

석채언 한국여행업협동조합(Travel Coop) 이사장 / 혜초여행사 대표

Best Traveler (163)

“건강한 여행업 생태계조성, 협동조합이 나섭니다!”

‘협동조합’이라는 경제적으로 약소한 처지에 위치한 중소상공업자, 일반 소비대중들이 상부상조의 정신으로 경제적 이익을 추구하고자 생산, 판매, 제공 등을 협동으로 영위함으로써 조합원의 권익을 향상하고 지역사회에 공헌하는 사업조직을 말한다.

협동조합의 가장 성공적인 사례로는 이미 많은 대중들이 알고 있는 ‘선키스트(Sunkist)’를 꼽을 수 있다. 선키스트는 캘리포니아 농민들이 중간 유통상의 횡포에 대항해 상호보호를 위해 생겨난 협동조합이다. 초기 농민들이 ‘남부 캘리포니아 과일거래소’를 설립하고 독립된 의사결정기구와 투명한 사업 내용 보고를 거쳐 지금의 선키스트로 자리매김하게 됐다.

한국여행시장에도 중소여행사를 지원하기 위한 사업자 형태의 여행업협동조합이 등장했다. 대형사 쏠림현상이 심각한 가운데 건강한 여행업 생태계를 조성하고 경쟁력 있는 상품을 판매할 수 있는 장을 마련하는 것이 이들의 전략이다.

석채언 한국여행업협동조합 이사장은 “점점 중소 여행사가 살아남기 힘든 현실이다. 좋은 상품이나 아이디어가 있어도 여행시장 진입이 어렵다는 난관에 봉착하게 된다. 이제는 서로가 힘을 모아 시장 활성화에 한 몫 해야 할 때”라고 강조했다. 인터뷰 내내 협동조합을 통해 국내의 무너진 여행시장을 살려야 한다는 그의 소신은 뜨겁고 간절했다.

취재협조 및 문의=Travel Coop(www.travel.coop/02-6216-5600) | 글 이예슬 · 사진 강다영 기자 titnews@chol.com

—인터뷰에 앞서 한국여행업협동조합, 즉 ‘Travel Coop’에 대해 간단히 소개해 달라.

▲현재 국내여행시장에서 중소형 여행사는 대형 여행사에 비해 살아남기 힘든 것이 현실이다. 이에 국내 중소 여행사들이 여행업협동조합을 통해 힘과 마음을 모아 경쟁력 있는 상품을 판매할 수 있는 채널을 만들고자 하는 취지에서 설립됐다. 협동조합에 가입한 조합원들은 상품을 개발해 등록할 수 있다. 그렇다고 등록된 상품들이 다 판매될 수 있는 것은 아니다. 25명 내외의 심의위원(학계 교수 5명, 관광청 관계자 3명, 소비자 2명, 여행업에 오랜 기간 종사한 관계자들)를 통한 심사를 통해 판매여부가 최종 결정된다.

—협동조합을 통해 내세우고자 하는 바가 있나?

▲단순한 상품판매가 목적이 아니다. 협동조합은 착한여행, 우수여행 상품만을 취급해 소비자들에게 신뢰감을 높이는 것이 목표다. 판매심의 과정에서 소평과 같은 옵션들이 제외된다. 또한 조합원들은 카드 수수료를 포함해 평균 5%의 수수료를 받게 된다. 이와 같이 유통망을 줄였기 때문에 가격 또한 타 상품 대비 크게 낮아진다. 두 번

짜로 추구하는 것은 국내 여행사 살리기다. 현재 한국에는 여행사들이 없다. 대형여행사와 대리점뿐이다. 중간 구성원

들이 전부 무너진 상태다. 일례로 어느 항공사의 경우 과거에는 500여 개의 여행사를 관리했지만 현재는 관리할 여행사가 없다고 토로한다. 시간은 오래 걸리겠지만 협동조합을 발전시켜 소비자와 중소여행업계 모두가 상생할 수 있는 구조를 만들고 싶다.

—현재 협동조합에 가입한 여행사는 몇 곳인가?

▲초기에는 8곳의 여행사만이 조합원으로 가입돼 있었다. 지난 달 여행업계 종사자들을 대상으로 설명회를 진행했는데 이후 꾸준한 관심으로 현재는 총 31개의 업체가 조합원으로 가입했다.

설명회 이후 가입 여부에 대한 문의도 상당히 많았다.

—협동조합 플랫폼 준비는 어떻게 돼 가는지?

▲판매의 장이 될 홈페이지는 오는 7월 1일 오픈을 목표로 했다. 진행은 많이 돼 있는 상태이나 7,8월 월 상수기와 메르스의 영향으로 조합원들이 바쁜 일정을 보내고 있다. 아마 한 달 뒤쯤 오픈할 수 있을 것 같다. 또한 발기 멤버들이 조성한 기준 틀에서도 추가적으로 구성된 조합원들의 의견 등으로 다소 변경될 것으로 보인다. 8월 오픈을 통

—협동조합 플랫폼 준비는 어떻게 돼 가는지?

▲가장 많이 질문하는 사항은 딱 3가지다. ‘협동조합이 무엇인가’, ‘현재 얼마나 많은 업체들이 가입했느냐’, ‘잘 될 것 같느냐’. 아직 시작단계인데 이미 결과를 기대하는 질문들이 많이 들어온다. 뿐만 아니라 시스템 차별성이 없거나 TV

를 통한 광고도 필요하지 않겠느냐 등 여행사를 대상으로 할 법한 문의도 많다. 꼭 무슨 홈 세일러가 탄생한 것처럼 판매물에만 중점을 두고 있다. 아직 협동조합 자체의 정의를 모르는 여행업계 관계자들도 많다. 협동조합에 대한 개념을 이해한다면 이러한 질문들은 감소할 것이다. 협동조합 초기 발기인들은 가장 기본적인 틀만 마련했다. 이후에 조합원들의 의견을 모아 함께 이끌어갈 계획이다.

내년에는 1년에 10만 원 정도의 연회비를 받을 생각이다. 연회비는 협동조합 운영비가 아니라 조합원들의 교육을 목적으로 사용될 예정이다.

—협동조합 플랫폼 준비는 어떻게 돼 가는지?

▲판매의 장이 될 홈페이지는 오는 7월 1일 오픈을 목표로 했다. 진행은 많이 돼 있는 상태이나 7,8월 월 상수기와 메르스의 영향으로 조합원들이 바쁜 일정을 보내고 있다. 아마 한 달 뒤쯤 오픈할 수 있을 것 같다. 또한 발기 멤버들이 조성한 기준 틀에서도 추가적으로 구성된 조합원들의 의견 등으로 다소 변경될 것으로 보인다. 8월 오픈을 통

—협동조합 플랫폼 준비는 어떻게 돼 가는지?

▲가장 많이 질문하는 사항은 딱 3가지다. ‘협동조합이 무엇인가’, ‘현재 얼마나 많은 업체들이 가입했느냐’, ‘잘 될 것 같느냐’. 아직 시작단계인데 이미 결과를 기대하는 질문들이 많이 들어온다. 뿐만 아니라 시스템 차별성이 없거나 TV

를 통한 광고도 필요하지 않겠느냐 등 여행사를 대상으로 할 법한 문의도 많다. 꼭 무슨 홈 세일러가 탄생한 것처럼 판매물에만 중점을 두고 있다. 아직 협동조합 자체의 정의를 모르는 여행업계 관계자들도 많다. 협동조합에 대한 개념을 이해한다면 이러한 질문들은 감소할 것이다. 협동조합 초기 발기인들은 가장 기본적인 틀만 마련했다. 이후에 조합원들의 의견을 모아 함께 이끌어갈 계획이다.

내년에는 1년에 10만 원 정도의 연회비를 받을 생각이다. 연회비는 협동조합 운영비가 아니라 조합원들의 교육을 목적으로 사용될 예정이다.

—협동조합 플랫폼 준비는 어떻게 돼 가는지?

▲판매의 장이 될 홈페이지는 오는 7월 1일 오픈을 목표로 했다. 진행은 많이 돼 있는 상태이나 7,8월 월 상수기와 메르스의 영향으로 조합원들이 바쁜 일정을 보내고 있다. 아마 한 달 뒤쯤 오픈할 수 있을 것 같다. 또한 발기 멤버들이 조성한 기준 틀에서도 추가적으로 구성된 조합원들의 의견 등으로 다소 변경될 것으로 보인다. 8월 오픈을 통

—협동조합 플랫폼 준비는 어떻게 돼 가는지?

▲가장 많이 질문하는 사항은 딱 3가지다. ‘협동조합이 무엇인가’, ‘현재 얼마나 많은 업체들이 가입했느냐’, ‘잘 될 것 같느냐’. 아직 시작단계인데 이미 결과를 기대하는 질문들이 많이 들어온다. 뿐만 아니라 시스템 차별성이 없거나 TV



한국여행업협동조합 석채언 이사장은 무너지는 중소여행시장을 살리기 위해서는 함께 윈윈(Win Win)해야 한다고 강조했다.

다.

—SNS나 언론, 인터넷 페이지를 통한 홍보 이외에도 향후 다른 마케팅 계획이 있는지?

▲협동조합은 말 그대로 여러 업체들이 함께 출자를 해 운영한다. 때문에 조합원들을 활용해 마케팅할 수 있다는 점이 장점이자 강점이랄 수 있다. 우선 회원사 중 하나

물러설 곳 없는 현실, 중소여행사 두 손 잡아야 속도내기 보다는 기반다지기에 더욱 주력할 것

인 여행자클럽의 경우 약 40대 정도의 버스를 보유하고 있다. 버스를 활용한 버스랩핑 홍보를 계획하고 있다. 또한 각 조합사들의 홈페이지를 통한 노출 등 서로가 힘을 합치는 공동마케팅을 할 생각이다. 업계에 홈 세일러, 직관, 최저가 등 각 기업만의 색을 가진 업체들이

있을 협동조합 또한 개성을 드러내는 색을 찾아야 한다. 그러기 위해서는 홍보보다는 기반부터 탄탄하게 다지는 것이 더 중요한 과제인 것 같다. 현재 운영과 관련해 여러 의견들이 나오고 있다. 이전에 세워진 기초적인 기준에 살을 더 해 정확한 전략을 수립할 것이다. 7명으로 구성된 이사회가 제시된 의견들을 조율해 최종사항을 결정하면 이를 토대로 실행에 옮길 계획이다.

—끝으로 최근 여러 가지 사건으로 여행업계 분위기가 많이 침체돼 있다. 여러분의 메시지를 전한다면.

▲최근 여행업계 뿐 아니라 사회적으로도 분위기가 위축돼 있다. 특히나 모든 방면에서 영향을 많이 받는 것이 여행업계다보니 많이 힘들 것이다. 그 많은 관광버스들도 눈에 띄게 줄었다. 하지만 사회 분위기가 침체돼 있다고 업계 관계자들도

함께 휩쓸리면 안 된다. 관광객들이 여행자이면 우리의 직업은 여행인이다. 이럴 때 일수록 상황에 맞는 상품을 개발하는 것이 진정한 여행인이라고 생각한다.



여행 전문작가 과정 신설!!

당신도 고소득 파워블로거가 될 수 있습니다!!

: 고품격 여행 스토리 텔링!! : 당신도 아름다운 여행의 추억을 만들 수 있습니다.
: 여행전문기자 20년 베테랑 경력을 자랑하는 전기환 교수의 생생한 여행이야기!!

커리큘럼	
여행 스토리 텔링, 여행마케팅 전문가 과정이란 무엇인가	보도자료 쓰는 법
나도 여행작가가 될 수 있다	보도자료 첨삭지도 및 품평
나의 여행기 첨삭지도 및 품평	여행, 여행사진 어떻게 찍을까
여행사진 촬영하기-문화답사 야외활동	여행출판 노하우 배우기
나도 파워블로거가 될 수 있다 - 1	기발한 관광업 마케팅-1
나도 파워블로거가 될 수 있다 - 2	기발한 관광업 마케팅-2 / 수료식

교육일정

- 과 정 : 3개월 과정(매주 화) 시간 19:00~21:30
- 수강료 : 380,000원 (여행사 임직원 20% 할인)

문의 02)318-0110 www.tournjob.com 서울 중구 을지로16 프레지던트호텔 3층