



‘언제’라도 ‘무엇’이든 알려주마!

일상 속으로 들어온 안내 AI 챗봇

2013년 재미있는 영화가 개봉했다. 인공지능(AI)과 사랑에 빠진 남자의 이야기를 다룬 ‘her’라는 영화다. 가족과의 별거로 외롭고 공허한 삶을 살던 한 남자가 자신의 말에 귀를 기울여 주고, 자신의 감정을 이해해 주는 AI와 사랑에 빠진다는 내용의 영화였다. 영화 속 AI인 사만다는 주인공의 건강뿐만 아니라 취향, 기분 등을 정확하게 파악하고 주인공이 만족할 만한 답변을 한다. 영화를 보면서 저런 개인 비서가 있을까도 싶었다. 그런데 이런 인공지능이 우리 안으로 들어오고 있다. 사람의 말을 알아듣고, 대답을 하는 AI, 바로 챗봇이다.

우리 생활 속으로 들어온 챗봇

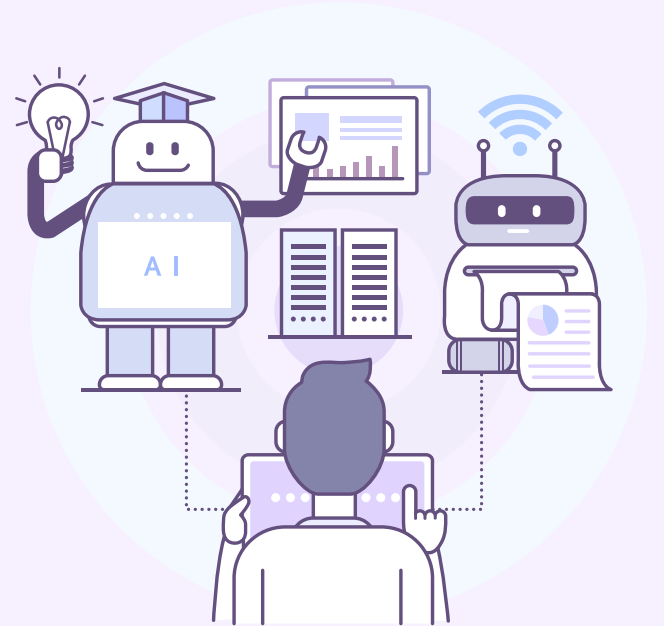
음성이나 문자를 통해 인간과 대화를 하고 특정한 작업을 수행하도록 제작된 컴퓨터 프로그램, 이를 챗봇(chatbot)이라고 한다. 길 안내 내비게이션에서 목적지를 말하면, 위치를 검색하여 화면에 띄우고 “여기가 맞습니까?”라고 되묻는 것이 대표적인 챗봇의 서비스다. 휴대폰에 설치된 애플의 시리, 구글의 어시스턴트, 삼성의 빅스비 등도 챗봇이다. 스마트 스피커에서 활용되는 네이버의 ‘클로바’나 카카오의 ‘카카오톡’, SK텔레콤의 ‘누구’ 등도 이에 해당한다.

규칙기반형과 AI 기반형으로 나뉘어

챗봇은 크게 정해진 규칙에 따라 답변을 내놓는 규칙기반형 챗봇과 AI가 딥러닝을 통해 문제를 분석하여 적절한 답을 내놓는 AI기반형이 있다. 규칙기반형 챗봇은 구축비용이 적게 들고 도입이 쉽다. 다만 답변을 자주 업데이트해야 한다는 게 단점이다. AI기반 챗봇은 딥러닝 기술이 있어야만 도입할 수 있기 때문에 초기 구축비용이 많이 들지만 보다 심층적인 답변을 할 수 있다. 두 챗봇 모두 텍스트를 기반으로 할 수도 있고, 음성을 기반으로 서비스할 수 있다. 음성을 기반으로 할 경우에는 음성인식 기술을 고도화해야 하는데 이 역시 비용이 많이 든다.

24시간 바로 반응하지만 아직 갈 길이 멀어

챗봇은 사용자의 입장에서 별도의 채널로 들어갈 필요가 없기 때문에 쉽고, 바로바로 반응하기 때문에 기다릴 필요가 없다. 반면, 활용될 수 있는 부분이 한정되어 있고, 스마트폰이 느려지는 현상 등으로 사용만 속도가 떨어진다는 단점이 있다. 서비스 제공자의 입장에서 챗봇은 초기 구축비용을 제외하고는 운영비가 적게 들기 때문에 비용 면에서 유리하다. 수십 명의 상담원을 챗봇 프로그램 하나가 모두 감당할 수 있기 때문이다. 24시간 운용할 수 있기 때문에 고객에게 양질의 서비스를 제공할 수 있다. 하지만 사람이 하는 말을 인식하고 그에 대한 완벽한 해답을 내놓기까지는 아직 갈 길이 멀다. 데이터를 처리하는 기술이나 음성 인식기술, 적절한 답을 찾는 딥러닝 기술 등은 아직 사용자의 높이를 충족시키지 못하고 있다.



대기업뿐만 아니라 소규모 기업에 더 매력적

부족한 서비스에도 불구하고 최근 챗봇은 점차 고객 서비스의 전면으로 부상하는 흐름이다. 우선 대형쇼핑몰, 금융사, 통신사 등 대기업들이 자사 앱이나 웹을 통하여 챗봇 서비스에 나서고 있다. 이 중 쇼핑 챗봇은 고객의 검색 기록, 고객의 구매 기록 등을 분석해서 고객의 성향에 맞는 제품을 제안하는 등 가장 발전된 형태의 서비스를 제공한다. 공공 분야에서도 챗봇에 동참하고 있다. 법무부는 ‘버시’라는 생활 법률서비스를 시작했으며, 대구시는 ‘뚜뚱’이라는 상담서비스를 선보였다. 부산도 최근 2019년까지 챗봇을 도입하겠다고 발표했다. 주목할 만한 사실은 소규모 업체들이 챗봇 도입에 더 적극적이라는 소식이다. 특히 문자 메신저라는 고전적인 서비스를 기반으로 한 챗봇은 최근 폭발적으로 증가하는 추세다. 이 서비스는 카카오톡이나 라인 등 전통적인 메신저에 챗봇을 입힌 형태로, 고객들의 질문에 간단한 답변을 하는 서비스가 제공된다. 생각해 보면 고객들이 서비스센터에 질문하는 것은 매우 제한된 몇 가지 항목이다. 기존의 사례 데이터에 모범적인 답변을 골라서 목록화하면 크게 개발비용도 들지 않는다. 게다가 도입하고 나면 인건비를 대폭 줄일 수 있어 경제적 효용 가치도 높다. 때문에 소형 업체를 위한 챗봇 빌더들만 수십 개가 시장에 나와 있으며, 네이버와 카카오 등 대형 포털들도 시장을 선점하기 위해 챗봇 빌더를 오픈하고 있다. 아직 기술은 미완성이지만 챗봇 시장은 이미 만들어지고 있다.

