

이동통신 서비스의 속성평가 및 고객만족도에 관한 연구

정 종 덕, 박 칠
동서대학교 상경매스컴학부

요 약

본 연구는 우리나라 이동통신 서비스의 경쟁력 제고를 위해서 이동통신 서비스의 중요속성을 알아보고, 속성평가, 갭분석, 그리고 고객만족도를 분석해 보았다. 그 결과를 요약해 보면, 고객들은 휴대폰의 가장 기본적인 기능을 가장 중시하는 반면에 간접요인에 대한 중요성이 낮다. 응답자의 대부분의 점속률, 음질, 완료율등 휴대폰의 가장 기본적인 기능을 가장 중요하게 생각하고 있으며 사용자들의 평가에서는 이부문들이 가장 낮은 점수를 받은 것으로 보아서 휴대폰의 가장 기본적인 기능인 점속률, 음질, 완료률의 향상시키기 위한 기능면에 중점적 노력을 기울여야 할 것이다. 따라서 기술적 혁신 방안으로는 점속률 증진방안 마련과 음질 향상방안 마련이 필요하다.

I. 서 론

최근 우리나라 통신시장은 큰 지각변동이 진행중이다. 독점적이던 통신시장에 다수의 경쟁업체(Cellula, PCS 등)들이 공존하면서 치열한 접전을 벌리고 있을 뿐만 아니라, 통신시장은 개방이 되어 해외의 거대한 통신기업이 속속 우리나라에 진출하고 있다. 또한 고객들의 욕구는 나날이 다양화 및 고도화 되면서 통신 서비스의 질향상과 고객만족은 중요한 기업활동 목표가 되고 있다. 이러한 시점에서 우리나라 통신업체는 환경의 변화에 주목하면서 속히 고객중심체제로 전환하여 통신 서비스의 질을 높이고 고객을 만족시켜서 경쟁력 있는 기업으로 탈바꿈해야 할 것으로 보인다. 따라서 본 연구에서는

이동통신 가입자들을 대상으로 설문조사를 실시하여 그들이 중요하게 생각하는 이동통신 서비스의 속성 중요도와 그 평가, 그리고 고객만족도에 영향을 미치는 요인에 대해서 살펴보고자 한다.

II. 연구방법

2.1. 조사절차

연구방법은 설문지 조사를 통해 자료를 수집하고 이를 통계분석였다. 조사의 대상은 부산, 경남지역의 휴대폰 가입자로 하였으며 조사기간은 1996년 12월 20일~24일(4일간)이었다. 훈련된 대학생 면접원을 동원하여 표준화된 설문지를 가지고 1:1면접을 실시하였으며, 표본은 휴대폰 가입자 명단은 표본프레임으로 하여 성별/연령별 편의할당 표본추출(convience quota sampling)하였다. 수거된 표본의 총수는 300부였다.

2.2. 측정항목

본 연구의 주요 측정 항목으로는 16개의 서비스 속성 중요도, 16개의 서비스 속성평가와 15개의 고객 만족도로 이루어져있으며, 자세한 것은 별첨 참조.

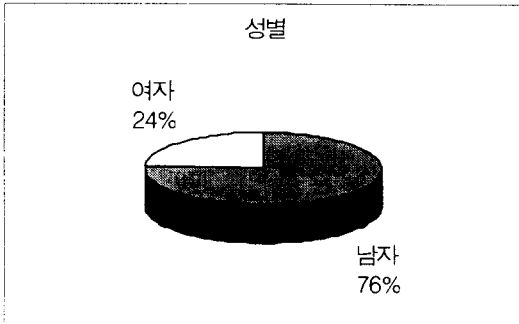
2.3. 통계분석

수집된 자료를 코딩한 뒤, SPSS/PC+를 이용하여 통계분석을 실시하였으며, 빈도분석, 요인분석, 다중회귀분석등을 분석기법이 사용되었다.

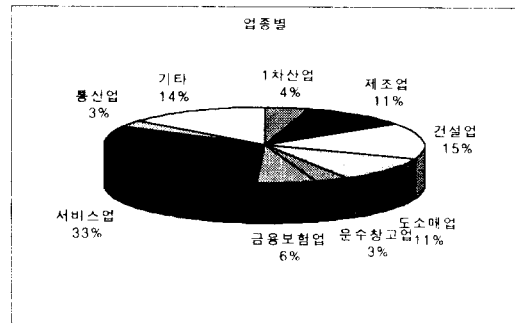
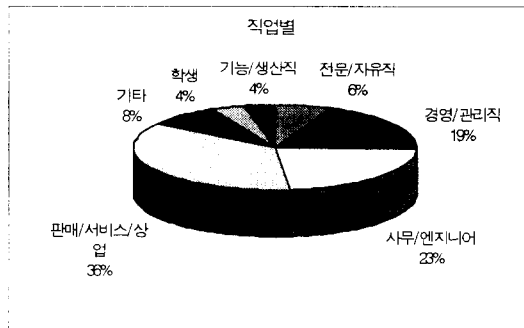
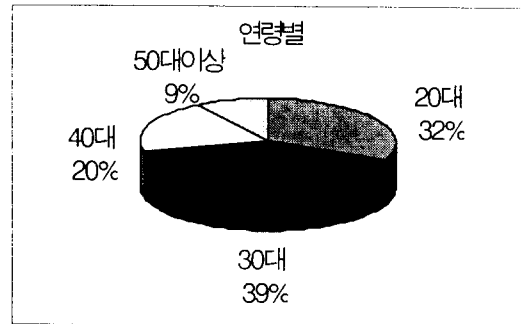
III. 연구결과

3.1. 표본의 특성

<그림 1> 응답자 성별비율

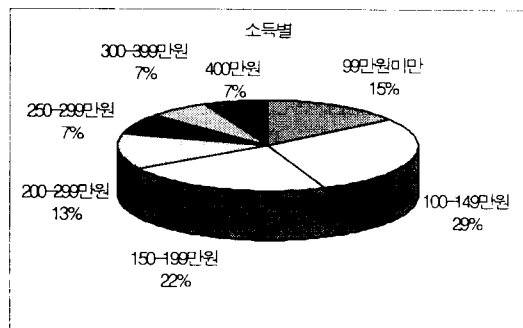
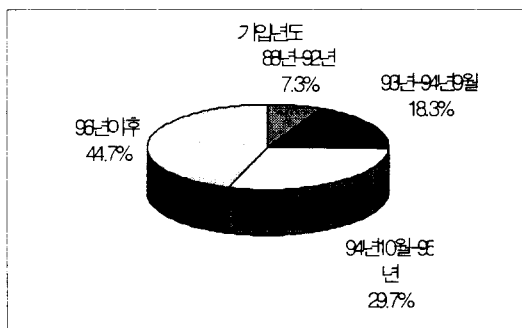


<그림 2> 응답자 연령분포



<그림 4> 응답자 직업분포

<그림 3> 응답자 업종분포



<그림 5> 응답자 가입연도분포

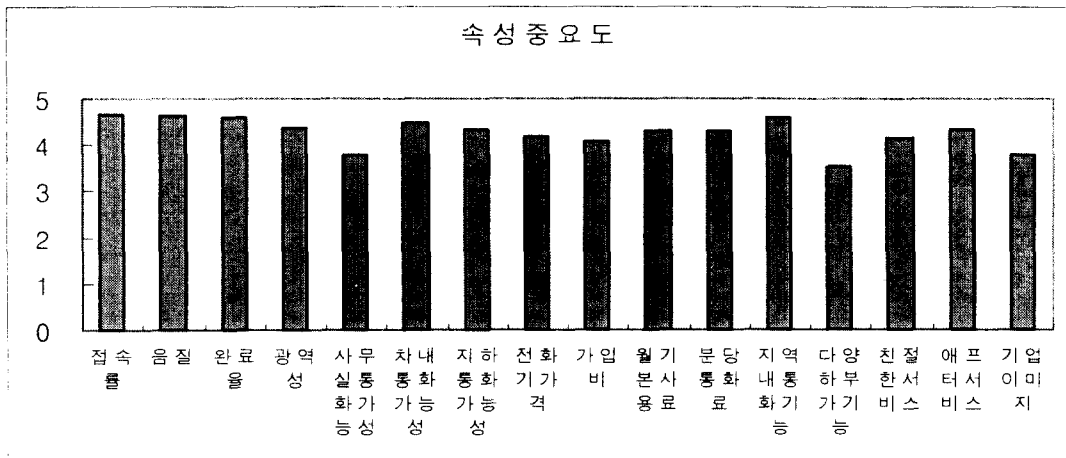
<그림 6> 응답자 소득분포

3.2. 서비스 속성중요도

속성중요도에 대하여 중요성 정도를 5점 만점으로 평가해본 결과 접속률은 평균 4.67점, 음질 4.62점, 완료율 4.58점, 광역성 4.37점, 사무신통화가능성 3.77점, 차내통화가

능성 4.49점, 지하통화가능성 4.34점, 전화기 가격 4.18점, 가입비 4.07점, 월기본사용료 4.29점, 분당통화료 4.31점, 지역내 통화가능 4.58점 다양한 부가기능 3.52, 친절한 서비스 4.16점 애프터서비스 4.33점 기업이미지 3.77점으로 나타났다.

<그림 7> 서비스 속성중요도



속성중요도(복수응답)에 대한 전체 응답자 300명의 설문결과는 통화접속률 23.8%, 통화음질 14.8%, 통화완료율 13.9%, 통화 광역성 6.7%, 사무신통화 1.2%, 차량통화 5.3%, 지하통화 4.1%, 휴대폰가격 2.9%, 가입비 1.6%, 기본사용료 5.6%, 분당통화료 6.7%, 어디든지 통화 7.6%, 부가기능 0.8%, 가입서비스 2.1%, 애프터서비스 2.8%, 기업이미지 0.3%로 중요도를 답한 것으로 나타났다. 휴대폰 서비스 속성을 좀더 요약, 압축하여 살펴보면 총16개로 측정된 서비스 속성중요도 항목에 대한 요인분석을 실시하였다. 요인추출방법은 주성분분석법(Principal Component Analysis)을 사용하였고 요인최적은 직각회전의 하나인 varimax법을 사용하였다.

요인분석결과 통화음질, 접속률, 완료율, 차량통화가능성, 광역성, 어디서나통화가능, 지하통화가능, 사무신통화가능성등의 8개 항목이 요인1로 묶여있다. 요인1을 통화관련 요인으로 명명하였다. 요인1의 아이겐값은 6.09 설명력은 전체 분산량의 38.1%를 차지하였다.

요인2에는 기본요금, 가입비, 분당통화료, 휴대폰가격등 5개의 항목이 묶였다. 요인2는 “경제성요인”으로 명명하였다. 요인2의 아이젠값은 1.80 설명력은 전체분산량의 11.3%를 차지하고 있었다.

요인3에는 신속한 서비스, 기업이미지, 부가서비스, 애프터서비스등 4개항목이 묶였다. 요인3은 “서비스요인”으로 명명하였다. 요인3의 아이젠값은 1.80, 설명력은 전체분산량의 10%를 차지하고 있었다.

이상의 요인분석결과, 휴대폰 서비스 고객들은 통화 관련요인을 가장중요시 하고 있으며, 그다음 경제성요인, 서비스요인의 순으로 그 중요성을 인식하고 있는것으로 나타났다. 따라서 효율적인 휴대폰 고개관리를 위해서는 통화관련요인의 속성에 초점을 맞추어야 할 것으로 보인다.

<표 4> 속성중요도 요인분석

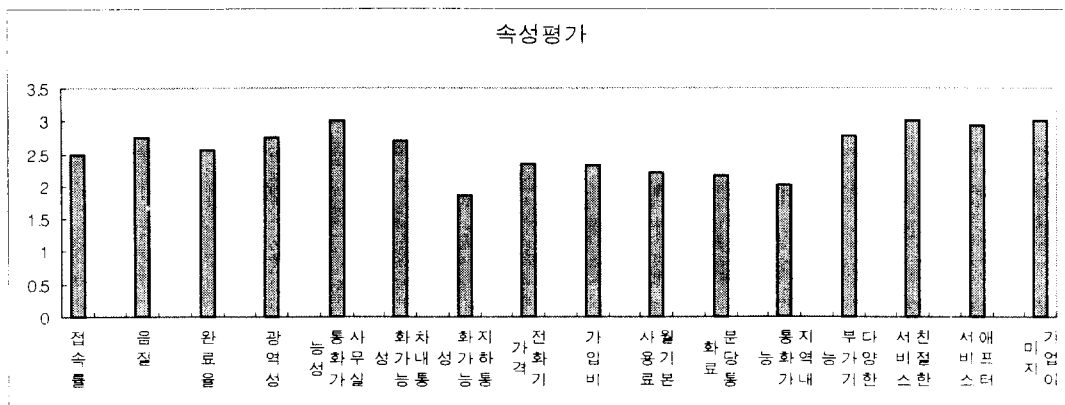
변수명	요인1; 통화관련	요인2; 경제성요인	요인3; 서비스요인
통화음질	.81851	.22001	.02344
접속률	.80227	.26197	-.04784
완료률	.75194	.24924	-.04307
차량이동시 통화	.66571	.10347	.30724
지역의 전국성	.60253	-.05835	.33688
지역내 통화가능성	.56881	.11353	.40959
지하공간 통화가능성	.56660	.24002	.36539
사무실 통화가능성	.37726	.12035	.31215
월기본사용료	.26311	.82943	.13381
가입비	.14316	.81820	.20773
분당통화료	.20943	.80188	.10679
전화기가격	.16743	.73825	.34841
가입시 서비스친절성	.15321	.14295	.74504
기업이미지	.07830	.10461	.72499
다양한 부가기능	.01715	.24753	.68589
애프터 서비스	.33404	.19337	.66013
아이겐값	.6.09	1.80	1.60
설명력(%)	38.1	11.3	10.0

3.3. 서비스 속성 평가

각 속성에 대하여 5점 만점으로 평가해 본 결과 접속률은 평균 2.49점, 음질 2.75점, 완료율 2.55점, 광역성 2.76점, 사무실통화가능성 3.00점, 차내통화가능성 2.70점, 지하통

화가능성 1.85점, 전화기가격 2.34점, 가입비 2.33점, 월기본사용료 2.21점, 분당통화료 2.15점, 지역내 통화가능 2.03점 다양한 부가기능 2.78, 친절한 서비스 3.01점, 애프트서비스 2.93점, 기업이미지 3.01점으로 나타났다.

<그림 8> 서비스 속성평가



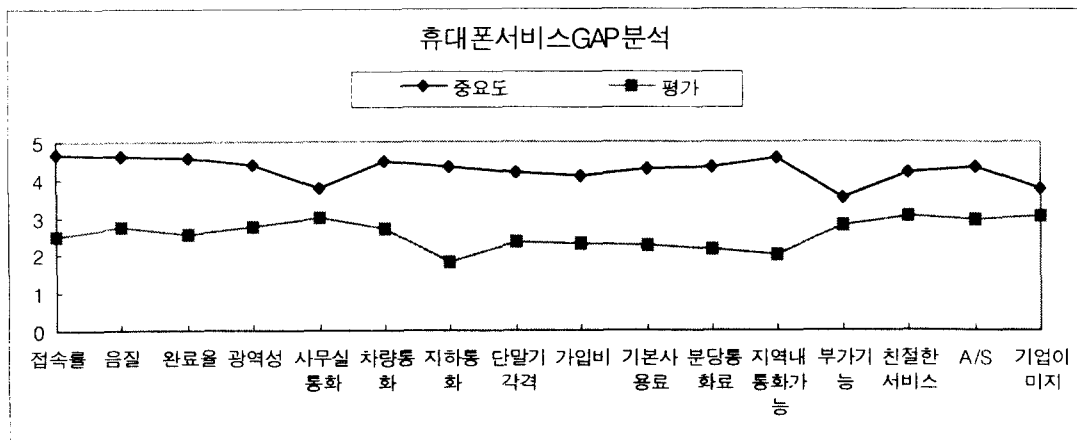
불만족성에 대한 전체 응답자 300명에 대한 설문결과는 통화 접속률 17.1%, 통화음질 10.1%, 통화완료률 11.7%, 통화광역성 3.0%, 사무신통화 0.8%, 차량에서의 통화 6.6%, 지하에서 통화가능성 9.6%, 휴대폰가격 5.4%, 가입비 3.0%, 기본사용료 9.2%, 분당통화료 8.6%, 통화의 세밀성 9.1%, 부가기능 1.2%, 가입 서비스 2.0%, 기업이미지 0.7%로

서비스 GAP 자료를 분석해 보으면 앞으로 어느방향으로 고객서비스를 개선해 나아가야 할 지를 잘 보여 준다. 지금까지 분석 자료에서 수차례 언급되었지만 지하통화, 접속률,음질, 완료률,지역내 통화가능성 등의 기능적 개선을 통한 서비스향상이 이루어져야 할 것을 보여준다.

<표 7> 속성중요도-평가의 갭분석

서비스 특성	중요도	평가	GAP
접속률	4.67	2.49	2.18
통화음질	4.62	2.75	1.87
통화완료률	4.58	2.55	2.03
광역성	4.37	2.76	1.61
사무실 통화	3.77	3.00	0.77
차량통화	4.49	2.70	1.79
지하통화	4.34	1.85	2.49
단말기 가격	4.18	2.34	1.84
가입비	4.07	2.33	1.74
기본사용료	4.29	2.25	2.08
분당통화료	4.31	2.17	2.16
지역내 통화가능	4.58	2.03	1.06
부가기능	3.52	2.78	0.74
친절한 서비스	4.16	3.01	1.15
A/S	4.33	2.93	1.40
기업이미지	3.77	3.01	0.76

<그림 9> 휴대폰 속성 중요도-평가 갭분석

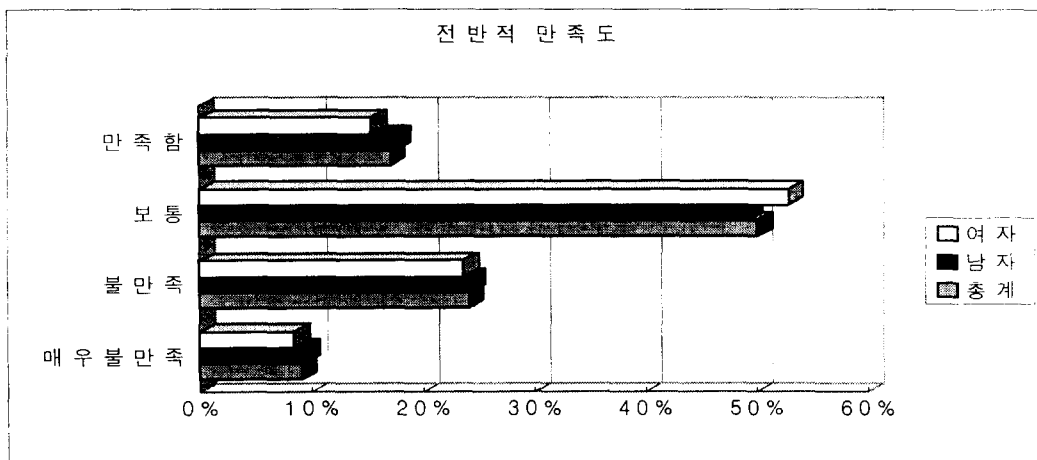
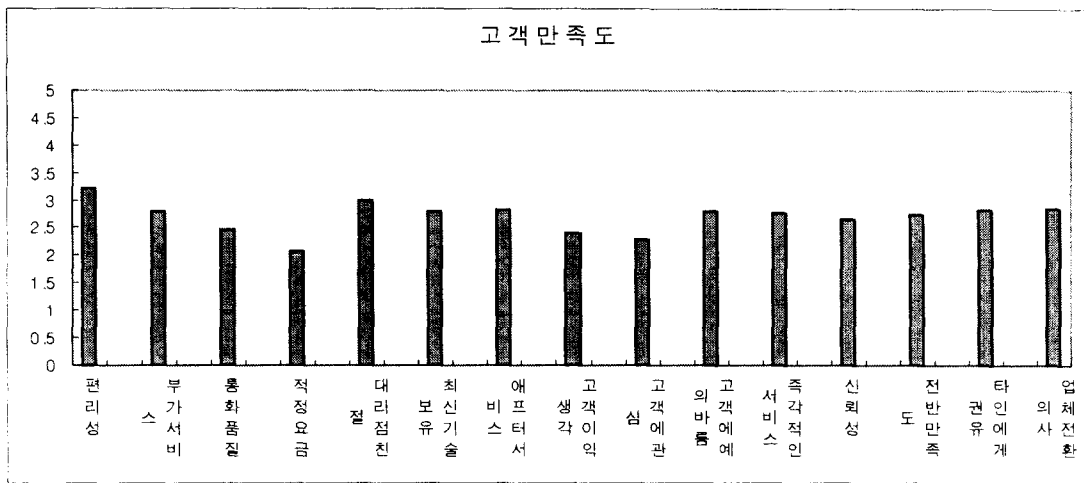


3.4. 고객만족도

고객만족도에 대한 전체응답자 300명의 조사결과는 편리성 3.21점, 부가서비스 2.78점, 통화품질 2.45점, 적정요금 2.07점, 대리점

친절 3.00점, 최신기술보유 2.80점, 애프터서비스 2.81점, 고객이익생각 2.40점, 고객에 관심 2.28점, 고객에 예의바름 2.80점, 신뢰성 2.76점, 즉각적인 서비스 2.66점, 전반적인 만족도 2.75점으로 나타났다.

<그림 10> 항목별 고객만족도



휴대폰 서비스 고객만족도에 영향을 미치는 중요한 서비스 성과요인을 찾아내기 위해서 고객만족도를 종속변수로 하고 12가지 서비스성과 평가점수(5점만점)를 독립변수로

하는 다중회귀분석(MULTIPLE REGRESSION)을 실시하였다. 회귀식은 다음과 같이 구성되었다.

<표 10> 고객만족도에 관한 회귀분석식

$$Sat = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + \beta_8 X_8 + \beta_9 X_9 + \beta_{10} X_{10} + \beta_{11} X_{11} + \beta_{12} X_{12}$$

X1 편리성	X7 애프터서비스
X2 부가서비스	X8 고객이익생각
X3 통화품질	X9 고객에 관심
X4 적정요금	X10 고객에 예의바름
X5 대리점 친절	X11 즉각적인 서비스
X6 최신기술보유	X12 신뢰성

Sat: 고객만족도

추출된 회귀식의 R2는 0.37이었고 F값은 1.8(p=.000)로써 통계적으로 유의미하였다.

회귀식의 회귀계수는 다음표와 같이 나왔다.

<표 12> 고객만족도에 영향을 미치는 요인에 관한 회귀분석 결과

변수	회귀계수	T값	p
X12 신뢰성	.094542	1.528	.1276
X4 적정요금	.051668	.960	.3376
X1 편리성	.248212	4.743	.0000
X2 부가서비스	-.055061	-1.029	.3043
X5 대리점 친절	-.102071	-1.686	.0929
X9 고객에 관심	-.080209	-1.129	.2597
X3 통화품질	.270306	4.794	.0000
X7 애프터서비스	.322981	3.777	.0002
X10 고객에예의바름	.008546	.135	.8928
X6 최신기술보유	.056318	.894	.3720
X11 즉각적인 서비스	-.042421	-.627	.5313
X8 고객이익생각	.150341	1.988	.0478
상수		4.765	.0000

회귀분석결과 고객만족도에 영향을 미치는 유의미한 서비스성과 변수로는 통화품질(X3), 사용편리성(X1), 애프터서비스(X7), 고객이익생각(X8)의 순으로 나타났다.

따라서 고객 만족도를 높이기 위해서는 이러한 4가지 측면의 강화가 대폭적으로 일어나야 할 것이다.

IV. 시사점 및 결론

본 연구는 우리나라 이동통신 서비스의 경쟁력 제고를 위해서 이동통신 서비스의 중요속성을 알아보고, 속성평가, 꺾분석, 그리고 고객만족도를 분석해 보았다. 그 결과를 요약해 보면, 고객들은 휴대폰의 가장 기본적인 기능을 가장 중시하는 반면에 간접요인에 대한 중요성이 낮다. 응답자의 대부분의 접속률, 음질, 완료율등 휴대폰의 가장 기본적인 기능을 가장 중요하게 생각하고 있으며 사용자들의 평가에서는 이부문들이 가장 낮은 점수를 받은 것으로 보아서 휴대폰의 가장 기본적인 기능인 접속률, 음질, 완료률의 향상시키기 위한 기능면에 중점적 노력을 기울여야 할 것이다. 따라서 기술적 혁신 방안으로는 접속률 증진방안 마련과 음질 향상방안 마련이 필요하다.

휴대폰의 기본기능에 대한 중요도와 평가 사이에서 큰 GAP이 발생하고 있다. 지하통화에서의 중요도와 평가사이의 GAP이 2.49점으로 가장 크다. 접속률에서의 중요도와 평가사이의 GAP이 2.18점으로 나타남. 분당통화료에서의 중요도와 평가사이의 GAP이 2.16점으로 나타났다. 지하통화에대한 대비책 마련 시급하고 접속률, 음질, 통화완료율등 기본기능에 대한 기술보완이 시급하다.

고객들의 만족도는 전반적으로 중(中)정도에 걸쳐있다. 만족항목은 편리성대리점접절이며, 불만항목은 부가서비스, 통화품질, 적정요금, 최신기술보유등 13개 항목이었다.

회귀분석에서는 통화품질, 사용편리성, A/S, 고객이의 생각이 가장 크게 영향을 미치는 변수로 나타났다. 서비스업은 고객만족도가 가장 중요한 Index임을 고려해 볼 때, 고객만족도를 높이기 위한 특단의 조치가 필요하다. 이를 위해서는 전 임직원 의식개혁 및 고객지향 마인드 제고, 서비스부서(인력)의 고객만족 훈련, 서비스의 신뢰성, 신속성, 배려성을 높여야 할 것이다.

참 고 문 헌

Ahn, J. N. (1991). The meaning of Korean

modern wedding ritual. in H. J. Lee (Ed.), Capitalism and wedding (pp. 177-198). Seoul: Another Culture[in Korean].

Babin, B. J., Darden, W. R. & Griffin, M. (1994). "Work and/or fun: measuring hedonic and utilitarian shopping value," Journal of Consumer Research, 20(March), 644-656.

Berry, L. L. and Parasuraman, (1997). "Listening to the Customer - The concept of a Service-Quality Information System," Sloan Management Review/Spring, 65-76.