

主題

# 한국통신프리텔의 미래 희망과 도전

한국통신프리텔 홍원표

차례

- I. 들어가면서
- II. 환경변화에 따른 사업 경영전략
- III. 맺음말

## I. 들어가면서

정보통신산업은 21세기를 이끌어갈 전략산업으로 그 중요성이 커지고 있다. 현재 진행되고 있는 정보통신산업의 변화추세는 가히 혁명적이라 할 수 있으며 이 통신혁명이 디지털경제의 흐름과 맞물리면서 미래산업의 축을 움직여 나가고 있다.

### 1. 변화와 과제

#### 가. 디지털시대의 도래

21세기 세계경제는 흔히 디지털경제 또는 지식기반경제로 표현되며 이러한 방향전환이 수년전부터 매우 빠른 속도로 이뤄지고 있다. 디지털혁명은 19세기말에서 20세기초에 발명된 정보통신기술에 1980년대 후반 디지털 기술이 접목되면서 전송능력, 연산능력, 네트워크에 혁명적 변화가 초래되었고, 1990년대 인터넷이 결합되면서 짧은 시간에 전

세계로 파급되고 있다.

디지털경제라는 개념은 디지털기술과 직접적으로 연결되는 전자, 정보, 통신산업, 혹은 이 기술을 활용하는 제조업과 서비스업에 관련하여서만 의미를 갖는 것이 아니라 이보다 훨씬 포괄적인 경제시스템의 변화를 일으키고 있다. 이에 따라 디지털경제시대에는 산업 패러다임, 경쟁의 규칙, 시장과 정부의 기능 심지어 전통적 가치관 등에도 변화를 가져올 것으로 예상된다.

#### 나. 정보통신혁명

디지털기술을 근간으로 한 정보기술의 혁신은 컴퓨터, 통신기기, 전송장비, 전송망 등의 급속한 발전으로 연결되었고, 이는 다시 음성, 문자, 화상 등 다양한 정보를 대상으로 신속, 정확하게 교환하는 것을 가능케 하고 있다. 최근에는 인터넷의 확산으로 정보전달의 속도와 범위가 폭발적으로 증가하고 정보교환의 대상도 국경을 초월하여 이뤄지고 있다.

또한 전자상거래는 기업, 정부, 소비자 등 경제주체들의 의사결정방식과 최적결정 원리를 근본적으로 변화시키는 요인으로 작용하고 있다.

정보통신산업에서 이뤄지고 있는 e-비즈니스의 확산과 통신혁명의 결과 새로운 산업이 나타나면서 다른 한편으로 기존 산업간 영역이 허물어지는 산업간 융화와 분화가 진행되는 가운데 기업과 소비자간의 직접연결, 재택근무, 소비패턴 변화 등으로 산업질서 자체가 변해 가고 있으며 최근 활발한 전략적 제휴는 이러한 변화를 반영한 것으로 볼 수 있다. 이러한 현상은 21세기에는 더욱 가속화될 것이며 기술진보와 사회적 요구사이의 상호작용을 통해 사이버 세상을 통한 버추얼 커뮤니티를 형성하게 될 것이다.

## 2. 미래산업 전망

미래 환경변화에 따라 기업은 소비자 기호 및 시장의 변화, 기술이나 신제품의 발전방향 등에 신속하게 대응할 수 있는 능력을 확보하는 것이 시장경쟁에서 이길 수 있는 필수 조건으로 작용하게 될 것이다. 특히 e-비즈니스확산에 따른 금융, 유통시스

템 등도 혁신적 변화를 경험함으로써 산업패러다임 변화는 가속화 될 것이다.

정보통신에서 말하는 가치사슬은 다음과 같이 콘텐츠, 플랫폼, 네트워크 및 단말기의 4가지 가치원천으로 구성된다. 가치원천은 정보통신의 발전에 따라 네트워크에서 단말기로, 단말기에서 플랫폼으로, 플랫폼에서 콘텐츠로 수익성이 높은 방향으로 가치가 이동될 것으로 예상된다.

## II. 환경변화에 따른 사업 경영전략

디지털시대의 도래와 인터넷의 확산에 따른 정보통신기술의 혁명에 기인한 환경변화로 통신사업자들은 새로운 도전에 직면하고 있다. 이에 따라 정보통신기술, 망, 서비스 및 사업구조 전반에 걸친 변화가 요구되고 있다.

### 1. 한국통신프리텔의 현 상황

이동통신사업을 시작한 1997년이래 한국통신프리텔은 세계적으로 유례를 찾기 힘든 초고속성장을 지속하여 세계 최대의 PCS회사로 자리잡고 있다.

표 1. 정보통신산업에서의 가치사슬 역할과 이동

	콘텐츠	플랫폼	네트워크	단말기
역할	데이터, 영상 등 정보내용물 제작	콘텐츠의 포트폴리오 구성 및 매체조합을 통해 서비스제공	물리적 망과 기술직 시스템 구축하여 정보전송	정보검색, 가공, 신기술을 활용하는 하드웨어 및 소프트웨어 산업
사업자	DB, 디지털 영상물 제작자	부가통신사업자, CATV, 지상파 방송국, ISP, Portal	유무선 통신사업자, CATV, 위성	하드웨어, S/W사업자
가치 이동	4	3	1	2

표 2. 한국통신프리텔 경영현황 ('99년말 기준)

구 분	'99년 12월
가입고객	○ 99년말 누계가입고객: 4,267,441명 (18%)
매 출 액	○ 22,588억원 (단말기 매출 포함)
종업원수	○ 844명
유 통 망	○ 3,634점
주요 주주군	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 한국통신 및 유관기관</li> <li>○ 대기업(효성, 현대 등)</li> <li>○ 외국법인 (캐피털커뮤니케이션, 모토로라, MS, 쉐콤)</li> <li>○ 금융기관 (한빛은행, 한국종합기술금융, 국민은행 등)</li> <li>○ 언론기관 (동아, 중앙, 한국경제신문)</li> <li>○ 기타 중소, 중견기업</li> </ul>

이는 한국통신 100년의 기술노하우와 과감한 투자, 유능한 경영진과 통신사업경험이 풍부한 인력 등으로 인해 가능한 것이었다.

'99년말 현재 이동전화 전체 시장의 18%인 420만여명의 가입고객을 유치하였고, 162억원의 영업이익을 달성했다.

한국통신프리텔은 '정보전화016'으로 시작하여 21세기 네트워크통신의 시대를 맞아 최고의 이동전화

에서 핸드넷, 모빌넷, 무선인터넷서비스에 이르기까지 차세대 이동통신을 주도하고 있다. 세계 최초로 PNS(Personal Network Services)개념을 도입하였으며 최근에는 Network, Next, New세대를 지향하는 N개념을 브랜드에 도입하는 과감한 마케팅전략을 구사하여 새로운 서비스개념을 시장에 확산시켜 나가고 있다.

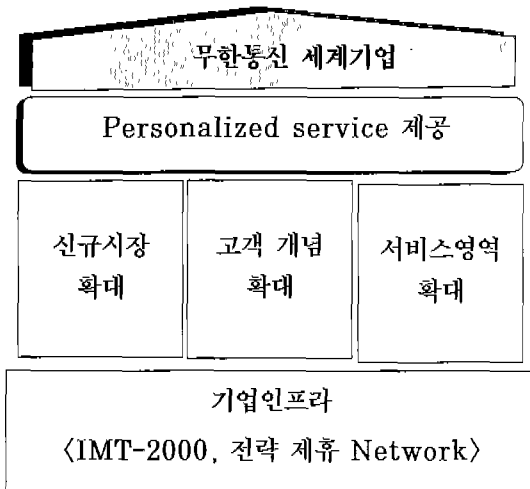
표 3. 기존 PCS와 PNS

PCS		PNS
개별, 대량판매 정보서비스	개 념	통합된 개인맞춤정보서비스
Your own phone (any time, any where, any one)	특 징	Your own walking network (any information, any network, any terminal)
음성중심서비스	제공방식	통합서비스(음성, 메시지, 데이터)
Medium speed(14.4~28.8kbps)	속 도	High speed(57.6 ~ 115.2kbps)

## 2. 한국통신프리텔의 21세기 비전

한국통신프리텔은 21세기 환경변화에 따른 무선 통신시장에서의 위상을 정립하고 '정보'통신'인간의 융화'라는 한국통신그룹의 기업이념을 지속적으로 실현함으로써 고객, 주주, 국가, 그리고 지역사회에 이바지할 것이다. 기업이념실현을 위해 한국통신프리텔은 다음과 같은 체계하에 그 비전을 달성하고자 한다.

그림 1. 한국통신프리텔의 비전 추진 체계



비전의 달성과정에서 한국통신프리텔은 고객의 삶을 높여주는 기업, 사원의 능력과 잠재가치를 극대화시켜주는 기업, 3년내 기업가치 60조원을 달성하여 주주만족을 이루는 기업, 환경과 사회를 생각하는 열린 기업의 네가지 목표를 동시에 추구한다.

한국통신프리텔은 450만 이동전화가입고객과 전국 이동통신망을 기반으로 하여 세계최초의 유무선 종합 Portal 서비스를 이미 출시하였다. 더 나아가 Microsoft, Qualcomm 등과의 전략적 제휴를 통해 무선인터넷서비스의 리더로서의 위치를 공고히 하고 있으며, 어플리케이션 및 콘텐츠 분야의 사업

영역을 더욱 확대 발전시켜 나갈 것이다.

## 3. 비전달성을 위한 경영전략과제

한국통신프리텔은 21세기 비전 달성을 위해 몇 개의 핵심분야에 기업역량을 집중해 나갈 계획이다. 기업인프라의 강화를 기반으로 기존 사업 및 서비스 영역을 확장하고, 정보공간의 개인화를 이워나감으로서 사내 핵심역량의 강화에 대한 노력을 지속적으로 추진해 나갈 것이다.

### 가. 기업인프라 구축

#### 1) IMT-2000 사업준비

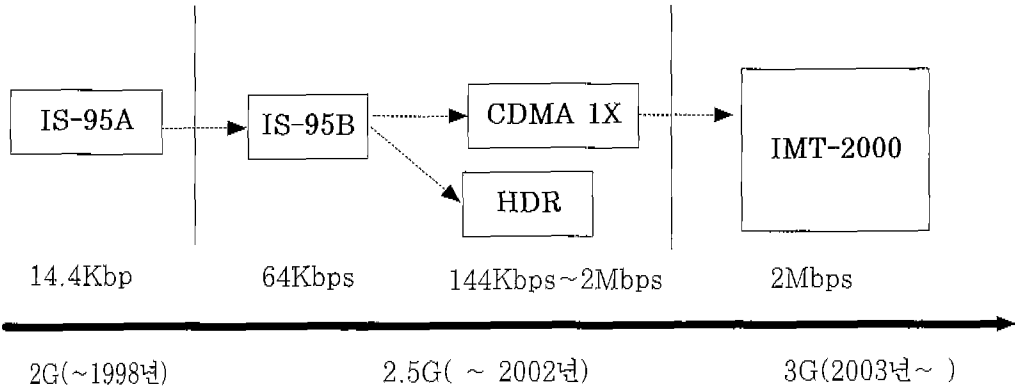
언제 어디서나 원하는 정보를 손쉽게 얻을 수 있도록 하는 무한통신세계기업의 비전 달성은 IMT-2000을 통해서 달성될 것이다. 고속멀티미디어 통신시장을 지향하는 IMT-2000은 현재 유선과 무선이 지닌 한계점을 보완하고 장점을 통합하여 멀티미디어 정보를 즉시 전송할 수 있는 서비스라 할 수 있다.

개인화(Personalization), 고도화, 지능화, 멀티미디어화 되는 수요 변화추세와 다양한 인터넷서비스의 이용경험 등이 고속멀티미디어통신에 대한 수요 기반을 만들어 내고 있다.

IMT-2000은 자체 사업의 성장잠재력뿐만 아니라 전후방 관련 산업의 파급효과가 커서, 산업전체의 지식기반화를 촉진하고 개인화된 서비스로 개인 삶의 질을 향상시킬 것으로 보인다.

한국통신프리텔은 '서비스게시 5년내 국내 제1사업자로의 부상'을 전략목표로 삼고, 현재의 네트워크 및 주파수의 활용 효율성을 제고하여 점진적으로 데이터속도를 높여가는 단계적 서비스 진화를 추진하고, 한국통신 그룹차원의 사업권 확보에 주력하고 있다.

그림 2. 이동통신서비스 진화전략



2) 전략적 제휴망 구축

전략적 제휴의 필요성이 부각되고 있다.

비전달성을 위하여 인력, 자금, 기술 등 부족한 자원을 보강하고 신규사업 진출시 예상되는 진입장벽 극복과 시장선점을 위한 신속한 사업추진을 위해

한국통신프리텔은 전략적 중요도, 비즈니스 모델의 위험정도, 핵심역량과의 일치성 등을 고려하여 제휴대상 기업에 대한 사업평가를 수행한다. 사업다

표 4. 전략적 제휴의 유형

주요 유형	형 태
업무 제휴 (단순거래관계)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 기술제휴 : 공동연구개발, cross licensing 협약</li> <li>○ 생산제휴 : 공동생산, 부품공용화</li> <li>○ 마케팅제휴(Cross-distribution Agreement)</li> <li>○ 영업업무제휴</li> </ul>
Venture Capital 투자	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 벤처캐피탈투자를 통한 간접지분참여</li> </ul>
직접 지분참여제휴 (equity-stake alliance)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 사업협력 제휴를 포함</li> </ul>
제휴 Joint Venture	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 모기업과 독립된 사업체, 제휴사들의 자본투자</li> </ul>
M&A	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 인수(Acquisition) : 경영권 획득을 위한 주식/자산 취득</li> <li>○ 합병(Merger) : 둘 이상의 회사가 청산절차를 거치지 않고 하나의 회사로 합쳐지는 형태 (권리의무의 포괄이전)</li> </ul>

각화를 위한 영역확장 가능성 및 핵심사업화에 대한 잠재력이 클수록 제휴의 강도는 커지게 된다.

#### 나. 사업영역의 확대

한국통신프리텔은 world network기반으로 서비스 차별화를 이루고 다음과 같이 사업영역의 확대를 통해 기업비전을 달성하고자 한다.

##### 1) 서비스영역 확대

한국통신그룹의 정보유통사업에 대한 적극 진출, 인터넷보급에 따른 e-비즈니스의 급속한 확산과 음성전화시장의 성장둔화에 따라 무선인터넷의 장점을 더욱 강화시킬 수 있는 유무선종합 Portal 사업을 확대 전개한다. '국내 제1의 유무선종합 Portal 구축'을 통해 기업가치 15조원 창출을 전략목표로 설정하였다. 유무선포털사업은 유무선통합의 시너지를 극대화하고, location, m-commerce 서비스 등 이동성의 강점을 활용하여 추진하며, 한걸음 더 나아가 전문적이고 국제적인 site로 들어갈 수 있는 'service hub site'를 구축함으로써 서비스 영역을 확대해 나가고 있다. 이를 통해 커뮤니케이션, 정보, e-commerce, m-commerce, 위치정보 서비스, 무선결제 등의 서비스를 제공하게 된다.

또한 서비스영역의 확대는 유선과 무선서비스를 통합하거나 기존서비스와 신규서비스를 합하는 bundle서비스를 개발함으로써 더욱 활성화될 것이다.

##### 2) 고객확대

서비스의 확대는 고객자체의 확대로 이어진다. 울

한해 업계의 최대 화두로 떠오를 것으로 보이는 근거리무선접속기술 블루투스(bluetooth)<sup>1)</sup>가 현재 근거리 무선데이터통신의 새로운 전세계 표준으로 급부상하고 있다. 단말-기계간의 통신에 이용되는 'non-human application'은 3 ~ 4년내 1천만 신규시장이 형성될 것으로 예상되며, 소비자의 생활을 @016단말기 중심으로 이전케 될 것이다.

블루투스를 적용한 근거리영역에서는 홈오토메이션기기, 자판기, 주차장 등의 지불서비스를 제공하며, @016단말을 이용한 카네비게이션(car navigation), 노트북 등의 응용서비스를 제공할 수 있다.

##### 3) 신규시장 확대

새로운 패러다임하의 경쟁체제에서 세계적인 종합서비스회사로 발돋움하기 위해 핵심사업을 지원하는 금융관련, 음성/데이터 트래픽관련, 해외사업 관련분야로의 진출을 도모하고자 한다.

먼저 e-비즈니스환경에서 핵심사업을 지원하는 금융분야로 venture capital, 금융 portal, 전자화폐, cyber card 등 상거래상의 지불솔루션 사업에 진출한다. 특히 창업투자회사에의 참여는 기술습득능력배양과 제휴사관리의 학습기회를 제공하고, 적은 자본투자로 여러 기술적 대안에 투자가 용이한 장점이 있다.

음성, 데이터 통화량을 증가시키는 분야로는 국제별정통신사업, VoIP사업에의 시장 개척이 요구되고 있다.

또한 국내에서 성공한 서비스, 비즈니스 모델 및 솔루션을 갖고 해외시장에 진출하여 글로벌통신시장을 개척하고 있다.

1) 블루투스는 1Mbps속도로 최대10m내의 노트북, 휴대단말기, 디지털카메라, 프린터, MP3플레이어 등 각종 단말기들을 무선접속해 사용할 수 있는 기술이다. 에릭슨, 모토로라, 노키아 등 주요 이동전화제조업체 및 MS, IBM, 인텔, 루슨트 테크놀러지 등 1,000여개 이상의 세계 기업이 참여하고 있다.

#### 다. 개인화서비스 실현

어느 때, 어느 장소에서도 즐길 수 있는 개인화된 정보, 커뮤니케이션, 엔터테인먼트서비스의 구현이 당국적인 한국통신프리텔의 고객서비스 비전이라 할 수 있다.

한국통신프리텔이 지향하는 개인화서비스의 실현은 크게 다음의 세가지 추진전략을 통해 이뤄진다.

첫째, 고객니즈에 적합한 정보서비스의 단순제공에서 정보기술의 발달과 고객교육을 통해 사용자가 직접 서비스를 정의하고 디자인하는 서비스의 제공이다. 이는 동우회 등의 그룹형 번들서비스에서 개인형 번들서비스의 형태로 제공된다. 둘째, 시장세분화 및 시장접근 우선순위에 의한 집중적 시장공략을 추진한다. 사이버공간이나, 기업고객, 그룹고객 등에서 다양한 마케팅전략을 진행한다. 셋째, 커뮤니티를 기반으로 하는 고객네트웍을 형성한다. 이는 유무선인터넷에 실시간 1대1 대화, 채팅, 동우회 구성 등 쌍방향 커뮤니케이션을 실현하는 새로운 공동체를 추구한다.

### III. 맺음말

통신전문기업으로서 국민의 두터운 신뢰하에 성장한 한국통신프리텔은 현재 후발사업자 중 1위, 전체 이동통신업계 2위로 자리잡으면서 급변하는 국내외 환경에 적합한 새로운 마케팅전략과 경영전략의 구사를 통해 사업개시 2년만인 1999년에 162억원의 영업이익을 달성하였다.

이제 한국통신프리텔은 급변하는 경쟁환경 속에서 미래에 대한 밝은 희망을 간직한 채 현재 당면하고 있는 여러가지 도전들을 극복해 나갈 것이다. 21세기 한국통신프리텔은 네트워크사업에서 정보유통으로 사업범위를 확장하고, 차별화된 개인화서비스에

기반을 두어 시장주도권을 확보함으로써 수익성, 시장가치 및 재무안정성 등에 있어 초우량기업이 될 것이다. 또한 세계적 기업과의 전략적 제휴 등을 통하여 국내 제일을 넘어서 명실상부한 World Class Company, 세계기업으로 발돋움하는 세계속의 프리텔이 되기 위하여 전 임직원 모두 중단없는 노력을 경주해 나갈 것이다.

#### 홍 원 표

- 1983년 서울대학교 공과대학 전자공학과(학사)
- 1984년 미시간대학교 전기공학부(석사)
- 1987년 미시간대학교 전기공학부(박사)
- 1990년 스토브슨 대학 기술경영 전문과정
- 1988년~1994년 벨통신연구소(Bellcore : 미국 뉴저지주) - 프로그램 매니저
- 1994년~1996년 한국통신 연구개발본부 PCS 개발 총괄실장
- 1997년~1997년 한국통신프리텔(주) 기술기획총괄팀장(이사)
- 1998년~1998년 전략기획실장
- 1999년~현재 기획조정실장(상무)
- 1985년 국제 로타리클럽상
- 1991년 일본통신상 국제협력상
- 1992년 미국 IEEE Senior Member
- 1999년 한국능률협회 최고 지식 경영자 상