

풀 브라우징 서비스 전략에 관한 연구

김용철 · 홍석민
세명대학교 경영학

A Study on the Effect of full browsing Service Quality.

Kim Yong-Cheol, Hong Suk Min

Dept. of Business Administration, Semyung University

Abstract

This study is to find the changing need of Mobile internet users and to setup the full browsing service measure, while mobile internet service is greatly developing. Main attributes of mobile internet service quality and user needs will be defined. So here will be a chance of improving the efficiency of mobile service quality.

1. 서론

휴대전화 단말기로 웹페이지로 직접 접속하는 풀 브라우징(full browsing) 서비스가 최근 등장하고 있다. 이와 같은 인터넷 활용은 2000년대 들어 급속히 대중화되면서 인터넷 환경도 변화를 추구하고 있다. 인터넷의 변화를 보면 전화선을 통하여 PC와 연결하는 방식에서 광케이블을 통한 초고속 인터넷과 무선인터넷 그리고 풀 브라우징으로 진화하고 있다. 이와 같은 변화에 따라 인터넷 서비스 이용자가 증가 하고 있으나 고객 불만족이 나타나고 있다.

인터넷 환경은 휴대전화로 인터넷을 접속하게 되면서 2세대(2G) 이동통신 서비스로 발달하게 되었다. 이와 같은 이동통신 인터넷 서비스는 이동 통신업체가 모바일용으로 구축한 특정 웹사이트에 접속하면서 간접 인터넷(WAP)방식으로 도입되었다. 그러나 고성능 프로세서와 대용량 메모리가 발달되면서 3세대(3G) WCDMA 서비스가 시작되면서 이동 중에도 자유롭게 인터넷에 접속할 수 있는 모바일 인터넷 시대가 시작되었다. 이와 같은 모바일 인터넷 서비스가 풀 브라우징으로 대중화를 추구하고 있으나 아직은 소비자들의 인식 낮게 나타나고 있다.

이와 같은 소비자들의 인식을 파악하여 풀

브라우징의 전략을 개발하여 모바일 인터넷 운영의 효율성 향상과 고품질 서비스를 제공하기 위한 서비스 품질 평가가 필요한 시점이라고 판단된다. 이에 본 연구는 풀 브라우징 서비스 품질을 측정할 수 있는 중요한 요인을 파악하고 발전방향을 제시하고자 한다.

2. 본론

2.1 모바일 인터넷

최근 들어 이동전화의 급속한 보급 및 모바일 인터넷의 확산으로 인하여 모바일 인터넷 서비스에 대한 관심이 고조되고 있다. 정보통신부의 발표에 따르면 2008년 12월말 현재 국내 이동전화 가입자 수는 약 4,560만명이고, 모바일 인터넷 가입자(모바일 인터넷이 가능한 단말기 보급대수 기준)수는 약 4,274만명으로 나타나고 있다. 또한 한국 인터넷진흥원이 2008년 12월에 발표한 자료에 따르면 2008년 10월 현재 모바일 인터넷 이용률이 52.5%로 조사되었다(한국인터넷진흥원, 2008). 이처럼 모바일 인터넷 환경이 성숙되어감에 따라 Juniper Research사는 모바일 상거래 시장 규모가 전 세계적으로 2009년 기준 총수익 880억 달러에 이를 것으로 추정하고 있다.(김태현, 2007).

이와 같은 추세에 따라 최근 이동통신사들은 풀 브라우징 서비스를 시작하였다. 풀 브라우징은 휴대폰 무선인터넷에서도 일반 인터넷 사이트와 동일한 형태로 문서와 동영상 볼 수 있는 서비스로 현재 휴대폰에서 이용하는 무선인터넷은 텍스트 중심의 무선 표준인 WAP(wireless application protocol) 방식을 채택하여 휴대폰에서 인터넷을 구동하기 위해 간소화된 국제규격으로 유선 인터넷보다는 성능이 떨어지고 있다. 반면 풀 브라우징 서비스가

구현되면서 휴대폰에서 인터넷 익스플로러 같은 웹 브라우저를 구동해 각종 웹사이트에 바로 접속할 수 있다.

이와 같은 풀 브라우징 서비스를 개시함에 있어서 그동안 핸드폰 인터넷 이용자들의 문제점을 파악하여 풀 브라우징 서비스 정책에 반영할 필요가 있다고 판단된다.

따라서 본 연구에서는 기존의 핸드폰 인터넷 서비스에 대한 평가를 통하여 풀 브라우징 전략을 수립하고자 하였다.

2.2 서비스품질

서비스 품질에 대한 개념정의는 학자와 실무자들에 따라 그리고 어떤 관점에서 보느냐에 따라 다양하다고 할 수 있다. 대표적인 연구자들의 서비스 품질에 대한 개념 정리는 다음과 같다.

<표 1> 서비스 품질의 정의

연구자	서비스품질정의	출처
Lewis 외	인도된 서비스 수준이 고객의 기대와 얼마나 잘 일치하는가의 척도라고 정의	Lewis Booms(1983)
Gronroos	소비자의 지각된 서비스와 기대한 서비스의 비교평가의 결과이며 기술적 품질, 기능적 품질, 이미지와 같은 제 변수와 함수관계가 있다고 주장	Gronroos (1984)
Parasuraman 외	소비자들이 지각한 서비스 품질이란 서비스 기업이 제공해 야만 한다고 느끼는 소비자의 기대와 제공한 서비스 기업의 성과에 대한 소비자들의 지각의 차이	Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985)

서비스 품질 측정은 제품 품질과는 달리 불량률이나 내구성과 같은 객관적인 척도에 의한 측정이 어렵기 때문에 고객의 인식을 통해 서비스 품질을 측정하고 있다. 서비스 품질에 대한 개념적 정의는 대부분의 경우에 Parasuraman, Zeithaml, and Berry(1988)의 SERVQUAL 모형을 따르고 있다.

이 모형은 서비스 품질이 5가지 차원, 즉 신뢰성(Reliability), 응답성(Responsiveness), 공감성(Empathy), 확신성(Assurance), 유형성(Tangibles)으로 구성되어 있으며, 서비스 품질의 인식과정은 <표 2>와 같이 5가지 차원의 성과들과 기대간의 차이에 의해 결정된다고 보았다(김용철, 2006).

<표 2> 서비스 품질 5가지 차원

구분	세부내용
신뢰성 (Reliability)	약속한 서비스를 믿게 하며 정확하게 제공하는 능력
응답성 (Responsiveness)	기꺼이 고객을 돕고 신속한 서비스를 제공하는 능력, 자발성
공감성 (Empathy)	고객에게 개인적인 배려를 제공하는 능력, 관심 및 친절
확신성 (Assurance)	서비스제공자들의 지식, 정중, 믿음, 신뢰를 전달하는 능력
유형성 (Tangibles)	시설, 장비, 사람, 커뮤니케이션 도구 등의 외형 물리적인 시설, 장비, 인원, 그리고 커뮤니케이션 도구 포함

서비스 품질은 객관적이고 정확한 측정이 어렵다. 때문에 보다 정확한 서비스 품질을 측정하기 위해 Parasuraman 외(1988) 등이 개발한 SERVQUAL의 핵심원리는 특정기업에 의해 수행된 서비스에 대한 인지도로부터 받게 될 서비스에 대한 기대정도와와의 차이로 정의된다. 그리고 이러한 인식과 기대와의 차이를 개념화하여 측정하는 방법으로 즉, 격차모델(GAPs model)이 SERVQUAL의 핵심이론이 된다. 상기의 학자들은 1985년 고객이 인지하는 서비스의 품질을 10가지 차원(유형성, 신뢰성, 반응성, 능력, 예절, 의사소통, 신용도, 안전성, 가용성, 고객에 대한 이해)로 분류하였다. 이러한 10개의 차원이 상호 독립적인 것이 아님을 인식하고 1988년 10개의 요인을 다시 유형성, 신뢰성, 대응성, 확신성, 공감성의 5가지 차원으로 통합하여 분류하는 절차를 거쳐 SERVQUAL 모형을 개발하였다(김용철 외, 2006).

서비스 품질을 구성하는 특성요인을 요약하면, 신뢰성(Reliability)은 약속한 서비스를 정확하게 수행할 수 있는 능력, 확신성(Assurance)은 고객에게 확신감을 주는 제반 안전교육, 직원의 예절 및 신용, 유형성(Tangibles)는 눈에 보이는 시설, 장비, 복장 등이다. 공감성(Empathy)은 고객에게 개별적으로 기울이는 주의 배려이며, 대응성(Responsiveness)은 신속하고 자발적으로 응대하려는 마음가짐이다. 이는 서비스 상품의 품질을 검사하는 유용한 기준이 된다. 이 기준은 호텔, 병원, 교육 등 서비스업의 품질 측정하는데 사용될 수 있다(김용철, 2006).

3. 연구모형과 연구가설

인터넷 경쟁 환경에서 풀 브라우징 서비스의 선도적인 역할을 위하여 탁월한 서비스를 전달하여야 한다. 특히, 풀 브라우징 이용자들은 20-30대 사이의 젊은 층으로서 이들이 요구

하는 것은 휴대전화 인터넷 서비스의 불확실성을 제거하고 휴대전화 인터넷 서비스 혁신을 통하여 인터넷 문화의 변화를 제공한다면 젊은 세대들의 폴 브라우징 서비스에 대한 인지도는 다르게 나타날 것이다.

<표 3> 이동통신사들의 폴 브라우징 서비스

이동통신사	서비스 명	요금제도
LGT	오즈(OZ)	6,000원/월
KT	쇼데이터완전자유	10,000원대
SKT	데이터퍼팩트	10,000원대

<표 4> 포털 사이트의 모바일 웹

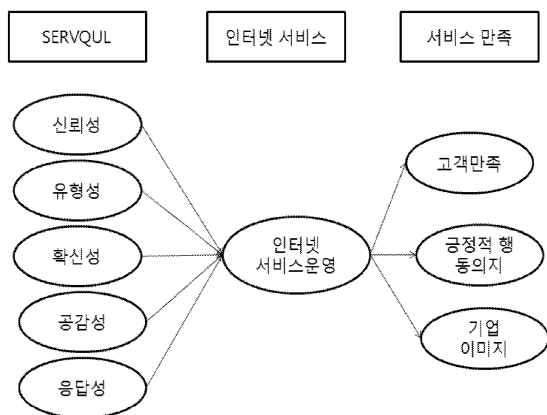
포털사이트	사이트 명
네이버	m.naver.com
파란	mini.paran.com
싸이월드	mini.cyworld.com
다음	m.daum.net

따라서 서비스 품질경영의 측정 방법을 통하여 휴대전화 인터넷 서비스 품질을 측정하여 폴 브라우징 서비스 개선에 반영할 수 있도록 연구하고자 한다.

3.1 연구모형

본 연구에서는 김계수(1999, 2002)의 연구모형을 보완하여 SERVQUAL 모형의 유형성, 신뢰성, 확신성, 공감성, 응답성이 휴대전화 인터넷 서비스운영에 미치는 영향에 대하여 분석하였다. 이를 위해서 연구모형을 나타내면 [그림 1]과 같다.

[그림 1] 연구모형



3.2 연구가설

본 연구에서는 서비스품질 측정에 이용되는 SERVQUAL의 측정 도구를 이용하여 서비스의 원천에 해당하는 유형성, 신뢰성, 확신성, 공감성, 응답성이 휴대전화 인터넷 서비스 운영에 미치는 영향 요인을 고려하였다.

유형성은 물리적 시설, 장비, 인력, 통신의 확보로서 물적 환경의 상태는 서비스 제공자의 세심한 관심과 배려를 나타내는 유형적 증거이다(서비스 경영연구 편역, 2002). 또한 우수한 서비스 기업은 최신의 장비를 갖추는 것이며, 시설은 시각적으로 보기 좋을 것이고, 업무에 적합한 시설과 분위기를 갖추는 것이다(김용철 외, 2006). 따라서 다음과 같은 가설을 제시할 수 있다.

가설1: 유형성은 휴대전화 인터넷 서비스 운영에 유의한 영향을 미칠 것이다.

신뢰성은 휴대전화 인터넷 서비스를 통한 약속한 서비스를 정확하게 수행할 수 있는 능력과 신뢰할 수 있는 서비스의 수행으로 고객의 기대에 적시에 동일방법으로 실수 없이 성취할 수 있는 수단을 말한다.

적극적인 조직은 새로운 제품, 기술, 관리 기법을 도입하여 경쟁 기업보다 앞서려고 노력하며(Miller & Friesen, 1984), 지속적인 혁신을 창출하고 위험을 추구함으로써 경쟁적 우위를 얻으려고 한다(Mintzberg, 1973). 따라서 다음과 같은 가설을 제시할 수 있다.

가설2 : 신뢰성은 휴대전화 인터넷 서비스 운영에 유의한 영향을 미칠 것이다.

확신성은 믿음과 확신을 주는 능력, 서비스 수행 능력, 고객과의 효율적인 의사소통, 진심으로 고객에게 관심을 쏟는 것을 의미한다.

휴대전화 인터넷의 품질은 활용성 품질, 정보 품질, 상호작용 품질이 영향을 미친다(Barners, 2001). 따라서 다음과 같은 가설을 제시할 수 있다.

가설3 : 확신성은 휴대전화 인터넷 서비스 운영에 유의한 영향을 미칠 것이다.

공감성은 고객의 개인적인 요구에 대한 서비스 제공자의 배려 및 커뮤니케이션의 고객화 정도를 나타내며, 공감성은 고객의 요구를 이해하기 위해서 접근 가능성, 민감성, 노력을 주요 특징으로 하고 있다. 따라서 다음과 같은 가설을 제시할 수 있다.

가설4 : 공감성은 휴대전화 인터넷 서비스 운영에 유의한 영향을 미칠 것이다.

응답성은 고객을 돕고 신속한 서비스를 제공하겠다는 의지이다. 또한 휴대전화 인터넷 서비스를 이용하는 고객을 파악하고, 이용고객에 대한 품질보증, 사후관리, 피드백 등이 필요하다.

휴대전화 인터넷 서비스 운영에서 조직원의 응답성은 고객이 서비스에 대한 신뢰감과 만족을 향상시킬 수 있다고 본다. 따라서 다음과 같은 가설을 제시할 수 있다.

가설5 : 응답성은 휴대전화 인터넷 서비스 운영에 유의한 영향을 미칠 것이다.

고객만족은 고객의 기대와 소비경험과의 차이에서 발생하는 만족과 불만족으로서 고객의 감정이 복합적으로 결합하여 발생하는 심리상태이다. 휴대전화 인터넷 서비스 운영에서 고객만족을 추구하는 차별화된 서비스는 고객 충성도를 창출한다. 따라서 다음과 같은 가설을 제시할 수 있다.

가설6 : 휴대전화 인터넷 서비스는 고객만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.

기업이미지는 고객이 기업에 대해 마음속에 그리고 있는 심상으로 경험과 인상에 대한 소비자의 총체이며, 기업의 이미지에 미치는 요소로서 좋은 서비스 제공과 적절한 가격 그리고 공공 이익 참여와 기업의 마케팅 이미지가 기업에 대한 고객의 태도를 결정한다. 따라서 다음과 같은 가설을 제시할 수 있다.

가설7 : 휴대전화 인터넷 서비스는 기업이미지에 유의한 영향을 미칠 것이다.

신뢰를 기반으로 관계 몰입이 이루어질 경우 관계를 지속시키기 위한 의도로 재 구매의도와 긍정적 구전에 대한 긍정적 행동이 나타난다고 하였다. 따라서 다음과 같은 가설을 제시할 수 있다.

가설8 : 휴대전화 인터넷 서비스는 고객의 긍정적 행동에 유의한 영향을 미칠 것이다.

4. 결과분석

4.1 자료수집

본 연구를 위한 모집단은 휴대전화 인터넷 서비스에 접속한 경험이 있고 가장 활발하게 접속할 것이라고 판단되는 20-30대를 대상으로 조사하였다. 표본으로 선정된 모집단은 직접 방문하여 설문서를 배포하고 수거하였다. 설문에 응답 수는 132명이였다. 또한 모집단은 휴대전화 인터넷 서비스를 경험한 대상을 표본으로 선정

하였으며, 표본의 일반적 현황으로 핸드폰으로 인터넷 접속 여부는 매우 자주 이용한다(3%), 자주 이용한다(7.6%), 잘 이용하지 않는다(28%), 전혀 이용하지 않는다(61.4%)이며, 핸드폰으로 인터넷 접속 시간을 묻는 질문에서 매일 접속한다(4.5%), 일주일에 4-5회 접속한다(1.5%), 일주일에 2-3회 접속한다(6.1%), 일주일에 1-2회 접속한다(26.5%), 전혀 이용하지 않는다(61.4%)이다. 또한 핸드폰 사용자들의 회사별 분포로 SK(53.8%), LG(12.9%), KT/KTF(32.6%), 기타(0.8%)로 분포되어 있다.

휴대전화 인터넷 사용자들의 불평에 대한 조사에서 화면이 작다(6.1%), 요금이 비싸다(71.2%), 속도가 느리다(18.9%), 보안이 불안하다(3.8%)로 분포되었다.

4.2 측정도구의 신뢰성 및 타당성

항목간의 내적 일관성을 확인하기 위해서 신뢰성 분석을 실시하였다. Chronbach' alpha값이 일반적으로 0.6이상이면 신뢰도가 높다고 할 수 있다. 측정하고자 하는 개념이나 속성 실제 측정도구에 의해서 적절하게 측정되었는가를 확인하기 위해서 사각회전을 통한 요인분석을 실시하였다. 다음은 신뢰성 분석과 요인분석결과를 나타낸 것이다.

<표 5> 신뢰성분석과 요인분석결과

구분	문항 수	Chronbach' alpha	요인분석 후 변수의 개수
신뢰성	4	.898	4
유형성	4	.894	4
확신성	3	.890	3
공감성	4	.892	4
응답성	4	.889	4
인터넷 서비스운영	4	.887	4
고객만족	3	.891	3
긍정적행동의지	4	.888	4
기업이미지	4	.881	4

측정문항간 내적 일관성을 확인하기 위해서 신뢰성분석을 실시한 결과, Chronbach' alpha값이 일반적으로 0.6이상이어서 문제가 없었다.

4.3 상관관계분석

각 요인간의 상관관계분석을 나타내면 다음과 같다.

<표 6> 상관분석결과

구분	평균	표준편차	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.신뢰성	2.97	.64	1								
2.유형성	2.84	.66	.494**	1							
3.확신성	2.95	.64	.562**	.521**	1						
4.공감성	2.72	.74	.339**	.516**	.485**	1					
5.응답성	2.50	.69	.509**	.508**	.539**	.564**	1				
6.서비스운영	2.92	.70	.493**	.485**	.566**	.445**	.540**	1			
7.고객만족	2.66	.93	.335**	.370**	.432**	.467**	.489**	.630**	1		
8.긍정적행동	2.50	.92	.380**	.387**	.463**	.556**	.468**	.512**	.676**	1	
9.이미지	2.61	.78	.395**	.524**	.579**	.540**	.606**	.646**	.607**	.735**	1

** 상관계수는 0.01수준에서 유의함.

4.4 결정요인 (T-test)

휴대전화 인터넷 서비스 운영의 인식의 정도차이를 T-test를 통하여 살펴보았다.

<표 7> 집단통계량

구분	평균	표준편차	알파값	유의확률
신뢰성	2.97	.640	.898	0.093
유형성	3.84	.669	.814	0.161
확신성	2.95	.639	.890	0.005
공감성	2.72	.746	.892	0.341
응답성	2.50	.692	.889	0.022
서비스운영	2.92	.706	.887	0.000
고객만족	2.66	.932	.891	0.000
긍정적행동	2.50	.920	.888	0.198
이미지	2.61	.788	.881	0.000

서비스 품질이 휴대전화 인터넷 서비스 운영에 미치는 영향을 확인하기 위해서 회귀분석을 실시한 결과, 신뢰성, 유형성, 공감성, 긍정적행동을 제외하고는 서비스 품질이 휴대전화 인터넷 서비스 운영에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

휴대전화 인터넷 서비스는 확신성(인터넷 서비스의 신뢰, 고객욕구 파악, 친절과 정중), 응답성(즉시 응답성, 문제점의 자발적 개선, 서비스의 오류제거, 직원의 즉시응답), 휴대전화 인터넷 서비스운영(고객의문점 해결, 자료의 기록과 유지, 최신성과 속도개선, 서비스의 다양성), 고객만족(서비스 품질, 서비스의 우월성), 기업

이미지(충분한 서비스, 자부심, 친밀함, 훌륭함)는 휴대전화 인터넷 서비스 운영에 영향을 미치는 것으로 나타나 서비스 품질은 휴대전화 인터넷 서비스 운영에 중요한 요인임을 확인할 수 있었다.

각 연구단위에 대한 적합도지수(GFI), 평균 제곱잔차제곱근(RMSR), 카이제곱근(χ^2) 등의 확인요인분석 결과를 종합하면 <표 8>과 같다.

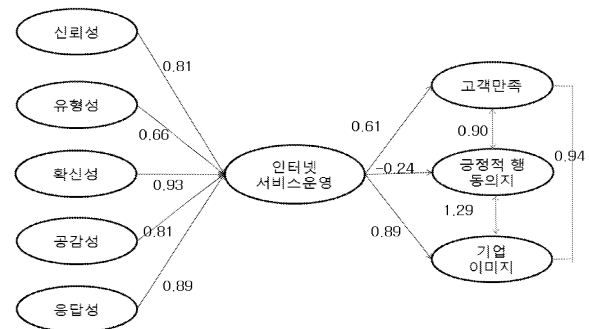
<표 8> 확인요인분석결과(전체)

구분	결과	비고
GFI	0.70	
AGFI	0.66	
NFI	0.87	
RMSR	0.085	
NNFI	0.92	
χ^2	946.09	
d.f	484	
p	0.00	

4.5 연구가설 검증

각 개념별로 항목 구성의 최적상태를 도출하기 위한 적합도를 평가한 결과 GFI(0.70), AGFI(0.66), NFI(0.87), NNFI(0.92), RMR(0.085), χ^2 (946.09), χ^2 에 대한 p값=0.000 등으로 전반적인 적합도를 나타내는 지표인 적합도는 기준에 미달하나 본 연구모형의 분석 일관성을 유지하기 위해서 수정지수(M.I : Modification Indices)를 사용하지 않고 경로분석적인 측면에 치중하였다.

[그림 2] 구조모형 분석결과



5. 결론

급변하는 인터넷 환경의 변화에 따라 휴대전화 인터넷 시장은 치열한 경쟁환경 하에서 변하지 않으면 경쟁력이 상실되기 때문에 빠른 변

화에 보다 적극적이고 선도적인 우위를 지속하기 위하여 탁월한 서비스를 고객들에게 전달하기 위해서 노력하고 있다.

본 논문의 분석결과에서 기각된 신뢰성, 유효성, 공감성, 고객의 긍정적 행동을 먼저 분석하여 보면 다음과 같다.

1) 신뢰성에서는 휴대전화 인터넷으로 고객들의 불편 사항 및 문제점을 제기하기가 불편하며, 휴대전화 인터넷으로 약속한 서비스를 받기가 불편하다는 것을 알 수 있었다.

2) 유형성에서 유선 인터넷과 비교하면 휴대전화 인터넷의 설비 및 첨단 기술과 시각적 이미지 그리고 광고와 제공되는 서비스가 일치하지 않으며, 휴대전화 인터넷으로 업무처리가 불편함을 알 수 있었다.

3) 공감성에서 휴대전화 인터넷의 차별화된 서비스가 부족하며, 정보검색이 불편하고 고객의 관심도를 기업이 휴대전화 인터넷으로 수집하기 어렵다고 판단하고 있다.

4) 고객의 긍정적 행동의지에서 현재의 휴대전화 인터넷 서비스에 대한 불평이 있으며, 현재의 휴대전화 인터넷 서비스를 주변에 적극 사용권장을 추천하지 하지 않을 것이며, 현재의 휴대전화 인터넷 서비스에 전반적으로 불만족하는 것으로 나타났다.

휴대전화 단말기를 통하여 웹페이지에 직접 접속할 수 있는 풀 브라우징이 휴대전화 인터넷의 추세로 진화되는 시점에서 이와 같은 문제점을 개선 및 보완하고 다음과 같이 풀 브라우징 서비스 경영을 추진한다면 고객만족을 추구할 수 있다고 본다. 다음은 본 연구를 통한 풀 브라우징 서비스 전략을 제시한다.

첫째, 풀 브라우징 제공기업은 유선인터넷 수준의 첨단의 설비를 갖추어야 하며, 시각적인 효과와 풀 브라우징으로 업무 처리가 가능토록 서비스를 제공하여야 한다.

둘째, 풀 브라우징 서비스 기업은 휴대전화 인터넷으로 고객과의 의사소통이 이루어져야 한다.

셋째, 서비스 이용자의 욕구 파악이 필요하며, 차별화된 서비스 제공과 정보 검색의 편리성을 제공하여야 한다.

넷째, 풀 브라우징 서비스를 통하여 고객과의 접촉을 추진하여야 하며, 서비스에 오류가 없어야 한다.

다섯째, 풀 브라우징 서비스기업은 서비스의 다양성과 최신성을 제공하여야 한다.

여섯째, 풀 브라우징 서비스는 타사와 서비스의 차별성이 있어야 한다.

일곱째, 풀 브라우징 서비스기업은 기업의 이미지를 향상 시켜야 하며, 이미지 향상을 위하여 고객에게 충분한 서비스를 제공하여야 하고 서비스의 편안함과 친밀함을 주어야 한다.

이와 같은 결과를 풀 브라우징 서비스에 반

영하면 고객만족과 기업이미지가 향상되어 고객의 긍정적인 행동으로 이어질 것이라고 판단된다.

현재 풀 브라우징 서비스는 기존의 휴대전화 인터넷 서비스와 유사한 방법으로 시장에 진입하고 있다. 이러한 서비스 방식은 이용자의 욕구를 파악할 수 있는 차별화된 서비스로 변화하여야 할 것이다. 또한 고객의 관심사는 풀 브라우징을 통하여 다양한 서비스를 요구하고 있다. 본 조사에서 고객의 불편사항 조사항목 중에서 현재의 휴대전화 인터넷의 단점으로 요금이 비싸다(71.2%)로 조사 되었다. 따라서 풀 브라우징 서비스는 요금제도의 차별화와 고객이 쉽게 접근할 수 있는 서비스 개발이 필요하다.

본 연구의 표본은 20-30대로 한정 하였으며, 일부 지역으로 한정된 한계점이 있다. 또한 풀 브라우징 서비스를 받아보지 못한 조사자들이 많아 휴대전화 인터넷 서비스 사용경험으로 조사하였다는 연구의 한계점이 있다.

[참고문헌]

- .김계수(2002), “공공부문에서 MB모형을 이용한 품질경영 인과모형의 구축에 관한 탐색적인 연구: 자치행정부문을 중심으로”, 한국경영과학회지, 제27권 제3호, pp. 41-57.
- .김용철(2006), 「서비스기업경영」, 대경.
- .서비스 경영 연구회(2002), 「서비스 경영」, 한경사.
- .한국인터넷진흥원(KRNIC)(2008), 「2008년 무선인터넷이용실태조사」, 2008년 12월.
- .Gronroos, C.,(1984), "A Service Quality Model and its Market Implications," European Journal of Marketing, Vol. 18, No. 4.
- .Mintzberg, H. T.(1973), "Strategy-Making in Three Models," *California Management Review*, 16, 2.
- .Miller, D., P.H. Friesen.(2002), *Organizations: A quantum view*, Englewood Cliffs, NJ, Prentice-Hall.
- .Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. and Berry, L.(1988), "SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions for Service Quality," Journal of Retailing, Vol .64, No. 1.