

제조물책임법의 실태 및 대응방안에 관한 연구

양정희* · 설영덕**

A Study on Actual States and Countermeasures of Product Liability Law

Jeong-Hoe Yang and Young-Duck Seol

Abstract

As the law of Product Liability for consumer protection has operated in July, 2000, many firms of Korea are rapidly increasing concerns about it.

This paper is compared actual states with the law of Product Liability among America, Japan and Korea, finds out some arguments between firms and consumers, investigates some countermeasures to increase between the knowledge accumulation related to risk management and capability confronted with it.

I. 서론

산업이 발달하기 이전에는 제조업자가 제공하는 제품이나 거래가 단순해서 소비자가 조금만 주의하면 제조물에 대한 위험을 쉽게 파악하여 대처할 수 있었다. 그러나 오늘날 소비자들은 제조물과 관련하여 피해발생의 보편화, 피해의 광범위화, 책임의 불명확화, 제조업자보다 제품에 관한 정보 부족 등으로 제조물에 대한 위험을 파악하고 피해에 대처하기가 곤란하게 되었다. 이렇게 기업이 소비자들보다 권위적인 지위를 갖게 되자 기업의 사회적 책임 사상이 확대되어 강자와 약자간의 실질적 형평 이념이 전면에 부상하게 되었다. 이러한 사상에서 나온 것이 제조물 책임법이다.

제조물책임이란 시장에서 유통되는 제품의 결함으로 인해, 소비자·이용자의 생명, 신체 또는 재산에 손해를 입힌 경우 제조자·판매자·수입업자 등 그 제품의 제조·판매에 관여한 자에게 그 피해에 대한 배상책임을 지우는 것을 말한다. 이 법의 시행으로 소비자들은 결함이 있는 제품으로부터 받은 피해가 발생하였을 때 결함의 입증에 대한 책임이

* 인덕대학 산업시스템경영과

** 성균관대학교 시스템경영공학부

경감되고 그에 따라 기업은 불리한 상황에 놓이게 된다. 실제로 우리나라 기업이 PL법 소송에서 어려움을 겪고 있다. 대표적으로 현대자동차의 안전벨트 소송(배상금 1300백만 달러), 주방용품 생산업체인 고려사의 전기오븐(보상요구액 6만달러), 신동아사의 가스라이터(배상액 15만 달러) 등이 PL법 소송에 패소하였거나 진행 중이다. 이러한 PL법 소송이 진행되는 기업은 기업이미지의 실추로 이어져 장기적으로 커다란 문제로 기업에 영향을 줄 것이다. 이 때문에 제조업체들은 PL법에 철저히 대응할 수 있는 시스템을 갖추고 있어야 한다.

지금까지의 제조물 책임법의 대응에 관한 연구들은 주로 제품의 결함에 의한 피해를 줄이고자 하는 예방차원에서 제조물 책임법을 다루어 왔다. 하지만 PL 문제에서는 소비자들의 사용형태나 환경 등에 의해서 우리가 예측하지 못한 여러 가지 요인들로 인하여 문제들이 발생하며, 각 나라의 제도적 장치와 밀접하게 관련되어 있으므로 이에 충분한 고려가 있어야 한다.

이에 따라 본 연구에서는 제조물 책임법이 시행되는 미국, 일본 그리고 한국을 비교하여 PL법 실태를 분석하고, PL법 실태분석을 바탕으로 PL법에 대한 기업의 대응방안을 제안하고자 한다.

II. 제조물책임법의 실태

1. 미국

미국에서는 불법행위법상의 엄격책임이 채택되면서 민사소송이 급격히 증가하고 배상액도 해마다 급등하여 1988년에는 평균 배상액이 153만 5944달러에 달했으며 연간 소송 건수가 12만 건 이상을 상회하였다. 이는 일반적으로 가벼운 증거만으로 결함을 입증할 수 있는 미국의 특별한 소송방식 때문이며, 동일한 제조물에서 동종의 사고가 발생하여 제조물책임이 제기된 경우 선행소송에서 제조업자의 과실이나 제조물의 결함 등이 인정되면 후행소송의 피해자는 그것을 원용해서 제조물결함 등에 대한 입증을 면제 받을 수 있고, 결함과 손해 사이의 인과관계에 대한 입증도 결함의 입증처럼 과실추정의 원칙이 적용되기에 피해자들에게 더욱 유리하게 되어 있기 때문이다.

캡벨사의 조사에 의하면 배상금 보험료 등 기업의 PL대응비용이 년 3500억불을 초과하고 있으며 이는 미국 GNP중 7%를 차지할 정도로 기업경영에 심각한 악영향을 주고 있다고 한다. <표 1>을 보면 미국에서 발생하는 주요 업종별 PL사고 특징은 자동차, 의약품, 가전, 산업기계 등이 PL사고 다발 제품류이고 메이커의 패소율도 50% 이상이다.

(표 1) 주요 업종별 PL특징 및 기업의 패소율

업종	특징	기업의 패소율
가전제품	사고빈도가 많고 주로 화재로 인한 대물사고이며, 타업종에 비해 배상금이 적음	50%
자동차	사고빈도가 가장 많고 배상금액도 개인 사고이므로 가장 높다.	60%
산업건설기계	주로 근로자의 산재 사고이나 미일 근로자는 소액의 산재보상액보다는 많은 보상금을 받을 수 있는 PL소송을 제기하고 있다.	60%

출처: 품질경영학회지 제 27권 제 3호, 1999, p. 193.

이러한 PL소송비용이 산업계의 경쟁력을 약화 시키는 요인이라는 지적과 함께 고액배상과 제조물책임 보험료의 급격한 상승으로 인한 제조업자들의 경영악화와 도산 등 PL소송에 따른 부작용이 거론되고 있다. 이에 따라 PL법 개혁의 논의가 진행되면서 1998년 2만7천 건을 상회하였다가 법 개정논의가 활발해 짐에 따라 1999년부터는 다소 감소하고 있다.

2. 일본

일본에서 처음 PL법을 도입할 때 미국의 제조물책임 소송이 다수 일어나고 있는 점을 감안하여 1년간의 유예기간을 가졌으나 그다지 커다란 혼란은 없었다. 1995~2000년간 제조물책임재판은 극소수인 24건으로 극히 적을 뿐 아니라 소송에서 소비자가 승소한 경우도 1건으로 매우 낮았다. 여기에는 미국과 다른 소송문화의 차이도 있었지만, 무엇보다도 기업이 관심을 가지고 준비를 하였기 때문이다.

<표 2>는 일본 가전제품 PL센터의 자료로써, 재판에 의하지 않고 신속·공평하게 분쟁을 처리한 건들이다. 표를 보면 소비자들의 상담건수는 지속적으로 증가하고 있다. 그럼에도 불구하고 소송이 없는 것은 PL센터와 같은 소비자 상담소가 있어서 소비자들이 불만을 표출할 수 있는 기회를 가진 것으로 풀이되고 있다. 일본의 제조물책임법(PL)이 1995년 7월에 시행되었지만, 1994년 10월 일본 국민 생활 센터가 중소기업경영자를 대상으로 실시한 기업경영 위험관련 설문조사 결과에 따르면 PL법이 가장 위험한 요소로 나타났다. 이와 같이 기업인들 자체가 제조물책임법(PL)에 많은 관심을 가지고 있으며 지방단체와 사업자 단체 등을 중심으로 중소기업을 지원하는 각종 PL대책안이 나오고 있다. 그 일환으로 'PL공제 제도'는 보험료를 원칙적으로 일괄 지불토록 정하고 있으나 36만 엔 이상의 경우는 12개월 분할지불도 가능하며 한 사건 당 사고부담액도 1만 엔으로 억제하여 가급적 업계 부담을 최대한 경감하는데 역점을 두는 제도이다. 이렇게 기업들 스스로가 제조물책임법에 적절히 대응하기 위해 제조물책임법 시행 전에 유예기간 등을 가지며 착실히 준비하였다.

(표 2) 일본 가전제품 PL상담센터 상담 현황

기 간	95.4 ~ 96.3	96.4 ~ 97.3	97.4 ~ 98.3	98.4 ~ 99.3	99.4 ~ 00.3	00.4 ~ 01.3	총계
사고상담	15	3	13	12	28	36	107
품질상담	68	33	22	45	61	95	324
일반상담	663	445	497	588	687	1390	4270
문 의	1050	741	521	377	371	404	3464

출처 : 한국소비자보호원 제조물책임센터 직원연수자료, 2002, p. 64.

일본에서는 소비자들의 제품 안전성에 대한 의식이 향상되었고 사고가 발생하면 적극적으로 공공기관이나 기업에 전달하려는 자세가 나타나고 있으며, 민사소송법의 개정과 재판 이외의 분쟁해결제도를 위한 신설 정비제도가 이루어지고 있다. 이런 소송 외적인 해결제도를 설치 운영함으로써 소송사건을 방지하는데 큰 역할을 담당하였다. 또한 기업에서는 제조물책임에 대응하기 위하여 제조물책임센터를 만들어 상담과 알선조정업무를 수행하고 있으며 상담건수는 꾸준히 증가하나 소송제기는 드물다.

3. 한 국

우리나라는 제조물책임법을 도입하면서 손해의 원인이 과실에서 결함으로 바뀌기는 하였지만, 그에 따라 손해와 결함과의 인과관계의 존재를 의심하지 않을 정도까지의 높은 입증책임을 피해자들에게 부과하고 있다. 그리고 결함의 판단기준도 오직 안정성만을 고려하는 것이 아니라 경제성도 고려하여 면책사항이나, 개발자 항변 등을 인정하고 있으나 미국에서는 엄격책임 하에서 면책약관이나 책임제한 규정은 인정되지 않고 있다.

우리나라도 <표 3>에서 볼 수 있듯이 PL법 법령, 제도를 고려해 보았을 때 미국보다는 일본의 형태로 진행될 가능성이 높다. 우리나라의 국민의 성향을 보았을 때 일본보다는 피해구제 신청이 늘어날 것으로 보인다. 제조물책임법이 시행된 이후 중소기업청의 조사에 따르면 피해자 사고가 발생한 경우는 1개뿐이며, 그 처리도 합의에 의해 제품가격 환불로 해결되었다. PL센터에 접수된 PL사고 및 품질 클레임은 47(5.6%)건에 불과하다. 그러나 소비자들의 제조물책임법의 문의나 상담은 계속 늘어날 것이다.

〈표 3〉 미국/일본의 제조물책임법 환경 분석

		미 국	일 본	우리나라
소송 촉진 요인	법률 환경	<ul style="list-style-type: none"> · 변호사다수(90만명) · 성공보수 제도 · 제소비용 저렴 · 징벌적손해배상제도 · 배심원 제도 	<ul style="list-style-type: none"> · 엄격책임 적용 	<ul style="list-style-type: none"> · PL법이전에 엄격 책임론의 판례보유 · 엄격책임 적용
	사회 환경	<ul style="list-style-type: none"> · 소비자보호주의 강화 · 국민의 강한 권리의식 	<ul style="list-style-type: none"> · 소비자보호주의 강화 · 소비자, 민간단체의 높은 사회적 역할 	<ul style="list-style-type: none"> · 소비자보호주의 강화 · 소비자, 민간단체의 높은 사회적 역할
소송 억제 요인	법률 환경	<ul style="list-style-type: none"> · 개혁법안 마련 	<ul style="list-style-type: none"> · 소송비용의 고액 · 변호사 1인당 7,861명 	<ul style="list-style-type: none"> · 소송에 대한 거부감 · 변호사 1인당 12,482명
	사회 환경	<ul style="list-style-type: none"> · 승소를 위한 기업대응 	<ul style="list-style-type: none"> · 업종별 PL센터 운영 	<ul style="list-style-type: none"> · 업종별 PL센터운영

출처 : 국회사무처 법제예산실, "PL에 관한 입법례와 국내입법방향", 1999, p. 98.

지금까지 피해를 입은 고객이 소송으로까지 가는 것에는 소비자나 기업, 양방 모두 피하려 할 것이다. 이는 미국의 사례에서도 알 수 있다. 미국도 소송이 판결로 나기 전에 많은 클레임 건이 조정이나 화해로 해결된다. 일본의 경우에도 소액 피해의 경우 비용과 시간의 문제가 있으므로 재판 외의 분쟁처리기관이 발달되어 있다. 또한 일본 정부의 국민생활센터(우리나라의 소비자보호원)와 민간기업의 업종별 협회가 설립한 11개의 산업별 PL센터가 소비자들의 피해와 클레임을 처리를 해 주고 있다. 여러 가지 상황을 보았을 때 중소기업뿐 아니라 대기업들도 소비자의 문제를 소송보다는 합의와 중재로 접근할 것이다. 왜냐하면 기업 입장에서 소비자들의 소송은 소액다수이며, 재판의 판결을 받기 위한 시간도 오래 걸리고, 승소를 한다 하더라도 기업의 각종자료들이 공개되어 기업으로써는 부수적인 손실이 많아진다. 그러므로 소송보다는 중재나 화해를 통해 소비자들의 불만과 피해를 해결할 것이다.

Ⅲ. 우리기업의 PL법 대응방안

1. 대응방안의 필요성

제품의 결함에 따른 소비자 피해의 특징은 기업 내에서 사고가 발생하지 않고 관리가 미치지 않는 장소에서 사고가 발생하는 것이다. 때문에 기업 스스로가 리스크를 관리하기 어려운 점과 동일한 제품이 시장에 다량으로 출하되어 사고가 발생하면 같은 종류의 사

고가 연속적으로 발생하게 된다.

소비자들의 제품에 의한 피해 발생은 사용자특성, 행동 특성, 제품특성, 환경특성에 따라 여러 가지 결과를 가지고 온다. 제품 위험의 관리가 어려운 점은 이런 위험이 가지고 있는 불확실성 때문이다. 우리는 어떤 위험요인이 어떤 위험 또는 사고를 유발하게 될 것인지를 알 수 없다. 이와 같은 위험이 불확실성이라는 본질적 속성으로 갖고 있는 한 위험관리의 문제는 불확실성의 문제에서 벗어날 수 없다. 다시 말해 위험관리에서 중요시되어야 할 요소들인 위험의 실제적 발생확률, 발생시기, 발생위험의 규모와 피해의 범위, 위험의 심각성의 정도 등은 불확실성의 영역에 속하는 문제들이라는 것이다. 이와 같이 위험이 발생할 확률 자체가 불확실한 경우에 위험관리와 관련된 합리적인 의사결정이란 대단히 어려운 작업일 수밖에 없다.

예방전략의 출발은 위험의 평가라고 할 수 있다. 그러나 위험분석기법들을 사용하여 제품의 기능적 결함 및 사용자의 오류에 의해 발생 가능한 위험요인을 종합적으로 분석하는 데는 한계가 있다. 왜냐하면 제품사고는 제품의 기능적인 결함뿐만 아니라 사용자특성, 사용행위, 사용환경 등과 같은 사용자 관련 요소와 밀접하게 연관되어 발생하기 때문이다. 그리고 위험발생확률에 대한 평가는 말할 것도 없고, 위험의 심각성 등 위험의 내용과 정도에 대한 평가에 있어서 사람들의 위험인지는 많은 편견에 좌우될 뿐만 아니라 커다란 편차가 있다. 특히 문제가 되는 것은 과학자 등 전문가의 위험평가와 일반인의 위험 평가가 대단히 다르다는 데 있다.

예방전략의 성과와 관건은 위험요인과 상황에 대한 정확한 정보의 확보 여부에 달려있기 때문에 소비자들의 실질적인 정보 없이 제조물책임법의 예방전략을 도입하는 것은 그 효과를 의심해 볼 수 밖에 없다. 오히려 미처 예견하지 못한 위험이 실제로 발생한 경우에 이에 효과적으로 대처할 수 있는 일반적인 능력의 확보, 즉 다양한 위험대처경험과 학습의 증진, 다양하고 이질적인 위험에 신속적으로 대응할 수 있는 지식과 자원을 확대시키는 사후 복원전략이 보다 바람직하다고 말할 수 있다. 기업이 PL대응에 있어서 가장 시급한 부분은 바로 이 상담창구의 개설이다. 소비자의 불만과 클레임을 처리하는 과정에서 고객의 관심사항 파악, 제품결함의 조기 발견과 신속대응, 신제품아이디어 수집, 사용설명서의 허점과 제품개선 정보취득, 간접적인 시장조사 효과, 자사 마케팅의 취약점 발견, 구전의 흐름을 파악할 수 있기 때문이다. 그리고 소비자 창구는 고객에게 신뢰와 만족을 주는 동시에 재구입으로 연결시키는 것을 목적으로 한 판매활동의 일부로 볼 수 있다.

소비자들로부터 얻은 제품 불만 및 개선점의 정보를 구축하여 생산과 설계 등 기업의 각 분야에 그들의 정보를 피드백 시키는 과정을 통하여 소비자 측면에서는 상품에 대해 고객의 정보 부족을 해소하여 고객의 요구사항을 풀어야 한다. 기업의 측면에서는 조기에 소비자들의 불만을 해소하고 더 큰 불만으로 발전하지 않게 하여 악성고객이 되지 않도록 방지하며, 소송제기에 따르는 법적 비용을 감소시킬 필요가 있다.

2. 우리기업의 대응방안 제언

1) 품질보증시스템의 수립

소비자들이 제품 危害에 대하여 고발상담 또는 항의 등 형태로 어떤 대응행동을 한 경우가 11.7%밖에 되지 않는다. 그 중 제품사용 중 피해발생의 가장 중요한 원인은 제품자체의 결함이다.

〈표 4〉 피해·손해보상의 원인(단위: %)

구 분	기 업	소 비 자
제품자체의 결함	42.9	37.8
소비자 부주의	26.4	33.9
유통과정상의 부주의	20.9	-
위험 부주의에 대한 표시미비	4.7	25.8
기타	5.1	2.5
계	100.0	100.0

출처 : “한국소비자보호원, 소비자 위해실태 및 안전의식 조사”, 1989

이는 <표 4>에서 파악할 수 있다. 그리고 피해를 경험한 소비자중에서 96%가 배상을 받지 못하였으며 이는 현행제도로 피해보상이 곤란하였기 때문이라는 응답이 35.8%로 가장 높게 나타났다. 이는 아직 소비자들이 제품에 의한 피해를 제대로 전달하지 못하고 있음을 말하며 PL소송은 빙산의 일각이라 말할 수 있다. 때문에 이러한 소비자들의 정보를 수집하여 제품을 설계 제조하는데 활용하여야 한다.

일반적으로 소비자가 제기하는 클레임은 하자담보에 관한 클레임과 제조물책임법(PL) 클레임 2종류로 구분할 수 있다. 기업에 주는 영향을 생각했을 때 PL클레임 쪽이 훨씬 중요하나, 하자담보에 관한 조그만 클레임도 장래 PL클레임으로 발전할 우려가 있다. 소비자가 피해를 입을 수 있는 모든 정보 및 자료를 수집하여 PL클레임을 막아야 하는 것이 가장 중요하다. 이러한 정보와 자료는 바로 소비자들의 각종 불평과 불만에서부터 나온다. 때문에 소비자들의 불만이나 상담내용의 기록이 매우 중요하다.

결함제품으로 인한 소비자들의 위해정도를 살펴보면 <표 5>에서 볼 수 있듯이 1주미만의 가벼운 피해자가 대부분이며, 1개월 이상 치료를 받은 중상자는 7.0%로 나타났다. 각 상품별로 비교하여 보아도 1주 미만의 가벼운 피해자가 많지만 자동차 및 기계 관련용품의 경우 3주이상의 치료를 받은 피해자가 39.1%로서 다른 상품군보다 상대적으로 피해가 더 컸다.

지금까지 제조물책임법에 대해 기업들은 많은 배상금을 문제로 상당히 부담을 가지고 있었다. 그러나 앞에서 살펴보았듯이 소비자들의 피해사례는 소액의 다수가 될 것이다. 예방전략을 통하여 소수의 고액피해 위험을 위해서 기업이 투자해야할 인력이나 자본, 시

간을 생각하였을 때 효율적이지 못하다. 오히려 소액의 다수피해를 해결함으로써 얻어지는 상황의 대처능력과 정확한 정보를 축적하는 것이다.

〈표 5〉 상품군별 치료기간

구 분	1주 미만	1~2주	3주~4주 미만	1개월 이상
식품	81.5	13.4	0.8	3.4
의류·장신구	66.7	20.8	.	8.3
가구	40.0	20.0	20.0	.
문구	100.0	.	.	.
의약품	60.0	22.5	6.3	8.8
자동차·기계관련	34.8	26.1	13.0	26.1
가전제품	54.1	10.8	8.1	8.1
주방용품	61.5	26.9	3.8	3.8
유아·아동용품	58.3	16.7	8.3	8.3
기타	.	100	.	.

출처 : “한국소비자보호원, 소비자 위해실태 및 안전의식 조사”, 1989

사업자가 품질보증서비스를 신속·적절하게 행하게 되면, 소비자권익을 향상을 통해 기업이미지 고양이라는 좋은 결과를 얻게 되고, 나아가 마케팅 자료화 되어 기업 내부의 의사결정시 소비자정보로 활용될 수 있는 복합적인 효과를 얻게 된다.

2) 소비자 상담창구의 개설

기업에서는 소비자들로부터 얻은 제품 불만 및 개선점의 정보를 구축하여 생산과 설계 등 기업의 각 분야에 그들의 정보를 피드백 시키는 과정을 통하여 잠재적 또는 가상의 위험을 예측하고 적절히 대책을 마련할 수 있는 정확한 정보와 위험대처 능력을 얻을 수 있다. 그리고 조기에 소비자들의 불만을 해소하여 기업 이미지를 올리는 효과를 얻을 수 있으며, 더 큰 불만으로 발전하지 않게 하여 악성고객이 되지 않도록 방지하며, 소송으로 가는 법적 비용을 감소시킬 수 있다. 대표적인 사례로 S사의 경우 PL대응팀을 고객만족 경영센터에 두어 고객의 소리, 과거 실패사례를 수집하여 소비자들의 클레임을 먼저 발굴해 해소하는 적극적인 예방시스템을 갖추고 있다. 이를 위해 PL사고 데이터베이스를 만들어 놓고 같은 사고가 반복이 되지 않도록 하며, 설계단계에서부터 이러한 정보를 이용 안정성을 고려하여 제품을 생산하고 있다. 또한 고객만족종합 상황실을 운영하여 이슈성 클레임을 조기에 처리하고, PL사고 시 신속히 현장에 도착하여 정확한 사고 정보를 파악하고 대응함으로써 PL클레임이 발전하기 전에 초기 해결하고 손실을 최소화하고 있다. <표 6>에서 볼 수 있듯이 결함이 있는 제품으로 피해를 본 소비자들은 문제를 제기함에 있어

서 제일 먼저 제품의 사업자에게 찾아가서 피해보상을 요청한다.

〈표 6〉 의뢰기관별 상담접수 현황(단위:%)

구 분	2000년	2001년
사업자	78.0	73.4
중앙행정기관	10.3	17.5
민간소비자 단체	5.7	5.0
지방자치 단체	3.6	2.3
농·축협	1.5	14.4
기타기관	0.9	0.4
합 계	100	100

출처: 한국소비자보호원, "2001년도 소비자상담동향분석결과" 2002, p. 4.

클레임 대응에 있어서 가장 중요한 점은 “얼마나 신속히 대응 하는가?”이다. 이 부분은 일선의 PL대응 담당자들이 가장 강조하는 부분이다. 적절한 초기 대응이 안 되면 상대방과의 관계가 시간이 감에 따라 점점 악화되고, 그 후에는 관계회복에 더 많은 노력을 필요로 하는 경우가 많기 때문이다. 신속한 대응에서는 먼저 클레임의 내용, 요구사항, 불평을 끝까지 잘 들어 정확한 상황 파악을 먼저 하여야 한다. 또한 피해 규모에 따라 현장을 확인할 필요가 있다면 현장실사 방문하여 증거를 확보하며 여러 가지 증거와 사진을 촬영하고 목격자의 증언을 입수하여야 한다.

신고창구의 명확화, 전문가 배치 클레임 처리의 일원화를 시켜서 분쟁처리과정에서 성실한 정보제공과 통일된 처리, 그리고 처리결과에 대한 투명성 향상을 기해야 한다. 피해를 입었거나 불만이 있는 소비자들의 특징은 자신들의 정보를 내놓지 않으려는 점이다. 때문에 이러한 상담을 하는 이들은 원만한 성격에 문제해결을 위한 인내심과 이해력이 필요하다. 그리하여 지금 가지고 있는 문제에 대하여 감정적인 면까지도 주의 깊게 들어주어서 소비자와 공감대를 형성할 수 있어야 한다. 이러한 과정 속에서 문제의 심각성과 문제해결의 요구를 인식하고 소비자와 인간관계를 충분히 배려하여 소비자의 입장에서 서서 성실하게 대응해야 한다. 안이한 타협이나 금품제공은 피해자간의 공평성 확보라는 점과 장래 악질 클레임을 만들지 않기 위해서도 주의해야 한다. 안이한 타협을 하는 기업은 고객들에게 easy-maker로서 각인되게 된다.

Kendall과 Russ는 불만을 제기하는 소비자를 사업자의 적이나 방해물로 여기는 것은 근시안적 태도라고 제시하고 소비자의 불만은 사업자에게 feed-back되어 활용되어야 한다고 주장하고 있다. 또한 이러한 소비자의 불만이 사업자의 품질보증체제를 통하여 제대로 전달되지 않을 경우, 그 소비자는 타사제품구입으로 소비행동을 전환할 것이며, 이로 인해 제품개선에 필요한 가이드로서, 또한 고객의견청취조사에 소요되는 비용의 감소방안으로 효율적으로 이용될 수 있는 기회를 상실하게 된다는 견해를 밝히고 있다.

소비자 클레임을 처리하는 과정을 통해 고객의 관심사항 파악, 제품결함의 조기 발견과

신속대응, 신제품아이디어 수집, 사용설명서의 허점과 제품개선 정보취득, 간접적인 시장 조사 효과, 자사 마케팅의 취약점 발견, 구전의 흐름을 파악할 수 있기 때문이다. 그리고 소비자 상담 창구는 고객에게 신뢰와 만족을 주는 동시에 재 구입으로 연결시키는 판매 활동의 일부로 볼 수 있다. 소비자 측면에서는 상품에 대해 고객의 정보 부족을 해소하여 안전한 제품을 제공 받을 수 있다.

IV. 결 론

기업이 PL대응에 있어서 예방대책을 세워 결함이 없는 제품을 생산하는 대책이 PL사고 발생을 미연에 방지하는 가장 좋은 방안이다. 그러나 현실적으로 PL대책 시스템을 구축함에 있어 자금과 인력이 제한되어 있고, 제품 결함에 따른 소비자의 피해가 기업 스스로가 관리하기 어려운 곳에서 발생하기 때문에 효율적이고 체계적인 PL 대응방안이 필요하다.

본 연구에서는 PL법 대응이 소비자들 사용특성, 행동특성, 제품특성, 환경특성 등과, 각 나라의 문화적, 제도적 측면과 밀접한 관계가 있음을 미국, 일본, 한국의 비교분석을 통해 제시하고, 다음과 같은 대응방안을 제안하였다.

첫째, 기업은 소비자의 불만과 피해에 품질보증시스템을 구축하여 신속하게 대응하여 더 큰 손실을 예방하는 시스템을 만들어야 한다. 기업이 품질보증서비스를 신속·적절하게 행하게 되면, 소비자의 권익향상을 통해 기업이미지 고양이라는 좋은 결과를 얻게 되고, 나아가 마케팅 자료화 되어 기업 내부의 의사결정시 소비자정보로 활용될 수 있는 복합적인 효과를 얻게 된다.

둘째, 고객만족경영센터와 같은 소비자 상담창구를 개설하여야 한다. 이를 통해 PL사고 데이터베이스를 만들어 같은 사고가 반복이 되지 않도록 하며, 설계단계에서부터 이러한 정보를 이용 안정성을 고려하여 제품을 생산하여야 한다. 특히, 기업은 다수의 소액피해를 PL클레임이 발전하기 전에 초기에 해결하여 손실을 최소화하여야 한다.

참고문헌

[1] 국내문헌

- 1) 김성탁, “상품거래와 엄격책임-엄책임의 논거와 적용사례에 관한 미국의 판례분석”, 「상사법연구」, 한국 상사법 학회, Vol. 11권, 1992, p. 276.
- 2) 권동명, 「한국형 PL대책 매뉴얼」, 21세기 북스, 2002, p. 49.
- 3) 대한무역투자진흥공사, 「일본 PL법, 이렇게 대응하라」, 1995, p. 29.
- 4) 박상찬, 홍한국, “미·일 선진기업의 PL대응 시스템에 대한 연구”, 품질경영학회지 제 27권 제3호, 1999, p. 193.
- 5) 백종현, 이선희, “우리나라 제품예방을 위한 제품안전시스템에 관한 연구”, 한국경영학회 학술연구발표회 발표논문집, 1995, PP. 11~34.
- 6) 정승태, “제조물책임법과 기업의 대응방안”, LG경제연구소, 2002, p. 20.
- 7) 중소기업청, “중소기업의 PL대응실태 조사결과”, 2002.9 p. 19.
- 8) 김용달, “경영리스크로 인식, PL보험 활용해야”, 「월간 품질경영」, 3월호, 2002, p. 37.
- 9) 최병록, “메스컴에 대한 대응방안”, 월간 PL법 news, 1999. 10.
- 10) 최병선, “위험문제의 특성과 전략적 대응”, 「한국행정연구」, 제3권, 제4호, 1994, p. 29.
- 11) 한국 소비자 보호원, 「제조물 책임의 입법방향」, 한국소비자 보호원, p. 7, 1994.
- 12) 한국표준협회, 「제조물책임 대응 제품안전 세미나」, 2002, p. 126.

[2] 외국문헌

- 1) 타자와 겐이치, 「제조물책임센터 직원 연수」, 한국소비자보호원 세미나 자료, 2002, p. 64.
- 2) 日科技連 製品安全グループ 編, 「製品安全技術: PLP實施の手引き」, 1982, p. 2.
- 3) Kannis, H. and Weegels, M.F., “Research into accident as a design tool, Ergonomics,” 33(4), 1990, pp. 439~445.
- 4) C.L.Kendall and F.A.Russ, “Warranty and Complaint Policies”, Journal of Marketing(Vol. 39), 1975, p. 42.