

통신환경 변화에 따른 무선호출 발전전망

김 종 길

((주) 나레이동통신 대표이사)

□ 차 례 □

I. 서 론

II. 국내 무선호출서비스 발전 개요

III. 해외 무선호출 서비스 제공현황 및 전망

IV. 신규 / 부가서비스의 개발노력

V. 결 론

I. 서 론

현대의 통신 및 컴퓨터, 방송사업은 그 사업의 필요성에 의하여 급속도의 결합이 추진되고 있으며, 이제는 하나의네트워크를 통해 음성 및 데이터, 영상정보등이 한꺼번에 전달하는 단계에 와 있다. 특히 통신 산업분야에서는 유선과무선이 결합된 개인휴대통신 서비스, 국내와 국제통신이 결합되는 저궤도 위성통신 서비스(LEO)등이 출현하여 기존의사업자의 영역구분을 유명무실하게 만들고 있다. 또한 정보통신분야는 첨단산업으로써의 중요성 뿐만 아니라, 다른 산업의 정보화를 촉진시키고 국가경쟁력을 제고 한다는 인식이 확산됨에 따라 정책적인 관심도 고조되고 있는 현실이다.

정보통신사업중 최근에 가장 급속히 발전을 하고 있으며, 통신사업자 뿐만 아니라 제조사까지도 많은 관심을 모우고 있는 전파통신 분야는 급속히 진행되고 있는 기술의 혁신을 통해, 기본적으로 제공하는 서비스 이외의 신규서비스 개발에 박차를 가하고 있으며, 이를 통해 통신서비스의 통합화 고기능화, 다기능화가 이루어지고 있다. 각 통신 사업자간에서도 대내외적으로 각종제도에 대해서 고객지향적인 방향의 개선을 도모하고 있으며, 각종 시설확충을 통하여 서비스품질의 향상으로 고객만족을 실현하고자 하는 움직임이

경쟁적으로 일어나고 있다.

90년대 통신산업 발전의 기본조류는 통신산업에 경쟁을 적극적으로 도입하면서 통신과 방송등에 대한 영역 구분의 제거하고 있다는 점과 이에 따른 공정경쟁의 체제를 정비하고 있다는 것, 또한 서비스의 제공범위에 대해서는 공중 정보화에서 개인정보화로 진행하고 있다는 점등의 3가지 큰 주류를 이루고 있다할 것이다. 또한 이와함께 이동통신, 위성통신, 멀티미디어 통신, 지능망(IN) 기술이 통신진반적인 발전을 선도함에 따라 통신사업자들은 경쟁에서의 우위확보를 위한 시장지향적 사업전개와 Global Network의 구축을 위한 전략적인 제휴를 하고 있는 실정이다.

통신기술의 급속한 발전으로 서비스가 다양화되고, 고객의 다양한 니즈가 출현함에 따라 정부의 시장조성 기능이 상대적으로 약화되었으며, 정보통신의 역할이 각종 세계환경 및 사회 문제등의 해결에 있어서 역할이 증대되고 있다는 점등으로 인하여, 향후 통신서비스의 경쟁개념 도입은 지속적으로 추진될 것으로 전망되어진다.

1993년에 무선호출 제2사업자가 출범하면서 통신서비스분야의 다원적 경쟁체제가 시작하게된 무선호출 분야는 통신서비스의 국내외 경쟁력 강화라는 측면에서 긍정적으로 평가되는 경쟁체제의 도입이라 할 것이다. 이런 다원적, 입체적 경쟁체제의 도입의 결과, 수요층의 저변 확대 및 소

비자의 보급율이 증대되었다는 점에서 큰 의미를 부여할 수 있다고 할 것이다. 즉, 소비자의 다양한 니즈를 만족하기 위한 각종 기술의 개발, 고객 지향적인 제도의 개선, 서비스 지역의 확대, 각종 시설의 확충 및 이에 따른 수산물질의 향상 등에 대한 각 사업자들의 노력에 의해, 통신서비스를 고객만족으로 실현하고자 하는 움직임이 활성화되었다는 점은 경쟁체제의 도입에 의한 긍정적인 성과라고 할 수 있을 것이다. 이러한 긍정적인 평가에 반하여, 각 사업자는 통신개방 및 경쟁체제의 심화 등에 대한 당면과제를 갖고 있으며, 이를 해결하기 위해서는 각종 연구개발의 확대 및 지속적인 기술투자 지원등이 있어야 함을 깊이 인식하고 있으며, 이를 위해 자체 기술력 확보를 위한 자구책 마련에 부심하고 있다.

II. 국내 무선호출서비스 발전 개요

국내의 무선호출서비스는 1982년도 일본의 NEC의 신호음(Tone Only) 방식으로 서울 및 수도권 일부지역에서 1만 가입자 규모의 Paging 서비스를 개시한 이래 1986년도에 신호음 및 전화번호 표시겸용 시스템을 미국의 Motorola사로부터 도입하여 수도권 및 부산지역에 공급하면서 본격적인 서비스를 개시하게 되었다. 그 결과 POCSAG, Golay, NEC 방식 등이 모두 혼용되는 비효율성이 드러나기 시작했고, 1990년에는 영국, 우편국에서 제정한 방식인 POCSAG, Super POCSAG 방식으로 단일화하게 되었다. 이후 무선호출시장은 1992년도에 무선호출 제2사업자를 선정하여 경쟁체제를 도입하였고, 1993년부터 통신서비스의 경쟁체제가 본격화되면서 최근 4년간 년평균 85.4%의 고성장을 지속하여 보급율에 있어서 선진국 대열에 진입하게 되었다. 향후 무선호출은 기술의 발전에 따른 서비스의 발전으로 인하여, 타 이동통신 단말과의 복합화 등이 예상되며, 이를 통해 나타나는 부가서비스가 시장의 매력포인트로 작용할 것으로 보여 안정적인 성장이 지속되리라고 예상하기도 한다.

이와 더불어 단말기의 복합화도 진행되어 저렴한 요금으로 다양한 형태의 서비스를 수신할 수 있을 뿐만 아니라 단방향의 단점도 보완할 수 있는 형태의 복합제품이 등장한 것도 성장의 주요요인이 되고 있다고 할 것이다.

무선호출서비스의 발달은 제공 시스템의 개발에 따른 전달방식의 발전에 의한 서비스의 개선을 들 수 있다. 국내의 무선호출서비스는 NEC의 신호음 방식으로 서울 및 수도권에 1만회선 규모의 가입자서비스를 개시한 이래 현재에 이르기까지 급속도의 발전을 거듭했다. 현재 당사 뿐 아니라 전국적으로 대다수의 가입자가 사용하는 방식인 숫자 표시방식은 그 활용도 차원이나 서비스에 대한 소비자의 인지도 차원에서 가장 보편화된 서비스라고 할 것이다. 이외에도 오퍼레이터나 모뎀을 장착한 PC를 이용하여 무선호출 가입자에게 숫자 뿐 아니라 문자까지도 전송할 수 있는 문자(Alphanumeric) 서비스가 있다. 이는 아직 국내에 상용화되지 않았으나, 조만간 서비스를 제공할 수 있을 것으로 전망된다.

이와같이 시스템에서 제공할 수 있는 서비스의 진화는 크게 신호음, 숫자, 문자등으로 구분될 수 있으며, 무선호출 선진국에서는 이미 이를 혼용하여 운용하고 있다.

이외에도 무선호출망을 통한 양방향 페이징 서비스, 유선과 무선의 결합에 의한 텔레포인트 서비스, 개인휴대통신으로의 발전을 위한 협대역 PCS서비스 등에 대한 연구개발을 추진하고 있으며, 이에대한 시범서비스 및 상용 서비스등도 신중히 검토되고 있다.

III. 해외 무선호출 서비스 제공현황 및 전망

무선호출 서비스는 미국과 동남아에서 가장 활성화되어 진행중이다. 미국의 경우에는 무선호출 서비스를 제공한 이래 신호음방식, 숫자표시방식, 문자표시방식의 과정을 거쳐서 현재의 협대역 PCS까지 꾸준한 성장을 거듭하여 왔으며, 동남아의 경우에는 홍콩과 싱가포르 등의 도시국가를 중심으로 발전하여, 한국을 비롯하여 태국, 일본, 중국등의 국가에서 활성화되고 있다.

홍콩의 무선호출가입자는 '94년말 현재 130만 명으로 전체인구600만명의 약22%의 높은 보급율을 보이고 있다. 무역항으로써 홍콩은 지리적인 면에서 중국과 인접하여 인구의 유동성이 높고, 도시국가의 전형적인 특성이라고 할 수 있는 높은 인구밀도 등이 무선호출 산업의 발달을 야기시켰다고 할 것이다. 이외에도 홍콩이 무선호출

사업에 성공할 수 있었던 요인은 무역업에 종사하는 개인자영업 회사가 많이 존재한다는 점, 주거공간이 좁아 통신문화가 발달함에 따라 개인화를 추구하게 되었다는 점, 외부활동적이고 국민성 자체가 Talkative하다는 점, 전화의 보급율이 높다는 점 등을 들 수 있다.

이러한 환경요인을 고려하여 볼때, 홍콩의 잠재수요는 1996년 하반기에 145만을 넘어설것으로 전망되어 전체인구의 4인당 1대의 무선호출 보급이 예상된다.

홍콩은 무선호출분야에 약300여개에 달하는 무선호출사업자가 난립하여 서비스를 제공하고 있으며, 각 사업자마다의 마케팅전략 및 특이한 부가서비스를 제공하므로써 가입자의 수요를 넓히고 있다. 그러나 홍콩의 전체가입자의 약 70% 이상을 지배하고 있는 회사는 Hutchison Paging, Star Paging, ABC Communication, Hong Kong Telecom CSL등 4개사이다.

이와같이 사업자간의 치열한 경쟁이 벌어지고 있기 때문에 지배사업자들이 경쟁적으로 요금의 차별화 전략, 더 나아가 요금의 파괴전략등을 전개하므로써 소규모 사업자의 도태가 예상되고 있으며, 이로인해 건전경쟁의 시장조성에는 여러 장애요인이 있을 것으로 예상되기도 한다.

싱가폴의 경우, 무선호출사업은 1973년 10월부터 국영기업인 Singapore Telecom의 독점운영으로 활성화되었으나 1997년부터는 통신산업진반에 걸쳐 경쟁체제를 도입할 예정이다. 싱가포르에서 페이지가 대중적인 인기를 끌기 시작한 시기는 가입자의 규모가 15,000명을 넘기 시작한 1983년부터이고 전자식 교환기가 도입되기 시작한 1989년 부터는 가입자 보급율이 세계적인 수준에 이르게 되었으며 이때부터 도입되기 시작한 음성사서함(VMS:Voice Mailing System)은 무선호출의 새로운 국면을 맞게하였다.

싱가폴은 1994년말 가입자가 639,000명이 예상되어 전체 인구대비 약 20%의 보급율을 보이고 있다. 이와같이 싱가포르의 무선호출에 대한 성공요인은 전술한 홍콩의 현황과 흡사한 모습이 많이 있으나 크게 3가지로 요약될 수 있다.

첫째로는 높은 경제성장률을 들 수 있다. 둘째로는 통화요금 및 서비스요금이 저렴하다는 것이다. 그리고 셋째로는 높은 서비스의 질과 완벽한 서비스 Coverage등이다. 특히 지하철 전역에

서 완벽한 수신이 가능하며, 도심 및 시외전지역에서의 수신품질에 완벽을 기하였기 때문에 꾸준한 성장이 가능하였다고 분석할 수 있을 것이다.

일본은 1986년도에 관서(關西) 텔레메시지가 사업을 개시하면서 NTT의 독점 시대가 경쟁체제로 돌입하기 시작하였다. 이후 무선호출의 제2사업자들은 적극적인 마케팅을 추진하여 안정적인 성장세를 유지하고 있다. 제2사업자들은 경쟁 초기에 요금에 대한 차별화 정책으로 시장에 진입하기 시작하였으며, 시장점유율을 증대시키기 시작하였다. 1992년 NTT가 이동통신 분야에 대하여 NTTDoCoMo로 분리하여 경영방식의 개선 및 마케팅전략의 개선을 추진하였으며 이로부터 제2사업자의 성장세는 사실상 둔화되기 시작하였다. 이러한 무선호출사업자의 노력에 따라 1994년 현재 일본의 무선호출 가입자수는 800만으로 예상되며, 이는 전체 인구대비 6.5%의 보급율을 나타내고 있다.

우리나라의 무선호출서비스 역시 1982년부터 서비스를 개시한 한국이동통신, 1993년 서비스를 개시하기 시작한 제2사업자의 출현등은 일본의 NTT대 NCC(New Common Carrier)의 형태와 흡사하며, 오히려 국내의 가입자의 폭발적인 증가세는 전체 인구 대비 가입율을 세계적인 수준까지 올려놓은 상태이다.

한편, 일본의 무선호출 제2사업자들은 초기시장의 확보전략으로 각사업자의 출자기업에 가입을 유도하여, 초기 가입목표를 달성하였고, 출자기업의 판매채널을 활용하여 초기에 판매망을 구축하였다. 초기 가입목표의 달성 이후 제1사업자인 NTTDoCoMo와의 차별화를 위해 보증금 및 이용요금의 인하를 단행하여, 일반가입자의 가입촉진을 도모함과 동시에 자사의 판매망 확보에도 적극적으로 노력하여 초기 신규수요의 약 72%를 확보하기에 이르렀다. 제2사업자들이 이렇게 요금에 대한 차별화전략으로 초지일관하는 것은 현재로는 제1사업자인 NTTDoCoMo와 차별화 할 수 있는 방안이 요금에 대한 차별밖에 없다고 판단하였고, 현재 시행되고 있는 렌탈제에서 단말의 디자인, 서비스 형태등로는 큰 차별화를 기대할 수 없기 때문인 것으로 풀이된다.

미국은 1951년 무선호출 서비스를 개발하여 1958년 수동식 Bell Boy Service로 무선호출서비스를 시작한 이래 현재까지 2,000만에 가까운

가입자를 확보하여 활황중에 있다. 미국의 무선호출 역사는 무선호출의 발전과 일치한다고 볼 수 있다. 1973년 디지털 방식의 채용으로 Paging Service를 진화시켰으며, 이후 Tone Only, Nurmeric, Alphanumeric으로 발전시켰다. 현재는 양방향 페이징 및 수신확인 페이징서비스를 상용화하려고 추진하고 있으며, 전국권사업자를 중심으로 협대역 PCS를 개발하는등 서비스제공자가 자발적으로 신규 응용 서비스를 개척하고 있는 상태이다.

최근 미국은 무선호출서비스를 시작한 이래 전년대비 22% 증가한 가까운 가입자의 규모를 구축하고 있으며, 고객 구성 면에서는 업무용의 비중이 79% 개인용의 비중이 21%로 아직 업무용의 비중이 훨씬 높으나, 최근의 신규 가입자를 대상으로하면, 개인사용자의 비중이 업무용과 대등한 50대 50의 균형을 이루고 있다. 현재의 추세를 고려한다면, 향후에는 개인용도의 가입비율이 업무용에 비해 훨씬 앞설것으로 전망된다.

미국의 무선호출에 대한 시장전망은 두가지의 견해로 대별된다. 하나는 비지니스 시장의 성숙 및 제한된 소비자의 시장규모, 저요금 고기능화되는 PCS(개인휴대통신:Personal Communication Service)와의 경쟁등을 고려해볼때, 약 10.2% 정도의 저성장 형태를 보일 것이라는 것이다. 이는 현실적인 면을 고려해 볼때, 이렇게 되기는 불가능하나 수요의 예측면에서 하한선의 기준으로 활용하고 있다. 그리고 또한, 현존 무선호출사업자가 추진하고 있으며, 곧 실용화가 가능할 것으로 보이는 고성장의 시나리오이다. 이는 타 무선통신기술과의 결합을 통한 지속적인 성장을 추진하고, 현재의 부가서비스를 더욱더 충실화 하여 고객확대에 주력한다는 전체화에 약 12.7%의 전체 시장성장율을 보인다는 것이다.

이와같이 미국 통신시장내에 무선호출 서비스가 20여년동안 지속적인 성장을 할 수 있었던 주요 요인은 아래의 4가지의 견해로 대별될 수 있을 것이다. 첫째는 일반국민들의 무선통신에 대한 이해 및 인지도의 증가이다. 둘째로는 무선호출 단말기 및 사용요금의 하락을 들 수 있을 것이다. 세번째로는 휴대전화 가입자의 보조수단으로의 무선호출 단말기의 역할이다. 즉, Call Screen등 셀룰라 사용자의 약 30% 이상이 무선호출서비스를 이용하고 있다는 점이다. 미국의 경우에는 네

번째의 이유가 되는 것이 임대해서 자급제로의 전환을 들 수 있다. 이렇게 되므로써 예전에 무선호출서비스 사업자만이 시장을 개척했으나, 각 제조업체에서도 마켓을 개발하므로 인해 그 만큼 시장이 활성화 되었다고 할 것이다.

미국내의 서비스 유형별 가입자 추이를 본다면, 신호음 방식은 급격히 감소하고 있는 추세이고, 숫자표시 방식은 약 84%의 가장 많은 분포를 보이고 있다. 반면, 문자서비스인 Alphanumeric Service는 약 7%선의 가입률의 보이고 있으나 무선호출 사업자들은 향후 증가할 것으로 전망하고 있다.

또한 미국내의 무선호출 사업자 및 시스템 공급업자를 중심으로 무선호출을 무선데이터 서비스로 발전시키고자 하는 움직임이 활발히 전개되고 있다. Paging은 정보를 접하려는 많은 사용자에게 Lowest-Cost Service로 알려져 있으며, Paging의 원리인 Broadcasting은 1대 다수의 통신에 대해 무척 효과적인 것이 입증된 상태이다. 또한 무선호출서비스의 수신지역은 거의 미국전역을 Cover하고 있으며, Paging Signal의 원리가 페이저 단말에 도달하는 확률에 대한 보장을 하고 있기 때문에 서비스에 대한 신뢰도가 타 무선 서비스에 비하여 월등하다. 또한 무선호출사업자는 이미 무선데이터의 한 영역이라고 할 수 있는 Alpha Numeric Service를 제공하였기 때문에 무선데이터 서비스의 제공에 있어서 강점을 갖고 있다고 할 것이다. 단, 무선호출서비스가 단방향 서비스라는 단점이 있다. 이는 쌍방향 통신과의 선택비율에 있어서 비용과 효율의 함수관계를 갖고 있으며, 기본 서비스면에서는 전술한 바와 같이 무선호출과 셀룰라서비스는 보완관계에 있다. 이러한 이유로 인하여, 미국내의 무선호출 사업자는 기존의 서비스를 유지하기 보다는 향후에 전개될 무선호출을 이용한 메시지전송에 전략적 초점을 두고 있다.

IV. 신규/ 부가서비스의 개발노력

무선호출의 기본서비스는 Tone Only에서 숫자표시방식 이후 문자서비스등으로 발전을 추진하고 있으며, 이를 향후의 양방향페이징 서비스등으로 연계토록 그방법을 모색하고 있다.

그러나 소비자의 서비스에 대한 요구는 다양화

되고 있으며, 각 사업자는 이를 만족하기 위한 각종 서비스의 개발을 추진하게 되어 소비자의 편의를 도모하는 각종 부가서비스를 보급하게 되었다.

무선호출서비스는 서비스의 간편성과 이동시에도 휴대를 할 수 있는 휴대성 등이 사용자에게 높이 평가되어 현재의 높은 보급율을 보이고 있으나, 단지 숫자만을 전달받아야 한다는 제약이 있게된다. 즉 통신하고자하는 상대방이 부재중이거나 외출중일때 상대방의 무선호출사용자를 호출하는 무선호출서비스는 호출한 이후 전화를 기다려야하는 불편함이 내포되어 있는 것이다. 호출자가 통화하고자 하는 내용을 음성저장장치에 저장해 둬으로써 통화를 위한 동시성을 배제할 수 있는 강점을 가진 서비스가 음성사서함(VMS:Voice Mail Service)이다. 음성메시지의 축적 전송(SaF:Store and Forward)기능을 기본으로 하여, 무선호출가입자에게 효율적인 정보교환의 수단을 제공한 부가통신 서비스라 할 것이다.

음성사서함 서비스는 1993년 11월경에 무선호출사업자간에 경쟁적으로 도입하게 되었다. 초기의 서비스 이용자는 극히 적은 수로 이는 우리나라 국민 성향이 기계음을 싫어하며, 아직 통신문화의 저변확대가 덜된것으로 평가되었다. 그러나 본 서비스를 각 사업자들이 활성화하고 홍보함에 따라 그 수요는 폭발적으로 증가하게 되었고, 무선호출서비스의 수요층이 신세대층이 되면서 음성사서함의 서비스 편이성은 크게 활성화 되기 시작하였다. 초기에 약 5~10%선에 있던 음성사서함 가입율이 약 1년이 지난 지금 30% 선을 웃돌고 있으며, 향후에는 40% 선을 육박할 전망이다.

이와같이 무선호출서비스에 부가된 음성사서함 서비스의 이용도가 급상승하는 요인으로 무선호출의 동시성을 음성저장기능으로 배제할 수 있었다는 점을 들 수 있을 것이다. 즉, 호출자가 무선호출을 한후에는 전화를 통한 연결이 있어야 한다는 점을 음성저장장치를 통해 해소한 것이 그 이유일 것이다. 또한, 사용자의 요구기능이 점차 다양화 해지므로 인해서 사용자가 직접 서비스를 제어하고 기동할 수 있도록 그 기능을 부여하였다는 점도 수요상승의 원인으로 볼 수 있을 것이다. 가장 큰 요인으로는 무선호출 및 음성

사서함 가입자의 사용연령이 낮아졌다는 것이다. 이는 기계음을 싫어하고, 복잡한 기계의 사용을 터부시하는 기성세대에 반하여 기계의 사용을 즐기며, 이를 유용한 서비스를 활용하려고 노력하는 사용자의 연령층이 바로 저연령층이므로, 이것이 서비스를 활성화시킨 주요 원인이라고 할 수 있을 것이다.

1993년 9월에 무선호출서비스 제2사업자가 등장하면서, 국내 무선호출시장에 “부가서비스”라는 단어를 탄생시켰다고 말해도 과언이 아니다. 기존의 무선호출서비스는 단순호출 기능으로 서비스를 제공하였고, 수신 지역의 확대에만 주력하였던 것도 현실이다. 이때 무선호출 제2사업자의 등장은 무선호출시장의 경쟁체제 구축을 위하여 필연적이었고, 각 제2사업자들은 초기시장의 침투를 위하여 여러가지의 전략을 세웠고, 그중 하나는 사용자의 편의 기능을 위한 각종 부가서비스의 개발이었다.

소비자의 편의증진을 위해 고안된 20여종의 부가 서비스는 각 무선호출사업자들이 자체개발하여 제공하고 있으며, 제2사업자의 등장과 동시에 경쟁적으로 기술개발을 추진하여 소비자의 편의 증진을 도모하였다고 할 수 있을 것이다. 또한, 무선호출사업자들의 신규 부가서비스에 대한 개발 노력은 계속 진행되고 있다.

각 지역사업자(Regional Paging Service Provider)간을 Network으로 연결하여 전국 어디에서나 하나의 Pager로 무선호출 서비스를 받을 수 있는 기능이 제공되는 광역 서비스를 개발 추진중에 있으며, 문자서비스의 실용화도 추진중에 있다. 문자서비스는 페이징터미널(Paging Terminal)에 한글서버(Server)를 연동함으로써, 무선호출 가입자에게 숫자 메시지 뿐 아니라 한글 및 영문 메시지를 전달할 수 있도록 하는 서비스이다. 각 사업자들은 이를 위해 시험서비스 및 시범서비스의 준비를 하고 있다.

이외에도 무선호출단말기 제조사에서는 단말기의 특화된 기능을 부여하기 위한 노력을 하고 있다. 최근에 선보인 단말기의 경우, 원격제어를 무선호출기를 통하여 할 수 있도록 고안하여, 이동성과 함께 이를 제어할 수 있는 다기능 무선호출기를 개발 보급하였다. 이외에도 각종 정보를 무선호출기로 수신할 수 있는 Information 무선호출기도 등장하였고, 무선호출기와 전자계산기

가 일체형으로 된 전자계산기 겸용 무선통신기등이 시장에 출시되어 다기능 무선통신기에 대한 시장진입을 예고하고 있다.

이와같이 무선통신기 제조사들의 노력으로 무선통신기의 기본 기능외에 계산기, 원격제어기, 만보기, 정보수신기, 시계등 많은 기능을 복합화, 다기능화 하고 있다. 또한 외형을 살펴보면, 슬림화 경향화되고 있는 것 이외에도 패션화 다양화를 추진하고 있어 무선통신기의 고속 발전을 예상할 수 있게 되었다.

V. 결 론

전술한바와 같이 국내의 통신시장은 기술의 발전을 토대로 급속도의 변화를 보이고 있으며, 입체적이고 다원적인 경쟁체제를 보일 것으로 예상된다. 이와 더불어 ITU, WTO 등에 의한 통신시장의 개방 및 통신 선진국들의 국내 진출실무 작업이 본격화되고 있는 시기에 즈음하여, 당사 뿐 아니라 국내의 통신 사업자들은 다양한 고객의 니즈를 파악하여 고객만족을 실현하고자 하는 의지를 보이고 있으며, 세계화의 추세속에서 충실한 경쟁력을 지닌 통신사업자로 자리하기 위해 내실을 다지고 있다.

무선통신시장에 경쟁이 도입된지 이제 2년째에 들어서고 있으며, 경쟁체제를 도입한 1년여동안 가입자의 폭발적인 수요창출을 일으키는 실로 경이적인 기록을 이뤄낸 것도 사실이다. 이는 고객만족을 영업, 기술, 고객지원 전반에서 최우선의 과제로 생각하며, 발전을 모색한 결과가 아닐까 회고해 본다.

우리는 이제 무선통신분야에서 지난 성과를 바탕으로 앞으로 다가올 경쟁상황에 대처하는 내실 있는 성장을 모색하여야 할 때이며, 이는 단지 무선통신 분야에 국한되지 않는다고 생각된다. 곧 현대의 통신시장은 수직적이며, 수평적인 융합이 벌어지고 있으며, 이를 타개하기 위해서는 기술

부분의 자립과 내실있는 경영, 고객만족 영업등을 추진해야 할 것이다. 즉, 종합정보통신 사업자로 거듭나기 위해서는 무엇보다도 안정적이고 신뢰성있는 서비스의 제공과 높은 수준의 기술개발, 지속적인 사후관리, 빠르고 주도적이며, 고객에 밀착할 수 있는 영업정책의 추진, 정보통신사회에 걸맞는 정보처리능력의 배양등이 주축이 되어야 할 것이다.

당사는 도약의 발판이 되어야 할 금년 한해에 향후의 미래통신시장을 주도하는 새로운 서비스의 지속적인 개발을 통해 명실공히 국내 최고의 정보통신 업체로 발전하기 위한 기반을 구축해야 할 것이다.



김 종 길

- 1941년 7월 1일생
- 안동사범학교 졸업
- 고려대 상과대학 경영학과 졸업
- (주)삼보컴퓨터 대표이사 사장역임
- 현 (주)나래이동통신 대표이사
- 현 (주)삼보컴퓨터 부회장
- 현 한국무선통신사업자 협의회 회장