

민영화, 경쟁도입 및 경쟁심화가 지각된 이동통신 서비스품질에 미치는 영향에 관한 탐색적 연구

박기남*

The Effect of the Privatization and Competitiveness on Perceived Mobile Telecommunication Service Quality

Ki-Nam Park

Economists have advocated that the privatization and market competitiveness improve the firm's productivity and eventually its service quality. However, the previous researches did not provide the empirical results enough to prove that the privatization and competitiveness do improve the service quality. In this paper, we conducted an empirical research to find whether the privatization and competition induces the quality of service. The mobile telecommunication industry was chosen since it went through bringing the privatization and increasing the competition along with a high attention.

We found that the privatization and competition itself does not guarantee the quality of mobile telecommunication service. It is the intensity of competition that improves the mobile telecommunication service quality. The service quality depends mainly on the competitor's competence, i.e. the intensity of competition rather than the competition itself. In sum, when we want to improve the service quality as well as the productivity, we had better increase the intensity of competition by allowing many new strong entries.

* 동의대학교 경영정보·인터넷비즈니스학부 전임강사

I. 연구의 목적 및 의의

지금까지 민영화 및 경쟁도입 계획은 정권이 바뀌는 시점에 활발하게 논의되다가 집권 후에는 여러 이해관계에 얽혀 곧 무산되거나 축소되고 마는 악순환이 되풀이되곤 했다. 민영화 및 경쟁도입과 같은 국가 중요정책은 국민경제에 미치는 영향이 지대하므로 심도 있고 근본적인 학문적 연구가 선행될 필요가 있고 무엇보다 정부정책에 대한 국민적 합의가 중요하다[신준용 외, 1996].

지금은 그 동안 공기업의 존재를 정당화 시켜 주던 경제학적 이론들도 비판을 받고 있고 민영화와 경쟁도입에 대한 국민들의 인식이 긍정적이다. 실제로 국내외의 여러 사례를 분석해 보아도 민영화와 경쟁도입의 효과는 긍정적인 것으로 나타나고 있어서 정부로서도 독점산업의 민영화와 경쟁도입을 수행해야 한다는 데는 원칙적으로 공감하고 있으나 그 수행시기와 부담이 된다.

대다수 국민들이 생각하는 민영화와 경쟁도입의 필요이유는 같은 가격이라도 공기업이 제공하는 상품이나 서비스보다 민간기업이 제공하는 상품이나 서비스가 더 나을 것이라는 점에 있다. 이것은 '기업경영의 효율성'과 '생산성'의 면에서 민간기업이 공기업에 앞 설 것이라는 믿음에서 유래한다[이내찬 · 이재준, 1999].

여기서 간과하기 쉬운 한 가지 가정은 국민들이 원하는 것은 민간기업에 의해서 제공되는 '서비스 향상'이지 '생산성 향상'은 아니라는 점이다. 국민들의 입장에서 생산성은 단순히 향상된 서비스를 제공하는 '필요조건'이지 민영화 및 경쟁도입의 '필요충분조건'이 될 수는 없다[Butler and Madsen, 1989; 최선규, 1997; 이내찬 · 이재준, 1999].

'서비스 향상'이란 '서비스 품질의 개선'을 의미하며 국민들은 암묵적으로 민간기업이 갖는 경영의 효율성과 생산성으로 인하여 서비스품질

이 향상될 것이라는 가정을 하고 있다. 그러나 이러한 가정은 항상 실현 되지 않을 수도 있다. 즉, 생산성의 향상이 반드시 서비스품질의 개선을 의미하지 않을 수 있으며 오히려 시장구조나 경쟁의 정도에 따라서, 잠재적 진입자의 경쟁력에 따라서, 생산성 향상이 기업의 이익향유로 연결될 수도 있고 또 서비스품질의 향상으로 연결될 수도 있다.

아직 이러한 가정의 진위를 판단할 수 있는 경영의 효율성 및 생산성과 서비스품질간의 관계를 고찰한 실증적 연구는 드물었다. 본 연구는 지금까지 민영화 및 경쟁도입의 성과를 측정함에 있어서 기업의 일차적인 성과 지표인 경영효율성이나 생산성의 측면만을 고려해 왔음에 문제를 제기하고 '전체국민의 입장'이라고 할 수 있는 기업의 이차적 성과지표로 '서비스품질'을 제시한다. 이를 실증적으로 고찰하기 위하여 본 연구는 통신산업에서의 '통신서비스 품질차원'을 정의하고 민영화, 경쟁도입 그리고 경쟁심화로 인한 효과를 몇 년간의 실증결과를 바탕으로 탐색적으로 고찰한다.

II. 이론적 배경

2.1 민영화의 개념

1980년대 초부터 세계적으로 시작된 공기업의 민영화는 나라마다 역사, 관습 그리고 제도에 따라 다양한 양상을 보이지만 근본적인 공통점은 특정산업의 주체가 정부에서 민간으로 이전된다는 점이다.

민영화의 개념에 관해서 Savas[1987]는 '활동이나 자산의 소유에 있어서 정부의 역할을 축소시키거나 민간부문의 역할을 증대시키는 것'으로 정의하고 있으며, Heald[1984]는 '국가의 역할을 축소하여 시장기능의 적용대상과 범위를 확대하는 것'으로 정의하였다.

또한 Butler[1987]은 '정부자산 매각 또는 소

유권이전으로 정부개입을 배제하는 것'을 협의의 민영화로 정의하고 자율화, 규제완화, 계약제도, 보조금 수취제도 등을 통합하여 광의의 민영화로 정의하였다.

본 연구에서는 민영화를 '정부 및 공기업이 소유한 주식을 매각함으로써 경영권을 민간에 이양하는 것'으로 정의하고 시장제도의 도입에 의한 경쟁도입은 민영화의 개념에 포함시키지 않았다.

2.2 경쟁도입과 경쟁심화의 개념

경쟁시장에서는 사회 전체적으로 자원의 효율적 분배가 이루어 질 수 있지만 독과점의 시장에서는 그렇지 못하다는 것이 미시 경제학적인 시장구조 이론의 배경이다. 그러나 이러한 단순한 이론적 모형을 현실문제에 그대로 적용하는데 한계가 있기 때문에 지금까지 산업 조직론적 접근방법을 통하여 시장구조에 따른 시장성과를 분석하여 시장구조의 유효성을 논의하여 왔다 [신준용 등, 1996; 조 신, 한수용, 고영진, 1998].

본 연구는 산업 조직론적 정의에 따라 '경쟁도입'을 '정부나 공기업이 운영하고 있는 독점산업에 민간기업을 참여 시켜 시장에서의 경쟁체제를 유도하는 것'으로 정의하고 '경쟁심화'는 '정부나 공기업이 운영하는 과점형태의 산업에 참여기업의 수를 늘려 경쟁을 지속적으로 확대

시켜나가는 것'으로 정의한다.

2.3 통신산업에서 민영화 및 경쟁도입에 관한 기존문헌의 검토

통신산업에서 민영화 및 경쟁도입에 관한 연구는 국내외에서 꾸준히 이루어져 왔다. 그러나 대부분의 연구들이 경제학자들에 의해서 이루어졌기 때문에 생산성이나 경영효율의 측면에서 민영화와 경쟁도입의 효과를 측정한 연구들이었다. 대표적인 연구들을 요약하면 다음의 <표 1>과 같다.

조 신 등[1998]의 연구는 기술적인 진보를 연구개발비 항목으로 지수화하여 기술적인 진보를 통제함으로써 경쟁도입으로 인한 생산성 향상을 좀 더 엄밀하게 측정하고자 하였다. 이 연구는 실제경쟁이 일어나기 훨씬 전인 1982년부터 경쟁이 시작되는 것으로 가정하여 분석한 한계점은 있지만 국내에서도 경쟁도입이 생산성향상에 긍정적인 영향을 미친다는 사실을 확인해 준 연구이다.

일반적으로 생산성 향상은 서비스품질의 향상과 저렴한 가격을 가져올 수 있는 능력이 확보됨을 의미한다. 따라서 일반 국민들은 경쟁도입으로 인한 생산성의 향상이 가격인하를 포함한 종합적인 서비스품질의 향상으로 이어질 것으로 기대한다.

<표 1> 민영화 및 경쟁도입에 관한 문헌요약

학자명	년도	주요 결론	한계점
Kwoka	1993	민영화가 총요소 생산성 향상에 긍정적인 영향을 미친다	기술진보를 고려하지 않음
Staranczak	1994	민영화는 생산성에 긍정적인 영향을 미치지만 경쟁은 생산성에 영향을 미치는지 명확하지 않다.	10개국의 시장구조가 상이함에도 불구하고 같다고 가정함
신준용 등	1996	민영화와 경쟁도입이 총 요소 생산성에 긍정적인 영향을 미친다.	관측치의 수가 너무 적어서 횡단면자료와 시계열자료를 결합함
조 신 등	1998	경쟁도입은 총 요소 생산성의 향상에 긍정적인 영향을 미친다.	1982년부터 경쟁이 시작된 것으로 보는 것은 무리가 있는 가정임

그러나 반드시 생산성이 높아진다고 해서 반드시 서비스품질이 향상되는 것은 아니다. 시장의 경쟁상황에 따라서 다르기는 하겠지만 생산성이 높아진다 하더라도 경쟁기업과의 생산성 차이가 클 경우에는 서비스품질의 개선에 더 이상 투자하지 않고 이익의 향유에 매달릴 가능성도 배제할 수 없다. 이 경우 추가적인 품질개선의 효과나 가격인하의 효과는 달성되지 않는다.

2.4 서비스품질의 개념과 이론적 배경

소비자는 서비스에 의한 성과나 결과에 관심을 가지지만 서비스의 과정에도 관심을 갖게 되기 때문에 기술수준이나 시설물의 계량적인 수치로만 서비스 품질을 측정하는 것은 부적절하다¹⁾. 서비스 품질의 측정은 제품의 품질과 달리 불량률이나 내구성과 같은 객관적인 척도에 의한 측정이 어렵기 때문에 고객의 지각(Perception)을 측정하여 서비스 품질을 측정할 수 밖에 없다[Lewis and Booms, 1983; 이유재, 이준엽, 1997].

서비스 품질에 관한 학자들의 정의를 살펴보면 Lewis and Booms[1983]는 '고객의 기대에 일치되도록 일관성 있게 서비스를 제공하는 것'이라고 정의했고 Gronroos[1985]는 '소비자의 지각된 서비스와 기대 서비스를 비교평가 한 결과'라고 정의했으며 Parasuraman[1985]은 '기대 서비스와 인식된 서비스간의 차이가 얼마나 큰가의 함수'로 정의했다. 본 연구에서는 Parasuraman[1985]의 정의를 채택하여 '최종소비자인 국민들이 기대한 서비스와 인식된 서비스간의 차이의 정도'로 정의한다.

한편 서비스 품질의 측정에서 가장 많이 사용되는 측정방법은 PBZ[Parasuraman, Berry and

Zeithaml, 1984]의 SERVQUAL이다. 그러나 PBZ가 제시한 서비스 품질 차원은 서비스 전 분야를 포괄하는 기능적 품질을 측정하는 대표적인 측정도구이기 때문에 각 세부 서비스업종 별로 해당분야에 맞는 서비스 품질 차원들을 따로 규정하고 추가하여 사용하여야 한다[Richard and Allaway, 1993; Baker and Lamb, 1993; Mongold and Babakus, 1991].

본 연구에서는 PBZ의 품질차원을 통신서비스 분야에 그대로 적용하기 보다는 통신서비스에서 고객들이 중요하게 생각하는 서비스 품질 차원을 재정의하여 통신서비스의 품질을 측정하는 것이 더 높은 타당성을 갖는다는 결론에 도달하였다²⁾.

Teas[1993]의 실증연구결과는 기대치와 성과치를 함께 측정하여 기대의 차이를 구하여 서비스 품질을 측정하는 SERVQUAL보다는 성과치만을 사용하여 서비스 품질을 측정하는 SERVPERF이 더 우월한 것으로 나타났다³⁾. 따라서 본 연구는 지각된 통신서비스 품질을 측정하여 시장구조의 변화에 따른 성과를 측정하였다.

2.5 통신서비스 품질의 정의와 구성요소

본 연구는 심층집단면접(Focus Group Interview)을 이용하여 구체적인 통신서비스 품질차원을 추출하는 과정을 거쳤다. 심층집단 면접은 1996년 3월 15일과 16일에 이루어졌으며 초청된 고객들은 모두 30명으로 이동통신 서비스를 사용하고 있는 사람들을 대상으로 하였다. 통신서비스 품질 측정 항목에 관한 자유로운 토론을 위

1) 대부분의 통신회사들의 경우에도 서비스 품질 측정 지표로서 객관적 지표(기계적으로 측정가능한 지표)와 주관적 지표(만족도, 고객체감도)를 각각 측정하여 품질관리를 수행하고 있다[김용규, 정시연, 1997].

2) 실제로 통신서비스의 품질을 측정한 각종 연구에서 PBZ의 SERVQUAL을 그대로 이용한 연구는 거의 없다. 대부분의 연구들이 본 연구와 유사한 차원을 정의하여 측정하였다[박홍국, 1998; 이상덕, 한수용, 1992; SKtelecom, D통신, H통신프리텔의 품질측정항목 등].

3) 유동근[1999]에 따르면 최근의 연구들은 대체로 성과지각만을 근거로 하는 패러다임을 지지한다고 한다[Babakus, 1992; Bouding, 1993; Peter, 1992].

<표 2> FGI로 추출된 통신서비스 품질의 9가지 차원

통신서비스 품질차원	내 용
항 시 성	언제든지 통신이 가능하다.
광 역 성	지역적인 제약이 없다.
경 제 성	통신료가 저렴하다.
신뢰 성	통신이 정확하고 완전하다.
신 속 성	통신이 신속하게 연결된다.
공 간 성	어디서든 연결이 가능하다.
서비스 다양성	다양한 통신서비스를 제공한다.
커뮤니케이션	대고객 커뮤니케이션이 원활하다.
음 질	음질이 좋다.

하여 토론의 편의상 고객집단을 5개의 그룹으로

나누고 각 그룹에서 통신서비스 품질차원에 관한 토론을 마친 후 각 그룹이 생각하는 통신서비스 품질의 측정을 위한 차원을 12가지 정도로 나열하게 하였다.

여기에서 추출된 차원에 대한 대체적인 동의를 얻어낼 수 있도록 몇 차례의 인터뷰가 추가적으로 이루어졌다. 이러한 절차를 거쳐서 다음의 9가지 통신서비스 품질차원이 추출되게 되었다. 채택된 9개의 통신서비스 품질차원은 다음 <표 2>와 같다.

또한 통신회사가 제공하는 통신서비스를 크게 통화서비스와 대고객 커뮤니케이션 및 경제성의 세 부분으로 나누고 이러한 각 서비스에서 국민들이 느끼는 품질수준을 통신서비스의 품질로 해석하였다. 또한 채택된 통신서비스 품질차원의 타당성을 확보하기 위하여 본 연구가 시작

<표 3> 본 연구의 전·후 연구들과 본 연구에서의 통신서비스 품질차원 비교

연구자	년 도	통신서비스 품질차원	본 연구에서의 품질차원	연구 결 과
이상덕, 한수용	1992	1. 통화완료율 2. 통화의 광범위성 3. 잡음/혼선 4. 전반적 평가	1. 신뢰성 2. 광역성 3. 음질 4. 커뮤니케이션 등	민영화 이전(1992)의 이동통신 서비스의 만족도를 측정한 결과 매우 불만족한 것으로 나타남
김용규, 정시연	1997	1. 가입/변경 2. 소통율 3. 통화가능지역범위 4. 통화완료율 5. 단절을 6. 통화음질 7. 고객지원 8. 과금서비스	1. 커뮤니케이션 2. 항시성 3. 광역성 4. 신뢰성 5. 공간성 6. 음질 7. 커뮤니케이션 8. 커뮤니케이션	이 연구는 통신산업의 서비스품질 지표를 개발할 목적으로 연구된 논문이기 때문에 직접적인 측정은 이루어지지 않았음
박홍국	1998	1. 사용의 편리성 2. 통화가능 지역 3. 단절을 4. 통화음질 5. 전자과 6. 보안 7. 여러 번의 시도 8. 심야할인 서비스 9. 사용요금 10. 부가서비스	1. 단말기 관련사항 2. 광역성 3. 공간성 4. 음질 5. 단말기 관련사항 6. 기술적 어려움 7. 항시성 8. 경제성 9. 경제성 10. 서비스다양성	이동전화의 만족도를 측정하기 위하여 여러 가지 차원들을 이용함. 민영화와 경쟁도입이 끝나고 경쟁심화 단계인 1998년 측정결과 1992년보다 서비스품질에서 매우 큰 개선이 있었음을 보여줌

된 1996년 전·후 연구들에서 사용된 통신서비스 품질차원을 본 연구의 통신서비스 품질차원과 비교하여 고찰하였다. 내용은 다음 <표 3>에 정리되어 있다.

<표 3>은 본 논문에서 제시한 통신서비스 품질차원이 본 논문 이전과 이후 연구에서 제시하는 품질 차원들을 거의 대부분 포함하고 있다는 것을 보여준다. 다른 연구들도 본 연구와 내용상 거의 대동소이한 통신서비스 품질차원을 이용하는 것으로 보아 이 항목들이 통신서비스 품질의 측정항목으로서 타당하다는 것을 알 수 있다.

세부항목 중 경제성은 가격을 의미하므로 품질 차원에서는 제외되어야 한다는 주장이 있었으나 가격과 품질의 이분법적 사고에서 벗어나 경제성과 품질을 포괄하는 광의의 품질로 정의하기로 했다. 왜냐하면 국민후생의 증대라는 측면에서는 민영화나 경쟁도입의 효과로서 가격인하의 측면을 빼놓을 수 없기 때문이다[김진기, 1997; 이재준, 1997].

Ⅲ. 연구가설 및 연구방법

3.1 연구가설 설정

민영화에 관한 대부분의 연구들은 민영화가 효율성 향상에 긍정적인 영향을 미친다고 결론을 내리고 있으며[대한상공회의소, 1995], 국내연구에서도 H이동통신의 민영화가 이루어진 1994년과 1995년의 기간동안 민영화 이전에 투자한 시설확장에 힘입어 기술진보가 이루어져서 생산성이 증대된 것으로 나타났다[신준용 외, 1996].

민영화로 인한 생산성의 향상은 결국 서비스 품질을 향상시킬 수 있는 경쟁력이 되므로 민영화로 인한 통신서비스 품질은 향상될 것이다. 따라서 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 1: 통신산업에서 민영화는 통신서비스 품질을 향상시킨다.

경쟁도입에 관한 연구들도 경쟁도입이 생산성향상에 긍정적인 영향을 미친다고 결론을 내리고 있으며 특히 강호진 외[1996]의 자료에 의하면 국제전화 사업에 데이콤이 참여한 1991년 이후 국제전화 사업에서 경쟁도입이 총요소 생산성의 확대에 긍정적인 효과가 있는 것으로 보고 했다. 또한 국내 통신산업 전체의 경쟁도입 효과를 조망한 조 신 등[1998]의 연구에서도 경쟁도입은 총요소 생산성에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 결론을 내리고 있다. 따라서 본 연구는 다음과 같은 가설을 설정하였다.

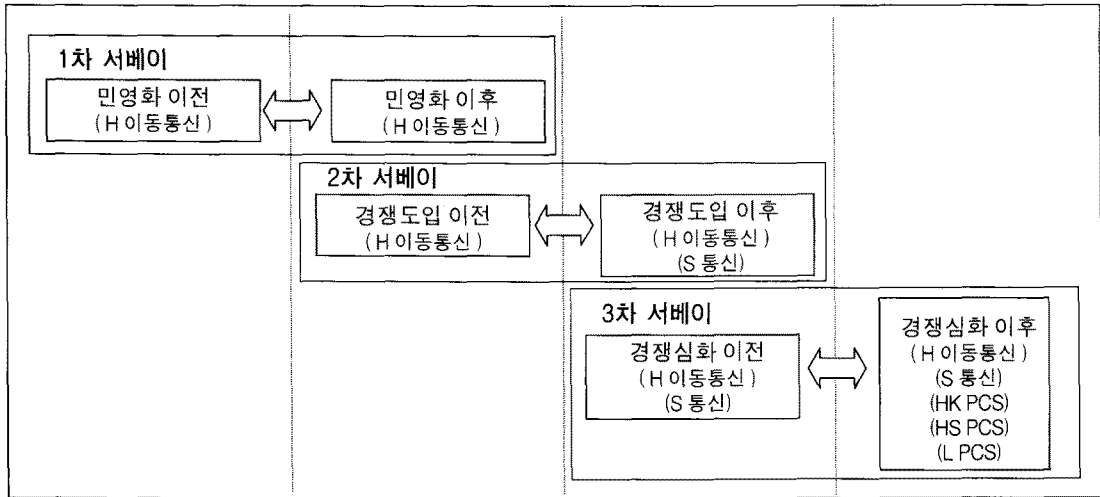
가설 2: 통신산업에서 경쟁도입은 기존기업의 통신서비스 품질을 향상시킨다.

경쟁의 도입은 시장구조를 독점적 구도에서 탈피했다는 점에서는 의미를 가질 수 있지만 사실상 시장을 둘로 나누어 가지는 과점적 구도라는 한계점이 존재한다. 공급이 수요를 초과하는 상황에서는 과점이라도 경쟁의 힘이 작용할 수 있겠지만 성장기의 이동통신 사업과 같이 수요가 공급을 크게 초과하는 상황에서 과점은 경쟁의 효과를 약화시킬 수 있다. 따라서 본격적인 경쟁의 효과가 나타나기 위해서는 과점적 구도에서 다자간 경쟁구도로 시장의 구조가 변경되어야 할 것이다. 따라서 본 연구에서는 경쟁도입이 생산성에 미치는 연구들의 결론에 준하여 경쟁이 심화되면 생산성이 개선 될 것으로 예상하고 경쟁심화로 인한 통신서비스 품질도 향상될 것으로 가설을 설정하였다.

가설 3: 통신산업에서 경쟁심화는 기존기업의 통신서비스 품질을 향상시킨다.

3.2 연구대상 선정과 연구 방법

민영화, 경쟁도입, 경쟁심화가 통신서비스 품질에 미친 영향을 고찰하기 위하여 본 연구는 연



<그림 1> 논문 서베이의 단계와 절차

구대상을 이동통신 사업자들로 선정하였다. H 이동통신은 1984년 3월 29일 이동통신사업을 개시한 이래 세 가지의 주요한 변화를 겪었다.

1) 1994년 1월의 H이동통신의 민영화, 2) 1996년 4월에 S통신과의 경쟁체제, 3) 1997년 10월 PCS 사업자들의 참여로 인한 경쟁심화를 겪어 왔으며 S통신도 1996년 4월에 영업을 개시한 이래 1997년 PCS 사업체들의 참여로 경쟁심화의 단계를 겪고 있다.

본 연구는 이러한 일련의 시장구조의 변화가 통신서비스 품질에 어떠한 영향을 미쳤는지를 파악함으로써 민영화, 경쟁도입, 경쟁심화의 효과를 국민후생의 측면에서 고찰한다. 따라서 H 이동통신, S통신, PCS 3사가 본 연구의 연구대상 기업들이다.

연구방법은 시장구조의 중요변화가 있기 전과 후를 조사하여 변화의 효과를 검증하는 방법을 취하였으며, 시장구조의 변화가 있기 전과 1년 경과 후의 지각된 효과의 차이를 측정하는 방법을 사용하였다. 왜냐하면 시장구조의 변화가 반영되기 위해서는 적어도 1년이 소요된다고 판단하였기 때문이다. 또 대부분 기업들의 정책입안과 실천과정을 고려할 때 시장구조

의 변화에 기인한 조치가 실질적인 효과로 나타나려면 최소 1년 정도는 소요되기 때문이다 [김용규, 정시연, 1997]4).

본 연구는 1996년, 1997년, 1998년, 1999년 한 차례씩 모두 4차례의 서베이가 이루어졌다. 1998년의 10월에 실시한 3차 서베이는 응답자 수가 적어서 추가로 1999년 2월에 보충이 이루어졌다. 그러나 시점의 차이에 따른 집단간의 차이는 없는 것으로 나타났다.

1차, 2차, 3차 서베이의 모집단은 서울, 대구, 경북, 부산, 경남의 5개 지역 주민들을 대상으로 1) 핸드폰을 소유하고 있으며 2) 통화횟수가 하루 평균 10회 이상이며 3) 가입하지 않은 타 회

4) 김용규, 정시연[1997]은 “통신사업자 경쟁력 강화를 위한 소비자만족도 조사 방안”이라는 논문의 77페이지에서 이동전화 서비스의 특성상 망 안정화 및 전국망 건설 등에 있어 절대시일이 소요되는 점을 감안하여 객관적 항목의 평가시점에 있어서 PCS 사업자와 기존사업자간에 차이를 두어야 한다고 주장하면서 PCS의 경우 상용 서비스 개시시기로부터 1년 이후에 평가할 수 있다고 지적하고 통화가능지역에 관한 평가는 상용 서비스 개시시기로부터 2년 후에 평가하는 것이 바람직하다고 권고하고 있다.

사의 통신서비스도 경험한 바 있는 주부, 직장인, 학생들을 대상으로 연령별, 성별로 무작위 추출법에 의해 선정하였다.

1차 서베이는 예비조사와 본 조사를 거쳐서 수행되었으며 조사기간은 1996년 4월~10월 사이에 이루어졌다. 총 설문지는 400부가 배포되었고 348부가 수거되었다. 2차 서베이는 S통신이 시장에 참여하던 1996년 4월에서 약 1년 반이 지난 1997년 6월부터 1997년 9월 사이에 이루어졌으며 총 설문지 400부가 배포되었고 352부가 수거되었다. 3차 서베이는 PCS3 사가 시장에 진입한 1997년 10월에서 약 1년이 지난시점에서 두 번으로 나누어졌는데 첫 번째는 1998년 10월에, 두 번째는 1999년 1월~2월 사이에 이루어졌다. 배포된 총 설문지는 700부였고 회수된 설문지는 358부가 수거되었다.

1차 서베이의 주요 내용은 민영화 이전의 지각된 통신서비스 품질수준과 이후수준을 파악하는 것이었다. 원래 파악하고자 했던 것은 민영화 이전에 측정된 통신서비스 품질과 민영화이후에 측정된 통신서비스 품질이었으나 1차 서베이를 시작하는 시점에서 이미 민영화가 이루어졌기 때문에 민영화 이전 시점의 측정은 불가능한 일이었다.

따라서 민영화 이전부터 핸드폰을 사용해 온 고객들을 대상으로 민영화 이전의 지각된 통신서비스 품질과 민영화 이후 지각된 통신서비스 품질을 각각 조사하였다. 민영화 이전의 지각된 통신서비스 품질과 민영화 이후의 품질이 통계적으로 유의한 차이가 있다면 국민후생의 측면에서 민영화의 가시적인 효과가 있는 것으로 해석할 수 있을 것이다.

2차 서베이는 경쟁도입의 효과를 측정하기 위해 이루어졌다. 즉, 경쟁이 도입된 후 H이동통신의 통신서비스 품질의 개선여부와 S통신의 지각된 통신서비스 품질과의 차이분석이 2차 서베이의 핵심이었다. 3차 서베이는 경쟁심화의 효과를 측정하기 위해서 이루어졌으며 경쟁심화로

인한 H이동통신과 S통신의 지각된 통신서비스 품질의 개선정도와 경쟁심화 이후 PCS 3사와 기존 이동전화 사업자들 간의 지각된 통신서비스 품질의 차이를 분석하였다.

3.3 변수측정과 분석방법

통신서비스 품질은 크게 통화품질과 대고객 커뮤니케이션 품질 그리고 경제성 품질로 구분할 수 있고 본 연구에서는 새롭게 선정된 통신서비스 품질을 구성하는 9가지 항목(항시성, 광역성, 경제성, 신뢰성, 신속성, 정확성, 다양성, 커뮤니케이션, 음질)을 '전혀 그렇지 않다' 부터 '매우 그렇다'까지 7점 Likert-scale을 이용하여 통신서비스 품질을 측정하였다.

가설 1의 검증을 위해서는 쌍체비교 분석을 이용하였고 가설 2~가설 3의 검증을 위하여 T-Test 분석을 이용하였으며 사후적인 신규사업자의 경쟁력을 분석하기 위하여 일원 분산분석을 이용하였다. 또 추후 분석으로는 Duncan 분석을 이용하였다.

위에서 언급한 통계분석이외에 다차원척도 분석(MDS)을 이용하여 시장구조의 변화에 따른 각 이동통신 사업자들의 지각된 통신서비스 품질이 어떤 방향으로 얼마나 개선되었는지를 분석하였다.

IV. 실증 결과

4.1 민영화 효과에 관한 고찰

민영화로 인한 생산성의 향상은 결국 서비스 품질을 향상시킬 수 있는 역량이 되어 민영화로 인한 통신서비스 품질은 향상될 것이라는 것이 첫 번째 가설이다. <표 4>는 국민들에게 지각된 민영화 이전의 통신서비스 품질과 민영화 이후에 측정된 통신서비스 품질의 차이를 분석한 결과이다.

<표 4> 민영화 이전과 이후의 지각된 통신서비스 품질의 차이분석(Paired T-Test)

품질차원	민영화 이전	민영화 이후	T 값	Prob> T
항시성	3.300	3.225	0.668	0.5077
광역성	3.500	3.575	-0.7605	0.4515
경제성	2.225	2.400	-0.5976	0.5536
신뢰성	3.250	2.950	-0.6163	0.5413
신속성	3.075	3.250	0.8587	0.3957
공간성	3.225	3.000	0.5978	0.5534
서비스 다양성	3.425	3.325	0.3273	0.7452
커뮤니케이션	2.925	3.425	1.4971	0.1424
음질	2.675	2.500	0.7130	0.4796

위의 <표 4>를 살펴보면 모든 통신서비스 품질의 차원에서 최종 소비자인 국민이 기대하는 민영화로 인한 통신서비스 품질수준은 개선되지 못했음을 알 수 있다. 물론 민영화 이전에 측정된 통신서비스 품질수준과 이후의 측정치를 비교한 것이 아니라 민영화 이전과 이후의 통신서비스 품질을 민영화가 이루어진 다음에 한꺼번에 측정한 한계점이 있다. 그러나 유의한 차이를 보이는 항목이 전혀 없고 오히려 품질이 저하된 것으로 느끼는 항목도 6개나 되어 통신서비스 품질의 향상이 있었다고 보기 어렵다. 따라서 연구가설 1은 기각되었다.

사실, 예비조사에서 실시한 개별 고객의 인터뷰 과정에서도 통신서비스 품질의 향상은 없었다고 주장한 사람들이 대부분이었고 민영화가 이루어지기 이전의 이상덕, 한수용[1992]의 연구 결과를 살펴보아도 같은 결론에 도달하게 된다. 이들의 이동통신 서비스에 관한 전반적인 평가는 5점 만점에 1.9로 나타났으며(7점으로 환산하면 2.7) 통화완료율, 통화의 광범위성, 잡음/혼선의 서비스 품질차원에서 1.8~2.1정도(7점으로 환산하면 2.5~3.0)의 평가점수를 보여 전체적으로 국민들은 H이동통신의 통신서비스 품질에

대한 불만이 컸다는 것을 짐작할 수 있다.

이 연구에 의하면 통화완료률도 10회 중 4.6회에 불과하여 통화가 완료되는 확률이 절반에도 미치지 못하는 것으로 나타났다. 이러한 일련의 사실은 H이동통신이 제공하는 통신서비스가 기대에 못 미치며 민영화가 이루어진 이후에도 통신서비스 품질의 향상은 없다고 인식하고 있다는 것을 시사한다.

생산성의 증가에도 불구하고 서비스품질 개선이 미흡한 데는 여러 가지 원인이 있을 수 있겠지만 본 연구는 시장구조의 변화에 초점을 두고 있으므로 그 원인의 일부로 시장의 '독점상황'을 지적하고 싶다. 실제 H이동통신의 경영권은 S그룹으로 넘어갔지만 시장상황은 독점상태를 유지했기 때문에 H이동통신으로서는 통신서비스 품질을 향상시켜야 할 유인이 적을 수도 있다. 이러한 시장구조가 생산성이 높아졌음에도 불구하고 통신서비스 품질의 향상은 가져오지 못한 채 개별 기업의 이익향유로 연결되었을 개연성이 있다.

이를 심층적으로 분석하기 위하여 재무제표를 분석해보면 H이동통신은 민영화가 일어나던 1994년과 1995년 노동장비율의 증가율이 10% 미만으로 상대적으로 다른 기간에 비해 오히려 낮아졌고 기계장비율은 1994년에 증가율이 둔화되었으며 1995년에는 -0.28%로 감소된 것으로 나타났다. 또한 총자본 투자효율의 증가율도 1994년과 1995년에 -0.32%와 -19.88%로 감소한 것으로 조사되었다[신준용 외, 1996].

반면 인건비 증가율은 1994년 일시적으로 6.31%로 증가율이 낮아졌으나 1995년에 다시 27.4%의 증가율을 보이며 년 평균 20% 이상 씩 인건비가 증가해 온 것으로 나타났다. 특히 상여금의 경우 1994년과 1995년에 그 증가율이 173.6

5) 실제로 미국의 NYNEX의 사례에서도 오랫동안 독점적인 사업자로서 가져왔던 독점적 사고방식으로 인해 통신서비스품질 향상이 이루어지지 않았다는 실증 연구결과가 있다[김홍규, 정시연, 1997].

%와 148.1%였으며 복리후생비의 경우에도 1994년 증가율이 92.2%로 나타나서 동종업체(데이콤, 한국통신)의 연간 증가율을 훨씬 뛰어넘는 수준이다[신준용 외, 1996].

또한 H이동통신이 탄생한 이래 상여금, 수당, 퇴직금 총당금, 복리후생비의 증가율이 최고 전년도 대비 300%의 증가율을 보였으며 상여금의 경우 전년대비 평균 103%의 증가율을 보였다.

이것은 민영화로 인한 생산성의 증가가 서비스품질의 개선을 위한 투자로 연결되지 못하고 인건비의 상승과 기업의 복리향상으로 연결된 것으로 보이며 결국 민영화는 생산성의 증가에는 도움이 되지만 이것이 국민들의 이동통신 서비스 품질을 향상시키지는 못했음을 시사하고 있다.

4.2 경쟁도입의 효과에 대한 고찰

조신 등[1998]과 신준용 등[1996]의 연구보고서는 통신산업과 국제전화 시장에 도입된 경쟁이라는 시장구조의 변화가 총 요소 생산성에 긍정적인 영향을 주었다는 실증결과를 제시하고 있다.⁶⁾ 그러나 <표 5>를 살펴보면 국민들은 경쟁도입 이후 H이동통신의 커뮤니케이션과 음질 부문이외의 대부분 통신서비스 품질차원에서 경쟁도입 이전보다 개선되지 않았다고 인식하였다.

이것은 H이동통신이 빠른 속도로 증가하는 고객의 수요에 대처하지 못하여 항시성, 광역성, 경제성, 신뢰성, 공간성, 서비스 다양성의 품질차원에서 경쟁도입으로 인한 통신서비스 품질의 개선효과가 미미했다는 것을 시사한다. 결국 경쟁도입 이후에도 H이동통신은 독점시대의 타성대로 서비스품질 향상보다는 광고 등 대고객 커

뮤니케이션에만 집중한 것으로 보인다. 따라서 가설 2는 기각되었다.

<표 5> 경쟁도입 전/후의 서비스품질의 차이분석

품질차원	경쟁도입 전 ¹⁾	경쟁도입 후	T 값	Prob> T
항시성	3.575	2.662	1.488	0.140
광역성	3.225	3.160	0.216	0.830
경제성	2.975	2.187	2.808	0.006
신뢰성	3.250	2.787	1.607	0.113
신속성	2.950	2.959	-0.033	0.974
공간성	3.000	2.827	0.562	0.576
서비스 다양성	3.325	3.270	0.189	0.835
커뮤니케이션	3.125	3.867	-2.616	0.010
음 질	2.925	3.203	-1.047	0.298

재무제표 분석결과, H이동통신의 광고비는 1993년에서 1995년 사이에는 17.9%의 광고비 증가율이 1996년에는 전년대비 153%가 증가되었다. 이미 1996년에 이동통신사업에 경쟁이 도입된다는 사실이 공표되어 있었기 때문에 민영화 이후 H이동통신의 경쟁준비 상태를 살펴보면 1995년의 재무제표를 살펴보는 것이 바람직하다.

먼저 H이동통신의 설비투자 상황을 살펴보면 기계장치비의 증가율이 1994년 53%였는데 경쟁도입 1년 전인 1995년에는 오히려 22%로 증가율이 감소했고 통신서비스품질 향상을 위해서 필수적인 연구개발비 증가율도 1994년 74%에서 1995년에는 13%로 오히려 대폭 감소했다. 결과

7) 1차, 2차, 3차 서베이는 모두 시장구조변화 이전과 이후의 인지된 통신서비스 품질을 각 시점별로 조사하였다. 따라서 민영화 이후와 경쟁도입 이전, 경쟁도입 후와 경쟁심화 이전의 측정이 별도의 서베이를 통하여 이루어졌기 때문에 동일시점의 동일데이터가 아니다.

6) 이 연구에 대해서는 1996년 한국통신 연구개발본부가 발주하고 신준용 등[1996]이 수행한 '한국 국제통신시장에서 경쟁도입의 성과에 관한 연구'의 pp. 56-57을 참고하기 바란다.

적으로 이동통신사업에 경쟁이 도입되어 시장구조는 독점에서 과점으로 변화하였지만 생산성의 증대가 본격적인 통신서비스 품질의 향상으로 이어지지는 못한 것이다.

4.3 경쟁도입 이후 경쟁사의 경쟁력 고찰

선행연구에서 경쟁도입으로 인한 생산성 향상이 보고 됨에도 불구하고 통신서비스 품질이 개선되지 않는 이유를 추가적으로 분석하고자 통신서비스 품질의 향상에 미치는 외부요인으로서 경쟁사의 경쟁력을 살펴보고자 한다.

독점으로 이미 시장을 장악하고 있는 기업의 입장에서는 이후 경쟁에 뛰어드는 기업의 잠재적인 경쟁력에 따라서 그 경쟁의 강도나 경쟁에 대한 준비상태가 달라지는 것이 일반적이다. 후발기업의 경쟁력이 단기간에 선발기업을 능가할 수 있는 경쟁력을 확보하여 위협적인 존재로 인식되고 시장상황도 성숙기에 접어 든다면 선발기업과 후발기업간의 경쟁은 매우 치열하여 서비스품질의 향상에 많은 노력을 기울일 것으로 예상된다.

S통신의 잠재적 경쟁력이 커 H이동통신의 통신서비스 품질을 쉽게 능가할 수 있다면 경쟁도입 이후 S통신의 통신서비스 품질은 경쟁도입 이전 H이동통신의 통신서비스 품질보다는 더 나을 것이다. 그러나 H이동통신에 비해서 유의한 개선이 없다면 S통신의 경쟁력은 H이동통신에게 큰 위협이 되지 못한다는 것을 의미할 수 있다.

보수적으로 가정하여 H이동통신이 과거의 서비스품질을 그대로 유지만해도 경쟁도입 이후에 S통신이 제공하는 서비스품질의 수준은 될 것으로 예상된다면 서비스품질 향상을 위한 가시적인 노력을 하지 않을 수도 있을 것이다.

<표 6>을 살펴보면 경제성과 커뮤니케이션을 제외한 모든 통신서비스 품질차원에서 통계적으

로 유의한 차이는 없으며⁸⁾ 각각의 통신서비스 품질차원을 살펴봐도 H이동통신이 우수한 품질차원이 4개, S통신이 우수한 것이 5개로 거의 비슷한 것으로 나타났다.

<표 6> 경쟁도입 전 H이동통신과 도입 후 S통신의 서비스품질 비교

품질차원	H이동통신	S통신	T 값	Prob> T
항시성	3.575	3.196	1.298	0.198
광역성	3.225	2.803	1.337	0.184
경제성	2.975	3.931	-2.950	0.004
신뢰성	3.250	3.245	0.015	0.988
신속성	2.950	3.339	-1.380	0.171
공간성	3.000	2.947	0.176	0.860
서비스 다양성	3.325	3.536	-0.695	0.489
커뮤니케이션	3.125	3.614	-1.763	0.081
음질	2.925	3.357	-1.563	0.121

그러나 이 조사가 수행된 것이 경쟁도입 후 1년 6개월 가량이 지난 후였다는 것을 고려하면 S통신이 H이동통신이 경쟁을 도입하기 이전만큼의 통신서비스 품질을 갖추는데 상당한 시간이 걸렸다는 것을 암시하고 있다⁹⁾. 즉, 기존기업의 입장에서 시장에 진입할 경쟁사가 경쟁력을 갖추는데 많은 시간과 노력이 예상될 경우 통신서비스 품질의 개선노력이 미약할 수 있다.

8) 통신서비스 품질에 자신이 없는 S통신이 가격에서 차별화를 시도했기 때문이다.

9) 본 연구의 서비스품질차원을 기초로 1997년 10월에 실시한 호광임[1998]의 연구에서 H이동통신의 서비스품질이 항시성, 음질, 신뢰성, 신속성, 서비스 다양성 등의 차원에서 S통신에 비해 뒤떨어지는 것으로 조사되었다. 이것은 H이동통신의 대부분의 서비스 품질차원이 경쟁도입 이후에 오히려 퇴보했다는 직접적인 증거가 된다. 이것은 본 연구의 1997년 2차 서베이의 결과와 일치하고 있어서 본 연구결과와의 타당성을 뒷받침하고 있다.

4.4 경쟁심화의 효과에 대한 고찰

4.4.1 H이동통신의 경쟁심화 전/후 통신서비스품질 분석

PCS 3사가 본격적으로 사업을 시작하여 이동통신시장에 5파전이 전개된 이후의 H이동통신의 통신서비스 품질을 살펴본다. <표 7>은 경쟁심화 전과 후의 지각된 통신서비스 품질의 개선 효과를 분석한 결과이다.

<표 7>에 의하면 경쟁심화 이전과 이후의 지각된 통신서비스 품질은 모든 차원에서 통계적으로 유의한 향상을 보여주고 있다. 미시경제학에 기반을 둔 기존연구에서 생산성 향상이 있었다던 '민영화'와 '경쟁도입'의 시기에는 서비스 품질의 개선이 크지 않았는데 경쟁이 심화된 시점에 통신서비스 품질이 극적으로 개선되었다. 따라서 H이동통신의 경우에 연구가설 3은 채택된 것으로 볼 수 있다.

<표 7> 경쟁심화 전후의 H이동통신의 통신서비스 품질의 차이분석

품질 차원	경쟁 심화 전	경쟁 심화 후	T 값	Prob> T
항시성	3.120	5.368	-11.102	0.000
광역성	3.160	5.128	-9.315	0.000
경제성	2.187	2.598	-2.140	0.034
신뢰성	2.787	4.850	-12.176	0.000
신속성	2.959	5.023	-10.6992	0.000
공간성	2.827	4.692	-9.210	0.000
서비스 다양성	3.270	4.609	-7.456	0.000
커뮤니케이션	3.867	5.158	-6.616	0.000
음 질	3.203	4.925	-9.667	0.000

이러한 대폭적인 서비스품질의 향상이 경쟁

심화라는 시장구조의 변화보다는 기술적인 발전에 기인하는 것이 아니냐는 지적이 있을 수 있다. 따라서 본 연구는 기술발전을 고객서비스 품질향상을 위한 기술의 진보로 정의하고 1993년에서 1998년 사이에 대 고객 통신서비스에 직접 사용된 통신장비 및 통신기술을 조사하여 유의한 기술발전이나 장비의 교체가 있었는지를 조사하였다. 그러나 시계열적인 기술진보는 이루어졌지만 경쟁심화의 시점에 다른 년도와 구별되는 특별한 기술발전의 징후는 없었던 것으로 보인다¹⁰⁾.

경쟁이 심화되던 시점에 통신서비스 품질이 개선된 원인을 재무제표를 통해서 분석하면 1995년에 13%에 지나지 않았던 연간 연구개발비의 증가율이 경쟁이 심화되기 1년 전인 1996년에는 153%로 증가율이 12배가 늘어났다. 또한 1995년에 78%의 광고선전비 증가율이 1996년 153%로 2배가 증가되었고 경쟁이 심화되던 1997년에는 광고선전비 증가율이 무려 1400% 이상 증가했다. 또한 노동장비율의 연간 증가율의 경우 1995년에 3%에 지나지 않았으나 1996년에는 16.5%로 반전되었고 1997년에도 5% 이상의 노동장비율의 증가가 있었다.

반면 연간 상여금 증가율도 1995년 329%이었으나 1996년에는 -25.7%로 급감하여 경쟁심화에 대비하여 H이동통신이 통신서비스 품질의 향상을 위해 많은 자구노력을 한 흔적이 보였다. 또한 1997년 1월 31일 H이동통신을 S그룹의 계열사로 편입하고 3월에는 H이동통신의 사명을 변경하였으며 같은 달 CI 선포식을 갖는 등 새로

10) 통신서비스품질에 영향을 미치는 이동통신의 중요 기술로는 교환기, 기지국, CDMA 관련기술을 들 수 있다. H이동통신은 1996년 1월 1일 세계최초 CDMA 방식의 디지털서비스를 개시한 이래 꾸준한 이 기술의 발전이 계속되었고 S통신도 이 기술을 사용하고 있으며 나란히 800MHz 대역을 사용하고 있다. 또한 본 연구의 조사에서 통제해야 할 만한 급격한 기술진보는 없었던 것으로 보인다(정보통신산업동향, 1997; 김종빈, 1998).

운 시장구조의 재편에 앞서 일련의 대고객 통신 서비스 품질향상을 위한 조직개편을 단행하였다.

이것은 단순한 기술발전으로 서비스품질이 개선 되었다기보다는 심각한 시장구조의 변화를 앞두고 연구개발, 대고객 커뮤니케이션, 조직의 리스트럭처링(Restructuring), 그리고 기계장비의 증가와 같은 일련의 자구노력이 이러한 변화의 주된 원동력이 된 것으로 보인다¹¹⁾.

4.4.2 S통신의 경쟁심화 전/후 통신서비스 품질 분석

PCS 3사가 본격적으로 사업을 시작하여 이동통신시장에 5파전이 전개된 이후 S통신의 서비스품질의 변화를 살펴보도록 하자. 다음 <표 8>은 경쟁심화 이전과 이후의 S통신의 서비스품질의 개선효과를 분석한 결과를 요약한 것이다.

<표 8> 경쟁도입 이전과 이후의 S통신의 서비스 품질 비교

품질차원	경쟁 심화 전	경쟁 심화 후	T 값	Prob> T
항시성	3.196	4.921	-8.546	0.000
광역성	2.804	4.698	-7.657	0.000
경제성	3.931	3.194	2.935	0.004
신뢰성	3.246	4.349	-5.489	0.000
신속성	3.339	4.579	-6.588	0.000
공간성	2.947	4.278	-5.751	0.000
서비스 다양성	3.536	4.786	-5.670	0.000
커뮤니케이션	3.614	5.079	-6.962	0.000
음 질	3.357	4.635	-6.471	0.000

11) H이동통신은 1997년 12월 한국소비자만족 대상을 수상했고 1998년 ISO9002 AS부문 인증을 받았으며 1998년 8월말 현재 전국인구대비 96% 이상의 서비스 Coverage로 최고의 소비자만족을 얻고 있다[전자신문, 1998].

위 <표 8>에 의하면 H이동통신의 경우와 마찬가지로 경쟁도입 이전과 이후의 통신서비스는 경제성을 제외한 모든 품질차원에서 통계적으로 유의하게 향상됐음을 보여주고 있다. 따라서 S통신의 경우에도 연구가설 3은 채택되었다고 볼 수 있다.

경제성은 H이동통신에 비해 저렴한 가격임에도 불구하고 PCS 사업자들이 참여하면서 더 낮은 가격을 제시하게 되어 국민들이 S통신에 대해서 느끼는 체감가격이 높아졌기 때문으로 보인다. 이것은 가격경쟁의 한계를 보여주는 대목이기도 하다.

이렇듯 경쟁심화가 이루어진 시점에서 통신 서비스 품질이 급격히 개선된 것은 PCS 사업자 선정이 기존 이동통신 사업자에게 미치는 직접적인 영향이 매우 크기 때문으로 생각된다. 또한 S통신의 서비스 품질개선이 급격한 기술발전에 기인할 수도 있기 때문에 1996년과 1997년의 서비스 품질향상을 위한 기술발전의 정도를 분석한 결과 S통신도 H이동통신과 마찬가지로 이 기간 동안에 예외적인 급격한 기술발전은 발견할 수 없었다.

재무제표 분석에서 후발 업체인 S통신은 1996년에 조직을 체계화하고 1997년에 통신서비스품질 향상을 위한 노력을 한 것으로 나타났는데 예를 들면 1997년의 노동장비율의 연간 증가율이 64%로 나타났고 기계장비율의 연간 증가율은 101%로 매우 가파르게 증가했다. 또한 광고선전비도 40%정도 증가하였으나 연구개발비는 오히려 1996년에 비해 17% 감소했다. 그러나 전체적으로 경쟁심화에 대비한 S통신의 통신서비스 품질향상을 위한 노력을 엿볼 수 있다.

4.5 경쟁심화 이후 신규사업자의 경쟁력 분석

경쟁이 심화되어 통신서비스 품질이 개선된

<표 9> 경쟁심화 이전의 H이동통신, S통신과 경쟁심화 후 PCS사업자간 품질비교

통신회사	합시성		광역성		경제성		신뢰성	
	Group	평균	Group	평균	Group	평균	Group	평균
HK PCS	A	4.707	A	4.463	B	4.0244	A	4.2195
HS PCS	A	4.509	A	4.321	B	4.2321	A,B	3.9732
L PCS	B	4.008	A	4.073	B	4.3252	B	3.7724
S통신	C	3.119	B	3.160	B	3.9310	C	3.2456
H이동통신	C	3.120	B	2.803	C	2.1867	D	2.7867
CITY폰	D	2.727	C	2.3113	A	5.5619	E	2.1698
F값	37.82		39.96		53.93		47.53	
Pr > F	0.0001		0.0001		0.0001		0.0001	

(앞의 표 연속) Group은 Duncan분석을 통한 동일 그룹의 Grouping을 의미함

통신회사	신속성		공간성		서비스 다양성		커뮤니케이션		음질	
	Group	평균	Group	평균	Group	평균	Group	평균	Group	평균
HK PCS	A	4.219	A	3.943	A	4.617	A	4.983	A	4.471
HS PCS	A	3.973	A,B	3.723	A	4.339	B	4.315	A	4.178
L PCS	A	3.772	B	3.414	A	4.336	B	4.398	A	4.113
S통신	B	3.245	C	2.947	B	3.535	C	3.614	B	3.357
H이동통신	C	2.786	C	2.826	B	3.270	C	3.866	B	3.202
CITY폰	C	2.169	D	1.688	C	2.169	D	2.556	C	2.698
F값	27.99		41.36		57.92		48.09		34.57	
Pr > F	0.000		0.000		0.000		0.000		0.000	

여러 가지 이유가 있을 수 있지만 신규사업자들의 경쟁력도 중요한 이유가 될 수 있다. 즉, 기존 기업들이 현재의 서비스품질 상태를 그대로 가지고 가서는 신규진입자들의 서비스품질에 추월 당할 수도 있다는 두려움을 갖는다면 서비스품질의 향상을 위해 보다 많은 노력을 기울일 것이다. 다음 <표 9>는 경쟁심화 이전의 H이동통신과 S통신의 통신서비스 품질과 경쟁심화 이후의 PCS 사업자들의 통신서비스 품질을 비교 분석한 것이다.

위의 <표 9>를 살펴보면 통신서비스 품질의 개선을 서두르지 않았다면 기존 업체들은 매우 심각한 결과를 초래했을 것임을 알 수 있다. 모든 차원의 서비스품질에서 PCS 3사가 우위를

차지하고 있으며 특히 HK PCS는 경제성을 제외한 모든 부분에서 수위를 차지하는 것으로 나타나 H이동통신이나 S통신에 미치는 영향이 매우 컸을 것이다.

아래의 <표 10>은 경쟁심화 이후의 각 이동통신 사업자들의 통신서비스 품질을 비교한 것이다. <표 9>와 <표 10>을 비교해보면 경쟁심화 이후에 H이동통신과 S통신이 만약 경쟁심화에 대비하지 않았다면 시장잠식이 심각했을 수도 있었음을 추론할 수 있다.

이상의 분석을 통하여 본 연구는 먼저 민영화,

- 2) 무선통신의 서비스품질을 조사한 호광입[1998]의 연구에서도 본 연구의 결과와 대동소이한 결과를 보이고 있다.

<표 10> 경쟁심화 이후 각 이동통신 사업자들간의 통신서비스품질 비교

통신회사	항시성		광역성		경제성		신뢰성	
	Group	평균	Group	평균	Group	평균	Group	평균
H이동통신	A	5.3684	A	5.1278	D	2.5985	A	4.8496
S통신	B	4.9206	B	4.6984	C	3.1935	B	4.3492
HK PCS	B, C	4.7073	B	4.4634	B	4.0244	B, C	4.2195
HS PCS	C	4.5089	B, C	4.3214	B	4.2321	D	3.9732
L PCS	D	4.0081	C	4.0732	B	4.3252	D	3.7724
시티폰	E	2.717	D	2.3113	A	5.5619	E	2.1698
F값	58.03		53.22		62.96		71.16	
Pr > F	0.0001		0.0001		0.0001		0.0001	

(앞의 표 연속) Group은 Duncan분석을 통한 동일 그룹의 Grouping을 의미함

통신회사	신속성		공간성		서비스 다양성		커뮤니케이션		음질	
	Group	평균	Group	평균	Group	평균	Group	평균	Group	평균
H이동통신	A	5.022	A	4.691	A,B	4.609	A	5.157	A	4.924
S통신	B	4.579	A, B	4.277	A	4.785	A	5.079	A, B	4.634
HK PCS	C	4.260	A, B	3.943	A, B	4.617	A	4.983	B	4.471
HS PCS	C	4.044	B	3.723	B	4.339	B	4.315	C	4.178
L PCS	C	4.016	B	3.414	B	4.336	B	4.398	C	4.113
시티폰	D	2.792	C	1.688	C	2.169	C	2.556	D	2.698
F값	49.33		70.93		61.74		66.53		51.7	
Pr > F	0.0000		0.0000		0.0000		0.0000		0.0000	

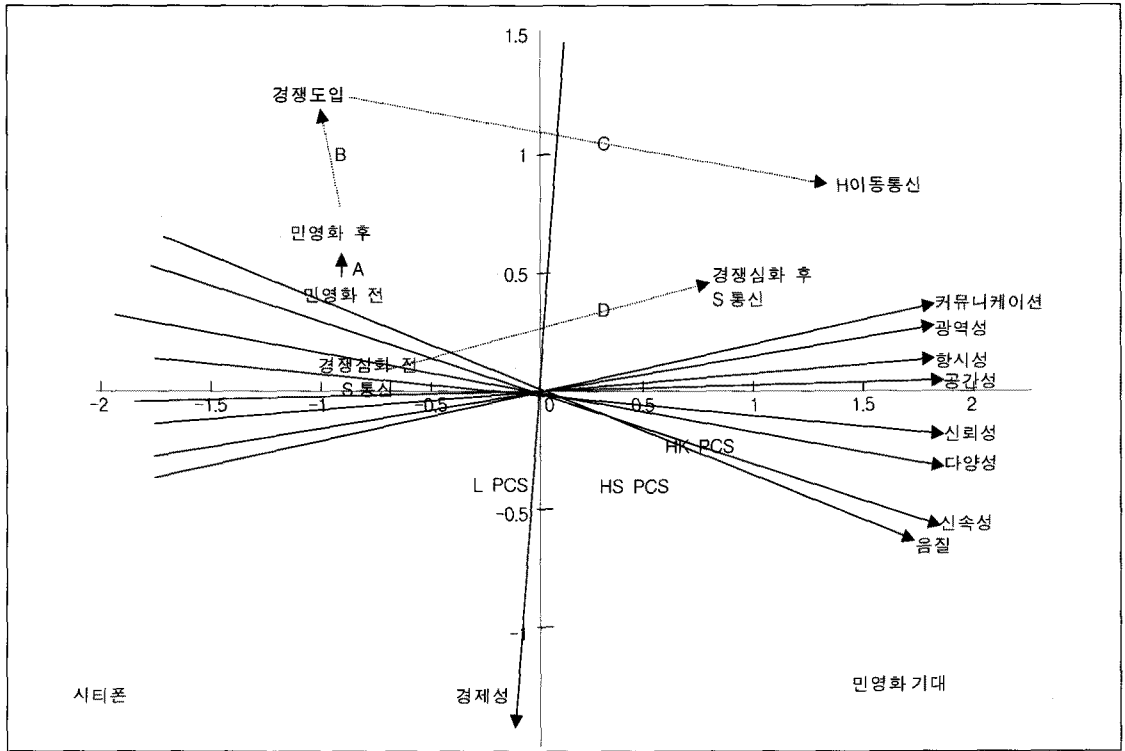
경쟁도입 그리고 경쟁심화의 목적이 기업의 생산성 증대에만 있다면 설사 생산성이 증대된다 하더라도 국민 대다수의 후생증대와는 무관할 수도 있음을 보여준다.

따라서 정부는 민영화, 경쟁도입 및 경쟁심화와 같은 시장구조를 인위적으로 변경할 경우 이와 같은 시장구조의 변화가 궁극적으로 국민들의 복지 및 후생증대에 어떠한 방향으로 영향을 미치는지를 감독하고 통제하는 독립적인 기관이 필요할 것으로 판단된다.

결국 국민후생이라는 관점에서 민영화는 반드시 경쟁도입을 전제로 하여 수행하여야 하며 경쟁도입의 경우에도 시장구조를 변경시킨다는

사실자체가 아니라 기업에게 공정하고 자유로운 경쟁구도를 확보해주고 경쟁을 통해 국제경쟁력을 키워나갈 수 있도록 유도해 나가는 것이 바람직할 것이다.

또한 경쟁도입의 경우에도 신규 시장진입자의 잠재적인 경쟁력을 충분히 고려하는 것이 공정하고 국민후생에 실질적인 도움이 될 수 있는 경쟁의 진정한 효과를 가져올 수 있다. 각 사업에 경쟁을 심화시키는 것이 과열경쟁을 부추겨서 국가적인 손실을 가져올 수도 있지만 H이동통신의 사례에서 보듯이 기업의 경쟁력을 세계적인 수준으로 끌어올려 우리나라를 이끌어가는 중추 사업으로 키울 수 있다는 긍정적인 측면도 있다.



<그림 2> 시장구조변화에 따른 서비스품질의 변화

4.6 다차원분석법(MDS)을 통한 분석결과

지금까지의 연구결과를 하나의 그림으로 요약하여 민영화, 경쟁도입 및 경쟁심화의 효과를 통신서비스 품질의 변화를 중심으로 분석하였다. <그림 2>는 Kyst¹³⁾를 이용하여 각 대상(기업)들의 위치를 파악한 다음 각 속성(서비스 품질의 구성차원)들의 위치를 Profit¹⁴⁾을 이용

하여 파악함으로써 하나의 그림에 대상들의 위치와 속성들의 위치를 나타낸 그림이다¹⁵⁾.

이 그림을 해석하는 방법의 예를 든다면 통신서비스 품질 중 경제성 차원은 세로 축의 옆에 아래의 방향으로 뻗어있는 화살표가 포함된 실

나타난 각 통신회사들의 서비스차원에 대한 척도와 잘 부합되도록 각 서비스차원의 벡터를 구하는 방법이다. 이러한 벡터를 찾는 방법으로는 회귀분석을 이용하며 도출된 회귀계수는 각 서비스 품질차원의 방향을 나타내는 코사인 값이 된다 [임종원, 1996].

13) Kyst는 유사성 데이터를 이용하는 인지[Perception] MDS 기법으로서 본 연구의 사례에서는 무선통신회사들의 유사도를 입력자료로 하여 서로 간의 거리[Euclidean distance]와 유사도가 가장 적합하도록 포지셔닝 맵상에 기업의 좌표를 결정하는 방법이다.

14) Profit은 포지셔닝 맵상에 위치한 무선통신회사들의 올 어떤 특성벡터에 90도 각도로 투사[Projection]했을 때의 좌표에 따라 각 승용차의 해당특성에 대한 크기를 결정하며 이것을 입력데이터에

15) H이동통신의 민영화이전과 이후 그리고 경쟁도입 이후와 경쟁심화 이후 및 S이동통신의 경쟁심화 이전과 이후의 좌표는 각 시점의 유사성 데이터를 하나의 독립적인 대상[기업]으로 보고 Kyst 기법을 통하여 산출하였고 각 통신서비스 품질차원의 벡터 크기와 방향은 통신서비스 품질차원을 개별속성으로 사용하여 Profit 기법을 통하여 도출한 것이다.

선이다. 아래쪽 화살표 방향이 긍정적인 방향을 나타낸다. 이러한 경제성차원을 기반으로 각 대상의 위치를 이 점선과 직교를 이루는 방향으로 확장을 시키면 경제성을 나타내는 실선에서의 위치를 잡을 수 있다. 바로 이 위치가 상대적인 경제성을 나타내는 수준이다. 즉, 경제성 차원에서는 시티폰 > 민영화기대 > L PCS > HS PCS > HK PCS > 경쟁심화 전 S통신 > 경쟁심화 후 S통신 > H 이동통신의 순서가 된다.

이 그림에서 주목할 것은 A, B, C, D의 화살표가 붙어있는 점선이다. 선의 길이는 통신서비스 품질의 변화량을 의미한다. 먼저 점선A를 살펴보자. 점선A의 길이는 민영화 이전과 민영화 이후의 지각된 통신서비스 품질의 차이를 나타낸다. <그림 2>에서 볼 수 있듯이 그 차이가 매우 작다. 또한 점선B는 H이동통신이 민영화 이후에서 경쟁도입 이후까지의 지각된 통신서비스 품질변화를 의미한다. 그림에서 알 수 있듯이 통신서비스 품질의 개선은 거의 이루어지지 않고 늘어나는 고객들의 수요를 만족시키지 못해서 큰 개선이 없었던 것으로 나타났다.

그러나 점선 C를 살펴보면 H이동통신은 경쟁심화 이후부터 급격하게 통신서비스 품질이 개선되어 1998년에는 통신서비스 품질이 경제성차원을 제외하면 거의 민영화 기대수준에 까지 도달했다는 것을 알 수 있다.

마지막으로 점선 D를 살펴보면 S통신은 경쟁이 심화되고부터 급격하게 통신서비스가 개선되었다는 것을 알 수 있다. 여기서 점선 C와 점선 D는 모두 경쟁심화 이후의 효과이다. 따라서 민영화와 경쟁도입의 시점에서는 통신서비스 품질의 개선효과가 거의 없었던 반면 경쟁심화의 시점에서는 급속한 통신서비스 품질의 향상이 있었다는 것을 알 수 있다.

V. 결론 및 본 연구의 한계점

2002년 아르헨티나의 추락 뒤에는 민영화의

실패라는 주요 요인이 숨어있다. 민영화 과정에 경제논리 대신 정치논리가 개입되면서 많은 정치인들이 깊숙이 개입되었고 경쟁도입과 같은 시장구조의 변화 대신 독점의 보장과 단기적 이윤의 향유에만 매달린 기업들의 이기주의에도 그 원인이 있다. 이러한 민영화의 실패는 한국에도 시사하는 바가 크다고 생각된다.

특히 한국철도청의 민영화, 한국전력의 민영화, 한국가스공사의 민영화 등 수 많은 과제를 안고 있는 한국으로서는 다시 한번 민영화 및 경쟁도입과 같은 시장구조의 변화가 미치는 효과와 부작용을 신중히 검토해야 할 것이다. 국민의 세금으로 기업을 세우고 운영하면서 방만한 경영으로 쌓인 적자를 다시 국민의 세금으로 메우는 형태의 공기업 경영은 시대착오적이다.

그러나 공기업을 단순히 민영화하는 것 만으로는 부족하다. 정치논리가 배제되어야 하며 민영화된 기업의 독점체제가 오랫동안 지속되어서는 안 된다. 민영화는 어떤 식으로든 경쟁도입으로 연결되어야 하고 지속적인 대 국민 서비스품질의 측정 및 관리가 이루어져야만 시장구조의 변화로 인한 국민들의 피해를 최소화 할 수 있을 것이다.

본 연구에서는 민영화, 경쟁도입 및 경쟁심화가 통신서비스의 품질개선에 긍정적인 영향을 미치는 지를 알아 보기 위하여 이동통신 사업자들을 대상으로 지각된 통신서비스 품질을 측정하였다. 분석결과 민영화의 효과는 거의 없는 것으로 나타났고 경쟁도입의 효과도 크지는 않는 것으로 나타났으나 경쟁이 심화된 이후의 통신서비스 품질은 매우 크게 개선된 것으로 조사되었다.

또한 민영화와 경쟁도입이 생산성 향상에 긍정적인 영향을 미쳤다는 사실이 상품 및 서비스 품질의 개선을 보장하는 것은 아닐 수 있다는 사실을 본 연구를 통해서 알 수 있었으며 민영화나 경쟁도입과 같은 국가정책의 궁극적인 목적이 기업만을 위한 것이 아니라 국민들을 위한 것이라면 단순한 생산성 지표로만 정책의 성과

를 논하는 것은 바람직하지 않을 수 있음을 보여주었다. 본 연구가 주는 향후 국가정책을 위한 시사점을 요약하면 다음과 같다.

첫째, 경영효율이나 생산성의 향상을 위해서 민영화를 한다면 타당성이 있지만 상품이나 서비스의 품질을 개선하려고 했을 때 경쟁의 도입을 전제로 하는 민영화가 바람직하다. 둘째, 경쟁도입은 단순히 인위적인 시장구조의 변화를 의미하는 것이 아니라 공정하고 자유로운 경쟁을 유도하여 실질적인 경쟁효과를 유도해야만 서비스품질이 개선될 수 있다. 셋째, 경쟁력 있는 경쟁자가 시장에 진입할 수 있도록 유도하는 것이 국민후생의 관점에서 경쟁의 효과를 극대화시킬 수 있다.

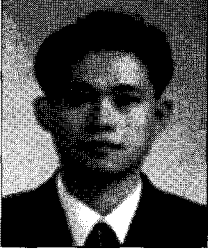
본 연구의 한계점은 첫째, 다년간의 통신서비스 품질의 변화를 관찰한 연구이기 때문에 패널을 구성하여 동일한 고객들을 대상으로 설문을 조사하여야 하지만 처음에 설정한 패널을 유지하지 못했다는 한계점이다. 둘째, 경쟁도입 이후 다시 정부가 개입하여 사업자의 수를 조정하는 시장구조의 변화가 있었는데 이때의 데이터를 확보하지 못했기 때문에 데이터가 오래된 한계점이다. 셋째, 기술진보의 효과를 계량화하여 반영하지 못했다는 점이다. 추후 민영화, 경쟁도입 및 경쟁심화의 단계를 거치는 공기기업들이 속속 민영화가 진행될 예정이기 때문에 후속연구에서는 본 연구의 이러한 한계점을 극복한 실증적 연구들이 많이 나올 것을 기대한다.

〈참 고 문 헌〉

- [1] 정보산업동향, 통신개발연구원, 1997.
- [2] 정보통신 통계지표집, 정보통신정책연구원, 1997.
- [3] 공기업 민영화와 정부, 민간부문의 역할 재조정, 1995, 경제연구총서, 대한상공회의소 & 한국경제연구센터.
- [4] 신준용외 6명, "한국 통신산업에서 민영화의 성과에 관한 연구," 한국통신 연구개발본부, 1996.
- [5] 강호진외 6명, "한국 국제통신시장에서 경쟁도입의 성과에 관한 연구," 한국통신 연구개발본부, 1996.
- [6] 김진기, "미국PCS시장 동향 및 사업자 전략," 정보통신정책, 제9권, 19호 통권 196호 1997, pp. 1-20.
- [7] 김용규, 정시연, "정보통신서비스의 품질보증과 보상제도 도입 연구," 정보통신정책연구소, 1997.
- [8] 김용규, 정시연, "통신사업자 경쟁력 강화를 위한 소비자만족도 조사 방안," 정보통신정책연구원, 1997.
- [9] 김종빈, "CDMA 이동전화 기지국의 전파환경 최적화를 위한 실태조사," 정보통신기술연구과제, 1998.
- [10] 박홍국, "셀룰러 이동전화의 가입수요 예측모델에 관한 연구," 정보통신기술연구과제, 한국통신개발연구원, 1998.
- [11] 유동근, "고객서비스 지각과 품질속성의 역할인식," 한국경영과학회지, 제24권, 제2호, 1999, pp. 135-150.
- [12] 이상덕, 한수용, 이동통신서비스 이용실태 및 공정경쟁 확보방안, 통신개발연구원, 1992.
- [13] 이유재, 이준엽, "서비스 품질에 관한 종합적 고찰," 경영논집, 제XI권, 제3, 4호, 서울대학교 경영연구소, 1997.
- [14] 이재준, "완전경쟁체제도입에 따른 호주 통신시장의 변화," 정보통신정책, 제9권, 제19호 통권 196호, 1997, pp. 21-40.
- [15] 이내찬, 이재준, "호주의 통신서비스 품질평가정책 현황", 정보통신정책, 제11권, 제6호, 통권 229호, 1999, pp. 1-22.
- [16] 조 신, 한수용, 고영진, "통신서비스 산업에서

- 의 경영체제의 변화, 경쟁 및 생산성," 정보통신정책연구, 제5권, 제1, 2호, 1998, pp. 65-94.
- [17] 최선규, "기본통신시장 경쟁도입 후 4년: 통신시장 구조정책의 평가와 전망," 정보사회연구, 통신개발연구원, 가을호, 1995.
- [18] 호광임, "지각도를 통한 무선통신 서비스의 포지셔닝 전략연구," 한국외국어대학교 경영정보대학원 석사학위논문, 1998.
- [19] Babakus, E. and G.W. Boller, "An Empirical Assessment of SERVQUAL Scale to Hospital Services; An Empirical Investigation," *Health Service Reserch*, 26, 1992, pp. 767-780.
- [20] Baker, J.A. and Lamb, C.W., "Measuring architectural design service quality," *Journal of Professional Services Marketing*, Vol. 10, No. 1, 1993, pp. 89-106.
- [21] Bouding, W., A. Kalra, R. Staelin and V. A. Zeithaml, "A Dynamic Process Model of Service Quality: From Expectations to Behavioral Intensions," *Journal of Marketing Research*, 30, 1993, pp. 7-27.
- [22] Butler, E. and Madsen, P., "The Mannual on Privatization," *Adam Smith Institute*, 1989.
- [23] Gronoos, C. "An applied service marketing theory," *European Journal of Marketing*, 16, 1982, pp. 30-41.
- [24] Heald, D.A. and David R., "Privatising Public Enterprise: An Analysis of the Government's Case," *olitical Quarterly*, July/September 1982.
- [25] Kwoka, J., "The Effects of Divestiture, Privatization, and Competition on Productivity in U.S. and U.K. Telecommunications," *Review of Industrial Organization*, 1993, pp. 49-61.
- [26] Lewis, C.R. and Booms, H.B., "The Marketing Aspects of Quality," *In Emerging Perspectives on Service Marketing*, ed. L. Berry, L. Shostack, and G. Upah (Chicago: American Marketing Association), 1983, pp. 99-107.
- [27] Mongold, W.G. and Babakus, E., "Service Quality: The Front-Stage Vs. The Back- Stage Perspective," *Journal of Service Marketing*, Vol. 5, No. 4. Fall 1991, pp. 59-70.
- [28] Parasuraman. A, Lenard Berry, Zeithaml, "A Conceptual Model of Service Quality and it's implication for Future Research," *Journal of Marketing*, Vol. 18, 1987, pp. 131-145.
- [29] Peter, J.P., G.A. Churchil and T.J. Brown, "Caution in the Use of Difference Scores as Measures of Marketing Constructs," A.C. Nielsen working paper #91-2, University of Wisconsin Madison, Madison 1992.
- [30] Richard, M.D. and Allaway, A.W., "Service Quality Attributes and Choice Behavior," *Journal of Service Marketing*, Vol. 7, No. 1, 1993, pp. 59-68.
- [31] Staranczak, G., E. Sepulveda, P. Dilworth, and S. Shaikh, "Industry Structure, Productivity and International Competitiveness: The Case of Telecommunication," *Information Economics and Policy*, 1994, pp. 121-142.
- [32] Savas, E.S., "Privatization: The Key to Better Government," Chatham, N.J.: *Chatham House Publishers Inc*, 1987.
- [33] Teas, R.K., "Expectations, Performance, Evaluation and Customer's Perspectives of Quality," *Journal of Marketing*, Vol. 57 October 1983, pp. 18-34.

◆ 저자소개 ◆



박기남 (Park, Kinam)

현재 동의대학교 상경대학 경영정보·인터넷비즈니스학부 전임강사로 재직 중이다. 한국외국어대학교에서 문학사(1994), 한국외국어대학교 경영정보대학원에서 경영학석사(1997), 경희대학교에서 경영학박사(2000)를 취득하였다. 주요 관심분야는 Accounting Information Systems, Internet Business System, Information System Control and Audit, Internet Security, Technology Acceptance Model, C-Commerce using Social Network 등이다.

◆ 이 논문은 2002년 3월 17일 접수하여 1차 수정을 거쳐 2003년 2월 17일 게재 확정되었습니다.