

박 용 우

정보통신정책연구원

jerrypak@kisdi.re.kr

Empirical Investigation of the Factors Influencing the Adoption of Home Networking Service

Park Yong Woo

Korea Information Strategy Development Institute(KISDI)

최근 정부의 IT839 정책의 일환으로 홈네트워킹 시장에 대한 육성여지가 높아짐에 따라 관련업체들의 기대감이 높아지고 있다. 그러나 국내 홈네트워킹 서비스 도입에 대한 수요측면(demand side)의 연구가 부족한 현실에서 시장 참여자(market player)들의 불확실성은 높을 수밖에 없다. 이에 본고에서는 전국규모의 가구조사를 통해 국내 홈네트워킹 서비스 채택의도에 영향을 미치는 결정요인을 분석하고 향후 국내 홈네트워킹 시장의 활성화 전망과 시장 참여자에 대한 시사점을 제시한다.

1. 서론

국내 IT환경은 영상, 음성, 데이터 등 이종의 미디어가 단말기, 서비스, 네트워크의 형태에 관계없이 자유롭게 구현되는 디지털 컨버전스 환경으로 변화되고 있다. 이러한 컨버전스 환경변화에 따라 정부에서는 IT839정책을 통해 누구나 기기, 시간, 장소에 구애받지 않고 다양한 홈디지털 서비스를 제공받을 수 있는 디지털 가정을 구축 할 것이라는 비전을 제시했다. 이를 통해 세계 최고수준의 초고속 인터넷 인프라에 가치를 부여하고 IT산업의 신규수요를 창출하여 국가경쟁력을 제고할 것이라고 밝혔다. 이처럼 홈네트워킹 시장에 대한 정부의 관심이 높아지면서 그동안 표준화 미흡, 핵심서비스개발 부재 등으로 초기시장에 머무르고 있던 홈네트워킹 시장에 대한 업계의 관심도 증대되고 있다. 그러나 급속히 성장한 가정 인터넷 이용환경, IT분야의 기술발전과 디지털 컨버전스에 따른 실태파악과 수요자의 요구에 대한 조사 자료가 부족한 상황에서 시장 참여자(market player)들의 불확실성은 높을 수밖에 없다.

홈네트워킹 시장에 대한 정교한 분석을 위해서는 다음과 같은 홈네트워킹 시장의 특징을 이해해야 하는데 크게 세가지로 구분할 수 있다.

첫째, 홈네트워킹 시장 발전은 홈네트워킹을 구성하는 가치사슬 단계에 있는 모든 산업의 성장을 기반으로 한다는 점이다. 홈네트워킹 시장 성장을 위해서는 인프라기반으로서 초고속 인터넷망의 발달과 홈네트워킹 관련 전용 단말기의 지원, 서비스제공에 필요한 과금, 보안 등의 솔루션 개발이 요구되기 때문이다.

둘째, 홈네트워킹 시장의 불확실성을 줄일 수 있는 정책 및 근거가 부족하다. 이런 이유로 홈네트워킹 시장은 아직도 불확실성이 높아 적극적인 투자가 이루어지지 않고 있는데, 불확실성을 제거하기 위해서는 공급측면에서 기술기반을 확보하고, 수요측면에서 시장 성장의 임계점(critical mass)을 확보할 수 있도록 정부가 관심을 가지고 접근하는 것이 중요하다.

셋째, 홈네트워킹 시장의 발전은 수요측면에 의해서(market driven) 견인되는 경향이 강하다. 이는 PC등 관련 단말의 보급 및 인터넷

넷을 이용하는 이용자 기반의 확대가 홈네트워킹 시장 성장의 기반이 되기 때문에, 기본인프라가 갖춰진 상태에서 소비자들의 사용경험이 높아질수록 다양한 홈네트워킹 서비스 보급이 가능해지며, 이에 따른 발전이 가능해진다.

이렇듯 홈네트워킹 시장의 주요한 특징을 고려하여 많은 연구가 진행되고 있지만 최근까지 국내외에서 발표된 홈네트워킹 관련 연구는 주로 홈네트워킹 관련 표준화동향이나 요소별 기술발전 동향을 파악하는데 많이 할애되고 있다. 그렇지만 홈네트워킹 시장에 참여하는 참여업체 입장에서는 수요측면의 다양한 분석을 통해 전체 홈네트워킹 시장의 잠재시장전망과 서비스 채택 결정요인, 사용자 특성 등에 관한 정보를 필요로 하고 있지만 공급측면의 연구에 비해 상대적으로 부족한 실정이다.

수요측면의 해외연구는 IDC, Gartner, Yankee Group등의 조사기관에서 북미지역 수요자들을 대상으로 연구를 진행하고 있으나 국내에 경우는 대부분 홈네트워킹 서비스에 대한 관심도 측정 등에 그치고 있다. 이 때문에 홈네트워킹 서비스 채택에 영향을 미치는 요인과 각 요인별 상대적인 중요도를 파악하는데 어려움이 많은 실정이다.

이에 본고에서는 전국규모의 가구조사를 통해 국내 홈네트워킹 서비스 채택의도에 영향을 미치는 결정요인을 분석하고 향후 국내 홈네트워킹 시장의 활성화 전망과 시장 참여자에 대한 시사점을 제시하고자 한다.

2. 홈네트워킹 시장개념 및 구분

홈네트워킹에 관한 정의는 연구기관과 연구자에 따라 조금씩 차이는 있지만 다음과 같이 정의할 수 있다. 홈네트워킹은 정보를 처리, 관리, 전달 및 저장함으로써 가정내의 여러 계산, 관리, 감시 및 통신장치들을 연결 및 통합할 수 있게 해주는 구성 요소들의 모임이며, 이는 데이터와 통신의 공유와 상호이동을 가능하게 하는 2개 이상의 장비(노드)의 조합을 의미한다.

한편 홈네트워킹 서비스 구분에 대해서는 Ovum은 Connectivity, Entertainment, Home automation의 3가지 범주로 구분하고 있는데 주요 예는 다음과 같다.