

자동차 구매시, 디자인과 가격 중시

- 현대차 구매자는 외관과 품질 가격, 기아는 모델에 대한 선호가 구매요인
- 쉼보레는 안전성, 르노삼성엔 품질, 쌍용은 가격이 중요 구매 요인
- 수입차 구매자는 외관과 품질 중시

소비자가 새차를 살 때 가장 중요시하는 것은 외관 스타일이었다. 다음으로는 가격, 모델 자체에 대한 선호, 품질 등이 고려되었다. 또 구매하려 비교하다가 포기하게 하는 가장 큰 요인은 차량의 상대적 크기였다. 한국 자동차 소비자들 '보기 좋은 떡이 먹기도 좋다'고 같은 값이면 좀 멋져 보이고 좀 더 커 보이는 차를 더 좋아 했다.

자동차전문 리서치회사인 마케팅인사이트(www.mktinsight.co.kr, 대표: 김진국)는 2002년부터 매년 7월에 '자동차 품질 및 고객만족'에 대한 대규모 기획조사를 실시해왔다. 조사에서 사람들이 차를 고르다 '최종 구매를 결정할 때 고려하는 요인'들을 분석했다. 동시에 '함께 고려했다가 포기하게 하는 요인'을 분석했다.

조사에서 최근 1년 이내 새차를 산 소비자들에게 26개의 구매결정요인을 제시하고 그 중 구입한 이유가 되었다고 생각하는 것(KBF:Key Buing Factor) 모두를 선택하게 했다. 그 다음 비교하다가 결국은 제외한 모델을 사지 않는 이유가 된 것(KAF:Key Avoiding Factor) 모두를 지적하게 했다. 그 결과 우리나라 자동차 소비자들은 차를 살 때 '외관과 스타일'(68%)을 가장 중시하고 다음으로는 '가격과 구입조건'(51%), '모델의 명성/평판'(49%), '품질'(48%), '안전성'(45%) 등을 고려하는 것으로 나타났다. 구매회피 요인, 즉 사지 않기로 결심한 가장 큰 이유는 '차의 크기(전장)'(42%)였고, 다음은 '기본 장착 사양'(27%)이었다[그림 1].

For more Information

문의: 이견호 상무 Tel. 02) 6004-7622 Mobile. 017-225-1291 Fax 02) 543-5984 e-mail: leekh@mktinsight.co.kr

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

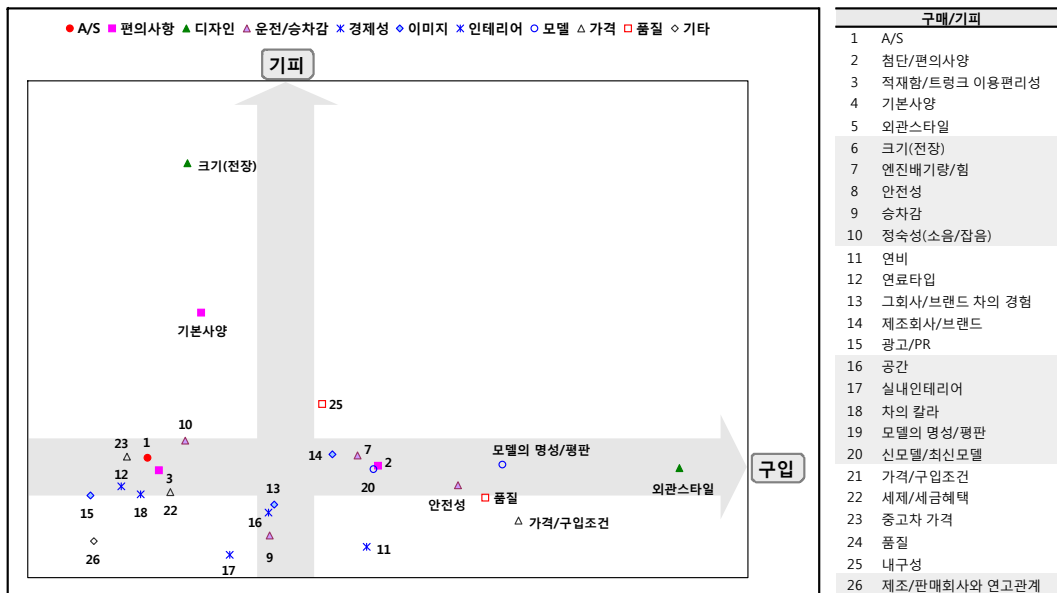


그림1. 자동차 구매/기피 결정요인 포지셔닝

제조사별로 보면, 현대차를 선택한 이유로는 '외관스타일'(67%) '가격/구매조건'(50%) '품질'(50%) 순으로 많았고, 기아차는 '외관스타일'(70%) '모델의 명성/평판'(48%) '가격/구입조건'(44%), 쉐보레는 '외관스타일'(72%) '안전성'(66%) '가격/구입조건'(62%) 순이었다. 르노삼성은 '품질'(65%) '안전성'(64%) '가격/구입조건'(60%), 쌍용은 '가격/구입조건'(67%) '안전성'(61%) '내구성'(56%) 순이었다. 수입차는 '외관스타일'(73%) '품질'(64%) '모델의 명성/평판'(62%)을 주된 이유로 뽑았다[표1].

[표1]제조사별 주요구매/기피 결정 요인

	1 순위		2 순위		3 순위	
전체	외관스타일	68%	가격/구입조건	51%	모델평판	49%
현대	외관스타일	67%	가격/구입조건	50%	품질	50%
기아	외관스타일	70%	모델평판	48%	가격/구입조건	44%
쉐보레	외관스타일	72%	안전성	66%	가격/구입조건	62%
르노삼성	품질	65%	안전성	64%	가격/구입조건	60%
쌍용	가격/구입조건	67%	안전성	61%	내구성	56%
수입차	외관스타일	73%	품질	64%	모델평판	62%

요약하면 현대차, 기아차, 쉐보레차, 수입차 구입자는 차의 외관스타일을 가장 중시했으며, 르노삼성차는 품질에, 쌍용차는 가격/구입조건(67%)에 끌렸다. 차를 선택하는 이유와 기피하는

For more Information

문의: 이건호 상무 Tel. 02) 6004-7622 Mobile. 017-225-1291 Fax 02) 543-5984 e-mail: leekh@mktinsight.co.kr

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

이유는 서로 다른 것으로 나타났다. '차량의 크기가 작아서'는 쌍용을 제외한 모든 브랜드에 대해 가장 중요한 기피 이유였다. 한국 자동차 소비자는 크기가 작은 것에 대해 큰 거부감을 갖고 있음을 알 수 있다.

이러한 결과는 자동차 소비자들의 '보기 좋고' '좀 더 커보이는' 차를 사려는 경향을 잘 보여주고 있다. 한국 사회에서 자동차를 사회적 지위와 능력의 지표로 인식함을 반영하는 것으로 보인다. 다만 르노삼성차 구매자는 잔 고장 없고 안전한 차를 선호하며, 쌍용차 구매자는 같은 값에 안전하고 실용적인 차를 사려는 실속형임을 알 수 있다.

본 '자동차 품질 및 고객만족 조사 리포트'는 ㈜마케팅인사이트의 초대형 기획조사의 결과 중 발췌·요약한 것으로, 조사 내용과 결과, 분석에 대한 모든 권한은 ㈜마케팅인사이트에 있으며, 사전 서면허가 없이 어느 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 이용하는 자동차 사용자
- 조사 시점: 2011년 7월
- 자료 수집 방법: 온라인 우편조사 (e-mail survey)
- 조사 규모 : 총 응답자 97,356명
자동차 보유자 93,020명

문의: 이건호 상무, leekh@mktinsight.co.kr, 02-6004-7622

For more Information

문의: 이건호 상무 Tel. 02) 6004-7622 Mobile. 017-225-1291 Fax 02) 543-5984 e-mail: leekh@mktinsight.co.kr

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

부록: 제조사별 구매/기피 결정 요인

[표2] 제조사별 구매/기피 결정 요인

		전체		현대		기아		쉐보레		르노삼성		쌍용		수입차	
		순위	비율 (%)	순위	비율 (%)	순위	비율 (%)	순위	비율 (%)	순위	비율 (%)	순위	비율 (%)	순위	비율 (%)
주요구매 결정요인 (KBF)	외관스타일	①	68	①	67	①	70	①	72	4	57	4	54	①	73
	가격/구입조건	2	51	2	50	3	44	3	62	3	60	①	67	5	53
	모델평판	3	49	4	46	2	48	4	45	5	56	5	46	3	62
	품질	4	48	2	50	5	39	(6)	(37)	①	65	(6)	(41)	2	64
	안전성	5	45	(8)	(38)	(9)	(32)	2	66	2	64	2	61	4	61
	내구성	(10)	(31)	(-)	(22)	(-)	(24)	5	44	(7)	(40)	3	56	(7)	(47)
	첨단사양	(6)	(36)	(6)	(41)	(6)	(37)	(-)	(20)	(8)	(39)	(-)	(27)	(9)	(36)
	엔진배기량/힘	(9)	(34)	(7)	(39)	(7)	(36)	(-)	(20)	(-)	(12)	(8)	(35)	(6)	(48)
	연비	(8)	(35)	(9)	(37)	4	41	(10)	(33)	(-)	(13)	(-)	(16)	(8)	(37)
	신모델	(7)	(36)	5	43	(7)	(36)	(7)	(36)	(-)	(28)	(-)	(30)	(10)	(27)
주요구매 기피요인 (KAF)	크기	①	42	①	46	①	44	①	26	①	41	2	28	①	43
	기본사양	2	27	2	36	2	22	3	21	2	36	①	29	(-)	(-)

* (-): 10위 밖이거나 의미 없는 순위, 비율

For more Information

문의: 이견호 상무 Tel. 02) 6004-7622 Mobile. 017-225-1291 Fax 02) 543-5984 e-mail: leekh@mktinsight.co.kr

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