

국내 공정무역상품 판매사이트의 소비자정보제공 현황분석

서정희 · 허은정 · 전향란 · 김향숙¹⁾ · 이아름 · 김미수 · 박진영²⁾

울산대학교 생활과학대학 아동가정복지학과

동국대학교 가정교육학과¹⁾

울산대학교 생활과학대학 의류학과²⁾

An Analysis of Consumer Information on Fair Trade Online Shopping Site in Korea

Jung Hee Seo · Eun Jeong Huh · Hyang Ran Jeon · Hyang Suk Kim¹⁾ · A Reum Lee · Mi Soo Kim · Jin Young Park²⁾

Dept. of Child & Family Welfare, Ulsan University

Dept. of Home Economic Education, Dongguk Uni.(Kyoungju)¹⁾

Dept. of Clothing & Textiles, Ulsan University²⁾

I. 서론

제 3세계의 소외된 생산자와 노동자에게 보다 좋은 무역 조건을 제공하는 공정무역은 윤리적 소비와 지속가능한 소비를 실천할 수 있는 기회를 제공한다. 세계 공정무역의 규모는 2007년 36억 달러로서 세계 총무역의 0.01%에 불과하지만, 연 47%라는 경이적인 속도로 성장하고 있다(한겨레, 2009.5.17). 커피, 초콜릿, 마스코바도(설탕)를 비롯하여 200여 개의 품목을 취급함으로써 취급품목 역시 증가하고 있다. 기존의 공정무역에 관한 연구는 주로 국제무역체제로서 제도적·규범적인 측면에 관한 연구와 공정무역의 사회 지향적인 측면에서 윤리적인 접근을 시도한 연구가 이뤄지고 있고(이예원, 2009), 공정무역 제품에 가격프리미엄을 지불하고 공정무역 제품을 구매하는 동기를 밝힌 연구가(차태훈, 하지영, 2010) 있을 뿐이다. 국내의 공정무역 상품을 온·오프라인에서 이용하는 소비자들이 늘어나는 것을 감안 할 때(천경희 외, 2010), 공정무역상품의 온라인판매와 관련한 실태나 현황 등을 분석한 연구는 드물다.

따라서 본 논문에서는 국내의 공정무역상품 판매 사이트의 운영현황과 소비자정보제공의 형태와 내용에 대해 살펴보고자 한다.

II. 연구방법

2010년 3월 한달 간 국내의 공정무역상품 판매사이트 6곳을 대상으로 소비자학 전공대학원생 5명이 각 사이트의 소비자 정보 제공현황을 분석하였다. 조희경, 이기춘(2003)의 전자상거래의 소비자정보의 분류를 기초로 하여 사업자 정보(신원정보, 운영정보, 이용정보), 상품 정보(사양정보, 품질정보, 사용정보), 거래 정보(지불정보, 배송정보, A/S정보)의 제시여부와 내용을 살펴보았다.

III. 연구결과

1. 국내 공정무역상품 판매사이트의 운영현황

우리나라의 공정무역 판매 사이트는 대표적으로 6곳이 있으며, 이들은 오프라인매장과 온라인매장 운영을 겸하고 있다. 온라인 판매는 2002년 아름다운커피를 기점으로 2004년엔 두레생협과 피스커피, 2006년에는 아이쿱생협, 2008년에는 그루와 울림이 뒤따라 시작하였다. 그루는 총 222개, 울림은 총 49개, 두레는 총 5개, 피스커피는 총 12개, 아름다운 커피는 총 53개, 아이쿱생협은 총 6개의 품목을 판매하고 있다(2010. 3월 현재). 커피를 공통적으로 판매하며, 사이트의 특성에 따라 초콜릿, 홍차, 쿠키, 유기농 면섬유 등과 같은 다양한 품목들을 판매하는데, 대부분이 제3세계의 빈곤국에서 수입한 제품이다. 판매방식을 보면 두레생협, 아이쿱생협, 피스커피 등 3곳은 단체 및 온라인 사이트에 가입한 회원들에게만 판매를 하였고, 그루, 아름다운 커피, 울림을 포함한 3곳은 가입하지 않은 비회원에게도 별도의 결제창을 마련하여 판매하고 있었다.

2. 국내 공정무역상품 판매사이트의 소비자정보 제공의 형태 및 내용

(1) 사업자정보 제공 현황

사업자정보는 소비자가 온라인 사이트에서 가장 먼저 접하는 기본적인 정보로 신원정보, 운영정보, 이용정보가 있다. 신원정보는 6곳 모두 충분히 제시하고 있었지만 그루나 피스커피는 e-mail를 표시하지 않았다. 운영정보는 취급 상품수와 정보갱신일이 잘 제시가 되었지만, 아이쿱생협을 제외한 5곳의 사이트는 상품의 재고량을 표시하지 않았고, 6곳 모두 방문자 수에 관한 정보를 표시하지 않았다. 이용정보는 6곳 모두 개인정보보호정책이나 이용약관 등에 관한 내용들을 충분히 제시하였으

나, 두레생협은 이용안내 정보를 제시하지 않았다.

(2) 상품정보 제공 현황

상품정보는 소비자에게 가장 객관적인 판단을 내릴 수 있는 근거가 되는 정보로 사양정보, 품질정보, 사용정보가 있다. 사양정보는 6곳 모두 제품의 제조시기를 제공하지 않았다. 공정무역 상품이 대부분 수입물품임을 감안할 때, 소비자에게 상품의 제조시기를 명확하게 표시할 필요가 있다. 품질정보는 다른 정보들에 비해 미흡한 점이 많았는데, 울림은 제품의 특징, 기능, 비교정보를 모두 표시하지 않았고, 피스커피 역시 기능정보를 표시하지 않았다. 더욱이 6곳 사이트 모두 제품의 비교정보를 표시하지 않아서, 소비자에게 상품의 품질에 관한 객관적인 정보를 제공치 않았다. 사용정보는 울림만 제품의 사용 방법과 관리방법에 관한 정보를 표시하지 않았다. 사용정보는 소비자의 안전과 직결된 정보로 소비자가 올바르게 사용하고 관리할 수 있도록 제시되어야 한다. 그루 역시, 의류의 판매가 주를 이루는데 의류에 관한 관리방법과 같은 중요정보가 미흡한 것으로 나타났다.

(3) 거래정보 제공 현황

거래 정보는 화폐지불과 관련한 민감한 정보로 지불정보, 배송정보, A/S정보가 있다. 지불정보 중 결제정보는 6곳 모두 표시하였지만, 쇼핑물의 보완수준이나 영수증 발급에 대한 정보는 아름다운커피와 아이쿱생협을 제외한 나머지 사이트 4곳은 제공하지 않았다. 배송에 관한 정보는 모든 사이트에서 정확한 정보를 제공하고 있었지만, 두레생협만 배송료에 대한 정보를 표시하지 않아, 소비자에게 결제와 관련하여 혼란을 줄 소지가 있었다. A/S정보의 경우는 울림만 주문·취소방법에 대한 정보를 제공하지 않았고 나머지 5곳 사이트는 모두 정확한 정보를 제공하였다.

IV. 결론

본 연구의 분석결과 및 그에 따른 결론을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 공정무역상품 판매 사이트는 사업자정보 중 정확한 이용정보를 충분히 제공하고 있었다. 그러나 운영정보는 미흡한 부분이 많았다. 공정무역은 상품보다 그 무역을 주체하는 단체나 기관에 대한 신뢰가 우선된다는 점을 감안한다면, 단체의 활동현황도 사업자정보에 넣어 높은 신뢰를 쌓아야 할 것이다. 둘째, 대부분의 판매 사이트가 상품정보와 관련하여 상품에 대한 상세한 정보나 제품 간 비교정보를 제대로 제시하지 않았다. 상품 정보

와 제품 간 비교정보는 수입품의 온라인 구매 시 소비자의 의사결정과 구매 후 느낄 부조화를 줄여 줄 수 있는 정보이다. 따라서 판매자가 제시하는 상품정보 이외에도 소비자가 직접 참여하여 비교이용후기 등을 작성하여 공유하도록 게시판을 형성할 필요가 있다. 셋째, 거래정보에서는 결제의 안전성이나 영수증 발급 부분 등에 대한 정보가 미흡하였다. 온라인 구매 시, 소비자가 결제를 하는데 해킹과 같은 위험에 우려하지 않도록 결제와 관련한 안전성에 관한 정보를 제시하여 안심토록 해야 할 것이다.

공정무역은 소비자의 공동연대와 소비지지향적인 성격을 가진 무역이다. 소비자에게 상품에 대한 정보를 투명하고 정확하게 제공할 때, 신뢰가 형성되어 소비지지향적임을 느끼게 할 수 있을 것이다. 온라인 판매에 있어 소비자의 자발적인 참여를 통한 정보생산을 도와 공정무역의 공동연대에 대한 긍정적인 여론형성과 참여를 이끌 필요가 있다.

본 연구는 공정무역상품 판매에 있어 소비지지향적인 정보제공방법의 방안을 제시하고, 공정무역과 관련하여 소비자학 분야의 기초자료를 제시했다는 데 의의가 있다. 향후에는 공정무역상품 판매사이트의 정보제공에 관한 소비자의 요구도 조사나 실제 구매 후 소비자의 행동 등과 같은 보다 세밀한 연구가 이루어져야 할 것이다.

참 고 문 헌

- 이에원. (2009). 사회적 책임 활동 측면에서 비영리 조직의 공정무역에 관한 소비자 인식 연구. 홍익대학교 대학원 석사학위논문.
- 조희경, 이기춘. (2003). 전자상거래 시장의 소비자정보 분석 -사용자 인터페이스의 접근용이성과 충분성을 중심으로-. **소비자학연구**, 14(2), 161-177 .
- 차태훈, 하지영. (2010). 공정무역 제품구매에 관한 탐색적 연구. **소비문화연구**, 13(1), 1-20.
- 천경희, 홍연금, 윤명애, 송인숙. (2010). **착한소비 윤리적소비 Part8. 공정무역**(P.254-283). 시그마프레스.
- 공정무역이란 무엇인가(2009, 5. 17.), 한겨레신문, 자료검색일 2009, 03. 20, 자료출처 http://www.hani.co.kr/arti/economy/economy_general/355376.html.