

# 상품선정 및 방송편성 기준과 절차

GS SHOP

## 제1장 (총칙)

### 제1조 (목적)

이 기준은 주식회사 지에스홈쇼핑(이하 'GS SHOP')의 TV홈쇼핑 방송 및 상품판매형 데이터 방송(이하, 통칭하여 '방송')을 위해 공정하고 투명하게 신상품 및 협력사를 선정하고 객관적인 지표로 방송편성을 확정하는 등 불공정한 거래 방지를 통해 사업자 간 공정 경쟁을 유도하며, 중소기업과 고객을 보호하여 궁극적으로 방송으로서 가져야 할 공익성 및 공적 책임을 다하고자 함을 목적으로 한다.

### 제2조 (기본 원칙)

- ① GS SHOP 임직원은 이 기준 외에도 협력사와의 거래에 있어 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」, 「대규모유통업에서의 거래 공정화에 관한 법률」 등 공정거래 관련 법령(이하 통칭하여 '공정거래 관련 법령'이라 함)에 규정된 사항을 엄격히 준수하여야 한다.
- ① 이 기준은 GS SHOP의 투명거래시스템(<http://withgs.gsshop.co.kr>)의 게시판을 통해 공지하고, GS SHOP의 방송을 위한 개별 입점 상담 시에도 공개함을 원칙으로 한다.
- ② GS SHOP은 매월 2회 신규 및 기존 협력사교육을 통하여 해당 기준을 지속 고지 및 상호 공유를 원칙으로 한다.

## 제2장 (협력사 선정)

### 제3조 (협력사 평가 기준)

- ① GS SHOP의 방송을 위한 협력사 선정 시, 불건전한 협력사로 인한 고객

피해 발생을 사전에 예방하고 최소화 하고자 협력사에 대해서는 다음 각 호의 기준에 따라 신뢰도를 평가한다.

1. 협력사의 과거 경영실적과 안정성을 바탕으로 재무 건실성을 측정하기 위해 신용평가기관의 신용평가등급을 기준으로 상품군별로 일정한 등급 이상을 받은 협력사에 대해서만 방송 입점을 허용하고, 이에 대한 기준은 별도의 [별표1] 협력사 평가 기준을 따르는 것을 원칙으로 한다.
2. 상품에 대한 고객의 불만이나 A/S건 발생 시를 대비하여 협력사의 A/S 이행 능력을 확인하고, A/S 이행 능력이 부족하다고 판단될 경우 고객 보호를 위해 입점 제안을 반려할 수 있다.

### 제3장 (상품선정 절차\_신상품 평가 위원회)

#### 제4조 (상품선정 절차)

- ① GS SHOP의 방송을 위한 상품선정은 협력사로부터 제안 받은 상품에 대해 신상품 평가 위원회의 평가에 따라 공정하게 선정한다.
- ② 제1항을 통해 기준에 부합된 상품에 대해서는 품질안전 담당부서와 심의 담당부서를 통해 상품군별 정해진 기준에 의거한 품질 검사와 심의 절차를 거쳐야 한다.
- ③ 협력사는 온라인을 통해 입점 제안 된 내역에 대한 진행 현황을 알 수 있으며, 입점불가 판정을 받은 제안 내역에 대해서도 확인 할 수 있다.

#### 제5조 (신상품 평가 위원회 구성)

- ① 신상품 평가 위원회는 내부 평가위원 4명, 외부 평가위원 12명으로

구성한다.

- ② 신상품 평가 위원회의 내부 평가위원은 상품전략팀 담당자, 상품 PD, 심의 담당자, 품질안전 담당자로 구성된다.
- ③ 신상품 평가 위원회의 외부 평가위원은 각 상품그룹별(패션군, 토탈패션군, 리빙군)로 공모를 통해 선발한 고객 4명으로 구성하여, 총 평가위원은 12명으로 한다. 구체적인 공모의 방식은 홈페이지의 안내 게시 등을 통해 모집한다.

#### 제6조 (위원회의 소집 및 기능)

- ① 신상품 평가 위원회의 소집은 주 1회 정기 소집을 원칙으로 하며, 그 외 평가 위원회의 요청이 있거나 필요하다고 인정하는 때에 소집할 수 있다.
- ② 신상품 평가 위원회는 GS SHOP에서 판매할 상품을 선정함에 있어, 투명하고 객관적인 기준과 절차를 통해 공정하게 평가하여 대상 상품을 선정한다.

### 제4장 (상품평가 기준)

#### 제7조 (상품평가 기준)

- ① 신상품 평가 위원회는 협력사로부터 제안 받은 상품에 대해 항목별 평가 및 최종 가중치[별표2]를 반영한 평가에 의거하여 상품성을 측정하며, 13개 항목에 대하여 각 항목당 5점 만점 중, 전체 평균 3점 이상 시, 가결됨을 원칙으로 한다.
- ② 해당 상품이 [별표 2]기준을 충족할 경우, 동일한 조건 하에서는 다음 각 호의 기준을 충족하는 상품을 우선 선정함을 원칙으로 한다. 상세 기준은 [별표 3]을 따른다.

1. 중소기업 기본법 제2조 및 동법 시행령 제3조에 의거한 중소기업 제조사 또는 유통업체가 공급하는 상품
  2. 장애인이 공급하는 상품 또는 장애인/노인 등 소외계층을 대상으로 하는 상품
  3. 농축산어민이 최종 제조사이거나 농축산어민이 직접 공급하는 상품
  4. 기타 소외계층이 공급하거나 소외계층을 대상으로 하는 상품
- ③ 제1항 및 제2항의 기준에도 불구하고, 상품소개 및 판매방송 심의에 관한 규정 제64조(방송금지)에 해당하거나, 기타 방송 심의 상 문제가 발생될 여지가 있는 상품에 대해서는 입점 제안을 반려하며, 해당 사유를 협력사에게 고지하여야 한다.

**제8조 (신상품 품평회)**

- ① 제7조에 명시된 기준을 통해 선정된 상품 중 해당 MD 또는 해당 팀에서는 신상품 선정위원회를 통해 선정된 결과를 투명하게 임직원에게 공유하기 위하여 신상품 품평회를 개최할 수 있다.
- ② 신상품 품평회는 매월 1회 상품전략팀의 주관으로 개최하며, 임직원은 상품에 대한 자유로운 의견 등을 개진하고, 상품전략팀과 해당 팀은 임직원의 의견을 수렴하여 신상품 판매 계획 등에 반영할 수 있다.

**제5장 (품질 검사 및 고객 보호)**

**제9조 (품질 검사 절차)**

- ① GS SHOP의 방송을 위한 상품 및 협력사 선정 시, 제안된 상품은 반드시 GS SHOP 품질안전 담당부서의 품질 검사, 공정 관리, 배송전

- 검사의 품질승인 절차를 거쳐야 하며, 품질 부적합 판정을 받은 상품에 대해서는 고객 보호를 위해 입점 제안을 반려할 수 있다.
- ② 품질 검사는 상품 관련 각종 서류 검사, 실물 검사, 기능/성능 테스트, 공정 실사 등을 통해 법적 기준, 안전성, 기능 및 성능, 포장 상태 등을 종합적으로 판단한다. 상품군, 매체별로 품질 검사의 업무진행 방식, 샘플 제출방법, 품질서류에 차이가 있으며, 상세내용은 투명거래시스템의 고지를 참조 한다.

**제10조(품질 승인)**

- ① 협력사는 품질 승인을 위하여 샘플과 관련 품질 서류를 GS SHOP 품질안전 담당자에게 제출해야 한다.
- ② 협력사는 샘플 제출 시 고객에게 배송되는 포장형태로 제출되어야 하며, 당사의 상품별 포장기준에 적합해야 한다.
- ③ GS SHOP은 샘플검사 완료 후, 정해진 절차에 의하여 협력사로 택배 발송 등의 방법을 통하여 샘플을 협력사에게 반환하여야 한다.

검사항목	구체 검사 항목	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 상품 및 협력사 인허가 관련 서류 확인</li> <li>■ 상품의 기능, 성능 관련 내용 확인</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 상품과 관련된 서류전체 확인</li> </ul>
실물검사	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 상품의 안전성 및 외관의 이상여부</li> <li>■ 상품사양, 표시사항, 구성확인</li> <li>■ 포장 상태의 적합성 확인</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 고객에게 배송 전 상태의 제품 전반 사항을 확인</li> </ul>
성능 검사	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 테스트 통한 상품 기능/성능 점검 및 내구성 확인</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 상품의 내구성 및 기능/성능 점검</li> </ul>

## 제6장 (방송편성 및 운영)

### 제11조 (방송편성 및 운영 원칙)

- ① GS SHOP은 매년 정량화, 계량화된 평가지표를 수립하고, 고객 시청패턴과 시간대별 가치를 차등화한 객관적 지표에 기반 하여 공정하고 투명한 편성을 운영한다.
- ② GS SHOP은 시즌, 시간대, 요일, Term을 고려하고, 동일 시간대 동일 상품 연속 편성을 지양한다.
- ③ GS SHOP은 중소기업의 신상품의 경우, 특별한 사정이 없는 한 런칭 포함 3회 이상 방송을 준수한다. 단, 협력사의 요청 또는 제13조에 정한 편성불가사유에 해당하는 경우에는 예외로 한다.

### 제12조 (편성 절차)

- ① GS SHOP은 공정하고 독립적인 방송편성을 위하여 편성 전문부서를 설치, 운영하고, 상품선정과 이원화된 독립적인 편성협의회를 통해 편성한다.
- ② 편성협의회는 편성 전문부서를 주관부서로 하고, 각 부서별 편성 전문 staff로 구성되며, 방송 10~15일 이전에 공정하고 투명한 편성을 위해 협의한다.
- ③ 편성결과를 방송합의서를 통해 협력사에 안내되고 결정된 편성 결과에 대해 서면합의서를 체결한다.
- ④ 편성의 독립성을 보장하기 위하여, GS SHOP의 모든 편성은 편성협의회를 통하여만 확정되며, 그 외 어떠한 편성도 편성협의회 의 소정절차를 생략할 수 없다.

### 제13조 (편성 불가사유)

GS SHOP은 방송환경 변화에 신속히 대응하고 고객이 만족하는 쇼핑환경 제공을 위하여 다음 각 호의 사유에 해당하는 경우에는 협력사의 사전 동의를 받아 편성의 일부 또는 전부가 변경 또는 취소될 수 있다.

- 1. 상품의 품질 등의 문제
- 2. 고객 고발 등 사회적 이슈
- 3. 특허권/상표권 등 지식재산권 침해 또는 침해 예상
- 4. 이전 방송의 주요 고객 클레임 미해결
- 5. 협력사 사전 준비 미흡 등으로 인한 방송 불가
- 6. 기타 이와 유사한 경우로서 원활한 편성과 방송 등이 심히 불가능하다고 판단하는 경우

### 제14조 (편성 배려)

GS SHOP은 중소기업과 고객의 보호 및 방송으로서 가지는 공익성과 공적 책임을 다하고자 다음 각 호를 준수한다.

- 1. 중소기업 상품은 상품 판매 방송 중 일정비율 이상 우선 편성
  - 2. 중소기업, 장애인 또는 농축산어민 등 사회적 소외계층을 위한 무료 판매 방송 및 도네이션 프로그램 운영
  - 3. 공익목적의 공익광고, 옴부즈맨, 시청자 정보 프로그램 운영
  - 4. 장애인의 시청권 보장을 위한 폐쇄자막, 수화방송, 화면해설 등 장애인 시청을 위한 시청 지원 서비스 제공
  - 5. 청소년 보호시간대 속옷 방송 제한
- 평일 : 19:00 ~ 21:00 / 주말 : 18:00 ~ 21:00

## 제7장 (기타)

### 제15조 (신고, 불만 접수 및 처리)

협력사는 GS SHOP이 협력사와 거래 조건을 협의, 결정하는 과정에서 이 기준을 위반하거나 기타 거래 조건의 결정과 관련하여 GS SHOP에 불만이 발생한 경우 GS SHOP에 위반 사항을 신고하거나 불만을 접수할 수 있고, 이 경우 GS SHOP은 “협력사와 공정거래를 위한 기준과 절차” 에 규정된 절차에 따라 처리하여야 한다.

### 제16조 (제재)

GS SHOP 임직원이 이 기준에서 규정한 사항을 위반한 사실이 확인된 경우 “협력사와 공정거래를 위한 기준과 절차” 에 규정된 절차에 따라 해당 임직원에게 대한 제재 절차를 진행하여야 한다.

## 제8장 (거래중단 및 퇴점 기준)

### 제17조 (협력사 거래 중단)

GS SHOP은 협력사가 아래와 같은 기준에 해당하는 경우, 즉시 거래 중단을 요청할 수 있으며, 해당 기준을 투명거래시스템 및 협력사 교육을 통해 지속적으로 협력사와 공유해야 한다.

1. 원산지표기오류
2. 품질/광고 심의 관련 고의적인 허위서류 제출
3. 고의적인 허위/과장광고
4. 고의적인 허위주문

### 제18조 (퇴점)

GS SHOP은 협력사가 위 제17조 및 거래기본계약서의 계약해지 사항을 위반하여 시정 조치를 요청하였으나 시정을 하지 않을 경우 퇴점 시킬수 있다.

## 부 칙

### 제1조 (시행일)

- ① 이 기준은 2016. 05. 09일 제정. 시행한다.
- ② 이 기준은 2017. 01. 01일 개정. 시행한다.
- ③ 이 기준은 2018. 08. 02일 개정. 시행한다.

### [별표]

1. 협력사 평가 기준
2. 신상품 평가 기준
3. 신상품 우선 선정 기준

**[별표1] 협력사 평가 기준**

제3조 제1항 제1호 협력사 평가 기준

구분	상품군(대분류)	신용 등급	상품군(대분류)	신용 등급
TV홈쇼핑 협력사	디지털기기/핸드폰	B	스포츠/레저/자동차용품	CCC
	컴퓨터/게임기/소프트웨어	B	가구/인테리어	CCC
	대형가전	B	의류	CCC
	생활/소형가전	B	패션잡화	CCC
	생활건강용품	B	속옷	CCC
	건강식품	B	보석/시계/액세서리/장식	CCC
	일반식품	B	침구/커튼	CCC
	주방가전	B	출산/유아/아동	CCC
	주방용품	B	악기/취미/문화/애완	CCC
	화장품/미용기구/향수	B	여행/서비스/상품권	CCC

**[별표2] 신상품 평가 기준**

제7조 제1항 신상품 평가 기준

구분	평가자		세부 평가 기준					
			5점	4점	3점	2점	1점	
내부 평가단	PD	소구 포인트 차별성	우수	양호	보통	미흡	불량	
		상품 판매력	우수	양호	보통	미흡	불량	
	품질안전	관련 법 적합성	우수	양호	보통	미흡	불량	
		사용 안전성	우수	양호	보통	미흡	불량	
	심의	심의 적합성	우수	양호	보통	미흡	불량	
		대외 이슈 여부 (낮은 Risk)	우수	양호	보통	미흡	불량	
	상품전략	가격 경쟁력	우수	양호	보통	미흡	불량	
		수수료율 적절성	우수	양호	보통	미흡	불량	
	외부 평가단		디자인 우수성	우수	양호	보통	미흡	불량
			구매 의사	우수	양호	보통	미흡	불량
		가격 경쟁력	우수	양호	보통	미흡	불량	
		기능성	우수	양호	보통	미흡	불량	
		시장 트렌드	우수	양호	보통	미흡	불량	

※ 각 항목당 5점 만점, 전체 평균 3점 이상시 가결

**[별표3] 신상품 우선 선정기준**

제7조 제2항

평가내용	세부 평가 기준	
중소기업	제조사 또는 협력사가 중소기업 기본법에 의거한 중소기업에 해당하는 경우	상품 MD는 사업자 등록증확인 후, 한국신용정보평가를 통하여 해당 기업의 기업구분을 확인
소외계층	장애인이 공급하는 상품 또는 장애인 등 기타 소외계층을 대상으로 하는 상품	상품 MD는 거래처를 통하여 관련 입증 서류를 수령, 상품전략팀에 제출
농축산수산물	농축산어민이 최종 제조사 혹은 직접 공급하는 상품	식품팀 한정, 상품 MD는 식품팀장 결재

**무형상품  
선정 기준과 절차  
(지침)**

## 제1장 (총칙)

### 제1조 (목적)

이 지침은 주식회사 지에스홈쇼핑(이하 'GS SHOP')이 운영하는 TV홈쇼핑 방송 및 상품판매형 데이터 방송(이하 통칭하여 '방송')에서 소개 및 판매하는 무형상품을 선정하기 위한 기준과 절차를 정한 것으로, GS SHOP이 객관적이고 공정하게 무형상품을 선정함으로써 소비자를 보호하고 나아가 방송의 공익적 책임을 다하고자 하는데 그 제정 목적이 있다.

### 제2조 (정의 및 기본 원칙)

- ① 이 지침에서 사용하는 주요 용어의 정의는 다음 각 호와 같다.
  1. "무형상품"이라 함은, 여행상품, 시공상품, 자동차 렌탈 등 일정한 형태가 없어 시각·촉각 등으로 인지할 수 없는 용역 서비스 형태의 상품을 말한다.
  2. "협력사"라 함은, 「대규모유통업에서의 거래 공정화에 관한 법률(이하 '대규모유통업법)」 제2조 2.호의 '납품업자' 중 GS SHOP과 거래기본계약(입점 계약)을 체결한 자를 말한다.
  3. "소비자"라 함은, GS SHOP으로부터 무형상품을 구매하여 소비 생활을 위해 사용 또는 이용하는 자를 말한다.
- ② GS SHOP 임직원은 이 지침 외에도 협력사와의 거래에 있어 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률(이하 '공정거래법)」, 대규모유통업법 등 공정거래 관련 법령(이하 통칭하여 '공정거래 관련 법령') 및 「방송법」에 규정된 사항을 엄격히 준수하여야 한다.

### 제3조 (적용 제외)

제2조 1항 1호에 따른 무형상품 중 GS SHOP이 판매 대행 계약 체결 후 대리인(대리점)의 지위에서 판매하는 상품의 경우, 해당 협력사와 그 협력사의

상품이 법령에서 요구하는 자격 요건을 모두 충족하면 별도로 이 지침을 적용하지 않기로 한다.

## 제2장 (협력사 및 무형상품 선정)

### 제4조 (협력사 선정 절차 및 기준)

- ① GS SHOP은 특정 업체가 신규 입점을 요청하는 경우 GS SHOP 내부의 사전 RISK 검토 Committee(이하 'Risk 검토 커미티')의 검토를 거쳐 해당 업체의 협력사 자격 구비 여부 등을 평가·선정한다.
- ② 협력사는 온라인을 통해 입점 제안된 내역에 대한 진행 현황 및 입점 불가 판정을 받은 제안 내역에 대해서 확인 할 수 있다.
- ③ GS SHOP은 협력사 선정 시 다음 각 호의 요소를 고려하여 선정한다.
  1. 업체의 신용등급 (세부 기준은 [별표 1]을 따른다.)
  2. 업체의 무형상품 관련 법령에 따른 인·허가 보유 여부
  3. 여행 관련 관광진흥법에 따른 보증보험 가입 여부
  4. 업체가 제안한 무형상품의 소비자 보호 장치 구비 여부
- ④ GS SHOP은 협력사 선정 시, 다음 각 호의 사유 중 어느 하나에 해당하는 업체에 대해서는 협력사 선정 대상에서 배제하거나 보증보험 증액 등을 통해 보완토록 요청할 수 있다.
  1. 업체가 제공한 재무 관련 서류(재무제표 등), 기타 업체의 현금흐름 등을 통해 볼 때 업체의 폐업, 부도 위험이 매우 크다고 판단되는 경우
  2. 업체가 GS SHOP과 고객에 대한 무형상품 공급 계약의 이행 담보 수단을 적절히 제공 및 유지하지 못하는 경우
  3. 업체가 무형상품 A/S 약정의 이행 능력이 부족하다고 판단될 경우
  4. 업체의 무형상품이 「상품소개 및 판매방송 심의에 관한 규정」 제64조(방송금지)에 해당하는 등 기타 심의에 위반될 여지가 있거나, 「지식재



산권 관련 법령」 등에 저촉되는 등의 사유로 문제될 여지가 있는 상품 이라고 판단하는 경우 등

### 제5조 (무형상품 선정 절차 및 기준)

- ① GS SHOP은 협력사가 제안한 무형상품에 대해 Risk 검토 커미티의 검토 를 거쳐 해당 무형상품의 적격성 여부 등을 평가·선정하며, 이 때 GS SHOP은 업체의 신규 입점 시 협력사 선정 절차와 동시에 해당 업체의 무형상품을 함께 평가·선정할 수 있다. 단, 신규 입점 이후에는 해당 협력 사의 신용등급, 소비자 보호 장치 구비 등 제4조 3항 내지 4항 각 호의 요건에 변경 사항이 없으면 Risk 검토 커미티 별도 평가 없이 관련 무형 상품 사업부의 판단에 따라 운영한다.
- ② Risk 검토 커미티에서 검토된 무형상품이더라도 이후 소비자에게 제공되 는 용역 서비스 범위가 변경될 경우 재검토를 받아야 한다.
- ③ Risk 검토 커미티에서 평가된 무형상품에 대해서는 심의 담당부서를 통해 상품군별로 방송 심의 절차를 거쳐야 한다.
- ④ GS SHOP은 무형상품 선정 시 다음 각 호의 요소를 고려하여 평가한다.
  - 1. 상품의 상품가격 및 구성
  - 2. 상품의 차별성
  - 3. 상품의 경쟁력
  - 4. 서비스 제공 안정성 : 판매와 제공 주체 정보 및 계약관계
  - 5. 소비자 보호 장치 : 청약철회 기간 및 고지 방법 등

### 제6조 (Committee 구성)

- ① Risk 검토 커미티는 내부 평가위원 5명 내외로 구성한다.
- ② Risk 검토 커미티의 내부 평가위원은 GS SHOP 상품전략팀 담당자, 심의 팀 담당자, 소비자보호팀 담당자, 재경팀 담당자, 컴플라이언스팀 담당자, 대외협력팀 담당자, 해당 사업팀 담당자 등으로 구성되며 Risk 유형에 따

라 달리 정할 수 있다.

### 제7조 (Committee 개최, 운영 및 기능)

- ① Risk 검토 커미티는 협력사의 제안사항을 신속하게 평가하기 위해 온라인 으로 운영한다.
- ② Risk 검토 커미티의 운영은 상품전략팀에서 주관하는 것으로 한다.
- ③ Risk 검토 커미티는 제5조의 기준에 따라 투명하고 객관적인 절차를 통해 공정하게 검토하여 평가한다.

## 제3장 (소비자 보호)

### 제8조 (소비자 보호 기준)

- ① GS SHOP과 협력사는 소비자에게 상품을 판매함에 있어 「소비자기본법 (이하 '소비자기본법)」, 「전자상거래 등에서의 소비자 보호에 관한 법률 (이하 '전자상거래법)」 등의 법령을 준수하여야 하며, 소비자의 권익 보 호 및 증진을 위해 노력하여야 한다.
- ② GS SHOP과 협력사는 상품 보증보험 가입 여부 등 판매 상품에 대한 정 보를 소비자에게 정확하게 제공하여야 한다.
- ③ GS SHOP과 협력사는 소비자기본법 제19조에 따른 사업자의 책무를 성 실히 이행하여야 한다.
- ④ GS SHOP은 협력사가 판매를 위탁한 바에 따라 상담 또는 소개 상품을 판매하는 경우 자신이 상품 판매의 당사자가 아니라는 사실을 전자상거 래법에서 정하는 방법에 따라 소비자가 알기 쉽게 고지한다.
- ⑤ 소비자가 GS SHOP을 통한 상품 구매, 이용 또는 환불 과정에서 피해를 입은 경우 GS SHOP은 전자상거래법 등 관련 법령에 따른 책임을 부담 하여야 하며, 관련 법령에 따라 GS SHOP이 소비자에게 직접 배상 책임

을 부담하는 경우 구체적인 피해 구제 및 분쟁 해결 절차는 관련 법령 및 「소비자분쟁해결기준」에 따른다.

## 제4장 (방송의 편성 및 운영)

### 제9조 (편성 절차)

- ① GS SHOP은 공정하고 독립적인 방송편성을 위하여 편성 전문부서를 설치, 운영하고, 상품선정과 이원화된 독립적인 편성협의회를 통해 편성 한다.
- ② 편성협의회는 편성 전문부서를 주관부서로 하고, 각 부서별 편성 전문 staff로 구성되며, 방송 10~15일 이전에 공정하고 투명한 편성을 위해 협의한다.
- ③ 편성결과를 방송합의서를 통해 협력사에 안내되고 결정된 편성 결과에 대해 서면합의서를 체결한다.
- ④ 편성의 독립성을 보장하기 위하여, GS SHOP의 모든 편성은 편성협의회를 통하여만 확정되며, 그 외 어떠한 편성도 편성협의회외의 소정절차를 생략할 수 없다.

### 제10조 (편성 불가사유)

GS SHOP은 방송환경 변화에 신속히 대응하고 고객이 만족하는 쇼핑환경 제 공을 위하여 다음 각 호의 사유에 해당하는 경우에는 협력사의 사전 동의를 받아 편성의 일부 또는 전부가 변경 또는 취소될 수 있다.

- 1. 상품의 품질 등의 문제
- 2. 고객 고발 등 사회적 이슈
- 3. 특허권/상표권 등 지식재산권 침해 또는 침해 예상
- 4. 이전 방송의 주요 고객 클레임 미해결

- 5. 협력사 사전 준비 미흡 등으로 인한 방송 불가
- 6. 기타 이와 유사한 경우로서 원활한 편성과 방송 등이 심히 불가능하다고 판단하는 경우

## 제5장 (타 규정의 준용)

### 제11조 (거래중단 및 퇴점 기준)

협력사와의 거래 중단 및 퇴점 기준은 GS SHOP의 「상품선정 및 방송편성 기준과 절차」 제8장(거래중단 및 퇴점 기준)에 관한 내용을 따른다.

### 제12조 (신고, 불만 접수 및 처리)

협력사는 GS SHOP이 협력사와 거래 조건을 협의, 결정하는 과정에서 이 지침을 위반하거나 기타 거래 조건의 결정과 관련하여 GS SHOP에 불만이 발생한 경우 GS SHOP에 위반 사항을 신고하거나 불만을 접수할 수 있고, 이 경우 GS SHOP은 「협력사와 공정거래를 위한 기준과 절차」 제12조(신고, 불만 접수 및 처리)에 규정된 절차에 따라 처리하여야 한다.

### 제13조 (제재)

GS SHOP 임직원이 이 지침에서 규정한 사항을 위반한 사실이 확인된 경우 「협력사와 공정거래를 위한 기준과 절차」 제13조(제재)에 규정된 절차에 따라 해당 임직원에 대한 제재 절차를 진행하여야 한다.

## 부 칙

**제1조 (시행일)**

이 지침은 2019. 1. 1. 제정 · 시행한다.

이 지침은 2020. 4. 1. 개정 · 시행한다.

**[별표]**

1. 협력사 신용평가등급 기준

**[별표1] 협력사 신용평가등급 기준 (제5조 관련)**

구분	상품군(대분류)	신용 등급	상품군(대분류)	신용 등급
TV홈쇼핑 협력사	디지털기기/핸드폰	B	스포츠/레저/자동차용품	CCC
	컴퓨터/게임기/소프트웨어	B	가구/인테리어	CCC
	대형가전	B	의류	CCC
	생활/소형가전	B	패션잡화	CCC
	생활건강용품	B	속옷	CCC
	건강식품	B	보석/시계/액세서리/장식	CCC
	일반식품	B	침구/커튼	CCC
	주방가전	B	출산/유아/아동	CCC
	주방용품	B	악기/취미/문화/애완	CCC
	화장품/미용기구/향수	B	여행/서비스/상품권	B

※ 신규 중소기업의 판로지원을 위해, 사업자등록 후 3년 이내로 신용평가사의 신용평가등급을 받지 못한 경우 또는 상기 신용평가등급 기준에 미치지 못하는 경우에는 보증보험 한도 증액 등을 통해 대체할 수 있다.