

보도자료	2012년 2월 9일(목) 배포 시점부터 보도하여 주시기 바랍니다.
	문의 : 통신정책국 와이브로활성화팀 김경만 팀장(☎750-2540) 와이브로활성화팀 손진철 사무관(☎750-2543) son@kcc.go.kr

‘11년 통신시장, 전년 대비 마케팅비 6,073억원 절감, 투자는 1조 2,716억원 증가

- 마케팅비 6조 9,188억원, 전년대비 6,073억원(△8.1%) 절감
- 투자는 7조 6,728억원, 전년대비 1조 2,716억원(20%) 증가
- 절감된 마케팅비가 네트워크 투자재원으로 활용되어 바람직
- 마케팅비 절감 유도를 위해 노력한 사업자에게는 인센티브 제공

방송통신위원회는 주요 통신사업자(KT, SKT, LGU+, SKB)가 제출한 ‘11년 마케팅비 및 투자비 집행 실적을 집계하여 2월 9일에 발표하였다.

‘11년 마케팅비 집계 결과, 전년(7조 5,261억원) 대비 **6,073억원** 절감된 **총 6조 9,188억원**으로 집계되었다. 무선부문 마케팅비는 **5조 7,509억원**, 유선부문 마케팅비는 **1조 1,679억원**이다.

통신사의 마케팅비는 광고 선전비를 제외한 수치로, 통신사가 집행한 단말기 보조금, 고객유지 수수료 등의 비용을 집계한 것이며,

전년 대비 사업자별 마케팅비 절감 비용은 KT가 1,572억원, SKT郡(SKB포함)이 1,374억원, LGU⁺ 3,127억원으로 밝혀졌다.

< 전년 대비 2011년 마케팅비 집행 현황 >

(단위 : 억원)

구 분	무 선(A)				유 선(B)				합계 (A+B)
	SKT	KT	LGU+	소계	SKB	KT	LGU+	소계	
'11년 마케팅비(A)	29,240	18,954	9,315	57,509	2,978	6,088	2,613	11,679	69,188
'10년 마케팅비(B)	29,723	20,291	11,238	61,252	3,869	6,323	3,817	14,009	75,261
전년 대비(A-B)	△483	△1,337	△1,923	△3,743	△891	△235	△1,204	△2,330	△6,073

한편, '11년 통신사업자의 투자 실적은 7조 6,728억원으로 전년 동기 대비(6조 4,012억원) **20%** 증가한 1조 2,716억원 수준으로 집계되었다.

통신사업자들은 특히 무선 트래픽 증가에 효과적으로 대응하고 안정적인 네트워크 환경을 구축하기 위한 **3G의 용량 증설**과 **LTE 네트워크 품질향상**을 위한 투자에 주력한 것으로 나타났다.

사업자별로는 **KT** 3조 3,185억원, **SKT** 2조 2,745억원, **SKB** 3,642억원, **LGU+**는 1조 7,156억원을 각각 투자하였다.

< 전년 대비 2011년 투자 실적 >

(단위 : 억원, %)

구 분	SKT	SKB	KT	LGU+	합 계
'11년 투자실적(A)	22,745	3,642	33,185	17,156	76,728
'10년 투자실적(B)	18,450	3,345	30,572	11,645	64,012
투자 증감액(A-B)	4,295	297	2,613	5,511	12,716
성장률(%)	23.3%	8.9%	8.5%	47.3%	20.0%

방통위는 '11년 통신시장 마케팅비 및 투자액 분석 결과, 절약된 마케팅비 약 6,000억원 규모가 투자재원으로 활용되어 바람직하고, '10년 대비 '11년 유·무선 마케팅비(매출액 대비) 비율(유선 11.7% → 10.8%, 무선 25.1% → 23.8%)은 감소되었다고 밝혔다.

하지만, '11년도 역시 무선 부분의 매출 대비 마케팅비 비율이 갤럭시 S2, 아이폰 4S, LTE 폰 등 스마트폰 중심의 마케팅경쟁으로 인하여 '11년 마케팅 가이드라인(20%)수준을 넘고 있어

※ 주요 통신사 '11년 매출 대비 마케팅비율

- KT 16.5% (유선 9.5%, 무선 24.4%), - SKT군 21.7% (SKB 11.9%, SKT 23.7%)
- LGU+ 18.4% (유선 13.4%, 무선 22.8%)

추가적인 마케팅비용 절감을 위하여 '12년에도 마케팅 규제정책을 유지할 계획이다.

이에 방통위는 '12년도 마케팅 가이드라인(20%)준수 유도를 위하여 월별 마케팅비 지출 실태를 지속적으로 모니터링하여 소모적이고 과도한 마케팅비 지출에 대해서는 신속히 실태조사하고, 위법한 마케팅 경쟁으로 판단될 경우에는 관련 법규에 따라 제재할 방침이라고 밝혔다.

또한, 마케팅비 가이드라인 준수 등 마케팅비 절감을 위해 적극적으로 노력한 사업자에 대해서는 과징금 경감의 인센티브를 제공하는 방안을 도입할 계획이다.

아울러, 절감된 마케팅비용이 4G 네트워크 투자 및 양질의 콘텐츠 확보 등 생산적 투자로 전환될 수 있도록 통신사업자의 적극적인 협조를 당부했다.