

## 통신서비스 웹사이트 정보불균형이 지속이용의도에 미치는 영향

한문승\* · 이주현\*\*

### The Influence of Information Asymmetry of Telecommunication Service Websites on Intention for Continuous Usage

Moon Seung Han\* · John Hearn Lee\*\*

#### ■ Abstract ■

The communications market can be characterized for its overflow of users, oligopoly business structure, 24/7 open service, incomplete sales, and operation of core platform function. These characteristics have lead users to continuously make complaints and suffer inconveniences, and thus the concept of user protection has come to receive attention. This study aims to propose solutions through communication channeling between businesses and users, based on website construction from the viewpoint of user protection. In particular, a research model was developed to display how the information symmetry of websites can be influential on the satisfaction, reliability, and continuous intention for using communication services. Total of 14 hypotheses were set to measure a significant degree of variables correlation and eight hypotheses were accepted finally. The analysis results showed that information symmetry of telecommunication service websites had a positive effect on intention for continuous usage. Through the research results, it is expected that communication service businesses will be able to consider important factors when constructing websites. Furthermore, the results are expected to be utilized as for ensuring users' continued usage of their communication services.

Keyword : Telecommunication Service, Website Factor, Information Symmetry, Intention for Continuous Usage, Satisfaction, Reliability, User Protection

# 1. 서 론

통신서비스시장은 365일 생동감이 넘치는 매우 역동적인 시장이다. 2014년 10월 1일 이동통신단말장치유통구조개선법(이하 ‘단말기유통법’)이 발효되기 전까지, 2014년 하루 평균 이동전화서비스의 번호이동 건수는 약 3만 2천 건에 이른다.<sup>1)</sup> 매일 통신사를 옮기는 이용자의 수치인데 적지 않은 숫자이다. 이에 따라 이용자의 불편과 불만도 끊이지 않고 있다. <Table 1>과 같이 지난 5년간 한국소비자원 1372 상담센터에 접수된 소비자 상담 접수품목을 보면, 계량화된 통신서비스 이용자의 불편 및 불만 현황을 알 수 있다.

<Table 1> Priorities of Consumer Complaints Items in Recent 5 Years

2010		2011		2012		2013		2014	
Mobile phone	1st	Mobile phone	1st	Smart phone	2nd	Smart phone	1st	Smart phone	1st
High-speed internet	2nd	High-speed internet	2nd	High-speed internet	4th	Mobile services	2nd	Mobile services	2nd
Mobile services	4th	Mobile services	4th	Mobile services	5th	High-speed internet	3rd	High-speed internet	5th

Note) 2013~2014 was reconstructed by summing the monthly presentation.

이와 같이 통신서비스가 지난 5년간 소비자상담 접수품목에 있어서 높은 수위를 차지하고 있지만 여전히 대응책을 찾지 못하고 있다. 통신서비스시장은 왜 이렇게 이용자 불편과 불만이 발생하고 있는가? 그 원인 및 문제점을 몇 가지로 요약 해 본다.

첫째는 통신서비스 가입자의 포화상태이다. 이로 인하여 통신시장은 통신사업자들 간의 빼앗아 오기식의 약탈적 경쟁이 심화되면서 이용자의 불만과 피해가 양산되고 있다.

둘째는 과점형태의 사업자 구조이다. 통신시장은 시장구조상 자본규모가 작은 사업자는 진출하기 어려우며 국가 기간산업으로서, 경우에 따라 이용자의 권익증진 보다는 사업자의 서비스 효율성 등이 먼저 고려되는 특성을 지니고 있다(Lee, 2004).

셋째는 24시간 이용하는 서비스란 점이다. 이동전화서비스는 단말기를 통해 구현되는 서비스이며 이용자가 늘 소지하면서 사용하다 보니 이에 따른 불편이나 불만사항에 대한 노출 빈도도 높을 수밖에 없다(Han et al., 2011).

넷째, 이동전화 단말기는 인터넷검색, 쇼핑, बैं킹 등 실생활에 필요한 서비스를 구현하는 다양한 부가가치를 창출하는 플랫폼으로 변모하였는데, 이용자의 불편과 불만사항도 다양하게 발생할 수밖에 없는 것이다.

다섯째, 대표적인 불완전판매서비스이며 전형적인 경험재·신뢰재로서의 속성을 가지고 있다. 이용해보고 나서야 서비스에 대한 평가와 신뢰가 가능하다. 또한 구매 전 단계에 있어서 공급기업의 정보와 이용자가 보유하는 정보의 질과 양이 서로 상이하게 되는 정보불균형이 또다른 문제를 낳기도 한다.

이러한 문제점을 극복하기 위해 이용자보호는 불완전판매서비스의 이용구조에서 사업자와 이용자 간 발생하는 정보불균형 문제 해소, 24시간 이용에 따른 통신서비스의 각종 불편과 피해 최소화를 목적으로 수행하는 일련의 활동이라 정의할 수 있다.

문제의 핵심은 이러한 이용자보호에 대한 인식 결여와 정보불균형으로 말미암아 통신서비스가 지속적으로 이용되지 않는다는 점이다. 따라서 본 연구는 공급기업과 이용자 간의 대표적 소통채널인 통신서비스 웹사이트를 통하여 이용자보호를 구현할 수 있는 방안을 제시하고자 한다.

또한 본 연구의 의의는 이용자보호를 기반으로 하는 웹사이트의 정보불균형이 통신서비스의 지속 이용의도에 부정적인 영향을 미칠지 혹은, 정보균형이 얼마나 긍정적인 영향을 미치는지를 파악하는데 있다.

1) 미디어잇(2015. 6. 1) 발표 자료인 2014년 10월 1일 이전의 월평균 번호이동 70만 4205건에 대하여, 근무일 기준 하루치 평균 번호이동 건수를 재 산정함.

## 2. 이론적 고찰

기존 웹사이트 연구는 공급자 위주의 단편적이고 이용자의 단순기호를 기반으로 하는 수용요인 중심으로 구성되었다면, 본 연구는 이용자보호 관점에서의 정보균형 제고를 위한 채널로서의 웹사이트에 필요한 주요변수를 고찰하고자 한다.

### 2.1 공정정보공시성

공정정보공시성(Fair Information Disclosure)의 개념 중 공정정보란, 공공의 편익을 목적으로 비경합성과 비배제성의 성격을 갖고 모든 이용자들이 차별 없이 접근할 수 있어야 하는 정보의 공공성과, 이용자에게 특정한 상품판매를 목적으로 유인하기 위하여 편향된 상품정보를 제공하지 않아야 한다는 정보의 중립성 등을 모두 포함한다(Choi, 2012). 이어서 정보공시란 제품이나 서비스에 대한 기초정보, 제품·서비스에서 제시하고 있는 정보를 적절하게 설명할 수 있는 세부사항, 제품·서비스 이용시 이용자가 겪을 수 있는 편익과 리스크 등을 말한다(Lee et al., 2014). 공정정보공시를 통해 정보불균형 문제를 해소시킬 수 있다는 논의가 진행 중에 있으며, 수많은 학자들은 정보의 공시제도를 통해 이용자가 의사결정을 함에 있어서의 효과성과 효율성을 제고할 수 있다고 언급하고 있다(Kozup et al., 2008 ; Nenkov et al., 2012).

### 2.2 비교가능성

소비자가 구매의사 결정을 함에 있어 실제 제품의 가격과 소비자가 기꺼이 지불할 의사가 있는 준거가격을 먼저 비교하게 되는데 이는 가격비교정보나 이용후기정보 등을 통하여 형성된다(Huh, 2012).

Choi(2014)는, 비교가능성(Comparability)이란 회계정보 이용자가 유사점과 차이점을 찾아 낼 수 있는 능력이라 설명하고 있다. 또한 비교가능성이 클수록 자본비용이 감소한다는 분석결과를 제시하면서, 비교가능성이 높을수록 정보불균형이 낮아짐

에 따라 투자자 및 채권자들의 요구수익률의 하락으로 인하여 기업의 자본비용이 줄어든다고 설명하였다.

### 2.3 불만대응성

고객불만이란 곧 서비스 실패를 의미한다. 서비스 실패가 발생한 시점 이전의 고객 만족도와 신뢰도로 돌아가기 위해서는 서비스회복 노력이 필요하다(Kim, 2008).

Bell et al.(1994)은 서비스회복을 제공된 제품·서비스가 소비자의 기대에 부응하지 못하여 기업에 대해 만족하지 못하는 고객을 만족하는 수준으로 되돌리기 위한 일련의 모든 과정을 불만대응성(Complaints Response)이라고 정의하였다.

Zeithaml(1993)은 최초의 서비스 제공에 대한 고객 지각이 고객의 허용영역 이하로 떨어진 결과에 대한 서비스 제공자의 대응이라고 정의하였다. 그럼 서비스실패를 만회하기 위하여 가장 효율적인 수단은 무엇인가? 바로 24시간 서비스가 가능하고 공간의 제약이 없으며 고객과의 물리적 제약마저 없는 양방향 커뮤니케이션을 가능하게 하는 웹사이트이다(Park, 2001).

### 2.4 개인화

개인화(Personalization)란 이용자의 기호나 선호하는 사양을 중심으로 제품과 서비스를 주문제작하여 제공하는 것을 말한다. 사례로, 인터넷 포털사이트인 Google과 Naver는 이용자가 선호하는 형태로 웹사이트를 맞춤형으로 제공하고 있고, Amazon.com은 이용자에게 필요한 음악과 도서를 추천하는 개인화서비스를, 미국 Sprint 통신사는 이용자에게 가장 적합한 통신이용계획을 제공해 주는 개인화 서비스를 제공하고 있다(Kim, 2012).

Tuzhilin(2009)도 “개인화란 이용자에게 제품과 서비스, 커뮤니케이션, 콘텐츠 등을 맞춤형으로 제공함으로써 이용자에게 보다 많은 편익을 제공해주는 것을 말한다”라고 하였다.

## 2.5 정보보호

정보보호(Privacy)는 개인정보를 보호하기 위한 기술적·관리적 조치 등 제반 요구사항 준수를 의미하나, 정보보호를 위한 인식수준, 재정적 문제 등으로 관리체계는 미흡한 형편이다.

Kang(2012)은 웹사이트의 개인정보보호 정책방향으로 첫째, 이용자가 이해하기 쉬운 형태로 개인정보보호정책을 제시하고 둘째, 개인정보는 서비스 목적달성을 위한 필요 최소한으로 국한해야 하며 셋째, 검색포털·언론 사이트와 동호회·커뮤니티에서 요구되는 개인정보는 차이가 있어야 하며 넷째, 방화벽, 침입방지시스템, 침입탐지시스템 등 물리적·기술적 조치가 필요하다고 하였다.

## 2.6 정보균형

Kim(2014)은 웹사이트는 유용한 정보를 획득하기 위한 주된 도구이며, 정보균형(Information Symmetry)을 이루기 위한 웹사이트별 구성요소의 가중치는 상이할 수 있다고 하였다. Kim(2011)은 정보불균형은 정보의 편재로 인하여 이용자가 불리한 의사결정인 역선택 및 상대방의 정보열위를 악용하여 이익을 편취하는 도덕적 해이를 야기하고, 궁극적으로 시장의 불공정 상태를 유발시킬 수 있다고 하였다.

## 2.7 만족도

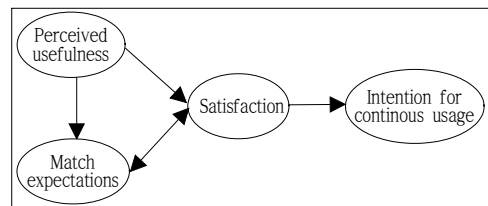
1970년대에 등장한 Oliver(1980)의 기대-불일치 이론은 제품이나 서비스에 대한 실제의 성과가 기대된 것 보다 낮으면 만족(Satisfaction)하지 못하고, 기대된 것보다 크다고 생각되면 만족하게 된다는 이론이다(Kim, 2008 ; Delone & Mclean, 1992)은 시스템 성공모형 이론에서 정보품질, 시스템 품질, 서비스 품질이 이용자만족과 상호작용을 통해 조직전체에 긍정적인 효과를 거두어 시스템 구축 및 운용이 성공할 수 있다고 하였다.

## 2.8 신뢰도

Fogg et al.(1999)은 신뢰도(Reliability)란 공급 기업, 제품 및 서비스, 일련의 제공 및 처리과정 등에 대하여 인지하고 있는 믿음과 긍정적인 신념이라고 정의하고 있다. Kim(2008)은 정보자원에 대한 접근 성, 정보균형과 신뢰성 문제가 중요하다고 하였다. 웹사이트 신뢰도의 요인으로 Choi(2006)는 이용자보호, 신뢰감요소 강화, 약속이행 등으로 구분하여 설명하고 있다.

## 2.9 지속이용의도

Cathy S. Lina et al.(2005)은 이용자의 충성도 증진을 위해서는 웹사이트의 지속이용의도(Intention for Continuous Usage)에 관한 연구모형 개발이 필요하다고 하였다. 기술수용모형은 Ajzen and Fishbein(1975)의 합리적 행위이론(Theory of Reasoned Action)이 발전한 것으로써, 정보기술 수용에 있어서 이용자의 태도, 행동의도 등에 관한 연구모형이다(Han et al., 2009). Bhattacharjee (2001)는 <Figure 1>와 같이 정보시스템 분야에서 기대-일치이론과 기술수용 모형에 기반하여 새로운 후기 기술수용모형을 제시하였다.



<Figure 1> Post Technology Acceptance Model

## 3. 연구모형

### 3.1 연구설계 및 방법

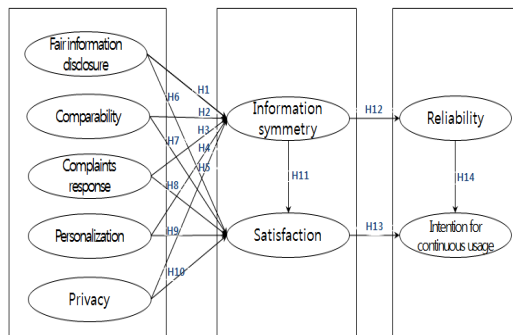
이론적 연구모형 설계에 앞서 <Table 2>와 같이 각 변인에 대하여 조작적 정의를 제시하였다.

<Table 2> Operational Definition of Variable

Variable	Operational Definition	Key references
Fair Information Disclosure	The carrier should post clear, concise and accessible subscription information such as handset subsidy, discount rate of the contract plan	Lee et al.(2014) Nenkov et al.(2012)
Comparability	Availability of information on all service plans comparison of other telecom carriers' service providing and recommending service plan that matches with users' patterns	Choi(2014) De Franco et al.(2011)
Complaints Response	Availability of information for the user to file complaint, and the complaint handling process	Kim(2008) Zeithaml(1993)
Personalization	Providing easy access for the users to check "My Service" information such as date of subscription, type of service the user subscribed, service plan and etc.	Kim(2012) Tuzhilin(2009)
Privacy	Provision of the personal information protection and information security	Kang(2012) Henderson et al.(1999)
Information Symmetry	Providing sufficient information to maximize the user experience and minimize the inconvenience and complaints	Kim(2009) Akerlof(1970)
Satisfaction	How much the user is satisfied with the service, if the service quality was as satisfying as the user anticipated	Yu(2007) Oliver(1980)
Reliability	User's expectation and credibility to the device and services provided by the carrier	Kim(2008) Fogg et al.(1999)
Intention for Continuous Usage	The commitment of the user to continuously use the device and service in the future	Lee et al.(2012) Bhattacharjee(2001)

3.2 연구모형

변인의 조작적 정의를 기반으로 이용자보호 관점에서의 통신서비스 웹사이트 정보균형 및 통신서비스에 관한 만족도, 신뢰도, 지속이용의도에 대한 연구모형을 <Figure 2>와 같이 정립하였다.



<Figure 2> Research Model

4. 연구가설

4.1 웹사이트 구성요인과 정보균형

공정정보공시성의 정보균형에 미치는 영향에 대하여 Lee(2004)는 영향을 미치지 못한다고 하였다. 비교가능성이 정보균형을 증가시킨다고 Choi(2014)와 Yoon et al.(2014)은 실증분석을 통하여 입증하였다. 불만대응성과 관련하여, Kim(2009)은 고객과의 커뮤니케이션 증가가 정보균형을 증가시킨다고 하였다. Choi(2013)는 제품복잡성 등 정보불균형에 따라 개인화제품을 선호하지 않는다고 밝혔다. Kang(2012)은 웹사이트의 정보보호정책에 대한 설명이 자세할수록 정보보안성이 높은 것으로 인식하고 있다고 분석하였다. 이와 같은 이론적 논거를 기반으로 변수 간 영향관계를 모두 긍정적인 방향(+)으로 통일성을 기하고자 정보균형의 개념을 재 정의

하여 다음과 같은 가설을 정립하였다.

- H1 : 통신서비스 웹사이트의 공정정보공시성은 이용자의 정보균형에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.  
 H2 : 통신서비스 웹사이트의 비교가능성은 이용자의 정보균형에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.  
 H3 : 통신서비스 웹사이트의 불만대응성은 이용자의 정보균형에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.  
 H4 : 통신서비스 웹사이트의 개인화는 이용자의 정보균형에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.  
 H5 : 통신서비스 웹사이트의 정보보호는 이용자의 정보균형에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

## 4.2 웹사이트 구성요인과 만족도

Cho(2013)는 웹사이트 게시정보 품질의 중요성을, Choi(2012)는 상품의 비교정보가 중요하다고 주장하였다. Kim(2008)은 기업의 신속한 대응은 이용자의 만족도에 유의한 영향을 미친다고 하였다. Yu(2007)는 개인화가 만족도에 긍정적인 영향을 미친다고 밝혔다. 이와 같은 이론적 논거를 기반으로 다음과 같은 가설을 정립하였다.

- H6 : 통신서비스 웹사이트의 공정정보공시성은 이용자의 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.  
 H7 : 통신서비스 웹사이트의 비교가능성은 이용자의 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.  
 H8 : 통신서비스 웹사이트의 불만대응성은 이용자의 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.  
 H9 : 통신서비스 웹사이트의 개인화는 이용자의 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.  
 H10 : 통신서비스 웹사이트의 정보보호는 이용자의 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

## 4.3 정보균형과 만족도, 신뢰도 및 지속이용의도

Kim(2009)은 정보균형의 증가가 만족도를 증진시킨다고 하였고, Kim(2014)은 정보균형이 신뢰도

에 영향을 미친다고 하였다. Choi(2014)는 만족도는 지속이용의도에 긍정적인 영향을 미치지만, 신뢰도가 지속이용의도에는 유의한 영향을 미치지 못하는 것으로 설명하고 있다. 마지막으로 Kim(2009)은 이용자의 만족도 증가가 장기관계 지향성에 영향을 미친다고 하였다. 이와 같은 이론적 논거를 기반으로 다음과 같은 가설을 정립하였다.

- H11 : 통신서비스 이용자의 정보균형은 서비스의 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.  
 H12 : 통신서비스 이용자의 정보균형은 서비스의 신뢰도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.  
 H13 : 통신사업자에 대한 서비스 만족도는 서비스의 지속이용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.  
 H14 : 통신사업자에 대한 서비스 신뢰도는 서비스의 지속이용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

# 5. 실증분석

## 5.1 설문지 구성

소비자학과 학생 47명을 대상으로 예비조사를 진행하였고, 결과를 기반으로 변수들을 새롭게 재구성하였다. 이어서 학계 및 이용자보호 전문가 등 5명을 대상으로 FGI를 실시하여 전체 설문지를 수정·보완하여, 최종 완성하였다. 설문지는 이동통신 서비스 이용자로서, 통신사 웹사이트 이용경험이 있는 자로 하였으며, 리커트 5점 척도를 사용하여 인터넷 및 방문조사로 실시하였다.

## 5.2 설문조사 수행 및 표본 특성

<Table 3>과 같이 연령대별 100명씩 책정하여 전체 표본 400명을 구성하였다. 60대 이상은 대상을 찾기 곤란하여 조사대상에서 제외하였다.

남녀, 일반인과 학생 비율을 1 : 1로 구성하였고, 직업, 학력 또한 이용자집단별 유의미한 차이가 있는지에 대한 연구결과를 고려하여 구성하였다.

<Table 3> Demographic Characteristics

Category	Items	Frequency (%)	
Sex	Male	197(49.3)	
	Female	203(50.8)	
Age	10~19	100(25.0)	
	20~29	100(25.0)	
	30~40	100(25.0)	
	50~60	100(25.0)	
Profession	Student	Middle and high school students	91(22.8)
		University and Graduate student	108(27.0)
	The public	Self-employed, Agriculture, Forestry, Fisheries, Animal husbandry etc.	35(8.8)
		Technical/Specialized job	37(9.3)
		Office job	79(19.8)
		Housewife/etc.	50(12.5)
Education	High school or less	175(43.8)	
	More than college	225(56.3)	
Mobile Services	SKT	180(45.0)	
	KT	143(35.8)	
	LGU+	70(17.5)	
	others	7(1.8)	
Total		400(100%)	

5.3 연구모형의 신뢰성 및 타당성

먼저 신뢰성과 관련하여 모델 적합도는  $\chi^2$  등으로, 유의수준은 P-value 값을 도출하여 활용하였다. 탐색적 요인분석과 주성분분석법을 적용, 요인 회전 방법은 직교회전 베리맥스 방법을 이용하였다. <Table 4>와 같이 해당 변인 모두 Cronbach's  $\alpha$  계수가 0.70 이상으로 신뢰성이 적정하게 나타났다.

<Table 5>와 같이 타당성 검증을 위한 확인적 요인분석 결과  $\chi^2/df = 1.66$ 으로 3보다 낮게 나타났다.

또한 GFI는 0.94, RMR은 0.03, RMSEA = 0.04, AGFI = 0.91로 나타나 절대부합지수가 적정한 것으로 나타났다. 증분부합지수는 NFI = 0.93, CFI =

0.97로 모두 수용기준인 0.90보다 높게 나타나 연구모형 관련지표가 타당한 것으로 나타났다.

<Table 4> Result of Reliability Test

Variable	Analysis		
	First items	Measuring items	Cronbach's $\alpha$
Fair information disclosure	4	3	.79
Comparability	5	2	.77
Complaints response	3	2	.84
Personalization	3	3	.80
Privacy	5	2	.70
Information symmetry	5	3	.79
Satisfaction	3	3	.82
Reliability	3	3	.86
Intention for continuous usage	3	2	.78

<Table 5> Result of Fitness Test

Type	Suitable Index	Analysis	Criteria
Absolute Compliance Index	$\chi^2$	322.52	$p > 0.05$
	DF	194	
	Probability(p)	.000	
	$\chi^2/DF$	1.66	$\leq 3.00$
	GFI(Goodness of Fit Index)	.94	$\geq 0.90$
	RMR(Root Mean-squared Residual)	.03	$\leq 0.05$
	RMSEA(Root Mean Squared Error of Approximation)	.04	$\leq 0.10$
Incremental Compliance Index	AGFI(Adjusted GFI)	.91	$\geq 0.90$
	NFI(Normed Fit Index)	.93	$\geq 0.90$
	CFI(Comparative Fit Index)	.97	$\geq 0.90$

관별타당성 분석결과는 <Table 6>에서 보듯이 잠재요인의 상관계수가 0.14에서 0.81 수준이었고, 상관계수의 제곱은 0.07에서 0.66으로 나타났다.

이 연구결과의 경우 두 잠재변수의 각각의 평균 분산추출값(AVE)이 두 잠재변수의 상관계수의 제

〈Table 6〉 Result of Discriminant Validity Test

Variable		AVE		r	r <sup>2</sup>	Acceptance
Fair information disclosure ↔ Comparability	Fair information disclosure	0.59	0.65	0.65	0.42	O
	Comparability	0.65				
Comparability ↔ Complaints response	Comparability	0.65	0.69	0.48	O	
	Complaints response	0.74				
Complaints response ↔ Personalization	Complaints response	0.74	0.34	0.12	O	
	Personalization	0.65				
Personalization ↔ Privacy	Personalization	0.65	0.31	0.10	O	
	Privacy	0.57				
Privacy ↔ Information symmetry	Privacy	0.57	0.26	0.07	O	
	Information symmetry	0.62				
Information symmetry ↔ Satisfaction	Information symmetry	0.62	0.20	0.04	O	
	Satisfaction	0.69				
Satisfaction ↔ Reliability	Satisfaction	0.69	0.81	0.66	O	
	Reliability	0.71				
Reliability ↔ Intention for continuous usage	Reliability	0.71	0.67	0.45	O	
	Intention for continuous usage	0.67				
Information symmetry ↔ Reliability	Information symmetry	0.62	0.27	0.07	O	
	Reliability	0.71				
Information symmetry ↔ Intention for continuous usage	Information symmetry	0.62	0.14	0.02	O	
	Intention for continuous usage	0.67				
Satisfaction ↔ Intention for continuous usage	Satisfaction	0.69	0.80	0.65	O	
	Intention for continuous usage	0.67				

곱 값 보다 모두 높게 나타나 판별타당성이 적정한 것으로 나타났다. 두 변수간의 상관계수가 가장 높은 변수는 만족도와 신뢰도이며 0.81로 나타났다. 만족도의 평균분산추출값(AVE)은 0.69, 신뢰도의 평균 분산추출값(AVE)은 0.71로 두변수의 상관계수의 제곱인 0.66보다 크게 나타나 판별타당성이 있는 것으로 분석되었다. 이외에 다른 잠재변수 각각의 평균분산추출값(AVE) 모두 판별타당성이 적정한 것으로 나타났다.

#### 5.4 가설의 검증

연구가설의 검증은 총 14개 가설에 대한 영향관계의 유의도 측정으로 진행하였고 분석도구로는

SPSS 18.0과 AMOS 18.0을 활용, P값을 기준으로 유의수준이 0.10 이상인 경우에 가설이 기각된 것으로 분석하였고 그 결과는 <Table 7>과 같다.

통신서비스 웹사이트의 공정정보공시성은 이용자의 정보균형에 정(+)의 영향을 미칠 것이라고 추정한 가설 1은 통계적으로 경로계수(표준화계수 0.59)와 유의도  $p < 0.001$  수준에서 채택되었다. 이는 Lee et al.(2014)과 Choi(2012)가 정보공시에 대한 유인효과가 없다는 연구결과와는 상반된 결과이다. 하지만 Jung(2014), Leem(2014) 등이 적시한 공정정보공시성이 정보불균형 위험을 감소시켜 준다는 연구결과와는 일맥상통하고 있다.

통신서비스 웹사이트의 비교가능성, 불만대응성, 개인화가 이용자의 정보균형에 정(+)의 영향을 미



<Table 7> Summary of Hypothesis Testing

No.	Hypothesis	Estimate	S.E.	C.R.	P	Acceptance
1	Fair information disclosure → Information symmetry	0.59	0.05	4.10	***	O
2	Comparability → Information symmetry	-0.15	0.03	-1.58	0.12	X
3	Complaints response → Information symmetry	0.07	0.03	0.70	0.48	X
4	Personalization → Information symmetry	0.02	0.03	0.31	0.75	X
5	Privacy → Information symmetry	0.39	0.04	3.66	***	O
6	Fair information disclosure → Satisfaction	0.41	0.19	2.21	0.03	O
7	Comparability → Satisfaction	0.34	0.10	3.31	***	O
8	Complaints response → Satisfaction	-0.05	0.08	-0.63	0.53	X
9	Personalization → Satisfaction	0.42	0.08	6.77	***	O
10	Privacy → Satisfaction	-0.18	0.15	-1.44	0.15	X
11	Information symmetry → Satisfaction	0.95	0.81	3.48	***	O
12	Information symmetry → Reliability	0.95	0.52	5.44	***	O
13	Satisfaction → Intention for continuous usage	0.82	0.10	8.06	***	O
14	Reliability → Intention for continuous usage	-0.01	0.09	-0.07	0.95	X

Note) S, E. : Standard Error, C.R. : Critical Ratio.

칠 것이라고 추정한 가설 2, 가설 3, 가설 4 모두 유의도  $p < 0.10$  수준에서 통계적으로 유의한 영향을 보이지 않아 기각되었다.

가설 2와 관련하여, 비교가능성이 높을수록 정보균형 증가에 긍정적 영향을 미친다고 발표한 Yoon et al.(2014) 및 Kang et al.(2013) 등의 내용과는 상이한 결과이다. 통신서비스 웹사이트는 서비스, 통신기술, 요금제, 단말기 등에 대한 비교설명 시 표준화된 양식에 의거하여 제시되지 못함에 따라, 또 서비스 비교가능성의 효용성에 대하여 아직 보편적으로 인지하고 있지 못한 결과라 할 수 있다.

기각된 가설 3과 관련하여, 이용자는 서비스 홍보를 위한 마케팅 정보, 서비스 활용을 위한 이용정보, 서비스 이용 시 발생할 수 있는 불편·피해 정보 등에 대하여 제대로 구분하여 인식하지 못하고 있고, 불만과 피해에 대한 구제절차나 접수채널이 필수적인 정보로써 반드시 필요한 사항이라고 인지하고 있지 않다고 분석할 수 있다.

가설 4도 기각되었는데, Choi(2013)의 연구내용

과는 상이한 결과이다. 이는 개인화서비스가 이용자 스스로 느끼기에 개인화된 특별한 서비스라고 인식하지 못할 수 있고, 또 하나는 개인화된 서비스가 오히려 이용자 입장에서 불필요하고 원하지 않는다고 분석할 수 있다.

정보보호는 정보균형에 정(+)의 영향을 미칠 것이라고 추정한 가설 5는 채택되었다. 이는 Kang (2012)의 연구결과와도 같은 맥락이다. 이용자는 웹사이트가 필요최소한의 개인정보를 취급해야 한다는 사실 등에 있어서 언론과 스스로의 경험에 의하여 위험인지는 물론 문제점에 대해 대체적으로 명확하게 인지하고 있는 것으로 분석된다.

공정정보공시성은 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이라고 추정한 가설 6도 채택되었다. 이는 Lee et al.(2014)의 연구내용과 같은 결과이다. 공정정보공시성은 정보균형은 물론 이용자의 만족을 이끌어 낼 수 있는 매우 중요한 요인이라 할 수 있겠다.

비교가능성은 이용자의 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이라고 추정한 가설 7도 채택되었다. 비

교가능성 요인의 정보균형에 관한 영향관계와는 달리 만족도와는 유의성과 관계성이 인정되었다. Choi(2012)의 연구결과와 유사한 내용으로, 상품 및 서비스가 다양할수록 비교공시의 필요성이 커진다고 하였다. 제품과 서비스의 비교가능성은 표준화하고도 비례관계에 있다 할 수 있으나, 통신 서비스 웹사이트에서 다양한 요금제, 통신기술, 단말기, 부가서비스 등에 있어서 경쟁사와 비교 가능한 기본적인 가이드라인 마련이 필요할 것이다.

통신서비스 웹사이트의 불만대응성, 정보보호가 이용자의 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설 8과 가설 10은 각각 기각되었다. 불만대응성과 관련하여 Kim(2008)은 만족도에 긍정적인 영향을 미친다고 입증하였다. 하지만 본 연구에서 이용자의 불만대응성은 정보균형의 제고나 이용자의 만족도 증진 등에 영향관계가 없음을 나타내고 있고 이는 정보균형을 증가시켜 줄만큼의 중요정보로 인지하거나 이를 통해 만족도가 상승된다고 인식하지 않는다고 할 수 있을 것이다.

정보보호의 경우, 웹사이트의 정보보호 수준이 위험인지 등 정보불균형적 요인을 완화시켜 주지만, 통신서비스 전체의 만족도를 증진시키지는 않는다고 분석할 수 있겠다.

개인화는 이용자의 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이라고 추정한 가설 9는 채택되었다. 웹사이트에서 이용자의 서비스 가입 정보 및 이용 중인 서비스 현황과 이용내역 등에 대해서 맞춤형서비스로 제공받는 것은 이용자의 통신서비스에 대한 만족도를 상승시키는 긍정적인 영향요인으로 작용할 수 있다고 분석되었다.

정보균형은 서비스의 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설 11은 채택되었다. 경로계수(표준화계수)가 0.95로 매우 높은 영향관계를 미친다고 할 수 있다. 이용자는 웹사이트로부터 정확하고 충분하게, 이익이 될 만한 정보를 얻었다고 인지할 때에 만족을 느낀다고 설명할 수 있다. 이러한 연구결과는 Kim(2009)의 정보균형이 이용자 만족도에 긍정적인 영향을 미친다는 연구결과와

같은 맥락이다.

정보균형은 서비스의 신뢰도에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설 12는 채택되었다. 경로계수(표준화계수)가 0.95로 역시 매우 높은 영향관계를 형성하고 있다. 이는 이용자가 웹사이트로부터 정확하고 충분하게, 이익이 될 만한 정보를 얻었다고 인지할 때에 해당 사업자의 서비스에 대한 신뢰도를 느낀다고 설명할 수 있다. 이는 Kim et al.(2014)의 연구에서 정보불균형적 요인의 감소는 신뢰도를 증진시킨다는 결과와 같은 맥락에서 분석할 수 있다.

만족도는 서비스의 지속이용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설 13도 채택되었다. 통신 서비스 사업자가 제공하는 서비스에 대하여 만족하는 정도가 높으면 높을수록 해당 통신사업자의 서비스를 지속적으로 이용할 수 있다는 분석결과로, Lee et al.(2012), Bhattacharjee(2001) 등의 연구결과와 동일하게 도출되었다.

신뢰도는 서비스의 지속이용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설 14는 기각되었다. 이는 사업자가 제공하는 서비스 수준에 대한 기대와 믿음의 정도가 높다고 해서 반드시 해당 통신사업자의 서비스를 지속이용하지는 않는다는 결과이며 Choi(2014)의 연구결과와 동일한 맥락이라고 설명할 수 있다.

## 6. 연구결과의 시사점 및 한계

### 6.1 연구결과의 시사점

본 연구결과의 시사점을 학문적인 부분과 실무적인 부분으로 나누어 설명하고자 한다.

먼저 학문적인 시사점으로는 첫째, 통신서비스 이용자 및 이용자보호에 대한 개념을 통신시장의 특수성을 고려하여 제시하였다. 기존의 법학·소비자학 차원에서의 이용자에 대한 정의 및 해석을 벗어나, 공급기업과 이용자의 관계에 있어서 왜 이용자보호가 필요하고 이용자의 불편과 피해는 무엇인지 등에 대한 문제제기와 함께 이용자보호의

개념을 정의·정립하였다.

둘째, 기존의 공급자 중심 및 이용자의 단편적 기호를 수용하는 관점에서의 웹사이트 구성요인과 달리 통신서비스 이용자에게 필수적으로 요구되는 이용자보호 관점에서의 웹사이트 구성요인인 5가지(공정정보공시성, 비교가능성, 불만대응성, 개인화, 정보보호)를 도출하였다.

셋째, 재무회계나 소비자학에서 주로 활용되는 정보균형 변수를 통신서비스 웹사이트 구성요인과의 영향관계를 설명하기 위한 매개요인으로 적용하였다. 서비스 공급기업과 이용자 간의 전형적인 소통 채널인 웹사이트에 정보균형의 개념을 적용한 연구인 것이다. 향후 다양한 웹사이트 및 SNS(Social Network Service)의 정보균형 영향관계분석 연구 등을 기대해본다.

이어서 실무적인 시사점으로 첫째, 통신서비스와 관련된 이용자의 불편 및 피해사항 등에 대하여 이용자에게 필요한 주요 요인 등 이용자보호의 필요성을 실무적으로 제시하였다. 향후 통신기업에서는 이러한 문제점 등을 해결하기 위한 다각적인 노력 전개를 검토해야 할 것이다.

둘째, 이러한 이용자의 불편 및 피해를 해결하기 위한 가장 효과적인 커뮤니케이션 채널이 무엇인지에 대한 구체적인 방법론을 제시하였다. 기존 웹사이트의 기능 및 역할은 물론, 웹사이트의 구성요소 및 평가모형에 대한 선행연구를 통해 효과적인 웹사이트 구축이 이용자의 정보불균형 해소는 물론 통신서비스 만족도 및 신뢰도 제고와 지속이용의도에 영향을 줄 수 있다고 실증분석 하였다.

셋째, 웹사이트의 구성요인과 정보균형 간 영향관계를 검증해서, 보다 중요한 변수와 그렇지 않은 변수 등에 대한 결과 값을 도출하였다. 웹사이트 구축 시 선별적으로 적용해야 하는 환경에서는 우선적인 적용대상과 차선적인 요인을 구별할 수 있도록 그 영향관계를 계량적으로 제시하고 있다.

웹사이트의 정보균형적 요인을 제고시키면 이용자의 지속이용의도가 상승됨으로 기업은 이러한 부분에 노력을 경주해야 하며, 이는 이용자 불편

및 불만을 해소하는 전략적 방안이 될 것이다.

## 6.2 연구의 한계와 향후 연구방향

본 연구의 한계점과 향후 연구의 진행방향을 제시해 보고자 한다. 첫째, 본 연구는 데스크탑 PC 기반에서 구현할 수 있는 내용만을 중심으로 정리한 것이다. 최근 LTE 서비스 등 스마트폰 단말기 보급의 급속한 확산으로 대다수의 이용자들은 휴대폰 단말기를 통하여 정보를 수용하고 있다. 휴대폰 단말기는 가동성이나 현재성 등 독특한 고유의 환경과 특성을 보유하고 있기 때문에 본 연구 내용을 그대로 적용하기에는 다소 무리가 있다.

둘째, 통신서비스 웹사이트를 이용하는 이용자를 구분함에 있어서 이동통신서비스 이용자만을 대상으로 하는 설문과 실증분석을 진행하였다. 웹사이트 구성요인이 초고속인터넷서비스 웹사이트 등 다른 서비스 영역에 있어서도 적용할 수 있는지 분석하기 위해서는 이용자의 대상을 확대하여 진행하는 것이 필요하다.

향후에는 모바일 단말기 및 초고속인터넷서비스 이용자 등 다른 서비스분야의 이용자에 대한 실증분석으로 본 연구모형을 확대 발전시킬 수 있으리라 기대한다.

## References

- Ajzen, I. and M. Fishbein, "Belief, Attitude, Intention and Behavior : An Introduction to Theory of Research", *Addison-Wesley*, 1975, 1-12.
- Akerlof, G.A., "The Market for 'Lemons' : Quality Uncertainty and the Market Mechanism", *Quarterly Journal of Economics*, Vol.84, No.3, 1970, 488-500.
- Bhattacharjee, A., "Understanding Information Systems Continuance : An Expectation-Confirmation Model", *MIS Quarterly*, Vol.

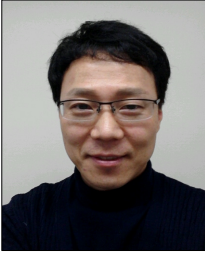
- 25, No.3, 2001, 351-370.
- Bell, C.R., "Turning Disappointment into Customer Delight", *Editor and Publisher*, Vol. 127, No.32, 1994, 38-48.
- Cathy S. Lina, Sheng Wub and Ray J. Tsai, "Integrating perceived playfulness into expectation-confirmation model for web portal context", *Information and Management*, Vol.42, 2005, 683-693.
- Cho, S.H., "Impact of Information Quality and User Interface Quality of Web-Site on Online Purchasing Intention of Cultural Products", *Korea Contents Association*, Vol.13, No.12, 2013, 939-941.
- (조세형, "웹사이트 정보품질 및 사용자인터페이스 품질이 문화상품 온라인구매의도에 미치는 영향", *한국콘텐츠학회지*, 제13권, 제12호, 2013, 939-941.)
- Choi. C., "A study on Financial Product Information Disclosure and Financial Consumer Protection Policy", *Consumer Policy and Education Review*, Vol.8, No.4, 2012, 93-118.
- (최철, "금융상품 정보 제공에 관한 금융소비자 보호정책 연구", *소비정책교육연구*, 제8권, 제4호, 2012, 93-118.)
- Choi, K.L., "A Study on the Effects of Diffusion Factors of Agricultural Innovation to Satisfaction, Reliability and the Continuous Intention to Use", *Gyeongsang National University*, 2014, 44-98.
- (최경락, "농업혁신의 확산요인이 사용자 만족, 신뢰성, 지속사용의도에 미치는 영향", *경상대학교 박사학위 논문*, 2014, 44-98.)
- Choi, M.S., "A Study on the Evaluation Model of the Web Sites", *Chung-Ang University*, 2006, 27-28.
- (최민석, "웹사이트 평가 모델에 관한 연구", *중앙대학교 석사학위 논문*, 2006, 27-28.)
- Choi, Y.S., "The Impact of Accounting Comparability on Firm Visibility and the Cost of Capital", *Dongguk University*, 2014, 113-124.
- (최영수, "K-IFRS 의무도입 및 비교가능성의 경제적 영향", *동국대학교 박사학위 논문*, 2014, 113-124.)
- Choi, J.Y., "A Study on Customers' Responses towards Personalized Products and Standard Products", *Korea University*, 2013, 66-68.
- (최지은, "고객들은 항상 개인화 제품을 선호하는가?", *고려대학교 박사학위 논문*, 2013, 66-68.)
- Davis, F.D., "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology", *MIS Quarterly*, Vol. 13, No.3, 1989, 319-340.
- De Franco, S.P. Kothari, and Rodrigos Verdi, "The Benefit of Financial Statement Comparability", *Journal of Accounting Research*, Vol.49, No.4, 895-931.
- DeLone, W.H. and E.R. McLean, "Information System Success : The Quest for the Dependent Variable", *Information Systems Research*, Vol.3, No.1, 1992, 60-95.
- Fogg, B.J. and H. Tseng, "The Elements of Computer Credibility", *Proceedings of ACM CHI99 Conference on Human Factors in Computing Systems*, Vol.5, 1999, 80-87.
- Han, M.S., Y.H. Kim, J.E. Lee, and W.C. Shin, "Factors on intention to use of Full Browsing Service Using Technology Acceptance Model", *Korea Research Academy of Distribution Information*, Vol.12, No.3, 2009, 10-14.
- (한문승, 김윤환, 이재은, 신우철, "유통시장 활성화를 위한 풀브라우징 서비스의 이용의도에 관한 연구", *한국유통경영학회지*, 제12권, 제3

- 호, 2009, 10-14.)
- Han, M.S., S.M. Lee, and J.S. Park, "A Research on the Analysis of Inhibiting Factors In Using Smartphones and the Measure of Promoting the Use of Smartphones", *Korea Safety Management and Science*, Vol.13, No.4, 2011, 237-245.
- (한문승, 이상민, 박정선, "스마트폰 이용 저해요인 분석과 이용활성화 방안 연구", *대한안전경영과학회지*, 제13권, 제4호, 2011, 237-245.)
- Henderson, S.C. and Snyder, C.A. "Personal information privacy implications for MIS managers", *Information and Management*, Vol. 36, 1999, 213-220.
- Huh, K.O., "Consumers' Search Behavior, Reliability and Utilization of Consumer Information about Price Comparativeness and Consumers, Review after Using Product", *Consumer Policy and Education Review*, Vol.8, No.3, 2012, 69-88.
- (허경욱, "소비자의 가격비교정보와 이용후기정보 탐색량, 신뢰도, 활용도에의 영향요인 분석", *소비자정책교육연구*, 제8권, 제3호, 2012, 69-88.)
- Jung, K.H., "Corporate Social Responsibility, the Properties of Corporate Disclosure, and Corporate Value", *Korea University*, 2014, 120-121.
- (정광화, "기업의 사회적 책임과 공시 특성, 그리고 기업가치", *고려대학교 박사학위 논문*, 2014, 120-121.)
- Kang, D.G., "A Study on the effect of the Privacy Policy of Web site on User Attitude", *Sungkyunkwan University*, 2012, 25-55.
- (강동구, "웹사이트의 개인정보 수집 및 보호정책이 이용자 태도에 미치는 영향에 관한 연구", *성균관대학교 석사학위 논문*, 2012, 25-55.)
- Kang, M.J., M.G. Lee, and H.Y. Lee, "The Impact of Financial Reporting Comparability on Analyst Forecasts and Value Relevance", *Accounting Research*, Vol.38, No.1, 2013, 281-320.
- (강민정, 이명건, 이호영, "회계정보의 비교가능성이 재무분석가 이익예측 및 회계정보 가치 관련성에 미치는 영향에 대한 연구", *회계학연구*, 제38권, 제1호, 2013, 281-320.)
- Kim, D.J. and I.Y. Hong, "Using the Analytical Hierarchy Process Method to Calculate the Weights of Attributes to Evaluate Informational Websites", *Korea management Information System Review*, Vol.16. No.3, 2014, 939-941.
- (김대진, 홍일유, "AHP 분석방법을 통한 정보제공 웹사이트 평가속성 가중치 산정에 관한 연구", *한국경영정보학회지*, 제16권, 제3호, 2014, 939-941.)
- Kim, D.Y., "The Effect of Service Recovery on Consumers' Repurchasing Intentions", *The University of Seoul*, 2008, 6-67
- (김두영, "고객 불만처리 서비스가 소비자 재구매 의도에 미치는 영향에 관한 연구", *서울시립대학교 석사학위논문*, 2008, 6-67.)
- Kim, H.Y., "The Effect of Personalized E-mail Message on Perceived Risk", *The University of Seoul*, 2012, 8-41.
- (김혜영, "개인화된 이메일 메시지가 지각된 위험에 미치는 영향", *서울시립대학교 석사학위 논문*, 2012, 8-41.)
- Kim, K.H., "The Effect of Antecedents of Information Asymmetry on Consumer Satisfaction and Long-Term Relationship Orientation", *Kyonggi University*, 2009, 20-49.
- (김계훈, "정보불균형의 선행요인 및 고객만족, 장기관계지향성에 미치는 영향에 관한 연구", *경기대학교 박사학위 논문*, 2009, 20-49.)
- Kim, S.C., "Research about Protection Regulation

- for Consumer in Social Commerce”, *Yonsei University*, 2011, 15-76.
- (김상철, “소셜커머스의 소비자 보호규제에 관한 연구”, 연세대학교 석사학위 논문, 2011, 15-76.)
- Kim, Y.K., “Development of Web Credibility Evaluation Model Using AHP”, *Journal of Korea Library and Information Science Society*, Vol.39, No.4, 2008, 52-53.
- (김영기, “AHP를 이용한 웹사이트 신뢰성 평가 모델 개발”, *한국도서관·정보학회지*, 제39권, 제4호, 2008, 52-53.)
- Kim, Y.J., “A Study of Asymmetric Information and its Impact on Collector Purchase Intention in the Korean Art Market”, *Seoul National University*, 2014, 8-10.
- (김윤진, “한국 미술시장에서의 정보의 비대칭성과 컬렉터의 구매의도에 관한 연구”, 서울대학교 석사학위 논문, 2014, 8-10.)
- Kozup, J.K., E. Howlett, and M. Pagano, “The Effect of Summary Information on Consumer Perceptions of Mutual Fund Characteristics”, *Journal of Consumer Affairs*, Vol. 42, No.1, 2008, 37-59.
- Lee, B.K. and S.Y. Shin, “An Analysis on Competition and Ecology of Mobile Platform”, *Journal of Information Technology Services*, Vol.11, No.2, 2012, 19-43.
- (이보경, 심선영, “모바일 플랫폼 경쟁과 모바일 생태계에 관한 고찰”, *한국IT서비스학회지*, 제11권, 제2호, 2012, 19-43.)
- Lee, J.H., “The Effects of Fair Disclosure on Information Asymmetry”, *Yonsei University*, 2014, 1-24.
- (이재학, “공정공시제도(FD)의 정보비대칭성 해소 효과에 관한 연구”, 연세대학교 석사학위 논문, 2004, 1-24.)
- Lee, J.H., “IT Environment Change and IT Development Strategies”, *The Korean Institute of Information and Telecommunication Sciences*, Vol.21, No.1, 2004, 13-21.
- (이주현, “IT 환경변화와 정보통신 발전전략”, *한국통신학회*, 제21권, 제1호, 2004, 13-21.)
- Lee, T.J. and T.W. Yoon, “Explaining the Communication Effects of Disclosure Information : Implications for Financial Consumer Protection” *Journal of Public Relations*, Vol.18, No.3, 2014, 366-369.
- (이태준, 윤태웅, “금융소비자보호를 위한 공시제도의 커뮤니케이션 효과 연구”, *한국PR학회*, 제18권, 제3호, 2014, 366-369.)
- Lin, C.S., W. Sheng, and J.T Ray, “Integrating Perceived Playfulness into Expectation-Confirmation Model for Web Portal Context”, *Information and Management*, Vol.42, No.5, 2005, 683-693.
- Leem, W.B. and Y. Na, “An Empirical Analysis on Association between Fair Disclosure and the Cost of Equity Capital”, *Korean Accounting Association*, Vol.39, No.1, 2014, 1-42.
- (임육빈, 나영, “공정공시와 자기자본비용의 관련성”, *회계학연구*, 제39권, 제1호, 2014, 1-42.)
- Nenkov, G.Y., J.J. Inman, J. Hulland, and M. Morrin, “The Impact of Outcome Elaboration on Susceptibility to Contextual and Presentation Biases”, *Journal of Marketing Research*, Vol.46, No.6, 2012, 764-776.
- Oliver, R.L., “A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions”, *Journal of Marketing Research*, Vol.17, No.4, 1980, 460-469.
- Park, S.J., “A Study on the Crisis Management of Consumer Dissatisfaction in Internet Shopping Mall”, *Yonsei University*, 2001, 16-20.
- (박선정, “인터넷쇼핑몰의 소비자 불만족 해결을 위한 위기관리에 관한 연구”, 연세대학교 석사학위 논문, 2001, 16-20.)

- Tuzhilin, A., "Personalization : The State of Art and Future Directions in Business Computing", *Adomavicious, Gediminas and Alok Gupta*, ets. UK : Emerald Group Publishing Limited, 2009, 3-43.
- Yoon, S.J. and J.M. Goh, "The Impact of Financial Reporting Comparability on Information Asymmetry", *Koran Academic Society of Accounting*, Vol.19, No.3, 2014, 51-79.
- (윤선주, 고재민, "회계정보의 비교가능성이 기업의 정보비대칭에 미치는 영향", *대한회계학회*, 제19권, 제3호, 2014, 51-79.)
- Yu, J.Y., "A Study on the Factors Influencing the Satisfaction of E-Government Web Sites", *Sookmyung Women's University*, 2007, 19-61.
- (유재영, "전자정부 웹사이트 만족도 영향요인에 관한 연구", 숙명여자대학교 석사학위 논문, 2007, 19-61.)
- Zeithaml Valarie A., A. Parasuraman, and L.L. Berry, "The Nature and Determinants of Customer Expectations of Service", *Journal of the Academy of Marketing Sciences*, Vol.21, No.1, 1993, 1-12.

## ◆ About the Authors ◆



**Moon Seung Han (hans@kait.or.kr)**

Moon Seung Han is currently a team leader of Communication User Protection Authority and Ph.D. candidate of management information systems (MIS) at Hankuk University of Foreign Studies. He holds a B.S. in MIS from University of Seoul. His current research interests include communication policy, communication user protection and privacy.



**John Hearn Lee (johnhlee@hufs.ac.kr)**

John Hearn Lee is currently a Professor of MIS at Hankuk University of Foreign Studies (Hufs). He holds a B.S. in Computer Science from University of Southern Mississippi, a M.S. in Industrial Engineering from Virginia Tech, and a Ph.D. in Management Science from Illinois Institute of Technology. Before joining Hufs, he had worked as a telecommunications systems analyst at Bell Laboratories and also as the Director of R&D at LG Electronics. He had served as the President of Korea Information Strategy Development Institute (KISDI), as well as serving as the President Korea Management Information Systems Society. His current research interests include IT strategy and future management.