

자동차 소비자의 만족도 분석 - (1)국산-수입 종합적 비교

- 수입차의 최대 강점은 제품 품질
- 브랜드에 대한 평판도 수입차 우수
- 서비스 영역은 비슷

수입차의 급성장이 계속되고 있다. 수입차의 강세가 이어지고 있는 이유는 자동차의 품질과 서비스 측면에서 수입차가 국산차 보다 한 수 위라고 소비자들이 평가하고 있기 때문이다. 이에 대한 종합적인 비교 분석은 제품 품질 측면에서는 수입차의 일방적인 우세, 서비스 측면에서는 백중, 브랜드에 대한 종합적 평가는 수입차의 우세로 나타났다.

자동차전문 리서치회사인 마케팅인사이트는 2002년부터 매년 7월에 '자동차의 고객만족과 체험 품질'에 대한 대규모 기획조사(2014년 표본규모 101,821명)를 실시해 왔다. 이 조사에는 품질 서비스 등 다양한 평가 부문이 있으나, 각 부문의 평가 대상·평가치·보유기간 등이 서로 달라 직접적으로 비교하는 것이 불가능했다. 그러나 모든 평가의 가장 뒤에는 '종합적으로 10점 만점에 몇 점을 줄 것'인지를 묻는 문항이 공통적으로 들어 있다. 여기에서는 새 차를 구입한지 1년 이내인 소비자(A/S만 이용 1년 이내)들이 각 영역에 대해 내린 평가를 종합적으로 비교한다.

2014년 조사 응답자들의 '서비스', '상품', '종합' 영역에 대한 평가 결과가 국산차, 수입차 구입자로 나뉘어 제시되어 있다[표1]. 각 영역은 2개의 부문으로 되어 있으며 [표1]에 제시된 수치는 만족률로 '10점 만점에 8점 이상을 준 소비자의 비율(%)'이다.

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] 국산·수입차 최근 구입자(2013년 7월 이후)의 고객만족부문 평가 만족률: %*

영역	부문	국산	수입	차이 (국산-수입)
서비스	판매서비스 ¹⁾	49 %	57 %	-8
	애프터서비스 ²⁾	66	64	+2
상품	제품 신뢰성 ³⁾	56	76	-20
	제품력 ⁴⁾	44	67	-23
종합	품질스트레스 ⁵⁾	57	70	-13
	브랜드 평가 ⁶⁾	38	55	-17

* 10점 만점에 8점 이상을 준 비율

1) 그 차()를 구입하는 과정에서 방문한 영업소와 만난 영업사원, 차량 인도과정, 판매 후 고객관리 등 그 회사의 전반적인 영업 활동을 종합해 볼 때, 10점 만점에 몇 점을 주시겠습니까?

2) 그 정비사업소 및 지난 1년간 경험한 그 회사()의 서비스에 대해서 10점 만점에 몇 점을 주시겠습니까?

3) 지금까지 경험한 그 차()의 고장과 문제점을 종합적으로 고려할 때 그 차의 품질에 대해 10점 만점에 몇 점을 주시겠습니까?

4) 기능, 성능, 디자인 등을 모두 종합적으로 고려할 때, 그 차()가 얼마나 마음에 드시는지 10점 만점으로 평가해 주십시오.

5) 현재까지 그 차() 때문에 받은 스트레스를 모두 종합하면 어느 정도 입니까? 10점 만점으로 평가해 주십시오.

6) 앞의 모든 것(영업/서비스/품질)을 종합해 볼 때 그 회사() 전반에 대해 어떻게 생각하시나요? 10점 만점으로 평가해 주십시오.

국산차 구입자와 수입차 구입자의 6개 부문에서의 만족률을 보면 국산은 애프터서비스에서만 근소한 차이로 앞설 뿐 5개 부문에서 뒤지고 있고, 상품 영역에서 열세가 가장 컸다. 수입차는 6개 부문 모두에서 50% 이상의 만족률을 보인 반면, 국산차는 3개 부문에서 50% 이하였고, 브랜드 평가에서는 유일한 30%대(38%)를 기록했다.

국산차의 가장 큰 약점은 상품에 있다. 새 자동차의 디자인·성능·기능에 대한 평가(제품력)에서 국산은 23%p의 최대 차이를, 제품의 신뢰성(문제점·고장 없음) 등의 측면에서 20%p의 두 번째로 큰 격차를 보였다. 이 결과는 많은 소비자들이 수입차로 갈아탄 이후 새 차의 상품성과 신뢰성에 대해 크게 만족하고 있음을 보여준다.

또한 수입차 구입자들은 개인적으로는 '불편·불안·손실·분노' 등의 스트레스가 없고(13%p 높음), '영업·서비스·품질' 등 그 회사(브랜드) 전반에 대해 만족한다(17%p 높음)고 답했다. 이는 수입차 구입자들이 수입차 회사가 제공하는 제품과 서비스에 대해 종합적으로 만족하고 있음을 보여준다.

이에 반해 국산차는 서비스 영역 중 애프터서비스에서만 다소 앞서고(2%p), 판매서비스에서는 뒤지고 있다(8%p).

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

이상을 종합해 보면 고객만족 측면에서 수입차의 우세는 확고하고, 그 핵심은 상품에 있다. 수입차의 제품 신뢰성이 월등하고 상품으로서의 매력이 탁월하다는 점이 경쟁력 우위로 이끌고 있다. 이에 더해 브랜드(회사)에 대한 만족도 역시 크게 앞서있다. 국산차가 상품과 브랜드 두 토끼를 잡는 성과를 만들어 내지 않는다면 수입차의 질주는 더 탄력을 받을 것이다.

=====

(주)마케팅인사이트는 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 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