

## 이동통신요금 만족도와 이동통신 소비생활 만족도에 대한 영향요인: 요금 관련 소비자정보의 충분성과 소비자역량을 중심으로\*

김시월\*\* · 옥경영\*\*\* · 서인주\*\*\*\* · 김선우\*\*\*\*\* · 권대우\*\*\*\*\*

근간 소비생활에서 이동통신서비스와 스마트폰이 생활의 필수재가 되면서, 소비자들은 이동통신요금에 대한 부담을 크게 느끼고 있는 상황이다. 이에 본 연구에서는 소비자의 이동통신요금 만족도 및 이동통신 소비생활 만족도 실태를 분석하고, 이동통신요금 관련 소비자정보의 충분성과 소비자역량이 만족도에 미치는 영향을 파악하고자 하였다.

연구의 목적을 위하여 이동통신 소비자 400명을 대상으로 온라인설문조사를 실시한 결과, 소비자들의 월평균 이동통신요금은 약 4만6천원이었으며 요금 만족도는 2.85점으로 리커트 척도 평균 3점보다 약간 낮은 수준이었고, 이동통신 소비생활 만족도는 2.98점이었다. 이동통신요금 만족도 영향요인을 분석한 결과, 소비자정보 충분성과 소비자역량은 각각 유의수준은 달랐지만, 이동통신요금 만족도에 유의한 영향을 미치고 있었으며, 이동통신요금 만족도는 이동통신 소비생활 만족도에 유의한 영향력을 미쳤다. 즉, 충분한 소비자정보 제공과 소비자역량은 소비자들의 이동통신요금 만족도에 기여하며, 궁극적으로 소비자들의 이동통신 소비생활 만족도를 향상시킬 수 있는 것으로 보인다.

이상의 연구결과를 바탕으로 소비자들의 이동통신요금 및 이동통신 소비생활 만족도를 제고하기 위한 정책적 제안을 하면 다음과 같다. 첫째, 기업은 투명한 요금구조를 갖추어야 하며 소비자 스스로 상품/서비스 정보 및 사용량을 확인하고 최적요금제를 탐색할 수 있는 기능을 제공하도록 이동통신서비스 기업에 대한 가이드라인 제공이 필요하다. 둘째, 소비자들의 요금 비교 및 선택을 지원하기 위하여 이동통신 3사와 알뜰폰의 요금제 정보를 쉽게 비교할 수 있는 정보제공 강화가 필요하다. 셋째, 소비자들의 요금 관련 역량수준을 높일 수 있는 교육프로그램 개발 및 정책적 관심이 필요할 것으로 보이며, 소비자역량 강화를 위하여 기업이 적극적으로 참여할 필요가 있다.

주제어: 이동통신서비스, 요금 만족도, 이동통신 소비생활 만족도, 소비자정보, 소비자역량

\* 본 연구는 2015년도 한국소비자정책교육학회의 학술연구지원을 받아 연구되었습니다.  
\* 본 연구의 조사는 2015년도 답천장학회의 후원과 컨슈머인사이트(구, 마케팅인사이트)의 지원을 받아 수행되었습니다.  
\*\* 주 저 자: 건국대학교 소비자정보학전공 교수(october@konkuk.ac.kr)  
\*\*\* 숙명여자대학교 소비자경제학과 조교수(okyoung@sookmyung.ac.kr)  
\*\*\*\* 상명대학교 소비자주거학과 조교수(ijseo@smu.ac.kr)  
\*\*\*\*\* 교신저자: SK텔레콤 고객중심경영실(sunwoo7.kim@gmail.com)  
\*\*\*\*\* 한양대학교 법학과 교수(kdw@hanyang.ac.kr)

## 1. 서론

이동통신서비스와 스마트폰은 소비생활의 필수재가 되었다. 인적 측면으로는 2015년 4월 기준으로 이동통신 가입자 수가 58,393,198명이며, 이 중 71%에 해당하는 41,427,434명이 스마트폰을 사용하고, 2014년 12월을 기점으로 스마트폰 가입자 수가 4천만을 넘어선 바 있다. 한편 LTE 스마트폰 사용자 수는 38,074,619명으로 2012년 12월 기준 15,811,360명에서 140% 증가하였다. 이는 이동통신 가입자 수의 65%에 해당하는 비중이고, 스마트폰 사용자의 92%를 차지하여 LTE 스마트폰의 사용 비중이 급격하게 증가하였음을 확인할 수 있다 (미래창조과학부 통계자료, 2015).

LTE 스마트폰 보급이 급격하게 증가하면서, 물적 측면에서는 소비자의 가계소비지출동향에서 이동통신서비스에 대한 부담이 증가하였다. 한국소비자원(2014)의 2013 한국의 소비생활지표에 의하면 23.2%의 소비자가 고가의 휴대폰 단말기 가격을, 21.2%의 소비자가 기본요금과 가입비 등으로 인한 경제적 부담을 통신서비스 관련 소비자문제로 인식하여, 이동통신요금 및 휴대폰 단말기 가격에 대한 가계 부담이 크다는 것을 확인할 수 있다. 이동통신 요금은 소비자권리 차원에서 중요한 이슈가 되고 있는데, 2014년 세계 소비자권리의 날 행사에서 소비자단체 및 전문가가 발표한 통신서비스에 관한 5대 권리 중에 소비자가 지불하는 가격만큼 제공하기, 소비자에게 투명한 요금청구 등 요금 관련 항목이 포함되어 있다(Consumers International, 2014).

기존의 이동통신서비스 관련 문헌연구들을 살펴보면, 요금은 이동통신서비스를 선택하고 지속적으로 사용하는데 있어 가장 중요한 요인으로 밝혀져 왔다

(Wu & Wang, 2005; 홍승혜·김문구, 2007). 이동통신서비스를 사용하는데 있어 요금수준은 중요한 속성인데, 최새솔·한성수(2015)의 연구에 의하면 요금수준, 전송속도, 데이터 제공량 등 세 가지 속성을 제시하고 소비자가 인지하는 상대적 중요도를 컨조인트분석을 활용하여 살펴본 결과, 요금수준의 상대적 중요도가 가장 높게 나타나 요금수준이 중요함을 확인할 수 있다.

이렇듯 소비자의 이동통신 소비생활에 있어 이동통신요금이 차지하는 비중이 큰 것을 알 수 있는데, 녹색소비자연대(2012)가 스마트폰 사용 소비자 2,000명을 대상으로 조사한 결과에 따르면, 조사대상의 59.3%가 요금제 및 요금체계에 대하여 불만족하다고 응답하여, 이동통신요금에 대하여 경제적 소비자(Economic consumer)로서 체감하는 부담은 여전히 높은 것으로 보인다.

이동전화의 경우 외국과 비교하여 상대적으로 높은 요금수준 개선을 위하여 요금 인하가 필수적이라는 문제제기(임준 외, 2009)가 이루어져 온 한편으로, 이동전화의 요금구조가 너무 복잡하여 이용자들이 사업자간 요금을 비교하기가 어려운 상황임이 지적되어 왔다. 이동통신서비스는 기업과 소비자간 정보격차가 큰 산업 중 하나로서, 신규기업의 진입과 탈퇴가 어려운 독과점 형태의 시장일 뿐 아니라 서비스산업 특성상 비가시성을 지니고 있어 품질과 가격의 준거를 명확히 파악하기 어렵다는 점에서 정보비대칭이 발생하기 쉬운 산업이기 때문이다. 이러한 숨겨진 요금(hidden charges)의 문제는 직접적 규제나 통제가 아닌 사업자간 자율적 경쟁을 통해 해결되는 것이 바람직한데, 기업은 소비자에게 간결하고 받아들이기 쉬운 형태로 요금 관련 소비자정보를 제공하고 소비자는 제공된 정보를 이해하고 비교, 탐색할 수 있는 역량을 갖출 수 있을 때 비로소 소비

자의 이동통신요금 만족도가 개선될 수 있을 것으로 전망된다.

이동통신서비스, 금융서비스 등 전문적인 서비스의 경우 정보요구도가 높기 때문에, 소비자정보 제공과 소비자교육의 중요성도 더 크다(나종연, 2010, p.29). 전문적인 서비스일수록 소비자의 정보 이해도가 낮아지므로, 효과적인 소비자정보 제공을 위하여 어렵고 전문적인 정보를 소비자가 이해할 수 있는 형태로 가공하여 효과적으로 제공하고, 동시에 소비자교육을 통하여 소비자들의 정보탐색 및 활용능력을 향상시킬 필요가 있기 때문이다. 그리고 금융서비스의 경우 소비자학의 주요 연구영역으로서 금융 관련 소비자정보 제공과 소비자역량에 관한 연구가 매우 활발하게 이루어져 왔으나(최현자·김정현, 2010; 김정현·최현자, 2012; 조유현 외, 2013; 나종연 외, 2013; 구혜경·나종연, 2013; 박지우·여정성, 2009; 한상만·최아영, 2015 등), 이동통신서비스의 경우는 최근에 들어서야 관련 연구들이 등장하기 시작하였고(김시월·조향숙, 2014; 양덕순, 2014), 아직 선행연구가 많이 부족한 실정이다.

이렇듯 이동통신요금이 소비생활에서 차지하는 비중이 점점 더 커지고 있으며, 소비자정보 제공 및 소비자역량이 특히 중요한 산업분야임에도 불구하고, 이동통신요금 관련 소비자정보와 소비자역량을 중심으로 이동통신요금 만족도 및 이동통신 소비생활 만족도에 영향을 미치는 요인을 살펴본 연구는 거의 없는 실정이다. 이에 본 연구에서는 이동통신요금 수준 및 만족도 실태, 이동통신 소비생활 만족도를 분석하고, 이동통신요금 관련 소비자정보 충분성과 소비자역량이 이동통신요금 및 이동통신 소비생활 만족도에 미치는 영향을 파악하고자 한다. 이러한 연구를 통하여 궁극적으로 이동통신서비스 소비자의 소비생활 만족도에 기여할 수 있는 방안을 모색하

고, 소비자정보 제공과 소비자역량 강화 측면에서 소비자지향적인 통신정책 수립을 위한 제언을 제공하고자 한다.

## II. 선행연구 고찰

### 1. 이동통신요금 만족도와 이동통신 소비생활 만족도

이동통신요금은 이동통신서비스 품질 혹은 고객만족을 구성하는 주요 요소 중 하나이다. 이체홍(2010)은 이동통신 3사의 통신서비스품질을 연구하기 위하여 고객만족의 차원을 음성서비스, 문자서비스, 인터넷 만족도, 상담원 만족도, 통화가능지역, 요금 만족도로 분류한 바 있으며, 한상권과 주지혁(2009)의 연구에서는 고객만족을 측정하기 위하여 통화품질, 요금, 부가서비스 항목을 측정하였고, 함형범과 이양선(2010)의 연구에서는 만족도 평가 모델의 요소로 통화품질, 요금제도, 브랜드, 부가서비스, 단말기 다양성, 단말기 보조금 등을 언급하고 있어 요금 만족도는 이동통신의 서비스품질 및 소비자만족을 구성하는 중요한 차원임을 확인할 수 있다.

이동통신요금에 대한 만족도 추이를 살펴보면, 이동통신서비스의 활용성이 확장됨에 따라 요금 만족율은 소폭 증가한 경향을 보인다(컨슈머인사이트, 2015). 2G, 3G 방식이 통용되던 당시 요금 만족율이 20% 초중반이었으나 LTE 방식이 도입된 이후 2014년 처음으로 30%대에 진입하였으며, LTE망을 통하여 빠른 속도로 무선인터넷 및 문화, 편의 콘텐츠를 소비하면서 음성통화만 사용할 당시에 비하여 요금 만족도가 다소 높아진 것으로 해석할 수 있다.

그럼에도 불구하고, 소비자의 이동통신요금 만족

도는 여전히 낮은 편이다. LTE폰 이용 소비자의 이동통신서비스 만족도를 살펴보면(박귀현, 2014), 통화품질 만족도가 3.55점으로 가장 높고, 다음으로 데이터 속도(3.39점), 부가서비스(3.11점), 요금제(3.07점), 데이터 제공량(2.87점) 순이었으며, 요금 만족도는 2.74점으로 만족도 조사 항목 중 가장 낮은 수준을 보이고 있었다. 소비자들의 월평균 통신요금은 평균 45,306원, 부가서비스요금은 9,813원 수준으로 월평균 55,119원을 이동통신비로 지출하고 있으며, 단말기 할부대금으로 17,588원을 지출하고 있어 소비자가 체감하는 통신비 총합은 72,707원 수준이었다.

한편 양덕순(2014)은 이동통신서비스 관련 소비자역량에 관한 연구에서 소비자 선택역량을 측정하기 위하여 “나는 현재 이동전화서비스에 대해 요금 대비 만족한다”는 문항을 포함한 바 있는데, 양덕순(2014)의 연구에서도 요금 만족도 문항에 대한 수준이 5점 리커트 척도에서 2.80점으로 나타나 동일하게 리커트 평균인 3점에 미치지 못하였다. 또한 “나는 이동전화서비스를 이용하면서 예기치 못한 요금을 부담할 때가 있다”는 문항에 대한 응답은 5점 리커트 척도에서 3.15점 수준으로 나타나 예기치 못한 요금으로 인한 불편이 경험하고 있음을 확인할 수 있다.

소비자의 이동통신 소비생활에 대한 전반적인 만족도를 살펴본 연구로는, 이동통신을 포함한 총 12개 영역에 대한 소비생활 만족도를 살펴본 한국소비자원(2014)의 2013 한국의 소비생활지표 연구가 있다. 정보통신 소비생활 만족도는 정보통신 구매 및 인터넷, 휴대폰서비스 이용 등의 만족도로 정의되며, 정보통신 영역의 소비생활 만족도는 4점 평균 2.66으로 100점 환산 시 66.4점이고 총 12개 영역 중 11위로 하위를 차지하는 반면, 소비자피해경험

이 높은 생활영역에서는 식생활(7.9%), 의생활(7.5%)에 이어 정보통신이 5.6%로 3위를 차지하여 만족도는 낮지만 피해경험은 높은 영역이라고 할 수 있다.

## 2. 인구통계학적 특성, 이동통신 사용특성과 이동통신요금 만족도

이동통신서비스는 생활 필수재라 불릴 만큼 범용 서비스화되어 가고 있다. 인구통계학적 특성에 따른 이동통신요금 및 전반적 만족도를 살펴보면, 성별에 따라서는 남성에 비하여 여성의 만족도가 다소 높게 나왔으며, 연령대에 따라서는 10대의 만족도가 가장 높고 그 다음으로 20대, 30~40대, 50대의 순이었다(컨슈머인사이트, 2008). 한편 이동통신요금에 관한 연구는 많지 않으나, 로밍서비스에 대한 만족도를 분석한 김시월과 조향숙(2012)의 연구에 따르면, 로밍서비스의 요금, 품질, 정보제공 등에 만족하는 집단은 상대적으로 30대 이상의 고연령층이 많고 사무직과 자영업, 주부 등 기타 직업 집단의 비율이 상대적으로 높게 나타나 참고할 만하다.

이동통신 이용경험 관련 변수와 이동통신요금/소비생활 만족도를 살펴보면, 우선 휴대폰 종류에 따라 요금 만족도가 상이할 것으로 예상된다. LTE폰 이용 소비자를 대상으로 3G폰 이용 당시와 만족도를 비교한 결과, 3G폰 이용 당시 3.07점이었던 요금 만족도가 LTE폰을 사용하면서 2.67점으로 0.4점 하락한 것으로 나타나 3G폰 이용 시 대비 LTE폰 이용 시 이동통신요금이 상승하게 됨에 따라 요금 만족도가 낮아진 것으로 보인다(박귀현, 2014).

또한 이동통신서비스 판매방식에 따라서는 요금 만족도가 달라질 수 있다. 가상이동통신망사업자(MVNO, Mobile Virtual Network Operators)가 제공하는 알뜰폰 사용 소비자의 경우, 요금 만족율이 기존 이동

통신망사업자(MNO, Mobile Network Operators)에 비하여 21% 높은 것으로 나타났는데(컨슈머인사이트, 2014), 이는 이동통신 3사 대비 알뜰폰의 요금수준이 저렴하기 때문인 것으로 해석된다. 컨슈머인사이트(2014)의 조사결과, 알뜰폰 가입자는 이동통신 3사 이용 소비자에 비하여 통신사 선택 시 요금이 제일 중요하고, 자신의 통화패턴에 맞는 요금제를 잘 고를 수 있으며, 휴대폰 가격이 저렴하다면 최신 유행폰이 아니어도 괜찮다는 문항에 응답한 비율이 높게 나타나, 요금을 중요하게 생각하고 최신 유행폰이 아니어도 본인 이용패턴에 맞게 합리적인 이용을 하고자 하는 소비자가 알뜰폰에 주로 가입하며 요금 만족도도 높은 것을 알 수 있다.

한편 판매자의 권유로 요금제를 선택한 경우 요금 만족도가 낮아지게 된다. 박귀현(2014)의 연구에 의하면 전체 조사대상자의 77.3%가 LTE 스마트폰으로 교체하면서 보조금이나 할인혜택을 받기 위해 특정 요금제를 의무적으로 가입한 경험이 있는 것으로 나타났는데, 비싼 요금제를 사용하는 소비자일수록 판매자의 권유, 추천과 마음에 드는 휴대폰 마련에 의한 경우가 많았다. 단말기유통구조개선법(이하 단통법) 이후 고가 요금제 사용을 강제하는 것이 금지되었고 이미 체결했다더라도 무효화되기는 하였으나, 고가 요금제를 사용하는 소비자일수록 본인의 이용 패턴이 아닌 판매자의 권유 혹은 최신기기에 대한 취향에 영향을 많이 받는 것으로 보이는데(소비자시대 2013년 3월호), 본인이 스스로 이용패턴에 맞는 요금제를 선택하지 않은 경우 요금 만족도는 낮아질 것으로 보인다.

이상의 논의를 정리하면, 사용하는 휴대폰 종류, 이동통신사 유형 및 요금제 의무가입 경험 등 이동통신 이용경험이 요금 만족도에 영향을 미칠 것으로 예상된다.

### 3. 이동통신요금 관련 소비자정보, 소비자역량과 이동통신요금 만족도

이동통신요금 관련 소비자정보제공 실태를 살펴보면(박귀현, 2014), 2014년 하반기 기준으로 이동통신 3사의 요금상품은 평균 60.3개로 요금제 종류가 많아 한눈에 비교하기가 쉽지 않으며, 요금제 개수가 많을수록 소비자의 요금제 이해도가 낮아지는 것으로 나타났다. 또한 이동통신 3사의 최적 요금제 추천은 적극적이지 않은 실정이며, 요금제를 변경하기 위해 상품 간 비교를 할 경우, 요금제 비교가 쉽다고 응답한 소비자는 27.2%에 불과하여 요금제 비교를 어려워하는 것으로 나타났다. 요금제 비교가 어려운 주요 이유는 요금제 종류가 너무 많고(70.3%), 요금제 비교가 한눈에 어려워(43.3%)였다. 이러한 연구결과는 이동통신요금 관련 소비자정보가 충분하게 효과적으로 제공되고 있지 못함을 잘 보여준다.

한편 소비자정보의 탐색 및 활용을 위해서는 소비자역량이 중요하다. 소비자역량은 변화하는 소비환경 속에서 현명하고 지속가능한 소비생활을 영위하기 위하여 소비자가 갖추어야 할 잠재적, 실천적 능력으로 정의된다(배순영·천현진, 2010, p. 18; 김시월·조향숙, 2014, p. 51). 양덕순(2014)의 이동전화서비스 소비생활을 위한 소비자역량 연구에 의하면, 이동전화서비스 관련 소비자의 역량은 5점 만점 기준 3.08점, 100점 환산 시 61.6점으로 비교적 낮은 수준으로 나타나, 이동통신서비스 관련 소비자만족도 제고 및 피해경험 감소를 위해서는 소비자들의 역량수준 향상이 수반되어야 함을 시사한다.

정리하면, 이동통신요금 관련 소비자정보 제공과 소비자역량 수준은 현재 높지 않은 수준일 것으로 예상되나, 이동통신요금 만족도 및 이동통신 소비생활 만족도에 긍정적으로 기여할 수 있을 것으로 보인다.

### III. 연구문제 및 연구방법

이상의 연구문제를 바탕으로 <그림 1>과 같은 연구모형을 도출했다.

#### 1. 연구문제

본 연구의 목적을 달성하기 위하여 설정된 구체적 인 연구문제는 다음과 같다.

첫째, 인구통계학적 특성, 이동통신 사용특성에 따라 이동통신 요금 수준, 이동통신요금 만족도와 이동통신 소비생활 만족도에 유의한 차이가 있는가?

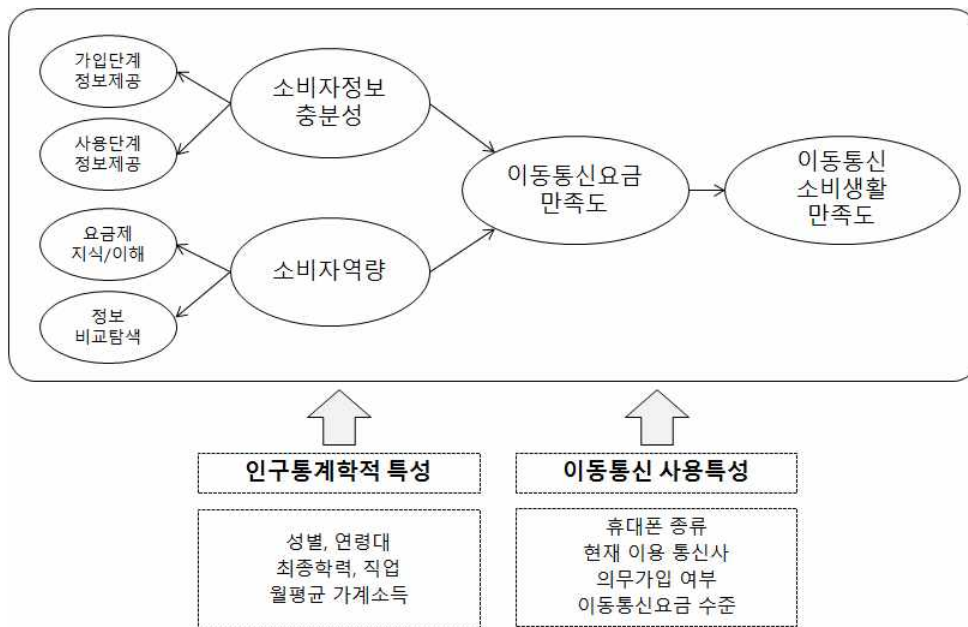
둘째, 인구통계학적 특성, 이동통신 사용특성에 따라 이동통신요금 관련 소비자정보 충분성과 소비자역량에 유의한 차이가 있는가?

셋째, 이동통신요금 관련 소비자정보 충분성과 소비자역량은 이동통신요금 만족도와 이동통신 소비생활 만족도에 어떠한 영향을 미치는가?

#### 2. 연구자료의 수집

본 연구의 분석을 위하여 20~59세 서울, 경기도 지역 성인 남녀 400명을 대상으로 2015년 4월 27일부터 5월 1일까지 5일간 온라인 소비자조사기관인 컨슈머인사이트의 패널을 대상으로 온라인소비자조사를 실시하였다. 성별, 연령대에 따라 할당표집을 실시하였고, 조사대상자의 인구통계학적 특성을 간단히 살펴보면(표 1), 최종학력에 따라서는 대졸 이상이 257명으로 64%를 차지하였고 직업에 따라서는 일반사무직이 166명, 41.5%로 가장 많았다.

이동통신서비스 사용특성에 따라서 살펴보면, 휴대폰 종류에 따라서는 LTE 스마트폰 사용자가 321



<그림 1> 연구모형

〈표 1〉 조사대상자의 인구통계학적 특성

항목		빈도(비율)	항목		빈도(비율)	
성별	남성	200(50.0%)	직업	자영업	18(4.5%)	
	여성	200(50.0%)		판매/서비스직	13(3.3%)	
연령대	20대	100(25.0%)		생산/기술직	17(4.3%)	
	30대	100(25.0%)		단순노무직	5(1.3%)	
	40대	100(25.0%)		일반사무직	166(41.5%)	
	50대	100(25.0%)		전문/관리직	64(16.1%)	
최종학력	중졸 이하	2(0.5%)		학생	46(11.5%)	
	고졸	63(15.8%)		전업주부	44(11.0%)	
	대학생	37(9.3%)		무직/기타	27(6.8%)	
	대졸	257(64.3%)		휴대폰 종류	LTE 스마트폰	321(80.3%)
	대학원 이상	41(10.3%)	3G 스마트폰		64(16.0%)	
		스마트폰이나 통신방식은 잘 모름	2(0.5%)			
월평균 가계 소득	150만원 미만	21(5.3%)	현재 이용 통신사	2G폰(폴더폰, 피쳐폰)	13(3.3%)	
	150-250만원 미만	47(11.8%)		SKT	187(46.8%)	
	250-350만원 미만	69(17.3%)		KT	128(32.0%)	
	350-450만원 미만	63(15.8%)		LGT	72(18.0%)	
	450-550만원 미만	72(18.0%)		알뜰폰	13(3.3%)	
	550-650만원 미만	42(10.5%)		의무가입 여부	의무가입 했음	267(66.8%)
	650-750만원 미만	29(7.3%)			의무가입 하지 않음	133(33.2%)
	750만원 이상	57(14.3%)				

명으로 80%를 차지하였고, 현재 이용 중인 통신사는 SKT 46.8%, KT 32.0%, LGT 18.0% 및 알뜰폰 3.3%로 나타났다. 가입 시 지정요금제 의무여부에 따라서는 의무가입했다고 응답한 소비자 비율이 66.8%로 높게 나타났다.

### 3. 조사도구의 구성 및 분석방법

이동통신요금 만족도에 대한 척도는 “현재 지불하는 비용 대비 가치가 있다”, “현재 사용하는 요금제에 만족한다”, “현재 지불하는 월 요금수준에 만족한다” 등 3문항으로 구성하였으며 5점 리커트 타입 척

도로 측정하였다. 이동통신요금 관련 소비자정보 충분성의 경우, 가입단계 관련 판매자의 요금제 정보, 판매자의 요금제 추천이 충분한지를 묻는 2문항과 이용단계 관련 요금제, 사용량 정보 탐색, 상품/요금제 정보탐색 및 비교, 최적 요금제 찾기 및 변경이 충분하게 제공되는지를 묻는 3문항 등 총 5문항으로 구성하였으며 4점 리커트 타입 척도로 측정된 문항을 5점 척도로 변환하여 사용하였다. 이동통신요금 관련 소비자역량 수준은 요금제 이해 및 지식 2문항, 정보의 비교/선택 관련 2문항 등 총 4문항으로 구성하였으며 5점 리커트 타입 척도로 측정하였다.

소비자정보 충분성, 소비자역량, 이동통신요금 만족

도 및 이동통신 소비생활 만족도 척도의 신뢰도와 타당도를 확보하기 위해, 확인적 요인분석(Confirmatory Factor Analysis, CFA)과 신뢰도 분석을 각각 실시하였다. 소비자정보 충분성과 소비자역량은 각각 두 개의 하위차원으로 구성되었으며, 확인적 요인분석을 이용하여 4개 요인 14개 문항에 대한 타당도를 확인한 결과, 측정문항의 표준화 계수가 모두 0.001 수준에서 유의했고, 확인적 요인모형 적합도도 양호한 수준으로 나타났다. Chi-square( $\chi^2$ )값이 0.001 수준에서 유의한 것으로 나타났으며, RMR 0.031, RMSEA .079, GFI .920, NFI .910, TLI .912, CFI .934로 본 연구에서 사용한 조사도구의 모형 적합도는 기준을 충족시켜 양호한 수준임을 확인하였다.

조사도구의 신뢰도를 확인한 결과, 소비자역량의 하위차원인 정보/비교선택 차원을 제외하고 Cronbach- $\alpha$ 의 값이 모두 0.6 이상을 보여 비교적 신뢰할만한 수준이다(표 2). 정보/비교선택 하위차원의 신뢰도

계수는 .56으로 양호하다고 판단되는 기준치인 .60보다 다소 낮으나 용인할 수 있는 수준이다.

수집된 연구자료의 통계처리를 위하여 SPSS 18.0과 AMOS 18.0을 활용하였으며, 빈도분석, 평균 및 표준편차분석, t-test, 분산분석, Duncan분석 및 공분산구조방정식분석을 실시하였다.

#### IV. 연구결과

##### 1. 이동통신요금 만족도, 이동통신 소비생활 만족도와 인구통계학적 특성/이동통신 사용특성에 따른 차이

- 1) 이동통신요금 수준 및 만족도와 이동통신 소비생활 만족도
- 소비자들이 지불하는 월평균 이동통신요금 실태를

〈표 2〉 조사도구의 구성

항목				Cronbach- $\alpha$
소비자 정보 충분성	가입단계	x1	판매자의 요금제 정보	.65
		x2	판매자의 요금제 추천	
	사용단계	x3	요금제, 사용량 정보 탐색	.80
		x4	상품/요금제 정보탐색/비교	
		x5	최적 요금제 찾기/변경	
소비자 역량	이해/지식	x6	요금제, 할인조건을 잘 이해할 수 있다	.64
		x7	사용 중인 요금제를 잘 알고 있다	
	정보 비교/선택	x8	업체별 요금제와 서비스 특징을 비교할 수 있다	.56
		x9	나의 사용패턴에 맞는 요금제를 잘 선택할 수 있다	
이동통신요금 만족도	y1	현재 지불하는 비용 대비 가치가 있다	.82	
	y2	현재 사용하는 요금제에 만족한다		
	y3	현재 지불하는 월 요금수준에 만족한다		
이동통신 소비생활 만족도	y4	사용 중인 이동통신서비스에 전반적으로 만족한다	.89	
	y5	이동통신 소비생활에 전반적으로 만족한다		

$\chi^2=240.688(d/f=69)***$ , RMR=.031, RMSEA=.079, GFI=.920, NFI=.910, TLI=.912, CFI=.934



살펴보면, 단말기 할부비용은 16,410원, 이동통신 요금은 46,059원으로 나타났으며, 단말기 할부비용과 이동통신요금을 합산하여 평균한 값은 월평균 62,249원으로, 소비자들은 단말기 및 이동통신비용으로 월 평균 약 6만2천원을 지출하는 것으로 나타났다(표 3). 이는 박귀현(2014)의 선행연구에서 나타난 월평균 통신요금 45,306원, 단말기 할부대금 17,588원을 합산한 62,894원과 유사한 수준이다.

이동통신요금 만족도 수준을 살펴보면, “현재 지불하는 비용 대비 가치가 있다”는 문항에 대한 응답이 2.93점, “현재 사용하는 요금제에 만족한다”는 문항에 대한 응답이 2.92점, “현재 지불하는 월 요금수준에 만족한다”는 문항에 대한 응답이 2.71점으로 요금 만족도 척도를 구성하는 세 문항 모두 리커트 척도 평균인 3점에 미치지 못하였으며, 특히 요금수준에 대한 만족도가 가장 낮았고 요금 만족도 평균은 2.85점이었다. 이동통신서비스의 요금에 대한 전반적인 만족도는 리커트 척도 평균인 3점 미만인 것으로 나타나 양덕순(2014)의 연구에서 요금 대비 만족도가 2.80점이었고, 박귀현(2014)의 연구에서 요금제 만족도가 3.02점, 요금수준 만족도가 2.74

점이었던 것과 비교하여 유사한 수준으로 확인되며, 소비자들의 이동통신요금에 대한 만족도는 여전히 낮은 수준인 것으로 보인다.

이동통신 소비생활 만족도의 경우 “이동통신서비스에 전반적으로 만족한다”는 문항에 대한 응답이 3.01점, “이동통신 소비생활에 전반적으로 만족한다”는 문항에 대한 응답이 2.97점으로, 평균 2.98점이었으며 리커트 척도 평균인 3점에 근접하는 수준으로 나타났다.

2) 인구통계학적 특성에 따른 이동통신요금 및 만족도 차이

인구통계학적 특성에 따른 월평균 요금의 차이를 살펴보면(표 4), 남성의 이동통신비가 48,614원으로 여성의 이동통신비 43,477원에 비하여 더 높게 나타났다. 유의수준 0.01에서 통계적으로 의미 있는 차이를 보였다. 한편 연령대, 최종학력, 직업 및 월 평균 가계소득에 따라서는 통계적으로 유의미한 차이를 나타내지 않았다.

한편 인구통계학적 특성에 따른 요금 만족도의 차이를 살펴보면, 최종학력과 직업에 따라 통계적으로

〈표 3〉 월평균 이동통신요금, 이동통신요금 만족도 및 이동통신 소비생활 만족도

항목		평균(표준편차)
월평균 이동통신요금 (단위: 원)	이동통신비	46,059원(18,244원)
	단말기 할부대금	16,410원(14,939원)
	합산 평균	62,249원(25,924원)
이동통신요금 만족도 (5점 척도)	현재 지불하는 비용 대비 가치가 있다	2.93(.87)
	현재 사용하는 요금제에 만족한다	2.92(1.03)
	현재 지불하는 월 요금수준에 만족한다	2.71(1.05)
	평균	2.85(.85)
이동통신 소비생활 만족도 (5점 척도)	이동통신서비스에 전반적으로 만족한다	3.01(.86)
	이동통신 소비생활에 전반적으로 만족한다	2.97(.86)
	평균	2.98(.82)

〈표 4〉 인구통계학적 특성에 따른 이동통신요금 및 만족도 차이

항목		월평균 이동통신요금	이동통신요금 만족도	이동통신 소비생활 만족도
성별	남성	48,614원(17,884원)	2.81(.88)	3.00(.83)
	여성	43,477원(18,287원)	2.88(.81)	2.97(.80)
	t값	2.80**	-.82	.27
연령대	20대	48,156원(19,097원)	2.97(.89)	2.99(.83)
	30대	47,954원(16,750원)	2.69(.82)	2.83(.78)
	40대	44,528원(17,379원)	2.82(.75)	3.01(.82)
	50대	43,450원(19,480원)	2.92(.90)	3.12(.82)
	F비	1.67	2.17	2.13
최종 학력	고졸 이하	45,556원(17,675원)	2.96(.89) <sup>ab</sup>	3.00(.92)
	대학생	48,564원(19,792원)	3.18(.88) <sup>b</sup>	3.21(.72)
	대졸	45,922원(18,048원)	2.78(.82) <sup>a</sup>	2.95(.81)
	대학원 이상	45,384원(19,410원)	2.82(.85) <sup>a</sup>	3.00(.79)
	F비	.27	2.94*	1.12
직업	일반사무직	46,195원(46,195원)	2.76(.81) <sup>a</sup>	2.95(.81) <sup>ab</sup>
	전문관리직	47,901원(47,901원)	2.76(.73) <sup>a</sup>	2.88(.83) <sup>ab</sup>
	학생	48,507원(20,153원)	3.13(.86) <sup>b</sup>	3.18(.72) <sup>bc</sup>
	전업주부	39,045원(19,852원)	3.21(.88) <sup>b</sup>	3.29(.74) <sup>c</sup>
	기타	46,463원(18,317원)	2.75(.93) <sup>a</sup>	2.85(.89) <sup>a</sup>
	F비	1.94	4.20**	3.03*
월평균 가계 소득	150만원 미만	43,688원(16,268원)	2.46(.93)	2.73(.83)
	150-350만원 미만	45,639원(19,626원)	2.81(.79)	2.88(.68)
	350-550만원 미만	46,739원(17,773원)	2.92(.87)	3.04(.86)
	550만원 이상	46,117원(17,899원)	2.87(.85)	3.07(.88)
	F비	.18	1.98	1.89

\* p < .05, \*\* p < .01, \*\*\* p < .001

a, b, c : 집단 간 평균차이를 Duncan 검증한 결과임

의미 있는 차이를 나타내었다. 최종학력에 따라서는 대학생인 경우 요금 만족도가 3.18점으로 가장 높고 대졸 집단인 경우 2.78점으로 가장 낮게 나타났으며, 유의수준 0.05에서 통계적으로 의미 있는 차이를 보였고, 직업에 따라서는 전업주부인 경우 요금 만족도가 3.21로 가장 높고 학생인 경우 3.13으로 그 다음이었으며, 유의수준 0.01에서 통계적으

로 의미 있는 차이를 보였다. 그러나 성별, 연령대, 월평균 가계소득에 따라서는 통계적으로 유의미한 차이를 보이지 않았다.

이동통신 소비생활 만족도의 경우, 직업에 따라서만 유의수준 0.05에서 통계적으로 의미 있는 차이를 보였다. 주부가 3.29점으로 가장 높은 만족도를 보였으며 학생집단이 3.18점으로 그 다음이었고, 일

반사무직, 전문관리직과 기타 직업군 집단은 리커트 척도 평균인 3점 미만의 만족도 수준을 보이고 있어 이동통신 소비생활에 대한 전반적 만족도가 높지 않음을 확인할 수 있다.

이상의 내용을 종합해 보면, 남성이 여성에 비해 이동통신요금을 많이 지출하고 있는 반면, 요금 만족도 측면에서는 남성이 여성에 비하여 요금 만족도가 다소 낮게 나타났으나 요금만족도 차이의 경우 통계적으로 의미 있는 차이는 아니었다. 직업에 따라서 살펴보면, 학생의 이동통신요금이 48,507원으로 가장 높고 전업주부의 이동통신요금이 39,045원으로 가장 낮은 수준임에도 불구하고 양 극단에 있는 두 집단의 요금 만족도가 가장 높게 나타났으며, 이동통신 소비생활 만족도 역시 두 집단이 가장 높은 수준이었다. 대학생의 경우 요금수준이 높음에도 불구하고 이동통신을 적극적으로 사용하기 때문에 만족도가 높고, 전업주부의 경우 알뜰하게 낮은 요

금수준을 유지하기 때문에 요금 만족도가 높게 나타난 것으로 해석해 볼 수 있다.

3) 이동통신 사용특성에 따른 이동통신요금 및 만족도 차이

이동통신 사용특성에 따른 이동통신요금과 만족도 수준 차이를 살펴보면 <표 5>와 같다. 우선 이동통신요금의 경우, 현재 이용 중인 휴대폰 종류에 따라서는 2G폰보다 3G폰인 경우, 3G폰보다 LTE폰인 경우 이동통신요금이 높게 나타났으며, 현재 이용 중인 통신사에 따라서는 알뜰폰인 경우 그렇지 않은 경우에 비하여 이동통신비가 더 낮은 수준으로 나타났고 각각 유의수준 0.001에서 통계적으로 유의미한 차이를 나타내었다. 요금제 의무가입 여부에 따라서는, 지정된 요금제에 가입하도록 요청받은 경우 이동통신요금이 47,880원으로 그렇지 않은 경우인 42,384원보다 높았으며 유의수준 0.01에서 통계적

<표 5> 이동통신 사용특성에 따른 이동통신요금 및 요금 만족도 차이

항목		이동통신요금 수준(월)	요금 만족도	이동통신 소비생활 만족도
휴대폰 종류	LTE 스마트폰	48,623원 <sup>a</sup> (17,553원)	2.80(.84)	2.99(.81)
	3G 스마트폰	37,464원 <sup>b</sup> (16,702원)	3.04(.88)	2.96(.89)
	2G폰	23,333원 <sup>c</sup> (12,935원)	3.07(.66)	2.92(.73)
	F비	21.67***	2.59	0.06
현재 이용 통신사	이동통신 3사	46,725원(18,031원)	2.83(.85)	2.98(.81)
	알뜰폰	25,075원(11,504원)	3.41(.73)	3.11(.91)
	t값	6.27***	-2.41*	-.50
요금제 의무가입 여부	가입	47,880원(17,836원)	2.74(.85)	2.92(.81)
	비가입	42,374원(18,572원)	3.07(.80)	3.12(.82)
	t값	2.82**	-3.77***	-2.32*
이동통신요금수준	5만원 이상	-	2.75(.86)	2.98(.87)
	5만원 미만	-	2.92(.83)	2.99(.78)
	t값	-	1.95*	-.11

\* p < .05, \*\* p < .01, \*\*\* p < .001

a, b, c : 집단 간 평균차이를 Duncan 검증한 결과임

으로 유의한 차이를 보였다.

요금 만족도의 경우, 알뜰폰을 사용할수록 요금 만족도가 높은 수준으로 나타났다(유의수준 0.05). 그러나 휴대폰 종류에 따라서는 LTE폰을 사용하는 경우 요금 만족도가 2.80점으로 2G, 3G폰을 사용하는 경우의 요금 만족도인 3.07점, 3.04점 대비 요금 만족도가 낮게 나타났으나, 통계적으로 의미 있는 차이를 보이지는 않았다.

요금제 의무가입 여부에 따라서는, 지정된 요금제에 의무 가입한 경우 요금 만족도가 2.74점인 반면 의무가입하지 않은 경우 3.07점으로 나타나, 요금제 의무가입한 집단의 요금 만족도가 낮았으며 유의수준 0.001에서 통계적으로 유의한 차이를 보였다. 스스로 요금제를 선택하지 못하고 보조금이나 할인 혜택 등을 위하여 지정된 요금제에 가입한 경우, 소비자가 자율적으로 요금제를 선택을 하지 못했다는 생각 때문에 요금 만족도와 이동통신 소비생활 만족도가 낮아지는 것으로 생각된다. 이동통신요금 수준에 따라서는 월평균 5만원 이상 요금을 지출하는 경우 요금 만족도가 2.75점이었고 5만원 미만인 경우 2.92점으로 나타나 요금수준이 낮은 집단이 요금 만족도가 높은 것으로 나타났다(유의수준 0.05).

한편 이동통신 소비생활 만족도의 경우, 요금제 의무가입 여부에 따라서만 통계적으로 의미 있는 차이를 보였다. 의무 가입한 경우의 만족도는 2.92점인 반면 그렇지 않은 경우 3.12점으로 나타나 의무 가입한 집단의 만족도가 낮은 것으로 나타나 이동통신요금 만족도와 유사한 경향을 보였으며, 사용하는 휴대폰 종류에 따라서는 LTE 스마트폰 사용자의 만족도는 2.99점, 3G폰 사용자의 만족도는 2.96점, 2G폰 사용자의 만족도는 2.92점으로 LTE 스마트폰 사용자의 만족도가 3G/2G폰 사용자의 만족도보다 근소하게 높게 나타났으나, 통계적으로 의미 있

는 차이를 보이지는 않았다.

LTE폰을 사용하는 경우 이동통신요금이 높은 것으로 나타나지만, LTE폰을 사용하는 경우 2G폰 혹은 3G폰을 사용하는 경우에 비하여 요금 만족도가 낮게 나타난 반면, 전반적인 이동통신 소비생활 만족도는 근소하지만 높게 나타났다. 한편 지정된 요금제에 의무 가입한 경우에도 역시 요금수준은 높은 반면 요금 만족도와 이동통신 소비생활 만족도는 낮게 나타나, 이동통신요금 수준과 요금 만족도 및 전반적인 이동통신 소비생활 만족도가 상반된 결과를 보이는 것을 확인할 수 있다. 이동통신요금이 높은 경우, 낮은 경우에 비하여 요금 만족도가 낮게 나타난 결과는 요금수준이 높을수록 요금 만족도가 낮아질 수 있음을 시사한다. 알뜰폰 사용 소비자의 경우 이동통신요금 수준이 낮을 뿐 아니라 요금 만족도도 높게 나타나, 낮은 이동통신요금 수준이 소비자들의 요금 만족도를 견인한 것으로 해석된다.

## 2. 소비자정보 충분성, 소비자역량과 인구통계학적 특성/이동통신 사용특성에 따른 차이

### 1) 이동통신요금 관련 소비자정보 충분성과 소비자역량

가입단계에서 제공하는 소비자정보에 대한 충분성 인식을 가입단계와 사용단계의 두 하위차원으로 나누어 살펴보면(표 6), 가입단계에서는 판매자의 요금제 정보 설명 충분성은 5점 만점 중 3.86점, 판매자의 요금제 추천 충분성은 3.57점으로 평균 3.72점 수준이며, 이용단계에서는 요금제, 사용량 정보탐색 충분성이 3.73점, 상품/요금제 정보탐색 및 비교 충분성이 3.62점, 최적 요금제 찾기 및 변경이 3.61점으로 평균 3.65점 수준이었다. 가입단계의 정보 제공이 이용단계에 비하여 상대적으로 더 충분하게

〈표 6〉 소비자정보 충분성 및 소비자역량 수준

항목			평균 (표준편차)
소비자 정보 충분성	가입 단계	판매자의 요금제 정보	3.86(.94)
		판매자의 요금제 추천	3.57(.99)
		평균	3.72(.85)
	사용 단계	요금제, 사용량 정보 탐색	3.73(1.08)
		상품/요금제 정보탐색/비교	3.62(1.04)
		최적 요금제 찾기/변경	3.61(1.04)
		평균	3.65(.93)
소비자 역량	요금제 이해/지식	요금제, 할인조건을 잘 이해할 수 있다	3.38(.91)
		사용 중인 요금제를 잘 알고 있다	3.60(.93)
		평균	3.49(.79)
	정보 비교/선택	업체별 요금제와 서비스 특징을 비교할 수 있다	3.21(.94)
		나의 사용패턴에 맞는 요금제를 잘 선택할 수 있다	3.56(.84)
		평균	3.38(.74)

이루어지는 것으로 해석할 수 있으며, 이동통신서비스는 가입 후 매일 이용하게 되는 생활서비스라는 측면에서 이용 중 본인의 사용패턴을 파악하여 최적 요금제를 찾고 변경하는 상황에서 정보제공이 더 충분하게 이루어져야 할 것으로 보인다.

이동통신서비스 요금 관련 소비자역량 수준은 요금제 이해 및 지식, 정보의 비교/선택의 두 가지 하위차원으로 나누어 살펴보았다. 우선 요금제 이해 및 지식 역량의 경우, “요금제 할인조건을 잘 이해할 수 있다”는 3.38점, “사용 중인 요금제를 잘 알고 있다”는 3.60점으로 평균 3.49점 수준이었으며, 정보 비교 및 선택 역량의 경우 “업체별 요금제와 서비스 특징을 비교할 수 있다”는 3.21점, “나의 사용패턴에 맞는 요금제를 잘 선택할 수 있다”가 3.56점으로 평균 3.38점 수준이었다.

두 하위차원의 역량이 모두 리커트 척도 평균인 3점을 상회하고 있어 선행연구인 양덕순(2014)의 연구결과에 비하여 다소 높은 수준의 이동통신서비스

소비자역량을 나타내고 있으며, 정보 비교 및 선택 역량이 요금제 이해 및 지식 역량에 비하여 다소 낮게 나타나 소비자의 선택권 보장을 위하여 정보 비교 및 선택 역량 강화가 필요할 것으로 보인다.

2) 인구통계학적 특성에 따른 소비자정보 충분성과 소비자역량 차이

인구통계학적 특성에 따른 소비자정보 충분성의 차이를 살펴보면, 가입단계의 소비자정보 충분성의 경우 연령대와 월평균 가계소득에 따라 통계적으로 의미 있는 차이를 보였으며, 사용단계의 소비자정보 충분성의 경우 성별과 월평균 가계소득에 따라 통계적으로 의미 있는 차이를 나타내었다(표 7).

우선 가입단계의 소비자정보 충분성의 경우, 연령대에 따라서 30대가 소비자정보 충분성을 가장 낮게 지각하고 있었으며, 40대와 50대는 상대적으로 정보가 충분한 것으로 인식하고 있었다(유의수준 0.05에서 통계적으로 유의). 월평균 가계소득에 따라서

〈표 7〉 인구통계학적 특성에 따른 소비자정보 충분성과 소비자역량 차이

항목		소비자정보 충분성		소비자역량	
		가입단계	사용단계	요금제 이해/지식	정보 비교/선택
성별	남성	3.67(.86)	3.54(.93)	3.55(.82)	3.44(.81)
	여성	3.76(.85)	3.77(.91)	3.43(.76)	3.32(.67)
	t값	-1.07	-2.51*	1.50	1.64
연령대	20대	3.62(.87) <sup>ab</sup>	3.66(.84)	3.68 <sup>b</sup> (.81)	3.57 <sup>b</sup> (.75)
	30대	3.55(.77) <sup>a</sup>	3.64(.95)	3.52 <sup>ab</sup> (.75)	3.52 <sup>b</sup> (.73)
	40대	3.86(.83) <sup>b</sup>	3.57(.97)	3.44 <sup>a</sup> (.70)	3.23 <sup>a</sup> (.67)
	50대	3.82(.91) <sup>b</sup>	3.75(.94)	3.30 <sup>a</sup> (.87)	3.22 <sup>a</sup> (.75)
	F비	3.15*	.61	4.05**	6.50***
최종학력	고졸 이하	3.91(.95)	3.74(.93)	3.41(.79)	3.33(.75)
	대학생	3.66(.70)	3.58(.91)	3.75(.81)	3.66(.75)
	대졸	3.66(.86)	3.62(.95)	3.48(.77)	3.35(.73)
	대학원 이상	3.83(.75)	3.78(.82)	3.41(.89)	3.39(.82)
	F비	1.83	.63	1.71	1.89
직업	일반사무직	3.71(.85)	3.71(.96)	3.42 <sup>a</sup> (.79)	3.34 <sup>a</sup> (.74)
	전문관리직	3.74(.73)	3.68(.85)	3.37 <sup>a</sup> (.83)	3.34 <sup>a</sup> (.75)
	학생	3.62(.74)	3.52(.84)	3.86 <sup>b</sup> (.81)	3.70 <sup>b</sup> (.72)
	전업주부	3.91(.88)	3.84(.92)	3.48 <sup>a</sup> (.67)	3.31 <sup>a</sup> (.59)
	기타	3.68(.98)	3.47(.96)	3.49 <sup>a</sup> (.79)	3.36 <sup>a</sup> (.83)
	F비	.73	1.51	3.25*	2.42*
월평균가계소득	150만원 미만	3.10 <sup>a</sup> (.99)	3.01 <sup>a</sup> (.91)	3.57(.85)	3.59(.95)
	150-350만원	3.76 <sup>b</sup> (.79)	3.69 <sup>b</sup> (.90)	3.39(.69)	3.34(.65)
	350-550만원	3.70 <sup>b</sup> (.89)	3.59 <sup>b</sup> (1.00)	3.54(.85)	3.41(.81)
	550만원 이상	3.79 <sup>b</sup> (.82)	3.80 <sup>b</sup> (.83)	3.50(.81)	3.36(.71)
	F비	4.15**	4.75**	.80	.75

\* p < .05, \*\* p < .01, \*\*\* p < .001

a, b : 집단 간 평균차이를 Duncan 검정한 결과임

는, 150만원 미만 소득 집단이 다른 집단에 비하여 소비자정보 충분성을 현저하게 낮게 지각하고 있었고 유의수준 0.01에서 통계적으로 의미 있는 차이를 보였다.

사용단계의 소비자정보 충분성의 경우, 성별에 따라 여성이 남성보다 더 소비자정보가 충분하다고 지각하였으며 유의수준 0.05에서 통계적으로 의미 있

는 차이를 보였고, 월평균 가계소득에 따라서도 유의수준 0.01에서 통계적으로 의미 있는 차이를 보였다. 가입단계 소비자정보의 충분성과 마찬가지로 150만원대 미만 소득 집단이 다른 집단에 비하여 소비자정보 충분성을 낮게 지각하고 있었다.

인구통계학적 특성에 따른 소비자역량 수준 차이를 살펴본 결과, 요금제 이해/지식 역량과 정보 비

교/선택 역량의 두 하위차원에서 공통으로 연령대와 직업에 따라 통계적으로 의미 있는 차이를 보이고 있었다. 요금제 이해/지식, 정보 비교/선택의 두 영역에서 모두 20대와 30대가 40대와 50대 집단에 비하여 높은 수준의 소비자역량을 보유하고 있었으며 각각 유의수준 0.01, 0.001에서 통계적으로 의미 있는 차이를 보였다. 직업에 따라서는 학생 집단이 다른 집단에 비하여 요금제 이해/지식 및 정보 비교/선택 영역에서 높은 소비자역량 수준을 보였고 각각 유의수준 0.05에서 통계적으로 의미 있는 차이를 보였다.

3) 이동통신 사용특성에 따른 소비자정보 충분성과 소비자역량의 차이

이동통신 사용특성에 따른 소비자정보 충분성에 대한 인식 차이를 살펴보면(표 8), 가입단계의 소비

자정보 충분성의 경우 집단 간 차이를 보이는 항목이 없었고 사용단계의 소비자정보 충분성은 요금제 의무가입 여부에 따라 유의수준 0.05에서 통계적으로 의미 있는 집단간 차이를 보였다. 즉 요금제에 의무가입하지 않은 경우, 소비자정보가 더 충분하게 제공된다고 지각하고 있었다.

휴대폰 종류에 따라 LTE와 3G 스마트폰 사용 소비자에 비하여 2G폰 사용 소비자가 가입단계의 소비자정보에 대한 충분성 인식이 낮았으나, 통계적으로 의미 있는 차이는 아니었다. 스마트폰 위주의 판매가 이루어지면서 2G폰의 신규가입에 대한 정보가 부족하여 가입단계의 소비자정보가 충분하지 않다고 인식한 것으로 보이며, 반대로 사용과정 중에서는 음성통화와 문자로만 구성되어 요금체계가 단순한 2G폰 사용 소비자에 비해, 데이터를 사용하는 LTE 및 3G폰 사용 소비자가 최적요금제 및 다양한 요금

〈표 8〉 이동통신 사용특성에 따른 소비자정보 충분성과 소비자역량 차이

항목		소비자정보 충분성		소비자역량	
		가입단계	사용단계	요금제 이해/지식	정보 비교/선택
휴대폰 종류	LTE 스마트폰	3.71(.86)	3.66(.92)	3.55 <sup>b</sup> (.77)	3.42(.76)
	3G 스마트폰	3.75(.89)	3.59(1.00)	3.35 <sup>b</sup> (.88)	3.29(.71)
	2G폰	3.61(.74)	3.76(.75)	2.76 <sup>a</sup> (.52)	3.00(.50)
	F비	.13	.24	7.46 <sup>**</sup>	2.56
현재 이용 통신사	이동통신 3사	3.71(.86)	3.66(.92)	3.47(.80)	3.38(.75)
	알뜰폰	3.92(.74)	3.39(1.09)	3.80(.59)	3.42(.67)
	t값	-.89	1.05	-1.46	-.18
요금제 의무 가입 여부	가입	3.67(.87)	3.59(.98)	3.50(.81)	3.37(.75)
	비가입	3.80(.81)	3.79(.81)	3.46(.75)	3.41(.74)
	t값	-1.38	-2.11 <sup>*</sup>	.48	-.51
이동통신 요금수준	5만원 이상	3.70(.86)	3.68(.92)	3.52(.79)	3.39(.80)
	5만원 미만	3.73(.85)	3.63(.93)	3.47(.78)	3.38(.70)
	t값	-.33	.59	.65	.12

\* p < .05, \*\* p < .01, \*\*\* p < .001

a, b : 집단 간 평균차이를 Duncan 검증한 결과임

제에 대한 비교에 대한 요구가 더 강하기 때문에 요금 관련 소비자정보 충분성 인식이 낮은 것으로 보인다.

이동통신서비스 사용특성에 따른 소비자역량 차이를 살펴보면, 휴대폰 종류에 따라 요금제 이해/지식 하위차원에서만 통계적으로 의미 있는 차이를 보였다(유의수준 0.01). 즉, LTE 및 3G폰 사용 소비자가 2G폰 소비자에 비하여 더 요금제 이해 및 지식에 대한 소비자역량이 높은 것으로 나타났다. 한편 정보비교/선택 역량에 있어서도 LTE 및 3G폰 사용 소비자가 2G폰 소비자 대비 높은 소비자역량을 보였으나 통계적으로 의미 있는 차이는 아니었다.

3. 소비자정보 충분성과 소비자역량이 요금 만족도와 이동통신 소비생활 만족도에 미치는 영향

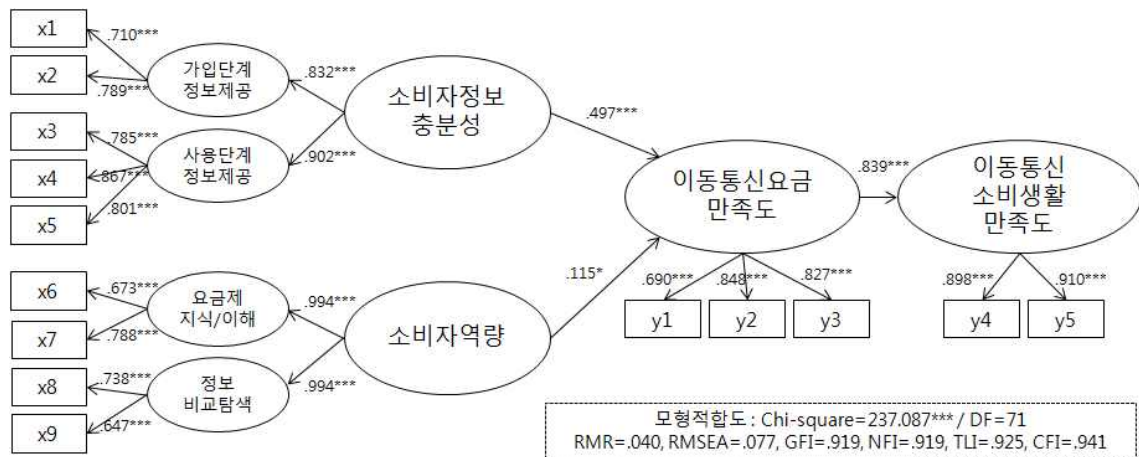
소비자정보 충분성과 소비자역량이 이동통신요금 만족도 및 이동통신 소비생활 만족도에 미치는 영향을 알아보기 위하여 공분산구조방정식을 적용하였다. 소비자정보 충분성, 소비자역량이 이동통신요금 만족도를 경유하여 최종적으로 이동통신 소비생활

만족도에 영향을 미치는 경로모형에 대한 분석을 실시한 결과, 그림에 제시된 것과 같은 모형의 적합도 지수를 도출하였으며 비교적 수용 가능한 모형인 것으로 나타났다( $\chi^2=237.087$ ,  $DF=71$ ,  $CMIN/DF=3.339$ ,  $RMR=.040$ ,  $RMSEA=.077$ ,  $GFI=.919$ ,  $NFI=.919$ ,  $TLI=.925$ ,  $CFI=.941$ ).

〈그림 2〉의 결과를 살펴보면 소비자정보 충분성과 소비자역량은 모두 이동통신요금 만족도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 소비자정보 충분성은 가입단계 정보제공과 사용단계 정보제공의 두 하위차원으로 구성되어 있으며 0.001 수준에서 이동통신요금 만족도에 유의한 영향을 미치고 있었다.

한편 소비자역량은 요금제 지식/이해 역량과 정보비교탐색 역량의 두 하위차원으로 구성되어 있는데, 소비자역량의 이동통신요금 만족도에 대한 영향력은 0.05 수준에서 유의한 것으로 나타났다. 이동통신요금 만족도는 이동통신 소비생활 만족도에 0.001 수준에서 유의한 영향력을 미치고 있었다.

이상의 결과를 정리하면, 가입과 사용단계에서 소비자정보가 충분하게 제공될수록, 요금제지식과 이



〈그림 2〉 연구모형 적합도(\* p < .05, \*\* p < .01, \*\*\* p < .001)



해력이 높고 상품/요금제 정보를 비교, 선택하는 소비자역량이 높을수록, 소비자들의 이동통신요금 만족도가 높아지며, 소비자역량도 중요하지만 구조적으로 제공 혹은 지원되는 소비자정보의 충분성이 요금 만족도 및 이동통신 소비생활 만족도에 크게 영향을 미치는 것으로 보인다. 소비자정보 충분성과 소비자역량은 이동통신요금 만족도를 매개하여 궁극적으로 소비자들의 이동통신 소비생활 만족도에 긍정적으로 기여하는 것으로 해석할 수 있다.

## V. 결론 및 논의

### 1. 연구결과 요약 및 논의

연구결과를 종합하면, 조사대상자의 월평균 이동통신요금은 약 4만6천원 수준이었으며, 요금 만족도는 2.85점으로 이동통신 소비생활 만족도 2.98점에 비하여 낮은 수준이었다. 인구통계학적 요인에 따른 차이를 살펴보면, 남성이 여성에 비해 높은 이동통신요금을 지출하고 있는 반면, 요금 만족도는 남성이 여성에 비하여 낮게 나타났고, 직업에 따라서는 학생의 이동통신요금 수준이 가장 높고 전업주부의 요금 수준이 가장 낮으나, 두 집단의 요금 만족도와 이동통신 소비생활 만족도가 다른 집단에 비하여 높았다.

이동통신서비스 이용경험에 따라서는, LTE폰 사용 소비자의 이동통신요금이 3G와 2G 사용 소비자 집단 대비 높지만 요금 만족도는 낮았으며, 지정된 요금제에 의무 가입한 소비자의 요금 수준이 그렇지 않은 집단에 비하여 높고, 요금 만족도와 이동통신 소비생활 만족도는 낮은 것으로 나타났다. 또한, 알

뜰폰을 사용할 경우 소비자의 이동통신요금 수준이 낮을 뿐 아니라 요금 만족도도 높았으므로, 사용량이 많지 않은 소비자의 경우 알뜰폰을 사용하는 것이 효율적일 수 있다. 다만, 박귀현(2014)의 연구에 따르면, 알뜰폰 요금제가 이동통신 3사 대비 일반적으로 저렴하나, 일부 요금제의 경우 이동통신 3사에 비하여 제공량 기존 요금이 비싼 것도 있으므로, 알뜰폰 요금제가 무조건 저렴하다는 소비자 인식 전환이 필요하며 이동통신 3사 및 알뜰폰의 요금제를 객관적으로 비교할 수 있는 정보제공 강화가 필요하다.

인구통계학적 요인에 따른 이동통신요금 관련 소비자정보 충분성에 대한 인식과 소비자역량 수준 차이를 살펴본 결과, 월평균 소득 150만원 미만 집단이 다른 소득집단에 비하여 가입단계와 사용단계의 소비자정보 충분성을 낮게 평가하고 있었고, 20대와 30대에 비하여 40대와 50대 집단의 소비자역량 수준이 낮게 나타났다. 저소득 집단이 소비자정보의 충분성을 낮게 평가하고, 40대와 50대 집단의 소비자역량이 낮게 나타났다는 사실은 디지털 취약계층이 이동통신서비스를 사용함에 있어 불편을 경험할 수 있음을 시사하므로 취약계층에 대한 소비자정보 제공 및 소비자역량 강화를 위한 제도적 노력이 필요하다.

이동통신서비스 이용경험에 따른 소비자정보 충분성 및 소비자역량 차이를 살펴보면, 이용하는 스마트폰의 종류에 따라 2G폰 이용 소비자 집단이 요금제 이해 및 지식에 대한 소비자역량은 낮은 것으로 나타났다. 2G폰 이용 소비자는 데이터 기반 서비스를 사용할 수 없기 때문에 스마트폰을 이용하는 소비자와 상이한 이용패턴을 보일 뿐 아니라 소비자역량이 낮은 경향을 보이므로, 2G폰 이용 소비자의 이용패턴을 고려한 요금제 구성 및 소비자역량 강화

방안이 요구된다.

이동통신요금 만족도 영향요인을 분석한 결과, 소비자정보 충분성과 소비자역량은 각각 유의수준 0.001, 0.05에서 이동통신요금 만족도에 유의한 영향을 미치고 있었으며, 이동통신요금 만족도는 이동통신 소비생활 만족도에 0.001 수준에서 유의한 영향력을 미치고 있었다. 즉, 충분한 소비자정보 제공과 소비자역량은 소비자들의 이동통신요금 만족도에 기여하며, 궁극적으로 소비자들의 이동통신 소비생활 만족도를 향상시킬 수 있다.

가입 및 이용단계에서 소비자정보를 충분하게 제공하는 경우 소비자들의 요금 만족도가 높아진다는 사실은 이동통신서비스를 제공하는 기업들에게 시사하는 바가 큰데, 가입단계에서 소비자에게 요금제 설명 및 추천을 충분하게 제공하고, 이용단계에서 소비자가 스스로 사용량을 확인하고 상품/서비스를 비교하며 최적요금제를 찾을 수 있도록 해주면 소비자들은 본인의 이용패턴에 맞는 요금제를 스스로 확인하고 변경할 수 있어 본인의 사용량을 확인하고 요금제를 문의하기 위해 고객센터로 인입되는 상담 건수를 효율적으로 줄일 수 있을 뿐만 아니라 요금 만족도까지 높일 수 있게 되기 때문이다.

한편 인터넷과 모바일 고객센터 등 셀프채널을 통하여 소비자가 스스로 정보를 탐색하고 비교하며, 사용량을 확인하고 최적요금제를 검색할 수 있는 기능을 제공한다 하더라도 이에 대하여 소비자가 인지하지 못하거나 소비자가 스스로 이러한 기능을 활용하여 상품/서비스 정보를 비교하고 선택할 수 있는 역량을 갖추지 못할 경우 요금 만족도가 낮아지게 되므로 이동통신서비스 기업들은 소비자역량 강화를 위하여 소비자들이 이용 중 활용할 수 있는 기능에 대하여 적극적으로 커뮤니케이션하고 취약계층 소비자들을 대상으로 소비자교육을 강화할 필요가 있다.

## 2. 연구의 의의 및 후속 연구에 대한 제언

이동통신서비스가 보편적 서비스화 되고 있다. 일상적으로 사용해야 하는 이동통신요금에 대한 소비자의 관심이 높으며 이동통신요금 지출에 대한 부담을 느끼는 상황에서, 본 연구는 이동통신서비스 소비자의 요금 만족도와 이동통신 소비생활 만족도 수준을 파악하고, 요금 관련 소비자정보 충분성과 소비자역량이 만족도에 긍정적으로 기여하는 영향요인을 규명했다는 점에서 의의가 있다.

본 연구결과는 이동통신서비스 분야에서 소비자정보, 소비자역량 및 요금만족도에 대한 선행연구가 많지 않은 현 상황에서 후속연구를 위한 기초자료로 활용될 수 있을 것으로 기대되며, 금융서비스와 더불어 소비자 정보격차가 큰 전문서비스 산업영역인 이동통신서비스 분야의 소비자정보와 역량에 관한 연구가 활성화될 수 있는 단초를 제공하고자 하였다. 더 나아가, 정책적 측면에서는 본 연구의 분석결과를 바탕으로 소비자 유형별 통신서비스에 대한 가이드라인 제공 및 정책의 기초자료로 활용할 수 있을 것이며, 산업적 측면에서는 이동통신서비스의 요금 만족도 개선을 통하여 전반적인 고객만족을 향상시킬 수 있는 방안을 모색할 수 있을 것으로 기대된다.

이상의 연구결과를 바탕으로 소비자들의 이동통신요금 만족도 및 이동통신 소비생활 만족도를 제고하기 위한 정책적 제안을 하면 아래와 같다.

첫째, 가입단계와 사용단계에서 충분한 요금 관련 소비자정보 제공은 요금 만족도 및 이동통신 소비생활 만족도에 긍정적인 영향을 미치므로, 기업은 투명한 요금구조를 갖추어야 하며, 소비자가 스스로 상품/서비스 정보 및 사용량을 확인하고 최적요금제를 탐색할 수 있는 기능 제공을 권장하는 등 이동통신서비스 기업의 정보제공에 대한 가이드라인 제공

이 필요하다.

둘째, 소비자역량 강화 역시 요금 만족도 및 이동통신 소비생활 만족도를 향상시킬 수 있는 방안이므로, 소비자들의 요금 비교 및 선택을 지원하기 위하여 이동통신 3사와 알뜰폰의 요금제 정보를 쉽게 비교할 수 있도록 제공되는 스마트초이스(www.smartchoice.or.kr) 등 중립적인 정보비교서비스에 대한 홍보 및 서비스지원이 확충되어야 한다. 스마트초이스는 미래창조과학부, 방송통신위원회가 통신사업자연합회와 함께 운영하는 통신요금정보 포털로 2012년 12월 서비스를 시작하였으며, 본인의 사용량 패턴을 고려한 맞춤형 요금추천, 통신 관련 조회 서비스 등을 제공한다.

셋째, 소비자들의 요금 관련 역량수준을 높일 수 있는 교육프로그램 개발 및 정책적 관심이 필요할 것으로 생각되며, 소비자역량강화를 위하여 기업의 참여를 유도할 필요가 있다. 정부에서 정책적으로 이동통신기업의 활동을 규제하는 것에는 한계가 있으며, 소비자에게 자율적 선택권을 제공하되 소비자가 역량을 갖출 수 있도록 지원하고, 이동통신기업이 스스로 자율적으로 자정노력을 하면서 신뢰할 수 있는 시장환경을 조성해 갈 수 있도록 하는 것이 장기적으로 소비자의 이동통신 소비생활 만족도를 높일 수 있을 것으로 전망된다.

그럼에도 불구하고, 몇 가지 후속연구에 대한 제안을 하고자 한다.

첫째, 본 연구는 이동통신요금 관련 소비자정보 충분성과 소비자역량이 이동통신요금 만족도 및 이동통신 소비생활 만족도에 미치는 영향에 초점을 두고 진행되었으나, 인구통계학적 특성과 이동통신 사용특성에 따른 요금 만족도, 소비자정보 충분성 및 소비자역량의 차이분석을 실시한 결과 취약계층 소비자집단이 이동통신 소비생활에서 불편을 경험할

가능성이 높음을 발견할 수 있었다. 이러한 연구결과를 바탕으로 향후 후속연구에서는 인구통계학적 특성 및 이동통신 사용특성 중 이동통신 소비생활에 주요한 영향을 미치는 요인을 중심으로 매개효과 및 조절효과를 살펴보고 취약계층 소비자에 대한 구체적인 제언을 할 필요가 있다고 생각된다.

둘째, 이동통신서비스 분야에서 실질적인 소비자 정보 제공 개선을 위하여 다양한 연구방법을 고려할 필요가 있다. 일례로, 기업에 따라서 매년 미스터리 쇼핑 방법을 활용하여 매장에서 고객에게 적절한 정보를 제공하고 있는지를 모니터링하고 보고서를 제공하던가, 소비자지향적인 광고 시안을 제작하여 소비자에게 평가하게 하는 방식으로 상업적 정보와 소비자지향적 정보의 절충안을 마련하기도 한다. 이런 선행연구들을 참고하여 실질적인 소비자정보 개선방안을 모색하는 것이 중요할 것으로 보인다.

셋째, 이동통신 소비자들의 데이터 이용량이 지속적으로 증가하고 있으며 지난 2015년 5월 3대 이동통신사에서 데이터 중심 요금제를 출시한 이후 동일한 요금대에서 음성통화 및 데이터 서비스 제공량이 증가하게 되었다. 데이터 중심 요금제가 실제 소비자의 가계통신비 지출 및 요금 만족도에 영향을 미쳤는지에 대한 확인이 필요할 것으로 보이며, 스마트폰의 보급과 더불어 휴대폰을 이용한 인터넷 및 동영상 콘텐츠 활용이 확대됨에 따라 소비자의 이동통신서비스 이용습관이 데이터를 많이 사용하는 방향으로 형성되고 있는 만큼, 소비자의 이동통신서비스 이용패턴 변화와 요금 만족도의 추세를 함께 살펴볼 필요가 있다.

마지막으로 이동통신 소비자의 관심사가 요금 등 경제적 측면 뿐 아니라 데이터 기반 콘텐츠 활용, 개인정보보호활용 및 프라이버시 등 사회적 측면으로 소비자의 관심사가 확장되고 있으므로, 향후 후속연

구에서는 이동통신서비스를 사용함에 있어 사회적 소비자로서의 관심사, 문제영역 및 만족도 등에 대한 연구를 진행할 필요가 있을 것으로 보인다.

## 참고문헌

- 구혜경, 나중연(2013). 소비자중심적 금융상품 정보에 대한 평가 : 변액보험 상품리플렛을 대상으로. 소비자학연구, 24(2), 153-181.
- 김시월, 조향숙(2014). 소비자의 생애주기별 사회적 참여 소비생활 만족도에 관한 연구-소비자역량의 주요 과와 상호작용효과를 중심으로. 소비자문제연구, 45(2), 47-76.
- \_\_\_\_\_ (2012). 로밍서비스 이용자 만족도 척도 개발 및 영향 요인 분석. 소비자문제연구, 41(1), 19-49.
- 김정현, 최현자(2012). 우리나라 소비자의 재무관리역량. 소비자학연구, 23(1), 229-254.
- 나중연(2010). 소비자정보 분야 연구의 종합적 고찰: 2000-2010, and beyond. 소비자학연구, 21(2), 1-40.
- 나중연, 구혜경, 김효정, 이진명, 이해랑, 이화옥(2013). 금융소비자의 정보탐색 유형 분석. 소비자학연구, 24(4), 99-124.
- 녹색소비자연대 보도자료(2012). 이동통신가입자 요금불만 가장 많아. www.gcn.or.kr
- 컨슈머인사이트(2015). 상전벽해 4G, 오리무중 5G. www.consumerinsight.co.kr
- \_\_\_\_\_ (2014). 이동통신 서비스 관련 태도 조사 결과. www.mkinsight.co.kr
- \_\_\_\_\_ (2008). Mobile Consumer Trends 2007. www.mkinsight.co.kr
- 박귀현(2014). 신규 이동통신서비스(LTE) 실태조사. 한국소비자원.
- 박지우, 여정성(2009). 소비자의 금융정보탐색장애오아신문, 팸플릿의 유용성 평가. 소비자학연구, 20(1), 127-150.
- 배순영, 천현진(2010). 소비자역량의 측정 및 평가 연구. 한국소비자원.
- 소비자시대(2013). 기획특집: 이동전화 서비스 요금제 이용실태-기본 제공량 다 못 써도 돈은 다 받는 스마트폰 요금제. 2013년 3월호, 20-21.
- 양덕순(2014). 통신서비스 소비자역량 평가 항목 및 지표 개발-이동전화서비스를 중심으로-. 소비자정책교육연구, 10(2), 1-18.
- 이제홍(2010). 이동통신 3사의 통신 서비스 품질에 관한 연구. e-비즈니스연구, 11(1), 507-527.
- 임준, 정진한, 김진성(2009). 방송통신 이용자관점 정책 평가 보고서. 정보통신정책연구원, 정책연구 09-40.
- 조유현, 이영애, 이성림(2013). 추가연계증권(ELS)의 소비자 이해 수준에 관한 사례 연구. 소비자학연구, 24(4), 147-170.
- 최세술, 한성수(2015). 모바일 데이터서비스 선택 결정요인에 관한 연구. The Journal of Korean Institute of Communications and Information Sciences, 40(1), 115-123.
- 최현자, 김정현(2010). 금융채무불이행자의 재무관리역량 : 일반소비자와의 비교. 소비자학연구, 83-105.
- 한국소비자원(2014). 2013 한국의 소비생활지표. 한국소비자원.
- 한상권, 주지혁(2008). 이동전화 고객의 충성도 결정요인 분석 : 통신사업자에 대한 고객의 만족도와 충성도를 중심으로. 한국광고홍보학회 2008 추계학술발표논문집, 1-22.
- 한상만, 최아영(2015). 금융소비자의 온라인 정보탐색에 관한 연구 : 누가 금융에 관련된 정보를 탐색하는가? 소비자학연구, 26(3), 135-161.
- 함형범, 이양선(2010). 이동통신사 만족도 평가모형의 설계 및 구현. 멀티미디어학회논문지, 13(2), 324-331.
- 홍승혜, 김문구(2007). 이동통신 서비스 브랜드 자산의

- 결정요인과 HSDPA 사업자 선택에 미치는 영향.  
한국통신학회논문지, 32(8), 553-562.
- Consumers International(2014). World Consumer Rights Day: Saturday 15 march 2014, Fix our phone rights!. [www.consumersinternational.org/media](http://www.consumersinternational.org/media)
- Wu J. H. & Wang, S. C.(2005). What drives mobile commerce? An empirical evaluation of the revised technology acceptance model. *Information & Management*, 42(5), 719-729.
- 미래창조과학부 통계자료(2015). [www.msip.go.kr/web/msipContents/contents.do?mId=MTQ2](http://www.msip.go.kr/web/msipContents/contents.do?mId=MTQ2)

---

논문접수일 : 2015. 08. 21

1차수정본접수일 : 2015. 09. 22

게재확정일 : 2015. 09. 25

# Consumer's Satisfaction on Mobile Telecommunication Fee and the Influencing Factors - Focusing on Enoughness of Fee-related Consumer Information and Consumer Competency -\*

Kim, Si-wuel\*\* · Ohk, Kyungyoung\*\*\* · Seo, Injoo\*\*\*\* · Kim, Sunwoo\*\*\*\*\* ·  
Kwon, Dae Woo\*\*\*\*\*

## Abstract

As having access to mobile connectivity became a necessity in the modern digital society, consumers are facing burden on high fee in mobile telecommunication service. This research explored evidence of the factors which influence consumer satisfaction of mobile telecom fee in the perspective of the enoughness of consumer information and consumer competency.

An online survey of 400 mobile telecommunication service consumers was conducted to identify variables which influence satisfaction on the mobile telecommunication fee. Consumer's average mobile telecommunication fee was 46 thousand won per month. The satisfaction level for mobile telecommunication fee was revealed little bit lower, which was influenced by enough provision of fee-related consumer information and consumer competency.

To enhance consumer's satisfactions on mobile telecom fee, it is important to provide information for easy comparison. In addition, consumer education program development and consumer policy support is necessary to enhance consumer's competency in fee-related information comparison and selection. Private sectors' self-regulatory effort is also required for transparent information provision and consumer competency enhancement.

※ Key Words: mobile telecommunication service, satisfaction on mobile telecommunication fee, consumer satisfaction, consumer information, consumer competency

---

\* This work was supported by Korean Society of Consumer Policy and Education.

\* The survey of this work was supported by DAMCHUN Consumer Research Scholarship and Consumer Insight.

\*\* Professor, Dept. of Consumer Information Science, Konkuk University

\*\*\* Assistant Professor, Dept. of Consumer Economics, Sookmyung Women's University

\*\*\*\* Assistant Professor, Dept. of Consumer and Housing, Sangmyung University

\*\*\*\*\* Manager, CEM(Consumer Experience Management) Office, SK telecom

\*\*\*\*\* Professor, Dept. of Law, Hanyang University