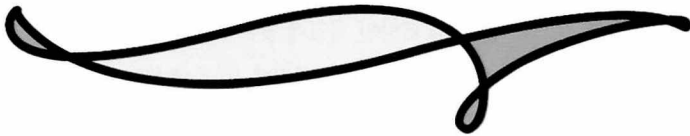


PC통신업체의 선두주자 - 한국통신하이텔



PC통신은 N세대들에게 가장 흔하쓰이는 최근형 통신수단이다.

PC통신의 가장 큰 매력은 실시간의 많은 정보와 대화를 주고 받을 수 있다는 것일 것이다.

실시간에 누구나 자유롭게 대화할 수 있다는 것 외에 자신의 의견을 게시판이란 곳을 통해서 피력할 수 있다는 것, 아주 간단한 정보검색에서부터 복잡한 전문적인 정보검색까지 그리고, 외출을 하지 않아도 집안에서 은행업무나, 홈쇼핑, 예약등의 업무를 차고없이 할 수 있다는 것 등 우리의 생활을 한없이 편리하게 만들어 주고 있다.

이번호에서는 국내 PC통신업체중 가장 두각을 나타내고 있는 「한국통신하이텔」을 만나보았다.

‘하이텔’이라는 서비스 명으로 우리에게

잘 알려진 한국통신하이텔은 지난 8년전 1991년 12월 9일 한국통신의 축적된 통신기술과 한국경제신문사의 PC통신망 케텔(KETEL)의 노하우가 한데 합쳐 설립된 회사이다.

케텔은 88년, 학생층을 주대상으로 무료로 제공해 온 PC통신 서비스인데, 케텔의 가입자수가 급격한 증가세를 보이며, 91년 당시 10만명을 넘어서는 등 PC통신의 이용이 활발해 지자 한국경제신문사는 서비스의 확충과 시스템의 증설을 위해 유료화를 검토했다.

그러나, 보다 수준 높은 정보 문화의 창달이라는 시대적 요청을 이루기 위해 DB구축과 회선 및 시스템 증설에 막대한 자본과 인력이 투입돼야 하는데다가 PC통신의 사회적 기능과 영향력이 점차 증가하는 점들을 생각할 때 민간 기업으로서의 한계가 있었다.

그래서 한국통신은 감을방적, 고려합섬, 대한교육보험 등 12개 민간업체들과 공동으로 한국경제신문사의 케텔 사업을 인수해 91년 12월 9일 한국통신하이텔의 전신인 한국PC통신(주)를 설립하고, 한국

PC통신으로 하여금 종래의 PC통신 사업을 전담, 확장토록 했다.

그후, 한국통신하이텔은 「정보문화의 확산을 통한 국민 편익의 증진 및 공공

복리의 향상」이라는 기업이념 아래 다양한 DB개발과 통신 서비스 제공을 통해 명실공히 국내 최고의 PC통신 회사로서 위상을 정립시켜 나가고 있다.

또한, 한국통신하이텔은 역사가 10년도 채 되지 않았지만, 매년 50%라는 큰 성장률을 보여왔다. 현재 170만명의 유료가입자와 4만5천여의 접속회선으로 5천여종의 서비스 상품정보를 제공하고 있는 한국통신하이텔은 국민들에게 정보통신의 대중화와 생활화에 크게 기여하고 있는 것으로 평가받고 있다. 만 3년만인 '94년에는 28억원의 첫 흑자를 내고, '98년까지 5년 연속 흑자를 기록한 일은 업계의 큰 관심을 불러일으키기에 충분했다.

PC통신 하이텔

하이텔의 서비스시작은 92년부터 시작됐다. 국내 최초의 뉴스서비스를 비롯하여 세계최초의 어린이 전용 정보통신서비스인 '꿈동산' 서비스를 무료로 제공, 93년에는 최초 '홈뱅킹서비스', '민원 처리 서비스' 등 양질의 서비스를 제공하기 시작했다. 특히, 95년에 들어서는 전세계적으로 열풍을 불러 일으키고 있는 인터넷 서비스를 시작하여 한달만에 가입자



가 3천명을 돌파하는 등 국내 최대의 인터넷 서비스 사업자로 자리를 굳혀갔으며, 6.29지방자치 선거마당, 학원통신서비스 등 다양한 서비스 제공으로 PC통신사용자들을 사로잡았다.

그 이듬해인1996년 1월에는 인터넷 메뉴서비스와 인바운드서비스를 시작으로 웹호스팅서비스, 전용망 서비스, 인터넷접속서비스와 같은 다양한 서비스를 제공하기 시작하면서 하이텔은 PC통신이용자들에게 한발 가깝게 다가왔다. 또한 그해 7월에는 전세계 네티즌들이 인터넷상에서 하이텔을 이용할 수 있는 웹서비스를 개시하는등 눈부신 급격한 발전을 거듭해 서비스 개시 4년 9개월만에 하이텔의 총가입자수는 1백만명을 돌파했다.

또한 1997년 1월에는 이용자 전용의 인터넷 카페인 '하이텔 플라자'를 용산 소프트웨어 플라자에 오픈해 새로운 카페문화를 형성, 인터넷이용자들에게 많은 인기를 얻기도 했었다.

특히, '97년 한 해는 새로운 기술과 하이텔의 환경이 비약적으로 발전한 한 해이기도 하다.

4월 전용 에뮬레이터 '이지링크'를 발표한 데 이어

인터넷 PPP 전국망 구축, 인터넷 로밍서비스 개시, 3개 무선 데이터사업자와 연계한 무선 하이텔 서비스 개시 등 한층 새로워진 하이텔을 만날 수 있었다.

또한 1998년 2월에는 고객상담 CTI 시스템을 구축하고 고객을 위한 24시간상담코너를 마련하는 등 실질적인 고객중심의 마케팅을 정착시켰다. 그리고 하이텔 DB를 전하나 이동통신기기 등 타 통신매체와 연동한 '하이텔레포니', 인터넷팩스/인터넷폰 서비스, 인터넷 쇼핑몰 '이지샵'을 오픈하는 등 첨단인 신기술을 접목한 다양한 서비스를 시작했으며, '파워링크 01432망'을 개통한 후에는 '하이텔99 1.0'을 출시하기도 했다. 그리고 '98년은 이밖에 창립 7주년을 맞아 12월 9일 창사 이래 계속 사용해 온 하이텔의 로고와 심볼을 새로 재정의하여 회사이미지 쇄신에 더욱 힘쓴 한 해이기도 하다.

99년은 메뉴 인터넷 무료화, 인터넷 리얼PPP 무료화, 하이텔과 인터넷 과금체계를 단일화하는 한편 5월 27일부터는 회사명을 '한국PC통신'에서 '한국통신하이텔'로 변경하고 제2의 창업을 선언하였다. 또한 차세대 하이텔서비스인 인터넷기반의 '하이텔

2000' 서비스 개발 계획을 발표하여 업계의 큰 관심을 불러일으키기도 하였다.

하이텔서비스의 특징은 다른 PC통신서비스와는 달리 동호회 및 여러 작은모임이 3,500여개로 PC통신사중 가장 활성화 돼 있으며 다양한 정보를 서비스하고 있다는 점이다. 또, 지난 6월 하이텔 전용 애플레

터 '하이텔99 플러스'를 출시해 PC통신을 전혀 모르는 사람도 마우스클릭 한번으로 하이텔과 인터넷을 자유자재로 이용할 수 있게 되어 한층 우리에게 편리함을 제공해 주고 있으며 한국통신하이텔의 전 직원들은 앞으로도 더욱 다양하고 새로운 서비스 개발로 PC통신이용자들에게 다가설 계획이다.

하이텔서비스안내

● 정보검색(DB) 서비스 - 전화선을 타고 오는 무한의 정보

하이텔에는 국내에서 발간되는 거의 모든 종합 일간지, 경제지, 전문지의 기사내용에서부터 증권, 금융, 기업 정보와 생활/문화에 관한 DB에 이르기까지 5,000여종 다양한 정보를 체계적으로 수록되어 있다. 또 '종합 색인/검색 시스템'의 개발을 통해 주제별, 사건별, 날짜별 등 다양한 검색방법으로 필요한 정보를 손쉽게 얻을 수 있는 것이 하이텔 DB의 장점이다.

● BBS/통신 서비스 - 쌍방향 통신으로 끝없이 펼쳐지는 가상의 사회

하이텔을 통해 온라인으로 연결된 사람들끼리 전국 어디서나 의견과 정보를 교환하고, 각종 공개 S/W 자료들을 주고 받을 수 있으며, 대화를 주고 받거나 동호회를 결성회 서로의 친목을 도모할 수 있다. PC통신의 대명사라 불리는 게시판(BBS), 공개자료실, 동호회, 전자우편, 대화실 등의 서비스를 통해 누구나 자유롭게 자신의 의견을 글로 제시하고, 즉각적이고 광범위한 사회 여론과 건전한 토론문화를 조성하고, 서로에게 꼭 필요한 정보와 자료를 공유할 수 있다.

● 거래처리 서비스 - 홈쇼핑/예약/홈뱅킹/사이버트레이딩 서비스

안방이나 사무실에서 컴퓨터를 통해 은행 거래와 상품구입을 할 수 있는 홈뱅킹과 홈쇼핑 서비스로 정보화 사회의 편리함을 한껏 누릴 수 있다. 시중은행, 증권사 등 금융기관의 호스트와 연결해 계좌 조회 및 은행간 예금이체, 현금서비스, 주식거래 등 다양한 금융 서비스를 안방에서 편안히 이용할 수 있을 뿐만 아니라, 꽃, 케이크, 도서, 컴퓨터용품에서부터 각종 농수산물에 이르기까지 다양한 상품들을 안방에서 시중가격보다 싸고 편리하게 구입할 수 있다.

● 정보의 너른 바다 - 인터넷

하이텔은 미국 3대 인터넷 접속 서비스 회사중의 하나인 유유넷 테크놀로지와 공동으로 산호세 노드를 연결한 45Mbps 해저 광케이블을 통해 지난 95년 6월 1일부터 인터넷 서비스를 제공하고 있다. 특히, 99년 1월 1일자로 인터넷 서비스를 전면 무료화함에 따라 하이텔을 통해 인터넷을 이용하는 이용자는 150만명에 이르게 됐다. 또 국내 인터넷 인구의 저변확대를 위해 간편한 인터넷 접속프로그램인 '이지다이얼'과 '하이다이얼'을 무료 배포하는 한편 일반을 대상으로 무료 인터넷 교육을 실시하고 있다. 이밖에 98년 6월 1일 인터넷 팩스 서비스, 9월 1일부터는 인터넷폰 서비스 개시 등 제공 서비스 영역을 넓히는 한편 인터넷 전문가를 위한 파워 인터넷, 플러스 인터넷, 인터넷 온리 등 새로운 서비스 상품 개발을 통해 이용자 선택의 폭을 넓혔다.