

主題

차세대이동통신사업의 전망과 KTF 발전전략

(주)케이티프리텔 홍 원 표

차 례

- I. 서 론
- II. 차세대이동통신 시장 전망
- III. KTF 발전전략
- IV. 결 론

I. 서 론

20세기에 인류가 발명한 100대 발명품 중 이동전화 한 부분을 장식할 것이라는 데 이견이 없을 것이다. 불과 10년 전만 해도 이동전화는 부의 상징으로 여겨졌었지만, 오늘날 이동전화는 우리 생활에서 없어서는 안될 생필품으로 자리 잡고 있다. 우리나라의 경우, 인구 100명당 약 60명이 이동전화를 보유하고 있으며, 몇몇 유럽 국가의 이동전화 보급률은 70%를 상회하고 있다. 전세계적인 이동전화의 폭발적인 성장의 이유는 간단하다. 그것은 이동전화가 인간을 보다 자유롭게 편하게 해주기 때문이다. 그러나 이러한 인간의 자유와 편리추구는 이동전화에서 끝나지 않는다. 이제 사람들은 음성통화 뿐만 아니라 고속데이터통신까지도 무선으로 하길 원하고 있다.

무선고속데이터통신 욕구를 충족시키기 위한 기술 개발 또한 꾸준히 이뤄졌다. 차세대이동통신은 ITU의 IMT-2000표준화 작업과 맥을 같이 한다고 해도 과언이 아니다. 차세대이동통신서비스(3세대, IMT-

2000)는 ITU의 IMT-2000표준을 적용하여 2000년경에 제공되는 International Mobile Telecommunications를 의미하며 현재 제공되는 이동전화에 비해 데이터 전송속도가 고속화되고, 서비스가 고도화된 이동통신서비스로 정의하고 있다. ITU에서는 기존의 이동통신이 지역, 국가별로 서로 다른 시스템을 사용하는 것을 감안하여 차세대이동통신 무선접속기술을 복수로 선정하였다. 이에 따라 3GPP의 Evolved GSM-MAP(비동기)에서는 W-CDMA가 표준으로 승인되었고, 3GPP2의 Evolved ANSI-41 (동기)에서는 cdma2000 1x, cdma2000 3x, cdma2000 1xEV-DO 등 3개가 승인되었다. 우리나라의 경우 기존 주파수대역에서 ITU IMT-2000표준인 W-CDMA, cdma2000 (1x, 1xEV) 등의 서비스가 가능하여 주파수만 다른 동일 역무로 규정하고 있다.¹⁾

1) 2GHz대 이동통신(IMT-2000)사업자 선정 정책방안(정보통신부, 2001.7.6)

무선고속데이터통신에 대한 수요 증가는 또 다른 성장기회를 제공할 것이므로 거의 모든 무선통신사업자들은 무선인터넷으로 대변되는 차세대이동통신서비스 제공에 큰 관심과 노력을 기울이고 있다. 우리나라는 자타가 공인하는 이동통신 선진국이다. 차세대 이동통신 기술 표준의 하나인 cdma2000 1x가 우리나라에서 세계최초로 상용화되었고, 1xEV-DO도 최초로 상용화될 예정이다. 본 논문에서는 우리나라 무선데이터시장을 선도하고 있는 KTF가 보는 차세대이동통신 시장전망과 그에 따른 KTF의 발전전략을 다루고자 한다.

고 있다.

미래 환경변화에 따라 기업은 소비자 기호 및 시장의 변화, 기술이나 신제품의 발전방향 등에 신속하게 대응 또는 선도 할 수 있는 능력을 확보하는 것이 변화하는 시장경쟁에서 이길 수 있는 필수 조건으로 작용하게 될 것이다. 특히 e-비즈니스 확산에 따라 금융, 유통시스템 등은 혁신적 변화를 기반으로 산업패러다임의 변화를 가속화 할 것이다.

다음과 같은 정보통신에서의 가치사슬은 무선통신과 인터넷의 결합으로 네트워크에서 단말기로, 단말기에서 플랫폼으로, 플랫폼에서 콘텐츠로 수익성이 높은 방향으로 가치중심이 이동될 것으로 예상된다.

II. 차세대이동통신 시장전망

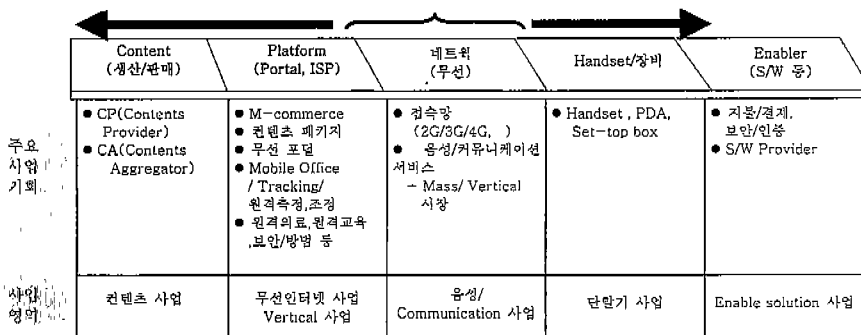
1. 패러다임 전환

반도체산업과 함께 21세기를 이끌어갈 국가전략산업으로서 정보통신산업에서의 변화가 산업전반에 걸쳐 커다란 영향을 미치고 있다. 인터넷을 중심으로 한 이러한 시장의 변화는 유선에서 무선, 인터넷(데이터)으로 통신의 축이 이동하고 있으며, 유·무선통신, 방송, 위성서비스 등의 융합화가 동시에 진행되

2. 시장규모 전망

국내 이동전화가입자는 이미 1999년 10월에 유선 가입자를 추월하였고, 이미 성장기를 지나 성숙기로 진입중이다. 통신산업의 매출액 측면에서도 2000년부터 무선부문이 유선부문을 앞섰으며 앞으로 그 격차는 더욱 커질 것으로 추정된다.

성숙기로 접어든 이동전화시장은 요금인하추세로 음성매출이 점차 감소할 것으로 보이며, 2005년경에는 이동통신서비스 가운데 '지리정보, 이동전자상거



주) Enabler : 무선 통신산업의 주요 사업전개를 가능 또는 지원/축진하는 Solution

그림 1. 정보통신산업 가치사슬

표 1. 국내 시장 전망

(단위 : 만명, 억원)

	2001	2002	2003	2004	2005	비고
가입자 (보급율)	2,818 (59.1%)	2,863 (59.6%)	3,006 (62.1%)	3,138 (64.3%)	3,224 (65.6%)	
2G	2,585	2,265	1,849	1,337	987	
3G	233	598	1,156	1,800	2,241	
매출총계	123,833	127,263	131,451	140,066	147,385	
음성	113,622	116,671	118,274	121,090	122,824	성장율:2%
데이터	10,211	10,592	13,177	18,976	24,561	성장율:24.5%

* 자료 : KISDI, KTF 내부자료

래, 멀티미디어, 엔터테인먼트' 등 콘텐츠 서비스가 전체 매출의 55%를 차지하여²⁾ 이동전화사업자의 주 수익원으로 전환될 것이 예상된다.

세계적으로 3세대 IMT-2000서비스의 연기 가능성이 대두되고 있으나, 국내의 경우 cdma2000 1x 시장의 급속한 성장으로 2004년부터 3세대 가입자 수가 2세대 가입자수를 추월할 것으로 예상된다. IMT-2000서비스가 음성, 데이터, 영상 등 멀티미디어서비스를 제공함에 따라 음성에서 데이터로 주요 서비스의 전환이 가속화되어 데이터시장은 24.5%의 성장률을 보일 것으로 전망된다. 3세대 IMT-2000 도입 초기에는 일정기간 3G서비스와 기존의 유무선 통신서비스가 경쟁할 것이나, 성장기에 이를 것으로 전망되는 2005년부터는 IMT-2000을 중심으로 유무선통신을 통합한 종합통신사업자군이 형성될 것으로 보인다.

3. 기술진화 및 주파수용량

차세대 이동통신(3G) 기술발전은 크게 두 방향에서 진행되고 있다. 즉, 이동통신 시스템은 기술 특징

상 동기식/비동기식으로 구분할 수 있는데 3GPP를 중심으로 기존 비동기식 GSM 계열 시스템의 UMTS(W-CDMA)로의 진화와 3GPP2의 동기식 IS-95계열 시스템의 cdma2000으로의 진화가 그 두가지이다.

우선 3GPP2의 동기식 시스템의 기술발전 추세를 살펴보면 현재 IS-95C 기반의 cdma 2000 1x가 이미 우리나라에서 상용화 되었으며 이는 데이터 전용의 데이터 전송능력을 향상시킨 1x EV-DO (Data Only) 및 음성/데이터를 단일채널에 동시수용하면서 역방향 전송률이 향상된 1x EV-DV (Data & Voice)로 발전해 나갈 것이다. 이미 1xEV-DO는 2001년 7월 ITU 총회에서 3G 기술 표준으로 채택되었으며 KTF는 1x EV-DO의 2002년 상반기 상용화 도입을 준비 중에 있다. 반면에 1xEV-DV³⁾의 경우는 주파수 활용 및 운용상의 장점으로 인해 cdma2000 3x의 대안으로 부상되어 다양한 기술 대안들에 대한 표준화 성능검증작업이 진행 중이지만 업체간 이해 및 기술상의 난점으로 인해 2004년 경에야 상용화가 가능할 것으로 예상되고

3) 1xEV-DV의 후보기술(안)으로는 Motorola/Nokia의 1x Treme, Lucent/삼성/LG의 L3QS, LinkAir의 LAS-CDMA 등이 있다.

2) Data monitor, 2001.2

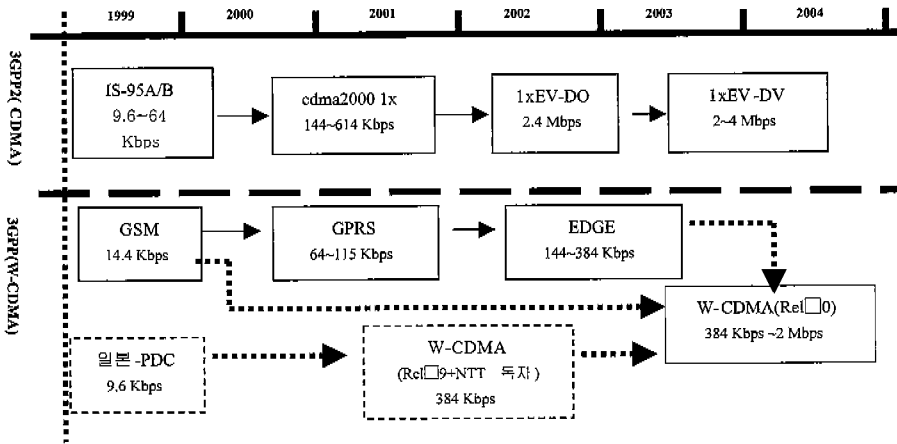


그림 2. 차세대이동통신의 기술진화

있다.

한편, 3GPP의 비동기 시스템은 궁극적으로 UMTS(W-CDMA)로 수렴하지만 기존 GSM 시스템의 활용 및 3G시장 위험회피 차원에서 GPRS/EDGE 도입 후 점진적으로 W-CDMA로 발전할 것으로 예상된다.

Core network은 양 진영 공히 All-IP에서 자연스레 접속망이 다른 두개의 네트워크가 통합될 것으로 예상된다. 3GPP의 경우 2000년 5월 규격이 작성된 UMTS R4부터는 신호제어망과 베어러망의 분리, 신호제어교환기의 서버화 및 베어러망의 IP화가 완료되었고 2001년 12월 목표로 작업 중인 R5에서는 최대 8Mbps이상으로 데이터전송률이 향상되며 회선/패킷망의 All-IP 단일화 및 IP 멀티미디어 서비스가 수용되어 최종적인 All-IP 네트워크⁴⁾로 발전할 예정이다. 3GPP2의 경우 3단계로 All-IP화가 진행되고 있으며 '1단계'에서는 신호제어망(No.7)

및 베어러 전달망의 IP화, 네트워크 노드의 IP 서버화를 통해 기존 ANSI-41서비스를 제공하며, '2단계'에서는 IP멀티미디어 서비스 영역이 추가되어 ANSI-41서비스 및 IP멀티미디어서비스(VoIP등)를 동시에 지원한다. 최종적으로 '3단계'에서는 All-IP서비스네트워크를 통한 멀티미디어 서비스(SIP; Session Initiation Protocol)가 기존 서비스를 대체하게 될 것이다.

4. 정책 환경

이동통신을 둘러싼 최근의 몇 가지 정책 이슈로는 동기식 'IMT-2000 사업자 선정'과 정부의 '통신시장 3강 재편', '무선망 개방' 및 시민단체의 '요금인하 압력'등을 들 수 있다.

지난해 선정된 비동기식 IMT-2000사업자들은 KT아이컴과 SK-IMT로 법인 출범과 동시에 사업자 등록을 마치고, 정부의 사업 허가서 교부를 기다리고 있다. 정부는 아직 동기식 사업자 허가신청 공고 및 선정절차가 확정되지 않은 터라 이를 교부하지 않고 있다. 곧 있게 될 비동기 IMT-2000 사업 허가서 교부와 LGT 중심의 컨소시엄에 의한 동기식 사업자

4) 현행 IMT-2000의 규격으로는 대용량의 데이터서비스나 애플리케이션 가동시 급증하는 트래픽에 대응하기 어렵기 때문에 이른바 '3.5세대 이동통신시스템'으로 불리는 'IMT-2000규격개정판'에 대한 표준화가 네트워크의 IP화를 지향하며 본격화되고 있다.

선정을 계기로 국내 통신시장 3강 체제 구축은 급 물살을 탈 것으로 본다. 아무쪼록 적정한 경쟁구도를 바탕으로 유무선을 아우르는 통신시장의 3강 체제 도입이 국내 통신사업의 내성을 키우고 글로벌 경쟁에 대비한 경쟁력 강화의 발판이 되길 기대해 본다.

이동통신 사업은 초기 엄청난 투자와 유지비가 요구되는 사업으로 시장 지배적 사업자를 제외한 후발 사업자들은 아직 초기 투자비 회수에 많은 어려움을 겪고 있다. 차세대 이동통신 또한, 향후 많은 투자가 필요할 것으로 보인다. 서비스 사업자의 수익 확보가 더욱 어려워진 상황에서 사업자들은 이에 대한 투자 자금 마련에 고심하고 있으며, 향후 3G사업투자에 3조원 가까이 소요된다는 점을 고려하면 향후 요금인하에 애로가 있는 것이 사실이다. 경쟁 환경에서 어찌면 '요금인하'는 사업자가 앞서 실행해야 할 것이다. 본격적인 이동통신 대중화에 기여해온 PCS가 차세대이동통신 서비스로 연착륙하기 위한 중요한 기로에 놓인 시기라 할 수 있다.

앞서 언급한 바와 같이 복잡해진 가치사슬상에서 다수의 시장 참여자들을 통해 구현될 것으로 전망되는 차세대이동통신서비스는 기존 서비스 사업자에게 있어 기회와 위협이 공존하는 시장환경을 만들어 갈 것이며, 시장 참여자간의 적절한 역할분담과 바람직한 제휴(협력체제 구축이 더욱 중요해질 것이다. 최근 쟁점이 되고 있는 '무선망 개방' 또한, 서비스 사업자에게는 기회와 동시에 위협이 될 것이며, 이러한 변화에 대한 성공적 적응 여부가 향후 서비스 사업자의 발전에 중요한 요인으로 작용할 것이다.

5. 해외 추진 동향

국내 뿐 아니라 해외에서도 3G서비스에 대한 비판론이 속속 제기되고 있다. NTT 도코모가 올 5월 3G서비스를 10월로 연기했고, 경쟁사 J-Phone도 2002년 7~10월로 3G 상용화를 연기한 바 있다. 유럽내 대부분의 이동통신 사업자들 또한 상황은 마

찬가지이다.

특히 유럽의 주요 이동통신사업자들은 최근 주파수 경매대금을 조달하느라, 3G 설비투자를 하기 전에 엄청난 부채로 시달리고 있으며, 실적 악화까지 이어지면서 사실상 3G 연기론을 인정하고 있는 상황이다. 이들은 향후 3~5년내 전국망 구축이 곤란한 상황이어서, 3G시장에서 수익성이 보장되는 시점까지 GPRS로 시장수요에 대응하고 3G시장이 충분히 활성화되어 수익성이 보장될 경우, W-CDMA 투자를 본격화 할 것으로 예상된다. 보다폰 그룹은 2002년 이후 IMT-2000서비스 개시를 목표로 하고 있으며, 독일, 스웨덴 등 유럽 사업자들은 투자비용절감을 위해 기지국 등 인프라 공유를 적극 추진하고 있다. 이러한 분위기는 3G사업권 획득에 높은 경매가를 기록했던 유럽전역으로 확대될 가능성이 높아지고 있다.

일본의 경우, 현 이동전화 사업자들의 주파수 부족 문제를 해결하고, 이동통신시장에서 기술고립 탈피 및 제조업체의 경쟁력 강화를 위해 IMT-2000의 조기 도입을 추진하였다. NTT DoCoMo는 2001년 5월 FOMA⁵⁾(W-CDMA) 시범서비스를 개시하였으나 그 핵심기능인 '비디오'폰의 서비스가 6월말로 연기되는 등 기술적 문제를 보였다. 도코모는 두터운 가입자층과 풍부한 콘텐츠 등 i-mode의 성공기반을 바탕으로 2002년말 15만 가입자를 목표로 삼고 FOMA를 통해 세계시장으로 진출한다는 전략을 내세우고 있다. 향후 도코모는 서비스 활성화를 위한 저렴한 요금체계 마련, 시스템 안정성 확보를 통한 정부의 품질승인 획득 및 보다폰의 영향력 확대 등 일본 내에서 증가하고 있는 경쟁환경에 대한 대응책 마련에 부심하고 있다.

미국의 이동전화사업은 지역별 사업자의 난립, 기술표준의 자율화 등으로 유럽이나 일본, 한국 등에

5) 'Freedom of Mobile Multimedia Access'의 약자로 모바일환경에서 자유로운 멀티미디어 구현을 목적으로 한다.

표 2. 주요 이동통신사업자의 서비스 진화 계획

사업자명	기반 망 (2G)	3G 표준	비고
Verizon Wireless	CDMA	cdma 2000 1x	2001.4Q 1x 서비스 개시 1x 망: 2001년말까지 완성
Sprint PCS	CDMA	cdma 2000 1x cdma 2000 1xEV-DO/DV	01.3월 3G전이전략 발표 (2001.4Q 1x 서비스 개시)
KDDI	cdmaOne, PDC	cdma 2000 1x, cdma 2000 1xEV-DO/DV	2002년말까지 1x 전국망 2003년: ~2.4Mbps(1xEV-DO)
Vodafone	GSM	W-CDMA	2001.4월 GPRS도입 2002년 이후 3G서비스 개시
NTT DoCoMo	PDC	W-CDMA	상용서비스 2001.5 → 2001.10월로 연기
J폰	PDC	W-CDMA	버전 채택문제로 2001.12 → 2002.7~10월로 연기
Cingular Wireless	GSM, TDMA	W-CDMA 예상	EDGE 채택, 3G계획 연기
AT&T Wireless	GSM, TDMA	W-CDMA 예상	GPRS도입, 20002년 EDGE진화

- 주) 1. Verizon Comm.(BAM, GTE), VOD는 2000년 4월 'Verizon Wireless'로 통합
2. SBC와 BellSouth는 2000년 10월 'Cingular Wireless'로 통합.

비해 낙후되어 있다. FCC는 차세대이동통신에서 미국이 계속 열세에 놓이게 될 것을 우려해 2000년 12월 경매로 PCS 라이선스를 422건 부여했다. 이 중 라이선스 일부는 3G용 주파수로 이용될 예정이다.

미국 무선시장 점유율 1위인 Verizon Wireless는 2004년까지 미국 내 무선데이터 및 국제로밍 수요가 본격적인 3G를 도입할 만큼 성숙되지 않을 것으로 예상하여 기존 주파수대역에서 1x망을 2001년 말까지 완성하고 본격적인 3G도입에 신중을 기하고 있다. 제2위, 3위 사업자인 Cingular Wireless 및 AT&T Wireless 또한 초기에 상용화되는 1x서비스에 대응하기 위해 기존 망에 GPRS/EDGE 도입을 결정하였다. CDMA를 2G망으로 갖고 있는 Sprint PCS는 2001년 3월에 1x, 1xEV-DO, 1xEV-DV로의 3G 전이전략을 발표하였다.

Ⅲ. KTF의 차세대이동통신사업 발전전략

1. KT그룹 무선사업 구도

지난 '96년 PCS 사업자 선정 당시, 정부는 한국통신에 자회사를 통한 사업 영위를 허가조건으로 PCS 사업권을 부여하였다. 이렇게 탄생한 한국통신프리텔은 민간기업과의 경쟁에서 불리할 것이란 우려를 불식시키고 5개 사업자 중 당당히 2위 사업자로 부상하였다. 또한, 지난해 모회사인 한국통신의 전격적인 한솔엠닷컴 인수와 금년 5월 합병을 통해 차세대사업에서의 주도권 확보를 위한 기반을 마련하였다.

합병 전부터 한국통신프리텔과 한국통신엠닷컴은 합병 시너지 효과를 극대화하기 위하여 기지국 이설

표 3. 이동전화 가입 및 점유율 현황⁶⁾

구 분	2000.6월말 가입자 (점유율)	2001.6월말 가입자 (점유율)	증가율
SK텔레콤	11,552,105 (43.47%)	10,907,934 (38.86%)	(5.6%)
SK신세기통신	3,752,285 (14.12%)	3,056,857 (10.89%)	(18.5%)
KTF	7,660,336 (28.83%)	9,693,658 (34.47%)	26.5%
LG텔레콤	3,605,486 (13.57%)	4,434,530 (15.78%)	23.0%
합 계	26,570,212 (100%)	28,092,979 (100%)	5.7%

재배치, 영업 및 CS망 통합, 인력재배치 등 주요 사업분야에서의 통합 작업을 서둘러 왔다. 합병과 함께 양 사는 그 간 사용해 오던 'n016' 및 'm018'이라는 사업자 식별번호 중심의 브랜드를 과감히 버리고, 'KTF'라는 새로운 브랜드를 발표하였다. 또한, SK텔레콤의 SK신세기통신 인수승인을 조건으로 공정거래위원회가 제시한 선두사업자 시장점유율 제한조치의 잇점을 최대한 활용, 합병 전 양사의 시장점유율을 훨씬 넘어서 확고한 2위 사업자로 거듭나게 되었다.

한편, 정부는 IMT-2000사업자 선정 과정에서 컨소시엄 우대 정책을 펴으로써 SK그룹과 한국통신은 그룹내 또 하나의 무선 자회사를 갖게 되었다. 이를 두고 일각에서는 벌써부터 자원낭비와 중복투자, 불필요한 경쟁으로 인한 폐해 등을 걱정하고 있다. 지금까지와 마찬가지로 한국통신은 이번 문제를 '주주 이익 극대화', '이용자 편의 향상', '기업가치 제고', '중복투자 방지' 및 '무선사업 경쟁력 강화' 등 복합적인 요소들을 종합적으로 고려하여 합리적인 해결책을 마련, 그룹내 무선사업 구도를 조기에 정립할 것이다. 또한, 한국통신의 무선 자회사인 KTF와 KT이 이점은 그룹차원의 무선사업 역량 강화를 위해 합병 전까지 분할손을 최소화하고, 필요한 분야에 대한 긴밀한 협력활동을 전개하는 한편, 조만간 양사를 합

병함으로써 향후 3세대사업에서의 선도적 지위를 차지할 계획이다.

2. KTF 비전

한 개인이 삶의 목표를 설정하고, 궁극적인 목적을 달성하기 위해 노력하며 자신의 삶을 윤택하게 만들어 가듯이 기업 또한, 비전을 통해 기업발전을 도모하며 성장해 나간다.

한국통신엠닷컴의 흡수합병을 통해 새롭게 탄생한 KTF는 통합기업의 비전을 'Mobile Life Partner'로 설정하였다. 이동통신을 통해 유익한 정보를 이용자에게 언제, 어디서나, 원하는 형태로 제공함으로써 삶의 질을 향상시키고, 궁극적으로는 이를 보다 더 자유롭게 만들고자 한다. 이동통신서비스를 인류의 삶에 없어서는 안될 한 부분으로 자리매김하고자 한다.

또한, 기업 경영전략을 위한 구체적인 목표로는 2005년까지 '글로벌 톱 10' 사업자 진입으로 정하였다. 가입자는 물론, 매출액 등에서 세계 10대 이동통신사업자로 발돋움함으로써 명실상부한 최고의 이동통신 기업이 되고자 노력할 것이다. 이를 달성하기 위한 핵심역량으로는 무엇보다 먼저 '고객 친화능력' 및 '서비스 개발능력'을 배양하고, 고품질의 서비스를 고객에게 제공하기 위한 '안정적 품질관리 능력'을 키우고자 한다. 또한, 사업영역의 확대에 의한 가치사슬상의 '제휴 네트워크 구축 및 운용 능력'을 지닌은

6) 정보통신부 홈페이지(www.mic.go.kr) 유무선 통신서비스 가입자 현황

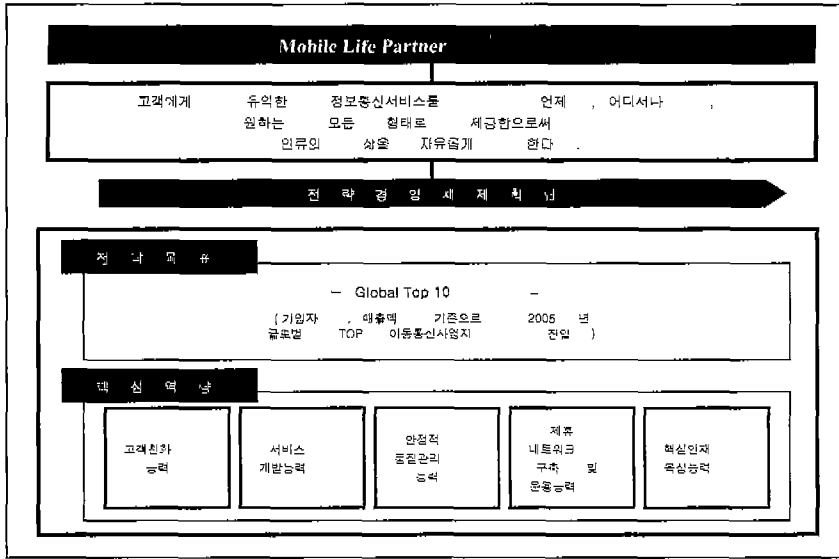


그림 3. KTF 비전 체계도

물론, 이 모든 것을 뒷받침하기 위한 '핵심인재 육성 능력'을 확보할 계획이다.

이를 통해 KTF는 최고의 인재 집단이 최상의 고품질 서비스를 이용자에게 합리적인 요금으로, 안정적으로 제공함으로써 세계최고의 이동통신사업자로 도약할 것이다.

지금까지 설명한 KTF의 비전 체계는 그림 3과 같다.

3. 차세대이동통신 발전전략

가. 단계적 3G 망 확장 및 포지셔닝 계획

○ 1단계 : 3G 시장 선도사업자 이미지 구축기 (~2001년말)

음성과 텍스트 중심의 무선인터넷 서비스 개념을 뛰어 넘어 컬러 콘텐츠와 초기 멀티미디어 서비스를 통한 차세대 시장 선도사업자의 이미지를 형성하고 3G 서비스를 최초로 포지셔닝하는 단계이다.

○ 2단계 : 3G 서비스 Boom-up 조성기 (~2002년 상반기)

3G 서비스는 기존 서비스 대비 가치사슬상의 시장 참여자가 다수 존재하게 되는 복잡 다단한 비즈니스 모델이 구현될 것으로 예상된다. KTF는 월드컵이라는 국가적 이벤트를 토대로 많은 시장 참여자와 제휴 및 협력 관계를 통해 이 기간 동안 3G 서비스 활성화의 기반을 만들고 Boom-up 시키기 위한 다각적인 활동을 전개할 것이다.

○ 3단계 : 3G 서비스 확장기

(2002년 하반기 ~ 2003년말)

사전 정지 작업을 통해 Boom-up된 시장 기반을 바탕으로 3G 서비스 커버리지를 점차 확장하며 전국적인 망 구축을 전개할 계획이다. 본격적인 동영상 멀티미디어 서비스를 선보일 이 시기는 3G 서비스의 성패가 달린 중요한 시기로 간주되므로 KTF 및 KT 그룹이 가진 모든 역량을 결집하여 최고의 이동통신 사업자로 도약하는 계기로 삼을 것이다.

○ 4단계 : 3G 서비스 대중화기(2004년 ~)

혁신 계층과 구전 효과에 의한 서비스 확장에서 벗어나 일반 대중이 마음껏 동영상 멀티미디어 서비스를 즐기는 바야흐로 3G 서비스를 대중화하는 원년으

[그림 4] 단계별 3G 망 확장 및 포지셔닝 계획

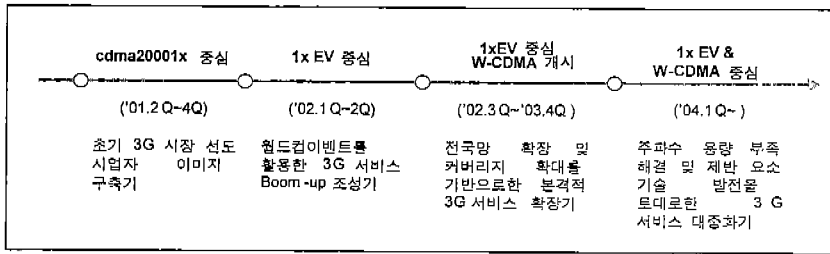


표 5. 단계별 서비스 제공 방향

구분	1 단계	2 단계	3 단계	4 단계
핵심육성 분야	-	컬러 콘텐츠 확장	위치기반VHE ⁷⁾ Vertical Solution	VOD/AOD Vertical Solution
전략차별 분야	컬러 콘텐츠 도입	동영상 게임오락 Vertical Solution	VOD/AOD ⁸⁾ 개인 맞춤형	기업 맞춤형 개인 특화형

로 삼을 계획이다.

나. 서비스 제공계획

차세대이동통신 서비스는 제반 요소기술 (스트리밍, 압축 기술, 단말기, 무선 네트워크 용량 등)의 발전에 따라 고객에게 소구하며, 시장 기반을 점차 확대할 나날 것이다. KTF도 이러한 변화와 발전 추세에 따라 서비스 제공 방향을 '핵심육성' 분야와 '전략차별' 분야로 구분하여 단계별로 제공할 계획이다. 단계별 서비스 제공 방향은 다음과 같다.

한편, KTF는 개인고객, 음성서비스 중심의 2세대 서비스를 3세대에서는 시장세분화를 바탕으로 개인과 기업으로 구분하여, 개인고객에는 이용행태별로 맞춤과 특화형태의 데이터와 콘텐츠 중심의 서비스를 제공하고, 기업에는 기업특성에 맞는 업무지원과 솔루션

중심의 서비스를 제공하는 체제로 전환할 예정이다. 이제 누구나 자신에게 맞는 서비스와 콘텐츠를 취향에 따라 선택하여 최적의 서비스를 제공받을 수 있는 시기가 다가 오고 있는 것이다.

IV. 결론

통신전문기업으로서 국민의 두터운 신뢰 하에 성장한 KTF는 현재 1인당 생산성이 가장 높은 이동통신 회사로 자리잡으면서 급변하는 국내외 환경에 적합한 새로운 마케팅전략과 신경영전략의 구사를 통해 사업개시 3년 만인 2000년에 매출 4조원의 기업으로 성장하였다. 특히 차세대이동통신사업의 기반이 되는 무선인터넷에서는 6월말 현재 600만명의 가입자를 확보하여 업계 1위를 유지하고 있다.

차세대이동통신사업에서 KTF는 cdma2000 1x 서비스를 상용화하면서 기존 2G 상에서 IMT-2000 서비스를 시작하였으며, 또한 cdma2000 1x 기반하

7) VHE(Virtual Home Environment)

8) VOD(Video On Demand)/AOD(Audio On Demand)

에 1xEV-DO 서비스를 월드컴 이전에 상용화할 계획이다. KTF는 투자효율성 문제, W-CDMA 서비스 제공을 위한 동기/비동기 단일망 구축에 소요되는 시간, 3G 서비스를 위한 차별적 콘텐츠 개발 및 요금 체계의 마련 등을 고려하여 기존 망 진화를 통해 3G 서비스를 제공해 나갈 계획이다.

KTF는 '97년에 발족하여 의욕에 넘치는 인재들과 탁월한 경영능력을 보유한 경영진이 불철주야 기업가치 극대화를 위해 노력하고 있다. 기업 경영에 있어 가장 중요한 요소인 인재들이 뿔뿔 뿔뿔 떨어져 저마다의 맡은 바 임무를 다하는 KTF의 미래는 밝다고 할 수 있다.

항상 새로움을 추구하고 업계를 선도하는 컨셉과 부가서비스 도입으로 고객의 사랑을 받아온 KTF는 고객을 최우선시하고 가치 창출을 도모하는 고객 가치 중심의 경영을 통해 고객의 사랑을 바탕으로 '대한민국 대표이동통신'으로 발전하였다. KTF는 여기에 만족하지 않고 차세대이동통신에서도 경제적이고 효율적인 망 구축을 통해 고객에게 유익한 서비스를 가장 합리적인 요금으로 제공할 것이다. 이제 세계를 무대로 도약할 준비를 마치고 글로벌 이동통신사업자로 발전할 'KTF호'의 힘찬 비상을 지켜봐 주기 바란다.

1996년 12월 한국통신 연구개발본부 PCS 개발 총괄실장, 1997년 1월~1997년 12월 한국통신프리텔(주) 기술기획총괄팀장(이사), 1998년 1월~1998년 12월 전략기획실장, 1999년 1월~2000년 5월 기획조정실장(상무), 2000년 6월~2000년 12월 마케팅부부장, 2001년 1월~현재 기획조정실장(전무), 1985년 국제로타리클럽상, 1991년 일본통신산업 국제협력상, 1992년 미국 IEEE Senior Member, 1999년 한국능률협회 최고 지식 경영자 상



홍원표

1983년 2월 서울대학교 공과대학 전자공학과(학사), 1984년 12월 미시간대학교 전기공학부(석사), 1987년 12월 미시간대학교 전기공학부(박사), 1990년 12월 스트본슨 대학 기술경영 전문과정.

1988년 1월~1994년 6월 벨통신연구소(Bellcore : 미국 뉴저지주) -프로그램 매니저, 1994년 8월~