

전자상거래 소비자 피해 신발·옷 최다

5년새 20% 늘어나...작년 4561건 접수

계약해지·계약불이행 피해 사례도 많아

전자상거래 시장 규모가 커지면서 소비자 피해도 함께 증가한 것으로 조사됐다. 한국소비자원은 최근 5년 동안 접수한 전자상거래 소비자 피해 건수를 집계한 결과, 2009년 3799건, 2010년 4076건, 2011년 4291건, 2012년 4467건을 접수했으며 작년에는 전년보다 2.1% 증가한 4561건을 접수하는 등 매년 늘어났다고 24일 밝혔다.

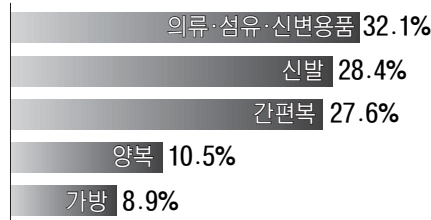
같은 기간 전자상거래 규모는 2009년 673조원, 2010년 824조원, 2011년 1000조원, 2012년 1146조원, 2013년 1204조원이었다. 이 중 작년에 접수한 소비자 피해 4561건

을 품목별로 살펴보면 의류나 섬유 신변용품(32.1%)을 거래할 때 소비자 피해가 가장 많이 발생한 것으로 나타났다. 구체적으로는 신발(28.4%)과 간편복(27.6%)의 비중이 높았으며 이어 양복(10.5%), 가방(8.9%)이 뒤따랐다.

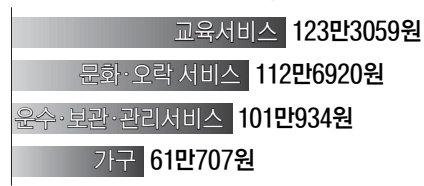
패션용품 다음으로는 정보통신 서비스(13.0%), 정보통신기기(8.0%), 문화·오락 서비스(7.6%), 운수·보관·관리 서비스(5.3%), 문화용품(4.3%) 등의 순이었다.

피해 유형별로는 계약해지나 계약 불이행에 따른 피해(43.9%)가 가장 많았고, 품질이

■ 전자상거래 품목별 피해 사례



■ 전자상거래 품목별 평균 구매가격



〈한국소비자원 2013년 자료〉

나 사후 서비스(28.6%), 부당행위·약관 피해(21.5%), 가격·요금(2.7%) 등이 뒤따랐다. 발생한 피해 중 환급, 계약해지, 배상 등 소비자와 업체 사이에 합의가 이뤄진 경우는 59.7%였다.

품목별 평균 구매가격은 교육 서비스(123만3059원)가 가장 높았고, 문화·오락 서비스(112만6920원), 운수·보관·관리 서비스(101만934원), 가구(61만707원) 등의 순

로 평균 구입가가 비쌌다. 전체 평균가는 45만8556원이었다. 대금 결제방법은 일시불(81.5%)이 할부(18.5%)보다 월등히 많았다.

작년 한 해 전자상거래 소비자 피해와 관련된 사업자 수는 2594건이었으며, 이 중 10건 이상 피해구제가 접수된 사업자는 42개였다. 사업자별로 G마켓(4.2%), 옥션(3.0%), SK플래닛(2.7%), 인터파크INT(1.55) 등의 순으로 피해구제가 접수됐다. /연합뉴스



‘새콤달콤’ 블랙베리 절기상 대서인 23일 경남 산청군 오부면 오전리 블랙베리작목반 농민들이 친환경농법으로 재배한 지리산 산청 블랙베리를 수확하고 있다. 슈퍼복분자로도 불리는 블랙베리는 산딸기와 식감이 비슷하고 새콤한 맛이 특징이다. /연합뉴스

영화관람객 80% “영화관 식음료값 너무 비싸다”

복합상영관을 이용하는 소비자 10명 중 8명은 영화관에서 판매하는 식음료 가격이 비싸다고 느끼는 것으로 조사됐다.

한국소비자원은 소비자 500명을 대상으로 복합상영관을 이용할 때 불편한 사항(복수응답) 등을 설문 조사한 결과, 영화관 매점의 높은 식음료 가격이라는 응답비율이 79.2%로 가장 높았다고 24일 밝혔다. 특히 콜라 한 개와 팝콘 한 개로 구성된 ‘싱글 메뉴’의 판매 중지에 대해 불만(31.0%)을 느끼는

소비자도 적지 않았다. 현재 CGV, 메가박스, 롯데시네마 등 ‘복합상영관 빅3’는 싱글 메뉴는 팔지 않고 음료 2개와 팝콘 1개로 구성된 커플(더블) 세트를 판매하고 있다.

높은 식음료 가격에 이어 다른 불편 사항으로 가족 단위 관람 시 높은 비용(48.8%), 외부 식음료 반입 가능 홍보 부족(48.2%), 일반 디지털 영화 가격의 인상(47.4%) 등이 뒤따랐다.

또한 응답자의 대부분(77.2%)은 관람료가 비싸 영화를 보는 것이 부담스럽다고 답했다.

외국 복합상영관의 할인 정책 중 우리나라에 도입할 필요가 있다고 생각하는 것으로 가족 이용권(89.0%), 영화의 날 할인(88.2%), 어린이 요금제(86.4%) 등을 꼽았다.

더불어 상영관 내 좌석의 위치에 따라 관람료를 달리하는 좌석별 차등 요금제 도입(65.2%)에 대해서도 과반수가 찬성했으며,

가족 등 각종 할인 정책 필요 좌석별 차등요금제 절반 찬성

관람이 불편한 앞좌석이나 옆좌석의 가격은 일반 좌석을 1만원으로 했을 때 7천129원으로 책정하는 것이 적정하다고 생각하는 것으로 조사됐다.

영화관을 주로 찾는 때는 금요일을 포함한 주말과 공휴일(67.8%)이고, 혼자보다는 주로 친구나 가족과 함께 영화를 관람(91.0%)하는 것으로 나타났다. 영화 티켓은 주로 인터넷에서 예매(56.6%)했다. /연합뉴스

여행사 환불 특약조항 고객 확인 반드시 받아야

위약금 내역 증빙자료 요구권 보장, 차액 환급도

A(35)씨는 최근 터키로 휴가를 떠나기 위해 한 여행사에서 150만원 상당의 여행상품을 구입했다. 하지만 이후 부득이하게 휴가를 취소해야 하는 사정이 생겨서 환불을 요청했지만 여행사는 ‘국외여행 표준약관 상 취소 수수료 규정이 적용되지 않는 특약 상품’이라며 거절했다. A씨는 여행사가 이메일로 보내줬던 견적서에 ‘환불이 되지 않는다’는 내용이 들어있는 것을 뒤늦게 확인했다.

그는 “견적서에 내용이 있더라도 여행사가 구체적으로 설명해줬으면 좋았을 것”이라며 아쉬워했다.

앞으로는 여행사가 환불 관련 특약조항에 대해 고객의 확인을 받아야 한다.

공정거래위원회는 국내 주요 여행사들이 사용하는 특별약관의 약관법 위반여부를 점검하고 예약시 환불 관련 특약 설명 방식을 개선했다고 24일 밝혔다. 공정위 관계자는 “현재 환불 관련 특약은 여행상품 예약시 전화상담이나 여행일정표 등을 통해 안내되고 있지만, 고객은 여행 일정에만 관심이 많아 환불 관련 특약을 확인하지 않는 사례가 발생해 소비자 불만이 적지 않았다”고 말했다.

공정위는 앞으로 여행사가 고객의 온라인 예약 과정에서 특약 내용을 한 화면에 보여주고 확인·동의 절차를 거치도록 했다.

또 계약서에도 특약 내용을 다른 주요 여행 관련 내용과 같은 수준으로 기재해서 고객에게 설명하고 내용을 이해했는지 확인하는 절차를 거치도록 했다.

아울러 고객에 위약금 부과내역에 대한 증빙자료 요구권을 보장하고 차액이 발생할 경우 환급하도록 했다.

공정위 관계자는 “특약 내용에 대한 고지·설명 절차 강화로 소비자 분쟁을 줄일 수 있을 것”이라고 기대했다. /연합뉴스

렌탈서비스는 ‘바가지’

정수기 등 일시불 구입보다 최대 3배 비싸

렌탈 서비스가 일시불로 제품을 구입하는 것보다 최대 3배 비싼 것으로 조사됐다.

한국소비자원은 22개 렌탈 업체를 대상으로 총 렌탈비, 판매가격, 중도해지 시 위약금 등을 조사한 결과, 총 렌탈비의 경우 일시불 구입보다 최대 306% 높았다고 24일 밝혔다.

총 렌탈비는 월 임대료와 계약기간을 곱한 것으로, 설치, 등록, 운송비 등은 제외했다.

그러나 조사대상 업체 대부분은 홈페이지에 총 렌탈비와 일시불 구입가는 알리지 않고 있었다.

미국에서는 소비자임대구매계약법에 따라 렌탈 계약 시 총 렌탈비와 일시불 구입가를 명시하도록 하고 있다.

또 조사대상 업체 중 정수기를 제외한 다른 제품을 렌탈하는 업체 대부분은 의무사용 기간을 36~39개월로 길게 약정하고 이에 따른 위약금을 최대 50%까지 요구하는 것으로 드러났다.

이 같은 과도한 위약금에 대한 소비자 불만도 커 소비자원이 2011~2013년 접수한 렌탈 서비스 불만 2만2993건 중 과도한 위약금과 청약철회 거부 등에 대한 불만(37.1%)이 가장 많은 것으로 나타났다.

소비자원 관계자는 “초기 비용부담이 적고 관리를 받을 수 있다는 편리함 때문에 국내 렌탈 시장 규모는 10조2천억원으로 급성장했다”며 “규모가 커진 만큼 소비자의 알권리와 합리적 선택을 위해 관련 업계에 총 렌탈비, 일시불 구입가 등에 대한 정보를 제공하도록 권고할 것”이라고 말했다. /연합뉴스

대한민국 최강! 센 캐릭터 일곱명이 한 자리에 모였다!!

6'0"

5'6"

5'0"

6'0"

5'6"

5'0"

강적들

고품격과 저품격 사이의 아슬아슬한 시사쇼!

매주 수요일 밤 11시 방송