

제 7차 자동차 기획조사 결과 공표계획

- 2001년 시작된 마케팅인사이트의 연례 자동차 기획조사의 제 7차 조사결과를 알려드리게 된 것을 기쁘게 생각합니다.
- 제 7차 조사결과의 공표는 각 자동차 제조사의 경쟁력을 평가하는 SCC(Six Core Competence)분석으로부터 시작해 각종 제품 및 서비스 품질 지표를 다루게 될 것입니다.
- 그리고 지난 5년 간의 주요 결과는 책으로 꾸며져 “Auto Trends 2003-2007”이라는 이름으로 출판될 계획입니다.
- 많은 관심 부탁드립니다, 문의사항에 대해서는 최대한 신속하고 성실하게 답해드리겠습니다.

담당 연구원 민윤석 e-mail minys@mktinsight.co.kr

Tel. 02-6004-7645

Automotive Consumer Trends 2007

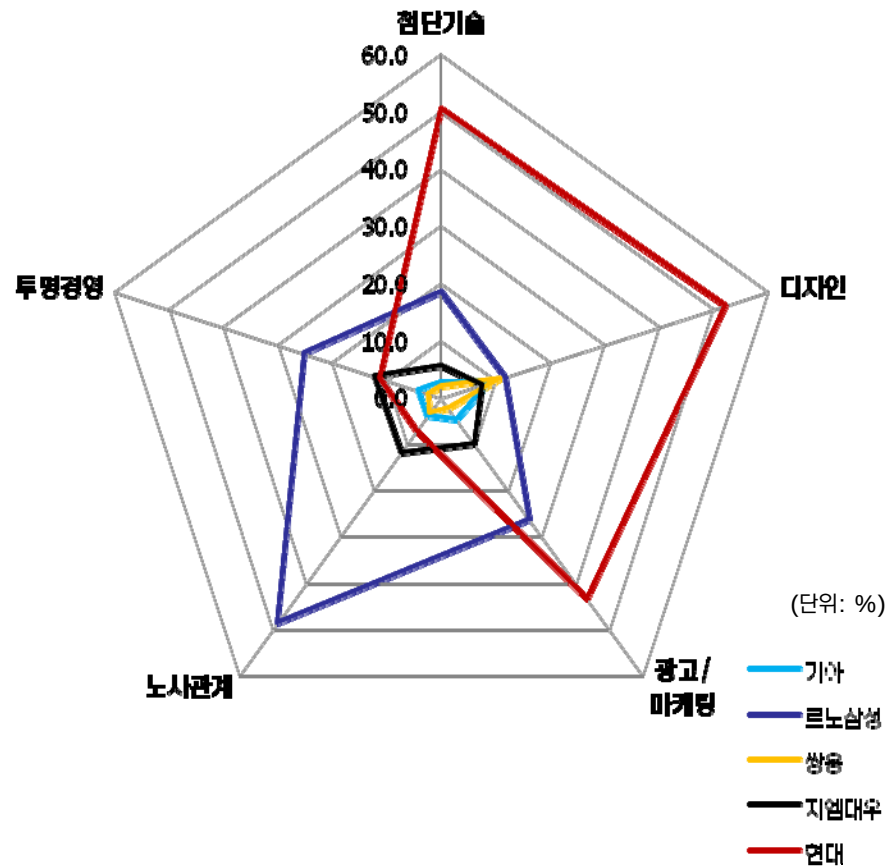
SCC 분석- 1. Image: 국내 자동차 제조사 이미지

- 현대차와 르노삼성차, 상대적으로 긍정적인 기업이미지 형성
 - 현대차, 제품 측면과 마케팅 측면에서 절대 우위
 - 르노삼성차, 노사관계, 경영투명성 등 내부의 경영관리 측면에서 우수
- 현대차, 경영관리 측면에서 취약점 노출
 - 최근 2년간(2006~2007) 노사관계 및 투명경영 측면에서 약세, GM대우에게 2위 자리 빼앗겨
 - GM대우는 2006년 근로자 복직 허용 이후로 경영관리 측면의 이미지 약진
- 기아차와 쌍용차, 지난 5년간 5개 이미지 모든 부분에서 전반적으로 취약

1. 본 Automotive Consumer Trends는 ㈜마케팅인사이트의 제 7차(2007년)자동차 기획 조사(표본집단: 105,149명) 결과로 부터 나온 것입니다. 마케팅인사이트는 2001년부터 년 1회 자동차 소비자에 대한 대규모 조사를 실시해왔으며, 이 조사는 2007년 7월 E-mail Survey방식으로 수행되었습니다.
2. Automotive Consumer Trends는 2007년 9월 17일부터 매주 2회(월/수) 발행될 예정이며, 자세한 일정은 뒷부분에 첨부된 일정을 확인해주시기 바랍니다. ACT의 첫번째 부분인 SCC분석(Six Core Competence Analysis)은 각사의 경쟁력을 여섯 개의 주요 역량 요인별로 평가한 결과로써, SCC분석에 따라 우량 기업은 최소 1~2개 부분에서 탁월해야 하며, 어떤 부분에서도 약점이 발견되지 않아야 합니다.

■ 제조사별 이미지 (2007년 7차 기획조사 대상자)

[Table 1. 제조사별 이미지 (2007년 7차 기획조사 대상자)]



(단위: %)

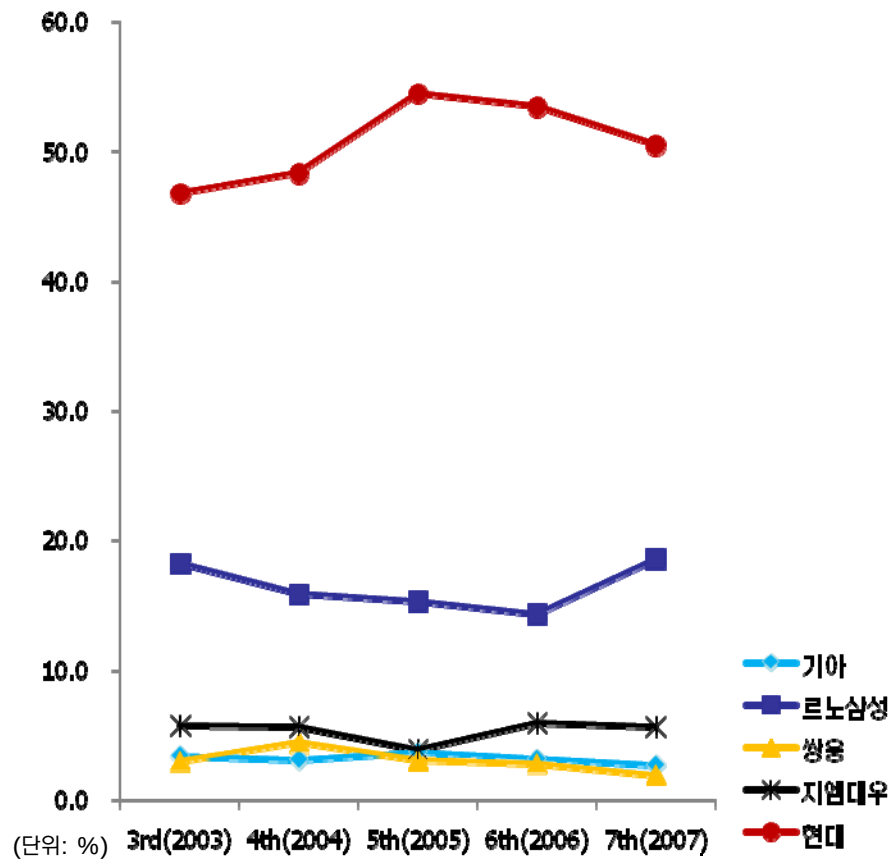
	기아	르노삼성	쌍용	지엠대우	현대	모름	전체
첨단기술을 보유한 기업	2.7	18.6	1.9	5.6	50.5	20.7	100
디자인 및 스타일이 좋은 차를 만드는 기업	9.0	11.7	10.8	7.5	52.1	8.8	100
광고/마케팅을 잘하는 기업	4.6	26.3	2.1	9.9	43.4	13.7	100
노사관계가 안정된 기업	3.9	48.7	3.3	11.9	7.2	25.0	100
경영이 투명한 기업	4.1	25.2	2.3	12.3	11.2	45.0	100
(사례수)	(4,280)						

■ 제조사별 이미지 – 첨단기술 보유 기업

[Table 2. 제조사별 이미지 – 첨단기술 보유 기업]

(단위: %)

Q. 다음 중 첨단기술을 보유한 제조사는 어느 기업이라고 생각하십니까?



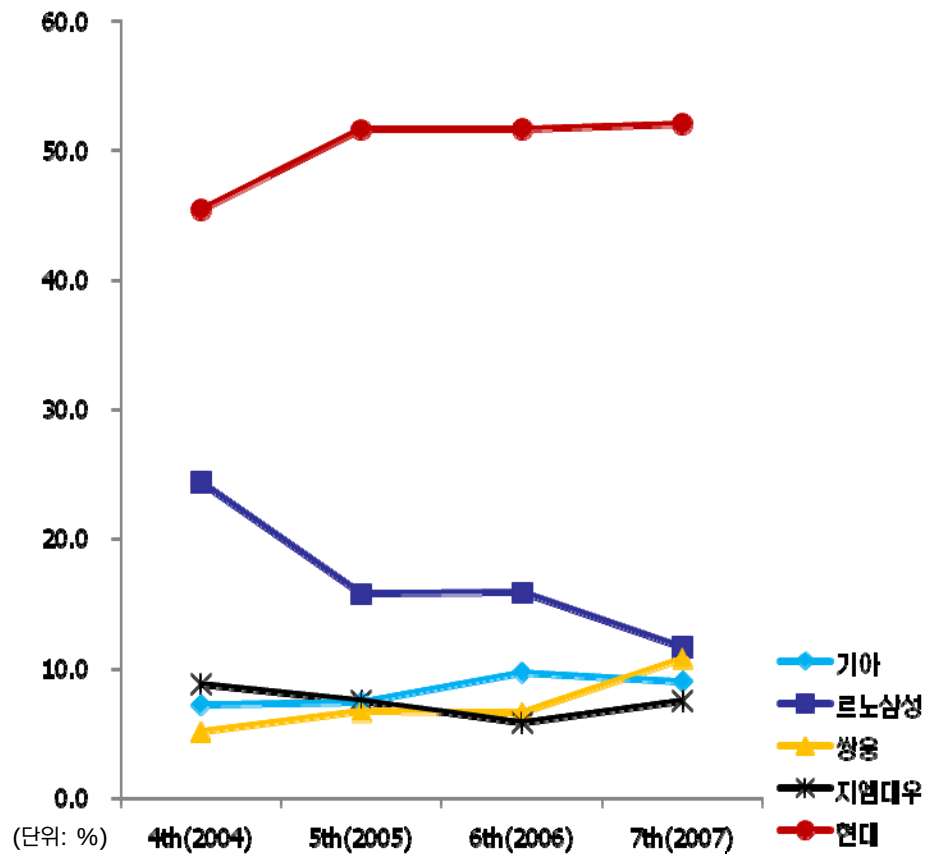
	3차 조사 (2003)	4차 조사 (2004)	5차 조사 (2005)	6차 조사 (2006)	7차 조사 (2007)
기아	3.4	3.1	3.6	3.1	2.7
르노삼성	18.2	15.9	15.3	14.3	18.6
쌍용	3.0	4.4	3.1	2.8	1.9
지엠대우	5.7	5.7	3.9	5.9	5.6
현대	46.8	48.3	54.5	53.5	50.5
모름	22.9	22.6	19.6	20.3	20.7
전체	100	100	100	100	100
(사례수)	(3,984)	(7,210)	(7,255)	(7,376)	(4,208)

50.7% (mean)

■ 제조사별 이미지 – 디자인이 우수한 기업

[Table 3. 제조사별 이미지 – 디자인이 우수한 기업]

Q. 다음 중 디자인 및 스타일이 뛰어난 차를 만드는 제조사는 어느 기업이라고 생각하십니까?



(단위: %)

	4차 조사 (2004)	5차 조사 (2005)	6차 조사 (2006)	7차 조사 (2007)
기아	7.2	7.4	9.7	9.0
르노삼성	24.4	15.8	15.9	11.7
쌍용	5.2	6.7	6.6	10.8
지엠대우	8.8	7.6	5.8	7.5
현대	45.4	51.7	51.7	52.1
모름	8.9	10.8	10.3	8.8
전체	100	100	100	100
(사례수)	(4,208)	(7,376)	(7,255)	(7,210)

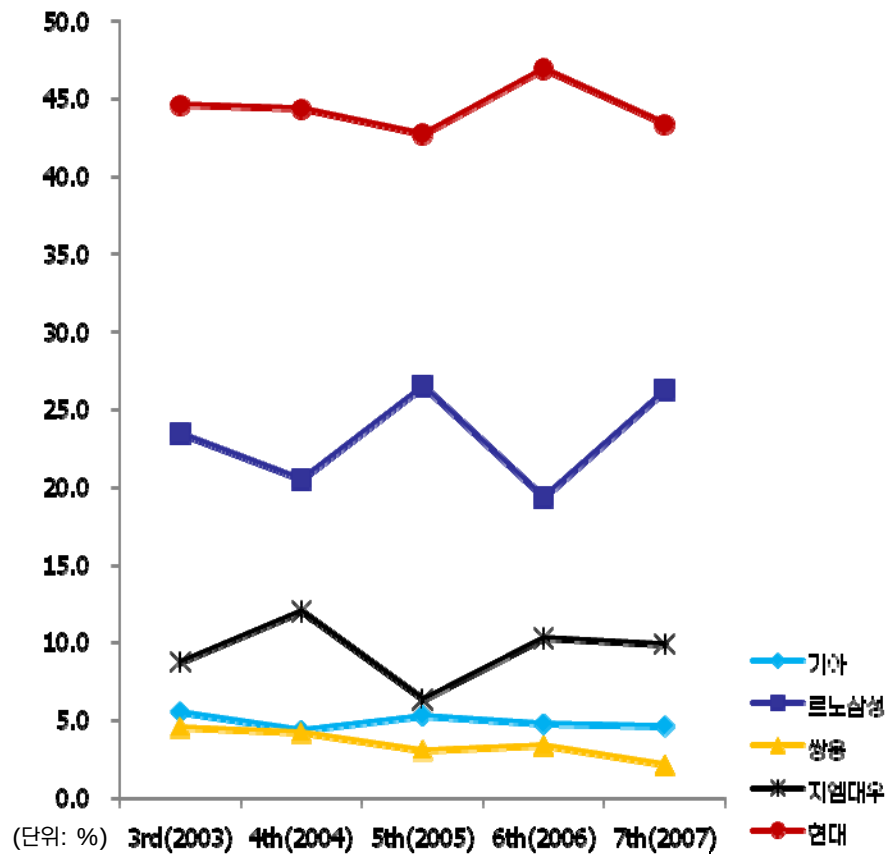
50.2% (mean)

■ 제조사별 이미지 – 광고/마케팅이 우수한 기업

[Table 4. 제조사별 이미지 – 광고/마케팅이 우수한 기업

(단위: %)

Q. 다음 중 광고 및 마케팅을 잘하는 제조사는 어느 기업이라고 생각하십니까?



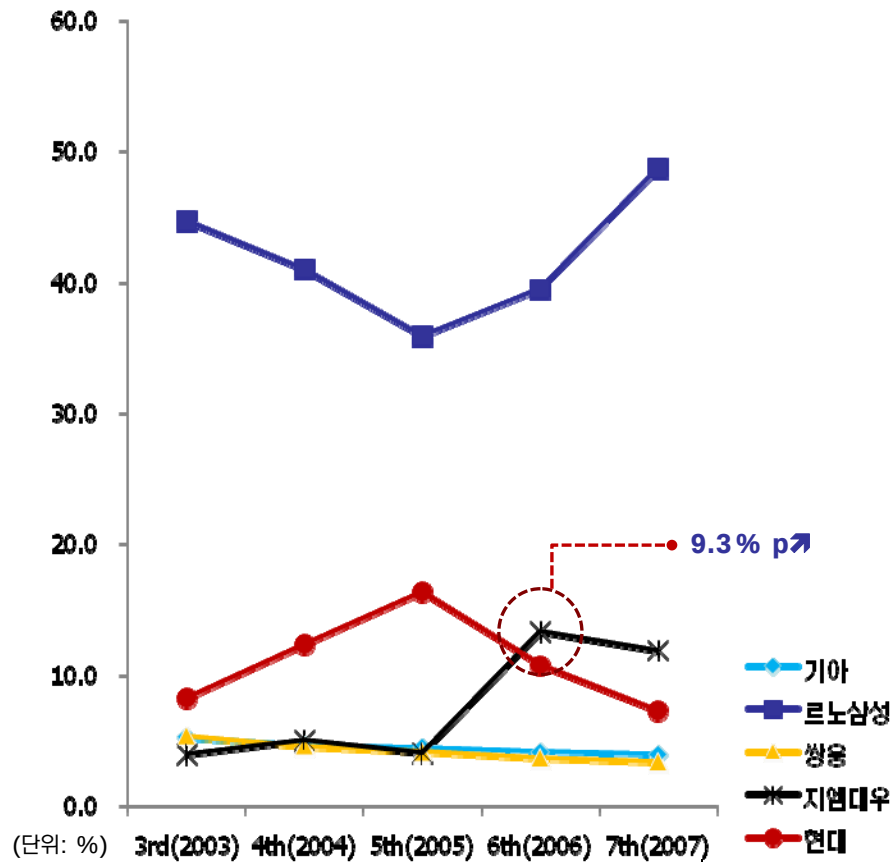
	3차 조사 (2003)	4차 조사 (2004)	5차 조사 (2005)	6차 조사 (2006)	7차 조사 (2007)
기아	5.5	4.4	5.3	4.8	4.6
르노삼성	23.4	20.5	26.5	19.4	26.3
쌍용	4.6	4.2	3.1	3.4	2.1
지엠대우	8.8	12.0	6.3	10.3	9.9
현대	44.6	44.4	42.7	46.9	43.4
모름	13.1	14.5	16.0	15.3	13.7
전체	100	100	100	100	100
(사례수)	(3,984)	(7,210)	(7,255)	(7,376)	(4,208)

44.4% (mean)

■ 제조사별 이미지 – 노사관계가 안정된 기업

[Table 5. 제조사별 이미지 – 노사관계가 안정된 기업]

Q. 다음 중 노사관계가 안정적인 제조사는 어느 기업이라고 생각하십니까?



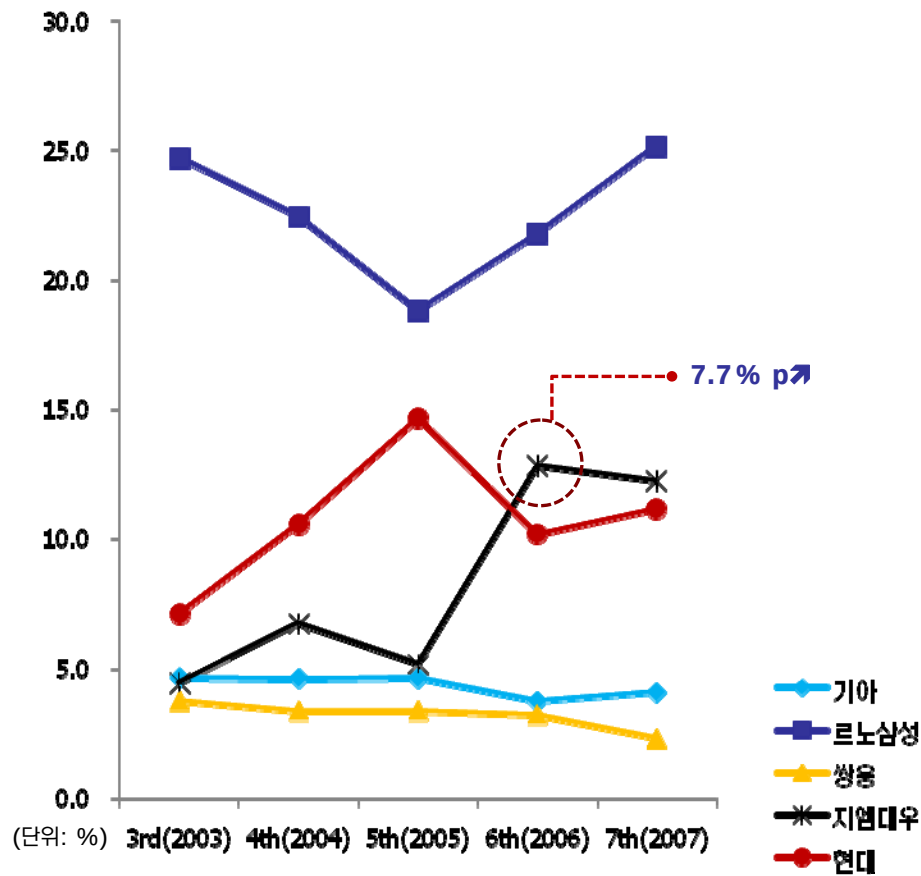
(단위: %)

	3차 조사 (2003)	4차 조사 (2004)	5차 조사 (2005)	6차 조사 (2006)	7차 조사 (2007)
기아	5.2	4.6	4.4	4.1	3.9
르노삼성	44.6	41.0	35.8	39.4	48.7
쌍용	5.3	4.5	4.1	3.6	3.3
지엠대우	3.9	5.0	4.0	13.3	11.9
현대	8.2	12.3	16.4	10.7	7.2
모름	32.7	32.5	35.3	28.9	25.0
전체	100	100	100	100	100
(사례수)	(3,984)	(7,210)	(7,255)	(7,376)	(4,208)

■ 제조사별 이미지 – 경영이 투명한 기업

[Table 6. 제조사별 이미지 – 경영이 투명한 기업]

Q. 다음 중 기업 경영이 투명한 제조사는 어느 기업이라고 생각하십니까?



(단위: %)

	3차 조사 (2003)	4차 조사 (2004)	5차 조사 (2005)	6차 조사 (2006)	7차 조사 (2007)
기아	4.7	4.6	4.6	3.7	4.1
르노삼성	24.7	22.5	18.8	21.8	25.2
쌍용	3.8	3.4	3.4	3.2	2.3
지엠대우	4.5	6.8	5.2	12.9	12.3
현대	7.1	10.6	14.7	10.2	11.2
모름	55.3	52.1	53.3	48.2	45.0
전체	100	100	100	100	100
(사례수)	(3,984)	(7,210)	(7,255)	(7,376)	(4,208)

■ Automotive Consumer Trends 2007 목차

구분	번호	발행일자 (예정)	제목
SCC 분석 (Six Core Competence Analysis)	1	2007-09-17	Image - 제조사별 이미지 분석
	2	2007-09-19	Image - 한국자동차산업의 국제경쟁력
	3	2007-10-01	Image - 주요 자동차 제조국 이미지 분석
	4	2007-10-04	Product - TGR 분석
	5	2007-10-08	Product - 차량 구입이유
	6	2007-10-10	Sales - 선호브랜드 구입 계획
	7	2007-10-15	Sales - 영업사원 분석
	8	2007-10-17	Price - 구입조건 및 혜택
	9	2007-10-22	Quality - 초기품질 및 내구품질
	10	2007-10-24	Quality - 품질 스트레스
	11	2007-10-29	Customer Handling - 영업사원 사후관리
	12	2007-10-31	Customer Handling - A/S 센터
Mega Trends	13	2007-11-05	가구내 차량 보유대수 변화
	14	2007-11-07	차량 구입형태 변화
	15	2007-11-12	구입차량 타입 변화
	16	2007-11-14	구입차량 색상 변화
	17	2007-11-19	향후 신차구입 계획
	18	2007-11-21	신차구입시 고려되는 차량 속성
	19	2007-11-26	이행성향

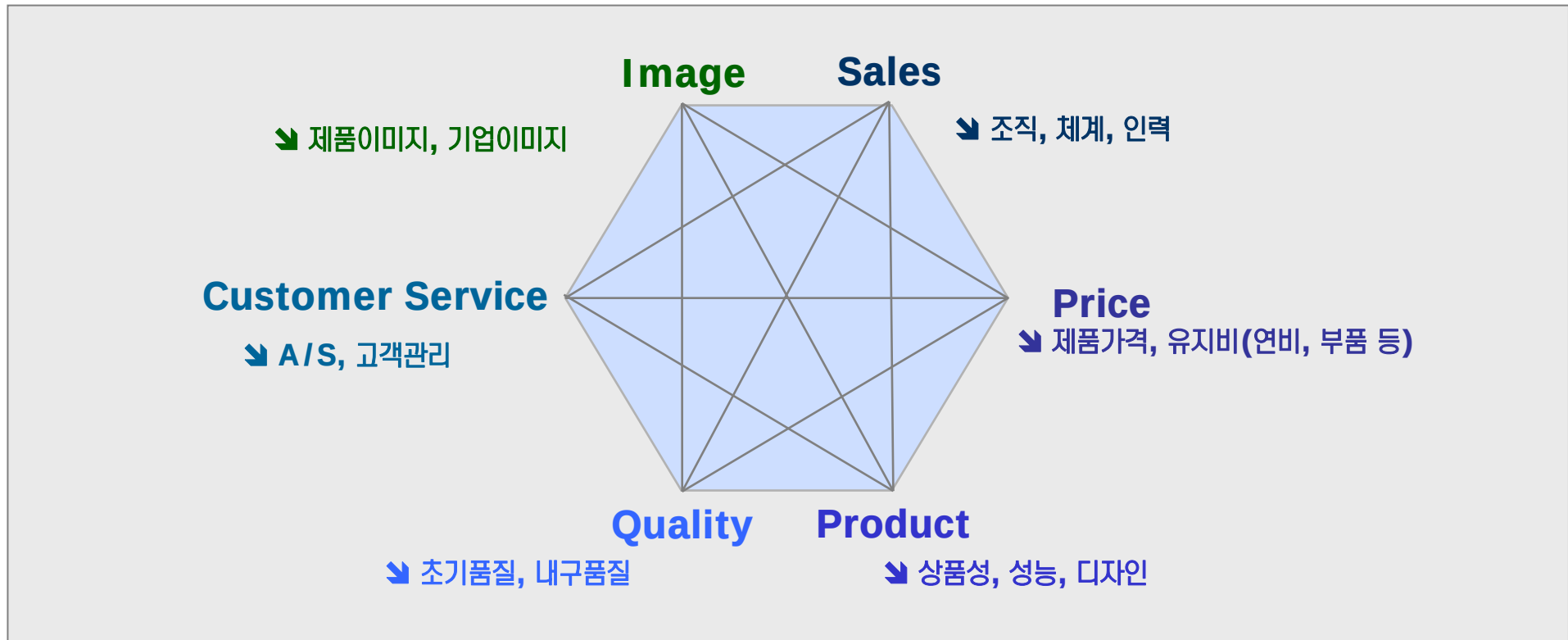
The Six CC(Core Competence) 분석의 개요

SCC 분석

시장에서 성공적이기 위해서는

- 6개 영역 모두에서 경쟁을 확보하고 취약점이 없어야 함
- 최소한 1개 영역에서는 경쟁사 대비 탁월해야 함

→ 6개 영역은 독립적이기 보다는 서로에게 영향을 미치는 상호보완적 관계임



SCC 분석의 구성 요소

- SCC analysis는 단편적인 측정이 아닌, 제품/환경/평가가 복합적으로 구성되어 있는 총체적인 분석임
- 시장에서의 성공을 위해 각각의 factor에서 자사의 위치를 평가함

SCC	Critical Variables	Major information sources
Image	제품이미지, 기업이미지, 유저이미지 등	자동차 기획조사의 U&A 부문
Sales	영업사원, 영업소, 영업활동 등 (SSI)	자동차 기획조사의 영업 만족도 평가 (SSI : Sales Satisfaction Index)
Price	실제 판매 가격, 할인/판촉물, 유지비 등	자동차 기획조사의 가격 인식
Product	상품성(TGR)	자동차 기획조사 (TGR : Things Gone Right)
Quality	초기품질(TGW-i), 내구품질(TGW-d)	자동차 기획조사 (TGW-i/d : Things Gone Wrong – initial / durability)
Customer Service	고객관리(CSI), 서비스 스트레스 등	자동차 기획조사의 서비스 부문 (CSI : Customer Service Index)