

# AS마크제가 새로이 실시된다

**요**즘의 소비자들은 무엇을 기준으로 제품을 구입하는가? 과거의 제품 구입시에는 견고성과 성능, 그리고 기능이 가장 중요한 기준이 되었었다. 하지만 현대로 오면서 대량 생산과 생활 수준의 향상으로 인해, 대부분의 가정마다 전기·전자제품이 거의 갖추어져 있는 상황이다.

이에 소비자들의 제품선택 기준은 성능이나 기능, 그리고 견고성과 내구성에서 디자인이나 AS의 편리성을 추구하게 되었다. 그만큼 우리나라 제품들의 질이 높아졌으며, 동시에 소비자의 감각도 변화하였다.

이러한 소비자의 구매패턴의 변화는 다시 생산자의 마케팅전략을 디자인과 사후봉사(SERVICE/이하 AS라 표시함) 쪽으로 변화시키고 있다.

더우기 AS에 대한 문제는 소비자 불만의 요람이라고 할 만큼 생산자 입장에서는 크나큰 걸림돌로 존재하기 때문에 현대의 기업들은 AS에 대한 많은 관심을 기울이고 있다.

한 일본회사의 AS기사는 매일 양말을 30켤레씩 가지고 다

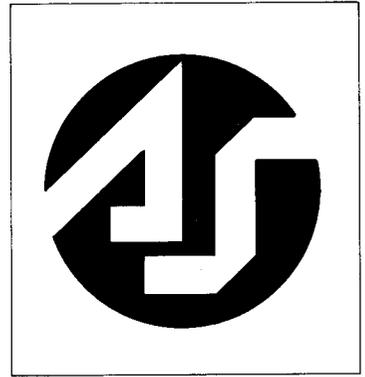
니며, 매년 소비자의 가정을 방문할 때마다 양말을 갈아 신어서 발냄새가 나지 않게 미연에 방지한다고 한다.

이것은 제품의 하자보수 뿐 아니라 소비자만족까지 배려한 결과라고 할 수 있다. 우리나라의 경우에도 작년부터 전자제품의 무상 AS기간을 2년으로 늘리고, 소비자가 서비스에 대한 불만을 느끼면 AS비용을 부담하지 않아도 된다는 등 AS에 대한 비중을 늘리고 있는 실정이다.

## AS마크제란 무엇인가?

이렇게 AS에 대한 업계의 관심이 고조되고 있는 가운데에서도 AS에 대한 불만사항은 계속 속출하고 있는 것이 사실이다. 이에 5월 1일부터 'AS마크제'를 실시했다.

'AS마크제'란 공산품과 관련한 소비자의 기본적 권리보장을 위하여 공산품 제조업체로부터 AS망이 첨부된 신청서를 받아 총 45개 항목에 걸친 심사를 실시한 후 합격한 제품에 대해

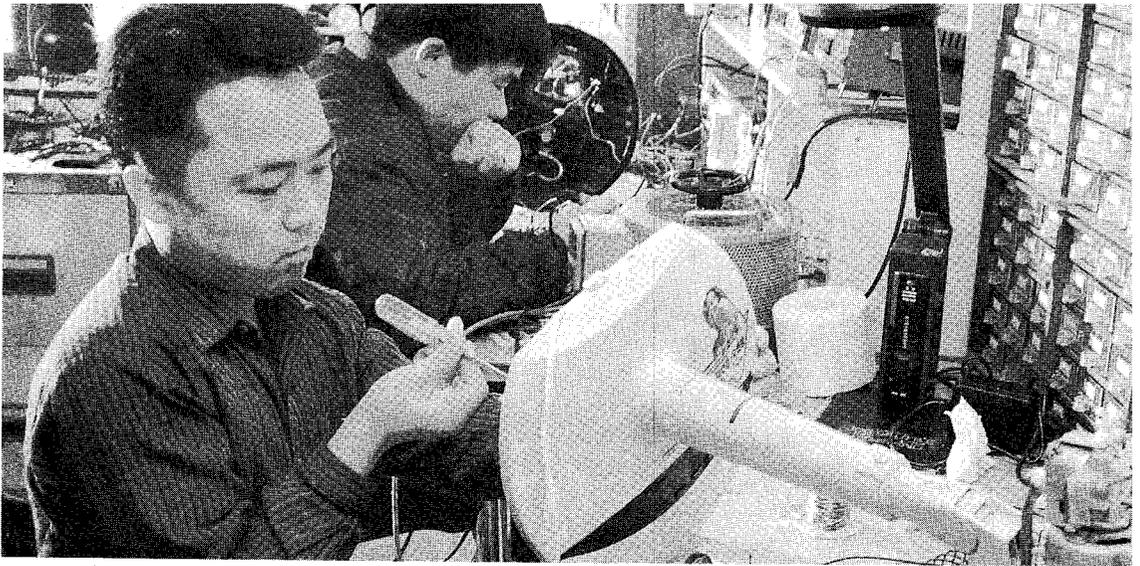


▲ 영문 After Service의 이니셜의 AS를 활용한 것으로 신속, 정확, 만족의 뜻을 가지고 있음.

AS마크를 제품 또는 포장에 부착해 판매할 수 있도록 하는 제도이다.

AS마크를 부착해서 판매하는 공산품은 제품의 품질을 인정받는 KS마크에 이어, 서비스 품질도 소비자들에게 인정받아 소비자들에게 서비스에 대한 보증을 해주는 역할을 한다.

이를 위해 소비자가 요구하는 정당한 의견이나 불만을 신속하게 처리하고, 불량공산품으로 부터의 피해를 사전에 방지하고 소비자의 기본적 권리실현을 보장하기 위해 기업의 AS센터를 전국적으로 확대하도록 유도하고 사후봉사가 효율적으로 이루어



▲ AS기사들의 제품 수리 모습

질수 있도록 기업체에 대해 정기 및 수시로 점검도 실시한다.

또한 AS센터의 정보를 공유하기 위해 민간 컴퓨터망에 연결하거나 책자로 발간해 소비자 등이 이를 수시로 활용함으로써 불만이나 피해를 신속하고 공정하게 처리하고 있다.

### AS우수기업 인증

AS마크제를 통해 제품의 품질을 향상시키기 위해 국내제품과 외국제품간 또는 국내제품간의 품질수준 및 가격등에 대하여 비교평가를 하여 소비자들에게 품질정보를 제공하기도 한다.

품질 경쟁력 평가대상으로는 기업의 신규생산품목, 과대광고로 소비자가 상품구입에 혼란이 예상되는 품목 등을 관련기관, 소비자 단체, 생산자 단체, 생산업체 등 각계의 의견을 끌고루 수렴한다는 원칙을 가지고 있다.

또한 평가의 전문성을 확보하기 위해 공인시험 검사기관, 국립공업 기술원, 또는 지방공업

기술원 중에서 제품의 특성에 따라 전국의 총 66개 기관에서 평가한다. 이러한 품질 경쟁력 평가를 실시한 결과가 우수하면 AS우수기업으로 인증되어 AS마크를 사용할 수 있다. AS우수기업으로 인증받은 업체에 대해서는 정기 또는 수시로 사후관리를 실시하여 이에 미달할 경우에는 개선명령과 취소할 수 있다.

AS와 관련하여 사회적 물의를 야기하거나, 소비자 불만신고가 많은 경우 또는 민간 소비자단체/유관기관등의 요구가 있는 경우에는 수시 사후관리를 실시하여 평점이 인증수준 이상이지만, 특정 세부심사 항목의 관리상태가 미흡할 때, 소비자의 정당한 불만을 정해진 보상기준에 따라 보상하지 않을 때, 그리고 AS센터 변경사항 등의 보고를 하지 않을 경우에 개선명령을 한다.

이러한 개선명령을 통보받고도 정당한 사유없이 시정하지 않는 경우와 사후관리 결과 평점이

인증수준에 미달될 때, 사후관리를 거부 또는 기피할 때, 그리고 허위나 부정적 방법으로 인증받은 것이 판명될 경우에는 AS마크를 취소하고 명단을 공개할 수 있다.

WTO 출범과 함께 거세게 불어올 국내시장의 완전개방에 대비하고 국적없는 많은 제품들 속에서 서비스까지도 보증하여 소비자를 보호하기 위해 실시된 AS마크제.

이로인해 소비자들은 제품구입시 많은 정보와 기본적 권익을 보호받을 수 있게 되었다.

또한 기업들은 고객만족 경영을 자율적으로 실시해 AS관련 직원들에 대한 지속적인 훈련과 친절교육을 실시하며, 최신 AS장비를 갖추어 최상의 서비스를 창출하기 위해 노력하고 있다.

특히 수출공산품에 대해서도 현지에서 AS를 철저히 실시하도록 하여 국산품의 국제적 이미지를 높이며, 국제 시장에서 인정받는 AS마크로의 성장을 위해 노력하고 있다.