

홈 네트워크 사용자와 개발자의 관점 비교연구 (인터뷰 조사내용을 중심으로)

견재기¹, 김주용², 최용순³, 정지은⁴, 정지홍⁵
국민대학교 테크노디자인전문대학원
디지털미디어디자인학과 인터랙션 디자인 전공^{1 2 3 4 5}
dogkyoun@empal.com¹, drippy@naver.com², goodsoon96@naver.com³,
jieunlove@nate.com⁴, jihong95@kookmin.ac.kr⁵

A comparative study on user's viewpoint & developer's one in home-networking system by using method of interview.

Jae ki Kyoum¹, Ju Yong Kim², Yong Soon Choi³,
Ji eun jung⁴, Ji Hong Jung⁵
Interaction design Lab, Dept. of Digital Media Design
Graduate School of Techno Design, Kookmin University

요약

국내 홈 네트워크 시장은 여러 업체가 컨소시엄을 구성하여 시범지역을 확대하는 등 점차 보편화 되어가고 그 응용 범위를 확대해 나가는 단계에 있다. 하지만 홈 네트워크 시장의 서비스 및 제품들을 사용하는 사용자들이나 기획 / 개발하는 개발자들이 실제로 체감하는 홈 네트워크 시장의 활성화 정도는 아직 부족한 면이 있다.

홈 네트워크 시장의 활성화 정도가 부족한 원인에는 여러 가지 문제점들이 있지만 그러한 문제점 가운데에는 홈 네트워크 시장의 주 구성원인 사용자와 개발자가 가지고 있는 문제점에 대한 서로간의 관점 차이로 인한 부분도 있을 것이다.

본 연구에서는 홈 네트워크 제품 및 서비스 사용자와 개발자 인터뷰를 통해 문제점을 조사하고 이에 대한 관점의 차이를 분석하고자 하였다.

구체적 문제점 파악을 위해 개발자 관점에서의 개발 프로세스는 ‘기획, 개발, 판매, 유지보수’의 단계로, 사용자 관점에서의 사용 프로세스는 ‘구매, 설치, 사용, 이전, AS, 폐기’의 단계로 구분하여 조사하였다.

문제점의 비교를 위해 개발 프로세스와 사용 프로세스를 하나의 제품 및 서비스 라이프사이클로 통합 정의하였고, ‘판매, 유지보수 / 구매, 설치, 사용, 이전, AS, 폐기’ 단계에서 공통된 영역을 찾을 수 있었다.

이 영역에서 사용자와 개발자의 문제점 비교를 통해 두 그룹간의 관점의 차이를 도출하여 각 단계별 홈 네트워크 문제점에 대한 관점의 차이를 확인할 수 있었다.

Keyword : Home Network, User Research, Viewpoints Comparson, Product Life Cycle

1. 연구의 배경

홈 네트워크 산업은 차세대 IT 시장의 중요한 영역으로 주목받고 있으며, 일본의 ‘E-life 이니셔티브 전략(2003 년)’, 유럽의 ‘6 차 연구개발계획(2000~2006 년)’, ‘HP’의 ‘Cool Town’, ‘Microsoft’의 ‘Easy Living’ 등 이를 선점하기 위한 다양한 연구가 진행되고 있다.

국내의 경우 지난 2003 년 8 월 ‘10 대 차세대 성

장동력 산업’으로 지정되어 2004 년도 1 조 1,514 억원, 2005 년 2 조 3,254 억원, 2006 년 5 조 7,597 억원, 그리고 2007 년에는 10 조 9,882 억원으로 그 규모가 확대될 것으로 전망하고 있으며 ‘IT839 정책(2004 년 3 월)’을 통해 홈 네트워크 서비스에 대한 정부적 차원의 지원 및 개발에 대한 강한 의지를 보이고 있다.

현재 홈 네트워크 서비스는 여러업체가 컨소시

업을 구성하여 일반 아파트 단지를 대상으로 하는 시범 서비스단계를 거쳐, 홈네트워크 서비스를 실생활에 도입하는 단계에 와있으며, 2005 년 150 만 가구, 2007 년까지 1000 만 가구도입을 목표로 사업을 추진하고 있다.

하지만 이러한 목표 달성 전망이 밝지만은 않으며 체감되는 서비스 활성화 정도도 부진한 상황으로, 공급자 중심의 지나친 기술 중심 사고로 소비자 지향성이 미흡하다는 지적을 받고 있으며 사용자 니즈를 기반으로 한 서비스 개발을 통해 사용자 만족도를 높이는, 적극적으로 사용자 입장을 고려한 수요중심의 서비스 개발을 요구받고 있다.

2. 연구의 목적

현재의 홈 네트워크 서비스는 기술 개발단계를 넘어서서 서비스의 활성화 여부가 중요한 시점으로 새로운 디지털 문화환경에 대비하기 위한 소비자 주거환경에 따른 실수요적인 시스템 모델의 개발 노력이 필요한 단계라고 말할 수 있다.

본 연구에서는 소비자 지향적인 시스템 개발을 위한 필수요소인 사용자의 니즈에 대한 조사를 위해 홈 네트워크 서비스의 주요한 구성요소인 사용자와 개발자를 인터뷰하고 이를 통해 현재 홈네트워크 서비스에서 발생하는 문제점에 대한 두 대상간의 관점 차이를 살펴보고자 하였다.

3. 연구방법

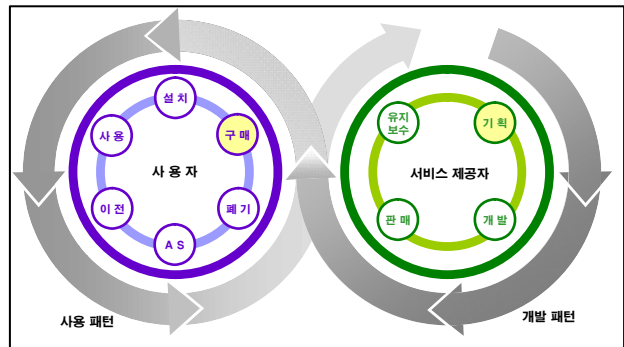
본 연구는 조사 대상을 홈 네트워크 서비스를 사용하고 있는 실사용자와 서비스 및 제품을 개발하여 제공하는 개발자로 나누어 각 대상별로 인터뷰를 이용한 조사를 실시하여 자료를 수집하였다.

3-1. 조사설계

홈 네트워크 이용실태에 관한 선행연구는 사용자의 서비스 이용에 초점이 맞추어져 있어 사용자의 관점에서 서비스 사용에 관한 일반적인 문제점은 도출이 되었으나 사용이외의 포괄적인 단계에 대한 문제점을 파악하기 위한 조사가 필요하다고 판단하였다. 서비스 및 제품의 Lifecycle 과 개발 프로세스를 바탕으로 문제점을 도출할 수 있는 단계

들을 재구성하였다.

그 결과 사용자의 경우 제품의 사용패턴을 ‘구매, 설치, 사용, 이전, AS, 폐기’로 단계를 확장하였고 개발자는 개발패턴을 ‘기획, 개발, 판매, 유지보수’ 단계로 설정하였다.



<그림 1> 제품 및 서비스 사용/개발 패턴

위와 같이 도출된 개발패턴과 사용패턴을 중심으로 각 단계별로 대상자가 인식하고 있는 문제점을 도출하기 위해 질문항목을 작성하였다.

구분	질문내용
일반현황	<ul style="list-style-type: none"> • 홈네트워크 서비스에 대한 인식 • 현재 상황 및 서비스에 대한 전반적인 평가 • 문제점 및 대안에 대한 의견
단계별 세부 현황	사용자 <ul style="list-style-type: none"> • 구매시 선호 요소 • 설치 및 구축시 발생하는 문제 • 사용시 발생하는 문제 • 장애판단 및 관리 • 이전 및 폐기시 발생하는 문제
	개발자 <ul style="list-style-type: none"> • 사용자 중심의 서비스 개발 • 설치 및 구축시 발생하는 문제 • 유지보수 프로세스 및 주요 유지보수 발생원인 • 장애판단 및 관리 • 폐기 및 이전시 발생하는 문제 및 지원방법
활성화 방안	<ul style="list-style-type: none"> • 홈네트워크 활성화에 대한 의견 • 신규, 미래 홈네트워크 서비스 요구 및 방향 제안

<표 1> 주요 질문 내용

인적사항 및 환경, 서비스 사용 수준 등의 대상자에 관한 정보는 사전설문을 통해 수집하였다.

3-2. 조사방법

홈 네트워크 서비스를 사용하고 있는 실사용자를

대상으로는 ‘표적집단면접법(FGI : Focus Group Interview)’을, 개발자를 대상으로는 ‘심층 면접법(Depth-Interview)’을 진행하여 자료를 수집하였다.

사용자를 대상으로 한 인터뷰는 단 기간에 참여자들로부터 주제에 초점을 맞추어 많은 양의 집중적인 대화를 유도해 내고, 그룹 내의 상호작용을 통해 그들의 경험, 평가 및 감정을 이끌어낼 수 있는 유용한 방법인 ‘표적집단면접법’을 활용하였다.

면접진행자(moderator)가 보통 7~8 명의 면접 대상자들과 그룹토론을 진행하는 형식을 가진 ‘표적집단면접법(FGI : Focus Group Interview)’은 참여자들이 자신이 겪은 직, 간접적인 체험을 토로하고 이를 서로 토론함으로써 주제가 가지는 과장과 범위를 확인할 수 있다는 장점을 가진다. (Bohnsack, 2000). 즉 연구자가 제기하는 주제에 대해 상호토론하는 과정에서 잠재된 의식이 표출됨으로써 참여자들의 내면 세계, 즉 개인적인 생활과 경험, 의식 등을 통해 다양한 경험과 시각이 동시에 드러난다는 장점이 있다.

개발자를 대상으로 한 인터뷰의 경우는 연구자, 개발자, 유지보수 담당자별 개별 면담이 요구되는 관계로 심층면접법(Depth-Interview)을 이용하였다. 심층면접법이란 면접조사의 일종으로 일반 면접조사에서는 일정한 질문사항을 써넣은 용지를 사용하지만, 심층면접에서는 질문사항을 바탕으로 토론을 진행시켜 면접자가 적당히 리드하면서 될 수 있는 대로 상세하게 필요사항에 대한 면접대상자의 반응을 끌어내는 방법을 말한다.

이와 같은 방법을 이용하여 수집된 인터뷰 결과 자료의 분석은 연구 대상자의 관점과 연구자의 관점 - 서술자의 주관과 연구자의 객관적인 견해(김해순, 2002)가 함께 하는 복합성을 가지게 되고 이러한 질적인 내용분석(Qualitative Inhaltsanalyse)을 통해 조사 대상자의 경험 속에 있는 다양한 특수성, 공통성을 추출할 수 있다.

3-3. 조사대상자 선정 및 조사진행

1) 사용자

사용자를 대상으로 한 ‘표적집단면접’의 경우

원활한 토론을 통해 다양한 경험을 이끌어내기 위해 홈 네트워크가 구축된 아파트에 거주하며, 서비스 및 제품을 6 개월 이상 사용해본 경험자를 대상으로 가족 구성원별로 가족형태를 다양화 하여 섭외하였다. 홈 네트워크 서비스를 가장 많이 접하고 사용하는 가정주부를 1 그룹, 사용 이외의 단계인 구매, 설치, 이전, AS 단계를 고려하여 남성 사용자를 2 그룹으로 설정하였다. 그 결과 한 그룹 당 8 명, 총 16 명의 사용자를 모집하였다.

(만원/개월)

구분	나이	학력	월소득	가족구성	사용기간
1	40	대졸	400	2년	14
2	36	대졸	450	1남1녀	6
3	34	대졸	450	부모동거	14
4	35	대졸	600	2남	21
5	41	대졸	500	2남	18
6	43	대학원졸	700	2년	7
7	42	대졸	500	1남1녀	22
8	32	대졸	500	2년	12

<표 2> 조사 참여자의 특성-사용자 1 그룹

(만원/개월)

구분	나이	학력	월소득	가족구성	사용기간
1	31	대졸	200	기혼	13
2	27	대졸	200	독신	8
3	26	대졸	200	독신	21
4	33	대졸	170	1년	10
5	30	대졸	200	부모동거	8
6	32	대졸	250	독신	12
7	35	대졸	250	1남	30
8	38	대졸	500	2년	27

<표 3> 조사 참여자의 특성-사용자 2 그룹

위의 참여자들을 대상으로 2005년 9월 15일, 한 그룹당 2시간-2시간 30분의 표적집단면접을 진행하였다.

2) 개발자

개발자는 크게 홈 네트워크 서비스 연구자, 서비스 및 제품 개발자, 유지보수 담당자로 구분하였고 한국홈네트워크산업협회(<http://www.hna.or.kr/>)에 회원사로 등록된 업체중에서 총 5 명의 개발자를 선정하여 섭외하였다.

구분	성별	나이	직종	직급	경력
전문가	남	46	연구소	과장	7
개발자	남	33	상품개발	과장	2
	남	35	상품개발	과장	2
	남	43	서비스개발	팀장	4
유지보수 담당자	남	45	고객지원	팀장	5

<표 4> 조사 참여자의 특성-개발자

자료수집기간은 2005년 9월 7일부터 9월 22일까지 진행되었고 각 대상자별로 1시간 30분의 인터뷰를 진행하였다.

3-4. 조사결과

사용자와 개발자의 인터뷰의 비교분석을 위해 조사 단계에서 설정한 분석영역을 ‘기획/개발’, ‘판매/구매’, ‘설치’, ‘사용’, ‘AS/이전/폐기’의 단계로 구분하여 해당 영역별로 답변 내용을 정리 하였다.

각 영역의 유의미한 답변 분포는 다음과 같다.

구분	인프라/환경	서비스	제품	Total
기획/개발	25.4%	7.9%	11.1%	44.4%
구매/판매	6.3%	1.6%	1.6%	9.5%
설치	6.3%	0.0%	0.0%	6.3%
사용	3.2%	7.9%	1.6%	12.7%
AS/이전/폐기	9.5%	12.7%	4.8%	27.0%

<표 5> 개발자의 중요 답변의 분포

구분	인프라/환경	서비스	제품	Total
기획/개발	0.0%	2.5%	0.8%	3.4%
구매/판매	2.5%	0.8%	4.2%	7.6%
설치	3.4%	4.2%	3.4%	10.9%
사용	10.1%	22.7%	26.9%	59.7%
AS/이전/폐기	8.4%	5.0%	5.0%	18.5%

<표 6> 사용자의 중요 답변의 분포

개발자의 답변은 ‘기획/개발’ 단계의 ‘인프라/환경’부분에서 많은 분포를 보였고, 사용자들의 답변은 ‘사용단계의 ‘서비스, 제품’ 부분에서 많은 분포를 보였다.

구분	개발자 중요 답변 요약
기획/개발	<ul style="list-style-type: none"> ● 사용자가 중요하다는 것은 알지만 건설사가 원하는 제품을 개발해야 하고 홈 네트워크 태생의 한계상 가전시장의 눈치를 보게 되며 이들 가전 업체들간 서로 표준화되지 못해 개발에 어려움이 많다. ● 정책 부서간의 문제로 발생하는 문제와 법, 제도적인 지원이나 보완이 이루어지고 있지 않다.
구매/판매	<ul style="list-style-type: none"> ● 건설사간 경쟁의 심화와 아파트의 고급화를 추진하다 보니 유행처럼 홍보의 수단을 위해 홈 네트워크를 개발하고 있고 이로 인해 조작 및 기능이 브랜드간 서로 평준화 되고 있다. ● 건설사의 입장으로 빌트인으로 판매되고 이로 인해 초기에 구축을 하였으나 지속적인 서비스의 시행은 이익에 맞지 않으면 제공하지 않는 경우가 많다.
설치	<ul style="list-style-type: none"> ● 한번 설치하면 시스템의 구성을 임의로 바꾸는 것이 쉽지 않아 사용자가 원하는 제품이 있어도 제공하는 제품과 다르면 사용할 수 없다.
사용	<ul style="list-style-type: none"> ● 홈 패드 등 제품의 구성이 쉬워서 한번만 사용해도 노인들도 다 사용할 수 있을 정도로 쉽고 제품 사용법을 매뉴얼(책, CD 등)으로 배포하지만 잘 보지 않고 전화부터 한다. ● 사용자들이 홈 네트워크에서 유용성을 느끼지 못하고 있으며 서비스를 제공해도 사용하지 않는다. 조명, 난방 정도만을 사용한다. ● 업체별 제품의 기능이 비슷하기 때문에 외관과 인터페이스에서 차별화 되어야 한다고 생각한다.
AS/이전/폐기	<ul style="list-style-type: none"> ● A/S의 대부분은 기능이상보다는 사용자가 사용법을 몰라서 발생하고 교육요청에 따라 교육을 하지만 교육도 회사 입장에서 보면 다 비용이다. ● 여러 제품이 섞여있어서 문제 발생시 어디가 문제인지 쉽게 발견하지 못하고 단순한 기기고장이라도 그 기기고장 자체를 아는 것이 더 오래 걸린다. 이로 인한 관리의 주체도 애매하다. 따라서 하나의 회사 하나의 시스템이 관리하기에 편리하다. ● 홈 네트워크 가전은 말썽을 많이 일으켜서 A/S를 많이 발생시킨다. 사용자들도 이제는 A/S를 부르지도 않는다. 현재 새로운 것의 개발보다 유지보수에 많은 노력을 기울이고 있다.

<표 7> 중요 개발자의 답변 내용 요약

구분	사용자 중요 답변 요약
기획/개발	해당 사항 없음
구매/판매	<ul style="list-style-type: none"> ● 분양가가 비싸고 내가 원하는 제품으로 구성을 할 수 없고 좋은 콘텐츠도 없다. ● 렌탈해서 경험해 보고 살 수 있으면 좋겠다.
설치	<ul style="list-style-type: none"> ● 홈 네트워크 제품의 수정이나 확장에 있어서 사용자들이 할 수 있는 허용치가 있어야 한다. 설치할 때 내가 하고 싶은 대로 구성 할 수 있게끔 설치도 쉬웠으면 좋겠다. ● 매뉴얼을 보고 하라는 대로 했는데 장애가 발생하면 사용자 잘못이라고 한다.
사용	<ul style="list-style-type: none"> ● 유지비나 관리비가 이전에 비해 더 많이 나오고, 지난달, 이번 달 사용량의 차이를 비교하고 싶다 ● 경고음이 울리면 서로 비슷해서 어디서 나는 소리인지

	<p>모르고 어떤 상황인지 몰라 불안하고 당황스럽다. 출입문이나 가스밸브와 같은 안전에 대한 서비스는 명확하게 확인할 수 있어서 안정감을 주어야 한다.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 리모컨을 잘 잃어버려 오히려 찾는 것이 더 일이고 배터리를 금세 방전되는 등 불편하다. 사용법이 복잡하는데 필요한 것만 있었으면 좋겠다. ● 외부에서 조작하는 필요성을 별로 느끼지 못하고 원격사용 시 안전에 대한 불안감이 더 생긴다. 하지만 미리 조명을 켜놓으면 집에 들어갈 때 불이 켜져 있어 포근하다. ● 어떤 기능들이 있는지 잘 모른다. 교육을 받으러 가는 것도 귀찮고, 갔다 와서도 혼자 조작하려고 하면 당황스럽고 그렇다고 잘 모를때마다 방문교육을 매번 부르기가 미안하고 해서 그냥 이웃들끼리 서로 가르쳐주거나 매뉴얼을 본다. 하지만 매뉴얼 내용이 어렵고 너무 많아 관리하기 힘들다. 매뉴얼은 자주 쓰는, 필요한 몇 가지만 보게 된다. ● 출입문을 통과할 때 마다 보안단계를 몇 번이나 거쳐야 하기 때문에 불편하지만 안전하다고 생각한다. 그러나 항상 카드 키를 가지고 다녀야 해서 불편하고, 보안 설정후 나가는 것도 불안해서 잘 사용하지 않는다. 그리고 비밀번호 방식은 잘 유출 된다고 생각한다. ● 단지 내 커뮤니티 사이트가 관리도 안되고 내용도 불성실하다. 또 경비실/관리실에 신뢰가 안 생겨 외출 세팅을 하면 오히려 외출사실이 외부로 알려질까봐 두렵다.
AS/이전/폐기	<ul style="list-style-type: none"> ● 전화상담으로 A/S 상담을 하면 정해진 대답만한다. 간단하게 문제를 해결하고 싶지만 전화로는 해결이 힘들다. A/S 방문 일정 맞추기도 힘들고 방문한 기술자도 명확한 문제점을 못 찾는다. 또 수리를 해도 자주 고장 난다. ● 정기적인 점검이나 관리를 해주는 경우는 믿음이 간다. ● 홈 네트워크, 제품 매뉴얼이 시간이 지나 잊어버려서 곤란한 적이 있었다. 매뉴얼을 휴대하기 편했으면 좋겠다.

<표 8> 중요 사용자의 답변 내용 요약

4. 조사분석 결과

홈 네트워크 제품 및 서비스의 개발자와 사용자 간의 문제점에 대한 답변을 통해 다음과 같은 몇 가지 주요한 시각차이를 확인할 수 있었다.

4-1. 제품 구성 관련

개발자는 제품개발의 편리성, 수리 유지보수의 용이성을 위해 자신들이 권장하는 제품으로 변들하는 정책을 사용하고 있다. 사용자들은 기존에 자신이 사용하던 제품이나, 자신이 원하는 제품을 사용하기를 원하고 있었으며 변들로 제공되는 홈 네트워크 시스템으로 인해 분양비가 증가하고 전기요금에 과도하게 청구되거나 관리비가 늘어난다고 생각하고 있었다.

4-2. 홈네트워크 사용자 교육

개발자들은 사용자 교육을 업체의 가치를 높여줄 수 있는 브랜드 관리의 도구이자 홈네트워크를 활

성화시킬 수 있는 요소로 보고 있었으나 교육에 대한 비용 부담을 가지고 있었다. 사용자 교육을 위해 일반적인 교육 외에 방문교육, 매뉴얼 배포, CD-ROM 제공 등의 방법으로 접근하고 있었다. 사용자는 교육의 중요성은 인식하고 있었으나 교육시간 조절이 어려우며 실제 교육을 받더라도 쉽게 이해할 수 없다고 이야기하였다. 방문 교육에 대해서 사용자들은 번거로움과 미안함을 느끼고 있었으며 스스로 해결하기 위해 매뉴얼을 활용하고자 하는 모습을 보였으나 어렵고 비효율적인 매뉴얼로 인해 제대로 사용법을 배울 수 없는 점을 문제로 지적하였다.

4-3. 고장, 수리

사용자와 개발자 모두 조사를 통해 보고자 하였던 “폐기, 이전”의 단계에 대한 경험이 미약하였으며 고장수리와 관련된 내용위주로 추출이 가능하였다.

개발자는 기능상의 문제가 아닌 사용자의 사용미숙과 제품에 대한 무관심으로 많은 A/S가 들어온다고 응답하였다. 사용자는 잦은 고장으로 인해 수리자체를 포기하거나 간단히 매뉴얼이나 전화상담을 통해서 수리를 할 수 없다는 것을 문제점으로 보았다.

4-4. 인터페이스

개발자는 기능과 성능이 비슷한 현재의 홈네트워크 환경에서 중요한 차별화 요소가 인터페이스가 될 것으로 판단하고 있었으나 다양한 사용자층을 고려하는 것과 많은 기능으로 인해 인터페이스 개발하는 것이 어렵다고 응답하였다. 이러한 다양한 기능으로 인해 사용자는 사용이 복잡하고 어려우며 많은 기능보다는 자신에게 필요한 기능만을 간단히 사용하고 싶다고 응답하였다.

또한 사용자는 외부에서 원격으로 가스밸브 잠그기나 문잠그기와 같은 기능을 사용한 후 귀가하여 확인하였을 때 가스밸브가 잠겨있지 않다거나, 문은 잠겼지만 열린상태로 잠금장치만 잠겨있었던 경험을 이야기 하였다.

4-5. 서비스

개발자는 사용자가 보안과 안전에 관심이 많다고 판단하고 있었으며 다양한 기능을 제공하여도

사용자는 보안기능, 가스밸브제어 등의 일부 기능만 사용하고 있다고 보고 있었다. 실제로도 사용자는 보안 서비스에 대한 높은 관심을 보였으나 홈네트워크에서 제공하는 보안기능에 대해서는 신뢰하지 못하고 전문보안회사를 이용하는 등 보조적인 수단으로 사용하고 있었다. 아파트 관리실과 홈네트워크 서비스에 대한 불신을 드러냈으며

또한 개발자의 경우 사용자들이 관리비나 요금 확인 서비스에는 관심이 없으며 안전관련서비스(가스밸브 잠그기)를 더 많이 사용하고 있다고 응답하였으나 오히려 사용자는 가정에서 발생하는 비용에 대해 높은 관심을 가지고 있으며 과금 서비스에 대한 정보를 보고자 하는 요구사항을 가지고 있었다.

5. 결론

본 논문은 홈 네트워크 서비스 개발을 위한 연구에서 현재 홈 네트워크 시장의 이용현황 파악 및 각 구성원간 서비스 니즈를 찾기 위한 목적으로 시행한 기반연구의 일부분으로, 홈 네트워크 서비스 및 제품 개발자와 사용자를 대상으로 각각 심층면접법(Depth-Interview)과 표적집단면접법(FGI : Focus Group Interview)을 이용하여 홈 네트워크 서비스의 문제점을 파악하기 위해 제품 개발패턴과 사용 패턴단계로 단계를 나누어 자료를 수집하고 그 결과를 비교 분석하였다.

연구 결과를 통해 제품구성, 교육, 고장수리, 인터페이스, 서비스에 대한 구체적 시각의 차이를 발견할 수 있었다. 이러한 시각차이는 실 사용자가 개발자에게서 제품을 직접 구매하는 일반적인 시장이 아닌 건설사가 일괄적으로 구매하여 번들의 형태로 사용자에게 제공하는 홈네트워크 시장 환경에서 발생하는 것으로 보여졌다.

개발자들은 사용자를 고려한 서비스 개발의 필요성은 인식하고 있었으나 업계의 환경 / 인프라적인 한계와 사용자에 대한 오해로 사용자들의 불만을 사고 있었으며 또한 사용자들은 홈네트워크 서비스와 같은 새로운 제품 및 기능에 대한 선 경험이 부족하여 제품 사용상의 많은 어려움을 가지고 있는 것을 확인할 수 있었다.

이러한 현재의 개발자 중심적 홈 네트워크 시장은 다른 시장들의 경우가 그러했듯이 점차 사용자 중심적 시장으로 변화되어 갈 것이며 그 중간 과정에서 개발자와 사용자간 인식의 차이를 통한 문제점의 발견은 중요한 의미를 가질 수 있을 것이다. 하지만 이 논문은 질적 연구가 가지는 한계, 즉 대표성 및 일반화의 문제가 제기될 수 있다. 따라서 이 인터뷰의 결과를 홈 네트워크 사용자 전체, 혹은 서비스 제공자 전체로 적용시킬 수 있느냐 하는 의문을 가지게 된다. 그러나 이 인터뷰는 홈 네트워크 서비스 사용자 및 개발자의 평균적 견해를 보여주는 데 목적이 있다기보다는 사용자 및 개발자가 경험한 서비스의 평가가 어떤 형태로 나타나는지를 살피는데 중점을 두었음을 밝힌다. 또한 보다 올바른 두 그룹간 관점의 비교를 위해 조사 참여자에 대한 변수를 일치시켜야 하지만 개발자와 사용자가 같은 변수 상황(해당 아파트 시스템을 개발한 개발자와 그 아파트에 주거하는 사용자)의 대상자를 섭외하는 과정상의 어려움으로 인해 조사 결과에 영향을 미칠 수 있었다는 한계를 가지고 있다.

홈 네트워크 서비스의 새로운 수요를 창출하기 위해 연구 대상을 보다 다양화 하고 각 단계별 조사를 심화하여 홈 네트워크 서비스의 문제점을 찾고 분석하기 위한 연구의 기초 자료로 활용할 수 있을 것이다

참고 문헌

- 김성재, 김후자, 이경자, 이선옥, 포커스 그룹연구 방법, 현문사, 2000
- 예산정책처 분석보고서, 2005
- 홈네트워크 수요조사와 홈디지털서비스, 한국정보통신산업협회. 진한엠엔비(진한도서), 2004
- Morgan DL. The Focus Group Guidebook : Focus Group Kit 1. SAGE Publication, 1998
- Morgan DL, Scannell AU. Planning Focus Groups : Focus Group Kit 2. SAGE Publication, 1998
- Morgan D. Focus Group Interview. Paper Presented at the The Seventh Annual Qualitative Health Research Conference : Ewha Womans University, 2001