

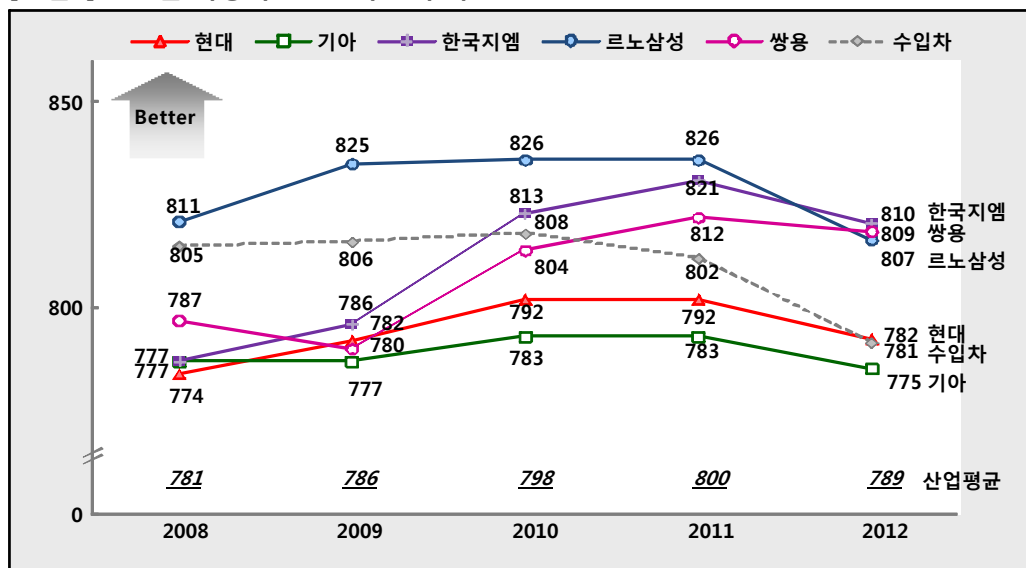
자동차 A/S만족, 돈과 시간이 적게 들어야

- 한국지엠, 처음으로 A/S만족도 1위에 올라
- 만족도에 미치는 영향, 'A/S결과' 43% vs. '환경' 7%

지난 1년간 자동차 회사의 A/S를 받은 적이 있는 소비자의 A/S평가가 2009년 수준으로 후퇴했다. 실제 서비스가 나빠지기보다는 자동차 산업에 대한 부정적 이미지의 영향을 받은 것으로 보인다. 회사별로는 한국지엠이 처음으로 1위에 올랐다. 2위는 쌍용차가 차지했으며, 작년까지 10년 연속 1위를 차지했던 르노삼성은 3위로 밀려났다. A/S를 받으며 소비자들이 가장 중요시하는 것은 결국 비용과 시간이었다. 한국지엠은 이를 중점적으로 관리해 1위에 올랐다. 중상위권을 유지하던 수입차는 금년도에 크게 하락해 국산차 평균 이하로 내려갔다. 기아차는 4년 연속 최하위로 부진했다.

지난 1년간 각 사의 직영/지정/협력 서비스사업소를 이용한 적이 있는 소비자들(28,994명)이 평가한 A/S만족도(1,000점 만점)의 산업평균은 789점으로 전년 대비 11점이 떨어졌다[그림 1]. 작년에 모든 고객만족 지표 중 처음으로 산업평균 800점대에 진입했다가 올해 다시 3년 전 수준으로 뒷걸음쳤다. 모든 회사의 점수가 하락했는데, 실제 서비스 수준이 낮아지기보다는 자동차 산업에 대한 이미지가 영향을 준 것으로 보인다.

[그림1] 연도별 자동차 A/S만족도 추이



For more Information

문의: 이견호 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

회사별 점수를 보면 처음으로 3강 3약 구도가 형성되었는데, 3강은 한국지엠, 쌍용, 르노삼성이며, 3약은 현대차, 수입차, 기아차다. 이 두 그룹 간에는 25점이라는 적지 않은 차이가 있다. 한국지엠은 2010년부터 비약적 향상을 이뤄 금년에 처음으로 1위 자리(810점)에 올랐다. 쌍용 역시 한국지엠과 동반상승했으나, 1점 차이로 아깝게 2위(809점)를 차지했다. 작년까지 10년 연속 1위였던 르노삼성은 일본의 쓰나미 등 여러 악재의 영향으로 19점이 하락한 807점으로 3위에 그쳤다. 그러나 이들 간의 차이는 3점에 불과하다.

현대차와 기아차는 2009년 함께 4약으로 분류되었던 한국지엠과 쌍용차가 급상승세를 타면서 2010년부터 새로운 하위권을 형성했다. 금년에는 같은 기간 동안 중위권을 유지하던 수입차가 합류해 현대(782점), 수입차(781점), 기아(775점)의 3약 구도가 새로 잡혔다. 수입차 고객의 A/S에 대한 평가는 그리 부정적이지 않았다. 그러나 수입차 판매의 급증에 따른 서비스 수요의 폭발적 증가를 감당하지 못하고 있음을 알 수 있다. 수입차의 가장 큰 문제는 A/S라는 우려가 현실화되어가고 있음을 보여준다.

A/S의 측정은 '접수/접근', '환경', '절차', '결과'의 4개 차원으로 구성되어 있다[표1]. 한국지엠은 4개 차원 중 '접수/접근', '환경', 그리고 '결과'의 3개 차원에서 가장 좋은 성적을 보였다. 지난 10년 연속 1위였던 르노삼성은 '절차'에서만 명맥을 유지했다. 기아차는 '환경'을 제외한 3개 차원에서 최하위였으며, 현대차는 '환경'에서 10년 연속 최하위라는 불명예를 얻었다.

[표1] 제조사별 A/S만족도 및 차원별 만족률*

		산업평균	현대	기아	한국지엠	르노삼성	쌍용
제조사별 A/S만족도**		789	782	775	810	807	809
차원 만족률 %***	접수/접근 차원	92.1	92.3	91.3	93.1	92.7	92.9
	환경 차원	92.3	91.1	92.2	93.7	93.1	93.0
	절차 차원	85.6	85.6	84.0	87.4	88.1	85.3
	결과 차원	87.5	88.0	86.5	88.3	88.0	86.8

* 지난 1년간 각 사의 직영/지정/협력 서비스사업소 이용 경험자 28,994명의 응답결과

** A/S에 대한 종합체감만족 문항을 10점 척도로 묻고 1,000점으로 환산하여 산출한 평균값

*** 각 차원 내 항목들에 대한 긍정률의 평균값

○ : BIC(Best in Class), □ : WIC(Worst in Class)

마케팅인사이드는 '2010년 한국자동차 품질백서'에서 '편의시설과 청결한 환경은 다른 차원에 비해 가시적이며 가장 손쉽게 개선 효과를 볼 수 있는 부문이다. 그럼에도 불구하고 지난 8년 연속 최하위라고 하는 것은 문제가 있다. 지난 수십 년 동안 현대 고객들이 베푼 사랑

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

과 성원을 생각하면 이는 지나치다'고 썼다. '2011년 한국자동차 품질백서'에서는 똑같은 글 중 '8년 연속'을 '9년 연속'이라고 바꿨다. 2012년도 백서에도 '9년 연속'을 '10년 연속'이라고 바꾸기만 하면 될 것이다.

그러나 A/S만족도에 있어 '환경'은 상대적으로 덜 중요하다. '접수/접근', '환경', '절차', '결과'의 4개 차원이 A/S만족도에 기여하는 정도를 구해 보면, '결과'가 43%로 가장 크고, 그 다음은 '절차(31%)', '접수/접근(19%)'이며, '환경'은 7%에 불과하다. 흔히 A/S 향상을 위한 노력을 환경 개선에 큰 예산을 투입하는 것으로 시작하는 것을 볼 수 있다. 이 연구에 따르면 환경 개선보다 더 시급한 문제, 더 큰 성과를 기대할 수 있는 대안들이 많다.

A/S만족도를 측정하는 문항은 21개로 구성되어 있다. 이들 중 만족도에 큰 영향을 주는 문항 5개를 추출해냈다[표2]. 그 결과 '부품가격 및 공임 등 정비비용이 예상보다 비싸지 않았다' 문항이 16%로 1위였고, 그 다음은 '내가 가장 편한 시간으로 예약할 수 있었다' 10%, '점검/수리 절차가 쉽고 빨랐다' 7%, '예정된 점검/수리 모든 것이 예상했던 대로 잘 되었다' 7%, '문제점이나 증상에 대해 상담을 잘 해주었다' 7%의 순이었다. 이 결과는 '환경' 차원 전체 이상으로 중요한 항목들이 여러 개 있음을 보여주며, 이 5개 항목이 전체 영향력의 거의 절반(47%)을 차지함을 알 수 있다.

[표2] 영향력 Top5 문항별 제조사의 A/S만족률*

(%)

A/S만족도 문항	영향력**	현대	기아	한국지엠	르노삼성	쌍용
부품가격 및 공임 등 정비비용이 예상보다 비싸지 않았다	16	65.5	63.5	68.2	59.6	60.7
내가 가장 편한 시간으로 예약할 수 있었다	10	77.9	76.5	83.1	75.9	81.9
점검/수리 절차가 쉽고 빨랐다	7	88.0	86.3	88.9	88.7	88.0
예정된 점검/수리 모든 것이 예상했던 대로 잘되었다	7	89.9	87.9	90.6	90.0	89.6
문제점이나 증상에 대해 상담을 잘 해주었다	7	89.6	88.4	90.6	92.0	90.6

* 지난 1년간 각 사의 직영/지정/협력 서비스사업소 이용 경험자 28,994명의 응답결과

** 각 항목이 A/S만족도에 기여하는 정도로, 백분율로 표시됨

○: BIC(Best in Class), □: WIC(Worst in Class)

한국지엠이 금년도에 1위로 부상할 수 있었던 것은 영향력이 높은 Top5 항목 중 4개에서 1위를 차지했기 때문이다. 르노삼성은 여러 측면에서 선전했으나, 가장 중요한 '부품가격 및 공임 등 정비비용이 예상보다 비싸지 않았다'와 '내가 가장 편한 시간으로 예약할 수 있었다' 등 항목들에서의 부진에 발목을 잡혔다.

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

조사 결과를 보면 소비자들이 원하는 것은 분명하다. 먼저 문제가 없기를 원하지만, 문제가 생겼다면 '최소한의 비용과 시간'으로 해결되는 것이다. 그러나 비용과 시간 문제는 무조건 줄여주는 것이 능사가 아니다. 절차를 개선하고 설명을 잘해 '비용과 시간'에 대한 고객의 불안을 덜어 주어야 한다. 비용과 시간 때문에 스트레스를 받는다면 특급호텔과 같은 환경과 친절도 아무 의미가 없다. 한국지엠과 쌍용이 열악한 환경을 극복하고 1, 2위에 오른 것은 이를 잘 알고 실천했기 때문이다.

=====

㈜마케팅인사이트는 지난 2001년부터 2012년까지 매년 7월 '자동차 품질 및 고객만족'에 대한 조사를 10만여 소비자들을 대상으로 실시해왔다. 조사 결과는 매년 9월 중순부터 발표되고, 11월에 5년간의 변화추세 분석을 포함한 '[한국 자동차 품질 백서](#)'로 발간하고 있다. 조사결과는 국내 주요 자동차 제조사들과 수입차 업체들, 그리고 자동차 관련 산업체들에서 활용하고 있다.

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 있다. 특히 'AutoInsight'에서는 소비자들의 제품 품질 및 서비스평가 내용을 자동차 모델별로 비교하는 'One Page Report'를 볼 수 있다.

[조사개요]

- 조사 수행 기관: 마케팅인사이트(www.mktinsight.co.kr)
- 조사 성격: 기획조사(Syndicated study)
- 모집단: 전국의 e-mail 이용하는 자동차 사용자
- 조사 시점: 2012년 7월
- 자료 수집 방법: 온라인 우편조사 (e-mail survey)
- 조사 규모: 총 응답자 95,012명

위 조사 결과는 ㈜마케팅인사이트가 2001년부터 매년 7월에 실시해온 대규모 '자동차 품질 및 고객만족 조사' 중 2012년 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