

디지털 융합제품(텔레매틱스)의 사용의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구

윤성환*, 최은지*, 강형모*, 송갑호*, 김광용**
*승실대학교 대학원 경영학과, **경영학부 교수

A Study on the Factors Affecting User's Intention to Use the Digital Convergence Device (Telematics)

Sunghwan Yoon, Eunjee Choi, Hyoungmo Kang, Gapho Song, Gwangyong Gim
Soongsil University

E-mail : ryanyoon@teramail.com, elf360@ssu.ac.kr,
hyoungmo@ssu.ac.kr, gabwoo@hanmail.net, gygim@ssu.ac.kr

요 약

유비쿼터스 환경 하에서 새로운 첨단 핵심기술 및 서비스가 하나의 제품 안에 집중되어가는 시대적 요구가 대두되고 있다. 이에 부응하여 탄생한 컨버전스 제품인 텔레매틱스의 전망 역시 두드러지고 있다. 본 연구는 Davis[14]가 제안한 기술수용모델(Technology Acceptance Model: TAM)을 통하여 텔레매틱스 사용의도에 관한 수용모형을 제시하였다. 기술수용모델의 내부 요인인 사용의도, 인지된 유용성과 인지된 이용용이성 외에도 업체 신뢰도, 정황 인식성, 자기 효능감의 외부 요인으로 확장하여 요인 간의 구조적 관계를 위한 모형을 개발하였다. 실증분석을 한 결과 정황 인식성, 자기 효능감이 각각 인지된 유용성과 이용용이성에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과를 토대로 텔레매틱스의 이용자에게 중요시 되는 특성에 대해 논의하였다.

1. 서론

최근 네비게이션 시장은 급성장을 이루고 있다. 지난해 120만대 규모의 시장에서 올해는 최소 150만대, 최대 200만대의 시장을 전망하고 있다. 이러한 네비게이션 시장의 급팽창은 단순한 위치정보제공의 수단 뿐 아니라 컨버전스의 트렌드에 따라 많은 기능들이 부가적으로 제공되는 형태로 발전될 것이며, 가장 대표적인 디지털 융합제품이 텔레매틱스(telematics)이다.

텔레매틱스는 무선음성데이터 통신과 인공위성을 이용한 위치특정시스템(GPS)을 기반으로 이동 수송수단에서 정보를 주고 받는 종합정보 시스템으로 통신(telecommunication)과 정보과학(informatics)의 합성어이다[11]. 한국전자통신연구원(ETRI)은 국내 텔레매틱스 시장이 오는 2008년 1조7570억 원으로 증가할 것으로 전망하고 있으며 서비스 가입자는 2008년 464만8303명으로 급증할 것으로 예상하고 있다.