

Tablet PC를 이용한 차세대 텔레메틱스 플랫폼 전략과 이를 응용한 비즈니스 모델에 관한 연구

김세중* · 김태규**

〈목 차〉

I. 서론	2. 표적시장 구체화 및 세부 마케팅 전략
1. 연구배경과 목적	
2. 연구방법	IV. 차세대 플랫폼을 위한 비즈니스 모델
II. 차세대 텔레메틱스 플랫폼	1. 포털사이트 구축
1. 텔레메틱스의 개념	2. Home Network 연동 서비스
2. 기존 플랫폼의 문제점에 따른 새로운 플랫폼의 필요성	3. Software Tuning
3. 차세대 텔레메틱스 플랫폼 'Tablet PC'	4. 지능형 자동차 점검 시스템
III. 차세대 플랫폼을 위한 마케팅 전략	V. 결론
1. 산업구조분석	참고문헌
	Abstract

I. 서 론

1. 연구배경과 목적

다음은 1998년 7월 27일자 조선일보에 실렸던 기사내용 중 일부이다.

지난 1984년 국내에서 처음으로 선보여 고급승용차에 높은 안테나를 달고 다니면서 한때 富와 지위의 상징이었던 카폰(차량전화)이 시장에 나온 지 거의 15

* 대전보건대학 경영정보과 교수

** 한국과학기술원(KAIST) 항공우주공학과 졸업(현, 공군장교)

년 만에 자취를 감추고 있다.

관련업계에 따르면 SK텔레콤 전신인 한국이동통신서비스(주)가 지난 '84년 국내에서 최초로 내놓은 카폰은 단말기 가격이 요즘에 비해 최소 22배, 최고 80배 이상 비싼 데다 가입비도 최고 15.4배 정도 비싸 당시로는 부유층이나 특권층, 회사고위층들 사이에서 사용됐다. 초창기 인기를 끌었던 美 모토로라 제품의 경우 단말기 값이 대당 3백19만5천원에 달한데다 가입비도 설비비를 포함해 71만 9천원으로 카폰을 구입하는데 사실상 4백만원에 가까운 3백91만4천원을 써야 했다(중략).

카폰 단말기 무게도 초기는 현재로서는 상상하기 어려운 700g에 달했으나, 그 후 기술 발달로 인해 현재 핸드폰은 대부분 100g 내외로 소비자들이 한결 편리하게 사용하고 있다. 카폰은 보급 후 10년만인 지난 94년에 사용자가 10만 명에 달해 한때 피크에 달했으나 88년부터 등장한 휴대폰에 밀리기 시작해 '91년부터 휴대폰 가입자 수가 차량전화를 앞서기 시작했다. 특히 카폰은 차내에서만 사용이 가능한데 비해 휴대폰의 경우 차량 안팎 어디에서나 사용이 가능하고 차내에서도 운전 중 통화하기에 편리한 핸드프리가 등장하면서 카폰의 퇴장을 가속화시켰다.

그렇다. 불과 10년 전만 하더라도 첨단 통신기기중에 하나였던 카폰이, 고성능 휴대폰에 밀려서 6년 전쯤 사라져 버렸다. 텔레메틱스 분야도 미래 환경에 부합되는 새로운 텔레메틱스 플랫폼을 개발해내지 못한다면, 앞으로 휴대폰시장과 마찬가지로의 결과를 맞게 될 것이다. 같은 가격이라면 고정되어있는 것보다는 탈·부착과 휴대가 용이하고 자동차 이외에서도 활용이 가능한 제품이 훨씬 활용성과 경쟁력이 앞서기 때문이다. H/W와 S/W, 그리고 서비스가 제한된 현재의 플랫폼을 바탕으로는 다양한 비즈니스 모델을 창출해내기 어렵다.

본 연구에서는,

첫째, 기존 텔레메틱스 플랫폼의 문제점과 새로운 플랫폼의 필요성을 제기하고 차세대 텔레메틱스 플랫폼으로써 'Tablet PC' 플랫폼을 제시하였다.

둘째, 차세대 텔레메틱스 플랫폼을 위한 마케팅전략을 수립하였으며,

셋째, 차세대 텔레메틱스 플랫폼을 응용한 비즈니스 모델을 제안하고자 한다.

가정-자동차-회사를 하나로 잇는 유비쿼터스(Ubiquitous) 환경의 구축과 최첨단 컴퓨터시스템을 탑재한 'e-비즈니스형 자동차'를 통해서 사용자들의 다양한 욕구충족을 도모하고 비즈니스맨들의 활동반경을 극대화하고자 한다. 이를 통해 자동차회사의 마케팅차별화로 경쟁력제고에 기여하고자 한다.

2. 연구방법

본 연구의 연구방법은 문헌연구와 실증 및 사례연구방법 등을 병행하여야 하나 시간 및 연구자들의 활동범위 제약으로 문헌연구에 의존하였다. 관련서적, 각종 통계자료, 관련 연구논문, 관련 업계자료, 인터넷자료 등을 활용하여 연구를 수행하였다.

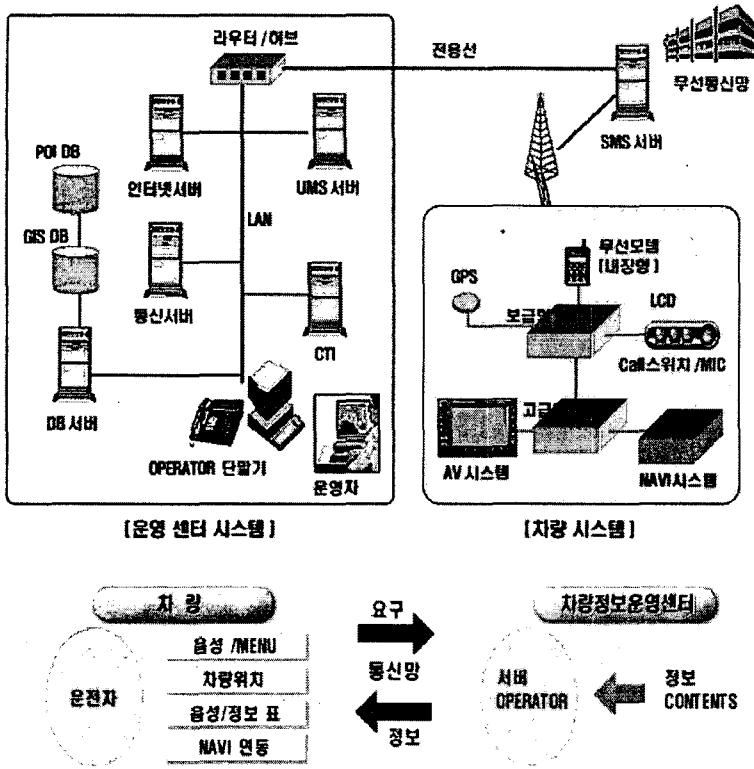
특히 이 분야의 선행연구가 전무하고 관련기술이 광범위한관계로 관련업계의 연구동향과 기술적 측면을 심도 있게 다루지 못한 관계로 다소 추상적인 아이디어 제안내지 방향제시에 치우친 감이 든다. 후속연구를 통해 더욱 보완하고 기술적인 이해와 접근을 도모하고자 한다.

Ⅱ. 차세대 텔레메틱스 플랫폼

1. 텔레메틱스의 개념

텔레메틱스(Telematics=Telecommunication[통신]+Informatics[정보과학])란 최첨단 차량용 통합정보시스템으로, 무선통신기술과 위치추적시스템(GPS)이 접목된 기술로서, 무선통신망을 이용해 차량운전자에게 실시간 정보를 제공하는 시스템이다. 즉 이 시스템은 차량사고나 도난감지, 원격차량관리와 긴급구난, 운전 경로 안내, 교통정보 등 차량 및 운전정보뿐 아니라 각종 생활정보, 인터넷과 정자상거래 등의 생활과 밀접한 콘텐츠까지도 제공함으로써 달리는 자동차 안에서도 일상생활의 모든 것들이 이루어질 수 있는 최첨단 모바일 라이프스타일을 구현해 나간다.

최근 미국, 유럽, 일본 등 세계 자동차업계는 텔레메틱스 기술개발을 둘러싸고 치열한 각축전을 벌이고 있다. 세계적인 조사기관인 UBS 위벽은 최근 보고서에서 “오는 2010년에는 전세계 텔레메틱스 시장이 연간 400억 달러(약 52조 원) 규모로 성장할 것”으로 전망했다.



<그림 1> 텔레메틱스 개념도

국내에서도 텔레메틱스 시대가 이미 본격적으로 개막한 상태이다. 2003년 초부터 (주)SK Telecom이 국내에선 가장 먼저 'NATE Drive'라는 상품명을 가지고 텔레메틱스 서비스를 개시하였으며, 이동통신 3사 중 최다 가입자를 기반으로 공격적인 마케팅을 펼치고 있다. 또한 르노삼성자동차와 공동으로 SM5, SM3에 탑재하는 'INS-300'를 개발하기도 했다. 이에 맞서서 현대자동차는 LG Telecom과 협력하여 "MOZEN"이라는 상품명으로 텔레메틱스 서비스를 개시하였다. 일부 Business Group들은 텔레메틱스를 '차세대 전략사업'으로 정하고 국내시장을 발판으로 중국, 동남아시아 시장을 공략한다는 장기전략을 짜고 있다.

2. 기존 플랫폼의 문제점에 따른 새로운 플랫폼의 필요성

불과 10년 전만 하더라도 첨단 통신기기 중에 하나였던 카폰이, 고성능 휴대폰에 밀려서 6년 전쯤 사라져 버렸다. 현재 자동차 업계에서 많은 연구비를 투

자 중인 고정식 텔레메틱스 플랫폼(또는 Auto PC)의 미래에 대한 예상을 한번쯤 해볼 필요가 있다. 단순한 상상이 아니라, 실제로 고정식 텔레메틱스 플랫폼의 한계와 변경 필요성을 제기하고자 한다.

2.1 유비쿼터스(Ubiquitous) 시대의 도래

스마트 폰, PDA, Tablet PC 등을 통해서 컴퓨터의 휴대성이 갈수록 진화하고, 유비쿼터스(Ubiquitous) 환경을 표방하기 시작했다. Microsoft의 회장 '빌 게이츠'는 미래형 컴퓨터의 성격을 'potable'로 정의하고, 새롭게 개발한 Tablet PC의 판매에 총력을 기울이고 있다.

미래환경에 맞는 새로운 텔레메틱스 플랫폼을 개발해내지 못한다면, 텔레메틱스 분야도 앞으로 카본 시장과 마찬가지로의 결과를 맞게 될 것이다. 같은 가격이라면 고정되어있는 것보다는 탈·부착과 휴대가 용이하고 자동차 이외에서도 활용이 가능한 제품이 훨씬 유용성과 경쟁력이 있을 것으로 예견된다.

2.2 제품수명주기가 서로 다른 자동차와 텔레메틱스 플랫폼

국내에서 일반적인 자동차의 수명은 10년 내외로 본다. 대략적으로 1년에 2만 km 씩 10여년 정도를 탄다면 최소한 폐차를 고려할 시기가 된다는 의미이다. 그러나 전자제품의 경우에는 빠른 기술발달로 제품수명주기(product life cycle)가 갈수록 짧아지고 있다. 텔레메틱스 플랫폼을 전자장치로 고려한다면 대략 5~8년 정도 쓸 수 있다고 예측할 수 있다. 그러나 텔레메틱스 플랫폼은 단순한 전자장치가 아니라 정보제공을 주 목적으로 하는 컴퓨터 또는 단말기라고 할 수 있다. 무어의 법칙(Moore's law)도 고려한다면 텔레메틱스 플랫폼의 수명주기는 더욱 짧아서, 길게 잡아야 2~3년 정도로 생각할 수 있을 뿐이다. 이는 단순히 제품이 고장 나서 못쓰게 되는 게 아니라, 기술 발전과 새로운 서비스가 부가됨에 따라 사실상 폐기 또는 업그레이드를 고려하게 되는 주기를 말하는 것이다.

2.3 기술발전을 따라가기 어려운 고정식 텔레메틱스 플랫폼

앞서 언급한 제품수명주기를 고려하게 되면, 고정식 텔레메틱스 기기의 한계는 명확해진다. 기술과 서비스의 발전에 따라서 업그레이드 또는 신형기기로의 교체가 불가피한데, 불박이 장비이므로 애초부터 제작사가 이를 고려하여 차량을 제작하고, 텔레메틱스 전담 서비스센터를 구축하는데 많은 비용을 투자하지

않는 한, 업그레이드 과정이 복잡하고 까다로워져서 사실상 불가능하게 된다. 그렇다고 이 비싼 장비를 매번 업그레이드 하는 것도 수십, 수백만원의 만만치 않은 비용을 요구하므로, 부유층이 아닌 일반인들의 경제사정으로는 지속적인 유지가 어렵다고 볼 수 있다.

2.4 높은 보급가격에 발목 잡힌 고정식 텔레메틱스 플랫폼

현재 현대자동차에서 판매중인 NF소나타와 New 그랜저XG에 장착, 시판중인 텔레메틱스 시스템 MTS200의 공식 가격¹⁾은 '2,010,000원'이다. 이 가격은 PDA + GPS수신기를 구매할 경우의 약 80만원에 비해서 훨씬 비싸고, 노트북 + GPS수신기를 구매할 경우의 약 200만원~250만원에 육박하는 가격²⁾이다. 그나마도 초기 보급시기였던 2년여 전과 비교할 때, 40%이상 가격이 인하된 것이다. 고정식 텔레메틱스 플랫폼은 생산단가에 비해서 판매가가 높고, 중간판매상을 거치지 않으므로, 메이커에게는 높은 부가가치를 창출할 수 있는 장치이지만, 지나치게 높은 가격을 책정하고 있고, 이동통신 단말기들처럼 보조금을 지급하지는 않기 때문에, 보급이 지연되고 있는 것이 현실이다. 또한 값비싼 '볼박이'장치라는 점은 다른 노트북이나 PDA, 그리고 통신업체에서 제공하는 'Drive 서비스' 등에 비해서 기능이나 성능, 가격경쟁력 면에서 뒤떨어지는 것도 사실이다. 이래서는 텔레메틱스 플랫폼의 대중화가 어렵고, 자칫 잘못하면 보급 실패로 인해서 점유율이나 서비스 확장이 어렵게 된다.

2.5 세계적인 표준화가 요원한 텔레메틱스 플랫폼

현재 국내 자동차 업체들은 독자적인 기술을 기반으로 텔레메틱스 장비를 생산·장착하고 있다. 그러나 고급차종의 일부 옵션으로만 적용되고 있어서, 그 장착 대수는 아직은 미미한 편이다. 게다가 국내 업체들뿐만 아니라, 세계 유수의 자동차 업체들에서도 텔레메틱스 장비를 독자적으로 개발·장착 하고 있다. 국내 업체들 중에서는 가장 큰 현대·기아자동차 그룹의 경우에도 연간 생산대수는 300만대 수준으로, GM(900만대), 포드(700만대), 다임러·크라이슬러(500만대)³⁾ 등에 비해서 부족하기 때문에 표준화 부분에 있어서 불리함을 지니고 있다. 따라서 미래에 텔레메틱스 기기의 표준화가 이루어질 때 우리나라 자동차의

1) <http://www.hyundai-motor.com/index.html> 참조

2) <http://www.danawa.co.kr/index.html>의 가격을 기준으로, PDA는 HP/Compaq의 HP3850, 노트북은 삼성전자의 SP10, GPS수신기는 시스텔사의 NOGIC을 표준으로 해서 산정한 비용이다.

3) <http://www.hyundai-motor.com/intro/museum/index.html>의 통계자료 참조

장비가 표준이 될 가능성도 다른 메이커들에 비해서 상대적으로 부족하다.

그러므로 국내 자동차 업체들이 각기 독자적인 텔레메틱스 장비를 고수하여, 투자실패의 위험을 내포하기 보다는, 좀더 표준화에 접근하기 쉽고, 많은 기업체들을 협력업체로 삼을 수 있는 새로운 텔레메틱스 플랫폼이 필요하다고 할 수 있다.

위에서 살펴본 바와 같이 기존의 고정식 플랫폼을 고수하는 것은 매우 위험하다. 투자자 입장에서는 투자비를 회수하지 못할 가능성이 크며, 산업적인 측면에서는 기술의 뒤처짐과 표준화 선점 실패로 이어지기 때문이다. 이를 대비하기 위해서는 새로운 텔레메틱스 플랫폼이 필요하다.

이에 본 연구에서는 'Tablet PC'를 메인 플랫폼으로 사용하는 새로운 텔레메틱스 플랫폼을 제안하고자 한다. 'Tablet PC' 플랫폼을 통해서 가정-자동차-회사를 하나로 잇는 통신 네트워크의 연계가 가능하며, 새로운 비즈니스 모델의 창출이 극대화 될 것이다.



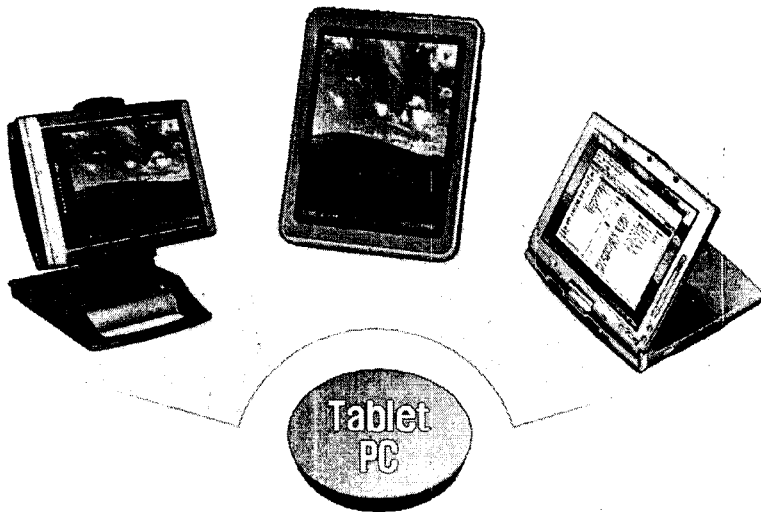
<그림 2> 기존 텔레메틱스 장비의 한계

3. 차세대 텔레메틱스 플랫폼 'Tablet PC'

3.1 Tablet PC란?

Tablet PC는 PDA와 노트북 PC에서 한차원 진보된 차세대 PC이다. Windows XP Professional의 우수성이 집결된 Microsoft Windows XP Tablet

PC Edition 운영 체제를 탑재한 Tablet PC는 오늘날 노트북 PC가 제공하는 모든 성능과 기능을 제공한다. 태블릿 PC의 파워는 키보드 외에 디지털 펜을 사용하여 데이터를 입력할 수 있는 자연적 인터페이스인 고급 필기 및 음성 인식 기능, 초경량의 작은 크기, 표준 Windows 기반 응용 프로그램을 실행할 수 있는 성능 등에 기반을 두고 있으며, 이를 통해 모바일 컴퓨터를 위한 흥미로운 선택을 새롭게 제시한다.



<그림 3> Tablet PC

3.2 기본 플랫폼으로서 Tablet PC의 장점

3.2.1 강력한 성능 및 확장성

태블릿 PC는 그야말로 강력한 성능을 자랑한다. 인텔 센트리노 1~2GHz급 Mobile CPU와 DDR 256MB의 RAM, 40GB 용량 이상의 HDD를 탑재하고 있다. 이는 기존의 고정형 텔레메틱스 플랫폼과는 비교조차 할 수 없는 성능이며, PDA에 비해서도 월등한 성능이다. 즉, 가정이나 회사에서 쓰는 여느 일반 데스크탑, 노트북 컴퓨터와 동등한 성능을 가지고 있기 때문에, 사용자가 원하는 어떠한 프로그램도 돌릴 수 있고, 재생 시에 상당한 리소스를 요구하는 DVD를 지원하는 것은 물론이다. 이러한 강력한 성능은 앞으로 다양한 비즈니스 모델의 개발 및 적용을 가능케 할 기반이다.

태블릿 PC는 역시 PC이기 때문에, CPU 교체와 RAM, HDD의 업그레이드가

가능하다. 또한 도킹 스테이션을 통해서 USB 2.0, IEEE1394, PCMCIA, VGA 슬롯 등을 지원하기 때문에 뛰어난 확장성과 업그레이드에 편리한 구조를 지니고 있다.

3.2.2 뛰어난 휴대성과 다양한 모델

태블릿 PC는 모바일 PC에서 기대할 수 있는 모든 것을 제공하므로 사무실에 있거나, 약속 장소로 이동 중이거나, 프레젠테이션을 하고 있거나, 회의실에서 메모를 적는 중이거나, 또한 비행기여행 등 장소에 구애 받지 않고 더욱 다양한 상황에서 최대의 생산성으로 업무를 처리할 수 있도록 하는 강력한 단일 도구이다.

태블릿 PC는 A4 사이즈 복사용지 크기에, 무게가 3파운드 미만으로 휴대가 간편하다(현재 대부분의 노트북 PC의 무게는 5파운드 이상임). 태블릿 PC를 위해 특수 설계된 강력한 센트리노 프로세서는 태블릿 PC의 무게를 줄여주고 저온 상태를 유지하며, 낮은 배터리 전력 소모로 장시간 사용을 보장하므로 최고의 휴대성을 구현할 수 있다. 태블릿 PC는 현재 HP-Compaq, LG-IBM, 도시바, 후지쯔, ACER 등에서 다양한 모델을 발매하고 있으며, 삼성과 NEC 등에서도 2005년 상반기에 신모델 출시를 준비하고 있다. 이들 제품들은 크게 슬레이트 타입과 컨버터블 형태의 두 가지로 나눌 수 있으며, 전자는 휴대성과 가벼운 무게, 후자는 입력 장치의 다양성과 범용성의 장점을 가지고 있다.

3.2.3 다양한 입력 장치

태블릿 PC는 다양한 입력 장치를 지원한다. 기본적인 키보드와 마우스는 물론이고, 태블릿 PC를 위해 새롭게 도입된 '디지털 펜'을 사용하게 된다. Microsoft 'Windows 필기장'을 사용하면 메모하거나 그림을 그리고 필기로 작성한 메모나 그림을 저장할 수 있다. 필기 입력을 텍스트로 쉽게 변환하여 Windows 필기장이나 MS Word 2003, Excel 2003, Outlook 2003 및 OneNote 2003 등의 MS Office 계열 프로그램, 기타 응용 프로그램에 저장할 수 있다.

태블릿 PC는 또한, PC 음성 인식 기술을 사용하면 마우스, 키보드 또는 펜 대신 음성으로 응용 프로그램을 제어할 수 있다. 마이크를 통해 태블릿 PC에 음성을 전달하여 Windows 기반 프로그램을 구동하는 명령을 전달하거나 텍스트가 프로그램에 입력되도록 지시한다. 이를 이용하면 운전 중에도 다양한 프로그램을 태블릿 PC상에서 동작시킬 수 있고, 문서작성과 사무처리가 가능하다.

그밖에도 도킹스테이션을 통해 별도의 버튼이나 리모컨을 지원할 수 있으며, 새로운 입력 장치로의 확장성도 언제나 열어두고 있다. 차안에서도 마음대로 쓸 수 있는 컴퓨터인 셈이다.

3.2.4 무한한 통신 환경

태블릿 PC는 기본적으로 컴퓨터이다. 따라서 Internet Explorer를 이용한 인터넷, E-mail를 확인하는 것은 물론이고, MSN Messenger를 사용할 수 있으며, 원격 데스크톱 서비스를 이용해서 인터넷으로 다른 Windows XP 기반의 PC로 들어갈 수 있기도 하다. 이러한 인터넷 서비스를 즐기기 위해서 태블릿 PC는 기본적으로 센트리노 CPU에 내장된 무선 랜카드와, 유선 랜카드, 모뎀, 블루투스 통신 등을 기본적으로 내장하고 있다. 현재 이미 뛰어난 통신환경을 지니고 있는 CDMA 통신망을 사용하는 것도 가능하며, 특히 이동시의 안정적인 통신을 위해서는 이동통신회사와 연합하여 CDMA 망을 이용하는 것이 가장 효과적이다. 태블릿 PC는 무한한 확장성을 지니고 있기 때문에, 추가적인 패키지가 나온다면 위성통신도 가능할 것으로 보인다.

3.2.5 풍부한 멀티미디어 환경

태블릿 PC는 기본적으로 10.4~15인치 TFT-LCD를 채용하고 있다. 이는 3~5인치 밖에 안 되는 기존 텔레메틱스 장비나 PDA의 화면에 비해서 매우 넓어서 영화감상이나 게임을 제대로 즐길 수 있다. 또한 고성능 AGP 그래픽 카드에 3D 가속도 지원되므로, 3D 게임이나 DVD 영화를 완벽하게 차안에서 즐길 수 있다. mp3나 동영상 재생도 당연히 지원된다. 또한 안테나와 셋톱박스를 확장한다면 차량용 위성방송이나 디지털 TV 방송도 수신 가능하다.

3.2.6 저렴한 기대비용

어디에서나 PC와 인터넷을 사용하려는 사람이라면, 지금은 각기 환경에 맞는 단말기들을 모두 보유해야한다. 즉, 회사에서 업무용으로 이용하는 PC, 차에 달린 텔레메틱스 기기, 그리고 가정에서 다같이 사용하는 데스크톱 PC 에다, 출장 등 이동 간에 사용하기 위한 노트북 PC 까지 구입한다면 막대한 비용이 수반된다.

그러나 태블릿 PC 플랫폼을 기본으로 하는 자동차를 구입하게 된다면, 태블릿 PC 하나만을 가지고 가정에서 쓰다가, 출퇴근할 때는 차 안에서 텔레메틱스

기기로 활용하고, 회사에선 업무용 PC로 사용하면 되므로, 단 한 대의 PC 만으로 모든 업무를 수행하는 것이 가능하며, 어디에서도 인터넷을 사용할 수 있다. 이는 단순히 산술적인 컴퓨터 가격 합산에서만 이점뿐만 아니라, 데이터를 한 대의 컴퓨터에서만 관리하면 되므로, 관리상의 효율까지 증대할 수 있다(이는 여러 대의 PC를 사용해야 했던 사람들이라면 절실히 느끼는 점일 것이다). 이는 확실한 판매 이점 및 가격경쟁력이며, 태블릿 PC 구매자들을 급속하게 텔레메틱스 마케팅 분야로 끌어올 수 있다.

이 밖에도 태블릿 PC는 텔레메틱스 플랫폼으로 채택 될만한 다양한 장점을 가지고 있다. 요약하면 태블릿 PC의 가장 큰 특징은 여느 PC와 다를 바 없는 강력한 성능, 'Potable'에 충실한 Post-PC 라는 점, 다양한 입력 장치, 아직은 새싹 단계이므로 무한한 발전 가능성이 잠재하고 있는 점이라 하겠다.



<그림 4> Tablet PC 플랫폼의 장점

3.3 Tablet PC 플랫폼의 판매 타깃

3.3.1 개인 사용자 고객 및 대상차량

태블릿 PC 플랫폼은 가정-자동차-회사를 하나의 업무환경으로 통합시킬 수 있는 능력을 가지고 있다. 따라서 일반적으로 컴퓨터를 다양하게 사용하는 비즈니스맨, 장차 태블릿 PC의 주 고객이 될 대학생과 교사 등을 주 공략 타깃으로 삼기에 적절하다.

일차적으로는 고급 차종부터 시범적으로 옵션을 적용하는 것을 권장하는 바이다. 현대자동차의 에쿠스나 쌍용자동차의 체어맨 등의 경우에는 태블릿 PC를 메인 플랫폼으로 해서, 전화, FAX, 프린터, 인터넷, 사무업무 등을 모두 처리할 수 있는 완벽한 이동 사무실을 차안에 구축할 수도 있다. 이러한 모델들은 업무량이 많은 기업체의 중견 임원들, 윌스트리트의 저널리스트들, 정부 고급 관료 등에게 매력적인 요소로 작용할 수 있을 것이다. 각종 옵션으로 높은 수익을 기대할 수 있는 것은 물론이다. 또한 기존 고정식 텔레메틱스 시스템이나 PDA에 비해서 훨씬 큰 10.4~12.1인치 LCD 모니터를 자랑하기 때문에 차량용 위성방송과 디지털 TV를 수신하는 데도 무리가 없다.

2차적으로는 쌍용 렉스턴, 기아 소렌토, 현대 테라칸 등과 같은 SUV 차량에 도입을 고려할만하다. 이들 차량은 레저생활이 운용 목적의 비중을 크게 차지하는 차이므로, 강력한 네비게이션 기능과 정보제공 능력, 그리고 뛰어난 멀티미디어 기능을 자랑하는 태블릿 PC 플랫폼과 조화를 이루어 소비자들에게 즐거운 레저생활의 만족도를 한 단계 높여줄 것이다.

궁극적으로는 특정 자동차사 전체 출고차량에 탑재하여 하나의 네트워크로 묶을 수 있을 것이다. 인터넷이 보급되어 생활화 된 것처럼, 이제는 차안으로 컴퓨터가 들어오는 시대를 맞이하여 어느 자동차사라도 이를 선점하는 것이 목표이다.

3.3.2 기업 고객 및 대상차량

회사 업무를 언제, 어디서든지 처리해야 할 필요가 있고, 이를 통한 생산성의 향상을 목표로 하는 기업들에게 태블릿 PC 플랫폼의 통신 네트워크 솔루션은 아주 좋은 해답이 될 수 있다. 외근이 잦은 보험회사나 무역회사 같은 경우, 본사에서 모든 사원들의 업무 현황을 실시간으로 관리할 수 있는 기능을 가지게 된다. 택배 회사와 같은 물류처리업체(현대택배, 대한통운, 한진 등)라든지, 통신 기기의 사용량이 많고 출장소요가 많은 통신업체(한국통신, SK Telecom), 긴급한 출동과 상호간 데이터 링크가 필요한 도난 경비회사(SECOM, CAPS 등) 등도 좋은 타겟이다.

태블릿 PC를 흡수할 수 있는 좋은 고객 중 하나는 장거리 버스이다. 이들 차량들은 고객들에게 TV, 위성방송, 비디오 등의 서비스를 제공하기 위해서 차내에 모니터를 다는 경우가 많다. 태블릿 PC는 넓은 화면과 DVD 플레이어를 지원하며, 장차 디지털 TV, 위성방송 수신도 충분히 할 수 있는 스펙을 지니고 있다. 사업자들이 태블릿 PC를 이들 차량에 장착할 때, 지루하게 차타는 시간

대신에 즐거운 여가시간을 고객들에게 서비스할 수 있을 것이다.

기업 고객은 특히 대량을 발주하는 특성을 가지고 있으므로, 대형업체와의 제휴는 태블릿 PC 플랫폼의 표준화를 급속도로 앞당길 것이다.

3.3.3 정부기관 고객 및 대상차량

공공업무를 수행하는 정부 산하 각종 기관들은 임무의 특수성에 따라서 텔레메틱스 장비를 필요로 하게 된다. 재난 시에 신속한 출동과 대처가 필요한 소방차마다 텔레메틱스 장비를 탑재한다면, 빠르고 정확한 출동이 가능할 뿐 아니라, 각종 대처방안과 관련 데이터를 신속하게 응급현장에서 받아볼 수 있고, 가장 가까운 응급기관으로의 유도도 원활하게 할 수 있다.

또 경찰순찰차마다 설치 시에는 범인 추적이 용이하며, 차안에서 수사업무를 충분히 수행할 수 있고, 각 경찰차와 중앙 통제센터간의 데이터링크를 구축하여, 상호 정보를 교환함으로써 빠르고 완벽한 검거를 가능케 한다. 그리고 중앙 물류 수송을 담당하는 우체국이나 철도청 등에서 도입하게 된다면, 빠르고 정확한 수송과 고객관련서비스의 향상을 도모할 수 있다.

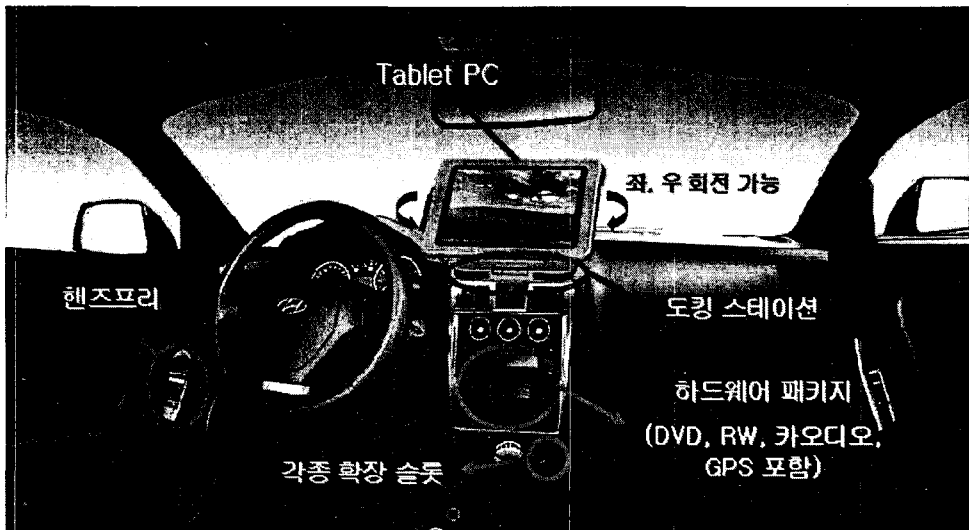
정부기관은 조달청을 통해서 한꺼번에 엄청난 물량을 발주하므로, 가장 크고 중요한 고객 중 하나임과 동시에, 정책자에 따라서는 텔레메틱스 플랫폼의 표준화를 실현시켜줄 수 있는 고객이다. 정부 조달품목 채용을 통한 공공 광고효과 또한 무시할 수 없다.



<그림 5> Tablet PC 플랫폼의 판매 Target

3.4 Tablet PC 플랫폼의 구성

고정형 텔레메틱스 플랫폼 대신에 태블릿 PC를 도입하였을 때, 이를 바탕으로 어떻게 텔레메틱스 환경을 구축할 지를 제시하고자 한다. 이는 크게 'Tablet PC 본체'와 '도킹 스테이션(Docking Station)', '하드웨어 패키지(H/W Package)'로 구성할 수 있으며 각 부분의 역할을 다음과 같다.



<그림 6> Tablet PC 플랫폼의 구성 (일반승용차)



<그림 7> Tablet PC 플랫폼의 구성 (고급승용차)

3.4.1 Tablet PC 본체

태블릿 PC 본체는 가장 기초적인 컴퓨터의 역할을 수행하고, 기타 각종 연계 기능들을 총괄한다. 태블릿 PC 본체는 전화통화, 무선 데이터 통신을 수행하고, mp3와 CD, DVD의 재생을 담당하는 머신이며, 여기서 나온 출력은 도킹 스테이션을 통해서 카오디오로 전달한다.

3.4.2 Tablet PC 도킹스테이션

도킹스테이션은 가정이나 회사에서 사용하는 태블릿 PC용 도킹스테이션(Docking Station)과 기본적으로 같은 기능을 가지고 같은 역할을 수행한다. 태블릿 PC를 자동차 안에 거치 할 수 있도록 하며, 전원이 연결되어 있어서 항상 충전이 가능하게 해준다. 그리고 각종 내장 하드웨어 패키지와 태블릿 PC를 연결해주는 통신 케이블 접촉을 포함한다. 도킹스테이션은 완전히 고정되기보다는, 가능하면 설계 시에 좌우로 회전할 수 있도록 하면 좋다. 운전 중에는 운전자가 길안내를 보기 쉽도록 하고, 엔터테인먼트(DVD, TV, 게임 등) 즐길 때는 동승자들이 보기 편하게 돌릴 수 있기 때문이다.

3.4.3 하드웨어 패키지

이 하드웨어 패키지는 태블릿 PC가 텔레메틱스 플랫폼으로서의 역할을 극대화 시키는 역할을 맡으며, 자동차 업체에서도 매출을 올릴 수 있는 중요한 부분이기도 하다. 이것은 일반적인 태블릿 PC에서 도킹스테이션에 CD, DVD, 키보드, 마우스, 스피커 등을 연결해서 사용하는 것과 마찬가지로, 자동차에서 도킹스테이션에 연결되어 사용 가능한 모든 하드웨어 패키지를 통합한 것이다. 하드웨어 패키지는 기존의 카스테레오 장비처럼 대쉬보드 중앙에 위치하며, 도킹스테이션을 통해서 태블릿 PC와 접속된다. 하드웨어 패키지는 다음과 같이 구성할 것을 제안한다.

① DVD 드라이브

DVD는 태블릿 PC를 통해서 각종 DVD 영화의 재생을 가능하게 해준다. 여기에 음악 CD를 삽입하여 재생하는 것도 가능하며, 데이터 CD를 삽입하는 경우에는 태블릿 PC에서 윈도우 탐색기를 이용하여 일반적인 데이터 검색이나 프로그램 실행이 가능하다. 한마디로 일반적인 컴퓨터에 달려있는 DVD-ROM을 생각해도 좋다.

② 내장형 GPS 안테나

GPS 안테나는 이전 텔레메틱스 장비와 마찬가지로 차에 기본 내장한다. 실시간으로 GPS 위성 데이터를 받아서 도킹 스테이션을 통해서 태블릿 PC에 정보를 전달한다. 이로써 태블릿 PC는 네비게이션을 수행할 수 있다.

③ 카오디오

카오디오는 태블릿 PC로부터 나오는 모든 음향을 도킹 스테이션을 통해서 받은 뒤 스피커를 통해서 방송하게 된다. 태블릿 PC에서 직접 나오는 mp3 음악이나 게임음향은 물론이고, 태블릿 PC를 통해 처리된 DVD 재생 음향, CD 음향 등도 방송하는 역할을 맡는다. 라디오는 카오디오에 내장하여 예전처럼 라디오를 듣는 것도 가능하며, 태블릿 PC가 없는 경우라 하더라도 DVD롬은 직접 컨트롤 하여 CD음악을 재생하는 것도 가능하다. 간단히 요약하자면, 기존의 카오디오 시스템을 이어받되, 태블릿 PC와의 연동을 고려한 음향 설계가 핵심이다.

④ 내장형 핸드프리

태블릿 PC를 'Potable PC'로 사용하는 사람이라면 전화통화를 위해 별도의 휴대폰을 소지하게 되므로 이에 맞추어 핸드프리 옵션을 준비한다. 이전에 내장형 핸드프리와 마찬가지로 휴대폰으로 전화가 왔을 때 통화가 가능하도록 카오디오 스피커와 마이크, 휴대폰이 연동될 수 있는 장치이다.

⑤ 확장 슬롯

태블릿 PC의 기타 주변기기를 확장해서 쓸 수 있도록 USB 포트, 추가 모니터 단자, PCMCIA 슬롯 등의 확장 슬롯 부를 만들어 둔다, 이를 이용해서 사용자들은 휴대용 마우스나 키보드, 뒷좌석의 추가적인 액정모니터, 기타 장치들을 차안에서도 자유롭게 사용할 수 있게 된다.

3.5 Tablet PC 플랫폼의 개발 전략

3.5.1 Tablet PC (H/W-1)

태블릿 PC는 이 플랫폼의 핵심 장비로써, 자동차와 유기적으로 조합되어 그 기능을 극대화 시킬 수 있는냐가 성공의 관건이 된다. 따라서 태블릿 PC의 개발은 가장 중요하다고 할 수 있다. 이를 개발·생산 하는 방법으로는 삼성전자나 LG전자와 같은 전자·정보통신 전문 대기업과의 제휴를 권장할 수 있다.

고도의 기술력과 판매망, 그리고 브랜드 가치까지 지닌 대기업을 태블릿 PC 플랫폼의 파트너로 삼아서 전략적 제휴관계를 수립하고 태블릿 PC의 개발과 생산을 일임하는 방법이다. 이는 파트너 기업의 기술력을 통해서 자동차에 적합한 태블릿 PC 쉽게 개발·적용할 수 있고, 태블릿 PC 시장에 진입하기 쉬우며, 연대 마케팅을 통해서 상대적으로 적은 비용으로 제품의 이미지를 극대화시킬 수 있는 장점이 있다. 또한 A/S도 파트너 회사가 담당하므로 자동차사의 부담을 덜 수 있다. 그러나 태블릿 PC 판매에 의해서 얻어지는 수익부분은 대부분이 파트너 회사에게 돌아가는 단점이 있다. 전자·정보통신 분야의 기술력과 브랜드 가치가 부족한 자동차 업체들에게는 가장 권고할만한 방법이다.

3.5.2 도킹스테이션 및 하드웨어 패키지 (H/W-2)

자동차사에서 개발과 판매를 직접해야 하는 부분이다. 기능면에서나 디자인에서나 자동차와의 유기적인 조화가 중요하므로 신차 디자인 때부터 함께 하는 것이 좋다. 자동차사에서 충분한 기술력이 있으므로 더 이상의 언급은 필요 없다고 생각한다. 핸즈프리 옵션처럼, 차량의 옵션 장착품목으로 직접적인 매출이 기대되는 품목이다.

3.5.3 Tablet PC의 OS 및 S/W

태블릿 PC의 운영체제 및 관련 S/W의 개발은 Microsoft와 제휴할 것을 제안하는 바이다. 이는 빌게이츠와 Microsoft로부터 전폭적인 지원을 기대할 수 있기 때문이다. 사실 '태블릿 PC'라는 아이디어를 가장 먼저 생각한 사람이 빌게이츠이다. 이를 위해 Microsoft는 태블릿 PC 소프트웨어 개발을 위해 총 4억 달러를 투자했다. Microsoft는 태블릿 PC의 광고에도 적극적이어서, 각 하드웨어 업체들의 광고보다는 MS의 태블릿 PC 광고량이 훨씬 더 많은 비중을 차지하고 있다.

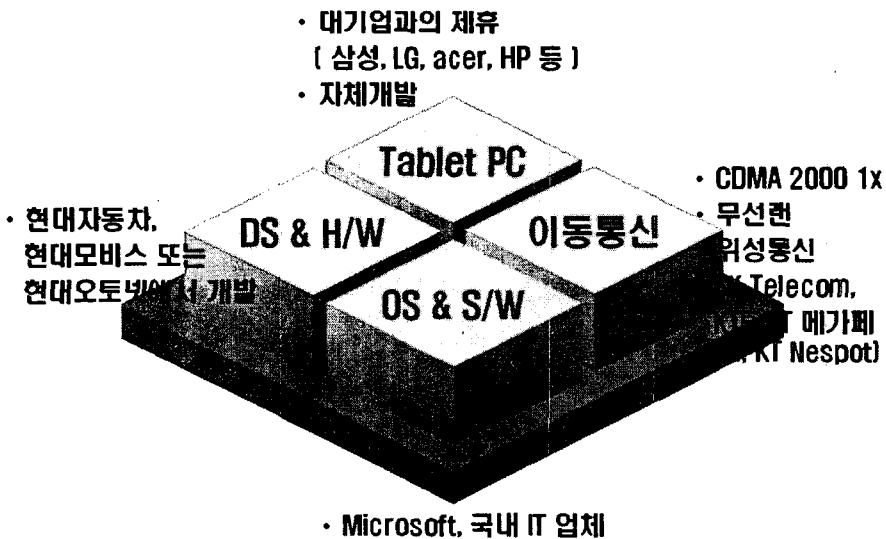
따라서 태블릿 PC 플랫폼을 채용하게 되면, 태블릿 PC 광고와 더불어서 태블릿 PC 플랫폼의 자동차사도 함께 광고하게 되는 Win-Win 전략을 구사할 수 있다. 자동차사에서 황금 시간대에 1억을 들여서 우리나라 TV에 30초짜리 광고를 내보내는 것보다, 전세계적으로 수천만 명의 회원을 가지고 있는 MSN Messenger에서 배너광고 한번 띄워주는 것도 상당히 강력한 방법이다. 이는 해외시장(특히 미주 시장)에서 큰 영향력을 줄 것으로 보인다.

게다가 Microsoft와의 제휴를 통해서 앞으로 태블릿 PC의 설계규격에 자동차사의 플랫폼 규격을 포함시키면, 전세계 태블릿 PC 제작 업체들은 이에 맞춰야

하기 때문에 자연스럽게 표준화를 선점할 수 있다. 이는 어떠한 태블릿 PC라도 자동차사에서는 사용이 가능함을 의미한다. 텔레메틱스 플랫폼을 통해서 전세계 PC 이용자들을 자연스럽게 자동차사 고객으로 끌어 모을 수 있는 것이다. 우리나라 자동차사의 태블릿 PC 플랫폼이 표준화 된다면, 전 세계의 자동차 메이커들은 우리나라 자동차사의 태블릿 PC 플랫폼을 따라야 한다는 얘기도 된다. 이는 곧 엄청난 부가가치 창출로 이어진다. Software 분야의 최고의 기술력은 설명할 필요도 없다. 자동차사가 원하는 태블릿 PC 플랫폼 S/W를 충분히 개발해 낼 수 있을 것으로 본다.

3.5.4 이동통신 분야

태블릿 PC 플랫폼의 통신 네트워크 구축을 위해서는 이동통신업체들과의 제휴관계가 필수적이다. 자동차사로써는 이동통신 관련 기반시설과 운영경험이 없기 때문이다. 파트너 기업을 통해서 자동차에 적합한 비즈니스 솔루션을 쉽게 개발·적용할 수 있으며, 시장에 진입하기 용이하고, 연대 마케팅을 통해서 상대적으로 적은 비용으로 상호간 광고효과를 극대화 시킬 수 있는 장점이 있다.



<그림 8> Tablet PC 플랫폼 개발 전략

Ⅲ. 차세대 텔레메틱스 플랫폼을 위한 마케팅전략

1. 산업구조 분석

1.1 경쟁업체들 간의 경쟁상황

진출하려는 산업구조를 분석하여 적절한 표적 시장을 찾아보고, 어느 부분에서 마케팅 전략이 효과적으로 적용될 수 있는지 관찰하고자 한다. 현재로서는 “Tablet PC 시스템에 의한 이동식 플랫폼(이하 T-matics)”을 개발하고 있는 업체는 없다. 그러나 텔레메틱스를 겨냥한 시장에서 경쟁중인 장비들을 다음페이지의 도표와 같이 비교해 보았다.

MTS-200은 현대·기아자동차에 탑재되고 있는 고정식 텔레메틱스 장비로, 차량만을 위해 제작된 만큼 운전시에 이용하기 편리한 편이고, 내구성이 좋은 편이다. 그러나 3년여 전 첫 출시한 고정식 텔레메틱스 장비들에 비해서는 많이 저렴해졌지만, 가격에 비해서 높은 성능을 기대하기 어렵고, 차에 고정된 장비이니만큼 업그레이드와 데이터 이동이 제한되는 단점을 지닌다.

PDA를 기반으로 한 네비게이션 장비들도 시장에 많이 나온 편으로, 저렴한 가격과 뛰어난 휴대성을 자랑하지만, 차량과의 연계성이 부족하여 더 다양한 기능을 부여하지 못하고 있는 점이 아쉽다.

노트북에 GPS 장비를 연결하여 사용하는 네비게이션 장비의 경우, 노트북의 강력한 성능을 바탕으로 다양한 기능제공이 가능하지만, 부피가 크고 설치가 어려우며 차량에서 이용하기에는 제약이 많이 뒤따른다.

이에 비해 T-matics 장비를 개발한다면, 노트북을 능가하는 성능에 다양한 기능을 보유하게 되면서도 PDA에 못지않은 휴대성을 지니게 된다. 따라서 다른 경쟁업체장비들을 모두 포용함과 동시에 유리한 이점을 점유하게 되며, 특히 T-matics 장비를 개발해서 새로이 시장에 진입하게 될 자동차 업체는 태블릿 PC와 이동통신 상품 판매를 통해서 제휴업체의 계약에 따라 부가적 대리점 수익을 올릴 수 있는 기회를 제공, 자동차업체 내부의 고정비나 재고비용의 부담을 주지 않는 이점을 제공한다.

또한 이동식이면서 고성능을 부각시켜 제휴업체와의 이 분야의 표준화에 성공한다면 차별성이 커지기 때문에 상대적으로 높은 수익률을 얻을 수 있다.

〈표 1〉 각 플랫폼간의 능력 비교

플랫폼	MTS-200	PDA	노트북	태블릿 PC
CPU	400MHz 급 (?)	스트롱암 400MHz 급	펜티엄 IV 1.4GHz 급 이상	센트리노 1GHz 급 이상
디스플레이	4인치 TFT-LCD (?)	3.5인치 TFT-LCD 16비트 하이컬러	14.1인치 TFT-LCD 32비트 트루컬러	10.4인치 TFT-LCD 32비트 트루컬러
입력장치	버튼	버튼, 스타일러스 펜	키보드, 터치패드, 마우스	디지털펜, 음성인식, 버튼, 키보드, 터치패드, 마우스 등
저장장치	×	CF/SD/MMC 메모리 카드	하드디스크, CD-RW, USB 메모리 등	하드디스크, CD-RW USB 메모리 등
GPS 네비게이션	O	O	O	O
음악 CD	O	×	O	O
데이터 CD	×	×	O	O
DVD	O	×	O	O
mp3	O	O	O	O
CDMA 지원	O	O	O	O
무선랜 지원	×	O	O	O
PC와 데이터 링크	×	B	A	A
휴대성	×	A	C	B
업그레이드 가능	C	B	A	A
가격대	200만원	100만원	200~250만원	200~250만원

- 주 1) MTS-200 : 현대오토넷의 텔레메틱스 단말기
- 2) PDA : HP3850 + 톱크웨어 장비 기준
- 3) 노트북 : 삼성 SP10 + 한국노바 장비 기준
- 4) 태블릿 PC : HP TC1100 기준
- O : 가능, × : 불가능, 능력 평가 부분은 높은 순으로 A, B, C 구분

1.2 새로운 기업의 진입 가능성

이동식 텔레메틱스 분야는 아직 표준화된 장치가 없는 상태로 많은 기업이 관심을 갖고 있으나 정보통신 분야의 발전 속도를 고려해 볼 때, 그 동안 축적된 기술을 바탕으로 조기에 시장을 선점하고 표준화에 노력한 업체는 충분히 다른 기업의 진입 장벽을 높일 수 있다.

1.3 대체품의 압력

이 분야는 T-matics 자체가, 기존 자동차 부착 통신 장비들의 기능을 통합한

대체품 역할을 하기 때문에 대체품의 압력이 작다는 이점이 있다. 또 기존의 고정식 플랫폼과는 달리 업그레이드가 가능하므로, 관리만 잘하면 기존고객을 계속 유지할 수 있는 힘이 있다. 그리고 이동식이라는 이점을 충분히 살린다면, 자동차의 내부 여유 공간도 넓게 유지하면서도 고도의 기능을 보유하고 미적 가치도 높이려는 소비자 심리 공략에 유리하여 대체품의 압력을 줄일 수 있는 가능성이 큰 분야이다.

1.4 구매자 교섭력

태블릿 PC는 시장에 첫 출시되었던 2002년도에는 300만원대의 높은 가격을 유지하였으나, 2004년말 현재로는 200만원대 초반으로, 노트북과 비슷한 안정적인 단가로 정착되고 있다. 시장조사 기관인 가트너는⁴⁾ 가트너는 오는 2007년까지 최소 35%의 노트북이 태블릿 PC기능을 탑재할 것으로 예상하고 있으며, 태블릿 PC 보급에 박차를 가하고 있는 MS는 태블릿 PC 소프트웨어개발에 \$4억, 태블릿 PC 마케팅 비용으로 총 \$7000만을 지출하고 있다. 미래가치 있는 태블릿 PC 시장은, 초기구매자 교섭력이 크겠지만 표준화를 위한 마케팅전략이 지속된다면 전세계적으로 시장을 넓힐 수 있는 기회를 얻고 높은 수익률을 얻게 된다.

1.5 공급자 교섭력

T-matics는 향후 전 세계인 태블릿 PC를 표준화에 기여할 수 있고 자동차 구매고객을 태블릿 PC시장으로 유인할 수 있는 매력적인 장치이다. 이러한 장점을 바탕으로 T-matics를 주력으로 하는 자동차 업체는 제휴업체와의 교섭을 통해 T-matics의 일환으로 태블릿 PC 공급 시, 시중 가보다는 낮은 가격으로 태블릿 PC를 공급할 수 있는 권한을 이끌어 낼 수 있다고 전망한다. 이렇게 태블릿 PC 구매자에 대한 T-matics 공급자의 교섭력을 증가시켜 태블릿 PC 구매고객을 자동차 구매 고객에 흡수할 수 있으리라 예상된다.

2. 표적시장 구체화 및 세부 마케팅전략

2.1 시장 선정

① SUV 또는 중형차를 소유하는 20대 후반40대 초반의 남녀

초기 T-matics 시장진입을 위해, 상대적으로 낮은 단가로 고성능을 선보일

4) inews24 제공(<http://www.inews24.com>)

수 있는 Tablet PC 플랫폼으로 공략할 수 있는 시장을 선정했다. 이는 2년 이내 차량 구매계획 보유자의 구매가능성 큰 모델 1, 2위 자료⁵⁾ 및 새 차 구매 시 차량별 소비자의 중요 요인 분석자료(2001년 7월 이후 새 차를 구매한 고객에게 15개의 차량구매이유를 제시하고 이유가 된 것을 모두 지적하게 함)⁶⁾를 바탕으로 선정한 것이다. 이들 자료는 다음과 같다.

<표 2> 2년 이내 차량 구매계획 보유자의 구매가능성 큰 모델 1, 2위 자료

주) 유의성 검증(jk-test) : (↑ ↓ ; p < 0.01)

구분	TOTAL	성별		성 X 연령							
		남자	여자	남 20대	남 30대	남 40대	남 50대 이상	여 20대	여 30대	여 40대	여 50대 이상
사례수	67610	56640	11970	14816	21,822	13,413	5,589	4,403	4,793	2,254	521
경차	25	15 ↓	69 ↑	32 ↑	1.1 ↓	0.6 ↓	0.6 ↓	10.7 ↑	57 ↑	35 ↑	1 ↓
소형차	7.7	5.8 ↓	16.5 ↑	10.3 ↑	5.6 ↓	2.3 ↓	2.9 ↓	22.4 ↑	14.9 ↑	10.2 ↑	8.2 ↓
중소형차	23.3	21.2 ↓	33.4 ↑	34.3 ↑	20.6 ↓	11.2 ↓	12.3 ↓	43.5 ↑	29.7 ↑	2.3 ↓	27.1 ↓
중형차	44.9	44.8 ↓	45.3 ↓	41.8 ↓	41.4 ↓	50 ↑	54 ↑	40 ↓	42.5 ↓	57.3 ↑	64.1 ↑
대형차	23	24.5 ↑	16.1 ↓	11.3 ↓	17.8 ↓	39 ↑	50.8 ↑	9.1 ↓	14.1 ↓	29.3 ↑	35.2 ↑
SUV	65	68 ↑	51.5 ↓	67.2 ↑	73.2 ↑	65.7 ↓	54.8 ↓	46.4 ↓	58.5 ↓	49.6 ↓	37.4 ↓
MINI-VAN	26.2	26.5 ↑	24.8 ↓	24 ↓	31.6 ↑	24.5 ↓	17.8 ↓	22.6 ↓	28.5 ↑	22.8 ↓	17.6 ↓
수입차	7.4	7.7 ↑	5.5 ↓	7.8 ↓	8.7 ↑	6.5 ↓	6.8 ↓	5.2 ↓	6 ↓	4.4 ↓	9.3 ↓

구분	TOTAL	보유차종			
		승용		RV	
사례수(명)	67,610	34,308		31,065	
경차	2.5	4.3		↑	0.6 ↓
소형차	7.7	13.4		↑	1.8 ↓
중소형차	23.3	38.7		↑	7.8 ↓
중형차	44.9	72.7		↑	16.3 ↓
대형차	23	38.9		↑	5 ↓
SUV	65	19.5		↓	118.6 ↑
MINI-VAN	26.2	8.4		↓	47.5 ↑
수입차	7.4	4		↓	2.4 ↓

5) (주)에프인사이드 (주)다음커뮤니케이션

6) 위자료는 자동차 전문 리서치 회사 'F-inside(www.f-inside.com 대표 김진국)와 아시아 최대 포털 '다음 커뮤니케이션(www.daum.net 대표 이재웅)'이 공동으로 2002년 7월 13일부터 8월 10일까지 실시한 초대형 자동차 산업 조사(표본의 크기:150,047)로부터 나온 것이다. 이 조사의 표본들은 다음 커뮤니케이션의 Active User 이었으며, 자료 수집은 온라인 우편 조사 방법을 사용하였다. 작성자: 김진국(jkkm@f-inside.com)

<표 3> 새 차 구매시 차량별 소비자의 중요 요인 분석자료

구매이유*	전체	승용	RV
	%	%	%
실용적이어서/쓸 용도에 잘 맞아서	51.2	30.7	75.8
차량가격/구입 조건이 적당해서	49.7	56.9	40.7
외관 디자인/스타일이 좋아서	48.7	48.8	49.0
유지비가 적게 들어서	46.1	23.3	74.6
그 모델에 대한 평판이 좋아서	39.7	44.4	34.6

* 복수 응답

위의 자료에서 보듯이 SUV, 중형차를 구매하려는 고객은 20대 후반~40대 초반의 남녀가 많은데다가, 특히 SUV를 찾는 고객은 유지비와 쓰임새를 중요시, 중형차 등 승용차 구매고객은 차량가격을 중요시 한다는 것을 알 수 있다. 이 연령 대는 사무직 종사자들로 휴대폰, 컴퓨터, PDA 등의 접촉빈도가 잦고, 주 5일 근무제의 확산으로 상대적으로 여가시간이 늘어났거나 어린 자녀가 있어 가족여행을 즐기는 연령대라 할 수 있다. 따라서 이 표적시장에서 T-matics의 유용함을 적극 홍보한다면 국내 시장의 T-matics의 초기 안정적 진입에 기여할 것이다.

② 대형차 보유자중 50대 중반이상의 남녀/수입차 구매가능성이 큰 30대 남자와 50대이상 남녀

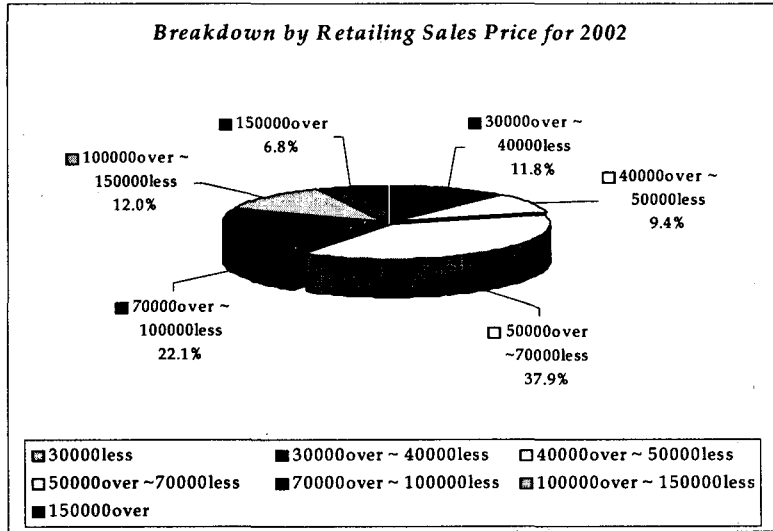
대형차나 수입차 시장은 고가제품의 수용력이 크며, 차별화되고 높은 성능의 제품을 요구하므로 T-matics의 초기 진입에 가장 적격이다. 초기 표적 시장은 고품격 이미지로, 내재적 가치를 향상, T-matics 표준화의 시초를 이루도록 한다.

③ SUV, 2000~3000cc 급 차량의 세계시장

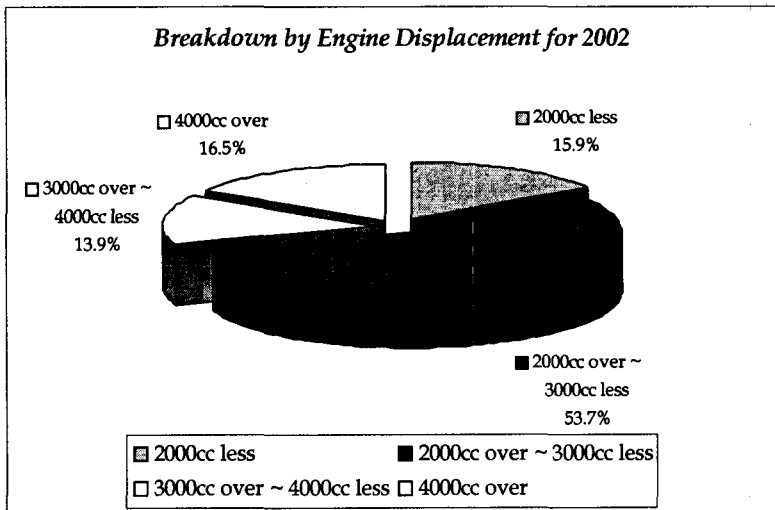
미국 스트래티직 비전(Strategic Vision)에서 실시한 종합가치 만족지수 평가에서 현대자동차의 쏘나타는 컴팩트카 급에서 1천 점 만점에 764점을 받아 1위, 신타페는 소형 SUV급에서 781점으로 2년 연속 최우수 차종에 선정되었다.⁷⁾ 이

7) 미국의 자동차 전문 리서치 회사인 스트래티직 비전은 지난해 10월부터 올해 3월까지 판매된 차 중 새 차 구입 뒤 3개월이 지난 고객 7만6천 명을 무작위로 선정해 경제성과 값 대비 가치, 차 값, 품질보증, 내구성, 예상 중고차 값, 신뢰성 등 현재와 미래가치 부문으로 나누어 조사해 이 같은 결과가 나왔다고 발표했다. <4WD&RV, 2002년 11월호>

들 차종은 초기부터 T-matics를 장착하여 보급하여도 수출 가격이 \$2~3만이 기 때문에 높은 품질과 가격경쟁력을 내세워 적극적으로 공략하면 “T-Class” 브랜드강화에 뒷받침이 된다. 다음 표는 세계 수출 시장의 가격별 판매 순위와 배기량별 판매순위이다.



<그림 9> 세계 수출 시장의 가격별 판매순위



<그림 10> 세계 수출 시장의 배기량별 판매순위

이 표에서와 같이 세계 자동차 시장은 \$50000~\$70000의 2000~3000cc 차량이 가장 많이 팔리고 있다. 그런데 현대의 쏘나타와 산타페와 같은 한국산 자동차의 경우는 2000~3000cc급 이면서도 \$20000~\$30000 밖에 받지 못하고 있다. 이에 초기부터 T-matics를 장착한다면 기존 한국산 자동차 브랜드 이미지를 한 단계 고급화 시키고, 상승한 부가가치에 따라 \$30000~\$40000만 이상으로 가격을 상향조정하더라도 가격경쟁력이 있을 것으로 본다. 궁극적으로 이는 T-matics의 국제적 표준화를 촉진시킨다. 미국 자동차 전문 시장조사기관인 JD 파워 앤 어소시에이츠가 3일 발표한 '2002 Y세대 자동차 소비 조사' 보고서에 따르면 "베이비붐 세대 이후 미국에서 가장 폭넓은 인구 층을 구성하고 있는 Y세대(1977~1994년 출생자)의 부상으로 자동차 시장도 큰 변화가 일어나고 있다"며 "이들은 스타일에 치중하고 있으며, 국산차에 집착하지 않고 재미있게 운전할 수 있는 차종을 선호하고 있다"고 분석하고 있다. 제품자체가 향후 수출시장의 구매자들이 될 고객들의 취향과 일치하여 수익률이 상당히 크겠다.

2.2 구체적 마케팅 전략

① 광고전략

T-matics 구매고객이, 직장인으로서 사무실에서 휴대하는 태블릿 PC가 자동차 안에서도 사무를 보는 데에 편리함을 제공하며 언제 어디서나 가족과의 신나는 여가생활을 이끌어 줄 수 있는 유용성이 있음을 확인시켜 다양한 이점을 갖고 있는 "Portable(이동성)"의 이미지를 각인시킨다. 또 어린 자녀들은 광고를 보고, 멀미나고 장거리 여행 시 교통체증 속에 지루한 자동차란 공간이 색다른 놀이 공간으로 변화함을 느낄 수 있도록 하여, 태블릿 PC 플랫폼을 갖고 싶은 하나의 놀이도구로 여기도록 자녀를 둔 가정의 구매 욕구를 한 층 북돋도록 한다.

또한, 제휴업체를 통한 간접 광고방식으로 초기 시장의 태블릿 PC 플랫폼 진입에 따라 제휴하게 되는 여러 업체들도 자체적으로 제품 판매 촉진광고를 낼 것이다. 이 때, 자동차사는 T-matics를 팔면서 이에 포함되는 제휴업체들 제품의 표준화에 기여하는 이점을 강조, 제휴업체와 전략적 협동 광고 내지는 간접 광고 효과를 얻어 광고비용을 감축하는 한편, 시너지 효과를 얻을 수 있다.

② 브랜드 마케팅

최근 유행처럼 번진 브랜드 마케팅은 차별화된 제품의 강점을 극대화하기 위한 방안의 일종으로, 자동차계에서 자동차가 아닌 "기능"을 Brand화 해 새로운

부가가치를 창출하려는 궁극적인 마케팅 전략 자체가 된다. 현대자동차의 에쿠스나, 기아자동차의 오피러스, 일본 도요다자동차의 렉서스 등은 자동차 업계에서 대표적인 브랜드 마케팅 사례이다.

이는 일상 속 자신의 위치를 벗어나 특별한 사람으로 대우받고 싶어 하는 구매자들의 심리를 공략하기 위함이다. SK Telecom의 Leader's Club, TTL, UTO와 같은 성공사례는 특별한 집단에 속한다는 소속감을 제공하는 것이 얼마나 구매자들에게 호소력이 있는지를 보여준다. 뿐만 아니라 Class란 용어를 통해서 구매자들에게 고급화 이미지를 전달할 계획이다. 시장진입 초기 도킹 스테이션과 태블릿 PC의 가격의 총합계가 높아 일반 구매자들의 유인장애가 되는 것을 방지하기 위함으로 구매자들에게 “남들보다 한 단계 더 품격 있는 생활을 선사한다.”는 이미지를 전달하기 위함이다.

③ 기존 대리점 중 전문 T-matics 대리점의 소수 양성 (차별화된 대리점 전략)

‘전문 T-matics 대리점(이하 T-matics Zone)’이란 브랜드 마케팅의 일환으로써, T-matics 자동차를 구매한 소비자만을 다른 소비자들과 차별화하여 특별관리를 담당하는 전문점 소수 양성하는 것이다.

구매자 분포에 따라 지역별로 소수의 전문 T-matics 대리점을 선별하여 양성(이는 다소 침체되어있는 대리점을 활성화 시키는 방법이기도 하다.)하고 이들은 할당된 지역 내의 모든 고객을 전문으로 관리, 자동차 정기 방문관리 또는 우편발송을 통해 초기 시장에서 있을 수 있는 기능장애에 대한 피드백을 얻도록 한다.

“T-matics Zone”은 인터넷 포탈 서비스와 연계하여 예약을 쉽게 하고, 가까운 T-matics Zone에서 정확하고 정직한 비용으로 기술적 정비를 받는 체계를 구축하도록 한다. 특히 T-matics System의 자동차 담당이 아닌, 정보통신 장비 부분의 결함을 신속하게 처리하기 위해 제휴업체의 자체적인 A/S인원이 항상 대기하도록 한다. 그리고 기존 고객이 현장 정비 받는 동안이나 새로운 고객이 제품문의의 위해 방문했을 때, Zone 내에서 편히 쉴 수 있는 분위기의 공간을 고객들에게 제공하여 “T-matics Zone”은 언제나 T-matics 고객만을 위한 특별한 생활공간을 제공함을 홍보, 적은 비용으로 고객들에게 기업의 이미지를 향상시킬 수 있는 기회를 삼는다. 이는 “T-matics”를 하나의 브랜드 상품으로 정착시켜 부가가치를 향상시키는 전략이 될 것이다.

④ 카드사와의 연계 마케팅전략

신용카드사와 제휴하여 “T-matics 멤버십” 카드를 개발 하도록 한다. 이는 금융 기관인 카드사가 담당해야하는 역할로, 기존의 이동통신 회사의 멤버십 카드에 신용카드를 더한 기능을 갖는 것이다. 이는 SK Telecom의 모네타카드 또는 현대카드-현대자동차의 M카드와 그 개념이 비슷하다. TTL이나 UTO 카드처럼 가맹점에서 할인혜택을 부여하며(자동차정비 업소와 주유소를 포함), 이 카드를 가지고 있는 사람이 T-matics 신차구입시에는 할인 혜택을 부여하도록 한다.

⑤ 보상판매 판촉전략

태블릿 PC 플랫폼이 저렴하다 할지라도 기존 다른 사양의 태블릿 PC를 휴대하고 있던 사람들에게는 자신의 것을 또 다시 새로운 것으로 바꿔야 한다는 부담감이 “T-matics 자동차” 구매에 장애요인으로 작용할 가능성이 있다. 따라서 이것은 이러한 장애요인을 줄이고자 하는 마케팅 전략이라 할 수 있다. 즉 그러한 고객들이 기존 태블릿 PC를 갖고 자동차를 구매하려 올 경우 더 저렴한 가격으로 구매할 수 있도록 기회를 제공하는 것이다. 이 과정에서 모이게 되는 태블릿 PC는 다시 동남아 등지로 수출할 수 있는 제품가치가 있기 때문에 초기 비용이 지출되더라도 극소화 하여 브랜드 마케팅을 할 수 있는 기회이다.

⑥ 서바이벌 미션대회 전략

T-matics System의 효용성을 대내외적으로 과시하기 위해서 서바이벌 미션 대회를 개최하도록 한다. 그들에게 각 플랫폼이 탑재된 차량 한대와 신용카드 한 장을 지급한다. 단어나 힌트로 미션을 제시하면, 참가자들은 플랫폼을 이용해서 인터넷 자료를 검색하고, 길을 찾아서 목적지로 운전하며, 미션수행을 위해 인터넷으로 물품을 구매하고, 자료를 다운받아서 보여 주는 등의 미션을 하나하나 완수해야 한다(이는 마치 수년 전쯤에 있었던 조선일보 주최 인터넷 서바이벌 대회와 비슷하다. 그 당시 고립된 오피스텔 안에서 인터넷 PC와 신용카드 한 장만을 가지고 모든 생필품을 구입하여 일주일간 생존하는 것이 목표였다.). 이리하여 미션을 가장 먼저 수행한 사람이 우승을 차지하게 되는 것이다.

이 대회의 주 목적은 적은 비용으로 “T-matics 자동차”가 무엇이고 이의 다양한 장점을 총체적으로 보여줌으로써 아직 사용하지 않고 있는 많은 고객들의 호기심을 자극하는 데 그 취지가 있다. 이에 따라 호기심 있는 직장인이나 학생들도 모두 참여하여 참여의 폭을 확대하고, 고객들의 호기심을 증폭시키며, 쉬는 날인 주말을 이용해 언론매체를 통한 광고의 효과를 증대시키도록 한다. 또

한 언론사들이 이 프로그램을 다큐멘터리나 VJ 특공대 형식의 방송으로 제작하도록 한다.

IV. 차세대 플랫폼을 응용한 비즈니스 모델

태블릿 PC를 이용하여 강력한 성능과 다양한 멀티미디어 능력을 자랑하는 텔레메틱스 시스템이 구현되었을 때 이를 바탕으로 어떠한 추가적인 비즈니스 모델이 가능한지 모색해보고자 한다. 이미 기존 자동차 관련업체에서도 ITS, 텔레메틱스 관련분야에 대한 많은 어플리케이션을 연구하였기 때문에, 이미 널리 알려진 단순한 네비게이션 기능이나 교통정보 제공 서비스, 게임 서비스 등에 대한 언급은 생략하겠다. 이 장에서는 태블릿 PC를 사용함으로써 새롭게 시도해 볼 수 있는 분야 몇 가지를 중점적으로 제안하고자 한다.

1. 포털 사이트 구축

포털 사이트란 인터넷 사용자가 원하는 정보를 얻기 위해 반드시 거쳐야 하는 사이트를 말한다. 인터넷 포털 사이트는 정보검색 서비스나 커뮤니티와 같이 사용자가 정기적으로 이용할 수 있는 서비스를 제공함으로써, 고정 방문객을 확보하여 인터넷 비즈니스로 연결된다.

태블릿 PC를 기반으로 하는 텔레메틱스 플랫폼은 궁극적으로 우리가 목표로 하는 이상적 플랫폼이다. PC를 자동차 안으로 끌어오는 셈이기에 강력한 성능을 발휘하면서도, 뛰어난 휴대성, 다양한 입력 장치, 통신환경 등은 차안에서도 100% 완벽한 사무실, 여가생활을 구현해준다. 무한한 성능과 발전성은 우리에게 새로운 비즈니스 모델의 개발과 수익 창출을 가능케 하기도 한다. 또 협력 업체들을 통해서 저렴한 비용으로 광고를 하면서도, 높은 브랜드 가치와 판매량 신장을 기대할 수 있는 장점이 있다.

가상공간(cyber space)에서 커뮤니티를 형성시켜 더 많은 등록사용자와 홈페이지 사용량을 확보할 경우, 광고수입과 사용자 정보를 활용한 마케팅 수입은 상상을 초월할 수도 있다. 특히, 최근에는 포털 사이트에 홈쇼핑 기능을 추가하여 매출을 올리는 경우가 두드러지게 증가하고 있기 때문에, 전 세계 주요 인터넷 서비스 및 콘텐츠 제공업체들은 온라인 매장을 선점하기 위해 자사의 인터

넷 사이트를 최대 포털 사이트로 키우는 데 전력하고 있는 것이다.

여기서 특히 중요한점은, 통신 분야 업체들의 경우, 자사 가입자들을 독점적으로 유치해서 수입을 올리기 위해 앞 다투어 포털 사이트를 운영한다는 점이다. 앞으로 T-Class System의 이용자들을 독점적으로 끌어 모으고, 이를 바탕으로 비즈니스 모델 수익을 올리기 위해서는 전용 포털 사이트는 필수적이다. SK Telecom의 TTL존, NATE, KTF의 Na, 한국통신 메가페스 등이 그 좋은 예이다.

2. Home Network 연동 서비스

Home Network는 다양한 기능을 가진 가정 내 디지털 정보기기들이 기능공유, 데이터공유, 원격제어 등을 위해 네트워크로 연결된 것을 의미한다. 이는 우리가 지금까지 경험하지 못한 다양한 정보와 편리한 생활, 그리고 디지털 미디어의 즐거움을 때와 장소의 제약 없이 느낄 수 있게 해 주고, 개인의 사생활 보호는 물론 가정의 안전까지 지켜 준다. 현재 세계 각국의 가전업체들은 홈 네트워크 제품이 새로운 수요를 창출할 것으로 예상하고, 시장선점을 위해 본격적으로 뛰어들고 있다. 우리나라에서도 삼성전자는 'VITA', LG전자는 'LG Home-Net'이라는 브랜드로 홈 네트워크 시장에 뛰어들고 있다.

이러한 홈 네트워크에 T-matics가 연결될 경우, 회사에서 차를 타고 돌아오는 길에 T-matics로 홈 네트워크에 접속해서, 미리 보일러를 켜놓고 뜨거운 물을 욕조에 받아 놓으며, 전화기의 자동응답기에 들어있는 음성 메시지들을 확인하고, 냉장고 안에 들어있는 음식들을 확인한 다음에 필요한 잔거리를 인터넷으로 주문할 수도 있다. 중요한 TV 프로그램의 예약녹화를 할 수도 있다.

또한 홈 네트워크와의 연동 시스템은 휴가, 출장 등과 같이 장기간 집을 비워야 할 때, 외부의 불법침입 여부를 T-matics를 통해 감시하여 사용자가 언제나 확인할 수 있게 해준다. 외부의 불법침입이 감지될 경우, 관계된 방범회사 요원들을 호출하거나 112에 통보할 수 있다. 또한 방범회사 차량의 T-matics로도 관련 데이터가 자동 링크 되므로, 범인 추적도 용이하다. 홈 네트워크 연동 서비스와 연계하여 가정의 조명이나 TV, 오디오 등을 원격으로 제어하여 장기간 출타 중 도난예방 및 피해확대를 방지할 수도 있다. 방범회사와 제휴할 경우, 자동차 구입시 희망하는 고객을 방범회사에 가입시켜주고, 방범회사로부터 T-matics 고객 유치를 통한 대리점 수수료를 받을 수 있다.

태블릿 PC 기반의 T-matics는 이러한 홈 네트워크와 연동하는데 기술적 어

려움이 없으므로 쉽게 구축이 가능하며, 가전업체들과 공동으로 시장형성 및 마케팅을 할 수 있다.

3. Software Tuning

차를 몰고 있는 사람들은 자기 차의 성능을 향상시키기 위해서 여러 가지 노력을 한다. 별매 알루미늄 휠을 구해서 장착하기도 하고, 광폭타이어로 교체하기도 하며, 오디오를 바꾸기도 하고, 스피커를 바꾸기도 한다. 아예 차체 외부를 변형시키는 경우도 있다. 이렇게 지금까지는 외부적인 ‘하드웨어 튜닝’만을 통해서 개개인의 취향에 맞는 개량을 할 수 있었다. 그러나 최근의 자동차는 단순히 기계적인 동작을 하는 것이 아니다. 전자제어식 엔진을 사용하고 있으며, 지능형 서스펜션과 자동변속기를 사용하고 있기도 하다. 이런 장치들의 프로그램은 제작사에서 제어 컴퓨터에 ROM으로 저장해서 출고된 이후에는 폐차될 때까지 그대로 쓰이기 때문에, 신형차량을 새롭게 선보이지 않는 한, 문제점 개선이 불가능하였다. 또한 각기 취향에 맞는 세팅을 쓰지 못하고, 일괄적인 설정을 사용하기 때문에 운전상황에 따라서 부조화를 이루는 경우도 있었다.

강력한 성능과 네트워크 환경을 지닌 태블릿 PC 플랫폼을 이용하여 ‘소프트웨어 튜닝’을 생각해 볼 수 있다. 예를 들어, 신경이 매우 예민한 사람이어서 승차감을 극대화하기를 원한다면, 엔진 소음을 줄일 수 있는 연료 분사량, 충격전달이 가장 적은 서스펜션의 댐퍼 설정 값, 기어 변속 시 가장 덜 걸끄러운 타이밍 등의 데이터를 CAN-BUS(Control Area Network System)의 컴퓨터에 업데이트 해주면 좋을 것이다. 스포츠한 드라이빙을 원하는 젊은이라면, 최고 출력을 낼 수 있는 연료 분사비율, 코너링 시에 유리한 하드 서스펜션 세팅, ABS 브레이크의 해제, 가장 빠르게 가속할 수 있는 변속기 세팅 등을 CAN-BUS에 업데이트 해주는 것만으로도 상당히 만족할 만한 효과를 거둘 수 있을 것이다. 눈길에서는 눈길에 맞는 세팅을, 사막에서는 사막에 맞는 세팅을 해준다면 특별한 하드웨어적인 튜닝 없이, 단지 소프트웨어 튜닝만으로도 자동차 성능을 향상시킬 수 있다.

자동차회사에서는 각기 자동차 운영 환경에 맞는 설정을 하나의 압축파일로 묶어서 포털 사이트에서 판매하면 된다. 마치 컴퓨터 제조업체들이 새로운 드라이버를 자료실에 올려놓는 것과 같은 이치이다. 또한 신차를 개발한 직후, 초창기에 출고한 차에서 발생하기 쉬운 문제점들도 이러한 업데이트 파일 형태로 제공함으로써 소비자들의 불만을 만족시킬 수 있다. 사소한 문제의 리콜도 이러

한 소프트웨어 튜닝으로 해결할 수 있음은 물론이다.

소프트웨어 튜닝의 과정을 상상해보면 다음과 같다.

- ① 태블릿 PC 플랫폼으로 인터넷에 접속해서 자동차의 포털사이트로 들어간다.
- ② 포털 사이트 자료실에서 자기가 보유한 차종의 자료실에 들어간다.
- ③ 원하는 드라이브 모드나 내차 하드웨어에 맞는 패치를 찾는다.
- ④ 패치 파일을 다운로드 받아서 저장한다.
- ⑤ 패치 파일의 압축을 푼 뒤, 실행시킨다.
- ⑥ 태블릿 PC 플랫폼은 자동차의 CAN-BUS(Control Area Network System)에 접속하여, 기존 설정들 대신에 새 업데이트 파일을 설치한다.
- ⑦ 패치 업데이트가 끝나면, 시동을 껐다가 다시 건다. 그러면 새로운 설정에 맞추어서 차가 동작한다.

태블릿 PC 플랫폼의 강력한 성능으로 이러한 업데이트 컨트롤은 어렵지 않으며, 네트워크 환경을 이용해서 누구나, 어디에서라도 쉽게 자동차를 튜닝 할 수 있는 장점이 있다. 태블릿 PC와 CAN-BUS와의 데이터 링크는 USB 포트를 사용하면 충분하다. USB 포트는 확장성이 뛰어나고, 통신 속도가 빠르며, 임베디드 프로세서용으로도 많이 개발되었기 때문에 CAN-BUS용 컴퓨터에 적용하는 것도 쉽다. 또한 태블릿 PC의 입장에서도, 설치와 제거를 Windows XP에서 자동으로 인식해서 간편하기 때문이다.



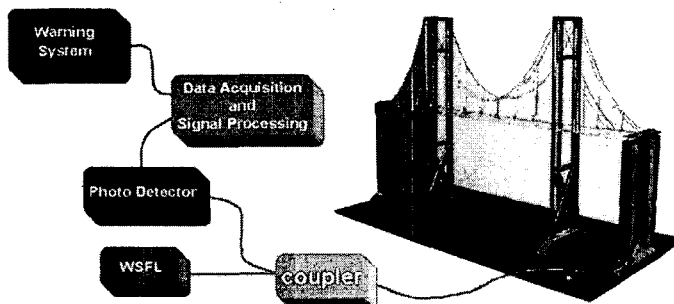
<그림 11> 소프트웨어 튜닝과정의 개념도

4. 지능형 자동차 점검 시스템

이번에는 능동형 자동차 점검 시스템인 “T-Vaccine”이라는 새로운 개념을 설명하고자 한다.

기존의 자동차들은 부품의 유지 및 보수를 위하여 사용자가 자동차 상태를 수시 체크하거나 정기적으로 자동차 정비공장을 가야만 했다. 또한 언제, 어느 부품에서 결함이 발생할지 모르기 때문에, 운전 시에 고장이 발생하면 상당히 골치 아픈 문제였다. 또한 자동차 자체 결함 때문에 리콜이 필요한 경우도 있는데, 어떤 부품이 문제이며, 리콜 해야 하는지를 모르는 사람들도 있었다. 이렇듯, 차량의 고장문제는 항상 운전자들의 고민이며, 때로는 교통사고 발생으로 연결되기도 한다.

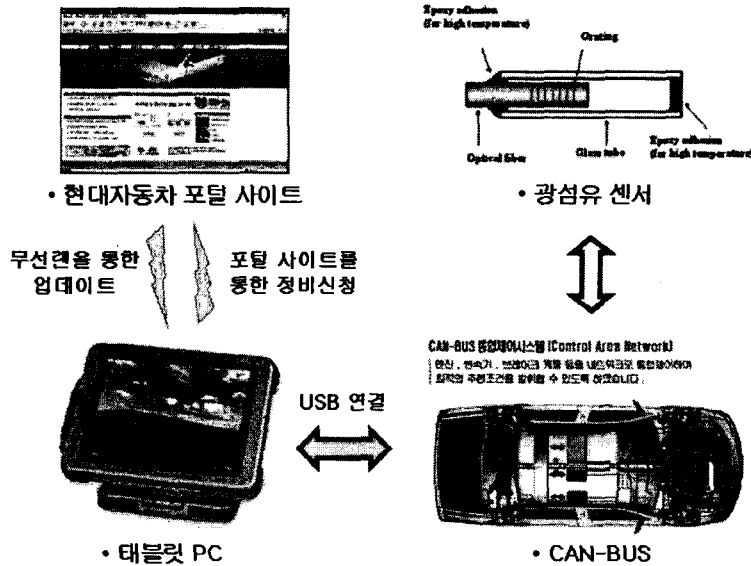
이제 태블릿 PC 플랫폼을 기반으로 지능형 자동차 점검 시스템인 “T-Vaccine”을 구축해보자. 여기서는 일단 차량의 점검을 위해서 한국과학기술원(KAIST) 홍창선 교수가 개발한 ‘광섬유를 이용한 안전진단 시스템’을 도입하고자 한다. 자동차의 엔진, 서스펜션, 자동변속기, 구조물 등 자동차의 주요 부품 부위와 안전 구조물에 광섬유 센서를 설치한다. 이상이 없는 경우라면 광섬유를 통해서 신호가 잘 전달되지만, 균열이 생긴다던지 파손이 일어나면 즉각 광섬유 센서도 함께 변형 되어서 신호가 일그러지기 때문에 실시간으로 안전진단을 할 수 있는 시스템이다. 이 광섬유 센서 시스템은 자동차 곳곳에 설치한 다음 CAN-BUS에 연결하며, CAN-BUS와 태블릿 PC가 연결되어 있으므로 컨트롤 할 수 있다.



<그림 12> 광섬유 센서를 사용하여 만든 Smart-Bridge의 개념도

일반 컴퓨터 사용자들이 V3, 노턴 안티 바이러스 같은 백신 프로그램으로 컴

퓨터를 점검하는 것과 마찬가지로, 자동차 운전자들은 차에 시동을 걸 때마다 “T-Vaccine”을 태블릿 PC에서 실행시켜서 안전진단을 실시간으로 할 수 있게 된다. T-Vaccine은 각 주요 부분을 광섬유센서를 이용해서 1초 안에 점검을 마치며, 이상이 발견되면 즉각 현대자동차 포털 사이트에 자동접속해서 관련내용을 다운받아 ‘수리 요망 경고’를 해주고, 수리 일정을 예약해둘 수도 있다. 주요 소모품과 교체 품목도 정기적으로 알려주며, 리콜 품목이 발생하는 경우에는 패치를 다운받아 T-Vaccine을 업그레이드 하면 되므로, 지속적으로 새로운 설정과 점검이 가능하다.



<그림 14> T-Vaccine의 개념도

V. 결 론

기존의 고정형 텔레메틱스(Telematics) 장비는 성능상의 제약, 이용상의 제약, 통신상의 제약, 그 밖의 문제점들로 인해서 5년 내외에 시장에서 도태될 수밖에 없는 것이 현실이다. 또 이렇게 제한된 플랫폼을 바탕으로는 다양한 비즈니스 모델을 창출해내기 어렵다. 이런 문제점들을 해결함과 동시에 미래 시장을 선점하기 위해, 새로운 이동형 텔레메틱스 플랫폼으로써 Tablet PC 시스템을 제안하였다.

Tablet PC를 기반으로 하는 텔레메틱스 플랫폼은 PC를 자동차 안으로 끌어오는 셈이기에 기존의 플랫폼보다 강력한 성능을 발휘하면서도, 뛰어난 휴대성, 다양한 입력 장치, 통신환경 등은 차안에서도 완벽한 사무실을 구현해준다. 무한한 성능과 발전성은 우리에게 새로운 비즈니스 모델의 개발과 수익 창출을 가능케 하기도 한다. 또 협력 업체들을 통해서 저렴한 비용으로 광고를 하면서도, 높은 브랜드 가치와 판매량 신장을 기대할 수 있는 장점이 있다.

이러한 구상을 실제로 구현기 위해서는 새로운 비즈니스 모델에 적합한 마케팅 전략을 필요로 한다. 새로운 브랜드 마케팅을 실시하여 가치를 향상시키고 기존 산업체들과 비교우위에 있는 기술력과 브랜드 가치를 최대한 활용해서 시장개척에 나서는 것이다. 이를 위해 산업구조를 분석하고 적절한 표적시장을 선정하여 마케팅전략을 수립하였다.

이러한 비즈니스 모델을 통해서 가정-자동차-기업 간의 유·무선 통신 네트워크 연계구축을 완료하게 되면, 이를 바탕으로 또 새로운 비즈니스 모델이 창출될 것으로 본다. 즉 포털사이트를 통한 수입, 홈 네트워크와 연동되는 비즈니스 모델, 자동차의 소프트웨어 튜닝, 지능형 점검장치 등은 모두 강력하고 뛰어난 성능의 태블릿 PC 플랫폼이 바탕이 되어야 이룰 수 있는 것들이기 때문이다.

새로운 Tablet PC 플랫폼 사업의 진출과, 이를 통한 표준화의 선점 및 경쟁력 제고 그리고 전 세계를 대상으로 하는 마케팅전략과 새로운 비즈니스모델들은 앞으로 연간 수백만 달러의 수익을 창출해내리라 기대한다.

참 고 문 헌

1. 김성희 · 김재경 · 장기진(2002), 인터넷과 전자상거래, 무역경영사
2. 김세중, 경영정보시스템(2003), 무역경영사
3. 김종범 · 김준호 · 배병렬 · 조남기(2003), 마케팅 조사방법, 도서출판 대경
4. 김학윤 · 이호배(2003), 소비자행동, 무역경영사
5. 노희정(2002), 컴퓨터 네트워크, 한울출판사
6. 박홍수 · 하영원(2003), 신제품 마케팅, 학현사
7. 송용섭 · 리대용(2001), 현대광고론, 무역경사
8. 신길수 · 이영환 · 송인암(2003), 마케팅, 도서출판 대경
9. 신준용 · 유상열(2004), 21세기 사이버 경영, 학현사
10. 안광호 · 한상만 · 전성률(2003), 전략적 브랜드관리, 학현사
11. 이공섭 · 최완용 · 한종규(2002), 인터넷 마케팅, 도서출판 대경
12. 이상욱(2003), e-Profit, 21세기북스
13. 이상문(2003), 경영정보시스템, 형설출판사
14. 이상필(2002), 퍼미션 마케팅, 21세기북스
15. 이성화 · 복혁규 · 문성환(2002), 데이터통신과 통신망, 한울출판사
16. 이성화 · 양정선 · 문석환 · 김휴찬(2002), 멀티미디어의 이해, 한울출판사
17. 장대련 · 한민희(2002), 광고론, 학현사
18. 전병용(2002), 디지털시대의 광고와 언어, 학현사
19. 전승흡 · 주준석(2002), 무선 인터넷 중심의 네트워크와 정보통신, 학현사
20. 정순덕(2002), e파워서비스, 21세기북스
21. 정창덕(2002), 전자상거래 이론과 실무, 한울출판사
22. 조동훈(2003), e-Business 개론, 한울출판사
23. 최승민(2002), 아니디어 바이러스, 21세기북스
24. 현대자동차 공식 홈페이지 : <http://www.hyundai-motor.com/index.html>
25. 모젠 공식 홈페이지(현대자동차 텔레메틱스) : <http://www.mozen.com>
26. ITS(지능형 첨단교통시스템) : <http://www.hyundai-motor.com/innovation/its/main.html>
27. 자동차 산업관 (자동차 관련 각종 통계자료) :
<http://www.hyundai-motor.com/intro/museum/index.html>
28. 한국 후지쯔 공식 홈페이지 : <http://kr.fujitsu.com>
29. ACER KOREA 공식 홈페이지 : http://www.acer.co.kr/new_acer/index.php3
30. Microsoft Windows XP Tablet PC Edition 공식 홈페이지:
<http://www.microsoft.com/korea/windowsxp/tabletpc/default.asp>

Abstract

A Study of Telematics Platform Realization Strategy & Business Model using Tablet PC System

Kim, Se-joong · Kim, Tae-gyu

The existing fixed telematics facilities for car were restricting of efficiency, utilization, communication, possibility, so it become disconnected with reality in the domestic and foreign market within the near future, like as the case of 'car-phone'. It is too difficult to make a various business model on the restrict basis. To solve these problems, We suggested Tablet PC system as a new mobile telematics platform.

The telematics platform based on the Tablet PC realize the perfect office, because it shows an excellent portability, high power and extension, various input equipment, and environment of communication in the car.

To realize this concreteness, it needs a proper marketing strategy for a new business model. For this purpose, We analyzed the structure of industry, selected a proper target market, and established the strategy of marketing.

Additionally, We proposed new business models ; particularly Portal site, Car-Home network, Car Software Tuning, and T-Vaccine(Intelligent Car Inspection System). These are made possible by the only Tablet PC platform.

Key words : telematics, platform, PDA, Tablet PC