

소비자불만 자율관리와 CCMS

김연수 간사 / (사)기업소비자전문가협회

현대 소비환경과 소비문화를 일컬어 ‘소비자주권’의 시대라 표현한다. 소비자주권이란, 시장에서 제품과 서비스를 사용하는 소비자가 소비라는 행위를 통해 생산자, 즉 기업이 어떠한 제품을 생산할 것인가를 결정하게 하는 힘이다. 이는 곧 현대 소비자 시장에서 소비자의 신뢰와 선택이 기업의 경영 지속에 중대한 영향을 미치고 있음을 의미한다.

◆ 소비자불만 자율관리의 필요성

현대 소비자는 소비단계에서 우선 제품과 서비스의 질을 고려하고, 구입 후 사후관리(After Service)를 보장받을 수 있는지 여부에서 구매를 최종 결정한다. 그리고 사용 과정에서 소비자불만이 발생되었을 경우, 이를 대처하는 기업의 노력과 소비자 자신의 만족도에 따라 향후 재구매를 결심하고 주변 사람에게 자신의 경험을 입소문 낸다.

소비자불만 발생과정에서 기업의 역할은 중요하다. 기업이 소비자불만과 피해를 신속하게 구제하고 적극적으로 예방활동에 임한다면 이미지 향상 및 고객 유지로 이어질 수 있겠지만, 만약 피해를 그대로 방치한다면 피해는 확대될 수 있고 매출 감소와 고객 이탈, 이미지 실추 등의 부정적인 결과를 가져올 수 있다. (그림1 참조)

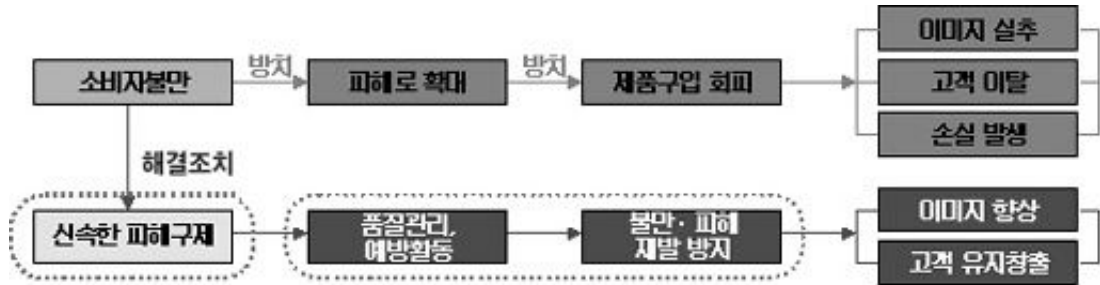


그림 1. 소비자불만 자율관리에 따른 파급효과

소비자문제는 제3자가 개입하여 해결하는 것보다 제품 및 서비스 판매를 통해 소비자불만을 유발하는 기업이 자율적으로 예방책과 구제책을 마련하여 실행하는 것이 가장 효율적이다.

우선 기업이 소비자불만 예방에 노력한다면 근본적으로 소비자 불만 및 피해가 상당수 줄어들 수 있는데 이는 제품과 서비스 품질관리, 제품안전, 소비자에 대한 정보제공 등의 사전예방 활동을 통해서 소비자불만과 피해 발생을 상당부분 막을 수 있기 때문이다. 다음으로 소비자불만이나 피해가 발생 시 기업내부에 신속하게 대응할 수 있는 시스템과 명확한 기준 등이 마련되어 업무가 처리된다면 소비자, 사업자 모두 불만처리 및 피해구제에 따른 시간이나 비용을 절감할 수 있을 것이다.

공정거래위원회와 '소비자피해자율관리위원회'는 이러한 소비자불만 자율관리에 대한 필요성을 인식하여 2005년 9월, 소비자불만 자율관리 프로그램(Consumer Complaints Management System, 이하 'CCMS'라 한다)을 확정·공표하였다.

◆ 소비자불만 자율규제로의 CCMS

자율규제(Self regulation)는 정부의 관여와 통제 없이 기업이 자발적으로 행위기준을 개발하여 운영하는 것을 말하며, CCMS는 공정거래위원회가 제정한 소비자불만 영역에 대한 자율규제 가이드라인이라 할 수 있다. CCMS의 제정은 정부의 불필요한 규제 축소와 기업의 자율성 인정이 소비자문제 해결에 있어 중요하다는 인식에서 시작되었다. 궁극적으로 소비자문제에 있어 해결책을 제시하는 것은 기업이고, 문제를 해소 받는 것은 소비자이므로 소비자문제는 기업과 소비자 당사자 해결을 우선해야 한다. 정부, 소비자보호원, 단체 등 제3자의 개입은 불가피한 경우의 차선책이 되어야 한다.

CCMS의 주요 목적은 기업의 임직원들에게 소비자불만의 예방 및 신속한 사후구제의 중요성을 인식시키고 관련 업무처리에 있어 명확한 행동기준 등을 제시해 주어 궁극적으로 소비자 만족을 제

1) 박기홍(2005), '소비자불만 자율관리 프로그램' 제정, 소비자는 내친구 제2호, 공정거래위원회

고시키고 기업의 경쟁력을 강화하는데 있다. 소비자는 CCMS를 통해 신속하게 문제를 해결할 수 있다. 소비자들은 소비자불만의 처리 구조와 절차를 명확하게 알 수 있고, 그 정보를 이용할 수 있다. 또한 소비자들은 법정을 통한 소송보다 CCMS를 통해 자신의 불만을 해결할 경우, 상대적으로 빠르고, 공정하고 무료 혹은 최소한의 비용으로 해결책을 제공받을 수 있다.

사업자의 경우, CCMS를 자사에 도입했을 때 우선 비용과 법적인 제재를 대폭 줄일 수 있고, 소비자불만을 자율적으로 처리하고 있음을 사회적으로 인정받아 정부기관과 규제기관과의 관계가 더욱 향상될 것이다. 또한 사내에 피드백되어 제품과 서비스를 더욱 개선시킬 수 있고, 소비자불만 상담 및 처리기구의 사내 입지를 더욱 더 견고히 할 수 있다. (그림2 참조)

정부의 입장에서는 기업이 소비자불만을 자율적으로 관리해 줌으로써 규제를 축소시킬 수 있다. 또, 새로운 규제제도 제정을 최소화하여 기존 제도 내에서 수정, 보완하는 선에서 최소화된 규정이나 기준을 설정할 수 있다. 더불어 정부의 중재 정도를 최소화시킬 수²⁾ 있다.

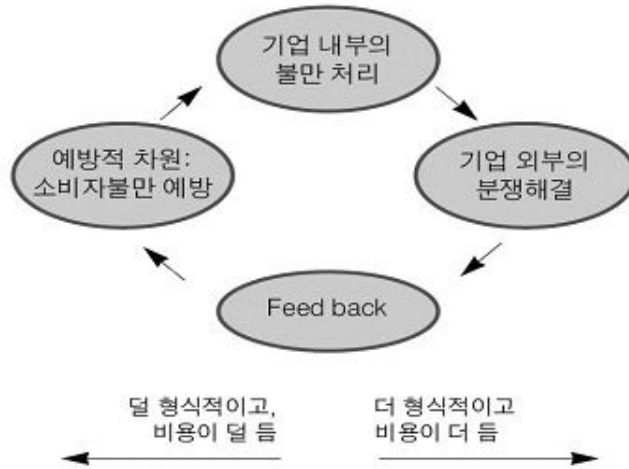


그림 2. 소비자불만 자율관리 시스템

◆ CCMS의 내용과 구성

CCMS에 대한 접근에 앞서, 우선 현재기업에서 이루어지고 있는 소비자불만 처리체계에 대해 살펴보자. 소비자불만이 자율적으로 처리되고 있는가? 소비자에게 얻어진 소비자정보(불만, 의견, 피해 정보 등)가 적절히 활용되고 있는가? 사내 직원 모두가 소비자를 소중히 생각하고는 있으나, 홍보·

2) 김인숙(2005). 기업의 소비자불만 자율관리 프로그램 도입의 필요성, 기업소비자정보, (사)기업소비자전문가협회

마케팅 부문에서는 생각·반응하는 소비자, 영업부문에서는 구입하는 소비자, 상담부문에서는 말하고 표현하는 소비자 등 부서별로 소비자를 다르게 인식하고 있지는 않은가?

CCMS는 소비자가 기업으로부터 불만과 피해를 보다 쉽게 해결하는 것을 목적으로 하며 이러한 문제해결에 있어 기업이 조직의 의견을 통일되게 할 수 있는 기업을 위한 지침이 될 수 있다. CCMS 도입을 계기로 하여 이미 소비자불만 자율관리가 정상적으로 가동되어 있는 기업은 자사의 소비자불만 처리 시스템의 보완 및 소비자불만 사전예방 시스템의 체계화하는 기회로 삼고, 이를 갖추지 못한 기업은 CCMS에서 제시하는 최소한의 요건을 갖추고 이를 실행하는 계기로 삼아야 할 것이다. CCMS는 '실행체계의 구축', 'CCMS의 운영', '자율관리 유지·촉진 및 개선' 등 3단계로 나누어 실행된다.

1) CCMS 실행체계의 구축

CCMS 실행체계의 구축은 기업이 추구하는 소비자불만 자율관리 목표 및 구체적인 업무지침과 이를 위한 조직과 자원관리 등에 대한 7가지 최소한의 공통적인 요건 및 기준을 말한다. (그림3. 참조)

자율관리시스템은 자사 상품의 결함 혹은 위해 복구를 위한 소비자불만의 사후구제 운영체제로써 현 소비자상담실이 이의 역할을 할 수 있다. 반면 내부통제체제란 소비자불만의 원인규명, 문제해결 및 재발방지를 위한 소비자불만의 사전예방 운영체제로써 상품의 생산(출시), 기획 및 판매 등 상품 유통에 관계된 모든 부서와 임직원이 이에 해당된다.

자율관리자는 자율관리시스템과 내부통제체제, 즉 사후구제와 사전예방의 유기적 운영과 성과를 기획 및 점검한다. 따라서 자율관리자는 소비자불만과 관계된 모든 부서의 활동영역에 개입할 수 있어야 하므로 자율관리 실천에 대한 CEO의 의지와 지원이 반드시 뒷받침되어야 한다.



그림 3. CCMS의 실행체계

2) CCMS의 운영

CCMS의 운영은 프로그램의 핵심요소로 소비자불만 방지를 위한 사전예방 활동과 소비자불만 처리를 위한 사후구제(내부해결, 외부해결)와 관련된 업무처리의 절차 및 방법 등을 설명하고 있다.

소비자불만 사전예방을 위해 기업은 경영시스템 구축과 각 부서의 업무처리에 있어 관련된 사전 예방활동(품질관리, 제품안전, 정보제공, 소비자교육, 환경배려, 개인정보보호 및 긴급사태시 대응)을 명확히 할 수 있는 절차 및 방법을 제시하고 있다. 예방활동으로 구분되는 각 카테고리의 담당부서원이 소비자불만의 유발을 예방하기 위해 무엇을 해야 하고 하지 말아야 할지에 대한 구체적인 행동지침과 참고규정을 알려줄 수 있다.

소비자불만 사후구제는 소비자불만이 발생 시 사후구제를 위한 내부해결(소비자불만 처리 관련 의사소통, 소비자불만의 접수, 접수경로별 대응, 불만처리, 결정사항 통보 및 피드백, 불만처리 문서화 및 소비자불만 분석)과 외부해결에 대한 절차 및 방법을 제시하고 있다.

3) 자율관리 유지·촉진 및 개선

자율관리 유지·촉진 및 개선은 프로그램 운영부서가 소비자불만을 기록·분석하여 이러한 정보가 기업 내에 공유되고 활용될 수 있도록 하고, 프로그램에 대한 소비자만족도 측정, 프로그램의 점검·평가 및 지속적 개선을 통해 프로그램이 원활히 작동될 수 있도록 하고 있다.

◆ 자율관리 현황 점검, CCMS 평가 운용

(사)기업소비자전문가협회(이하 'OCAP'이라 한다)는 기업의 자율적인 소비자보호활동 및 경쟁력 강화를 위해 1984년에 조직된 사업자단체로서 2005년 9월, CCMS 확정·공표 이래 현재까지 자율관리 실천사무국으로 기업의 CCMS 도입확산을 지원하고 있다. 또한 올해 2/4분기부터 기업의 소비자불만 자율관리 현황을 점검하는 CCMS 평가를 진행예정에 있다.

CCMS 평가에서 기준이상의 체계를 갖춘 기업은 공정위로부터 소비자피해사건 자율처리, 법위반 제재수준 경감, 우수기업 포상, 인증마크 사용 등의 인센티브를 제공받을 수 있다. 특히 인증마크는 공정거래위원회 로고를 활용하여 승인될 것이며 소비자의 구매결정에 상당한 영향을 줄 것이다.

소비자주권, 소비자 중심의 시장체계에서 소비자 선택을 받는 기업이 되기 위해서는 소비자의 신뢰를 얻어야 하며 이를 위해 기업의 자율적 소비자 불만관리는 선택이 아닌 필수적 경영요소이다. CCMS는 기업의 소비자불만 해결에 있어 정부, 소비자, 사회의 신뢰와 인정을 상징하는 중요한 징표가 될 수 있다. 기업은 소비자불만 해결 시스템을 위한 가이드라인을 제공받고 소비자는 CCMS 인증마크가 부착된 제품과 서비스를 안심하고 구매할 수 있을 것이다.