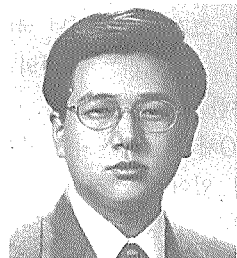


# 세계 통신시장의 환경변화와 우리 통신업계의 대응전략



김 국 진  
통신개발연구원 책임연구원

## 1. 서 론

기존에 보편적으로 수용되던 헉셔-오린 이론에 의하면, 요소부존도의 차이에 의해 비교우위 즉, 국제경쟁력이 생기고 이에 따라 국제교역이 설명된다고 하지만, 한국이 부존자원의 부족 속에서 수출지향적 산업육성으로 국가경제를 발전시켜 온 대표적인 국가라는 데에 이견을 가질 사람은 별로 없을 것이다.

이에는 정부의 적절한 산업정책과 모니터 제도, 그리고 산업계의 과감한 투자전략 그리고 근로자들의 희생이 뒷받침되었다는 것에도 이견이 있을 수 없다.

정보통신산업부문도 국내 다른 산업부문과 유사하게 내수규모와 수출규모가 기기산업부문에서 거의 비슷한 상태인데 해당 분야의 육성 발전을 위해 정부가 산업정

책을 시행한 대표적인 산업중에 하나이다.

이러한 정보통신부문은 오늘날 국가경제에서의 비중이 가장 큰 산업부문으로 부상한 상태이며 향후 그 정도는 더해 갈 것으로 예측되므로 국내 정보통신산업의 국제경쟁력 확보가 대단히 중요하다고 하겠다.

그런데 여기에 문제의 심각성을 가중시키는 것은 WTO체제의 돌입으로 기존의 정부가 채택하여 온 산업정책에 있어서 각종 시책상에 장애가 발생한 점과 아울러 국내 시장의 대외 개방화가 진전되게 되었다는 점이다.

기술의 발달에 힘입어 날로 다양화 되면서 성장하고 있는 정보통신서비스산업의 규모를 감안하고 국내 서비스산업의 경쟁체제화, 개방화를 감안한다면, 국내 정보통신서비스 시장도 외국의 사

업자들로 부터 지켜내야 하는 것으로 이에 대한 국내 사업자군의 적절한 전략이 필요한 상태이다. 뿐만 아니라 개방되는 해외 시장에 대해서도 보다 적극적인 사업 전략이 필요하게 되었다.

기기산업의 안정적인 시장 확보를 위해서도 이들 서비스분야에 대한 적극적 진출이 필요한 상태인 것이다.

1996년은 바로 이러한 급변하는 시장 환경의 문을 여는 첫 해이기에 환경변화에 따른 대응전략의 수립과 시행이 시급히 이뤄져야 하는 해이다.

물론 시장환경은 언제나 변화되고 있었으며 변화되는 것이다. 그리고 그때마다 해당 산업이나 기업은 나름대로 이러한 환경변화에 대응한 전략을 펴온 것이 사실이다.

그러나 기존에는 환경변화에도

불구하고 우리의 산업에는 Bumper기능(완충)을 하는 장치가 있었다. 그것은 다름아닌 국내 산업 보호, 육성이라는 취지의 정부의 다양한 산업정책이다. 그러나 WTO체제로 대변되는 개방화 시대에 있어서 그러한 완충장치의 역할을 기대하기가 상당히 어려워지고 있다. 이에 보다 적극적인 사업전략이 필요하게 되었다.

따라서 본고에서는 세계통신시장환경의 변화 양상과 그에 따른 우리 통신업계의 대응 전략에 대해 언급해 보기로 한다.

## 2. 환경변화와 대응전략 기본틀

[도1]과 같이 환경변화와 대응에 대해 좌표화할 수 있다.

체계론적 관점에서 보면, 환경변화는 바로 불확실성으로 나타나며 이에 대한 대응전략은 곧 해당체제의 능력에 의존하게 된다.

이러한 틀을 이용하여 해당 산업의 환경변화에 대한 대응전략을

모색하는 것이 가능하다고 하겠다. I은 주로 기술력이 부족하거나 신규사업, 유치산업의 경우에 해당되는데 환경에 적응하는 순응적 전략을 하게 되며, II는 기술과 자본력을 모두 구비하지는 않았으나 둘 중 하나를 완비한 상태로 성장기에 해당되는 경우로서 과감한 융화전략과 적응전략이 병행되어야 한다.

III은 기술과 자본력을 모두 구비한 상태로 성숙기에 해당되는 경우인데 융화 전략을 주로 선택하게 된다. IV는 기술이 수명을 거의 다하거나 자본력이 쇠진한 상태로서 쇠퇴기에 해당되는데 이때는 퇴거전략을 선택하게 된다.

기본적으로 가능한 상황은 I, II, III, IV의 셀을 채우는 전략들이 강구되겠지만 현재의 정보통신 부문에 있어서의 상황은 I과 II에 주로 해당되는 전략이 필요한 상태라고 하겠다.

그러면, 정보통신을 둘러싸고 불확실성을 고조시키고 있는 것들은 무엇이며 우리의 대응능력은

과연 어느 정도이며 이에 따른 선택 가능한 전략은 무엇인지를 살펴보기로 한다.

## 3. 불확실성의 요인 : 세계 통신시장환경 변화

기존의 정보통신부문이나 신규사업자들에게 불확실성을 제공하고 있는 요인은 바로 세계 통신시장환경변화 그 자체이다.

그중에서도 “WTO체제하의 자유화, 개방화”, 이를 가능하게 하는 기술적 측면으로서의 “디지털-통합화”, “멀티미디어화” 그리고 초고속망으로 대변되는 “네트워크화”가 구체적으로 언급될 수 있겠다.

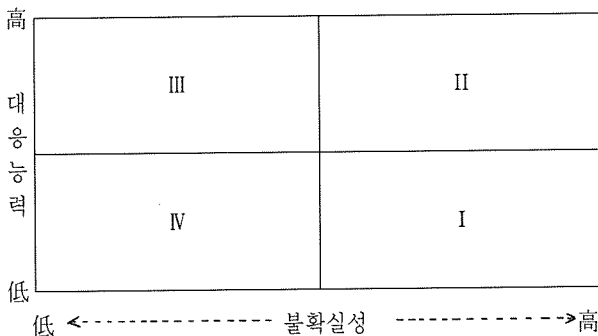
### 1) WTO체제와 통신시장 개방 그리고 자유화

투명성과 내국민 대우를 중시하는 자유교역주의를 실현하기 위한 WTO체제는 통신시장에서도 예외 없이 적용되게 되었다.

기본통신협상이 올해 4월에는 이뤄지게 되어 있으며 1998년에는 EU를 비롯한 대부분의 주요 국가에서 완전자유화가 기대되고 있는 가운데 각국은 단계적으로 부분별 자유화를 시행하고 있다.

기존에는 세계 대부분의 통신시장이 자국의 지배적인 통신서비스 사업자에 의한 독과점적 시장을 형성하고 있었다.

기시시장에서는 주요 기술보유국에 의해 시장이 점유되어 있었



[도1] 환경변화와 대응전략 기본틀

으며 단지 단말부분에서 다수의 업자들이 참여하여 시장을 형성하고 있었다.

그러나 각국에서 부문별로 자유화가 시행되고 있으며 이에 따라 각국에서는 국내사업자를 대상으로 서비스시장을 개방하고 이어 대외개방을 추진하고 있다.

이러한 움직임의 축은 미국과 EU이다. 미국은 지난 2월 8일 클린터 대통령이 '1996년 통신법'에 서명함으로써 통신, 정보, 미디어 산업간의 진입장벽을 허물고 무한 경쟁시대로 접어들게 되었다.

이미 미국내 주요 사업자들은 경쟁력 강화를 위해 경영효율화, 합병, 매수 등의 조치를 광범위하게 취하고 있다. 미국의 이같은 움직임은 WTO기본통신협상에서 제반 진입규제와 영업규제를 철폐한 이번 통신법을 협상 참가국의 시장개방에 대한 모델로 강요된다.

한편, EU도 1998년 1월 1일부터 기본 음성서비스마저 자유화하기로 되어 있다. 우리나라도 예외일 수 없이 1998년 완전자유화를 추구하고 있다.

이같은 움직임은 독과점적 상태를 유지하던 기존의 대부분의 사업자에게는 불확실성을 고조시키는 요인이 되고 있다.

국내적으로는 기존 시장에서 새로운 경쟁자와 경합을 하여야 하므로 자사의 위상은 불확실한 상태에 놓이게 되고 국외적으로도 보다 치열한 경쟁을 하지 않을 수

없는 상태가 된다.

뿐만 아니라 새롭게 국내 시장에 진출하게 되는 신규 사업자의 경우도 불확실성은 유사하게 존재한다. 새롭게 국내 시장에 진출하여 정상궤도에 진입하기도 전에 외국의 대형 사업자들의 경쟁을 맞이하게 될 것이기 때문에 더욱 그러하다.

이러한 불확실성은 서비스산업에서나 기기산업에서나 마찬가지이다. 급속한 기술 발달에 의해 다양한 서비스가 도입되면서 이에 따른 기기부문의 경쟁도 불가피한 상태이다. 기기부문은 더우기 정보통신부문이 다른 산업분야보다 제품의 라이프 사이클이 짧은 점에서 불확실성이 가중된다.

## 2) 디지털화와 방송-통신 융합화 그리고 네트워크화

통신시장의 자유화와 개방은 세계적인 자유교역주의의 흐름이지만, 이를 더 가속시키는 원동력은 기술 발달에 있다.

그리고 구체적인 동인은 디지털화, 융합화 그리고 이를 네트워크화로 이어 나가는 미국의 NII전략이라고 하겠다.

디지털화의 진전은 방송과 통신의 구분을 무의미하게 만들고 있으며 이러한 움직임은 이들 사업 진입의 울타리들을 무너트리고 있는 것이다. 나아가 전국의 초고속 망으로의 네트워크화나 세계적인 네트워크의 구축은 제도적인 통합화, 단순화도 야기하고 있는 것이

다.

그러나 이러한 디지털화와 네트워크화의 과실은 해당 기술을 가지고 있거나 해당 네트워크를 구축한 사업자나 국가만이 즐길 수 있는 것이며 그렇지 못한 경우에는 철저히 소비시장으로만 전락할 위험이 있다. 그리고 그 결과는 정보통신의 시대로 불리우는 21세기 정보사회에 있어서 국가의 안위를 좌우하는 요인이 될 것이다.

그러한 점에서 이러한 추세는 대응능력을 갖춘 사업자나 국가에게는 기회가 되지만, 그렇지 못한 사업자나 국가에게는 위협이 되고 있어 불확실성을 높이고 있다고 하겠다.

## 3) 사업자들의 대응 양상

한편 상기의 환경변화에 따른 불확실성의 고조에 대해 미국을 위시한 선진 각국의 사업자들의 대응 양상도 다양하게 나타나고 있다. 이같은 선진국의 사업자들의 대응 양상도 다른 국가에는 불확실성을 가중시키는 또 다른 환경을 구성하고 있다.

이들 사업자들의 대응 양상은 먼저 수평적 통합으로 대변될 수 있겠는데 다양한 미디어산업, 통신산업 그리고 정보산업간에 매수와 합병 그리고 제휴가 활발히 이뤄지고 있다.

이러한 양상은 단지 일국에서 그치지 않고 세계적으로 전개되고 있어 국제적인 제휴와 매수, 합병

으로 이어지고 있다. 이같은 양상의 동인은 기술력 확보와 풍부한 자본력 확보에 있다. 대규모의 자본이 소요되는 초고속망 구축사업에 진출하거나 멀티미디어에 참여하기 위해서는 어느 누구와도 제휴할 수 있다는 것이 변화에 대응한 이들 사업자들의 입장이다. 아울러 이에 필요한 기술개발 및 확보 그리고 이를 표준화함으로써 시장을 확보하려는 치밀함마저 보이고 있는 것이다. 1998년 완전민영화를 추진하고 있는 도이치텔레콤이 자사의 이익을 앞세워 자국의 이익을 주장한 콜 수상의 의견을 수용하지 아니하고 프랑스의 Canal Plus가 대주주로 있는 SECA의 디지털 셋탑박스를 지지한 것은 단적으로 급변하는 상황에 처한 사업자들의 행태를 보여준 것이라고 하겠다.

#### 4. 결론 - 우리나라의 통신업계 의 대응능력과 대응전략

과연 우리나라의 해당 부문의 대응능력은 어느 정도인가?

통신서비스, 방송서비스부문은 독과점상태에 있었으며 정보서비스업은 발달이 되지 못한 상태이며 비록 높은 성장률을 보이고 있으나 통신기기업이나 정보기기부문의 대외시장 의존도도 높다. 소프트웨어부문도 급속한 성장을 보이고 있으나 아직 산업규모가 미미한 상태이다.

정보통신산업분야가 기술 의존

성이 매우 높은 분야임을 감안할 때, 이 분야에 있어서 우리의 기술축적은 우리가 경쟁해야 할 선진국에 미치지 못하는 것이 현실이다. 단지 반도체 메모리분야나 방송관련 단말이나 일부 부품분야 그리고 유선통신부문에서 앞서 있으나 대부분의 분야에서 기술축적이 필요한 상태이다.

그러한 면에서 대응할 능력이 충분하다고 하기에는 부족한 것이 현실이다. 그럼에도 불구하고 1998년 통신자유화를 앞두고 1996년 경쟁체제화를 위한 사업자선정을 추진하고 있는 국내시장은 기존의 사업자 입장에서나 기기업체 및 신규사업자 입장에서 불확실성이 높은 상황이라고 하겠다. [도1]의 I, II에 해당되는 전략을 선택해야 하는데 이는 기본적으로 정보의 충분한 수집을 기본으로 한다.

따라서 다음과 같은 대응전략을 모색할 필요가 있다고 본다.

첫째, 포트폴리오 전략의 일환으로 수평적 통합, 제휴를 확대한다. 이 분야는 고성장 분야이지만 리스크가 크므로 서비스를 다각적으로 전개 사업화 할 필요가 있다. 여기서 수평적 개념은 공간적 개념에까지 확대해석할 필요가 있다.

즉, 해외시장에서 적극적으로 서비스 사업자로 진출할 필요가 있다는 것이다. 이 때에는 연관효과(Linkage Effects)를 높일 수 있도록 하드웨어부문과 제휴한 사

업확대를 모색할 필요가 있다.

둘째, 해외시장진출시 미국, 영국, 러시아 등 기술선진국에는 자본력을 가지고 접근하고, 아시아, 남미, 아프리카 등 후진국에는 기술력을 가지고 차별적으로 접근할 필요가 있다.

대응능력에 비해 시장변화 및 이로 인한 불확실성이 크므로 정보수집 및 분석에 많은 투자가 필요하며 이에 대해서는 정보 풀(pool)제와 같은 전략이 필요하다.

셋째, 초기에는 기술도입 및 제휴로 사업의 활로를 개척할 수 있으나 궁극적으로 기술개발이 없이는 기술의 라이프 사이클조차 짧은 이 시장에서 존립하기 어려우므로 R&D투자를 지속적으로 할 필요가 있으며 그렇지 못한 경우에는 일정 수준의 선진기술을 보유한 외국의 기업들을 M&A전략으로 보유하여야 한다.

넷째, 시장개척은 근본적으로 소비자들을 개척할 필요로 연결되므로 보다 적극적인 마케팅 전략을 모색할 필요가 있다.

즉 소비자 지향적 제품화(product)와 가격차별화(price), 유통체계 다변화(place), 그리고 생활화하는 프로모션(promotion)이 필요하다고 하겠다.

마지막으로 통신서비스나 통신기기나 국내시장의 규모도 상당히 크므로 이에 대해서는 수입대체적 전략으로 접근하는 것도 필요하게 될 것이다.