

# 니즈분석을 통한 PMP 서비스 옵션 가치 평가

김기일<sup>1)</sup>, 김근환<sup>2)</sup>

## 초 록

휴대용멀티미디어플레이어(이하 PMP)는 2004년 국내에 등장하여 음악과 더불어 영화 및 동영상을 볼 수 있도록 해주고 있는 인기있는 개인용 전자기기이다. 그러나 수요가 둔화되고, 업체들의 경쟁이 치열해지면서 새로운 기능, 새로운 서비스에 대한 개발이 대두되고 있다. 최근에는 네비게이션 서비스, 학습 서비스가 시행되면서 다시 수요가 살아나는 추세이다. 이에 따라 현재 존속하는 서비스에 대한 평가 및 새로운 서비스에 대한 검증이 요망되고 있다.

본 연구에서는 소비자 니즈 조사를 분석함으로써 현재 이용되고 있는 서비스들의 상황을 분석하고, 신규 서비스에 대한 수요 가치를 분석하였다. 분석 대상이 된 기존 상용 서비스는 게임, DMB, 영화, 음악, 네비게이션, 전자사전, 전자책, 이러닝, 만화, 무선인터넷였고, 신규 서비스는 u-Commerce, u-Health, u-Security, u-Public 였다.

본 연구결과 PMP 응용 수요선호도 순위는 영화, TV, 음악 순이었으며, 신규서비스 u-Commerce, u-Health, u-Security, u-Public 옵션들에 대한 구매의향 평균가는 68,102원으로 나타났다.

주제어 : PMP, 휴대용멀티미디어플레이어, 서비스, 선호도

1) 한국과학기술정보연구원, 선임연구원, e-mail: kimkiil@kisti.re.kr

2) 한국과학기술정보연구원, 연구원, e-mail: khkim75@kisti.re.kr

## I. 서론

최근 유·무선 통신기술의 발전과 대중화로 인하여 사람들의 생활방식은 크게 변화하고 있다. 특히 무선통신기술의 급격한 발전과 더불어 탄생한 무선기기 및 휴대용 기기들의 빠른 보급으로 인하여 시간과 장소에 구애됨이 없이 인터넷을 비롯한 다양한 영상통신 등을 통하여 필요한 정보를 대량으로 주고받는 환경이 도래하였다. 이에 따라 초기 멀티미디어의 재생을 목적으로 탄생한 휴대용 멀티미디어 단말기(PMP) 시장은 급속하게 그 응용분야를 넓히면서 수요를 확대시키고 있다.

PMP의 발전 추세는 4인치 이상의 액정화면에 부가기능(DMB, 무선 네트워크, 네비게이션 등)이 추가되면서 휴대용 복합 기능 단말기로 변화하여 가는 경향이 있다. 이에 따라 기존의 PDA, 디지털 카메라, 디지털 캠코더, 전자사전, 휴대용 TV, 네비게이션 등과 경쟁이 심화되고 있으며 이들 기기간의 영역이 점차 모호해져 가고 있다.

또한 PMP를 통한 서비스도 증가하여 현재 게임, DMB, 영화, 음악, 네비게이션, 전자사전, e-Book, e-Learning, 만화, 무선인터넷이 상용화되어 있고, u-Commerce, u-Health, u-Security, u-Public가 향후 서비스 될 것으로 보인다.

기존에 다양한 모바일 제품에 대한 수요조사가 실시되고 있지만, PMP만을 대상으로 한 조사는 거의 전무하다. 따라서 본 연구를 통해 PMP 관련 서비스의 객관적인 자료를 제공하고자 하였다.

본 연구에서는 설문이라는 수단으로 사용자 니즈분석을 행하여 현재 이용되고 있는 PMP 서비스의 선호도를 측정하고, 향후 유망한 서비스에 대한 가치를 가격으로 나타내어 보고자 하였다.

## II. 분석방법

### 가. 분석범위

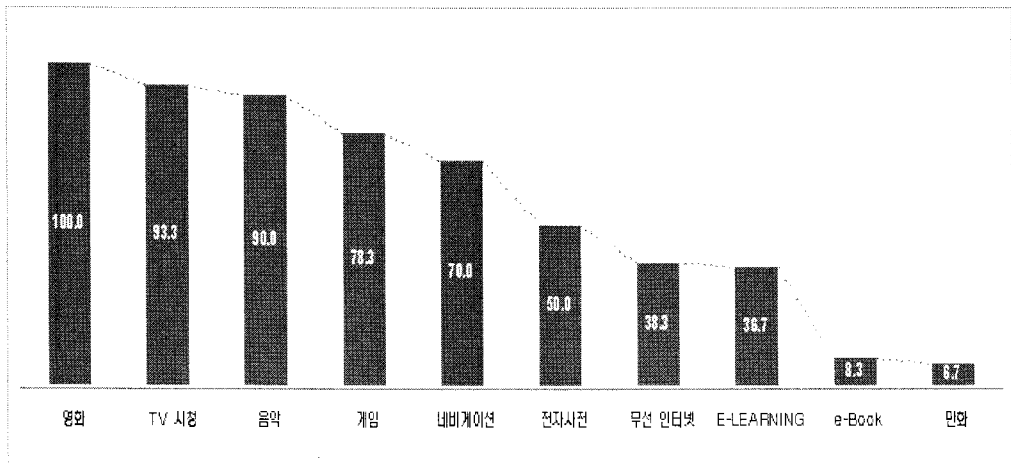
본 연구는 현재 PMP가 제공하는 서비스로 게임, TV(DMB), 영화, 음악, 네비게이션, 전자사전, e-Book/오피스뷰어, e-Learning(동영상 강의), 만화, 무선인터넷을 포함하였다. 그리고 향후 서비스 될 것으로 여겨지는 u유통

(u-Commerce), u-Health care(u-Health), 안전한 삶(u-Security), u정부(u-Public)를 대상으로 하였다. 연구의 주요 내용은 크게 PMP 소유자의 서비스의 이용률, 기능만족도, 미래 서비스 이용률 및 호감도 등을 파악하여 수치로 산정하였다.

### Ⅲ. PMP 서비스 분석

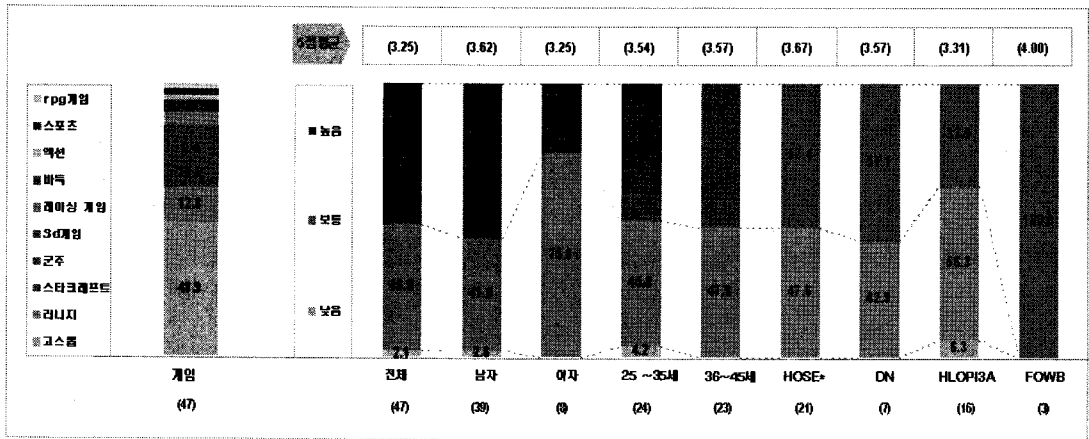
#### 가. PMP 서비스 선호도 분석

현 PMP 소유자들이 향후에도 현재 PMP가 주로 제공하고 있는 ‘영화(100.0%)’, ‘TV(DMB)시청(93.3%)’, ‘음악(90.0%)’, ‘게임(78.3%)’ 및 ‘네비게이션(70.0%)’ 기능·서비스를 이용하고자하는 비율이 매우 높았다.



[그림 1] 미래 사용희망 PMP 서비스

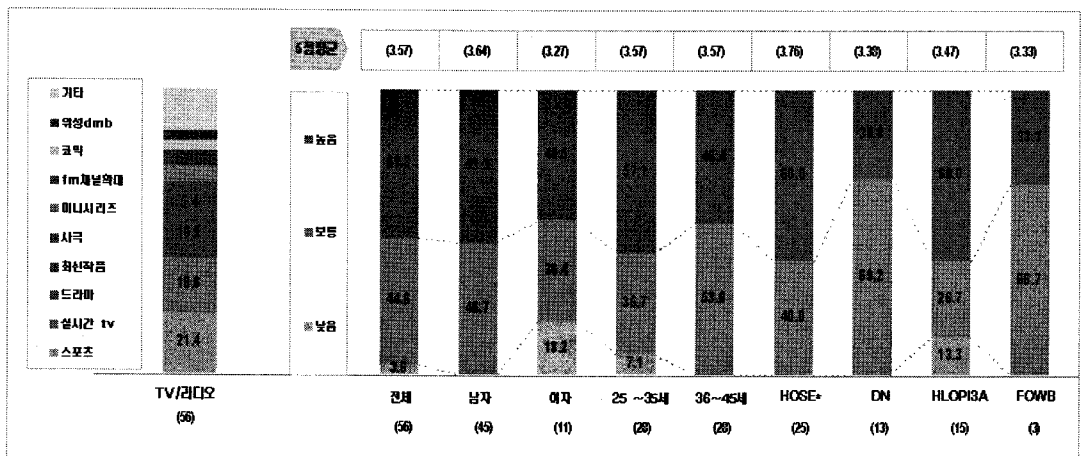
향후 고스톱(48.9%) 등과 같은 게임이 미래 PMP에서 제공된다면 PMP에 대한 이용빈도가 증가할 것이라는 비율이 51.1%로 높게 나타났다.



\* Segmentation  
 1. HOSE: Health-Oriented Self-Expression  
 2. DN: Digital Nomad  
 3. HLOPI3A Home-Lookism Oriented Pre-Independent Third Age  
 4. FOWB: Family-Oriented Well-Being

[그림 2] 미래 사용희망 PMP 서비스 - 게임

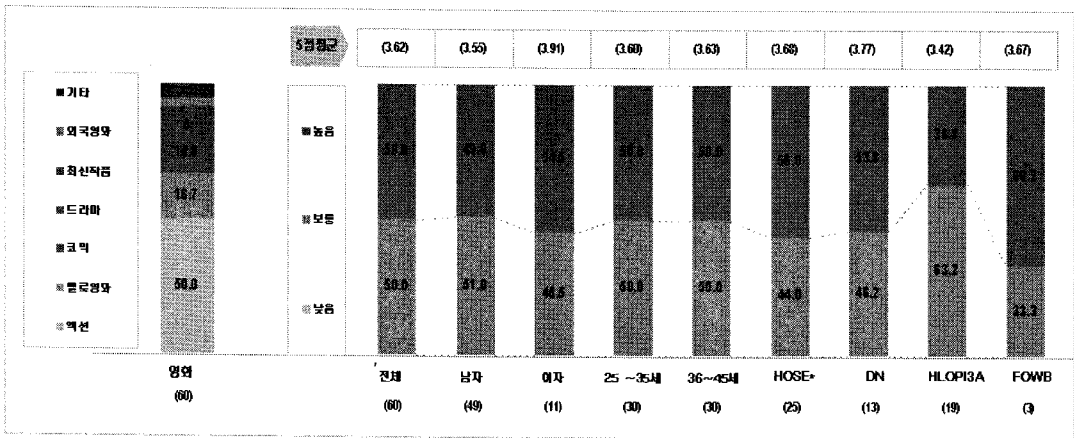
그리고 향후 스포츠(21.4%), 실시간TV(19.6), 드라마(16.1%) 등과 같은 장르나 서비스가 미래 PMP에서 제공된다면 PMP에 대한 이용빈도가 증가할 것이라는 비율이 51.8%로 높게 나타났으며, 특히, 남성과 25-35세 연령층에서의 요구비율이 상대적으로 높았다.



\* Segmentation  
 1. HOSE: Health-Oriented Self-Expression  
 2. DN: Digital Nomad  
 3. HLOPI3A Home-Lookism Oriented Pre-Independent Third Age  
 4. FOWB: Family-Oriented Well-Being

[그림 3] 미래 사용희망 PMP 서비스 - TV(DMB)시청

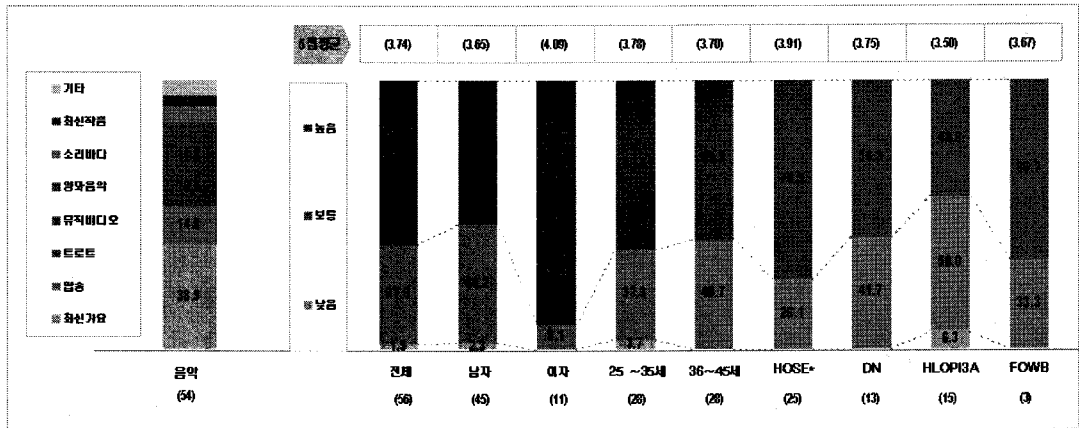
영화부분에서는 향후 액션(50.0%), 멜로(16.7%), 코믹(15.0%) 등과 같은 장르의 콘텐츠가 미래 PMP에서 제공된다면 PMP에 대한 이용빈도가 증가할 것이라는 비율이 50.0%로 높게 나타났다.



\* Segmentation  
 1. HOSE: Health-Oriented Self-Expression  
 2. DN: Digital Nomad  
 3. HLOPI3A: Home-Lockism Oriented Pre-independent Third Age  
 4. FOWB: Family-Oriented Well-Being

[그림 4] 미래 사용희망 PMP 서비스 - 영화

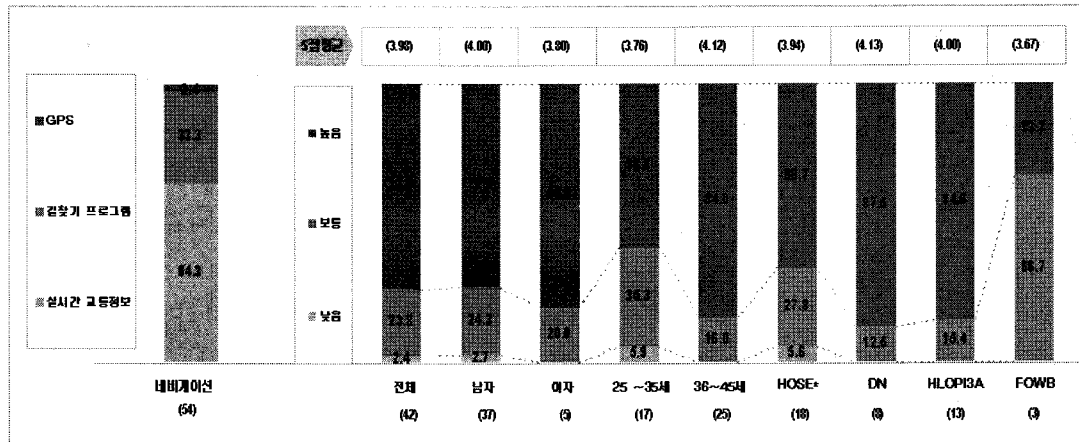
음악부분에서는 향후 최신가용(38.9%), 팝송(14.8%), 트로트(13.0%) 등과 같은 장르의 콘텐츠가 미래 PMP에서 제공된다면 PMP에 대한 이용빈도가 증가할 것이라는 비율이 61.1%로 높게 나타났다.



\* Segmentation  
 1. HOSE: Health-Oriented Self-Expression  
 2. DN: Digital Nomad  
 3. HLOPI3A Home-Lookism Oriented Pre-Independent Third Age  
 4. FOWB: Family-Oriented Well-Being

[그림 5] 미래 사용희망 PMP 서비스 - 음악

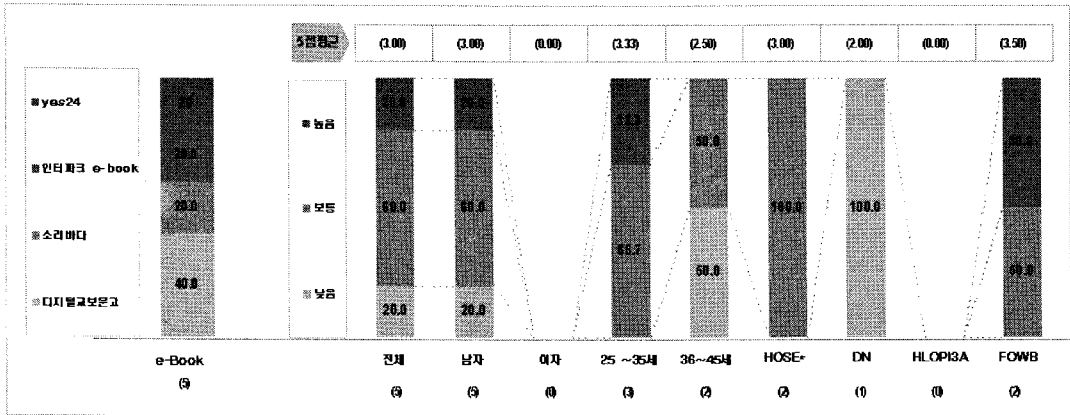
네비게이션 부분에서는 향후 실시간 교통정보(64.3%)와 길찾기 프로그램(33.3%) 등과 서비스가 미래 PMP에서 제공된다면 PMP에 대한 이용빈도가 증가할 것이라는 비율이 73.8%로 높게 나타났다.



\* Segmentation  
 1. HOSE: Health-Oriented Self-Expression  
 2. DN: Digital Nomad  
 3. HLOPI3A Home-Lookism Oriented Pre-Independent Third Age  
 4. FOWB: Family-Oriented Well-Being

[그림 6] 미래 사용희망 PMP 서비스 - 네비게이션

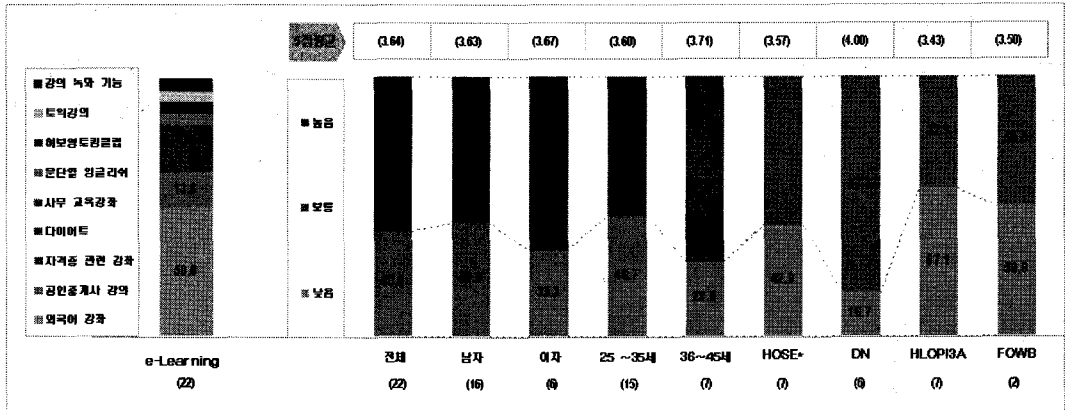
e-Book분야에서 향후 실시간 디지털 교보문고(40.0%), 인터파크 e-Book(20.0%)등과 서비스가 미래 PMP에서 제공되길 요망하고 있으나, 이와 같은 서비스 제공에도 불구하고 미래 PMP를 이용한 해당 서비스의 이용빈도는 현재수준에 머무를 것이라는 비율이 60.0%로 나타났다.



\* Segmentation  
 1. HOSE: Health-Oriented Self-Expression  
 2. DN: Digital Nomad  
 3. HLOPI3A: Home-Lookism Oriented Pre-Independent Third Age  
 4. FOWB: Family-Oriented Well-Being

[그림 7] 미래 사용희망 PMP 서비스 - e-Book

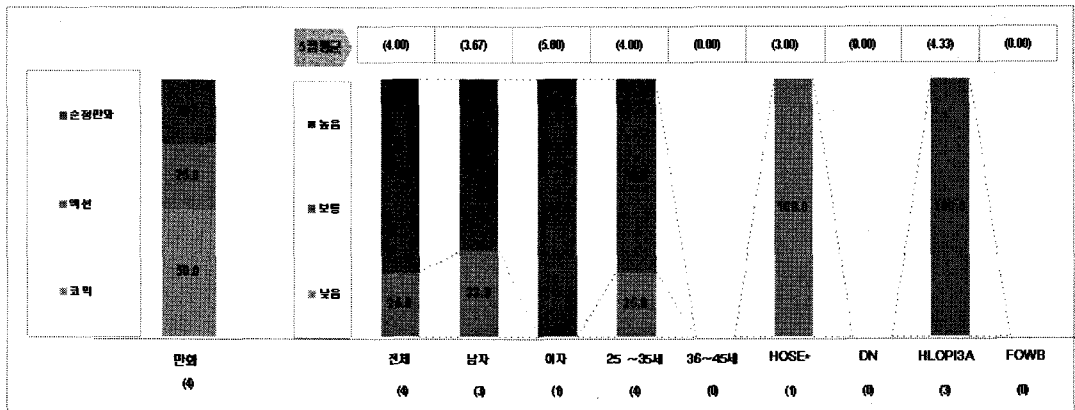
e-Learning(동영상 강의)분야에서 향후 외국어 강좌(50.0%)와 공인중개사(13.6%)등과 서비스가 미래 PMP에서 제공되길 요망하고 있다. 이와 같은 서비스 제공될 경우, 향후 PMP를 통해 해당 서비스를 이용하는 빈도가 높아질 것으로 응답한 비율이 59.1%로 높게 나타났다.



\* Segmentation  
 1. HOSE: Health-Oriented Self-Expression  
 2. DN: Digital Nomad  
 3. HLOPI3A Home-Lookism Oriented Pre-Independent Third Age  
 4. FOWB: Family-Oriented Well-Being

[그림 8] 미래 사용희망 PMP 서비스 - e-Learning

만화 분야에서 향후 코믹(50.0%)등과 장르의 콘텐츠가 PMP에 제공되길 강하게 요망하고 있다. 이와 같은 서비스 제공될 경우, 향후 PMP를 통해 해당 서비스를 이용하는 빈도가 높아질 것으로 응답한 비율이 75.0%로 높게 나타나고 있다.

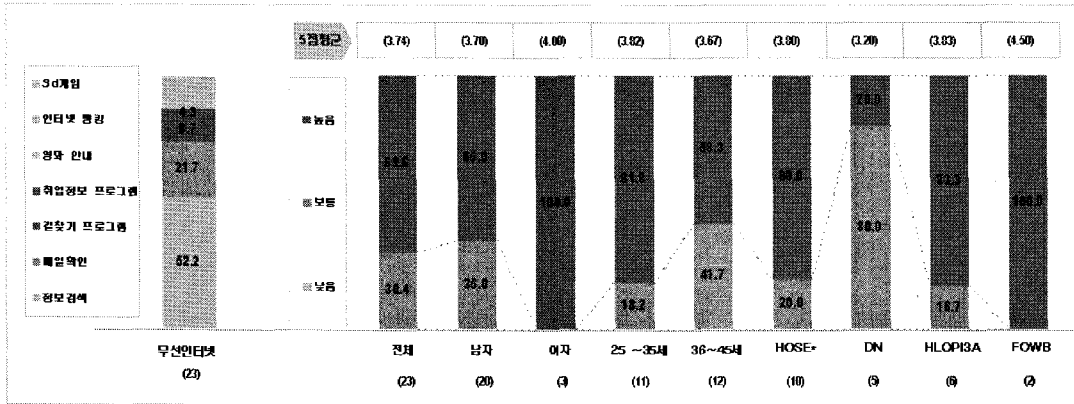


\* Segmentation  
 1. HOSE: Health-Oriented Self-Expression  
 2. DN: Digital Nomad  
 3. HLOPI3A Home-Lookism Oriented Pre-Independent Third Age  
 4. FOWB: Family-Oriented Well-Being

[그림 9] 미래 사용희망 PMP 서비스 - 만화



무선인터넷분야에서 향후 정보검색(52.2%), 메일확인(21.7%) 등과 서비스가 PMP에 제공되길 강하게 요망하고 있다. 이와 같은 서비스 제공될 경우, 향후 PMP를 통해 해당 서비스를 이용하는 빈도가 높아질 것으로 응답한 비율이 69.6%로 높게 나타나고 있다.

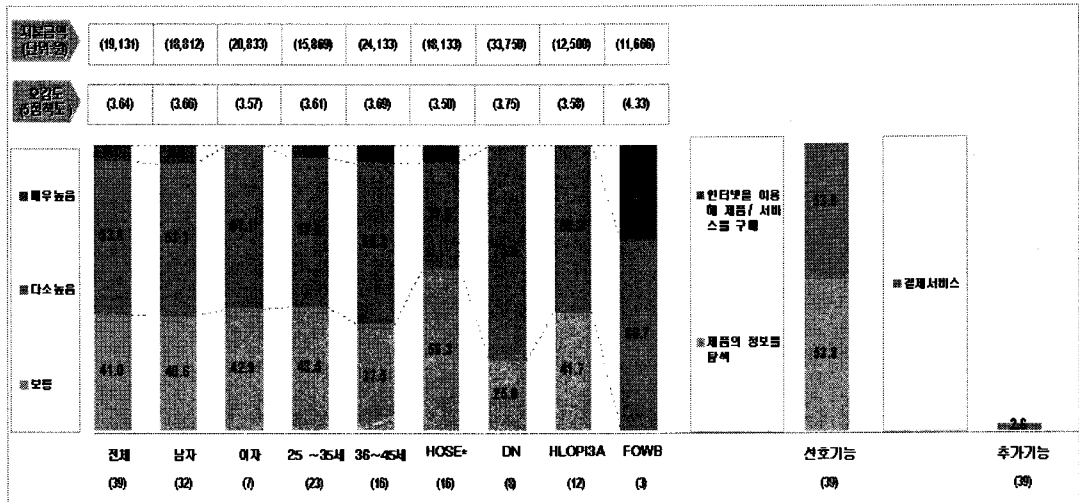


\* Segmentation  
 1: HOSE: Health-Oriented Self-Expression  
 2: DN: Digital Nomad  
 3: HLOPI3A Home-Lookism Oriented Pre-Independent Third Age  
 4: FOWB: Family-Oriented Well-Being

[그림 10] 미래 사용희망 PMP 서비스 - 무선인터넷

### 나. 차세대 유망 PMP 서비스 분석

미래 PMP관련 유망서비스 분야중 u-Commerce에 대한 이용의향률은 65%로 나타났으며, 이용희망자의 58.9%가 해당 서비스에 대한 호감도가 높은 것으로 나타났다. u-Commerce 이용희망자가 해당 서비스 제공기능에 대해 최대 평균 19,131원을 지불할 의향을 나타냈다. 특히 Digital Nomad층에서 해당 기능에 대해 가장 높은 가치(33,750원)를 부여하고 있는 것으로 나타났으며, 여성층과 고연령층에서 상대적으로 지불금액이 높은 것으로 나타났다. u-Commerce가 제공하는 인터넷을 이용한 제품 및 서비스를 구매하는 기능(53.8%)과 제품의 정보를 탐색할 수 있는 기능(53.8%)을 이용희망자의 과반수가 선호하고 있는 것으로 나타나고 있다. 그리고 PMP를 이용한 ‘결제서비스’ 기능이 추가되기를 원하고 있는 것으로 나타났다.



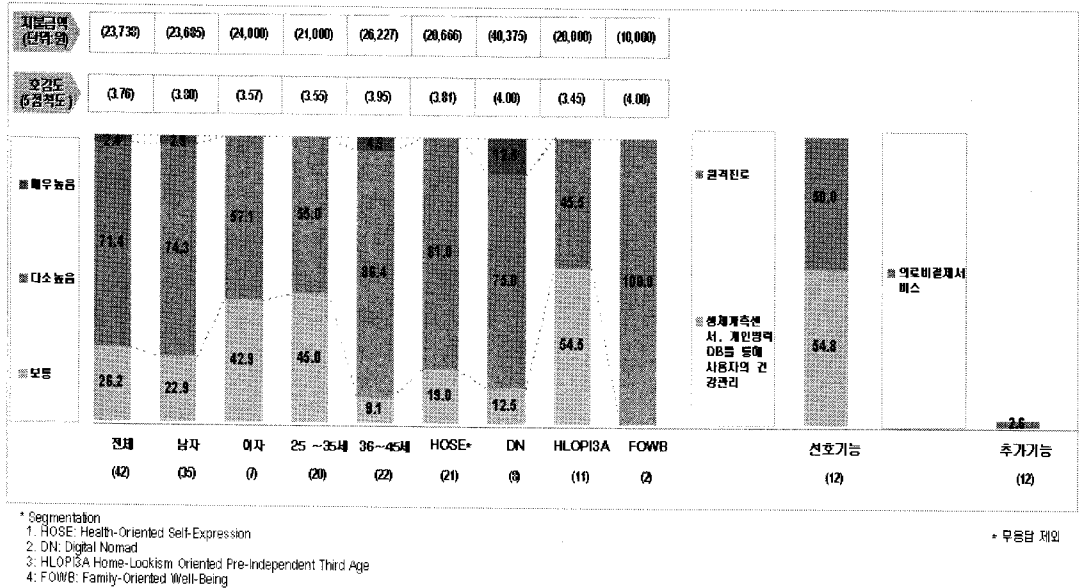
\* Segmentation  
 1. HOSE: Health-Oriented Self-Expression  
 2. DN: Digital Nomad  
 3. HLOPI3A Home-Lookism Oriented Pre-Independent Third Age  
 4. FOWB: Family-Oriented Well-Being

· 무응답 제외

[그림 11] 미래 PMP 유망 서비스 - u-Commerce

미래 PMP관련 유망서비스 분야중 u-Health에 대한 이용의향률은 70%로 나타났으며, 이용희망자의 73.8%가 해당 서비스에 대한 호감도가 높은 것으로 나타났다. u-Health 이용희망자가 해당 서비스 제공기능에 대해 최대 평균 23,738원을 지불할 의향을 나타냄. 특히 Digital Nomad층에서 해당 기능에 대해 가장 높은 가치(40,375원)를 부여하고 있는 것으로 나타났으며, 여성층과 高연령층(35~45세)에서 상대적으로 지불금액이 높은 것으로 나타났다. u-Health가 제공하는 생체계측센서 등을 이용한 건강관리 기능(54.8%)과 원격진료 기능(50.0%)을 이용희망자의 과반수가 선호하고 있는 것으로 나타나고 있다. 그리고 PMP를 이용한 ‘의료비 결제서비스’ 기능이 추가되기를 원하고 있는 것으로 나타났다.

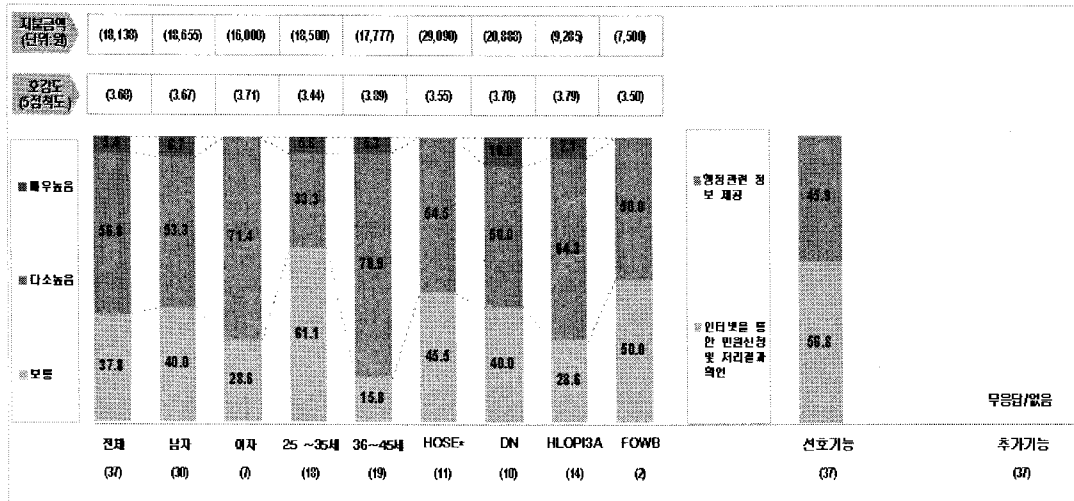
미래 PMP관련 유망서비스 분야 중 u-Security에 대한 이용 의향률은 78%로 나타났으며, 이용희망자의 82.9%가 해당 서비스에 대한 호감도가 높은 것으로 나타났다.



[그림 12] 미래 PMP 유망 서비스 - u-Health

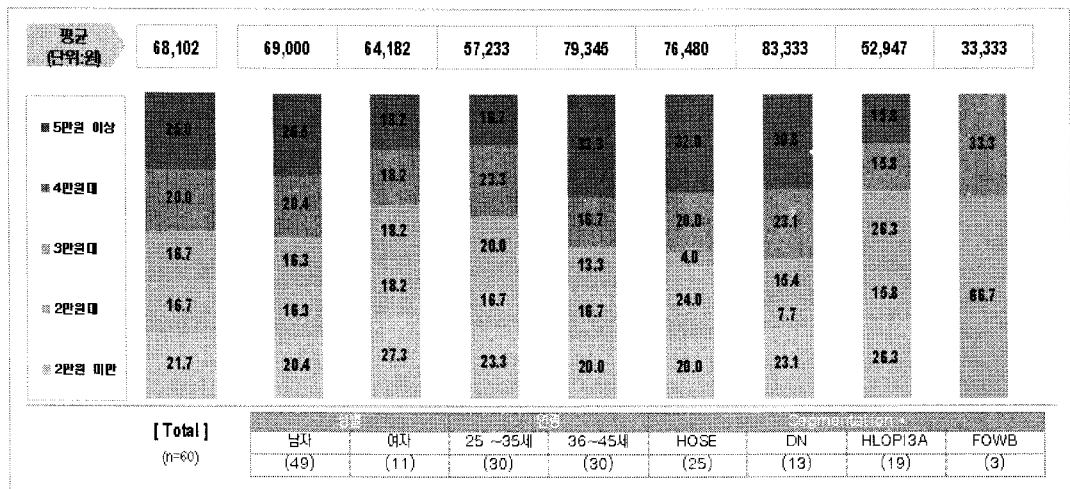
u-Security 이용희망자가 해당 서비스 제공기능에 대해 최대 평균 31,127 원을 지불할 의향을 나타냈다. 특히 36~45연령층에서 해당 기능에 대해 가장 높은 가치(37,307원)를 부여하고 있는 것으로 나타났으며, 남성층에서 상대적으로 지불금액이 높은 것으로 나타났다. u-Security가 제공하는 가정 내 설치된 감시카메라 및 센서를 통해 범죄와 외/내부인 확인 기능에 대한 선호도는 각각 72.3%와 51.1%로 높게 나타났다. 그리고 PMP를 이용한 ‘문잠금 확인’ 과 ‘긴급출동서비스’ 기능이 추가되기를 원하고 있는 것으로 나타났다.





\* Segmentation  
 1. HOSE: Health-Oriented Self-Expression  
 2. DN: Digital Nomad  
 3. HLOPI3A Home-Lookism Oriented Pre-Independent Third Age  
 4. FOWB: Family-Oriented Well-Being

[그림 14] 미래 PMP 유망 서비스 - u-Public



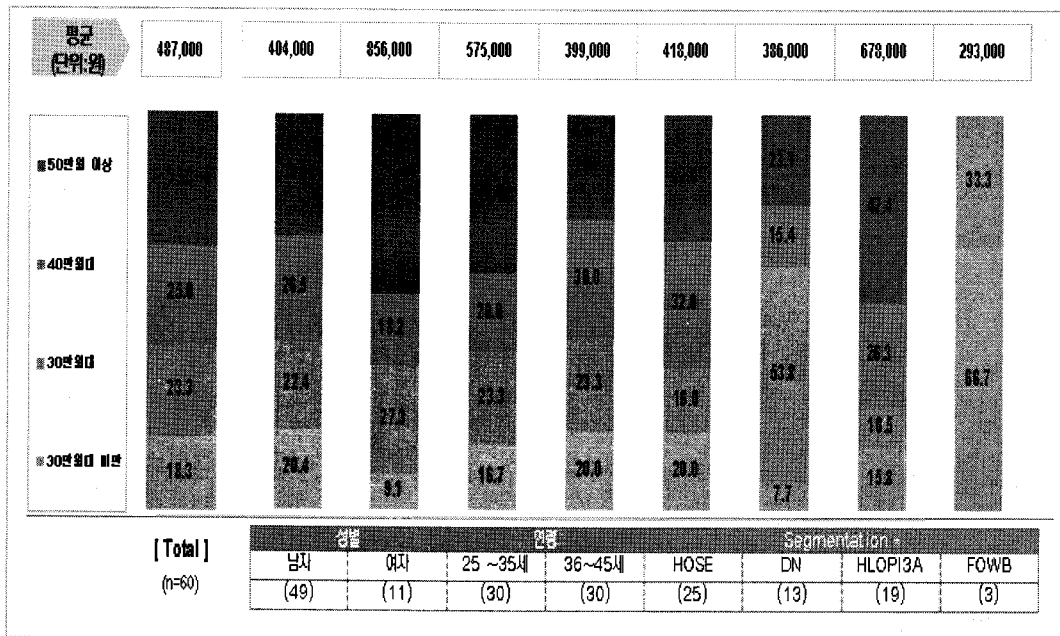
\* Segmentation  
 1. HOSE: Health-Oriented Self-Expression  
 2. DN: Digital Nomad  
 3. HLOPI3A Home-Lookism Oriented Pre-Independent Third Age  
 4. FOWB: Family-Oriented Well-Being

[그림 15] PMP 미래 서비스 옵션 가격 합

미래 서비스 옵션가격의 합은 평균 68,102원으로 나타났으며, 여성층과 고

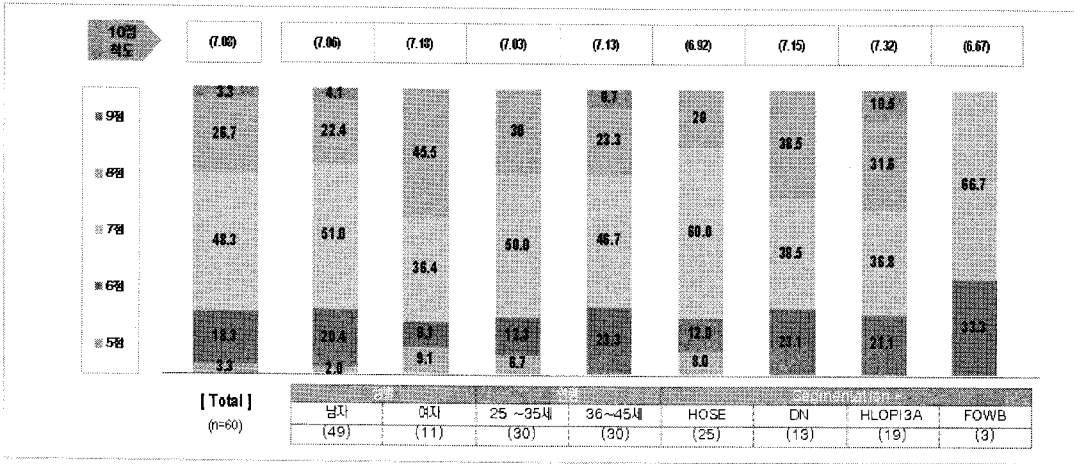
연령층(36~45세)에서 상대적으로 높은 가치를 부여하고 있는 것으로 나타났다.

향후 미래 서비스 옵션기능이 포함된 PMP에 대한 평균 제품가격은 487,000원으로 나타났다. 특히, 여성층에서 미래서비스 옵션기능에 대한 가치(856,000원)를 매우 높게 인식하고 있다.



\* Segmentation  
 1. HOSE: Health-Oriented Self-Expression  
 2. DN: Digital Nomad  
 3. HLOPI3A Home-Lookism Oriented Pre-Independent Third Age  
 4. FOWB: Family-Oriented Well-Being

[그림 16] PMP 미래 서비스 옵션 가격 합



\* Segmentation  
 1. HOSE: Health-Oriented Self-Expression  
 2. DN: Digital Nomad  
 3. HLOPI3A: Home-Lookism Oriented Pre-Independent Third Age  
 4. FOWB: Family-Oriented Well-Being

[그림 17] 미래 PMP 유망 서비스 - PMP 재구매의향률

#### IV. 결론

국내외 PMP 관련 서비스 동향과 미래 유망 PMP 서비스 분석을 통해 도출된 게임, TV(DMB), 영화, 음악, 네비게이션, 전자사전, 전자책(e-Book/오피스뷰어), 이러닝(동영상 강의), 만화, 무선인터넷, u유통(u-Commerce), u-Healthcare(u-Health), 안전한 삶(u-Security), u정부(u-Public) 서비스에 대한 소비자 평가결과를 살펴보면 다음과 같다. 향후에도 PMP를 이용해 ‘영화’, ‘TV(DMB)’, ‘음악’, ‘게임’, ‘네비게이션’ 서비스를 이용하고자 하는 비율이 매우 높게 나타났으며, ‘전자책’과 ‘만화’는 소비자가 원하는 다양한 콘텐츠 제공을 통해 해당 서비스의 수요를 높여야 할 것으로 나타났다. 미래 유망 PMP 서비스 중에 u-Security에서 제공하는 감시카메라 및 센서를 통한 범죄 및 외/내부인 확인 서비스를 이용하고자 하는 소비자의 욕구가 매우 높게 나타났으며, 다음으로 u-Health에서 제공하는 센서 등을 이용한 지속적인 건강관리와 원격진료 서비스도 이용 희망률을 보인다.

<표 1> 유망 PMP 서비스 평가 요약

유망 PMP 서비스	소비자 동향 및 유망 PMP 서비스 요청도				
	구매 의향	이해/사용 의향	이해/사용 (실수익)	서비스 이용	이점 인식도
음악	83.3%	54.9%	90.0%	▪ 최신가요	38.9%
게임	80.0%	33.3%	78.3%	▪ 고스톱	48.9%
전자사전	75.0%	21.6%	50.0%	▪ 번역	56.7%
영화	73.3%	48.3%	100.0%	▪ 액션	50.0%
TV(DMB)	73.3%	50.0%	93.3%	▪ 스포츠	21.4%
머러닝	45.0%	25.9%	36.7%	▪ 외국어 강좌	72.5%
내비게이션	38.3%	54.2%	70.0%	▪ 실시간교통정보	64.3%
무선인터넷	38.3%	11.1%	38.3%	▪ 정보검색	52.2%
만화	26.7%	16.7%	6.7%	▪ 코믹	50.0%
전자책	20.0%	-	8.3%	▪ 디지털 교보문고	40.0%
u-Public			62.2% (18,138원)	▪ 민원신청 및 처리결과 ▪ 행정관련 정보제공	56.8% 45.9%
u-Health			70.0% (23,738원)	▪ 센서 등 건강관리 ▪ 원격진료	54.8% 50.0%
u-Security			82.9% (31,127원)	▪ 범죄 ▪ 외/내부인 확인	72.3% 51.1%
u-Commerce			65.0% (19,131원)	▪ 제품/서비스 구매(인터넷) ▪ 제품 정보탐색	53.8% 53.8%

## 참고문헌

1. 유비쿼터스 시대의 정보문화 쟁점과 정책과제, 한국정보문화진흥원, 2006. 12.
2. 유비쿼터스 사회 미래전망과 과제, NIA, 2006.12.
3. 미래 수요 트렌드와 유망 사업 기회, LG경제연구소, 2005.8.24
4. 2007 년도 해외 디지털콘텐츠 시장조사 보고서, 한국소프트웨어진흥원
5. 2007 년도 국내 디지털콘텐츠 시장조사 보고서, 한국소프트웨어진흥원
6. 한글 SPSS 10.0에 조사방법 및 통계분석, 노형진, 형설출판사
7. 대한민국 욕망의 지도, 김경훈, 스킨라(위즈덤하우스), 2006