

主題

무선호출 사업동향과 전망

한국무선호출협회 김 익 규

차 례

- I. 서론
- II. 본론
- III. 무선호출사업자의 동향
- IV. 무선호출사업 전망과 발전방향

I. 서론

유선전화만이 유일한 통신수단이었던 시기에 값싸고 저렴한 무선호출서비스는 개인연락수단으로서 매력적인 것이며 가입자확산은 시간문제였다. 이때의 무선호출은 그야말로 효용성이있고 새로운 것이며 개인연락수단의 효시가 되는등 여러 가지 요인들을 두루갖춘 통신수단으로서 신데릴라같이 화려하게 무대전면에 부상했다.

무선호출 서비스시작

- 전국사업자 : 제1무선호출사업자 : SK텔레콤 - '84년
- 지역사업자 : 제2무선호출사업자 : 강원이동통신등 10개지역사업자 - '93년
- 제3무선호출사업자 : 해피텔레콤 - '97년, 세정텔레콤 - '98년

전국사업자인 SK텔레콤(당시한국이동통신)이 서비스를 시작한 이후 일부 특수집단에서만 수요를 창출하던 무선호출은 015식별번호를 가지고 등장한 10개 지역무선호출사업자들이 무선호출서비스에 뛰

어들면서 일반인에게도 확산되었고 급기야 누구도 예측치 못한 폭발적인 가입자증가로 이어졌다. 이후 약 5년간의 성장세는 통신시장에 많은 변화를 몰고왔다. 무선호출서비스사업자는 가입자증가에 비례하여 매출액이 증가하였고, 또한 무선호출기 제조사업자는 가입자수 *알파만큼 매출액이 증가하였으며, 단말기 제조기술은 비약적인 발전을 이루었고, 서비스업체, 제조업체, 대리점등에 직·간접종사와 가족들이 수혜를 입었다.

새로운 천년을 준비하고 있는 현실점에서 정보를 전달하는 통신매체로서의 무선호출은 어떠한 모습일까? 기능면에서 보면 여러 통신매체중 무선호출은 가장 단순한서비스이고 특히 단방향무선호출은 더욱 그러하다. 그러나 무선호출사업자는 기간통신사업자로서 정보통신 근대사에서 중심적인 역할을 하면서 과거 10년간 시작과 성장과 쇠퇴의 전과정에 걸쳐 경험한 사업자로 한때는 전국민의 30%이상이 애지중지 아끼며 사랑하던 통신수단이었다. 이러한 영광과 사랑을 뒤로 한채 이제 무선호출은 중대한

위기를 맞고 있다.

II. 본 론

무선호출서비스 가입자수가 최고정점이었던 '97년말 이후 감소세로 반전되면서 무선호출서비스사업자들은 많은 어려움에 직면하게 되는데, 이렇게 무선호출가입자가 급감하게된 주요인은 새로운서비스를 선호하는 가입자성향, 단방향 무선호출서비스의 한계성에 원인이있다. 우선 무선통신시장의 주류를 이루는 무선호출가입자와 이동전화가입자 상황을 보면 아래 표 1에서 보는 바와 같이 몇가지 특징을 볼 수 있다.

무선통신시장이 생성된이후 동시장의 규모는 계속적으로 증가하였으며, 무선호출의 경우는 제2무선호출사업자가 서비스를 시작한 1993년에 시장규모가 커졌다는점과 PCS서비스가 시작된 1997년 10월 이후 급격히 감소하고 있다는 사실이다. 또한 새로운 서비스가 등장시 손쉽게 이동(CHURN)하는 국민적특성 ('97년말-'98년말 사이 무선호출과 이동전화 가입자 비교시 극명하게 볼수있음)을 볼 수 있다.

또다른 하나의 무선호출가입자 급감원인은 무선호출서비스의 단방향성에 기인한다. 유선전화의 지역고정성을 탈피한 무선호출은 중장년 남성층부터 사용하기 시작하여 젊은 남성층으로 확산된 이후 20대 젊은 남녀층으로 그리고는 10대학생층과 30대

구 분	1976	1981	1986	1992	1996	1997	1998
무선호출			37,794	1,451,710	12,693,838	15,195,164	9,179,976
이동전화	284	346	7,037	271,867	3,180,989	5,558,913	13,982,919

표 1. 연도별 무선호출가입자와 이동전화가입자의 추이

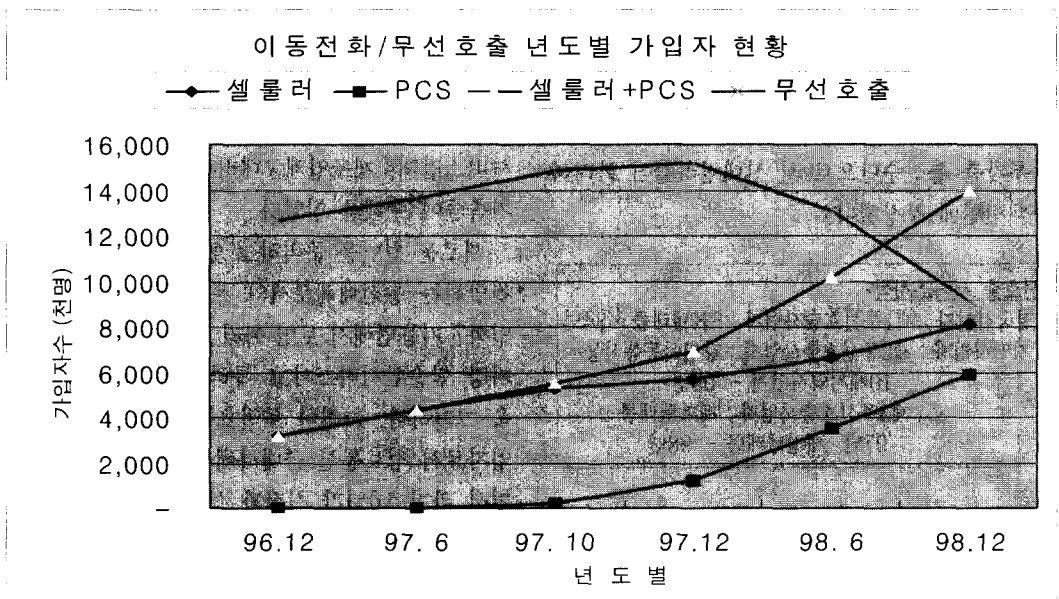


그림 1

주부층으로 확산되어 사회전반이 사용하게 되었으나 일방적 의사전달의 한계성을 벗어나지 못한 한계성을 가지고 있다.

이외에도 이동전화가입에 장애요인이었던 단말기 가격 및 월통화요금등의 제반 요금이 PCS사업자가 서비스를 시작하면서 치열한 과당경쟁을 통해 대폭 하락한 것이 또다른 주요 원인이 된다.

1. 무선호출 서비스의 한계성

○ 무선호출을 서비스진화.발전측면에서 살펴보면 저속무선호출서비스(1200bps)인 POCSAG (Post Office Code Standarization Group)에서 고속무선호출서비스(3200 OR 6400 bps)인 FLEX로 발전 시켰고, 숫자무선호출에서 문자호출 서비스로 지역별 서비스에서 광역서비스로 발전시켰으며, 현재는 양방향무선호출서비스를 도입준비중에 있다. 무선호출 서비스에 부가기능을 다양하게 추가한 부가서비스로는 가장널리 보급되어 애용중에있는 VMS서비스를 비롯하여 인터넷메일서비스, 정보서비스, 동아리서비스, 예약호출, 수신전환, 메

아리서비스 등이 있다.

○ 기술의 발전에 의한 다양한 기능을 가진 통신 서비스의 등장으로 기존 업무 영역이 파괴되고 있으며, 이 현상은 무선호출과 같이 저급의 기술로 한영역을 이루어 사업을 하는 사업자에게는 가히 치명적이다. 그림 2에서 보듯이 통신사업자 허가별로 보면 분명히 무선호출사업자, 무선데이터사업자, 이동전화사업자, PCS사업자등과 같이 별도의 사업허가를 득하여 서비스를 제공함에도 불구하고 초기 사업시와는 달리 여러 가지 서비스들이 기술적으로 통합되고 시장에서는 저급의 서비스 가입자가 고급의 서비스로 급격히 이동하는 현상이 무선호출서비스와 이동전화 서비스에서 일어나고 있다.

결과적으로 이동전화의 경우에는 음성이라는 공유의 서비스와 데이터서비스, 무선호출서비스, 인터넷서비스등 모든서비스를 제공하는 것이 가능한 반면 무선호출서비스 사업자는 무선호출외의 타 서비스를 제공하는 것이 불가능하다. 이 주요원인은 사업권 허가시에 부여받은 주파수 대역폭이 상당히적어 기술개발이 불가능하기 때문이다. 따라서 이러한

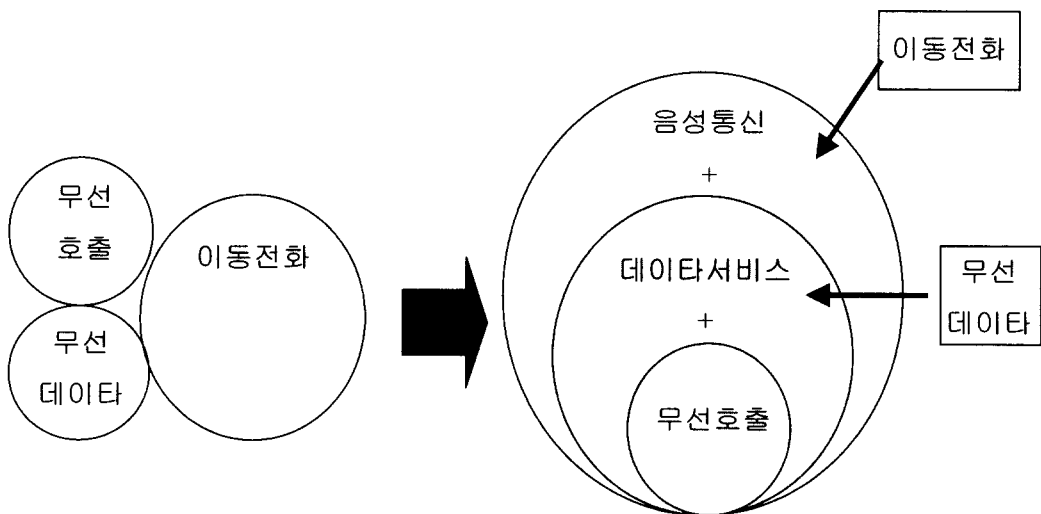


그림 2

모순을 제거하기 위해서는 사업권의 업무영역을 정확히 유지되도록 조치하여야 하나 이러한 조치가 기술발전추세와 부합하지 않는 것이라면 사업법의 현행 역무별허가제도를 개정하여야 한다.

2. 무선호출서비스의 대체성

○ 위 그림1에서 보듯이 무선호출서비스 가입자의 감소는 이동전화서비스 가입자의 증가와 밀접한 관계를 가지는데 이는 양 서비스 기능이 보완성 혹은 대체성의 관계에 있기 때문이다. 양 서비스간에는 — 무선호출서비스의 수신율이 월등한 경우에 이동전화가가입자가 이동전화외에도 무선호출을 휴대하는 상호 보완제로 작용했으나 이동전화 수신율이 향상된 현실점에는 상호보완재가 아닌 대체재 관계로 변했고, — 이동전화기의 단말기가격이 고가인 경우에 일반인들의 이동전화보다 무선호출가입을 선호하고 이동전화 통화요금 수준이 비쌀때 일반인은 무선호출 가입을 선호할 것이나, PCS사업자가 서비스를 시작하면서 단말기보조금을 통하여 PCS단말기가격이 저렴(무상)하고 월통화요금이 저렴하게 되어 무선호출과의 차이점은 거의 없게되어 PCS의 가입을 선호하게 되었다.

○ 무선호출서비스 요금은 정액제로 기본요금에 부가서비스료로 구성되어 있는데, 이요금은 무선호출을 받는 횟수에 따라 돈을 부담하는 종량제요금제도나 무선호출을 이용하는 사람이 돈을 부담하는 발신자 과금제도(CPP: Calling Party Payment)와는 상이한 요금체제로 독특한 요금체계이다. 이러한 요금체계가 가지는 일부 불합리성을 보완코자 종량제 및 발신자과금제도 도입을 검토하였으나 요금체계의 전반적인 변화는 시장의 활황기에 가능하나 쇠퇴기에는 예측불가한 변수가 많아 중단하고 현재에는 새로운 부가서비스를 개발하여 저렴한 요금으로 제공하거나 무료로 제공하고 있다.

Ⅲ. 무선호출사업자의 동향

'92년 무선호출서비스 사업권을 획득하여 '93년 서비스를 시작한 제2무선호출사업자들은 서비스를 개시한이래 사회적인 통신욕구에 부응하여 사세가 크게 일어나면서 일취월장했고, 이는 '97년 발신전용휴대전화서비스(CT-2)사업에도 지역 무선호출 10개 사업자가 모두 참여하여 또한번의 도약을 시도케 하였으나 많은 손실만을 감수하고 손을 털어야 했다. 동 사업이 채 꽃망울도 터뜨려보지 못한 채 사업을 정리하게된 주요인이 무엇인가에 대하여는 논란이 있으나 아마도 동서비스의 개시시점 및 후발서비스(PCS)의 개시시점과의 시간차가 너무적은것이 아닌가 싶으며 이때 제2무선호출사업자들이 입을 손해는 직접경비로만 1800억원 가량으로 그동안의 사업에서 번돈의 대부분을 버린셈이며 이후 국난인 IMF와 맞물리고 설상가상으로 무선호출의 쇠락으로까지 이어지면서 이중삼중으로 어려움이 되어 급기야는 영세한 지방사업자중 3개사업자가 Work Out 및 화의신청에 의한 법정관리에 이르렀다.

1. 매출액과 손익

- 무선호출 가입자의 급팽창은 사업개시 2차년부터 흑자전환이 가능케 함으로서 통신시장이 황금알을 낳는 거위로 비교되기 시작했다.
- 제2무선호출사업자인 10개지역사업자는 CT-2전화사업을 공동진출후 퇴출('97.3-'98.3).
- 출연금비율 무선호출 : 1.5%~13%, CT-2 : 3%.

2. 무선호출사업실패관련 환경의 불평등성

- 역무의 충돌 : 무선호출사업자는 PCS사업자가 서비스를 개시한 이후 단문메시지서비스, 문자정보서비스, 광역빠서비스등 무선호출과 유사한 서비스를 제공하는 것에 대하여 역무침범임을 주장.

(단위:백만원)

구 분	1993년	1994년	1995년	1996년	1997년	1998년	합 계
매 출 액	8,814	165,427	388,291	576,637	738,020	636,367	2,513,556
비 용	16,840	155,206	356,160	532,098	610,475	595,863	2,263,398
출 연 금	769	14,073	32,843	48,538	66,103	1,619	163,945
당기순이익	-6,768	10,221	32,131	44,539	127,545	40,504	250,158

표 2. 제2무선호출사업자의 매출액과 당기순이익

○ 일부회원의 경우 출연금비율이 너무높아 형평성의 문제가 있었음.

○ 이동전화사업자에 의한 단말기보조금 과다지급문제, 일시정지 및 사용정지제도의 악용사례, 통신요금의 경쟁적 인하등이 무선호출시장에 악영향을 끼침.

○ 상호접속료 무정산과 정책성사업비용부담 및 보편적 서비스비용부담의 불평등성이 있음.

○ 무선호출요금이 정액제요금으로 소액임에도 불구하고 미성년자 가입을 제한하고 있음.

IV. 무선호출사업 전망과 발전방향

1. 무선호출사업 전망

○ 1,700만 가입자 이상을 확보한 이동전화열기는 가라앉을 것인가? 무선호출가입자는 어느 수준에서 감소추세를 벗어날 것인가? 결론부터 말하자면 무선호출시장을 되살리기 위한 어떤 노력도 '97년 전성기로의 회귀는 불가할 것이다. 아마도 적극적인 방법을 동원한다 하더라도 현재 가입자수준 이상을

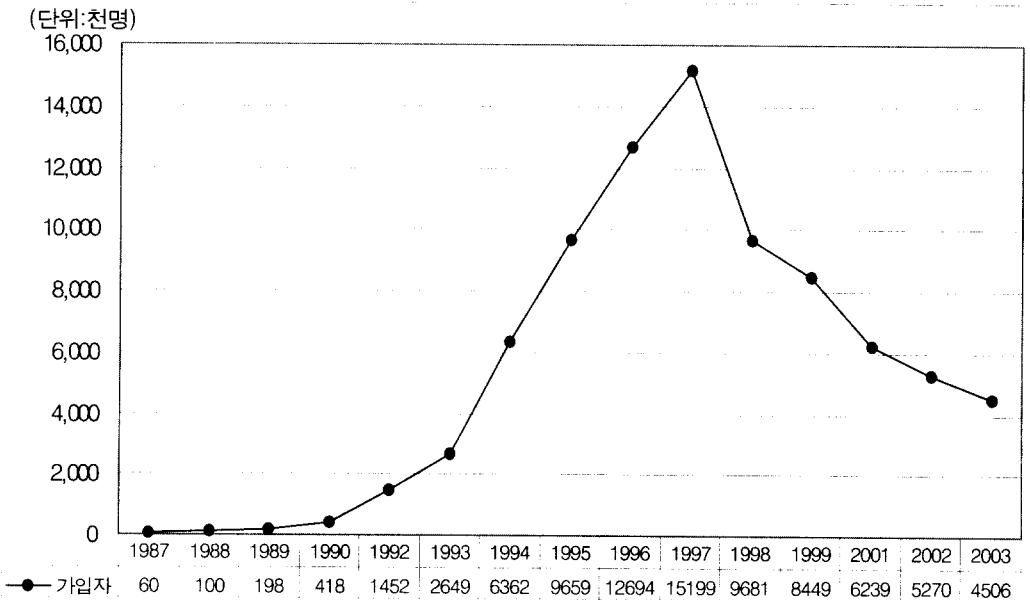


그림 3. 가입자수 추이

유지하기가 쉽지 않으리라는 전망이다. 불행한 일이지만 현재수준에서 더 이상 악화되지 않기를 바라는 것이 아마도 사업자구성원들사이에 일어나는 희망 일지도 모른다. 하지만 이런가운데 무선호출사업자들은 신규서비스개발, 내부사업의 다각화 및 인력조정, 조직의 축소, 재배치등 여러 가지 뼈아픈 후속조치를 강구하고 있다.

○ 그림 3의 가입자수 추이와 표 2의 매출액추이를 비추어 볼 때 사업자의 손익분기점은 각 사업자 규모 및 내부경영상태에 따라 다르겠지만 위의 경영

구조개선노력이 잘 이루어 진다면 사업2차년도의 매출액수준 즉 1,650억 달성은 가능할 것으로 보여진다. 그러나 상대적인 빈곤은 계속될 것이지만 벌써 대부분의 사업자 인력규모가 전성기의 1/3내지 1/2 수준임을 감안한다면 위 수준 달성은 가능할 것이다. 일부경영진에서는 타 사업자와의 제휴등의 조치도 배제할수없으며 무선호출사업자끼리의 구조조정 및 통신업계내에서의 구조조정 혹은 이질기업과의 구조조정등 여러가지 가능성이 있으나 현실점에서 공식거론된 바 없다.

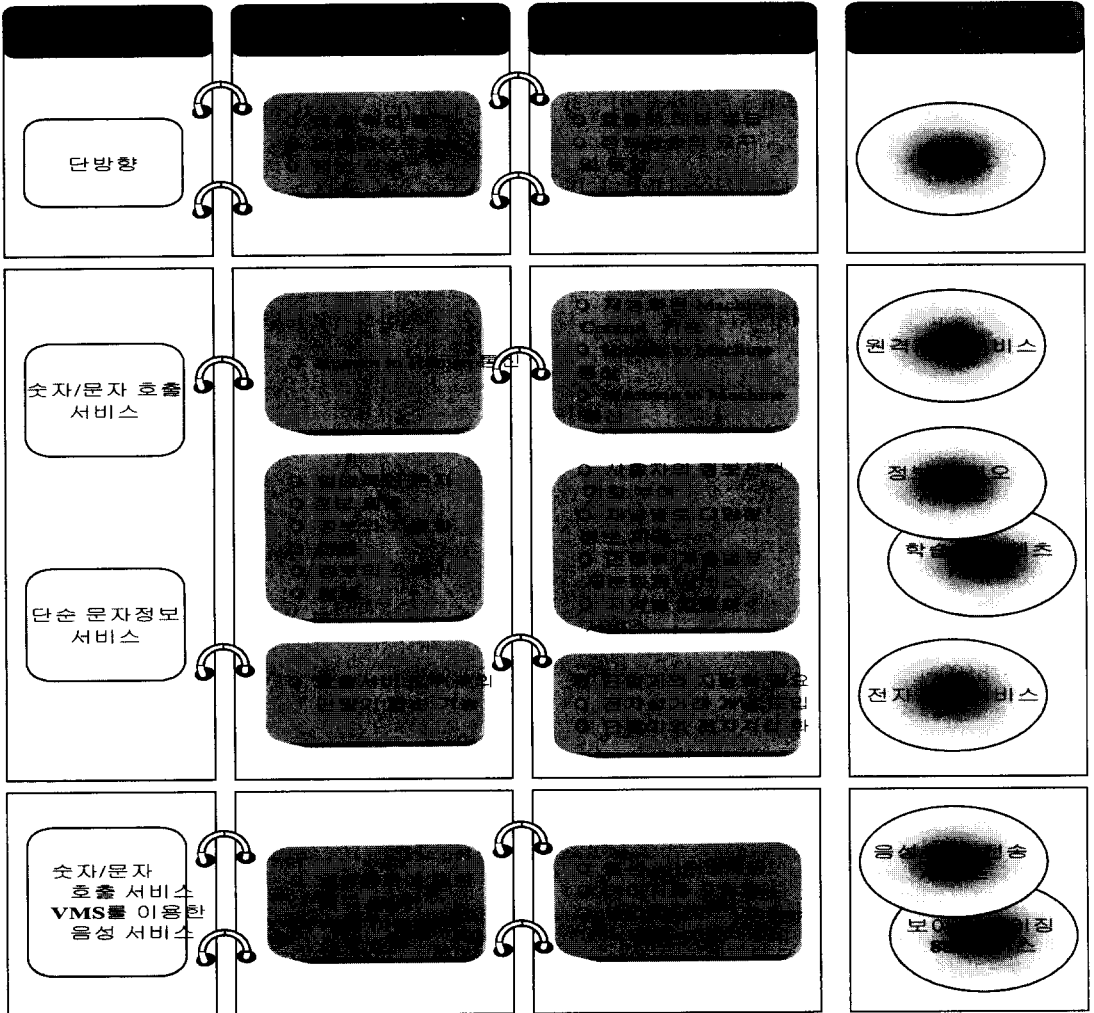


그림 4

2. 무선호출사업자의 발전방향

현재의 무선호출서비스는 단방향, 숫자호출, 문자호출 및 VMS를 이용한 서비스 등이 가능하여 지금까지처럼 단순정보서비스에는 문제가 없으나, 호출을 상대방이 잘 받았는지 등에 대한 궁금증 해소욕구 등 끊임없이 일어나는 사회적욕구와 기술발전추세에 부합하는 기술발전을 이루려면 아래 그림과 같이 각각이 가지는 여러 문제점을 극복하여 기술발전을 이룸으로서 차세대 무선호출 서비스를 구축할 수 있을 것이다. <그림 4>

3. 무선호출서비스 발전목표

무선호출서비스를 발전시키기 위하여는 무선호출서비스제공사업자 입장에서는 무선호출시장에 활기를 제공하고 기 구축된 인프라를 최대한 활용하며

제조사는 독자적인 기술력을 확보하고 정보통신기기 산업의 활성화를 시킴으로서 가입자는 다양한 정보서비스 혜택을 누리도록 하면서 궁극적으로는 국가 통신경쟁력 향상에 이바지함을 발전목표로 한다.

<그림 5>

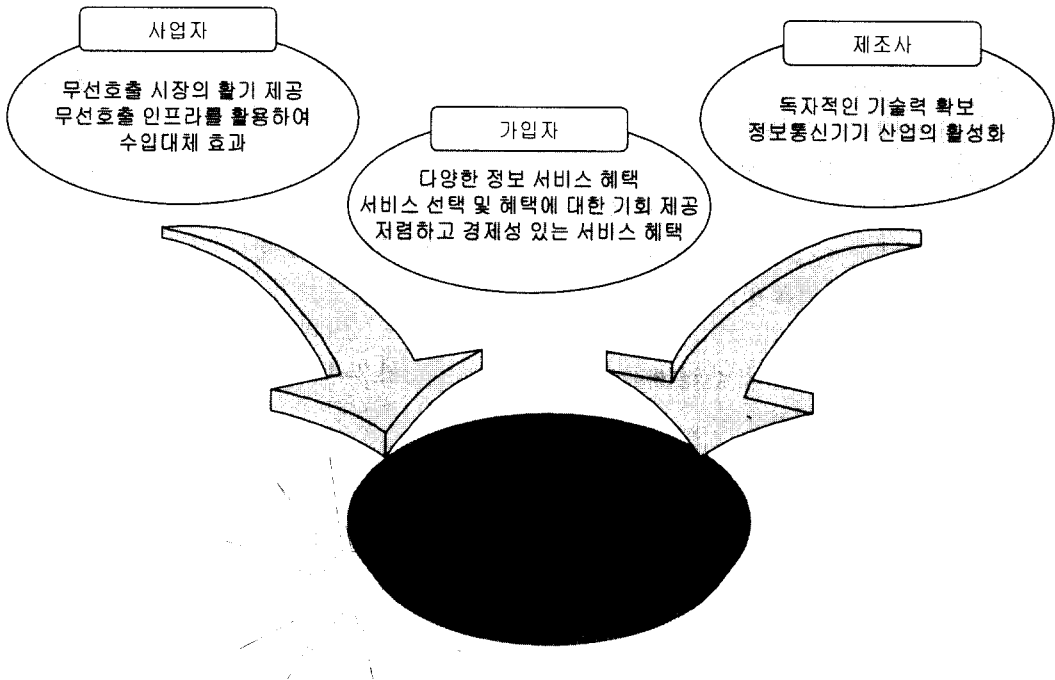


그림 5