

소비자 위험인지가 소비자 만족도에 미치는 영향

-이동전화 사용을 중심으로-

허 경 옥*

〈요 약〉

본 연구는 이동전화 사용시 소비자들이 느끼는 건강 그리고 경제적 측면의 위험인지 정도를 조사하였고, 이에 영향을 미치는 요인을 조사하였다. 또한, 이동전화 사용시 소비자들의 건강 그리고 경제적 측면의 위험인지 및 관련 변수들이 이동전화 사용 후 소비자 만족도에 미치는 영향을 조사하였다.

연구결과를 요약하여 살펴보면, 첫째, 이동전화 사용과 관련한 건강 그리고 경제적 차원의 위험인지는 결혼한 소비자에게 높았다. 소득수준이 높을 수록 경제적 위험인지는 적게 느끼는 것으로 나타났다. 둘째, 이동전화에 대한 경제적 위험인지 만이 소비자 만족도에 유의한 영향을 미칠 뿐, 건강에 대한 위험인지 수준은 이동전화 사용 후 소비자 만족도에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 셋째, 대체로, 객관적인 정보원천을 이용한 소비자, 이동전화 서비스 업체에 대한 신뢰도가 높은 경우, 이동전화 기능 및 서비스 사용방법에 대한 지식이 높을수록 이동전화 사용 후 소비자만족도가 높은 것으로 나타났다.

주제어 : 위험인지, 소비자 만족, 이동전화

I. 서 론

정보사회에서의 이동전화의 사용은 소비생활, 나아가 인간의 삶에 중요한 역할을 담당하고 있다. 1997년 10월 PCS서비스가 상용화되면서 폭발적으로 증가한 우리나라 이동전화 가입 인구는 2001년 6월 기준으로 2,809만 명을 넘어서면서 보급률 60%를 넘고 있다(정보통신부, 2002). 최근 통계청(2002)에서 실시한 조사에 따르면, 한국 사람들의 이동전화 이용자수는 1백명 당 61명으로 세계 26 위라고 밝힌 바 있다.

이동전화 사용의 급증은 이동전화 서비스

와 관련한 기술 개발에 의해 더욱 가속화되고 있다. 문자메시지는 더 이상 서비스 개념이 아닐 정도로 일반화되었으며, 사진, 애니메이션, 음악 등의 송수신, 카드 결제가 가능한 모바일 이동전화 기기 개발, 전자화폐, 은행 및 증권계좌 정보 등 다양한 정보를 저장한 이동전화기가 개발되어 이동전화는 이제 소비자의 모든 경제활동의 중요한 수단이 되고 있다.

이처럼 이동전화 사용 급증이 소비자, 사회, 산업 분야에 미치는 긍정적 영향이 급증하고 있으나 이동전화 사용의 문제점도 나타나고 있다. 그 중 대표적인 것이 이동전화 사용시 발생하는 전자파에 의한 소비자의 건강문제이다. 미국 식품의약품국(FDA)에서는 아직까지 이동전화에서 발생하는 전자파가 건강에 위해하다는 증거는 없으나 안전하다는 증거도 없다고 밝히고

* 성신여자대학교 가족문화소비자학과 부교수
(kohuh@sungshin.ac.kr)

있으나, 선진국가에서는 전자파에 의한 뇌 종양, 기억상실 등의 위험성을 조사하고 있는 상황이다. 최근 뉴스에 따르면 지나친 이동전화 사용은 귀울림, 어지럼증, 두통의 문제가 제기되고 있는데, 특히 청소년의 뇌 세포 활동에 대한 부정적 영향 등이 심각하게 논의되고 있다(중앙일보, 2001, 5월4일).

한편, 이동전화 사용과 관련한 경제적 측면의 문제도 제기되고 있다. 우리 나라의 경우 이동전화 서비스의 요금에 대한 소비자들의 항의가 계속되어 이동전화 서비스 요금인하 운동이 소비자단체, 시민단체, 인터넷 등에서 계속적으로 이루어지고 있다(오마이 뉴스, 2002년 11월 12일). 참여연대가 제시한 자료에 따르면, OECD 29개국 기본요금이 평균 9,762원인데 반해, 한국은 16,000 원 이상으로 평균 163.9% 정도 비싸다고 한다. 또한 기본요금이 포함되어 있는 기본 통화시간이 OECD 의 평균 22분에 비해, 국내 업체들은 기본 시간을 전혀 주지 않아 이동전화요금은 국제적 수준에 비해 크게 비싸다고 주장하고 있다.

이처럼 이동전화 사용으로 인한 여러 소비자문제가 우리의 실생활에 직결되어 있음에도 불구하고 이동전화 사용의 위험인자와 소비자만족에 대한 연구 및 조사는 거의 없는 실정이다. 이동전화를 사용하는 소비자들 이 건강 및 경제 차원에서의 위험인자에 대한 관심이 증가되고 있는 상황임에도 소비자들의 위험인지 실태와 위험인자에 영향을 미치는 요인 조사 및 소비자만족에 미치는 영향요인을 연구한 선행연구가 없는 상황에서 최근 자료를 가지고 실증적 연구를 시도했다는 점이 본 연구의 독창성이라고 하겠다.

본 논문의 연구목적은 다음과 같다. 첫째, 이동전화 사용시 소비자들이 느끼는 건강과 경제적 측면의 위험인지 실태를 조사한다. 둘째, 이동전화 사용시 소비자들이 느끼는 건강 및 경제적 측면의 위험인지에 영향을 미치는 요인을 조사한다. 셋째, 이동전화 사용시 소비자들이 느끼는 건강, 경제적 측면의 위험인지 및 관련 변수들이 이동전화 사용 후 소비자만족에 미치는 영향을 조사한다.

본 연구 결과는 이동전화 사용으로 인한 전자파의 인체유해여부에 대한 사회적 논의가 계속되고 있으나 그 진실의 여부가 과학적으로 검증되지 않은 상황에서 소비자의 주관적 위험인지도를 조사하는데 그 의의가 있다. 또한, 본 연구는 이동전화 사용과 관련한 건강 그리고 경제적 차원에서의 위험도에 대한 소비자들의 관심과 경각심을 일으키는데 도움을 줄 수 있다고 기대할 뿐만 아니라 이동전화 관련 기술분야 및 산업 분야에서 이동전화의 위험에 대한 경각심을 높여주고 기술적인 해결노력을 기울이도록 하는데 일조 할 것이다. 게다가, 이동통신 관련 사업자들에게 소비자 만족도에 대한 보다 높은 관심을 유발시켜 소비자들의 위험인지를 낮춰줄 수 있는 기술개발 및 서비스 향상 등 소비자 만족경영을 촉진시킬 것으로 기대한다.

II. 이론적 배경

1. 이동전화 시장 현황

이동전화는 무선 통신방식에 의하여 이동

체에 설치하는 송수신 설비를 가진 자에 대하여 이동 전화 교환 설비를 이용하여 주로 음성 송신하거나 수신하는 전기 통신 서비스를 말한다. 국내 이동통신 서비스는 1984년 3월 이동 통신 수요에 부응하기 위하여 이동통신 전담회사인 한국이동통신(현 SK 텔레콤)이 설립되었다. 그 이후 1988년 서울 올림픽을 기점으로 해서 서울 지역에 차량이 아닌 개인 휴대용 이동통신 서비스가 개시되고, 부산 등 지방으로 확산되어 1991년 말에 전국 서비스의 기반이 마련되었다. 현재, SK텔레콤이 신세기 통신과 합병한 후 약 50%에 이르는 시장점유율을 확보하고 있다. 이 같은 기업환경 속에서 이동전화사용 소비자는 급증하고 있어 이미 보급률 60%를 넘고 있는 상황이다.

2. 이동전화 관련 위험 인지

1) 위험인지의 개념

위험인지는 소비자행동을 설명하는 중요한 요인이 되고 있다. 소비자행동을 설명하는 접근방법 중 인지위험 모델은 1960년대 중반 하버드 경영학파에 의해 발전하였다(Taylor, 1974). Bruner와 Goodman (1947)는 소비자행동분석에서 처음으로 위험이란 개념을 도입하고 소비자행동을 위험부담 행위로 간주하였다. 그는 '소비자행동은 확실하게 예측할 수 없는 결과를 야기 시킬 수 있으며 그러한 예상치 못한 결과중의 어떤 것은 바람직하지 못한 것일 수 있다는 위험을 내포한다고 하였다.

Bruner와 Goodman (1947)의 위험인지에 대한 정의에 따르면 위험인지는 객관적, 확

률적인 위험과는 구별되는 것으로 설사 현실적으로 위험이 존재한다 하더라도 소비자가 그 위험을 주관적으로 지각할 때만 문제가 된다고 주장하였다. 그는 또한 위험인지(perceived risk) 또는 지각된 위험은 소비자가 특정 구매목적에 달성하기 위하여 상표선택(brand choice), 점포선택(store choice), 그리고 구매방식의 선택(shopping mode choice)등을 행하고자 할 때 그 선택 상황에 대하여 지각하는 심리적 위험을 말한다고 정의 내렸다.

한편, Bettman(1973)은 제품 자체가 갖고 있는 갈등수준에서 발생하는 잠재적 위험과 소비자가 일상 구매상황에서 제품 클래스로부터 상표를 선택할 때 발생하는 위험을 지각된 위험이라고 정의하였다. 또한 그는 위험이 지각되는 상황은 제품에 대한 정보가 부족한 경우, 구매경험이 거의 없는 경우, 신제품, 기술적으로 복잡한 제품, 제품 평가에 자신감 부족한 경우, 상표들간의 품질 차이가 큰 경우, 가격이 비싼 경우, 구매가 소비자에게 중요한 경우라고 하면서 이러한 요소들은 소비자의 위험 지각 정도를 증폭시킨다고 하였다. 한편, Karni(1985)은 지각된 위험을 기대손실의 개념으로 보고 소비자는 선택의 결과에 대한 불확실함을 지각하기보다는 선택의 결과로 인한 기대손실(expected loss)과 그 결과 구매를 저지하게 하는 부정적인 효용(negative utility)에 대해 지각한다고 하였다.

지금까지 살펴 본 바와 같이 위험인지의 개념은 학자들 간에 다소 차이를 나타내지만 위험인지란 대체로 불확실성과 이로 인한 기대가치의 손실을 주관적으로 지각하는 것이라고 결론 내릴 수 있다. 그런데, 이 같

은 위험인지는 소비자의 구매의사결정 뿐만 아니라 소비자만족에도 영향을 미칠 수 있다(남승규, 1999).

2) 위험인지의 유형

구매의 불확실성과 구매의 중요성에 의한 함수로 결정되는 위험인지는 자극의 성질이나 내용에 따라 여러 유형으로 분류될 수 있다. 위험인지의 유형에 관한 여러 학자들의 견해는 다양하게 제시되고 있는데 이들의 분류 내용을 보면 다음과 같다.

먼저, pratt(1964)은 지각된 위험이 불확실성과 중요성의 두 가지 기본적인 요소로 구성된다고 보았으며, 그리고 중요성과 성과적 중요성과 심리·사회적 중요성으로 나누었다. 한편, Heimbach와 Jacoby (1972)는 위험을 재정적, 성과적, 신체적, 심리적, 사회적 위험의 5개 구성요소로 개념화하고 유형간의 상호관련성을 결정하여 총 위험과 개별적 및 집합적인 관계를 조사하였다. Bettman과 Park (1980)는 Heimbach와 Jacoby (1972)의 5가지 구성요소에 위험인지의 시간적 손실을 추가하였다. 한편, 소비자행동분석에서 위험부담 행위에 관하여 가장 포괄적인 이론을 발전시킨 Taylor(1974)는 지각된 위험을 크게 두 가지 차원 즉, 심리적·사회적 손실 차원과 기능적·경제적 손실 차원으로 개념화하였다.

한편, 서성한(2000)은 소비자가 위험을 인지하게 되면 소비자는 위험을 감소시키기 위해 적극적인 행동을 취하게 되는데, 확실한 정보탐색, 특정 상표에 대한 충성도 유지, 애고 점포(patronage store) 활용 등이 대표적인 행동이라고 하였다. 보통 소비자가 지각하는 위험 요소를 감소시키기 위해

제품 구매시 특정상표를 계속 구매하거나, 전국적으로 광고되는 상표 구매, 가장 저렴하거나 비싼 제품 구매, 소량 구매, 평범하고 기능적 디자인 제품 구매 등의 행동을 보이는 것으로 알려져 있다. 그런데, 특정 제품에 대한 위험인지는 구매 후 소비자의 만족도에도 영향을 미치는 것으로 밝혀지고 있다(유소이, 2002).

3) 이동전화 사용에 대한 위험인지

이동전화 사용이 급속히 증가함에 따라 이동전화 서비스를 이용하는 소비자들의 안전 문제가 대두되고 있다. 전자파 노출로 인한 건강 위험, 비싼 서비스 이용요금이나 요금책정방법 등으로 인한 경제적 위험이 대표적인 위험 유형이다.

(1) 건강 위험

이동전화 사용시 발생하는 전자파가 인체에 많은 양이 흡수되면 건강에 해로울 수 있다는 우려가 계속적으로 제기되고 있다. 미국 FDA의 입장은 이동전화에서 발생하는 전자파가 건강에 위해하다는 증거는 없으나 안전하다는 증거도 없다는 태도를 견지하고 있다. 세계 보건기구(WHO)에서는 전자파가 인체에 미치는 영향에 대해 역학 조사를 실시하고 있는 중이다. 한편, 미국, 영국, 일본 등의 국가에서는 전자파에 의한 암 발생 위험성을 집중 조사하고 있다. 실랑이를 거듭하고 있는 이동전화 전자파의 유해성 문제가 갈수록 유해하다는 쪽으로 기울고 있는데 이는 세계 곳곳에서 전자파의 유해성 증명 연구결과가 쏟아지고 있기 때문이다. 예를 들면, 핀란드의 한 학자는 휴대폰 전자파가 혈뇌 장벽의 기능과 연관된 단백질의

활동을 항진시켜, 혈액 속 유해물질의 뇌조직 유입을 가능케 하여 결과적으로 두통, 피로, 수면장애 등을 일으킬 수 있으며, 알츠하이머 병과도 연관이 있을 수 있다고 발표하였다(파이낸셜뉴스, 2002년 8월 27일). 이외에도 전자파는 어린이의 백혈병 발생률을 2배 이상 높이는 문제가 있으며(일본 국립환경연구소, 국립 암센터), 발암 가능성이 1.3배에서 1.8배로 증가하며, 오래 지속적으로 사용할 경우 치매 발병원인이 될 수 있다(스웨덴, 국립연구소)는 연구보고서가 발표되고 있다.

우리 나라의 경우 서울대 의대에서 전국에서 무작위로 추출한 휴대폰 사용자 4백72명을 대상으로 휴대폰 이용시간과 신체증상에 대해 조사한 바 있다(중앙일보, 2001년 5월 4일). 조사 결과 하루평균 71분 이상 사용자는 14분 미만 사용자에 비해 귀울림이 2.7배, 어지럼증은 2.6배 증가하는 등 대부분의 신체증상이 휴대폰 이용시간과 비례해 증가하는 것으로 밝혀졌다.

결국, 지금까지 상황으로 볼 때 이동전화 사용으로 발생하는 전자파의 유해성이 확실하게 증명되지 않았다 하여 그 위험성을 무시해서는 안 될 것으로 보인다. 따라서 명확한 연구 결과가 나오기 전까지 예방 차원에서 이동전화의 장시간 사용을 줄이고, 이에 대한 경고도 지속되어야 한다는 사회적 인식이 지배적이다.

(2) 경제적 위험

이동전화와 관련한 경제적 위험은 주로 이동전화 서비스 요금의 과다책정 문제, 요금산정 방법에 대한 불투명성, 요금 관련 정보부족 등과 연관되어 있다. 일반적으로

이동전화 통화 서비스의 요금은 시내 유선전화 요금에 비해 10배정도 비싸며, 시외 유선전화 서비스 요금에 비해 1.5배~2배정도 비싸다(한국소비자보호원, 2001). 지금까지 소비자는 이동전화 요금에 대해 많은 불만을 가지고 있다. 과다한 이동전화 서비스 요금에 대한 소비자들의 불만이 급증하면서 요금인하 운동이 소비자단체와 인터넷을 중심으로 급격히 진행되어, 최근 요금인하 서명에 참가한 소비자가 100만 명을 넘는 것으로 보고된 바 있다(연합뉴스, 2002년 6월 21일). 소비자들의 요금인하운동이 거세지면서 정보통신부는 2001년 10월 요금심의위원회를 열어 3개 이동전화 요금인하 방안에 대한 시민단체와 업계의 의견을 수렴하고 통신업체의 투자여력 확보와 요금인하에 따른 소비자보호를 위해 8.5% 수준으로 인하하는 것이 적절하다고 발표한 바 있다(중앙일보, 2001. 10. 28).

한편, 이동전화 서비스 요금에 대한 문제는 단순히 비싼 요금 문제이외에 이동전화 서비스의 생산 원가 등 서비스 요금 책정에 대한 정보와 관련한 문제가 또 다른 이슈가 되고 있다. 2001년 한 이동통신 업체 고객센터에 접수된 민원을 분석한 결과 요금 관련 불만이 10명 중 3명 꼴로 나타났다(inews, 2002년 4월 2일). 특히, 요금에 대한 불만 중 하나가 복잡한 선택 요금제에 관한 것이었다. 계약 당시 정확한 요금제도를 설명해 주지 않는다는 것이었다. 또한, 부당요금 청구도 불만의 42%를 차지하는 것으로 나타났다(inews, 2002년 4월 2일).

결국, 이동전화 서비스 가격, 가격 산정 방법 등 가격 관련 정보, 품질 등에 관한 소비자정보를 사전에 소비자에게 제공하는

것은 소비자의 탐색 비용감소, 소비자의 합리적 선택 유도, 이동전화 요금과 관련한 소비자불만 감소, 궁극적으로 경제적 차원의 위험인지를 줄일 수 있을 것이다.

3. 이동전화 서비스와 소비자만족

1) 소비자만족/불만족 개념

소비자만족/불만족은 소비자들이 제품이나 서비스를 구매, 사용, 평가, 비교, 선택하는 과정에서의 호의 또는 비호의적 감정의 정도이다(허경옥, 2000). 소비자만족의 개념에 대한 정의는 학자마다 다소 차이가 있는데, 기대일치/불일치 이론에 근거하여 소비자만족을 사전적 기대와 소비 후 느낀 제품성과 사이의 지각된 불일치 평가에 대한 고객의 반응으로 정의 내리기도 한다. 한편, 이유재(1999)는 이동전화를 서비스 상품으로 분류하고, 서비스는 판매를 목적으로 제공되거나 또는 상품의 판매에 수반되는 제 활동, 편의 및 만족으로 정의하였다. 이동전화 서비스는 무형의 전파를 가공하여 소비자에게 제공한다는 점에서, 별개의 인식 가능한 활동으로서의 기본 제공물인 핵심 서비스(이동전화 통화 품질 등)와 상품이나 다른 서비스의 판매와 함께 부수적으로 거래되는 부가 서비스(고객상담 직원의 고객 서비스와 조언 등) 두 가지 측면을 다 가지고 있다(최은실, 200).

2) 이동전화 서비스와 소비자만족

이동전화 사용이 급증하면서 이와 관련한 연구가 최근 많이 진행되기 시작하고 있다. 그러나, 대부분 석사나 박사학위논문에서

중되어 있으며 학술지에 발표된 연구는 극히 미흡한 형편이다. 이동통신 서비스에 대한 소비자만족도 관련 학위논문으로는 김명국(2000), 유호상(1997), 이상욱(2000), 장우진(2000) 등의 연구가 있으며, 이동통신 서비스 관련 불평행동 학위논문으로는 김미경(1996)의 연구가 있다. 한편, 이동통신 서비스의 서비스 품질에 대한 학위 논문으로는 권기대, 김승호(2000), 금윤섭(1998), 정종덕, 박철(1997) 등의 연구가 있다.

선행연구들 중 본 연구주제와 연결이 될 수 있는 이동통신 서비스 사용 후 소비자만족과 관련한 연구만을 간단하게 살펴보면, 먼저, 권기대, 김승호(2000)는 이동통신 서비스를 사용한 대학생들을 대상으로 소비자만족도를 결정하는 요인을 조사한 결과 이용 소비자들이 지각한 이동전화 기기의 품질이 유의한 변수이며, 가격, 광고, 지각한 서비스 품질 등은 유의하지 않은 것으로 밝혀졌다.

한편, 유소이(2002)는 휴대폰 서비스에 대한 소비자태도, 사용비용 및 소비자만족에 관한 연구를 수행하였는데, 휴대폰 서비스의 만족도를 결정하는 요인을 조사한 결과 선호하는 휴대폰 서비스 업체 여부, 정보탐색 정도, 연령인 것으로 밝혀졌다. 선호하는 휴대폰 서비스 업체를 사용하는 경우, 정보탐색을 적극적으로 하는 경우, 연령이 낮은 경우 휴대폰 서비스에 대한 만족도는 높아지는 것으로 조사되었다. 그는 이 결과를 통해 소비자만족은 심리적인 측면이 중요함을 강조한 바 있다.

최은실(2001)은 이동전화 서비스의 효용과 비용 요인에 따라 소비자들을 유형화시킨 연구에서 소비자만족에 대해서도 조사를

한 바, 이동전화 서비스에 대한 소비자만족도는 전반적으로 낮았고, 요금과 관련하여 소비자들의 불만이 높은 것으로 조사되었다.

지금까지 이동전화 서비스 만족도 등 일부 선행연구에 대해 고찰하였으나, 이동전화 서비스의 소비자만족도 연구는 많이 수행되어 왔으나, 소비자들의 지각된 위험도가 소비자만족에 미치는 영향을 조사한 선행 연구는 존재하지 않고 있다.

Ⅲ. 연구문제 및 연구방법

1. 연구문제

본 연구는 소비자들이 이동전화를 사용할 때 느끼는 위험인지를 건강 그리고 경제적 위험으로 분류하여 그 실태를 파악해 보고자 했으며, 이동전화 사용에 대한 이 두 유형의 위험인지에 영향을 미치는 요인을 파악하였다. 또한 위험인지 및 관련 변수들이 이동전화 사용 후 소비자만족에 미치는 영향을 조사하였다.

2. 자료 수집과 연구대상

본 연구는 이동전화를 사용하고 있는 만 20세 이상의 성인 남녀 소비자를 조사대상으로 편의표집 방법을 사용하여 설문조사를 실시하였다. 2001년 2월 50부의 예비조사를 실시하였으며, 예비조사 후 문제점을 수정·보완하여 설문지를 재구성하였다. 본 조사는 2001년 3월부터 5월까지 2개월간 실시하였다.

총 320부가 회수되었으나, 그 중 부실기재되었거나 적절치 못한 것을 제외하고, 최종 292부를 최종 분석에 사용하였다.

3. 조사 도구 및 측정방법

사회인구학적 변수로서 조사대상자의 연령, 교육수준, 성별, 가계총소득, 결혼여부에 대해 조사하였다. 교육수준은 고졸 이하, 현재 대학생, 전문대 졸업, 4년제 대학 졸업, 현재 대학원생, 대학원졸 이상으로 조사하였다. 가계소득은 세금공제 후 월 평균 가계총소득으로 측정하였다.

한편, 이동전화 서비스 업체 선택시 계획적으로 구매 하였는지의 여부와 소비자교육 경험 여부는 가변수로 측정하였고, 시간제약 정도는 '나는 시간제약을 심하게 받는다'의 질문에 대한 응답자의 동의정도를 5점 리커트 척도로 측정하였다.

전자파 발생 인지 변수는 '이동전화 사용시 전자파가 발생한다'는 질문에 대해 응답자들이 어느 정도 동의하는 지를 5점 리커트 척도로 측정하였다. 이동전화 서비스 업체 신뢰도에 대해서는 '나는 내가 사용하고 있는 이동전화 서비스 업체를 신뢰한다'의 질문에 응답자들이 어느 정도 동의하는 지를 5점 리커트 척도로 측정하였다.

이동전화 관련 정보탐색 원천 변수는 이동전화와 관련하여 필요한 정보를 어디서 얻었는가 라는 질문을 통해 측정하였다. 과거 구매경험과 가족, 친지, 친구의 조언 및 상담을 통해 정보를 탐색한 경우는 주관적 정보원천(=0)으로, 언론정보, 소비자 잡지 등을 통한 경우는 객관적 정보원천(=1)을 사용한 것으로 가변수 처리하였다.

요금 산정 지식 변수의 경우 '나는 이동

전화 사용 요금체계 및 산정방법에 대해 알고 있다'의 질문에 대해 응답자가 어느 정도 동의하고 있는지를 5점 리커트 척도로 측정하였다.

이동전화 사용 지식은 걸기와 받기, 문자메세지 보내기, 음성 사서함 이용, 정보서비스 이용, 인터넷 사용방법 문항에 대한 소비자들의 평가 정도를 5점 리커트 척도로 측정하였다. 요금산정 지식 변수는 '나는 서비스 요금이 어떻게 측정되는지 알고 있다'의 질문에 대해 5점 리커트 척도로 측정하였다.

한편, 본 연구의 중요한 변수인 건강에 대한 위험인지 변수는 '이동전화 사용시 전자파가 발생하여 건강에 피해를 일으킨다'는 질문에 대해 소비자가 어느 정도 동의하는 지에 대해 5점 리커트 척도로 측정하였다. 경제적 측면의 위험인지는 '이동전화 사용 요금 비용이 부담된다'는 질문에 대한 소비자들의 응답을 5점 리커트 척도로 측정하였다. 소비자만족 변수는 '현재 이용하고 계신 이동전화 서비스에 대해 전반적으로 만족하십니까'의 질문에 대한 소비자의 응답을 5점 리커트 척도로 측정하였다.

4. 연구 분석 모델

건강 그리고 경제적 차원에 대한 소비자들의 위험인지에 영향을 미치는 요인을 분석하기 위해 회귀분석(Multiple Regression)을 수행하였다. 이때, 사회인구학적 변수와 이동전화 사용 관련 변수들을 독립변수로 사용하여 회귀분석을 수행하였다. 회귀분석을 통해 위험인지를 추정한 후 다음 단계로서

추정된 위험인지 변수를 소비자만족을 결정하는 독립변수로 사용하여 2단계 OLS분석을 사용하였다. 이때, 위험인지를 다른 독립변수와 포함하여 회귀분석을 수행할 경우 독립변수들의 효과가 과장될 수 있다(Zepeda, 1994). 따라서, 이를 방지하기 위해 순환적 체계(recursive system) 모델을 응용하여 변형된 Heckman의 2단계 추정법을 사용하였다. 2단계 OLS 분석사용을 위한 본 연구의 모델은 다음과 같다.

1) 건강 위험인지와 소비자만족 모델*

- 건강위험인지 = f(사회인구학적 변수, 건강위험 요인)
- 소비자만족 = f(사회인구학적 변수, 건강위험인지*, 이동전화 사용 관련 변수)

2) 경제적 위험인지와 소비자만족 모델

- 경제 위험인지 = f(사회인구학적 변수, 경제적 위험 요인)
- 소비자만족 = f(사회인구학적 변수, 경제적 위험인지*, 이동전화 사용 변수)

5. 자료분석 방법

본 연구에서는 회귀분석 및 2단계 OLS 분석 등을 수행하기 위해 LIMDEP(7.0) 프로그램을 사용하였다. 본 연구에서 사용한 사회인구학적 변수, 위험인지에 관한 변수, 소비자만족에 대한 변수들의 일반적 특성을 조사하기 위해 기술통계분석(Descriptive Statistics)을 수행하였는데, 주로 빈도, 백분율, 평균값, 표

* 가 표시된 변수는 앞서의 회귀분석으로 추정된 값을 독립변수로 사용함을 의미한다.

준편차 등을 사용하였다. 건강에 대한 위험인지와 경제적 위험인지에 영향을 미치는 변수를 조사하기 위해 회귀분석을 수행하였다. 그 후 다음 단계로서 건강 그리고 경제적 위험인지 그리고 관련 기타 변수들이 소비자만족에 어떠한 영향을 미치는 가를 분석하기 위해 LIMDEP 프로그램을 이용하여 2단계 OLS(최소자승법)분석을 수행하였다. 이때, 2단계 OLS 분석을 수행한 이유는 전 단계에서 회귀분석을 통해 추정된 건강 그리고 경제적 위험인지가 독립변수로서 소비자 만족에 미치는 영향력을 조사하고자 하였기 때문이다.

IV. 연구결과 및 분석

1. 조사대상자의 일반적 특성

본 연구의 조사대상자들의 일반적 특성은 <표 1>와 같다. 조사대상자의 평균 연령은 약 29세였다. 조사대상자의 교육수준은 대졸이상이 53%, 남성이 162명(56%)이었다. 월 평균 가계총소득은 151만원이었다. 100만원 미만이 37%로 가장 많았으며 다음으로 100만원 이상 200만원 미만이 33%로 나타났다. 결혼여부 조사결과 미혼이 68%, 기혼이 32%로 나타났다. 한편, 이동전화 서비스 가입시 계획구매였는가의 여부를 조사한 결과 27% 정도 만이 계획구매를 한 반면, 73%는 계획구매를 하지 않는 것으로 조사되었다. 시간제약에 대한 조사에서는 41% 정도의 소비자가 시간제약을 받고 있었고, 45% 정도는 소비자교육을 받은 경험이 있는 것으로 조사되었다.

<표 1> 조사대상자의 사회·인구학적 특성

특 성		빈도 (%)
연 령 M=28.7	20-29	186 (63.7)
	30-39	79 (27.1)
	40-49	21 (7.1)
	50 이상	6 (2.1)
교육수준	고졸 이하	136 (46.6)
	대졸 이상	156 (53.4)
성 별	여성	130 (44.5)
	남성	162 (55.5)
가계총소득 M=151.3 (단위 : 만원)	100만원 미만	109 (37.3)
	101~200만원	97 (33.2)
	201~300만원	70 (24.0)
	301~400만원	7 (2.4)
	401만원 이상	9 (3.1)
결혼 여부	미혼	198 (67.8)
	기혼	94 (32.2)
계획구매 여부	계획구매 했다.	214 (73.2)
	계획구매하지 않았다	78 (26.7)
시간제약 M=3.24	제약을 받지 않는다	68 (23.3)
	보통이다	105 (36)
	제약을 받는다	119 (40.7)
소비자교육 경험	없다	161 (56.2)
	있다.	131 (44.8)

2. 이동전화 사용 관련 변수 특성

이동전화 서비스 사용 관련 변수들의 특성을 조사한 결과는 <표 2>에 제시한 바와 같다. 먼저, 이동전화 정보탐색 원천에 대해 조사한 바, 조사대상자의 2/3 정도는 이동전화와 관련하여 친구나 주변 사람 등에게서 정보를 얻고 있는 것으로 나타났다. 다시 말해, 많은 소비자가 이동전화 서비스와 관련하여 주관적 정보원천에 의존하고 있는 것으로 조사되었다.

<표 2> 이동전화 사용 관련 변수

이동전화 사용 관련 특성		빈도(%)
이동전화관련 정보탐색 원천	친구, 주변 등 주관적 원천	186(63.7)
	소비자잡지, 신문 등 객관적 원천	106(36.3)
서비스 요금 정보탐색 M=3.06	정보탐색을 하지 않았다	69(21.3)
	보통이다	126(43.2)
	정보탐색을 했다	97(33.2)
서비스 업체 정보탐색 M=2.97	정보탐색을 하지 않았다	87(36.3)
	보통이다	90(30.8)
	정보탐색을 했다	96(32.9)
요금산정 지식 M=3.22	대체로 모른다	62(21.3)
	보통이다	118(40.4)
	대체로 알고 있다	112(38.3)
이동전화 사용 지식 M=18.94	잘 알지 못한다(0~10)	11(4.3)
	보통이다(11~20)	90(35.5)
	잘 알고 있다(21~25)	152(60.0)
서비스 업체 신뢰도 M=3.3.1	신뢰할 수 없다	37(12.7)
	보통이다	152(52.1)
	신뢰한다	103(35.3)
전자파 발생인지 M=3.12	전자파가 거의 발생하지 않는다.	67(23)
	전자파가 발생한다.	123(42.1)
	전자파가 심각하게 발생한다.	102(34.9)

한편, 이동전화 서비스 요금에 대해 소비자들이 정보탐색을 어느 정도 하고 있는가 조사한 결과 21%가 정보탐색을 하지 않고 있었으며, 43%는 보통으로 답하고 있어 2/3 정도의 소비자가 요금에 대한 정보탐색을 적극적으로 하지 않고 있는 것으로 드러났다.

이동전화 서비스 업체에 대한 소비자들의 정보탐색에 대해서도 조사한 결과 조사대상 소비자들의 약 1/3 정도는 정보탐색을 하고 있었고, 정보탐색을 하지 않는 소비자도 1/3 정도인 것으로 밝혀졌다.

소비자들의 이동전화 사용 지식은 어느 정도 인가를 조사하기 위하여 결기와 받기, 문자 메시지 보내기, 음성사서함 이용, 정보 서비스 이용, 인터넷 사용방법의 기능을 사용할 수 있는지에 대한 5개 문항, 5점 리커트 척도로 측정하였다. 조사결과 조사대상 소비자의 60% 정도가 사용방법 및 기능에 대해 잘 알고 있는 것으로 나타났다.

또한, 이동전화 서비스 요금 산정 방법에 대해 어느 정도 알고 있는가에 대해 조사한 결과 조사대상 소비자의 38%가 알고 있다고 대답하였으며, 21%는 잘 알지 못하는 것으로 나타났다.

한편, 사용하고 있는 이동전화 서비스 업체에 대한 신뢰도 조사에서는 1/3 정도는 신뢰하고 있었고, 절반은 보통 수준이라고 답하고 있었다.

이동전화 전자파 발생인지 변수는 ‘이동전화 사용시 전자파가 발생한다’는 질문에 조사대상 소비자의 77%가 전자파가 발생한다고 인지하고 있어 전자파 발생에 대한 소비자들의 인식 수준이 높음을 알 수 있다.

3. 위험인지 및 소비자만족도 조사 결과

조사대상자들의 이동전화 사용에 대한 위험인지 정도를 조사하였는데 그 결과는 <표 3>과 같다. 먼저, 조사대상자들에게 전자파에 대한 건강 등 신체상의 위험인지에 대해 5점 리커트 척도로 답하게 하였다. 조사결과 약 39%의 응답자는 위험하다고 생각하고 있는 것으로 나타났으며, 43%는 보통, 18% 정도는 위험하다고 생각하지 않는 것으로 밝혀졌다. 한편, 이동전화 사용이 경제적으로 부담이 되

는가에 대해 조사한 결과 53% 정도는 부담스럽다 또는 매우 부담스럽다라고 응답하고 있었으며, 10% 정도만이 부담스럽지 않다고 답하고 있었다. 결국, 소비자들은 이동전화 사용으로 경제적 부담감이 높음을 알 수 있다. 한편, 이동전화 사용 후의 만족도에 대한 5점 리커트 척도 조사결과 32%가 대체로 만족하고 있었고, 절반은 보통, 18% 정도는 만족하지 않는 것으로 응답하고 있었다.

〈표 3〉 위험인지 및 소비자만족 변수

특 성		빈도	%
이동전화 사용 후 건강위험인지 M=3.3	전혀 인식하지 않는다	0	0
	인식하지 않는다	51	17.5
	보통이다	125	42.8
	대체로 인식한다	93	31.8
	매우 인식한다	23	7.9
이동전화 사용 경제적 부담위험 인지 M=3.76	전혀 부담스럽지 않다	2	0.7
	부담스럽지 않다	27	9.3
	보통이다	107	36.6
	대체로 부담스럽다	125	42.8
	매우 부담스럽다	31	10.6
이동전화 사용 소비자만족	전혀 만족하지 않는다	8	2.7
	만족하지 않는다	45	15.4
	보통이다	147	50.3
	대체로 만족한다	89	30.5
	매우 만족한다	3	1.0

4. 소비자의 위험인지 영향요인 분석

1) 건강위험인지 영향요인 회귀분석

사회인구학적 특성과 이동전화 사용으로 전자파 위험 및 전자파 발생인지가 이동전화 사용으로 인한 건강 위험인지에 미치는 영향력을 조사하기 위해 회귀분석을 실시하였다. 조사결과는 <표 4>에 제시하였다.

〈표 4〉 건강위험인지 영향요인 : 회귀분석 결과

변 수	회귀계수	t 값
연 령	-.1363	-1.826
성 별 (여성=1)	-.1197	-1.513
결혼여부 (기혼=1)	.3310**	2.814
소 득	.5928	1.440
교육수준 (대졸이상=1)	-.1949*	-2.407
전자파 발생인지	.6627***	12.451
constant	.7085*	1.910
R-squared= .450		
Adjust R-squared= .430		
F값 = 23.01***		

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

<표 4>에 나타난 바와 같이 이동전화 사용 관련 건강에 대한 위험인지는 결혼여부, 교육수준, 전자파 발생 인지 변수에 의해 영향받는 것으로 나타났다. 기혼 소비자일수록 이동전화 사용이 건강에 미치는 위험도가 많다고 느끼는 것으로 나타났다. 이는 기혼자가 미혼자에 비해 건강에 더욱 민감한 반응을 보이기 때문이라 추측할 수 있을 것이다. 한편, 대졸이상인 소비자가 고졸이하인 소비자보다 이동전화 사용으로 인한 건강위험 인지를 덜하고 있는 것으로 나타났다. 또한, 이동전화 사용으로 전자파가 발생된다고 생각할 수록 이동전화 사용에 따른 건강위험에 대해 소비자가 심각하게 인지하는 것으로 나타났다.

2) 경제적 위험인지 영향요인 회귀분석

경제적 위험인지 정도에 영향을 미치는 변수가 무엇인지를 알아보기 위해 회귀분석을 실시하였고, 그 결과는 <표 5>에 제시하였다. 분석결과, 결혼여부와 소득이 유의한 영향을 미치는 변수인 것으로 나타났다. 소비자가 미혼자에 비해 이동전화 사용에 대한 경제적 부담, 인지도가 높은 것으로 나

타난 것은 기혼자가 미혼소비자 보다 경제에 대해 민감함을 알 수 있다. 또한 소득수준이 높을수록 경제적 부담 위험인지를 덜하고 있는 상식적인 결과가 나타났다. 그러나, 요금과 관련한 정보탐색, 이동전화 서비스 사용 관련 지식, 서비스 업체 정보탐색 등 정보탐색 관련 변수는 경제적 위험인지에 영향을 미치지 않는 것으로 조사되었다.

<표 5> 경제적 위험인지 영향요인 : 회귀분석 결과

변 수	회귀계수	t 값
연 령	-.9587	-.979
성별 (여성=1)	-.6554	-.647
결혼여부 (기혼=1)	.4431**	2.939
소 득	-.1018*	-1.897
교육수준 (대졸이상=1)	-.3859	-.381
요금 산정 지식	-.1269	-.224
서비스 요금 정보탐색	.5825	1.065
서비스 업체 정보탐색	-.3804	-.774
constant	3.312***	7.821
R-squared = 0.0889		
Adjust R-squared = 0.063		
F값 = 3.45**		

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

5. 위험인지가 소비자만족에 미치는 영향

1) 건강위험인지가 소비자만족에 미치는 영향

앞서 회귀분석에서 소비자들의 건강 위험인지를 추정하여 이를 독립변수로 사용하고 시간제약, 계획구매 여부, 이동전화 사용 지식이나 서비스 업체 신뢰도 등의 독립변수가 이동전화 사용 후 소비자만족도에 미치는 영향력을 조사하였다. 다시 말해, 건강위

험 인지 및 관련 변수들이 소비자만족에 미치는 영향력을 2단계 OLS 분석을 수행한 것으로 그 결과는 <표 6>에 제시하였다.

<표 6> 건강위험인지가 소비자만족에 미치는 2단계 OLS 분석 결과

변 수	계수	t 값
건강에 대한 위험인지	-1.036	-1.185
연 령	-.7018	-.078
성별 (여성=1)	-.1134	-.120
결혼여부 (기혼=1)	.6738	.471
소 득	.1050	.216
교육수준 (대졸이상=1)	-.6411	-.690
계획구매 여부	-.7433	-.152
이동전화 정보탐색 원천 (객관적=1)	.2387*	2.584
시간제약	.4558	.936
소비자교육경험(있음=1)	.4708	.969
이동전화 사용지식	.1706**	2.637
서비스 업체 신뢰도	.1865***	3.597
constant	3.064***	5.607
R-squared = .1187		
Adjust R-squared = .0775		
F값 = 2.88**		

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

2단계 OLS 분석결과, 정보원천, 이동전화 사용지식, 서비스 업체의 신뢰도가 유의한 영향을 미치는 변수로 밝혀졌다. 구체적으로 살펴보면, 소비자가 이동전화와 소비자만족도에 관련한 객관적 정보를 사용한 경우 구매 후 만족도는 높은 것으로 나타났다. 또한, 소비자들이 이동전화 서비스 업체를 신뢰할 수록, 이동전화 사용 및 기능지식이 많을수록 소비자만족은 높아지는 것으로 나타났다.

그러나, 소비자의 건강위험 인지는 소비자만족에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이 결과는 소비자가 전자파 발생인지를 건강에 대한 위험을 인지할지라도 그 사용을 중지하거나 이동전화 만족도에는 부정적인 영향을 미치지 않음을 알려준다. 이 결과를 통해 전자파가 어느 정도 위해한지에 대한 정확한 과학적인 정보가 부족하고 전자파를 차단할 수 있는 대안제품이 부족한 상황에서 소비자들이 위험을 막연히 느낀다 해도 사용 후 만족도에는 영향을 미치지 않음을 알 수 있다. 결국, 이동전화를 사용하는 소비자들은 장기적 건강상의 위험보다는 단기적 필요에 의해 이동전화를 사용하기 때문에 건강에 대한 위험인지가 이동전화 구매 후 소비자 만족에 유의한 영향을 주지 않는다고 볼 수 있다.

2) 경제적 위험인지가 소비자만족에 미치는 영향분석

경제적 위험인지 및 여러 변수들이 이동전화 사용 후 소비자만족에 미치는 영향을 분석한 2단계 OLS 분석 결과는 <표 7>에 제시하였다. 분석 결과, 이동전화 사용에 대한 만족도는 경제적 위험인지, 결혼 여부, 소득, 정보원천, 서비스업체의 신뢰도 변수에 의해 결정되는 것으로 나타났다.

결과를 자세하게 살펴보면, 경제적 위험인지 수준이 높을수록 소비자만족이 감소하는 것으로 나타났는데 이 결과는 이동전화를 사용하는 소비자들이 이용요금에 대한 부담을 많이 느낄수록 이동전화 사용에 대한 만족도가 낮음을 알려 준다. 또한, 기혼 소비자가 미혼소비자에 비해 구매 후 소비

자만족이 낮은 것으로 나타났고, 고소득자가 저소득자에 비해 이동전화 사용 후 소비자만족도가 낮은 것으로 나타났다. 한편, 이동전화 관련 정보탐색시 신문 기사, 소비자잡지 등 객관적 정보원천을 이용한 경우, 그리고 이동전화 서비스 업체에 대한 신뢰가 높을수록 소비자만족이 높은 것으로 나타났다. 결론적으로, 경제적 부담정도, 소득수준, 결혼여부, 믿을만한 객관적 정보를 사용한 경우, 이동전화 서비스 업체에 대한 소비자의 신뢰도가 소비자만족에 중요함을 알려준다.

<표 7> 경제적 위험인지가 소비자만족에 미치는 2단계 OLS 분석 결과

변 수	계수	t 값
경제적 위험인지	-2.144**	-3.728
연 령	.1532	1.576
성별 (여성=1)	.1705	1.655
결혼여부 (기혼=1)	-.8874**	-3.167
소 득	-.2101**	-2.864
교육수준 (대졸이상=1)	.6229	.067
계획구매 여부	-.4364	-.894
이동전화 정보탐색 원천 (객관적=1)	.2536**	2.821
시간제약	.4539	.954
소비자교육경험(있음=1)	.3688	.774
이동전화 사용지식	.1226	.6448
서비스업체 신뢰도	.1976***	3.918
constant	-3.863*	-2.081
R-squared = .1564		
Adjust R-squared = .1169		
F값 = 3.97**		

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

V. 결론 및 제언

본 연구에서는 이동전화 사용시 소비자들이 느끼는 건강 그리고 경제적 측면의 위험인지 실태를 조사한 후 위험인지에 영향을 미치는 요인을 조사하였다. 또한, 이동전화 사용으로 인한 소비자들의 건강 그리고 경제적 측면의 위험인지 및 관련 변수들이 이동전화 사용 후 소비자만족에 미치는 영향력을 조사하였다. 조사결과를 정리·요약하면 다음과 같다.

첫째, 이동전화 사용시 발생하는 전자파 등 건강상의 위험에 대해 전혀 인식하지 않는 소비자는 18%에 불과하였고, 많은 소비자가 경제적 차원의 피해유발을 인지하는 것으로 밝혀졌다. 이 결과를 통해 소비자들의 경제적 차원의 위험인지 수준이 높은 것으로 나타났으므로 이 같은 위험인지를 경감시킬 수 있는 방안을 고려해 보아야 한다. 특히, 이동전화 사용시 발생하는 전자파의 문제를 완화, 해결하고자 하는 기업의 기술적 노력이 필요하다고 하겠다. 최근 전자파에 대한 사회적 관심이 높아지면서 이동전화기기의 전자파 흡수율(SAR)을 표기하는 자율적 조치가 이루어지고 있고, 앞으로 전자파의 문제를 완화하고자 하는 기술적 노력, 전자파 관련 정보제공 등이 필요함을 알 수 있다(전자신문, 2002년 12월 9일).

둘째, 이동전화 사용과 관련한 건강 그리고 경제적 차원의 위험인지 정도는 공통적으로 결혼한 소비자가 많이 느끼고 있었다. 한편, 소득수준이 높을수록 경제적 위험인지는 적게 하고 있는 것으로 나타났다. 또한, 건강 위험인지 정도는 이동전화사용으

로 전자파가 발생한다고 생각하는 경우 높은 수준으로 인지하고 있는 것으로 조사되었다. 이 결과를 통해 미혼소비자들을 대상으로 이동전화 사용과 관련한 경제적 측면의 소비자 교육(저소득층 포함), 건강에 대한 인식 제고 등의 사회적 노력이 필요함을 알 수 있다.

셋째, 이동전화에 대한 위험인지가 이동전화 사용 후 소비자만족도에 영향을 미치는가를 조사한 결과 경제적 위험인지 만이 소비자만족도에 유의한 영향을 미칠 뿐, 건강에 대한 위험인지는 이동전화 사용 후 소비자만족도에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 결국, 소비자들이 전자파 발생으로 인한 문제에 대해서는 인정하지만 이는 소비자불만의 요인이 되지 않음을 알 수 있다. 다만, 경제적 요인은 소비자만족에 중요함을 확인 할 수 있다. 결국, 이동통신 서비스 사용 소비자들의 경제적 부담을 줄여줄 수 있는 방안 모색이 소비자만족을 높일 수 있는 길임을 업체들이 충분히 인식해야 함을 시사한다.

넷째, 이동전화 서비스와 관련하여 필요한 정보를 신문기사, 소비자잡지 등 객관적인 정보원천을 이용한 소비자의 경우 이동전화 사용 후 만족도가 높은 것으로 나타나 객관적인 정보탐색은 소비자만족에 중요한 변수임을 알 수 있다. 또한, 서비스 업체에 대한 신뢰도가 높을수록 소비자만족도가 높은 것으로 나타나 소비자들의 신뢰가 중요함을 알 수 있다. 한편, 이동전화 사용 방법에 대한 지식 수준이 높을수록 대체로 소비자만족도가 높은 것으로 나타났다. 정보탐색과 업체에 대한 신뢰도가 소비자만족에 유의하게 영향을 미친다는 본 연구 결과는

유소이(2002)의 연구에서 선호하는 서비스 업체를 사용하는 경우 그리고 정보탐색을 많이 하는 경우 소비자만족도가 높게 나타난 결과와 부합된다고 하겠다.

지금까지 살펴본 본 연구결과를 기초로 기업, 사회, 그리고 정부에게 시사할 수 있는 내용을 살펴보면 다음과 같다. 첫째, 기업은 소비자들이 이동전화 서비스 요금 액수 및 요금 산정 방식 등에 대한 위험인지를 낮출 수 있는 방안에 대해 심각하게 고려해야 한다. 예를 들면, 이동전화 서비스 가격 인하, 이동전화 서비스 가격에 대한 정보 제공, 각종 소비자만족 전략 활용 등을 응용해 볼 수 있다.

둘째, 사회적으로는 이동전화 사용으로 인한 경제적 차원의 소비자문제를 해소할 수 있는 제도적 장치 개발, 사회적 인식 제고 등이 필요하다. 특히, 미혼소비자 및 저소득층소비자들을 대상으로 하는 경제적 차원의 소비자교육, 그리고 객관적 정보탐색과 관련한 소비자정보 교육 등이 시급하다고 하겠다.

셋째, 정부에서는 이동전화 서비스 요금과 관련한 소비자불만 및 위험인지가 높은 것으로 나타난 본 연구결과를 반영하는 정책을 수행하여야 한다. 예를 들면 관련 기업들에게 이동전화 서비스요금 책정방법의 투명화 요구, 정보공시정책, 정책적 차원의 가격인하 방법 모색 등의 정책적 노력이 필요하다.

본 연구는 이동통신 서비스 사용 소비자들을 대상으로 이동전화 사용으로 인한 위험인지는 어느 정도인지, 이 같은 위험인지에 영향을 미치는 요인들은 무엇이며, 이 같은 위험인지가 이동통신 전화 사용 후 소비자 만족도에는 어떤 영향을 미치는가에

대해 조사하였다. 이동전화 전자파의 유해성이 확실하게 증명되지 않았으나 여전히 그 위험성이 제기되고 있는 상황에서 위험인지에 대해 연구한 본 연구는 독창적이라고 할 수 있다. 그러나, 본 연구의 표본은 편의 표집 한 것으로 전국 규모의 확률표본 자료가 아니므로 본 연구결과를 일반화시키기에는 한계가 있다. 앞으로 후속연구에서는 대표성 있는 자료를 사용한 연구가 계속되어야 하며, 위험인지가 소비자만족에 미치는 연구모델의 발전도 기대된다.

참고문헌

- 권기대, 김승호 (2000). 이동통신서비스산업의 서비스 품질과 고객만족-상품력과 관여도의 선행효과를 중심으로-, 소비문화연구, 3(2), 29-47
- 금윤섭 (1998). 이동통신서비스의 지각된 서비스 품질에 관한 연구, 서울대학교 석사학위논문,
- 김명국 (2000). 이동통신서비스에 대한 기대 및 평가가 서비스만족에 미치는 영향에 관한 연구, 연세대학교 석사학위논문.
- 김미경 (1996). 휴대폰 사용후 불만족에 따른 소비자불평행동에 관한 연구, 대구효성가톨릭대학교 석사학위논문.
- 김세범, 전영중, 허남일 (1998). 소비자행동론. 형설출판사.
- 김소연 (1998). 이동전화 서비스품질 측정에 관한 연구: 대학생 고객을 중심으로, 관동대학교 석사학위논문.
- 김영숙 (1999). 이동통신서비스 이용에 대

- 한 소비자 만족도 분석, 경성대학교 논문집, 제 20권 2호
- 김영숙, 심미영 (2000). 이동통신서비스의 소비자 불평행동에 관한 연구, 한국생활과학학회지, 9(3), 317-333.
- 김진욱 (1998). 우리 나라 이동전화 서비스 구매자의 소비행동에 관한 연구: 특히 서울지역 거주 대학생의 라이프 스타일을 중심으로, 고려대학교 석사학위논문.
- 남승규 (1999). 소비자심리학. 학지사.
- 서성한 (2000). 소비자행동의 이해. 박영사.
- 유소이 (2002). 휴대폰 서비스에 대한 소비자태도, 사용비용 및 소비자만족에 관한 연구. 소비자학연구, 13, 1, 119-138.
- 유호상 (1997). 이동전화고객의 가입행태와 만족에 관한 실증적 연구, 고려대학교 석사학위논문.
- 이상욱 (2000). 이동통신산업에서의 서비스 만족도와 고객충성도와의 관계에 관한 연구, 영남대학교 석사학위논문.
- 이유재 (1999). 서비스마케팅. 학현사.
- 임종원, 김재일, 홍성태, 이유재 (1994). 소비자행동론. 경문사.
- 장우진 (2000). 이동통신서비스 산업에서의 고객만족. 불만고에 관한 연구, 건국대학교 대학원 경영학과, 석사학위 논문.
- 정종덕, 박철 (1997). 이동통신서비스의 속성평가 및 고객만족도에 관한 연구, 97년도 추계 학술 발표회, 313-320, 한국정보시스템학회.
- 최은실 (2001). 이동전화서비스의 효용과 비용요인에 따른 소비자 유형연구, 서울대학교 대학원 소비자학과, 석사학위 논문.
- 한국소비자보호원 (2001). 2000년 이동전화 소비자 피해 크게 증가, 보도자료.
- 한국소비자보호원 (2001). 이동전화서비스 요금 및 소비자이용실태 조사 결과.
- Bettman, J. R., & Park, C. W. (1980). Effects of prior knowledge and experience and phase of the choice process on consumer decision processes: A protocol analysis. Journal of Consumer Research, 7, 234-248.
- Bettman, J. R., Johnson, E. J., & Payne, J. W. (1991). Consumer decision making. In T.S. Robertson & H.H. Kassarian, Handbook of consumer behavior, 50-84, Prentice-Hall, Inc.
- Bruner, J., Goodman, C. C. (1947). Value and need as organization factors in perception. Journal of Abnormal and Social Psychology, 42, 33-44.
- Heimbach, J. T., Jacoby, J. (1972). The Zeigernik Effect in advertising, in M. Venkatesan, ed., Proceedings of the Third Annual Conference, Association for Consumer Research, 746-758.
- Karni, E. (1985). Decision making under uncertainty: The case of state-dependent preferences. Cambridge: Harvard University Press.
- Oliver, R. L. (1981). Measurement and evaluation of satisfaction processes in retailing settings. Journal of Retailing, 57, 25-48.
- Pratt, J. W. (1964). Risk aversion in the small and in the large, Econometrics, 32, 122-136.
- Taylor, J. W. (1974). The role of risk in

- consumer behavior, *Journal of Marketing*, April, 54.
- Westbrook, R. A., Newman, J. W. (1978). An analysis of shopper dissatisfaction for major household appliances. *Journal of Marketing Research*, 15, 457.
- Zepeda, L. (1994). Simultaneity of technology adoption and productivity, *Journal of Agricultural and Resource Economics*, 19, 1, 46-57.

〈Abstract〉

The Effect of Perceived Risks on the Consumer Satisfaction in the Use of Cellular Phone

Huh, Kyung Ok*

This study aimed to investigate the extent of risks perceived by consumers in terms of health and economy while using cellular phone services. In addition, it also examined the factors influencing the level of risks and their effects on the level of satisfaction after using it.

Major findings were as follows. First, the level of perceived risks were higher for married consumers. Consumers with high income felt economic risks lowly. Second, perceived economic risks influenced the level of satisfaction after using cellular phone, but not perceived health risks. Third, overall, consumers who rely on objective information source, possess high credibility on their cellular phone service companies, and own high level of knowledge how to properly use those phones, were more satisfied after using it.

Key Words : perceived risk, consumer satisfaction, cellular phone

* Associate Professor, Dept. of Family Culture and Consumer Science Sungshin Women's University
e-mail: kohuh@sungshin.ac.kr