

SUV마케팅에서의 특성화된 디자인개발의 필요성에 대한 연구

The research about speccalized SAV design needs in the SUV market

진준영
홍익대학교 국제 디자인 전문 대학원

Jeon, joonyoung
ph.D student, IDAS

김원택
홍익대학교 국제 디자인 전문 대학원

Kim, Wontaik
Professor, IDAS

1. 서론

1.1 연구목적

우리 인간 생활과 매우 밀접하고 친숙한 관계를 유지해온 자동차는 현대인의 이동의 문제를 과거 어느 수단보다도 안전하고 빠르게 효율적으로 해결해준 대표적인 인류의 이동수단이다.

최근 세계적인 경제, 사회, 문화 등의 변화와 함께 자동차 산업도 다각화로 발전을 이루고 있다. 그 중 레저문화를 중요시하는 현대인의 변화한 라이프스타일에 포커스를 맞춘 크로스오버(crossover)형 차량이 주류를 이루고 있는 추세이며, 이미 포화상태에 접어든 승용형 자동차 시장에서 크로스오버 차량의 등장은 하나의 유행이라기보다는 소비자의 욕구가 점점 더 다양하고 세분화되고 있다는 것을 보여주는 것으로 향후 발전해 나아가야 할 SUV(sports utility vehicle) 마케팅에서의 글로벌 경쟁력 확보를 위해 현재보다 더욱 더 특성화되고 전문화된 도심중심의 SUV의 개발이 절실히 필요하다.

1.2 연구의 범위 및 방법

현재의 자동차 산업과 생활환경의 변화를 분석하여 앞으로의 크로스오버형 자동차 산업의 방향을 예측하며 21세기 도시생활환경의 다양한 라이프스타일에 대응하는 특성화된 크로스오버형 차량에 대하여 연구를 할 것이다. 그리고 그 범위는 SUV(sports utility vehicle)를 포함하는 RV(recreational vehicle)차량과 새롭게 요구되고 있는 도심 중심의 특성화된 크로스오버형 차량을 중심으로 연구할 것이다.

2. SUV(sports utility vehicle)의 정의와 시장환경 분석

2.1 SUV의 정의

SUV차량은 주행가능한 지역의 제한을 거의 받지 않는다는 점에서 레저, 문화생활과 함께 여가를 보내려는 현대인의 새로운 사고방식에 부합하여 자동차 산업에 새로운 트렌드(trend)를 형성하였으며 전 세계적으로 소비자들에게 큰 호응을 받고 있다.

스포츠 유틸리티 비클은 넓은 의미에서는 레저용 차량을 뜻하는 RV에 포함되나 스포츠를 목적으로 하는 유틸리티(utility)차량이라는 점에서 MPV(multi purpose vehicle)와는 구분된다. 즉 SUV는 악천후에서도 쉽게 달릴 수 있고, 차량을 개조하지 않고도 비포장도로와 같은 험한 길을 달리는 능력이 뛰어나 각종 스포츠 활

동에 적합한 차량을 말하며 현대자동차의 겔로퍼, 싼타페, 쌍용차 동차의 무쏘, 렉스턴, 코란도 등이 대표적인 한국의 SUV차량이다.

2.2 SUV 등장배경

1980년대의 수출위주의 경제성장으로 인하여 기존 소형차에 집중되었던 자동차 산업은 제조기술의 발달과 소비자들의 욕구가 커짐에 따라 중.대형차의 개발이 이루어졌으며 1990년대에는 유가급등과 IMF라는 경제위기로 인하여 경차의 소비가 활발히 이루어졌다. 그 후, 소비자들의 레저문화에 대한 욕구와 생활수준이 향상되면서 레크리에이션용 비클(Recreational vehicle)의 수요가 급등하면서부터 RV차량의 다양한 라인업(MPV,SUV,SUT, etc)이 이루어지고 있다.

2.2.1 사회적 변화

2000년대 이후의 주 5일제 근무 확산에 따른 많은 사람들의 여가생활의 증가와 레저욕구의 강화는 국내의 레저산업을 포함한 다양한 서비스업의 폭 넓은 성장세를 이루어고 있다. 그리고, 최근 여성의 사회진출이 늘어남에 따라 여성운전자가 크게 증가하였으며 차량구입에 있어서도 여성 운전자의 연약함을 보완하기 위하여 SUV차량을 선호하는 여성의 의견이 크게 반영되어 맞벌이 부부를 위한 세컨더리(secondary)자동차로서의 SUV차량 구입은 현대인에게 필수 조건이 되어가고 있다.

2.2.2 경제적 변화

최근 소비자들이 SUV차량을 선호하는 이유에는 경제적 이유도 크게 작용한다. 경제적인 가격대와 장기화된 경기침체로 인한 소비자의 실용성추구는 SUV차량이 사회활동, 여가활동 등의 다양한 사용범위를 가져 소비자들이 이러한 차종을 선택하는데 있어 큰 부분으로 작용하고 있다.

2.2.3 기술적 변화

SUV차량이 국내 승용차 시장에서 성공할 수 있었던 결정적인 이유인 커먼레일엔진(common rail engine)의 개발은 기존 디젤차량의 단점을 대폭 보완하였으며 디젤 엔진 특유의 떨림과 소음, 매연과 가속성 등의 문제점을 가솔린 차량에 근접할 만큼 향상시켰다.

2.3 SUV 시장환경 분석

2.3.1 국내 SUV 시장환경 분석

국내 자동차 판매 시장에서는 최근 들어 SUV의 판매량이 가장 크게 증가하고 있다. 평상시 출,퇴근과 일상 도로주행에서도 그 역할을 충분히 하며 험한 길에서 주행 능력이 뛰어나고 스포츠 활동에 적합한 다목적 레저승용차이기 때문에 주 5일 근무제가 확산됨에 따라 레저 차량의 수요가 높아가는 데다 연료비까지 절감되어 SUV수요는 앞으로도 계속하여 상승할 추세이다.

2.3.2 국외 SUV 시장환경 분석

꾸준히 중형 SUV 차량으로 국내 자동차 시장을 공략하기 위하여 진출하고 있는 해외의 세계적인 자동차 메이커들은 최근들어 더욱 많은 수의 새로운 모델들을 잇따라 선보이면서 국내 SUV시장에 앞 다투어 뛰어 들고 있다. 최근들어 여성 소비자를 주구매계층으로 삼아 마케팅에 총력을 펼치며 소형 SUV마케트를 형성하고 있는 수입차 모델로는 BMW X3를 비롯해 포드 이스케이프와 랜드로버 프리랜더, 크라이슬러 지프체로키 등이 있다. 이들 차종은 대형 SUV에 비해 주행 민첩성이 뛰어나고 차체에 대한 부담감이 작을 뿐 아니라 상대적으로 유지비 부담이 적어, 여성 운전자나 레저 활동을 즐기는 젊은 층에게 높은 인기를 끌고 있다. 여기에 예다 보다 세단과 같은 안락한 승차감을 살리면서 짐도 많이 실을 수 있는 고급형 SUV도 새로운 변화를 선도하고 있다

3. 도심중심의 특성화된 SUV의 디자인 방향 제안

3.1 도심중심의 특성화된 SUV의 디자인 배경

이미 포화상태에 접어든 자동차 시장에서 크로스오버형 차량의 등장은 새로운 자동차 산업의 활성화에 힘을 불어넣어 줄 수 있는 계기가 되었으며 여기에 발맞추어 다양한 변화를 모색한 새로운 차종이 매년 새롭게 출시되고 있다. 글로벌 산업화에 이미 진입한 자동차 메이커들의 경쟁은 타업종의 어떤 산업보다도 치열하게 생존을 위한 시장 선점과 신시장 개척에 대한 경쟁이 대단하며 새로운 돌파구로 등장한 SUV차량의 개발은 주행가능한 지역의 제한을 거의 받지 않는다는 점에서 일상 업무, 문화생활과 함께 다양한 여가를 보내려는 현대인의 새로운 사고방식에 부합하여 자동차 산업에 새로운 트렌드를 형성하고 있다.

3.2 도심중심의 특성화된 SUV의 디자인 전개

3.2.1 기능적 측면

기존의 SUV차량은 오프로드(OFF-ROAD)를 중심으로 한 기능을 전개하여 다소 불필요한 기능들이 많이 있었지만 도심중심의 이동수단으로서 온로드(on-road)에서의 사용에 더욱 더 중점을 두어 세단의 편안함과 스포츠카의 주행 성능에 주력하여야 한다. 그렇다고 해서 오프로드 차량의 특징을 포기한 것은 아니며 차체의 힘을 상황에 따라 앞뒤로 적절히 분배하여 역동적인 드라이빙을 제공하고 사막이든 빙판이든 운전이 즐겁고 안전하여야 한다. 이렇듯 제안하고자하는 도심중심의 특성화된 SUV차량은 기존 세단형 스포츠카의 장점들을 도심주행을 위하여 기존의 SUV차량보다 한층 더 향상시켜야하며 야외에서의 여가활동의 목적에도 어울리는 성능과 기능을 갖춘 특성화된 장점을 가지고 있어야 한다.

3.2.2 디자인 측면

도심 중심의 특성화된 SUV차량의 디자인을 전개하는 과정에서 기존의 SUV차량과 비교되는 가장 중요한 변화는 무엇보다도 디자인에 큰 역할을 두어야 한다. 스포츠 세단의 날렵하면서 다이나믹한 이미지가 나타나지 않는다면 도심중심의 차량으로서의 SUV의 새로운 가치를 인정받지 못할 것이다.

3.2.3 디자인 기대 효과

현재 SUV마케트가 지속적인 성장세를 보이고 있으나 대부분의 자동차 메이커들이 글로벌 마켓에서의 생존을 위하여 신모델을 꾸준히 출시하고 있어 앞으로도 더욱 더 심한 경쟁이 예상되고 있다. 기존 SUV 차량의 오프로드(off-road) 운행율이 저조한 점을 주지하여 새로운 차량의 소비계층으로 부각되고 젊은 소비자들에게 세단의 편안함과 스포츠카의 주행 성능을 갖추고 도심중심의 차별화된 성능과 다이나믹한 디자인에 주력한다면 기존 SUV 모델과는 차별화된 새로운 가치를 소비자들에게 제공하여 온로드(on-road)의 사용을 주로 하는 도심중심의 소비자들에게 전폭적인 호응을 받을것이라 고려된다

4. 결 론

오늘날 자동차의 효용가치를 따질때, 레저목적으로서의 비중이 얼마나 큰지는 대부분의 차량 운전자들이 충분히 알고도 남는다. 이미 자동차의 주목적이 이동수단의 개념에서 여가활용을 위한 도구로서의 개념으로 전환되었으며 현재의 자동차 산업의 변화에 영향을 주는 가장 큰 요인이 되었다. 그리고 스포츠 유틸리티 비클(sports utility vehicle)은 업무에서의 활용과 여가시간의 사용성을 최대의 장점으로 내세워 승용차와 오프로드는 의 강점을 두루 겸비한 차량으로서 승용으로서의 편안함과 안전하고 부드러운 드라이빙의 요소와 오프로드로서의 출력과 다양한 사용성을 가능하게 하였으나 본 연구에서 제시한 도심위주의 활용성을 위한 특성화된 SUV는 점점 포화상태가 되어가는 SUV자동차 마켓에서 남들과 다른 독특한 개성을 표현하고픈 소비자의 의식과 부합한다면 기존 SUV모델과는 차별화된 새로운 가치를 소비자들에게 제공할 수 있으리라 예상된다. 그리고 앞으로도 한순간의 인기에 편승한 차종의 개발이 아닌 진정으로 소비자들이 원하는 요소를 분석하여 새로운 차종을 꾸준히 개발하여야 할 것이다.

참고문헌

- 한국 자동차 공업협회 <http://www.kama.or.kr/>
- 현대자동차 <http://www.hyundai-motors.com>
- 기아자동차 <http://www.kia.co.kr>
- 주간한국 www.hankooki.com 2004. 5.19
- GM대우자동차 <http://www.gmdaewoo.co.kr>