

다단계판매의 허와 실

글·유동재 이사 경성전기(주)

방문판매(訪問販賣)란 상품을 판매하는 업자 또는 용역을 유상으로 제공하는 것을 업으로 하는 자가 방문의 방법으로 그의 영업소나 대리점 기타 법이 정하는 영업장소외의 장소에서 소비자에게 권유하여 계약의 청약을 받는 것을 지칭한다. 또한 계약을 체결하여 상품을 판매하거나 용역을 제공하는 것을 말한다.

넓은 의미에서 행상(行商)도 방문판매의 일종이며 우리 나라에서는 흔히 외판(外販)이라고도 한다. 판매사원이 직접 고객을 방문하여 상품을 판매하기 때문에 이렇게 불리고 있다.

국민소득수준의 향상으로 소비자의 수요가 질적으로 고도화되고 동시에 다양화되어 감에 따라 사업자들도 시대상황에 능동적으로 대처하게 되었다. 그래서 판매경쟁에서 이겨서 생존하기 위하여 새로운 판매방식을 계속적으로 개발하게 되었다. 그리하여 지금까지 나와있는 방문판매와 통신판매 그리고 다단계판매 등이 그 대표적인 예이다.

통신판매(通信販賣)란 판매업자 또는 용역업자가 광고물·우편·전기통신·신문·무크지

(紙)·잡지 등의 매체를 심분 이용하여 상품 또는 용역에 대하여 광고를 하게 된다. 그리고 우편이나 전기통신 기타 법이 정하는 합법적인 방법에 의하여 소비자의 청약을 받아 상품을 판매하거나 용역을 제공하는 것을 의미한다.

통신판매(mail order business)의 이점은 뛰어나면서도 저렴한 점포유지관리비에 있다. 그리고 생산자로부터 직접 구입하고, 고객으로부터 현금선불에 의한 주문을 받는데 있다. 반면에 단점으로는 카탈로그와 실물의 상위(相違)에 의한 높은 반품률이다. 또한 에누리(discount)가 없는 것, 카탈로그의 간행 인쇄·배포나 광고선전에 많은 비용이 소요된다는 점 등을 들 수 있다.

이러한 판매방식에 의한 상품의 판매 및 용역의 제공에 관한 거래를 공정하게 하여야 된다. 그리하여 소비자의 이익을 보호하고 상품의 유통 및 용역의 제공을 원활히 함을 제1의(第一義)로 한다. 이렇게 함으로써 국민경제의 건전한 발전에 이바지함을 목적으로 제정된 법이 바로 방문판매 등에 관한 법률이다.

또한 다단계판매(多段階販賣)란 판매업자 또는 용역업자가 특정인에게 자기가 공급하는 상품을 구매하거나 용역을 제공받아 이를 소비자들에게 판매 또는 제공하는 행위를 말한다. 혹은 이러한 소비자들의 전부 또는 일부를 당해 특정인의 하위판매원으로 가입하도록 한다. 그리하여 그 하위판매원이 당해 특정인과 같은 활동을 하도록 하는 행위를 한다.

그리하여 일정한 수익을 얻을 수 있다고 권유하여, 판매원의 가입이 순차적·단계적으로 이루어진다. 이러한 다단계판매 조직을 통하여 행하여지는 상품의 판매 또는 용역의 제공을 통털어 말한다. 여기서 순차적·단계적이란 가입한 판매원의 단계가 3단계 이상인 경우를 의미한다.

여기에서 말하는 '일정한 이익'이라 함은 다단계판매에 있어서 다단계판매원이 소비자에게 상품을 판매하거나 용역을 제공하여야 한다. 이렇게 해서 얻는 소매이익과 다단계판매업자가 그 다단계판매원에게 지급하는 후원수당을 말한다. 여기서 다단계판매조직이라 함은 다단계판매업자와 순차적·단계적으로 가입한 다단계판매원으로 구성된 전체의 판매조직을 말한다.

이와 관련하여 다단계판매라 함은 다단계판매를 업으로 하기 위하여 다단계판매 조직을 개설하고 관리 및 운영하는 것을 말한다. 그래서 다단계판매원이라 함은 다단계판매 조직에 판매원으로 가입한 자를 말한다.

그리고 후원수당이라 함은 다단계판매에 있어서 어떤 다단계판매원에게 속하는 하위판매원들에 대한 상품의 판매 또는 용역의 제공이 이루어

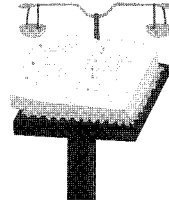
어진다. 이와 관련된 조직관리 및 교육훈련을 실시하기 위하여 그 다단계판매원에게 지급되는 경제적 이익을 말한다.

다단계판매는 시시각각으로 변화하고 다양화해가는 소비자의 수요에 능동적으로 적응하기 위한 새로운 판매전략이다. 이론적으로는 광고비와 점포유지비 등의 절감과 유통마진의 축소를 통하여 일반관리비를 줄이자는 것이다. 그래서 결국 소비자에게 보다 저렴하고 손쉽게 상품을 공급할 수 있는 장점을 가지고 있다.

또한 소비자에게는 잘 알려져 있지 않은 상품을 공급할 수 있는 장점을 가지고 있다. 또 소비자에게 잘 알려져 있지 않은 상품이나 중소기업 제품인 경우에는 막대한 광고비를 들이지 않고도 공급이 가능하다. 그래서 기존의 시장에 쉽게 진입할 수 있도록 하는 등 그것이 갖는 긍정적인 측면도 무시할 수 없는 것이다.

그러나 현재 우리나라에서 행해지고 있는 다단계판매의 모습을 보면 안타깝게도 그 실질이 피라미드판매와 차이가 없는 경우가 대부분이다. 또 더군다나 판매원도 주로 상거래의 전문성도 없고 경험이 거의 없는 학생이나 주부 등이 상당한 비중을 차지하고 있다. 이렇게 됨으로써 본래의 다단계판매의 긍정적 측면을 훼손하거나 장점을 제대로 살리지 못하고 있는 실정이다.

뿐만 아니라 각종의 비용절감을 통한 마진의 일부를 최종 소비자에게 환원시켜준다는 본래의 장점도 우리의 현실과는 거리가 멀다. 또한 시장의 신규진입을 용이하게 하여 시장의 경쟁 촉진에 기여한다는 주장은 부분적으로는 수긍할



수 있다. 그러나, 그에 따라 상품가치가 거의 없는 쓸모가 없거나 조악한 품질의 상품강매나 폭리를 목적으로 하는 것이다. 그래서 결국에는 변질된 영세사업체를 양산하는 참담한 결과를 가져온다는 것도 부인할 수 없을 것이다.

다단계판매는 실로 그 조직형태나 운영방법이 다양하고, 그 판매방식이 갖는 장점과 단점이 복합적으로 많이 있다. 때문에 이를 규제하는 태도도 각국에 따라 다양하다. 즉 그 나라의 상관습과 전통 및 습속에 따라서 상당한 차이를 보이고 있다.

미국의 경우에는 각주마다 조금씩 차이가 있다. 그렇지만, 대체로 판매원의 주된 이익이 그

자신이나 후순위 가입자의 상품판매에 의해서 이루어지지 아니한다. 오히려 판매원의 단순한 신규 가입에 의하여 자연적으로 이익이 발생하는 경우에는 이를 피라미드 조직이라 분류하여 엄히 금하고 있는 실정이다.

그리고 독일에서는 오직 상행위의 경우에만 허용하며 비상인이 개입된 사행적(射倖的)인 다단계판매를 전면적으로 금지하고 있다. 또 이웃 일본에서는 상품이 매매되지 않고 선가입자와 후가입자간에 오직 금품의 수수(授受)만이 존재하는 방식은 금하고 있다. 이와같이 소위 무한연쇄강(無限連鎖講)은 일체 금지하고 있는 것이다. 하지만 상품판매를 전제로 한 다단계판매 방식은 원칙적으로 허용하고 있다.

제조물책임(PL)법 이란?

제조물책임법(Product Liability) 2002. 7. 1부터 시행

제조물 책임이란 제조물의 결함으로 인하여 소비자 또는 제3자의 생명·신체 또는 재산상 피해를 입을 경우, 그 제조물의 제조업자나 판매업자가 책임을 지게하는 것

< 참고 : 리콜제도, 피해보상제도 및 제조물 책임제도의 차이 >

구분	리콜제도	피해보상제도	제조물책임제도
목적	사전 위해예방	사후소비자손해보상	사후보상책임자규명
대상	안전성 결함 제품 (전체)	개별결함, 품질하자 (안전성, 품질, 계약, 광고)	안전성결함피해 (고의과실, 무과실불문)
수단	모든 소비자에 공개수거 및 보상 (자진리콜, 강제리콜)	손해입은 소비자에 개별 보상 및 배상	개별소비자에 보상, 배상
방법	수리, 교환, 환불	수리, 교환, 환불, 배상, 계약해제, 계약이행	배상
근거	품목별 관련법, 소비자보호법	민법(하자담보책임), 소비자보호법	제조물책임법