

2025년 원가분석 보고서

# 항공권 가격 분석 보고서

2025.11.

## 목 차

I	문제제기
II	항공권 다이نام믹 프라이싱의 이해
III	소비자단체 협의회 자체 가격 조사 및 분석
IV	항공권 다이نام믹 프라이싱의 문제점
V	결론 및 제언

## I. 문제제기

- 코로나19 엔데믹 이후 여행 수요 폭증과 항공권 가격 급등 현상
  - 최근 항공료 가격이 비싼 상태에서 고착화되는 경향을 보이고 있으며, 소비자의 여행 부담 비용이 이전에 비해 높아짐
  - 이러한 경향은 단순한 물가 상승보다는 코로나19의 세계적인 유행이 종료되고, 국가 간 이동 제약이 없어진 상황에서 여행이라는 것이 ‘선택’이 아닌 ‘필수’가 된 트렌드로 폭발적인 수요 증가가 한 원인으로 꼽힘
  - 또한, 2~3년간 억눌렸던 해외여행 욕구가 일시에 분출되면서, 소비자들이 가격에 덜 민감해지는 경향을 보임. “비싸도 간다”는 분위기가 확산되면서 항공사는 가격을 올려도 판매가 줄지 않는 호재를 맞이함
  - 그 뿐 아니라, 기존에는 휴가철에 집중되던 수요가 연중 수시로 확대되었고, 장거리(미주, 유럽) 노선의 수요 회복이 예상보다 빠르게 진행되면서 고가 항공권의 판매율이 급증함
- ‘공급 병목’이 가격 급등을 부추김
  - 수요는 폭발했지만, 항공사의 공급은 이를 따라가지 못하며, 이른바 ‘공급 병목’ 현상이 나타났는데, 이것이 또다른 가격 급등의 원인이 됨
  - 실제로 공항 수하물 처리 지연 사태나 연착이 빈번하게 발생하면서 코로나 19 기간 동안 해고되거나 이직할 조종사, 승무원, 지상 조업 인력이 즉시 복귀하지 못해 폭발적인 수요에 대응하지 못한 공급 측면에서의 사례가 자주 나타나고 있음

○ 항공사들이 비용 절감을 위해 반납했던 리스 항공기를 다시 확보하는 데 시간이 걸렸고, 보잉/에어버스 등의 제작사 공급망 문제로 신규 항공기 도입도 지연되어 결국 공급 대비 수요의 과잉이 발생함

○ 기타 러시아-우크라이나 전쟁으로 인한 고유가 기초 장기화 및 유허할증료의 증가, 항공기 리스료와 정비비, 항공유 결제가 달러로 이루어지는 환경에서 고회율 환경 또한 항공료 운임 인상 압박으로 작용함

□ 수요-공급 측면의 구조적인 인상과 맞물린 항공사들의 가격 정책

○ 이처럼 수요 측면 및 공급 측면 양쪽에서 가격 인상과 관련된 악재가 발생하는 가운데, 항공사들은 ‘다이나믹 프라이싱(Dynamic Pricing)’을 통한 가격 판매 정책을 확산하여 소비자들의 부담을 부추기는 것이 아닌가에 대한 의구심이 있음

○ 즉, 현재의 과도한 항공료 부담 문제는 수요-공급적인 측면에서 발생한 일시적이지, 정상화를 위한 과정이 아니라 항공사가 도입한 다이나믹 프라이싱 알고리즘과 결합하여 발생한 구조적인 문제일 수 있는 것임

○ 이를 확인하기 위해, 항공사들의 가격 정책인 다이나믹 프라이싱이 어떤 것이고, 현재의 상황에서 어떻게 작동하고 있는지에 대하여 추가적인 확인이 필요함

○ 추가적으로 해당 다이나믹 프라이싱이 소비자 관점에서 가격 공정성을 해치지 않는지, 소비자들의 합리적인 선택권을 제한하는 것은 아닌지에 대한 분석 예정임

## II. 항공권 다이나믹 프라이싱의 이해

### 1. 다이나믹 프라이싱(Dynamic Pricing)의 특징

□ 다이나믹 프라이싱의 정의

○ 다이나믹 프라이싱(Dynamic Pricing)은 수요와 공급, 경쟁사 가격, 고객 행동 등 다양한 데이터를 실시간으로 분석하여 상품이나 서비스 가격을 유동적으로 변경하는 가격 전략으로, ‘탄력적 가격 책정’, ‘가변가격제’ 또는 ‘시가’라고도 함

○ 주로 항공권, 호텔 등 공급은 제한되어 있으나, 수요량이 시기 등에 따라 가변적인 상품에서 널리 사용되며, 이른 바 ‘가격차별정책’의 일환으로 볼 수 있음

○ 최근에는 AI와 빅데이터 기술 발전으로 더욱 정교해져 개별 고객 맞춤형 가격 제안까지 가능해져 항공권, 호텔 뿐 아니라 이커머스(쿠팡, 아마존) 등에서도 널리 사용되고 있음

○ 이는 성수기에 숙박 요금이 비싸지고 비수기에 낮아지는 것 같이, 같은 상품이라도 시장 상황에 따라 가격이 달라지는 등 자연스럽게 통용되는 상황을 넘어서, 인공지능과 머신러닝의 발전에 힘입어 알고리즘으로 고객을 분석, 분류해 개인마다 거래조건을 달리 설정하고 있음

□ 고정가격제와 다이나믹 프라이싱 가격제 비교 분석

○ 다이나믹 프라이싱이 전통적인 고정가격제와 구별되는 특징은 ①실시간 가격변동, ②수요와 공급 기반, ③데이터 기반, ④기업의 수익 극대화를 꾀할 수 있음

- 시장 상황과 데이터 알고리즘에 의해 실시간으로 가격이 변동 되기 때문에, 가격은 해당 시점의 수요와 공급 기반으로 결정되고 이러한 수요 - 공급에 대한 조사는 기존에 고객으로부터 쌓아둔 데이터를 기반으로하며, 이를 통해 기업의 수익을 극대화 하는 방식으로 이루어짐
- 기존의 고정가격제에서 사용되는 가격 결정 프로세스로는 기본적으로 생산을 위해 투입한 원가를 베이스로하여, 기업이 요구하는 기타 마진을 가산하여 가격이 결정되는 것과 달리 다이내믹프라이싱 하에서의 가격 결정 방식은 시점, 수요, 구매시기 등 다양한 변수가 작용하여 가격이 산정되는 것임
- 소비자 또한 최적의 가격으로 품목을 구매하기 위해, 구매 시점이나 실시간 상황에 따른 사전 정보를 많이 가져고 있어야 유리하며, 가격을 위한 탐색 비용도 상대적으로 높지만 또 경우에 따라서 저렴한 가격으로 구매할 가능성도 있음
- 고정가격제에서의 가격은 안정성, 예측 가능성이 높고 소비자들도 이미 결정된 가격을 공정하다는 개념으로 받아들이지만, 이러한 다이내믹프라이싱에 의한 가격은 고객은 고객들이 가격 변동의 정확한 요인을 알 수 없으므로 불공정하다고 느끼고, 구매 행위에도 신뢰보다는 불안감을 가지고 있기 마련임
- 이러한 다이내믹 프라이싱은 수요-공급 기반에 가격 결정을 두고 있지만, 실제로는 기업이 공급량을 단기간에 급격하게 높일 수 없는 항공권, 호텔과 같은 일종의 임대 성격의 항목에 많이 적용되며, 결국 수요량 조절을 통해 가격을 높여 기업의 이윤 극대화를 추구하는데 기여하는 바가 큼
- 경우에 따라서는 충성심 높은 '단골' 집단에 더 높은 가격을 매기기도 해

불공정한 기만 행위라는 지적과 이러한 기반이 되는 정보 수집을 위해 개인정보 활용 측면의 문제가 지적되고 있음

<표 2-1 고정 가격제 vs 다이내믹 프라이싱 비교 분석>

구 분	고정 가격제 (Fixed Pricing)	다이내믹 프라이싱 (Dynamic Pricing)
정의	모든 소비자에게 일정 기간 동안 동일한 가격을 제시하는 방식	시장 상황과 데이터 알고리즘에 따라 실시간으로 가격을 변동시키는 방식
가격 결정 요인	생산 원가 + 목표 마진 (Cost-plus)	실시간 수요/공급, 경쟁사 가격, 구매 시점, 고객 데이터, 재고 상황 등 다양
가격 변동 주기	장기적 (계절, 연 단위 변경)	실시간 (분, 초 단위로도 변경)
특징	1) 가격이 명시되어 있으며 예측 가능함 2) 안정감, 공정함	1) 가격 변동의 정확한 원인을 알 수 없음 2) 불안감, 불공정성
소비자 행동	가격 비교 탐색 비용이 낮음 ▶ 필요시 즉시 구매	최적 가격을 위한 탐색 비용 높음 ▶ 전략적 구매 필요
기업의 목표	안정적인 판매량 확보 및 신뢰도 구축	수익 경영 극대화, 재고 소진 및 객단가 상승
예시	영화관 티켓, 버스/지하철 요금 등	항공권, 호텔 숙박료, 차량 호출(Uber) 등

출처: 한국소비자단체협의회 자체조사

- 즉, 시장의 수요에 따른 가격 차별이 아닌 공급자가 보유한 소비자의 정보가 가격을 결정할 수 있음을 의미하여, 전통적인 가격 차별 방식과는 다른 양상이 나타남
- 항공권 가격 결정에 영향을 미치는 요인 분석
  - 이러한 다이내믹 프라이싱이 항공권 가격 결정에 영향을 미치는, 가장 큰 특징이자 요인은 항공권은 일반 재화와 달리 재고가 남을 경우 가치가 사라지는 소멸성 재고라는 점임
  - 따라서 항공사는 복잡한 알고리즘을 통해 소비자별로 각기 다른 가격을 제

시하며, 이는 다음과 같은 다차원적 변수에 의해 결정된다고 볼 수 있으며, 일반적으로 알려진 변수는 다음과 같음 (출처 : 항공정보포털 (Airportal.go.kr): “항공가격 전략과 수익경영의 원리 분석“)

**(1) 시점 및 시기적 변수**

- 가격 결정의 가장 고전적이면서도 강력한 핵심 변수로 예약 시점, 사용 요일 및 시기 두 가지 항목임
- 예약시점 변수는 일반적으로 출발일로부터 남은 기간에 따라 가격이 계단식으로 상승하게 되며, 소비자는 피할수 없는 여행일수록 높은 가격을 지불할 수 밖에 없음
- 사용 요일 및 시기 변수는 주말(금~일) 이용 티켓, 연휴 및 휴가철 등 수요가 집중되는 시기에 알고리즘은 즉각적으로 기업의 마진을 높이는 구조로 책정됨

**(2) 시장 환경 및 비용 변수**

- 또한, 항공사가 통제할 수 없는 외부 요인 역시 알고리즘의 자동 조정 항목에 해당하여 고객의 구입 가격에 영향을 미치게 되는데 ① 경쟁사 가격 및 ② 거시 경제 지표가 있음
- 항공사는 경쟁 항공사의 실시간 운임 변화나 프로모션 여부를 모니터링하여 즉각 대응하는 알고리즘을 작성하여, 해당 가격에서 우위를 점해 고객들이 자사에서 예약을 늘리도록 이끔
- 또한, 유류할증료의 기반이 되는 국제 유가와 항공기 리스료 등에 영향을

주는 환율 변동을 실시간으로 운임에 반영하여 비용 부담을 소비자에게 즉각 전가하는 알고리즘을 작성함

**(3) 소비자 행동 변수**

- 소비자 개개인의 정보를 바탕으로 여러 경로를 통해 수집한 소비자들의 디지털 기록들을 이용한 가격 차별 영역도 있음
- 이는 쿠키(Cookie)를 통한 검색 기록 추적을 통해 특정 소비자가 특정 노선에 얼마나 자주 접속하는지, 지속적으로 모니터링하고 있는지를 분석하거나, 동일한 이코노미석 내에서도 취소 가능 여부, 마일리지 적립률 등에 따라 수십 개의 클래스를 운영하며 가격 비교를 어렵게 만드는 행위 등이 이에 해당함
- 심지어 일부에서는 접속 기기(iOS vs Android, Mobile vs PC)에 따라 소비자의 소득 수준이나 구매 성향을 추측하여 가격을 다르게 제시한다는 추정 또한 존재함
- 이러한 항공권 다이نام믹 프라이싱 변수 적용은 기존의 항공권 구매시 발생하는 가격 차별은 학생이나 노약자 할인, 조기 예약 할인 등 소비자가 인지하고 선택할 수 있는 요인들이었던 것과 달리 현재의 알고리즘 기반은 다른 양상을 보임. 즉, 가격 결정방식의 소비자에 대한 기반적 행위의 핵심은 소비자 자신이 왜 더 비싼 가격을 제안 받는지, 특정 가격을 선택할 수 없거나 다른 소비자와 다른 가격을 지불해야하는지를 알 수 없는 것임
- 이는 소비자의 합리적 선택권을 제한하고 시장에 대한 불신을 초래하는 근본 원인이 됨

<표 2-2 항공권 다이내믹 프라이싱 결정 알고리즘의 주요 변수 체계>

구 분	세부 변수	소비자 가격 영향
시점 및 시기적 변수	예약시점	출발일이 임박할수록 가격이 계단식으로 상승. 대체재를 찾기 어려운 '긴박한 수요'에 높은 운임 부과.
	여행 시기	주말(금~일), 공휴일, 명절 등 수요 집중 시기에 가산율을 실시간으로 상향 조정.
시장 환경 및 비용 변수	경쟁사 실시간 동향	경쟁 항공사의 운임 변화 및 프로모션 여부를 알고리즘 등이 모니터링하여 즉각적으로 가격을 동조화하거나 대응
	거시 경제 지표	유가(유류할증료), 환율(리스크 및 정비비) 변동 시 비용 부담을 실시간 알고리즘을 통해 소비자에게 즉각 전가
소비자 행동	디지털 발자국 (Cookies)	쿠키 및 검색 기록을 추적하여 특정 노선에 대한 반복 검색 시 '구매 의사'가 높은 것으로 판단, 가격 인상을 유도
	예약 등급	동일 등급 서도 취소 규정, 마일리지 등에 따라 수십 개의 가격 구간을 제시
	접속 환경	접속 기기 유형 등에 따라 소비자의 소득 수준이나 구매 성향을 추측하여 차등 가격 제시

출처: '항공가격 전략과 수익경영의 원리 분석'(이휘영, 2010)

- 이러한 세 가지 카테고리이징한 항목별로 항공사들은 알고리즘에 적용하여, 소비자들의 항공권 구매시 가격 차별에 적용하고 있으며, 이것이 실제로 시장의 수요-공급에 따른 정당한 차등인지, 또는 이를 넘어선 공급자가 독점하고, 공개하지 않은 소비자 정보에 의한 과도한 가격 책정 방식인지에 대해 사례를 분석할 예정임

### III. 항공권 다이내믹 프라이싱 가격 조사 및 분석

#### 1. 항공권 다이내믹 프라이싱 가격 조사

- 한국소비자단체협의회는 자체적으로 항공권 다이내믹 프라이싱 가격 조사를 수행하여, 결과 분석을 수행함

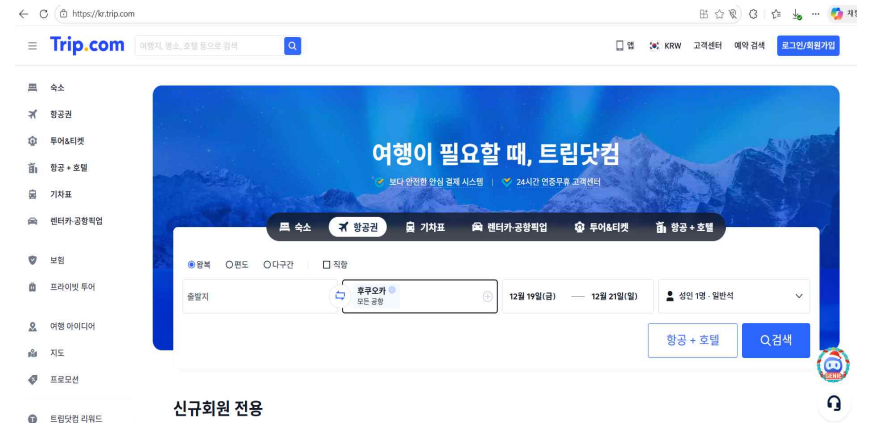
- 특히, 세 가지로 카테고리이징한 항공권 다이내믹 프라이싱 결정의 주요 변수 별로 항공사들은 어떻게 알고리즘에 적용하여, 소비자들의 항공권 구매시 가격 차별에 적용하고 있는지를 실제 가격을 확인하려함

- 다이내믹 프라이싱에 따른 가격 책정이 실제로 시장의 수요-공급에 따른 정당한 차등인지, 또는 이를 넘어선 공급자가 독점하고, 공개하지 않은 소비자 정보에 의한 과도한 가격 책정 방식인지에 대해 사례를 분석하고자함

#### □ 가격 조사 방법 설정

- 가격 조사는 외부 전문가를 통해, 항공권 가격 데이터 수집을 위한 자체 프로그램을 적용하였고, 세부 내용은 다음과 같음

- 조사 사이트 : 트립닷컴(Trip.com)



- 조사 노선 :

- 1) 국내선 1개 왕복 노선

- ① 항공사 : 대한항공, 아시아항공, 진에어(저비용 항공사), 제주항공(저비용 항공사)
- ② 노선: 김포 - 제주, 왕복(Inbound 및 Outbound 가격 각각)
- ③ 여행 일정 : 성수기(출발 9/30, 도착 10/6)
- ④ 조사 내용 : 항공기 출발 시간, 비행시간, 항공사, 최종 소비자 금액

국내선 노선 중 가장 인기노선을 선정하였으며, 수요가 집중적으로 몰릴 것으로 예상되는 2025년 추석 연휴 기간 일정을 대상으로함

2) 국제선 2개 왕복 노선

- ① 항공사 : 대한항공, 아시아항공, 티웨이항공(저비용 항공사), 제주항공(저비용 항공사)
- ② 노선: 인천-후쿠오카, 인천-다낭 (Inbound 및 Outbound 가격 각각)

\* 해당 노선은 네이버 인기 노선 구간을 기준으로 국내선 및 국제선 각각에 대하여 선정함.

1위	제주
2위	부산
3위	후쿠오카
4위	오사카
5위	도쿄
6위	삿포로
7위	다낭
8위	방콕
9위	오키나와
10위	나트랑

- ③ 여행 일정 : 성수기 (출발 12/1, 도착 12/26)
- ④ 조사 내용: 항공기 출발 시간, 비행시간, 항공사, 최종 소비자 금액

국제선 노선 중 가장 인기 노선을 선정하였으며, 후쿠오카와 동일 국가인 기타 일본 노선을 제외하고 두 번째 인기 노선인 다낭을 선택하였으며, 역시 수요가 집중될 것으로 예상하는 연말 성수기 시점 여행 일정 구간을 대상으로 가격 조사 수행함

- 조사 시점 : 다이نام믹 프라이싱은 조서 가격 시점에 따라서도 가격이

달라지나, 조사 목적상 가격 조사 시점을 매일, 조사시간 오전 10시~11시, 오후 9시~10시로 고정하여 가격 조사 수행

- 조사 기간 : 11주간(국내선 : 8/16~9/30, 국제선 :8/16~11/2)

- 기타 : 성인 1명 기준, 일반석(이코노미) 기준으로 가격 조사 실시

□ 가격 데이터 분석

- 위의 조사 방법 설정에 따라, 크게 (1) 김포-제주 국내선 노선과 (2) 인천-후쿠오카 및 (3) 인천-다낭 국제선 노선 세 구간에 대한 가격 조사를 수행함
- (1)의 국내선 노선은 수요가 급증할 것으로 예상하는 추석 연휴에 사용하는 항공권 금액을 조사하였기 때문에, 조사 기간은 2025년 연휴가 시작하는 9/30일까지 진행하였고, 김포 - 제주 출발은 9/30일 일자, 제주 - 김포 노선은 10/6일 날짜로 매일의 일반 항공사 및 저가항공사 4개 항공사에 대한 가격 조사를 실시함
- 또한, (2) 및 (3)의 국제선 노선은 크리스마스부터 연말~연초가 이어지는 시점이 성수기에 해당하므로 인천-후쿠오카 또는 인천-다낭 항공 출발은 12/21일로 고정하였고, 귀국편은 크리스마스 다음날인 12/26일 일자로 선정하여, 8/16일부터 11/2일까지의 매일의 가격을 조사함
- 조사 결과, (1) 김포 - 제주 노선은 8/16~9/30일 까지 총 45일간의 4개 항공사 항공권 가격 정보 6,927개를 수집하였고, 제주 - 김포 노선은 동 기간, 동 항공사에 대한 가격 정보 2,047개를 수집하였음

- 국제선 (2) 및 (3)의 항공권은 8/16~11/2일까지 총 78개일 중에, 인천 - 후쿠오카 노선 1,707개의 가격, 후쿠오카 - 인천 노선 1,517개의 가격 및 인천- 다낭 노선 1,270개의 가격과 다낭-인천 노선 1,248개의 가격 정보를 수집하여 분석하였음

## 2. 항공권 다이내믹 프라이싱 가격 조사 결과 분석

- 이렇게 자체 조사를 통해, 총 14,716개의 가격을 수집하여, 결과치에 대한 분석을 수행함

### (1) 노선별/각 주차별 최고-최저 가격 차이 분석

- 김포-제주 노선의 각 주차별 최고가격과 최저 가격을 산출하여 차이를 확인한 결과, 다음과 같음

<표 3-1 김포-제주 노선 주차별 가격 편차 >

(단위: 원)

구분	0주차	1주차	2주차	3주차	4주차	5주차	6주차	7주차
최저가	27,100	25,100	24,700	20,700	19,900	18,900	17,721	18,513
최고가	168,200	172,400	168,200	168,200	168,200	168,200	168,200	168,200
차이가격	141,100	147,300	143,500	147,500	148,300	149,300	150,479	149,687
차이비율	<b>620.7%</b>	<b>686.9%</b>	<b>681.0%</b>	<b>812.6%</b>	<b>845.2%</b>	<b>889.9%</b>	<b>949.2%</b>	<b>908.6%</b>

출처: 트립닷컴 가격, 소협 자체조사

- 9/30일 김포-제주 노선의 각 주차별 최저 가격과 최고 가격을 뽑아, 최저 가격과 최고가격을 확인한 결과, 최고가격은 대부분 대한항공 가격인 168,200원대로 다소 고정된 가격으로 나타났고, 최저 가격은 저가 항공사별로 가격 차이가 있지만 1만원 후반대에서 2만원대까지 다양하게 나타남

- 각 주차별 최고 가격과 최저 가격의 차이는 최대 150,479원에서 최소 141,100원으로 확인되었으며, 이는 항공사의 서비스 품질이 차이가 나지만 출발 시간이나 기타 품질에 대비하여서도 최소가격 대비 최고 가격이 6.2배~9.5배까지 높은 수준으로 확인됨

- 또한, 이미 알려진 바와 같이 최고가격과 최저가격의 차이는 0주차에 141,100원으로 가장 낮게 나타났고, 여행이 임박한 시점인 6주차에 150,479원으로 가장 높게 나타남 (6주차: 출발 4-5일 전인 6주차에 최저가(진에어 LJ517, 17,721원)가 등장, 0주차 얼리버드 예매보다 가격이 낮아짐)

- 출발 1~3일 전인 7주차 최저가는 제주항공 7C101(18,513원), 최고가는 대한항공(168,200원)으로 약 9배 이상의 극심한 가격 차이를 보였음

- 이는 소비자들의 수요가 임박하여 선택권이 점차 없어진 시점 기업들은 가격을 높게 설정하기도 한 반면, 잔여 수요를 처분 하거나 고정된 좌석을 경쟁사보다 더 많이 채우기 위한 프로모션성 낮은 가격 제시도 많아 임박한 시점에 구매할수록 가격 차이가 많이 나타나는 것을 알 수 있음

- 서울로 돌아오는 항공편인 제주-김포 10/6일자 노선 금액을 주차별로 확인하여, 각 주차별 최저가 및 최고가를 확인한 결과는 다음과 같음

<표 3-2 제주-김포 노선 주차별 가격 편차 >

(단위: 원)

구분	0주차	1주차	2주차	3주차	4주차	5주차	6주차	7주차
최저가	118,200	118,200	118,200	118,200	113,700	107,700	105,237	76,923
최고가	203,700	173,700	188,700	188,700	168,200	168,200	168,200	188,700
차이가격	85,500	55,500	70,500	70,500	54,500	60,500	62,963	111,777
차이비율	<b>72.3%</b>	<b>47.0%</b>	<b>59.6%</b>	<b>59.6%</b>	<b>47.9%</b>	<b>56.2%</b>	<b>59.8%</b>	<b>145.3%</b>

출처: 트립닷컴 가격, 소협 자체조사

- 0주차는 수요가 폭발하는 시점으로, LCC인 제주항공(7C)의 일부 시간대 가격이 203,700원까지 치솟아, FSC(일반항공사)인 대한항공의 일반석 정가(168,200원)를 훨씬 초과하는 가격 역전 현상이 발생한 반면, 최저가는 제주항공 등 다수 노선이 118,200원으로 확인됨
- 1주차 ~ 3주차는 최저가가 118,200원 선으로 유지되었고, 최고가는 진에어(173,700원), 아시아나(188,700원) 등이 높게 형성되어 고운임이 고착화됨
- 그러다가 6주차인 출발 약 10일 전, 최저 가격은 제주항공의 105,237원으로 가격을 소폭 인하되었다가, 7주차에는 제주항공이 76,923원짜리 특가를 출시하여 최소 금액이 크게 하락함
- 최소가 대비 최고가격도 4주차에는 54,500원으로 약 47.9%의 차이를 보였으나, 7주차에는 제주항공이 잔여 재고 소진을 위한 특가 출시에 따라 최소가 대비 최고가격 차이가 111,777원(약 145.3%)까지 벌어짐
- 7주차에 소비자는 가장 저렴한 항공권을 구매할 수 있어 일부 이득이라고 볼 수도 있겠지만, 0주차에 자리를 선점하기 위해 20만원 넘게 주고 산 소비자는 출발 직전에 산 소비자(7만원대)보다 약 2.6배 비싼 가격을 지불한 것임
- 이는 성수기/고수요 노선일수록 '일찍 예매한 충성 고객'이 가장 큰 손해를 보는 구조라는 것을 보여줌
- 노선별/주차별 최저가와 최고가 차이를 국제선 노선에서도 확인 수행함. 인천-후쿠오카 노선의 12/21일 노선 가격을 확인한 결과, 다음과 같은 가격 특징이 있음
- LCC(저비용항공사)인 티웨이항공과 제주항공이 최저가를 주도하고 있으며,

시간이 지날수록(특히 8주차 이후) 최저가가 10만원 이하로 급락하고 있음

- 반면 최고가(주로 대한항공)는 0,3주차 24만원대인 것이 출발일이 가까워지면서 27만원대까지 상승하여 가격 편차가 심화되고 있었음
- 최고가와 최저가의 편차 역시 3주차에 9만원대로 가장 적었던 것이 8주차에는 17만원대까지 큰 폭으로 벌어짐

<표 3-3 인천-후쿠오카 노선 주차별 가격 편차 >

(단위: 원)

주차	0주	1주	2주	3주	4주	5주	6주	7주	8주	9주	10주	11주
최저가	118,800	141,000	140,400	142,800	141,000	123,200	122,364	120,978	96,921	99,198	104,346	101,871
최고가	248,800	261,400	261,400	240,600	265,700	270,600	273,339	273,636	272,844	273,240	273,636	273,042
가격 차이	130,000	120,400	121,000	97,800	124,700	147,400	150,975	152,658	<b>175,923</b>	174,042	169,290	171,171
차이율	109%	85%	86%	68%	88%	120%	123%	126%	182%	175%	162%	168%

출처: 트립닷컴 가격, 소협 자체조사

<표 3-4 후쿠오카-인천 노선 주차별 가격 편차 >

(단위: 원)

주차	0주	1주	2주	3주	4주	5주	6주	7주	8주	9주	10주	11주
최저가	248,000	246,500	248,600	222,200	248,300	246,500	206,600	206,600	221,958	207,100	192,500	232,344
최고가	518,300	519,100	518,800	503,800	515,200	516,600	516,200	523,710	528,300	521,631	517,374	518,364
가격 차이	270,300	272,600	270,200	281,600	266,900	270,100	309,600	317,110	306,342	314,531	<b>324,874</b>	286,020
차이율	109%	111%	109%	127%	107%	110%	150%	153%	138%	152%	169%	123%

출처: 트립닷컴 가격, 소협 자체조사

- 또한, 돌아오는 항공편인 후쿠오카-인천 노선의 12/26일 노선의 최저가, 최고가 및 최고가 대비 최소가 가격 차이 편차를 확인한 결과, 크리스마스 연휴 다음날임을 감안하면 인바운드 행보다 가격이 크기 높아짐
- 대한항공(KE782편)이 50만원대의 압도적인 최고가를 유지하고 있어 10주차

에 최저가 19만원대 대비 최고가와 최소가의 차이는 약 33만원으로(약 2.7배)까지 벌어짐

- 0주차에 약 최고가 대비 최소가격이 약 27만원에 비하면 격차 폭 또한 5만원대까지 벌어지는 것으로 확인됨
- 이는 10주차에 대한항공 가격이 높은 것도 있지만 최소가격이 기존 미소진 좌석 흡수를 위해 19만원대로 저렴하게 출시한 것에 기인한 효과도 있음
- LCC는 출발이 임박한 시점에 급격하게 가격을 하락하는 흐름을 보이는 반면, FSC는 어느정도 가격이 유지되는 현상이 나타나는 것임
- 출발 편(인천-후쿠오카)은 출발 34주 전(8주차)부터 LCC들이 9만원대 특가를 내놓으며 가격이 급락하여, 일찍 예매한 소비자가 손해를 보는 구조가 뚜렷함. 도착 편(후쿠오카-인천)은 대한항공이 11주 내내 50만원 이상의 고가 정책을 고수허거 반면 LCC는 6주차부터 20만원대 초반으로 가격을 낮춰, FSC와 LCC 간의 가격 양극화가 심한 것으로 확인됨
- 또다른 국제선 노선인 인천-다낭 12/21일 노선 및 다낭-인천 12/26일 확인 결과 다음과 같은 특징을 보임

<표 3-5 인천-다낭 노선 주차별 가격 편차 >

(단위: 원)

주차	0주	1주	2주	3주	4주	5주	6주	7주	8주	9주	10주	11주
최저가	224,800	222,000	223,200	222,200	219,500	220,300	187,506	187,605	168,300	182,259	182,259	147,708
최고가	494,600	494,600	408,800	503,800	494,500	494,500	499,455	503,514	499,455	500,247	500,247	500,148
가격 차이	269,800	272,600	185,600	281,600	275,000	274,200	311,949	315,909	331,155	317,988	317,988	352,440
차이율	120%	123%	83%	127%	125%	124%	166%	168%	197%	174%	174%	239%

출처: 트립닷컴 가격, 소협 자체조사

<표 3-6 다낭-인천 노선 주차별 가격 편차 >

(단위: 원)

주차	0주	1주	2주	3주	4주	5주	6주	7주	8주	9주	10주	11주
최저가	309,680	308,790	308,890	309,980	307,380	307,630	304,554	277,002	277,299	182,259	182,259	147,708
최고가	516,900	521,800	559,000	561,800	519,300	520,100	523,600	533,000	530,000	531,700	535,400	534,100
가격 차이	207,220	213,010	250,110	251,820	211,920	212,470	219,046	255,998	252,701	349,441	353,141	386,392
차이율	67%	69%	81%	81%	69%	69%	72%	92%	91%	192%	194%	262%

출처: 트립닷컴 가격, 소협 자체조사

- 이 노선은 FSC(대한항공, 아시아나)의 고가 정책이 유지되는 가운데, LCC(제주항공, 티웨이)가 출발 임박 시점(10~11주차)에 가격을 급격히 떨어뜨리는 현상이 관찰됨
- 즉, 출발편에서는 출발 2달 전까지 22만원대를 유지하던 최저가가 출발 임박 시점(10주차)에 18만원대로 급락하였고, 최고가는 50만원대로 치솟아 가격 격차가 심화됨
- 도착편에서는 아시아나항공(OZ)이 최고가를 주도하며 53만원대까지 가격을 올리는 동안, 제주항공(7C)은 출발 직전인 11주차에 25만원대 최저가를 제시함
- 인천-다낭 노선의 사례는 0주차에 미리 예매한 승객(최저 30만원대)보다 출발일이 임박하여 예매한 승객(25만원대)이 더 싸게 구매한 결과가 나타남
- 다낭-인천 노선에서는 0~5주차(약 출발 3달 전)로 미리 예매한 소비자는 최소 가격으로 약 31만원을 냈지만, 출발 직전에 산 소비자 중에 최소가 가격을 14만 7천원을 지불함(약 52%의 격차). 일찍 항공권을 구입한 고객이 2배 넘는 가격을 지불하는 불합리한 구조로, 이는 항공권 가격 책정에 대한 소비자의 신뢰를 무너뜨리는 행위라 볼 수 있음

- 이러한 각 노선별/주차별 최고가와 최소가 차이를 비교한 결과, LCC의 출발일이 임박할 때, 미판매 좌석에 대한 막판 덤핑이 지속적으로 관찰되고, 수요와 계획에 따라 미리 구매한 소비자의 피해가 두드러짐
- “항공권은 일찍 살수록 싸다”는 통념을 깨고, 기업이 잔여 좌석 소진을 위해 막판에 가격을 급격하게 낮춤으로써, 충성도가 높아 일찍 항공권을 구매하는 고객에게 금전적 손해를 입힘
- 그에 반해, FSC인 대한항공(KE)과 아시아나항공(OZ)은 최저가가 하락하는 상황에서도 가격을 내리기는커녕, 다낭-인천 편 가격을 51만원에서 53만원 대로 오히려 인상함
- FSC는 독과점적 지위를 이용하여 시장 수요와 무관하게 고가 정책을 고수하는 형태를 보임
- LCC와 FSC의 상반된 가격 정책 결과, 소비자는 큰 격차의 가격을 지불하며, 피해를 입고 있는 것으로 보임

(2) 특정 항공편의 시점별 가격 편차 확인

- 다이نام믹 프라이싱의 시간에 따른 가격 격차를 좀더 세밀하게 확인하기 위해, 특정 고정된 시간과 편명의 항공편 가격을 시점별로 확인함
- 김포-제주 노선에서는 제주항공 7C135편 (김포→제주, 18:15)의 가격을 매주차별 가격을 확인함
- 확인 결과, 예매 초기인 0주차에 49,000원이었던 가격이, 불과 이틀 뒤인 1

주차 조사에서 172,400원으로 3.5배 이상 폭등하여 소비자가 합리적인 가격을 예측하기 어렵게 만들

<표 3-7 김포-제주 제주항공 7C135편 주차별 가격추이 >

(단위: 원)

주차 (일자)	0주차 (8/16)	1주차 (8/18)	2주차 (8/25)	3주차 (9/1)	4주차 (9/8)	5주차 (9/15)	6주차 (9/22)	7주차 (9/29)
가격	49,000	172,400	48,400	37,100	30,800	49,900	30,591	35,640

출처: 트립닷컴 가격, 소협 자체조사

<그림 3-1 김포-제주 제주항공 7C135편 주차별 가격추이 >



출처: 트립닷컴 가격, 소협 자체조사

- 또한, 1주차 가격(172,400원)은 동일 노선 대한항공의 일반석 정가(약 168,200원)를 상회하는 금액으로 확인되며, '저비용 항공사'를 선택한 소비자가 오히려 대형 항공사보다 비싼 값을 치르는 가격 역전 현상이 발생한 것임
- 각 노선별/주차별 최고가-최소가 분석에서도 확인할 수 있었듯이, 이번 분석에서도 출발 6주 전(1주차)에 예매한 소비자는 17만원대를 지불한 반면,

출발 2~3주 전(4주차, 6주차)에 예매한 소비자는 3만원대에 구매함. 결과적으로 일찍 예매한 소비자가 약 5배 이상 비싼 가격을 지불함

- 동일한 분석을 제주-김포 노선 중 제주항공 7C102편 (제주→김포, 07:35 출발)에 대해 확인을 추가적으로 수행함

<표 3-8 제주-김포 제주항공 7C102편 주차별 가격추이 >

(단위: 원)

주차 (일자)	0주차 (8/17)	1주차 (8/20)	2주차 (8/25)	3주차 (9/2)	4주차 (9/13)	5주차 (9/19)	6주차 (9/27)	7주차 (9/29)
가격	203,700	124,300	118,800	118,800	144,000	145,700	79,992	76,923

출처: 트립닷컴 가격, 소협 자체조사

<그림 3-2 제주-김포 제주항공 7C102편 주차별 가격추이 >



출처: 트립닷컴 가격, 소협 자체조사

- 해당 항공편의 가격 분석 결과, 역시 0주차에는 제주항공 7C102편의 가격이 203,700원으로 나타난 반면, 출발 1주일 전인 7주차에 급하게 표를 구할 경우 76,923원에 구매 가능함. 일찍 예매한 충성 고객이 약 12만 6천원(약 2.6배) 더 비싼 가격을 지불하는 구조로 나타남

- 또한, 0주차에는 제주항공 7C102편의 가격이 203,700원으로, 같은 날 운항하는 대한항공 KE1118편(07:00 출발)의 168,200원보다 비싸게 나타남

- 결과적으로 가격이 20만원대 -> 11만원대 -> 14만원대 -> 7만원대로 지속적으로 하락하는 추세를 보임. 이러한 상황에서 소비자는 최적의 가격을 잡기 위해 매일 가격을 확인해야 하는 불필요한 탐색을 지속해야함

- 해당 분석을 국제선 노선을 통해서도 확인해봄. 인천-후쿠오카 노선은 제주항공 7C1405편 (15:20 출발) 대상으로 수행하고, 후쿠오카-인천 노선은 FSC항공 중 아시아나항공 OZ133편 (15:20 출발)을 대상으로 분석함

<표 3-9 인천-후쿠오카 왕복 노선 주차별 가격 편차 >

(단위: 원)

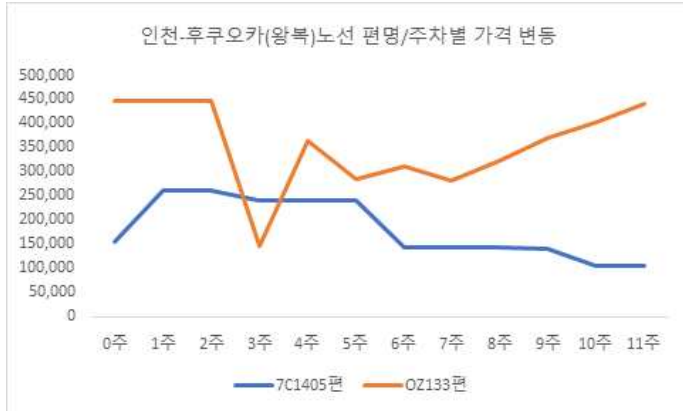
편명/ 주차	0주	1주	2주	3주	4주	5주	6주	7주	8주	9주	10주	11주
7C1405	155,300	261,300	261,200	240,500	240,600	240,600	141,768	142,560	142,560	141,669	105,732	105,732
OZ133	446,700	446,600	446,600	146,100	364,700	285,600	311,454	283,239	323,433	369,369	403,524	440,847

출처: 트립닷컴 가격, 소협 자체조사

- 후쿠오카로 가는 제주항공 항공편(7C1405)은 1주차에 261,300원으로 가격이 높았다가, 출발 임박 시점(10~11주차)에는 105,732원으로 크게 하락하여 예매시점에 따라 약 2.5배(155,568원)의 가격 차이가 발생
- 인천으로 돌아오는 항공편인 아시아나 항공편(OZ133)은 일반 항공사(FSC)임에도 불구하고 가격 변동성이 매우 큰 것으로 확인됨. 0주차에 446,700원이었던 가격이 5주차에 285,600원으로 급락했다가, 다시 40만원대로 복귀하는 'V자형' 가격 추이가 나타남
- 소비자들이 안정적인 가격서비스를 기대하는 일반 항공사마저 가격이 16만

원 이상 오르거나 내리는 것을 알 수 있음. 특히, 5주차(출발 3달 전)에 예매한 사람은 28만원에 샀지만, 예매 오픈 직후(0주차)에 산 얼리버드 고객은 44만원을 지불하여, 결과적으로 충성 고객이 약 1.6배 더 비싸게 구매하는 역차별 구조임

<그림 3-3 인천-후쿠오카 왕복 각 항공편명/주차별 가격추이 >



출처: 트립닷컴 가격, 소협 자체조사

- 소비자들이 안정적인 가격서비스를 기대하는 일반 항공사마저 가격이 16만원 이상 오르거나 내리는 것을 알 수 있음. 특히, 5주차(출발 3달 전)에 예매한 사람은 28만원에 샀지만, 예매 오픈 직후(0주차)에 산 얼리버드 고객은 44만원을 지불하여, 결과적으로 충성 고객이 약 1.6배 더 비싸게 구매하는 역차별 구조임

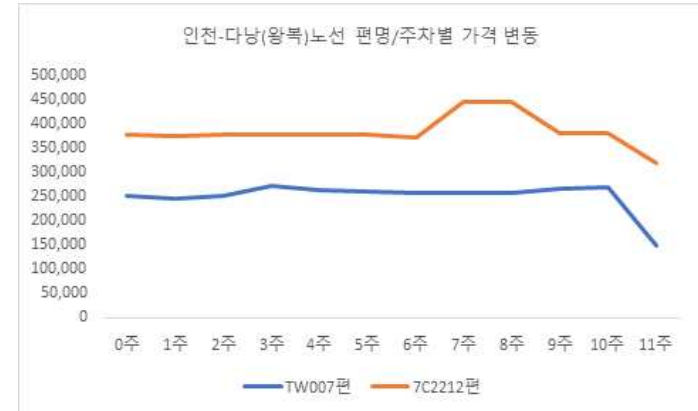
<표 3-10 인천-다낭 왕복 노선 주차별 가격 편차 >

(단위: 원)

편명/주차	0주	1주	2주	3주	4주	5주	6주	7주	8주	9주	10주	11주
TW007편	250,100	244,600	250,400	271,700	263,600	260,800	258,093	257,994	258,192	265,617	267,894	148,005
7C2212편	375,800	375,500	376,100	376,900	376,000	376,300	372,636	445,500	443,817	381,249	381,400	318,087

출처: 트립닷컴 가격, 소협 자체조사

<그림 3-4 인천-다낭 왕복 각 항공편명/주차별 가격추이 >



출처: 트립닷컴 가격, 소협 자체조사

- 인천-다낭 노선도 출발편, 도착편 각각에 대한 분석을 수행함. 다낭으로 가는 항공편은 티웨이항공 TW007편 (07:45 출발)을 선정하였고, 다낭에서 인천으로 돌아오는 항공편은 제주항공 7C2212편 (14:25 출발)을 선정함
- TW007편은 출발 1주 전(10주차)까지 24~26만원대를 유지하던 가격이, 출발 4일 전(11주차)에 갑자기 14만원대로 크게 하락함. 이러한 가격 하락률이 약 45%에 달해, 미리 예매한 소비자는 미리 구매한 것이 오히려 좋지 않은 결과를 가져옴
- 7C2212편은 0주차에 37만원대였던 가격이 7주차에는 44만 5천원까지 치솟았다가, 출발 임박 시점(11주차)에는 31만 8천원으로 급락하게됨. 최고가와 최저가의 차이는 약 12만 7천원임
- 가격이 오를 것이라 예상하고 7주차(출발 약 6주 전)에 구매한 소비자는 445,500원을 냈으나, 끝까지 기다린 11주차 구매자는 318,087원에 항공권을 구매한 것임. 이는 기업이 소비자의 불안 심리를 이용하여 가격을 올렸다가, 좌석이 남으니 가격을 내리는 이윤 극대화 전략으로 볼 수 있음

## IV. 항공권 다이내믹 프라이싱의 문제점

### □ 다이내믹 프라이싱의 불공정성

- 본 소비자단체협의회가 실시한 11주간의 국내(김포-제주 노선) 및 국제(인천-후쿠오카 및 인천-다낭 노선)항공권 가격 모니터링 결과는 항공사들이 주장하는 '수요 기반의 효율적 가격 책정'이 실상은 소비자의 정보 부족을 악용하고 있는 사례임을 단적으로 보여주고 있음
- 다이내믹 프라이싱이 기업의 이윤 극대화를 위해서는 크게 기여할 수 있으나 소비자들은 가격 차별, 정보 탐색을 위한 과도한 노력, 여행 임박일자까지 기다려 항공권을 구미하는 것이 이득이므로 기타 부수적인 시간 계획 설립이 어려워지는 등의 피해를 보게되는 구조라는 것을 알 수 있음
- 사례 조사를 통해 소비자가 피해를 보게 되는 구조를 정리하면 다음과 같음
- 첫 번째로는 동일 조건 내에서도 극단적 편차가 발생하여, 알고리즘에 의한 가격 차이를 알 수 있었음
- 김포-제주 노선의 경우, 동일한 노선임에도 불구하고 조사 주차와 시점에 따라 최저 20,000원대에서 최고 168,200원까지 가격이 상이하였음. 이는 약 8배(800%)에 달하는 격차로, 소비자가 구매 결정을 내리는 때에 따라 지불해야 하는 비용이 큰 폭으로 차이가 나는 사례임
- 항공사는 '수요와 공급'을 명분으로 내세우지만, 국내선 약 1시간의 이동이라는 서비스를 받는동안 항공기의 컨디션과 항공사별 서비스 질의 차이를 감안하더라도 800%에 가까운 가격 차이를 보이는 것은 원가 논리로는 설

### 명이 불가능한 구조임

- 두 번째로는 다이내믹 프라이싱은 소비자가 최저가를 찾기 위해 투입해야 하는 유무형의 비용을 폭증하는 결과로 이어진다는 것임
- 본 조사를 위해 11주간 지속적인 가격 모니터링하여 분석한 결과, 기업이 내세운 알고리즘 하에서 일반 소비자가 합리적 구매를 위해 감내해야 할 고통을 분명하게 드러냄. 예를들어, 인천-다낭 노선처럼 변동 폭이 큰 중거리 노선에서 소비자는 최적의 결제 시점을 찾기 위해 수십 차례의 반복 검색을 할 수 밖에 없는 구조임
- 그런데, 이러한 지속적인 반복은 기업에게 소비자가 다낭으로 여행을 가려 하는 의사를 쿠키를 통해 제시하게 되고, 이렇게 다낭으로 여행을 가고자 하는 의사가 높은 소비자에게는 알고리즘에 의해, 낮은 가격의 항공권을 제시하지 않는 구조로 이어질 수 있는 것임
- 항공사가 가격을 지속적으로 변경하거나 소비자 정보를 앱/쿠키 등으로 수집하여 가격 노출을 선택적으로 한 결과, 소비자는 일상생활을 저해받으면 서까지 합리적인 가격, 최저 가격 찾기에 시간을 쏟게 되는 것임. 결국 항공사는 다이내믹 프라이싱을 통해 자신의 수익 관리 부담을 소비자에게 전가하고 있는 것으로 나타남
- 세 번째로 결과적으로 다이내믹 프라이싱은 가격 안정성을 무너뜨려 소비자 주권 침해로 까지 이어지게 됨
- 이는 과거 시장에서 정찰이나 안정적인 가격이 공표되며 작동하던 예측 가능한 가격 범위가 완전히 파괴되어 소비자의 합리적 선택권이나 합리적인 가격 예측이 모호하게 된 점을 의미함

- 가격데이터 조사에서 살펴본 바와 같이, 인천-후쿠오카 노선이 적게는 9만원(8주차 제주항공 7C1407)선에서, 많게는 27만원대(6,9,10주차 대한항공 KE791)까지 변동하였으며, 후쿠오카-인천 노선은 19만원대(10주차 제주항공 7C1402)에서 52만원대(7,8주차 대한항공 KE792) 까지의 큰 폭의 가격 차이는 소비자들이 개념적으로 가지는 준거 가격을 해치게 됨
- 이러한 불투명한 가격 결정 메커니즘은 소비자에게 가격에 대한 신뢰 대신 불안감을 주게 됨. 결제 직후 가격이 떨어지는 것에 지속적으로 노출된 소비자는 심리적 박탈감을 느끼며, 이는 시장의 투명성을 저해하고 소비자가 합리적 선택권을 행사할 수 없게 만드는 행위로도 볼 수 있음

## V. 결론 및 제언

### 1. 기업의 수익 최적화 달성을 위한 소비자 희생

- 자체적으로 11주간 실시한 김포-제주, 인천-후쿠오카, 인천-다낭 노선의 가격 조사 결과, 항공사들이 '수요에 따른 효율적 가격'이라고 주장해 온 다이내믹 프라이싱은 실제로는 소비자가 감당하기 어려운 수준의 예측 불확실성과 가격 불평등을 초래하고 있었음
- 동일한 좌석임에도 검색 시점이나 조건에 따라 가격이 8배에서 최대 12배까지 널뛰는 현상은 시장의 정상적인 가격 결정 체계가 지속적으로 작동하지 않는 것을 의미함
- 소비자는 이제 기업으로부터 재화나 용역에 대한 합리적인 대가를 지불하는 주체가 아니라, 항공사의 공개되지 않아 알 수 없는 알고리즘에 의해 가장 비싼 가격을 지불하도록 유도되는 존재로 여겨지는 것으로 보일 수 있음

- 이는 명백한 소비자 주권 침해이며, 정보의 비대칭을 이용한 기업의 과도한 이익 추구 행위에 희생당하는 꼴임

### 2. 투명하고 공정한 항공권 가격을 지불할 수 있도록 개선 요구

- 소비자는 자신이 예약하려는 항공권의 가격이 과거에 비해 어느 정도 수준인지 알 권리가 있으므로, 항공권 예약 플랫폼 내에 해당 항공편의 최근 7일간 또는 24시간 내 등의 가격 변동 추이를 그래프 형태로 공개해야함
- 이를 통해 소비자가 현재 구매하는 가격이 적절한 가격인가에 대해 스스로 판단할 수 있는 근거나 정보를 제공하는 것이 필요하며, 프로모션 등을 제공함에 따라 적용되는 할인율 등도 가격대별/일자별로 구체화하여 제시하여야함
- 또한, 많은 항공사가 검색 단계에서는 저렴한 가격을 노출한 뒤, 결제 직전 유류할증료나 부가 서비스를 더해 가격을 부풀리는 정책도 다이내믹 프라이싱처럼 소비자들의 선택권을 제한하므로, 이를 회피하는 방안도 필요함
- 즉, 처음부터 모든 세금과 수수료가 포함된 최종가를 명확히 표시하고, 결제 진행 중에 알고리즘에 의해 가격이 갑자기 상승하는 행위를 엄격히 금지하도록 해야함
- 그리고 다이내믹 프라이싱을 위해, 쿠키 정보나 접속 기기에 따라 가격을 다르게 책정하는 행위는 소비자에 대한 기만적 차별 행위에 해당하므로 정부 당국은 항공사의 가격 결정 알고리즘이 소비자 개인 정보를 부당하게 활용하고 있지는 않은지 정기적인 실태 조사를 실시하고 결과를 공표하는 제도적 뒷받침을 마련해야함
- 마지막으로 주요 노선별 '표준 가격 지수'를 개발하여 공표하는 것이 필요

함. 마일리지 공제 등에는 이에 대한 가이드가 있으나, 가격에 대해서는 항공사가 이를 두고 있지 않으므로, 가격 안정성을 높이고, 소비자들의 탐색 비용을 낮출 수 있도록 이러한 준거가격 또는 표준가격지수가 필요함

- 이를 통해, 현재 제시된 운임이 시장 평균 대비 어느 정도 위치에 있는지 보여주는 신호등 형태의 지표 도입을 제안하는 바임

## 항공권 가격 분석 보고서

(한국소비자단체협의회 물가감시센터)

---

서울특별시 종로구 세종대로 23길 47(당주동) 524,525호  
TEL 02-774-4060, FAX 02-774-4090  
sohyub@consumer.or.kr, price@consumer.or.kr  
<http://www.consumer.or.kr/>, <http://price.consumer.or.kr/>

---

※ 작성자 : 한국소비자단체협의회 물가감시센터 박우람 회계사