제조물책임에 대한 소비자와 생산자의 인식수준에 관한 연구

- A Survey on Cognition Levels of Consumers and Producers for Product Liability -

김 진 태 *
Kim Jin Tae
전 영 록 **
Jeon Young Rok

Abstract

A company is liable for its products and has the responsibility to make good on any loss or damage incurred by the user of its product. The purpose of the Product Liability Act(PLA) is to protect consumers against damage caused by defective products, and contribute to the safety of the citizen's life and the sound development of the national economy by regulating the liability of manufacturers, etc. for damages caused by the defectiveness of their products. In this study, the cognition levels of consumers and producers for PLA were surveyed. The cognition levels of four factors of acknowledgement, comprehension, necessity and impact for PLA were assessed. The results were as follows : i) Acknowledgement and comprehension levels of consumer were assessed low but they assessed necessity and impact of PLA high; ii) Producers assessed necessity and impact of PLA higher than their acknowledgement and comprehension levels; iii) Overall cognition levels of producers were higher than those of consumers.

Keyword : Product Liability(PL), Product Liability Act, Survey

† 본 연구는 2004년도 경남대학교 학술논문게재연구비 지원으로 이루어졌음.
* 경남대학교 산업공학과 박사과정
** 경남대학교 산업공학과 교수
2005년 7월 접수; 2005년 8월 수정본 접수; 2005년 8월 게재 확정

1. 서 론

오늘날의 물품 매매는 대량의 물품을 공급하는 기업과 불특정 다수 간에 이루어지고 있다. 과학기술의 발달과 품질혁신으로 제품과 서비스의 불량률은 급격히 낮아져 공정단위의 품질 수준은 6시그마 수준에 도달하고 있다. 그러나 제품의 개발기간의 단축이나 미성숙된 제품의 출하 등의 이유로 탐지하지 못한 결함을 갖고 있는 제품의 출하와 유통도 이루어지고 있는 것이 현실이다.

제조물책임(Product Liability, PL)은 물품을 제조하거나 가공한 자에게 그 물품의 결함으로 인해 발생한 생명·신체의 손상 또는 재산상의 손해의 책임이 있다는 이론으로 이를 법률화한 것이 제조물책임법이다. 우리나라에서는 1987년 개정 헌법 제124조의 "국가는 건전한 소비행위를 계도하고 생산품의 품질 향상을 촉구하기 위한 소비자보호운동을 법률이 정하는 바에 의하여 보장한다."에서 소비자보호운동을 보장하고 있으며, 1981년에 소비자보호법을 시행하였고(1986년 개정), 2000년 1월 21일에 법률 6109호로 제조물책임법이 제정되었으며, 2002년 7월 1일부로 시행되어 오늘에 이르고 있다.

제조물책임법의 도입 이전의 연구에서는 제조물책임법의 법리와 입법 동향에 대한 연구가 주류를 이루고 있으며[1,2], 제조물책임법의 도입 후에는 개별 기업체의 제조물책임법에 대한 대응전략이나 사례를 중심으로 많은 연구가 수행되고 있다[3,4,5,6].

제조물책임은 소비자권리의 하나로 인식하고 모든 사람들이 이해하고 있어야 할 사항이다. 그러나 제조물책임과 직간접적으로 관련이 없는 경우에는 제품의 소비자뿐만 아니라 생산자도 제조물책임에 대한 인식이 부족한 것으로 사료된다. 제조물책임법이 시행된 지 2년이 경과한 시점에서 일반소비자와 기업체 종사자가 제조물책임에 대해서 어느 정도 인식을 하고 있는가에 대한 조사가 필요할 것으로 사료되며, 이를 바탕으로 소비자의 권리임과 동시에 제조업자의 의무인 제조물책임을 어떻게 정착시킬 것인가에 대한 방향을 설정할 수 있을 것이다. 이 연구에서 일반소비자와 제조업체에 종사하는 사람들을 대상으로 제조물책임에 대한 인식수준을 조사한다. 조사대상은 동남국가공단과 마산수출자유지역이 위치하고 있는 마산, 창원, 진해(마창진)지역의 일반소비자와 기업종사자로 하였다.

제2절에서는 이 연구의 방법에 대해서 구체적으로 설명하며, 제3절에서는 조사결과를 통계적으로 분석한다.

2. 연구방법

이 연구에서는 제조물책임에 대한 인식수준을 나타내는 설문 문항을 만들고, 마창진 지역의 일반소비자와 제조업체 종사자를 대상으로 설문조사를 하였다.

2.1 측정 도구

설문문항은 선행 연구물과 중소기업협동조합 등 관계기관에서 과거 실시했던 설문 문항을 참고로 하여 인지수준, 필요성평가, 이해수준, 영향평가의 4개 주요 영역별로 문항을 개발하였다.

인지수준은 제조물책임법에 대한 인지여부에 대한 질문을 나타낸다. 필요성평가는 제조물책임법의 필요성을 평가하도록 하는 문항으로 제조물책임법의 기본 취지를 설명한 후에 제조물책임법의 필요성을 평가하도록 하였다. 이해수준은 제조물책임법에 대해서 어느 정도 이해하고 있는지 여부를 평가하는 설문항목으로 구성하였다. 영향평가는 제조물책임법이 소비자와 제조업체에게 주는 영향을 평가하는 항목으로 하였다.

설문지는 일반소비자용과 기업체종사자용으로 구분하였다. 일반소비자용 설문지는 인지수준 2문항, 필요성평가 3문항, 이해수준 2문항, 영향평가 9문항, 변화평가 4문항으로 구성하였다. 전체 20문항 중 18문항은 리커트식 5점 척도로 하였으며, 2문항은 직접 응답을 기록하도록 하였다. 기업체종사자용 설문지는 인지수준 2문항, 필요성평가 3문항, 이해수준 2문항, 영향평가 8문항 그리고 제조물책임법 시행 후의 변화에 대해서 사내대응 11문항, 고객지원 1문항, 사내대응(일반) 7문항으로 구성하였다. 전체 34문항 중에서 29문항은 리커트식 5점 척도로 하였으며 나머지 5개 문항은 직접 응답을 적도록 하였다. 측정도구에 대한 신뢰도를 높이기 위해 조사를 실시하기 이전에 예비설문을 실시하고 그 결과를 바탕으로 연구목적에 맞도록 수정, 보완하였다.

2.2 연구 대상

이 연구는 동남국가공단과 수출자유지역이 소재하고 있는 경상남도 마산시, 창원시, 진해시 지역의 일반소비자와 기업체 종사자를 연구대상으로 하였다. 지역, 연령, 성별, 학력 등을 고려하여 일반소비자 250명을 추출하였으며, 기업체 종사자의 경우에는 회사규모와 업종, 응답자의 직급과 부서 등을 고려하여 300명을 추출하여 설문 조사를 실시하였다. 표본의 선택은 무작위로 하는 것을 원칙으로 하였다.

일반소비자에 대한 설문에서는 200부의 응답지를 회수하였으며(회수율 80%), 불성실한 응답지 5부를 제외한 195부(97.5%)의 응답지를 분석에 사용하였다. 기업체종사자에 대한 설문에서는 225부의 응답지를 회수하였으며(회수율 75%), 불성실한 응답지 1부을 제외한 224부(사용률 99.6%)의 응답지를 분석에 사용하였다. < 표1 >은 설문지의 배포, 회수 및 사용 현황을 나타낸 것이다.

< 표 1 > 질문지 배포, 회수 및 사용현황

설문지	배포 부수	회수 부수	불성실 응답	사용 부수	사용률 (%)
소비자용	250	200	5	195	97.5%
생산자용	300	225	1	244	99.9%

3. 제조물책임에 대한 인식수준

일반소비자와 기업체종사자에 대한 설문응답지를 통계적으로 분석한다. 일반소비자의 제조물책임에 대한 인식수준을 분석하고, 기업업체종사자의 인식수준을 분석한다. 그리고 일반소비자와 기업체종사자 간의 인식수준의 차이에 대해서 검토한다.

3.1 일반소비자의 인식수준 분석

설문조사에 응답한 일반소비자의 기초요인 특성은 다음과 같다. 연령별로 20세 이하 26.67%(52명), 21~31세 28.72%(56명), 31~40세 13.85%(27명), 41~50세 20.52%(40명), 51세 이상 10.26%(20명)이며, 남자 73.33%(143명), 여자 26.67%(52명)로 나타났다.

직업별로 학생 49.23%(96명), 사무직 21.03%(41명), 생산직 13.85%(27명), 서비스직 8.21%(16명), 전업주부 7.69%(15명)로 나타났으며, 학력별로는 고졸 14.36%(28명), 전문대졸 23.08%(45명), 대졸 49.74%(97명), 대학원졸 12.82%(25명)로 나타났다.

3.1.1 인지수준

인지수준은 제조물책임에 대해서 어느 정도 인지하고 있는가를 나타내는 것으로 ① 제조물책임법에 대해서 알고 있는가? ② 2002년 7월 1일부터 제조물책임법이 시행되었다는 사실을 알고 있는가?로 구성되어 있다. 인지수준에 관한 두 문항의 응답치의 평균값은 2.18로 보통이하의 수준이다. 즉, 인지는 하고 있으나 구체적으로는 거의 알지 못한다고 할 수 있다.

< 표 2 >는 응답자의 특성별 인지수준에 대한 통계를 나타낸 것으로 직업별로는 차이가 없으나 연령별, 성별 차이가 있는 것으로 평가되었다. 특히 20세 이하의 계층과 여성의 인지수준이 매우 낮았다. 이것은 20세 이하계층의 경우에는 제조물책임에 대한 관심의 부족으로 인한 결괴로 볼 수 있다.

< 표 2 > 일반소비자의 인지수준 통계

구분		빈도	평균	표준편차	F통계량	유의확률
연령별	20세 이하	52	1.81	0.66	5.06	0.00
	21~30세	56	2.12	0.87		
	31~40세	27	2.24	1.09		
	41~50세	40	2.41	0.9		
	51세 이상	20	2.77	1.2		
성별	남 자	143	2.26	0.91	4.09	0.04
	여 자	52	1.96	0.97		
직업별	학 생	96	2.04	0.84	1.41	0.23
	사 무 직	41	2.37	0.91		
	생 산 직	27	2.40	1.08		
	서비스직	16	2.21	0.91		
	전업주부	15	2.01	1.25		
합계		195	2.18	0.94		

3.1.2 필요성평가

제조물책임법에 대해서 간단히 설명을 하고 이 법의 필요성을 평가하도록 세 가지 질문 ① 소비자의 제품에 대한 인식 및 사용 마인드에 따라 생산자가 제품을 만들 때 크게 영향을 받는다고 생각하십니까? ② 제조물책임법 시행이 생산자 측면에서나 소비자 측면에서 반드시 필요하다고 생각하십니까? ③ 제품의 결함으로부터 소비자나 사용자를 보호하는 법률적 제도가 필요하다고 생각하십니까?에 응답하도록 하여 일반 소비자로 하여금 제조물책임법의 필요성을 평가하도록 하였다.

< 표 3 >은 일반소비자의 필요성평가 통계로서 필요성을 평가하는 세 개 문항에 대한 응답치의 평균치은 3.77로써 필요성을 상당히 높게 평가하고 있다. 연령별로 20세 이하 집단은 보통 이하로 평가하고 있으나 나머지 집단은 높게 평가하고 있다. 특히, 남자집단 보다 여자집단에서 필요성을 더 높게 평가하고 있다. 그리고 직업별로 학생을 제외한 나머지 집단은 모두 높게 평가하고 있으나 학생집단은 보통 보다 약간 높은 수준으로 평가하고 있다. 이것은 20세 이하의 집단이 대부분 학생이고, 학생들의 경우에는 아직 소비자권리에 대한 이해가 부족하거나 경험의 부족으로 필요성에 대해서 높게 평가하지 않는 것으로 사료된다.

< 표 3 > 일반소비자의 필요성평가 통계

구분		빈도	평균	표준편차	F통계량	유의확률
연령별	20세 이하	52	2.78	0.82	43	0.00
	21~30세	56	4.19	0.54		
	31~40세	27	4.09	0.57		
	41~50세	40	4.03	0.57		
	51세 이상	20	4.26	0.65		
성별	남 자	143	3.58	0.92	29.5	0.00
	여 자	52	4.30	0.42		
직업별	학 생	96	3.43	1.00	8.76	0.00
	사 무 직	41	4.04	0.63		
	생 산 직	27	4.13	0.56		
	서비스직	16	4.12	0.50		
	전업주부	15	4.26	0.54		
합계		195	3.77	0.88		

3.1.3 이해수준

제조물책임법의 중요 요소와 관련된 질문 ①소비자가 제품 사용으로 피해를 입었을 경우 제조물책임법에서는 소비자가 아닌 제품을 만들거나 유통한 업체에서 제품이 하자가 없음을 입증해야한다는 것을 알고 계십니까? ② 제조물책임법에 의하면 기업체에서 생산한 제품에 대한 책임기간은 제품을 인도한 때로부터 10년이며 소비자가 제품사용으로 인하여 손해를 입은 후 3년 이내 손해배상청구소송을 해야 함을 알고 계십니까?에 대해서 응답하도록 하여 제조물책임법에 대한 이해수준을 평가하였다.

< 표 4 >는 일반소비자의 이해수준 통계를 나타낸 것이다.

이해수준에 대한 두 개 문항의 평균응답치는 2.49로써 보통 수준이하이다. 이것은 제조물책임법의 중요한 사항에 대해서는 이해가 부족하다는 것을 나타낸다. 연령별로는 20세 이하 집단의 이해수준이 낮은 반면에 51세 이상 집단의 이해수준은 높게 나타났다. 그리고 남성이 여성보다 이해수준이 높다. 그러나 전체적인 이해수준이 낮으므로 제조물책임법에 대한 정확한 이해를 할 수 있도록 하는 교육이 필요하다.

< 표 4 > 일반소비자의 이해수준 통계

구분		빈도	평균	표준편차	F통계량	유의확률
연령별	20세 이하	52	2.29	0.62	2.94	0.02
	21~30세	56	2.61	0.71		
	31~40세	27	2.35	0.94		
	41~50세	40	2.51	0.69		
	51세 이상	20	2.85	0.59		
성별	남 자	143	2.55	0.73	3.13	0.08
	여 자	52	2.34	0.70		
직업별	학 생	96	2.51	0.72	0.39	0.82
	사 무 직	41	2.45	0.75		
	생 산 직	27	2.62	0.72		
	서비스직	16	2.37	0.76		
	전업주부	15	2.27	0.72		
합계		195	2.49	0.72		

3.1.4 영향평가

제조물책임법의 시행에 따라 일반적으로 나타날 수 있는 현상에 대해서 9개의 문항을 구성하여 제조물책임법의 영향을 평가하도록 하였다. 값이 클수록 제조물책임법의 영향으로 인한 변화가 크다고 평가한다는 것을 의미한다. < 표 5 >는 일반소비자들이 평가하는 제조물책임법의 영향을 나타내는 통계이다.

영향평가와 관련된 9개 문항의 응답치 평균은 3.32로써 보통 이상으로 평가하고 있으나 높게 평가하고 있지는 않다고 볼 수 있다. 연령별로 20세 이하 집단, 직업별로 학생 집단에서 영향을 낮게 평가하고 있다는 것을 볼 수 있다. 이것은 20세 이하집단과 학생집단의 경우에는 실제 사회생활의 경험이 부족하기 때문인 것으로 추측된다. 직업별로는 생산직에 종사하는 사람들이 영향을 높게 평가하고 있으며, 남성이 여성보다 영향을 높게 평가하고 있다. 이것은 생산직에 종사하는 사람들이 기업체의 제조물책임 대책에 직접적으로 영향을 받고 있기 때문인 것으로 추측된다.

< 표 5 > 일반소비자의 영향평가 통계

구분		빈도	평균	표준편차	F통계량	유의확률
연령별	20세 이하	52	2.57	0.51	36	0.00
	21~30세	56	3.59	0.51		
	31~40세	27	3.52	0.61		
	41~50세	40	3.61	0.52		
	51세 이상	20	3.67	0.51		
성별	남 자	143	3.54	0.73	6.79	0.01
	여 자	52	3.25	0.51		
직업별	학 생	96	3.07	0.76	7.72	0.00
	사 무 직	41	3.55	0.44		
	생 산 직	27	3.73	0.57		
	서비스직	16	3.46	0.51		
	전업주부	15	3.41	0.56		
합계		195	3.32	0.69		

3.2 기업체종사자의 제조물책임 인식수준

설문조사에 응답한 기업체종사자의 기초요인특성은 다음과 같다. 소속 회사의 규모별로 50명 이하 5.8%(13명), 51~100명 25%(56명), 101~200명 27%(27명), 200명 이상 57%(128명)이었으며, 직급별로 사원 50.89%(114명), 과장 28.57%(64명), 팀장 10.71%(24명), 임원 9.82%(22명)이 응답하였다.

업종별로 기계 57.14%(128명), 식품 7.58%(17명), 화학 12.50%(28명), 건축 4.46%(10명), 유통 10.71%(24명), 기타 7.58%(17명)이며, 업무부서별로 생산관리부 14.28(32명), 품질관리부 42.85%(96명), 일반관리부 30.35%(68명), 마케팅부 4.9%(11명), 기타 7.58% (17명)이 응답하였다.

3.2.1 인지수준

제조물책임법에 대한 인지수준을 평가하기 위해 일반소비자의 경우와 동일한 설문을 기업체종사자에게 하였다. < 표 6 >은 기업체종사자의 인지수준을 나타내는 통계이다. 인지수준을 나타내는 두 개 문항에 대한 응답치 평균은 3.50으로 대체로 제조물책임법에 대해서 인지하고 있는 것으로 나타났다.

기업규모별, 업무부서별로는 차이가 없으나 직급별로 팀장집단이 제조물책임법에 대한 인지수준이 매우 높은 것으로 나타났다. 이것은 제조물책임법과 관련된 책임이 팀장급에 있고, 교육도 대체로 팀장급에서 이루어지기 때문인 것으로 사료된다.

< 표 6 > 기업체종사자의 인식수준 통계

구분		빈도	평균	표준편차	F통계량	유의확률
규모별	50명 이하	13	3.17	0.86	1.56	0.20
	51~100명	56	3.29	0.46		
	101~200명	27	3.48	1.22		
	201명 이상	128	3.57	1.04		
직급별	사 원	114	3.45	1.04	7.94	0.00
	과 장	64	3.31	0.50		
	팀 장	24	4.33	0.64		
	임 원	22	3.36	1.24		
부서별	생산관리부	32	3.81	0.88	1.21	0.31
	품질관리부	96	3.88	0.98		
	일반관리부	68	3.47	0.91		
	마케팅부	11	3.50	0.96		
	기타	17	3.41	1.02		
합 계		224	3.50	0.95		

3.2.2 필요성평가

제조물책임법의 내용에 대해서 설명한 후에 제품의 생산자 입장에서 제조물책임법의 필요성을 평가하도록 설문문항을 구성하여 필요성을 평가하도록 하였다. < 표 7 >은 기업체종사자의 필요성평가 통계이다. 제조물책임법의 필요성을 평가하는 세 개 문항의 평균 응답치는 4.02로 상당히 높게 평가하고 있다. 직급 및 부서별로는 차이가 없으나 기업규모별로 종업원 수 100인 이하 집단과 100인 이상 집단 간에 유의한 차이가 있음을 볼 수 있다.

< 표 7 > 기업체종사자의 필요성평가 통계

구분		빈도	평균	표준편차	F통계량	유의확률
규모별	50명 이하	13	3.78	0.55	3.57	0.01
	51~100	56	3.80	0.57		
	101~200명	27	4.10	0.50		
	201명 이상	128	4.10	0.58		
직급별	사 원	114	4.00	0.48	0.23	0.88
	과 장	64	4.04	0.74		
	팀 장	24	4.11	0.56		
	임 원	22	4.10	0.55		
부서별	생산관리부	32	4.06	0.61	0.78	0.54
	품질관리부	96	4.16	0.51		
	일반관리부	68	4.04	0.63		
	마케팅부	11	3.97	0.59		
	기타	17	3.94	0.67		
합 계		224	4.02	0.58		

3.2.3 이해수준

일반소비자의 경우와 동일한 방법으로 제조물책임법에 대한 이해수준을 평가하였다. < 표 8 >은 기업체종사자의 이해수준을 나타내는 통계이다. 제조물책임법의 이해수준을 나타내는 두 개 문항에 대한 응답치의 평균은 3.26으로 보통 이상의 이해수준에 도달해 있다는 것을 볼 수 있다. 기업규모별로 100인 이하집단과 100인 이상 집단간에 이해수준의 차이가 크게 있다. 즉, 100인 이하집단의 경우에는 제조물책임법에 대한 이해수준이 보통 이하임을 알 수 있다.

직급별로 팀장집단이 제조물책임법에 대한 이해수준이 높은 것을 알 수 있으며, 부서별로는 품질관리부, 생산관리부, 마케팅부의 직원들은 이해수준이 높다. 이것은 제조물책임과 직접적으로 관련이 있는 부서에서 대체로 이해수준이 높다는 것을 의미한다.

< 표 8 > 기업체종사자의 이해수준 통계

구분		빈도	평균	표준편차	F통계량	유의확률
규모별	50명 이하	13	2.69	0.66	14.7	0.00
	51~100명	56	2.71	0.46		
	101~200명	27	3.43	0.88		
	201명 이상	128	3.43	0.80		
직급별	사 원	114	3.27	0.77	10.3	0.00
	과 장	64	3.00	0.67		
	팀 장	24	4.00	0.83		
	임 원	22	3.22	0.78		
부서별	생산관리부	32	3.62	0.42	5.64	0.00
	품질관리부	96	3.70	0.73		
	일반관리부	68	3.14	0.81		
	마케팅부	11	3.68	0.96		
	기타	17	3.10	1.12		
합 계		224	3.26	0.8		

3.2.4 영향평가

기업체종사자들에 대해서 일반소비자와 동일한 설문에 응답하도록 하여 제조물책임법의 영향을 평가하도록 하였다. < 표 9 >는 기업체종사자의 영향평가 통계이다.

영향평가를 나타내는 8개 문항에 대한 응답치의 평균은 3.47로 영향이 대체로 높다고 평가하고 있다. 규모별로는 201인 이상 집단과 51~100 집단에서 약간 높게 평가하고 있으며, 직급별로는 과장 및 팀장 집단이 영향을 더 높게 평가하고 있다. 특히, 업무부서별 통계에서 보면 품질관리부 집단이 영향이 매우 큰 것으로 평가하고 있다. 이것은 제조물책임 문제의 근원이 제품의 품질과 관련이 있기 때문인 것으로 생각된다.

< 표 9 > 기업체종사자의 영향평가 통계

구분		빈도	평균	표준편차	F통계량	유의확률
규모별	50명 이하	12	3.38	0.69	4.22	0.01
	51~100명	56	3.66	0.24		
	101~200명	27	3.43	0.48		
	201명 이상	121	3.70	0.53		
직급별	사 원	114	3.36	0.53	7.42	0.00
	과 장	56	3.64	0.32		
	팀 장	24	3.71	0.26		
	임 원	22	3.33	0.58		
부서별	생산관리부	32	3.39	0.39	22.1	0.00
	품질관리부	93	4.09	0.4		
	일반관리부	65	3.41	0.46		
	마케팅부	10	3.30	0.37		
	기타	16	3.32	0.34		
합 계		216	3.47	0.49		

3.3 일반소비자와 기업체종사자의 인식수준의 비교

일반소비자와 기업체종사자의 제조물책임에 대한 인식수준을 비교하였다. < 표 10 >은 제조물책임에 대한 인식수준을 일반소비자와 기업체종사자의 두 집단으로 구분하여 나타낸 것이다.

< 표 10 > 일반소비자와 기업체종사자의 인식수준 통계

평가항목	구분	빈도	평균	표준편차	T통계량	유의확률
인지수준	일반소비자	195	2.18	0.94	14.14	0.00
	기업체종사자	216	3.50	0.95		
	전 체	411	2.87	0.95		
필요성평가	일반소비자	195	3.77	0.88	3.43	0.00
	기업체종사자	216	4.02	0.58		
	전 체	411	3.90	0.72		
이해수준	일반소비자	195	2.49	0.72	10.21	0.00
	기업체종사자	216	3.26	0.80		
	전 체	411	2.90	0.76		
영향평가	일반소비자	195	3.32	0.69	2.56	0.01
	기업체종사자	216	3.47	0.49		
	전 체	411	3.40	0.59		

인지수준의 응답치 전체 평균은 2.87로 보통 이하로써 인지하지 못하고 있는 응답자가 많다는 것을 알 수 있으며, 기업체종사자 집단의 인지수준(3.50)이 일반소비자(2.18) 보다 높다는 것을 알 수 있다(P=0.000). 필요성평가의 경우에 전체 응답치 평균

은 3.90으로 필요성을 매우 높게 평가하고 있으며, 기업체종사자(4.02)가 일반소비자(3.77) 보다 더 높게 평가하고 있다(P=0.001).

이해수준의 평균은 2.90으로 충분한 이해를 하고 있다고 볼 수는 없다. 이해수준도 기업체종사자(3.26)가 일반소비자(2.49) 보다 높다는 것을 알 수 있다(P=0.000). 기업체종사자의 경우에는 제조물책임에 대해서 교육을 받을 수 있는 기회가 많기 때문에 이해도가 높은 것으로 추측된다. 영향평가의 평균 응답치는 3.40으로 대체로 높게 평가하고 있으며, 기업체종사자(3.47)가 일반소비자(3.32) 보다 약간 높게 평가하고 있다(P=0.011).

4. 결 론

이 연구에서는 마산, 창원, 진해 지역에 거주하는 일반소비자와 기업체종사자를 대상으로 제조물책임법에 대한 인식수준을 조사하여 비교·분석하였다. 제조물책임법에 대한 인식수준을 인지수준, 필요성평가, 이해수준, 영향평가 항목으로 분류하고, 일반소비자의 경우에는 연령별, 성별, 직업별로 비교하였으며, 기업체종사자의 경우에는 기업규모별, 직급별, 근무부서별로 비교하였다.

전체적으로 인지수준과 이해수준이 보통이하로서 낮은 편이며, 필요성과 영향에 대해서는 대체로 높게 평가하고 있었다. 이것은 제조물책임법의 세부적인 사항은 잘 이해하지 못하는 상태에서 피상적인 결과만 보고 필요성과 영향을 높게 평가하고 있는 것으로 평가할 수 있다. 일반소비자와 기업체종사자의 응답특성을 비교해 보면 모든 항목에 대해서 기업체종사자의 응답 평균치가 높게 나타났다. 이것은 기업체종사자의 경우에는 제조물책임에 대한 교육의 기회가 많고, 제조물책임과 직접적으로 관련되는 경우가 많기 때문인 것으로 사료된다.

일반소비자에 대한 응답치 통계에서 20세 이하 집단과 학생 집단의 인지수준과 이해수준이 낮은 반면에 연령이 높은 집단과 직업을 갖고 있는 경우에는 높게 나타난 것은 소비자의 권리를 직접적인 경험을 통해서 이해하고 있다는 것을 보여준다. 이것은 우리 교육이 소비자 운동을 보장하고 있는 우리나라의 헌법 제124조에 부합하지 못한다는 것을 의미한다. 따라서 공영방송을 이용한 홍보와 교육, 중등교육과정에 제조물책임법을 비롯한 소비자 권리에 관한 내용을 포함시킬 필요성이 있다는 것을 나타낸다. 이 연구는 조사대상집단을 경상남도의 마산, 창원, 진해 지역의 거주자로 하였으므로 연구결과를 전체 소비자와 기업체종사자로 일반화하는데 무리가 있을 수 있다. 그러나 제조물책임의 인식수준에 대한 전체적인 흐름의 파악에는 큰 무리가 없을 것으로 사료된다.

5. 참 고 문 헌

[1] 정재강, 제조물책임의 법리 발전과 입법 동향, 고려대학교 법무대학원 석사학위논문, 고려대학교, 2000.

[2] 권기대, 제조물책임법에 관한 비교 연구, 동아대학교 대학원 박사학위논문, 동아대학교, 2000.
[3] 중소기업진흥공단, 중소기업 제조물책임 대응실태 조사 보고서, 중소기업진흥공단, 2002.
[4] 신영용, 제조물배상책임법 도입에 따른 기업의 대응전략에 관한 연구, 성균관대학교 경영대학원 석사학위논문, 성균관대학교, 2002.
[5] 설영덕, 제조물책임법의 도입실태와 대응방안에 관한 연구, 성균관대학교 대학원 석사학위논문, 성균관대학교, 2003.
[6] 지옥석, 제조물책임법 시행에 따른 기업의 대응전략과 시스템구축에 관한 연구, 경상대학교 경영대학원 석사학위논문, 경상대학교, 2004.

저 자 소 개

김 진 태 : 경남대학교 산업공학과에서 공학사 및 공학석사 학위를 취득하고, 경남대학교 대학원 산업공학과 박사과정에 재학 중이다. 주요관심분야는 제품책임론, 안전경영, 설비보전, 식스시그마 등이다.

전 영 록 : 현 경남대학교 산업공학과 교수. 서울대학교 계산통계학과를 졸업하고, 한국과학기술원 산업공학과 공학석사 및 공학박사 학위를 취득하였다. 주요관심분야는 신뢰성시험, 보전경영, 안전경영, 식스시그마경영 등이다.