

主題

초고속 인터넷 시장의 성장과 하나로통신의 경영전략

하나로통신(주) 권택민

차례

1. 서론
2. 하나로통신(주)의 비전과 중장기 경영전략
3. 하나로통신의 2000년 경영전략
4. 결어 정책적 제언

1. 서론

IMF터널을 빠져나온 한국경제는 현재 지식기반 경제라는 새로운 경제시스템을 향해 무서운 속도로 돌진하고 있다. 그 동력은 다름아닌 인터넷을 포함한 디지털 혁명이다. 최근들어 가정과 기업의 인터넷 수요는 폭발적으로 증가하고 있다.

가정에서는 각종 정보이용, 홈쇼핑, 텔레뱅킹, 게임/오락, 개인홈페이지 구축 등 인터넷 사용이 하루가 다르게 증가하고 있다. 1998년 9천5백만에 불과했던 세계 인터넷 사용인구가 이미 2억명을 넘어섰고, 2003년에는 3억 5천만 명으로 증가할 것으로 예상되고 있다. 한국인터넷정보센터에 따르면 우리

나라의 경우 98년 310만명에 불과했던 인터넷 이용자가 2000년 1월말 현재 1,134만명으로 증가한 것이다.

기업들 역시 E-Commerce, Web Hosting 사업을 비롯한 인터넷 관련 신규사업에의 투자를 가속화시키고 있다.¹⁾ 기업들은 이제 기존의 Off-Line 사업자에서 On-Line 사업자로 변화하고 있고, 기업 내부 정보시스템을 인터넷 정보시스템에 기반한 체제로 전환하는 등 인터넷 수요를 급속히 증가시키고 있다.

인터넷 수요 증가에 부응해 정보통신 서비스 산업의 구도도 빠르게 변화하고 있다. 이를 정보통신 서비스, 기술, 경쟁 및 정책적 측면의 변화를 통해 살

1) PA컨설팅에 따르면 99년 500억원에 불과했던 국내 E-Commerce 매출이 2000년에는 1천억원, 2002년에는 1조990억원으로 증가할 것이라고 전망했다. Web/Applicaion Hosting사업 역시 99년 1,260억원에서 2000년에는 2,200억원, 2002년에 이르면 4배에 가까운 4,800억원에 이를 것으로 전망했다.

펴보면 다음과 같다.

첫째, 정보통신 서비스에서 나타나는 가장 중요한 변화중의 하나는 음성전화, 데이터통신, 전산기술등 독립적으로 존재하던 분야들의 통합에 데이터 및 영상이 결합된 멀티미디어 산업으로 급속히 옮겨가며 새로운 서비스의 창출이 줄을 잇고 있다는 것이다. 더불어 방송과의 결합을 통해 VOD, 인터넷 방송 등 새로운 영역의 다양한 서비스들도 창출되고 있다.

둘째, 기술적 변화에 있어서는 과거 단순한 구리선 중심의 저속/협대역 정보통신망에서 대용량의 멀티미디어 트래픽을 수용할 수 있는 광케이블, LMDS 등과 같은 고속/광대역 통신망으로 전환되고 있다. 또한 IMT-2000의 등장예고로 고정형 멀티미디어 통신으로부터 언제 어디서나 이동하면서 광대역 통신서비스를 이용할 수 있게되는 이동형 멀티미디어 서비스 기술 환경으로 변화되고 있다.

셋째, 사업자 환경에서도 많은 변화를 낳고 있는데 과거에는 특정 지배사업자에 의해 통신망의 구축, 운용 및 A/S에 이르기 까지 서비스가 수직 통합되어 있었다. 그러나 다양한 신규사업의 출현과 다수의 경쟁사업자들의 진입은 통신서비스 산업을 수직적 수평적으로 분화시키고 있고, 이로 인한 사업분야별 경쟁은 더욱 높아지고 있다. 그러나 장기적으로 볼 때 정보통신 산업에서의 다수의 경쟁사업자 구도는 치열한 경쟁에서 생존하기 위한 활발한 M&A 및 전략적 제휴 등을 통해 네트워크의 특성인 규모의 경제와 이를 통한 시장 경쟁에서의 지배적 위치를 확보하는 소수의 거대사업자 중심 구도로 나아가갈 것으로 전망된다.

넷째, 통신산업에 있어서의 법제도적 측면에서도 과거에는 시장진입, 가격결정, 서비스의 제공 등 여러 면에서 독점 규제 위주의 정책이었다. 그러나 이제는 신규진입의 허용, 외국인 지분제한 완화를 통한 해외사업자들의 진출허용 등 규제완화를 통한 다수 사업자들과의 경쟁을 촉진하는 방향으로 나가고

있다. 더불어 인터넷과 통신, 방송등 다양한 기술의 융합에 의한 새로운 서비스의 혁신적 출현에 적절히 대응해 나가기에는 법제도의 대응 속도가 따라가지 못하는 상황이다.

이러한 정보통신 서비스 환경의 변화는 사업자들에게 새로운 사업의 도전이라는 기회(성장가능성)를 안겨 주는 동시에 다른 한편으로 새롭게 전개되는 경쟁환경에 적응해야 하는 위험과 도전을 동시에 맞이하여야만 함을 의미한다.

정부의 시내전화 사업부문 독점해제와 공정경쟁 환경조성을 위한 정책의 일환으로 97년 9월 제2시내전화사업자로 출범한 하나로통신은 빠르게 변화하는 정보통신 경쟁환경에 대응하기 위한 전략적 노력을 기울이고자 다음과 같은 비전과 경영전략을 수립하고 있다.

2. 하나로통신(주)의 비전과 중장기 경영 전략

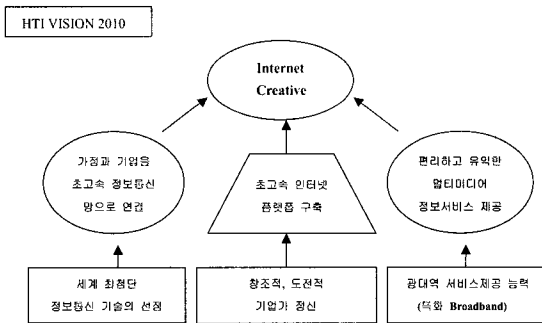
가. 비전 2010

하나로통신의 21세기 비전은 초고속 인터넷을 기반으로한 사이버 세상의 개척자가 되는 것이다. 디지털 혁명에 의해 새롭게 다가올 지식기반 경제 시대에는 재화와 서비스의 생산, 분배, 소비 등 경제활동 뿐만 아니라 문화, 오락 등 인간의 모든 활동이 초고속 멀티미디어 통신망을 통해 사이버 세상에서 이루어질 것이다.

하나로통신은 이러한 사이버 세상의 기본 인프라를 구축하여 사이버 상에서의 경제 문화활동에 필수적인 서비스를 제공하는 세계 초일류 초고속 멀티미디어 서비스 전문기업이 되고자 한다. 소비자인 가정과 생산자인 기업을 광대역 정보통신 망으로 연결하고, 세계 최첨단 H/W와 S/W 기술을 도입 초고

속 인터넷 플랫폼을 구축하여 편리하고 유익한 멀티 미디어 서비스를 제공한다는 것이 하나로통신의 기본적인 사업방향이다.

이를 위해 창조적이고 도전적인 기업가 정신으로 세계 최첨단 정보통신 기술과 서비스 개발능력, 유연한 조직과 관리시스템을 회사의 핵심역량으로 개발해 나갈 것이다.



나. 중장기 경영목표

하나로통신은 비전 달성을 위해 다음(표1)과 같은 중장기적인 단계별 경영목표를 설정하고 있다. 우선 사업초기 단계인 2000-2001년에는 초고속 인터넷 접속시장의 선점을 통해 가입자 기반을 극대화함으로써 시장에 성공적으로 진입하는 것이 가장 큰 목표이다. 이를 위해 초고속 가입자 네트워크 기반을 조기에 확대하고 효율적 영업 및 신속한 개통, A/S 체계를 통해 고객만족을 실현할 계획이다.

중장기 경영목표의 두번째 단계인 2002-2005년은 1단계에서 확보된 가입자를 기반으로 다양한 서비스를 제공하여 매출을 극대화하는 것이다. IMT-2000을 포함한 무선서비스에 진출하여 유/무선 통합 멀티미디어 서비스를 제공하는 사이버 플랫폼을 구축할 계획이다. 이를 기반으로 음성전화, 데이터통신, 방송을 통합하는 멀티미디어 서비스와 인터넷 분야의 다양한 부가/응용서비스를 제공하는 것

을 목표로 하고 있다.

또한 음성전화의 경우도 기존의 단순 시내전화서비스를 탈피하여 첨단 지능망과 연계된 부가서비스 등 다양한 첨단통신기술을 선점하여 경쟁력을 확보할 계획이다.

세번째 단계인 2006-2010년은 초고속 가입자망에 투자의 수확기인 동시에 새로운 사업분야로 진출하는 전환기가 될 것이다. 초고속 인터넷 접속서비스를 포함한 E-Business사업의 고도화를 통해 수익을 극대화하는 한편, 차세대 인터넷과 글로벌 네트워크 서비스를 위한 인프라 구축에 투자하여 세계 초일류의 종합 멀티미디어 서비스 전문기업으로 성장하는 것이 장기 목표이다.

표 1. 단계별 경영목표

사업 초기 단계 (2000-2001)	사업 안정화 단계 (2002-2005)	사업 확장 단계 (2006-2010)
<ul style="list-style-type: none"> 초고속 인터넷시장 선점 가입자 극대화 초고속 가입자 네트워크 기반 구축 영업, A/S 체계 구축 	<ul style="list-style-type: none"> 매출 극대화 사이버 플랫폼 구축 (IMT2000을 통한 유무선 통합) 차별화된 통합 상품/서비스 제공 	<ul style="list-style-type: none"> 수익 극대화 글로벌화 달성 e-Business 사업 고도화 차세대 인터넷 등 첨단 정보통신 신규 서비스 제공

다. 중장기 사업영역 및 포트폴리오 계획

정보통신 서비스 산업은 시장, 기술과 네트워크, 경쟁구도 등 산업을 구성하는 모든 요소들에 있어서 현재 혁명적인 변화가 진행되고 있으며, 이에 따라 다양한 형태의 서비스와 사업모델들이 시장에서 창출되고 있다. 때문에 정보통신 사업자들이 향후 어떤 서비스와 사업분야에 진출하여 사업포트폴리오를 어떻게 구성할 것인가를 구체적으로 예측하거나 계획하는 것은 매우 어렵다.

향후 산업환경의 변화가 매우 불확실하게 진행되는 하겠지만 정보통신사업의 하위부문(Segment)은 다음 (표2)와 같이 크게 3가지 계층적 범주로 구분

될 것이다. 제1계층은 물리적인 네트워크를 기반으로 가정과 기업의 멀티미디어 서비스 이용고객들에게 매체를 제공하는 서비스이다. 광케이블과 다양한 무선망으로 구성된 시내/시외/국제 백본네트워크와 초고속 가입자망을 기반으로 하는 사업으로 음성전화, 인터넷접속서비스, 전용회선서비스 등이 이 범주에 속하게 될 것이다. 제2계층은 제1계층의 물리적 망을 기반으로 하여 고객들에게 보다 편리한 멀티미디어 서비스환경을 제공하는 사업들이다. 인터넷 데이터센터와 웹호스팅, 전자상거래를 위한 각종 솔루션 제공 등이 이 부문에 속하는 사업들이다. 제3계층은 1,2계층의 서비스를 인프라로 하여 멀티미디어 콘텐츠와 전자상거래 서비스를 제공하는 사업이다. 현재 제공되고 있는 인터넷 포털서비스를 포함하여 인터넷 상거래/사이버 금융, 경매서비스 등이 여기에 속한다.

정보통신 서비스 산업 전체에서 이들 3계층은 상호의존적이고 보완적인 동시에 독립적인 관계를 형성하면서 발전할 것이다. 어느 한 계층의 발전없이 다른 계층의 발전이 어렵다는 점에서 이들 각 계층은 상호 보완적이고 의존적인 관계에 있으며, 어느 한 계층에서 경쟁우위를 확보했다고 해서 다른 계층에서의 경쟁우위가 보장되지 않는다는 점에서 이들 각 부문은 상호 독립적이라고 할 수 있다.

하나로통신은 제1계층을 핵심사업영역으로 하여 시장에 진입하였다. 사업초기 년도인 올해와 내년까지는 이 계층에 속하는 초고속 인터넷 서비스에 대해 당사의 역량을 집중하여 경쟁력을 확보하고, 당사의 주력사업으로 사업포트폴리오에서 차지하는 비중도 가장 클 것으로 전망된다. 그러나 향후 정보통신서비스 산업의 무게중심이 2계층과 3계층으로 옮겨갈 것으로 예상되기 때문에 IDC를 포함한 각종 호스팅 사업을 신규 주력사업으로 육성하고 제3계층의 콘텐츠/커뮤니티/커머스 사업분야의 진출을 위한 투자도 확대할 계획이다.

신규사업 분야에 대한 투자가 순조롭게 진행된다면 2-3년 후에는 단순 네트워크서비스 사업에서 탈피하여 인터넷 분야의 부가/응용서비스가 전체 사업포트폴리오에서 차지하는 비중이 1/3이상으로 확대될 전망이다.

3. 하나로통신의 2000년 경영전략

가. 2000년 정보통신 환경

- 1) 초고속 인터넷 가입자 200만명 돌파 예상
인터넷 사용자의 급속한 증가에 힘입어 초고속 인

표 2. 사업영역

(제3층) 응용서비스	Commerce Contents Community	인터넷 상거래/사이버금융,경매 인터넷방송/사이버타운 및 교육 종합/이동/리눅스포탈	부가사업영역
(제2층) 접속성 부가서비스	접속성 부가서비스	인터넷데이터센터 어플리케이션서비스 웹호스팅	핵심사업영역
(제1층) 네트워크 접속서비스	가입자망 시내백본 전국백본 국제백본	초고속인터넷(CATV, ADSL, WLL) 전용회선(인터넷다이렉트) 음성 및 다이얼업 인터넷 서비스	

터넷 가입자 수가 폭발적으로 증가하고 있다. 98년 말 5만명에 불과했던 가입자가 올 1월 72만명으로 늘어나 불과 1년만에 14배가 증가하였고 올해 안으로 200만명이 넘을 것으로 예상되고 있다. 인터넷 접속서비스 부문에서의 신규사업자들의 진출도 활발히 전개되고 있다. 기존 한국통신, 하나로통신등 시내 가입자 망을 제공하는 기간통신사업자 외에 두루넷, 드림라인 등 회선설비임대역무를 받은 여타 기간통신사업자, 무선통신사업자, SO 및 중계유선사업자 등이 사업에 가세하고 있으며, 이에 따라 더욱 경쟁적인 망 포설이 전개되고 있다. 따라서 초고속 인터넷 시장을 선점하기 위한 경쟁이 더욱 치열해질 것으로 전망된다.

2) 파워콤 설립에 따른 영향

한전이 100% 출자한 자회사 파워콤이 정부로부터 전용회선 사업을 허가 받고 기간통신사업자로 출발하였다. 이로 인해 인터넷 수요 증가와 함께 날로 확대되고 있는 시내 가입자망 시장의 경쟁이 더욱 격화될 것으로 보인다. 그리고 현재 초고속 인터넷 접속서비스 사업자들을 비롯한 기간통신사업자들은 광케이블 등을 포함한 한전의 기반설비에 상당부분 의존하고 있어 중속성 중대가 예상된다.

향후 파워콤이 CATV망을 통해 초고속 인터넷 사업에 직접 진출할 경우 막강한 사업자로 부상하게 되어 현재의 시장 경쟁구도에 큰 영향을 미치게 될 것으로 전망된다. 올 6월까지 지분의 66%를 매각한다는 계획으로 있으나 10% 동일인 지분제한 조건을 강조하고 있어 2002년으로 계획된 완전 민영화 전까지는 한전이 지배주주로 남게 될 가능성이 크다.

3) IMT-2000사업자 선정

향후 정보통신망은 기술의 발전과 멀티미디어 중심의 서비스 요구에 부응해 초고속/광대역의 광통신망을 근간하는 유선망과 무선이 결합되는 통합 정

보통신망으로 진화할 것으로 전망된다. 언제 어디서나 초고속 멀티미디어 통신망에 접속이 가능한 기술 및 서비스환경이 조성되고 있는 것이다. 따라서 정보통신 서비스 시장에서는 기술 및 세계적 표준화를 갖추고 유무선 통합 서비스를 제공할 수 있는 사업자들이 지배적 사업자로서의 경쟁적 위치를 확보할 것으로 전망된다.

IMT-2000은 올해 12월 사업자선정을 앞두고 있어, 사업자 선정 결과와 사업전개의 방향 및 성패는 정보통신 산업구조를 크게 변화시키게 되는 기폭제로 작용하는 중대한 기점이 될 것으로 예측된다.

4) 무선 인터넷 서비스의 보급 확대

통신의 이용이 단순 음성서비스 위주에서 영상 및 데이터를 중심으로 한 서비스로 옮겨 가면서 사업자들의 무선 인터넷 서비스로의 진출이 활발해지고 있다. 무선 인터넷 사업자들은 서비스 사용이 증가함에 따라 각종 콘텐츠 사업자들과 연계를 통해 차별화된 콘텐츠 개발에 힘을 쏟고 있다. 현재는 무선 인터넷서비스 이용시간이 가입자당 월평균 15분 내외로 음성통화 평균 이용시간의 15% 수준에 있다. 그러나 월평균 이용건수가 폭발적으로 증가하고 있고, 음성서비스를 대체하는 다양한 부가서비스들이 제공되고 있어 장기적으로 볼 때 상대적인 음성서비스 시장의 위축을 가속화시킬 수 있는 요인이 될 것으로 전망된다.

나. 당사의 대응전략

1) 네트워크 서비스

네트워크 전략의 핵심은 ADSL, HFC, B-WLL/WLL 등 다양한 가입자망 매체를 통해 가입자의 입주환경(아파트, 대형빌딩 건물, 독립가옥 등)에 따라 가장 적절하고 경제적인 매체를 선택하여 신속하고 저렴한 비용으로 서비스 커버리지와 가입자를 극대화하는데 있다. 장기적으로는 서비스 제약이 없고

신뢰성이 높은 FTTH로의 네트워크 진화를 위해 대형 아파트와 빌딩까지 광케이블로 연결하는 FTTx를 주력매체로 하여 기존 구리선이나 CATV망을 활용하는 경쟁사업자 대비 차별화 된 경쟁우위를 확보할 것이다. 또한 빠르게 증가하는 가입자 수요에 신속히 대응하기 위해 중소규모 아파트나 빌딩, 일반 주택, 중소도시 등에서는 기 포설된 CATV망 및 WLL/B-WLL(LMDS) 매체를 효율적으로 활용할 것이다. 특히 2000년 상반기 중에는 26GHz대역의 B-WLL을 이용한 서비스 제공을 통해 무선가입자망의 초고속화를 조기에 이룰 계획이다. 한편 장기적 전략으로 전국적인 백본망 구축을 추진하고 글로벌 컨소시엄의 참여를 통해 국제 인터넷 백본망 구축에 참여할 계획이다.

2) 접속성 부가서비스

접속성 부가서비스 전략의 핵심은 인터넷데이터센터(IDC) 서비스 기반을 구축하여 자체 설비를 보유하지 못한 인터넷 분야의 포털사업자 및 게임/방송/신문 등 콘텐츠사업자 들에게 최상의 서비스를 제공하는 것이다. 자체 구축 및 운용이 어려운 기업들에게 최첨단 기술의 어플리케이션 호스팅, 웹 호스팅, EC 호스팅, 전용서버 호스팅 등을 제공함으로써 시장을 선점한다는 전략이다.

이를 위해 초고속 인터넷 백본망의 조기확충을 추진하고, 인터넷트래픽 교환센터(IX)를 구축하는 등 시장주도권을 확보할 계획이다.

3) 인터넷 응용서비스

인터넷 응용서비스 분야에서는 네트워크서비스와 접속성 부가서비스의 우위를 바탕으로 초고속 가입자 망의 효과를 극대화할 수 있는 멀티미디어서비스 분야에 집중한다는 전략이다. 실시간 동영상 제공 하는 인터넷 방송, 사이버 대학, 인터넷 홈쇼핑, 비디오 채팅과 인터넷이 가능한 통합포털서비스 등이 핵심적인 서비스가 될 것이다. 또한 올해부터 본격

적으로 시장이 형성될 B2B분야의 전자상거래 분야로 적극 진출할 계획이다.

이러한 인터넷 응용서비스를 제공하는데 있어서 당사의 기본전략은 각 분야의 경쟁력 있는 국내외 사업자들과의 전략적 제휴를 적극 추진하는 것이다. 국내외의 우수 방송/언론사, 콘텐츠 개발 벤처, 금융기관, 해외 유망 인터넷사업자 등이 당사의 전략적 제휴파트너가 될 것이다.

4) 서비스 차별화 및 영업

당사의 경쟁사 대비 서비스의 차별성은 기본적으로 서비스의 속도와 안정성에 있다. 광 통신망(FTTx)을 주력매체로 전개하여 기존 구리선이나 CATV망을 사용하는 경쟁사와 비교해 품질 및 안정성에서 우수하다.

또한 당사는 고객만족과 서비스 차별성 확보를 위해 영업/유통 체계를 강화하고 있다. 향후 가입자 증가와 전국적인 상용서비스 실시에 대비해 전국을 지사화한 영업망 체계를 조기에 구축하고 있으며, 유치에서 개통까지의 시간을 최소화할 수 있도록 유통 체계를 완벽히 갖추어 나가고 있다. 신속한 A/S체제를 조기에 구축하여 고객의 신뢰를 높인다는 전략이다. 또한 고객의 욕구에 부응한 다양한 상품개발을 통해 고객의 상품선택의 폭을 넓힘과 동시에 다양한 옵션상품 등을 통해 경쟁심화에 따른 상품 차별화를 사전에 방지한다는 전략이다.

5) IMT-2000사업추진 전략 및 방향

IMT-2000은 ITU의 권고안에서도 언급되다시피 유선(고정)통신서비스에서 제공되는 모든 서비스들을 하나 혹은 하나 이상의 무선접속을 통해 제공하는 것으로 단순한 무선통신망이 아니라 유,무선이 통합된 종합통신망 서비스이다. 하나로통신은 IMT-2000 사업권 획득을 위해 온세통신, 서울이동통신, 아남텔레콤 등 15개 기간사업자들과 컨소시엄을 구성하여 한국IMT-2000(주) 설립을 추진하

고 있다. 이를 통해 관련 각사가 보유하고 있는 자본, 기술/인력, 시설, 통신사업 경험 등을 총 동원하여 시너지 효과를 극대화하는 전략을 추진하고 있다.

한국 IMT-2000(주)의 전략은 무엇보다 신규사업자로서 가지고 있는 강점을 활용하는데 있다. 신규사업자로서 보다 적극적이고 혁신적인 서비스개발을 추진할 수 있다는 것이다. 그리고 컨소시엄에 참여한 사업자들의 성격에서 알 수 있듯이 무선호출사업자, TRS 등 중소 신규사업자들에게 최대한 문호를 개방하고 있다. 특히 경영난으로 수익성이 악화되고 있는 무선호출사업자들에게 재개의 기회를 줌으로써 국가경제에 기여하는 효과를 낼 수 있다. 또한 한국 IMT-2000(주)는 200여개에 달하는 정보통신 중소 벤처기업 모임인 정보통신중소기업협회(PICCA)와도 제휴를 체결하였는데 결과 이들이 보유하고 있는 우수 기술력을 확보하였고, 단말 및 시스템기술과 멀티미디어 콘텐츠 기술 등에 대한 공동연구를 진행하게 되었다.

한국 IMT-2000(주)은 초기 자본금 2조원중 1조원을 국민주 공모를 통해 일반 국민 및 중소기업들에게 참여의 기회를 확대할 계획이다. 이는 통신산업에서 발생하는 이익을 국민들에게 고루 배분하고, 소유와 경영의 분리를 통해 국민의 기업으로 성장한다는 계획의 일환이다.

한편 한국 IMT-2000(주)는 기술개발을 위해 벨 Lab. 및 스웨덴 에릭슨과 전략적 제휴를 하였으며 상호 협력을 통해 응용 서비스, 표준화 및 시스템기술을 공동개발하고, 2002년 월드컵 상용서비스 실시를 위해 비동기식 IMT-2000 시험서비스를 위한 시스템을 공동개발, 운용할 계획이다.

6) 전략적 제휴 및 협력 추진

당사는 글로벌 경영과 기술, 자본, 운용, 콘텐츠 등 사업분야별 핵심역량 확충을 위해 국내외 우수사업자들과 활발한 제휴 및 협력을 추진하고 있으며, 향후에도 우수기업의 발굴 및 제휴를 적극 추진

할 방침이다. 기본적으로 초고속 인터넷접속 서비스, IDC 등 네트워크에 기반한 사업은 본체에서 직접 수행할 계획이며, 포털, 사이버뱅킹, 인터넷 방송, 전자상거래 등 인터넷 응용서비스 사업은 국내외 우수기업과의 자본 및 기술 제휴를 통해 추진할 방침이다.

4. 결어 정책적 제언

세계경제는 21세기에 접어들면서 디지털 혁명을 통해 기존의 자원 기반 경제 체제가 붕괴되고 지식기반 경제 체제로 급속히 변화해 가고 있다. 지식기반 경제에서는 경제 주체들 간의 거래비용이 급격히 감소하게 됨에 따라 기업의 물리적인 규모는 축소되는 반면 전문 기업간의 네트워크나 가상조직과 같은 초계층적 조직 구조가 발달하게 된다. 또한 지금까지 기업의 경영활동이 질서정연하고 안정된 시장환경 하에서 사전 예측과 계획에 기초하여 정형화된 의사결정을 통해 이루어졌다면, 21세기에는 예측불허의 급변하는 환경 하에서 명확한 비전과 변혁적인 리더십이 필요하며, 신속하고 유연한 의사결정이 가능하도록 조직체계를 분권화 슬림화해야 한다. 따라서 지식기반 경제에서는 비관련 분야로 사업을 다각화하여 덩치를 키우는 재벌기업이 아니라 특정 분야에 경영 역량을 집중할 수 있는 전문 기업들이 경쟁력을 갖게 될 것이다.

그 동안 우리나라의 정보통신 산업 정책은 국내 자본시장의 미성숙으로 인하여 소수의 거대기업에 유리하게 전개됨으로써 전통적인 자원경제 시스템의 패러다임을 벗어나지 못했다. 21세기 지식기반 경제의 본격적인 도래에 능동적으로 대응하기 위해서는 무엇보다도 통신정책에 대해 재고하여야 할 시점이라 생각한다. 보다 장기적이고, 거시적인 관점에서 우리나라 정보통신 산업의 경쟁력을 강화하고 발전을 도모하기 위해서는 산업의 구조를 21세기

지식기반 경제에 걸맞게 변화 시켜야 하는 것이다. 정보통신 산업이 규모의 경제와 네트워크 효과를 동시에 실현하기 위해서는 전문 기업들 간의 제휴 네트워크가 하나의 시스템으로 경쟁하는 역동적인 구조가 필요한 것이다. Fortune(99.4)에 의하면 AT&T의 경우 98년 한해동안 통신서비스를 통해 586억불의 매출을 기록하였고, Bell Atlantic도 316억불의 매출을 기록하였으나, 우리나라의 경우 그룹사들의 1년 전체 매출액이 이를 따르지 못함을 알수 있다. 선진국 통신사업자의 경우 통신사업 하나만으로 한국 각 그룹 매출 전체를 상회하는 매출을 기록하고 있으며, 통신분야에 전념하므로써 수익성도 점차 높아지고 있음을 감안 할 때 통신사업은 독자적으로 성장, 발전하여야 하는 것이 바람직 할 것으로 생각된다. 최근 이슈가 되고 있는 IMT-2000 사업자의 선정을 포함한 정보통신 정책의 방향에 대해 몇 가지 제언을 하고자 한다.

첫째, 가입자 망의 경우에 있어 국가적 차원에서 자원의 낭비나 통신사업자의 경쟁력 확보를 위한 방안이 마련되어야 할 것이다. 최근 사업법 상의 기간통신역무의 의무가 퇴색되고 있고, 회선설비임대사업의 허가를 득한 후 이를 기반으로 부가서비스인 인터넷 접속서비스 시장에 참여하다 보니 모든 사업자들이 경쟁적으로 가입자 망을 포설하는등 국가적 측면에서 자원의 중복투자 문제가 심각해 질 것으로 생각된다. 무선분야는 물론이고, 유선분야에서 시내 가입자 망의 경쟁적 포설은 분명 자원의 중복 활용에 틀림없다.

둘째, 정보통신 서비스 전문업체를 집중 육성해야 할 것이다. 정보통신 산업이야말로 네트워크의 외부효과가 가장 크게 나타나는 산업이다. 네트워크 효과가 존재하면 많은 가입자를 확보하여 시장점유율이 높은 업체가 자연스레 경쟁우위를 향유하게 된다. 앞으로 전세계 정보통신서비스 산업은 10 - 14여개의 거대 사업자가 지배할 것이라고 전망하는 전문가들도 있다. 실제로 이러한 예상은 최근 국경을 초

월한 정보통신 서비스 업체들의 제휴와 합병을 통해 현실화되고 있다. 이러한 상황에서 우리 정보통신 서비스 산업이 글로벌 경쟁력을 확보하기 위해서는 정보통신 서비스에 특화된 전문업체를 집중 육성하는 정책 마련이 요구된다.

셋째, 정보통신 분야의 신규 서비스 사업자 선정시 가장 크게 고려해야 할 요소 중 하나는 정보통신 기술의 진화 방향이다. 현재 정보통신 기술은 광통신망의 전개를 통한 광대역화와 이를 기반으로 한 유선과 무선의 통합 멀티미디어 서비스 제공이라는 두 가지 기본 축을 따라 진화해 나가고 있다. 따라서 IMT-2000과 같은 신규서비스 제공 사업자를 선정할 경우 유선계 초고속 통신망에 기반하여 멀티미디어 서비스를 제공할 수 있는 능력을 어느 정도 갖추고 있는가를 중요한 선정 기준으로 삼아야 할 것이다.

넷째, 정보통신 관련 설비제조 업체 및 소프트웨어 제작업체와 정보통신 서비스 업체 간의 새로운 협력 모델을 정립해야 할 것이다. 지금까지는 대기업들이 이들 세 부문을 동시에 보유하는 경우가 많았다. 그 결과 정보통신 설비와 소프트웨어 제작 업체들은 자체의 안정된 수요처를 확보함으로써 기술혁신의 유인이 적었고, 국제경쟁력 향상에도 도움이 되지 않았다. 글로벌화되는 지식기반 경제체제를 맞이하여 앞으로는 각각의 분야에서 세계적인 경쟁력을 갖는 업체들로 전문화 하고, 설비와 소프트웨어 제작 업체들과는 기술 표준의 공동제정, 공동 연구 개발, 해외 진출을 위한 전략적 제휴와 같은 협력 구도를 강화함으로써 각 부문이 모두 세계적인 경쟁력을 확보할 수 있도록 해야 할 것이다.

결론적으로 21 세기 지식기반 사회에서는 특정 사업 영역에서 세계적으로 아무도 모방할 수 없는 기술, 지식, 노하우를 핵심역량으로 축적한 전문화된 기업들 만이 살아남을 수 있을 것이다. 따라서 21세기 정보통신 정책은 단기적인 효율성 논리에 얽매이는 정책이 아니라, 향후 지식기반 경제의 본격

도래와 정보통신 기술의 발전을 고려하여 세계적인 경쟁력을 갖춘 정보통신 서비스 전문 회사를 지원 육성할 수 있는 여건을 조성하는데 초점을 두어야 할 것이다.



권택민

- 1977년~1984년 동국대학교 영어영문학(학사)
- 1992년~1994년 서강대학교(원) 국제경영학(석사)
- 1999년 서울대학교 행정대학원 정보통신방송정책과정
수료
- 1984년~1994년 데이콤 비서실(실장)
- 1994년~1997년 데이콤 국제통신사업본부 마케팅부
(부장), 데이콤 홍보실 광고부(부장),
데이콤 무선사업개발단 차세대무선
사업추진팀장(부장)
- 1998년~현재 하나로통신 경영기획실장(이사대우)
벤처펀드 팀장(겸임)