

5 디지털 컨버전스

통신 · 방송에서 금융 · 유통까지

글_ 손혁 SK경영경제연구소 전략연구팀장 hawksohn@sktelecom.com

디지탈화를 바탕으로 기술, 상품, 서비스, 산업간의 경계가 불분명해지고, 이전의 서로 다른 기술, 상품, 서비스, 산업이 수렴하는 디지털 컨버전스 현상이 경제 전체에 확산되고 있다.

이러한 디지털 컨버전스 현상은 경제 전체의 디지털화 과정에서 인에이블러 역할을 하는 정보통신산업을 중심으로 발전하여 왔기 때문에, 좁은 의미로는 정보통신산업 내부에서 통신, 방송, IT 등 각 분야별 또는 분야간에 발생하는 수렴현상을 디지털 컨버전스로 볼 수도 있다. 단, 기술, 상품, 서비스, 산업간의 수렴 현상은 정보통신산업과 타산업간에도 발생할 수 있기 때문에, 디지털 컨버전스를 정보통신산업이 인에이블링 역할을 수행하면서 타산업내의 컨버전스 현상과 타산업간에 발생하는 산업간

컨버전스를 모두 포함한 광의의 개념으로 정의한다.

전통적으로 컨버전스의 진화단계에 대한 설명은 컨버전스의 유형을 정보통신산업을 기준으로 정보통신산업 내부에서 발생하는 산업내

컨버전스와, 정보통신산업과 타 산업 간 발생하는 산업간 컨버전스로 구분한 다음, 산업내 컨버전스를 거쳐 산업간 컨버전스로 진화해 간다는 접근이 주류를 이루었다.

이러한 접근방식은 컨버전스의 발전 동인인 기술요인, 정책요인, 기업전략요인 측면에서 검토해 볼 때는 이질적인 현상을 동일한 컨버전스 유형으로 간주할 가능성이 있다. 따라서 디지털 컨버전스의 개념과 관련하여 가장 빈번하게 혼재되어 사용되고 있는 'Integration (통합)', 'Bundle(결합)'의 개념을 컨버전스의 진화단계 프레임워크를 통해 비교하여 정리하고자 한다.

통합과 결합, 이용가치와 자본가치 모두 증대

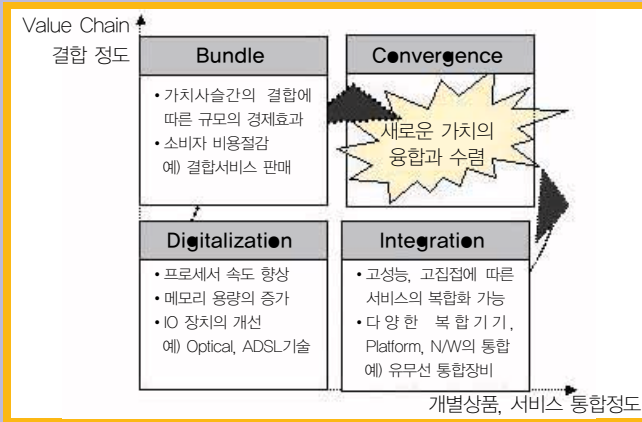
'통합'은 이전에는 별개였던 기능이나 상품, 또는 서비스가 동일한 기능을 제공하는 기능, 상품 및 서비스로 통합되어 이용가치가 높아지는 현상을 말한다. 즉, 디지털 기술의 발달로 정보처리용량을 늘릴 수 있는 메모리의 크기가 고집적, 저전력, 소형화가 가능해짐에 따라 정보기기간의 복합적인 기능이 가능해지고, 이를 통하여 별개 하드웨어나 소프트웨어를 통해서만 구현이 가능한 별개의 서비스가 하나의 제품이나 서비스의 구입을 통해서도 가능해짐으로써 고객의 이용가치가 증대되는 경우이다.

반면, '결합'은 규제완화 및 기업의 인수합병 등 제도적 요인에 의해 상품 및 서비스의 가치 사슬이 결합되어 고객의 지불가치를 증대시키는 현상을 의미한다. 예를 들어 디지털 기술의 발전에 의해 PSTN 네트워크와 PSDN 네트워크의 물리적인 네트워크망이 통합되는 현상은 '통합'으로 분류할 수 있으며, 유선 통신 서비스와 이동통신 서비스를 결합 판매하여 One Billing

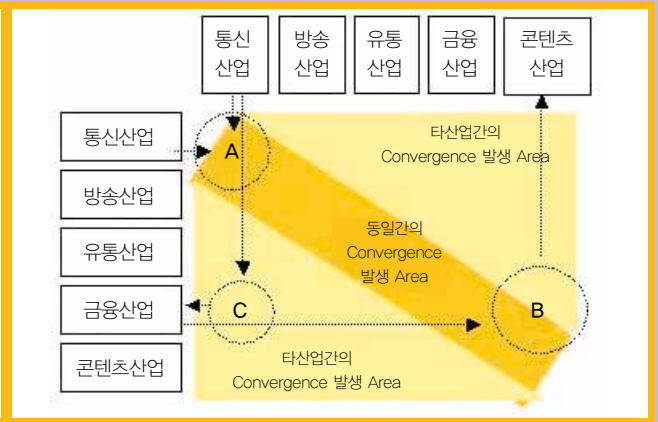
삼성전자는 이동하면서 디지털방송을 즐길 수 있는 휴대용 지상파 DMB(디지털멀티미디어방송) 수신기 개발에 성공했다.



김민준 제공



〈그림 1〉 Digital Convergence 발전모습



〈그림 2〉 Convergence의 진화경로

등에 의한 요금할인으로 소비자를 유인한다면 ‘결합’으로 분류할 수 있다.

컨버전스의 진화는 기술적 요인에 의한 통합과 제도적 요인에 의한 결합의 두 축을 중심으로 이루어져 고도화된 컨버전스 단계로 이행되는 것으로 볼 수 있기 때문에 통합과 결합을 구분하는 것이 컨버전스의 진화 경로를 이해하는 데에 중요한 의미가 있다.

디지털화, 통합, 연결간의 컨버전스 진화과정을 세분하면 〈그림1〉에서 보는 바와 같이 디지털 컨버전스의 동인을 두 축으로 구분할 때 기술의 고도화에 따른 상품 및 서비스의 통합축과, 정부정책 및 기업전략 등의 제도적 요인에 기인한 생산, 관리, 판매 등의 가치 사슬의 결합축으로 구분하여 볼 수 있다.

가장 초기적 단계는 기술의 고도화에 따른 상품 및 서비스의 통합정도도 초보적 단계이고, 규제완화나 기업전략에 의한 산업, 기업, 가치사슬간의 결합정도도 초보단계에 있는 디지털화의 단계다.

그림의 3사분면의 디지털화 단계에서 기술고도화에 의한 통합정도와 제도적 요인의 고도화에 의한 결합정도가 모두 높은 1사분면의 컨버전스 단계로 곧장 진화하는 가능성은 기술, 고객, 기업전략, 정부정책간의 적합도가 매우 높은 예외적인 경우를 제외하고는 일반적인 컨버전스 진화경로가 되기는 어렵다.

이같은 이유는 세계적으로 주요기업들의 각 산업별 컨버전스 현황을 살펴볼 때, 단순한 디지털화 수준에서 고도화된 본격적 컨버전스 단계로 직접 진화해 가는 경우는 일반적이지 않기 때문이다. 따라서 현실적으로는 기술의 발전 속도가 정책적 요인이나 기업 전략적 요인을 앞서가는 과정을 거치거나, 반대로 규

제완화 및 기업결합의 속도가 기술의 발전 속도를 앞서가는 과정을 거쳐 본격적인 컨버전스 단계에 진입할 것으로 보인다.

그러므로 현실적인 컨버전스 진화경로는 3사분면의 디지털화 단계에서 4사분면의 통합 단계를 거쳐 고도화된 컨버전스 단계로 발전하거나, 2사분면의 결합 단계를 거쳐 고도화된 컨버전스 단계로 발전하는 두 가지 경로 중에 하나가 될 가능성이 더 높다.

첫번째 경로의 경우, 디지털화 단계에서 통합 단계를 거쳐 컨버전스 단계로 진화하는 패턴은 상대적으로 디지털 기술의 발전 속도가 빠르는데 반해, 정부당국의 규제완화의 속도나 인수합병 등 기업간 결합의 속도가 상대적으로 더딘 경우에 발생할 것이다.

두 번째 경로의 경우인 디지털화 단계에서 결합 단계를 거쳐 컨버전스 단계로 진화하는 패턴은 디지털 기술의 발전 속도는 상대적으로 더디고, 규제완화 등의 제도적 요인의 변화속도가 빠른 경우에 발생한다.

결국, 컨버전스의 진화단계에서 초기에 디지털화가 진행되고, 이어서 컨버전스의 동인간 상호작용을 통해 기술발전의 수준, 규제완화 정도, 기업간 사업결합 수준이 고도화될수록 진전된 단계의 진화과정을 거쳐 진정한 의미의 컨버전스에 도달할 것으로 예상되므로 컨버전스를 촉진시키는 주요 동인을 살펴보고 그 특징을 파악하는 것이 중요하다.

디지털 컨버전스는 소비자 만족시킬 산업도 육성

디지털화에 따른 컨버전스 환경의 도래는 주요 산업에서 이루어지고 있으나, 정보통신산업을 중심으로 한 통신·방송 산업



쌍방향 디지털방송 시연회 - 브로드밴드 솔루션즈가 지역케이블(SO) 방송을 대상으로 한 국내 최초 쌍방향 디지털방송 시연회를 하고 있다.

과 IT 기술에 따른 영향력이 비교적 큰 유통, 금융 및 콘텐츠 산업의 많은 변화가 진행되고 있다.

그 이유는 위의 산업들이 디지털화에 따른 기술적 변화가 가장 많이 일어나고 있으며, 이로 인한 다양한 서비스에 대해 소비자가 빠르고 다양하게 반응하는 산업이기 때문이다. 또한 어떠한 기술적인 통합 또는 제도적인 요인에 따른 가치사슬의 결합이나에 따라 각사업간의 플레이어 사이에 경쟁 및 협력구도가 다양하게 벌어질 뿐만 아니라 이로 인하여 기존 산업의 새로운 경쟁구도가 형성되기 때문이다.

앞에서 언급한 각 산업별 컨버전스 진화과정상의 현황을 정리하면 <그림2>와 같이 정리할 수 있다. 그림에서 A영역은 산업간의 컨버전스를 보여주고 있으며 대표적인 예로 통신산업간의 컨버전스 현상인 차세대 N/W의 통합 현상, 금융산업간의 방카슈랑크 결합 판매 등을 고려할 수 있다.

B의 영역이나 C의 영역은 산업간의 컨버전스 진화현상을 보여주는 것으로 B의 경우, 주요 은행들의 홈페이지에서 은행 업

무와 상관없이 고객들을 위하여 웹진이나 무료 이메일을 제공하는 경우, 또는 자산관리 정보서비스를 유료로 제공하여 콘텐츠 서비스를 별도의 모델로 제공하는 경우를 생각할 수 있다. C의 경우는 통신사업자가 m-Finance 서비스를 통하여 금융 컨버전스 서비스를 제공하는 경우이다.

정보통신산업과 이와 연관된 주요 산업의 디지털 컨버전스의 배경은 다음과 같이 전망된다. 먼저 통신 산업의 경우, N/W과 단말기의 기술발전은 대용량 데이터의 이동성과 전송속도를 모두 충족시키는 방향으로 진화함에 따라, 이를 바탕으로 각산업의 컨버전스 환경에 맞는 새로운 가치를 제공하는 역할이 가능해질 것이다.

방송 산업은 기존의 방송망의 대용량 멀티미디어 수용능력과 향후 보장되는 쌍방향 서비스 제공능력이 융합되어 다기능 중심의 쌍방향 서비스로 재창조가 예상된다.

유통산업의 경우, 거래방법의 디지털화, 채널의 복합화가 가속되어 기존 유통산업의 경쟁력 포트폴리오가 변화될 것으로 예



LG전자는 세계 최초로 디지털방송 수신기를 일체화한 42인치 LCD TV(모델명 DN-42LZ30)를 출시했다.

상되며, 온라인 및 오프라인의 결합, 매장의 복합화 및 전문화가 채널형태별로 더욱 구분되어 진행될 것으로 보인다.


금융 산업의 경우, 디지털 기술혁신에 따라 업종별로 다양한 상품개발과 소비자 개개인에 맞는 최적의 상품을 개발할 수 있어 종합 금융서비스를 개인들에게 저렴한 비용으로 신속하게 제공할 수 있을 것이다.

콘텐츠 산업의 경우, '원-소스 멀티-유스'의 범위가 확대되고 콘텐츠의 제작, 전달, 관리에 대한 효율적인 디지털 기술이 더욱 발전되어 과거 특정 플랫폼에 제한받았던 콘텐츠 산업의 영향력이 더욱 확대될 것으로 예상된다.

이와 같은 산업간, 산업내의 디지털 컨버전스를 향한 진화 경로의 패턴간의 차이는 향후 산업발전에 중요한 시사점을 제공할 것으로 보인다. 즉, 자사의 기술 및 역량, 그리고 시장의 변화 추세 등을 감안하여 산업의 변화가 어떤 진화 경로를 추구하는가에 따라 다양한 변화가 예상되기 때문이다.

즉, 기술에 의한 통합이나 제도에 의한 결합을 거쳐 고도화된

디지털 컨버전스 단계로 진화한다고 하더라도 반드시 모든 상품, 서비스, 산업이 하나의 단일상품, 단일서비스, 단일산업으로 합쳐지지는 않을 것이다. 오히려 이용자가 원하는 장점만이 모아져 수렴된 형태의 새로운 상품 및 서비스가 등장할 가능성이 높다.

이 때 수렴된 상품이나 서비스는 이용자로부터 시장 검증을 거쳐 세그먼트별로 분화가 되기 시작하고, 소비자의 욕구인 저렴하고, 편하고, 안전하고, 고객의 개개인별 정황에 맞는 컨버전스 상품이나 서비스가 일상재로 발전하게 될 것이다. 결국, 디지털 컨버전스로 인한 산업의 변화는 디지털 컨버전스 환경 자체가 아니라 이러한 컨버전스 환경구도에 맞는 일상적인 상품이나 서비스를 어떻게 차별화하여 소비자를 만족시킬 수 있을 것인가에 있다. 



글쓴이는 썬더버드 국제경영대학원에서 MBA과정을 수료했다.