

특 집

商品の 信賴와 消費者保護

김 형 남

(한국소비자보호원 기술위원)

1. 商品의 信賴

商品의 信賴란 製造者가 生産한 製品에 대하여 消費者가 이를 使用하면서 그 製品의 性能, 安全性, 耐久性 등에서 滿足할 뿐만 아니라 製造者의 一方的 強要성이 아니라 去來條件, 價格, 製品의 形式 등을 消費者가 自由로이 選擇할 수 있고 또한 그 商品으로 因한 被害에 대하여 迅速하고 公正한 節次에 의하여 適正한 報償을 받을 수가 있고 나아가서 消費者가 궁금해 하는 事項들을 事實 그대로 알려줄 때 消費者는 그 商品에 대하여 製造者와 함께 信賴할 수가 있는 것이다.

그러나 이와같은 消費者로부터 滿足스러운 信賴를 받을 수 있는 商品은 그렇게 많다고 말하기에는 쉽게 斷言하기가 어려울 것이다. 왜냐하면 生産者는 이와같은 信賴받는 商品을 消費者에게 내놓으려고 勞力하겠지만 生産者는 企業이고 企業은 利潤과 消費者信賴가 맞아떨어져야 하는 現實에서 自己勞力の 未洽, 施行上 錯誤, 社會의 不合理的 現實 또한 目前의 利潤追究에 比重을

더할 수 있는 可能性 등이 作用할 때에는 다음과 같은 原因으로 信賴받을 수 없는 商品이 生産될 수가 있다.

첫째, 商品의 原價節減을 爲하여 부득이 材料 및 性能의 一部가 省略하게 된다.

둘째, 問題를 잘 알고 있으면서 販賣政策上 부득이한 境遇이다.

셋째, 전혀 問題가 생기는 것을 豫測하지 못하였거나 設計, 配合 또는 製造工程에 대하여 無知하거나 研究를 게을리 하는 境遇이다.

넷째, 社內 製造工程管理의 疎홀로 因하여 不良品이 出庫되는 境遇이다.

以上에서와 같이 製造業者의 過失, 技術管理能力 不足, 無知等 여러가지 原因이 있다.

따라서 製造者가 消費者로부터 信賴받을 수 있는 商品을 生産하는 것은 그렇게 容易할 수만은 없겠지만 現實은 消費者의 基本的 權益을 保護하고 消費生活의 向上과 合理化로 國民生活의 健全한 發展을 기한다는 基本論理로 볼때 消費者로부터 信賴받지 못

하는 商品은 存續치 못함으로 認識하고 消費者로부터의 信賴 받을 수 있는 商品開發 및 品質管理體系 確立에 보다 많은 힘을 기울여야 하겠다.

2. 消費者의 7大 權利

國民經濟水準의 向上과 科學技術의 發達로 多樣하고 專門化된 商品이 多量生産되어 많은 消費者에게 販賣되고 있으며 이에 따라 獨占企業의 市場支配 趨勢가 強化됨에 따라 商品의 信賴와 서비스를 받을 수 있는 與件이 消費者의 位置가 事業者에 비하여 相對的으로 不利하여졌다.

그러나 國民所得 및 生活水準의 向上으로 消費者는 商品서비스의 質을 量보다 優先하게 되었고 消費者의 權利를 스스로 保護하려는 意識이 發達하였으며 여기에 발맞추어 消費者保護法이 改正되고 消費者가 가져야 할 消費者의 7大 權利가 保障되어 있다.

(1) 安全할 權利

消費者는 物品이나 用役으로 因하여 생길 수 있는 生命이나 身體 財産上의 危害로부터 保護받을 權利가 있다. 消費者의 健康과 生命, 安全을 위태롭게 하는 商品이나 用役은 販賣 提供되어서는 안되며 消費者는 疑心나는 商品에 대하여 調査나 檢査를 該當機關에 要求할 수 있다.

(2) 情報을 알 權利

物品이나 用役을 選擇할 때 消費者는 商品이나 用役의 品質, 性能, 成分 內容, 價格,

去來條件等 必要한 事項에 대하여 充分한 知識이나 情報을 提供받을 權利가 있다. 事業者는 欺瞞的이거나 消費者를 오도하는 情報나 廣告 表示等 이와 類似한 內容을 消費者에게 提供하여서는 안된다.

(3) 選擇할 權利

消費者는 物品이나 用役을 使用하거나 利用할 때 去來의 相對方, 購入場所, 價格, 去來條件等を 自由로이 選擇할 權利가 있다. 消費者는 可能한 많은 事業者로부터 多様な 商品이나 用役을 競爭價格으로 購入할 수 있어야 하며 그러자면 市場에서 自由롭고 公正한 競爭이 保障되어야 한다.

(4) 意思를 反映시킬 權利

消費生活에 影響을 주는 國家나 地方自治團體의 政策과 事業者의 活動等에 대하여 消費者는 意見을 反映시킬 權利를 갖는다. 國家나 地方自治團體는 消費者保護와 關聯되는 諸般 施策을 樹立 施行함에 있어서 消費者의 意見을 充分히 好意的으로 反映하여야 한다.

(5) 報償을 받을 權利

消費者는 物品이나 用役의 使用이나 利用으로 因하여 입은 被害에 대하여 迅速하고 公正한 節次에 의해 適切한 報償을 받을 權利를 갖는다. 消費者는 이 權利의 保障을 爲하여 企業의 被害報償 機構나 韓國消費者保護院, 消費者團體, 政府該當機關 等に 迅速한 被害報償을 要求할 수 있다.

(6) 教育을 받을 權利

技術의 發展으로 因한 새로운 商品의 開發, 各種 매스미디어를 통한 廣告와 宣傳의 氾濫 속에서 消費者는 商品이나 서비스를 바르게 選擇할 수 있도록 올바른 消費生活에 관한 教育을 받을 權利가 있다. 따라서 政府나 消費者保護團體들은 消費者를 위한 教育의 內容을 開發 提供하여야 한다.

(7) 團體를 組織 活動할 權利

消費者들은 全體로서는 企業의 活動을 調節하는 힘의 源泉이 될 수 있지만 個別的으로 무력한 主體일 수 있다. 消費者들은 權益을 제대로 實現하기 위해서는 서로 團結하고 그 團結된 힘을 통해 事業者들과 交渉하고 國家나 地方自治團體의 決定에 參與하고 消費者들을 教育啓蒙하여야 한다. 消費者 問題를 窮極의으로 解決하는 길은 消費者들 스스로가 그들의 權利를 다하여야 하기 때문이다.

3. 消費者保護를 위한 試驗

商品의 試驗檢査라는 뜻은 넓은 意味로 生産管理 또는 契約履行時 必要한 品質基準에 의 適合性 與否를 試驗하여 品質을 保護하기 위한 手段으로 利用되어 온 것으로 주로 生産現場 品質을 規制하는 政府試驗機關 및 受託當事者間에 確認 또는 保證手段으로 取扱되어 왔다. 이에 비하여 消費者保護 側面에서의 試驗檢査라는 意味는 韓國消費者 保護院을 비롯하여 消費者團體 또는 第3者

中立機關 等に 의해

(가) 商品의 使用中 消費者가 받을지도 모르는 不利益 被害를 排除하기 위하여 또는 同種商品의 優 을 比較하고 個個의 特性을 찾아내어 보다 安全하고 有效한 商品選擇을 하도록 情報提供을 하며

(나) 被害를 입은 商品에 대하여는 그 實態를 確認하고 原因을 糾明하여 被害救濟의 科學的인 證據를 提示하기 위한 것이라고 하겠다.

이와같은 消費者保護를 위한 試驗檢査를 크게 나누어 다음과 같이 紛爭調停試驗, 商品比較試驗, 安全性試驗, 기타 消費者 依賴試驗으로 區分된다.

(1) 紛爭調停試驗

紛爭調停試驗은 消費者의 權利를 主張하고 不利益의 回復을 圖謀하기 위하여 제기되는 個別告發에 대하여 發生의 原因을 該當商品에 대해서 調査 또는 鑑定하는 것으로서 告發內容이 製造者 瑕疵인지 아니면 使用者 瑕疵인지를 立證하는 것을 主目的으로 하는 試驗이다. 그 糾明方法으로는 大體的으로 다음 3가지 方法이 있다.

- ① 商品의 內部에서 일어난 物理的, 化學的 變化에 대하여 그 變化過程을 調査 또는 構成 成分을 하나씩 調査해 보는 方法
- ② 商品을 여러가지 條件下(때로는 加혹한 상태)에 두어 故意로 問題를 發生

시켜 發生原因을 調査하는 方法

- ③ 該當商品과 問題의 他商品을 比較하면서 그 類似性에 의해 原因을 調査하는 方法(必要하다고 여겨지는 境遇)

(2) 商品比較試驗

商品比較試驗은 消費者가 商品의 優劣을 識別하기 어려운 商品 또는 新開發商品으로 消費者에게 商品에 대한 情報을 提供할 必要가 있는 商品에 대하여 주로 商品選擇 情報提供의 目的으로 實施하는 試驗이다. 따라서 公認規格에 의한 試驗外에 그 商品을 實際 使用 消費時의 有用性, 經濟性, 便宜性等을 比較하는 것으로 同種 商品에 대하여 可能한 많은 業體의 商品을 對象으로 하고 있다.

商品의 品質에 대하여 安全性, 性能, 耐久性, 表示事項等 細分化하여 項目을 設定하고 製品別로 各各의 項目에 대하여 試驗을 實施하여 法定基準에 適合하더라도 同種製品間의 優劣區分 또 法定基準에 없는 試驗項目이라도 追加하여 實施한다.

(3) 安全性 試驗

安全性試驗을 消費者의 安全 및 危害性이 憂慮되는 商品 또는 品質이 顯著하게 未達한 商品에 대하여 實施하며 法定試驗을 遂行하는 것을 原則으로 하고 있으나 安全性에 重要한 影響을 줄 수 있다고 判斷되는 試驗項目은 先進外國의 規格基準등 客觀性 있는 試驗項目으로 試驗할 수 있다.

一般市場에서 商品을 購入하여 工產品 品

質管理法, 食品衛生法, 電氣用品 安全管理法, 工業標準化法等 關聯法에 規定한 品質性能, 安全性 表示事項 및 기타 必要한 國際基準에의 適合與否를 試驗하여 그 結果를 關係機關 및 該當業體에 通報, 是正케 하고 또한 널리 消費者에게 알리므로서 品質의 向上과 消費者를 保護함을 目的으로 하고 있다.

(4) 消費者 依賴試驗

一般 消費者가 使用하는 商品에 대하여 品質의 性能 및 安全性에 대하여 消費者가 疑問點이 있어 試驗을 依賴하는 製品에 대하여 試驗을 實施하여 그 結果를 通報하여 줌으로서 消費者의 權益保護에 寄與할 수 있도록 하는 試驗을 말한다.

以上과 같이 消費者를 위한 商品試驗은 크게 4가지로 區分되어 試驗檢査가 이루어지고 있는데 한 商品이 商品으로서 갖추어야 할 品質要件은 무엇인지를 알아보고자 한다.

一般的으로 商品을 評價할 때 品質과 價格의 兩面性이 나타난다. 따라서 商品의 品質을 다룰 때 그 價格과 서비스에 대하여서도 關聯시킬 必要가 있지만 商品自體에 대하여 要求되는 品質은 다음과 같다고 할 수 있다.

(가) 安全性

商品을 性能에만 置重하고 安全性이 缺如될 경우 直接, 間接으로 人體에 危害를 주고 때로는 人命을 해치는 最

惡의事態를 招來할 수 있다. 따라서 安全性은 商品으로서 基本的인 가장 重要한 要件이라고 하겠다.

商品의 安全性 確保를 위하여 각 行政 部處에서는 法律로 이를 規制하고 있어 不良電氣用品으로 인한 感電, 火災 및 人命被害防止를 위한 “電氣用品安全管理法” 食品 또는 食品容器中の 有害成分을 排除하기 위한 “食品衛生法”, 藥品의 有害 및 부작용을 規制하는 “藥事法”, 가스기기에 의한 事故防止를 위한 “液化石油가스기기의 安全 및 事業管理法” 等等 各 分野別로 各種의 規制法이 있다.

企業들도 商品의 安全은 品質以前의 基本 課題임을 認識하여 安全性 確保에 徹底를 기하여야 함은 물론 消費者들도 安全에 대하여 充分히 認識하고 危害 商品으로부터의 事前 防止에 有意하여야 할 것이다.

(나) 性能

性能은 그 商品의 實質的 機能을 發揮하는 商品의 目的機能으로서 品質中에서 가장 먼저 舉論될 수 있는 事項이다. 따라서 消費者가 그 商品을 購入하는 基本的效能인 것이다.

예를들면 電氣冷藏庫는 食品을 부패하지 않고 長時間 保存하기 위하여 購入하는 商品으로서 冷氣保存性能, 斷熱性能 等等이 이에 속하며 洗濯비누는

洗濯物의 洗滌力을 좋게하여 주는 消費財로서 洗滌能力이 이에 속한다.

(다) 耐久性

耐久性이란 商品을 通商 使用方法으로 使用하였을 때 몇年間 使用할 수 있을까 하는 것이 關心事이다. 그러나 商品에는 耐久性을 나타내는 “耐久年數”가 明示되지 않기 때문에 消費者가 商品 交替時期를 豫測할 수 없어 生活設計에 支障을 주게 된다. 하지만 商品의 耐久性은 使用方法(使用頻度, 使用強度)과 溫度, 濕度등 環境條件에 크게 左右됨으로 耐久年數를 分明하게 明示하기는 어려운 點이 있으나 生産者는 耐久性이 있는 商品을 開發하여 消費者로부터 信賴를 받아야 할 것이다.

(라) 經濟性(에너지의 節約)

에너지 資源이 不足한 우리나라의 現實에서는 國家經濟的 次元이나 家庭經濟的 側面에서도 가스 전기 기름 등의 에너지의 節約과 에너지 消費者가 적은 機器의 選擇에 깊은 關心이 모아지고 있다. 따라서 商品의 價格도 重要하지만 특히 製品의 電氣消耗量, 가스消耗量 또는 기름消耗量 등은 實際 消費生活에 無視할 수 없는 要因으로서 商品의 品質에 에너지의 經濟性이 要求되는 것은 當然한 것이라 하겠다.

(마) 使用性 및 기호성

최근 各種 商品의 品質의 多樣化로 消費者들을 어리둥절하게 만들고 있다. 이것은 消費者의 要求에 應하는 것 이외에 企業의 販賣戰略이기도 하다. 그러므로 消費者는 取扱說明書등을 통하여 그 商品의 使用性を 充分히 檢討하여 商品의 選擇能力을 키워야 한다. 또한 商品이 實用的인 性能 以外에 個人差가 따르는 것이며 기호라는 것도 無視할 수는 없다. 따라서 正常的인 5感을 가진 사람으로서의 商品의 特性 내지 個性을 찾아 기호성에 맞는 商品을 開發하여야 할 것이다.

(바) 表示 取扱說明

商品 그 自體의 性能도 重要하지만 製品을 充分히 알고 適切한 使用으로 그 商品의 性能을 充分히 發揮하고 오래 쓸 수 있도록 하는 것이 重要하다. 이를 위한 方法으로 올바르고 알기쉬운 充分한 表示事項 및 取扱說明書는 品質問題를 舉論하는데에서 빼놓 수 없는 事項이다. 따라서 製造者는 그 商品에 正確하고 알기쉽도록 表示事項과 取扱說明을 記載하는데 게을러서는 아니될 것이다.

시사용어 - 슈퍼301條

불공정무역관행국에 대한 보복조치와 절차를 규정했던 미국의 「88종합무역법」상의 한 조항이다.

美國은 대외무역 불균형을 시정하기 위해 지난 88년 8월 이 법을 입법, 2년간 한시적으로 시행해오다 폐지했다.

美무역상대국의 불공정한 관행에 대한 제재조치를 규정한 지난 74년 통상법 301조의 내용을 크게 강화했다는 의미에서 슈퍼301조라 불린다.

국제적 내용은 美무역대표부(USTR)가 수입장벽을 두는 국가와 관행을 선정하여 그 장벽의 폐지를 요구하고 해당국이 3

년내내 철폐에 응하지 않을 경우 반드시 보복조치를 발동한다는 것을 골자로 한다.

이 규정에 따라 USTR는 지난 89년 일본, 인도, 브라질을 우선협상국으로 일본과는 협상이 완전 타결된바 있다.

이 조항은 이미 폐지됐지만 美민주당 일각에서 그동안 슈퍼301조의 부활을 요청해 왔다.

또 이번 대통령선거에서 빌 클린턴 민주당후보가 당선됨으로써 이같은 가능성이 훨씬 높아져 무역상대국들을 긴장시키고 있다.