

자동차 제일 큰 스트레스, 'A/S 비용과 시간'

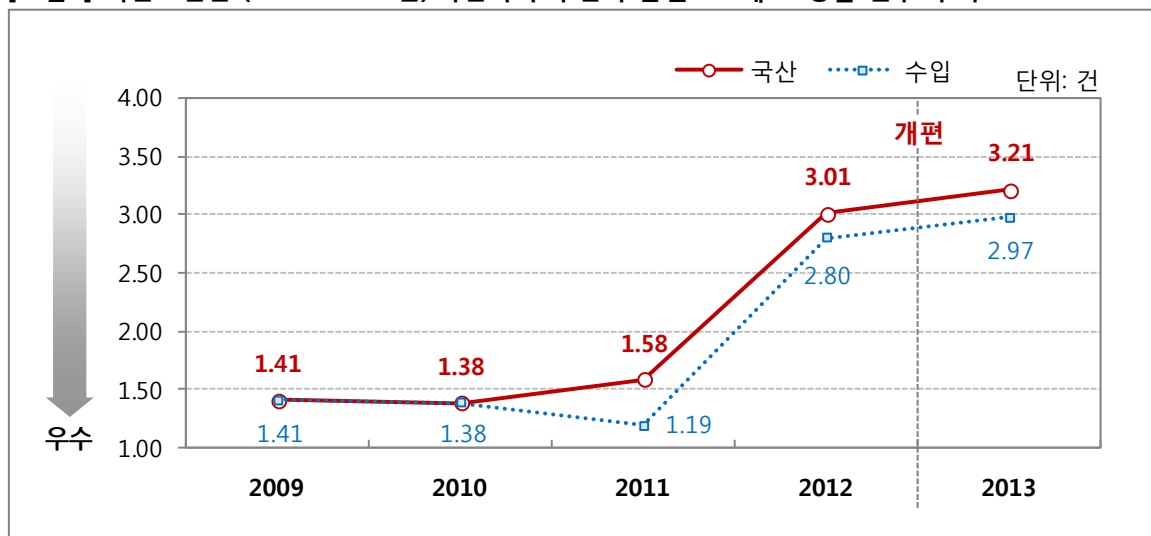
- 국산이 수입차 보다 스트레스 더 받아
- 국산차의 열세는 '손해 보고 있다는 느낌' 때문
- 전체 1위는 Toyota, 국산 1위는 한국지엠

새 차 구입 후 1년 이내인 소비자들이 자동차 때문에 받는 스트레스가 증가하고 있으며, 수입차 보다 국산차가 더 많았다. 가장 큰 스트레스는 국산과 수입차 공통적으로 'A/S 받으려면 시간과 비용에 대한 걱정이 앞선다' 였으며, 이는 수입차가 특히 더 했다. 가장 스트레스 적은 브랜드는 Toyota였으며, 국산차 중에서는 한국지엠이 3년 연속 1위를 차지했다.

품질스트레스는 '자동차 기획조사'(2013년 표본규모 101,701명)에서 새 차를 구입한지 1년 이내인 소비자들(7,811명)이 자동차 때문에 직접 체험한 스트레스의 종류 수를 센 것이다. 소비자들이 '불편', '불안', '손실', '분노' 등 4개 부문(20개 문항)에서 경험한 1대당 평균 스트레스 경험 건수(또는 100대 당 평균인 SPH; Stress Per Hundred)를 구했고, 수치가 적을수록 좋은 것이다. 초기품질과 내구품질에서는 체험한 고장·결함·문제점의 수로 품질을 측정하듯이, 품질스트레스는 체험한 제품과 서비스에 대한 불만경험의 수를 측정한 종합고객만족도라 할 수 있다.

품질문제로 경험한 스트레스의 건수는 국산차 3.21건, 수입차 2.97건으로 수입차가 더 적었다[그림1].

[그림1] 지난 5년간 (2009~2013년) 국산차와 수입차 품질스트레스 경험 건수 추이



For more Information

문의: 이건호 상무 Tel. 02) 6004-7622 Mobile. 017-225-1291 Fax 02) 543-5984 e-mail: leekh@mktinsight.co.kr

서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr

국산차와 수입차는 2009년과 '2010년 2년 연속 동수를 기록했다. 그러나 2011년부터 3년 연속 수입차가 국산차 보다 적은 스트레스 건수를 보이며 앞서가기 시작했다. 수입차 중에서는 일본차가 2.52건으로 유럽차(3.03건)와 미국차(3.42건)을 12년 연속 앞서 품질스트레스 측면에서 월등한 우위에 있음을 과시했다. 일본차가 제품품질(초기와 내구)에서 부진했던 점을 고려하면 이런 일본차의 우위는 서비스품질로 부터 나온 것임을 알 수 있다.

국산차는 2년 연속 20SPH 정도 스트레스가 많았는데, 주된 이유는 '손실' 부문 때문이다. '손실' 부문에서도 '이 차에 가격만한 가치가 없다', '예상 보다 기름값/유지비가 많이 든다'는 생각으로부터 온 것이다. 수입차의 유지/관리 비용에 대한 우려가 많이 있지만, 실제로는 국산차를 가진 사람이 더 많음을 보여준다. 비용 때문에 스트레스를 받는 것은 수입차를 산 사람이 아니라 국산차를 산 사람들이다.

[표1] 국산차와 수입차 부문별 품질스트레스 경험 건수

		품질스트레스			전년(2012년) 대비 증감**	
		국산차	수입차	차이 (국산-수입)	국산차 '13-'12	수입차 '13-'12
품질스트레스[건]		3.21	2.97	+0.24	+0.20	+0.17
부문 [SPH]*	불편	96	98	-2	+6 ▲	+8 ▲
	불안	100	94	+6 ▲	+9 ▲	+5 ▲
	손실	77	58	+19 ▲	+3	+3
	분노	48	47	+1	+1	-

* SPH(Stress Per Hundred): 100대당 스트레스 경험 건수, 적을수록 좋은 것임

** 증감: 전년대비 스트레스 경험 건수의 증가(+)/감소(-)

▲/▽: 스트레스 경험 건수가 5SPH이상 많음(▲)/적음(▽)

20개의 스트레스 항목 중 지적률이 높은 5개를 국산차 기준으로 제시했다. 소비자들이 많이 토로한 스트레스는 'A/S를 받으려면 시간과 비용에 대한 걱정이 앞선다'로 국산차-수입차 모두 가장 많았다. 수입차는 2명중 1명이 이렇게 느낀 적이 있다고 보고했고 국산차는 38%에 달했다[표2].

For more Information

문의: 이건호 상무 Tel. 02) 6004-7622 Mobile. 017-225-1291 Fax 02) 543-5984 e-mail: leekh@mktinsight.co.kr

서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr

[표2] 품질스트레스 Worst5

Worst5		품질스트레스 [SPH]		
		국산	수입	차이 (국산-수입)
1	A/S를 받으려면 시간과 비용에 대한 걱정이 앞선다	38	50	-12 ▽
2	주말, 야간에 정비소를 이용할 수 없어 불편하다	33	39	-6
3	예상보다 기름값과 유지비가 많이 든다	32	16	+16 ▲
4	정비사나 영업사원이 하는 말을 믿기 어렵다	23	20	+3
5	조작버튼, 수납공간 등 사용에 불편한 점이 있다	20	25	-5
(사례수, 명)		(6,855)	(956)	

▲/▽: 국산차가 10SPH 이상 많음(▲)/적음(▽)

‘A/S를 받으려면 시간과 비용에 대한 걱정이 앞선다’ 다음으로 많이 언급된 스트레스는 ‘주말, 야간에 정비소를 이용할 수 없어 불편하다’, ‘예상보다 기름값과 유지비가 많이 든다’였다. 국산차와 수입차 간에 가장 차이가 큰 문항은 ‘예상보다 기름값과 유지비가 많이 든다’로 16 SPH에 달해 일상적인 유지비에 대한 부담은 국산차가 훨씬 더 큼을 보여준다. 주목할 만한 결과의 하나는 주말/야간 A/S에 대한 소비자들의 불만이 매우 크다는 것이다. 제조사 입장에서 주말/야간 A/S는 비용이 더 많이 든다는 점에서 확실히 부담스럽다. 그러나 고객의 편의를 우선적으로 고려한다면 보다 전향적인 접근이 요구된다.

품질 스트레스가 산업평균 보다 적은 브랜드를 보면[표3], Toyota가 2.19건으로 1위를 차지했고, 그 다음은 Volkswagen(2.79건), Mercedes-Benz(2.84건), BMW(2.86건)의 순이었다. 국산차 브랜드 중에서는 한국지엠이 3.09건으로 3년 연속 1위를 차지했고, 작년도 극히 부진했던 르노삼성(3.11건)이 재기의 가능성을 보였다([참고: 한국 자동차 품질백서 2008-2012](#)). 국가별로 비교하면 일본차의 우세는 확고하다. 그러나 판매부진으로 인해 다수의 브랜드가 비교리스트에 오르지 못했다. 일본차에는 고객 스트레스 관리 측면에서 배울 만한 점이 많다.

For more Information

문의: 이건호 상무 Tel. 02) 6004-7622 Mobile. 017-225-1291 Fax 02) 543-5984 e-mail: leekh@mktinsight.co.kr서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr

[표3] 품질스트레스 건수 적은 브랜드 Top6

Top6		품질스트레스 [건]
1	Toyota	2.19
2	Volkswagen	2.79
3	Mercedes-Benz	2.84
4	BMW	2.86
5	한국지엠	3.09
6	르노삼성	3.11
산업평균		3.18

* 사례수: 전체 7,811, Toyota 73, Volkswagen 139, Mercedes-Benz 144, BMW 203, 한국지엠 808, 르노삼성 363

산업평균 보다 품질 스트레스가 적은 모델 10개를 선정했다[표4]. 현대 Genesis가 1.87건으로 1위를 차지했으며, 그 뒤를 한국지엠 Orlando(2.50건), 현대 Tucson iX(2.70건)이 따랐다. 회사별로는 Top 10에 현대차가 4개 모델을 올렸으며, 한국지엠 3개, 르노삼성 2개, 기아가 1개를 진입시켰다. 작년과 비교하면 르노삼성의 New SM3와 New SM5가 최하위에서 상위권으로 올라섰고, 이로 인해 르노삼성은 작년도의 부진을 벗고 상위권으로 복귀할 수 있었다([참고: 한국자동차 품질백서 2008-2012](#)).

[표4] 품질스트레스 점수 적은 차 Top10

모델	2013		2012	
	순위	품질스트레스 [건]	순위	품질스트레스 [건]
Genesis	1	1.87	7	2.68
Orlando	2	2.50	3	2.41
Tucson iX	3	2.70	8	2.71
Accent Wit	4	2.76	4	2.44
Malibu	5	2.79	1	2.14
Cruze	6	2.87	16	3.06
K5	7	2.88	10	2.81
5G Grandeur	8	2.94	12	2.89
New SM3	9	2.95	27	3.57
New SM5(L43)	10	3.10	24	3.35
산업평균	-	3.18	-	2.99

품질스트레스는 모든 품질지표의 중심에 있으며([참고: \[12-52\]스트레스 적은 차, 한국지엠 2년 연속 1위](#)), 제품품질과 서비스품질 모두와 밀접한 관련을 맺고 있어 ‘대표 품질지표’라 할 만 하다. 나아가 소비자가 직접 경험한 체험품질이라는 점에서 품질스트레스는 ‘소비자가 체험

For more Information

문의: 이건호 상무 Tel. 02) 6004-7622 Mobile. 017-225-1291 Fax 02) 543-5984 e-mail: leekh@mktinsight.co.kr

서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr

한 불만 경험으로 측정한 종합적인 고객만족도'라 할 수 있다. 다만 문제가 있다면 현재의 품질스트레스는 최근 구입자(1년 이내) 만을 대상으로 한다는 제한점이 있다. 대상을 3년 ~ 5년으로 확장한다면 보다 많은 제조사와 모델들이 모두 포함되어 진정 대표성을 갖는 '종합고객만족도'가 될 것으로 기대된다.

=====

㈜마케팅인사이트는 지난 2001년부터 2013년까지 매년 7월 '자동차 품질 및 고객만족'에 대한 조사를 10만여 소비자들을 대상으로 실시해왔습니다. 조사 결과는 매년 9월 중순부터 발표되고, 11월에 5년간의 변화추세 분석을 포함한 '[한국 자동차 품질 백서](#)'로 발간하고 있습니다. 조사 결과는 국내 주요 자동차 제조사들과 수입차 업체들, 그리고 자동차 관련 산업체들에서 활용하고 있습니다.

언론 발표 내용과 '한국 자동차 품질 백서' 내용은 ㈜마케팅인사이트가 개발한 '한국형 온라인 자동차 컨슈머리포트' 사이트인 'AutoInsight'(www.autoinsight.co.kr)에 실리고 있으며, Daum의 자동차섹션 중 '[오토칼럼](#)'에도 상시 게재되고 있습니다. 특히 'AutoInsight'에서는 소비자들의 제품 품질 및 서비스평가 내용을 자동차 모델별로 비교하는 'One Page Report'를 볼 수 있습니다.

[조사개요]

- 조사 수행 기관: 마케팅인사이트(www.mktinsight.co.kr)
- 조사 성격: 기획조사(Syndicated study)
- 모집단: 전국의 e-mail 이용하는 자동차 사용자
- 조사 시점: 2013년 7월
- 자료 수집 방법: 온라인 우편조사 (e-mail survey)
- 조사 규모: 총 응답자 101,701명

위 조사 결과는 ㈜마케팅인사이트가 2001년부터 매년 7월에 실시해온 대규모 '자동차 품질 및 고객만족 조사' 중 2013년 조사결과로부터 발췌한 것입니다. 조사 내용과 결과, 분석에 대한 모든 권한은 ㈜마케팅인사이트에 있으며, 사전 서면허가 없이는 어떤 경우에도 상업적인 목적으로 사용될 수 없음을 알려드립니다. 조사에 대한 보다 자세한 정보는 www.autoinsight.co.kr에서 보실 수 있습니다.

문의: 이건호 상무 T:02-6004-7622 e-mail: leekh@mktinsight.co.kr

Copyright © Marketing Insight. All rights reserved. 상업적 목적에 사용할 수 없습니다.

For more Information

문의: 이건호 상무 Tel. 02) 6004-7622 Mobile. 017-225-1291 Fax 02) 543-5984 e-mail: leekh@mktinsight.co.kr

서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr