

1995년(제4차) 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

※문의: 김태량 팀장(Tel. 02-3786-0553)

■ 제 1부 : 조사의 개요

1. KCSI 배경 및 목적

본 조사는 점점 치열해지고 있는 국내 경쟁시장환경하에서 우리나라 주요 업종의 제품 및 서비스에 대한 고객만족수준을 파악함으로써 국내산업의 경쟁력 제고 및 고객보호에 일조할 목적으로 기획되었습니다.

본 조사는 '92년 1차 조사 이래 올해로써 5차를 맞이했으며 우리 국민들의 일상생활과 밀접하게 관련을 맺고 있으면서 국내산업에 적잖은 영향을 미치는 13개 업종을 선정하므로써 조사결과가 우리나라 전체 기업의 고객중심의 경영을 유도 또는 발전시키는데 일조하고 나아가 국내기업들의 경쟁력 향상에 도움이 되었으면 합니다.

2. 조사 설계

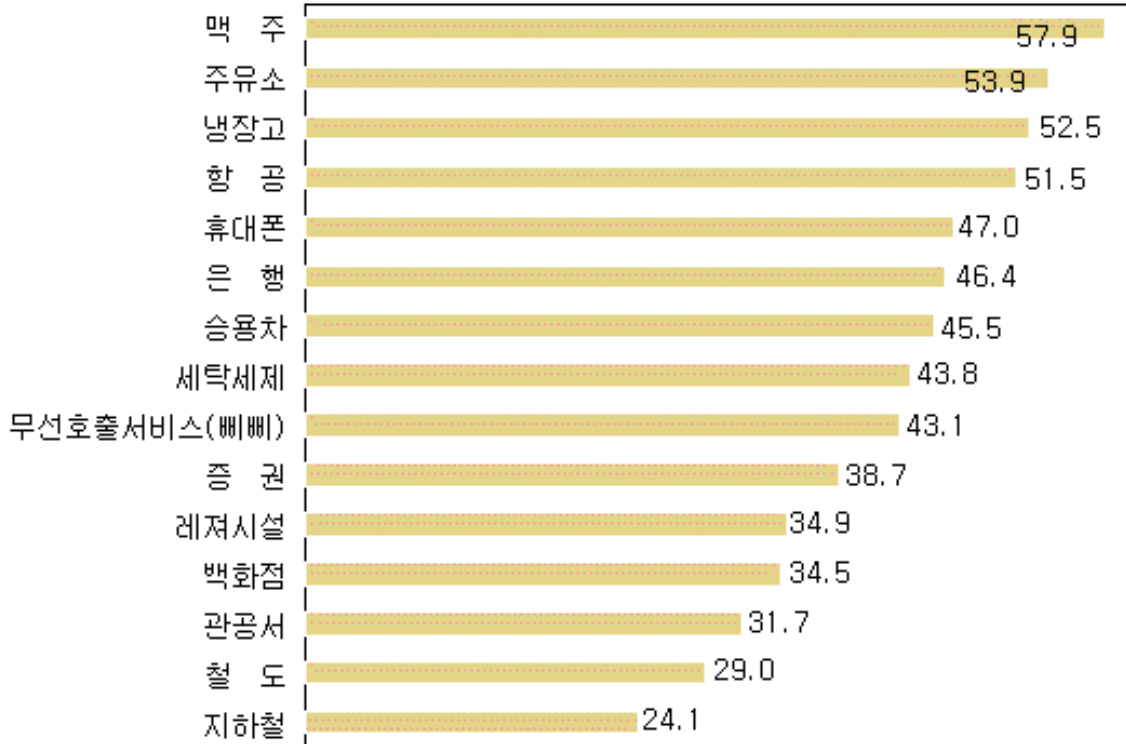
1. 모집단 : 서울 및 수도권의 도시가구 만 20세 이상 50세 미만의 남, 녀
2. 표본크기 : 1,205명
3. 표본추출방법 : 지역별 인구수 비례에 의한 유의할당표본추출
4. 조사방법 : 면접원의 가구방문에 의한 일대일 면접
5. 조사지역 : 서울 및 수도권 지역
6. 조사기간 : 1995. 8. 2. ~ 8. 22.
7. 조사대상제품 : 총 13개 업종 (15개 제품 및 서비스)

산업군	조사대상 산업
제조업종 (5개)	1)냉장고 2)승용차 3)맥주 4)휴대폰 5)세탁용세제
서비스업종 (8개)	1)은행 2)증권회사 3)백화점 4)무선호출 서비스(삐삐) 5)주유소 6)레저시설 7)관공서 8)운송수단 (철도/지하철/항공)

■ 제 2부 : 1995년도 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

1. 1995년도 한국산업의 고객만족도(KCSI) 특징 및 경향

조사된 13개업종 15개제품에 대한 고객만족도는 맥주가 57.9로 94년에 이어 95년에도 1위를 차지했으며, 지하철이 94년과 마찬가지로 95년에도 가장 낮은 만족수준을 보였다.



2. 조사결과와 특징과 우리나라 산업의 고객만족도 경향

1. 제조업종이 서비스업종보다 만족도가 높다. 그러나 제조업종의 만족도는 향상되기 보다는 비슷하거나 떨어지는 경향을 보이고 있으며, 서비스업종은 매년 만족도가 높아지는 경향을 보이고 있다.

2. 제조업종중에서 승용차의 경우 '92년의 49.6에서 작년에는 48.8로 떨어졌고, 올해에는 45.5로 떨어지는 등 고객만족도가 매년 낮아지고 있다.

냉장고의 경우도 '92년의 53.1에서 올해에는 52.5로 떨어지는 경향을 보이고 있다. 이처럼 제조업종의 고객만족도가 떨어지는 경향을 보이는 것은 각 기업의 제품 및 서비스 수준이 떨어지거나 향상되지 못했다는 것 보다는 고객들의 기대수준이 매년 높아지는데에 비해 각 기업들이 이에 부응하지 못한데 원인이 있다고 보여진다.

3. 서비스업종 중에서 은행의 경우는 '92년 42.2에서 올해에는 46.4로 높아졌고, 증권회사는 '94년의 30.0에서 올해에는 38.5%로 비료적 크게 높아졌다.

백화점의 경우도 작년에 비해 약간 높아졌다. 이처럼 서비스업종의 고객만족도가 높아지고 있는 원인은 이들 업종간의 경쟁이 특히 치열하고 이에 따라 서비스품질이 높아진데 있다고 보여진다.

4. 최근 수요가 급격히 팽창하고 있는 무선호출서비스(삐삐)는 작년의 49.1에서 올해에는 43.1로 비교적 크게 떨어졌는데 이는 수요의 팽창에 따른 수신율 감소, 지하수신상태 불량 등 고객욕구에 기술적으로 대응하지 못한데에 원인이 있는 것 같다.

5. 행정서비스의 수준을 가늠해 볼 수 있는 관공서는 작년에 비해 오히려 떨어졌다. 동사무소의 만족도는 작년의 33.8로 떨어졌다.

반면, 파출소/경찰서의 만족도는 작년의 8.5에서 올해에는 21.6으로 크게 높아져 문민경찰에 대한 이미지가 조금씩 형성되는게 아닌가 싶다.

6. 공공서비스인 철도, 지하철, 항공 등의 만족도는 여전히 낮은 상태지만 '94년에 비해서는 많이 높아진 경향을 보이고 있다.

특히, "지옥철"이라 불리는 지하철의 만족도가 작년에 비해 비교적 크게 높아졌으나 1호선의 경우는 작년과 비슷한 수준을 나타내 지하철 1호선의 개선대책이 시급한 것으로 보인다.

3. 한국산업의 제품/서비스에 대한 고객만족도 순위 및 특징

1. 냉장고 : 가전3사가 비슷

국내 대표적인 냉장고 제조업체인 삼성, LG, 대우의 고객만족도는 서로 비슷한 수준으로 나타났다. 갈수록 경쟁이 치열해지고 있는 국내 냉장고 시장에서 가전3사는 서로 차별화된 개념의 제품개발과 서비스강화 등 적극적인 자세를 취함으로써 고객들에게 비슷한 수준의 평가를 받은 것으로 보인다. (대우 : 53.2, 삼성 : 52.0, LG : 51.3)

2. 세탁용세제 : 농축세제가 일반세제보다 만족도 더 높아

비트, 한스푼, 수퍼타이, 스파크 등 국내의 대표적인 세제중 비트, 한스푼 등 농축세제가 수퍼타이나 스파크 등의 일반세제보다 만족도가 더 높은 것으로 나타났다.

비트와 한스푼은 기존의 일반세제에 대해 고객들이 가지고 있던 사용량과 세탁력에 대한 불만을 '콤팩트 세제'라는 이미지로 해소시키고 고객들에게 조금 넣어도 잘 빨리는 세제로 인식시킴으로써 좋은 평가를 받은 것으로 보인다. (비트 : 46.3, 한스푼 : 45.2, 스파크 : 42.3, 수퍼타이 : 30.5)

3. 휴대폰 : 삼성애니콜이 모토롤라 제치고 1위로

삼성애니콜이 국내시장을 선점하고 있는 모토롤라를 큰 점수차로 제치고 1위로 평가되었다. 삼성애니콜은 국내 사용자들로부터 A/S, 송수신 성능, 가격 등에서 모토롤라보다 월등히 높은 평가를 받았다. (삼성애니콜 : 62.0, 모토롤라 : 35.3)

4. 맥주 : 카스가 가장 높은 만족도를 보여

올해들어 더욱 경쟁이 치열했던 넥스, 하이트, 카스 등 국내 맥주3사의 제품 중 카스에 대한 만족도가 가장 높게 나타났다.

최근들어 비열처리맥주에 대한 관심이 커지면서 카스맥주는 100% 비열처리맥주라는 이미지와 맥주의 고유특성인 톡쏘는 듯한 강한 맛을 강조함으로써 고객들로부터 좋은 평가를 받은 것으로 보여진다. (카스 : 63.1, 하이트 : 59.3, 넥스 : 57.3, OB맥주 : 47.2)

5. 은행 : 신한은행 작년에도 이어 올해도 1위

이번 조사된 12개 국내은행중 신한은행이 작년에도 이어 올해도 가장 높은 만족도를 나타냈다. 신한은행은 깨끗한 환경 및 시설과 직원의 친절성, 그리고 현금지급기 이용편리성, 창구대기시간 등에 있어 높은 평가를 받았으며, 고객들에게 좋은 이미지를 심어주기 위한 노력들이 계속 좋은 반응을 보인 것 같다.

(신한 : 75.0, 외환 : 58.0, 조흥 : 55.8, 한미 : 52.0, 농협 : 50.8, 기업 : 50.8, 주택 : 50.0, 한일 : 45.8, 제일 : 39.3, 국민 : 38.2, 서울 : 36.5, 상업 : 33.3)

6. 백화점 : 현대백화점의 만족도가 가장 높아

백화점 이용고객들중 현대백화점을 이용하는 고객들의 만족도가 가장 높게 나타났다.

현대백화점은 혼잡하지 않은 매장분위기와 지역권을 중심으로한 백화점 이미지에 있어 좋은 반응을 얻은 것으로 보여진다. (현대 : 42.0, 롯데 : 37.3, 신세계 : 36.4, 애경 : 30.0, 그레이스 : 28.0, 미도파 : 27.1)

■ 제 2부 : 1995년도 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

7. 승용차 : 현대자동차의 고객만족도가 가장 높아

승용차에 대한 고객만족도는 전체적으로 현대자동차가 기아나 대우에 비해 가장 높은 만족도를 보였다.

현대자동차에 대한 만족도는 50.7로써 경쟁사보다 많이 높으며, 성능 및 품질과 외부스타일 등에 있어 고객으로부터 좋은 평가를 받은 것으로 보여진다. (현대 : 50.7, 기아 : 45.6, 대우 : 30.7)

8. 무선호출 서비스 : 012와 015의 만족도는 비슷한 수준

무선호출 서비스(삐삐호출)에서는 선발업자인 012와 후발업자인 015의 만족도가 서로 비슷한 수준으로 나타났다.

015는 후발업자임에도 불구하고 가입절차, 음성사서함 서비스, 그리고 고객응대태도 등에서 우수한 평가를 받았고 012는 새로운 시장경쟁상태에서 적극적인 서비스 개선으로 대처함으로써 양업체간 고객만족도가 비슷한 수준으로 나타난 것으로 보인다. (012사업자 : 43.7, 015사업자 : 42.6)

9. 주유소 : 호남정유 주유소의 만족도가 가장 높아

호남정유 주유소를 이용하는 고객들의 만족도가 가장 높은 것으로 나타났다.

호남정유의 고객유치를 위한 주유소 환경개선과 종업원 친절 등에 대해 고객들은 좋은 평가를 한 것으로 풀이된다. (호남정유 : 61.2, 유공 : 49.0)

10. 주유소 : 호남정유 주유소의 만족도가 가장 높아

호남정유 주유소를 이용하는 고객들의 만족도가 가장 높은 것으로 나타났다.

호남정유의 고객유치를 위한 주유소 환경개선과 종업원 친절 등에 대해 고객들은 좋은 평가를 한 것으로 풀이된다. (호남정유 : 61.2, 유공 : 49.0)

11. 레저시설 : 용인자연농원의 만족도가 가장 높아

수도권의 대표적인 레저시설인 서울랜드, 롯데월드, 자연농원중 용인자연농원의 만족도가 가장 높게 나타났다.

용인자연농원은 서비스질의 향상과 시설을 고급화하는 노력을 지속적으로 기울여 온 결과 이용고객들로 하여금 좋은 반응을 얻은 것으로 보여진다. (자연농원 : 39.4, 롯데월드 : 34.7, 서울랜드 : 30.9)

■ 제 2부 : 1995년도 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

12. 관공서 : 파출소/경찰서의 만족도 작년에 비해 많이 높아져

동사무소, 구청/시청, 파출소/경찰서, 우체국/전화국 등 우리나라 대표적인 관공서에 대한 만족도는 동사무소가 가장 높게 나타났으며, 파출소/경찰서의 만족도가 작년에 비해 많이 높아졌다.

동사무소는 작년에 비해 오히려 만족도가 떨어졌고 작년에 매우 낮았던 파출소/경찰서에 대한 만족도는 크게 높아져 시민을 위한 경찰상을 조금이나마 보여준 것이 아닌가 생각된다. (동사무소 : 33.8, 구청/시청 : 31.1, 우체국/전화국 : 28.1, 파출소/경찰서 : 21.6)

13. 항공 : 아시아나가 대한항공을 근소한 차이로 앞서

국내 항공서비스를 제공하고 있는 두항공사중 아시아나 이용고객의 만족도가 대한항공을 이용하는 고객들의 만족도보다 근소하게 더 높은 것으로 나타났다.

국내 두 항공사의 만족도수준은 전반적으로 비슷한 수준인 것으로 평가되나 티켓팅과정에서의 직원의 친절성이나 정보제공측면에서 아시아나의 평가가 좋은 것으로 보여진다. (아시아나 : 52.8, 대한항공 : 51.1)

* 아시아나의 표본수가 적은 관계로 해석시 주의를 요함 (아시아나 : 36명, 대한항공 : 94명)

14. 지하철 : 4호선 만족도가 가장 높아 1호선은 아직도 지옥철

지하철 주이용 노선별 만족도는 4호선이 48.0으로 가장 높았고, 1호선이 6.9로 가장 낮아 4호선과 1호선의 만족도 차이가 매우 크게 나타났다.

4호선은 최근 새차량을 투입시키고, 자동발매시설을 보강하는 등 이용승객들의 편의를 도모한 반영되었다고 보여지며, 1호선은 잦은 사고 및 시설노후 등으로 이용승객들의 불만을 해소하지 못한 것으로 풀이된다. (4호선 : 48.0, 3호선 : 37.1, 2호선 : 23.2, 1호선 : 6.9)