망하는 결과가치는 결과기준 만족으로 그리고 상품과 성과속성에 대한 열망가치는 속성기준 만족 즉, 선택기준 만족으로 나타나게 된다. 이러한 여행자 만족은 고정적이기 보다는 유동적인 개념으로서 개

인의 지각과정을 통하여 여과되며, 기대, 경험, 태도, 그리고 현재의 여건 등에 따라 가중치를 부여하여 평가하고, 구체적인 측정방식을 통해 전반적인 평가 점수로 산출한다. 한편, 여행자가 기획여행상품을 선택하는데 있어 어떠한 요소들이 선택기준으로 사용되는가를 다수의 연구자가 시도하였고, 이러한 연구를 통해 각 요소별로 세부적인 선택기준들을 제시하고 있다. 각 연구자별로 의미는 다를지라도 근본적으로 기획여행상품의 원가구성요소의 변형 형태를 갖춘 6가지 요소에서 10가지 요소로 제시하였는데, 이를 결합한 통합요소로 나타내면 표 4와 같이 12가지 요소로 표현될 수 있다. 대부분의 의미 있는 선택기준은 다양성과 동일성을 내포하고 있으며 이에 대한 중요도에 따라 여행자 만족의 정도를 평가할 수 있을 것이다. 또한 이 연구논문은 다른 하나의 핵심적인 목적을 위해 시행된 바, 원가구성요소의 선택기준을 근거로 여행자 및 여행사 입장에서 기획여행상품의 평가지표 중요도 연구 등에 선택기준을 활용하고자 한다. 선행 연구들에 공통적으로 적용되는 통계분석 방법은 표 3의 요인분석과 ANOVA 분석을 들 수 있고, 연구자별로 중요시되는 선택기준이 도출되었는바 구체적인

[표 3] 연구자별 중요 선택기준 및 통계분석 방법

연구자	Wong & Kwong	박정민	김옥재	문명희	장병수·구정대
중요 선택기준	여행의 안전성	관광지 매력성	식사의 적절성	여행 안내원 친절	식당시설
	여행사평판	관광지 편의성	식사의 편의성	여행 안내원 지식	호텔시설
	가이드질 및 경력	호텔 서비스	식사의 환경성	여행 안내원 경력	공항접근성
	여행사서비스질	보양적 관광	쇼핑의 유명도	항공좌석배열	환경 및 문화유산
	편안한여행 일정	식사의 특수성	쇼핑의 비교상품	항공여정편리성	여행안정성
	보증된 출발	읍선 투어	관광지 매력성	.	쇼핑
	미중복 노선	야간관람활동	관광지 근접성	.	여행 체계성
	항공 스케줄	.	.	.	언어소통
	.	.	.	.	교통
통계분석방법	요인분석	요인분석	요인분석	요인분석	요인분석
	pilot test	$\chi^2$ 검증	빈도분석	빈도분석	paired t-test
	t-test	MANOVA	회귀분석	신뢰성분석	.
	ANOVA 분석	ANOVA 분석	ANOVA 분석	ANOVA 분석	.
	.	.	교차분석	t-검정	.

[표 4] 연구자별 요소와 통합 요소

연구자	Wong & Kwong	박정민	김옥재	문명희	장병수·구정대	여행사 상품 공시
항공	항공	.	.	항공 편리성	시설 접근성	항공
호텔(숙박)	호텔	호텔	숙박	호텔	호텔시설, 서비스 질	호텔(숙박)
식사	.	식사	식사	식당	편의시설 및 청결성	식사
교통(차량)	노선	교통서비스, 교통	교통	.	교통환경, 여행상황	교통(차량)
가이드	.	.	.	.	.	가이드
인솔자	.	.	.	여행사 안내원	.	인솔자
쇼핑	.	쇼핑	쇼핑	쇼핑	여행내용	쇼핑
관광지	개인적 흥미, 매력, 구전	관광활동과 선택, 관광지	관광지	관광활동	관광환경, 여행상황	관광지
여행사	여행계약	여행사	여행사	여행사	.	여행사
일정조건	시간	.	.	.	여행안내 체계성	일정조건
광고 및 소비자 보호	TV 지원 및 소비자 보호	.	.	.	.	.
서비스 질	서비스 질	.	.	.	서비스 질	.

\* 단, 가격은 원가구성요소에 판매비와 일정한 이익을 포함한 포괄적 개념이므로 제외함

기준은 서비스의 질, 항공, 관광지, 옵션, 여행 안내원, 식당, 호텔 및 쇼핑 등 연구자별로 다양하게 제시되었고, 이를 바탕으로 여행사는 기획여행상품의 기획 및 판매 시 중점적으로 지원해야 될 부분이 무엇인지를 파악하고, 여행자 만족을 위해 제시된 요소들을 반영한 상품차별화를 통해 고객의 욕구에 부합하는 신상품을 개발해야 할 것이다. 이를 위한 구체적인 방안은 서비스개선을 통한 고객만족 증대, 여행 안내원 교육 강화 및 경력 관리 시스템 도입, 우수 식당 및 호텔 지정제 도입, 신 관광지 개발전문가 양성, 쇼핑 매력도 지수 개발 등을 제시할 수 있을 것이다. 끝으로 이 연구논문에서 고찰하지 못한 여행지별, 목적지별로의 세분화된 분석결과를 토대로 좀 더 세밀하게 관찰해야 할 필요가 있을 것이다.

#### ■ 참고 문헌 ■

- [1] 오현준, 최영민, "평가지표를 활용한 기획여행상품 등급화에 관한 연구", 항공경영학회, 제6권 1호, 2008.
- [2] Rajiv Kashyap and David C. Bojanic "A Structural Analysis of Value, Quality, and Price Perceptions of Business and Leisure Travelers," Journal of Travel Research, Vol.39. August, p.46, 2000.
- [3] Haemoon Oh, "Diners' Perceptions of Quality, Value, and Satisfaction," Cornell Hotel and Restaurant Quarterly, Vol.41, No.3, June, p.65, 2000.
- [4] Schechter, Len, "A Normative Conception of Value," Progressive Grocer, pp.12-14, 1984.
- [5] R. B. Woodruff, "Customer value. The next source for competitive edge," Journal of the Academy of Marketing Science, Vol.25, No.2, pp.139-153, 1997.
- [6] Schwarts, Shalom H and Wolfgang Bilsky, "Toward A University Psychological Structure of Hum values", journal of Personality and Social Psychology, 53(3), pp550~562, 1987.
- [7] 박승영, "관광자만족에 따른 관광서비스품질관리에 관한 연구", 관광품질시스템 연구, 관광품질시스템학회, Vol.6, No.1/2, p.104, 2000.
- [8] R. L. Oliver, Satisfaction: A Behavioral perspective on the consumer, New York: McGraw-Hill, p.13, 1996.
- [9] 표성수·장혜숙, 최신관광계획개발론, 서울: 형설출판사, p.84, 1994.
- [10] 오현준, 허희영, "기획여행상품의 원가구성요소 분석 및 표준원가산출에 관한 연구", 항공경영학회, 제5권 2호, 2007.
- [11] 정찬중, 신석호, 여행상품 기획·판매 실무, 백산출판사, 2006.
- [12] Chak-keung Simon Wong · Wai-Yan Yan Kwong, "Outbound tourist' selection criteria for choosing all-inclusive package tours." Tourism Management, 25, pp.581-592, 2004.
- [13] 박정민, "여성관광객의 국외여행상품선택에 관한 연구" 관광·레저연구, 제13권 제1호 pp.61-79, 2001.
- [14] 김옥재, "관광객의 성격유형과 해외 여행상품선택요인간의 관계 연구" 동의대학교 박사학위논문, 2001.
- [15] 문명희, " 해외여행상품 구성요소 중요도 연구" 경기대학교 석사학위논문, 2003.
- [16] 장병수, 구정대, "여행상품 구성요소가 외래 관광객의 사후평가에 미치는 영향", 한국호텔경영학회, 제13권 제4호 pp 167-183, 2004.
- [17] 하나투어 홈페이지, <http://www.hanatour.com>.
- [18] 롯데관광 홈페이지, <http://www.lotttours.com>.
- [19] 모두투어 홈페이지, <http://www.modtour.com>.