

자동차 구입, 계획과 실천은 다르다

- “2년내 차량 구입한다” 중 실제구입 - 35%
- “2년내 차량 살 생각 없다”중 구입 - 18%
- “2년내 차량 구입자” 중 선호 메이커 구입 - 40%
- “2년내 차량 구입자” 중 선호 모델 구입 - 19%

2008년에 실시된 자동차관련 조사에서 자동차 소비자의 1/2 이 2년 이내에 차를 구입할 계획이 있다고 했다. 이들을 대상으로 한 2년 후 재조사에서 이들 중 1/3정도가 실제 차를 구입했으며, 계획이 없다고 한 사람도 1/6정도가 구입한 것으로 나타났다. 계획에 따라 구입한 사람 중 원하던 메이커의 차를 구입한 사람은 5명중 2명이며, 다시 이들 중 1/2정도만이 원하던 모델을 구입한 것으로 나타났다. 이 결과는 구입의향을 밝힌 소비자들 중 일부만이 자동차를 구입하며, 원하던 메이커, 원하던 모델을 구입하는 경우는 더 적음을 보여준다.

자동차전문 리서치회사 마케팅인사이드가 매년 7월 실시해온 자동차 기획조사의 응답자를 확인한 결과 '08년 조사(95,472명)와 '10년 조사(106,291명) 모두에 답한 응답자는 18,714명이었다. 이들의 응답 중 '08년도에 답한 자동차 구입계획과 그 이후 2년간의 실제 구입행동간의 관계를 분석했다. 분석 결과 자동차 구입의향과 실제 구입행동간의 상관은 그리 높지 않은 것으로 나타났다.

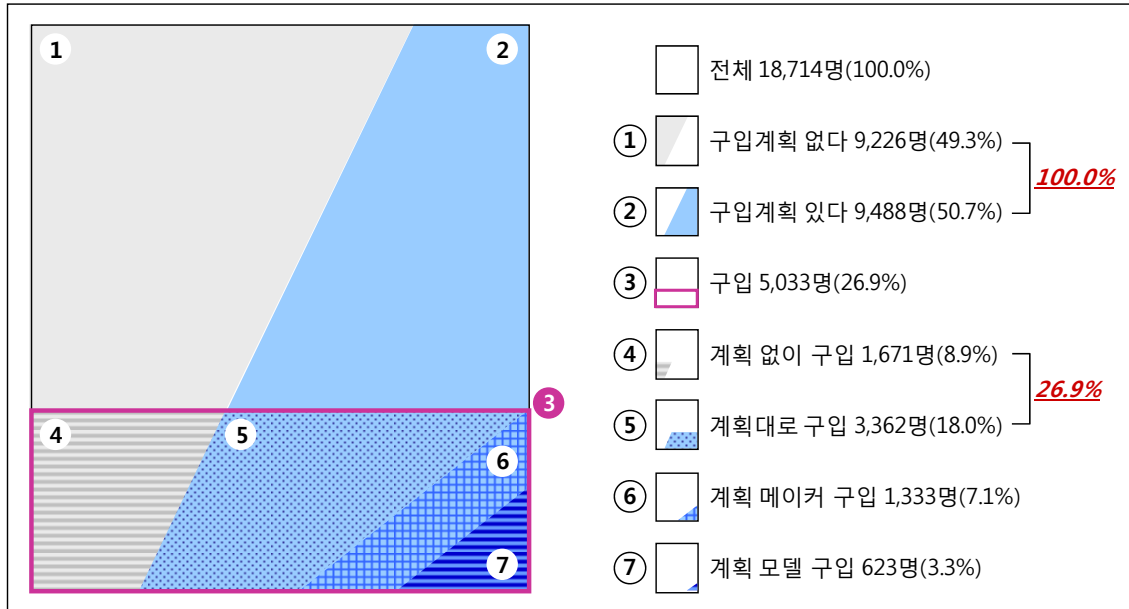
먼저 구입의향을 보면 '08년 당시 향후 2년 이내에 자동차를 살 계획이 있다는 응답이 50.7%, 구입계획이 없다는 답이 49.3%였다. 이는 자동차 소비자의 약 반수가 2년 내 자동차를 사겠다는 생각을 갖고 있음을 보여준다 [그림1].

For more Information

문의: 이경석 부장 Tel. 02) 6004-7612 Fax 02) 543-5984 e-mail: leeks@mktinsight.co.kr

서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr

[그림1] 08년 구매계획 - 08~10년 구매행동간의 관계분석



그 후 2년간 실제 차를 구입한 소비자는 26.9%(5,033명)이었다. 즉, 50.7%가 구매계획이 있다고 했으나 실제 구입은 그 절반에 머물렀다. 그 절반 역시 모두 구매계획을 갖고 있던 사람은 아니었다. 이들 중의 2/3(전체의18.0%, 3,362명)는 차를 구입할 계획이 있었던 사람이고, 1/3(전체의8.9%, 1,671명)은 계획이 없었던 사람이다. 즉 조사후 2년간의 자동차 구매중 1/3은 계획이 없던 사람으로부터 나왔음을 보여준다.

계획에 따라 '08년도에 사고 싶다고 한 메이커 제품을 산 경우(1,333명)는 계획구입자(3,362명) 5명중 2명꼴이었으며(39.6% : 전체구입자 5033명중 26.5%), 사고 싶다는 모델을 산 경우(623명)는 5명중 1명에 이르지 못했다(18.5% : 전체 구입자중 12.4%). 이 결과는 전체 자동차 구입자(5,033명)의 4명 중 1명이 의도했던 메이커를 사고, 8명중 1명만이 의도했던 모델을 구입했음을 보여준다.

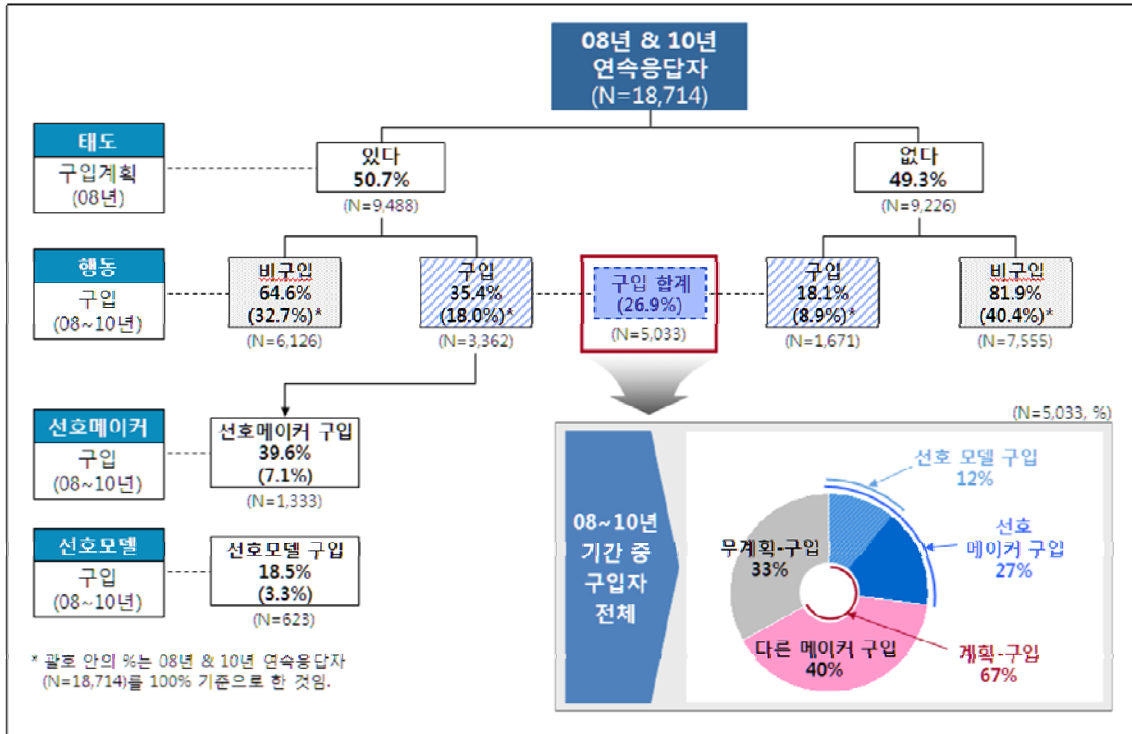
자동차 회사의 입장에서는 전체 구입자의 1/4만이, 특정 자동차 모델의 입장에서는 1/8만이 염두에 두었던 자동차를 구입했다는 사실은 매우 큰 의미를 갖는다. 소비자 선호에서 앞선다고 해서 판매로 이어진다고 장담할 수 없고, 선호가 낮다고 해서 판매가 어려운 것만은 아님을 뜻하기 때문이다. 이 결과는 소비자의 행동은 예측하기 어려우며, 자동차 제조사의 시장에서의 우열 역시 가변적임을 보여준다.

For more Information

문의: 이경석 부장 Tel. 02) 6004-7612 Fax 02) 543-5984 e-mail: leeks@mktinsight.co.kr

서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr

[첨부자료]



For more Information

문의: 이경석 부장 Tel. 02) 6004-7612 Fax 02) 543-5984 e-mail: leeks@mktinsight.co.kr

서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr

[공지사항]

자동차전문 리서치회사 마케팅인사이트가 ‘소비자가 평가한 자동차 품질정보’를 전문으로 다루는 웹사이트 www.AutoInsight.co.kr 을 오픈했습니다. 이 사이트에는 지난 10년간 마케팅인사이트가 실시해 온 자동차 품질리서치의 결과와 최근에 새로 개발한 ‘디자인리서치’의 결과를 관련 전문가의 의견과 함께 보실 수 있습니다. 많은 이용 부탁드립니다.

본 ‘보도자료’는 (주)마케팅인사이트의 자동차 기획조사 08년 & 10년 연속응답자의 결과 중 발췌·요약한 것으로, 조사 내용과 결과, 분석에 대한 모든 권한은 (주)마케팅인사이트에 있으며, 사전 서면허가 없이는 어떤 경우에도 상업적인 목적으로 사용될 수 없음을 알려드립니다.

[조사 설계의 개요]

- 조사 수행 기관: 마케팅인사이트(www.mktinsight.co.kr)
- 조사 성격: 기획조사(Syndicated study)
- 모집단: 전국의 e-mail 사용자 중 자동차 보유자
- 조사 시점: 2008년 7월/2010년 7월
- 자료 수집 방법: 온라인 우편조사 (e-mail survey)
- 조사 규모 : 08년 & 10년 연속응답자 18,714명

For more Information

문의: 이경석 부장 Tel. 02) 6004-7612 Fax 02) 543-5984 e-mail: leeks@mktinsight.co.kr

서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr