

텔레매틱스 신규서비스 발굴

허 필 선

ETRI 기술혁신정책연구팀 연구원

A Study on promoting new Telematics Services

Pil-Sun Heo

Technology Innovation Policy Research Team, ETRI

f3style@etri.re.kr

요 약

현재 국내 텔레매틱스 서비스의 경우 도로교통 정보가 차지하는 비중이 크나, 교통정보 서비스만으로는 소비자를 유인하기 곤란하며, 킬러 애플리케이션이 될 수 있는 새로운 서비스 및 콘텐츠의 개발이 시급하다. 현재의 도로 교통 정보서비스가 나름대로 킬러 애플리케이션 역할을 하면서 초기의 가입자 유치에 크게 기여하고 있지만, 텔레매틱스 산업의 발전을 위해서는 한 단계 더 진보된 서비스가 필요하다. 효과적인 신규 서비스 발굴을 위해서는 모바일 브로드밴드 네트워크의 조기 상용화, 복합 모바일 전문 단말기 개발 등의 기반이 필요하여, 홈네트워크와 결합한 홈텔레매틱스, DMB 서비스와의 융합모델 등의 신규 텔레매틱스 서비스의 조기제공을 통해 국내 텔레매틱스 산업을 한 단계 끌어올려야 한다.

1. 서론

현재 텔레매틱스 서비스 사업자들이 제공하고 있는 서비스는 길안내, 교통·도로정보, 긴급구난 서비스가 주종을 이루며, 현대 자동차 등 일부 자동차 업체에서 원격차량관리(원격진단, 원격문열림 등) 서비스를 제공 중으로 기존 CNS)서비스와 크게 차별화되지 않고 있다. 국내 소비자들도 길안내 서비스에 강한 선호를 나타냄에 따라 사업자들이 추가 서비스를 초기에 제공하기 위한 유인이 약해, 센싱기반의 차량관리, 원격진단 등 신규 서비스 개발이 지연되고, 시장 미장출의 악순환으로 이어져서 활성화가 지연되고 있다.

<표 1> 주요 TSP 서비스 제공 현황

구 분	제공 서비스
현대 자동차	길안내, 교통·도로정보, 긴급구난, 원격차량진단, 생활정보
쌍용 자동차	길안내, 교통·도로정보, 생활정보
르노삼성 자동차	길안내, 긴급구난, 생활정보
SK텔레콤	길안내, 교통·도로정보
KTF	길안내, 교통·도로정보

자료: 정보통신부, '텔레매틱스 산업 활성화 계획(안)', 2005.10.

텔레매틱스는 기반시설 구축 및 서비스 제공에 막대한 초기 투자비용이 소요되는 반면, 이에 상응한 수익을 창출할 비즈니스 모델이 부족한 상황이다. 교통관광에 특

화된 일부 서비스에 국한되어 제공됨으로써 텔레매틱스 서비스에 대한 일반 이용객의 인식 왜곡 우려 및 다양한 텔레매틱스 서비스 모델 발전에 한계가 있으며, 센싱 기반의 차량관리, 원격진단, 보험연계서비스, 휴대성 기반의 개인형 서비스 지원 등 다양한 텔레매틱스 서비스 제공이 곤란하다. 따라서 텔레매틱스와 DMB, 와이브로 등과의 융합서비스 개발이 필요하고 유비쿼터스 시대의 도래에 발맞추어 유비쿼터스 기반 텔레매틱스 서비스의 발굴이 필요하다.

새로운 비즈니스 모델과 킬러서비스의 발굴이 필요한 데 렌터카 시장의 한계 및 자동차항법시스템(CNS) 사업자와의 경쟁 불가피 등으로 신규 비즈니스 모델 개발이 체대로 이루어지지 않고 있다. 텔레매틱스 자체 서비스 모델은 가능하지 않아, RFID, 디지털 홈 네트워크, 센서네트워크 등 타 기술과의 연계성을 통한 서비스 개발이 필요하다.

DMB-텔레매틱스 단말기 보급을 통한 교통정보 제공 및 엔터테인먼트 서비스를 촉진할 수 있는데 향후 위치기반 서비스는 현재 실외 위주의 서비스에서 Ubiquitous 측위 기술을 활용한 실내 서비스로의 범위 확장이 예상된다. 다양한 콘텐츠 확보를 위해서는 사용자가 쉽게 위치기반 콘텐츠를 생성/관리할 수 있도록 하고, 이에 대한 신뢰도 확보 및 위치정보를 보호하기 위한 프레임워크 기술 개발이 필요하다.

이에 본고에서는 현재 도로교통 정보에 머물고 있어 CNS와의 차별을 꾀하지 못하고 있는 텔레매틱스 서비스의 한계를 인식하여, 효과적인 신규 서비스 발굴을 위한 기반과 홈네트워크 및 DMB와의 융합모델을 통한 텔레매틱스 서비스 제공 등의 신규서비스 발굴방안에 대해서 논의하고자 한다.

1) car navigation system