

# 휴대폰 업체들의 새로운 도약을 위하여



하 상 옥  
에이치텔레콤(www.htel.co.kr) 대표이사

휴대폰 중소벤처업체들의 위기론이 다시 대두되고 있다.

세계 휴대폰시장에서 10%이상의 점유율을 차지하고 있는 노키아 모토로라 삼성전자 등 빅3 업체들의 점유율이 갈수록 증가하고 있어 이들을 제외한 여타 중소벤처업체들은 경쟁력을 가질 수 없을 것이란 회의론이 위기감을 조성시키고 있다.

틀린 말이 아니다. 가트너 집계 자료에 따르면 지난 2000년 빅3의 시장 점유율은 55%였지만 작년에 63%까지 상승했다. 올해는 점유율이 더 올라가 66%에 달한 것이란 예상도 어렵지 않게 들릴 정도로 빈익빈 부익부로 양극화 현상이 심화되고 있다.

작년에는 중국내 제조업체들간 경쟁으로 많은 업체들이 위기에 봉착하였으며 일본내 업체들간에는 휴대폰사업을 아예 축소하는 방향으로 사업조정을 하였고 한국내에서는 많은 업체들이 부도가 발생하여 세계적으로 아시아권 휴대폰 중소벤처업체들이 몰락하는 이미 예상한 시나리오 그대로 였다.

세계 휴대폰 시장은 메이저들에게 절대적으로 유리한 기업브랜드,기능 차별화와 가격경쟁력 위주로 흘러가고 있다. 다양한 기능을 내장해야 하는 휴대폰 개발은 연구인력이 많은 메이저기업들에게 유리할 수밖에 없다. 가격경쟁력 또한 규모의 경제를 추구하는 노키아나 모토로라들을 중소벤처업체들이 도저히 따라잡을 수는 건 삼척동자도 알고 있다.

흔히 경제이론에서는 선두 2개 기업만 시장에서 살아남을 수 있다고 말해진다. 이는 달리 말해 3위 업체도 항상 생존의 위협에 시달린다는 말이다.

이렇게 따진다면 노키아 모토로라 삼성전자 등 소위 빅3의 시장평정은 당연하다고 볼 수 있고 작년에 독일

지멘스의 휴대폰사업부를 인수한 대만의 벤큐와 한국의 팬택이 SK텔레텍을 인수한 것 처럼 금년에도 꿈틀거리는 휴대폰 대기업들간 상호 존생하기 위해 M&A로 새로운 지각변동을 일으키는 기업이 생성할 것으로 예측되고 있다.

그러나 위기는 또 다른 기회의 장임을 중소벤처업체들은 항상 잊지 말아야 할 것 같다. 시선을 달리하여 신기술 개발에 부단한 노력을 기울인다면 항상 새로운 시장은 있기 마련이란 의미이다. 그건 지난 20여년의 휴대폰 사업에 대한 역사가 증명하고 있다.

과거 중국 휴대폰 시장을 바라보고 너도나도 CDMA 휴대폰만 개발했을 때 GSM방식 휴대폰으로 눈을 돌렸던 일부 중소벤처업체들은 경쟁력을 가질 수 있었다. 대표적으로 벨웨이브의 경우 GSM 분야에서 아시아 최고 휴대폰 벤처업체로 군림한적도 했다.

지금은 GSM방식 휴대폰 시장에서도 중소벤처업체들이 특허로 및 상품 경쟁력을 가질 수 없어 사업포기 분위기로 젖어있는 상황에서 중소벤처업체들은 변신하여 새로운 길을 찾아야 할 것이다.

그건 다름아닌, DMB를 포함한 모바일방송과 와이브로이다.

국내외적으로 모바일방송은 현재 큰 화두가 되고 있다. 국내의 지상파DMB, 일본의 원세그, 미국의 미디어플로, 유럽의 DVB-H 등 모바일 방송은 그 어디를 가나 세상의 중심에서 있다. 모바일방송이 존재하지 않는 2006년의 의미가 없을 정도로 모바일방송은 세인의 이목을 집중시키고 있다.

또한 올해 서비스가 시작될 와이브로도 중소벤처업체들에게는 기회를 제공할 새로운 시장이다. KT가 야심적으로 서비스를 계획하고 있어, 준비만 잘 한다면 중소벤처업체들이 국제무대로 진출하는데 큰 발판이 될 수도 있다.

모바일방송 및 와이브로 관련 시장이 새로운 '장'이라는 주장에 혹자는 역시 메이저 기업들의 강력한 힘을 거론할 수도 있을 것이다.

그러나 개별 기술은 미약하게 생각될지 몰라도 여러 기술을 다양하게 보유하고 있는 중소벤처업체라면 상황은 반전될 수 있다. 예를 들어 CDMA/GSM 방식의 휴대폰을 개발할 수 있으며, 여기에 더해 DMB 및 와이브로 단말기까지 개발할 수 있는 중소벤처업체라면 결코 메이저 기업에게 눌린다고 할 수만은 없을 것이다.

문제는 기존에 가지고 있던 기술에 안주하고 단일 기술에만 의존하여, 새로운 곳으로 눈을 돌리지 않는 '정체성'에 있다. 남들보다 앞서 DMB 및 와이브로 기술을 섭렵한 중소벤처업체라면 시대의 변화가 두려워지는 것이 아니라 오히려 기다려질 것이다.

휴대폰 중소벤처업체들의 위기론, 이 말은 2002년부터 줄곧 나왔다. 그래도 지금 곳곳하게 살아남아 국제무대에서 활동하는 업체들도 많다. 그들의 생존방법은 아무리 먹고 살기가 어렵더라도 미래를 위해 시대를 쫓아가기만 한 것이 아니라 앞서 개척했기 때문으로 여겨진다.

따라서 2006년 휴대폰 중소벤처업체들은 새로운 기회를 맞이하기 위해 다양한 패러다임으로 기업을 변화시켜 신기술, 획기적인 특허 및 인력양성에 집중해할 것으로 생각된다. ☒