



마이비카드, 전자화폐 시장 활성화 전략

최근 전자화폐자판기 보급 속도가 기대만 못하다. 전자화폐자판기 사업 인프라가 구축된지는 오래 되었지만, 전자화폐 업체의 의지만큼 필드전개 확대가 이루어지지 못하고 있다. 시장이 부진한데 있어선 여러 이유가 있겠지만 무엇보다 자판기 운영주들이 아직 전자화폐결제 시스템을 필수적인 장치로 생각하고 있지 않은 요인이 가장 크다.

그렇지만 시장 확대를 위해서는 이런 자판기 운영자의 마인드 전환을 무턱대고 기다리고만 있을 수는 없는 현실이다. 결국 열악한 시장환경을 극복하며 시장확대에 총력을 기울여야하는 주체는 전자화폐 업체이다.

최근의 시장동향을 살펴 볼 때 마이비사의 끊임없는 행보는 분투에 가깝다. 타경쟁사들이 과거보다 시장확대에 대한 의지가 많이 꺾인 반면, 마이비는 끊임없는 열정으로 전자화폐시장을 확대해 가고 있다.

마이비카드 자판기 보급 현황

마이비 전자화폐자판기는 지금까지 총 1,500대선의 보급이 이루어 졌다. 부산 지역을 포함한 영남권에 80%선의 제품이 보급되어 있고, 울산, 호남권 등이 그 뒤를 잇고 있다.

부산지역에 보급된 제품은 총700대에 이른다. 최근에는 부산지하철에 42대의 마이비카드자판기가 보급되었고, 추가로 50대가 더 보급될 예정이다.

부산, 울산, 영남 지역에 이어 배턴을 이어받은 지역은 광주지역이다. 지난 4월 28일부터는 상용화된 '빛고을 카드'를 사용할 수 있는 자판기가 광주지하철에 20여대 설치될 예정이다.

아직 충청, 경기, 수도권은 미개척의 시장이지만 단계적으로 인프라를 확대할 계획에 있다. 마이비카드가 적용되는 자판기 품목은 과거 커피, 캔 중심에서 팝콘자판기, 디카·폰카인화자판기, 무인사물함 등으로 다변화되고 있다.

또 마이비카드 시스템의 상용가치를 높이기 위해 사각의 카드 형태만이 아닌 액세서리, 미니카드, 폰마이비 등 다양한 카드 인프라 구축에도 주안점을 두고 있다. 부산 해운대 지역에서는 올 여름 7월 1일부터 SUMMER BEACH카드라는 손뚝미 형태의

카드가 첫선을 보였다. 바캉스 성수기를 맞아 처음 시도되는 이 카드시스템은 사람들이 수영복을 입고 있는 상태에서도 지갑없이 손목에 찢 수 있는 카드를 이용해 가맹점 결제를 할 수 있다. 자판기도 편리하게 사용할 수 있게 20여대 전자화폐 결제 시스템을 갖춘 제품이 보급 운영중이다.

시장 확대의 걸림돌

지금까지 전개된 1,500여대의 수량에 대해 회사 측은 미흡한 수량이라는 입장을 밝힌다. 주위의 제반여건들이 뒷받침을 해주었으면 빠른 시장확대가 가능했을 텐데 현재는 아쉬움이 많은 상황이라 한다.

무엇보다 사업활성화에 있어 걸림돌이 되는 문제는 기존 설치된 자판기들은 마이비 전자화폐시스템의 부착이 힘들다는 점이다. 기존 제품들에 전자화폐결제시스템을 상용화시키기 위해서는 별도 톨을 개발해야 하는 문제가 당면과제로 작용한다. 현재로서는 오직 신제품에만 마이비카드 결제시스템을 장착할 수 있다 보니 수요확대에 한계가 있다. 신제품에 부착되는 것도 필수기능이 아니라 옵션기능으로 운영자의 선택을 요구하는 현실에 있다. 이렇다 보니 운영자들이 장착비용에 대한 부담 때문에 전자화폐자판기를 꺼리는 경우가 많다.

또 다른 문제는 자판기 제조사들이 판매되는 전모델에 마이비카드 전자화폐 결제시스템을 적용하지 않는다는 점이다. 현재 마이비카드를 적용할 수 있는 기종은 캐리어 LG 제품 6종, 삼성광주전자 2종, 롯데칠성 캔자판기 전기종, 코카콜라자판기 1종이다. 전제품 전기종에 마이비카드를 장착할 수 없다는 점이 시장 확대의 한계성으로 작용하고 있다.

마이비는 앞으로 기종 업그레이드를 위해 제조업체와의 협력을 강화해 나갈 필요성이 크다는 입장을 밝혔다. 그나마 다행인 것은 음료메이커의 캔자판기에 마이비카드를 적용할 수 있게 된 점이라고 한다. 적용할 수 있는 모델이 다양화되어 캔자판기 분야로 마이비카드 적

용이 더욱 확대될 것으로 기대되고 있다.

변함없는 열정으로 시장 활성화를 연다

마이비는 기대만큼의 시장확대가 이루어지지 않고 있음에도 불구하고 자판기 결제 인프라라는 매우 중요하기 때문에 시장 확대에 대한 의지는 변함없다는 입장을 밝혔다. 자판기가 전자화폐의 많은 기능 중에서 한부분이지만 소액결제시스템으로 고객 편리성을 추구할 수 있는 핵심적인 인프라라는 시각을 가지고 있다.

올 한해 목표로 하고 있는 수량은 1000대. 하지만 가야 할 길은 쉽지 않다. 단말기에 대한 비용부담, 수수료 비용 부담, 판매수익에 대한 노출 등의 요인이 운영자들을 주저하게 만드는 요인으로 작용한다. 결국 전자화폐자판기 시장 활성화를 위해서는 높은 도입효과를 입증시켜야 하는 게 과제이다.

마이비는 전자화폐 도입의 장점들을 적극 부각시키며 운영자 마인드를 전환시킬 예정이다.

최근 은행에서 동전을 교환해 주지 않아 많은 운영업자들이 불편을 겪고 있는 현실도 전자화폐시스템의 상용가치를 높이는 포인트가 될 수 있다고 보고 있다.

또한 소비자의 편리성을 향상시킴으로서 매출을 향상시킬 수 있다는 점과 현금누수 현상을 막을 수 있다는 점도 집중 부각시킬 계획이다. 실질적으로 부산, 경남 등의 지역은 마이비카드자판기가 소비자들에게 많이 인식되어 매출향상에 적지 않은 공헌을 하고 있다. 한번 써본 사람은 또 찾게 되는 게 전자화폐자판기의 편리성이라고 회사 측은 강조한다.

종합해 볼 때 운영자의 마인드를 어떻게 전환시키느냐 문제가 전자화폐자판기 시장 활성화를 위해 가장 중요하다. 근본적으로 운영자들이 사용자의 편리성을 배가시키겠다는 적극적인 서비스 의식이 고양되어야 전자화폐자판기 시장은 확대기류를 탈 수 있다.

이렇게 운영자 마인드를 바꾸려는 마이비카드의 끊임 없는 시장 열정은 전자화폐자판기 시장 활성화에 대한 기대를 갖게 하기 충분하다.