

국내 기업의 와이브로 이용 및 기업시장 개발방향

WiBro's Market Development and Usage for Enterprise in Korea

박중현 (J.H. Park)

미래전략연구팀 선임연구원

김문구 (M.K. Kim)

미래전략연구팀 선임연구원

목 차

-
- I. 서론
 - II. 국내 기업의 와이브로 서비스 이용현황
 - III. 국내 기업의 와이브로 이용의향 서비스
 - IV. 결론: 국내 와이브로 기업시장 개발방향

국내 기업에서 와이브로는 다른 모바일 브로드밴드 서비스와 달리 전송속도와 기능이 우월하기 때문에 초기 시장부터 핵심시장이 될 것으로 전망되어 왔다. 그러나 서비스의 이용가능지역이 제한되고 기존 유선 인터넷의 인프라가 확충되어 있으며 경쟁서비스인 HSDPA에 대한 차별성 부족으로 인해 기업시장에서도 서비스 확산이 지연되거나 부진한 실정이다. 그러나 와이브로가 기업시장에서 지닌 가능성은 무한하다. 우선 유무선 융합의 최전선에서 모바일 브로드밴드 서비스로 그 역할을 수행할 것으로 기대되며 향후 제4세대 서비스에서 다양한 비즈니스 모델을 통해 차별적이고 이용편의적인 서비스를 제공할 것으로 전망되기 때문이다. 이에 본 글에서는 시장조사 결과를 바탕으로 국내 기업의 와이브로 이용현황과 의향을 파악하고 기업시장 개발을 위한 전략적 방향을 제언하였다.

I. 서론

모바일 브로드밴드 서비스는 음성과 함께 무선 초고속인터넷 서비스를 제공하기 때문에 일반인을 비롯하여 기업시장에서 초고속인터넷의 무선확장을 바탕으로 다양한 비즈니스 모델과 서비스가 제공되어 시장에서 각광을 받을 것으로 전망되었다[1]. 이에 따라 국내에서는 와이브로와 HSDPA(High Speed Down-link Packet Access) 서비스가 2000년대 중후반 상용화 되었으며 활발한 장비의 개발을 바탕으로 서비스 진화가 가속화되고 있다.

국내 기업에서 와이브로는 다른 모바일 브로드밴드 서비스와 달리 전송속도와 기능이 우월하기 때문에, 초기 시장부터 핵심시장이 될 것으로 전망되어 왔다[2]. HSDPA가 일반인의 휴대폰형 시장에서 간이형 무선초고속인터넷 시장을 중심으로 발전하고 와이브로는 일반인과 기업에서 PDA 또는 스마트폰과 노트북에서 초고속 무선인터넷을 석권할 것으로 전망되었다.

그러나 와이브로 서비스의 이용가능 지역이 제한되고 기존 유선 인터넷의 인프라가 확충되어 있으며 경쟁서비스인 HSDPA에 대한 차별성 부족으로 인해 와이브로 서비스 실적이 부진한 상황이다. 2009년 6월 기준으로 와이브로 국내 가입자는 30만 명에 지나지 않으며 서비스 이용가능 지역도 수도권을 중심으로 제한되어 있는 실정이다[3]. 다만 국외에서 모바일 와이맥스 또는 와이맥스를 중심으로 상용화가 확산되고 있는 것이 향후 그 잠재력을 보여준다.

와이브로는 기업시장에서도 서비스 확산이 지연되거나 부진한 실정이다. 그러나 와이브로 서비스가 기업시장에서 지닌 가능성은 무한하다. 무선 유무선 융합의 최전선에서 모바일 브로드밴드 서비스로 그 역할을 수행할 것으로 기대된다. 특히 기업의 업무 효율성을 제고하고 생산성을 높이는 분야에서 와이브로가 다양하게 활용될 것으로 전망된다. 또한 제4세대 서비스에서 다양한 비즈니스 모델을 통해 차별적이고 이용편의적인 서비스를 제공할 것으로 전망된다. 특히 와이브로와 다른 서비스와의 융합을 통해

서비스 활용범위와 시장을 확대할 것으로 기대된다.

이에 본 글에서는 우선 시장조사 결과를 바탕으로 국내 기업의 와이브로 이용현황과 의향을 파악하였다. 특히 현재 와이브로를 이용하고 있는 기업을 대상으로 가입현황, 가입이유, 이용빈도와 시간, 가입 주저이유, 만족도, 만족 개선사항의 이용현황과 향후 이용의향을 파악하였으며 이를 바탕으로 와이브로에서 기업시장을 개발하기 위한 전략적 방향을 결론적으로 제시하였다.

II. 국내 기업의 와이브로 서비스 이용현황

1. 조사개요

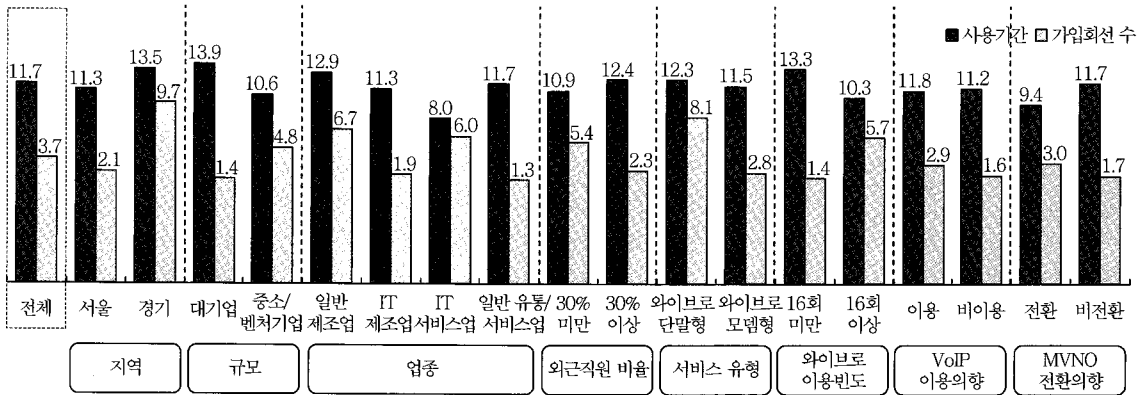
본 분석에서는 한국전자통신연구원(2008)이 서울 및 경기를 중심으로 일반 기업을 대상으로 수행한 설문조사 데이터를 이용하였다. 설문을 위한 전체 조사는 2008년도에 전문 조사기관에 의뢰하여 구조화된 설문지를 이용하여 일대일 개별면접을 실시하였다.

조사 전체기업은 총 259개 기업이었으며 대기업은 제조, 물류택배, 유통, 은행, 증권, IT 기업, 여행업, 시장조사업, 통신방송업종에 해당하는 기업이었으며 중소기업은 코스닥 등록 기업을 대상으로 하였다. 대기업의 비율이 44.8%, 중소기업이 55.2%였으며 기업전체의 외근직원 비율은 48.3%, 일반제조업이 62.5%를 차지하였다. 지역별로는 서울이 73.7%, 경기도가 26.3%였으며 설문당시 응답직원은 기업의 전산관련 대리급 이상의 직원이었다.

2. 국내 기업의 와이브로 가입현황 및 이유

가. 와이브로 가입기간 및 회선 수

국내 기업의 와이브로 서비스에 대한 가입기간은 평균 11.7개월이며, 기업 당 가입회선 수는 3.7개로 나타났다. (그림 1)과 같이 국내 기업에서 와이브로 가입기간은 일반제조업이 12.9개월로 가장 길었으



(그림 1) 국내 기업에서 와이브로 가입기간 및 회선 수(단위: %)

며, 가입회선의 수도 일반 제조업이 기업 당 6.7개로 가장 많았다. 지역별로는 경기지역이 평균 13.5개월, 9.7개 회선 이용으로, 서울지역보다 상대적으로 장기 사용하였으며 이용회선 수도 보다 많은 것으로 나타났다. 단말기 유형별로는 폰 단말형이 가입기간이 12.3개월, USB 모뎀형이 11.5개월로 나타났다.

이를 종합하면, 국내 기업에서 와이브로의 가입은 기업유형이나 기업규모에 따라 큰 차이가 나지 않았으며 단말기 유형에도 가입기간이나 가입회선 수가 큰 영향을 받지 않았다. 전반적으로 와이브로 확산시기를 고려해보면, 기업에서 가입기간이나 회선 수가 크게 활성화되지 않음을 보여준다.

나. 와이브로 가입이유

국내 기업에서 와이브로 서비스를 가입한 주 이유는 실외나 이동상황에서 빠른 인터넷 이용으로 나타

났다. (그림 2)와 같이 국내 기업에서 와이브로 가입 이유는 실외나 이동 상황에서 빠른 인터넷 이용이 58.6%로 가장 많았으며, 이동전화보다 빠른 무선 인터넷 이용(37.9%), 와이브로에 대해 이전부터 관심이 있어서(24.1%) 등의 순으로 나타났다. 실외나 이동 상황에서 빠른 인터넷 이용은 일반제조업(80.0%), 외근직원비율 30% 미만(61.5%), USB 모뎀형(61.9%)에서 높게 나타났다. 이를 종합하면, 국내 기업에서 와이브로의 가입이유는 주로 실외 또는 이동상황에서의 무선초고속인터넷 니즈로 집약된다.

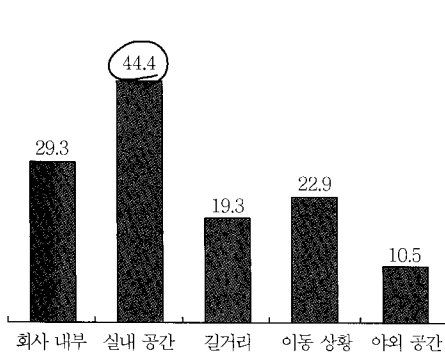
3. 국내 기업의 와이브로 이용장소와 이용빈도

가. 와이브로 주 이용장소

국내 기업의 와이브로 서비스에 대한 주 이용장



(그림 2) 국내 기업의 와이브로 가입이유(단위: %)



	회사 내부	실내 공간	길거리	이동 상황	야외 공간	
전체	29.3	44.4	19.3	22.9	10.5	
지역별	서울	25.3	43.3	21.5	17.7	10.6
	경기	53.3	51.3	6.7	51.3	10.0
규모별	대기업	17.5	48.3	22.5	33.9	10.0
	중소/벤처기업	34.0	42.5	17.9	17.1	10.6
업종별	일반제조업	41.4	52.5	8.8	23.3	9.0
	IT 제조업	17.5	46.9	16.7	32.1	10.0
	IT 서비스업	50.0	10.0	45.0	20.0	
외근직원 비율	30% 미만	22.8	42.8	20.0	15.0	15.0
	30% 이상	37.0	49.5	15.0	22.7	7.5
서비스 유형	와이브로 단말형	22.3	40.9	21.5	23.0	12.5
	와이브로 모뎀형	40.0	35.0	13.6	27.1	10.0
와이브로 이용빈도	16회 미만	25.0	47.8	22.3	21.3	10.7
	16회 이상	22.2	48.8	20.6	30.0	10.0
	16회 이상	34.6	40.4	18.2	16.8	10.6

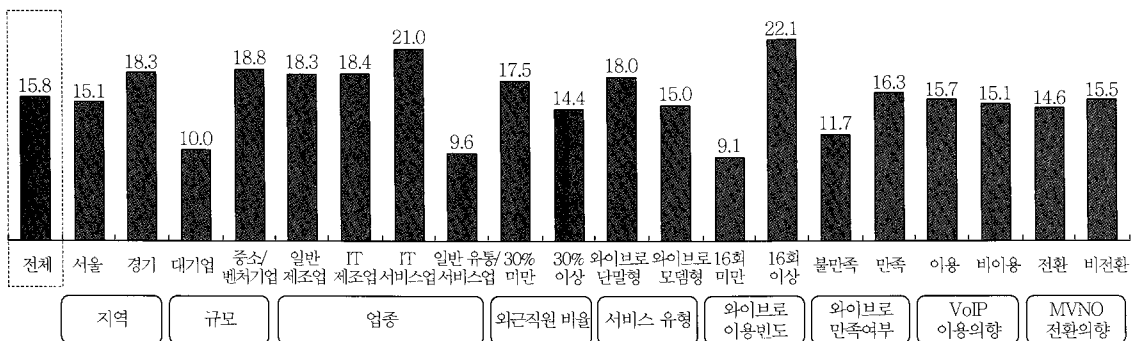
(그림 3) 국내 기업의 와이브로 주 이용장소(단위: %)

소는 (그림 3)과 같이 실내공간이 가장 높게 나타났다. 국내 기업의 와이브로 이용장소는 실내공간, 회사내부, 이동상황, 길거리, 야외공간 순으로 나타났다. 와이브로 단말기 유형은 실내공간 이용의 경우 USB 모뎀형이 47.5%로 폰 단말형 35.0%보다 높게 나타났으며, 회사 내부이용의 경우 폰 단말형이 USB 모뎀형보다 더 많이 이용하는 것으로 나타났다. 이를 종합하면, 국내 기업에서 서비스 니즈와 달리 실제 이용은 실내공간이나 기관 내부에서 무선인터넷 용도로 활용됨을 보여준다.

이는 기존 이동전화 무선인터넷이나 HSDPA 이용에서도 공통적으로 나타나는 현상으로 실내 또는 기관 내부가 모바일 브로드밴드의 핵심공간임을 보여준다.

나. 와이브로 이용빈도/시간

국내 기업의 와이브로 서비스 한 달 평균 이용일



(그림 4) 국내 기업의 와이브로 월평균 이용빈도(단위: 회)

(그림 4)와 같이 15.8일로 나타났다. 기업 규모별로는 중소/벤처기업이 18.8일 이용하는 것으로 나타났고, 업종별로는 IT 서비스업이 21.0일로 가장 많았으며, 다음으로 IT 제조업이 18.4일로 나타났다. 단말기 유형별로는 폰 단말형이 평균 18.0일이며, USB 모뎀형은 평균 15.0일로 폰 단말형의 이용빈도가 상대적으로 더 높은 것으로 분석되었다.

이는 국내 와이브로 가입기업에서 와이브로가 현재는 그 이용이 부진하지만 기업유형이나 업종에 따라 일상적인 서비스로 발전될 가능성을 보여준다. 특히 일부 업종에서 와이브로 이용활성화가 가시화될 것을 시사해준다.

국내 기업의 와이브로 1일 이용빈도는 (그림 5)와 같이 평균 3.1회로 나타났다. 대기업이 5.2회로 중소/벤처기업보다 이용빈도가 높았으며, 업종별로는 일반제조업의 이용빈도가 4.3회로 가장 높게 나타났다. 특히 단말기 유형별로는 폰 단말형이 2.7회,

USB 모뎀형이 3.2회로 나타났으며 와이브로 만족 정도가 높을수록 일평균 이용빈도가 많았으며, 특히 와이브로에서 VoIP 이용의향 기업에서 와이브로 1일 이용빈도가 많았다.

국내 기업의 와이브로 1회 평균 이용시간은 42.9분으로 나타났다. (그림 6)과 같이 기업 규모별로는 중소/벤처기업이 48.2분으로 대기업에 비하여 1회 이용시간이 길었으며, 업종별로는 일반제조업이 52.0분으로 가장 길게 나타났다. 단말기 유형별로는 폰 단말형이 71.4분, USB 모뎀형이 73.1분으로 나타나 단말기 유형별로 차이가 거의 없었다. 외근직원 비율이 30% 미만인 기업의 이용시간이 30% 이상인 기업보다 높게 나타났다.

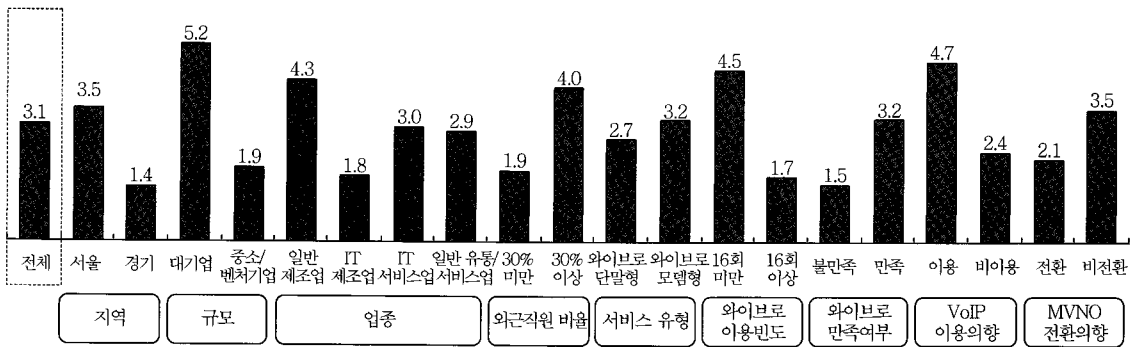
(그림 5)와 (그림 6)의 내용을 종합하면 국내 기업에서 와이브로 이용은 업종이나 기업규모에 따라 일부 차이가 나타나고 있으며 특히 와이브로에 대한 만족도가 높거나 기업의 외근 직원비율이 높을수록 와이브로에 대한 이용률이 높아짐을 보여준다.

4. 국내 기업의 와이브로 가입 주저이유와 만족도, 만족요인, 개선사항

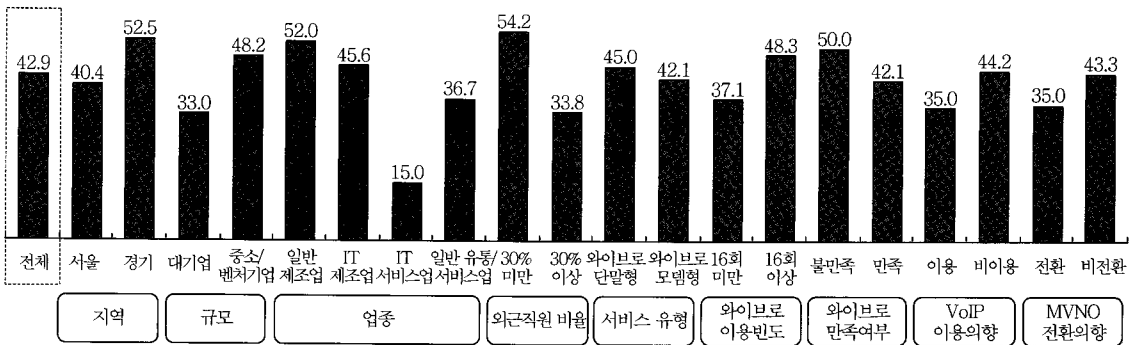
가. 와이브로 가입 주저이유

현 와이브로 가입기업 가운데, 서비스에 대한 가입을 주저한 비율은 17.2%였으며, 주저 이유로는 서비스 품질에 대한 불확신과 서비스 커버리지 문제가 가장 높았다. (그림 7)과 같이 가입을 주저한 이유로 서비스 품질에 대한 불확신과 제한적인 서비스 이용지역(커버리지 제약)이 각각 80%로 가장 많으며, 다음으로 서비스 이용요금의 부담이 60.0%로 나타났다. 이를 종합하면 현재 와이브로 가입기업 대부분은 가입을 주저하지 않았지만, 서비스 품질 개선, 서비스 이용지역인 커버리지 확대 투자, 이용 부담 경감이 크게 필요할 것으로 분석되었다.

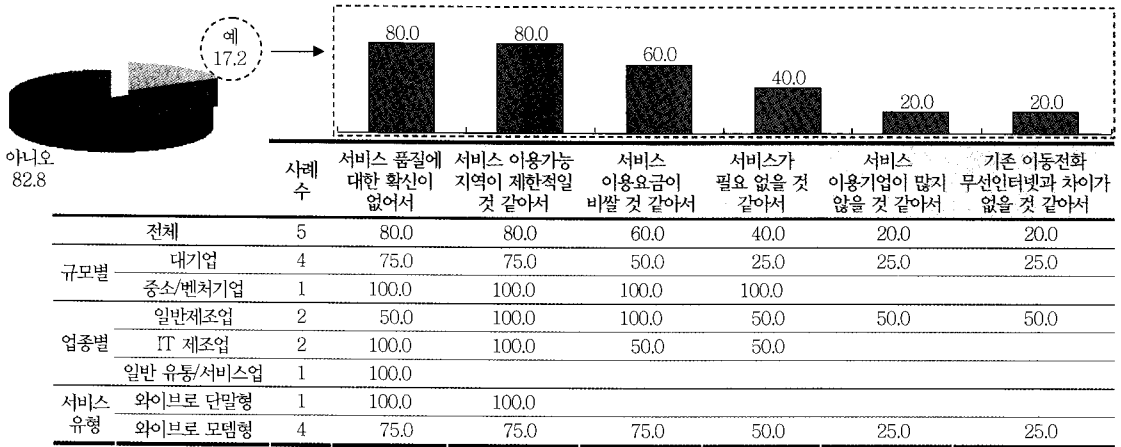
이를 종합하면 국내 기업의 와이브로 가입을 촉진하기 위해서는 품질에 대한 개선투자와 서비스 커버리지의 조기 확대가 핵심임을 보여준다. 이용요금



(그림 5) 국내 기업의 와이브로 일평균 이용빈도(단위: 회)



(그림 6) 국내 기업의 와이브로 1회 평균 이용시간(단위: 분)



(그림 7) 와이브로 가입기업의 주저이유(단위: %)

은 와이브로 사업자의 적극적인 마케팅 활동에 의거 현재는 큰 가입의 장애요인으로 부각되지는 않는 것으로 나타났지만 향후 가입 주저를 형성하는 가장 큰 요인이 될 가능성이 높다.

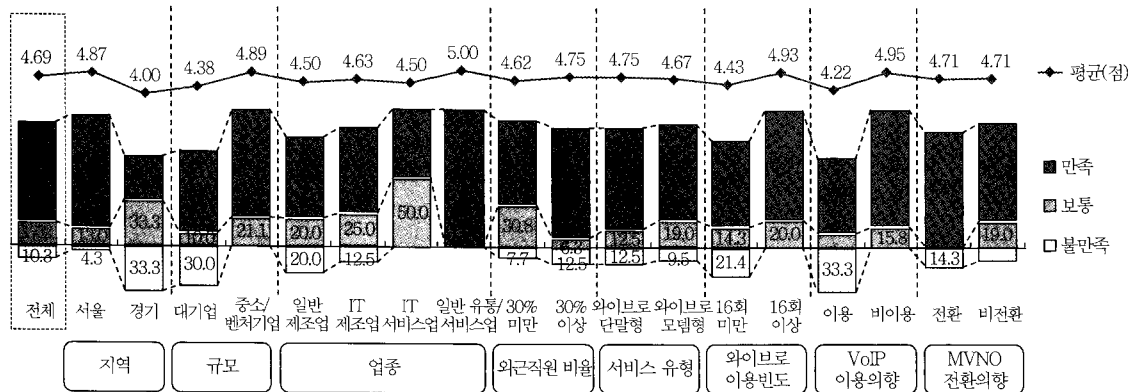
나. 와이브로 만족도와 만족이유

국내 기업의 현재 사용하고 있는 와이브로 서비스에 대한 만족 정도는 72.4%로 높게 나타났다. (그림 8)은 서울소재 기업(82.6%)과 중소/벤처기업(78.9%)에서 높았다. 단말기 유형별로는 폰 단말형이 75.0%, USB 모뎀형이 74.1% 만족하는 것으로 나타나 단말기 유형별 차이는 크지 않았다. 업종별로 일반유통/서비스업의 만족도가 가장 높았으며, 대부분의 업종에서 와이브로 서비스에 대한 만족도

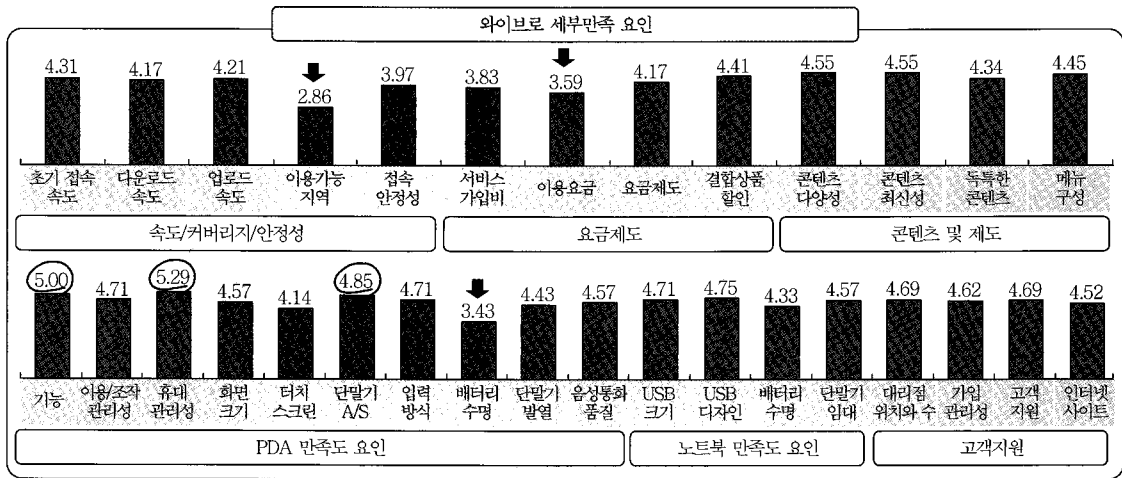
는 높은 것으로 나타났다. 경기지역과 서울지역의 만족도 차이가 나타나는 것은 서비스 이용가능 지역의 차이인 것으로 분석되었다.

이를 종합하면 단말기 유형에 따라 와이브로에 대한 만족도가 큰 차이가 나타나지 않으며 전반적으로 만족도가 높게 형성되어 있음을 보여준다. 다만 일부 업종에서 이용만족도가 저하됨에 따라 업종특성에 적합한 고객만족도 개선전략이 요망됨을 시사해 준다.

국내 기업의 와이브로에 대한 세부 요인별 만족도는 7점 만점에 대부분이 4점 이상으로 나타나 대체로 만족하는 것으로 분석되었다. (그림 9)와 같이 만족수준이 높은 요인은 요금제도의 결합상품 할인(4.41점)과 콘텐츠의 다양성/최신성(각각 4.55점),



(그림 8) 국내 기업의 와이브로 서비스 만족도(단위: 점/7점, %)



(그림 9) 국내 기업의 와이브로 세부만족 요인분석(단위: 점/7점)

PDA 만족요인의 휴대편리성(5.29점)과 단말기 기능(5.00점), 노트북 만족요인의 단말기 디자인(4.75점)으로 나타났다. 상대적으로 만족수준이 낮은 요인은 이용가능 지역(2.86점), 이용요금(3.59%)과 PDA의 배터리 수명(3.43점)으로 집중되었다.

이 부분은 와이브로 서비스 확산의 핵심 부분으로 만족도가 사업자의 결합상품 전략에 따른 요금만족도, 콘텐츠 만족도에 집중되어 있으며 서비스 커버리지가 핵심 불만족 요인이 됨에 따라 이를 개선하는 전략적 필요가 요망된다.

다. 와이브로 서비스 개선요인

국내 기업에서 와이브로에 대한 가입을 늘리기 위한 개선요인으로 <표 1>과 같이 이용가능 지역 개선이 가장 높게 나타났다. 국내 기업에서 와이브

로에 대한 개선요인으로 이용가능 지역 개선이 60.9%로 가장 많았으며, 이용요금 인하(34.8%), 초기접속 속도 개선(21.7%), 전송속도 개선(21.7%)순으로 나타났다. 단말기 유형별로는 폰 단말형은 서비스 이용지역과 이용요금이 가장 개선되어야 할 요인이라고 나타났으며, USB 모뎀형의 경우 이용지역 개선과 이용요금 인하, 초기접속 속도 개선으로 집중되었다.

와이브로 서비스 개선요인이 만족도 조사와 마찬가지로의 결과로, 이용가능 지역개선이 가장 높게 나타남에 따라 서비스에 대한 시설 투자를 확대하여 전국망 또는 주요 광역 도시망까지 이용가능지역을 확대시키는 전략이 요망된다. 또한 이용요금은 지속적인 인하정책이 필요하며 서비스 성능 개선을 위한 지속적 투자가 필요하다.

<표 1> 국내 기업의 와이브로 서비스 개선요인(단위: %)

	서비스 이용가능 지역	와이브로 이용요금	초기 접속 속도	서비스 다운로드 속도	서비스 업로드 속도	이용 과정에서 접속 안정성	와이브로 서비스 가입비	와이브로 콘텐츠 다양성	와이브로 요금 제도	와이브로 의 독특한 콘텐츠 구성	와이브로 메뉴 구성	USB 디자인	노트북의 배터리 수명
전체	60.9	34.8	21.7	21.7	21.7	17.4	17.4	13.0	8.7	8.7	8.7	8.7	8.7
서비스 유형	와이브로 단말형	71.4	42.9	28.6	28.6	28.6		28.6			14.3		
	와이브로 모뎀형	56.3	31.3	31.3	18.8	18.8	12.5	25.0	6.3	12.5	12.5	6.3	12.5
와이브로 이용빈도	16회 미만	54.5	27.3	27.3	9.1	18.2	27.3	9.1	9.1	18.2		18.2	9.1
	16회 이상	66.7	41.7	16.7	33.3	25.0	8.3	25.0	16.7		16.7		8.3
와이브로 만족여부	불만족	100.0	50.0					50.0	50.0				
	만족	57.1	33.3	23.8	23.8	23.8	19.0	19.0	9.5	4.8	9.5	9.5	9.5

5. 국내 기업의 와이브로 이용서비스

국내 기업에서 최근 한 달간 이용경험이 있는 와이브로 서비스는 이메일 확인 및 발송이 가장 많은 것으로 나타났다. <표 2>와 같이 국내 기업에서 와이브로 최근 이용서비스로 이메일 확인 및 발송이 93.1%로 가장 많으며, 다음으로 파일전송 및 송수신(89.7%), 자료검색(79.3%) 등의 순으로 많이 이용한 것으로 나타났다. 단말기 유형별로는 폰 단말형과 USB 모뎀형이 모두 이메일 확인 및 발송, 파일전송 및 송수신, 자료검색을 가장 많이 이용하는 것으로 나타났다.

이를 종합하면, 국내 기업에서 와이브로 이용서비스가 기존 유무선 인터넷, 특히 유선인터넷 이용행태와 거의 유사함을 알 수 있다. 따라서 새로운 서비스를 개발하는 일종의 킬러 웹 전략도 필요하지만 기존 서비스의 이용을 원활하게 만들어주는 전략도 요망된다.

국내 기업에서 최근 한 달간 주로 이용한 와이브로 서비스로 이메일 확인 및 발송이 가장 많은 것으로 나타났다. <표 3>과 같이 국내 기업의 와이브로 최근 주요 이용서비스로는 이메일 확인 및 발송이 69.0%로 가장 많으며, 다음으로 파일전송 및 송수신(48.3%), 자료검색, 위치정보(각각 44.8%) 등의 순으로 나타났다. 단말기 유형별로는 폰 단말형의 경우 이메일 확인 및 발송, 자료검색을 많이 이용하며, USB 모뎀형의 경우 이메일 확인 및 발송과 파일전송 및 송수신을 주로 이용하는 것으로 나타났다.

국내 기업에서 와이브로 서비스를 접속할 때마다 주로 이용하는 서비스로 이메일 확인 및 발송이 가장 많았다. <표 4>와 같이 국내 기업에서 와이브로 접속시 상시적으로 이용한 서비스로 이메일 확인 및 발송이 79.3%로 가장 많으며, 다음으로 파일 전송 및 송수신(65.5%), 자료검색(51.7%) 등의 순으로 나타났다. 단말기 유형별로는 폰 단말형이 이메일

<표 2> 국내 기업의 와이브로 최근 이용서비스(단위: %)

	이메일 확인 및 발송	파일 전송 및 송수신	자료 검색	위치나 지리, 교통정보	회사의 그룹웨어 등 인터넷 접속	고객과의 영업활동	기업과 재고관리	다른 회사와의 거래	회사의 자원 관리 시스템(ERP) 접속	채팅 및 메신저	물류 및 택배	인터넷 교육	영상통화 및 영상의회의
전체	93.1	89.7	79.3	75.9	69.0	65.5	44.8	41.4	41.4	37.9	34.5	24.1	13.8
규모별	대기업	90.0	80.0	70.0	70.0	60.0	50.0	20.0	20.0	10.0	30.0	20.0	20.0
	중소/벤처기업	94.7	94.7	84.2	78.9	78.9	68.4	42.1	52.6	52.6	36.8	26.3	10.5
외근	30% 미만	100.0	92.3	84.6	84.6	76.9	61.5	23.1	46.2	46.2	30.8	30.8	23.1
	30% 이상	87.5	87.5	75.0	68.8	62.5	68.8	62.5	37.5	25.0	31.3	37.5	18.8
서비스 유형	와이브로 단말형	87.5	87.5	75.0	50.0	75.0	62.5	37.5	37.5	50.0	25.0	25.0	12.5
	와이브로 모뎀형	95.2	90.5	81.0	85.7	66.7	66.7	47.6	42.9	38.1	42.9	38.1	28.6
와이브로 이용빈도	16회 미만	92.9	78.6	71.4	64.3	42.9	64.3	35.7	14.3	21.4	14.3	28.6	21.4
	16회 이상	93.3	100.0	86.7	86.7	93.3	66.7	53.3	66.7	60.0	40.0	20.0	6.7

<표 3> 국내 기업의 와이브로 최근 주요 이용서비스(단위: %)

	이메일 확인 및 발송	파일 전송 및 송수신	자료 검색	위치나 지리, 교통정보	회사의 그룹웨어 등 인터넷 접속	기업과 재고관리	고객과의 영업활동	물류 및 택배	회사의 자원 관리 시스템(ERP) 접속	다른 회사와의 거래
전체	69.0	48.3	44.8	44.8	37.9	20.7	17.2	10.3	3.4	3.4
규모별	대기업	60.0	60.0	40.0	40.0	20.0	40.0	20.0		
	중소/벤처기업	73.7	42.1	47.4	47.4	47.4	10.5	15.8	5.3	5.3
외근	30% 미만	92.3	53.8	38.5	53.8	38.5		15.4		7.7
	30% 이상	50.0	43.8	50.0	37.5	37.5	37.5	18.8		
서비스 유형	와이브로 단말형	75.0	37.5	50.0	25.0	50.0	12.5	12.5	12.5	12.5
	와이브로 모뎀형	66.7	52.4	42.9	52.4	33.3	23.8	19.0	9.5	
와이브로 이용빈도	16회 미만	71.4	57.1	42.9	21.4	21.4	35.7	28.6	14.3	7.1
	16회 이상	66.7	40.0	46.7	66.7	53.3	6.7	6.7	6.7	6.7

〈표 4〉 국내 기업의 와이브로 상시 이용서비스(단위: %)

	이메일 확인 및 발송	파일 전송 및 송수신	자료 검색	회사의 그룹웨어 등 인터넷 접속	고객과의 영업활동	기업과 재고관리	위치나 지리, 교통정보	물류 및 택배	채팅 및 메신저	회사의 자원관리 시스템(ERP) 접속	다른 회사와의 거래	
전체	79.3	65.5	51.7	37.9	20.7	20.7	20.7	17.2	17.2	13.8	3.4	
규모별	대기업	70.0	50.0	50.0	10.0	20.0	40.0	30.0		10.0		
	중소/벤처기업	84.2	73.7	52.6	52.6	21.1	10.5	31.6	10.5	26.3	15.8	5.3
외근 직원비율	30% 미만	100.0	76.9	38.5	46.2	15.4	7.7	23.1	7.7	15.4	23.1	
	30% 이상	62.5	56.3	62.5	31.3	25.0	31.3	18.8	25.0	18.8	6.3	6.3
서비스 유형	와이브로 단말형	87.5	62.5	37.5	62.5	37.5		25.0	25.0	12.5	37.5	12.5
	와이브로 모뎀형	76.2	66.7	57.1	28.6	14.3	28.6	19.0	14.3	19.0	4.8	
와이브로 이용빈도	16회 미만	78.6	64.3	57.1	14.3	21.4	35.7		21.4	7.1	14.3	
	16회 이상	80.0	66.7	46.7	60.0	20.0	6.7	40.0	13.3	26.7	13.3	6.7

확인 및 발송, 파일전송 및 송수신, 그룹웨어가 가장 많으며, USB 모뎀형은 이메일 확인 및 발송과 파일 송수신이 많았다.

Ⅲ. 국내 기업의 와이브로 이용의향 서비스

국내 기업에서 향후 와이브로를 통해 이용할 서비스로 이메일 확인 및 발송, 자료검색이 가장 많았다. <표 5>와 같이 국내 기업에서 와이브로를 통해 1회 이상 사용할 서비스로 이메일 확인 및 발송과 자료검색이 각각 93.1%로 가장 많았으며, 다음으로는 파일 송수신(86.2%), 위치정보(79.3%) 등의 순으로 나타났다. 단말기 유형별로는 폰 단말형이 자료검색, 이메일, 파일 송수신이 가장 많으며, USB 모뎀형은 이메일, 자료검색, 파일 송수신 순으로 나타났다.

이를 종합하면, 기존 와이브로 이용행태와 향후 와이브로 이용의향 서비스가 큰 차이가 나타나지 않음을 보여준다. 이는 와이브로 서비스에 대한 국내 기업의 이용행태가 비교적 기존 유무선인터넷 서비스와 큰 차별화가 되지 못함을 보여주는 동시에, 향후 와이브로에 대한 다양한 비즈니스 모델과 특성화된 서비스 개발을 통해 서비스 이용의 외연을 확대하는 것이 필요함을 보여준다. 특히 와이브로 USB 모뎀형과 폰형은 서비스 이용유형이나 핵심 서비스가 크게 달라지는 가능성이 높음에도 불구하고 서비스 이용의향이 비교적 단순하므로 단말기 유형에 적합한 서비스를 개발하고 보급하는 개발전략이 요망된다.

국내 기업에서 향후 와이브로 이용시 상시 이용할 서비스는 이메일 확인 및 발송이 가장 많은 것으로 나타났다. <표 6>과 같이 국내 기업에서 향후 와이브로 이용시 상시 사용할 서비스로 이메일 확인 및 발송이 75.9%로 가장 많으며, 다음으로 파일 송

〈표 5〉 국내 기업의 와이브로 이용의향 서비스(단위: %)

	이메일 확인 및 발송	자료 검색	파일 전송 및 송수신	위치나 지리, 교통정보	고객과의 영업활동	회사의 그룹웨어 등 인터넷 접속	기업의 재고관리	물류 및 택배	채팅 및 메신저	회사의 자원관리 시스템(ERP) 접속	다른 회사와의 거래	
전체	93.1	93.1	86.2	79.3	65.5	65.5	51.7	48.3	48.3	48.3	41.4	
규모별	대기업	100.0	90.0	80.0	70.0	50.0	40.0	60.0	50.0	20.0	30.0	50.0
	중소/벤처기업	89.5	94.7	89.5	84.2	73.7	78.9	47.4	47.4	63.2	57.9	36.8
외근 직원비율	30% 미만	100.0	84.6	92.3	84.6	69.2	76.9	46.2	53.8	61.5	61.5	53.8
	30% 이상	87.5	100.0	81.3	75.0	62.5	56.3	56.3	43.8	37.5	37.5	31.3
서비스 유형	와이브로 단말형	75.0	100.0	75.0	60.5	50.0	62.5	37.5	37.5	37.5	50.0	25.0
	와이브로 모뎀형	100.0	90.5	90.5	85.7	71.4	66.7	57.1	52.4	52.4	47.6	47.6
와이브로 이용빈도	16회 미만	100.0	85.7	78.6	64.3	64.3	35.7	50.0	50.0	28.6	28.6	42.9
	16회 이상	86.7	100.0	93.3	93.3	66.7	93.3	53.3	46.7	66.7	66.7	40.0

<표 6> 국내 기업의 와이브로 상시 이용의향 서비스(단위: %)

	이메일 확인 및 발송	파일 전송 및 송수신	자료 검색	고객과의 영업활동	회사의 그룹웨어 등 인터넷 접속	위치나 지리, 교통정보	기업의 재고관리	회사의 자원관리 시스템(ERP) 접속	물류 및 택배	채팅 및 메신저	다른 회사와의 거래
전체	75.9	65.5	55.2	31.0	31.0	27.6	20.7	17.2	17.2	17.2	6.9
규모별	대기업	80.0	60.0	50.0	30.0		20.0	40.0	10.0	30.0	
	중소/벤처기업	73.7	68.4	59.9	31.6	47.4	31.6	10.5	21.1	10.5	26.3
외근	30% 미만	92.3	76.9	46.2	23.1	38.5	38.5	7.7	23.1	7.7	15.4
직원비율	30% 이상	62.5	56.3	62.5	37.5	25.0	18.8	31.3	12.5	25.0	18.8
서비스 유형	와이브로 단말형	62.5	50.0	50.0	37.5	62.5	25.0	12.5	50.0	25.0	25.0
	와이브로 모뎀형	81.0	71.4	57.1	28.6	19.0	28.6	23.8	4.8	14.3	14.3
이용빈도	16회 미만	85.7	64.3	57.1	28.6	14.3	14.3	35.7	21.4	21.4	7.1
	16회 이상	66.7	66.7	53.3	33.3	46.7	40.0	6.7	13.3	13.3	26.7

수신(65.5%), 자료검색(55.2%) 등의 순으로 많았다. 단말기 유형별로는 폰 단말형과 USB 모뎀형 모두 이메일 확인 및 발송, 파일 송수신, 자료검색 등의 이용의향이 많은 것으로 나타났다.

이를 종합하면, 전술한 바와 같이 기업특성과 유형, 단말기 특성에 적합한 서비스 개발이 와이브로 활성화의 관건이 될 것임을 시사해 준다.

IV. 결론: 국내 와이브로 기업시장 개발방향

본 글에서는 국내 와이브로 가입기업을 대상으로

설문조사를 수행하고 조사 결과를 바탕으로 심층 분석하였으며 이를 종합하면 <표 7>과 같이 요약되며 이에 따른 국내 와이브로 기업시장 개발을 위한 시사점을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 서비스에 대한 본원적 니즈를 실제 이용과 연결시키는 전략이 필요하다. 모바일 브로드밴드 서비스에 대한 본원적 니즈는 실외나 이동상황에서 다양한 인터넷 이용이 핵심이나 실제 이용은 기존 유무선 인터넷 서비스의 대체가 대체이다. 이를 극복하여 와이브로가 틈새시장 또는 기존 서비스 대체시장을 벗어나기 위한 전략적 접근이 요망된다.

둘째, 와이브로 기업시장을 활성화하기 위한 서

<표 7> 분석결과 요약 및 시사점

구분	요약	시사점
가입현황 및 이유	- 평균 가입 기간은 11.7개월, 평균 가입 회선 수는 3.7회선으로 나타남 - 가입 이유(서비스의 본원적 니즈)는 실외나 이동상황에 초고속 인터넷을 이용하거나 이동전화 무선인터넷보다 빠른 속도로 무선데이터를 이용하기 위함임	- 서비스에 대한 본원적 니즈를 실제 이용과 연결시키는 전략이 필요 - 모바일 브로드밴드에 대한 본원적 니즈는 일반인, HSDPA 모두 동일한 결과가 나타남
이용현황	- 와이브로 이용장소는 실내공간에서의 이용 비율이 가장 높게 나타남 - 와이브로 이용시간이나 빈도가 높지 않았으며 기업유형과 단말기 유형에 따라 큰 차이가 나타나지 않음	- 와이브로를 비롯하여 실제 이용은 실내로 집중되는 경향이 있음 - 기업유형과 단말기 유형에 따라 서비스 이용을 차별화시키는 전략 필요
만족도/ 불만족요인	- 와이브로 가입주저 요인은 품질에 대한 불확신성, 서비스 커버리지 제약에 집중됨 - 국내 기업의 와이브로에 대한 서비스 만족도는 상대적으로 높음 - 만족요인으로 결합상품에 따른 요금할인으로 나타남 - 서비스 개선요인으로는 이용가능지역 개선, 이용요금 할인, 초기 접속속도 개선이 높게 나타남	- 서비스 핵심기능이 서비스 품질에 대한 지속적 투자 요망 - 이용자 불만이 커버리지 제약으로 집중되므로 전국망 또는 망 결합을 통한 이용자 편의성을 제고하는 전략 필요
이용서비스/ 이용의향 서비스	- 와이브로 주요 이용 서비스는 이메일 송수신, 파일전송, 자료검색 순으로 나타남 - 단말기 유형이나 기업유형에 따른 이용 서비스의 차별화가 높지 않음 - 향후 이용의향 서비스도 기존 서비스 이용행태와 유사한 것으로 나타남	- 기존 유무선 인터넷 서비스에 집중된 서비스 유형을 벗어나기 위한 서비스 차별화 및 다양화 전략 필요

비스 제약요인을 조기에 제거하는 것이 요망된다. 현재 와이브로 서비스가 이용지역에서 제약을 가지므로 전국망을 구축하거나 기존 이동통신망이나 무선랜망과의 융합된 결합망 제공이 요망된다.

셋째, 와이브로 기업시장을 세분화하기 위해 단말기 유형이나 기업 유형에 적합한 마케팅 전략이 요망되며 비즈니스 모델을 통해 서비스와 단말기를 일체화하는 특화된 콘텐츠-서비스 개발전략이 시급히 요망된다.

마지막으로, 국내 기업시장에서 와이브로를 안착시키기 위해서는 무엇보다 기업의 핵심니즈를 파악

하는 것부터 시작해 이를 반영한 서비스 개발과 마케팅 전략의 유기적 연결이 요망된다.

참 고 문 헌

- [1] 지경용 외, 휴대인터넷의 이해, 전자신문사, 2005.
- [2] 박종현, “유무선 융합시대의 와이브로 가입자 특성 및 시장확대 방향” 전자통신동향분석, 제23권 제2호, 2008. 4., pp.80-90.
- [3] 전자신문사(<http://www.etnews.co.kr>)