

# 자동차와 IT산업에서의 고객만족지수와 시장점유율 관계분석 연구

박찬섭\*, 신승중\*\*,  
\*한양대학교 신뢰성분석연구센터  
\*\*한세대학교 IT학부  
e-mail:csparkpcs@hanyang.ac.kr

## Relationship analysis between Customer Satisfaction Index and Market Share in Automotive and IT industries

Chan-Sup Park\*, Seung-Jung Shin\*\*

\*Reliability Analysis Research Center, Hanyang University

\*\*Devison of IT, Hansei University

### 요 약

글로벌 무한경쟁에서 고객들의 품질평가 결과가 반영된 고객만족지수가 높은 제품들이 시장에서 호평을 받고 판매가 확대되는지 자동차와 IT분야의 휴대폰을 대상으로 분석하였다. 실증분석결과로써 장기수명 내구제인 자동차는 높은 상관성을 유지하였으나 짧은수명 내구제인 휴대폰 분야는 높은 고객만족지수를 획득하였어도 높은 시장점유율로 연결되지는 않았다. 본연구결과는 시장조사 및 상품기획의 마케팅분야와 내구품질 즉 신뢰성분야에서 유용한 시사점을 제공하는데 의의가 있다.

### 1. 서론

고객이 만족하는 제품이 개발되지 못하면, 해당 제품은 시장에서 외면당하고 기업은 무한경쟁에서 도태될 수밖에 없다. IT분야에서 일본 메이커의 글로벌 휴대폰 시장 경쟁실패, 모토로라의 레이저폰 성공이후 고객대응 차질로 시장점유율 하락 등이 그 대표적인 사례이다. 고객만족과 관련된 많은 연구가 진행되었으나, 소비자가 지각하는 품질지표 결과인 고객만족지수와 시장점유율간의 실증 연구는 미흡한 수준이다. 따라서 고객만족지수와 시장점유율과 밀접한 관계를 살펴보는 것이 학술적으로나 기업 실무적으로도 매우 중요하며, 고객들의 품질 평가결과가 반영된 고객만족지수가 높은 제품들이 시장에서 호평을 받고 판매가 확대된다는 입증의 필요하다. 그렇지 않으면 고객만족의 근간인 품질경영의 실효성이 약화될 수도 있기 때문이다.

본 연구의 목적은 고객이 지각한 품질로 평가한 제품의 고객만족지수가 시장점유율간의 어떠한 관계성이 있는가를 자동차와 IT분야의 휴대폰을 대상으로 하였다. 대상선정은 고객의 품질평가와 구매 의사결정에 영향을 미치는 제품수명주기와 관련하여 소비생활용 장기 수명주기 내구제와 짧은 수명주기 내구제를 기준으로 하였다. 또한 글로벌 경쟁이 가장 치열한 미국시장에서 다양한 소비자품질지표를 개발하여 고객만족의 시대를 개척한 제이디파워사 발표 고객만족지수와 공인된 5년간(2003~07년) 판매현황 자료를 활용하였다.

### 2. 문헌연구

본 선행연구에서 살펴본 품질, 고객가치, 고객만족과의 관계성 그리고 고객만족과 시장점유율을 포함한 기업성과와 미치는 영향을 종합한 결론은 다음과 같다.

첫째, 고객만족을 결정하는 중요인자가 고객가치이다.

둘째, 품질은 초기품질보다는 내구품질이 글로벌경쟁력 확보에 중요하다.

셋째, 글로벌 기업경쟁력의 기본요소가 품질이며, 지각된 품질이 고객만족을 결정하는 평가요소이다.

넷째, 기업은 고객만족지수와 순위에 민감하다.

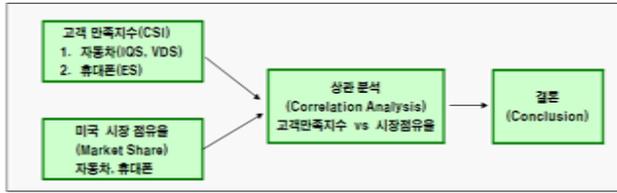
다섯째, 고객만족 제고가 시장점유율과 재무성과에 영향을 미치지만 반드시 시장점유율이 증가하는 관계로 나타나지는 않는다.

결론적으로 고객만족과 관련된 선행연구에서는, 고객만족이 높으면 고객충성도와 시장점유율이 높아지고 기업 수익성과 관계성은 높으나 반드시 일관된 방향성을 제시하지는 못하고 있다는 것을 알 수가 있다.

### 3. 연구모형 및 설계

‘고객만족지수가 높은 회사 제품은 시장점유를 또한 높다.’는 가설을 수립하여 미국 내 자동차와 휴대폰 제품의 고객만족지수와 시장점유율간의 그림1과 같이 기본관계모형 상관분석을 통하여 검증하였다. 또한, 기본 관계 모형에서 높은 순위의 제품에 가중치를 가산한 그림2와 같이 신규관계모형을 분석하였다. 이는 고객만족지수의 평가결과 값보다는 경쟁사 제품과 비교한 순위가 중요하게 인식되어지

고 있음을 고려한 것이다. 또한 자동차산업은 5년간 초기품질지수와 내구품질지수 연도별 관계 모형도 결과를 토대로 4개 그룹 16개 케이스로 정의하였다. 제품의 품질과 신뢰성이 개선되고, 유지 또는 하락하는 경우별로 어떠한 상관성이 있는가를 세부적으로 분석 하였다.



(그림 1) 실증분석을 통한 관계분석 기본관계 모형



(그림 2) 실증분석을 통한 관계분석 신규관계 모형

#### 4. 상관분석 및 검증

소비자 생활에 밀접한 자동차 분야에서 고객만족지수가 높은 제품이 시장에서 점유율에 어떠한 영향을 미치는가의 본 연구결과는 다음과 같이 정리 할 수 있다.

첫째, 자동차의 고객만족지수 결과인 초기품질지수와 내구품질지수는 시장점유율과 음의 상관성을 갖는 것으로 나타났다. 내구품질지수가 초기품질지수보다 훨씬 높은 상관성을 갖는 것으로 분석되었다.

둘째, 가중치를 반영하여 평가한 순위합 방법과 순위역으로 환산한 내구품질지수와 시장점유율은 낮은 음의 상관성을 갖는 것으로 분석되었다.

셋째, 자동차의 초기품질과 내구품질간의 연도별 회귀분석 검증결과 높은 양의 상관성으로 나타났다. 즉, 제품의 초기품질이 높은 제품이 내구품질도 높은 것으로 분석되었다.

넷째, 자동차의 초기품질과 내구품질과의 관계와 산업평균을 반영한 4개 그룹 분할, 기간을 고려한 연도별 순위변동을 반영한 16개 케이스에 의한 세분화 하여 분석결과 세가지 유형으로 나타났다.

- 1) 고객만족지수가 항상 상위권을 유지하는 제품은 시장 점유율과 높은 상관성을 갖는다.
- 2) 고객만족지수가 하락하는 제품이나, 하위권을 유지하고 있는 제품은 시장점유율과 관계성이 없거나 낮다.
- 3) 고객만족지수가 상승하는 제품은 시장점유율과 높은 상관성을 갖는다.

이러한 결과는 경쟁회사 보다 높은 고객만족 순위를 획득한 자동차 제품이 시장점유율 또한 높다는 결론으로 도출되었다. 품질이 개선되고 특히 내구품질(신뢰성)이 개선되어 고객만족지수의 순위가 높아진 제품일수록 시장점유율과는 상관관계가 높은 것으로 나타난 결과이다.

소비생활 내구재 중 10년 이하 이면서 소비자 생활에서 가장 고객의 니즈가 활발하게 반영되는 휴대폰 분야에서 고객만족지수가 높은 제품이 시장에서 점유율에 어떠한 영향을 미치는가의 본 연구결과는 다음과 같이 정리 할 수 있다.

첫째, IT산업 휴대폰의 고객만족지수와 시장점유율과는 양의 상관성을 갖는 것으로 분석되었으나, 검증결과 유의하지 않은 것으로 나타났다. 따라서 휴대폰 제품의 경우 고객만족지수가 높다고 시장점유율에 영향을 미치지 않는다고 할 수 있다.

둘째, 가중치를 반영하여 평가하여 환산한 내구고객만족지수와 시장점유율은 양의 상관성을 갖는 것으로 분석되었으나, 검증결과 유의하지 않은 것으로 나타났다. 따라서 휴대폰 제품의 순위가중치 모형을 반영한 신규관계모형에서도 기존관계모형과 동일하게 고객만족지수가 높다고 시장 점유율에 영향을 미치지 않는다고 할 수 있다.

이러한 결과는 경쟁회사 보다 높은 고객만족 순위를 획득한 휴대폰 제품메이커가 높은 시장점유율로 연결되지 않는다는 결론으로 도출되었다. 이를 통하여 내구년수가 짧고 경쟁이 치열하여 순위 변동이 심한 제품에 대해서는 고객만족지수 결과와 시장점유율간에 일관된 관계성을 갖지 못하는 것을 알 수가 있었다.

#### 5. 결론

자동차 분야는 경쟁회사 보다 높은 고객만족 순위를 획득한 제품이 시장점유율 또한 높다는 결론을 도출하였다. 특히 내구품질이 개선되어 고객만족지수의 순위가 높아진 제품일수록 시장점유율과는 상관성이 높게 나타났다. 고객만족지수가 상위권을 유지하는 제품 일수록 시장점유율과는 높은 상관성을 유지하였다. 그러나 휴대폰 분야는 경쟁회사 보다 높은 고객만족 순위를 획득한 제품메이커가 높은 시장점유율로 연결되지 않았다.

본 연구의 가장 큰 공헌은 그동안 품질과 고객만족, 시장점유율간의 관계성을 선행연구를 통해 규명하였으며, 소비생활용 수명주기를 고려한 장기제품과 단기제품의 고객만족지수와 시장점유율과 미치는 영향을 실증 분석한 것이다. 본 연구결과는 시장조사 및 상품기획의 마케팅 분야와 내구품질인 신뢰성분야에서 유용한 시사점을 제공하는데 의의가 있다.

#### 참고문헌

[1] Chan-Sup Park, "Relationship analysis between Customer Satisfaction Index and Market Share in Automotive and IT industries", a master's degree thesis of IT, Hansei University  
 [2] Jin-Kuk Kim, White Paper on Korea Automobile Quality in 2002~2004, Seoul;FINSIDE.