

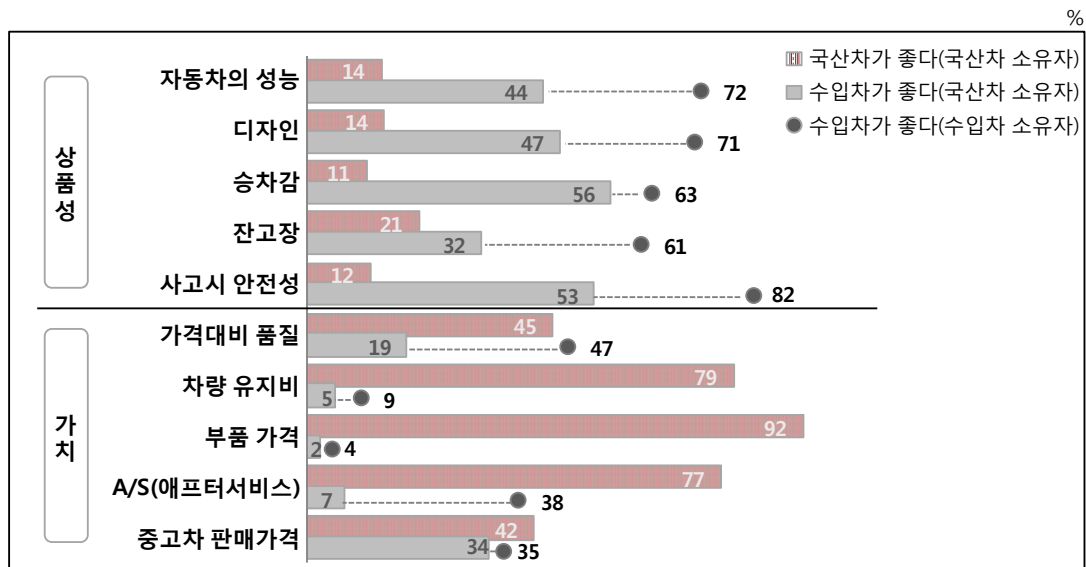
수입차, 제품은 좋는데 유지비가...

- 수입차, '차량 유지비'와 '부품 가격' 너무 비싸

소비자들의 일반적인 평가는 수입차가 상품성과 품질 측면에서 국산차보다 낫다는 것이다. 반면 '차량 유지비'와 '부품 가격'에서는 국산차가 훨씬 낫다고 보았다. 수입차를 갖고 있는 사람들은 수입차에 대해서 더 긍정적이었지만 '차량 유지비'와 '부품 가격'에 대해서는 극히 부정적이었다. 수입차의 치명적 약점이라고 할 만하다.

자동차전문 리서치회사인 마케팅인사이트(www.mktinsight.co.kr)가 2012년 자동차 기획조사에서 국산차와 수입차의 강약점이 무엇인지를 알아보았다. 6,285명의 자동차 소비자에게 자동차의 '상품성'과 '가치'에 해당하는 10가지 항목을 제시하고 각 항목에 대해 국산차와 수입차 중 어느 쪽이 더 낫다고 보는지를 물었다[그림1].

[그림1] 소비자가 생각하는 국산차와 수입차의 강약점



Base: 6,525명

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

‘상품성’ 측면에서는 수입차가 낫다는 의견이 지배적이었다. 국산차 소유자들 중에 수입차가 낫다는 응답은 대부분 항목에서 50% 내외로 높았지만 국산차가 낫다는 반응은 10% 초반에 불과했다. 이런 평가는 수입차 소유자 사이에서 더욱 높았다. ‘승차감’을 제외한 4개 문항에서 수입차가 낫다는 반응이 20%p 이상 높아졌다. 수입차를 타면서 더 긍정적으로 변했음을 알 수 있다.

반면 자동차의 가치와 비용 측면에서는 국산차가 낫다는 반응이 월등했다. 특히 ‘차량 유지비’·‘부품 가격’·‘A/S’에 대해서는 수입차가 낫다는 비율이 채 10%도 되지 않았다. 차량 유지비와 부품 가격에 대해서는 수입차 사용경험도 좋은 영향을 주지 못했다. 현재로서는 심각한 약점이라 할 수 있다. 위안거리가 있다면 ‘가격대비 품질’과 ‘A/S’에 대한 평가가 수입차 사용 후 큰 폭으로(30%p 내외) 향상되었다는 점이다.

수입차를 사용해 본 사람들의 수입차에 대한 평가는 일반적으로 더 좋았다. 그러나 ‘차량 유지비’, ‘부품 가격’ 등에 대해서는 수입차를 써 본 사람의 평가도 크게 낮았다. 수입차의 성장세를 이어가는 데 있어 가장 큰 걸림돌이라 할 수 있다.

=====

(주)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 (주)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.

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

[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