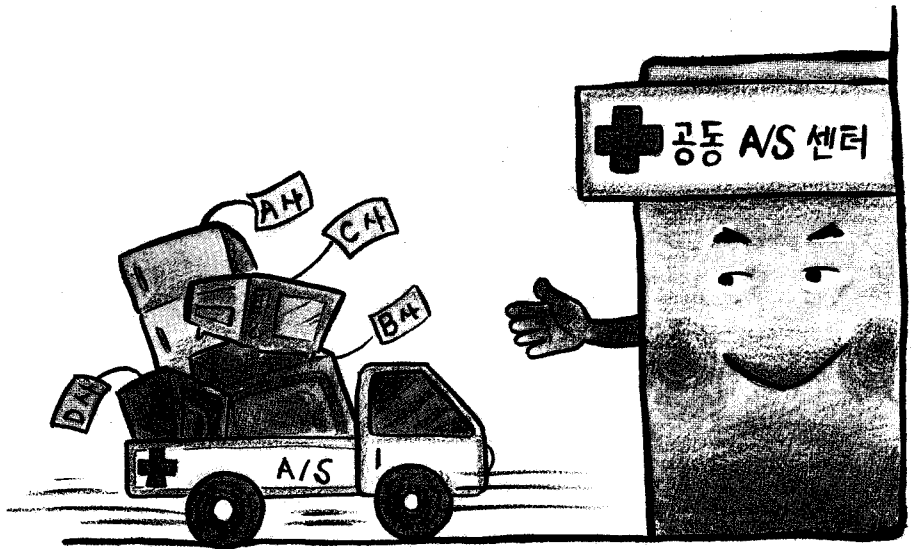


중소기업을 위한 공동 A/S센터 설립

● 글/ 김형남 고문 ((사)한국전자용품안전관리협회 공동A/S 추진팀)



배경

가전산업 발전의 주요 핵심은 한마디로 말하여 생산원가를 낮추어 질 좋은 상품을 공급하고 고객에 대한 사후봉사체제를 확립하여 소비자로부터 신뢰를 획득하는 것이라고 하겠다.

그러나 소형가전 업체인 중소기업으로서의 자력으로는 도저히 전국적인 A/S 조직망을 갖추고 A/S 업무를 감당할만한 자금력과 인력확보가 어려운 실정이므로 기업발전에 크나큰 장애요인이 되고 있다.

그렇기 때문에 상당수 중소기업들은 처음부터 A/S망 구축은 생각지도 못하고 자사 브랜드에 대한 홍보도 없이 대기업의 OEM 업체

로 성장하여 왔다.

그러나 WTO출범에다가 IMF라는 예기치 못한 경제환경의 소용돌이 속에서 대기업마저 자생력을 상실한 나머지 OEM 판매방식을 포기함으로써 중소기업들은 더욱이나 갈 곳을 잃고 말았다. 이와 같은 현실속에서 중소기업이 살아남을 수 있는 첫번째 요건이 소비자로부터 신뢰받을 수 있는 전국적 조직의 A/S망 구축인 것이다.

하지만 이미 언급한 바와 같이 중소기업 각자가 이와같은 막대한 조직망을 갖추기 어려운 것이어서 여러 중소기업들이 힘을 모아 하나의 완전한 A/S망을 조직하여 공동협력으로 운영하는 방식을 모색하는 것이 중소기업을 살릴 수 있는 최선의 길이라고 하겠다.

특히 오늘과 같은 경제여건 하에서는 대형 화설비 등 설비투자가 많이 들어가는 부문은 경비를 분담하여 공동협력체제로 운영하는 것이 더욱 절실히 요구되고 있다.

공동 A/S 센터 운영

중소기업 각자가 독자로 갖추어야 할 A/S 조직망을 공동협력으로 설치함으로써 적은 비용으로 전국적 조직망을 갖추어 운영하게 됨으로 A/S비용절감 등 여러가지 부대효과를 거둘 수가 있다.

그럼 현재 추진하고자하는 A/S 조직의 규모와 운영방법에 대하여 알아보자 한다.

1. 규모

규모는 전국적인 A/S 조직망 구축을 원칙으로 하며 직영점으로 서울과 각 광역시를 포함한 24개 지역에 약 200평의 상주 인원이 활동하도록 하며 위의 24지역 이외의 지역을 기존 전과상 또는 대리점을 통한 A/S 용역계약으로 운영하고자 한다.

아래 상담실 2개소는 서울과 대전으로 대전 이북지역을 서울 상담실에서 대전 이남지역은 대전상담실에서 소비자 상담, 접수, 안내를 담당하도록 하며 상담실 운영방법으로는 전국적인 전산망을 구축하여 모든 운영과정을 전산 관리하도록 한다.

2. 예산

소요예산으로 초기투자비에 해당하는 직영점 점포 임대료, 차량비, 비품구입비, 전산망구축비, 본사 및 물류창고 임대료 등 제비용을 약 77억 원으로 산정하여 신설될 법인의 자본금으로 할 예정이다.

또한 운영비에 해당하는 인건비, 건물관리비, A/S 대행료 등 제비용은 약 94억 원으로 산정하며 A/S 참여업체의 실제 A/S물량에 따라 A/S 참여 업체가 부담하도록 한다.

3. 운영방법

소비자 상담, 접수, 수리, 교환 등 제반사항들이 전화접수에 의한 전산망 처리로 이루어지며 리콜에 이르기까지 모든 시스템이 분명하게 이루어지도록 함은 물론이고 소비자신뢰 및 품질개선에도 상당한 역할이 이루어지도록 하여 다음의 업무를 병행한다.

① A/S 봉사 마크제 표시 운영

공동 A/S 센터 실시 품목에 대하여 공동 A/S 대상 상품임을 표시하는 마크를 제작·부착하여 소비자로부터 A/S 보증수리와 품질을 재인식하게 함으로써 소비자로부터의 신뢰확보와 공급 확대를 도모한다.

② 품질개선

A/S 수행과정에서 나타난 품질불량 및 개

〈전국적인 직영점 운영 조직망〉

| 지 역 | 서울 | 부산 | 대구 (경북포함) | 인천, 대전 광주, 울산 | 경기 | 강원 | 충북, 충남 전북, 전남 경남, 제주 | 상담실 | 계 |
|------|----|----|--------------|------------------|----|----|----------------------------|-----|----|
| 직영점수 | 4 | 2 | 2 | 4 (각 1개소) | 2 | 2 | 6 (각 1개소) | 2 | 24 |

공동 A/S 센터의 대상품목으로는 전기용품안전관리법 대상품목중 주로 가정용품으로 사용되는 품목으로 가전용품 생산업자가 전기용품생산과 병행하여 제조하는 주방용기도 포함 가능하다. 또한 소비자신뢰를 확보할 수 있도록 사후봉사점검 확인제 운영 및 사후봉사와 관련하여 소비자안전교육 및 계몽을 병행하여 실시할 계획이다.

선과제에 대하여 A/S센터가 제조업체에 시정을 요청하여 제조업체가 이를 시정하도록 하는 제도로 제조업체는 A/S센터에서 시정 통보를 받고도 개선조치가 없을 시에는 제조업체에 응분의 책임을 지도록 한다. (A/S 대행 계약시 관련 책임자 별칭, 출하정지 요청, A/S 거부 등의 조항을 규정함으로 품질개선이 이루어지도록 한다.)

제조업체 통보시 주안점

- 문제점 및 개선 포인트 포착
- 소비자 불만 및 요망사항
- 다발적 품질 결함사항 통계분석

③ 부품 공용화 사업추진

A/S 수행과정에서 나타난 제품의 부품 및 소재에 대하여 표준화와 공용화가 이루어지므로 생산성 향상과 원가절감이 이루어질 수 있다고 판단되는 품목을 찾아서 부품공용화 사업을 추진하도록 한다.

추진방안으로는

- 동일용도의 부품을 상이한 규격으로 생산함으로써 자동화와 상호 구매가 곤란하며 또한 경제단위 미달로 국내 생산이 가능한 제품이면서도 수입사용하여 완제품의 원가부담 가중되고 있는 품목을 대상으로 함
- 완제품의 제품특성에 영향을 미치지 않으면서 원가절감과 생산성향상이 가능한

부분부터 점진적으로 추진

- 기술성이 낮고 수급성 계열관계가 있는 부품 및 소재는 규격을 통일, 단순화하여 공동사용을 유도
- 기술이 안정된 상태에 있는 품목을 대상으로 함
- 표준화 후 자동화체제를 갖출 수 있어 경제성이 기대되는 품목을 대상으로 함

이와 같이 추진함으로써 다음과 같은 기대효과를 얻을 수 있다.

- 부품, 부품 제조용 중간재 및 소재의 표준화로 공동 구매 촉진
- 적정 생산규모의 자동화로 원가절감 및 경쟁력 향상
- 관련 기업의 부품, 소재수급 조달의 원활화

④ 공동 A/S센터 설립 추진방법

본 공동 A/S센터는 동사업 취지에 동의하여 참여의사가 있는 가전업체를 확인하여 참여의사를 표명한 업체가 앞에서 언급한 자본금(77억 원)의 70%(54억 원) 이상일 때 본 사업을 추진하고자 한다.

행정사무적 사항으로는 ㉠ 가전업체 참여부 확인(15일) ㉡ 발기인 구성 및 정관작성 ㉢ 주식 발행사항 결정 및 출자(15일) ㉣ 창립 총회 개최 및 이사회 개최 ㉤ 법인설립 등기 및 사업자 등록 등등의 여러 절차가 있어 현재 계획된 사업을 직접 추진하는 데도 상당한 시간이 소요될 것으로 보여진다.



◀ 여러 중소기업들이 A/S문제를 공동으로 해결해 나가자는 목소리를 수렴하여 공동 A/S센터 설립하게 되었다. 앞은 지난해 실시되었던 공동 A/S설립명회 모습.

⑤ A/S센터의 합리적 운영을 위한 종합검토

○ 현재 기존 A/S 회사가 모기업에서 독립하여 전문 A/S 회사로 운영되는 추세이므로 본 “가전제품공동서비스센터”는 전국적인 전산망을 갖춘 소비자상담실만을 운영하고 실제 수리·보수업무는 전문 A/S 회사에 용역하는 방법을 별도로 검토하고 위에서 언급한 설비인력을 모두 갖추고 운영하는 방안과 비교 검토하여 효율적 방안을 채택하는 방법을 병행하여 검토하고자 한다.

이 취지는 기업업체의 경비를 절감하고 서비스 업무의 조기실시를 위한 방안이다.

가전제품 공동 A/S센터 운영으로 기대되는 효과

(1) 중소기업에 위한 전국 규모의 완벽한 A/S망 구축

○ 중소기업 각자의 자력으로는 갖추기 어려운 전국 규모의 완벽한 A/S망을 구축하므로 소형가전업체의 자립기반이 구축된다.

(2) 경비절감

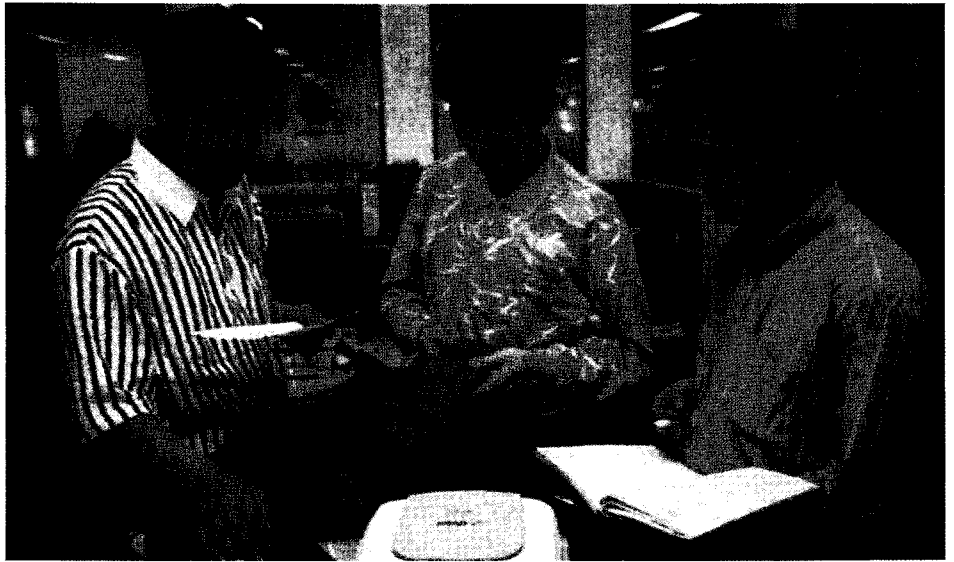
○ 가전제품공동서비스센터는 독자영리를 위하여 설립된 법인이 아니고, 그 설립배경이 중소기업의 A/S경비절감과 효율화

〈경비절감 기대효과〉

| 구 분 | 현 재 (평균 A/S비율) | 공동 A/S센터 운영 | 비 고 |
|-------------------------|-------------------|-------------|----------|
| 운 영 비 (수리 및 관리 제 비용) | 3.5% | 2.3% | |
| 보증기간내 무상소요자재비 | 1.0% | 1.0% | |
| 계 | 4.5% | 3.3% | 1.2 절감효과 |

* 위 비용은 평균적 개략치이며 생산업체의 불량률발생 및 수리건 수에 따라 차이가 있을 수 있음.

“가전제품공동서비스센터”는 현재 기존 A/S 회사가 모기업에서 독립하여 전문 A/S 회사로 운영되는 추세이기에 전국적인 전산망을 갖춘 소비자상담실만을 운영하고 실제 수리·보수업무는 전문 A/S회사에 용역하는 방법을 별도로 검토하고 설비 인력을 모두 갖추고 운영하는 방안과 비교 검토하여 효율적 방안을 채택할 계획이다.



▲ 공동 A/S 센터는 중소기업 각자의 힘으로 갖추기 힘든 전국 규모의 A/S망을 구축하여 소형가전업계의 자립기반을 구축하는데 일조할 것으로 예상된다.

대를 목적으로 설립된 법인으로서 이용자(A/S대행 참여사)가 운영주체(주주)가 되어 협력운영하므로 그 설립취지를 확실히 기대할 수 있다.

- 전산망 설치 등 일부 초기투자비에 대한 정부보조를 기대할 수 있다.
- 경비절감 기대효과(매출액 대비 평균 1.2% 절감)

(3) 소비자인식 및 판매촉진

- 완벽한 전국 규모의 A/S망 구축으로 소비자신뢰도 향상된다.
- 공동 A/S 마크표시 상품으로 소비자인식 제고와 구매력이 향상된다.

○ 공동 A/S마크 표시상품에 대한 공동 판매장 설치로 중소기업공동상표 활용효과가 기대된다.

○ 공동 A/S마크 표시상품에 대한 홍보활동 강화로 소비자인식제고 및 판매촉진 - 공동 A/S센터에서의 TV 등 매스컴 적극 활용

(4) 품질 및 생산성 향상

- 생산자와 A/S센터와의 유기적인 품질 정보제공 및 상호기술협력으로 품질개선이 촉진된다
- 부품공용화 사업추진으로 생산성 향상 및 원가절감 효과를 기대할 수 있다.