

수입차 경쟁력 막강, 유일한 약점은 A/S

- 고객만족도, 수입차 평균이 국산차 1위 보다 높아
- A/S는 수입차 평균이 국산차 최하위와 비슷

수입차의 급성장이 계속되고 있다. 지난 8월 수입승용차의 등록대수는 시장개방 27년 만에 100만대를 넘어섰으며, 금년도 판매량은 20만대를 돌파할 것으로 추정되고 있다. 수입차의 강세가 이어지고 있는 이유는 자동차의 품질과 서비스 측면에서 수입차가 국산차 보다 한 수 위라고 소비자들이 평가하고 있기 때문이다. 지난 1년 사이에 수입차의 경쟁력은 더 커진 것으로 보이며, 유일한 약점이 있다면 A/S 하나다. 수입차 A/S의 평균점수는 국산차 최하위 수준이며, 유럽차는 이 보다도 낮다.

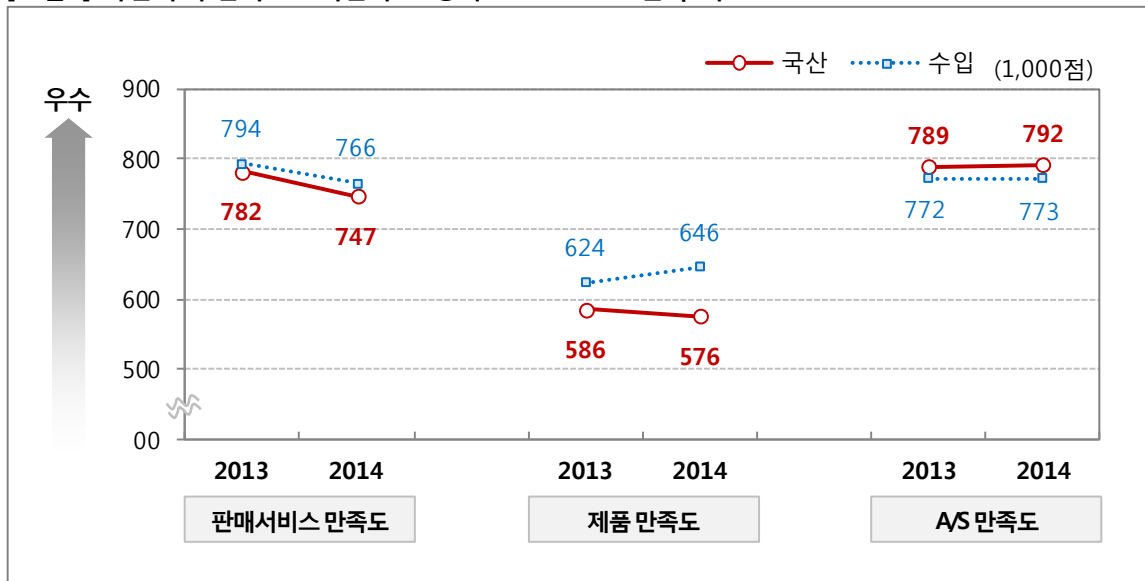
자동차전문 리서치회사인 마케팅인사이트는 2002년부터 매년 7월에 '자동차의 고객만족과 체험 품질'에 대한 대규모 기획조사(2014년 표본규모 101,821명)를 실시해 왔다. 이 조사에는 제품과 서비스를 이용하면서 받은 느낌을 주관적으로 평가하는 '고객만족 영역'과 소비자들이 체험한 제품과 서비스 상의 문제점 수를 세는 '체험품질 영역'으로 구성되어 있다.

2개 영역 6개 부문에서 국산차와 수입차가 얻은 고객만족도의 2013년과 2014년의 점수가 [그림1]로, 체험품질 영역 점수가 [그림2]로 제시되어 있고, [표1]에는 각 부문별로 1위를 한 브랜드와 점수가 제시되었다.

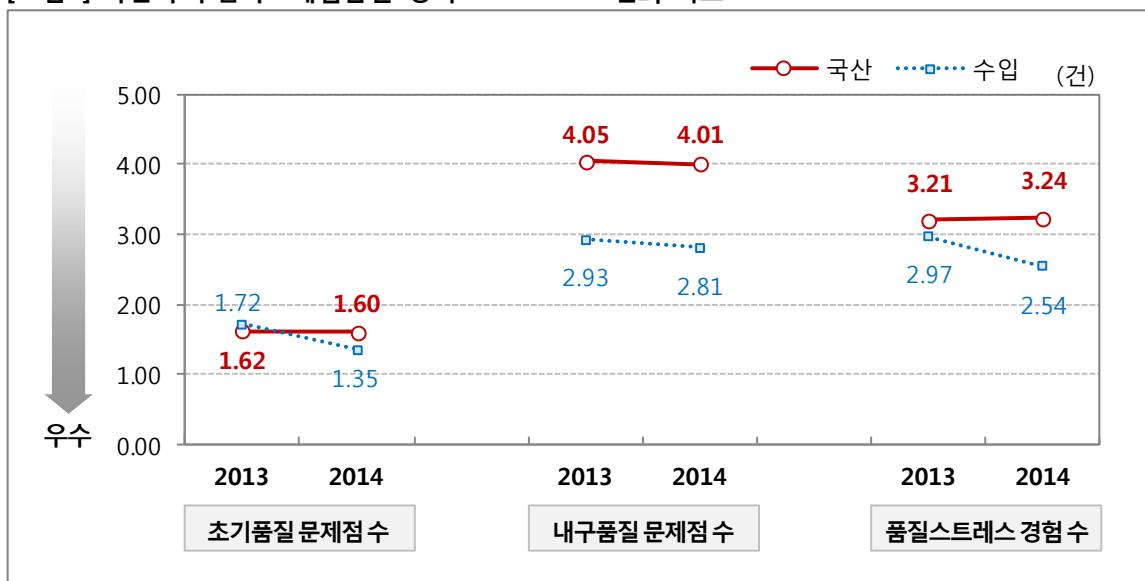
For more Information

문의: 김영호 전문위원 Tel. 02) 6004-7646 Mobile. 010-4366-0080 Fax 02) 543-5984 e-mail: kimyh@mktinsight.co.kr
서울시 강남구 논현로 650-1 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.invight.co.kr

[그림1] 국산차-수입차 “고객만족도”영역 2013-2014 변화 비교



[그림2] 국산차-수입차 “체험품질”영역 2013-2014 변화 비교



For more Information

문의: 김영호 전문위원 Tel. 02) 6004-7646 Mobile. 010-4366-0080 Fax 02) 543-5984 e-mail: kimyh@mktinsight.co.kr
 서울시 강남구 논현로 650-1 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.invight.co.kr

[표1] 2014년 마케팅인사이트 자동차 품질 및 고객만족 조사 1위 브랜드

		2014 품질 및 고객 만족 조사 1위*			
		국산차 1위		전체 1위	
고객만족도 영역 ¹ (1,000점)	판매서비스 만족도 ³	르노삼성	765	Benz	812
	제품 만족도 ⁴	르노삼성	593	Audi	669
	A/S 만족도 ⁵	한국지엠 르노삼성	816	Honda	831
체험품질 영역 ² (건)	초기품질 문제점 수 ⁶	현대	1.41	BMW	1.01
	내구품질 문제점 수 ⁷	현대	3.63	BMW	2.85
	품질스트레스 경험 수 ⁸	한국지엠	2.81	Benz	1.73

* 비교대상 브랜드는 각 부문별 60사례 이상 경우로

국산 5개 브랜드와 수입차 4개 브랜드(BMW, Mercedes-Benz, Volkswagen, Audi) 만이 전 부문에 해당됨
(단, 내구품질은 Audi 제외)

1. 소비자의 주관적 평가를 합산해 1,000점 만점으로 만든 것으로 수치가 클 수록 좋은 것임
2. 체험한 문제점이나 불만을 센 것으로 수치가 작을 수록 좋은 것임
3. 1년 이내 새차 구입자(평균 6개월 사용) 7,383명이 평가, 평가 대상 브랜드는 9개임
4. 1년 이내 새차 구입자(평균 6개월 사용) 7,618명이 평가, 평가 대상 브랜드는 9개임
5. 1년 이내 A/S 경험자 42,618명이 평가, 평가 대상 브랜드는 18개로 기본 9개 외 Ford, Honda, Infiniti, Lexus, Mini, Nissan, Peugeot, Toyota, Volvo 포함
6. 6개월내 새차구입자 3,899명이 평가, 평가대상 브랜드는 9개임
7. 새차 구입 후 3년 경과자(2011년 구입) 6,153명이 평가, 평가 대상 브랜드는 8개로 Audi 제외됨
8. 1년 이내 새차 구입자(평균 6개월 사용) 7,383명이 평가, 평가 대상 브랜드는 9개임

1. 고객만족도 영역

고객의 만족도 평가는 크게 세 부문으로 구성되어 있다. 구입과정과 구입 후 고객관리에 대한 만족도를 다루는 '판매서비스 만족도', 구입한 제품의 기능·성능·디자인 등이 얼마나 마음에 드는지를 평가하는 '제품 만족도', 차의 점검과 정비 등 애프터서비스가 어느 정도 만족스러웠는지를 따지는 'A/S 만족도'가 있다.

판매서비스와 제품 만족도는 구입 후 1년 이내(2013년 7월 이후 구입), A/S 만족도는 지난 1년 간 A/S를 받은 적이 있는 모든 소비자가 대상이 된다. 이 3개 부문은 모두 1,000점 만점이며, 수치가 클수록 좋은 것이다.

-판매서비스 만족도(응답자 수 7,383명): 소비자들이 자동차 구입 전후에 경험한 판매서비스에 대한 평가는 국산차 747점(1,000점 만점), 수입차 766점으로 수입차가 다소 앞섰다. 이 점수는 작년과 비교해 30점 정도 낮아졌는데, 그 이유는 구성 문항 중 '판매 후 고객관리' 부분을 크게 강화했기 때문이다. 국산차와 수입차간의 차이는 작년 12점 차이에서 금년 19점 차이로 확대되었는데 주된 이유는 판매 후 고객관리 때문인 것으로 보인다.

For more Information

문의: 김영호 전문위원 Tel. 02) 6004-7646 Mobile. 010-4366-0080 Fax 02) 543-5984 e-mail: kimyh@mktinsight.co.kr서울시 강남구 논현로 650-1 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.invight.co.kr

국산차 중에서는 르노삼성이 765점으로 1위를 차지하며 13년 연속 1위를 지켰으며, 이는 특정회사가 본 기획조사 출범 이래 1위를 독점하고 있는 유일한 사례다. 그러나 수입차와의 격차가 워낙 커 르노삼성마저 수입차 평균(766점)에 미치지 못했다. 사례수 60이상인 수입 브랜드 4개를 포함한 9개 브랜드 비교에서는 Benz가 812점으로 2년 연속 1위를 차지 했다.

-제품 만족도(응답자 수 7,618명); 자동차 구입 후 1년 이내인 소비자들이 자동차의 기능·성능·디자인에 대해 내린 평가가 제품 만족도다.

제품 만족도는 일반적으로 고가 고급 제품이 높다. 금년에도 수입차 646점, 국산차 576점으로 수입차가 큰 차이(70점)로 앞섰다. 이는 작년도의 적지 않은 차이(38점)에서 2배 가까이 확대된 것이다.

국산차 중에서는 르노삼성이 593점으로 2년 연속 1위를 차지했고, 사례수 60이상인 수입 브랜드 4개를 포함한 9개 브랜드 비교에서는 Audi가 669점으로 1위를 차지했다. 제품 만족도는 국산차가 가장 취약한 부문이다. 국산차 1위인 르노삼성이 수입차 평균 보다 50점 이상 낮다는 것은 국산차의 제품경쟁력이 얼마나 뒤처지는지를 보여준다.

각종 품질 및 고객만족 지표 중 자동차의 판매와 가장 관련이 큰 것이 제품 만족도다. 소비자들이 수입차로 몰려가는 가장 큰 이유중의 하나가 높은 제품 만족도 때문임을 짐작할 수 있다.

-A/S 만족도(응답자 수 42,618명); 지난 1년간 각 사의 정비·점검서비스를 이용한 적이 있는 소비자들이 평가한 A/S 만족도(1,000점 만점)는 국산차 792점, 수입차 773점으로 국산차가 수입차를 앞섰다

국산차를 20점 이상 앞서던 수입차는 2012년 처음으로 국산차에 역전 당했으며(9점 차이) 매년 그 차이는 더 커지고 있다(19점 차이). 이 역전은 국산차의 향상과 수입차의 퇴보가 동시에 작용한 결과지만, 그 대부분은 수입차의 서비스가 더 나빠졌기 때문이다.

앞서 판매서비스와 제품 만족도 측면에서 수입차의 평균이 국산차 1위 보다 우위에 있었다. A/S에서는 이와 정 반대로 수입차 평균이 국산차 최하위와 같은 수준(1점 차이)임을 보여주고 있다. 이미 유럽차들의 평균은 국산 최하위만 못하고, 내년에는 최상위권에 있는 일본차를 합쳐도 그 밑으로 내려갈 가능성이 다분하다.

국산차 중에서는 한국지엠과 르노삼성이 816점으로 공동 1위에 올랐는데, 한국지엠으로서는 3년 연속 1위를 달성한 것이며, 르노삼성은 3년 만에 공동 1위로 컴백한 것이다. 사례수 60이상인 수입차 13개 브랜드를 포함한 18개 브랜드의 통합비교에서는 Honda가 831점으로 2년 연속 1위를 차지했다.

오래 전부터 수입차의 최대 약점은 A/S라는 의견이 지배적이었지만, 2011년까지 수입차는 국산차에 앞서 있었다. 2012년부터 수입차 A/S에 대한 소비자 평가는 하락을 거듭해, 가장 큰

For more Information

문의: 김영호 전문위원 Tel. 02) 6004-7646 Mobile. 010-4366-0080 Fax 02) 543-5984 e-mail: kimyh@mktinsight.co.kr
서울시 강남구 논현로 650-1 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.invight.co.kr

약점으로 확실히 자리잡았다. A/S는 수입차를 고려하다 구입하지 않는 가장 큰 이유 중의 하나다. 수입차의 질주에 제동이 걸린다면 가장 유력한 걸림돌은 단연 A/S다.

2. 체험품질 영역

자동차의 체험품질은 제품에 대한 것과 제품과 서비스 전반에 관한 것으로 나뉜다[그림2].

제품품질은 자동차를 사용하면서 몇 건의 고장·결함·문제점을 경험했는지 그 수를 세는 것이며, 결과는 차량 1대당 평균 몇 '건'으로 제시된다. 따라서 그 수치가 작을수록 좋은 것이며 평균 사용기간 3개월인 차의 문제점 수를 초기품질(2014년 1월 이후 구입), 평균 3년 사용한 차의 문제점 수를 내구품질(2011년도 구입)로 사용한다. 제품과 서비스 전반에 대한 체험품질은 차를 사용하면서 겪은 스트레스 경험(불편, 불안, 손실, 분노)의 수를 세는 것으로 품질스트레스라 한다.

-초기품질 (응답자 수: 3,899명); 2014년 조사의 초기품질 문제점 수, 즉 소비자들이 경험한 고장·결함·문제점 등의 평균은 국산차 1.60건, 수입차 1.35건이었다[그림2]. 국산차는 작년과 거의 비슷한 문제점 수를 보인 반면, 수입차는 0.37건 감소로 대폭 향상했다.

작년 국산차는 2002년 초기품질의 측정을 시작한 이래 사상 처음으로 수입차 보다 적은 문제점 수를 기록했으나, 금년에는 다시 수입차에게 역전 당했다. 작년도의 역전은 수입차의 작년도 점수가 특별히 좋지 않아 발생한 일시적인 현상으로 보인다.

브랜드별 비교에서는 BMW가 1.01건으로 작년(1.22건)에 이어 2년 연속 1위를 차지했으며, 국산차 중에서는 현대가 1.41건으로 3년 연속 1위에 올라 독주할 태세를 보이고 있다.

-내구품질 (응답자 수: 6,153명); 새 차 구입 후 평균 3년이 경과한 차의 내구품질 문제점 수의 평균은 국산차 4.01건, 수입차 2.81건으로 수입차가 크게 앞섰다. 지난 5년간(2009년 이후) 수입차의 평균 내구품질 문제점 수는 국산차 평균은 물론 국산차 1위 보다 훨씬 적었으며, 금년에도 그 우세가 이어졌다.

국산차 5개 브랜드와 사례수 60이상인 수입 브랜드 3개를 포함한 비교에서는 BMW가 2.85건으로 2년 연속 1위를 차지했으며, 국산차 중에서는 현대가 3.63건으로 2년 연속 1위를 차지했다. 여기에서의 문제는 수입차 평균이 2.81건인데 BMW가 2.85건으로 1위라는 모순된 성적이다. 그 이유는 브랜드별 사례수가 60사례에 미치지 못해 등수 매김에 제외된 일본차(Lexus, Toyota, Honda등)의 평균이 1.98건으로 크게 우수했기 때문이다.

일본차 품질의 우수성은 세계적으로 명성 높고, 한국에서도 예외가 아니다. 그러나 비교 분석할 만큼 판매량이 많지 않아 공식적인 비교에서는 누락되는 경우가 많다. 일본차가 좀 더 많이 팔리게 된다면 새로운 품질 경쟁이 시작되고, 소비자들은 보다 고품질의 제품과 서비스를 누릴 수 있게 될 것이다.

For more Information

문의: 김영호 전문위원 Tel. 02) 6004-7646 Mobile. 010-4366-0080 Fax 02) 543-5984 e-mail: kimyh@mktinsight.co.kr
서울시 강남구 논현로 650-1 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.invight.co.kr

현대는 2년 연속 초기품질과 내구품질 부문에서 국산차 1위에 올랐다.

-품질스트레스(응답자 수 7,383명); 품질스트레스는 구입 1년 이내인 소비자들이 체험한 스트레스경험 건 수를 말한다. 제품 품질을 체험한 고장·결함·문제점의 수로 측정하듯이, 품질스트레스는 체험한 불만경험의 수를 측정한 고객만족도라 할 수 있다. 이 역시 수치가 작은 것일 수록 스트레스가 적고 만족도가 높은 것이라 할 수 있다.

품질문제 때문에 경험한 스트레스의 건수는 국산차 3.24건, 수입차 2.54건으로 국산차의 스트레스가 훨씬 더(0.70건) 많았다. 작년의 0.24건 차이에서 더 큰 격차로 벌어졌는데 이는 수입차에 많은 향상이 있었기 때문이다.

국산차 중에서는 한국지엠이 2.81건으로 3년 연속 품질스트레스가 가장 적은 브랜드 자리에 올랐고, 수입차 4개 브랜드를 포함한 비교에서는 Benz가 1.73건으로 가장 우수했다.

품질스트레스 역시 수입차가 국산차를 크게 앞서는 부문으로 국산차 1위가 수입차 평균에 미치지 못하고 있다. 국산차의 분발이 요구된다.

3. 결 론

2014년도 자동차 품질 및 고객만족도 조사에서 나타난 주요 결과를 먼저 요약하면 '2013년 주춤하는 듯 보였던 수입차의 경쟁력이 되살아나고 있다'는 것이다. A/S에서의 부진은 더 커지고 있지만, 작년에 있었던 초기품질에서의 역전은 일부 수입 브랜드의 부진에 따른 일시적 현상으로 보인다.

국산차의 품질 및 고객만족에서의 경쟁력은 매우 취약한 상태다. 여기서 다룬 6개 부문 중에서 국산차가 1위 또는 2위를 차지한 것은 하나도 없다. 판매와 A/S 같은 서비스 품질측면에서만 3위 자리에 오를 수 있었지, 제품 품질에서는 3위도 없다. 1위~3위 모두 수입차 차지다.

수입차는 A/S를 제외한 전 영역에서 수입차의 평균 점수가 국산차 1위를 앞서는 성적을 보였다. 특히 제품 품질 측면에서 보면 제품 만족도, 초기품질 문제점 수, 내구품질 문제점 수의 3개 부문 모두에서 수입차의 평균이 국산차 1위를 적지 않은 차이로 앞서고 있다.

국산차의 경쟁력을 전반적으로 올려야겠지만, 가장 시급한 과제는 제품 경쟁력을 어떻게 갖추느냐이다. 상대적으로 고가인 수입차의 제품력이 우수한 것은 당연하지만, 제품이 좋은 곳으로 소비자가 이동하는 것 역시 자연스럽다.

=====

(※)마케팅인사이드는 지난 2002년부터 2014년까지 매년 7월 '자동차 품질 및 고객만족'에 대한 조사를 10만여 소비자들을 대상으로 실시해왔습니다. 조사 결과는 매년 9월 하순부터 보도자료로 발표되고 있습니다. 조사결과는 국내 주요 자동차 제조사들과 수입차 업체들, 그리고 자동차 관련

For more Information

문의: 김영호 전문위원 Tel. 02) 6004-7646 Mobile. 010-4366-0080 Fax 02) 543-5984 e-mail: kimyh@mktinsight.co.kr
서울시 강남구 논현로 650-1 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.invight.co.kr

산업체들에서 활용하고 있습니다.

언론 발표 내용과 '한국 자동차 품질 리포트' 내용은 (주)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: 2014년 7월
- 자료 수집 방법: 온라인 우편조사 (e-mail survey)
- 조사 규모: 총 응답자 101,821명

위 조사 결과는 (주)마케팅인사이트가 2002년부터 매년 7월에 실시해온 대규모 '자동차 품질 및 고객만족 조사' 중 2014년 조사결과로부터 발췌한 것입니다. 조사 내용과 결과, 분석에 대한 모든 권한은 (주)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: 김영호 전문위원 T:02-6004-7646 e-mail: kimyh@mktinsight.co.kr

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

For more Information

문의: 김영호 전문위원 Tel. 02) 6004-7646 Mobile. 010-4366-0080 Fax 02) 543-5984 e-mail: kimyh@mktinsight.co.kr
서울시 강남구 논현로 650-1 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.invight.co.kr