

국내 이동통신사업자의 경쟁우위 결정요인에 관한 연구

박종현 · 김문구

한국전자통신연구원 정보통신서비스연구단
대전시 유성구 가정동 161번지

요 약

1990년대 중반이후 급격한 성장을 이룩한 국내 이동통신서비스는 핵심 성공요인과 비즈니스 모델이 해외의 벤치마킹이 되고 있다. 그런데 시장 성숙기의 진입과 제 3세대 기술로의 진화, 번호이동성의 시행으로 인하여 경쟁이 치열하게 전개되고 있으며 유무선 통합 및 디지털 컨버전스라는 새로운 패러다임을 주도해야 하는 전략적 과업을 안고 있다. 이에 따라 국내 이동통신사업자는 내적인 능력의 확충과 우월한 경쟁전략을 바탕으로 경쟁우위를 창출하여야 하며 이는 기업의 지속적인 생존과 수익성 확보의 관건이 된다.

이에 본 연구에서는 국내 이동통신사업자의 기업능력, 경쟁전략, 경쟁우위의 영향관계를 분석하였다. 즉, 기업의 경쟁우위에 영향을 미치는 요인들을 파악하기 위하여 기업능력과 경쟁전략에 초점을 맞추어 접근하였다. 본 연구 결과에 의하면 마케팅능력이 경쟁전략과 경쟁우위를 형성하는 공통 요인이 되었으나 사업자별로 핵심 능력과 핵심 경쟁전략은 차이가 존재하였다. 본 연구결과를 바탕으로 전략적 시사점을 제언하였다.

I. 서론

성숙기와 전환기를 동시에 맞이 하고 있는 이동통신서비스에서 경쟁우위(Competitiveness

Advantage)를 확보하거나 강화하는 것은 사업자에게 가장 중요한 전략적 과업이 된다. 경쟁우위는 자원기준이론에 의하면 기업이 보유하고 있는 경영자원과 능력을 규합하고 이를 적절한 경쟁전략을 통해 실행함으로써 다른 경쟁기업들이 모방하기 어려울 때 형성된다(Barney, 1991; Bharadwaj, Varadarajan, and Fahy, 1993). 그러므로 국내 사업자들은 내적인 기업능력의 확충과 우월한 경쟁전략을 바탕으로 경쟁우위를 창출하여야 하며 이는 지속적인 생존과 수익성 확보의 관건이 된다. 그런데 국내외 이동통신서비스를 대상으로 기업능력과 경쟁전략, 경쟁우위의 영향관계를 실증적으로 분석한 연구는 극히 드문 실정이다.

이에 본 연구에서는 국내 이동통신사업자의 경쟁우위를 형성하는 요인들을 규명하고 전략적 시사점을 제시하고자 하였다. 이를 위하여 국내 3개 사업자별로 기업능력과 경쟁전략, 경쟁우위의 관계를 전문가 조사를 통하여 분석하였다.

II. 이론적 배경

1. 기업능력, 경쟁전략, 경쟁우위에 관한 연구

기업능력(Firm Capabilities)은 기업의 전략과 성과에 영향을 미치는 요인을 조직내부의 속성에서 규명하려는 자원기준이론(Resource Based View)에 기반을 두고 있다(Barney, 1997; 박찬욱, 2003). 자원기준이론이 발전하면서 연구

자에 따라 조직의 속성은 자원, 능력, 핵심역량의 개념으로 접근되고 있다. 1990년대 초반부터 본격적인 진행되어 온 기업능력에 관한 연구들을 종합하면, 기업능력은 장기간 보유자원을 결합하는 과정에서 축적된 것이며(Teece et al., 1997) 조직의 생존, 번영과 관련된 결과를 창출하는 활동이나 프로세스의 묶음이 된다(Winter, 2000). 이러한 관점에서 기업능력은 기업전략, 사업전략, 기능전략과 같은 전략적 수준에서 접근되어 왔으며, 자원을 통합하거나 조직화하거나 동태적인 차원에서 변화와 진화의 차원으로 연구되고 있다(박찬욱, 2003).

Miles and Snow(1978), M.Porter(1980, 1985) 등에 의해 연구되기 시작한 경쟁전략(Competitive Strategies)은 기업이 특정 시장이나 산업에서 독자적인 행동을 통해 성과를 개선하고 유지하고자 할 때 추구하는 전략적 대안을 의미한다(Barney, 1997).

경쟁우위(Competitiveness Advantage)는 기업이 제공하는 제품이나 서비스가 시장에서 일회성이 아닌 지속하여 우선적으로 선택될 수 있는 능력을 의미하며(조동성, 2002) 또한 조직이 자원배열 패턴을 통해 경쟁자와 비교할 경우의 독특한 포지션을 가리킨다(Hoffer and Schendel, 1978). 기업이 경쟁우위를 창출하기 위한 원천에 대하여 다른 분석으로 M.Porter(1985)의 가치사슬(Value Chain)이론이 있다. 이 이론에 의하면 기업의 경쟁우위는 가치사슬의 활동을 구성하고 수행하는 능력에서 비롯된다고 하였다. 가치사슬은 근원적 활동과 지원적 활동으로 구분할 수 있으며 이러한 활동 가운데서 기업가치를 증대 시키는 활동이 경쟁우위를 형성하는 것으로 보았다.

III. 연구 가설 및 모형

본 연구에서는 이상에서 살펴본 이론적 배

경에 대한 고찰을 토대로 하여 국내 이동통신 사업자를 대상으로 기업능력과 경쟁전략, 경쟁우위 사이의 관계를 규명하고자 한다. 기업능력이 경쟁전략에 미치는 영향을 분석하고 기업능력과 경쟁전략이 경쟁우위에 미치는 인과관계를 파악하고자 한다.

1. 기업능력과 경쟁전략과의 관계

기업능력과 경쟁전략은 경쟁우위의 원천과 동인으로 관련성을 지닌다. Day(1997)에 의하면 동적으로 변화하는 경쟁환경에서 기업의 우월한 자원이나 능력은 경쟁우위의 원천으로, 저원가나 차별화와 같이 고객에게 우월한 가치를 제공하는 전략적 선택의 핵심성공요인으로 작용한다고 하였다. 그에 의하면 기업능력과 기업전략은 경쟁우위의 원천과 위치를 가져오는 동인으로 밀접한 관련성을 지닌다고 하였다. Bharadwaj, Varadarajan, and Fahy(1993)의 지속적 경쟁우위 창출 모형에서도 기업능력과 경쟁전략 간에는 인과관계를 형성하는 것으로 개념화하였다.

가설1. 이동통신사업자의 기업능력은 경쟁전략에 영향을 미칠 것이다.

2. 기업능력과 경쟁우위와의 관계

기업능력은 경쟁우위의 원천이 된다(Peteraf, 1993). Collis(1994)에 의하면 기업의 경쟁우위는 핵심능력, 조직능력, 관리적 능력 등의 기업능력이 주요한 요인이 되며 Teece et al.(1997)는 동태적 능력연구에서 기업의 특유한 자산과 같은 능력이 경쟁우위를 창출한다고 하였다.

기업능력과 경쟁우위와의 관계에 관한 실증 분석에 의하면 두 요인간에 일정한 긍정적인 관계를 나타냈다. Henderson and Cockburn(1994)은 기업능력이 높아질수록 기업성과가 향상하는 것을 실증적으로 분석하였다. 권업(1998)은

마케팅능력, 기술수준, 생산설비와 같은 기업능력의 변수들은 기업의 경쟁우위와 성과에 선택적으로 영향관계를 나타내는 것으로 나타났다.

가설2. 이동통신사업자의 기업능력은 경쟁우위에 영향을 미칠 것이다.

4. 경쟁전략과 경쟁우위와의 관계

기업이 추구하는 경쟁전략에 따라 기업간의 성과와 같은 경쟁우위의 차이를 규명하는 많은 연구가 진행되어 왔다. 특히 Porter(1980,1985)는 원가우위, 차별화 또는 특정시장에서 경쟁기업보다 유리한 전략적 위치를 점유하는 것과 같은 본원적인 경쟁전략은 지속적인 경쟁우위를 창출하는 주요한 선행요인이 됨을 주장하였다.

구체적인 경쟁전략과 경쟁우위의 관계에 관한 실증적인 분석을 살펴보면, Baum(1994)은 전략과 성과모델을 통하여 전략에 따라 성과가 차이가 나타남을 규명하였으며 Bantel(1996)은 집중화나 틈새시장의 전략이 경쟁우위와 영향관계를 형성함을 실증분석하였다.

가설3. 이동통신사업자의 경쟁전략은 경쟁우위에 영향을 미칠 것이다.

III. 연구 방법

1. 변수의 측정

본 연구에서 변수를 측정하기 하기 위하여 선행 연구를 기반으로 하고 이동통신서비스의 특성에 맞게 전문가들의 의견을 수렴하여 기업능력을 마케팅능력, 연구개발능력, 재무능력, 인사 조직능력, 외부환경 대응능력으로 구성하였다. 경쟁전략은 요금우위, 차별화, 집중화 전략을 상정하였으며 경쟁우위는 단일적인 차원으로 구성하였다. 모든 변수들은 이동통신사업자별로 7점 리커드 척도를 사용하여 측정하였

다(1= 전혀 그렇지 않다. 4= 보통이다. 7= 매우 그렇다).

2. 연구의 접근방법 및 자료 수집

본 연구에서는 전문성과 객관성을 확보하며 변수들간의 인과관계를 규명하는 방법의 하나인 전문가 조사를 채택하였다. 전문가 조사는 1950년대 랜드연구소(Rand Institute)에서 개발된 기법으로 해당 전문가들의 의견을 계량화, 모형화한 델파이 방법에서 출발하였으며 연구의 신뢰성과 타당성을 인정받아 사회과학 분야에서 널리 사용되고 있다(Okoli and Pawlowski, 2004).

통신서비스 영역에서 전문가 조사의 대표적인 연구로는 양유석, 한인구(1995), 양유석, 김영곤(1999), Kim, Jeong, and Park(2002), Mulligan(2002), 오길환, 설성수, 안춘모(2002), 이용수 외(2003), Ahn, Kim, and Lee(2004) 등이 있으며 대부분 1회의 설문조사의 방법을 적용하였다. 특히 양유석, 김영곤(1999)의 국내 통신사업자의 마케팅 핵심역량을 분석하기 위한 연구에서는 기업체의 내부 직원과 외부 전문가 간 결과의 차이가 나타나지 않음을 밝혀내고 전문가조사에 의한 실증분석의 유용성을 지적하였다.

가설 검증과 결론, 연구의 기여 및 한계에 관한 사항은 2004년 5월 한국경영과학회 춘계 학술대회에서 상세히 발표될 예정입니다.

참고문헌

- [1] 권업, “중소 합성직물 수출기업의 지속적 경쟁우위모형: 경쟁력 경쟁요인의

- 인과관계분석”, 중소기업연구 제 20권 1호, 1998
- [2] 김문구, Strategies for Securing Competitiveness of Korean IMT-2000 Service Industry, 한국정보통신대학교 경영학 석사논문, 2001
- [3] 김영배, 최영록, “한국 중소기업의 전략 유형: 특성 및 성과”, 중소기업연구 제 14권 1호, 1992
- [4] 김효근, 서지현, 서현주, “IT 환경자원이 IT 성과와 지속적인 경쟁위에 미치는 영향에 관한 실증연구”, 경영정보학연구 제 10권 1호, 2000
- [5] 남대일, 모바일 컨버전스 시대의 경쟁우위 확보전략, LG 주간경제, 2003.12
- [6] 박찬욱, “기업능력의 변화 다이내믹스”, POSRI 경영연구 제 3권 2호, 2003
- [7] 배종태, 라준형, 봉선학, 제조업의 균형경쟁력 지수개발”, 2002 통합경영학 학술대회 발표 논문집, 2002.8
- [8] 양유석, 김영곤, “국내 통신사업자의 마케팅 핵심역량 분석 - 방법론 개발을 위한 접근”, 정보통신정책연구 제 6권 2호, 1999
- [9] 양유석, 한인구, “우리나라 통신산업의 경쟁력분석: 한국통신을 중심으로”, 정보통신정책연구 제 2권 1호, 1995
- [10] 오길환, 설성수, 안춘모, “CDMA 성공요인 실증분석”, Telecommunications Review 제 12권 1호, 2001.1-2
- [11] 이영덕, 신윤수, 우리나라 정보통신 기기산업의 기업역량 - 전략 - 성과간의 관계에 관한 실증연구, 경영경제연구 제 25권 1호, 충남대학교 경영경제연구소, 2002
- [12] 이용수, 최중범, 김윤화, 김택승, 환경변화에 대비한 우편사업의 핵심역량 분석, 연구보고 03-19, 정보통신정책연구원, 2003.12
- [13] 장세진, 글로벌 경쟁시대의 경영전략, 박영사, 2002
- [14] Ahn, J.H., M.S.Kim, and D.J. Lee, “Learning from the Failure: Experiences in the Korean Telecommunications Markets”, Technovation, 2004(forthcoming)
- [15] Barney, 1997, Gaining and sustaining competitive advantage
- [16] Choi, S.K, M.H. Lee, and G. H. Chung, “Competition in Korean mobile telecommunications market: business strategy and regulatory environment”, Telecommunications Policy 25(1), Feb. 2001, pp. 125-138
- [17] George. S. Day(1997), “Maintaing the Competitive Edge: Creating and Sustaing Advantages in Dynamic Competitive Environments”, Wharton on Dynamic Competitive Strategy, John Wiley & Sons, Inc