

아이폰 경쟁력 진단 3. 아이폰 A/S경험률, 경험횟수 국산폰보다 적어

- 아이폰, 제품만족도 · 문제점수 · A/S 경험에서 한수 위
- 아이폰은 교환(리퍼) 중심, 국산은 수리 중심
- 외관 흠집/파손으로 인한 서비스센터 방문 가장 높아

스마트폰을 구입한지 1년 이내인 소비자 네 명 중 1명이 A/S를 경험했고, 그 중 40%는 2번 이상 A/S를 받으러 가야 했다. A/S 경험률과 2회 이상 경험률 모두 애플이 가장 적었으며, 그 다음은 LG, 삼성의 순이었다. 애플은 상품만족도와 초기품질 문제점 수에 이어 A/S 경험률에서도 국산폰을 크게 앞서는 것으로 나타났다. 국산폰의 품질 경쟁력 확보가 시급하다.

소비자평가전문 리서치기관인 컨슈머인사이트(前 마케팅인사이트, 대표 김진국)는 2005년 이래 연 2회 실시해 온 이동통신 기획조사의 제21차 조사(2015년 4월 실시, 표본규모 40,461명)를 실시했다. 최근 1년 내(2014년 4월~2015년 3월) 스마트폰을 구입한 소비자(16,469명)에게 휴대폰 구입 후 서비스센터(A/S센터)를 방문해서 수리/부품교체, 제품 교환 등의 A/S를 받은 적이 있는지 물었다. A/S 경험률이 적을수록 고장-결함 등의 품질 문제점(실수에 의한 파손 포함)이 적음을 뜻한다. 금번 조사의 스마트폰 A/S경험률의 산업 평균은 24%이다 [그림1].

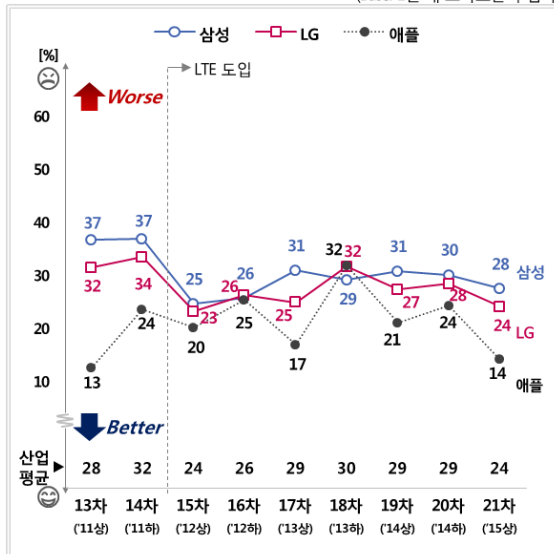
For more Information

문의: 박경희 수석부장 Tel. 02) 6004-7619, Fax 02) 543-5984 e-mail: parkkh@consumerinsight.kr

서울시 강남구 논현로 650-1 하이빌딩 4F Consumer Insight Inc. www.consumerinsight.co.kr, www.invight.co.kr

[그림 1. A/S 경험률, 2011~'15년]

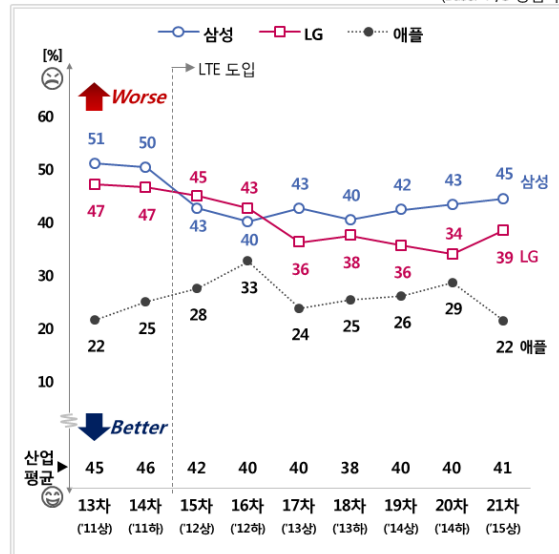
(Base: 1년 내 스마트폰 구입자)



Q 휴대폰 구입 후 서비스센터(A/S센터)를 방문해서 수리/부품교체, 제품 교환 등의 A/S를 받으신 적이 있으십니까?

[그림2. A/S 2회 이상 경험률, 2011~'15년]

(Base: A/S 경험자)



Q 휴대폰 구입 후 A/S를 몇 번 받으셨습니까?

이번 조사의 A/S 경험률은 애플이 14%로 가장 낮고, 다음은 LG 24%, 삼성 28%의 순이다. 이 결과는 11년 상반기 이후 이뤄진 대부분의 조사에서 반복된 것으로 A/S 경험이 애플이 적고 삼성이 많음을 보여준다. 결과적으로 제품품질 측면에서 애플이 국산보다 낮고, 국산 중에서는 LG가 삼성보다 나음을 알 수 있다. 애플은 상반기보다 하반기에 A/S 경험률이 높은 패턴을 보여왔는데, 이는 A/S 보증기간과 관련이 있다. 매년 하반기는 애플의 신제품 출시시기이며, 이전 제품의 A/S 보증기간 1년의 기간이 만료되는 시점이기도 하다. 따라서 이 시기에 리퍼 등을 위해 A/S 수요가 높아지기 때문이다.

A/S 경험자중 2회 이상 받은 비율은 41%였으며, 삼성이 45%로 가장 높았고 아이폰은 22%로 삼성의 1/2 이하였다[그림2]. 2회 이상 A/S 경험률 역시 애플이 가장 낮았고 LG, 삼성의 순이었다. 13년 상반기(17차) 이후 지난 5반기의 2회 이상 A/S 비율은 애플 20%대, LG 30%대, 삼성 40%대로 분명한 차이가 있었다. 이는 앞서 언급한 초기품질 문제점 수에 대한 평가와 일맥상통한다. 애플은 초기품질 문제점([아이폰 경쟁력 진단 2. 국산폰 보다 확실히 문제점 적어](#))이 적을 뿐 아니라, 발생 문제점의 해결과 내구품질에서도 단연 앞서 있는 것으로 보인다.

For more Information

문의: 박경희 수석부장 Tel. 02) 6004-7619, Fax 02) 543-5984 e-mail: parkkh@consumerinsight.kr

서울시 강남구 논현로 650-1 하이빌딩 4F Consumer Insight Inc. www.consumerinsight.co.kr; www.invight.co.kr

[표1. A/S 문제발생 - 요청과제 - 문제해결]

(단위: %)		전체	삼성	LG	애플
A/S 문제발생 이유 주1)	(사례수)	(4,014)	(2,550)	(893)	(337)
	제품에 고장/결함/문제점 있어	50	50	49	55 ↑
	사용 중 내 실수로 고장/파손 등 문제 생겨	26	26	28	28
	사용불편/사용법 몰라	19	19	17	12 ↓
(단위: 복수응답%)		전체	삼성	LG	애플
A/S 요청 과제 TOP5 주2)	(사례수)	(2,286)	(1,381)	(546)	(234)
	외관/케이스/액정 흠집, 파손	42	42	44	38
	배터리/충전 문제	18	20	12	15
	입력부(버튼부, 터치, 키패드 등) 오작동	14	13	14	19 ↑
	화면/화질 문제(화면 안나옴, 멈춤 등)	14	14	11	15
	전원 문제/오류 (전원이 켜짐/꺼짐 등)	13	14	11	12
(단위: %)		전체	삼성	LG	애플
문제해결 방법 주3)	(사례수)	(3,063)	(1,923)	(691)	(281)
	부품 교체, 수리를 받았다	63	64	72	27 ▽
	소프트웨어 업그레이드를 받았다	17	20	13	5 ▽
	휴대폰을 교환받았다 (리퍼폰 포함)	12	7	7	56 ▲

↑↓ 전체 대비 5%p 이상 차이, ▲▽ 전체 대비 10%p 이상 차이

주1) BASE: 1년 내 스마트폰 구매자 중 휴대폰 교환 및 부품 교체/수리 경험자, * 기타 응답 제외

주2) BASE: 1년 내 스마트폰 구매자 중 휴대폰 교환 및 부품 교체/수리 경험자, * 상위 5개 항목만 제시

주3) BASE: 1년 내 스마트폰 구매자 중 고장 또는 실수로 A/S 방문자, * 기타 응답 제외

A/S 이용자가 어떤 이유로 어떤 A/S를 받았는지를 15년도 상반기 결과를 중심으로 살펴보았다[표1]. 전체적으로 보면 A/S 문제 발생이유로는 '제품의 고장/결함/문제 때문'(50%)이 가장 많았고, A/S요청 과제로는 '외관/케이스/액정의 흠집-파손'(42%)이, 문제해결 방법은 '부품 교체/수리'(63%)가 많았다. 이를 3개 브랜드별로 비교하면 삼성과 LG 간에는 큰 차이가 없는 반면 애플은 이들과 적지 않은 차이가 있었다.

주요 차이점을 보면 애플은 '제품의 고장/결함/문제 때문'은 5%p 이상 많았고, '사용 불편/사용법 몰라'는 5%p 이상 적었다. 이는 제품 자체의 문제와 함께 애플 사용자의 특성이 작용한 결과다. A/S 요청 과제로 애플은 '입력부 오작동'문제가 더 많았으나 두드러진 차이는 아니다.

가장 큰 차이는 문제해결 방법에 있었다. 애플은 '휴대폰 교환'이 56%로 압도적으로 높았고(국산은 7%), '부품 교체/수리'는 27%에 그쳤다(국산은 60% 이상). 또한 '소프트웨어 업그레이드' 역시 훨씬 적었다(애플 5%, 국산 17% 이상). 이 결과는 애플과 국산폰 간에는 A/S 문제 발생과 해결방안에 큰 차이가 있음을 보여준다.

애플의 제품경쟁력은 막강하다. 제품만족도 측면에서는 갤럭시S6 엣지(아이폰 경쟁력 진단1. 막강한 애플의 제품만족도, 갤럭시 엣지에 한방 먹어)에, 초기품질 문제점 수에서는 갤럭시 그랜드 맥스(아이폰 경쟁력 진단2. 국산폰 보다 확실히 문제점 적어)등 특정 모델에 뒤지기는 했지만 브랜드 전체를 보면 애플의 우위는 확

For more Information

문의: 박경희 수석부장 Tel. 02) 6004-7619, Fax 02) 543-5984 e-mail: parkkh@consumerinsight.kr

서울시 강남구 논현로 650-1 하이빌딩 4F Consumer Insight Inc. www.consumerinsight.co.kr, www.invight.co.kr

고하다. 이에 더해 A/S 경험을, 2회 이상 경험률에서도 애플의 우세는 분명하다. 애플 소비자들이 더 젊고, 사용 행동과 기대도 한층 충족시키기 어렵다는 점을 고려하면 조사결과 나타난 애플의 우세는 과소평가된 것이라 보아야 한다. 국산폰은 전세계 프리미엄폰 시장을 장악하고 있는 애플과 어떻게 싸울지에 대해 전면적 재검토를 해야 한다. 품질에서의 심각한 열세를 숨겨가며 싸워 이길 방법은 없어 보인다.

=====

컨슈머인사이트는 2005년 상반기 이후 10년간 연2회 대규모 기획조사를 실시해 왔습니다. 이 조사결과는 지난 10년 간 공개되기 보다는 사내 참고자료로 주로 활용되어 왔으나, 앞으로 본격적으로 조사결과를 공유해 갈 계획입니다. 위 결과는 '15년 상반기(21차), 이동통신 기획조사'로 부터 발췌한 것입니다.

응답대상자

전국 14세~64세 휴대폰 사용자

표본프레임

컨슈머인사이트 IBP
(Invitation Based Panel)

표본추출방법

성별/연령 고려 할당 추출

자료수집방법

이메일 조사

표본 수

회당 4만명 이상(16차부터)
* 15차까지 회당 8만명 이상

주요 정보

이동통신 이해 및 시장 Trend 파악
이동통신 서비스 및 단말기 품질경쟁력 파악

조사 주기

년 2회 (Bi-annual) 수행
상반기 3~4월, 하반기 : 9~10월 자료수집

[누적 표본구성 현황] 총 1,658,680명

차수	사례수	차수	사례수
21차	40,461	10차	85,935
20차	41,874	9차	74,893
19차	41,390	8차	76,469
18차	42,195	7차	92,210
17차	44,168	6차	100,615
16차	73,365	5차	100,752
15차	88,967	4차	100,901
14차	81,344	3차	100,000
13차	85,605	2차	110,455
12차	87,426	1차	100,779
11차	88,876		

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

문의: 박경희 수석부장 Tel. 02) 6004-7619, Fax 02) 543-5984

e-mail: parkkh@consumerinsight.kr, homepage: www.consumerinsight.co.kr

For more Information

문의: 박경희 수석부장 Tel. 02) 6004-7619, Fax 02) 543-5984 e-mail: parkkh@consumerinsight.kr

서울시 강남구 논현로 650-1 하이빌딩 4F Consumer Insight Inc. www.consumerinsight.co.kr, www.invight.co.kr