

主 題

2002년 정보통신 기술 및 정책 방향 -하나로통신(주)-

하나로통신 신 윤 식

차 례

- I. 서론
- II. 통신패러다임의 변화
- III. 하나로통신의 사업 추진 현황
- IV. 2002년 하나로통신의 기술 및 정책 방향
- V. 맺음말

I. 서론

21세기 들어 기존 통신 패러다임은 상상을 초월할 정도로 빠르고 광범위하게 변화되어 인류의 생활 양식 자체를 바꾸고 있다. 기존의 통신 서비스와 기술은 새로운 패러다임을 수용하도록 변화를 강요받고 있으며, 이러한 변화를 수용하지 못하는 서비스와 기술은 급격하게 낙오되어 소비자로부터 외면받기 시작했다. 이러한 새로운 패러다임은 여러 가지 형태가 서로 영향을 미치며 커다란 흐름을 주도하고 있다. 본 고에서는 이러한 패러다임을 형태별로 분석하고, 하나로통신이 이제까지 이러한 변화를 어떻게 수용하여 왔는지에 대해 설명하며, 통신사업자로서 주도적인 역할을 하기 위한 하나로통신의 2002년 기술 및 사업전략에 대해 논하고자 한다.

II. 통신 패러다임의 변화

새 시대의 조류를 형성하는 새로운 통신 패러다임을 분석하면 몇가지로 특징지을 수 있다. 디지털화, 멀티미디어화, IP(Internet Protocol)화, 홈네트워킹화, 인터넷 무선화 등이 새로운 통신 패러다임 코드로 불려지고 있으며, 각각에 대하여 좀 더 자세히 살펴보고자 한다.

1. 디지털화

기존의 통신은 아날로그와 디지털이 서로 혼합된 통신망 형태를 이뤘으나, 근래에는 VoIP(Voice over IP)의 경우처럼 전구간에 걸쳐 디지털화 되었다. 이러한 디지털화는 기존의 아날로그에 비해 여러 가지 장점을 가지게 된다.

우선 디지털화는 정보의 영속성을 가능하게 한다. 기존의 아날로그 정보는 시간 및 공간의 제약을 가지며 정보의 손실이 불가피했으나, 디지털 정보는 시간 및 공간 제약을 완전히 극복함으로써 언제 어디서든지 똑같은 정보를 주고 받는 것이 가능하게 되었

다. 또 다른 장점으로는 정보 가공의 용이성을 들 수 있다. 기존의 아날로그 정보는 가공이 어려울 뿐만 아니라 가공을 거치면서 원래 정보의 손실을 피할 수가 없었다. 그러나, 디지털 정보는 누구든지 큰 비용을 들이지 않고 손쉽게 원래 정보를 가공할 수 있다.

이런 디지털화는 아날로그 정보의 존재 기반 자체를 급속히 무너뜨리고 있으며, 아날로그 정보의 디지털화를 강요하고 있다. 디지털 정보는 패킷의 형태로 인터넷망을 통해 자유롭게 이동할 수 있으므로, 이제는 원래 정보 제작 자체를 디지털화하여 제작자에서 소비자에게 까지 실시간으로 정보 이동이 가능하게 되었다.

방송의 경우에도 디지털화를 통해 고화질, 무손실 영상뿐만 아니라 양방향 데이터 전송도 가능하게 됨으로써 방송과 통신의 경계가 허물어지고 있다.

디지털화는 이제 정보영역에 머무르는 것이 아니고, 방송, 통신, 금융, 유통 등 전 영역으로 확대되어 상호 정보 교환 및 공유를 용이하게 함으로써 디지털화의 막강한 위력을 발휘하게 되었다. 방송과 통신의 융합, 전자 상거래의 활성화, 인터넷을 통한 영업 및 유통 등으로 이제 전 산업구조가 디지털화를 위해 스스로를 변화시키고 있고, 산업간 경계 뿐만 아니라 국가간 경계도 과거와 비교할 수 없을 정도로 가까워지게 되었다.

2. 멀티미디어화

불과 몇 년전까지만 해도 전화나 저속급류 데이터 회선을 통한 텍스트와 음성위주의 통신이 주를 이루었으나, 초고속인터넷 통신망의 급속한 보급과 더불어 광대역 회선에 어울리는 영상물의 교환이 가능해졌다. 영상물의 실시간 전송을 위해서는 고속회선이 필요한데, 초고속인터넷의 보급으로 인해 비로소 원활한 전송이 가능해졌다.

영상물의 유통을 위한 네트워크 고속화 뿐만 아니라 영상물의 제작 자체도 전문가의 영역을 벗어나 일

반인 누구나 제작을 할 수 있는 환경이 조성되었다. 각종 디지털 기기의 등장은 영상물의 제작을 용이하게 할 뿐만 아니라 영상물이 디지털로 바로 제작되어 즉시 유통이 가능하게 된 것이다.

디스플레이 기기 또한 영상물의 급속한 보급과 더불어 대형화 및 디지털화 되고 있다. LCD모니터 및 일반 모니터의 대형화, TV 수상기의 디지털화는 영상물의 접근성 및 가치를 보다 높여주고 있다.

이와 같이 멀티미디어화는 제작에서 전송네트워크, 그리고 영상 단말기 까지 End-to-End 디지털화를 기반으로 빠르게 진행되어, 이제 정보는 단순한 텍스트나 음성만이 아니고 영상까지 합쳐진 멀티미디어 형태로 누구나 쉽게 제작할 수 있고, 접근할 수 있게 되어가고 있다.

3. IP화

기존의 전화망을 통한 음성전달은 IP망과 별도로 운용되어져 왔는데, VoIP의 등장으로 인해서 음성의 IP 패킷화가 가능해지고 IP망을 통한 전달이 가능해졌다. IP망의 근간이 되는 라우터의 고속화 및 QoS 지원 등 지속적인 기능 개선으로 인해 각종 어플리케이션이 IP망을 통해 전송되고 관리되는 추세이다. 이제는 한 가지 서비스만을 위해 별도의 망을 구축하는 기존의 네트워크 체계는 여러 가지 서비스를 하나의 IP망에 통합하는 단일 체계로 이루어지고 있다.

4. 홈네트워킹화

인터넷의 폭발적 확산과 PC의 보급확대, 각종 단말 기기의 디지털화로 인하여 각 가정의 정보 기기 및 가전기기들의 연결을 위한 다양한 노력이 이루어지고 있다. 정보기기 및 가전기기를 연결하고자 하는 노력은 현재 여러 가지 형태로 나타나고 있다. 일례를 들면, 양방향 데이터 송수신이 가능한 디지털 TV, 인터넷 냉장고/가스렌지/세탁기/오디오 등이 그

것이다. 이제 가정내의 모든 기기는 홀로 존재하여 기능을 수행하는 단독형 기기가 아니라 다른 기기와 연결하여 인터넷을 통해 부가적인 기능을 가지게 되는 지능형 정보기기로 변신하게 된다. 이러한 연결을 가능하게 하는 기술로 현재 홈PNA, 블루투스 등 여러 가지가 거론되고 있다.

5. 인터넷 무선화

휴대폰의 보편화는 단순한 전화의 보급을 의미하지 않고 정보기기의 이동성 지원을 의미한다. 휴대폰을 통한 인터넷 접근은 현재 성능은 미미하나, 그 필요성 만큼은 인정받고 있다. 현재의 보편화된 인터넷 접근은 초고속인터넷 사업자를 통한 고정 접속이 주류를 이루고 있다. 그러나, 향후 이동성을 지원하는 노트북과 PDA의 폭발적인 증가 추세는 무선 인터넷 접속 가입자 층의 저변 확대를 의미하는 것으로 향후 무선 LAN 서비스의 고도 성장을 예고하고 있다.

인터넷을 무선으로 접속하는 형태는 크게 두가지 나눌 수가 있다. 순수 이동통신 업체들이 행하는 인터넷 접속 형태와 ISP업체들이 제공하는 유선망 기반의 공중무선 LAN 이 그것이다. 단기적으로는 유선망 기반의 공중무선 LAN이 기존 초고속인터넷의 연장선상에서 속도 및 안정성에서 우위를 보이고 있으나, 향후 이동통신망이 IMT2000으로 망진화시 우열을 가리기 어려울 것으로 보인다.

이제까지 새로운 통신패러다임의 특징을 여러 가

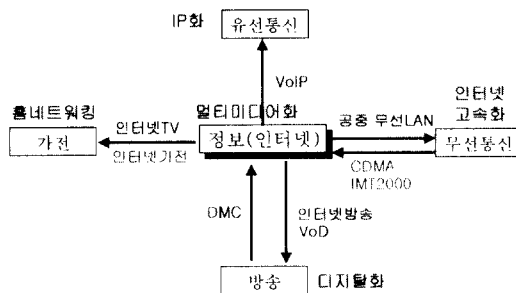


그림 1. 업체간 서비스 경쟁

지로 나누어 살펴보았다. 기술의 급속한 발전은 누구나, 언제나, 어디서든지 멀티미디어 통신을 제작하고 주고받을 수 있는 꿈을 현실화 시켜가고 있다. 이러한 통신 패러다임의 변화는 이전에는 독자적인 영역으로 분리되어 있던, 통신업체, 방송업체, 가전업체, 인터넷 업체간에 경쟁을 촉발시키고 있다. 그림 1은 이 업체들간의 경쟁을 도식화한 것이다.

유선통신 업체의 전화서비스는 ISP에서 제공하고 있는 VoIP 서비스와 치열한 경쟁을 하고 있고, 무선 통신업체의 CDMA망을 통한 데이터제공 서비스는 ISP의 공중 무선LAN 서비스와 경쟁이 예상된다. 디지털 방송의 본격화에 따라 방송서비스는 인터넷 방송과 경쟁을 시작하였고, VoD서비스의 제공은 방송과 통신의 경계를 허물게 되어 양쪽 업체의 주도권 싸움을 야기할 가능성이 높아지고 있다. 가전업체는 단순한 가전기기가 아닌 정보서비스를 제공할 수 있는 정보 단말 기기 업체로 변신할 것이다.

Ⅲ. 하나로통신의 사업 추진 현황

시내전화 후발 사업자로 출발한 하나로통신은 단순한 전화사업자가 아닌 멀티미디어 서비스 제공 사업자로 자리매김을 하고 있다. 초기부터 인터넷 접속 서비스에 사업 역량을 집중하여, '99년 4월 ADSL 기술을 세계 최초로 상용화함으로써 폭발적인 초고속 인터넷 서비스 보급을 주도하였다.

다음은 하나로통신이 그 동안 추진했던 사항을 서비스별로 나누어 살펴보고자 한다.

1. 시내전화 서비스

하나로통신은 사업초기 시내전화사업자로서 전국적인 전화망을 WLL로 구축하고자 하였으나, 막대한 투자비와 품질 문제로 인해 망구축 방향을 전환하였다.

현재 하나로통신의 시내전화망은 100% 전전자식 교환기로 이루어져 있어서 발신자번호 표시서비스와 같은 지능망을 통한 부가서비스에서 뛰어난 경쟁력을 갖추고 있다. 또한, 시내전화를 초고속인터넷과 함께 사용하도록 저렴한 요금체계를 설정함으로써 정체된 유선전화 시장에서 매달 4.5%의 꾸준한 가입자 증가율을 보여 2001년 11월말 현재 69만명의 가입자를 확보하고 있다.

2. 초고속인터넷 접속서비스

하나로통신의 초고속인터넷 접속서비스를 위한 네트워크는 크게 기간 전송망, 정보망, 가입자망의 세 가지로 나누어 구축되었고, 그 중 하나로통신의 경쟁력은 Last Mile인 고품질 가입자망에서 비롯된다.

하나로통신이 초고속인터넷 접속서비스를 시작하

기 이전의 국내 가입자망은 매우 낙후된 상태로, 전화선을 이용한 모뎀 및 ISDN 통신이 주류를 이루었다. 하나로통신은 초고속인터넷 사업자로 굳건한 기반을 구축하기 위해 Last Mile까지 광선로를 자체 구축함으로써 기존의 노후화된 가입자 선로와는 품질 면에서 차별화를 이룰 수 있었다.

하나로통신의 가입자망은 크게 ADSL, HFC, 그리고 B-WLL의 세가지 형태로 이루어지는데, 그림2에서 보는 바와 같이 하나로통신 기간 전송망과 가입자망의 접속지점을 최대한 가입자측으로 이동하여 고속의 서비스 제공이 가능하도록 설계하였다.

먼저 ADSL망은 아파트 가입자를 목표로 설계된 망으로 아파트 단지내 MDF실까지 하나로통신의 광 전송망을 연장하였다. ADSL 기술은 하나의 회선으로 초고속인터넷 접속서비스와 전화서비스를 동시에 가능하게 한 솔루션으로, 하나로통신은 시내전화 이

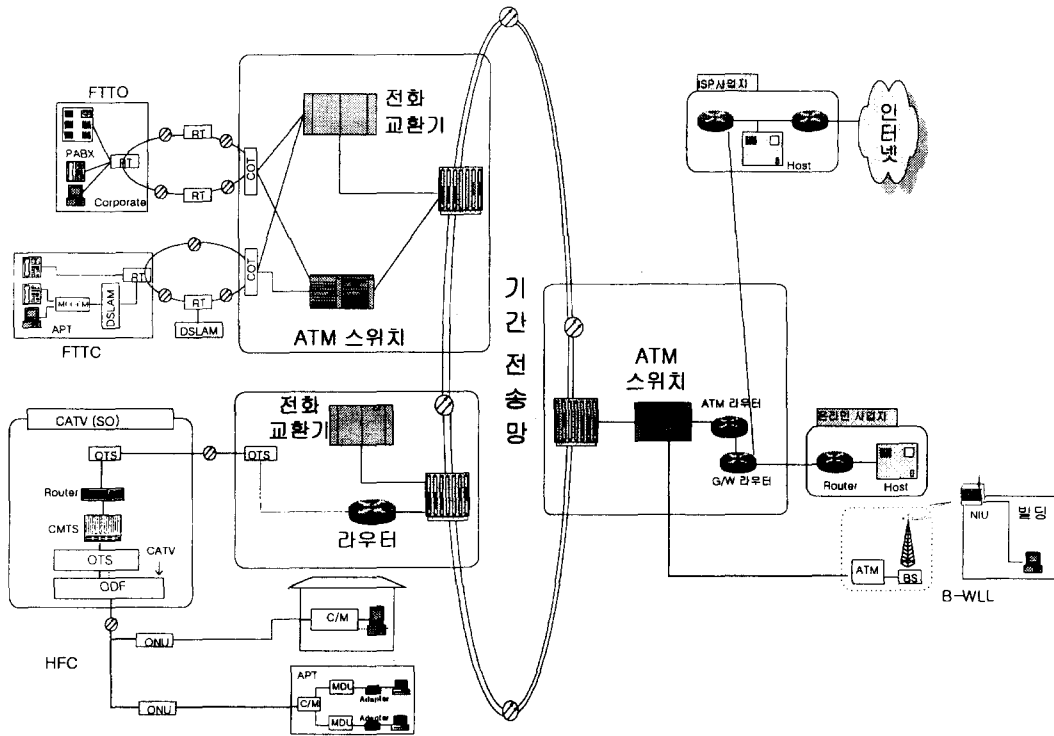


그림 2. 하나로통신망 구성도

외에 초고속 인터넷이라는 새로운 부가 사업 영역을 개척하는 기술로서 ADSL을 적극 보급하게 되었고, 결과적으로 폭발적인 시장 성장의 견인차 역할을 하게 되었다.

HFC망은 초고속인터넷 수요의 폭발적 성장으로 단독주택까지 커버리지 확대의 필요성이 제기됨에 따라, 가입자 수용지역의 확대를 위한 전략의 일환으로 추진하였으며, 가입자 수요 밀집지역에는 자가망을 직접 구축하고, 그렇지 않은 곳은 타사 임차망을 이용함으로써 효율적인 커버리지 확대를 추진하였다.

B-WLL망에서는 NIU(Network Interface Unit)를 아파트 단지내 또는 기업용 빌딩 접속지점에 설치하고 이를 하나로통신 국사의 기지국과 무선으로 연결하여, 유선으로 망구축이 어려운 지역에 무선 기반으로 초고속 인터넷 서비스를 제공을 추진하였다.

이와 같이 하나로통신은 그동안 초고속인터넷 접속서비스를 위한 최적의 네트워크 구축을 목표로 다양한 형태의 망을 활용하였다. 따라서, 초고속인터넷과 시내전화서비스의 제공을 위한 ADSL망, 단독주택으로 초고속인터넷 커버리지 확대를 위한 HFC망, 무선의 장점을 활용하는 B-WLL망 등 각각의 장점을 가지는 망의 형태를 띠게 되었다. 그 결과 하나로통신은 표1에서 보는 바와 같이 2001년 11월 현재 80개시 20개군에서 1,082만 세대에 이르는 서비스 커버리지를 단기간에 확보할 수 있었다.

하나로통신의 초고속인터넷 접속서비스는 초기 "나는 ADSL"이라는 상품으로 ADSL기반의 서비스를 제공하였는데, 아파트 MDF까지 광케이블을 연결하였기 때문에 타사 대비 뛰어난 품질로 차별화에 성공하였다. 또한, 가입자의 증가와 더불어 고객의 요구를 보다 적극적으로 수용하기 위해 하나포스라는 브랜드를 출시하여 속도/요금별로 서비스를 세분화하였다. 하나포스는 다양한 요금 체계와 서비스 품질의 우월성을 확보함으로써 각종 조사에서 초고속인터넷 서비스 부문의 최고 브랜드로 평가받고 있다.

표 1. 하나로통신 초고속인터넷 접속서비스
커버리지 및 사업지역수

구분	커버리지 (세대수)	사업지역수
FTTx	3,161,961	40개시 1개군
HFC	7,509,549	자가망 32개시 4개군 과워콤임차 41개시 10개군 SO/중계 15개시 7개군
B-WLL	147,628	10개시
계	10,819,138	80개시 20개군 (중복제외)

3. IDC (인터넷 데이터센터)

시내전화와 초고속인터넷 서비스가 안정적인 성장기에 접어들어 따라 고부가가치 창출을 위해 신기술을 적용한 다양한 부가서비스 추진의 필요성이 높아졌다. 하나로통신은 기업대상의 IDC와 초고속가입자를 기반으로 한 하나넷을 출시하였다. 하나넷을 통한 가정고객 대상의 엔터테인먼트 및 생활밀착형 콘텐츠 제공과, IDC를 통한 기업고객 대상의 도달 솔루션 제공은 하나로의 E-Biz 사업구도의 양대 축을 구성하고 있다.

IDC(인터넷데이터센터)는 기업의 서버를 집중적으로 관리하기 위한 시설 제공사업으로, 하나로통신은 2000년 5월부터 N-GENE을 출범시켜 다양한 기업용 서비스를 실시하였고, 그동안 여러 조사기관에서 발표한 결과에서 아시아 최고의 IDC로 자리를 잡았다. 하나로통신의 N-GENE은 광대역 기간망과 200만 하나포스 가입자를 바탕으로 여러 가지 부가적인 서비스를 제공하고 있다. 현재 제공하고 있는 서비스로는 코로케이션, ASP(어플리케이션 제공서비스), 웹호스팅, 전용서버 호스팅 서비스 등이 있고, 향후 다양한 형태의 부가 서비스로 수익성을 확보하기 위해 노력하고 있다. 하나로통신은 N-GENE을 단순한 서버의 집합차원이 아닌 양질의 멀티미디어 콘텐츠 확보를 위한 기반 시설로 활용하는 전략을 취하고 있다. 하나로통신이 지향하는 것은 안정적이며

고속인 네트워크 만을 제공하는 사업자가 아니고, 그것을 기반으로 다양하면서 고부가가치를 지닌 멀티미디어 서비스를 제공하는 사업자로 성장하는 것이다. 이를 위해서는 양질의 멀티미디어 콘텐츠 확보가 필수적으로 요구되어지고 있고, 하나로통신은 이를 위해 국내 최고의 IDC로 N-GENE을 육성하고 있다.

4. 하나넷

하나넷 또한 IDC서비스와 같은 전략으로 전자차원에서 집중육성하고 있는 서비스이다. 하나포스 가입자를 바탕으로 포털서비스에서 동영상 제공서비스까지 인터넷으로 제공할 수 있는 각종 서비스를 유료 또는 무료로 제공하고 있다. 현재 450만 회원을 바탕으로 외형적인 성장을 이룩하였고, 질적인 면에서도 다른 국내 포털들과 차별화하기 위한 다양한 포맷을 구사하고 있다. 서비스 채널의 PD제 도입으로 멀티미디어 콘텐츠의 질적인 차별화를 실행하였고, 동영상 콘텐츠의 대폭 확충, 세계적인 규모의 게임대회 개최 등을 추진함으로써 하나넷이 하나포스 가입자의 서비스 만족도를 높이는 역할을 하고 있다. 이제 하나넷은 드림엑스와의 통합을 통하여 국내 최대 규모의 멀티미디어 포털로 성장하기 위한 통합 단계에 있다. 양사의 풍부한 멀티미디어 콘텐츠를 바탕으로 다양한 부가사업을 통해 안정적인 수익 기반을 확보할 것으로 예상된다.

이제까지는 하나로통신이 현재까지 추진하였던 사업포트폴리오에 대해 살펴보았는데, 한마디로 요약하면 하나로통신의 사업전략은 안정된 네트워크 및 다양한 서비스를 바탕으로 한 가입자 확대전략이었다고 할 수 있다. 그 결과 초고속인터넷 서비스의 초기 시장을 선도하며, 세계적으로 ADSL 상용화 기술을 인정받는 업적을 이룩할 수 있었다.

이제 통신 시장에는 새로운 패러다임의 변화가 거세게 밀려들고 있고, 각 관련 사업자에게는 변화에 대한 수용을 강요하고 있다. 기존의 틀 속에서 안주

하는 사업자는 경쟁에서 밀려날 수 밖에 없는 현실 속에서 하나로통신은 새로운 통신 패러다임을 적극 수용하여, 대폭적인 전략변화를 꾀하고자 한다.

IV. 2002년 하나로통신의 기술 및 정책 방향

위에서 새로운 통신 패러다임으로 디지털화, 멀티미디어화, IP화, 홈네트워킹, 인터넷 무선화를 거론하였고, 이러한 새로운 통신 패러다임의 등장으로 2002년도 통신업계의 화두로 거론되는 서비스로는 VoD, VoIP, 무선LAN 서비스 등을 들 수 있다. 하나로통신은 이러한 서비스를 2002년도 서비스 제공 전략의 핵심으로 설정하여, 새로운 시대를 주도하는 세계적 통신사업자로 성장하고자 한다.

1. 시내전화

하나로통신은 제 2시내전화 사업자 및 초고속 인터넷 사업자로 현재 80개시 20개군에 이르는 사업지역에 3조 3천억에 이르는 막대한 시설 투자비를 지출하였다. 그러나, 시내전화 사업은 2001년 현재 시장 점유율이 2%대에 머무르고 있어, 경영 정상화를 조기에 이뤄내기 위해서는 후발사업자에 대한 정책적인 지원이 필수적으로 요구된다.

그동안, 하나로통신은 시내전화 부문에서 수익구조 개선을 위한 접속료 정산 방식 개선, 번호이동성 조기 도입의 필요성을 주장해 왔으며, 이제는 제도를 시행하기 위한 조율 단계에 이르렀다.

먼저 번호이동성은 하나로통신이 가입자 확보를 위해 반드시 필요한 제도이다. 기존 가입자들은 전화 번호 변경에 대한 거부감을 가지고 있어, 신규 가입자 유치에 엄청난 걸림돌이 되고 있는 현실이다.

현재 KT는 반전자 교환기의 대개체를 위한 투자비 부담을 들어 번호이동성의 조기 실시에 반대하고

있는 실정으로 지방도시는 2003년부터, 서울등 대도시는 2004년 이후에나 가능하다고 주장하나, 국민의 편익 증대 및 유효 경쟁 체제 확립을 위해서는 대도시부터 조기에 실시하는 것이 바람직하다. 따라서, 하나로통신은 KT반전자 교환기의 조기 대개체를 위한 정부의 지원을 강력하게 요구하고 있다.

하나로통신의 접속료 정산수지 적자는 계속 확대되어 경영에 큰 부담이 되고 있는데, 2001년에는 468억원, 2002년에는 922억의 적자폭을 기록할 것으로 예상된다. 적자의 대부분은 이동통신 사업자 및 KT에 대한 접속지불에서 기인한 것으로 접속료 요금제도의 개선이 요구된다. 접속료 차등규제를 통한 수익성 제고는 시내전화 후발사업자로서 경쟁력을 확보하기 위한 필수 사항으로, 합리적인 접속료 설정을 위한 정책적인 고려를 필요로 한다. 접속료 부문의 차등규제는 사업초기 가입자 수 열세와 원가산정의 어려움 때문에 한국이동통신(현SK텔레콤)의 경우에도 1984년부터 10년간 KT와 상호접속료를 무정산한 사례가 있다.

번호이동성 및 접속료 정산방식 개선이외에도 하나로통신은 시내전화사업의 활성화를 위한 전략으로 VoIP 서비스를 적극 추진하고 있다.

VoIP 서비스는 인터넷 서비스에 이용되고 있는 IP망에 음성용 패킷형태로 처리하여 압축효율을 높이고, 관리를 용이하게 함으로써 탁월한 경쟁력을 인정받고 있다. 기존에는 PC를 기반으로 전화서비스를 제공하는 형태였으나, 최근에는 전화끼리 연결되는 기존 음성전화와 동일한 형태의 서비스를 제공하게 되었다.

하나로통신은 현재 기업위주의 음성전화 시장을 VoIP로 집중공략하는 전략을 취하고 있으며, 가정에는 서비스 조기 제공이 가능한 HFC망을 위주로 사업을 추진할 예정이다. 2001년 11월부터 HFC를 통한 VoIP 시범서비스를 제공하고 있으며, 2002년 상반기에 본격적인 상용 서비스를 추진할 계획이다.

VoIP 서비스의 조기 활성화를 위해서 기존 전화

기를 수용하여 IP망에 접속하도록 지원하는 접속기기 개발을 지원하고, 하나로통신의 시내전화번호 부여를 통해 타사 서비스와 차별화하는 전략을 추진할 계획이다. 또한, VoIP 사업자간 접속요금 체계를 기존 전화 사업자와의 접속 요금체계와 다르게 설정하여 VoIP 시장의 성장을 적극 유도해 나갈 방침이다.

2. 초고속인터넷 접속 서비스

가입자선로 공동활용제도는 후발사업자들이 막대한 투자비를 들이지 않고, 선발사업자의 시설을 이용하여 서비스를 제공할수 있도록 하는 정부 시책으로써, 2001년 11월 현재 도입방안이 확정된 상태이다. 그동안 하나로통신은 가입자 커버리지의 제한으로 가입자가 이사나 이동시 서비스의 연속성을 가질 수 없는 제약이 있었다. 타사업자의 가입자 선로를 공동활용할 경우에는 가입자 유치에 연속성을 기할 수 있어서 하나포스 가입자 유치에 커다란 도움이 되리라 확신한다.

가입자 선로 공동활용제도가 성공적으로 정착되기 위한 핵심 사항은 이용료의 현실화와 원활한 개통/운용/관리 절차에 있다고 할 수있다. 하나로통신은 KT와 함께 이 제도의 원활한 정착을 위해 적극적인 협상을 하고 있으며, 향후 하나로통신의 가입자 확대의 방안으로 적극 활용할 계획이다.

2002년에는 우선 대도시 지역중에서 상호접속이 완료된 지역에 한해 시내전화 및 초고속인터넷 서비스를 확대하고, 향후에는 대도시 상호접속 미완료지역, 전화서비스 미제공중인 초고속인터넷 제공지역, HFC 단독 서비스 지역으로 점차 확대 추진할 예정이다.

3. 무선 LAN 서비스

초고속인터넷은 그 동안 PC와 같은 고정 단말을 이용하여 고정된 장소에서만 사용할 수 있었으나, 노

트북, PDA와 같은 이동단말을 이용하여 무선으로도 접속가능하게 되었다. 최근에는 이동단말의 폭발적인 보급으로 무선으로 인터넷에 접속하는 무선 LAN시장이 급속한 성장기에 진입하고 있다.

이동통신 사업자들은 CDMA를 통해 인터넷 서비스를 제공하기 시작하였고, ISP 사업자들은 기존 유선 네트워크를 기반으로 공공장소에 무선 접속지점을 설치하여 초고속인터넷 서비스를 제공하고 있다. ISP사업자가 제공하는 공중 무선 LAN서비스는 초고속인터넷과의 완벽한 호환성, 멀티미디어에 적합한 고속의 전송속도 제공에서 장점을 보이고 있고, 이동통신 업체는 단말기기의 완벽한 이동성 지원에서 장점을 지니 향후 치열한 경쟁이 예상된다. 하나로통신은 메리어트 호텔에서 시범 서비스를 실시한 후 지하철 내에서 무선 LAN 서비스를 실시하는 등 접속지점의 확대를 위해 많은 노력을 기울이고 있다.

2002년도에는 무선 접속지점의 확대가 서비스 제공의 승부를 가를 것으로 예상되므로, 인구 유동성이 높은 공공지역을 중심으로 서비스 접속지점을 대폭 확대할 계획이며, 향후에는 이동통신 사업자와 협력을 통한 전국적인 서비스 커버리지를 확보할 수 있도록 전략적 제휴를 추진할 것이다.

4. 콘텐츠 제공 부가 서비스

디지털화는 방송에서 가장 먼저 변화를 일으키고 있다. 기존의 종합유선/중계유선 방송사업자는 DMC(디지털 미디어 센터)를 구축하여 방송 뿐만 아니라 VoD서비스 등 모든 디지털 콘텐츠 서비스제공을 지향한다. VoD는 양방향성을 기초로 광대역 네트워크를 통해 각 가입자에게 서로 다른 콘텐츠를 제공하는 서비스이다. 디지털 방송이 시작되기 이전에는 방송은 단방향성 개념을 기본으로 하는 서비스였으나, 디지털화로 인해 양방향성을 가지게 됨으로써 방송사업자가 VoD서비스를 제공할 수 있게 되었다. VoD서비스는 디지털화와 멀티미디어화 추세로

부각된 방송 및 통신의 융합 서비스로서, 방송사업자와 통신사업자 그리고 OFF-LINE 비디오 시장의 일대 격전장이 될 것이다.

하나로통신은 고객 흡입력이 강한 콘텐츠를 풍부하게 확보하여 위성방송, 케이블방송, OFF-LINE 비디오 시장과의 경쟁에서 우위를 점하기 위한 전략을 추진중이다. 사용자가 TV를 통해 원하는 프로그램을 원하는 시간에 제공받는 완전한 대화성을 갖는 Real VoD 서비스를 제공하되, 가입 촉진 및 "Willing to pay"할 수 있는 프리미엄 콘텐츠 위주로 서비스 구성을 추진할 것이다. 또한, 지상파, 케이블, 위성 사업자와 같은 국내외 미디어와 헐리웃 스튜디오 등과도 사업 제휴를 통하여 DVD급 우수 영상물을 확보할 예정이다.

하나포스 가입자를 대상으로 단말을 보급하기 위해 Subsidize에 의한 보급 모델을 발굴할 계획이다. 고가의 가입자 단말에 대한 가입자의 부담을 대폭 감소시키기 위해서 여러 업체를 사업 파트너로 선정하고 다양한 방식의 사업 제휴를 추진함으로써 시장 선점의 기반을 조속히 마련할 것이다.

2002년 초에는 우선 ADSL망을 통해서 VoD서비스를 시작할 예정이고, HFC망을 통한 VoD서비스도 DMC 구축과 연계하여 진행할 계획인데, 우선 하나로통신 자가망이 구축된 지역을 대상으로 유희채널을 이용하여 Real VoD 형태의 서비스를 시작할 계획이다.

5. 유무선 통합서비스

현재 통신사업자들은 유·무선간 경쟁 및 통합이라는 커다란 흐름의 시작점에 서있다. 기존의 유선통신과 무선통신은 사업 영역을 확실히 구분할 수 있었으나, 유무선 포탈 통합, 공중 무선 LAN과 CDMA 데이터 서비스의 경쟁 등과 같은 새로운 사업영역에서 경쟁을 시작하고 있다. 이제 유선 통신 사업자와 무선 통신 사업자는 하나의 체제에서 상호 장점을 활

용한 시너지 효과를 발판으로 경쟁력을 확보해야만 하는 환경이 조성되고 있다.

우리나라의 경우 유무선 통합은 통신사업자간 구조조정과 긴밀한 관계가 있다. LG텔레콤, 하나로통신, 두루넷, 온세통신, 데이콤 등 KT와 SK텔레콤을 제외한 통신사업자들은 중복과잉투자, 지속적인 적자, 자금난 등으로 상당히 어려운 사업환경에 처해 있어, 사업자간 구조조정을 통해 경쟁력을 갖춘 제3사업자로 적극 육성하는 방안이 설득력을 얻고 있다.

그런 의미에서 파워콤의 입찰은 제3사업자 출발의 신호탄으로, 3강체제의 개편은 파워콤의 민영화 일정과 축을 같이 하고 있다. 현재 파워콤의 민영화는 파워콤의 초고속인터넷 소매업 진출과 경영권 이양 문제로 정체 상태를 벗어나지 못하고 있다.

파워콤은 전국적인 시내외 광통신망을 보유한 회사로 하나로통신의 초고속인터넷 서비스의 확실한 기반을 제공할 수 있는 잠재력을 지니고 있는 것으로 평가되어 왔다. 따라서, 하나로통신은 초고속인터넷 사업의 수익성 제고와 신규 사업지역 확대 등 시너지 효과를 거두기 위해 파워콤 인수를 적극 추진하여 왔다.

그러나, 여러 가지 이유로 인해 파워콤 입찰이 늦어지게 되면서, 하나로통신은 드림라인 인수를 2001년 12월에 먼저 완료하게 되었다. 하나로통신은 18만 가입자를 보유한 드림라인을 인수함으로써 초고속인터넷 부분의 시장점유율을 높이고, 드림라인의 고품질 시내외 광케이블을 활용할 수 있게 되었다. 따라서, 향후 파워콤 인수를 통한 시너지 효과는 이전보다 상당히 감소하게 되었다.

향후 파워콤이 초고속인터넷 소매사업을 추진할 경우, 하나로통신은 파워콤의 지분인수 대신 파워콤 입차지역에 대한 가입자망을 직접구축하는 방안을 추진할 계획이다. 현재 파워콤 입차지역에서 지분되는 입차료만으로도 자체망으로 대체하는 데 큰 무리가 없을 것으로 판단되고 있다.

하나로통신은 두루넷, 드림라인을 포함하는 지주

회사 설립을 통해 3강 체제를 확립하는 방안을 추진하고 있다. 3자 연합은 KT에 버금가는 거대 사업자의 출현을 의미하는 것으로 3강 체제로의 개편을 일 단락 짓게 된다.

3강 체제 확립은 하나로통신이 일관성있게 주장해 왔으며, 이러한 3강 구도의 정착은 유효경쟁 체제의 정착을 통해 서비스 경쟁, 투자 및 비용절감을 통한 원가절감 등으로 이어져 결국에는 최종소비자인 국민들을 대상으로 양질의 서비스를 저렴한 요금으로 제공함에 따라 국민의 적극적인 지지를 받을 것이다. 하나로통신은 향후 추진하게 될 각종 유무선 통합서비스의 원활한 추진을 통한 경쟁력 배가를 위해 3강 구도 정착을 위해 적극 노력할 것이다.

6. 기타 부가서비스

위에서 언급한 서비스 이외에도 하나로통신은 다양한 부가서비스를 개발하여 추진할 예정이다. 우선, Non-PC서비스 소비자의 선호도 분석을 통하여 수익성있는 서비스를 제공할 계획이다. 현재 쌍방향 게임, 교육, 만화, 커뮤니티, 홈쇼핑, Walled-garden 서비스가 두각을 나타내고 있는데, 정밀한 사업성 분석을 통해 서비스를 추진할 계획이다.

또한, 초고속통신 네트워크를 기반으로 사이버 금융 및 경매, 인터넷 방송 등 수익성이 높을 것으로 예상되는 분야로 핵심 사업을 확대함으로써, 하나로통신은 명실상부한 사이버 플랫폼(Cyber Platform) 회사로 성장해 나갈 것이다.

V. 맺음말

최근 급격히 진행되고 있는 통신산업의 구조조정과 통신 패러다임의 변화는 하나로통신을 비롯한 통신사업자에게 위기와 동시에 기회를 제공한다. 정보의 디지털화와 멀티미디어화, 그리고 IP화 등은 초고

속인터넷 서비스 사업자로 확고한 기반을 확보한 하나로통신에게는 기존 네트워크 인프라를 활용한 부가서비스의 제공 기회를 확대해 주고 있다.

초고속인터넷 가입자 증가폭 둔화에 대처하고, 구축된 초고속인터넷 인프라의 극대화를 위해서는 부가서비스의 확대 추진이 필수적으로 요구된다. 부가서비스의 기반이 되는 콘텐츠는 디지털화를 통하여 풍부해지고 있고, 멀티미디어화를 통해서 질적 향상이 가능하게 됨으로써, 하나로통신의 부가서비스 시행은 성공 가능성이 어느 때보다 높아지고 있다. 통신과 방송, 가전 등의 통합과 더불어 치열한 서비스 경쟁이 이미 시작되었고, 하나로통신은 기존 인프라를 최대한 활용하고 효율적인 운용을 통해 멀티미디어의 강자로 부상하고자 한다.

통신산업의 구조조정은 초고속인터넷 및 시내전화 사업자에 머물고 있는 하나로통신을 3강의 핵심 사업자로 끌어 올리는 위상 제고의 효과를 가져올 것이다. 가입자선로 공동활용제도를 통해 하나로통신의 가입자 수를 대폭 확대하고, 비대칭 규제를 통해 수익성을 제고하여 조기 경영정상화를 이루어 낼 것이다. 또한, 드림라인의 인수를 기반으로 파워콤, 두루넷 등과의 연합, 무선사업자와의 전략적 제휴를 통해 3강 개편의 대상이 아닌 주체로 국내 통신산업의 강력한 한 축으로 성장할 것이다.



신 윤 식

1970년 서울대학교 행정대학원 석사, 1990년 중앙대학교 대학원 행정학 박사, 2000년 세종대학교 명예경영학 박사, 1963년 제1회 행정고시 합격, 1961년~1964년 공군 중위 예편, 1964년 체신부 사무관, 1979년 우정연구소장, 1980년 전남지방체신청장, 1982년 체신부 경리국장, 1983년 체신부 우정국장, 1987년~1988년 체신부 기획관리실장, 1988년~1990년 체신부 차관, 1990년~1995년 중앙대학교 행정대학원 객원교수, 1991년~1994년 (株)데이콤 사장(3대), 1994년~1997년 (株)데이콤 고문, 1994년~現 美 하버드대 행정정책연구소(PIRP) 초빙연구원 및 총신연구위원, 1995년~1997년 순천대학교 객원교수, 1996년 (社)정보환경연구원 이사장, 1997년 우정사업운영위원회 이사장(초대), 1997년~現 하나로통신(株) 사장(초대), 1999년~現 한국컴퓨터교육학회장