

부산 소비자 대상 위조상품 의식조사 2019



EUROPEAN CHAMBER OF
COMMERCE IN KOREA
주한유럽상공회의소



© European Chamber of Commerce in Korea (ECCK)

All rights reserved

www.ecck.eu

목차

서문	3
조사 개요	4
문항별 결과 분석	5
1. 위조상품(일명 짝퉁)을 구입해보신 경험이 있나요?	5
2. 위조상품을 어떠한 경로로 구매하셨나요?	6
3. 만약 인터넷이나 모바일 쇼핑을 통해 위조상품을 구매하신 경험이 있으시다면 어떤 플랫폼에서 구매하셨습니까?	7
4. 위에서 응답하신 플랫폼에서 위조상품을 구매할 수 있다는 것을 어떻게 아셨습니까?	8
5. 위조상품을 구매한 경험이 있으시다면 어떤 종류의 제품을 구매하셨나요? 구매한 경험이 없으시다면 어떤 종류의 위조 제품을 구매하시겠습니까?	9
6. 사람들이 위조상품을 구매하는 이유는 다양합니다. 그 중 가장 중요한 이유는 무엇이라고 생각하십니까?	10
7. 위조상품(일명 짝퉁)이 문제라고 생각하십니까? 동의하신다면 그 이유는 무엇인가요?	11
8. 위조상품의 제조, 판매의 경우 재벌률이 매우 높습니다. 더 강력한 위조품 단속을 해야 한다고 생각하시나요?	12
설문지	13
참고	15

서문

주한유럽상공회의소(ECCK)는 국내에 진출하였거나 한국과 관련된 사업을 하는 유럽계 기업들의 권익을 대변하는 주요 기관입니다. 더불어 상호 이해가 일치하는 기관과 협력하여 최적의 비즈니스 환경을 조성하는 데 노력함과 동시에 유럽계 기업 공동체를 공정하게 대표하고자 합니다. ECCK는 비정치적, 비영리 법인으로 설립되었습니다.

현재의 세계 경제에서 “지식은 [...] 생산성과 경제 성장의 원동력”¹이며 지식재산 환경을 육성하고 지원하는 것은 성공적인 경제발전을 위한 중요한 조건으로 꼽힙니다². 한국지식재산연구원에 따르면, 지식재산 집약산업은 국내 GDP 43%에 기여했으며 약 560조원의 부가가치를 창출했습니다. 또한 지식재산 집약산업은 국내 전체 고용에 약 30%를 기여했으며 비지식재산 집약산업 대비 평균 50% 더 높은 임금을 지급했습니다(2015년 기준).

ECCK는 지재권이 기업뿐만 아니라 범정부적인 차원에서도 중요하다는 인식하에 지식재산권 위원회를 운영하고 있습니다. 해당 위원회는 이해 당사자들 간의 협력과 소통 증진, 민관의 정보 공유 도모 및 지재권 보호의 중요성에 대한 대중 인식 제고의 세 가지 목표를 달성하기 위해 노력하고 있습니다.

특히 대중의 인식 제고 면에서, 위조산업이 사회 전반에 미치는 악영향에 대해 대중이 인식하도록 하는 것이 중요합니다. 위조산업은 소비자들의 건강과 안전을 위협하고 경제 성장을 저하시킬 뿐 아니라 기업과 정부의 수입을 감소시키고 혁신을 방해하며 일자리를 감소시킵니다. 최근에는 위조품 판매의 수익이 국제 범죄 조직이나 테러집단의 자금으로 활용된다는 증거가 계속해서 드러나고 있어 국제사회에 경각심을 불러일으키고 있습니다.

위조 산업으로 인한 악영향을 억제하기 위해 지식재산권 위원회는 여러 정부 기관 및 기업들과 협력하며 모든 종류의 지식재산의 권리 집행을 지원하고 있습니다. 이러한 노력으로 인해 유명 관광지에서의 공공연한 위조품 판매 행위는 대부분 근절되었으며 온라인 시장에서의 위조품 판매를 제한하기 위한 온라인 매개자의 조치 또한 강화되고 있습니다.

정부 기관들과 기업들이 힘을 합쳐 불법 위조품에 대한 조치를 취하는 것도 중요하지만 구매라는 강력한 도구를 가진 소비자들의 역할 역시 중요합니다. 안타까운 현실은 위조품을 구매하는 대부분의 소비자가 위조품의 불법성에 대하여 잘 모르고 있다는 것입니다. 위조품에 대한 수요가 존재하는 한 위조품 산업은 계속해서 높은 수익성을 띄게 될 것입니다. 위조품 산업에 대한 소비자 인식제고가 이루어진다면 이러한 위조 행위가 악영향을 끼치지 않는다는 잘못된 관념을 깨트릴 수 있을 것입니다.

소비자들의 위조품에 대한 인식과 구매 패턴 및 위조품 단속에 대한 의견을 살펴보기 위하여 ECCK는 설문조사를 진행하였습니다.

¹ OECD (1996), The Knowledge-Based Economy.

<http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=OCDE/GD%2896%29102&docLanguage=En>

² OECD (2013), Supporting Investment in Knowledge Capital, Growth and Innovation. <http://dx.doi.org/10.1787/9789264193307-en>

조사 개요

본 보고서는 2019년 5월 19일, 부산 어울 마당 축제에서 진행된 설문조사 결과를 바탕으로 작성되었으며 ECCK의 지식재산권에 관한 대중의 인식 제고와 위조품에 대한 의식을 가늠하기 위한 캠페인의 일부로서 진행되었다. 설문조사는 총 8문항으로 구성되어 있으며, 응답자 602명이 참가하였다. 응답자들의 성별 구성은 326명의 여성과 205명의 남성으로 이루어져 있으며, 나머지 71명의 응답자의 성별 표기가 누락되었다. 설문조사에 가장 많이 참여한 연령대는 20대(34%)이다.

전체 응답자 중 44%가 위조품을 구매한 경험이 있다고 표기하였고, 그 중에서도 가장 많이 사용된 구매 경로는 노점상(동대문, 남대문, 국제시장 등)과 인터넷이나 모바일 쇼핑으로 각각 34%, 28%의 응답률을 차지하였다. 온라인 위조품 구매 통로로는 주로 G마켓, 옥션, 11번가, 네이버 스마트 스토어, 인터파크, 알리바바와 같은 오픈마켓(42%)이 가장 많이 사용되었으며, 잇달아 개인 쇼핑몰이 28%로 2위를 차지하였다.

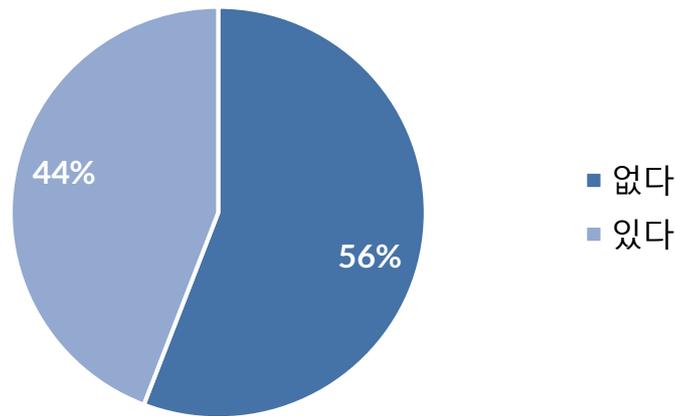
응답자들은 위조품을 해당 온라인 플랫폼에서 구매할 수 있다는 것을 오픈마켓 검색(28%), SNS 검색(22%) 및 (네이버, 다음, 구글과 같은) 검색 엔진의 검색 기능(22%)을 통해 알게 되었다고 대답하였다.

가장 인기 있는 두 가지 위조품 항목은 의류 및 신발로 29%, 가방과 지갑이 28%로 각각 1, 2위를 차지했다. 응답자의 53%는 정품 가격보다 낮은 가격으로 판매되는 위조품이 구매 결정의 주요인이라고 대답하였다. 덧붙여, 95%에 해당하는 응답자들이 위조품의 문제에 대해 인지하고 있다고 응답하였으며, 그 중 가장 우려되는 사안으로는 기업 손해, 소비자 피해, 그리고 정직한 국내 기업이 입는 영업 피해를 꼽았다.

전체 응답자들 중 81%가 위조산업에 대한 보다 철저한 단속을 바란다고 응답하였고 응답자들 중 5분의 1은 위조품의 생산자, 유통업자, 판매자뿐만 아니라 구매자 역시 처벌받아야 한다고 응답했다.

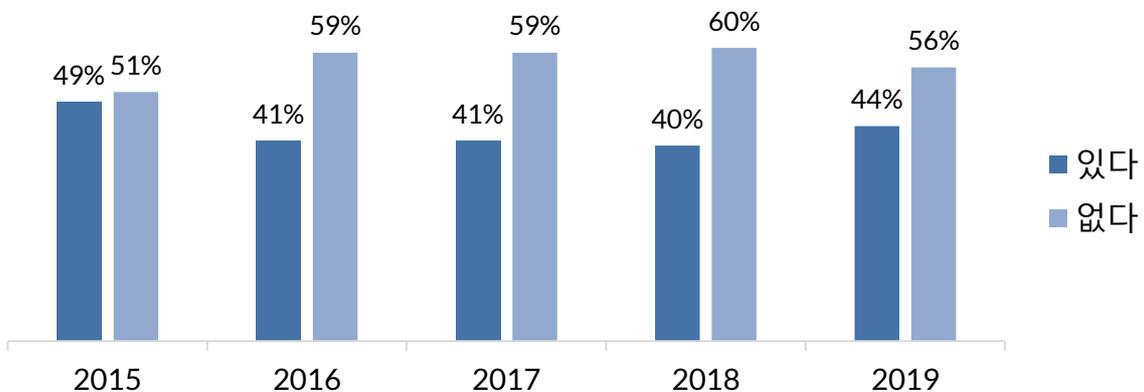
문항별 분석

1. “위조상품(일명 짝퉁)을 구입해보신 경험이 있나요?”

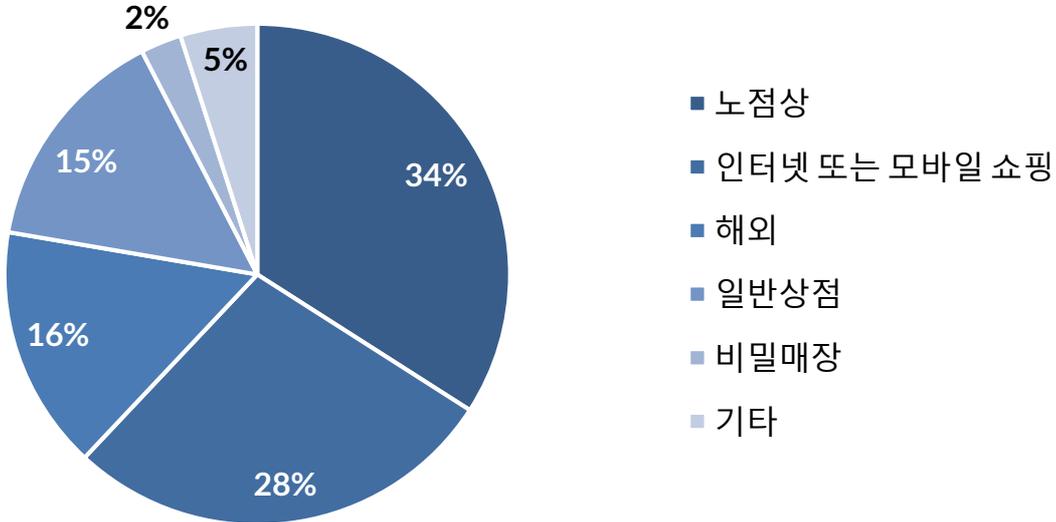


전체 응답자 중 44%가 위조품 구매 경험이 있다고 표기하였다. 성별로 살펴보면, 여성 응답자들(42%)의 위조품 구매율이 남성 응답자들(47%)보다 상대적으로 낮은 것으로 나타났다. 연령대별 구매율도 다소 차이를 보였다. 30대, 40대, 50대 (각각 53%, 55%, 58%)의 응답자들은 과반수가 위조품을 구매한 경험이 있다고 밝혔지만, 10대와 20대의 경우에는 40% 이하의 응답자들이 구매 경험이 있다고 응답하였다.

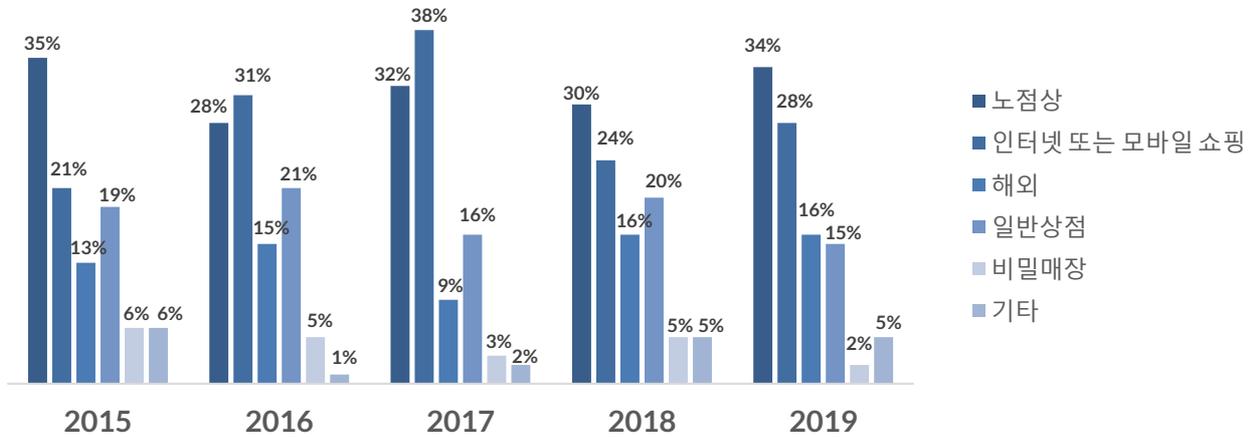
지난 ECCK 설문조사를 통해 나타났던 위조품 구매율의 감소 추세와 달리, 올해는 2018년에 비해 위조품을 구매해본 경험이 있다고 표시한 응답자가 4%p 증가하였다.



2. “위조상품을 어떠한 경로로 구매하셨나요?”



올해에도 노점상과 온라인 플랫폼이 위조품 구매시에 가장 많이 사용되는 경로로 꼽혔으며 이는 지난 5년간의 설문 결과와 동일하다. 62%의 응답자들이 노점상 또는 온라인 플랫폼을 통해 위조품을 구매한다고 답했으며 작년(54%) 대비 8%p 증가하였다.

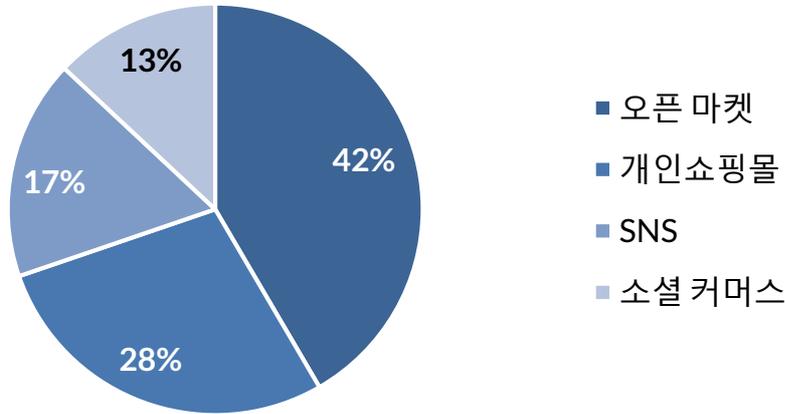


남녀 응답자 모두 위조품은 주로 노점상(남: 34%, 여: 33%)에서 구매한다고 응답하였고, 인터넷 또는 모바일 쇼핑(남: 32%, 여: 26%)이 그 뒤를 이었다.

20대의 응답자들의 절반에 가까운 45%가 온라인 상에서 위조품을 구매한다고 응답해, 10대, 30대, 40대(10대: 25%, 30대: 24%, 40대: 26%)보다 위조품 구매시에 인터넷 또는 모바일 쇼핑을 더 많이 이용하는 것으로 나타났다. 10대와 더불어 50대, 60대의 응답자들은 위조품 구매시에 노점상을 가장 많이 이용한다고 답하였다.

올해 설문 결과에서 주목할 만한 부분은 '기타'를 선택한 10대 응답자들 중 80%가 위조품 구매의 다른 경로로 '인형뽑기'를 꼽은 점이다.

3. “만약 인터넷이나 모바일 쇼핑을 통해 위조상품을 구매하신 경험이 있으시다면 어떤 플랫폼에서 구매하셨습니까?”



인터넷 및 스마트폰 보급률 확대로 인해 그 어느 때보다 더 많은 소비자가 온라인 쇼핑을 통해 상품을 구매한다. 산업통상자원부에 따르면, 2018년 대한민국의 주요 유통업체의 온라인 매출은 15.9%의 큰 폭의 성장세를 보였지만, 오프라인 매출은 전년 대비 1.9% 높아짐으로 증가세가 비교적 저조하였다³. 위조 산업 또한 이 같은 추세를 따라 온라인 시장으로 사업을 확장하였고 온라인 상에서의 불법 유통이 가속화되고 있다.

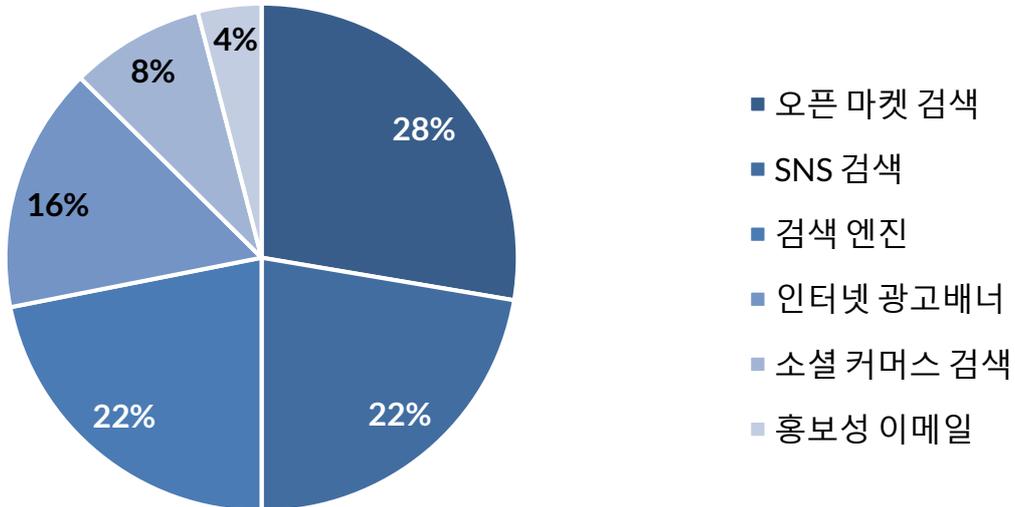
소비자들이 온라인상에서 위조품 구매를 위해 사용하는 다양한 온라인 플랫폼들을 보다 정확히 파악하기 위해 본 설문 조사에서는 응답자들이 위조품을 구매하였을 때 이용했던 온라인 플랫폼의 종류에 대해 물었다. 인터넷이나 모바일 쇼핑을 통해 위조품을 구매한 적이 있다고 밝힌 응답자들 중 42%는 G마켓, 옥션, 11번가, 네이버 스마트스토어, 인터파크, 알리바바와 같은 오픈마켓을 지목하였고 이는 작년(33%)보다 더 높은 수치이다.

온라인 상에서 위조품을 구매하기 위해 오픈마켓을 가장 많이 이용한다는 점은 이전 설문조사와 변함이 없지만, 주목할 만한 사항은 위조품 구매처로서 2위 자리를 굳힌 개인쇼핑몰의 증가 추세다. 올해는 열명 중 세 명 가까이(28%)가 개인쇼핑몰에서 위조품을 구매한 적이 있다고 응답해 작년(23%)보다 높은 수치를 보였으며 2017년(15%)에 비해 두 배 가까이 증가된 것으로 조사되었다. 연령대별로 살펴보면 40대, 50대, 60대의 응답자들은 위조품을 구매할 때 오픈마켓보다 개인쇼핑몰을 더 많이 이용하는 것으로 나타났다(40대: 38%, 50대: 44%, 60대: 83%).

여성 응답자들(22%)은 남성 응답자(11%)들에 비해 위조품 구매시에 네이버·다음·블로그·카페, 카카오, 인스타그램 및 페이스북 같은 SNS를 더 선호하는 것으로 밝혀졌다. 한편, 남성 응답자들(16%)은 여성 응답자들(11%)보다 위조품 구매시에 쿠팡, 티몬, 위메프 등의 소셜커머스를 더 많이 이용하는 것으로 조사되었다.

³ 산업통상자원부(2019년 1월). 2018년 주요 유통업체 매출 전년대비 6.8% 증가.
http://www.motie.go.kr/motie/nc/press/press2/bbs/bbsView.do?bbs_cd_n=81&bbs_seq_n=161309

4. “위에서 응답하신 플랫폼에서 위조상품을 구매할 수 있다는 것을 어떻게 아셨습니까?”

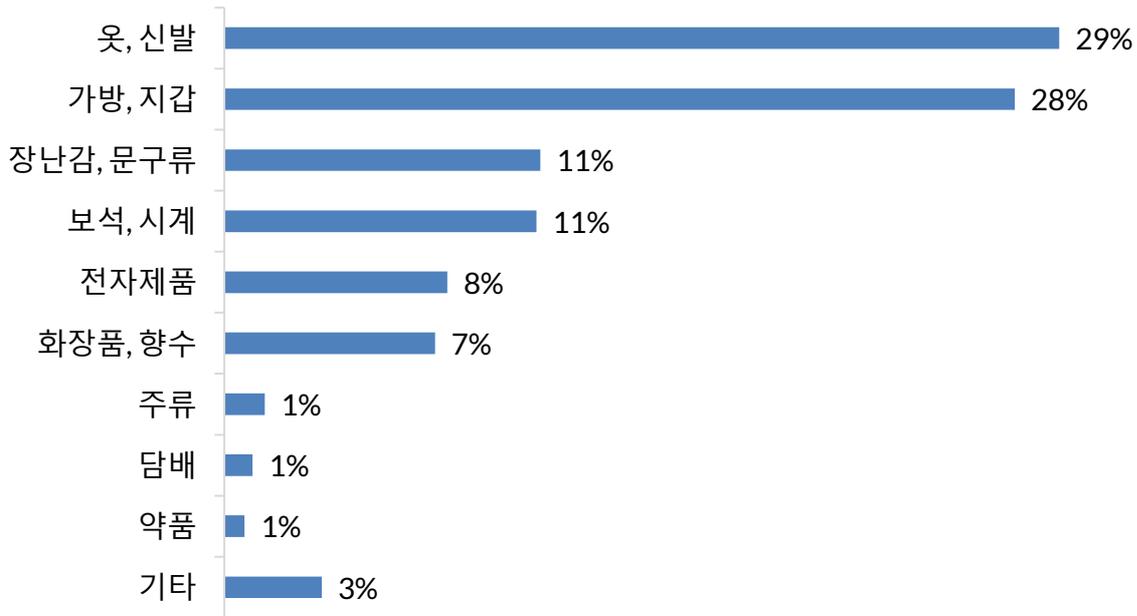


지난 응답자들과의 소통을 바탕으로 이번 설문 조사에서는 이전 3번 문항에 표기한 경로에서 위조품을 구매할 수 있다는 것을 어떻게 알게 되었는지 파악하기 위해 후속 질문을 추가하였다. 위조품 판매 여부를 알기 위해 응답자들은 해당 플랫폼 내 검색 기능을 가장 많이 이용하였고 오픈마켓 검색을 하는 경우가 28%, SNS 검색과 검색엔진의 검색 기능을 이용하는 것은 각각 22%였다.

남성 응답자들은 주로 오픈마켓 검색(32%)을 통해 위조품을 찾았으며 검색엔진(24%)과 SNS 검색(14%) 순으로 그 뒤를 이었다. 반대로 여성 응답자들은 주로 SNS(35%), 검색엔진(29%)과 오픈마켓(22%)에서 위조품을 검색한 것으로 나타났다.

10대(10% 이하)를 제외한 전 연령대가 위조품을 찾기 위해 가장 먼저 오픈마켓에서 검색을 한 반면, 10대 응답자들은 ‘검색엔진’(33%)과 ‘SNS’(31%)를 사용해 위조품을 검색한 것으로 나타났다.

5. “위조품을 구매한 경험이 있으시다면 어떤 종류의 제품을 구매하 셧나요? 구매한 경험이 없으시다면 어떤 종류의 위조 제품을 구매하 시겠습니까?”

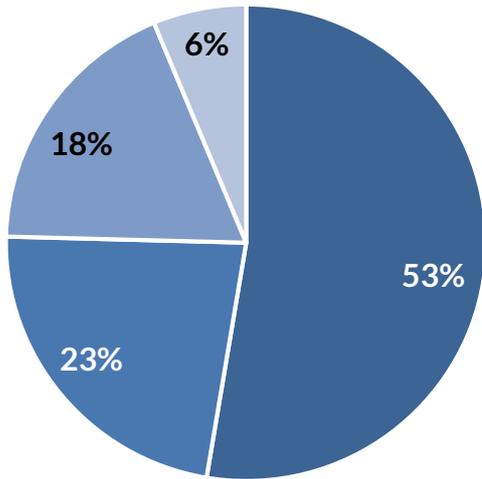


2015년 설문조사부터 소비자들은 패션 관련 위조품에 높은 관심을 보였다. 올해에도 의류 및 신발(29%), 가방 및 지갑(28%)이 각각 1, 2위로 선정되었다. 이 두 항목을 합해보면 과반수 이상을 차지할 정도로 선호도가 높다. '장난감 및 문구류' 관련 위조품의 인기는 작년(8%)에 비해 3%p 상승한 반면, '보석 및 시계' 관련 위조품의 경우, 작년(14%)에 비해 인기가 3%p 하락한 것으로 나타났다. 이에 따라 '장난감 및 문구류'와 '보석 및 시계' 항목이 공동 3위를 차지했다.

작년에 이어 올해에도 남성 응답자들(13%)이 여성 응답자들(4%)보다 '전자제품'을 더 선호하는 것으로 나타났다(2018년 기준: 남성 11%, 여성 2%). 반면 여성 응답자들(9%)이 남성 응답자들(5%)에 비해 '화장품 및 향수'에 더 큰 관심을 보였다.

연령대별로 선호하는 상품에도 차이가 나타났다. 10대와 20대 응답자들은 '의류 및 신발'에 가장 높은 관심을 보인 반면(각각 31%, 32%), 40대, 50대, 60대 응답자들은 '가방 및 지갑'에 가장 높은 관심을 보였다(각각 40%, 42%, 52%). 10대(25%)의 경우, 타 연령대(10% 이하)에 비해 '장난감 및 문구류'에 대한 관심이 두드러지게 나타났으며, 30대는 '전자제품'(15%)에 대한 관심도가 타 연령대(평균 5%)에 비해 상대적으로 높았다.

6. “사람들이 위조상품을 구매하는 이유는 다양합니다. 그 중 가장 중요한 이유는 무엇이라고 생각하십니까?”



- 낮은 가격의 위조품에 끌리기 때문에
- 제품이 위조품인지 알지 못하기 때문에
- 진품과 위조품간의 품질 차이가 없다고 생각하기 때문에
- 위조품의 소지가 사회적으로 용인되기 때문에

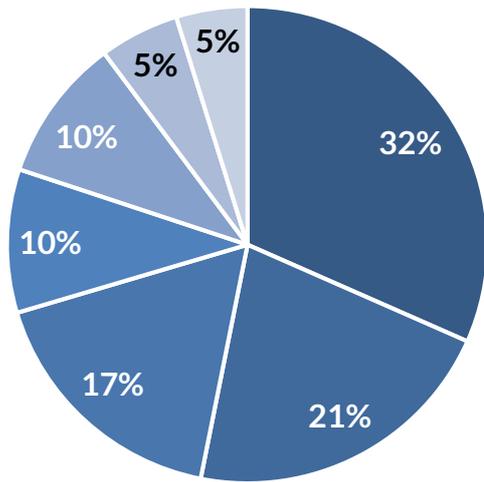
어느 상품이나 서비스에 수요가 있다는 것은 곧 그 상품이나 서비스를 제공함으로써 수익을 얻을 수 있다는 것을 뜻한다. 수요가 지속되는 한 그러한 수요를 채우고자 하는 공급이 생겨날 것이다. 이전 질문이 위조품에 대한 수요가 있음을 확인할 수 있었다면 이번 질문은 그 수요의 원인에 대하여 알아보하고자 하였다.

전체 응답자 중 과반수의 답자들이 정품 보다 낮은 가격을 위조품 구매의 주 요인으로 꼽았다. 위조품을 구매한 적이 있다고 밝힌 응답자 중 60% 역시 낮은 가격에 끌려 위조품을 구매하였다고 응답하였다. 위문항에 대한 응답은 올해에도 순위 뿐만 아니라 응답률까지 지난 5년과 동일한 양상을 띄었다.

전 연령대와 성별을 통틀어 위조품 구매의 첫번째 이유는 ‘낮은 가격’으로 동일했지만, 두번째로 꼽힌 이유는 연령대별로 차이를 보였다. 10대, 20대, 30대, 40대 응답자들은 위조품인 줄 인식하지 못한 것을 2위로 꼽았으나(10대: 32%, 20대: 20%, 30대: 22%, 40대: 20%), 50대와 60대 응답자들은 정품과 위조품 간의 품질 차이가 없다는 것을 2위로 꼽았다(50대: 26%, 60대: 23%).

위조품의 소지가 사회적으로 용인되기 때문에 위조품을 구매한다는 응답은 작년에 2%를 차지한 반면, 올해는 6%로 그 비율이 증가했다. 연령대별로 살펴보았을 때, 40대, 50대, 60대 응답자의 11%가 위조품의 소지가 사회적으로 용인된다고 응답한 반면, 10대, 20대, 30대 응답자들은 평균 5%로 비교적 적은 수치였다.

7. “위조상품(일명 짝퉁)이 문제라고 생각하십니까? 동의하신다면 그 이유는 무엇인가요?”



- 기업의 매출이 줄어들고 브랜드 이미지 손상
- 안전성 검사 부재로 인해 소비자에게 해를 끼침
- 한국의 정직한 기업들에게 타격을 줌
- 도덕적으로 나쁘기 때문에
- 정부의 세수입 감소 야기
- 판매의 이익이 범죄조직이나 테러활동에 쓰임
- 위조상품은 문제되지 않음

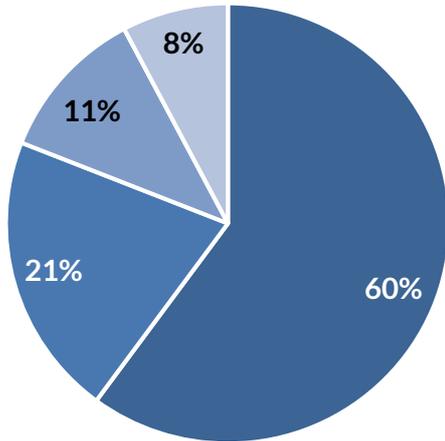
이전 설문결과와 마찬가지로 올해도 대다수(95%)의 응답자들은 위조품이 문제라고 인식하였다. 위 응답률에 가장 큰 편차를 보인 연령대는 10 대와 50 대로 각각 8%와 2%가 위조품이 문제가 되지 않는다고 응답하였다.

지난 5 년간 응답자들은 위조품이 문제인 주된 이유로 다음 세 가지를 꼽았다: 기업 매출 감소 및 브랜드 이미지 손상, (위조품과 경쟁해야 하는) 한국의 정직한 회사들이 입는 피해, (불분명한 출처의 소재를 사용하고 안전성 검사 부재로 인한) 소비자 건강 및 안전에 관한 문제. 올해 응답에서도 위 세 가지가 위조품이 문제인 이유의 70%를 차지했으며, 이전 설문조사들과 유사한 결과를 보였다.

올해의 결과 중 주목할 만한 부분은 '정부 세수입 감소 야기' 요인에 대해 높아진 인식이다. '정부 세수입 감소 야기' 항목은 작년과 2017 년도 설문에서 각각 불과 3%, 4%로 다소 낮은 응답률을 보였지만, 올해에는 10%의 응답자들이 해당 이유를 위조품 산업의 문제로 인식하였다.

연령별 결과를 보면, 20 대부터 40 대에서는 위 그래프의 순위와 동일하게 응답하였고 50 대 및 60 대 응답자들은 '한국의 정직한 기업들에게 타격을 줌'(각각 20%, 19%)을 2 위로, '정부 세수입 감소 야기'(각각 18%, 16%)를 3 위로 꼽았다.

8. 위조상품의 제조, 판매의 경우 재범률이 매우 높습니다. 더 강력한 위조품 단속을 해야 한다고 생각하시나요?



- 그렇다, 생산자와 판매자는 더 강력한 처벌을 받아야 한다
- 그렇다, 프랑스와 이탈리아처럼 구매자도 처벌을 받아야 한다
- 아니다, 지금의 처벌도 충분하다
- 아니다, 정부는 다른 활동에 주력해야 한다

2015년 설문 조사 이래 응답자들은 위조품 단속의 강화에 대해 전반적으로 긍정적인 의견을 보였다. 올해에도 전체 응답자의 대다수인 81%가 정부에서 더욱 강력하게 위조품을 단속하여야 한다고 답했다. 올해 이와 같은 응답의 비율은 작년(77%)보다 더 높으며, 2017년도(71%) 대비 10%p나 더 높은 것으로 나타났다. 위조품을 구매한 적이 있다고 표기한 응답자들 또한 위조품 단속을 더 강화해야 된다고 응답했다.

이와 같은 의견은 성별에 따라서는 크게 차이를 보이지 않았지만 연령대별로 다소 차이를 보였다. 40대부터 60대는 응답자들의 89%가, 10대부터 30대는 77%가 위조품 단속을 강화해야 한다고 응답하였다.

설문지

본 설문은 위조상품(일명 짝퉁)에 대한 인식조사와 소비 패턴을 분석하기 위함입니다. 귀하께서 응답해주신 내용은 철저히 비밀이 보장됨을 약속 드리며, 질문 내용에 대한 정답은 없습니다. 바쁘시더라도 잠시 시간을 내어 응답을 해주신다면 저희에게 많은 도움이 될 것입니다. 감사합니다.

연령대: 10 대/ 20 대/ 30 대/ 40 대/ 50 대/ 60 대/ 70 대

성별: 남 / 여

1. 위조상품(일명 짝퉁)을 구입해보신 경험이 있나요? ('②없다'에 체크하신 분들은 4 번으로)

- ① 있다
- ② 없다

2. 위조상품을 어떠한 경로로 구매하셨나요?

- ① 인터넷 또는 모바일 쇼핑
- ② 노점상 (동대문, 남대문, 이태원, 부산 국제시장 등)
- ③ 일반상점
- ④ 비밀매장
- ⑤ 해외
- ⑥ 기타:

3. 만약 인터넷이나 모바일 쇼핑을 통해 위조상품을 구매하신 경험이 있으시다면 어떤 플랫폼에서 구매하셨습니까?

(복수응답가능)

- ① 오픈 마켓 (예: 지마켓, 옥션, 11 번가, 네이버 스마트스토어, 인터파크, 알리바바 등)
- ② 소셜 커머스 (예: 쿠팡, 티몬, 위메프 등)
- ③ SNS (예: 네이버/다음 블로그/카페, 카카오, 밴드, 라인, 인스타그램, 페이스북 등)
- ④ 개인쇼핑몰

3-1. 위에서 응답하신 플랫폼에서 위조상품을 구매할 수 있다는 것을 어떻게 아셨습니까? (복수응답가능)

- ① 오픈 마켓 검색
- ② 소셜 커머스 검색
- ③ SNS 검색
- ④ 검색 엔진 (예: 네이버, 다음, 구글 등)
- ⑤ 인터넷 광고배너
- ⑥ 홍보성 이메일

양면의 질문에 모두 응해주시길 부탁드립니다

4. 위조품을 구매한 경험이 있으시다면 어떤 종류의 제품을 구매하셨나요? 구매한 경험이 없으시다면 어떤 종류의 위조 제품을 구매하시겠습니까? (복수응답가능)

- ① 보석, 시계
- ② 가방, 지갑
- ③ 옷, 신발
- ④ 화장품, 향수
- ⑤ 약품
- ⑥ 전자제품 (가전제품)
- ⑦ 장난감, 문구류
- ⑧ 주류
- ⑨ 담배
- ⑩ 기타:

5. 사람들이 위조상품을 구매하는 이유는 다양합니다. 그 중 가장 중요한 이유는 무엇이라고 생각하십니까?

- ① 사람들이 진품과 위조품 간의 품질 차이가 없다고 생각하기 때문에
- ② 사람들은 낮은 가격의 위조품에 끌리기 때문에
- ③ 사람들은 제품이 위조품인지 알지 못하기 때문에
- ④ 위조품의 소지가 사회적으로 용인되기 때문에

6. 위조상품(일명 짝퉁)이 문제라고 생각하십니까? 동의하신다면 그 이유는 무엇인가요?

- ① 위조상품의 판매 수익은 범죄조직이나 테러활동을 위해 쓰일 수 있다.
- ② 기업의 매출이 줄어들고 브랜드의 이미지가 손상된다.
- ③ 불분명한 출처의 소재를 사용하고 안전성 검사를 거치지 않아 소비자에게 해를 끼칠 수 있다.
- ④ 위조품 판매 혹은 구매 행위는 도덕적으로 나쁘다.
- ⑤ 위조업자들은 막대한 이윤을 내고도 세금을 내지 않아 정부의 세수입 감소를 야기한다.
- ⑥ 좋은 품질의 상품을 개발하고자 노력하는 한국의 정직한 기업들에게 타격을 준다.
- ⑦ 동의하지 않는다, 위조품은 문제되지 않는다.

7. 위조상품의 제조, 판매의 경우 재범률이 매우 높습니다. 더 강력한 위조품 단속을 해야 한다고 생각하시나요?

- ① 그렇다. 위조상품의 생산자와 판매자는 더 강력한 처벌을 받을 필요가 있다
- ② 그렇다. 우리나라에서도 프랑스와 이탈리아처럼 위조품의 구매자도 처벌을 받아야 한다
- ③ 아니다. 지금의 단속 및 처벌 수준도 충분하다.
- ④ 아니다. 정부는 다른 활동에 더 주력해야 한다.

설문에 응해주셔서 감사합니다

참고

본 보고서에서 제공하는 통계 자료는 2019년 부산 어울 마당 축제에서 진행된 설문조사 결과에 따른 것입니다. 응답자들이 나이, 성별을 비롯한 특정 정보를 밝히지 않은 경우, 관련 사항에서는 그 응답을 제외하였습니다. 따라서 문항에 따라 응답자의 수가 다를 수 있습니다.

스벤-에릭 바텐버그, 법률 및 국제 협력 담당 이사
sven.batenburg@ecck.eu / (+82) (0)2-6261-2706