

자동차 정비 공임료 공개... 소비자 혼선 우려

엔진오일 등 35개 항목 대상
시간당 공임·표준 정비시간
실제와 달라 수리비 갈등 예고



자동차 정비 공임료 공개방침에 따라 자동차 제조사들은 8일부터 각 사의 홈페이지와 정비소에 엔진오일 교환, 타이어 수리 등 주요 정비 작업 35개 항목에 대한 정비 공임비를 게시물로 공개해야 한다.

자동차 정비 공임비가 공개되지만, 조회 금액과 현장에서의 실제 비용 간 차이가 발생해 소비자들의 혼선만 초래할 수 있다는 우려가 커지고 있다.

1일 자동차업계에 따르면 자동차관리법 개정안에 따라 오는 8일부터 자동차 정비 공임료가 공개된다. 자동차 제조사들은 각 사의 홈페이지와 정비소에 엔진오일 교환, 타이어 수리 등 주요 정비 작업 35개 항목에 대한 정비 공임비를 게시물로 공개해야 한다.

공임비는 자동차의 부품을 교체하거나 수리하는 데 드는 일종의 수입료 개념으로, 자동차 수리비는 부품 가격에 이 공임비를 더한 값이다.

부품가격은 올해 8월 업체별로 이미 공개됐다. 따라서 이번에 공임비가 공개되면 소비자들은 정비업체별로 요금을 비교해 자동차 수리를 맡길 수 있게 된다.

문제는 공임비 산정 과정에 있다. 공임비는 정비 작업별 평균 정비시간(표준 정비시간)에 시간당 공임을 곱한 값이다. 예컨대 브레이크 오일을 교체하는 데 드는 표준 정비시간이 0.8시간, 해당 차종의 시간당 공임이 8만원이라고 가정하면 6만 4000원이 공임비가 되는 식이다.

현재 개정안은 표준 정비시간을 각 정비업체가 가입된 정비사업자단체가 산정한 수치로 공개하고, 시간당 공임은 각 업체

의 실제 값으로 공개하게 돼 있다. 표준 정비시간을 공개하면 실제 정비시간과 비교가 가능하게 돼 정비 요금의 과다 청구를 막을 수 있다는 취지다.

이에 따라 전국자동차검사정비사업조합 연합회 등 정비사업자단체는 현재 업체별 정비 시간을 고려해 표준 정비시간을 산정 중이며 조만간 회원사에 통보할 예정이다.

정비업체들은 그러나 이런 방식이 현실을 반영하지 못하는 정책이라고 지적한다. 정비사업자단체가 산정한 표준 정비시간과 실제 정비시간의 차이가 발생할 가능성이 커 소비자들의 혼선을 가져올 수 있다는 것이다.

예를 들면 정비사업자단체는 엔진오일 교환 등의 정비시간을 2000cc 이상과 이하 등 배기량에 따라 구분할 예정이다.

정비업체 관계자는 “정비 시간은 배기량에 따라 다른 것이 아니라 해당 차종이 사용한 부품과 차량의 구조 등에 따라 차이가 난다”며 “이 때문에 소비자들이 사전에 홈페이지에서 조회한 가격과 실제 현장에서 지불하는 값이 달라 수리비를 둘러싼 갈등이 계속될 것”이라고 주장했다.

일각에서는 이 제도가 시행되면 수입차 업체만 유리할 수 있다는 불만도 나온다. 현재 수입차 업체와 국내 업체들의 표준 정비시간은 큰 편차가 있다.

실례로 동급(2000cc) 세단 승용차의 경

우 BMW 5시리즈의 앞범퍼 교체 정비 시간은 현장에서 2.3시간이 적용되지만, 현대차의 쏘나타는 0.9시간에 불과하다. 따라서 정비연합회가 앞범퍼 교체에 드는 표준 정비시간을 2.3시간과 0.9시간 사이로 정하면 현대차에는 불리하고, BMW에는 유리한 정보가 공개될 수 있다는 것이다.

이에 대해 전국자동차검사정비사업조합연합회 관계자는 “표준 정비시간은 소비자들의 알권리를 위해 도입된 제도”라며 “작업별, 제작사 모델별로 편차가 나는 점을 고려해 표준 정비시간과 실제 정비시간이 다를 수 있다는 점을 사전에 고지할 예정”이라고 말했다.

김대성기자 bigkim@kwangju.co.kr

생필품·서비스 요금 한눈에 비교

소비원, 전국 구단위별 '참가격' 포털망 개설
공공요금·학원비·의약품 판매가 등 통합 제공

한국소비자원이 그간 정확한 가격을 알 수 없었던 약국과 편의점에서 파는 일반의약품 가격을 전국 구단위별로 비교한 가격정보 종합포털망 '참가격' 서비스를 시작한다.

1일 한국소비자원에 따르면 가격정보 종합포털망 '참가격(www.price.go.kr)' 구축을 최근 완료하고 2일부터 본격적인 서비스를 개시, 주요 생필품 가격뿐만 아니라 공공요금, 학원비, 일반의약품 판매가, 비급여 진료비 등 전국의 주요 서비스 요금 정보를 통합 제공한다.

또한 주요 생필품 주간·월간·연간 단위의 가격 등락 정보와 품목군별 가격동향을 제공하므로 가격에 대한 상시 모니터링이 가능하게 된다.

아울러 전국 최저가, 최고가, 평균 판매가격 등 지역별 가격정보를 공개함으로써 소비자들이 구매 결정에 활용할 수 있게 하고, 기업 간 가격 인하 경쟁을 촉진해 가계의 실질구매력 증진에도 기여할 것이라는 게 소비자원 측 설명이다.

특히 소비자의 거주지 위치에 기반한 지도서비스를 통해 지역 내 최저가 매장을 손쉽게 찾을 수 있고, 분석표·그래프 등 비주얼 기능이 추가되는 등 이용 편의성이 높아진다.

더불어 주간 단위의 업소별 최신 할인 정보와 구매하고자 하는 상품 가격의 총합이 자동으로 비교·계산되는 장바구니 기능이 있어 소비자들이 가격이 저렴한 업소를 보다 쉽게 선택할 수 있다.

참가격은 정부 3.0에 걸 맞는 정보 공유를 위해 현재 실시간 데이터 개방 시스템(Open API 방식 - 공공DB를 파일 형태로 제공하는 공개된 정보)을 구축 중이다. 향후 참가자 사이트 또는 공공 데이터 포털사이트를 통해 가격정보 DB를 제공할 예정이다.

한국소비자원 관계자는 “참가격을 보다 다양하고 실속 있는 가격정보 포털사이트로 발전시켜 소비자의 합리적인 소비는 물론 가격의 구조적 안정화에도 기여할 예정”이라고 밝혔다.

김대성기자 bigkim@kwangju.co.kr

The screenshot shows the 'Price' website interface. It features a search bar at the top, navigation tabs for 'Newspaper', 'Domestic', 'Foreign', 'Education', 'Medical', 'Public', and 'T-Price'. Below the search bar, there are sections for 'Price Comparison' (with a dropdown for 'All' and 'Selected'), 'Newspaper' (with a dropdown for 'All' and 'Selected'), and 'Price Comparison' (with a dropdown for 'All' and 'Selected'). There are also sections for 'Domestic Price Information' and 'Foreign Price Information'. The interface is clean and user-friendly, with clear navigation and search options.

한국소비자보호원의 가격정보 종합포털망 '참가격' 사이트.

연금상품 소비자 보호 대폭 강화된다

금융위, 올 업무계획... 판매·공시·유지 3단계 대책 마련

앞으로 금융회사는 연금저축이나 연금보험 등 개인연금 가입자가 상품을 알아볼 경우 세금 혜택이 어떻게 달라지고 어떤 절차가 필요한지 판매할 때부터 미리 알려 줘야 한다. 연금 상품의 수수료율도 은행·보험·증권 등 업권별로 나눠 공시해야 한다. 소비자의 비교 선택을 쉽게 하도록 하기 위해서다. 주요 공시 내용도 쉬운 말로 바꿔야 한다.

금융위원회는 지난 31일 이런 내용의 '연금소비자 보호 3단계 강화 대책'을 마련, 2015년 업무계획에 담았다. 소비자가 자신의 상황과 조건에 맞는 연금 상품을 고를 수 있게 하는 것은 물론 새로 나온 상품과 견줘 수익률 등이 더 좋으면 연체는

같아달 수 있도록 하겠다는 게 핵심 내용이다. 100세 시대에 노후 안전판으로서의 연금이 중요해진 만큼 '한 번 가입했다고 끝이 아니라 지속적인 관리가 필요하다'는 판단에서다.

대책은 3단계다. 우선 '판매' 단계에서 금융회사가 개인 연금을 팔 때 '계약 이전'에 대한 설명을 강화하는 의무 조항을 넣었다. 예를 들어 각 보험사는 신규 가입자에게 '다른 상품으로 중도에 바꿀 때 기존 타사의 계약을 새로 가입하려는 금융사에 서도 해지할 수 있다'는 내용 등을 반드시 고지해야 한다. 이전 절차 등도 미리 알려야 한다. 어디서나 쉽게 계약을 바꿀 수 있게 하겠다는 의도다.

두 번째는 '공시' 단계다. 비금융 전문가인 소비자를 위해 주요 공시 내용을 이해하기 쉬운 용어로 풀어 설명해야 한다. 수수료율을 비롯해 소비자와 직접적으로 관련된 사항은 은행이나 보험 등 업권별로 분류해 공시해야 한다. 소비자 눈높이에 맞추어서 알아타기, 신규 가입이든 선택의 폭을 넓히려는 목적이다.

마지막 '유지' 단계에서는 금융회사 간 경쟁을 유도할 방침이다. 계약자들이 좀 더 이득이 되는 상품으로 '풀러가면' 금융사들이 자신들의 뒷(이익)을 줄이는 등 상품 개발에 나설 것이라는 게 당국의 계산이다. 금융위 관계자는 “그동안 연금상품에 가입하고도 아예 무관심하거나 저조한 수익률 등에 불만이 있어도 정보가 부족해 참는 경우가 대부분이었다”면서 “여러 상

■ 연금소비자 보호 강화 3단계 대책

판매 단계 금융사의 계약이전 설명 의무 강화 신규 가입 금융사에서 기존 다른 회사 계약 해지 가능, 세제 혜택 영향, 이전 절차 등 '알아타기' 과정 설명 의무화

공시 단계 공시 주요 내용 통합 비교 주요 공시 내용 쉽게 풀어 설명하고 수수료율 등 주요 사항 업권별로 비교할 수 있도록 분류

유지 단계 금융사 간 경쟁 활성화 소비자 조건과 상황에 맞게 계약 바꿀 수 있도록 이전 절차 명확하게 설명, 금융사 간 상품개발 등 경쟁 유도

품을 비교해 알아타기 쉽도록 하면 수익률도 높아지고 저출산, 경기 불황, 고령화 등 미래 대비에도 도움이 될 것”이라고 기대했다.

김대성기자 bigkim@kwangju.co.kr

순환출자 금지규정 위반엔 최대 10% 과징금

앞으로 순환출자 금지규정을 위반한 기업은 위반액의 최대 10%를 과징금으로 내야 한다.

공정거래위원회는 이런 내용으로 '과징금 부과 세부기준 등에 관한 고시'를 개정해 시행에 들어갔다고 지난 31일 밝혔다. 공정위는 순환출자 금지규정 위반 행위의 과징금 비율을 '매우 중대한 위반행위'는 위반액의 10%, '중대한 위반행위'와 '중대성이 약한 위반행위'는 각각 8%, 5%로 규정했다.

다만, 위반액이 3천만원 미만이거나 위반 기간이 영업일 기준으로 5일 이내

인 경우에는 과징금을 부과하지 않기로 했다.

공정위의 이번 고시 개정은 지난 7월 시행에 들어간 순환출자 금지규정의 후속 조치로 이뤄졌다.

순환출자는 대기업들이 계열사들에 대한 지배력을 높이기 위해 동원하는 출자방식으로, 3개 이상의 계열사가 서로 출자하는 것이다. 많게는 10개 이상의 계열사가 서로 출자하기 때문에 2개의 계열사가 서로 출자하는 상호출자보다 훨씬 복잡한 양상을 보인다.

연합뉴스

The advertisement for 'Wang In-Hwa Planning' features a large, colorful lightbulb graphic on the right side. The text is in Korean and lists various services and products. At the top, it says '아이디어 이 피었습니다!' (Idea is finished!). Below this, there are several bullet points and categories of services:

- 홍보지 및 판촉물 (Promotional materials and brochures)
- 전단지 (Flyers)
- 현수막 (Banners)
- 상패 (Signage)
- 상패 (Signage)
- 전단지 (Flyers)
- 각종 인쇄물 (Various printed materials)
- 현수막 (Banners)
- 각종 인쇄물 (Various printed materials)
- 홍보지 및 판촉물 (Promotional materials and brochures)

At the bottom, there is contact information for '왕인문화기획' (Wang In-Hwa Planning):

Tel. (061) 471-1717~1718
 Fax. (061) 471-1719
 E-mail. ansqudtjs12@hanmail.net