

‘분노 유발자’ 바가지요금, 고비용 구조 알아야 답 찾는다

이태환
세종대 경제학과 교수



“근대적 기상관측을 시작한 이래 7월 초 최고기온”을 기록했다는 소식이 며칠 전 들려왔다. 시원한 바다에 몸을 담그고 싶다. 때마침 유명 해수욕장들이 하나둘씩 개장한다는 뉴스와 함께, 바가지요금을 근절하겠다는 지자체장의 다짐도 전해져 온다. “올해는 꼭 잡겠습니다! 안심하고 오십시오!” 바가지요금, 잡으려면 잡을 수 있는 것일까?

바가지요금이란

문제를 해결하기 위해서는 우선 문제를 정확하게 잘 정의해야 한다. 이 ‘바가지’라는 것이 도대체 뭘까. 일반적으로 바가지를 씌운다고 하면, 구매자의 약점을 이용해서 정당한 가격보다 더 비싼 가격을 받아내는 것을 가리킨다. 여기서 구매자의 약점이라는 것은 구매자가 판매자에 비해 정보가 부족한 상황이 될 수도 있고, 판매자가 특정 재화나 서비스를 독점 공급하고 있어서 구매자에게 다른 선택지가 없고 ‘올머겨자 먹기’로 독점 판매자의 상품을 구매해야 하는 상황이 될 수도 있다.

이 중에서 정보의 비대칭성 때문에 발생하는 ‘바가지요금’은 찾아내기도 쉽고 해결하기도 비교적 쉽다. 사람들이 길을 잘 모르거나 말이 잘 통하지 않는 외국에 가서 택시비나 음식점에서 바가지 쓰는 경우가 바로 이런 것인데, 이럴 때는 정보를 투명하게 공개하도록 하면 문제가 대부분 해결된다. 택시 안에 ‘공황에서 시정까지는 대략 00분이 걸리며 요금은 일반적으로 00원 정도 발생한다’라고 붙여놓도록 하는 것이 좋은 예다. 관광객이 많은 동네라면 식당마다 주요 메뉴와 가격을 문밖에 꼭 공개하도록 규제할 수도 있다. 물론 요즘은 스마트폰으로 주황경로나 음식값을 쉽게 검색할 수 있어서 이런 종류의 바가지요금 문제는 거의 사라졌다.

조금 더 복잡한 예는 전문적 지식이 필요한 경우에 생긴다. 예를 들어 카센터에 갔는데 고장 나지 않은 부품까지 고장 났다고 속여서 비싼 수리비를 받는 경우, 또는 병원에서 불필요한 치료까지 과하게 권하는 경우가 있을 수 있다. 일반 소비자 입장에서 대응하기 어려운 이런 바가지들은 다른 전문가의 힘을 빌려 해결하는 것이 바람직하다. 자동차 보험료 지급 심사나 건강보험 심사를 엄격하게 하는 것이 한 방법이고, 자동차 제조사가 순정부품을 이용해 표준적인 정비의 기준을 제시하는 정비공장을 직접 운영하는 것도 도움이 된다. 아무튼 정보의 비대칭성 때문에 발생하는 바가지요금은 정보를 최대한 투명하게 공개하고 판매자를 견제할 수 있는 다른 전문가를 개입시키면 대부분 문제를 완화하거나 해결할 수 있다.

숨어있는 비용과 시장구조의 문제

바가지요금 중에서 해결이 어려운 것은 시장구조가 일시적으로 독점화하면서 가격이 상승하는 경우다. 일단 이럴 때는 공정하고 정당한 가격이 어느 수준인지 알아내는 것부터 힘든 작업이 된다.

해수욕장 파라솔 대여료의 경우 뉴스에서 인터뷰하는 분노한 시민들을 보면 대개 “빈 모래밭에 파라솔 하나 꽂아놓고 그 값을 받느냐”, 또는 “목욕탕보다 해수욕장 샤워비가 비싼 게 말이 되느냐”고 한다. 글썄, 어느 정도까지는 그 값이 말이 될 수 있



해수욕장의 물품 대여료에는 비수기 동안의 관리비나 기회비용, 독점적 시장구조 등이 영향을 미친다.

관광객 올리는 비싼 택시비·음식값

저리당 요금, 가격 공개로 많이 해결

휴가철 단골 ‘파라솔 대여료’ 시비

날씨 변수, 토지 기회비용 얽혀 복잡

해수욕장 평상 3만원’ 내건 제주처럼

지자체 나서면 불합리 줄일 수 있어

다. 일단 해수욕장에서 파라솔 대여업, 샤워장 설치 등을 하려면 지자체나 마을 주민회, 어촌계 등의 허가를 꼭 받아야 하고 그 과정에서 입찰 경쟁을 해야 한다. 그냥 ‘부르는 게 값’은 아니라는 얘기다. 그리고 여름에 빈 모래사장에 파라솔을 꽂아놓기 위해서는 사실 가을부터 봄까지 파라솔을 보관해야 한다. 결국 해수욕장 파라솔 대여료는 개인이 자기 집 창고에 파라솔을 보관하다가 차에 실어 해수욕장까지 가져가서 사용할 때 1년 동안 발생하는 모든 비용과 비교해서 적절한지 따져야 합리적이다. 샤워장도 설치하는 데 들어가는 고정비용을 이용자가 나눠 낸다고 보면, 여름 한철 쓰는 해수욕장 샤워장 요금은 1년 내내 운영하는 목욕탕보다 2~3배 비싸질 수 있다.

날씨 리스크도 고려할 필요가 있다. 여름에 비가 유난히 많이 오거나 평소보다 기온이 낮으면 1년 장사를 망치는데, 이렇게 현금 흐름이 일정하지 않

고 들쭉날쭉할 때 가격이 약간의 프리미엄이 붙는 것은 정상이다. 마지막에 가장 중요한 것은 토지가 철썩이는 모래밭을 걸으며 즐길 수 있는 것은 그 땅이 비어있기 때문이다. 거기에 공장을 짓거나 수족관 같은 유료 시설을 지으면 수익이 더 많이 날 수도 있지 않나. 이런 잠재적 수익은 고스란히 해수욕장 운영의 기회비용이 되고, 여름에 그곳을 이용하는 사람들이 나눠 내는 것이 맞다. 어떤 시설의 이용 요금이 바가지인지 확인하려면 이렇게 다양한 비용 요인들을 먼저 고려해야 한다.

이렇게 따져 본 뒤에도 값이 너무 비싸다면, 이제는 시장 구조를 들여다봐야 한다. 해수욕장을 운영하고 각종 집기를 대여해주는 업체들은 성수기에 일시적으로 독점력을 갖게 된다. 이미 거기 와 있는 관광객들은 그곳에 있는 판매자로부터 파라솔·튜브 등을 빌려 쓸 수밖에 없다. 더 싼 업체를 찾겠다고 몇백 미터를 걸어가 파라솔을 받아서 돌아오는 것도 너무 어렵고, 숙소 예약 등이다 끝난 상황에 갑자기 다른 해수욕장을 찾아갈 수도 없다. 그렇다고 경쟁을 장려하기 위해 해수욕장마다 여러 업체들에 동시에 영업권을 준다면 이제는 모래사장이 휴가를 즐기는 공간이 아니라 호객행위와 신경전이 난무하는 시장판이 될 우려가 있다.

결국 지자체가 나서 수밖에 없다. 독점이익이 과도하게 발생하지 않도록 영업권 사전 입찰을 통해 충분히 경쟁을 시키고, 업체들이 제출한 가격의 근거자료를 합리적인지 잘 평가해야 한다. 그리고 이렇게 경쟁입찰을 통해 주요 가격들을 결정하고 나면 가능한 한 이른 시기에, 사람들이 여름 휴가를 위한 교통편과 숙박편을 예약하기 전에 가격을 미리 투명하게 공시해서 정보의 비대칭성을 줄일 필요가 있다. 지난 5월에 제주도에서 “이번 여름 도내 모든 해수욕장에서 파라솔 대여료는 2만원, 평상은 3만원”이라고 확정해서 발표했는데 다른 지자체가 본받을 만한 좋은 방식이다. 음식값에 대해서는 경쟁을 유도하기 위해 농협·수협 등에서 주요 관광지마다 합리적인 가격에 식재료를 파는 매장을 개설할 수도 있겠다.

가격 인상이 대안이 될 수 있다? 때로는 전제지번 등으로 시장 상황이 급변할 때

특정 상품의 가격이 치솟기도 한다. 이런 것도 바가지요금으로 볼 수 있을까?

사실 이걸 철학적으로 어려운 문제다. 미국 대학에서 경제학을 가르칠 때 종종 드는 예로 다음과 같은 것이 있다. (마이크 샌델의 ‘정의란 무엇인가’에도 나온다.) 갑자기 눈이 너무 많이 와서 마을 전체가 고립되어 버렸는데 그 마을에 눈삽을 파는 가게는 하나밖에 없다. 재고는 한정적인데 모든 사람이 눈삽을 필요로 하니 수요는 폭증한다. 이때 눈삽 가격을 올린다면 정당한 일인가? 보통 사람들은 뭔가 공정하지 못하다고 느낀다. 다 같이 어려운 상황을 이용해 가게 주인이 개인적 이익만 챙긴다고 보기 때문이다. 그런데 사실 가격은 기본적으로 ‘번호표’와 마찬가지로 아무리 비싼 값이라도 지불할 용의가 있을 만큼 눈삽을 절실하게 필요로 하는 사람부터 차례로 눈삽을 사 갈 수 있도록 줄을 세워주는 역할을 한다. 이것이 불공정하다면, 가격을 그대로 둘 때 어떤 일이 벌어질지 생각해 볼 필요가 있다. 개수가 부족한 눈삽을 누구에게 먼저 팔아야 공정한가. 선착순으로 한다면 가게에 가까이 사는 사람이 유리해진다. 가게 주인이 평소에 친했던 손님에게 먼저 팔거나 마을 주민들에게 제비뽑기를 시킬 수도 있겠다. 이런 방식이 가격을 올리는 것보다 과연 더 공정한 것인지, 생각해 봐야 한다는 얘기다.

물론, 이런 골치 아픈 고민은 경제학자에게 맡기고 파도 소리 가득한 해변에서 여유를 즐기는 것이 여름휴가를 보내는 방식으로는 훨씬 더 바람직할 것이다. 이번 여름에도 지자체 공무원들이 바가지요금과의 힘든 싸움에서 승리하길 바란다.

<광주일보와 중앙 SUNDAY 제휴 기사입니다>



음식 가격이 적힌 식당 앞의 안내판. 밖에서 잘 보이도록 만들어진 가격표는 정보의 비대칭성을 줄이고 바가지요금을 차단하는 역할을 한다.



KSA 한국표준협회
KOREAN STANDARDS ASSOCIATION

ISO 21388
보청기적합관리 인증센터

“고객에게는 신뢰와 만족”

국제보청기

since 1982

- ✓ 필요한 소리만 똑똑히 들립니다.
- ✓ 작은 사이즈로 착용시 거부감이 없습니다.
- ✓ 정직한 우수상품 가격부담이 없습니다.

본점 서석동 남동성당 옆

서울점 종로 5가역 1층

순천점 중앙시장 앞

062) 227-9940

062) 227-9970

02) 765-9940

061) 752-9940