



2001년(제10차) 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

※문의: 김희철 팀장(Tel. 02-3786-0551, 3)

■ 제 1부 : 조사의 개요

1. KCSI 배경 및 목적

본 조사는 급격한 시장 환경변화와 국내시장의 개방으로 경쟁이 치열해지는 상황에서 우리나라산업의 고객만족수준을 진단하여 산업의 질적 성장도를 평가하고 국내산업의 대외 경쟁력을 제고함과 동시에 소비자 보호 측면에서도 기여하고자 하는 목적으로 실시되었다.

본 조사는 '92년 1차 조사 이래 올해로써 10차를 맞이했으며 우리 국민들의 일상생활과 밀접하게 관련을 맺고 있으면서 국내산업에 많은 영향을 미치는 95개 업종을 선정하여 실시하였다. 본 조사결과가 우리나라 기업들의 고객지향 경영을 더욱 촉진시켜 대외 경쟁력을 제고하는데 일조하고 나아가 국내산업의 발전에 기여하기를 바란다.

2. 조사 설계

- (1) 모 집 단 : 서울/수도권 및 6대광역시에 거주하는 20세 이상 60세 미만의 남녀
- (2) 표본크기 : 10,357명
- (3) 표본추출방법 : 지역별 인구수 비례에 의한 유의할당추출법
(Purposive Quota Sampling)
- (4) 조사방법 : 면접원의 가구방문에 의한 일대일 면접방법
- (5) 조사지역 : 서울, 부산, 대구, 인천, 광주, 대전, 울산, 수도권
- (6) 조사기간 : 2001. 5. 22 ~ 7. 6
- (7) 조사대상산업 : 총 95개 산업(*아래 표 참조)

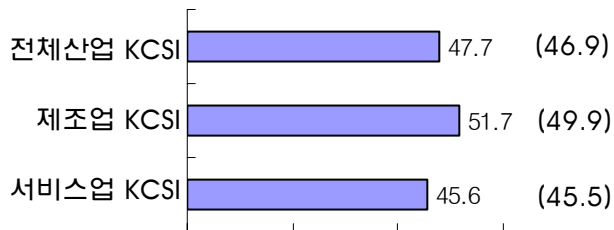
산업군	조 사 대 상 산 업
내구재 제조업 (22개)	1) 승용차 2) 침대 3) 승용차타이어 4) 에어컨 5) PC 6) 이동전화 단말기 7) 엘리베이터 8) 가정용 바닥재 9) 세탁기 10) 가정용보일러 11) 정수기 12) 자전거 13) 칼라TV 14) 김치냉장고 15) 손목시계 16) 프린터 17) 피아노 18) 부엌가구 19) 캠코더 20) 복사기 21) 전기 밥솥 22) 자동카메라
소비재 제조업 (26개)	1) 비스킷 2) 유산균발효유 3) 샴푸 4) 소주 5) 주스 6) 여성내의 7) 남성내의 8) 세탁세제 9) 치약 10) 캐주얼화 11) 여성용 화장품 12) 화장지 13) 식용유 14) 햄/소세지 15) 우유 16) 맥주 17) 남성정장 18) 정장구두 19) 담배 20) 곡물음료 21) 참치캔 22) 커피 23) 고추장 24) 스포츠화 25) 유아복 26) 포장김치
일반 서비스업 (34개)	1) 주유소 2) 백화점 3) 대형할인점 4) 편의점 5) 대형서점 6) 학습지 7) 호텔 8) 콘도미니엄 9) 지하철 10) 고속버스 11) 고속버스터미널 12) 항공 13) 시외/국제전화 14) 이동전화서비스 15) 패스트푸드점 16) 통신판매서비스 17) 초고속 통신망 18) 도시가스 19) 택시 20) 시내버스 21) PC통신 22) 택배서비스 23) 은행 24) 신용카드 25) 할부금융 26) 생명보험 27) 자동차보험 28) 증권 29) 종합병원 30) 종합레저시설 31) 아파트 32) 피자전문점 33) 검색/포탈사이트 34) 인터넷 쇼핑몰
공공 서비스업 (13개)	1) 국립공원관리 2) 등기소 3) 세무서 4) 경찰서/파출소 5) 교육서비스 6) 철도 7) 전력 8) 고속도로관리 9) 구청 10) 시청 11) 동사무소 12) 우편서비스 13) 수도

■ 제 2부 : 2001년도 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

1. 2001년도 한국산업의 고객만족도 (KCSI) 특징 및 경향

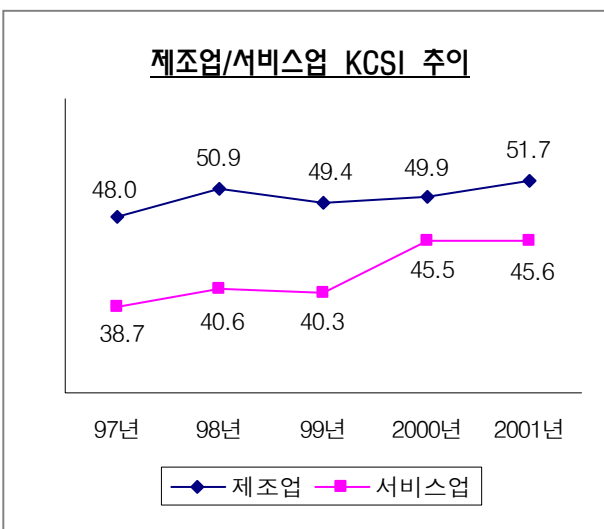
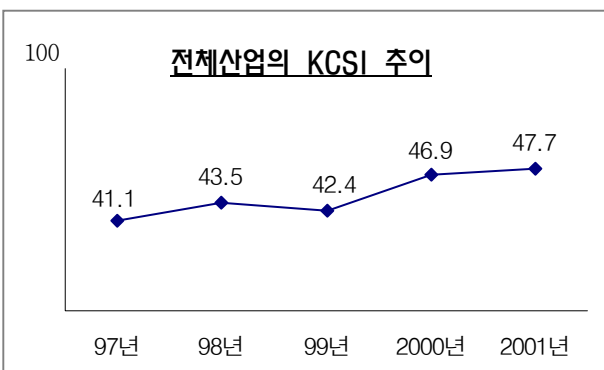
(1) 한국산업 전체의 고객만족도

2001년 한국산업의 고객만족도(KCSI)



※ ()은 2000년 KCSI 조사 결과임

최근 5년간 한국산업의 고객만족도(KCSI) 추이



2001년도 KCSI 특징 및 경향

한국고객만족지수

- 작년보다 0.8점 높아져
- 제조업이 서비스업보다 높아

▶ 금년도 전체산업의 KCSI는 전년도보다 0.8점 높아진 47.7점으로 나타났다. 서비스업은 전년도보다 0.1점 상승한 45.6점, 제조업은 1.8점 상승한 51.7점이었다. 전통산업들이 주류를 이루는 제조업은 상품 품질에 대한 평가가 우수함에 반해 신규 산업의 진입이 비교적 많은 서비스업의 경우는 산업의 활발함에도 불구하고 제조업보다 고객만족도는 낮은 편이다.

76개 업종중 58개 업종(전체의 76%)이 만족도 상승

▶ 작년에 이어 조사된 76개 업종중 전년도보다 KCSI가 높아진 업종은 전체의 76%인 58개 업종이었으며, 하락한 업종은 18개에 불과해 전체적으로 한국산업의 고객만족도가 상승하였음을 보여 주고 있다. 특히, 제조업의 경우는 35개 업종중 23개 업종이, 서비스업의 경우는 41개 업종중 35개 업종이 작년보다 KCSI가 상승하여 금년도에 신규로 조사된 업종을 제외하면 고객만족도의 상승이 일부 업종에 국한된 현상이 아님을 알 수 있다.

만족도 상승은 상품품질 및 고객서비스에 대한 지속적인 투자의 결과

▶ 이와 같은 한국 산업의 고객만족도 상승은 많은 기업들이 무엇보다도 고객을 중시하는 경영활동을 활발하게 전개한 결과로 풀이된다. 특히 성숙시장으로 진입한 많은 제조업 및 서비스 산업에 있어서 상품 품질 및 고객 서비스에 대한 지속적인 관심과 투자가 전체 산업의 질을 향상시키는데 기여하고 있다.

치열한 경쟁 속에서 고객지향 경영을 꾸준히 전개하는 기업의 만족도는 상승

- ▶ 제조업에서는 에어컨, 부엌가구, PC, 정수기, 피아노, 침대, 승용차, 타이어 등 내구재의 만족 지수가 비교적 큰 폭으로 올랐으며, 소비재 중에서는 소주, 세제, 샴푸 등의 만족도 상승폭이 컸다. 서비스업에서는 항공, 종합병원, 종합레저시설, 보험, 이동전화서비스의 상승이 두드러졌다. 반면, 신용카드, 은행, 주스, 칼라TV, 가정용 바닥재 등은 만족도가 하락한 것으로 나타났다.

판매 지향적이거나 고객마인드가 떨어지는 업종은 만족도 하락

- ▶ 고객만족도가 상승하고 있는 업종은 대체적으로 치열한 경쟁구조 속에서 고객지향적인 상품 및 서비스 제공을 위한 혁신활동을 꾸준히 전개하고 있는 경우였으며, 반대로 고객의 기대수준은 올라가는 데 반해 판매 지향적이거나 고객마인드가 떨어지는 업종의 경우 고객만족도가 하락하는 경향을 보였다. 특히 세금혜택 때문에 사용량이 매우 증가하는 신용카드 업종의 경우, 이에 걸맞는 고객 지향적인 서비스체계를 갖추지 못함으로 인한 불만이 큰 것으로 보여진다

공공, 행정 서비스에 대한 만족도, 민간기업에 비해 떨어지나 전반적으로 상승

- ▶ 국민 생활과 밀접한 관련을 맺고 있는 공공, 행정서비스 분야에 대한 만족도는 민간기업이 주도하는 산업에 비해 만족도가 낮게 나타났으나, 전체적으로 작년과 마찬가지로 지속적으로 상승하는 모습을 보여 주고 있어, 공공, 행정분야에 도입된 고객개념이 자리를 잡아가고 있음을 알 수 있다.

민간기업을 벤치마킹하는 세무서 만족도 항상 두드러져

- ▶ 특히, 다양한 서비스 활동을 전개하는 세무서, 등기소에 대한 만족도 상승이 두드러졌으며, 지자체에 대한 만족도도 상승하고 있는 것으로 나타나 민간기업의 서비스를 벤치마킹하는 행정, 공공부문이 서비스 혁신을 위해 많은 노력을 기울이고 있음을 알 수 있다.

교육서비스 여전히 최악의 수준

- ▶ 단, 교육서비스, 경찰서/파출소 등은 전년대비 만족도 상승에도 불구하고 여전히 낮은 만족도를 보여 주고 있어 이들 분야에 있어 보다 근본적이고 대대적인 개선이 요구된다.

■ 제 2부 : 2001년도 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과(계속)

KCSI 추이로 본 한국산업의 고객만족도 특징 및 경향

'97년보다 6.6점 상승, 질적인 성장 돋보여

- ▶ 전체 산업의 고객만족도(KCSI)는 '97년 이래 대체적으로 상승하는 모습을 보여 주고 있으며, 특히 '97년과 비교해서는 6.6점이나 상승하여 우리 경제가 국민소득, GDP등 양적인 측면 뿐만 아니라, 질적인 측면에서도 많이 성숙되어 감을 알 수 있다.

상품품질 및 고객서비스 수준 크게 향상

- ▶ 특히, IMF의 여파가 남아있던 '98년, '99년에는 질적 지표인 고객만족도가 정체 상태에 있었지만, 전년도부터 상승폭이 크게 나타나고 있어, 지금의 경제 침체 상황에도 불구하고 그간 우리의 상품 품질 및 고객서비스 수준이 크게 향상되었음을 반영하고 있다.

서비스업의 상승폭이 더욱 커

- ▶ 제조업의 경우 4년 전에 비해 만족도가 3.7점 상승하였고, 서비스업은 6.9점 상승, 서비스업의 만족도 수준이 제조업에 비해 낮지만 그 상승폭은 오히려 큰 것으로 나타나 그간 서비스업의 양적 팽창과 함께 질적 수준도 함께 높아지고 있음을 알 수 있다.

행정, 공공부문 매년 큰 폭으로 만족도 상승

- ▶ 특히, 행정, 공공서비스 부문은 매년 큰 폭으로 만족도가 향상되고 있어 정부기관 및 지자체를 중심으로 한 서비스 혁신활동이 나름대로 성과를 거두고 있는 것으로 파악된다.

만족도 상승은 국민 삶의 질과 산업경제 활성화에 기여

- ▶ 거의 전 산업에 걸친 고객만족도 상승은 국민의 삶의 질을 향상시키는데 기여할 뿐더러 소비생활에도 영향을 줌으로써 산업경제를 활성화시키는데에도 기여할 것으로 보여진다

(2) 산업별 고객만족도(KCSI)

1) 내구재 제조업의 고객만족도(KCSI)

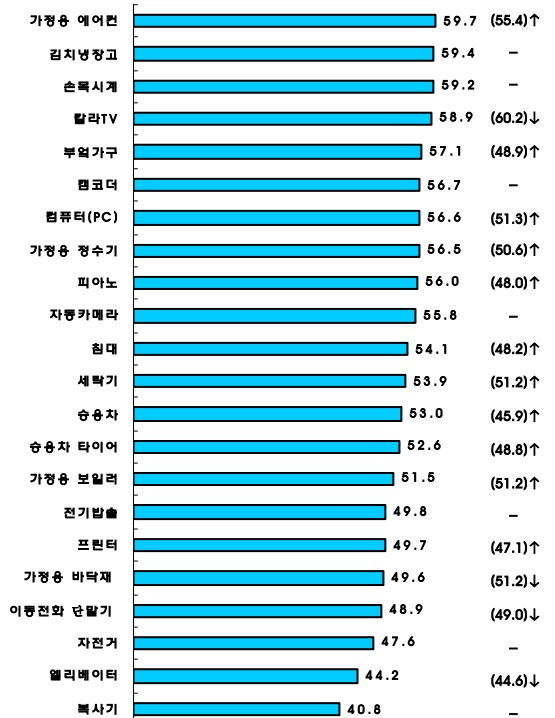
생활가전제품들의 만족도가 높아

- 에어컨, 김치냉장고, 칼라TV 등

- ▶ 에어컨, 김치냉장고, 칼라TV 등 생활가전제품에 대한 만족도가 상위권을 형성하고 있다. 특히 고가제품이면서 성장기에 있고, 또한 시장경쟁이 매우 치열한 에어컨에 대한 만족도가 전체 22개 산업 중 가장 만족도가 높은 것으로 나타나 에어컨 품질과 서비스에 대한 산업의 질적 발전이 급속도로 이루어지고 있는 것으로 보여진다.

- ▶ 반면, 복사기, 엘리베이터 등 구입자 측면보다도 사용자 측면에서 평가받은 제품들은 고객의 만족도가 상대적으로 낮은 것으로 나타나고 있다. 또한 이동전화단말기에 대한 급속한 기술발전과 시장성장에도 불구하고 만족도는 답보상태를 벗어나지 못했다.

내구재(제조업)산업별 KCSI



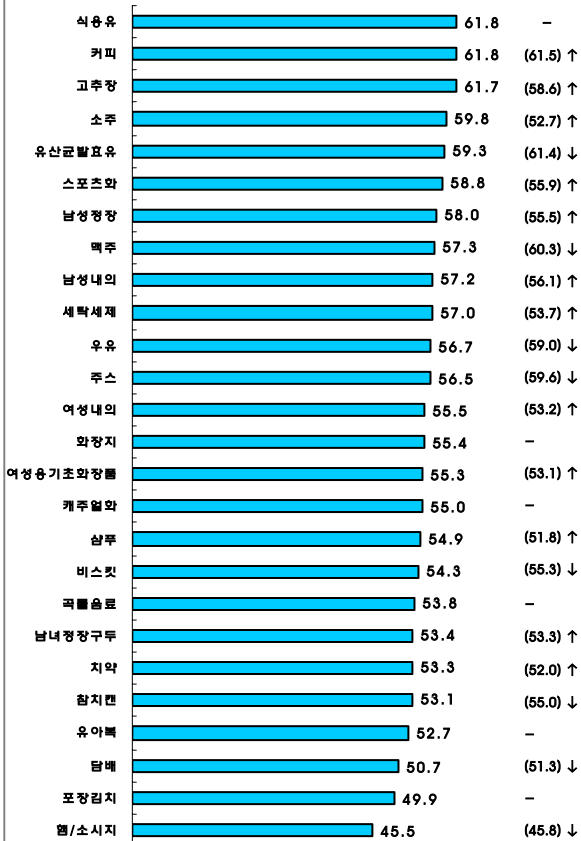
* ()은 2000년 KCSI 결과임

2) 소비재 제조업의 고객만족도

전통적 식음료 산업들의 만족도가 높아
- 식용유, 커피, 고추장, 소주 등

- ▶ 소비재 산업은 대부분 고객만족도가 높게 나타난 가운데 식용유, 커피, 고추장, 소주 등 주로 식음료 부문의 전통산업들의 고객만족도가 상위권을 차지하는 결과를 보여 주었다. 반면, 유통기간의 문제가 간혹 제기되는 햄/소시지, 포장김치 등은 만족도가 상대적으로 낮았다.
- ▶ 전년도에 비해서는 고추장, 소주, 세탁세제 등의 만족도 상승폭이 비교적 컸고, 반대로 유산균발효유, 맥주, 주스 등 전년도에 만족도 상위권을 나타냈던 업종들의 만족도는 하락하였다.

소비재(제조업)산업별 KCSI



* ()은 2000년 KCSI 결과임

3) 서비스업의 고객만족도

호텔, 항공 등 고급서비스 만족도 높아, 반대로, 대중교통 만족도는 최악

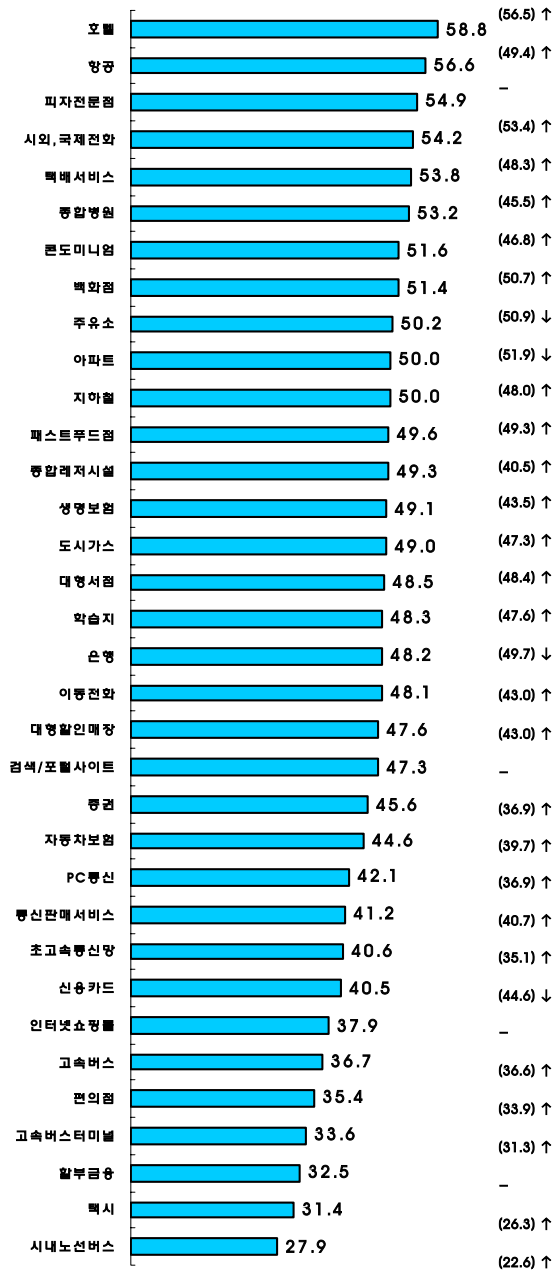
- ▶ 호텔, 항공 등 고급 서비스업종이 만족도 최고상위권을 유지하는 가운데 시외/국제전화, 택배서비스, 종합병원 등이 상위로 나타났다. 반면, 택시, 시내노선버스, 할부금융, 고속버스 터미널, 편의점 등은 만족도가 매우 낮았고, 상위 산업과의 격차도 컸다.
- ▶ 금융서비스 산업을 보면, 생명보험이 가장 높고, 은행, 증권, 자동차 보험, 신용카드, 할부금융 순으로 나타났으며, 통신서비스에서는 시외/국제전화, 이동전화서비스, PC통신, 초고속 통신망 순으로 나타나 산업의 역사와 비례하는 경향을 보였다.
- ▶ 판매/유통 서비스 부문에서는 피자전문점의 만족도가 가장 높았고, 백화점, 주유소, 패스트 푸드, 대형서점, 대형 할인매장, 통신판매 순으로 나타났으며, 물류/운송 서비스에서는 택배서비스가 가장 높았다.

급성장하는 산업, 만족도에 문제 있어
- 신용카드가 대표적

- ▶ 전년도에 비해서는 대부분의 산업들이 만족도가 상승하는 경향을 보였으며 특히, 항공 택배, 종합병원, 콘도, 종합레저시설, 생명보험 등 국민의 질적 생활에 영향을 미치는 산업들의 만족도 상승이 두드러졌다. 반면, 신용카드, 주유소, 은행, 아파트 등 산업의 비중이 큰 업종의 경우 다소 만족도가 하락한 것으로 나타났다. 특히, 신용카드는 점수의 하락폭이 커, 신용카드 거래량 증가를 업계의 서비스가 아직 따라가지 못함을 시사하고 있다.

■ 제 2부 : 2001년도 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과(계속)

서비스업 산업별 KCSI



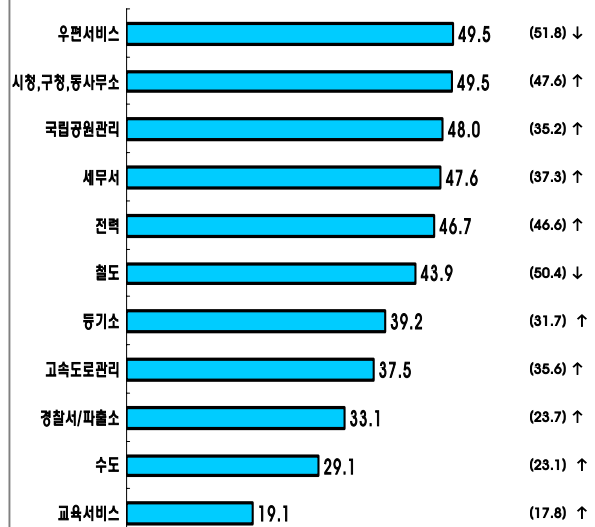
* ()은 2000년 KCSI 결과임

4) 공공·행정서비스업의 고객만족도

만족도는 상승하고 있으나 일부 기관의 서비스 문제 여전

➡ 공공, 행정서비스 산업에 있어서는 우편서비스와 시청/구청/동사무소 등 지자체가 가장 높은 만족도를 나타냈다. 반면, 초/중/고 교육서비스, 수도, 경찰서/파출소 등은 만족도가 매우 낮은 편이었다. 전년도에 비해서는 우편서비스와 철도를 제외한 나머지 기관은 만족도가 상승하였다. 특히, 세무서, 등기소, 파출소/경찰서 등 전통적으로 서비스 수준이 열악한 기관들의 만족도 상승폭이 크게 나타난 점이 주목된다.

공공·행정서비스 산업별 KCSI



* ()은 2000년 KCSI 결과임

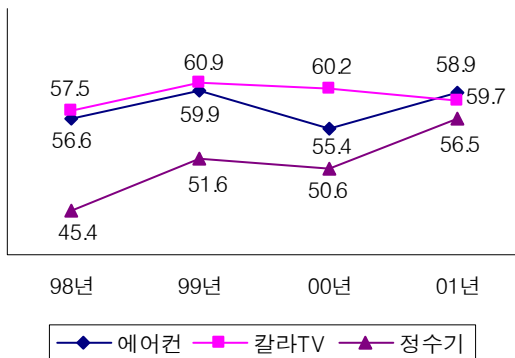
(3) 주요산업의 고객만족도(KCSI)추이 및 특징

1) 내구재 제조업

① 가정용 전기전자기기

- 생활가전 제품
 - 최고수준의 만족도를 유지
- 정수기
 - 새로운 판매서비스 도입으로 만족도 대폭 상승

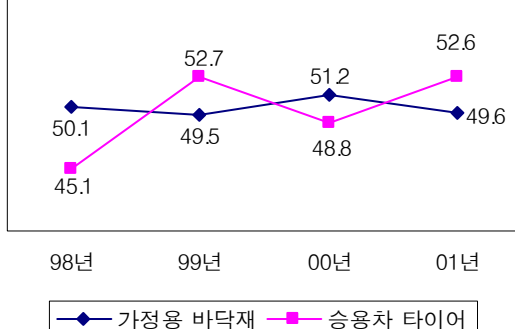
에어컨, 칼라TV 등 생활가전 제품들의 만족도는 내구재 중 최고수준의 만족도를 보이는 가운데 에어컨의 만족도가 상승하고 칼라TV는 다소 하락하였다. 정수기는 새로운 개념의 판매서비스가 도입되면서 고객만족도가 대폭 상승하였다.



② 고무/프라스틱

- 가정용 바닥재
 - 50점을 중심으로 만족도 변화 없어
- 승용차 타이어
 - 전년대비 상승

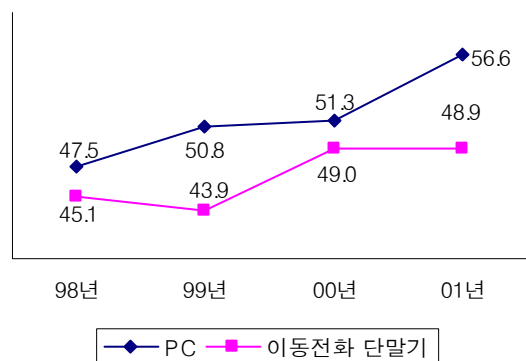
가정용 바닥재, 승용차타이어 등 고무/프라스틱 업종은 50점을 중심으로 등락이 엇갈리고 있으며 제조업 전체 평균만족도에 비해 비슷하거나 약간 낮은 경향을 보인다.



③ 컴퓨터 및 통신기기

- PC
 - 만족도 상승폭이 매우 커
- 이동전화 단말기
 - 전년도와 유사하게 나타나

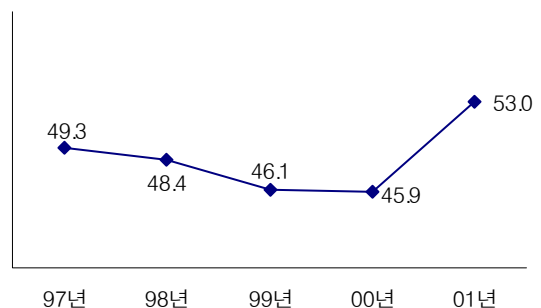
기술의 급속한 발전과 신제품 출시가 많은 PC 및 이동전화 단말기에 대한 만족도는 대체적으로 상승추세인 가운데 인터넷의 급속한 확산으로 생활 필수품으로 자리잡은 PC의 만족도 상승이 두드러진다.



④ 자동차 - 승용차

- 소형중심에서 중대형 시장으로 전이되면서 만족도 크게 상승

작년까지 지속적으로 하락하였던 승용차에 대한 만족도가 최근들어 경소형 및 소형중심의 시장구조에서 벗어나 중대형 시장이 자동차 시장의 주류를 이루면서 상승폭이 매우 크게 나타났다

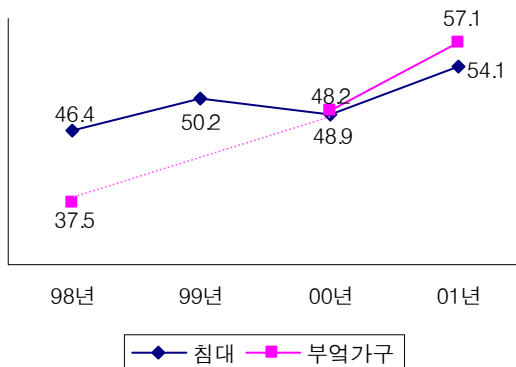


■ 제 2부 : 2001년도 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과(계속)

⑤ 가구

- 부엌가구, 침대
 - 디자인 및 고객서비스 강화가 고객만족도 상승으로 이어져

생활문화의 변화로 인해 소비자 요구가 다양해지는 부엌가구 및 침대에 있어서 주요 기업들이 디자인 및 서비스를 더욱 강화하면서 금년들어 만족도가 대폭 상승한 결과로 나타났다.

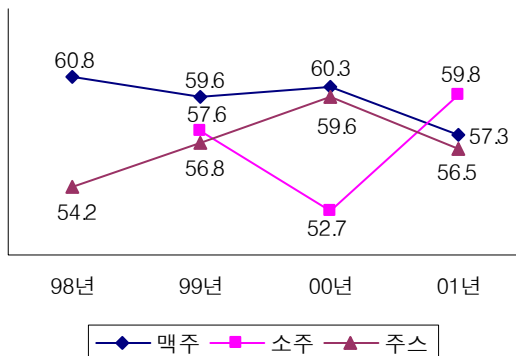


2) 소비재 제조업

① 주류, 음료

- 소주는 상승하고 맥주는 하락
- 주스 - 만족도 하락

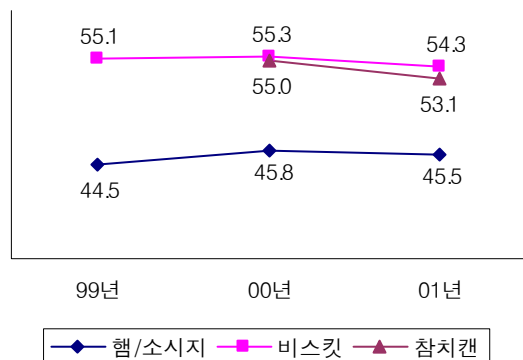
주류시장에서 맥주의 만족도는 하락하고 소주의 만족도가 상승하여 두업종의 만족도 역전현상이 발생했다. 맥주는 안정된 시장구조속에서 신제품 출시가 거의 없는 반면 신제품 경쟁이 심한 소주 시장이 품질향상으로 이어진 결과로 풀이된다. 한편, 음료시장에서는 매실음료의 곡물음료에 대한 시장이 팽창하면서 주스에 대한 만족도는 하락하였다.



② 식품

- 중하위권의 만족도를 나타내고 있어
 - 판매중심적 경영활동을 지양해야

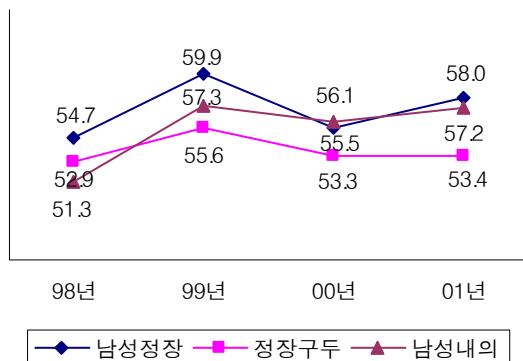
주요 식품에 대한 만족도는 중하위권 수준이며 특히 햄/소시지에 대한 만족도는 매년 최하위 수준에 머물러 있다. 업종 특성상 식품산업은 판매중심적인 경영활동이 주류를 이루고 있기 때문으로 풀이된다.



③ 의복/신발

- 전체적으로 전년보다 만족도가 상승하였으며 특히 남성정장의 만족도 상승이 두드러져

의복/신발 산업은 소비재 전체산업중 중상위권의 만족도를 보여주고 있으며 주요 업종들의 만족도가 작년보다 상승하였다.

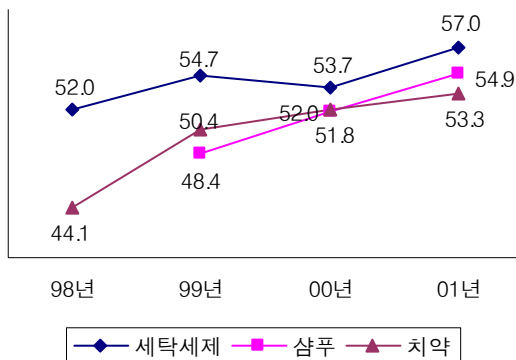


■ 제 2부 : 2001년도 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과(계속)

④ 생활건강 제품

- 전년보다 만족도 상승
- 수년간 만족도 상승 추세

세제, 샴푸, 치약 등 생활건강 제품들에 대한 만족도는 전년보다 상승하였으며 수년간 추이를 볼때도 상승하는 추세를 보여준다.

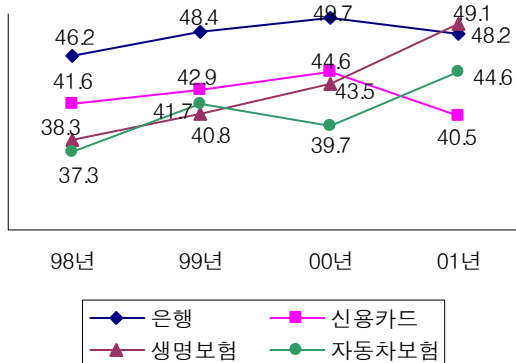


3) 서비스업

① 금융 및 보험

- 보험업종은 만족도 대폭 상승
- 신용카드 대폭 하락

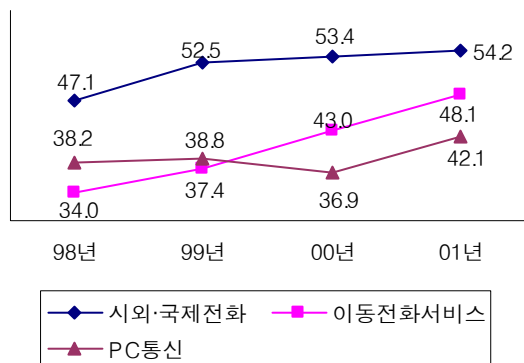
생명보험, 자동차보험 등 보험산업은 만족도가 대폭 상승하였고 은행은 소폭하락하였으며 신용카드는 대폭 하락하는 모습을 보였다. 보험사의 경우 사활을 건 고객서비스 경쟁이 치열한 반면, 신용카드 활성화 정책에 힘입어 사용량이 증가하는 신용카드의 경우 고객서비스가 이를 뒷받침하지 못한 결과로 풀이된다.



② 통신업

- 통신서비스 전업종이 전년대비 상승 추세
- 이동전화서비스는 매년 대폭 상승

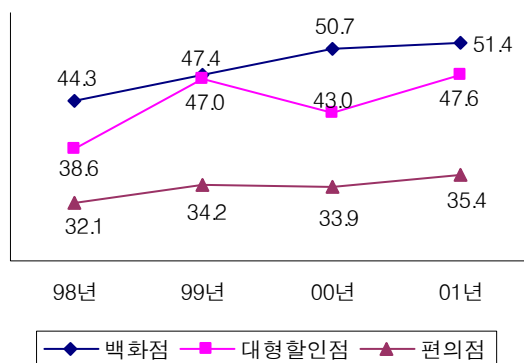
통신서비스업종은 고객만족도의 상승이 뚜렷하지만 시외·국제전화를 제외한 나머지 업종에서의 만족도 수준은 높지 않은 편이다. 이동전화서비스의 경우 통화품질 및 고객서비스의 향상으로 매년 큰 폭으로 상승하고 있다.



③ 도·소매업

- 백화점 - 전반적으로 상승 추세
- 편의점 - 만족도 수준이 매우 낮아

유통점 고객서비스에 대한 경쟁이 더욱 치열해지면서 주요 산업에 대한 만족도가 상승한 것으로 나타났다. 특히 '98년도와 비교하면 많은 폭으로 만족도가 향상되었다. 올해의 경우 대형 할인점의 만족도가 크게 상승하였다. 단, 편의점에 대한 만족도는 여전히 매우 낮은 수준이다.

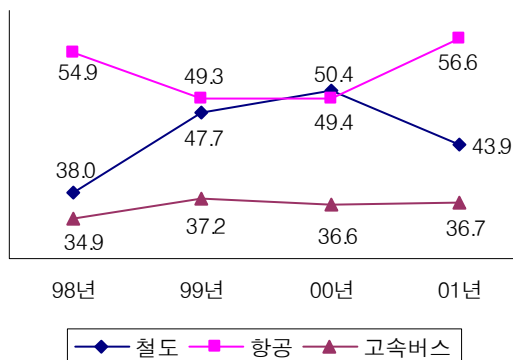


■ 제 2부 : 2001년도 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과(계속)

④ 운수업

- 항공서비스 - 전년에 비해 대폭 상승
- 대중교통 - 만족도 너무 낮아

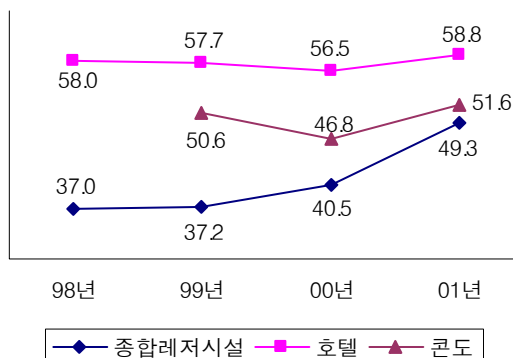
항공을 제외한 대중교통에 대한 만족도는 전체산업중 하위권을 벗어나지 못한 것으로 나타나 운수산업의 고객서비스 강화노력이 더욱 요구된다. 작년에 비해서는 항공은 대폭 상승한 반면, 철도는 대폭 하락하였다.



⑤ 일반서비스 - 숙박/레저

- 숙박, 레저 업종의 만족도 상승세 뚜렷
- 종합레저의 경우 대폭 상승

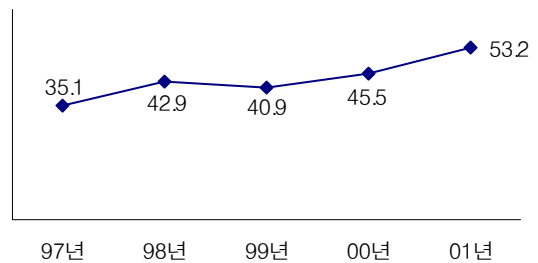
숙박, 레저 업종의 경우 전년대비 만족도가 크게 상승하였으며 특히 종합레저산업은 지속적으로 상승 추세에 있다. 한국 방문의 해를 맞이하여 이들 업계에서 서비스를 대폭 강화하고 있는 것에 기인한 것으로 풀이된다.



⑥ 의료 및 보건

- 종합병원 - 고객만족도 큰 폭으로 상승

종합병원의 고객 만족도는 매년 꾸준히 상승하고 있으며 특히, 4년전과 비교하면 18점이나 상승하는 등 만족도 상승추이가 현저하다. 그러나 종합병원이 서비스를 강화하면서 고객의 기대 수준이 높아지고 있어 더욱 많은 노력이 요구된다.

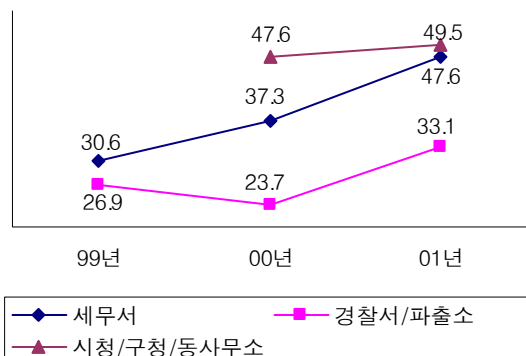


⑦ 관공서

- 만족도 상승 추세가 뚜렷, (특히 세무서)
- 시청/구청/동사무소 만족도 수준 높은 편

관공서에 대한 고객만족도도 매년 상승하고 있다. 특히, 올해의 경우 세무서와 경찰서/파출소에 대한 상승폭이 매우 크다.

이러한 만족도 상승은 각 기관의 서비스 혁신활동에 힘입은바 크나, 아직도 일부 기관의 만족도 수준은 여전히 낮은 편이다.



■ 제 2부 : 2001년도 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과(계속)

2. 산업별 KCSI 1위 기업

본 조사결과에 나타난 각 산업별 1위 기업은 다음과 같다.

(1) 내구재 제조업

산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)
승용차 타이어	한국타이어	한국타이어, 금호타이어
가정용 바닥재	한화종합화학	한화종합화학, 금강고려화학, LG화학
가정용 보일러	린나이코리아	린나이코리아, 귀뚜라미보일러, 경동보일러
세탁기	삼성전자	삼성전자, LG전자, 대우전자
김치냉장고	만도공조	만도공조, LG전자, 삼성전자
전기밥솥	성광전자	성광전자, 삼성전자, 대우전기산업, LG전자
가정용 에어컨	LG전자	LG전자, 대우전자, 삼성전자, 만도공조
가정용 정수기	웅진코웨이	웅진코웨이, 청호나이스, 코오롱 하이필
컬라 TV	삼성전자	삼성전자, LG전자, 아남전자, 대우전자
컴퓨터 (PC)	LGIBM	LGIBM, 삼성전자, 삼보컴퓨터, 현주컴퓨터
프린터	한국휴렛팩커드	HP, 삼성전자, 엡손, 롯데캐논
복사기	한국후지제록스	한국후지제록스, 신도리코, 롯데캐논
이동전화 단말기	삼성전자	삼성전자, SK텔레텍, 모토로라, LG정보통신, 현대전자
자동카메라	삼성테크윈	삼성테크윈, LG캐논
캠코더	소니코리아	소니코리아, LG캐논, 삼성전자
손목시계	SWC (삼성시계)	SWC, 오리엔트, 로만손, 아남시계
승용차	현대자동차	현대자동차, 기아자동차, 대우자동차
자전거	삼천리자전거	삼천리자전거, 코렉스자전거
엘리베이터	동양엘리베이터	동양엘리베이터, 현대엘리베이터, LG-OTIS
부엌가구	에넥스	에넥스, 한샘
침대	시몬스침대	시몬스침대, ACE침대, 대진침대, 보루네오
피아노	영창악기	영창악기, 삼익악기

(2) 소비자재 제조업

산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)
소주	진로	진로, 두산, 보해, 금북주
맥주	하이트맥주	하이트맥주, OB맥주, 카스맥주
주스	롯데칠성음료	롯데칠성음료, 애태음료
곡물음료	웅진식품	웅진식품, 애태음료, 동원F&B, 롯데칠성음료
햄/소시지	제일제당	제일제당, 진주햄, 롯데햄, 동원식품
참치캔	동원F&B	동원F&B, 오투기, 사조산업
식용유	신동방	신동방, 제일제당
유산균발효유	남양유업	남양유업, 한국아쿠르트
우유	파스퇴르유업	파스퇴르유업, 서울우유, 매일유업, 남양유업
비스킷	롯데제과	롯데제과, 애태제과, 동양제과, 크라운제과
고추장	대상	대상, 해찬들, 진미식품
키피	한국네슬레	한국네슬레, 동서식품
남성정장	제일모직	제일모직, 캄브리지멤버스, LG상사, 코오롱
남성내의	쌍방울	쌍방울, 좋은사람들, BYC, 태창
여성내의	신영와코루 (비너스)	신영와코루, 비비안
유아복	아가방	아가방, 베비라, 해피랜드
정장구두	에스콰이아	에스콰이아, 엘칸토, 금강제화
스포츠화	나이키	나이키, 르까프, 프로스펙스, 아디다스
캐주얼화	영에이지	영에이지, 랜드로바
화장지	유한킴벌리	유한킴벌리, 대한펄프, 모나리자
치약	태평양	태평양, 제일제당, LG생활건강, 부광약품공업, 애경산업
세탁세제	제일제당	제일제당, LG생활건강, 애경산업
샴푸	한국P&G	한국P&G, 유니레버, 제일제당, 태평양, LG생활건강, 애경산업
여성용 기초화장품	LG생활건강	LG생활건강, 태평양, 코리아나, 한불화장품, 나드리화장품

■ 제 2부 : 2001년도 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과(계속)

(3) 일반서비스

산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)
주유소	LG-Caltex정유	LG-Caltex정유, SK, S-OIL, 현대정유
백화점	롯데백화점	롯데, 신세계, 현대, 대구
도시가스	서울도시가스	서울도시가스, 대안도시가스, 삼천리, 극동도시가스
대형할인매장	신세계이마트	신세계이마트, 그랜드마트, 김스클럽, 삼성홈플러스, 까르푸, 롯데마트
편의점	LG유통 (LG25)	LG25, C스페이스, 세븐일레븐, 웨미리마트, 바이더웨이, 미니ストップ
대형서점	교보문고	교보문고, 종로서적, 영풍문고, 동보서적(부산), 제일서적(대구)
통신판매서비스	39쇼핑	39쇼핑, LG홈쇼핑, 한솔CSN
학습지	공문교육연구원 (구문)	공문교육연구원, 용진, 재능교육, 대교
인터넷 쇼핑몰	삼성몰 (삼성물산)	삼성몰, 인터파크, 다음쇼핑, 한솔CS클럽, i39, LG e-Shop
콘도미니엄	대명콘도	대명콘도, 한화콘도
패스트푸드점	버거킹	버거킹, 파파이스, 두산KFC, 맥도날드, 롯데리아
피자전문점	피자헛	피자헛, 도미노피자, 미스터피자
지하철	서울특별시 도시철도공사	도시철도공사, 부산교통공단, 대구지하철공사, 서울지하철공사, 인천지하철공사
고속버스	금호고속	금호고속, 한진고속, 중앙고속, 동양고속, 천일고속, 동부고속
항공	아시아나항공	아시아나항공, 대한항공
택배서비스	대한통운	대한통운, 한진택배, 현대물류, 우체국
시외·국제전화	한국통신	한국통신, 데이콤, 온세통신
이동전화	SK텔레콤	SK텔레콤, KTF, LG텔레콤, 신세기통신
초고속통신망	하나로통신	하나로통신, 한국통신, 드림라인, 두루넷
PC통신	천리안	천리안, 하이텔, 나우누리, 넷츠고, 유니텔
검색/포털 사이트	한미르	한미르, 엠파스, 야후코리아, 네이버, 라이코스
은행	신한은행	신한, 한미, 하나, 기업, 주택, 한빛, 국민, 외환, 조흥, 부산, 제일, 농협, 광주, 서울, 대구
신용카드	국민신용카드	국민신용카드, 외환카드, BC카드, 삼성카드, LG캐피탈
할부금융	삼성캐피탈	삼성캐피탈, LG캐피탈, 현대캐피탈

산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)
생명보험	삼성생명	삼성생명, 대한생명, 교보생명
자동차보험	삼성화재	삼성화재, 동부화재, 동양화재, LG화재, 현대해상
증권	LG투자증권	LG투자증권, 삼성증권, 대신증권, 대우증권, 현대증권
종합병원	삼성서울병원	삼성서울병원, 서울중앙병원, 서울대병원, 신촌세브란스병원, 강남성모병원
종합레저시설	삼성에버랜드	삼성에버랜드, 서울랜드, 롯데월드, 어린이대공원, 우방랜드

(4) 공공행정 서비스

산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)
광역시청	서울시	서울, 부산, 대전, 광주, 인천, 대구, 울산
일반행정	정보통신부 우정사업본부	우편서비스, 국립공원관리서비스, 세무서, 전력, 철도, 등기소, 고속도로관리서비스, 경찰서/파출소, 교육서비스

3. 기업별 고객만족도(KCSI) 특징 및 경향

(1) 내구재 산업

1) 승용차

현대자동차 - 8년 연속 1위, 만족도 상승

- ▶ 현대자동차는 전반적 만족도, 요소만족도, 재구입 의향 등 주요 항목에서 가장 좋은 평가를 받았다. 특히, 15개 항목을 평가한 요소만족도에 있어서 구입조건 및 정비품질을 제외한 나머지 항목에서 경쟁사보다 우수한 평가를 받아 8년 연속 1위를 지켰다.
(현대자동차 : 57.9, 기아자동차 : 51.7, 대우자동차 : 46.3)

2) 세탁기

삼성전자 - 2년 연속 1위, 만족도 상승

- ▶ 삼성전자는 전반적 만족도, 요소만족도, 재구입 의향 등 주요 항목에서 가장 좋은 평가를 받았다. 특히, 13개 항목을 평가한 요소만족도에서 소음, 잔고장, 품질대비 가격적절성 등 세 개 항목을 제외한 나머지 항목에서 가장 우수한 평가를 받았다.
(삼성전자 : 57.9, LG전자 : 53.1, 대우전자 : 47.3)

3) 김치냉장고

김치냉장고의 효시, 만도 덩채가 만족도 높아

- ▶ 올해 첫 조사된 김치냉장고의 경우 만도공조가 전반적 만족도, 재구입 의향 등에서 가장 좋은 평가를 받았으며, 요소만족도 중 신선도 유지, 잔고장 없음, 제조회사 신뢰도 등에서도 경쟁사보다 좋은 평가를 받았다.
(만도공조 : 62.7, LG전자 : 57.2, 삼성전자 : 56.3)

4) 전기밥솥

전문 중소기업인 성광전자가 대기업 늘려

- ▶ 올해 첫 조사된 전기밥솥에 있어서 전문업체인 성광전자가 삼성, LG등 대기업을 누르고 월등한 차이로 만족도 1위에 올랐다. 성광전자는 전반적 만족도, 재구입 의향 등과 함께 품질, 디자인등 밥솥의 핵심적인 항목에서 매우 우수한 평가를 받았다.
(성광전자 : 56.0, 삼성전자 : 47.2, 대우전기산업 : 46.5, LG전자 : 45.6)

5) 가정용 에어컨

LG전자 - 3년 연속 1위

- ▶ LG전자가 3년 연속 1위를 지켰다. LG전자는 전반적인 만족도와 사용의 편리성, 전력소모, 소음 등에서 좋은 평가를 받았으나 나머지 3개사도 근소한 차이로 좋은 평가를 받아 LG전자와 경합하고 있다.
(LG전자 : 61.2, 대우전자 : 60.7, 삼성전자 : 59.3, 만도공조 : 57.7)

6) 가정용 정수기

웅진코웨이 - 만족도 대폭 상승한 2년 연속 1위

- ▶ 전년도에 청호나이스를 제치고 근소한 차이로 만족도 1위를 했던 웅진코웨이가 올해는 더욱 만족도가 상승하여 청호와 상당한 차이를 두고 1위를 지켰다. 렌탈서비스를 처음 도입하여 소비자로부터 좋은 평가를 받은 웅진코웨이는 거의 전항목에서 가장 좋은 평가를 받았다.
(웅진코웨이 : 59.2, 청호나이스 : 53.2, 코오롱하이필 : 52.1)

■ 제 2부 : 2001년도 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과(계속)

7) 칼라 TV

삼성전자 - 4년 연속 1위

- ▶ 4년 연속 1위를 지킨 삼성전자는 10개의 평가항목으로 구성된 요소만족도에서 모두 만족도에서 모두 가장 좋은 평가를 받았다. 전체적으로 LG전자와는 경쟁구도이지만 대우 및 아남의 경우 양사에 비해 만족도가 매우 뒤쳐지는 상황이다.
(삼성전자 : 61.0, LG전자 : 59.8,
아남전자 : 54.2, 대우전자 : 49.7)

8) PC(퍼스널 컴퓨터)

LGIBM, 삼성전자 제치고 1위로 부상

- ▶ 데스크 탑 및 노트북이 함께 조사된 PC 부문에서는 4년 연속 1위를 유지했던 삼성전자에 앞서 LGIBM이 만족도 1위로 올라섰다. LGIBM은 전반적 만족도, 재구매의향 등에서 월등한 평가를 받았으나 요소만족도에서는 삼성이 앞선 것으로 나타났다.
(LGIBM : 60.7, 삼성전자 : 59.2,
삼보컴퓨터 : 53.1, 현주컴퓨터 : 47.9)

9) 프린터

한국휴렛팩커드 - 월등한 차이로 2년 연속 1위

- ▶ 2년 연속 1위에 오른 한국휴렛팩커드는 전반적 만족도, 재구매의향, 요소만족도 요소만족도 등에서 가장 좋은 평가를 받았다. 특히 요소만족도 12개 항목중 제품의 성능과 품질에 관련된 항목에서 경쟁사 보다 앞섰다.
(HP : 55.7, 삼성전자 : 50.4,
엡손 : 46.3, 롯데캐논 : 43.2)

10) 복사기

한국후지제록스 - 현격한 차이로 1위

- ▶ 올해 첫 조사된 복사기의 경우 타업종에 비해 만족도가 매우 낮은 가운데 한국후지제록스는 경쟁기업과 현격한 차이를 두고 1위로 나타났다. 후지제록스는 거의 모든 항목에서 가장 우수한 평가를 받았다.
(한국후지제록스 : 52.0,
신도리코 : 39.0, 롯데캐논 : 35.2)

11) 이동전화 단말기

삼성전자 - 4년 연속 1위

- ▶ 삼성전자가 4년 연속 1위를 지켰다. 특히, 삼성전자는 전반적 만족도, 재구매 의향에서 경쟁사와 현격한 차이로 가장 좋은 평가를 받았으며 13개 항목이 조사된 요소만족도에서는 SK텔레텍과 경합을 보여주고 있다.
(삼성전자 : 54.7, SK텔레텍 : 49.5,
모토로라 : 42.6,
LG정보통신 : 40.9, 현대전자 : 32.9)

12) 자동카메라

삼성테크윈 - 근소한 차이로 1위

- ▶ 올해 첫 조사된 자동카메라는 삼성테크윈이 LG캐논에 근소한 차이로 앞서 1위로 나타났다. 삼성테크윈은 부가기능의 다양성, 후레쉬 성능, 휴대의 간편성, 제조회사 신뢰도 등에서 좋은 평가를 받았다.
(삼성테크윈 : 55.5, LG캐논 : 54.8)

13) 캠코더

소니코리아 - 압도적으로 1위

- ▶ 올해 첫 조사된 캠코더에서 소니코리아의 만족도가 매우 높은 수준으로 평가되었다. 소니코리아는 A/S를 제외한 전 항목에서 매우 우수한 평가를 받았다.
(소니코리아 : 64.3, LG캐논 : 54.5, 삼성전자 : 52.2)

14) 손목시계

삼성시계, 1위에 올라

- ▶ 올해 첫 조사된 손목시계에서 삼성시계는 오리엔트, 로만손 등에 앞서 1위로 평가되었다. 삼성시계는 전반적 만족도와 대부분의 요소만족도에서 경쟁사보다 우수한 평가를 받았다.
(삼성시계 : 64.4, 오리엔트 : 61.6, 로만손 : 59.1, 아남시계 : 49.5)

15) 자전거

삼천리, 근소한 차이로 1위

- ▶ 올해 첫 조사된 자전거 산업에서는 삼천리가 코렉스를 근소한 차이로 누르고 1위로 평가되었다. 삼천리는 잔고장 없음, 제조회사 신뢰도, 재구입 의향 등에서 경쟁사보다 높게 평가되었다. 그러나 자전거 산업에 대한 고객만족도는 상대적으로 낮은 편이다.
(삼천리자전거 : 47.5, 코렉스자전거 : 47.2)

16) 엘리베이터

동양엘리베이터 - LG, 현대 제치고 1위

- ▶ 2년 연속 1위였던 LG-OTIS를 제치고 동양엘리베이터가 1위에 올라섰다. 동양은 전반적 만족도 및 요소만족도 전 항목에서 경쟁사보다 고루 좋은 평가를 받았다. 그러나 엘리베이터 산업에 대한 만족도는 상대적으로 낮은 편이다.
(동양엘리베이터 : 52.0, 현대엘리베이터 : 41.1, LG-OTIS : 40.7)

17) 부엌가구

에넥스, 한샘 누르고 1위

- ▶ 에넥스는 작년도 1위였던 한샘을 근소한 차이로 누르고 1위로 평가되었다. 에넥스는 전반적 만족도와 재구입 의향에서 좋은 평가를 받았으며, 재질, 편리한 설계, 시공 등의 평가요소에서도 좋은 평가를 받았다.
(에넥스 : 57.3, 한샘 : 55.8)

18) 침대

시몬스, 에이스에 앞선 것으로 나타나

- ▶ 시몬스는 침대산업에서 지난 3년간 1위를 유지했던 에이스를 근소한 차이로 누르고 1위에 올랐다. 시몬스는 전반적 만족도와 침대의 핵심요소인 매트리스에서 좋은 평가를 받았다. 그러나 나머지 항목에서는 에이스가 우수한 평가를 받았다.
(시몬스침대 : 58.4, ACE침대 : 57.6, 대진침대 : 49.9, 보루네오 : 45.5)

19) 피아노

영창악기, 근소한 차이로 2년 연속 1위

- ▶ 피아노에 대한 고객만족도가 상승한 가운데 영창악기가 삼익을 근소한 차이로 누르고 2년 연속 1위를 지켰다. 영창은 소리, 건반, 제조회사 신뢰도 등에서 우수한 평가를 받았다.

(영창악기 : 56.8, 삼익악기 : 55.1)

20) 승용차 타이어

한국타이어, 금호에 앞서

- ▶ '98년 '99년 1위였던 한국타이어가 전년도 1위였던 금호를 누르고 1위 자리를 다시 찾았다. 한국타이어는 전반적 만족도, 재구입 의향, 제조회사 신뢰도, 주행성능 등에서 좋은 평가를 받았다.

(한국타이어 : 54.8, 금호타이어 : 49.5)

21) 가정용 바닥재

한화종합화학 - 3년 연속 1위

- ▶ 한화종합화학은 이 부분에서 3년 연속 1위를 지켰다. 한화는 전반적 만족도와 함께 요소만족도에서 좋은 평가를 받았으며, 품질 및 내구성에 대한 제반 항목에서 경쟁사보다 우수하게 평가되었다.

(한화종합화학 : 52.5,
금강고려화학 : 50.5, LG화학 : 48.4)

22) 가정용 보일러

린나이코리아 - 5년 연속 1위

- ▶ 가스보일러 전문회사인 린나이코리아가 경쟁사와 현격한 차이를 두고 5년 연속 1위에 올랐다. 린나이코리아는 품질측면과 함께 A/S 측면에서도 고객으로부터 매우 우수한 평가를 받았다.

(린나이코리아 : 61.8,
귀뚜라미보일러 : 50.8,
경동보일러 : 47.7)

(2) 소비재 산업

1) 우유

파스퇴르유업 - 4년 연속 1위

- ▶ 파스퇴르유업이 이 부분에서 4년 연속 1위를 지켰다. 파스퇴르유업은 전반적 만족도와 요소만족도, 그리고 재구입의향에서 좋은 평가를 받았으며, 9개 항목이 조사된 요소만족도에서는 구입의 편리성과 품질대비 가격의 적절성 항목을 제외한 모든 항목에서 우수한 평가를 받았다.

(파스퇴르유업 : 62.9,
서울우유 : 55.0, 매일유업 : 50.9,
남양유업 : 50.4)

2) 유산균발효유

*남양유업 - 근소한 차이로
한국야쿠르트 앞서*

- ▶ 남양유업은 지난 3년간 1위를 유지했던 한국야쿠르트를 근소한 차이로 누르고 1위에 올랐다. 남양유업은 전반적 만족도와 재구입의향, 건강보조 기능, 구입의 편리성 등에서 좋은 평가를 받았다. 그러나 나머지 항목에서는 한국야쿠르트가 우수한 평가를 받았다.

(남양유업 : 62.9,
한국야쿠르트 : 61.7)

3) 햄/소시지

제일제당 - 3년 연속 1위

- ▶ 제일제당은 이 부분에서 3년 연속 1위를 지켰다. 제일제당은 전반적 만족도와 함께 요소만족도, 재구입의향에서 좋은 평가를 받았으며, 맛과 향, 원료성분과 제품의 다양성에서 경쟁사보다 우수하게 평가되었다.

(제일제당 : 50.5, 진주햄 : 48.0,
롯데햄 : 42.5, 동원식품 : 42.0)

■ 제 2부 : 2001년도 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과(계속)

4) 소주

진로 - 두산 제치고 1위로

- ▶ 진로가 2년 연속 1위였던 두산을 제치고 1위를 차지했다. 진로는 재구입의향과 요소만족도에서 좋은 평가를 받았으며, 첫맛과 뒷맛, 용기디자인이 경쟁사보다 우수하게 평가되었다.

(진로 : 62.4, 두산 : 60.3,
보해 : 58.9, 금복주 : 42.0)

5) 맥주

하이트맥주 - 카스맥주를 앞서

- ▶ 98년에 이 부분에서 1위를 차지했던 하이트맥주가 2년연속 1위인 카스맥주를 누르고 1위를 차지했다. 하이트맥주는 전반적 만족도와 함께 요소만족도, 재구입의향에서 좋은 평가를 받았으며, 맛(첫맛, 뒷맛)과 향, 맛의 상쾌함, 구입의 편리성이 경쟁사보다 우수하게 평가되었다.

(하이트맥주 : 59.2, OB맥주 : 55.5
카스맥주 : 54.8)

6) 주스

롯데칠성음료 - 3년 연속 1위

- ▶ 3년 연속 1위를 지킨 롯데칠성음료는 경쟁사인 해태음료에 비해 전반적 만족도와 요소만족도에서 좋은 평가를 받았다. 롯데칠성음료는 맛, 영양, 농도, 구입의 편리성이 경쟁사보다 우수하게 평가되었다.

(롯데칠성음료 : 57.3, 해태음료 : 54.9)

7) 곡물음료

웅진식품, 1위에 올라

- ▶ 올해 첫 조사된 곡물음료에서 웅진식품은 해태음료, 동원 F&B, 롯데칠성음료 등에 앞서 1위로 평가되었다. 웅진식품은 전반적 만족도와 품질대비 가격의 적절성을 제외한 대부분의 요소만족도에서 경쟁사들보다 우수한 평가를 받았다.

(웅진식품 : 58.5, 해태음료 : 54.0,
동원F&B : 48.5, 롯데칠성음료 : 42.1)

8) 고추장

대상 - 2년 연속 1위

- ▶ 대상이 이 부분에서 2년 연속 1위를 차지했다. 대상식품은 전반적 만족도와 함께 요소만족도에서 좋은 평가를 받았으며, 농도의 적정성과 구입의 편리성을 제외한 대부분의 항목에서 경쟁사보다 우수하게 평가되었다.

(대상 : 64.0, 해찬들 : 63.0,
진미식품 : 55.5)

9) 비스킷

롯데제과 - 해태제과 제치고 1위에 올라

- ▶ 롯데제과가 해태제과를 근소한 차이로 앞서 비스킷 부문에서 1위를 차지했다. 롯데제과는 전반적 만족도와 함께 재구입의향에서 좋은 평가를 받았으나, 요소만족도에서는 대부분 경쟁사와 큰 차이가 없는 것으로 평가되었다.

(롯데제과 : 57.0, 해태제과 : 56.6,
동양제과 : 51.9, 크라운제과 : 50.2)

■ 제 2부 : 2001년도 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과(계속)

10) 참치캔

동원F&B - 2년 연속 1위

- ➡ 참치캔에서는 동원F&B가 2년 연속 1위를 차지했다. 동원F&B는 전반적 만족도와 함께 요소만족도, 재구입의향에서 좋은 평가를 받았으며, 맛, 종류의 다양성, 구입의 편리성, 개봉의 편리성, 제조회사 신뢰도 등에서 우수한 평가를 받았다.
(동원F&B : 55.0, 오투기 : 50.4, 사조산업 : 46.3)

11) 식용유

신동방 - 큰 격차로 1위에 올라

- ➡ 해표로 잘 알려진 신동방이 식용유 부분에서 1위에 올랐다. 신동방은 전반적 만족도와 재구입의향, 요소만족도에서 좋은 평가를 받았으며, 12개 요소만족도 항목 모두에서 경쟁사인 제일제당보다 월등히 우수한 평가를 받았다.
(신동방 : 66.1, 제일제당 : 58.1)

12) 커피

한국네슬레 - 2년 연속 1위 차지

- ➡ 한국네슬레가 커피 부분에서 2년 연속 1위에 올랐다. 한국네슬레는 전반적 만족도와 재구입의향, 요소만족도에서 좋은 평가를 받았으며, 맛과 향, 향의 지속성, 포장 및 용기 디자인에서 경쟁사인 동서식품보다 우수한 평가를 받았다.
(한국네슬레 : 66.6, 동서식품 : 60.0)

13) 남성정장

제일모직 - 2년 연속 1위

- ➡ 남성정장 부문에서 제일모직이 2년 연속 1위를 차지했다. 제일모직은 요소만족도에서 좋은 평가를 받았으며, 소재, 디자인, 색상, 체형적합성, 스타일 유지성, 품질대비 가격의 적절성에서 우수한 평가를 받았다.
(제일모직 : 58.7, LG상사(LG패션) : 58.4, 캠프리지멤버스 : 58.1, 코오롱 : 55.5)

14) 남성내의

쌍방울 - 근소한 차이로 좋은사람들 앞서

- ➡ 3년 연속 남성내의 부분 1위 자리를 차지하고 있던 좋은사람들을 쌍방울이 근소한 차이로 앞섰다. 쌍방울은 전반적 만족도에서 좋은 평가를 받았으며, 색상, 매장진열 및 환경, 품질대비 가격에서 우수한 평가를 받았다.
(쌍방울 : 59.6, 좋은사람들 : 59.3, BYC : 55.9, 태창 : 53.3)

15) 여성내의

신영와코루 - 근소한 차이로 2년 연속 1위

- ➡ 비너스로 잘 알려진 신영와코루가 이 부분에서 2년 연속 1위를 차지했다. 신영와코루는 요소만족도에서 좋은 평가를 받았으며, 소재, 바느질상태에서 우수한 평가를 받았으나, 나머지 요소에서는 비비안이 더 높은 평가를 받았다.
(신영와코루 : 54.6, 비비안 : 53.6)

16) 유아복

아가방 - 영예의 1위 차지

- ➡ 신규로 조사가 이루어진 유아복 부분에서 아가방이 영예의 1위를 차지했다. 아가방은 재구입의향과 요소만족도에서 좋은 평가를 받았으며, 디자인, 색상, 소재, 바느질상태, 착용감, 세탁 후 색상 및 모양의 유지, 제품구색, 구입의 편리성, 제조회사 신뢰도에서 우수한 평가를 받았다.

(아가방 : 54.5, 베비라 : 51.5,
해피랜드 : 50.5)

17) 정장구두

에스콰이아 ; 5년 연속 1위인 금강제화를 제치고 1위 차지

- ➡ 정장구두 부분 5년 연속 1위인 금강제화를 제치고 에스콰이아가 1위를 차지했다. 에스콰이아는 전반적만족도, 요소만족도, 재구입의향에서 좋은 평가를 받았으며, 교환 및 반품의 용이성, 수선서비스, 구입의 편리성, 착용감, 품질대비 가격의 적절성, 제조회사 신뢰도에서 우수한 평가를 받았다.

(에스콰이아 : 54.7, 엘칸토 : 53.2,
금강제화 : 52.6)

18) 스포츠화

나이키 - 2년 연속 1위

- ➡ 나이키가 이 부분에서 2년 연속 1위를 차지했다. 나이키는 전반적 만족도와 요소만족도, 재구입 의향에서 좋은 평가를 받았으며, 특히, 13개 항목을 평가한 요소만족도에서 교환 및 반품의 용이성, 가격대비 품질의 적절성 등을 제외한 나머지 항목에서 가장 우수한 평가를 받았다.

(나이키 : 64.3, 르까프 : 55.9,
프로스펙스 : 55.4, 아디다스 : 54.7)

19) 캐주얼화

에스콰이아(영에이지) - 1위로 선정

- ➡ 에스콰이아의 영에이지가 캐주얼화 1위로 선정되었다. 영에이지는 신규로 조사된 이번 조사에서 전반적 만족도와 요소만족도, 재구입의향에서 좋은 평가를 받았으며, 특히, 12개 항목을 평가한 요소만족도에서 제품의 수명과 판매원의 응대태도를 제외한 나머지 항목에서 랜드로바 보다 우수한 평가를 받았다.

(영에이지 : 58.4, 랜드로바 : 53.7)

20) 화장품

유한킴벌리 - 1위 차지

- ➡ 신규로 조사된 화장지 부분에서 유한킴벌리가 1위를 차지했다. 유한킴벌리는 전반적 만족도와 요소만족도, 재구입의향에서 좋은 평가를 받았으며, 특히, 10개 항목을 평가한 요소만족도에서 재구입의향과 구입의 편리성을 제외한 나머지 항목에서 가장 우수한 평가를 받았다.

(유한킴벌리 : 57.7, 대한펄프 : 54.2,
모나리자 : 52.1)

21) 치약

태평양 - 1위 차지

- ➡ 태평양이 이 부분 3년 연속 1위인 애경산업을 제치고 1위를 차지했다. 태평양은 전반적 만족도가 경쟁기업 보다 우수한 것으로 평가 되었으며, 양치 후 입안이 개운한 점 등이 우수한 평가를 받았다.

(태평양 : 56.0, 제일제당 : 55.0,
LG생활건강 : 53.3,
부광약품공업 : 53.1,
애경산업 : 51.6)

22) 세탁세제

제일제당 - 5년 연속 1위

- ➡ 제일제당이 이 부분에서 5년 연속 1위에 올랐다. 제일제당은 전반적 만족도와 요소만족도, 재구매의향에서 좋은 평가를 받았으며, 특히, 11개 항목을 평가한 요소만족도에서 찬물 세척력, 세탁 후 피부 자극, 품질대비 가격을 제외한 나머지 항목에서 가장 우수한 평가를 받았다.
(제일제당 : 59.9, LG생활건강 : 56.8, 애경산업 : 51.0)

23) 샴푸

한국 P&G - 3년 연속 1위

- ➡ 한국 P&G가 이 부분에서 경쟁기업들과 현격한 차이로 3년 연속 1위를 차지했다. 한국 P&G는 전반적 만족도와 요소만족도, 재구매의향에서 좋은 평가를 받았다.
(한국P&G : 68.5, 유니레버 : 56.0, 제일제당 : 55.5, 태평양 : 55.2, LG생활건강 : 51.8, 애경산업 : 46.0)

24) 여성용 기초화장품

LG생활건강 - 코리아나 제치고 1위 차지

- ➡ LG화학이 2000년에 만족도가 55.2였으나 올해 61.7로 상승하면서 코리아나를 제치고 1위를 차지했다. LG화학은 전반적 만족도와 요소만족도, 재구매의향에서 좋은 평가를 받았으며, 피부 영양, 피부 탄력성, 제품의 기능 및 향, 구입의 편리성, 용기 디자인, 제조회사 신뢰도 등에서 우수한 평가를 받았다.
(LG생활건강 : 61.7, 태평양 : 56.2, 코리아나 : 55.9, 한불화장품 : 52.1, 나드리화장품 : 45.9)

(3) 일반서비스업

1) 백화점

롯데백화점 - 2년 연속 1위

- ➡ 롯데백화점이 백화점 부문에서 작년에 이어 1위에 올랐다. 롯데백화점은 전반적 만족도에서 좋은 평가를 받았을 뿐 아니라 상품의 질, 구색 다양성, 직원 응대태도, 고객관리, 매장분위기, 고객 편의시설, 쇼핑편리성, 신뢰도 면에서 가장 우수한 평가를 받았다.
(롯데 : 54.1, 신세계 : 54.0, 현대 : 51.6, 대구 : 25.8)

2) 도시가스

서울도시가스 - 1위 차지

- ➡ 도시가스부문은 서울도시가스가 1위로 선정되었다. 서울도시가스는 사용의 안전성, 가스공급의 안정성, 요금납부의 편리성, 회사의 신뢰성 등에서 우수한 평가를 받았다.
(서울도시가스 : 50.1, 대한도시가스 : 46.3, 삼천리 : 45.9, 극동도시가스 : 44.9)

3) 주유소

LG-Caltex정유 주유소 - 근소한 차이로 SK를 눌려

- ➡ 주유소 부문에서는 LG-Caltex정유가 근소한 차이로 SK를 누르고 1위를 차지했다. LG-Caltex정유는 전반적 만족도에서 좋은 평가를 받았으며, 주유소의 청결도, 부가 서비스, 마일리지 서비스에서 경쟁기업에 비해 우수한 것으로 평가받았다.
(LG-Caltex정유 : 52.1, SK : 50.6, S-OIL : 50.4, 현대정유 : 40.2)

■ 제 2부 : 2001년도 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과(계속)

4) 대형할인매장

신세계이마트 - 1위 차지

- ➡ 대형할인매장 부문에서는 신세계이마트가 1위에 올랐다. 신세계이마트는 전반적 만족도와 재이용의향에서 좋은 평가를 받았고, 상품구색의 다양성과 신뢰도 면에서도 우수한 평가를 받아 가장 만족도가 높은 대형할인매장으로 뽑혔다.
(신세계이마트 : 53.0, 그랜드마트 : 51.5, 김스클럽 : 44.4, 삼성홈플러스 : 43.3, 까르푸 : 43.2, 롯데마그넷 : 41.3)

5) 편의점

LG유통(LG25) - 2년 연속 1위

- ➡ 1998년 이후 LG유통은 4년 동안 세 차례에 걸쳐 1위에 올랐다. 올해에는 특히 상품의 질, 매장청결성, 진열상태, 방문편의성, 생활편의 서비스, 적절한 가격, 신뢰도 등 고객만족 요소의 많은 부분에서 가장 우수한 평가를 받았다.
(LG25 : 37.9, C스페이스 : 35.5, 세븐일레븐 : 35.3, 훼미리마트 : 35.1, 바이더웨이 : 28.6, 미니스탑 : 27.5)

6) 대형서점

교보문고 - 5년 연속 1위

- ➡ 교보문고는 5년 연속 1위를 유지하고 있다. 특히 올해에는 전반적 만족도와 재이용의향은 물론 세부 고객만족 요소에서도 타 대형서점에 비해 월등히 높은 점수를 받아 5년 연속 1위를 기록하게 되었다.
(교보문고 : 57.9, 종로서적 : 52.2, 영풍문고 : 46.1, 동보서적(부산) : 38.1, 제일서적(대구) : 22.5)

7) 통신판매서비스

39쇼핑 - 1위 차지

- ➡ 39쇼핑은 상품 구색의 다양성, 반품의 용이성 등 고객만족 요소에서 좋은 평가를 받았고, 전반적 만족도와 재이용의향에서 우수한 평가를 받아 통신판매서비스 부문에서 1위에 올랐다.
(39쇼핑 : 42.1, LG홈쇼핑 : 41.2, 한솔CSN : 39.6)

8) 학습지

공문교육연구원(구문) - 2년 연속 1위

- ➡ 학습지 분야에서는 공문교육연구원(구문)이 1위를 차지했다. 공문교육연구원은 특히, 재이용의향에서 좋은 평가를 받았으며, 대부분의 고객만족 요소에서도 우수한 평가를 받았다.
(공문교육연구원 : 51.2, 웅진 : 50.7, 재능교육 : 47.4, 대교 : 45.9)

9) 인터넷 쇼핑물

삼성몰(삼성물산) - 1위 차지

- ➡ 올해 처음으로 조사된 인터넷 쇼핑물 분야에서 삼성물산의 삼성몰이 1위를 차지했다. 삼성몰은 전반적 만족도와 재이용의향에서 좋은 평가를 받았을 뿐만 아니라, 대부분의 평가 요소에서 가장 우수한 평가를 받아 여타 인터넷 쇼핑물들을 큰 점수차로 앞설 수 있었다.
(삼성몰 : 46.8, 인터파크 : 39.0, 다음쇼핑 : 38.9, 한솔CS클럽 : 37.7, i39 : 36.0, LG e-shop : 33.3)

■ 제 2부 : 2001년도 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과(계속)

10) 콘도미니엄

대명콘도 - 2년 연속 1위

- ➡ 콘도미니엄 부문에서는 대명콘도가 작년에 이어 올해도 1위를 차지했다. 대명콘도는 청결성, 편의성, 친절성, 비품관리, 부대시설, 신뢰성 등에서 우수한 평가를 받았으며, 전반적 만족도와 재이용의향에서도 좋은 평가를 받았다.
(대명콘도 : 57.4, 한화콘도 : 51.2)

11) 패스트푸드점

버거킹 - 2년 연속 1위

- ➡ 버거킹이 패스트푸드점 부문에서 2년 연속 1위를 차지했다. 버거킹은 음식의 맛과 신선도, 메뉴의 다양성, 매장시설, 신뢰도 등에서 좋은 평가를 받았다.
(버거킹 : 56.3, 파파이스 : 54.0, 두산KFC : 50.3, 맥도날드 : 50.0, 롯데리아 : 47.3)

12) 피자전문점

피자헛 - 1위 차지

- ➡ 새로 추가된 피자전문점 분야에서는 피자헛이 1위를 차지했다. 피자헛은 다른 피자전문점들에 비해 월등히 높은 점수로 1위를 차지했는데, 특히 음식, 메뉴, 친절도, 시설, 위생, 품질, 신뢰성 등 거의 모든 분야에서 가장 우수한 평가를 받았다.
(피자헛 : 57.1, 도미노피자 : 45.1, 미스터피자 : 44.6)

13) 지하철

서울특별시 도시철도공사 - 2년 연속 1위

- ➡ 서울특별시 도시철도공사가 작년에 이어 올해도 1위에 올랐다. 도시철도공사는 최신식 시설에 대한 높은 만족도를 바탕으로 직원친절성, 요금적절성, 시간준수 등 많은 분야에서 높은 고객만족도를 기록했다.
(도시철도공사 : 62.1, 부산교통공단 : 53.4, 대구지하철공사 : 47.8, 서울지하철공사 : 46.5, 인천지하철공사 : 32.3)

14) 고속버스

금호고속 - 2년 연속 1위

- ➡ 올해에는 고속버스 분야에서 3강 3약의 판도가 두드러지게 나타났는데, 결국 금호고속이 2년 연속 1위를 차지하였다. 금호고속은 전반적만족도와 재이용의향에서 좋은 평가를 받았으며, 정확한 출발시간, 안전한 운행, 안락한 승차감 등이 소비자 만족을 이끌어 낸 것으로 나타났다.
(금호고속 : 40.9, 한진고속 : 39.4, 중앙고속 : 39.3, 동양고속 : 31.3, 천일고속 : 30.9, 동부고속 : 30.3)

15) 항공

아시아나 항공 - 6년 연속 1위

- ➡ 아시아나는 전 조사항목에서 고른 점수를 획득하여 6년 연속 1위를 차지했다. 아시아나는 특히 기내시설 및 환경, 기내직원의 응대태도에서 좋은 평가를 받았으며, 전반적 만족도에서도 우수한 평가를 받았다.
(아시아나항공 : 58.1, 대한항공 : 55.9)

■ 제 2부 : 2001년도 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과(계속)

16) 택배서비스

대한통운 - 2년 연속 1위

- ▶ 택배서비스 분야에서는 상위 3개사가 매우 근소한 차이를 보이는 가운데 대한통운이 2년 연속 1위를 차지했다. 대한통운은 소비자가 원하는 장소에 정확히 배달된다는 점과 회사의 신뢰성에서 높은 평가를 받았고, 전반적 만족도와 재이용의향에서도 우수한 평가를 받았다.
(대한통운 : 54.7, 한진택배 : 54.3, 현대물류 : 54.1, 우체국 : 50.2)

17) 시외 · 국제전화

한국통신 - 2년 연속 1위

- ▶ 한국통신이 2년 연속 1위를 차지했다. 한국통신은 통화품질, 통화의 안정성, 회사신뢰도에서 높은 평가를 받았으며, 전반적 만족도와 재이용의향에서도 우수한 평가를 받았다.
(한국통신 : 54.9, 데이콤 : 50.2, 온세통신 : 43.6)

18) 이동전화

SK텔레콤 - 4년 연속 1위

- ▶ SK텔레콤은 1998년 이후 1위 자리를 경쟁사에 넘겨주지 않았다. SK텔레콤은 통화 권역과 통화품질에서 좋은 평가를 받았으며, 부가서비스, 고객센터, 지점, 가입절차, 요금청구, 사용요금의 적절성에서도 우수한 평가를 받았다.
(SK텔레콤 : 54.7, KTF : 43.8, LG텔레콤 : 43.0, 신세기통신 : 42.4)

19) 초고속통신망

하나로통신 - 2년 연속 1위

- ▶ 하나로통신은 2년 연속 이 부문 1위를 차지했다. 하나로통신은 회선의 안정성 및 속도, 부가서비스, 설치신속성, 상담서비스, A/S, 요금적절성 등에서 좋은 평가를 받았으며, 재이용의향에서도 우수한 평가를 받았다.
(하나로통신 : 44.1, 한국통신 : 41.2, 드림라인 : 38.8, 두루넷 : 35.2)

20) PC통신

천리안 - 1위에 올라

- ▶ 천리안은 이 부분 2년 연속 1위였던 넷츠고를 누르고 1위에 올랐다. 천리안은 전반적 만족도와 요소만족도, 재구입의향에서 좋은 평가를 받았으며, 접속의 우수성, 직원응대태도, 서비스 대비 요금의 적절성 등에서 우수한 평가를 받았다.
(천리안 : 45.5, 하이텔 : 42.7, 나우누리 : 42.2, 넷츠고 : 38.9, 유니텔 : 38.0)

21) 검색/포털사이트

한미르 - 1위 차지

- ▶ 검색/포털사이트에서는 한미르가 1위를 차지했다. 한미르는 요소만족도에서 가장 좋은 평가를 받았는데, 특히 검색결과도의 정확도, 동호회나 커뮤니티 서비스의 우수성, 사이트 접속의 우수성에서 우수한 평가를 받았다.
(한미르 : 50.8, 엠파스 : 50.2, 야후코리아 : 47.2, 네이버 : 46.1, 라이코스 : 45.9)

■ 제 2부 : 2001년도 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과(계속)

22) 은행

신한은행 - 4년 연속 1위 지켜

- ➡ 은행의 만족도가 전반적으로 하락한 가운데 신한은행이 4년 연속 1위의 자리를 지켰다. 신한은행은 전반적 만족도가 가장 높은 것으로 평가받았으며, 업무처리의 신속성에 대해서도 우수한 평가를 받았다.

(신한 : 55.7, 한미 : 53.3,
하나 : 52.7, 기업 : 51.8,
주택 : 51.7, 한빛 : 49.0,
국민 : 48.4, 외환 : 47.9,
조흥 : 47.7, 부산 : 47.0,
제일 : 45.5, 농협 : 45.4,
광주 : 44.3, 서울 : 43.0,
대구 : 39.7)

23) 신용카드

국민신용카드 - 4년 연속 1위 지켜

- ➡ 국민신용카드가 근소한 차이로 이 부분에서 4년 연속 1위의 자리를 지켰다. 국민신용카드는 요소만족도와 재이용의향에서 높은 평가를 받았는데, 특히 이용한도의 적절성, 부가서비스, 연체시 처리태도, 창구직원의 응대태도, 결제의 편리성, 인터넷 서비스의 다양성, 회사의 신뢰도 등에서 우수한 평가를 받았다.

(국민신용카드 : 42.2,
외환카드 : 41.5, BC카드 : 41.1,
삼성카드 : 39.1, LG캐피탈 : 38.4)

24) 할부금융

삼성캐피탈 - 1위로 뽑혀

- ➡ 할부금융사 중에서 삼성캐피탈이 1위에 올랐다. 삼성캐피탈은 전반적 만족도와 요소만족도, 재이용의향에서 높은 평가를 받았는데, 특히 직원의 응대태도, 상담, 할부(대출)을 위한 서류작성 및 절차의 간편성 등에서 우수한 평가를 받았다.

(삼성캐피탈 : 35.5, LG캐피탈 : 33.5,
현대캐피탈 : 28.4)

25) 생명보험

삼성생명 - 3년 연속 1위

- ➡ 생명보험사들의 만족도가 전반적으로 상승한 가운데 삼성생명이 3년 연속 이 부분 1위를 차지했다. 삼성생명은 전반적 만족도와 요소만족도, 재이용의향에서 높은 평가를 받았는데, 특히 직원의 응대태도, 보험금 수령시 업무처리의 신속성 및 편리성, 회사의 신뢰도 등에서 우수한 평가를 받았다.

(삼성생명 : 50.6, 대한생명 : 47.2,
교보생명 : 45.0)

26) 자동차보험

삼성화재 - 4년 연속 1위

- ➡ 전반적으로 자동차보험사들의 만족도가 상승한 가운데 삼성화재가 4년 연속 1위를 지켰다. 삼성화재는 전반적 만족도와 요소만족도, 재이용의향에서 높은 평가를 받았는데, 특히 부가서비스, 직원의 응대태도, 가입후 고객관리, 제도 변경 및 신상품 안내, 보상처리 결과 안내 및 확인, 회사의 신뢰도에서 우수한 평가를 받았다.

(삼성화재 : 48.1, 동부화재 : 43.8,
동양화재 : 42.9, LG화재 : 42.7,
현대해상 : 40.1)

27) 증권

LG투자증권 - 근소한 차이로 삼성증권 앞서

- ➡ 증권사들의 만족도가 상승한 가운데 LG증권이 근소한 차이로 삼성증권을 앞서서 1위를 차지했다. LG증권은 전반적 만족도가 가장 높게 평가되었으며, 2000년 비해 만족도가 대폭 상승하였다. (LG투자증권 : 51.3, 삼성증권 : 51.2, 대신증권 : 46.8, 대우증권 : 38.5, 현대증권 : 37.7)

28) 종합병원

삼성서울병원 - 서울중앙병원과 근소한 차이로 3년연속 1위

- ➡ 삼성서울병원이 서울중앙병원과 근소한 차이로 1위 자리를 지켰다. 삼성서울병원은 요소만족도가 가장 높게 평가되었는데, 특히 진료의 수준, 직원 응대태도, 의료진의 관심 및 응대, 의료시설 및 장비, 편의시설, 청결성, 진료비, 병원의 신뢰도에서 우수한 평가를 받았다. (삼성서울병원 : 60.8, 서울중앙병원 : 59.4, 서울대병원 : 49.4, 신촌세브란스병원 : 47.3, 강남성모병원 : 46.9)

29) 종합레저시설

삼성에버랜드 - 7년 연속 1위의 영예

- ➡ 삼성에버랜드가 이 부분 7년 연속 1위의 영예를 안았다. 삼성에버랜드는 전반적 만족도와 요소만족도가 가장 높게 평가되었는데, 특히 놀이시설 종류의 다양성, 직원의 응대 태도, 매표의 편리성, 회사의 신뢰도 등에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았다. (삼성에버랜드 : 56.7, 서울랜드 : 54.2, 롯데월드 : 53.4, 어린이대공원 : 41.0, 우방랜드 : 25.5)

(4) 공공서비스업

1) 광역시

서울시 - 가장 만족도가 높은 광역시로

- ➡ 서울시가 직원의 친절성, 업무처리의 신속성 등이 높게 평가되어 광역시 가운데 만족도가 가장 높은 것으로 나타났다. 한편 2000년에 만족도가 가장 높았던 인천시는 만족도가 20점 정도 하락하여 3위로 밀려났다. (서울 : 51.2, 부산 : 48.7, 대전 : 45.9, 광주 : 43.0, 인천 : 39.3, 대구 : 33.8, 울산 : 26.6)

2) 일반행정

정보통신부 우정사업본부 - 3년 연속 1위

- ➡ 정보통신부 우정사업본부는 직원의 응대태도, 업무처리의 신속·정확성, 우편물 배달의 정확성, 우편물 접수의 편리성 등이 우수한 것으로 평가되어 일반 행정기관 중에서 만족도가 가장 높은 것으로 나타났다. (우편서비스 : 49.5, 국립공원관리서비스 : 48.0, 세무서 : 47.6, 전력 : 46.7, 철도 : 43.9, 등기소 : 39.2, 고속도로관리서비스 : 37.5, 경찰서/파출소 : 33.1, 교육서비스 : 19.1)

■ 제 2부 : 2001년도 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과(계속)

4. 기업별 고객만족도 변화 현황

(1) 고객만족도(KCSI)가 꾸준히 상승하고 있는 기업

최근 3년 이상 고객만족도가 꾸준히 오르고 있는 기업은 조사대상 기업중 51개 기업이다. 이중 웅진코웨이개발을 비롯한 20개 기업이 4년 이상 꾸준히 상승하고 있으며, 교보문고를 비롯한 31개 기업이 3년간 상승하고 있다.

산업	기업	비고
가정용 보일러	귀뚜라미보일러	최근 3년간 상승
가정용 정수기	웅진코웨이 개발	최근 5년간 상승
승용차	대우자동차	최근 3년간 상승
엘리베이터	현대엘리베이터, 동양엘리베이터	최근 3년간 상승
이동전화단말기	삼성전자	최근 4년간 상승
남성내의	BYC	최근 4년간 상승
비스킷	해태제과, 롯데제과	최근 3년간 상승
삼주	LG생활건강, 제일제당, 태평양	최근 3년간 상승
여성용 기초화장품	코리어나	최근 3년간 상승
	태평양, LG생활건강	최근 5년간 상승
정장구두	엘칸토	최근 3년간 상승
치약	LG생활건강, 태평양	최근 4년간 상승
햄/소시지	롯데햄, 진주햄	최근 3년간 상승
고속버스	금호고속	최근 4년간 상승
시내버스/택시	버스	최근 5년간 상승
대형서점	교보문고	최근 3년간 상승
백화점	미도파 백화점	최근 5년간 상승
	신세계 백화점	최근 3년간 상승
생명보험	교보생명, 대한생명	최근 3년간 상승
	삼성생명	최근 5년간 상승
시외/국제전화	한국통신	최근 5년간 상승
은행	기업은행	최근 5년간 상승
이동전화서비스	신세기통신, LG텔레콤	최근 3년간 상승
	SK텔레콤	최근 5년간 상승
자동차보험	동양화재, LG화재	최근 3년간 상승
종합레저시설	롯데월드	최근 4년간 상승
	서울랜드, 에버랜드	최근 3년간 상승

산업	기업	비고
종합병원	신촌세브란스병원	최근 3년간 상승
증권	삼성증권	최근 3년간 상승
지하철	서울지하철공사	최근 3년간 상승
콘도미니엄	대명콘도	최근 3년간 상승
편의점	C-스페이스, 웨미리마트	최근 3년간 상승
	LG25	최근 4년간 상승
PC통신	하이텔	최근 3년간 상승
고속도로관리	한국도로공사	최근 4년간 상승
교육	교육부	최근 3년간 상승
등기	등기소	최근 4년간 상승
세무	세무서	최근 4년간 상승
전력	한국전력공사	최근 4년간 상승

(2) 고객만족도(KCSI)가 꾸준히 하락하고 있는 기업

최근 3년 이상 고객만족도가 계속 떨어지고 있는 기업은 조사대상 기업중 25개 기업이다.

산업	기업	비고
가정용 보일러	린나이코리아	최근 3년간 하락
칼라 TV	아남전자	최근 3년간 하락
	대우전자	최근 4년간 하락
맥주	카스맥주	최근 3년간 하락
비스킷	동양제과	최근 3년간 하락
여성용 기초화장품	한불화장품	최근 3년간 하락
우유	서울우유, 남양유업, 파스퇴르유업	최근 3년간 하락
정장구두	금강제화	최근 4년간 하락
고속버스	동부고속, 동양고속	최근 3년간 하락
대형서점	제일서적(대구)	최근 3년간 하락
대형할인점	롯데마트	최근 3년간 하락
백화점	대구백화점	최근 3년간 하락
은행	농협, 대구은행	최근 3년간 하락
	하나은행	최근 4년간 하락

■ 제 2부 : 2001년도 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과(계속)

산업	기업	비고
종합레저시설	우방랜드	최근 3년간 하락
주유소	SK주유소, 현대정유주유소	최근 3년간 하락
편의점	미니스탑	최근 3년간 하락
학습지	대교	최근 3년간 하락
PC통신	넷츠고	최근 3년간 하락
	유니텔	최근 4년간 하락

(3) 작년대비 1위 기업 변동 사항

작년에 이어 올해 연속 조사되어 1위 기업을 선정한 61개 업종중 41개 업종에 1위 기업 변화가 없었으며 20개 업종에서 1위 기업의 변화가 있었다.

산업	'00년 1위 기업	'01년 1위 기업
유산균발효유	한국아쿠르트	남양유업
비스킷	해태제과	롯데제과
소주	두산	진로
맥주	카스	하이트맥주
남성내의	좋은사람들	쌍방울
정장구두	금강제화	에스콰이아
치약	애경산업	태평양
여성용 기초화장품	코리아나	LG생활건강
승용차 타이어	금호타이어	한국타이어
컴퓨터(PC)	삼성전자	LGIBM
엘리베이터	LG-OTIS	동양엘리베이터
부엌가구	한샘	에넥스
침대	ACE침대	시몬스침대
도시가스	삼천리	서울도시가스
주유소	SK	LG-Caltex정유
대형할인매장	그랜드마트	신세계이마트
통신판매서비스	LG홈쇼핑	39쇼핑
PC통신	넷츠고	천리안
증권	삼성증권	LG증권
광역시청	인천시	서울시

■ 제 3부 : 한국산업의 고객만족도 향상을 위한 제언

고객의 소리에 진솔하게 귀를 기울여야...

- ▶ 고객은 항상 옳은 소리만을 기업에게 들려준다. 고객의 불평이나 클레임은 고객이 잘못해서가 아니라 기업이 잘못해서 나오는 것이다. 이것은 영원불변의 진리이며 기업이 발전하기 위해서는 기업이 감수해야 할 몫인 것이다. 수많은 고객들 중 단지 몇 명만이 고객의 소리를 들려줄 뿐 나머지 고객들은 침묵하다 떠나 버리는, 기업입장에서는 아주 무서운 존재가 고객인 것이다.
- ▶ 침묵하고 있는 대다수 고객의 마음을 사전에 파악하여 다시 우리기업을 계속 좋아할 수 있게 마음을 붙들어 놓는 것이 기업의 생존을 결정 짓는 매우 중요한 것이라 할 수 있다. 따라서 고객의 마음을 사전에 파악하기 위한 고객만족도(CSI) 조사는 기업이면 모두가 시행해야 하는 절대절명의 과제인 것이다.
- ▶ 최근 많은 기업에서 고객만족도 조사를 시행하고 있는데 일부산업을 중심으로 잘못 시행되고 있는 것을 볼 수 있다. 고객만족도 조사는 고객의 마음을 파악하여 고객의 마음을 상하게 하는 기업의 문제점을 파악하고 이를 개선하고자 하는데 있다. 그런데 은행이나 보험회사 등 많은 기업들이 지점이나 대리점 등을 평가하기 위한 수단으로 고객만족도 조사를 시행하고 있는 것을 볼 수 있다. 이는 단기적으로 고객서비스가 좋아지겠지만 장기적으로는 직원들의 저항에 부딪쳐 오히려 서비스 수준을 떨어뜨리는 결과를 초래할 수 있다. 따라서 고객만족도 조사는 평가의 목적이 아닌 문제해결을 위한 관점에서 Approach해야 한다.

고객의 소리를 기업내부로 끌어들여 근원적으로 문제를 해결해야

- ▶ 고객만족도 조사를 통해 나타난 문제점을 해결하기 위해서는 고객에게 불만을 야기하는 원인을 기업내부에서 찾아 이를 근원적으로 해결하는 것이다. 이는 고객에게 불만을 야기할 내부 요인들을 근원적으로 사전에 제거함으로써 고객의 만족을 꾀하고 고객가치를 높이는 첩경이라고 할 수 있다.
- ▶ 근원적으로 문제를 해결하기 위해서는 Process, People, Structure, IT관점에서 총체적으로 접근하여 고객의 소리를 기준으로 문제의 원인을 찾아내는 작업이 필요하다. 특히 관리지향적인 현재의 기업 구조에서 고객에게 최고의 가치를 제공할 수 있는 구조로의 변화가 필요하다.
- ▶ 고객만족경영을 아직 도입하지 않는 기업은 우선적으로 고객만족경영을 추진할 수 있는 체계를 구축하는 일부터 시작하도록 권하고 싶다. 고객만족경영체계는 1)추진 조직구성, CS교육, CS선포식 등 고객만족경영을 위한 풍토를 조성하고, 2) CS이념 및 비전을 설정하여 기업이 나아가야 할 방향과 목표를 공유하도록 하며, 3) 고객만족도 조사를 실시하여 고객의 불만요소를 파악하고, 4) 이를 기초로 CS비전과 목표를 달성하기 위한 CS전략을 수립하여, 5) 이를 현장에서 실천하며, 6) 이에 대한 성과보상을 시행하는 것으로 요약할 수 있다.
- ▶ 고객만족경영을 기존에 추진하고 있는 기업은 일부 사업단위에서 추진하던 고객만족경영을 개발, 생산, 물류, 영업 등 전사적인 측면에서의 총체적으로 추진함으로써 고객의 입장에서는 어느 것에도 나무랄 데가 없는 경영품질을 달성하도록 해야겠다.

**이제는 고객 지향적인 기업문화를
창조할 때**

- ➡ 최근 3년간 우리나라 기업들이 홍역을 치른 한해였다. IMF라는 시장환경의 변화속에서 생존을 위한 구조조정과 개혁을 위한 노력을 경주하여 왔다. 이러한 가운데 국내 산업환경은 인터넷 시대, 디지털 시대를 맞이하게 되었고 기업의 모든 경영시스템은 직원들을 개인주의화하고 성과 지향적인 성향으로 변화시키고 있는 것이 현실이다. 이에 따라 과거 우리기업의 원동력이 되었던 우리나라 고유의 한국형 정통 기업문화는 더 이상 그 힘을 발휘할 수 없게 되었다.
- ➡ 뉴 밀레니엄 시대, 인터넷으로 전세계가 연결되는 디지털시대를 맞이하여 이제는 기업의 문화도 이에 맞게 재창조되어야 한다. 기업의 미래 방향을 디지털시대에 맞게 수정하고 개인화 되어가고 있는 직원들을 고객을 중심으로 뭉칠 수 있도록 프로그램을 마련하여 실천해야 한다.
- ➡ 따라서 '90년도 초에 많은 기업들이 추진했던 기업문화운동을 이제는 고객을 중심으로 재정립 해야하며 디지털 시대에 맞는 새로운 기업문화 운동의 전개가 요구된다. 이를 위해서는 GE나 모토로라 등 많은 선진 기업들이 그랬듯이 TCS경영의 전사적인 추진을 통해 달성하는 것이 바람직하며 기업내부의 모든 경영시스템이 고객지향적으로 개선되고 실천되어야 한다.

1. KCSI(Korean Customer Satisfaction Index : 한국고객만족도)의 정의

한국산업의 각 산업별 상품, 서비스에 대한 고객들의 만족정도를 나타내는 지수로서 미래의 질적인 성장을 보여주는 지표이다. KCSI는 한국능률협회컨설팅이 한국산업의 특성을 감안하여 개발한 한국형 고객만족도 측정 모델이며, 국내에서 가장 오랜 역사와 공신력을 인정받고 있는 한국산업의 대표적인 고객만족지수이다.

2. KCSI 조사의 배경 및 목적

- KCSI는 경제성장의 양적 성장을 평가하는 GNP, GDP 등 생산성 지표와는 달리 국가산업경제의 질적성장을 평가하는지표이다.
한국능률협회컨설팅은 우리나라 산업의 질적성장을 유도하고 각산업또는 기업들이 경쟁력을 확보할 수 있도록 1992년 국내최초로 KCSI 측정 방법론을 개발하였다.
- KCSI조사 결과는 매년 우리나라 경제사회에 공표함으로써 각 산업 및 기업의 현 위치를 확인하고 향후 관련산업 및 기업의 경쟁력 향상을 위한 기초자료로 활용할 수 있도록 하는데 그 목적이 있다. KCSI 조사결과를 통해 각기업은 시장에서의 자사 경쟁력 파악은 물론 고객의 불만을 야기하는 상품이나 서비스의 문제점들을 개선함으로써 고객지향적인 경영활동을 전개할 수 있도록 할 수 있다. 또한 미래에 자사의 성장가능성을 예측함으로써 미래에 대한 대비를 할 수 있게 해준다.
- KCSI 조사결과는 우리나라 산업경제의 거시적 방향설정을 위한 정부 경제정책에 활용되고 개별기업의 경영정책수립에 활용되는 물론 소비자 권익보호에도 일조함으로써 궁극적으로 국민 생활의질을 향상시키는 산업문화가 정착되는데 기여할 것으로 믿는다.

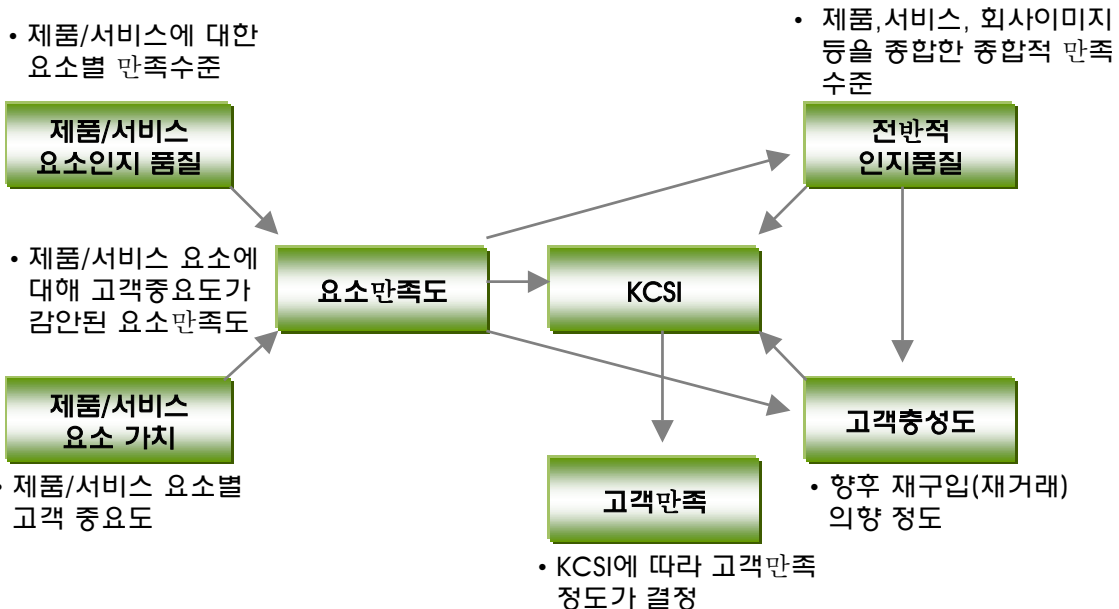
3. KCSI의 역사

- KCSI는 '92년도 한국적 시장특성에 맞는 고객만족지수 측정방법론으로 개발되며 매년 1회씩 우리나라 소비산업을 대표하는 업종을 중심으로 조사하여 공표해 왔으며, 우리나라 산업의 질적 성장을 유도하고 각 기업들이 경쟁력을 확보하는데에 자료를 활용하도록 지원하고 있다.

년도별 KCSI 조사현황

구 분	1992년	1993년	1994년	1995년	1996년	1997년	1998년	1999년	2000년	2001년
제조업	7개	7개	5개	5개	7개	14개	33개	32개	43개	48개
서비스업	5개	1개	7개	8개	8개	30개	27개	42개	45개	47개
계	12개	8개	12개	13개	15개	44개	60개	74개	88개	95개

4. KCSI 모델



5. KCSI 산출방법

본 조사의 고객만족도(KCSI)는 전반적만족도 40%, 요소만족도 40%, 그리고 재구입(거래)의향률 20%를 반영한 점수이다.

■ KCSI (종합만족도)

$$= (\text{전반적만족도} \times 0.4) + (\text{요소만족도} \times 0.4) + (\text{재구입(거래)의향률} \times 0.2)$$

⇒ 전반적 만족도

설문지상의 전반적인 만족정도를 묻는 질문에 「매우만족」과 「만족」에 응답한 비율(Top 2 비율)

⇒ 요소만족도

$$\sum_{i=1}^n C_i \cdot W_i \quad \begin{array}{l} * C_i : i\text{번째 세부요소의 TOP 2 비율} \\ W_i : i\text{번째 세부요소의 중요도 가중치} \end{array}$$

⇒ 재구입(거래)의 향를

향후 재구입(거래) 의향을 묻는 질문에서의 Top 2 비율(「재구입(거래) 의향이 매우있다」와 「재구입(거래) 의향이 있다」에 응답한 비율)



民間主導의 世界的 컨설팅 會社

韓國能率協會컨설팅

150-010 서울特別市 永登浦區 汝矣島洞12(CCMM B/D 8層)

TEL : (02) 3786-0551
3786-0553
FAX : (02) 784-6508-9

직인생략

2001. 9. 14

文書番號 : 한능천CS01 - 122호

受 信 :

題 目 : **2001년도(제10차) 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과발표**

안녕하십니까?

한국능률협회컨설팅에서는 금년 5~7월에 걸쳐 우리나라 산업의 고객만족도(KCSI : Korean Customer Satisfaction Index) 조사를 실시했습니다.

본 조사는 '92년이후부터 실시되어 올해 10회째를 맞이하였으며 급격한 시장 환경변화와 국내시장의 개방으로 경쟁이 치열해지는 상황에서 우리나라 산업의 고객만족수준을 진단하여 산업의 질적성장도를 평가하고 국내산업의 대외 경쟁력을 제고함과 동시에 소비자 보호 측면에서도 기여하고자 하는 목적으로 실시되었습니다.

첨부된 자료는 조사결과를 다음과 같이 축약한 것이오니 귀지(방송)의 보도를 양청합니다.

**본 자료는 9월 18일(화)일 조간(방송은 9월 17일 19:00시)부터
보도를 요망합니다.**

- 다 음 -

제 1부 : KCSI 조사의 개요

제 2부 : 2001년 제10차 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사결과

1. 2001년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 특징 및 경향
2. 산업별 KCSI 1위 기업
3. 기업별 고객만족도(KCSI) 특징 및 경향
4. 기업별 고객만족도(KCSI) 변화 현황

제 3부 : 한국산업의 고객만족도 향상을 위한 제언

<별첨> KCSI 소개

韓 國 能 率 協 會
韓 國 能 率 協 會 컨 설 링
會 長 宋 仁 相