

영국 전용회선 시장구조와 BT의 서비스 제공 특성: 경쟁구조에 관한 정책방향과 사업자의 차별화 전략에의 시사점

The British Market Structure and BT Service Trait in Leased Line Service:
Some Implication on Industry Policy and Business Strategy

한성수(S.S. Han)

네트워크경제연구팀 선임연구원

2000년 초 다수의 신규사업자가 진입한 국내전용회선서비스 시장은 경쟁이 격화되고 있는 초경쟁 시장으로 진화하고 있다. 이러한 가운데 사업자들은 자사의 매출증대를 위한 다양한 측면의 노력을 경주하고 있으며, 정책적으로는 현재의 전용회선 시장의 경쟁구조가 국익 혹은 국가경쟁력 차원에서 바람직한 것인가에 대한 논의도 진행되고 있다. 이에 본 고에서는 통신산업구조와 규모, 정책측면에서 유사한 영국의 시장구조 특성을 살펴 봄으로써 시장구조에 관한 정책적 시사점을 얻고자 한다. 또한 BT의 서비스 제공전략(특히 관리적 차별화 방안)의 특성을 파악하여 국내 통신사업자들의 전략방향에 대한 시사점을 얻고자 한다.

I. 서 론

국내 전용회선 서비스 시장은 지난 10여 년간 KT와 데이콤이 안정적인 시장지위를 가지고 진화하여 온 북점(duopoly)구조의 시장구조로 진화하여 왔다. 그러나 최근에는 파워콤, 하나로, 두루넷 등 많은 사업자들이 시장에 진입하는 등 경쟁적 시장(competitive market)으로 변모하고 있다[1]. 즉 최근의 국내 전용회선서비스 시장은 후발 기업들의 시장진입, 대체서비스의 강력한 출현가능성 대두, 정부의 지배적 사업자 규제 등 경쟁강도가 매우 커지고 있는 사업영역이 되어 가고 있다[2]. 이러한 환경에 따라 사업자들은 경쟁우위를 창출하기 위한 다양한 방법을 탐색하고 있으며, 이러한 가운데 비정상적인 경쟁양상이 발생함에 따른 시장구조에 관한 정책의 방향에

대한 재조명이 필요하게 되었다. 이에 본 고에서는 영국의 시장구조의 개관을 통해 영국시장에 관한 정책 방향을 음미하고, 사업자의 측면에서 서비스의 차별화 가능성을 탐색하기 위해 영국의 제1의 사업자인 BT의 사업전략(특히 관리적 차별화 방안)의 특성을 파악하는 것을 목적으로 한다. 구체적으로는 다음과 같은 내용을 담고자 한다.

첫째, 영국 전용서비스 시장에 대한 정책방향을 유추하기 위해 시장의 구조적 특성을 파악하며, 둘째, 전용서비스의 차별화 가능성을 파악하기 위해 BT의 전용서비스 제공특성을 살펴보고자 한다.

II. 영국 전용서비스 시장 구조

본 절에서는 영국 전용회선 서비스 시장의 특성

을 파악하고 시장규모, 경쟁구조 등을 개관하고자 한다.

1. 시장 규모

영국의 전용회선 시장은 2000년 5월 기준으로 약 413,600 회선의 규모를 가지고 있다. 이 중 88.2%를 BT가 차지하고 있으며, 제 2의 사업자인 C&W가 4.4%를 점유하고 있다(<표 1> 참조).

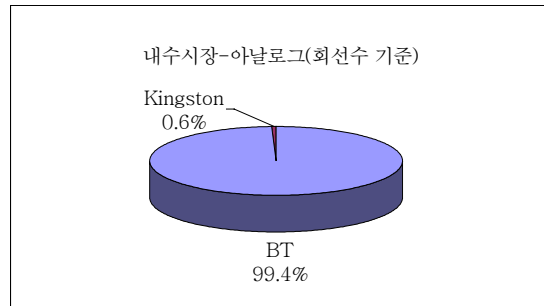
이중 98%가 내수용 전용서비스로서 BT의 전용서비스가 전체시장의 89%를 차지하고 있으며, 나머지 사업자들이 약 11%를 점유하고 있다. 아날로그 전용서비스의 경우는 BT와 Kingston이 서비스를 제공하고 있는데, 거의 대부분을 BT가 담당하고 있으며, 일부를 Kingston이 제공하고 있다. 이는 경쟁 환경에 의한 시장점유가 아니라 지역적 차별화의 결과이다. 즉 Kingston의 Hull 지역에의 독점적 권한을 가지고 있기 때문이다(그림 1) 참조).

디지털 전용서비스의 경우는 BT가 약 82%를 차지하고 있어, 내수시장의 경우 BT의 경쟁적 위상이 매우 큰 시장이다(그림 2) 참조).

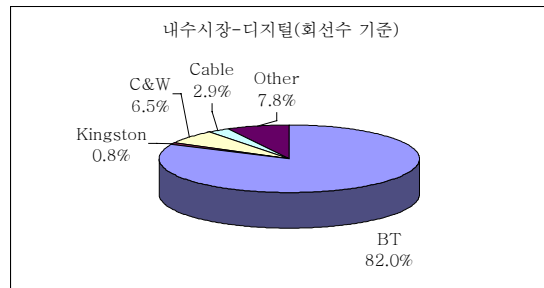
국제전용서비스 시장의 경우는 영국 내수시장의 시장구조와는 상이한 면을 보이고 있다. 즉 내수시장이 BT의 독점적 위상을 가진 시장으로 표현된다면, 국제전용회선시장의 BT와 C&W는 복점 체제의 시장으로 볼 수 있다. 내수시장과 마찬가지로 아날

로그 국제 전용서비스 시장은 BT가 100% 점유하고 있다. 반면 디지털 국제 전용회선 시장의 경우는 C&W의 점유율이 BT보다 높은 것으로 나타났다(그림 3) 참조).

전체시장(내수+국제)의 측면에서 볼 때, 영국의 아날로그 시장은 전년대비 약 16% 감소하였는데, 이러한 추세는 지속적으로 발생할 것으로 보이며, 이러한 아날로그 회선수요는 저중속 회선 수요로 전



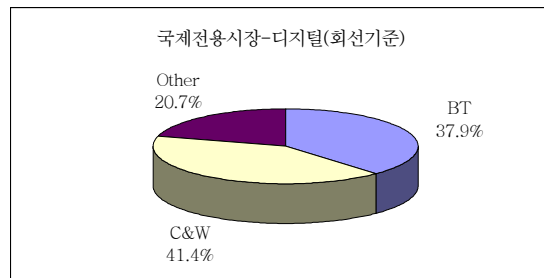
(그림 1) 영국 전용서비스 내수시장 구조 - 아날로그 서비스



(그림 2) 영국 전용서비스 내수시장 구조 - 디지털 서비스

<표 1> 영국의 전용회선 시장 규모 - 회선수 (단위: 천 회선)

		BT	Kings ton	C&W	Cable	Other	total
국내	아날로그	161	1	0	0	0	162
	디지털 (2M미만)	147	1	10	2	14	174
	디지털 (2M이상)	54	1	6	5	5	71
국제	아날로그	0.8	0	0	0	0	0.8
	디지털	2.2	0	2.4	0	1.2	5.8
계		365	3	18.4	7	20.2	413.6
비중		88.2%	0.7%	4.4%	1.7%	4.9%	100.0%



(그림 3) 영국 국제전용서비스 시장 구조 - 디지털 서비스

환하였는데, 저속 디지털 전용회선 규모는 전년대비 7% 성장하였으며, 중속 디지털 전용회선 수요는 전년대비 22% 증가하였다. 디지털 전용서비스의 경우는 BT가 약 81%를 차지하고 있다. 다음으로는 C&W가 제 2의 사업자로서 전체시장의 7.3%를 차지하고 있다. C&W의 경우는 디지털 서비스만을 제공하고 있으며, 최근에는 2M 이상의 서비스만을 제공하고 있다.

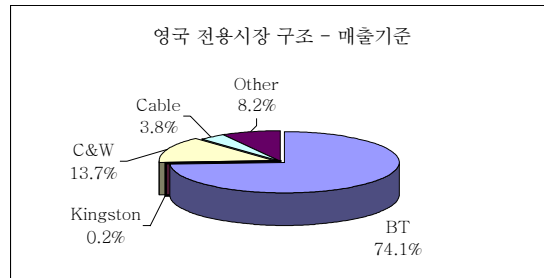
영국 전용회선시장을 매출규모의 측면에서 조망하면 다음과 같다. 영국의 전용서비스 시장의 매출은 약 17억 6천 파운드에 달하고 있다. 이 중에서 BT가 차지하고 있는 매출규모는 13억 파운드로 전체시장의 74% 이상을 차지하고 있다. 다음으로 C&W가 13.7%로 주로 고속회선분야의 서비스를 제공함으로써 상대적으로 높은 매출 점유율을 가지고 있으며, 케이블 사업자들이 약 4%, 기타 군소 사업자들이 약 8.2%를 차지하고 있다(〈표 2〉, (그림 4) 참조).

내수시장의 경우는 BT가 78.7%를 점유하고 있으며, C&W가 8.3%의 매출점유율을 보이고 있는 것으로 나타났다(그림 5) 참조. 이와 같은 현상은 회선기준의 시장구조와 비교할 때, C&W가 상대적으로 고속(고가)회선 서비스를 더욱 많이 제공하고 있음을 간접적으로 시사하고 있다.

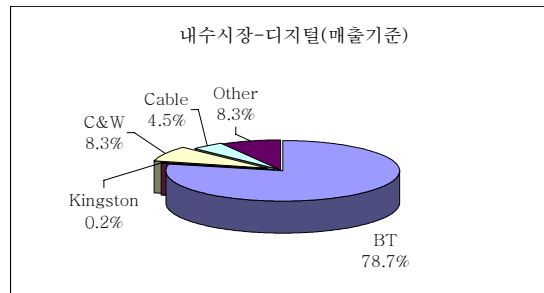
국제 전용시장의 경우는 C&W가 52.3%를 차지하여 국제전용서비스 시장에서는 제 1의 사업자로

서의 위상을 가지고 있다. BT의 경우는 약 30% 수준을 점유하고 있다(그림 6) 참조.

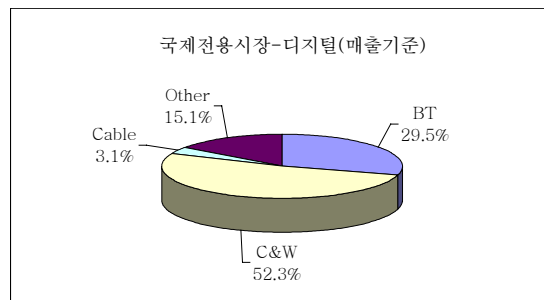
전반적으로 아날로그 전용시장의 매출은 전년대비 10% 감소한 반면에 디지털 전용회선 서비스는 20% 이상 성장하고 있다.



(그림 4) 영국 전용서비스 시장 구조 - 매출기준



(그림 5) 사업자별 매출 비중 - 내수시장



(그림 6) 사업자별 매출 비중 - 국제전용시장

〈표 2〉 영국의 전용회선 시장 규모 - 매출 (단위: 백만 파운드)

		BT	Kingston	C&W	Cable	Other	total
국내	아날로그	219	1	0	2	0	222
	디지털 (2M미만)	471	1	13	8	11	504
	디지털 (2M이상)	531	1	93	49	95	769
소계		1,221	3	106	59	106	1,495
국제	아날로그	8	0	0	0	0	8
	디지털	76	0	135	8	39	258
	소계	84	0	135	8	39	266
계		1,305	3	241	67	145	1,761

2. 시장 경쟁구조

가. 전용서비스 제공 사업자

영국의 전용회선 서비스 시장에는 BT를 포함하

여 총 11개 사업자가 서비스를 제공하고 있다. 11개의 사업자 중에서 8개사는 디지털 전용회선 서비스를 제공하고 있으며 고속화 추세에 따라 나머지 사업자들도 2Mbps급 이상의 서비스로 전환하고 있다 (<표 3> 참조).

<표 3> 영국의 전용서비스 제공사업자

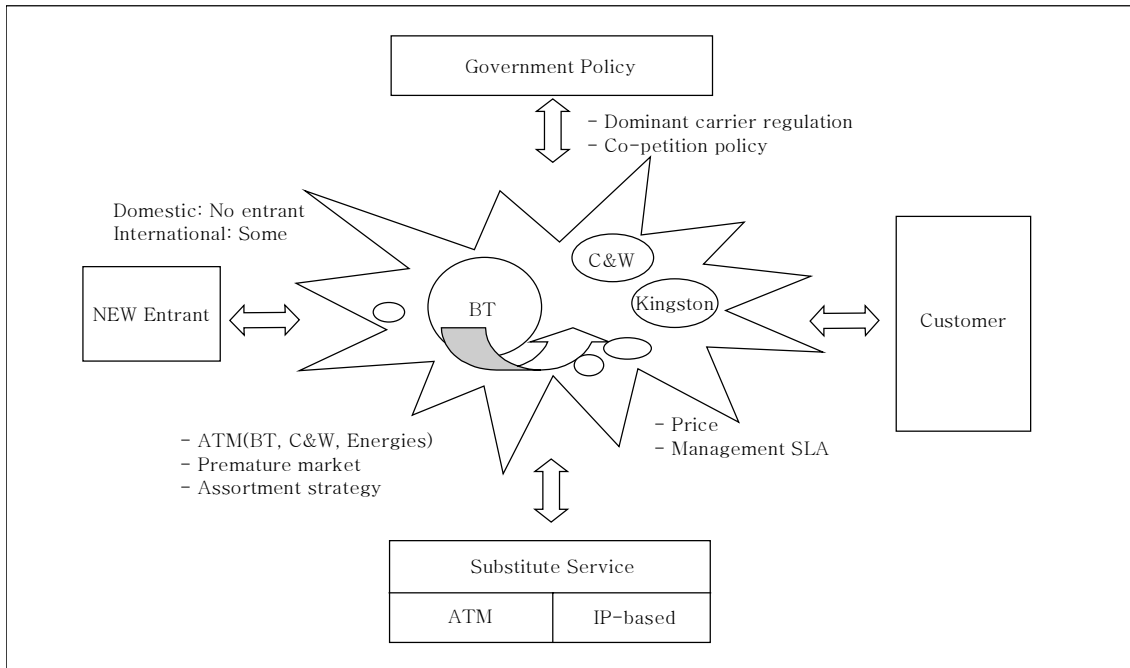
사업자	아날로그	T1 이하	T1 이상
BT	유	2.4kbps~	~155Mbps
C&W	무	64kbps~	~155Mbps
Energies	무	무	~155Mbps
NTL	무	무	~155Mbps
Racal	유	유	유
Colt	무	2.4kbps~	~155Mbps
Worldcom	무	무	~155Mbps
NORWEB	무	64kbps~	~155Mbps
Torch	무	무	~155Mbps
Scottish Telecom	무	무	~155Mbps
Kingston Communication	유	유	유

나. 경쟁강도

영국 전용회선 시장의 경쟁강도를 산업구조분석의 틀로서 제시하면 (그림 7)과 같다[3]. 이와 같은 산업구조 분석 프레임워크는 Porter의 모델을 수정·보완하며 도시화 한 것이다. 각 경쟁세력(forces)들의 현황을 간략히 정리하면 다음과 같다[4].

1) 기존 경쟁자

현재 영국의 전용시장에서 사업을 영위하고 있는 사업자들은 앞서 제시한 바와 같이 약 10여 개의 사업들로 구성되어 있어 사업자 수의 측면에서는 경쟁적 시장으로 파악될 수 있으나, 실제 경쟁현황은 독특한 특성을 지니고 있다. 즉 아날로그 시장의 경우는 실제 BT가 거의 전체시장을 장악하고 있는 독점 시장으로 인식되며, 국내시장의 경우도 BT의 시장 주도권이 매우 큰 구조를 가지고 있다. 반면 국제전용시장의 경우는 C&W가 시장의 1/2 이상을 차지하고 있는 등 복잡적 구조를 가지고 있다. 요컨대 영국 전용서비스 시장의 기존 사업자의 경쟁양상은 독자



(그림 7) 영국의 전용서비스 시장의 경쟁구조

적 생존영역(distinctive domain)을 가지고 운용되는 독·복점 구조를 가지고 있는 시장으로 인식된다.

2) 정부 규제환경

영국의 전용시장에 대한 규제는 Oftel의 주도 하에 이루어지고 있다. Oftel은 전용서비스시장을 도매시장과 소매시장(retail sale)으로 나누어 각 시장에서의 지배적 사업자를 규정하고 있다. 이러한 지배적 사업자 여부를 파악하기 위해 여러 가지 요소를 고려하고 있으나 기본적으로 시장점유율을 판단의 중요한 기준으로 삼고 있다. 영국의 전용사업의 경우 지배적 사업자는 시장점유율의 25% 이상을 가진 사업자로 규정하고 있다. 이러한 지배적 사업자 기준을 적용하여 제 1 사업자인 BT에게 다양한 의무를 부과하고 있다. 예컨대 다른 네트워크와의 상호접속 시 차별을 하지 않아야 하며, 원가중심의 가격을 책정하여야 하며, 서비스 전환에 대해 용인한다는 합의(migration agreements)를 공시하여야 하는 의무가 부과된다. 그러나 이러한 규제환경이 전용시장의 경쟁강도를 제고하고 있지는 않는 것으로 인식된다. 그 이유는 지배적 사업자에 대한 규제의 내용이 상당히 추상적이고, 실제로 BT의 마케팅 활동을 저해하는 요소는 없기 때문이다.

3) 대체서비스의 진입가능성

현재 전용서비스를 대체할 가능성이 있는 것으로 인식되고 있는 신규서비스들은 대체로 ATM 서비스, IP based VPN 등이다. 그러나 이러한 서비스들이 가지는 특성에 따라 전용회선서비스 시장을 대체할 가능성은 현재까지는 가시적이지 않은 것으로 파악된다. 예컨대 Oftel에서는 전용회선서비스의 용도를 이동통신서비스 제공사업자의 백본으로 활용하기도 하며, ISP들이 인터넷접속서비스를 제공하는 서비스로 정의하며, 상당기간 동안 이 서비스가 우월적 지위를 지닐 것으로 인식하고 있다.

4) 신규진입가능성

영국 전용서비스 시장에 신규로 서비스를 제공하고자 하는 사업자들의 진입가능성은 두 가지 시장으

로 구분하여 볼 수 있다. 국내시장의 경우 BT의 위상이 지속적으로 높아지고 있다는 측면에서 기존 기술을 이용한 시장 진입 가능성은 약하다. 반면 국제 전용회선 서비스 시장의 경우는 다국적 기업들 예컨대 KPNQwest, Level 3, Colt들의 진입가능성이 존재하고 있는 것으로 파악된다.

5) 고객집단 요구

전용회선 서비스에 대한 고객집단의 요구는 전용회선 서비스가 가지는 제품자체의 품질(성능, 신뢰성) 상의 우위점에 따라 기능적인 품질요구보다는 제품을 둘러싼 다양한 서비스(망관리, 유지보수 등)에 대한 요구가 결정요소로 등장하고 있는 것으로 파악된다.

3. 영국 전용시장의 특성

영국의 전용시장 현황을 통해 얻을 수 있는 특성을 요약하면 다음과 같다.

첫째, BT가 전용시장을 주도적으로 이끌어 나가고 있다는 사실이다. 실제 BT의 시장점유율은 더욱 확대되고 있다. 일반적으로 지배적 사업자의 규제에 따라 시장지배력이 분산되고 있다는 점을 고려할 때, 영국 BT의 사례는 주목할 필요가 있다. 둘째, 영국의 전용서비스 시장은 표면적으로는 다수의 사업자가 시장에서 경쟁적으로 서비스를 제공하는 경쟁 시장으로 보여지나, 그 내막을 보면 고도의 정책적 사고(thinking)가 있음을 볼 수 있다. 즉 국내시장의 경우 BT가 전체시장의 74%(매출기준)를 차지하고 있는 가운데, 기타 사업자들의 약 26% 정도의 시장을 점유하고 있는 반면 국제 전용시장의 경우는 C&W가 국제전용시장의 50% 이상을 차지하고 있다. 이와 같은 현상은 영국 전용서비스 시장의 경우 자국 시장은 BT가 주도적 역할을 하는 사업자로, 국제전용시장은 C&W가 주도권을 가지는 사업자로서의 위상을 가지는 분업형태의 공존형 구조를 가지고 있다는 점이다. 셋째, 아날로그 서비스 이용자들의 디지털 서비스로서 전환이 서서히 이루어지고 있음을 보여주고 있다. 실제 아날로그 서비스는 전년대비 16%

감소한 반면 중속 이상의 디지털 전용회선 수요는 약 20% 이상 성장하였다. 물론 이러한 추세가 영국 전용시장만의 특성은 아니지만 아날로그 서비스의 디지털화에 대한 실제 추세를 파악할 수 있다.

III. BT의 전용회선서비스

앞서 제시한 바와 같이 전용서비스의 차별화 요소를 파악하기 위해 BT의 전용서비스 제공 현황을 개괄하고자 한다. 우선 기업용 데이터서비스(이를 BT는 인터넷 데이터서비스로 분류함) 중 전용회선(private circuit)의 종류와 특성, BT의 전용서비스 요금 체계를 개괄하고, 앞서 제시한 바와 같이 기능적 품질 이외의 요소로 차별화 가능성이 존재할 것으로 판단되는 망관리 프로그램의 종류와 특성을 살펴보고자 한다. 마지막으로 이러한 망관리 프로그램의 국내 적용 가능성을 파악해보고자 한다.

1. 제공서비스

가. 아날로그 전용회선

아날로그 서비스는 품질에 대한 요구가 크게 중요하지 않은 고객에게 제공될 수 있는 저가형 서비스로서 BT만이 아날로그 전용회선서비스를 제공하는 전국망을 가지고 있다는 특징이 있다.

나. 디지털 전용회선

BT의 디지털 전용회선 서비스는 2.4K~622M 까지 다양한 대역폭을 제공한다. BT는 대역폭에 따라 서비스 명을 달리하고 있다. 기본적으로는 Family brand name인 Stream으로 하여, KiloStream, MegaStream 등을 제공하고 있다.

1) KiloStream

KiloStream의 경우는 2.4K~64K까지의 디지털 전용회선서비스를 제공하고 KiloStream N서비스는 64K를 기본으로 N=16(1024K)까지의 서비스를 제공한다. 서비스의 제공 범위는 전국이며, 요금에

TotalCare 프로그램 요금이 포함되어 있다.

2) MegaStream

BT의 고속디지털 회선은 2M, 8M, 34M, 45M, 149M, 155M, 622M의 서비스를 제공한다. 2M부터 155M까지는 SDH 기반에서 제공하고 있으며, 622M 서비스는 MSH 기반에서 제공한다. 이 서비스를 위한 인터페이스는 X.21, G.703, STM1, STM4 등이다. 이러한 MegaStream은 최고의 전송, 성능, 신뢰성을 제공하며, 전국 어느 곳에서나 서비스 제공이 가능하다. 622M의 경우는 2000년 말 제 공환경을 마련하였다.

3) MegaStream genus

MegaStream genus는 2M, 34M, 45M, 140M, 155M의 대역폭 서비스를 제공하는데, 이를 위해 탄력적 SDH 기술을 이용한다. 이 서비스는 특히 속도와 보안성이 중시되는 분야에 활용된다. 이 서비스의 경우는 다양한 조건에 따라 최대 40%의 가격 할인이 가능하다.

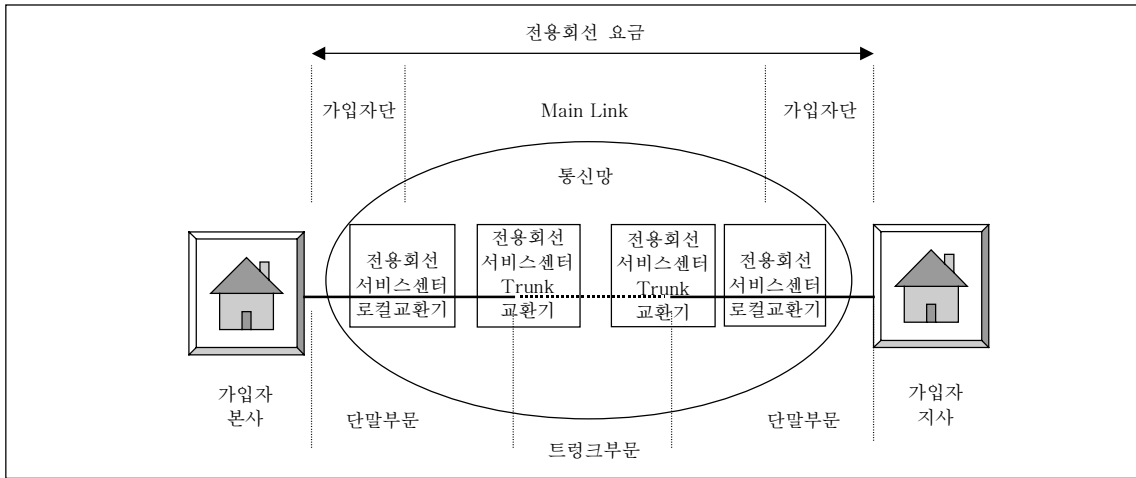
4) DealerStream

DealerStream은 런던 중심지의 사무용 이용자들을 위해 개발된 서비스로서 일종의 절약형 서비스이다. 이 서비스에 제공되는 망관리 관련 프로그램은 DealerCare가 있으며, 신속한 장애처리 옵션인 DealerCare plus도 있다.

2. 전용회선 이용요금체계

BT의 전용회선서비스는 기본적으로 접속료 + 월정요금(local end 구간과 main link 구간 요금으로 구분하여 부과)의 구조로 이루어져 있다(그림 8 참조)[5].

즉 전용회선 요금의 산정은 서비스에 따른 일정 접속료와 거리에 따른 전송료(가입자단간의 전송료와 main link 전송료)로 이루어진다. 따라서 동일 교환기 내에 속한 경우(수용국 내)에는 main line 전송료를 받지 않는다. 한편 0207국번(런던중심 지역)



(그림 8) BT의 전용회선서비스 요금산정 구조

내에 가입자들이 묶여 있으면 특별 할인요금을 부과한다. 국내의 경우와의 차이점은 국내 전용회선서비스 요금은 거리(구간)와 규격에 따른 단일요금 제도인 반면 영국은 거리구간과 구간 내의 거리비례요금을 부과한다는 점이다. 즉 한국의 경우는 일정거리 구간에 대한 대표요금을 부과하지만 BT의 경우는 거리 구간을 정한 후 그 구간 내의 거리를 km 단위로 하여 정률적으로 부과하는 시스템을 가지고 있다.

3. 망관리 등급(Service Levels): 비기능적 품질 차별화 가능성의 탐색

마케팅 연구에서는 품질이 제품평가에 미치는 영향에 대한 연구를 지속적으로 수행하여 왔다[6]. 그러나 품질의 요소가 무엇인가에 대한 차이로 인한 연구결과의 상이성이 존재하였다. 이에 Garvin(1988)은 품질의 차원을 8가지로 구분하여 제시하고 있다. 즉 제품이 가지는 기능적 성능(performance), 물리적 특성(features), 신뢰성(reliability), 제시된 표준과의 정합성(conformance), 제품의 수명(durability), 사후서비스 능력의 정도(serviceability), 모양 등 이미지적 품질(aesthetics), 지각된 주관적 품질(perceived quality) 등이다[7]. 이러한 품질차원을 다시 대분류하면 앞의 5가지는 기능적 품질이고, 나머지 3가지는 비 기능적 품질로 정의할 수 있다. 이

러한 측면에서 전용회선서비스는 기능적 측면의 품질수준은 사업자마다 대동소이한 것으로 판단된다. 즉 서비스가 가지는 기술적 특성이 이러한 품질을 담보하고 있는 것이다. 따라서 이러한 품질요소로는 차별화를 할 가능성이 적다. 반면 비 기능적 품질을 통한 차별화 가능성은 상대적으로 높다고 인식된다[8].

이러한 측면에서 통신서비스에서 가장 중요한 망유지관리, 장애복구에 대한 품질(Garvin의 품질차원에서는 사후서비스 능력의 정도: serviceability에 해당하는)의 차별화 가능성을 BT의 사례를 통해 파악하고자 한다.

BT의 전용서비스는 크게 5가지의 망관리 서비스 프로그램을 가지고 있는데 이들의 특성을 정리하면 다음과 같다.

첫째, 표준형(StandardCare) 관리 프로그램으로 이는 일과시간 내 장애복구, 고장 등의 신고를 접수하는 것을 원칙으로 하고, 이에 대한 처리는 다음날까지 완료하겠다는 관리프로그램이다. 이러한 프로그램은 서비스 장애에 덜 민감한 이용자들이 저렴한 가격으로 전용서비스를 이용하고자 할 때 선택할 수 있다.

둘째, 신속형(PromptCare) 망관리 프로그램으로 표준형과 같이 일과시간대에 처리하여 주는 프로그램이나 처리속도가 4시간으로 장애복구의 시간이 중요한 이용자에게 적합한 서비스이다.

셋째, 종합관리형(TotalCare) 프로그램으로 이는 365일 대상으로 언제나 장애에 대한 접수가 가능한 프로그램이며, 이에 대한 처리시간 속도도 4시간 이내로 하는 고도화된 서비스 프로그램이다. 이러한 서비스는 상대적으로 서비스의 신뢰성이 요구되는 이용자에게 적합한 서비스이다.

넷째, DealerCare로서 이는 DealerStream을 이용하는 고객에 대해 일과시간 내의 접수를 받아 4시간 내에 처리하여 주는 프로그램이다. 이는 신속형 서비스와 유사하나 DealerStream의 목표고객이 런던 중심가의 이용자라는 특징에 맞게 오전 7시~오후 7시까지 장애접수 시간을 확대하였다는 점이 차이점이다.

다섯째, DealerCare plus 프로그램은 DealerStream을 이용하는 고객에 대해 보다 빠른 장애복구를 제공하는 고도의 신뢰성을 제공하는 프로그램이다. 이 서비스는 접속 후 1시간 내에 대응하여 주는 서비스를 제공하고 있다(<표 4> 참조).

이러한 다양한 등급의 망관리 프로그램의 제공은 고객의 선택에 달려 있기도 하지만, 추가적 옵션 선택으로 발생하는 추가비용의 부담을 덜어주기 위해 일정 서비스의 종류에 따라 기본 사양으로 제공하고 있기도 하다.

<표 4> BT의 망관리 등급 특성

서비스 프로그램	근무시간	처리시간
표준형(StandardCare)	평일 오전 8시~오후 5시	다음날
신속형(PromptCare)	평일 오전 8시~오후 5시	4시간내
종합관리형(TotalCare)	전일 4시간(공휴일포함)	4시간내
DealerCare	평일 오전 7시~오후 7시	4시간내
DealerCare plus	평일 오전 7시~오후 7시	1시간내

IV. 요약 및 결론: 영국 전용서비스 시장특성의 한국에의 시사점

1. 전용시장 구조에 대한 시사점 - 정책적 이슈

최근의 국내 정보통신시장의 커다란 정책적 이슈

중의 하나는 통신시장의 환경을 보다 경쟁적으로 구축하고자 한다는 차원에서 신규서비스 사업자의 시장진입 장벽의 높이를 낮추는 정책을 표방하고 있다는 점이다. 이러한 맥락 하에 지배적 사업자에 대한 규제문제가 전 통신서비스 영역에 영향을 주고 있다. 그러나 이러한 규제의 내용이 궁극적으로는 일국 혹은 한 산업의 경쟁력을 제고하는 방향으로 이루어져야 할 것이다. 즉 해당산업에 속해 있는 기업들의 경쟁력을 제고하는 것이든지 아니면 보다 소비자 잉여를 제공하여 사회 후생에 긍정적 영향을 주는 방향으로 정책이 강구되어야 한다. 이러한 측면에서 국내 전용회선서비스 시장은 동일한 생존영역에서 동일한 서비스를 제공하며 치열하게 경쟁하는 구조를 가지고 있다. 이러한 구조에 따라 후발주자들은 단순한 가격차별화(가격인하)만을 추구함으로써 기업의 재무건정성을 저해하는 양상까지 보이고 있다. 따라서 신생기업들의 진입을 통한 산업경쟁력의 제고는 보다 진보된 기술특성을 가짐으로써 서비스를 제공할 수 있어야 한다는 조건이 필요할 것으로 인식된다. 요컨대 국내전용회선 시장의 경쟁환경 조성을 통한 경쟁력의 제고를 위한 정책은 동일한 기술기반을 가진 신규사업자를 위한 진입장벽의 제거보다는 국부의 차원에서 차세대 주도기술을 탑재한 사업자들의 진입을 가능하게 하는 방향으로 이루어져야 한다. 다시 말해 시장으로부터의 수익을 단순히 공유하는 차원의 경쟁도입은 결과적으로는 국가경쟁력에 부정적 영향을 주기 때문이다. 결론적으로 국내전용시장에의 경쟁력 제고를 위해서는 기업경쟁력이 제고될 수 있는 수익기반에 대한 인식과 이를 위한 독자생존영역의 암묵적 지정, 신기술을 이용한 서비스 제공사업자들의 시장진입을 위한 정책이어야 할 것이다.

2. 서비스 차별화에의 시사점 - 기업전략 (차별화) 이슈

전용회선서비스가 가지는 기술적 특성을 유지하고 있다시피 여타 서비스들에 비해 고도의 품질(기능적)을 가지고 있다. 즉 이미 서비스 자체가 일정수

준의 품질수준을 담보하고 있다. 그러나 접속률, 망 신뢰성, 단절률 등과 같은 기능적 측면의 품질 이외의 품질에 대해서는 사업자마다 다른 접근을 할 수 있다. 그 중의 하나가 망관리 등급의 차등적용이 가능하다. 특히 장애처리에 대한 A/S 품질수준은 좋은 차별화 요소가 될 수 있다. 앞선 BT의 사례에서 보는 바와 같이 BT의 전용회선서비스에 대한 망관리 프로그램은 몇 가지의 등급을 가지고 있다. 일반적으로 보다 양질의 서비스를 제공하기 위해서는 상대적으로 높은 비용구조를 가진다는 점을 인식할 때, 망관리 서비스 차별화를 통한 원가절감 효과를 기대할 수 있을 것으로 보인다. 또한 상대적으로 낮은 수준의 품질수준을 가진 서비스가 존재하지 않는다면 현재의 품질수준에 대한 만족은 더 커지지 않는다는 점을 인식하여야 한다[6].

참 고 문 헌

- [1] 한성수, “국내전용서비스시장의 진화과정과 산업구조 변화 전망: KT의 환경 대응논리 개발방향을 중심으로,” 한국전자통신연구원 네트워크경제연구팀 제 1차 중간 보고서, 2001.
- [2] 한성수, “고객지향형 전용서비스 제공 전략방향: BT의 서비스 제공사례를 중심으로,” 한국전자통신연구원 네트워크경제연구팀 제 2차 연구교류회 발표자료, 2001.
- [3] 한성수, “국내초고속인터넷서비스 시장의 성장동인과 변화전망,” 기술경제시리즈 00-15, 한국전자통신연구원, 2000.
- [4] Porter M., *Competitive Strategy*, Free press, 1980.
- [5] Oftel, “National Leased Lines: Effective Competition Review and Policy Options,” 2000.
- [6] Lambert and Kelvin, “Price and Choice Behavior,” *Journal of Marketing Research*, Feb. 1972, pp. 35 - 40.
- [7] Garvin and David A., “Competing on the Eight Dimensions of Quality,” *Harvard Business Review*, 1987, pp. 101-109.
- [8] Gerstner and Eitan, “Do Higher Prices Signal Higher Quality?,” *Journal of Marketing Research*, may 1985, pp. 209 - 215.
- [1] 한성수, “국내전용서비스시장의 진화과정과 산업구조