

## 울산광역시 소비자상담 현황 및 과제

서정희\* · 백재화\*\* · 엄수경\*\*\*

\*아동가정복지전공 교수

\*\*아동가정복지학전공 대학원생

\*\*\*아동가정복지전공 시간강사

### <요약>

이 논문은 울산광역시를 대상으로 하여 소비자상담업무를 전담하고 있는 행정기관, 민간 소비자단체 및 울산에서 소비자상담을 가장 활발하게 벌이고 있는 백화점 두 곳을 조사대상으로 선정하여 소비자상담실태를 조사하고 문제점과 발전방향을 제시함으로써 울산광역시 소비자행정과 소비자단체를 활성화하고, 백화점의 고객만족경영을 수립하는데 필요한 정보를 제공해 주고자 한다.

## The Present and Future Development of Consumer Counseling in Ulsan Metropolitan City

Seo Jeong-hee · Back Jae-hwa · Yeum Su-kyong

Dept. of child & Family Welfare

### <Abstract>

The purpose of this paper was to provide the information enforcing the consumer support administration in local government, activating private consumer organization and enhancing the customer satisfaction in department store in Ulsan metropolitan city. For this purpose the data of consumer counseling practiced in private consumer organization, local government and department store in Ulsan Metropolitan city during 1998.

## I. 서론

### 1. 연구목적

소비자상담은 소비자피해를 경험한 소비자가 신속하고 각종 비용이 비교적 적게 드는 방법으로 사후적으로 소비자피해를 구제 받을 수 있게 해줌으로써 소비자복지증진에 기여한다. 이와 동시에 소비자상담은 소비자교육과 소비자정보제공을 통하여 소비자가 합리적이고 효율적으로 의사결정을 할 수 있는 소비자능력을 개발시켜줌으로써 사전에 소비자피해를 예방하는 역할을 함으로써 전반적인 소비자정책의 비용을 감소시키는데도 기여한다.

소비자상담은 이처럼 소비자복지의 증진에 기여할 뿐 아니라 장기적으로 기업으로 하여금 소비자선호에 민감하게 반응하게 함으로써 기업 발전의 원동력이 되고 있다. 이렇게 소비자지향적인 기업경영철학은 기업의 마케팅전략에도 영향을 미치게 됨으로써 이윤만을 추구하는 것이 아니라 고객만족을 극대화시킴으로써 이윤도 추구하는 방향으로 바뀌게 되었다. 특히 WTO체제에서 시장개방이 가속화되고 있고, 인터넷을 비롯한 정보매체의 발달은 경쟁을 가속화시킴으로써 기업은 고객만족 경영의 일환으로 소비자상담의 비중을 높이고 있는 실정이다.

마지막으로 소비자상담은 중앙 정부 및 지방자치단체의 경제정책을 생산자중심에서 소비자중심으로 전환하게 함으로써 소비자후생을 증진시키고 국민생활의 질을 체계적으로 향상시키는데 기여할 수 있다. 이처럼 소비자상담의 역할과 중요성이 증가하고 있음에도 불구하고 우리 나라의 경우 소비자상담을 전담하고 있는 민간소비자단체, 기업 및 행정기관의 소비자상담업무는 양과 질 모두 보완해야 할 점이 많은 실정이다. 이에 따라 소비자상담에 관한 구체적인 정보와 전략이 시급하게 마련되어야 함에도 불구하고 소비자상담에 관한 연구는 매우 적은 실정이다.

선행연구를 고찰한 결과에 의하면 우리나라 기업의 소비자전담부서 실태를 조사한 연구(김용자, 1989), 지방 소비자행정의 전반을 다루면서 소비자상담에 관한 내용을 포함한 연구(강성진 · 김인숙, 1996; 1997; 김영철, 1990), 일본사례연구(강성진, 1996), 광주광역시사례연구(박안식, 1996), 부천시역 소비자지원행정 현황과 소비자요구조사를 통한 활성화 방안 연구(송인숙, 1998), 소비자상담사에 관한 연구(송인숙 · 이은희, 1996; 이기훈 · 송인숙 · 이은희 · 김경자, 1995; 한국소비자보호원, 1990a), 민간소비자단체에 관한 연구(최선경, 1993; 고원애 · 이승신), 기관별 소비자상담부서의 현황과 개선책을 다룬 연구(송인숙 · 이승신 · 제미경 · 김경자; 한국소비자보호원, 1990b) 등이 있다. 그러므로 울산광역시를 대상으로 하여 소비자상담업무를 맡고 있는 주요기관의 실태를 파악하고 발전방향을 모색한 연구는 이루어지지 않았다는 점을 알 수 있다.

이 논문의 목적은 울산광역시를 대상으로 하여 소비자상담업무를 전담하고 있는 행정기관, 민간소비자단체 및 울산에서 소비자상담을 가장 활발하게 벌이고 있는 백화점 두 곳을 조사대상으로 선정하여 소비자상담실태를 조사하고 문제점과 발전방향을 제시함으로써 울산광역시 소비자행정과 소비자단체를 활성화하고, 백화점의 고객만족경영을 수립하는데 필요한 정보를 제공하는데 있다. 나아가 소비자상담이 체계적이고 효율적으로 전개됨으로써 종합적으로 소비자복지증진에 기여하기 위해서는 개별적으로 이루어지는 상담기관이 서로 협력할 수 있는 제도가 마련되어야 하는데 이 연구는 협력체계를 구성하는데 필요한 정보와 자료를 제공해 줄 수 있을 것이다.

## 2. 조사방법

울산광역시 소비자상담 실태를 조사하기 위하여 소비자상담을 담당하고 있는 주요 주체로 민간소비자단체, 행정기관, 기업을 선정하였다. 민간소비자단체로는 울산광역시에서 소비자상담 업무를 하고있는 울산 YMCA, 울산 YWCA, 대한 주부클럽 울산광역시지부를 선정하였다. 울산광역시 민간소비자 단체에서의 소비자 상담 업무현황은 각 단체에서 98년도에 전화와 면접, 우편, 울산광역시청 생활 민원상담실에서 각 단체별로 접수된 상담실적을 가지고 참고자료로 하였으며, 실무자와의 면담으로 자료에 대한 전반적인 경향에 대한 해설을 가지고 청구 이유와 처리 결과별로 나누어 살펴보았다. 행정기관으로는 '울산광역시청 소비자 고발센터'에서 전화와 면접, 서신으로 접수된 상담과 민간단체에서 처리가 어려워 이첩된 내용을 역시 청구 이유와 처리 결과별로 현황을 분석하였다.

기업 소비자 상담실(현대백화점 울산점, 모드니 백화점)은 고객상담실로 접수된 컴플레인(전화, 방문, 우편, 팩스접수)을 발생유형과 처리유형으로 나누어 분석하였다. 기업 소비자 상담실의 현황은 현대백화점에서 현재 시행되고 있는 고객의 소리 제도를 통해 알 수 있었으며, 그 구체적인 제도는 첫째, 고객상담실에 고객들의 전화, 방문, 우편, 팩스 등을 이용하여 접수된 고객상담. 둘째, '무엇을 고칠까요' 'YELLOW & PINK카드' 'RED & GREEN카드' 등 서비스 평가제 실시로 인한 고객의 소리 접수분. 셋째, 현대백화점 사내·외보에 부착된 '고객의 소리 업서' 접수현황 등의 자료를 취합하여 분석한 것이다.

그리고 각 기관의 실제적인 문제점을 파악하기 위하여 기관별 실무자(행정기관 소비자 고발타 담당자, YMCA, YWCA 각 담당자, 시청 생활민원상담실 상담요원2명, 전 민간소비자단체 간사 1명, 전·현 기업소비자 상담실 담당자 2명)를 인터뷰하여 문제점을 파악해 보았고, 각 기관에서 개선할 수 있는 개선책들을 살펴보았다. 모든 분석자료는 1998년 1년간에 이루어진 소비자상담자료를 이용하였다.

## II. 울산광역시 기관별(민간소비자 단체, 행정기관, 기업) 소비자 상담의 현황과 문제점.

### 1. 울산광역시 소비자 상담실 개요

#### 1) 각 기관별 소비자 상담 전담 부서 명칭

<표 1> 각 기관별 소비자 상담 전담 부서 명칭

기 관 명	명 칭
민간소비자단체	· 울산 YMCA 시민 증개실 · 울산 YWCA 소비자 고발 센터 · 대한주부클럽 울산광역시지부 소비자 고발센터
행 정 기 관	· 울산광역시 소비자 고발센터 · 울산광역시청 민원실 생활민원상담실
기 업	· 현대백화점 고객상담실 · 모드니 백화점 고객상담실

기업에서는 ‘소비자’라는 명칭을 ‘고객’으로 전환하여 ‘고객상담실’이라는 명칭을 사용하고 있었다. 그러나 울산광역시시의 민간 소비자단체와 행정기관에서는 모두 ‘소비자 고발센터’라는 명칭을 그대로 사용하고 있다. 그러므로 소비자상담업무는 소비자고발 뿐만 아니라 소비자정보제공도 중요한 업무이므로 ‘소비자 고발센터’라는 명칭은 정확하지 못하다고 볼 수 있다. 또한 생활민원상담실도 너무 포괄적이어서 소비자상담을 할 수 있는 곳이라는 이미지가 덜 부각되므로 부적당하다고 볼 수 있다.

## 2) 각 기관별 소비자 상담 조직과 인력 현황

울산광역시에서 소비자상담을 하고 있는 각 기관의 조직과 인력에 관한 현황은 <표 2>에 제시되어 있다. 민간소비자단체에서 소비자상담을 담당하고 있는 실무자는 YMCA는 2명, 자원상담원이 2-3명 있다. YWCA는 실무자 1명에 자원상담원이 3-4명이 있고, 대한주부클럽은 실무자 1명, 자원상담원이 1-2명이 있었다. 울산광역시청의 소비자고발센터는 실무자가 1명에 불과하였고, 그 실무자의 평균 근무기간도 1년에 불과하였다. 백화점의 경우 현대백화점 울산점의 경우 실무자가 2명인데, 평균근무기간은 1년이었다. 모드니백화점은 실무자가 1명이나 평균 근무기간이 5년이었다.

소비자상담원의 연봉은 민간소비자단체는 500-650만원으로 매우 적었고, 백화점의 경우는 1,000-1,500만원으로 민간소비자단체에 비하여 많았다. 전반적으로 소비자상담을 하는 담당자의 수가 매우 적었고, 민간소비자단체의 경우 자원상담원의 도움을 받고 있으나, 행정기관과 백화점의 경우는 자원상담자도 없어서 소비자상담이 실효를 거두기 어려운 실정이라는 것을 알 수 있었다. 특히 민간소비자단체의 경우 연봉이 매우 적다는 점도 중요한 문제점이 된다. 그러므로 인구 100만명이 넘는 광역시에서 소비자상담 실무자가 몇 명에 불과하다는 점이 무엇보다도 큰 문제라고 할 수 있다.

<표 2> 각 기관별 소비자상담 조직과 인력 현황

기관	조직 및 인력현황(직급)	평균근무 기간	연봉 (만원)
민간 소비자 단체	· YMCA(실무자 2명, 자원상담원 2-3명), 간사 · YWCA(실무자 1명, 자원상담원 3-4명), 간사 · 전국주부교실(실무자 1명, 자원상담원 1-2명), 간사	3년 5년 1년	600-650 500 600-650
행정 기관	· 울산광역시청 생활경제과 유통소비담당 · 소비자고발센터(실무자1명) 담당	1년	-
기업	· 현대백화점 울산점 판매기획팀 고객상담실(실무자 2명, CS 담당대리 1명), 4급사원 · 모드니백화점 판매촉진팀 고객상담실, 주임	1년 5년	1,500 1,000

## 2. 민간소비자단체의 소비자상담 현황과 문제점

민간소비자 단체는 소비자들이 스스로 소비자권을 보호하기 위해 결성한 단체로 상품과 서비스 및 소비자관련 제도 등에 대하여 상담을 하거나, 소비자가 도움을 요청하면 소비자 단체가 소비자의 대리인이 되어 문제해결에 임한다는 점에서 정부나 기업과는 다르다(송인숙의, 1998).

### 1) 민간소비자 상담의 역할

민간소비자 단체는 소비자의 입장에서 소비자문제를 주체적이고 적극적으로 처리할 수 있는 방안을 찾고, 여론을 통하여 소비자문제를 일으킨 기업에 제재를 가한다. 또한 민간 소비자단체는 소비자 상담을 통하여 합리적 소비생활을 영위하는데 필요한 정보를 제공하고 소비자교육을 할뿐 아니라, 소비자피해를 입은 소비자로서 하여금 보다 쉽고 효율적인 방법으로 소비자피해를 구제 받을 수 있도록 도와주며, 마지막으로 소비자문제와 문제를 해결하기 위한 제도적 방안 등에 관하여 연구와 자료수집을 통하여 정부의 소비자정책과 기업의 경영과정에 직접 또는 간접적으로 참여한다.

그러나, 우리나라 소비자 단체의 90% 이상이 소비자 상담을 중심으로 추진하고 있지만 여성문제, 환경문제 등 다른 분야의 활동과 함께 소비자 문제를 다루는 단체가 대부분 이어서 소비자 상담 활동이 전문적으로 이루어지지 못하고 있는 실정이다. 그 이유로는 여러 가지를 들 수 있겠으나 가장 중요한 것으로는 소비자문제를 주체적으로 해결하고자 하는 소비자의식이 부족하여 적극적으로 소비자운동에 참여하고 있는 소비자의 수가 선진국에 비하여 적다는 점을 들 수 있다. 다음으로 정부의 역할중에서 중요한 위치를 차지하고 있는 소비자정책에 관하여 정부와 정치인이 의식이 매우 낮다는 점을 들 수 있다. 마지막으로 과거에 비하여는 많이 좋아지고 있으나, 아직도 기업은 소비자 보호를 통하여 기업의 이윤을 달성할 수 있다는 소비지지향적 마케팅의식이 부족하다는 점을 들 수 있다.

이로 인해 대부분의 소비자 단체들이 재정적인 어려움을 겪고 있어 소비자상담을 전담 하는 실무인력이 부족하고, 현재 소비자상담을 담당하고 있는 실무자들도 전문성이 부족한 실정이다. 또한 민간 소비자단체가 주로 대도시 특히, 서울에 편중되어 있어서 지역문제 중심의 활동을 하는데 한계가 있다. 따라서 현재 소비자단체의 활동은 연계성이 부족하고 일회성의 계몽활동과 소비자교발에 치중함으로써 소비자상담의 시너지효과를 기대할 수 없는 실정이며, 일부 여성을 중심으로 활동이 대부분 이루어지고 있다는 한계점을 가지고 있다.

### 2) 울산광역시 민간 소비자 단체의 현황 및 1998년도 상담 실적

울산광역시는 현재 울산 YMCA, 울산 YWCA, 대한 주부클럽 울산광역시지회 등 3곳에서 소비자 상담 업무를 하고 있으며, 울산 YMCA 시민중계실이 1986년에 개소하여 현재 까지 상담업무를 활발히 하고 있다. 그리고 98년도 울산광역시 전체 소비자 상담의 61%<sup>1)</sup>를 차지하는 등 양적으로는 아주 활발한 활동을 하고 있다.

민간소비자 단체의 인력현황을 보면 소비자 업무 전담 실무자가 1-2명 정도이며 YMCA 시민중계실의 경우 타 단체와 비교해서 예외적으로 현재 3명이 근무하고 있다. 이들은 고유업무라고 할 수 있는 대민 서비스 소비자 상담(전화, 면접, 서신, 팩스)과, 각 모니터 요원의 관리 및 소비자 교육(지역 도서관, 청소년 자치단체, 아파트 지역주민회, 방송국), 시청 민원실의 파견근무, 그리고 소비자 단체 협의회 소비자 상담 카드 입력 등의 업무를 하고 있다.

시청 보조금을 제외하고는 소비자단체 협의회를 통해 받는 정부보조금인데 상담 건당 2,200원을 받기 때문에 일평균 10-15건의 사례를 정리하여 CS 프로그램에 입력해야하는

1) 1998년 울산광역시 소비자 상담 접수 현황을 살펴보면 울산 YMCA(4,993건 · 60.6%), 울산YWCA(1,960건 · 23.8%), 주부교실(893건 · 10.8%), 행정기관(393건 · 4.8%)를 차지 하고 있다.

부담감을 가지고 있어 업무과중의 또 다른 원인이 되고 있다. 그리고 보조금이 1999년부터 처리실적대로 지급되지 않고 전년도 실적에 비례해서 지급되거나 처리 실적의 50%정도만 지급되고 있기 때문에 민간소비자단체의 운영자금 역할을 제대로 하지 못하고 있는 실정이다.

최근 들어 공공근로 직원과 자원상담원인력이 배치되어 인력난이 조금은 해소 된 듯하다. 특히, 다른 단체가 시민사업과 연계하여 여러 임무를 수행하고 있는데 반해, 울산지역의 경우는 소비자 업무만을 전담하는 인력이 고정으로 배치되어 있다는 점에서 바람직하다고 볼 수 있다. 그러나 연간 7천건의 업무를 실무자 4명이 처리하기에는 역부족이며 보다 차원 높은 피해구제가 이루어지지 못하는 근본적인 원인이 되고 있다.

각 단체 실무자가 받고 있는 교육은 YWCA의 경우 년 1회 한국소비자보호원 교육이 전부이고, YMCA의 경우는 ‘일이 많다’, ‘실무자가 자리를 비울 수 없다’는 이유로 소비자 교육을 받지 못하고 있다. 따라서 소비자상담을 담당하고 있는 실무자를 대상으로 한 소비자 교육이 전혀 이루어지지 못하고 있는 실정이다. 이에 따라 실무자의 업무처리를 할 수 있는 능력이 향상되지 못하고 있고, 양적으로만 확대되고 있어서 시장환경의 변화로 인하여 계속해서 등장하고 있는 새로운 형태의 소비자피해를 예방하고 관련정보를 기업이나 한국소비자보호원 또는 정부에 제공하는 적극적인 역할은 기대할 수 도 없으며, 적절한 상담도 기대하기 어려운 실정이다.

그리고 실무간사들이 각 단체마다 계약직으로 근무하고 있어 그 처우가 큰 문제가 되고 있다. 무엇보다도 각 단체마다 심각하게 겪고 있는 재정난으로 대졸인력임에도 고급인력에 합당한 처우를 받지 못하고, 정식직원으로 채용도 되지 못하고 있는 실정이다. 이로 인한 실무자의 불만과 과중한 업무가 소비자 상담업무 수행의 가장 큰 장애요소가 되고 있다.

민간단체의 재정을 구체적으로 살펴보면 회원모집 운동을 통한 회원들의 회비, 울산광역시청의 보조금, 소비자단체협의회가 지급하는 정부 보조금으로 구성되어 있는데, 액수가 너무 적어서 어려움을 겪고 있다. 1998년도에 집행된 정부보조금은 전체 600만원으로 상담 실적에 따라 3개의 단체에 비례대로 나누어 지급하였다. 이 액수는 다른 도시에 비해 매우 적고, 민간소비자단체의 운영에 거의 도움을 줄 수 없을 정도이다. 또한 IMF 경제위기를 겪으면서 회원모집운동에 실패하게되어 재정적으로 더 큰 어려움에 직면해 있었다.

소비자상담업무에 대하여 실무담당자가 어떻게 인식하고 있는가를 면접한 결과, 소비자상담은 생활에서 너무나 중요하고 필요한 부분이며, 사후구제보다 예방차원 중심으로 소비자교육과 상담업무가 진행되어야 한다고 느끼고 있으나, 실무자선에서는 재정적 문제와 더불어 과중한 업무 때문에 어쩔 수 없고, 소비자들의 필요한 수요를 다 충족시킬 수 없다는 점이 너무나 안타깝다고 하였다. 또한 보수가 너무 적기 때문에 전문인으로서 프로정신과 자부심을 가지고 일에 전념할 수 없고, 오히려 조금은 가벼운 마음으로 업무를 처리하는 편이 어려운 문제를 쉽게 풀 수 있는 요령이 된다고 한다.

1998년도 울산광역시 민간소비자 단체의 상담 현황을 청구 이유와 처리결과별로 살펴보면 7,846건을 상담, 접수 처리하였는데, 청구 이유별로 보면 점차적으로 상담정보제공에 대한 홍보가 웬만큼 이루어지고 있어서 기본적인 정보를 제공하는 건수는 상당히 줄었으며, 소비자 개인의 힘으로 해결이 어려울 때 민간소비자 단체를 찾는 것으로 나타났다. 이런 경우 소비자와 업체의 관계가 악화된 후에 분쟁 조정을 요청하므로 실제적으로 분쟁을 조정하기가 가장 난감하다고 한다.

세부내용을 살펴보면 <표 3>과 같이 계약으로 인한 피해가 3,417건으로 전체의 43.5%를

차지하고 있고, 피해구제에 대한 상담 및 정보제공을 요구한 경우가 2,484건으로 31.6%, 다 음으로 물품 및 계약 내용의 품질에 관한 피해청구이유가 1,235건 15.7%를 차지하고 있다. 그밖에 가격과 서비스에 대한 불만, 광고, 계량에 의한 피해 구제 청구가 발생한 것으로 나타났다.

<표 3> 민간소비자단체의 피해구제 청구 이유별 현황(단위:건수,%)

기관별 청구이유별	민간소비자 단체			계
	울산YMCA	울산YWCA	주부클럽	
품질	822(16.46)	324(16.9)	89(9.9)	1,235(15.7)
가격	248(4.9)	60(3.6)	26(2.9)	334(4.2)
계량	9(0.2)	2(0.1)	1(0.1)	12(0.1)
계약	2,222(44.5)	720(37.0)	475(53.2)	3,417(43.5)
서비스	209(4.1)	34(17.3)	82(9.1)	325(4.14)
광고	19(0.4)	14(0.7)	6(0.7)	39(0.4)
기타(상담)	1,464(29.3)	806(41.1)	214(24)	2,484(31.6)
계	4,993(100.0)	1,960(100.0)	893(100.0)	7,846(100.0)

<표 4> 민간 소비자 단체의 소비자 상담 처리결과별 현황(단위:건수,%)

기관별 처리결과별	민간소비자 단체			계
	울산YMCA	울산YWCA	주부클럽	
환불	128(2.5)	67(3.4)	29(3.2)	224(2.8)
수리	125(2.5)	52(2.6)	88(9.8)	265(3.4)
교환	96(1.9)	53(2.7)	41(4.5)	190(2.4)
합의배상	438(8.7)	39(1.9)	34(3.8)	511(6.5)
해약반품	191(3.8)	621(31.6)	226(25.3)	1038(13.2)
상담정보제공	3652(73.1)	1105(56.3)	331(37.0)	5088(64.8)
고발	1(.002)	8(0.4)	6(0.6)	15(.02)
취하권고	68(1.3)	-	73(8.1)	141(1.8)
기타	217(4.3)	15(0.7)	19(2.1)	251(3.2)
처리불가	74(1.4)	-	33(3.6)	107(1.3)
처리중	3(.006)	-	13(1.4)	16(.02)
계	4993(100.0)	1960(100.0)	893(100.0)	7846(100.0)

<표 4>에서 처리결과별로 내용을 살펴보면, 구체적인 정보제공 및 상담이 5,088건으로 전체의 64.8%를 차지한다. 그리고 해약반품으로 처리된 건이 1,038건으로 13.2%를 차지하고, 511건 6.5%가 합의배상으로 종결되었다. 그리고 환불, 수리, 교환, 취하권고 순이며, 처리불가 건수도 107건이나 됨으로써 민간소비자 단체의 피해구제의 한계가 있다는 것을 알 수 있었다.

### 3. 기업의 소비자상담 현황과 문제점

우리나라 기업은 '정부의존형' 기업 경영을 주로 하고 있어, 소비자 욕구와 선호의 변화에 둔감하고, 소비자 문제에 대해서도 소극적으로 대응하고 정부의 경제 정책의 변화에 더 민감하게 반응한다(이기춘외, 1997). 그러므로 기업의 소비자상담이 기업 경영에 기여한다고 보기 보다는 기업 경영을 방해한다는 의식이 아직은 더 강하다고 볼 수 있다.

#### 1) 기업 소비자 상담의 기능

기업의 소비자 상담실은 소비자의 불만을 처리하고 피해를 구제함과 더불어 소비자의 다양한 욕구를 파악하고 소비자에게 정보를 제공함으로써 고객만족경영을 달성함으로써 기업경영에 도움을 주는 역할을 담당한다.

기업의 소비자 상담이 하는 역할을 보다 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 정보제공의 역할로 고객들로부터 들어오는 상품의 문제점, 제품 하자에 관한 정보, 제품개량과 신제품을 위한 제안, 경쟁 기업의 정보 등을 수집하고 해석한다.

둘째, 고객수요, 문제점, 예측 불가능한 특별한 요구들이 발생할 경우 이러한 상황을 미리 파악하여 문제의 정도를 완화시킨다.

셋째, 고객에게는 기업의 제품과 서비스로부터 이익을 극대화 할 수 있는 방법을 제시하고, 기업에게는 고객의 필요와 요구, 시장 현황을 알려준다.

넷째, 문제가 발생했을 때 해결자의 역할을 한다.

다섯째, 회사의 다른 부서들간의 협조를 요구하며, 부서들과 고객간의 조정자 역할뿐만 아니라 고객의 요구에 책임감을 가지고 확인 하는 등의 역할을 담당하고 있다.

정부는 기업에서의 소비자 상담 부서의 필요성을 인식하고, 소비자보호법에서 1987년부터 소비자 피해보상 기구의 설치 의무 사업자를 지정하기 시작하였다. 하지만 1999년 기업 규제 완화 정책으로 의무설치 조항이 폐지되어, 기반이 탄탄치 않던 중소기업의 상담실은 전화번호만 있고 담당자가 없어서 상담실을 이용할 수 없는 경우가 빈번히 발생하고 있다.

현재 우리 나라 기업의 고객상담실의 현황을 살펴보면 독립된 부서로서의 위치를 가지고 있는 경우가 많지 않고, 전문인력이 매우 부족한 실정이다. 그리고 소비자상담부서의 역할에 대한 기업내 인식이 부족하여 기업내에서의 위상정립이라는 문제를 가지고 있다.

기업소비자 상담실 담당자를 대상으로 하는 교육은 1년에 소비자보호원에서 2회, 세탁협회와 원사직물검사소에서 2회, 의류협회가 1회에 걸쳐서 실시하고 있다. 한국능률협회에서도 교육 기회를 많이 부여하고 있다. 그러나 기업의 상담업무를 담당하고 있는 직원이 1-2명이어서 교육을 받으러 가기가 어려운 실정이며, 대부분 년 1회 소비자 교육을 받고 있는 실정이다. 이처럼 담당자들이 전문교육을 받을 기회가 부족하기 때문에 전문인으로서의 능력을 개발하기 어렵고, 근무 의욕이 낮아 적극적으로 업무를 수행하지 못하고 있는 실정이다.

#### 2) 우리나라 기업 소비자 상담의 현황

기업소비자단체는 화장품업· 제약· 식품업 70개, 금융· 보험업이 54개, 보건위생· 피복이 39개, 항공사· 통신서비스· 에너지가 31개, 생활용품· 자동차업이 35개, 전자· 가전업이 30개 중앙 업체와 각각의 지부를 두고 있고, 도서· 출판 4개, 도· 소매업 15개, 건축판



런 3개로 전체 286개가 등록이 되어 있는 실정이다.

울산광역시에서 표본으로 조사한 현대백화점 울산점과 모드니 백화점의 사례를 살펴보자. 먼저 현대백화점은 전담인력이 2명, CS 담당코디가 1명이 있다. 업무는 전화, 방문, 서신, 그리고 CS제도(Y&P 카드제, 협력업체의 소리를 듣습니다, CS모니터링)를 통해 접수되는 고객컴플레인 처리, 모니터 관리 및 교육 등의 업무가 있다. 현대백화점의 경우 전사 VOC 시스템을 가동하여 '고객만족경영'을 위하여 최선을 다하고 있다고는 하고 있지만, VOC 시스템을 원활하게 운영하기 위해서는 상담부분과 별도의 시스템 운영 인력을 필요로 한다.

즉, 상담업무 외에 부가적인 업무가 과다하여 소비자상담을 하는데 필요한 전문 교육을 받지 못하여 전문능력이 부족한 실정이다. 하지만 본사에서 '고객만족팀'을 중심으로 전사 시스템으로 운영하고 있어 체계적인 정책이 지방점으로 원활하게 공급되고 있고, 자체적으로 CS모니터링제를 실시하여 서비스교육의 질을 높이고 있다.

모드니 백화점의 경우를 살펴보면 전담요원이 1명으로 대체인원이 없어 자리를 지켜야 한다는 부담이 크고, 활발한 업무를 수행하기에 난점이 많은 실정이다. 컴플레인에 대한 실비용 보상제<sup>2)</sup>가 현대백화점과 비슷한 수준으로 시행되고 있지만 직원들에게 피드백시키고 직원들을 대상으로 한 체계적으로 교육을 실행하기가 어려워 고객만족경영 마인드 함양이라는 거대한 베틀을 타기에는 어렵다고 볼 수 있다. 따라서, 기업의 각지방점에 전담인력을 배치하여 업무의 특성으로 세분화하고, 전문 교육을 받을 수 있는 기회를 부여하여, 기업소비자 상담실이 자기기업의 이윤추구라는 궁극적 목적을 탈피하여 보다 차원을 달리한 사전예방책을 강구 할 수 있어야 한다.

### 3) 기업소비자 상담의 현황

<표 5> 기업의 소비자 피해구제 청구이유별 상담 실적(단위:건(%))

기업구분 청구이유	계	현대 백화점	모드니 백화점
접객불량	107(16.2)	63(19.9)	44(12.8)
품질/가격	204(30.9)	95(30.1)	109(31.7)
교환/환불거절	44(6.7)	11(3.5)	33(9.6)
약속불이행	183(27.7)	90(28.5)	93(27.0)
편의시설	16(2.4)	12(3.8)	4(1.2)
기타	106(16.1)	45(14.2)	61(17.7)
계	660(100)	316(100)	344(100)

기업 소비자 상담실의 상담 실적을 청구 이유를 살펴보면 <표 5>와 같다. 현대백화점과 모드니백화점의 상담실적은 거의 비슷하였다. 청구이유별로 보면 품질과 가격에 관한 것이 30.9%로 가장 많았고, 그 다음은 약속불이행으로 27.7%, 접객불량이 16.2%로 세 번째를 차지하였고, 편의시설은 2.4%로 가장 적었다.

2) 실비용 보상제 : 식품매장의 불량상품 발견시 5,000원 환불, 구입후 발견시 교통비 10,000원 지급, 불량상품으로 인한 매장 재 방문시 교통비 10,000원 지급등

&lt;표 6&gt; 기업의 소비자 피해구제 처리 결과별 상담 실적(단위:건)

기업구분 정규이유	계	현대 백화점1)	모드니 백화점
환불	138(27.6)	43(27.6)	95(27.6)
교환	77(15.4)	23(14.7)	54(15.7)
수리/수신	44(8.8)	0(0.0)	44(12.8)
재약속이행	21(4.2)	0(0.0)	21(6.1)
시정	12(2.4)	11(7.1)	1(0.3)
해명·사과	186(37.2)	77(49.4)	109(31.7)
상담	22(4.4)	2(1.3)	20(5.8)
계	500(100)	156(100)	344(100)

1) 현대백화점에서 98년도 상반기의 피해구제 처리결과에 관한 통계자료를 구할 수 없었기 때문에 이 자료는 98년도 하반기의 통계치를 제시하였다.

<표 6>에서 기업의 소비자피해구제 처리 결과를 보면 전반적으로는 해명과 사과가 37.2%로 가장 많았고, 그 다음은 환불로 27.6%를 차지하였고, 그 다음은 교환으로 15.4%를 차지하였다. 현대백화점과 모드니백화점의 경우를 비교해 보면 유사한 경향을 보이나, 수리와 수신이 모드니백화점은 12.8%를 차지하였으나, 현대백화점은 없는 것으로 나타났다.

#### 4. 행정기관의 소비자상담 현황과 문제점

소비자 정책은 소비자 문제를 해결하기 위해 정부가 관련법과 제도를 정비하고 이를 기초로 각종 관련 규제를 강구하는 일련의 과정으로 소비자 문제를 해결하기 위한 정부의 공식화된 행동 지침이라고 정의 할 수 있다. 소비자정책중에서 소비자상담이 중요한 의미를 지니고, 행정기관의 소비자상담은 다음과 같은 역할을 하고 있다.(송인숙, 1998)

##### 1) 행정기관의 소비자 상담의 역할

행정기관의 소비자 상담은 소비자의 교섭력을 증대시키고 소비자 입장에서 공정한 합의안을 제시하여 피해 보상을 받을 권리를 실현시키고, 정보 제공으로 알권리를 실현시키고, 개별 소비자에게 소비자 교육을 시키는 역할을 한다. 그리고 소비 생활 전반에 관련된 다양한 정보를 제공하고, 소비자 행정의 문제점에 관한 정보를 수집하고 그 내용을 행정에 피드백 한다.

하지만 민간소비자단체에 비해 행정기관은 소비자상담의 실적이 부진한 실정이다. 그 이유로는 여러 가지를 들 수 있겠으나, 담당 인원이 부족하여 현장확인이 어려워 대부분 전화로 피해구제 업무를 수행하고, 또 소비자상담업무 이외에 다른 업무를 겸임하고 있어서 효율적으로 소비자상담을 할 수 없는 형편이다. 특히 작은 인사이동과 교육의 부재로 피해구제에 대한 전문지식도 부족한 실정이다. 이러한 문제를 해결하기 위하여 행정기관은 직접 소비자상담을 하기보다는 지역 내 민간 소비자 단체에 보조금을 지급하고 업무를 위탁하는 경우가 많다

## 2) 울산광역시 행정기관의 소비자 상담의 현황

우리 나라 전반적으로 보면 시·도 지방 자치 단체에서 담당 부서를 두고 소비자피해구제를 하고 있으며, 재정경제부 산하 3개과<sup>3)</sup>, 정보통신부 산하 8개과<sup>4)</sup>, 교육부 1개과<sup>5)</sup>, 문화관광부 2개과<sup>6)</sup>, 법무부 1개과<sup>7)</sup>, 환경부 2개과<sup>8)</sup>, 건설교통부 1개과<sup>9)</sup>, 해양수산부 3개과<sup>10)</sup>, 행정자치부 2개과<sup>11)</sup>, 공정거래위원회 4개과<sup>12)</sup>, 산업자원부 5개과<sup>13)</sup>, 보건복지부 5개과<sup>14)</sup>, 식품의약품 안전청 6개과<sup>15)</sup>. 그리고 농림부 산하 6개과<sup>16)</sup>에서 소비자보호 및 피해 구제를 하고 있는 실정이다.

울산광역시의 현황을 살펴보면, 울산광역시청 생활경제과 유통소비담당 1명이 1년 4개월 가량 근무하고 있고 ‘소비자 고발센터’라는 이름으로 소비자 상담을 하고 있다. 구청에는 담당자 1명이 상근하고 있고 같은 업무에 물가업무를 총괄하여 보고 있다. 진화1대로 여타 업무와 소비자 상담을 병행하고 있고, 대리 근무자도 없기 때문에 상대적으로 매우 빈약한 실적을 보이고 있다.

소비자 담당자의 업무 분장의 내용을 살펴보면, 소비자 상담 및 피해구제, 소비자 교육, 민간소비자 단체 업무보조(98년 보조금 600만원~실적 비례로 지급함), 부정경쟁방지(위조상품 단속), 담배 업무 총괄, 법령 질의 및 해석, 가격표시제 단속, 매월 소비자 상담실적 취합후 보고, 소식지 발간, 통신, 다단계 판매 등록 업무, 행정규제 발굴 및 조리기제 등의 업무를 동시에 시행하고 있다.

업무에 대한 담당자의 인식은 높으나 관련 법률 등 전문성이 필요한데 반해 실제 업무 부담이 과중하고, 전문업무인데도 업무를 보면서 습득하는 지식으로 운영하고 있는 실정이다. 생활경제과의 다른 담당자들도 소비자업무 담당자의 과다한 업무를 보면서 인원충원의 필요성을 절감하고 있다고 하였다.

교육경험은 1년에 1회 1주일간의 한국소비자보호원이 제공하는 교육을 받는 것이 유일한 것이다. 그리고 민원실에서 운영하고 있는 생활민원상담실은 울산YMCA, YWCA의 상담 인력이 파견근무를 하며 일당 2만원(2시간 근무)의 수당을 받으며, 소비자 상담을 업무를 대신하고 있다. 하지만 민원실과 소비자 업무담당자가 달라서 일괄적인 업무 지침을 가

- 3) 국민생활국 소비자정책과, 국민생활국 물가정책과, 국민생활국 유통조정과
- 4) 정보통신지원국 통신기획과, 정보하기획실 정보화지원과, 정보하기획실 정보보호과, 우정국, 통신위원회, 한국통신, 전자연구소, 한국전산국
- 5) 학교정책심의관 초등교육정책과
- 6) 문화산업국 문화산업총괄과
- 7) 법무심의관실
- 8) 환경정책실 환경경제과
- 9) 육상교통국 자동차 관리과
- 10) 수산정책국 유통가공과, 국립수산물 검사소, 국립수산 진흥원
- 11) 지방재정경제국 재정경제과
- 12) 소비자보호국 기획과, 소비자 보호구구 약과심사1과, 소비자보호국 약관심사2과, 소비자보호국 표시광고과, 경쟁국 유통거래과
- 13) 산업정책국 유통산업과, 산업정책국 산업환경과, 산업기술국 산업표준정보과, 산업기술국 품질 디자인과, 국립기술품질유니 소비자제품 안전과
- 14) 보건정책국 정책총괄과, 보건정책국 식품 정책과, 보건정책국 약무정책과, 가정복지심의과 가정복지과, 한국식품위생연구원 식품위생연구부
- 15) 검정관리 보호담당관, 식품안전국 식품안전과, 식품안전국 식품유통과, 의약품안전국 의약품안전과, 의약품안전국 의약품 관리과
- 16) 유통정책국 유통관리과, 축산국 축산물 유통과, 축산국 축산위생과, 농산원예국 환경농업과, 국립농산물 검사소, 국립수의과학검역원

지고 있지 않고, 일의 연계성이 부족하다는 단점이 지적되고 있다. 또한 열린 공간에서 소비자상담을 받고 있다는 장점을 가지고 있지만, 상담시간이 일 2시간으로 제약되어 있어서 일반시민들이 이용하기가 어렵고, 두 기관이 교대로 근무하기 때문에 업무의 연속성을 기대하기 어렵다는 문제점이 제기되고 있다. 각 단체마다 담당자가 여러 명이기에 업무를 승계 하는데도 큰 어려움이 있었다.

다른 도시와 마찬가지로 울산광역시외의 경우 경상남도에서 광역시로 승격한지 얼마되지 않았기 때문에 업무 담당자가 소비자 업무에 대한 이해나 전문적 지식이 부족하여 전체 지원 행정에 대한 기획과 추진을 기대하기는 극히 어려운 상황임이 명백하다.

### 3) 98년도 울산광역시청 소비자 상담 현황

98년도 울산광역시청에서 처리된 상담 실적을 살펴보면 <표 7>과 같다. 행정기관의 상담실적을 민간소비자단체와 비교해 보았을 때 전체 실적의 4.8%에 불과하다. 청구이유별로 보면 계약에 관한 사유로 피해구제를 요청한 경우가 39.2%로 가장 많고, 상담정보제공이 26.5%, 품질이 14.2%, 서비스에 관한 내용이 10.7%를 차지하였다.

처리결과를 살펴보면 정보제공이 44.0%로 가장 많고, 대부분 수리가 11.7%, 환불이 11.2%를 차지하였다. 담당자들에 의하면 다른 행정부서의 도움으로 처리가 원만히 되고 있지만 양방 중재가 어렵고, 워낙 다양한 민사적 특성을 가지고 있기 때문에 처리불가건이 발생한다고 한다.

<표 7> 울산광역시청 소비자 상담현황(단위:건(%))

기관 청구이유	행정기관	기관 처리결과	행정기관
품질	56(14.2)	환불	44(11.2)
가격	24(6.1)	수리	46(11.7)
계량	9(2.3)	교환	14(3.6)
계약	154(39.2)	합의배상	16(4.1)
서비스	42(10.7)	해약반품	379.4)
광고	4(1.0)	상담정보제공	173(44.0)
기타(상담)	104(26.5)	취하권고	10(2.5)
계	393(100)	기타	51(13.0)
		처리불가	2(0.5)
		계	393(100)

## III. 결론: 울산광역시 소비자상담의 발전방향

울산광역시의 소비자상담이 발전하기 위해서는 무엇보다도 소비자상담을 하기 위한 제정을 확충하고 전문가를 활용해야 하며, 소비자상담에 관한 시민인 소비자의 의식이 제고되어야 한다. 소비자인 시민의 의식이 제고되면 유권자의 표를 의식해야만 하는 시장이나 구청장, 시의원이나 구의원 등은 소비자상담의 중요성을 느끼고 이 부분에 대하여 과감한 투자를 시도할 것이다. 경기도에서는 이에 대한 중요성을 인식하여 별도의 기관을 이미 설립한 상태이므로 울산시에서도 경기도의 사례를 참고하여 가장 '소비자상담센터'를 설립하

고 각 구청에서도 ‘소비자상담센터’ 지부의 설립을 적극적으로 추진하여야 할 것이다.

경기도에서는 99년에 개정된 소비자보호조례에서 소비자보호 상담기구를 설치 운영할 수 있도록 함과 동시에 기구내에 소비자피해에 대한 상담·구제·교육·정보제공·분쟁조정 등을 담당할 부서를 둘 수 있도록 하였다. 또한 소비자 보호상담기구에 근무하는 유급상담원에는 상담실장과 전문상담원 10인을 둘 수 있도록 하고 도지사가 공개 선발된 자를 위촉하도록 하였으며 임기는 2년으로 하되 근무성적을 고려하여 재위촉할 수 있도록 규정하였고 유급상담원의 자격기준, 해촉기준, 신분보장, 복무에 관한 규정 등을 마련했다. 99년 7월에 공포된 소비자보호조례시행규칙에서는 유급상담원의 보수를 상담실장은 일반직 공무원 5급 10호봉을 전문상담원은 6급 10호봉에 상당액의 보수를 지급 할 수 있도록 하였다.

‘소비자상담센터’가 설립되기 전까지는 울산광역시의회 1층에 있는 민원상담실이 정보를 쉽게 볼 수 있는 컴퓨터 및 제반 시설이 있고 쾌적한 상담장소도 구비되어 있으므로 현재의 일 2시간씩 시민단체 상담요원이 대체근무하고 있는 소비자상담분야를 소비자상담사 자격증을 소지하고 있는 전문인력을 별정직으로 고용함으로써 소비자상담을 활성화시켜야 할 것이다.

이를 위하여 지역의 언론과 기존의 소비자상담업무를 하고 있는 민간소비자단체를 중심으로 하여 여론화하는 움직임이 필요하다고 본다. 또한 현재 울산대학교 생활과학대학의 아동가정복지학과에서는 한국소비자학회에서 인증하고 있는 소비자상담사 자격증을 소지하고 있는 인재를 배출하고 있으므로 이들을 전문인력으로 활용함으로써 소비자상담을 보다 효율적으로 할 수 있을 것이다.

1999년 현재 소비자단체협의회에 등록된 민간소비자단체의 현황을 보면 대한 YWCA 연합회, 대한 주부클럽 연합회, 소비자 문제를 연구하는 시민의 모임, 전국 주부교실 중앙회, 한국 소비자 교육원, 한국 소비자 연맹, 한국 YMCA 전국연맹, 한국 여성단체 협의회, 녹색 소비자 연대, 한국 소비생활 연구원 등 11개 중앙 소비자단체가 있고, 전국에 지부 182개가 활동하고 있다. 인구가 100만이 넘는 광역시에 소비자단체가 3개에 불과하다는 것은 큰 문제가 된다. 그러므로 울산광역시와 각 구청에서는 소비자단체를 지원하는 예산을 늘리고, 소비자상담을 할 수 있는 단체를 적극적으로 지원해야 할 것이다.

현재 소비자상담 실무자와 소비자를 대상으로 한 소비자교육이 확충되어야 한다. 소비자상담을 직접 하는 행정기관, 기업 및 울산대학교 소비자상담사를 배출하고 있는 생활과학대학 아동가정복지학과가 연합하여 울산광역시에 적합한 소비자교육 프로그램을 개발하고 시행하는 방안이 마련되어야 한다. 소비자교육프로그램은 직접 소비자를 대상으로 하는 것과 소비자운동가, 소비자행평가, 소비자교육 전문가를 양성하기 위한 것으로 구분되어 실시되어야 한다. 특히 주민들을 대상으로 한 소비자교육은 주민자치센터의 하위조직으로 구성하여 시행하면 여러 가지 비용을 줄일 수 있을 뿐 아니라, 주민자치센터의 프로그램을 충실하게 하고 효율적으로 하는데 크게 기여할 수 있을 것이다.

울산광역시와 각 구의 행정기관은 모니터링을 운영하고 자원봉사인력을 적극적으로 활용해야 한다. 현재 기업이 하고 있는 CS(고객만족)모니터링제를 도입하여 소비자가 요구하는 소비자정책을 수립하고, 기존의 소비자정책을 개선하기 위해서는 울산광역시 모니터를 모집, 교육하면서 민간 소비자 단체의 실태조사, 문제점, 개선방안을 월 단위로 취합하여 소비자 행정에 적극 반영하고, 소비자상담사 자격증이 있는 전문인력을 활용하여 소 그룹차원으로 소비자 교육이 시행될 수 있도록 유도한다.

점차적으로 지역의 소조직화가 이루어져서 직재적소에 가장 필요한 욕구를 충족시키는 것이 올바른 행정지원이라고 할 수 있다. 이러한 행정을 위해서는 자원봉사자를 적극적으로 활용해야 한다. 자원봉사자를 활성화하기 위해서는 소비자 지원서비스를 제공하는 기관내에 이들을 조직하고 교육하며 활동을 지도 할 수 있는 전담인력과 제정이 뒷받침되어야 한다. 또한 실무자들의 연간 소비자교육 의무를 규정화하여 소비자교육에 강제력을 부가시킴으로써 소비자교육을 활성화시키고 인력을 양성시킨다는 일석이조의 효과를 거둘 수 있다.

마지막으로 소비자상담 자료를 데이터베이스로 만들어서 소비자행정과 소비자교육의 자료로 활용할 수 있어야 한다. 이를 위해서는 현재 소비자상담을 하는 모든 단체나 기관에서 사용할 수 있도록 통일된 소비자불만처리 양식을 만드는 작업이 이루어져야 한다. 한국소비자보호원과 소비자학계를 중심으로 하여 이 양식을 만들어야 할 것이다. 최근 EC는 EU공동의 소비자 불만 처리 양식을 작성하여 사용하고 있다.

#### IV. 참고문헌

- 류미현, 1997, "소비자문제 및 불만족에 따른 대응행동", 대한가정학회지, 35권-5호, 195-211.  
 이승신, 1995, "소비자 문제 경험에 따른 대응행동", 대한가정학회지, 33권-3호 179-191.  
 유광필, 1985, "한국에서의 컨슈머리즘 이론 정립에 관한 연구", 동국대학교 박사학위논문.  
 송인숙외, 1998, "기관별 소비자상담업무 현황및 발전방향", 소비자학연구, 9권-3호, 21-40.  
 이기춘외, 1997, "한국소비자정책의현황과 발전방향", 소비자학연구, 8권-2호, 103-117.  
 송인숙, 1998, "부천지역 소비자 지원행정 현황파악과 소비자 요구 조사를 통한 활성화 방안연구", 한국가정관리학회지, 16권-2호.  
 김용자, 1989, "우리나라 소비자 전담 부서의 실태분석", 소비생활연구, 제1호, 4-21  
 김경의, 1997, "우리나라 소비자 피해 구제 정책에 관한 연구", 경희대학교 석사학위논문.  
 옥경영, 1991, "우리나라 소비자 피해 구제 제도에 관한 연구", 숙명여자대학교 석사학위논문  
 송인숙외, 1998, "민간소비자 단체의 소비자 교육 현황과 발전방향", 가톨릭 대학교, 석사학위논문  
 이훈용, 1988, "소비자 피해구제를 위한 제도 및 개선방안에 관한 연구", 연세대학교 행정대학원 석사학위 논문.  
 한국소비자보호원, 1999, 1996-1998 "소비자상담, 피해구제, 분쟁조정실적".  
 한국소비자보호원, 1997, "1996년 소비자피해 연보 및 사례집".