

소비자상담사 교육프로그램에 관한 연구

- 필수이수교과목의 교과내용과 현장실습교육을 중심으로 -

Development of Consumer Adviser Educational Program

가톨릭대학교 소비자·주거학과

송인숙

인하대학교 가정관리학과

이은희

Dept. of Consumer & Housing Studies, the Catholic Univ. of Korea

Associate Prof. : In-Sook Song

Dept. of Home Management, Inha Univ.

Associate Prof. : Eun-Hee Lee

〈목 차〉

- | | |
|-----------------------|------------------|
| I. 문제의 제기 | IV. 소비자상담사 교육내용 |
| II. 소비자상담사의 역할 | V. 당면과제와 앞으로의 방향 |
| III. 소비자상담사에게 요구되는 능력 | 참고문헌 |

〈Abstract〉

The purpose of this study is to develop the educational program of consumer adviser. The educational program proposed in previous study is consisted of the acquisition of 5 required and 2 optional subjects, and field education. For this, based on the role and capacity of consumer adviser we explain in detail the contents of required subjects.

And we confirm the necessity and significance of field education. Finally we investigate the contents of field education and suggest the system and course of desirable field education through case study of several universities.

I. 문제의 제기

소비자학은 종래 가정관리학과라는 학과 명칭아래

여러 전공분야와 함께 다루어져왔다. 그러다가 학과의 명칭이 개정되거나 또는 학부제로 운영되는 등 국내대학의 여건이 변화되면서 소비자학이 독립된

전공분야로 학과명칭에 반영되거나 학부제내의 전공 분야로 자리잡는 추세이다. 소비자학이 독립된 전공 분야로 자리잡는 이러한 추세는 학생들이 졸업 후에 소비자학전공을 살려 취업할 수 있는 진로 개발의 필요성을 더욱 높이고 있다.

미국대학의 경우 소비자학 중 가계재무관리전공의 경우 전공과 관련한 진출가능한 직종으로 투자상담가, 금융상품관련종사자(분석, 교육, 판매, 개발, 조정 등), CFP(가계설계실무자, 상담자 포함), 은퇴설계상담가, 증여상담가 등이 제시되고 있고, 소비자문제전공의 경우는 소비자상담사(불만처리, 고객전화관리, 기업의 대외관계, 소비자수요관리, 소비자훈련및 교육 등 포함), 판매원, 소비자조사사 등이 제시되고 있다(Ohio S. U., 1994).

국내의 경우는 각 금융기관 등을 대상으로 하는 가계재무설계사와 기업체의 소비자상담실 등에서 일하는 소비자상담사를 소비자학 전공자가 졸업후 진출할 수 있는 대표적 분야로 꼽고 있으며(윤성혜외, 1993) 이 중 소비자상담사에 대해서는 그 자격제도의 필요성과 타당성분석을 하고 이에 기초하여 어떻게 제도화 하는 것이 바람직한가를 연구한 보고서(이기춘외, 1995)가 이미 발표된 바 있다. 이 연구에서는 기존 상담업무를 담당해오던 경력자의 경우 일정기간 연수교육을 거쳐, 대학에서 일정한 소비자상담관련과목을 이수한 경우는 일정기간의 실습을 거쳐 소비자상담사 자격을 획득하는 방안을 제시하고 있다. 그리고 이와 같은 자격제도를 정부주관의 국가자격제도로 시행하는 것이 바람직하나 그 이전에 우선 한국소비자학회에서는 대학의 소비자학관련 전공 졸업생들이 일정한 교과목을 이수하는 등의 자격을 갖추었을 경우 자격인증을 부여하고자 계획하고 있다¹⁾.

이와 같은 소비자상담사 자격제도를 실현하고 그 제도를 충실하게 하기 위해 필요한 연구 중의 하나는 이수해야 할 교과목과 현장실습교육의 내용에 대한 구체적인 연구이다. 이에 본 연구에서는 소비자상담사자격부여에 필요한 이수교과목의 내용을 제안

하고, 현장실습교육의 방안을 제시하고자 한다.

관련교과목에서 다루어야 할 내용에 대해서는 가정관리학과 교과모형 연구(한국가정관리학회, 1993)에서 일부 다루어진 바 있었으나 좀 더 깊이 있는 상세한 내용이 구성되어야 한다. 본 연구에서는 먼저 소비자상담사의 역할을 분명히 하고 이러한 역할 수행에 요구되는 능력을 확인한 후, 미국과 유럽, 일본 등의 소비자상담관련 교육훈련내용과 국내의 선행연구를 검토하여 소비자상담사가 되기 위해 이수하여야 할 각 교과목이 구체적으로 어떠한 내용으로 구성되어야 하는지를 제시하고자 한다. 이러한 연구를 통해 소비자상담사 교육내용이 어느정도 표준화 될 수 있다. 특히 국내대학에서 소비자문제 관련교과목을 새로 개설하는 경우가 늘어나고 있는데 이러한 경우 어떤 교과목을 개설해야 하는지, 각 교과목에서 어떠한 내용을 다루어야 하는지 등에 대한 정보를 줄 수 있다.

또, 현장실습교육에 대하여 그 필요성과 그 의의를 확인하고 국내외 일부대학의 현장실습교육 경험 사례를 분석하여 실습교육의 체계와 방향을 제시하고자 한다. 현장실습교육은 각 대학에서 그 필요성은 인식하고 있으나 이에 관한 연구도 전혀 없고, 실제 실습교육 경험도 거의 없어 어떻게 교육이 이루어져야 하는지에 대해 대부분의 대학에서 뚜렷한 체계를 갖지 못하고 있다. 선행연구에서 제시된 소비자상담사 자격획득방안(이기춘외, 1995)에도 현장실습이 포함되어 있다. 이러한 상황에서 본 연구의 현장실습교육에 관한 연구내용은 각 학교의 실습교육 추진에 필요한 기초 자료가 될 수 있다.

II. 소비자상담사의 역할

고도로 발달된 기술로 복잡하고 다양한 제품들이 무수히 쏟아져 나오는 현대 산업사회에서, 또한 구조적으로 광범위하게 소비자피해가 만연된 현실에서 보통의 소비자라면 누구나 선택의 어려움에 직면하지 않을 수 없고 당혹과 좌절을 느끼지 않을 수 없

1) 한국소비자학회 소비자교육위원회에서 이와 관련한 워크숍을 이번 여름방학부터 개최하고 있다.

다. 따라서 소비자에게 적절한 정보를 제공하는 것
에서부터 소비자 피해구제에 이르기까지 소비생활의
여러측면에서 소비자들에게 도움을 주는 소비자상담
사의 역할은 현대 산업사회에서 없어서는 안될 중요
한 역할이라 할 수 있다.

그러면 현대산업사회에서 소비자상담사가 담당해
야 할 구체적인 역할들은 어떤 것들인가? 먼저 유럽
의 소비자상담사훈련에 대한 전문가 위원회에서 네
가지 영역으로 나누어 제시한 소비자상담사의 역할
은 다음과 같다.

1) 구매전 서비스와 주문서비스

많은 불평은 소비자들이 처음에 적절한 상품을 구
매하지 못해서 일어난다. 구매전 상담의 목적은 소
비자들에게 정보를 주어 최선의 선택을 할 수 있도
록 돕는 것이나, 화폐에 대한 가치는 개인적이고 주
관적인 판단이므로 무엇을 사라 혹은 사지 말아라라
고 말하지는 말아야 한다.

2) 구매 후, 주문 후의 상담

구매된 재화나 제공된 서비스에 대한 보증을 강화
하는 것이다. 예를 들면 판매 후 서비스, 내구 소비
재의 수리, 상품의 관리 방법, 안전성과 효율성에 대
한 상담(특히 에너지 절약 등)등을 의미한다.

3) 소비자 불평 처리에 대한 지원

사람마다 불평처리에 대해 원하는 내용이 다양하
다. 자신들의 불평이 정당화될 수 있는지에 대한 상
담만을 원하는 소비자들도 있고, 불평처리 절차에 대
한 안내를 원하는 소비자들도 있으며, 불평처리에 실
패하여 소비자 상담사의 적극적 개입을 요구하는 소
비자들도 있다.

4) 소비자 교육의 촉진

소비자교육은 정보처리를 위한 통합적 역할을 함
과 동시에 소비자의 고유한 권리로서 매우 중요한
기능을 수행한다. 모든 연령집단과 사회집단들을 대
상으로 적극적으로 촉진되어야 한다.

이러한 네가지 영역에서 제공되는 소비자 상담 중
가장 중요한 것은 결국 소비자정보의 제공이라고 유
럽의 소비자상담사 훈련 전문가 위원회에서는 결론
짓고 있다.

유럽의 경우 소비자 상담 서비스는 소비자 상담

센터나 관련 정부부처에서 주로 제공되는데, 전국적
인 방송망을 통해 제공되는 서비스중 소비자 상담
서비스가 한 영역을 차지하고 있는 경우도 있다. 또
한 유럽에 있어서는 소비자 상담사가 직업적 소비자
상담사와 자원 봉사 소비자 상담사로 구분되어 있는
데, 직업적 소비자 상담사는 소비자 상담 서비스를
제공하는 민간 소비자 조직에서만 존재하며 특정의
전문가적 지식과 기술(예를들면 법률가, 가정학자,
식품전문가 등) 가진 사람들을 직업적 소비자 상담
사로 주로 임명한다. 그런데 이러한 방법은 소비자
상담 서비스에 명백한 이익을 줄 수는 있으나 소비
생활과 관련된 광범위한 주제 영역을 다루는데는 한
계가 있다. 자원봉사 소비자 상담사는 본래의 자신
의 직업에 종사하면서 소비자 상담 업무를 위해 자
신의 전문적 지식을 활용하는 것으로, 이 경우 훈련
과 지식의 부족으로 인한 우려가 야기될 수도 있으
나 인터뷰하는 기술만 훈련을 통해 보완되면 별 문
제는 없다고 보고 있다.

한편 일본의 경우는 소비자 상담사에 해당하는 몇
가지 제도가 이미 오래 전부터 시행되고 있는데 '소
비생활 어드바이저', '소비생활 컨설턴트', '소비생활
전문 상담원', '소비생활 상담원' 등이 그것이다. 이
들은 전국 소비생활 센터나 행정청, 지방자치 단체
등의 상담 창구에서 근무하거나, 혹은 기업체 상담
실에서 소비자와 기업의 교량 역할을 담당하고 있
다. 이들에게 기대되는 역할을 요약하면 다음과 같
다(安藤昌大外, 1994;이기춘등, 1995).

- 1) 상품과 서비스등에 관한 적절한 불만상담
- 2) 상품의 성능, 안전성, 경제성이나 사용목적에 따
른 구매 상담, 조언
- 3) 상품, 서비스등의 적절한 취급방법의 상담, 조언
- 4) 기업이 행하는 상품기획등에 참가하여 소비자
의 입장에서 본 제품개발 조언
- 5) 소비자를 위한 팜플릿이나 상품설명서등, 각종
자료의 작성검토
- 6) 상품테스트, 모니터, 시장조사, 취재등 소비자
와 기업의 파이프 역으로서 하는 제언

이상을 종합해 볼 때 소비자 상담사가 담당해야
할 역할은 소비자 피해보상 뿐만 아니라 기업과 소

비자 사이의 의사소통, 소비자 욕구의 기업에의 반영, 소비생활에 관련된 다양한 정보 제공, 소비자 교육 등을 포함한 광범위한 영역이다. 이들의 역할 수행이 바람직하게 이루어질 때 소비자 복지 증대에 따른 국민 경제의 후생 증대와 기업 이익이 동시에 달성될 수 있음은 소비자 상담사 제도의 타당성을 분석한 이기춘 등(1995)의 연구에서 이미 검토된 바 있다.

그러나 우리나라의 경우 현재 민간 소비자 단체나 한국 소비자 보호원, 지방자치 단체, 그리고 기업체의 '소비자 상담실' '고객 만족실' 등에서 이루어지는 소비자 상담 서비스는 주로 소비자 피해 구제의 차원에 머물러 있으며, 앞으로 소비자 상담 업무 담당자의 업무 능력 향상과 함께 이들의 역할 확대가 이루어져야 할 것이다.

Ⅲ. 소비자상담사에게 요구되는 능력

성공적인 소비자 상담사가 되기 위해서는 인내심이나 타인의 상황에 대한 공감 능력, 공정하고 객관적인 판단 능력 등이 필요하다. 그러나 무엇보다도 필수적인 지식과 기술을 갖추어야만 하며 이는 철저한 교육과 훈련이 필요하다.

유럽의 소비자 상담사 훈련 전문가 위원회에서는 모든 소비자 상담사들에게 공통적으로 요구되는 두 개의 전문 영역으로 지식과 기술을 들고 있는데 특히 후자가 더욱 중요하다고 결론짓고 있다. 여기서 제시된 소비자 상담사가 갖추어야 할 지식과 기술은 다음과 같다. 먼저 소비자 상담사에게 필요한 지식으로,

- 1) 소비자상담의 목적과 소비자상담사 역할의 중요성에 대한 이해
- 2) 정부와 소비자 단체등의 소비자보호 구조 이해
- 3) 소비자와 판매자의 법적 권리와 책임
- 4) 상품의 특성과 성능의 이해 및 상품관리지식
- 5) 구매자금을 융통하는 다양한 방법에 대한 지식
- 6) 서비스업(은행업, 보험, 세탁소, 건축업자, 설비업자, 가스 및 서비스 공급자 등)에 대한 지식
- 7) 에너지를 절약하는 다양한 방법과 효율적 관리

지식

- 8) 마케팅, 판매, 광고와 촉진 등의 다양한 기법
 - 9) 기업의 일반적 구조, 다양한 형태의 유통 시스템과 소매상 운영의 내적 구조
 - 10) 일반적인 상담 센터와 특정영역(법률, 주거, 정부 부처, 건강 등)상담 제공 기관의 성격과 기능
 - 11) 더욱 상세한 정보를 제공하는 정보원과 참고 자료 및 정보 시스템
 - 12) 지역사회의 언어, 라이프 스타일, 특성 등에 대한 이해
- 등을 제시하고 있다.

한편 소비자 상담사에게 필요한 기술로는,

- 1) 정보를 명쾌하고 편견없이 사실적으로 전달하는 능력
- 2) 소비자와 판매자와의 관계를 위한 대인관계 기술
- 3) 구매 전 상담을 위한 인터뷰 기술과 불평의 조사 능력
- 4) 카운셀링 기법을 소비자상담에 응용하는 능력
- 5) 소비자로 하여금 정확하게 표현하도록 하는 능력
- 6) 정보 조사를 시행하는 능력
- 7) 자료 조사 기법과 절차를 사용하는 능력
- 8) 촉진 기법과 홍보기술을 이해하고 사용하는 능력
- 9) 정보를 분석하고 문서화하는 능력을 제시하고 있다.

한편, 오하이오 주립대의 '소비자 문제 전공 평가 위원회'에서는 소비자 문제 전문직을 위해 필요한 능력을 다음과 같이 제시하고 있다.

- 1) 분석 기술: 의사결정 능력과 고객 문제 해결을 위하여 문제 해결과정에 응용할 수 있는 능력. 과정 분석, 과정 관리, 조직 고려와 관련된 기술. 자료수집과 분석 능력등의 시장 조사 기술, 품질 관리, 예산, 계수 파악, 청구서 파악 능력
- 2) 컴퓨터 활용 능력: 기본 소프트웨어 사용 능력, 컴퓨터 감각 소유
- 3) 대인 관계 능력: 타인에 대한 예민한 반응과 열린 마음을 갖는 것. 효율적으로 듣고, 타인과 상호 작용하는 방법
- 4) 조직 감각: 조직의 정치학과 문화 이해 능력
- 5) 변호능력: 다양한 접근법과 기술을 사용하여 소

비자와 교섭할 수 있는 능력

- 6) 의사소통 능력: 다양한 상대를 대상으로 언어상과 문서상으로 분명하게 의사소통할 수 있는 능력
- 7) 술선수법: 술선해서 일하는 능력, 기대되는 것보다 더 기꺼이 하려는 자세
- 8) 업무에 관한 지식: 기업의 제품, 서비스, 정책의 이해
- 9) 기술적 지식: 가계관리, 소비자문제, 소비자행동, 마케팅, 응용경제학, 회계, 통계학, 사회학, 심리학 등의 지식

이들 능력 중 분석 기술, 컴퓨터 활용능력, 변호능력, 의사소통 능력, 기술적 지식 등은 대학 교육을 통해 획득이 가능한 능력으로 보고, 술선수법과 대인 관계 능력은 천부적인 능력으로, 그리고 조직 감각과 업무에 관한 지식은 입사후에 대부분 획득하는 능력으로서 대학 교육을 통해서도 획득이 불가능하다고 보고 있다.

한편 소비자 피해 보상 업무만을 주로 수행하고 있는 우리나라 기업체의 소비자 전담 부서원들을 대상으로 부서원의 자격 요건을 조사한 연구(김용자, 1989)에서는 '고객 상담 및 설득에 필요한 인내심'이 가장 중요한 자격 요건으로, '상품 생산 및 품질에 관한 지식'이 다음으로 중요한 자격요건으로 지적되었다. 그리고 소비자행동에 대한 이해 및 지식과, 소비자단체 및 정부 기관과 원만한 의사소통을 할 수 있는 기량과 경륜등도 상당히 중요한 것으로 지적되었으며, 이밖에 시장조사 기법에 대한 지식, 판매 및 광고 활동에 대한 지식 등도 중요한 것으로 지적되었다.

이상과 같은 내용을 종합해 볼 때 소비자 상담사에게 요구되는 능력은 지식으로서 소비자보호의 구조와 관련기관, 소비자와 판매자의 법적권리와 책임,

상품의 특성과 성능의 이해 및 상품관리 지식, 소비자행동에 대한 이해 및 지식, 판매 및 광고와 촉진활동에 대한 지식, 기업구조와 유통시스템의 내적구조, 서비스업에 대한 지식 등이 요구되고, 기술로서 분석기술, 대인관계능력, 의사소통능력, 교섭능력, 정보를 조사·분석·문서화하는 능력, 자료조사기법과 절차의 사용능력, 컴퓨터 활용능력, 촉진기법과 홍보기술의 이해 및 사용능력 등이 요구된다고 할 수 있다. 따라서 소비자 상담사 교육 및 훈련 프로그램은 이와같은 지식과 기술을 갖출 수 있는 내용으로 구성되어야만 할 것이다.

IV. 소비자상담사 교육내용

(1) 이수교과목과 교과내용

선행연구(이기춘외, 1995)에서는 소비자상담사의 자격획득을 위해서 5개의 필수교과목과 2개의 선택과목을 이수하는 안을 제시하였다²⁾.

선택과목의 대부분은 소비자학이외의 타전공분야에서 제시되는 교과목중 소비자상담업무에 도움이 되는 교과목으로 구성되어 있어 상세한 교과내용을 연구하여야 할 필요성은 비교적 적다. 따라서 본 연구에서는 소비자학, 소비자의사결정론, 소비자법과 정책, 소비자상담, 소비자조사법 등 5개의 필수교과목에 대해서만 교과내용을 상세화 하고자 한다³⁾. 이를 위해 선행연구(이기춘외, 1995)에서 이미 검토하였던 일본과 한국소비자보호원의 관련교육내용외에 한국가정관리학회에서 연구되었던 교과목형의 내용과, 미국의 퍼듀대와 오하이오 주립대의 소비자문제 전공 교과과정 내용, 그리고 유럽의 소비자상담 훈련 프로그램 등을 자세히 검토였다. 이를 토대로 구성된 각 교과목에 대한 개요와 포함되어야 할 교과

2) 이 안을 기초로 한국소비자학회 소비자교육위원회에서는 최근 소비자상담사 자격인증을 획득하기 위해 이수해야할 교과목으로 '소비자학', '소비자의사결정론', '소비자법과 정책', '소비자상담', '소비자조사법' 등의 5개 필수과목과 '가계경제', '가계재무관리', '의류학', '식품영양학', '주거학', '가정기기', '경제학', '경영학' 중 2개 이상의 과목을 선택하여 이수하도록 정하여 시행하고자 계획하고 있으며, 현재 각대학에서 개설되고 있는 교과목의 명칭이 다소 차이가 있는 점을 고려하여 '소비자교육'등 비슷한 명칭의 교과목을 해당관련교과목의 이수대체인정과목으로 정하고 있다.

3) 필수 이수교과목명은 한국소비자학회 소비자교육위원회에서 정한 교과목명을 따랐다.

내용은 다음과 같다.

1) 소비자학

교과목개요: 소비자문제에 대한 입문과목으로, 소비자문제 발생배경을 사업자에 대비한 소비자의 지위와 소비자정보의 불완전성으로 인한 관점에서 살펴보고, 완전경쟁·독점·과점등의 시장구조와 유통·광고·판촉·가격관리 등의 기업 마케팅 전략을 살펴봄으로써 현실적인 시장환경을 이해하도록 돕는다. 또, 시장에서 발생하는 소비자문제의 대표적인 유형을 개관하며 이를 해결하기 위한 방안을 다룬다.

교과내용:

1. 소비자문제의 기원

- 산업화, 전문화에 의한 시장의존적인 생활로의 변화
- 현대산업사회의 시장특성(선택 어려움, 비인간화, 소비지향적, 수동적 등)
- 사업자와 소비자의 지위 비교

2. 소비자문제에 대한 접근 방향

- 경제 이론적 접근 - 시장실패(소비자정보의 불완전성을 강조)
- 권리선언적 접근 - 소비자의 권리와 책임

3. 시장환경의 이해

- 시장구조 - 경쟁상태에 따른 시장분류(완전경쟁시장, 독과점시장), 우리나라 시장현황
- 시장환경 - 기업의 마케팅전략(가격관리, 유통, 광고, 판촉)

4. 소비자문제의 개관

- 소비자문제의 분류와 대표적 문제 유형
 - 구매과정의 단계별 분류
 - 거래유형별 분류
 - 상품군별 분류

5. 소비자문제의 해결

- 주체별 - 소비자, 기업, 정부
- 방법별 - 보호, 교육, 정보

2) 소비자 의사결정론

교과목개요: 소비자의사결정에 대한 제 이론을 소개하고, 실제 소비자의사결정에 영향을 미치는 요인

과 의사결정과정단계를 행동과학적 접근을 중심으로 살펴본다. 아울러 소비자정보를 자세히 다룸으로써 효율적 의사결정을 돕고, 문제가 되는 소비행동특성도 생각해 본다.

교과내용:

1. 소비자의사결정의 의의

- 소비자의사결정의 개인적 의의 - 시장환경의 변화에 따른 중요성 증가
- 소비자의사결정의 경제체계와의 관계

2. 소비자선택 이론

- 신고전파이론
- 특성적 접근법
- 가계생산접근법

- 기타(타인영향: 외부효과, 상호의존성)

3. 소비자선택에 대한 행동과학적 접근

- 의사결정과정 - 문제인식, 정보탐색, 대안평가 및 선택, 구매후 평가

4. 소비자의사결정의 영향요인

- 개인적 요인
- 환경적 요인

5. 소비자의사결정과 정보

- 소비자정보의 의의(개념과 역할, 중요성)
- 소비자정보의 내용, 원천, 획득, 비용 정보이용법, 정보수집과 정리, 통신매체 통한 정보
- 소비자정보유용성의 평가

6. 소비자 의사결정의 효율성과 합리성

- 효율적 구매, 구매이득, 충동구매, 과소비

3) 소비자법과 정책

교과목개요: 정부의 소비자보호를 위한 제 정책과 그 근거가 되는 법률의 내용을 이해하기 위한 교과목이다. 즉, 정부개입의 필요성과 근거, 정부의 소비자보호정책의 유형과 내용, 소비자보호정책 시행기관의 기능, 소비자보호법 제정의 필요성, 소비자보호기본법과 개별관련법의 주요내용을 다룬다.

교과내용:

1. 소비자문제에 대한 정부개입의 필요성과 근거
2. 시장실패와 정부규제
3. 경쟁정책(독과점규제정책)

4. 정보정책(표준, 라벨링, 광고, 상품테스트)
5. 민간소비자조직지원
6. 소비자업무시행부처별 기능
7. 소비자보호법 제정의 필요성
근대법성립조건의 현대경제사회에서의 불성립
8. 민법(계약법 중심), 상법 요점
9. 소비자보호기본법
10. 독점규제 및 공정거래법
11. 약관규제, 방문판매, 할부거래법
12. 제조물책임법, 광고관련법
13. 보험법, 소비자금융(신용, 할부금융)관련법

4) 소비자상담

교과목개요 : 소비자상담을 위한 기초지식과 기술을 갖추기 위한 교과목으로, 구매전 상담(구매전 서비스, 주문서비스)을 위한 지식과 기술, 구매후 상담(구매후, 주문후, 소비자불평, 소비자피해구제)을 위한 지식과 기술을 모두 다룬다.

교과내용 :

1. 소비자상담을 위한 기초
 - 소비자상담의 의의 - 필요성, 업무성격, 내용
 - 소비자상담사의 역할, 기능, 요구되는 능력
 - 대인관계기술 - 인터뷰기술과 실습, 구성, 점검목록사용법
2. 구매전 상담
 - 소비자교육
 - 구매전 정보이용법
정보수집, 정리, 통신매체 정보원 이용(실습 포함)
 - 구매전 서비스, 주문서비스
3. 구매후 상담
 - 구매후, 주문후 상담
 - 소비자불평에 대한 대처
 - 소비자 피해구제
소비자피해구제의 법적 기준
소비자피해의 구제방법 - 상호교섭, 소비자단체 · 보호원, 법적소송
상품군별, 거래유형별 소비자피해구제 방법과 기준(소비자피해보상규정 포함)

5) 소비자조사법

교과목 개요 : 소비자문제의 양적조사와 분석능력을 갖추기 위한 교과목으로 조사도구의 작성 및 평가, 조사자료의 통계적 분석, 조사결과의 보고서 작성 등의 능력을 갖추도록 돕는다. 이 교과목에 앞서 선수학습으로 기초적인 사회통계이론과 컴퓨터를 이용하여 자료분석를 할 수 있는 기본적 능력을 갖추어야 한다.

교과내용 :

1. 연구진행과정 개관
2. 연구목표구성
3. 표본추출
4. 설문지작성
5. 예비조사
6. 부호화 및 자료입력
7. 표본의 인구통계학적 성격분석
8. 연구문제해결을 위한 통계분석
9. 연구결과의 해석
10. 연구의 제한점
11. 결론
12. 요약문작성
13. 발표

(2) 현장실습교육

1) 현장실습교육의 필요성

소비자상담분야로 진출하기위해서는 이론 교육만으로는 불충분하므로, 해당기관에서 현장실습을 통한 교육을 거쳐야 한다. 그 이유를 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 소비자문제상담 전문직에서는 전문가와 소비자간의 상호 접촉이 상당히 있게 되고, 기관의 특징에 따라 높은 융통성이 요구되므로 실제적인 상황에서 훈련받는 것이 필수적으로 요구된다.

둘째, 현장실습을 통해 학교교과과정에서 얻을 수 없는 적용능력을 획득할 수 있다. 교과과정에서 배운 원리와 이론을 전문적인 상황에 적용해 볼 기회를 갖는다. 또 실습에서 얻은 지식과 경험을 학생들이 서로 나누는 시간을 가짐으로써 자신이 실습한

기업외의 상황에 대해서도 학습할 수 있다.

세째, 전공분야의 산학협동을 이룰 수 있다. 즉, 학교에서는 기업체의 현황을 파악할 수 있으며, 현장에서 필요로 하는 내용을 교과과정에 반영할 수 있다.

네째, 졸업생들의 졸업후 진로모색에도 도움이 된다. 학생들은 실습을 통해 스스로 자신에게 필요한 능력과 부족한 능력이 무엇인지를 알고 졸업전에 준비를 하게 되며, 또 자신에게 적합한 영역이 무엇인지를 체험을 통해 알아 볼 수 있다. 실습기관에서 해당분야의 진출방법에 대한 정보를 획득할 수도 있으며 비공식으로 소수의 인원을 채용할 기회가 있는 경우 추천을 받을 수도 있다.

다섯째, 전공분야에 대한 대외적인 홍보를 할 수 있다. 기업의 소비자관련부서에 소비자학 전공자의 역할이 부족한 현실(소비자보호원, 1990; 김용자, 1989)에서 전공자의 실습을 통해 이 분야 전공자의 존재를 알리고 인식을 높일 수 있는 기회가 된다. 특히 가정관리학과라는 학과명칭안에서 소비자학분야를 전공할 경우는 더욱 외부의 인식이 부족한데 관련기관에서 학생들이 직접 실습을 함으로써 홍보할 수 있는 좋은 기회가 된다.

이상과 같은 점에서 소비자문제 전공학생들이 관련기관에서 일정기간 현장실습을 하는 것이 꼭 필요하다. 소비자상담사의 자격 부여방안에 관한 연구(이기준외, 1995)에서도 현장실습을 하도록 제안하고 있다⁴⁾.

2) 현장실습교육 경험사례

여기서는 미국의 퍼듀대와 오하이오 주립대의 경우 소비자문제 전공 학생에게 실시하고 있는 현장실습이 어떻게 이루어지는지를 살펴보고, 국내 대학 중에서 소비자전공분야와 관련된 실습을 실시한 경험이 있는 대전대, 인제대, 가톨릭대, 인하대, 숙대 등

의 관련학과에서, 어느정도 기간의, 어떤 내용으로 실습을 보내고 있는지, 그 성과에 대해서는 기관과 학생들의 반응은 어떠한지 등을 살펴보고자 한다.

퍼듀대⁵⁾에서는 소비자문제 전공자는 최소 1학점의 실습학점을 취득해야 하는데 140시간의 실습에 1학점을 부여하고 있다. 학생들은 스스로 원하는 실습장소를 택하여 섭의를 한 후 실습담당교수와 실습지의 감독자로부터 승인을 받는 절차를 거쳐야 하고, 실습을 나가기 전에 실습을 통해 얻고자 하는 경험과 탐구하고자 하는 주제를 포함하는 활동계획서를 제출해야 하고, 실습후에는 학기말 보고서를 제출한다. 실습기관으로는 사기업부문, 공공부문, 또는 비영리기관등이 포함되며, 실습내용으로는 마케팅, 마케팅조사, 고객서비스, 불만처리, 소비자교육자료개발 등의 소비자관련 일에 참여하게 된다.

오하이오 주립대⁶⁾에서는 110학점이상을 취득하고 평점평균 2.00이상인 학생에게 현장실습과목을 필수적으로 이수토록 하고 있다. 1주일에 4시간 씩 10주 실습할 경우 1학점을 부여하는데 최소 120시간에서 최대 200시간으로 3-5학점을 이수할 수 있다. 실습에 참여하는 학생들은 실습오리엔테이션을 받고, 공동관심과 경험을 나눌 수 있는 수업에 참여해야 하며, 실습지에서의 일의 계획이나 행동, 옷차림에서 전문가의 이미지를 유지해야 하며, 실습담당교수에게 매주 활동보고서를 제출⁷⁾해야만 한다.

국내대학의 실습경험을 살펴보면, 대전대의 경우는 94년과 95년 두해에 걸쳐 여름방학에 2주간의 현장실습을 보내고 있다. 이는 졸업시험을 대체할 수 있는 프로그램⁸⁾으로 학생들이 졸업시험과 현장실습 중 하나를 선택할 수 있도록 하고 있는데 대부분의 학생들은 현장실습을 택하고 있다. 가정관리학과내의 주서, 아봉 등의 타전공분야와 함께 실습을 원하는 전공분야의 신청자를 먼저 받고 그 인원⁹⁾에 맞추

4) 한국소비자학회의 소비자상담사 자격인증 기준안에도 역시 소비자피해보상기구 설치의무사업자나 소비자보호기관에서 2주일 이상의 현장실습(교과목일 경우 1학점이상)을 하도록 되어 있다.

5) Purdue University, Consumer Sciences and Retailing, 1992년도 교과과정

6) College of Human Ecology, Family Resource Management 1994년 현재

7) 보고서 제출은 Email 이용을 선호하고 있다.

8) 현재 정규교과목(2학점)으로 교과과정 변경 중

어 담당교수가 적절한 실습지를 알아보고 주선하여 파견하는 식으로 운영되고 있다. 소비자분야의 실습 기관으로는 94년도에는 대우전자, 소비자연맹, 백화점(소비자상담실), YWCA, 기업소비자전문가협회(OCAP) 등이었고, 95년도에는 소비자보호원(피해구제국), 삼성전자(고객상담실), 가정경영연구소(한국컨설팅협회), 삼성생명, YMCA 등이었다. 실습평가는 책임감, 대인관계등의 항목에 대해 총 100점만점의 점수로 산출할 수 있도록 평가의뢰서를 보내고, 그 결과를 졸업시험 점수로 반영한다. 또 학생들은 실습일지를 제출하도록 한다. 실습비는 1인당 2만원을 내고, 실습비를 받지 않는 곳은 그에 상응하는 선물을 한다. 대체로 실습기관에서는 좋은 반응을 보이며 학생들의 실습에 대해서 평가도 높게 하고 있다. 학생들은 자신들의 실습성가에 대해 대체로 좋게 생각하나 일부 기관에 대해서는 실습내용이 미흡하다는 지적도 있다.

인제대의 경우는 93년과 94년에 실습을 실시하였는데, 방학중 2주씩 3, 4학년을 대상으로 하였으며 실습기관은 대한주부클럽연합회와 소비자연맹의 부산지회였다. 교과과정상 2학점의 '현장교육과 실습'이라는 선택과목으로 되어 있고, 실습평가는 실습기관에서 보낸 개인평가 100%, 학생들이 써낸 실습일지 30%, 동일기관에서 실습한 학생들의 그룹보고서 20%의 비중으로 종합평가하여 평점을 부과한다. 대체로 평가양식 등은 사회복지학과와 실습양식을 많이 참고로 하였으며⁹⁾ 실습비는 일인당 2만원을 기관에 지불한다. 실습성가에 대해서는 기관이나 학생들 대체로 좋게 평가하고, 졸업후 취업과 연결되기도 한다.

가톨릭대의 경우는 95년 2학기에 5개 기업체에 총 12명의 학생을 파견하여 현장실습을 실시하였다. 실습대상 기관은 소비자 피해보상기구 의무설치사업자 중에서 학과의 교수들이 임의 선정하고, 소비자조사업체 중에서 연구 있는 업체에 협조문을 발송하여 의뢰하였는데 의뢰업체 중에서 최종적으로 동양매직,

LG전자, 대우전자등 3개의 가전제품 업체와 한국리서치, 인터 맥스 애드컴등 2개의 소비자조사업체에서 실습이 받아들여졌다. 실습을 의뢰하는 협조문을 보낸 업체 수에 비해 실습생을 받아들인 업체 수는 극히 적었는데 그 이유는 업체의 여건이 미비했기 때문으로 보인다. 즉, 형식상으로는 피해보상기구가 설치되어 있으나 실질적으로 운영이 미약하여 실습생을 받을 만한 상황이 아닌 경우가 대부분이었다. 따라서 공식적인 실습의뢰 협조문에 응하여 실습생을 받은 업체는 가전제품을 생산하는 대기업들이었다. 일반적으로 실습은 실습비를 내고 실습을 하는 것이 타당하나, 기업체의 실습은 실습내용이 아르바이트요원을 고용하여 처리하는 일의 일부를 담당하게 되고, 실습생을 인턴사원과 같이 보는 견해 등이 혼재해 있어 실습기간 동안 오히려 일정액의 보수와 식사비 등을 지급하는 경우가 대부분이었다.

이하대의 경우는 1995년 여름방학에 3개 기업체에서 총 9명의 학생이 현장실습의 기회를 가졌다. 실습대상기관은 소비자피해보상기구 의무설치사업자 중에서 임의 선정하여 이들 업체에 현장실습 협조문을 발송하여 의뢰하였는데, 최종적으로 LG전자, 영창약기, 태평양생명의 3개 업체에서 실습이 가능했다. 실습기간은 2-6주 였다. 실습내용은 소비자상담부서에 학생들을 배치하여 소비자관련업무를 관찰하고 실습하도록 하는 업체도 있었으나, 복사라든가 문서정리, 워드프로세서 등 일반적인 사무보조를 하기도 하였다. 대체로 업체의 소비자보호부서의 업무내용이 빈약하거나 실습생지도에 대한 경험이 부족하여 실습내용이 충실하지 못하였다.

숙대 소비자경제학과에서는 4학년 1학기에 선택과목으로 '소비자문제실습'이라는 실습과목을 두고 있다. 이 과목에서는 강의와 함께 1-4주 정도의 실습을 병행하고 있다. 실습기관은 담당교수가 연고가 있는 몇개의 기업 또는 단체에 부탁하여 실습이 이루어지고 있다. 그러나 실습기관들이 내부사정이 실습생들을 통해 노출되는 것을 꺼려 실습제공기관의 수

9) 인제대의 경우 가족전공분야와 함께 실습을 실시하는데 가족전공분야는 사회복지기관으로 실습지를 택하고 따라서 실습양식을 사회복지학과와 경우를 참조로 하게 된다.

나 기간이 줄고 있다. 또한 실습과 취업과의 연결은 거의 이루어지지 않고 있으며, 기업에서는 기업내 근무경력이 오래인 사람을 소비자관련부서에 배치하는 것을 선호하고 있어 소비자경제학과 졸업생들이 이 부서에 취업하기는 쉽지 않다.

소비자학 전공과 관련하여 현장실습을 한 이상의 여러 국내대학의 내용을 종합해보면, 우선 실습기관으로는 소비자보호단체, 일반기업체의 소비자상담실, 소비자조사업체 등이 주요대상을 알 수 있다. 아직 활발하지는 않지만 일부 금융기관도 앞으로 가계 재무분야와 관련하여 선택될 수 있다.

실습은 주로 방학을 이용하여 이루어지고 있고, 기관이나 학생들 모두 실습성과에 대한 반응은 좋으나¹⁰⁾ 일부 기업체의 경우 해당부서가 미비하여 실습 내용도 부실한 경우가 있었다. 인제대와 대전대, 소비자경제학과는 실습평가를 졸업시험이나 정규교과목의 학점에 반영하고 있었고, 가톨릭대의 경우도 앞으로 교과과정에 반영할 계획을 세우고 있다.

3) 현장실습교육의 체계

여러 학교의 현장실습 경험을 바탕으로 진행체계를 구성해 보면 대체로 다음과 같다.

첫째, 현장실습교육의 추진과정은 대체로 실습대상업체의 선정 → 실습의뢰 협조문 발송(회신용 양식 첨부) → 실습학생 신청받음(개인적인 선호와 거주지, 실습시기 등을 고려) → 기관에 실습학생 확정 통보(명단과 학생 개인의 이력서, 자기소개서, 이수교과목 등을 확인할 수 있는 내용 등 발송) → 실습과전(실습평가 양식 배부) → 실습 후 평가회 등의 과정으로 진행될 수 있다.

둘째, 실습진행을 위해 필요한 문서와 주요내용은 <표 1>과 같다.

세째, 실습의 평가는 앞의 실습평가서에 기초한다.

즉, 실습지에서 평가하여 보낸 내용과 학생들이 제출한 보고서를 평가자료로 이용한다.

네째, 실습비를 내고 실습하는 것이 실습기관의 책임감도 크고 실습효과도 높다. 현실적으로 실습생들이 업무에 도움을 주기 때문에 오히려 실습기간 동안 보수를 지급하기도 하나 이와는 별도로 학교에서는 교육의 일환으로서 실습을 의뢰하기 때문에 일정한 실습비를 내는 것이 바람직하다. 실습비를 내고 있는 학교의 경우 보통 학생 일인당 2만원의 실습비를 내고 있다.

4) 앞으로의 현장실습교육 방향과 과제

앞으로 소비자문제 전공 현장실습을 실시할 경우 아래와 같은 점이 고려되거나 해결되어야 할 것이다. 첫째, 현장실습은 정규교과과정에 포함시켜 운영하는 것이 체계적이고 학생들의 실습효과도 높다. 정규교과과정에 포함시키는 방법은 '소비자상담'과 같은 교과목 교육내용의 일부로써 현장실습을 포함시킬 수도 있고, 현장실습을 1-2학점¹¹⁾의 교과목으로 독립시킬 수도 있다. 그러나 전자의 방법은 학생들의 이수교과목이나 학점의 수를 별도로 늘리지 않는다는 장점은 있으나 학기진행 중에 실습이 가능할 시간은 다른교과목의 수강 등으로 제한되어 있어 집중적인 현장실습이 이루어지기 어렵고,¹²⁾ 현장실습의 내용이 소비자상담등의 한가지 내용에 제한되는 것이 아니라 전공분야의 이론적인 학습내용을 포괄적으로 포함하여 현장에서 적용능력을 키우고 실무능력을 보완한다는 점에서 볼 때 바람직하지 않다. 실제로 현장실습을 교과과정에 반영하고 있는 국내의 대학은 모두 독립된 교과로 운영하는 후자의 방법을 취하고 있다. 또 이 방법은 학과내에 소비자학 전공학생 뿐 아니라 아동학이나 주거학 등 타분야 전공학생들이 있을 경우 동일 교과목을 수강신청하

10) 기관의 실습평가서를 통해 기업체의 실습에 대한 구체적인 반응의 예를 보면 '산학연계로 소비자상담에 대한 공감대 형성'이나 '업무보조로 도움을 받음', '사내에 신선한 분위기가 부여' 등의 긍정적인 반응을 많이 보였고, '기존여사원과 실습생간의 괴리감', '실습생지도를 위해 교육업무 수행에 약간의 애로있음', '짧은 기간에 복잡하고 다양한 업무학습에 한계 있음' 등의 문제점도 일부 지적되었다.

11) 보통 2주간(80시간)의 실습에 1학점 부여가 적절하다.

12) 학기 중에 실습을 할 경우 오히려오대처럼 매주 일정시간씩 여러주에 걸쳐 실습을 진행하는 방법도 있을 수 있다.

〈표 1〉 현장실습교육을 위한 필요한 문서와 주요내용

문 서 제 목		주 요 내 용
실습의뢰 협조문 (기관 발송용)		실습목적, 학과의 교육내용·교과과정등을 안내
실습의뢰에 대한 회신 (기관 회신용)		실습가능여부, 인원, 불가능한 경우 이유
실습평가서	실습지 슈퍼바이저의 학생평가용	기관명, 기간, 담당자, 실습내용, 실습효과(업체측), 실습학생평가(근무태도, 일반자질, 업무능력 등)
	실습학생의 학교 제출용	기관명, 기간, 실습내용, 실습전반에 대한 평가(교과내용과 실습내용간의 부합여부, 학교교과에서 보강되어야 할 내용, 기관진출가능성과 진출방법, 실습업체의 지도내용 등)
실 습 신 청 서 (학생용)		원하는 실습지, 이수교과목과 성적, 진로계획

고 해당 전공분야에서 실습을 하여 학점을 취득하도록 공동 운영할 수 있다는 장점이 있다.

둘째, 현장실습이 주로 방학을 이용하여 이루어지고 있으므로, 이 점을 고려하여 운영계획이 이루어져야 한다. 즉, 방학 중에 실습을 실시할 경우는 학점이 부여될 학기 이전에 해당교과에 대한 홍보를 통해 수강신청을 미리 받아 실습을 실시하고, 해당 학기 말에 학점을 부여하여야 한다.

세째, 학교에서 실습을 전담하는 교수를 정하여 지속적으로 실습을 관리하고, 또 실습기관의 슈퍼바이저와 의사소통을 나누어 학교와 실습기관간의 통로 역할을 할 수 있어야 한다.

네째, 실습기관을 학생들이 스스로 자신이 진출하기 원하는 업종에서 추천하여 오는 것도 바람직하므로 학교에서 실습기관의 일부는 알선하여 추천하고, 일부는 스스로 섭외하여 택하여 올 수 있도록 한다. 이런 경우 학생들에게 실습기관의 적격기준을 제시할 필요가 있다.

다섯째, 실습기관에 따라서는 어떤 내용을 실습생에게 교육시켜야 할지에 대한 준비가 미비하다는 문제점을 해결해야 한다. 이는 실습기관에서 현재 가정관리학과 등에서 배우는 전공분야(교과과정 등)에 대한 인식이 부족한 원인도 있다. 이러한 문제는 사전에 실습의 목적, 학교에서 원하는 실습의 내용, 실습비 또는 보수의 문제, 학교교육과의 연계 등에 대

해서 실습기관에 협조문 형식 등으로 설명하는 기회를 가짐으로써 어느정도 해결될 수 있을 것으로 보인다. 또 실습생을 처음받는 곳일수록 실습체계가 부족하므로 실습회수가 늘어나고, 실습이 정례화될수록 개선되어 실습내용이 충실해질 것으로 기대된다.

여섯째, 학교의 소비자문제 교육에서 시각의 균형이 필요하다. 소비자의 이익을 대변하는 소비자보호적 시각과 기업경영적 측면에서의 고객관리 또는 상담이라는 양자의 시각을 조화할 수 있는 균형된 교육이 요구된다. 현재까지 소비자학에서의 교육은 전자의 시각에 기울어진 편이었다. 이러한 편향된 시각의 교육은 전공학생들이 소비자보호단체에서 일할 경우는 적합하나 기업체에서 일할 경우는 부적합하다.

V. 당면과제와 앞으로의 방향

소비자상담사를 위한 교육내용을 충실히 하기 위해서는 첫째, 본 연구에서 다룬 각 필수교과목의 개요와 교과내용을 반영한 풍부한 내용을 갖춘 교재개발이 활발히 이루어져야 할 것이다.

둘째, 소비자상담사가 갖추어야 할 기본적인 능력으로 구체적인 업무관련 지식과 기술외에 대인관계능력, 의사소통능력(쓰기, 말하기), 컴퓨터 사용능력, 현장적응능력 등이 공통적으로 지적되고 있다. 이 점

을 고려하여 앞에서 제시된 각 교과목의 교육내용이나 현장실습교육과 병행하여 이러한 능력을 배양할 수 있는 교육이 실시되어야 한다.

한편, 이러한 내용으로 충실히 교육받은 전공자들이 관련기관에 취업하여 소비자상담사로 활동할 수 있도록 하기 위해서는 첫째, 전공교수들이 소비자문제 전문가 집단¹³⁾과 활발한 접촉을 하여야 한다. 이는 교수들이 기존에 해왔던 전공교수들간의 교류보다는 더 힘든 일이지만 반드시 필요한 일이다.

둘째, 소비자문제전문가와 전공교수로 구성된 자문위원회를 운영할 필요가 있다. 이 위원회를 통해 소비자상담교육훈련내용에 대한 평가와 방향수립을 위해 지속적인 자문을 구할 수 있다.

셋째, 기업체등 관련기관에 소비자상담사 역할과 기능에 대한 직접적인 홍보가 필요하다. 효과적인 홍보 방법을 강구하고 추진하기 위해 전공영역의 이해관계자들이 함께 노력해야 한다.

이와 같은 여러가지 노력이 병행되어 소비자상담 업무에 요구되는 능력을 충실히 갖춘 소비자학 전공자를 대학에서 배출한다면, 기업체의 소비자상담부서나 소비자보호기관에서 이들을 필요로 하는 것은 물론, 최근의 소비자만족 또는 고객만족을 지향하는 기업경영의 추세에 따라 기업내의 타부서에서도 이들에 대한 수요가 증가할 것으로 기대된다.

【참 고 문 헌】

- 1) 성민선, 우리나라의 사회복지 실습 교육현황, 가톨릭대학교 성심교정 논문집, 1995, 259-280
- 2) 여정성·이기준, 소비자학분야의 대학교과과정개발에 관한 연구, 대한가정학회지 31권 1호, 1993: 1-12
- 3) 윤정혜·조희금·송인숙, 가정관리·소비자학전공사의 취업전망과 과제, 대한가정학회46차 정기총회 및 학술대회 발표자료, 1993:39-62
- 4) 이기준외, 소비자상담사제도화를 위한 연구, 대한가정학회지 33권6호, 1995, 149-162
- 5) 한국가정관리학회, 가정관리학과 교과모형 개발연구, 한국가정관리학회 학술대회 발표자료, 1993
- 6) 한국소비자보호원, 소비자피해보상기구의 실태분석 및 개선책, 1990, 미간행보고서
- 7) Council of Europe, Consumer Protection - Training of consumer advisers, professional or voluntary, Strasbourg, 1982
- 8) Ohio State University, Consumer Affairs Option Evaluation Committee, College of Human Ecology, Dpt. of Family Resource Management, Final Report on Consumer Affairs Option Evaluation(unpublished), 1994
- 9) Ohio State University, Curriculum in 1994
- 10) Purdue University, Curriculum in 1992

13) 예를 들면, 기업소비자전문가협회(OCAP)의 회원