

모바일 RFID 비즈니스 모델개발 연구

*박석지
*한국전자통신연구원
sjpark@etri.re.kr

A study on the business model development of Mobile RFID

*Seok-Ji Park

ETRI

요약

본 논문에서는 모바일 RFID의 기본 개념과 서비스 특성을 먼저 살펴보고 이어 모바일 RFID의 비즈니스 모델을 개발하기 위한 기본특성을 도출하였다. 먼저 새로운 IT 서비스가 개발될 때 고려해야할 요소로서 비즈니스 모델의 개념과 구성요소를 정의하고 모바일 RFID(Radio Frequency IDentification)의 서비스 특징과 비즈니스 모델의 각 요소적 특성을 살펴본다. 특히 수요창출을 위하여 필요한 서비스 요소를 도출하고 향후 보편적 서비스로서의 가능성을 제시할 수 있는 모바일 RFID의 서비스 특징과 비즈니스로서 성공할 수 있는 기본적 특징들을 제시한다. 특히 민간 부문을 중심으로 RFID 서비스를 본격적으로 활성화시키고 이 분야에서 선도적 위치를 점하기 위해서 필요한 전략적 비즈니스 모델 요소에 대한 특징들을 설문조사 결과를 바탕으로 제시한다

1. 서론

RFID(Radio Frequency IDentification)란 사물에 전자 태그를 부착하고 무선 통신 기술을 이용하여 사물의 정보를 확인하고 주변 상황정보를 감지하는 인식 기술이다. 정보통신부의 u-IT839 전략의 하나로 추진되면서 미래 성장동력으로 관심을 끌어난 RFID는 궁극적으로는 모든 사물에 부착된 태그와 센서 노드로부터 사물 및 환경 정보를 감지·저장·가공·통합하고 상황인식 정보 및 지식 콘텐츠 생성을 통하여 언제, 어디서나, 누구나 원하는 맞춤형 지식 서비스를 자유로이 이용할 수 있는 단계로 발전할 것으로 전망된다. 그러나 현재 RFID는 주로 물류, 유통, 자산관리 등 주로 B2B 영역과 공공부문을 중심으로 서서히 활용이 확대되고 있는 단계에 있으나, 이용 가능한 시스템 구축, 서비스 이용의 신뢰도 개선 등 경제적·기술적 이유로 인하여 대규모 수요를 창출해 내지는 못하고 있는 실정이다. 서비스 활성화를 위해서는 좀 더 이용자에게 접근이 용이한 형태의 서비스 모델의 개발이 시급한 실정이다. 이러한 현상을 타개하기 위한 노력의 일환으로 최근 이동통신의 발전으로 전 국민에게 보급된 휴대폰과 결합한 RFID 서비스의 개발이 추진되고 있다. 즉, 휴대전화에 RFID 태그를 읽을 수 있는 리더를 장착하고 이를 통해 사물의 RFID 코드 정보를 받아들여 사람과 사물 사이의 직접적 정보 소통을 가능케 하는 모바일 RFID 서비스 개발이 이동통신 3사를 중심으로 추진되고 있으며, 이는 이용자에게 편리한 유비쿼터스 서비스를 제공할 수 있

을 것으로 기대되고 있다. 그러나 이러한 신기술 도입을 통한 새로운 서비스개발에는 서비스의 성공적 정착을 위한 비즈니스 모델의 창출이 매우 중요하다. 이에 이 연구에서는 새롭게 등장하는 모바일 RFID 서비스의 비즈니스 모델의 개발을 위하여, 이에 적합한 비즈니스 모델의 구성요소와 특징 및 분석방법을 제시하여 신기술 서비스의 비즈니스 모델의 사례로서 제언해 보고자 한다.

2. 비즈니스 모델 개념과 구성요소

비즈니스 모델에 대해서는 다양한 정의가 존재하는 데 비즈니스 개념, 수익모델, 사업전략 등의 용어와 혼동을 일으키기도 해서 모두가 납득할만한 일반적인 정의를 찾기는 쉽지 않다. 그러나 통상 비즈니스 모델이란 하나의 기업이 정해진 시장에서 실질적인 경쟁 우위를 창출하기 위해 기업의 전략, 경제성, 그리고 하부구조 등의 영역에서 어떻게 관련된 의사결정들을 추진해 나가는가에 대해 명확하게 정리한 것을 의미한다고 볼 수 있다. 즉 비즈니스 모델은 경제적인 측면과 전략적인 측면 그리고 기업의 하부구조에 대한 측면이 모두 포함되어 있는 매우 종합적인 개념이라고 할 수 있다. 따라서 IT 서비스의 비즈니스 모델은 기업이 이윤을 내기 위해서 “어떻게 사업을 할 것인가?”에 대한 방법론을 의미하며 신서비스를 시장에 내놓는데 중추적인 역할을 담당한다. 일반적으로 기업이 비즈니스 모델을 통해 얻고자 하는 궁극적인 목표는 이윤이다. 그러므로 비즈니스 모델은 반드시 수익과 연결되어야 한다. 따라서 모델의 적용특성에 따라 비즈니스 모델의 구성 요소를 정리하면