

스트레스 없는 차 1등, 한국지엠 Malibu

- Top10 모델은 현대가 4종으로 가장 많아
- 가장 많은 스트레스는 '시간과 비용' 걱정

자동차를 사용하면서 겪는 스트레스가 적은 차 1위는 한국지엠의 Malibu였으며, Top10에 든 모델은 현대차가 4종으로 가장 많았고, 한국지엠과 기아차가 각각 3종씩이었다. 소비자들 이 가장 많이 경험한 불만은 'A/S를 받으려면 시간과 비용에 대한 걱정이 앞선다'였다.

새 차를 구입한 지 1년 이내(평균 6개월 사용)인 소비자들이 겪은 '불만 경험의 수'로 측정한 품질스트레스에서 가장 스트레스가 적은 모델은 한국지엠의 Malibu(2.14건)였으며[표1], 그 뒤를 현대의 i30 GD(2.34건), 한국지엠의 Orlando(2.41건)가 따랐다. Top10에 든 모델은 현대차가 4개로 가장 많았고, 한국지엠과 기아차가 각각 3자리를 차지했다. 르노삼성과 쌍용차는 한 모델도 올리지 못했다.

[표1] 2012년 품질 '스트레스 적은 모델' Top10

순위	모델	제조사	1대당 스트레스 경험건수
1	Malibu	한국지엠	2.14
2	i30 GD	현대	2.34
3	Orlando	한국지엠	2.41
4	Accent	현대	2.44
5	Forte	기아	2.59
6	Spark	한국지엠	2.65
7	Genesis	현대	2.68
8	Tucson iX	현대	2.71
9	Sorento R	기아	2.75
10	K5	기아	2.81
전체 평균			2.99

주) 지난 1년간(조사시점 2012년 7월 기준) 구입된 승용차 중 표본수가 60사례 이상인 31개 모델이 비교 대상(2012년 출시 모델 제외)

차급별 우수모델은 현대차와 한국지엠이 모두 차지했다. 현대차는 소형(Accent), 준중형

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

(i30 GD), 준대형(5G Grandeur), 대형(Genesis)과 중소형 SUV(Tucson iX) 등 8개 차급 중 5개에서 BIS(Best In Segment)를 차지했다[표2]. 한국지엠은 경차(Spark), 중형(Malibu), 미니밴(Orlando)에서 1위를 차지했다. 기아차, 르노삼성, 쌍용차는 한 자리도 차지하지 못했다.

[표 2] 2012년 차급별 품질 '스트레스 적은 모델'

차급	모델	제조사	1대당 스트레스 경험 건수	비교 대상 모델* (알파벳 순)
경차	Spark	한국지엠	2.65	All New Morning, Ray
소형	Accent	현대	2.44	All New Pride
준중형	i30 GD	현대	2.34	Avante MD, Cruze, Forte, New SM3, Soul, Veloster
중형	Malibu	한국지엠	2.14	i40, K5, K5 Hybrid, New SM5(L43), Sonata Hybrid, YF Sonata
준대형	5G Grandeur	현대	2.89	All New SM7, K7
대형	Genesis	현대	2.68	Equus VI
중소형SUV	Tucson iX	현대	2.71	Korando C, SantaFe CM, Sorento R, Sportage R
미니밴	Orlando	한국지엠	2.41	Grand Carnival

* 비교 대상 모델은 적정 사례수(60사례) 이상인 모델만 제시(2012년 상반기 출시 모델 제외)

주) 대형 SUV는 사례수가 기준에 달한 모델이 없어 차급별 Best 모델 선정에서 제외함

품질스트레스는 20개의 불만 경험 문항으로 측정된다. 20개의 문항 중에서 소비자의 경험을률이 가장 높은 것은 'A/S를 받으려면 시간과 비용에 대한 걱정이 앞선다'로 36%가 경험한 적이 있다고 답했다[첨부 참조]. 그 다음은 '예상보다 기름값과 유지비가 많이 든다'(33%), '주말, 야간에 정비소를 이용할 수 없어 불편하다'(31%)로 이 셋을 합치면 전체 건수(2.99건)의 1/3을 차지한다. 지적률이 가장 높은 이 세 문항들은 특정 모델이나 회사만의 문제가 아니라 자동차 소비자들이 항상 갖고 사는 걱정거리라는 공통점이 있다.

품질스트레스에서 좋은 점수를 얻기 위해서는 불만경험을 최소화하는 것 못지않게 불만이 자리 잡게 만드는 환경 자체를 개선하는 것이 중요함을 알 수 있다.

=====

㈜마케팅인사이트는 지난 2001년부터 2012년까지 매년 7월 '자동차 품질 및 고객만족'에 대한 조사를 10만여 소비자들을 대상으로 실시해왔다. 조사 결과는 매년 9월 중순부터 발표되고, 11

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

월에 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

[첨부] 품질 스트레스의 구성 (4개 차원, 20개 문항)

	경험율[단위: %]
I. 불편차원	90
주말, 야간에 정비소를 이용할 수 없어 불편하다	31
조작버튼, 수납공간 등 사용에 불편한 점이 있다	20
성능/기능이 기대에 못 미친다	17
불편하지만 참고 지내는 잔 고장이 있다	17
내차는 고장이 많은 편이다	5
II. 불안차원	91
A/S를 받으면 시간과 비용에 대한 걱정이 앞선다	36
정비사나 영업사원이 하는 말을 믿기 어렵다	21
언제 문제가 생길지 항상 불안하다	15
안전벨트, 에어백 등에 믿음이 가지 않는다	10
예기치 않은 고장 때문에 크게 곤란했던 적이 있다	9
III. 손실차원	73
예상보다 기름값과 유지비가 많이 든다	33
이 차에 가격만한 가치가 있다고 보지 않는다	19
차에 들어간 돈과 시간을 생각하면 손해가 크다	9
고장 때문에 차를 쓰지 못한 날이 있다	7
예상보다 많은 돈을 수리비용으로 썼다	6
IV. 분노차원	46
전화나 인터넷을 통해 불만을 얘기하기 너무 어렵다	13
영업사원/정비사로부터 황당한 말을 들은 적이 있다	10
차의 문제점 때문에 제조회사에 항의한 적이 있다	9
이 회사/직원이 나를 무시한다는 느낌을 받은 적이 있다	8
다시는 이 회사 차를 사지 않겠다	7
전 체	299

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