

2012 자동차 고객만족, 한국지엠과 현대차의 약진

- 자동차 제품품질은 향상, 서비스품질은 하락
- 한국지엠의 서비스 부문 약진 두드러져
- 현대차, 초기품질과 디자인 부문에서 1위

한국지엠과 현대차의 약진이 눈부시다. 한국지엠이 A/S만족도 1위를 차지했고, 소비자들이 경험한 불만 항목의 수로 측정하는 품질스트레스에서도 1위를 차지하는 등 서비스 부문에서 좋은 성적을 보였다. 현대차는 초기품질과 디자인 부문에서 1위를 차지하며 제품 부문에서 선전했다. 2011년 8개 부문 중 5개에서 1위를 차지하고, A/S와 영업만족도에서는 10년 연속 1위를 구가하던 르노삼성은 영업만족도와 내구품질에서 1위를 지켰을 뿐이다.

자동차전문 리서치회사인 마케팅인사이드(www.mktinsight.co.kr, 대표: 김진국)가 2002년부터 11년째 매년 7월에 실시해온 '2012 자동차 품질 및 고객만족'에 대한 대규모 기획조사 (표본규모 95,613명) 결과, 전년에 비해 초기품질 및 내구품질과 같은 제품품질은 향상된 반면 서비스 품질은 하락한 것으로 나타났다.

또 하나의 특징은 제품품질과 서비스품질에서 발군이었던 르노삼성의 하락과 한국지엠과 현대차의 부상이다. 전년도 A/S만족도, 영업만족도 등 2개 부문에서 10년 연속 1위, 초기품질과 내구품질 1위를 차지하며 고객만족의 아성으로 군림했던 르노삼성이 영업만족도와 내구품질 부문에서만 1위를 지켰다[표1]. A/S만족도는 한국지엠에, 초기품질은 현대에 1위를 내주며 각각 3위로까지 밀렸다.

[표1] 2012년 각 메이커의 주요 품질 지표상의 경쟁력

품질영역		산업 평균	현대	기아	한국지엠	르노 삼성	쌍용	수입차 (순위)*
제품	초기품질*	1.59	1.41	1.69	1.78	1.74	2.36	1.39 (1)
	내구품질*	4.31	4.12	4.55	5.21	3.74	5.12	3.41 (1)
	디자인**	679	710	693	669	603	650	676 (-)††
서비스	영업만족도**	782	770	788	790	792	774	790 (2)
	A/S만족도**	789	782	775	810	807	809	781 (5)
품질스트레스 점수*		2.99	3.03	2.98	2.71	3.43	3.17	2.80(2)

* 수치가 낮을수록 좋음 / ** 수치가 높을수록 좋음

† 국내업체 포함 순위 / †† 동일 기준으로 비교할 수 없음

○ : BIC(Best in Class), □ : WIC(Worst in Class)

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

이번 조사에서 가장 두드러진 성과를 거둔 것은 한국지엠이다. A/S만족도와 ‘소비자들의 불만 경험의 수’로 측정한 품질스트레스 1위를 차지했다. 품질스트레스는 불만 경험의 수를 세는 것이라는 측면에서 종합만족도라 할 만 하다. 초기품질에서는 2010년 르노삼성과 공동 1위를 했다가 2011년 르노삼성에게 1위를 내줬던 현대가 1위를 탈환했다. 현대차는 ‘디자인 부문’에서도 기아차를 누르고 1위를 차지하는 성과를 올렸다.

수입차들은 예년과 마찬가지로 제품품질에서 국산차를 앞섰으나 국산차의 선전으로 그 격차가 줄었고, A/S 만족도에서는 2008년 이후 유지해왔던 800점 대가 무너지면서 국산차 평균에도 못 미치는 성적을 거두었다.

지난 11년간 매년 10만 명 내외의 자동차 소비자를 대상으로 실시해 온 ‘자동차 품질 및 고객만족 조사’는 제품품질과 서비스품질 영역으로 나뉜다. 제품품질에는 초기품질, 내구품질, 디자인의 3개 부문이 있고, 서비스품질 영역에는 영업만족도와 애프터서비스(이하 A/S) 만족도가 있다. 그리고 소비자들이 경험한 불만 항목의 수를 계산하는 품질스트레스가 있다. 먼저 제품품을 다루고 그 다음 서비스품질, 품질스트레스 순으로 다루기로 한다.

[제품품질]

제품품질은 제품을 사용하면서 몇 건의 문제점이나 하자를 경험했는지를 세는 것이며 결과는 차량 1대당 평균 몇 ‘건’으로 제시된다. 문제점수는 수치가 적을수록 좋으며 사용기간에 따라 초기품질(평균 3개월 사용)과 내구품질(평균 3년 사용)로 나뉜다. 이외에 디자인에 대한 평가가 있다. 디자인은 제품을 살 가능성이 큰 잠재고객이 홈페이지에 제시된 이미지를 평가한 것이다. 이 부문은 수치가 클수록 좋다.

초기품질 (전체 응답자 수: 4,581명); 2012년 ‘초기품질 문제점 수’, 즉 새차를 구입한지 6개월이 채 지나지 않은 소비자(평균 3개월 사용)들이 경험한 문제점, 결함, 하자 등은 평균 1.59건으로 전년 대비 0.39건이 줄어 든 것으로 나타났다. 2002년 조사 이래 가장 좋은 성적이며, 이로써 2009년도 이후 2년 연속 지속되었던 문제점 수 증가 추세가 꺾였다.

지난 2년간 초기품질 문제점이 증가한 이유는 2009년 이후 각 자동차 회사가 경쟁적으로 신차를 출시한 데 따른 것으로 보인다([“자동차리포트12-40 국산차 품질, 이대로는 수입차 못 따라간다”](#), [“자동차리포트10-14 새로 나온 차 살까? 지켜볼까?”](#)). 금년의 향상은 반대로 지난 2년간에 비해 신차출시가 많지 않았던 데 기인한 것으로 추정된다. 국내시장의 초기품질 문제가 출시되는 신차의 수에 따라 많아지고 적어진다는 것은 소비자로서는 불행한 일이다.

국내업체 중에서는 현대차가 평균 1.41건의 문제점 수로 가장 적었으며, 그 다음은 기아차 1.69건, 르노삼성 1.74건, 한국지엠 1.78건, 쌍용차 2.36건의 순이었다. 5개 업체 중 르노삼성만 전년에 비해 문제점 수가 늘었으며, 나머지 업체는 적지 않은 폭의 개선효과를 거두었다.

반면 수입차는 전체 평균 1.39건으로 전년(1.40건) 수준에 머물러, 전년도에 비해 국산차와

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

의 차이가 .58건에서 .20건으로 줄었다.

내구품질 (전체 응답자 수: 7,125명); 사용한지 평균 3년이 경과한 차(2009년 구입)의 문제점 수를 세는 내구품질 역시 산업평균 4.31건으로 전년 4.40건에 비해 작은 향상이 있었다. 내구품질 1위는 문제점 수 3.74건으로 전년에 이어 르노삼성이 차지했고, 현대차가 4.12건으로 2위를 차지했다. 다음으로 기아차 4.55건, 쌍용차 5.12건, 한국지엠 5.21건 순이었다. 전년에 최하위였던 쌍용차는 .43건의 문제점을 줄이는 큰 향상을 보이며 한국지엠을 앞지르고 4위로 올라섰다.

수입차는 평균 3.41건으로 전년도 3.43건과 비슷한 수준에 머물렀지만 국산차에 대한 품질 우위는 여전하다.

디자인 (전체 응답자 수: 9,896명); 2011년 처음으로 도입된 지표로써 각 자동차 업체가 공식 홈페이지에서 제공하고 있는 모델들의 디자인 이미지가 얼마나 우수한가를 해당 차급의 잠재고객들로부터 평가 받은 것이다.

올해의 디자인 부문 1위는 710점으로 현대자동차가 차지했다. 기아차가 693점으로 2위였고, 다음으로 한국지엠 669점, 쌍용차 650점, 르노삼성 603점 순이었다.

산업평균은 679점으로 전년에 비해 49점이 떨어졌다. 이런 큰 하락은 수입차들의 신차 출시가 늘면서 소비자들의 디자인에 대한 기대가 높아졌기 때문이다. 반면 예년에 비해 국산차는 신차 출시가 적었고, 그나마 출시된 차들조차 소비자의 기대에 미치지 못했기 때문으로 보인다.

수입차 모델은 잠재고객의 선정 기준이 달라 국산차와 직접 비교하는 것이 부적절하다.

[서비스품질]

서비스품질은 영업과 A/S 만족도로 나누어 평가한다. 영업만족도는 지난 1년간 직접 새차를 산 적이 있는 소비자를, A/S만족도는 지난 1년간 직접 각 사의 서비스네트워크를 이용한 적이 있는 소비자를 대상으로 했다.

영업만족도 (전체 응답자 수: 8,254명); 지난 1년간 직접 새차를 산 적이 있는 소비자들이 평가한 영업만족도의 산업평균은 782점(1,000점 만점)으로 전년도(783점)와 크게 다르지 않았다.

국내업체 중에서는 르노삼성이 792점으로 11년 연속 1위를 차지했지만 전년 성적(819점)에 비하면 무려 27점이나 하락한 점수이다. 반면 한국지엠은 9점이 올라 790점으로 2위를 차지했으며, 기아는 14점이 오른 788점으로 3위를 차지했다. 다음으로는 쌍용차는 774점, 현대차가 770점 순이었다. 현대차의 영업만족도는 2011년 2위, 2010년 3위, 2009년 2위 등 매년 2,3위를 차지했지만 금년에는 최하위 성적까지 떨어졌다. 조사기간 중 발생했던 파업이 영향을 미친 것으로 보인다.

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

수입차는 790점으로 전년대비 동점을 기록했다.

A/S만족도 (전체 응답자 수: 28,994명); 지난 1년간 각 사의 서비스를 이용한 적이 있는 소비자들이 평가한 A/S만족도(1,000점 만점) 산업평균은 789점으로 전년대비 11점이 떨어졌다. 작년에 모든 고객만족 지표 중 처음으로 산업평균 800점 대에 진입했다가 올해 다시 700점대로 뒷걸음친 것이다.

회사별로는 한국지엠이 810점으로 1위를 차지했다. 작년까지 10년 연속 1위였던 르노삼성을 물리치고 처음으로 차지한 뜻 깊은 성적이다. 쌍용차는 1점 차이(809점)로 아쉽게 2위에 머물렀다. 르노삼성은 19점이 하락한 807점으로 3위까지 밀려났다. 현대차와 기아차는 782점과 775점으로 하위권에 머물렀다.

르노삼성의 경우 내부적으로는 판매부진으로 인한 경영악화와 일본 쓰나미 여파로 부품 공급 등에 큰 차질을 겪었던 점이 A/S만족도에 적지 않은 영향을 준 것으로 보인다. A/S를 통해 회사 전체의 경쟁력을 끌어 올리자는 전략적 목표를 세운 한국지엠과 쌍용차는 전년도의 약진에 이어 금년에 다시 상승세를 이어갔다. 1위의 영예는 쌍용차를 1점차로 앞선 한국지엠이 차지했다.

수입차는 평균 781점으로 전년대비 21점이 하락하며, 2008년부터 작년까지 5년간 유지해왔던 800점대가 무너지며, 2005년(780점) 수준으로 후퇴했다. 여러 이유가 있을 수 있으나 수입차 10만대, 시장점유율 10%대로 수입차 시장이 성장하는 데 비해 A/S 인프라가 따라주지 못해 발생한 일종의 성장통으로 보인다. A/S 만족도 회복과 향상이 앞으로의 수입차 시장 확대의 관건이 될 것으로 판단된다.

품질스트레스(전체 응답자 수 8,559명); 품질스트레스는 ‘차를 구입한 지 1년 이내(평균 6개월) 소비자들의 불만 경험의 수’로 측정한 지수이다. 소비자들이 제품을 구입한 후 제품의 품질과 서비스 모두에서 경험한 ‘불편’, ‘불안’, ‘손실’, ‘분노’ 등의 불만 항목의 수를 측정한 것으로 종합만족도라 할 수 있다. 불만 항목의 수를 측정한 것이므로 수치가 낮은 것일수록 만족도가 높은 것이다. 1위는 2.71건으로 한국지엠이 차지했다. 기아차가 2.98건으로 2위를 차지했고 그 뒤를 현대차(3.03건), 쌍용차(3.17건)가 뒤따랐고, 르노삼성(3.43건)이 최하위를 기록했다. 산업평균은 2.99건이었다.

수입차 소비자들은 평균 2.80건으로 국산차 평균보다는 적은 불만 수치였지만 국산차 1위인 한국지엠보다는 더 많았다.

2012년 조사 결과는 예년처럼 한두마디로 요약하기에는 다소 복잡한 양상을 보이고 있다.

첫째, 작년 조사결과가 제품품질 만족도의 전반적 하락과 영업 및 A/S 등 서비스품질의 향상으로 요약될 수 있었다면, 금년도는 그 반대로 ‘제품품질의 향상’과 ‘A/S 품질의 하락’이 있었다.

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

초기품질의 향상은 예년에 비해 신차 출시가 적었던 것이 중요한 원인이다. 국산차의 초기 품질이 신차 출시 여부에 따라 크게 출렁이는 것은 그만큼 신차 초기품질이 부실하다는 반증이다. 신차 구입자들이 자신을 마루타, 베타테스터 등으로 표현하는 데는 그만한 이유가 있다.

둘째, A/S 만족도의 하락은 초기품질 문제점의 증가, 그리고 ‘급발진’ 등과 같은 사회적 이슈로 인해 소비자들이 민감해졌기 때문이다. 특히 르노삼성과 수입차의 부진이 심했는데 르노삼성은 회사 전반의 경영상황 악화에 더해 일본 쓰나미의 영향까지 받았기 때문이다. 수입차는 급증한 판매에 따른 서비스 수요를 감당하지 못했기 때문이다.

셋째, ‘품질과 고객만족’에서 철벽 같았던 르노삼성의 빈 자리는 현대차와 한국지엠이 메우고 있다. 르노삼성의 부진은 제품경쟁력의 쇠퇴로부터 시작되었다. 닛산 플랫폼 대신에 르노 플랫폼을 사용하면서 소비자의 거부반응을 일으키고 판매부진으로 이어졌다. 기존 고객의 만족도는 높았지만, 신규고객을 유치할 수 있는 동력을 상실하면서 기존고객의 욕구도 충족시키지 못하는 악순환이 전개되었다.

고객만족을 위한 경쟁에서 절대강자도 약자도 없다. 오늘의 영예는 언제나 과거의 이야기가 될 수 있음을 르노삼성이 잘 보여주고 있다. 이제 고객만족 경쟁은 어느 누구의 우위를 논할 수 없는 혼전의 양상을 보이고 있다. 여기에 수입차까지 가세해 춘추전국의 형세다. 고객만족 경쟁은 결코 끝나지 않는 레이스이며, 방심하는 순간 뒤로 처지는 치열한 생존 게임이다.

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 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 이용하는 자동차 사용자
- 조사 시점: 2012년 7월
- 자료 수집 방법: 온라인 우편조사 (e-mail survey)
- 조사 규모 : 총 응답자 95,012명
자동차 보유자 90,562명

문의: 이건호 마케팅인사이트 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