

[COVID-19] 통신사의 코로나19 대응 전략

Managing through Market Disruption and Beyond: Approach for Telecom Carriers



▲ 표지 클릭시, 원문 다운로드 가능

코로나19로 인한 경기침체로 S&P 500 지수가 크게 하락하는 중에도, T모바일(T-Mobile), 버라이즌(Verizon)과 같은 통신사의 주가는 선방하고 있는 것으로 나타났습니다. 비대면 서비스 수요가 늘면서 네트워크 트래픽이 증가하고 있는 가운데, 통신사는 코로나19 사태를 맞아 사회적 책임을 이행하기 위해 고객에게 일시적으로 추가 데이터 또는 무제한 데이터를 제공하고 있습니다. 이에 따라 소비자의 통신사 긍정 평가 비율도 상승하는 등 코로나19 시대 통신사의 중요성이 더욱 커지고 있는 상황입니다.

미국 4대 통신사의 재무구조는 2008년 글로벌 금융위기와 비교해 볼 때 2019년에는 더 개선된 면모를 보이고 있습니다. 역사적으로 보면 경기 침체기에 방어 및 확장 전략을 적절히 활용한 기업이 이후 더욱 높은 성장을 이뤄내는 것으로 나타났습니다. 따라서 통신사는 코로나19로 급변하는 환경에 빠르게 대처하며, 핵심 역량을 키우고 새로운 현실에 적응해 성과를 확대하는 전략을 펼쳐야 합니다.

코로나19로 소비자는 더 빠르고 안정적인 네트워크 환경을 원하고 있으며, 디지털·온라인 유통 채널 이용도 급속히 증가하고 있습니다. 이에 대응하기 위해 통신사는 5G 도입과 네트워크 용량 확충에 나서야 하지만, 동시에 매출 감소 위험성으로 인한 비용 절감과 투자 축소도 고려하지 않을 수 없는 상황입니다. 2008년까지 설비투자(Capex)를 꾸준히 늘려오던 통신사는 금융 위기 직후인 2009년에는 Capex를 전년 대비 12% 감축했으며, 위기 전의 수준으로 Capex가 회복되기까지 4년의 시간이 소요되었습니다. 통신 기업은 네트워크 투자 필요성이 높은 현재의 상황에서 투자 우선 순위를 재조정할 필요가 있습니다. 또한 코로나19 진행 상황을 고려해 단기, 중기, 장기 시나리오를 수립하는 등 불확실성에 대비하고 리질리언스를 확보해야만 할 것입니다.

삼정KPMG 경제연구원

이효정

이사

Tel: +82 2 2112 6744

hyojunglee@kr.kpmg.com

전창의

책임연구원

Tel: +82 2 2112 0934

changuichun@kr.kpmg.com

김기범

선임연구원

Tel: +82 2 2112 7430

kkim28@kr.kpmg.com

Keywords ▶

#COVID-19 #코로나19 #통신사 #Capex #네트워크 #리질리언스