

방송통신정책연구

09-진흥-가-15

통신사업자 해외 신규사업영역 및 해외 진출전략 연구

(A Study on Global Business Strategy of Domestic
Telecom Operators)

2009. 12.

연구기관 : 스트라베이스



방송통신정책연구

09-진흥-가-15

통신사업자 해외 신규사업영역 및 해외 진출전략 연구

(A Study on Global Business Strategy of Domestic
Telecom Operators)

2009. 12. 31

연구기관 : 스트라베이스

총괄책임자 : 최 욱(스트라베이스)

제 출 문

방송통신위원회 위원장 귀하

본 보고서를 『통신사업자 해외 신규사업영역 및 해외 진출전략 연구』의 연구결과보고서로 제출합니다.

2009. 12.

연구 기관 : 스트라베이스

총괄책임자 : 최 욱(스트라베이스)

참여연구원 : 김 동 진(스트라베이스)

최 수 진(스트라베이스)

이 태 동(스트라베이스)

권 성 미(스트라베이스)

요 약 문

1. 제목

통신사업자 해외 신규사업영역 및 해외 진출전략 연구

2. 연구의 목적 및 중요성

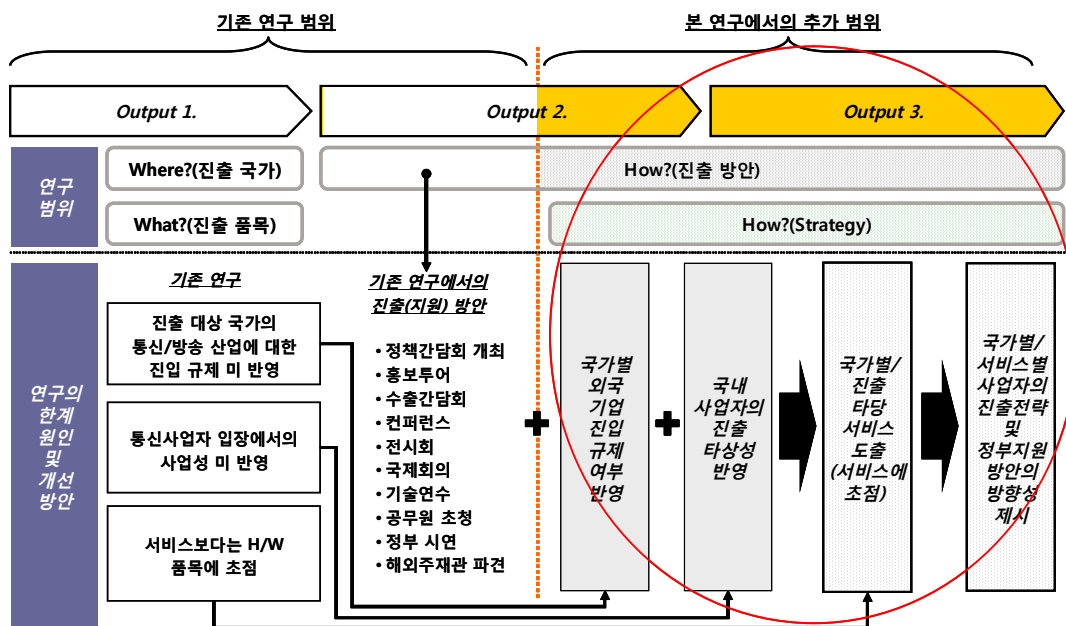
본 연구는 통신사업자의 해외 통신시장 및 신규 서비스(IPITV, DMB 등) 진출 모색을 위한 전략수립에 필요한 체계적이고 분석적인 정보를 제공하는 것을 목적으로 한다. 이를 위해 전략적 진출 대상 국가의 방송통신 서비스 시장 현황과 분석 정보, 제도 및 정책을 조사/분석함으로써, 국내 통신사업자와 정책 결정자 모두에게 유의미하고 체계적인 정보를 제공할 수 있도록 한다. 또한 통신사업자의 서비스 해외진출 전략 및 정부지원 방안의 방향성을 제공함으로써, 민관 공동의 해외시장 진출방안 구축에 필요한 자료로 활용될 수 있도록 하는 것을 목적으로 한다. 본 연구는 국내 통신사업자들의 진출 가능성이 높은 국가와 전략적 진출 서비스를 도출하고, 통신사업자들의 국가별 진출 전략과 정부의 지원방안을 모색함으로써, 국내 통신사업자들의 성공적인 해외시장 진출을 지원하는데 중요성이 있다.

3. 연구의 구성 및 범위

본 연구는 크게 1) 전략적 통신(방송) 서비스 진출대상 국가 선정 및 조사/분석, 2) 전략적 진출 서비스(유선, 인터넷/브로드밴드, 이동통신, WiMax(WiBro), IPTV, DMB 등) 선정 및 진출대상 국가의 서비스별 상세 현황 조사/분석, 3) 글로벌 통신사업자의 해외진출 사례 벤치마킹 및 국내 통신사업자의 해외진출 사례 조사/분석, 4) 통신사업자 해외시장 진출 전략 및 정부지원 방안의 방향성 도출 등 4단계로 구성되어 있다.

본 연구는 방송통신위원회의 기존 연구결과물을 토대로, 지난 1년간 진출 대상 국가들의 시장상황 변화와 추가 조사 및 보완된 내용, 그리고 국내 통신(방송) 사업자들의 의견 등을 반영해서 진행되었다. 또한 기존 연구와는 달리 H/W 품목보다는 서비스에 초점이 맞춰져 있는데, 이는 서비스의 진출이 선도적으로 이뤄져야만 향후 연관 산업도 동반 진출이 가능하기 때문이다.

〈본 연구의 구성 및 범위〉



4. 연구내용 및 결과

1) 전략적 진출대상 국가 선정/평가/분석

본 연구는 진출대상 국가의 모집단을 1) 방송통신위원회 선정 22개 거점 국가, 2) 정부차원의 진출협의 논의 국가 중 Filtering을 거친 2개 국가, 3) 국내 통신사업자의 진출 추진 및 검토 국가 중 Filtering을 거친 3개 국가 등 총 27개 국가로 선정했다.

〈본 연구에서의 조사대상 국가〉

구분	방통위 선정 22개 국가	정부간 진출협의 논의 국가 중 Filtering 국가	국내 통신사업자 진출 추진 및 검토 국가 중 Filtering 국가	합계
아태지역	태국	뉴질랜드	몽골	8
	인도네시아	호주		
	인도			
	베트남			
	말레이시아			
중남미	브라질			5
	베네수엘라			
	멕시코			
	파라과이			
	페루			
유럽	폴란드			3
	네덜란드			
	터키			
CIS 및 중앙 아시아	러시아			4
	우크라이나			
	카자흐스탄			
	우즈베키스탄			
중동 및 아프리카	UAE		요르단	7
	사우디아라비아		알제리	
	이집트			
	남아공			
	나이지리아			
소계	22	2	3	27

위와 같이 선정된 27개 국가들을 1) 대상 국가의 ICT 인프라 수준, 2) 사업자의 사업성과 수익성 판단 기준이 될 수 있는 경제적 수요(소득수준), 3) 정부의 ICT에 대한 의지를 반영하여 상대평가한 지수를 작성했다. 27개국의 ICT 인프라 수준은 1) 유선전화 보급률, 2) 이동통신 보급률, 3) 인터넷 이용률, 4) 유선 브로드밴드 보급률, 5) 가구당 PC 보급률 등 5개의 지표를 토대로, 경제적 수요(소득수준)은 1) 1인당 GDP와 2) GNI PPP의 2개 지표를 토대로, 정부의 ICT에 대한 의지는 WEF(World Economic Forum)가 발표한 1) 정부의 ICT 우선도와 2) 정부의 ICT 비전의 2개 지표를 토대로 평가했다. 평가방법은 ITU가 세계 154개국의 ICT

개발지수(IDI)를 도출하기 위해 사용하고 있는 Normalizing 방법을 사용했으며, 구체적인 방법은 다음과 같다.

〈진출대상 국가의 평가 지수 도출 방법〉 (예시 : ICT 인프라)

No.	Infra 평가 지표 (보급률, %)	국가별 보급률(x)	Max (a)	min (b)	Normalizing (c)	Weight (d)	지표별 인프라 평가 지수
1	유선전화	x	44.5	0.9	$= (x-b)/(a-b)$	20%	$= c \times d(1)$
2	이동통신	x	143.5	29.4	$= (x-b)/(a-b)$	20%	$= c \times d(2)$
3	인터넷	x	86.4	6.9	$= (x-b)/(a-b)$	20%	$= c \times d(3)$
4	브로드밴드	x	35.1	0	$= (x-b)/(a-b)$	20%	$= c \times d(4)$
5	가구당 PC	x	86	2.4	$= (x-b)/(a-b)$	20%	$= c \times d(5)$
	Infra 평가 지수(합계)						$= (1)+(2)+(3)+(4)+(5)$

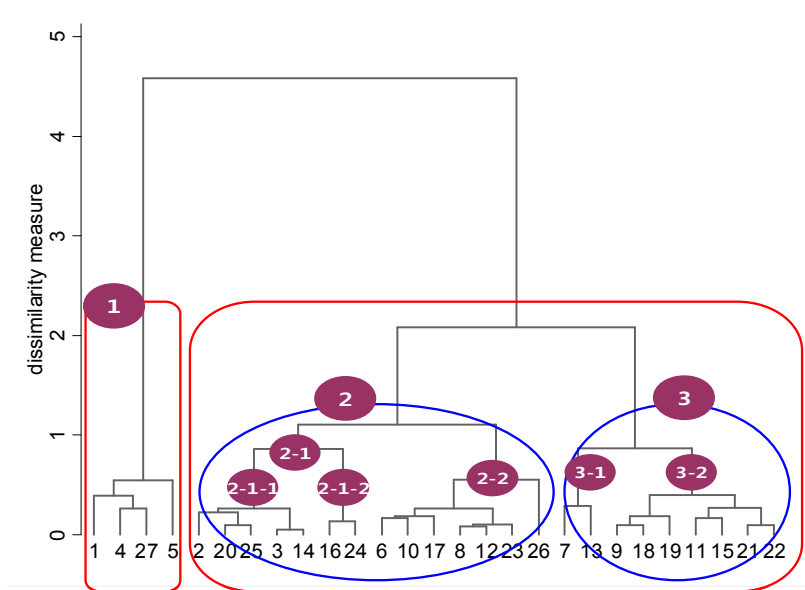
위와 같은 방법으로 산출된 진출대상 국가 27개국의 1) 인프라 평가 지수와 2) 경제적 수요 평가 지수, 3) 정부 의지 평가 지수는 각각 다음과 같다.

〈진출대상 국가의 인프라/경제적 수요/정부 의지 평가 지수〉

No.	국가	Infra	No.	국가	경제 수요	No.	국가	정부 의지
1	네덜란드	0.97	1	UAE	1.00	1	UAE	1.00
2	호주	0.80	2	네덜란드	0.98	2	말레이시아	0.91
3	뉴질랜드	0.79	3	호주	0.84	3	요르단	0.80
4	UAE	0.78	4	뉴질랜드	0.56	4	호주	0.76
5	폴란드	0.56	5	사우디	0.44	5	인도	0.73
6	러시아	0.46	6	폴란드	0.31	6	사우디	0.72
7	사우디	0.45	7	러시아	0.27	7	베트남	0.70
8	말레이시아	0.44	8	멕시코	0.24	8	이집트	0.67
9	터키	0.38	9	터키	0.24	9	네덜란드	0.61
10	우크라이나	0.38	10	베네수엘라	0.23	10	카자흐스탄	0.59
11	브라질	0.32	11	말레이시아	0.22	11	태국	0.59
12	베트남	0.32	12	브라질	0.17	12	몽골	0.58
13	베네수엘라	0.31	13	카자흐스탄	0.17	13	뉴질랜드	0.57
14	카자흐스탄	0.29	14	남아공	0.14	14	남아공	0.47
15	멕시코	0.28	15	알제리	0.11	15	멕시코	0.46
16	태국	0.25	16	페루	0.11	16	터키	0.45
17	페루	0.20	17	우크라이나	0.09	17	브라질	0.45
18	요르단	0.20	18	태국	0.08	18	알제리	0.43
19	파라과이	0.19	19	요르단	0.07	19	나이지리아	0.39
20	남아공	0.18	20	이집트	0.06	20	러시아	0.36
21	알제리	0.18	21	파라과이	0.05	21	우크라이나	0.34
22	인도네시아	0.14	22	인도네시아	0.04	22	페루	0.32
23	이집트	0.13	23	몽골	0.03	23	베네수엘라	0.29
24	몽골	0.11	24	인도	0.01	24	인도네시아	0.29
25	우즈베키스탄	0.06	25	베트남	0.01	25	폴란드	0.09
26	나이지리아	0.03	26	우즈베키스탄	0.01	26	파라과이	0.00
27	인도	0.02	27	나이지리아	0.00	27	우즈베키스탄	0.00

위와 같이 산출된 상대평가 지수를 토대로 진출 대상 27개국을 분석하기 위해 1) 인프라 수준, 2) 경제적 수요, 3) 정부 의지의 3개 평가 지수를 ‘군집분석’ 방법론을 이용해서 분석했다.

〈진출대상 국가 군집분석 결과〉



√ x축은 국가를 의미하는 번호임

√ y축은 국가 사이의 거리, 즉 비유사성(dissimilarity) 척도를 의미함

√ 비유사성이 크면 클수록 국가 또는 군집간에 차별성이 높음

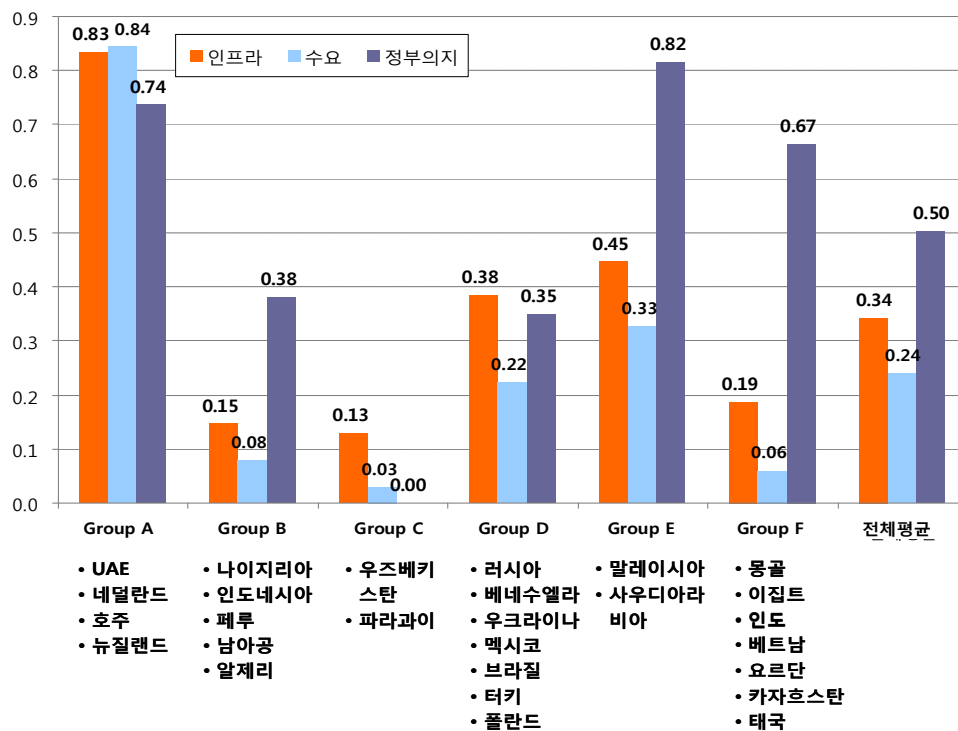
√ 1,4,27,5(UAE, 네덜란드, 호주, 뉴질랜드) 국가군과 나머지 국가군간에는 4.5 이상의 비유사성이 존재하기 때문에 이들 4개 국가들은 다른 국가들과 구별된 군집

위 군집분석에서 x축에 표시된 숫자는 국가를 의미하며, 각 숫자별 대응 국가는 아래 표와 같다.

No.	국가	No.	국가	No.	국가
1	UAE	10	베네수엘라	19	인도
2	나이지리아	11	베트남	20	인도네시아
3	남아공	12	브라질	21	카자흐스탄
4	네덜란드	13	사우디	22	태국
5	뉴질랜드	14	알제리	23	터키
6	러시아	15	요르단	24	파라과이
7	말레이시아	16	우즈베키스탄	25	페루
8	멕시코	17	우크라이나	26	폴란드
9	몽골	18	이집트	27	호주

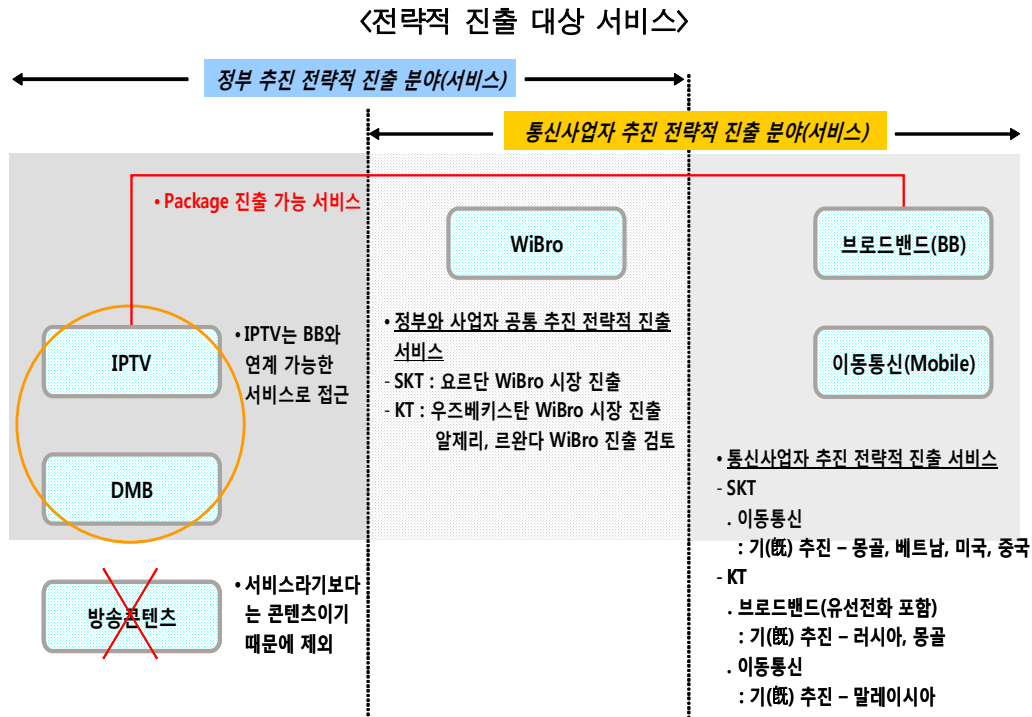
이상과 같이 도출된 군집(Group)별 평가 지수 평균값을 보면, 다음 그림과 같다. 예를 들면, Group A(UAE, 네덜란드, 호주, 뉴질랜드)는 인프라 평가 지수 평균이 0.83(최대값 1, 최소값 0), 경제적 수요 평가 지수 평균값이 0.84, 정부 의지 평가 지수 평균값이 0.74로 타 그룹에 비해 각 분야가 월등히 높은 것으로 나타났다.

〈군집(Group)별 평가 지수 평균값〉



2) 전략적 진출대상 서비스 선정

전략적 진출 대상 분야는 H/W 품목보다는 서비스에 초점을 맞췄으며, 1) 방송통신위원회 선정 4개 분야(WiBro, IPTV, DMB, 방송콘텐츠) 중 서비스가 아닌 방송 콘텐츠를 제외한 3개 분야, 2) 국내 통신사업자가 강점을 가지고 있으면서 진출 의사도 있는 서비스 3개 분야(유선전화, 인터넷/브로드밴드, 이동통신)를 더한 총 6개 서비스를 선정했다.



* SKT는 미국, 중국, 베트남, KT는 말레이시아 이동통신 시장에서 철수

3) 국내 통신사업자의 진출 타당성 높은 국가 및 서비스

전략적 진출 대상 국가 27개국의 유선전화, 인터넷/브로드밴드, 이동통신, WiBro, IPTV, DMB의 6개 서비스 시장현황과 사업자 현황, 정부 규제 및 기타 고려사항을 조사/분석하고 국내 통신사업자의 진출 타당성을 정량적/정성적으로 검토한 결과 진출 타당성이 높은 국가가 18개, 진출 타당성이 낮은 국가가 9개로 나타났으며, 진출 타당성이 높은 18개 국가를 국가별/서비스별로 정리하고, 진출 타당성이 높은 국가가 18개에 대한 정부의 지원 방안을 요약하면, 각각 아래 2개의 표와 같다.

〈진출 타당성 높은 국가별 진출 가능 서비스〉

Group	No.	국가	진출 타당성 높은 서비스
Group A	1	네덜란드	DMB
Group B	2	나이지리아	WiBro, 유선전화, 인터넷/브로드밴드
	3	인도네시아	WiBro, DMB
	4	페루	WiBro, 인터넷/브로드밴드, IPTV
	5	남아공	WiBro
	6	알제리	WiBro
Group C	7	파라과이	유선전화, 인터넷/브로드밴드, IPTV
Group D	8	러시아	WiBro, 유선전화, 인터넷/브로드밴드, IPTV
	9	베네수엘라	WiBro
	10	멕시코	WiBro
	11	브라질	WiBro
	12	터키	WiBro
Group E	13	말레이시아	WiBro, DMB
Group F	14	이집트	WiBro, 유선전화, 인터넷/브로드밴드, IPTV
	15	인도	WiBro, 인터넷/브로드밴드, IPTV
	16	요르단	WiBro
	17	카자흐스탄	WiBro
	18	태국	WiBro, DMB

〈진출 타당성 높은 국가별 정부지원 방안〉

No.	국가	ODA 활용도 확대	자원 외교와 연계	통상협정 (FTA) 활용	고위급 외교 활용
1	네덜란드				
2	나이지리아	◎	●		△
3	인도네시아	◎			
4	페루	◎	●	○	
5	남아공			○	
6	알제리	◎	●		
7	파라과이	◎		○	△
8	러시아			○	
9	베네수엘라				
10	멕시코			○	
11	브라질			○	
12	터키	◎		○	
13	말레이시아			○	
14	이집트	◎			
15	인도			○	
16	요르단	◎			
17	카자흐스탄	◎			
18	태국			○	△

5. 정책적 활용내용

본 연구는 국내 통신사업자의 진출이 유망한 국가들의 시장 및 규제/정책 등에 대해 심층적으로 조사하고 분석함으로써, 국내 통신사업자의 해외시장 진출전략 수립과 정부 정책결정자들의 통신사업자 지원방안 수립을 위한 정책적 기초자료로 활용된다.

6. 기대효과

본 연구는 국내 통신사업자의 해외시장 진출에 기초자료로 활용됨으로써, 국내 통신사업자의 해외시장 진출과 매출 증대, 그리고 글로벌 경쟁력 강화에 기여할 것으로 예상된다. 또한 통신사업자의 해외시장 진출에 따른 연관 산업의 활성화를 유도함으로써, 국내 연관 산업의 기반 조성과 투자 및 고용확대에도 기여할 것으로 기대된다.

SUMMARY

1. Title

A Study on Global Business Strategy of Domestic Telecom Operators

2. Objective and Importance of Research

The objective of this research is to provide in-depth information and analysis for supporting successful overseas entry of the innovative services including IPTV and DMB which is expected to enjoy a comparative advantage in overseas markets. For the purpose, we draw out the countries with a high potentiality and suggest the promising services for each country. Based on the analysis, we suggest the successful entry strategy in each country and the effective policy of government for supporting it.

3. Contents and Scope of the Research

The contents of this research consists of the following four chapters: (1)to draw out the list of countries with a high priority for entry of the innovative services for which domestic telecom operators have a competitive edge, (2)to select the competitive services including WiMax(WiBro), IPTV and DMB and to analyze the competitive landscape of each service in potential countries, (3)to benchmark overseas entry strategy of global telecom operators and compare the result of benchmarking with the overseas entry strategy of domestic telecom operators, (4)to suggest the overseas entry strategy of domestic telecom operators and the policy of government for supporting it.

4. Research Results

This research covers the competitive landscape of six services such as fixed line, internet/broadband, wireless, WiMax(WiBro), IPTV, and DMB in 27 countries, which includes competitor analysis. Furthermore, we analyze the regulation and policy of each country.

As a result, we match the countries and the services according to a strategic priority. More specifically, only 18 countries among 27 countries have an advantage to enter. To obtain the successful expansion in these countries, domestic telecom operators have to consider strategies such as entry in emerging market at proper time, the M&A or partnership with local players, and offer a flexible service including bundling.

5. Policy Suggestion for Practical Use

For promoting the successful entry of domestic players, government should consider the following policies: (1) to allocate more funds for ODA, to make full use of FTA, (2) to make a good opportunity in conjunction with the resource diplomacy, (3) to enhance the promotion activities in overseas markets.

6. Expectations

The result of this research is highly expected to be utilized as a basic guideline for the successful overseas expansion of domestic telecom operators.

Once domestic players gain the expected result, then the related industry will be revitalized to expand the employment and the investment.

목 차

제 1 장 연구의 개요	1
제 1 절 연구의 추진 배경 및 필요성	1
1. 연구의 추진 배경	1
2. 연구의 필요성	2
제 2 절 연구의 목표	2
제 3 절 연구의 내용 및 범위	3
제 4 절 연구의 추진체계 및 전략	5
1. 연구의 추진체계	5
2. 연구의 추진전략	5
제 5 절 연구의 추진방법	6
 제 2 장 전략적 진출대상 국가 선정 및 분석	7
제 1 절 전략적 진출대상 국가 선정	7
1. 선정 방법론	7
2. 본 연구에서의 조사대상 선정 국가	9
제 2 절 전략적 진출대상 국가 평가	10
1. 평가 방법론	10
2. 평가 결과	15
제 3 절 전략적 진출대상 국가 분석	16
1. 분석 방법론	16
2. 분석 결과	17
3. Group(군집)별 분석	20

제 3 장 전략적 진출 서비스 선정 및 국가별 서비스 시장 현황과 분석25

제 1 절 전략적 진출 서비스 선정	25
제 2 절 국가별 서비스 시장 현황과 분석	26
1. Group A 국가군	26
2. Group B 국가군	56
3. Group C 국가군	94
4. Group D 국가군	108
5. Group E 국가군	159
6. Group F 국가군	174

제 4 장 국내외 통신사업자 해외시장 진출 현황 및 분석232

제 1 절 글로벌 통신사업자 해외시장 진출 현황 및 분석	232
1. SingTel	232
2. Telefonica	235
3. Vodafone	238
4. docomo	241
제 2 절 국내 통신사업자 해외시장 진출 현황 및 분석	244
1. SKT	244
2. KT	246

제 5 장 통신사업자 해외진출 전략 및 정부 지원방안의 방향성 249

제 1 절 통신사업자 해외진출 전략 및 정부 지원방안의 방향성 개요	249
1. 통신사업자 해외진출 전략의 방향성 개요	249
2. 정부 지원방안의 방향성 개요	251
제 2 절 국가별/서비스별 통신사업자 해외진출 전략 및 정부지원 방안의 방향성	256
1. Group A 국가군	256
2. Group B 국가군	266
3. Group C 국가군	287
4. Group D 국가군	294
5. Group E 국가군	315
6. Group F 국가군	322
7. 진출 타당 국가와 서비스 및 정부지원 방안의 방향성 요약	343
<첨 부> 국가별 평가 지수	345
[참고자료]	372

Contents

Chapter 1. Overview of the research	1
1.1 Research background	1
1.2 Research objective	2
1.3 Contents and scope of the research	3
1.4 Research organization and process	5
1.5 Research methodology	6
 Chapter 2. Selection and analysis of the countries with a high strategic priority	 7
2.1 Selection of the countries with a high strategic priority	7
2.2 Evaluation of the countries with a high strategic priority	10
2.3 Analysis of the countries with a high strategic priority	16
 Chapter 3. Selection of the strategic services and analysis of the service market in each country.	 25
3.1 Selection of the strategic services	25
3.1 Analysis of the service market in each country	26

**Chapter 4. Benchmarking of global telecom operators and
analysis of the overseas entry of domestic
telecom operators232**

4.1 Benchmarking of global telecom operators²⁴ 232

4.2 Analysis of the overseas entry of domestic telecom operators ... 244

**Chapter 5. The overseas entry strategy of domestic telecom
operator and the effective policy suggestion · 249**

5.1 The basic principle for suggesting strategy and policy 249

5.2 The overseas entry strategy of domestic telecom operator and the
effective policy suggestion 256

표 목 차

<표 2-1> 방송통신위원회 선정 22개 진출 거점 국가	7
<표 2-2> 정부간 진출협약 논의 국가	8
<표 2-3> 국내 통신사업자 최근 진출 추진 국가	9
<표 2-4> 본 연구에서의 조사대상 국가	10
<표 2-5> 진출대상 국가의 ICT 인프라 평가 지수 도출 방법	11
<표 2-6> 진출대상 국가의 ICT 인프라 평가 지수 예시(베트남)	12
<표 2-7> 진출대상 국가의 경제적 수요(소득수준) 평가 지수 도출 방법	13
<표 2-8> 진출대상 국가의 경제적 수요(소득수준) 평가 지수 예시(러시아)	13
<표 2-9> 진출대상 국가의 정부 의지 평가 지수 도출 방법	14
<표 2-10> 진출대상 국가의 정부 의지 평가 지수 예시(카자흐스탄)	14
<표 2-11> 진출대상 국가의 인프라/경제적 수요/정부 의지 평가 지수	15
<표 2-12> 진출대상 국가 군집분석 분류표	19
<표 2-13> 진출대상 국가 Group별 의미	24
<표 4-1> SingTel의 해외진출 연혁	233
<표 4-2> Telefonica Moviles의 해외진출 연혁	236
<표 4-3> Telefonica Moviles의 해외 자회사 및 관계사 지분율 현황	237
<표 4-4> Vodafone의 해외진출 연혁	239
<표 4-5> Vodafone의 지역별 브랜드 및 투자형태	240
<표 4-6> SKT의 주요 해외사업 최근 근황	245
<표 5-1> 우리나라의 ODA 실적	251
<표 5-2> 조사대상 국가 중 우리나라 ODA 수원국	252
<표 5-3> 우리나라의 FTA 체결 또는 추진 국가	253
<표 5-4> 진출 타당성 높은 국가별 진출 가능 서비스	343

<표 5-5> 서비스별 진출 타당성 높은 국가	343
<표 5-6> 진출 타당성 높은 국가별 정부지원 방안	344

그 립 목 차

<그림 1-1> 연구의 목표	3
<그림 1-2> 연구의 내용	4
<그림 1-3> 연구의 범위	4
<그림 1-4> 연구의 추진체계	5
<그림 1-5> 연구의 추진전략	6
<그림 1-6> 연구의 추진방법	6
<그림 2-1> 인프라, 경제적 수요, 정부 의지 평가 지수 예시(태국)	16
<그림 2-2> 진출대상 국가 군집분석 결과	18
<그림 2-3> Group(군집)별 평가 지수 평균값	20
<그림 3-1> 전략적 진출 대상 서비스	25
<그림 3-2> UAE 유선전화 회선 수 및 보급률 추이	26
<그림 3-3> UAE 유선전화 사업자별 시장 점유율	27
<그림 3-4> UAE 인터넷 이용자 수 및 보급률 추이	28
<그림 3-5> UAE 브로드밴드 가입자 수 및 보급률 추이	29
<그림 3-6> UAE 이동통신 가입자 수 및 보급률 추이	30
<그림 3-7> UAE 이동통신 사업자별 시장점유율	31
<그림 3-8> 네덜란드 유선전화 회선 수 및 보급률 추이	34
<그림 3-9> 네덜란드 유선전화 사업자별 시장 점유율	35
<그림 3-10> 네덜란드 인터넷 이용자 수 및 보급률 추이	36
<그림 3-11> 네덜란드 브로드밴드 가입자 수 및 보급률 추이	37
<그림 3-12> 네덜란드 이동통신 가입자 수 및 보급률 추이	38
<그림 3-13> 네덜란드 이동통신 사업자별 시장점유율	39
<그림 3-14> 호주 유선전화 회선 수 및 보급률 추이	42

<그림 3-15> 호주 유선전화 사업자별 시장점유율 추이	43
<그림 3-16> 호주 인터넷 이용자 수 및 보급률 추이	44
<그림 3-17> 호주 브로드밴드 가입자 수 및 보급률 추이	45
<그림 3-18> 호주 이동통신 가입자 수 및 보급률 추이	46
<그림 3-19> 호주 이동통신 사업자별 시장점유율	47
<그림 3-20> 뉴질랜드 유선전화 회선 수 및 보급률 추이	50
<그림 3-21> 뉴질랜드 유선전화 사업자별 시장점유율	51
<그림 3-22> 뉴질랜드 인터넷 이용자 수 및 보급률 추이	52
<그림 3-23> 뉴질랜드 브로드밴드 가입자 수 및 보급률 추이	53
<그림 3-24> 뉴질랜드 이동통신 가입자 수 및 보급률 추이	54
<그림 3-25> 뉴질랜드 이동통신 사업자별 시장점유율	54
<그림 3-26> 나이지리아 유선전화 회선수 및 보급률 추이	57
<그림 3-27> 나이지리아 인터넷 이용자 수 및 보급률 추이	58
<그림 3-28> 나이지리아 브로드밴드 가입자 수 및 보급률 추이	59
<그림 3-29> 나이지리아 이동통신 가입자 수 및 보급률 추이	60
<그림 3-30> 나이지리아 이동통신 사업자별 시장점유율	61
<그림 3-31> 인도네시아 유선전화 회선 수 및 보급률 추이	64
<그림 3-32> 인도네시아 인터넷 이용자 수 및 보급률 추이	66
<그림 3-33> 인도네시아 브로드밴드 가입자 수 및 보급률 추이	67
<그림 3-34> 인도네시아 이동통신 가입자 수 및 보급률 추이	68
<그림 3-35> 인도네시아 이동통신 사업자별 시장점유율	69
<그림 3-36> 페루 유선전화 회선 수 및 보급률 추이	73
<그림 3-37> 페루 유선전화 사업자별 시장점유율	74
<그림 3-38> 페루 인터넷 이용자 수 및 이용률 추이	75
<그림 3-39> 페루 브로드밴드 가입자 수 및 보급률 추이	76
<그림 3-40> 페루 이동통신 가입자 수 및 보급률 추이	77
<그림 3-41> 페루 이동통신 사업자별 시장점유율	78
<그림 3-42> 남아프리카공화국 유선전화 회선 수 및 보급률 추이	82

<그림 3-43> 남아프리카공화국 인터넷 이용자 수 및 보급률 추이	83
<그림 3-44> 남아프리카공화국 브로드밴드 가입자 수 및 보급률 추이	84
<그림 3-45> 남아프리카공화국 이동통신 가입자 수 및 보급률 추이	85
<그림 3-46> 남아프리카공화국 이동통신 사업자별 시장점유율	86
<그림 3-47> 알제리 유선전화 회선 수 및 보급률 추이	88
<그림 3-48> 알제리 인터넷 이용자 수 및 보급률 추이	90
<그림 3-49> 알제리 브로드밴드 가입자 수 및 보급률 추이	90
<그림 3-50> 알제리 이동통신 가입자 수 및 보급률 추이	91
<그림 3-51> 알제리 이동통신 사업자별 시장점유율	92
<그림 3-52> 우즈베키스탄 유선전화 회선 수 및 보급률 추이	95
<그림 3-53> 우즈베키스탄 유선전화 사업자별 시장점유율	96
<그림 3-54> 우즈베키스탄 인터넷 이용자 수 및 보급률 추이	97
<그림 3-55> 우즈베키스탄 브로드밴드 가입자 수 및 보급률 추이	98
<그림 3-56> 우즈베키스탄 이동통신 가입자 수 및 보급률 추이	99
<그림 3-57> 우즈베키스탄 이동통신 사업자별 시장점유율	100
<그림 3-58> 파라과이 유선전화 회선 수 및 보급률 추이	102
<그림 3-59> 파라과이 인터넷 이용자 수 및 보급률 추이	103
<그림 3-60> 파라과이 브로드밴드 가입자 수 및 보급률 추이	104
<그림 3-61> 파라과이 이동통신 가입자 수 및 보급률 추이	105
<그림 3-62> 파라과이 이동통신 사업자별 시장점유율	106
<그림 3-63> 러시아 유선전화 회선 수 및 보급률 추이	109
<그림 3-64> 러시아 인터넷 이용자 수 및 보급률 추이	110
<그림 3-65> 러시아 브로드밴드 가입자 수 및 보급률 추이	111
<그림 3-66> 러시아 이동통신 가입자 수 및 보급률 추이	112
<그림 3-67> 러시아 이동통신 사업자별 시장점유율	113
<그림 3-68> 베네수엘라 유선전화 회선 수 및 보급률 추이	117
<그림 3-69> 베네수엘라 인터넷 이용자 수 및 보급률 추이	118
<그림 3-70> 베네수엘라 브로드밴드 가입자 수 및 보급률 추이	119

<그림 3-71> 베네수엘라 이동통신 가입자 수 및 보급률 추이	120
<그림 3-72> 베네수엘라 이동통신 사업자별 시장점유율	121
<그림 3-73> 우크라이나 유선전화 회선 수 및 보급률 추이	124
<그림 3-74> 우크라이나 인터넷 이용자 수 및 보급률 추이	125
<그림 3-75> 우크라이나 브로드밴드 가입자 수 및 보급률 추이	125
<그림 3-76> 우크라이나 이동통신 가입자 수 및 보급률 추이	126
<그림 3-77> 우크라이나 이동통신 사업자별 시장점유율	127
<그림 3-78> 멕시코 유선전화 회선 수 및 보급률 추이	130
<그림 3-79> 멕시코 인터넷 이용자 수 및 보급률 추이	131
<그림 3-80> 멕시코 브로드밴드 가입자 수 및 보급률 추이	131
<그림 3-81> 멕시코 이동통신 가입자 수 및 보급률 추이	133
<그림 3-82> 멕시코 이동통신 사업자별 시장점유율	134
<그림 3-83> 브라질 유선전화 회선 수 및 보급률 추이	137
<그림 3-84> 브라질 유선전화 사업자별 시장 점유율	138
<그림 3-85> 브라질 인터넷 이용자 수 및 보급률 추이	139
<그림 3-86> 브라질 브로드밴드 가입자 수 및 보급률 추이	139
<그림 3-87> 브라질 이동통신 가입자 수 및 보급률 추이	141
<그림 3-88> 브라질 이동통신 사업자별 시장점유율	142
<그림 3-89> 터키 유선전화 회선 수 및 보급률 추이	145
<그림 3-90> 터키 인터넷 이용자 수 및 보급률 추이	146
<그림 3-91> 터키 브로드밴드 가입자 수 및 보급률 추이	147
<그림 3-92> 터키 이동통신 가입자 수 및 보급률 추이	148
<그림 3-93> 터키 이동통신 사업자별 시장점유율	149
<그림 3-94> 폴란드 유선전화 회선 수 및 보급률 추이	152
<그림 3-95> 폴란드 인터넷 이용자 수 및 보급률 추이	153
<그림 3-96> 폴란드 브로드밴드 가입자 수 및 보급률 추이	154
<그림 3-97> 폴란드 이동통신 가입자 수 및 보급률 추이	155
<그림 3-98> 폴란드 이동통신 사업자별 시장점유율	156

<그림 3-99> 말레이시아 유선전화 회선 수 및 보급률 추이	160
<그림 3-100> 말레이시아 인터넷 이용자 수 및 보급률 추이	161
<그림 3-101> 말레이시아 브로드밴드 가입자 수 및 보급률 추이	162
<그림 3-102> 말레이시아 이동통신 가입자 수 및 보급률 추이	163
<그림 3-103> 말레이시아 이동통신 사업자별 시장점유율	164
<그림 3-104> 사우디 유선전화 회선 수 및 보급률 추이	168
<그림 3-105> 사우디 인터넷 이용자 수 및 보급률 추이	169
<그림 3-106> 사우디 브로드밴드 가입자 수 및 보급률 추이	170
<그림 3-107> 사우디 이동통신 가입자 수 및 보급률 추이	171
<그림 3-108> 사우디 이동통신 사업자별 시장점유율	172
<그림 3-109> 몽골 유선전화 회선 수 및 보급률 추이	175
<그림 3-110> 몽골 인터넷 이용자 수 및 보급률 추이	176
<그림 3-111> 몽골 브로드밴드 가입자 수 및 보급률 추이	177
<그림 3-112> 몽골 이동통신 가입자 수 및 보급률 추이	178
<그림 3-113> 몽골 이동통신 사업자별 시장점유율	179
<그림 3-114> 이집트 유선전화 회선 수 및 보급률 추이	181
<그림 3-115> 이집트 인터넷 이용자 수 및 보급률 추이	182
<그림 3-116> 이집트 브로드밴드 가입자 수 및 보급률 추이	183
<그림 3-117> 이집트 이동통신 가입자 수 및 보급률 추이	184
<그림 3-118> 이집트 이동통신 사업자별 시장점유율	185
<그림 3-119> 인도 유선전화 회선 수 및 보급률 추이	189
<그림 3-120> 인도 유선전화 사업자별 시장점유율	189
<그림 3-121> 인도 인터넷 이용자 수 및 보급률 추이	190
<그림 3-122> 인도 브로드밴드 가입자 수 및 보급률 추이	191
<그림 3-123> 인도 이동통신 가입자 수 및 보급률 추이	193
<그림 3-124> 인도 이동통신 사업자별 시장점유율	194
<그림 3-125> 베트남 유선전화 회선 수 및 보급률 추이	198
<그림 3-126> 베트남 유선전화 사업자별 시장점유율	198

<그림 3-127> 베트남 인터넷 이용자 수 및 보급률 추이	199
<그림 3-128> 베트남 브로드밴드 가입자 수 및 보급률 추이	201
<그림 3-129> 베트남 이동통신 가입자 수 및 보급률 추이	202
<그림 3-130> 베트남 이동통신 사업자별 시장점유율	203
<그림 3-131> 요르단 유선전화 회선 수 및 보급률 추이	206
<그림 3-132> 요르단 인터넷 이용자 수 및 보급률 추이	208
<그림 3-133> 요르단 브로드밴드 가입자 수 및 보급률 추이	209
<그림 3-134> 요르단 이동통신 가입자 수 및 보급률 추이	210
<그림 3-135> 요르단 이동통신 사업자별 시장점유율	211
<그림 3-136> 카자흐스탄 유선전화 회선 수 및 보급률 추이	214
<그림 3-137> 카자흐스탄 인터넷 이용자 수 및 보급률 추이	215
<그림 3-138> 카자흐스탄 브로드밴드 가입자 수 및 보급률 추이	216
<그림 3-139> 카자흐스탄 이동통신 가입자 수 및 보급률 추이	217
<그림 3-140> 카자흐스탄 이동통신 사업자별 시장점유율	218
<그림 3-141> 태국 유선전화 회선 수 및 보급률 추이	222
<그림 3-142> 태국 인터넷 이용자 수 및 보급률 추이	224
<그림 3-143> 태국 브로드밴드 가입자 수 및 보급률 추이	225
<그림 3-144> 태국 이동통신 가입자 수 및 보급률 추이	227
<그림 3-145> 태국 이동통신 사업자별 시장점유율	228
<그림 4-1> SingTel의 지역별 매출 및 EBIDTA 비중	232
<그림 4-2> SingTel의 해외 진출 및 투자 현황	234
<그림 4-3> Telefonica Moviles의 지역별 진출 현황(2009.6)	237
<그림 4-4> docomo의 해외진출 현황	243
<그림 4-5> KT의 통신서비스 해외진출 지역	247
<그림 5-1> Group A와 타 Group간 평가 지수 평균 비교	256
<그림 5-2> UAE의 외국기업 방송통신 분야 투자관련 규제	257

<그림 5-3> UAE의 주요 ICT 지표	257
<그림 5-4> 네덜란드의 외국기업 방송통신 분야 투자관련 규제	259
<그림 5-5> 네덜란드의 주요 ICT 지표	259
<그림 5-6> 호주의 외국기업 방송통신 분야 투자관련 규제	262
<그림 5-7> 호주의 주요 ICT 지표	262
<그림 5-8> 뉴질랜드의 외국기업 방송통신 분야 투자관련 규제	264
<그림 5-9> 호주의 주요 ICT 지표	264
<그림 5-10> Group B와 타 Group간 평가 지수 평균 비교	266
<그림 5-11> 나이지리아의 외국기업 방송통신 분야 투자관련 규제	267
<그림 5-12> 나이지리아의 주요 ICT 지표	267
<그림 5-13> 인도네시아의 외국기업 방송통신 분야 투자관련 규제	271
<그림 5-14> 인도네시아의 주요 ICT 지표	271
<그림 5-15> 페루의 외국기업 방송통신 분야 투자관련 규제	275
<그림 5-16> 페루의 주요 ICT 지표	275
<그림 5-17> 남아공의 외국기업 방송통신 분야 투자관련 규제	279
<그림 5-18> 남아공의 주요 ICT 지표	279
<그림 5-19> 알제리의 외국기업 방송통신 분야 투자관련 규제	283
<그림 5-20> 알제리의 주요 ICT 지표	283
<그림 5-21> Group C와 타 Group간 평가 지수 평균 비교	287
<그림 5-22> 우즈베키스탄의 외국기업 방송통신 분야 투자관련 규제	288
<그림 5-23> 우즈베키스탄의 주요 ICT 지표	288
<그림 5-24> 파라과이의 외국기업 방송통신 분야 투자관련 규제	290
<그림 5-25> 파라과이의 주요 ICT 지표	290
<그림 5-26> Group D와 타 Group간 평가 지수 평균 비교	294
<그림 5-27> 러시아의 외국기업 방송통신 분야 투자관련 규제	295
<그림 5-28> 러시아의 주요 ICT 지표	295
<그림 5-29> 베네수엘라의 외국기업 방송통신 분야 투자관련 규제	299
<그림 5-30> 베네수엘라의 주요 ICT 지표	299

<그림 5-31> 우크라이나의 외국기업 방송통신 분야 투자관련 규제	302
<그림 5-32> 우크라이나의 주요 ICT 지표	302
<그림 5-33> 멕시코의 외국기업 방송통신 분야 투자관련 규제	304
<그림 5-34> 멕시코의 주요 ICT 지표	304
<그림 5-35> 브라질의 외국기업 방송통신 분야 투자관련 규제	307
<그림 5-36> 브라질의 주요 ICT 지표	307
<그림 5-37> 터키의 외국기업 방송통신 분야 투자관련 규제	310
<그림 5-38> 터키의 주요 ICT 지표	310
<그림 5-39> 폴란드의 외국기업 방송통신 분야 투자관련 규제	313
<그림 5-40> 폴란드의 주요 ICT 지표	313
<그림 5-41> Group E와 타 Group간 평가 지수 평균 비교	315
<그림 5-42> 말레이시아의 외국기업 방송통신 분야 투자관련 규제	316
<그림 5-43> 말레이시아의 주요 ICT 지표	316
<그림 5-44> 사우디아라비아의 외국기업 방송통신 분야 투자관련 규제	320
<그림 5-45> 사우디아라비아의 주요 ICT 지표	320
<그림 5-46> Group F와 타 Group간 평가 지수 평균 비교	322
<그림 5-47> 몽골의 외국기업 방송통신 분야 투자관련 규제	323
<그림 5-48> 몽골의 주요 ICT 지표	323
<그림 5-49> 이집트의 외국기업 방송통신 분야 투자관련 규제	325
<그림 5-50> 이집트의 주요 ICT 지표	325
<그림 5-51> 인도의 외국기업 방송통신 분야 투자관련 규제	329
<그림 5-52> 인도의 주요 ICT 지표	329
<그림 5-53> 베트남의 외국기업 방송통신 분야 투자관련 규제	332
<그림 5-54> 베트남의 주요 ICT 지표	332
<그림 5-55> 요르단의 외국기업 방송통신 분야 투자관련 규제	334
<그림 5-56> 요르단의 주요 ICT 지표	334
<그림 5-57> 카자흐스탄의 외국기업 방송통신 분야 투자관련 규제	337
<그림 5-58> 카자흐스탄의 주요 ICT 지표	337

<그림 5-59> 태국의 외국기업 방송통신 분야 투자관련 규제	340
<그림 5-60> 태국의 주요 ICT 지표	340

제 1 장 연구의 개요

제 1 절 연구의 추진 배경 및 필요성

1. 연구의 추진 배경

국내 통신서비스 산업은 초고속인터넷과 이동통신 분야에서 획기적인 성장을 거듭하며, 세계적으로 선도적인 입지를 확보해 왔다. 이동통신 가입자 수는 2008년 4,616만 명, 초고속인터넷 가입자 수는 1,548만(가구 기준)을 돌파했고, 이 같은 성장에 힘입어 국내 통신사업자들은 유무선 통신망 구축 및 운영 노하우, 대규모 가입자 유치 및 관리 경험, 풍부한 응용서비스 제공 역량 등을 보유하고 있다.

그러나 최근 국내 유무선 통신시장은 성장정체 및 시장포화 현상이 나타나고 있는 가운데, 뚜렷한 성장 모멘텀이 부재한 상황이다. 유선전화 서비스 시장은 2008년 7조 원 시장이 붕괴된데 이어, 2009년에는 6조 7,000억 원대로 하락할 것으로 전망된다. 이동통신 시장은 3G 가입자와 스마트폰의 증가로 인한 무선 데이터 시장의 매출 확대, 1인 2 단말기 보유 시대의 도래 등으로 인해 1~2년 내에 보급률이 100%를 넘어설 것으로 예상되나, 지난 10여 년간의 폭발적 성장세를 재현하기에는 한계가 있을 것으로 전망된다. 또한 초고속인터넷 시장은 가입자의 지속적인 증가에도 불구하고, 사업자간 경쟁 심화로 인해 ARPU가 계속해서 감소함으로써 사업자들의 매출 확대에 장애요인으로 작용하고 있다.

이 같은 상황에서 신규 서비스인 WiBro와 상용 서비스가 제공되기 시작한 IPTV는 기대보다 빠르게 확산되지 못하고 있으며, 대중적 서비스로 자리잡은 지상파 DMB 서비스는 광고를 제외한 수익모델의 부재로 사업자들이 심각한 자금난에 처해 있다.

이에 반해 해외 통신사업자들은 직접진출, 지분투자, 제휴 등 다양한 형태로 해외 진출을 추진, 자국 시장에서의 성장한계를 극복하면서 지속적인 성장발판을 마련하고 있다. 영국의 Vodafone, 싱가포르의 SingTel, 스페인의 Telefonica Moviles 등은 적극적인 해외시장 진출을 통해 자국시장에서보다 해외시장에서 더 많은 매출을 기록하고 있는 상황이다.

2. 연구의 필요성

지난 수년 간 국내의 대표적 통신사업자인 KT와 SKT는 지속적으로 해외시장 진출을 추진해 왔으나, 결과적으로 만족할 만한 성과를 거두지 못하고 있는 실정이다. 통신사업자가 해외시장에 진출할 경우, 통신서비스 뿐만 아니라 자동적으로 시스템, 단말기, 솔루션, 콘텐츠 등 연관 산업의 동반진출이 가능하기 때문에 통신서비스의 해외진출이 선도적으로 이뤄져야 하며, 이에 따라 무엇보다 통신서비스의 진출이 우선되어야 한다.

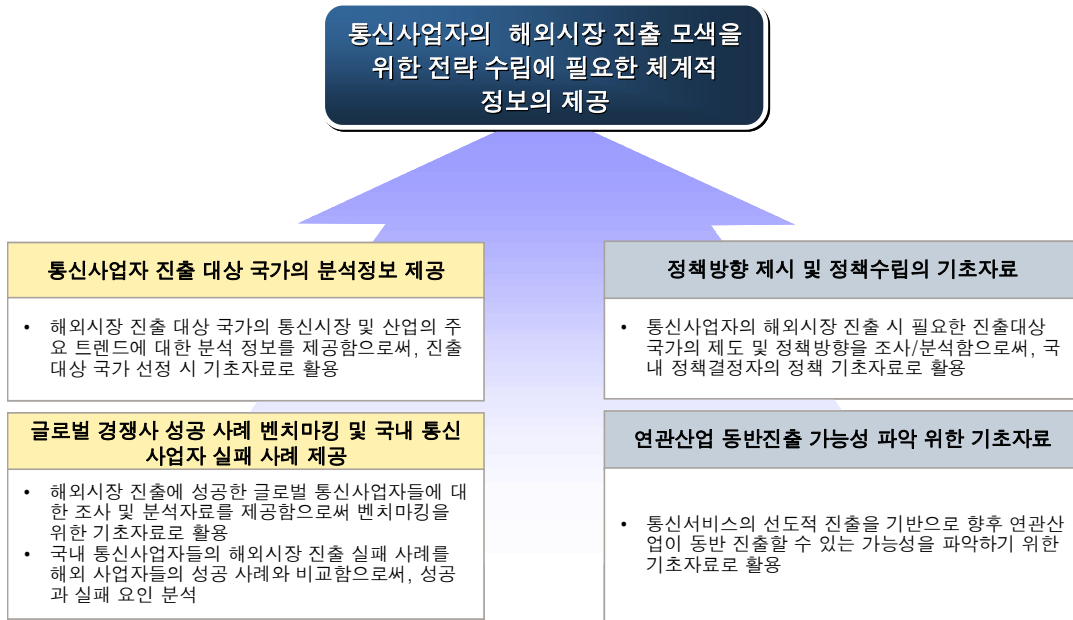
특히, 신흥시장 위주로 세계 통신시장이 급성장하면서 세계시장을 선도하던 국내 통신사업자의 선도자로서 경험과 노하우에 기반을 둔 경쟁우위가 점차 약화될 가능성이 높다는 점을 감안할 때, 국내 통신사업자의 핵심역량을 토대로 한 적극적 해외진출 전략 마련이 필요하다.

이에 따라 통신사업자들이 진출해서 성공할 가능성이 높은 국가나 해외진출을 위한 전략 국가들의 통신시장 분석 정보와 이미 해외시장 진출에 성공한 글로벌 경쟁사의 최신 동향 및 성공요인 분석 자료를 제공함으로써, 국내 통신사업자들이 기존의 실패를 되풀이하지 않도록 하기 위한 기초자료를 제공할 필요성이 대두되고 있다. 또한 통신사업자들의 진출대상 국가에 대한 통신정책 및 제도를 조사/분석함으로써, 통신서비스의 해외시장 진출을 위한 정책적 기초자료가 필요하다고 하겠다.

제 2 절 연구의 목표

본 연구는 통신사업자의 해외 통신시장 및 신규 서비스(IPITV, DMB 등 방송분야 포함) 진출 모색을 위한 전략수립에 필요한 체계적이고 분석적인 정보를 제공하는 것을 목표로 한다. 이를 위해 전략적 진출 대상 국가의 방송통신 서비스 시장 현황과 분석 정보, 제도 및 정책을 조사/분석함으로써, 국내 통신사업자와 정책결정자 모두에게 유의미하고 체계적인 정보를 제공할 수 있도록 한다. 또한 통신사업자의 서비스 해외진출 전략 및 정부지원 방안의 방향성을 제공함으로써, 민관공동의 해외시장 진출방안 구축에 필요한 자료로 활용될 수 있도록 하는 것을 목표로 한다.

〈그림 1-1〉 연구의 목표



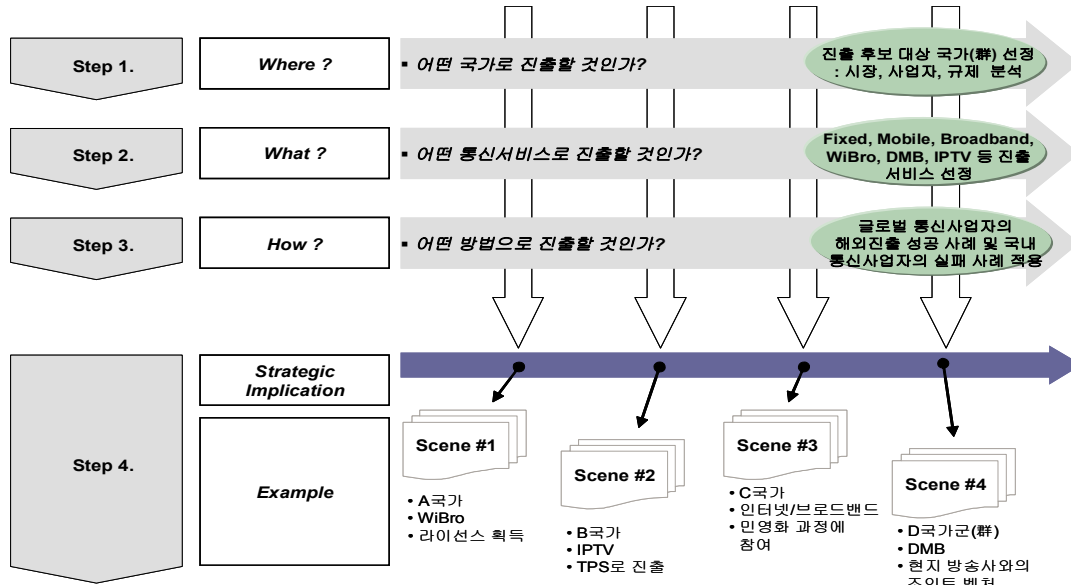
제 3 절 연구의 내용 및 범위

본 연구의 내용은 크게 1) 전략적 통신(방송) 서비스 진출대상 국가 선정 및 조사/분석, 2) 전략적 진출 서비스(유선, 인터넷/브로드밴드, 이동통신, WiMax(WiBro), IPTV, DMB 등) 선정 및 진출대상 국가의 서비스별 상세 현황 조사/분석, 3) 글로벌 통신사업자의 해외진출 사례 벤치마킹 및 국내 통신사업자의 해외진출 사례 조사/분석, 4) 통신사업자 해외시장 진출 전략 및 정부지원 방안의 방향성 도출 등 4단계로 구성되어 있다.

본 연구는 방송통신위원회의 기존 연구결과물¹⁾을 토대로, 지난 1년간 진출 대상 국가들의 시장상황 변화와 추가 조사 및 보완된 내용, 그리고 국내 통신(방송) 사업자들의 의견 등을 반영해서 진행되었다. 또한 기존 연구와는 달리 H/W 품목보다는 서비스에 초점이 맞춰져 있는데, 이는 서비스의 진출이 선도적으로 이뤄져야만 향후 연관 산업도 동반 진출이 가능하기 때문이다.

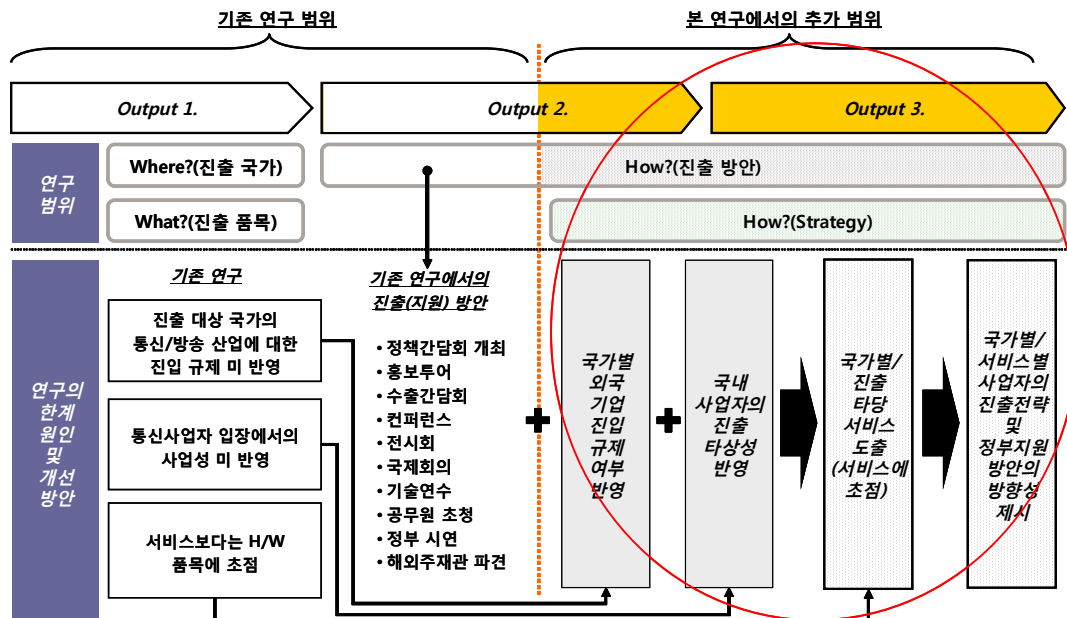
1) 방송통신위원회의 2008년 발표 자료인 ‘해외진출 거점국가 및 진출 추진 분야’를 토대로 함

〈그림 1-2〉 연구의 내용



또한 본 연구는 진출대상 국가 및 서비스 선정 시, 대상 국가의 ICT Infra 수준 뿐만 아니라 사업자의 사업성과 수익성 판단 기준이 될 수 있는 소득수준, 정부의 ICT에 대한 의지와 규제도 반영함으로써, 보다 유의미한 결과를 도출하고자 했다.

〈그림 1-3〉 연구의 범위

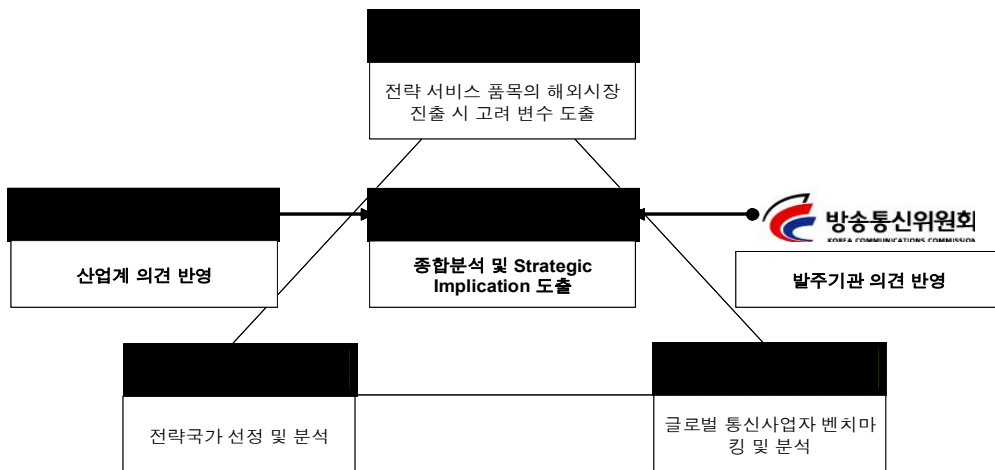


제 4 절 연구의 추진체계 및 전략

1. 연구의 추진체계

연구과제 발주기관인 방송통신위원회와 연구과제의 효율적인 수행을 위해 중간보고서를 진행하며, 필요시 비공식 미팅을 개최했으며, 통신 전문 애널리스트로 구성된 제안사와 발주기관, 그리고 기업과 협회 등 전문가 그룹과 유기적 협조 속에 연구를 수행했다.

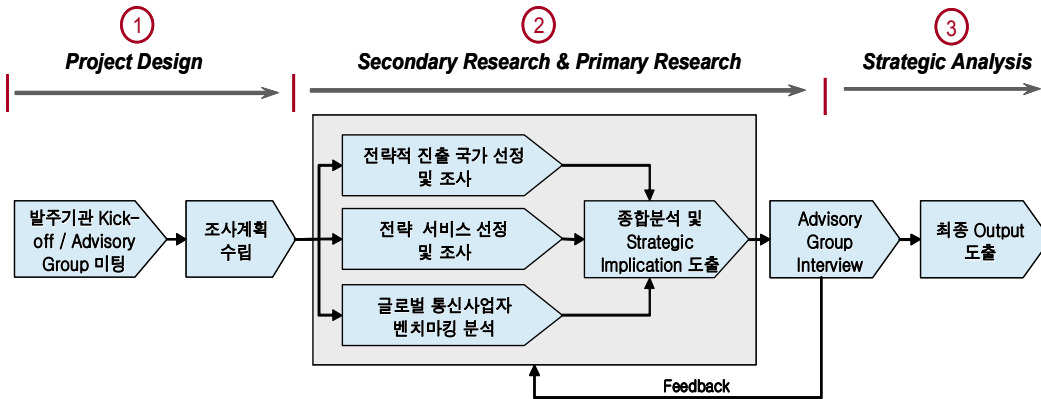
〈그림 1-4〉 연구의 추진체계



2. 연구의 추진전략

국내 전문가 자문그룹과의 미팅을 통해 국내 관련 기관 및 업계의 니즈를 사전에 파악해서 보고서에 반영함으로써, 연구 결과물이 현장에서 유용하게 활용될 수 있도록 연구를 수행했다. 또한 연구과제의 체계적 수행을 위해 전체 연구내용을 1) Project Design 단계, 2) Secondary 및 Primary Research 단계, 3) Strategic Analysis의 3단계로 모듈화해서 하고, 최종 Output을 도출하기 전에 Advisory Group으로부터 받은 Feedback을 반영한 뒤, 최종 Output을 완성했다.

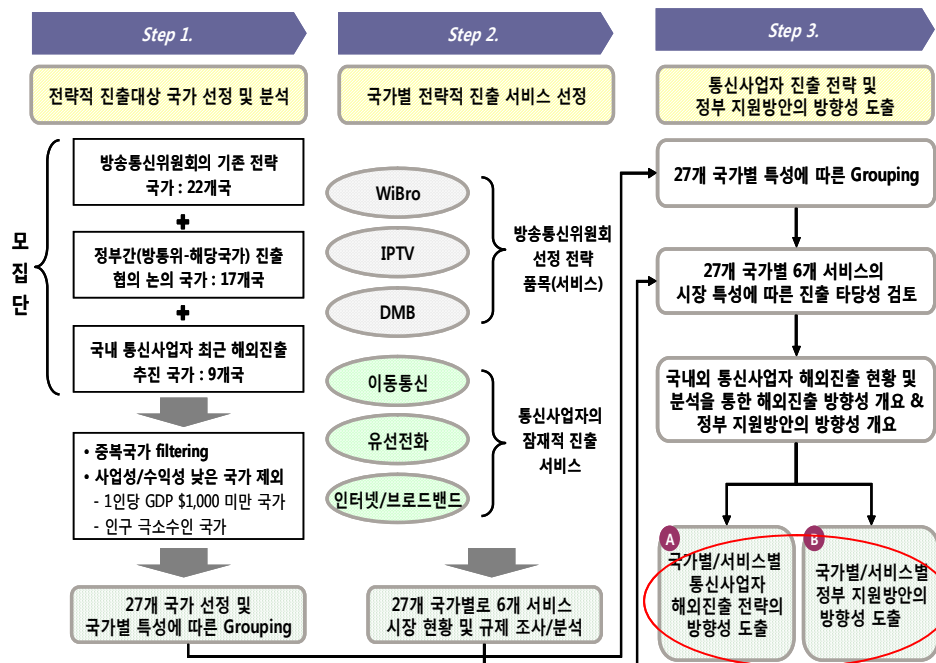
〈그림 1-5〉 연구의 추진전략



제 5 절 연구의 추진방법

본 연구는 통신사업자의 해외시장 진출전략 및 정부 지원방안 도출을 위해 1) 전략적 진출대상 후보국가 선정 및 조사/분석, 2) 국가별 진출대상 서비스 선정 및 조사/분석, 국내 통신(방송)사업자의 진출전략 및 정부 지원방안의 방향성 도출과 같은 3단계 방법론으로 진행되었다.

〈그림 1-6〉 연구의 추진방법



제 2 장 전략적 진출대상 국가 선정 및 분석

제 1 절 전략적 진출대상 국가 선정

1. 선정 방법론

전략적 진출대상 국가는 모집단으로 1) 방송통신위원회가 선정한 기존 해외진출 거점국가 22개국, 2) 방송통신위원회와 정부간 진출협의를 논의한 국가 16개국, 3) 국내 통신사업자들이 최근 진출을 추진하고 있는 국가 9개국을 선정했다. 그리고 이 중 중복되는 국가와 통신사업자가 진출하더라도 사업성이나 수익성이 낮다고 판단되는 국가(1인당 GDP가 \$1,000 미만인 국가와 인구가 극소수인 국가)를 제외한 총 27개 국가를 전략적 진출대상 국가로 선정했다.

가. 방송통신위원회 기존 선정 국가

〈표 2-1〉 방송통신위원회 선정 22개 진출 거점 국가

권역	국가	전략 품목(서비스)
아태지역(5개)	태국	WiBro, IPTV
	인도네시아	WiBro, DMB
	인도	WiBro
	베트남	IPTV
	말레이시아	DMB
중남미(5개)	브라질	WiBro, 방송콘텐츠
	베네수엘라	DMB
	멕시코	방송콘텐츠
	파라과이	방송콘텐츠
	페루	WiBro, IPTV
유럽(3개)	폴란드	IPTV
	네덜란드	DMB
	터키	WiBro, DMB, IPTV
CIS 및 중앙 아시아(4개)	러시아	WiBro, IPTV, 방송콘텐츠
	우크라이나	DMB
	카자흐스탄	WiBro
	우즈베키스탄	WiBro, 방송콘텐츠
중동 및 아프리카(5개)	UAE	WiBro, IPTV, 방송콘텐츠
	사우디아라비아	WiBro, DMB, 방송콘텐츠
	이집트	DMB
	남아공	WiBro, DMB, IPTV
	나이지리아	WiBro

방송통신위원회는 2008년 Feasibility Study를 통해 ‘2009년 방송통신 해외진출 거점국가 22개국’을 선정하고, 국가별로 WiBro, IPTV, 지상파 DMB, 방송콘텐츠의 4개 전략 품목(서비스)을 선정한 바 있다.

나. 정부간 진출협의 논의 국가

정부차원의 진출협의 국가는 16개국이며, 이 중 1) 기존 방송통신위원회 선정 22개 거점 국가와 중복되는 11개 국가, 2) 국내 통신사업자 Pre-Interview 결과 사업성 및 수익성이 낮다고 판단되는 3개 국가 등 14개 국가를 제외한 2개 국가인 호주와 뉴질랜드를 모집단에 추가했다.

〈표 2-2〉 정부간 진출협의 논의 국가

권역	국가	협의 내용	모집단 선정여부	이유
아태지역 (8개)	베트남	한류 드라마, DMB 진출 및 ICT 공동 발전 협의	제외	기존 22개 국가와 중복
	말레이시아	WiBro, DMB 협력 협의	제외	기존 22개 국가와 중복
	인도네시아	OECD 장관회의 통해 방통분야 협력 협의	제외	기존 22개 국가와 중복
	라오스	ASEAN+Korea 통신장관회의 통해 양자회담 등 협력 협의	제외	1인당 GDP \$1,000 미만, 사업성/수익성 낮음
	캄보디아	ICT 분야 협력 협의	제외	1인당 GDP \$1,000 미만, 사업성/수익성 낮음
	브루나이	BB(브로드밴드) 확충 관련 협력 방안 협의	제외	인구 40만 명 불과, 사업성/수익성 낮음
	뉴질랜드	향후 10년간 BB에 15억 NZD 투자, BB 보급률 75% 달성 계획	추가 선정	한·호·뉴 브로드밴드 서밋 국가로, 향후 WiBro 진출 가능성 높음
	호주	BB를 포함한 ICT 협력 협의	추가 선정	
중남미 (2개)	파라과이	네트워크 구축 협의	제외	기존 22개 국가와 중복
	페루	IPTV 진출 협의	제외	기존 22개 국가와 중복
유럽 (1개)	터키	WiBro, IPTV 진출 및 교류 협의	제외	기존 22개 국가와 중복
CIS 및 중앙 아시아 (2개)	카자흐스탄	ICT 지원 협의	제외	기존 22개 국가와 중복
	우즈베키스탄	KT의 WiBro 진출 계기로 통신 분야 협력 협의	제외	기존 22개 국가와 중복
중동 및 아프리카 (3개)	UAE	한류 방송콘텐츠, WiBro, IPTV 진출, 교류 협의	제외	기존 22개 국가와 중복
	사우디 아라비아	기존 22개 국가에 포함	제외	기존 22개 국가와 중복
	나이지리아	이동통신, 네트워크 구축 등 ICT 협력 협의	제외	기존 22개 국가와 중복

자료원 : 방송통신위원회 발효자료; 스트라베이스 재구성

다. 국내 통신사업자들이 최근 진출을 추진하고 있는 국가

국내 주요 통신사업자들이 최근 해외진출을 추진했거나 추진 중인 9개 국가 중 1) 방송통신위원회 선정 22개 거점 국가와 중복되는 2개 국가, 2) 국내 통신사업자 Pre-Interview 결과 사업성 및 수익성이 낮거나 서비스 진출이 아닌 Spot성 사업 진출에 해당되는 4개 국가를 제외한 3개 국가(몽골, 알제리, 요르단)을 모집단에 추가했다.

〈표 2-3〉 국내 통신사업자 최근 진출 추진 국가

사업자	국가	내용	모집단 선정 여부	이유
KT (7개)	몽골	IDC 및 통신망 구축 사업 추진	추가 선정	1인당 GDP 약 \$2,000로, 성장 잠재력 고려
	인도네시아	IDC 및 통신망 구축 사업 추진	제외	기존 22개 국가와 중복
	네팔	IDC 및 통신망 구축 사업 추진	제외	서비스의 지속적 진출이 아닌 Spot성 사업. 1인당 GDP \$1,000 미만, 사업성/수익성 낮음
	르완다	IDC 및 통신망 구축 사업 추진, WiBro 망 구축 위한 현지 사무소 개설	제외	서비스의 지속적 진출이 아닌 Spot성 사업. 1인당 GDP \$1,000 미만, 사업성/수익성 낮음
	알제리	IDC 및 통신망 구축 사업 추진, WiBro 망 구축 위한 현지 사무소 개설,	추가 선정	1인당 GDP 약 \$4,600로, 성장 잠재력 고려
	콩고	IDC 및 통신망 구축 사업 추진	제외	서비스의 지속적 진출이 아닌 Spot성 사업. 1인당 GDP \$1,000 미만, 사업성/수익성 낮음
	방글라데시	방글라데시 통신공사(BTCL)과 인터넷망 구축 계약 체결	제외	서비스의 지속적 진출이 아닌 Spot성 사업. 1인당 GDP \$1,000 미만, 사업성/수익성 낮음
SKT (2개)	요르단	WiBro 시장 진출 (Kulacom)	추가 선정	WiBro 시장 기(既) 진출. 1인당 GDP 약 \$3,500로, 성장 잠재력 고려
	카자흐스탄	이동통신 시장 진출 추진 중	제외	기존 22개 국가와 중복

자료원 : 각사 발표자료, 언론사 발표자료 ; 스트라베이스 재구성

2. 본 연구에서의 조사대상 선정 국가

진출대상 국가의 모집단은 1) 방송통신위원회 선정 22개 거점 국가, 2) 정부차원의 진출협의 논의 국가 중 Filtering을 거친 2개 국가, 3) 국내 통신사업자의 진출

추진 및 검토 국가 중 Filtering을 거친 3개 국가 등 총 27개 국가를 선정했다.

〈표 2-4〉 본 연구에서의 조사대상 국가

구분	방통위 선정 22개 국가	정부간 진출협의 논의 국가 중 Filtering 국가	국내 통신사업자 진출 추진 및 검토 국가 중 Filtering 국가	합계
아태지역	태국	뉴질랜드	몽골	8
	인도네시아	호주		
	인도			
	베트남			
	말레이시아			
중남미	브라질			5
	베네수엘라			
	멕시코			
	파라과이			
	페루			
유럽	폴란드			3
	네덜란드			
	터키			
CIS 및 중앙 아시아	러시아			4
	우크라이나			
	카자흐스탄			
	우즈베키스탄			
중동 및 아프리카	UAE		요르단	7
	사우디아라비아		알제리	
	이집트			
	남아공			
	나이지리아			
소계	22	2	3	27

제 2 절 전략적 진출대상 국가 평가

1. 평가 방법론

본 연구에서는 진출대상 국가 및 서비스 선정 시, 보다 유의미한 결과를 도출하고자, 1) 대상 국가의 ICT Infra 수준 뿐만 아니라, 2) 사업자의 사업성과 수익성 판단 기준이 될 수 있는 경제적 수요(소득수준), 3) 정부의 ICT에 대한 의지도 반영한 평가 지수를 작성했다.

가. 진출대상 국가의 ICT 인프라(Infra) 평가 지수

진출대상 국가 27개국을 Infra 구축 현황으로 평가하기 위해 2008년 말 기준, 1) 유선전화 보급률, 2) 이동통신 보급률, 3) 인터넷 이용률, 4) 유선 브로드밴드 보급률, 5) 가구당 PC 보급률 등 5개의 지표를 중심으로 Normalizing 방법²⁾으로 평가했다.

〈표 2-5〉 진출대상 국가의 ICT 인프라 평가 지수 도출 방법

No.	Infra 평가 지표	국가별 보급률(x)	Max (a)	min (b)	Normalizing (c)	Weight (d)	지표별 Infra 평가 지수
1	유선전화 보급률	x	44.5	0.9	$= (x-b)/(a-b)$	20%	$= c \times d(1)$
2	이동통신 보급률	x	143.5	29.4	$= (x-b)/(a-b)$	20%	$= c \times d(2)$
3	인터넷 이용률	x	86.4	6.9	$= (x-b)/(a-b)$	20%	$= c \times d(3)$
4	브로드밴드 가입률	x	35.1	0	$= (x-b)/(a-b)$	20%	$= c \times d(4)$
5	가구당 PC 보급률	x	86	2.4	$= (x-b)/(a-b)$	20%	$= c \times d(5)$
	Infra 평가 지수(합계)						$= (1)+(2)+(3)+(4)+(5)$

√ Normalizing과 인프라 평가 지수(합계)의 구간은 0~1까지임(1: 최대값, 0: 최소값)

√ 유선전화 보급률의 Max 값은 비교대상 27개국 중 최대값인 호주이며, min 값은 최소값인 나이지리아임

√ 이동통신 보급률의 Max 값은 비교대상 27개국 중 최대값인 사우디이며, min 값은 최소값인 인도임(이동통신 보급률의 경우, 원래 UAE가 최대값(208.7)이나, ITU가 사용한 Ideal Value 값(150)을 지나치게 상회하는 비정상적인 수치이므로 UAE 다음인 사우디의 값을 Max 값으로 채택함)

√ 인터넷 이용률의 Max 값은 비교대상 27개국 중 최대값인 네덜란드이며, min 값은 최소값인 인도임

√ 브로드밴드 이용률의 Max 값은 비교대상 27개국 중 최대값인 네덜란드이며, min 값은 최소값인 알제리임

√ PC 보급률의 Max 값은 비교대상 27개국 중 최대값인 네덜란드이며, min 값은 최소값인 우즈베키스탄임

2) 위의 Normalizing 방법은 ITU가 전세계 154개국의 ICT 개발지수(IDI)를 도출하기 위해 사용하고 있는 것으로, 국가별 ICT 수준을 상대적으로 비교하기 위한 방법론이며, 본 연구에서도 이러한 방법론을 사용함

√ Weight는 각각의 지표들에 부여하는 가중치로, 현재 이 부분에 대해 가중치를 적용한 방법론인 ITU의 방법론을 사용함

√ 가구당 PC 보급률(2007년 기준)을 제외한 나머지 4개 지표는 모두 2008년 통계 기준

예를 들어, 베트남의 경우 유선전화 보급률 34%, 이동통신 보급률 80.4%, 인터넷 이용률 23.9%, 브로드밴드 가입률 2.4%, 가구당 PC 보급률 10.1%를 위의 방법에 적용하면, Infra 평가 지수가 0.32로, 27개 국가 중 12위를 차지하는 것으로 나타났다.

〈표 2-6〉 진출대상 국가의 ICT 인프라 평가 지수 예시(베트남)

No.	Infra 평가 지표	국가별 보급률(x)	Max (a)	min (b)	Normalizing (c)	Weight (d)	지표별 Infra 평가 지수
1	유선전화 보급률	34.0	44.5	0.9	0.76	20%	0.15
2	이동통신 보급률	80.4	143.5	29.4	0.45	20%	0.09
3	인터넷 이용률	23.9	86.4	6.9	0.21	20%	0.04
4	브로드밴드 가입률	2.4	35.1	0	0.07	20%	0.01
5	가구당 PC 보급률	10.1	86	2.4	0.09	20%	0.02
	Infra 평가 지수(합계)						0.32

* 소수점 3자리 이하 반올림으로 인해 지표별 Infra 지수의 합계와 Infra 평가 지수의 소수점 2자리 수가 일치하지 않을 수 있음

나. 진출대상 국가의 경제적 수요(소득수준) 평가 지수

진출대상 국가 27개국을 소득수준(통신사업자 입장에서 진출 시 사업성과 수익성을 판단할 수 있는 경제적 수요)로 평가하기 위해 2008년 기준, 1) 1인당 GDP, 2) GNI PPP의 2개 지표를 중심으로 Normalizing 방법을 이용해서 평가했다.

〈표 2-7〉 진출대상 국가의 경제적 수요(소득수준) 평가 지수 도출 방법

No.	경제적 수요 평가 지표	국가별 수치(x)	Max (a)	min (b)	Normalizing (c)	Weight (d)	경제적 수요 평가 지수
1	1인당 GDP	x	54,607	955	$=(x-b)/(a-b)$	50%	$=c \times d(1)$
2	1인당 GNI PPP	x	41,670	1,940	$=(x-b)/(a-b)$	50%	$=c \times d(2)$
	경제적 수요 평가 지수(합계)						$=(1)+(2)$

- √ ITU의 Normalizing 방법을 경제적 수요 평가 지수 도출에 동일하게 사용
- √ 1인당 GDP Max 값은 비교대상 27개국 중 최대값인 UAE이며, min 값은 최소값인 우즈베키스탄임
- √ 실질 구매력을 판단할 수 있는 1인당 GNI PPP Max 값은 비교대상 27개국 중 최대값인 네덜란드이며, min 값은 최소값인 나이지리아임
- √ 1인당 GDP와 1인당 GNI PPP는 모두 2008년 기준
- √ 1인당 GDP는 세계경제포럼(WEF), ITU, UN 등의 국제기구 자료 인용
- √ 1인당 GNI PPP는 세계은행(WorldBank) 자료 인용

예를 들어, 러시아의 경우 1인당 GDP가 \$11,807, 1인당 GNI PPP가 \$15,630이므로, 이를 위의 방법에 적용하면, 경제적 수요 평가 지수는 0.27로, 27개 국가 중 7위를 차지했다.

〈표 2-8〉 진출대상 국가의 경제적 수요(소득수준) 평가 지수 예시(러시아)

No.	경제적 수요 평가 지표	국가별 수치(x)	Max (a)	min (b)	Normalizing (c)	Weight (d)	경제적 수요 평가 지수
1	1인당 GDP	11,807	54,607	955	0.20	50%	0.10
2	1인당 GNI PPP	15,630	41,670	1,940	0.34	50%	0.17
	경제적 수요 평가 지수(합계)						0.27

다. 진출대상 국가의 정부 ICT 의지 평가 지수

진출대상 국가 27개국을 정부의 ICT산업 육성에 대한 의지로 평가하기 위해 2008년 기준, 1) 정부의 ICT 우선도(정부정책에서 ICT를 우선순위로 두고 있는지 여부), 2) 정부의 ICT 비전(정부의 ICT 활용 계획)의 2개 지표를 중심으로

Normalizing 방법을 이용해서 평가했다.

〈표 2-9〉 진출대상 국가의 정부 의지 평가 지수 도출 방법

No.	정부 의지 평가 지표	국가별 수치(x)	Max (a)	min (b)	Normalizing (c)	Weight (d)	정부 의지 평가 지수
1	ICT 우선도	x	6.05	2.60	$= (x-b)/(a-b)$	50%	$= c \times d(1)$
2	ICT 비전	x	5.86	2.48	$= (x-b)/(a-b)$	50%	$= c \times d(2)$
	정부의지 평가 지수(합계)						$= (1)+(2)$

√ 정부 의지를 평가하기 위한 지표는 세계경제포럼(WEF)이 ‘Executive Opinion Survey’ 프로그램을 통해 2007~2008년에 걸쳐 조사한 내용을 바탕으로 작성된 수치임

√ 정부의 ICT 우선도는 해당 국가 정부가 PC나 인터넷 등 ICT 분야를 정부 정책에서 우선순위로 두고 있는가를 평가한 지수임

√ 정부의 ICT 비전은 해당 국가 정부가 국가경쟁력 제고를 위해 ICT를 활용할 명확한 수행계획을 어느 정도 수립하고 있는지를 평가한 지수임

√ WEF의 각 평가지수는 7점 척도이며, 이를 27개국간 상대적 비교를 위해 지표별로 평가 지수화함

√ 정부의 ICT 우선도 Max 값은 비교대상 27개국 중 최대값인 UAE(6.05)이며, min 값은 최소값인 파라과이(2.60)임

√ 정부의 ICT 비전 Max 값은 비교대상 27개국 중 최대값인 UAE(5.86)이며, min 값은 최소값인 파라과이(2.48)임

예를 들어, 카자흐스탄의 경우 정부의 ICT 우선도가 4.64, 정부의 ICT 비전이 4.48이므로, 이를 위의 방법에 적용하면, 정부 의지 평가 지수가 0.59로, 27개 국가 중 10위를 차지했다.

〈표 2-10〉 진출대상 국가의 정부 의지 평가 지수 예시(카자흐스탄)

No.	정부 의지 평가 지표	국가별 수치(x)	Max (a)	min (b)	Normalizing (c)	Weight (d)	정부 의지 평가 지수
1	ICT 우선도	4.64	6.05	2.60	0.59	50%	0.30
2	ICT 비전	4.48	5.86	2.48	0.59	50%	0.30
	정부의지 평가 지수(합계)						0.59

2. 평가 결과

진출대상 국가 27개국의 1) ICT 인프라 평가 지수와 2) 경제적 수요(소득수준) 평가 지수, 3) 정부의 ICT 의지 평가 지수는 각각 다음과 같다.

〈표 2-11〉 진출대상 국가의 인프라/경제적 수요/정부 의지 평가 지수

No.	국가	Infra	No.	국가	경제 수요	No.	국가	정부 의지
1	네덜란드	0.97	1	UAE	1.00	1	UAE	1.00
2	호주	0.80	2	네덜란드	0.98	2	말레이시아	0.91
3	뉴질랜드	0.79	3	호주	0.84	3	요르단	0.80
4	UAE	0.78	4	뉴질랜드	0.56	4	호주	0.76
5	폴란드	0.56	5	사우디	0.44	5	인도	0.73
6	러시아	0.46	6	폴란드	0.31	6	사우디	0.72
7	사우디	0.45	7	러시아	0.27	7	베트남	0.70
8	말레이시아	0.44	8	멕시코	0.24	8	이집트	0.67
9	터키	0.38	9	터키	0.24	9	네덜란드	0.61
10	우크라이나	0.38	10	베네수엘라	0.23	10	카자흐스탄	0.59
11	브라질	0.32	11	말레이시아	0.22	11	태국	0.59
12	베트남	0.32	12	브라질	0.17	12	몽골	0.58
13	베네수엘라	0.31	13	카자흐스탄	0.17	13	뉴질랜드	0.57
14	카자흐스탄	0.29	14	남아공	0.14	14	남아공	0.47
15	멕시코	0.28	15	알제리	0.11	15	멕시코	0.46
16	태국	0.25	16	페루	0.11	16	터키	0.45
17	페루	0.20	17	우크라이나	0.09	17	브라질	0.45
18	요르단	0.20	18	태국	0.08	18	알제리	0.43
19	파라과이	0.19	19	요르단	0.07	19	나이지리아	0.39
20	남아공	0.18	20	이집트	0.06	20	러시아	0.36
21	알제리	0.18	21	파라과이	0.05	21	우크라이나	0.34
22	인도네시아	0.14	22	인도네시아	0.04	22	페루	0.32
23	이집트	0.13	23	몽골	0.03	23	베네수엘라	0.29
24	몽골	0.11	24	인도	0.01	24	인도네시아	0.29
25	우즈베키스탄	0.06	25	베트남	0.01	25	폴란드	0.09
26	나이지리아	0.03	26	우즈베키스탄	0.01	26	파라과이	0.00
27	인도	0.02	27	나이지리아	0.00	27	우즈베키스탄	0.00

이렇게 각각 도출된 ‘인프라 평가 지수, 경제적 수요 평가 지수, 정부 의지 평가 지수’와 각 평가 지수에 사용된 지표들(유선전화 보급률, 이동통신 보급률, 인터넷 이용률, 브로드밴드 가입률, 가구당 PC 보급률, 1인당 GDP, 1인당 GNI PPP, 정부의 ICT 우선도, 정부의 ICT 비전)을 국가별로 작성하면 다음 그림과 같다.(27개 국가별 평가 지수 그래프는 ‘첨부’ 참조)

〈그림 2-1〉 인프라, 경제적 수요, 정부 의지 평가 지수 예시(태국)

Key Indicators

Population(000), 2008.....	67,386
GDP(\$mn), 2008.....	273.250

평가 지수(Index)

Infra 평가 지수, 2008.....0.25

	(Normalize)	(Weight)	(Infra 지수)
유선전화 보급률, 2008.....	11.0	0.23	0.20
이동통신 보급률, 2008.....	91.0	0.54	0.11
인터넷 이용률, 2008.....	20.0	0.16	0.03
브로드밴드 가입률, 2008.....	1.4	0.04	0.01
가구당 PC 보급률, 2007.....	27.2	0.30	0.06

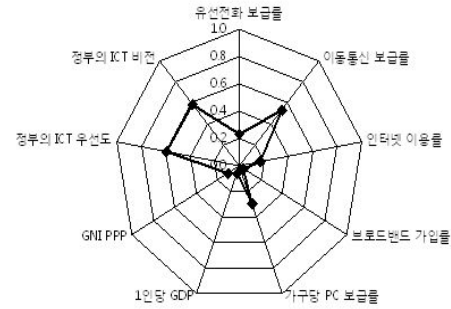
경제적 수요 평가 지수, 2008.....0.08

	(Normalize)	(Weight)	(경제 수요 지수)
1인당 GDP, 2008.....	4,115	0.06	0.03
GNI PPP, 2008.....	5,990	0.10	0.05

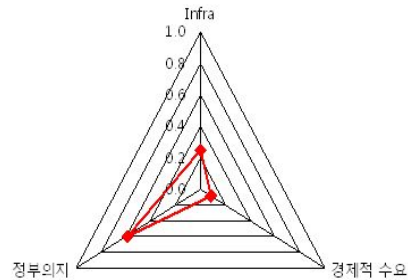
정부 의지 평가 지수, 2008.....0.59

	(Normalize)	(Weight)	(정부 의지 지수)
정부의 ICT 우선도.....	4.64	0.59	0.30
정부의 ICT 비전.....	4.46	0.59	0.29

Normalize 지수



평가 지수



제 3 절 전략적 진출대상 국가 분석

1. 분석 방법론

본 연구에서는 위에서 도출된 평가 지수를 분석하기 위해 진출 대상 27개국을 1) Infra, 2) 경제적 수요, 3) 정부 의지의 3개 평가 지수를 ‘군집분석’ 방법론을 이용해서 분석했다.

가. 군집분석

군집분석(ClusterAnalysis)이란 각 객체(대상)의 유사성을 측정하여 유사성이 높은 대상집단을 분류하고, 같은 군집에 속한 객체들의 유사성과 서로 다른 군집에 속한 객체간의 상이성을 규명하는 통계분석 방법이다. 대상들을 분류하기 위한 명확한 기준이 존재하지 않거나, 기준이 밝혀지지 않은 상태에서 다양한 특성을 지

닌 대상들을 집단으로 분류하는데 주로 사용된다.

나. 분석 거리측도

군집분석을 실시하기 위해서는 표본들간의 유사성(Similarity), 또는 비유사성(dissimilarity)을 정의하기 위한 객관적인 측도(measure)가 필요하며, 가장 보편적으로 사용하는 측도는 거리(distance)다. 본 연구에서는 가장 보편적으로 사용되는 거리측도 방식인 유클리디안(Euclidean) 방식을 사용했다.

$$D_{ij} = \sum_{k=1}^p (x_{ki} - x_{kj})^2$$

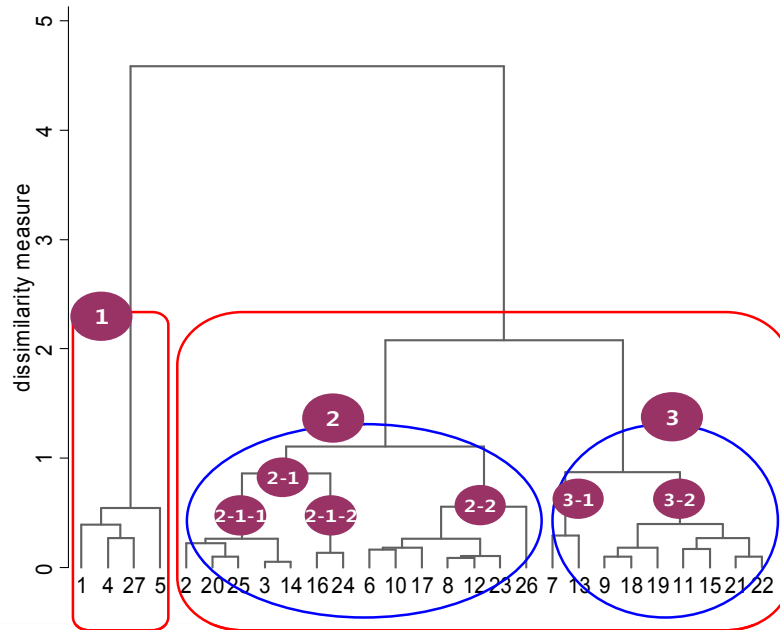
다. 군집구분 알고리즘

산정된 거리측도를 기반으로 군집을 구분하는데, 군집구분 알고리즘에는 계층적 군집 알고리즘, K-평균 군집 알고리즘, Self-OrganizingMaps(SOM) 알고리즘 등이 있는데, 본 연구에서는 가장 일반적으로 사용되는 계층적 군집 알고리즘을 사용했다.

2. 분석 결과

유클리디안 거리측도와 계층적 군집 알고리즘을 이용해서 ‘군집분석’을 한 결과, Infra와 경제적 수요, 정부 의지의 3개 평가 지수에 따라 조사대상 27개국을 크게 2개, 세부적으로는 6개의 군집으로 구별됐다.

〈그림 2-2〉 진출대상 국가 군집분석 결과



- √ x축은 국가를 의미하는 번호임
- √ y축은 국가 사이의 거리, 즉 비유사성(dissimilarity) 측도를 의미함
- √ 비유사성이 크면 클수록 국가 또는 군집간에 차별성이 높음
- √ 1,4,27,5(UAE, 네덜란드, 호주, 뉴질랜드) 국가군과 나머지 국가군간에는 4.5 이상의 비유사성이 존재하기 때문에 이들 4개 국가들은 다른 국가들과 구별된 군집
- √ 나머지 23개 국가들은 다시 크게 2개 군집으로 구별될 수 있으며, 각각의 군집들은 또다시 세부군집으로 분류됨

위 군집분석에서 x축에 표시된 숫자는 국가를 의미하며, 각 숫자별 대응 국가는 아래 표와 같다.

No.	국가	No.	국가	No.	국가
1	UAE	10	베네수엘라	19	인도
2	나이지리아	11	베트남	20	인도네시아
3	남아공	12	브라질	21	카자흐스탄
4	네덜란드	13	사우디	22	태국
5	뉴질랜드	14	알제리	23	터키
6	러시아	15	요르단	24	파라과이
7	말레이시아	16	우즈베키스탄	25	페루
8	멕시코	17	우크라이나	26	폴란드
9	몽골	18	이집트	27	호주

위 군집분석 결과 그래프에서 가장 큰 비유사성(차별성)을 보이는 군집이 1군집과 나머지 군집들이며, 나머지 군집들 역시 다시 2군집과 3군집으로 나뉜다. 또한 2군집과 3군집은 또 다시 2-1군집, 2-2군집, 3-1군집, 3-2군집로 나뉘며, 이 중 2-1은 2-1-1군집과 2-1-2군집으로 나뉜다. 본 연구에서는 각각의 군집을 보다 쉽게 구분하기 위해 1군집을 ‘Group A’, 2-1-1군집을 ‘Group B’, 2-1-2군집을 ‘Group C’, 2-2군집을 ‘Group D’, 3-1군집을 ‘Group E’, 3-2군집을 ‘Group F’라고 명명하기로 한다.(이하 Group으로 명칭 통일)

〈표 2-12〉 진출대상 국가 군집분석 분류표

군집			국가 No.	국가	Group명
1군집			1	UAE	Group A
			4	네덜란드	
			27	호주	
			5	뉴질랜드	
2군집	2-1군집	2-1-1군집	2	나이지리아	Group B
			20	인도네시아	
			25	페루	
			3	남아공	
			14	알제리	
		2-1-2군집	16	우즈베키스탄	Group c
			24	파라과이	
	2-2군집		6	러시아	Group D
			10	베네수엘라	
			17	우크라이나	
			8	멕시코	
			12	브라질	
23			터키		
		26	폴란드		
3군집	3-1군집		7	말레이시아	Group E
			13	사우디아라비아	
	3-2군집		9	몽골	Group F
			18	이집트	
			19	인도	
			11	베트남	
			15	요르단	
			21	카자흐스탄	
			22	태국	

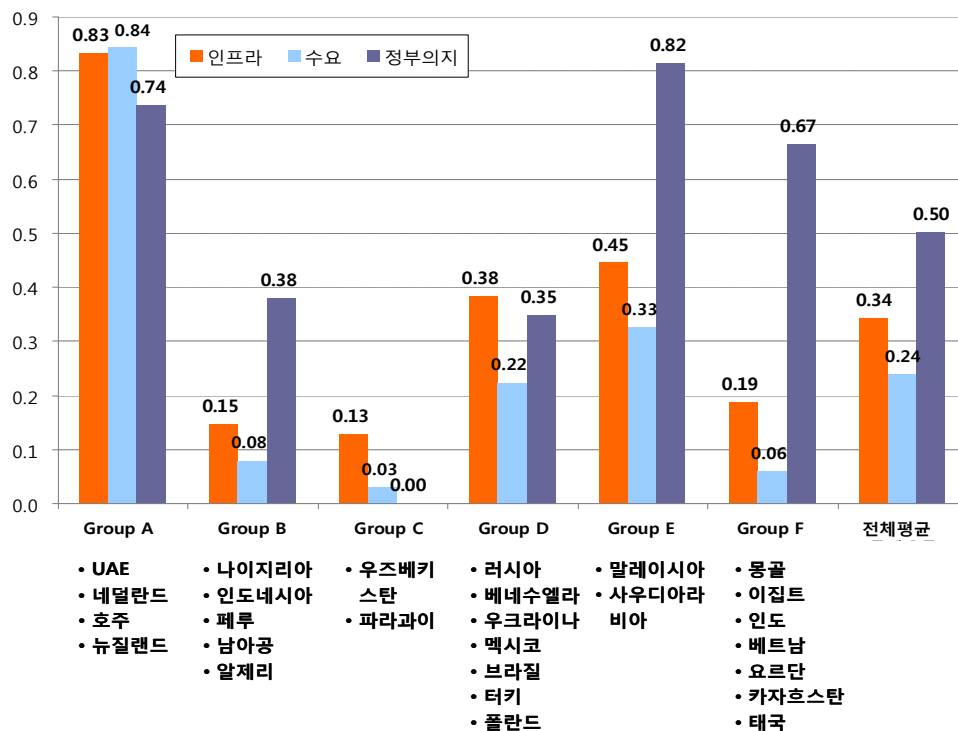
3. Group(군집)별 분석

가. Group별 평균값 분석

1) Group A

아래 그림에서 Group별 평가 지수 평균값을 보면, Group A(UAE, 네덜란드, 호주, 뉴질랜드)는 인프라 평가 지수 평균값이 0.83(최대값 1, 최소값 0), 경제적 수요 평가 지수 평균값이 0.84, 정부 의지 평가 지수 평균값이 0.74로 타 그룹에 비해 각 분야가 월등히 높다.(단, 정부 의지는 Group E가 Group A보다 높은 것으로 나타남) Group A에 속하는 국가들은 모두 선진국으로, ICT 인프라가 잘 구축되어 있으며, 경제적으로도 부유하고, 정부의 ICT 정책도 타 국가에 비해 앞서 있다는 것을 알 수 있다.

〈그림 2-3〉 Group(군집)별 평가 지수 평균값



Group A는 경제적 수요만 놓고 보면, 이들 국가에 진출하려는 국내 통신사업자 입장에서는 충분히 유효수요가 있는 것으로 해석되지만, 대부분 이미 기존 현지 사업자들이 인프라를 장악하고 있고, 시장이 포화상태라서 현지 사업자들이 가격 인하나 마케팅 등을 통해 치열한 경쟁구도를 형성하고 있다.

따라서 Group A는 국내 통신사업자들의 진출 여지가 거의 없다고 볼 수 있다. 다만, DMB나 IPTV 같이 새롭게 등장한 방송통신 융합 서비스처럼 시장이 형성되는 아주 초기단계에서는 진출 여지가 있어, 해당 국가들의 신규 서비스 시장을 눈여겨 볼 필요는 있다.³⁾ 정부 차원에서는 우리가 강점을 가진 신규 서비스를 적극적으로 홍보하는 지원방안이 필요하다.

2) Group B

Group B는 인프라, 경제적 수요, 정부 의지 모두 전체 평균값보다 낮은 국가들로, 나이지리아, 인도네시아, 페루, 남아공, 알제리의 5개 국가가 속해 있다. 3개 평가 지수 모두 전체 평균값보다 낮지만, 3개 지수 중에서 정부 의지가 다른 두 지수보다 상대적으로 높다는 점이 특징이다.

인프라 보급률이 타 그룹과 비교할 때 Group C와 더불어 거의 최저 수준이라는 점에서 추후 인프라 보급 확대가 예상되며, 정부 의지가 상대적으로 높아 인프라 확대 과정에서 정부의 외국자본 투자유치 등과 같은 외국인 우호정책을 기대해 볼 수 있다.

다만, 소득 수준인 경제적 수요도 Group C, Group F와 함께 최저 수준이라는 점이 국내 통신사업자들의 진출에 걸림돌이 될 것으로 예상되는데, 이는 민간 사업자들이 감당할 수 있는 부분이 아니기 때문에 우리 정부 차원의 인프라 구축 지원정책과 병행하는 것이 효과적일 것으로 판단된다. 따라서 우리 정부가 이들 국가의 인프라 구축비용을 ODA를 통해 지원하고, 구축사업을 우리 기업들이 맡는 형태가 바람직할 것으로 예상되는데, 이들 Group B 국가 5개 중 남아공을 제외한 나머지 4개 국가가 현재 우리나라의 ODA를 지원받는 국가라는 점에서 향후 ODA 활용도가 높은 Group이라 하겠다. 또한 자원부국의 경우(나이지리아, 페루

3) 본 연구에서는 Group A 국가들 중 네덜란드 DMB 시장만이 유일하게 진출 타당성이 높은 것으로 나타났다.

등), 자원외교와 연계해서 인프라 구축 비용을 자원으로 대체하는 방안도 고려할 수 있을 것이다.

3) Group C

Group C는 인프라, 경제적 수요, 정부 의지 모두 최저인 국가들로, 우즈베키스탄과 파라과이가 속해 있다. 특히 이들 국가들은 정부 의지가 거의 0(제로)에 가까울 정도로 낮기 때문에 정부 차원의 적극적인 인프라 개선 작업을 기대하기는 어려운 것으로 분석된다. 비록, 인프라 구축 수준이 아주 초기단계여서 국내 통신사업자들 입장에서는 진출의 여지가 있으나, 소득수준과 정부의지가 시장확대에 걸림돌로 작용할 것으로 예상된다.

따라서 Group C는 국내 통신사업자들이 단기간에 진출을 결정하기보다는 장기적으로 진출여건(소득수준이 향상되거나 정부가 ICT 육성에 의지를 보일 때)이 마련되는 시점에서 진출하는 것이 바람직할 것으로 예상된다. 다만, 이들 국가의 정부가 ICT 육성에 관심을 보일 수 있도록 우리 정부차원에서 적극적으로 우리의 정보통신 기술을 홍보하는 것이 사전 정치작업이 될 수 있을 것으로 판단된다. 또한 이들 2개 국가도 모두 우리나라의 ODA를 지원받고 있기 때문에 ODA를 통해 인프라를 구축하는 방안도 고려해 볼 수 있다.

4) Group D

Group D는 인프라, 경제적 수요, 정부 의지 모두 전체 평균과 비슷하거나 근접해 있는 국가들로, 러시아, 멕시코, 베네수엘라, 브라질, 우크라이나, 터키, 폴란드의 7개 국가가 속해 있다. 인프라 보급 수준이 중간 정도이기 때문에 추가적으로 성장의 여지가 있고, 경제적 수요도 어느 정도 뒷받침된다고 볼 수 있으며, 정부도 ICT 육성 정책에 관심을 갖고 있는 국가들이다.

따라서 Group D의 경우, 국내 통신사업자들 입장에서는 추가적으로 성장의 여지가 있으면서도 이들 국가의 정부들이 관심을 갖고 육성하려는 서비스를 먼저 모색하는 선별적 진입 전략이 필요하다. 우리 정부 입장에서는 이들 국가들 중 우리나라의 ODA를 지원받는 국가가 터키 하나뿐임을 감안할 때, ODA를 활용하거나 자원외교와 통신 인프라 구축을 연계하기는 어려울 것으로 판단된다.

이들 Group D 국가들에서 한 가지 주목할 점은 우리와 자유무역협정(FTA) 협상 중이거나 협상을 준비 중인 국가들이 많다는 점이다. Group D 국가들 중에서 현재 우리와 FTA 협상 중인 국가는 멕시코이며, 협상을 준비 중이거나 공동연구 중인 국가는 터키, 러시아, 브라질(남미공동시장인 MERCOSUR 회원국)의 3개국이다. 따라서 정부 입장에서는 이들과의 FTA 협상 준비 과정에서 국내 통신사업자들의 진출을 지원할 수 있는 방안을 마련해야 할 것으로 판단된다.

5) Group E

Group E는 인프라와 경제적 수요, 정부 의지 모두 전체 평균보다 높은 국가군으로 말레이시아와 사우디아라비아가 속해 있다. 인프라 보급이 전체 평균보다 높아 정보통신 시장이 성장단계에서 포화상태로 이행할 가능성이 높아, 향후 급격한 성장세를 기대하기는 어렵다는 점에서 국내 통신사업자들의 시장진입 여지는 많지 않다고 볼 수 있다. 다만, 정부 의지가 가장 높다는 점에서 정부가 관심을 가지고 있는 초기 서비스 분야(예를 들면, 말레이시아의 경우 WiMax 구축에 정부가 적극적임)를 공략하는 것이 바람직할 것으로 판단된다. 이에 따라 우리 정부 차원에서는 말레이시아가 우리의 WiBro 기술을 채택할 수 있도록 외교차원에서 적극 지원할 수 있는 방안을 모색해야 할 것이다.

6) Group F

Group F는 인프라와 경제적 수요는 전체 평균보다 낮지만, 이 두 평가 지수에 비해 정부 의지가 상대적으로 월등히 높은 특성을 보이고 있다. 몽골, 이집트, 인도, 베트남, 요르단, 카자흐스탄, 태국의 7개 국가가 이 Group에 속해 있다.

인프라 보급이 낮다는 것은 향후 성장의 여지가 있다는 것이고, 이에 비해 정부 의지가 월등히 높다는 것은 이들 국가의 정부가 육성을 추진하는 분야에 기회가 많다는 것을 의미한다. 다만, 경제적 수요가 낮아 사업자 입장에서는 사업성을 확보하기가 쉽지 않다는 점이 걸림돌인데, Group F에 속한 국가들 중 이집트와 요르단, 카자흐스탄의 경우 우리나라의 ODA를 지원받고 있어 이를 활용하는 방안을 고려해 볼 수 있다. 또한 카자흐스탄은 자원부국이므로, 자원과 인프라 구축을 연계하는 방안도 고려할 수 있을 것이다.

나. Group별 의미

Group별 평균값 분석을 통해 각 Group별로 국내 통신사업자 및 정부에 제공할 수 있는 의미를 정리하면, 아래 표와 같다.

〈표 2-13〉 진출대상 국가 Group별 의미

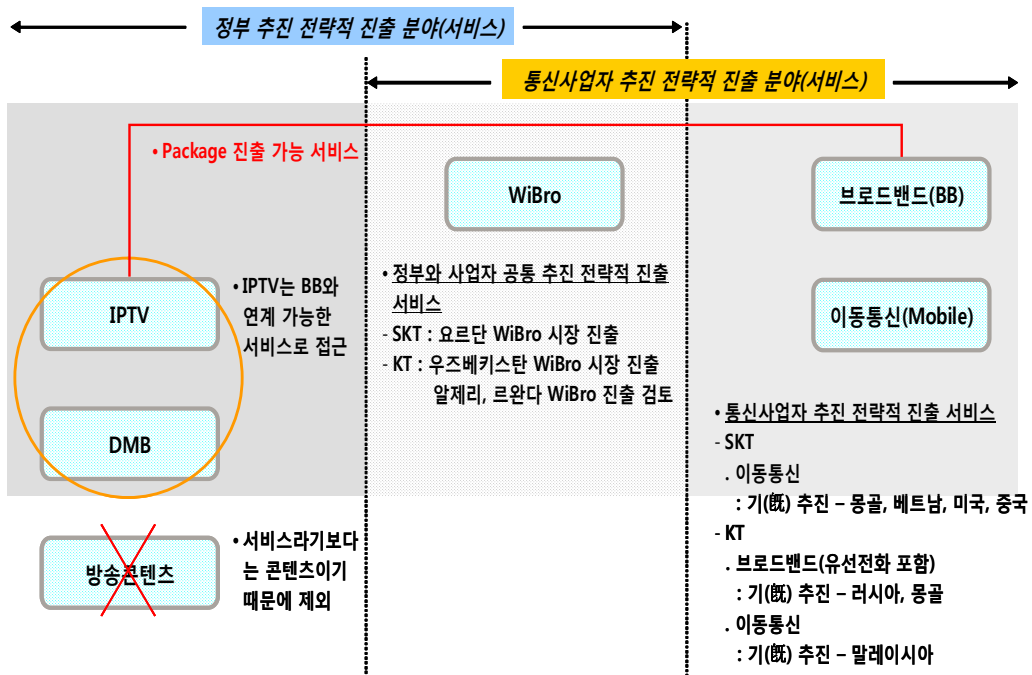
Group	국가	사업자에의 의미	정부에의 의미
Group A	UAE	- 초기단계에 놓여 있는 신규 서비스(WiBro, IPTV, DMB)에 주목	- 통상이나 ODA 같은 지원방안 사용 어려움 - 우리나라의 신규 서비스 기술 및 운영능력에 대한 홍보 강화
	네덜란드		
	호주		
	뉴질랜드		
Group B	나이지리아	- 해당국 정부의 육성 의지 강한 분야에 초점	- ODA 지원 확대를 통한 및 경제적 수요창출 여건 조성 필요 - 또한 인프라 구축에 필요한 자금 지원에 ODA 활용 가능 - 자원부국의 경우 자원외교와 연계방안 모색
	인도네시아		
	페루		
	남아공		
	알제리		
Group C	우즈베키스탄	- 낮은 소득수준 고려, 장기적 관점에서 접근	- ODA 지원 확대를 통한 경제적 수요 창출 여건 조성 필요 - 시장 여건이 형성될 때까지 사전 정지 작업으로 우리 기술에 대한 지속적인 홍보 필요
	파라과이		
Group D	러시아	- 추가 성장 여력 있는 분야 물색 - 해당국 정부의 육성 의지 강한 분야에 초점	- FTA 협상 등 통상외교 측면에서 국내 통신사업자들의 진출 지원 필요
	베네수엘라		
	우크라이나		
	멕시코		
	브라질		
	터키		
	폴란드		
Group E	말레이시아	- 해당국 정부의 육성 의지 강한 분야에 초점	- 해당국 정부가 우리 기술을 채택할 수 있도록 고위급 회담 같은 외교 지원 필요
	사우디아라비아		
Group F	몽골	- 해당국 정부의 육성 의지 강한 분야에 초점 - 낮은 소득수준이 걸림돌	- ODA 지원 확대를 통한 경제적 수요 창출 여건 조성 필요 - 자원부국의 경우 자원외교와 연계방안 모색
	이집트		
	인도		
	베트남		
	요르단		
	카자흐스탄		
	태국		

제 3 장 전략적 진출 서비스 선정 및 국가별 서비스 시장 현황과 분석

제 1 절 전략적 진출 서비스 선정

전략적 진출 대상 분야는 H/W 품목보다는 서비스에 초점을 맞췄으며, 1) 방송통신위원회 선정 4개 분야(WiBro, IPTV, DMB, 방송콘텐츠) 중 서비스가 아닌 방송 콘텐츠를 제외한 3개 분야, 2) 국내 통신사업자가 강점을 가지고 있으면서 진출 의사도 있는 서비스 3개 분야(유선전화, 인터넷/브로드밴드, 이동통신)⁴⁾를 더한 총 6개 서비스를 선정했다.

〈그림 3-1〉 전략적 진출 대상 서비스



* SKT는 미국, 중국, 베트남, KT는 말레이시아 이동통신 시장에서 철수

4) 통신사업자 해외시장 담당자와의 pre-interview 통해 도출

제 2 절 국가별 서비스 시장 현황과 분석

1. Group A 국가군

가. UAE

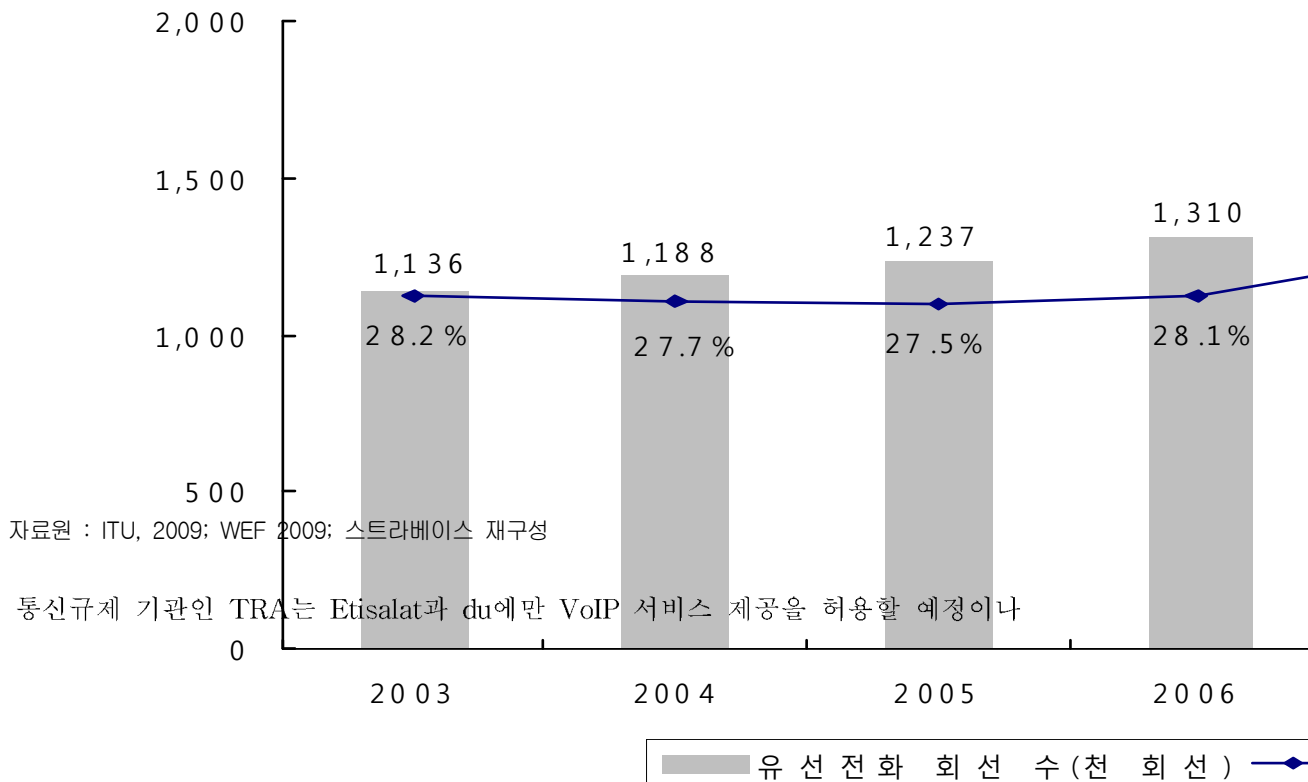
1) 유선전화

가) 시장현황

UAE의 유선전화 회선 수는 2008년 기준 151만 회선, 보급률은 약 34%로 매년 꾸준한 성장세를 보이고 있으나 시장은 점차 포화상태에 가까워지고 있다. UAE 유선전화 시장은 기본적으로 지역에 따라 서비스 제공 사업자가 정해져 있다는 특징이 있으며, VoIP 서비스에 대한 강력한 규제로 인해 아직 VoIP 도입은 제한돼 있다.

〈그림 3-2〉 UAE 유선전화 회선 수 및 보급률 추이

(단위 : 천 회선)

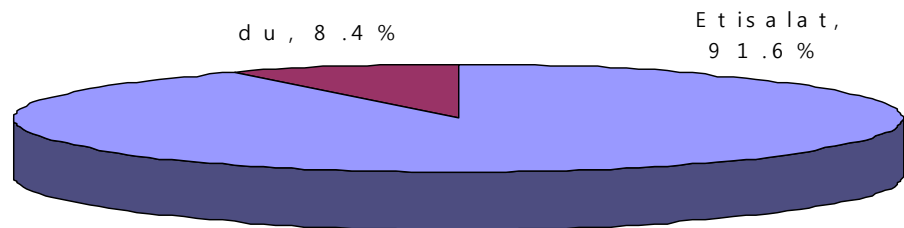


양사 모두 구체적인 서비스 계획은 없는 상태다. 향후 VoIP가 시작된다고 해도 두 회사가 사실상 유선전화 시장을 장악하고 있어 유선전화 가입자들에게 특별한 영향을 미치지 못할 것으로 보인다. 현재 Etisalat은 Skype 등 VoIP 사업자들이 UAE내 사업권이 없다는 이유로 자사 네트워크를 통한 서비스를 차단하고 있다.

나) 주요 사업자

UAE 유선통신 시장은 1976년부터 국영 통신 사업자 Etisalat이 시장을 독점하는 상황이었으나 통신시장이 경쟁체제로 바뀌고 제2 통신사업자 Du가 출현하면서부터 시장을 조금씩 내주고 있다. 단 Etisalat의 점유율은 여전히 90%를 넘고 있다.

〈그림 3-3〉 UAE 유선전화 사업자별 시장 점유율



* 2008년 말 기준

자료원 : BuddeComm, 2009 ; 스트라베이스 재구성

(1) Etisalat

UAE 정부가 60%의 지분을 소유하고 있으며 유선전화 외에 인터넷, 이동통신 등 모든 통신 분야에서 독점적 위치를 누리고 있다. Etisalat은 통신 시장이 경쟁 체제로 바뀌면서 초당 요금제도 도입, 통신 요금 인하 등의 전략을 추진 중이며 현재 UAE를 포함한 중동, 아프리카, 아시아 등 18개국에서 서비스를 제공하고 있다.

(2) du

2006년 2월 등장한 제 2사업자로 외국기업이 많은 자유경제지역 및 고층 사무실 빌딩이 많은 신흥도시를 중심으로 서비스를 제공하고 있다. 두바이 정부계 자본이 투입된 du는 정부의 지원을 받는 도시개발 지역에서도 서비스를 제공하는 사례가 늘고 있으며 서비스 영역도 점차 확대되는 추세다.

⇒ UAE 유선전화 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

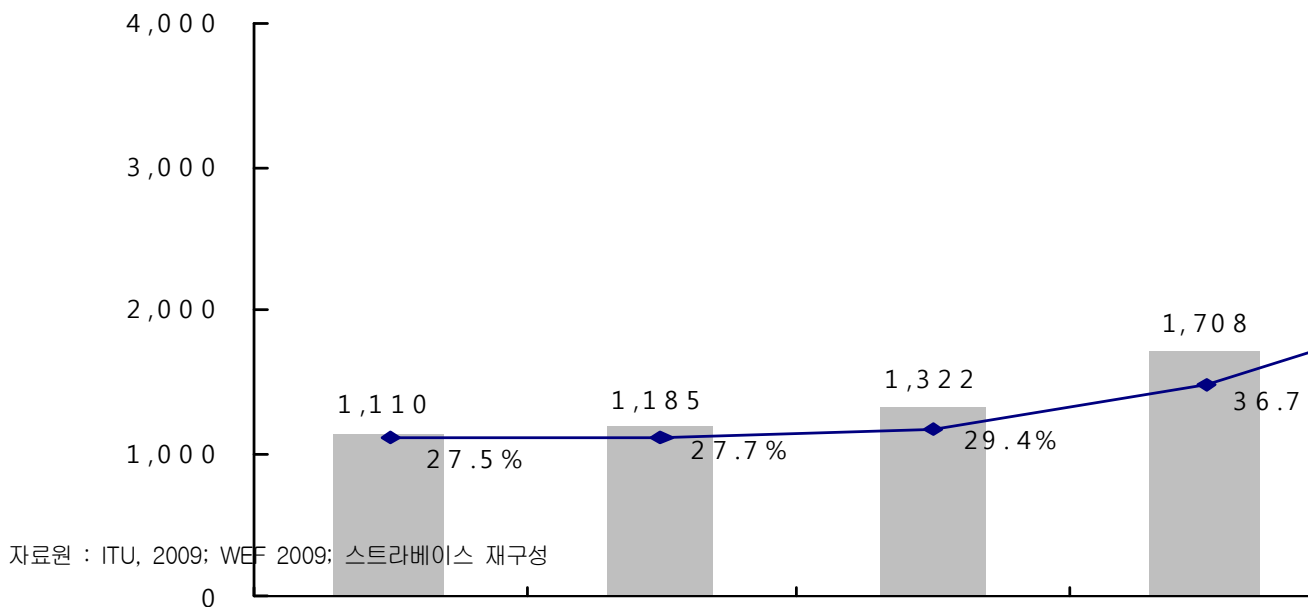
타당성 판단 근거	▷ 높은 유선전화 보급률(33.6%)로 인해 급격한 성장이 어렵고 국영 통신사 Etisalat 외에 2위 사업자 du에도 정부 자본이 투입돼 사실상 정부가 유선전화 시장을 독점 ▶ 사업자 경쟁구도, 지역별 사업자 지정, 정부 지분 등을 고려하면 UAE 유선전화 시장진출은 타당성이 낮음
-----------------	---

2) 인터넷/브로드밴드

UAE의 인터넷 이용자 수는 2008년 말 기준 292만 명이며 이용률은 약 65%로 중동권에서는 최고 수준에 속한다. 최근 5년간 CAGR은 20%를 넘고 특히 최대 통신사업자 Etisalat이 인터넷 서비스를 비교적 이른 1995년부터 제공한 덕분에 이용자 수 및 보급률이 중동지역에 가장 빠른 속도로 증가하고 있다.

〈그림 3-4〉 UAE 인터넷 이용자 수 및 보급률 추이

(단위: 천명)



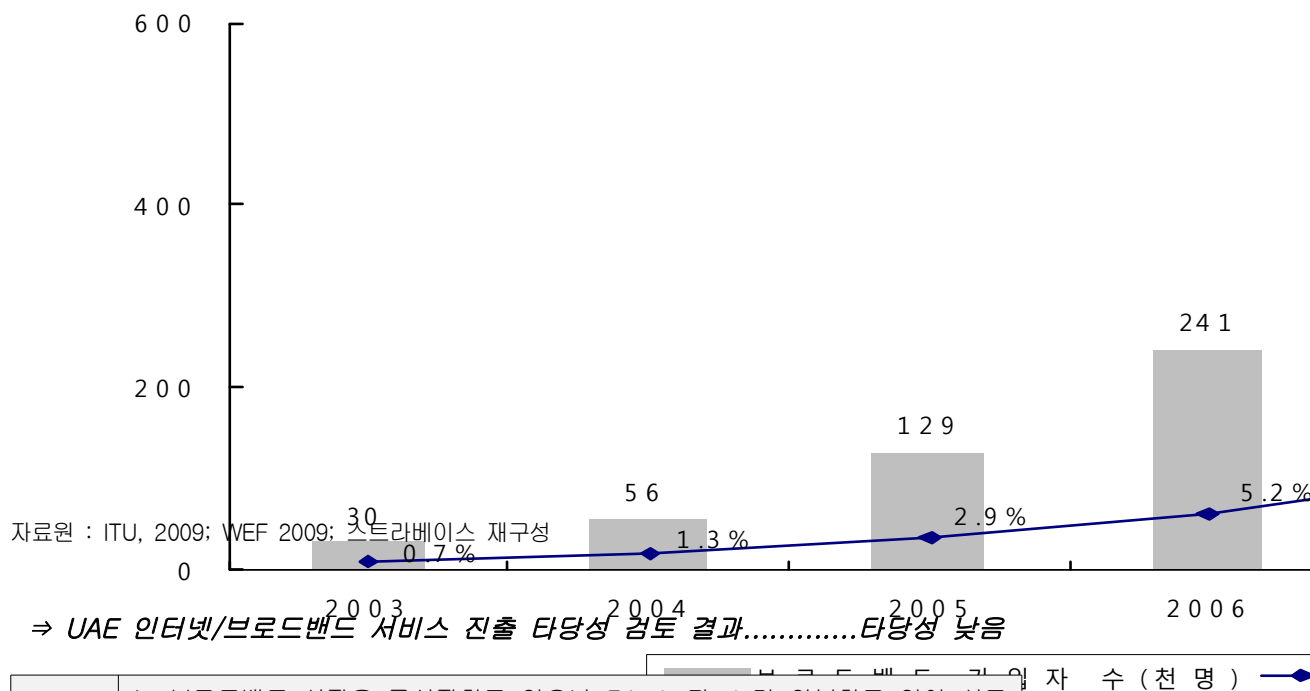
UAE의 브로드밴드 가입자 수는 2003년 말 기준 250만 명, 보급률도 10%에 중반으로 중동 권에서는 상당히 높은 편이다. 2003~2008년 CAGR이 약 80%에 달해 인터넷 이용률도 2003년 27.5%에서 2008년 65%로 급증한 것으로 나타났다. 시장이 빠르게 성장하고 있음을 보여준다. 단 UAE는 다른 이슬람 국가에 비해

는 덜하지만 웹사이트 및 메일 검열이 이뤄지고 있다는 것이 인터넷 성장의 저해 요소로 작용하고 있으며 현재 반 이슬람 언론, 성인 사이트 등 사회적, 정치적, 종교적으로 유해한 사이트의 열람이 불가능하도록 국가가 통제하고 있다.

인터넷 시장도 Etisalat과 du가 양분하고 있는데, Etisalat은 인터넷 시장을 사실상 독점하고 있으며 Etisalat의 자회사 eCompany는 저가 브로드밴드 서비스를 제공하고 있다. 후발주자 du는 모든 브로드밴드 서비스를 FTTH 네트워크 기반으로 제공하는 것이 특징이다. 이 회사는 WiMax 무선 브로드밴드 네트워크를 시험 중에 있으며 유선전화, 브로드밴드, IPTV 서비스를 묶은 결합상품을 출시했다.

〈그림 3-5〉 UAE 브로드밴드 가입자 수 및 보급률 추이

(단위: 천명)



타당성 판단 근거	▷ 브로드밴드 시장은 급성장하고 있으나 Etisalat과 du가 양분하고 있어 신규 진입은 사실상 어려운 상황 ▶ 신규 ISP로 진입해도 네트워크 임대 및 마케팅 비용 확대에 의한 수익성 확보, 정부의 인터넷 검열 등으로 인해 UAE 인터넷/브로드밴드 시장진출은 타당성이 낮다고 판단
-----------------	--

3) 이동통신

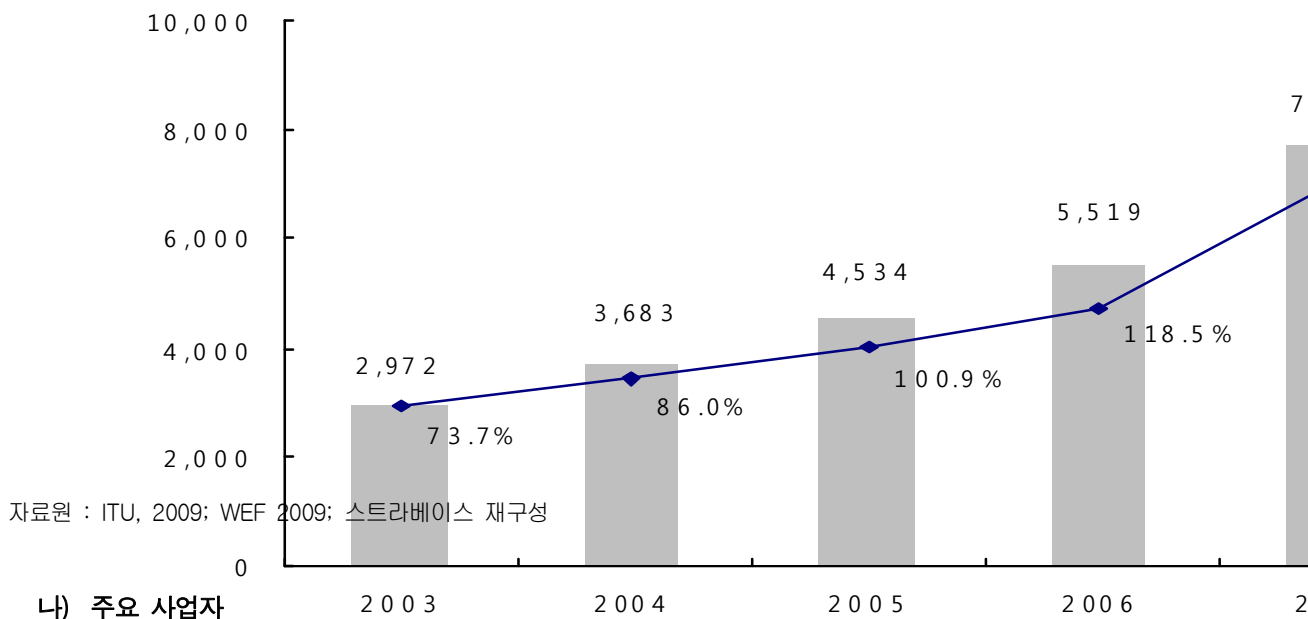
가) 시장현황

UAE 이동통신 가입자는 2008년 말 기준 936만 명, 보급률은 무려 200%를 넘어 서고 있다. 현재 UAE는 복수의 SIM카드를 사용하는 이들이 많다. 또 2대의 휴대폰을 보유하는 것이 일반적일 정도로 이동통신 시장이 발달해 있으며 기타 중동 국가에 비하면 3G 서비스도 상당히 보편화돼 있다.

시장이 포화 상태임에도 불구하고 2003~2008년 CAGR이 20%를 넘을 정도로 매년 꾸준히 성장하고 있다. 현재 이동통신 가입자의 85%가 2G GSM 방식을 이용 중이며 3G WCDMA방식이 15% 정도다.

〈그림 3-6〉 UAE 이동통신 가입자 수 및 보급률 추이

(단위 : 천명)



나) 주요 사업자

UAE 이동통신 시장에서는 Etisalat과 du만이 서비스를 제공하고 있다. 2006년 후 (천명) — 보급

발 사업자 du의 서비스가 시작되기 전까지는 Etisalat이 독점해 왔으나 사실 현재 도 독점 상태에 가깝다. 제 2사업자인 du는 유선전화 사업 보다는 이동통신 서비

스에 주력하고 있다.

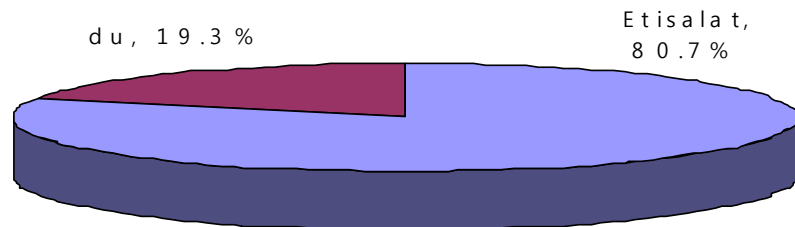
(1) Etisalat

2004년 1월 중동지역에서는 최초로 WCDMA 3G 서비스를 출시했다. UAE 이동통신 시장이 포화상태에 도달했다고 판단한 Etisalat은 최근 알제리 유선사업자인 Algerie Telecom의 지분 매입에 관심을 표명하고 있다. 2005년 기존의 WCDMA 네트워크를 HSDPA로 업그레이드하기 시작했으며 2007년 3G 서비스 접속료를 전면 무료화하는 등 3G 서비스에 적극 투자하고 있다.

(2) du

상용서비스를 시작한 이후 2007년 1분기에만 약 25만 명의 가입자를 유치할 정도로 빠르게 성장하고 있다. 현재 du의 이동통신 서비스는 주요 도시로 제한돼 있으나 Etisalat과의 로밍서비스 계약 체결로, 향후 커버리지를 확대해 나갈 계획이다.

〈그림 3-7〉 UAE 이동통신 사업자별 시장점유율



* 2008년 말 기준

자료원 : Cowen and Company, 2009 ; 스트라베이스 재구성

⇒ UAE 이동통신 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ UAE 이동통신 시장은 보급률이 200%를 넘어 포화상태 ▶ 이동통신 시장 역시 Etisalat과 du가 양분하고 있어 진입 자체가 어렵고, 신규 진입해도 네트워크 커버리지가 비용 측면에서 이들과의 경쟁은 무리임
-----------------	---

4) WiMax

UAE 통신규제당국 TRA는 2006년 Etisalat과 du에 3.4~3.6GHz 대역의 Fixed WiMax 라이선스를 발급했다. TRA는 당초 Mobile WiMax용인 2.5~2.69GHz 대역 주파수와 Fixed WiMax용인 3.4~3.6GHz 등 두 대역을 WiMax용으로 결정했으나 현재 Mobile WiMax 라이선스는 발급하지 않고 있다.

이런 가운데 Etisalat은 2006년 5월 삼성전자와 시스템 공급계약을 체결하고 2006년 11월부터 아부다비 지역에서 시범 서비스를 시작했다. du는 2006년 9월 Motorola와 시범서비스를 진행했으나 이후 별다른 추진 상황은 없다.

⇒ UAE WiMax 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 높은 소득수준을 기반으로 한 충분한 WiMax 수요는 있으나 작은 국토면적, 도시의 높은 인구밀집도 등을 고려하면 유선 브로드밴드가 시장의 주력 상품이 될 가능성이 높음 ▷ 결국 UAE에서 WiMax는 인구밀도가 낮은 지역에서 유선 브로드밴드의 보완재 역할을 할 가능성이 크기 때문에 시장성은 낮을 것으로 전망됨 ▶ 따라서 사업성 및 수익성 측면만을 놓고 보면 UAE WiMax 시장은 타당성이 낮은 것으로 판단. 단 UAE가 중동 진출의 교두보라는 측면에서는 UAE 진출이 의미가 있음
-----------------	--

5) IPTV

통신사업자 Du는 FTTH 네트워크 기반의 IPTV서비스 ‘duTV’를 통해 showtime, ART, JSTV 등 국내외 채널을 제공하고 있다. 또한 2009년 8월에는 기존 유선통신 가입자들을 대상으로 쌍방향 기능이 강화된 ‘duTV+’를 출시했다. 현재 du가 모든 브로드밴드 서비스를 FTTH 네트워크를 기반으로 제공하고 있음에도 IPTV 가입자는 10만 명을 넘지 못하고 있다.

⇒ UAE IPTV 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ UAE 브로드밴드 시장에 ISP로 진출할 가능성이 낮아 IPTV서비스 제공은 현실적으로 어려울 전망 ▶ du가 FTTH 기반의 서비스를 제공하고 있어, 신규 사업자로 경쟁력을 확보하기는 어렵다는 점에서 UAE IPTV 시장진출은 타당성이 낮음
-----------------	--

6) DMB

UAE 통신사업자 Etisalat과 du는 2007년부터 3G 스트리밍 기술을 기반으로 한 모바일 TV서비스를 제공하고 있다. du는 2007년 2월 DVB-H 기반의 모바일 TV 서비스를 제공하기 시작했으며, Etisalat도 같은 해 3월 du가 책정한 요금의 절반 수준으로 모바일 TV 서비스를 시작했다.

Etisalat은 DVB-H 기반 모바일 TV 서비스 실시를 위해 2006년 10월 시범 네트워크를 구축했으며, du는 2007년 7월 DVB-H 방식으로 시범서비스를 실시한 후 2007년 8월부터 Deutsche Telekom의 자회사와 두바이에 네트워크를 구축했다.

UAE 통신규제 기관 TRA는 2009년 10월 중동 국가 가운데 최초로 2010년부터 서비스 가능한 모바일 TV 라이선스를 발급했다. 그러나 향후 일정은 계속 연기되고 있다.

⇒ UAE DMB 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ Etisalat과 du가 2007년부터 모바일TV 서비스를 제공중이며 양사 모두 DVB-H 방식 채택 ▶ 양사의 시장 지배력 외에도 통신사업자와의 단말기 유통 제휴가 필수인 사업의 특성상, T-DBM 방식 서비스는 제공이 어려워 UAE DMB 시장진출은 타당성이 낮다고 판단
-----------------	---

7) 장비/단말/솔루션 등

UAE는 휴대전화 보급률이 세계 최고 수준에 가깝지만 지속적인 외부 인구 유입과 소득수준의 증가로 휴대폰 수요는 계속 증가할 것으로 예상된다. 특히 25세 미만 젊은 층의 인구 비중이 높은 젊은 시장이라는 점에서 신제품과 신기술에 대한 관심이 높아 Blackberry를 비롯한 스마트폰과 다양한 멀티미디어 기능을 탑재한 휴대폰 수요가 증가하고 있다. 이미 삼성, LG 등은 UAE 휴대폰 시장에서 상당한 성과를 올리고 있다.

나. 네덜란드

1) 유선전화

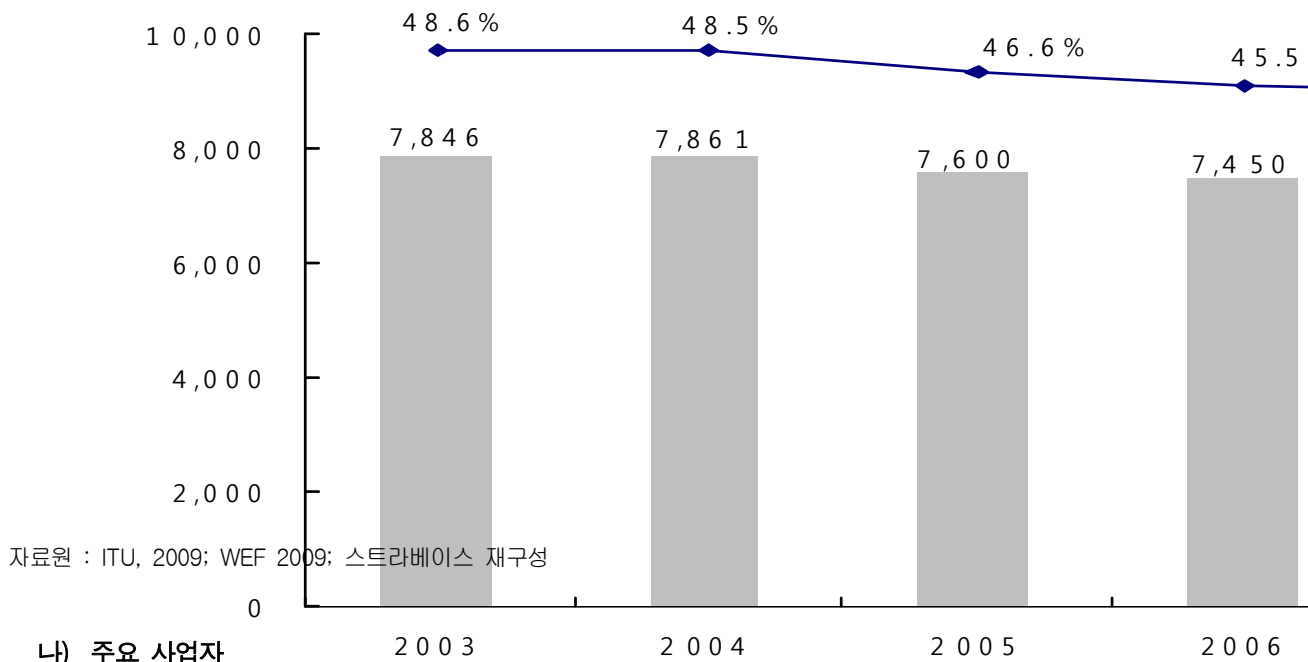
가) 시장현황

네덜란드의 유선전화 회선 수는 2008년 기준 732만 회선, 보급률은 약 44%에 이르고 있다. 특히 이동통신 시장의 성장으로 유선통신 서비스는 점차 감소하는 추세로, PSTN기반 가입자 수는 급격하게 감소하는데 반해 VoIP 이용자는 급증하는 양상을 보이고 있다.

네덜란드는 브로드밴드 인프라가 잘 구축되어 있어 향후 VoIP 성장 가능성이 높은 편이나, 지배적 사업자인 KPN의 적극적인 VoIP 정책으로 인해 경쟁도 심화될 것으로 예상된다. 한편 VoIP 기술방식의 경우, 그동안 케이블 기반이 가장 높은 비중을 차지했으나 2008년 이후에는 DSL 기반의 가입자가 앞서고 있다.

〈그림 3-8〉 네덜란드의 유선전화 회선 수 및 보급률 추이

(단위 : 천 회선)



나) 주요 사업자

네덜란드의 유선통신 사업자로 국영기업인 KPN 외에 Ziggo, UPC, Tele2 등이 있다. KPN과 Ziggo가 나란히 업계 1,2위 자리를 지키고 있으며 그 뒤를 UPC,

Tele2, Online 등이 차례로 잇고 있다.

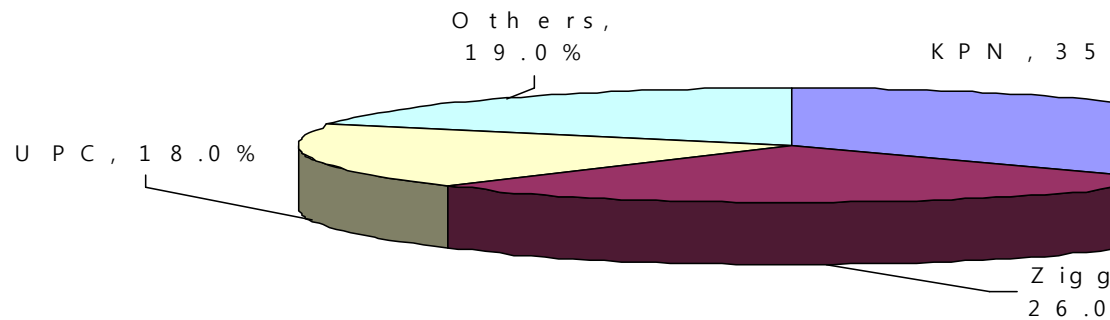
(1) KPN

2007년 iBasis를 인수한 이후 VoIP 서비스를 제공하기 시작해 적극적으로 사업을 추진 중이다. 2005년까지만 해도 90% 넘게 시장을 독점하고 있었지만, 케이블 사업자를 비롯한 경쟁사의 VoIP 서비스 개시, 유무선 대체 현상 등으로 점차 시장 점유율이 하락해 최근에는 60% 이하로 떨어졌다.

(2) Ziggo

유선통신 사업자 2위로 VoIP 가입자 증가율에서 KPN을 앞서는 저력을 보였으나 2008년 들어 증가율이 주춤한 상황이다.

〈그림 3-9〉 네덜란드 유선전화 사업자별 시장 점유율



* 2008년 말 기준

자료원 : BuddeComm, 2009; 스트라베이스 재구성

⇒ 네덜란드 유선전화 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 유선전화 보급률은 최근 수년간 감소추세이며 우수한 브로드밴드 인프라를 기반으로 VoIP 서비스가 확대되는 추세 ▶ 전반적인 수익성을 감안할 때 네덜란드 유선전화 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단
-----------------	--

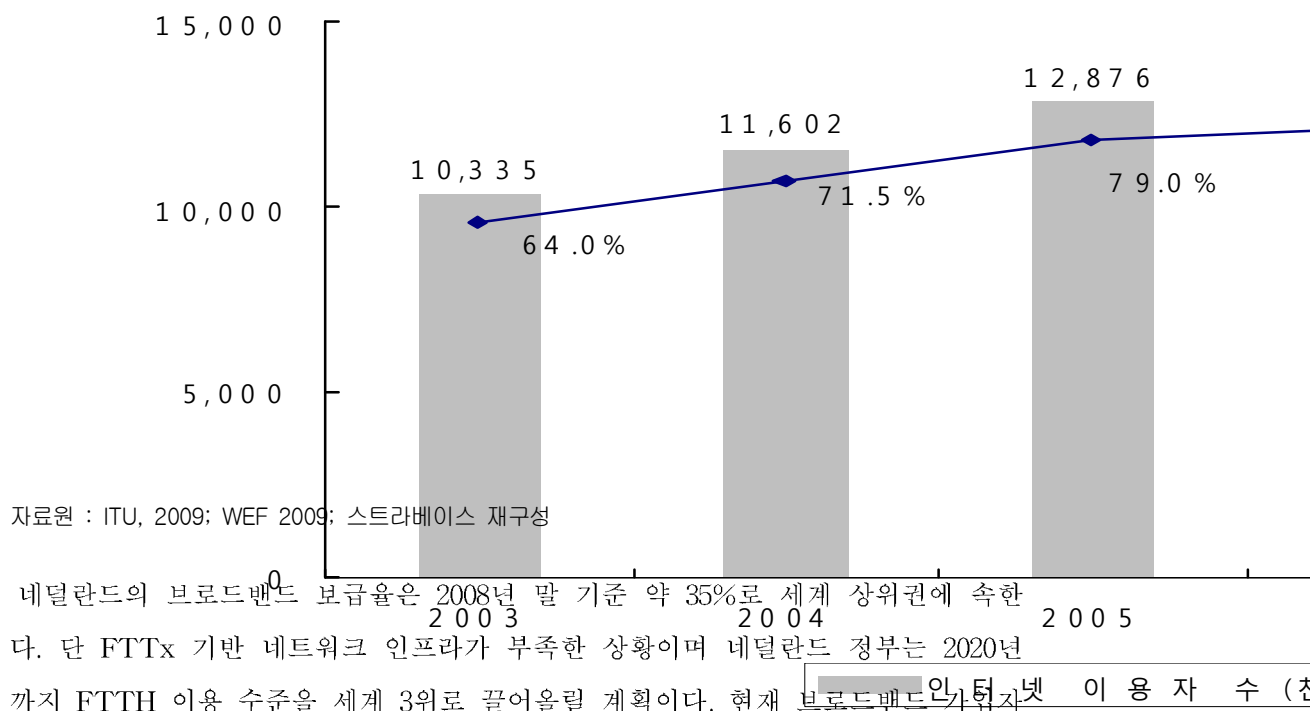
2) 인터넷/브로드밴드

네덜란드의 인터넷 이용자는 2008년 말 기준 1,400만 명을 넘어섰으며 이용률은

약 86%에 달해 시장은 성숙 단계에 있다. 특히 인터넷 이용자의 80%가 브로드밴드를 이용하고 있으며 높은 PC 보급률과 더불어 노트북으로 접속하는 비중이 높은 것이 특징이다.

〈그림 3-10〉 네덜란드 인터넷 이용자 수 및 보급률 추이

(단위: 천명)

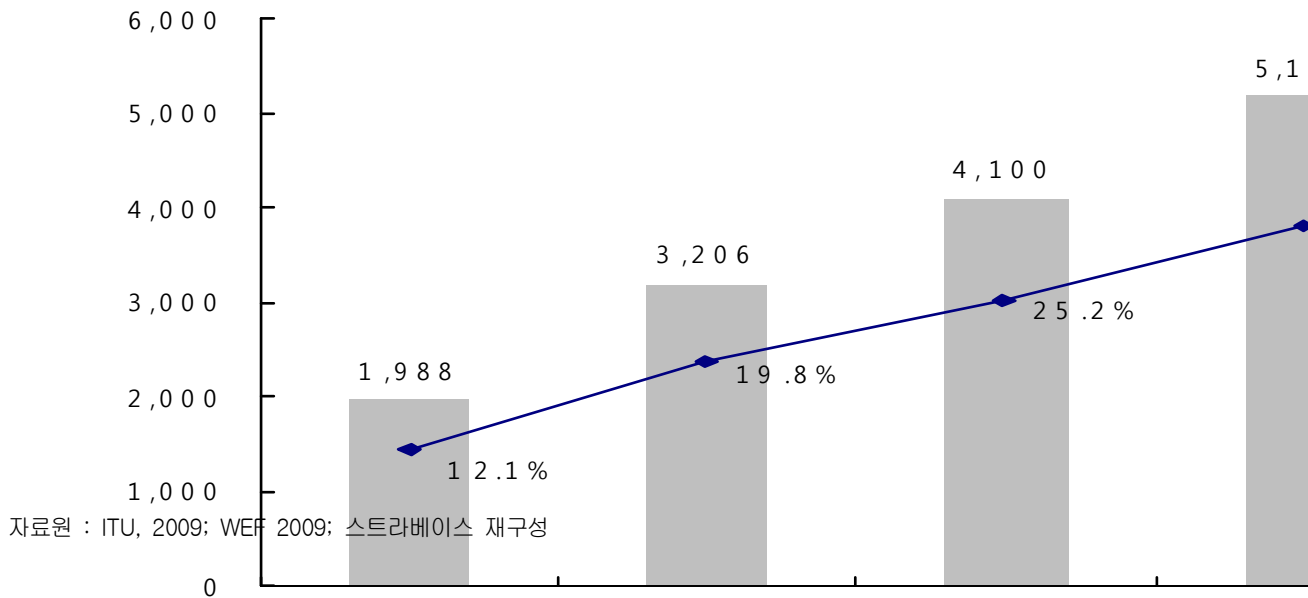


네덜란드의 브로드밴드 보급률은 2008년 말 기준 약 35%로 세계 상위권에 속한다. 단 FTTx 기반 네트워크 인프라가 부족한 상황이며 네덜란드 정부는 2020년까지 FTTH 이용 수준을 세계 3위로 끌어올릴 계획이다. 현재 브로드밴드 가입자 가운데 DSL가입자 비중이 가장 높고 다음은 케이블 모뎀과 광 네트워크 순이다.

주요 브로드밴드 사업자로는 KPN, Tele2, Ziggo, UPC가 있다. 네덜란드 최대 유무선 사업자인 KPN은 DSL기반 브로드밴드 서비스를 제공하고 있으며 시장 점유율은 44% 정도다. 업계 2위 Ziggo는 Casema, Multikabel, @home 등 3개 사업자가 합병해 설립된 네덜란드 최대 케이블 사업자다. 한편 Tele2는 KPN의 LLU(Local Loop Unbundling)를 활용해 서비스를 제공하고 있다.

〈그림 3-11〉 네덜란드 브로드밴드 가입자 수 및 보급률 추이

(단위: 천명)



⇒ 네덜란드 인터넷/브로드밴드 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	타당성 판단 근거	가 입 자 수 (천 명)
	▷ 브로드밴드 보급률이 이미 세계적인 수준에 있으며 사업자간 치열한 경쟁으로 이미 시장구도가 공고하게 확립	
	▶ Minor ISP로 진입할 경우 수익성 확보가 우려된다는 점에서 네덜란드 인터넷/브로드밴드 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단	

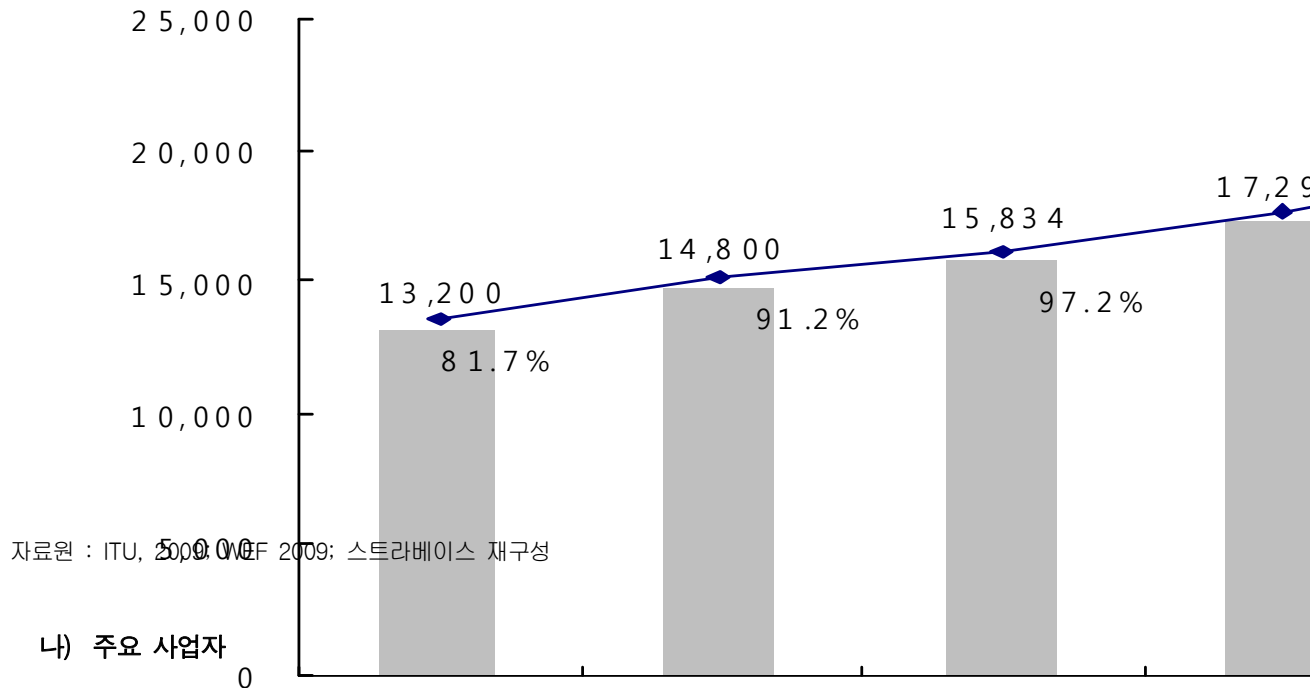
3) 이동통신

가) 시장현황

네덜란드 이동통신 보급률은 2008년 말 기준은 120%를 넘어서 이미 시장은 포화 상태다. 최근 5년간 CAGR이 9%를 넘어서 추가성장의 여지는 적은 시장이며 가입자의 78%가 GSM 방식을 이용하고 있으며 WCDMA 방식 이용자는 약 22%다. KPN과 Vodafone은 2004년 상반기 UMTS 기반 3G 서비스를 시작했으며 T-Mobile은 2006년 3G 서비스를 시작했다. 이동통신 사업자들의 3G 서비스가 본격화되면서 신규 가입자들은 대부분 2G에서 3G로 이동하는 추세를 보이고 있다.

〈그림 3-12〉 네덜란드의 이동통신 가입자 수 및 보급률 추이

(단위 : 천명)



나) 주요 사업자

네덜란드 이동통신 시장에서는 KPN, T-Mobile, Vodafone의 3개 사업자가 지배적 위치를 제공하고 있다. KPN이 약 50%의 점유율로 앞서고 있으나 점유율이 차츰 하락하는 추세이며 나머지 시장을 놓고 T-Mobile과 Vodafone이 경쟁하고 있다.

(1) KPN

1989년 민영화된 네덜란드 최대 유무선 사업자 KPN은 독일 이동통신사 E-Plus와 벨기에 이동통신사 BASE의 지분을 100% 보유하고 있다. 젊은층을 대상으로 한 Hi, 기업고객을 위한 유무선 서비스 Telefort 등 타겟에 따른 다양한 브랜드를 운영하고 있다.

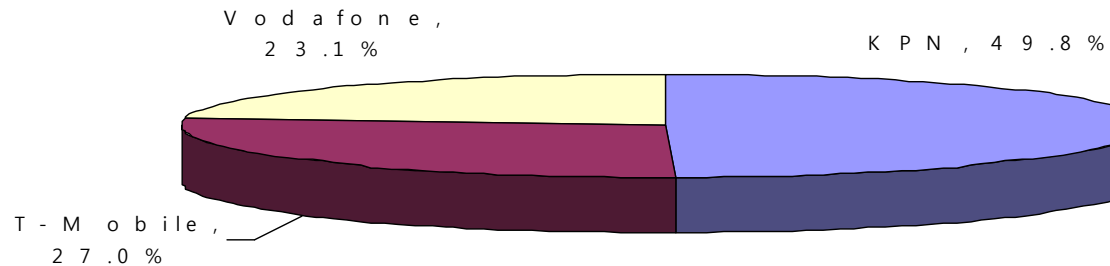
(2) T-Mobile

독일 T-Mobile International의 자회사로 2007년 9월 4위 사업자였던 Orange를 인수하면서 Vodafone을 제치고 업계 2위로 올라섰다.

(3) Vodafone

영국의 글로벌 이동통신회사인 Vodafone 그룹의 자회사로 네덜란드 시장에서는 업계 3위지만 약 450만 명의 가입자를 확보하고 있다.

〈그림 3-13〉 네덜란드 이동통신 사업자별 시장점유율



★ 2008년 말 기준

자료원 : Cowen and Company, 2009; 스트라베이스 재구성

⇒ 네덜란드 이동통신 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 이동통신 시장은 포화상태이며 3G 서비스 이용률(22.4%)도 비교적 높아 신규 사업자의 시장진입 여지가 없음 ▶ 네덜란드는 이미 유럽 거대 글로벌 이동통신사의 각축장이 되고 있어 Minor 사업자로 진출했을 경우, 경쟁력을 확보하기 어렵다는 점에서 이동통신 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단
-----------------	---

4) WiMax

유선통신 사업자인 Ziggo가 2007년 최초로 2.6GHz 대역을 기반으로 Mobile WiMax 시범 서비스를 시작했으며 2008년 6월 상용서비스를 시작했다. 그러나 2.6 GHz 라이선스는 2008년 기한이 만료되어 만료된 상태다.

현재 네덜란드에서는 Intel Capital 과 Greenfield Capital Partners가 공동 투자한 Worldmax가 가장 강력한 WiMax 사업자다. Worldmax는 2008년 6월 3.5GHz 기반 Mobile WiMax의 상용서비스를 시작했으며 공격적인 마케팅과 속도 개선으로 이동통신사인 KPN, T-Mobile에 대항하며 이들의 데이터 고객을 유치하고 있다. 2010년 1분기 BWA(Broadband Wireless Access) 서비스를 위한 2.6GHz 대역의

경매가 실시될 예정이다. KPN등 여러 사업자가 이 경매에 관심을 보이고 있어 강력한 제 2의 WiMax 사업자가 등장할 전망으로, 네덜란드는 유럽 WiMax 시장의 활성화 정도를 가늠할 수 있다는 점에서 업계의 주목을 받고 있다.

⇒ **네덜란드 WiMax 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음**

타당성 판단 근거	▷ 유럽에서 WiMax에 대한 관심이 비교적 높은 국가 중 하나라는 평가를 받고 있음 ▶ 그러나 WiMax 확산의 최대 걸림돌이 높은 유선 브로드밴드 보급률을 감안할 때, 국토가 좁고 유선 브로드밴드가 모든 지역의 커버리지를 확보하고 있는 네덜란드는 <u>대체재</u>나 <u>보완재</u> 두 가지 측면 모두에서 WiMax의 사업성이 낮을 것으로 예상된다는 점에서 네덜란드 WiMax 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단
-----------------	--

5) IPTV

네덜란드는 케이블 TV가 잘 발달돼 있어 경쟁관계인 IPTV가 성장하기 쉽지 않은 여건으로 현재 KPN과 Tele2만이 IPTV 서비스를 제공 중이다. 최대 유무선 통신사업자인 KPN이 IPTV를 비롯한 IP기반의 서비스 확대에 적극적인 자세를 보이고 있어 향후 시장의 성장을 기대해 볼 수 있다.

IPTV 최대 사업자 Tele2는 2004년 최초로 서비스를 시작했으며 사업 초기 축구 경기 독점 중계권을 확보하면서 가입자를 유치하는데 성공했다. KPN은 2006년 5월 서비스 시작했으나 가입자는 4만 명 정도에 머물고 있으며 향후 서비스 확장 및 품질 개선을 위해 네트워크를 VDSL2로 업그레이드하고 있다.

⇒ **네덜란드 IPTV서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음**

타당성 판단 근거	▷ 케이블 TV시장 발달로 경쟁매체인 IPTV 사업성은 낮을 것으로 판단되며 주요 유선전화 및 브로드밴드 사업자인 KPN과 Tele2가 이미 서비스를 제공 ▶ 이러한 상황에서 후발 Minor 사업자는 수익성 확보가 어려워 네덜란드 IPTV 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단
-----------------	--

6) DMB

네덜란드의 모바일 TV 표준은 DVB-H와 T-DMB로 양분된 상황으로 각 표준간 경쟁은 2010년 이후 본격화될 전망이다. 현재 DVB-H의 경우, KPN이 유일하게 라이선스를 얻어 2008년 5월 상용서비스를 시작했으며 T-DMB는 MTVNL과

Callmax Global 등 2개 사업자가 라이선스를 확보했다.

KPN이 상용서비스를 전개하고 있는 반면 T-DMB 진영은 DVB-H 에 비해 상용 서비스가 늦어지고 있다. MTVNL은 2007년 7월 DMB 기반의 모바일TV 시범서비스를 실시했으며 2009년 말 상용 서비스를 시작할 계획이다. 무엇보다 MTVNL은 이미 DMB 상용 서비스를 시작한 노르웨이와 함께 향후 유럽 DMB 시장을 활성화시키는 데 중요한 역할을 할 것이란 점에서 업계의 주목을 받고 있다.

⇒ 네덜란드 DMB서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 높음

타당성 판단 근거	▷ 높은 이동통신 보급률(125%), 높은 소득수준, ICT 인프라등 모바일 TV 시장 활성화를 위한 기본 조건을 모두 구비 ▷ DVB-H, T-DMB 모두 모바일TV 표준으로 이용되고 있음 ▶ KPN, MTVNL, Callmax 등 현지 모바일 TV 사업자들과의 경쟁, 단말기 유통을 위한 현지 통신사업자와의 제휴, 컬러 콘텐츠 조달을 위한 현지 방송사와의 제휴 등을 실현한다면 네덜란드 DMB 시장진출은 타당성이 높은 것으로 판단
-----------------	---

7) 장비/단말/솔루션 등

삼성전자와 LG전자가 이동통신 사업자에 휴대폰을 납품하고 있으며 특히 삼성전자는 2008년까지 점유율 2위였으나 2009년 6월부터는 Nokia를 제치고 시장 점유율 1위를 유지하고 있다. 또 삼성전자와 LG전자는 KPN에 모바일TV용 단말로 휴대폰을 공급중이며 MTVNL과도 단말기 공급 계약을 체결하는 등 고성능 휴대폰 시장에서 성과를 올리고 있다.

다. 호주

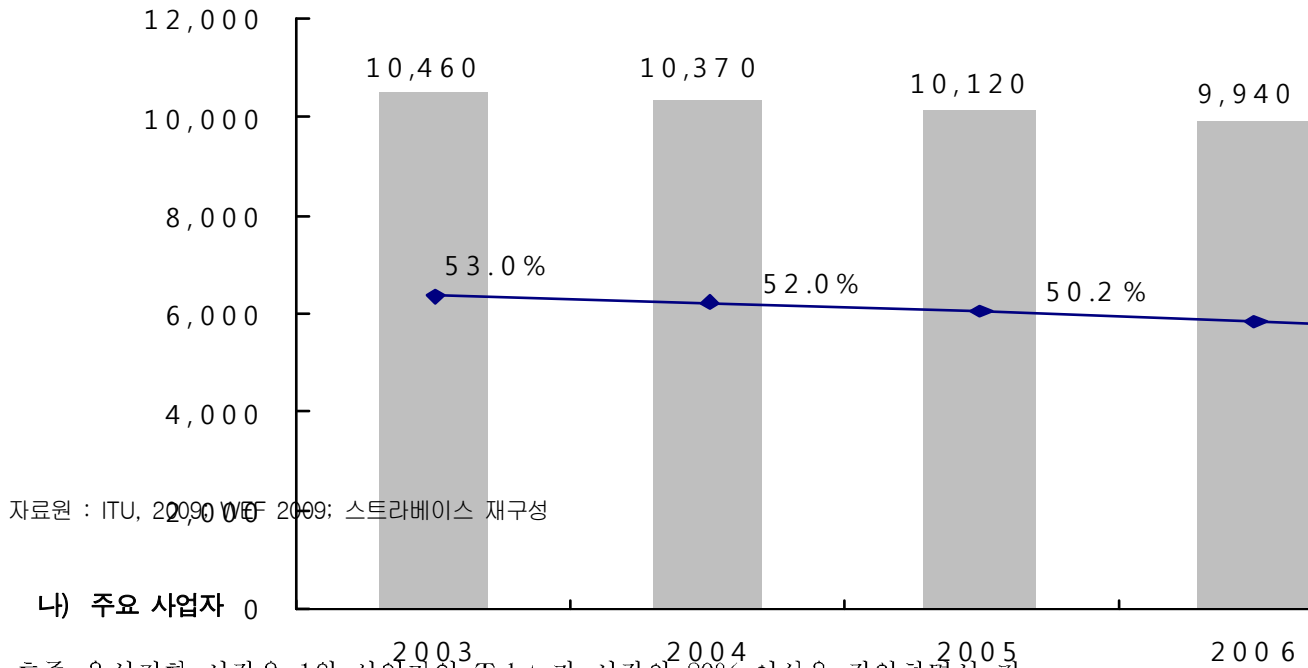
1) 유선전화

가) 시장현황

호주의 유선전화 회선 수는 2008년 기준 약 930만 회선, 보급률은 약 44%로 이미 시장은 포화상태를 넘었을 뿐만 아니라 가입자가 매년 감소하고 있다. 최근에는 VoIP 사업자들이 무료 통화를 제공하면서, 기존의 PSTN 방식 서비스를 해지하는 경우가 늘고 있어 앞으로 유선전화 가입자 수는 더욱 줄어들 것으로 전망된다.

〈그림 3-14〉 호주 유선전화 회선 수 및 보급률 추이

(단위 : 천 회선)



나) 주요 사업자

호주 유선전화 시장은 1위 사업자인 Telstra가 시장의 80% 이상을 장악하면서 지배적 사업자 지위를 유지하고 있으며 Optus가 9% 정도의 점유율을 갖고 있다. 이 밖에 AAPT, Neighbourhood Cable, Powertel, Primus 등 300개 이상의 소규모 사업자들이 약 10%의 시장을 놓고 치열한 경쟁을 벌이고 있다.

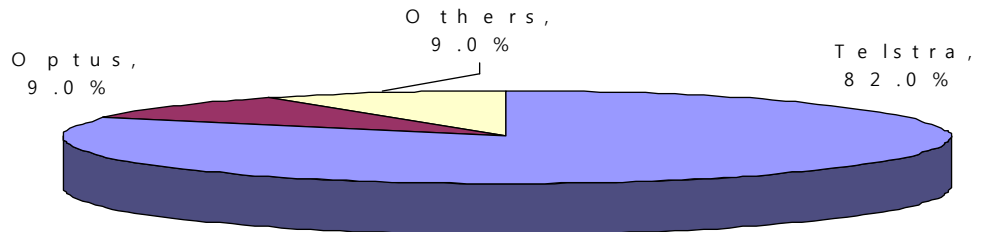
(1) Telstra

2008년 말 기준 약 900만 명의 유선전화 가입자를 보유하고 있다. 과거 90%에 육박하는 점유율을 자랑했으나 VoIP 사업자의 공격적인 움직임으로 매년 점유율이 감소하고 있지만 여전히 유선전화 시장에서 막강한 영향력을 갖고 있다.

(2) Optus

Telstra에 비해 점유율은 낮지만 개인 및 중소기업을 대상으로 한 VoIP 기반의 유선전화 사업에 주력한 결과 가입자는 지속적으로 증가하고 있다. 자사 가입자간 무료 통화에 힘입어 시장 점유율이 조만간 10%를 넘어설 것으로 보인다.

〈그림 3-15〉 호주 유선전화 사업자별 시장점유율 추이



★ 2008년 말 기준

자료원 : BuddeComm, 2009; 스트라베이스 재구성

⇒ 호주 유선전화 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 유선전화 보급률이 계속 감소하는 가운데 VoIP의 PSTN 대체, 높은 이동통신 보급률(105%)로 인해 유선전화 시장은 계속 하락할 전망
	▶ 지배적 사업자 Telstra의 점유율이 82%란 점을 고려했을 때 호주 유선전화 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단

2) 인터넷/브로드밴드

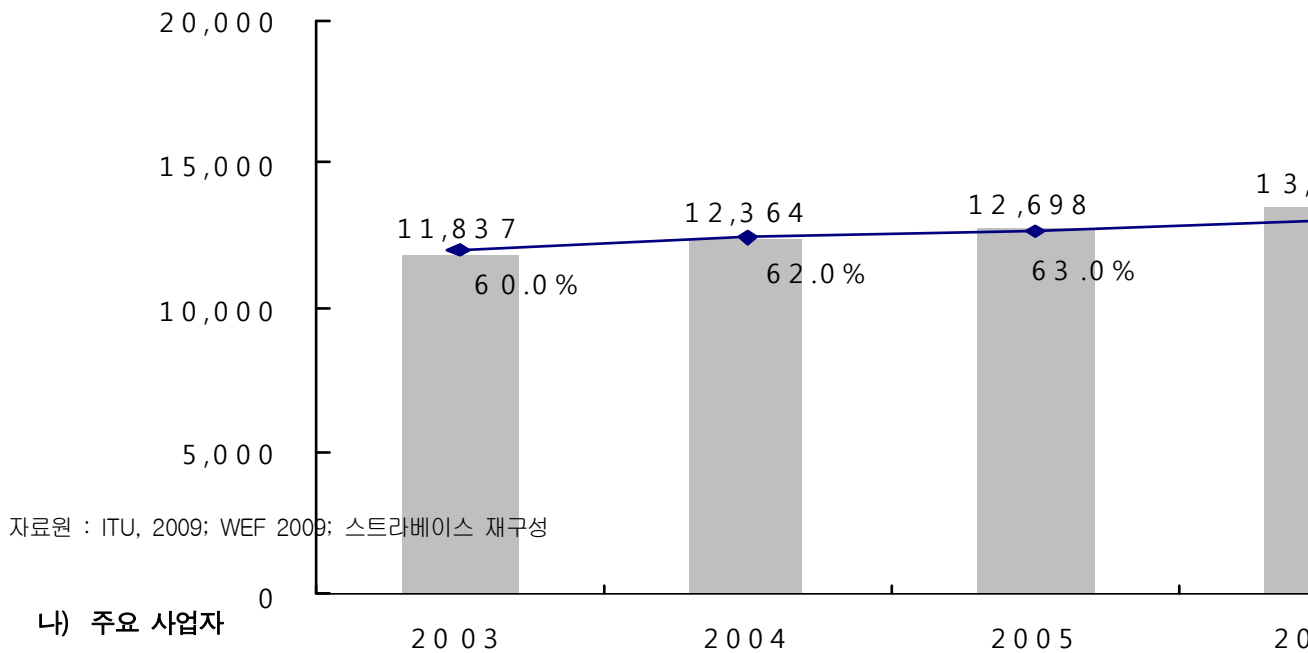
가) 시장현황

호주 인터넷 이용자는 2008년 말 기준 약 1,500만 명으로 이용률은 70%를 넘어설 만큼 높은 수준에 와 있으며 특히 2003년 이후 꾸준한 성장세를 보이고 있다. 그러나 최근 5년간 연평균 매출 성장률이 5%에 그치는 등 시장은 사실상 성숙 단계에 접어들고 있다.

호주 브로드밴드 가입자 수는 2008년 말 기준 약 500만 명, 보급률은 24%로 높은 편이지만 브로드밴드 인프라가 대부분 도시지역을 중심으로 구축되고 있어 지방과 시골 지역은 아직 성장의 여지가 있다. 특히 호주 정부가 2010년부터 모든 가정, 학교, 기업을 대상으로 100Mbps급 브로드밴드를 보급한다는 방침이어서 시장의 중장기적인 추세 역시 성장세가 될 가능성이 높다.

〈그림 3-16〉 호주 인터넷 이용자 수 및 보급률 추이

(단위: 천명)



나) 주요 사업자

호주 최대 인터넷 사업자는 최대 유선전화 회사인 Telstra로 시장의 80% 이상을 장악해 독점적인 지위를 갖고 있으며 업계 2위 ISP인 Optus는 주로 ADSL 방식으로 서비스를 제공하고 있다.

(1) Telstra

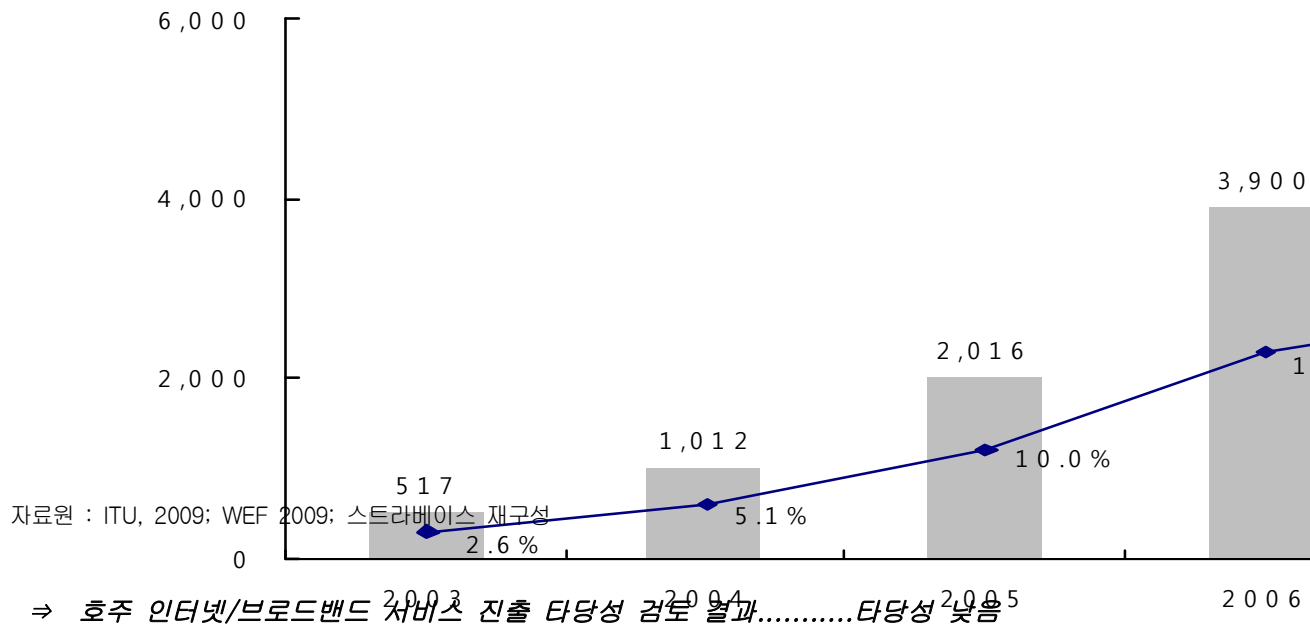
현재 dial-up 인터넷, ADSL 및 케이블 네트워크 기반 브로드밴드, 무선브로드밴드 서비스를 제공하고 있다. 독점지위를 갖고 있지만 경제위기로 인해 Telstra의 높은 서비스 가격과 결합상품이 없다는 점이 가입자 증가에 걸림돌이 되고 있다.

(2) Optus

2004년부터 ADSL서비스를 시작했으며 2005년 말부터는 ADSL2+를 제공하는 등 ADSL 방식을 기반으로 브로드밴드 가입자를 꾸준히 늘려가고 있으며 2008년말 시장 점유율은 15%대를 유지하고 있다.

〈그림 3-17〉 호주 브로드밴드 가입자 수 및 보급률 추이

(단위: 천명)



타당성 판단 근거	▷ 브로드밴드 시장은 아직 성장 여력이 있으나 이미 Telstra와 Optus가 공고한 시장 지배구도 형성 ▶ NBN 계획도 양사를 주축으로 네트워크 업그레이드가 진행되고 있어 신규 사업자의 경쟁력 확보는 어려울 전망
-----------------	--

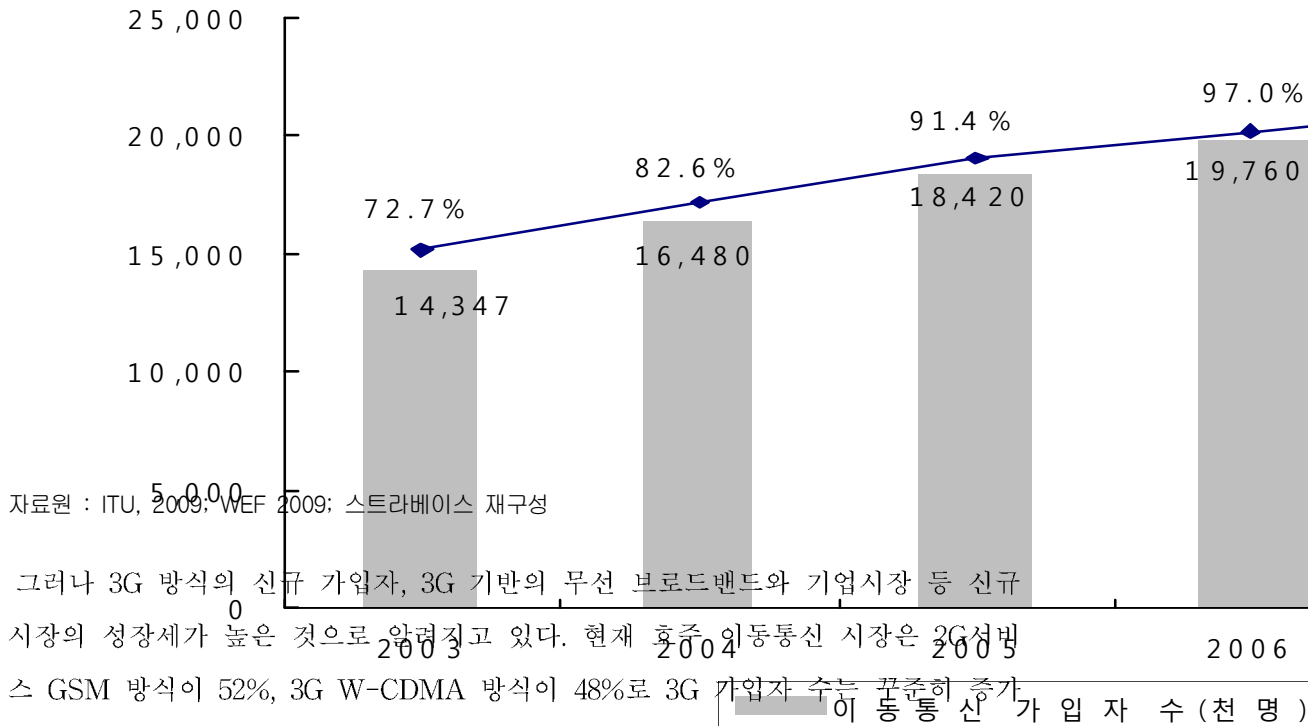
3) 이동통신

가) 시장현황

호주의 이동통신 가입자 수는 2008년 말 기준 약 2,200만 명, 보급률은 이미 100%를 넘어 시장은 포화 상태다. 지난 5년간 각 사업자의 CAGR이 평균 9% 정도에 불과할 정도로 성장률은 둔화되고 있다.

〈그림 3-18〉 호주의 이동통신 가입자 수 및 보급률 추이

(단위 : 천명)



그러나 3G 방식의 신규 가입자, 3G 기반의 무선 브로드밴드와 기업시장 등 신규 시장의 성장세가 높은 것으로 알려져 있다. 현재 호주 이동통신 시장은 2G 서비스 GSM 방식이 52%, 3G W-CDMA 방식이 48%로 3G 가입자 수는 꾸준히 증가하고 있으며, 오는 2012년이면 3G 가입자 비중이 90%를 넘어설 것으로 전망된다. 특히 이동통신 사업자들은 비음성 분야와 데이터통신 매출을 확대한다는 차원에서 3G 서비스로의 전환을 서두르고 있다.

나) 주요 사업자

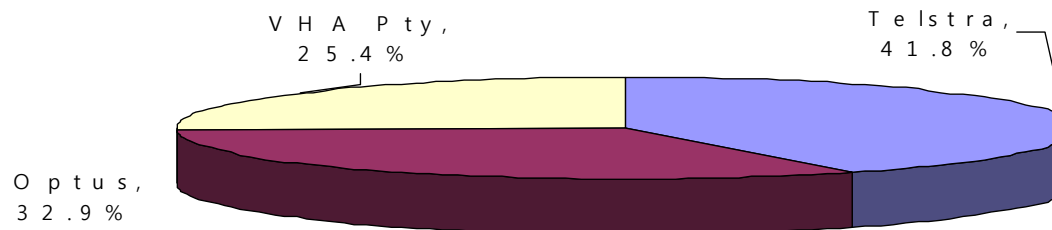
호주 이동통신 시장은 Telstra(41.8%), Optus(32.9%), VHA(25.4%)의 3社가 확고한 경쟁체제를 확립하고 있다. 그동안 호주 이동통신 시장은 규모가 작는데 비해 비교적 많은 사업자가 서비스를 제공하면서 치열한 가격경쟁이 벌어졌으며 이로 인해 사업자들의 수익성이 계속 악화되는 결과를 초래했다.

(1) Telstra

2008년 기준 가입자는 약 940만 명으로 지난 1999년부터 호주에서는 유일하게 CDMA 네트워크를 운영하면서 전체 인구의 98%에 이르는 커버리지를 제공해 왔

다. 그러나 GSM 네트워크 구축을 시작하면서 기존의 CDMA 방식의 서비스를 850MHz대역의 WCDMA 기반 3G 서비스인 Next-G로 대체, 결국 2008년 4월 CDMA 서비스를 완전히 중단했다.

〈그림 3-19〉 호주 이동통신 사업자별 시장점유율



★ 2008년 말 기준

자료원 : Cowen and Company, 2009; 스트라베이스 재구성

(2) Optus

호주 전역에서 GPRS/GSM 서비스를 제공중이며 시드니 멜버른 등 대도시를 중심으로 3G/HSPA 서비스를 전개하고 있다. 2008년 기준 가입자는 약 700만 명 규모로 이 가운데 3G 서비스 가입자는 약 25% 정도다.

(3) VHA

호주 통신당국의 승인 하에 과거 업계 3위였던 Vodafone과 4위였던 Hutchison이 2009년 5월 합병하면서 탄생했다. 2008년 말 기준 양사의 가입자를 합하면 약 577만 명으로 약 25%의 시장 점유율을 확보하게 됐으며 이로써 그동안 2강 2약이던 호주의 이동통신 시장 구도는 완전한 3강 구도로 재편됐다.

⇒ 호주 이동통신 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 시장은 이미 포화상태이며 치열한 가격경쟁으로 인한 사업자의 수익성은 악화. 시장은 이미 Telstra, Optus, VHA 3강 구도로 재편돼 있어 신규 사업자의 진입 여력이 낮음 ▶ 3社 모두 이미 3G 서비스 제공 중으로 3G를 겨냥한 시장진입도 성과를 올리기 힘들 것으로 전망됨
-----------------	--

4) WiMax

현재 호주에서는 Unwired, Clever Communications, Allegro, BigAir, Digital River Networks, Intermode 등 6개 사업자가 Fixed WiMax 서비스를 제공중이다. 그러나 호주는 브로드밴드의 가구 보급률이 비교적 높고 유선 브로드밴드 시장이 활성화돼 있어 대부분의 사업자가 개인 보다 기업 고객에 초점을 맞추고 있다.

여기에 호주 정부가 전국적인 유선 브로드밴드 보급 확대 방침을 밝히고 있다는 점에서 WiMax는 지방 소도시, 농촌 지역과 함께 도시의 DSL 커버리지 확대에 활용될 것으로 전망된다. 즉 호주의 WiMax는 유선 브로드밴드의 대체재라기보다는 보완재 성격으로 구축되고 있다.

Unwired는 호주의 대표적인 WiMax 사업자로 유일하게 Mobile WiMax 도입을 추진 중이며 지난 2008년 기업을 대상으로 Fixed WiMax 서비스를 상용화했고 현재 시드니, 멜버른의 약 35%를 커버하고 있다. 또한 퀸즈랜드 지역 무선 ISP인 Allegro는 지역 해안선을 따라 커버리지를 확보하고 기업용 브로드밴드 및 VoIP 서비스에 주력하고 있다.

⇒ 호주 WiMax 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 정부의 브로드밴드 확대 계획에 따라 성장의 여지는 있으나 WiMax가 유선 브로드밴드를 대체할 주력 서비스로 자리 매김하기는 어려움 ▶ 한국-호주-뉴질랜드간 ICT 협력이 추진되고 있어 ICT 전반에 대한 협력은 의미 있으나, 호주 WiMax 사업의 수익성 확보 여부는 미지수임
-----------------	---

5) IPTV

호주 최대 ISP인 Telstra와 Optus가 IPTV 서비스에 대한 구체적 계획을 밝히지 않은 가운데 중소 ISP를 중심으로 실시간 방송을 포함한 IPTV 서비스가 제공되고 있다. 특히 Telstra는 자사가 최대 주주로 있는 유료 TV 사업자 Foxtel 서비스와의 충돌을 우려해 IPTV 서비스에 미온적인 태도를 보이고 있으며, Foxtel의 유료TV 서비스와 자사의 통신서비스를 조합한 결합 상품을 출시하고 있다.

중소 IPS 가운데는 TPG가 가장 대표적인 IPTV 사업자로, 자사 ADSL 네트워크를 통해 ADSL2+ 가입자에게 무료로 IPTV 시범서비스를 제공하고 있으나 아직

초기 단계다. 실시간 방송도 제공하고 있지만 PC나 노트북에서 시청이 가능한 수준으로, 향후 무료 채널과 유료 채널을 추가해 TV에서 시청 가능한 수준으로 업그레이드할 계획이다. 유료TV 사업자인 Foxtel과 Austar 등도 PC를 통한 VOD 서비스를 제공하는 수준에 머무르고 있다.

⇒ 호주 IPTV 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ Telstra와 Optus가 인터넷/브로드밴드 네트워크를 장악하고 있어 양사 네트워크를 임대한 IPTV 서비스 제공은 수익성을 담보하기 어려움 ▶ 소규모 ISP로 IPTV 서비스를 제공해도 전국 네트워크와 막강한 가입자 보유 Telstra와 Optus의 시장참여가 본격화되면 경쟁 어려울 것으로 판단
-----------------	--

6) DMB

호주는 3G 서비스 보급률이 지속적으로 증가하고 있어 방송 기술 기반의 고품질 모바일TV 서비스 수요가 높은 편이다. 그러나 2005년 이후 4차례의 DVB-H 기반 모바일TV 시범 서비스만 진행했을 뿐 상용서비스는 구체적인 계획이 밝혀지지 않고 있다.

방송 사업자 가운데는 Broadcast Australia만 2009년까지 DVB-H 시범 서비스를 실시한 상태다. 오히려 전국 및 지역 주요 라디오 방송사들이 디지털 라디오(DAB) 서비스를 제공하고 있어 기술 호환성이 높은 DMB 도입에 유리한 환경이 마련되고 있다. 단 디지털 라디오 관련 법안은 2009년 1월~7월 DAB 서비스를 시작한 사업자에 대해서만 라이선스를 획득할 수 있도록 하고 있다.

⇒ 호주 DMB 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 현재 DAB 서비스가 제공되고 있어 DMB 도입이 유리한 상황이나 방송 산업은 기본적으로 규제장벽이 높은 실정 ▶ 규제장벽으로 외국 사업자의 DMB 시장 진출은 어렵다는 점에서 호주 DMB 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단
-----------------	---

7) 장비/단말/솔루션 등

호주 휴대폰 시장에서는 글로벌 브랜드와 저가 상품이 치열한 경쟁을 벌이고 있다. 그러나 최근 3G 서비스 가입자가 증가하고 있는 가운데 전반적으로 소득 수

준이 높고, 젊은이들의 구매력이 꾸준히 높아지고 있음을 감안하면 최첨단 기능을 탑재한 고사양 단말기 시장의 성장 가능성은 크다고 할 수 있다.

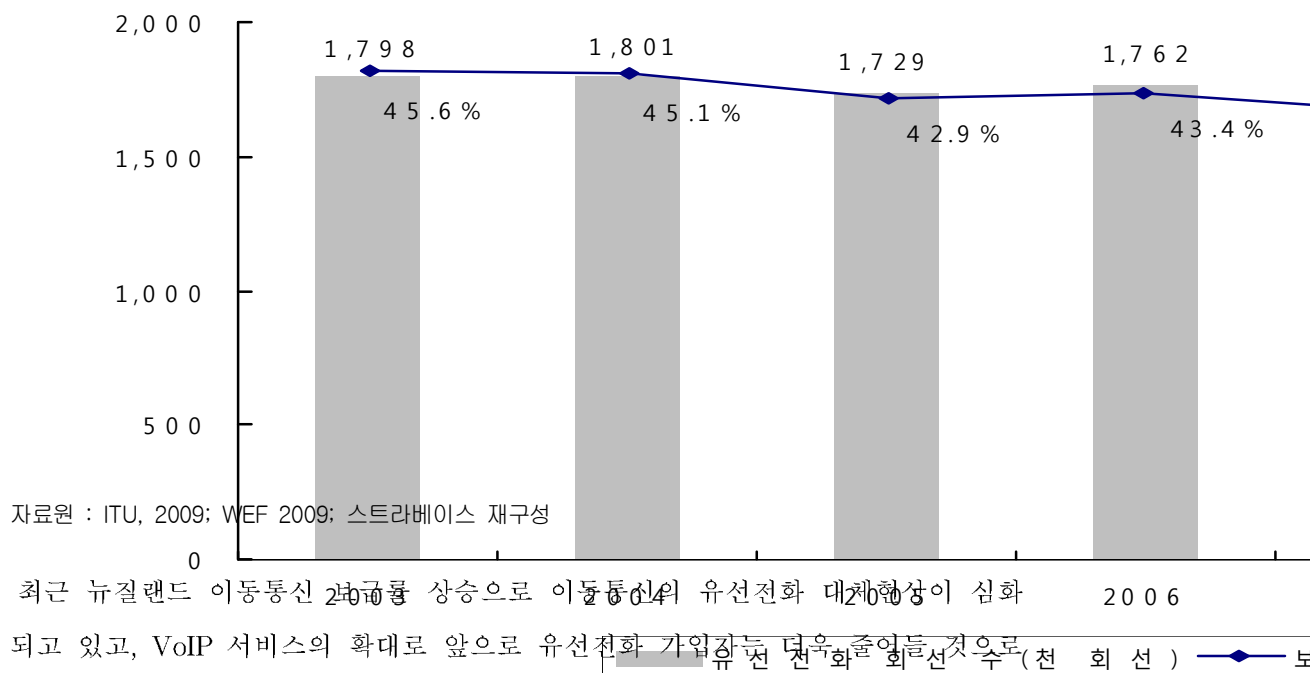
라. 뉴질랜드

1) 유선전화

뉴질랜드의 유선전화 회선 수는 2008년 기준 175만 회선, 보급률은 약 41%로 이미 시장은 포화상태를 넘어 가입자가 매년 감소하는 추세다.

〈그림 3-20〉 뉴질랜드 유선전화 회선 수 및 보급률 추이

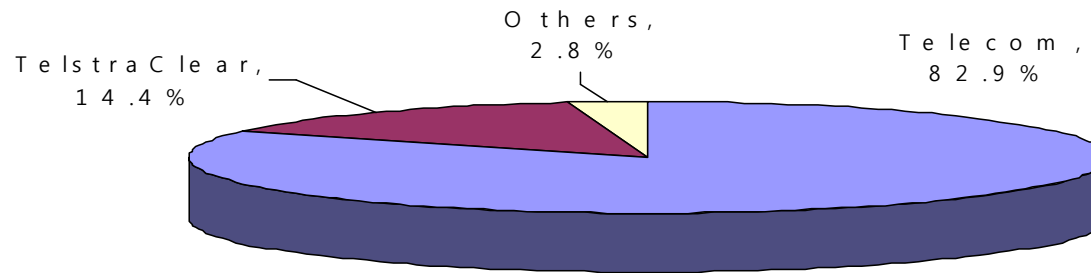
(단위 : 천 회선)



최근 뉴질랜드 이동통신 2회선 보급률 상승으로 이동통신이 유선전화 대체현상이 심화되고 있고, VoIP 서비스의 확대로 앞으로 유선전화 가입자는 더욱 줄어들 것으로 전망된다. 뉴질랜드 유선전화 시장은 1위 사업자인 Telecom이 시장의 80% 이상의 시장 점유율을 갖고 있으며 시내 및 시외전화 시장을 사실상 독점하고 있다. 2위 사업자인 TelstraClear가 약 14%, 나머지 기타 사업자가 2.8%를 차지하고 있다. Telecom은 1989년 민영화된 이후에도 여전히 통신시장 전반에 걸쳐 막강한

영향력을 행사하고 있다.

〈그림 3-21〉 뉴질랜드 유선전화 사업자별 시장점유율



* 2008년 말 기준

자료원 : BuddeComm, 2009; 스트라베이스 재구성

⇒ 뉴질랜드 유선통신 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 유선전화 보급률의 지속적인 감소 추세와 더불어 VoIP의 PSTN 대체, 이동 통신의 유선전화 대체현상도 가속화 ▶ 지배적 사업자 Telecom의 시장 점유율(82%)이 높아 뉴질랜드 유선전화 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단
-----------------	--

2) 인터넷/브로드밴드

가) 시장현황

뉴질랜드의 인터넷 이용자는 2008년 말 기준 약 300만 명, 이용률은 약 70%를 넘어 통신 선진국들과 비교해도 상당히 높은 편이다. 2003~2008년 CAGR이 4.5%로 시장은 성숙 단계에 접어들고 있다. 다른 OECD 국가에 비해 인터넷 접속속도가 느리고 비용은 높다는 점이 성장의 걸림돌이 되고 있으나, 최근 요금과 속도 두 가지 문제가 모두 빠르게 개선되고 있다.

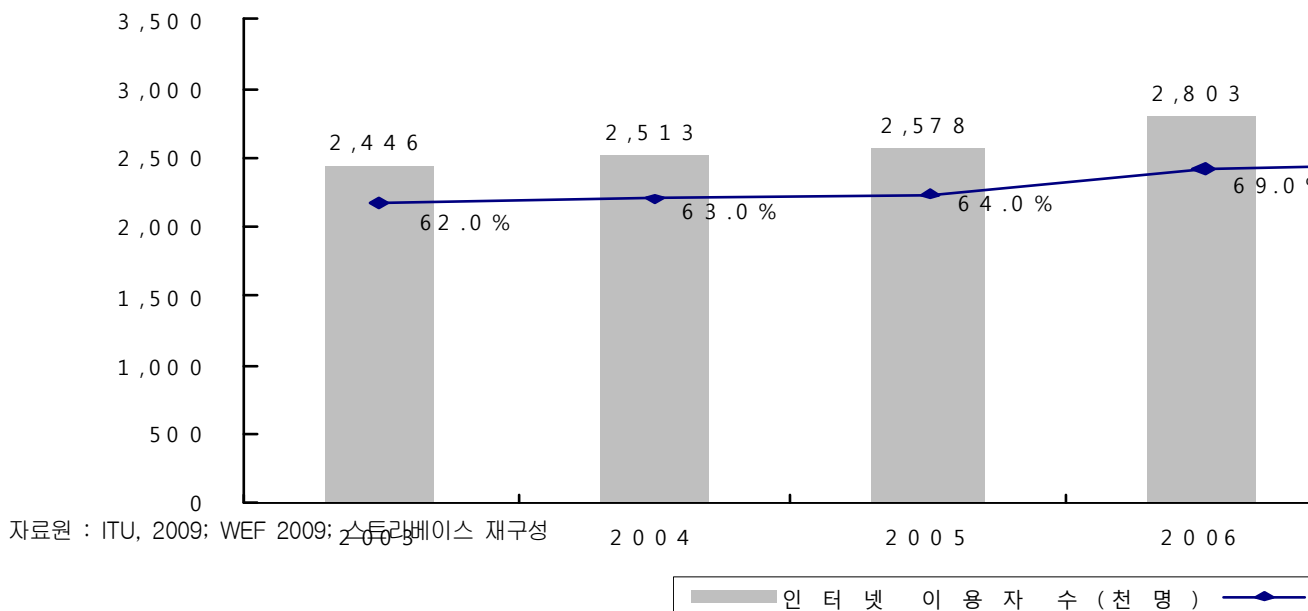
브로드밴드 보급률은 2008년 말 기준 약 22%로 높은 편이지만 최근 5년간 사업자의 연평균 매출 성장률이 62%를 기록할 정도로 여전히 빠른 성장세를 보이고 있다. 뉴질랜드 정부는 브로드밴드 성능과 사용량 기준 OECD 국가 중 상위권 진입을 목표로 한 'The Digital Strategy' 정책이 성공했다는 판단하에 초고속 인터

넷 보급률 향상을 목표로 'The Digital Strategy 2.0' 전략을 수립했다.

이 전략은 궁극적으로 모든 가정에 광케이블이 직접 연결되는 것에 목표를 두고 있으나, 재원마련 등 많은 어려움이 있기 때문에 우선 FTTN 증설을 중간 목표로 설정한 상태다. 이를 통해 2012년까지 인터넷 사용자 대부분이 최소 10Mbps 이상의 속도로 인터넷을 이용할 수 있게 될 것으로 보인다.

〈그림 3-22〉 뉴질랜드 인터넷 이용자 수 및 보급률 추이

(단위: 천명)



나) 주요 사업자

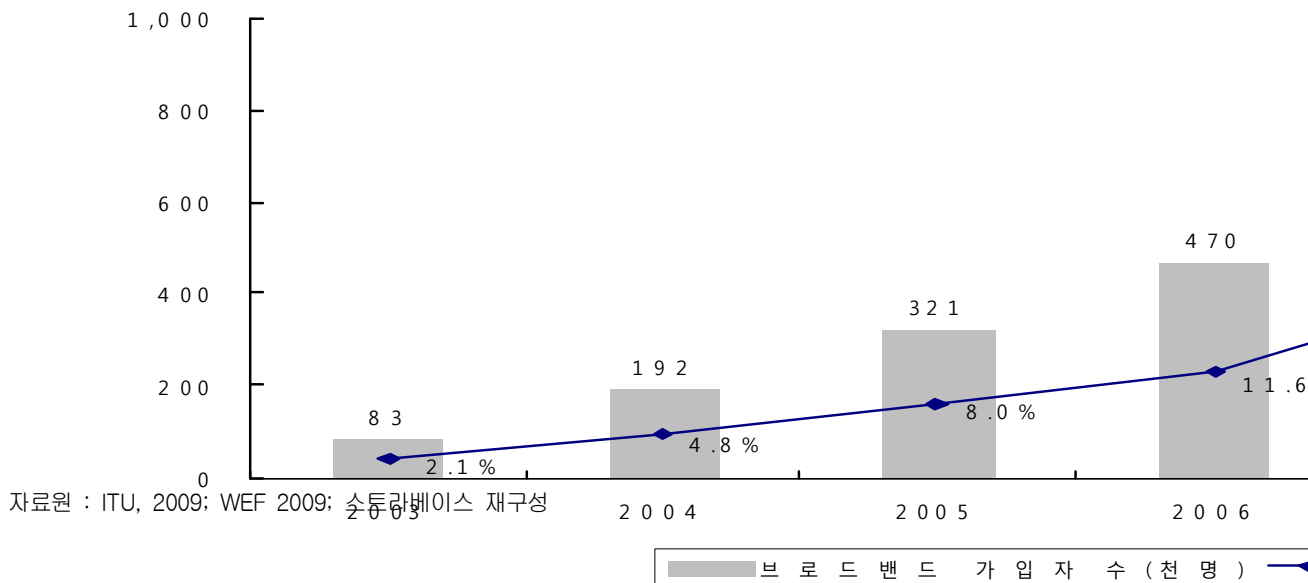
뉴질랜드 브로드밴드 시장에서는 최대 유선전화 사업자 Telecom의 자회사 Xtra와 2위 사업자 TelstrClear가 시장의 75%를 차지하고 있다. 이 밖에 ihug, CallPlus, 그리고 Telecom의 Dial-up 서비스를 재판매하는 소규모 ISP들이 서비스를 제공하고 있다.

뉴질랜드 정부는 브로드밴드 보급률 확산을 목표로 Telecom의 네트워크를 ISP에 개방, 경쟁을 촉진하는 정책을 추진하고 있다. 그러나 브로드밴드 보급이 확대되면서 Dial-up ISP들은 생존이 어려워지고 있어 앞으로 소규모 ISP들의 활발한 인수

합병이 예상된다.

〈그림 3-23〉 뉴질랜드 브로드밴드 가입자 수 및 보급률 추이

(단위: 천명)



⇒ 뉴질랜드 인터넷/브로드밴드 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 브로드밴드 시장은 성장의 여지가 있으나 이미 Telecom과 TelstrClear가 공고한 시장 지배구도를 형성해 나머지 ISP들은 생존을 위한 인수합병을 모색 중 ▶ 중급 ISP 인수를 통한 시장진출도 가능하나 1, 2위 사업자와의 경쟁을 통한 수익성 확보는 어렵다는 점에서 뉴질랜드 인터넷/브로드밴드 시장 진출은 타당성이 낮다고 판단
-----------------	--

3) 이동통신

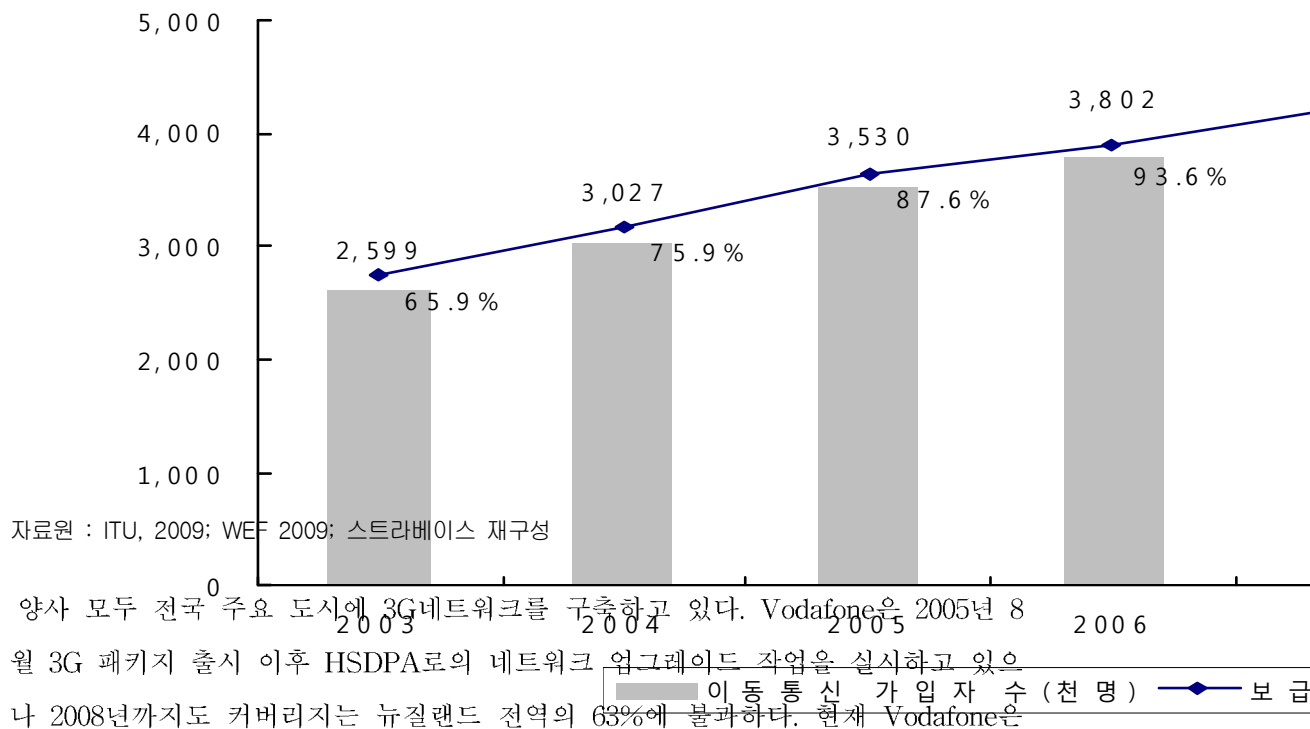
뉴질랜드 이동통신 가입자는 2008년 말 기준 462만 명, 보급률은 109%로 시장은 이미 포화 상태다. 그러나 2003~2008년 CAGR이 12%로 시장은 포화 상태임에도 불구하고 계속 증가하는 모습을 보였다.

뉴질랜드 이동통신 시장은 Vodafone과 Telecom New Zealand가 양분하고 있으

며 양사의 점유율은 각각 52.8%와 47%로 근소한 차이를 보이고 있다. Vodafone은 GSM, Telecom New Zealand는 CDMA 방식으로 서비스를 제공하고 있다.

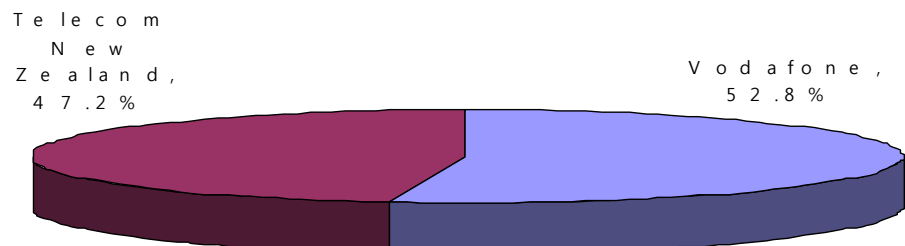
〈그림 3-24〉 뉴질랜드 이동통신 가입자 수 및 보급률 추이

(단위 : 천명)



양사 모두 전국 주요 도시에 3G 네트워크를 구축하고 있다. Vodafone은 2005년 8월 3G 패키지 출시 이후 HSDPA로의 네트워크 업그레이드 작업을 실시하고 있으나 2008년까지도 커버리지는 뉴질랜드 전역의 63%에 불과하다. 현재 Vodafone은 전체 가입자의 40%가 3G WCDMA 서비스를 이용하고 있다.

〈그림 3-25〉 뉴질랜드 이동통신 사업자별 시장점유율



* 2008년 말 기준

자료원 : Cowen and Company, 2009; 스트라베이스 재구성

⇒ 뉴질랜드 이동통신 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 시장은 이미 포화상태이며 2개 사업자의 양강 구도가 지속되고 있어 신규 사업자가 진입할 만한 여지가 없음 ▶ 3G 서비스도 이미 제공되고 있어 3G를 겨냥한 시장진입도 성과를 내기 어렵다는 점에서 뉴질랜드 이동통신 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단
-----------------	---

4) WiMax

뉴질랜드 정부는 브로드밴드 확대정책으로 2007년말 WiMax용 2.3GHz와 2.5GHz 주파수 경매를 실시했으며 Telecom, Vodafone, Woosh Wireless, CallPlus, Kordia, Craig Wireless 등 총 6개 사업자가 주파수를 할당받았다. 이 중 CallPlus만이 Fixed WiMax 서비스를 제공하고 있으며 나머지 사업자들은 테스트 중이거나 서비스를 준비 중이다. 단, 아직 Mobile WiMax는 제공되지 않고 있다.

⇒ 뉴질랜드 WiMax 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 유선 브로드밴드 속도 향상, 광네트워크 구축, 3G 서비스 확대로 WiMax가 유선 브로드밴드의 대안이 될 수 있는지에 대해 논란이 있음 ▶ 오클랜드 웰링턴 등 4개 인구밀집 도시에서 유선 브로드밴드가 주력 서비스로 부상하는 반면 WiMax는 네트워크가 미치지 못하는 지역을 커버하는 보완재 역할에 그칠 전망
-----------------	---

5) IPTV

현재 뉴질랜드에서 통신 네트워크를 이용한 IPTV 서비스는 아직 제공되지 않고 있다. 뉴질랜드에서는 2008년 4월부터 비디오 렌탈 기업인 Video Ezy(호주 기업)가 주요 매장을 중심으로 e비디오 렌탈 서비스를 제공하고 있으나, 이는 IPTV라기보다는 VOD 서비스에 가깝다.

이 밖에도 방송사업자인 TVNZ가 TV 온디맨드 서비스를 제공하고 있으나 제공되는 프로그램은 아직 제한적이다. 일부 ISP들이 Telecom의 네트워크를 이용한 IPTV 서비스를 준비 중인 것으로 알려지고 있다.

⇒ 뉴질랜드 IPTV 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 일부 ISP가 Telecom과 TelstraClear의 네트워크를 통한 IPTV 서비스를 준비중이나 이 경우 수익성 문제가 발생 ▶ 소규모 ISP로 IPTV를 제공할 수는 있으나 주요 도시에서 네트워크와 가입자를 보유한 Telecom 등이 서비스에 나설 경우 경쟁이 힘들 것으로 판단됨
-----------------	--

6) DMB

뉴질랜드에서는 아직 DMB 서비스가 제공되지 않고 있다. 현재 디지털 위성방송사업자인 SKY가 디지털 라디오 (DAB) 서비스를 제공하고는 있으나, DMB에 대한 구체적인 계획은 없는 것으로 알려져 있다. 통신사업자나 정부 역시 DMB에 대한 구체적인 언급이 없는 상황이다.

⇒ 뉴질랜드 DMB 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 모바일 TV에 대한 정부나 통신, 방송사업자의 구체적인 움직임은 물론 표준에 대한 논의도 없는 상황 ▶ 이동 중 TV 시청에 대한 소비자 수요 역시 파악되지 않고 있어 뉴질랜드 DMB 시장진출은 타당성이 낮다고 판단
-----------------	---

7) 장비/단말/솔루션 등

뉴질랜드는 제조업 발달이 취약한 상황으로 IT 산업 수익의 상당 부분을 차지하는 통신장비 시장을 대부분 수입에 의존하고 있는 상황이다.

2. Group B 국가군

가. 나이지리아

1) 유선전화

나이지리아의 유선전화 보급률은 2008년 기준 1% 미만으로 조사 대상 국가 가운데 최저 수준이다. 그럼에도 불구하고 보급률은 국영 통신사업자 NITEL의 방만한

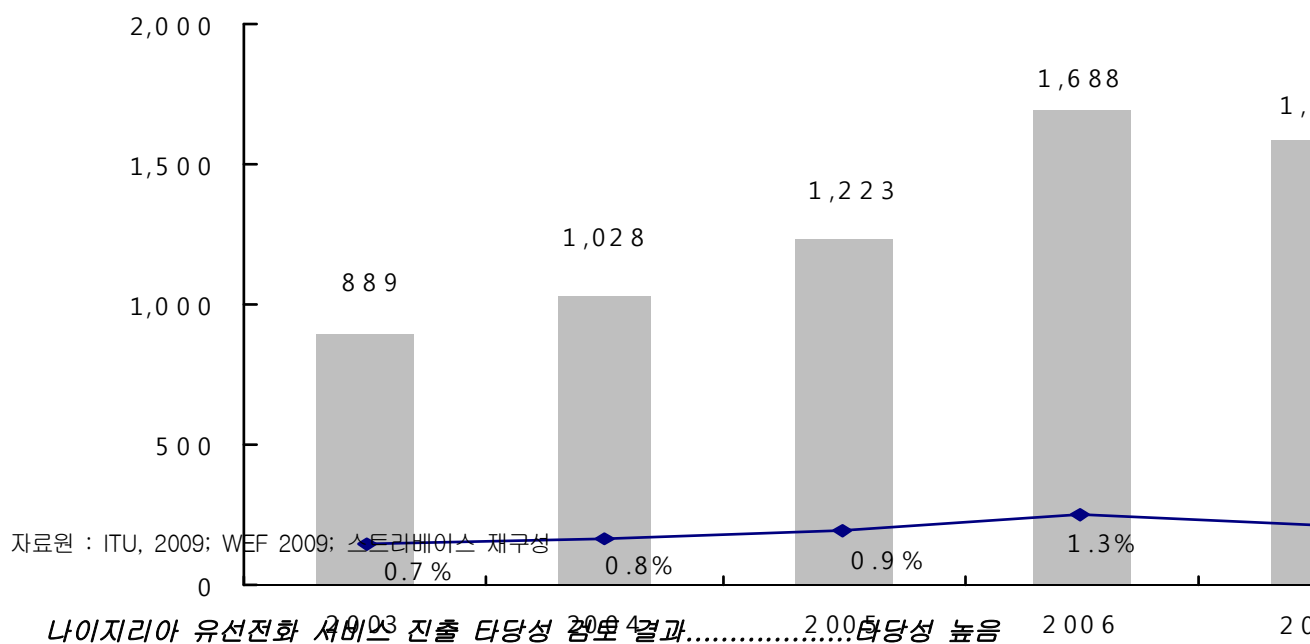
경영과 부실한 관리, VoIP 서비스의 확대 등으로 인해 오히려 계속 낮아지고 있는 실정이다.

NITEL은 1985년부터 나이지리아에서 유일하게 전국 라이선스를 보유한 유선전화 독점 사업자였으나, 네트워크 확대는 물론 기존 서비스의 품질 개선 노력도 하지 않고 있는 상황이며 이로 인해 가입자도 큰 폭으로 감소하고 있다.

이에 따라 나이지리아 정부는 통신시장 자유화 정책의 일환으로 NITEL의 운영권을 회수하고 민영화할 방침을 밝혔으며 이미 남아공 MTN과 Globalcom이 유선전화 시장에 참여하겠다는 의사를 적극 피력하고 있다.

〈그림 3-26〉 나이지리아 유선전화 회선수 및 보급률 추이

(단위 : 천 회선)



타당성 판단 근거	▷ 국영 독점 사업자 NITEL의 방만 경영으로 세계 최저 수준인 유선전화 보급률이 2006년 이후 더욱 하락해 사업성은 낮음. 그러나 NITEL의 민영화 이후 민간사업자가 진입하면 시장 상황은 개선될 전망
	▶ 통신산업에 대한 외국인 지분 제한이 없어 충분히 진입 가능하다는 점에서 나이지리아 유선전화 시장진출은 타당성이 높은 것으로 판단

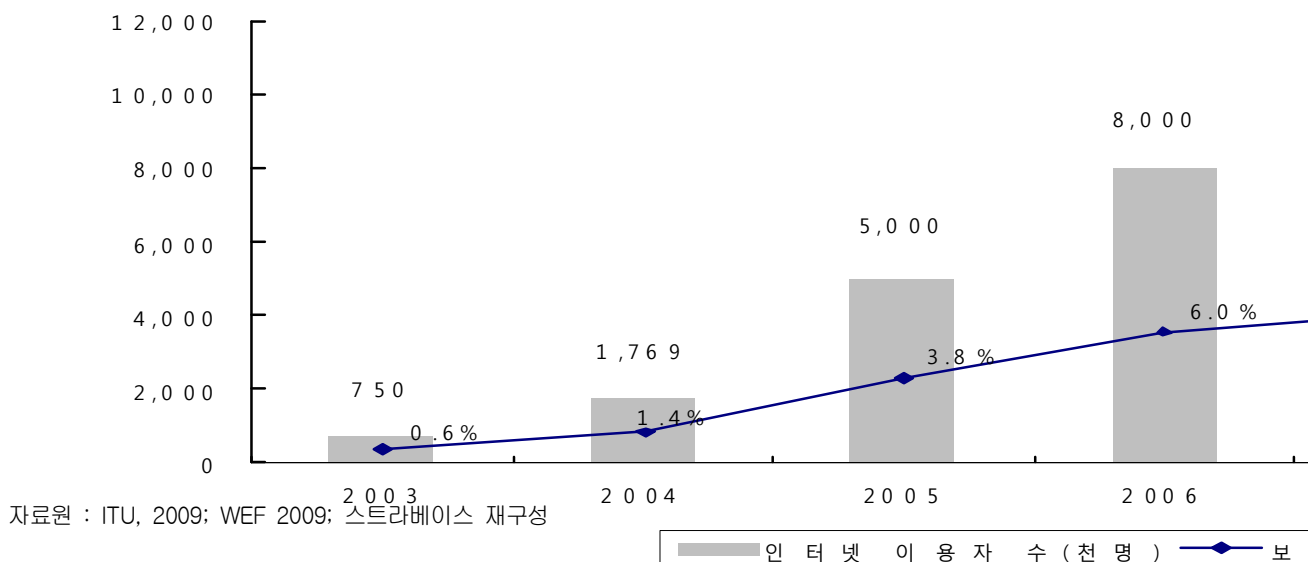
2) 인터넷/브로드밴드

가) 시장현황

나이지리아의 인터넷 이용자는 2008년 말 기준 1,100만 명, 이용률은 7% 정도로 매년 꾸준히 성장하는 추세다. 그러나 소득수준이 낮아 PC 구입이 어려워 대부분 학교나 직장, 인터넷 카페와 같은 공공장소에서 인터넷을 이용하는 상황이다.

〈그림 3-27〉 나이지리아의 인터넷 이용자 수 및 보급률 추이

(단위: 천명)



나이지리아의 브로드밴드 가입자 수는 2008년 말 기준 2만 6,000명, 보급률은 거의 0%에 가깝고 중장기적으로도 큰 성장세는 기대하기 힘들 것으로 전망된다. 이는 인터넷 서비스에 대한 수요와 공급은 활발하나 낙후된 인프라와 경제상황으로 인해 브로드밴드 가입 가구가 드물기 때문이다.

나) 주요 사업자

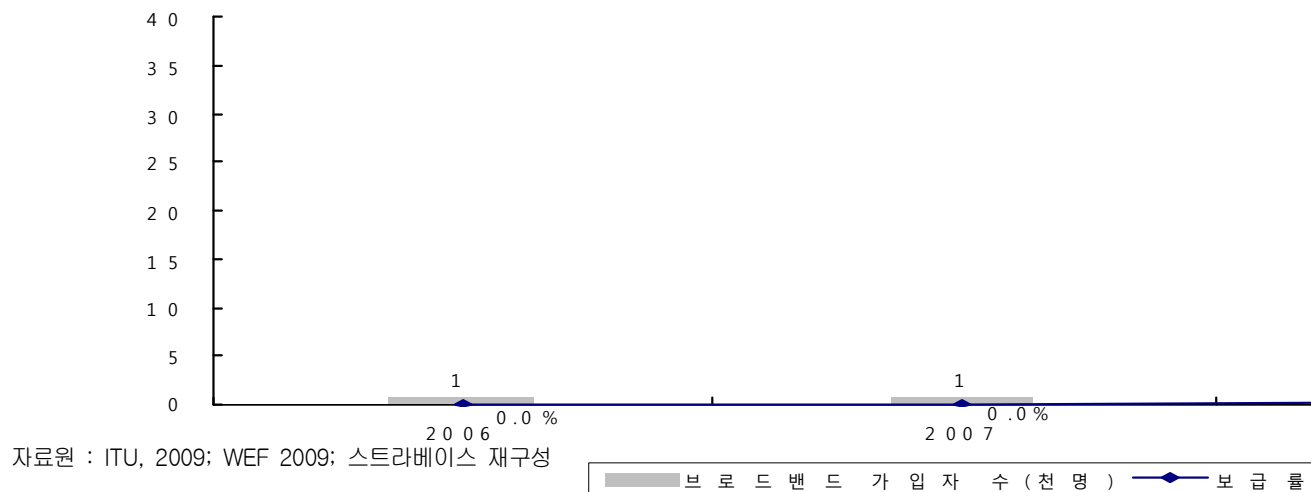
유선전화 시장의 지배적 사업자인 NITEL이 2004년부터 DSL 서비스를 시작해 주요 도시로 커버리지를 확대하고 있으며, 150여 개 군소 ISP가 NITEL과의 협상을 통해 네트워크를 임대해 서비스를 제공하고 있다. 그러나 NITEL의 유선 네트

워크가 크게 부족해 일부 ISP들은 아예 DSL 서비스를 포기하고, CDMA2000 1x EVDO나 WiFi 기반의 무선 브로드밴드로 전환하고 있다.

NITEL 이외의 대형 사업자로 Cyberspace, Linkserve, 21st Century Technology, Hyperia 등이 있다. 특히 Cyberspace는 기업, 정부, 교육기관 등에 대한 브로드밴드 서비스 외에 군소 ISP에 백본망까지 제공하며 다양한 서비스를 제공하고 있다.

〈그림 3-28〉 나이지리아 브로드밴드 가입자 수 및 보급률 추이

(단위: 천명)



⇒ 나이지리아 인터넷/브로드밴드 서비스 진출 타당성 검토 결과..타당성 높음

타당성 판단 근거	▷ 나이지리아 인터넷/브로드밴드 시장은 사업성만 고려하면 진출이 어렵지만 NITEL의 민영화를 전제로 한다면, 통신산업의 외국인 지분이 없어 충분히 진입 가능 ▶ 무엇보다 초기 시장 진입이 중요하다는 점에서 나이지리아 인터넷/브로드밴드 시장진출은 타당성이 높다고 판단
-----------------	---

3) 이동통신

가) 시장현황

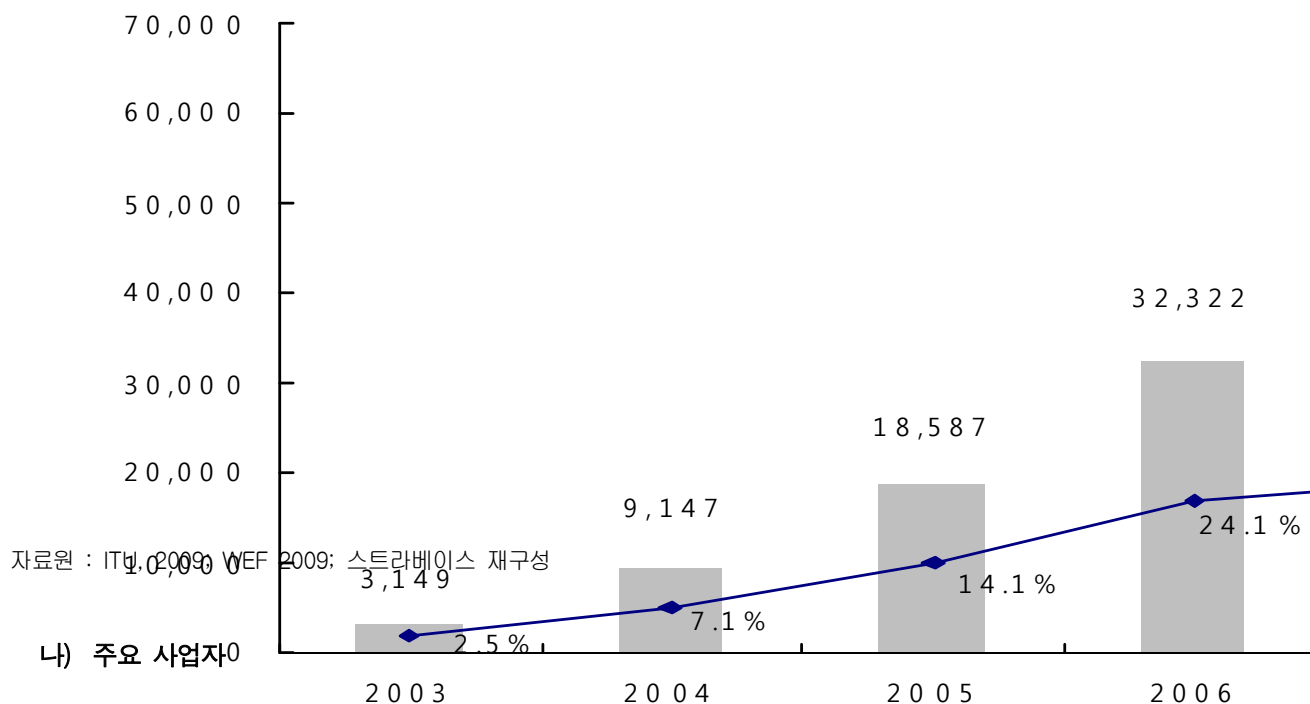
나이지리아의 이동통신 가입자 수는 2008년 말 기준 6,300만 명, 보급률은 약

41%로 시장은 지속적으로 성장하고 있는 단계다. 2003~2008년 CAGR이 82%로, 이동통신은 나이지리아 IT 산업 중 가장 빠르게 성장하고 있는 시장이다.

1998년 CDMA 사업자가 먼저 상용서비스를 시작했으나 현재 나이지리아 이동통신 가입자의 98.5%는 2G GSM 방식을 이용하고 있다. 나이지리아 정부는 2007년 2월 MTN, Globalcom, Celtel 등 상위 3개 GSM 사업자와 장거리 전화사업자인 Alheri Engineering 등 4개 사업자에 3G 라이선스를 발급했다.

〈그림 3-29〉 나이지리아 이동통신 가입자 수 및 보급률 추이

(단위 : 천명)



현재 나이지리아에서는 GSM 방식 5개, CDMA 방식 4개 등 총 9개 사업자가 이동통신 서비스를 제공하고 있다. 이 중 남아공의 MTN(34.1%), Globalcom(29.7%), Zain(25.4%) 등 GSM 방식 상위 3사의 시장 점유율이 약 90%에 이르며 나머지 6개 사업자가 10%의 시장을 놓고 경쟁을 벌이고 있다. 시장 점유율 상위 3사 외에 GSM 사업자로는 Etisalat과 M-Tel이 있으며 Visafone, Starcomms, Multilinks,

ZOOMmobile은 CDMA 사업자다.

(1) MTN

MTN 그룹의 나이지리아 자회사로 2001년 나이지리아 최초로 GSM 라이선스를 획득한 후 서비스를 제공해 왔으며 현재 업계 1위다. 3G 라이선스 확보 후 WCDMA/HSDPA 네트워크를 통해 모바일 브로드밴드 서비스도 제공하고 있다.

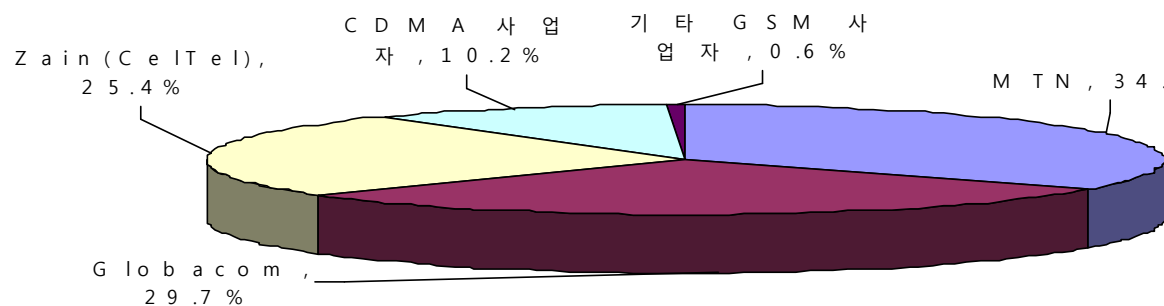
(2) Globacom

2005년 6월 나이지리아 최초로 선불제 가입자에게 글로벌 로밍 서비스를 제공했으며 가입자간 망내 통화료, 할인 등 부가서비스 부문에서 경쟁업체를 앞서고 있다. 특히 가입자가 가장 저렴한 요금으로 서비스를 이용할 수 있도록 하고 있다.

(3) Zine

쿠웨이트 소재 다국적 통신사업자로 아프리카 16개국에서 GSM 서비스를 제공하고 있다. 현재 나이지리아에서는 업계 2위 Globacom과 치열한 점유율 경쟁을 벌이고 있으며 향후 가입자는 국민의 70% 이상이 거주하는 지방과 시골지역이라는 판단하에 이들 지역을 대상으로 커버리지 확대에 주력하고 있다.

〈그림 3-30〉 나이지리아 이동통신 사업자별 시장점유율



* 2008년 말 기준

자료원 : Cowen and Company, 2009; 스트라베이스 재구성

⇒ **나이지리아 이동통신 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음**

타당성 판단 근거	▷ 이동통신 보급률이 41.7%로 아직 성장 여지는 있으나, 무려 9개 사업자가 이미 치열하게 경쟁중이며 상위 3사 시장점유율이 90%에 육박하는 3강 구도 확립중 ▶ 따라서 신규 진입하거나, minor 사업자 인수를 통해 우회 진입하기에는 늦었다는 점에서 시장진출은 타당성이 낮음
-----------------	--

4) WiMax

나이지리아 정부가 2009년 5월 경매를 통해 4개 사업자에 2.3GHz 대역의 WiMax 주파수를 판매했으나 아직 WiMax 상용 서비스가 제공되지 않고 있다. 한편 사업자 선정의 불투명성과 불공정 시비로 인해 입찰이 무효 처리된 가운데 향후 새로운 입찰이 진행될 예정이다.

⇒ **나이지리아 WiMax 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 높음**

타당성 판단 근거	▷ 사실상 0%인 유선 브로드밴드 보급률이 향후에도 급상승하기 어렵고 넓은 국토에 대도시 인구집중도가 낮다는 점에서 WiMax가 유선 브로드밴드의 <u>대체재</u>가 될 가능성 높음 ▶ 현재 WiMax 상용 서비스는 제공되지 않고 있어 조기 시장진입이 가능하다는 점에서 나이지리아 WiMax 시장진출은 타당성 높다고 판단
-----------------	---

5) IPTV

현재 나이지리아에서는 IPTV 서비스가 제공되지 않고 있다. 브로드밴드의 가구 보급률이 낮은데다 속도마저 1Mbps 미만의 저속 DSL이 대부분으로 IPTV 도입을 위한 인프라가 사실상 전무한 상황이다. Globacom이 TPS의 일환으로 IPTV 서비스를 계획 중이지만 전혀 진전이 없는 상태다.

⇒ **나이지리아 IPTV 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음**

타당성 판단 근거	▷ ISP 시장에 진입, IPTV 서비스를 제공할 수 있으나 현재는 브로드밴드 인프라 구축에만도 상당 시일이 필요한 상황 ▶ 이런 인프라 환경하에 IPTV 서비스를 시작하는데 애로사항이 있음을 고려하면 나이지리아 IPTV 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단
-----------------	---

6) DMB

나이지리아 1위 이동통신 사업자 MTN과 아프리카 최대 위성TV 사업자인 Multichoice Africa의 자회사인 DMTV가 4개 도시에서 DVB-H 방식으로 서비스를 제공하고 있다. 나이지리아의 이동통신 보급률이 지속적으로 증가하고 있어 모바일TV를 이용할 수 있는 단말기는 차츰 늘어나고 있으나 비싼 요금의 서비스 확산에 장애가 되고 있다.

⇒ 나이지리아 DMB 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 최대 이동사 MTV, 최대 위성TV 사업자 DMTV, Noki의 제휴로 DVB-H 방식의 상용 서비스가 제공되고 있음 ▶ T-DMB 방식인 국내 DMB 사업자의 나이지리아 DMB 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단
-----------------	---

7) 장비/단말/솔루션 등

이동통신 보급률이 높아지고 있는 가운데 저가폰 전략을 구사하고 있는 Nokia가 단말기 시장 점유율 1위를 차지하고 있다. CDMA 휴대폰은 Nokia, Motorola, Kyosera의 판매량이 높지만 삼성전자와 LG전자는 하이엔드 시장을 점유하고 있으며 최근에는 GSM 휴대폰 시장에서도 꾸준한 인기를 얻고 있다.

나. 인도네시아

1) 유선전화

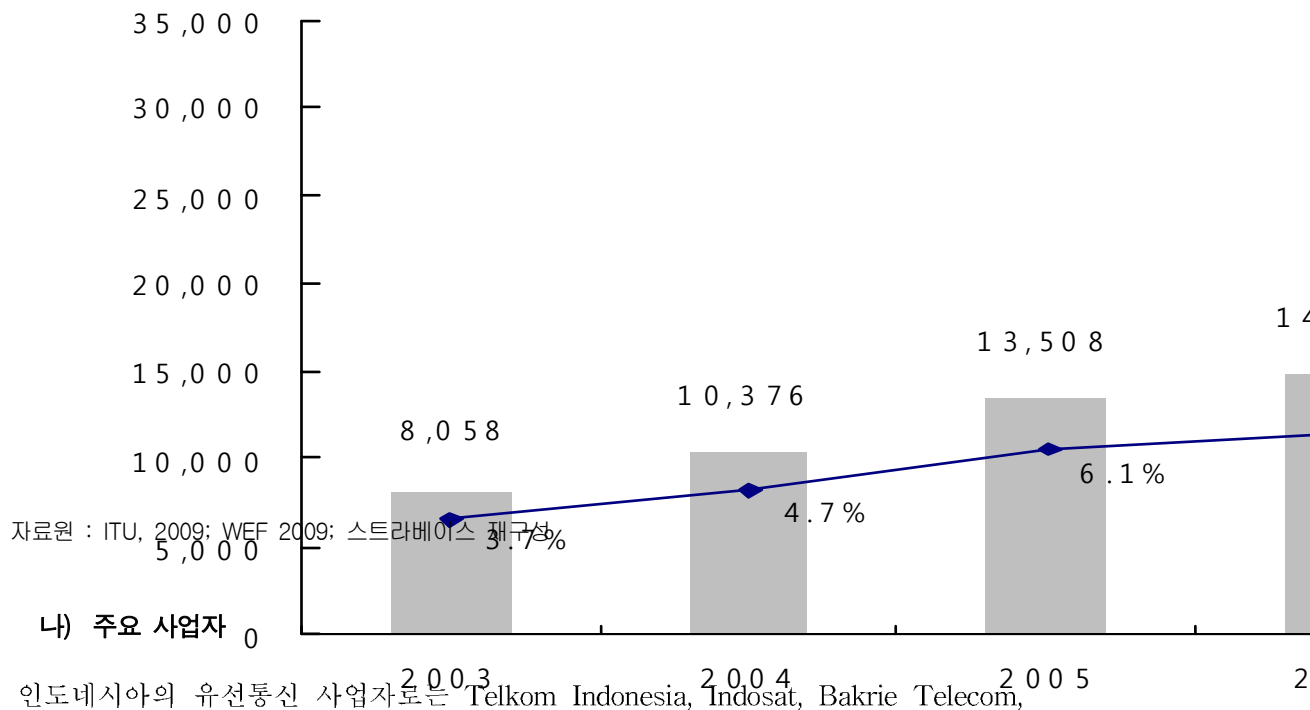
가) 시장현황

인도네시아의 유선전화 보급률은 2008년 기준 약 13%로 꾸준히 증가하는 추세에 있다. 유선전화 보급률이 2003년부터 꾸준한 성장세를 보이고는 있으나 아시아태평양 지역에서도 낮은 국가에 속한다. 무엇보다 섬이 많은 지형적 이유로 이동통신이 주요 통신수단으로 발전하는 특성이 있으며 이로 인해 가입자를 기준으로 했을 때 유선전화 시장 규모는 이동통신 시장의 3분의 1수준 이하로 알려져 있다. 이러한 자체적인 유선 네트워크 확장의 한계 요인과 더불어 요금도 세계 최고 수

준으로 비싸기 때문에 유선시장의 지속적인 성장에는 한계가 있을 것으로 예상된다. 더불어 VoIP 시장이 성장함에 따라 상대적으로 유선전화 가입자는 더욱 감소할 것으로 전망되나 지리적 특성상 고정 무선전화 서비스는 확대될 전망이다. 한편 인도네시아 정부는 지난 2007년 4월 자국내 통신시장 보호를 목적으로 유선통신 분야에 대한 외국인 투자를 49%로 제한하는 법률 개정안을 발표하기도 했다.

〈그림 3-31〉 인도네시아의 유선전화 회선 수 및 보급률 추이

(단위 : 천 회선)



나) 주요 사업자

인도네시아의 유선통신 사업자로 Telkom Indonesia, Indosat, Bakrie Telecom, Batam Bintan Telekomunikasi 등이 있으며 Telkom과 Indosat이 유선전화 이동 회선 수 (천 회선) 통신, 인터넷 등 모든 분야의 통신 시장을 주도하고 있다. 현재 인도네시아 정부는 Telkom의 지분 51%, Indosat의 지분 15%를 보유하고 있다

(1) Telkom

유선통신 시장의 90% 이상을 점유하고 있는 지배적 사업자로 일반 유선전화 서

비스 외에 계열사인 Pramindo와 Dayamitra를 통해 VoIP, 고정 무선전화 서비스를 제공하고 있다. 제한된 지역내에서 CDMA 기반의 이동 및 고정전화 서비스를 공중전화 요금과 비슷한 저렴한 요금에 이용할 수 있는 고정 무선전화 서비스로 GSM이 커버하지 못하는 지역의 사용자를 흡수하고 있다.

(2) Indosat

일반 유선전화 외에 선후불제를 통해 국제전화 서비스를 제공하고 있다. 최근 Telkom처럼 고정무선 서비스 이용자가 크게 증가하는 양상을 보이고 있으나 가입자 규모면에서는 Telkom에 비해 매우 작은 수준이다.

⇒ 인도네시아 유선전화 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 유선전화 가입자 수는 꾸준히 증가하는 추세지만 섬이 많은 지형적 특성상 유선전화 시장 성장에 한계가 있음 ▶ 국영 Telkom(정부지분 51%)과 Indosat(정부지분 15%)이 시장을 주도하고 있어 시장진입이 쉽지 않다는 점에서 인도네시아 유선전화 시장진출은 타당성이 낮다고 판단
-----------------	--

2) 인터넷/브로드밴드

가) 시장현황

인도네시아의 인터넷 이용자는 2008년 말 기준 3,000만 명, 이용률은 13% 정도를 보이고 있다. 그러나 경제위기에도 불구하고 지난 5년간 CAGR이 42.5%에 달할 정도로 최근 시장이 급성장하고 있어 향후 지속적인 성장세가 예상된다.

인도네시아의 브로드밴드 보급률은 체로상태에 가까워 인터넷 이용률과 비교하면 아직 미미한 수준에 불과하기 때문에 향후 인터넷 시장의 성장에 맞춰 브로드밴드 시장도 큰 폭의 성장세를 기록할 것으로 예상된다.

나) 주요 사업자

인도네시아 최대 유선전화 회사 Telkom이 Dial-up 및 DSL 브로드밴드 서비스를 제공하고 있으며, 특히 브로드밴드 시장의 경우 2위인 Fast Media와의 격차가 크기 때문에 사실상 Telkom이 시장을 독점하고 있다. Indosat의 경우에는 브로드밴드

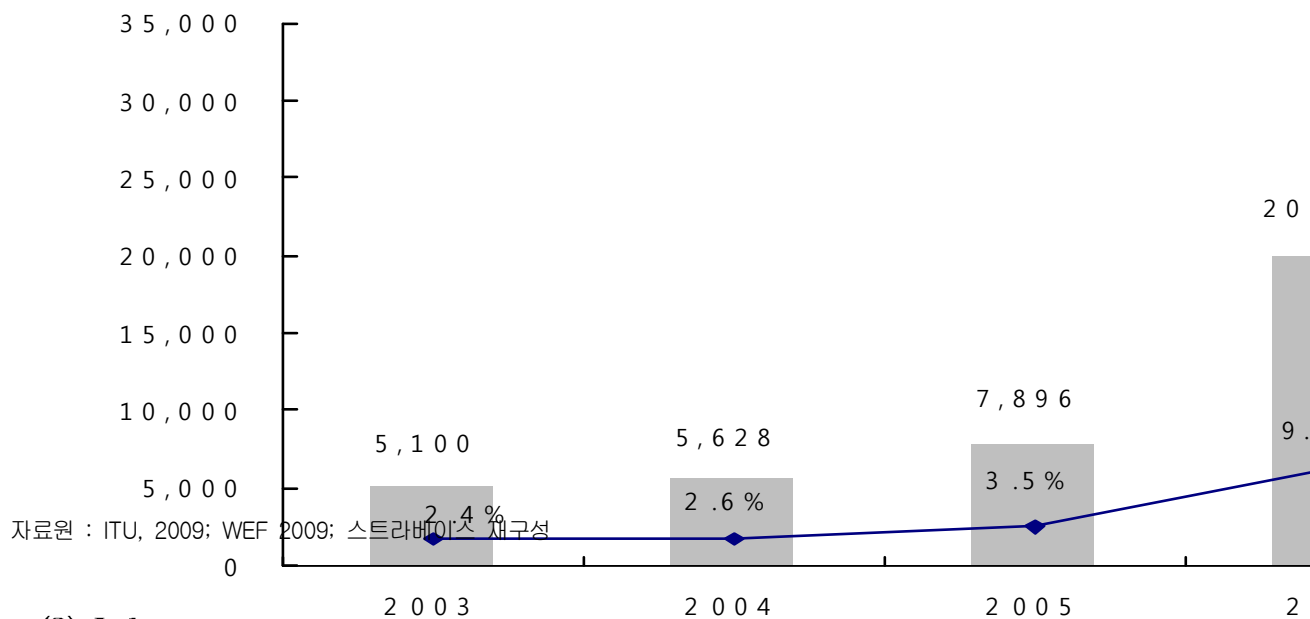
드 서비스는 제공하지 않고 Dial-up 방식의 인터넷 서비스만 제공하고 있다.

(1) Telkom

인도네시아 브로드밴드 시장의 최대 사업자로 2008년 기준으로 dial-up 인터넷 가입자와 브로드밴드 가입자를 합해 약 120만 명 이상의 가입자를 확보하고 있으나 2010년까지 200만 명의 브로드밴드 가입자를 유치한다는 목표를 설정했다. 특히 2008년 브로드밴드 가입자는 2배 이상 늘어나는 놀라운 성장세를 보였다. 업계 2위인 Fast Media도 브로드밴드 서비스를 제공중이지만 가입자가 2만 명 정도에 불과해 사실상 시장은 Telkom의 주도하에 있다.

〈그림 3-32〉 인도네시아의 인터넷 이용자 수 및 보급률 추이

(단위: 천명)



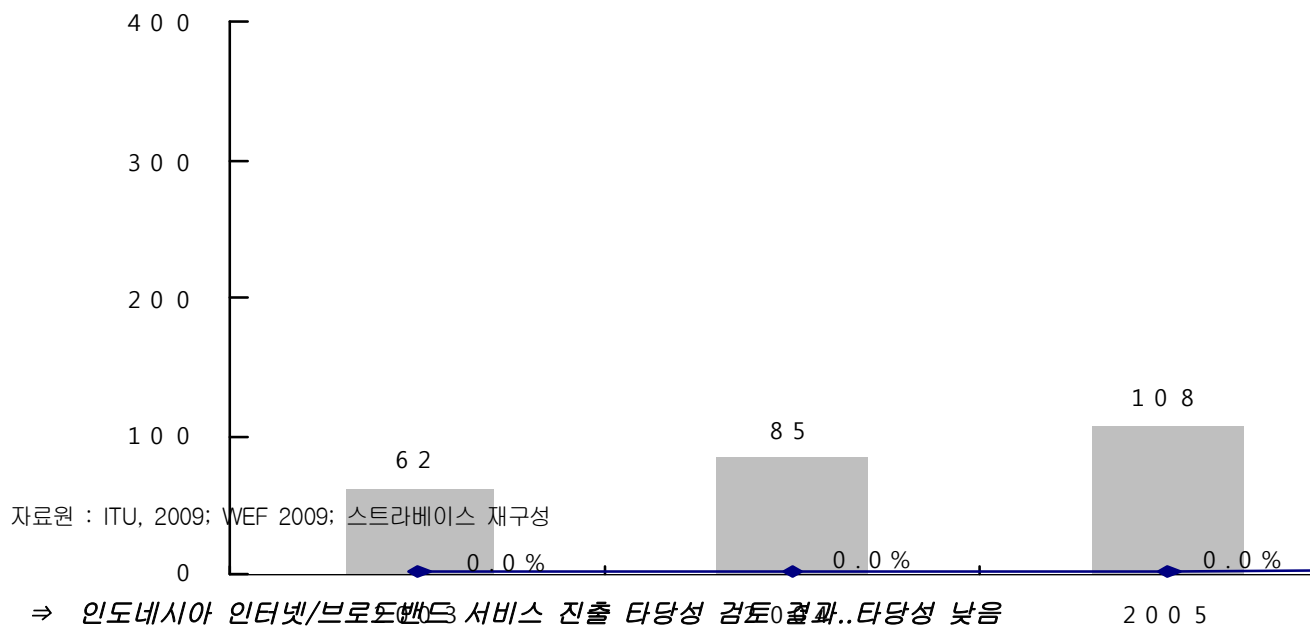
(2) Indosat

자회사인 Lintasarta, IM2, Indosat Coporate 등의 자회사가 dial-up 인터넷, 무선 브로드밴드, 케이블방송 등 다양한 서비스를 제공하고 있다. 2008년말 기준 Indosat의 dial-up 인터넷 가입자는 업계 1위인 Telkom과 상당한 격차가 있다. 그

러나 HSDPA는 현재 인도네시아 무선 브로드밴드 가운데 가장 속도가 빠르고 이
동시에도 사용할 수 있어 상당한 인기를 얻고 있다.

〈그림 3-33〉 인도네시아 브로드밴드 가입자 수 및 보급률 추이

(단위: 천명)



타당성 판단 근거	타당성 판단 근거	가 입 자 수 (천 명)
	▷ 인터넷/브로드밴드 시장은 현재 성장세 및 향후 성장 잠재력이 매우 높고 특히 브로드밴드의 경우 보급률이 0.1%에 불과해 향후 급격한 성장이 예상됨	
	▶ 단 Telkom과 Indosat이 이미 유선전화와 유선 인터넷/브로드밴드 네트워크를 장악했고 섬이 많은 지형적 특성상 향후 WiMax가 유선 인터넷/브로드밴드 대체재가 될 수 있어 시장진출은 타당성이 낮다고 판단	

3) 이동통신

가) 시장현황

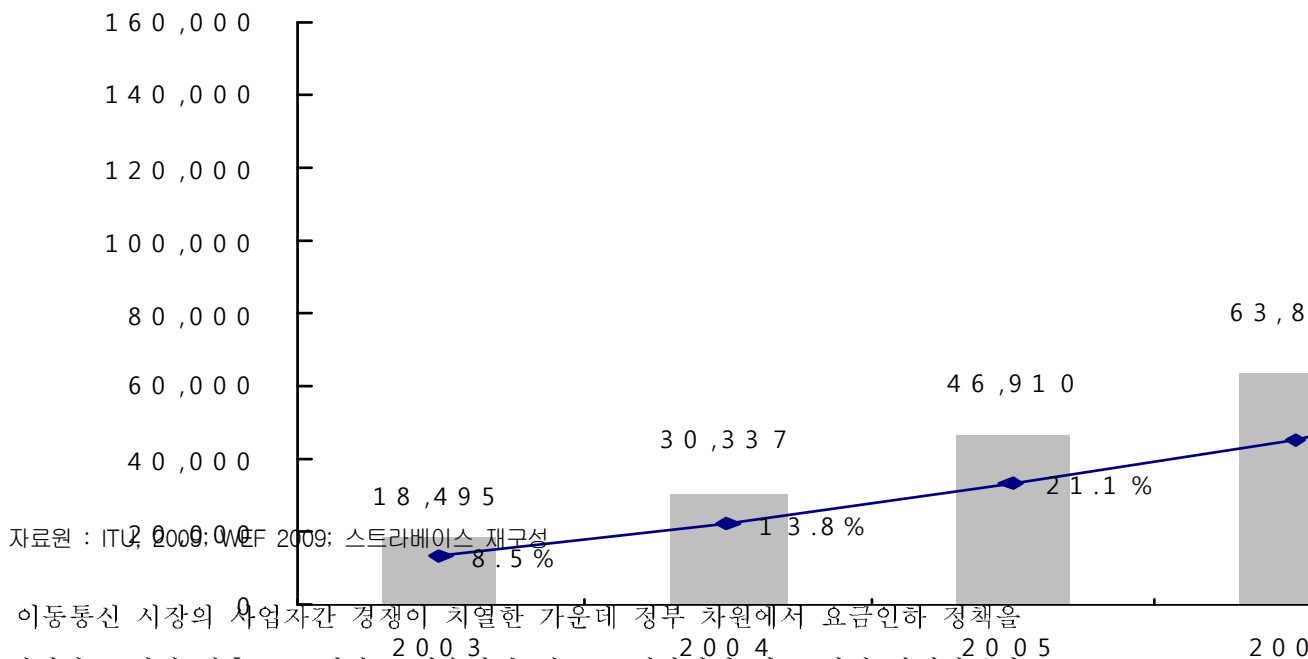
인도네시아의 이동통신 가입자는 2008년 말 기준 1억 4,058만 명, 보급률은 62%에 이른다. 수많은 섬들이 존재하기 때문에 특히 최근 5년간 CAGR이 50%에 달

할 정도로 다른 동남아 국가에 비해 이동통신 시장의 성장세가 빠른 것이 특징이다. 가입자 규모면에서는 대규모 시장이지만 2009년말 보급률이 70% 수준이어서 시장의 성장 잠재력은 여전한 것으로 평가되고 있다.

지난 2003년 Mobile 8이 CDMA 기반의 이동통신 서비스를 시작했으나 현재는 2G인 GSM 방식이 전체의 91.4%로 대부분을 차지하고 있다. 3G 서비스의 경우, Telkomsel이 2006년 처음 W-CDMA 방식의 3G 서비스를 시작했고 현재는 각 사업자 모두 3G 서비스를 제공하고 있다.

〈그림 3-34〉 인도네시아 이동통신 가입자 수 및 보급률 추이

(단위 : 천명)



자료원 : ITU, 2009; OECF 2009; 스트라베이스 재구성

이동통신 시장의 사업자간 경쟁이 치열한 가운데 정부 차원에서 요금인하 정책을 실시하고 있어 향후 요금인하는 가속화될 것으로 예상되며 이로 인해 사업자들의 매출과 ARPU는 감소할 것으로 보인다. 한편 정부는 지난 2007년 이동통신 분야가 입자 수 (천 명) 사업 보호를 목적으로 이동통신 분야에 대한 외국인 투자를 65%로 제한했다.

나) 주요 사업자

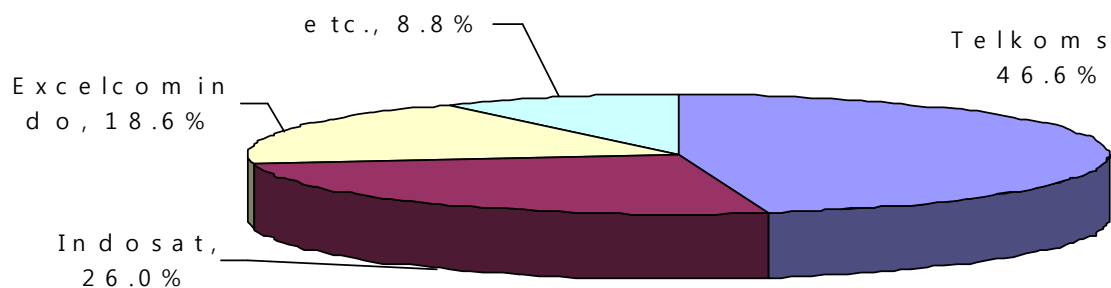
인도네시아 이동통신 시장은 비교적 저렴한 요금과 저가 휴대폰 보급에 힘입어

빠르게 성장해 왔으며 사업자간 경쟁도 치열한 것으로 알려져 있다. 현재 총 11개의 사업자가 있으나 2008년을 기준으로 Telkomsel, Indosat, Excelcomindo 등 3개 사업자가 시장의 91%를 점유하고 있다.

(1) Telkomsel

이동통신 시장 업계 1위로 2008년 기준 시장 점유율은 약 47%에 이른다. 지난 1991년 국영 통신사 PT Telkom Indonesia Tbk의 이동통신 자회사로 900MHz 및 1,800MHz대의 GSM 네트워크를 활용해 GSM, GPRS, EDGE, UMTS, HSDPA 서비스를 전국에 제공하고 있다. Telkomsel의 이동통신 가입자는 국제전화 로밍서비스를 제공하는 선불요금제 가입자가 약 80% 정도 증가한데 힘입어 2008년말 기준 6,530만 명으로 전년대비 36% 증가했다.

〈그림 3-35〉 인도네시아 이동통신 사업자별
시장점유율



자료원 : Cowen and Company, 2009; 스트라베이스 재구성

(2) Indosat

이동통신 시장 2위 사업자로 2008년 시장 점유율 26.1%를 기록했으며 현재 유선 전화, 이동통신, 인터넷 및 데이터 등의 서비스를 제공중이다. 이동통신 서비스는 지난 2001년 시작했으며 GSM/GPRS/WCDMA 방식의 다양한 선불제 및 후불제 이동통신 서비스를 전개하고 있다. 특히 2008년에만 약 1,200만 명의 역대 최대 신규 가입자를 유치하는 기록을 세우기도 했다.

(3) Excelcomindo

1996년 10월 인도네시아에서는 최초로 GSM 서비스를 시작한 회사로 2008년 점유율은 18.6%를 기록한 이동통신 시장 3위 사업자다. 이 회사의 전신은 지난 1989년 설립된 무역회사 PT Grahametropolitan Lestari로 현재는 GSM 기반의 이동통신 및 브로드밴드 서비스를 전개하고 있다.

⇒ 인도네시아 이동통신 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 이동통신 보급률이 62%로 아직 성장의 여지는 충분하나, Telkomsel과 Indosat의 시장점유율이 공고한 상황 ▶ 각 이동사들이 모두 3G 서비스를 제공중으로 3G 시장을 겨냥한 시장 진입도 시기가 늦었다는 점에서 인도네시아 이동통신 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단
-----------------	---

4) WiMax

인도네시아 정부는 2009년 7월말 2.3GHz 대역 Fixed WiMax 주파수 라이선스 총 30개를 8개 사업자에게 이미 할당했다. 아직 상용사업자는 없지만 전체 인구에 비해 낮은 인터넷 이용률과 브로드밴드 가입자를 고려하면 성장 잠재력은 매우 높을 것으로 예상된다. 특히 많은 섬으로 이뤄진 지리적 조건을 감안하면 유선 브로드밴드에 비해 투자 효율성이 높아 사업 커버리지 확대에 유리한 WiMax가 브로드밴드 시장을 주도할 전망이다.

인도네시아 정부 역시 자국의 지역적 특성을 감안, 섬이나 산간벽지에 WiMax를 통해 브로드밴드를 제공한다는 계획이다. 실제로 유선 브로드밴드는 장기간의 인프라를 구축 기간을 요하며, 3G 기반 무선 브로드밴드는 제한된 주파수 대역을 음성통화 등과 함께 제공해야 하는 탓에 품질보장이 어렵다. 종합통신사업자 Telkom이 2010년 1분기 상용화를 목표로 서비스를 준비 중으로, Telkom은 주파수 라이선스는 확보했으나 사업 라이선스를 위한 행정절차를 진행 중이다.

⇒ 인도네시아 WiMax 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 높음

타당성 판단 근거	▷ 유선 브로드밴드 보급률은 낮고 브로드밴드 수요는 많지만 섬이 많은 국가 지형상 유선 브로드밴드 보급에 한계 있음 ▶ 정부의 WiMax를 통한 브로드밴드 보급 의지가 강하다는 점 등을 감안하면 인도네시아 WiMax 시장진출은 타당성이 높은 것으로 판단. 국내 사업자 진출시, 조기 시장 진입이 중요
-----------------	--

5) IPTV

인도네시아의 IPTV 서비스는 아직 상용화되지 않았으나, 2009년 8월 Telkom의 IPTV 상용화 계획이 승인됨에 따라 2010년에는 상용 서비스가 시작될 것으로 보인다. 그러나 유선 브로드밴드 보급률이 낮아 급속한 확대는 어려울 전망이다.

인도네시아 DSL 브로드밴드 시장을 독점하고 있는 Telkom은 IPTV 서비스 경험에 있는 홍콩 PCCW와 제휴, TPS의 일환으로 IPTV를 제공하며 시장을 주도해 나갈 전망이다. 현재 자카르타 등 5개 대도시에서 시범 서비스를 진행 중이다.

인도네시아 정부는 IPTV 사업자 요건으로 지역 유선 네트워크, 멀티미디어 인터넷 서비스, 유료 방송 서비스의 3가지 라이선스 중 2개 이상을 보유한 기업 혹은 하나 이상의 라이선스를 보유한 2개 이상 기업의 컨소시엄으로 제한하고 있다.

⇒ 인도네시아 IPTV 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 유선 브로드밴드 보급률이 사실상 0%에 가까워 단기간에 급속한 시장 확대는 불가능 ▶ 이 밖에 국영 Telkom의 DSL 브로드밴드 시장 독점, 장기간의 네트워크 업그레이드 작업, 까다로운 IPTV 사업자 요건 등을 감안하면 수익성을 담보하기 어렵다는 점에서 인도네시아 IPTV 시장에 진출은 타당성이 낮은 것으로 판단
-----------------	---

6) DMB

정부가 DMB와 DVB-H 방식에 대한 기술표준을 결정하지 않아 아직 상용서비스는 제공되지 못하고 있다. 그러나 방송통신 사업자가 모두 DVB-H 기술을 기반으로 시범서비스를 제공하고 있어 DVB-H 기술이 다소 우위에 있다는 평가로 인도네시아는 이동통신 시장 기반이 확고해 모바일TV 시장 전망이 밝은 편이다. 2009

년 8월에는 Tren Mobile TV 컨소시엄과 Telkom 컨소시엄이 수도권에서 DVB-H 기반의 시범 서비스를 시작했다.

⇒ 인도네시아 DMB 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 높음

타당성 판단 근거	▶ 모바일 방송 표준으로 지상파 DMB 방식을 채택할 여지가 있다는 점에서 DMB 시장진출은 타당성이 높다고 판단 ▷ 단 방송사업 특성상 초기에는 방송사업자로 나서기보다 기술 수출, 시스템, 단말기 위주로 접근하는 전략 필요. 이후 현지 방송사 및 이동사와의 제휴가 필수이기 때문에 이들과 조인트벤처 설립을 고려해야 함
-----------------	--

7) 장비/단말/솔루션 등

인도네시아의 PC 보급률은 서서히 증가하고는 있지만 주변 동남아 국가에 비해 낮은 편이며 도심 지역의 보급률도 10% 미만이다. 현재 PC의 가장 큰 수요처는 제조업과 금융업 등 법인으로 이들 수요가 전체 PC시장의 약 30% 이상을 차지하고 있다. 단 향후 PC 시장은 노트북이 데스크탑 판매를 추월할 것으로 예상된다.

한편 하드웨어 시장은 일본이나 대만 등에 비해 많이 뒤져있으나 소프트웨어 분야는 세계 시장에서 경쟁할 만큼의 잠재력을 갖고 있다. 현재 200여개 소프트웨어 회사가 수도권에 집중돼 있으며 3만 명 이상의 인력이 소프트웨어 분야에 종사하고 있다. 이 밖에 이동통신 서비스 가입자가 증가하면서 보다 다양한 기능과 새로운 기술이 접목된 고성능 휴대폰 수요가 늘어나고 있다.

다. 페루

1) 유선전화

가) 시장현황

페루의 유선전화 보급률은 2008년 기준은 약 10%로 중남미 국가 가운데도 상당히 낮은 수준을 보이고 있다. 최근 5년간 CAGR은 10%에 이를 정도로 꾸준한 증가세를 보이고 있으며, 무엇보다 기본 통신서비스가 보급되는 단계라는 점에서 이동통신 서비스의 성장과 무관하게 앞으로도 지속적인 성장이 가능할 전망이다.

안데스 산맥과 열대 우림지대로 인해 통신 인프라 확충이 어렵다는 지형적인 약

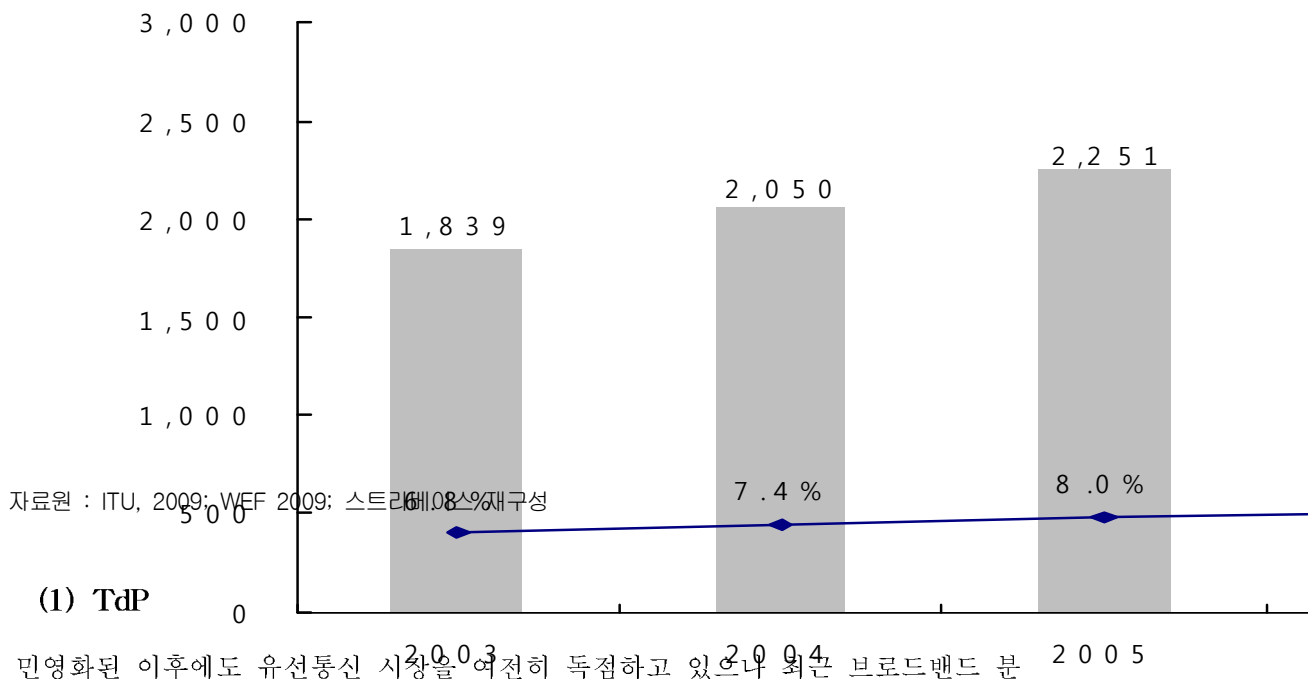
점이 있는 페루는 통신서비스 시장에 대한 외국기업의 직간접 투자를 100% 허용하고 있다. 이처럼 특별한 규제가 없어 글로벌 대형 통신사업자들은 페루 자회사를 통해 유선시장과 인터넷 시장을 독점하고 있는 상황이다.

나) 주요 사업자

페루 유선통신 시장은 시장지배적 사업자인 Telofinica del Peru(TdP)가 80% 이상의 점유율로 시장을 주도하고 있으며, Movistar Peru가 14%를 점유하고 있다. 단 두 회사 모두 Telefonica의 자회사라는 점에서 양사간 경쟁은 무의미하며 오히려 상호 보완적 시장 독점력을 갖고 있다고 볼 수 있다.

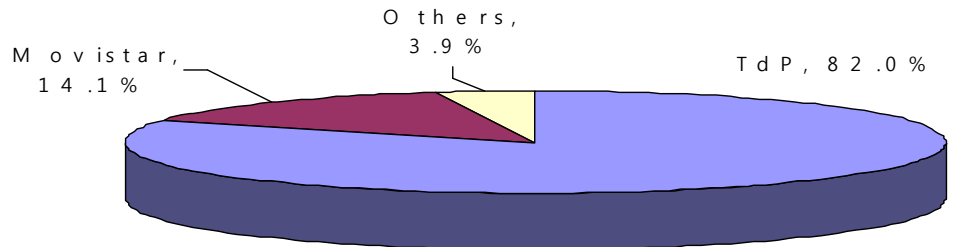
〈그림 3-36〉 페루의 유선전화 회선 수 및 보급률 추이

(단위 : 천 회선)



(1) TdP
민영화된 이후에도 유선통신 시장을 여전히 독점하고 있으나 최근 브로드밴드 분야에 주력하는 가운데 높은 통화료로 인해 유선전화 시장 점유율이 하락하고 있다. 2002년 통신시장이 경쟁체제로 개편된 이후 VoIP 도입이 확산된 것도 점유율 하락의 중요한 요인으로 작용했다.

〈그림 3-37〉 페루 유선전화 사업자별
시장점유율



★ 2008년 말 기준

자료원 : BuddeComm, 2009; 스트라베이스 재구성

(2) Movistar Peru

페루 이동통신 2위 사업자로 현재 고정형 무선방식의 유선전화 서비스를 제공하고 있다.

⇒ 페루 유선전화 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 유선전화 보급률이 지난 수년간 꾸준한 증가추세를 보이고 있고 계속 증가하는 추세여서 시장의 성장 여지는 있음 ▶ 단 Telefonica의 자회사인 TdP와 Movistar가 시장과 네트워크를 독점하고 있고, 통신시설 확충이 어려운 지리적 여건을 감안하면 페루 유선전화 시장진출은 타당성이 낮음
-----------------	---

2) 인터넷/브로드밴드

페루의 인터넷 이용자는 2008년 말 기준 약 700만 명, 이용률은 25%에 이른다. 지난 5년간 CAGR이 20%를 보일 정도로 지난 시장은 꾸준히 성장해 왔으나, 이용자 대부분이 PC방을 통해 인터넷을 이용할 정도로 가정에서 인터넷을 이용하는 비중은 낮은 편이다.

〈그림 3-38〉 페루 인터넷 이용자 수 및 이용률 추이

(단위: 천명)

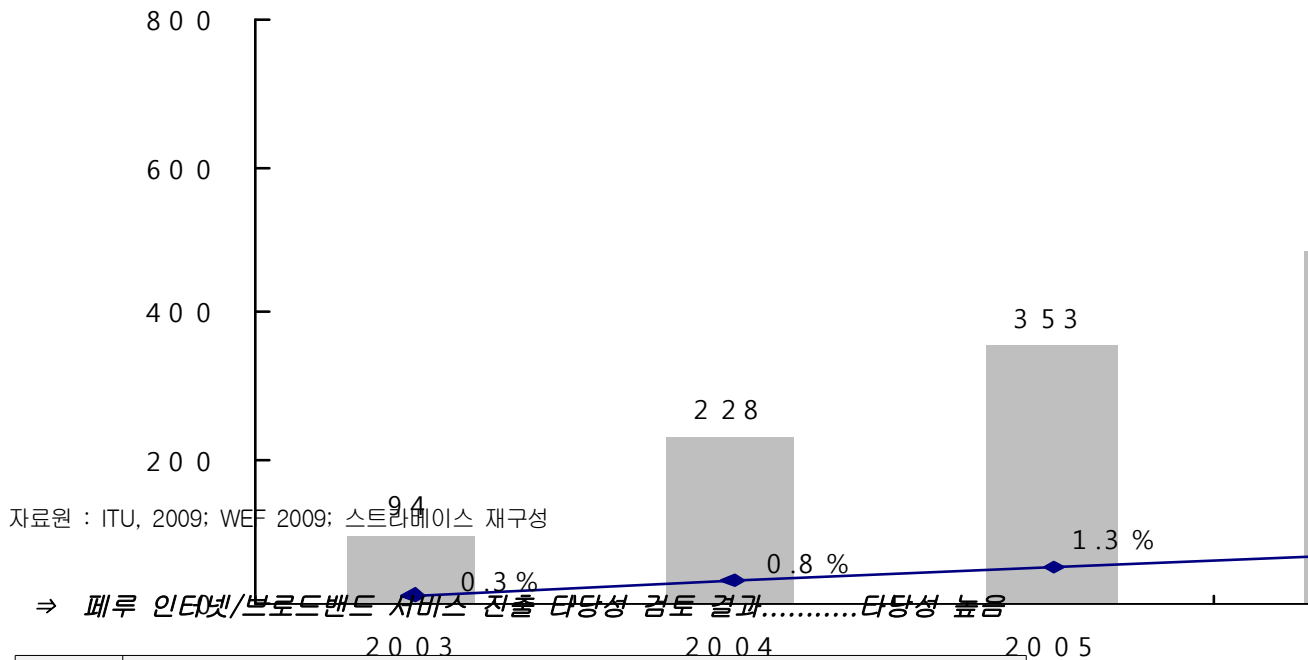
자료원 : ITU, 2009; WEF 2009; 스트라베이스 재구성

페루의 브로드밴드 가입자 수는 2008년 말 기준 73만 명, 보급률은 약 3%로 미미한 수준이다. 그러나 정부가 PC와 브로드밴드 보급을 위한 디지털 격차 해소 프로젝트를 추진하면서 인터넷 환경이 점차 개선되고 있다.

페루 브로드밴드 시장은 사실상 TdP가 90% 이상의 점유율로 독점하고 있으며, Telmex, Americatel 등과 같은 중소 ISP들이 나머지 시장을 놓고 경쟁중이다. 페루 정부는 TdP의 독점으로 경쟁사들의 커버리지 확대와 수익성 확보가 어렵다는 판단하에 TdP의 인프라를 임대해 사용하는 경쟁 ISP들에게 부과하는 비용을 최대 91%까지 인하하도록 함으로써 중소 ISP들의 요금 경쟁력을 강화하고 있다.

〈그림 3-39〉 페루 브로드밴드 가입자 수 및 보급률 추이

(단위: 천명)



타당성 판단 근거	▷ 브로드밴드 보급률(2.5%)이 낮지만 정부가 디지털 격차 해소를 위해 PC/브로드밴드 보급 프로젝트를 추진중 ▶ 특히 TdP의 독점 해소를 위해 정부가 중소 ISP들의 네트워크 임대비용을 대폭 인하해 경쟁을 보장하고 있으며 외국 기업의 진입 규제가 전혀 없다는 점에서 페루 인터넷/브로드밴드 시장진출은 타당성이 높은 것으로 판단	
		드 가 입 자 수 (

3) 이동통신

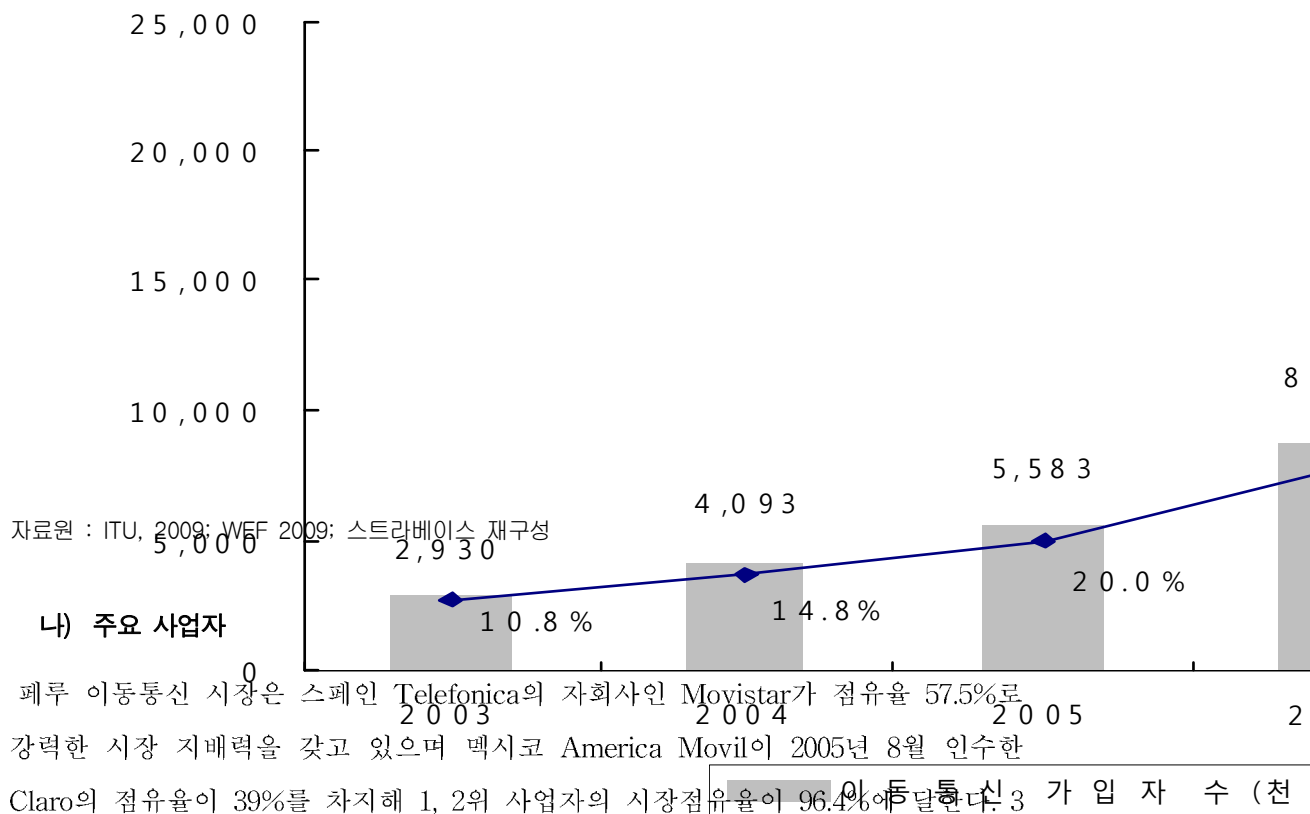
가) 시장현황

페루의 이동통신 가입자는 2008년 말 기준 2,095만 명이며 보급률은 72%를 넘어 이미 시장은 성숙단계에 있다. 2008년 가입자 증가세가 둔화되기는 했으나 여전히 연간 300만명이 신규 가입하는 등 아직 성장 여지가 있는 시장으로 알려져 있다. 2010년부터 번호이동제도가 도입될 예정인 가운데 현재 페루 이동통신 시장에서는 GSM, TDMA, CDMA, iDEN 등 다양한 기술방식이 적용되고 있으나 GSM 방식이 90.3%, CDMA 방식이 5.9%를 차지하고 있다. 한편 3G 서비스와 관련해서는

업계 2위인 Claro가 2008년 4월 서비스를 시작했으며, 1위인 Movistar Peru는 2010년 3G 상용 서비스 제공할 계획이다.

〈그림 3-40〉 페루의 이동통신 가입자 수 및 보급률 추이

(단위: 천명)



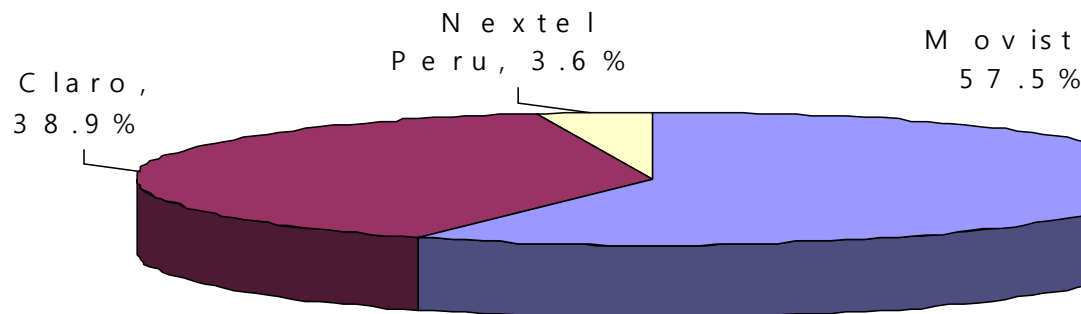
(1) Movistar

최근 이동통신 선진국의 추세에 따라 유무선 서비스 결합을 위해 2008년말 Telefonica Movistar Peru를 인수했다. TDMA와 CDMA2000 1x 네트워크를 제공 중으로 지난 2005년 Comunicaciones Móviles del Perú(CMP)를 합병했다.

(2) Claro

당초 이탈리아 TIM의 자회사였으나 America Movil에 인수된 후 TIM이 보유하고 있던 주파수와 자사가 획득한 주파수를 모두 사용하고 있다. 현재 GSM의 전국 커버리지를 확보하고 있다.

〈그림 3-41〉 페루 이동통신 사업자별 시장점유율



★ 2008년 말 기준

자료원 : Cowen and Company, 2009; 스트라베이스 재구성

⇒ 페루 이동통신 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 2005까년지만 해도 이동통신 보급이 낮아 시장 진입 여지가 있었으나 최근 3년간 보급률(72.7%)이 급상승하면서 시장은 성숙단계로 진입 ▶ 글로벌 통신사업자 Telefonica와 America Movil이 시장을 확고하게 양분하고 있어 Minor 사업자로 진출했을 경우, 경쟁력 확보가 어렵다는 점에서 페루 이동통신 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단
-----------------	---

4) WiMax

가) 시장 현황

페루의 WiMax 상용 서비스는 브로드밴드 시장을 독점하고 있는 TdP에 대한 대안으로 2005년 Americatel이 최초로 시작했다. 현재 WiMax 사업자들은 대규모 가입자를 확보하지는 못하고 있는데, 이는 사업자 대부분의 커버리지가 TdP의 우선 커버리지와 중복되는 수도 리마와 까야오에 집중돼 있기 때문이다. 한편 페루

통신당국은 2009년 상반기에 2.6GHz 대역의 주파수 할당 계획을 밝혔으나 그 시기가 계속 연기되고 있다.

나) 주요 사업자

현재 Emax, Telmex, Americatel, QTEL, Gamacom 등이 수도권에서 서비스를 확장해 나가고 있다. 현재의 부진을 타개하기 위해 WiMax 사업자들은 유선 브로드밴드에 비해 투자비용이 적다는 장점을 활용, TdP가 유선으로 커버하지 못하는 지역을 우선 공략하는 방안을 고려중이다.

(1) Emax

현재 리마와 까야오 지역 대부분을 커버하는 WiMax 서비스를 제공하고 있으며 브로드밴드, VoIP, 위성TV 등을 묶은 번들 서비스를 제공하고 있다. 지난 2007년부터 WiMax를 통한 브로드밴드 서비스를 제공해 왔으며, 2009년에는 Intel과 페루 내 Mobile WiMax 확산을 위한 제휴를 체결했다.

(2) Telmex

2006년 11월부터 WiMax 서비스를 통해 기업용 전화 및 브로드밴드 서비스 제공 중이다. 2007년 고객의 범위를 일반 가정으로 확대했으나 2009년 초 비용대비 가입자 확보가 저조하다는 판단 하에 다시 고객을 기업으로 한정하고 기업 마케팅에 주력하고 있다.

(3) Americatel

장거리 전화사업자인 Americatel Peru는 2005년 최초로 Fixed WiMax 상용 서비스를 시작했으며 2007년 하반기에는 Mobile WiMax 시범서비스를 완료했다.

⇒ 페루 WiMax 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 높음

타당성 판단 근거	▷ 최근 브로드밴드 가입자가 빠르게 증가(최근 5년간 CAGR 50%)하고 있으며 브로드밴드 수요도 높지만 안데스 산간 및 열대우림 지역에 있는 국가 지형상 페루는 유선 브로드밴드 보급에 한계가 있는 실정 ▶ 페루 정부가 TdP의 유선 브로드밴드 독점을 우려하고 있어 이에 대한 <u>대체</u> <u>재</u>로 WiMax의 positioning이 가능하고 시장 진입에 대한 규제의 걸림돌이 없다는 점에서 페루 WiMax 시장진출은 타당성이 높은 것으로 판단
-----------------	---

5) IPTV

현재 IPTV를 수용하기에는 일반 가정의 인터넷 속도가 2Mbps 미만으로 너무 느린 관계로 IPTV 상용 서비스가 제공되지 못하고 있다. 이처럼 인프라가 열악한 상황에서 유선전화 및 인터넷 독점 사업자인 TdP가 케이블 및 위성TV 자회사인 Telefonica Multimedia를 보유하고 있어 경쟁매체인 IPTV 서비스 제공에 미온적인 태도를 보이고 있다.

단 페루 정부는 IPTV 정보망 구축을 통해 교육 수준을 향상하는 등 인적 자원 개발에 상당한 관심을 표명하고 있다. 이런 가운데 한국 IPTV 컨소시엄은 2009년 4월 페루 정부와 IPTV 기반의 교육 시스템 구축에 합의했다.

⇒ 페루 IPTV 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 높음

타당성 판단 근거	▶ TdP 네트워크 경유 없이 특정 지역에 광 네트워크를 따로 구축할 경우 IPTV 시장진출은 타당성이 높은 것으로 판단 ▷ 단순 IPTV 서비스 보다 국가발전을 위한 IPTV기반 원격 교육 및 인적자원 개발 시스템도 동반 수출하는 모델이 적절
-----------------	---

6) DMB

페루에서는 방송사업자인 ATV 주도로 2008년 3월 리마에서 DVB-H 기반 시범 서비스가 실시됐다. 이 회사는 2008년 6월 상용 서비스 개시를 목표로 했으나 여전히 시범 서비스만 제공되고 있다. 브라질을 비롯해 칠레, 아르헨티나, 베네수엘라 등 주요 남미 국가들처럼 페루도 일본의 ISDB-T(원세그) 방식을 모바일 TV 표준으로 채택하고 있으며 DMB와 관련해서는 서비스가 진행되지 않고 있다.

이동통신 가입자가 2,000만 명을 넘어설 정도로 이동통신 시장이 발달해 있고, 3G 서비스가 상용화되고 있음을 고려하면 앞으로 모바일TV나 VOD 서비스에 대한 수요가 발생할 가능성은 높다.

⇒ 페루 DMB 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▶ 페루 정부가 모바일 TV 표준으로 일본의 ISDB-T 방식을 채택함에 따라, T-DMB 방식인 국내 사업자의 베네수엘라 DMB 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단
-----------------	---

7) 장비/단말/솔루션 등

이동통신사의 단말기 보조금 확대로 최근 고성능 휴대폰 및 스마트폰 시장이 빠르게 확대되고 있으며, 정부의 PC 보급 확대 정책으로 최근 대도시는 물론 지방의 PC 판매도 증가하는 추세다.

라. 남아프리카공화국

1) 유선전화

가) 시장현황

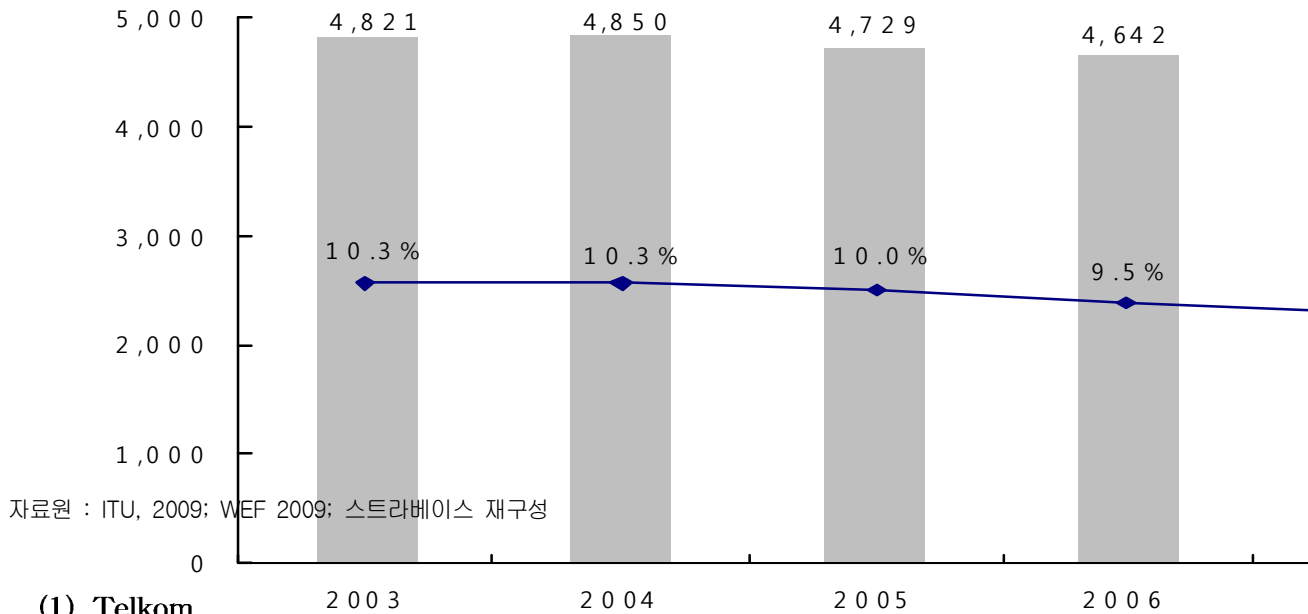
남아공의 유선전화 회선은 2008년 약 443만 회선, 보급률은 10%에 미치지 못하고 있다. 남아공의 유선전화 보급률은 2003년 이후 매년 하락하고 있다. 이 같은 하락의 원인으로는 2007년까지 독점사업자였던 Telkom의 오랜 독점으로 인한 폐해, 유선전화 대체재로서의 이동통신 이용률의 급증, 인터넷을 통한 VoIP 서비스의 증가 등을 들 수 있다.

나) 주요 사업자

남아공 유선전화 사업은 1990년까지 정부가 직접 운영해 왔으며, 1991년 Telkom 설립된 이후에는 지난 2006년까지 Telkom이 시장을 독점해 왔다. 이후 유선전화 시장에 경쟁원리를 도입, 2006년 9월 제 2 유선전화 사업자로 Neotel이 선정되었으며 현재 두 사업자가 경쟁하고 있다.

〈그림 3-42〉 남아공 유선전화 회선 수 및 보급률 추이

(단위: 천 회선)



(1) Telkom

남아공 최대 유선전화 사업자이자 종합통신사업자이다. 1991년 설립됐으며, 유선, 이동통신, 인터넷/브로드밴드뿐만 아니라 WiMax 서비스도 제공하고 있다. 설립 당시에는 정부가 100%의 지분을 보유하고 있었으나, 현재는 정부 지분이 39.4%, 미국 SBC Communication이 30%의 지분을 보유함으로써 부분적으로 민영화됐다.

(2) Neotel

남아공 제 2 유선전화 사업자로, 2001년 개정된 통신법에 의해 Eskom, Transtel 등 정부 소유 기업들이 중심이 되어 2006년 설립됐으며 현재는 Eskom과 Transtel의 지분을 인수한 인도 Tata Communication이 60%의 지분을 보유하고 있다.

⇒ 남아공 유선전화 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

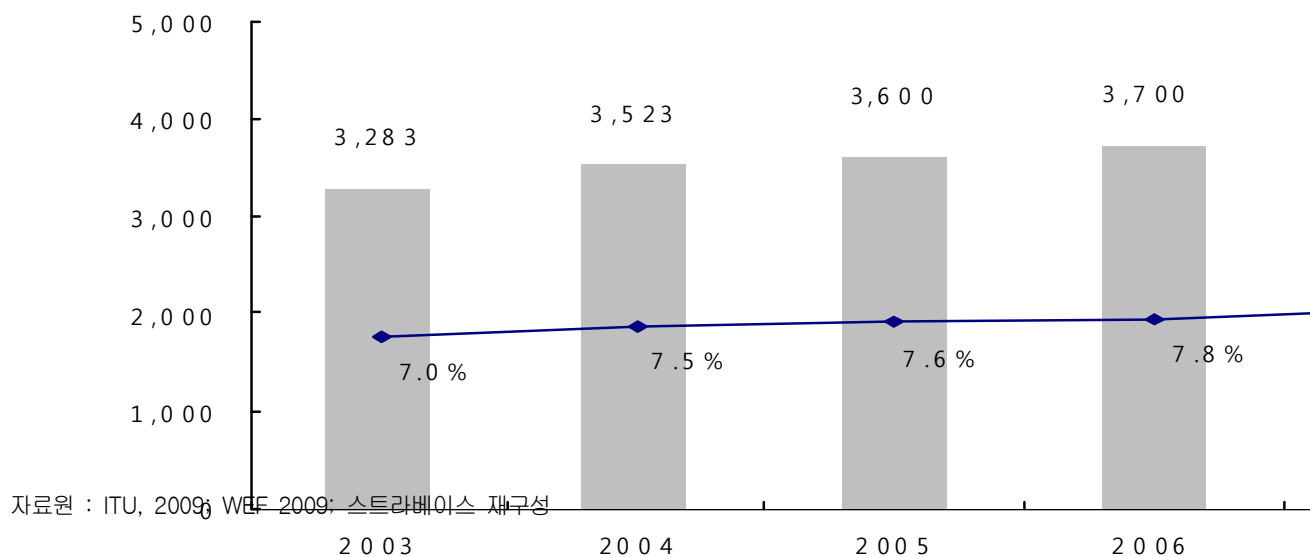
타당성 판단 근거	▷ 유선전화 보급률이 지속적으로 하락해 사업성이 낮고, 국영 Telkom은 독점이 해소됐음에도 여전히 유선전화 시장을 독점하고 있는 상태 ▶ 제 2 사업자 Neotel이 인도 Tata의 지원 아래 서비스에 나서 양강 체제를 구축중이며, 정부의 추가적인 사업자 선정 계획이 없는 상황
-----------------	---

2) 인터넷/브로드밴드

남아공의 인터넷 이용률은 2008년 기준 약 8%로, 아직 인터넷 보급 초기단계다. 2003년부터 2008년까지의 CAGR은 5%로, 매년 소폭 성장하고 있으나 Telkom의 광대역 시장 독점과 정부의 강력한 규제정책으로 인해 폭발적인 성장세를 보이지는 못하고 있다. 2008년에 모든 통신사업자들의 자체 인프라 보유가 허용되고 제2사업자인 Neotel이 시장에 진입함에 따라 향후 경쟁이 본격화되면서 시장이 빠르게 성장할 것으로 예상된다. Telkom과 Neotel 외에 Internet Solution, M-Web 등이 인터넷 서비스를 제공하고 있다.

〈그림 3-43〉 남아프리카공화국 인터넷 이용자 수 및 보급률 추이

(단위: 천명)



남아공의 브로드밴드 가입자 수는 2007년 약 38만 명, 보급률은 0.8%에 불과하며, 대부분 ADSL 방식이다. 2008년에는 가입자 수가 130만 명까지 증가한 것으로 추정되며, 이에 따라 향후 브로드밴드 가입자 수는 급격히 늘어날 전망이다.

〈그림 3-44〉 남아프리카공화국 브로드밴드 가입자 수 및 보급률 추이

(단위: 천명)

자료원 : ITU, 2009; WEF 2009; 스트라베이스 재구성

⇒ 남아공 인터넷/브로드밴드 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 시장 초기단계로 사업성 측면에서는 진출 여지가 있으나 기존 유선전화 Major들이 시장을 주도하고 있어 Major 사업자 인수를 통한 진출 가능성 낮음 ▶ Minor 사업자 인수를 통한 진출이 가능하나 이 경우 네트워크 임대비용 및 신규 사업자로서의 마케팅 비용 등으로 인해 수익성 확보가 쉽지 않다는 점에서 남아공 인터넷/브로드밴드 시장진출은 타당성이 낮음
-----------------	--

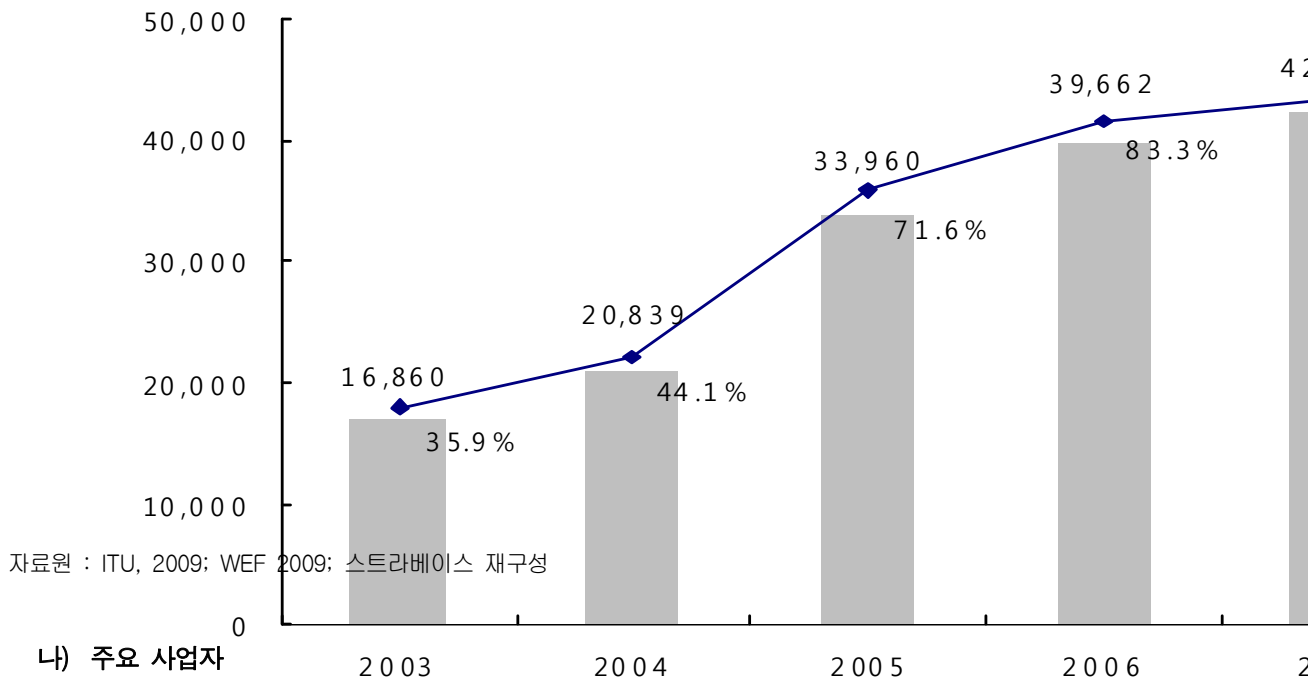
3) 이동통신

가) 시장현황

남아공의 이동통신 가입자 수는 2008년 기준 4,500만 명, 보급률은 90.6%로 포화 상태에 달하고 있다. 보급률을 보면, 2004년 44.1%에서 2005년 71.6%로, 2005년부터 시장이 폭발적으로 성장했으며, 이후 꾸준한 성장세를 보이고 있다.

〈그림 3-45〉 남아공의 이동통신 가입자 수 및 보급률 추이

(단위: 천명)



자료원 : ITU, 2009; WEF 2009; 스트라베이스 재구성

남아공에는 Vodacom, MTN, Cell-C의 3개 이동통신 사업자가 있으며, Virgin Mobile이 MVNO로 참여하고 있다. 2008년 말 가입자 기준 시장점유율을 보면, Vodacom이 53.5%로 절반 이상을 차지하고 있으며, MTN이 34.7%, Cell-C가 11.8%를 차지하고 있다. 2004년부터 Vodacom이 3G 서비스를 제공하기 시작하면서 이동통신 3社 모두 WCDMA 방식의 3G 서비스를 제공하고 있으며, 2006년부터 Vodacom과 MTN이 3.5G인 HSDPA 서비스를 제공하고 있다.

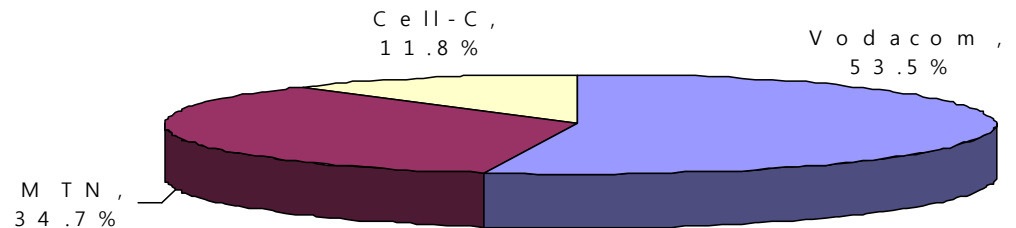
(1) Vodacom

남아공 최대 이동통신 사업자로 최대 유선전화 사업자 Telkom이 35%, 영국 Vodafone이 65%의 지분을 보유하고 있다. 남아공을 포함한 아프리카 5개국에 진출해 이동통신 서비스를 제공중이고 WCDMA 방식 3G 서비스도 제공하고 있다.

(2) MTN

남아공 제 2 이동통신 사업자로, MTN Group의 자회사이며, 중동 및 아프리카 21개국에 진출해 있는 다국적 기업이다.

〈그림 3-46〉 남아공의 이동통신 사업자별 시장점유율



* 2008년 말 기준

자료원 : Cowen and Company, 2009; 스트라베이스 재구성, 2008년 기준

⇒ 남아공 이동통신 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 이동통신에 대한 외국인 지분 제한은 없으나 보급률이 포화상태이고 확실한 사업자 경쟁구도가 정착돼 있어 시장 진입에 따른 사업성은 없는 상황 ▶ 1위 사업자 Vodacom의 지분 50% 매각액이 10조 원임을 감안하면 현지 이통사 인수는 사실상 어려워 남아공 이동통신 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단
-----------------	---

4) WiMax

2007년 Telkom이 남아공 최초로 Fixed 방식의 WiMax 서비스를 시작했으며, 현재 22개 대도시에서 제공하고 있다. Telkom은 음성통신은 WCDMA 방식으로, 데이터는 WiMax로 제공하는 방식을 취하고 있다.

Telkom 외에 Neotel, WBS(iBurst), Sentech 등이 WiMax 라이선스를 보유하고 있는데 Telkom과 Neotel은 3.5GHz, WBS는 2.6GHz, Sentech은 두 대역 모두의 주파수 사용권을 보유하고 있으며, 이 중 WBS는 2008년부터 3개 대도시에서 Mobile WiMax 서비스를 제공하고 있다.

⇒ 남아공 WiMax 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 높음

타당성 판단 근거	▷ 넓은 국토, 주요 도시의 낮은 인구밀집도, 낮은 브로드밴드 보급률(0.8%), 브로드밴드 수요 증가 등 WiMax가 유선 브로드밴드의 <u>대체재</u>가 될 수 있는 조건을 잘 갖춘 상황 ▶ 4개 사업자가 2007년부터 WiMax 서비스를 시작한 초기 단계인데다 특별한 진입규제도 없어 시장의 성장 가능성, 지리적 특성, 독점 사업자들의 유선 브로드밴드 확산 한계에 따른 대체 브로드밴드 수요 등을 감안할 때 WiMax 시장진출은 타당성이 높은 것으로 판단
-----------------	---

5) IPTV

2006년 Telkom이 IPTV 사업을 위한 조인트벤처인 Telkom Media를 설립했으며, 2007년에는 사업 허가를 받고 2008년부터 IPTV 서비스를 제공하기로 했으나, 아직 서비스가 제공되지 않고 있다. 남아공의 브로드밴드 보급률이 0.8%에 불과하기 때문에 IPTV 서비스가 활성화되기에는 상당한 시일이 소요될 것으로 예상되며 이에 따라 일부에서는 Telkom이 Telkom Media의 지분을 매각할 것으로 전망하고 있다.

⇒ 남아공 IPTV 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ IPTV의 전제조건인 브로드밴드 보급률이 낮아 서비스 활성화에 상당 시일이 소요될 전망 ▶ Telkom이 IPTV 사업을 위해 만든 조인트 벤처 Telkom Media의 지분 매각을 검토하면서 사업성 및 수익성 자체에 의문 제기되고 있는 상황
-----------------	--

6) DMB

남아공 정부는 2007년 9월 모바일 TV의 표준으로 DVB-H 방식을 채택했으며, 현재 모바일 TV 사업을 희망하는 사업자들로부터 신청서를 접수받고 있다.

⇒ 남아공 DMB 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▶ 남아공 정부의 DVB-H 표준 채택으로 국내 DMB 사업자의 남아공 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단
-----------------	--

7) 장비/단말/솔루션 등

남아공의 PC 보급률은 2003년 7.5%에서 2007년 14.8%로 급성장했으며, 이에 따라 PC 시장이 정보통신 하드웨어 시장의 성장을 견인하고 있다. 또한 소프트웨어와 솔루션 분야도 빠르게 성장하고 있으며, 2005년부터 급성장하기 시작한 이동통신 산업에 힘입어 휴대폰 시장도 가파르게 성장하고 있다. 남아공 휴대폰 시장은 중저가 제품을 앞세운 Nokia가 장악하고 있다.

마. 알제리

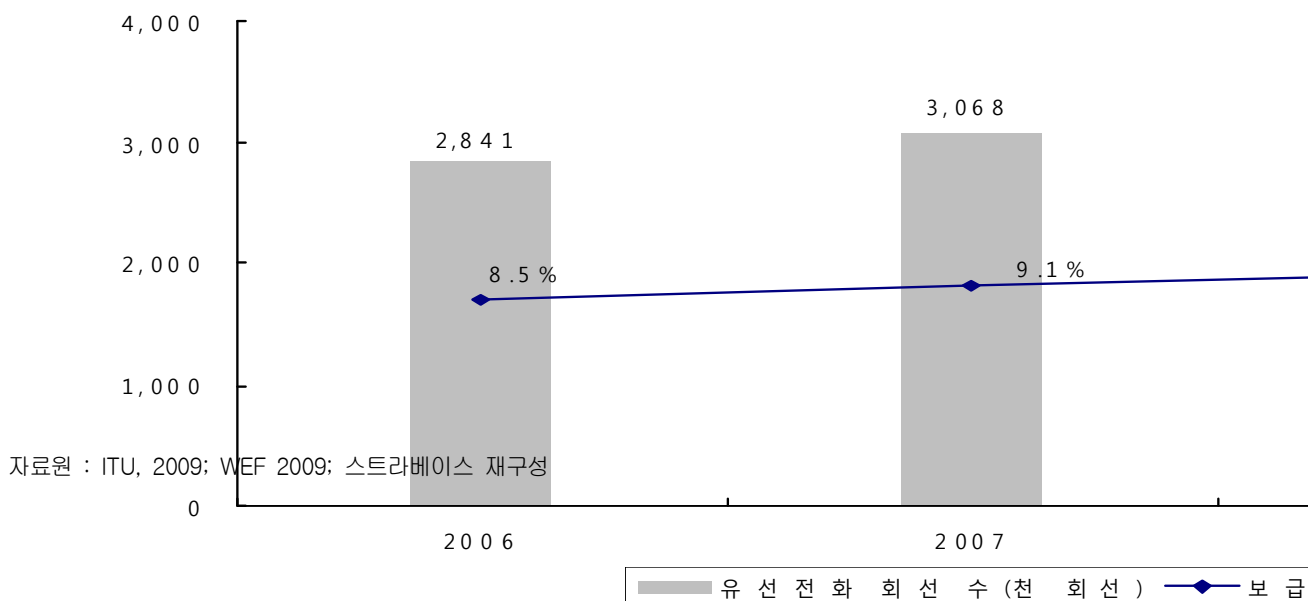
1) 유선전화

가) 시장현황

알제리 유선전화 회선 수는 2008년 기준 331만 회선, 보급률은 약 10%로 지난 3년간 0.5~0.6%씩 증가하는 상황이다. 1980년대 초반까지는 주변 국가 가운데 비교적 유선통신 네트워크가 잘 정비된 곳이란 평가를 얻었으나 이후 계속된 자연재해와 경제위기로 현재 유선통신 보급률은 주변 국가 보다 낮은 수준에 있다.

〈그림 3-47〉 알제리 유선전화 회선 수 및 보급률 추이

(단위 : 천 회선)



나) 주요 사업자

알제리 유선전화 시장은 국영 사업자 Algeria Telecom이 독점하고 있다. 알제리 정부는 Algeria Telecom의 독점을 해소하기 위해 2006년 제 2 유선전화 사업자로 Egypt Telecom과 역시 이집트 사업자 Orascom이 공동 설립한 Lacom을 선정했다. 그러나 Algeria Telecom의 높은 진입장벽과 지나친 불공정 경쟁 행위로 인해 Lacom은 2008년 11월 알제리 시장 철수를 선언했다.

알제리 정부는 2008년 10월 Algeria Telecom의 민영화를 오는 2011년까지 연기한다고 발표했다가, 다시 2009년 2월 민영화를 무기한 연기한다고 발표했다. 이에 따라 Algeria Telecom의 민영화 계획은 불투명한 상황이다.

⇒ 알제리 유선전화 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 유선전화 보급률이 매년 상승하고 있으나 국영 Algeria Telecom의 불공정 행위로 인해 제 2 유선전화 사업자로 나선 이집트 Lacom이 시장진입 2년 만에 철수를 선언 ▶ 현재로서는 사업성이 낮고 Algeria Telecom의 독점이 지나쳐 이미 진출한 외국 기업마저 철수하는 상황이란 점에서 알제리 유선전화 시장진출은 타당성이 낮다고 판단
-----------------	---

2) 인터넷/브로드밴드

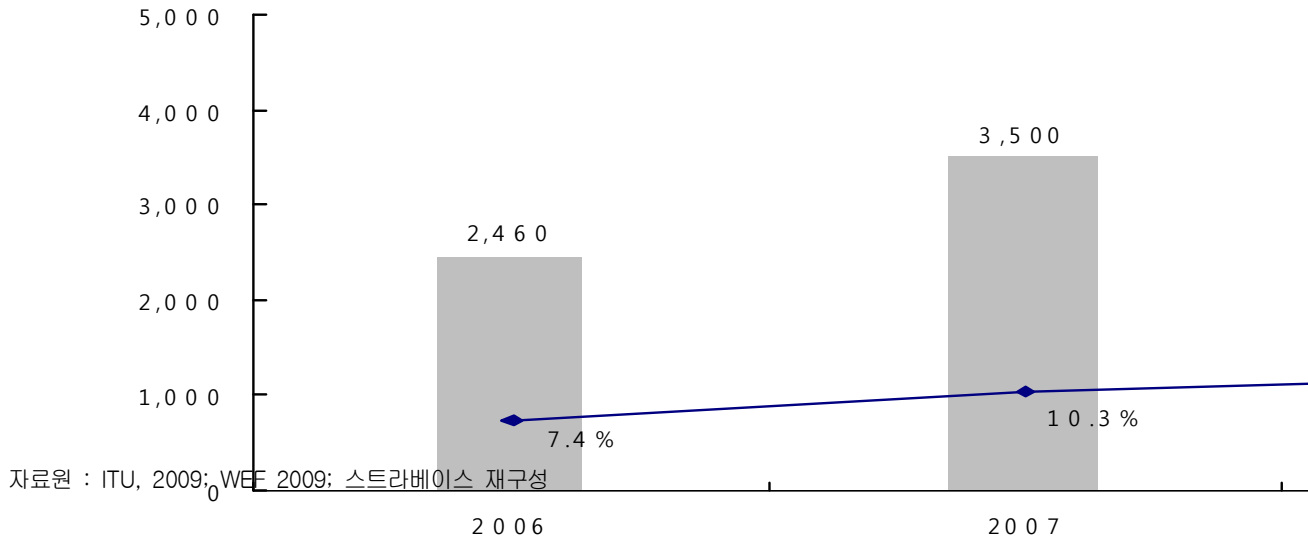
알제리의 인터넷 이용자 수는 2008년 말 기준 410만 명, 이용률은 약 12%에 이른다. 그러나 최근 3년간 사업자의 CAGR이 30%일 정도로 인터넷 시장은 빠르게 성장하고 있으나 PC 보급률이 낮아 주로 인터넷 카페를 통한 인터넷 사용이 보편적으로, 전국에 약 5,000개의 인터넷 카페가 있는 것으로 알려져 있다.

알제리의 브로드밴드 가입자 수는 2008년 말 기준 29만 명, 보급률은 1%에 채 못 미칠 정도로 시장은 초기 단계다. 2006~2008년 CAGR이 약 30%로 다른 초기 단계 국가들과 비교해도 상당히 낮은 수준이다.

현재 알제리에서는 40개 내외의 ISP가 서비스를 제공하고 있다. 이 중 유선전화 독점 사업자인 Algeria Telecom의 ISP인 Djaweb이 가장 규모가 크며, 알제리 최초의 ISP인 EEPAD가 점유율 2위를 달리고 있다. EEPAD는 2003년 알제리에서 가장 먼저 ADSL 서비스를 시작했고 2005년부터는 VoIP 서비스도 제공하고 있다.

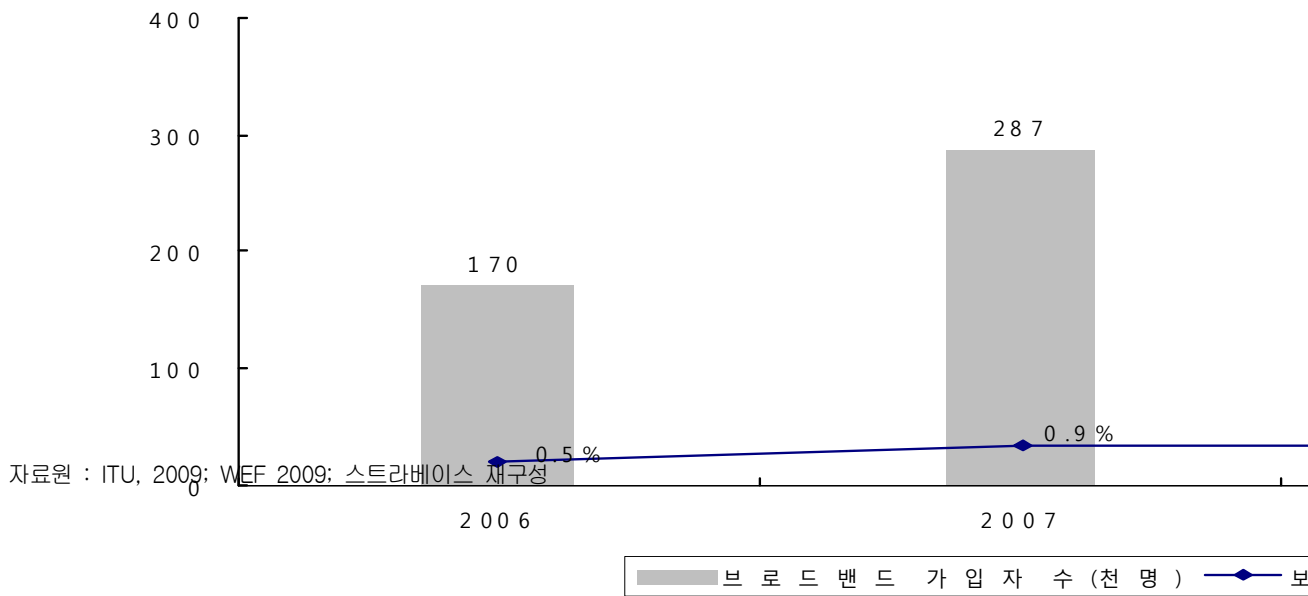
〈그림 3-48〉 알제리 인터넷 이용자 수 및 보급률 추이

(단위: 천명)



〈그림 3-49〉 알제리 브로드밴드 가입자 수 및 보급률 추이

(단위: 천명)



⇒ 알제리 인터넷/브로드밴드 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 시장은 초기단계로 성장 가능성 있으나 Algerie Telecom의 ISP인 Djaweb 과 알제리 최초 ISP인 EEPAD가 시장을 장악 ▶ WiMax의 성장 잠재력이 큰 것으로 평가되고 있어 향후 WiMax가 유선 브 로드밴드의 강력한 경쟁자로 부상할 가능성이 높음
-----------------	---

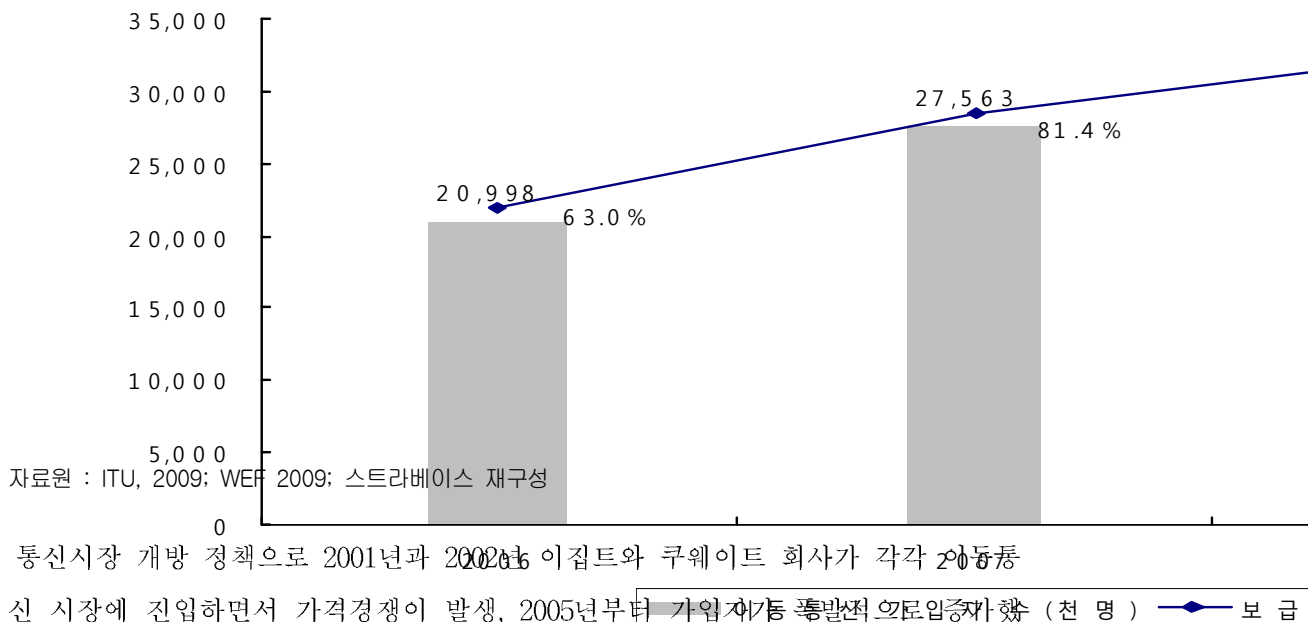
3) 이동통신

가) 시장현황

알제리의 이동통신 가입자 수는 2008년 말 기준 3,187만 명, 보급률은 90%를 넘
어 시장은 사실상 포화상태에 가깝다. 2006~2008년 CAGR이 23.2%로 시장은 매
년 빠르게 성장하고 있다.

〈그림 3-50〉 알제리 이동통신 가입자 수 및 보급률 추이

(단위 : 천명)



통신시장 개방 정책으로 2001년과 2002년에 이집트와 쿠웨이트 회사가 각각 이동통신 시장에 진입하면서 가격경쟁이 발생, 2005년부터 가입자 수가 폭발적으로 증가했다. 한편 알제리 정부는 아직 3G 라이선스를 발급하지 않았으며 이로 인해 3G 서비스도 제공되지 않고 있다.

나) 주요 사업자

알제리에는 Djazzy, Mobilis, Nedjma 등 3개 이동통신 사업자가 서비스를 전개하고 있으며 이 가운데 이집트 Orascom의 자회사인 Djazzy가 44.1%의 점유율로 가장 앞서가고 있다.

(1) Djazzy

알제리의 통신시장 개방 정책으로 지난 2001년 알제리 이동통신 시장에 진출했다. 이후 이동통신 네트워크를 확충하며 서비스 품질 개선에 주력한 가운데 선불형 가입자가 크게 증가하면서 업계 1위로 올라섰다.

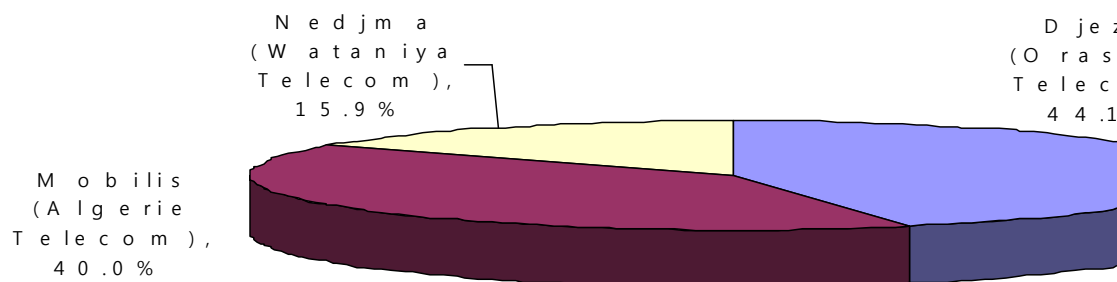
(2) Mobilis

알제리 국영 사업자인 Algerie Telecom의 이동통신 사업부문으로 현재 약 40%의 점유율로 2위를 달리고 있다. 통신시장이 개방되기 전까지는 독점적 지위를 누렸으나 통신네트워크 부족과 높은 요금으로 인해 가입자 확보에 어려움을 겪었다.

(3) Nedjma

쿠웨이트 Wataniya Telecom의 자회사로 알제리에서는 15.9%의 시장 점유율을 갖고 있으며 지난 2002년 알제리 이동통신 시장에 진출했다.

〈그림 3-51〉 알제리 이동통신 사업자별 시장점유율



* 2008년 말 기준

자료원 : Cowen and Company, 2009; 스트라베이스 재구성

⇒ 알제리 이동통신 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 2008년 이전까지 통신산업에 대한 외국인 지분제한이 없어 이집트, 쿠웨이트 통신사업자들이 알제리 이동통신 시장에 진입해 시장에서 공고한 입지 구축 ▶ 이동통신 시장은 포화상태이고, 강력한 3강 구도하에 가격경쟁이 치열한 상황. 신규 진입시 경쟁에 따른 출혈이 불가피해 알제리 이동통신 시장진출은 타당성이 낮음
-----------------	--

4) WiMax

알제리는 WiMax의 잠재력이 큰 시장으로 평가받고 있으나 시장은 초기 단계라고 할 수 있다. 규제당국인 ARPT가 3.5GHz 주파수 대역을 WiMax에 할당한 가운데 알제리 ISP인 Icosnet이 2008년 5월 Aperto Networks와 제휴를 체결, 기업을 상대로 알제리 북부 지역에서 서비스를 제공 중이다.

한편 국영 독점 유선전화 및 인터넷 사업자인 Algerie Telecom은 기존에 자사가 ADSL 서비스를 제공하지 못하는 지역을 커버할 수 있는 보완재로 활용하기 위해 2007년 4월부터 WiMax 서비스를 제공중이다. 이와 관련 현재 영국의 BT 및 한국 KT와 제휴를 체결했다.

⇒ 알제리 WiMax 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 높음

타당성 판단 근거	▷ 알제리는 수도권 인구가 전체 인구의 14%에 불과할 정도로 대도시 인구 밀집도가 낮고 인구가 골고루 퍼져 있어 WiMax의 잠재력이 큰 시장으로 평가받고 있음 ▶ 아프리카 국가 중 비교적 소득수준이 높아 WiMax 서비스에 일정 수요가 발생할 수 있다는 점에서 알제리 WiMax 시장진출은 타당성이 높음
-----------------	--

5) IPTV

알제리는 인터넷과 브로드밴드 인프라 보급이 늦어지면서 IPTV서비스 시장이 활성화되지 못하고 있다. 그러나 최대 통신사업자 Algerie Telecom은 2007년말 프랑스 Sagem Communicaton으로부터 네트워크 장비를 공급받아 FTTH를 구축했으며 이를 기반으로 IPTV서비스를 포함한 결합상품(TPS)을 출시했다. 현재 Algerie Telecom은 Oran, Alger, Setif, Constantine에서 TPS서비스를 제공 중이다.

⇒ 알제리 IPTV 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 알제리 유선 인터넷/브로드밴드 네트워크를 장악한 Algerie Telecom이 일부 지역에서 FTTH를 통해 IPTV를 포함한 TPS를 제공중이나 보급에는 상당한 시간이 소요될 전망 ▶ 브로드밴드 보급률이 낮고 IPTV의 전제조건인 초고속 가정용 브로드밴드 구축에 장기간이 걸린다는 점에서 IPTV 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단
-----------------	---

6) DMB

현재 알제리에서는 모바일 TV 상용 서비스가 제공되지 않고 있다. 인프라 문제로 인해 통신사업자와 방송사업자 모두 구체적인 계획을 내놓지 못하고 있으며 정부 역시 관련 정책을 마련하지 않고 있다.

⇒ 알제리 DMB 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▶ 3G 서비스 개시 전이란 점에서 모바일 TV 서비스에 상당한 시일이 필요하고 모바일 TV 표준과 관련한 정부의 구체적인 계획도 없어 알제리 DMB 시장진출은 타당성이 낮음
-----------------	--

7) 장비/단말/솔루션 등

젊은층의 휴대폰 수요와 이동통신 시장 성장으로 휴대폰 시장 규모가 커지고 있는 가운데 삼성전자와 LG전자가 휴대폰 시장에서 높은 점유율을 보이고 있다. 반면 통신장비 시장에서는 프랑스를 비롯한 유럽의 거대 통신업체들이 시장을 광범위하게 지배하고 있다.

3. Group C 국가군

가. 우즈베키스탄

1) 유선전화

가) 시장현황

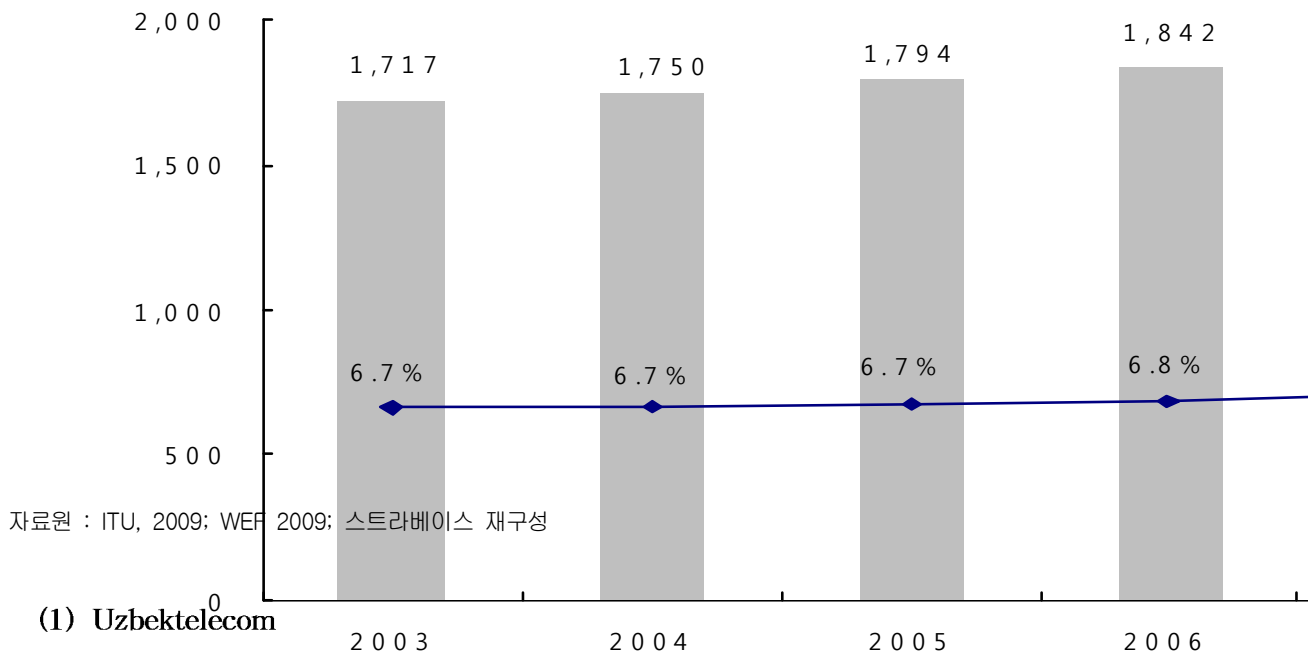
우즈베키스탄의 유선전화 회선 수는 2008년 말 기준 185만 회선, 보급률은 약 7%에 불과하다. 정부의 통신망 현대화 작업에도 불구하고 지난 5년간 유선전화 시장은 거의 변동이 없는 정체상태를 보이고 있다.

나) 주요 사업자

우즈베키스탄 유선통신 시장은 국영 통신사업자인 Uzbektelecom이 국내 유선전화 시장에서 98%의 점유율을 갖고 있어 사실상 시장을 독점하고 있다. 이 밖에 Buzton, East Telecom 등이 유선전화 서비스를 제공하고 있다.

〈그림 3-52〉 우즈베키스탄 유선전화 회선 수 및 보급률 추이

(단위 : 천회선)



유무선 통신 분야에 걸친 우즈베키스탄의 최대 통신사업자로 국제 유선전화 시장의 점유율도 95%를 넘는다. 현재 우즈베키스탄 정부가 민영화 추진중인 가운데 China Mobile, KT, Golden Telecom 등이 지분 인수에 관심을 표명하고 있다.

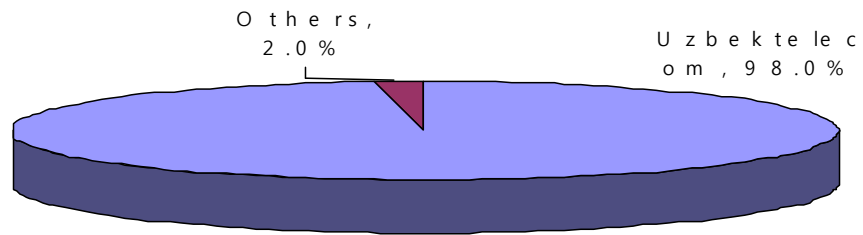
(2) Buzton

유선전화 업계 2위 사업자지만 시장 점유율은 미미한 수준이다. 러시아 Golden Telecom이 54%, Uzbektelecom이 43.5% 지분을 소유하고 있다.

(3) East Telecom

유선전화와 함께 인터넷 서비스 등을 제공중이며 NGN을 기반으로 한 네트워크 구축 작업에 매진하고 있다. 한국 KT와 일본의 일본 Sumitomo가 각각 51%와 34%의 지분을 소유하고 있다.

〈그림 3-53〉 우즈벡 유선전화 사업자별 시장점유율



* 2008년 말 기준

자료원 : BuddeComm, 2009; 스트라베이스 재구성

⇒ 우즈벡 유선전화 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 낮은 유선전화 보급률(6.8%)이 최근 5년간 정체상태까지 보이고 있어 시장의 성장 가능성은 낮은 편임 ▶ 정부가 유선전화 시장을 독점(점유율 98%)한 국영 통신사업자 Uzbektelecom의 민영화를 추진중이나 국가의 소득수준이 낮아 사업성과 수익성 확보가 우려된다는 점에서 카자흐스탄 유선전화 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단
-----------------	---

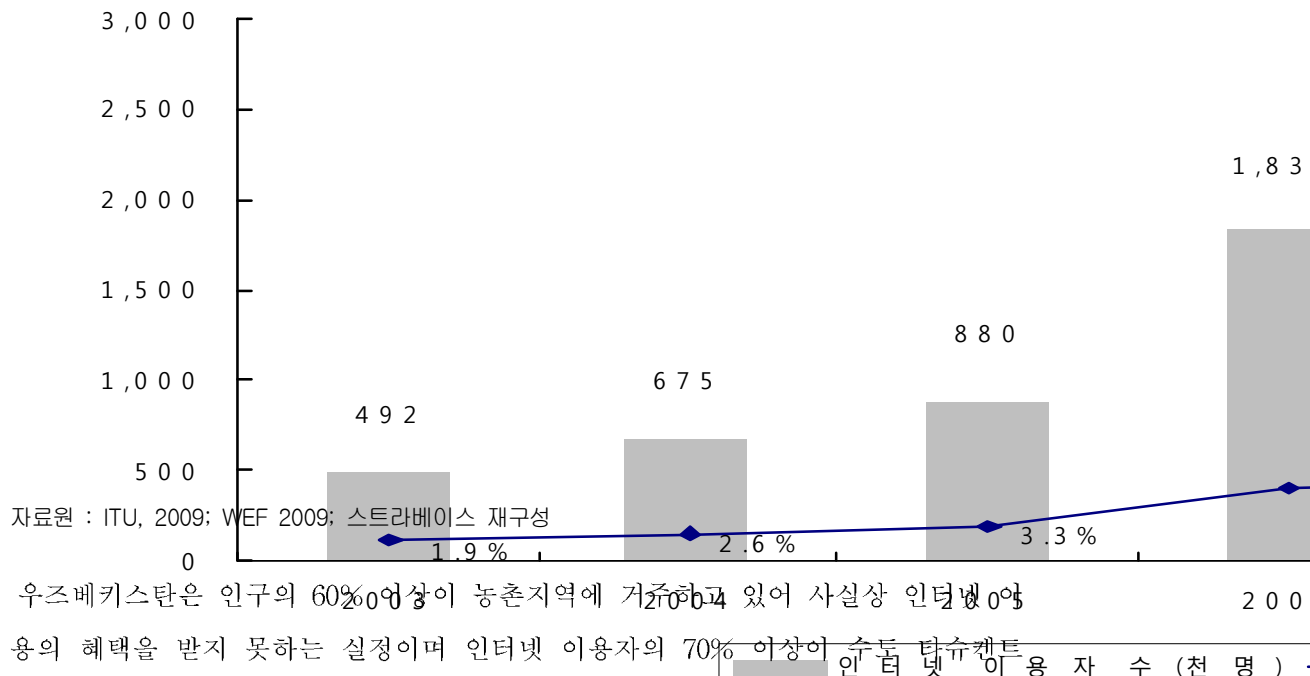
2) 인터넷/브로드밴드

우즈베키스탄의 인터넷 이용자 수는 2008년 말 기준 247만 명, 이용률은 약 9% 정도다. 2003~2008년 CAGR이 38%로 시장은 빠르게 성장하는 편이지만 인구 대비 인터넷 보급률은 아직 낮은 상태다.

우즈베키스탄의 브로드밴드 가입자 수는 2008년 말 기준 6만 6,000명, 보급률은 1% 미만으로 극히 미미한 수준이다. 지난 2005년부터 DSL 방식의 브로드밴드 서비스는 실시되고 있지만 가입자는 6만 여명 정도. 2005년 말 무려 400여개의 ISP가 라이선스를 발급받았으나 실제로는 50여개 업체들만 서비스를 제공하고 있다.

〈그림 3-54〉 우즈베키스탄의 인터넷 이용자 수 및 보급률 추이

(단위: 천명)

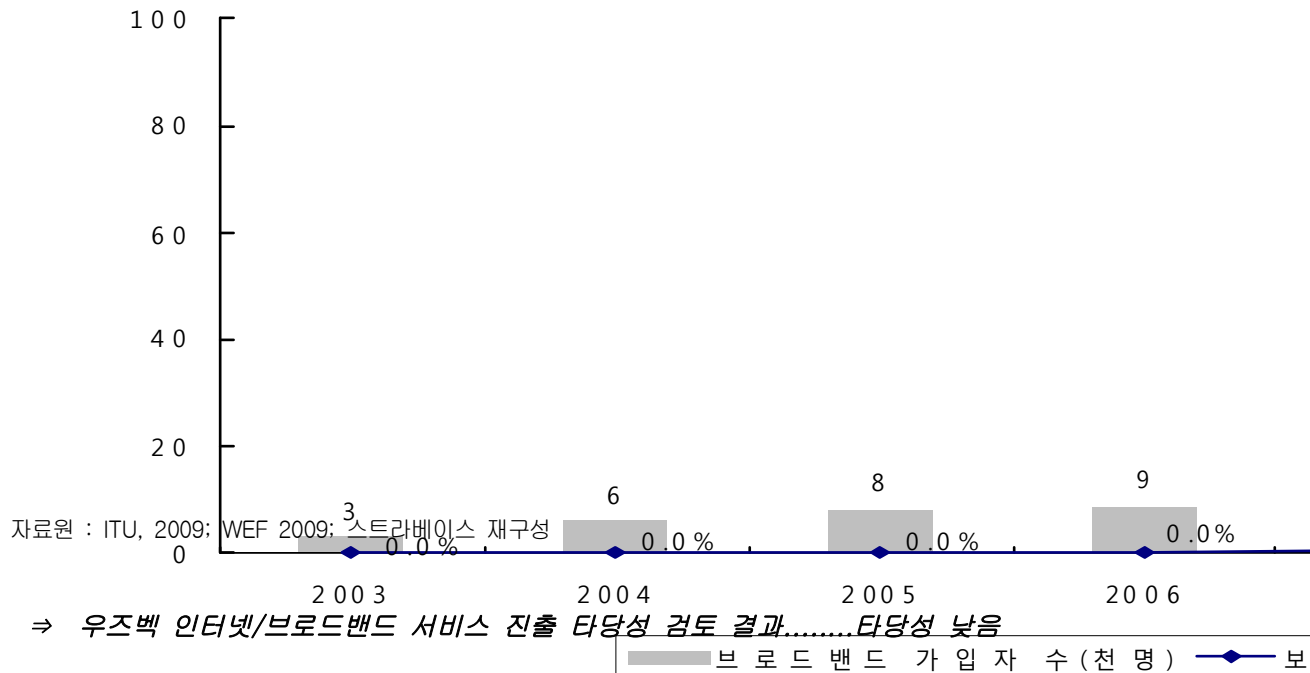


우즈베키스탄은 인구의 60% 이상이 농촌지역에 거주하고 있어 사실상 인터넷 이용의 혜택을 받지 못하는 실정이며 인터넷 이용자의 70% 이상이 수도 타슈켄트 지역에 거주하고 있다. 여기에 인터넷 접속자도 대부분 인터넷 카페를 이용한다는 사실은 전국적인 PC 및 인프라의 부족함을 잘 보여주고 있다.

주요 ISP로는 UzPak, Naytov, UzNet(Uzbektelecom), EastLink, GlobalNet, BCC 등이 있다. 이 가운데 UzPak은 전국 인터넷접속서비스사업자(IASP)로, 일반 ISP가 국제 인터넷 백본에 접속하기 위해서는 Uzpak으로부터 용량 임대를 받아야 한다.

〈그림 3-55〉 우즈베키스탄의 브로드밴드 가입자 수 및 보급률 추이

(단위: 천명)



타당성 판단 근거	▷ 브로드밴드 시장이 빠르게 성장하고 있으나 보급률은 0.2%에 불과하며 가구당 PC보급률도 낮음. 국제 인터넷 백본 접속을 위해 UzPak으로부터 용량을 임대받아야 하는 것도 걸림돌임 ▶ 낮은 소득, PC 및 브로드밴드 보급률을 감안하면 우즈베키스탄 인터넷/브로드밴드 시장진출은 타당성이 낮음
-----------------	--

3) 이동통신

가) 시장현황

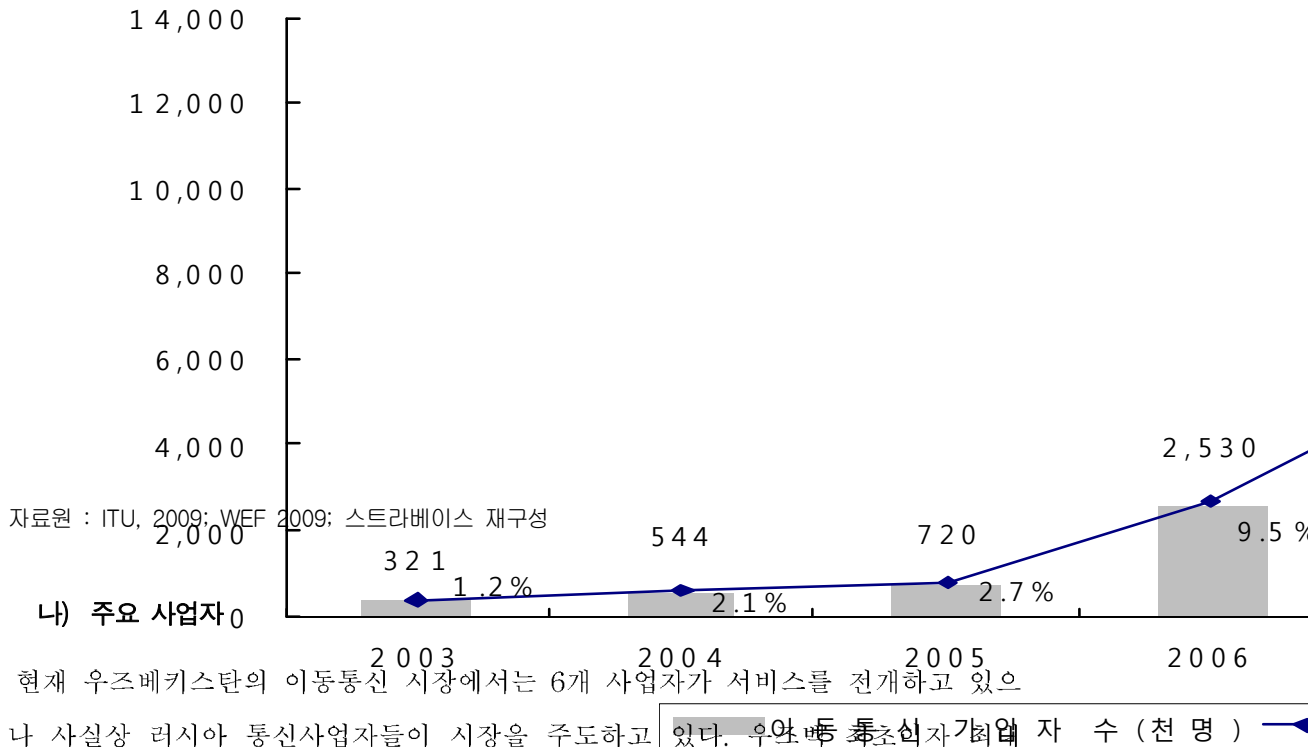
우즈베키스탄의 이동통신 가입자는 2008년 말 기준 1,273만 명, 보급률은 46.8%로 시장은 성장 단계에 있다. 특히 2003~2008년 CAGR이 100%를 넘을 정도로 매년 폭발적인 성장세를 보이고 있다.

이동통신 서비스 가운데 GSM 방식이 96.8%에 이르며 CDMA 방식은 나머지 3.2%에 불과하다. 지난 2007년 Unitel과 MTS가 3G 라이선스를 획득, 모바일 및 인터넷 서비스에 대한 허가를 받았으나 양사 모두 현재까지 3G 서비스 출시 계획

은 발표하지 않고 있다.

〈그림 3-56〉 우즈베키스탄 이동통신 가입자 수 및 보급률 추이

(단위 : 천명)



나 사실상 러시아 통신사업자들이 시장을 주도하고 있다. 우즈베키스탄의 이동통신사인 러시아 MTS가 46%의 점유율로 가장 앞서가고 있으며 Unitel과 Coscom을 포함한 3社の 점유율이 95%를 넘어서고 있다.

(1) MTS

이동통신 1위 사업자로 지난 1992년 DAMPS 네트워크로 서비스를 시작해 2002년 9월 GSM 서비스를 시작했다. 2016년까지 유효한 GSM/AMPS/DAMPS 라이선스를 보유하고 있으며 2007년 3G 라이선스를 확보했다.

(2) Unitel(Beeline)

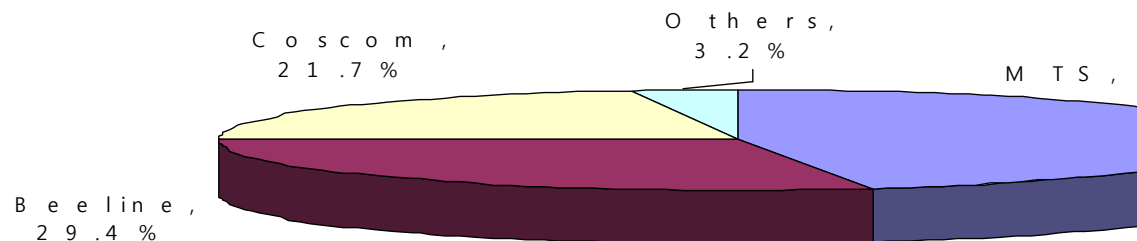
2008년말 기준 시장 점유율은 약 29%로 업계 2위를 달리고 있다. 대우인터내셔널

이 1996년 설립했으나 2006년 2월 러시아의 VimpelCom이 인수해 Beeline 브랜드로 서비스를 제공하고 있다.

(3) Coscom

우즈베키스탄과 미국이 합작 설립한 회사로 중앙아시아와 러시아에서 무선통신 사업을 전개하는 미국 MTC가 86%의 지분을 소유하고 있으며 시장의 21%를 점유하고 있는 3위 사업자다.

〈그림 3-57〉 우즈베키스탄 이동통신 사업자별 시장점유율



* 2008년 말 기준

자료원 : Cowen and Company, 2009; 스트라베이스 재구성

⇒ **우즈벡 이동통신 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음**

타당성 판단 근거	▷ 최근 3년간 가입자가 급증하고 있으며 이동통신 보급률이 46.8%로 아직 낮아 시장의 성장 가능성은 있음 ▶ 그러나 이미 1강 2종의 3사 구도를 형성해 신규 사업자가 진입하기에는 시기상 적절치 않다는 점에서 우즈베키스탄 이동통신 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단
-----------------	---

4) WiMax

2007년 10월 일본 Sumimoto와 국내 KT가 East Telecom 및 WiBro 라이선스를 보유하고 있는 Super iMax를 인수하면서 WiBro 사업에 착수했다. Super iMax는 2008년 9월 수도 및 3개 도시에서 Evo란 브랜드로 Fixed WiMax 상용화 서비스를 시작했다.

KT 등이 상용화한 Fixed WiMax 서비스는 이동성은 다소 낮지만 네트워크 구축

비용이 적고 기지국 당 커버리지는 넓은 장점이 있어 노트북PC 보급률이 낮은 우즈베키스탄의 상황에 알맞은 서비스로 평가받고 있다. 현재 KT는 Super iMAX의 지분 60%를 소유하고 있다.

우즈베크 최대 이동통신 사업자인 MTS-Uzbekistan은 2007년 4월 2.6GHz 대역 라이선스를 할당받고 수도에서 WiBro 서비스 출시를 준비 중에 있다. 우즈베크 통신사업자 Sarcor Telecom 역시 자사가 보유한 3.5GHz 대역을 이용해 WiBro 서비스 출시를 준비하고 있다.

⇒ 우즈베크 WiMax 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 브로드밴드 보급률이 낮고 넓은 국토 면적에 비해 통신 인프라가 낙후돼 WiMax의 성장 가능성은 높음 ▶ 이미 KT가 진출해 있으나 수도 및 일부 도시를 제외하고는 수익성 확보가 쉽지 않다는 점에서 시장진출은 타당성이 낮음. 단기(既) 진출한 사업자는 인구밀집 지역을 중심으로 사업을 전개해야 사업성과 수익성 확보 가능
-----------------	---

5) IPTV

통신회사 East Telecom은 Color IPTV라는 자회사를 설립, 지난 2006년 8월 수도인 타슈켄트에서 IPTV 시범 서비스를 실시했다. 2007년 East Telecom을 인수한 KT는 Color IPTV를 통해 2008년 10월부터 IPTV 상용 서비스를 실시하는 등 시장을 선도해가고 있다. 그러나 대부분의 인터넷 이용자들이 인터넷 카페를 이용할 만큼 우즈베크의 인터넷 보급률이 낮다는 취약점이 있어 IPTV서비스가 보급되는데 상당한 시간이 소요될 전망이다.

⇒ 우즈베크 IPTV 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 인구 밀집 도시에서 일정수준 수익성 확보가 가능하며 KT가 인수한 East Telecom이 타슈켄트에서 상용서비스 제공 ▶ 낮은 브로드밴드 보급률을 감안하면 서비스 활성화에 상당 시일이 소요된다는 점에서 타당성이 낮은 것으로 판단
-----------------	---

6) DMB

현재 우즈베키스탄에서는 이동통신 네트워크를 통한 모바일 방송 서비스만 제공되고 있으며 모바일 TV 서비스는 제공되지 않고 있다.

⇒ 우즈벡 DMB 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 아직 3G 서비스도 제공되지 않고 있으며 모바일 TV에 대한 이동통신 사업자의 계획도 없는 상태 ▶ 모바일 TV 표준과 관련한 정부의 구체적인 일정이나 계획도 없어 DMB 시장 진출은 아직 시기상조인 것으로 판단됨
-----------------	---

7) 장비/단말/솔루션 등

현재 PC 시장은 우즈베키스탄에서 가장 경쟁이 치열한 분야다. 이는 그만큼 PC 및 주변기기 시장의 성장 가능성이 높기 때문으로 현재 PC 보급률은 한 자리 수에 머무르고 있다. 더불어 향후 우즈베키스탄에서 PC 보급률과 인터넷 활용도가 높아질 경우 기업 고객들을 중심으로 보안 소프트웨어 수요도 증가할 전망이다.

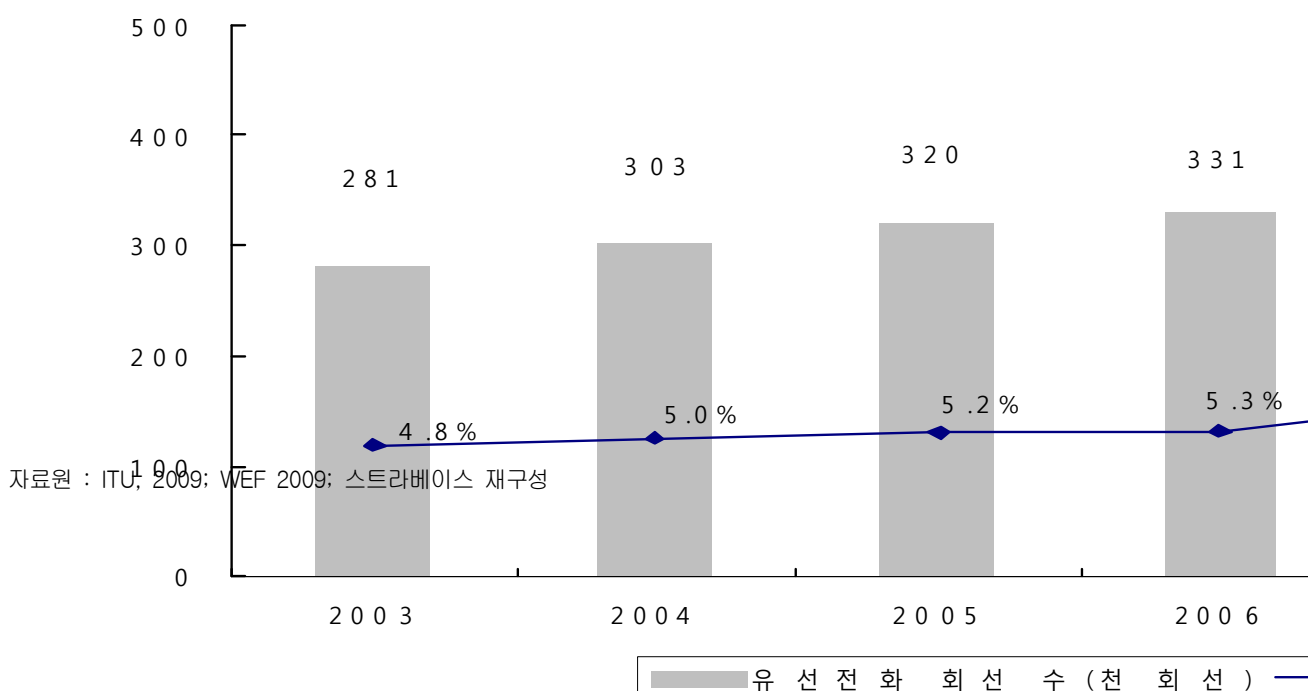
나. 파라과이

1) 유선전화

파라과이의 유선전화 회선 수는 2008년 말 기준 49만 회선, 보급률은 약 8%에 이르며 파라과이의 유선전화 보급률은 지난 5년간 꾸준히 성장하고 있다.

〈그림 3-58〉 파라과이 유선전화 회선 수 및 보급률 추이

(단위 : 천 회선)



그러나 유선전화의 가구 보급률은 여전히 낮은 수준이어서 향후 성장 가능성은 높다. 1948년 설립된 국영 통신사업자인 Copaco가 유선전화, 공중전화, VoIP 서비스를 독점으로 제공하고 있다. 통신규제기관 Conatel은 Copaco에만 VoIP 제공 라이선스를 부여하고 있으며 이에 따라 2008년말 Copacp는 VoIP서비스를 시작했다.

⇒ **파라과이 유선전화 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 높음**

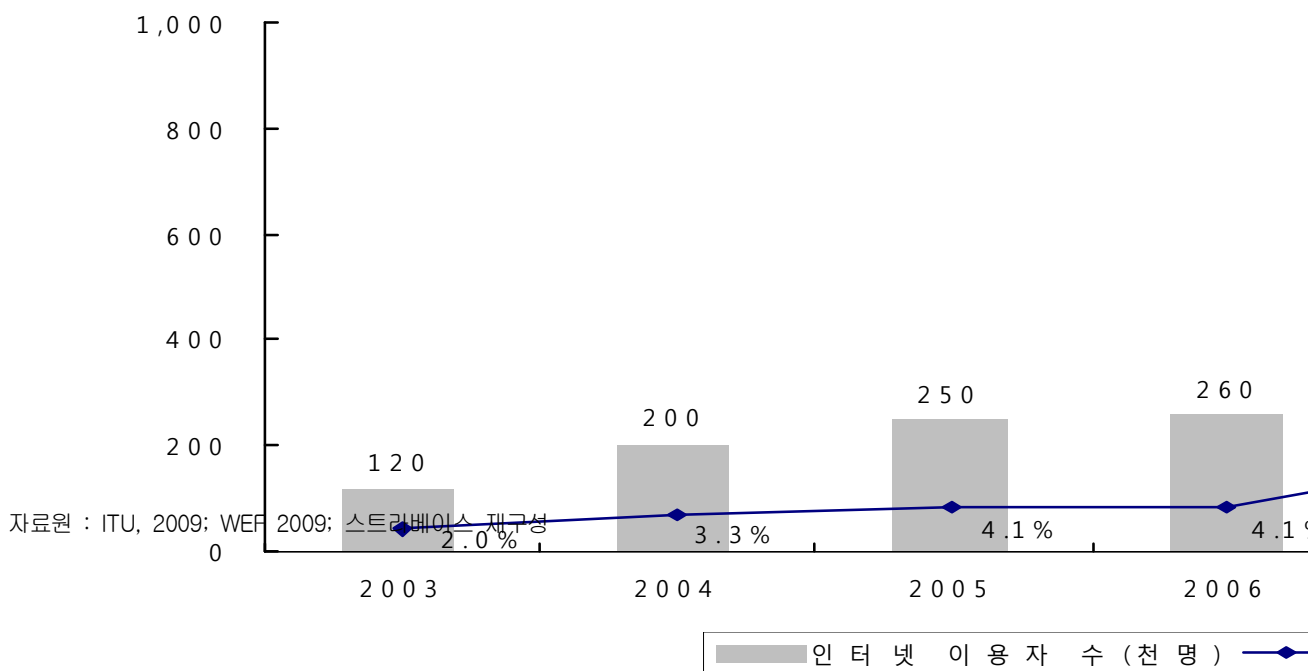
타당성 판단 근거	▷ 유선전화 보급률이 꾸준히 증가하는 추세이며 정부가 국영 사업자 Copaco의 민영화를 추진중이나 시민들의 반대로 큰 진전은 없는 상황 ▶ 해외 사업자들이 지분 인수 의사를 타진중인 가운데 정부의 Copaco 민영화 의지가 강력해 Copaco 지분 참여를 통한 파라과이 유선전화 시장진출은 타당성이 높은 것으로 판단
-----------------	--

2) 인터넷/브로드밴드

파라과이의 인터넷 이용자 수는 2008년 말 기준 89만 명, 이용률은 10%대 중반에 머물고 있다. 2003~2008년 CAGR이 49%로 최근 시장은 급성장하고 있지만 전반적인 소득수준이 낮아 PC 보급률과 인터넷 보급률을 비롯한 정보통신 기술이 다른 남미 국가에 비해 떨어진다.

〈그림 3-59〉 파라과이 인터넷 이용자 수 및 보급률 추이

(단위: 천명)

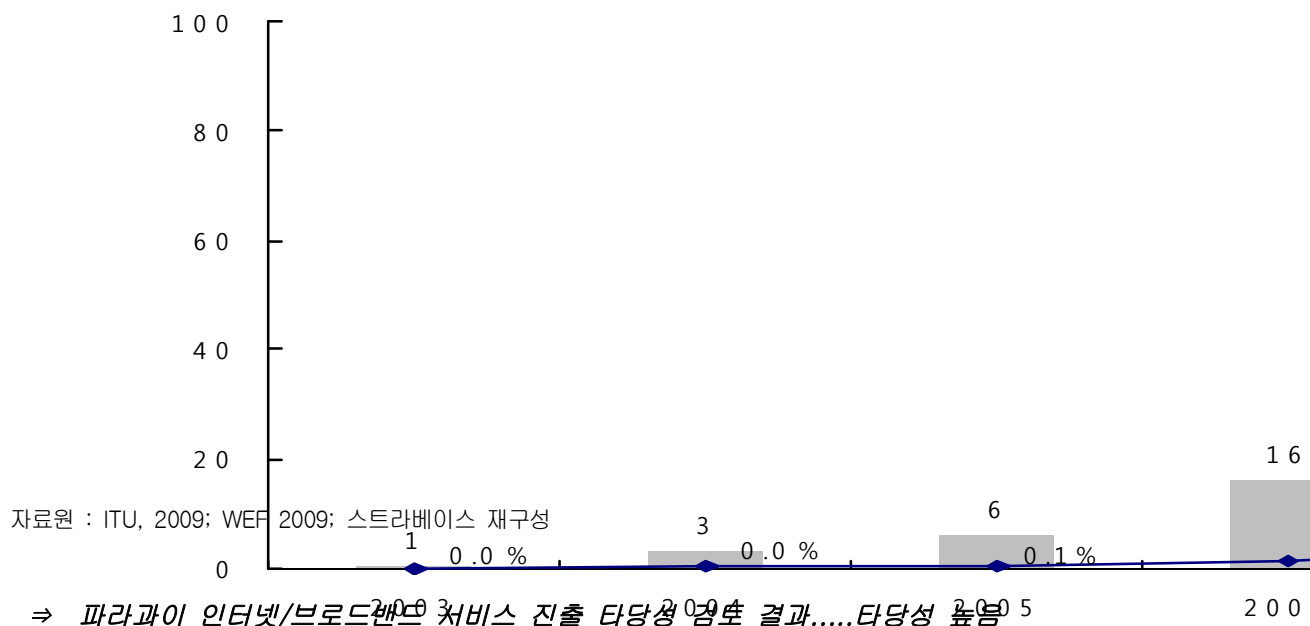


파라과이의 브로드밴드 가입자 수는 2008년 말 기준 9만 명에 불과하며 보급률은 1%를 겨우 넘는 수준이다. 시장규모는 물론 가입자 순증 규모도 연 5만 명 미만으로 작은 편이지만 연간 가입자 증가율은 70% 이상인 것으로 알려져 있다.

유선전화 독점 사업자인 Copao가 인터넷 서비스 시장도 독점하고 있지만 2009년 3월부터 인터넷 시장이 자유화됨에 따라 민간 통신사업자들의 참여가 잇따르고 있다. 현재 10여개 민간 사업자들이 ADSL, WiMax, 케이블 모뎀을 이용한 브로드밴드 서비스를 제공하고 있다. 그러나 Copao는 여전히 인터넷 및 브로드밴드 시장에서 지배적 위치를 유지하고 있다.

〈그림 3-60〉 파라과이 브로드밴드 가입자 수 및 보급률 추이

(단위: 천명)



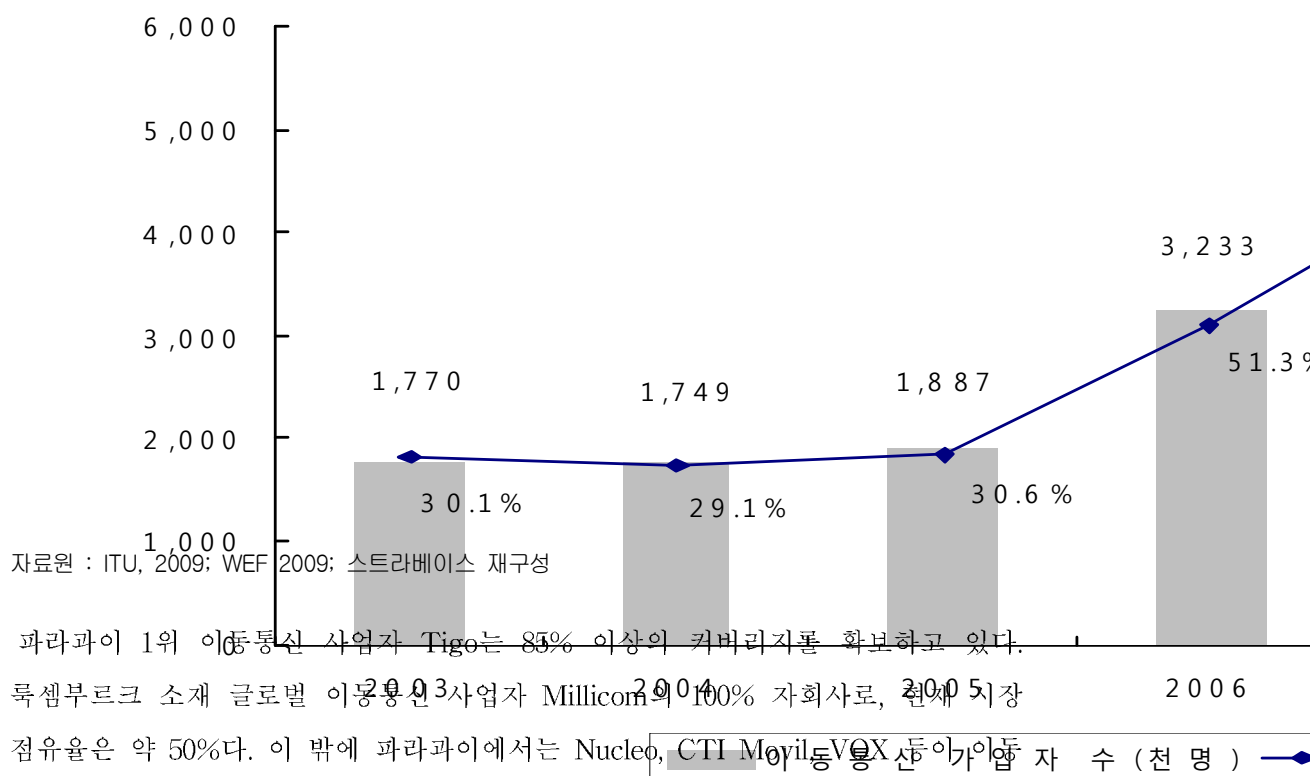
타당성 판단 근거	가 입 자 수 (천 명)
▶ 브로드밴드 보급률(1.4%)이 낮고 인구가 작아 시장규모가 작다는 단점이 있지만 최근 5년간 시장은 급성장(CAGR 182%) ▶ 민영화 추진중인 Copaco에 대한 지분 참여나 인터넷 시장 경쟁 활성화 정책에 따른 ISP로의 진입 등을 고려하면 파라과이 인터넷/브로드밴드 시장 진출은 타당성이 높은 것으로 판단	

3) 이동통신

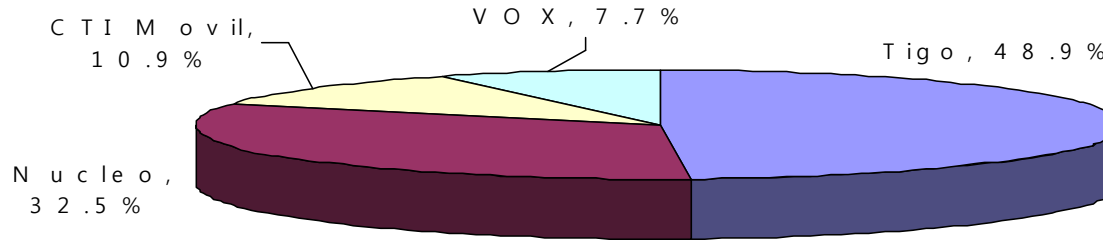
파라과이 이동통신 가입자는 2008년 말 기준 595만 명, 보급률은 95%로 시장은 포화 상태다. 특히 지난 2006년부터 가입자가 급증하기 시작해 2005년 31%에 불과하던 보급률은 3년 만에 3배로 증가했다. 낮은 소득수준에도 불구하고 꾸준한 가입자 증가율을 보이고 있으며 SIM카드를 사용하는 GSM 시장처럼 보급률이 150%까지 성장하는 사례도 있으나 향후 성장은 제한적일 것으로 보인다.

〈그림 3-61〉 파라과이의 이동통신 가입자 수 및 보급률 추이

(단위 : 천명)



〈그림 3-62〉 파라과이 이동통신 사업자별 시장점유율



★ 2008년 말 기준

자료원 : Cowen and Company, 2009; 스트라베이스 재구성

⇒ 파라과이 이동통신 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 2005년까지만 해도 이동통신 보급률이 약 30%에 불과해 시장 진입 여지가 있었으나, 지난 3년간 보급률이 95.5%까지 급상승하면서 시장은 포화상태 ▶ 보급률이 상승해 시장진입의 적기가 지난 것으로 판단됨에 따라 파라과이 이동통신 시장진출은 타당성이 낮다고 판단
-----------------	--

4) WiMax

파라과이는 현재 브로드밴드 가구 보급률이 매우 낮다는 점에서 미래 성장성은 높다고 할 수 있다. 현재 이동통신 시장에서 1, 2위를 달리는 Tigo와 Nucleo가 WiMax 상용 서비스를 제공하고 있다. 이동통신 시장에서 강력한 사업 기반을 보유한 두 회사가 WiMax 서비스에 주력하고 있다는 측면에서 앞으로 안정적인 커버리지와 가입자 확대를 예상할 수 있다.

이 밖에 초고속 인터넷 ISP인 Activent, 케이블 사업자인 Multicanal도 WiMax 서비스를 제공 중이지만 주파수 라이선스를 보유하지 못했다. 두 회사는 유선 커버리지가 부족한 지역을 중심으로 서비스를 제공하고 있다.

⇒ **파라과이 WiMax 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음**

타당성 판단 근거	▷ 2003~2008년 브로드밴드 가입자가 급증(CAGR 182%)하고 있어 유선 브로드밴드의 <u>대체재</u>로 WiMax의 positioning이 가능하나 WiMax에 대한 정부의 구체적인 정책이 없음 ▶ 현재 유선 사업자가 아닌 1,2위 이동통신사가 WiMax 서비스를 제공중이라는 점은 WiMax를 이동통신의 <u>보완재</u>로 규정하고 있음을 방증. 결국 WiMax가 주류 브로드밴드 서비스가 될 가능성이 낮다는 점에서 시장진출 타당성은 낮음
-----------------	--

5) IPTV

유선 및 인터넷 네트워크를 독점하고 있는 Copaco가 2009년 상반기에 IPTV 서비스를 제공할 계획이라고 밝혔으나 아직 서비스가 제공되지 않고 있다. Copaco는 IPTV 서비스를 위해 낙후된 브로드밴드 인프라를 대체할 FTTH 구축을 추진 중이나 일단 현재의 DSL 네트워크를 통해 저화질 서비스부터 시행할 계획이다.

FTTH가 구축되면 원활한 IPTV 서비스가 가능할 것으로 보이나 파라과이 전체 인구와 브로드밴드 가입자를 고려했을 때 서비스가 활성화된다고 해도 IPTV 시장규모는 크지 않을 것으로 전망된다.

⇒ **파라과이 IPTV 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 높음**

타당성 판단 근거	▶ 시장규모는 작지만 Copaco가 민영화되면 지분 참여를 통해 유선전화/브로드밴드/IPTV의 TPS로 시장에 진출, 수익성 확보가 가능하단 점에서 IPTV시장진출은 타당성이 높음 ▶ 단 ISP로 진출할 경우 Copaco가 브로드밴드 네트워크를 장악하고 있어 네트워크 임대료에 따른 수익성 확보가 우려되므로, 이 경우는 시장진출의 타당성이 낮다고 판단
-----------------	--

6) DMB

현재 파라과이는 모바일 디지털TV 기술을 기반으로 한 모바일TV 상용 서비스는 제공되지 않고 있다. 이동통신 사업자 1위인 Tigo가 스트리밍 기반의 모바일TV 서비스로 지상파와 케이블 채널을 제공하고 있는 수준이다.

⇒ **파라과이 DMB 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음**

타당성 판단 근거	▶ 이동통신 데이터 서비스인 3G 서비스 수요가 낮은 상황에서 모바일 TV에 대한 사업자나 정부의 구체적인 계획이 없음을 감안하면 파라과이 DMB 시장 진출은 타당성이 낮다고 판단
--------------------------	--

7) 장비/단말/솔루션 등

파라과이 단말기 시장에서는 Nokia, Sony, Ericsson이 시장을 주도하고 있다. 최근에는 기존 흑백폰을 벗어나 첨단기능을 탑재한 모델들이 판매되고 있으나 가격이 높아 판매율은 낮은 편이다. 삼성전자 제품도 유통되고 있으며 모델이나 품질에 대한 인지도는 높으나 Nokia나 Motorola 등과 달리 고가폰으로 판매되고 있다.

4. Group D 국가군

가. 러시아

1) 유선전화

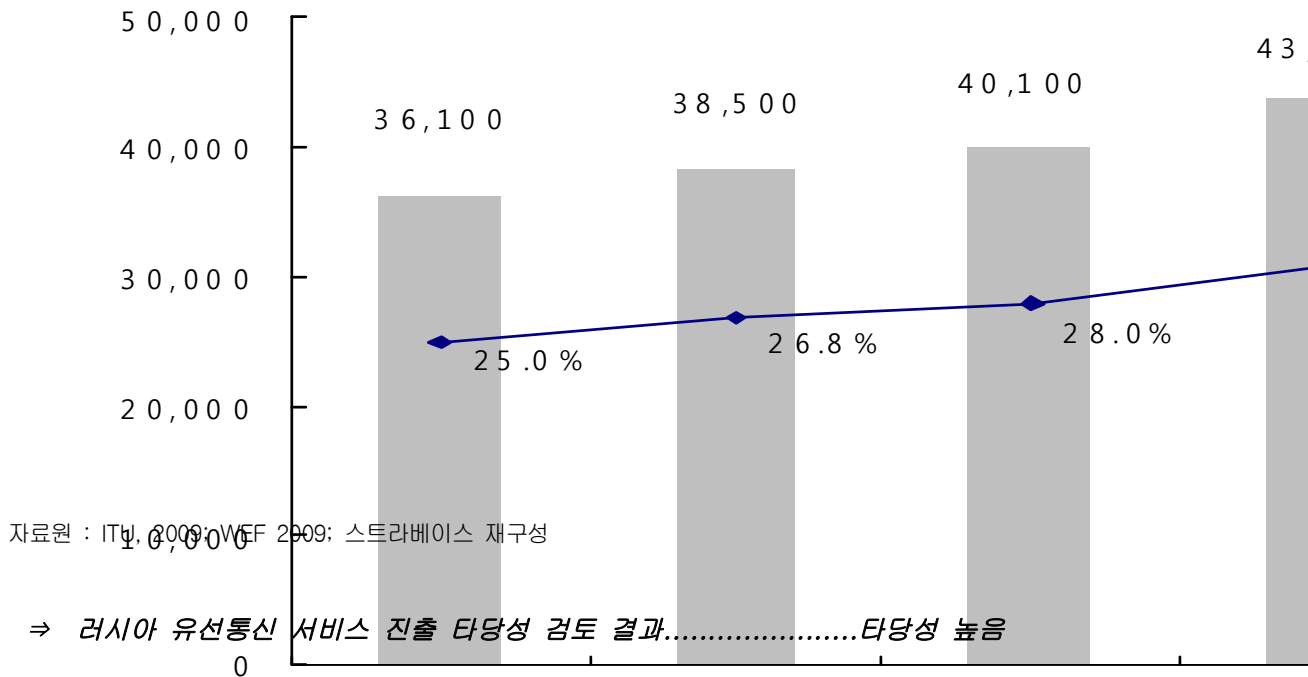
러시아 유선전화 보급률은 2008년 기준 약 32%로 매년 소폭의 성장세를 보이고 있다. 러시아 유선시장은 모스크바나 상트페테르부르크 등 대도시는 인프라가 잘 구축돼 있지만 지방은 통신서비스 사용이 제한되는 경우가 많다.

이로 인해 일부 유선사업자들이 WiFi 기반의 VoIP 서비스를 전개하고 있지만 러시아 정부는 VoIP 이용자가 증가하면 국영 사업자의 매출이 급감할 것을 우려해 VoIP 서비스를 제한하고 있다.

최대 기간통신 사업자인 Svyazinvest는 정부 지분이 75%인 국영 사업자이나 민영화를 준비중이다. 사실상 유선전화 시장을 지배하고 있으며 그동안 구조조정 작업을 통해 산하에 7개 광역 자회사를 설립했다. 이 밖에 러시아 유선통신 사업자로 Golden Telecom, COMSTAR-UTS/MGTS, MULTIREGIONAL TRANSIT TELECOM(MTT), TRANSTELECOM, PETERSTAR 등이 있다.

〈그림 3-63〉 러시아 유선전화 회선 수 및 보급률 추이

(단위 : 천 회선)



타당성 판단 근거	▶ 최근 수년간 유선전화 보급률이 증가세이며 영토가 광대해 전국이 아닌 일부 지역의 사업만으로도 충분히 사업성과 수익성이 보장됨 (KT의 연해주 NTC 성공 사례)
	▶ 아직 VoIP의 유선전화 대체현상이 크지 않으며 유선전화 서비스 제공시 브로드밴드와의 연계도 가능하다는 점에서 러시아 유선전화 시장진출은 타당성이 높은 것으로 판단

회 선 수 (천 회	0 5	2 0
-------------	-----	-----

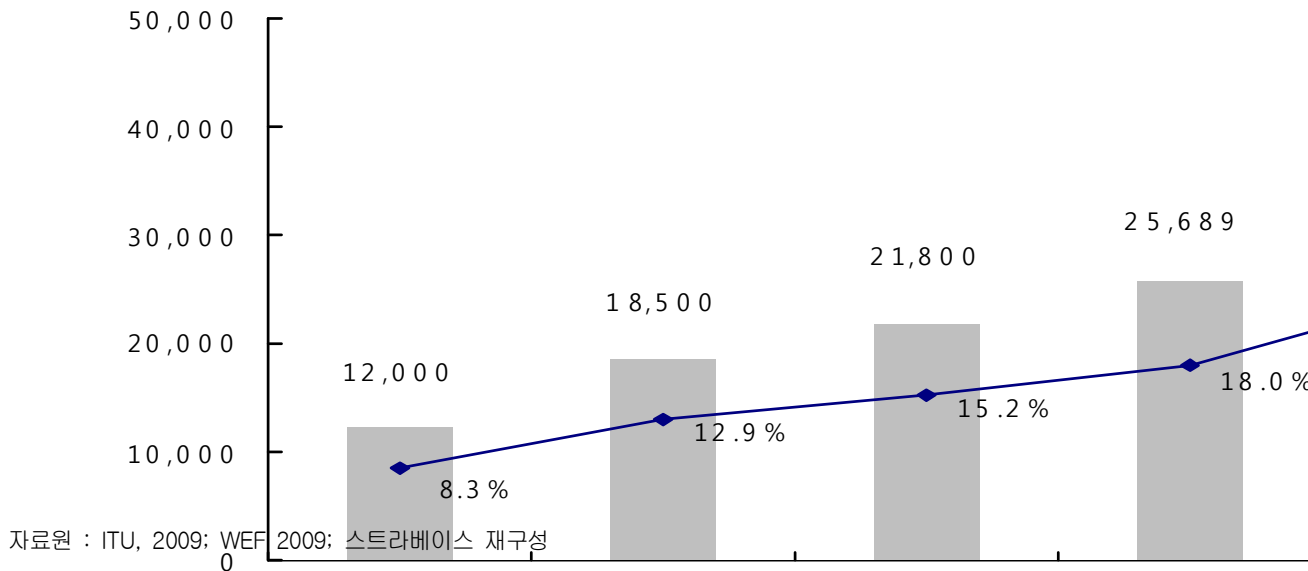
2) 인터넷/브로드밴드

가) 시장현황

러시아의 인터넷 이용자는 2008년 말 기준 약 4,500만 명, 이용률은 32%에 이르고 있다. 다른 유럽 국가들과 비교하면 인터넷 이용률은 저조한 편이나 최근 5년간 CAGR은 30%로 빠르게 성장하고 있으며 향후 성장 가능성도 높은 시장이다.

〈그림 3-64〉 러시아 인터넷 이용자 수 및 보급률 추이

(단위: 천명)



브로드밴드 가입자 수는 2008년 말 기준 928만 명, 보급률은 약 7%로 전체 인구에 비해서는 상당히 낮은 수준이다. 단 전체 인터넷 가입자 중 약 70%는 브로드밴드 접속방식을 이용하고 있으며 브로드밴드 가입자 가운데서도 41%는 전용선을, 28%는 ADSL방식을 이용하고 있다.

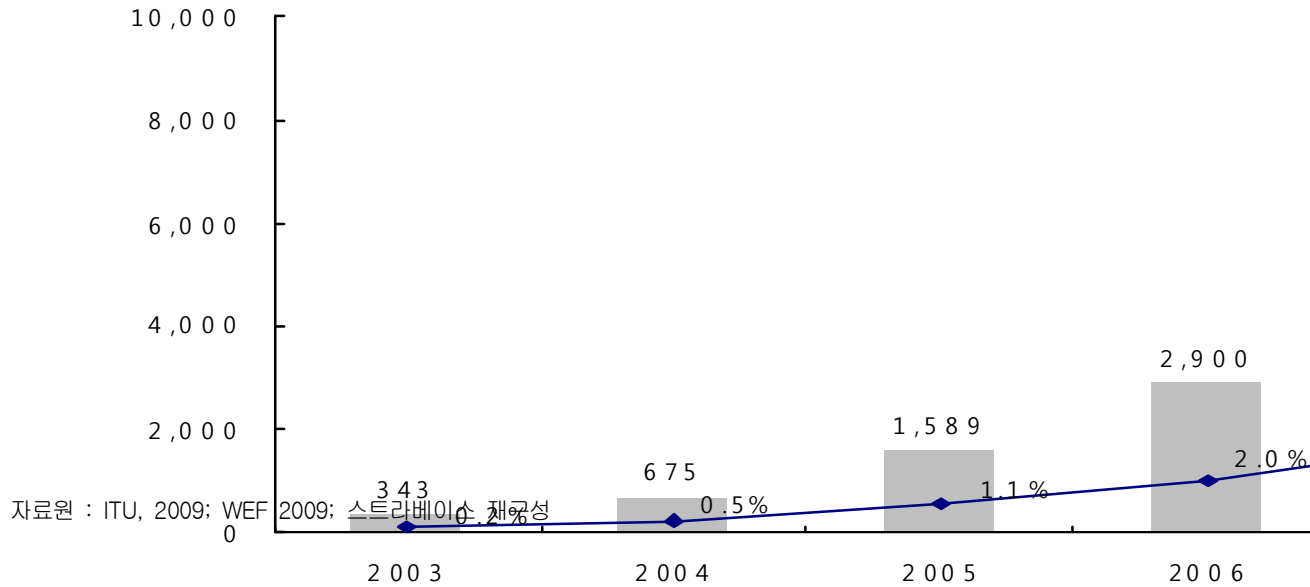
2007년 이전에는 모스크바와 상트페테르부르크 지역의 브로드밴드 가입가구가 러시아 전체의 50%를 넘었으나 최근 그 비중이 30% 수준으로 감소하고 있다. 2008년에는 신규 가입자 비중이 있어서도 이들 두 지역 이외의 기타 지역의 신규 가입자 비중이 70%까지 증가했다.

나) 주요 사업자

현재 러시아 브로드밴드 시장에서는 Comstar UTS가 가장 선도적인 위치에 있으며 Vimpelcom, Volga Telecom, Central Telecom 등이 서비스를 제공하고 있다. 단 중소기업들을 합해 약 950개의 인터넷 사업자가 있기 때문에 앞으로 활발한 인수합병 작업이 진행될 전망이다.

〈그림 3-65〉 러시아 브로드밴드 가입자 수 및 보급률 추이

(단위: 천명)



(1) Comstar UTS

러시아 전역에서 브로드밴드 서비스를 제공중이며 2009년 6월 가입가구는 100만 가구를 넘어섰다. 현재 브로드밴드와 함께 유무선 통신, 유료TV 서비스 등 다양한 서비스를 제공하고 있다.

(2) Vimpelcom

사업 초기 이동통신 서비스만을 제공했으나 2008년 2월 Golden Telecom을 인수해 유선통신과 브로드밴드 영역으로 사업을 확장했다. 2008년 말 47개 러시아 주요 도시에 FTTB망을 구축했으며, 브로드밴드 가입가구도 꾸준히 늘어나고 있다.

⇒ 러시아 인터넷/브로드밴드 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 높음

타당성 판단 근거	▷ 브로드밴드 보급률(6.6%)이 낮고 전국을 커버하는 독점사업자가 없으며 지방 도시 가입자가 증가하는 추세 ▶ 여기에 다수의 ISP들이 난립해 있어 향후 인수합병이 활발할 것으로 예상되므로 신규 ISP로서의 시장 진입 기회가 존재한다는 점에서 시장진출은 타당성이 높은 것으로 판단
-----------------	---

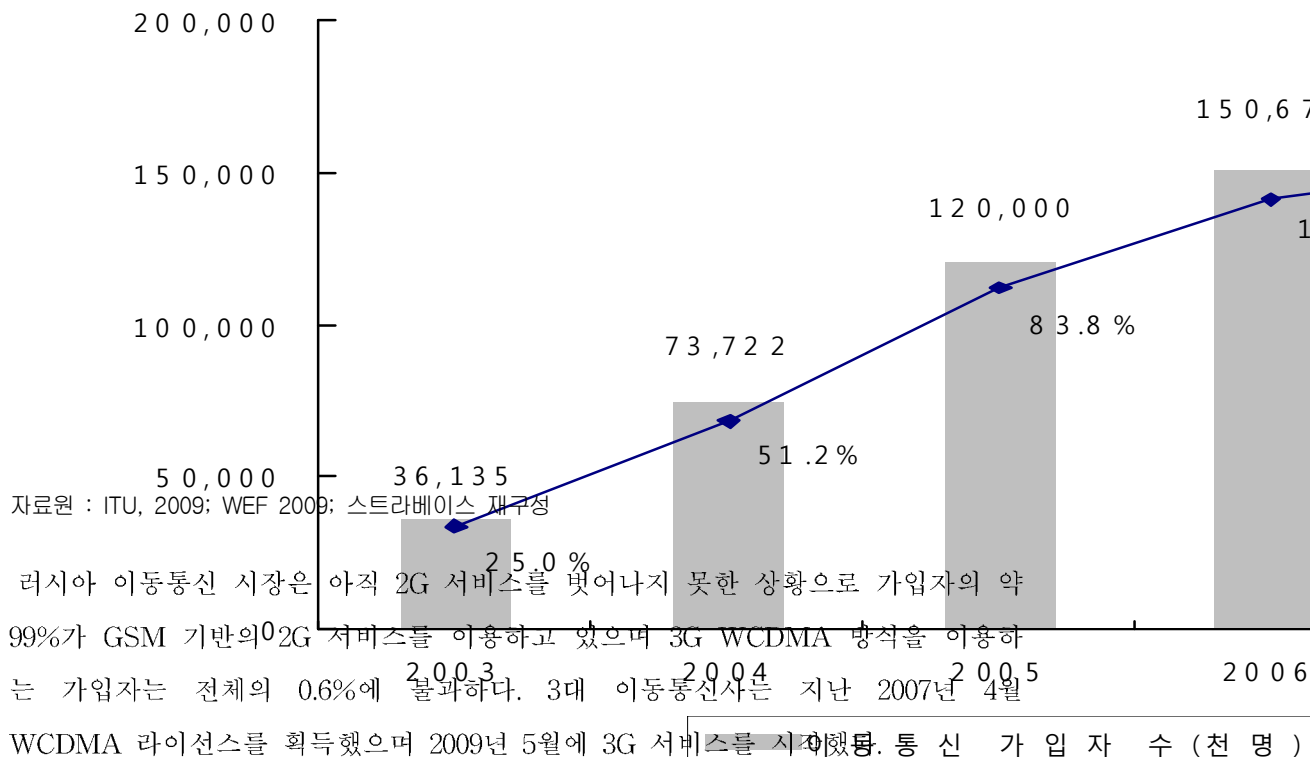
3) 이동통신

가) 시장현황

러시아 이동통신 가입자 수는 2008년 말 기준 1억 8,750만 명, 보급률은 약 133%에 이른다. 이처럼 시장은 이미 포화 상태지만 2003~2008년 CAGR이 39%일 정도로 시장은 여전히 성장세를 구가하고 있다.

〈그림 3-66〉 러시아 이동통신 가입자 수 및 보급률 추이

(단위 : 천명)



러시아 이동통신 시장은 아직 2G 서비스를 벗어나지 못한 상황으로 가입자의 약 99%가 GSM 기반의 2G 서비스를 이용하고 있으며 3G WCDMA 망작을 이용하는 가입자는 전체의 0.6%에 불과하다. 3대 이동통신사는 지난 2007년 4월 WCDMA 라이선스를 획득했으며 2009년 5월에 3G 서비스를 시작했다.

글로벌 금융위기로 인해 소규모 이동통신사들이 경영난에 직면한 반면 대형 사업자들은 막강한 자금력을 바탕으로 신규 사업을 확장중이며 동시에 소규모 사업자를 인수하고 있어 향후 이동통신시장의 개편이 이루어질 것으로 보인다. 한편 러시아 정부는 1990년대부터 통신시장 민영화를 추진하고 외국 투자자에게 시장

을 개방해 왔으나 2008년부터는 지분율을 49%로 제한하고 있다.

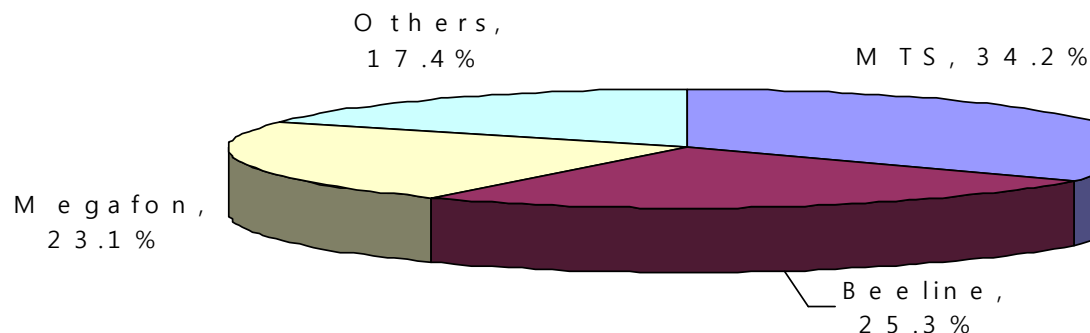
나) 주요 사업자

현재 러시아 이동통신 시장은 MTS가 34.2%의 점유율로 가장 앞서가고 있으며 Beeline이 25.3%, Megafon이 23.1%의 점유율로 3강 구도를 형성하고 있다. 3대 이동통신사의 시장 점유율이 80%를 넘어선 가운데 이들과 함께 기타 20여 개 지역 사업자들이 서비스를 제공하고 있다.

(1) MTS

러시아 최대 이동통신 사업자로 총 31개 지역을 대상으로 48개 사업권을 보유하고 있다. 러시아 국내 사업 외에 아르메니아, 벨로루시, 우크라이나, 우즈베키스탄 등 주변 국가로 사업 영역을 확장하고 있다. MGTS, T-Mobile Deutschland GmbH, Siemens AG 등이 주주이며 2008년 5월 3G 서비스를 출시했다.

〈그림 3-67〉 러시아 이동통신 사업자별 시장점유율



* 2008년 말 기준

자료원 : Cowen and Company, 2009; 스트라베이스 재구성

(2) Vimpelcom

Vimpelcom(Beeline)은 2위 사업자로 유선통신, 이동통신, 브로드밴드 기반의 음성통신, 데이터 서비스를 제공하고 있다. 러시아 및 근접한 CIS국가, 베트남, 캄보디아에도 진출했고 그 결과 커버리지 인구는 3억 명을 넘어서고 있다. 2008년부터 3G 네트워크를 구축, 2008년 말 40여개 도시에서 3G 서비스를 출시했다.

(3) Megafon

이동통신 3위 업체로 MMS, 모바일TV, LBS 등 데이터서비스에 많은 노력을 기울이고 있으며 업계 최초로 러시아내 86개 지역 전체를 커버하는 이동통신 네트워크를 구축했다.

⇒ 러시아 이동통신 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 이동통신 보급률(132.6%)이 포화상태이며 전국 커버리지의 3대 이동사와 20여 개 지역 사업자들이 있어 이동통신만 진출하기는 어려움. 단 특정 지역에서 유선-인터넷/브로드밴드-IPTV와 함께 QPS를 제공하기 위한 경우에는 종합 통신사업자의 사업영역 중 하나로 서비스 제공 가능 ▶ 따라서 국내 통신사업자의 러시아 이동통신 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단되나, 종합 통신사업자로서 QPS 제공하는 경우에는 타당성이 높은 것으로 판단
-----------------	--

4) WiMax

가) 시장현황

러시아에서는 지난 2006년 3월 최초로 Mobile WiMax 서비스가, 이어 2007년에는 Fixed WiMax 서비스가 시작됐다. 현재 30여개 사업자가 서비스를 실시하고 있거나 사업을 추진중인 가운데 2009년 들어 가입자가 급증하고 있다.

러시아는 모바일 브로드밴드 수요가 증가하는 추세이며 기업의 브로드밴드 수요가 많다는 점에서 시장의 성장 가능성이 크다. 정부 역시 2001년 2월부터 낙후된 통신 인프라를 개선한다는 방침하에 e-Russia프로그램을 도입, WiMax 발전에 유리한 환경을 제공하고 있다. 그러나 스펙트럼 부족, 복잡한 규제, 낮은 PC 보급률 등은 시장의 성장을 저해하는 요소로 남아 있다.

나) 주요 사업자

현재 Scartel, Comstar, Enforta 등이 시장을 주도하고 있으며 이 밖에 2008년 이후 러시아 주요 20개 도시에서 서비스를 제공 중인 Synterra, 2008년 5월 WiMax 상용화 서비스를 출시한 Trivon등이 서비스를 제공하고 있다.

⇒ 러시아 WiMax 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 높음

타당성 판단 근거	▷ 낮은 브로드밴드 보급률, 넓은 국토에 비해 낙후된 통신 인프라, 무선 브로드밴드 수요 증가 등의 요인으로 WiMax가 향후 주력 브로드밴드 서비스 즉 WiMax의 유선 브로드밴드 <u>대체재</u>가 될 가능성이 높음 ▶ 30여 개 사업자가 WiMax 서비스를 제공 혹은 추진 중이며 최근 가입자가 급증하는 등 시장 성장 가능성이 높다는 점에서 러시아 WiMax 시장진출은 타당성이 높다고 판단
-----------------	---

5) IPTV

러시아는 지난 2005년부터 IPTV 서비스를 시작했으나 2008년 말 기준 가입자는 30만 명을 넘지 못하고 있다. 현재 유료TV 시장은 케이블과 위성TV가 주류인 상황으로 전체 유료TV 가입자 가운데 IPTV 가입자 비중은 3%에 머물고 있다. 그러나 최근의 인터넷 가입자 확대 추세와 인터넷 인프라 고도화 등으로 시장이 확대될 수 있는 기반이 조성되고 있어 여러 업체들이 서비스를 준비 중이다.

⇒ 러시아 IPTV 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 높음

타당성 판단 근거	▷ 최대 유선사업자 Svyazinvest와 최대 브로드밴드 회사인 Comstar-UT가 IPTV 서비스중이나 유선 브로드밴드 보급률이 낮아 아직 가입자는 미미한 수준 ▶ 향후 성장 가능성이 높고 신규 ISP의 시장진입 기회도 존재하기 때문에 TPS를 겨냥한 IPTV를 제공할 수 있다는 점에서 러시아 IPTV 시장진출은 타당성이 높다고 판단
-----------------	---

6) DMB

러시아는 2006년 유럽형인 DVB-H 방식을 모바일TV 표준 방식으로 채택했다. 그러나 모바일TV 사업 허가 발급 및 서비스를 규제하고 있으며 DVB-H 주파수 할당작업에 대한 구체적 계획을 공개하지 않고 있다. 이러한 규제와 단말기 성능, 콘텐츠 등의 요인들로 인해 러시아 모바일TV 시장은 활성화되지 못하고 있다.

모바일TV 사업권을 획득한 사업자 가운데 현재 Megafon만 상용 서비스를 제공하고 있다. Megafon은 2004년 시범 서비스를 실시한 후 2007년 상용화에 나섰으나 가입자는 10만 명에 불과한 수준이다.

⇒ 러시아 DMB 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▶ 유일한 상용 서비스 Megafon의 서비스가 2007년 시작됐으나 아직 수요가 적은 상황(가입자 10만 명)으로 모바일 TV 표준으로 DVB-H 방식을 채택하고 있어 T-DMB 방식인 국내 DMB 사업자의 시장진출은 타당성이 낮음
-----------------	--

7) 장비/단말/솔루션 등

WiMax 시장의 성장 가능성을 눈여겨 본 삼성, Huawei, Interl, Motorola, Cisco 등 글로벌 장비업체와 단말업체들이 러시아 시장에서 치열한 경쟁을 벌이는 상황으로 Scartel에는 삼성전자가 WiBro 장비를 단독으로 공급중이다.

나. 베네수엘라

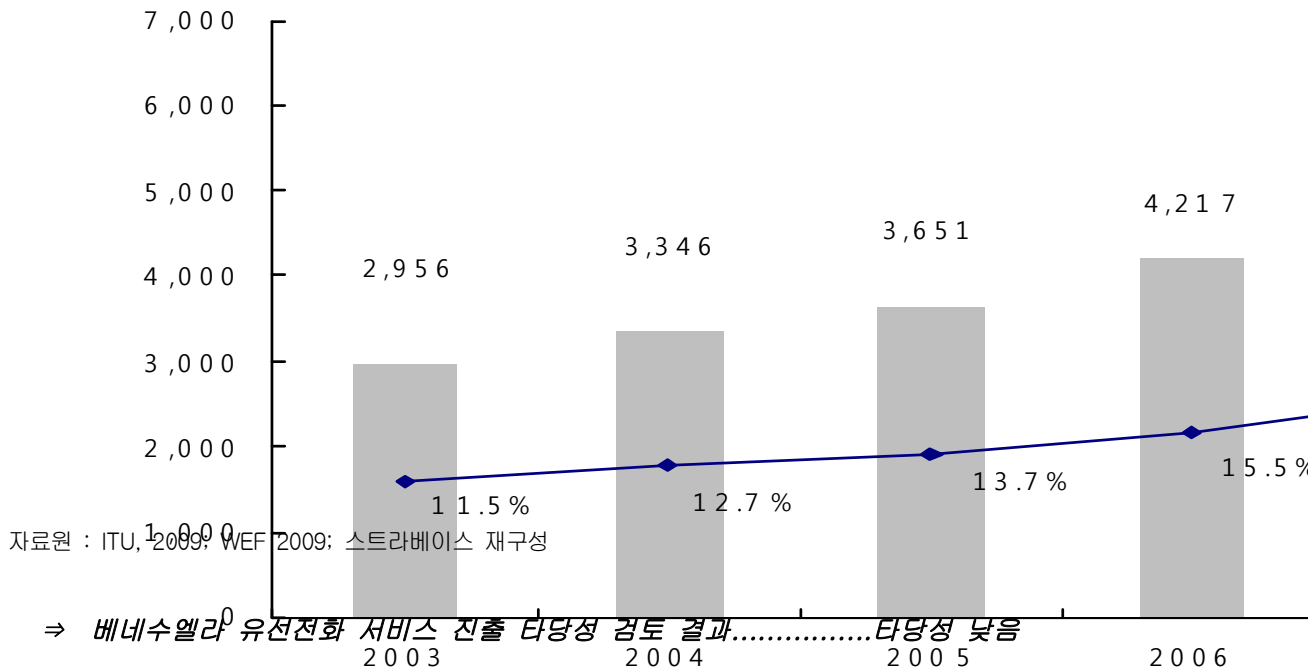
1) 유선전화

베네수엘라의 유선전화 회선 수는 2008년 기준 630만 회선, 보급률은 약 23%에 이른다. 최근 5년간 CAGR이 16.4%에 달할 정도로 유선전화 시장은 꾸준한 증가세를 보이고 있으나 가구당 보급률 측면에서는 점차 성숙단계를 맞고 있다. 여기에 이동통신 보급률이 100%에 육박하면서 이동통신의 유선전화 대체현상도 심화되고 있다.

베네수엘라의 유선전화 시장은 국영 사업자인 CANTV가 약 80%의 점유율로 업계 1위이다. 업계 2위 사업자인 이동통신사 Movistar가 PSTN이 아닌 CDMA 네트워크를 활용한 고정형 무선 방식의 서비스를 제공하고 있는 점을 감안하면, 사실상 유선전화 네트워크는 CANTV가 독점하고 있다.

〈그림 3-68〉 베네수엘라의 유선전화 회선 수 및 보급률 추이

(단위 : 천 회선)



타당성 판단 근거	▶ 유선전화 보급률이 지속적으로 증가하고는 있으나 사실상 성숙단계이며 이동통신 보급률이 100%에 육박하면서 이동통신의 유선전화 대체현상이 가속화 ▶ 국영 사업자인 CANTV가 네트워크를 독점하고 있다는 점을 감안하면 베네수엘라 유선전화 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단
-----------------	--

2) 인터넷/브로드밴드

베네수엘라의 인터넷 이용자 수는 2008년 말 기준 717만 명, 이용률은 25%에 이른다. 2003~2008년 CAGR은 약 30%로 최근 6년간 시장은 꾸준히 성장하고 있으나 인터넷 이용률은 남미 평균 보다 다소 낮은 수준을 보이고 있다. 유선 인프라가 열악한 탓에 대다수 인터넷 이용자가 대도시에 몰려 있으며 공공기관에서 인터넷을 사용하는 이들이 많은 편이다.

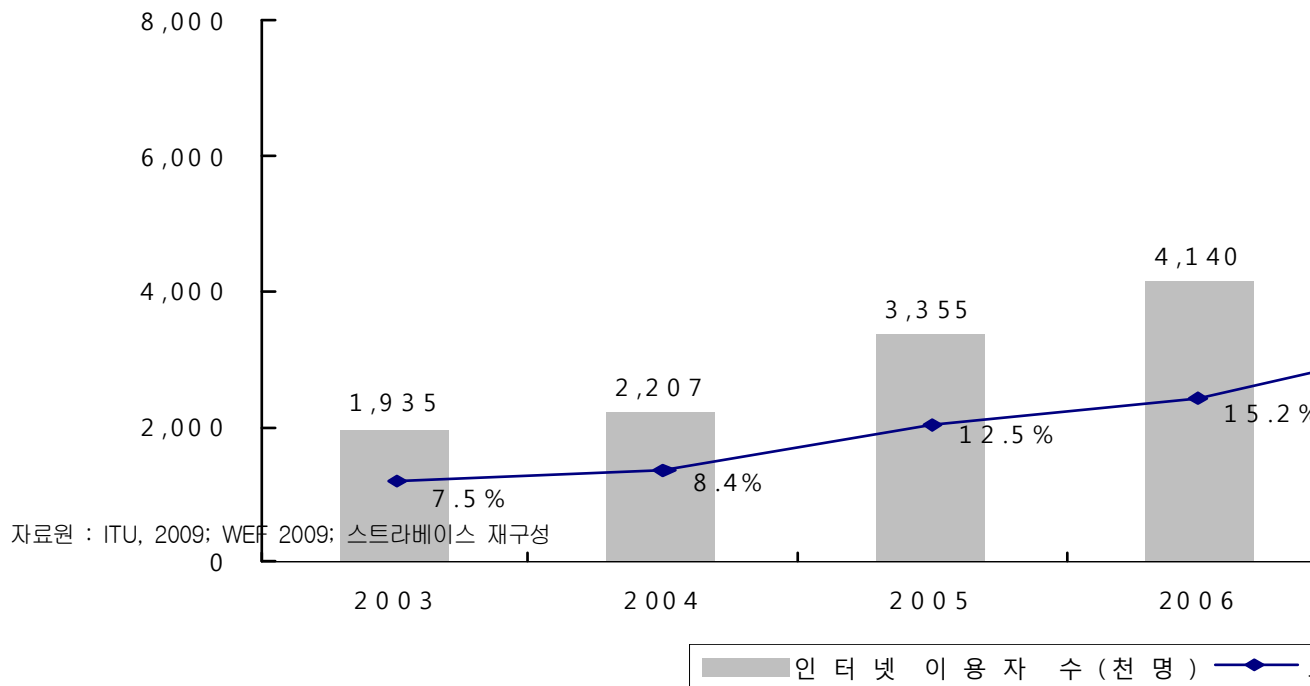
베네수엘라의 브로드밴드 가입자는 2008년 말 기준 133만 명, 보급률은 약 5%로 낮은 편이다. 유선전화 독점 사업자인 국영 CANTV가 브로드밴드 시장의 약 85%

이상을 점유하고 있어 공정한 경쟁이 불가능한 상태로, 이는 시장의 성장을 저해하는 요소로 작용하고 있다.

주요 브로드밴드 사업자로는 국영 사업자인 CANTV 외에 베네수엘라 최대 케이블 사업자인 Inter, 케이블 사업자인 NetUno 등이 있다. CANTV는 자회사를 통해 최대 ADSL서비스를 제공하고 있으며, Inter와 NetUno는 케이블 모뎀 접속 방식으로 서비스를 제공하고 있다.

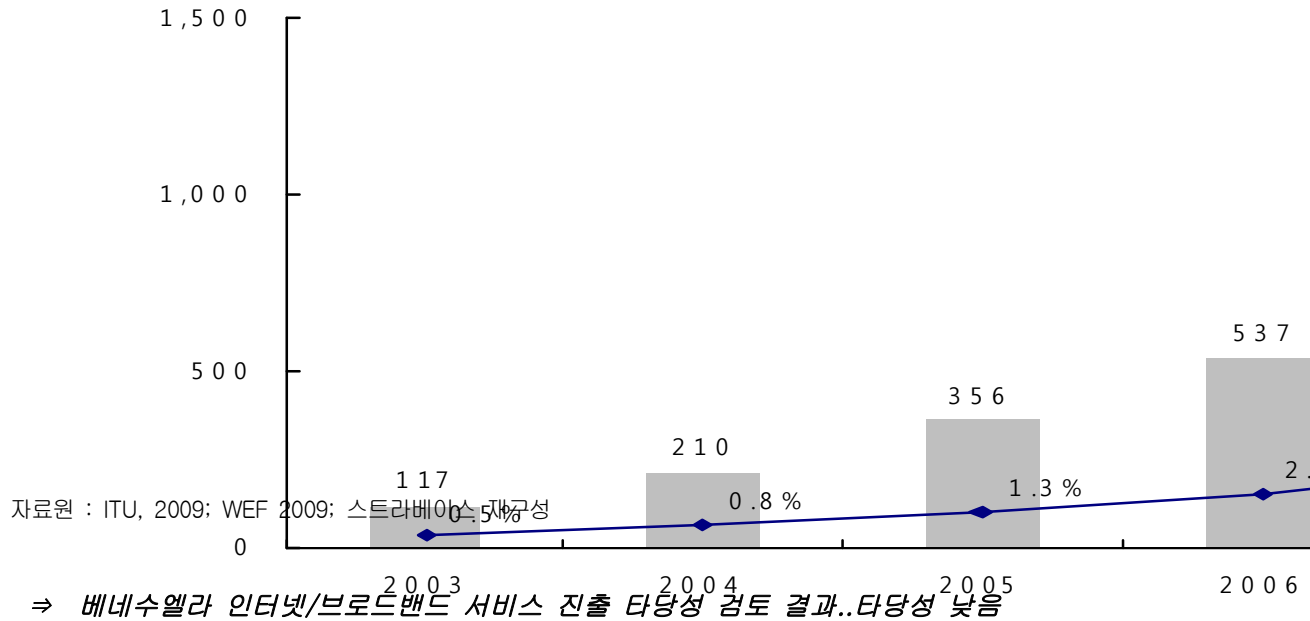
〈그림 3-69〉 베네수엘라 인터넷 이용자 수 및 보급률 추이

(단위: 천명)



〈그림 3-70〉 베네수엘라 브로드밴드 가입자 수 및 보급률 추이

(단위: 천명)



타당성 판단 근거	▷ 브로드밴드 보급률이 4.7%로 낮아 아직 시장의 성장 가능성이 있으나 유선/인터넷/브로드밴드 시장의 사실상 독점 사업자인 CANTV가 네트워크를 장악한 상태 ▶ 진출시 네트워크 임대를 통한 ISP의 경우 수익성 확보가 어렵다는 점을 고려하면 베네수엘라 인터넷/브로드밴드 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단
-----------------	---

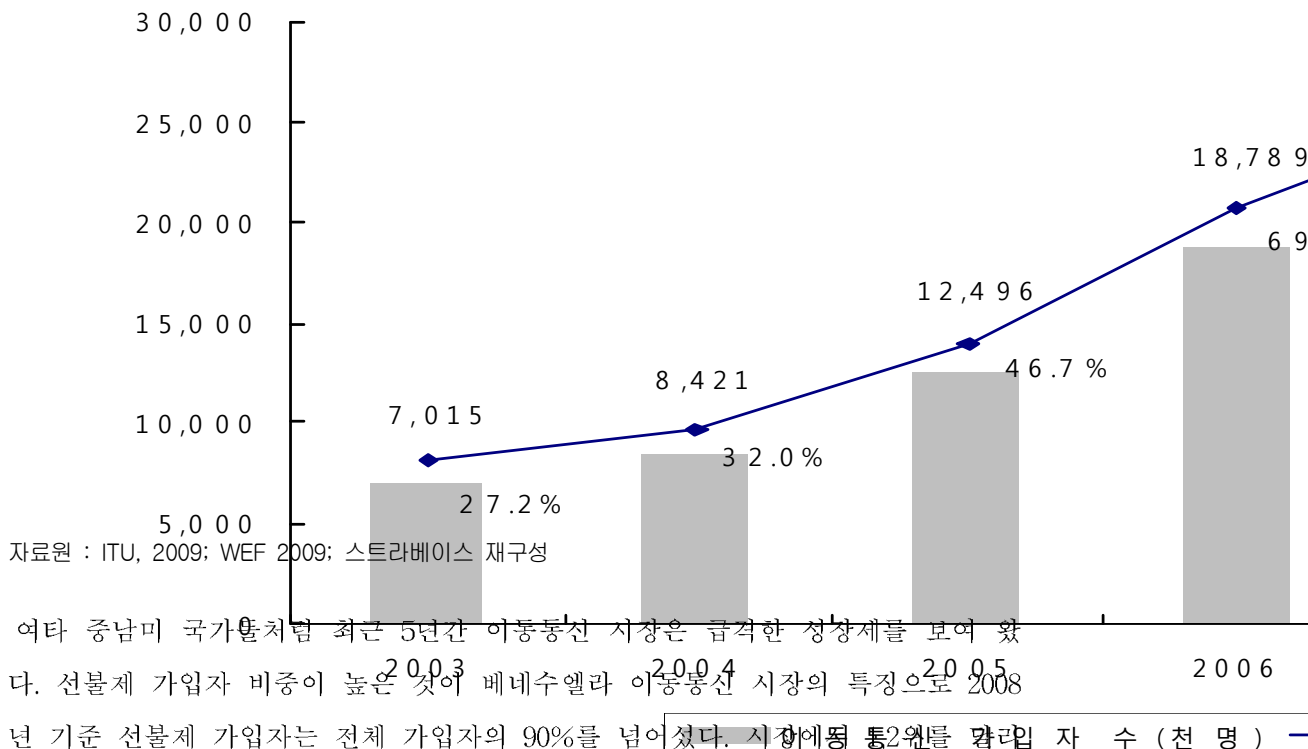
3) 이동통신

가) 시장현황

베네수엘라의 이동통신 가입자는 2008년 말 기준 2,708만 명으로 보급률은 100%에 육박할 정도로 시장은 포화 상태다. 이미 1999년 이동통신 가입자가 유선전화를 추월해 다른 중남미 국가에 비해 이동통신 시장이 발달한 것으로 알려져 있다.

〈그림 3-71〉 베네수엘라의 이동통신 가입자 수 및 보급률 추이

(단위 : 천명)



자료원 : ITU, 2009; WEF 2009; 스트라베이스 재구성

여타 중남미 국가들처럼 최근 5년간 이동통신 시장은 급격한 성장세를 보여 왔다. 선불제 가입자 비중이 높은 것이 베네수엘라 이동통신 시장의 특징으로 2008년 기준 선불제 가입자는 전체 가입자의 90%를 넘어섰다. 시장에는 2개사를 비롯하여 Movilnet과 Movistar가 모두 2G에서는 CDMA 방식의 서비스를 제공중이지만 3G 서비스는 GSM 방식인 HSPA로 이행중이다.

나) 주요 사업자

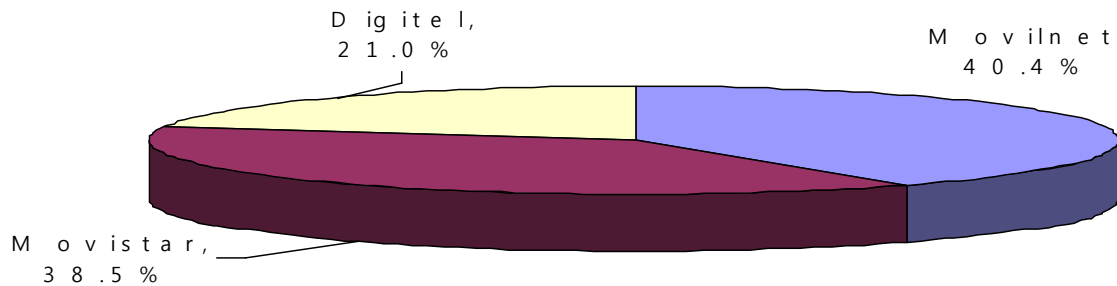
베네수엘라 이동통신 시장은 CANTV의 자회사인 Movilnet의 점유율이 40.4%, Movistar가 38.5%, Digitel이 21%로 3강 구도를 형성하고 있다. 지난 2007년까지 Movistar의 시장점유율이 가장 높았으나 2008년부터는 Movilnet이 업계 1위로 올라섰다.

(1) Movilnet

1992년 CDMA 기반 서비스를 시작했으며 2007년 GSM 서비스를 시작한 후에도 CDMA2000 1x 네트워크의 업그레이드 작업을 지속해왔다. 그 결과 베네수엘라

전역에 서비스를 제공하고 있으며 2009년 말에는 HSPA 서비스도 시작했다.

〈그림 3-72〉 베네수엘라 이동통신 사업자별 시장점유율



★ 2008년 말 기준

자료원 : Cowen and Company, 2009; 스트라베이스 재구성

(2) MTN

베네수엘라 2위 사업자로 스페인 최대 통신사업자인 Telefonica의 자회사다. 2007년부터 GSM 기반 서비스를 제공하고 있으며 2008년 12월부터는 카라카스에서 HSDPA 서비스를 제공하고 있다.

(3) Digitel

베네수엘라 최초의 GSM 사업자 가운데 하나로 2009년 3월 3G HSPA 서비스를 시작했다.

⇒ 베네수엘라 이동통신 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 시장은 이미 포화상태로 국영 사업자 CANTV의 Movilnet, 스페인 다국적 이동통신사 Telefonica의 Movistar, 기타 Digitel 등 3社 구도가 공고해 해외 신규 사업자가 진입할 만한 여지가 없는 상황 ▶ 3社 모두 이미 3G로 네트워크를 업그레이드했기 때문에 3G를 겨냥한 시장 진입도 성과를 내기 어렵다는 점에서 베네수엘라 이동통신 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단
-----------------	--

4) WiMax

지난 2007년 2.5GHz 대역에서 Mobile WiMax 상용 서비스가 시작됐으나, 가입자

는 아직 미미한 수준에 머물고 있다. 그러나 베네수엘라는 국토면적이 거대한 탓에 유선 브로드밴드 인프라가 취약하고 보급률이 낮아 WiMax의 성장 잠재력이 매우 큰 시장으로 알려져 있다.

유료 TV 사업자인 Omnivision의 자회사 Movilmax가 Mobile WiMax 상용 서비스를 시작했으며, 국영통신사 CANTV도 Mobile WiMax 시범 서비스 계획을 발표한 상태다. 현재 3.5GHz 대역과 관련해 Telcel, Genesis, Entel Chile, Millicom, Digicel 등 5개 사업자가 라이선스를 보유하고 있으나, 아직 서비스는 제공되지 않고 있다.

⇒ 베네수엘라 WiMax 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 높음

타당성 판단 근거	▷ 국토면적에 비해 브로드밴드 보급률이 낮은 반면 수요는 꾸준히 증가하고 있어 WiMax의 성장 가능성이 매우 높음 ▶ 통신산업에 대한 외국인 지분 소유가 100% 가능하며 상용서비스도 미미한 수준이기 때문에 기존 WiMax 주파수 라이선스 획득업체 인수를 통해 진출 시 타당성이 높다고 판단
-----------------	--

5) IPTV

베네수엘라에서는 아직 IPTV 상용 서비스를 제공하는 사업자가 없는 상황이다. 국영 통신사업자 CANTV만이 대규모 투자를 통해 2010년 초에 상용 서비스를 제공하고 2015년까지 전국 커버리지를 실현한다는 목표를 발표했다.

⇒ 베네수엘라 IPTV 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 국영 통신사업자 CANTV가 유선/인터넷/브로드밴드 네트워크를 사실상 독점하고 있어 CANTV의 네트워크를 임대해 IPTV 서비스를 제공하는 것은 수익성 확보 측면에서 부담 ▶ Minor 사업자인 Inter와 NetUno를 인수해서 서비스를 제공해도 전국 네트워크와 가입자를 독점한 CANTV가 이미 IPTV 서비스 준비를 마쳤다는 점에서 베네수엘라 IPTV 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단
-----------------	--

6) DMB

베네수엘라에서는 모바일TV의 기술 표준을 기반으로 한 상용 서비스는 물론 시범 서비스도 진행되지 않고 있다. 이미 브라질, 페루, 칠레, 아르헨티나 등 대부분

의 남미 국가들이 일본의 ISDB-T(원세그)를 모바일TV 표준으로 채택하고 있는 가운데 베네수엘라도 2009년 10월 모바일TV 표준으로 일본의 원세그를 채택했다. 이에 따라 2010년부터는 어떤 형태로든 서비스가 시작될 것으로 보인다.

⇒ 베네수엘라 DMB 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▶ 정부가 모바일 TV 표준으로 일본 ISDB-T 방식을 채택함에 따라 T-DMB 방식인 국내 DMB 사업자의 시장진출은 타당성이 낮다고 판단
--------------------------	---

7) 장비/단말/솔루션 등

WiMax 장비시장에 대한 글로벌 기업들의 진출이 활발한 가운데 삼성전자와 포스테이터가 Movilmax, Omnivison 등과 계약을 맺고 단말기 및 장비, 기지국 시장에 진출해 Alcatel, Huawei 등과 경쟁을 벌이고 있다. 한편 베네수엘라의 PC 보급률이 남미 평균을 밑도는 가운데 여타 국가들과 달리 HP, IBM, COMPAQ, DELL 등의 완제품이 수입되는 경향이 강하다.

다. 우크라이나

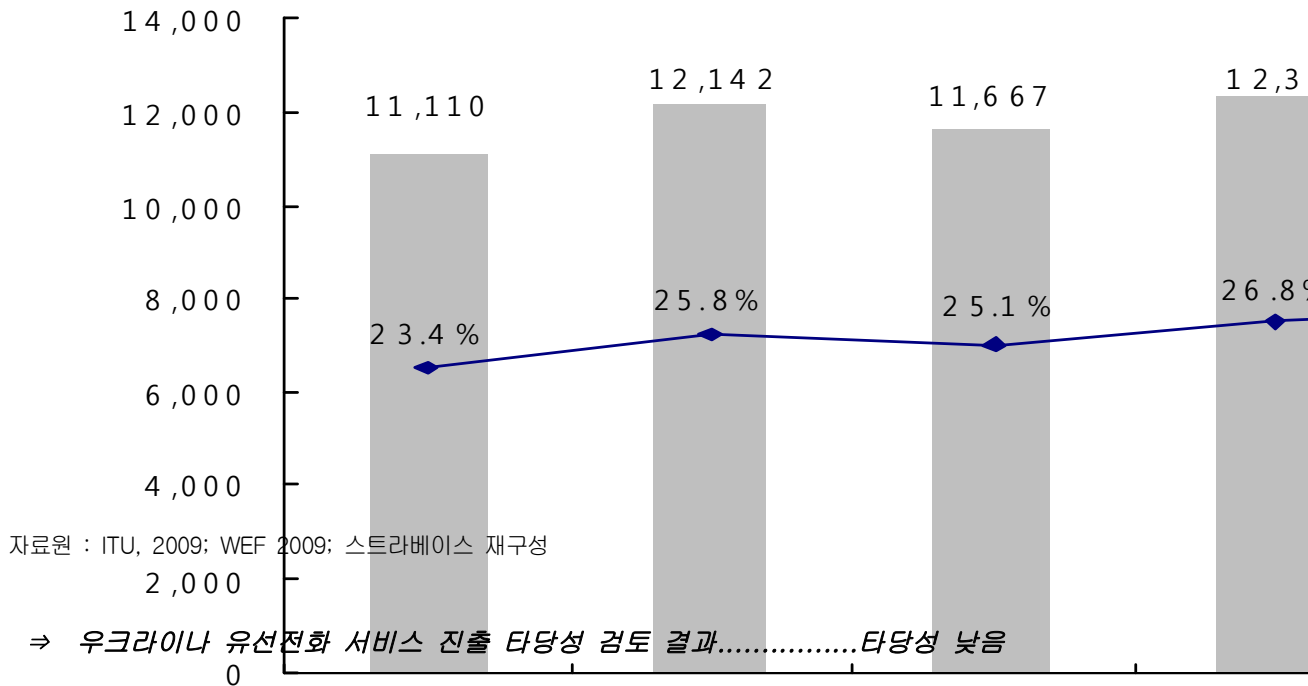
1) 유선전화

가) 시장현황

우크라이나의 유선전화 회선 수는 2008년 기준 1,318만 회선, 보급률은 약 29%수준을 보이고 있다. 우크라이나 유선전화 시장은 국영 통신사업자의 민영화 작업이 지연되면서 통신 인프라에 대한 투자가 부진해, 급격하게 성장중인 이동통신 시장과 달리 매년 완만한 증가세를 보이고 있다. 현재 국영 통신사업자 Ukrtelecom이 전체 유선통신 시장의 80% 가량을 점유하고 있다.

〈그림 3-73〉 우크라이나 유선전화 회선 수 및 보급률 추이

(단위 : 천 회선)



타당성 판단 근거	▶ 유선전화 보급률이 매년 증가하고 있으나 이동통신의 유선전화 대체현상이 심화되고 있어 사업성이 낮음	5	2006
	▶ 유선전화 시장의 80%를 국영 통신사업자 Ukrtelecom이 장악해 진출시 경쟁 및 네트워크 임대료에 따른 수익성 확보가 힘들다는 점에서 시장진출은 타당성이 낮다고 판단	선 수 (천 회 선)	

2) 인터넷/브로드밴드

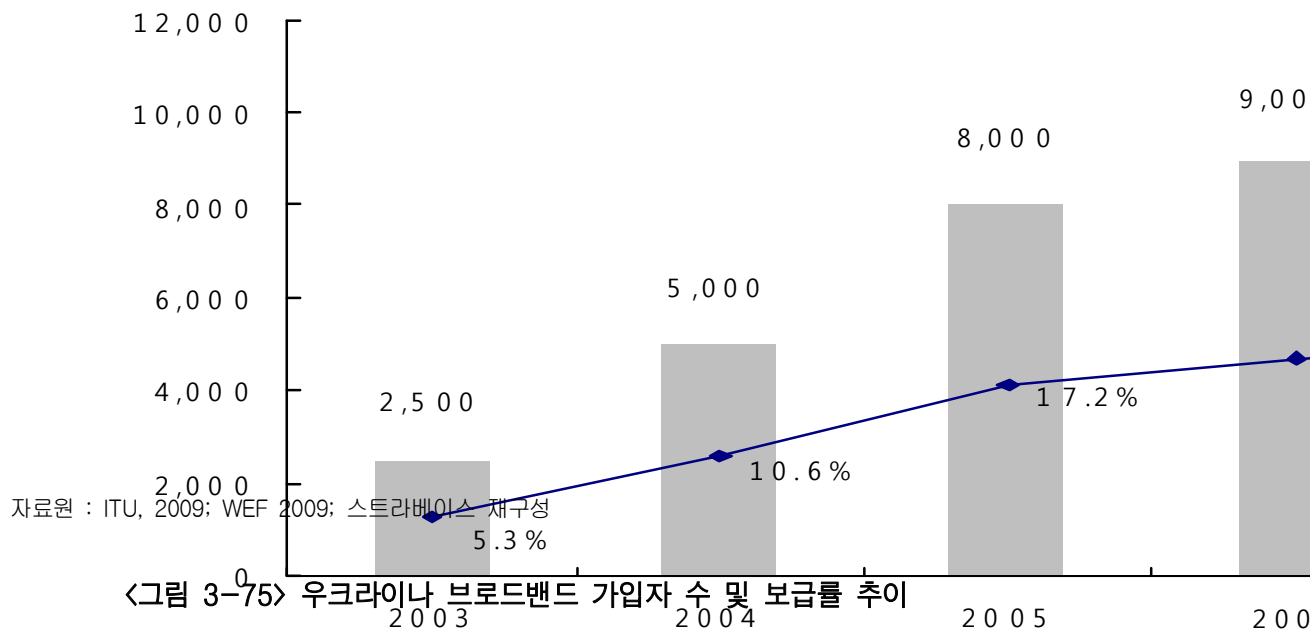
우크라이나의 인터넷 이용자는 2008년 말 기준 1,035만 명이며 이용률은 약 23%에 이르며 최근 5년간 CAGR은 33%로 시장은 빠르게 성장하고 있다. 우크라이나의 브로드밴드 가입자 수는 2008년 말 기준 160만 명으로 보급률은 3%대에 머물고 있지만 급격한 성장세를 보이고 있다.

우크라이나 최대 유선전화 사업자인 Ukrtelecom의 브로드밴드 시장점유율은 28% 정도에 머물고 있다. 이는 러시아 이동통신사인 VimpelCom, 러시아 최대 브로드밴드 사업자인 Comstar-UTS, 우크라이나 최대 케이블 사업자인 Volia Cable

등 경쟁한 사업자들이 ISP로 경쟁을 벌이고 있기 때문이다.

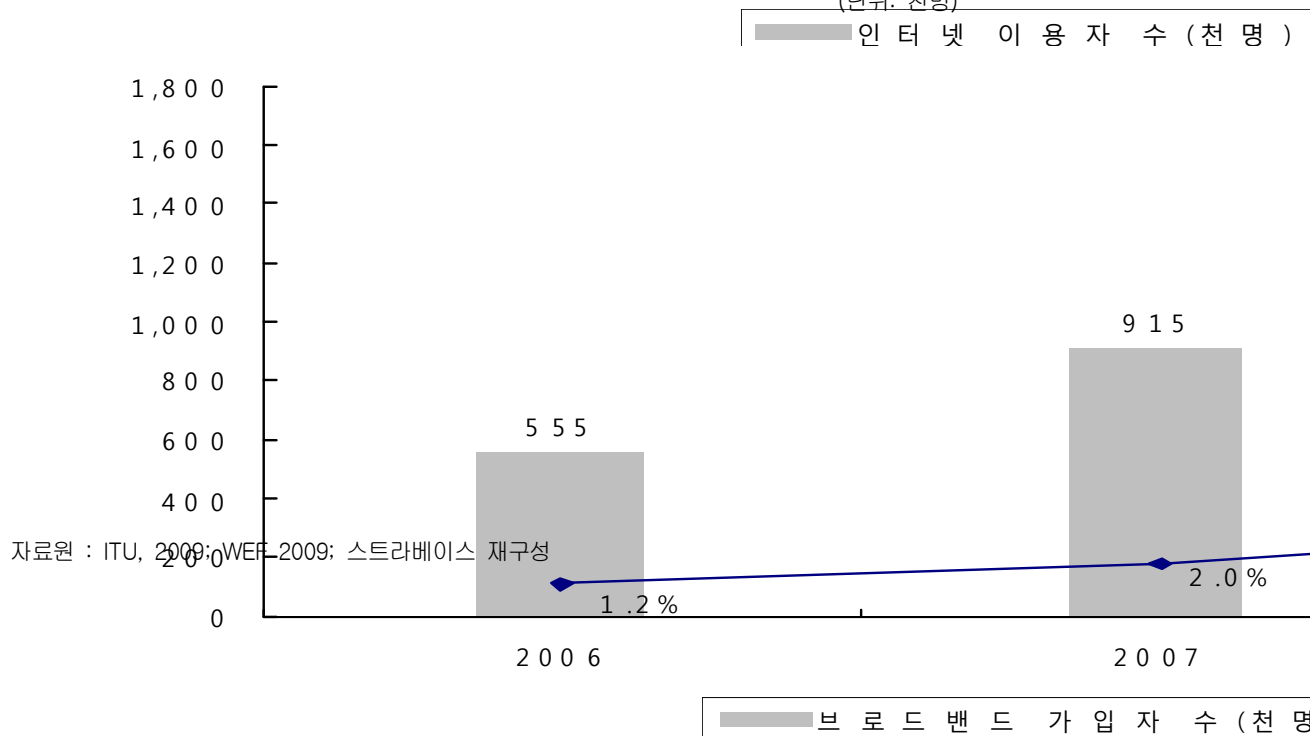
〈그림 3-74〉 우크라이나 인터넷 이용자 수 및 보급률 추이

(단위: 천명)



〈그림 3-75〉 우크라이나 브로드밴드 가입자 수 및 보급률 추이

(단위: 천명)



⇒ 우크라이나 인터넷/브로드밴드 서비스 진출 타당성 검토 결과..타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 브로드밴드 보급률(3.5%)이 낮지만 지배적 유선전화 사업자 Ukrtelecom의 브로드밴드 시장점유율이 28%에 불과할 정도로 ISP들간 경쟁이 치열 ▶ 주요 ISP들이 자금이나 네트워크 커버리지 측면에서 경쟁력을 갖추 신규 진입해도 수익성 확보가 어렵다는 점에서 인터넷/브로드밴드 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단
-----------------	---

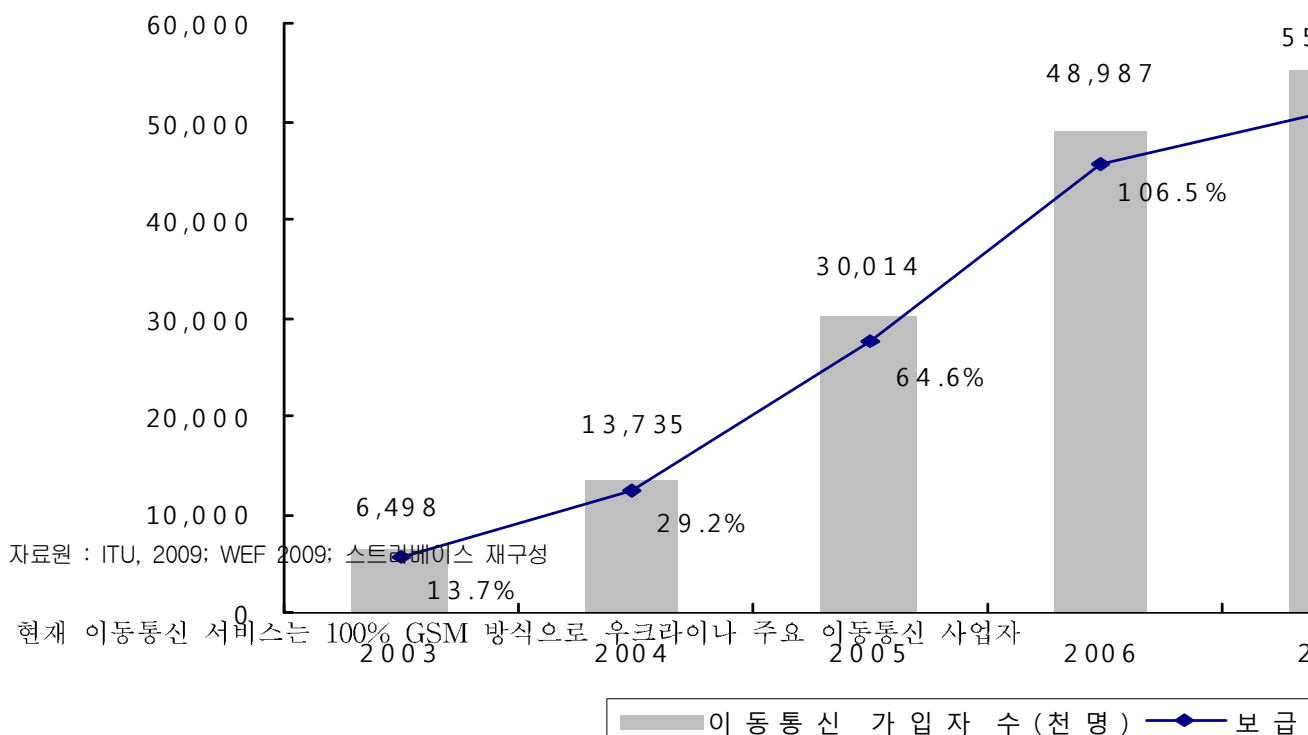
3) 이동통신

가) 시장현황

우크라이나 이동통신 가입자는 2008년 말 기준 5,570만 명이며 보급률은 120%를 넘어 이미 시장은 포화 상태다. 지난 2003년 이후 연평균 매출 성장률은 50%를 넘고 있으며 특히 2005년을 기점으로 시장은 급격하게 성장하고 있다.

〈그림 3-76〉 우크라이나 이동통신 가입자 수 및 보급률 추이

(단위 : 천명)

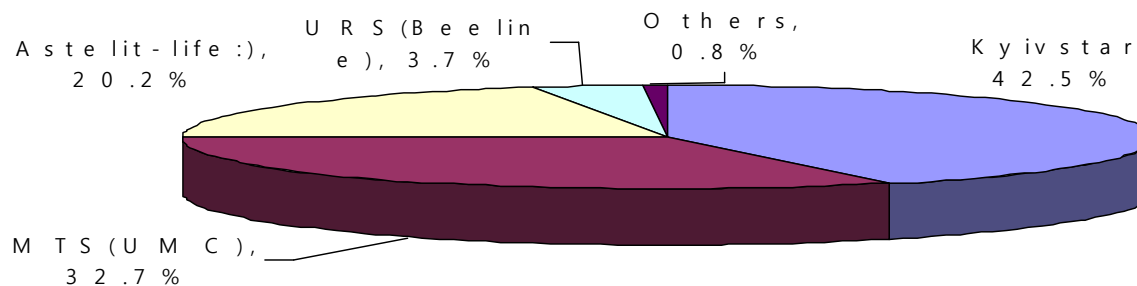


들은 3G 네트워크 구축 작업을 이미 끝마쳤으나 라이선스가 없어 시범 서비스만 진행하고 있다. 우크라이나는 2009년말 2.1GHz 대역에서 1개의 3G 라이선스 입찰을 실시할 예정이다,

나) 주요 사업자

우크라이나 이동통신 시장은 Kyivstar(42.5%), MTS(32.7%), life:(20.2%)가 3강 구도를 형성하고 있으며 기타 사업자로 Beeline 등이 있다. 업계 1위 Kyivstar는 노르웨이 Telenor가 56.5%, 러시아 Altimo가 43.5%의 지분을 보유하고 있으며, 러시아 통신사업자 VimpelCom과 합병이 결정됐다.

〈그림 3-77〉 우크라이나 이동통신 사업자별 시장점유율



* 2008년 말 기준

자료원 : Cowen and Company, 2009; 스트라베이스 재구성

⇒ 우크라이나 이동통신 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 이동통신 보급률(121%)이 포화상태여서 시장성이 낮고 규모와 자금력을 갖춘 러시아와 노르웨이 이동사가 1, 2위 사업자에 대한 지분투자 형식으로 이미 시장에 진입 ▶ 주요 이동사들은 모두 3G 서비스가 가능하나 군사적 문제로 인한 라이선스 발급 지연으로 3G를 고려한 시장진입도 어려워 우크라이나 이동통신 시장 진출은 타당성이 낮음
-----------------	--

4) WiMax

우크라이나는 WiMax 서비스와 관련해 총 4개 사업자가 라이선스를 보유하고 있으며 이 가운데 UHT와 PAN Wireless가 상용 서비스를 제공 중이다. UHT는

2005년 Fixed WiMax 서비스를 개시했으며 Golden Telecom은 2006년 S-Line을 인수해 2.3GHz 주파수를 획득, 2008년 4월 시범 서비스 실시했다, 러시아 UTS의 자회사인 Technological System은 현재 Fixed WiMax 서비스를 준비 중이다.

⇒ **우크라이나 WiMax 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음**

타당성 판단 근거	▷ 국토 면적은 넓고 브로드밴드 보급률(3.5%)이 낮으며 최근 수요도 상승하는 추세지만 도시인구 비율이 약 70%에 달해 도시로의 인구 집중도가 높다는 점이 문제 ▶ WiMax 확산의 최대 걸림돌인 유선 브로드밴드가 도시를 중심으로 확산되면 WiMax가 유선 브로드밴드의 음영지역을 커버하는 <u>보완재</u>가 될 가능성이 높다는 점에서 우크라이나 WiMax 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단
-----------------	---

5) IPTV

우크라이나는 브로드밴드 보급률이 낮아 IPTV 시장이 활성화되는 데는 상당한 시간이 소요될 것으로 예상된다. 현재 러시아 기업인 Comstar Ukraine, Golden Telecom Ukraine과 Cosmonova, Norma Plus, No Plus, Ukrtelecom 등 4개의 우크라이나 기업이 IPTV 사업 라이선스를 보유하고 있다. 이들 가운데 Comstar-Ukraina가 2008년 3월 최초로 IPTV 상용서비스를 시작했다.

⇒ **우크라이나 IPTV 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음**

타당성 판단 근거	▷ 주요 ISP들이 자금이나 커버리지 측면에서 이미 경쟁력을 확보했고 Ukrtelecom과 Comstar가 상용 서비스를 제공 ▶ 신규 ISP로 진입해도 네트워크나 비용 경쟁력이 낮고 수익성 확보가 어려워 IPTV 시장진출은 타당성이 낮음
-----------------	---

6) DMB

우크라이나는 이동통신 사업자들이 스트리밍 방식으로 모바일 TV 서비스를 제공하고 있다. 모바일 방송의 경우, Ukrainian Digital TV Network이 2006년 DVB-H 방식을 기반으로 시범서비스를 실시했으며 2007년 3월 한 달간 상용화 시범 서비스에 나섰다.

⇒ 우크라이나 DMB 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 현재 모바일 방송은 방송사인 Ukrainian Digital TV Network가 DVB-H 기 반의 시범 서비스만 실시 ▶ 아직 3G 서비스가 제공되지 않고 있어 모바일 TV에 대한 이동통신사의 관 심이 낮고 정부의 표준 결정 계획이 전혀 없어 우크라이나 DMB 시장 진출 은 아직 시기상조임
-----------------	--

7) 장비/단말/솔루션 등

2008년 노트북PC 판매량이 전년대비 50% 이상의 성장세를 보인 가운데 학교를 비롯한 교육기관을 중심으로 PC 구매량이 증가할 것으로 예상되고 있다. 현재 PC 시장은 우크라이나 국내 브랜드와 외국 유명 브랜드가 각각 33%와 66%의 비율로 양분하고 있다.

라. 멕시코

1) 유선전화

가) 시장현황

멕시코의 유선전화는 2008년 말 기준 약 2,000만 회선에 이르며 보급률은 약 19%다. 최근 5년간 유선전화 보급률은 15.6%에서 19%로 소폭 증가하고 있으나, 시장의 성장률을 보면 큰 변화 없이 정체상태를 보이고 있다. 반면 같은 기간 멕시코의 이동통신 보급률은 약 70%까지 증가하며 유선전화 대체현상을 보이고 있다.

멕시코는 VoIP에 대한 별도의 규제가 없어 유선전화 라이선스를 보유한 사업자라면 누구나 VoIP 서비스를 제공할 수 있다. 이처럼 VoIP 서비스에 대한 진입 장벽이 없다는 점을 고려하면 유선전화 시장은 중장기적으로 PSTN이 급격히 감소할 전망이다.

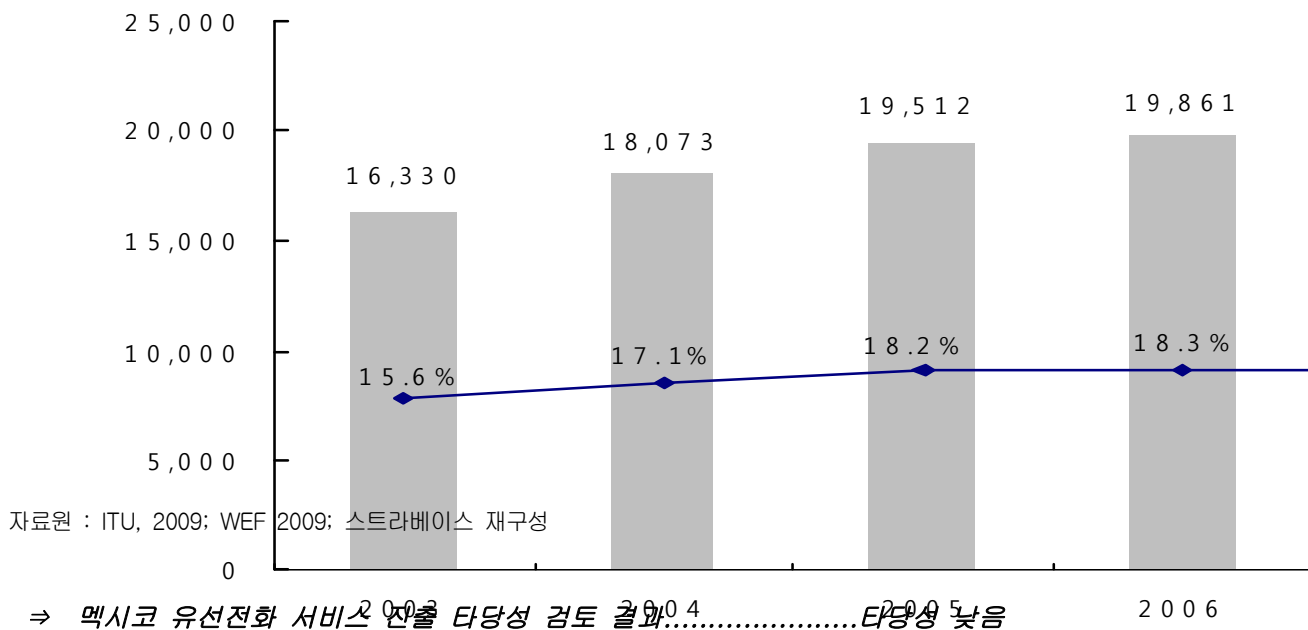
나) 주요 사업자

Telmex는 1990년 민영화 이후에도 여전히 유선전화 시장의 84%를 점유함으로써 시장에서 지배적인 입지를 유지하고 있으나 유선시장이 2006년 이후 정체기를 맞고 있어 가입자가 소폭 감소하고 있다. 제 2 유선전화 사업자인 Axtel은 시내의

유선전화, 인터넷 및 각종 부가서비스를 제공하고 있다.

〈그림 3-78〉 멕시코의 유선전화 회선 수 및 보급률 추이

(단위 : 천명)



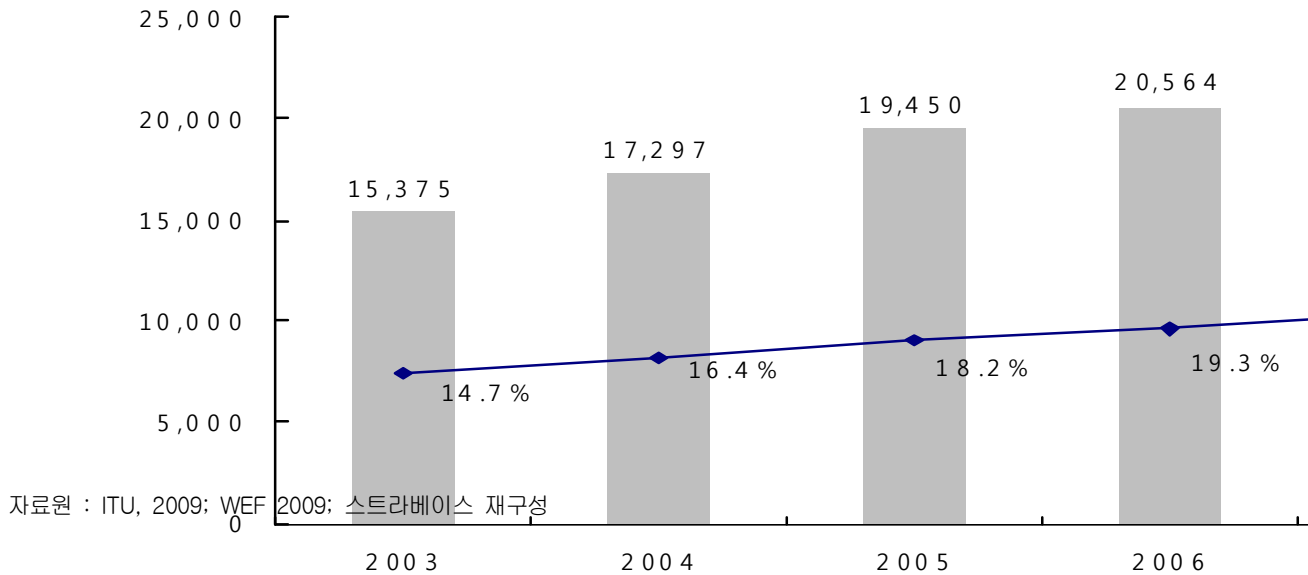
타당성 판단 근거	▷ 유선전화 보급률이 지난 수년간 정체상태인 반면 이동통신 보급률(70%)이 지난 5년간 큰 폭으로 성장해 이동통신의 유선전화 대체현상이 가속화 ▶ 유선전화 시장의 84%를 점유한 Telmex의 네트워크 독점을 감안하면 멕시코 유선전화 시장진출은 타당성이 낮음
-----------------	---

2) 인터넷/브로드밴드

멕시코의 인터넷 이용률은 2008년 말 기준 약 21% 정도다. 2003~2008년 CAGR이 8.6%로 최근 5년간 시장이 점진적으로 성장하고는 있으나 아직 가구별 유선 인프라가 열악한 탓에 인터넷 카페 등을 이용하는 이들이 많으며 도시와 지방간 이용률 격차도 크다.

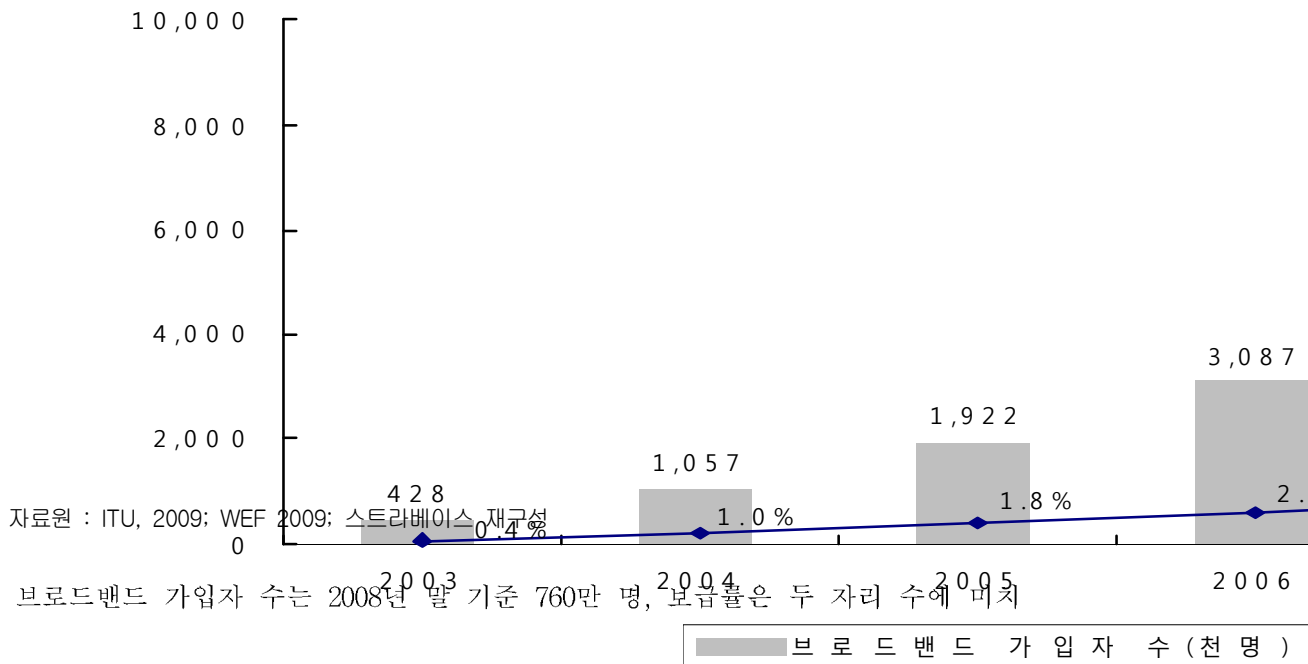
〈그림 3-79〉 멕시코 인터넷 이용자 수 및 보급률 추이

(단위: 천명)



〈그림 3-80〉 멕시코 브로드밴드 가입자 수 및 보급률 추이

(단위: 천명)



지 못하고 있다. 그러나 2003년 매년 큰 폭으로 성장하고 있어 시장의 성장 가능성은 매우 높다. 현재 인터넷 접속에 xDSL, 케이블, dial-up 방식이 모두 사용되고 있지만 xDSL 방식이 전체 인터넷 이용의 약 68%를 차지하고 있으며, 최대 유선전화 회사인 Telmex가 인터넷 시장의 약 70%를 장악하고 있다.

⇒ **멕시코 인터넷/브로드밴드 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음**

타당성 판단 근거	▷ 브로드밴드 보급률이 7%에 불과해 향후 시장의 성장 가능성은 있으나 유선/인터넷/브로드밴드 시장의 지배적 사업자 Telmex가 네트워크를 장악하고 있는 실정 ▶ 네트워크 임대를 통한 ISP의 경우 수익성 확보가 우려된다는 점에서 멕시코 인터넷/브로드밴드 시장진출은 타당성이 낮다고 판단
-----------------	---

3) 이동통신

가) 시장현황

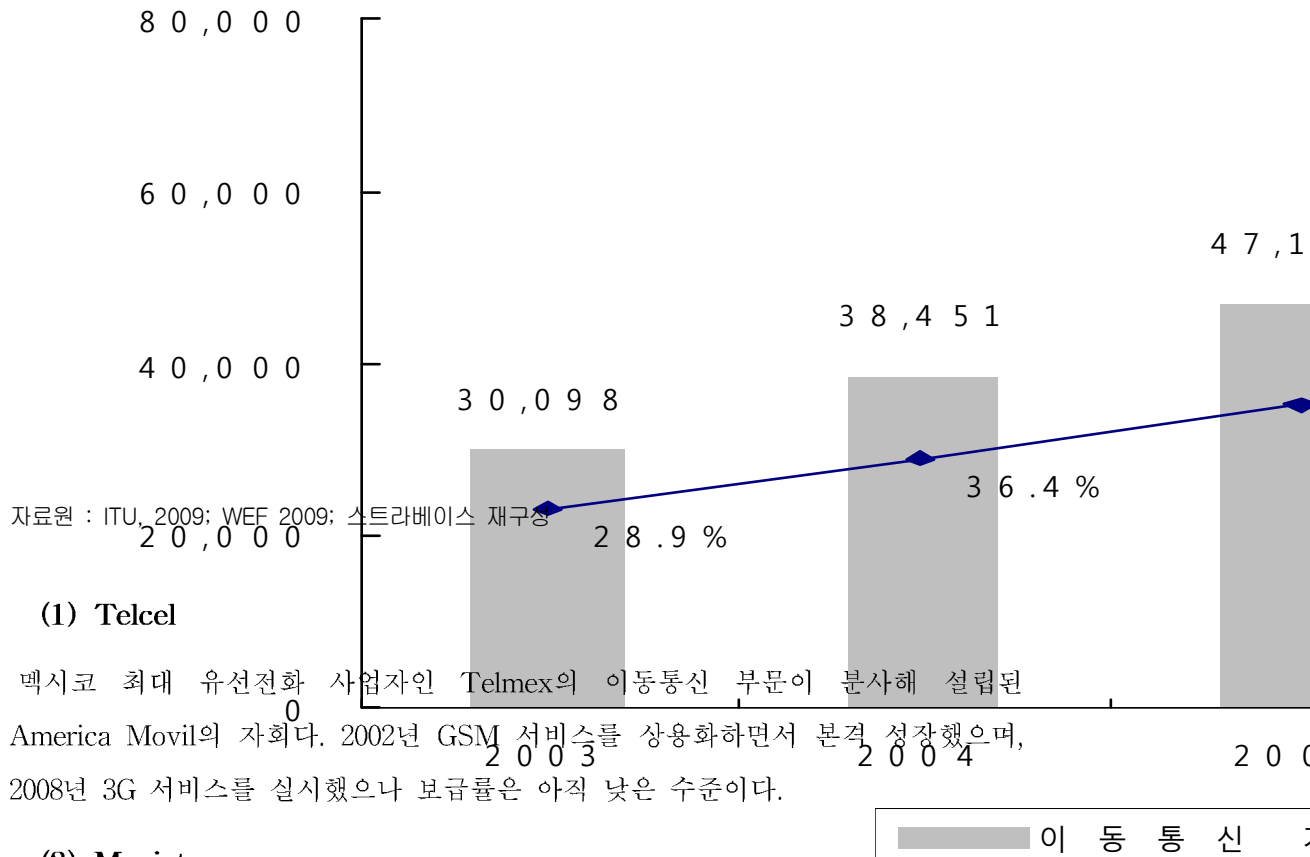
멕시코의 이동통신 가입자는 2008년 말 기준 7,500만 명을 넘어섰으며 보급률은 약 69%로 추가성장 여력을 갖고 있으며 시장은 향후 4~5년간 지속적인 성장이 예상된다. 당초 멕시코 정부는 2010년 상반기 실시할 3G주파수 추가 경매에 기존 이동통신 사업자들은 참여할 수 없다고 발표했지만, 이동통신 시장의 경쟁을 활성화한다는 방침 하에 최근 기존 사업자도 입찰 참여가 가능하도록 규정을 변경했다.

나) 주요 사업자

America Movil의 자회사인 Telcel이 시장의 72.3%를 점유하며 경쟁업체를 압도하고 있는 가운데 Movista가 약 20%의 점유율로 업계 2위를 지키고 있다. 이 밖에 Iusacell과 Nextel Mexico 등이 이동통신 사업에 참여하고 있다.

〈그림 3-81〉 멕시코의 이동통신 가입자 수 및 보급률 추이

(단위 : 천명)



(1) Telcel

멕시코 최대 유선전화 사업자인 Telmex의 이동통신 부문이 분사해 설립된 America Movil의 자회사다. 2002년 GSM 서비스를 상용화하면서 본격 성장했으며, 2008년 3G 서비스를 실시했으나 보급률은 아직 낮은 수준이다.

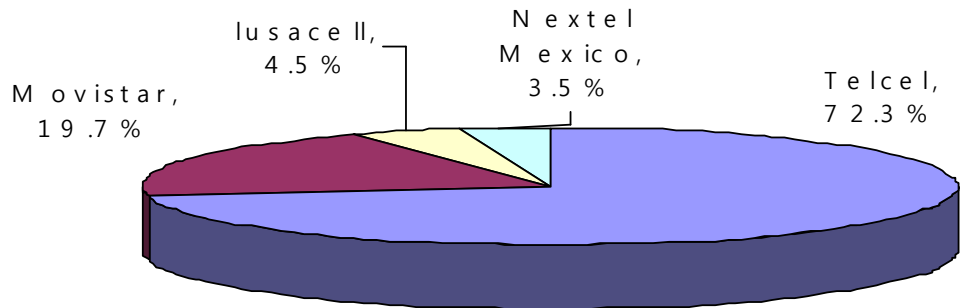
(2) Movistar

스페인 Telefonica의 자회사로 기존에는 CDMA 서비스를 제공했으나 2003년 GSM 네트워크를 상용화한 이후 현재는 GSM 서비스만 제공하고 있으며 2007년 4월부터 3G 서비스를 시작했다.

(3) Iusacell

현재 9개 도시에서 서비스를 제공 중이며 GSM 네트워크를 병행하기 위해 대규모 투자에 나섰다. 2008년 기준 4.5%의 시장 점유율을 유지하고 있으나, 가입자가 계속 감소하는 추세다.

〈그림 3-82〉 멕시코 이동통신 사업자별 시장점유율



★ 2008년 말 기준

자료원 : Cowen and Company, 2009; 스트라베이스 재구성

⇒ 멕시코 이동통신 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 시장이 아직 성장 여지가 있고, 3G 서비스도 초기 단계이며 2010년 신규 3G 라이선스가 추가 발급되기 때문에 신규시장진입 여지가 있음 ▶ 단 남미 최대 이동통신사 America Movil의 자회사 Telcel이 시장을 장악 (72.3%)해 Minor 신규 사업자로 진입해도 점유율 확대가 힘든 상황. 주요 사업자 모두 이미 3G 서비스를 출시해 3G를 겨냥한 시장진입도 성과를 기대하기 힘들다는 점에서 시장진출은 타당성이 낮다고 판단
-----------------	---

4) WiMax

가) 시장현황

멕시코에서는 Axtel과 Ultravision 2개 사업자만 WiMax 상용서비스 제공 중이다. 현재 3.5GHz 라이선스 경매와 2.5GHz 대역의 사용기간 연장 작업이 지연되고 있어 관련 사업자들이 투자를 결정하지 못하는 것이 멕시코 WiMax 시장의 가장 큰 장애요인이다. 그러나 2010년 상반기 관련 문제가 해결될 것으로 예상되며 2010년 하반기에는 WiMax 서비스가 본격 상용화될 전망이다.

나) 주요 사업자

상용서비스를 제공중인 사업자들이 구체적인 수치를 발표하지 않고 있지만 그동안 WiMax 기술을 기반으로 무선 브로드밴드를 제공해 온 Axtel과 Ultravision이 커버리지 확대를 통해 향후 시장을 주도할 것으로 예상된다.

(1) Axtel

Axtel은 2006년부터 Fixed WiMax 서비스를 시작했으며 2008년 말까지 약 40개 도시로 커버리지를 확대할 계획이었으나 주파수 경매가 계속 지연되면서 2010년으로 목표를 연기했다.

(2) Ultravision

2006년 Mobile WiMax 서비스 시작한 Ultravision은 커버리지를 확대해 나가고 있으며, 이를 위해 2008년 4월 약 1,800만 달러의 투자 계획을 밝힌 바 있다.

(3) Multivision

남미 최대 무선 브로드밴드 사업자 MVS의 자회사인 Multivision은 추가 투자를 위해 주파수 라이선스 갱신을 기다리고 있으며, 현재 극히 일부 지역에서 서비스를 제공하고 있다.

⇒ **멕시코 WiMax 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 높음**

타당성 판단 근거	▷ 브로드밴드 보급률이 낮은 편이나 최근 5년간 브로드밴드 가입자 CAGR이 77.8%에 달하고 있어 브로드밴드에 대한 수요가 매우 높음 ▶ WiMax 서비스는 초기단계이므로 시장진입 여지가 충분하며 2010년 주파수 경매도 예정돼 있다는 점에서 멕시코 WiMax 시장진출은 타당성이 높은 것으로 판단. (단 통신산업의 외국인 지분소유 한도가 49%이나 투자위원회 승인시 그 이상도 가능하다는 점을 숙지할 것)
-----------------	---

5) IPTV

멕시코에서는 아직 IPTV 상용 서비스가 제공되지 않고 있다. 유선전화 및 인터넷/브로드밴드 시장의 지배적 사업자 Telmex는 2008년 IPTV 상용화 계획을 발표했으나, 브로드밴드 시장 독점 우려 때문에 규제 당국의 승인을 받지 못하고 있다. Telmex는 유선통신 매출 감소를 만회한다는 목표로 IPTV 서비스에 적극적인 자세를 보이고 있다.

⇒ **멕시코 IPTV 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음**

타당성 판단 근거	▷ Telmex가 유선/인터넷/브로드밴드 네트워크를 사실상 독점하고 있어 네트워크를 임대해서 IPTV 서비스를 제공하는 것은 수익성 문제가 발생 ▶ Telmex를 견제할 규제당국의 ISP 활성화 정책이 아직 없어 앞으로도 Telmex가 독점 지위를 유지할 가능성이 높다는 점에서 멕시코 IPTV 시장 진출은 타당성이 낮다고 판단
-----------------	--

6) DMB

현재 멕시코 1위 방송 사업자인 Televisa가 ATSC-M/H 기반 시범 서비스를 실시하고 있는 정도이며 모바일TV의 상용 서비스는 제공되지 않고 있다. Televisa는 다른 남미 국가들이 일본식인 원세그를 모바일TV 표준으로 채택하는 것과 달리, 미국식 기반의 ATSC-M/H 기반의 시범 서비스 실시했다.

⇒ **멕시코 DMB 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 높음**

타당성 판단 근거	▶ 모바일 TV 표준 미확정, 시작되지 않은 상용 서비스, 모바일 TV 대응 단말기 보급 확대 가능성을 감안하면 멕시코 DMB 시장진출은 타당성이 높은 것으로 판단
-----------------	---

7) 장비/단말/솔루션 등

멕시코 휴대전화 단말기 판매가 꾸준한 증가추세를 보이고 있으나 전체 휴대전화 시장이 조만간 한계점에 도달할 것으로 예측되고 있으며 이에 따라 신규 수요 보다는 기존 사용자의 교체 수요 시장이 성장할 가능성이 높다.

멕시코 최대 방송사업자의 모바일TV의 시범 서비스가 삼성전자와 LG전자가 표준 개발을 주도한 기술을 기반으로 하고 있으며, 시범 서비스 기간 LG전자의 단말이 사용됐다는 점을 감안하면, 향후 모바일TV 시장이 활성화될 경우 단말기 시장에서 상당한 성과를 올릴 수 있을 것으로 기대된다.

마. 브라질

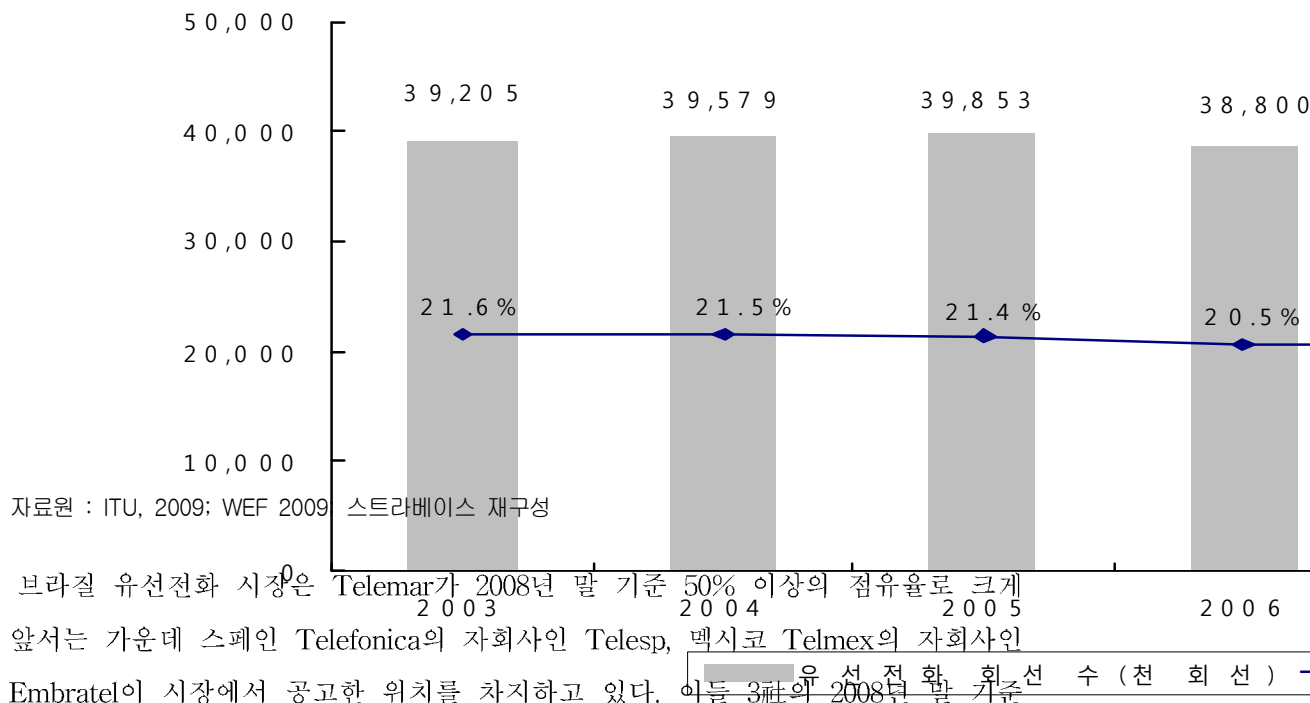
1) 유선전화

브라질의 유선전화 회선 수는 2008년 기준 약 4,000만 회선에 이르며 보급률은

21%로 시장은 성숙단계에 접어들고 있다. 그동안 유선전화 시장은 소폭이지만 꾸준한 상승세를 보여왔으나 휴대전화 보급률이 높아지면서 상승세가 주춤하다. 실제 유선전화 보급률도 최근 6년간 20%대에서 등락을 거듭하고 있으며 향후 이동통신 시장의 성장이 가속화될 경우, 유선전화 시장은 더욱 위축될 가능성이 높다.

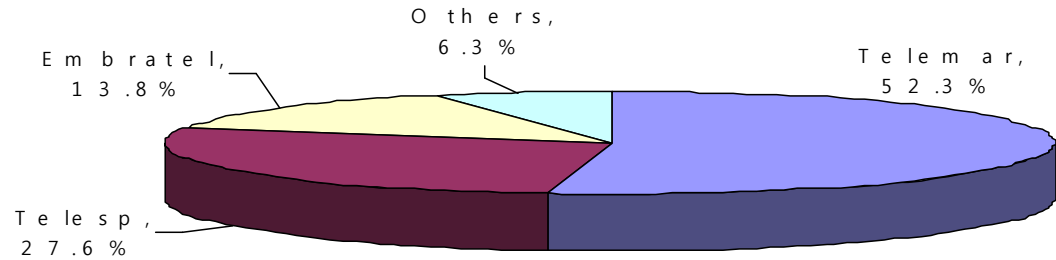
〈그림 3-83〉 브라질의 유선전화 회선 수 및 보급률 추이

(단위 : 천 회선)



브라질 유선전화 시장은 Telemar가 2008년 말 기준 50% 이상의 점유율로 크게 앞서는데 가운데 스페인 Telefonica의 자회사인 Telesp, 멕시코 Telmex의 자회사인 Embratel이 시장에서 공고한 위치를 차지하고 있다. 이들 3사의 2008년 말 기준 시장점유율은 약 94%에 달하고 있어, 신규 사업자들이 시장에 진입하기는 힘들 실정이다.

〈그림 3-84〉 브라질 유선전화 사업자별 시장 점유율



★ 2008년 말 기준

자료원 : BuddeComm, 2009; 스트라베이스 재구성

⇒ 브라질 유선전화 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

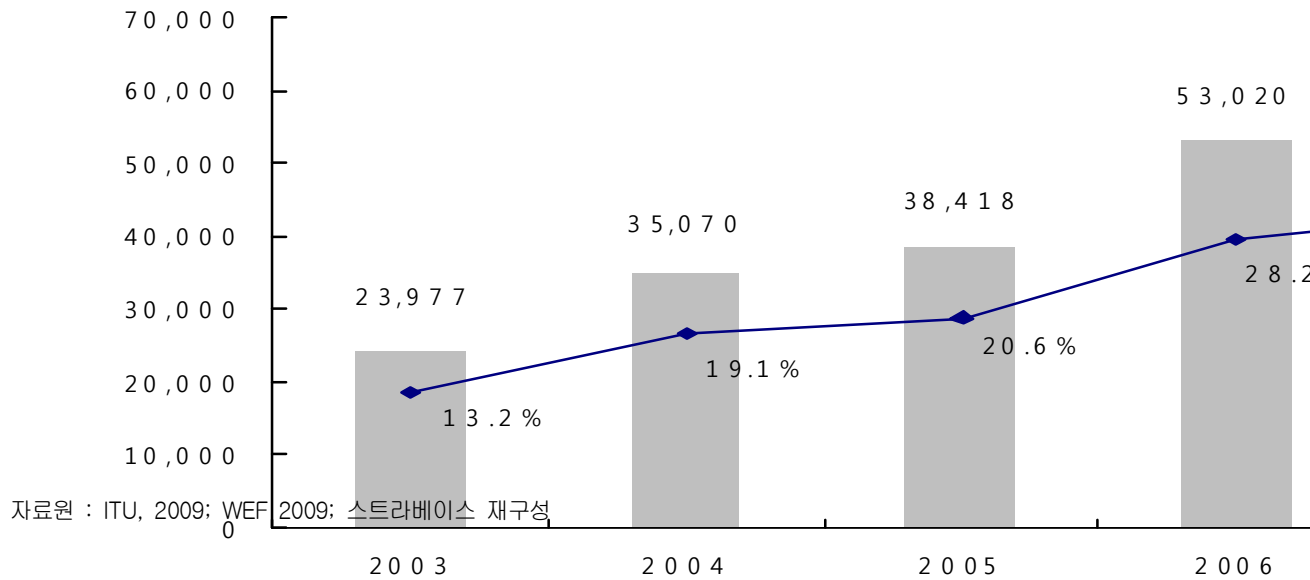
타당성 판단 근거	▷ 유선전화 보급률이 6년간 정체 상태이며 이동통신 보급률이 80%에 육박, 이동통신의 유선전화 대체현상도 가속화 ▶ Telemar, Telesp, Embratel의 3자 구도가 공고하다는 점을 감안하면 브라질 유선전화 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단
-----------------	---

2) 인터넷/브로드밴드

브라질의 인터넷 이용자는 2008년 말 기준 약 6,500만 명이며 이용률은 34%에 이른다. 최근 6년간 사업자의 연평균 매출 성장률이 20%를 넘어설 정도로 시장이 꾸준히 성장하고 있으며 인터넷 이용자나 인프라 측면에서는 중남미 국가 가운데 상위권에 속한다. 단 PC 보급률이 낮아 공용으로 인터넷을 이용하는 경우가 많다.

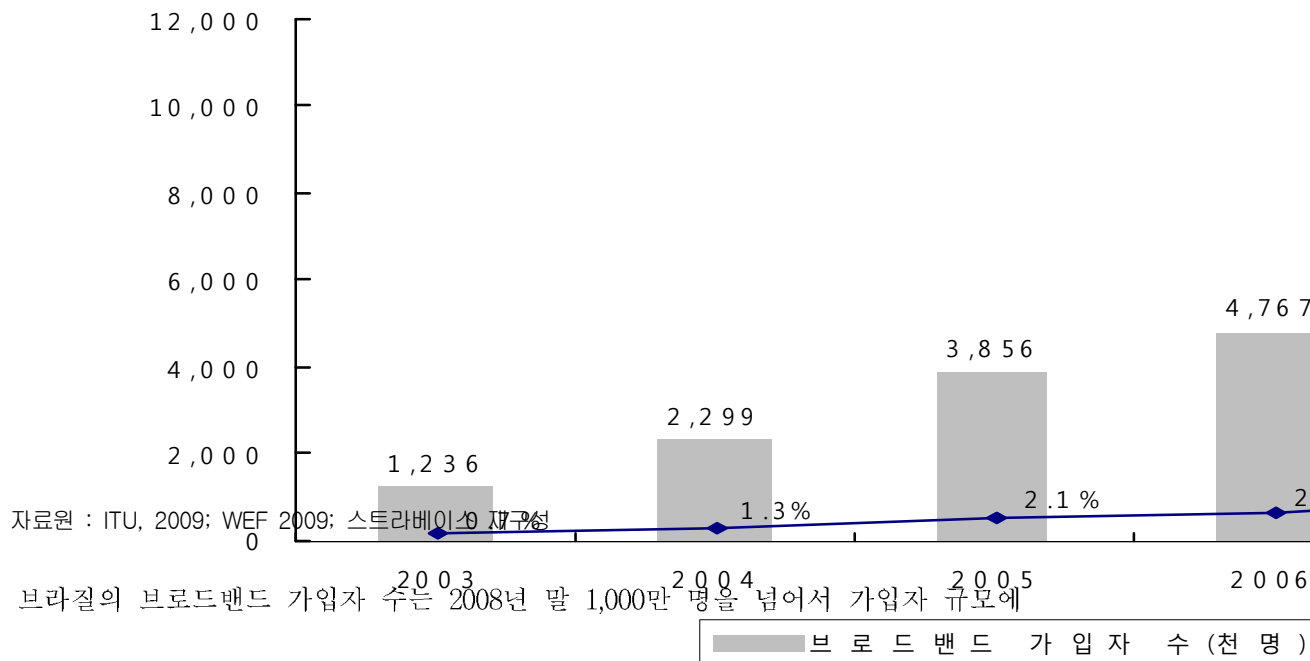
〈그림 3-85〉 브라질의 인터넷 이용자 수 및 보급률 추이

(단위: 천명)



〈그림 3-86〉 브라질 브로드밴드 가입자 수 및 보급률 추이

(단위: 천명)



서는 세계적인 수준에 있으나 보급률은 한 자리 수에 머물고 있다. 브로드밴드 접속방식으로는 ADSL 방식이 시장의 70%, 케이블 모뎀이 약 25%를 차지하고 있다. 현재 정부가 PC의 대중화를 추진중인 가운데 브로드밴드 이용 규모와 브라질의 전체 인구를 고려해 보면 향후 남미 최대 시장으로 성장할 가능성이 높다.

현재 브로드밴드 시장에서는 유선전화 사업자 Telemar의 Oi가 40%로 가장 앞서고 있다. 기타 Telefonica의 Telesp, 케이블 사업자인 NET가 Telemar를 추격 중인 가운데 이들 상위 3社가 전체 시장의 90% 이상을 차지하고 있다.

⇒ **브라질 인터넷/브로드밴드 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음**

타당성 판단 근거	▷ 브로드밴드 보급률이 5.3%에 불과해 향후 남미 최대 시장으로 성장할 가능성이 높지만 네트워크를 장악한 유선전화 2대 사업자 Telemar와 Telesp가 브로드밴드 시장도 선점 ▶ 향후 양사 위주로 서비스가 전개될 가능성이 높다는 점에서 브라질 인터넷/브로드밴드 시장진출은 타당성이 낮음
-----------------	---

3) 이동통신

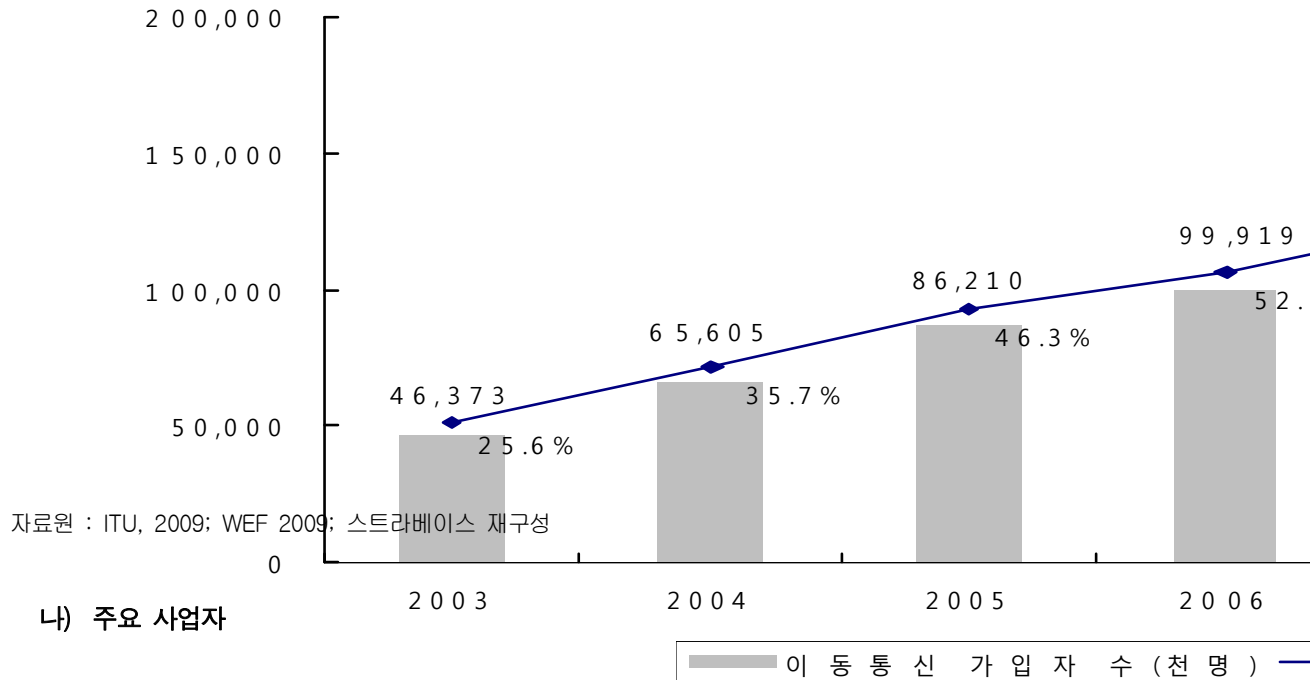
가) 시장현황

브라질의 이동통신 가입자는 2008년 말 기준 1억 5,064만 명, 보급률은 78.5%로 시장은 사실상 포화상태에 달하고 있다. 브라질은 중남미 지역 전체 가입자의 30% 이상을 차지하는 거대한 시장이며 2003~2008년 CAGR이 26.6%에 달할 정도로 최근 5년간 꾸준히 성장하고 있다. 전체 가입자 가운데 80% 이상이 선불제 이용자일 정도로 선불제 이용자의 규모가 크다.

최대 이동통신사 Vivo는 2006년까지 CDMA 방식의 서비스를 제공했으나, 2006년 말부터 GSM 방식의 서비스도 함께 제공하기 시작했다. 그러나 나머지 사업자들은 모두 GSM 방식의 서비스 제공하고 있다. 현재 브라질 이동통신 사업자들은 모두 3G 라이선스를 발급받은 상태다.

〈그림 3-87〉 브라질의 이동통신 가입자 수 및 보급률 추이

(단위 : 천명)



(1) Vivo

스페인 Telefonica와 포르투갈 Portugal Telecom이 합작 설립한 회사로 2008년 말 기준 약 30%의 점유율로 가장 앞서가고 있다. 브라질 이동통신사 가운데 유일하게 CDMA와 GSM방식 서비스를 모두 제공하고 있다.

(2) Claro

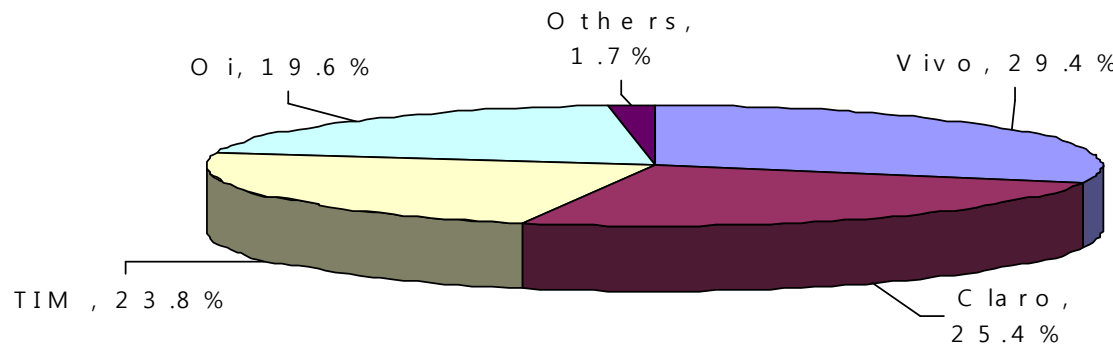
남미 최대 이동통신 회사인 멕시코 America Movil의 자회사로 2008년에는 TIM Brazil을 제치고 업계 2위로 올라섰다. 사업 초기 TDMA 방식의 서비스를 제공하기도 했으나 GSM으로 전환한 후 가입자가 증가하고 있다

(3) TIM

Telecom Italia의 자회사인 TIM Brazil은 1998년 브라질에서 서비스를 시작했다. 2002년 전국 사업권을 획득한 후 가입자를 꾸준히 유치한 결과 약 24%의 점유율

로 현재 업계 3위를 달리고 있다.

〈그림 3-88〉 브라질 이동통신 사업자별 시장점유율



* 2008년 말 기준

자료원 : Cowen and Company, 2009; 스트라베이스 재구성

⇒ 브라질 이동통신 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ Vivo, Claro, TIM 등 1~3위 사업자 모두 외국기업인 점을 감안하면 사실상 외국 기업의 시장진입 장벽은 없음 ▶ 그러나 이미 시장은 포화상태고 4개 이동사가 비교적 고른 시장점유율을 유지하며 4강 구도를 형성하고 있어 신규 사업자가 진입할 만한 여지가 없다는 점에서 브라질 이동통신 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단
-----------------	---

4) WiMax

브라질은 2003년 경매를 통해 WiMax 라이선스 발급했으며 사업자들은 2008년 3월부터 3.5GHz대역 기반의 Fixed WiMax 서비스를 제공하고 있다. 휴대전화 보급률이 높은 브라질은 WiMax서비스와 관련해 세계에서 가장 성장 가능성이 높은 국가 중 하나로 주목받고 있다.

그러나 Mobile WiMax는 현재 시범 서비스만 진행되고 있다. Fixed WiMax와 달리 Mobile WiMax 서비스는 통신당국이 2.5GHz 대역 주파수 라이선스를 대부분 보유한 MMDS(Multichannel Multipoint Distribution Service) 사업자들의 서비스를 승인하지 않아 지연되고 있다.

현재 Fixed WiMax 서비스를 전개하는 사업자 가운데 Embratel을 제외하고는 서

비스나 확산속도가 저조한 상황이다. 향후 MMDS에 대한 규제가 정리되면 Mobile WiMax 시장이 빠르게 형성될 것으로 보인다.

⇒ 브라질 WiMax 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 높음

타당성 판단 근거	▷ 넓은 국토와 낮은 브로드밴드 보급률을 감안하면 향후 WiMax가 유선 브로드밴드와 3G서비스의 <u>대체제</u> 로 주력 서비스가 될 가능성이 높음 ▶ 외국 기업의 시장진입 장벽이 없고 Telefonica의 경우처럼 WiMax 주파수 라이선스를 획득한 업체 인수로 시장 진출도 가능함
-----------------	--

5) IPTV

브라질 IPTV 시장은 열악한 브로드밴드 인프라로 인해 아직 시장이 정착되지 못하고 있다. 아직 IPTV에 대한 대중적인 인지도도 낮은 상황이며 유선통신 사업자에 대해 자사 네트워크를 통한 유료 TV서비스 제공을 금지한 법적 규제로 인해 VOD 형태의 pre-IPTV만 제공되고 있다.

그러나 2008년 8월 유선통신 사업자에 대한 규제가 해제됐으며 외국인의 방송시장 투자금지 조항도 삭제됐기 때문에 앞으로 본격적인 IPTV 서비스가 시작되면 외국기업의 시장 진출도 활발해질 것으로 보인다.

⇒ 브라질 IPTV 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ Telemar, Telesp 등 상위 3사가 이미 브로드밴드 네트워크의 90% 이상을 장악해 이들의 네트워크를 임대, IPTV 서비스를 제공하는 것은 수익성 문제를 고려해야 함 ▶ 브라질 정부가 브로드밴드 확산을 위해 중소규모 ISP 육성 정책을 추진하고 있고 IPTV에 대한 규제도 없으나, 3대 전국 브로드밴드 사업자가 IPTV 서비스를 개시하면 중소 ISP는 수익성을 확보하기는 어려움
-----------------	---

6) DMB

브라질은 2008년 일본의 디지털TV 표준인 ISDB-T(Oneseg)를 기술표준으로 채택하고 원세그 방식의 모바일TV 서비스를 시작했다. 현재 광고 기반의 무료 서비스가 제공되고 있으나 이를 지원할 단말기가 부족해 가입자는 수십만 명에 불과한 실정이다. 이미 ISDB-T를 표준으로 채택했기 때문에 다른 모바일TV 기술 표준이 도입될 가능성은 낮다.

⇒ 브라질 DMB 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▶ 브라질이 모바일 TV 표준으로 일본 ISDB-T 방식을 채택함에 따라 T-DMB 방식인 국내 DMB 사업자의 브라질 DMB 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단
-----------------	---

7) 장비/단말/솔루션 등

브라질 정부는 2007년부터 20% 이하인 PC 보급률을 높이기 위해 PC대중화 정책을 추진해 온 결과 최근 3~4년간 PC판매가 급증했다. 그러나 여전히 PC 보급률은 20%를 넘지 못하는 상황이며 향후 저소득층의 수요는 계속 증가할 것으로 보인다. 한편 노트북PC는 매년 2배 이상 시장 점유율이 증가하고 있다.

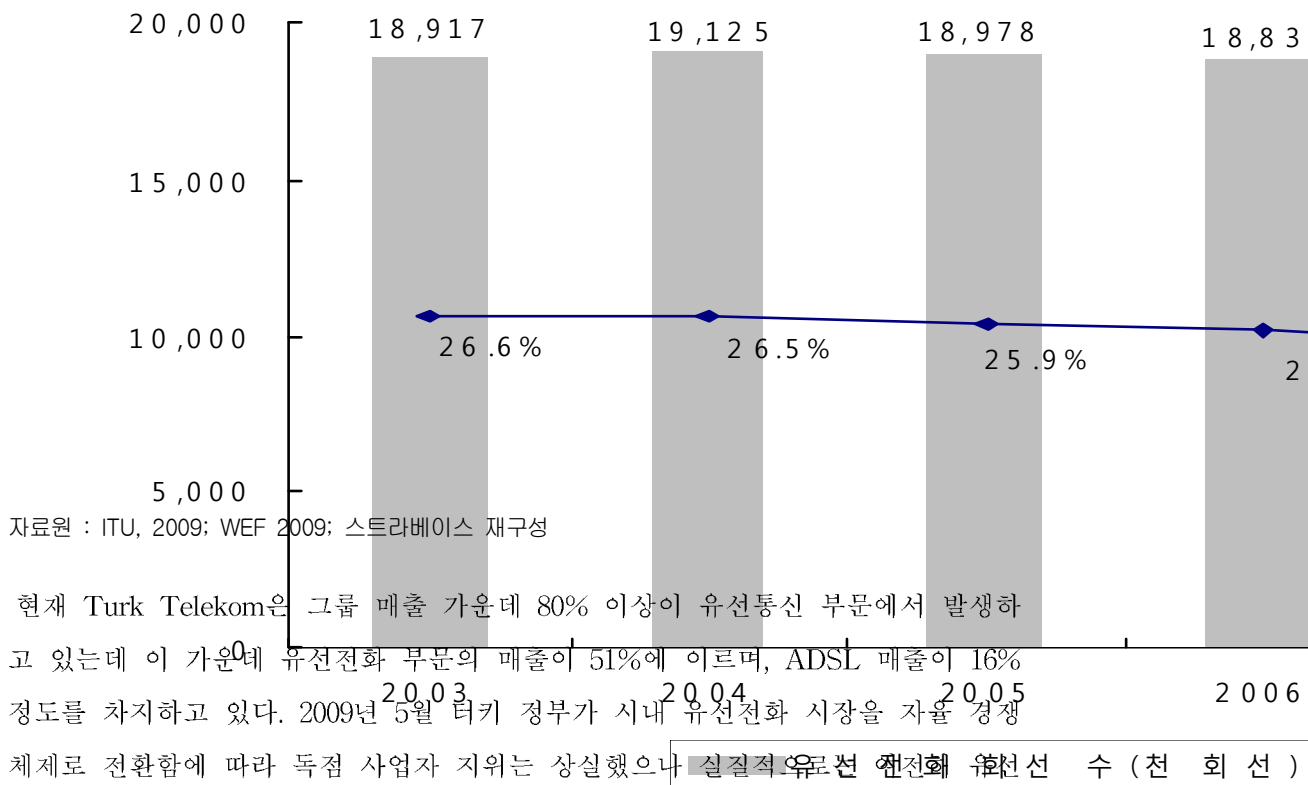
바. 터키

1) 유선전화

터키의 유선전화 회선 수는 2008년 기준 1,750만 회선, 보급률은 약 24%로 매년 지속적으로 감소하는 추세다. 현재 터키는 Turk Telekom이 유일한 유선전화 사업자로 서비스를 독점적으로 제공하고 있다. 터키 최대 통신사인 Turk Telekom은 1994년 국영 통신사로 설립되어 2005년 일부 민영화됐고 이후에는 Saudi Telecom의 자회사인 Oger Telecom이 지분의 55%를, 터키 재무부가 30%의 지분을 보유하고 있다.

〈그림 3-89〉 터키의 유선전화 회선 수 및 보급률 추이

(단위 : 천 회선)



현재 Turk Telekom은 그룹 매출 가운데 80% 이상이 유선통신 부문에서 발생하고 있는데 이 가운데 유선전화 부문의 매출이 51%에 이르며, ADSL 매출이 16% 정도를 차지하고 있다. 2009년 5월 터키 정부가 시내 유선전화 시장을 자율 경쟁 체제로 전환함에 따라 독점 사업자 지위는 상실했으나 실질적 유선전화 유선선 수 (천 회선) 전화 시장의 지배적 사업자 위치에 있다.

⇒ 터키 유선전화 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 최근 수년간 유선전화 보급률이 감소하고 있어 사업성이 낮음. 시내 유선전화 시장 자유화로 Turk Telecom은 독점사업자 지위를 상실했지만 여전히 시장을 지배 ▶ 낮은 사업성과 경쟁 및 네트워크 임대료에 따른 수익성을 감안하면 터키 유선전화 시장진출은 타당성이 낮다고 판단
-----------------	--

2) 인터넷/브로드밴드

가) 시장현황

터키의 인터넷 이용자 수는 2008년 말 기준 2,500만 명에 육박하고 있으며 200

3~2008년 CAGR은 23.4%로 아직 시장은 성장 단계에 있다. 낮은 PC 보급률로 인해 가정내 인터넷 이용률은 낮지만 인터넷 카페가 급격하게 증가하고 있어 전체적인 인터넷 이용인구는 꾸준히 늘어나는 추세다.

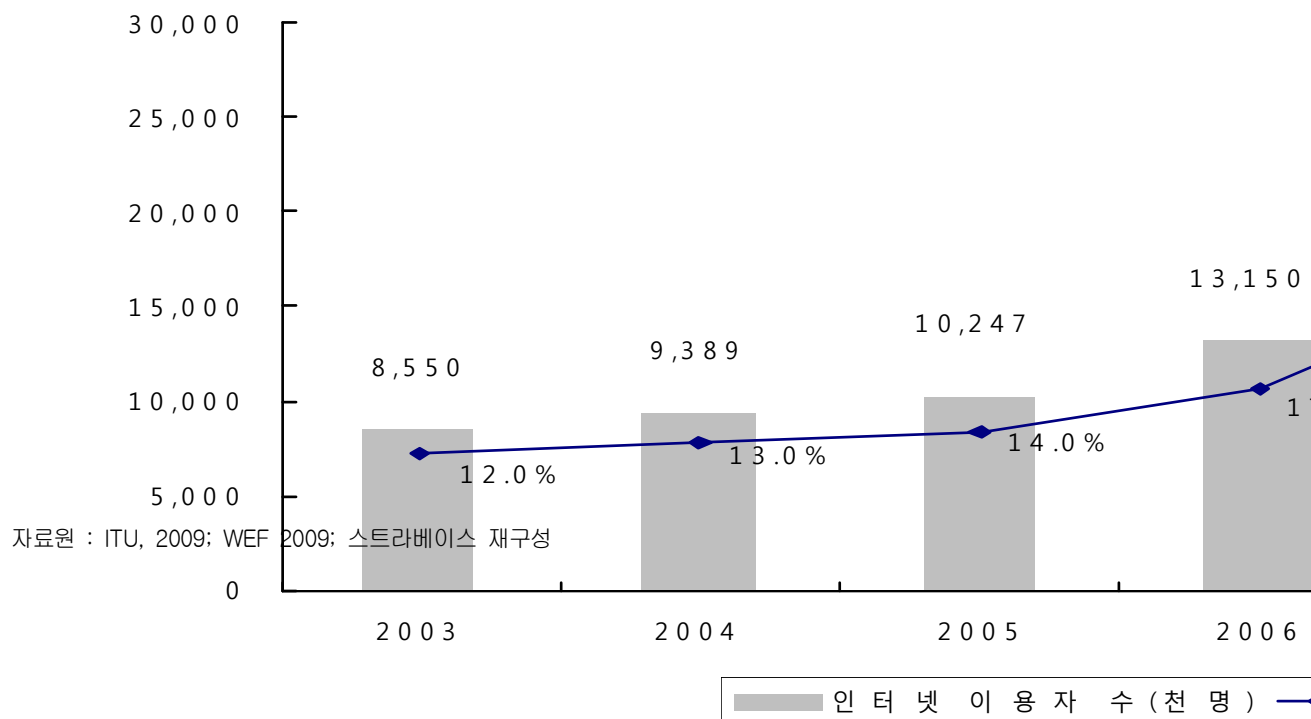
터키의 브로드밴드 가입자 수는 2008년 말 기준 약 575만 명이며 보급률은 한 자리 수에 머물고 있다. 최근의 경제상황이 개선되고 있으나 3G 및 WiMax 등 모바일 브로드밴드 서비스가 제대로 갖춰지지 않은 점을 감안하면 앞으로 브로드밴드 수요는 증가할 것으로 예상된다.

나) 주요 사업자

현재 터키 브로드밴드 가입자의 98% 이상이 ADSL기반 서비스를 이용하는데, 터키에서는 유선전화 가입자만이 ADSL을 신청할 수 있어 Turk Telekom이 ADSL 도매 시장의 유일한 사업자가 되고 있다. 현재 Turk Telekom의 네트워크를 임대해 Telcom, Dogan Online, Superonline, IsNet 등이 서비스를 전개하고 있다.

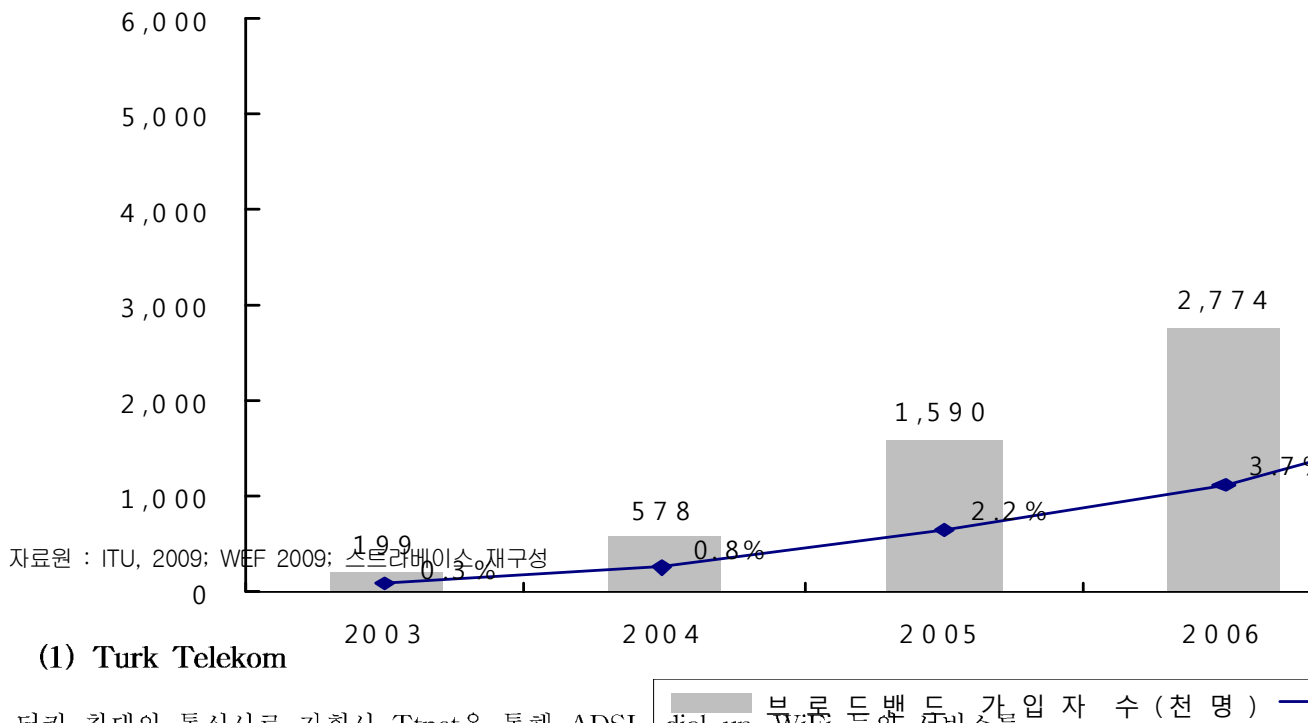
〈그림 3-90〉 터키 인터넷 이용자 수 및 보급률 추이

(단위: 천명)



〈그림 3-91〉 터키의 브로드밴드 가입자 수 및 보급률 추이

(단위: 천명)



(1) Turk Telekom

터키 최대의 통신사로 자회사 Ttnet을 통해 ADSL, dial-up, WiFi 등의 서비스를 터키 전역에 제공하고 있다. 특히 Turk Telekom은 ADSL 도매시장을 100%, Ttnet을 통해 소매시장의 약 98%를 장악하고 있어 사실상 터키 브로드밴드 시장을 독식하고 있다. 기간망을 소유한 이점을 살려 직접 ISP를 제공하면서 네트워크도 임대해주고 있다.

(2) Telcom

2004년 Turkcell의 유선전화 부문 자회사로 설립됐으며 현재 dial-up 인터넷, ADSL, FTTH 서비스를 제공하고 있다. 2007년부터 브로드밴드 서비스를 제공하고 있으며 Turk Telekom에 대한 의존도를 낮추기 위해 광섬유 네트워크 구축에 꾸준히 투자하고 있다.

⇒ 터키 인터넷/브로드밴드 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 브로드밴드 시장은 성장하고 있으나 Turk Telecom이 소매시장(95%)과 도매시장을 모두 독점, 사실상 경쟁이 불가능 ▶ Minor ISP로 시장에 진입할 경우라도 네트워크 임대애 따른 수익성 확보가 우려된다는 점에서 터키 인터넷/브로드밴드 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단
-----------------	--

3) 이동통신

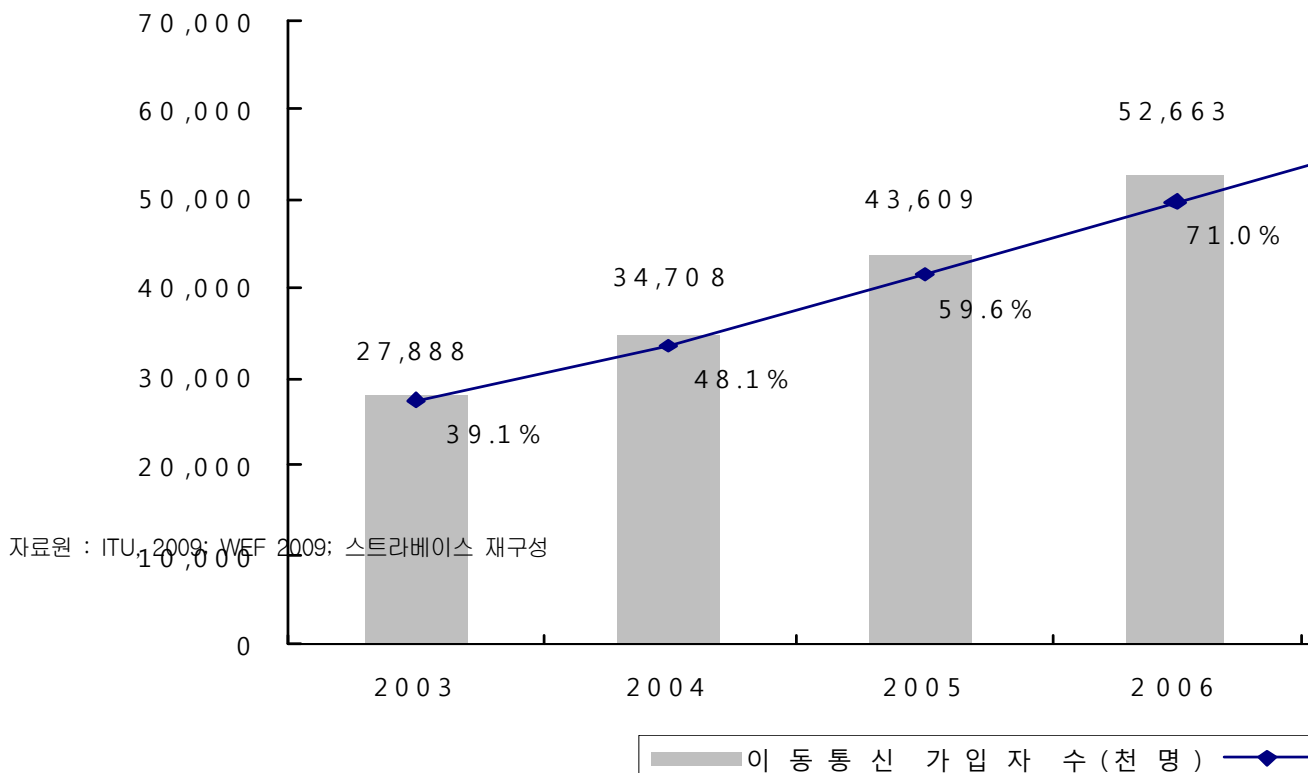
가) 시장현황

터키의 이동통신 가입자는 2008년 말 기준 6,582만 명, 보급률은 약 90%로 시장은 성숙 단계에 접어들었으며 2003~2008년 CAGR이 18.7%일 정도로 신규 가입자 증가세는 주춤한 상태다.

이에 따라 Turkcell은 2009년 7월 국토의 60%에 해당하는 81개 주에서 최초로 3G 서비스를 시작했으며 터키 전체 인구의 평균 연령이 낮고 전체 인구 가운데 도시 거주 비중이 높아 3G 서비스가 빠르게 성장할 가능성이 높다.

〈그림 3-92〉 터키의 이동통신 가입자 수 및 보급률 추이

(단위 : 천명)



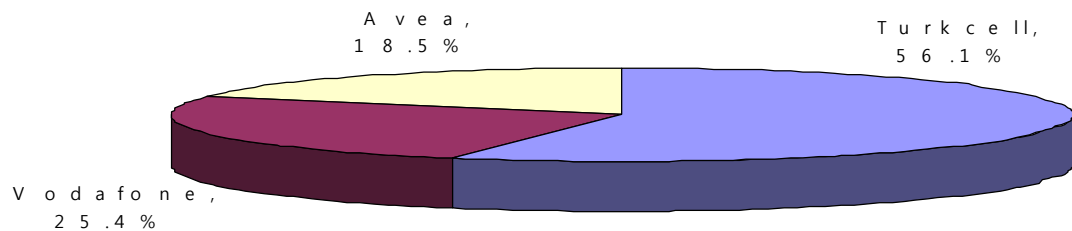
(1) Turkcell

터키 이동통신부문 1위 사업자로 2008년 말 기준 약 3,600만 명의 가입자를 확보하고 있다. 터키 외에 우크라이나, 카자흐스탄, 그루지야 등에서 GSM 서비스를 제공하고 있으며 가입자 수 기반으로 유럽에서 세 번째로 큰 GSM 사업자다. 지주회사인 Turkcell Holdings A.S.가 51%, 핀란드 통신사 Sonera Holdings B.V.가 13.7%의 지분을 소유하고 있다.

(2) Vodafone

이동통신 업계 2위 사업자로 지난 2006년 Telsim을 2006년 인수해 100% 자회사로 편입시켰다. 최근 신규 가입자는 소폭의 감소세에 있지만 전체적인 영업 실적은 상승하는 추세에 있다.

〈그림 3-93〉 터키 이동통신 사업자별 시장점유율



* 2008년 말 기준

자료원 : Cowen and Company, 2009; 스트라베이스 재구성

⇒ 터키 이동통신 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 이동통신 보급률이 90%에 달하면서 시장은 포화상태 진입 ▶ 1위 사업자 Turkcell의 높은 점유율에 글로벌 사업자 Vodafone도 25% 이상의 시장을 확보해 Minor 사업자로 진출시 경쟁력을 확보하기 어렵다는 점에서 터키 이동통신 시장진출은 타당성이 낮다고 판단
-----------------	--

4) WiMax

터키는 인구가 많고 국토가 넓은데다 브로드밴드 보급률은 낮아 WiMax 보급에

유리한 환경을 갖추고 있으나 아직 상용 서비스는 제공되지 않고 있다. 터키 정부가 2009년 상반기 WiMax 사업자를 선정할 계획이지만 주요 통신사업자들이 ADSL과 FTTH에 적극 투자할 계획이어서 향후 WiMax가 유선 브로드밴드의 대체재로 자리를 잡을 수 있을지는 불투명한 상황이다.

⇒ 터키 WiMax 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 높음

타당성 판단 근거	▷ 터키는 인구가 많고 국토가 넓으며 브로드밴드 보급률이 상대적으로 낮아, WiMax 보급에 유리한 환경을 갖추고 있음 ▶ WiMax 서비스가 아직 제대로 제공되지 않는 초기단계임을 감안하면 터키 WiMax 시장진출은 타당성이 높다고 판단
-----------------	--

5) IPTV

터키는 IPTV 상용서비스를 위한 인프라가 구축되지 않은 상태이며 FTTH에 대한 투자도 2008년부터 본격화됐을 정도로 시장이 형성되지 못하고 있다. 현재 Turk Telekom과 Turkcell 등이 IPTV 서비스 사업 진출을 계획하고 있으며, 이들이 시장에 진출할 여지는 있지만 Turk Telekom이 인프라를 독점하고 있다는 점이 장애요인이 되고 있다. 또 IPTV 방송에 대한 규제 수준을 놓고 기존의 TV방송과 형평성 등의 문제도 거론되고 있다.

⇒ 터키 IPTV 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ IPTV 서비스를 위한 인프라 구축이 미흡하나 2008년부터 본격화된 FTTH 투자로 향후 IPTV 인프라는 더욱 확대될 전망 ▶ IPTV를 위해 FTTH를 구축하기에는 막대한 비용이 들고, 기존의 브로드밴드 네트워크를 임대하는 ISP는 Turk Telecom과의 경쟁으로 인해 수익성 확보가 어려워 터키 IPTV 시장진출은 타당성이 낮음
-----------------	--

6) DMB

터키는 현재 모바일 TV 서비스와 관련된 어떠한 움직임도 나타나지 않고 있다. 최근 정부가 모바일 TV 표준 결정을 위한 준비 작업을 시작했으며 이로 인해 사업자들도 모바일TV 도입에 소극적인 자세를 보이고 있다.

⇒ 터키 DMB 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 통신 네트워크 기반의 동영상 스트리밍 서비스만 존재하며 모바일 TV 서비스는 제공되지 않고 있음 ▶ 모바일 TV에 대해 방송사나 이동통신사의 관심이 낮고 기술표준 작업도 없어 터키 DMB 시장진출은 타당성이 낮음
-----------------	---

7) 장비/단말/솔루션 등

터키 PC 시장은 1990년대 후반부터 가파른 성장세를 보여왔으나 PC 보급률은 아직 10%에 미치지 못하고 있다. 그러나 인터넷 카페 등이 확산되면서 인터넷 이용 인구가 늘어나고 있어 PC와 더불어 노트북PC 판매량이 증가하고 있다.

사. 폴란드

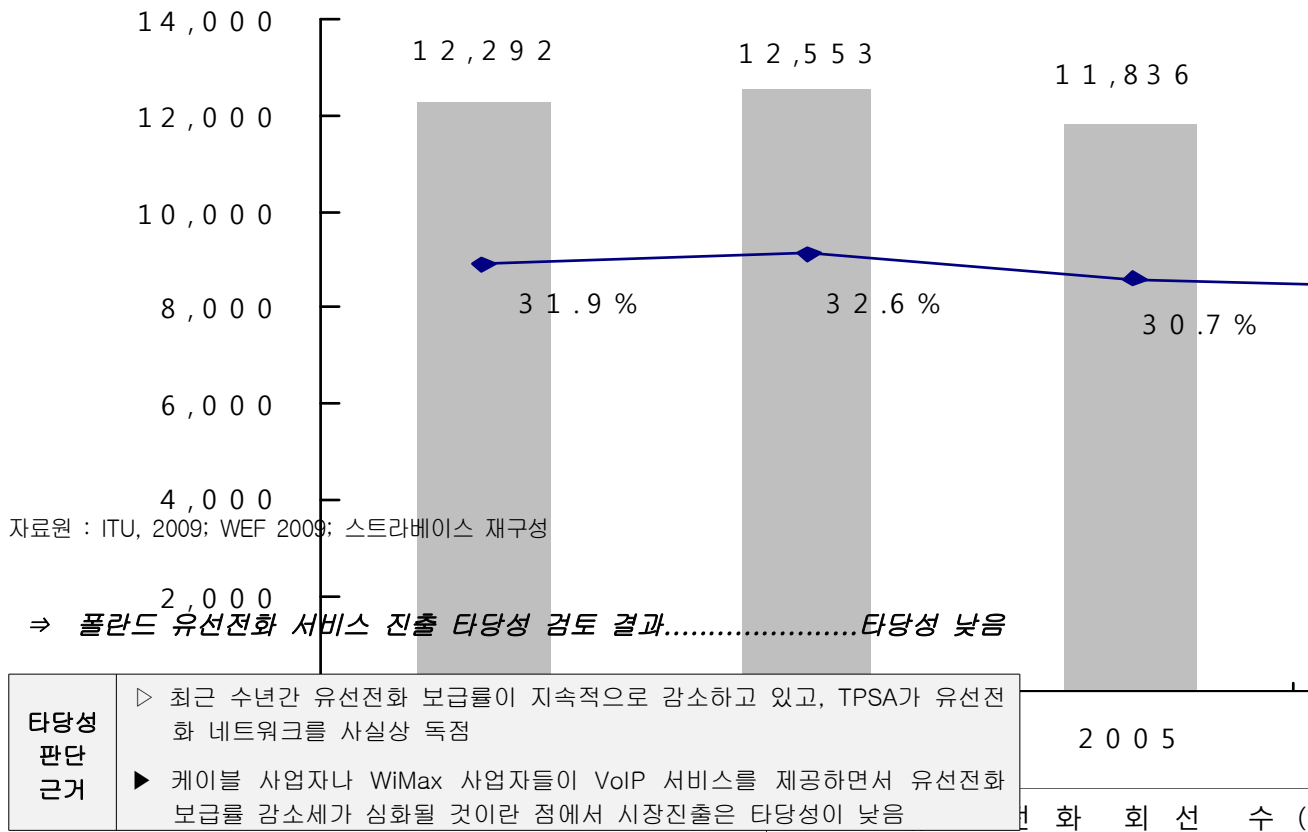
1) 유선전화

폴란드의 유선전화 회선 수는 2008년 기준 968만 회선, 보급률은 2003년 약 32%에서 최근 25%에 이를 정도로 감소 추세를 보이고 있다. France Telecom이 최대 주주로 있는 유선전화 1위 사업자 TPSA는 현재 PSTN 네트워크를 독점하고 있다. TPSA는 유무선 통신, 인터넷 서비스를 제공하는 폴란드 최대 통신사업자 TP Group의 유선통신 자회사로 1998년 민영화됐다.

현재 폴란드에서는 유선전화 및 WiMax 사업자인 Netia도 TPSA의 브로드밴드 네트워크 및 WiMax를 통해 VoIP 서비스 제공하고 있으며 케이블 사업자들 역시 VoIP 서비스 제공 중이다.

〈그림 3-94〉 폴란드의 유선전화 회선 수 및 보급률 추이

(단위 : 천명)

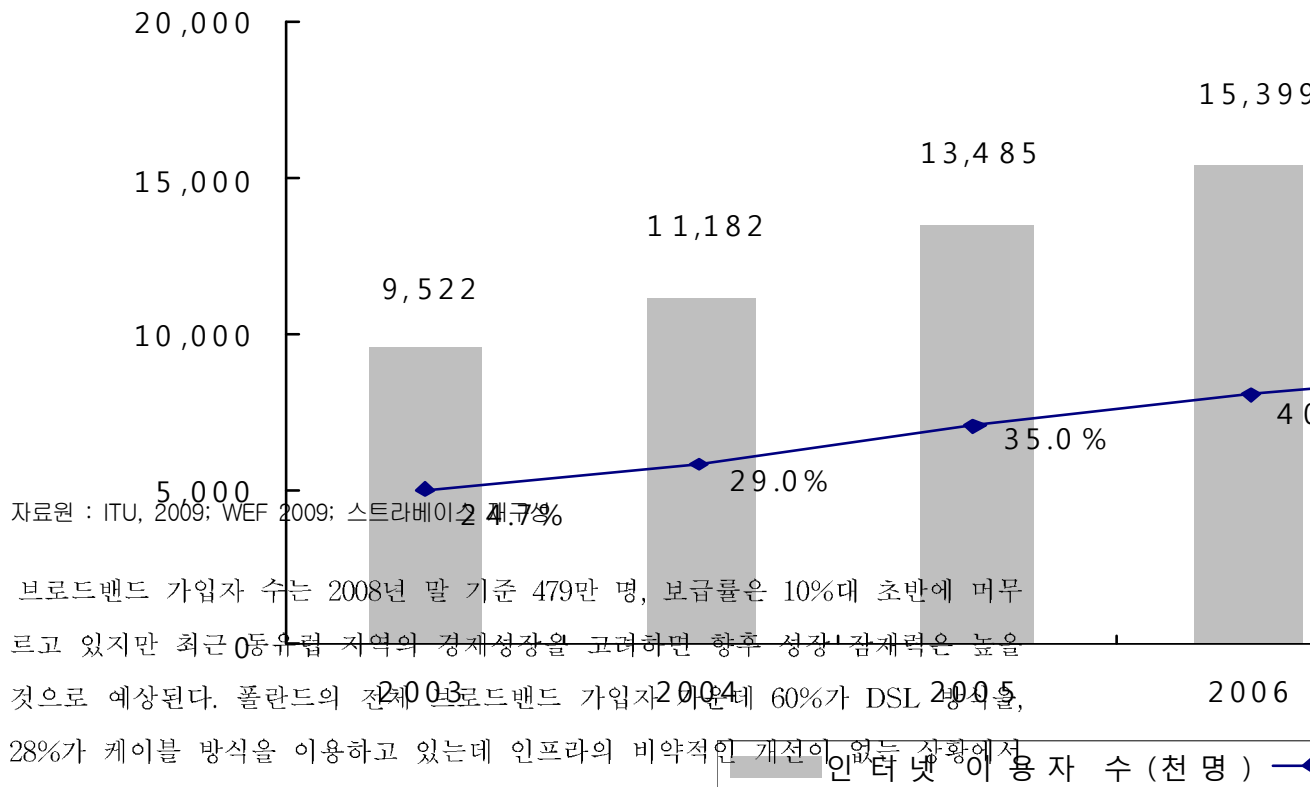


2) 인터넷/브로드밴드

폴란드의 인터넷 이용률은 2008년 말 기준 약 50%에 이르며, 최근 5년간 CAGR은 약 15% 정도로 인터넷 시장은 꾸준히 성장하고 있다. 여기에 폴란드 통신청(UKE)은 2013년까지 현재 인터넷 시장 규모를 현재 보다 50% 이상 성장시킨다는 목표하에 브로드밴드 인프라망 구축에 적극적인 자세를 보이며 인터넷 이용료 인하 등도 추구하고 있다.

〈그림 3-95〉 폴란드 인터넷 이용자 수 및 보급률 추이

(단위: 천명)

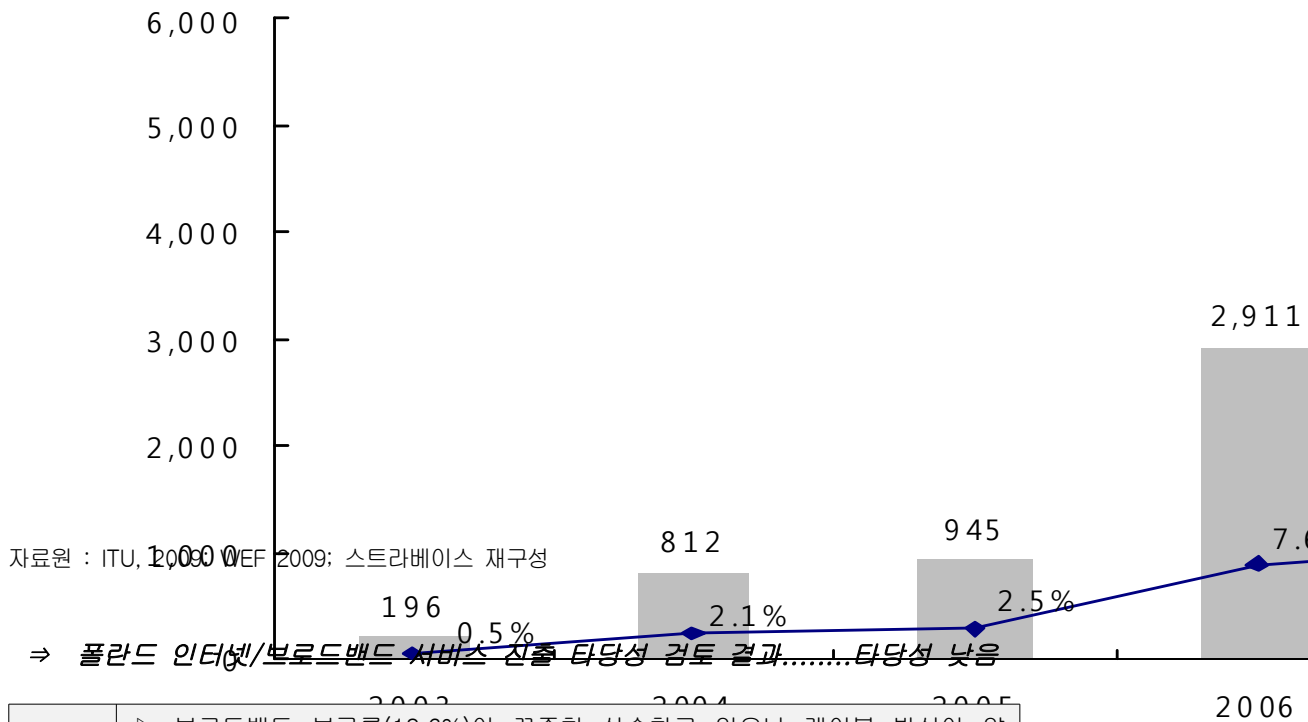


브로드밴드 가입자 수는 2008년 말 기준 479만 명, 보급률은 10%대 초반에 머무르고 있지만 최근 동유럽 지역의 경제성장을 고려하면 향후 성장 잠재력은 높을 것으로 예상된다. 폴란드의 전체 브로드밴드 가입자 가운데 60%가 DSL 방식을, 28%가 케이블 방식을 이용하고 있는데 인프라의 비약적인 개선이 없는 상황에서 당분간 이러한 비율이 지속될 전망이다.

유선전화 독점 사업자인 TPSA가 브로드밴드 시장도 장악하고 있는데, TPSA의 ADSL 시장점유율은 80%에 이른다. 나머지 시장을 놓고 Netia, GTS Energis, UPC Poland, Vectra, Multimedia Polska 등 중소기업체가 치열한 경쟁중이다.

〈그림 3-96〉 폴란드 브로드밴드 가입자 수 및 보급률 추이

(단위: 천명)



타당성 판단 근거	▶ 브로드밴드 보급률(12.6%)이 꾸준히 상승하고 있으나 케이블 방식이 약 30%에 이를 정도로 케이블 비중이 큰 편임 ▶ 유선/인터넷/브로드밴드 시장의 지배적 사업자 TPSA가 네트워크를 장악하고 있어, 네트워크 임대를 통한 ISP로 나설 경우 수익성 확보가 우려된다는 점에서 폴란드 인터넷/브로드밴드 시장진출은 타당성이 낮음
-----------------	--

3) 이동통신

가) 시장현황

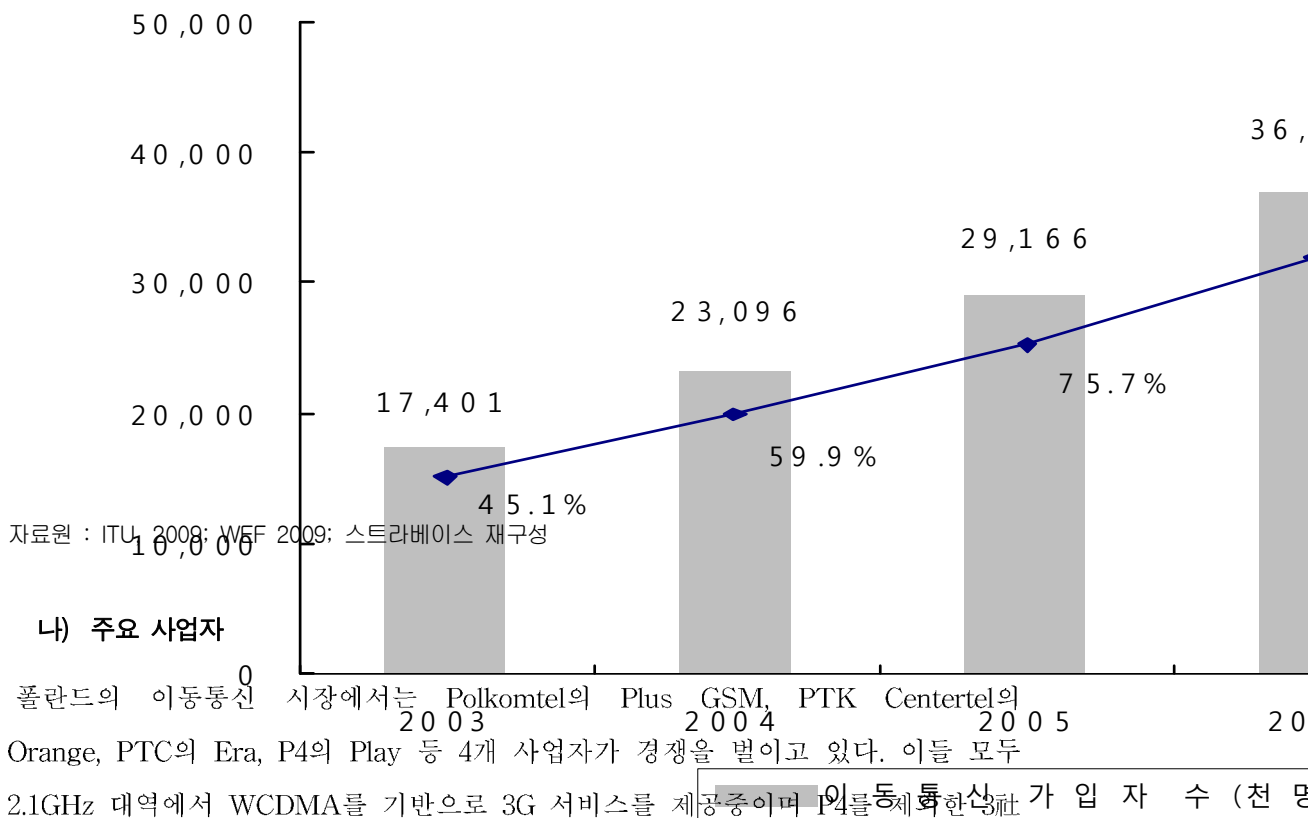
폴란드의 이동통신 가입자 수는 2008년 말 기준 4,393만 명, 보급률은 115%로 시장은 이미 포화상태라고 할 수 있다. 그럼에도 2003~2008년 CAGR이 20.3%로 최근 5년간 꾸준히 성장하는 양상이다.

전체 이동통신 시장의 약 80%가 GSM방식이며 나머지는 3G인 W-CDMA 방식이다. 현재 폴란드의 3G 가입자 수는 전체 이동통신 가입자의 약 20%로, 여타 동

유럽 국가에 비해 3G 이용률이 높은 편이다. 특히 소비자들의 3G 수요도 높아 향후 3G 서비스의 2G 대체현상도 가속화될 것으로 보인다.

〈그림 3-97〉 폴란드 이동통신 가입자 수 및 보급률 추이

(단위 : 천명)



(1) Plus GSM

이동통신 1위 사업자로 영국 Vodafone이 24.4%의 지분을 보유하고 있으며 나머지 지분은 폴란드 현지 사업자가 갖고 있다. 폴란드 내 4개 사업자 가운데 3G 가입자는 가장 적지만 2008년 이후 3G 가입자 증가 속도는 가장 빠르다. 2004년 9월 3G 상용 서비스를 시작했으며 2006년 11월 HSPA 서비스를 시작했다.

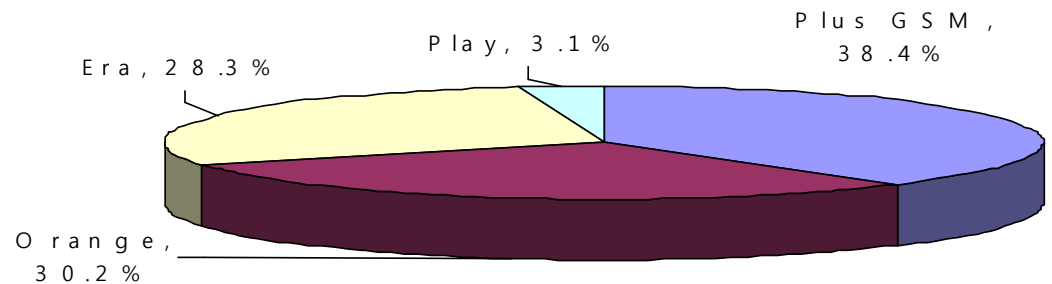
(2) Orange

폴란드 최대 통신사업자 TP Group의 이동통신 사업부문으로 현재 4개 사업자 가운데 3G 가입자가 가장 많은 반면 2G 가입자는 감소하고 있다. 2005년 11월 3G 상용 서비스를 시작했으며 2006년 12월 HSPA 서비스를 시작했다.

(3) PTC

이동통신 업계 3위 사업자로 Deutsche Telekom이 97%의 지분 보유하고 있으며, 2009년 9월 폴란드 최초로 HSPA+ 네트워크를 구축했다.

〈그림 3-98〉 폴란드 이동통신 사업자별 시장점유율



* 2008년 말 기준

자료원 : Cowen and Company, 2009; 스트라베이스 재구성

⇒ 폴란드 이동통신 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 이동통신 시장은 포화상태이며 3G서비스가 제공되고 있고 이미 HSPA 네트워크 업그레이드도 끝난 상태여서 신규 진입 여지가 없음 ▶ 폴란드는 유럽 거대 글로벌 통신사업자들의 각축장이기 때문에 Minor 사업자로 진출해도 경쟁력 확보가 어려워 시장진출은 타당성이 낮음
-----------------	--

4) WiMax

가) 시장현황

폴란드 통신청이 비교적 이른 2004년 12월, 2005년 7월에 3.6~3.8GHz 대역 라이선스를 발급한 결과, 현재 10개 사업자들이 Fixed 및 Mobile WiMax 망을 구축하

고 있다. 폴란드의 인터넷과 브로드밴드 보급률이 통신 선진국에 비해 낮은 편이기 때문에 향후 WiMax를 기반으로 한 브로드밴드나 VoIP 서비스의 성장 가능성이 클 것으로 예상된다.

나) 주요 사업자

유선통신 사업자 Netia는 2006년 말부터 상용서비스를 시작했다. 폴란드 주요 20개 도시에 WiMax 네트워크를 구축한 가운데 2009년 상반기에 가입자는 1만 3,000명을 넘어섰다. 또 폴란드 에너지회사 PGE의 통신 자회사인 Exatel은 2009년 6월 말까지 36개 도시에 WiMax 네트워크 구축 작업을 완료했다.

Municipal WiMax는 2006년 8월 WiMax 네트워크를 구축했으며 현재 공공기관들은 이 회사의 WiMax 네트워크를 교통신호등 관제, 버스 정류장과 기차역 영상 모니터링 서비스에 활용하고 있다. 한편 Milmex Systemy Komputerowe, NASK, Multimedia Polska, Crowley Data Poland, SteraNet 등도 서비스를 제공 중이다.

⇒ 폴란드 WiMax 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 브로드밴드 수요가 지속적으로 증가하고 있어 WiMax를 통한 무선 브로드밴드 시장의 성장 가능성은 높지만 이미 WiMax 라이선스가 발급됐고 10개 사업자가 서비스를 제공 중이어서 초기 경쟁이 치열 ▶ 시장이 초기단계이며 성장 가능성도 높고 사실상 규제도 없으나 이미 시장은 형성된 상황. 현지 사업자 인수방식으로 시장에 진출해도 치열한 경쟁으로 수익성 확보가 어렵다는 측면에서 폴란드 WiMax 시장진출은 타당성이 낮음
-----------------	---

5) IPTV

가) 시장현황

폴란드의 IPTV 상용 서비스는 2006년 5월 Multimedia Polska가 최초로 선보였다. 2008년말 기준 IPTV 서비스를 이용하는 가구는 10만 가구 정도로 전체 유료 TV 가입자의 1%에도 미치지 못하는 상황이다. 그러나 최근 소비자의 IPTV에 대한 관심이 증가하고 있으며 브로드밴드 가입자의 88%가 전송속도가 빠른 DSL과 케이블 방식을 이용한다는 점을 고려하면 향후 성장 여력이 클 것으로 기대된다.

나) 주요 사업자

현재 폴란드에서는 TPSA, Inotel, Multimedia Polska, Dialog 등의 통신사업자와 케이블TV 회사가 IPTV서비스를 제공중이다. 최대 유선통신 사업자로 높은 브랜드 인지도를 확보하고 있는 TPSA가 IPTV 1위 사업자로 시장 점유율의 50% 이상을 갖고 있다. 이 회사는 현재 HD 급 IPTV 시범서비스 실시 중이다.

업계 2위인 유무선 통신사업자 Inotel은 2008년 5월 서비스 출시했으며 3위 사업자 Multimedia Polska는 케이블TV 사업자의 이점을 살려 가장 먼저 서비스를 실시했지만 경제력이 낮은 남부 지역에서 가입자가 크게 증가하지 못하고 있다.

⇒ 폴란드 IPTV 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 유선 브로드밴드 가입자의 60%가 전송속도가 빠른 DSL 방식으로 IPTV 지원에 문제가 없고 소비자의 관심 역시 높음 ▶ 단 유선 브로드밴드의 30%가 케이블 방식이어서 향후 DSL을 통한 IPTV의 경쟁 매체가 될 가능성이 높고, 유선/브로드밴드 네트워크 1, 2위 사업자가 IPTV 서비스를 제공하고 있다는 점에서 폴란드 IPTV 시장진출은 타당성이 낮음
-----------------	---

6) DMB

폴란드의 4대 통신사업자와 방송사업자인 Info-TV-FM이 시범서비스를 실시하고 있으나 아직 상용화 시점을 확정하지 않고 있다. 폴란드는 아직 모바일TV 시장이 크게 형성되지 않았지만 모바일 브로드밴드 활성화, 서비스 요금 인하, 영상폰 보급 등의 요인을 감안하면 향후 성장 가능성이 있다고 볼 수 있다.

폴란드 통신청은 2009년 6월 DVB-H 기반 모바일TV 라이선스를 1개 발급했으며 당시 Info-TV-FM이 470-790MHz 대역을 낙찰 받았다. Info-TV-FM은 2015년 5월 31일까지 31개 도시에서 서비스를 제공하고 2015년 6월부터는 폴란드 전역으로 서비스를 확대할 계획이며, 이를 위해 Motorola와 Mobile TV 솔루션 구매계약을 체결한 상태다.

폴란드 4대 통신사업자들은 그동안 개별적으로 모바일TV 시범 서비스를 전개해 왔으나 2007년 10월 모바일TV 사업에 대한 제휴를 체결했다. 이는 Centertel, PTC, P4, Polkomtel이 사업권 입찰을 위해 구성된 컨소시엄으로 역시 DVB-H 포

준을 채택했다.

⇒ 폴란드 DMB 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▶ 폴란드 4대 통신사업자들의 컨소시엄이 모바일 TV 표준으로 DVB-H 방식을 채택함에 따라 국내 DMB 사업자의 폴란드 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단
-----------------	---

7) 장비/단말/솔루션 등

폴란드 PC 시장은 보급률이 20%를 밑돌고 있으나 신규 PC 수요가 꾸준히 증가하고 있다. 특히 노트북PC 시장은 소득 수준이 증가하면서 2005년 이후 연평균 60% 이상의 성장세를 보이고 있다.

5. Group E 국가군

가. 말레이시아

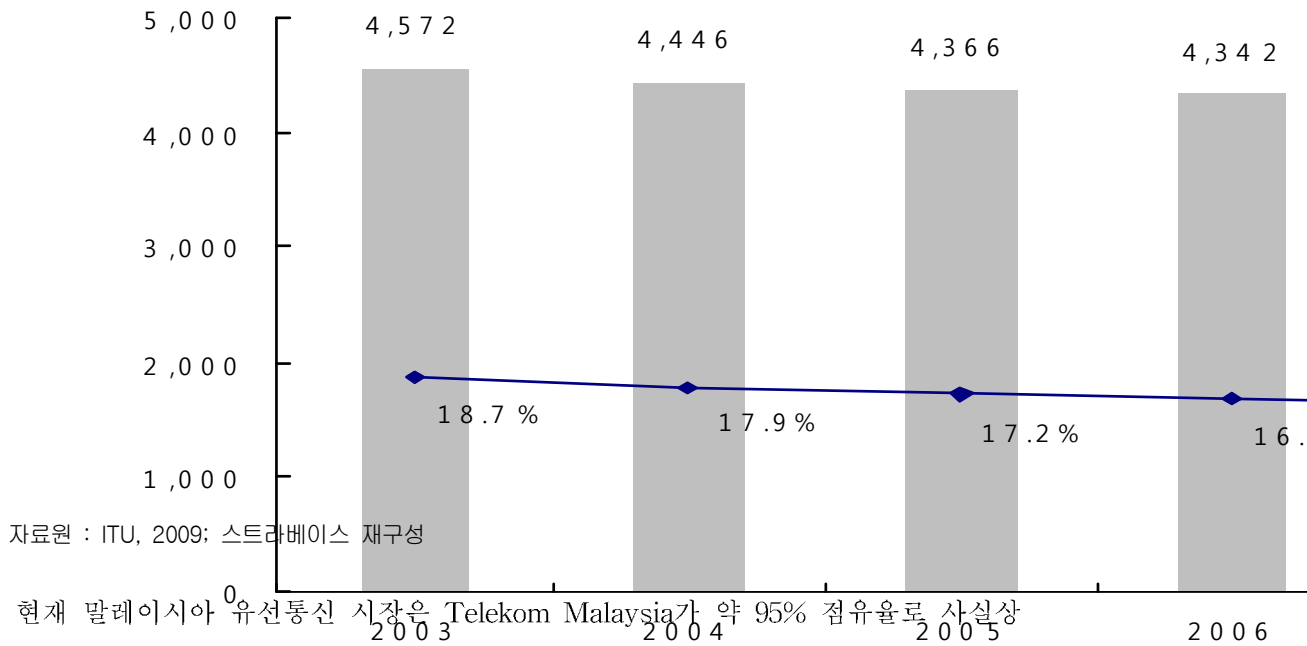
1) 유선전화

말레이시아의 유선전화 회선은 2008년 말 기준 429만 회선, 보급률은 약 16%로 지난 2003년 이후 지속적인 하락세를 보여 왔다. 이는 취약한 유선통신 인프라와 이에 따른 유선통신 서비스의 경쟁력 하락, 이동통신 보급 확대 등에 따른 결과로 유선전화 가입자는 향후에도 지속적으로 줄어들 전망이다.

VoIP 서비스의 경우, 정부가 유선 네트워크를 보유한 사업자에 한해서만 서비스를 허가했으나, 브로드밴드 확장 전략의 일환으로 2000년 4월 이후에는 자체 네트워크가 없어도 유선전화와 동일한 규제 하에서 별도의 라이선스를 받아 서비스를 제공할 수 있도록 했다. 이에 따라 소규모 VoIP 사업자가 대폭 증가하고 있다.

〈그림 3-99〉 말레이시아의 유선전화 회선 수 및 보급률 추이

(단위 : 천 회선)



현재 말레이시아 유선통신 시장은 Telekom Malaysia가 약 95% 점유율로 사실상 시장을 독점하고 있다. Telekom Malaysia는 지난 1987년 민영화되었으나, 여전히 정부가 42.33%의 지분을 보유하고 있다. 이 밖에 Time DotCom과 TRI가 소유로 사업을 전개하고 있다.

⇒ 말레이시아 유선전화 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

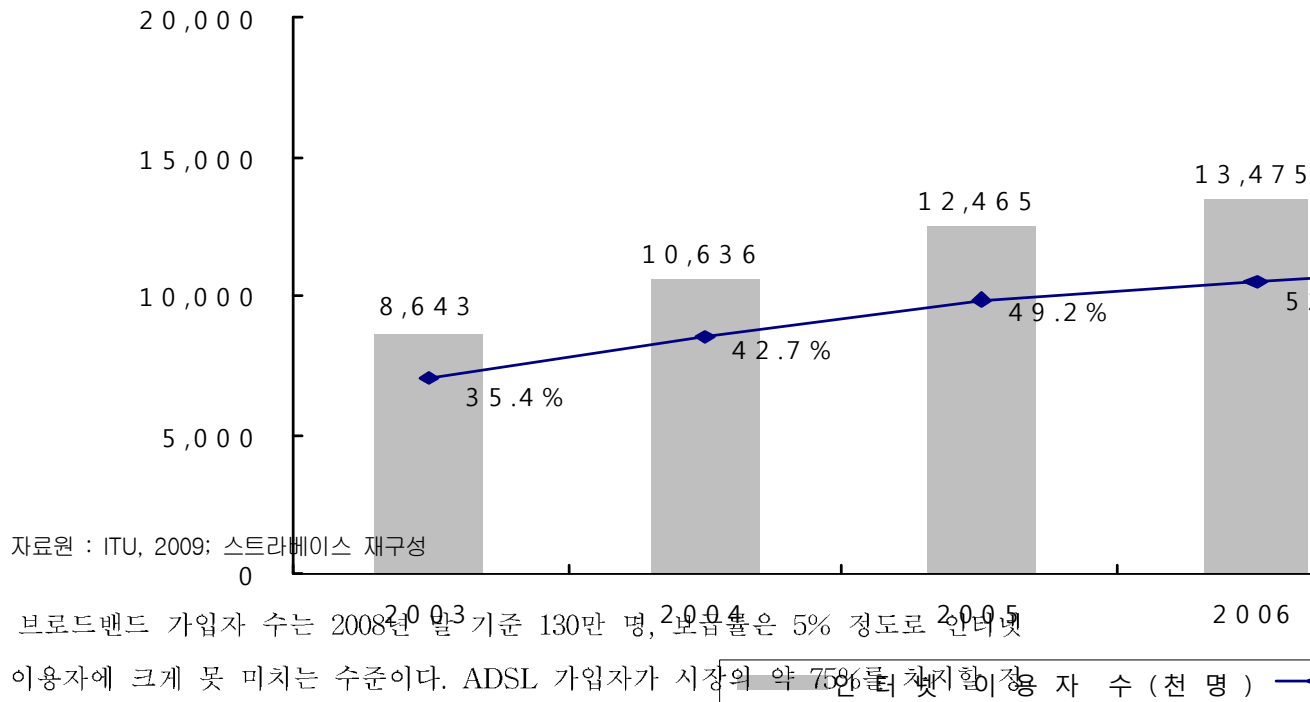
타당성 판단 근거	▷ 유선전화 보급률이 계속 감소하고 있고 이동통신 보급률이 100%를 넘어 이동통신의 유선전화 대체현상 심화됨 ▶ 정부가 대주주로 있는 Telekom Malaysia가 기간망을 독점하고 있는 점을 감안하면 말레이시아 유선전화 시장진출은 타당성이 낮다고 판단
-----------------	---

2) 인터넷/브로드밴드

말레이시아의 인터넷 이용자는 2008년 말 기준 1,690만 명, 이용률은 약 60% 정도로 다른 동남아 국가와 비교하면 시장은 사실상 성숙단계로 접어들고 있다. 그동안에는 Dial-up 방식의 보급으로 시장이 급격하게 성장했지만 초고속 인터넷 시장은 아직 초기 단계에 있다.

〈그림 3-100〉 말레이시아 인터넷 이용자 수 및 보급률 추이

(단위: 천 명)

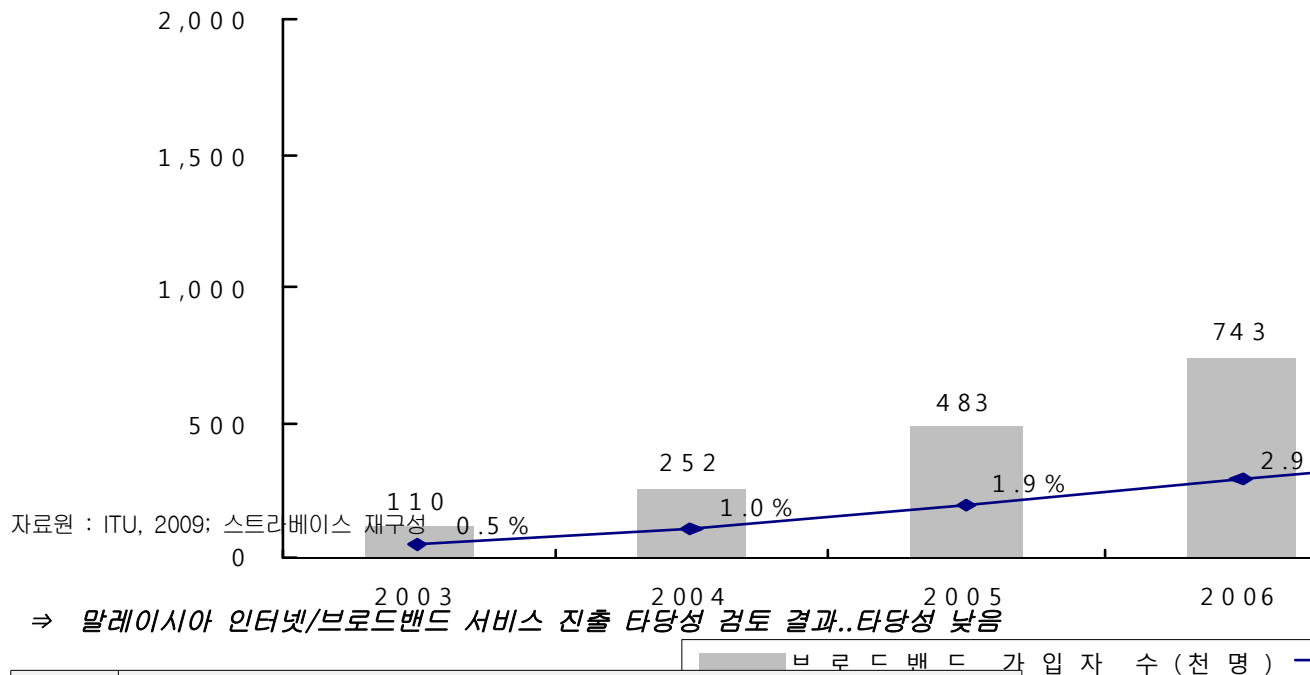


브로드밴드 가입자 수는 2008년 말 기준 130만 명, 보급률은 5% 정도로 인터넷 이용자에 크게 못 미치는 수준이다. ADSL 가입자가 시장의 약 75%를 차지할 정도로 브로드밴드와 관련된 인프라는 아직 열악한 수준이다. 그러나 최근 시장이 급성장하고 있고 정부의 브로드밴드 보급 전략이 본격적인 실행 단계를 맞고 있어 향후 브로드밴드 시장의 성장 가능성이 매우 높을 것으로 전망된다.

유선전화 사업자인 Telekom Malaysia 산하 TMNet이 브로드밴드 시장에서도 사실상 시장을 독점하면서 전국 브로드밴드 네트워크를 구축하고 있다. 이로 인해 다른 사업자와 경쟁구도를 형성하기 어려워 현재 TMNet의 경쟁사는 모바일 사업자라고 봐야 하는 상황이며, 특히 WiMax 사업자들이 각광을 받고 있다.

〈그림 3-101〉 말레이시아 브로드밴드 가입자 수 및 보급률 추이

(단위: 천명)



타당성 판단 근거	▶ 브로드밴드 시장은 사업성 측면에서는 진출 여지가 있으나 유선/인터넷/브로드밴드 시장을 사실상 독점한 Telecom Malaysia가 정부와 함께 전국 브로드밴드 네트워크 구축을 주도하고 있어 말레이시아 인터넷/브로드밴드 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단
-----------------	--

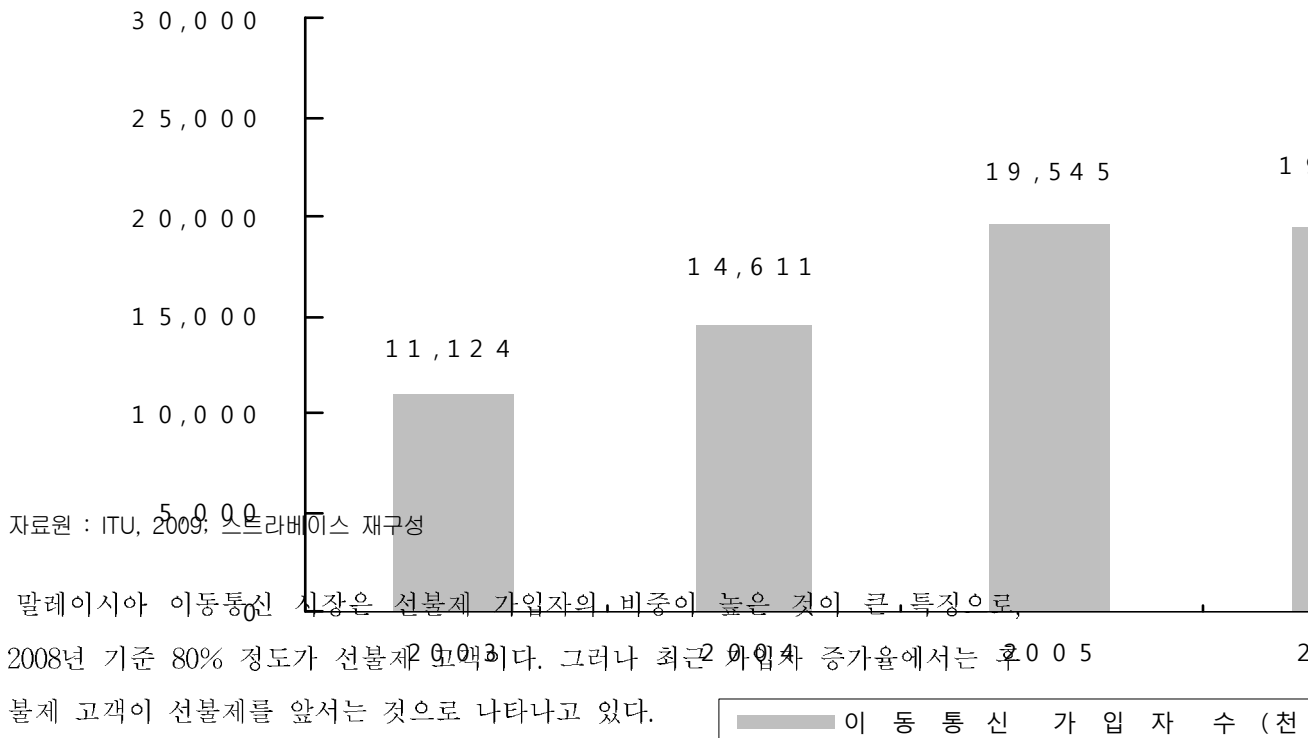
3) 이동통신

가) 시장현황

말레이시아의 이동통신 가입자는 2008년 말 기준 2,713만 명에 이르며 보급률은 이미 100%를 넘어 시장은 포화상태에 이르고 있다. 말레이시아는 동남아시아에서 이동통신 시장이 발달된 국가 가운데 하나지만 여전히 2G GSM 방식이 전체의 80% 이상을, 나머지를 3G W-CDMA 방식이 차지하고 있다.

〈그림 3-102〉 말레이시아의 이동통신 가입자 수 및 보급률 추이

(단위 : 천명)

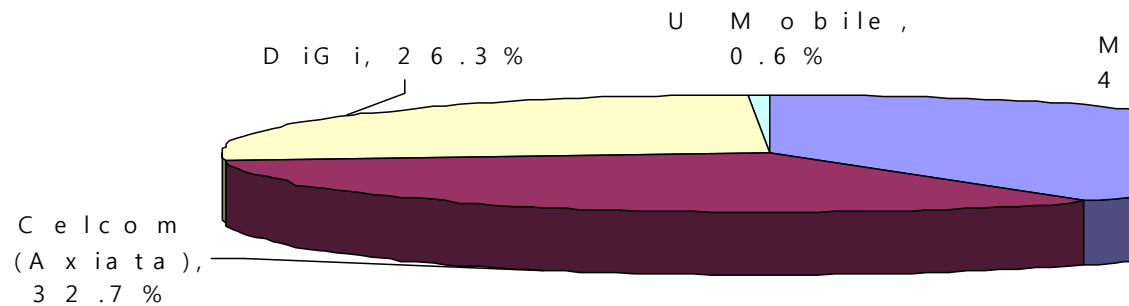


Axiata Group의 Celcom(舊 Telekom Malaysia)이 2003년 말 3G인 W-CDMA 서비스를 최초로 실시한 가운데 최대 이동통신회사인 Maxis가 2005년 7월, U Mobile이 2008년, DiGi가 2009년에 3G W-CDMA 서비스를 시작했다. 말레이시아는 이동통신 보급률은 포화 상태지만 유선인프라가 열악한 탓에 모바일 브로드밴드에 대한 수요가 높아 향후 3G 및 3.5G 서비스가 크게 성장할 전망이다.

나) 주요 사업자

최대 사업자인 Maxis가 40.4%의 점유율로 가장 앞서나가는 가운데 Celcom, DiGi, U Mobile 4개의 이동통신 사업자가 서비스를 제공하고 있다. Maxis, Celcom, DiGi 상위 3개 업체의 시장점유율이 무려 99.4%에 이르는 공고한 3社 경쟁체제가 유지되고 있다.

〈그림 3-103〉 말레이시아 이동통신 사업자별 시장점유율



★ 2008년 말 기준

자료원 : Cowen and Company, 2009; 스트라베이스 재구성

(1) Maxis

1995년 서비스를 시작했으며 GSM 기반의 서비스를 제공중으로 현재 이동통신 시장 점유율 1위다. 투자회사인 Binariang이 소유하고 있으며 경쟁업체 보다 첨단 기술을 신속하게 상용화한다는 전략이나 3G 서비스의 경우에는 데이터 트래픽이 많거나 정부 부처가 많은 지역 등 전략적으로 중요한 지역에만 제공하고 있다.

(2) Celcom

말레이시아 인구의 약 97%를 커버, 경쟁업체와 비교해 커버리지 확보에서 유리한 고지에 있으며 자국 외에 인도네시아, 스리랑카, 방글라데시 등 해외 사업도 활발하게 전개하고 있다. 2006년에는 말레이시아 최초로 HSDPA 서비스를 시작했다.

(3) DiGi

지난 1995년 디지털 셀룰러 네트워크를 운영한 최초의 이동통신사로 현재 말레이시아 이동통신 시장 점유율은 약 27%다. 노르웨이 Telenor가 49%의 지분을 보유하고 있는 3위 이동통신 사업자로 2006년 3G 라이선스 확보에 실패했으나 유선사업자 Time DotCom의 라이선스를 인수해 2009년 3G 서비스를 시작했다.

⇒ 말레이시아 이동통신 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 시장이 이미 포화상태인 상황에서 상위 3社 체제가 이미 확고해 외국 기업이 Minor 사업자 지분투자나 인수를 통해 시장에 진입하는 것은 실패 가능성이 높음 ▶ 상위 3社 모두 이미 3G 서비스를 제공하고 있어 3G를 겨냥한 시장진입도 성과를 내기 어렵다는 점에서 말레이시아 이동통신 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단
-----------------	--

4) WiMax

말레이시아 정부는 Telekom Malaysia의 브로드밴드 네트워크 독점에 따른 폐해를 줄인다는 방침하에 WiMax 시장을 활성화하기로 결정, 2007년 3월 4개 사업자에 2.3GHz 기반의 WiMax 라이선스를 발급했다. 이에 따라 Green Packet, REDtone International, Asiaspace 등 3개 사업자가 2008년 8월부터 Mobile WiMax 상용 서비스에 나섰다.

Green Packet은 자회사인 P1을 통해 Mobile WiMax 상용 서비스를 실시중으로 일단 전체 인구의 30% 이상을 커버한다는 계획이다. REDtone은 브로드밴드 네트워크가 구축되지 않은 지역을 중심으로 커버리지를 확대하고 있으며 기업고객을 대상으로 최대 2Mbps의 속도를 지원하고 있다. 이 밖에 위성 네트워크 사업자인 Asiaspace는 ‘amex’ 브랜드로 서비스를 개시했으며 2011년까지 WiMax 전국 네트워크를 구축한다는 계획이다.

⇒ 말레이시아 WiMax 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 높음

타당성 판단 근거	▷ 유선 브로드밴드 보급률이 낮아 WiMax의 성장 잠재력이 크고 정부가 Telekom Malaysia의 브로드밴드 시장 독점완화에 나섰다는 점은 WiMax 시장 성장에 긍정적 요소 ▷ Major 통신사업자가 아니라도 WiMax 라이선스를 발급받고 있으며 KTF의 U Mobile 지분투자 사례에서 보듯이 외국 기업의 투자에 대한 규제가 강하지 않음 ▶ Y-max Networks와 美 Wimax 사업자 Clearwire처럼 실제 외국 기업과의 전략적 제휴가 이뤄지고 있음을 감안하면 말레이시아 WiMax 시장진출은 타당성이 높다고 판단
-----------------	--

5) IPTV

말레이시아 IPTV 시장은 통신사업자 보다는 미디어 회사들이 주도하는 형국으로, 최대 위성TV 사업자인 Astro가 막강한 영향력을 갖고 있다. 그러나 가입자는 소수에 불과한 실정으로 지난 2005년 MiTV Networks가 VOD 기반의 IPTV 서비스를 시작했으나 가입자 부족으로 2006년 10월 서비스를 중단한 바 있다.

통신 사업자 가운데는 Telekom Malaysia가 2009년 말 또는 2010년 초부터 IPTV 서비스 'Hypp TV'를 제공할 계획으로, 이미 2009년 3월 동일한 브랜드로 온라인 기반 콘텐츠 서비스를 시작했고 이를 IPTV로 확대한다는 전략이다. 그동안 1만여 가구를 대상으로 IPTV 시범 서비스를 진행했으며 50여개 채널과 VOD서비스를 제공할 예정이다.

통신시장에서의 영향력을 감안할 때, Telecom Malaysia의 IPTV 서비스가 본격화된다면 말레이시아 유료 TV 시장을 장악하고 있는 위성TV의 막강한 라이벌로 부상할 전망이다. Telecom Malaysia는 향후 프리미엄 스포츠를 비롯한 다양한 콘텐츠로 가입자를 유치한다는 전략이다.

⇒ 말레이시아 IPTV 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▶ Telecom Malaysia가 브로드밴드 네트워크를 독점하고 있고 이미 IPTV 서비스 준비를 완료해 이에 대항할 만한 경쟁구도를 형성하기는 어렵다는 점에서 말레이시아 IPTV 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단
-----------------	--

6) DMB

말레이시아에서는 T-DMB, DVB-H, MediaFLO 등 여러 기술을 기반으로 한 모바일 TV 시범 서비스가 진행됐으나 아직 상용 서비스는 제공되지 않고 있다. 그러나 최근 T-DMB 시범 서비스 사업자들이 장비계약을 체결하고 있어 T-DMB의 상용서비스가 가장 유력한 상황이다.

최대 이동통신사 Maxis는 Qualcomm과의 협력을 통해 MediaFLO 기반의 모바일 TV 테스트를 실시했으나 구체적인 상용서비스 일정을 발표하지 않고 있다. 또 3G 서비스를 전개중인 U Mobile은 Nokia와 함께 DVB-H 기반의 모바일TV 시범 서비스 실시했으며 자사 가입자에게 유무료 채널을 동시에 전송할 계획이다.

민영방송사인 TV3는 통신멀티위원회 지원 받아 2008년 초 T-DMB 기술 테스트를 실시했으며, 위성 네트워크 사업자인 Asiaspace도 T-DMB 기반의 시범 서비스를 마쳤으며 2009년 말 이후 상용 서비스 실시할 예정이다.

⇒ 말레이시아 DMB 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 높음

타당성 판단 근거	▷ Maxis와 U Mobile 같은 이동사들이 모바일 TV 시장 형성을 대비중이며 T-DMB, DVB-H, MediaFLO 등 세계 주요 모바일 TV 기술표준이 모두 시범 서비스로 제공됨 ▶ 기술표준이 아직 결정되지 않았고 2개 사업자가 T-DMB 방식을 고려하고 있는 상황. 특히 이동통신 보급률이 높아 휴대폰 보급이 충분함을 감안하면 국내 DMB 사업자의 말레이시아 시장진출은 타당성이 높은 것으로 판단
-----------------	--

7) 장비/단말/솔루션 등

말레이시아 정부의 정책적인 지원하에 WiMax서비스가 빠르게 성장할 것으로 예상되는 가운데 이와 관련된 모뎀, WiMax 내장형 노트북과 휴대폰 등을 비롯한 단말기와 기지국 시장 규모도 커질 전망이다. DMB 시장도 다양한 기술 기반의 시범 서비스가 진행된 결과 Qualcomm, Nokia 등이 포진하고 있으며 스웨덴 DMB 장비업체 Factum Electronics도 공영방송사 RTM과 장비계약을 체결했다.

나. 사우디아라비아

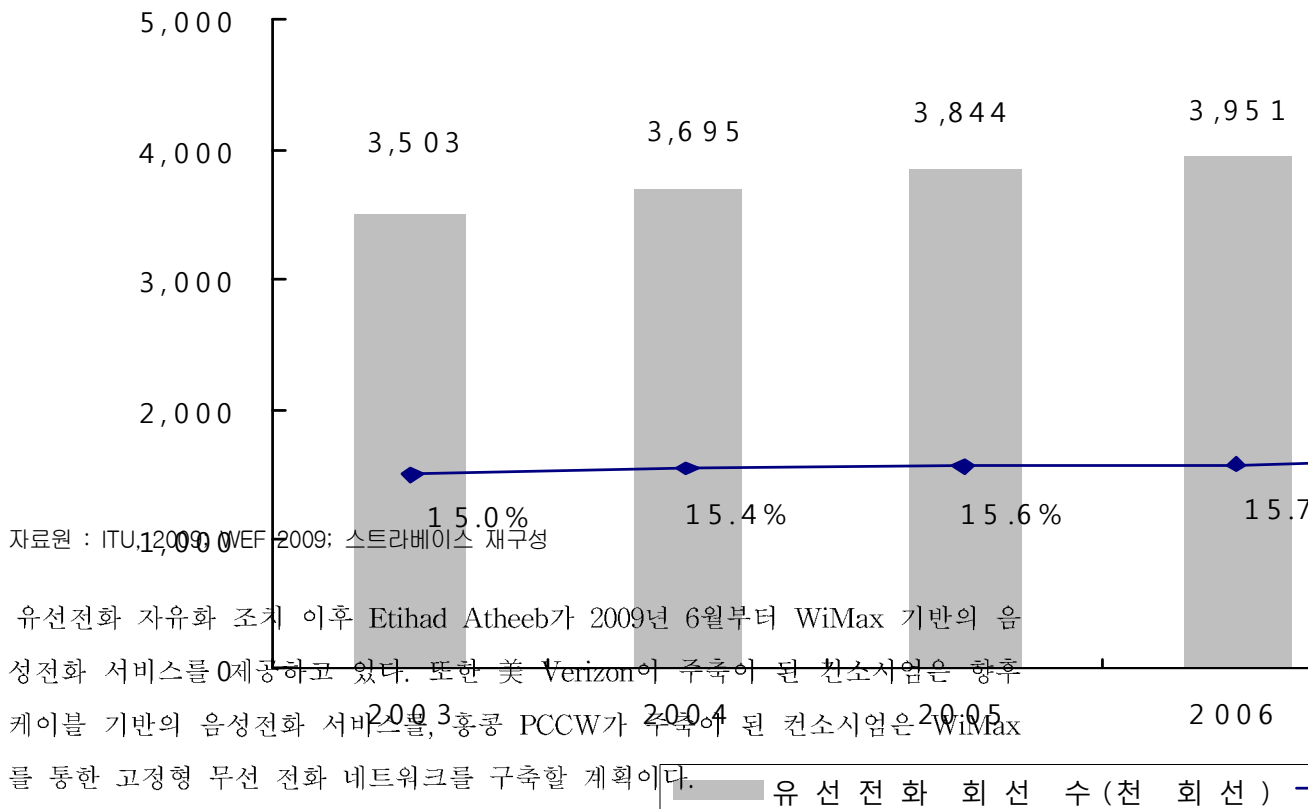
1) 유선전화

사우디아라비아의 유선전화 회선 수는 2008년 기준 410만 회선, 보급률은 약 16%에 이르고 있다. 최근 5년간 보급률이 15~16%대에 머물러 있는 상황이고 이동통신 시장의 성장세를 감안하면 향후 급속한 성장 가능성은 낮은 편이다.

사우디 유선전화 시장은 2007년까지는 사우디 정부가 70%의 지분을 보유한 STC(Saudi Telecom Company)가 독점해 왔으나, 2007년 유선전화 자유화 조치로 인해 3개 신규 컨소시엄 사업자에게 라이선스가 발급됐다.

〈그림 3-104〉 사우디의 유선전화 회선 수 및 보급률 추이

(단위 : 천 회선)



⇒ 사우디 유선전화 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 통신시장 자유화 조치로 2007년 3개 신규 사업자가 유선전화 라이선스를 획득했으나 Etihad Atheeb만 WiMax 기반의 음성전화 서비스를 제공 ▶ 법적으로는 독점지위가 사라졌으나 STC는 여전히 유선전화 시장을 독점. 또한 추가 유선전화 라이선스 발급 계획이 없어 사우디 유선전화 시장진출은 타당성이 낮음
-----------------	---

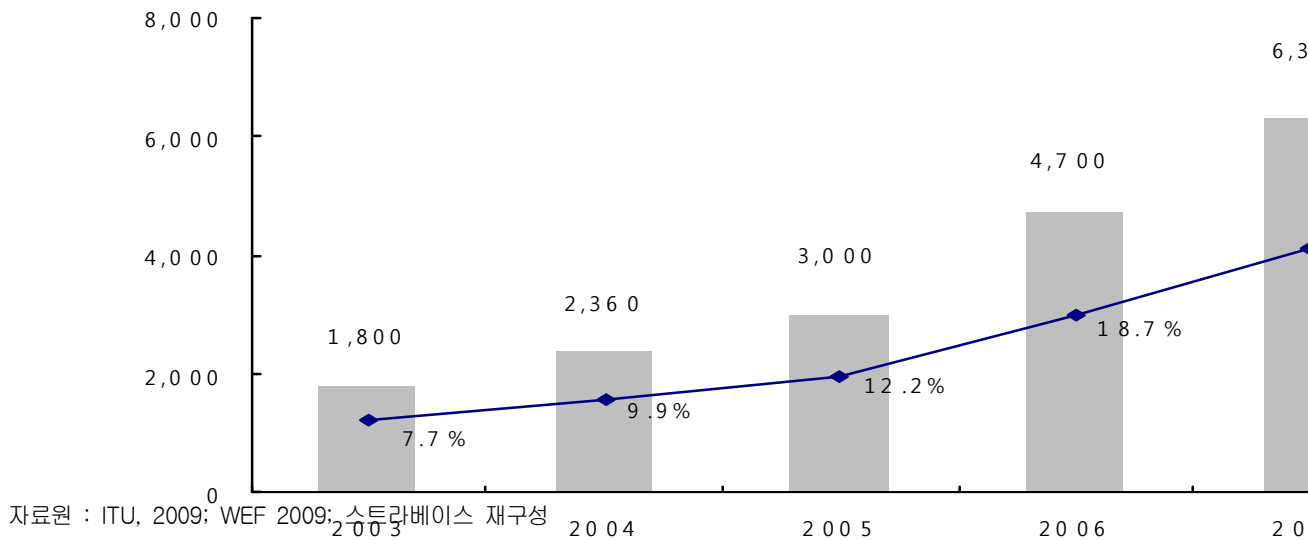
2) 인터넷/브로드밴드

사우디아라비아의 인터넷 이용자는 2008년 말 기준 770만 명, 이용률은 약 30%에 이르며 2003~2008년 CAGR이 34%일 정도로 빠르게 성장하고 있다. 사우디는 1994년부터 인터넷이 도입됐으나 정부가 인터넷을 통한 무분별한 정보 유입을 차

단하면서 1999년까지 대학, 병원, 연구소 등에서만 사용이 가능했던 이력이 있다.
 이러한 규제는 2002년 자유화 조치로 완화됐지만 현재도 반이슬람, 반사회 콘텐츠
 츠 및 반정부 사이트를 비롯한 음악과 영화 사이트 등을 차단하고 있다. 그러나
 모든 접속을 차단하는 것은 불가능하고 대다수 국민이 우회적으로 접속하고 있다.

〈그림 3-105〉 사우디의 인터넷 이용자 수 및 보급률 추이

(단위: 천명)

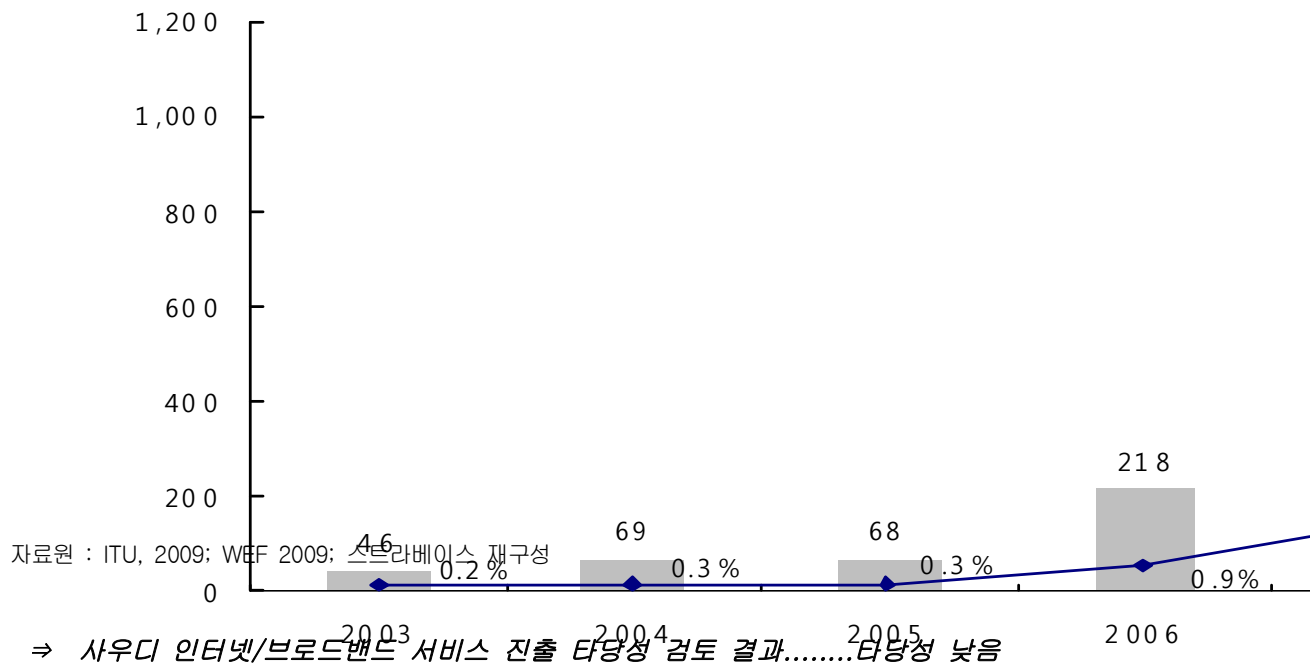


사우디아라비아의 브로드밴드 가입자 수는 2008년 말 기준 185만 명, 보급률은
 아직 5% 미만이다. 단 2006년 이후 각 사업자들의 투자가 본격화되고 가입자도
 급격하게 늘어나고 있어 향후 빠른 가입자 증가를 기대할 수 있는 상황으로 현재
 는 DSL이 전체 브로드밴드 시장의 95%를 차지하고 있다.

사우디텔레콤은 2006년 중반에 광통신망 구축 작업을 마쳤으며 회선 추가 작업
 등을 통해 브로드밴드 커버리지를 국토 전역의 75%까지 확대했다. 또 Mobily,
 ITC, Banyat 등의 이동통신 3사는 광통신망 구축 사업에 협력기로 합의했다.

〈그림 3-106〉 사우디의 브로드밴드 가입자 수 및 보급률 추이

(단위: 천명)



타당성 판단 근거	▷ 브로드밴드 시장이 급성장하는 가운데 기존 독점 통신사업자인 STC 외에 ISP 개방으로 진출한 제 2 이동사 Mobilyd와 ITC 등도 본격적으로 광통신 네트워크에 투자 ▶ 결국 신규 ISP로 진입해도 경쟁을 위해서는 광통신 네트워크 투자가 불가피한데 이에 따른 투자비용을 감안하면 사우디 인터넷/브로드밴드 시장 진출은 타당성이 낮음
-----------------	---

3) 이동통신

가) 시장현황

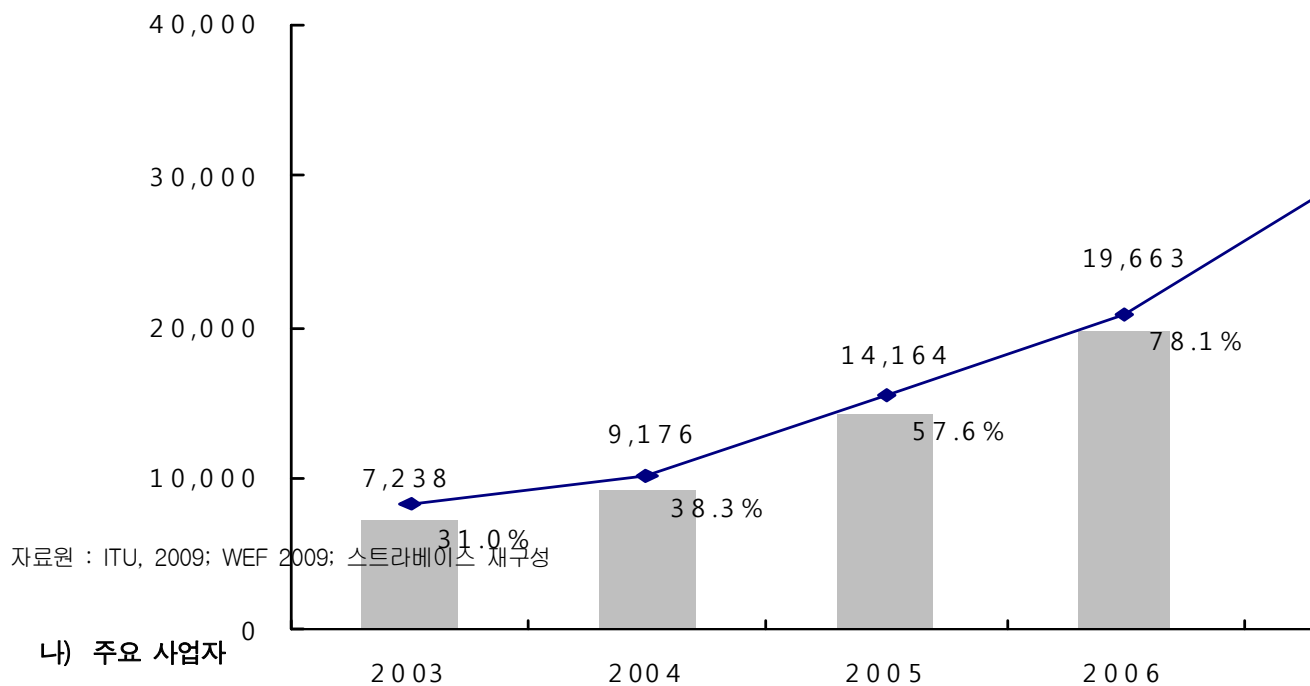
사우디아라비아 이동통신 가입자는 2008년 말 기준 3,615만 명, 보급률은 148%로 시장은 포화 단계에 있다. 최근 5년간 CAGR이 37.9%일 정도로 매년 꾸준히 성장하고 있다. 그러나 선불폰 이용자가 80%를 넘는 수준이며 이로 인해 가입자의 ARPU는 지역 평균에 비해 현저히 낮은 수준을 보이고 있다.

지난 2006년 3G 서비스가 도입됐으나 현재 이동통신 인구의 85%가 2G GSM방

식을 이용하고 있으며 3G WCDMA 방식 이용자는 15%에 머무르고 있다. 한편 2004년 이동통신 시장 개방 이후 글로벌 이동통신 사업자들이 진출함으로써 신규 사업자가 시장에 진출할 여지는 거의 없는 상황이다.

〈그림 3-107〉 사우디의 이동통신 가입자 수 및 보급률 추이

(단위 : 천명)



사우디아라비아 이동통신 시장은 국영 통신사업자인 STC의 독점이 무너지면서 2005년 Mobily가 시장에 진입했고, 2008년 Zain의 출범으로 3자 경쟁 구도가 형성돼 있다. 그러나 STC가 50% 이상의 점유율로 업계 1위 자리를 지키고 있다.

(1) STC

사우디 유무선 분야의 최대 통신 사업자로 현재 정부가 70%의 지분을 갖고 있다. 2005년 이후 통신시장의 독점체제가 무너지면서 수익 개선 압력에 시달리고 있으며 이를 위해 적극적인 해외 진출을 모색 중이다.

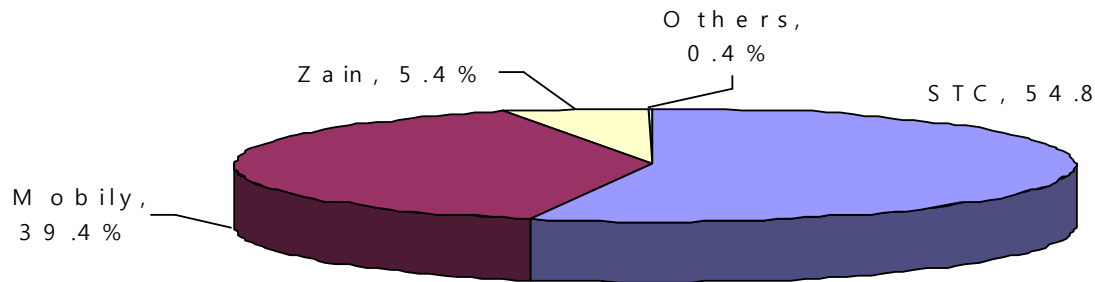
(2) Mobily

사우디 이동통신 2위 사업자로 STC가 54.8%, UAE의 통신사업자 Etisalat이 35%의 지분을 소유하고 있다. 시장 점유율은 39.4%로 지난 2004년 2G 및 3G 라이선스를 확보하는데 성공했으며 현재는 HSDPA 서비스를 제공 중이다.

(3) Zain

2008년 8월 서비스를 제공하기 시작한 3위 사업자로 현재 점유율은 5.4% 정도다. 쿠웨이트 소재 다국적 통신사업자인 Zain은 2007년 3월 2G/3G 라이선스를 획득해 2008년 8월 본격적인 서비스를 시작했다.

〈그림 3-108〉 사우디의 이동통신 사업자별 시장점유율



* 2008년 말 기준

자료원 : Cowen and Company, 2009; 스트라베이스 재구성

⇒ 사우디 이동통신 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 사우디 이동통신 시장은 이미 포화상태. 이동통신 시장 개방 후 UAE의 Etisalat, 쿠웨이드 Zain 등 글로벌 사업자들이 시장에 진입해 본격적인 3강구도 형성 ▶ 1, 2위 사업자의 시장점유율이 95%에 육박해 minor 사업자로 참여해도 수익성을 확보하기는 어렵다는 점에서 사우디 이동통신 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단
-----------------	---

4) WiMax

현재 STC, ITC, Bayanat 등 주요 ISP들이 WiMax 도입을 추진하고 있다. Bayanat는 2008년 9월 수도 및 4개 대도시에서 Fixed WiMax 서비스를 시작했으며 2009년 6월 삼성전자와 1억 달러 규모의 WiMax 장비 공급 계약을 체결했다. ITC는 2007년 10월 WiMax 서비스를 시작했으며 단계적인 인프라 구축을 계획하고 있으며, STC는 2007년 Huawei와 Mobile WiMax 장비 공급 계약을 체결하고 주요 도시를 중심으로 현재 네트워크 구축 작업을 진행중에 있다.

⇒ 사우디 WiMax 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 높은 소득수준으로 WiMax 수요는 충분하나 전체 인구의 약 70%가 수도를 비롯한 주요 도시에 밀집. 주요 ISP인 STC, Mobily, ITC, Banyanat 등이 유선 브로드밴드 확산을 위해 본격적으로 광통신 네트워크 구축하고 있어 유선 브로드밴드 서비스가 더욱 활성화될 전망 ▶ 주요 ISP들이 인구 비밀집 지역 브로드밴드 서비스를 위한 <u>보완재</u>로 WiMax 도입을 추진중이란 점에서 사우디 시장진출은 타당성이 낮음
-----------------	--

5) IPTV

현재 사우디에서는 IPTV 서비스가 제공되지 않고 있으나 최근 주요 ISP들이 광통신 네트워크 투자를 계획하고 있어 IPTV 서비스 확산을 위한 인프라는 머지않아 구축될 것으로 보인다. 단 사우디는 전체 가구의 94%가 위성 TV를 시청하고 있으며 이러한 사실이 IPTV 확산에 가장 큰 걸림돌이 될 것으로 보인다.

⇒ 사우디 IPTV 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▶ 주요 ISP의 광통신 네트워크 구축으로 IPTV를 위한 인프라는 충분하나 사우디 가구의 94%가 이미 위성TV를 시청하고 있어 IPTV가 확산되기 어렵다는 점에서 사우디 IPTV 시장진출은 타당성이 낮음
-----------------	--

6) DMB

Mobily가 2007년 7월부터 이동통신 네트워크를 통해 3G휴대전화로 CNN, Al Arabiya, CNBC Arabia 등의 방송을 제공하고 있으나, 아직 방송 네트워크를 통한 모바일 TV 서비스는 제공되지 않고 있다.

⇒ 사우디 DMB 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 이동통신 네트워크 기반 모바일 방송만 제공되는 상황으로 방송 네트워크 기반 모바일 TV에는 이통사가 무관심 ▶ 모바일 TV 표준에 관한 구체적 일정이나 계획도 없어 사우디에서 DMB 논의가 형성되려면 아직 상당한 시일이 필요
-----------------	--

7) 장비/단말/솔루션 등

최근 수년간 지속됐던 고유가 현상으로 개인소득이 증가하면서 구매력이 증가해 컴퓨터 하드웨어 시장은 PC를 중심으로 상당히 높은 성장세를 지속하고 있으며 특히 노트북PC는 가격이 하락하면서 수요가 증가하고 있다.

6. Group F 국가군

가. 몽골

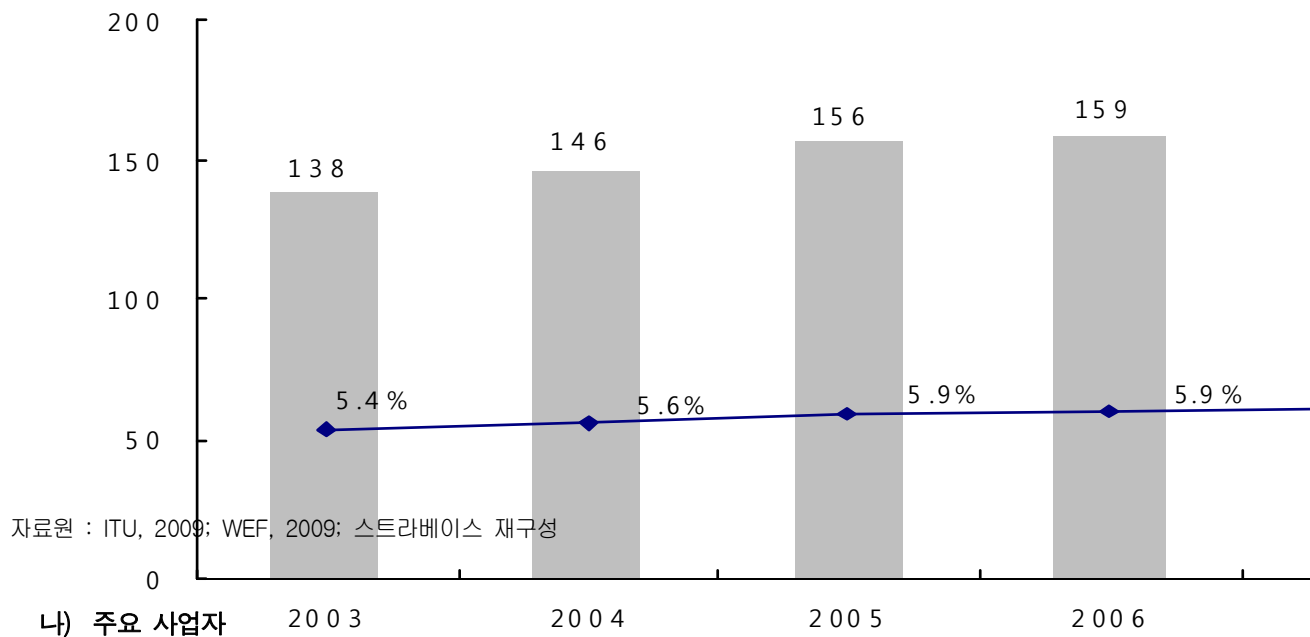
1) 유선전화

가) 시장현황

몽골의 유선전화 회선 수는 2008년 기준 16만 5,000 회선, 보급률은 6%대에 머무르고 있다. 지난 5년간 보급률이 매년 0.1~0.3%씩 증가할 정도로 미미한 증가세를 보이고 있다. 국가 전체 인구가 265만 명에 불과하며 회선 수 절대량 자체도 16만 회선을 겨우 넘길 정도로 규모가 작은 시장이다.

〈그림 3-109〉 몽골의 유선전화 회선 수 및 보급률 추이

(단위 : 천명)



나) 주요 사업자
 몽골 유선전화 시장은 Mongolia Telecom과 RailCom(Mongolian Railways Communications)의 2개 사업자가 전체 시장을 장악하고 있다.

(1) Mongolia Telecom

몽골 최대 유선전화 사업자로 현재 정부가 54.33%의 지분을 보유하고 있다. 몽고 정부는 통신시장 활성화를 위해 Mogolian Telecom의 민영화에 나섰으며 이 과정에서 1995년 한국 KT가 Mogolian Telecom의 지분 40%를 취득했다. 현재 몽골의 전국 인프라를 보유하고 있는 Posts and Telecommunication Authority로부터 네트워크를 임대해 서비스를 제공하고 있다.

(2) Railcom

몽골의 제 2 유선전화 사업자로 몽골 정부와 러시아 정부의 조인트 벤처다. 시내 및 시외전화 서비스를 제공해 왔으며 2002년 말부터 광 네트워크를 통해 인터넷 서비스도 제공하고 있다. RailCom은 현재 자사 네트워크를 다른 ISP와 2개 이동

통신 사업자에게 임대하고 있다.

⇒ **몽골 유선전화 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음**

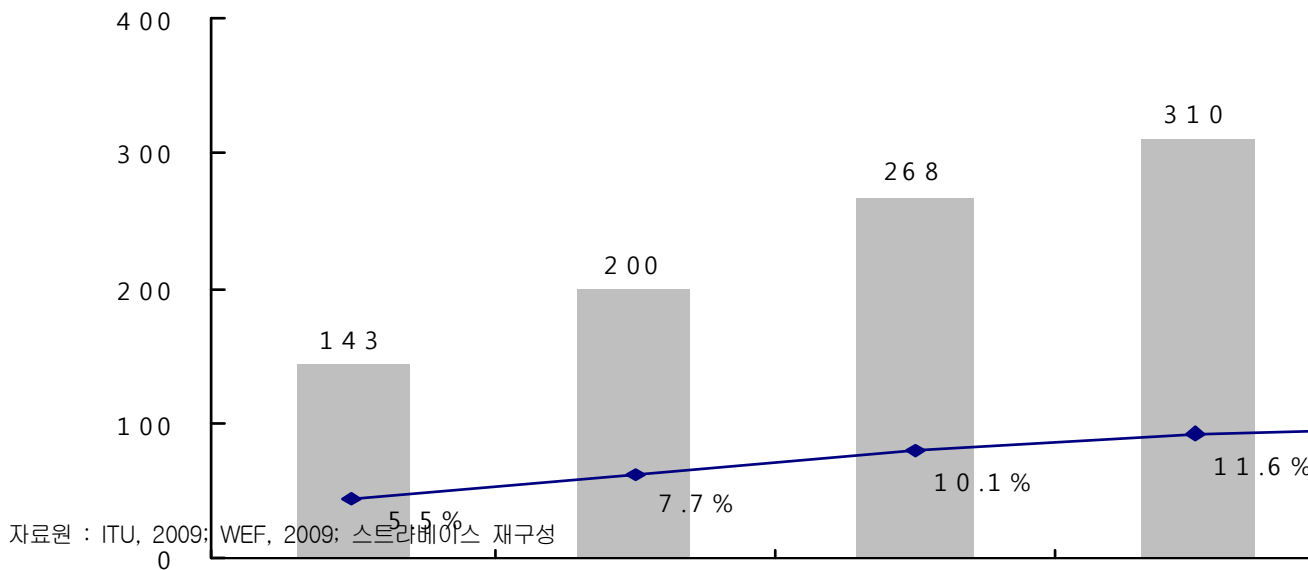
타당성 판단 근거	▷ 유선전화 보급률이 조금씩 증가하고 있으나 절대 보급 회선 수가 16만 여 회선에 불과해 시장 자체가 협소 ▶ KT가 국영 유선전화 사업자 Mogolian Telecom의 지분 40%를 보유한 상황으로 이미 KT가 진출해 있어 국내 사업자의 몽골 유선전화 시장진출 전망을 언급하기는 부적절함
-----------------	--

2) 인터넷/브로드밴드

몽골의 인터넷 이용자는 2008년 말 기준 33만 명, 이용률은 약 12%에 이르며 인터넷 이용자의 약 80%가 Dial-up 방식을 사용할 정도로 네트워크가 낙후되어 있는 실정이다.

〈그림 3-110〉 몽골의 인터넷 이용자 수 및 보급률 추이

(단위: 천명)



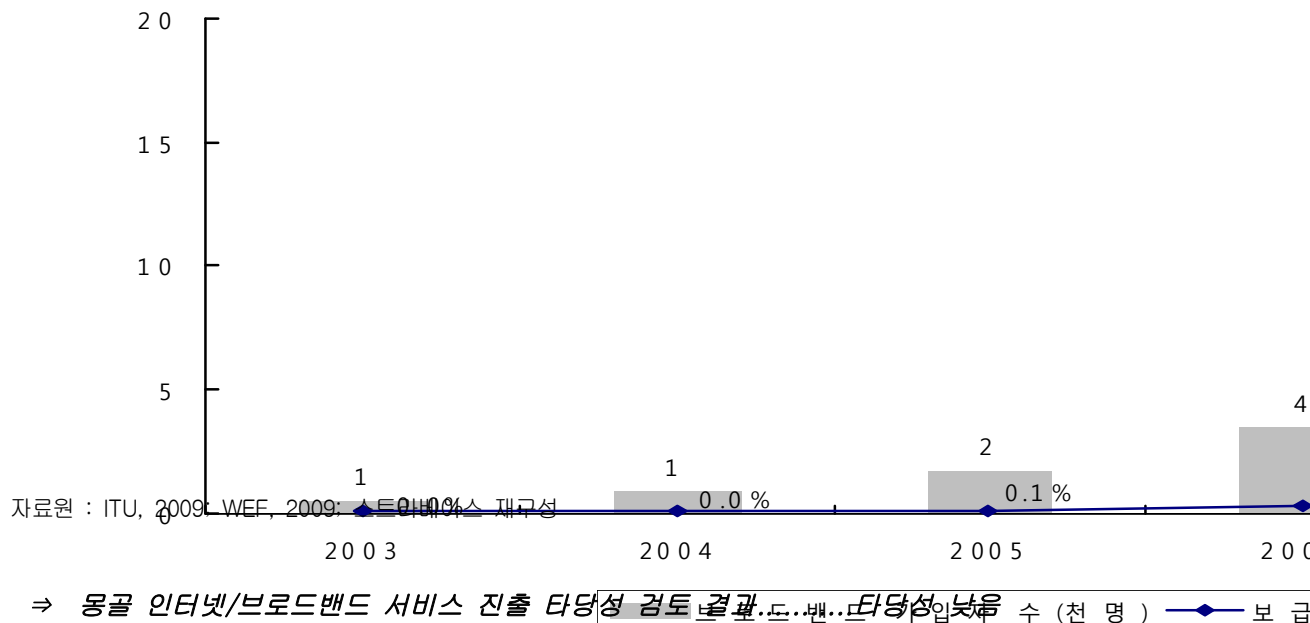
몽골의 브로드밴드 가입자 수는 2008년 말 기준 7,000명이며 보급률은 1%를 밑도는 초기 단계다. 몽골에는 9개의 ISP가 있으며 제 1 유선전화사업자인 Mogolian Telecom의 자회사 MiCom이 약 22%의 시장 점유율로 가장 앞서가고 있으며 기

타 ISP들이 나머지 시장을 놓고 경쟁중이다.

Mogolia Telecom은 2001년 한국 KT와 DSL 구축 계약을 맺고 2001년 6월 DSL 시범서비스를 제공했다. 서비스를 계속 확대하고 있으나 브로드밴드 이용자는 수도 울란바토르에 거주하는 외국인과 정부 관료들이 대부분일 정도로 수요가 작다.

〈그림 3-111〉 몽골의 브로드밴드 가입자 수 및 보급률 추이

(단위: 천명)



타당성 판단 근거	▷ 한반도의 7.5배에 달하는 국토면적에 인구는 265만 명에 불과하며 이 중 40%가 수도 울란바토르에 거주하고 있어, 수도 이외 거주 인구는 160만 명 정도에 불과함 ▶ 현재 브로드밴드 이용자 7,000여 명이 대부분 수도에 거주하는 정부 관료나 외국인일 정도로 브로드밴드 수요가 극히 작아 성장성이나 수익성을 고려할 때, 시장진출은 타당성이 낮다고 판단
-----------------	---

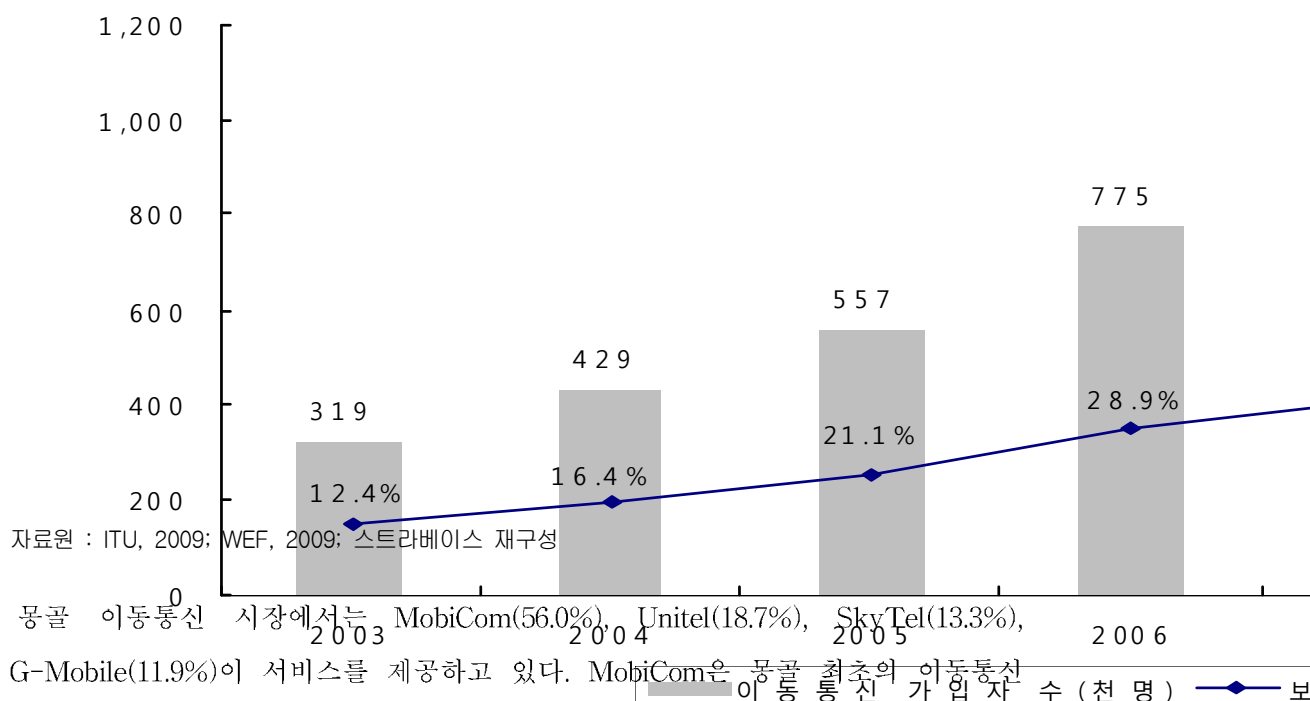
3) 이동통신

몽골의 이동통신 가입자 수는 2008년 말 기준 약 100만 명, 보급률은 37.8%로 시장은 아직 초기단계에 있다. 2003~2008년 CAGR은 약 26%로 시장은 꾸준히 성

장하고 있지만 다른 신흥시장과 비교하면 폭발적인 성장세를 보이지 않고 있다. 현재 4개 이동통신 사업자가 서비스를 전개하고 있으며 이 중 2개 사업자가 GSM 방식, 2개 사업자가 CDMA 방식으로 서비스 제공 중이다.

〈그림 3-112〉 몽골의 이동통신 가입자 수 및 보급률 추이

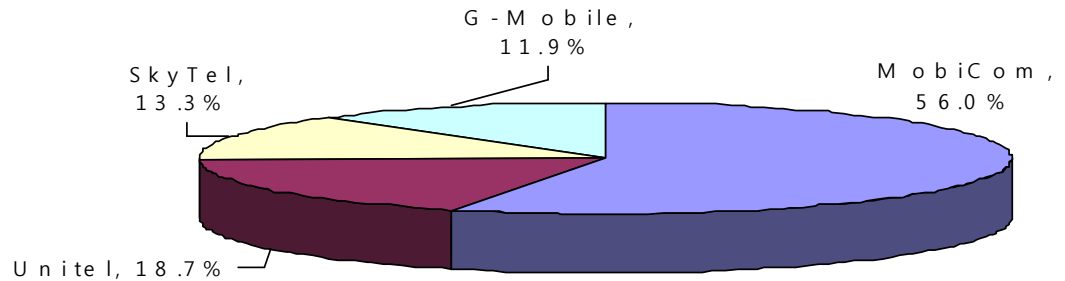
(단위 : 천명)



몽골 이동통신 시장에서는 2003년 MobiCom(56.0%), Unitel(18.7%), SkyTel(13.3%), G-Mobile(11.9%)이 서비스를 제공하고 있다. MobiCom은 몽골 최초의 이동통신 회사이자 시장 점유율 56%를 확보한 최대 이동통신 사업자로 몽골의 NewCom, 일본 종합상사인 Sumitomo, 일본 통신사업자 KDDI 등 3사가 조인트 벤처 형식으로 설립했다. MobiCom은 2009년 4월 전체 인구의 40% 이상이 거주하는 수도 울란바토르 지역에서 HSPA 서비스를 시작했다.

한편 3위 사업자인 SkyTel은 한국의 SK텔레콤과 대한전선이 지분의 60%를 보유하고 있으며 Altai Holings, MCS Holdings, Univcom이 나머지 40%의 지분을 보유하고 있다.

〈그림 3-113〉 몽골 이동통신 사업자별 시장점유율



★ 2008년 말 기준

자료원 : Cowen and Company, 2009; 스트라베이스 재구성

⇒ 몽골 이동통신 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 이동통신 보급률(29.4%)이 낮지만 전체 인구 역시 265만 명, 이동통신 가입자 수도 100만 명에 불과한 작은 시장임 ▶ SKT가 이미 이동통신 시장에 진출해 있는 상황으로, SKT가 향후 시장의 추이에 따라 대응할 것이란 점에서 국내 통신사업자의 몽골 이동통신 시장 진출 전망에 대해 언급하는 것은 부적절하다고 판단됨
-----------------	---

4) WiMax

현재 몽골에서는 WiMax 서비스가 제공되지 않고 있으며, 사업자나 정부 모두 구체적인 움직임 없는 상황이다. 몽골은 인프라 여건이 열악해 유무선 브로드밴드를 막론하고 현재로서는 시장의 활성화를 기대하기 힘든 상황이다.

⇒ 몽골 WiMax 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 현재 브로드밴드 보급률도 낮지만, 주수요 계층을 볼 때 향후에도 급속한 성장세를 기대하기 어렵고 무선 브로드밴드인 WiMax에 대한 수요도 높지 않을 전망 ▶ 넓은 국토에 비해 인구규모가 작고 수도에 대한 인구집중도가 높아 WiMax가 유선 브로드밴드의 <u>대체재</u>가 되기도 어렵다는 점에서 몽골 WiMax 시장 진출은 타당성이 낮음
-----------------	--

5) IPTV

몽골은 아직 IPTV 서비스가 제공되지 않고 있다. 낙후된 네트워크와 낮은 브로

드밴드 보급률로 사업자나 정부 모두 구체적인 움직임을 보이지 않고 있다.

⇒ **몽골 IPTV 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음**

타당성 판단 근거	▶ 현재 인터넷 이용의 80%가 Dial-up 방식이고 브로드밴드 보급률도 0.3%에 불과하며, 수요층 역시 제한적인데다 사업자나 정부 모두 구체적인 움직임이 없다는 점에서 몽골 IPTV 시장진출은 타당성이 낮음
-----------------	--

6) DMB

몽골은 아직 통신 네트워크조차 제대로 정비되지 않고 있어 현재로선 DMB서비스를 기대하기 어려운 상황이다. 이로 인해 사업자는 물론 정부도 구체적인 움직임이 없다.

⇒ **몽골 DMB 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음**

타당성 판단 근거	▷ 이동통신 보급률이 아직 37.8%에 불과하고, 네트워크도 2G가 대부분으로 통신 네트워크 기반의 모바일 TV 서비스도 제대로 제공되지 않고 있음 ▶ DMB 서비스에 대한 사업자와 정부의 구체적인 움직임이 없는 상황이기 때문에 몽골 DMB 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단
-----------------	--

7) 장비/단말/솔루션 등

낮은 소득수준, 국토 여건상 제조업이 크게 발달하지 않은 가운데 대부분의 IT관련 장비들은 수입에 의존하고 있는 실정이다.

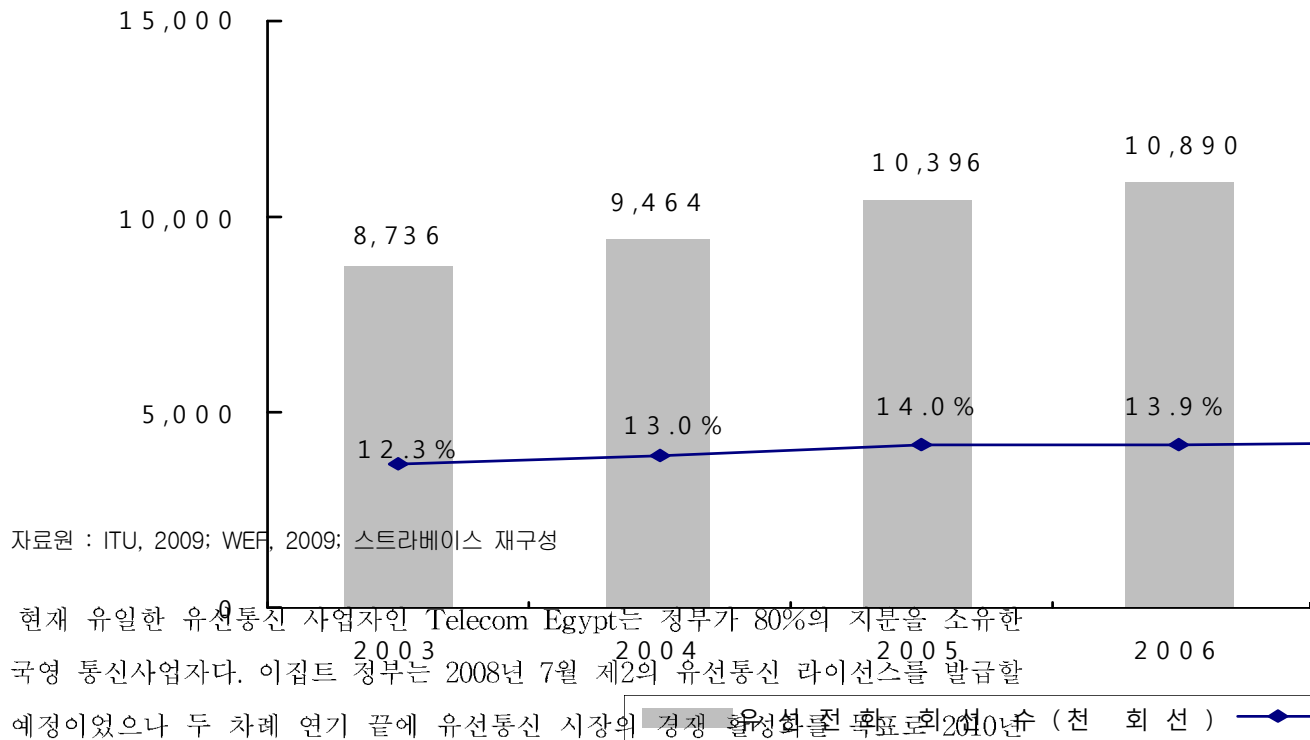
나. 이집트

1) 유선전화

이집트의 유선전화 회선 수는 2008년 기준 1,194만 회선, 보급률은 약 15%를 기록하고 있다. 유선전화 보급률은 꾸준히 상승하는 추세지만 절대적인 보급률은 여전히 낮은 상태여서 향후 가입자가 증가할 수 있는 상황이다. 단 이동통신 보급률 상승과 VoIP 시장의 성장으로 큰 폭의 신장을 기대하기는 어려워 보인다.

〈그림 3-114〉 이집트의 유선전화 회선 수 및 보급률 추이

(단위 : 천 회선)



현재 유일한 유선통신 사업자인 Telecom Egypt는 정부가 80%의 지분을 소유한 국영 통신사업자다. 이집트 정부는 2008년 7월 제2의 유선통신 라이선스를 발급할 예정이었으나 두 차례 연기 끝에 유선통신 시장의 경쟁 활성화를 목표로 2010년 1월 유선전화 뿐만 아니라 TPS까지 확대한 라이선스를 발급하기로 결정했다.

현재 France Telecom, 이집트의 Orascom Telecom, UAE의 Etisalat 등이 신규 참여를 희망하고 있으나 이집트 정부는 해외자본 유치를 통한 통신시장 활성화를 위해 국내 및 해외 사업자간 컨소시엄 형태의 라이선스 참여를 의무화하고 있다. 한편 Telecom Egypt는 새로운 TPS 라이선스를 통한 신규 사업자 진입에도 큰 영향을 받지 않을 것으로 예상된다.

⇒ 이집트 유선전화 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 높음

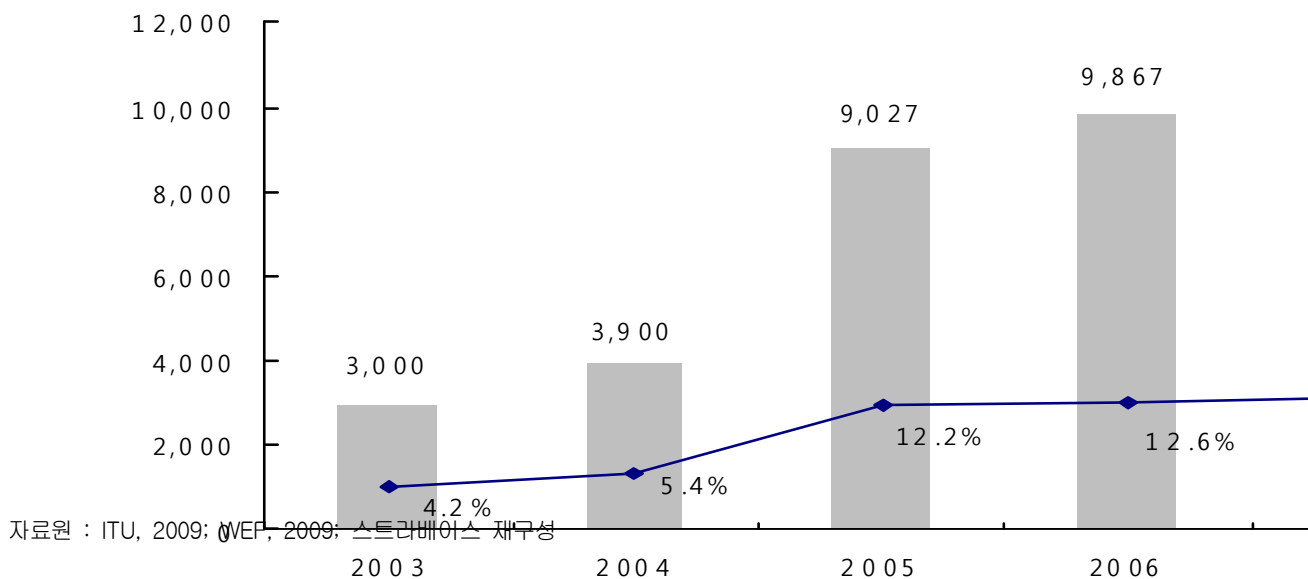
타당성 판단 근거	▷ 이집트 정부는 유선통신 시장 경쟁 활성화를 위해 2010년 제2유선전화 사업자(TPS) 라이선스 발급 예정. 단 신규 사업자는 인구가 적은 지역에서만 서비스를 제공해야 하므로 기존 독점사업자 Telecom Egypt의 지배력은 유지될 전망 ▶ 신규 진출 가능성과 유선전화 시장의 성장세를 고려하면 이집트 유선전화 시장진출은 타당성이 높은 것으로 판단
-----------------	---

2) 인터넷/브로드밴드

이집트 인터넷 이용자는 2008년 말 기준 1,141만 명, 이용률은 14%에 이른다. 최근 5년간 시장은 빠르게 성장하고 있으나 인구 대비 보급률은 아직 낮은 상태이며 인터넷 이용 인구의 50%가 수도인 카이로에 몰려있다.

〈그림 3-115〉 이집트의 인터넷 이용자 수 및 보급률 추이

(단위: 천명)



이집트의 브로드밴드 가입자 수는 2008년 말 기준 77만 명, 보급률은 채 1%에도 미치지 못하는 상황이지만 2003~2008년 CAGR이 무려 174%에 달할 정도로 시장은 빠르게 성장하고 있다. 이집트의 브로드밴드는 모두 DSL 방식이다.

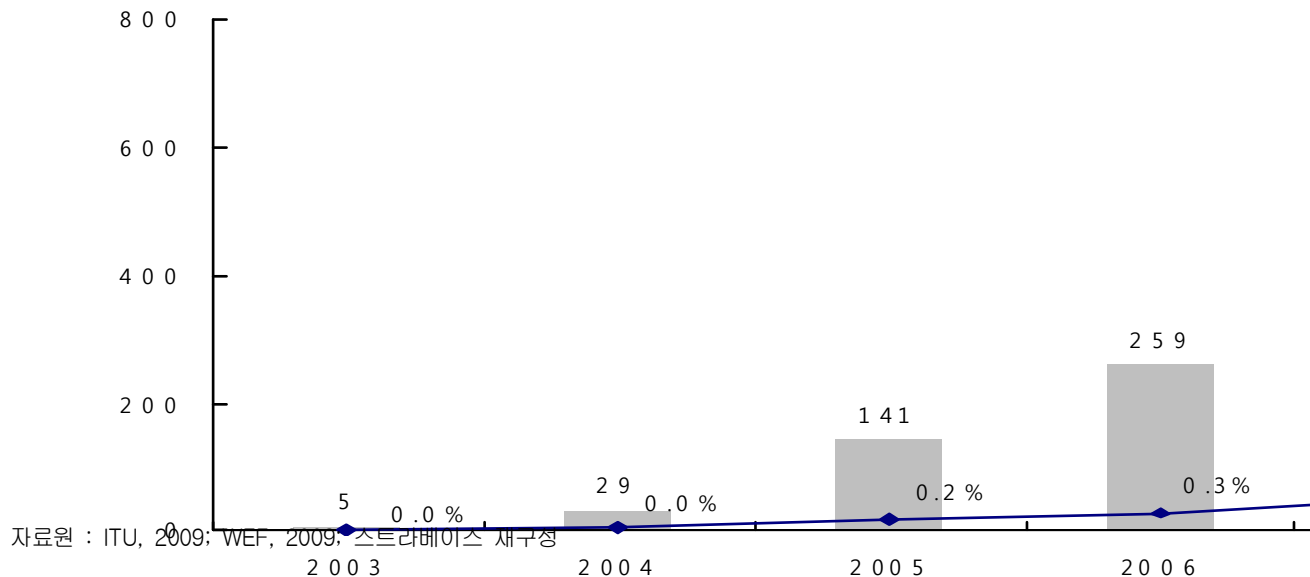
이집트의 브로드밴드 시장은 자체 네트워크를 구축할 수 있는 Class A 라이선스

와 Class A 사업자의 네트워크를 임대해서 서비스를 제공하는 Class B 라이선스 2가지로 구분된다. 또 이집트 정부는 12개의 데이터 센터 라이선스를 발급, 백본 네트워크 접속 분야의 경쟁을 통해 인터넷 원가구조를 낮춤으로써, 주변 국가들에 비해 훨씬 저렴하게 인터넷 서비스를 이용할 수 있도록 하고 있다.

이집트 ISP 시장은 진입 장벽이 전혀 없어 현재 이집트에는 200개 이상의 ISP가 서비스를 제공하고 있다. 주요 ISP로는 Telecom Egypt의 인터넷 서비스 자회사인 TE Data와 LINKdotNET, Nile Online, EgyNet 등이 있다.

〈그림 3-116〉 이집트의 브로드밴드 가입자 수 및 보급률 추이

(단위: 천명)



⇒ 이집트 인터넷/브로드밴드 서비스 진출 타당성 검토 결과...브로드밴드 보급률 상승 추이

타당성 판단 근거	▷ 브로드밴드 시장이 급성장하는 가운데도 ISP들의 시장진입이 자유로움. 브로드밴드 보급률이 0.9%에 불과한 아주 초기단계면서도 성장 가능성이 높아 시장진입 기회 있음 ▷ 자금력 기반으로 추후 다른 ISP 인수합병도 가능하며 신규 ISP로 진입시 자체 네트워크 구축과 네트워크 임대도 가능 ▶ 시장의 성장 가능성, 자유로운 시장진입, 자체 네트워크 구축이나 네트워크 임대 가능, 낮은 원가구조 등을 감안할 때 이집트 인터넷/브로드밴드 시장 진출은 타당성이 높음
-----------------	--

3) 이동통신

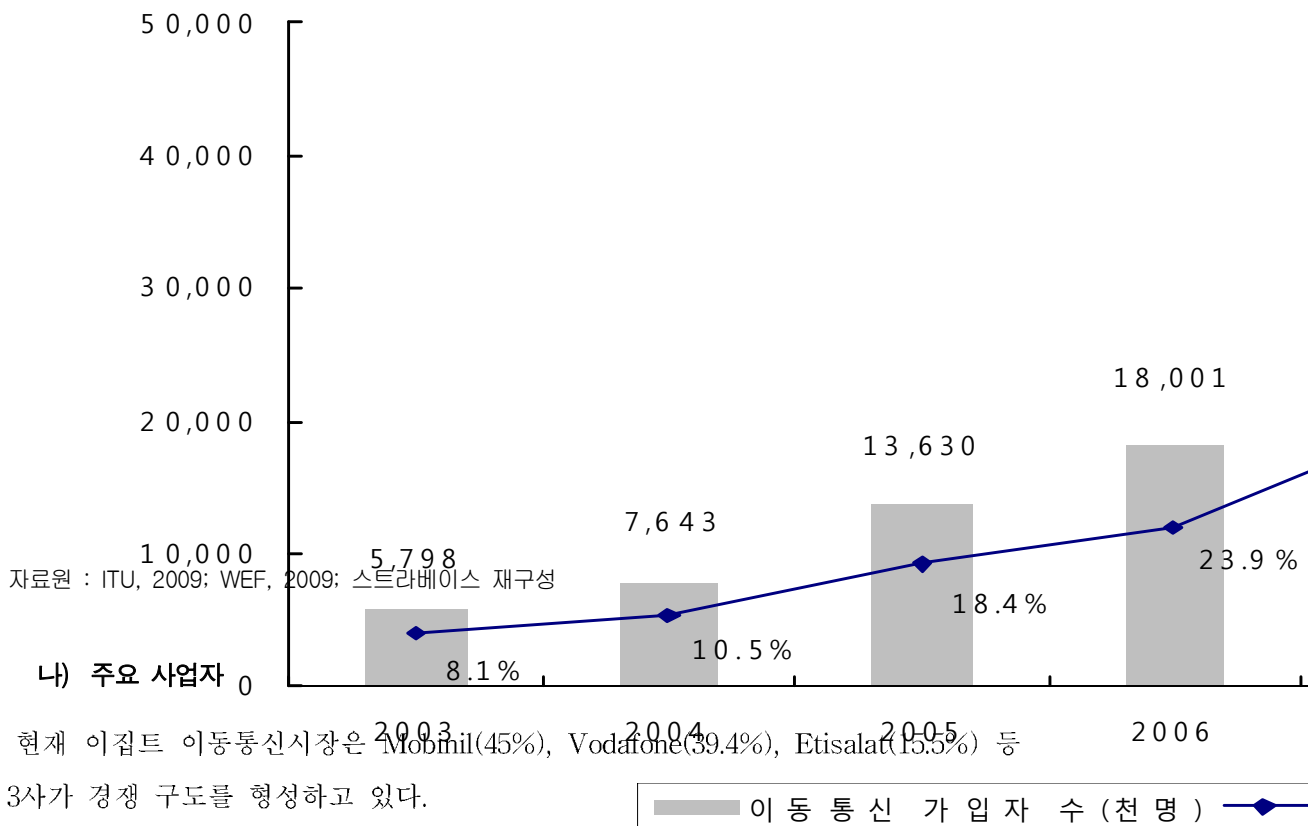
가) 시장현황

이집트의 이동통신 가입자는 2008년 말 기준 4,127만 명, 보급률은 약 51%로 시장은 성장 단계에 있다. 최근 5년간 CAGR은 30.6% 정도로 특히 2006년 이후 가파른 상승세를 보이고 있다.

전체 이동통신 가입자의 98%가 GSM방식을 이용하고 있으며 WCDMA방식은 2% 정도다. 이집트 정부는 2006년 Orascom/Mobinil, Vodafone, Etisalat에 3G 라이선스를 부여했으며 그 결과 이집트는 2007년 아프리카에서는 최초로 3G 서비스를 시작했다.

〈그림 3-117〉 이집트 이동통신 가입자 수 및 보급률 추이

(단위 : 천명)



(1) Mobinil

국영 Telecom Egypt가 설립한 이동통신 회사로 2008년말 기준 가장 높은 시장 점유율을 갖고 있다. 1998년 통신시장 자유화를 통해서 현재처럼 France Telecom과 Orascom Telecom이 지분을 양분하는 구조가 됐는데 양사는 각각 72%와 28%의 지분을 보유하고 있다. 3대 이동통신 사업자 가운데 3G서비스는 가장 늦은 2008년 8월 시작했다.

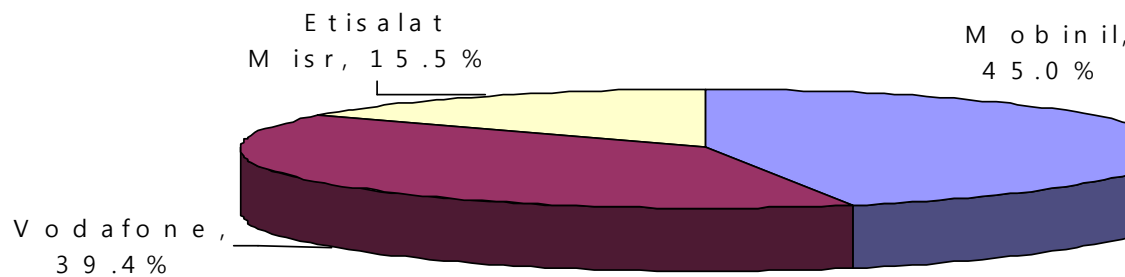
(2) Vodafone

업계 2위인 Vodafone Egypt는 1998년 설립된 Click GSM이 전신으로 Vodafone과 Misrphone의 컨소시엄으로 운영됐으나 후에 Vodafone으로 사명을 변경했다. 현재는 Vodafone Group이 54.9%, Telecom Egypt가 44.7%의 지분을 소유하고 있다.

(3) Etisalat

2006년 7월 이집트의 세 번째 이동통신 라이선스를 발급받아 GSM과 WCDMA 서비스를 동시에 상용화했다. 2007년 5월 상용화 이후 8개월 만에 5%대의 시장 점유율을 확보한 후 2008년 말 시장 점유율을 15대%까지 끌어올리는 성장세를 보이고 있다. 2008년 4월 번호이동제 실시로 경쟁업체의 가입자가 상당수 유입됐다.

〈그림 3-118〉 이집트의 이동통신 사업자별 시장점유율



* 2008년 말 기준

자료원 : Cowen and Company, 2009; 스트라베이스 재구성

⇒ 이집트 이동통신 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 이동통신 보급률이 50.8%로 향후 성장 여지는 있으나 이미 2강 1약의 3社 구도가 형성돼 있어 신규 사업자 진입은 시기상 늦은 것으로 판단 ▶ UAE의 Estislat, Vodafone, France Telecom 등이 지분투자자로 시장에 참여하는 등 이집트가 막강한 글로벌 사업자의 각축장임을 고려하면 이집트 이동통신 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단
-----------------	---

4) WiMax

현재 이집트는 WiMax 상용 서비스는 제공되지 않고 있으며, 관광지를 중심으로 한 일부 특정 지역에서만 제한적으로 서비스가 제공되고 있다. 그러나 이집트는 브로드밴드의 가구 보급률이 낮아 다양한 브로드밴드 플랫폼이 성장할 잠재력을 보유하고 있으며, 특히 중소 도시들은 유선 네트워크의 수익성을 기대하기 힘들다는 점에서 WiMax의 성공 가능성이 높은 것으로 평가받고 있다.

이런 가운데 2006년 5월 Orascom Telecom은 Intel과 중동지역의 WiMax 도입을 추진하기 위해 합작회사인 Orascom Telecom WiMAX를 설립했으나 아직 상용서비스는 추진되지 않고 있다. 또 주요 ISP 가운데는 TE Data와 EgyNet이 각각 2007년 ‘관광지 인터넷 접속프로젝트’의 일환으로 시범 서비스를 제공한 바 있다.

이집트 정부는 전국의 주요 정부청사와 경찰서를 연결하는 이집트 최초의 WiMax 네트워크를 구축할 예정으로 2007년말 Aperto Network와 장비공급에 관한 계약을 체결했으며 이집트의 Barkotel이 엔지니어링 서비스를 제공한다.

현재 이집트에서는 ‘관광지 인터넷 접속 프로그램’에 참여한 EgyNet과 TE Data에 3.5GHz 대역의 임시 라이선스가 발급된 것 이외에 WiMax 용도로 사용할 수 있는 라이선스는 발급되지 않고 있다.

⇒ 이집트 WiMax 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 높음

타당성 판단 근거	▷ 브로드밴드 보급률이 급속히 상승하고 있으나 현재 인터넷 이용인구의 50%가 수도에 집중돼 있음을 감안하면 유선 브로드밴드는 주요 도시 위주로 확대될 전망이다 ▶ 이집트 정부가 주요 도시를 WiMax로 연결하고 소도시와 지방도 WiMax로 연결할 계획이기 때문에 주요 도시를 제외한 지역에서는 WiMax가 유선 브로드밴드의 <u>대체재</u>로 자리잡을 가능성이 높다는 점에서 이집트 WiMax 시장진출은 타당성이 높은 것으로 판단
-----------------	--

5) IPTV

현재 이집트에서는 통신시장 1위 사업자 Telecom Egypt의 ISP 자회사인 TE Data가 유일하게 IPTV서비스를 제공하고 있다. TE Data는 2006년 11월부터 'TEVU'란 브랜드로 실시간 방송 또는 VoD 서비스를 제공중이며 현재는 ADSL 가입자만 이용이 가능하다.

이집트의 IPTV 서비스는 비교적 이른 2006년 말부터 상용화됐지만 대다수 브로드밴드 회선이 속도가 떨어지는 탓에 안정적인 TV 전송에는 무리가 있는 상황이다. 향후 브로드밴드 네트워크 업그레이드로 속도가 높아진다면 시장이 활성화될 가능성이 높다.

⇒ 이집트 IPTV 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 높음

타당성 판단 근거	▶ TPS 라이선스 획득시 광통신 네트워크 구축을 통한 IPTV 서비스와의 연계도 가능하다는 점에서 이집트 IPTV 시장진출은 타당성이 있는 것으로 판단
-----------------	--

6) DMB

현재 이집트는 이동통신 기반의 모바일 TV서비스는 제공되고 있으나, 방송 네트워크를 기반으로 한 모바일 TV 서비스가 제공되지 않고 있다. 이집트 정부는 아직 모바일 TV에 관한 관련 계획을 수립하지 않고 있으나 향후 표준을 결정한다면 대부분의 아프리카 국가들이 도입하고 있는 DVB-H가 될 가능성이 높다.

⇒ 이집트 DMB 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▶ 모바일 TV 표준과 관련한 정부나 이동통신 사업자의 구체적인 일정이나 계획이 없다는 점에서 이집트 DMB 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단
-----------------	---

7) 장비/단말/솔루션 등

초기 단계인 브로드밴드 시장이 가입자들의 접속 네트워크가 부족한 실정임을 감안하면 앞으로 모바일 브로드밴드 시장이 3G를 중심으로 성장할 가능성이 높다. 이에 따라 가정용 모델, USB형 휴대단말 시장의 성장이 예상되며 3G 휴대폰의 시장 저변도 크게 확대될 것으로 보인다.

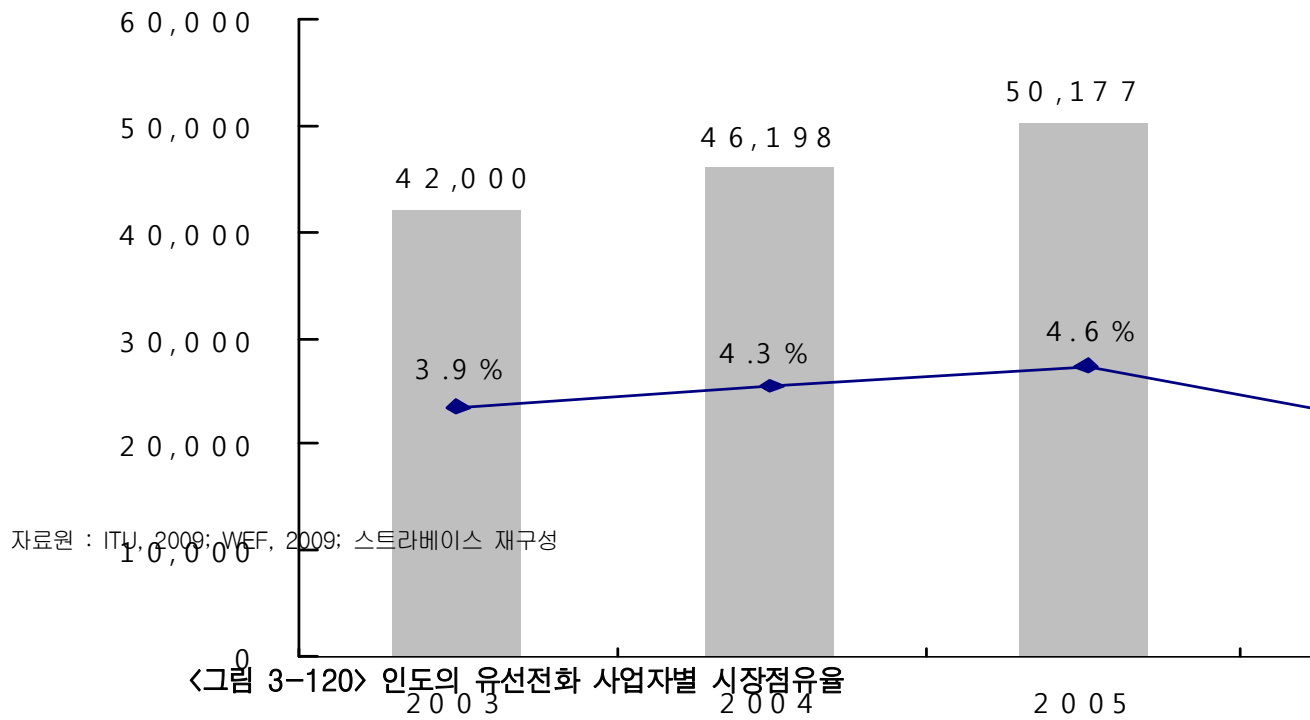
다. 인도

1) 유선전화

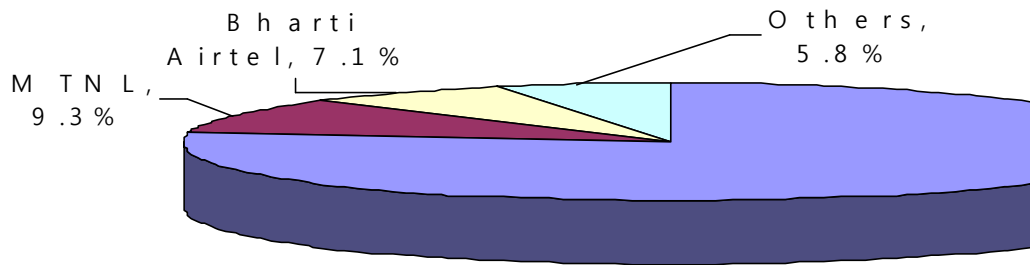
인도의 2008년 유선전화 회선 보급률은 3.2%를 기록했으며 지난 2005년을 정점으로 계속 감소하는 추세다. 이동통신 서비스에 비해 정부의 지원이 미약하고 가입자 증가 추세도 완만해 유선전화 보급률은 지난 6년간 5%를 넘지 못하는 상황이 계속되고 있다. 최근 3년간 보급률이 감소하는 추세라는 점을 감안했을 때 앞으로 도 시장의 성장 가능성은 낮은 편이다.

〈그림 3-119〉 인도의 유선전화 회선 수 및 보급률 추이

(단위 : 천명)



〈그림 3-120〉 인도의 유선전화 사업자별 시장점유율



* 2008년 말 기준

자료원 : BuddeComm, 2009; 스트라베이스 재구성

현재 인도의 유선전화 서비스 시장에는 5개 주요 사업자가 있으나 국영 사업자인 BSNL과 MTNL이 85%이상의 점유율로 사실상 시장을 독점하고 있다. 이들 외에 Bharti Airtel, Reliance Communications, Tata Teleservices 등이 있으나 최근 이동통신 가입자가 증가하면서 민영 유선사업자의 사업 기반은 약해지고 있다.

⇒ 인도 유선전화 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 유선전화 보급률이 감소하고 있는 가운데 국영 BSNL과 MTNL의 시장 독과점이 계속되고 있는 상황 ▶ VoIP 서비스 규제 완화에 따른 유선전화 이용 감소 전망 등을 감안하면 유선전화 시장진출은 타당성이 낮다고 판단
-----------------	--

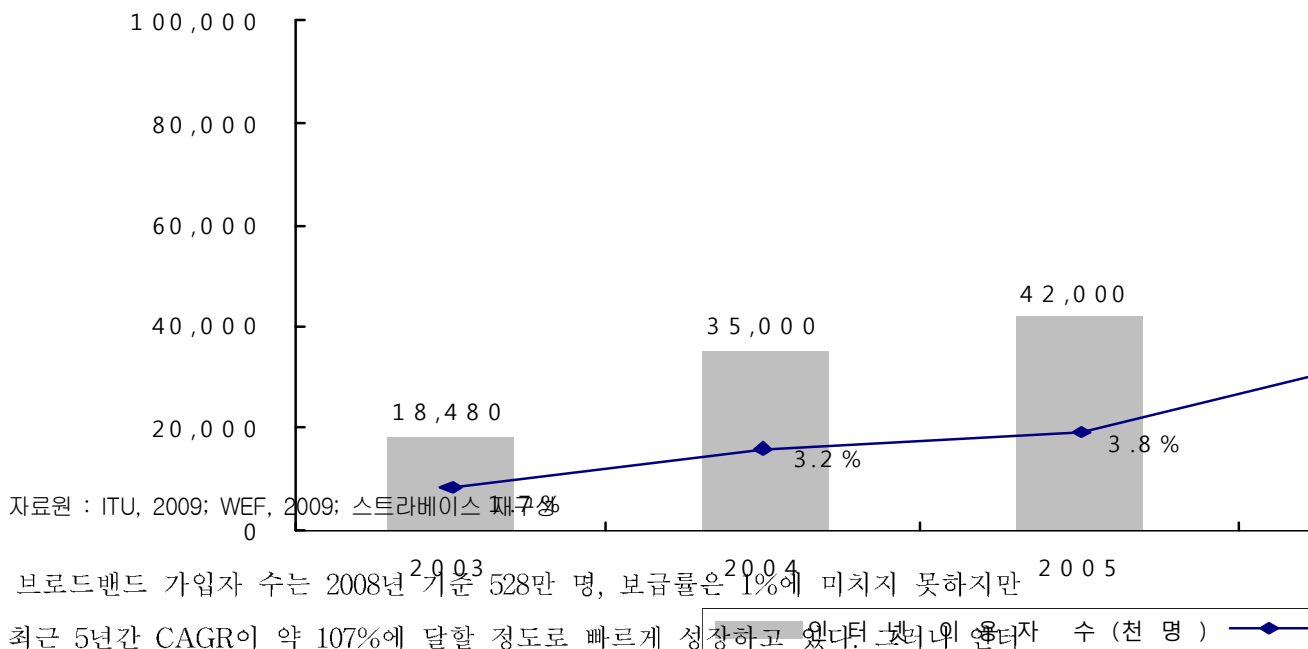
2) 인터넷/브로드밴드

가) 시장현황

인도의 인터넷 이용률은 2007년 말 기준 약 7%에 이르며, 인터넷 카페를 통한 인터넷 이용자가 늘어나면서 최근 5년간 시장은 급성장하고 있다. 특히 고속 인터넷 시장은 매년 2배 규모로 성장하고 있으나 대용량 멀티미디어 콘텐츠 이용이 가능한 초고속 인터넷 시장은 규모가 미미하다.

〈그림 3-121〉 인도 인터넷 이용자 수 및 보급률 추이

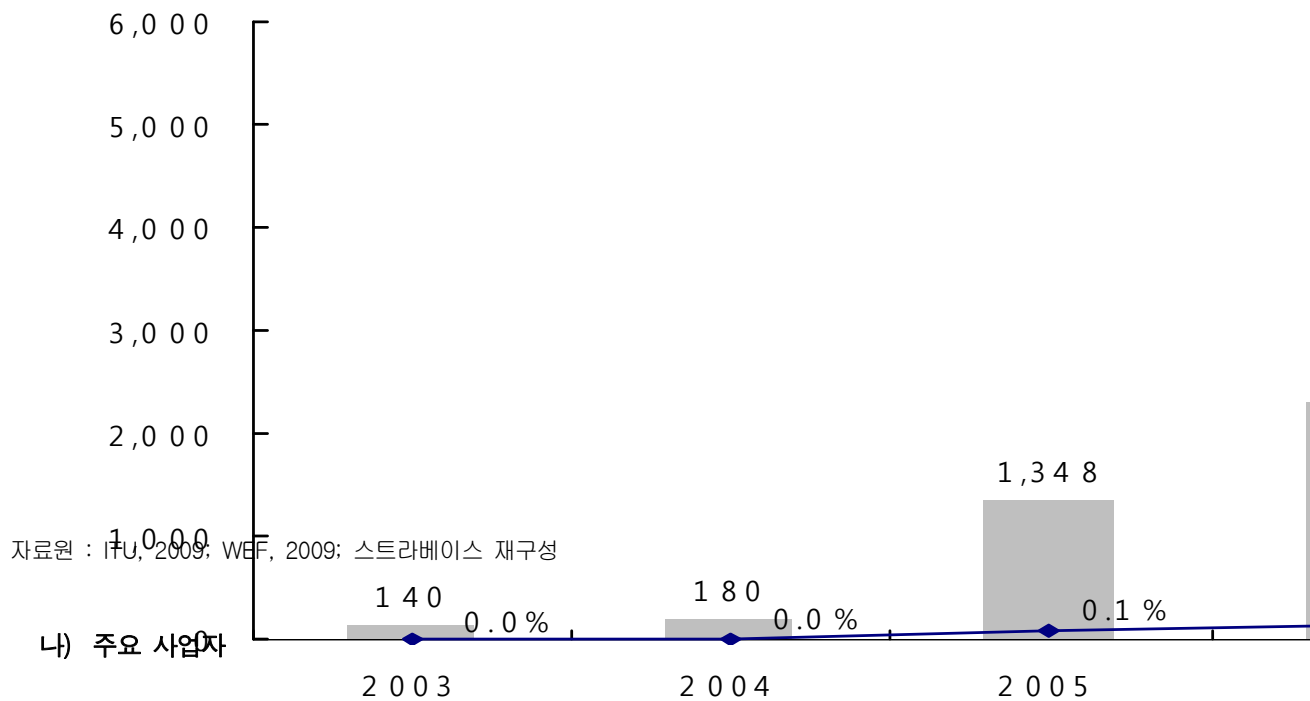
(단위: 천명)



넷 제공 기술의 80% 이상이 DSL 방식이라는 인프라상의 제약이 있다. 이에 정부는
 는 브로드밴드 활성화 정책의 일환으로 2010년까지 브로드밴드 가입자를 2,000만
 명으로 늘리는 동시에 브로드밴드 네트워크 고도화를 위해 대도시를 중심으로 광
 네트워크를 구축할 예정이다.

〈그림 3-122〉 인도의 브로드밴드 가입자 수 및 보급률 추이

(단위: 천명)



나) 주요 사업자

인도에는 약 160여 개 ISP가 있는데, 이 가운데 50% 이상이 브로드밴드 서비스
 를 제공하고 있다. 업계 1위인 BSNL이 55%의 시장 점유율을 확보하고 있는 가운데
 데 MTNL, Bharti Airtel, Tata 등 주요 유선전화 사업자를 포함한 상위 10개 ISP
 가 시장의 95% 이상을 점유하고 있다. 인도 최대 민영 브로드밴드 사업자인
 Bharti Airtel은 약 90여개 도시에서 ADSL 기반의 서비스를 제공중이며 케이블
 사업자 가운데는 Hathway와 Sify만이 업계 상위 10위권에 포함돼 있다.

(1) BSNL

2008년 말 기준 300만 가구의 가입자를 확보하며 업계 1위를 달리고 있다. 지난 2000년 설립된 인도 최대 규모의 국영 통신사로 dial-up 인터넷, ADSL 기반의 브로드밴드, VoIP 서비스를 제공하고 있다. 유선 브로드밴드 서비스는 프로모션 활동에, 무선은 네트워크 구축에 초점을 맞추고 있으며 인도 전역의 도시를 커버한다는 목표하에 유선 브로드밴드의 지방 가입자 확대를 위해 PC 제조업체와의 공동 프로모션 등 저가 상품 제공에 주력하고 있다.

(2) Bharti Airtel

2008년 기준 2위 사업자 자리를 유지하며 DSL기반 인터넷, 브로드밴드, WiFi 서비스를 제공하고 있다. 유력 기업과의 제휴를 통한 지속적인 네트워크 업그레이드와 다양한 요금제가 소비자들로부터 좋은 반응을 얻으면서 매년 인터넷과 브로드밴드 가입자가 20% 이상 증가하는 성장세를 보이고 있다. 현재 Alcatel-Lucent와 조인트 벤처를 구성하고 고속 인터넷, TPS를 제공하기 위한 NGN으로의 이행 작업을 진행중에 있다.

⇒ 인도 인터넷/브로드밴드 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 높음

타당성 판단 근거	▷ 지난 5년간의 급성장에도 불구하고 인터넷 이용률 6.9%, 브로드밴드 가입률이 0.5%에 불과해 향후 급성장이 예상됨 ▷ 인도는 통신서비스 권역별로 라이선스를 따로 획득해야 하기 때문에 지역별 진출이 가능하고 한 사업자가 여러 지역에서 서비스를 제공할 수 있어 ISP 시장 진입이 용이 ▶ 전국에 160여 개의 ISP가 있으나 정부의 브로드밴드 고도화 정책에 따른 시장 확대 전망, ISP에 대한 외국인 지분 소유가 조건부로 74%까지 가능해 진출 타당성이 높음
-----------------	--

3) 이동통신

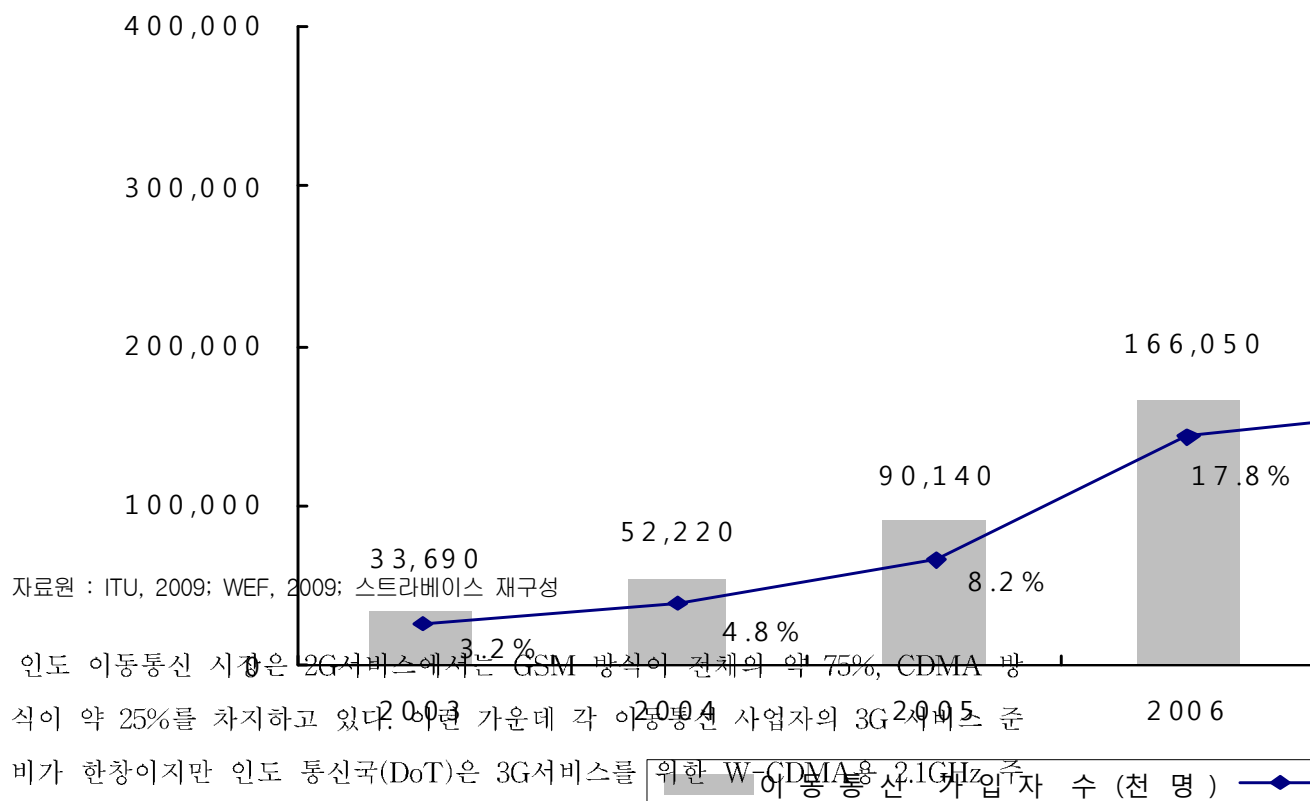
가) 시장현황

인도의 이동통신 시장은 2008년 말 기준 가입자가 3억 5,000만 명을 넘어서 가입자 수에서는 중국에 이어 세계 2위 규모를 자랑한다. 최근 5년간 CAGR이 약

60%에 이를 정도로 빠르게 성장하고 있지만 보급률은 30%를 넘지 못하고 있어 아직은 성장의 여지가 큰 시장이다.

〈그림 3-123〉 인도의 이동통신 가입자 수 및 보급률 추이

(단위 : 천명)



인도는 이동통신 분야에 대한 외국인 투자를 조건부로 74%까지 허용하고 있어 외국 통신사업자들의 인도 회사 지분 인수가 활발하다. 영국 Vodafone은 2007년 2월 당시 4위였던 Hutchison Essar를 111억 달러에 인수한 바 있으며 UAE의 Etisalat, 러시아의 Sistema 등도 인도 이동통신사 지분을 인수하는데 성공했다.

나) 주요 사업자

인도 이동통신 시장에서는 9개 이상의 사업자들이 치열하게 경쟁을 벌이고 있다.

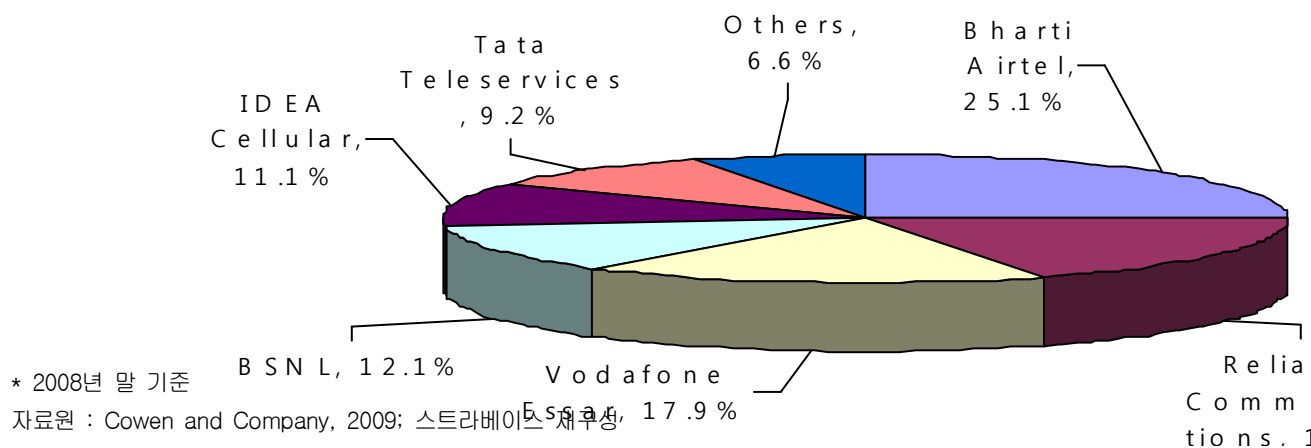
현재 Bharti Airtel이 25.1%의 점유율로 업계 1위를 달리고 있으며 Reliance Communications과 Vodafone Essar가 각각 18%의 점유율로 추격하고 있다. 여기에 BSNL, IEDA Cellular, Tata Teleservices를 포함한 상위 6개 사업자가 시장의 93.4%를 차지하고 있다.

(1) Bharti Airtel

가입자 기준 인도 1위, 세계 3위를 달리는 인도 최대 이동통신사로 Airtel 브랜드로 GSM, EDGD, GPRS 방식의 서비스를 제공중이다. 2008년 말 기준 GSM과 CDMA를 합한 인도 전체 시장의 25%, GSM 시장에서는 33%의 점유율을 갖고 있다. 현재 인도 전역의 약 80%를 커버하고 있으며 선후불 요금제, 해외로밍 외에 다양한 부가서비스와 데이터 서비스를 제공중이다.

SingTel과의 협력하에 2009년부터는 스리랑카에서도 이동통신 서비스를 제공하고 있으며 세계 21개 국가에서 서비스를 제공중인 남아공 MTN의 지분 인수를 위한 협상을 벌이고 있다.

〈그림 3-124〉 인도의 이동통신 사업자별 시장점유율



(2) Reliance Communications

인도에서는 최초로 또 유일하게 CDMA와 GSM방식으로 이동통신 서비스를 제공하고 있으며 2008년 말 기준 인도 최대의 CDMA 사업자이다. 현재 판매중인 단말

기의 90% 이상이 데이터 서비스가 가능한 기종으로 모바일TV, 모바일 인터넷, 모바일 블로그, 모바일 뱅킹 등의 부가서비스를 제공하는데 주력함으로써 사용자의 멀티미디어 이용을 촉진시키는데 주력하고 있다. 덕분에 Reliance의 ARPU는 인도 전체 이동통신 사업자의 평균보다 2배 이상 높게 나타나고 있다.

⇒ **인도 이동통신 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음**

타당성 판단 근거	▷ 이동통신 보급률은 여전히 30% 미만으로 지속적인 성장이 예상되나 주요 인구밀집 지역은 보급률이 80%를 넘어 사업자간 가격경쟁이 치열해 향후 수익성 확보는 미지수 ▶ Vodafone의 Hutchison Essar 인수 사례처럼 인도 Minor 사업자의 지배지분 인수에도 막대한 자금이 필요하고 수익성 면에서도 이미 실기한 것으로 판단됨
-----------------	---

4) WiMax

인도에서는 지난 2005년부터 Fixed WiMax의 상용 서비스가 시작됐으며, 현재 6개 사업자가 서비스를 제공중이다. 2008년에는 국영 사업자인 BSNL과 MTNL이 주파수 경매 없이 2.5GHz 대역을 할당받아 Mobile WiMax 서비스에 나섰거나 현재 준비중이다. 인도 정부는 2009년 12월 추가로 3개 주파수 라이선스를 발급할 예정이었으나 지연되고 있다.

무선 브로드밴드에 대한 수요가 큰 시장인데다 WiMax의 경쟁 기술인 W-CDMA 기반 3G 서비스의 경우, 가입자가 미미한 수준으로 기술적 경쟁이 적어 성장 잠재력이 높다고 할 수 있다. 이러한 시장 상황과 이동통신 시장 규모에 비춰봤을 때, WiMax 가입자 수는 세계에서 가장 빠른 속도로 증가할 것으로 예상된다.

현재 BSNL은 상용화된 WiMax 서비스를 제공중이지만 데이터통신만 가능하며 음성 서비스는 2010년 시작될 예정이다. BSNL과 MTNL 외에 Dishnet, Aircel, SIFY, Reliance등이 라이선스를 할당받아 Fixed WiMax 서비스를 제공하고 있다.

⇒ **인도 WiMax 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 높음**

타당성 판단 근거	▷ 유선 브로드밴드 보급률이 0.5%에 불과한 반면 브로드밴드 수요는 높은 상황에서 정부가 WiMax를 통한 브로드밴드 보급 의지 강력히 피력 ▶ 아직 WiMax 상용서비스가 제공되지 않는 시장 초기단계며 외국 기업의 참여도 가능하다는 점에서 인도 WiMax 시장진출은 타당성이 높음
-----------------	---

5) IPTV

인도 IPTV 시장은 Bharti Airtel, BSNL, MTNL, Reliance 등 주요 통신회사들이 상용서비스를 제공하고 있음에도 브로드밴드 인프라가 낙후된 탓에 이용자가 크게 증가하지 못하고 있다. 특히 브로드밴드 가입률은 채 1%가 못되는 상황이어서 IPTV 시장이 일정 수준으로 성장하려면 상당한 시일이 소요될 것으로 보인다.

MTNL이 2006년 10월 인도 최초로 서비스를 시작한데 이어 BSNL이 2007년 11월 시범서비스를 시작한 후 2008년 상용서비스를 시작했다. 그러나 가입자 확보에 어려움을 겪던 두 회사는 양방향 IPTV 서비스 전문 사업자인 Smart TV Group에 사업을 위임해 프랜차이즈 방식으로 서비스를 운영하고 있다. 이 밖에 Bharti Airtel은 IBM과의 협력하에 2009년 1월 서비스를 시작했다.

⇒ 인도 IPTV 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 높음

타당성 판단 근거	▷ 유선 브로드밴드 보급률이 낮아 단기간에 급속한 시장 확대는 어렵고 브로드밴드 업그레이드에 상당한 시일이 필요 ▶ 국영 MTNL과 BSNL가 IPTV 상용 서비스를 제공중이나 시장이 초기단계여서 시장 진입 여지가 있으며, 서비스 권역의 브로드밴드 ISP로 광 네트워크 구축과 동시에 IPTV 서비스를 포함한 TPS 제공시 서비스 차별화가 가능하다는 점에서 인도 IPTV 시장진출은 타당성이 높음
-----------------	---

6) DMB

공영 방송사 Doordarshan이 2007년 DVB-H 방식의 시범 서비스에 나섰으나 이를 지원할 단말기 부족으로 서비스 중단했다. 이후 Doordarshan은 2009년 8월 DVB-H 방식의 모바일TV 서비스 재개를 발표하고 본격적으로 상용 서비스를 시작했다. 그동안 인도에서는 모바일 네트워크 기반의 스트리밍 방식 모바일TV가 주로 이용됐으나 Doordarshan이 적극적으로 DVB-H 기반 모바일TV를 추진함에 따라 2010년부터는 시장이 본격적으로 형성될 전망이다.

인도 정부는 1999년 모바일TV 표준으로 DVB-H를 선정했으나, 통신규제당국인 TRAI는 2008년 사업자가 모바일TV 기술을 선택할 수 있도록 하는 한편 모바일TV 사업을 위한 라이선스 경매를 권고했으나 구체적인 내용은 아직 밝히지 않고 있다. 단 모바일TV 사업자는 라이선스 발급 1년 내에 인구 100만 명 이상인 도시

가운데 최소 1개 도시 혹은 가장 인구가 많은 도시에서 서비스를 시작해야 하며 4년 내에는 인구 100만 명 이상인 모든 도시에서 서비스를 시작해야 한다.

⇒ 인도 DMB 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▶ 공영 방송사 Doordarshan이 DVB-H 기반의 상용 서비스를 제공중이나 아직 모바일TV 표준은 결정되지 않은 상태 ▶ 추가 모바일 TV 사업자 선정 절차가 확정되려면 상당한 시간이 소요된다는 점에서 DMB 시장진출은 타당성이 낮음
-----------------	---

7) 장비/단말/솔루션 등

인도의 하드웨어 시장은 전체 인도 IT시장의 60% 이상을 점유하고 있으며 IT서비스는 26%, 소프트웨어는 10% 정도를 차지하고 있다. 한편 2009년 말 인도의 휴대전화 가입자가 세계 최대 월간 가입자 증가추세를 보일 정도로 호조인 가운데 인도 휴대전화 단말기 시장에서 삼성전자와 LG전자가 나란히 2,3위를 기록하는 등 상당한 성과를 올린 것으로 드러났다.

라. 베트남

1) 유선전화

베트남의 유선전화 회선 수는 2008년 기준 2,959만 회선, 보급률은 34%를 기록하고 있다. 유선전화 가입자는 2000년대 들어 꾸준히 늘어나는 양상으로 덕분에 보급률도 2003년 5.4%에서 급상승했다. 그러나 유선전화 보급률이 30%를 넘어서면서 시장이 점차 포화상태에 달하고 있는데다 최근 VoIP 시장이 성장하고 있어 앞으로 유선전화 신규 가입자는 감소할 것으로 전망된다.

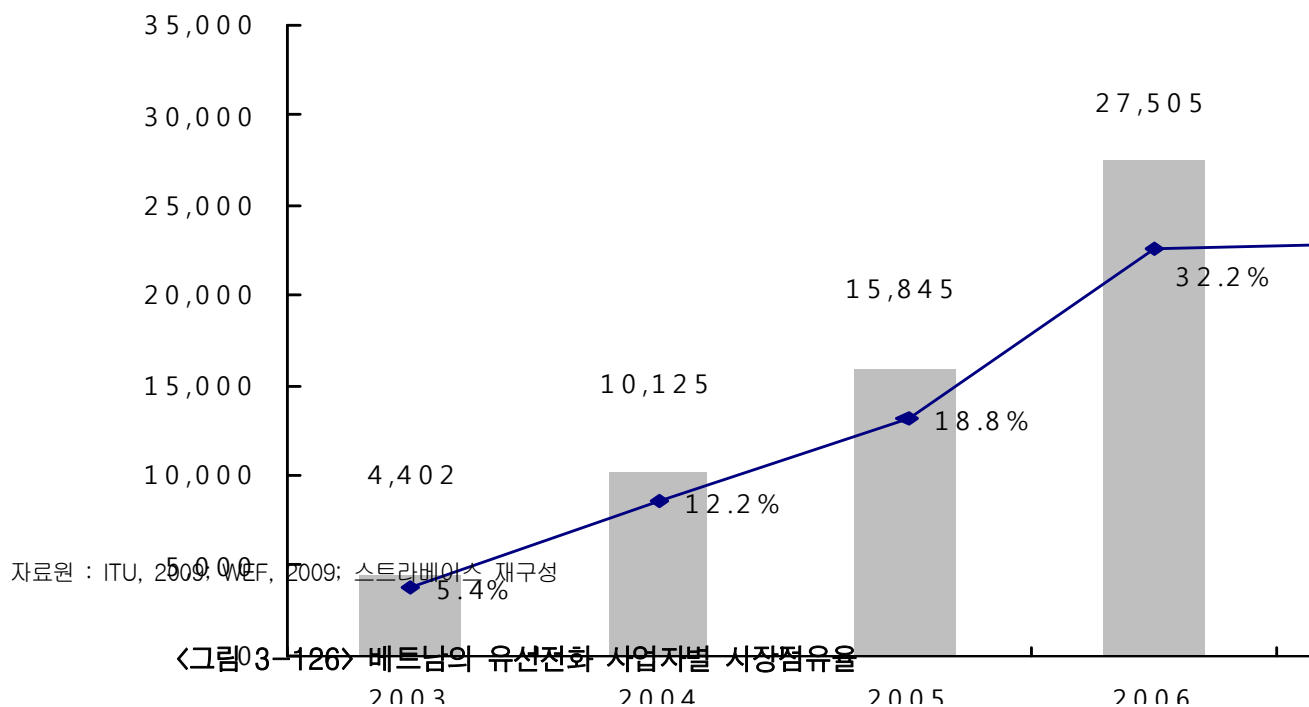
현재 베트남의 유선전화 서비스에는 VNPT, EVN Telecom, Viettel, SPT 등 4개 사업자가 참여하고 있다. 시장 자유화 정책이 시행됐지만 국영 사업자인 VNPT가 네트워크를 임대해 주는 형식으로 사실상 시장을 독점하고 있으며, EVN Telecom과 Viettel도 각각 전력공사와 국방부 산하에 있어 사실상 국가가 소유하고 있다.

베트남의 유선전화 사업자는 모두 VoIP 서비스를 제공하고 있으나 용도는 국제전화로 제한되고 있다. 베트남의 VoIP 서비스는 지난 2000년 10월 Viettel이 요금

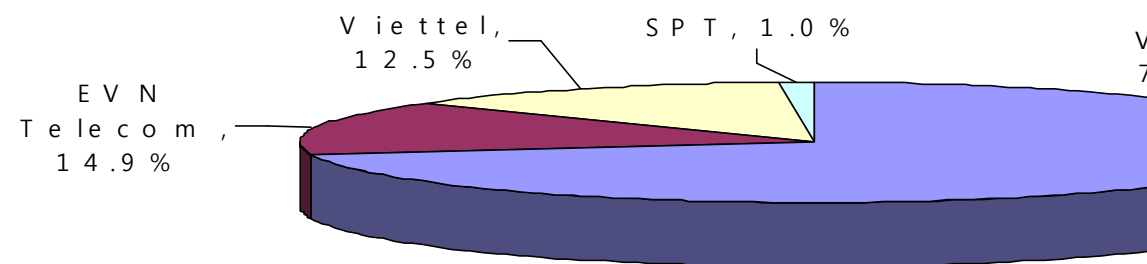
경쟁을 통해 시장 경쟁력을 확보한다는 목표하에 하노이와 호치민간 서비스를 최초로 시작했으나 VNPT의 네트워크를 임대해 서비스를 제공하는 실정이다.

〈그림 3-125〉 베트남의 유선전화 회선 수 및 보급률 추이

(단위 : 천 회선)



〈그림 3-126〉 베트남의 유선전화 사업자별 시장점유율



★ 2008년 말 기준

자료원 : BuddeComm, 2009; 스트라베이스 재구성

⇒ 베트남 유선전화 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 유선전화 보급률이 지속적으로 증가하고 있으나 이미 포화상태에 접근하고 있으며 국영사업자 VNPT가 기간망 독점 ▶ VoIP 시장이 국제전화에서 국내전화로도 확산될 것으로 예상된다는 점 등을 감안하면 베트남 유선전화 시장진출은 타당성이 낮다고 판단
-----------------	--

2) 인터넷/브로드밴드

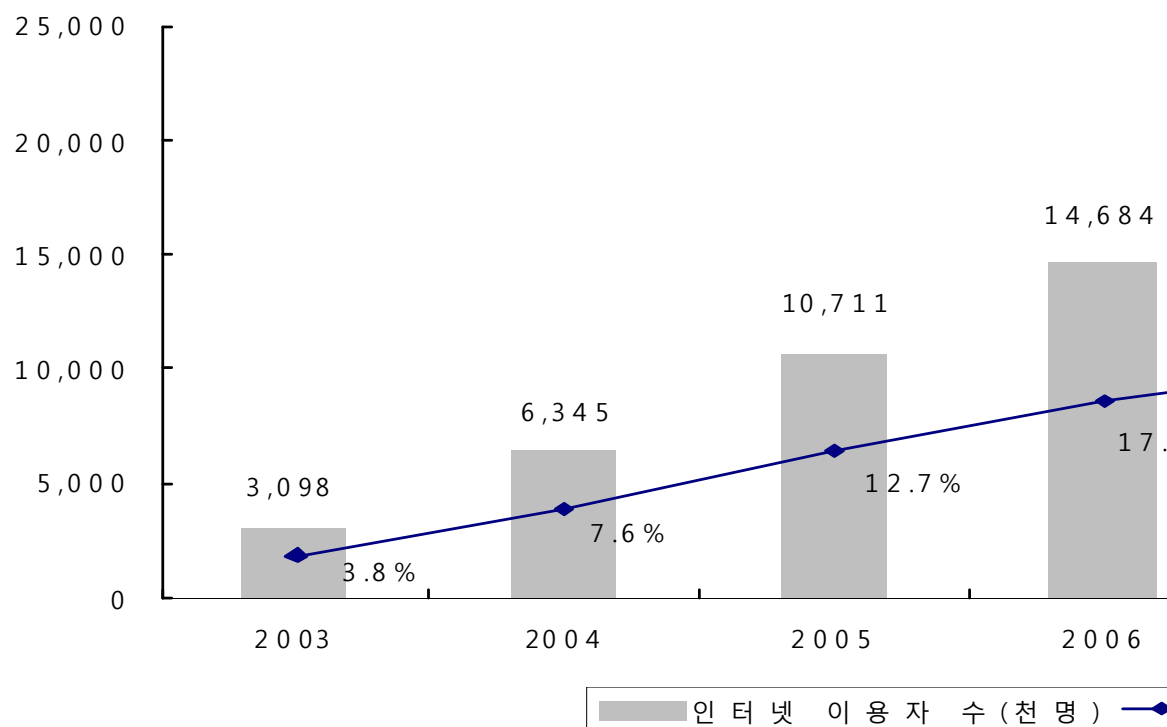
가) 시장현황

베트남의 인터넷 이용자 수는 2008년 말 기준 2,083만 명, 이용률은 약 30%에 이른다. 지난 2003~2008년 CAGR이 약 50%에 육박할 정도로 최근 5년간 시장은 급성장하고 있으며 향후 지속적인 성장세가 예상되고 있다.

브로드밴드 가입자 수는 2008년 말 기준 205만 명으로 보급률은 한 자리 수를 벗어나지 못하고 있다. 연간 신규 가입자 수가 지속적으로 증가하는 추세지만 가입자 대부분이 호치민과 하노이에만 집중돼 있으며 기술 방식으로는 DSL이 시장의 대부분을 차지하고 있다는 취약점이 있다.

〈그림 3-127〉 베트남 인터넷 이용자 수 및 보급률 추이

(단위: 천명)



자료원 : ITU, 2009; WEF, 2009; 스트라베이스 재구성

나) 주요 사업자

국영 사업사이자 최대 유선전화 사업자인 VNPT가 자회사 VDC를 통해 브로드밴드 시장에서도 60% 이상의 점유율을 갖고 있다. 현재 FPT Telecom과 Viettel을 포함한 상위 3사가 전체 브로드밴드 시장의 90% 이상을 차지하고 있다.

(1) VNPT

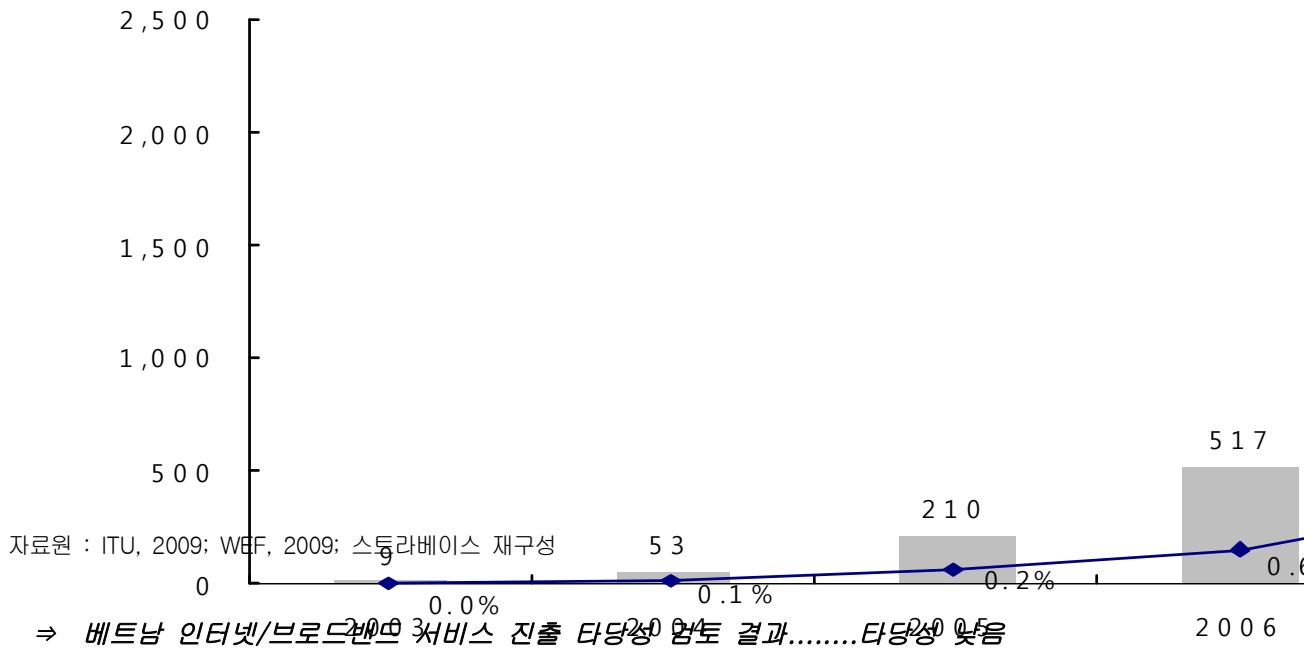
베트남 최대 ISP로 VDC를 통해 dial-up 인터넷, ADSL 기반 브로드밴드 서비스를 제공하고 있으며 2009년 들어 FTTH 서비스도 시작했다. 아직은 ADSL 서비스에 주력하고 있으며 매년 2배 이상의 성장률을 기록한 결과, 2006년 이후 시장 점유율이 급상승했다.

(2) Viettel

dial-up 인터넷, ADSL서비스와 함께 FTTH 기반의 브로드밴드 서비스를 전개하고 있다. 특히 FTTH는 기업과 공공기관에 제공중으로 Viettel은 교육부와 전국 4만개 이상의 교육기관을 브로드밴드로 연결하는 프로젝트 계약을 체결해 중학교에는 무료로, 대학에는 70% 할인된 금액으로 서비스를 제공하고 있다.

〈그림 3-128〉 베트남의 브로드밴드 가입자 수 및 보급률 추이

(단위: 천명)



타당성 판단 근거	▷ 브로드밴드 시장은 초기단계로 사업성 측면에서는 진출 여지가 있으나 국영 사업자 VNPT가 기간망을 독점하고 있어 진출 시 회선 임대료에 따른 수익성 감소가 불가피 ▶ 아직 사업허가 절차가 복잡하고 까다롭다는 점에서 베트남 인터넷/브로드밴드 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단
-----------------	--

입자 수 (천명) -

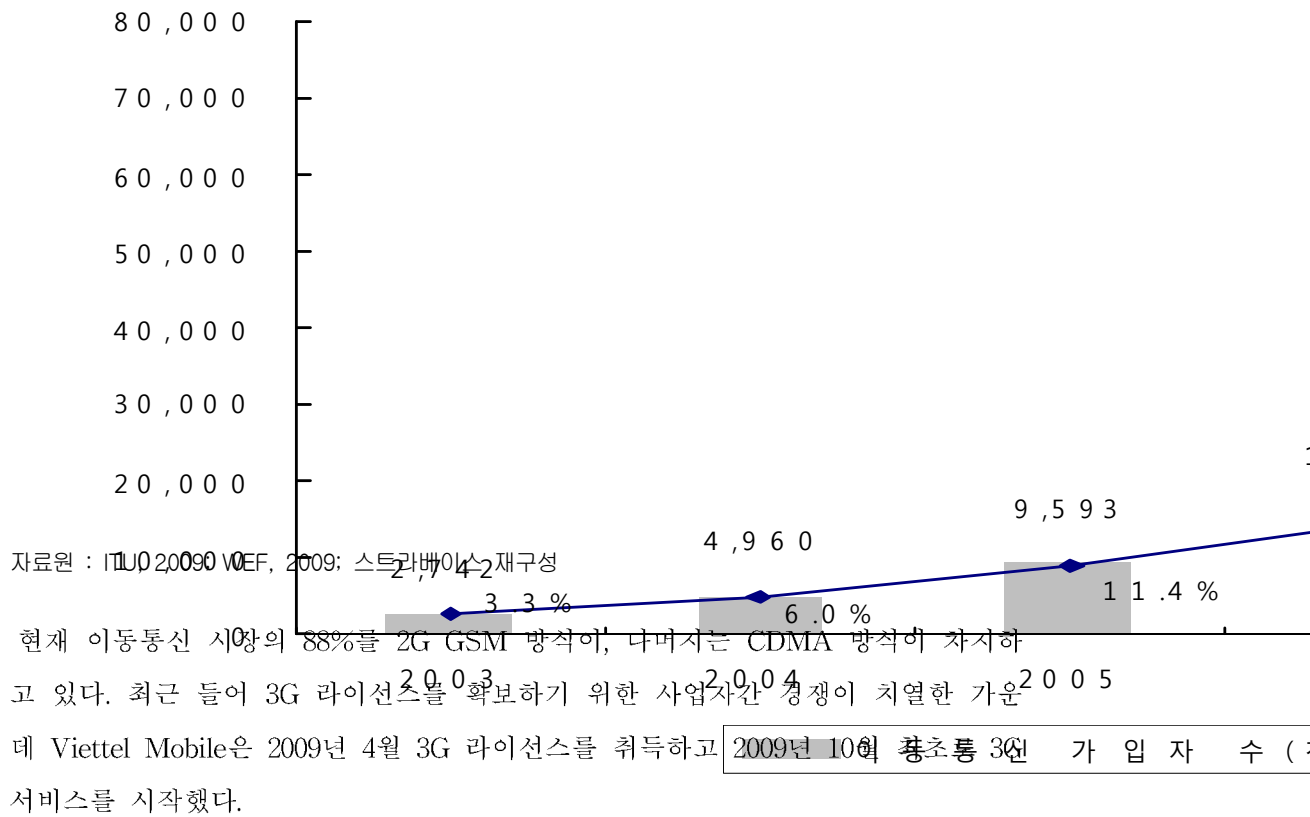
3) 이동통신

가) 시장현황

베트남의 이동통신 가입자 수는 2008년 말 기준 7,000 만 명, 보급률은 약 80%로 시장이 포화 상태에 달하고 있다. 2003~2008년 CAGR이 무려 91%에 이를 정도이며 특히 2008년에는 200%에 가까운 성장세를 기록하기도 했다. 남북이 긴 국토 여건상 유선통신 인프라 구축이 어려운데다 초기 투자비용이 적다는 점 때문에 유선통신에 비해 이동통신 관련 인프라가 빠르게 보급되고 있다.

〈그림 3-129〉 베트남의 이동통신 가입자 수 및 보급률 추이

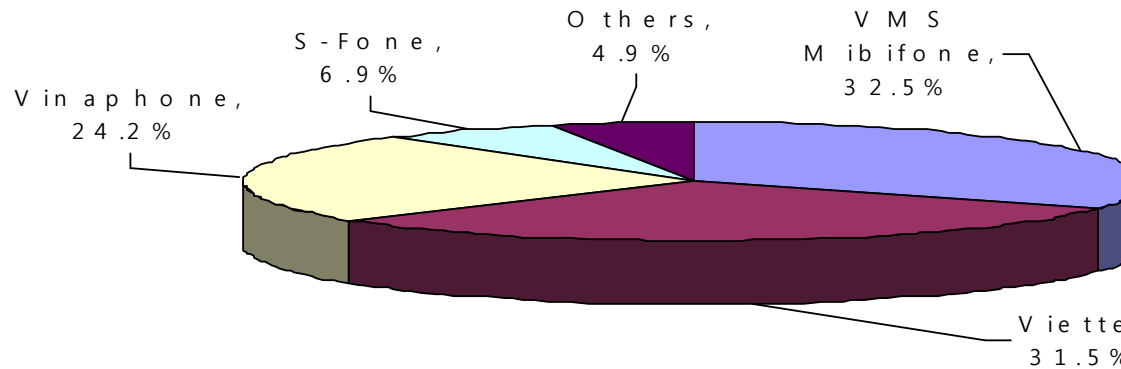
(단위 : 천명)



나) 주요 사업자

현재 베트남에는 5개 이동통신 사업자가 있으며 Mobifone, Viettel, Vinaphone 등 치열한 경쟁을 벌이는 상위 3개 사업자가 시장의 90%를 점유하고 있다. 이들 외에 S-Fone과 EVN Telecom-Hanoi Telecom이 서비스를 전개하고 있다. 5개 사업자 가운데 Vinaphone과 Mobifone, Viettel, EVN Telecom-Hanoi Telecom 등 4개 컨소시엄이 3G 라이선스를 취득한 상태다.

〈그림 3-130〉 베트남 이동통신 사업자별 시장점유율



* 2008년 말 기준

자료원 : Cowen and Company, 2009; 스트라베이스 재구성

(1) Viettel

2008년 말 기준으로 3,000만 명 이상의 가입자를 확보하고 있다. 2004년 9월부터 GPRS/EDGE/GSM900을 기반으로 한 이동통신 서비스를 시작했으며 대규모 투자를 통한 네트워크 확장, 저렴한 요금, 다양한 데이터 서비스를 통해 2006년부터는 매년 100% 이상의 성장세를 보이고 있다. 2009년 4월 3G 라이선스를 취득한 후 WCDMA 및 HSPA 네트워크 구축 사업자로 Huawei를 선정하고 베트남 남부 지역에 2,000개 이상의 기지국을 설치하고 있다.

(2) Mobiphone

베트남 최대 통신사업자 VNPT 산하의 이동통신 회사로 약 32%의 시장 점유율을 확보하고 있다. 3G 라이선스를 획득한 가운데 2009년 말부터 3G 서비스에 나서는 것으로 전해지고 있다.

⇒ 베트남 이동통신 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 시장이 사실상 포화상태에 달하면서 가격인하를 통한 경쟁이 치열하게 전개되고 있는 실정 ▶ SKT 사례처럼 외국기업에 대한 경영권 제한(BCC), 보이지 않는 차별(3G 라이선스 취득 실패) 등이 있음을 감안할 때 베트남 이동통신 시장진출은 타당성이 낮다고 판단
-----------------	---

4) WiMax

베트남 정보통신부는 2006년 3월 시범 서비스를 위해 1년간 2.3GHz, 2.5GHz, 3.3-3.4GHz 대역의 주파수를 임시로 할당했으나 상용 서비스를 위한 주파수 할당 절차는 지연되고 있다. 정식 주파수는 2010년 초 할당될 전망이다. 그동안 사업자들이 시범 서비스를 통해 Fixed 및 Mobile WiMax에 대한 사업 운영경험을 충분히 숙지했기 때문에 라이선스 발급과 동시에 상용 서비스가 시작될 전망이다. 베트남은 국토가 남북으로 길고 해안 및 산악 지형이 많은 탓에 WiMax 기반의 무선 브로드밴드 시장의 성장 가능성이 높다.

국영 통신사업자 VNPT의 자회사 VDC는 2008년 3월 취득한 시범 서비스 라이선스를 확보한 이후 하노이 등 대도시에서 2.5GHz 대역의 Mobile WiMax 시범 서비스 실시 중이다. 또 Viettel은 2.3GHz 대역 Mobile WiMax 시범 서비스 라이선스 확보 후, 시범 서비스를 추진중이며 FPT Telecom과 VTC, EVN, SPT 등도 시범 서비스를 진행하고 있으나 주파수는 발급받지 못했다.

⇒ 베트남 WiMax 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 베트남의 지형적 특성이나 브로드밴드 시장의 성장을 등을 감안하면 WiMax 시장의 전망은 매우 밝은 편임 ▶ 그러나 국영 VNPT를 비롯한 기존 인터넷/브로드밴드 사업자들이 WiMax 시범 서비스 제공 이후 라이선스 확보만 기다리고 있어 국내 사업자가 시장에 진입할 여지가 없다는 점에서 베트남 WiMax 시장진출은 타당성이 낮음
-----------------	--

5) IPTV

VNPT와 FPT Telecom이 주요 대도시를 중심으로 시범 및 상용 서비스를 제공하고 있지만 시장이 아직 초기 단계이다. 그러나 최근 브로드밴드 시장이 급성장세를 보이는 가운데 중장기적으로 정부의 IT산업 육성 정책, 젊은이들의 인터넷 이용률 상승, 멀티미디어 콘텐츠 수요 증가 등 IPTV 시장 환경은 점차 개선되고 있다. 단 IPTV로 특화된 콘텐츠가 부족하기 때문에 IPTV가 수익 모델로 자리를 잡는데 상당한 시일이 걸릴 전망이다.

FPT Telecom이 2006년 12월 베트남 최초로 시범 서비스 실시한 후 현재 호치민

에서 상용서비스를 제공하고 있다. 국영통신사인 VNPT도 2006년 자회사 VASC
 통해 시범 서비스를 실시한 후, 2009년 9월부터 상용 서비스 제공하고 있으며
 2015년까지 약 30만 명의 이용자를 확보한다는 목표다.

⇒ 베트남 IPTV 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ VNPT, FPT Telecom 등 사실상 국가 산하 기업들이 브로드밴드 네트워크 를 장악, IPTV서비스 준비를 마친 상태 ▶ 사회주의 특성 상 방송 내용에 대한 국가 규제가 엄격해 외국기업이 베트 남 IPTV 시장에 진출할 경우, 네트워크 운영이나 방송 콘텐츠 제공 측면에 서 상당한 제약이 따른다는 점에서 베트남 IPTV 시장진출은 타당성이 낮다 고 판단
-----------------	--

6) DMB

방송 사업자인 VTC가 2006년 말 베트남을 비롯한 수도권에서 DVB-H 기술을
 기반으로 한 모바일TV 서비스를 시작했다. VTC는 Nokia와의 제휴를 통해 Nokia
 단말기를 보유한 이들에게 디지털 채널, VOD서비스, 라디오 채널 등을 제공하고
 있다. 단 양방향 서비스는 플랫폼 상의 문제로 아직 불가능해 단순 방송 송출에
 그치고 있다. 한편 방송 사업자인 VTV가 T-DMB 도입 가능성을 타진중에 있는
 데 이 회사는 DMB 추진기구인 IDAG에 가입한 바 있어 향후 DMB 시범서비스가
 진행될 가능성이 높다.

⇒ 베트남 DMB 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ VTC가 DVB-H 기반 상용 서비스를 제공 중이나 대응 단말 및 사업 실적은 미미. 한국 ETRI가 T-DMB 장비를 공급한 VTV는 구체적인 움직임이 없는 상태 ▶ 모바일 TV에 대한 국민들의 수요 부족, 사업자의 의지 미약, 방송산업에 대 한 베트남 정부의 엄격한 잣대 등을 감안할 때 베트남 DMB 시장진출은 타 당성이 낮음
-----------------	--

7) 장비/단말/솔루션 등

베트남의 휴대폰 시장은 약 12억 달러 규모로 알려져 있으나 대부분의 휴대폰 수
 요가 대도시인 하노이와 호치민에 집중돼 있다. 휴대폰 시장 규모가 커지면서 업
 체간 경쟁으로 단말기 가격은 계속 하락하고 있으며 Nokia, Motorola, 중국산 저

가 휴대폰의 경쟁이 치열하다. 삼성전자는 꾸준한 브랜드 마케팅에 힘입어 시장 점유율 2위를 지키고 있으며 LG전자도 점유율이 가파르게 상승하고 있다.

마. 요르단

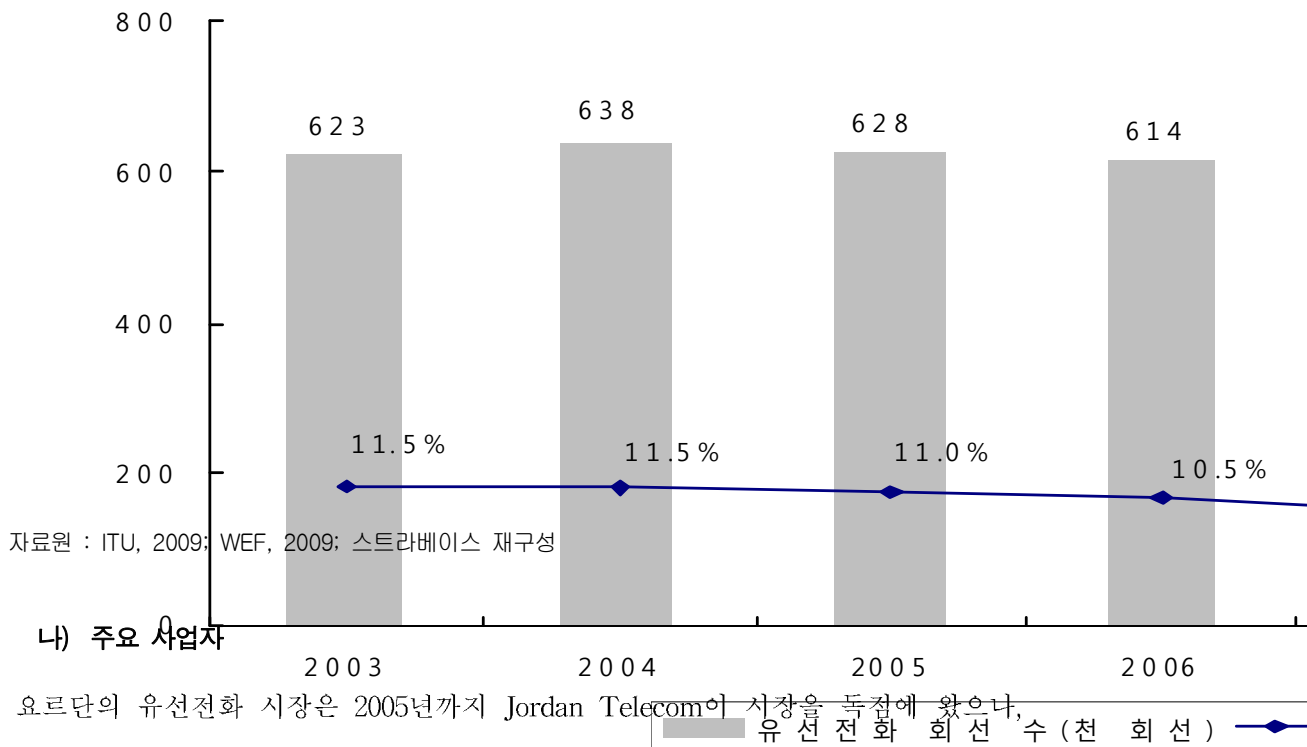
1) 유선전화

가) 시장현황

요르단의 유선전화 회선 수는 2008년 기준 52만 회선, 보급률은 약 8%로 지난 2003년 11.5%에서 매년 소폭의 하락세를 보이고 있다. 특히 최근 이동통신 시장이 급성하면서 이동통신의 유선전화 대체현상이 심화되고 있으며 WiMax를 통한 유선전화 서비스도 향후 유선전화 보급률을 더욱 감소시키는 요인이 될 전망이다.

〈그림 3-131〉 요르단의 유선전화 회선 수 및 보급률 추이

(단위 : 천 회선)



2005년 제 2 유선전화 사업자 Batelco의 시장진입으로 독점이 해제됐다. 그러나 시장개방에도 불구하고, 여전히 Jordan Telecom이 시장을 사실상 독점하고 있다.

(1) Jordan Telecom

Jordan Telecom은 유선전화, 인터넷, 이동통신 서비스를 모두 제공하는 종합 통신사업자로 요르단 정부가 15.65%, 프랑스의 France Telecom이 51%의 지분을 보유하고 있다. 그러나 최근 경기침체로 인해 서비스 가입자는 계속 감소하고 있다.

(2) Batelco

요르단 정부가 유선통신 시장 개방과 함께 오직 1개의 라이선스를 발급했는데 바레인 사업자인 Batelco가 이를 획득하며 시장에 진출했다. Batelco가 80%, 요르단 투자자들이 20%의 지분 보유하고 있으며 현재 유선전화와 인터넷 및 데이터 서비스를 제공하고 있다.

⇒ **요르단 유선전화 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음**

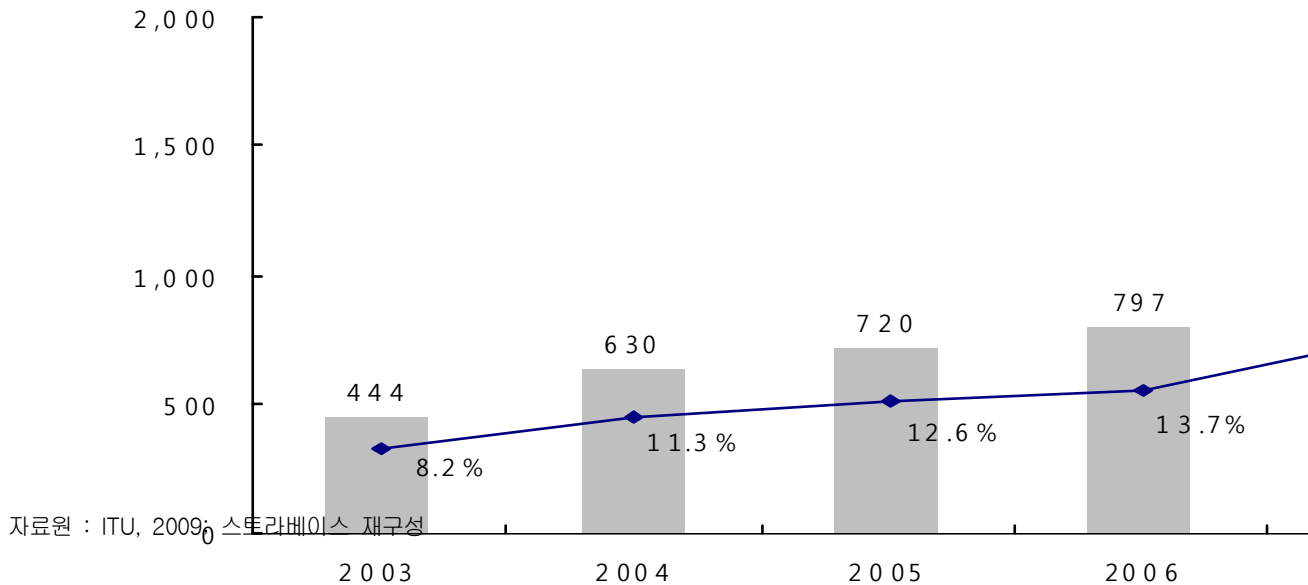
타당성 판단 근거	▷ 외국기업의 통신업체 지분 소유 제한이 없이 유선시장을 개방해 현재 Jordan Telecom은 France Telecom이 51%, Batelco는 바레인 Batelco가 80%의 지분 보유 ▶ 유선전화 보급률의 지속적인 하락세, 외국 통신회사의 독점지위 구축, 추가 사업자 선정 계획이 없다는 점에서 요르단 유선전화 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단
---------------------------------	--

2) 인터넷/브로드밴드

요르단의 인터넷 이용자 수는 2008년 말 기준 150만 명, 이용률은 약 25%로 다른 중동 국가들에 비해서는 높은 편이며, 2003~2008년 CAGR이 27%로 비교적 빠르게 성장하고 있다.

〈그림 3-132〉 요르단 인터넷 이용자 수 및 보급률 추이

(단위: 천명)

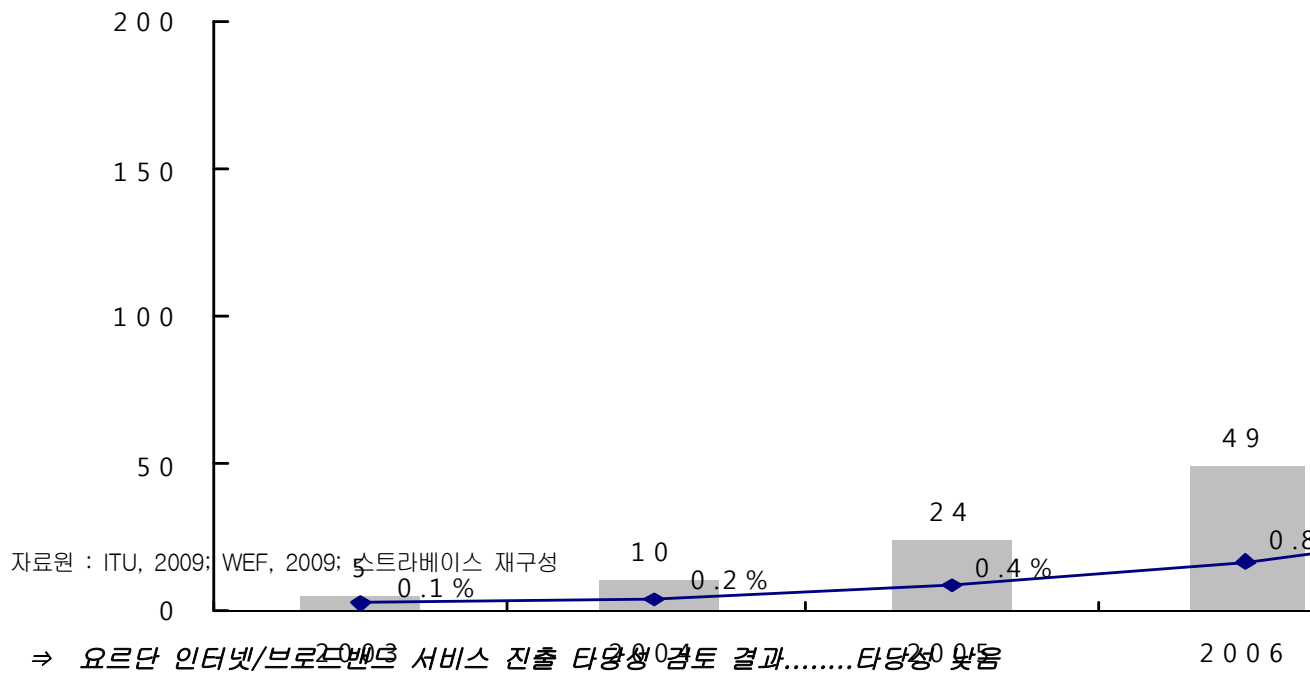


요르단의 브로드밴드 가입자 수는 2008년 말 기준 13만 명, 보급률은 5% 정도로 시장은 초기 단계이나 최근 5년간 사업자의 연평균 매출 성장률이 무려 90%를 넘을 정도로 시장은 가파른 상승세를 보이고 있다.

현재 인터넷 이용자 대부분이 ADSL 방식을 이용하고 있으나 최근에는 WiMax를 통한 브로드밴드 이용도 늘어나는 추세다. 이처럼 경쟁자인 WiMax가 등장하면서 그동안 비교적 비싸다는 평가가 많았던 요르단의 ADSL 요금은 지속적으로 낮아지고 있다. 요르단 최대 IPS는 Orange Jordan으로 현재 요르단 브로드밴드 시장의 65%를 차지하고 있다. Orange는 France Telecom의 글로벌 브랜드로, Orange Jordan은 Jordan Telecom의 지분 51%를 보유하고 있다. 요르단 2위 유선 전화 사업자인 Batleco가 약 15%, 나머지 약 20%의 점유율을 놓고 10여 개 ISP들이 Jordan Telecom의 네트워크를 임대해 서비스 제공하며 경쟁을 벌이고 있다.

〈그림 3-133〉 요르단 브로드밴드 가입자 수 및 보급률 추이

(단위: 천명)



타당성 판단 근거	▶ 유선 인터넷/브로드밴드 시장은 초기단계로 성장 가능성 있으나 기존 외국계 유선전화 Major들이 시장을 주도
	▶ Minor 사업자 인수로 진출시 네트워크 임대비용 및 마케팅 비용 등으로 수익성 확보가 어려움. 정부가 브로드밴드로 WiMax를 강력하게 추진하고 있다는 점에서 요르단 인터넷/브로드밴드 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단

입 자 수 (천 명) -

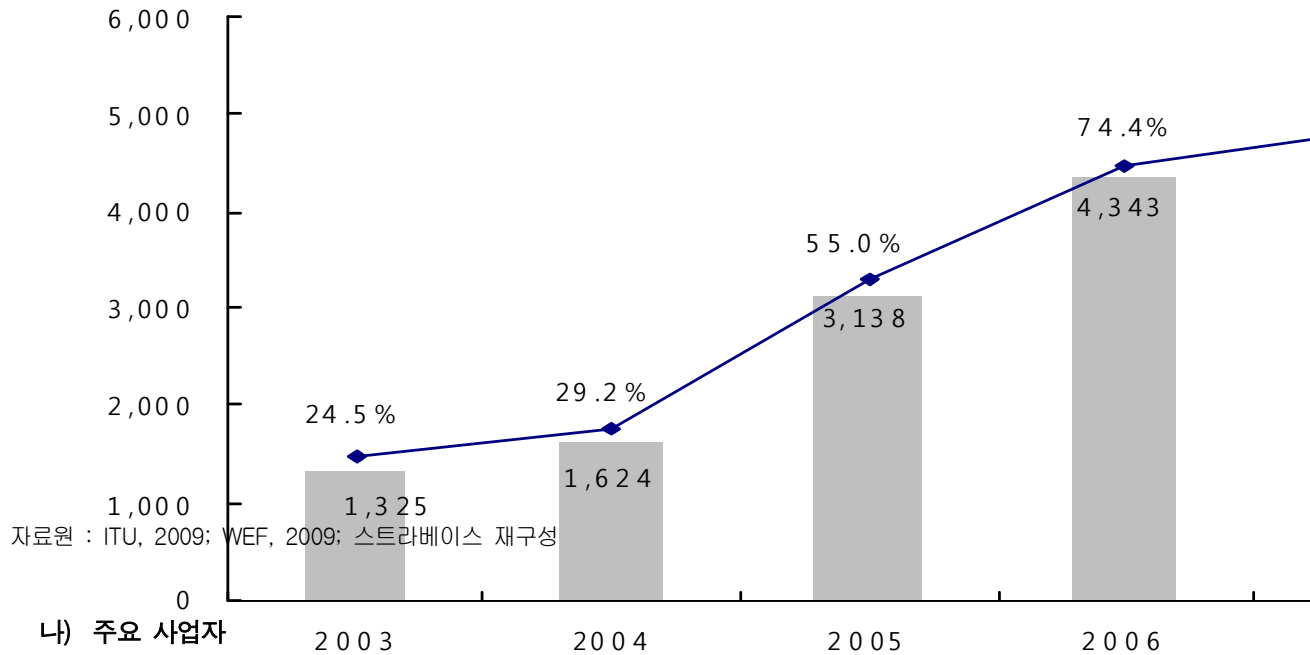
3) 이동통신

가) 시장현황

요르단의 이동통신 가입자 수는 2008년 말 기준 532만 명, 보급률은 약 86%로 경제 성장에 힘입어 특히 2005년부터 가파른 상승세를 보이고 있다. 요르단에서는 아직 3G 서비스가 제공되지 않고 있으나 요르단 통신당국은 2009년 8월 Jordan Telecom의 Orange에만 3G 라이선스를 부여한 상태다. 현재 요르단의 주요 이동통신사는 모두 GSM 방식으로 서비스를 제공하고 있다.

〈그림 3-134〉 요르단 이동통신 가입자 수 및 보급률 추이

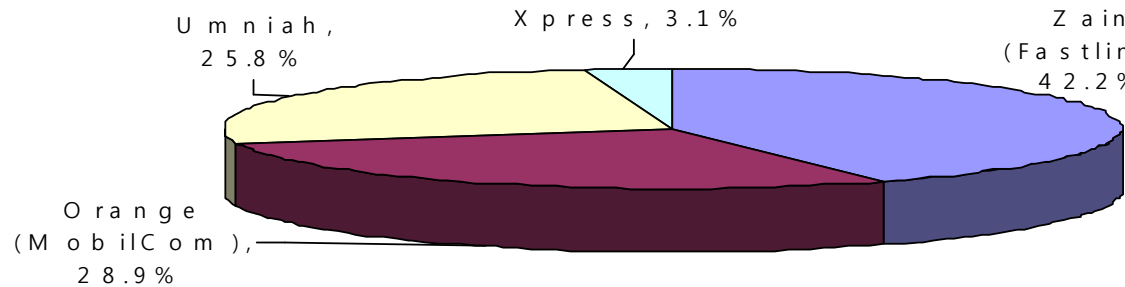
(단위 : 천명)



요르단에는 4개 이동통신 사업자가 있으며, 쿠웨이트 소재이네국회 산하 사업자의 수 (천 명) — 보급률 (%)

자회사인 Zain이 시장 점유율 42.4%로 업계 1위를 달리고 있다. 이어 Jordan Telecom 산하 Orange가 약 29%의 점유율로 2위, 바레인 Batelco의 요르단 자회사인 Umniah가 25.8%의 점유율로 뒤를 잇고 있으며 이들 상위 3사의 시장 점유율은 약 97%에 이른다. 한편 4위 사업자인 Xpress는 iDEN 방식을 사용하고 있으며, 시장점유율은 3%에 정도에 머물고 있다.

〈그림 3-135〉 요르단 이동통신 사업자별 시장점유율



* 2008년 말 기준

자료원 : Cowen and Company, 2009; 스트라베이스 재구성

⇒ 요르단 이동통신 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 이동통신에 대한 외국인의 자본 제한이 없어 현재 1~3위 사업자 모두 모기업이 프랑스, 쿠웨이트, 바레인 사업자임 ▶ 이동통신 보급률(95%)이 포화상태이고 사업자간 경쟁구도가 확실해 시장에 진입해도 사업성이 없어 요르단 이동통신 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단
-----------------	---

4) WiMax

가) 시장현황

2008년 말을 기준으로 요르단 유무선 브로드밴드 시장의 약 10%를 WiMax를 통한 서비스가 차지하고 있다. 요르단의 WiMax 사업자들은 2008년부터 상용서비스를 시작했으며 인터넷 인구가 증가하는 가운데 정부의 적극적인 정책과 서비스업체의 마케팅 전략으로 시장은 호조를 보이고 있다.

중동국가의 지형적 특성상 유선 인프라 구축에 상당한 어려움이 있기 때문에 요르단 정부는 WiMax를 이용한 무선 인터넷을 IT 기반 인프라로 채택하는 전략을 취하고 있다. 요르단은 휴대전화를 활용한 Mobile WiMax 보다는 저조한 유선통신 및 브로드밴드 보급을 위한 기초 인프라로 활용되는 측면이 크다.

나) 주요 사업자

카타르 통신사업자 Q-Tel의 요르단 자회사인 wi-tribe가 2008년 6월 서비스 시작

했으며 전신 Arab Telecom인 Mada Communications가 2009년 5월부터 Mobile WiMax 상용 서비스를 실시하고 있다. UAE 통신사업자 Kulacom의 요르단 자회사 Kulacom Jordan은 SK Telecom과 제휴하고 있다. 2009년 5월 서비스를 시작한 Kulacom Jordan은 SKT의 WiBro 기술을 기반으로 수도인 암만 인구 30%에 이르는 커버리지를 확보하고 있다.

⇒ **요르단 WiMax 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 높음**

타당성 판단 근거	▷ 상용화 1년 만에 WiMax 서비스가 유무선 전체 브로드밴드 시장의 약 10%를 차지할 정도로 유선 브로드밴드의 경쟁 기술로 빠르게 부상 ▶ 요르단 정부가 인터넷 이용률 확산 정책의 핵심으로 WiMax를 비공식 후원해 WiMax는 주력 브로드밴드 기술로 유선 브로드밴드의 <u>대체재</u> 가 될 가능성 높음. 특히 외국 기업의 100% 지분 보유가 가능하다는 점에서 요르단 WiMax 시장진출은 타당성이 높은 것으로 판단
-----------------	--

5) IPTV

최대 통신사업자인 Jordan Telecom은 2007년 10월 그리스의 Intracom Telecom과 제휴를 맺고, Intracom의 IPTV 플랫폼을 도입하기로 합의했다. 이후 2008년 9월 'Orange IPTV'란 브랜드로 IPTV 서비스를 시작했으며 현재 Orange IPTV는 VOD는 물론 방송서비스까지 제공하고 있다.

⇒ **요르단 IPTV 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음**

타당성 판단 근거	▷ 유선 브로드밴드 네트워크 장악한 Jordan Telecom이 요르단 1위 ISP(65% 장악)인 Orange를 통해 이미 IPTV 서비스를 제공중이어서 시장에서의 경쟁이 어려울 전망 ▶ IPTV의 전제조건인 브로드밴드 보급률(2.1%)이 낮고 네트워크 전송속도도 느려, 서비스 활성화가 늦어질 것이라는 점에서 요르단 IPTV 시장진출은 타당성이 낮다고 판단
-----------------	--

6) DMB

요르단에서는 아직 모바일 TV의 상용 서비스가 제공되지 않고 있다. 열악한 인프라 상황으로 인해 통신사업자와 방송사업자 모두 구체적인 계획을 수립하지 못하고 있으며 정부 역시 이와 관련된 정책을 마련하지 않고 있다.

⇒ 요르단 DMB 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 3G를 통한 모바일 방송 시점이 요원한 상황에서 DMB처럼 방송 네트워크를 통한 모바일 TV 서비스를 제공하는데는 상당 기간이 필요 ▶ 모바일 TV 표준과 관련한 정부의 구체적인 일정이나 계획도 없어 요르단 DMB 시장진출은 타당성이 낮다고 판단
-----------------	--

7) 장비/단말/솔루션 등

요르단 핸드폰 시장은 낮은 생활수준으로 인해 저가폰 시장이 크게 형성돼 있다. Nokia가 대부분의 시장을 점유한 가운데 삼성전자와 Sony Ericsson이 판매량을 늘려가고 있다. Nokia는 단기간의 점유율 상승을 위해 저가모델 위주의 라인업에 주력하고 있는 반면 삼성과 Sony Ericsson은 고가폰 판매전략을 취하고 있다.

바. 카자흐스탄

1) 유선전화

가) 시장현황

카자흐스탄의 유선전화 회선 수는 2008년 말 기준 341만 회선, 보급률은 22%에 이르고 있다. 대부분의 국가들이 유선통신 서비스가 위축되고 있는 상황이지만 카자흐스탄의 유선통신 시장은 꾸준히 성장하고 있다. 카자흐스탄의 유선통신 시장 규모는 CIS 주변국가들 가운데는 상위에 속하지만 국토가 넓고 인구가 분산돼 있어 유선통신 인프라는 구축이 매우 힘든 상황이다.

나) 주요 사업자

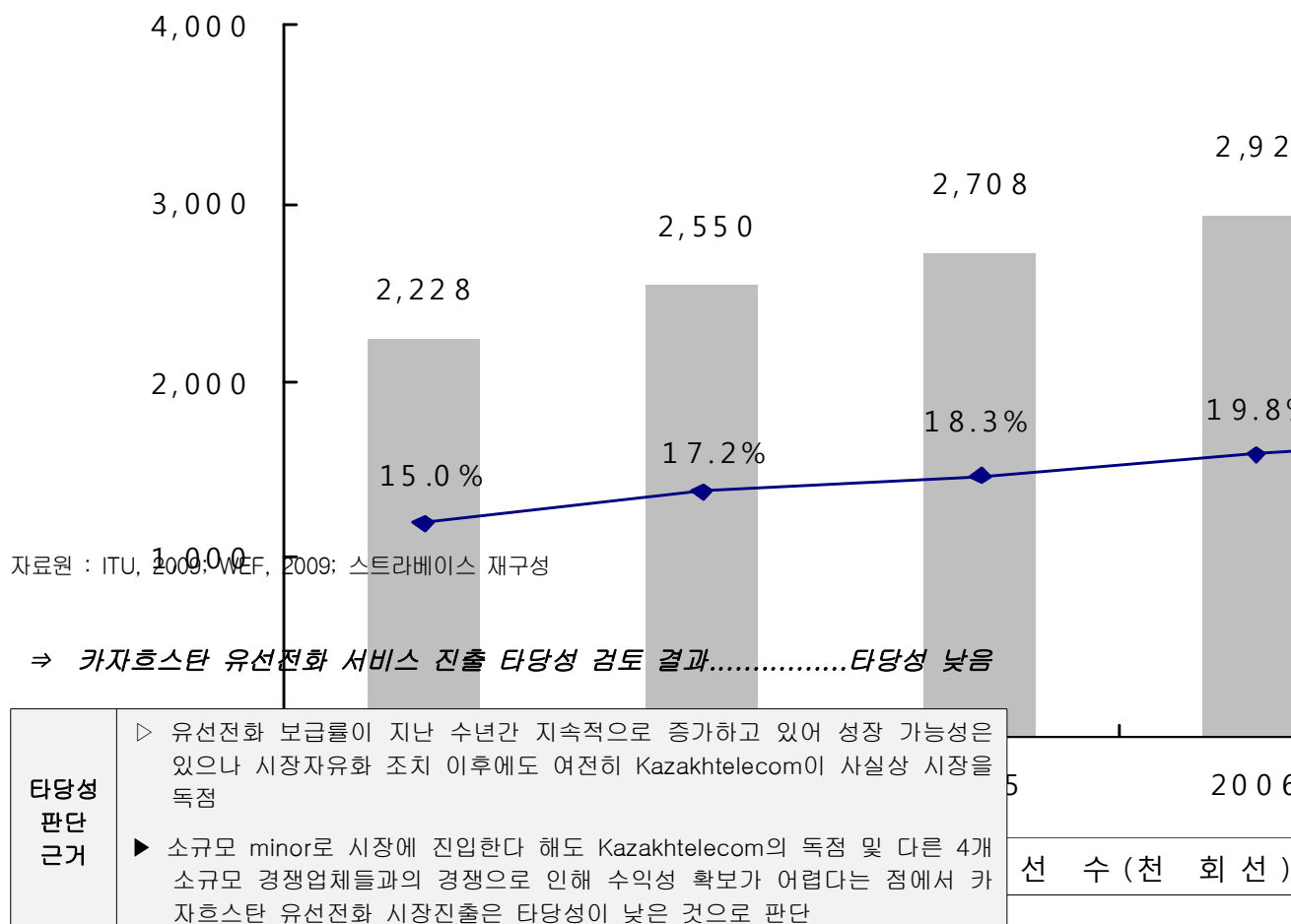
카자흐스탄 유선통신 시장을 사실상 독점하고 있는 Kazakhtelecom은 지난 2000년 VoIP 사업권을 획득한 후 VoIP는 물론 다양한 기능을 지원하는 고도화된 통신망을 구축하고 있다. Kazakhtelecom은 지분의 51%를 국부펀드가 소유한 사실상의 국영기업이다.

시장자유화 조치 이후 ARNA가 2005년 4월 사업권을 획득해 제 2사업자로 유선 서비스를 제공하고 있으며 2005년 4월 Transtelecom, Kaztranscom, Astel 등 3개

기업이 추가로 사업권을 획득해 서비스를 운영하고 있다.

〈그림 3-136〉 카자흐스탄 유선전화 회선 수 및 보급률 추이

(단위 : 천 회선)

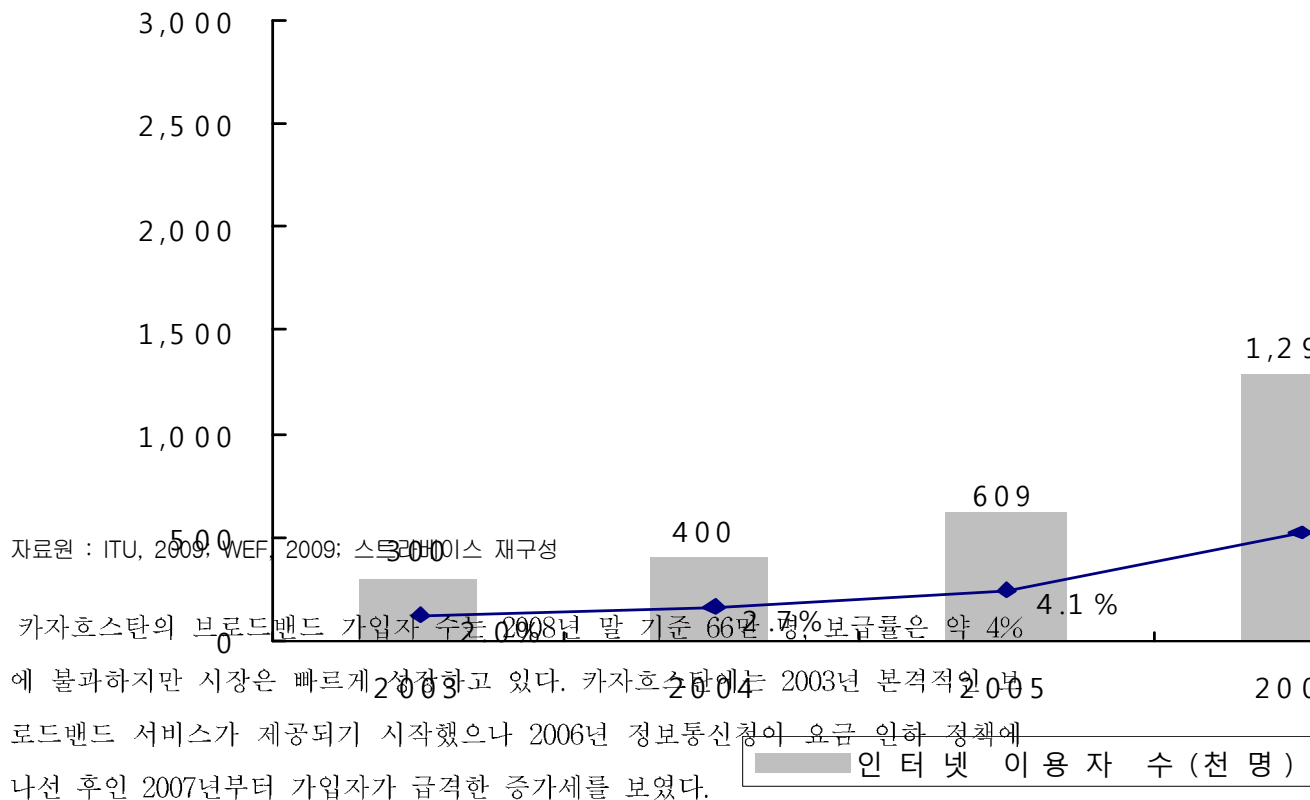


2) 인터넷/브로드밴드

카자흐스탄의 인터넷 이용자 수는 2008년 말 기준 230만 명, 이용률은 약 15%로 최근 5년간 시장은 빠르게 성장하고 있다. CIS 및 인근 국가들과 비교하면 인터넷 서비스는 발달한 편이나 광활한 국토에 인터넷 기반 시설을 설치하는 것이 용이하지 않은 상황이며 개인PC 보급률도 낮다.

〈그림 3-137〉 카자흐스탄 인터넷 이용자 수 및 보급률 추이

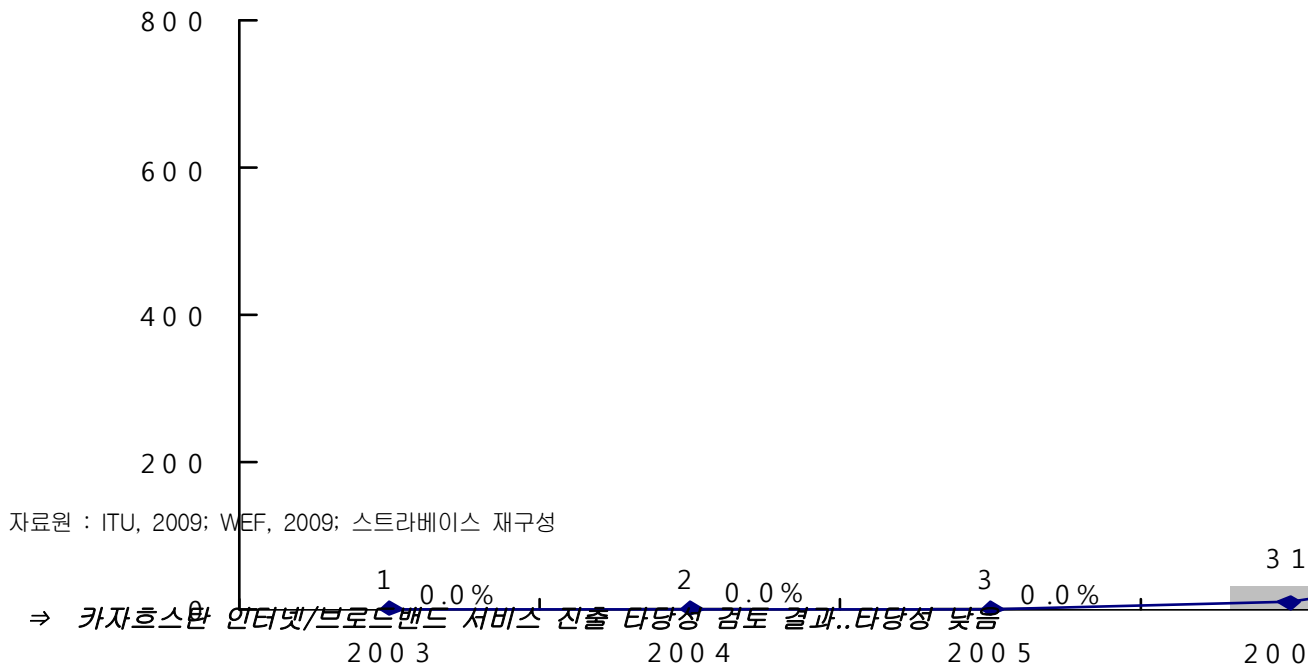
(단위: 천명)



브로드밴드 접속방식은 DSL이 중심이 되고 있으며 국영 통신사 Kazakhtelecom이 DSL 시장의 80% 이상을 차지하고 있다. 한때 세계 최고 수준의 요금을 책정했으나 정부 정책하에 가입자 유치를 위해 요금을 대폭 인하했고, 그 결과 2008년 말에는 약 60만 가구의 가입자를 확보하는데 성공했다. 한편 민영통신 사업자인 Ducat은 2003년부터 브로드밴드 서비스를 제공하고 있다.

〈그림 3-138〉 카자흐스탄 브로드밴드 가입자 수 및 보급률 추이

(단위: 천명)



자료원 : ITU, 2009; WEF, 2009; 스트라베이스 재구성

타당성 판단 근거	▶ 브로드밴드의 성장 가능성은 높지만 PC 보급률이 낮고 Kazakhtelecom이 여전히 독점적 지위(점유율 80%)를 유지 ▶ 인구는 1,500만 명에 불과한 반면 국토면적은 남한의 27배에 달해 Kazakhtelecom의 네트워크를 임대한다 해도 신규 네트워크 구축이 불가피하다는 점에서 카자흐스탄 시장진출은 타당성이 낮음	가 입 자 수 (천 명)

3) 이동통신

가) 시장현황

카자흐스탄의 이동통신 가입자 수는 2008년 말 기준 1,491만 명, 보급률은 96%로 시장은 사실상 포화 상태다. 그러나 2003~2008년 CAGR이 62.1%에 달할 정도로 매년 폭발적인 성장세를 보이고 있다. 카자흐스탄은 국토가 넓다는 지리적 특성으로 유선 네트워크를 구축하기 힘든데다 인구밀도도 낮아 이동통신 보급률이 높다.

현재 이동통신 시장의 약 98%가 GSM 방식이며 CDMA 방식은 2%에 불과하다. 카자흐스탄 정부는 아직까지 3G 라이선스를 발급하지 않고 있으나 각 사업자들은

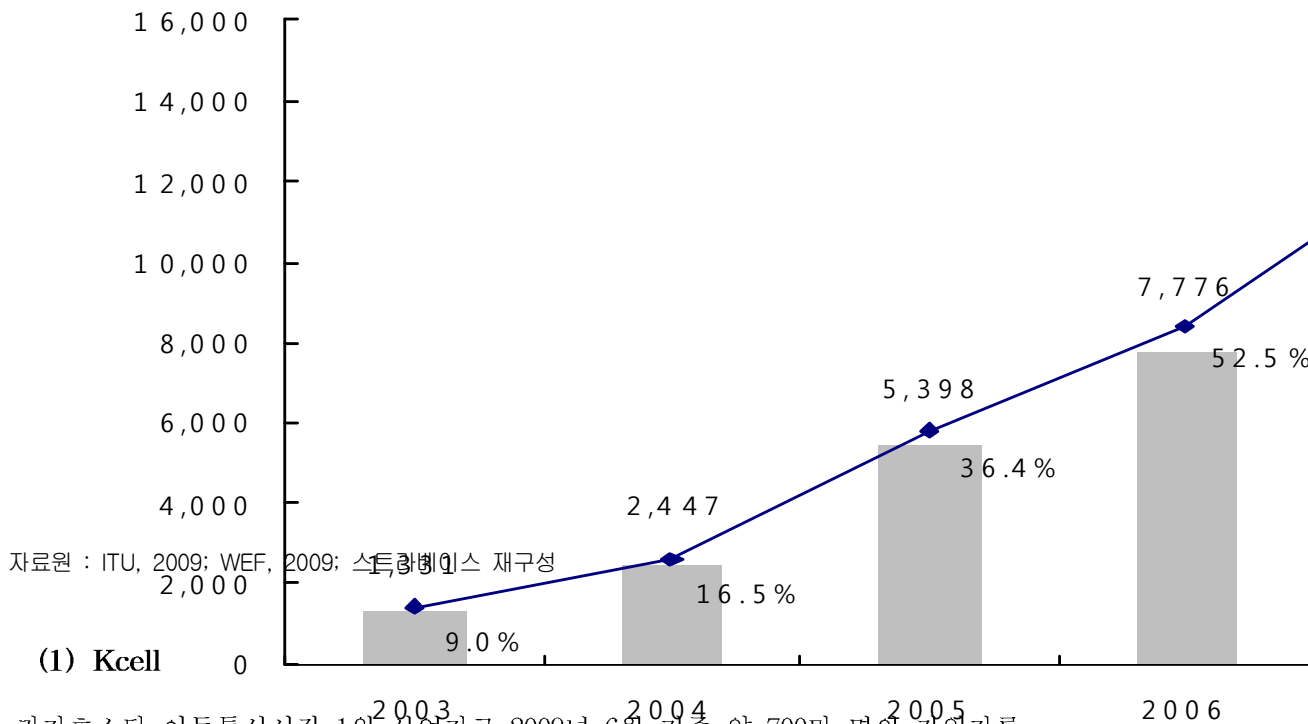
이미 시범 서비스를 실시하고 있으며, 무엇보다 3G 주파수 대역을 군사용 등 다른 용도로 사용하고 있다는 문제가 있다.

나) 주요 사업자

카자흐스탄에서는 Kcell, Kar-Tel, Mobile Telecom Service, Altel 등 4개 이동통신 사업자가 서비스를 제공하고 있으나 Kcell과 Kar-Tel 양사의 합계 점유율이 90%를 넘어 시장을 양분하고 있는 구조다. Kcell, Kar-Tel, Mobile Telecom Service는 GSM 사업자이며 Altel은 CDMA 서비스를 제공 중이다.

〈그림 3-139〉 카자흐스탄 이동통신 가입자 수 및 보급률 추이

(단위 : 천명)



카자흐스탄 이동통신시장 1위 사업자로 2009년 6월 기준 약 700만 명의 가입자를 확보하고 있으며 시장 점유율은 약 50%에 이른다. 카자흐스탄 이동통신사업자 수 (천명)

TeliaSonera(58.6%지분)와 TurkCell(41.4%지분)의 합작회사인 Fintur가 51%, 카자흐스탄 최대 통신사업자인 Kazakhtelecom이 49%의 지분을 소유하고 있다.

(2) Kar-Tel(Beeline)

이동통신업계 2위 사업자이며 시장 점유율은 약 44%로 Kcell과 팽팽한 경쟁관계를 유지하고 있다. 원래 터키 Runeli Telecom과 카자흐스탄 Investel의 합작 회사였으나 2004년 러시아 이동통신사 vimpelCom이 3억 5000만 달러에 인수했다.

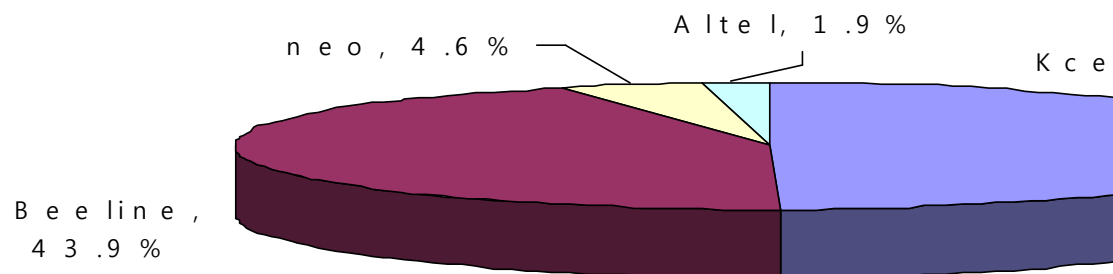
(3) Mobile Telecom Service(neo)

Kazakhtelecom과 인터넷 서비스업체 Sianet Kazakhstan이 합작 설립한 회사로 카자흐스탄 GSM 사업자 가운데 가장 점유율이 낮은 사업자다.

(4) Altel

현재 Kazakhtelecom이 100%의 지분을 보유하고 있다. 1994년 카자흐스탄에서는 최초로 AMPS 방식의 이동통신 서비스를 시작했으나 GSM 사업자와의 경쟁에 밀려 2003년말 CDMA 방식으로 전환했다.

〈그림 3-140〉 카자흐스탄 이동통신 사업자별 시장점유율



* 2008년 말 기준

자료원 : Cowen and Company, 2009; 스트라베이스 재구성

⇒ 카자흐스탄 이동통신 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 이동통신 보급률이 96.1%로 사실상 포화상태이며 이미 TeliaSonera나 터키 통신사업자 등이 1, 2위 사업자에 대한 지분투자 형식으로 시장에 진출 ▶ 인구밀도가 낮아 투자비용이 많이 들고 minor 사업자 인수를 통한 시장 진입시에도 대량의 마케팅 비용이 예상됨에 따라 카자흐스탄 이동통신 시장 진출은 타당성이 낮음
-----------------	---

4) WiMax

가) 시장현황

카자흐스탄은 국토가 넓고 인구가 분산되어 있기 때문에 유선 브로드밴드 구축보다 모바일 WiMax의 성장 잠재력이 높다. 2008년부터 대도시를 중심으로 WiMax 상용서비스가 제공되고 있지만 시장이 초기단계인 탓에 가입자 규모가 크지 않은 상황이다. 카자흐스탄 정부는 전국민을 대상으로 한 인터넷 교육인 e-Learning 실시 중이며 이 과정에서 WiMax가 핵심적인 역할을 담당할 전망이다.

나) 주요 사업자

현재 7개 사업자가 서비스를 시작했거나 서비스를 준비하고 있다. 최대 통신사업자인 Kazakhtelecom은 2008년 초 프랑스 방위사업체인 Thales와 업무제휴를 맺고 투자에 나섰으나 구체적인 상용 계획은 발표하지 않고 있다.

AsiaBell은 Cisco의 모바일 브로드밴드 솔루션을 도입해 2009년 2월 중부 지역을 중심으로 기업 및 개인고객에게 상용서비스를 제공하고 있다. 민영 통신사업자인 ARNA는 2007년 말 주파수 라이선스를 획득하고 현재 36개 도시에서 WiBro 시범 사업을 실시 중이다.

이 밖에 KazTransCom은 2008년부터 3개 도시에서 서비스 실시하고 있으며 Obit는 2009년부터 수도인 알마티에 Fixed WiMax 네트워크를 구축해 대기업을 대상으로 서비스에 나섰다. 러시아 통신사업자인 Summa는 2.5GHz대역 사업권을 획득하고 2008년 10월부터 Mobile WiMax 서비스를 상용화했다.

⇒ 카자흐스탄 WiMax 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 높음

타당성 판단 근거	▷ broadband 보급률이 낮고 넓은 국토 대비 인구는 상당히 분산돼 있음. 낙후된 통신 인프라로 인해 무선인 WiMax가 향후 주력 broadband 서비스로 부상할 전망(즉, WiMax의 유선 broadband 대체재가 될 가능성 높음) ▶ 7개 사업자가 WiMax 서비스를 제공 혹은 추진중이고, 아직은 시장 초기단계로 가입자 수가 많지 않아 카자흐스탄 WiMax 시장진출은 타당성이 높은 것으로 판단
-----------------	---

5) IPTV

2009년 2월 Kazakhtelecom은 카자흐스탄 최초로 ADSL2+ 기반의 IPTV 출시했다. 현재 Kazakhtelecom이 broadband 시장의 80% 이상을 차지하고 있기 때문에 기타 사업자들의 진출이 어려운 상황이지만 무엇보다 낮은 broadband 보급률 등 IPTV에 필요한 인프라가 부족한 상황이다.

Kazakhtelecom은 IPTV 통합업체인 Netris와 솔루션 계약을 맺고 시범 서비스를 시작했으며 2010년 말까지 카자흐스탄 전역으로 서비스를 확대해 나갈 계획이다. 더불어 유선 인프라 업그레이드 및 디지털화를 위해 대규모 NGN을 구축중이다.

⇒ 카자흐스탄 IPTV 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 국영 Kazakhtelecom이 broadband 시장을 장악해 타 ISP들의 시장진입이 힘들고 국토가 넓어 전국 네트워크 구축이 어려워 IPTV 서비스에 적합한 인프라가 부족 ▶ Kazakhtelecom이 2010년부터 서비스를 제공할 계획이기 때문에 Minor ISP로 경쟁 시 수익성 확보가 어렵다는 점에서 카자흐스탄 IPTV 시장진출은 타당성이 낮다고 판단
-----------------	---

6) DMB

현재 카자흐스탄은 모바일 TV 서비스가 출시되지 않은 상태다. 이동통신 사업자들이 3G 시범 서비스에 나서는 등 모바일TV 서비스의 기반인 3G 서비스도 활성화되지 못한 상황이다. 카자흐스탄 정보통신청은 DVB-H 기반 라이선스는 물론 3G 라이선스도 발급하지 않고 있다.

⇒ 카자흐스탄 DMB 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 아직 3G 서비스 실시 이전인 탓에 모바일 TV에 대한 사업자의 관심이 없고 수요 역시 없는 상태 ▶ 모바일 TV 표준에 관한 정부의 구체적 일정도 없어 모든 면에서 카자흐스탄 DMB 시장 진출은 타당성이 낮음
-----------------	--

7) 장비/단말/솔루션 등

국토 여건상 Mobile WiMax 시장의 성장 가능성이 높아 글로벌 장비 업체들의 진출이 이어지고 있다. 한국기업 가운데는 2008년말 포스데이터가 유선통신사업자인 ARNA와 WiBro 장비 및 단말기 공급 계약을 체결했다.

사. 태국

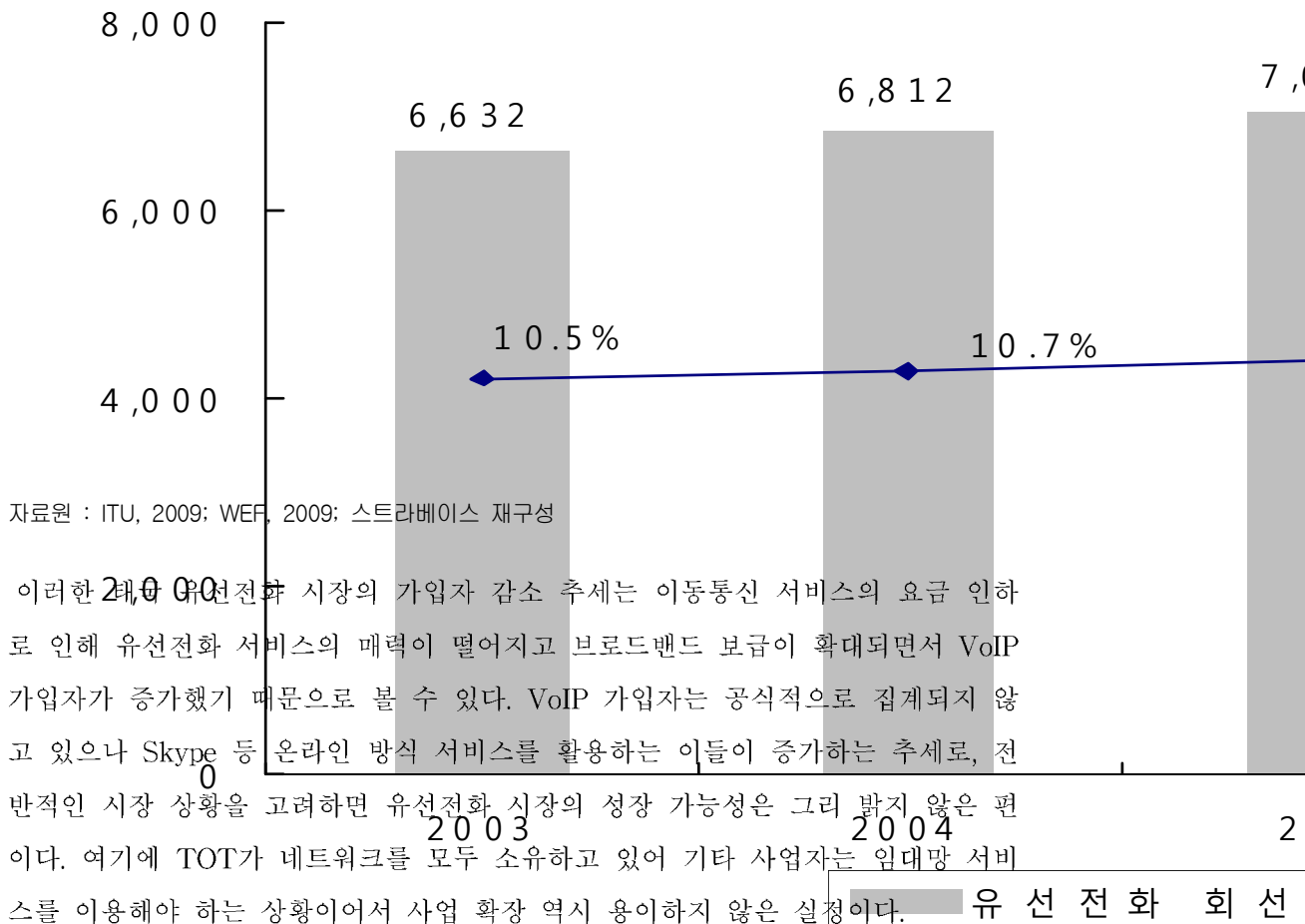
1) 유선전화

가) 시장현황

태국의 유선전화 회선 수는 2007년 말 기준 702만 회선, 보급률은 약 10%로 지난 2005년 기록한 11%를 정점으로 계속 감소하는 추세에 있다. 지난 6년간 태국의 유선전화 보급률은 10.5~11%에 머무르고 있으며 국영사업자인 TOT를 비롯한 유선전화 3社 모두 최근 2년간은 가입자 수가 감소하고 있다.

〈그림 3-141〉 태국 유선전화 회선 수 및 보급률 추이

(단위 : 천명)



나) 주요 사업자

태국에는 TOT, True Corporation, TT&T 등 3개 유선전화 사업자가 있다. 지난 2007년 말을 기준으로 국영 사업자 TOT가 시장 점유율 54.9%로 업계 1위를 달리고 있으며 True와 TT&T의 시장 점유율은 각각 27.4%와 17.7%에 이르고 있다.

(1) TOT

실질적으로 태국 통신 네트워크를 장악하고 있으며 이를 활용해 자체적으로 유선

전화, 공중전화, 국제전화 등 유선통신 서비스를 제공함과 동시에 다른 회사에 네트워크를 임대하고 있다. 태국은 2007년 말 기준 총 670만 회선에 이르는 서비스가 제공되고 있는데 이 가운데 TOT가 직접 운영하는 전국 커버리지 서비스 가입자는 368만 세대로 전년 대비 1.46% 증가했다.

(2) TrueOnline

전국 사업자인 TOT와의 계약 하에 TOT의 네트워크를 이용해 방콕 및 주변지역 (Bangkok Metropolitan Area, BMA)에서만 유선전화 서비스를 제공하고 있다. 2008년 말 12월말 기준 가입자 수는 190만 명(개인 127만 명, 기업 고객 63만 명)으로 전년 대비 2.7% 감소했으며 2008년 BMA지역 시장 점유율은 약 50%다.

⇒ 태국 유선전화 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 유선전화 보급률이 감소하는 추세이며 국영 TOT가 시장의 과반을 점유하고 있어 신규 진입해 네트워크를 구축하는데 막대한 비용이 필요 ▶ 독자 네트워크 구축 대신 TOT의 통신 회선을 임대하더라도 이로 인한 수익성 감소가 우려된다는 점에서 태국 유선전화 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단
-----------------	---

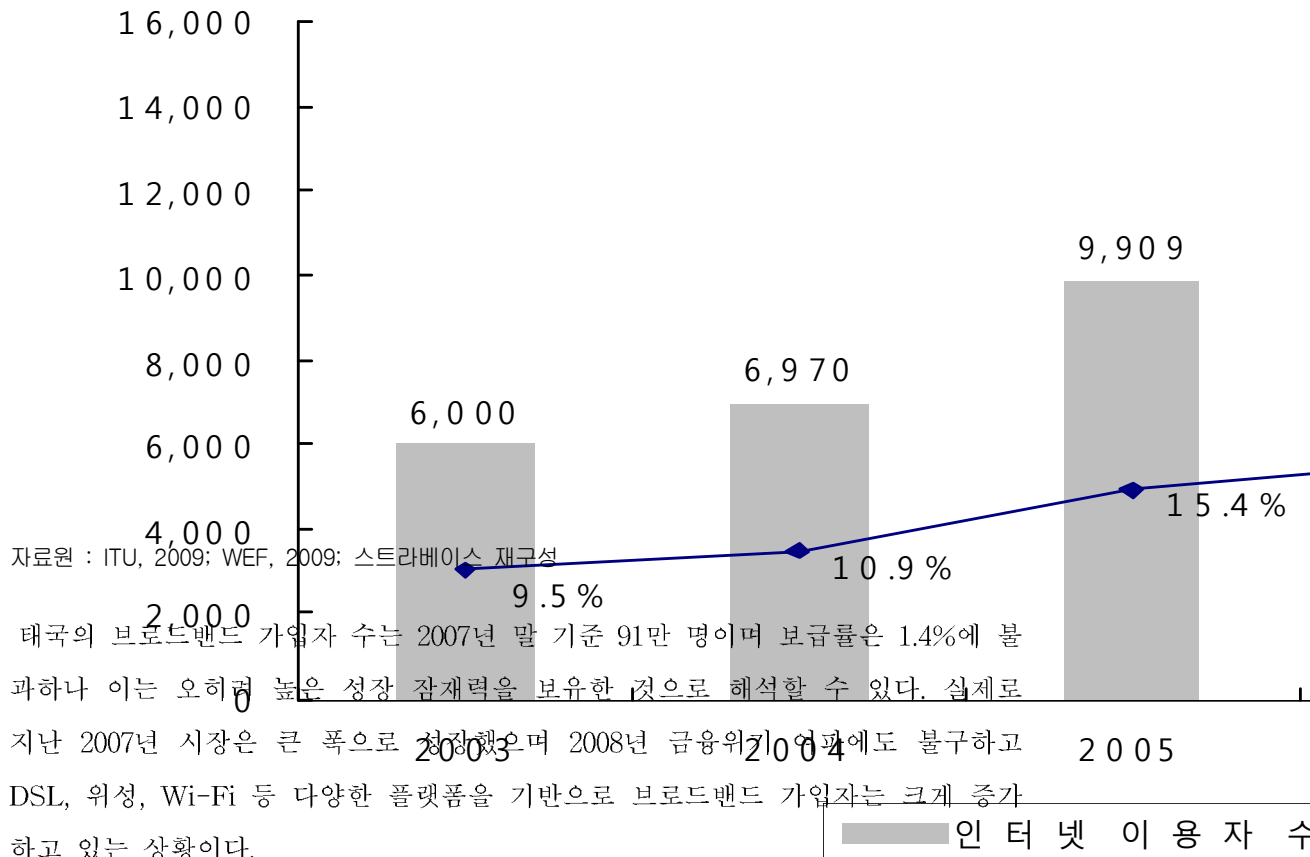
2) 인터넷/브로드밴드

가) 시장현황

태국의 인터넷 이용자는 2008년 말 기준 1,342만 명으로 이용률은 20% 정도에 머무르고 있다. 그러나 2003~2008년 CAGR이 17.5%에 달할 정도로 최근 5년간 시장이 급성장하고 있음을 감안하면 향후 지속적인 성장세가 예상된다. 특히 인터넷 카페를 통한 인터넷 사용자의 비율이 높은 것으로 알려져 있다.

〈그림 3-142〉 태국 인터넷 이용자 수 및 보급률 추이

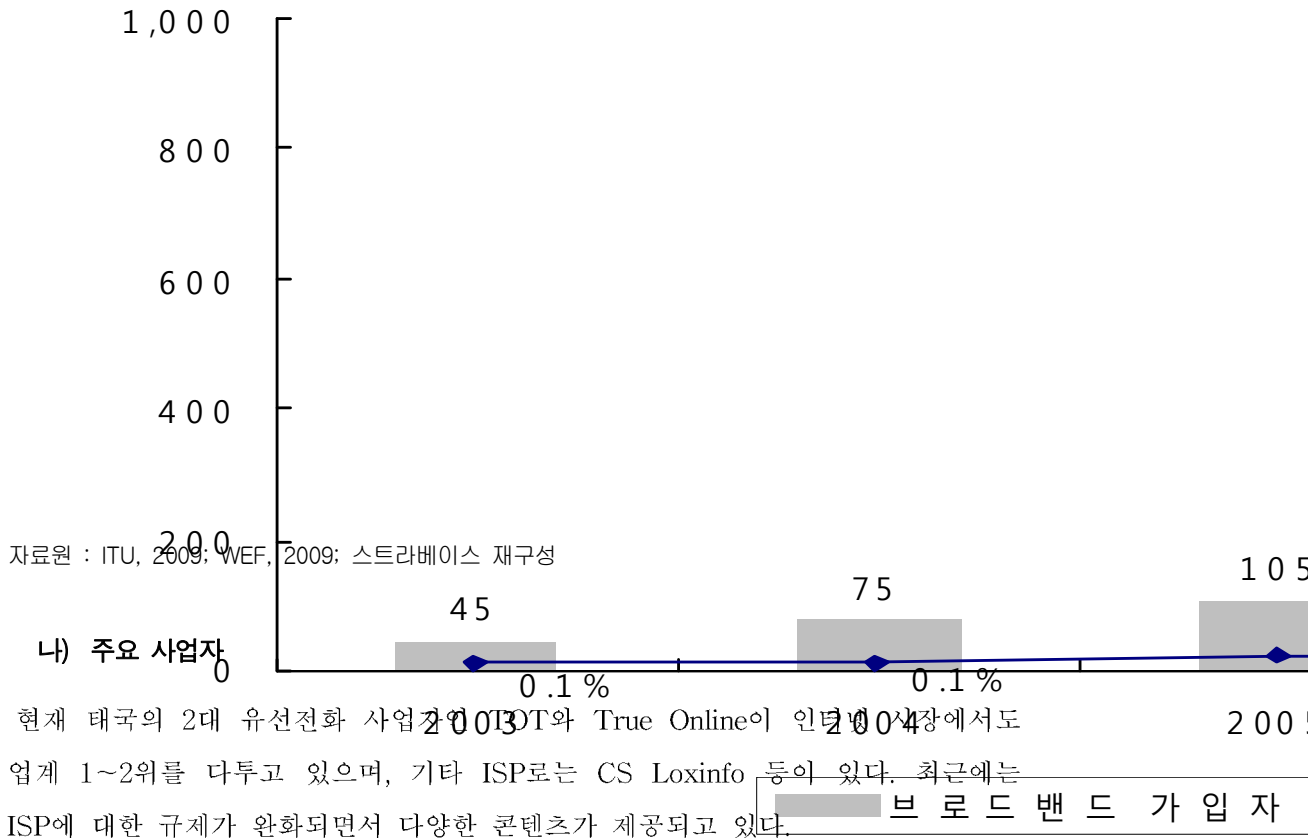
(단위: 천명)



단 수요에 비해 여전히 인프라가 미흡하다는 점은 해결해야 할 과제로 남아 있다. 다른 동남아시아 국가들처럼 브로드밴드 인프라는 2010년 상반기 라이선스 발급을 앞두고 있는 3G와 WiMAX 등 무선기술이 주도할 것이라는 전망이 우세하다. 특히 WiMAX가 가정 및 기업용 브로드밴드 시장 확보에 주로 활용될 전망으로 향후 브로드밴드가 인터넷 시장의 성장을 견인할 것으로 보인다.

〈그림 3-143〉 태국 브로드밴드 가입자 수 및 보급률 추이

(단위: 천명)



(1) TOT

2008년 기준 브로드밴드 가입자 수는 80만 명으로, 2007년 대비 25.3% 증가했으며 시장 점유율은 1위다. 현재 다이얼업 인터넷 접속, ADSL 및 위성을 이용한 유선 브로드밴드, Wi-Fi 등의 무선 인터넷 서비스를 제공하고 있으며 기존에 전국에 구축했던 전화선을 이용한 ADSL 가입자가 지속적으로 증가하는 상황이다. 특히 통신 인프라 구축 및 정보산업 발전을 지지하는 정부의 지원을 받아 NGN 기반의 음성통신, 데이터, 멀티미디어 서비스를 제공하기 위해 2007년부터 IP브로드밴드 망 구축 사업을 지속적으로 추진하고 있다.

(2) True Online

TrueOnline의 2008년 전체 인터넷 가입자 수는 약 130만 명이며 이 가운데 브로드밴드 가입자 수는 2007년 대비 15.4% 증가한 63만 2,461명에 이른다. 특히 Wi-Fi 가입자는 2007년 3만 1,523명에서 2008년 약 10만 9,000명으로 증가했다.

TOT와 태국 인터넷 시장 점유율 경쟁을 벌이는 대형 ISP로 TOT와 통합 네트워크(케이블 모뎀과 DSL)상에서 평균 속도 1Mbps의 인터넷 서비스를 제공해 왔으며 2009년부터는 8Mbps 및 12Mbps의 브로드밴드 서비스도 제공하고 있다. 지난 2003년부터 제공한 Wi-Fi는 전국 1만 6,000개 이상 핫스팟에서 사용 가능하다.

⇒ 태국 인터넷/브로드밴드 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 시장이 초기단계로 사업성 측면에서는 진출할 여지가 있으나 이미 TOT와 True의 유선전화 2강이 시장을 장악 ▶ Minor 사업자 인수를 통한 진출도 회선 임대애 따른 수익 감소가 불가피하고 정부의 진출 승인 여부도 고려해야 한다는 점에서 태국 인터넷/브로드밴드 시장진출은 타당성이 낮다고 판단
-----------------	---

3) 이동통신

가) 시장현황

태국의 이동통신 가입자 수는 2008년 말 기준 6,200만 명, 보급률은 92%에 이른다. 태국의 이동통신 시장은 2003~2008년 CAGR이 23.5%에 달할 정도로 비교적 저렴한 요금과 저가의 휴대폰 보급에 힘입어 최근 5년간 빠르게 성장했다. 특히 넓은 국토에 비해 통신 인프라가 부족해 유선통신 시장 보다 이동통신 시장의 성장이 눈부신 국가 가운데 하나다.

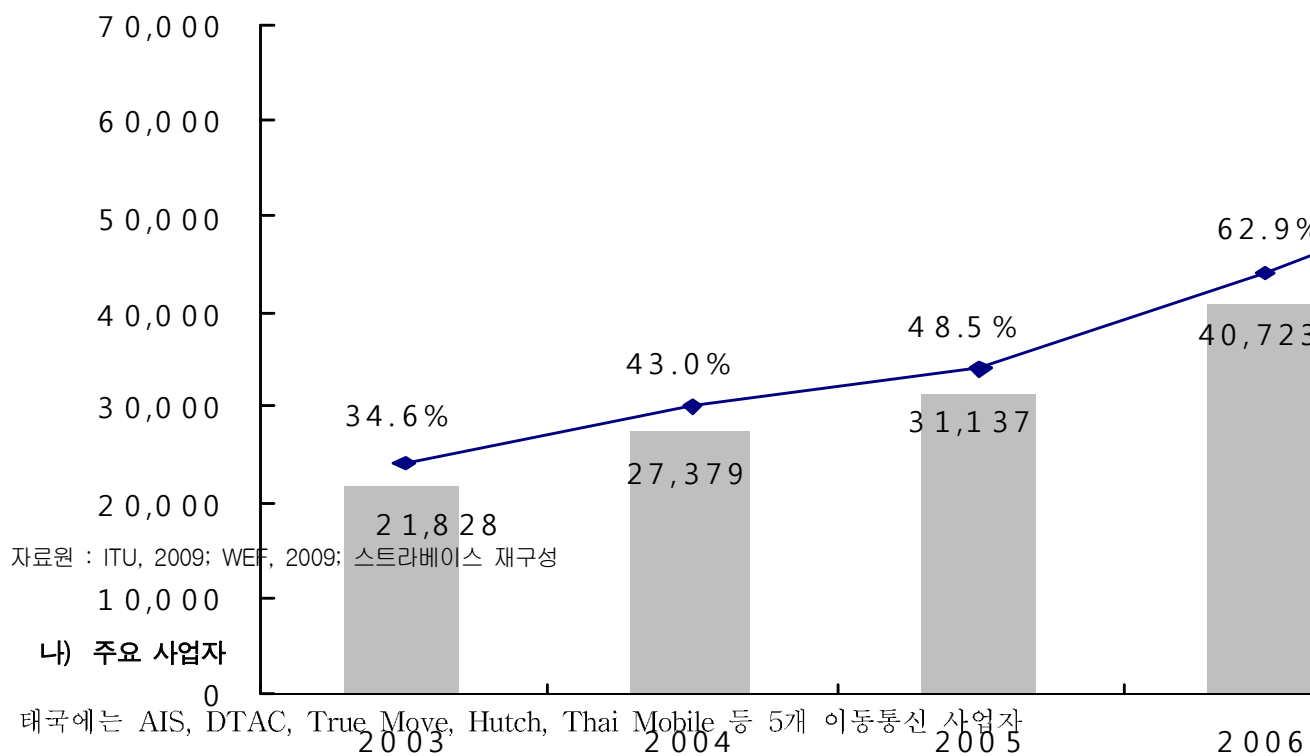
단 이동통신 시장은 이미 포화상태에 달하고 있어 현재로선 성장의 여지가 거의 없다는 평가가 지배적이다. 그러나 사업자간 경쟁여력이 있고 데이터서비스 시장 확대 등 성장을 위한 기회는 여전히 남아 있으며 라이선스 발급을 앞두고 있는 3G 서비스의 성장 잠재력도 매우 높을 것으로 분석되고 있다.

태국 정부는 2010년 1월 3G 라이선스를 발급할 계획이며 각 이동통신사는 이미 3G 투자 계획을 세우고 일부 시범 서비스를 통한 기술 검증까지 거친 상태다. 이

에 따라 라이선스 발급 시 3G 상용 서비스가 매우 신속하게 이뤄지고 서비스가 급속히 확대될 것으로 전망된다.

〈그림 3-144〉 태국 이동통신 가입자 수 및 보급률 추이

(단위: 천명)



나) 주요 사업자

태국에는 AIS, DTAC, True Move, Hutch, Thai Mobile 등 5개 이동통신 사업자가 있으며 2008년 말 기준 AIS(44.3%), DTAC(30.1%), True Move(23.8%) 3사가 시장의 98.2%를 차지하고 있다. 상위 3사는 모두 GSM 방식으로 서비스를 전개하고 있으며 Hutch와 Thai Mobile이 CDMA 방식으로 서비스를 제공중이다.

(1) AIS

태국 이동통신시장 점유율 44.1%로 2,731만 명의 가입자를 확보하고 있는 부동의 업계 1위로 1994년 시작한 900Mhz를 기반으로 GSM 서비스를 제공하고 있다. 정부의 승인 하에 현재 외국기업인 싱가포르의 SingTel이 AIS의 지분 21.33%를 보유하고 있다.

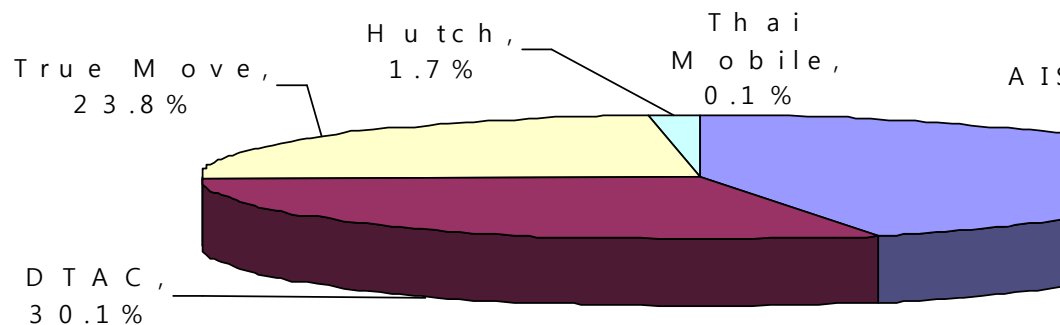
(2) DTAC

AIS와 마찬가지로 1994년 GSM 상용서비스를 시작했으며 2008년 기준 가입자는 1,868만 명 시장 점유율은 30.2%로 업계 2위를 달리고 있다. 최근 들어서는 AIS와의 시장 점유율 격차를 좁히기 위해 다양한 요금제와 프로모션을 펼치고 있다.

(3) True Move

2008년 12월 기준 가입자 수는 1,475만 명으로 2007년 대비 270만 명이 늘어나며 전년대비 22%의 증가세를 보였다. True Move는 대형 인터넷사업자인 True Corp가 2001년 10월 TA Orange의 모회사인 Bangkok Inter Teletech Public Company Limited(BITCO)의 지분 41.4%를 인수하며 이동통신 서비스에 진출했다.

〈그림 3-145〉 태국 이동통신 사업자별 시장점유율



* 2008년 말 기준

자료원 : Cowen and Company, 2009; 스트라베이스 재구성

⇒ 태국 이동통신 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음

타당성 판단 근거	▷ 이동통신 보급률이 92%로 포화상태에 있고 상위 3社の 시장점유율이 98.2%로 안정적인 3강 구도를 이미 형성하고 있어 시장 진출 여지가 없음 ▶ 3G 라이선스가 아직 발급되지 않았으나 각 이동사들이 이미 준비를 마친 상황이기 때문에 3G 서비스를 염두에 둔다고 해도 태국 이동통신 시장진출은 타당성이 낮음
-----------------	--

4) WiMax

당초 2008년 2.5GHz와 3.5GHz대역의 Fixed WiMax 라이선스 입찰이 실시될 예정이었으나 현재까지 연기되고 있어서 아직까지는 시장진입 단계라고 할 수 있다. 2010년 1월 WiMax 라이선스가 발급될 것으로 예상되며 총 5개 사업자가 선정될 전망이다.

통신규제 당국인 NTC는 2008년 12개의 테스트용 라이선스를 발급했다. 당시 라이선스를 받았던 유선통신 사업자 UIH와 TT&T와 이동통신사 AIS, True 등이 이미 테스트를 완료했으며 True, TT&T, AIS 등은 2008년부터 일부 지역에서 시범 서비스를 제공하는 등 시장을 선도하는 기업들은 이미 상용화 단계에 진입한 것으로 알려져 있다.

태국의 경우, 잠재시장 규모가 크기 때문에 WiMax 상용화 초기부터 가입자를 빠르게 늘릴 수 있을 것으로 예상되며 중장기적으로는 3G 주파수 대역폭 제한과 가격 경쟁력에 힘입어 WiMax가 브로드밴드 시장을 주도할 것이라는 전망도 제기되고 있다.

⇒ 태국 WiMax 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 높음

타당성 판단 근거	▷ 유선 브로드밴드 보급률이 1.4%에 불과하지만 브로드밴드 수요가 강해 2007년 가입자가 크게 성장했음을 고려하면 태국 WiMax 시장은 향후 급성장이 예상됨 ▶ 2010년 5개 라이선스가 발급되며 이에 따라 국내 통신사업자들은 직접 라이선스를 획득하거나 라이선스 획득 업체를 인수해서 진출하는 방안이 있다는 점에서 태국 WiMax 시장진출은 타당성이 있다고 판단
-----------------	---

5) IPTV

현재 태국의 주요 유선 및 인터넷 사업자가 모두 IPTV 상용 서비스를 제공하고 있으나 시장은 아직 초기 단계에 있고 제공되는 채널수도 적다. 2009년 9월 현재 ADC, True, TT&T 등 3개 사업자가 상용서비스를 제공중이지만 아직 대중적인 서비스라기보다는 프리미엄 서비스로 인식되고 있다. IPTV에 대한 대중들의 인지도 역시 매우 낮은 편이지만 브로드밴드 서비스 확산과 디지털 미디어에 대한 수요가 증가할 것이라는 점을 고려하면 IPTV의 성장 잠재력은 높다고 할 수 있다.

통신사업자인 AIS와 TOT의 합작법인인 ADC는 2006년부터 방콕에서 TOT의 DSL망을 이용해 IPTV 서비스를 제공해 왔다. 또한 True는 2006년 5월부터 서비스를 시작해 2008년 9월 기준 약 3,000명의 가입자를 확보한 상태다. True IPTV는 엔터테인먼트, 음악, 뉴스 및 교양 등 총 13개 채널을 月 390바트에 제공중인데 일반 대중 보다는 고소득층과 외국인을 타깃으로 공략하고 있다. 2007년 5월 서비스를 시작한 TT&T는 13개 채널을 기본으로 제공하고 있으며 IPTV 인프라 구축과 콘텐츠 개발에 300만 달러를 투자했다.

⇒ **태국 IPTV 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 낮음**

타당성 판단 근거	▷ 주요 사업자들이 이미 IPTV를 제공중이며 신규 진입은 TOT와 True의 브로드밴드 네트워크 임대를 통한 IPTV 서비스가 불가피 ▶ IPTV 서비스를 위한 네트워크 자체 구축은 비용과 시간상의 문제로 사실상 불가능하다는 점을 감안하면 태국 IPTV 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단
-----------------	--

6) DMB

태국에서는 이동통신 네트워크나 WiFi를 통한 모바일TV 서비스만 제공되고 있으며 DMB 같은 모바일 방송 서비스는 제공되지 않고 있다. 그간 이동통신사들은 2.5G를 기반으로 낮은 품질의 동영상 스트리밍 서비스를 제공해 왔으나 모바일 TV 서비스에 대한 수요 확대는 3G 보급 이후 VOD를 시작으로 동영상 서비스 등이 본격화될 전망이다.

True Vision이 지난 2008년부터 WiFi 네트워크를 통해 휴대폰으로 TV서비스를 제공하고 있으며 이동통신사 AIS는 2008년 2월 양방향 실시간 라디오 및 스트리밍 동영상 서비스를 상용화했다. 이 밖에 CAT Telecom이 CDMA2000 1x 네트워크를 기반으로 2008년 말까지 동영상 스트리밍 서비스를 시범 서비스한 바 있다.

⇒ **태국 DMB 서비스 진출 타당성 검토 결과.....타당성 높음**

타당성 판단 근거	▷ 아직 시장이 형성되지 않았으나 이동통신 보급률이 92%를 넘기 때문에 모바일 방송에 대한 잠재수요는 충분 ▶ 모바일 방송 표준이 아직 결정되지 않아 지상파DMB 방식 채택의 여지가 남아있음을 감안하면 태국 DMB 시장진출은 타당성이 높음
-----------------	---

7) 장비/단말/솔루션 등

태국의 휴대폰 시장에서는 TV시청이 가능한 단말기와 하나의 휴대폰에 SIM카드 두 개가 있는 제품이 인기를 얻고 있다. 단말기 시장이 계속 성장하고 있는 가운데 휴대폰 가격이 계속 하락하면서 저가 단말기 시장은 경쟁이 치열한 상황이나 중고가 시장의 경우에는 아직 성장 여지가 있는 것으로 알려져 있다.

제 4 장 국내외 통신사업자 해외시장 진출현황 및 분석

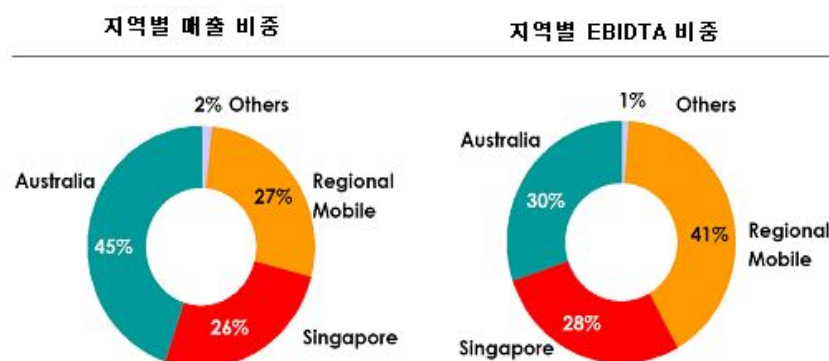
제 1 절 글로벌 통신사업자 해외시장 진출현황 및 분석

1. SingTel

가. SingTel 개요

SingTel은 유선, 무선, 데이터 통신과 솔루션, 인터넷, 정보통신 기술, 위성 및 유료 TV 서비스까지 제공하고 있는 싱가포르의 종합 통신사업자이며, 이동통신 자회사인 SingTel Mobile은 아시아를 대표하는 글로벌 통신사업자다. SingTel은 2004년 11월 호주, 대만, 홍콩, 인도, 인도네시아, 말레이시아, 필리핀 등 아태지역 7개 국가의 이동통신 사업자들과 역내 연합체인 Bridge Mobile Alliance(BMA)를 결성하면서, BMA에 소속된 이동통신 사업자들의 지분 인수에 나서고 있다. SingTel 가입자 수와 SingTel의 아태지역 8개 시장 제휴업체들의 가입자 수를 합하면 총 2억 7,300만 명에 달한다. 한편, SingTel의 최대 주주는 싱가포르의 정부의 국부펀드인 Temasek Holdings로, SingTel의 지분 약 54%를 보유하고 있다.

〈그림 4-1〉 SingTel의 지역별 매출 및 EBIDTA 비중



* 2009년 3월 회계기준

자료원: SingTel Annual Report 2009

2009년 3월 마감된 회계연도 기준으로 SingTel의 연간 총 매출은 140억 9,300만 싱가포르 달러(103억 7,000만 달러)인데, 이 중 싱가포르 국내 시장이 차지하는 비중은 약 26%에 불과하며, 나머지 74%는 해외시장에서 벌어들이고 있다.

나. SingTel의 해외진출 현황

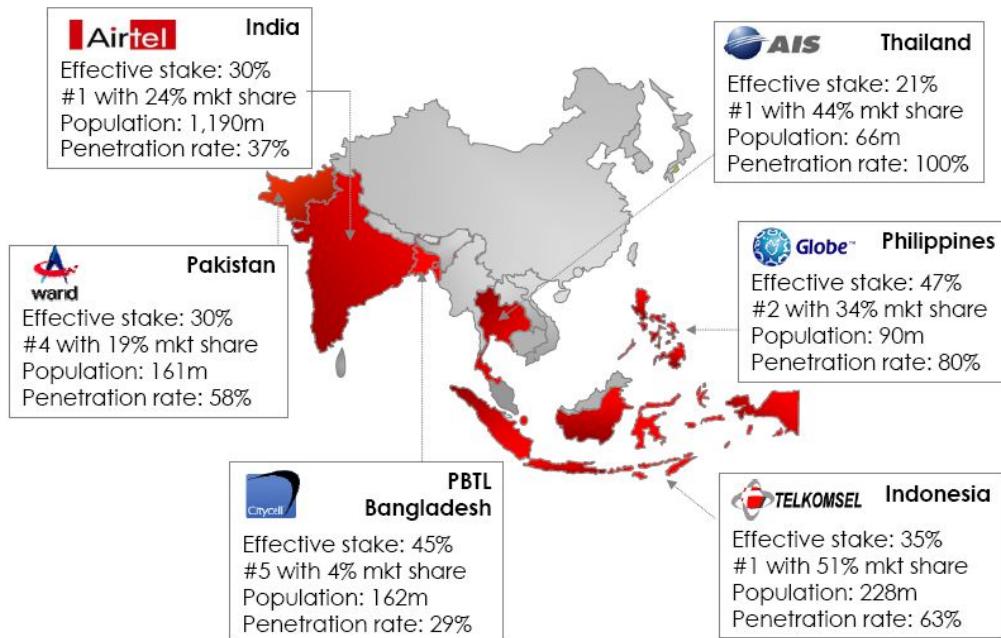
SingTel은 1980년대부터 해외시장에 진출하기 시작했으나, 실제로 해외진출 전략이 성공을 거두기 시작한 것은 1990년대부터이다. SingTel은 1999년 태국 1위 이동통신 사업자인 AIS(Advanced Info Services)에 7억 1,600만 싱가포르 달러를 투자했고, 2000년에는 인도 최대 통신사업자인 Bharti Group에 6억 5,000만 달러를 투자했으며, 2001년에는 호주 2위 통신사업자인 Calbe & Wireless Optus를 140억 호주 달러에 인수했다. 2003년에는 필리핀 이동통신사업자인 Globe Telecom의 지분율을 40%로 확대하고, 2006년에는 호주 MVNO 사업자인 Virgin Mobile Australia를 인수, Optus와 통합했다.

〈표 4-1〉 SingTel의 해외진출 연혁

년도	내 용
2005년	방글라데시 유선 사업자인 PBTB(Pacific Bangladesh Telecom Ltd.) 지분 45%를 1억 1,800만 달러에 인수
2004년	아태지역 이동통신 사업자들과 Bridge Mobile Alliance 결성
2003년	필리핀 이동통신 사업자인 Globe Telecom의 지분율 40%로 확대
2002년	인도네시아 이동통신 사업자인 Telkomsel의 지분율 35%로 확대
2001년	호주 2위 사업자인 Calbe & Wireless Optus 지분 100%를 140억 호주 달러에 인수
2000년	인도 최대 통신 사업자인 Bharti Group에 6억 5,000만 달러 투자
1999년	태국 이동통신 사업자인 AIS(Advanced Info Services)에 7억 1,600만 싱가포르 달러 투자
1993년	필리핀 이동통신 사업자인 Globe Telecom 지분 37% 인수

자료원: SingTel; 스트라베이스 재구성

〈그림 4-2〉 SingTel의 해외 진출 및 투자 현황



* 100% 자회사인 호주 Optus를 제외한 SingTel의 지분투자 관계사
 자료원: SingTel

다. SingTel의 해외진출 전략

SingTel은 풍부한 자금력을 바탕으로 지금까지 진출한 대부분의 시장에서 상당한 성과를 거뒀으며, 국내 시장에 비해 해외 시장에서의 입지가 더 탄탄한 것으로 평가받고 있다. SingTel의 해외진출 전략은 크게 3단계로 나눌 수 있다. 1980년대 시도했던 제 1단계 전략은 아시아에서 유럽에 이르기까지 세계시장을 대상으로 한 것이었으나 결국 실패하고 말았다. 1997년부터 1998년까지의 2단계 전략에서는 세계시장을 공략하는 대신, 지역으로는 아태지역, 서비스로는 이동통신 분야에 초점을 맞춰 ‘선택과 집중’을 강조했다.

1998년부터 2002년까지 전개된 3단계 해외진출 전략은 진출 대상 지역을 도입기, 성장기, 성숙기 시장으로 분류하고 각 시장의 성장단계에 따라 투자를 안배함으로써 성장과 안정을 동시에 추진했으며, 성숙기 시장에서 창출한 현금을 도입기 시장에 투자하는 전략을 구사했다. 성숙기 시장으로는 호주와 싱가포르를 꼽을 수

있으며, 성장기 시장으로는 필리핀과 태국, 도입기 시장으로는 인도와 인도네시아를 들 수 있다. 그리고 이 과정에서 소요되는 자금은 최대 주주이자 국부펀드인 테마섹(Temasek)을 조달하기도 했다.

SingTel의 경우 특히 다음과 같은 2가지 큰 전략을 토대로 해외시장에 진출하고 있는 것으로 나타났다. 첫째, 특정 지역에 집중하는 사업을 전개하고 있다. 이는 장기간 집중적으로 남미지역을 공략했던 Telefonica의 전략과 흡사하다. 이러한 전략은 이들 지역의 문화적 공통점을 학습하고 이를 타 지역에 적용할 수 있다는 점에서 매우 효율적인 것으로 분석되고 있다. 반면, 상대적으로 부진한 실적을 보여주고 있는 호주 Optus의 경우, 이러한 전략의 예외였다는 점에서 시사하는 바가 크다. 둘째, SingTel은 지분투자 대상을 결정할 때 해당 현지시장에서 1~2위인 사업자를 선택하고 있다. SingTel이 지분을 투자한 8개 해외 통신사업자 중 파키스탄의 Wand와 방글라데시의 PBT를 제외한 나머지 6개 통신사업자는 현지 1~2위 사업자다.

⇒ SingTel 해외시장 진출 전략의 시사점

- ▶ 문화가 비슷한 인접 지역(동남아시아)을 집중 공략
- ▶ 신흥시장 공략에 집중
- ▶ 해외 지분투자 시 시장 1~2위 사업자 선택
- ▶ 지분투자 시 과반지분이 아니라도 인수 : 경영권 확보보다는 수익 Share가 목적

2. Telefonica

가. Telefonica 개요

스페인 종합통신사업자인 Telefónica는 이동통신 자회사인 Telefónica Móviles를 통해 세계시장으로 진출하고 있다. Telefónica Móviles는 2009년 6월 기준 세계 25개국에서 2억 6,000만 명의 가입자를 확보하고 있다. 2008년 매출은 576억 4,600만 유로인데, 그 중 64%가 스페인 이외의 해외시장에서 창출되었다. 지역별 매출

비중은 스페인이 36%이고, 중남미와 유럽이 각각 38%와 25%, 그러나 나머지 지역이 1%를 차지하고 있다.

나. Telefonca의 해외진출 현황

Telefónica는 유럽과 중남미 지역에 지분율 100%의 자회사를 두거나 흡수 합병 등을 통해 확보한 현지 이동통신 사업자를 통해 활발한 해외 활동을 펼쳐 왔다.

〈표 4-2〉 Telefonica Moviles의 해외진출 연혁

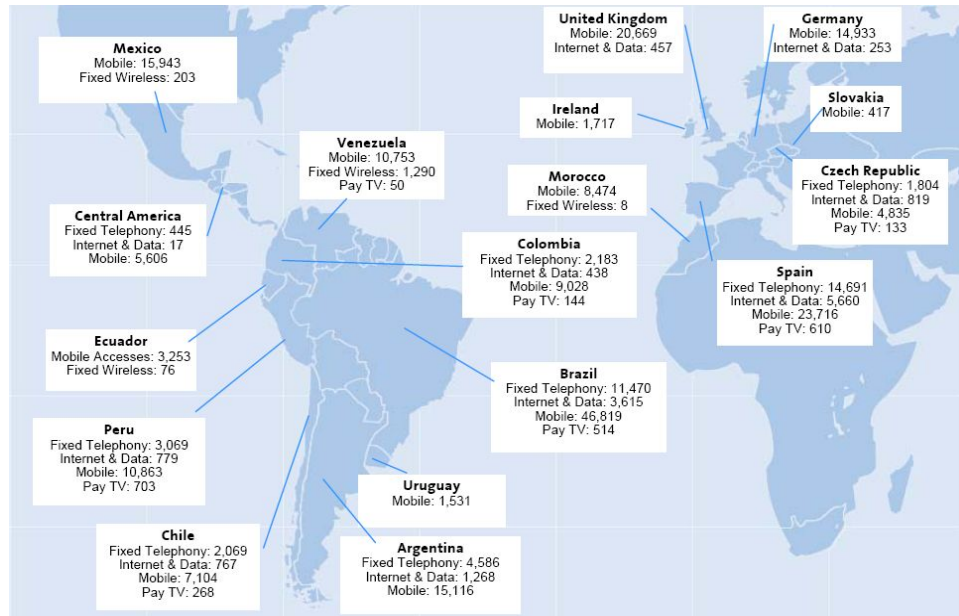
년도	내 용
2006	영국 이동통신 사업자 O2 지분 76.51%를 177억 파운드에 인수
2005	BellSouth의 남미 자회사 10개 인수 완료 Telefonica Moviles, Orange, T-Mobile, TIM으로 구성된 유럽 이동통신 연합체인 FreeMove 통해 서비스 커버리지를 유럽 17여 개 국가로 확대
2004	BellSouth의 Ecuador, Guatemala, Panama, Venezuela, Colombia, Peru, Nicaragua, Uruguay 사업부 인수
2003	Brasilcel의 자회사인 TCO Participacoes 합병
2002	docomo와 i-Mode 라이선스, 이동통신 업무 및 기술제휴 체결 합의 Pegaso PCS의 지분 65%를 인수하고 멕시코 전역에 서비스 실시
2001	북부 멕시코 4개 사업자를 Telefonica Moviles Mexico라는 이름으로 통합하고, Telefonica MoviStar를 통합 브랜드로 결정
2000	Telefonica Moviles가 30%의 지분을 보유한 모로코 지역의 자회사 Modi Telecom 영업 시작

자료원: Telefonica; 스트라베이스 재구성

Telefónica는 언어 장벽 없이 스페인의 서비스를 쉽게 이식할 수 있는 이점을 활용, 중남미 지역에서 탄탄한 입지를 확보하고 있다. 특히 2005년 미국 BellSouth로부터 중남미 지역 통신 인프라를 대거 인수하면서 이 지역에서의 영향력이 한층 커졌다.

〈그림 4-3〉 Telefonica Moviles의 지역별 진출 현황(2009.6)

(단위: 천만 회선)



자료원: Telefonica

〈표 4-3〉 Telefonica Moviles의 해외 자회사 및 관계사 지분율 현황

진출 국가	자회사 및 관계사	지분율(%)	인수 시기
스페인	T. Moviles Espana	100	1995.9
브라질	Brasilcel	50	2002.1
멕시코	T. Moviles Mexico	100	2002.5
파나마	TEM Panama	99.99	2004.1
과테말라	TEM Guatemala	100	2004.1
엘살바도르	TEM El Salvador	99.03	2005.5
베네수엘라	Telcel	100	2004.1
페루	TEM Peru	98.03	2005.5
에콰도르	Otecel	100	2004.1
아르헨티나	Radiocomunic.Moviles	100	2005.1
콜롬비아	TEM Colombia	100	2004.1
칠레	Telefonía Moviles Chile	100	2005.1
우루과이	Abiatar	100	2004.10
모로코	Medi Telecom	32.18	2000.3
이탈리아	IPSE 2000	45.59	2000.10
스위스	3G Mobile AG	100	2000.12

자료원: Telefonica; 스트라베이스 재구성

다. Telefonca의 해외진출 전략

Telefónica의 해외진출 전략은 4가지 단계로 구분해 살펴볼 수 있다. 1990년대의 제 1단계에서는 아르헨티나, 페루, 브라질 지역에서 국영 통신사업들의 민영화가 이루어지는 시점에 맞춰 현지 시장에 진출하는 전략을 구사했다. 2000년부터 2002년까지의 2단계에서는 현지 자회사와 유력 로컬 기업의 합병을 통해 해당 지역에서의 입지를 강화했는데, 멕시코의 Telefonica Moviles Mexico-Pegaso의 사례가 대표적이다.

2004년에서 2005년까지 진행된 제 3단계 전략은 글로벌 사업자의 해외 거점을 인수하는 것이었다. 이 기간 중 Telefónica는 미국 Bell South의 중남미 이동통신 사업부 인수를 통해 중남미 6개국에 한꺼번에 진출했다. 2007년부터 현재에 이르는 제 4단계 진출 전략은 통신 서비스의 지리적 커버리지를 넓히는 것이다. 영국 O2 인수를 통해 중남미 시장 위주에서 유럽으로 시장을 확대했다.

한편, Telefónica Móviles의 해외진출 성공 요인 중 하나로 스페인 정부의 법인세 정책을 꼽을 수 있다. 스페인 정부는 자국 기업이 해외 기업의 지분을 5% 이상 인수할 경우 지불하는 영업권 비용(Goodwill)에 대해 20년간 감가상각할 수 있도록 법인세법을 개정했으며, 이는 스페인 기업의 해외 진출을 유도하는 역할을 한 것으로 평가받고 있다.

⇒ Telefonica 해외시장 진출 전략의 시사점

- ▶ 세계적으로 통신시장 민영화가 진행되던 시기에 집중 진출(민영화에 주목)
- ▶ 언어와 문화가 비슷한 중남미 지역에 집중
- ▶ 다른 글로벌 사업자의 해외 거점 인수
- ▶ 스페인 정부의 세제혜택도 도움

3. Vodafone

가. Vodafone 개요

Vodafone은 영국의 글로벌 통신사업자로 2009년 6월 30일 현재 전 세계 25개국에서 자회사 및 관계사 가입자 기준, 3억 1,500만 명의 가입자를 확보하고 있다. Vodafone은 수차례의 굵직한 M&A를 통해 세계적인 이동통신사업자로 성장했으며, 지역별 매출 비중을 보면, 아태지역과 중동이 32.3%로, 유럽의 29.6%보다 높다.

나. Vodafone의 해외진출 현황

Vodafone의 주력시장은 영국, 독일 중심의 유럽이지만 매출과 가입자 수 성장률은 아시아 지역이 높은 편이다. Vodafone은 2002년 이후 세계 곳곳에 있는 자회사들을 통합함으로써, 합병 시너지 효과를 높이는 데 주력하고 있다.

또한 Vodafone은 거점 지역에 따라 독일, 이탈리아, 영국, 기타 EMEA 지역, 아메리카, 아시아 태평양 담당 6개 본부를 운영하고 있다.

〈표 4-4〉 Vodafone의 해외진출 연혁

년도	내 용
2007	인도 4위 이동통신 업체인 허치슨 에사르(Hutchison Essar) 인수
2006	Vodafone 일본 법인 Softbank에 매각
2005	전 세계 지역관리 구조 개편
2004	'Vodafone Live! With 3G' 서비스 전 세계 13개국 출시
2003	영국 이동통신 서비스 제공업체 Project Telecom과 Singelpoint Group 인수
2001	일본 J-Phone 경영권 확보 (지분 46% 보유)
2000	독일 Mannesmann AG 인수 합의
1999	미국 Verizon Wireless 탄생
1999	미국 AirTouch Communications와 합병, Vodafone AirTouch PLC 설립 J-Phone Communications Co Ltd. 설립 (Vodafone이 지분 26% 소유)

자료원: Vodafone; 스트라베이스 재구성

〈표 4-5〉 Vodafone의 지역별 브랜드 및 투자형태

지역	국가	브랜드명	투자형태(지분,%)
유럽	영국	Vodafone UK	자회사(100)
	아일랜드	Vodafone Ireland	자회사(100)
	네덜란드	Vodafone Netherlands	자회사(100)
	독일	Vodafone Germany	자회사(100)
	프랑스	SFR	관계사(44)
	이탈리아	Vodafone Italy	합작사(76.9)
	포르투갈	Vodafone Portugal	자회사(100)
	스페인	Vodafone Spain	자회사(100)
	알바니아	Vodafone Albaina	자회사(99.9)
	그리스	Vodafone Greece	자회사(99.9)
	몰타	Vodafone Malta	자회사(100)
	폴란드	Plus	합작사(24.4)
	체코	Vodafone Czech Republic	자회사(100)
	헝가리	Vodafone Hungary	자회사(100)
	루마니아	Vodafone Romania	자회사(100)
	터키	Vodafone Turkey	자회사(100)
아프리카	가나	Vodafone Ghana	자회사(100)
	케냐	Safaricom	투자사(40)
	이집트	Vodafone Egypt	자회사(54.9)
	콩코, 남아공, 탄자니아 등	Vodacom	합작사(50)
아태지역	중국	China Mobile	투자사(3.2)
	카타르	Vodafone Qatra	자회사(38.3)
	인도	Vodafone India	자회사(51.6)
	피지	Vodafone Fiji	합작사(49)
	호주	Vodafone Australia	자회사(100)
	뉴질랜드	Vodafone New Zealand	자회사(100)
미주	미국	Verizon Wireless	관계사(45)

자료원: Vodafone; 스트라베이스 재구성

다. Vodafone의 해외진출 전략

Vodafone의 해외진출 전략은 다음과 같은 5단계로 진행되어 왔다. 1990년대에 실행된 제 1단계 해외진출 전략의 핵심은 아시아와 아프리카 등에 출자 형태로 진출하는 것이었다. 그러나 1999년부터 2000년까지의 2단계 전략에서는 주식 맞교환을 통한 M&A에 주력했다. 대규모 M&A의 경우 막대한 자금이 소요된다는 점을 고려해 주식 맞교환 방식이 선호되었는데, 미국 AirTouch와 독일 Mannesmann 인수 사례가 이에 해당한다.

2000년부터 2002년까지 추진되었던 제 3단계 해외진출 전략에서는 M&A 과정에

서 주식 교환과 현금 지불을 병행하는 방식이 채택되었다. 2000년을 전후한 IT 거품 붕괴로 주가가 하락하면서 현금 지불에 따른 비용 부담이 줄었기 때문이다. 일본 J-Phone 인수 사례가 이에 해당된다.

2003년부터 2005년까지의 제 4단계에서는 현지 사업자의 경영권을 완전히 장악하는 형태로 해외진출이 이루어졌다. 스페인, 포르투갈, 네덜란드, 스웨덴, 그리스 등에서는 현지 통신사의 지분을 100% 가까이 확보하기도 했으며, 기타 지역에서도 과반지분을 확보함으로써 경영권을 장악하는 방식이 적용되었다.

2006년부터 현재까지의 제 5단계 진출 전략을 통해서는 신흥시장에 대한 투자를 강화하는 쪽에 초점을 맞추고 있다. 이는 기존 시장이 이미 포화상태에 이르렀다는 판단에 따른 것으로, Vodafone Japan을 매각한 후 터키와 인도 시장에 진출한 것도 이런 맥락에서 나온 결정이다.

⇒ Vodafone 해외시장 진출 전략의 시사점

- ▶ 신흥시장의 초기단계에 진출(국영 통신사업자 민영화 시기 활용)
- ▶ M&A 시 주식맞교환도 활용
- ▶ 초기에는 투자대상 사업자의 소수지분을 확보한 뒤 점진적으로 지분을 확대, 과반지분 확보로 경영권 장악
- ▶ 이미 진출한 지역이라도 시장이 포화상태에 달하면 과감히 철수하기도 함 (일본 사례)

4. docomo

가. docomo 개요

docomo는 '말하는' 음성통신 서비스에서 벗어나 '사용하는' 휴대폰으로서의 모바일 인터넷 분야를 개척했다는 평가를 받는 일본 제 1의 이동통신 사업자로, 2009년 6월 기준 일본 내 가입자 수가 5,500만 명을 넘어섰다. 3G 모바일 서비스인 FOMA, 2G 서비스인 mova, 모바일 인터넷 서비스인 i-mode, 전자지갑 서비스인 Osaifu-Keitai, 국제전화 서비스인 World Call 등을 대표 상품으로 제공하는 docomo는 2009년 상반기 총 매출 2조 1,458억 엔을 기록했다. 이 중에서 음성과

데이터 패킷을 포함한 이동통신 서비스 매출이 1조 8,719억 엔을 기록했으며 장비 판매 매출이 3,192억 엔, 기타 매출이 767억 엔이었다. 해외 매출은 이동통신 서비스 매출에 포함된다.

나. docomo의 해외진출 현황

docomo는 아시아, 유럽, 북미 지역에 자회사와 현지 사무소 등을 통해 진출해 있으며, 세계 여러 지역에서 모바일 및 멀티미디어 서비스 제공업체들과의 전략적 제휴를 통해 글로벌 시장을 확대하고 있다. docomo의 해외시장 진출은 1998년 브라질 Telefonica 지분 3.6%를 9,900만 달러에 인수한 이후 본격적으로 진행되었다. 1999년 홍콩 Hutchison Telephone의 지분 24.1%를 인수했으며, 2000년부터는 네덜란드 KPN Mobile(지분 15%), 영국 Hutchison 3G Holdings(지분 20%), 대만 KG Telecommunications(지분 21%), 미국 AT&T Wireless(지분 16%) 등 유럽과 미국을 중심으로 한 선진국 주요 통신사업자들의 지분을 확보했다.

그러나 이 같은 docomo의 야심찬 해외시장 진출은 대부분 참담한 실패로 끝나고 말았다. docomo는 1998년부터 2001년까지 총 156억 7,200만 달러를 해외사업에 투자했으나, 이 중 119억 3,500만 달러가 결손 처리되면서 막대한 손실을 입은 바 있다⁵⁾. 2000년대 초반 docomo가 실패한 가장 큰 이유로는 IT 버블의 붕괴를 꼽을 수 있다. docomo가 해외 주요 통신사업자들에 투자하던 시기는 IT 버블이 극에 달했던 시기였으며 투자 직후 버블이 붕괴되면서 세계 통신시장 역시 직격탄을 맞았기 때문이다. 이외에도 전략적 대상을 선진국 위주로 선정했다는 점, i-mode나 3G FOMA와 같은 독자적 표준을 해외시장에도 이식하려 했다는 점, 현지화에 실패했다는 점, 구체적인 전략이 부재했다는 점 등이 실패의 요인으로 지목된다.

그럼에도 불구하고, 이미 포화상태인 일본 이동통신 시장에서 더 이상 돌파구를 찾기 어려운 docomo로서는 다시 해외시장 진출에 나설 수밖에 없는 상황이며, 이에 따라 2005년부터는 다시 해외시장 진출을 시도해 왔다. 2005년 한국의 KTF(현재 KT) 지분 10.7%, 2006년 3월 필리핀 PLDT 지분 14.1%, 2008년 3월 말레이시

5) 홍콩 Hutchison Telephone에 투자한 4억 4,000만 달러는 2002년 결손 처리됐으며, 34억 달러를 투자해 취득한 네덜란드 KPN Mobile의 지분 15%는 KPN의 신규주식 발행으로 인해 지분을 이 2%로 급락했고, 102억 달러를 투자했던 AT&T Wireless는 Cingular Wireless에 인수됨

아 U Mobile 지분 16.5%, 2008년 9월 방글라데시 TM International 지분 30%, 2008년 11월 인도 TTSL 지분 26%를 차례로 인수하면서 해외시장에서의 입지를 강화하고 있는 것이다.

〈그림 4-4〉 docomo의 해외진출 현황



자료원: docomo; 스트라베이스 재구성

다. docomo의 해외진출 전략

docomo의 새로운 글로벌 전략은 진출 대상 지역을 과거와는 달리 선진 시장이 아닌 신흥 시장, 특히 아시아 지역에 집중하고 있다. 현재 docomo의 해외시장 진출 지역을 보면, 한국, 대만, 필리핀, 홍콩, 방글라데시, 인도 등 대부분 아시아 지역에 집중되어 있음을 알 수 있다.

또한 AT&T Wireless나 KPN Mobile의 경우처럼 진출 국가의 메이저 사업자에 대한 지분 투자가 주를 이루었던 과거와는 달리, 최근에는 신흥시장에서도 마이너 사업자에 대한 투자를 중심으로 선택과 집중 전략을 취하고 있다. docomo는 현재 아시아 지역 투자를 위해 1조 엔 규모의 자금을 확보한 상태다.

docomo가 추진하는 글로벌 전략의 또 다른 특징은 과거처럼 i-mode 비즈니스 모델이나 FOMA 표준을 직접적으로 이식하려 하지 않는다는 것이다. 새로 진출하는 국가들에서는 i-mode 비즈니스 모델을 직접 이식하는 대신 라이선싱 수입을 확대하고 FOMA 역시 기술방식인 W-CDMA와 관련된 협력을 위주로 사업을 전

개하고 있다. docomo는 이러한 방식을 통해 현재 2% 수준인 해외사업 매출 비중을 향후 10%까지 끌어올릴 계획이다.

⇒ docomo 해외시장 진출 전략의 시사점

- ▶ 과거 선진시장 위주로 진출했으나, 막대한 손실 초래
- ▶ 아시아 신흥시장에 집중하는 전략으로 수정
- ▶ 현지 1~2위 사업자 고집하지 않고, minor 사업자도 선택
- ▶ 지분투자 시 과반지분이 아니라도 인수 : 경영권 확보보다는 수익 Share가 목적

제 2 절 국내 통신사업자 해외시장 진출현황 및 분석

1. SKT

가. SKT의 해외진출 연혁 및 현황

SKT는 2004년부터 베트남에서 이동통신 서비스를 시작했고, 2006년에는 미국 EarthLink와 'Helio'를 설립해 미국에 진출하기도 했으며, 2007년에는 중국 China Unicom에 대한 투자를 통해 2대 주주로 올라서기도 했다. 그러나 Helio는 당초 기대했던 성과를 내지 못한 채 2008년 Virgin Mobile USA에 매각되었고, 2009년 들어 China Unicom 지분을 매각하기로 했으며, 1억 5,000만 달러 이상을 투자해 온 베트남 사업도 중단하기로 결정했다. 또한 2009년 중반부터 검토해 왔던 카자흐스탄 이동통신 사업자 인수 추진 계획 역시 철회된 것으로 알려졌다.

SKT의 해외진출은 국내에서 컬러링 서비스가 히트한 이후, 이를 해외에 판매해보자는 의도에서 2002년부터 본격적으로 검토되었다. 그 후 이스라엘 등에서 컬러링 솔루션 판매를 시도했으며, 2004년부터 이 사업을 본격적으로 시작했다. 진출 대상 지역으로는 미국, 중국, 베트남, 몽골이 선정되었다. 국내에서 마케팅과 서비스에 강점을 가지고 있었던 SKT였던 만큼 MVNO와 데이터 서비스 모델을 결합해 진출할 경우 승산이 있다는 판단도 작용했다.

〈표 4-6〉 SKT의 주요 해외사업 최근 근황

년도	내 용
2009	베트남 사업 중단 추진
	차이나유니콤 지분 매각 추진
	요르단에 와이브로 기술 및 장비 수출
2008	미국 Helio 사업 철수
	북경 U-city 조성 MOU 체결
2007	中 차이나유니콤 2대 주주 지위 확보
	베트남 u-City사업협력 MOU 체결
2006	미국에서 Helio로 이동통신 서비스 개시
2004	베트남에서 이동통신 서비스 개시

자료원: 국내 언론자료 ; 스트라베이스 재구성

SKT의 해외 시장을 진출대상 지역별로 살펴보면 미국을 제외하고는 주로 아시아 지역에 집중되어 있다. 특히 중국시장은 SK 그룹차원의 의지가 강력하게 작용한 경우다. 중국은 규제로 인해 이동통신 서비스 비즈니스로는 시장진출이 어렵기 때문에 CB(전환사채) 형태의 지분투자를 통해 차이나유니콤에 투자하는 방식이 선택되었다. 중국 시장에서는 MNO 형태의 진출의 어려움으로 인해 벨소리 등 특정 서비스 진출을 모색해 왔다. 베트남의 경우, MNO 형태로 진출하면서 네트워크 투자(CDMA 네트워크 구축)도 병행했다. 몽골의 경우에는 대한전선과 같이 진출했으며, 주주로서 지분만 보유하고 경영에는 관여하지 않고 있다.

나. SKT의 해외진출 분석 및 전망

SKT는 그 동안 MNO 형태의 진출을 선호해 왔고, 그 틀 안에서 지속적으로 해외시장 진출을 검토해 왔으나, 최근 현실적으로 이러한 방식이 실현되기 어렵다고 판단한 듯하다. 인도 등과 같은 신흥시장 진출도 검토된 것으로 알려졌으나, MNO 사업을 위해 현지 이동통신 사업자 인수에 나설 경우 가격부담이 너무 크고, 또한 MNO 진출이 가능하더라도 리스크가 너무 크다는 점이 지적되어 왔다.

미국 Helio의 경우, SKT는 MVNO 시장의 가능성을 보고 미국 진출을 결정했으나, 정작 실행 단계에서는 시장상황이 이미 많이 변해 있었고 단말기 유통망을 확

보하지 못해 가입자를 확대하기 어렵다는 문제에 봉착했다. 또한 단말기와 솔루션, 콘텐츠 등의 동반진출 전략을 추진하면서 기민하게 움직이지 못했다는 점, MVNO에 따른 네트워크 비용이 높았고, 규모의 경제를 달성하지 못했다는 점도 실패요인으로 꼽히고 있다. 결국 MVNO를 통해 데이터 서비스를 주력으로 제공하겠다는 애초 계획과 달리, Google Map과 같은 혁신적 서비스를 먼저 제공했으면서도 결국 경쟁사들에게 추월당하고 말았다.

한편, 통합적인 글로벌 전략이 부재했다는 지적도 나오고 있다. 2004년부터 본격적인 해외진출이 이루어졌으나, 통합된 글로벌 진출 전략의 부재가 실패를 막지 못한 요인으로 작용했다는 것이다.

SKT는 이처럼 통합 글로벌 전략 부재에 따른 약점을 극복하기 위해 SKT-SK 건설-SK C&C-SK에너지-SK 네트워크 등 그룹 전체를 아우르는 전략을 추진하고 있다. SKT는 향후 이동통신 서비스의 직접 진출이 어려운 중국 같은 지역은 U-city 프로젝트 등을 염두에 두고 SK C&C나 SK 건설 등과 동반 진출할 것으로 예상되며, 신흥 시장의 경우에는 여전히 MNO로서 진출하면서 Melon과 같은 자사 인기 서비스도 같이 제공할 것으로 전망된다.

⇒ SKT의 해외시장 진출 전략 전망

- ▶ SKT를 포함한 SK 그룹 차원의 해외진출 추진
- ▶ 동남아시아를 포함한 신흥시장은 MNO 진출 가능
- ▶ MNO 직접 진출이 어려운 지역은 U-city 프로젝트 등으로 진출

2. KT

가. KT의 해외진출 연혁 및 현황

KT는 1993년 미국에 진출한 이래 해외투자법인 7개, 해외사무소 4개, 해외주재소 3개를 운영하고 있다. KT는 통신서비스 진출을 위해 러시아 NTC(New Telephone Company) 인수, 몽골 MT(Mongolian Telecom) 투자, 우즈베키스탄 East Telecom 및 WiMax 사업자인 Super iMAX 지분 등을 진행해 왔다. 한편,

이와는 달리 KT는 KTF와 합병 전 KTF가 말레이시아 3G 이동통신 사업자인 'U Mobile'에 투자한 지분 16.5%를 매각하기로 결정하기도 했다.

KT는 이처럼 통신 서비스 진출 외에 이른바, 'ICT 종합상사' 모델을 도입, 국내에서의 초고속 인터넷 네트워크 구축 기술과 서비스 운영 노하우를 바탕으로 통신망 구축, 컨설팅 제공, IT솔루션 분야에서 해외시장 진출에 나서고 있다. KT는 또한 우수한 기술력을 보유한 솔루션 플랫폼을 상용화하고 글로벌기업과의 제휴와 협력을 통해 해외 IT시장을 개척하고 있다. 실제로 태국과 베트남에서는 초고속 인터넷 네트워크를 구축했으며, 방글라데시통신공사(BTTA)의 PSTN 12만 5000회선 설치 등 개발도상국의 통신망 구축, 전자정부 시스템 구축 등 대규모 정책 사업에 참여하고 있다. 그러나 이 같은 ICT 종합상사 모델은 2~3년간의 일회성 프로젝트로 그치는 경향이 있어, 해외진출 모델의 주류로 자리 잡기 어렵다는 지적도 제기되고 있다.

〈그림 4-5〉 KT의 통신서비스 해외진출 지역



* KTF와의 합병 전 KT만의 진출지역으로, 통신서비스 진출에 국한
 자료원: KT 및 국내 언론자료; 스트라베이스 재구성

나. KT의 해외진출 분석 및 전망

KT는 해외시장에 진출할 때 해외투자자와 IT사업, 글로벌 서비스간 시너지를 높인다는 전략을 추진하고 있다. 또한 KT는 현지 사업자의 경영권 확보를 통한 해외진출 방식을 선호하고 있는데, 이는 경영권을 확보하지 못할 경우 원하는 형태의 서비스 제공이 어렵고 소수 지분이 가지는 리스크 또한 크다는 판단에 따른 것이다. 그리고 기업을 인수할 경우에는 현지에서 마이너 혹은 신생 사업자보다는 업계 순위 1~2위의 메이저 사업자를 선호하고 있다.⁶⁾ KT는 서비스 중에서 WiBro와 이동통신 분야의 해외진출을 선호하고 있으며, 유선전화 시장도 진출대상으로 고려하고 있는 것으로 알려졌다. IPTV와 DMB처럼 신규 서비스의 경우에는 향후 시장성과 사업성을 고려한 후 판단한다는 계획이다.

⇒ KT의 해외시장 진출 전략 전망

- ▶ WiBro와 Mobile에 집중(Mobile은 보급률 50% 이하)
- ▶ 최대 수천억 원 규모의 투자도 고려 : 조단위 이상의 투자는 어려움
- ▶ 현지 minor 업체보다는 1~2위 사업자, 그리고 경영권 확보를 선호하나 자금 부담이 걸림돌

6) 현지 메이저 업체를 인수하거나 경영권을 확보하는 방안은 KT 뿐만 아니라 SKT를 비롯한 대부분의 통신사업자들이 해외에 진출할 때 선호하는 방식이긴 하지만, 막대한 자금을 필요로 한다는 점에서 큰 부담으로 작용하고 있음

제 5 장 통신사업자 해외진출 전략 및 정부 지원방안의 방향성

제 1 절 통신사업자 해외진출 전략 및 정부 지원방안의 방향성 개요

1. 통신사업자 해외진출 전략의 방향성 개요

앞서 4장에서 살펴본 해외 글로벌 사업자의 해외시장 진출 전략을 분석, 국내 통신사업자 해외시장 진출을 위한 전략적 방향성에 대한 시사점을 도출하면, 다음과 같다.

가. 해외 통신사업자 민영화에 주목

Telefonica와 Vodafone은 1990년대와 2000년대에 걸쳐 세계 각국에서 진행된 국영 통신사업자의 민영화 과정에 참여함으로써, 세계 시장 진출을 급속히 확대할 수 있었다. 물론, 지금은 세계적으로 민영화 과정이 일단락됐으나, 여전히 민영화를 추진하는 국가들이 있기 때문에 국내 통신사업자는 이러한 국가들을 지속적으로 주목해야 할 것이다. 본 연구의 조사대상 국가 중 나이지리아와 파라과이가 국영 통신사업자의 민영화를 추진하고 있어, 이들 2개 국가를 예의주시할 필요가 있다.

나. 신흥시장에 집중

docomo는 과거 선진시장에 진출했다가 커다란 손실을 입은 후 최근에는 동남아시아를 중심으로 한 신흥시장으로 진출을 확대하고 있다. Vodafone이나 Telefonica, SingTel 모두 신흥시장에서 기회를 발굴했다는 공통점을 갖고 있다. 다만, 신흥시장이 가지는 리스크가 있으나, 이미 시장이 포화상태인 지역은 사업자 간 경쟁이 치열하기 때문에 진출하더라도 수익성을 확보하기가 어렵다. 따라서 리스크를 감수하더라도 신흥시장으로 진출하는 것이 미래 성장을 위한 선택이 될

것으로 판단된다.

다. Major 사업자 인수 vs. minor 사업자 인수

SingTel은 현지 사업자 중 시장에서 이미 입지를 구축한 1~2위의 Major 사업자를 선택함으로써, 시장에 보다 빠르게 안착할 수 있었다. 하지만 이는 막대한 자금을 필요로 한다는 점에서 자금력이 풍부해야 한다는 전제가 있다. 이에 반해, docomo는 Major 사업자를 고집하지 않고, minor 사업자라도 투자를 통해 진출함으로써, 글로벌 거점을 확보하는 전략을 취하고 있다. 그러나 minor 사업자 인수를 통한 진출은 대부분 현지 시장에서 고전을 면치 못한다는 점에서 한계가 있다.

라. 경영권 확보 vs. 소수지분 투자

해외시장 진출 시 경영권 확보는 자신이 원하는 특화된 서비스를 제공할 수 있다는 점에서 상당히 중요하다. 그러나 진출 대상국 정부의 규제나 막대한 투자금액 등으로 인해 현실적으로 쉽지 않다는 점이 문제다. Vodafone의 경우, 초기에는 소수지분 투자를 통해 진출했다가 추후 현지 시장이나 규제의 변화상황에 따라 투자지분을 확대, 과반지분을 확보하는 전략을 자주 사용해 왔다. 따라서 국내 통신사업자들도 처음부터 과반지분 확보를 추진하기보다는 일단 소수지분 투자를 통해 먼저 시장이 진출한 다음, 점차적으로 지분투자를 확대하는 방안도 고려해 볼 수 있을 것이다.

마. 신규 서비스 활용

현재의 글로벌 사업자들이 해외시장에 처음 진출할 때는 이동통신 서비스도 일종의 새로운 신규 서비스였다. 즉, 서비스가 초기에 시작되는 시점에서 해외시장 진출도 병행된 것이다. 현재 WiBro 같은 경우, 세계적으로 서비스 초기 단계이기 때문에 기존의 서비스보다는 WiBro에 보다 집중하는 것이 향후 시장의 파이가 커질 경우 돌아올 보상도 더 커질 것이다. 다만, 아직 국내에서 WiBro가 활성화되지 않고 있다는 점이 레퍼런스를 만들어야 하는 국내 통신사업자 입장에서는 걸림돌이 될 수 있다.

2. 정부 지원방안의 방향성 개요

통신사업자의 해외시장 진출을 위해 정부가 지원할 수 있는 방안은 사실 많지가 않다. 통신사업자는 모두 대기업이기 때문에 중소기업도 아닌 대기업을 정부가 직접적으로 지원하기는 여러 측면에서 어렵기 때문이다. 따라서 투자지원과 같은 직접적인 지원보다는 공적개발원조자금인 ODA나 정부차원의 통상협상, 저소득 자원부국의 자원을 통신서비스 진출과 연계(자원외교와 연계), 정치적 해결이 필요할 경우 정상외교나 고위급 외교, 국내 기술에 대한 지속적인 홍보, 그리고 통신서비스의 해외진출에 대한 세제지원 등을 통한 간접적으로 지원하는 것이 바람직할 것으로 판단된다.

가. ODA(공적개발원조) 활용도 확대

우리나라는 OECD 개발원조위원회(DAC) 가입으로 인해, 2010년부터 수원국(지원 받는 국가)에서 공여국(지원하는 국가)로 지위가 바뀌게 되는데, 수원국에서 공여국으로 지위가 바뀐 나라는 세계에서 유일하게 우리나라뿐이다. 우리나라의 ODA 규모는 2008년 8억 300만 달러, GNI 대비 0.09%로, OECD DAC 회원국의 평균인 0.37%에 비하면 4분의 1에 불과하다. 정부는 2015년까지 이를 0.25% 수준까지 높인다는 계획을 갖고 있으며, 이를 위해 2010년 ODA 예산을 2009년 대비 2배로 증가했다. 이에 따라 향후 우리 기업의 해외시장 진출에 ODA를 활용할 수 있는 기회가 더 많아지게 됐으며, 방송통신 분야에서도 해외시장 진출에 ODA 활용도를 높여야 할 것이다.

〈표 5-1〉 우리나라의 ODA 실적

(단위 : \$백만)

구분		2005	2006	2007	2008
양자간 원조	무상원조	318.0	248.5	361.3	369.3
	유상원조(EDCF)	145.3	117.1	132.2	170.6
다자간 원조		289.0	81.1	205.6	263.1
합계		752.3	446.7	699.1	803.0
ODA/GNI(%)		0.10	0.05	0.07	0.09

자료원 : KOICA, 2009.10

〈표 5-2〉 조사대상 국가 중 우리나라 ODA 수원국

(단위 : 백만원)

국가		구분	금액	통신분야 사용내용	통신분야 사용금액
Group B	나이지리아	무상원조	2,657	연수생 초청	64
		EDCF	18,981	EDCF 수원국이나 통신분야 사업에 사용되지 않음(철도 현대화 사업에 대부분 사용)	-
	인도네시아	무상원조	10,518	ICT 교육센터 지원 프로젝트外 연수생 초청, 봉사단 파견 등	2,619
		EDCF	336,673	바탕 전자정부 구축사업 국가정보통신교육원 건립사업	14,747 19,362
	페루	무상원조	10,013	국립공과대학 ICT 교육역량강화 지원사업과 외교부 정보시스템 프로젝트 구축 외 연수생 초청 및 봉사단 파견	3,735
		EDCF	-	EDCF 제공하지 않음	-
	알제리	무상원조	3,300	무상원조 수원국이나, 통신분야 사업에 사용되지 않음(행정제도와 농어촌 분야에 대부분 사용)	-
		EDCF	-	EDCF 제공하지 않음	-
Group C	우즈베키스탄	무상원조	6,417	도서관 및 국가사료보관소 정보화사업 프로젝트 외 연수생 초청 및 봉사단 파견	1,100
		EDCF	124,045	통신망 현대화 사업(그 외 모두 교육 관련 사업에 사용)	12,486
	파라과이	무상원조	5,345	중앙부처 통신망 구축 프로젝트 외 연수생 초청 및 봉사단 파견	1,199
		EDCF	-	EDCF 제공하지 않음	-
Group D	터키	무상원조	-	무상원조 제공하지 않음	-
		EDCF	113,085	EDCF 수원국이나, 통신분야 사업에 사용되지 않음(상수도, 전동차 구매 등에 대부분 사용)	-
Group F	이집트	무상원조	8,291	문화재 유물정보 시스템 구축 프로젝트 외 연수생 초청 등	2,207
		EDCF	38,057	EDCF 수원국이나, 통신분야 사업에 사용되지 않음(영농현대화 사업에 모두 사용)	-
	요르단	무상원조	4,233	연수생 초청 및 봉사단 파견	182
		EDCF	163,900	EDCF 수원국이나, 통신분야 사업에 사용되지 않음(폐수 및 하수처리 시설에 모두 사용)	-
	카자흐스탄	무상원조	4,560	한-카자흐 ICT 교육센터 건립 프로젝트 외 연수생 초청 및 봉사단 파견	225
		EDCF	16,269	통신망 현대화 사업에 모두 사용	16,269

* 무상원조는 2008년 집행금액 기준, EDCF는 2007년 승인금액(2007년과 2008년에 집행) 기준

** 무상원조는 프로젝트에 가장 많이 비중(42.2%)이 투입되며, 그 외는 개발조사, 연수생 초청, 전문인력 파견, 봉사단 파견, 물자지원, 긴급원조 등으로 사용

*** 금액은 통신분야 사용금액만 집계

자료원 : KOICA, 2009.10; 한국수출입은행, 2009; 스트라베이스 재구성

따라서 조사대상 국가 중 우리나라로부터 ODA 자금을 지원받는 국가들의 ODA 지원 자금을 확대, (방송)통신 분야에 더 많이 분배함으로써 인프라 구축에 활용할 수 있도록 해야 할 것이다.

나. 통상외교를 통한 지원

FTA와 같은 통상협정을 활용, 통상협상을 준비하거나 연구하는 과정에서 통신 서비스 진출을 염두에 두어야 할 것이다.

〈표 5-3〉 우리나라의 FTA 체결 또는 추진 국가

구분	금액	발효 시점	대상 국가
발효된 FTA	한-칠레 FTA	2004.4.1	칠레
	한-싱가포르 FTA	2006.3.2	싱가포르
	한-EFTA FTA	2006.9.1	아이슬란드, 리히텐슈타인, 스위스, 노르웨이
	한-ASEAN FTA	상품 : 2007.6.1 서비스 : 2009.5.1 투자 : 2009.9.1	브루나이, 캄보디아, 인도네시아, 라오스, 말레이시아, 미얀마, 필리핀, 싱가포르, 베트남, 태국
	한-인도 CEPA	2010.1.1	인도
서명 및 협상 타결된 FTA	한-미국 FTA	2007.6.30 서명	미국
	한-EU FTA	2009.10.15 가서명	EU 국가
협상중인 FTA	한-캐나다 FTA		캐나다
	한-멕시코 FTA		멕시코
	한-GCC FTA		걸프협력회의 회원국(사우디, 쿠웨이트, 바레인, 카타르)
	한-호주 FTA		호주
	한-뉴질랜드 FTA		뉴질랜드
	한-페루 FTA		페루
	한-콜롬비아 FTA		콜롬비아
협상준비 또는 공동연구 중인 FTA	한-일본 FTA		일본
	한-중국 FTA		중국
	한-MERCOSUR TA		남미공동시장 회원국(브라질, 우루과이, 아르헨티나, 파라과이)
	한-터키 FTA		터키
	한-러시아 BFTA		러시아
	한-이스라엘 FTA		이스라엘
	한-SAOU FTA		남아프리카 관세동맹(남아공, 보츠와나, 레소토, 나미비아, 스와질랜드)

자료원 : 외교통상부, 2009.12

현재 우리나라는 세계 각국이나 지역 협력체와 FTA를 체결했거나 추진하고 있으며, 협상 준비나 공동연구가 진행 중인 국가들도 상당수에 달한다. 따라서 FTA를 체결하기 전, 또는 기존 FTA 개정 시 통신 서비스 진출과 관련된 통신사업자들의 의견을 반영하는 작업이 진행되어야 할 것으로 생각된다.

다. 자원외교와의 연계

우리 정부는 에너지 자원외교를 핵심 국정과제를 설정하고, 2008년 3월 ‘해외자원개발 세부 추진전략’을 발표하면서 러시아, 중앙아시아, 아프리카, 중남미 등 4대 중점 진출 전략지역을 대상으로 정상급 외교를 추진하고 있다. 따라서 정부가 강력히 추진하고 있는 자원외교와 통신 서비스를 연계한 해외진출 전략이 필요한데, 한국 IPTV컨소시엄과 페루가 추진하고 있는 ‘IPTV를 활용한 인적자원개발 사업’이 중요한 사례가 될 수 있다. 이 사업은 2012년까지 3단계에 페루 전 지역에 IPTV 네트워크를 구축하고, IPTV 방송국 10개를 설립하며, 콘텐츠를 개발하는 것을 목표로 하고 있다.

여기서 중요한 것은 자금이 부족한 페루 정부가 자국의 풍부한 자원 개발권과 연계해서 본 사업을 추진하고 있다는 점이다. 페루는 금, 동, 아연, 천연가스 등 자원이 풍부하기 때문에 경제성장의 바탕이 되는 SOC 사업 대부분을 자원개발권과 연계해서 진행하고 있다. 페루 컨소시엄 측에 광물전문회사인 ‘SCI Group co’도 포함되어 있는 점은 이러한 점에서 시사점이 크다고 하겠다.

다만, 자원부국이라고 하더라도 부유한 국가는 굳이 통신 인프라 구축에 자원을 활용할 이유가 없기 때문에 페루처럼 국민소득이 낮은 국가들(특히, 본 연구에서는 ODA 지원을 받고 있는 국가들) 중 우리나라가 중점적으로 자원외교를 펼치고 있는 국가들을 상대로 통신 서비스 진출과 자원외교를 연계할 필요가 있을 것이다. 페루의 경우, 1인당 GDP가 4,453 달러에 불과하고, 우리나라로부터 ODA 자금도 지원받고 있기 때문에 자원외교와의 연계가 가능한 것으로 판단된다.

따라서 지식경제부가 선정한 4대 중점 진출 전략지역 국가들에서 본 연구의 진출 대상 국가에 해당하는 러시아, 카자흐스탄, 우즈베키스탄, 터키, 페루, 멕시코, 브라질, 베네수엘라, 알제리, 남아공, 나이지리아 중 1인당 GDP가 5,000 달러 이하이면서 우리나라로부터 ODA 자금을 지원받고 있는 우즈베키스탄(1인당 GDP 995 달

러), 페루(4,453 달러), 알제리(4,588 달러), 나이지리아(1,451 달러) 등이 통신 서비스 진출과 자원외교 연계 가능성이 높은 국가들이라고 볼 수 있다.

라. 정상급 및 고위급 외교를 통한 지원

본 연구에서는 일부 국가를 제외하고는 신흥시장이 대부분이고, 신흥시장은 시장의 논리나 민간 사업자만의 노력으로는 진출이 쉽지 않은 경우가 많다. 특히, 통신 서비스는 모든 국가에서 중요한 기간산업이자, 또한 규제산업이기 때문에 더욱 정치적 판단이 개입될 여지가 많은 분야이며, 따라서 통신 서비스 진출을 위해서는 정상급이나 고위급 외교가 필요한 경우가 있다. 예를 들어, 국영 통신사업자 민영화나 주파수 라이선스 발급 과정에서 발생할 수 있는 불공정 행위 등에 대해 공정경쟁을 요청하는 것과 같은 외교적 지원이 가능하리라 하겠다.

마. 홍보활동 강화

그 동안 우리 정부는 우리나라의 앞선 (방송)통신 기술이나 서비스를 해외에 지속적으로 홍보해 왔으며, 이에 따라 정부의 지원 사업 중 가장 활발하게 진행되어 온 분야가 바로 홍보활동이다. 주로 정책간담회, 홍보투어, 컨퍼런스, 전시회, 국제회의, 기술연수, 공무원 초청, 정부 시연 등의 형태로 진행되어 왔으며, 따라서 앞으로 이러한 홍보활동은 지속적으로 강화해 나가야 할 것으로 판단된다. 다만, 홍보활동은 특정 국가나 특정 서비스에 국한되는 것이 아니라, 모든 진출대상 국가와 모든 서비스에 공통으로 해당된다 하겠다.

바. 세제지원

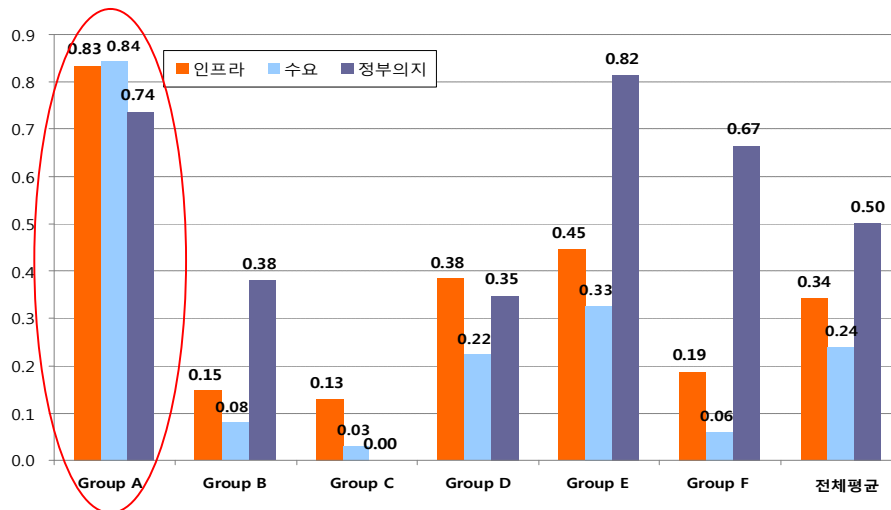
Telefonica의 경우, 해외시장 진출 시 스페인 정부의 세제지원 혜택을 받은 바 있으며, 국내 통신사업자들 역시 해외시장 진출 시 정부의 지원정책 중 가장 필요로 하다고 생각하는 것이 바로 세제지원이다. 현재 통신사업자들은 Global Standard에 비해 ‘외국납부세액 공제대상 자회사/손회사 요건’이 엄격하고, 진출대상 국가의 법에 따른 특수한 형태의 해외투자에 대해서는 이를 출자로 인정하여 세제혜택을 받을 수 있도록 해야 한다고 생각하고 있다. 따라서 이러한 세제에 대해 정부차원에서 검토가 필요한 것으로 판단된다.

제 2 절 국가별/서비스별 통신사업자 해외진출 전략 및 정부지원 방안의 방향성

1. Group A 국가군

Group A 국가군은 조사대상 27개국 중 인프라와 경제적 수요, 정부 의지가 가장 높은 국가군으로, UAE, 네덜란드, 호주, 뉴질랜드의 4개국이 이 국가군에 속한다. 이들 국가들은 모두 소득수준이 높고, 규제수준은 낮기 때문에 우리 정부의 지원 정책이 필요하지 않는 대신, DMB나 IPTV와 같은 신규 서비스에 대한 홍보를 정부차원에서 보다 강화할 필요는 있다.

〈그림 5-1〉 Group A와 타 Group간 평가 지수 평균 비교



이들 4개 국가의 유선전화, 인터넷/브로드밴드, 이동통신, WiMax(WiBro), IPTV, DMB(모바일 방송) 등 6개 방송통신 서비스를 정량적/정성적으로 조사한 결과, UAE와 호주, 뉴질랜드는 6개 서비스 모두 진출 타당성이 낮은 것으로 나타났으며, 네덜란드의 경우 DMB 서비스의 진출 타당성이 높은 것으로 나타났다.

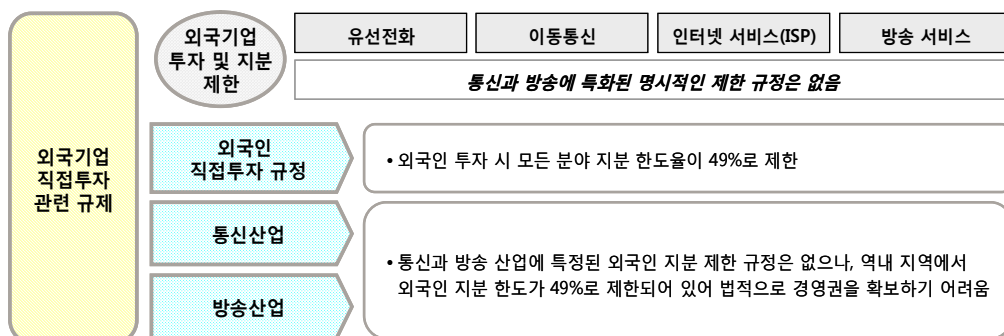
구분	국가	진출 타당성 높은 서비스	비고
진출 타당성 높은 국가	네덜란드	DMB	사업자 진출전략 및 정부 지원방안 도출
진출 타당성 낮은 국가	UAE, 호주, 뉴질랜드	-	사업자 진출전략 및 정부 지원방안 도출 안함

가. UAE

1) 외국기업의 방송통신 분야 투자규제 및 주요 ICT 지표

UAE는 방송과 통신산업에 특화된 명시적인 제한 규정은 없으나, 외국인 투자 시 모든 분야에서 지분을 49%로 제한하고 있다. 이에 따라 UAE 기업에 대한 직접투자 시 법적인 경영권 확보는 어려울 것으로 예상된다. UAE는 이동통신 보급률이 200%를 넘을 정도로 휴대폰 사용이 보편화되어 있으나, 인터넷 이용률이나 PC 보급률에 비해 브로드밴드 보급률은 아직 낮은 편이다. 조사결과 진출 타당성이 높은 서비스는 없는 것으로 나타났다.

〈그림 5-2〉 UAE의 외국기업 방송통신 분야 투자관련 규제



자료원 : KOTRA, 2009; BuddeComm, 2009.11; BMI, 2009.10; 스트라베이스 재구성

〈그림 5-3〉 UAE의 주요 ICT 지표

(단위 : %)

* 가구당 PC 보급률은 2007년, 그 외 2008년 기준

자료원 : ITU, 2009.10 ; 스트라베이스 재구성

2) 서비스별 진출 타당성 검토 결과

서비스	진출 타당성 판단 근거(정량적/정성적 분석) (시장현황/사업자 현황/정책·규제/소득수준/국토면적/인구집중도 등)	타당성 검토 결과
유선전화	▷ 높은 유선전화 보급률(33.6%)로 인해 급격한 성장이 어렵고 국영 통신사 Etisalat 외에 2위 사업자 du에도 정부 자본이 투입돼 사실상 정부가 유선전화 시장을 독점 ▶ 사업자 경쟁구도, 지역별 사업자 지정, 정부 지원 등을 고려하면 UAE 유선전화 시장진출은 타당성이 낮음	타당성 낮음
인터넷/ 브로드밴드	▷ 브로드밴드 시장은 급성장하고 있으나 Etisalat과 du가 양분하고 있어 신규 진입은 사실상 어려운 상황 ▶ 신규 ISP로 진입해도 네트워크 임대 및 마케팅 비용 확대에 의한 수익성 확보, 정부의 인터넷 검열 등으로 인해 UAE 인터넷/브로드밴드 시장진출은 타당성이 낮다고 판단	타당성 낮음
이동통신	▷ UAE 이동통신 시장은 보급률이 200%를 넘어 포화상태 ▶ 이동통신 시장 역시 Etisalat과 du가 양분하고 있어 진입 자체가 어렵고, 신규 진입해도 네트워크 커버리지나 비용 측면에서 이들과의 경쟁은 무리임	타당성 낮음
WiBro (WiMax)	▷ 높은 소득수준을 기반으로 한 충분한 WiMax 수요는 있으나 작은 국토면적, 도시의 높은 인구밀집도 등을 고려하면 유선 브로드밴드가 시장의 주력 상품이 될 가능성이 높음 ▷ 결국 UAE에서 WiMax는 인구밀도가 낮은 지역에서 유선 브로드밴드의 보완재 역할을 할 가능성이 크기 때문에 시장성은 낮을 것으로 전망됨 ▶ 따라서 사업성 및 수익성 측면만을 놓고 보면 UAE WiMax 시장은 타당성이 낮은 것으로 판단. 단 UAE가 중동 진출의 교두보라는 측면에서는 UAE 진출이 의미가 있음	타당성 낮음
IPTV	▷ UAE 브로드밴드 시장에 ISP로 진출할 가능성이 낮아 IPTV 서비스 제공은 현실적으로 어려울 전망 ▶ du가 FTTH 기반의 서비스를 제공하고 있어, 신규 사업자로 경쟁력을 확보하기는 어렵다는 점에서 UAE IPTV 시장 진출은 타당성이 낮은 것으로 판단	타당성 낮음
DMB (모바일 TV)	▷ Etisalat과 du가 2007년부터 모바일TV 서비스를 제공중이며 양사 모두 DVB-H 방식 채택 ▶ 양사의 시장 지배력 외에도 통신사업자와의 단말기 유통 제휴가 필수인 사업의 특성상, T-DBM 방식 서비스는 제공이 어려워 UAE DMB 시장진출은 타당성이 낮다고 판단	타당성 낮음
⇒ 6개 분야 모두 진출 타당성이 낮으므로, 국내 통신사업자의 UAE 방송통신 서비스 시장 진출 및 정부지원 방안은 도출하지 않음		

나. 네덜란드

1) 외국기업의 방송통신 분야 투자규제 및 주요 ICT 지표

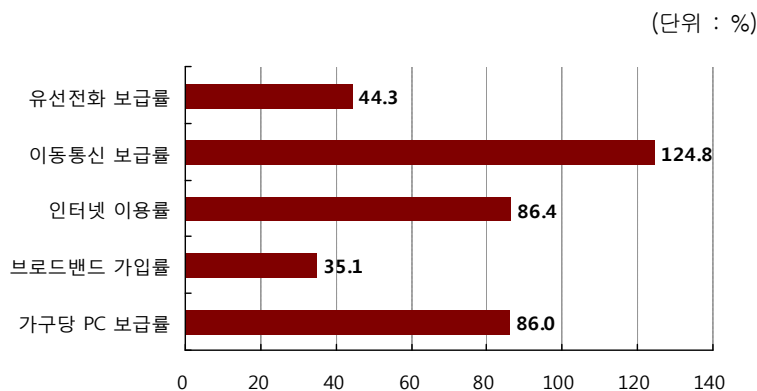
네덜란드는 외국기업 투자에 대해 내외국인 동등대우 원칙을 규정하고 있어, 방송과 통신산업에 대해서도 따로 제한 규정이 없으며, 규제 측면에서 네덜란드 방송통신 시장에 대한 진입장벽은 없다. 이동통신 보급률이 124.8%, 브로드밴드 가입률이 35.1%에 달하는 등 세계에서 ICT 인프라 수준이 가장 높은 편이다.

〈그림 5-4〉 네덜란드의 외국기업 방송통신 분야 투자관련 규제



자료원 : KOTRA, 2009; BuddeComm, 2009.11; BMI, 2009.10; 스트라베이스 재구성

〈그림 5-5〉 네덜란드의 주요 ICT 지표



* 가구당 PC 보급률은 2007년, 그 외 2008년 기준

자료원 : ITU, 2009.10 ; 스트라베이스 재구성

2) 서비스별 진출 타당성 검토 결과

서비스	진출 타당성 판단 근거(정량적/정성적 분석) (시장현황/사업자 현황/정책·규제/소득수준/국토면적/인구집중도 등)	타당성 검토 결과
유선전화	▷ 유선전화 보급률은 최근 수년간 감소추세이며 우수한 브로드밴드 인프라를 기반으로 VoIP 서비스가 확대되는 추세 ▶ 전반적인 수익성을 감안할 때 네덜란드 유선전화 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단	타당성 낮음
인터넷/ 브로드밴드	▷ 브로드밴드 보급률이 이미 세계적인 수준에 있으며 사업자 간 치열한 경쟁으로 이미 시장구도가 공고하게 확립 ▶ Minor ISP로 진입할 경우 수익성 확보가 우려된다는 점에서 네덜란드 인터넷/브로드밴드 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단	타당성 낮음
이동통신	▷ 이동통신 시장은 포화상태이며 3G 서비스 이용률(22.4%)도 비교적 높아 신규 사업자의 시장진입 여지가 없음 ▶ 네덜란드는 이미 유럽 거대 글로벌 이동통신사의 각축장이 되고 있어 Minor 사업자로 진출했을 경우, 경쟁력을 확보하기 어렵다는 점에서 이동통신 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단	타당성 낮음
WiBro (WiMax)	▷ 유럽에서 WiMax에 대한 관심이 비교적 높은 국가 중 하나라는 평가를 받고 있음 ▶ 그러나 WiMax 확산의 최대 걸림돌이 높은 유선 브로드밴드 보급률을 감안할 때, 국토가 좁고 유선 브로드밴드가 모든 지역의 커버리지를 확보하고 있는 네덜란드는 <u>대체재</u>나 <u>보완재</u> 두 가지 측면 모두에서 WiMax의 사업성이 낮을 것으로 예상된다는 점에서 네덜란드 WiMax 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단	타당성 낮음
IPTV	▷ 케이블 TV시장 발달로 경쟁매체인 IPTV의 사업성은 낮을 것으로 판단되며 주요 유선전화 및 브로드밴드 사업자인 KPN과 Tele2가 이미 서비스를 제공 ▶ 이러한 상황에서 후발 Minor 사업자는 수익성 확보가 어려워 네덜란드 IPTV 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단	타당성 낮음
DMB (모바일 TV)	▷ 높은 이동통신 보급률(125%), 높은 소득수준, ICT 인프라 등 모바일 TV 시장 활성화를 위한 기본 조건을 모두 구비 ▷ DVB-H, T-DMB 모두 모바일TV 표준으로 이용되고 있음 ▶ KPN, MTVNL, Callmax 등 현지 모바일 TV 사업자들과의 경쟁, 단말기 유통을 위한 현지 통신사업자와의 제휴, 컬러 콘텐츠 조달을 위한 현지 방송사와의 제휴 등을 실현한다면 네덜란드 DMB 시장진출은 타당성이 높은 것으로 판단	타당성 높음

3) 통신사업자의 시장진출 전략 및 정부지원 방안의 방향성

네덜란드는 진출대상 국가 평가 결과 Group A 국가군에 속하며, 인프라, 경제적 수요, 정부의지 모두 최상위에 자리하고 있다. 진출 대상 서비스로는 DMB가 타당성이 높은 것으로 나타났다.

구분	내용	
국가	네덜란드	
국가군	Group A	
국가군 성격	인프라와 경제적 수요, 정부의지 모두 가장 높은 국가군	
진출 타당 서비스	DMB	
진출 시 핵심 고려 요소	DMB vs. DVB-H 표준 경합	

가) 국내 DMB 사업자 진출 전략의 방향성

네덜란드에는 이미 MVNL과 Callmax Global의 2개 사업자가 T-DMB 라이선스를 획득, 2009년 말부터 상용 서비스를 실시할 계획이다. 이에 따라 국내 통신사업자(여기서는 T-DMB 사업자)는 국내에서의 선진 경험을 앞세워 이들 2개 사업자에 대한 지분 참여를 통해 진출이 가능할 것으로 판단된다. 다만, 현재 국내 T-DMB 사업자들이 광고수익만으로는 존립 자체가 위태로운 상황이기 때문에 국내에서 이와 관련된 정책적 돌파구를 먼저 마련한 뒤, 확고한 수익모델을 제시하며 진출해야 할 것이다.

나) 정부지원 방안의 방향성

네덜란드의 경우, 외국기업에 대한 규제가 없기 때문에 이를 해결하기 위해 고위급 회담과 같은 정부의 외교적 노력이 필요하지 않으며, 신흥시장처럼 ODA를 활용한다거나 자원외교와 병행하기도 쉽지 않다. 따라서 DMB에 대한 홍보를 강화하는 것이 효과적이며, 홍보투어나 전시회, 컨퍼런스, 정부 시연 등 기존의 홍보행사를 더욱 강화하는 것이 효율적 지원방안이 될 것으로 판단된다.

다. 호주

1) 외국기업의 방송통신 분야 투자규제 및 주요 ICT 지표

호주는 통신산업에 대해 명시적 투자제한 규정이 따로 없으며, 통신산업에 대한 외국인 투자제한은 없다. 따라서 규제 측면에서 호주 통신시장에 대한 진입장벽은 없으나, 라디오와 TV 방송은 사안에 따라 승인을 필요로 하는 규제 업종이다. 유선, 인터넷/브로드밴드, 이동통신, 가구당 PC 보급률 모두 조사대상 국가 중 가장 높은 수준이다. 조사결과 진출 타당성이 높은 서비스가 없는 것으로 나타났다.

〈그림 5-6〉 호주의 외국기업 방송통신 분야 투자관련 규제



자료원 : KOTRA, 2009; BuddeComm, 2009.11; BMI, 2009.10; 스트라베이스 재구성

〈그림 5-7〉 호주의 주요 ICT 지표

(단위 : %)

* 가구당 PC 보급률은 2007년, 그 외 2008년 기준

자료원 : ITU, 2009.10 ; 스트라베이스 재구성

2) 서비스별 진출 타당성 검토 결과

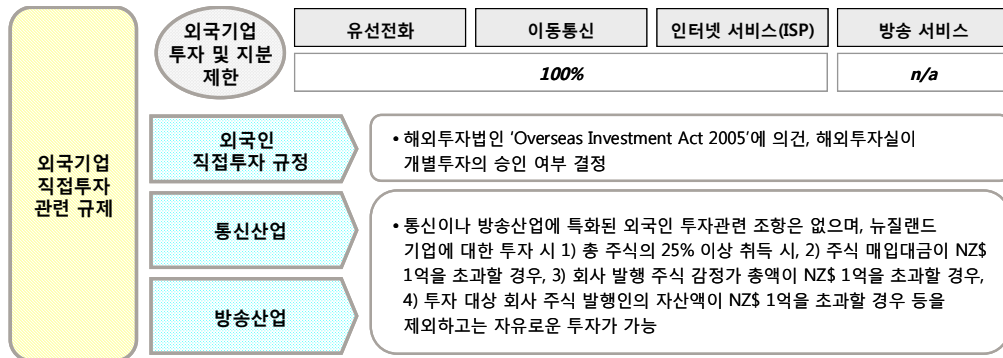
서비스	진출 타당성 판단 근거(정량적/정성적 분석) (시장현황/사업자 현황/정책·규제/소득수준/국토면적/인구집중도 등)	타당성 검토 결과
유선전화	▷ 유선전화 보급률이 계속 감소하는 가운데 VoIP의 PSTN 대체, 높은 이동통신 보급률(105%)로 인해 유선전화 시장은 계속 하락할 전망 ▶ 지배적 사업자 Telstra의 점유율이 82%란 점을 고려했을 때 호주 유선전화 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단	타당성 낮음
인터넷/ 브로드밴드	▷ 브로드밴드 시장은 아직 성장 여력이 있으나 이미 Telstra와 Optus가 공고한 시장 지배구도 형성 ▶ NBN 계획도 양사를 주축으로 네트워크 업그레이드가 진행되고 있어 신규 사업자의 경쟁력 확보는 어려울 전망	타당성 낮음
이동통신	▷ 시장은 이미 포화상태이며 치열한 가격경쟁으로 인한 사업자의 수익성은 악화. 시장은 이미 Telstra, Optus, VHA 3강 구도로 재편돼 있어 신규 사업자의 진입 여력이 낮음 ▶ 3社 모두 이미 3G 서비스 제공 중으로 3G를 겨냥한 시장 진입도 성과를 올리기 힘들 것으로 전망됨	타당성 낮음
WiBro (WiMax)	▷ 브로드밴드 보급률(24.4%)은 높은 편이나 정부의 브로드밴드 확대 계획에 따라 성장의 여지는 있음. 단, 호주 정부는 WiMax를 유선 브로드밴드의 보완재 성격으로 구축할 계획이므로 WiMax가 유선 브로드밴드를 대체할 주력 브로드밴드 서비스로 자리 매김하기는 어려움 ▶ 한국-호주-뉴질랜드간 ICT 협력이 추진되고 있어 ICT 전반에 대한 협력은 의미 있으나, 호주 WiMax 사업의 수익성 확보 여부는 미지수란 점에서 호주 WiMax 시장 진출은 타당성이 낮은 것으로 판단	타당성 낮음
IPTV	▷ Telstra와 Optus가 인터넷/브로드밴드 네트워크를 장악하고 있어 양사 네트워크를 임대한 IPTV 서비스 제공은 수익성을 담보하기 어려움 ▶ 소규모 ISP로 IPTV 서비스를 제공해도 전국 네트워크와 막대한 가입자를 보유한 Telstra와 Optus의 시장참여가 본격화되면 경쟁은 어려울 것으로 판단	타당성 낮음
DMB (모바일 TV)	▷ 현재 DAB 서비스가 제공되고 있어 DMB 도입이 유리한 상황이나 방송 산업은 기본적으로 규제장벽이 높은 실정 ▶ 규제장벽으로 외국 사업자의 DMB 시장 진출은 어렵다는 점에서 호주 DMB 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단	타당성 낮음
⇒ 6개 분야 모두 진출 타당성이 낮으므로, 국내 통신사업자의 호주 방송통신 서비스 시장 진출 및 정부지원 방안은 도출하지 않음		

라. 뉴질랜드

1) 외국기업의 방송통신 분야 투자규제 및 주요 ICT 지표

뉴질랜드는 호주처럼 통신이나 방송산업에 특화된 외국인 투자제한 규정을 따로 두지 않고 있으며, 해외투자실이 개별투자의 승인 여부를 결정한다. 유선, 인터넷/브로드밴드, 이동통신, 가구당 PC 보급률 모두 호주와 비슷한 수준으로, 조사대상 국가 중 가장 높은 편이다. 조사결과 진출 타당성이 높은 서비스가 없는 것으로 나타났다.

〈그림 5-8〉 뉴질랜드의 외국기업 방송통신 분야 투자관련 규제



자료원 : KOTRA, 2009; BuddeComm, 2009.11; BMI, 2009.10; 스트라베이스 재구성

〈그림 5-9〉 호주의 주요 ICT 지표

(단위 : %)

* 가구당 PC 보급률은 2007년, 그 외 2008년 기준

자료원 : ITU, 2009.10 ; 스트라베이스 재구성

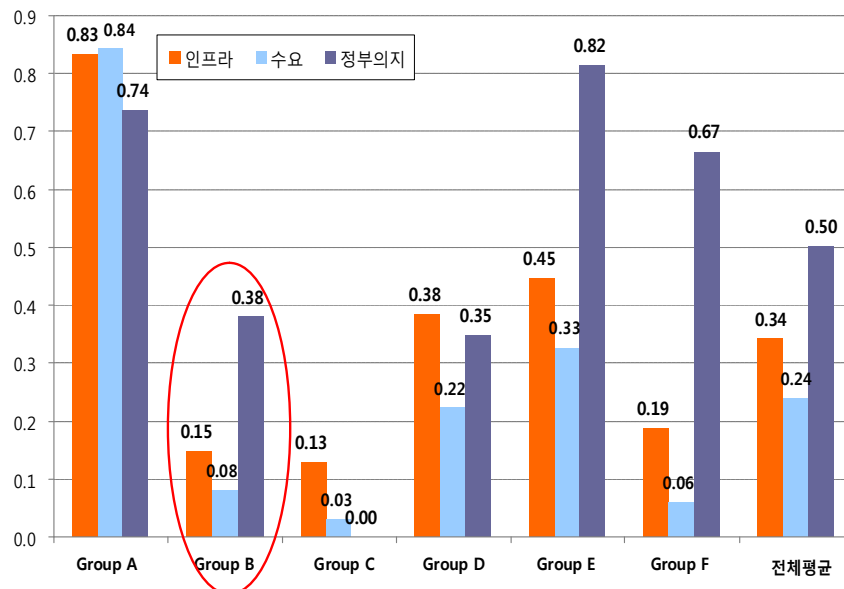
2) 서비스별 진출 타당성 검토 결과

서비스	진출 타당성 판단 근거(정량적/정성적 분석) (시장현황/사업자 현황/정책·규제/소득수준/국토면적/인구집중도 등)	타당성 검토 결과
유선전화	▷ 유선전화 보급률의 지속적인 감소 추세와 더불어 VoIP의 PSTN 대체, 이동통신의 유선전화 대체현상도 가속화 ▶ 지배적 사업자 Telecom의 시장 점유율(82%)이 높아 뉴질랜드 유선전화 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단	타당성 낮음
인터넷/ 브로드밴드	▷ 브로드밴드 시장은 성장의 여지가 있으나 이미 Telecom과 TelstraClear가 공고한 시장 지배구도를 형성해 나머지 ISP 들은 생존을 위한 인수합병을 모색중 ▶ 중급 ISP 인수를 통한 시장진출도 가능하나 1, 2위 사업자와의 경쟁을 통한 수익성 확보는 어렵다는 점에서 뉴질랜드 인터넷/브로드밴드 시장진출은 타당성이 낮다고 판단	타당성 낮음
이동통신	▷ 시장은 이미 포화상태이며 2개 사업자의 양강 구도가 지속되고 있어 신규 사업자가 진입할 만한 여지가 없음 ▶ 3G 서비스도 이미 제공되고 있어 3G를 겨냥한 시장진입도 성과를 내기 어렵다는 점에서 뉴질랜드 이동통신 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단	타당성 낮음
WiBro (WiMax)	▷ 뉴질랜드의 브로드밴드 보급률은 선진국 수준에 가깝지만 정부의 브로드밴드 확대 방침으로 아직 성장 여지가 많음 ▷ 현재 뉴질랜드에선 유선 브로드밴드 속도 향상, 광 네트워크 구축, 3G 서비스 확대로 WiMax가 유선 브로드밴드의 대안이 될 수 있는지에 대해 논란이 야기되고 있는 실정 ▶ 오uckland 웰링턴 등 4개 인구밀집 도시에서 유선 브로드밴드가 주력 서비스로 부상하는 반면 WiMax는 네트워크가 미치지 못하는 지역을 커버하는 <u>보완재</u> 역할에 그칠 전망이다 이어서 호주 WiMax 시장진출은 타당성이 낮다고 판단	타당성 낮음
IPTV	▷ 일부 ISP가 Telecom과 TelstraClear의 네트워크를 통한 IPTV 서비스를 준비중이나 이 경우 수익성 문제가 발생 ▶ 소규모 ISP로 IPTV를 제공할 수는 있으나 주요 도시에서 네트워크와 가입자를 보유한 Telecom 등이 서비스에 나설 경우 경쟁이 힘들 것으로 판단됨	타당성 낮음
DMB (모바일 TV)	▷ 모바일 TV에 대한 정부나 통신, 방송사업자의 구체적인 움직임은 물론 표준에 대한 논의도 없는 상황 ▶ 이동 중 TV 시청에 대한 소비자 수요 역시 파악되지 않고 있어 뉴질랜드 DMB 시장진출은 타당성이 낮다고 판단	타당성 낮음
⇒ 6개 분야 모두 진출 타당성이 낮으므로, 국내 통신사업자의 뉴질랜드 방송통신서비스 시장 진출 및 정부지원 방안은 도출하지 않음		

2. Group B 국가군

Group B 국가군은 조사대상 27개국 중 인프라와 경제적 수요, 정부 의지 모두 전체 평균값보다 낮은 국가군으로, 나이지리아, 인도네시아, 페루, 남아공, 알제리의 5개국이 이 국가군에 속한다. 이들 국가의 가장 큰 특징은 남아공을 제외하고는 모두 우리나라의 ODA 자금을 지원받는 저소득 국가라는 점이다. 따라서 국내 통신사업자들은 이들 국가들에 진출할 경우, ODA를 활용하는 방안을 고려하는 것이 유리할 것으로 판단된다.

〈그림 5-10〉 Group B와 타 Group간 평가 지수 평균 비교



이들 5개 국가들의 6개 방송통신 서비스를 정량적/정성적으로 조사한 결과, 5개국 모두 진출 타당성이 높은 서비스가 있는 것으로 나타났다. 각 국가별 진출 타당성이 높은 서비스는 아래와 같다.

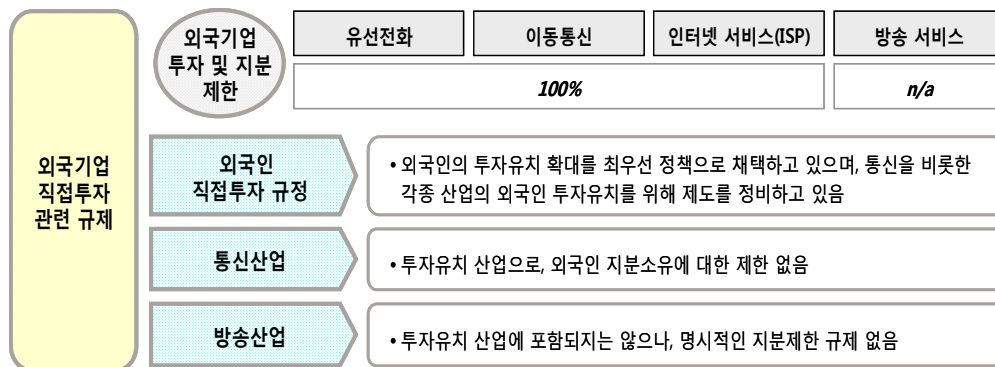
구분	국가	진출 타당성 높은 서비스	비고
진출 타당성 높은 국가	나이지리아	WiBro, 유선전화, 인터넷/브로드밴드	사업자 진출전략 및 정부 지원방안 도출
	인도네시아	WiBro, DMB	
	페루	WiBro, 인터넷/브로드밴드, IPTV	
	남아공	WiBro	
	알제리	WiBro	

가. 나이지리아

1) 외국기업의 방송통신 분야 투자규제 및 주요 ICT 지표

나이지리아는 외국기업의 통신산업 지분소유에 대한 규제가 없기 때문에 100% 지분소유가 가능하며, 방송산업에 대해서는 명시적인 규정이 없다. 따라서 규제 측면에서 나이지리아 통신시장 진입장벽은 없다. 이동통신 보급률이 41.7%에 불과하고, 나머지 유선전화, 인터넷/브로드밴드 등의 보급률도 조사대상 국가 중 최하 수준이다.

〈그림 5-11〉 나이지리아의 외국기업 방송통신 분야 투자관련 규제



자료원 : KOTRA, 2009; BuddeComm, 2009.11; BMI, 2009.10; 스트라베이스 재구성

〈그림 5-12〉 나이지리아의 주요 ICT 지표

(단위 : %)

* 가구당 PC 보급률은 2007년, 그 외 2008년 기준

자료원 : ITU, 2009.10 ; 스트라베이스 재구성

2) 서비스별 진출 타당성 검토 결과

서비스	진출 타당성 판단 근거(정량적/정성적 분석) (시장현황/사업자 현황/정책/규제/소득수준/국토면적/인구집중도 등)	타당성 검토 결과
유선전화	▷ 국영 독점 사업자 NITEL의 방만 경영으로 세계 최저 수준인 유선전화 보급률이 2006년 이후 더욱 하락해 사업성은 낮음. 그러나 NITEL의 민영화 이후 민간사업자가 진입하면 시장 상황은 개선될 전망 ▶ 통신산업에 대한 외국인 지분 제한이 없어 충분히 진입 가능하다는 점에서 나이지리아 유선전화 시장진출은 타당성이 높은 것으로 판단. (단 NITEL의 민영화 과정 참여를 전제로 하며 진출 전 사업성과 수익성 검토 작업 필요)	타당성 높음
인터넷/ 브로드밴드	▷ 나이지리아 인터넷/브로드밴드 시장은 사업성만 고려하면 진출이 어렵지만 NITEL의 민영화를 전제로 한다면, 통신산업의 외국인 지분이 없어 충분히 진입 가능 ▶ 무엇보다 초기 시장 진입이 중요하다는 점에서 나이지리아 인터넷/브로드밴드 시장진출은 타당성이 높다고 판단	타당성 높음
이동통신	▷ 이동통신 보급률이 41.7%로 아직 성장 여지는 있으나, 무려 9개 사업자가 이미 치열하게 경쟁중이며 상위 3사 시장점유율이 90%에 육박하는 3강 구도 확립중 ▶ 따라서 신규 진입하거나, minor 사업자 인수를 통해 우회 진입하기에는 늦었다는 점에서 시장진출은 타당성이 낮음	타당성 낮음
WiBro (WiMax)	▷ 사실상 0%인 유선 브로드밴드 보급률이 향후에도 급상승하기 어렵고 넓은 국토에 대도시 인구집중도가 낮다는 점에서 WiMax가 유선 브로드밴드의 <u>대체재</u>가 될 가능성 높음 ▶ 현재 WiMax 상용 서비스는 제공되지 않고 있어 조기 시장 진입이 가능하다는 점에서 나이지리아 WiMax 시장진출은 타당성이 높은 것으로 판단. (단 나이지리아의 경제상황을 고려해 사업성과 수익성을 검토하고 장기적 차원에서 잠재적 진출 후보로 고려해야 함)	타당성 높음
IPTV	▷ ISP 시장에 진입, IPTV 서비스를 제공할 수 있으나 현재는 브로드밴드 인프라 구축에만도 상당 시일이 필요한 상황 ▶ 이런 인프라 환경하에 IPTV 서비스를 시작하는데 애로사항이 있음을 고려하면 나이지리아 IPTV 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단	타당성 낮음
DMB (모바일 TV)	▷ 최대 이동사 MTV, 최대 위성TV 사업자 DMTV, Noki의 제휴로 DVB-H 방식의 상용 서비스가 제공되고 있음 ▶ T-DMB 방식인 국내 DMB 사업자의 나이지리아 DMB 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단	타당성 낮음

3) 통신사업자의 시장진출 전략 및 정부지원 방안의 방향성

나이지리아는 진출대상 국가 평가 결과 Group B 국가군에 속하며, 인프라와 경제적 수요, 정부 의지 모두 전체 평균값보다 낮다. WiBro, 유선전화, 인터넷/브로드밴드의 3개 서비스가 진출 타당성이 높은 것으로 나타났다.

구분	내용	
국가	나이지리아	
국가군	Group B	
국가군 성격	인프라와 경제적 수요, 정부 의지 모두 전체 평균값보다 낮은 국가군	
진출 타당 서비스	WiBro, 유선전화, 인터넷/브로드밴드	
진출 시 핵심 고려 요소	① 국영 NITEL의 민영화 계획 ② ODA 자금/자원외교 활용 ③ 사업자 참여 시 공정성 확보 위한 외교적 지원 필요	

가) 국내 통신사업자 진출 전략의 방향성

나이지리아 정부가 국영 독점 통신사업자인 NITEL을 민영화할 계획이어서, 국내 통신사업자들이 지분참여 등을 통해 진출할 여지가 있다. 이는 해외시장 진출 시 1~2위의 메이저 사업자 인수나 지분투자를 원하는 국내 통신사업자들의 선호에도 부합하고, 과거 1990년대 후반에서 2000년대 초반에 발생했던 세계적인 통신시장 민영화 추세에 합류하지 못함으로써 해외시장 진출 기회를 놓쳤던 국내 통신사업자들에게는 좋은 기회가 될 수 있다. 또한 나이지리아 정부가 통신 산업을 외국인 투자유치 산업으로 분류하고 있고, 외국인에 대한 지분제한이 없다는 점도 진출에 긍정적인 요소다. 다만, 민영화가 당장 짧은 기간 내에 진행되기는 어려울 것으로 예상되기 때문에, 장기적인 관점에서 접근해야 할 것이다.

또한 나이지리아는 1인당 GDP가 1,451 달러, GNI PPP가 1,940 달러로, 조사대상 국가 중 최빈국 수준이기 때문에 사업성만 놓고 본다면 시장성이 낮다. 따라서 국내 통신사업자는 우리 정부의 ODA 자금을 활용하고, 한국 IPTV컨소시엄과 페루 정부간 IPTV 사업의 사례처럼 자원외교와 연계하는 방안도 고려할 수 있다.

통신 사업자 입장에서는 통신 서비스를 따로 제공하기보다는 유선전화와 인터넷/

브로드밴드 서비스를 번들로 묶는다는 전제하에 시장에 진출해야 수익성을 확보할 수 있을 것으로 예상된다.

나이지리아는 한반도의 약 4.2배에 달하는 면적에 인구는 1억 5,000만 명이며, 전체적으로 대도시 인구 집중률이 높지 않기 때문에 WiMax 서비스에 주목할 필요가 있다. 현재 WiMax 상용 서비스가 제공되지 않고 있기 때문에 시장 조기진입이 가능하고, 인터넷/브로드밴드와 WiMax를 같이 제공하면 시너지 효과는 더 클 것으로 예상된다. 즉, 주요 도시지역은 유선 브로드밴드로, 그 외 도시 음역지역과 다른 지역은 WiMax로 제공하는 방안이다. 이 경우 유선전화-브로드밴드-WiMax 까지 번들로 제공할 수 있어, 수익성을 더 높일 수 있을 것으로 예상된다.

나) 정부지원 방안의 방향성

나이지리아의 경우, 통신산업에 대한 외국기업에 대한 제한이나 규제가 없기 때문에 이를 해결하기 위한 외교적 접근은 따로 필요하지 않을 것으로 예상된다. 다만 소득수준이 너무 낮기 때문에 우리 정부 입장에서는 앞서 언급한 ODA 자금을 확대하고 자원외교와 연계하는 방안을 추진해야 할 것이다. 참고로 지난 2007년 우리나라에서 나이지리아에 승인된 EDCF 자금 약 190억 원 대부분이 철도 현대화 사업에 투입됐으며, 2008년 집행된 무상원조 자금 약 26억 원 중 통신 분야에서는 경우 6,400만 원이 통신관련 연수생 초청 등 인프라 구축과는 무관한 분야에 사용됐다. 따라서 ODA 자금을 통신 분야에 보다 확대하고, 그 중에서도 인프라 구축에 사용하는 방안을 강구해야 할 것이다.

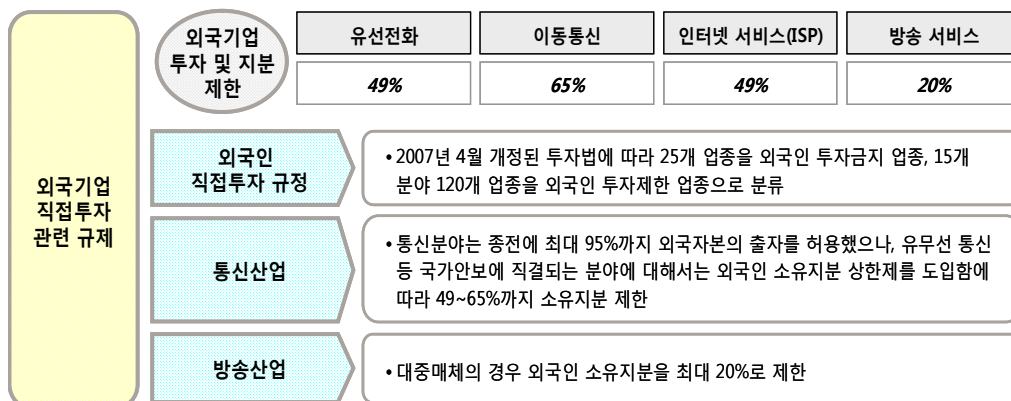
또한 WiMax의 경우 2009년 5월 있었던 사업자 선정과정에서 불공정 시비가 발생, 입찰 자체가 무효로 처리된 바 있는데, 국내 통신 사업자의 WiMax 시장 진출 시 이러한 공정성 시비를 사전에 차단할 수 있는 고위급 외교가 필요할 것으로 판단된다.

나. 인도네시아

1) 외국기업의 방송통신 분야 투자규제 및 주요 ICT 지표

인도네시아는 과거 통신 분야에 최대 95%까지 외국인 투자를 허용했으나, 2007년 개정 투자법에 따라 현재는 유선전화 45%, 이동통신 65%, 인터넷 서비스 49%로 외국인 투자지분을 제한하고 있다. ICT 지표 중 브로드밴드 가입률이 0.1%로, 조사대상 국가 중 가장 낮은 편에 속한다.

〈그림 5-13〉 인도네시아의 외국기업 방송통신 분야 투자관련 규제



자료원 : KOTRA, 2009; BuddeComm, 2009.11; BMI, 2009.10; 스트라베이스 재구성

〈그림 5-14〉 인도네시아의 주요 ICT 지표

(단위 : %)

* 가구당 PC 보급률과 브로드밴드 가입률은 2007년, 그 외 2008년 기준

자료원 : ITU, 2009.10 ; 스트라베이스 재구성

2) 서비스별 진출 타당성 검토 결과

서비스	진출 타당성 판단 근거(정량적/정성적 분석) (시장현황/사업자 현황/정책·규제/소득수준/국토면적/인구집중도 등)	타당성 검토 결과
유선전화	▷ 유선전화 가입자 수는 꾸준히 증가하는 추세지만 섬이 많은 지형적 특성상 유선전화 시장 성장에 한계가 있음 ▶ 국영 Telkom(정부지분 51%)과 Indosat(정부지분 15%)이 시장을 주도하고 있어 시장진입이 쉽지 않다는 점에서 인도네시아 유선전화 시장진출은 타당성이 낮다고 판단	타당성 낮음
인터넷/ 브로드밴드	▷ 인터넷/브로드밴드 시장은 현재 성장세 및 향후 성장 잠재력이 매우 높고 특히 브로드밴드의 경우 보급률이 0.1%에 불과해 향후 급격한 성장이 예상됨 ▶ 단 Telkom과 Indosat이 이미 유선전화와 유선 인터넷/브로드밴드 네트워크를 장악했고 섬이 많은 지형적 특성상 향후 WiMax가 유선 인터넷/브로드밴드의 <u>대체재</u>가 될 가능성이 높아 시장진출은 타당성이 낮다고 판단	타당성 낮음
이동통신	▷ 이동통신 보급률이 62%로 아직 성장의 여지는 충분하나, Telkomsel과 Indosat의 시장점유율이 공고한 상황 ▶ 각 이동사들이 모두 3G 서비스를 제공중으로 3G 시장을 겨냥한 시장 진입도 시기가 늦었다는 점에서 인도네시아 이동통신 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단	타당성 낮음
WiBro (WiMax)	▷ 유선 브로드밴드 보급률은 낮고 브로드밴드 수요는 많지만 섬이 많은 국가 지형상 유선 브로드밴드 보급에 한계 있음 ▶ 정부의 WiMax를 통한 브로드밴드 보급 의지가 강하다는 점 등을 감안하면 인도네시아 WiMax 시장진출은 타당성이 높은 것으로 판단. 국내 사업자 진출시, 조기 시장 진입이 중요하며 추가 발급되는 라이선스 확보해야 함	타당성 높음
IPTV	▷ 유선 브로드밴드 보급률이 사실상 0%에 가까워 단기간에 급속한 시장 확대는 불가능 ▶ 이 밖에 국영 Telkom의 DSL 브로드밴드 시장 독점, 장기간의 네트워크 업그레이드 작업, 까다로운 IPTV 사업자 요건 등을 감안하면 수익성을 담보하기 어렵다는 점에서 인도네시아 IPTV 시장에 진출은 타당성이 낮은 것으로 판단	타당성 낮음
DMB (모바일 TV)	▶ 모바일 방송 표준으로 지상파DMB 방식을 채택할 여지가 있다는 점에서 DMB 시장진출은 타당성이 높다고 판단 ▷ 단 방송사업 특성상 초기에는 방송사업자로 나서기보다 기술 수출, 시스템, 단말기 위주로 접근하는 전략 필요. 이후에는 현지 방송사 및 이동사와의 제휴가 필수이기 때문에 이들과 조인트벤처 설립을 고려해야 함	타당성 높음

3) 통신사업자의 시장진출 전략 및 정부지원 방안의 방향성

인도네시아는 진출대상 국가 평가 결과 Group B 국가군에 속하며, 인프라와 경제적 수요, 정부 의지 모두 전체 평균값보다 낮다. WiBro와 DMB의 2개 서비스가 진출 타당성이 높은 것으로 나타났다.

구분	내용	
국가	인도네시아	
국가군	Group B	
국가군 성격	인프라와 경제적 수요, 정부 의지 모두 전체 평균값보다 낮은 국가군	
진출 타당 서비스	WiBro, DMB	
진출 시 핵심 고려 요소	① WiMax 주파수 재배치 ② 모바일 방송 표준 미정 ③ ODA 자금 활용 ④ 한-ASEAN FTA 활용	

가) 국내 통신사업자 진출 전략의 방향성

인도네시아는 섬이 많은 지리적 특성과 WiMax를 통한 브로드밴드 보급 확대에 대한 정부의 의지가 강하다는 점에서 향후 WiMax의 성장 가능성이 높다. 현재 기존에 개별적으로 할당된 WiMax 주파수를 재배치할 계획이 있기 때문에 국내 통신사업자들은 재배치되는 라이선스 획득을 노려볼 만하다. 아직 상용서비스가 제공되지 않고 있기 때문에 라이선스 획득을 통한 조기 시장진입이 유리할 것으로 판단된다.

인도네시아는 또한 모바일 방송 표준이 아직 정해지지 않았기 때문에 DMB 사업자도 시장에 진입할 여지가 있다. 다만, 방송사업의 특성상 국내 DMB 사업자가 처음부터 방송사업자로서 직접 진출을 통해 서비스를 제공하는 것은 어려울 것으로 예상되며, 초기에는 기술 수출이나 시스템, 단말기 위주로 접근해야 할 것이다. 추후 DMB 서비스 사업자로 진출할 경우 현지 방송사와의 조인트벤처 형태로 진출해야 현지 방송사(방송 콘텐츠 확보) 및 이동사(DMB 대응 단말기 유통 채널 확보)와의 제휴에 유리할 것으로 예상된다. 다만, 방송 산업에 대한 외국인 지분율이 20%로 제한되어 있어, 경영권을 확보하기는 어렵다는 점을 감안해야 한다.

나) 정부지원 방안의 방향성

인도네시아는 우리나라의 ODA 자금을 지원받고 있다. 2008년 무상원조 자금 105억 중 통신 분야에 사용된 금액은 26억 원에 불과하며, ICT 교육센터 지원 프로젝트와 연수생 초청, 봉사단 파견 등에 사용됐다. 따라서 인도네시아에 지원하는 ODA 자금을 정보통신 분야에 더 배분하거나 금액 자체를 확대하는 방안을 모색해야 할 것이다.

인도네시아는 또한 ASEAN 소속으로, 우리나라와 ASEAN을 통해 FTA를 체결했으며, 서비스 부문은 2009년 5월 1일부터 협정이 발효됐다. 따라서 향후 ASEAN과의 주기적 FTA 협정 개정과 쌍무적 FTA 추진을 통해 WiMax나 DMB 등과 관련된 국내 사업자들의 요구를 반영하는 방안이 필요할 것으로 예상된다.

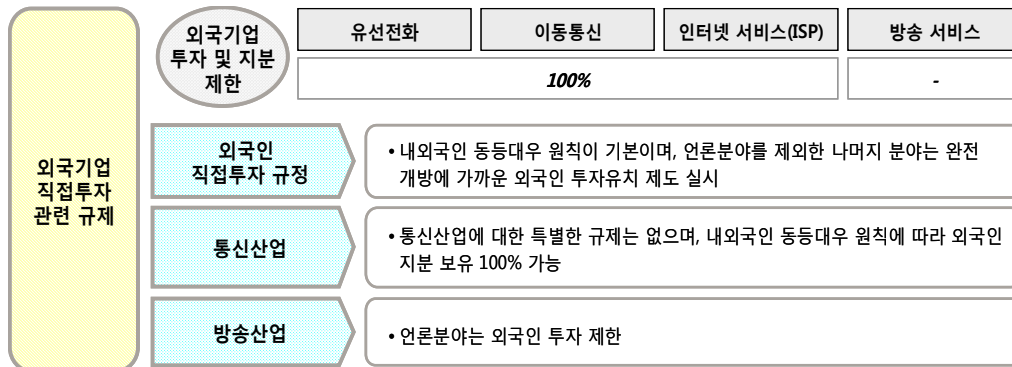
모바일 방송의 경우 아직 표준이 정해지지 않았기 때문에 우리 정부 차원에서는 국내 T-DMB가 표준으로 정해질 수 있도록 외교적인 지원과 함께, 국내 T-DMB 기술의 우수성을 알리는 홍보도 강화해야 할 것이다.

다. 페루

1) 외국기업의 방송통신 분야 투자규제 및 주요 ICT 지표

페루는 외국기업 투자에 대해 내외국인 동등대우 원칙을 규정하고 있으며, 언론 분야를 제외하고는 완전 개방에 가까운 정책을 취하고 있다. 따라서 통신 분야는 외국인이 100%까지 지분을 보유할 수 있다. 이동통신 보급률이 72.7%인데 비해, 유선전화 보급률이 10%, 브로드밴드 보급률이 2.5%로 유선 인프라가 취약한 수준이다.

〈그림 5-15〉 페루의 외국기업 방송통신 분야 투자관련 규제



자료원 : KOTRA, 2009; BuddeComm, 2009.11; BMI, 2009.10; 스트라베이스 재구성

〈그림 5-16〉 페루의 주요 ICT 지표

(단위 : %)

* 가구당 PC 보급률은 2007년, 그 외 2008년 기준

자료원 : ITU, 2009.10 ; 스트라베이스 재구성

2) 서비스별 진출 타당성 검토 결과

서비스	진출 타당성 판단 근거(정량적/정성적 분석) (시장현황/사업자 현황/정책·규제/소득수준/국토면적/인구집중도 등)	타당성 검토 결과
유선전화	▷ 유선전화 보급률이 지난 수년간 꾸준한 증가추세를 보이고 있고 계속 증가하는 추세여서 시장의 성장 여지는 있음 ▶ 단 Telefonica의 자회사인 TdP와 Movistar가 시장과 네트워크를 독점하고 있고, 통신시설 확충이 어려운 지리적 여건을 감안하면 페루 유선전화 시장진출은 타당성이 낮음	타당성 낮음
인터넷/ 브로드밴드	▷ 브로드밴드 보급률(2.5%)이 낮지만 정부가 디지털 격차 해소를 위해 PC/브로드밴드 보급 프로젝트를 추진중 ▶ 특히 TdP의 독점 해소를 위해 정부가 중소 ISP들의 네트워크 임대비용을 대폭 인하해 경쟁을 보장하고 있으며 외국 기업의 진입 규제가 전혀 없다는 점에서 페루 인터넷/브로드밴드 시장진출은 타당성이 높은 것으로 판단	타당성 높음
이동통신	▷ 2005까지만 해도 이동통신 보급률(20%)이 낮아 시장 진입 여지가 있었으나 최근 3년간 보급률(72.7%)이 급상승하면서 시장은 성숙단계로 진입 ▶ 글로벌 통신사업자 Telefonica와 America Movil이 시장을 확고하게 양분하고 있어 Minor 사업자로 진출했을 경우, 경쟁력 확보가 어렵다는 점에서 페루 이동통신 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단	타당성 낮음
WiBro (WiMax)	▷ 최근 브로드밴드 가입자가 빠르게 증가(최근 5년간 CAGR 50%)하고 있으며 브로드밴드 수요도 높지만 안데스 산간 및 열대우림 지역에 있는 국가 지형상 페루는 유선 브로드밴드 보급에 한계가 있는 실정 ▶ 페루 정부가 TdP의 유선 브로드밴드 독점을 우려하고 있어 이에 대한 <u>대체재</u>로 WiMax의 positioning이 가능하고 시장진입에 대한 규제의 걸림돌이 없다는 점에서 페루 WiMax 시장진출은 타당성이 높은 것으로 판단	타당성 높음
IPTV	▶ TdP 네트워크 경유 없이 특정 지역에 광 네트워크를 따로 구축할 경우 IPTV 시장진출은 타당성이 높은 것으로 판단 ▷ 단순 IPTV 서비스 보다 국가발전을 위한 IPTV기반 원격 교육 및 인적자원 개발 시스템도 동반 수출하는 모델이 적절	타당성 높음
DMB (모바일 TV)	▶ 페루 정부가 모바일 TV 표준으로 일본의 ISDB-T 방식을 채택함에 따라, T-DMB 방식인 국내 사업자의 베네수엘라 DMB 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단	타당성 낮음

3) 통신사업자의 시장진출 전략 및 정부지원 방안의 방향성

페루는 진출대상 국가 평가 결과 Group B 국가군에 속하며, 인프라와 경제적 수요, 정부 의지 모두 전체 평균값보다 낮다. WiBro와 인터넷/브로드밴드, IPTV의 3개 서비스가 진출 타당성이 높은 것으로 나타났다.

구분	내용	
국가	페루	
국가군	Group B	
국가군 성격	인프라와 경제적 수요, 정부 의지 모두 전체 평균값보다 낮은 국가군	
진출 타당 서비스	WiBro, 인터넷/브로드밴드, IPTV	
진출 시 핵심 고려 요소	① 브로드밴드-IPTV 번들 서비스 제공으로 시너지 확보 ② ODA 활용/자원외교 연계 ③ 한-페루 FTA 협상 중	

가) 국내 통신사업자 진출 전략의 방향성

ISP 시장에 대한 외국인 진입 규제가 없다는 점과 페루 정부가 브로드밴드 보급 확대 프로젝트를 추진하면서 독점 사업자인 TdP를 브로드밴드 발전의 저해요소로 인식하면서 ISP에 대한 TdP의 네트워크 임대 비용을 최대 91%까지 인하했다는 점 등을 고려할 때, 국내 통신사업자의 페루 브로드밴드 시장 진출을 위한 환경은 우호적으로 구성되어 있다. 또한 현재 페루 정부는 한국 IPTV컨소시엄을 통해 전국적인 IPTV 도입을 추진하고 있어, IPTV와 브로드밴드 서비스를 번들로 제공할 경우 사업성과 수익성 모두를 확보할 수 있을 것으로 전망된다.

나) 정부지원 방안의 방향성

규제가 없기 때문에 규제해소 차원의 정부지원은 불필요하며, 다만 페루의 소득 수준이 낮아서 통신사업자 입장에서는 초기 투자비용을 회수하기 어려울 것이라는 우려 때문에 시장진출을 꺼려할 수 있다. 따라서 정부 차원에서는 ODA 지원 자금을 확대하고 통신 서비스 진출과 자원외교를 연계시킴으로써, 초기 투자비용 회수에 대한 사업자들의 우려를 해소시킬 수 있을 것으로 판단된다. 현재 페루 정

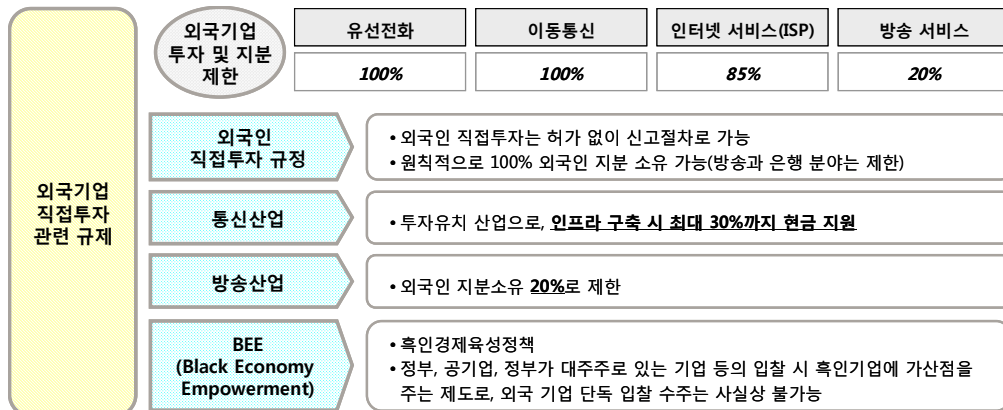
부는 통신을 포함한 SOC 사업 대부분을 풍부한 자국의 자원개발권과 연계해서 진행하고 있기 때문에 자원의교를 활용하기에 좋은 조건을 갖추고 있다. 또한 페루는 현재 우리 정부와 FTA를 추진하고 있으므로, 페루에서 인터넷/브로드밴드-IPTV 연계 서비스를 제공할 계획이 있는 국내 통신사업자의 의견을 협상 내용에 반영할 수 있다면 통신사업자 진출에 도움이 될 것으로 예상된다.

라. 남아공

1) 외국기업의 방송통신 분야 투자규제 및 주요 ICT 지표

남아공은 방송과 은행 분야를 제외한 모든 산업에서 원칙적으로 100% 외국인 지분 소유가 가능하다. 방송의 경우 20%로 제한되어 있으나, 통신 분야는 투자유치 산업이기 때문에 인프라 구축 시 최대 30%까지 현금 지원도 가능하다. 이동통신 보급률이 90.6%인데 비해 유선전화 8.9%, 인터넷 이용률 8.4%, 브로드밴드 가입률 0.8%로, 이동통신에 비해 유선 인프라가 열악한 수준이다.

〈그림 5-17〉 남아공의 외국기업 방송통신 분야 투자관련 규제



자료원 : KOTRA, 2009; BuddeComm, 2009.11; BMI, 2009.10; 스트라베이스 재구성

〈그림 5-18〉 남아공의 주요 ICT 지표

(단위 : %)

* 가구당 PC 보급률은 2007년, 그 외 2008년 기준

자료원 : ITU, 2009.10 ; 스트라베이스 재구성

2) 서비스별 진출 타당성 검토 결과

서비스	진출 타당성 판단 근거(정량적/정성적 분석) (시장현황/사업자 현황/정책·규제/소득수준/국토면적/인구집중도 등)	타당성 검토 결과
유선전화	▷ 유선전화 보급률이 지속적으로 하락하고 있어 사업성이 낮고, 국영 Telkom은 독점이 해소됐음에도 여전히 남아공 유선전화 시장을 독점하고 있는 상태 ▶ 제 2 사업자 Neotel이 대주주인 인도 Tata의 지원 아래 서비스에 나서 양강 체제를 구축중이며, 정부의 추가적인 사업자 선정 계획이 없다는 점에서 남아공 유선전화 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단	타당성 낮음
인터넷/ 브로드밴드	▷ 시장 초기단계로 사업성 측면에서는 진출 여지가 있으나 기존 유선전화 Major들이 시장을 주도하고 있어 Major 사업자 인수를 통한 진출 가능성 낮음 ▶ Minor 사업자 인수를 통한 진출이 가능하나 이 경우 네트워크 임대비용 및 신규 사업자로서의 마케팅 비용 등으로 인해 수익성 확보가 쉽지 않다는 점에서 남아공 인터넷/브로드밴드 시장진출은 타당성이 낮음	타당성 낮음
이동통신	▷ 이동통신에 대한 외국인 지분 제한은 없으나 보급률이 포화상태이고 확실한 사업자 경쟁구도가 정착돼 있어 시장 진입에 따른 사업성은 없는 상황 ▶ 1위 사업자 Vodacom의 지분 50% 매각액이 10조 원임을 감안하면 현지 이통사 인수는 사실상 어려워 남아공 이동통신 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단	타당성 낮음
WiBro (WiMax)	▷ 넓은 국토, 주요 도시의 낮은 인구밀집도, 낮은 브로드밴드 보급률(0.8%), 브로드밴드 수요 증가 등 WiMax가 유선 브로드밴드의 <u>대체재</u>가 될 수 있는 조건을 잘 갖춘 상황 ▶ 4개 사업자가 2007년부터 WiMax 서비스를 시작한 초기 단계인데다 특별한 진입규제도 없어 시장의 성장 가능성, 지리적 특성, 독점 사업자들의 유선 브로드밴드 확산 한계에 따른 대체 브로드밴드 수요 등을 감안할 때 WiMax 시장진출은 타당성이 높은 것으로 판단	타당성 높음
IPTV	▷ IPTV의 전제조건인 브로드밴드 보급률이 낮아 서비스 활성화에 상당 시일이 소요될 전망 ▶ Telkom이 IPTV 사업을 위해 만든 조인트 벤처 Telkom Media의 지분 매각을 검토하면서 사업성 및 수익성 자체에 의문 제기되고 있는 상황	타당성 낮음
DMB (모바일TV)	▶ 남아공 정부의 DVB-H 표준 채택으로 국내 DMB 사업자의 남아공 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단	타당성 낮음

3) 통신사업자의 시장진출 전략 및 정부지원 방안의 방향성

남아공은 진출대상 국가 평가 결과 Group B 국가군에 속하며, 인프라와 경제적 수요, 정부 의지 모두 전체 평균값보다 낮다. WiBro 1개 서비스만 진출 타당성이 높은 것으로 나타났다.

구분	내용	
국가	남아공	
국가군	Group B	
국가군 성격	인프라와 경제적 수요, 정부 의지 모두 전체 평균값보다 낮은 국가군	
진출 타당 서비스	WiBro	
진출 시 핵심 고려 요소	① BEE 제도 고려 ② WiMax 사업자 인수 ③ 한-SAOU FTA 협상 준비 또는 공동연구 중	

가) 국내 통신사업자 진출 전략의 방향성

남아공에는 흑인경제육성정책인 BEE(Black Economy Empowerment) 정책이 있어 정부와 공기업, 그리고 정부가 대주주로 있는 기업 등의 입찰 시에는 흑인기업에 가산점을 주기 때문에 외국 기업이 단독으로 입찰할 경우 수주는 사실상 불가능하다. 따라서 국내 통신사업자들이 남아공에 진출할 때는 반드시 BEE를 염두에 둬야 한다.

남아공의 경우, WiBro 서비스의 진출 타당성이 높은 것으로 나타났는데, 이는 무엇보다 남아공이 한반도의 약 5.5배에 달하는 면적에 인구가 4,880만 명이고, 주요 도시의 인구집중도가 높지 않아서 주요 도시 외에는 WiMax가 유선 브로드밴드를 대체할 가능성이 높기 때문이다. 또한 남아공 정부가 브로드밴드 확대 정책을 추진하고 있는 점도 긍정적인 요소다.

현재 남아공에는 4개 사업자가 WiMax 서비스를 제공하고 있으나, 서비스 초기단계이면서 특별한 진입규제가 없기 때문에 국내 통신사업자들은 조기에 시장에 진입하는 것이 유리할 것으로 판단된다. 현재 남아공 정부는 추가적인 WiMax 라이선스를 발급할 계획을 갖고 있지 않으며, 이에 따라 국내 통신사업자들은 기존 라

이선스 사업자 인수를 통해 시장진출을 모색할 필요가 있다.

나) 정부지원 방안의 방향성

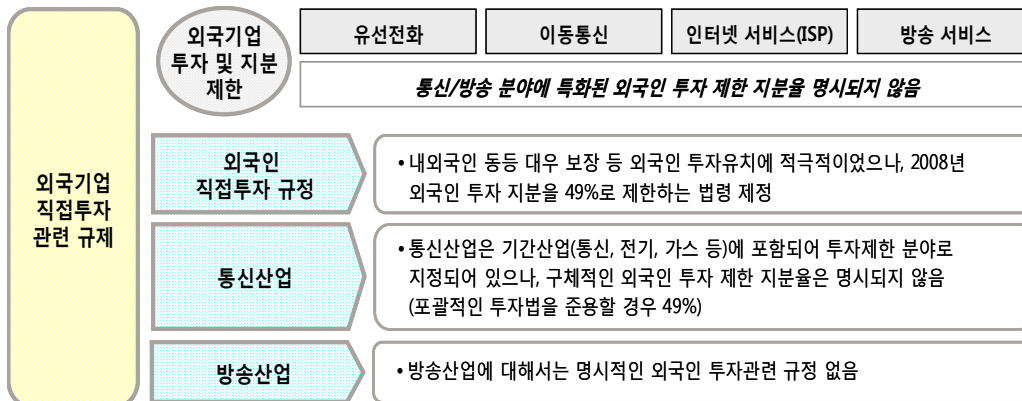
남아공의 경우, 외국기업에 대한 제한이나 규제가 없기 때문에 이를 해결하기 위해 고위급 회담과 같은 정부의 외교적 노력이 필요하지는 않다. 또한 Group B에 속하는 국가 중 유일하게 우리나라의 ODA 자금도 지원받지 않고 있어, 다른 Group B 소속 국가들처럼 ODA를 활용한다거나 자원외교와 병행하기도 쉽지 않다. 이에 따라 국내 WiBro 기술에 대한 홍보를 강화하는 것이 효과적일 것으로 판단되며, 홍보투어나 전시회, 컨퍼런스, 정부 시연 등 정부 차원의 홍보행사를 강화하는 지원방안을 마련해야 할 것으로 보인다. 또한 현재 한국과 SAOU(남아프리카 관세동맹으로 남아공, 보츠와나, 레소토, 나미비아, 스와질랜드의 5개국이 회원국임)간 FTA 협상이 준비 중이어서 향후 SAOU와 FTA 협상이 진행될 경우, 남아공 WiMax 서비스 사업 진출 의사가 있는 국내 통신사업자의 의견을 반영하는 것도 주요 지원방안이 될 수 있을 것으로 판단된다.

마. 알제리

1) 외국기업의 방송통신 분야 투자규제 및 주요 ICT 지표

알제리는 방송이나 통신분야에 특화된 외국인 투자 제한 지분율이 명시되어 있지 않으나 2008년 법 개정을 통해 외국인 투자 지분을 49%로 제한하고 있다. 통신의 경우, 기간산업으로 투자제한 분야에 해당된다. 이동통신 보급률이 90.6%인데 비해 유선전화 9.6%, 인터넷 이용률 11.9%, 브로드밴드 가입률 0%로, 다른 Group B 소속 국가들처럼 유선 인프라가 열악하며, 특히 브로드밴드는 최저 수준이다.

〈그림 5-19〉 알제리의 외국기업 방송통신 분야 투자관련 규제



자료원 : KOTRA, 2009; BuddeComm, 2009.11; BMI, 2009.10; 스트라베이스 재구성

〈그림 5-20〉 알제리의 주요 ICT 지표

(단위 : %)

* 가구당 PC 보급률은 2007년, 그 외 2008년 기준

자료원 : ITU, 2009.10 ; 스트라베이스 재구성

2) 서비스별 진출 타당성 검토 결과

서비스	진출 타당성 판단 근거(정량적/정성적 분석) (시장현황/사업자 현황/정책·규제/소득수준/국토면적/인구집중도 등)	타당성 검토 결과
유선전화	▷ 유선전화 보급률이 매년 상승하고 있으나 국영 Algerie Telecom의 불공정 행위로 인해 제 2 유선전화 사업자로 나선 이집트 Lacom이 시장진입 2년만에 철수를 선언(현재 Algerie Telecom의 민영화는 무기한 연기) ▶ 현재로서는 사업성이 낮고 Algerie Telecom의 독점이 지나쳐 이미 진출한 외국 기업마저 철수하는 상황이란 점에서 알제리 유선전화 시장진출은 타당성이 낮다고 판단	타당성 낮음
인터넷/ 브로드밴드	▷ 유선 인터넷/브로드밴드 시장은 초기단계로 성장 가능성 있으나 Algerie Telecom의 ISP인 Djaweb과 알제리 최초 ISP인 EEPAD가 시장을 장악 ▶ 또한 알제리에서는 WiMax의 성장 잠재력이 큰 것으로 평가되고 있어 향후 WiMax가 유선 브로드밴드의 강력한 경쟁자로 부상할 가능성이 높다는 점에서 알제리 인터넷/브로드밴드 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단	타당성 낮음
이동통신	▷ 2008년 이전까지 통신산업에 대한 외국인 지분제한이 없어 이집트, 쿠웨이트 통신사업자들이 알제리 이동통신 시장에 진입해 시장에서 공고한 입지 구축 ▶ 이동통신 시장은 포화상태이고, 강력한 3강 구도하에 가격 경쟁이 치열한 상황. 신규 진입시 경쟁에 따른 출혈이 불가피해 알제리 이동통신 시장진출은 타당성이 낮음	타당성 낮음
WiBro (WiMax)	▷ 알제리는 수도권 인구가 전체 인구의 14%에 불과할 정도로 대도시 인구 밀집도가 낮고 인구가 골고루 퍼져 있어 WiMax의 잠재력이 큰 시장으로 평가받고 있음 ▶ 아프리카 국가 중 비교적 소득 수준이 높아 WiMax 서비스에 대한 일정 수요가 발생할 수 있다는 점에서 알제리 WiMax 시장진출은 타당성이 높음 (단 진출 전, 알제리 정부와 외국인 투자지분을 명확히 논의할 필요가 있음)	타당성 높음
IPTV	▷ 알제리 유선 인터넷/브로드밴드 네트워크를 장악한 Algerie Telecom이 일부 지역에서 FTTH를 통해 IPTV를 포함한 TPS를 제공중이나 보급에는 상당한 시간이 소요될 전망 ▶ 브로드밴드 보급률이 낮고 IPTV의 전제조건인 초고속 가정용 브로드밴드 구축에 장기간이 걸린다는 점에서 IPTV 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단	타당성 낮음
DMB (모바일TV)	▶ 3G 서비스 개시 전이란 점에서 모바일 TV 서비스에 상당한 시일이 필요하고 모바일 TV 표준과 관련한 정부의 구체적인 계획도 없어 알제리 DMB 시장진출은 타당성이 낮음	타당성 낮음

3) 통신사업자의 시장진출 전략 및 정부지원 방안의 방향성

알제리는 진출대상 국가 평가 결과 Group B 국가군에 속하며, 인프라와 경제적 수요, 정부 의지 모두 전체 평균값보다 낮다. WiBro 1개 서비스만 진출 타당성이 높은 것으로 나타났다.

구분	내용	
국가	알제리	
국가군	Group B	
국가군 성격	인프라와 경제적 수요, 정부 의지 모두 전체 평균값보다 낮은 국가군	
진출 타당 서비스	WiBro	
진출 시 핵심 고려 요소	① 투자지분 제한 49% ② 명시적이지 않은 규제 ③ ODA/자원외교 연계 ④ 연수생 초청 등 홍보 강화	

가) 국내 통신사업자 진출 전략의 방향성

알제리는 아프리카 국가 중 소득 수준이 높은 편이며, 수도권 인구가 전체 인구의 14%에 불과할 정도로 대도시 인구 밀집도가 낮고 인구가 골고루 퍼져 있다는 점에서 WiMax의 잠재력이 큰 시장으로 평가받고 있다. 현재 유선 인프라를 장악하고 있는 국영 통신사업자인 Algerie Telecom의 독점에 따른 횡포가 지나쳐 이에 대한 반작용으로 WiMax에 대한 일정정도의 수요가 발생할 것으로 전망된다.

다만, 2008년 외국인 투자지분을 49%로 제한하는 법령이 제정되고, 통신산업은 기간산업(통신, 전기, 가스 등)에 포함되어 투자제한 분야로 지정되어 있다는 점이 진출의 걸림돌이 될 것으로 예상된다. 이와 관련, 통신산업에 대해서 구체적인 외국인 지분제한 규정이 없기 때문에 알제리에 진출하려는 국내 통신사업자 입장에서선 사전에 알제리 정부와 이 부분을 명확히 해야 할 것으로 생각된다.

나) 정부지원 방안의 방향성

알제리의 경우, 아프리카 국가 중에서는 소득수준이 비교적 높은 편이나, 우리나라의 ODA 자금을 지원받고 있는 국가다. 유상원조인 EDCF 자금은 지원받지 않

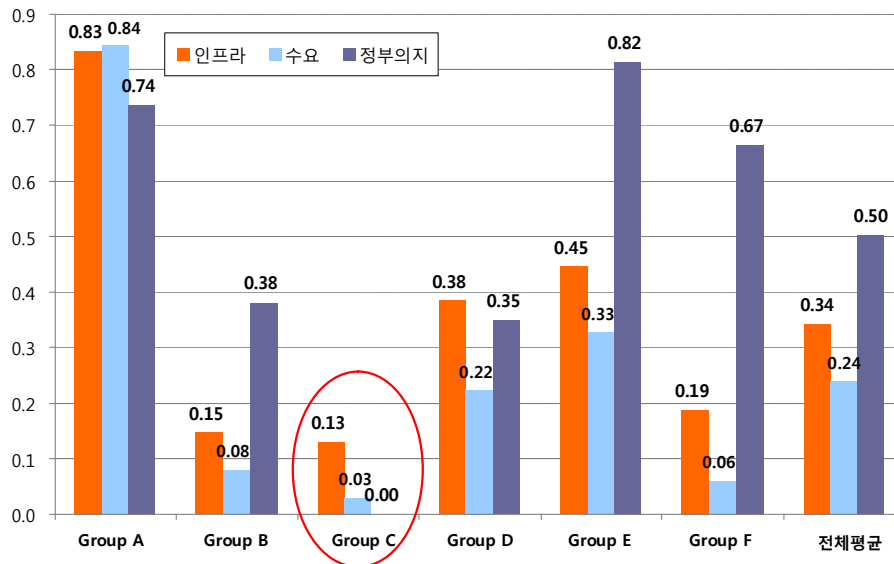
고 있으며, 무상원조로 2008년 33억 원을 지원받았으나, 이 중 통신분야에 지원된 금액은 없는 실정이다. 따라서 향후 무상원조를 실시할 때, 이를 통신 인프라 구축이나 연수생 초청을 통한 홍보 등 통신분야로 확대하거나 전환하는 방안을 모색해야 할 것이다. 알제리 정보통신 관련 관료들을 국내에 초청해서 우리의 앞선 WiBro 기술을 소개함으로써, 국내 통신사업자의 알제리 WiMax 서비스 시장 진출을 위한 사전 정지작업의 일환으로 삼아야 할 것으로 생각된다.

또한 알제리는 자원이 풍부하기 때문에 한국IPTV컨소시엄과 페루의 사례를 참고해서 자원과 통신 인프라 구축을 연계함으로써, 국내 통신사업자들이 알제리 시장 진출 초기과정에서 발생할 수 있는 리스크를 어느 정도 줄여줄 수 있을 것으로 생각된다.

3. Group C 국가군

Group C 국가군은 조사대상 27개국 중 인프라와 경제적 수요, 정부 의지 모두 최저 수준인 국가들로, 우즈베키스탄과 파라과이의 2개국이 이 국가군에 속한다. 조사대상 국가 대부분이 인프라나 경제적 수요에 비해 정부의 의지가 상대적으로 높거나 비슷한데 반해, 두 국가는 정부의 의지가 가장 낮은 유일한 Group이다. 최저의 소득수준으로 인해 두 국가 모두 우리나라의 ODA 자금을 지원받고 있다.

〈그림 5-21〉 Group C와 타 Group간 평가 지수 평균 비교



이들 2개 국가들의 6개 방송통신 서비스를 정량적/정성적으로 조사한 결과, 우즈베키스탄은 6개 서비스 모두 진출 타당성이 낮은 것으로 나타났으며, 파라과이의 경우에는 유선전화, 인터넷/브로드밴드, IPTV의 3개 서비스 분야에서 진출 타당성이 높은 것으로 나타났다. 다만, 파라과의 경우, 국영 통신사업자의 민영화를 전제로 하고 있다는 점에서 진출 시 상당한 시일이 소요될 것으로 전망된다.

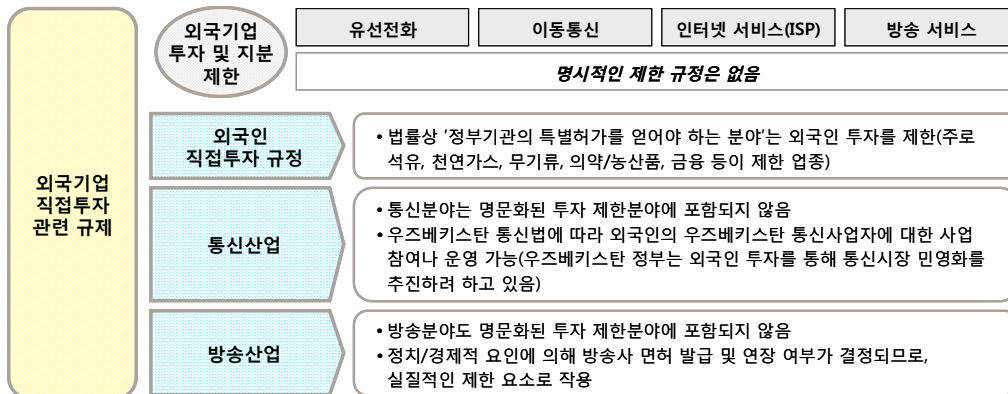
구분	국가	진출 타당성 높은 서비스	비고
진출 타당성 높은 국가	파라과이	유선전화, 인터넷/브로드밴드, IPTV	사업자 진출전략 및 정부 지원방안 도출
진출 타당성 낮은 국가	우즈베키스탄	-	사업자 진출전략 및 정부 지원방안 도출 안함

가. 우즈베키스탄

1) 외국기업의 방송통신 분야 투자규제 및 주요 ICT 지표

우즈베키스탄은 통신과 방송산업에 대한 외국인 투자에 대해 명시적인 제한 규정은 없으며, 외국기업의 우즈베키스탄 통신사업자에 대한 사업 참여나 운영이 가능하다. 이동통신 보급률이 46.8%로, 다른 국가들에 비해 현저히 낮은 수준이며, 그 외 다른 유선 인프라 역시 조사대상 국가들 중 가장 낮은 편이다. 조사결과 진출 타당성이 높은 서비스가 없는 것으로 나타났다.

〈그림 5-22〉 우즈베키스탄의 외국기업 방송통신 분야 투자관련 규제



자료원 : KOTRA, 2009; BuddeComm, 2009.11; BMI, 2009.10; 스트라베이스 재구성

〈그림 5-23〉 우즈베키스탄의 주요 ICT 지표

(단위 : %)

* 가구당 PC 보급률은 2007년, 그 외 2008년 기준

자료원 : ITU, 2009.10 ; 스트라베이스 재구성

2) 서비스별 진출 타당성 검토 결과

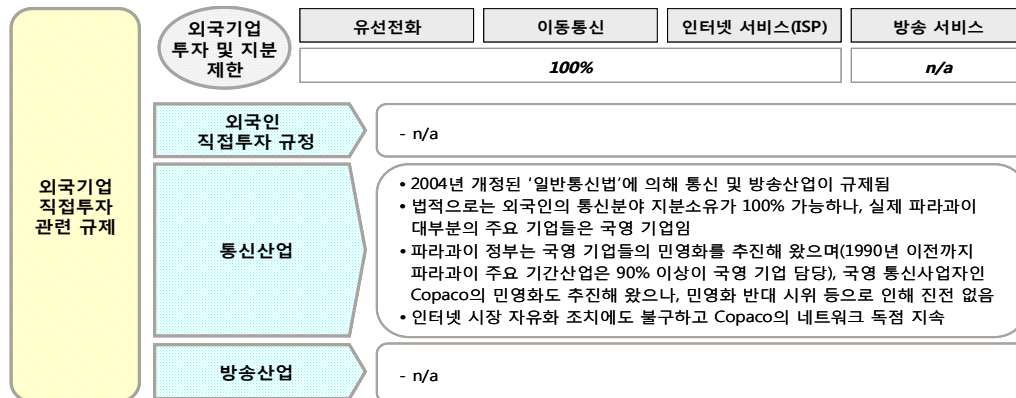
서비스	진출 타당성 판단 근거(정량적/정성적 분석) (시장현황/사업자 현황/정책·규제/소득수준/국토면적/인구집중도 등)	타당성 검토 결과
유선전화	▷ 낮은 유선전화 보급률(6.8%)이 최근 5년간 정체상태까지 보이고 있어 시장의 성장 가능성은 낮은 편임 ▶ 정부가 유선전화 시장을 독점(점유율 98%)한 국영 통신사업자 Uzbektelecom의 민영화를 추진중이나 국가의 소득수준이 낮아 사업성과 수익성 확보가 우려된다는 점에서 카자흐스탄 유선전화 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단	타당성 낮음
인터넷/ 브로드밴드	▷ 브로드밴드 시장이 빠르게 성장(최근 5년 CAGR 85.6%)하고 있으나 보급률은 0.2%에 불과하며 가구당 PC보급률(2.4%)도 낮음. 국제 인터넷 백본 접속을 위해 UzPak으로부터 용량을 임대받아야 하는 것도 걸림돌임 ▶ 낮은 소득, PC 및 브로드밴드 보급률을 감안하면 우즈베키스탄 인터넷/브로드밴드 시장진출은 타당성이 낮음	타당성 낮음
이동통신	▷ 최근 3년간 가입자가 급증하고 있으며 이동통신 보급률이 46.8%로 아직 낮아 시장의 성장 가능성은 있음 ▶ 그러나 이미 1강 2종의 3사 구도를 형성해 신규 사업자가 진입하기에는 시기상 적절치 않다는 점에서 우즈베키스탄 이동통신 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단	타당성 낮음
WiBro (WiMax)	▷ 브로드밴드 보급률이 낮고 넓은 국토 면적에 비해 통신 인프라가 낙후돼 WiMax의 성장 가능성은 높음 ▶ 이미 KT가 진출해 있으나 수도 및 일부 도시를 제외하고는 수익성 확보가 쉽지 않다는 점에서 시장진출은 타당성이 낮음. 단기(既) 진출한 사업자는 인구밀집 지역을 중심으로 사업을 전개해야 사업성과 수익성 확보 가능	타당성 낮음
IPTV	▷ 인구 밀집 도시에서 일정수준 수익성 확보가 가능하며 KT가 인수한 East Telecom이 타슈켄트에서 상용서비스 제공 ▶ 낮은 브로드밴드 보급률을 감안하면 서비스 활성화에 상당 시일이 소요된다는 점에서 타당성이 낮은 것으로 판단	타당성 낮음
DMB (모바일 TV)	▷ 아직 3G 서비스도 제공되지 않고 있으며 모바일 TV에 대한 이동통신 사업자의 계획도 없는 상태 ▶ 모바일 TV 표준과 관련한 정부의 구체적인 일정이나 계획도 없어 DMB 시장 진출은 아직 시기상조인 것으로 판단됨	타당성 낮음
⇒ 6개 분야 모두 진출 타당성이 낮으므로, 국내 통신사업자의 우즈베키스탄 방송통신 서비스 시장 진출 및 정부지원 방안은 도출하지 않음		

나. 파라과이

1) 외국기업의 방송통신 분야 투자규제 및 주요 ICT 지표

파라과이의 경우, 법적으로는 외국인의 통신분야에 대한 지분 소유가 100% 가능하나, 실제 파라과이 주요 기업 대부분은 국영 기업이며, 민영화 과정에서 정치적인 요소가 많이 개입되고 있는 실정이다. 이동통신 보급률은 95.5%로 상당히 높은 편이나, 유선전화와 인터넷/브로드밴드를 포함한 유선 인프라 구축은 아주 열악한 수준이다.

〈그림 5-24〉 파라과이의 외국기업 방송통신 분야 투자관련 규제



자료원 : KOTRA, 2009; BuddeComm, 2009.11; BMI, 2009.10; 스트라베이스 재구성

〈그림 5-25〉 파라과이의 주요 ICT 지표

(단위 : %)

* 가구당 PC 보급률은 2007년, 그 외 2008년 기준

자료원 : ITU, 2009.10 ; 스트라베이스 재구성

2) 서비스별 진출 타당성 검토 결과

서비스	진출 타당성 판단 근거(정량적/정성적 분석) (시장현황/사업자 현황/정책·규제/소득수준/국토면적/인구집중도 등)	타당성 검토 결과
유선전화	▷ 유선전화 보급률이 꾸준히 증가하는 추세이며 정부가 국영 사업자 Copaco의 민영화를 추진중이나 시민들의 반대로 큰 진전은 없는 상황 ▶ 해외 사업자들이 지분 인수 의사를 타진중인 가운데 정부의 Copaco 민영화 의지가 강력해 Copaco 지분 참여를 통한 파라과이 유선전화 시장진출은 타당성이 높은 것으로 판단	타당성 높음
인터넷/ 브로드밴드	▷ 브로드밴드 보급률(1.4%)이 낮고 인구가 작아 시장규모가 작다는 단점이 있지만 최근 5년간 시장은 급성장(CAGR 182%) ▶ 민영화 추진중인 Copaco에 대한 지분 참여나 인터넷 시장 경쟁 활성화 정책에 따른 ISP로의 진입 등을 고려하면 파라과이 인터넷/브로드밴드 시장진출은 타당성이 높은 것으로 판단	타당성 높음
이동통신	▷ 2005년까지만 해도 이동통신 보급률이 약 30%에 불과해 시장 진입 여지가 있었으나, 지난 3년간 보급률이 95.5%까지 급상승하면서 시장은 포화상태 ▶ 보급률이 상승해 시장진입의 적기가 지난 것으로 판단됨에 따라 파라과이 이동통신 시장진출은 타당성이 낮다고 판단	타당성 낮음
WiBro (WiMax)	▷ 2003~2008년 브로드밴드 가입자가 급증(CAGR 182%)하고 있어 유선 브로드밴드의 <u>대체재</u>로 WiMax의 positioning이 가능하나 WiMax에 대한 정부의 구체적인 정책이 없음 ▶ 현재 유선 사업자가 아닌 1,2위 이동통신사가 WiMax 서비스를 제공중이라는 점은 WiMax를 이동통신의 <u>보완재</u>로 규정하고 있음을 방증. 결국 WiMax가 주류 브로드밴드 서비스가 될 가능성이 낮다는 점에서 시장진출 타당성은 낮음	타당성 낮음
IPTV	▶ 시장규모는 작지만 Copaco가 민영화되면 지분 참여를 통해 유선전화/브로드밴드/IPTV의 TPS로 시장에 진출, 수익성 확보가 가능한 점에서 IPTV 시장진출은 타당성 높음 ▶ 단 ISP로 진출할 경우 Copaco가 브로드밴드 네트워크를 장악하고 있어 네트워크 임대료에 따른 수익성 확보가 우려되므로, 이 경우는 시장진출의 타당성이 낮다고 판단	타당성 높음
DMB (모바일TV)	▶ 이동통신 데이터 서비스인 3G 서비스 수요가 낮은 상황에서 모바일 TV에 대한 사업자나 정부의 구체적인 계획이 없음을 감안하면 파라과이 DMB 시장진출은 타당성이 낮다고 판단	타당성 낮음

3) 통신사업자의 시장진출 전략 및 정부지원 방안의 방향성

파라과이는 진출대상 국가 평가 결과 Group C에 국가군에 속하며, 인프라와 경제적 수요, 정부 의지 모두 최저 수준이다. 그럼에도 불구하고, 국내 통신사업자 입장에서는 유선전화와 인터넷/브로드밴드, 그리고 IPTV 서비스의 진출 타당성이 높은 것으로 나타났는데, 이는 국영 통신사업자인 Copaco의 민영화를 전제로 하고 있기 때문이다.

구분	내용
국가	파라과이
국가군	Group C
국가군 성격	인프라와 경제적 수요, 정부 의지 모두 최저 수준인 국가
진출 타당 서비스	유선전화, 인터넷/브로드밴드, IPTV
진출 시 핵심 고려 요소	① Copaco의 민영화 전제 ② TPS를 통한 수익성 확보 ③ ODA 자금 활용 ④ 고위급 회담 등 외교적 지원 필요

가) 국내 통신사업자 진출 전략의 방향성

국내 통신사업자가 파라과이 통신시장 진출에서 가장 유의해야 할 부분은 국영 독점 통신사업자인 Copaco의 민영화 진행 과정이다. 파라과이는 조사대상 국가 중 나이지리아와 함께 국영 독점 통신사업자의 민영화를 추진하는 몇 안되는 국가다. 다만, 주의할 점은 나이지리아의 경우, 정부의 의지가 강하고 국민들의 반대도 덜한 반면, 파라과이는 시민들과 노동자들의 강력한 반대에 부딪혀 정부의 Copacp 민영화 추진 계획이 전혀 진전되지 못하고 있다는 점이다.

현재 스페인의 글로벌 통신사업자인 Telefonica와 브라질의 Brasil Telecom이 Copaco의 민영화 과정을 예의주시하고 있는 상황이기 때문에 국내 통신사업자들 역시 추이변화를 지켜보면서 시장 진출 여부를 결정해야 할 것으로 보인다.

만약, Copaco의 민영화 과정에 국내 통신사업자가 참여하게 된다면, Copaco가 독점하고 있는 유선전화/브로드밴드 네트워크를 통해 음성전화와 인터넷 서비스는 물론이고, 향후 IPTV까지 묶는 TPS 서비스도 고려해 볼 만 하다. 특히, 파라과이

는 인구가 600여만 명에 불과하고 1인당 GDP가 2,600 달러에 불과, 시장이 작기 때문에 서비스를 따로따로 제공해서는 수익성을 확보하기가 어려울 것으로 예상되므로, 초기부터 여러 서비스를 번들로 제공하는 전략이 주효할 것으로 판단된다.

나) 정부지원 방안의 방향성

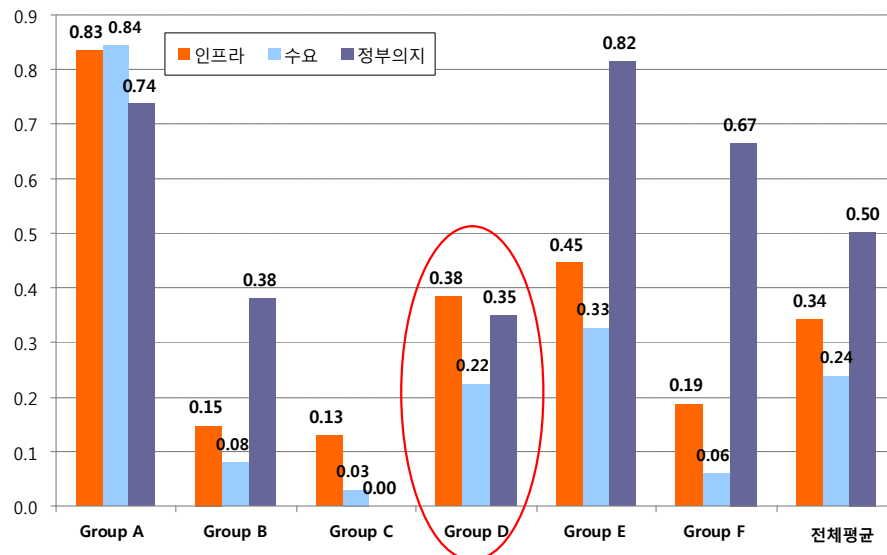
파라과이는 우리나라의 ODA 지원 국가이나, 우리 정부의 자원외교 중점 진출 전략국가에는 해당되지 않기 때문에 ODA와 자원외교를 같이 병행하기는 어렵다. 우리 정부는 파라과이에 2008년 EDCF 자금은 지원하지 않았으며, 무상원조를 53억 원 제공했고, 이 중 통신분야에 사용된 금액은 12억 원 정도다. 이 12억 원은 파라과이 중앙부처 통신망 구축 프로젝트와 연수생 초청 및 봉사단 파견에 사용됐다. 따라서 파라과이 통신서비스 시장 진출과 ODA 자금을 연계하기 위해서는 우선적으로 파라과이에 대한 ODA 자금을 늘려서 파라과이 통신망 구축 등에 확대 투입함으로써, 우리나라의 통신 기술을 효과적으로 알리는 방법이 필요하다.

또한 파라과이와 같은 신흥시장은 국영기업의 민영화 과정에서 정치적인 이유가 개입될 여지가 많기 때문에 국내 통신사업자가 Copaco의 민영화 과정에 참여할 의사가 있는 경우, 고위급 회담과 같은 외교적인 지원도 필요할 것으로 예상된다.

4. Group D 국가군

Group D 국가군은 조사대상 27개국 중 인프라와 경제적 수요, 정부 의지 모두 전체 평균과 비슷하거나 근접해 있는 국가군으로, 러시아, 멕시코, 베네수엘라, 브라질, 우크라이나, 터키, 폴란드의 7개국이 이 국가군에 속한다. 일부 통신시장의 추가적인 성장 여력이 남아 있는 국가들이며, 터키를 제외하고는 ODA 자금지원도 받지 않아 일정 정도의 소득수준을 갖춘 국가들이다.

〈그림 5-26〉 Group D와 타 Group간 평가 지수 평균 비교



이들 7개 국가들의 6개 방송통신 서비스를 정량적/정성적으로 조사한 결과, 러시아, 베네수엘라, 멕시코, 브라질, 터키의 5개국은 진출 타당성이 높은 서비스가 있는 것으로 나타났으나, 우크라이나와 폴란드의 2개국은 진출 타당성이 높은 서비스가 없는 것으로 나타났다.

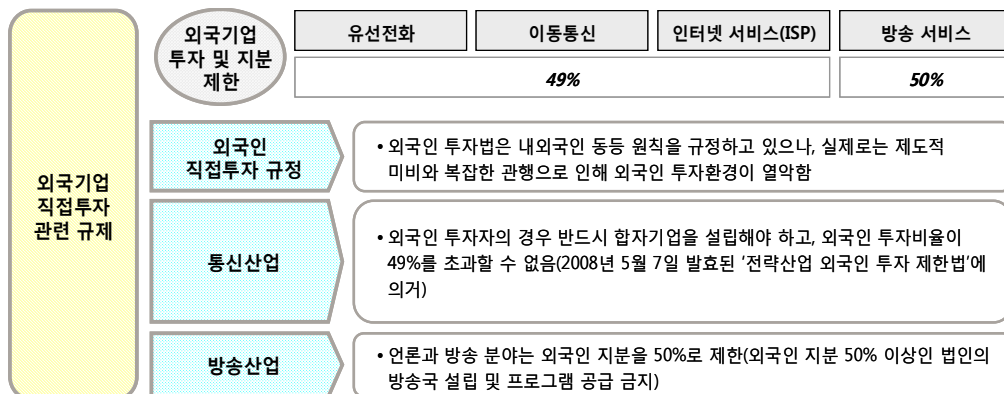
구분	국가	진출 타당성 높은 서비스	비고
진출 타당성 높은 국가	러시아	WiBro, 유선전화, 인터넷/브로드밴드, IPTV	사업자 진출 전략 및 정부 지원 방안 도출
	베네수엘라	WiBro	
	멕시코	WiBro	
	브라질	WiBro	
	터키	WiBro	
진출 타당성 낮은 국가	우크라이나	-	도출 안함
	폴란드	-	

가. 러시아

1) 외국기업의 방송통신 분야 투자규제 및 주요 ICT 지표

러시아는 외국인 투자법에서 내외국인 동등대우 원칙을 규정하고 있으나, 실제로는 복잡한 관행과 제도적 미비로 투자하기 쉽지 않은 환경이다. 또한 2008년 발효된 외국인 투자관련 법에 의해 외국인 투자비율이 제한되어 있다. 이동통신 보급률은 이미 포화상태를 넘어섰으며, 유선/인터넷/브로드밴드는 조사대상 국가들 중 중간 수준이다.

〈그림 5-27〉 러시아의 외국기업 방송통신 분야 투자관련 규제



자료원 : KOTRA, 2009; BuddeComm, 2009.11; BMI, 2009.10; 스트라베이스 재구성

〈그림 5-28〉 러시아의 주요 ICT 지표

(단위 : %)

* 가구당 PC 보급률은 2007년, 그 외 2008년 기준

자료원 : ITU, 2009.10 ; 스트라베이스 재구성

2) 서비스별 진출 타당성 검토 결과

서비스	진출 타당성 판단 근거(정량적/정성적 분석) (시장현황/사업자 현황/정책·규제/소득수준/국토면적/인구집중도 등)	타당성 검토 결과
유선전화	▷ 최근 수년간 유선전화 보급률이 증가세이며 영토가 광대해 전국이 아닌 일부 지역의 사업만으로도 충분히 사업성과 수익성이 보장됨 (KT의 연해주 NTC 성공 사례) ▶ 아직 VoIP의 유선전화 대체현상이 크지 않으며 유선전화 서비스 제공시 브로드밴드와의 연계도 가능하다는 점에서 러시아 유선전화 시장진출은 타당성이 높은 것으로 판단	타당성 높음
인터넷/ 브로드밴드	▷ 브로드밴드 보급률(6.6%)이 낮고 전국을 커버하는 독점사업자가 없으며 지방 도시 가입자가 증가하는 추세 ▶ 여기에 다수의 ISP들이 난립해 있어 향후 인수합병이 활발할 것으로 예상되므로 신규 ISP로서의 시장 진입 기회가 존재한다는 점에서 시장진출은 타당성이 높은 것으로 판단	타당성 높음
이동통신	▷ 이동통신 보급률(132.6%)이 포화상태이며 전국 커버리지의 3대 이동사와 20여 개 지역 사업자들이 있어 이동통신만 진출하기는 어려움. 단 특정 지역에서 유선-인터넷/브로드밴드-IPTV와 함께 QPS를 제공하기 위한 경우에는 종합 통신사업자의 사업영역 중 하나로 서비스 제공 가능 ▶ 따라서 국내 통신사업자의 러시아 이동통신 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단되나, 종합 통신사업자로서 QPS 제공하는 경우에는 타당성이 높은 것으로 판단	타당성 낮음
WiBro (WiMax)	▷ 낮은 브로드밴드 보급률, 넓은 국토에 비해 낙후된 통신 인프라, 무선 브로드밴드 수요 증가 등의 요인으로 WiMax가 향후 주력 브로드밴드 서비스 즉 WiMax의 유선 브로드밴드 <u>대체재</u>가 될 가능성이 높음 ▶ 30여 개 사업자가 WiMax 서비스를 제공 혹은 추진 중이며 최근 가입자가 급증하는 등 시장 성장 가능성이 높다는 점에서 러시아 WiMax 시장진출은 타당성이 높다고 판단	타당성 높음
IPTV	▷ 최대 유선사업자 Svyazinvest와 최대 브로드밴드 회사인 Comstar-UT가 IPTV 서비스중이나 유선 브로드밴드 보급률이 낮아 아직 가입자는 미미한 수준 ▶ 향후 성장 가능성이 높고 신규 ISP의 시장진입 기회도 존재하기 때문에 TPS를 겨냥한 IPTV를 제공할 수 있다는 점에서 러시아 IPTV 시장진출은 타당성이 높다고 판단	타당성 높음
DMB (모바일TV)	▶ 유일한 상용 서비스 Megafon의 서비스가 2007년 시작됐으나 아직 수요가 적은 상황(가입자 10만 명)으로 모바일 TV 표준으로 DVB-H 방식을 채택하고 있어 T-DMB 방식인 국내 DMB 사업자의 시장진출은 타당성이 낮음	타당성 낮음

3) 통신사업자의 시장진출 전략 및 정부지원 방안의 방향성

러시아는 진출대상 국가 평가 결과 Group D 국가군에 속하며, 인프라, 경제적 수요, 정부의지 모두 전체 평균과 비슷한 수준이다. WiBro, 유선전화, 인터넷/브로드밴드, IPTV 등의 4개 서비스가 진출 타당성이 높은 것으로 나타났다.

구분	내용	
국가	러시아	
국가군	Group D	
국가군 성격	인프라와 경제적 수요, 정부의지 모두 평균 수준인 국가	
진출 타당 서비스	WiBro, 유선전화, 인터넷/브로드밴드, IPTV	
진출 시 핵심 고려 요소	① 통신시장의 성장 잠재력 ② TPS 제공 ③ 한-러 BFTA 활용	

가) 국내 통신사업자 진출 전략의 방향성

국내 통신사업자가 러시아 시장으로 진출할 때, 가장 주목할 점은 러시아의 국토가 워낙 넓어서 전국적인 독점 사업자가 거의 없다는 사실이다. 실제 국내 KT의 경우, 러시아 연해주 지역에서 NTC 인수를 통해 유선전화와 인터넷은 물론이고 GSM 방식의 이동통신까지 종합 통신서비스를 성공적으로 제공하고 있다. 이는 국내 통신사업자의 해외 통신서비스 시장진출 사례 중 가장 성공적인 사례로 꼽히고 있다.

러시아 경제가 다시 회복되고 있고, 유선전화 보급률이 지속적으로 증가하고 있으며, 인터넷/브로드밴드 시장도 가파르게 성장하고 있어 유선전화와 인터넷/브로드밴드 서비스를 같이 제공하는 신규 ISP 사업자로의 시장진입 기회가 존재하고 있다. 또한 브로드밴드 확대에 힘입어 향후 IPTV까지 TPS로 제공할 수 있는 가능성까지 열려 있어, 국내 통신사업자 입장에서는 TPS를 염두에 둔 진출전략이 필요하다 하겠다.

러시아는 또한 넓은 영토에 비해 아직 유선 인프라가 부족하고, 무선 브로드밴드에 대한 수요도 지속적으로 증가하고 있어, 향후 주력 브로드밴드로 WiMax가 부

상할 가능성도 있다. 현재 30여 개 WiMax 사업자가 서비스를 제공하고 있고, 최근 가입자 수가 빠르게 증가하고 있어, 시장전망도 밝은 편이다. 따라서 국내 통신사업자 입장에서는 추후 지역별로 발급되는 라이선스 입찰에 참여하거나 기존 라이선스 획득 업체를 인수하는 방안을 고려할 수 있을 것이다. 다만, 2008년 개정된 '외국인 투자제한법'에 의거, 지분 참여율이 49%로 제한되어 있다는 점을 염두에 두어야 할 것이다. 이 경우, Vodafone이나 SingTel처럼 초기에는 소수지분 참여를 통해 시장에 진입한 후, 추후 규제나 제도가 변경되고 시장이 활성화되는 시점에 지분을 점진적으로 확대하는 방안도 고려해 볼 수 있을 것이다.

나) 정부지원 방안의 방향성

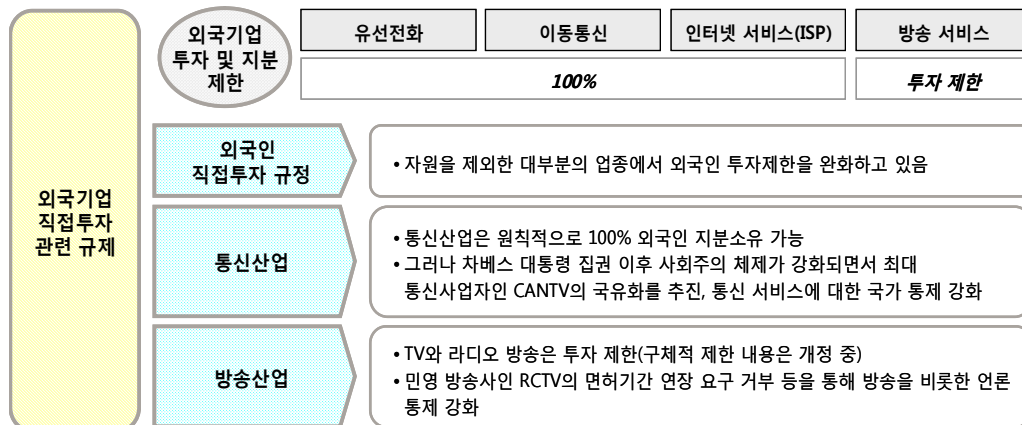
러시아는 ODA 수원국도 아니고, 자원을 대가로 통신 인프라를 유치할 정도로 경제적 수준도 낮지 않기 때문에 우리 정부차원에서 국내 통신사업자의 러시아 진출을 지원할 수 있는 방안이 그리 많지 않다. 다만, 러시아는 현재 FTA 협상을 준비하거나 공동연구 중인 국가로, 향후 러시아 통신시장에 진입하려는 국내 통신사업자들의 요구 조건을 FTA 협상 준비과정에 반영하는 정도가 지원방안이 될 수 있을 것으로 판단된다.

나. 베네수엘라

1) 외국기업의 방송통신 분야 투자규제 및 주요 ICT 지표

베네수엘라는 통신분야에 대한 외국인 규제가 없어, 100% 지분보유가 가능하다. 그러나 차베스 대통령 집권 이후, 최대 통신사업자인 CANTV의 국유화를 추진하는 등 통신시장에 정치적인 요소가 개입되고 있다. 유무선 인프라 수준이 다른 Group D 국가들에 비해 전반적으로 양호한 편이다.

〈그림 5-29〉 베네수엘라의 외국기업 방송통신 분야 투자관련 규제



자료원 : KOTRA, 2009; BuddeComm, 2009.11; BMI, 2009.10; 스트라베이스 재구성

〈그림 5-30〉 베네수엘라의 주요 ICT 지표

(단위 : %)

* 가구당 PC 보급률은 2007년, 그 외 2008년 기준

자료원 : ITU, 2009.10 ; 스트라베이스 재구성

2) 서비스별 진출 타당성 검토 결과

서비스	진출 타당성 판단 근거(정량적/정성적 분석) (시장현황/사업자 현황/정책·규제/소득수준/국토면적/인구집중도 등)	타당성 검토 결과
유선전화	▷ 유선전화 보급률이 지속적으로 증가하고는 있으나 사실상 성숙단계이며 이동통신 보급률이 100%에 육박하면서 이동통신의 유선전화 대체현상이 가속화 ▶ 국영 사업자인 CANTV가 네트워크를 독점하고 있다는 점을 감안하면 베네수엘라 유선전화 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단	타당성 낮음
인터넷/ 브로드밴드	▷ 브로드밴드 보급률이 4.7%로 낮아 아직 시장의 성장 가능성이 있으나 유선/인터넷/브로드밴드 시장의 사실상 독점 사업자인 CANTV가 네트워크를 장악한 상태 ▶ 진출시 네트워크 임대를 통한 ISP의 경우 수익성 확보가 어렵다는 점을 고려하면 베네수엘라 인터넷/브로드밴드 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단	타당성 낮음
이동통신	▷ 시장은 이미 포화상태로 국영 사업자 CANTV의 Movilnet, 스페인 다국적 이동통신사 Telefonica의 Movistar, 기타 Digitel 등 3社 구도가 공고해 해외 신규 사업자가 진입할 만한 여지가 없는 상황 ▶ 3社 모두 이미 3G로 네트워크를 업그레이드했기 때문에 3G를 겨냥한 시장진입도 성과를 내기 어렵다는 점에서 베네수엘라 이동통신 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단	타당성 낮음
WiBro (WiMax)	▷ 국토면적에 비해 브로드밴드 보급률이 낮은 반면 수요는 꾸준히 증가하고 있어 WiMax의 성장 가능성이 매우 높음 ▶ 통신산업에 대한 외국인 지분 소유가 원칙적으로 100%까지 가능해 규제상의 진입장벽은 없으며 상용 서비스도 미미한 수준이기 때문에 기존 WiMax 주파수 라이선스 획득 업체 인수를 통한 국내 통신사업자의 베네수엘라 WiMax 시장진출은 타당성이 높다고 판단	타당성 높음
IPTV	▷ 국영 통신사업자 CANTV가 유선/인터넷/브로드밴드 네트워크를 사실상 독점하고 있어 CANTV의 네트워크를 임대해 IPTV 서비스를 제공하는 것은 수익성 확보 측면에서 부담 ▶ Minor 사업자인 Inter와 NetUno를 인수해서 서비스를 제공해도 전국 네트워크와 가입자를 독점한 CANTV가 이미 IPTV 서비스 준비를 마쳤다는 점에서 베네수엘라 IPTV 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단	타당성 낮음
DMB (모바일TV)	▶ 정부가 모바일 TV 표준으로 일본 ISDB-T 방식을 채택함에 따라 T-DMB 방식인 국내 DMB 사업자의 시장진출은 타당성이 낮다고 판단	타당성 낮음

3) 통신사업자의 시장진출 전략 및 정부지원 방안의 방향성

베네수엘라는 진출대상 국가 평가 결과 Group D 국가군에 속하며, 인프라, 경제적 수요, 정부의지 모두 전체 평균과 비슷한 수준이다. WiBro 1개 서비스만 진출 타당성이 높은 것으로 나타났다.

구분	내용	
국가	베네수엘라	
국가군	Group D	
국가군 성격	인프라와 경제적 수요, 정부의지 모두 평균 수준인 국가	
진출 타당 서비스	WiBro	
진출 시 핵심 고려 요소	① 사회주의 체제 강화로 정치적 리스크 커짐	

가) 국내 통신사업자 진출 전략의 방향성

베네수엘라는 국토면적에 비해 브로드밴드 보급률이 낮은 반면, 수요는 꾸준히 증가하고 있기 때문에 WiMax의 성장 가능성이 높은 국가로 분류된다. 또한 원칙적으로 외국인 지분 소유가 100% 가능하기 때문에 규제상의 진입장벽은 없다. 또한 상용 서비스도 아직 미미한 수준이기 때문에 국내 통신사업자가 베네수엘라 WiMax 시장에 진출하려면 현지 라이선스 획득 업체 인수를 통해 조기에 진출하는 것이 바람직할 것으로 전망된다. 다만, 차베스 대통령 집권 이후, 사회주의 체제가 강화되고 있다는 점은 정치적 리스크로 작용하고 있다.

나) 정부지원 방안의 방향성

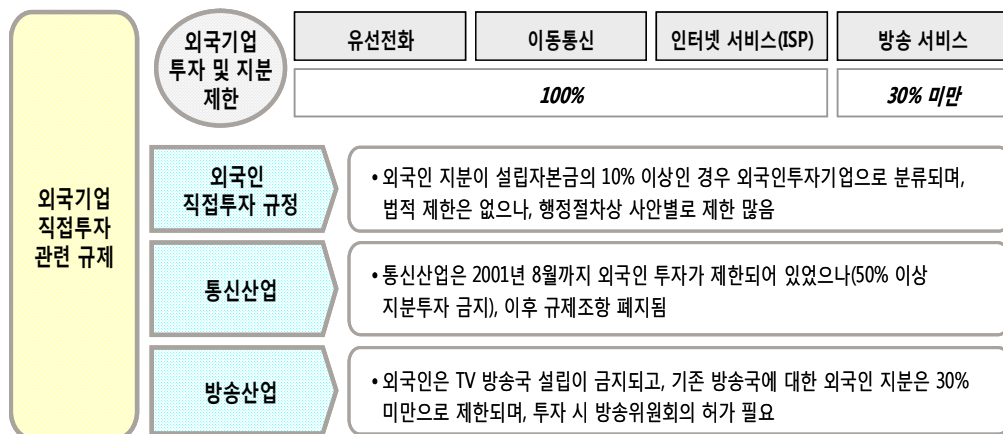
베네수엘라의 경우, 러시아와 마찬가지로 ODA 수원국이 아닌데다, 전략적 자원 외교 국가도 아니며, FTA와 같은 통상협상도 진행되지 않고 있어, 정부 차원의 지원방안은 필요하지 않을 것으로 판단된다. 또한 사회주의 체제가 강화되고 있어 외교적인 지원도 쉽지 않을 것으로 예상된다.

다. 우크라이나

1) 외국기업의 방송통신 분야 투자규제 및 주요 ICT 지표

우크라이나는 외국기업 투자에 대한 법적 제한은 없으나 행정절차상 사안별로 제한이 많다. 통신산업은 외국인 투자제한이 없으며, 방송산업은 30% 미만으로 제한되어 있다. 이동통신 보급률이 121.1로 포화상태이며, 그 외 다른 유선 인프라는 평균 수준이다. 조사결과, 진출 타당한 서비스가 없는 것으로 나타났다.

〈그림 5-31〉 우크라이나의 외국기업 방송통신 분야 투자관련 규제



자료원 : KOTRA, 2009; BuddeComm, 2009.11; BMI, 2009.10; 스트라베이스 재구성

〈그림 5-32〉 우크라이나의 주요 ICT 지표

(단위 : %)

* 가구당 PC 보급률은 2007년, 그 외 2008년 기준

자료원 : ITU, 2009.10 ; 스트라베이스 재구성

2) 서비스별 진출 타당성 검토 결과

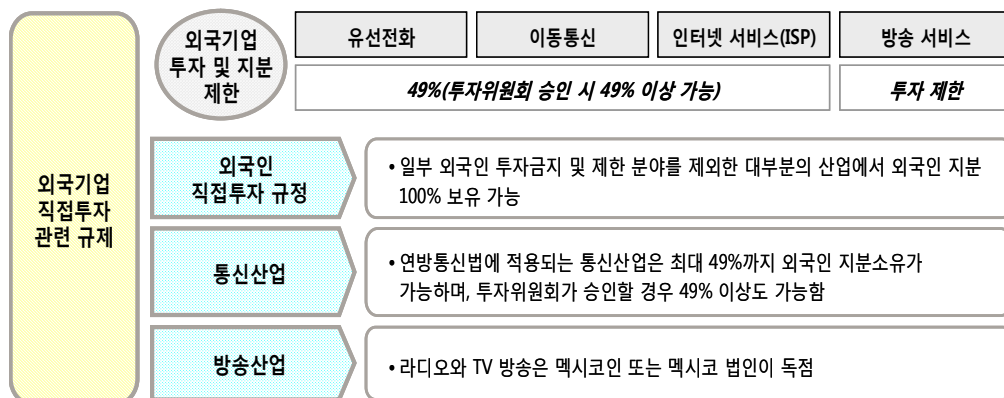
서비스	진출 타당성 판단 근거(정량적/정성적 분석) (시장현황/사업자 현황/정책·규제/소득수준/국토면적/인구집중도 등)	타당성 검토 결과
유선전화	▷ 유선전화 보급률이 매년 증가하고 있으나 이동통신의 유선전화 대체현상이 심화되고 있어 사업성이 낮음 ▶ 유선전화 시장의 80%를 국영 통신사업자 Ukrtelecom이 장악해 진출시 경쟁 및 네트워크 임대료 따른 수익성 확보가 힘들다는 점에서 시장진출은 타당성이 낮다고 판단	타당성 낮음
인터넷/ 브로드밴드	▷ 브로드밴드 보급률(3.5%)이 낮지만 지배적 유선전화 사업자 Ukrtelecom의 브로드밴드 시장점유율이 28%에 불과할 정도로 ISP들간 경쟁이 치열 ▶ 주요 ISP들이 자금이나 네트워크 커버리지 측면에서 경쟁력을 갖춰 신규 진입해도 수익성 확보가 어렵다는 점에서 인터넷/브로드밴드 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단	타당성 낮음
이동통신	▷ 이동통신 보급률(121%)이 포화상태여서 시장성이 낮고 규모와 자금력을 갖춘 러시아와 노르웨이 이동사가 1, 2위 사업자에 대한 지분투자 형식으로 이미 시장에 진입 ▶ 주요 이동사들은 모두 3G 서비스가 가능하나 군사적 문제로 인한 라이선스 발급 지연으로 3G를 고려한 시장진입도 어려워 우크라이나 이동통신 시장진출은 타당성이 낮음	타당성 낮음
WiBro (WiMax)	▷ 국토 면적은 넓고 브로드밴드 보급률(3.5%)이 낮으며 최근 수요도 상승하는 추세지만 도시인구 비율이 약 70%에 달해 도시로의 인구 집중도가 높다는 점이 문제 ▶ WiMax 확산의 최대 걸림돌인 유선 브로드밴드가 도시를 중심으로 확산되면 WiMax가 유선 브로드밴드의 음영지역을 커버하는 <u>보완재</u>가 될 가능성이 높다는 점에서 우크라이나 WiMax 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단	타당성 낮음
IPTV	▷ 주요 ISP들이 자금이나 커버리지 측면에서 이미 경쟁력을 확보했고 Ukrtelecom과 Comstar가 상용 서비스를 제공 ▶ 신규 ISP로 진입해도 네트워크나 비용 경쟁력이 낮고 수익성 확보가 어려워 IPTV 시장진출은 타당성이 낮음	타당성 낮음
DMB (모바일 TV)	▷ 현재 모바일 방송은 방송사인 Ukrainian Digital TV Network가 DVB-H 기반의 시범 서비스만 실시 ▶ 아직 3G 서비스가 제공되지 않고 있어 모바일 TV에 대한 이동통신사의 관심이 낮고 정부의 표준 결정 계획이 전혀 없어 우크라이나 DMB 시장 진출은 아직 시기상조임	타당성 낮음
⇒ 6개 분야 모두 진출 타당성이 낮으므로, 국내 통신사업자의 우크라이나 방송통신서비스 시장 진출 및 정부지원 방안은 도출하지 않음		

라. 멕시코

1) 외국기업의 방송통신 분야 투자규제 및 주요 ICT 지표

멕시코는 통신산업에 대해 외국인 투자지분을 49%로 제한하고 있으나, 투자위원회의 승인이 있을 경우 49% 이상도 가능하다. TV와 라디오 방송은 외국인 투자가 제한되어 있다. 다른 Group D 국가들에 비해 유선 인프라가 발달해 있는 대신, 이동통신 보급률이 상대적으로 많이 낮다는 점이 특징이다.

〈그림 5-33〉 멕시코의 외국기업 방송통신 분야 투자관련 규제



자료원 : KOTRA, 2009; BuddeComm, 2009.11; BMI, 2009.10; 스트라베이스 재구성

〈그림 5-34〉 멕시코의 주요 ICT 지표

(단위 : %)

* 가구당 PC 보급률은 2007년, 그 외 2008년 기준

자료원 : ITU, 2009.10 ; 스트라베이스 재구성

2) 서비스별 진출 타당성 검토 결과

서비스	진출 타당성 판단 근거(정량적/정성적 분석) (시장현황/사업자 현황/정책·규제/소득수준/국토면적/인구집중도 등)	타당성 검토 결과
유선전화	▷ 유선전화 보급률이 지난 수년간 정체상태인 반면 이동통신 보급률(70%)이 지난 5년간 큰 폭으로 성장해 이동통신의 유선전화 대체현상이 가속화 ▶ 유선전화 시장의 84%를 점유한 Telmex의 네트워크 독점을 감안하면 멕시코 유선전화 시장진출은 타당성이 낮음	타당성 낮음
인터넷/ 브로드밴드	▷ 브로드밴드 보급률이 7%에 불과해 향후 시장의 성장 가능성은 있으나 유선/인터넷/브로드밴드 시장의 지배적 사업자 Telmex가 네트워크를 장악하고 있는 실정 ▶ 네트워크 임대를 통한 ISP의 경우 수익성 확보가 우려된다는 점에서 멕시코 인터넷/브로드밴드 시장진출은 타당성이 낮다고 판단	타당성 낮음
이동통신	▷ 시장이 아직 성장 여지가 있고, 3G 서비스도 초기 단계이며 2010년 신규 3G 라이선스가 추가 발급되기 때문에 신규 사업자의 시장진입 여지가 있음 ▶ 단 남미 최대 이동통신사 America Movil의 자회사 Telcel이 시장을 장악(72.3%)해 Minor 신규 사업자로 진입해도 점유율 확대가 힘든 상황. 주요 사업자 모두 이미 3G 서비스를 출시해 3G를 겨냥한 시장진입도 성과를 기대하기 힘들다는 점에서 멕시코 이동통신 시장진출은 타당성이 낮다고 판단	타당성 낮음
WiBro (WiMax)	▷ 브로드밴드 보급률이 낮은 편이나 최근 5년간 브로드밴드 가입자 CAGR이 77.8%에 달하고 있어 브로드밴드에 대한 수요가 매우 높음 ▶ WiMax 서비스는 초기단계이므로 시장진입 여지가 충분하며 2010년 주파수 경매도 예정돼 있다는 점에서 멕시코 WiMax 시장진출은 타당성이 높은 것으로 판단. (단 통신산업의 외국인 지분소유 한도가 49%이나 투자위원회 승인시 그 이상도 가능하다는 점을 숙지할 것)	타당성 높음
IPTV	▷ Telmex가 유선/인터넷/브로드밴드 네트워크를 사실상 독점하고 있어 네트워크를 임대해서 IPTV 서비스를 제공하는 것은 수익성 문제가 발생 ▶ Telmex를 견제할 규제당국의 ISP 활성화 정책이 아직 없어 앞으로도 Telmex가 독점 지위를 유지할 가능성이 높다는 점에서 멕시코 IPTV 시장진출은 타당성이 낮다고 판단	타당성 낮음
DMB (모바일TV)	▶ 모바일 TV 표준 미확정이나, 방송산업에 대한 외국인 규제를 감안하면 멕시코 DMB 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단	타당성 낮음

3) 통신사업자의 시장진출 전략 및 정부지원 방안의 방향성

멕시코는 진출대상 국가 평가 결과 Group D 국가군에 속하며, 인프라, 경제적 수요, 정부의지 모두 전체 평균과 비슷한 수준이다. WiBro 서비스가 진출 타당성이 높은 것으로 나타났다.

구분	내용	
국가	멕시코	
국가군	Group D	
국가군 성격	인프라와 경제적 수요, 정부의지 모두 평균 수준인 국가	
진출 타당 서비스	WiBro	
진출 시 핵심 고려 요소	① WiMax 사업자 인수 통한 시장 조기 진입 ② 한-멕시코 FTA 활용	

가) 국내 통신사업자 진출 전략의 방향성

멕시코는 브로드밴드 보급률이 낮는데 비해, 수요가 매우 높은 편이다. 현재 2개 사업자만 WiMax 서비스를 제공하고 있고, 연방통신법에 적용되는 통신분야는 외국인 지분이 49%로 제한되나, 투자위원회 승인 시 49% 이상이 가능하고, 또한 국토가 광범위하기 때문에 지역 WiMax 사업자로의 진출 가능성도 있다. 따라서 국내 통신사업자 입장에서는 초기단계인 시장에 조기에 진입하는 것이 유리할 것으로 판단된다. DMB의 경우, 멕시코 정부가 아직 모바일 방송의 표준을 정하지 않은 상태이고, 상용 서비스가 제공되지 않고 있어 시장진입의 여지가 있으나, 방송에 대한 규제가 있기 때문에 진입이 어려울 것으로 판단된다.

나) 정부지원 방안의 방향성

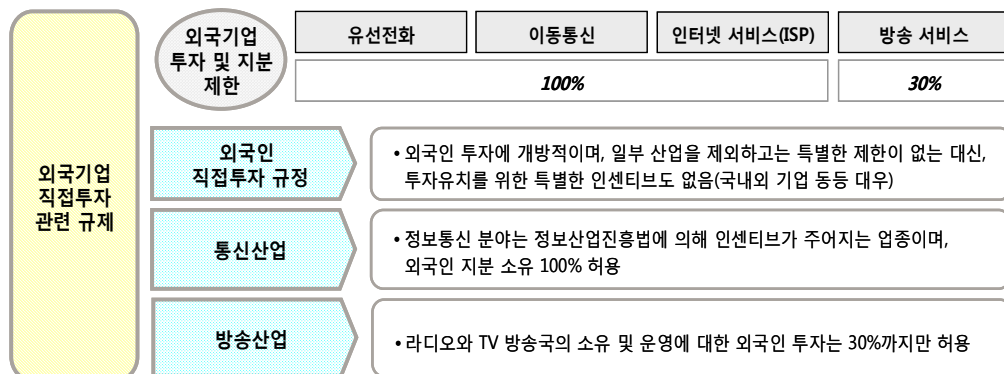
멕시코도 다른 Group D 국가군 소속 국가들처럼 ODA 수원국도 아니고, 자원의 교와 연계하기도 어렵기 때문에 정부차원에서 국내 통신사업자의 멕시코 진출을 지원할 수 있는 방안이 그리 많지 않다. 다만, 현재 한-멕시코 FTA 협상을 진행 중이기 때문에 이를 활용하는 방안은 모색할 수 있을 것으로 판단된다.

마. 브라질

1) 외국기업의 방송통신 분야 투자규제 및 주요 ICT 지표

브라질은 정보통신 분야에 인센티브를 줄 정도로 통신산업 유치에 적극적이며, 외국인은 100% 지분 보유가 가능하다. TV와 라디오 방송국의 소유와 운영에 대해서는 외국인 투자를 30%로 제한하고 있다. 유무선 인프라 보급률이 전체적으로 평균 수준을 보이고 있다.

〈그림 5-35〉 브라질의 외국기업 방송통신 분야 투자관련 규제



자료원 : KOTRA, 2009; BuddeComm, 2009.11; BMI, 2009.10; 스트라베이스 재구성

〈그림 5-36〉 브라질의 주요 ICT 지표

(단위 : %)

* 가구당 PC 보급률은 2007년, 그 외 2008년 기준

자료원 : ITU, 2009.10 ; 스트라베이스 재구성

2) 서비스별 진출 타당성 검토 결과

서비스	진출 타당성 판단 근거(정량적/정성적 분석) (시장현황/사업자 현황/정책·규제/소득수준/국토면적/인구집중도 등)	타당성 검토 결과
유선전화	▷ 유선전화 보급률이 6년간 정체 상태이며 이동통신 보급률이 80%에 육박, 이동통신의 유선전화 대체현상도 가속화 ▶ Telemar, Telesp, Embratel의 3자 구도가 공고하다는 점을 감안하면 브라질 유선전화 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단	타당성 낮음
인터넷/ 브로드밴드	▷ 브로드밴드 보급률이 5.3%에 불과해 향후 남미 최대 시장으로 성장할 가능성이 높지만 네트워크를 장악한 유선전화 2대 사업자 Telemar와 Telesp가 브로드밴드 시장도 선점 ▶ 향후 양사 위주로 서비스가 전개될 가능성이 높다는 점에서 브라질 인터넷/브로드밴드 시장진출은 타당성이 낮음	타당성 낮음
이동통신	▷ Vivo, Claro, TIM 등 1~3위 사업자 모두 외국기업인 점을 감안하면 사실상 외국 기업의 시장진입 장벽은 없음 ▶ 그러나 이미 시장은 포화상태고 4개 이동사가 비교적 높은 시장점유율을 유지하며 4강 구도를 형성하고 있어 신규 사업자가 진입할 만한 여지가 없다는 점에서 브라질 이동통신 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단	타당성 낮음
WiBro (WiMax)	▷ 넓은 국토와 낮은 브로드밴드 보급률(5.3%)을 감안하면 향후 브라질에서 WiMax가 유선 브로드밴드와 3G 서비스의 <u>대체제</u>로 주력 브로드밴드 서비스가 될 가능성이 높음 ▶ 외국 기업의 시장진입 장벽이 없고 Telefonica가 WiMax 주파수 라이선스를 획득한 케이블 사업자 TVA를 인수한 사례처럼 주파수 라이선스 획득 업체 인수로 시장 진출도 가능하다는 점에서 브라질 WiMax 시장진출은 타당성이 높은 것으로 판단	타당성 높음
IPTV	▷ Telemar, Telesp 등 상위 3사가 이미 브로드밴드 네트워크의 90% 이상을 장악해 이들의 네트워크를 임대, IPTV 서비스를 제공하는 것은 수익성 문제를 고려해야 함 ▶ 브라질 정부가 브로드밴드 확산을 위해 중소규모 ISP 육성 정책을 추진하고 있고 IPTV에 대한 규제도 없으나, 3대 전국 브로드밴드 사업자가 IPTV서비스를 개시하면 중소 ISP는 수익성을 확보하기는 어렵다는 점에서 브라질 IPTV 시장진출은 타당성이 낮다고 판단	타당성 낮음
DMB (모바일TV)	▶ 브라질이 모바일 TV 표준으로 일본 ISDB-T 방식을 채택함에 따라 T-DMB 방식인 국내 DMB 사업자의 브라질 DMB 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단	타당성 낮음

3) 통신사업자의 시장진출 전략 및 정부지원 방안의 방향성

브라질은 진출대상 국가 평가 결과 Group D 국가군에 속하며, 인프라, 경제적 수요, 정부의지 모두 전체 평균과 비슷한 수준이다. WiBro 서비스의 진출 타당성이 높은 것으로 나타났다.

구분	내용	
국가	브라질	
국가군	Group D	
국가군 성격	인프라와 경제적 수요, 정부의지 모두 평균 수준인 국가	
진출 타당 서비스	WiBro	
진출 시 핵심 고려 요소	① WiMax 사업자 인수 통한 시장 조기 진입 ② 한-MERCOSUR TA 협상 활용	

가) 국내 통신사업자 진출 전략의 방향성

브라질은 넓은 국토에 비해 유선 브로드밴드 보급률이 5.3%에 불과하고 일정 정도의 소득수준을 갖추고 있기 때문에 향후 남미지역에서 가장 큰 규모의 WiMax 시장을 형성하면서 유선 브로드밴드나 3G 서비스를 대체할 가능성도 제기되고 있다. 또한 외국기업의 진입에 따른 규제가 없고, 기존 WiMax 주파수 라이선스 획득 업체의 인수도 가능하기 때문에 국내 통신사업자들은 WiMax 보유 업체 인수를 통해 조기에 시장에 진입하는 것이 유리할 것으로 판단된다.

나) 정부지원 방안의 방향성

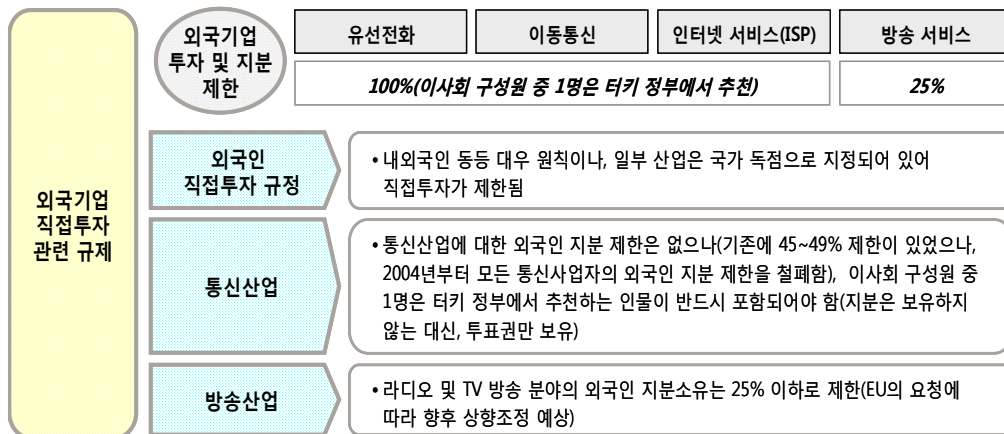
브라질도 다른 Group D 국가군 소속 국가들처럼 ODA 수원국도 아니고, 자원의 교와 연계할 정도로 소득수준이 낮지도 않기 때문에 정부차원에서 국내 통신사업자의 브라질 진출을 지원할 수 있는 방안이 그리 많지 않다. 다만, 브라질은 협상 준비 중인 한-MERCOSUR TA의 회원국이기 때문에 이를 활용하는 방안은 모색할 수 있을 것으로 판단된다.

바. 터키

1) 외국기업의 방송통신 분야 투자규제 및 주요 ICT 지표

터키는 통신산업에 대해서는 외국인 보유지분을 100% 허용하나 이사회 구성원 중 1명은 터키 정부에서 추천하는 사람이 포함되어야 한다. TV와 라디오는 외국인 지분소유가 25%로 제한되어 있다. Group D 국가군 중에서는 유일하게 우리나라의 ODA 지원 대상국이다.

〈그림 5-37〉 터키의 외국기업 방송통신 분야 투자관련 규제



자료원 : KOTRA, 2009; BuddeComm, 2009.11; BMI, 2009.10; 스트라베이스 재구성

〈그림 5-38〉 터키의 주요 ICT 지표

(단위 : %)

* 가구당 PC 보급률은 2007년, 그 외 2008년 기준

자료원 : ITU, 2009.10 ; 스트라베이스 재구성

2) 서비스별 진출 타당성 검토 결과

서비스	진출 타당성 판단 근거(정량적/정성적 분석) (시장현황/사업자 현황/정책·규제/소득수준/국토면적/인구집중도 등)	타당성 검토 결과
유선전화	▷ 최근 수년간 유선전화 보급률이 감소하고 있어 사업성이 낮음. 시내 유선전화 시장 자유화로 Turk Telecom은 독점 사업자 지위를 상실했지만 여전히 시장을 지배 ▶ 낮은 사업성과 경쟁 및 네트워크 임대료에 따른 수익성을 감안하면 터키 유선전화 시장진출은 타당성이 낮다고 판단	타당성 낮음
인터넷/ 브로드밴드	▷ 브로드밴드 시장은 성장하고 있으나 Turk Telecom이 소매 시장(95%)과 도매시장을 모두 독점, 사실상 경쟁이 불가능 ▶ Minor ISP로 시장에 진입할 경우라도 네트워크 임대료에 따른 수익성 확보가 우려된다는 점에서 터키 인터넷/브로드밴드 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단	타당성 낮음
이동통신	▷ 이동통신 보급률이 90%에 달하면서 시장은 포화상태 진입 ▶ 1위 사업자 Turkcell의 높은 점유율(50% 이상)에 글로벌 사업자 Vodafone도 25% 이상의 시장을 확보해 Minor 사업자로 진출시 경쟁력을 확보하기 어렵다는 점에서 터키 이동통신 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단	타당성 낮음
WiBro (WiMax)	▷ 터키는 인구가 많고 국토가 넓으며 브로드밴드 보급률(7.8%)이 상대적으로 낮아, WiMax 보급에 유리한 환경 ▷ 단 주요 통신사업자들이 ADSL과 FTTH 등 유선 브로드밴드 인프라에 적극 투자할 계획이란 점이 WiMax 확대의 가장 큰 걸림돌이 될 가능성 높음 ▶ WiMax 서비스가 아직 제대로 제공되지 않는 초기단계임을 감안하면 터키 WiMax 시장진출은 타당성이 높다고 판단. (단 사업 전개시 유선 브로드밴드의 <u>대체재인지 보완재인지</u> 명확한 positioning하에 수익전망을 수립해야 함)	타당성 높음
IPTV	▷ 유선 브로드밴드 보급률이 낮아 IPTV 서비스를 위한 인프라 구축이 미흡하나 2008년부터 본격화된 FTTH 투자로 향후 IPTV 인프라는 더욱 확대될 전망 ▶ IPTV를 위해 FTTH를 구축하기에는 막대한 비용이 들고, 기존의 브로드밴드 네트워크를 임대하는 ISP는 ADSL 시장의 95%를 장악한 Turk Telecom과의 경쟁으로 인해 수익성 확보가 어려워 터키 IPTV 시장진출은 타당성이 낮음	타당성 낮음
DMB (모바일TV)	▷ 통신 네트워크 기반의 동영상 스트리밍 서비스만 존재하며 모바일 TV 서비스는 제공되지 않고 있음 ▶ 모바일 TV에 대해 방송사나 이동통신사의 관심이 낮고 기술표준 작업도 없어 터키 DMB 시장진출은 타당성이 낮음	타당성 낮음

3) 통신사업자의 시장진출 전략 및 정부지원 방안의 방향성

터키는 진출대상 국가 평가 결과 Group D 국가군에 속하며, 인프라, 경제적 수요, 정부의지 모두 전체 평균과 비슷한 수준이다. WiBro 서비스의 진출 타당성이 높은 것으로 나타났다.

구분	내용	
국가	터키	
국가군	Group D	
국가군 성격	인프라와 경제적 수요, 정부의지 모두 평균 수준인 국가	
진출 타당 서비스	WiBro	
진출 시 핵심 고려 요소	① WiMax의 유선 브로드밴드 보완재 or 대체재 여부에 대한 면밀한 검토 필요	

가) 국내 통신사업자 진출 전략의 방향성

터키는 넓은 국토에 7,600만 명에 달하는 인구, 상대적으로 낮은 브로드밴드 보급률로 인해 WiMax 보급에 유리한 환경을 갖추고 있고, 정부의 규제도 없어 국내 통신사업자가 진출할 여지가 많다. 다만, 터키 주요 통신사업자들이 ADSL과 FTTH에 적극 투자할 계획이어서, 이 경우 WiMax가 유선 브로드밴드로 자리잡기 어려울 것으로 판단되기 때문에 국내 통신사업자는 유선 브로드밴드의 음영지역을 커버하는 보완재로 진출할 것인지, 치열한 경쟁이 불가피한 대체재로 진출할 것인지 여부에 대한 검토가 필요하다.

나) 정부지원 방안의 방향성

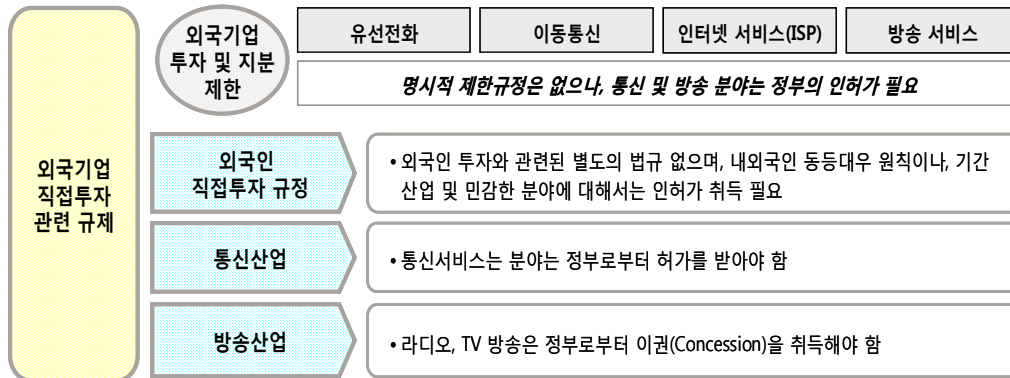
터키는 Group D 국가군 중 유일하게 우리나라의 ODA 자금을 지원받고 있다. ODA 자금이 통신분야에는 전혀 사용되지 않고 있기 때문에 이를 통신분야로 확대하면서 국내 통신사업자의 WiMax 시장진출과 연계하는 것이 효율적인 지원방안이 될 것으로 판단된다. 또한 현재 준비 또는 공동연구 중인 한-터키 FTA를 활용하는 방안도 고려해 볼 수 있을 것이다.

사. 폴란드

1) 외국기업의 방송통신 분야 투자규제 및 주요 ICT 지표

폴란드는 통신 및 방송 분야에 대한 외국기업 투자에 대해 정부의 인허가를 요구하고 있다. 이동통신 보급률을 포함, 유무선 인프라 구축 수준이 Group D 국가들 중에서 높은 편에 속한다. 조사결과, 진출 타당한 서비스가 없는 것으로 나타났다.

〈그림 5-39〉 폴란드의 외국기업 방송통신 분야 투자관련 규제



자료원 : KOTRA, 2009; BuddeComm, 2009.11; BMI, 2009.10; 스트라베이스 재구성

〈그림 5-40〉 폴란드의 주요 ICT 지표

(단위 : %)

* 가구당 PC 보급률은 2007년, 그 외 2008년 기준

자료원 : ITU, 2009.10 ; 스트라베이스 재구성

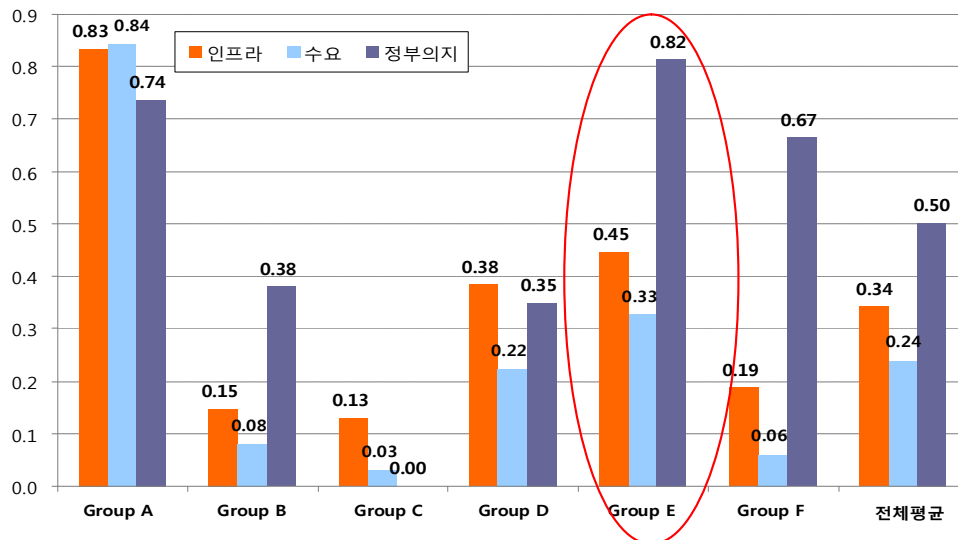
2) 서비스별 진출 타당성 검토 결과

서비스	진출 타당성 판단 근거(정량적/정성적 분석) (시장현황/사업자 현황/정책/규제/소득수준/국토면적/인구집중도 등)	타당성 검토 결과
유선전화	▷ 최근 수년간 유선전화 보급률이 지속적으로 감소하고 있고, TPSA가 유선전화 네트워크를 사실상 독점 ▶ 케이블 사업자나 WiMax 사업자들이 VoIP 서비스를 제공하면서 유선전화 보급률 감소추세가 심화될 것이란 점에서 폴란드 유선전화 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단	타당성 낮음
인터넷/ 브로드밴드	▷ 브로드밴드 보급률(12.6%)이 꾸준히 상승하고 있으나 케이블 방식이 약 30%에 이를 정도로 케이블 비중이 큰 편임 ▶ 유선/인터넷/브로드밴드 시장의 지배적 사업자 TPSA가 네트워크를 장악하고 있어, 네트워크 임대를 통한 ISP로 나설 경우 수익성 확보가 우려된다는 점에서 폴란드 인터넷/브로드밴드 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단	타당성 낮음
이동통신	▷ 폴란드 이동통신 시장은 포화상태이며 3G 서비스가 제공되고 있고 이미 HSPA 네트워크 업그레이드도 끝난 상태여서 신규 사업자의 시장진입 여지가 없음 ▶ 폴란드는 유럽 거대 글로벌 통신사업자들의 각축장이기 때문에 Minor 사업자로 진출해도 경쟁력을 확보하기 어렵다는 점에서 폴란드 이동통신 시장진출은 타당성이 낮음	타당성 낮음
WiBro (WiMax)	▷ 브로드밴드 수요가 지속적으로 증가하고 있어 WiMax를 통한 무선 브로드밴드 시장의 성장 가능성은 높지만 이미 WiMax 라이선스가 발급됐고 10개 사업자가 서비스를 제공중이어서 초기 경쟁이 치열 ▶ 시장이 초기단계이며 성장 가능성도 높고 사실상 규제도 없으나 이미 시장은 형성된 상황. 현지 사업자 인수방식으로 시장에 진출해도 치열한 경쟁으로 수익성 확보가 어렵다는 측면에서 폴란드 WiMax 시장진출은 타당성이 낮음	타당성 낮음
IPTV	▷ 유선 브로드밴드 가입자의 60%가 전송속도가 빠른 DSL 방식으로 IPTV 지원에 문제가 없고 소비자의 관심 역시 높음 ▶ 단 유선 브로드밴드의 30%가 케이블 방식이어서 향후 DSL을 통한 IPTV의 경쟁 매체가 될 가능성이 높고, 유선/브로드밴드 네트워크 1, 2위 사업자가 IPTV 서비스를 제공하고 있다는 점에서 폴란드 IPTV 시장진출은 타당성이 낮음	타당성 낮음
DMB (모바일 TV)	▶ 폴란드 4대 통신사업자들의 컨소시엄이 모바일 TV 표준으로 DVB-H 방식을 채택함에 따라 국내 DMB 사업자의 폴란드 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단	타당성 낮음
⇒ 6개 분야 모두 진출 타당성이 낮으므로, 국내 통신사업자의 폴란드 방송통신서비스 시장 진출 및 정부지원 방안은 도출하지 않음		

5. Group E 국가군

Group E 국가군은 조사대상 27개국 중 인프라와 경제적 수요, 정부 의지 모두 전체 평균보다 높은 국가들로, 말레이시아와 사우디아라비아가 이 국가군에 속한다. 유무선을 포함한 전체적인 인프라 수준이 Group A 국가군보다는 낮지만, 다른 Group 국가군에 비해서는 높다. 그리고 한가지 주목할 것은 정부 의지 평가 지수가 Group A 국가군보다도 높아, 전체 Group 중에서 가장 정부 의지가 강한 것으로 나타났다.

〈그림 5-41〉 Group E와 타 Group간 평가 지수 평균 비교



이들 2개 국가들의 6개 방송통신 서비스를 정량적/정성적으로 조사한 결과, 말레이시아는 WiBro와 DMB 서비스의 진출 타당성이 높은 것으로 나타났으나, 사우디아라비아는 진출 타당성이 높은 서비스가 없는 것으로 나타났다.

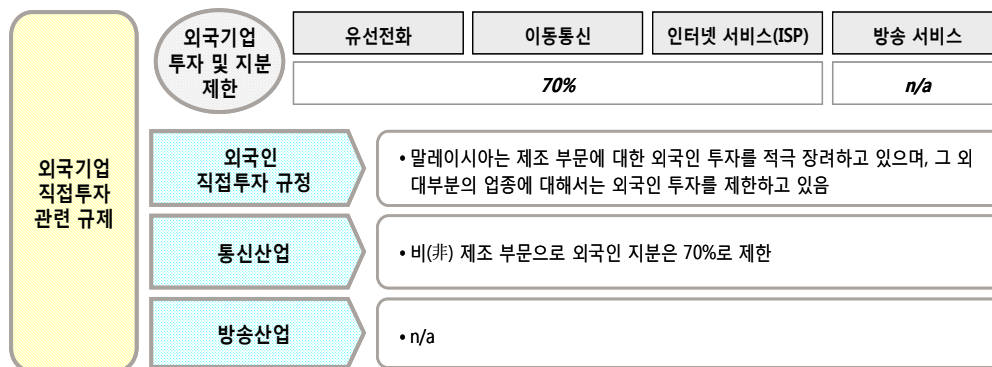
구분	국가	진출 타당성 높은 서비스	비고
진출 타당성 높은 국가	말레이시아	WiBro, DMB	사업자 진출전략 및 정부 지원방안 도출
진출 타당성 낮은 국가	사우디아라비아	-	사업자 진출전략 및 정부 지원방안 도출 안함

가. 말레이시아

1) 외국기업의 방송통신 분야 투자규제 및 주요 ICT 지표

말레이시아는 통신산업에 대해 외국인 투자를 70%로 제한하고 있다. 이동통신 보급률은 100%를 넘어 포화상태에 달하고 있으며, 인터넷 이용률도 62.6%에 달해 유무선 인프라 구축 및 이용이 활발한 편이다. 다만, 브로드밴드 보급률은 4.8%에 불과, 향후 성장의 여지가 많을 것으로 예상된다.

〈그림 5-42〉 말레이시아의 외국기업 방송통신 분야 투자관련 규제



자료원 : KOTRA, 2009; BuddeComm, 2009.11; BMI, 2009.10; 스트라베이스 재구성

〈그림 5-43〉 말레이시아의 주요 ICT 지표

(단위 : %)

* 가구당 PC 보급률은 2007년, 그 외 2008년 기준

자료원 : ITU, 2009.10 ; 스트라베이스 재구성

2) 서비스별 진출 타당성 검토 결과

서비스	진출 타당성 판단 근거(정량적/정성적 분석) (시장현황/사업자 현황/정책·규제/소득수준/국토면적/인구집중도 등)	타당성 검토 결과
유선전화	▷ 유선전화 보급률이 계속 감소하고 있고 이동통신 보급률이 100%를 넘어 이동통신의 유선전화 대체현상 심화됨 ▶ 정부가 대주주로 있는 Telekom Malaysia가 기간망을 독점하고 있는 점을 감안하면 말레이시아 유선전화 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단	타당성 낮음
인터넷/ 브로드밴드	▶ 브로드밴드 시장은 사업성 측면에서는 진출 여지가 있으나 유선/인터넷/브로드밴드 시장을 사실상 독점한 Telekom Malaysia가 정부와 함께 전국 브로드밴드 네트워크 구축을 주도하고 있어 말레이시아 인터넷/브로드밴드 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단	타당성 낮음
이동통신	▷ 시장이 이미 포화상태인 상황에서 상위 3社 체제가 이미 확고해 외국 기업이 Minor 사업자 지분투자나 인수를 통해 시장에 진입하는 것은 실패 가능성이 높음(KTF의 사례) ▶ 상위 3社 모두 이미 3G 서비스를 제공하고 있어 3G를 겨냥한 시장진입도 성과를 내기 어렵다는 점에서 말레이시아 이동통신 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단	타당성 낮음
WiBro (WiMax)	▷ 유선 브로드밴드 보급률이 낮아 WiMax의 성장 잠재력이 크고 정부가 Telekom Malaysia의 브로드밴드 시장 독점완화에 나섰다는 점은 WiMax 시장 성장에 긍정적 요소 ▷ Major 통신사업자가 아니라도 WiMax 라이선스를 발급받고 있으며 KTF의 U Mobile 지분투자 사례에서 보듯이 외국 기업의 투자에 대한 규제가 강하지 않음 ▶ Y-max Networks와 美 Wimax 사업자 Clearwire처럼 실제 외국 기업과의 전략적 제휴가 이뤄지고 있음을 감안하면 말레이시아 WiMax 시장진출은 타당성이 높다고 판단	타당성 높음
IPTV	▶ Telekom Malaysia가 브로드밴드 네트워크를 독점하고 있고 이미 IPTV 서비스 준비를 완료해 이에 대항할 만한 경쟁구도를 형성하기는 어렵다는 점에서 말레이시아 IPTV 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단	타당성 낮음
DMB (모바일TV)	▷ Maxis와 U Mobile 같은 이동사들이 모바일 TV 시장 형성을 대비중이며 T-DMB, DVB-H, MediaFLO 등 세계 주요 모바일 TV 기술표준이 모두 시범 서비스로 제공됨 ▶ 기술표준이 아직 결정되지 않았고 2개 사업자가 T-DMB 방식을 고려하고 있는 상황. 특히 이동통신 보급률이 높아 휴대폰 보급이 충분함을 감안하면 국내 DMB 사업자의 말레이시아 시장진출은 타당성이 높은 것으로 판단	타당성 높음

3) 통신사업자의 시장진출 전략 및 정부지원 방안의 방향성

말레이시아는 진출대상 국가 평가 결과 Group E 국가군에 속하며, 인프라와 경제적 수요, 정부 의지 모두 평균보다 높다. WiBro와 DMB 서비스가 진출 타당성이 높은 것으로 나타났다.

구분	내용	
국가	말레이시아	
국가군	Group E	
국가군 성격	인프라와 경제적 수요, 정부 의지 모두 평균 이상인 국가	
진출 타당 서비스	WiBro, DMB	
진출 시 핵심 고려 요소	① WiMax에 대한 정부의지 ② 현지 사업자 인수 또는 전략적 제휴 ③ 모바일 방송 표준 경합	

가) 국내 통신사업자 진출 전략의 방향성

말레이시아는 일정정도의 소득수준을 갖추고 있고, 인터넷 이용률도 높은데 비해 브로드밴드 보급률이 낮기 때문에 지금과 같은 낮은 보급률의 유선 브로드밴드의 대체재로 WiMax가 등장할 가능성이 높다. 또한 말레이시아 정부의 WiMax에 대한 의지가 강하기 때문에 국내 통신사업자 입장에서는 조기진입이 향후 사업전개에 유리할 것으로 판단된다. 현지 WiMax 사업자와 외국 기업과의 전략적 제휴 사례도 있어 국내 통신사업자는 제휴나 라이선스 보유 업체 인수 모두 고려할 수 있을 것으로 판단된다.

또한 말레이시아 모바일 방송 시장에서는 2개의 사업자가 T-DMB 방식을 고려하고 있어, 이들 사업자와의 제휴를 통한 국내 DMB 사업자의 시장진입도 고려해 볼 수 있다.

나) 정부지원 방안의 방향성

말레이시아는 통신시장에 대한 외국인 지분을 70%로 제한하고 있으나, 이는 사실상 경영권을 확보하는데 지장이 없는 정도의 개방 수준이다. 또한 우리나라의

ODA 자금을 지원받지 않고 있으며, 자원의교와의 연계 가능성도 낮다. 따라서 WiMax 시장 진출에 정부차원의 지원방안은 사실상 없다고 볼 수 있다.

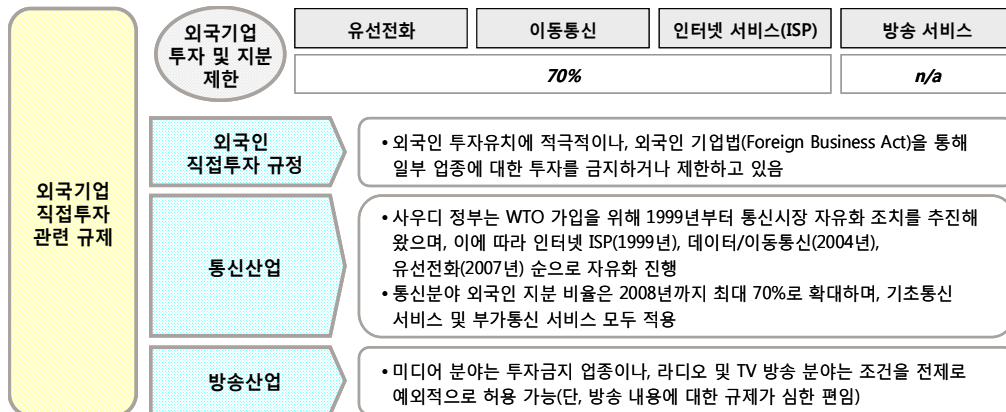
모바일 방송의 경우, 현재 T-DMB와 DVB-H, MediaFLO 등 세계 주요 표준이 경쟁하고 있기 때문에 T-DMB 채택을 위한 정부 차원의 홍보가 필요할 것으로 판단된다.

나. 사우디아라비아

1) 외국기업의 방송통신 분야 투자규제 및 주요 ICT 지표

사우디아라비아는 통신산업에 대한 외국인 투자를 70%로 제한하고 있으나, 지속적인 자유화 조치로 사실상 외국인 투자에 제한이 없는 편이다. 이동통신 보급률은 143.5%로, 조사대상 국가 중 UAE에 이어 2번째로 높은 수준이나, 이에 비해 유선 인프라는 구축 수준은 상대적으로 낮은 편이다. 조사 결과, 진출 타당성이 높은 서비스는 없는 것으로 나타났다.

〈그림 5-44〉 사우디아라비아의 외국기업 방송통신 분야 투자관련 규제



자료원 : KOTRA, 2009; BuddeComm, 2009.11; BMI, 2009.10; 스트라베이스 재구성

〈그림 5-45〉 사우디아라비아의 주요 ICT 지표

(단위 : %)

* 가구당 PC 보급률은 2007년, 그 외 2008년 기준

자료원 : ITU, 2009.10 ; 스트라베이스 재구성

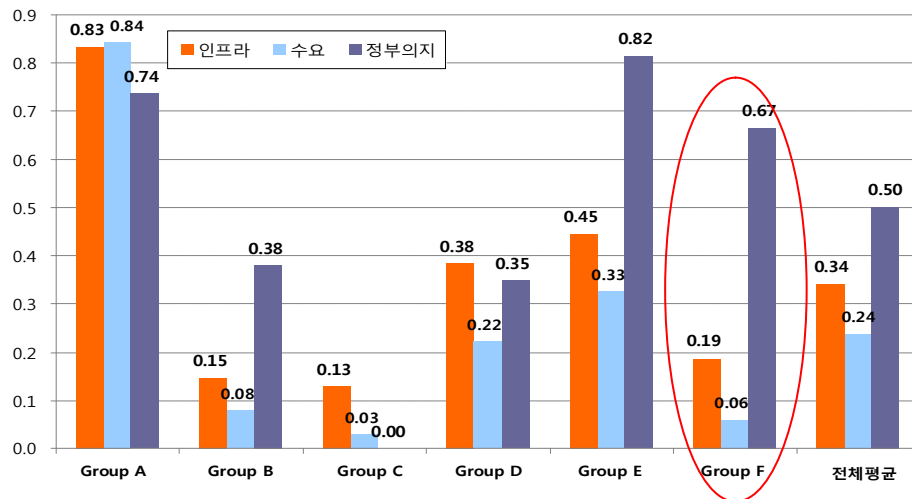
2) 서비스별 진출 타당성 검토 결과

서비스	진출 타당성 판단 근거(정량적/정성적 분석) (시장현황/사업자 현황/정책·규제/소득수준/국토면적/인구집중도 등)	타당성 검토 결과
유선전화	▷ 통신시장 자유화 조치로 2007년 3개 신규 사업자가 유선전화 라이선스를 획득했으나 3社 중 Etihad Atheeb만 WiMax 기반의 음성전화 서비스를 제공 ▶ 법적으로는 독점지위가 사라졌으나 STC는 여전히 유선전화 시장을 독점. 또한 추가 유선전화 라이선스 발급 계획이 없어 사우디 유선전화 시장진출은 타당성이 낮음	타당성 낮음
인터넷/ 브로드밴드	▷ 브로드밴드 시장이 급성장하는 가운데 기존 독점 통신사업자인 STC 외에 ISP 개방으로 진출한 제 2 이동사 Mobilyd와 ITC 등도 본격적으로 광통신 네트워크에 투자 ▶ 결국 신규 ISP로 진입해도 경쟁을 위해서는 광통신 네트워크 투자가 불가피한데 이에 따른 투자비용을 감안하면 사우디 인터넷/브로드밴드 시장진출은 타당성이 낮음	타당성 낮음
이동통신	▷ 사우디 이동통신 시장은 이미 포화상태(보급률 148.5%). 이동통신 시장 개방 후 UAE의 Etisalat, 쿠웨이트 Zain 등 글로벌 사업자들이 시장에 진입해 본격적인 3강구도 형성 ▶ 1, 2위 사업자의 시장점유율이 95%에 육박해 minor 사업자로 참여해도 수익성을 확보하기는 어렵다는 점에서 사우디 이동통신 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단	타당성 낮음
WiBro (WiMax)	▷ 높은 소득수준으로 WiMax 수요는 충분하나 전체 인구의 약 70%가 수도를 비롯한 주요 도시에 밀집. 주요 ISP인 STC, Mobily, ITC, Banyanat 등이 유선 브로드밴드 확산을 위해 본격적으로 광통신 네트워크 구축하고 있어 유선 브로드밴드 서비스가 더욱 활성화될 전망 ▶ 주요 ISP들이 인구 비밀집 지역 브로드밴드 서비스를 위한 <u>보완책</u>으로 WiMax 도입을 추진중이란 점에서 사우디 WiMax 시장진출은 타당성이 낮음	타당성 낮음
IPTV	▶ 주요 ISP의 광통신 네트워크 구축으로 IPTV를 위한 인프라는 충분하나 사우디 가구의 94%가 이미 위성TV를 시청하고 있어 IPTV가 확산되기 어렵다는 점에서 사우디 IPTV 시장진출은 타당성이 낮음	타당성 낮음
DMB (모바일 TV)	▷ 이동통신 네트워크 기반 모바일 방송만 제공되는 상황으로 방송 네트워크 기반 모바일 TV에는 이동사가 무관심 ▶ 모바일 TV 표준에 관한 구체적 일정이나 계획도 없어 사우디에서 DMB논의가 형성되려면 아직 상당한 시일이 필요	타당성 낮음
⇒ 6개 분야 모두 진출 타당성이 낮으므로, 국내 통신사업자의 사우디아라비아 방송통신 서비스 시장 진출 및 정부지원 방안은 도출하지 않음		

6. Group F 국가군

Group F 국가군은 조사대상 27개국 중 인프라와 경제적 수요는 전체 평균보다 낮지만, 이 두 평가 지수에 비해 정부 의지가 상대적으로 월등히 높은 국가군으로, 몽골, 이집트, 인도, 베트남, 요르단, 카자흐스탄, 태국의 7개국이 이 국가군에 속한다. 이집트와 요르단, 카자흐스탄이 우리나라 ODA를 지원받는 국가로, Group B 소속 국가군과 더불어 ODA 활용도를 확대해야 할 국가군이다.

〈그림 5-46〉 Group F와 타 Group간 평가 지수 평균 비교



이들 7개 국가들의 6개 방송통신 서비스를 정량적/정성적으로 조사한 결과, 이집트, 인도, 요르단, 카자흐스탄, 태국의 5개국은 진출 타당성이 높은 서비스가 있는 것으로 나타났으나, 몽골, 베트남의 2개국은 진출 타당성이 높은 서비스가 없는 것으로 나타났다.

구분	국가	진출 타당성 높은 서비스	비고
진출 타당성 높은 국가	이집트	WiBro, 유선전화, 인터넷/브로드밴드, IPTV	사업자 진출전략 및 정부 지원방안 도출
	인도	WiBro, 인터넷/브로드밴드, IPTV	
	요르단	WiBro	
	카자흐스탄	WiBro	
	태국	WiBro, DMB	
진출 타당성 낮은 국가	몽골	-	지원방안 도출 안함
	베트남	-	

가. 몽골

1) 외국기업의 방송통신 분야 투자규제 및 주요 ICT 지표

몽골은 이동통신 보급률이 37.8%로 조사대상 국가 중 가장 낮은 편이다. 가구당 PC 보급률이 25.1%로 4가구당 1대 꼴로 PC가 보급되어 있으나, 인터넷 이용률과 브로드밴드 가입률이 각각 12.5%와 0.3%에 불과할 정도로 인프라 구축 수준이 낮은 편이다.

〈그림 5-47〉 몽골의 외국기업 방송통신 분야 투자관련 규제



자료원 : KOTRA, 2009; BuddeComm, 2009.11; BMI, 2009.10; 스트라베이스 재구성

〈그림 5-48〉 몽골의 주요 ICT 지표

(단위 : %)

* 가구당 PC 보급률은 2007년, 그 외 2008년 기준

자료원 : ITU, 2009.10 ; 스트라베이스 재구성

2) 서비스별 진출 타당성 검토 결과

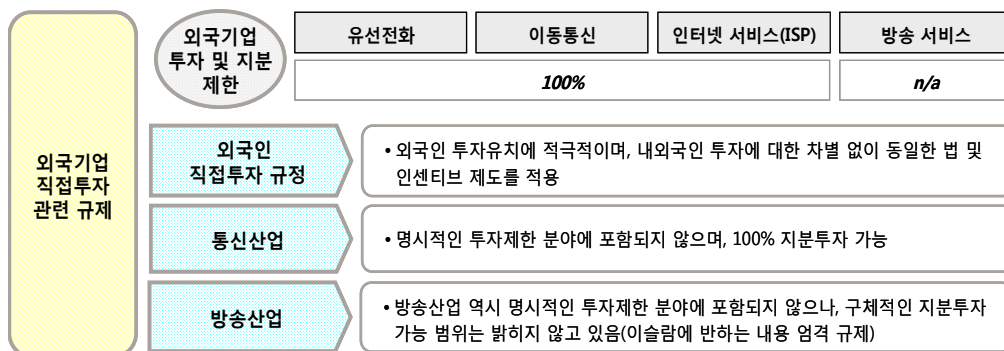
서비스	진출 타당성 판단 근거(정량적/정성적 분석) (시장현황/사업자 현황/정책·규제/소득수준/국토면적/인구집중도 등)	타당성 검토 결과
유선전화	▷ 유선전화 보급률이 조금씩 증가하고 있으나 절대 보급 회선 수가 16만 여 회선에 불과해 시장 자체가 협소 ▶ KT가 국영 유선전화 사업자 Mogolian Telecom의 지분 40%를 보유한 상황으로 이미 KT가 진출해 있어 국내 사업자의 몽골 유선전화 시장진출 전망을 언급하기는 부적절함	타당성 낮음
인터넷/ 브로드밴드	▷ 한반도의 7.5배에 달하는 국토면적에 인구는 265만 명에 불과하며 이 중 40%가 수도 울란바토르에 거주하고 있어, 수도 이외 거주 인구는 160만 명 정도에 불과함 ▶ 현재 브로드밴드 이용자 7,000여 명이 대부분 수도에 거주하는 정부 관료나 외국인일 정도로 브로드밴드 수요가 극히 작아 성장성이나 수익성을 고려할 때, 몽골 인터넷/브로드밴드 시장진출은 타당성이 낮다고 판단	타당성 낮음
이동통신	▷ 이동통신 보급률(29.4%)이 낮지만 전체 인구 역시 265만 명, 이동통신 가입자 수도 100만 명에 불과한 작은 시장임 ▶ 국내 사업자 SKT가 이미 이동통신 시장에 진출해 있는 상황으로, SKT가 향후 시장의 추이에 따라 대응할 것이란 점에서 국내 통신사업자의 몽골 이동통신 시장진출 전망에 대해 언급하는 것은 부적절하다고 판단됨	타당성 낮음
WiBro (WiMax)	▷ 현재 브로드밴드 보급률도 낮지만, 주수요 계층을 볼 때 향후에도 급속한 성장세를 기대하기 어렵고 무선 브로드밴드인 WiMax에 대한 수요도 높지 않을 전망 ▶ 넓은 국토에 비해 인구규모가 작고 수도에 대한 인구집중도가 높아 WiMax가 유선 브로드밴드의 <u>대체재</u>가 되기도 어렵다는 점에서 몽골 WiMax 시장진출은 타당성이 낮음	타당성 낮음
IPTV	▶ 현재 인터넷 이용의 80%가 Dial-up 방식이고 브로드밴드 보급률도 0.3%에 불과하며, 수요층 역시 제한적인데다 사업자나 정부 모두 구체적인 움직임이 없다는 점에서 몽골 IPTV 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단	타당성 낮음
DMB (모바일 TV)	▷ 이동통신 보급률이 아직 37.8%에 불과하고, 네트워크도 2G가 대부분으로 통신 네트워크 기반의 모바일 TV 서비스도 제대로 제공되지 않고 있음 ▶ DMB 서비스에 대한 사업자와 정부의 구체적인 움직임이 없는 상황이기 때문에 몽골 DMB 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단	타당성 낮음
⇒ 6개 분야 모두 진출 타당성이 낮으므로, 국내 통신사업자의 몽골 방송통신 서비스 시장 진출 및 정부지원 방안은 도출하지 않음		

나. 이집트

1) 외국기업의 방송통신 분야 투자규제 및 주요 ICT 지표

이집트는 외국기업 투자에 대해 적극적이며, 통신분야는 명시적인 투자제한 분야에 포함되지 않으며, 따라서 외국인도 100% 지분소유가 가능하다. 이동통신 보급률이 50%를 약간 넘는 수준이며, 전체적인 유선 인프라 보급 수준도 낮은 편이다.

〈그림 5-49〉 이집트의 외국기업 방송통신 분야 투자관련 규제



자료원 : KOTRA, 2009; BuddeComm, 2009.11; BMI, 2009.10; 스트라베이스 재구성

〈그림 5-50〉 이집트의 주요 ICT 지표

(단위 : %)

* 가구당 PC 보급률은 2007년, 그 외 2008년 기준

자료원 : ITU, 2009.10 ; 스트라베이스 재구성

2) 서비스별 진출 타당성 검토 결과

서비스	진출 타당성 판단 근거(정량적/정성적 분석) (시장현황/사업자 현황/정책·규제/소득수준/국토면적/인구집중도 등)	타당성 검토 결과
유선전화	▷ 이집트 정부는 유선통신 시장 경쟁 활성화를 위해 2010년 제2유선전화 사업자(TPS) 라이선스 발급 예정. 단 신규 사업자는 인구가 적은 지역에서만 서비스를 제공해야 하므로 기존 독점사업자 Telecom Egypt의 지배력은 유지될 전망 ▶ 신규 진출 가능성과 유선전화 시장의 성장세를 고려하면 이집트 유선전화 시장진출은 타당성이 높은 것으로 판단	타당성 높음
인터넷/ 브로드밴드	▷ 브로드밴드 시장이 급성장하는 가운데도 ISP들의 시장진입이 자유로움. 브로드밴드 보급률이 0.9%에 불과한 아주 초기단계면서도 성장 가능성이 높아 시장진입 기회 있음 ▷ 자금력 기반으로 추후 다른 ISP 인수합병도 가능하며 신규 ISP로 진입시 자체 네트워크 구축과 네트워크 임대도 가능 ▶ 시장의 성장 가능성, 자유로운 시장진입, 자체 네트워크 구축이나 네트워크 임대 가능, 낮은 원가구조 등을 감안할 때 이집트 인터넷/브로드밴드 시장진출은 타당성이 높음	타당성 높음
이동통신	▷ 이동통신 보급률이 50.8%로 향후 성장 여지는 있으나 이미 2강 1약의 3社 구도가 형성돼 있어 신규 사업자 진입은 시기상 늦은 것으로 판단 ▶ UAE의 Estislat, Vodafone, France Telecom 등이 지분투자자로 시장에 참여하는 등 이집트가 막강한 글로벌 사업자의 각축장임을 고려하면 이집트 이동통신 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단	타당성 낮음
WiBro (WiMax)	▷ 브로드밴드 보급률이 급속히 상승하고 있으나 현재 인터넷 이용인구의 50%가 수도에 집중돼 있음을 감안하면 유선 브로드밴드는 주요 도시 위주로 확대될 전망됨 ▶ 이집트 정부가 주요 도시를 WiMax로 연결하고 소도시와 지방도 WiMax로 연결할 계획이기 때문에 주요 도시를 제외한 지역에서는 WiMax가 유선 브로드밴드의 대체재로 자리잡을 가능성이 높다는 점에서 이집트 WiMax 시장진출은 타당성이 높은 것으로 판단	타당성 높음
IPTV	▶ TPS 라이선스 획득시 광통신 네트워크 구축을 통한 IPTV 서비스와의 연계도 가능하다는 점에서 이집트 IPTV 시장진출은 타당성이 있는 것으로 판단	타당성 높음
DMB (모바일TV)	▶ 모바일 TV 표준과 관련한 정부나 이동통신 사업자의 구체적인 일정이나 계획이 없다는 점에서 이집트 DMB 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단	타당성 낮음

3) 통신사업자의 시장진출 전략 및 정부지원 방안의 방향성

이집트는 진출대상 국가 평가 결과 Group F 국가군에 속하며, 인프라와 경제적 수요는 전체 평균보다 낮지만, 이 두 평가 지수에 비해 정부 의지가 상대적으로 월등히 높다. WiBro와 유선전화, 인터넷/브로드밴드, 그리고 이와 연계한 IPTV 서비스의 진출 타당성이 높은 것으로 나타났다.

구분	내용	
국가	이집트	
국가군	Group F	
국가군 성격	인프라와 경제적 수요는 평균보다 낮지만, 정부 의지가 상대적으로 월등히 높은 국가	
진출 타당 서비스	WiBro, 유선전화, 인터넷/브로드밴드, IPTV	
진출 시 핵심 고려 요소	① TPS 라이선스 획득 통한 진출 ② WiMax 라이선스 입찰 참여를 통한 진출	

가) 국내 통신사업자 진출 전략의 방향성

이집트는 유선전화 시장의 경쟁활성화를 위해 2010년 TPS 라이선스를 발급할 예정이고, 인터넷/브로드밴드 시장이 급성장하고 있기 때문에 국내 통신사업자 입장에서는 TPS 서비스를 염두에 둘 경우 시장진출 여지가 충분한 것으로 판단된다. ISP의 시장진입이 자유롭고 원가구조가 낮기 때문에 네트워크 임대를 통한 서비스 제공도 가능하고, 자체 네트워크 구축의 경우 Class A 라이선스를 획득하면 되기 때문에 선택의 여지가 많은 편이다. 따라서 국내 통신사업자 입장에서는 자체 네트워크 구축이든, 네트워크 임대든 상관없이 유선전화-인터넷/브로드밴드, 그리고 IPTV까지 연계한 TPS 제공을 통해 시장에 진출하는 것이 바람직할 것으로 생각된다.

이집트는 주요 도시에서는 유선 브로드밴드, 그 외 지역에서는 WiMax가 주력 브로드밴드로 자리잡을 가능성이 높고, 이집트 정부가 소도시와 지방을 WiMax로 연결할 계획이어서 향후 시장의 성장 가능성이 높다. 아직 WiMax 용도의 3.5GHz 대역 주파수가 발급되지 않았기 때문에 라이선스 입찰 참여를 통해 시장에 진출

해야 할 것으로 판단된다.

나) 정부지원 방안의 방향성

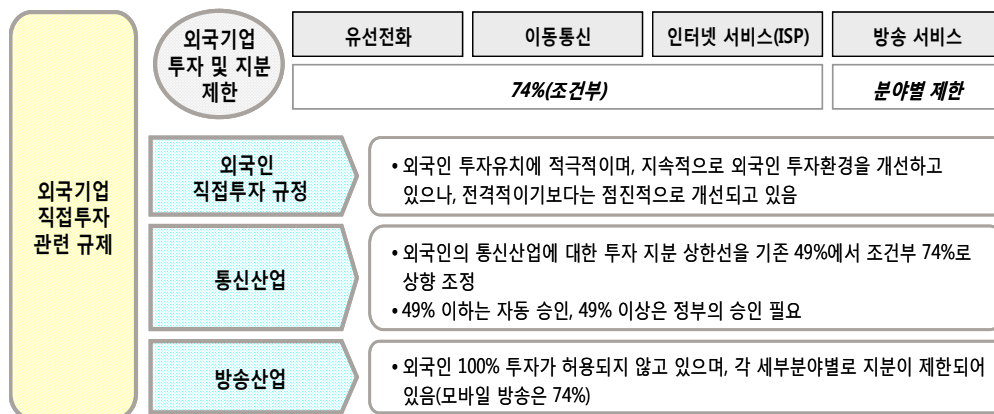
이집트는 우리나라 ODA를 지원받고 있다. 무상원조 금액은 83억 원이며, 이 중 22억 원 정도가 정보통신 분야에 사용됐다. 따라서 향후 무상원조 금액을 확대, 정보통신 분야의 지원금액을 늘리면서 이를 국내 통신사업자 진출과 연계시키는 방안을 마련해야 할 것이다. 그 외 다른 정부 차원의 지원은 필요하지 않을 것으로 판단된다.

다. 인도

1) 외국기업의 방송통신 분야 투자규제 및 주요 ICT 지표

인도는 통신산업에 대한 외국인 투자를 조건부로 제한하고 있다. 49% 이하의 자동 승인이며, 그 이상은 조건부로 74%까지 가능하다. 세계에서 두 번째로 이동통신 가입자 수가 많지만, 인구가 워낙 많아 보급률은 아직 29.4%에 머물러 있다. 유선 전화와 인터넷/브로드밴드의 유선 인프라 보급률도 최하위 수준이다.

〈그림 5-51〉 인도의 외국기업 방송통신 분야 투자관련 규제



자료원 : KOTRA, 2009; BuddeComm, 2009.11; BMI, 2009.10; 스트라베이스 재구성

〈그림 5-52〉 인도의 주요 ICT 지표

(단위 : %)

* 가구당 PC 보급률과 인터넷 이용률은 2007년, 그 외 2008년 기준

자료원 : ITU, 2009.10 ; 스트라베이스 재구성

2) 서비스별 진출 타당성 검토 결과

서비스	진출 타당성 판단 근거(정량적/정성적 분석) (시장현황/사업자 현황/정책·규제/소득수준/국토면적/인구집중도 등)	타당성 검토 결과
유선전화	▷ 유선전화 보급률이 감소하고 있는 가운데 국영 BSNL과 MTNL의 시장 독과점이 계속되고 있는 상황 ▶ VoIP 서비스 규제 완화에 따른 유선전화 이용 감소 전망 등을 감안하면 유선전화 시장진출은 타당성이 낮다고 판단	타당성 낮음
인터넷/ 브로드밴드	▷ 지난 5년간의 급성장에도 불구하고 인터넷 이용률 6.9%, 브로드밴드 가입률이 0.5%에 불과해 향후 급성장이 예상됨 ▷ 인도는 통신서비스 권역별로 라이선스를 따로 획득해야 하기 때문에 지역별 진출이 가능하고 한 사업자가 여러 지역에서 서비스를 제공할 수 있어 ISP 시장 진입이 용이 ▶ 전국에 160여 개의 ISP가 있으나 정부의 브로드밴드 고도화 정책에 따른 시장 확대 전망, ISP에 대한 외국인 지분 소유가 조건부로 74%까지 가능해 진출 타당성이 높음	타당성 높음
이동통신	▷ 이동통신 보급률은 여전히 30% 미만으로 지속적인 성장이 예상되나 주요 인구밀집 지역은 보급률이 80%를 넘어 사업자간 가격경쟁이 치열해 향후 수익성 확보는 미지수 ▶ Vodafone의 Hutchison Essar 인수 사례처럼 인도 Minor 사업자의 지배지분 인수에도 막대한 자금이 필요하고 수익성 면에서도 이미 실기한 것으로 판단됨	타당성 낮음
WiBro (WiMax)	▷ 유선 브로드밴드 보급률이 0.5%에 불과한 반면 브로드밴드 수요는 높은 상황에서 정부가 WiMax를 통한 브로드밴드 보급 의지를 강력히 피력하는 상황 ▶ 아직 WiMax 상용서비스가 제공되지 않는 시장 초기단계이며 외국 기업의 참여도 가능하다는 점에서 인도 WiMax 시장진출은 타당성이 높은 것으로 판단	타당성 높음
IPTV	▷ 유선 브로드밴드 보급률이 낮아 단기간에 급속한 시장 확대는 어렵고 브로드밴드 업그레이드에 상당한 시일이 필요 ▶ 국영 MTNL과 BSNL가 IPTV 상용 서비스를 제공중이나 시장이 초기단계여서 시장 진입 여지가 있으며, 서비스 권역의 브로드밴드 ISP로 광 네트워크 구축과 동시에 IPTV 서비스를 포함한 TPS 제공시 서비스 차별화가 가능하다는 점에서 인도 IPTV 시장진출은 타당성이 높은 것으로 판단	타당성 높음
DMB (모바일TV)	▷ 공영 방송사 Doordarshan이 DVB-H 기반의 상용 서비스를 제공중이나 아직 모바일TV 표준은 결정되지 않은 상태 ▶ 추가 모바일 TV 사업자 선정 절차가 확정되려면 상당한 시간이 소요된다는 점에서 DMB 시장진출은 타당성이 낮음	타당성 낮음

3) 통신사업자의 시장진출 전략 및 정부지원 방안의 방향성

인도는 진출대상 국가 평가 결과 Group F 국가군에 속하며, 인프라와 경제적 수요는 전체 평균보다 낮지만, 이 두 평가 지수에 비해 정부 의지가 상대적으로 월등히 높다. WiBro와 인터넷/브로드밴드, IPTV 서비스의 진출 타당성이 높은 것으로 나타났다.

구분	내용	
국가	인도	
국가군	Group F	
국가군 성격	인프라와 경제적 수요는 평균보다 낮지만, 정부 의지가 상대적으로 월등히 높은 국가	
진출 타당 서비스	WiBro, 인터넷/브로드밴드, IPTV	
진출 시 핵심 고려 요소	① 여러 지역에서 지역별 라이선스 획득 ② TPS로 서비스 확대	

가) 국내 통신사업자 진출 전략의 방향성

인도는 지역별 통신서비스 진출이 가능하기 때문에 한 사업자가 여러 지역에서 서비스를 제공할 수 있어 ISP 시장 진입이 용이하다. 따라서 국내 통신사업자는 인도의 지역별 라이선스를 여러 지역에서 획득, 인터넷/브로드밴드 시장으로 진입하는 것이 사업성이나 수익성 면에서 규모의 경제 실현에 유리할 것으로 판단된다. IPTV의 경우, 아직은 네트워크 속도면에서 여건이 형성되어 있지 않으나, ISP 별로 광 네트워크 구축을 통해 TPS 제공 시 서비스 차별화가 가능할 것으로 생각된다. 따라서 초기에는 여러 지역에서 인터넷/브로드밴드 서비스를 먼저 제공한 뒤, 추후 광 네트워크 구축을 통해 IPTV 서비스까지 TPS로 제공하는 방안이 바람직할 것으로 판단된다.

나) 정부지원 방안의 방향성

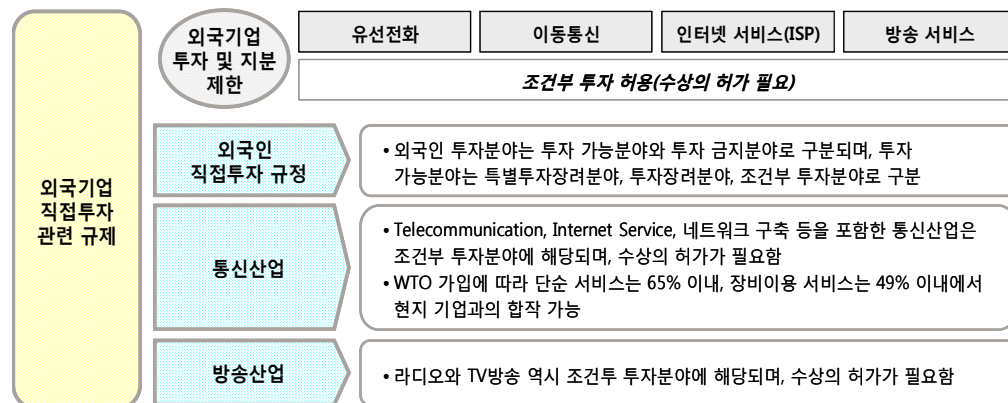
인도의 경우, 우리 정부 차원에서 지원할 만한 방안이 거의 없으며, 다만, 한-인도 CEPA를 활용하는 정도의 지원이 가능할 것으로 예상된다.

라. 베트남

1) 외국기업의 방송통신 분야 투자규제 및 주요 ICT 지표

베트남은 통신산업과 라디오, TV 방송의 외국인 투자에 대해 수상의 허가를 필요로 하고 있다. 이동통신 보급률은 80%로, 성장단계를 넘어 포화상태로 나아가고 있으며, 유선전화 보급률과 인터넷 이용률도 Group F 국가군 중에서는 비교적 높은 편이다. 조사 결과, 진출 타당성이 높은 서비스는 없는 것으로 나타났다.

〈그림 5-53〉 베트남의 외국기업 방송통신 분야 투자관련 규제



자료원 : KOTRA, 2009; BuddeComm, 2009.11; BMI, 2009.10; 스트라베이스 재구성

〈그림 5-54〉 베트남의 주요 ICT 지표

(단위 : %)

* 가구당 PC 보급률은 2007년, 그 외 2008년 기준

자료원 : ITU, 2009.10 ; 스트라베이스 재구성

2) 서비스별 진출 타당성 검토 결과

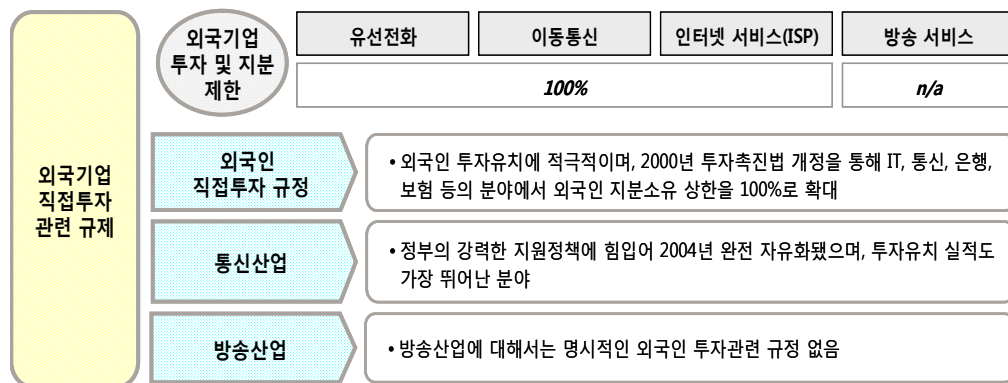
서비스	진출 타당성 판단 근거(정량적/정성적 분석) (시장현황/사업자 현황/정책·규제/소득수준/국토면적/인구집중도 등)	타당성 검토 결과
유선전화	▷ 유선전화 보급률이 지속적으로 증가하고 있으나 이미 포화 상태에 접근하고 있으며 국영사업자 VNPT가 기간망 독점 ▶ VoIP 시장이 국제전화에서 국내전화로도 확산될 것으로 예상된다는 점 등을 감안하면 베트남 유선전화 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단	타당성 낮음
인터넷/ 브로드밴드	▷ 브로드밴드 시장은 초기단계로 사업성 측면에서는 진출 여지가 있으나 국영 사업자 VNPT가 기간망을 독점하고 있어 진출 시 회선 임대료에 따른 수익성 감소가 불가피 ▶ 아직 사업허가 절차가 복잡하고 까다롭다는 점에서 베트남 인터넷/브로드밴드 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단	타당성 낮음
이동통신	▷ 시장이 사실상 포화상태에 달하면서 가격인하를 통한 경쟁이 치열하게 전개되고 있는 실정 ▶ SKT 사례처럼 외국기업에 대한 경영권 제한(BCC), 보이지 않는 차별(3G 라이선스 취득 실패) 등이 있음을 감안할 때 베트남 이동통신 시장진출은 타당성이 낮다고 판단	타당성 낮음
WiBro (WiMax)	▷ 베트남의 지형적 특성이나 브로드밴드 시장의 성장률 등을 감안하면 WiMax 시장의 전망은 매우 밝은 편임 ▶ 그러나 국영 VNPT를 비롯한 기존 인터넷/브로드밴드 사업자들이 WiMax 시범 서비스 제공 이후 라이선스 확보만 기다리고 있어 국내 사업자가 시장에 진입할 여지가 없다는 점에서 베트남 WiMax 시장진출은 타당성이 낮음	타당성 낮음
IPTV	▷ VNPT, FPT Telecom 등 사실상 국가 산하 기업들이 브로드밴드 네트워크를 장악, IPTV서비스 준비를 마친 상태 ▶ 사회주의 특성 상 방송 내용에 대한 국가 규제가 엄격해 외국기업이 베트남 IPTV 시장에 진출할 경우, 네트워크 운영이나 방송 콘텐츠 제공 측면에서 상당한 제약이 따른다는 점에서 베트남 IPTV 시장진출은 타당성이 낮다고 판단	타당성 낮음
DMB (모바일 TV)	▷ VTC가 DVB-H 기반 상용 서비스를 제공 중이나 대응 단말 및 사업 실적은 미미. 한국 ETRI가 T-DMB 장비를 공급한 VTV는 구체적인 움직임이 없는 상태 ▶ 모바일 TV에 대한 국민들의 수요 부족, 사업자의 의지 미약, 방송산업에 대한 베트남 정부의 엄격한 잣대 등을 감안할 때 베트남 DMB 시장진출은 타당성이 낮음	타당성 낮음
⇒ 6개 분야 모두 진출 타당성이 낮으므로, 국내 통신사업자의 베트남 방송통신 서비스 시장 진출 및 정부지원 방안은 도출하지 않음		

마. 요르단

1) 외국기업의 방송통신 분야 투자규제 및 주요 ICT 지표

요르단은 외국인 투자유치에 적극적이며, 2000년 투자촉진법 개정을 통해 통신시장 완전 자유화를 통해 외국인 투자 비중을 100%로 확대했다. 이에 따라 통신분야 투자유치 실적이 가장 뛰어났으나, 아직도 이동통신을 제외한 유선 인프라 보급 수준은 미흡한 편이다.

〈그림 5-55〉 요르단의 외국기업 방송통신 분야 투자관련 규제



자료원 : KOTRA, 2009; BuddeComm, 2009.11; BMI, 2009.10; 스트라베이스 재구성

〈그림 5-56〉 요르단의 주요 ICT 지표

(단위 : %)

* 가구당 PC 보급률은 2007년, 그 외 2008년 기준

자료원 : ITU, 2009.10 ; 스트라베이스 재구성

2) 서비스별 진출 타당성 검토 결과

서비스	진출 타당성 판단 근거(정량적/정성적 분석) (시장현황/사업자 현황/정책·규제/소득수준/국토면적/인구집중도 등)	타당성 검토 결과
유선전화	▷ 외국기업의 통신업체 지분 소유 제한이 없이 유선시장을 개방해 현재 Jordan Telecom은 France Telecom이 51%, Batelco는 바레인 Batelco가 80%의 지분 보유 ▶ 유선전화 보급률의 지속적인 하락세, 외국 통신회사의 독점 지위 구축, 추가 사업자 선정 계획이 없다는 점에서 요르단 유선전화 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단	타당성 낮음
인터넷/ 브로드밴드	▷ 유선 인터넷/브로드밴드 시장은 초기단계로 성장 가능성 있으나 기존 외국계 유선전화 Major들이 시장을 주도 ▶ Minor 사업자 인수로 진출시 네트워크 임대비용 및 마케팅 비용 등으로 수익성 확보가 어려움. 정부가 브로드밴드로 WiMax를 강력하게 추진하고 있다는 점에서 요르단 인터넷/브로드밴드 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단	타당성 낮음
이동통신	▷ 이동통신에 대한 외국인의 지분 제한이 없어 현재 1~3위 사업자 모두 모기업이 프랑스, 쿠웨이트, 바레인 사업자임 ▶ 이동통신 보급률(95%)이 포화상태이고 사업자간 경쟁구도가 확실해 시장에 진입해도 사업성이 없어 요르단 이동통신 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단	타당성 낮음
WiBro (WiMax)	▷ 상용화 1년 만에 WiMax 서비스가 유무선 전체 브로드밴드 시장의 약 10%를 차지할 정도로 유선 브로드밴드의 경쟁 기술로 빠르게 부상 ▶ 요르단 정부가 인터넷 이용률 확산 정책의 핵심으로 WiMax를 비공식 후원해 WiMax는 주력 브로드밴드 기술로 유선 브로드밴드의 <u>대체재</u>가 될 가능성 높음. 특히 외국 기업의 100% 지분 보유가 가능하다는 점에서 요르단 WiMax 시장진출은 타당성이 높은 것으로 판단	타당성 높음
IPTV	▷ 유선 브로드밴드 네트워크 장악한 Jordan Telecom이 요르단 1위 ISP(65% 장악)인 Orange를 통해 이미 IPTV 서비스를 제공중이어서 시장에서의 경쟁이 어려울 전망 ▶ IPTV의 전제조건인 브로드밴드 보급률(2.1%)이 낮고 네트워크 전송속도도 느려, 서비스 활성화가 늦어질 것이라는 점에서 요르단 IPTV 시장진출은 타당성이 낮다고 판단	타당성 낮음
DMB (모바일TV)	▷ 3G를 통한 모바일 방송 시점이 요원한 상황에서 DMB처럼 방송 네트워크를 통한 모바일 TV 서비스를 제공하는데는 상당 기간이 필요 ▶ 모바일 TV 표준과 관련한 정부의 구체적인 일정이나 계획도 없어 요르단 DMB 시장진출은 타당성이 낮다고 판단	타당성 낮음

3) 통신사업자의 시장진출 전략 및 정부지원 방안의 방향성

요르단은 진출대상 국가 평가 결과 Group F 국가군에 속하며, 인프라와 경제적 수요는 전체 평균보다 낮지만, 이 두 평가 지수에 비해 정부 의지가 상대적으로 월등히 높다. WiBro 서비스의 진출 타당성이 높은 것으로 나타났다.

구분	내용	
국가	요르단	
국가군	Group F	
국가군 성격	인프라와 경제적 수요는 평균보다 낮지만, 정부 의지가 상대적으로 월등히 높은 국가	
진출 타당 서비스	WiBro	
진출 시 핵심 고려 요소	① 투자환경 뛰어남 ② 사업성과 수익성은 고려 ③ ODA 자금 활용	

가) 국내 통신사업자 진출 전략의 방향성

WiMax 서비스의 급속한 성장으로 인한 유선 브로드밴드의 대체재 부상 가능성, 정부의 WiMax 추진에 대한 강한 의지, 외국기업 100% 지분보유 가능 등 요르단 WiMax 시장은 국내 통신사업자 진출하기에 좋은 조건을 갖추고 있다. 따라서 국내 통신사업자들은 더 이상 현지 WiMax 사업자들간 경쟁구도가 확립되기 전에 시장에 진출해야 늦지 않을 것으로 판단된다. 다만, 요르단은 인구가 600여 만명에 불과하고, 1인당 GDP가 3,421 달러에 불과하기 때문에 통신사업자 입장에서는 이 부분을 감안해야 할 것이다.

나) 정부지원 방안의 방향성

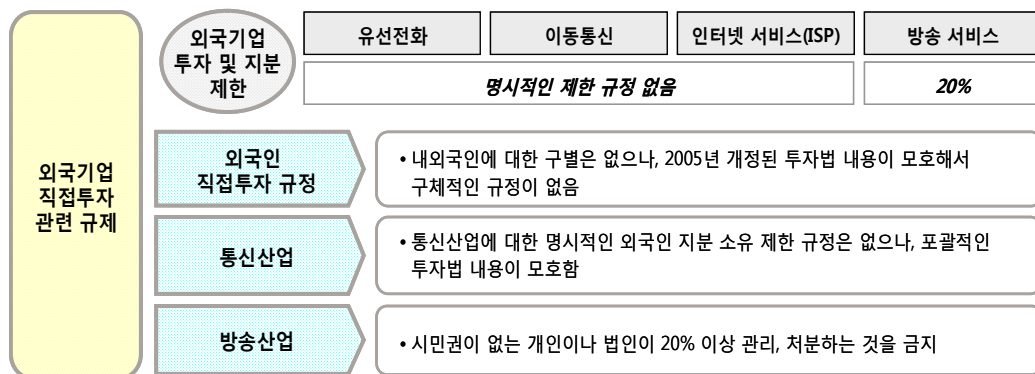
요르단 역시 우리나라 ODA 자금을 지원받고 있으며, 정부 차원에서 ODA를 확대 지원할 필요가 있다. 물론, 이 경우 국내 통신사업자의 요르단 WiMax 시장진출과 연계하는 것이 바람직할 것이다. 그 외 정부 차원에서 우리나라 WiBro 기술을 적극적으로 홍보하는 방안도 필요할 것으로 판단된다.

바. 카자흐스탄

1) 외국기업의 방송통신 분야 투자규제 및 주요 ICT 지표

카자흐스탄은 내외국인 투자에 대한 구별은 없으나, 투자법 내용이 모호한 측면이 있다. 통신 산업은 명시적인 외국인 지분소유 제한 규정이 없다. 이동통신은 보급률이 96.1%로 포화상태에 달하고 있고, 그 외 다른 유선 인프라 보급은 전체적으로 낮은 수준이다.

〈그림 5-57〉 카자흐스탄의 외국기업 방송통신 분야 투자관련 규제



자료원 : KOTRA, 2009; BuddeComm, 2009.11; BMI, 2009.10; 스트라베이스 재구성

〈그림 5-58〉 카자흐스탄의 주요 ICT 지표

(단위 : %)

* 가구당 PC 보급률은 2007년, 그 외 2008년 기준

자료원 : ITU, 2009.10 ; 스트라베이스 재구성

2) 서비스별 진출 타당성 검토 결과

서비스	진출 타당성 판단 근거(정량적/정성적 분석) (시장현황/사업자 현황/정책·규제/소득수준/국토면적/인구집중도 등)	타당성 검토 결과
유선전화	▷ 유선전화 보급률이 지난 수년간 지속적으로 증가하고 있어 성장 가능성은 있으나 시장자유화 조치 이후에도 여전히 Kazakhtelecom이 사실상 시장을 독점 ▶ 소규모 minor로 시장에 진입한다 해도 Kazakhtelecom의 독점 및 다른 4개 소규모 경쟁업체들과의 경쟁으로 인해 수익성 확보가 어렵다는 점에서 카자흐스탄 유선전화 시장 진출은 타당성이 낮은 것으로 판단	타당성 낮음
인터넷/ 브로드밴드	▷ 브로드밴드의 성장 가능성은 높지만 PC 보급률이 낮고 Kazakhtelecom이 여전히 독점적 지위(점유율 80%)를 유지 ▶ 인구는 1,500만 명에 불과한 반면 국토면적은 남한의 27배에 달해 Kazakhtelecom의 네트워크를 임대한다 해도 신규 네트워크 구축이 불가피하다는 점에서 카자흐스탄 인터넷/브로드밴드 시장진출은 타당성이 낮음	타당성 낮음
이동통신	▷ 이동통신 보급률이 96.1%로 사실상 포화상태이며 이미 TeliaSonera나 터키 통신사업자 등이 1, 2위 사업자에 대한 지분투자 형식으로 시장에 진출 ▶ 인구밀도가 낮아 투자비용이 많이 들고 minor 사업자 인수를 통한 시장 진입시에도 대량의 마케팅 비용이 예상됨에 따라 카자흐스탄 이동통신 시장진출은 타당성이 낮음	타당성 낮음
WiBro (WiMax)	▷ 브로드밴드 보급률이 낮고 넓은 국토 대비 인구는 상당히 분산돼 있음. 낙후된 통신 인프라로 인해 무선인 WiMax가 향후 주력 브로드밴드 서비스로 부상할 전망(즉, WiMax의 유선 브로드밴드 대체재가 될 가능성 높음) ▶ 7개 사업자가 WiMax 서비스를 제공 혹은 추진 중이고, 아직은 시장 초기단계로 가입자 수가 많지 않아 카자흐스탄 WiMax 시장진출은 타당성이 높은 것으로 판단	타당성 높음
IPTV	▷ 국영 Kazakhtelecom이 브로드밴드 시장을 장악해 타 ISP들의 시장진입이 힘들고 국토가 넓어 전국 네트워크 구축이 어려워 IPTV 서비스에 적합한 인프라가 부족 ▶ Kazakhtelecom이 2010년부터 서비스를 제공할 계획이기 때문에 Minor ISP로 경쟁 시 수익성 확보가 어렵다는 점에서 카자흐스탄 IPTV 시장진출은 타당성이 낮다고 판단	타당성 낮음
DMB (모바일TV)	▷ 아직 3G 서비스 실시 이전인 탓에 모바일 TV에 대한 사업자의 관심이 없고 수요 역시 없는 상태 ▶ 모바일 TV 표준에 관한 정부의 구체적 일정도 없어 모든 면에서 카자흐스탄 DMB 시장 진출은 타당성이 낮음	타당성 낮음

3) 통신사업자의 시장진출 전략 및 정부지원 방안의 방향성

카자흐스탄은 진출대상 국가 평가 결과 Group F 국가군에 속하며, 인프라와 경제적 수요는 전체 평균보다 낮지만, 이 두 평가 지수에 비해 정부 의지가 상대적으로 월등히 높다. WiBro 서비스의 진출 타당성이 높은 것으로 나타났다.

구분	내용	
국가	카자흐스탄	
국가군	Group F	
국가군 성격	인프라와 경제적 수요는 평균보다 낮지만, 정부 의지가 상대적으로 월등히 높은 국가	
진출 타당 서비스	WiBro	
진출 시 핵심 고려 요소	① WiMax 보급 여건 뛰어남 ② 기존 사업자 인수 통한 진출 모색 ③ ODA 자금 활용	

가) 국내 통신사업자 진출 전략의 방향성

카자흐스탄은 낮은 브로드밴드 보급률과 넓은 국토, 분산된 인구, 낙후된 통신 인프라 등으로 인해 WiMax의 유선 브로드밴드의 대체재가 될 가능성 높은 국가다. 현재 7개 사업자가 서비스를 제공하고 있으나, 아직은 시장 초기단계이기 때문에 진출 여지가 많다고 할 수 있다. 따라서 국내 통신사업자 입장에서는 추가적인 라이선스 입찰에 참여하거나, 추가 라이선스 입찰이 없을 경우 기존 라이선스 보유 업체를 인수하는 방법으로 시장에 진출할 수 있을 것으로 판단된다.

나) 정부지원 방안의 방향성

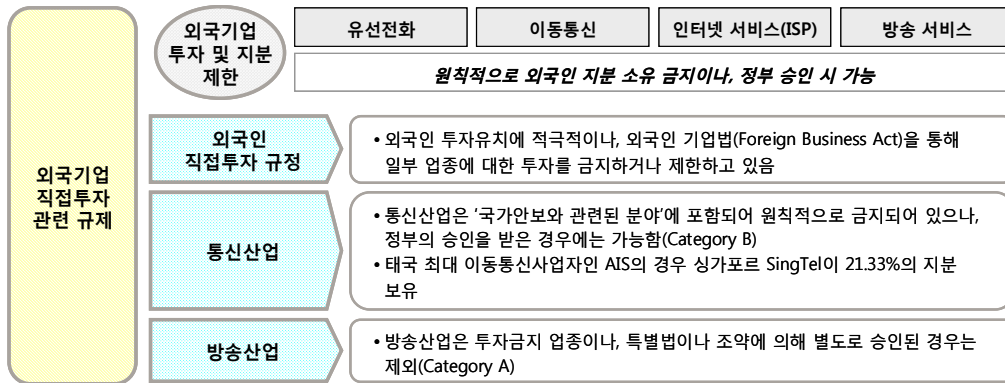
카자흐스탄은 Group F 국가군에서 이집트, 요르단과 함께 우리나라의 ODA 자금을 지원받는 국가다. 따라서 요르단과 마찬가지로 정부 차원에서 ODA 확대와 국내 통신사업자의 카자흐스탄 WiMax 시장진출을 연계하는 방안을 모색해야 할 것으로 생각된다. 또한 정부 차원에서 우리나라 WiBro 기술을 적극적으로 홍보하는 방안도 필요할 것으로 판단된다.

사. 태국

1) 외국기업의 방송통신 분야 투자규제 및 주요 ICT 지표

태국은 원칙적으로는 외국인 지분소유가 금지되어 있으나, 정부 승인 시에는 가능하며, 실제 외국의 글로벌 기업이 태국 통신회사 지분을 보유하고 있기도 하다. 이동통신 보급률이 91%로 포화상태에 달하고 있으며, 유선전화 보급률 11%, 인터넷 이용률 20%, 브로드밴드 가입률 1.4%로 전반적인 유선 인프라 수준이 낙후되어 있다.

〈그림 5-59〉 태국의 외국기업 방송통신 분야 투자관련 규제



자료원 : KOTRA, 2009; BuddeComm, 2009.11; BMI, 2009.10; 스트라베이스 재구성

〈그림 5-60〉 태국의 주요 ICT 지표

(단위 : %)

* 가구당 PC 보급률은 2007년, 그 외 2008년 기준

자료원 : ITU, 2009.10 ; 스트라베이스 재구성

2) 서비스별 진출 타당성 검토 결과

서비스	진출 타당성 판단 근거(정량적/정성적 분석) (시장현황/사업자 현황/정책·규제/소득수준/국토면적/인구집중도 등)	타당성 검토 결과
유선전화	▷ 유선전화 보급률이 감소하는 추세이며 국영 TOT가 시장의 과반을 점유하고 있어 신규 진입해 네트워크를 구축하는데 막대한 비용이 필요 ▶ 독자 네트워크 구축 대신 TOT의 통신 회선을 임대하더라도 이로 인한 수익성 감소가 우려된다는 점에서 태국 유선전화 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단	타당성 낮음
인터넷/ 브로드밴드	▷ 시장이 초기단계로 사업성 측면에서는 진출할 여지가 있으나 이미 TOT와 True의 유선전화 2강이 시장을 장악 ▶ Minor 사업자 인수를 통한 진출도 회선 임대에 따른 수익 감소가 불가피하고 정부의 진출 승인 여부도 고려해야 한다는 점에서 태국 인터넷/브로드밴드 시장진출은 타당성이 낮다고 판단	타당성 낮음
이동통신	▷ 이동통신 보급률이 92%로 포화상태에 있고 상위 3社の의 시장점유율이 98.2%로 안정적인 3강 구도를 이미 형성하고 있어 시장 진출 여지가 없음 ▶ 3G 라이선스가 아직 발급되지 않았으나 각 이동사들이 이미 준비를 마친 상황이기 때문에 3G 서비스를 염두에 둔다고 해도 태국 이동통신 시장진출은 타당성이 낮음	타당성 낮음
WiBro (WiMax)	▷ 유선 브로드밴드 보급률이 1.4%에 불과하지만 브로드밴드 수요가 강해 2007년 가입자가 크게 성장했음을 고려하면 태국 WiMax 시장은 향후 급성장이 예상됨 ▶ 2010년 5개 라이선스가 발급되며 이에 따라 국내 통신사업자들은 직접 라이선스를 획득하거나 라이선스 획득 업체를 인수해서 진출하는 방안이 있다는 점에서 태국 WiMax 시장진출은 타당성이 있다고 판단	타당성 높음
IPTV	▷ 주요 사업자들이 이미 IPTV를 제공중이며 신규 진입은 TOT와 True의 브로드밴드 네트워크 임대를 통한 IPTV 서비스가 불가피 ▶ IPTV 서비스를 위한 네트워크 자체 구축은 비용과 시간상의 문제로 사실상 불가능하다는 점을 감안하면 태국 IPTV 시장진출은 타당성이 낮은 것으로 판단	타당성 낮음
DMB (모바일TV)	▷ 아직 시장이 형성되지 않았으나 이동통신 보급률이 92%를 넘기 때문에 모바일 방송에 대한 잠재수요는 충분 ▶ 모바일 방송 표준이 아직 결정되지 않아 지상파 DMB 방식 채택의 여지가 남아있음을 감안하면 태국 DMB 시장진출은 타당성이 높다고 판단	타당성 높음

3) 통신사업자의 시장진출 전략 및 정부지원 방안의 방향성

태국은 진출대상 국가 평가 결과 Group F 국가군에 속하며, 인프라와 경제적 수요는 전체 평균보다 낮지만, 이 두 평가 지수에 비해 정부 의지가 상대적으로 월등히 높다. WiBro와 DMB 서비스의 진출 타당성이 높은 것으로 나타났다.

구분	내용	
국가	태국	
국가군	Group F	
국가군 성격	인프라와 경제적 수요는 평균보다 낮지만, 정부 의지가 상대적으로 월등히 높은 국가	
진출 타당 서비스	WiBro, DMB	
진출 시 핵심 고려 요소	① 뛰어남 ② 모색 ③	

가) 국내 통신사업자 진출 전략의 방향성

태국은 WiMax의 잠재력이 높은 시장으로 평가받고 있으며, 따라서 국내 통신사업자는 2010년 5개 발급 예정인 라이선스 입찰에 참여해서 라이선스를 획득하거나, 여의치 않을 경우 라이선스 보유 업체를 인수하는 방안도 고려할 수 있다.

DMB의 경우 모바일 방송 표준이 아직 정해지지 않은 상태이며, 향후 DMB가 표준으로 정해지면, 국내 DMB 사업자는 현지 방송사 등과 제휴를 통해 태국 DMB 시장 진출을 모색할 수 있을 것으로 예상된다.

나) 정부지원 방안의 방향성

국내 통신사업자가 지분인수를 통해 진출하려 할 경우 태국 정부의 승인이 필요하기 때문에 이 과정에서 우리 정부의 외교적 지원이 필요할 것으로 예상된다. 또한 태국은 한-ASEAN FTA를 통해 우리와 통상협정이 체결돼 있기 때문에 향후 FTA 개정이나 쌍무적 FTA 체결 시 국내 통신사업자의 의견을 반영하는 방안도 고려해야 할 것이다. 모바일 방송에서도 아직 표준이 정해지지 않았기 때문에 우리 정부가 T-DMB 표준 채택을 위해 외교적으로 지원해야 할 것으로 생각된다.

7. 진출 타당 국가와 서비스 및 정부지원 방안의 방향성 요약

가. 진출 타당성 높은 국가와 서비스 요약

본 연구 결과 총 27개 진출 대상 국가 중 진출 타당성이 높은 국가가 18개, 진출 타당성이 낮은 국가가 9개로 나타났으며, 진출 타당성이 높은 국가별로 진출 가능 서비스를 정리하면, 아래 표와 같다.

〈표 5-4〉 진출 타당성 높은 국가별 진출 가능 서비스

Group	No.	국가	진출 타당성 높은 서비스
Group A	1	네덜란드	DMB
Group B	2	나이지리아	WiBro, 유선전화, 인터넷/브로드밴드
	3	인도네시아	WiBro, DMB
	4	페루	WiBro, 인터넷/브로드밴드, IPTV
	5	남아공	WiBro
	6	알제리	WiBro
Group C	7	파라과이	유선전화, 인터넷/브로드밴드, IPTV
Group D	8	러시아	WiBro, 유선전화, 인터넷/브로드밴드, IPTV
	9	베네수엘라	WiBro
	10	멕시코	WiBro
	11	브라질	WiBro
	12	터키	WiBro
Group E	13	말레이시아	WiBro, DMB
Group F	14	이집트	WiBro, 유선전화, 인터넷/브로드밴드, IPTV
	15	인도	WiBro, 인터넷/브로드밴드, IPTV
	16	요르단	WiBro
	17	카자흐스탄	WiBro
	18	태국	WiBro, DMB

〈표 5-5〉 서비스별 진출 타당성 높은 국가

서비스	국가
유선전화	나이지리아, 파라과이, 러시아, 이집트
인터넷/ 브로드밴드	나이지리아, 페루, 파라과이, 러시아, 이집트, 인도
WiBro	나이지리아, 인도네시아, 페루, 남아공, 알제리, 러시아, 베네수엘라, 멕시코, 브라질, 터키, 말레이시아, 이집트, 인도, 요르단, 카자흐스탄, 태국
IPTV	페루, 파라과이, 러시아, 이집트, 인도
DMB	네덜란드, 인도네시아, 말레이시아, 태국

나. 진출 타당성 높은 국가별 정부지원 방안의 방향성 요약

진출 타당성이 높은 국가가 18개에 대한 정부의 지원 방안을 요약하면 아래 표와 같다. 앞서 언급한 홍보활동 강화는 모든 국가와 서비스에 해당되기 때문에 따로 언급하지 않았으며, 세제지원 역시 국내법과 관련되어 있기 때문에 국가별/서비스별 지원방안에는 않았다.

〈표 5-6〉 진출 타당성 높은 국가별 정부지원 방안

No.	국가	진출 타당성 높은 서비스	ODA 활용도 확대	자원 외교와 연계	통상협정 (FTA) 활용	고위급 외교
1	네덜란드	DMB				
2	나이지리아	WiBro, 유선전화, 인터넷/브로드밴드	◎	●		△
3	인도네시아	WiBro, DMB	◎			
4	페루	WiBro, 인터넷/브로드밴드, IPTV	◎	●	○	
5	남아공	WiBro			○	
6	알제리	WiBro	◎	●		
7	파라과이	유선전화, 인터넷/브로드밴드, IPTV	◎		○	△
8	러시아	WiBro, 유선전화, 인터넷/브로드밴드, IPTV			○	
9	베네수엘라	WiBro				
10	멕시코	WiBro			○	
11	브라질	WiBro			○	
12	터키	WiBro	◎		○	
13	말레이시아	WiBro, DMB			○	
14	이집트	WiBro, 유선전화, 인터넷/브로드밴드, IPTV	◎			
15	인도	WiBro, 인터넷/브로드밴드, IPTV			○	
16	요르단	WiBro	◎			
17	카자흐스탄	WiBro	◎			
18	태국	WiBro, DMB			○	△

<첨 부> : 국가별 평가 지수

Group A

진출대상 국가 평가 지수(Index) : UAE

Infra 평가 지수, 2008.....0.78

	(Normalize)	(Weight)	(Infra 지수)
유선전화 보급률, 2008.....33.6	0.75	0.20	0.15
이동통신 보급률, 2008.....208.7	1.57	0.20	0.31
인터넷 이용률, 2008.....65.2	0.73	0.20	0.15
브로드밴드 가입률, 2008.....12.4	0.35	0.20	0.07
가구당 PC 보급률, 2007.....43.3	0.49	0.20	0.10

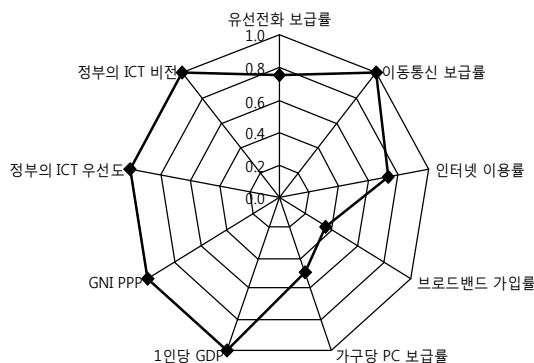
경제적 수요 평가 지수, 2008.....1.00

	(Normalize)	(Weight)	(경제 수요 지수)
1인당 GDP, 2008.....54,607	1.00	0.50	0.50
GNI PPP, 2008.....41,500	1.00	0.50	0.50

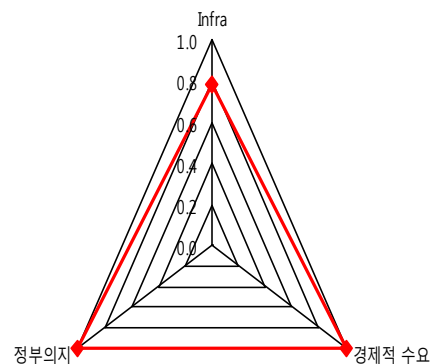
정부 의지 평가 지수, 2008.....1.00

	(Normalize)	(Weight)	(정부 의지 지수)
정부의 ICT 우선도.....6.05	1.00	0.50	0.50
정부의 ICT 비전.....5.86	1.00	0.50	0.50

Normalize 지수



평가 지수(Index)



진출대상 국가 평가 지수(Index) : 네덜란드

Infra 평가 지수, 2008.....0.97

	(Normalize)	(Weight)	(Infra 지수)
유선전화 보급률, 2008.....44.3	1.00	0.20	0.20
이동통신 보급률, 2008.....124.8	0.84	0.20	0.17
인터넷 이용률, 2008.....86.4	1.00	0.20	0.20
브로드밴드 가입률, 2008.....35.1	1.00	0.20	0.20
가구당 PC 보급률, 2007.....86.0	1.00	0.20	0.20

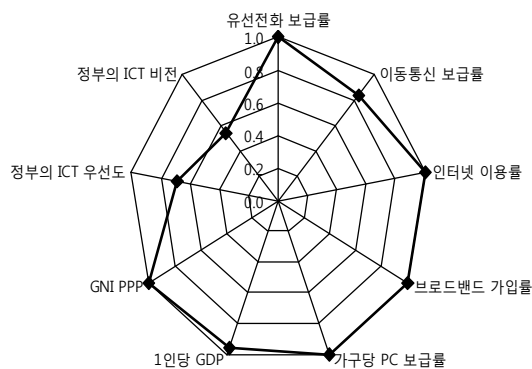
경제적 수요 평가 지수, 2008.....0.98

	(Normalize)	(Weight)	(경제 수요 지수)
1인당 GDP, 2008.....52,019	0.95	0.50	0.48
GNI PPP, 2008.....41,670	1.00	0.50	0.50

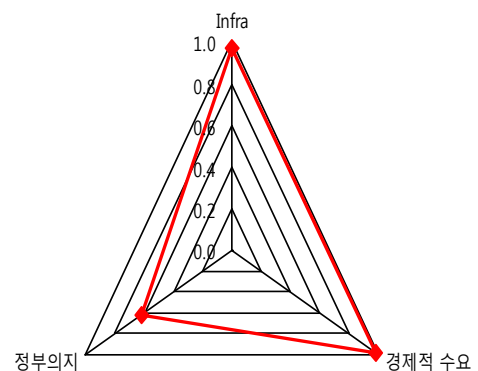
정부 의지 평가 지수, 2008.....0.61

	(Normalize)	(Weight)	(정부 의지 지수)
정부의 ICT 우선도.....4.94	0.68	0.50	0.34
정부의 ICT 비전.....4.32	0.54	0.50	0.27

Normalize 지수



평가 지수(Index)



진출대상 국가 평가 지수(Index) : 호주

Infra 평가 지수, 2008.....0.80

	(Normalize)	(Weight)	(Infra 지수)
유선전화 보급률, 2008.....44.5	1.00	0.20	0.20
이동통신 보급률, 2008.....105.0	0.66	0.20	0.13
인터넷 이용률, 2008.....72.0	0.82	0.20	0.16
브로드밴드 가입률, 2008.....24.4	0.70	0.20	0.14
가구당 PC 보급률, 2007.....73.0	0.84	0.20	0.17

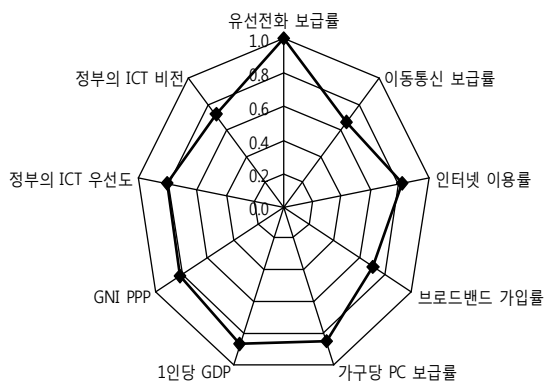
경제적 수요 평가 지수, 2008.....0.84

	(Normalize)	(Weight)	(경제 수요 지수)
1인당 GDP, 2008.....47,400	0.87	0.50	0.43
GNI PPP, 2008.....34,040	0.81	0.50	0.40

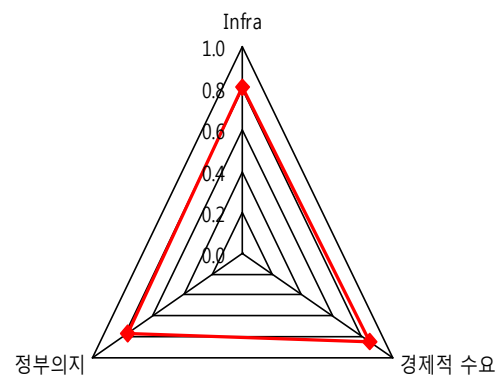
정부 의지 평가 지수, 2008.....0.76

	(Normalize)	(Weight)	(정부 의지 지수)
정부의 ICT 우선도.....5.36	0.80	0.50	0.40
정부의 ICT 비전.....4.90	0.72	0.50	0.36

Normalize 지수



평가 지수(Index)



진출대상 국가 평가 지수(Index) : 뉴질랜드

Infra 평가 지수, 2008.....0.79

	(Normalize)	(Weight)	(Infra 지수)
유선전화 보급률, 2008.....41.4	0.93	0.20	0.19
이동통신 보급률, 2008.....109.2	0.70	0.20	0.14
인터넷 이용률, 2008.....72.0	0.82	0.20	0.16
브로드밴드 가입률, 2008.....21.7	0.62	0.20	0.12
가구당 PC 보급률, 2007.....75.7	0.88	0.20	0.18

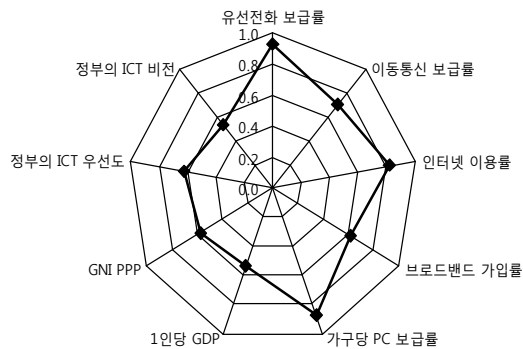
경제적 수요 평가 지수, 2008.....0.56

	(Normalize)	(Weight)	(경제 수요 지수)
1인당 GDP, 2008.....30,050	0.54	0.50	0.27
GNI PPP, 2008.....25,090	0.58	0.50	0.29

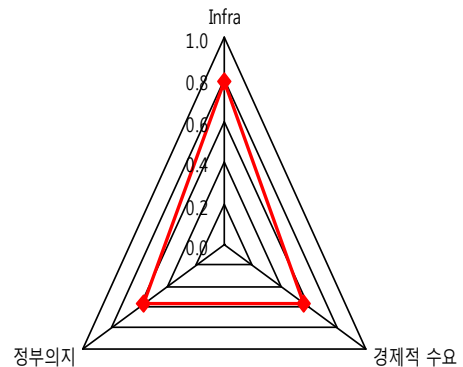
정부 의지 평가 지수, 2008.....0.57

	(Normalize)	(Weight)	(정부 의지 지수)
정부의 ICT 우선도.....4.75	0.62	0.50	0.31
정부의 ICT 비전.....4.26	0.53	0.50	0.26

Normalize 지수



평가 지수(Index)



Group B

진출대상 국가 평가 지수(Index) : 나이지리아

Infra 평가 지수, 2008.....0.03

	(Normalize)	(Weight)	(Infra 지수)
유선전화 보급률, 2008.....0.9	0.00	0.20	0.00
이동통신 보급률, 2008.....41.7	0.11	0.20	0.02
인터넷 이용률, 2008.....7.3	0.01	0.20	0.00
브로드밴드 가입률, 2008.....0.0	0.00	0.20	0.00
가구당 PC 보급률, 2007.....5.1	0.03	0.20	0.01

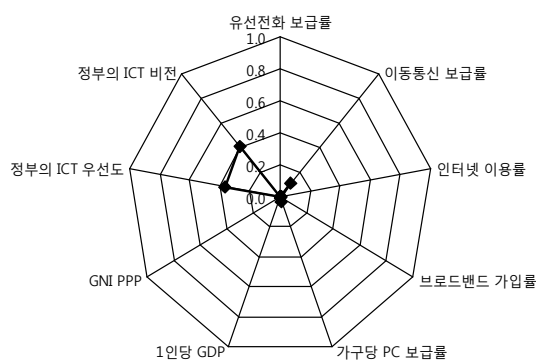
경제적 수요 평가 지수, 2008.....0.00

	(Normalize)	(Weight)	(경제 수요 지수)
1인당 GDP, 2008.....1,451	0.01	0.50	0.00
GNI PPP, 2008.....1,940	0.00	0.50	0.00

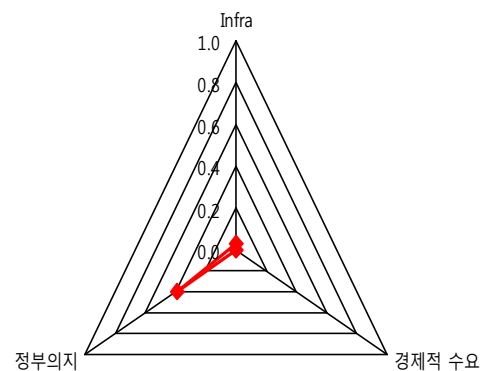
정부 의지 평가 지수, 2008.....0.39

	(Normalize)	(Weight)	(정부 의지 지수)
정부의 ICT 우선도.....3.89	0.37	0.50	0.10
정부의 ICT 비전.....3.85	0.41	0.50	0.20

Normalize 지수



평가 지수(Index)



진출대상 국가 평가 지수(Index) : 인도네시아

Infra 평가 지수, 2008.....0.14

	(Normalize)	(Weight)	(Infra 지수)
유선전화 보급률, 2008.....13.4	0.29	0.20	0.06
이동통신 보급률, 2008.....61.8	0.28	0.20	0.06
인터넷 이용률, 2008.....13.2	0.08	0.20	0.02
브로드밴드 가입률, 2008.....0.1	0.00	0.20	0.00
가구당 PC 보급률, 2007.....8.1	0.07	0.20	0.01

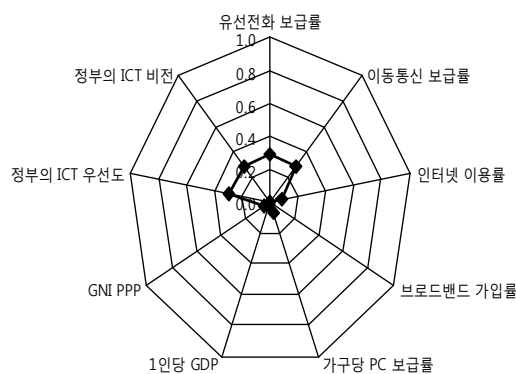
경제적 수요 평가 지수, 2008.....0.04

	(Normalize)	(Weight)	(경제 수요 지수)
1인당 GDP, 2008.....2,246	0.02	0.50	0.01
GNI PPP, 2008.....3,830	0.05	0.50	0.02

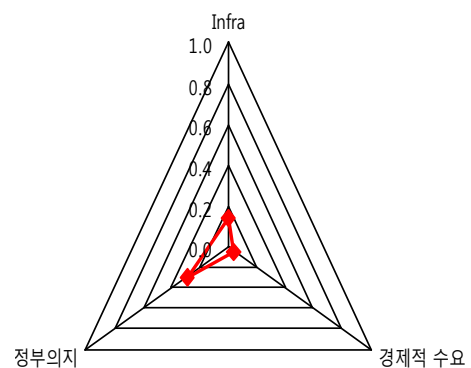
정부 의지 평가 지수, 2008.....0.29

	(Normalize)	(Weight)	(정부 의지 지수)
정부의 ICT 우선도.....3.62	0.30	0.50	0.15
정부의 ICT 비전.....3.44	0.28	0.50	0.14

Normalize 지수



평가 지수(Index)



진출대상 국가 평가 지수(Index) : 페루

Infra 평가 지수, 2008.....0.20

	(Normalize)	(Weight)	(Infra 지수)
유선전화 보급률, 2008.....10.0	0.21	0.20	0.04
이동통신 보급률, 2008.....72.7	0.38	0.20	0.08
인터넷 이용률, 2008.....24.7	0.22	0.20	0.04
브로드밴드 가입률, 2008.....2.5	0.07	0.20	0.01
가구당 PC 보급률, 2007.....13.8	0.14	0.20	0.03

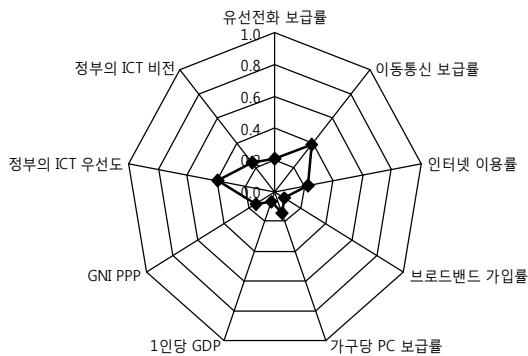
경제적 수요 평가 지수, 2008.....0.11

	(Normalize)	(Weight)	(경제 수요 지수)
1인당 GDP, 2008.....4,453	0.07	0.50	0.03
GNI PPP, 2008.....7,980	0.15	0.50	0.08

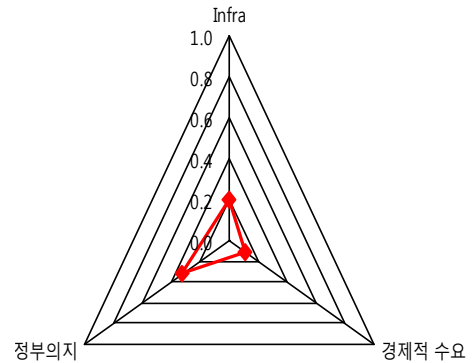
정부 의지 평가 지수, 2008.....0.32

	(Normalize)	(Weight)	(정부 의지 지수)
정부의 ICT 우선도.....3.95	0.39	0.50	0.20
정부의 ICT 비전.....3.30	0.24	0.50	0.12

Normalize 지수



평가 지수(Index)



진출대상 국가 평가 지수(Index) : 남아공

Infra 평가 지수, 2008.....0.18

	(Normalize)	(Weight)	(Infra 지수)
유선전화 보급률, 2008.....8.9	0.18	0.20	0.04
이동통신 보급률, 2008.....90.6	0.54	0.20	0.11
인터넷 이용률, 2008.....8.4	0.02	0.20	0.00
브로드밴드 가입률, 2008.....0.8	0.02	0.20	0.00
가구당 PC 보급률, 2007.....14.8	0.15	0.20	0.03

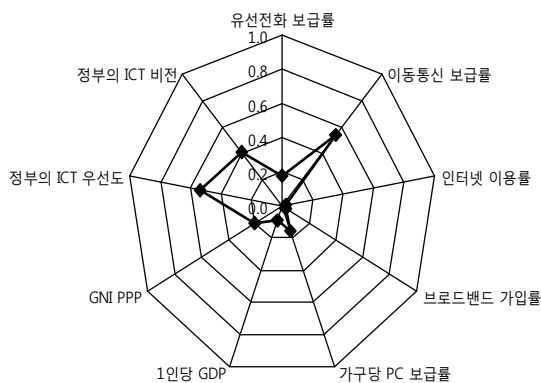
경제적 수요 평가 지수, 2008.....0.14

	(Normalize)	(Weight)	(경제 수요 지수)
1인당 GDP, 2008.....5,693	0.09	0.50	0.04
GNI PPP, 2008.....9,780	0.20	0.50	0.10

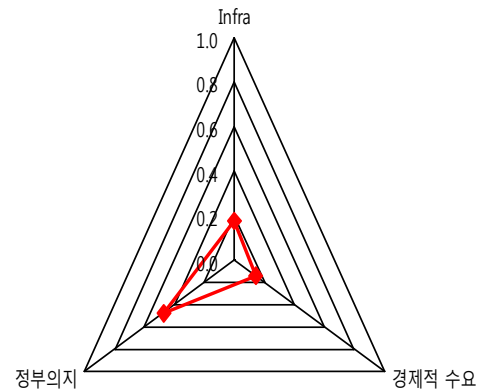
정부 의지 평가 지수, 2008.....0.47

	(Normalize)	(Weight)	(정부 의지 지수)
정부의 ICT 우선도.....4.46	0.54	0.50	0.27
정부의 ICT 비전.....3.85	0.41	0.50	0.20

Normalize 지수



평가 지수(Index)



진출대상 국가 평가 지수(Index) : 알제리

Infra 평가 지수, 2008.....0.18

	(Normalize)	(Weight)	(Infra 지수)
유선전화 보급률, 2008.....9.6	0.20	0.20	0.04
이동통신 보급률, 2008.....92.7	0.55	0.20	0.11
인터넷 이용률, 2008.....11.9	0.06	0.20	0.01
브로드밴드 가입률, 2008.....0.0	0.00	0.20	0.00
가구당 PC 보급률, 2007.....8.3	0.07	0.20	0.01

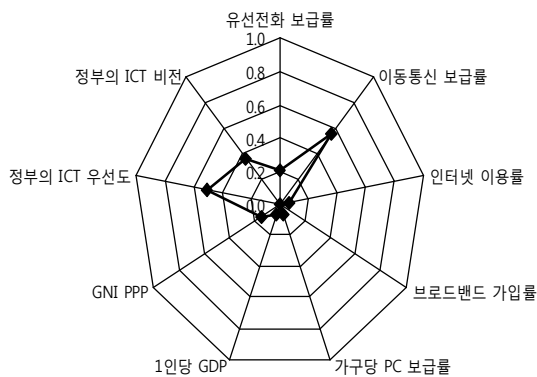
경제적 수요 평가 지수, 2008.....0.11

	(Normalize)	(Weight)	(경제 수요 지수)
1인당 GDP, 2008.....4,588	0.07	0.50	0.03
GNI PPP, 2008.....7,940	0.15	0.50	0.08

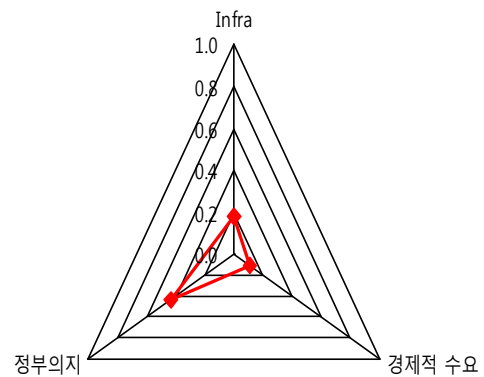
정부 의지 평가 지수, 2008.....0.43

	(Normalize)	(Weight)	(정부 의지 지수)
정부의 ICT 우선도.....4.37	0.51	0.50	0.26
정부의 ICT 비전.....3.68	0.36	0.50	0.18

Normalize 지수



평가 지수(Index)



Group C

진출대상 국가 평가 지수(Index) : 우즈베키스탄

Infra 평가 지수, 2008.....0.06

	(Normalize)	(Weight)	(Infra 지수)
유선전화 보급률, 2008.....6.8	0.14	0.20	0.03
이동통신 보급률, 2008.....46.8	0.15	0.20	0.03
인터넷 이용률, 2008.....9.1	0.03	0.20	0.01
브로드밴드 가입률, 2008.....0.2	0.01	0.20	0.00
가구당 PC 보급률, 2007.....2.4	0.00	0.20	0.00

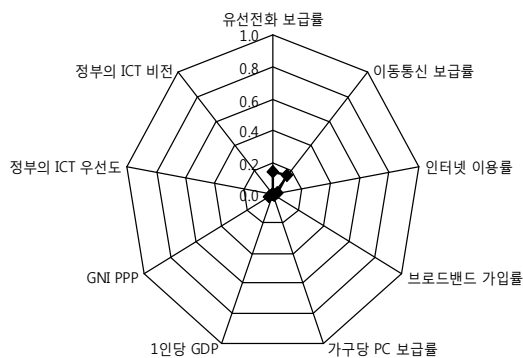
경제적 수요 평가 지수, 2008.....0.01

	(Normalize)	(Weight)	(경제 수요 지수)
1인당 GDP, 2008.....955	0.00	0.50	0.00
GNI PPP, 2008.....2,660	0.02	0.50	0.01

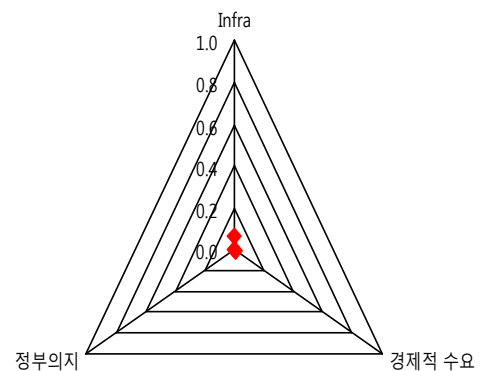
정부 의지 평가 지수, 2008.....0.00

	(Normalize)	(Weight)	(정부 의지 지수)
정부의 ICT 우선도.....2.60	0.00	0.50	0.00
정부의 ICT 비전.....2.48	0.00	0.50	0.00

Normalize 지수



평가 지수(Index)



진출대상 국가 평가 지수(Index) : 파라과이

Infra 평가 지수, 2008.....0.19

	(Normalize)	(Weight)	(Infra 지수)
유선전화 보급률, 2008.....7.9	0.16	0.20	0.03
이동통신 보급률, 2008.....95.5	0.58	0.20	0.12
인터넷 이용률, 2008.....14.3	0.09	0.20	0.02
브로드밴드 가입률, 2008.....1.4	0.04	0.20	0.01
가구당 PC 보급률, 2007.....10.4	0.10	0.20	0.02

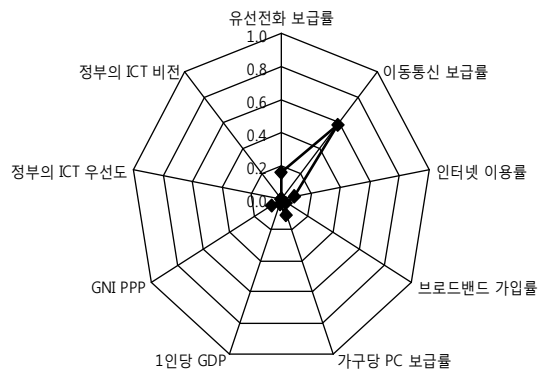
경제적 수요 평가 지수, 2008.....0.05

	(Normalize)	(Weight)	(경제 수요 지수)
1인당 GDP, 2008.....2,601	0.03	0.50	0.02
GNI PPP, 2008.....4,820	0.07	0.50	0.04

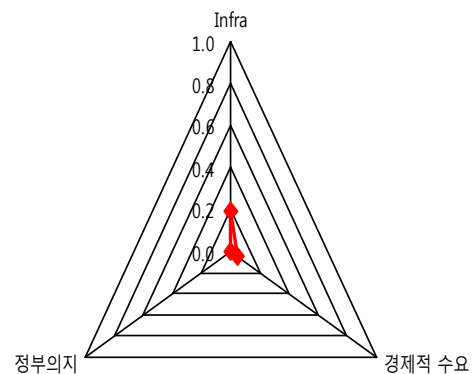
정부 의지 평가 지수, 2008.....0.00

	(Normalize)	(Weight)	(정부 의지 지수)
정부의 ICT 우선도.....2.60	0.00	0.50	0.00
정부의 ICT 비전.....2.48	0.00	0.50	0.00

Normalize 지수



평가 지수(Index)



Group D

진출대상 국가 평가 지수(Index) : 러시아

Infra 평가 지수, 2008.....0.46

	(Normalize)	(Weight)	(Infra 지수)
유선전화 보급률, 2008.....31.8	0.71	0.20	0.14
이동통신 보급률, 2008.....132.6	0.90	0.20	0.18
인터넷 이용률, 2008.....32.1	0.32	0.20	0.06
브로드밴드 가입률, 2008.....6.6	0.19	0.20	0.04
가구당 PC 보급률, 2007.....16.2	0.17	0.20	0.03

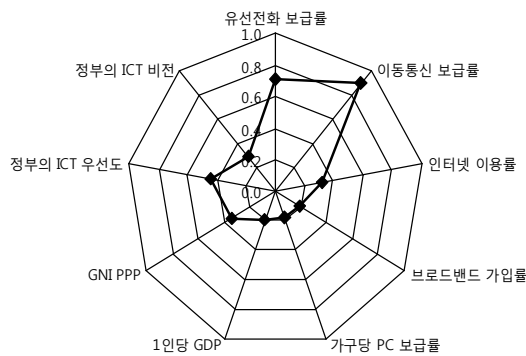
경제적 수요 평가 지수, 2008.....0.27

	(Normalize)	(Weight)	(경제 수요 지수)
1인당 GDP, 2008.....11,807	0.20	0.50	0.10
GNI PPP, 2008.....15,630	0.34	0.50	0.17

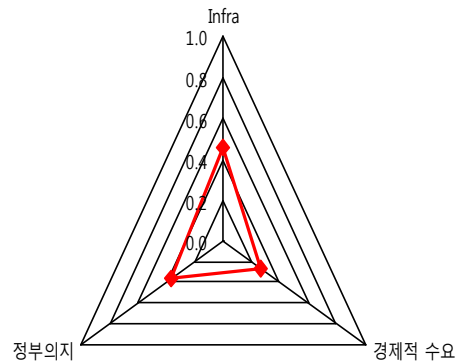
정부 의지 평가 지수, 2008.....0.36

	(Normalize)	(Weight)	(정부 의지 지수)
정부의 ICT 우선도.....4.12	0.44	0.50	0.22
정부의 ICT 비전.....3.44	0.28	0.50	0.14

Normalize 지수



평가 지수(Index)



진출대상 국가 평가 지수(Index) : 베네수엘라

Infra 평가 지수, 2008.....0.31

	(Normalize)	(Weight)	(Infra 지수)
유선전화 보급률, 2008.....22.4	0.49	0.20	0.10
이동통신 보급률, 2008.....96.3	0.59	0.20	0.12
인터넷 이용률, 2008.....25.5	0.23	0.20	0.05
브로드밴드 가입률, 2008.....4.7	0.13	0.20	0.03
가구당 PC 보급률, 2007.....11.9	0.11	0.20	0.02

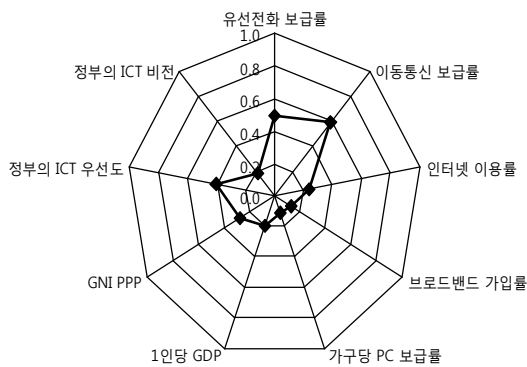
경제적 수요 평가 지수, 2008.....0.23

	(Normalize)	(Weight)	(경제 수요 지수)
1인당 GDP, 2008.....11,388	0.19	0.50	0.10
GNI PPP, 2008.....12,830	0.27	0.50	0.14

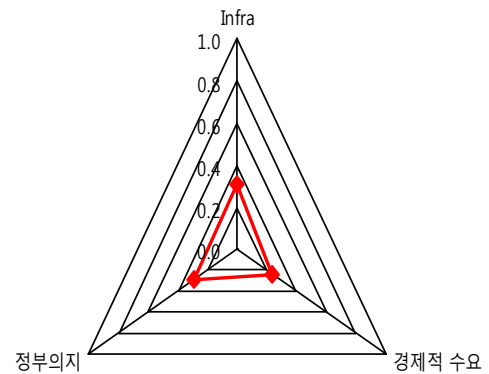
정부 의지 평가 지수, 2008.....0.29

	(Normalize)	(Weight)	(정부 의지 지수)
정부의 ICT 우선도.....3.98	0.40	0.50	0.20
정부의 ICT 비전.....3.09	0.18	0.50	0.09

Normalize 지수



평가 지수(Index)



진출대상 국가 평가 지수(Index) : 우크라이나

Infra 평가 지수, 2008.....0.38

	(Normalize)	(Weight)	(Infra 지수)
유선전화 보급률, 2008.....28.7	0.64	0.20	0.13
이동통신 보급률, 2008.....121.1	0.80	0.20	0.16
인터넷 이용률, 2008.....22.5	0.20	0.20	0.04
브로드밴드 가입률, 2008.....3.5	0.10	0.20	0.02
가구당 PC 보급률, 2007.....16.2	0.17	0.20	0.03

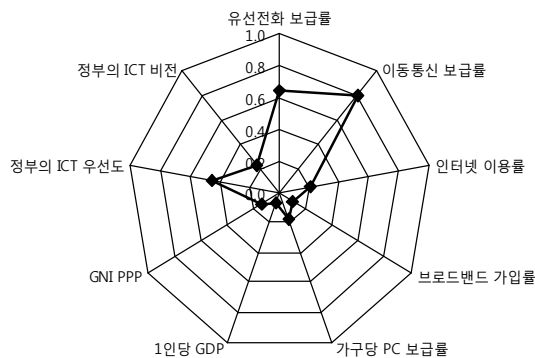
경제적 수요 평가 지수, 2008.....0.09

	(Normalize)	(Weight)	(경제 수요 지수)
1인당 GDP, 2008.....3,920	0.06	0.50	0.03
GNI PPP, 2008.....7,210	0.13	0.50	0.07

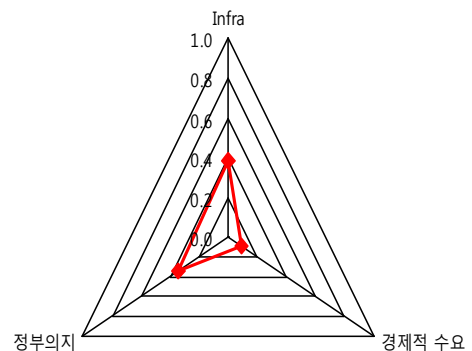
정부 의지 평가 지수, 2008.....0.34

	(Normalize)	(Weight)	(정부 의지 지수)
정부의 ICT 우선도.....4.14	0.45	0.50	0.22
정부의 ICT 비전.....3.27	0.23	0.50	0.12

Normalize 지수



평가 지수(Index)



진출대상 국가 평가 지수(Index) : 멕시코

Infra 평가 지수, 2008.....0.28

	(Normalize)	(Weight)	(Infra 지수)
유선전화 보급률, 2008.....19.0	0.42	0.20	0.08
이동통신 보급률, 2008.....69.4	0.35	0.20	0.07
인터넷 이용률, 2008.....21.4	0.18	0.20	0.04
브로드밴드 가입률, 2008.....7.0	0.20	0.20	0.04
가구당 PC 보급률, 2007.....22.1	0.24	0.20	0.05

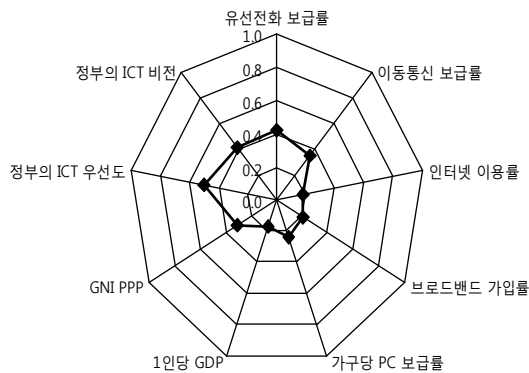
경제적 수요 평가 지수, 2008.....0.24

	(Normalize)	(Weight)	(경제 수요 지수)
1인당 GDP, 2008.....10,235	0.17	0.50	0.09
GNI PPP, 2008.....14,270	0.31	0.50	0.16

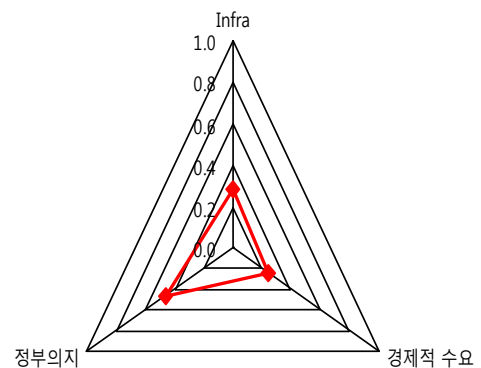
정부 의지 평가 지수, 2008.....0.46

	(Normalize)	(Weight)	(정부 의지 지수)
정부의 ICT 우선도.....4.33	0.50	0.50	0.25
정부의 ICT 비전.....3.88	0.41	0.50	0.21

Normalize 지수



평가 지수(Index)



진출대상 국가 평가 지수(Index) : 브라질

Infra 평가 지수, 2008.....0.32

	(Normalize)	(Weight)	(Infra 지수)
유선전화 보급률, 2008.....21.4	0.47	0.20	0.09
이동통신 보급률, 2008.....78.5	0.43	0.20	0.09
인터넷 이용률, 2008.....33.8	0.34	0.20	0.07
브로드밴드 가입률, 2008.....5.3	0.15	0.20	0.03
가구당 PC 보급률, 2007.....20.8	0.22	0.20	0.04

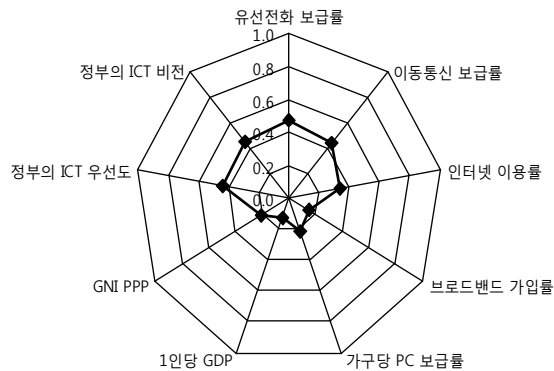
경제적 수요 평가 지수, 2008.....0.17

	(Normalize)	(Weight)	(경제 수요 지수)
1인당 GDP, 2008.....8,197	0.13	0.50	0.07
GNI PPP, 2008.....10,070	0.20	0.50	0.10

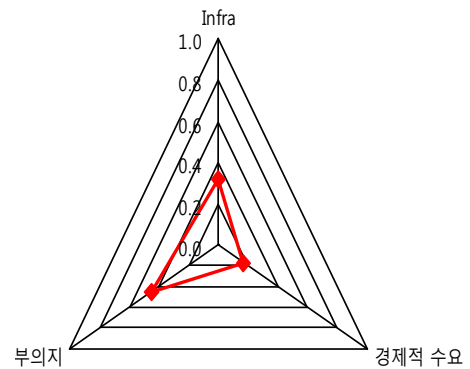
정부 의지 평가 지수, 2008.....0.45

	(Normalize)	(Weight)	(정부 의지 지수)
정부의 ICT 우선도.....4.13	0.44	0.50	0.22
정부의 ICT 비전.....3.99	0.45	0.50	0.22

Normalize 지수



평가 지수(Index)



진출대상 국가 평가 지수(Index) : 터키

Infra 평가 지수, 2008.....0.38

	(Normalize)	(Weight)	(Infra 지수)
유선전화 보급률, 2008.....23.7	0.52	0.20	0.10
이동통신 보급률, 2008.....89.1	0.52	0.20	0.10
인터넷 이용률, 2008.....33.1	0.33	0.20	0.07
브로드밴드 가입률, 2008.....7.8	0.22	0.20	0.04
가구당 PC 보급률, 2007.....28.5	0.31	0.20	0.06

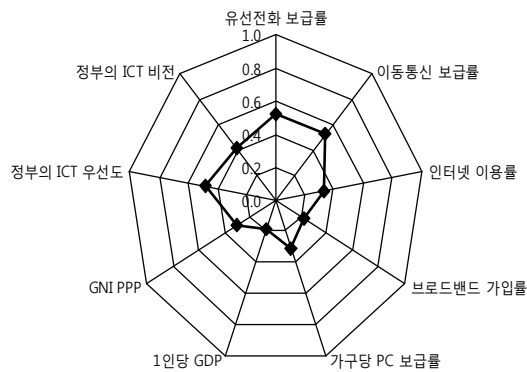
경제적 수요 평가 지수, 2008.....0.24

	(Normalize)	(Weight)	(경제 수요 지수)
1인당 GDP, 2008.....10,471	0.18	0.50	0.09
GNI PPP, 2008.....13,770	0.30	0.50	0.15

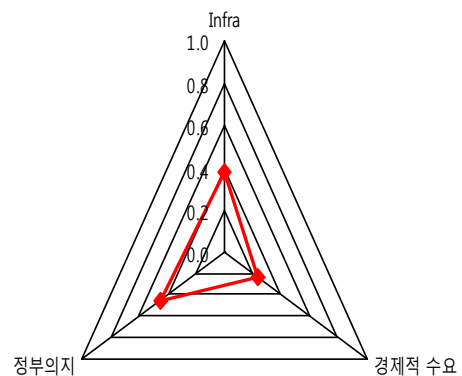
정부 의지 평가 지수, 2008.....0.45

	(Normalize)	(Weight)	(정부 의지 지수)
정부의 ICT 우선도.....4.25	0.48	0.50	0.24
정부의 ICT 비전.....3.88	0.41	0.50	0.21

Normalize 지수



평가 지수(Index)



진출대상 국가 평가 지수(Index) : 폴란드

Infra 평가 지수, 2008.....0.56

	(Normalize)	(Weight)	(Infra 지수)
유선전화 보급률, 2008.....25.4	0.56	0.20	0.11
이동통신 보급률, 2008.....115.3	0.75	0.20	0.15
인터넷 이용률, 2008.....49.0	0.53	0.20	0.11
브로드밴드 가입률, 2008.....12.6	0.36	0.20	0.07
가구당 PC 보급률, 2007.....54.0	0.62	0.20	0.12

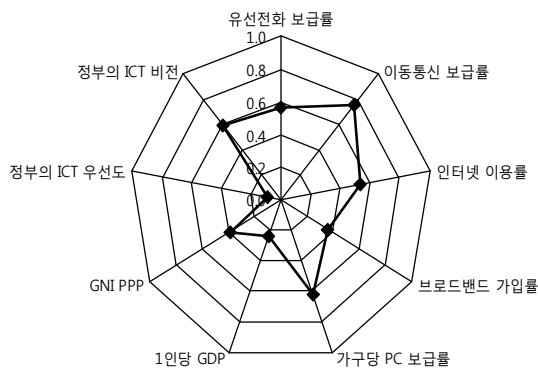
경제적 수요 평가 지수, 2008.....0.31

	(Normalize)	(Weight)	(경제 수요 지수)
1인당 GDP, 2008.....13,799	0.24	0.50	0.12
GNI PPP, 2008.....17,310	0.39	0.50	0.19

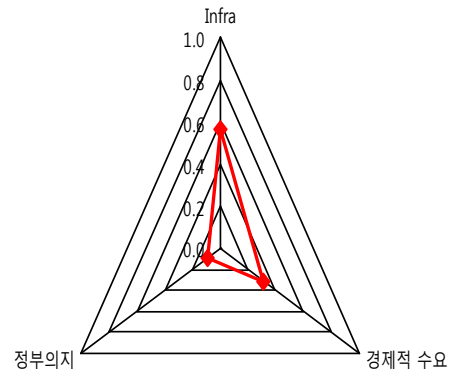
정부 의지 평가 지수, 2008.....0.09

	(Normalize)	(Weight)	(정부 의지 지수)
정부의 ICT 우선도.....2.91	0.09	0.50	0.04
정부의 ICT 비전.....2.81	0.59	0.10	0.05

Normalize 지수



평가 지수(Index)



Group E

진출대상 국가 평가 지수(Index) : 말레이시아

Infra 평가 지수, 2008.....0.44

	(Normalize)	(Weight)	(Infra 지수)
유선전화 보급률, 2008.....15.9	0.34	0.20	0.07
이동통신 보급률, 2008.....100.4	0.62	0.20	0.12
인터넷 이용률, 2008.....62.6	0.70	0.20	0.14
브로드밴드 가입률, 2008.....4.8	0.14	0.20	0.03
가구당 PC 보급률, 2007.....35.9	0.40	0.20	0.08

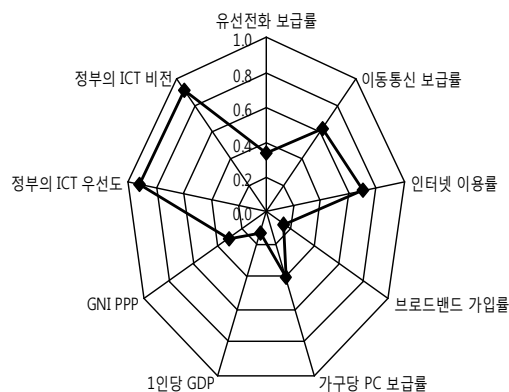
경제적 수요 평가 지수, 2008.....0.22

	(Normalize)	(Weight)	(경제 수요 지수)
1인당 GDP, 2008.....8,141	0.13	0.50	0.07
GNI PPP, 2008.....13,740	0.30	0.50	0.15

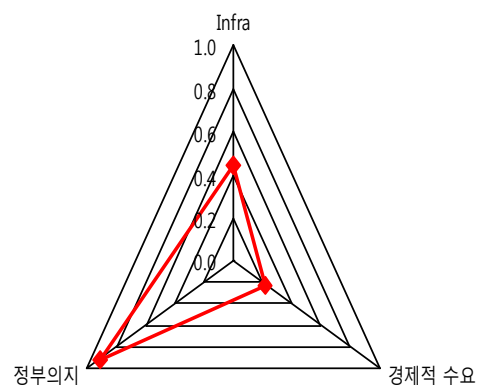
정부 의지 평가 지수, 2008.....0.91

	(Normalize)	(Weight)	(정부 의지 지수)
정부의 ICT 우선도.....5.77	0.92	0.50	0.46
정부의 ICT 비전.....5.55	0.91	0.50	0.45

Normalize 지수



평가 지수(Index)



진출대상 국가 평가 지수(Index) : 사우디아라비아

Infra 평가 지수, 2008.....0.45

	(Normalize)	(Weight)	(Infra 지수)
유선전화 보급률, 2008.....16.3	0.35	0.20	0.07
이동통신 보급률, 2008.....143.5	1.00	0.20	0.20
인터넷 이용률, 2008.....30.6	0.30	0.20	0.06
브로드밴드 가입률, 2008.....4.2	0.12	0.20	0.02
가구당 PC 보급률, 2007.....43.2	0.49	0.20	0.10

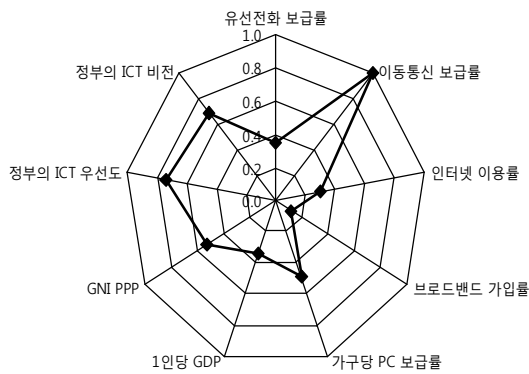
경제적 수요 평가 지수, 2008.....0.44

	(Normalize)	(Weight)	(경제 수요 지수)
1인당 GDP, 2008.....19,345	0.34	0.50	0.17
GNI PPP, 2008.....22,950	0.53	0.50	0.26

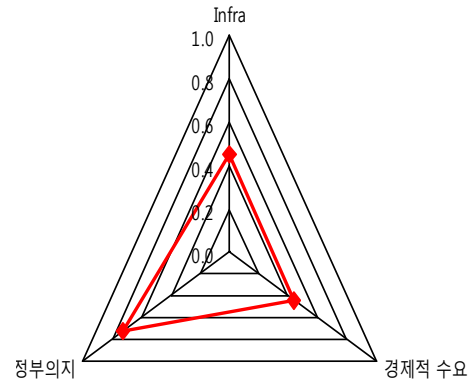
정부 의지 평가 지수, 2008.....0.72

	(Normalize)	(Weight)	(정부 의지 지수)
정부의 ICT 우선도.....5.17	0.74	0.50	0.37
정부의 ICT 비전.....4.81	0.69	0.50	0.34

Normalize 지수



평가 지수(Index)



Group F

진출대상 국가 평가 지수(Index) : 몽골

Infra 평가 지수, 2008.....0.11

	(Normalize)	(Weight)	(Infra 지수)
유선전화 보급률, 2008.....6.3	0.12	0.20	0.02
이동통신 보급률, 2008.....37.8	0.07	0.20	0.01
인터넷 이용률, 2008.....12.5	0.07	0.20	0.01
브로드밴드 가입률, 2008.....0.3	0.01	0.20	0.00
가구당 PC 보급률, 2007.....25.1	0.27	0.20	0.05

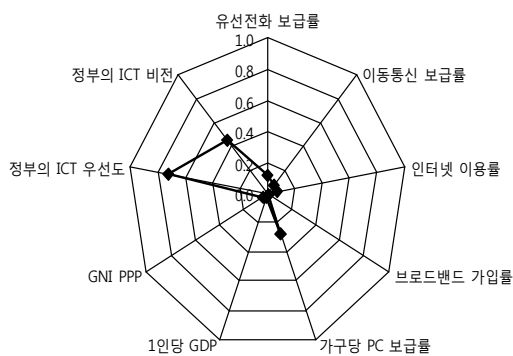
경제적 수요 평가 지수, 2008.....0.03

	(Normalize)	(Weight)	(경제 수요 지수)
1인당 GDP, 2008.....1,981	0.02	0.50	0.01
GNI PPP, 2008.....3,480	0.04	0.50	0.02

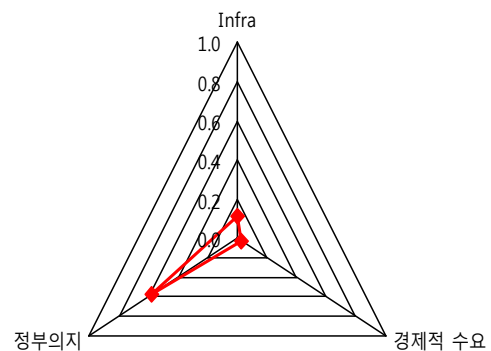
정부 의지 평가 지수, 2008.....0.58

	(Normalize)	(Weight)	(정부 의지 지수)
정부의 ICT 우선도.....5.07	0.72	0.50	0.36
정부의 ICT 비전.....4.00	0.45	0.50	0.22

Normalize 지수



평가 지수(Index)



진출대상 국가 평가 지수(Index) : 이집트

Infra 평가 지수, 2008.....0.13

	(Normalize)	(Weight)	(Infra 지수)
유선전화 보급률, 2008.....14.6	0.31	0.20	0.06
이동통신 보급률, 2008.....50.6	0.19	0.20	0.04
인터넷 이용률, 2008.....14.0	0.09	0.20	0.02
브로드밴드 가입률, 2008.....0.9	0.03	0.20	0.01
가구당 PC 보급률, 2007.....4.9	0.03	0.20	0.01

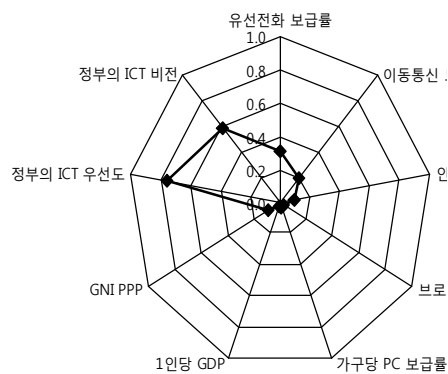
경제적 수요 평가 지수, 2008.....0.06

	(Normalize)	(Weight)	(경제 수요 지수)
1인당 GDP, 2008.....2,161	0.02	0.50	0.01
GNI PPP, 2008.....5,460	0.09	0.50	0.04

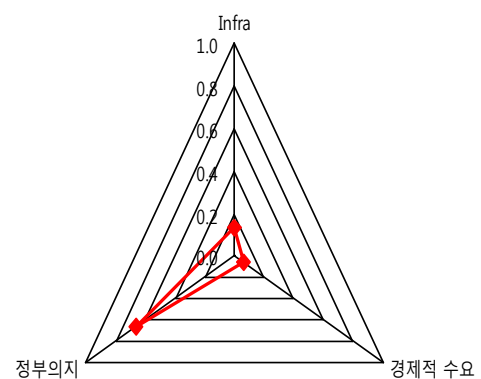
정부 의지 평가 지수, 2008.....0.67

	(Normalize)	(Weight)	(정부 의지 지수)
정부의 ICT 우선도.....5.18	0.75	0.50	0.37
정부의 ICT 비전.....4.45	0.59	0.58	0.29

Normalize 지수



평가 지수(Index)



진출대상 국가 평가 지수(Index) : 인도

Infra 평가 지수, 2008.....0.02

	(Normalize)	(Weight)	(Infra 지수)
유선전화 보급률, 2008.....3.2	0.05	0.20	0.01
이동통신 보급률, 2008.....29.4	0.00	0.20	0.00
인터넷 이용률, 2008.....6.9	0.00	0.20	0.00
브로드밴드 가입률, 2008.....0.5	0.01	0.20	0.00
가구당 PC 보급률, 2007.....3.7	0.02	0.20	0.00

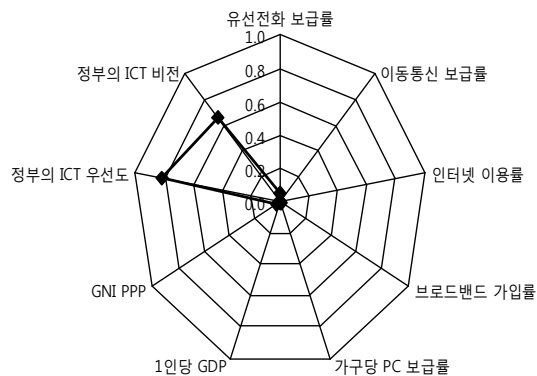
경제적 수요 평가 지수, 2008.....0.01

	(Normalize)	(Weight)	(경제 수요 지수)
1인당 GDP, 2008.....1,016	0.00	0.50	0.00
GNI PPP, 2008.....2,960	0.03	0.50	0.01

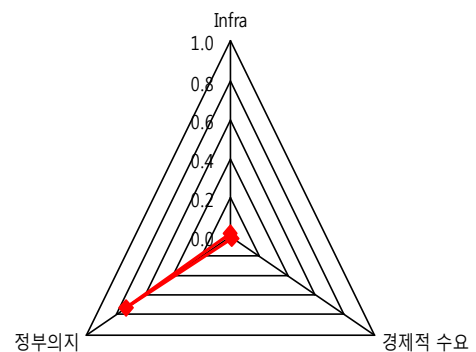
정부 의지 평가 지수, 2008.....0.73

	(Normalize)	(Weight)	(정부 의지 지수)
정부의 ICT 우선도.....5.38	0.81	0.50	0.40
정부의 ICT 비전.....4.68	0.65	0.50	0.33

Normalize 지수



평가 지수(Index)



진출대상 국가 평가 지수(Index) : 베트남

Infra 평가 지수, 2008.....0.32

	(Normalize)	(Weight)	(Infra 지수)
유선전화 보급률, 2008.....34.0	0.76	0.20	0.15
이동통신 보급률, 2008.....80.4	0.45	0.20	0.09
인터넷 이용률, 2008.....23.9	0.21	0.20	0.04
브로드밴드 가입률, 2008.....2.4	0.07	0.20	0.01
가구당 PC 보급률, 2007.....10.1	0.09	0.20	0.02

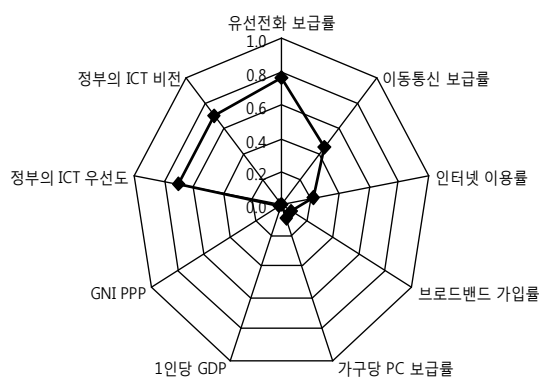
경제적 수요 평가 지수, 2008.....0.01

	(Normalize)	(Weight)	(경제 수요 지수)
1인당 GDP, 2008.....1,040	0.00	0.50	0.00
GNI PPP, 2008.....2,700	0.02	0.50	0.01

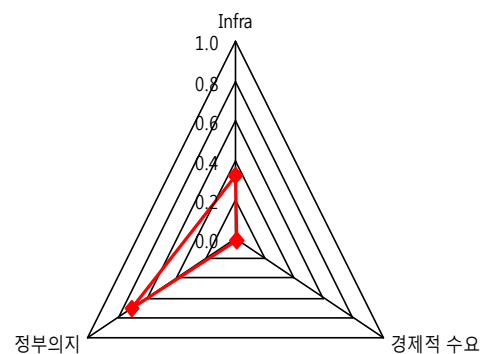
정부 의지 평가 지수, 2008.....0.70

	(Normalize)	(Weight)	(정부 의지 지수)
정부의 ICT 우선도.....5.03	0.70	0.50	0.35
정부의 ICT 비전.....4.84	0.70	0.50	0.35

Normalize 지수



평가 지수(Index)



진출대상 국가 평가 지수(Index) : 요르단

Infra 평가 지수, 2008.....0.20

	(Normalize)	(Weight)	(Infra 지수)
유선전화 보급률, 2008.....8.5	0.17	0.20	0.03
이동통신 보급률, 2008.....86.6	0.50	0.20	0.10
인터넷 이용률, 2008.....24.5	0.22	0.20	0.04
브로드밴드 가입률, 2008.....2.1	0.06	0.20	0.01
가구당 PC 보급률, 2007.....6.4	0.05	0.20	0.01

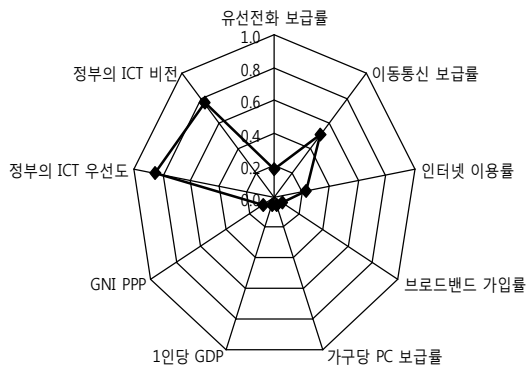
경제적 수요 평가 지수, 2008.....0.07

	(Normalize)	(Weight)	(경제 수요 지수)
1인당 GDP, 2008.....3,421	0.05	0.50	0.02
GNI PPP, 2008.....5,530	0.09	0.50	0.05

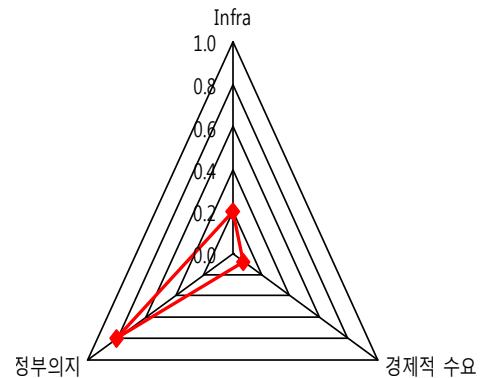
정부 의지 평가 지수, 2008.....0.80

	(Normalize)	(Weight)	(정부 의지 지수)
정부의 ICT 우선도.....5.52	0.85	0.50	0.42
정부의 ICT 비전.....5.04	0.76	0.50	0.38

Normalize 지수



평가 지수(Index)



진출대상 국가 평가 지수(Index) : 카자흐스탄

Infra 평가 지수, 2008.....0.29

	(Normalize)	(Weight)	(Infra 지수)
유선전화 보급률, 2008.....22.0	0.48	0.20	0.10
이동통신 보급률, 2008.....96.1	0.58	0.20	0.12
인터넷 이용률, 2008.....14.8	0.10	0.20	0.02
브로드밴드 가입률, 2008.....4.3	0.12	0.20	0.02
가구당 PC 보급률, 2007.....15.6	0.16	0.20	0.03

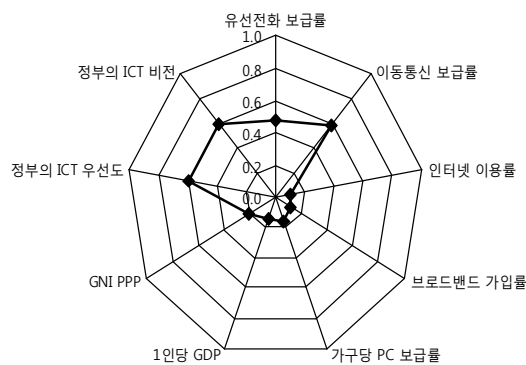
경제적 수요 평가 지수, 2008.....0.17

	(Normalize)	(Weight)	(경제 수요 지수)
1인당 GDP, 2008.....8,502	0.14	0.50	0.07
GNI PPP, 2008.....9,690	0.20	0.50	0.10

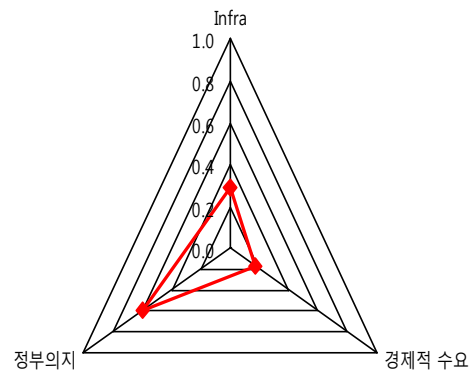
정부 의지 평가 지수, 2008.....0.59

	(Normalize)	(Weight)	(정부 의지 지수)
정부의 ICT 우선도.....4.64	0.59	0.50	0.30
정부의 ICT 비전.....4.48	0.59	0.50	0.30

Normalize 지수



평가 지수(Index)



진출대상 국가 평가 지수(Index) : 태국

Infra 평가 지수, 2008.....0.25

	(Normalize)	(Weight)	(Infra 지수)
유선전화 보급률, 2008.....11.0	0.29	0.20	0.05
이동통신 보급률, 2008.....91.0	0.28	0.20	0.11
인터넷 이용률, 2008.....20.0	0.08	0.20	0.03
브로드밴드 가입률, 2008.....1.4	0.00	0.20	0.01
가구당 PC 보급률, 2007.....27.2	0.07	0.20	0.06

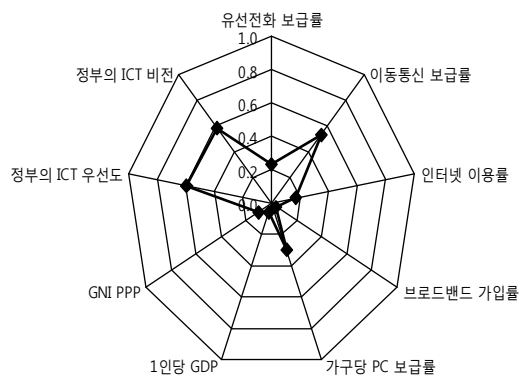
경제적 수요 평가 지수, 2008.....0.08

	(Normalize)	(Weight)	(경제 수요 지수)
1인당 GDP, 2008.....4,115	0.06	0.50	0.03
GNI PPP, 2008.....5,990	0.10	0.50	0.05

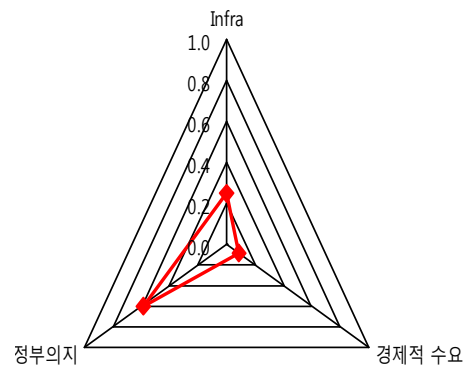
정부 의지 평가 지수, 2008.....0.59

	(Normalize)	(Weight)	(정부 의지 지수)
정부의 ICT 우선도.....4.64	0.59	0.50	0.30
정부의 ICT 비전.....4.46	0.59	0.50	0.29

Normalize 지수



평가 지수(Index)



【 참 고 자 료 】

<국내자료>

1. 대외경제정책연구원(2009). 해외자원개발의 전략적 추진방안 : 4대 신흥지역 중심으로. 2009.11
2. 정보통신정책연구원(2009). 페루 방송통신 규제제도 분석 및 FTA 협상에의 시사점. 2009.7
3. 정보통신정책연구원(2009). 러시아의 방송통신 서비스 시장 현황. 2009.5
4. 한국인터넷진흥원(2009). 해외 신규 WiMax 사업자의 성공요인 분석. 2009
5. 한국전자통신연구원(2009). 자원외교와 연계한 통신서비스 산업의 패키지형 해외진출 전략. 2009.4

<해외자료>

1. BMI(2009). Brazil Telecommunications Report - Q3 2009. 2009.7
2. BMI(2009). Egypt Telecommunications Report - Q3 2009. 2009.7
3. BMI(2009). India Telecommunications Report - Q3 2009. 2009.6
4. BMI(2009). Indonesia Telecommunications Report - Q3 2009. 2009.8
5. BMI(2009). Malaysia Telecommunications Report - Q3 2009. 2009.6
6. BMI(2009). Mexico Telecommunications Report - Q3 2009. 2009.8
7. BMI(2009). Nigeria Telecommunications Report - Q3 2009. 2009.7
8. BMI(2009). Peru Telecommunications Report - Q3 2009. 2009.8
9. BMI(2009). Poland Telecommunications Report - Q3 2009. 2009.6
10. BMI(2009). Russia Telecommunications Report - Q3 2009. 2009.6
11. BMI(2009). Saudi Arabia Telecommunications Report - Q3 2009. 2009.6
12. BMI(2009). South Africa Telecommunications Report - Q3 2009. 2009.8
13. BMI(2009). Thailand Telecommunications Report - Q3 2009. 2009.8

14. BMI(2009). Turkey Telecommunications Report – Q3 2009.6
15. BMI(2009). Ukraine Telecommunications Report – Q3 2009.7
16. BMI(2009). United Arab Emirates Telecommunications Report – Q3 2009.7
17. BMI(2009). Vietnam Telecommunications Report – Q3 2009. 2009.7
18. BuddeComm(2009). Algeria – Telecoms, Mobile, Broadband and Forecasts. 2009.10
19. BuddeComm(2009). Australia – ISP, Internet & Broadband – Statistics. 2009.4.11
20. BuddeComm(2009). India – Key Statistics and Telecommunications Market Overview. 2009.4.17
21. BuddeComm(2009). Jordan – Telecoms, Mobile & Broadband. 2009.8.27
22. BuddeComm(2009). Kazakhstan – Telecoms, Mobile, Broadband & Forecasts. 2009.8.21
23. BuddeComm(2009). Malaysia – Key Statistics, Telecommunications Overview and Major Players. 2009.6.15
24. BuddeComm(2009). Mexico – Key Statistics, Telecom Market and Regulatory Overview. 2009.4.16
25. BuddeComm(2009). Mongolia – Telecoms, Mobile & Internet. 2009.8.24
26. BuddeComm(2009). Netherlands – Key Statistics, Telecom Market & Regulatory Overviews. 2009.1.23
27. BuddeComm(2009). Nigeria – Telecoms Market Statistics and Forecasts. 2009.7.3
28. BuddeComm(2009). Paraguay – Telecoms, Mobile and Broadband. 2009.3.18
29. BuddeComm(2009). Peru – Telecom Market Trends, Key Statistics & Regulatory Overview. 2009.2.18
30. BuddeComm(2009). Russia – Key Statistics and Telecommunications Market_15Jan2009. 2009.9.20
31. BuddeComm(2009). South Africa – Key Statistics, Telecom Market & Regulatory Overviews. 2009.9.27
32. BuddeComm(2009). Turkey – Key Statistics, Regulatory & Fixed Line

- Telecoms Overviews. 2009.1.16
33. BuddeComm(2009). Ukraine – Key Statistics and Telecommunications Market. 2009.3.2
 34. BuddeComm(2009). Uzbekistan – Telecoms Market Overview, Statistics & Forecasts. 2009.2.20
 35. BuddeComm(2009). Venezuela – Telecom Market Trends, Key Statistics & Regulatory Overview. 2009.2.26
 36. BuddeComm(2009). Vietnam – Key Statistics, Telecommunications Market and Regulatory Overview. 2009.5.20
 37. Cowen and Company(2009). Worldwide Mobile Forecasts 2007–2012E. 2009.6
 38. ITU(2009). Measuring the Information Society : The ICT Development Index. 2009
 39. ITU(2009). The Global Information Technology Report 2008–2009. 2009
 40. UN(2009). UN E–Government Survey 2008. 2009
 41. World Economic Forum(2009). Global Competetive Report_2009–2010. 2009
 42. World Economic Forum(2009). Global IT Report 2008–2009. 2009

<인터넷 사이트>

1. 글로벌윈도우. www.globalwindow.org
2. 대한무역투자진흥공사. www.kotra.go.kr
3. 방송통신해외진출시스템. www.conex.or.kr
4. 정보통신정책연구원. www.kisdi.re.kr
5. 한국국제협력단. www.koica.go.kr
6. 한국수출입은행. www.koreaexim.go.kr
7. 한국인터넷진흥원. www.kisa.or.kr
8. ITU. www.itu.int
9. WEF. www.weforum.org

1. 본 연구보고서는 방송통신위원회의 출연금 등으로 수행한 방송통신정책연구용역사업의 연구결과입니다.
2. 본 연구보고서의 내용을 발표할 때에는 반드시 방송통신위원회 방송통신정책연구용역사업의 연구결과임을 밝혀야 합니다.