

공유 마이크로 모빌리티 시장 변화에 따른 전략 수립
: 전기자전거 도입을 중심으로

<목차>

I. 서론	1
1.1. 연구 배경	1
1.2. 문제 제기	2
1.3. 연구 목적	3
II. 공유마이크로 모빌리티 산업	4
2.1. 공유 마이크로 모빌리티 산업 개요	4
2.2. 공유 마이크로 모빌리티 산업의 주요 변화	8
III. IC-PBL 적용	12
3.1. 연구 대상	12
3.2. 연구 목표	12
3.3. 연구대상의 내외부 환경 분석	13
3.4. 전략 수립을 위한 기업 문제 진단	15
3.5. 전기자전거 도입 전략	18
참고자료	27

<표 목차>

<표Ⅱ-1> 개인형 이동수단의 분류	4
<표Ⅱ-2> 서비스 이용자의 공유 전동킥보드 통행 목적	6
<표Ⅱ-3> 연도별 개인형 이동장치 교통사고 현황	9
<표Ⅱ-4> 전동킥보드와 전기자전거 법적·규제 비교	10
<표Ⅲ-1> 공유 모빌리티 서비스 운영사의 전략적 운영 전략 비교	13
<표Ⅲ-2> 사업 성장 단계에 따른 공유 모빌리티 영역별 중요도	14
<표Ⅲ-3> 대상기업의 공유 모빌리티 매출 계절성	16
<표Ⅲ-4> 본 연구 대상 기업의 SWOT 분석	17
<표Ⅲ-5> 전기자전거 하드웨어 전략의 핵심 차별화 요인	20
<표Ⅲ-6> 콤팩트 테스트베드 운영 전략	26

<그림 목차>

<그림 I-1> 마이크로모빌리티 이동수단의 종류	1
<그림 II-1> 서비스 기기 유형에 따른 국내 서비스 운영사 분류	5
<그림 II-2> 이동거리별 이동수단	10
<그림 III-1> 기기 간 부품 호환 및 표준화	19
<그림 III-2> 기존 시스템 개편으로 UI 연속성 유지	21
<그림 III-3> 공유 전기자전거를 활용한 옥외 광고 모델	23
<그림 III-4> 공유 모빌리티 서비스 글로벌 진출 대상지 분석	25