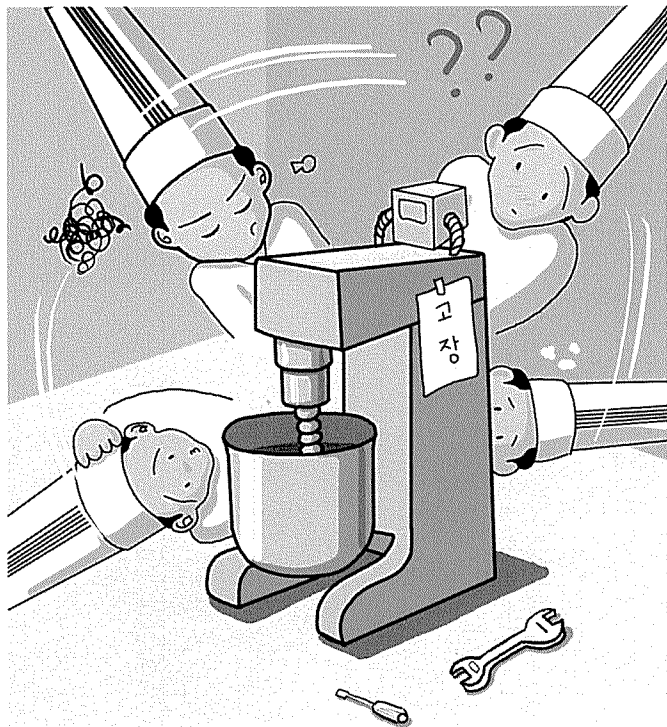


제조업체와 소비자 간의 '뜨거운 감자'

제과기계 A/S 어떻게 생각하십니까?

제품을 제조하는 제조업체와 소비자 간에 가장 첨예하게 대립하며 끝나지 않는 논쟁 중 하나가 제품 A/S이다. A/S 문제는 기계를 이용해 많은 일을 하는 제과인들에게도 피할 수 없는 문제가 되고 있다. A/S와 관련해 무조건 제조업체만의 잘못으로 돌리기 보다는 상생의 원칙하에 A/S의 문제점을 공동으로 해결해야 할 과제로 인식하는 것이 중요하다. 제과기계 A/S에 대한 소비자와 제조자의 이야기를 들어보았다. 글·김영주 기자 | 일러스트·홍승주



얼마 전 월간 <베이커리>에 한통의 전화가 걸려왔다. 지방에서 조그만 점포를 운영 중이라고 밝힌 그는 몇 달째 고장난 기계로 가슴앓이를 하다가 갑갑한 마음에 전화를 걸었다고 했다. 그는 고장난 기계를 고치기 위해 제조 회사에 몇 번 씩 전화를 걸었지만 내려온다는 말 뿐 몇 달 째 수리를 받지 못했다. 결국 지방의 한 업체에 연락해 수리를 했다는 그 제과인은 “내려온다는 말을 차라리 안했으면 진작 알아서 고치기라도 했을 것”이라며 분통을 터뜨렸다.

제과 기계는 제과점을 운영하는 데 있어 가장 기본적인 요소로 기계 고장은 생업을 중단할 수 있는 중대한 사항이다. 기계가 고장난 순간부터 제품을 만들 수 없고 따라서 그만큼 점포에 손해를 끼치기 마련이다. 모든 것이 언제나 완벽할 수는 없는 것처럼 기계가 고장 나는 것은 피할 수 없는 일. 따라서 얼마나 빨리 고장난 기계가 복구 되느냐가 중요한 쟁점이 된다. 제과인들에게 기계 A/S는 점포의 손해가 커지는 것을 막는 119 구급대인 셈이다. 그렇기 때

문에 A/S는 민감하고 중요한 문제가 될 수밖에 없으며 이에 대한 문제는 제조 회사와 소비자들 간의 끝나지 않는 숙제로 남아있다.

A/S는 골치덩어리

A/S에 대한 불만의 전화가 여기저기서 이어지면서 본지는 제과인들이 제과 기계와 A/S에 대해 어떻게 생각하는 지 알아보기 위해 전국 제과점을 경영하고 있는 회원 100명을 대상으로 설문조사를 실시했다. 이번 설문조사를 통해 제과인들의 제과 기계 구입, 사용 현황과 A/S에 대한 다양한 의견을 들어볼 수 있었다.

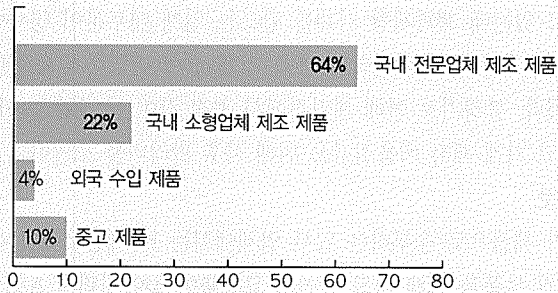
설문에 참여한 제과인들은 거의 대부분 국내 제조 제품, 수입 제품, 중국 제품을 혼용해서 사용하는 것으로 나타났다. 응답자 중 86% 이상이 국내에서 제조된 기계를 주로 사용하고 나머지 14% 정도는 수입기계와 중국기계를 주로 사용한다고 답했다. 국내 제품을 선호하는 이유를 묻자 대부분의 응답자가 “외국 제품보다 가격이 저렴하고 고장 시 부품 교체가 쉬운 뿐 아니라 가격도 저렴하기 때문”이라고 답했다. 외국 제품 사용자들은 비싼 가격만큼 우수한 성능을 선택 요인을 꼽았다. 그러나 국내 제품을 사용한다고 답한 응답자 중에서 “중요한 기계는 수입 제품을 구매한다”고 답한 응답자가 많아 아직까지 국내 제품보다 외국 제품의 성능을 더 신뢰하는 것으로 나타났다.

제과인들이 제과기계를 구입하는 방법을 묻는 문항에는 ‘주변의 추천을 전적으로 수렴한다’ 34%, ‘관련업체를 많이 방문해 자료를 얻는다’ 32%, ‘본인이 원하는 제품을 의뢰한다’ 18%로 기계를 구매할 때 주변 사람들의 조언을 가장 많이 듣고 결정하는 것으로 조사됐다. 안산의 한 업주는 “실제 기계를 쓰고 있는 사람에게 정보를 들어야 사용자 입장에서 알아야 할 정보를 제대로 알 수 있는 것 같다”고 덧붙였다.

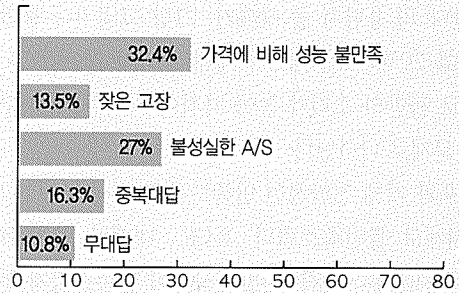
제품 구매 시 가장 중요시 하는 것을 묻는 문항에는 ‘가격보다 성능을 중요시 한다’ 62%, ‘성능보다 가격을 중요시 한다’ 18%, ‘두 가지다 고려해서 결정 한다’가 18%로 구매 시 성능을 가장 중요시 하는 것으로 나타났다. 그러나 무엇을 중요시 하느냐에 따라

설문조사 결과표

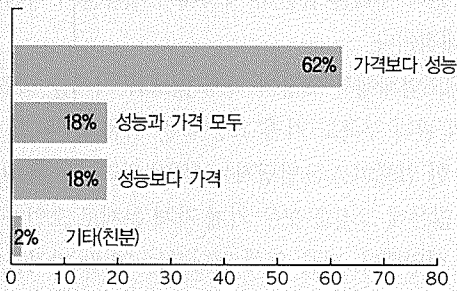
1. 주로 사용 중인 제품



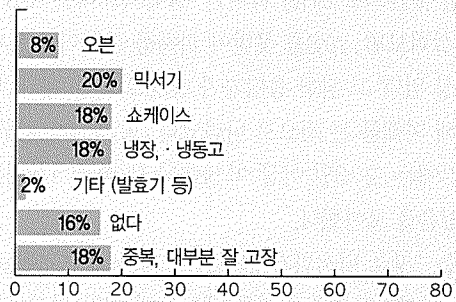
5. 불만족 이유 (응답자 74명)



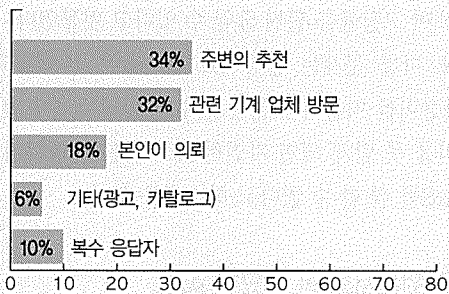
2. 구입시 중요시 하는 것



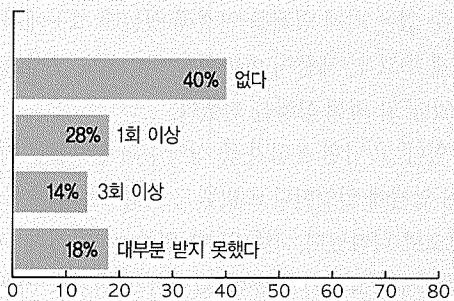
6. 자주 고장나는 제품



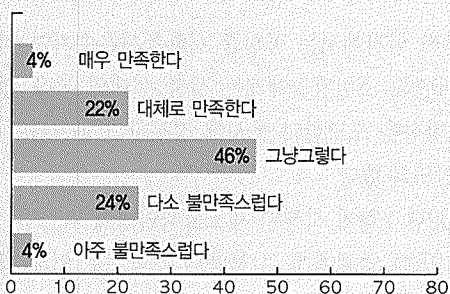
3. 구입 경로



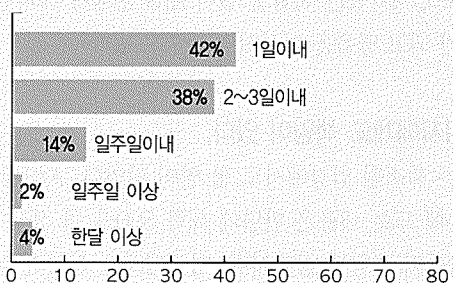
7. A/S 피해 현황



4. 사용하고 있는 기계의 만족도



8. A/S가 이뤄진 기간



제과기계 만족도와 불만족 이유가 다르게 나타났다.

각 항목별 만족도를 살펴보면 '성능을 중요시 한다'고 답한 응답자의 64%가 '그냥 그렇거나 불만족스럽다'고 답했는데 불만족스러운 이유를 살펴보면 '가격에 비해 성능이 만족스럽지 못하다'는 응답자가 37.5%로 가장 높아 비싼 가격을 지불한 만큼 성능에 대한 기대치를 채워주지 못하고 있음을 보여주고 있다. 이에 반해 '가격을 중요시 한다'의 응답자 중 66%가 '그냥 그렇거나 불만족스럽다'로 답했는데 그 이유로 'A/S가 제대로 되지 않는다'는 응답이 50%일 정도로 불만의 소리가 높아 가격이 저렴한 제품 구매 시 A/S가 가장 큰 문제로 나타났다.

사용하고 있는 제과 기계 전반적인 만족도를 정리해 보면 '그냥 그렇다' 64%, '대체로 불만족스럽다' 24%, '대체로 만족한다' 22% 순이며 불만족 이유는 '가격에 비해 성능이 만족스럽지 못하다' 32.4%, 'A/S가 제대로 되지 않는다' 27%, '기계가 고장이 잦다' 13.5% 순으로 꼽았다.

제과 기계에 대한 불만으로 2위를 차지한 '불만족스러운 A/S'에 대한 세부 사항을 살펴보면 'A/S를 못받아 피해를 본적이 있느냐'의 질문에 '1회 이상 있다'고 답한 응답자가 60%로 많은 제과점에서 A/S를 받지 못해 피해를 본 것으로 나타났다. 또 A/S가 이루어지는데 걸리는 기간에는 '2~3일 이상'이 58%나 돼 빠른 A/S가 이루어지지 못하고 있음을 보여줬다.

서울의 한 업주는 "지금 믹서기가 고장나서 회사에 신고했는데 연락이 잘 안된다. 임시방편으로 처리를 해놨는데 정말 갑갑하다"고 토로했다. 또 다른 업주는 "비싸게 주고 산 초콜릿 커터기가 5년 전에 고장 났는데 아직도 못 고치고 있다. 재료 업체에서 구매한 제품이라 A/S를 할 수 있는 기계 업체를 연결해 줬는데 그곳에서 고치지 못했다. 비싸게 주고 산 제품이 아까워서 버리지도 못하고 고장난 제품을 갖고 있다"고 피해 상황을 전했다.

'A/S를 잘 받고 있다'고 답한 응답자 중 상당수의 업주들은 제조 회사보다 개인 A/S 업체에 일임한다고 밝혔고 지방으로 갈수록 그런 경향이 강한 것으로 나타났다. 전주의 한 업주는 "기계가 고장이 나면 빨리 고치는게 중요하기 때문에 출장비가 비싸도 가까운 곳에 있는 개인 A/S 업체를 부르게 된다"고 덧붙였다. 그러나 개인 A/S 업체를 사용할 경우 간혹 '부르는 게 값'인 출장비에 대한 부담과 기계를 망가뜨릴 수 있는 위험도 있어 A/S 문제가 제과인들에게 큰 골칫거리가 되고 있음을 여실히 보여주고 있다.

A/S 문제는 소비자에게도 책임이 있다

A/S에 관한 문제는 제조원 입장에서도 할 말이 많았다. A/S 담당자 1명을 고용하는데 드는 비용은 한달에 대략 500만 원 정도. 월급과 차량 유지비 등이 포함된 금액이다. 업계에서는 삼성과 같이 대기업이 아닌 이상 A/S 담당자를 고용하는 데는 어느 정도 한계

가 있다고 설명한다. 서울 지역뿐 아니라 지방까지 운영하려면 비용 면에서 많은 부담이 된다는 것이다. 그래서 대부분의 업체에서는 서울 지역은 자체 A/S 담당자를 통해 해결하고 지방은 지역 업체와 연계해서 A/S를 실시하고 있다고 밝혔다.

업계의 한 관계자는 "제품 판매단계에는 원재료비, 가공비, 인건비, 홍보비, 사후관리비, 제품개발비, 기업이윤, 제세공과 등을 포함하고 있는데 제과제빵 기계를 만드는 업체 대부분이 영세한 탓에 제품 개발비, 사후관리비 등을 기계 값에 반영하지 못한다"고 설명했다. 불경기로 인해 제과점에서 점점 값이 싼 제품을 선호하게 되고 기계 제작 비용절감을 위해 사후 관리비를 조달하기 힘들다는 것.

저가 제품으로 승부하는 일부 업체에서는 싼 제품을 만들기 위해서 싼 부품을 쓰게 되고 당연히 고장률이 높아지면서 A/S 관리에 대한 능력도 부족해 A/S가 부실해지는 악순환이 이어지는 것이다. 이러한 악순환에서 벗어나기 위해서는 소비자들이 가격만 보지 말고 회사의 관리 체계를 꼼꼼히 체크해서 제품을 구매해야 한다는 의견이 지배적이다.

원칙적으로 제조업체에서 고장이 나지 않도록 기계를 제조해야 하지만 소비자의 관리 부족도 기계 고장에 큰 이유가 된다는 것이 또 하나의 의견. 한 업체의 A/S 담당자는 "사전 관리가 소홀해 고장이 나는 경우가 많은데 그것을 모두 기계 자체 문제로 오인하는 것이 안타깝다"고 설명했다. 다른 업체 담당자는 "비싼 가격을 주고 산 외국 제품은 관리를 철저하게 하면서 국내 제품은 몇 년이 지나도록 청소 한번 안 해주는 경우가 비밀비재 하다"고 한탄했다. 제조업체에서는 기계 사용 방법을 잘 숙지하고 청소나 소모품 교체 등에 조금만 신경 쓰면 고장률을 훨씬 줄일 수 있다고 덧붙였다.

A/S에 따른 또 다른 문제는 출장비로 업체들은 무상 기간 후 A/S를 나가면 출장비를 지급하지 않는 업주와 마찰이 종종 있다고 설명했다. 출장비를 못 받게 되면 자연히 A/S 팀을 운영하기가 힘들어지고 결국 A/S를 잘 할 수 없다고 하소연을 한다.

제조원 스스로를 위해서도 꼭 필요한 A/S

그렇다하더라도 제조원 입장에서 A/S에 대한 책임은 피할 수 없다. 더구나 각종 법안이 시행되면서 제조원의 책임이 더욱 요구되고 있다.

지난 1995년부터 국가에서는 공산품 사후봉사우수기업 인증제도(A/S마크)를 마련해 소비자들에게는 상품 선택의 폭을 넓히고 기업에게는 품질향상을 도모함과 동시에 정부나 공공기관에 납품 시 우대받을 수 있도록 했다.

또한 지난 2002년 7월에 시행된 제조물책임법에 따르면 '물품을 제조하거나 가공한 업체에게 그 물품의 결함으로 인해 발생한 생명·신체의 손상 또는 재산상의 손해에 대해 무과실책임의 손해

배상의무를 지낸다'고 규정하고 있다. 이 법률은 피해자를 보호하고 국민생활의 안정과 제품의 안전에 대한 의식을 높여 기업의 경쟁력 향상 도모를 주목적으로 한다. 이 법률이 시행되면서 각 제조업계에서는 소비자와 분쟁에 일어나지 않도록 A/S 관리는 물론 자발적인 리콜 제도를 실시해 사전 손해를 막는 노력을 활발하게 진행하고 있다. 여러 가지 정황으로 보면 A/S 더는 피할 수 없는 제조업자들의 의무가 버린 셈이다.

A/S는 비단 고객을 위해서만 존재하는 것은 아니다. 제조원 스스로를 위해서도 A/S는 무척 중요한 일이다. 지난 16년 동안 A/S 프로그램을 자체 운영하고 있는 한 업체에서는 "A/S가 제품 기술 발전에 좋은 자료가 된다"고 설명한다. 이 업체에서는 A/S 신고의 25% 정도를 통화로 해결하고 75%는 현장에서 직접 처리한다. 지난 16년 동안 쌓은 노하우를 정리해 둔 데이터가 있어 고장의 원인과 대처방안을 신속하고 정확하게 파악해 12시간 이내 처리할 수 있다고 설명했다. A/S 접수 사항을 날마다 정리하고 기계를 사용하는 2천 여 점포별로 따로 정리하는 등 지속적으로 데이터를 관리하기 위해 노력을 빠뜨리지 않는다고.

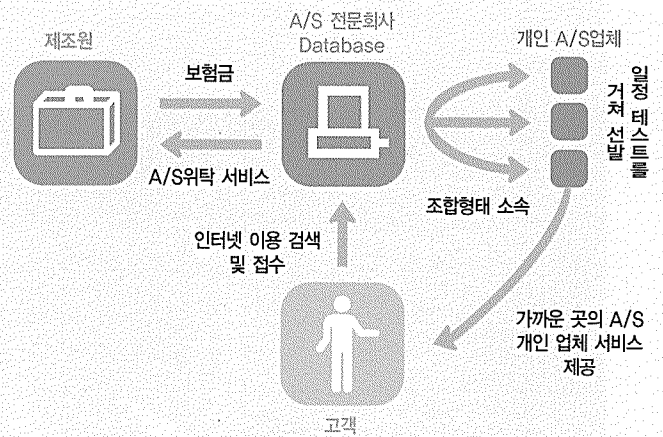
이 업체 대표는 "A/S 자료를 정리하면 고장이 자주 발생하는 부품이나 기능에 대해 개선점을 모색할 수 있어 좀더 완벽한 제품을 만들어 낼 수 있다"고 설명한다. 따라서 A/S는 고객을 위한 서비스 차원을 넘어 회사의 생산 실수와 부품 관리를 잡아내는 중요한 역할을 하고 있는 것이다.

A/S 전문회사는 새로운 대안이 될 수 있는가

A/S 문제를 해결하는데 가장 근본적인 해결책은 고장이 나지 않는 기계를 제조하는 것이지만 현실적으로 실현되기에는 어려운 점이 많다. 따라서 고장 난 기계를 처리할 수 있는 능력은 제조업체에게 반드시 요구되는 사항이다. 그러나 소수 직원으로 운영하는 영세 업체에게 A/S 담당자만 3만 명이 되는 삼성과 같은 A/S를 기대할 수는 없는 일. A/S 시스템을 운영할 능력이 없는 영세 업체들을 위해 제시되고 있는 것이 바로 'A/S 전문 회사'이다.

얼마 전 우정공업은 인터넷을 이용한 제과·제빵 기계 A/S 시스템을 발표해 특허를 받았다. 이 시스템에 따르면 우선 A/S 전문회사가 국내 유통되는 기계에 대한 각종 자료와 고장, 수리 정보 등을 데이터화한다. 그 뒤 개인으로 활동하는 A/S 업체들을 일정한 테스트를 거쳐 각 분야의 전문가들만 조합 형태로 모아 고객에게 인터넷을 통해 A/S 서비스를 제공한다. 시스템을 개발한 우정공업 지중민 상무는 "전국에서 개인적으로 활동하고 있는 기존 A/S 업체를 활용해서 보다 전문적인 서비스를 제공할 수 있다"고 설명했다.

A/S 전문회사를 이용하면 제조원, 소비자, 개인 A/S 업체 모두 이익을 얻을 수 있다는 것이다. 제조원들은 A/S 전문회사에 1년 동



인터넷을 이용한 제과·제빵 기계 A/S 시스템

안 무상 서비스를 할 수 있도록 일정한 보험금을 지급하고 서비스를 위탁할 수 있는데 직접 A/S팀을 운영하는 것보다 적은 비용으로 서비스를 제공할 수 있다고 설명한다. 이때 고장률에 대한 데이터를 산출해 고장이 많이 나는 회사 제품에는 높은 보험금을, 고장이 낮은 회사 제품에는 낮은 보험금을 적용함으로써 궁극적으로 제조원들이 좋은 제품을 만드는데 더욱 신경 쓸 수 있는 풍토를 만들 수 있다는 것이다.

소비자 입장에서는 위탁받은 제조원의 기계에 대해 1년간 무상 A/S를 받을 수 있는 것은 물론 1년이 지나도 가장 가까운 곳에 위치해 있는 해당 분야의 전문가에게 A/S를 받을 수 있다. A/S회사에서 책정한 수수료로 A/S를 받게 됨으로 개인 A/S 업체에게 맡겼을 때 생길 수 있는 과도한 출장비 요구나 불친절한 서비스 문제를 해결할 수 있다는 것이다. 또한 개인 A/S 업체에서는 A/S 회사로부터 지속적으로 일을 받을 수 있어 좀더 안정적인 활동을 할 수 있다는 설명이다.

그러나 지중민 상무는 "이 모델은 어느 한 업체에서 마련하는 것보다 한국제과기계공업협회 등 관련 업체 모두가 함께 고민해야 가능하다"고 설명했다.

이에 대해 제조업체에서는 데이터 관리와 개인 A/S 업체의 자질이 얼마나 검증될지 의문이며 A/S 전문회사가 잘못할 경우 제조원 이미지가 손상될 수 있기 때문에 우려가 된다고 전하면서도 잘만 운영되면 효과적인 시스템이 될 것으로 기대했다. 이에 반해 설문에 참여한 응답자들은 좋은 서비스를 받을 수 있다면 당연히 이용하겠다고 밝혀 A/S 대한 새로운 시스템을 원하는 것으로 나타났다.

업계와 소비자 모두 비단 A/S 전문 회사가 아니더라도 함께 문제를 해결할 수 있는 길을 바라고 있다. 그러기 위해 무엇보다 제조원에서는 제품력을 향상 시키고 A/S를 효과적으로 시행할 수 있는 시스템을 마련해야 하며 소비자들은 보다 적극적이고 객관적인 눈으로 제품을 평가하고 구매해 업체들이 활동할 수 있는 토양을 만들어야 할 것으로 보인다. ㉞