



1994 (3)

(KCSI)

※문의: 김태량 팀장(Tel. 02-3786-0553)

■ 1 :

1. KCSI 배경 및 목적

시장개방으로 경쟁이 치열해지고 있는 현시점에서 우리국민의 일상생활과 밀접한 관련을 맺고 있으면서 소비생활에 많은 영향을 미치는 14개 업종을 선정, 이에 대한 소비자들의 만족수준을 측정하여 국내산업 경쟁력제고의 기틀마련과 소비자보호에 일조하기 위해 본조사는 기획되었으며, 본 조사결과를 토대로 우리기업이 보다 더 고객만족을 최우선하는 경영활동을 펼쳐 기업의 경쟁력 향상에 도움이 되었으면 합니다.

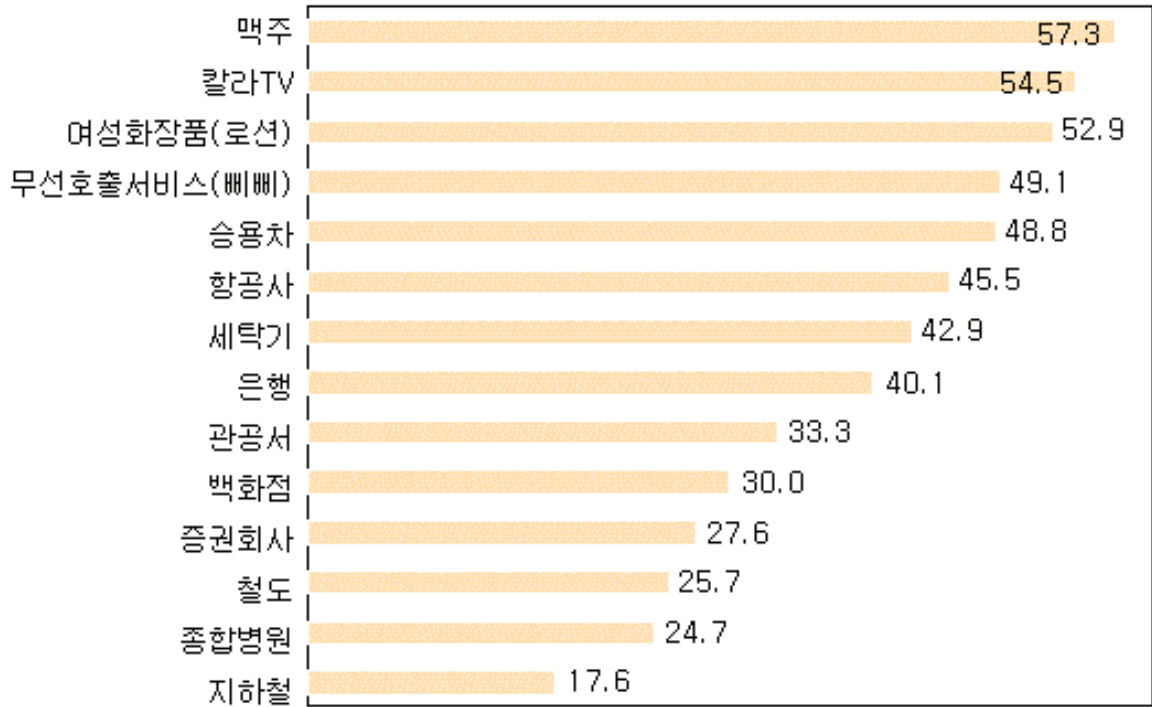
2. 조사 설계

1. 모집단 : 서울 및 수도권의 도시가구 만 20세 이상 50세 미만의 남, 녀
2. 표본크기 : 1,000명 (남자 : 500명, 여자 : 500명)
3. 표본추출방법 : 지역별 인구수 비례에 의한 유의할당표본추출
4. 조사방법 : 면접원의 가구방문에 의한 일대일 개별면접
5. 조사지역 : 서울 및 수도권 지역
6. 조사기간 : 1994. 7. 15. ~ 7. 28.
7. 조사대상제품 : 총 14개 업종

(5)	1) TV 2) 3) () 4) 5)
(9)	1) 2) 3) 4) () 5) 6) (, / , /) 7) 8) 9)

1. 1994년도 한국산업의 고객만족도(KCSI) 특징 및 경향

조사된 14개업종에 대한 고객만족도는 맥주가 57.3으로 가장 높고, 지하철이 17.6으로 가장 낮았다.



2. 조사결과의 특징과 우리나라 산업의 고객만족도 경향

1. 제조업종보다 서비스업종의 만족도가 낮다. 이는 제조업의 경우 수출을 통해 일찌기 국제시장에서의 경쟁력을 키워왔기 때문에 품질수준이 향상된 반면, 서비스 업종은 내수를 기반으로 성장해왔기 때문으로 풀이된다.
2. 서비스 업종 중에서도 관공서, 철도, 종합병원, 지하철 등 공공서비스 부문의 만족도가 낮다. 공공서비스 부문은 경쟁관계가 없거나 매우 약하기 때문에 서비스 Quality향상에 등한시 한 결과로 보여진다.
3. 문민정부 이후 강조되고 있는 행정서비스의 수준을 재는 간접적인 잣대가 될 수 있는 관공서 만족도는 33.3으로 은행보다는 낮았으나 백화점, 증권회사보다는 높은 만족수준을 보여주고 있다. 과거와 비료할 수 있는 자료는 없으나 이정도의 수치면 행정서비스가 아주 낮은 수준은 아닌 것으로 본다.
4. 상반기 노조파업 파동을 겪었던 철도와 지하철의 만족도는 매우 낮은 수준으로 열악한 철도환경과 출퇴근시 '지옥철'에 대한 일반여론이 그대로 반영되었다고 볼 수 있다.
5. 국민의 건강과 생명을 다루는 종합병원에 대한 만족도도 매우 낮아 종합병원을 바라보는 국민의 시각이 곱지 않음을 반영하고 있다. 의료서비스분야는 시장개방에 적극 대처하기 위해서라도 CS경영(고객만족경영)을 도입, 서비스 수준향상에 노력해야 할 것이다.

3. 한국산업의 제품/서비스에 대한 고객만족도 순위 및 특징

1. 칼라TV : 아남이 가전 3사를 제치고 1위로

컬러TV를 제조, 판매하는 가전3사와 아남 중 아남에 대한 고객만족도가 가장 높은 것으로 나타났다. 아남은 가전3사에 비해 시장점유율은 낮으나 대형TV를 중심으로 상표충성도가 높은 고객을 많이 확보하고 있기 때문으로 풀이된다.

2. 세탁기 : 공기방울 선풍의 대우가 1위로

시장경쟁이 치열한 세탁기 시장에서 가전 3사 중 대우가 고객들로부터 가장 좋게 평가되었다. 공기방울 세탁기라는 히트제품을 출시하여 가전3사 세탁기 경쟁을 촉발시켰던 대우가 조사되었다.

세가지 상품중 먼저 출시된 하이트가 신맥주시장을 선점, 초기에 수도권에서 고객의 좋은 반응을 얻었던 것이 충성고객확보에 영향을 미친 것으로 해석된다.

4. 승용차 : 엘란트라가 1위로

비교된 5개 차종 르망, 소나타, 엘란트라, 엑셀, 프라이드 중에 엘란트라가 가장 높은 고객만족도를 보였다.

중형과 소형의 중간시장을 소비자욕구에 맞게 잘 파고든 준중형차이면서 차량성능이 우수한 점이 고객으로부터 좋은 평가를 받는 것으로 볼 수 있다.

5. 은행 : 친절을 앞세운 신한은행, 고객만족도가 가장 높아

조사된 11개 은행중 신한은행이 국책은행이나 시중은행들을 모두 제치고 고객만족도가 가장 높은 은행으로 나타났다.

신한은행은 시중은행들에 비해 깨끗한 점포환경과 친절을 기반으로 하고 있어 이용고객들의 만족도가 높은 것으로 보인다.

6. 백화점 : 롯데백화점 이용고객의 만족도가 가장 높아

백화점에 대한 평가를 고객들이 주로 이용하는 백화점별로 나누어 볼 경우, 서울 소재 6개 백화점중 롯데백화점 이용고객의 만족도가 가장 높았다.

롯데백화점은 매장규모와 부대시설 구비면 등에서 타백화점에 비해 앞서 있는데다 백화점 이미지가 좋은 점이 반영된 결과로 보인다.

7. 무선호출서비스: 후발업체인 나래이동통신이 1위로 나타나

수도권에서 무선호출서비스(삐삐)를 실시하는 회사중 나래이동통신 가입자의 고객만족도가 가장 높은 것으로 나타났다.

나래이동통신은 사업초기단계부터 고객관리를 철저히 하고 부가서비스의 개발등에 노력을 기울여 고객들로부터 좋은 평가를 받은 것으로 풀이된다.

8. 관공서 : 파출소/경찰서 만족과는 거리 멀어

관공서를 크게 동사무소, 구청/시청, 파출소/경찰서로 나누었을때, 각각의 고객만족도는 35.6, 30.5, 8.1로 동사무소나 구청/시청에 비해 파출소/경찰서에 대한 만족도가 매우 낮았다.

공공기관의 업무성격상 파출소/경찰서에 대한 만족도가 낮은 것은 어느 정도 수긍이 가는 바도 있으나 시대의 변화와 함께 파출소나 경찰서도 국민과의 거리감을 좁힐 수 있도록 더욱 노력해야 할 것이다.

9. 지하철 : 1호선은 지옥철, 3.4호선은 견딜만

지하철 주이용 노선별로 고객만족도를 분석한 결과, 1호선이 5.1의 만족도르 가장 낮았고 2호선은 20.7, 3호선 및 4호선은 30을 넘는 만족도를 보였다.

건설된지 가장 오래된 1호선의 낙후된 역내시설 및 전동차를 이용하는 수도권 주민들의 불만이 조사결과에 그대로 반영되었다고 볼 수 있다.

주 1) 비교분석된 업체 또는 브랜드의 최소표본은 40표본을 기준으로 하였음.

주 2) 따라서 여성화장품(로션), 증권회사, 종합병원, 철도, 항공은 업종내 기업들의 표본크기가 작아 1위 업체를 발표하지 않음.