

제품 안전성의 중요성

안전한 제품만이 시장에서 살아남는다



현대사회의 산업 동향을 나타내는 키워드는 '기술 발전'과 '세계화'다. 오늘날 기술은 하루가 다르게 눈부신 속도로 발전하고 있다. 사고 일이라면 전기기술 제품이 시장을 주도하고 소비자들은 이러한 흐름에 익숙해져 어느새 트렌드를

알지 않는다. 또한 전 세계적으로 국가 간의 무역이 증가하고 네트워크가 활성화되었다. 이에 따라 각국 정부는 자국 산업을 보호하기 위해 적극적으로 시장에 개입하고자 하지만 어려움을 느낀다.

이러한 시대적 어려움을 해결하기 위해 기업들은 기술 규제를 새로운 부의 장벽의 대안으로 생각하고 제품의 안전 기준을 강화하고 있다. 우리나라 역시 내수시장을 보호하면서 제품 안전성을 확보할 수 있는 정책을 추진하고 있다. 하지만 이 두 마리 토끼를 잡기 위해서는 좀 더 적극적인 방법을 찾아야 한다.

소비자의 제품 안전성 욕구는 날로 커져

기술이 발전할수록 소비자의 제품 구매도 폭폭 해진다. 90년대 초 헛가부가 나온다는 농담이, 2000년대 초 오존을 방출한다는 산균족욕기, 최근 품질 논란에 휩싸였던 대형마트의 통관자전거 등은 하루아침에 자취를 감췄다.

급속한 경제성장으로 생활수준이 높아지면서 안전성에 대한 요구가 날로 커지고 있다. 소비자들

역시 모바일 등을 통해 잘 빠르게 대처하고 있다.

인문도 제품의 위험성에 관심을 갖게 하려는 데 중요한 역할을 한다. 대표적인 것이 '소비자고발', '불만제로'와 같은 TV 프로그램이다. 이 프로그램들은 매회 방영과 함께 엄청난 이슈를 만들고 있다. 신문과 뉴스에서도 잘못된 상품과 서비스를 여과 없이 보여준다. 기업의 실태를 파헤치고 상품과 서비스의 질을 감시하는 문화가 자리 잡은 것이다.

이처럼 빅브라더 시대는 일에만 몰두했던 과거와는 달리, 현재는 보다 안전한 환경에서 생활하고자 하는 소비자의 욕구가 환경을 변화시키고 있다. 앞으로는 사회가 더욱 발전하고 다변화됨에 따라 이러한 요구는 훨씬 높아질 전망이다.

제품안전 제도의 완전한 정착 시급

우리나라의 제품안전에 관한 법령은 1974년 전기용품을 대상으로 시작되었다. 이 시기에는 제품의 생산보다 소비가 많아 24시간 공장을 돌리며 생산량을 극대화하는 데 집중했다. 철저한 '대수 중심'의 시장이었던 것이다. 이를 감안하면 안전관리제도는 사내를 앞선 시도라고 볼 수 있다. 하지만 시작이 빨랐다고 해서 그 제도가 잘 정착된 것은 아니다.

제도의 역사가 오래됐음에도 불구하고 안전사고는 줄지 않고 있기 때문이다. 제품사고로 인한 사회적 손실 비용이 연간 30조원에 달한다고 하니, 기업의 안전불감증과 비양심적 경영은 매우 심각한 문제인 것이다.

지난해 한국제품안전협회가 안전인증을 받지 않고

