

원폰 서비스 시장 동향 및 진화 전망

Market Trends and Development Outlooks of One-Phone Services

이정환(J.H. Lee)
한익수(E.S. Han)

마케팅전략연구팀 연구원
마케팅전략연구팀 선임연구원

최근 통신 기술이 진화하고, 시장의 규모가 확대되면서 유무선통합 서비스인 원폰에 대해 정부, 통신사업자, 단말제조사 등이 많은 관심을 보이며 투자를 하고 있다. 일부에서는 원폰 서비스가 이용에 어려움이 많고, 기술진보가 느려 단기적으로는 틈새시장을 공략하는 데 그칠 것으로 전망하기도 한다. 그러나 시장 확산에 몇 가지 제약들이 다소 존재는 하지만 유무선통합이 통신시장의 새로운 패러다임이 되고 있으며, 이러한 유무선통합의 초기 형태가 원폰과 같은 융합서비스로 출시된다는 점에서 큰 의미를 가진다. 이에 본 고에서는 최근의 원폰 서비스 관련 동향을 살펴보고, 향후 원폰 서비스가 통신시장에서 보다 경쟁력 있는 서비스로 포지셔닝되기 위한 전략의 방향을 단말, 무선인터넷, 홈 네트워크 및 기업용 시장 관점에서 고찰하였다.

I. 서론

최근 통신 시장은 신규 수요의 정체, 사업자간 경쟁의 심화 등으로 수익구조가 악화되고 있다. 이러한 상황에서 통신사업자들은 소비자의 편익을 증대시키고 통신시장 패러다임의 변화를 반영하는 새로운 시장가치 창출 및 신규 수익원 확보를 위해 유무선통합 서비스에 많은 관심을 기울이고 있다.

유무선통합의 궁극적인 목표는 유선과 무선으로 분리되어 있는 통신서비스, 네트워크, 영업행위를 결합하는 것으로 평생번호(one number), 단일 단말(one-phone), 통합 메세징, 통합음성사서함, 통합 VPN(Virtual Private Network), 유무선포털 등의 서비스가 언제, 어디서나, 어떠한 단말을 통해서도 제공되는 것이다[1]. 그러나 현 단계의 유무선통합은 물리적 형태의 유선 및 무선망이 여전히 독립적으로 존재하면서 마치 하나의 망처럼 서비스를 제공하려고 하는 것이기 때문에 유선사업자에게는 새로운 사업 기회를 제공하며, 무선사업자에게는 자원의 효율성을 높일 수 있는 기회가 될 수 있다.

최근 국내에서는 KT가 유무선통합 서비스인 원

폰 서비스가 시장 출시를 앞두고 있다. 원폰 서비스는 이동전화에 블루투스 칩을 내장하여 가정과 같은 특정 영역에서 하나의 단말을 통해 이동전화와 유선 전화를 동시에 이용할 수 있으며 요금에 있어서도 유선전화 요금으로 이동전화 이용이 가능한 서비스로 알려지고 있다[2]. 그러나 정부 당국의 규제 정도, 소비자들의 추가 비용부담, 몇 가지 기술적 제약 등으로 시장 진출에 따른 성공 여부에 대한 의견은 분분한 상태이다.

컨버전스 시대에 유무선통합 서비스인 원폰이 국내외적으로 많은 관심을 끌면서 이와 관련한 다양한 기사와 연구들이 보고되고 있으나, 이 서비스가 가지는 의미와 경쟁력을 소개하는 연구는 아직 부족한 실정이다. 따라서 본 고에서는 다음과 같은 시사점을 제시하고자 한다.

첫째, 원폰 서비스와 관련한 최근 통신시장 동향을 알아보고, 둘째, 원폰 서비스가 줄 수 있는 경제적 혜택에 대한 시뮬레이션을 통해 원폰 서비스의 특징을 실증적으로 분석한다. 마지막으로 원폰 서비스의 진화 방향에 대한 분석을 통해 서비스의 경쟁력을 소개하고자 한다.

II. 원폰 서비스 관련 최근 시장 동향

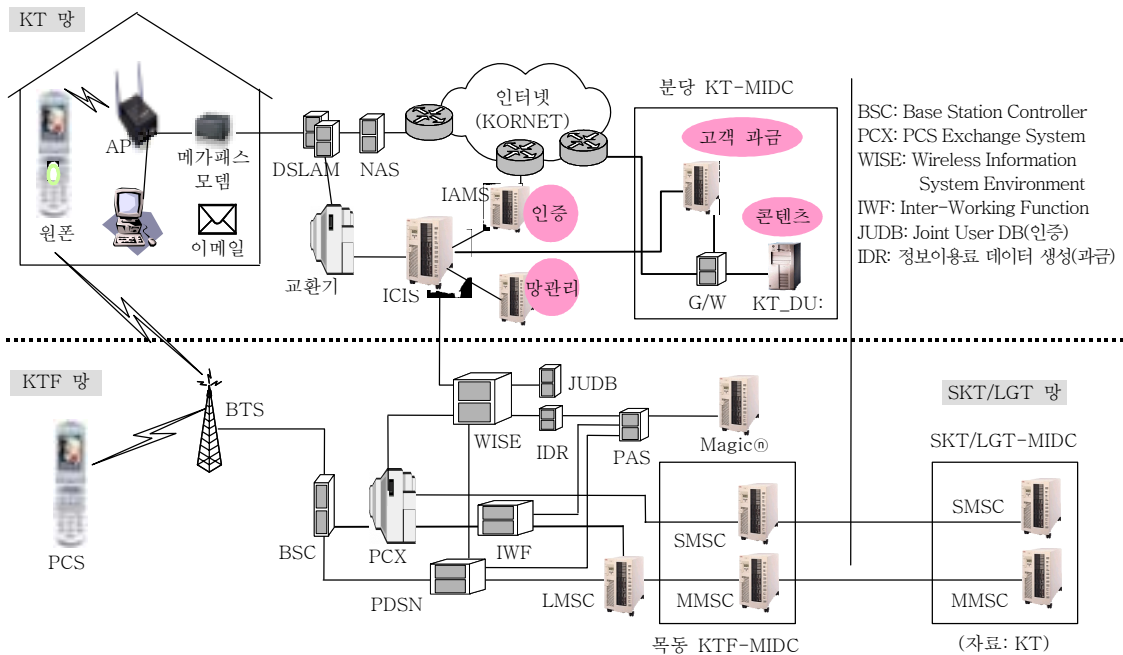
KT가 제공하게 될 원폰 서비스는 ‘듀(du:)’라는 이름으로 브랜드가 확정되었으며, 현재 단말의 최종 성능 테스트 단계를 거쳐, 이르면 3월 말경에 1만 명을 대상으로 시범서비스가 시작될 예정이다[3].

(그림 1)은 원폰 서비스의 시스템 구성도를 나타낸 것이다. 원폰 서비스 출시가 시장에 처음 이야기 되었을 때 이동통신 사업자들은 규제적인 측면에서 많은 문제를 지적하였다. 그러나, 최근 새로이 제기되고 있는 주요 내용을 살펴보면 “지배적 통신사업자의 결합상품 판매를 위법으로 원천 금지하는 법 조항을 수정하고 시장경쟁에 미치는 영향에 따라 결합상품을 허용해야 한다”는 주장도 있다[4]. 이는 독점기업이라고 해도 시장의 경쟁을 저해하지 않는다면 기술 발전적 측면과 소비자 편익 측면에서 결합서비스를 허용하도록 해야 한다는 의미이다. 이에 정부도 최근 “시장 지배적 사업자가 모든 통신업체에 균등하게 결합상품의 기회를 주는 한에 있어서는 원폰을 금지할 이유가 없다”는 입장을 밝힌 바 있다

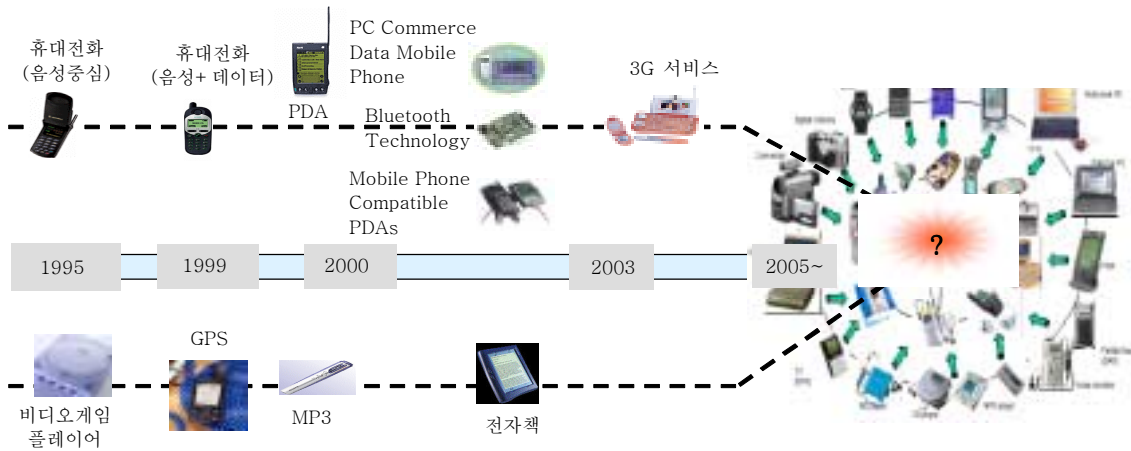
[5]. 그러나 이동통신 사업자들은 원폰 서비스가 가입자를 끌어 들이기 위한 수단으로 이용할 것으로 예상하고 전기 통신사업법에 의거 불공정경쟁을 막기 위해 서비스를 금지하도록 요구하고 있다.

해외에서는 이미 영국의 BT가 원폰 서비스를 1999년 제공했다가 실패한 경험이 있다. 당시 실패의 주요 원인으로는 고가의 제한된 단말기종, 새로운 신규 번호부여에 따른 혼란, 핸드오프 문제, 과도한 수요예측 등이 지적되었으나 올해 말 재 출시되는 원폰은 ‘Bluephone’ 이라는 이름으로 자동모드 전환이 가능하며, 데이터 서비스 제공이 가능하고, 보다 세분화된 시장(5개의 단말과 4개의 상품)을 대상으로 준비중에 있다[6]. 이외에도 미국의 Verizon, 독일의 DT, 중국의 CT 등 세계 우수 사업자들이 유사 서비스 제공에 박차를 가하고 있는 것으로 알려지고 있다.

처음 이동통신 단말기가 시장에 출현하였을 때 이는 음성을 매개로 사람과 사람을 연결하는 보다 발전되고 편리한 통신수단 중의 하나로 기존 유선전화의 단순한 확장 개념으로 간주되었다. 따라서 이동단말기의 외관과 기타 부가기능 등은 음성통화라



(그림 1) 원폰 서비스 시스템 구성도



(그림 2) 단말의 컨버전스

는 주요 기능을 고려해 볼 때 이용자의 중요한 관심 사항은 아니었다[7]. 그러나 최근 휴대폰 사용자들은 하나의 단말로 다양한 요구(needs)를 동시에 만족시킬 수 있기를 원한다. 그 결과 MP3 플레이어, 비디오, 카메라 등의 다양한 기능을 갖춘 다기능 단말기에 대한 수요가 증가하고 있다. 최근 휴대폰 판매량의 80% 가량은 카메라 기능을 내장하고 있는 단말이며, 휴대폰 본래의 기능보다 엔터테인먼트 기능을 강조한 게임기폰, 적외선 기술(IrDA)을 적용한 리모콘폰, 휴대폰으로 금융거래를 대신하는 뱅크온폰, 무전기 기능을 가진 PTT(Push to Talk) 폰, MP3를 내장한 뮤직폰, 그리고 TV 수신이 가능한 TV 폰들이 시장에서 크게 각광 받고 있으며 향후 그 수요는 더욱 늘어날 전망이다[8].

(그림 2)는 개별적으로 분리되어 있던 단말들이 발전되면서 하나의 단말로 컨버전스 되는 과정을 보여주는 것이다. 원폰 단말은 개별 단말들이 컨버전스 되고 있는 지금의 상황에서 2.4GHz의 블루투스 기술을 사용함으로써 근거리에서 PTT 서비스, 단말간 데이터 전송, 게임기, MP3, 리모콘 등 소비자들의 요구에 따라 후속 모델 개발이 있을 것으로 예상된다.

현재 3월 말 출시된 원폰 단말은 삼성전자가 130만 화소의 카메라를 내장하여 개발을 마무리 했으며, LG 전자, 팬택&큐리텔 등 단말업체들이 후속 단말 개발에 나설 계획을 가지고 있다.

III. 원폰 서비스 제공 속성 및 혜택

통신서비스 이용자들은 언제 어디서나 자신이 원하는 서비스를 저렴하고, 편리하게 이용하고자 한다. 현재 무선 기반의 서비스는 이동성이라는 장점을 중심으로 언제든지 음성과 무선데이터 서비스를 이용할 수 있지만, 가격, 품질, 전송 용량 및 속도, 보안 등에서 유선 기반의 서비스에 비해 다소 제약이 있다.

원폰 서비스는 분리된 영역에서 제공되는 개별 통신 서비스를 고유의 네트워크를 그대로 활용하면서 하나의 단말을 통해 유무선 통신서비스 이용을 가능하게 한다. 이처럼 유선과 무선 통신 서비스의 장단점을 보완한 원폰 서비스는 광대역 통합망(BcN)으로의 발전을 위한 첫 시작이라는 점에서 큰 의미를 가진다. 왜냐하면 광대역 통합망 구축을 위한 네트워크, 서비스, 단말의 단계별 진화 로드맵 상에서 유무선통합 서비스는 이중망을 공통 활용하면서 멀티미디어 서비스까지 이용할 수 있는 최초의 서비스이기 때문이다.

이러한 원폰 서비스가 제공됨으로써 얻을 수 있는 소비자의 실질적 혜택은 하나의 단말을 통해 이동전화와 유선전화를 동시에 이용할 수 있는 편리함과 음성통화와 무선인터넷 이용 요금 절감이다.

본 고에서는 이러한 요금 절감 혜택의 정도를 실증적으로 알아보기 위해 각 이동통신사별 가입자 당

ARPU(1인 당 평균 매출액)¹⁾에 소비자들의 통신서비스 이용 형태(특정지역에서 음성 및 데이터를 사용하는 정도)를 고려하여 요금 절감 효과를 시뮬레이션 하였다.

<표 1>은 무선인터넷의 이용 비율이 가정 같은 특정지역과 그 이외의 지역이 같다는 가정 하에 음성통화 이용 정도를 달리했을 경우 소비자의 혜택 정도를 가입회사별로 나타낸 것이다.

<표 2>는 음성통화의 비율이 가정 같은 특정지역과 그 이외의 지역이 같다는 가정 하에 무선인터넷 이용 정도를 달리했을 경우 소비자의 혜택 정도를 가입회사별로 나타낸 것이다.

<표 1> 원폰 서비스 요금혜택(음성통화 이용변화 중심)

사용 행태				소비자 혜택 정도 (단위: 원)		
음성통화 비율		무선인터넷 비율		S사	K사	L사
특정지역	그 외	특정지역	그 외			
3	7	5	5	2,756	1,648	1,130
4	6	5	5	3,170	1,904	1,286
5	5	5	5	3,584	2,160	1,441
6	4	5	5	3,998	2,417	1,596
7	3	5	5	4,412	2,673	1,751

<표 2> 원폰 서비스 요금혜택(무선인터넷 이용변화 중심)

사용 행태				소비자 혜택 정도 (단위: 원)		
음성통화 비율		무선인터넷 비율		S사	K사	L사
특정지역	그 외	특정지역	그 외			
5	5	3	7	2,978	1,808	1,174
5	5	4	6	3,281	1,984	1,308
5	5	5	5	3,584	2,160	1,441
5	5	6	4	3,887	2,337	1,574
5	5	7	3	4,198	2,513	1,707

1) 이동통신사별 가입자 당 ARPU(2003. 5. 기준)

(단위: 원)	S사	K사	L사
ARPU	45,779	40,317	33,181
10초 당 요금 (정상/할인/심야)	20/13/10	18/14/10	18/13/10

주 1) 정상(08~21시)/할인(06~08시, 21~24시)/심야(24~06시)

2) 이동통신이용자의 통화 형태: 정상:할인:심야 = 6:3:1로 적용

<자료: KTF>

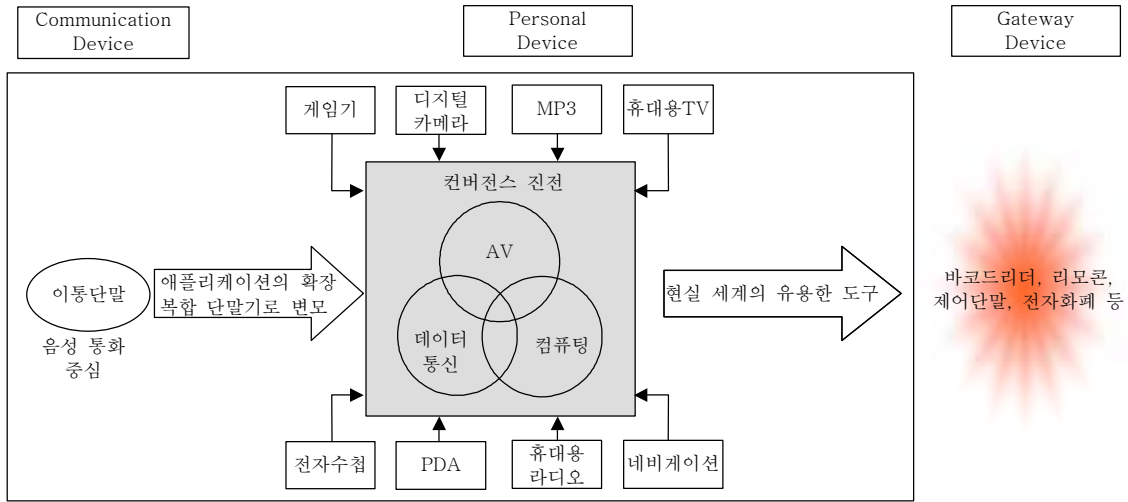
시뮬레이션 결과 원폰 서비스는 기존 통신사업자의 표준 요금체계를 기준으로 했을 때 월 평균 적게는 1,000원에서 4,000원 이상의 요금 절감 혜택을 줄 수 있을 것으로 분석되었다. 이는 통신서비스 이용자의 사용 패턴이 가정과 같은 특정지역을 중심으로 이용 비율이 높을수록 더욱 늘어날 수 있는 수준으로 소비자들은 연간 1만 원에서 5만 원 이상의 통신 요금의 절감 혜택을 받을 수 있는 수준이다.

IV. 원폰 서비스 진화 전략의 방향

1. 단말 진화 관점

이동단말은 개인 간의 커뮤니케이션 기능에서 최근 여러 가지 복합적인 기능(카메라, MP3, 게임기 등)을 내장한 personal device로 발전되고 있다[8]. 그렇다면 향후 이동단말은 어떠한 역할을 할 수 있을 것인가에 대한 검토가 필요하다.

최근 단말이 복합화되면서 RF/IF/Baseband, CPU, 배터리, 디스플레이 등의 요소 기술 발전은 대부분의 이동 단말에 대한 요구를 충족시킬 수 있게 되었지만 이 모든 것을 동시에 충족시키기에는 기술적으로 한계가 있는 것이 사실이다. 원활한 데이터 전송을 위해서는 10Mbps급 이상의 전송 속도를 지원해야 하며, 배터리 용량은 6~10배, 프로세싱 파워는 현재보다 20~30배로 개선되어야 하고, 디스플레이도 3인치 이상은 되어야 한다. 그러나 이렇게 될 경우 애플리케이션 확장으로 디자인 및 외형에서 상당한 변형이 불가피하게 되고 이동단말은 매력도가 크게 떨어질 가능성이 있다. 이렇게 볼 때 고가의 모든 기능을 하나의 단말에 복합화시키는 것은 기술적인 구현 측면에서 그리고 모든 기능에 대한 비용 부담을 해야 하는 소비자 측면에서 실현가능성이 그렇게 높지만은 않다[9]. 그렇다면 이동단말은 복잡한 연산이나 기능들을 컴퓨터나 STB(Set Top Box) 등에 맡기고 근거리 무선통신기술(블루투스, WiFi 등)을 이동단말에 탑재하여 복잡한 계산이나 인터넷 접속 결과를 전달 받는 현실적인 접근을 고



(그림 3) 단말의 진화 방향

려해 볼 수 있다[10].

다시 말해, (그림 3)에서 보여주는 바와 같이 향후 단말은 모든 연산과 처리를 다할 수 있는 스마트폰 형태 보다는 리모콘, 전자화폐 기능, 바코드 리더기 등 우리의 일상생활에서 하나의 도구로서 사용되는 게이트웨이 단말로 진화할 가능성이 설득력 있어 보인다. 이는 아직까지 현실생활에서 충분히 활용되고 있지 못한 부분으로 원폰은 블루투스 기술을 이용하기 때문에 게이트웨이 디바이스로의 기능을 충분히 수행할 수 있다. 이와 같은 영역은 기존 이동통신에 비해 경쟁력을 가질 수 있는 새로운 영역이 될 수 있을 것이다.

2. 무선인터넷 관점

이동통신사의 무선인터넷 매출액은 2001년 2천억 원, 2002년 1조 2천억 원, 2003년 1조 8천억 원에 이르는 급격한 성장을 이루었다. 사업자 별로 2003년 무선인터넷 매출을 보면 SKT가 1조 3천 201억 원으로 전년 대비 81% 증가하면서 전체 매출액의 15.3%를 차지했고, KTF가 3천 618억 원, LGT가 1천 469억 원이었다. SKT는 올해 무선인터넷 매출을 전체 매출의 20%까지 올리겠다는 입장이고 KTF 역시 무선인터넷 매출 확대를 위해 주력할 방침이다. LGT는 올해 연말부터 W-CDMA(광대역 코드

분할다중접속)와 같은 3세대 이동통신인 cdma2000 1x EV-DV(Data & Video) 서비스를 통해 무선인터넷을 강화할 계획이다. 이와 같이 각 사업자마다 무선인터넷을 통한 수익 확대에 심혈을 기울이고 있다 [11]-[13]. 한국 IDC가 발표한 국내 모바일 데이터 시장 전망은 올해 2조 원을 돌파하는 데 이어 2007년에는 7조 원 규모로 성장할 것이라고 전망하였다.

원폰 서비스는 AP(Access Point)를 통해 이동전화 유선전화처럼 이용할 뿐만 아니라 가정과 같은 특정영역에서 초고속통신망을 이용한 무선인터넷이 용이 이동전화 상에서 가능하게 한다. 현재 무선인터넷의 경우 64화음 벨소리를 다운 받기 위해 소비자가 지불하는 정보이용료, 통신료(패킷 당 6.5원), 부가가치세는 1,000원 정도이며, 이 중 50% 가량을 통신료가 차지하고 있으며 원폰은 특정영역에서 무선인터넷을 이용할 경우 정액제 혹은 통신료 부분을 무료로 할 수 있다. 물론 무선인터넷의 이용이 이동중에 많이 일어나고는 있지만 저장용량을 대폭 개선한 이동 단말이 출시되고 있는 지금의 단말 발전 추세에서 다운로드형 게임, 벨소리, 동영상 등의 콘텐츠를 원폰을 통해 이용할 경우 소비자들은 기존 이동통신을 통한 무선인터넷보다 많은 경제적 혜택을 누릴 수 있을 것이다. 따라서 원폰은 음성을 통한 경제적 혜택보다 성장하는 무선인터넷 시장에서 고객들에게 많

은 혜택을 제공하는 방향으로 발전 되어야 할 것이다.

<표 3>은 현재 이용 주로 이용하는 무선 인터넷 콘텐츠와 향후 이용하기를 원하는 콘텐츠를 나타낸 표이다.

ETRI 마케팅전략연구팀에서 지난해 실시한 원fon 서비스 수요예측 결과(2003. 6.)에서도 다운로드형 서비스에 대한 소비자 호응도가 상대적으로 높게 나타나 상당 부분 관련 수요가 있을 것으로 예상하고 있으나 무선콘텐츠를 제공하는 콘텐츠 제공업체(CP) 입장에서는 수익성을 위한 가입자 규모가 최소 600만은 되어야 하는 구조라서 서비스를 활성화시키는 데 있어서 어려움은 다소 예상된다.

<표 3> 무선 인터넷 콘텐츠 선호도

현재 이용		순위	향후 이용	
콘텐츠	비율(%)		콘텐츠	비율(%)
배경화면/벨소리 다운로드	28.11	1	음악(MP3) 다운로드	12.50
게임	20.40	2	모바일 banking	10.04
전자우편	10.45	3	위치정보	9.43
사진전송	9.20	4	TV시청	8.61
음악(MP3) 다운로드	7.21	5	영화감상	8.20
노래방	6.22	6	VOD(동영상)	7.17
뉴스	5.22	7	배경화면/벨소리 다운로드	5.74
위치정보	4.48	8	예약서비스	5.33
인터넷 banking	1.99	9	전자우편	4.51
방송연예 정보	1.74	10	라디오청취	4.51

<자료>: ETRI 마케팅전략연구팀, 2003. 6.

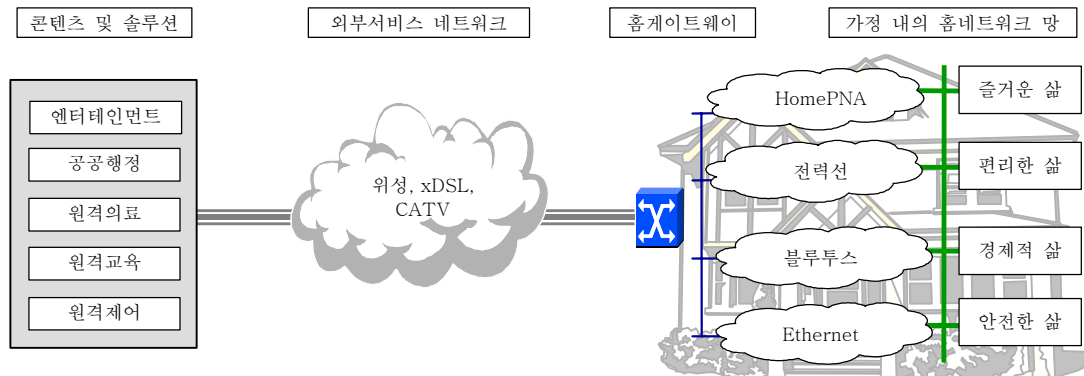
3. 홈 네트워크 관점

현재 홈 네트워크는 정보 주도로 2개의 컨소시엄이 지난해 말 구성되어 유무선통신 사업자, 건설사, 방송사, 가전사, 엔터테인먼트사 등 83개의 각종 사업체들이 참여하여 본격적인 사업화 준비를 하고 있다. 정보통신부는 2007년까지 총 365억 원을 투입해 홈 네트워크 시범 가구를 구축하고 다양한 서비스를 발굴하여 관련 산업을 활성화할 계획이다[5].

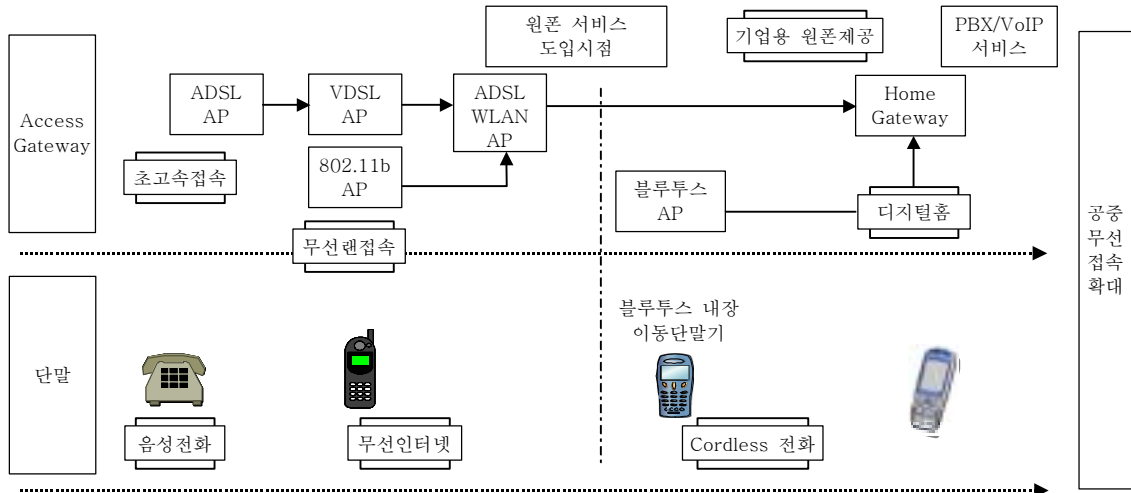
홈 네트워크는 초기단계의 홈 오토메이션, 방범, 방재 수준에서 집안의 각종 기기간 연동 및 인터넷과 컴퓨터를 이용한 인터넷 냉장고, 인터넷 세탁기, 인터넷 정보가전까지 향후 무궁한 잠재력을 가진 시장이다.

홈 네트워크를 구성하기 위해서는 (그림 4)에서와 같이 외부망과 내부망을 연결하기 위한 액세스망, 액세스망과 맥내망을 연동하기 위한 홈 게이트웨이, 전력선, 이더넷, 전용선 등의 홈 네트워크 망, 그리고 사용자의 단말로 분류된다. 여기서 TV, 가전기기 등을 제어하는 사용자 단말은 웹 패드, 핸드헬드 PC 등 다양한 단말이 논의되고 있으나 현실적으로 대부분의 가입자들이 보유하고 있는 휴대폰이 될 가능성이 크다.

홈 네트워크 이용을 소비자 입장에서 조사한 2003년 ‘정보통신 산업연합회’의 홈 네트워크에 대한 수요자 의견조사를 보면 소비자들이 홈 네트워크에서 가장 필요로 하는 기능은 32.7%가 통합 리모콘이라고 조사되었다. 특히 통합 리모콘으로서 가장 선호하는 단말은 휴대폰(76.4%)으로 조사되었는데,



(그림 4) 홈 네트워크 구성



(그림 5) 원폰 서비스의 확장

원폰은 블루투스 기술을 이용함으로써 향후 홈네트워킹 환경 하에서 다양한 기기를 직접 제어하거나 혹은 AP, 홈게이트웨이를 이용한 통합 제어 단말로서 충분히 활용될 수 있을 것으로 예상된다.

4. 기업용 시장 관점

이동통신사들은 번호이동성 제도 하에서 사업자 간 경쟁의 수단으로 기업 대상 고객의 마케팅에 많은 관심을 쏟고 있다. 기업 대상 고객은 통신사 입장에서 상당한 잠재력을 가지고 있는 고객이며, 기업의 입장에서 역시 하나의 통신사업자로부터 저렴하게 통신 서비스를 종합적으로 제공 받을 수 있기 때문에 운용 측면이나 비용 절감 측면에서 장점이 있다.

기업 고객 구성원들이 원폰을 사용하여 외부에서는 CDMA 기반의 이동전화를 이용하고 가정, 사무실 등의 실내에서 무선 교환기 및 AP를 이용한 유선 전화 서비스를 이용할 수 있다면 이용자 측면에서 상당히 매력적인 서비스가 될 수 있을 것이다.

현재의 원폰 서비스가 개인 소유의 AP가 설치되어진 가정 혹은 소규모 사업장에서 이용이 가능한 서비스로 시장에 출시되지만 이용상의 편리함이나 경제적인 혜택을 보다 폭넓게 제공하기 위해서는 서비스의 제공범위가 보다 확대될 필요가 있다[14]. 이미 SKT, KTF 등이 2002년부터 삼성전자, 한국

과학기술대학(KAIST) 등에 WPBX 서비스를 제공하고 있으며, LGT도 올해 일반 기업체 및 기관 고객 등을 대상으로 상용서비스를 제공할 계획을 가지고는 있지만, 원폰에서 사용하는 블루투스 기술을 기존 WPBX에 모듈 추가 작업을 통해 제공하거나 새로운 솔루션을 설치할 경우 보다 좋은 품질의 음성통화를 제공할 수 있으며, PC 등과 연계하여 일정 거리를 벗어나면 PC가 locking 되는 부가서비스의 제공 등도 가능해 질 수 있다. (그림 5)는 원폰 서비스가 확장되는 방향을 나타낸 것이다. 도입 시점의 원폰 서비스는 블루투스 AP와 블루투스 칩을 내장한 이동 단말기를 통해 음성통화 중심의 서비스가 제공되지만 향후 홈 네트워크를 위한 원폰과 함께 기업용 원폰 서비스가 제공될 경우 이용자들은 보다 많은 혜택과 편리한 기능적 활용을 할 수 있을 것이다.

V. 결론

유무선통합은 원래 분리되어 있는 유선, 무선을 연결하는 새로운 기술이 등장하여 UMS, personal numbering, mobile centrex, single billing 등의 서비스가 제공되면서 논의가 되었다[15]. 현재는 원폰, VPN, VoIP, 무선랜 등의 새로운 개념의 서비스가 등장하면서 보다 많은 관심을 끌고 있다.

최근 많이 논의되고 있는 NGcN의 필수조건은 모든 통신서비스가 하나의 통신망에서 제공되는 유무선통합이며 이러한 유무선통합의 초기 형태가 원폰과 같은 융합서비스로 출시된다는 점은 큰 의미를 가진다.

이러한 맥락에서 본 고는 원폰 서비스가 지니고 있는 주요 속성별 제공 혜택의 정도를 실증적으로 규명하였으며, 나아가 현재 서비스간 치열한 경쟁 상태에 있는 통신시장에서 원폰 서비스가 어떠한 방향으로 향후 발전, 진화되어야 할 것인가에 대해 단말 및 무선인터넷, 홈 네트워크, 기업시장 관점에서 고찰하였다. 이에 대한 주요 연구내용을 정리, 요약 하면 다음과 같다.

첫째, 원폰 서비스는 성장하는 무선데이터 시장에 적합한 서비스로 발전되어야 할 것이다. 향후 통신에 있어서 음성서비스가 차지하는 비중은 고객이나 서비스 제공자 입장에서 매출의 정체 혹은 감소를 보일 것이다. 이는 향후 VoIP가 보편적으로 시장에 자리잡게 되고, 멀티미디어 서비스와 같은 데이터 서비스에 대한 이용이 더욱 증가할 것이기 때문이다. 따라서 통신시장이 포화 상태에 있는 지금의 상황 하에서 원폰 전용의 다양한 콘텐츠 개발을 통해 시장의 전체 규모를 확대하고 소비자에게 무선인터넷에 대한 불신을 불식시키는 수단으로 원폰이 활용될 수 있어야 할 것이다.

둘째, 원폰 서비스는 직업별, 연령별 특성에 맞는 보다 세분화된 특징을 가지는 모델들로 진화되어야 할 것이다. 이는 언급한 바와 같이 하나의 단말이 모든 기능을 수행할 수 없기 때문이다. 영국은 올해 말 출시하는 블루폰을 가정용 서비스, 오피스용 서비스, 멀티미디어용 서비스 등으로 세분화하여 시장에 출시할 예정이다. 이는 원폰이 보다 수요자 중심적인 요금체계와 기능적 편의성을 가지고 제공되어야 함을 뜻한다.

셋째, 원폰 서비스는 사용상의 편리함, 경제적인 혜택뿐만 아니라 보다 많은 가치를 제공해주기 위해 현재 구현되어진 블루투스의 기술적 특성을 고려한 부가서비스 개발을 준비해야 할 것이다. 지금의

원폰 서비스는 음성 중심의 서비스에 많은 중심이 맞추어져 있으나 향후 원폰을 무전기로 활용한다든지, 휴대폰을 통해 찍은 사진을 이동망을 경유하지 않고 서로 주고 받는다든지, 통합 리모콘으로 활용하는 방법 등을 생각해 볼 수 있다. 이런 의미에서 원폰이 홈 네트워크에서 제어 단말로서의 기능을 충분히 수행할 수 있을 것으로 보인다.

이상에서 언급한 바와 같이 유무선통합의 시험적 서비스인 원폰이 향후 통신시장을 보다 활성화하고, 선도해 나가기 위해서는 소비자의 컨버전스 요구에 부합한 다양한 가치의 개발 및 제공 등을 가장 중요한 전략적 과제로 삼아야 할 것이다.

참고 문헌

- [1] 이정환 외, “컨조인트 분석을 이용한 유무선통합서비스 속성의 소비자 선호에 관한 연구,” 통합경영학회, 2003. 8. 21.
- [2] 한익수 외, “One-Phone 서비스 동향과 수용 영향요인 분석” 정보화기술 동향분석, 제 9권 제 7호, 2003. 7., p.11.
- [3] <http://www.kt.co.kr>
- [4] <http://www.kmobile.com>
- [5] <http://www.mic.go.kr>
- [6] <http://www.bt.com>
- [7] 진재영, “국내의 유무선통합서비스 동향과 시사점,” 정보통신정책연구, Vol. 15, No. 9, 2003., p.17.
- [8] SBR&C, “휴대단말의 3대 진화 트렌드,” 2003. 8.
- [9] Wind, J. and Vijay Mahajan, New Product Development Game, *Harvard Business Review*. 1988.
- [10] Michael Khader and William E. Barnes., “*Telecommunications Systems and Technology*,” New Jersey Institute of Technology, 2002.
- [11] <http://www.ktf.co.kr>
- [12] <http://www.lgtelecom.go.kr>
- [13] <http://www.sktelecom.com>
- [14] Menor J. Lerry, Tatikonda V. Mohan and Scott E. Sampson, “New Service Development: Areas for Exploitation and Exploration,” *Journal of Operations Management*, 2002.
- [15] Steven Shepard, *Telecommunications Convergence: Bridging the Gap Between Technologies and Services*, McGraw-Hill, 2002.