

‘손실 스트레스’, 가장 적은 차는?

- 회사는 한국GM, 모델은 르노삼성의 QM5가 1위
- 10명 중 1명 꼴로 ‘큰 손해만 아니라면 팔아버리고 싶은’ 심정

자동차에 들어가는 비용과 시간이 커지면 소비자들은 손실감을 느낀다. 손해보고 있다는 느낌이다. 자동차로 인한 ‘손실 스트레스’가 가장 적은 회사는 한국GM이었으며, 모델은 르노삼성의 QM5였다. 새차를 산지 1년 밖에 되지 않은 소비자 8명 중 1명이 ‘큰 손해만 아니라면 언제든지 팔아버리고 싶다’고 했다. 적지 않은 수가 새차를 산 지 얼마 되지 않아 크게 후회하고 있음을 알 수 있다.

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 ‘손실감’, ‘불안’, ‘불편’, ‘분노’를 측정한 것으로 수치가 적을수록 경험한 스트레스가 적은 것이다. 이 중 ‘큰 손해만 아니라면 언제든지 팔고 싶다’, ‘고장 때문에 차를 쓰지 못한 날이 있다’, ‘차에 들어간 돈과 시간의 손해’, ‘예상보다 많은 수리비용’, ‘걸핏하면 돈 들어갈 일 발생’ 등 새차 때문에 생긴 시간과 비용 상의 손해에 대한 ‘손실 스트레스’를 분석했다.

조사결과 새차를 산 사람들이 평균 1년 동안 차를 사용하며 겪은 ‘손실 스트레스’는 100대 당 37.1건이었다[표1]. 특히 ‘큰 손해만 아니라면 언제든지 팔고 싶다’(13.0건)가 많았고, 다음으로는 ‘고장 때문에 차를 쓰지 못한 날이 있다’(8.8건), ‘차에 들어간 돈과 시간의 손해’(8.0건) 등의 순으로 나타났다.

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

[표1] '손실 스트레스' 차원/항목별 스트레스 경험 건수*

스트레스 항목	전체	수입차
'손실' 차원 전체	37.1	34.4
큰 손해만 아니라면 언제든지 팔고 싶다	13.0	10.2
고장 때문에 차를 쓰지 못한 날이 있다	8.8	9.7
차에 들어간 돈과 시간을 생각하면 손해가 크다	8.0	5.3
예상보다 많은 돈을 수리비용으로 썼다	4.0	7.1
걸핏하면 돈 들어갈 일이 생긴다	3.3	2.1

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

국산차의 '손실 스트레스' 경험 건수의 평균(36.3건)이 수입차 평균(34.4건)보다 수치상 약간 많았지만 의미있는 차이는 아니다. '예상보다 많은 수리비용이 들었다'는 스트레스는 수입차(7.1건)가 국산차(4.0건)보다 약간 많았으나 '차에 들어간 돈과 비용을 생각하면 손해가 크다'는 반응은 국산차(8.0건)가 수입차(5.3건) 보다 많았다.

회사 중에서는 한국GM(33.7건)이 '손실 스트레스'가 가장 적은 회사였고, 모델 중에서는 르노삼성 [QM5](#)(12.8건)가 가장 적은 차 1위를 차지했다[표2]. 다음으로는 현대의 [Genesis](#)(20.7건)가 2위, [SM7](#)(21.2건)가 3위를 차지했고, 현대의 [Grandeur TG](#)(23.2건)와 [Santa Fe](#)(24.8건)가 4, 5위를 차지하며 TOP5에 들었다.

[표2] '손실' 차원 품질스트레스 적은 차 TOP5*

TOP5	모델	스트레스 경험건수**
1	QM5	12.8
2	Genesis	20.7
3	SM7	21.2
4	Grandeur TG	23.2
5	Santa Fe	24.8

* 2011년 출시된 차, 사례수 60미만인 차는 순위에서 제외시킴

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

많은 사람들이 수입차의 결정적인 약점은 수리·유지 비용이라고 생각하고 있다. 그러나 수입

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

차 소유자들은 수리비용에 대해서만 부정적 반응이 다소 많을 뿐 전체적인 '손실감'은 더 적다. 수입차 소유자들이 별로 심각하게 생각하지 않은 것을 결정적인 약점인 것처럼 강조하는 것은 바람직하지 못하다. 수입차의 강점을 약점으로 착각하고 있는 것은 아닌지 점검해볼 필요가 있다.

오히려 진짜 심각한 문제는 새차 산 지 평균 1년밖에 되지 않은 사람들 8명 중 1명 꼴이 '큰 손해만 아니라면 언제든지 팔고 싶다'는 참담한 심정을 갖고 있다는 점이다. 자동차 제조 회사가 얼마나 소비자 마음을 헤아리지 못했으면 정나미가 떨어졌다고 느끼는지 되짚어 봐야 한다.

[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 고객만족 조사'로부터 발췌한 것입니다. 조사에 대한 보다 자세한 정보는 www.autoinsight.co.kr 에서 보실 수 있습니다.

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