

통신비용 확대여지 분석 및 통신서비스 시장확대를 위한 접근
Analysis of subscriber's payment strength for telecom service fee &
Approaches to expand telecom service market volume

최재경, 박정석, 이지형

한국전자통신연구원 신사업전략연구팀

jkchoe@etri.re.kr, parkjs303@etri.re.kr, leejeehy@etri.re.kr

Abstract

이동전화와 초고속인터넷을 중심으로 급격한 성장을 나타냈던 국내 통신서비스 시장은 최근 몇 년 동안 정체 상태를 나타내고 있다. 정보통신강국을 기치로 내걸고 강력한 드라이브를 걸고 있는 정부 입장에서나 당장 사업성과와 직결되어 있는 통신사업자의 입장에서는 통신서비스 시장이 장기적인 침체현상을 나타내는 원인을 규명해 내야 할 필요성이 증가하고 있다. 이는 원인규명을 통해서만 이에 대한 해결책의 마련을 통해 새로운 돌파구의 마련과 성장의 동력을 개발할 수 있기 때문이다. 이에 본 논문에서는 가계소득과 가계지출의 추이 및 가계지출 구성항목의 비율 변화 등에 대한 분석을 통해 소비자들의 통신비 지급여력을 분석하고, 신규로 제공되는 서비스의 속성과 지불의사 등을 기준으로 통신비가 증가할 여지가 있는지를 분석하고자 한다.

1. 서론

과거 이동전화와 초고속인터넷을 중심으로 급격한 성장을 나타냈던 국내 통신서비스 시장은 최근 몇 년 동안 지속적인 정체 상태에 빠져 있다. 이제는 사실상 필수재처럼

되어버린 이동전화 서비스와 초고속인터넷 서비스 외에는 특별히 추가적으로 가입을 유도할 만한 신규 서비스의 제공이 이루어지지 않았다는 점에서도 그 원인을 찾을 수 있겠지만, 그 외에도 통신서비스 수요와 공급 측면에서 다른 요소들이 영향을 미칠 수 있으며, 보다 다양한 관점에서 통신서비스 시장의 정체 현상에 대한 근본적인 원인의 분석이 요구된다. 이는 통신서비스 시장이 장기적인 침체현상을 나타내는 원인을 규명해 내야지만, 이에 대한 해결책의 마련을 통해 새로운 돌파구의 마련과 성장의 동력을 개발할 수 있기 때문이다. 이에 본 논문에서는 가계소득과 가계지출의 추이 및 가계지출 구성항목의 비율 변화 등에 대한 분석을 통해 소비자들의 통신비 지급여력을 분석하고, 신규 제공되는 서비스의 속성과 지불의사 등을 기준으로 향후에 통신비가 증가할 수 있는 여지가 있는지를 분석하고, 현재 나타나고 있는 통신서비스 이용패턴의 변화 양상을 파악하여 통신사업자들이 통신서비스 시장에 대한 유효한 접근을 시도를 위한 시사점을 제시하고자 한다.

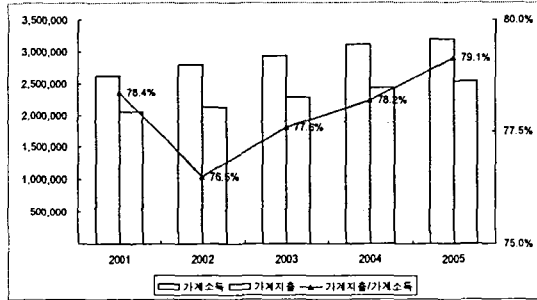
본 논문의 구성은 다음과 같다. 2장에서는 가계수지 및 통신비 지출 현황에 대해 분석하고, 3장에서는 가계수지와 통신비 지출 규모를 전망하였다. 4장에서는 본 논문의 내용을 요약하고, 결론과 시사점을 제공한다.

2. 가계수지 및 통신비 지출 현황

2.1 가계수지 현황

가계소득 대비 가계지출 비율은 2002년 이후 지속적으로 상승하는 추세로 2002년 76.5%에서 2005년에는 79.1%로 증가하였다.

<그림 1> 가계소득 및 가계지출 변화 추이



(자료 : 통계청, 2005.7)

또한, 아래 <표1>과 같이 가계소득 증가율 보다 가계지출 증가율이 높게 나타나고 있다. 이는 낮은 임금인상율, 청년실업 및 조기퇴직 증가 등으로 가계소득 증가속도 둔화되고 있으며, 유가 상승에 따른 물가상승 압력, 세금 및 준조세 부담 증가에 따른 비소비 지출 증가로 가계지출 증가 가속화에 따른 것으로 분석된다.

[표 1] 가계소득 및 가계지출 증가율

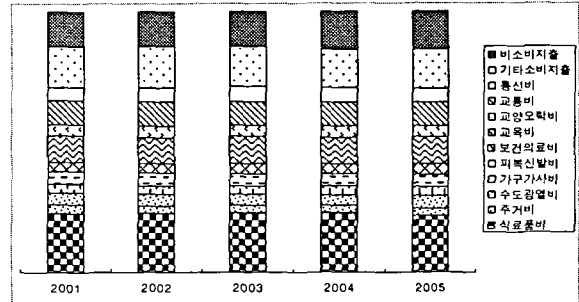
	2002 /2001	2003 /2002	2004 /2003	2005 /2004
소득 증가율	6.4%	5.3%	5.9%	2.8%
지출 증가율	3.8%	6.8%	6.7%	4.1%

(자료 : 통계청, 2005.7)

가계지출의 구성 내용은 식료품비(22.7%)와 기타소비지출(15.4%), 비소비지출(13.8%)이 가장 높은 비율을 차지하고 있으며, 교육비(9.9%), 교통비(9.2%), 통신비(5.4%) 등도 높은 비율을 차지하고 있다. 일부 항목의 소폭 변동(식료품비 감소, 비소비지출 증가) 외에는 구성항목간에 안정적인 비율을 유지

하고 있으며, 향후에도 특별한 외부요인이 없으면 현재와 같은 안정적인 구성비율을 유지할 것으로 전망된다.

<그림 2> 가계소비 구성항목 변화 추이

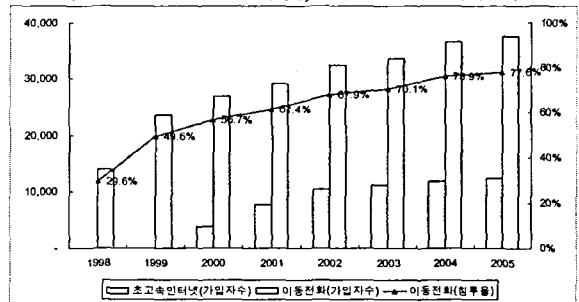


(자료 : 통계청, 2005.7)

2.2 통신비 지출현황

과거 몇 년 동안 유선전화와 PC통신 시대에서 이동전화와 초고속인터넷 서비스 중심 시대로 전이되며 급속한 가입자 확대 현상(1998~2002)이 발생하며, 폭발적인 가입자와 시장의 성장세를 시험하였으나 초고속인터넷 서비스와 이동전화 서비스 확산 일단락 및 포화상태 진입으로 통신비 증가가 제한적이며, 최근 몇 년 동안 통신서비스 시장의 정체가 심화되고 있다.

<그림 3> 초고속인터넷, 이동전화 가입자 수

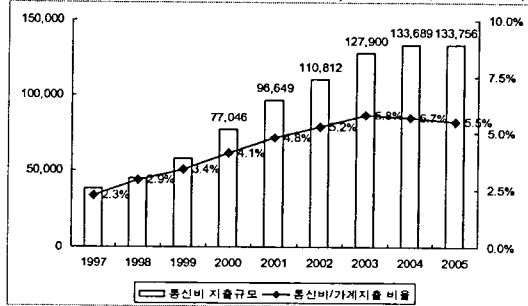


(자료 : 우리투자증권, 2005.1)

초고속인터넷, 이동전화 이후에는 별다른 킬러 어플리케이션의 등장이 없어 전체 시장규모가 정체 상태이며, 초고속인터넷 서비스는 정액제로 제공되고 이동전화는 무선인터넷을 중심으로 부가서비스 성장하고 있지만 음성전화 요금 인하 효과로 정체 상태에 머물러 있다. 또한,

통신사업자간 가격경쟁 심화와 결합상품 제공, 요금인하 등(초고속인터넷 + CATV, 이동전화 약정할인, 무제한요금제 도입)이 통신비 규모정체 심화요인으로 작용하고 있다.

<그림 4> 통신비 지출규모, 지출비중 변화



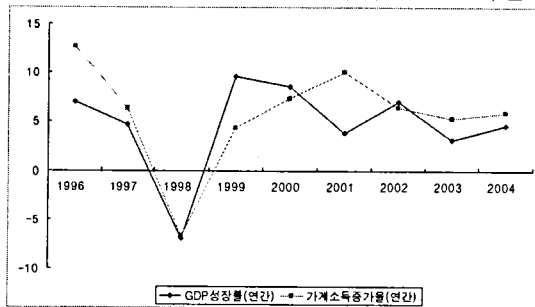
(자료 : 통계청, 2005.7)

3. 가계수지 및 통신비 지출 전망

3.1 가계수지 전망

최근 GDP 성장을 하락에 따라 가계소득의 증가속도가 둔화되는 추세이며, 잠재성장을 또한 2005년~2014년 기간 동안 4.6%로 전망(한국은행, 2005.8)되고 있어 과거와 같은 고도성장 달성이 어려워 가계소득 증가 역시 제한적일 전망이다. 향후에 가계소득의 증가 속도는 4~5%로 예상된다.

<그림 5> GDP 성장을 및 가계소득 증가율

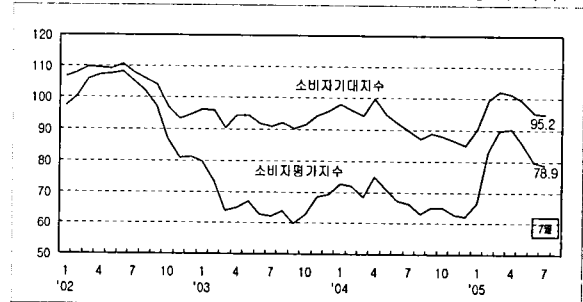


(자료 : 통계청, 2005)

또한, 고용불안과 실업증가, 자본소득 감소 등의 영향으로 현재소비의 미래소비로의 이전 현상(저축)의 심화가 초래되고 있으며, 가계지출의 제한적인 증가가 예상되고 있다.

소비자평가지수 및 소비자기대지수는 지속적인 침체 상태로 현재의 생활형편이나 미래소비에 대한 부정적인 태도를 유지하고 있고, 고유가, 원자재 가격 상승으로 인한 인플레이션 압력 가중되고 있으며, 소비자 조사 결과 생필품 제외한 물품, 서비스에 대한 구입연기 의향(대한상공회의소 설문자료, 2005.8)을 나타냈다. 아울러, 지속적인 조세 및 준조세에 대한 부담 증가로 비소비지출 항목의 비중 확대가 예상된다.

<그림 6> 소비자기대지수 및 소비자평가지수

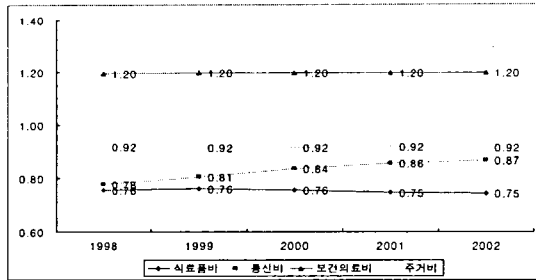


(자료 : 통계청, 2005.8)

3.2 통신비 지출 전망

소득탄력성을 기준으로 했을 때 통신비는 필수재적 성격에서 점차 변화하고 있다.[1] 통신비의 소득탄력성은 0.87(2002년 기준, 이하 동일)로 음식료품비(0.75), 주거관련비(0.92)의 중간 수준이며, 보건의료 및 교양오락비(1.20)보다는 현저히 낮은 수준이다.[2] 아울러, 분석대상 기간 중 다른 지출항목들의 소득탄력성의 변화는 미미한 반면, 통신비의 소득탄력성은 상승추세를 유지하며, 점차 필수재에서 선택재로 그 성격이 변화되고 있다. 그러나, 이 시기는 초고속인터넷 서비스와 이동전화 서비스에 대한 급속한 가입자 증대가 이루어졌던 시기로 그 이후에도 통신비에 대한 소득탄력성의 상승세가 유지되었는지, 또 기본적인 통신서비스(음성, 접속 니즈 충족)와 부가서비스 및 콘텐츠(정보, 오락, 엔터테인먼트 니즈 충족)로 구분하여 별도로 소득탄력성을 분석해야만 의미있는 결과를 도출할 수 있을 것이다.

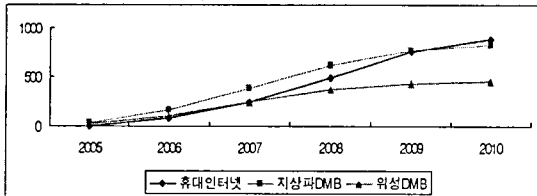
<그림 7> 소득(총지출)탄력성의 추정치



(자료 : 김원년, 우리나라 도시가구의 인구학적 특성별 통신수요의 탄력성 추정에 관한 연구, 고려대, 2003)

한편, 통신사업자들은 HSDPA, WiBro, DMB 등 신규서비스의 제공으로 통신시장의 확대를 기대하고 있으나, 그 효과의 정도는 제한적일 전망이다. 보편적으로 신규 서비스의 제공에 앞서서 수요예측이 선행되는데 이 때 서비스별로 개별적인 수요예측을 하게 되며, 결과적으로 가입자 및 시장규모의 중복산출 문제를 안고 있어 전체 통신시장의 확대 규모에 대한 과대추정 오류를 범하게 된다. 신규 서비스로 기대를 모으고 있는 HSDPA, WiBro, DMB 등은 이동전화, 초고속인터넷, 방송 서비스에 대한 대체 또는 보완(결합)적 성격 강하며, 유사한 성격의 대체 가능한 서비스를 복수 이용하는 경우는 제한적이며, 신규 서비스의 제공으로 신규 시장 창출보다 전환가입에 의한 시장대체 효과가 클 것으로 전망된다

<그림 8> WiBro, 지상파/위성 DMB 수요전망



(자료: WiBro 전망-KISDI, 지상파/위성DMB 전망-ETRI)

HSDPA, WiBro, DMB 등은 대부분 고속의 무선데이터통신 제공에 주력하는 공통점을 갖고 있으며, 신규 서비스와 유사한 성격을 갖는 2.5G 이동통신 및 무선랜과의 뚜렷한

차별성이 없으며, 2.5G 이동통신과 무선랜 경우에도 이동형 데이터통신에 대한 수요 부진 경험에 있어, 해당 원인의 파악과 해결 없이는 관련 서비스 시장의 성장은 어려워 보인다. 한편, 신규 서비스에 대한 지불의사금액과 기존 서비스의 ARPU 수준을 비교하면 기본적인 통신니즈 충족 측면에서의 시장확대 요인으로 작용은 제한적일 가능성이 큰 것으로 나타난다.[3]

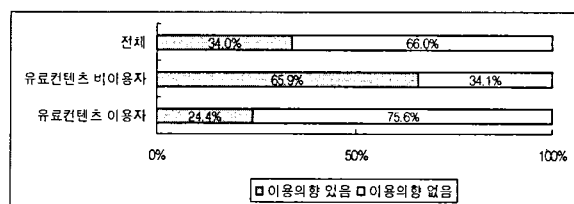
[표 2] 서비스별 지불의사액/ARPU 수준

서비스	휴대인터넷	이동전화	초고속인터넷
지불의사금액 (기존서비스는 현재의 ARPU)	28,841원	26,891원 (기본료 +음성통화료)	28,650원 (접속료)

(자료 : 유승훈, “휴대인터넷 가입시기 및 지불의사액 분석”, 통신시장, 2004.9, Fact Sheet, SK텔레콤(이동전화), 2005.8, 허원, “유무선 수익격차 심화”, 파이낸셜뉴스, 2004.12.10)

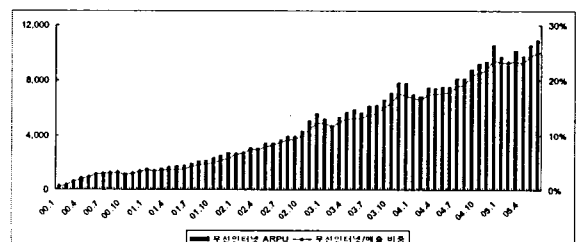
반면, 유료 콘텐츠의 이용금액과 향후 이용의향의 경우 증가세가 유지되고 있으며, 기본 서비스(음성, 접속)의 ARPU 하락과 대조적으로 콘텐츠나 무선데이터통신의 ARPU 확대는 지속되고 있다. 콘텐츠(정보, 오락)의 경우, 고속의 무선데이터통신 활성화 정도에 따라 콘텐츠 이용량 및 서비스 사용량 증가에 의한 ARPU의 확대 가능성은 상존하는 것으로 판단된다.

<그림 9> 유료 콘텐츠에 대한 이용의향



(자료 : “정보화 실태조사”, KRNIC, 2004.12)

<그림 10> SK텔레콤의 무선인터넷 ARPU 추이



(자료 : Monthly Fact Sheet, SK텔레콤, 2005.8)

통신서비스의 제공 내용은 기본적인 통신 니즈 충족에서 정보/오락 니즈 충족의 단계를 거쳐 유비쿼터스(ubiquitous) 환경에서는 일상생활 전 분야로 확대될 전망이다. 디지털 기술과 통신 기술의 발전으로 인해 과거에는 별도의 산업으로 존재했던 영역과 통신서비스의 융합이 촉진되고 있다. 따라서, 통신서비스가 제공해 줄 수 있는 가치사슬의 확대를 통해 다양한 부가서비스를 포함, 새로운 형태의 서비스를 창출할 수 있는 기회로 활용할 필요가 있다. 이와 같은 분야로는 교육, 의료, 영상, 음악 등의 분야가 있으며, 이들 분야에 대한 현재의 가계지출 규모는 통신비의 3배 규모에 달하고 있다. e-Learning 등의 온라인교육, u-health 등의 영상진료, IPTV와 DMB 등 통방융합 및 멀티미디어 서비스의 제공을 통해 해당 산업영역에 대한 진출 시도가 유효할 전망이다.

4. 결론 및 시사점

4.1 결론

통신비 지출의 증가를 유도할 수 있는 긍정적인 요소로는 다음과 같은 것들이 있다. 첫째 콘텐츠 및 부가서비스 시장의 성장이다. 콘텐츠 및 부가서비스의 ARPU 및 전체 매출액에서 차지하는 비중 모두 증가추세이며, 콘텐츠의 적용 범위와 가치사슬의 확대 현상이 나타나고 있다. 둘째, 컨버전스 적용범위의 지속확대로 인한 시장기회 창출이다. 통신서비스의 적용범위가 일상생활 분야로까지 확대되면서 별도로 존재하던 산업영역에까지 통신서비스의 적용 범위 확대로 통신시장에 제한적인 사업영역 확대가 가능할 전망이다. 반면, 통신비 지출을 억제

하는 부정적인 요소로는 다음과 같은 것들이 있다. 첫째, 가계소득 증가세 둔화 형상이다. 전체 경제의 성장속도 둔화와 고용 측면에서의 구조적인 요인으로 가계소득 증가율 낮아지고 있다. 둘째, 가계지출 증가 요인의 증가이다. 인플레이션 압력이 가중되고 있으며, 비소비지출에 대한 부담이 증가하는 등 가계지출 증가를 초래하는 요인이 출현하고 있다. 셋째, 신규 서비스 제공에 의한 시장확대 효과가 제한적이라는 점이다. 신규 서비스의 출현에 따라 신규 수요 창출보다 전환 가입하는 비율이 높을 전망이다. ARPU 수준도 기존 서비스의 ARPU와 비슷할 전망이다.

4.2 시사점

결론적으로 가계소득 및 가계지출, 신규 서비스 속성 및 지불의사 등을 고려할 때 통신비 지출은 정체 상태 전망되나[4], 콘텐츠 및 부가서비스 시장 규모의 확대 정도에 따라 전체 통신시장의 성장속도가 달라질 것으로 전망되며, 일상생활 분야로까지 컨버전스 및 통신서비스 적용범위를 적극적으로 확대할 때 통신시장의 확대는 유효할 전망이다. 따라서, 통신사업자의 입장에서는 통신서비스 외의 분야에 대한 가치사슬의 확대 노력을 통해 시장정체와 사업성과 약화에 대한 돌파구를 마련해야 할 것이다.

참고문헌

- [1] 김정현, 최현자, “소득탄력성을 통해 본 도시가계의 소비지출양식에 관한 연구”, 소비자학연구, 제13권, pp.265-292
- [2] 김원년, 김양중, “우리나라 도시가구의 인구학적 특성별 통신수요의 탄력성 추정에 관한 연구”, 고려대학교, 2003
- [3] 유승훈, “휴대인터넷 가입시기 및 지불의사액 분석”, 통신시장, 통권 56호, 2004. 9
- [4] 이영수, “신규 통신서비스 수요촉발 어렵다”, LG주간경제, 2004. 2. 4.