

부천 지역 소비자지원행정 현황과악과 소비자요구조사를 통한 활성화 방안 연구*

A Study on the Reform Policies of Consumer Support Administration in Pucheon City

가톨릭대학교 소비자주거학과
부교수 송인숙

Dept. of Consumer and Housing Studies, The Catholic University of Korea
Associate Prof. : Insook Song

〈목 차〉

- | | |
|------------|----------|
| I. 서론 | IV. 연구결과 |
| II. 이론적 배경 | V. 결론 |
| III. 연구방법 | 참고문헌 |

〈Abstract〉

This study asserted the need and reasonableness to enforce the consumer support administration especially in local government and also examine the area of service to help consumer, the service providing system and the current situation. Based on this literature review, survey on consumer need, current situation in Pucheon city and case study of two other city, this study propose the strategies on how the local government of Pucheon city can improve the service to support consumer.

I. 서론

현대 시장환경은 다종다양한 상품과 기술의 발전 등으로 소비자가 제품을 선택하는데 필요한 정보를 획득하기가 점점 더 어려워지고, 정보가 주어진다하

더라도 이를 이용하거나 판단할 수 있는 능력이 부족하며, 빠르게 변화하는 새로운 판매나 유통방법에 적합하게 대처하기가 어렵다. 또 상품의 구입과 사용과정에서 불만이나 피해가 발생할 경우 사업자를 상대로 이를 해결할 교섭력도 약하다. 이처럼 소비

* 본 논문은 1997년도 가톨릭대학교 일반연구비의 지원에 의해 수행되었음

생활에서 어려움을 겪는 소비자에게 필요한 정보를 생산 제공하거나, 피해발생시 해결을 돕는 등의 소비자지원활동의 필요성은 점차 증대되고 있다.

이러한 소비자지원 활동은 소비자 자신의 자주적인 노력으로 민간소비자단체 등을 통해 이루어질 수도 있고, 정부의 소비자정책 일환으로써 행정기관을 통해 소비자지원서비스가 제공될 수도 있다. 그런데 우리나라 정부는 그 동안 공급자 위주의 정책을 수립하고 집행해 온 때문에 소비자문제를 해결하기 위한 정부의 소비자정책도 소비자교육과 정보제공 등의 소비자지원행정은 미비한 상태로 규제 중심의 소비자정책이 이루어져 왔다고 할 수 있다. 규제 중심의 소비자정책은 소비자선택의 폭과 시장경쟁을 제한 할 수 있으며, 인력이 부족한 일선기관에서 실효성있게 집행되기 어렵다. 그러므로 정보생산과 전달을 촉진하여 소비자에게 상품선택의 근거를 제공하고 체계적인 소비자교육을 통해 선택능력을 높일 수 있는 소비자지원행정을 강화하여야 함에도 불구하고 지원행정은 규제행정에 비해 소비자정책의 내용으로 제대로 채택되지 않고 있어 그 집행수준도 미비한 상태이다(이기춘외, 1997). 그러나 최근의 정부정책의 방향인 시장기능의 활성화와 규제행정의 완화, 또 중앙정부의 기능을 지방정부로의 이양 등에 비추어 볼때 소비자지원서비스를 강화하는 소비자정책의 방향이 바람직하고, 이는 행정서비스 또는 행정체계가 소비자지향적으로 되어야 한다는 견해나 흐름(강성진외, 1994; 강성진, 1994; 배순영외, 1997)과도 일치한다.

또, 소비자지원행정은 중앙에서의 통일된 지원안이나 방침을 정하여 시행한다기 보다는 각 지역마다의 사정과 주민의 요구를 고려한 다양한 지원활동이 가능하며 또 그래야만 하기 때문에 외국의 경우도 소비자지원활동이 지방행정기관에서 다양한 형태로 활발히 이루어지고 있다. 우리나라의 경우도 일부 적극적으로 소비자행정을 강화하고 있는 지방행정기관의 경우는 사업자규제의 강화가 아닌 바로 소비자지원 서비스를 강화하고 있다. 예를 들면 과거에 소비자불만접수창구운영을 관련부서에 '소비자고발센터'라는 표지판을 부착하여 형식적으로 운영하던 방식

에서 탈피하여 주민서비스 측면에서 민원창구운영에서 소비자상담을 개설한다든가 아니면 독립된 소비자상담실을 운영하는 자치단체가 늘어나고 있다.

그러나 위와 같은 지방행정의 소비자지원서비스 강화 필요성과 움직임에도 불구하고 실제 정책의 수립과 집행을 담당하여야 할 의사결정권자의 관심이 부족하거나 담당공무원의 잦은 인사이동으로 이 분야에 대한 전문적인 지식이 부족하여 대부분의 자치단체는 중앙의 통일된 지침, 예를 들면, 소비자고발센터의 설치 운영이라든가 하는 강제지침만을 따라 소극적으로 소비자지원행정을 수행하고 있다. 따라서 소비자지원행정의 의의나 필요성을 알리고, 지원행정을 강화하고자 하는 자치단체에게는 구체적으로 어떤 지원활동을 어떤 방식으로 제공해야 하는지를 제시해 줄 수 있는 연구가 활발히 이루어질 필요가 있다.

또 학계의 입장에서 볼 때 최근 소비자문제를 대학에서 전공한 인력의 배출이 급격히 늘어나고 있는데 실제 이들 전공자의 사회에서의 역할은 극히 한정되어 있는 실정이다. 이는 전공자에 대한 사회의 인식이 부족한 때문이기도 하지만 이들이 참여하여 활동해야 하는 관련 사회기관의 역할이나 활동방향과 내용 등에 대한 구체적인 연구가 활발히 이루어지지 않은 때문이라고도 생각된다. 지방행정기관에 의한 소비자지원 서비스의 제공은 소비자문제 전공자들이 적극 참여하여 활동할 수 있는 중요한 분야라고 생각된다.

그러나 지금까지 이와 관련한 연구로는 일본사례의 연구(강성진, 1996), 현황과 문제점 및 활성화 방안연구(강성진·김인숙, 1995, 1997), 광주광역시 사례연구(박만식, 1996) 등 소수의 연구를 들 수 있는데 이들 연구는 지방소비자행정 전반에 대한 연구로, 소비자지원행정에 초점을 두고 일정지역을 대상으로 그 지원활동 내용과 제공방식을 구체적으로 다룬 연구는 아직까지 없는 실정이다.

본 연구는 이와 같은 연구의 필요성에서 부천지역을 대상으로 소비자지원행정현황을 파악하고, 지역 소비자의 요구조사와 최근 지원행정을 새롭게 강화하여 제공하는 자치단체의 사례조사를 토대로 소비

자치원행정의 내용과 제공방식에 대한 방향을 제시하는 연구를 수행하고자 하였다.

지방행정은 지역의 특성에 맞추어 체계와 내용이 구성되어야 하기 때문에 구체적인 연구에서는 연구대상지역을 한정해야 할 필요성이 있기 때문에 연구자의 거주지인 부천시를 대상지역으로 택하였다. 그러나 본 연구의 결과는 연구대상지역에 한하여 그 정책적 방향의 제언을 하는데 그치지 않고, 지역간 어느 정도 여건의 차이는 있지만 거의 비슷한 상황에 있는 우리나라 지방자치단체의 소비자지원행정 활성화 방향에도 일반적인 시사점을 줄 수 있으리라 기대한다.

II. 이론적 배경

1. 소비자지원행정의 의의와 필요성

소비자정책은 소비자문제를 해결하기 위해 정부가 관련 법과 제도를 정비하고 이를 기초로 각종관련규제를 강구하는 일련의 과정으로 소비자문제를 해결하기 위한 정부의 공식화된 행동지침이다. 이러한 소비자정책은 크게 규제행정과 지원행정으로 나눌 수 있다(이기춘, 1977).

소비자문제의 발생은 정보, 기술조작, 조직력과 시장지배력, 부담전가 면 등에서 사업자와 소비자간의 비대칭성이 발생하면서 비롯되었다고 볼 수 있다(宮澤健一, 1979; 권오승, 1990:24-26에서 재인용). 즉, 사업자는 강해지고 소비자는 약해지는 방향으로 거래 당사자간의 힘의 균형이 상실되어 대등한 거래주체간의 상호이익을 위한 자주적 경제활동이라는 시장경제의 기본 원리가 깨져 소비자문제가 발생한 것이라 볼 때, 힘이 강해진 사업자의 경우는 각종 규제를 통해 지나친 시장지배력 등을 약화시키고, 약해진 소비자는 각종 지원을 통해 힘을 북돋움으로써 양자의 힘의 균형을 꾀한다는 점에서 사업자규제행정과 소비자지원행정이 소비자정책의 두 축을 이룬다고 볼 수 있다.

이 두방향의 소비자정책 중에서 기존에 중심을 이루어 왔던 사업자규제정보보다는 소비자지원행정의

강화가 앞으로 더 필요한데 그 이유는 다음과 같다.

첫째, 소비자정책의 기본적인 시각전환이 필요하다는 입장에서이다. 시장개방으로 세계의 다양한 제품과 서비스가 국내에 진출하게 되는 경제환경의 변화는 사업자와 소비자 모두에게 변화를 가져왔다. 소비자는 상품 선택범위가 넓어지고, 더 많은 정보에 노출되어 있는 한편, 더 정확한 정보의 필요성이 증가하고, 상품비교와 의사결정이 더 어려워졌다. 사업자는 국내소비자를 대상으로 유지되던 독점적 지위가 무너지고, 외국상품과의 경쟁속에서 소비자의 선택을 받은 것만이 살아 남게 되었다. 즉 소비자의 선택, 소비자만족이 상품생산과 기업경영에 가장 중요한 요인이 되었다. 까다로운 국내소비자에게 길들여진 좋은 품질의 제품만이 세계시장에서도 선택받을 수 있게 된 것이다.

이 같은 변화를 한마디로 요약하면 경제가 더욱 시장경제의 경쟁원리가 적용된다는 것이다. 따라서 정부의 정책도 시장기능의 활성화를 기본 방침으로 하고 규제행정의 완화를 위한 갖가지 노력을 하고 있다. 그러나 시장경제 기능의 활성화를 위해서는 먼저 기업의 활동에 대한 정부의 규제와 간섭을 최소화하는 것도 필요하지만, 시장기능이 기본적으로 기업과 소비자라는 두 경제주체에 의해 이루어지는 것인 만큼 소비자의 합리적인 선택을 전제로 이루어져야 하기 때문에 소비자 지원활동이 사업자 규제완화와 함께 병행되어 이루어져야 한다. 왜냐하면 소비자의 합리적인 선택은 상품의 가격과 품질에 대한 정보를 활용할 수 있는 능력과 여건이 갖추어져야 하고, 이는 현대와 같은 시장상황에 대처할 수 있는 소비자능력을 키우기 위한 교육과 정보제공, 상담 등의 지원활동이 뒷받침되어야 함을 의미하기 때문이다.

즉, 소비자정책이 과거의 경제적 약자 보호라는 소극적 시각이 아니라, 시장경제활성화를 위한 자유경쟁적 시장 조성을 위한 정책의 일환이라는 시각에서 수립, 집행되도록 변화되어야 한다는 점에서도 소비자의 합리적 선택을 돕는 소비자지원활동의 강화가 필요하다.

둘째, 중앙정부의 권한을 지방정부로 이양하고 지

방자치제를 활성화한다는 입장에서도 소비자지원서비스의 강화가 이루어져야 한다. 사업자규제행정이 그 성격상 중앙정부에서 통일된 규제안과 방침을 만들고 이를 각급 지방행정에서 구체적으로 시행해나가는 입장이라면, 소비자지원행정은 중앙에서의 통일된 지원안이나 방침을 정하여 시행한다기 보다는 각 지역마다의 사정과 주민의 요구를 고려한 다양한 지원활동이 가능하며 또 그래야만 하기 때문에 외국의 경우도 소비자지원활동이 지방행정기관에서 다양한 형태로 활발히 이루어지고 있다. 예를 들면, 행정기관내 공무원이 소비자상담을 직접 접수 처리하여 소비자 지원을 하는 미국이나 '소비생활센터'라는 공공기관을 별도로 설립하여 체계적으로 소비자지원서비스를 제공하는 일본, 250개 지방자치단체에서 소비자상담센터를 운영하는 스웨덴 등 지방자치단체의 소비자행정조직들이 소비자지원서비스를 제공하는 것을 주요업무로 하고 있다(강성진·김인숙, 1997).

셋째, 과거 우리나라 소비자정책은 규제, 즉 사업자 규제정책이 중심을 이루어 왔는데, 이 때문에 아직도 담당공무원이나 사업자에게 소비자행정의 강화는 사업자규제강화인 것으로 인식되어 소비자행정이 강화되면 기업이 더 활동하기 어려운 여건이 되며 사업자에게 부담이 되는 것으로 받아 들여, 경기가 침체되고 경제성장률이 저하되는 상황에서는 소비자정책을 강화시키기 어렵게 된다(이기춘외, 1997). 또 사업자규제정책은 현재의 행정부서 편제로는 산업중심으로 편제된 각 부서에서 담당하게 되는데 각 부서의 중심적 기능이 산업의 보호와 육성에 있기 때문에 소비자보호를 위한 규제행정이 실제 실효성있게 수행되리라고는 기대될 수 없다. 따라서 사업자의 부담으로 인식되거나 규제의 실효성이 낮은 사업자규제의 소비자행정보다는 소비자에게 정보나 교육, 상담을 제공하는 소비자지원행정을 강화함으로써 소비자 스스로 합리적인 선택과 대처를 통해 소비자문제를 예방하거나 해결해 나갈 수 있도록 하는 편이 바람직하다.

이와 같이 소비자지원행정은 시장거래에서 소비자와 사업자의 힘의 균형을 꾀하며, 시장기능의 활성화나 지방정부기능의 강화, 사업자부담의 감소나 소

비자정책에 대한 인식과 방향의 전환이라는 점에서 볼 때 소비자정책의 방향을 특히 지방행정에서는 소비자지원행정을 강화하는 것이 필요하다.

2. 소비자지원행정의 내용과 현황

소비자정책을 크게 규제행정과 지원행정으로 나눌 때 소비자규제행정이란 위해방지, 계량 및 규격의 적정화, 표시광고의 적정화, 거래의 적정화 등을 위한 기준의 제정이나 위반사항에 대한 권력적 혹은 비권력적 대응을 의미하며, 지원행정의 내용은 소비자교육, 정보제공, 상품비교검사의 실시, 소비자상담 및 피해처리, 심의회의 설치, 소비자소송지원, 소비자조사 등이 포함될 수 있다(신원득·박인섭, 1991; 한국소비자보호원, 1996).

소비자지원행정의 각각의 내용을 좀 더 자세히 보면, 소비자정보제공은 정보의 생산, 가공 전달의 과정을 통해 이루어지게 된다. 정보생산을 위해서는 상품비교검사의 실시나 가격조사, 소비자조사 등이 지속적으로 이루어져야 하고 이 결과를 소비자가 이용할 수 있는 형태로 가공하여 각종 팜플렛, 소식지 등의 인쇄물로 제작하거나 방송매체 등을 통해 전달하고, 또 소비자가 상담 등을 통해 직접 특정 소비생활정보를 원할 때는 원하는 내용을 적절히 제공하는 활동이 포함된다. 소비자교육은 보통 지역주민을 위한 강좌의 개설이나 학교 소비자교육에의 참여 형태로 이루어지는데 대상자와 강사, 교육방법 등의 선정이 중요하다. 소비자피해구제는 사업자와의 일차적인 합의를 주선하고 합의가 안될 경우 중재나 조정 등의 역할을 하고 나아가 소송을 할 경우 소송의 지원이 이루어질 수 있다. 또 피해원인의 구명을 위해 상품시험 검사가 이루어질 수 있다.

소비자 지원행정의 내용은 소비자문제나 피해를 중심으로 볼 때 크게 사전적으로 예방하기 위해 취해지는 사전적 행정서비스와 일단 발생했을 때 그것을 해결하고 구제하기 위해 취해지는 사후적 행정서비스로 구분 할 수도 있다. 전자의 대표적인 예는 소비자교육, 정보제공 등이고 소비자피해구제는 후자의 예이다(강성진·김인숙, 1997).

또 다른 관점에서는 소비자지원정책을 크게 소비자상담과 교육으로 구분하고, 상담에 정보제공과 피해구제를 포함시키기도 한다(이기춘외, 1997: 표 2참조). 이는 개별소비자로 볼 때는 소비자상담을 통해 정보를 제공 받기도 하고 피해구제에 대한 도움도 받기 때문에 타당하나, 정책수립의 면에서는 소비자정보의 제공을 위해서는 정보의 생산 또는 가공, 전달 등의 기능이 수행되어야 하는 다양한 활동이 이루어져야 하고 피해구제도 소비자상담을 통한 접수 이외에 이를 해결하기 위해 소비자분쟁조정위원회나 소송지원 등이 이루어져야 할 경우도 있으므로 소비자 피해구제와 정보제공을 분리하여 내용을 계획하고 일반소비자에게의 서비스전달 방법이나 기능은 소비자상담의 창구를 통해 전달한다고 보는 것이 좋겠다.

이러한 소비자지원행정은 각각이 독립적으로 이루어지기 보다는 서로 내용적으로 연결되고 그 기능이 보완될 때 그 효과가 높아질 수 있다. 즉, 예를 들면 소비자피해구제의 최근 사례를 기초로 소비자교육이 이루어질 때 피해발생을 줄이고, 기본적인 소비자교육이 이루어진 소비자에게 필요한 정보를 구매시점에 제공하여 정보의 이용율을 높이고 합리적인 선택이 이루어지도록 하는 것이다.

우리나라 소비자지원서비스는 행정기관이 직접 서비스를 제공하기보다는 중앙의 경우는 한국소비자보호원과 민간소비자단체가, 지방에서는 지역마다 차이가 있으나 대개 지역내의 민간소비자단체가 행정기관의 보조금을 받고 위임 수행하고 있는 실정이다. 그러나 우리나라 민간소비자단체는 그 수나 분포 지역 면에서 한정되어 있고, 민간소비자단체에 대한 정부의 재정지원이 중앙의 경우 소비자보호단체협의회를 통해 일괄적으로 이루어지고 있고 중앙의 지원을 받기 위해서는 이 협의회에 소속되어 있어야 하는데 협의회의 소속이 어려워" 새로운 민간단체가 중앙의 재정지원을 받기는 사실상 어렵게 되어 있

다. 따라서 지방의 신설 민간단체의 경우는 지방재정의 지원만을 받아 운영해야 하는데 민간소비자단체에 대한 지방자치단체의 보조금은 미약하기 때문에" 활동재원을 행정보조금에 크게 의지하는 민간소비자단체로서는 활동이 자연 위축되는 실정이다. 이와 같이 민간소비자단체의 지방활동이 제한되어 있는데다 한국소비자보호원이 아직까지 서울에만 있어 특히 지방소비자의 경우 지원서비스의 혜택이 부족하다.

3. 소비자지원서비스의 제공방식

소비자지원서비스 특히 소비자불만처리 서비스의 제공 방식은 미국처럼 행정당국의 공무원들이 직접 수행하는 직접공급형, 민간조직체에서 수행하고 정부가 이에 보조금을 지원하는 독일과 같은 민간위탁공급형, 그리고 이 두 방식의 혼합형태로 일본의 '소비생활센터'와 같이 설립과 운영은 행정당국이 직접 맡아 수행하되 서비스의 실제 산출은 민간전문인을 채용하여 활용하는 공공기관 공급형이 있다. 이 세 가지 모형의 성과와 문제점에 대한 실증적 비교연구는 없지만, 일본의 소비생활센터의 설치가 지속적으로 증가하는 점이나 불만상담건수나 상품테스트, 소비자강습회 등의 실적면에서 볼 때 소비생활센터의 성과가 좋은 것으로 보고 있다(강성진, 1996; 강성진·김인숙, 1997).

한편, 강성진은 일본의 소비자행정체계가 우리나라의 앞으로의 모델이 되는 것은 바람직하지 않다고 하였다. 그 이유로는 일본의 체계가 전체 경제정책이 생산자 중심이었던 1960년대에 만들어져 시장경쟁의 강화나 소비자보호규제와 같이 국가 차원에서 수행해야 할 소비자정책은 미약한 대신에 소비자지원서비스 중에서도 소비자불만처리와 같은 소극적 분야에 소비자정책의 비중이 두어졌기 때문이며, 이는 세계화, 정보화로 소비자(선택의 폭이 커지고, 소

1) 새로운 민간소비자단체는 2년 이상의 운영실적이 있어야 하고, 기존 회원단체 둘이상의 추천을 받아 회원단체의 전원 합의의 받을 때만 협의회 소속이 가능하다.

2) 자세한 보조금 지급내역은 최선경(1993)의 연구를 참조바람

비자정보관리분야의 중요성이 커지며 수입공산품과 식품의 안전성 문제가 대두되며 소비자신용거래가 국제화 되는 등의) 환경이 변화하는 상황에서는 국가차원의 적극 대응이 필요하기 때문에 지역에서 주민들의 소비자불만을 해소하는 차원의 소극적인 전략은 맞지 않는다고 주장하고 있다(강성진, 1996). 이러한 견해는 주로 일본의 각 자치단체에 소비자행정을 총괄하는 부서가 있어도 실제 소비자규제행정은 생산자 중심의 각 관련부서에 나누어져서 행해지고 지원행정은 소비생활센터에서 수행하여 전담부서의 역할이 미약한 형태만을 외양적으로 모방하여 국내의 지방자치단체에서도 소비자보호계나 소비자보호과 등으로 명칭만 변경하여 전담과를 설치하는 형태로는 지원서비스를 제공할 소비생활센터조차 갖추지 못하고 전문인력이 없어 실효성이 없다는 지적으로 보인다.

그러나 일본의 소비생활센터 역할을 소비자불만의 해소라는 미약한 역할이라고 보는 점은 이러한 지원기관의 역할을 앞으로 어느 분야에 초점을 두는가에 따라 달라질 것으로 판단된다. 즉, 종래의 불만처리, 또는 피해고발 중심의 운영보다는 정보제공, 교육 중심으로 운영해 나갈으로써 경제환경의 변화에 대처가 가능하다. 정보제공의 경우도 예를 들면 지역중심의 소비자정보데이터베이스를 구축하여 방문자에게는 이를 상시 이용할 수 있도록 개방한다든가 아니면 유료화하여 전화정보를 제공한다든가 접수된 소비자피해내용을 지역 학교교육이나 사회교육에 반영하여 피해를 예방한다든가 하는 활동이 가능하므로 일본 모델의 도입을 반대하기보다는 그 운영면에서 적절히 조정할 수도 있다.

소비자지원서비스의 강화 방안으로 독립적인 기관을 설치하고 전문인력을 충원하여 이를 담당하도록 하는 편이 바람직하고, 이렇게 하면 잦은 인사이동으로 인한 업무담당자의 전문성 결여를 막을 수 있는 점에서 유리하다(이기춘외, 1997). 지방소비자행정에 대한 정책적 대안을 제시한 연구(한국소비자보호원, 1996)에서는 소비자행정체계가 독립적인 조직이나 기구를 갖추지 않은 현실적인 여건을 고려하여 일정분야 지원서비스는 행정조직내에서 직접소화하

는 동시에 나머지 분야의 지원서비스는 공공기관, 또는 소비자단체와의 지원협력체제를 갖도록 하는 방식을 갖는 것을 제안하고 있다. 즉 현재 지방자치단체에 설치되어 있는 '소비자고발센터' 혹은 '소비자보호센터'를 '소비자상담실'로 명칭을 변경하고 행정조직내 별도의 공간을 확보하며, 소비자상담전문요원을 충원하여 기능을 정비 보강하도록 하는 안이다.

소비자지원서비스의 제공은 전문성을 필요로 하기 때문에 제공담당자의 인력을 어떻게 구성하는가가 중요하다. 기존의 소비자업무 담당공무원의 전문성 결여는 관련논문에서 공통적으로 지적되어 온 바(이기춘외, 1997; 박안식, 1996; 강성진·김민숙, 1997), 소비자상담 등의 서비스제공자의 인적 구성 방식은 중요하다. 소비자상담전문요원의 인력채용방식에는 기존공무원과 별정직 공무원, 한국소비자보호원직원 파견, 자원봉사자 활용 등의 방식을 고려할 수 있다(한국소비자보호원, 1996). 이들 방안의 장단점을 비교해 볼 때 장기적으로는 전문인력을 별정직 공무원으로 채용하는 방법이 전문성을 확보하면서 안정된 소비자지원서비스를 제공을 하는데 가장 유리하다고 판단되나 단기적으로는 예산부담이 될 수 있으므로 지방자치단체의 재정이나 자원봉사 인력 등의 여건에 따라 달라질 수 있다고 본다.

이상 소비자지원행정의 필요성과 내용 및 현황, 제공방식 등에 대해 고찰하였다. 지방행정의 구체적인 지원서비스 제공내용과 방식의 결정은 해당지역을 토대로 이루어져야 한다는 점에서 이상의 고찰을 토대로 부천지역의 소비자지원행정 활성화 방안을 연구하고자 한다.

III. 연구방법

부천시의 소비자지원행정현황과 요구를 파악하기 위해 먼저 소비자를 대상으로 설문지를 이용하여 소비자지원에 대한 요구를 조사하고, 부천시의 소비자행정 담당공무원, 민간단체 소비자문제 담당자와의 면담, 관련자료수집 등을 통해 소비자지원 현황을 조사하였다. 이러한 조사를 토대로 활성화 방안을 모색하기 위해서 현재 국내에서 소비자행정이 활성화

되고 있는 지역으로 판단되는 두 지역을 면접을 통해 사례를 조사하고 이를 종합하여 부천시의 소비자 지원행정 활성화 방안을 모색 제안하였다.

1. 부천시 소비자요구 조사

소비자 요구는 부천시 주부를 대상으로 설문조사를 통해 자료를 수집하였다³⁾. 1997년 3월에 예비조사를 실시하여 설문지를 수정, 보완 한 후 본조사를 5월에 실시하였다. 조사대상자는 지역을 고려한 층화표집방법을 이용하여, 부천시의 3개 구에 대하여 한 구당 5개 동씩을 표집하여 설문지를 배부하였다. 조사는 주부에게 조사원이 직접 설문지를 나누어 주고 이에 응답하게 한 후 다시 회수하는 방식으로 이루어졌다. 총 450부의 설문지를 배부하여 이 중 447부가 회수되었고 부실기재된 설문지를 제외하고 423부를 분석하였다. 조사결과는 빈도와 평균과 표준편차, 백분율 등 기술통계방법을 이용하여 분석 제시되었다.

2. 부천시 소비자 지원행정 현황파악

부천시의 소비자지원행정 현황을 파악하기 위해서 먼저 전화로 소비자행정 담당자를 확인하고, 1997년 2월과 1998년 3월 두차례에 걸쳐 직접 면담을 통해 소비자행정 전반에 관한 현황을 파악하였다. 그 밖에 부천시 행정 일반에 관한 현황파악을 위해서 몇 차례의 시청방문을 통하여 민원실, 예산실, 기획실 등의 관련공무원과 면담하거나 참고자료를 수집하였다. 지원행정 서비스를 위탁수행하고 있는 한국부인회와 YMCA 부천시부도 방문 면접하고 자료를 수

집하였다.

3. 소비자지원행정 활성화 지역 사례조사

지방행정기관 중 소비자행정이 활성화되어 있는 곳으로 서울시의 송파구청과 대전시의 중구청을 선택하여⁴⁾ 98년 2월 중에 각각 방문 면접 조사하였다. 송파구청의 소비자행정과 송파신문고 운영 담당공무원을 각각 면접하였고, 대전광역시청과 중구청의 소비자행정 담당공무원을 면접하여 각 자치단체의 소비자지원행정현황을 주요 특성을 중심으로 파악하였다.

IV. 연구결과

1. 부천시 소비자요구 조사

1) 조사대상자의 일반적 특성

조사대상 주부의 일반적 특성은 <표 1>과 같다. 구별 분포를 보면 소사구가 37.1%, 원미구가 45.2%, 오정구가 17.7%였고, 연령별로는 20대가 21.5%, 30대가 45.9%, 40대가 27.2%, 50대 이상은 5.4%로 20-40대 주부가 대부분이었다. 가족수는 4인 가족(50.4%)이 반정도를 차지하고, 그 다음 3인 가족(24.1%), 5인 가족이상(17.2%) 순이었다. 전업주부가 56.5%를 차지하여 절반을 넘었으며, 시간제 취업주부가 12.8%, 전일제 취업주부가 30.7%였다. 학력은 고등학교 졸업이 53.7%로 가장 많았고, 대학 졸업이상이 20.8%, 전문대 졸업이 16.8%였다. 월평균 소득은 100-190만원과 200-290만원이 각각 33.2%, 33.1%로 비슷한 비율로 높았다⁵⁾.

3) 소비자요구조사는 부천지역 소비자를 위한 정보제공 프로그램과 교육 프로그램 개발을 위해 상세한 정보요구조사와 금융분야의 교육요구조사가 병행수행되었다. 이들 조사는 소비자 지원행정 프로그램의 각 내용을 구체적으로 실시할 때 이용할 수 있는 것으로, 각각의 자세한 내용은 정영금(1998), 김경자(1998)의 연구에 보고되었다. 본 연구에서의 요구조사는 전반적인 소비자지원행정에 대한 요구를 파악하는데 도움이 되는 조사결과만을 분석하였다.

4) 조사결과에서 보듯이 서울시 송파구는 송파신문고의 운영으로 소비자상담처리건수가 서울시 타구청에 비해 두드러지게 많아 면접과정에서 타구청 공무원들이 소비자행정이 활성화되고 있는 것으로 인식하고 있었으며, 대전광역시에서는 전국에서 가장 먼저 소비자보호조례를 제정하였고 특히 중구는 구예산을 지원하여 민간소비자단체를 독립적으로 지원 운영하여 소비자지원서비스를 제공하고 있는 점 등에서 소비자행정이 적극적으로 수행되는 것으로 판단되었다.

〈표 1〉 조사대상자의 일반적 특성

N=423

항 목	범 주	%	항 목	범 주	%
거주지역	소사구	37.1	취업여부	전업주부	56.5
	원미구	45.2		시간제 취업	12.8
	오정구	17.7		전일제 취업	30.7
	계	100.0		계	100.0
연 령	20대	21.5	교육수준*	중졸이하	8.8
	30대	45.9		고 졸	53.7
	40대	27.2		전문대졸	16.8
	50대이상	5.4		대졸이상	20.8
	계	100.0		계	100.1**
가 족 수	2명 이하	8.3	월평균소득***	90만원이하	5.0
	3명	24.1		100-190만원	33.2
	4명	50.4		200-290만원	33.1
	5명 이상	17.2		300-390만원	19.9
				400만원이상	8.8
		100.0		계	100.0

* 교육수준의 각 범주는 중퇴를 포함

** 반올림으로 인하여 100.0이 되지 않음

*** 월평균소득은 무응답자가 있어 N=421임

2) 소비자지원서비스에 대한 소비자요구

먼저 〈표 2〉에서 소비생활에서 겪는 어려움에 대한 조사 결과를 보면, 부천시 주부들은 필요한 돈이 부족한 것에 대한 어려움 다음으로는 소비자 피해를 당했을 때가 가장 대처하기가 어렵다고 느끼고 있었다.

또, 부천시의 소비생활환경에 대해 부천시 거주 주부는 〈표 3〉에서 보는 바와 같이 다른 지역보다 백화점이나 시장에 다양한 상품들이 잘 갖추어져 있다는 데에는 가장 높은 점수를 나타내는 반면, 소비자 피해가 발생하였을 때 해결을 도와주는 공공기관이 많다는데는 가장 낮은 점수를 보여, 부천시의 소비생활환경은 유통이 발달되어 다양한 상품구매는 가

〈표 2〉 소비생활에서 겪는 어려움

내 용	평균*
(1) 필요한 돈의 부족으로 인한 어려움	2.82
(2) 소득 관리에 대한 어려움	2.34
(3) 여유돈 관리에 대한 어려움	2.05
(4) 상품 선택에 대한 어려움	2.37
(5) 소비자 피해 대처에 대한 어려움	2.63
(6) 쓰레기나 재활용품 처리에 대한 어려움	2.51
총 평 균	2.46

5) 이러한 조사대상자의 일반적 특성은 이와 대응되는 부천시 자료가 없어 모집단과의 특성비교는 어려웠고, 단 인구구성 면에서 20-30대 연령의 인구가 부천시의 78.2%를 차지하는 젊은 도시라는 점에서 본 연구의 조사대상 주부가 20-40대로 대부분으로 구성된 점은 타당성이 있다고 본다.

능하나 피해발생시 해결을 위해 공공기관을 이용하는 것이 쉽지 않다고 느끼고 있다. 따라서 <표 2>의 소비생활에서 겪는 어려움과 함께 부천시 거주 주부는 소득의 부족문제를 제외하면, 소비생활에서 소비자 피해발생에 대한 대처가 가장 어렵고, 이를 도와줄 공공기관이 부족하다고 느끼므로 소비자 피해구제를 위한 공공기관의 지원이 필요하다.

<표 3> 다른 지역과 비교한 부천시의 소비생활환경

	평균*
(1) 백화점이나 시장에 다양한 상품이 있다.	3.04
(2) 소비 생활에 대한 정보를 쉽게 얻을 수 있다.	2.50
(3) 물건 값이 비교적 싸다.	2.26
(4) 상거래 질서가 잘 지켜져 소비자 문제가 적게 발생한다.	2.26
(5) 소비자 피해 발생시 해결을 도와 주는 공공 기관이 많다.	1.95
(6) 행정기관의 서비스가 좋다.	2.12
총 평 균	2.35

* 평균은 1-4까지의 값을 가지며 점수가 높을수록 각 문항에 대한 동의정도가 높은 것을 의미한다.

정보제공에 대한 요구는 <표 3>에서 부천시 주부는 소비생활에 필요한 정보를 쉽게 얻을 수 있다는 데에 다른 문항보다는 비교적 높은 평균점수를 보여 다른 영역보다는 어려움이 상대적으로 적은 것으로 보이나, 실제 구체적인 획득이 용이한 정도를 정보내용별로 보면 <표 4>에서 상품의 선택기준과 소비자불만 대처방법에 대한 정보획득에서 가장 어려움을 겪고 있었다. 그러므로 정보제공은 광범위한 영역 중에서 어느 영역의 요구도가 가장 높은지를 고려하여 이에 대한 자료 추적과 제공계획이 점차 확대되어야 할 것이다. 소비자정보가 제공될 경우 이용 의도를 조사한 결과, <표 4>와 같은 소비생활정보를 종합하여 일정한 곳에서 제공한다면 거의 대부분의 주부가(응답자의 96.0%) 한달에 2번 정도(평균 1.95, 표준편차 0.20) 이용할 것이라고 응답하고 있다.

<표 4> 정보내용별 획득이 용이한 정도

정보 내용	평균*
(1) 어떤 종류의 상품들이 시장에 있는가	2.46
(2) 사고자 하는 상품이 어느 회사 제품이 가장 좋은가	2.29
(3) 사고자 하는 상품을 어느 상점에 가면 더 싸게 사는가	2.42
(4) 비싸고 복잡한 제품을 살 때 어떤 기준으로 판단해야 하는가	2.03
(5) 상품을 어떻게 사용·관리해야 하는가	2.52
(6) 소비자 불만 발생시 어떻게 대처해야 하는가	2.04
(7) 가게 재정을 위한 장기적인 설계는 어떻게 해야 하는가	2.28
(8) 여유돈을 어떻게 저축·투자해야 좋을가	2.40
총 평 균	2.30

* 평균점수가 낮을수록 정보획득이 어려운 것을 나타내고 있다.

소비생활에 대한 교육의 필요성을 <표 5>에서 보면 전체평균이 3.39로서 소비생활 각 영역에 대한 강의의 필요성을 높게 느끼고 있으며(정말 필요하다 4점, 약간 필요하다 3점, 거의 필요없다 2점, 전혀 필요없다 1점을 부여하여 평균 산출), 특히 소비자피해나 불만에 대한 대처방법, 즉 소비자를 보호하는 법률이나 피해보상규정 등에 관한 교육의 필요성을 가장 크게 느끼고 있었다. 그 밖의 교육영역에 대한 필요도 골고루 높게 느끼고 있었다.

소비자지원서비스를 제공하는 기관에 대한 선호조사 결과를 <표 6>에서 보면, 지원서비스 종류별로 선호하는 기관에 차이를 보이고 있는데, 정보제공이나 피해구제상담에서는 한국소비자보호원을 가장 이용이 쉽거나 적합한 기관이라고 느끼고 있었으며, 그 다음으로 민간소비자단체를 꼽고 있었다. 각 기관을 더 선호하는 이유에 대해서는 널리 알려져 있다, 믿을 수 있다, 심리적 부담이 적다, 위치가 가깝다의 순으로 응답비율이 높았다(<표 7> 참조). 소비생활에 도움이 되는 강의를 제공하는 기관으로 바람직한 곳

〈표 5〉 강의 주제별 소비생활 교육의 필요성

강의주제	평균
(1) 소비윤리나 가치관	3.44
(2) 가계재무설계, 노후설계 등	3.49
(3) 채테크, 재산관리	3.38
(4) 소비자를 보호하는 법률이나 피해보상규정 등	3.58
(5) 기업의 판매기법이나 광고전략	3.02
(6) 상품을 올바르게 선택하고 사용·관리하는 방법	3.46
총 평균	3.39

〈표 7〉 소비자지원서비스 제공기관에 대한 선호이유

선호하는 이유	빈도(%)
널리 알려져 있다	196(38.2)
믿을 수 있다	133(25.9)
심리적 부담이 적다	99(19.3)
위치가 가깝다	58(11.3)
친절하다	19(3.7)
기타	8(1.6)
계*	513(100.0)

* 복수응답으로 사례수는 응답자수 N=423과 일치하지 않음

〈표 6〉 소비자지원서비스 제공기관에 대한 선호

기관명	빈도(%)			
	지원서비스	정보제공상담	피해구제상담	교육(강의제공)
시청 또는 구청	79(17.4)	73 (17.3)	167(33.7)	
민간소비자단체	136(29.9)	101(23.9)	128(25.9)	
한국소비자보호원	201(44.3)	206(48.7)	123(24.8)	
대학교부설 소비자상담실	35(7.7)	18(4.3)	69(13.9)	
경찰서 등 기타	3(0.7)	7(1.9)	8(1.6)	
계*	454(100.0)	406(100.0)	495(99.9**)	

* 복수응답이나 무응답으로 각 사례수는 응답자수 N=423과 일치하지 않음

** 반올림으로 인하여 100.0이 되지 않음

은 시청이나 구청 등 행정기관이라고 답한 주부가 가장 많고 민간소비자단체, 한국소비자보호원, 대학교 부설 소비자상담실의 순이었다. 이는 피해구제나 정보제공상담의 기관으로 한국소비자보호원과 민간 소비자단체를 더 선호한 결과와 비교할 때 차이가 있다. 시청이나 구청에서는 부설 강당 등에서 다양한 주부대상 강좌를 개설해 오고 있고, 다른기관보다 거주지역과 거리가 근접하여 이용이 더 쉽기 때문이라고 생각한다. 이것은 소비자상담은 주로 전화 접촉을 통해 이루어지며, 강의와 같은 소비자교육은 해당장소에 직접 참가를 해야하는 특성도 반영하고 있는 것으로 보인다. 이러한 소비자지원서비스에 대

한 제공기관의 소비자선호를 소비자관련기관 역할 분담시 고려해야 할 것으로 보인다.

부천시 소비자요구 조사결과와 소비자지원행정 방향에 대한 시사점을 요약하면, 첫째, 〈표 2〉에서 〈표 5〉까지의 결과에서 보듯이 소비자피해에 대처하기가 어렵고 피해 발생시 해결을 도와주는 공공기관이 적다고 느끼며, 소비자뿐만에 대한 대처 방법에 대한 정보획득이 가장 어렵고, 교육도 역시 피해보상규정 등의 내용에 대한 교육 필요성이 가장 높은 결과를 종합해 볼 때 현재의 소비자지원활동이 이러한 피해 구제를 중심으로 하고 있음에도 아직까지 이에 대한 수요를 충분히 충족하지 못하고 있음을 나타내고 있

어 소비자지원서비스의 내용중에서는 소비자불만이나 피해 발생시 이를 도와주고 여기에 대한 정보제공과 교육을 현재보다 강화하면서 이 부문에 가장 힘써야 할 것이다.

둘째, 이용기관의 선호에 대한 응답은 어느 정도 현재의 상황을 반영한 응답이라고 보이지만, 소비자 정보나 피해구제를 위한 상담을 행정기관보다 민간 소비자단체나 한국소비자보호원의 이용을 선호하므로 이러한 소비자요구를 반영한다면 행정기관에서 직접 정보제공이나 피해구제의 상담을 제공하기보다는 선호하는 기관을 통하는 것이 바람직하다. 즉, 현재와 같이 민간소비자단체의 활동을 계속 지원하거나, 한국소비자보호원의 부천 지원설립을 건의하든가 아니면 제 3의 독립 기관을 설립하는 방안을 고려할 수 있다. 그 대신 소비자교육은 전문성을 고려하여 학교나 민간소비자단체, 한국소비자보호원 등에서 프로그램의 내용이나 강사진의 구성은 담당하더라도 시청이나 구청의 사회 교육프로그램을 적극 이용하여 강의 장소로는 행정기관내의 강당 등을 이용하는 방법을 활성화할 필요가 있다.

2. 부천시의 소비자지원행정 현황

부천시⁶⁾의 소비자행정은 본청의 경우 재정경제국의 지역경제과 안에서 유통계 담당 공무원이 함께 관장하고 있다. 유통계는 계장을 포함한 세명의 공무원이 업무를 담당하고 있는데, 이 중 소비자지원 행정 담당자는 업무분장의 내용으로 볼 때 담배소매업, 상품권 발행등록 및 사후관리, 가격표시제 위조상품 지도단속, 부정경쟁방지와 함께 방문 통신 단계 판매, 민간소비자단체 지원육성, 소비자권익신장 소비자고발센터 업무를 맡고 있었으며 이 업무담당기간은 만 2년이였다. 업무에 대한 담당자의 인식을 보면 중요성은 높으나 관련 법률 등 전문성이 필

요하나 실제 업무부담이 과중하여 업무에 필요한 지식습득이 어렵다고 느끼고 있었으며, 교육경험은 1년에 한 번씩 4시간의 한국소비자보호원 제공 교육을 받은 것이 유일한 것이었다.

실제 소비자지원서비스의 산출은 전적으로 부천시 소재의 한국부인회와 YMCA의 지부 두 민간소비자단체에 예산을 지원함으로써 위임하고 있었다. 지원액은 1996년에 1,115만7천원, 1997년에 2,362만2천원으로 한국부인회가 소비자보호단체협의회를 탈퇴하면서 중앙의 소비자단체지원금을 배분받지 못하는 데 따른 배려로 1997년에 전년보다 크게 증액하긴 하였으나 단체의 자체부담금을 포함하여도 예산부족으로 소비자지원활동은 새로운 활동의 기획 등은 업무를 못내고 있었다.

시청내 소비자고발센터의 운영도 시청의 민원실내에 한국부인회 부천시지부의 상담원이 파견나와 소비자상담을 처리함으로써 대신하고 있었다. 그 이유는 담당공무원이 직접 소비자상담을 받아 처리하기에 전문성이 부족하고 또 상담전화를 받는 것이 업무처리에 지장을 초래하는 점을 해결하기 위해서라 한다. 민원실에 파견근무하고 있는 소비자상담원은 고졸학력으로 한국부인회 부천시 지부에서 약 3년간 소비자상담원으로 활동하다가 97년 5월부터 시청에서 상담을 하고 있었는데 월 60만원의 보수를 한국부인회로부터 받고 있었다. 업무에 대한 교육은 업무시작 초기에 소비자보호단체협의회에서 실시하는 2박 3일간의 실무교육과 년 1회 4시간의 한국소비자보호원제공 교육을 받았다. 따라서 업무능력은 대부분 실무를 해나가면서 터득한 것이었다. 상담건수는 1일 평균 7-8건이며, 한국부인회의 상담건수와 통합하여 집계처리되고 있었다. 두 단체를 통한 소비자고발접수처리 건수는 1996년에는 8,598건, 1997년에는 8,077건이었다.

부천시의 소비자지원행정 현황의 주요한 특성을

6) 부천시는 97년 1월 현재 총 인구 약 80만명(정확히는 793,357명)의 대도시로 원미구, 오정구, 소사구의 3개구로 이루어져 있다. 시공무원들은 총 2,296명이며 별정직은 75명으로 구성되어 있다. 또 직속기관과 사업소를 보면 직속기관으로 구별 보건소와 농촌지도소가 있고, 시립도서관, 상수도 사업소, 공영개발 사업소, 청소사업소, 환경사업소, 차량등록사업소, 공원관리사업소, 시민회관과 노동복지회관 등의 13개 사업소가 운영되고 있다.

요약하면 거의 전적으로 두 민간단체에 의존하고 있고 특이한 점은 민간단체의 상담원을 시청 민원실에 파견근무케 하는 것이며 타지역과 달리 구청부문의 소비자지원행정은 예산지원면이나 실제 활동면에서 미미하다는 것이다. 또 이 분야 업무 담당자의 소비자업무에 대한 이해나 전문성이 부족하여 전체 지원행정에 대한 기획과 추진을 기대하기는 극히 어려운 상태였다.

3. 소비자지원행정 활성화지역 사례연구

1) 서울시 송파구청

송파구청은 지역경제과의 유통지도계에서 소비자업무를 담당하고 있었는데 구내의 민간소비자단체가 없어 별도의 소비자행정을 위한 예산편성은 없었다. 이 곳의 특성은 송파신문고내의 소비자보호신고센터 운영이었다. 송파신문고는 일종의 구청부설 직소민원해결창구로 상담센터의 역할을 하여 지역주민에게 각종 민원의 해결은 물론 정보제공을 하게 되는데, 이 곳에서 소비자보호분야도 함께 접수하여 처리한다. 기타 지원행정으로는 송파신문 발간시 소비자정보 내용을 첨가하여 통장이나 직능단체에 제공하는 정도이고 구청단위의 교육프로그램 등의 운영은 없었다. 이러한 조사결과로 보아 송파구청이 소비자행정분야가 활성화된 것으로 인식되는 것은 송파신문고를 통한 소비자보호민원접수처리의 활성화 때문인 것으로 보인다.

또한 98년부터는 소비자피해접수 및 처리를 유통지도계가 속해 있는 지역경제과(공산품 총괄, 농수축산물, 유류, 가스)외에 위생과(식품), 보건소(의약품), 교통지도과(전세버스), 지적과(부동산중개업), 건축과(승강기) 등 행정기관의 해당품목 관련부서에서 소비자 고발사항을 접수처리하도록 소비자고발센터를 설치할 계획으로 있어 기존의 송파신문고를 포함하면 7개 부서가 되고 있다. 이는 서울시가 97년부터 관련부서에서 소비자고발접수를 하도록 창구를

확대한 시책에 부응한 것으로 보이나 접수창구의 다원화는 관련부서의 소비자보호에의 관심을 증가시키는 효과는 있을지 모르나 소비자입장에서 보면 창구가 단일화되는 것이 홍보나 인지에 도움이 되고, 이 창구로 일단 접수된 사항을 담당자가 처리하는 과정에서 관련부서에 협조를 의뢰하는 것이 더 바람직하다고 생각된다.

따라서 송파구청에서 소비자업무 수행방법상의 시사점을 얻을 수 있는 특성은 송파신문고의 운영이라고 판단된다. 송파신문고는 감사실 소속으로 일종의 구청업무에 대한 지역주민의 민원을 접수하는 창구인데 그 특징은 구청담당직원을 통해 걸러지지 않고 구청업무의 최고책임자인 구청장에게 직접 그 내용이 전달될 수 있는 의사소통 창구라는 점이다. 이 곳의 민원내용은 10명의 상담관에 의해 접수처리 보고 되는데 상담관은 주로 각 분야의 은퇴 공무원으로 구성되고 일 3만원의 보수를 지급하고 있었다. 상담관외에 4명의 자원봉사자와 1명의 사무보조자가 업무를 함께 한다⁷⁾.

95년 10월 개설한 송파신문고에서는 96년 6월부터 소비자보호분야 민원도 처리하기 시작하였는데 그 상담내용을 소비자의 불만처리, 피해구제방법이나 절차, 관련기관의 안내, 소비생활에 도움을 줄 수 있는 소비자정보제공으로 하고 있다. 95년, 96년, 97년의 실적을 누적 접수건수(95년 10월 개설이후 97년 12월까지)로 보면, 일반민원이 3,014건이고 소비자보호민원이 293건으로 소비자보호민원이 일반민원의 약 10%정도가 되고 있고, 점차 증가추세에 있다고 한다. 소비자보호 민원분야의 처리현황을 보면 피해구제가 34.8%, 상담정보제공이 64.2%로 상담정보제공의 비중이 높다.

2) 대전광역시 중구청

대전광역시는 소비자행정업무를 경제정책과 소비자보호계에서 담당하고 있었으며 소비자보호계내에는 4명의 담당공무원이 물가관리와 소비자행정을 관

7) 이전에 독립성을 유지하기 위하여 구청사 외무장소를 임대하여 사용하던 것을 출입구만을 달리하여 구청내로 설치하면서 운영예산은 대부분 인건비로 사용되는데 연간 1억 정도가 든다.

장하고 예산은 97년 총예산 8,800만원 중 4,000만원이 민간단체 지원금으로 책정되었었고, 이 중 3,052만원이 집행되었다. 지원금을 받은 민간단체는 5개 단체로 이들 단체의 지원금 사용활동 내용은 총 14건 중 소비자교육이 3건, 가격조사를 포함한 각종 조사가 6건, 정보제공전시회가 2건, 포럼개최 등 기타가 3건이었다. 즉, 대전광역시도 민간단체의 예산지원을 통해 소비자지원을 위한 각종 교육과 정보제공 활동을 간접적으로 하고 있다. 시의 직접적인 주요 소비자지원활동을 보면 A4 8쪽 분량의 소비자소식지를 월 1회 2000부 발간하여 시산하기관, 아파트 동대표, 소비자보호지도위원⁸⁾ 등에게 배포하여 소비자정보제공을 하고 있었고, 사업자와 공무원을 대상으로 한 소비자피해구제에 관한 교육을 97년의 경우 연1회 실시하였고 소비자를 대상으로 한 교육은 민간단체의 활동에만 의존하고 있었다. 소비자상담실을 시청사건물1층 입구에 독립설치하고 전문상담원을 공개채용하여 소비자상담을 받고 있었고⁹⁾ 상담실내의 컴퓨터로 소비텔의 무료이용이 가능하였다. 또 소비자상담과 정보제공을 위해 시의 각 소비자단체에 소비텔 이용만을 위한 전용컴퓨터 구입비로 1,200만원의 예산지원을 책정하고 있었다. 이러한 시의 소비자지원행정활동은 타시도에 비해 비교적 활발하며 이는 기관장의 소비자업무에 대한 높은 관심을 반영한 것이라고 한다.

대전광역시의 중구청은 지역경제과의 경제계에서 소비자행정을 담당하고 있었는데 96년 5월 '소비자보호 시민의 모임'이라는 민간소비자단체의 설립을 돕고 재정지원을 함으로써¹⁰⁾ 지원행정분야 업무를 위임하고 있다. 단체장 1인과 기존 민간소비자단체의 상담경력이 있는 20여명의 자원봉사자들이 전화상담원으로 매일 3명씩 교대 근무하면서 소비자상담을

접수 처리하고 있으며 회계, 사무보조 등을 위해 중구청 직원이 1명 파견근무하고 있다. 전화상담원에게는 1일 일만원의 교통비가 지급되고 있다. 연간 운영비는 약 4,000만원정도가 되며 전액 중구청에서 지원을 받고 있다. 활동내용은 소비자상담, 정보전시회, 불량제품 수거 시험검사 의뢰, 소비자교육, 물가조사 등 소비자지원행정분야의 활동으로 구성되어 있다. 새 민간단체의 설립이전에는 이러한 활동을 주부교실에서 주로 담당하고 있었는데 신설 민간단체를 설립하면서 공신력이 높아져 소비자의 이용율이 현저히 높아졌다 한다. 상담실적을 보면 접수처리건수가 96년 5월 개설이래 96년에는 3,597건, 97년에는 6,260건으로 이를 송파신문고의 95, 96, 97년 3년간의 누적 건수 약 300건과 비교해 볼 때 대단히 많은 상담이 이루어지고 있음을 알 수 있다.

대전 중구청의 소비자지원행정 위임을 위한 민간 소비자단체의 설립과 그 동안의 운영효과로 볼 때 적절한 소비자상담창구가 있을 때는 불만이나 문제 경험에도 상담을 하지 않고 잠재되어 있던 소비자문제가 접수되어 처리됨으로써 주민의 소비생활면의 복지가 향상될 수 있음을 알 수 있다. 또 일반민원과 함께 공동창구를 개설하여 처리하기보다는 일반민원과 달리 소비자문제는 모든 주민이 일상생활에서 누구나 겪을 수 있는 비중이 큰 문제이기 때문에 달리 독립적인 창구를 갖는 것이 바람직하다. 독립창구를 갖되 지방자치단체와 직접 연계될 때 소비자행정담당공무원과의 수시교류와 협력이 이루어져 전체적인 소비자행정의 틀 속에서 체계적인 활동을 할 수 있고 상담접수된 소비자문제의 처리과정에서 필요한 경우 해당 행정부서의 직접적인 지원을 받기가 쉽기 때문에 일반 민간단체의 경우보다 효율적이다. 송파구의 경우는 서울에 한국소비자보호원이나 다

8) 소비자보호 지도위원은 약 300명으로 각 민간단체와 구청 소속의 자원봉사자 등을 대상으로 공식 지정하여 각종 모니터링 활동과 정보제공활동을 통해 소비자보호를 협력할 수 있도록 하고 있다.

9) 시의 직접상담외에도 사업자의 자율구제를 위해 피해보상기구의 설치 및 관리에 대해서도 적극적이어서 사업규모에 따라 전담인원을 고정배치토록 기준을 정하고 있다.

10) 이는 개정된 소비자보호법 시행령에 의해 중앙의 재정원에만 등록이 허용되던 규정으로부터 지방자치단체에 등록하여 업무를 수행할 수 있게 되었고 지자체에서의 행정적 지원과 예산지원이 허용됨에 따라 지방에 본부를 둔 민간소비자단체의 설립이 자유로워지고 지방자치단체의 지원하에 지원서비스 제공협력이 가능하게 된 배경에서 탄생한 것이다.

른 민간소비자단체들이 집중해 있어 송파신문고외에 소비자문제를 상담 처리할 수 있는 통로가 많기도 하기 때문이지만, 송파신문고의 경우 다른 일반민원 상담과 함께 소비자문제를 접수하여 전문화되지 않은데 비해 대전 중구청의 '소비자보호 시민의 모임'은 소비자문제만을 다루는 전문상담창구로 되어 있어 홍보나 활동이 용이하기 때문인 것으로 보인다. 부천시의 경우 현재 민원창구내에 소비자상담을 함께 접수받고 있어 송파구청의 경우와 비슷한 형태인데 대전 중구청의 사례에서 보듯이 독립 상담실을 운영하는 것이 보다 효과적이라 생각된다.

타 구청에서 대전 중구청의 사례를 모델로 삼고자 하는 시도가 있었으나 현재의 예산범위에서는 전문인력을 자원봉사자로서 고용가능할 때 인건비의 부담이 없이 운영이 가능하기 때문에 인력문제가 선결되어야 하기 때문에 어려움을 느낀다고 한다. 대전광역시 중구청의 경우도 중구청장의 소비자행정분야에 대한 관심이 높아 이 분야의 활동에 영향을 미치고 있었다.

이들 두 지역의 사례에서 얻을 수 있는 공통적인 시사점은 행정 최고책임자의 인식과 관심이 이 분야 업무를 활성화하는데 중요한 역할을 한다는 점과, 담당공무원이 지원행정을 직접 산출하기보다는 기획과 활동지원은 담당공무원이 하되 서비스의 제공은 간접적으로 하는 방식을 취하고 있다는 점이다. 그리고 두 지역을 비교해 볼 때 다른 민원서비스 산출과 함께 소비자지원서비스를 묶어 제공하기 보다는 독립적인 기관을 통해 전문화하는 것이 보다 효율적이며, 또 특히 대전 중구청의 예로 볼 때 중앙에 본부를 둔 민간단체의 지부를 통해 행정서비스를 위임하기 보다는 해당지역에서 독자적으로 설립한 경우가 해당행정기관과의 상호 긴밀한 협조 등이 가능해 더 효과적인 활동이 이루어진다는 것이다.

V. 결론: 부천시 소비자지원행정 활성화 방안

1. 행정조직과 인력의 확보 방안

소비자지원행정을 조직적이고 체계적으로 수행할

수 있도록 행정부서의 조직과 전문인력을 확보하여야 한다. 시청과 구청의 행정개편시 축소기능의 부서를 통폐합하고 소비자업무부서는 독립시켜 소비자행정시책을 수립하고 집행을 관장할 수 있도록 하고, 시의 인구현황으로 볼 때 소비자업무를 담당할 전문인력을 본청의 경우 최소한 2명, 구청의 경우 최소한 1명을 별정직으로 충원하는 것이 요구된다. 별정직을 통한 전문인력의 채용은 현재와 같은 잦은 인사이동을 피할 수 있는 점에서 유리하다.

이와 같은 소비자지원행정의 강화를 위한 조직과 인력의 확보는 부천시의 기본적인 조직개편과 정책 설정 방향 측면에서도 타당성을 가진다. 자치단체 조직개편의 기본 이념은 현재의 질서유지 및 규제기능 위주의 행정조직에서 서비스 및 지원기능위주로 개편해야 한다. 최근의 시장환경의 변화에 대응할 수 있도록 소비자의 합리적인 선택과 거래과정의 문제 해결을 도울 수 있는 각종 소비자지원서비스가 강화되는 것은 행정조직의 지원기능 강화와 일치하며 주민복지 증진에 직접적으로 기여할 수 있다. 또 시장경제기능의 활성화와 규제행정의 완화, 지방행정의 강화라는 기본적인 중앙정부정책방향(동아일보, 1997. 12. 22)과도 일치한다.

즉 시민들의 삶의 질과 주민복지 증진에 직결되는 소비자행정분야를 뒷받침할 수 있는 행정체계가 필요하며, 구체적으로 예를 들면, 관내 농지면적과 농가구 비중의 감소에 따라 기능이 쇠퇴하는 농축산행정을 축소 변화시키고, 소비자행정부문의 인력이 강화될 필요가 있다. 소비자업무가 속해 있는 지역경제분야를 개편하여 현재의 유통계안의 소비자업무를 분리하여 소비자계를 신설하여 소비자보호관련업무, 민간소비자보호단체의 육성, 소비자피해고발 접수 및 처리를 담당케 하고, 구청의 시민생활과안에 현재의 민원계외에 소비자생활계를 분리 설치하여 소비자업무를 담당케 하는 것이 바람직하다. 이러한 소비자행정부서를 독립시키고 소비자지원서비스를 강화하는 것은 부천시 전체부서의 조직진단 및 행정체제 쇄신방안에 대한 선행 연구(한국행정연구소, 1996)결과와도 부합된다.

조직과 인력의 확보를 위해서는 먼저 의사결정권

이 있는 고위공무원의 이분야에 대한 관심과 이해의 증진이 필요하다. 앞의 활성화지역 사례연구에서 보듯이 활성화의 기본 요건은 자치행정 최고책임자의 높은 관심이다. 따라서 정책결정자의 관심과 이해를 돕기 위한 활동이 요구된다. 예를 들면 대학에서 이에 대한 세미나를 개최하여 관련공무원을 초청하거나, 연구를 수행하여 자료를 제공하는 등의 지방행정담당자와의 밀접한 교류 등이 도움이 될 것이다.

2. 소비자지원서비스 제공방식

소비자지원서비스의 지원방식은 단기적으로는 현재의 방식을 활용하되, 중장기적으로는 지역에 본부를 둔 소비자문제 전문민간단체의 설립이나 행정기관 부설 소비생활상담소의 설립, 혹은 복합적인 기능의 지역센터 설립 등의 방안을 검토하여 추진하는 것이 바람직하다.

단기적으로 볼 때 지원행정서비스의 제공은 현재의 여건으로는 행정기관 단독으로 해결해 나가기 어렵기 때문에 기존의 민간소비자단체와의 협력체제를 유지하면서 그 동안 비교적 연계가 약했던 학계와의 협력도 강화하면서 이들 민간소비자단체와 학교, 행정기관의 역할을 특화함이 바람직하다. 소비자의 기관에 대한 선호를 반영하여 예를 들면, 정보제공과 피해구제에서 상품별 전문화를 하거나 교육프로그램의 작성과 인력제공은 학교나 민간단체에서 하고 장소의 제공이나 홍보 등은 행정기관에서 수행하는 방식으로의 역할 분담과 협력이 필요하다.

그러나 민간단체에 재정지원을 하고 업무를 위임하는 현재의 서비스 제공형식은 활동내용에 한계가 있기 때문에 중장기적으로는 다른 방식을 고려하는 것이 좋다. 부천시의 민간단체가 소비자운동이외에 복합적인 활동을 하는 단체이며, 중앙에 본부를 두어 여기서 재정지원도 받는 단체이기 때문에 지방행정기관으로서 민간단체의 활동내용에 수동적인 지원만을 하는 현재의 방식으로는 소비자의 단체활동에 대한 지원은 되지만 지도 감독이 어렵고 원하는

활동을 제대로 수행할 수도 없어 지원서비스의 종합적이고 체계적인 발전은 어렵다.

따라서 중장기적으로는 새로운 소비자지원서비스 제공방식을 고려할 수 있다. 그 방안으로는 대전 중구청의 사례처럼 부천시에 등록을 하고 본부를 두는 민간단체의 설립을 지원하여 행정기관과의 밀접한 연계를 가지면서 지역 나름의 독자적인 활동이 가능하도록 하는 방식, 일본의 소비생활센터와 같은 소비생활상담소를 행정기관 부설의 독립적인 공공기관으로 설치 운영하는 방식, 복합기능을 가진 지역센터를 설치하고 여기에서 소비자상담 등의 소비자지원서비스를 제공하는 방식 등을 고려할 수 있다. 복합기능의 지역센터¹¹⁾는 현재의 동사무소에 몇 개의 회의실, 탁아시설, 작은 규모의 도서관, 정보통신 이용시설을 갖추고, 소비자지원서비스를 포함한 민원행정서비스를 제공하며 지역주민의 만남과 교류를 촉진하는 장소이다. 이는 현재의 동사무소 기능과 시설을 개선하여 운영할 수 있기 때문에 실시 방법에 따라 적은 비용으로도 추진이 가능하다.

3. 소비자지원서비스 각 영역별 활성화 방안

첫째, 소비자피해구제는 소비자의 요구조사에서 가장 요구가 높은 영역이므로 가장 먼저 확대되어야 할 영역이다. 형식적으로 운영하고 있는 '소비자고발센터'는 정리하고 단기적으로는 민간단체와 시청 등에만 그 기능을 집중하며(중장기적으로는 앞서 제안한 여러 지원방식 중의 어느 것을 택하느냐에 따라 달라질 수 있다) 홍보를 적극적으로 할 필요가 있다. 접수창구의 명칭도 '소비자상담실'로 바꾸는 것이 좋다. 시민들에게 친밀감을 주고, 또 각 기관의 접수처리 내용을 보면 실제 기능도 피해구제를 통한 구제외에 소비생활에 필요한 각종정보의 제공과 상담의 비중이 크고 증가하는 추세이기 때문이다. 그리고 이들 기관이 공공서비스, 금융과 보험상품, 일반공산품(기계와 자동차, 전자 등) 등의 분야별로 전문화된 서비스를 제공하도록 상담인력과 필요한 자

11) 지역센터의 구상에 대한 자세한 내용은 김문환(1995)의 연구를 참조바람

료 등을 개발하여 발전시키는 것이 이 분야의 제한된 자원으로 전문적인 상담도 제공하면서 해당 관련 제도의 개선도 구체화할 수 있는 효율적 운영방안일 것이다.

둘째, 정보의 생산과 제공확대를 위해서는 초기에는 지역 소비자의 요구조사를 토대로 가장 정보요구 수준이 높은 내용에 대한 정보 데이터 베이스를 개발하여 이를 이용한 정보제공부터 시작하여 점차 확대해 나가야 한다. 소비생활정보는 지역내의 이용가능한 상품에 대한 정보를 기초로 해야 하므로 전국적인 자료보다 지역정보가 유용하다(정영금, 1998). 부천 지역은 인구이동이 많아, 전출입율이 전국제일이며, 부천으로 이사온지 1년이 안되는 사람이 전체의 4분의 1이 넘는 등의 특성을 가지고 있다(김문환, 1995; 한국행정연구소, 1996). 이렇게 거주연한이 짧은다는 특성은 지역주민이 소비생활을 위한 시장정보를 축적하기 어렵게 하며 여러 가지 지방행정서비스에 대한 정보도 부족하게 한다. 따라서 특히 지역시장정보의 체계적이고 지속적인 제공이 이루어져야 할 필요성이 크므로 이 부문에 대한 노력이 이루어져야 한다. 그리고 이러한 정보제공은 앞서의 소비자상담기관의 상담활동과도 연계를 가져야 할 것이다.

지역시장정보 데이터 베이스의 개발에는 지역 학교와의 연계도 가능하고 아니면 양방향 통신망으로 지역 판매점이나 유통점에서 직접 일정기간마다 정보를 입력하여 갱신하도록 하는 것도 고려해 볼 수 있다. 사용 이전에는 상품의 질적 판단이 가장 어려운 서비스 분야에 대한 소비자만족도 조사를 통신망을 이용하여 실시할 수 있는 시스템을 도입하여 지역주민의 분야별 만족도 조사결과를 계속적인 자료로 올릴 수 있으며, 초기에는 자동차 수리, 이사집센터 등 한품목부터 시작하여 점차 확대하는 것이 좋을 것이다. 이러한 정보는 각 기관의 소비자상담실에서 전화상담을 통해 소비자에게 제공할 수도 있고, 컴퓨터를 이용한 정보제공을 확대할 수도 있다. 후자의 경우 구매시점에 손쉽게 이용할 수 있도록 일정규모 이상의 대형유통점, 또는 동사무소 등에 컴퓨터 단말기를 설치하여 제공하는 것이 바람직하다.

일찍이 메인즈 등(1977)도 지방 온라인 컴퓨터의 정보시스템으로 소비자가 지역시장정보를 자유롭게 이용할 수 있는 방안을 제안한 바 있다.

셋째, 소비자교육의 활성화를 위해서는 앞의 소비자조사결과에서 행정기관을 교육장소로 선호하는 요구를 반영하여, 시청과 구청 등에서 실시하는 주부 문화강좌 등에 소비생활관련 교육프로그램을 넣는 방안이 바람직하다. 소비자정보의 특성상 정보를 얻기 이전에는 정보의 가치를 알기 어렵기 때문에 문화센터의 프로그램선택을 소비자의 선호에 의존하기보다는 의도적인 교육내용 삽입이 필요하다. 특히 기존 정보와 서비스기관의 이용방법과 실제 경험 교육 등도 유용할 것이다.

각급학교의 학생을 위해서는 민간단체와 연계한 소비자교육실시가 바람직하다. 민간단체나 장기적으로는 독립된 소비생활상담소등에서 실제적인 현장 체험과 견학의 프로그램 등을 개발하여 원하는 학교에 제공하고 이를 유료화하여 단체 등의 재정확보에도 이용할 수 있다. 예를 들면 초등학교의 경우 지역 소비자지원시스템을 소개하고 이용하는 방법을 체험할 수 있도록 하며, 각 교육대상자 별로 지역의 소비자피해사례 자료를 이용하여 자주 일어나거나 최근 새로이 일어나는 피해 유형 등을 중심으로 소비자교육내용을 구성하여 생생한 교육이 되도록 한다. 초등학교는 열린학교 운영방식이나 책가방 없는 날을 운영하는 교육프로그램도 활용할 수 있다.

넷째, 지원서비스의 제공에 자원봉사자의 활용을 활성화 하여야 한다. 자원봉사자의 참여가 활성화 되면, 지역주민의 행정예의 참여를 통해 여론 수렴과 행정으로부터의 소외를 줄일 수 있는 효과도 거둘 수 있고, 광범위한 지역의 물가나 유통에 관한 정보 수집에 유용하다. 지역특성으로 보아 젊은 고학력 주부가 많으므로 이들의 교육욕구도 높지만 이보다 자원봉사 욕구는 더 높다(이시재, 1995). 이들을 지역센터의 자원봉사자로 연결하여 활동이 가능하도록 하는 노력이 필요하다. 이들 주부 뿐 아니라 각급학교에서 권장하고 있는 자원봉사활동을 협조문 발송 등을 통하여 민간소비자단체로 끌어 들임으로써 중

고등학생, 대학생들을 중심으로 새로운 자원봉사자를 확대하여 지역별 조직과 활동을 유도하는 것이 바람직하다¹²⁾.

자원봉사자들의 활동은 지속적인 교육과 현장활동이 이루어짐으로써 당사자의 소비자교육 효과로도 이어지고 소비자집단별 요구에 적합한 정보제공과 문제예방을 이끌 수 있다. 예를 들면, 자원봉사학생들의 경우 자신의 학교 주변의 상점에 대해서는 자치적으로 가격비교조사와 서비스 만족도를 조사하여 해당학교 학생들에게 제공함으로써 지역 시장환경의 개선과 소비자문제발생을 줄일 수 있다¹³⁾. 이러한 자원봉사자의 활성화를 위해서는 소비자지원서비스 제공기관내에 이들을 조직하고 교육하며 활동을 지도할 수 있는 전담인력과 재정이 뒷받침되도록 따로 배려되어야 한다.

이상의 부천시 소비자지원행정의 활성화 방안이 실현되기 위해서 다음과 같은 중앙정부의 이 분야에 대한 지원이 필요하다.

첫째, 소비자상담은 피해구제를 포함한 보다 폭넓은 개념이다. 가계재정계획과 이에 따른 소비의 계획, 의 식 주 등 각종 상품의 선택과 사용에 대한 정보의 제공 등이 이루어지고 상담과정에서 적시에 필요한 소비자교육이 이루어질 수 있다. 이러한 소비자상담을 전문적으로 담당할 수 있는 인력으로 대학에서 이를 전공하고 한국소비자학회의 소비자상담사 인증을 받아 그 전문적 기본능력을 확보한 인력이 이미 전국에 걸쳐 약 600명정도가 배출되어 있다. 이들을 보다 적극적으로 소비자지원서비스의 제공 등 해당분야에 활용함으로써 이 분야의 업무를 보다 전문화하면서 활성화 할 수 있을 것이다. 사회적으로 이 분야의 전문인력이 필요한 시점에 이들 전문인력

이 현장에 연결될 수 있는 방안을 정부차원에서 마련하는 것이 필요하다.

둘째, 소비자상담기관간의 컴퓨터 온라인망 설치를 통한 정보화 추진이 필요하다. 일본의 PIO-NET과 같은 온라인 정보망을 전국의 민간소비자단체와 지방자치단체의 소비자업무 담당부서, 한국소비자보호원간에 설치하여 정보를 공유할 수 있어야 한다. 이는 이미 선행연구(강성진 김인숙, 1996)에서도 지적된 바 있고, 특히 지방의 경우 중앙에서 이미 발생하여 시정된 피해가 소비자의 정보 입수가 늦다는 단점을 악용하여 한탕주의로 피해를 발생시키고 타 지역으로 사라져 버린다는가 이미 개선된 약관의 내용을 숨긴채 소비자 피해를 유발하는 사업자에 대한 정보를 빨리 입수하는 지역행정체계가 필요하므로(박안식, 1996) 이를 방지하기 위해서도 중앙과 타지역과의 신속한 정보공유가 필요하다. 또 피해사례의 경우에만 이용되는 것이 아니라 정보제공의 비중이 높아질 앞으로의 소비자상담에도 온라인 정보망이 필수적이다. 지역내 가격비교나 유통점에 대한 정보 등도 온라인 정보망이 설치되었을 때 가능하다.

셋째, 민간소비자단체에 대한 중앙의 재정지원 방식의 변화가 필요하다. 현재 중앙의 소비자보호단체 협의회에 일괄 지원하여 배분을 위임하는 방식을 취하기 보다 지방자치단체를 통해 지원하는 방식을 고려할 수 있다. 각 지방자치단체에서 중앙의 국고 지원에 지방재원을 덧붙여 지원하면서 지방 민간소비자단체와의 상호연계가 강화되어 지방소비자지원행정 활성화에도 도움이 되고 지방자치단체의 이 분야 행정에 대한 관심도 불러 일으킬 수 있기 때문이다.

네째, 소비자상담이나 피해구제에 대한 통일된 접수 분류 양식의 마련과 보급이 필요하다. 각 상담내용에 대한 개념의 명확화와 공식적인 통계분류방법을 통일

12) 예를 들면, 최근 중고등학교와 대학 등 각급학교에서 적극적으로 권장하고 있는 봉사활동을 활용할 수 있다. 소비자문제는 그 특성상 사회적으로 불리한 소비자나 무관심한 소비자 등 많은 무임승차자를 갖는 사회문제이므로, 적극적인 소비자들이 소비자문제를 해결하거나 시장환경을 개선하는 일은 사회적으로 유익한 자원봉사활동이기 때문이다.

13) 예를 들면, 가톨릭대의 경우 소비자학 전공 학생들이 캠퍼스 주변 상가에 대해 업종별로 가격비교와 서비스 만족도 조사를 실시한 결과를 발표하였는데 이는 소비생활정보제공의 구체적인 실천사례가 될 수 있다. 또 이와 함께 지역 민간단체와의 연계를 통해 대학 신입생에게 가장 자주 일어나는 소비자피해사례 등에 관한 주의사항과 대처방법에 대한 정보를 98년 신입생에게 팸플릿으로 제공하였다.

하여 각 기관에서 접수집계된 자료가 상호 비교가능하도록 하여야 할 것이다. 아직까지 각 일선 창구에서 상담 처리의 집계 분류방식이 일치하지 않고 있어 앞서 조사된 각 기관의 자료도 분류가 다르게 집계되어 비교가 어렵다¹⁴⁾. 개념의 보다 합리적인 용어정의와 분류를 하고 상담내용양식이 표준화되면 상담실무자가 업무를 익히거나 처리하는데 큰 도움이 되고 각종 통계자료의 집계나 비교도 용이할 것이다.

【참 고 문 헌】

- 강성진(1994). 소비자지향적 행정조직개편의 방향. 소비자문제연구 14호, 66-83.
- 강성진(1996). 일본의 지방소비자행정체계에 관한 소고. 소비자문제연구 17호, 1-15.
- 강성진·김인숙(1995). 지방소비자행정의 현황과 문제점. 한국소비자보호원.
- 강성진·김인숙(1997). 지방소비자행정 활성화 방안. 한국소비자보호원.
- 강성진·손수진·김인숙(1994). 소비자지향적 행정체계 연구. 한국소비자보호원.
- 김경신(1996). 행정기관에서의 가족생활교육실태 및 요구도 분석을 통한 발전방향 모색:광주·전남지역을 중심으로. 대한가정학회지 34권 6호, 141-154.
- 김경자(1998). 소비자의 금융지식과 금융정보 요구에 관한 연구. 대한가정학회지 36권 3호, 105-116.
- 김문환(1995). 미래지향적 사회문화정책: 부천시의 경우, 매력있는 인간도시 부천을 만들기 위한 국제심포지움 보고서. 가톨릭대학교.
- 김용자(1996). 소비자정보제공체계에 관한 연구. 소비자문제연구 18호, 1-39.
- 김일태(1995). 시민생활에 접근하는 부천시 자치행정의 개혁방향. 매력있는 인간도시 부천을 만들기 위한 국제심포지움 보고서. 가톨릭대학교.
- 대전광역시(1997). 소비자정보 및 피해구제 사례집.
- 박안식(1996). 지방자치 출범 1년과 소비자보호:광주광역시를 중심으로. 소비자문제연구 17호, 34-50.
- 배순영·이기춘(1997). 소비자의 행정서비스개선에 대한 요구 분석. 대한가정학회지 35권 1호, 129-142.
- 부천시(1996). 자치시대 삶의 질 향상을 위한 주민복지 욕구조사.
- 송파구(1998). 신문고 모음-송파신문고1230 상담안내 및 사례집.
- 신원득·박인섭(1991). 소비자보호조례 연구. 한국소비자보호원.
- 이기춘·여정성·송인숙(1997). 한국소비자정책의 현황과 발전방안. 소비자학연구 8권 2호, 103-117.
- 이수만(1996). 주민권익의 확대를 위한 지방행정서비스 공급체계 개선 방안. 소비자문제연구 17호, 16-33.
- 이시재(1995). 부천시의 사회적 통합제고를 위한 방안. 매력있는 인간도시 부천을 만들기 위한 국제심포지움 보고서. 가톨릭대학교.
- 정영금(1988). 소비자정보프로그램 개발을 위한 소비자 정보 요구. 대한가정학회지 36권 6호(발간 예정).
- 한국소비자보호원(1996). 21세기를 대비한 소비자정책의 방향과 과제(미간행).
- 한국행정연구소(1996). 부천시 조직진단 및 행정체제 쇄신방안.
- Maynes, E. S., James N. Morgan, Weston Vivian and Greg J. Duncan(1977). The Local Consumer Information System: An Institution-To-Be?, the journal of consumer affairs, 11(1), 17-33.

14) 일례로 한국소비자보호원의 상담내용 분류방식을 보면, 불만처리, 피해구제, 상담과 기타 등으로 분류되고 있는데 불만처리 항목의 개념을 소비자에게 상품정보, 시장정보 및 생활정보 등을 제공하거나 피해구제의 절차, 방법, 보상기준 등을 알려 주는 처리 방법으로 정의하고 있는데, 이는 타 상담기관에서 정보제공 및 상담으로 분류하는 개념을 포함하고 있기 때문에 오히려 혼란을 가져올 수 있다.