

# 무선인터넷을 활용한 조사방법에 관한 연구

A study for Survey System Framework using Wireless Internet

노규성\*, 최정웅\*\*

## 목 차

- I. 서론
  - II. 이론적 배경
  - III. 실증연구의 설계
  - IV. 가설 검증 및 분석 결과
  - V. 결론
- 참고문헌

Key Words: 신제품, 인터넷, 무선인터넷, 설문조사

## Abstract

신제품 개발은 기업의 흥망을 좌우할 수 있는 프로젝트이므로 공격적이고 적극적인 신제품 개발/컨셉 조사를 통해 진입시장의 특징을 정확히 파악해야만 효과적인 신제품 개발/컨셉 전략을 수립할 수 있다. 하지만 설문조사 방법을 수행하는데 있어서 많은 비용과 시간이 소요된다. 이 때문에 최근 인터넷을 이용한 설문조사 방법이 널리 보편화 되고 있다. 인터넷 또는 이메일을 이용한 설문조사 방법은 전통적인 조사방법에 비해 여러 가지 장점을 가지고 있다. 이에 본 연구는 인터넷을 이용한 조사방법의 이론적 고찰을 체계적으로 정리하고 한 단계 진화하여, 최근 급속히 증가하고 있는 무선인터넷 기술을 이용한 설문조사가 가능한 시스템을 개발함으로써, 응답자는 자신이 가지고 있는 무선인터넷 단말기(휴대폰, PDA)를 이용해 조사에 응답하고, 조사자는 쉽고 편리하고 빠르게 정확한 데이터를 수집할 수 있는 기회를 제공하는 시스템 개발에 본 연구의 목적이 있다.

\* 선문대학교 경영학부 충남 아산시 탕정면 갈산리 100 336-840

Tel: +82-41-530-2548, Fax: +82-41-530-2973, E-mail: ksnoh@email.surmoon.ac.kr

\*\* (주)쓰리엠테크 서울시 강남구 삼성동 116번지

Tel: +82-2-3452-8515, Fax: +82-2-922-8516, E-mail: mis71@nate.com

# I. 서론

## 연구배경

신제품 개발과 관련해서 컨셉조사, 잠재수요조사, 테스트시장조사 등 다양한 조사가 있다. 일반적으로 신제품은 오랜 기간의 연구와 투자를 통해 출시되므로 신제품의 성공과 실패는 기업입장에서 매우 중요한 위치를 차지한다. 또한 신제품은 기존 제품보다 신속한 조사를 통해 빠른 전략수정이 요구되어지는 경우가 많으므로 조사방법의 중요성은 매우 크다고 할 수 있다. 이를 위해 조사자들은 인터뷰나 종이(paper)로 작성된 설문지를 이용해 조사를 시작하지만 때로 이러한 방법들은 많은 비용과 시간을 요구하기 때문에 신속하고 저렴한 방법을 찾기 시작했으며 이러한 요구사항을 만족시키는 수단으로써 최근 이메일이나 인터넷을 이용한 조사방법이 급증하고 있다. 인터넷 설문조사는 컴퓨터 환경을 기반으로 인터넷이라는 매체를 활용하여 직접 질문지 파일을 보내고 응답 파일을 받는 형태를 말한다.<sup>1)</sup> 즉, 현실 세계가 아닌 인터넷이라는 사이버공간에서 이루어지는 설문조사로서, 기존의 설문지가 하이퍼텍스트(Hypertext)<sup>2)</sup>라는 인터넷의 강점을 지니고 웹 페이지의 형태로 가상공간에 존재함으로써, 전 세계의 인터넷을 이용하는

모든 사람들을 대상으로 공개되어 있는 설문조사 방법이다.<sup>3)</sup> 인터넷 보급 및 관련 기술이 빠르고 광범위하게 이루어짐에 따라, 대다수 기업 뿐만 아니라 많은 시장조사자들은 인터넷을 사용하여 고객의 실시간 정보를 얻을 수 있는 방법에 대해 많은 관심을 기울여왔다.<sup>4)</sup> 최근 자료에 의하면 1996년 본격적으로 시작된 미국의 인터넷 조사시장의 규모는 96년 300만 달러에서 1997년 10배로 성장해 3천만 달러로 급성장하기 시작했고, 2001년에는 8억 달러로 5년 만에 무려 280여배가 성장했으며 2003년에는 20억 달러를 넘어설 것으로 전망되고 있다.<sup>5)</sup> 향후 5년 후에 모든 조사의 방법으로 인터넷이 주된 도구가 될 것으로 기대했던 예견<sup>6)</sup>이 실제 이루어지고 있다.

또한 최근 급속히 확산되고 있는 정보기술 가운데 무선인터넷의 발전을 예로 들 수 있다. 무선인터넷은 '사용자가 이동하면서 무선으로 음성과 데이터, 영상 등의 정보를 송, 수신할 수 있는 서비스'라고 할 수 있는데,<sup>7)</sup> 기존 유선인터넷 환경에 필요한 케이블, 선, 공간, 비용 등을 크게 줄일 수 있으며, 이동의 편리성, 접근의 용이성(언제, 어디서나), 휴대단말기 사용자의 폭발적인 증가 등으로 인해 여러 장점을 가질 수 있다. 규모 면에서도 인터넷이 가능한 휴대용 단말기 수는 올해 말 즉, 2003년에는 PC의 숫자를 넘어설 전망이고 무한한 잠재력을 지닐 시장으로 예상된다.<sup>8)</sup>

1) Manrique, "Survey Research and the World Wide Web", Social Science Computer Review(United States), v 18, n 3, pp370- 371, September, 2000.  
2) Dennis, Robert, "Internet Question and Answer (iQ&A): a Web-based survey technology", IEEE Transactions on Information Technology in Bionedice, vol.4, no.2, pp.116- 125, 2000.  
3) Solomon, M. B., "Marketing Research in Cyberspace.", 1995. (<http://www.cyberdialogue.com/press/articles/marketingcyberspace.html>)  
4) Woodal, G., "Market Research on the Internet.", 1998. (<http://www.rocksearch.com/html/nmr01.htm>)  
5) 연합뉴스문, 2003  
6) Pitkow, "Using the Web as a survey tool: results from the second WWWuser survey", Computer Networks & ISDN Systems, vol.27, no.6, pp.809- 820, April, 1995.  
7) ETRI 기술경영연구소, 무선인터넷 솔루션 기술동향 및 전망, 최종보고서, 2001.  
8) Davison, J., D. Brown and A. Walsh, Mobile E-Commerce Market Strategies, Ovum., 2000.

## 연구목적

본 연구는 성공적인 신제품개발을 위해 신속하고 정확한 조사방법과 함께 무선인터넷의 성장과 더불어 새로운 데이터 수집매체로써 무선인터넷 설문조사 방법에 대한 이론적 쟁점들을 정리하고, 실제로 시스템을 구축하여 이를 통해 정성적, 정량적 시장조사의 수단으로서 무선인터넷 매체의 학문적, 상업적 이용가능성을 제시하는 데 목적이 있다. 굳이 신제품만 국한되어 사용되기 보다는 폭넓게 가능성을 인정받을 수 있기 바란다.

## 연구방법

연구목적을 달성하기 위해서 무선인터넷의 모체가 되는 인터넷 설문조사에 관련한 기존의 국내외 연구 관련한 자료를 정리하고, 이를 기반으로 실제 시스템을 구축하기까지 본 연구 범위로 설정한다. 연구를 통한 결과물으로써, 국내 이동통신사는 각기 다른 기술언어를 사용하기 때문에<sup>9)</sup> 각 이동통신사별 시스템을 개별적으로 구축하여 특정 가입자에 관계없이 사용할 수 있도록 개발한다.

향후, 본 연구와 관련하여 다양한 연구자들을 통해 각 조사방법에 사용되는 매체별 특성과 장단점을 파악하고 신뢰성을 확인한다면 가까운 미래 새로운 조사방법으로 무선인터넷이 주된 도구가 될 것으로 예견된다.

# II. 본론

## 인터넷 조사방법에 관한 연구

### 인터넷 조사방법의 분류

인터넷 조사방법과 전자적 조사방법은 일반적으로 동일한 의미로 해석될 수 있기 때문에 본 연구에서는 같은 의미로 사용하기로 한다. 인터넷 설문조사는 기존의 설문지를 이메일이나 하이퍼텍스트(hypertext) 형태로 사이버공간에 위치시킴으로써, 전세계의 인터넷을 이용하는 모든 사람들을 대상으로 공개되어 있는 설문조사방법이다.<sup>10)</sup>

전자조사 또는 인터넷 조사방법에 관한 대부분의 이전 연구들은 이메일 조사방법에 초점을 맞추고 있다. 그러나 이메일 조사방법도 여러 학자들에 의해 다양한 형태로 분류하고 있다. Dommeyer and Moriarty는 내장된(embedded) 이메일, 첨부된(attached) 이메일, 조사프로그램이 첨부된 이메일 그리고, 웹(web) 기반조사 등 4가지로 구분하였다.<sup>11)</sup> 내장된(embedded) 이메일 조사방법은 조사자가 응답자에게 설문내용을 텍스트형태의 메일을 보내고 응답자는 설문내용에 대한 선택사항을 기록한 후 단순히 회신(reply) 버튼을 클릭 함으로써 조사가 이루어지는 방법을 말한다. 첨부된(attached) 이메일 조사방법은 설문지 파일을 메일에 첨부하여 응답자가 다운로드 후 설문지에 응답내용을 기록하고 다시 이메일에 첨부하여 회신하는 방법이며 조사프로그램이 첨부된 이메일 방법

9) 최정용, "동영상으로 배우는 Mobile Programming", 사이텍미디어, 2002.

10) 김광용, 김기수, "인터넷 설문조사를 활용한 사이버쇼핑 디자인에 관한 연구", 경영정보학연구 제9권 제2호, p134, 1999.

11) Dommeyer, C. J., & Moriarty, E. (2000). Comparing two forms of an e-mail survey: embedded vs. attached. International Journal of Market Research, 42 (1), 39-5

은 이메일에 첨부된 조사프로그램을 다운로드후 프로그램을 실행하여 설문에 응답하는 형태이며 마지막으로, 웹(web) 또는 웹 폼(web form)을 기반으로 한 조사방법이란 설문조사 프로그램을 웹 프로그램 기술을 적용하여 특정 인터넷 서버에 올려놓고 응답자에게 요청메일을 보내어 서버에 접속 후 설문에 응답 하도록 요구하는 방식이다. 이러한 4가지 분류방법을 Galin(1998)은 크게 2가지 즉, 이메일 조사방법과 월드와이드웹 기반 조사방법으로 분류하기도 한다.<sup>12)</sup> 2가지 조사방법의 차이점으로 이메일 방법은 “푸시(push)” 기술을 사용하고 웹 기반 조사방법은 “풀(pull)” 기술 방식을 사용한다는 점이다. 즉, 이메일 조사 방식에서 메일을 보낸다는 것은 자동으로 응답자의 메일박스(mailbox)에 저장되고, 웹 기반 조사방식에서는 응답자가 웹 페이지에서 설문 화면을 전송받아야 한다. 이러한 차이점 때문에 일반적으로 웹기반 조사 방법 보다는 이메일을 이용한 조사방법의 응답률

이 더 높은 것으로 기대되어 진다. 이외에도 Watt(1997)는 “E-Mail”, “Converted CATI”, “Converted Disk-By-Mail”, “Web CGI Program”, “Web Survey System”으로<sup>13)</sup> Batagelj et al(1998)와 Comley(1998)는 크게 “E-Mail”, “HTML form-based Interviewing”, “Online FGI”의 3가지로 분류<sup>14)</sup>하는 등 다양한 기준을 제시하였다.

#### 인터넷 조사방법의 장·단점

아래의 <표 1>에서 보는 바와 같이, 인터넷 설문 조사는 전통적인 조사방법에 비해 여러 장점을 가지고 있다. 즉, 이메일 프로그램이나 웹 브라우저에서 HTML을 활용한 멀티미디어 기능을 활용할 수 있으므로, 순차적 설문제시 방법보다 유리하고 (skip이 가능함), 비용과 시간이 절약되며 수집된 데이터가 엑셀(Excel)이나 메모장 파일 형식으로

<표1> 인터넷 조사방법의 장단점

| 장 점                                                                                                                                                                                                                           | 단 점                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>● 표본수가 많아져도 추가비용이 들지 않는다.</li> <li>● 멀티미디어 활용을 통해 인터뷰를 쉽게 할 수 있다.</li> <li>● 신제품, 신기술의 잠재적 성패를 측정할 수 있는 의견을 신속히 얻을 수 있다.</li> <li>● 설문응답이 편리하다.</li> <li>● 24시간 조사진행이 가능하다.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 인터넷 사용자가 특정집단에 편중된다.</li> <li>● 검증된 다수의 연구가 진행되지 않아 신뢰성에 의심이 든다.</li> <li>● Self-Selection Bias가 발생할 수 있다.</li> <li>● 응답자에 대한 인센티브가 불편하다.</li> <li>● 조사시스템 구축비용이 든다.</li> <li>● 응답자의 프라이버시 침해 문제가 발생할 수 있다.</li> </ul> |

12) Galin, M. "Collecting data through electronic means: A new chapter in the evolution of survey methodology?" Paper presented at the American Evaluation Association Annual Conference. Chicago: November 1998.

13) Watt, J., "Using the internet for quantitative survey research," Quirks Articles, 1997. (<http://www.quirks.com>)

14) Battagelj, Z. et al., "Who are Nonrespondents in Web Surveys," 9th international workshop on household survey nonresponse, Bled, 1998.

15) Weissbach, S., "Internet research: still a few hurdles to clear," Quirks Articles, 1997. (<http://www.quirks.com>)

저장가능 하므로 통계처리를 위한 입력과정을 생략할 수 있는 등 여러 유용한 점이 있다. 하지만, 전체 인구를 대표할 수 없는 인터넷 표본의 대표성 문제는 인터넷 설문 일반화에 큰 장애물로 여겨졌으나<sup>16)</sup> 최근 초고속 인터넷의 보급률과 인터넷 사용자 저변 확대를 고려할 때 상당부분 해소될 것으로 판단할 수 있다. 동시에, 인터넷 조사방법은 전통적 방식과 차이를 가지고 있다는 이해에서 출발해야 한다.<sup>16)</sup>

#### 무선인터넷에 관한 연구

최근 인터넷 업계의 키워드가 e에서 m으로 바뀌고 있다. 이와 함께 무선 인터넷 혹은 M-Commerce라는 말이 인터넷 업계의 새로운 화두가 되고 있다. 전자(electronic)라는 뜻을 가진 e자를 기업들이 즐겨 사용한 것이 바로 엡그제인데, 이제는 e보다 m을 내세우는 기업이 늘어나고 있는 추세이다. 규모 면에서도 인터넷이 가능한 휴대용 단말기 수는 올해 말 즉, 2003년 올해에는 PC의 숫자를 넘어설 전망이고 무한한 잠재력을 지닐 시장으로 예상되며<sup>17)</sup> 전세계적으로 볼 때 향후 2004년경에는 미국을 제외한 나머지 국가에서는 무선 인터넷 서비스나 이동컴퓨팅 서비스의 이용자가 인터넷 이용자를 넘어설 것으로 보인다.<sup>18)</sup>

#### 무선인터넷의 정의

무선인터넷은 '사용자가 이동하면서 무선으로 음성과 데이터, 영상 등의 정보를 송, 수신할 수 있는 서비스'라고 할 수 있다<sup>19)</sup>. 기존 유선인터넷 환경에

필요한 케이블, 선, 공간, 비용 등을 크게 줄일 수 있으며, 이동의 편리성, 접근의 용이성(언제, 어디서나), 휴대단말기 사용자의 폭발적인 증가 등으로 인해 여러 장점을 가질 수 있다. 그러나 아직까지 조사방법에 적용하는 데는 분명 한계점을 가지고 있으며 그 한계점은 무선인터넷이 가지고 있는 본질적인 단점으로 다음과 같다.

- WAP을 통해 전달할 수 있는 콘텐츠는 주로 텍스트 기반이다.
- 작은 화면으로 인해 정보를 표현하는데 한계가 있다.
- 다운로드 비용 특히 불필요한 정보의 다운로드 인한 비용이 증가할 수 있다.
- 키보드나 마우스등을 사용할 수 없다는 사용자 입력방식의 불편함.
- 무선단말기가 가지는 부족한 데이터 저장 공간
- 느린 전송속도로 인한 단절현상 발생

WAP(Wireless Application Protocol), ME(Microsoft Explorer)

현재 가장 많이 채택하여 사용하고 있는 표준은 WAP(Wireless Application Protocol)로써, 1997년 에릭슨(Ericsson), 노키아(Nokia), 모토로라(Motorola) 그리고 폰닷컴(Phone.com, 현재 Unwired Planet 사)이 참여한 WAP 포럼에 의해 제안되어 개발된 표준이다. 현재 시중에 출시된 대부분의 인터넷 가능 휴대폰에는 WAP을 지원하고 있으며, WAP의 초기 목표는 좁은 대역폭

16) Berghel, H., "Cyber nautica cybercensus," 1996. (<http://www.acm.org>)

17) Davison, J., D. Brown and A. Walsh, Mobile E-Commerce Market Strategies, Ovu, 2000

18) Grumet, A. Adding Wireless Users To Your Web Service, 2000. (<http://www.arsdigita.com/asj/wireless/>)

19) ETRI 기술경영연구소, 무선인터넷 솔루션 기술동향 및 전망, 최종보고서, 2001. 12.

(bandwidth), 오랜 지연시간, 제한된 서비스와 안정적이지 않은 연결환경에서 운영이 가능하도록 하는 것이었다. 국내에서는 WAP과 마이크로소프트사의 ME계열로 크게 구분할 수 있으며 SK텔레콤, LG텔레콤은 WAP 표준을 채택하였고, KTF는 ME 표준을 사용하고 있다

**마이크로 브라우저(Micro Browser), 마크업언어(Markup Language)**

Micro Browser는 단말기에 장착되어 콘텐츠 제공자(CP)로부터 전송되는 콘텐츠들의 브라우저를 지원하는 소프트웨어이다. Micro Browser는 WML 기반의 브라우저들이 시장의 주류(주로 UP.Browser)를 이루고 있지만, MicroSoft의 ME(Mobile Explorer), NTTDocomo의 I-mode 계열 브라우저 등으로 분류할 수 있다. 현재 국내 휴대폰에 장착할 수 있는 브라우저는 WAP(Wireless Application Protocol), UP, ME 3개의 브라우저가 있다. 011용 휴대폰에는 WAP 브라우저가, 017과 019용 휴대폰에는 UP 브라우저가 설치되어 있으며 016, 018용 휴대폰에는 ME브

라우저가 설치되어 있다. 모바일 디바이스의 특성상 각 브라우저는 휴대용 디바이스에 적합한 적은 용량과 메모리를 갖고 있다.

한편, 마크업 언어(Markup Language)는 텍스트나 이미지를 표현하는 프로그래밍 언어로써, 브라우저별로 사용되는 마크업 언어가 구분되어 있다. WAP 브라우저(011용)는 WML(Wireless Markup Language)이라는 마크업언어를 지원하고 UP 브라우저는 HDML(Handheld Device Markup Language) 마크업언어를 지원하며 ME 브라우저는 m-HTML 을 지원한다. 간단히 각 마크업 언어를 살펴보면 다음과 같다.

WML은 HTML과 마찬가지로 태그를 사용하지 않 문법이 매우 엄격하고 표준 XML1.0 규칙을 준수한다. HTML 문서의 확장자가 .html 또는 .htm 를 지정하는 것처럼 WML 문서의 확장자는 .wml 로 끝나게 된다. HDML은 휴대폰이나 PDA 같은 모바일 디바이스용 웹브라우저에서 사용되는 마크업 언어로써 HTML의 서브셋으로 가볍게 만들어져 있다. 확장자는 .hdml 이다. M-html은 이름에서 알 수 있듯이 기존 HTML과 매우 유사하며 기존에 제작되어 있는 유선인터넷 콘텐츠를 쉽게 무

〈표 2〉 국내 이동통신사에서 채택한 브라우저 및 마크업 언어

|       | SK텔레콤                    | KTF   | LG텔레콤                  |
|-------|--------------------------|-------|------------------------|
| 서비스명  | 네이트                      | 메직엔   | 이지아이                   |
| 브라우저  | UP.SDK, NGB              | ME    | UP.SDK, AUR            |
| 언어    | wml, hdml, xhtml         | mhtml | hdml, wml              |
| 시뮬레이터 | Up.sdk 4.0<br>Up.sdk 3.2 | Me1.2 | Up.sdk 3.2<br>Up.sdk 4 |

20) 최정웅, "동영상으로 배우는 Mobile Programming", 사이텍미디어, 2002.

선으로 쓸 수 있는 환경을 제공하였다<sup>20)</sup>.

### 무선인터넷 전송기술

국내의 무선인터넷 전송기술은 1세대, 2세대를 거쳐 최근 3세대가 도래했다. 특히 IMT2000 기술이 상용화되면서 2~3Mbps 이상의 전송속도가 가능하게 되었다. 그동안 무선인터넷의 최대 단점으로 여겨졌던 전송속도는 멀티미디어 동영상의 실시간 전송될 만큼의 진전을 보였다. 또한, 무선인터넷 망 개방과 함께 이동통신사의 독점 영역이었던 부분까지 여러 사업자에게 개방됨으로써, 다양한 사업기회와 비즈니스 모델이 탄생하고 있다.

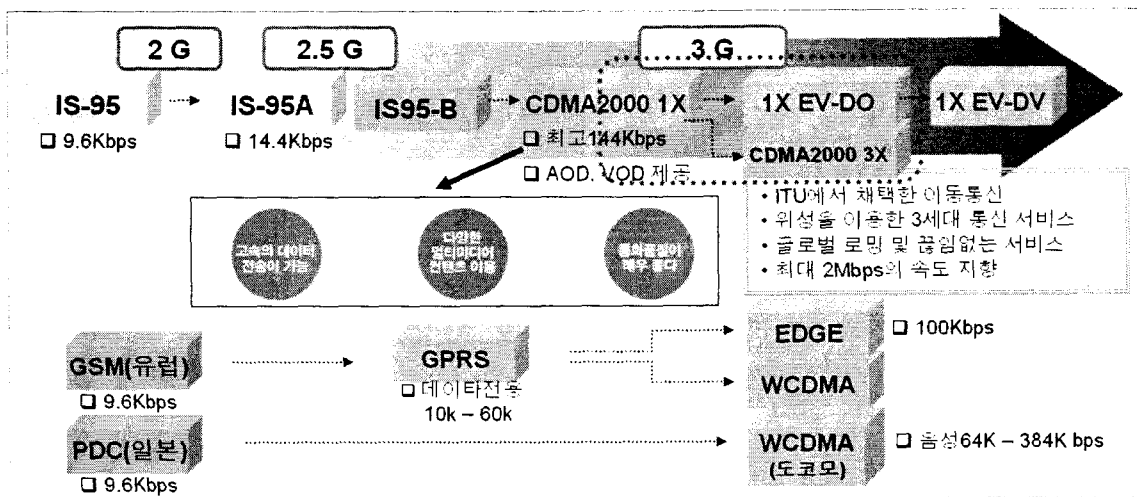
아래 <그림 1>은 무선인터넷 망 발전단계를 도식화한 것으로서, IS95에서 시작한 2세대 기술부터 최근 IMT-2000의 진정한 단계인 CDMA2000 1X EV-DV 단계에 이르는 진화과정을 보여주고 있다.

### 무선인터넷을 이용한 설문조사 시스템의 설계 및 구현

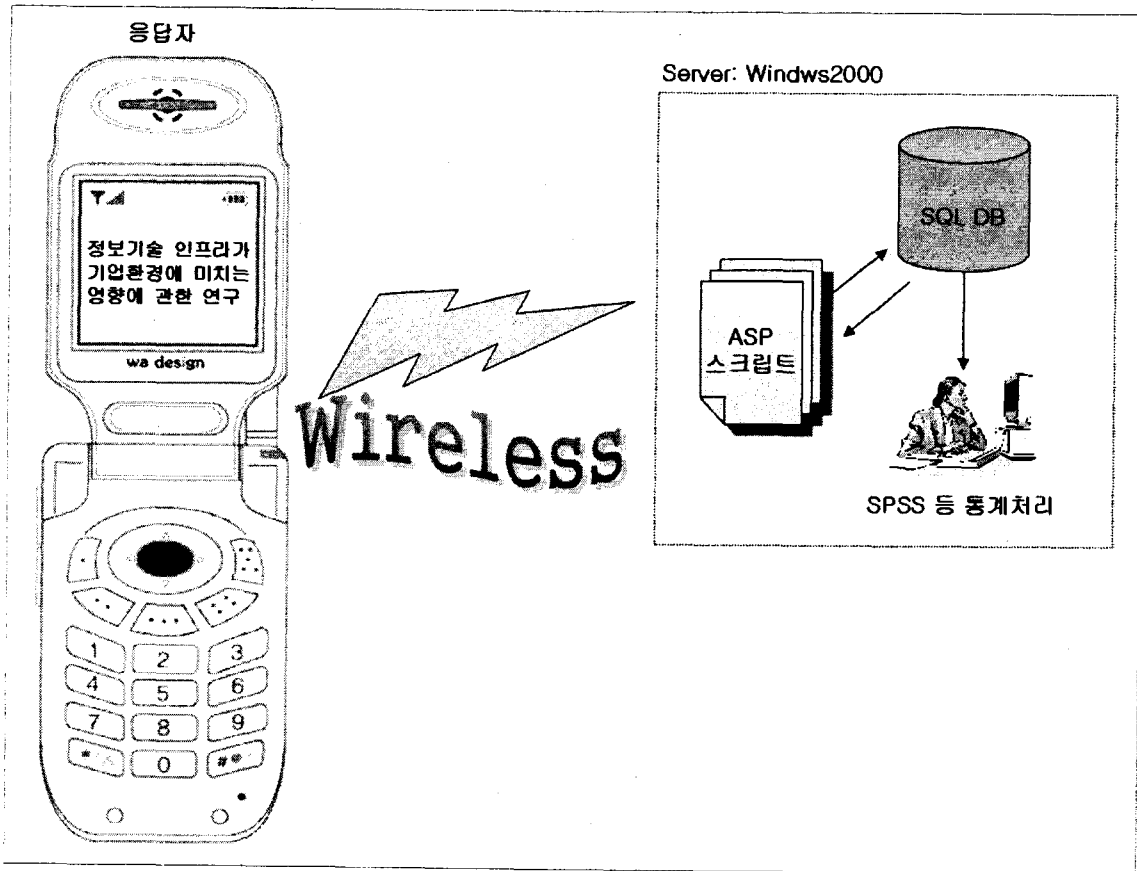
### ASP를 통한 인터넷 설문조사 시스템의 설계 및 구현

본 연구에서는 ASP 기술을 기반으로, 무선인터넷 설문조사 시스템을 구축하여, 향후 본 시스템을 이용한 실제 조사방법을 수행하는데 도움을 주고자 한다. 무선인터넷에서 설문조사를 수행하기 위해서는 기본적으로 Windows Server 기반 운영체제(Windows NT/2000, IIS 포함) 또는 Unix 계열 서버, DBMS(Oracle, MSSQL 등), 데이터베이스 연동을 위한 ASP 또는 CGI 프로그램, 설문 사이트 작성을 위한 도구(텍스트 편집기, 시뮬레이터) 등이 필요한데, 본 연구에서는 Windows 2000 서버, SQL 2000, IIS 5.0, 텍스트 에디터, UP.SDK 4.0, ME 1.2 시뮬레이터를 사용하였으며, 설문조사를 위한 화면은 휴대폰 상에서 무선인터넷 접속 후 바로 확인할 수 있도록 구성하였다. 아래 <그림 2>는 무선인터넷 설문조사 시스템 구성도로서, 응답자는 휴대폰 또는 PDA 등 휴대단말기를 이용해 설문조사 화면에 접속하고 설문에 응답하면 데이터가 서버 데이터베이스에 저장되고 조사자는 데이터베이스에 저장된 응답데이터를 엑셀이나 텍스트 파일로 변형한 후 SPSS 등의 통계프로그램에 자동

<그림 1> 무선인터넷 망 발전단계



〈그림 2〉 무선인터넷 설문조사 시스템 구성도



코딩하여 분석을 시작할 수 있다.

### Ⅲ.결 론

#### 효과적인 설문조사 수행전략

문헌연구에서 서술하였듯이 국내 무선인터넷 환경은 통신사(SK텔레콤, KTF, LG텔레콤)마다 약간의 차이점을 보이고 있다. 즉, 사용 언어 측면에서 각기 다른 언어를 사용하고 있기 때문에 폭넓은 응답자를 대상으로 하기 위해서는 개발과정 역시 각각 개발해야 하는 한계점을 갖고 있지만 현재 무선인터넷의 표준화가 진행되고 있기 때문에 향후에 이러한 한계점은 없어질 것이다.

#### 결론 및 시사점

무선인터넷은 조사방법 측면에서 다양한 장점을 제공할 수 있다. 무선인터넷이 가지고 있는 다양한 장점들 즉, 이동의 편리성, 접근의 용이성(언제, 어디서나), 실시간 응답상태 확인, 휴대단말기 사용자의 폭발적인 증가 등을 예로 들 수 있다. 또한 유효한 응답을 선별할 수 있다는 점과 설문항목의 자동적 이동 등 인터넷 설문조사의 장점도 함께 가지고 있다. 한편 모집단 비율이 제한적이거나 응답에 따른 통신비용 발생 및 휴대단말기의 입력방식 불편함 등 여러 한계점도 있지만 무선인터넷의 향후



보급 및 기술발전과 적절한 전략을 사용함으로써 이 있다.  
충분히 극복할 수 있으리라 여겨진다.

이러한 점에서 본 연구는 최초로 무선인터넷을 이용한 설문조사 방식에 대한 가능성과 전략적 활용방안을 제시하는데 시사점이 있다. 동시에 본 연구가 가지는 한계점으로 실제 무선인터넷을 이용한 실증분석을 수행하지 않았다. 향후 본 연구결과로 개발된 시스템을 사용하여 실증분석을 하고 전통적 조사방법, 인터넷 조사방법과 비교할 필요성

정보기술이 발전함에 따라 개인의 정보기술 활용도 향상되어진다. 오늘날 우리는 인터넷을 기반으로한 설문조사방법을 보편적으로 사용하고 있다. 하지만 몇 년 전까지만 해도 우리는 종이로 만들어진 설문조사방법을 사용하였다. 마찬가지로 향후에는 분명 무선인터넷을 이용한 설문조사 방식이 보편적으로 활용되는 시기가 올 것이다.