

‘불안 스트레스’, 가장 적은 차는?

- 국산차는 수입차에 못 미쳐
- 회사는 한국GM, 모델은 르노삼성의 QM5가 1위

자동차의 품질과 관련된 ‘불안’은 국산차가 더 커 수입차의 2배였다. 특히 ‘안전벨트, 에어백에 대한 불신’ 같은 문항에서 차이가 컸다. ‘불안 스트레스’가 가장 적은 회사는 한국GM이었으며, 모델은 르노삼성의 [QM5](#)였다.

자동차전문 리서치회사인 마케팅인사이트(대표:김진국)는 매년 7월 “자동차 품질 및 고객만족”에 대한 대규모 기획조사를 실시하고 있다. 자동차 품질스트레스는 새차를 사서 평균 1년간 사용한 소비자들이 경험한 적이 있는 ‘불안’, ‘불편’, ‘손실감’, ‘분노’를 측정한 것으로 수치가 적을수록 경험한 품질스트레스가 적은 것이다. 이 중 ‘언제 문제가 생길지 항상 불안’, ‘예기치 않은 고장 경험’, ‘안전벨트, 에어백 불신’, ‘위험한 고장 경험’, ‘큰 수리 경험’ 등으로 인한 ‘불안 스트레스’를 분석했다.

조사결과 새차를 산 사람들이 평균 1년 동안 차를 사용하며 겪은 ‘불안 스트레스’는 100대당 36.3건이었다[표1]. 특히 ‘언제 문제가 생길지 항상 불안’(11.3건)이 많았고, 다음으로는 ‘예기치 않은 고장 때문에 크게 곤란했던 경험’(9.4건), ‘안전벨트, 에어백에 대한 불신’(9.3건) 등의 순으로 ‘불안 스트레스’를 경험한 것으로 나타났다.

[표1] ‘불안 스트레스’ 차원/항목별 스트레스 경험 건수*

스트레스 항목	전체	수입차
‘불안’ 전체	36.3	18.0
언제 문제가 생길지 항상 불안하다	11.3	5.6
예기치 않은 고장 때문에 크게 곤란했던 적이 있다	9.4	7.6
안전벨트, 에어백 등에 믿음이 가지 않는다	9.3	1.6
대형사고로 이어질 수 있는 위험한 고장이 있었다	4.3	1.9
미션을 내리는 등 큰 수리가 있었다	2.0	1.3

* 단위:SPH(Stressful incidents Per Hundred vehicles), 즉 100대당 스트레스 경험 건수.
수치가 작을수록 스트레스가 적음.

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

모델 별로 보면 ‘불안 스트레스’가 가장 적은 차 1, 2위’는 르노삼성의 [QM5](#)(8.5건)와 [SM7](#)(17.8건)가 차지했다[표2]. 다음으로는 현대의 [Genesis](#)(22.7건)가 3위를 차지했고, 한국GM의 [Winstorm](#)(23.9건), 기아의 [Lotze](#)(25.1건)가 4, 5위를 차지하며 TOP5에 들었다.

[표2] ‘불안’ 차원 품질스트레스 적은 차 TOP5*

TOP5	모델	스트레스 경험건수**
1	QM5	8.5
2	SM7	17.8
3	Genesis	22.7
4	Winstorm	23.9
5	Lotze	25.1

* 2011년 출시된 차, 사례수 60미만인 차는 순위에서 제외시킴

** 단위:SPH(Stressful incidents Per Hundred vehicles), 즉 100대당 스트레스 경험 건수. 수치가 작을수록 스트레스가 적음.

국산차의 ‘불안 스트레스’ 경험 건수 전체평균(36.3)은 수입차 평균(18.1)의 2배에 달한다. ‘언제 문제가 생길지 항상 불안’(국산차 11.3건 vs 수입차 5.6건)과 ‘안전벨트, 에어백에 대한 불신’(9.3건 vs 1.9건)에서 국산차는 수입차에 크게 뒤졌다. 이 두 유형의 불안은 ‘항상 불안’과 ‘사고시 불안’을 아우른다. 즉 평소에 운전하면서 ‘문제 발생 가능성’에 불안해 하고, 문제 발생시 ‘나를 보호해주지 못할 것’이라는 불신에 차 있다. 불안의 형성 원인의 규명과 해소가 시급히 이루어지지 않으면 수입차의 상승세는 더 가파를 수 있다.

[조사개요]

- 조사명: 2011 자동차 품질 및 고객만족 조사
- 조사기관: (주)마케팅인사이트(www.mktinsight.co.kr)
- 조사대상: 새차 구매 후 평균 1년 사용자(2010년 새차 구매자)
- 조사기간: 2011년 7월
- 조사방법: 온라인 우편조사(e-mail survey)
- 표본규모: 총 응답자 9,679명

위 조사 결과는 (주)마케팅인사이트가 2001년부터 매년 7월에 실시해온 대규모 ‘자동차 품질 및 고객만족조사’로부터 발췌한 것입니다. 조사에 대한 보다 자세한 정보는 www.autoinsight.co.kr 에서 보실 수 있

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

습니다.

문의: 이건호 상무 T:02-6004-7622 e-mail: leekh@mktinsight.co.kr

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

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