

미래소비자행동 경기지부 전문모니터요원 양성교육 (초급)

2021. 9. 16 (목)



www.can.or.kr ☎ 031 885-9264

[교육자료집]

미래소비자행동 경기지부 전문모니터요원 양성 교육 (초급)

안녕하십니까? 미래소비자행동 경기지부 전문모니터요원 교육에 참여해주셔서 감사드립니다.

미래소비자행동은 지난 2010년 10월에 창립한 소비자단체로서 그동안 서울시에 등록하여 활동하다가 최근 경기지부를 비롯하여 지부를 구성하면서 전국적인 단체로 거듭나기 위한 노력을 기울이고 있습니다.

소비자단체 전문모니터요원은 단체 회원으로서 시장감시, 물가조사, 제품 평가, 온라인 모니터링, 교육 강사 등 다양한 소비자단체 활동을 주도적으로 참여하여 실질적인 단체의 중심역할을 수행하는 분들로서 오늘 초급과정 교육 이후 지속적인 교육과 토론회 참여, 자원봉사 활동 등을 통해 전문모니터요원으로 활동하게 되는 분들입니다.

회원가입을 비롯하여 단체 활동에 지속적으로 관심과 참여 부탁드립니다. 오늘 교육을 계기로 좋은 인연을 함께 해 나가길 바랍니다. 감사합니다

미래소비자행동 경기지부 공동대표 백병성 · 박노정

- 일시 : 2021년 9월 16일 (목요일) 오후 6시-8시
- 장소 : 열린평생교육원 201호
- 주최 : 미래소비자행동 경기지부
- 후원 : (주) 열린복지

■ 프로그램 ■

■ 강의1

한국의 소비자운동과 ‘미래소비자행동’의 활동 및 역할

백병성 대표 (미래소비자행동 경기지부 대표)

■ 강의2

소비자 모니터링 교육

이기현 이사 (미래소비자행동 경기지부 이사)

[강의1]

한국의 소비자운동과 '미래소비자행동'의 활동 및 역할

-

백병성 공동대표
미래소비자행동 경기지부 공동대표,
소비자문제연구소 소장

bbs1000@hanmail.net

한국의 소비자 운동과 '미소행' 의 활동/역할

미래소비자행동
경기지부 모니터단 교육
(2021.9.16)



순서



모니터단의 역할(교육안내)

한국소비자운동

미래소비자행동의 역할/비전

모니터단의 역할(교육개요)

- 목적 : 모니터후보자(미래소비자행동 회원)를 대상으로 소비자단체구성원 및 소비자리더로서 역할과 책임 및 행동요령 등을 교육함
- 대상 : 미래소비자행동("미소행") 회원
- 시간 : 매년 6시간 내외(1회 2시간)
- 방법 : 오프라인 "(주)열린복지"강의장, 또는 온라인(Zoom)

모니터단의 역할

- 소비자, 미소행 회원(소비자리더)로서 자신의 이익과 권리확보를 위한 제반활동
- ① 시장조사 : 온·오프시장에서 상품, 서비스의 가격, 조건 등을 지속 기록(계산) 보고
- ② 설문조사 : 소비자, 사업자 대상 거래행태(행동, 인식도) 등을 질문하고 응답
※ 최근에는 온라인 조사가 대부분.
- ③ 캠페인 : 그때그때 발생한 소비자문제에 대해 단체중앙회/지부의 요청(필요)으로 소비자의 권익보호/소비자홍보를 위하여 대중을 상대로 조직적이고 지속적으로 행하는 운동.
- ④ 교육활동 : 소비자단체회원으로 각종 회의, 워크숍, 전시회, 견학 등에 참여,
- ⑤ 강사 등 : 단체의 필요와 회원의 재능에 따라 소비자 교육 강사로도 참여
- ⑥ 기타 : 회비납부 등

<모니터단 선발 및 혜택>

■ 기준 : 미소행이
실시하는 소비자모니터
교육 연간 6시간 이상 이수
및 면접 후 선발(20명 내외)

■ 자격부여 :
미래소비자행동 경기지부
소비자모니터단으로
위촉(위촉장 수여)

■ 수당 : 모니터링
활동실적을 평가하여
소정의 수당지급 가능.

<교육계획>

차시	내용	시간(분)	계획(일정)
1	한국의 소비자운동 발전과 '미소행'의 활동/역할	50	9.16(백병성)
2	모니터활동의 ABC (캠페인, 시장조사, 설문조사 등) 및 성과	50/50(2회)	9.16(이기현)
3	소비자문제 원인/현황, 대응방안	50	
4	소비자 거래계약의 특성과 대응방안	50	
5	최근 소비자 시장실태 및 인식변화	100	

성명		생년 월일	
연락처		핸드폰	
		이메일	
우편물 수령처		주소	
회원구분	정회원	일반회원	년 1만원 이상
		유지회원	년 10만원 이상 대표, 이사, 감사, 전문위원 등
회비납부계좌 (국민은행) 78720104256057 (예금주 미래소비자행동)			
지역	서울 () 경기 () 강원 () 대전세종충남북 () 기타지역 ()		
희망활동	강의 () 모니터링 () 정책연구 () 행정업무지원 () 캠페인 () 영상제작 ()		

한국소비자운동



국가는 건전한 소비행위를
계도하고 생산품의
품질향상을 촉구하기 위한
소비자보호운동을 법률이
정하는 바에 의하여 보장한다

한국소비자운동
(헌법 제124조)

소비자운동 조직화

우리나라 소비자단체현황(중앙기준)

- 소비자기본법 제29조에 의한 법적 요건을 갖추어야 함

한국소비자단체협의회

녹색소비자연대

한국소비자연맹

소비자시민모임

YMCA전국연맹

대한YWCA연합회

소비자교육중앙회

여성소비자연합

한국소비자교육원

소비자공익네트워크

한국부인회/대한어머니회

경제개발시대, 운동의 시작기

- **1960년-70년대-개발시대**
 - 1960년부터 79년까지 소비자운동의 태동시기
 - 소비자단체협의회 창립(1976)
여성단체협의회, 주부교실중앙회, 주부클럽연합회,
대한YWCA연합회 등.
 - 물품의 중량, 가짜상품 문제
- **1980년대 소비자운동의 조직화**
 - 1980년 소비자보호에 관한 법률 제정(선언적)
 - 소비자보호단체협의회, 12월3일을 "소비자의 날"로 제정(1981)
 - 올림픽을 계기로 대량소비사회로의 진입
 - 소비자보호법 개정(1986)
 - 소비자운동의 제도화

소비자운동의 활성화기

- **1990~2000**
 - 휴대폰 요금 인하운동,
 - 증권관련 집단소송제 도입,
 - 교복공동구매운동
 - 의약분업 운동과 의료파업
 - 소비자안전, 환경문제 이슈화
 - 신용카드사와 포털 사이트의 횡포
 - 방판/통신판매/다단계의 소비자문제

소비자운동의 발전기

• 2001~2018

- 약관법, 전자상거래법제정,
- 소비자기본법 제정 2007년
- 소비자상담(1372) 일원화/표준화
- 소비자정책 추진체계를 공정위로 일원화(2008년 2월)
- 제조물책임법 징벌적 배상제도 도입(2018)

소비자운동의 공백기

※ 2019~현재

급변 시대 :

- 4차산업시대, 수축사회
- 팬데믹으로 인한 경제환경의 급변
- 소비자운동의 세대교체기,
- 패러다임 전환기

미래소비자행동의 역할/비전

소비자 문제 발생

- ① 소비자정보의 불완전성 : 품질, 성능, 안전성 등 합리적인 구매결정에 필요한 모든 정보를 공급받지 못할 때, 소비자가 자기의 선호를 올바르게 반영할 수 없음
- ② 소비자의 비합리적인 소비행위 : 소비자정보의 공공재적 특성, 집단행동의 딜레마에 봉착, 소비자의 무임승차자(free-rider)의 문제

시장에서 주인은 소비자!!!

자본과 정보, 기술 등 많은 부분에서 기업은 소비자보다 압도적인 힘의 우위를 유지해 옴

소비자주권: 20세기 중반에 등장한 개념(공급이 수요를 초과, 국가경제 소비의 비중은 60%를 초과

소비자 : 정보의 불균형이나 기업의 독과점, 소비자의 비합리적인 소비행위 등으로 인해 이런 저런 피해를 입게 됨.

국가 : 소비자를 보호하기 위해 수많은 제도와 장치를 만들어 운행해 옴(but 비용대비 실효성?)

원인 : 소비자주권에 관한 인식부족(소비자를 객(손님)으로 대우, 소비자도 고객으로 처신 예, 노쇼(No-show)나 블랙컨슈머 등장

소비자주권

소비자는 시장에서 주인으로서 최종적인 의사결정의 힘을 가짐(소비자주권)

- 1) **주인의식을 발휘하는 것.** 시장에서 합리적인 선택과 소비는 물론 소비자의 정당한 권리를 정중하게 요구함.
- 2) **책임의식을 갖고 행동함.** 사회/경제적으로 공동체 의식을 갖고 잘못된 것은 비판하고 불합리한 시장구조 등에 대해 적극 참여하여 시정할 수 있도록 함.
- 3) 소비자기본권이 소극적으로 소비자의 권리를 주장하는 것이라면, **소비자주권은 적극적으로 시장에 참여하고 잘못된 것을 수정해 나가는 주인으로서 역할을 수행하는 것.**

미래소비자 행동

• **목적** : 소비자, 환경 민간단체로서 정보소외 계층과 정보 오·남용 등의 폐해로 인한 소비자 선택의 어려움을 해소하고, 책임 있는 정부, 책임 있는 기업, 책임 있는 소비자를 위하여 행동하고 실천함으로써 지속가능한 미래와 소비자복지를 실현

• **사업**

1. 소비자 교육
2. 소비자 상담·정보제공
3. 소비자문제 조사 연구
4. 소비자 물품, 거래 조건·방법 등에 관한 조사·분석
5. 국가 및 지방자치단체의 소비자 시책에 대한 건의
6. 환경문제 관련 활동
7. 출판
8. 기타 본회의 목적달성에 필요한 사업

미래소비자 행동 임원 소개



직책	이름	주요경력
상임 대표	조윤미	- 사)소비자권익포럼 공동대표 - 건강보험심사평가원 비상임이사 - 경희대경영대학원 석사
	허영숙	- 미래소비자행동 공동대표 - 한국생산성본부 센터장 - 경제학 박사
공동 대표	김향자	- (전) 한국관광연구원 선임연구위원 - 서울대환경대학원 석사, - 경기대 경영대학원 박사
	한창희	- 국민대학교 법학과 교수 - 금융소비자네트워크 공동대표 - 서울대 법학과 박사
감사	정미경	- (전) 한국방송공사(KBS) 보건관리자 - 가톨릭대보건대학원 석사

미래소비자행동 경기지부 소개

공동대표 : 백병성 박노정

- 이사 : 변성원, 이상주, 이기현, 오흥욱
- 국장 : 이은주
- 주소 : 경기도 성남시 분당구 이매동 115-2 (5층)
- T 031- 885-9264
- 대표메일 consumer21@can.or.kr

미래소비자
행동이 할 일

- 소비자운동의 공백기를 채우기 위한 고민
- 시대가 요구하는 소비자운동 전개



미래 소비자행동과 같이
해줘서 고맙습니다!!!

- 감사합니다(경기 공동대표 백병성)

[강의2]

소비자 모니터링 교육

이기현 이사
미래소비자행동 경기지부 이사
(사)소비자권익포럼 상임이사

khlee0716@gmail.com

소비자리더 양성 교육

HowTo 소비자 모니터링 ?



2021. 9. 16.

이기현 (미래소비자행동 경기지부 이사)

목 차

소비자모니터링이란?

소비자문제와 해결

소비자모니터링 방법

소비자모니터링 사례 및 참고자료



신문지 빙고 게임



소비자

한국식품영양재단(이사장 김숙희)은 5일 서울 롯데호텔에서 '미래의 주인공, 영양상태 이대로 좋은가?'라는 주제의 심포지엄을 개최했다. 체격은 커졌으나 체질은 약화된 어린이들의 건강 문제를 진단하고, 정상적인 성장 발달을 위한 바람직한 식생활 지침을 제시하기 위해 마련된 이번 심포지엄에선 어린이와 청소년에게 결핍된 영양소, 아침 결식의 문제점, 설탕과 비만과의 관계 등에 관한 최신 연구결과가 발표됐다.

◆한국 어린이의 비타민과 무기질 영양 상태(이상선·한양대 교수)=2001년 국민건강·영양조사 결과에 따르면 성장기 어린이의 하루 칼슘 섭취량은 권장량의 55~73% 수준이며, 철분 섭취량은 권장량의 68~80%에 불과했다.

공중충돌경고·준사고

키워드 '공중충돌경고'는 두 대 이상의 항공기가 35~45초 이내에 충돌구역인 152.4m(500피트) 내로 근접할 것으로 예상될 때 자동적으로 울리는 경고다.

'준(準)사고'는 인명 피해나 재산상 손해로 연결된 정식 항공사고는 아니지만, 항공기 운항에 위험을 줄 수 있는 사건이나 상황을 말한다.

빨리 찾고 빙고!

모니터링



빨리 찾고 빙고!

청약 철회

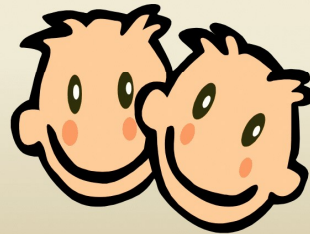


찾아봅시다 **빙고!**



풀숲
000

찾아봅시다 **무엇하는 것인고?**



아 맛있겠다!

1. 소비자모니터링 이란?

- 소비자문제를
- 지속 관찰, 기록, 검토, 발굴함으로써
- 소비자문제 해결, 개선의 발판 활동



시장의 모습 1



시장의 모습 2

쇼핑 상품 쇼핑몰 MEN

마켓 - 옥션 - 위메프 - 11번가 - 티몬 - 이마트몰
신세계몰 - GS샵 - 롯데닷컴 - CJmall - 롯데몰 - 올리브영

1/19 < >

한정수량 Set단돈990원

사은품 100% 셀리턴마스크

7cm 맞아? 너무예쁘잖아

ONLINE STORE

시장의 모습 3-컴퓨터, 스마트폰

공자시장 · 이벤트★세템단 · 비밀 특가공구 · 회원 할인 식품몰 · 제품 무료배송 · 먹거리 무료배송 · 골거레 후기(장찬) · 중고차 공지방 p

카테고리 나의활동

이전지 edition since 2003.12.10. 카테고리

회원위치4.46mm 별력

리리코우(001****) 인증회원 [11]

http://pay.naver.jp/page001

12030,242 회 초대하기

★ 즐겨찾는 멤버 3661576명

📄 게시물 구독수 2,211,501회

👤 우리카테고리 수 132,301회

2018년 대표 인기카테고리

카테고리 가입하기

카테고리 채팅

검색

제품 인민가재

제품위치4.46mm 별력

300,000 원

거래방법 원전거래(내이비메이) ?
무통장, 계좌이체

배송방법 판매자와 직접 연락하세요

Pay 구매

내이비에 등록된 판매 물품과 내용은 가맹 판매자가 등록한 것으로서, 내이비카테고리는 등록을 위한 시스템인 제공하여 내용에 대하여 일체의 책임을 지지 않습니다.

시장의 모습 4

이동통신, 유사자문, 헬스, 부동산, 보험, 병원진료 등



사업자(중개, 판매), 소비자, 서비스

2. 소비자 문제란 ?

- 1.(who) 소비자, 사업자
- 2.(when) 거래(구매), 소비, 사후처리 과정에서
- 3.(where) 시장, 가정, 소비공간
- 4.(what) **경제적 손해, 신체정신의 위해를 당함**
- 5.(why) 사업자(소비자) 이익추구, 공정질서 망각
- 6.(how) 허위과장 광고, 계약불이행, 상품하자, 불법행위..... 소비자의 무지, 불합리

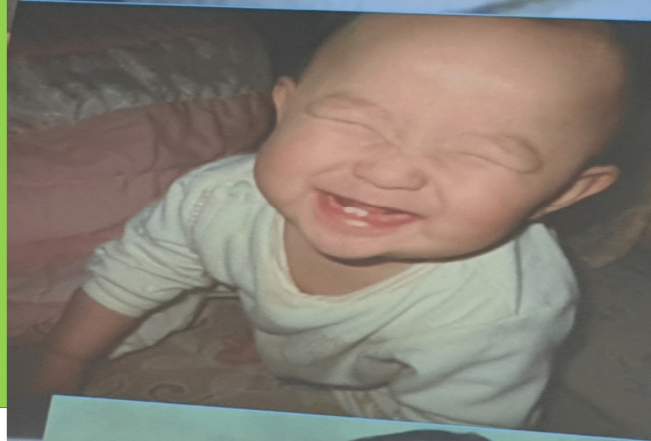
3. 소비자 문제 해결 ?

소비자 中心, 소비자 입장에서

○ 상품서비스 거래 및 소비 중 발생하는

○ 경제손해 방지

○ 신체 피해예방
과 안전



4.모니터링 knowhow - 무엇을?

소비자문제 발생-상품, 서비스

대표적 **상품**

○ 식의약품, 의류, 주택, 가전,
자동차, 정보통신기기,
All of 가정생활 용품

대표적 서비스

○ 의료, 금융보험, 중개, 항공, 통신, 교육,
여행,문화, 혼상례, 수선..

모니터링 knowhow - 누구를?

- Manufacture- 생산자(상품, 서비스)
- Traders- 판매(유통), 중개업자
 - 대형마트, 백화점, 포털(플랫폼)...
- GO(정부), 국회..
 - 입법, 행정(부처, 지자체)..
- 소비자(불합리한 소비행위)



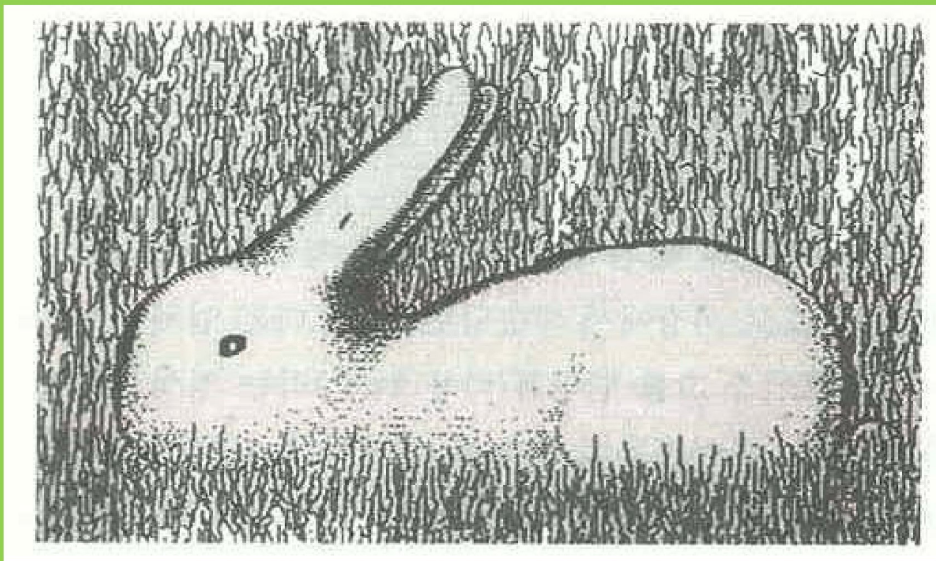
모니터링 knowhow - 무엇을?

- 판매가격, 단위가격, 할인율, 수수료 등
- 상품 품질, 사용법, 주의사항, 피해보상..
- 서비스 거래조건
 - o 계약서, 신청서-구매, 이용, 해지조건 등
- 광고, 판매촉진 내용
 - o 판매원, 광고, promotion
 - o 모바일, 신문, TV 등
- 소비자 피해 사례
 - o 허위과장, 불완전계약, 미이행, 과다위약금,
 - o 해지, 환불, A/S거절, 신체 부작용, 다침...

모니터링 knowhow - 어디서?

- ☐ 온오프 시장의 거래 현장
 - 상품표시 자체, 계약서 내용 등
 - 판매원의 설명 내용
 - 오픈마켓, C2C 마켓, 모바일 내용, 댓글
- ☐ 각종 매체
 - TV, 인터넷, 신문기사, 전단지, 광고판...
- ☐ 정부, 지자체, 각종 기관, 협회, 단체
 - 관련 법규, 제도, 업계동향
- ☐ 소비자생활 - 카페, 블로그 -경험, 이용후기,

쉬어..- 이게 뭐29?



5. 모니터링 작성 및 사례

□ 작성원칙- 6하 원칙에 따라

- 누가, 언제, 어디서, 무엇을, 어떻게, 왜?
- 검토사항 - 작성자 의견

□ 작성사례

- 식품위생 - 식당 위생, 맛없으면 100% 환불약속?
- 휴대폰 문자 - 해외에서 물품구입,결제?
- 당초 약속한 펀드 수익율 - 오히려 손해발생?
- 비싼 가격 - 도봉산 아웃렛 매장과 인터넷 가격
- 길거리 호객, 떼다방...

□ 사례-통신서비스와 개인정보

2019년 3월 28일 목요일



[Web발신]
[해외구매]리플페이
주문하신 캐논카메라
648.000원 결제되었습니다
문의번호: [02-6085-7821](tel:02-6085-7821)

오전 10:23

사례- 허위거래 문자 수신

□ 검토사항

- 본인이 구매한 사실없음...
문자발송- 무슨 문제, 어떻게 대처?

□ 대처방안

- 신용카드 회사에서 발송한 문자가 아님..허위문자
- 유출경로 추정 - 해외여행 전 해외통신 칩 구입..
- 개인정보 무단사용, 유출? - 개인정보위원회에 신고..
- 사후적 대처 - **전화하지 않고** 관련 신고 및 홍보..
- 주변의 **소비자에게 알리고 대처방안 홍보**

감사합니다



〈이하 참고자료〉 전자상거래업자

인터넷쇼핑몰 사업자	통신판매 중개업 (플랫폼)	개인간 거래
직접 소비자와 거래	판매자들의 판매공간 시장만 형성, 입점 수수료가 수입 중개업자 : 직접거래 X	포털, SNS, 중고물, 카페,블로그,카톡 등에서 개인이 판매
거래상 책임 짐	거래책임: 판매자 부담 중개업자는 : 책임 없고, 안전거래 최대 협조의무	소비자관련법 상 개인판매자는 피해구제 등 책임범위 벗어남.
CJ몰, 이마트몰, GS몰, 해외몰 등 중소, 대형몰 등	쿠팡, 이베이, G마켓, 11 번가 네이버, 다음, 구글, 카톡, 배달업체 등	

☐ 상품 및 표시정보의 진실성

○ 상품정보 표시 및 진실성 의무

- 품질, 가격, 안전성 정보 등

○ 소비자 이용후기, 만족도 정보

- 판매자가 조작, 덧가성 후기

○ 청약확인, 계약서송부, 배송준비, 공급곤란시 즉시통보,3일이내 환불..

○ 거래기록 보존, 정보제공 의무(호스팅업)

□ 청약철회제도:

○ 구입 후 7일 이내 구매취소 가능

- 소비자의 명시적인 통보
- 위약금 없이 반품가능
- 하자 없는 단순변심은 반송료 부담
- 소비자는 상품을 원상의 상태로 반납해야
- 신선식품 등 훼손이 가능한 상품은 제외
- 상품을 사용, 훼손하여 재판매가 어려운 경우 철회 불가
- 복제가 가능한 콘텐츠 등은 철회 불가

□ 상품대금 지불 안전성 확보

○ 상품대금 : 선불거래가 대부분

- 해킹, 도용방지 : 대금지불 과정에서 관련자 다단계 보안, 인증
- 사업자의 안전장치 확보의무
블록체인 등 해킹, 도용방지

Q: 가장 많이 이용되는 지불수단은?

☐ 개인간 거래? 쉽지않아...

- 포털(카페,블로그 등), SNS(카톡 등), 중고물 상 다수 개인판매자,
- 무수한 개인판매자 출현
 - 저신용, 불량거래 급격증가
 - 소비자보호의식 전무
 - 법적 규제 거의 없음
- 포털, 중개업자에 협조의무

Quiz : 대표적인 중개업체는?

☐ 개인간 거래문제

- 개인판매자와의 상거래는 법규 상 보호 불가.(한국소비자원 등에서 피해구제 접수불가)

Quiz:대표적인 개인거래사이트?

이동통신서비스 시장

- 이동전화 가입: 55,877천명(70,514천회선)
- 3개 회사가 독과점 유지 - 공급자 우위 업종
- 구입단계 : 3대 이동통신회사가 단말기대금+이용요금 결합판매.. 마케팅 - 소비자혼선과 피해
 - 단말기 대금, 약정기간, 요금제 등 주요사항의 정확한 설명·고지 미흡
 - 최초 3개월간 비싼요금 강요
 - 단말기 보험 등 + 부가요금, 기타구매 강요 (인터넷, IPTV, 유선전화 등)
 - 단말기 할부수수료 5-7%로(은행이자율의 4-5배)
 - 명의도용, 약정해제시 위약금과다

이동통신서비스 분야

- 이용단계 :
 - 5G서비스 가입후 실체는 LTE, 속도저하
 - 사용후 남은 데이터 소멸 등, 개인정보 도용(스팸메일 등)
 - 구두약정과 상이한 실제 계약 내용, 약정한 지원금 미지급 등 계약 불이행
 - 통화 중 잡음·끊김 등 통화 품질 불량
 - 미사용 요금 청구(로밍,데이터), 요금 과다 청구
 - 사전 고지 없이 요금제 등 이용 조건 변경이나 제한 등
- 많이 할인해주는 것처럼 선전.. 그러나 결국은 손해..

이동통신서비스 소비자피해

- 한국소비자원 서비스부문 피해 상위 3위 -

	피해 내용
가입단계 (17.3%)	<ul style="list-style-type: none"> - 단말기 대금, 약정기간, 요금제 등 주요사항의 정확한 설명·고지 미흡 - 명의도용, 본인 동의없는 부가서비스 가입 등 부당행위 - 부가서비스 가입 누락, 개통 지연 등 - 번호이동 시 기존 단말기 해지 처리 지연·누락 등
이용단계 (57.7%)	<ul style="list-style-type: none"> - 구두약정과 상이한 실제 계약 내용, 약정한 지원금 미지급 등 계약 불이행 - 통화 중 잡음·끊김 등 통화 품질 불량 - 사용하지 않은 데이터 로밍요금 청구 등 이용요금 과다 청구 - 사전 고지 없이 요금제 등 이용 조건 변경이나 제한 등
해지단계 (23.5%)	<ul style="list-style-type: none"> - 「할부거래에 관한 법률」 등에 따른 청약철회 요구 거부 - 통화품질 불량 등 불가피한 사유로 계약 해지 시에도 위약금 부과

이동통신서비스 소비자피해사례

【사례1】 단말기 할부금 지원 불이행

김**씨는 2015. 12. 20. 휴대폰 개통 시 지인과 함께 개통하는 조건으로 24개월 약정 만료 후 12개월치 잔여할부금 지원을 약속받음. 2018. 2월경 사업자에게 약정 내용의 이행을 요구하자, 재계약을 해야 가능하다고 지원을 거부함.

【사례2】 주요 계약내용 설명·미흡

조**씨는 2018. 6. 11. 휴대폰을 개통하였으나, 주요 계약내용 설명 미흡 등을 이유로 2018. 6. 12. 내용증명을 통해 청약철회를 요청함. 사업자는 이미 개통됐다며 청약철회를 거부함.

【사례3】 계약 당시 요금제 안내 미흡

김**씨는 2018. 1. 20. 휴대폰 개통 시 제휴카드를 발급 받으면 480,000원이 할인되며 월 납부액은 35,000원이라고 안내 받음. 2018. 1. 22. 소비자는 개통 당시 설명듣지 못한 추가비용(카드 연회비 3년간 매년 25,000원, 단말기 대금 할부이자 총 71,197원)이 발생된다는 사실을 확인하고 청약철회를 요구했으나 거부함.

‘이 것만은 알고 가소’ 소비자 주의사항

1 스마트폰은 **무료**가 아닙니다! 기기요금은 일정기간 **통신서비스**를 이용하는 요금에 **포함**되는 것입니다. 무료라는 말에 **현혹**되지 말고, **요금제·약정기간·위약금** 등 **계약내용**을 꼼꼼히 확인합니다.



2 이용하지 않은 요금이 청구될 수 있으므로 매월 **요금청구서** 상세내역 (이용요금, 부가서비스, 소액결제 등)을 확인합니다.



3 계약 전 기간별 중도해지 **위약금**을 확인하고, **해지** 시 다시 한번 **계약서**를 확인합니다.



전자상거래 서비스관련 피해



전자상거래 서비스 특징

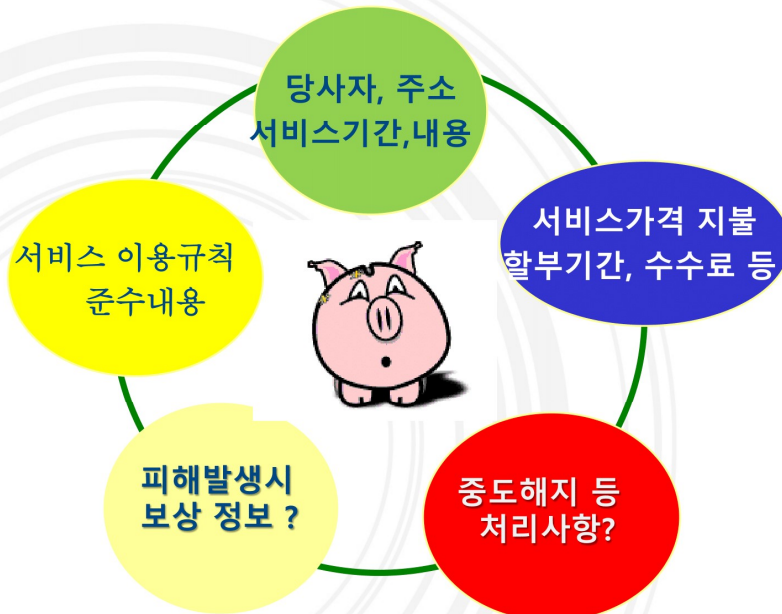
전자상거래 서비스 - 여행, 배식, 예약, 등

- 소비생활의 70%는 서비스
- 서비스는 사람의 손이 많이 가고, 문제도 많네...
- 영화음악, 중개, 여행레저, 의료, 학습, 금융, 렌탈
- 주로 1개월 이상 장기간 계속거래 계약..
- 장기간 계약 : 중도해지 거절, 많은 위약금 요구함.
- 이용조건이 복잡하므로 정보탐색, 신중한 구매필요



서비스속 정보 찾기

서비스 계약서에는 어떤 정보가 들어있나?



서비스 거래 소비자 피해?

계약 전에는 친절하고, 계약해지 다 된다고 하더니,

- 계약후 해지는 절대 안된다고, 험악해진다.
연락안된다. 계약해지하려면 위약금을 50% 내란다.
- 처음에 광고는 모든 것 다 될 것처럼 했는데, 실제로 많이 안해주고, 약속을 안 지킨다.(사이트폐쇄, 중지)
- 사이버학습, 영화, 음악디지털, 결혼중개, 여행 등 중도해지 매우 힘들다.
- ※ 단순 변심등 소비자 잘못도 많다.
소비자 요구대로 다 처리되는 것은 아니다.

Page • 39

전자상거래 소비자피해 사례 및 예방



사이버 상품표시 정보 찾기

제조자 정보	회사명:동서식품, 주소, 인터넷주소
상품 정보	상표(고소한 아몬드 후레이크), 무게(300g), 원재료명, 성분, 제조, 검사원명,, 인증마크, 보관방법 등
사용,조리 정보	요리(조리)방법, 섭취정보, 원재료 성분, 원산지, 영양정보, 열량정보(1,281kcal),
안전,주의정보	유통기한(' 20. 01.8까지), 사용후 밀봉요망 알레르기정보(계란, 땅콩,메밀 등 조리시설에서 제조)
피해보상	소비자분쟁해결기준에 정한 대로 보상, 불량제품 교환, 신고전화(1339), 고객센터실전화(080..)
사후폐기정보	포장물 사후처리 방법
광고문구	좋은 아침, 좋은 생각, 비타민 아연,철분 강화

전자상거래 **상품** 소비자문제 ?

- 구입한 **상품이** 아예 오지 않는다. - 먹튀?
- 주문한 것, 또는 설명표시한 내용과 다른 제품이 왔다.
- 청약철회를 거절**하며, 환불, 교환 안해 준다.
- 고장이 잘 난다. A/S수리가 안된다. 부품이 없다.
- 배송료를 비싸게 받는다.
- 사용하다가 신체에 문제발생. (기기, 식품, 의약품)

인터넷 쇼핑 피해 경험

- 보람이네 가족관거기

아빠
법 없이도 살 수
있는 사람



보람이
다문화 가정에서 태어난
속 깊은 밝은 아이



엄마 - 자스민
필리핀 출신의 순박한 아줌마



인터넷 쇼핑 피해 경험

- 엄마의 선물

한국에 시집와서 처음 구입한 자스민씨...

첫 월급날

자스민씨는 자기 보다 남편과 딸을

위한 선물을 먼저 구입하는데...



인터넷 쇼핑 피해 경험

울산에 사는 자스민(30대. 여) 2018. 4. 30.
 인터넷쇼핑몰에서 10만원 드레셔후드를 4
 만 8천원에 할인판매하니 싸다 생각되어
 신용카드로 결제함.
 그런데 20일이나 지나 옷을 택배로 받았으
 나 쇼핑몰에서 판매할 때 사진과 너무 다름.



개인간거래? 좋거나 아주나쁨

- TIP : 개인판매자와 거래
 하면 **법으로도 보호받지
 못한다.**
- 누구인지 모른다.
 ...도둑일수도
- 현금으로 거래하면 그냥
 날리는 거라 본다.



개인간거래? 좋거나 아주나쁨

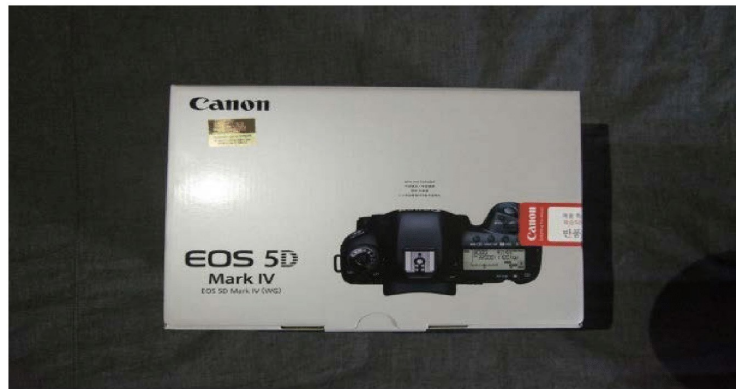
정품 5D MARK4 (오막포) 미개봉상태 그대로 남거요 | M 스포츠/게임/기타

2018.07.13, 11:45

sayzone7(sayz****) 열심회원 11

<https://cafe.naver.com/joonggonara/499008077> 주소복사

5D MARK4 미개봉정품 판매합니다.
이번에 저희부부가 BMW 로 차 2대 바꿨는데 덜러가 사은품으로 왔습니다.
덜러가 롯데백화점에서 구매해서 구매영수증까지 같이 왔네요 319만원에 구매한거네요
구매날자 6월28일입니다.



개인간거래? 좋거나 아주나쁨

새제품이며 사용한번 안한 새제품입니다. 롯데백화점 정품 구매영수증같이드립니다.
저희부부가 사용안할거같아 빠른판매합니다.
판매가 250 만원에 빠른판매합니다.

제가 개인적으로 가구매장하고있는데 제 매장으로 오시면 직거래 가능하며
택배도 가능합니다

바로 전화 주세요 0103739919
부재시 카카오톡ID : S K 7 2 8 4
카톡 남겨주시면 확인하고 바로 연락드리겠습니다

댓글 쪽지 못 봐요

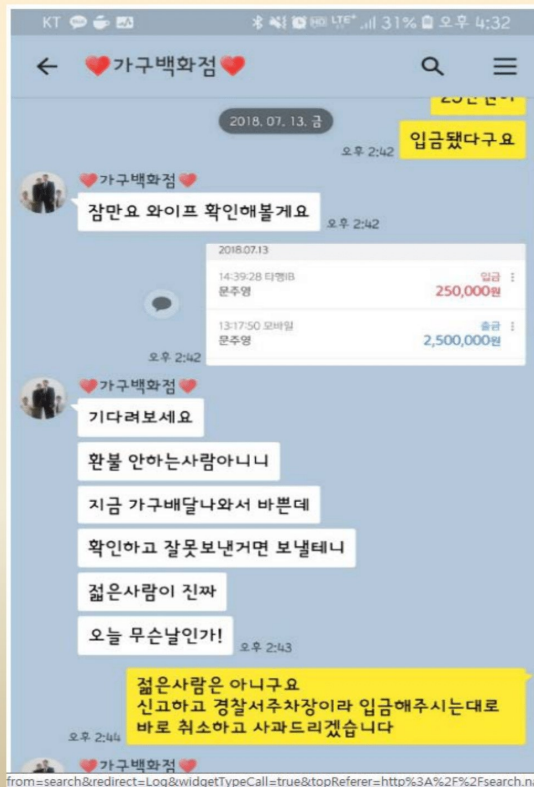
개인간거래? 좋거나 아주나쁨

저의 지역은 인천이고 직거래 장소는 청주였어요. 시세대비 엄청나게 싸게 나왔기 때문에

직거래라면 청주까지 갈 준비가 되어 있었죠.

저에게 믿을수 있도록 사업자등록증, 명함 사진을 보내주었고
저는 이것만큼은 꼭 사야되는 물건이다 라는 생각으로 250만원을
입금해주었습니다. 중고나라사기 라는 생각을 1도 못하고..

출발하기전 명함 주소를 네이버지도로 통해 찍어보았고
매장번호가 있었는데 명함번호와 다르길래 이때부터 아차 싶더라고요..
전화를 해보았더니 다른분이 받았고 문주영씨가 있냐 물어봤더니 뭘 사셨냐는 말을
먼저 하시더라고요. 그렇다고 하니.. 사기 당한거 같다고..ㅠㅠ
다시 전화를 걸어보니 착신정지..



개인간거래 피해? 예방이 최고

- **겉코 품질 좋으면서 싼 제품은 거의 없다.**
직거래.. 현금가격은 정말 착하네...나중엔 열받네
- **피해당하면 법으로도 보호받지 못한다.**
 - - 소비자원에서조차 개인간거래는 안받는다.
- **해당 판매자의 과거 거래내역, 댓글, 후기, 제품사진 확인하고 요구한다.(해당 아이디 클릭)**
- **thecheat.com - 최근 3개월 사기거래 확인가능**

소비자 상식

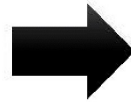
소비자 피해 <내용증명> 써 보기

- 편지내용과 발송했다는 사실을 우체국이 입증하는 특수우편제도
- 언제 작성, 발송?
 - 대개 청약철회 요구할 때
 - 할부로 구입 후 청약철회요구시
- **작성하고 나서 ?**
3부를 복사하여 우체국으로!



내용증명

3부



한국소비자원
Korea Consumer Agency

< 내용증명 사례 >

청약철회 통보서 <제목>

수신 : 00쇼핑몰 대표 귀하. 주소, 전화

발신 : 성명 : 홍길동. 주소, 전화

<내용>

2018년 4월 30일 인터넷 000 쇼핑몰에서 10만원 짜리 옷을 4만 8천원에 판다고 해서 이 상품을 구입했습니다. 그러나 이 옷은 약속날자 보다 20일이나 지나서 도착했고, 색깔이 주문한 것과 다르니, 반품하고 상품대금을 돌려 받으려고 합니다. 처리해 주세요.

2018년 5월 24일
홍길동(인)

◆ 소비자 피해 예방 이렇게 예방합니다



- ▶ 판매원의 달콤한 말에 현혹, 충동구매 자제, 현금거래 자제
- ▶ 함부로 주소, 성명, 신용카드번호를 알려주지 말 것
- ▶ 구입 계약시는 반드시 서면으로 계약, 계약서 및 영수증 보관
- ▶ 가격이 5만원 이상인 경우 신용카드 할부로 구입
- ▶ 구입한 상품은 즉시 확인
- ▶ 소비자문제 발생시 소비자문제 전문기관을 찾을 것



도움을 받을 수 있는 곳

소비자피해 상담접수

1372

소비자상담센터
(www.ccn.go.kr)



1372

미래소비자행동 경기지부
전문모니터요원 양성교육 2차
(초급)

2021. 10. 15 (금)



www.can.or.kr ☎ 031 885-9264

[교육자료집]

미래소비자행동 경기지부 전문모니터요원 양성 교육 (초급)

안녕하십니까? 미래소비자행동 경기지부 전문모니터요원 교육에 참여해주셔서 감사드립니다.

미래소비자행동은 지난 2010년 10월에 창립한 소비자단체로서 그동안 서울시에 등록하여 활동하다가 최근 경기지부를 비롯하여 지부를 구성하면서 전국적인 단체로 거듭나기 위한 노력을 기울이고 있습니다.

소비자단체 전문모니터요원은 단체 회원으로서 시장감시, 물가조사, 제품 평가, 온라인 모니터링, 교육 강사 등 다양한 소비자단체 활동을 주도적으로 참여하여 실질적인 단체의 중심역할을 수행하는 분들로서 오늘 초급과정 교육 이후 지속적인 교육과 토론회 참여, 자원봉사 활동 등을 통해 전문모니터요원으로 활동하게 되는 분들입니다.

회원가입을 비롯하여 단체 활동에 지속적으로 관심과 참여 부탁드립니다. 오늘 교육을 계기로 좋은 인연을 함께 해 나가길 바랍니다. 감사합니다

미래소비자행동 경기지부 공동대표 백병성 · 박노정

- 일시 : 2021년 10월 15일 (금요일) 오후 6시-8시
- 장소 : 열린평생교육원 201호
- 주최 : 미래소비자행동 경기지부
- 후원 : (주) 열린복지

■ 프로그램 ■

■ 강의1

소비자 모니터링 교육 2

이기현 이사 (미래소비자행동 경기지부 이사)

■ 강의2

소비자 문제 원인/현황, 주체별역할

백병성 대표 (미래소비자행동 경기지부 대표)

[강의1]

소비자 모니터링 교육 2

이기현 이사
미래소비자행동 경기지부 이사
(사)소비자권익포럼 상임이사

khlee0716@gmail.com

소비자리더 양성 교육

HowTo 소비자 모니터링 2



2021. 10. 15.

이기현 (미래소비자행동 경기지부 이사)

목 차

소비자모니터링이란?

소비자문제와 해결

소비자모니터링 양식 등

의식주 모니터링 사례 및 실습



신문지 빙고 게임



소비자

한국식품영양재단(이사장 김숙희)은 5일 서울 롯데호텔에서 '미래의 주인공, 영양상태 이대로 좋을까?' 라는 주제의 심포지엄을 개최했다. 체격은 커졌으나 체질은 약화된 어린이들의 건강 문제를 진단하고, 정상적인 성장 발달을 위한 바람직한 식생활 지침을 제시하기 위해 마련된 이번 심포지엄에선 어린이와 청소년에게 결핍된 영양소, 아침 결식의 문제점, 설탕과 비만과의 관계 등에 관한 최신 연구결과가 발표됐다.

◆한국 어린이의 비타민과 무기질 영양 상태(이상선·한양대 교수)=2001년 국민건강·영양조사 결과에 따르면 성장기 어린이의 하루 칼슘 섭취량은 권장량의 55~73% 수준이며, 철분 섭취량은 권장량의 68~80%에 불과했다.

공중충돌경고·준사고

키워드 '공중충돌경고'는 두 대 이상의 항공기가 35~45초 이내에 충돌구역인 152.4m(500피트) 내로 근접할 것으로 예상될 때 자동적으로 울리는 경고다.

'준(準)사고'는 인명 피해나 재산상 손해로 연결된 정식 항공사고는 아니지만, 항공기 운항에 위험을 줄 수 있는 사건이나 상황을 말한다.

빨리 찾고 빙고!

내 이름은?

박간난?, 김길동?, 이 산?

제임스?, 먹고시프스키?

비사이로 막가꼬?

빨리 찾고 빙고!

의식주
衣食住



빨리 찾고 빙고!

모니터링



복습

1. 소비자모니터링이란?

- 소비자문제를
- 지속 관찰, 기록, 검토, 발굴함으로써
- 소비자문제 해결, 개선의 발판 활동



복습

2. 소비자 문제란 ?

- 1.(who) 소비자가 상품(서비스)를
- 2.(when) 거래(구매), 소비, 사후처리 과정에서
- 3.(where) 시장, 가정, 소비공간
- 4.(what) **경제적 손해, 신체정신의 위해를 당함**
- 5.(why) 사업자(소비자) 이익추구, 공정질서 망각
- 6.(how) 허위과장 광고, 계약불이행, 상품하자, 불법행위..... 소비자의 무지, 불합리

복습

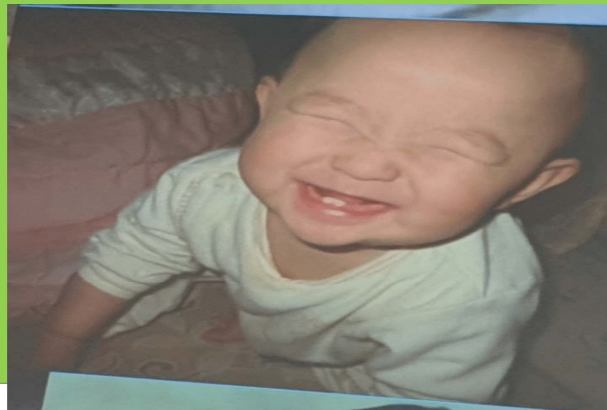
3. 소비자 문제 해결 ?

소비자 中心, 소비자 입장에서

○ 상품서비스 거래 및 **소비 중 발생하는**

○ **경제손해 방지**

○ **신체 피해예방
과 안전**



복습

4. 소비자 모니터링

소비자문제를 관찰, 발견, 보고

- 무엇을? - 상품, 서비스로 소비자가 입은
경제적, 신체적 손(피)해
- 누구를? - 생산자, 판매자, 소비자
- 어디서? - 소비현장, 구매현장, TV, 인터넷,
신문 등 직간접 경험사례
- 언제? - 가능하면 즉시,
- 왜? - 소비자문제 개선, 소비자 복지향상
- 어떻게? - 관찰, 발견, 기록, 보고(사진등 첨부)

소비자 모니터링 보고서(양식)

제 목		
상품명 :	규격:	가격:
기타 설명 :		
모니터링 내용 : ※ 고려사항 : 핵심 소비자문제는 ? 개선방안은 ?		
작성 일시 : 0000년 00월 00일 작성자 : 0 0 0		

5. 소비자 모니터링 사례

가. 식품캔 개봉할 때의 부상 위험



개선된 용기의 모습



안전 하게 캔 열기



나. 이중 가격표 부착한 카페

ESPRESSO	HOT	ICE
에스프레소	3,000	3,500
아메리카노	3,000	3,500
카페라떼	3,500	4,000
바닐라라떼	3,500	4,000
카푸치노	3,500	4,000
카페모카	3,500	4,000
카라멜모카	3,500	4,000
카라멜마끼아또	4,000	4,500

원가인상 등으로...

HOT
에스프레소 3,700
아메리카노 3,700
카페라떼 4,300
.
.
.

다. 소비자 의류 모니터링

- 의류특성 -
다양한 디자인, 소재, 색상, 크기..
가격, 선택이 어려움
- 유통 - 해외명품부터 전통시장 상품까지
신제품 - 재고 : 짝퉁, 구별 어려움
- 세탁의 어려움 - 세탁업 소비자피해 집중
- 가격 비교 어려움 - 표준의류 부재,
가격할인을 제각각

라. 소비자 주택 모니터링

- 주택 특성 -
다양한 형태, 위치, 면적, 용도, 고가..
가격[세금], 투자수단
- 유통 - 부동산 중개서비스.. 설명, 요율
- 유지관리의 어려움
- 인테리어, 수리관련, 관리비 정보 부족
- 매수, 매도의 어려움 - 사기성 거래..

감사합니다



[강의2]

소비자 문제 원인/현황, 주체별역할

백병성 공동대표
미래소비자행동 경기지부 공동대표
소비자문제연구소 소장

bbs1000@hanmail.net

소비자문제 원인/현황 그리고 주체별 역할

- 미래소비자행동
- 경기지부 모니터
단 교육
- (2021.10.15)

목 차

- I .소비자문제 원인
- II .소비자문제 나타나는 문제들
- III .소비자피해의 특징
- IV. 주체별 역할

I. 소비자문제 발생원인



- ① 품질, 성능, 안전성 등 합리적인 구매결정에 필요한 모든 정보를 공급받지 못할 때, 소비자가 자기의 선호를 올바르게 반영할 수 없음 : **소비자정보의 불완전성**

- ② 소비자정보의 공공재적 특성, 집단행동의 딜레마에 봉착, 소비자의 무임승차자 (free-rider)의 문제 : **소비자의 비합리적인 소비행위**

소비자문제 나타나는 문제들

- ① **소비자안전 문제** : 가습기 피해, 자동차급발진 사고, 의료과실문제, 김밥식중독사고, 라돈침대에 의한 방사능 피해, 가전제품화재(폭발), 놀이시설 사고, 살충제계란, 세월호 침몰, 전기차화재, 폭스바겐 조작사건
- ▶ 사회적 규제성격이 강함(그렇기 때문에 규제가 정당화 됨)- 소비자에 위해할 수 있음을 알면서 또는 고의로 해친 경우에는 다양한 징벌적 배상 제도를 통해 고의와 중과실의 기업에게 강력한 제재를 함이 타당.

소비자문제 나타나는 문제들

- ② **만성적인 소비자피해** : 세탁물, 이사짐, 체육시설이용, 택배, 금융소비자, 음식점, 학원, 여행, 통신서비스, 차량, 휴대폰, 보험, 투자 등등

소비자피해를 유발한 사업자는 일부 결함과 피해 사실을 입증할 수 있는 극소수의 소비자에게 최소한의 보상만을 해주면, 사업은 계속할 수 있음.

▶(피해보상비용<사업이익)이 월등하기 때문에 근절되지 않고 있음



소비자피해의 특징

- 피해발생 원인에 대한 규명이 어렵다
- 사업자와 소비자의 거래 관련 지식의 격차가 매우 크다
- **관련 법규의 존재, 제품(서비스)의 특징, 장단점, 문제점**
- 소비자 혼자서는 사업자로부터 보상을 받기가 거의 불가능(스스로 포기하는 경우가 많고 피해 금액보다 훨씬 적은 금액에 합의하는 경우가 자주 발생)

□ 소비자문제와 비슷한 사회문제들

- ☞ **여성문제** : 남성과 여성간의 성차별의 문제.
- ☞ **환경문제** : 생산 단계, 소비과정 소비 후의 문제(소비자도 가해자)의 문제 등 전반적인 문제라는 점에서 차이
- ☞ **사회보장문제** : 자유경제시장에서 능력에 따른 결과의 불평 등의 문제로 경제사회적 능력상실로 사회에서 탈락하거나 장애자에 관한 사회복지의 문제



정부가 할 일

- 정보의 불완전성, 외부효과 등과 같이 시장이 제 기능을 발휘하지 못함

☞ 시장이 제대로 기능을 다 할 수 있도록 하기 위하여 정부에서 시장에 개입함

- ☞ **사업자를 규제,**
- ☞ **소비자 지원**
- ☞ **분쟁시 조정**



기업이 할 일

안전한 제품 만들기

소비자 안전소통

- ✓전문가용어 대신 소비자용어로
- 안전과 안심의 문제
- ✓소비자교육(방법, 뉴미디어)

제품/서비스 품질 개선

소비자불만처리

- 불평을 호소한 소비자가 재구매율이 높다

소비자/단체의 역할

➤ 시장의 주인은 소비자(주권행사)

- 깨어 있는 소비자
- 개념 소비자
- 행동하는 소비자



➤ 소비자단체

- 소비자의 소리 모으기(정보수집/리드)
- 소비자의 요구 전달하기(건의, 캠페인, 시위)
- 불합리한 내용 찾아 개선(소비자대변)



감사합니다.

미래소비자행동 경기지부
전문모니터요원 양성교육 3차
(초급)

2021. 10. 22 (금)



www.can.or.kr ☎ 031 885-9264

[교육자료집]

미래소비자행동 경기지부 전문모니터요원 양성 교육 (초급)

안녕하십니까? 미래소비자행동 경기지부 전문모니터요원 교육에 참여해주셔서 감사드립니다.

미래소비자행동은 지난 2010년 10월에 창립한 소비자단체로서 그동안 서울시에 등록하여 활동하다가 최근 경기지부를 비롯하여 지부를 구성하면서 전국적인 단체로 거듭나기 위한 노력을 기울이고 있습니다.

소비자단체 전문모니터요원은 단체 회원으로서 시장감시, 물가조사, 제품 평가, 온라인 모니터링, 교육 강사 등 다양한 소비자단체 활동을 주도적으로 참여하여 실질적인 단체의 중심역할을 수행하는 분들로서 오늘 초급과정 교육 이후 지속적인 교육과 토론회 참여, 자원봉사 활동 등을 통해 전문모니터요원으로 활동하게 되는 분들입니다.

회원가입을 비롯하여 단체 활동에 지속적으로 관심과 참여 부탁드립니다. 오늘 교육을 계기로 좋은 인연을 함께 해 나가길 바랍니다. 감사합니다

미래소비자행동 경기지부 공동대표 백병성 · 박노정

- 일시 : 2021년 10월 22일 (금요일) 오후 6시-8시
- 장소 : 열린평생교육원 201호
- 주최 : 미래소비자행동 경기지부
- 후원 : (주) 열린복지

■ 프로그램 ■

■ 강의1

소비자 문제의 현장 (예식장, 헬스, 의료분야)

오흥욱 이사 (미래소비자행동 경기지부 이사)

■ 강의2

소비자 운동가의 역할 -면접원의 기술을 중심으로-

백병성 대표 (미래소비자행동 경기지부 대표)

[강의1]

소비자 문제의 현장 (예식장, 헬스, 의료분야)

오흥욱이사
미래소비자행동 경기지부 이사

ohwook1012@naver.com

최근 소비자동향과 소비자피해 예방



강사 오흥욱

순서

I. 최근 소비자 동향

II. 소비자 피해 사례

III. 소비자 피해 예방

IV. QUIZ

보이스피싱 피해



최근 보이스피싱 피해 사례

노00(여, 50대)은 2015. 10. 19. 자신의 휴대폰으로
“게임캐쉬 296천원이 결재되었다”는 문자메세지를
받고 확인전화(070-000)를 하였으나 결제취소를 위해
선 인증번호가 필요하다고 하여 못히레 알려줌.



● 보이스피싱 피해 예방

전화 끊고 일체 미응대

가족과 상의

피해를 당한 경우 바로 **지급 정지**

* 경찰청 112, 금융회사 콜센터

● 최근 소비자상담 동향(2021년 8월)

상담 다발 품목

순위	품목	건수(비율)
1	신유형상품권*	14,378(21.5%)
2	유사투자자문	2,955(4.4%)
3	이동전화서비스	1,774(2.7%)
4	헬스장	1,397(2.1%)
5	에어컨	1,159(1.7%)

*머지포인트 : 20~25%할인된 가격으로 구입한 후
가맹매장에서 포인트로 현금 처럼 결제하는 것

● 최근 소비자상담 동향(2021년 8월)

연령대별

순위	연령	건수(비율)
1	30대	19,710(31.5%)
2	40대	18,728(29.9%)
3	50대	10,643(17.0%)
4	20대	6,374(2.%)
5	60대	1,159(1.7%)

● 최근 소비자상담 동향(2021년 8월)

상담사유별

순위	상담사유	건수(비율)
1	계약해제, 위약금	23.3%
2	품질, A/S관련	21.3%
3	계약불이행	18.6%

● 최근 소비자상담 동향(2021년 8월)

판매방법별

순위	판매방법	건수(비율)
1	국내전자상거래	40.3%
2	전화권유판매	4.7%
3	방문판매	2.3%

● 유사투자자문 피해사례

- A씨는 B사 직원이 전화로 5개월 동안 **누적수익을 150% 미달시 전액 환급하는 조건으로** 300백만원을 지급함.
- 5개월 후 투자손실이 발생하여 환급을 요구하였으나 반환을 거부한바, 수수료 반환을 요구함.

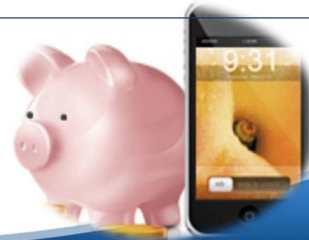
유사투자자문이란? 일정한 대가를 받고 통신 또는 방송등으로 주식 등 금융투자정보를 제공하는 서비스

● 유사투자자문 피해 예방

- 제도권 증권사나 투자자문사 이용
- 가입전 환급조건 등 계약서 확인
- 결제는 신용카드, 증거 확보 노력

● 이동전화 피해 사례

소비자는 2017. 12. 29. 온라인 쇼핑몰에서 기존에 사용하던 요금제를 유지한 채, 기기변경 계약을 체결하고, 당일 단말기를 수령하였는데, 유심칩 장착 후 영상통화를 시도하니 영상통화를 지원하지 않는 단말기임을 확인한 바, 계약 해제를 요구함.



이동전화 판매 통화 내역



이동전화 피해 예방

- 서면 계약
- 계약내용 확인
- 증거 자료 확보
- 현금보단 신용카드 결제

헬스장 소비자 피해

- 박씨(여, 30대)는 2020년 4월 8일 헬스, PT 이용계약을 체결하여 이용하던 중 서비스 미흡과 과도한 몸터치로 인한 불편감으로 인해 같은 해 4. 22. 계약을 해지 통보하고 환급을 요구함.

헬스장 피해

-개인강습규정-

- 1.사업주 주거래 계좌이외에(센터 외의 개인간의거래)계좌입금시 법적책임이 따름을 확인합니다.
사업자 전용계좌 KEB하나은행 554-910137-00107 전대안 (불날휘트니스)
2. (시/경)활인이벤트가입을 숙지하였고 그에 따른 가격 할인 혜택으로 환불 및 양도가 어려움에(불가)동의 합니다. 성명 박원리
- 3.계약된 강습의 유효기간은 개인강습 첫째 날 기준으로 하며 경과된 기간 동안 미 진행된 세션은 효력상실(환불/양도불가)한다.
(유효시간은 아래 표를 기준으로 선정)

세션	12 세션	24 세션	36 세션	50 세션	100 세션
유효기간	30일	50일	90일	150일	300일

4. 원래 예정되었던 트레이너가 강습을 할 수 없는 경우 자격 있는 다른 트레이너로 대체할 수 있다.
5. 불가피한 이유로 트레이너가 어려우면 양도가능하고 기간연장은 최대 1개월 1회 가능하다. (구비서류 제출)
6. 계약해지 시 10% 해지수수료와 진행된 강습비용 (1회 세션가 100,000원 기준 정상이 적용 X 진행 횟수)을 제외하고 30일 내에 환불한다.
7. 트레이너와 회원간의 1:1 수업중 신체접촉이 있을 수 있음을 확인했습니다.

● 헬스장 피해 예방

- 계약내용 확인, 계약서 교부 요구
- 이벤트 및 할인에 현혹되지 말아야
- 현금대신 신용카드 결제

● 음식점 소비자 피해

- 김씨(여, 30대)는 2020년 10월 17일 음식점측과 2021. 9. 25. 음식점서비스를 이용하기로 계약, 사회적 거리두기 4단계로 불안하여 계약취소하니 컨설팅 비용 포함하여 과도한 위약금을 요구함.

예식장 피해

2. 세부내용

품목	비고	연회
예식준대관료	○ 분식도움의 개인회 별도	대인 40,000
생화장식이음료	○	소인 (7~13세) 24,000
스크린 및 조영연출	○	음주류 (1인) 5,000
혼구등물	○	
메이크업 사용료 (탈모 시오온대 포함)	○	
분식앨범 (별수)	○ 2인기준	지불보증인원 (내인기준 소인) 별도계산 1인 20,000원
분식DVD (별도)	○	최소보증인원
드레스	영유권 이후 시 추가 비용	신랑 100명
메이킹업 - 헤어 (메이크업 제외) 코디올에서	신랑 2명, 웨딩 코디 - 헤어	20년 밑 일 시 전화 방문 (확정자) 100명
스튜디오 촬영	촬영도움에 동반촬영 비회 별도	신부 20년 밑 일 시 전화 방문 (확정자)
합계금	2,400,000	예식 2주 전 확정된 지불보증인원(신랑)에 대해서는 [신랑 신부 각각 지불보증 후가 인원에 대해서도 최우 지불하는 데 동의합니다. 신랑 : (인) 신부 : (인)

컨설팅 비용 당사 예식계약을 진행하는 과정에서 안내되는 정보제공 및 예식 진행상황에 관한 컨설팅, 확정을 용연후에 부가서비스등으로 컨설팅료가 제공되는 비용으로 지급한다.
 계약일로부터 30일 이내 계약해지 통보 시 [컨설팅 비용 전액 환불]
 계약일로부터 31일 이후 계약해지 통보 시 컨설팅 비용 환불 불가
 - 예식계약이 정상적으로 이행될 경우 예식장측은 최종 결산과정에서 총 예식비용 (분식, 생화, 생식, 생식, 생식) 비용을 계약금과 함께 공제한다.
컨설팅 비용 : 5,000,000
 * 지불보증인원을 포함한 본 계약서 및 뒷면의 계약 약관에 대해 자세한 설명을 듣고 충분히 이해하였으므로 이에 서명합니다. <서명> :
 2020년 10월 10일 신랑 서명 :

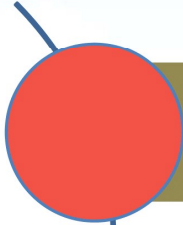
예식장 피해

농협 6년근 고려홍삼스틱 미 15ml x 30포

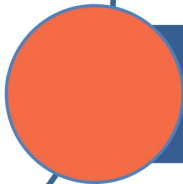
19,900원 149,000원 **87%**

배송비 무료배송상품

● 예약장 피해 예방



계약내용을 상세히 작성



예약일 변경, 취소시 빠른 시일내 요구

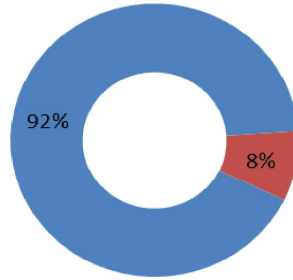
● 치과(인플란트) 소비자 피해



치과(인플란트) 소비자 피해

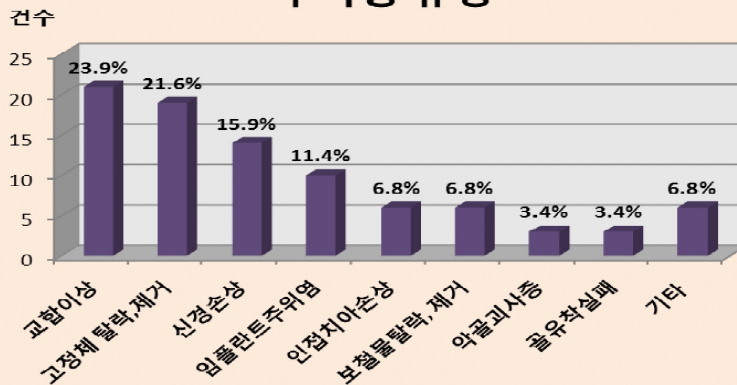
피해유형별 현황

■ 부작용 발생 ■ 시술비(계약중도해지)



치과(인플란트) 소비자 피해

부작용 유형



● 치과(인플란트) 소비자분쟁해결기준

인플란트가 빠졌어요

[시술 후 1년 내 탈락]

매식체 탈락 : 재시술(병원 부담), 2회 반복 치료비 전액 환급

보철물 탈락 : 재장착(병원 부담)

나사파손 : 나사교체(병원 부담), 3회 반복 타 의료기관 선택

● 치과(인플란트) 소비자 피해예방

① 치료골 및 잇몸 상태에 대한 충분한 설명을 들은 후 시술여부는 신중히 결정

② 기존 질환 및 약물 복용 여부를 알린다(아스피린, 골다공증약 등)

③ 전체적인 치료 계획 및 치료비 산정에 대한 상세한 설명을 요구

④ 시술 전 후 유의사항을 지키고 이상 증상 발생시 신속히 의료기관을 방문

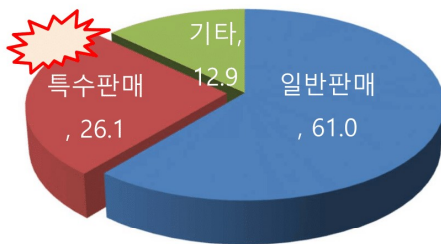
⑤ 구강상태를 건강하게 유지하고 정기적으로 치과 검진

● 계약의 성립

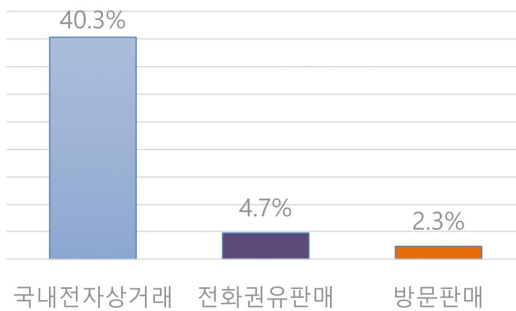


● 판매방법별 상담 현황

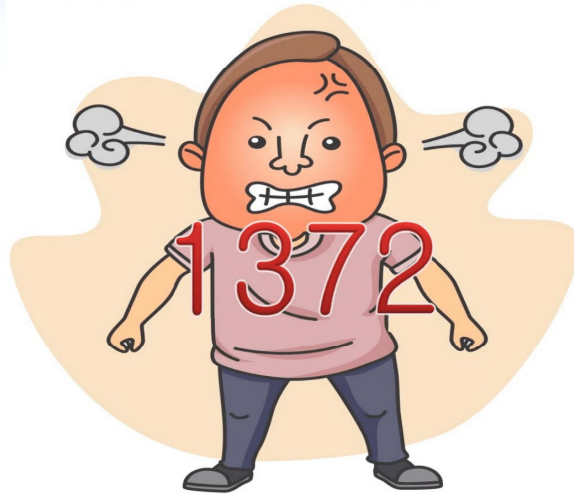
판매방법별




특수판매별



● 소비자불만 신고



◆ 소비자 피해 예방 이렇게 예방합시다

- 
- ▶ 판매원의 달콤한 말에 현혹, 충동구매 자제
 - ▶ 함부로 주소, 성명, 신용카드번호를 알려주지 말 것
 - ▶ 구입 계약시는 반드시 서면으로 계약, 계약서 및 영수증 보관
 - ▶ 가격이 20만원 이상인 경우 신용카드 할부로 구입
 - ▶ 구입한 상품은 즉시 확인
 - ▶ 소비자문제 발생시 소비자문제 전문기관을 찾을 것

내용 증명

- 받는 사람 : (주)○○○
서울 강서구 ○○○로 189(☎ 02-○○○-○○○)
- 보내는 사람 : 홍길동
경남 김해시 ○○길 ○○번지(☎ 055-○○○-○○○)
- 물품명 : 홍삼 엑기스(개봉하지 않고 보관 중)
- 구입금액(구입일) : 500,000원(2017. 3. 23.)

위 상품을 ----- 사유로 반품하고자 하니 처리 바랍니다.

2014.3.○○.
이름 : 홍길동 (인)

Quiz

1. 소비자 상담은 국번없이

2. 방문판매는 계약일 및 물품을 받은 날로부터
 일 이내 청약철회 가능

3. 인터넷 판매는 물품 받은 날, 판매자의 주소를 안 날로부터
 일 이내 청약철회 가능

Thank You!

www.kca.go.kr

 한국소비자원
Korea Consumer Agency

[강의2]

소비자운동가의 역할-면접원의 기술을 중심으로-

백병성 공동대표
미래소비자행동 경기지부 공동대표
소비자문제연구소 소장

bbs1000@hanmail.net

• 소비자운동가의 역할

- 조사/연구와 면접원의 기술을 중심으로

백병성(경기도 미래소비자행동)

조사/연구와 면접원 기술

1. 조사연구 단계
2. 조사방법
3. 면접조사의 기술
4. 면접원의 자세
5. 자주 받는 질문 및 면접 거부이유
6. 기타

01 조사/연구 단계

- 조사/연구는 전체적인 연구과정을 설계하는 데 시작됨
- 조사연구의 과정은 크게 기획, 준비, 기초 작업, 현지작업 결과분석의 네 단계로 구분됨

①문제의식-②조사설계- ③조사연구팀 구성(자료수집-면접원 선발- 면접절차 확정-**면접원 교육 및 훈련**)-④**면접-⑤자료검색(재면접)**- ⑥부호화 및 자료입력- ⑦자료교정- ⑧자료분석- ⑨ 보고서작성

3

02 조사방법

- 조사방법으로 가장 많이 사용되는 방법으로는 **면접조사, 전화조사, CTS조사, 우편조사, 인터넷조사**

면접조사

(Personal Interview)

면접자가 응답자를 직접 만나서 구조화된 질문지(설문지)를 통해 필요한 정보를 얻는 방법, 응답자 반응을 기록하는 방법, **전통적으로 많이 이용되는 조사방법.**

장점 : 어느 정도 긴 질문을 할 수 있음
단점 : 시간과 비용이 많이 소요되고, 조사자와 응답자의 상호작용이 응답에 영향을 줄 수 있어 면접자의 통제가 어려움.

(면접원에 대한 교육이 아주 중요)

4

□ 전화면접조사 (Telephone Interview)

면접자가 응답자에게 전화를 걸어 구조화된 질문지를 통해 필요한 정보를 얻는 방법 **(사회조사, 여론조사에 많이 이용됨)**

면접조사의 높은 비용과 조사거부의 한계점을 어느 정도 극복하면서 대표본으로부터 유용한 정보를 획득하기 위해 많이 이용

장점 : **비용과 시간**이 대인면접조사에 비해 비교적 적게 들고, 면접자와 응답자가 얼굴을 맞대고 의사소통을 하지 않으므로 면접 도중에 발생할 수 있는 많은 **오류를 줄일 수 있음**

단점 : 면접조사와 같이 면접자의 통제가 어려움

□ CTS 조사(ARS조사)(Computerized Telephone Survey)

일반적으로 ARS조사라 함

구조화된 질문지의 녹음된 내용을 응답자가 직접 전화기의 해당 번호를 눌러 응답을 표시하는 방식, **명확한 태도표명이 요구되는 조사에서 주로 이용됨.**

장점 : 시간과 비용이 비교적 적게 들며, 여러 명의 면접자가 수행할 경우에 발생하는 **면접자 오류(interviewer error)**를 **차단할 수 있고**, 명확한 태도를 묻는 질문에 대하여 거부감 없이 응답을 받을 수 있음(정치적 성향 등)

단점 : 많은 질문을 하기에는 어려움(통상 10문항 미만이 적절)

02 조사방법

□ 우편조사(Mail Survey)

응답자에게 구조화된 질문지를 우편으로 발송하여 응답자로 하여금 이를 완성하여 반송하게 하는 방법으로 조사하는 방법

장점 : **비용이 저렴하고**, 방대한 양(표본수)의 자료수집이 가능

단점 : 응답률이 비교적 낮음(약 20% 내외)

7

02 조사방법

□ 인터넷 조사 (Internet Survey)

응답자에게 전자우편(e-mail)으로 질문지나 설문이 링크되어 있는 홈페이지를 연결하거나, 홈페이지에 올려져 있는 질문에 대해 방문자가 응답하는 방법이 있고, 배너광고 등을 통해 질문지에 접근하도록 하는 방법 등으로 온라인 상에서 응답자가 질문에 대답할 수 있도록 하는 조사.

장점 : **시간, 비용** 등이 비교적 적게 들며, 방대한 양의 자료수집이 가능

단점 : 모집단의 한정성이나, 표집틀에 대한 문제제기가 될 수 있음

8

03 면접조사의 기술

조사의 진행단계 : 준비단계

조사의 모집단을 정하고 모집단을 대표할 수 있는 조사대상자(표본)를 표집함.

조사할 지역은 관계 당국으로부터 사전승인을 얻고, 조사할 지역에 대한 사전 연구를 철저히 함.

면접원을 선정하여 교육시키고, 면접원이 휴대하고 갈 면접조사표, 조사보조자료, 신분증 등을 준비함

03 면접조사의 기술

조사의 진행단계 : 조사실시단계

조사할 대상을 확보하고, 조사대상에 찾아가 최초 접근을 시도함.

조사의 수락을 받게 되면 주어진 지침에 따라 조사를 시작하고 혹시, 만나지 못하면 다음에 재차 방문해야 함.

조사를 거절하거나 조사도중에 중단되었을 때 다음에 다시 조사할 것을 약속을 함

03 면접 조사의 기술

면접조사의 진행단계 : 조사 후 정리단계

조사가 끝나면 응답자에게 정중하게 감사인사.

응답자의 요청이 있고 또 허용한다면 조사결과의 일부를 알려주는 약속을 할 수도 있음

조사는 계속 이어질 가능성이 큼.

따라서 절대로 응답자와의 신뢰관계를 훼손해서는 안 됨.

11

03 면접조사의 기술

면접의 종류 : 표준화 정도에 따라

가. 표준화 면접

준비된 질문지의 내용 및 순서에 따라 융통성이 없이 이루어지는 면접으로 통제된 면접이라고도 함(이 방법이 가장 널리 사용되는 면접방법)

나. 비표준화 면접

비표준화 면접은 면접원이 연구목적에 따라 큰 테두리에서 형식이나 순서에 구애 받지 않고 자유롭게 진행하는 면접을 의미

다. 준표준화 면접

표준화 및 비표준화 방식이 혼합된 형태임 목적이 분명하고 중요한 질문은 표준화하고, 확실하지 않은 질문은 비표준화함.

12

03 면접조사의 기술

조사자의 중요성

- 낯선 지역을 여행하고 낯선 사람을 만나야 한다는 **부담감**은 조사자의 역할수행에 부정적으로 작용하는 요인이 됨.
- 낯선 조사대상과 접한다는 것은 생각보다 쉽지 않고 몇 번씩이나 계속 조사를 **거절당할 수도 있음**.
- 조사자에게 **가장 나쁜 영향을 미치는 것은** 조사에 대한 조사자의 편견 ‘이 조사는 별로 중요하지 않다’거나 ‘조사를 어떻게 하든지 전체적인 결과에는 큰 영향이 없다’고 생각하고 있으면 조사결과에 치명적인 영향을 미치게 됨

03 면접조사의 기술

□ 성공적 면접의 원리

- 질문을 **정확**하게 한다
- 응답자로 하여금 질문이 채 끝나기 전에 응답하는 일이 없도록 함
- 면접원은 질문의 **속도**를 적절히 유지함
- 필요한 경우 면접원은 **적당한 케어문기를** 해야 함(부적절하거나 정확하지 못한 대답을 할 때 다시 케어 문거나 해명, 명료화, 반복, 또는 더 자세한 설명을 요구하는 면접의 한 기법)
- 면접은 면접원과 응답자의 **상호작용과정**이므로 상호간에 우호적이고 친밀한 인간관계 형성이 중요
- 면접을 잘하는 것도 중요하지만 **면접내용을 정확히 기록하는** 것은 더욱 중요함
- 기록에 정신이 팔려 **응답자를 무료하게** 해서는 안됨
- 면접의 **마무리도 중요** - 질문지를 처음부터 끝까지 점검하면서 빠뜨린 질문이 없는지, 잘못 기록한 것은 없는지 확인, 보완함, 바쁜 가운데 협조에 감사인사를 함

04 면접 조사자의 자세

□ 바람직한 태도

- 단정한 용모, 첫인상이 중요(화려하거나 초라한 복장은 사절)
- 조사에 흥미를 가지고 응답자에게 친근하게 대화해야 함
- 자신이 하는 역할이 중요하고 전문적인 일이라는 신념이 필요
- 조사에 임하기 전에 조사내용을 충분히 연구.검토 숙지해야 함.
- 조사자는 완전히 객관적이고 독립적이며 공평한 입장을 견지해야 함
- 조사원은 응답자를 처음부터 자연스럽게 대해야 하고, 우호적인
- 대화형식을 이끌어 갈 수 있어야 함.

○ 주위를 두리번거리거나 멍쩍어하는 듯한 태도는 절대 금물. 질문을 가리거나 기록을 비밀로 하는 듯한 인상을 주어도 곤란하고 자연스럽게 정확하게 기록해야 함

04 면접 조사자의 자세

□ 조사자의 직업윤리

- 1) 조사대상을 임의로 대체 금물 : 전체적인 연구 설계의 한 부분으로서 모집단을 가장 잘 대표할 수 있도록 표집된 것임
- 2) 편한 대로 한 장소에서 복수로 조사해서는 안됨
- 3) 연구설계에서 주어진 조사방식을 임의로 바꾸어서는 안됨
- 4) 조사시에 친구와 함께 가거나, 다른 사람에게 응답자를 만나 조사해 주도록 부탁해서는 안됨
- 5) 조사를 통해 알게 된 내용을 조사연구 이외의 목적으로 사용하거나 남에게 말해서는 안됨

05 자주 받는 질문 및 조사거부이유

1. 자주 받는 질문

- 이 조사는 누가 주관하나?
- 왜 내 주소(사업장)가 선정되었나?
- 조사를 해서 어떻게 할 것인가?
- 이 조사에 의무적으로 응해야 하나?
- 여기 말고 다른 장소에서 대신하면 안 되는가?

17

05 자주 받는 질문 및 조사거부이유

2. 조사 거부 이유들

- 무조건 못하겠다, 관심 없다, 귀찮다
 - 협조가 절대적임을 강조, 조사시간이 결코 오래 걸리지 않음을 설명
- 조사기관에 대한 반감
 - 조사기관에 대해 올바르게 설명, 조사 중요성에 대해 다시 한번 강조
- 조사자체에 대한 부정적 인식
 - 조사의 허점도 있지만, 정교한 설계, 문제 개선하는 데 기여할 수 있음
- 조사원에 대한 적대감, 혐오감, 불쾌감
 - 최대한 겸허한 자세, 절대 애원하거나 비굴하지 않게, 정중히 양해구함
- 바쁘다. 일해야 한다. 시간이 없다
 - 시간을 너무 많이 빼앗지 않을 것임. 가능하면 면접에 소요시간을 고지
- 다른 조사기관에서 다 해갔다.
 - 지금 조사 그 목적이 이전 것과 다르다고 밝힌 후, 목적 및 중요성 설명

18

06 기타

면접원의 휴대품

- 질문지(할당된 분량보다 10%정도 더 휴대)
- 질문지에 딸린 보조자료
- 조사대상자 명단 및 주소 또는 전화번호
- 현지에서 표본추출한다면, 자세한 표집지침
- 면접일지용 공책 및 필기도구
- 주민등록증 및 면접원 신분증
- 조사기관의 협조요청 공문 및 소개편지
- 응답자에게 줄 기념품(여분준비)
- 현지 지도 및 교통안내서
- 비상연락망 및 조사본부의 전화번호
- 기타 여행에 필요한 개인용품

여러분의 수료를 축하드립니다!!

백 병 성

미래소비자행동

MEMO

MEMO

미래소비자행동 소개

- 미래소비자행동은 “소비자, 환경 민간단체로서 소비자 상담과 정보 제공, 교육을 통하여 정보소외 계층과 정보 오·남용 등의 폐해로 인한 소비자 선택의 어려움을 해소하고, 책임 있는 정부, 책임 있는 기업, 책임 있는 소비자를 위하여 행동하고 실천함으로 지속가능한 미래와 소비자복지를 실현함을 목적으로 지난 2010년 10월 설립하였습니다.

- 미래소비자행동은 다음과 같은 활동을 펼치는 비영리민간단체, 서울시 등록 소비자단체입니다.
 - 1. 소비자 교육
 - 2. 소비자 상담·정보제공
 - 3. 소비자문제 조사 연구
 - 4. 소비자 물품, 거래 조건·방법 등에 관한 조사·분석
 - 5. 국가 및 지방자치단체의 소비자 시책에 대한 건의
 - 6. 환경문제 관련 활동
 - 7. 출판
 - 8. 기타 본회의 목적달성에 필요한 사업

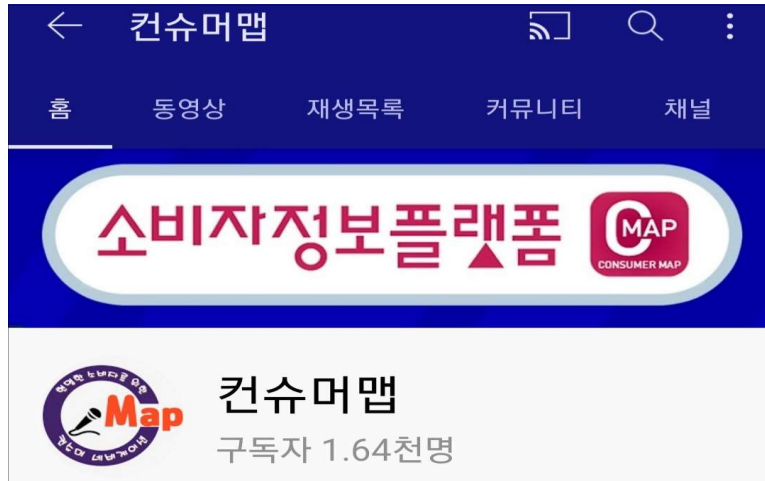
- 미래소비자행동은 중앙 (서울 소재)을 비롯하여 경기지부 (성남시 소재), 강원지부 (원주시 소재) 대전충남지부 (대전광역시 소재), 전남지부 (전남 담양군 소재), 경남지부 (창원시 소재)등 전국적인 네트워크를 갖춘 소비자단체로 거듭나기 위해 지부 설립을 추진중에 있습니다.

미래소비자행동 주요 활동 참여요청

■ 유튜브 채널 구독하기

소비자정보플랫폼 “컨슈머 맵”

유튜브에서 “컨슈머 맵”을 들어가서 구독! 좋아요! 눌러주세요.



■ 모바일 소비자매거진 “컨슈머 맵” 구독하기



