

I. m-비즈니스의 전략적 활용

EXECUTIVE SUMMARY

1. m-비즈니스의 중요성 부각

- m-비즈니스는 이동형(mobile) 정보 통신 기기를 이용한 무선 인터넷을 통해 기존 사업을 효율화하거나 신규 사업을 창출하는 것을 의미함
 - 인터넷 사용이 보편화되고, 다양한 응용 분야가 개발되고 있는 가운데 이동형 통신 기기의 사용 확대는 무선 인터넷 사업이라는 영역을 창출하고 있음
- 이동형 단말기와 인터넷의 결합은 기존 유선 인터넷보다 사용의 편리성으로 수요 확대의 가능성이 높고, 다양한 차별적인 서비스를 창출할 수 있음
 - 기업들은 현재의 e-비즈니스 추진 모델에 m-비즈니스 영역을 추가할 경우, 대고객 서비스의 차별성·다양성을 더욱 강화할 수 있음

2. m-비즈니스의 특성과 서비스 유형

- (특성) m-비즈니스는 단말기 보급 확대와 무선 기술의 특성을 이용하여 유선 인터넷보다 몇 가지 점에서 서비스 우위를 가질 수 있음
 - 즉, 이용의 편리성과 신속성, 저렴한 비용, 사용 연령층을 청소년층에서 중장년층까지 확대할 수 있다는 이점을 지님
- (유형) 위치 지리 정보 서비스, 위치 확인 서비스, 개인 특화 서비스, 콘텐츠 제공 서비스, 음성 기술을 이용한 정보 제공 서비스, 커뮤니티 서비스가 있음

3. m-비즈니스의 추진 사례

- (기존 제품의 정보 단말기화) 포드, GM 등 자동차 업체의 인터넷 자동차, 가전 업체의 인터넷 냉장고 및 전자레인지, 현대엘리베이터의 인터넷 엘리베이터 개발
- (서비스 차별화) UPS사의 무선 단말기를 이용한 물품의 예상 운송 비용과 소요 시간을 알려주는 운송 서비스
- (기업용 신규 서비스 창출) SK텔레콤의 기업용 그룹웨어 무선인터넷 서비스
- (자회사 설립) 도시바사는 m-비즈니스 담당 자회사로 아이-벨류 크리에이션 설립
- (인터넷 벤처 기업) 미국 비클로시티사의 무선 인터넷 기반의 운송 B2B 서비스

4. 기존 업체의 m-비즈니스 구현 방향

- 기존의 e-비즈니스 추진 전략에 m-비즈니스 요소를 추가하여 비즈니스 모델을 강화
- m-비즈니스의 서비스 유형을 적용하여 서비스의 폭과 범위를 다양화·차별화
- 무선 포털을 구축하여 정보 이용을 편리하게 하면서 커뮤니티를 형성할 수 있는 기반을 구축
- 개발 단축과 서비스 확산을 위해 통신 및 인터넷 전문 업체와 전략적 제휴 형성

1. m-비즈니스의 중요성 부각

- m-비즈니스는 이동형(mobile) 정보 통신 기기를 이용한 무선 인터넷을 통해 기존 사업을 효율화하거나 신규 사업을 창출하는 것을 의미함
 - 인터넷 사용이 보편화되고, 다양한 응용 분야가 개발되고 있는 가운데 이동형 통신 기기의 이용 확대는 무선 인터넷 사업이라는 영역을 창출하고 있음
 - 고속 무선 멀티미디어 서비스인 IMT 2000 서비스가 오는 2002년 시작되면, 음성보다는 자료 전송 목적으로 통신하게 되는 경우가 더욱 많아질 것으로 예상되고 있어¹⁾ m-비즈니스의 성장 가능성은 높음

- 아직 m-비즈니스는 초기 형성 단계에 있음
 - 현재는 주로 이동통신서비스 업체들이 새로운 사업 영역으로 휴대폰에 인터넷 서비스를 제공하는 무선 인터넷 서비스를 치열하게 전개하고 있음
 - 또한 다수의 인터넷 전문 업체들이 응용 서비스를 개발·제공하고 있지만, 아직 일반 기업들의 진출은 미흡한 상태임

- 일반 기업들은 m-비즈니스의 추진을 통해 비즈니스 모델을 더욱 강화시켜야 함
 - 현재 e-비즈니스를 추진하는 기업에서 있어 m-비즈니스는 주요 성공 요인이 되어 가고 있어²⁾ m-비즈니스의 추진이 시급한 실정임
 - 일반 기업들이 현재 추진하고 있는 e-비즈니스는 거의 대부분이 인터넷 기술을 유선망에 적용하여 구현한 서비스에 초점을 두고 있음
 - 기업들은 인터넷 기술을 무선망에 이용할 경우에 무선 인터넷만이 갖는 장점을 활용하여 새로운 서비스를 창출할 수 있을 뿐만 아니라 조직내 경영 시스템을 효율화하는 데 활용할 수 있음
 - 더욱이 기존 제품의 정보 단말기화를 통한 첨단·고부가가치화 제품을 개발할 수 있음
 - 기업들은 현재 추진하고 있는 e-비즈니스에 m-비즈니스의 장점인 신속성·편의성을 활용하여 비즈니스 모델을 더욱 강화해야 할 것임

1) 한국전자통신연구원, 2000년 2월

2) 미국의 e-비즈니스 컨설팅사인 브레이크어웨이 인스티튜트(Breakaway Institute)는 B2B 전자상거래 거래 구축의 6 가지 성공 전략 가운데 하나로 무선통신을 활용해 비즈니스 모델을 강화하고 고객이 장소에 상관 없이 거래할 수 있는 기술을 통해 차별화할 것으로 제시함(자료: Breakaway Institute, Building a Vertical Exchange - For Long-Term Success, 2000. 7)

2. m-비즈니스의 특성과 서비스 유형

- (동향) m-비즈니스가 빠른 속도로 확산되고 있음
 - 이동형 단말기를 통해 각종 뉴스, 주가 동향, 시설 정보는 물론 상품 가격 정보, 주문한 상품의 배달 상황 정보 등의 전달 서비스나 쇼핑몰같은 전자 거래 서비스가 급속히 확대되고 있음
 - 미국 금융서비스 기관인 피델리티(Fidelity Investment)사에 따르면, 무선 단말기를 보유한 주식 중개인 중 32%가 주식 거래 동향을 이 단말기를 통해 체크하고 있으며, 고객 중 25%도 무선 단말기를 이용해서 뉴스, 주가와 투자 동향을 파악하고 있음³⁾
 - 통신 업체와 인터넷 벤처 기업들이 m-비즈니스에 적극적으로 진출하고 있으며, 아울러 제조업체들도 새로운 서비스를 창출하고, 기존 제품에 무선 인터넷 기술을 적용하여 정보 기기화하며, 관련 회사의 설립을 추진하고 있음

- (특성) 이동형 단말기와 인터넷의 결합은 기존 유선 인터넷보다 수요 확대의 가능성이 높고, 다양한 차별적인 서비스를 창출할 수 있음
 - 이동형 단말기 특히 휴대폰은 이제 거의 연령과 관계없이 누구라도 사용할 수 있는 보편적인 기기로 생활 속에 자리잡고 있음
 - m-비즈니스는 기기의 보급 확대와 무선 기술의 특성을 이용하여 유선 인터넷보다 몇 가지 점에서 서비스 우위를 확보할 수 있음
 - 첫째, 서비스 이용의 편리성과 신속성임. 컴퓨터보다 이동형 단말기의 경우가 조작이 간편하여 이용의 편리성이 있는 데다가 필요한 시기에 서비스를 즉시 제공받을 수 있음
 - 둘째, 서비스 이용에 필요한 기기 구입 비용 등이 컴퓨터에 비해 상당히 저렴하다는 점임. 그에 따라 빠른 시간내에 무선 단말기를 통한 인터넷 수요 확산을 기대할 수 있음
 - 셋째, 유선 인터넷 서비스의 사용 연령층은 주로 청소년층인 데 비해, m-비즈니스는 첨단 서비스라는 유행성과 편리성으로 사용 연령층을 중장년층까지 확대할 수 있다는 점임

- (서비스 유형) m-비즈니스로 창출될 서비스는 크게 6 가지 유형으로 분류해 볼 수 있음
 - 첫번째는 위치 지리 정보 서비스임. 현재 있는 위치 주변의 주유소, 공공 시

3) Fidelity Investment, 2000. 5. 10

1. m-비즈니스의 전략적 활용

- 설 위치 정보를 제공하면서 동시에 이들을 광고해 주는 서비스임
- 두번째는 위치 확인 서비스임. 통화하기 희망하는 사람의 현재 위치를 확인해 주는 서비스임
- 세번째는 개인 특화 서비스임. 현재 PC에서 구현되고 있는 개인의 주소록, 일정, 메모 등의 정보 서비스, 금융 결제 서비스 또는 개인별로 원하는 뉴스, 신제품 소개 등을 제공하는 서비스임
- 네번째는 콘텐츠 제공 서비스임. 신문, 뉴스, 날씨, 유머, 주가 등 일반인 대상의 콘텐츠 제공 서비스임
- 다섯번째는 음성 기술을 이용한 정보 제공 서비스임. 예를 들어 전자 우편 등의 문자 정보를 음성으로 바꾸어 주거나 또는 음성으로 메뉴를 검색하는 서비스임
- 여섯번째는 무선 인터넷을 통한 커뮤니티 서비스임

3. m-비즈니스 추진 사례

- 현재 m-비즈니스는 크게 제품 및 서비스의 고도화와 신규 사업화하는 두 가지 방향으로 추진되고 있음
 - 전자는 기존 제품에 인터넷 기능을 부가하여 정보 단말기화하고, 무선 인터넷을 활용한 서비스 제공 체제를 구축하는 것으로 기존 제조 및 서비스 업체가 추진하고 있음
 - 후자는 신규 사업으로 전자 거래 서비스를 제공하는 것으로 주로 통신업체나 인터넷 전문 업체들이 이 사업에 진출하고 있음
- (기존 제품의 정보 단말기화) 자동차, 냉장고 등의 정보 단말기화
 - 금년 북미자동차쇼에서 포드는 운전자의 목소리로 네트워크에 접속하기도 하고 레스토랑의 예약이 가능한 컨셉트카(concept car)인 "하루 24시간, 주 7일간 드라이버의 생활을 관리" 한다는 미래형 자동차 24.7을 발표함
 - GM은 통신위성에서 운전자에 정보를 제공하는 온스타(On Star)와 AOL사의 포털 사이트에 접속할 수 있는 기능을 금년 가을부터 고급차인 캐딜락에 탑재할 예정임
 - 기존 가전업체들은 냉장고, 전자레인지, TV 등 기존 가전 제품에 인터넷 통신이 가능한 정보 가전(information appliance)화에 적극 나서고 있음
 - 시장조사 회사인 IDC사에 따르면, 비디오 게임기, 인터넷 TV, 스마트 핸드 헬드 기기, 웹 터미널, 전자우편 터미널, 스크린 전화기와 같은 정보가전 기기 보급이 앞으로 수년에 걸쳐 지속적으로 증가할 것으로 전망함⁴⁾

- **(서비스 차별화) UPS사의 무선 단말기를 이용한 양방향 운송 서비스**
 - 운송 회사인 UPS는 지난해 봄부터 개인 휴대용 단말기인 팜 VII(Palm VII) 단말기를 통해 운송 경로 확인, 가장 가까운 사무소 안내 등의 정보를 제공해 왔음
 - 그리고 금년 9월부터는 무선 인터넷 서비스 회사인 에어투웹(Air2Web)과 제휴하여 고객들에게 무선 단말기를 이용하여 물품의 예상 운송 비용과 소요 시간을 알려주는 서비스를 실시할 예정임

- **(기업용 신규 서비스 창출) SK텔레콤의 기업용 그룹웨어 무선인터넷 서비스**
 - SK텔레콤은 법인 고객을 대상으로 휴대폰을 통해 인터넷 등 그룹웨어에 직접 접속할 수 있는 서비스를 제공할 예정임
 - 이 서비스를 통해 기업내 각종 정보를 실시간으로 검색하거나 각종 사내 서류결재 등 다양한 업무를 수행할 수 있게 됨

- **(자회사 설립) 일본 도시바사의 m-비즈니스를 담당할 자회사로서 아이-밸류 크리에이션(i-Value Creation Co.) 설립**
 - 이 회사는 디지털 콘텐츠를 개발하고 전자 상거래를 담당할 자회사로서 Webtop Service Division과 Media and Content Division을 설치하였음
 - 이 가운데 Webtop Service Division이 이동형 인터넷 응용 서비스에 초점을 두고 정보와 포털 서비스 개발을 담당함
 - 나머지 후자는 인터넷, 디지털 TV 및 기타 기기를 대상으로 새로운 서비스를 발굴하는 것임

- **(인터넷 벤처 기업) 미국 비클로시티(Vehiclocity)사의 무선 인터넷 기반의 운송 B2B 서비스**
 - 인터넷 벤처 회사인 비클로시티사는 금년 여름 이후부터 무선 인터넷에 기반을 두고 자동차를 이용한 화물 운송 부문의 기업간(B2B) 전자상거래를 시작할 계획임
 - 이 회사는 운송 회사들에게 화물 운송에 필요한 다양한 서비스를 무선 인터넷을 통해 제공할 예정임
 - 즉, 운송 회사들은 무선 단말기나 데스크톱 PC를 통해 운송 비용 계산, 운송 경로 계획, 운송 과정 추적, 전자결제 등 다양한 서비스를 받을 수 있음

4) International Data Corp., *Review and Forecast of the Worldwide Information Appliance Market, 1999 - 2004*, 2000. 2

4. 기존 업체의 m-비즈니스 구현 방향

- 첫째, 기존의 e-비즈니스 추진 전략을 m-비즈니스를 추가하여 더욱 강화하라
 - 이미 수립되어 있는 인터넷 비즈니스 모델에 m-비즈니스 요소를 추가하는 작업을 시급히 추진해야 함
 - 추가하는 작업은 다음의 네 가지 방향에서 가능성을 검토해야 함
 - ① m-비즈니스가 창출하는 서비스를 인터넷 사업화하는 것임
 - ② 고객, 주주, 협력업체를 대상으로 홍보하거나 업무 처리 진행 상황에 관한 정보를 무선으로 제공하는 등의 대외 업무 개선에 이용하는 것임
 - ③ 조직 내부의 업무 프로세스를 효율화하는 데에 활용하는 것임. 예를 들어 원격지에서 사내 소식을 검색하거나 재고를 파악하는 데 이용하는 것임
 - ④ 기존 제품을 정보 단말기화하는 것임
- 둘째, m-비즈니스의 서비스 유형을 다양하게 활용하여 기존 서비스의 폭과 범위를 다양화·차별화하라
 - 예를 들어, 회사 IR 자료 제공 서비스, 고객의 보수 유지 요청에 자동적으로 일정을 만들어 전송하는 서비스, 무선 인터넷을 통한 온라인 구매 서비스, 기타 기술적 지원 및 훈련 서비스 등을 제공함
 - 또한 생산하고 있는 모든 제품에 대하여 정보 단말기화할 수 있는 가능성도 모색해야 함. 예를 들어 현대엘리베이터가 엘리베이터에 실시간 인터넷 방송 시스템을 부착하는 것을 들 수 있음
- 셋째, 무선 포털을 구축하여 정보 이용을 편리하게 하면서 커뮤니티를 형성할 수 있는 기반을 구축하라
 - m-비즈니스에 적합한 콘텐츠를 개발하고 커뮤니티를 형성하여 향후 사업 가능성을 모색할 수 있는 무선 인터넷 포털을 구축함
- 넷째, 외부 업체와의 협력적 관계를 조속히 형성하라
 - m-비즈니스는 아직 기술적 표준화가 형성되어 있지 않고, 통신을 기반으로 한 음성, 동화상 등 다양한 분야의 정보 처리 기술을 요구하고 있음
 - 그러므로 기술적 전문성이 부족할 뿐만 아니라 발전 추세를 파악하기 다소 힘든 일반 기업의 경우에는 개발과 서비스 확산을 위해 통신 업체 및 인터넷 전문 업체와 전략적 제휴를 맺는 것이 중요함

(이장균 : johnlee@hri.co.kr ☎3669-4061)