

카드산업 경쟁력 제고 방안

이 연 수*

한성대학교 석사과정

김 상 봉**

한성대학교 경제학과

조 수 안***

한성대학교 석사과정

〈Abstract〉

본 연구는 카드 업계 현황 및 가맹점 수수료 개정안 및 마케팅 비용 관련 검토 및 기타 과제를 중심으로 살펴본다. 2012년 이후 정부는 중소 및 영세가맹점에 대한 우대수수료를 인하 및 적용 범위 확대하였다. 정부 및 지자체의 가맹점 수수료율 0% 목표를 골자로 2018년 11월 26일 가맹점수수료를 개정안을 발표하여, 카드업계의 수익성에 큰 타격이 예상된다. 개정안에는 역진성이 존재하여 이를 해결할 필요성이 있고, 수수료를 인하보다는 과도한 마케팅 관련 비용을 줄일 수 있는 방안을 마련하는 것이 보다 중요하다. 또한, 카드업계와 관련된 여러 과제들을 해결할 필요가 있다.

수수료를 인하에 따른 대형가맹점 수수료율의 역진성 및 마케팅 비용 관련 검토, 부수업무 및 카드업계와 관련된 기타 과제 해결을 위한 제도개선 방향을 살펴보았다. 수수료율 인하 관련 해결 과제로 (1) 대형가맹점의 역진성 해소, (2) 세액공제를 반영한 실질 수수료율 인식의 필요성에 대해 살펴본다. 제도개선 방향으로 (1) 가격차별 금지제도에 기반 한 카드의무수납제도 폐지, (2) 약관 변경의 필요성, (3) 각종 페이 문제, (4) 부가세 대리징수의 문제점에 대해 살펴본다.

핵심 단어: 신용카드사, 가맹점 수수료, 역진성, 세액공제

* 서울 성북구 삼선동 2가 389번지 한성대학교 연구관 505호, Tel : 02)760-8038, E-mail : skdnl29@naver.com

** 서울 성북구 삼선동 2가 389번지 한성대학교 연구관 505호, Tel : 02)760-8038, E-mail: brainkim75@hansung.ac.kr

*** 서울 성북구 삼선동 2가 389번지 한성대학교 연구관 505호, Tel : 02)760-8038, Email: josooan94@gmail.com

I. 서론

2012년 이후 정부는 중소 영세가맹점에 대한 우대수수료율을 인하하고 적용 범위를 늘리려는 시도를 계속해왔다. 2012년에 약 4.5%의 영세가맹점 우대수수료율을 1.5%로 대폭 인하하였다. 우대수수료 적용 대상도 연매출 4,800만원 미만에서 3억원 이하로 확대하였다. 더불어 국회는 2012년 말, 업종별 수수료 체계에서 적정 원가 기반의 수수료 산정체계로 변경하였다. 여신전문금융업법 시행령, 금융위원회의 감독규정에 영세가맹점 범위와 우대수수료율 수준을 명시하고 향후 3년마다 수수료율의 재 산정을 골자로 하는 여신전문금융업법 개정안이 통과되었다.

이후 2017년의 개정으로 인해 우대 영세가맹점 매출액 기준은 2억원에서 3억원으로 확대, 중소가맹점 매출액 기준은 2~3억원에서 3~5억원으로 상향되었다. 2018년에는 정액법의 VAN 수수료 산정방식을 정률법으로 개편하고 상한 수수료율을 2.3%로 낮추었다. 지속적인 우대 가맹점의 확대와 카드 수수료율의 하락은 카드사의 수익성 악화를 가져왔다. 7개 카드사의 세전이익과 당기순이익은 각각 2017년 1분기에 1조 10억원, 7,720억원에서 2017년 3분기 5,220억원, 3,930억원으로 감소하였다. 2018년 1분기에는 6,170억원, 4,590억원으로 전년 동기대비로 대폭 하락하였다. 2019년의 당기순이익도 가맹점수수료 수익의 감소의 여파로 약 6,000억원~8,000억원의 카드 수익이 감소할 것으로 예상된다.

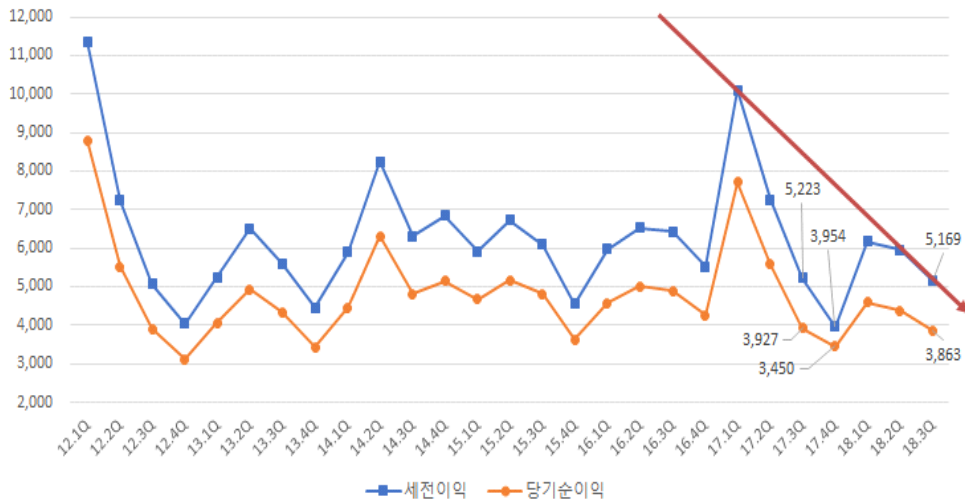
<표 1> 분기별 전 업계 카드사 영업 실적

단위 : 억원

구분	17.1Q	17.2Q	17.3Q	17.4Q	18.1Q	18.2Q	18.3Q
수익합계	5,105	4,916	4,846	5,062	5,127	5,237	5,277
카드수익	4,346	4,452	4,132	4,455	4,475	4,603	4,656
가맹점수수료	2,141	2,234	2,248	2,270	2,244	2,337	2,362
카드대출	1,106	1,117	1,144	1,170	1,188	1,221	1,256
할부금융수익	39	44	48	51	52	56	59
비용합계	4,094	4,190	4,324	4,666	4,510	4,641	4,760
이자비용	389	392	409	419	423	449	473
카드비용	2,285	2,319	2,150	2,450	2,378	2,438	2,487
판매비와 관리비	697	708	685	812	734	713	704
세전이익	1,011	726	522	395	617	596	517
당기순이익	772	559	393	345	459	439	386

자료: 금융감독원

<그림 1> 분기별 세전이익 및 당기순이익



자료: 금융감독원

II. 가맹점 수수료 관련 과제

2.1. 카드산업 수익 현황

7개 카드사 중 국민, 롯데, 우리카드를 제외한 4개 카드사(삼성, 신한, 하나, 현대)의 2018년 3분기(1~9월) 누적 당기 순이익은 1조 2,835억원으로 2017년도 3분기 누적 당기 순이익 1조 7,233억원 대비 약 38% 감소하였다. 2018년 3분기까지 전년동기 대비 감소폭은 신한카드가 -3,871억원으로 가장 크게 나타났고, 현대카드 -542억원, 삼성카드 -303억원, 하나카드가 -167억원 순으로 나타나고 있다.

<표 2> 분기별 카드사별 당기순이익

단위 : 억원

업체명	당기순이익						
	17.1Q	17.2Q	17.3Q	17.4Q	18.1Q	18.2Q	18.3Q
국민카드	829	724	803	665	698	968	766
롯데카드	425	207	-233	146	464	101	164
삼성카드	1,117	996	914	822	1,107	822	795
신한카드	4,022	2,303	1,509	1,426	1,396	1,428	1,139
우리카드	294	327	195	199	395	286	214
하나카드	497	247	220	91	255	261	281
현대카드	536	782	520	102	271	519	506

자료: 금융감독원

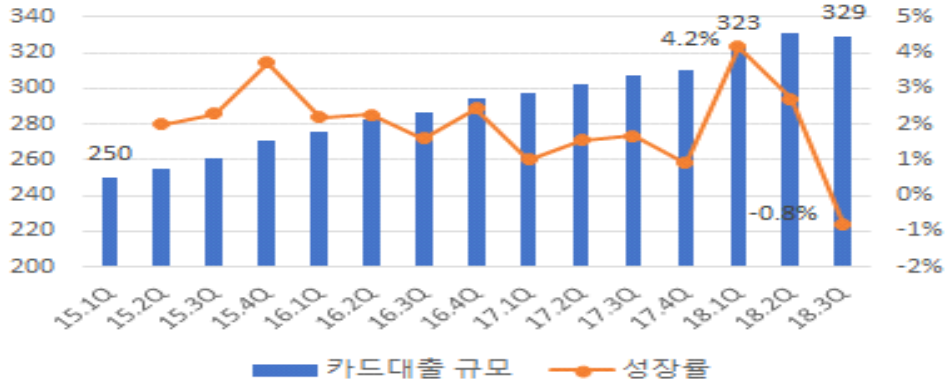
<표 3>에서 가맹점 수수료가 카드수익에서 차지하는 비중은 점차 감소하고 있다. 과거 카드사들은 리스크가 큰 현금 서비스 수수료, 카드론 수익 등 대출관련 수익보다 안정적인 신용판매 위주의 영업을 하였다. 그러나 2014년부터 2018년까지 여러 차례 걸친 가맹점 수수료율 인하로 카드수익 비중에서 가맹점 수수료가 차지하는 비중은 줄어들고 있다. 따라서 카드사는 수익성 방어를 위해 리스크가 큰 현금서비스, 카드론 등의 카드대출 영업을 확대하였다. 카드론 수익 비중이 14년 17.1%에서 17년 19.7%로 약 2.6%p 증가했다. 카드론 수익 비중의 증가는 현금서비스와 카드론으로 구성된 카드대출 규모의 증가로 이어졌다. <그림 2>와 <그림 3>에서 카드론은 카드대출의 약 80%를 차지한다. 현금서비스보다 약 4배 큰 규모를 차지하는 카드론 잔액 합계는 2015년 1분기 약 19조 3,000억원에서 2018년 3분기 약 26조 9,900억원으로 확대되었다. 카드대출 규모도 2018년 3분기 32조 9,144억원으로 확대되었다.

<표 3> 연간 카드수익 비중

년도	카드수익	가맹점수수료	할부수수료	현금서비스수수료	카드론수익	기타
2009	100%	54.64%	7.24%	9.91%	15.19%	13.02%
2010	100%	53.54%	7.31%	8.23%	17.09%	13.83%
2011	100%	45.37%	12.33%	10.21%	15.30%	16.78%
2012	100%	45.72%	11.44%	9.50%	15.17%	18.17%
2013	100%	47.66%	9.84%	8.34%	16.35%	17.81%
2014	100%	49.51%	8.57%	7.61%	17.14%	17.17%
2015	100%	50.36%	7.72%	6.88%	17.96%	17.08%
2016	100%	49.37%	8.45%	6.58%	19.01%	16.79%
2017	100%	50.86%	8.36%	6.54%	19.68%	14.65%

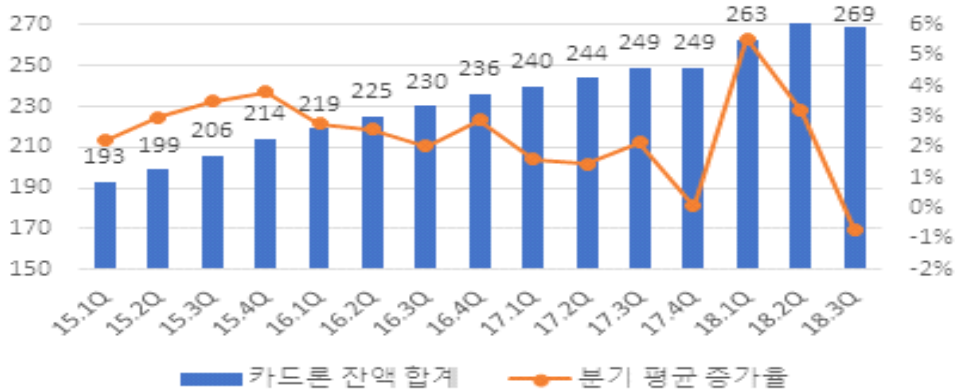
자료: 금융감독원

<그림 2> 카드대출 규모와 분기 성장률



자료: 금융감독원

<그림 3> 카드로 카드론 규모와 분기별 증가율

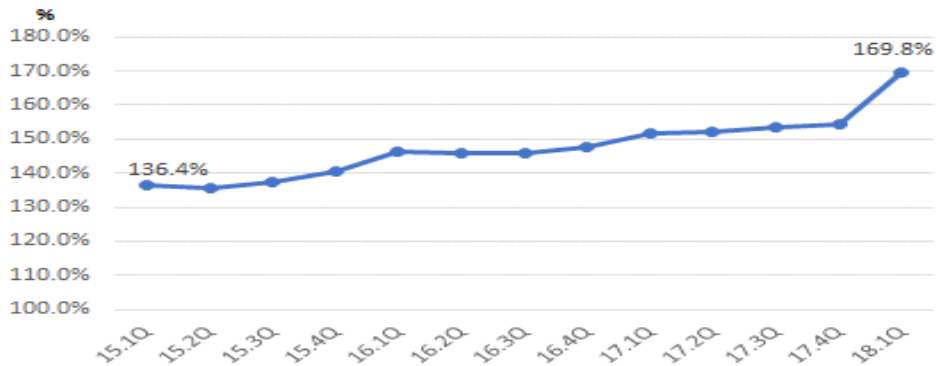


자료: 금융감독원

수수료율 개편으로 인한 가맹점 수수료 이익규모 축소를 대비하기 위해 펼친 전략이 카드사의 대출성자산 규모의 증가와 단순자기자본비율의 감소로 이어졌다. 또한, 카드사의 재무안정성이 악화되어 카드사들의 잠재적 리스크가 증가하였다. 대출성자산은 카드론, 현금서비스, 대출자산, 할부금융, 리스, 그리고 신기술 금융자산으로 구성된다. 대출성자산은 2015년 1분기 약 88조 규모에서 2018년 3분기 약 122조의 규모로 증가했다. 총자산의 크기에 영향을 받는 단순자기자본비율(총자본/총자산) 역시 2015년 1분기 이후 지속적인 하락세를 보이고 있다.

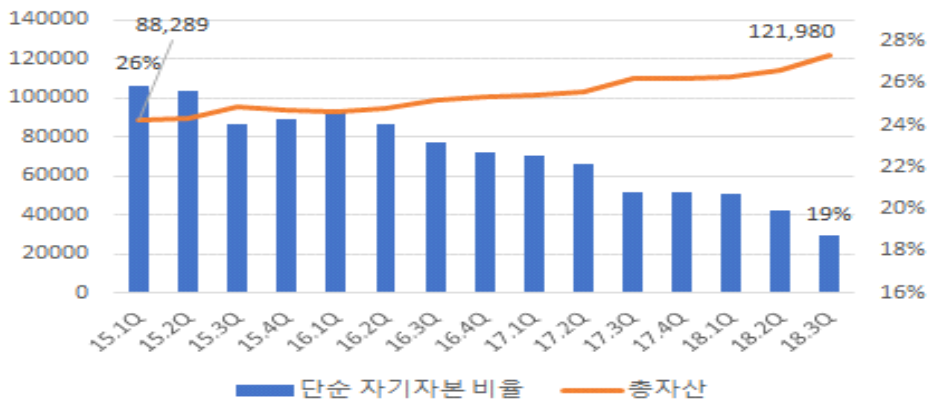
이후 가맹점수수료율의 하락이 진행되면, 카드사의 수익성은 더욱 악화되고, 카드사의 재무 안정성 악화 등 잠재적으로 많은 리스크를 야기할 것이다. 따라서 수익성 및 재무 안정성의 악화로 인해 카드사들이 시장에 매물로 나오거나, 은행으로 다시 합병하는 수준으로 돌입할 수 있다.

<그림 4> 대출성자산/자기자본 비율



자료: 금융감독원

<그림 5> 총자산 규모와 단순자기자본 비율



자료: 금융감독원

2.2. 가맹점 수수료율 역진성 해소

현행 신용카드 가맹점 수수료 체계는 2012년 여신전문금융업법의 개정에 따라, 기존 업종별 수수료 체계에서 적정원가에 기반한 체계로 변경되었다. 이에 따라 카드결제에 수반되는 적정원가에 기반하여 신용카드 가맹점 수수료율을 정하며, 일정규모 이하의 영세·중소가맹점에 우대 수수료율을 적용한다. 이는 「여신전문금융업법 제18조(가맹점 수수료율의 차별금지)」의 3항에 명시되어 있다. 영세·중소가맹점의 범위는 「여신전문금융업법 시행령」에서 정한다. 가맹점 수수료율에 시장 환경의 변화가 반영될 수 있도록 3년마다 재산정하여 적용한다.

카드 가맹점의 수수료율을 지속적으로 인하함에 따라 카드사의 수익성이 악화되고 있다. 최근 3년간의 수수료율 변화를 보면, 먼저 2016년 2월, 연매출 2억원 이하의 가맹점의 신용카드 가맹점 수수료율을 1.5%에서 0.8%로 인하하고, 3억원 이하는 2.0%에서 1.3%로 인하, 5억원 이하는 2.15%에서 1.85%로 인하하였다. 상한수수료율도 2.7%에서 2.5%로 0.2%p 인하하였고, 국제납부대행 수수료율도 기존 1.0%에서 0.8%로 0.2%p 인하하는 등, 수수료율을 전반적으로 인하시켰다.

2017년 6월에는 우대 가맹점 확대 조치 및 가맹점 수수료율 상한선 인하의 내용을 담고 있는 「여신전문금융업법 시행령」을 발표하였다. 영세가맹점 기준을 기존 2억원에서 3억원으로 확대시켰고, 중소가맹점 매출액 기준도 2억원~3억원 이하에서 3억원~5억원 이하로 확대시켰다. 이와 같은 분류 기준 변화로 연매출 2억원~3억원 이하인 경우 1.3%에서 0.8%로, 3억원~5억원 이하인 경우 1.3%로 가맹점 수수료가 인하되었다.

2018년 8월에는 VAN 수수료 선정방식을 기존 정액제에서 정률제로 변경하였다. 정액제는 카드 1건 당 수수료율이 동일한 반면, 정률제는 결제금액에 비례해 수수료를 지불하는 방식이다. 이와 같은 변화로 소액 결제의 부담이 감소한 반면, 고액결제의 부담은 증가하였다. 신용카드 수수료율 상한선도 2.5%에서 2.3%로 0.2%p 인하시켰다.

<표 4> 가맹점 수수료율 현황

연매출		~2015년	2016년 2월	2017년 8월	2018년 8월
신용 카드	2억원 이하	1.5%	0.8%	-	-
	3억원 이하	2.0%	1.3%	0.8%	-
	5억원 이하	약 2.15%	약 1.85%	1.3%	-
	상한수수료율	2.7%	2.5%	-	2.3%
	국제납부대행	1.0%	0.8%	-	-
비용 합계	2억원 이하	1.0%	0.5%	-	-
	3억원 이하	1.5%	1.0%	-	-

자료: 금융감독원

2018년 11월 26일, 정부는 새로운 가맹점 수수료 개편안을 발표하였다. 우대가맹점(연 매출 30억원 이하)이 전체 가맹점(269만개)의 93%로 확대되었다. 적격비용 산정결과 확인된 카드 수수료 인하 여력의 총 1.4조원 중 2017년 이후 발표 및 시행한 정책효과를 제외한 0.8조원 이내에서 카드수수료를 인하, 고비용 마케팅의 관행 개선이 주요 내용이다. <표 4>에서 정부의 개선안에 따라 신용카드의 경우 연매출 5억원~10억원 이하 가맹점의 우대가맹점의 우대수수료율은 현행 2.05%에서 1.4%로 약 0.65%p 인하되었다. 연매출 10억원~30억원 이하는 약 2.21%에서 1.6%로 약 0.61%p 인하되었다. 평균수수료율이 적용되는 일반가맹점의 경우 연매출 30억원~100억원 이하는 약 2.2%에서 1.9%로 평균 0.3%p 인하되었고, 100억원~500억원 이하는 약 2.17%에서 1.95%로 평균 0.22%p 인하되었다.

문제는 대형가맹점의 수수료율 역진성이다. 연 매출 500억원 초과 구간에서 역진성이 존재한다. 현행 수수료율이 적용되면 연매출 500억원~1,000억원 이하의 대형가맹점의 수수료율은 약 2.12%가 된다. 그러나 이보다 더 큰 매출 규모를 가진 1,000억원 이상의 대형가맹점의 경우 적용되는 수수료율이 약 1.93%로 오히려 감소하는 역진성을 보인다. 개편된 수수료율을 적용하여 시뮬레이션을 하면, 연매출 500억원 초과 구간을 평균 2.13%로 적용할 수도 있다. “2017년 6월 26일 카드사 CEO 간담회”에서 처음 언급된 가맹점 수수료율 상한선을 기존 2.5%에서 2.3%로 낮추는 방안을 채택하여 2018년 7월말부터 시행하였다. 따라서 2.3%로 대형가맹점의 수수료율을 정할 수도 있다.

해당 간담회의 내용이 법적 근거가 없고, 대형가맹점의 경우 별도의 언급이 없으므로 2.5%를 상한으로 할 수도 있다. 거시적인 산업 측면에서 보면, 정부가 수수료율을 전반적으로 인하함에 따라 카드업계의 수익성에 상방경직성이 존재한다. 따라서 기업계 카드사가 시장에 매물로 나올 수 있으며 최근 시장에 매물로 나온 롯데카드도 이와 같은 변화와 무관하지 않다. 과도한 부가서비스 관행 개선, 대형 법인회원 및 대형가맹점에 대한 과도한 경제적 이익 제공 제한, 복잡한 부가서비스 이용조건 합리화와 소비자 권익 개선, 약관 변경 등을 통한 고비용 마케팅 관행 개선이 해결과제이다.

현재, 부가가치세 매출세액 공제에 따라 현행 영세 및 중소 가맹점은 카드 단말기를 통해 지출이 아닌 이익을 얻고 있으므로 공정하지 못한 경쟁인 상황이다. 이러한 조치는 자영업자 비율이 OECD 최상위인 국가에서 자영업자를 더욱 양성하는 정책으로 볼 수 있다. 제로페이 등의 신상품이 나와 있는 상황에서 정부가 나서서 가격 통제를 하는 것은 올바른 방향이 아니다. 오히려 카드시장에 시장 기능을 더 부여해야 한다.

최근, 금융권 및 정계 일각에서 제기된 영세 가맹업자 수수료 부담 완화를 위한 수수료율 0% 달성과 관련된 주장도 현실성 및 효율성이 떨어진다고 볼 수 있다. 정부나 지자체가 수수료율을 결정하는 것은 합리적 시장가격 결정 시스템을 훼손한다. 세액공제와 지속적인 가맹점 수수료 인하로 일부 세금과 카드사들이 가맹업주의 수수료를 대신 부

담하는 상황이므로 수수료율 0% 도입은 가맹업의 수익 수단으로 작용할 수 있다.

2.3. 세액 공제

현행 세액공제는 부가가치세법 24절 세액공제 제46조 1항에 따라 적용된다. 공제 대상 사업자는 소매업, 음식점업, 숙박업, 미용 등의 사업을 영위하는 일반과세자이다.

<표 5> 세액공제와 관련된 부가가치세법 제46조

부가가치세법 제4절 세액공제 제46조(신용카드 등의 사용에 따른 세액공제 등)
① 일반과세자 중 주로 사업자가 아닌 자에게 재화 또는 용역을 공급하는 사업으로서 대통령령으로 정하는 사업을 하는 사업자(법인사업자와 직전 연도의 재화 또는 용역의 공급가액의 합계액이 대통령령으로 정하는 금액을 초과하는 개인사업자는 제외한다)와 간이과세자가 부가가치세가 과세되는 재화 또는 용역을 공급하고 제34조제1항에 따른 세금계산서의 발급 시기에 「여신전문금융업법」에 따른 신용카드매출전표, 「조세특례제한법 제126조의3에 따른 현금영수증 또는 그 밖에 이와 유사한 것으로서 대통령령으로 정하는 것(이하 이 조에서 "신용카드매출전표등"이라 한다)을 발급하거나 대통령령으로 정하는 전자적 결제 수단에 의하여 대금을 결제 받는 경우에는 다음 각 호의 구분에 따른 금액(연간 500만원을 한도로 한다)을 납부세액에서 공제한다.

영세 및 중소 가맹점의 카드 수수료율은 각각 0.8%(최대 240만원), 1.3%(최대 650만원)이지만 정부의 세제혜택(음식 및 숙박업 환급액 비율은 2.6%이며 그 외 업종은 1.3%)으로 영세가맹점은 이득을 보고 있다. 4억원 내외의 중소가맹점의 실질부담 수수료율은 0%에 가깝다. 카드 가맹점 중 영세가맹점 비중이 약 76%이므로 대다수 가맹업주가 수수료 부담을 덜고 있는 상황이다. 가맹점 수수료율을 더 인하할 경우 카드수수료 부담이 소비자들에게 전가될 수 있다.

현행 세액공제 방식에 따라 가맹점 수수료율 대비 매출세액공제의 변화가 발생하여 연매출 4억원 이하의 영세 및 중소가맹점은 카드 단말기로 수익을 얻고 있다. 현재 카드 가맹점은 매출 규모, 결제금액, 업종에 따라 인화된 우대 수수료율과 세액공제의 혜택을 받고 있다. 전체 가맹점 중 영세가맹점(연매출 3억원 미만)과 중소가맹점(연매출 3억원 이상 5억원 미만)의 비중의 합은 84.2%에 달한다. 따라서 전체의 76.5%에 해당하는 영세가맹점의 신용카드 수수료율은 0.8%에 불과하지만 세액공제율은 1.3%~2.6%이므로 실질적으로 최소 0.5%~1.8%의 이익을 얻고 있는 상황이다. 중소가맹점의 비중은 7.7%이며 현행 적용되는 신용카드 수수료율은 1.3%, 체크카드 수수료율은 1.0%이다. 세액공제율보다 낮아 연매출 4억원 이하의 중소가맹점은 이익을 얻고 있는 상황이다.

2018년 11월 26일의 가맹점 수수료 개편안에 따라, 영세 및 중소가맹업주의 실질 수수

료를 부담은 더 낮아진다. 연매출 4억원 매출 가맹점의 수수료 지출보다 세액 공제 혜택이 더 크게 나타나 이익을 보는 상황이 지속되고 있다. 일반 가맹점도 수수료 개편에 따라 연매출 5억원 이상~10억원 미만의 가맹점의 실질 수수료율은 0.1%~0.4%로 낮은 수준에 해당된다. 따라서 세액공제를 감안하지 않은 가맹점 수수료율 인하 개편안은 카드 회사의 수익성 악화를 가져오며, 기업계 카드회사의 경우 시장 이탈 상황까지 발생할 수 있다.

<표 6> 가맹점 수수료율 대비 세액공제율

구분	비중	가맹점수수료율		세액공제율	신용카드수수료 실제부담율
		신용카드	체크카드		
영세가맹점	76.50%	0.80%	0.50%	1.3%~2.6%	-0.5%p~1.8%p
중소가맹점	7.70%	1.30%	1.00%		

자료: 금융감독원

III. 제도 관련 검토

3.1. 전체적 제도 문제

2015년 10월, 부수업무를 네거티브(원칙적으로 허용, 예외금지)로 전환하였음에도 불구하고 신사업 발굴 저해 요인이 여전히 존재하는 상황이다. 네거티브 제도로 변경됨에 따라 업무 개시 7일전까지 부수업무를 금융위원회에 신고하여야 한다. 신용카드업 관련 매출액의 5% 이상을 차지하는 부수업무에 한해서 별도의 회계처리가 요청된다. 이는 여신전문금융업법(이하 여전법)제 46조의 2에 명시되어 있다.

여전법 시행령 제17조2 제1항은 카드사 부수업무가 중소기업 적합업종에 해당될 경우 부수업무를 제한하고 있으며 총 79개의 품목이 지정된 내용을 포함하고 있다. 부수업무 수익의 비중은 4% 내외로 제한된다.

<표 7> 부수업무와 관련된 여신전문금융업법 제46조의2

여전법제46조의2(부수업무의신고)
① 여신전문금융회사가 제46조 제1항 제7호에 따른 부수업무를 하려는 경우에는 그 부수업무를 하려는 날의 7일전까지 이를 금융위원회에 신고하여야 한다. 다만, 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 신고를 하지 아니하고 그 부수업무를 할 수 있다.
1. 금융이용자 보호 및 건전한 거래질서를 해할 우려가 없는 업무로서 금융위원회가 정하는 업무를 하는 경우
2. 제4항에 따라 공고된 다른 여신전문금융회사와 같은 부수업무(제2항에 따라 제한명령 또는 시정명령을 받은 부수업무는 제외한다)를 하려는 경우
② 금융위원회는 제46조 제1항 제7호에 따른 부수업무의 내용이 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 그 부수업무를 하는 것을 제한하거나 시정할 것을 명할 수 있다.
1. 여신전문금융회사의 경영건전성을 저해하는 경우
2. 금융이용자 보호에 지장을 초래하는 경우
3. 금융시장의 안정성을 저해하는 경우
4. 그 밖에 금융이용자 보호 및 건전한 거래질서 유지를 위하여 필요한 경우로서 대통령령으로 정하는 경우

신사업 발굴 저해 요인으로서는 사전승인 및 제한업종(79개) 지정으로 인한 부수업무의 확대가 제한적이라는 점을 들 수 있다. 위의 여전법제46조의2제2항은 여전사의 경영건전성 저해, 금융이용자 보조 지장, 금융시장 안정성 저해 등을 이유로 부수업무를 제한하거나 시정할 수 있도록 명시하고 있다. 감독당국은 여전법에 따른 부수업무 허용 심사기준으로 여전업과의 관련성을 강조하고 있어서 부수업무의 확대 및 신사업 발굴의 저해 요인이 되고 있다.

부수업무 신고처리 업무 매뉴얼의 주요내용을 살펴보면 부수업무요건 및 심사기준에 따라, 고유업무와 직·간접적 관련성이 있고 계속성을 갖는 영리사업이어야 한다. 여전업과 무관하거나 일회성 업무는 부수업무로 인정하고 있지 않다. 인력자산 요건과 관련하여 부수업무 영위에 필요한 인력을 별도로 채용하거나 외부 위탁하는 경우 및 계열사 등으로부터 인적 및 불적 지원을 받거나 설비자산을 신규로 투자하는 경우 등은 불인정한다고 명시되어 있다. 많은 제약조건으로 인해 부수업무를 추진하는 것이 쉽지 않아 실질적인 부수업무 제한과 별다를 것이 없는 상황이다.

해외 부수업무 제도를 살펴보면 미국은 카드부문의 사업 영위를 실질적으로 제한하는 규정은 존재하지 않는다. 연방규정집(Code of Federal Regulation)에 따르면 연방은행은 은행업과 은행과 관련된 부수업무(incidental power)만을 영위할 수 있다고 규정되어 있다. 이에 따라 겸영업무와 부수업무를 구분하지 않고 있음을 알 수 있다. 연방은행법과 판례에 따라 직접적인 신규 사업 진출은 어렵지만 세 가지를 전제로 부수업무를 허용하고 있는데 본업과 연관된 기업은 인수 및 합병하고, 인정된 부수업무에 해당하지 않는 경우에는 투자 및 지원을 한다.

첫 번째 전제는 전통적으로 인정된 은행의 고유 업무와 기능적으로 동일하거나 논리적인 연장선상에 있는 업무에 해당되어야 한다. 이에 해당하는 예시는 리스, 신용장, 신용카드 등이다. 두 번째 전제는 기존 업무와 기능상 동일하거나 사업성격상 타당성이 존재할 경우에 부수업무가 허용된다. 마지막 세 번째 전제는 부수업무로 인하여 대규모 재무/운영 리스크를 수반하지 않아야 한다. 예외적으로 여행대리점업에 대하여 통화감독청은 부수업무를 허용하였으나 법원 판결에 의해 부수업무로서 영위가 금지되었다. Regulation Y(1999sus)에서는 동 기준에 의해 인정된 부수업무인 Financial Services Modernization Act of 1999(Gramm-Leach-Bliley Act)에 의해 제정되었다. 신용카드사에 대해서는 소비자 보호차원의 주요 거래조건을 공시하도록 의무화할 뿐이며, 신규 업무영위에 대해서는 별도의 제한을 두고 있지 않다.

영국은 소비자신용거래에 대한 기본사항만을 규제할 뿐이며, 카드업계의 업무영역에 대해서는 별도의 제한사항을 두고 있지 않다. 기본사항으로는 소비자신용법을 근거로 신용제공자정보제공을 의무화하고 불공정계약에 대한 분쟁해결 방안을 제시하여 규제하고 있다. 카드 부수업무영역에 대한 제한을 두고 있지 않은 이유로는, 부수업무 확대 시 카드업계의 수익다각화 및 리스크 분산효과로 인해 수익성과 건전성 개선의 여지가 있다고 판단했기 때문으로 보인다.

일본은 법규상 규정된 본 업무와 부수업무 모두를 허용하고 있다. 신판계 카드사의 경우 할부구입 신용판매 외에 소비자금융, 팩토링, 부동산증권담보, 리스, 어음할인, 벤처캐피탈 등의 부수업무를 영위할 수 있다고 명시되어 있다. 은행계 카드사의 경우, 신판계에 비해 부수업무 영역이 넓지 않으나 은행 자회사 또는 사업부 형태로서 소비자금융과 신용판매업 부수업무가 가능하다.

위와 같은 주요 선진국의 사례를 볼 때, 소비자(회원)의 신용거래를 침해하지 않는 범위 내에서의 부수업무를 허용하고 있음을 알 수 있다. 따라서 우리나라도 부수업무의 허용기준을 완화하는 방향으로 규제를 개선할 필요가 있다. 부수업무 영향 분석 시, 중소기업 적합업종에 해당하는 자의 여부만을 평가하는 현행 기준보다 산업의 상생협력차원 여부도 평가에 반영할 필요성이 있다. 현행 기준의 엄격한 제약조건으로 인해 국민경제 및 중소기업에 도움이 되는 업종임에도 불구하고 부수업무가 불가능한 경우가 발생하고 있다. 기술혁신을 통해 산업발전에 기여함으로써, 중소기업 및 국민경제의 성장에 도움이 되는 분야에 한해서 부수업무 진출을 허용하는 규제의 합리화가 필요하다.

3.2. 약관 변경 관련

현행 여신전문금융업(이하 여전업) 감독규정 제25조는 두 차례에 걸쳐 변경되었으며, 이에 따라 약관 변경 심사에 대한 제출이 대량으로 발생할 것으로 보이는 상황이다. 제 25조 2항의 3호에 따르면 개정 후 3년 이상 경과한 경우 현재 부가서비스를 유지할 경우 해당 상품의 수익성 유지가 어려운 경우 변경된다고 명시되어 있다. 2016년 1월 28일에 개정되었으므로 3년이 되는 2019년 1월 28일에 약관변경이 가능해진다. 현재 수 만 개의 상품 중에서 상당수의 상품이 약관 변경 사항에 해당되는 경우 어떤 형태로 약관 변경을 할지가 시장의 관심이 될 수 있다. 2014년 개정 전까지는 5년 이상 경과 후 약관 변경이 가능했으나 2016년 개정 당시 5년에서 3년으로 축소되었다. 3년 도래 후, 많은 상품의 약관 변경이 예상되며 이에 따른 기준 및 세부사항에 대한 논의가 필요할 것으로 보인다.

동 규정 2호~3호에 따라, 신용카드회사 입장에서는 수익성이 보전될 수 있지만, 제휴업체와 양자 간 합의된 부가서비스 축소에도 약관 변경을 할 기회를 주어야 한다. 현재, 현행과 같이 적용되는 경우는 거의 없으며, 양자 간 부가서비스 축소에 대한 합의가 되더라도 약관 변경 신청을 해야 하는 상태이다. 이러한 경우, 약관 변경이 가능한 기간에 도래하고, 제휴업체와 카드사의 협의에 따라 합리적인 수준 하에서의 축소를 요구한다면 약관 변경을 할 수 있도록 허락할 필요가 있다.

<표 8> 여신전문금융업 제25조

여전업 감독규정 제25조(신용카드업자의금지행위세부유형)
② 다음 각 호의 어느 하나에 해당하지 않는 부가서비스 변경(단, 소비자의 권익을 증진하거나 부담을 완화하는 경우는 제외한다)은 시행령 <별표 1의3> 제1호 마목에 따른 금지행위에 해당한다. <신설 09.8.7><개정 2010. 6.14, 2012. 10. 15. , 2014. 12. 26.>
1. 신용카드 이용 시 제공되는 추가적인 혜택(이하 "부가서비스")과 관련된 제휴업체 또는 신용카드업자의 휴업·도산·경영위기, 천재지변, 금융환경의 급변, 또는 그 밖에 이에 준하는 사유에 따른 불가피한 변경. <신설 2009. 8. 7.><개정 2012. 10. 15. , 2014. 12. 26.>
2. 신용카드업자가 부가서비스 유지를 위해 노력했음에도 불구하고 제휴업체가 일방적으로 부가서비스 변경을 통보함에 따른 불가피한 변경. 다만, 다른 제휴업체를 통해 동종의 유사한 부가서비스 제공이 가능한 경우는 제외한다. <신설 2014. 12. 26.>
3. 신용카드 등의 신규 출시 이후 출시 당시의 부가서비스를 축소변경 하지 않고 3년 이상 경과하였고, 현재의 부가서비스를 유지할 경우 해당 상품의 수익성 유지가 어려운 경우의 변경 <개정 2014. 12. 26. 개정 2016. 1. 28.>

카드사의 가입고객 유지를 목적으로 한 과도한 출혈 마케팅에 따른 비용 부담 급증으로 혜택이 많은 일명 ‘알짜 카드’의 신규 발급이 줄줄이 중단되는 상황이 발생하고 있다. 2013년부터 3년간, 매년 적자규모 1위 내의 카드 22종 중 10개(45%)가 발급 중단된 상태이다. 결국 이러한 발급 중단에 따른 피해는 소비자에게 돌아감에 따라 이에 대한 현황 파악 및 근본적인 대처가 필요하다.

신규 발급 중단 및 서비스 축소의 원인은 세 가지로 요약 가능하다. 먼저 가맹점 수수료 인하와 우대 수수료를 적용 가맹점 확대에 따른 수익 환경 악화에도 불구하고 가입자 유지 및 유치를 위해 카드사의 제 살 깎기 식의 과도한 경쟁 전략을 취했기 때문이다. 두 번째 원인은 금융 서비스의 안전성에 대한 책임을 부여 받고 신규카드의 출시 인허가 권한을 보유한 금융 감독기관의 허술한 관리로 인한 부실 신규 카드를 남발했기 때문이다. 마지막 원인은 카드사의 실적 조건에 편법 실적 채우기로 혜택을 누리는 ‘체리 피커’식의 일부 블랙컨슈머로 인한 것이다.

3.3. 카드의무수납제도와 가격차별 금지

여신전문금융업법(이하 여전법)에는 현금과 카드 결제 간 금액(가격) 차별을 금지하는 차별금지법과 가맹점의 신용카드 결제 거부를 금지하는 카드의무수납제도가 있다. 여신전문금융업법 제19조 제1항에는 가맹점의 차별금지와 카드 의무수납제도가 명시되어 있다. 제4항은 카드 회원이 결제수단(현금, 카드)에 따라 가격차별을 받지 않도록 하는 가격차별금지 규정하고 있다.

하지만, 최근 카드 의무수납제의 부작용으로 인해 이를 폐지하는 것이 논의되고 있다. 카드 소액결제 시 가맹점과 정액제 운용 카드사의 효용을 감소시킨다. 가맹점의 경우 카드 수납의무의 강제로 높은 결제 처리 비용 부담하고 있고, 소액결제 증가로 인한 고정적 결제비용 증가는 수수료를 상승시키는 요인으로 작용하고 있다. 정부가 카드 수수료를 인하를 추진하는 현 상황에 모순되는 제도라고 할 수 있다.

신용 및 체크카드를 소지하지 못하는 저신용자는 여전법에 명시된 가격차별 금지의 혜택을 받지 못하고 있다. 중소가맹점이 카드 수수료의 부담을 줄이기 위해 상품가격을 결정할 때 카드 수수료를 더해 결정할 경우, 카드 미소지자들이 카드 소지자들의 결제 비용 보조하는 셈이 된다.

<표 9> 여신전문금융업법 제19조 제1항 및 제4항

여신전문금융업법제19조(가맹점의준수사항)
① 신용카드가맹점은 신용카드로 거래한다는 이유로 신용카드 결제를 거절하거나 신용카드회원을 불리하게 대우하지 못한다.
④ 신용카드가맹점은 가맹점수수료를 신용카드회원이 부담하게 하여서는 아니 된다.

3.4. 각종페이 문제

현재, 수수료 0%에 대한 논의가 계속되는 가운데, 이를 해결하고자 서울특별시가 ‘서울페이’ 도입을 추진해 2018년 12월 20일부터 시범 운영을 하고 있다. 서울페이는 ‘소상공인 결제 수수료 0원’의 타이틀을 내걸고 서울특별시가 도입한 스마트폰 QR코드를 이용한 새로운 결제시스템이다. 카드 수수료를 자영업자의 수익 악화 원인 중 하나로 보고 서울 페이를 통해 영세 자영업자의 수수료 부담을 완화하고자 한다. 신한은행, 우리은행 등 11개 시중은행과 카카오페이, 페이코 등 5개 민간 결제플랫폼 사업자와 손잡고 개발하였다. 중계업체 개입 최소화로 수수료 발생요인을 제거해 소비자에게 판매자로 바로 전달하며, 소득공제율을 현행 신용카드 15%, 체크카드 30%보다 높은 40%를 적용해준다.

하지만 페이(Pay)는 다방면으로 문제가 존재한다. 먼저, 거시 측면에서의 문제점은 다음과 같다. 현재, 카드시장은 시장실패가 발생하지 않았기 때문에 지자체의 개입은 부당하다. 2017년도 신용카드사 수익 합계는 19조 9290억원이며 연간 순이익도 2조 690억원인 만큼 규모 및 수익성이 좋은 시장이다. 따라서, 지자체가 시장실패가 아닌 시장에 개입하는 것은 오히려 정부실패와 비효율성을 야기할 수 있다. 지자체가 직접 페이(Pay) 운영을 할 경우 운영에 따른 세금은 국민이 부담하게 된다. 사용하지 않는 소비자의 경우도 세금을 통한 비용부담을 피해갈 수 없게 된다. 페이 운영이 비효율적으로 이루어질 경우 국민의 부담은 더욱 커져 비용부담 문제는 더욱 심각해진다.

시장 측면에서도 문제점이 존재한다. 페이는 계좌이체의 직불 방식이므로 신용카드가 아닌 체크카드 일부 시장만을 대체한다. 현재, 체크카드 시장의 규모는 약 800조로 카드 시장의 20%에 불과하다. 그러므로 이를 페이가 대체하는 것에는 한계가 있다. 페이 사용이 활성화되더라도 이용 증가에 따른 국민의 세금 부담이 더욱 커지게 된다. 뿐만 아니라 금융시장에 과도한 지자체의 개입은 효율성을 떨어뜨려, 기업경쟁력을 약화시킨다는 문제점이 있다. 해외 사례를 보면, 우리나라 지자체를 제외하고 금융시장에 개입하는 경우는 거의 없다. 소상공인의 측면에서는 현재 카드 가맹점주의 경우 카드 수수료를 부담해도 세액 공제 감안하면 영세·중소가맹점은 이득을 취하고 있으므로 페이 단말기 도입의 인센티브가 없는 상황이다.

소비자의 경우 페이는 직불 기능만 가능하고 신용공여 기능이 없어서 신용카드 이용

자(카드시장 규모의 80%)의 경우 인센티브가 적다. 결제 전 일일이 앱(App)을 띄워야 하는 번거로움이 있으며, 카드사에서 제공하던 부가서비스가 없다는 단점도 존재한다. 스마트폰 미 이용자 혹은 스마트폰이 꺼진 경우는 사용할 수 없는 제약이 있다. 그리고 지자체가 운영하고 있는 많은 앱이 안정성 및 업데이트 주기가 길어 소비자에게 여러 불편을 가져다주고 있다. 이용 불편에 따른 대응 속도도 느린 편이므로 페이 운영의 효율성, 안정성을 기대하기 힘들다. 서울페이의 경우 40% 소득공제를 홍보하고 있지만 소득공제율이 높다하더라도 기존 카드와 다르게 이용할 유인이 크지 않다. 오히려 세금 낭비 문제가 발생할 수 있다. 카드에 대한 소득공제를 현재 줄이고 있는 상황이므로 40%의 소득공제율이 얼마만큼 지속될지도 명확하지 않다.

현재는 카드의 부가서비스가 소득공제보다 이용자에게 더 큰 역할을 하고 있다. 그리고 수수료를 부담의 이전을 방지하기 위해서는 카드시장의 소상공인 세액공제를 오히려 없애야 한다. 비효율성 및 정부실패를 방지하기 위해서 민간에게 페이 사업을 이전하고 지방자치단체, 공공기관은 사업에서 손을 떼야 한다.

3.5. 부가세 대리징수

2019년 1월부터 도입된 부가세 대리징수 역시 해결해야 하는 과제이다. 이미 세법개정을 통해 소득세를 늘린 상태에서 부가세까지 매출분을 바로 걷는 것은 경제주체에게 아무런 도움이 되지 않는다. 2017년 기준 세금 비중은 소득세, 부가가치세, 법인세 순으로 나타나며, 2012년 이후 부가가치세의 비중이 급격하게 증가하는 양상을 보인다. 2014년에 세법상 걷어야 하는 세금과 실제 걷힌 세金的 격차인 텍스갭(tax gap) 중, 부가가치세에서 발생하는 것이 11조원 정도로 추산되고 있다. 2016년까지의 부가가치세 증가분을 감안하면 부가가치세 대리징수로 약 2조원~4조원을 더 걷을 수 있을 것으로 보인다. 실제로 경제규모, 지하경제, 부가가치세율, 영세율 및 면세율을 감안해도 비슷한 규모로 추정된다. 정부의 입장에서는 기존 금융기관의 인프라를 이용해서 추가비용은 들이지 않으면서 부가가치세의 징수를 증가 할 수 있기 때문에 비용 대비 편익이 크다.

경제주체별로 살펴보면, 부가가치세 대리징수제도 도입이 의도와는 달리 특히 영세·중소가맹점의 피해를 발생시킬 위험이 있다. 영세·중소가맹점의 카드거래는 B2B 거래보다 주로 B2C 거래 형태로 발생하기 때문에 제도 도입 시 부가가치세 금액에 대한 기간이익의 상실이 발생한다. 카드가맹점은 상품 구입에 있어서 부가가치세를 지불하지만, 물건을 판매할 때에는 부가가치세를 징수하지 못해 일정기간 자금유동성 저하가 불가피할 수 있다. 따라서 부가세 대리징수는 영업환경이 가뜰이나 어려운 상황에서 영세·중소가맹점의 자금유동성을 더욱 악화시켜 폐업 가능성을 높일 수 있다.

소비자 입장에서는 거래의 편의성 저하와 비의도적 조세회피가 발생할 가능성이 높다. 가맹점의 카드결제에 대한 거부감이 존재하는 상황에서 부가가치세 대리징수제도가 도

입되면 가맹점은 카드결제 보다 현금결제를 더 선호하게 된다. 즉, 현금결제를 유도해 소비자의 결제편의성을 낮추고 가맹점의 불법적 현금할인 등으로 소비자가 의도치 않게 부가가치세를 납부하지 않을 가능성도 존재한다. 이는 궁극적으로 거래의 투명성을 낮춰 세수확보를 더 어렵게 할 수 있는 요인으로 작용된다.

카드사의 입장에서는 부가가치세 대리징수에 참여할 유인이 전혀 없다. 카드사는 부가가치세 대리징수를 위해서 관련 시스템 구축과 추가 인력이 투입해야 하고 가맹점, 정보보안 강화와 같은 수익에 불필요한 비용도 발생하게 된다. 특히, 자사 가맹점의 관련 민원을 처리해야 하는 부담이 상당히 클 것으로 예상된다. 현재도 자금유동성이 떨어지는 가맹점들은 카드결제대금을 하루라도 빨리 받기 위해 카드사에게 계속 요구하고 있다. 따라서 부가가치세 대리징수로 인해 가맹점이 판매대금의 약 10%를 차지하는 부가가치세를 받지 못한다고 할 때, 이에 대한 모든 불만은 카드사에 돌아갈 가능성이 매우 높아진다. 이 과정에서 문제가 발생하면 카드사가 모든 사회적 비난을 받을 수 있으므로 부가가치세 대리징수에 참여할 유인이 존재하지 않는다.

<표 10> 연도별 세금 징수액 항목 구분

연도	소득세	종합소득세	양도소득세	근로소득세	법인세	부가가치세
2006	31	4.8	7.9	12.2	29.4	38.1
2007	38.9	6.2	11.3	14.1	35.4	40.9
2008	36.4	4.1	9.3	15.6	39.2	43.8
2009	34.4	6.1	7.3	13.4	35.3	47
2010	37.5	6.4	8.2	15.6	37.3	49.1
2011	42.3	8.3	7.4	18.4	44.9	51.9
2012	45.8	9.9	7.5	19.6	45.9	51.9
2013	47.8	10.9	6.7	21.9	43.9	55.7
2014	53.3	11.5	8	25.4	42.7	57.1
2015	60.7	12.8	11.9	27.1	45	54.2
2016	68.5	14.3	13.7	31	52.1	61.8
2017	75.1	16	15.1	34	59.2	67.1
2018.10.	69.1	-	-	-	68	68

자료: 금융감독원

IV. 결론

본 연구에서 카드 업계 현황 및 가맹점 수수료 개정안 및 마케팅 비용 관련 검토 및 기타 과제를 중심으로 살펴보았다. 2012년 이후 정부는 중소 및 영세가맹점에 대한 우대 수수료를 인하 및 적용 범위 확대하였다. 정부 및 지자체의 가맹점 수수료율 0% 목표를

콜자로 2018년 11월 26일 가맹점수수료를 개정안을 발표하여, 카드업계의 수익성에 큰 타격이 예상된다. 개정안에는 역진성이 존재하여 이를 해결할 필요성이 있고, 수수료를 인하보다는 과도한 마케팅 관련 비용을 줄일 수 있는 방안을 마련하는 것이 보다 중요하다. 카드업계와 관련된 여러 과제들을 해결할 필요가 있다.

수수료를 인하에 따른 대형가맹점 수수료율의 역진성 및 마케팅 비용 관련 검토, 부수업무 및 카드업계와 관련된 기타 과제 해결을 위한 제도개선 방향을 살펴보았다. 수수료를 인하 관련 해결과제로는 (1) 대형가맹점의 역진성 해소, (2) 세액공제를 반영한 실질수수료율 인식의 필요성에 대해 살펴보았다. 제도개선 방향으로 (1) 가격차별 금지제도에 기반한 카드의무수납제도 폐지, (2) 약관 변경의 필요성, (3) 각종페이 문제, (4) 부가세 대리징수의 문제점에 대해 살펴보았다.

물론, 이외에도 다양한 카드산업의 경쟁력을 제고시키는 방법이 있다. 예를 들어, 대형가맹점이 거래적 지위를 이용하여 가맹점수수료 인하 요구를 제재하거나, 카드사들은 매우 높은 비용이 들어가는 카드상품을 정리하는 것을 검토할 수 있다. 이미 지속적인 가맹점수수료 조정에 따라 카드업계가 구조조정을 많이 한 인건비 감소 등은 경쟁력을 높이는 것에 대해 전혀 도움이 되지 않는 실정이다.

오히려 현재와 같은 상황에서는 제도 개선이 가장 절실한 상황이다. 단기나 중기, 더 멀리 장기적인 제도 개선에 이어 다양한 부수사업이나 해외진출 등을 고려해 볼 수 있는 상황이다. 그러나 현재와 같이 카드산업의 경쟁력이 제도에 의해 떨어지고 있으며, 카드사의 존폐까지 논의되는 상황에서는 카드사 자체의 경쟁력 강화도 중요하지만 사회적인 변화가 분명히 존재하여야 한다.

특히, 각종 페이가 등장하고, 간편 결제 등이 나타나는 현실에서 카드산업은 더 이상 제도가 기업의 존폐를 가로 막고 있는 상황이 되어서는 카드산업의 발전을 기대하기 어렵다. 오히려 정부 등은 카드산업에 시장실패나 정책 실패를 넘어, 시장자율부터 시작하여 보다 건전하고 경쟁력 높은 산업으로 발전할 수 있도록 도울 필요가 있다.

참 고 문 헌

- 금융위원회 · 금융감독원(2018), 「18년 적격비용 산정을 통한 카드수수료 개편」, 보도자료.
- 김상봉(2010), “신용카드산업의 중장기 발전방안”, 「신용카드리뷰」, 4(1), 27-71.
- 김상봉(2012), “신용카드 가맹점 수수료 체계 개편에 관한 연구”, 「신용카드리뷰」, 6(1), 3-13.
- 김상봉(2012), 「가맹점 수수료의 향후 문제점과 제언」, 신용카드정기학술대회.
- 김상봉 · 김정렬 · 박덕배 · 손영범 · 심현섭 · 이보우 · 전인구 · 조경준(2011), 신용정보의 이해와 활용, 지필미디어.
- 김상봉 · 김준오 · 조경준(2011), “신용카드 가맹점 수수료 변화방향에 관한 연구”, 「신용카드리뷰」, 5(2), 5-9.
- 김상봉 · 노재확(2013), “국제 신용카드 가맹점 수수료 비교를 통한 한국의 수수료 개선방안 연구”, 「통상정보연구」, 15(2), 189-206.
- 김상봉 · 홍우형 · 김시연 · 홍희주(2017), “카드 가맹점 수수료 개편 방향”, 「신용카드리뷰」, 11(3), 1-22.
- 양용현 · 방세훈 · 윤경수(2013), 「신용카드산업의 시장구조 개선 및 중장기적 발전방안에 관한 연구」, KDI 정책연구시리즈, 2013-16.

Methods for Improving the Competitiveness in the Credit Card Industry

Yeon Su Lee^{*}

MA Student, Department of Economics, Hansung University, Seoul, Korea

Sang Bong Kim^{**}

Department of Economics, Hansung University, Seoul, Korea

Soo An Jo^{***}

MA Student, Department of Economics, Hansung University, Seoul, Korea

〈Abstract〉

This paper examines the current state of the credit card market, merchant fees amendment and the revision of marketing cost and other related problems. Since 2012, the government discounted the special treatment fee for small and middle sized merchants and extended the range of special treatment. The Government declaration of the amendment targeting 0% fee in March 2018, there is a huge concern about there venue in the credit card market. In the amendment there exists a regressiveness which needs to be solved, and the more fundamental task is not lowering the merchant fees but drawing measures to reduce excessive marketing cost. We examined the impact of the fee discount leading to regressiveness in the large sized merchants and the marketing cost, institutional measures to solve problems in subsidiary businesses related to the credit card market. The solutions of problems we found in the credit card market are settlement of problems in large sized merchants due to regressiveness and need of recognition of the real fee rate after tax deduction. The ways are abolition of the welcome acceptance based on the legal prohibition of price discrimination, change of provisions, revision of several new payment systems, solving problems of deputy VAT collection.

Keywords: Credit card market, Merchant fees, regressiveness, Tax credit

<최초 투고일: 2019년 2월 18일>, <수정일: 2019년 3월 22일>

<게재 확정일: 2019년 3월 25일>

* Address: 389 samseon-dong 2-ga, Seongbuk-gu, Seoul 136792, Korea
E-mail: skdnl29@naver.com, Tel: +82-2-760-8038

** Address: 389 samseon-dong 2-ga, Seongbuk-gu, Seoul 136792, Korea
E-mail: brainkim75@hansung.ac.kr, Tel: +82-2-760-8038

*** Address: 389 samseon-dong 2-ga, Seongbuk-gu, Seoul 136792, Korea
E-mail: josooan94@gmail.com, Tel: +82-2-760-8038