

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 헛가방이 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 하는 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. 앞으로도 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

“ 소비자들은 더 이상 저가 불법·불량제품을 양산하는
 방법에 쉽게 속지 않는다. 그러므로 기업의 이러한 눈속임은
 소비자에서 외면 받는다는 것을 하루빨리 인식해야 할 것이다 ”

불법제품을 유통시킨 532개 업체를 사법처리한 사건이
 그 좋은 사례다.

소비 구조가 바뀌면서 늘어난 불량제품

그렇다면 끊임없이 기술이 발전하고 정보를 쉽게 알
 수 있는 지금, 제품의 안전사고가 줄어들지 않는
 이유는 무엇일까?

개방화된 시장에서 기업 간 과도한 경쟁에 따른
 불법·불량제품의 유통을 들 수 있다. 오프라인 소비가
 중심이었던 과거에는 소비자들이 직접 판매점에 들러
 제품을 눈으로 보고 구입했다. 이따금씩 소비를
 행했던 것이다. 하지만 지금은 소비문화의 패턴이
 완전히 바뀌었다. 과거의 제조자들은 한정된 유통
 시장에서 경쟁을 했지만 지금은 인터넷, 스마트폰 등
 간단한 검색만으로 경쟁제품을 비교할 수 있는 디지털
 소비가 가능해졌다. 제조자들이 경쟁사보다 저렴한
 제품을 시장에 내놓아야만 살아남는 구조로 변화한
 것이다. 경쟁사보다 저렴한 제품을 만들기 위해서는
 제조단가를 낮출 수밖에 없다. 때문에 제품 시험인증
 시에는 제대로 된 부품을 이용하여 인증을 받고 시장에
 유통시킬 때는 저가의 부품으로 바꿔 출시하는 것이다.
 이 과정에서 불량제품이 양산되고 있다. 또한
 수입업자의 경우엔 최소한의 안전인증인 시험인증도
 받지 않은 불법제품을 국내에 들여와 저가로 시장에
 팔고 잠적해 버리는 일이 반복되고 있어 그 피해는
 고스란히 소비자의 몫으로 돌아가고 있다.

안전을 추구하는 소비문화 정착 필요

하지만 현대의 소비자들은 이제 예전 같지 않다.
 안전한 제품을 제대로 구매하려는 능동적인 소비
 패턴을 갖게 되었으며, 이에 맞맞추어 제품안전관리
 제도도 변화하고 있다. 리콜 제도외 제도제품안전



▲ 한국제품안전협회는 불법제품조사, 연구, 교육, 훈련 및 옹호 업무를
 수행하며 제품안전사고로부터 국민의 건강과 재산에 대한 피해를
 예방하고자 한다

기본법 제정이 대표적인 예다. 위해제품에 대한 리콜
 제도는 제조자의 제품안전에 대한 사회적 책임을
 가중시키는 제도다. 또 2010년 2월 4일 제정된 제품
 안전기본법은 제품의 안전성 확보를 위한 기본적인
 사항을 규정함으로써 '국민의 생명을 보호하고 건강과
 재산에 대한 피해를 예방하여 국민의 삶의 질 향상과
 국민경제의 발전에 이바지한다'는 목적으로 불량 제품
 단속을 강화시키고 있다.

이러한 흐름 속에서 기업들은 지속적인 발전을 위해
 안전한 제품만을 생산하여 소비자들에게 신뢰를
 얻어야 한다. 소비자들은 더 이상 저가 불법·불량
 제품을 양산하는 방법에 쉽게 속지 않는다. 그러므로
 기업의 이러한 눈속임은 소비자에게 외면 받는다는
 것을 하루빨리 인식해야 할 것이다. 또한, 기업의
 노력과 더불어 안전관리제도를 수행하는 정부, 기관,
 소비자가 함께 노력해야 한다. 공정하고 투명한
 소비문화가 정착될 때 우리나라의 국가 경쟁력이 한층
 강화될 것이다. T&S