

‘인터넷-휴대폰 결합’, 월 평균 2만 3천원 절약

- 1년 사이 ‘초고속인터넷 - 휴대폰’ 결합 6%p 증가

통신비 절감을 위해 유·무선 결합상품을 이용하는 가구가 늘고 있다. 소비자들은 초고속 인터넷 회사를 선택할 때도 서비스 품질보다는 결합상품이나 요금, 혜택 등 비용 측면을 더 많이 고려해 통신비에 민감한 모습을 보였다. 초고속인터넷과 휴대폰이 결합할 경우, 월 평균 23,600원의 절약 효과가 있었다.

통신 전문 리서치 회사인 마케팅인사이트(대표 김진국)의 19차 이동통신 기획조사(2014년 3~4월 조사)에 따르면, 가구 내 초고속인터넷 가입자의 절반 이상인 52%가 초고속인터넷과 휴대폰을 결합으로 이용하고 있었다[표1]. SK브로드밴드(이하 SKB)의 결합 이용률이 63%로 가장 높았고, KT(48%)와 LG U+(39%)가 그 뒤를 이었다. 1년 전과 비교하면 3사가 전체적으로 6%p 증가했으며, 증가폭은 LG U+가 10%p로 가장 컸다. SKB는 7%p 증가했으며, KT는 3%p 증가에 그쳤다.

[표1] 초고속인터넷 - 휴대폰 결합 이용 현황

(가구 내 초고속인터넷 가입자, n=10,429, %)

	초고속인터넷-휴대폰 결합 이용률		결합 휴대폰 수 (평균)	할인 금액 ^{주1)} (월 평균)
		13년 상반기 대비		
전체	52	+6%p	2.8대	23,600원
✓ SKB	63	+7%p	3.2대	28,800원
KT	48	+3%p	2.6대	19,900원
LG U+	39	+10%p	2.3대	15,500원

주1) '할인금액 잘 모름' 응답자 55% 제외

Q. 귀댁에서 이용하시는 초고속인터넷은 귀하 또는 다른 가족의 휴대폰과 결합으로 이용하고 계십니까?

Q. 결합 상품에 포함된 휴대폰은 총 몇 대입니까?

Q. 귀댁에서는 인터넷과 휴대폰 결합으로 한 달에 얼마나 할인을 받고 계십니까

결합된 초고속인터넷은 평균 2.8대의 휴대폰과 묶여 있었고, 월 평균 23,600원의 금액을 할인 받고 있었다. 통신사별로는 SKB가 평균 3.2대의 휴대폰과 결합되어 월 평균 28,800원을 할인 받아 결합 이용률, 결합 휴대폰 수, 평균 할인 금액이 모두 컸다.

For more Information

문의: 박경희 수석부장 Tel. 02) 6004-7619, Fax 02) 543-5984 e-mail: parkkh@mktinsight.co.kr

서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr

이용 중인 초고속인터넷 회사를 선택한 이유로는 '결합으로 이용할 수 있는 다른 상품에 들어서'가 46%로 가장 높았고, 그 외 '저렴한 이용 요금', '가입 시 제공 혜택' 등 경제적인 이유를 꼽았다[표2]. 반면, '서비스 품질', '기업 이미지', 'A/S' 등 간접적 효익의 영향력은 낮았다. 결합상품으로는 '휴대폰'에 대한 선호가 높았으며(48%), 그 다음은 '유료방송(30%)', '집전화/인터넷전화(20%)' 순이었다. 특히 SKB는 '휴대폰(56%)', KT는 '유료 방송(43%)'에 강점이 있었다.

[표2] 초고속인터넷 회사 선택 이유

(13년 이후 초고속인터넷 가입자, n=2,633, 복수응답, %)

결합으로 이용할 수 있는 다른 상품이 마음에 들어서	46 ✓
이용 요금이 저렴해서	32 ✓
가입 시 제공 혜택이 커서	31 ✓
서비스 품질이 좋아서	14
지인으로부터 가입 권유를 받아서	8
기업 이미지가 좋아서	7
고객서비스(A/S)가 믿음만해서	7
주위 평판이 좋아서	5
기타	5
잘 모름/기억나지 않음	6

결합 시 선호 상품

	전 체	현 이용 초고속인터넷 브랜드		
		SKB	KT	LG U+
(사례수)	(1,207)	(557)	(282)	(368)
휴대폰 통신사	48	56 ✓	37	45
유료방송 (IPTV/케이블TV등)	30	22	43 ✓	31
집전화/인터넷전화	20	20	19	21
기타	2	2	1	3

Q. 귀하께서 초고속인터넷 회사로 ○○○을 선택하신 이유를 모두 선택해 주십시오.

Q. 그럼, 초고속인터넷과 결합(패키지)으로 이용할 수 있는 상품 중 마음에 드신 것은 무엇입니까?

소비자에게 결합상품은 가계통신비를 줄일 수 있는 중요한 수단이며, 통신사 입장에서는 신규 가입자를 유치하고 기존 가입자의 이탈을 방지하는 방안이 된다. 통신비 부담을 줄이려는 소비자의 니즈와 가입자 이탈을 막으려는 통신사의 니즈가 잘 어우러진 상품이라 하겠다. 그러나 현재 인터넷과 휴대폰의 결합은 2가구 중 1가구에 머물고 있다. 향후 유·무선 결합상품 시장은 빠르게 성장할 것으로 보이며, 이 경쟁에서의 성과는 향후 통신 3사의 시장 판도에 적지 않은 변화를 가져올 것으로 예상된다.

For more Information

문의: 박경희 수석부장 Tel. 02) 6004-7619, Fax 02) 543-5984 e-mail: parkkh@mktinsight.co.kr

서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr

[제 19차 이동통신 기획조사 개요]

- 조사명: 2014 상반기 이동통신 기획조사
- 조사기관: (주)마케팅인사이트(www.mktinsight.co.kr)
- 조사대상: 14 ~ 64세 휴대폰 보유자
- 조사내용: - 이동통신 서비스 및 단말기 구매/사용행동, 만족도, 브랜드 선호도 등
통화/제품 품질 평가 (경험품질)
- 조사기간: 2014년 3월 24일 ~ 4월 15일
- 조사방법: 온라인 우편조사(e-mail survey)
- 표본규모: 총 응답자 41,390명
(이 중 가구 내 초고속인터넷 가입자 10,429명 대상으로 질문한 내용임)

위 조사 결과는 이동통신 전문 리서치회사인 (주)마케팅인사이트(대표: 김진국)에서 2014년 4월 실시한 '19차 이동통신 기획조사'로부터 발췌한 것입니다. 이 조사는 매년 2회 상/하반기로 나누어 4월과 9월에 실시되며, 매회 4만여명의 이동통신 소비자가 참여하는 국내 유일의 이동통신 전문 기획조사입니다.

Copyright © Marketing Insight. All rights reserved. 상업적 목적에 사용할 수 없습니다.

For more Information

문의: 박경희 수석부장 Tel. 02) 6004-7619, Fax 02) 543-5984 e-mail: parkkh@mktinsight.co.kr

서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr