

복합연비 10km/ℓ, 시내에서 7.7km 밖에 못가

- 국산차의 연비 만족도, 모든 만족도 지표 중 가장 낮아
- 수입차의 연비와 만족도, 국산에 크게 앞서

연비는 자동차 구입시 가장 중요한 고려요인 중 하나다. 최근 수입차의 급성장과 경유차의 폭발적인 판매 이면에는 연비가 있다. 국산차 소비자의 연비에 대한 만족도는 모든 만족도 중 가장 낮아 우려할 만한 수준이었다. 수입차와의 차이도 가장 컸다. 연비에 대한 불만의 이유는 체감하는 연비가 기대 이하일 뿐 아니라, 공인 연비에 비해 지나치게 낮기 때문이다. 이에 더해 공인 연비가 의도적으로 과장되거나 부풀려져 있다고 믿기 때문이다.

자동차전문 리서치회사 마케팅인사이트(대표 김진국)는 14차 자동차기획조사(2014년 7월 조사)에서 지난 3년간 새 차를 산 소비자(23,491명)에게 평소 운전하며 느끼는 도심과 고속도로에서의 연비(이하 '체감연비'라 함)와 이들이 알고 있는 공인 복합연비(이하 '인지 복합연비'라 함)를 물었다. 그리고 '체감연비'를 '인지 복합연비'로 나눈 값(이하 '체감비율'이라 함)을 이용해 소비자들이 갖고 있는 연비에 대한 태도를 알아 봤다.

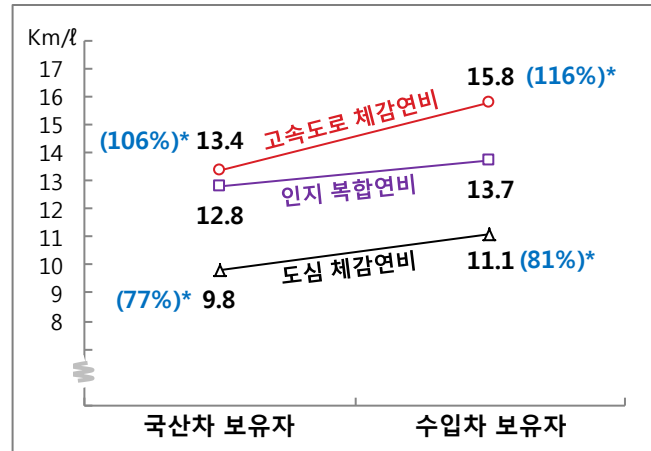
국산차 보유자들은 자기 차의 '인지 복합연비'를 평균 12.8km/ℓ로 알고 있었으며, 수입차 보유자는 13.7km/ℓ로 알고 있었다. 수입차가 7% 정도 높았다[그림1]. 국산차 보유자가 느끼는 '체감연비'는 도심 9.8km/ℓ, 고속도로 13.4km/ℓ였다. '인지 복합연비'와 비교한 '체감비율'은 도심 77%, 고속도로 106%였다. 이는 국산 자동차의 공인 복합연비가 10km라면, 운전자가 체감하는 평균 주행거리는 도심에서 7.7km, 고속도로에서 10.6km라는 의미다. 이 결과는 국산차 소비자들의 '체감연비'가 기대에 미치지 못할 뿐 아니라, '체감비율'이 자동차 제작사에서 말하는 공인 연비와 큰 괴리가 있음을 보여준다.

수입차의 '체감연비'는 도심 11.1km/ℓ, 고속도로 15.8km/ℓ로 국산차 보다 각각 13%, 18% 높았다. '체감비율' 역시 도심 81%, 고속도로 116%로 공인 복합연비 10km라면 도심 8.1km, 고속도로 11.6km로 국산차와 적지 않은 차이가 있었다.

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] 체감연비와 인지 복합연비



* 체감비율: (체감연비/인지 복합연비X100)

자기 차의 연비에 대해 종합적으로 어느 정도 만족하는지를 10점 척도로 물은 결과는 소비자의 연비에 대한 태도를 짐작할 수 있게 해준다[표1]. 국산차 소비자는 10점 만점에 8점 이상을 준 비율이 19%에 불과했으며, 이를 100점 만점으로 환산한 결과도 57점에 그쳤다. 이는 금년도 조사된 모든 지표 중 가장 낮은 점수이며(첨부: 2014년 자동차 기획조사 주요지표에서의 만족률) 지난 14년 간 자동차 기획조사에서 측정한 각종 만족도 지표 중에서도 가장 부정적인 평가다. 반면, 수입차는 과반수인 55%가 연비에 만족을 표했으며, 평균 74점으로 국산차와는 큰 차이가 있었다.

[표1] 국산·수입차의 연비 만족률과 만족도

	연비 만족률*	연비 만족도**
전체	23%	59점
국산차 보유자	19%	57점
수입차 보유자	55%	74점

* 10점 만점에 8점 이상을 준 비율

** 10점 척도를 100점으로 환산한 점수

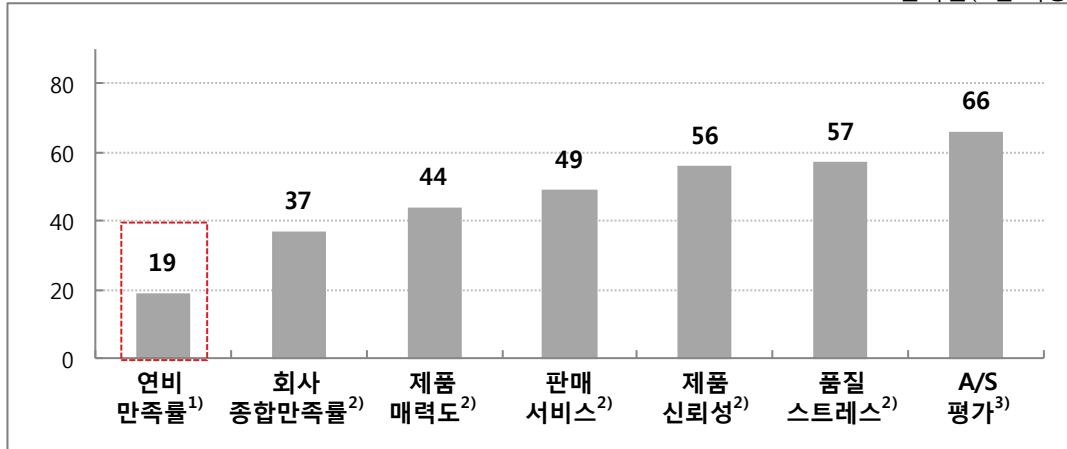
연비는 자동차의 수많은 속성 중 숫자로 표시되고, 언제든지 확인·평가·비교가 가능하며, 항상 경제적인 부담과 직결되는 유일한 요소이다. 이런 것에 생산자의 의도적 과장이나 속임수가 개입되어 있다고 판단되면 소비자의 불신과 불만은 당연한 것이 된다. 국산차를 타다가 수입차로 옮겨간 소비자들이 대만족하고, 수입차를 타다가 국산차로 옮겨간 소비자들이 많은 불만을 갖게 되는 이유(참고: 국산차 타다 수입차로 간 소비자, 대만족!)도 이와 무관하지 않을 것으로 짐작된다.

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

[첨부] 2014년 자동차 기획조사 주요지표에서의 국산차 만족률

만족률(8점 이상)



- 1) 지난 3년 새차 구입자
2) 지난 1년 새차 구입자
3) 지난 1년 A/S 경험자

=====

(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

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

위 조사 결과는 ㈜마케팅인사이트가 2002년부터 매년 7월에 실시해온 대규모 '자동차 품질 및 고객만족 조사' 중 2014년 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: 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.invigth.co.kr