

무선인터넷 포털서비스 전략

- 이동전화를 통한 무선인터넷을 중심으로

김태성, 김주성 (충북대학교 경영정보학과)

요 약

현재의 이동통신시장은 음성중심에서 데이터 중심으로 급격히 발전하는 추세에 있다. 전세계적으로 이동전화 서비스 시장은 1993년부터 미국, 유럽, 일본을 중심으로 본격화되기 시작하여 현재까지 급성장하는 추세에 있다.

무선인터넷서비스 시장의 교두보 역할을 감당하게 될 제3세대 이동통신서비스인 IMT-2000은 개인이동성, 단말 이동성, 서비스 이동성을 구현하여 하나의 단말기를 이용, 언제 어디서나 원하는 서비스를 받을 수 있는 기능과 멀티미디어 서비스의 광역화로 기존의 음성 및 저속 데이터 통신 이외에 최대 2Mbps 속도의 인터넷 접속, 영상회의 등의 멀티미디어 서비스 제공하고, 유선망, 무선망, 위성망을 통합하여 기존의 망을 모두 통합, 수용하는 개념으로 고품질의 서비스 제공하는 서비스를 말한다. IMT-2000서비스의 핵심은 개인용 이동전화기를 통해 전세계적인 로밍이 가능하고, 무선인터넷이 가능한 멀티미디어 통신서비스를 구현하는 것이다. 이러한 핵심적인 목적은 차세대 통신서비스에서도 역점을 두어 실현해나갈 방향이 될 것이다. 그러나 IMT-2000서비스를 위한 설비투자가 당초 예상 보다 많이 소요될 것으로 전망되어, 사업자들의 사업전략 방향이 불투명한 상태다. 앞으로 IMT-2000서비스가 어떻게 제공되고 발전할 것인지는 알 수 없으나, IMT-2000 통신서비스의 특성과 목적은 차후 세대서비스에서 계승할 중요한 측면을 보유하고 있다고 할 수 있다.

향후 이동통신서비스는 인터넷 및 개인용 휴대전화의 이용을 기반으로 하고 있으므로 인터넷과 이동전화 보급률이 높은 우리나라의 경우, 그 발전가능성이 높다고 할 수 있다. 본 연구에서는 무선인터넷 포털서비스 시장 확산단계의 특성에 적합한 마케팅전략을 수립하고 카노(狩野)의 이원적 품질분석이론에 따라 컨텐츠를 분류하여 그 예를 제시하였다.

인터넷 포털서비스 시장은 제품의 수명주기(Product Life Cycle)에서 제시하고 있는 Life Cycle 과 같이 도입기, 성장기, 성숙기, 쇠퇴기로 구분할 수 있는데 한국의 인터넷 사용 인구는 2001년 1월 현재, 국민전체 인구(전국 7세 이상 인구)의 44.7%(1904만)로 확대되었으며, 이동전화가입자가 2,689만명, 무선인터넷서비스 이용자가 1,500만명에 이르고 있으므로 한국 인터넷 시장은 초기 및 후기 다수자가 진입한 상태로 성숙기 상태에 돌입한 것으로 파악된다. 즉, 인터넷 인구와 이동전화시장의 시장환경은 성숙기이므로 그에 준하여 이용자가 기대하는 무선인터넷서비스 시장을 성숙기 환경으로 가정하였다. 성숙기 시장에는 시장차별화 전략이 필요하다. 결과적으로 종합포털의 특성인 전 세대를 포괄하는 무차별서비스만으로는 이용자의 욕구를 만족시킬 수 없으므로 동시에 다양한 전문포털이 구축될 것으로 예측되고 있다. 즉, 종합을 중심으로 심층적인 전문포털을 연계하는 허브포털을 제공하여 전세대를 포괄하면서 심층적인 컨텐츠도 제공해주는 메가허브포털 서비스를 제공하는 것이 무선단말기의 한계를 극복하는데도 기여할 수 있는 포털서비스모델로 적합

할 것으로 예상하였다. 중심(Hub)이 되는 전세대에게 소구될 수 있는 서비스 종합포털 서비스와 세대간 계층 간의 기대와 욕구를 충족시킬 수 있도록 연령, 성별, 직업, 지역, 취미, 기호 등으로 세분화된 전문포털이 차세대 무선인터넷 서비스에 적합한 서비스 모델이 될 것으로 예상하였다. 더불어 무선인터넷 콘텐츠도 성숙기 시장에 걸맞게 다양한 서비스가 제공되어야 할 것이므로 향후 발전가능성이 있는 콘텐츠를 카노(狩野)의 이원적 품질 인식방법에 따라 분류하였다.

분석에 따르면 향후 IMT포털서비스 콘텐츠 중에서 타사와의 비교우위에서 강점으로 작용할 수 있는 매력적인 품질은 주로 게임, 오락, 교육, 캐릭터·멜로디·카드 서비스, 경매·역경매·공동구매, 만화·소설 연재 등이다. 중후하고 범위가 큰 서비스 보다는 가볍고 내용이 작고 상호 작용이 많은 실시간 서비스가 매력적인 것으로 분석되었으며, 포털서비스에서 당연히 제공할 것으로 판단되는 당연적 품질요소에는 주로 기능적 서비스 등과 B2B 솔루션 서비스 등인 것으로 분석되었다. 향후 기업 대상 각종 솔루션은 당연적 품질요소로 충족이 되지 않으면 불만이 생기되, 충족되어도 큰 만족은 없는 당연적 요소로 자리잡을 것이다. 또한 전문정보 검색, 주문형 Audio, Video 서비스, 원격관리 서비스 등은 일원적 품질요소로서 충족되면 만족을 얻으나, 충족이 되지 않으면 불만을 일으키는 요소로 분석되었다.

향후 무선인터넷 서비스가 발전함에 따라 많은 서비스가 당연적 요소로 바뀌어 갈 것이며, 각 콘텐츠의 기능이 고도화되고, 상호 결합되는 양상을 보일 것으로 전망되었다.