

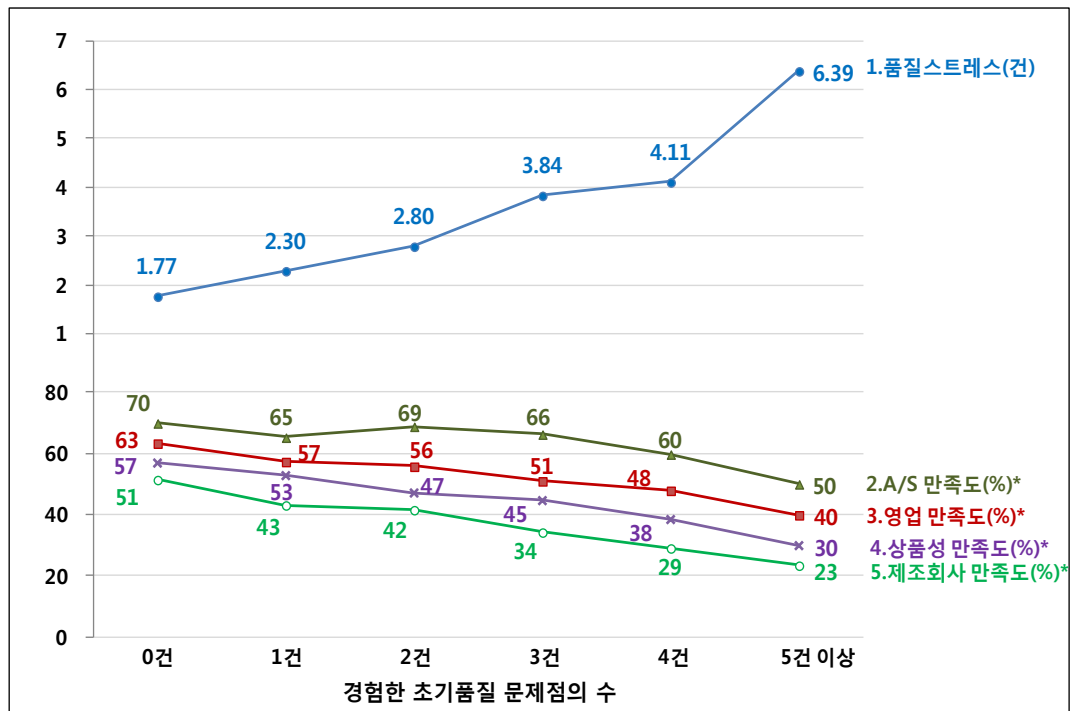
초기품질 문제점 5개면 스트레스 대폭발

- 품질 문제 있으면 만족 ↓, 스트레스 ↑
- 회사의 이미지도 나빠져

새 차를 구입하고 운행 초기에 경험한 차의 문제점·고장·결함·하자 등이 많을수록 스트레스는 증가하고 만족도는 낮아지는 것으로 나타났다. 회사에 대한 이미지도 나빠졌다. 경험한 초기품질 문제점 수가 5건 이상이 되면 품질 스트레스는 3배 이상이 되고, 회사에 대한 만족률은 1/2 이하로 낮아졌다. 자동차 회사들이 초기품질 문제점을 줄이려고 전력을 다하는 데는 그만한 이유가 있었다.

경험한 초기품질 문제점 수와 각종 만족도, 회사에 대한 이미지 간에 어떠한 관계가 있는지 알아보기 위해 자동차전문 리서치회사 마케팅인사이트(www.mktinsight.co.kr)의 2012년 자동차 기획조사결과의 초기품질 문제점 수, 품질스트레스, A/S 만족도, 영업 만족도, 상품성 만족도, 제조회사 만족도를 [그림1]과 같이 정리했다.

[그림1] 초기품질 문제점의 수에 따른 만족도 변화



For more Information

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

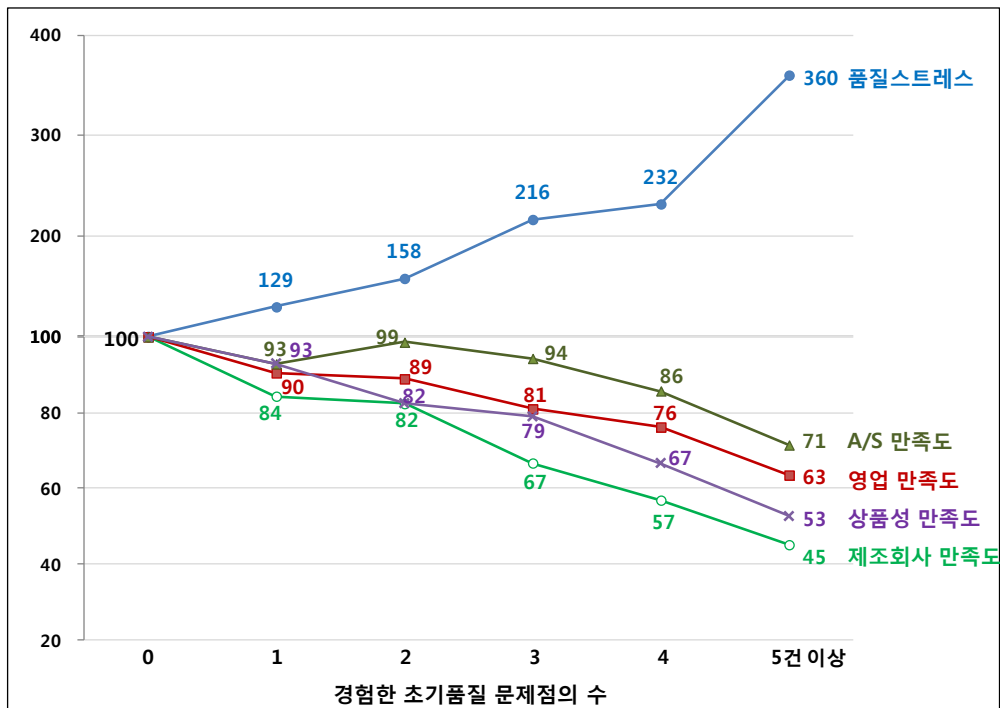
서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr

1. 품질스트레스: 차를 사용하면서 느낀 불만 경험의 수를 측정(수치가 클수록 부정적)
 2. A/S 만족도: 직영/지정/협력 정비업체 이용 경험자의 A/S에 대한 평가(10점 척도)
 3. 영업 만족도: 새 차를 구입한 소비자들이 영업소, 영업사원, 인도과정에 대해 평가(10점 척도)
 4. 상품성 만족도: 디자인, 성능, 기능 등 상품이 얼마나 매력적인가를 측정(10점 척도)
 5. 제조회사 만족도: 영업, 서비스, 품질 등 모든 것을 고려했을 때 제조 회사에 대한 만족 정도
- * 10점 척도에서 8~10점을 준 소비자의 비율

제일 위의 품질스트레스는 불만족 경험의 수이므로 수치가 작을수록 좋은 것이고, 아래 4개 만족도는 만족한 사람의 비율이므로 수치가 클수록 좋은 것이다. [그림1]은 경험한 초기품질 문제점 수가 증가할 때마다 고객의 불만족 경험은 증가하고 만족도는 떨어짐을 보여준다. 초기품질 문제점이 영업, A/S, 제품, 회사이미지 등 모든 것에 악영향을 주게 됨을 알 수 있다.

이 5개 만족 지표 중 어느 것이 더 초기 품질 경험 문제점의 영향을 크게 받는지 알아보기 쉽게 경험문제점 수가 0일 때의 점수를 100으로 삼고 다른 모든 점수를 환산하여 [그림2]로 정리했다. 이 그림은 경험문제점 수에 가장 큰 영향을 받는 것은 품질 스트레스라는 것을 보여준다. 경험 문제점이 5개일 때의 스트레스는 0개일 때에 비해 3.6배(1.77건→6.39건)로 가장 크게 증가했다. 제조회사에 대한 만족도는 45%(51%→23%) 수준으로 떨어져 기업이미지에도 역시 심각한 타격이 있다. 나아가 제품의 상품성에 대한 만족도는 53%(57%→30%), 영업만족도는 63%(63%→40%), A/S만족도는 71%(70%→50%) 수준으로 낮아졌다.

[그림2] 초기품질 문제점의 수에 따른 만족도 변화(경험문제점 건수 0 기준으로 환산)



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

초기품질 문제점이 자동차 제조업체의 모든 활동에 부정적인 영향을 주는 것은 분명하다. 불편, 불안, 손해, 분노와 같은 스트레스가 급증하고, 회사가 제공하는 제품과 서비스에 대해 만족하지 못하게 한다. 특히나 회사 이미지를 묻는 문항('모든 것을 종합적으로 고려할 때 그 회사 전반에 대해 어느 정도 만족하는가')에 대해 4명 중 1명 이하만이 긍정적으로 답하게 한다는 것은 충격적이다. 초기품질 문제점 몇 개가 자동차 제조회사의 모든 노력을 무효화하는 것에 그치지 않고 소비자의 불만을 야기하고 부정적 태도를 갖게 만드는 것이다. 세계 일류 자동차 회사들이 초기품질에 목을 매는 이유가 여기에 있다.

지난 11년 간 마케팅인사이트의 초기품질 평가를 보면 초기품질 문제점 수의 국산차 평균은 단 한 번도 수입차의 평균보다 적었던 적이 없었다. 오히려 대부분의 경우 국산차 1위가 수입차 전체 평균보다도 문제점이 많았다. 국산차 초기품질의 향상을 가로막는 가장 큰 장벽은 신차의 출시 전 품질 관리가 미흡한 데 있다([자동차 리포트 12-39호 현대·기아차 '초기품질' 문제 없나?](#), [자동차 리포트 12-40호 국산차 품질, 이대로는 수입차 못 따라간다](#)). 외국에서 품질이 검증되고 안정화된 후에 들어 온 수입차와 서둘러 출시된 국산 신차와의 경쟁에서 누가 앞설 것인가는 이미 정해져 있다. 수입차의 폭발적인 성장 이면에는 국산차의 부실한 신차 초기품질 관리가 있음을 부인할 수 없다.

=====

(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