

국내 초고속인터넷서비스 시장분석과 사업자 마케팅전략 비교: ADSL과 Cable Modem을 중심으로

The Analysis of Market Structure & Carriers' Marketing Strategy on Broadband Internet Access Service: Focus on ADSL and Cable Modem Market

한성수(S.S. Han)

네트워크경제연구팀 선임연구원

현재 국내 초고속인터넷서비스 시장은 기존통신사업자들의 업역 확대와 신규사업자들의 진입에 따라 초경쟁(hyper-competition)상황에 놓여 있다. 이에 본 고에서는 국내 초고속인터넷서비스 시장의 주요 제품으로 등장하고 있는 ADSL 및 Cable Modem 기술을 이용한 서비스의 시장 경쟁상황을 Porter의 산업구조분석 모형(5-force model)의 측면에서 개괄하고, 현재 사업을 전개하고 있는 각 사업자의 서비스 제공 내용 및 가격 현황을 제시한 후 이들의 가격 및 판촉전략 비교를 통해 향후 사업자들이 취할 수 있는 전략방향을 제시하고자 하였다.

I. 서론

최근의 인터넷 수요급증에 따라 인터넷접속을 위해 제공되고 있는 다양한 서비스들이 제공되고 있다. 소비자의 입장에서 선택의 폭이 넓어졌다는 점에서는 유리한 환경에 접해있다고 볼 수 있으나, 소비자들은 서비스 선택의 기준과 준거요소들에 대한 지표를 아직까지 인식하고 못하고 있는 것이 현실이다. 그럼에도 공급측면에서는 국내 초고속인터넷접속 시장은 다양한 기술을 대안을 이용한 사업자들의 진입이 줄을 잇고 있는 실정이다.

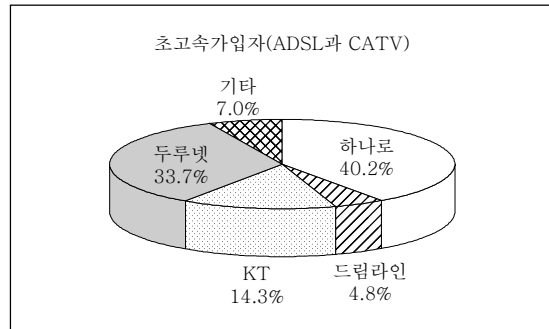
이에 본 고에서는 향후 국내 초고속인터넷 시장의 전개방향에 시사점을 줄 수 있는 몇가지 분석을 시도하고자 하였다.

첫째, 국내 초고속인터넷 서비스 시장현황을 시장점유율과 산업구조분석을 통해 국내초고속인터넷

사업의 경쟁환경을 개괄하고 있으며 둘째, 초고속인터넷서비스를 제공하는 업체들의 서비스 내용(기본 서비스, 부가서비스, 추가효의 제공 등) 및 가격을 소개하고 각 사업자의 서비스간 차별점이나 유사점을 살펴보았다. 셋째, 이를 바탕으로 최근 각 사업자들의 판촉전략을 감안한 가격비교를 시도하였다. 또한 최근의 각 사들은 고객기반을 확대하기 위해 다양한 서비스제공전략을 구사하고 있는데 그 중 특징적인 것의 내용을 보여주고 이러한 특성이 실제 고객에게 가치를 줄 수 있는 것인가를 평가해 본다. 한편 소비자의 구매의사결정에 중요한 영향을 주는 품질, 특히 속도 혹은 제공대역폭에 대해서는 현재 공신력있는 평가가 이루어지지 않고 있기 때문에 품질 요소에 따른 차별성에 대한 결론은 유보하고, 또다른 품질요소의 하나인 서비스 이용가능성(service availability) 측면에서 서비스 제공 가능지역을 소

개하여 서비스 제공 가능여부를 개괄적으로 파악해 본다.

본 고에서는 초고속인터넷서비스를 제공하는 다양한 기술이나 서비스들이 현존하여 있거나 잠재적으로 출현할 것으로 보이나, 논의의 단순화를 위해 ADSL 기술과 CATV 망에서 Cable Modem 기술을 이용하여 초고속인터넷서비스를 제공하는 서비스를 분석의 범위로 한정하였다. 또한 자료수집의 용이성을 위해 주요사업자(한국통신, 하나로통신, 두루넷, 드림라인)를 중심으로 분석을 하였다.



(그림 1) 사업자별 초고속인터넷접속서비스 시장 점유율(2000년 3월, 가입자 기준)

II. 국내 주요사업자의 초고속인터넷 서비스 현황

1. 시장현황

국내 초고속인터넷접속서비스 시장 중 ADSL과 Cable modem 시장은 2000년 3월 기준으로 볼 때, 가입자가 약 70만 명에 이르고 있다. 국내 초고속인터넷서비스(ADSL과 CATV 서비스) 시장을 보면 하나로통신이 가장 높은 점유율을 보이고 있는 것으로 나타났으며, 그 뒤를 두루넷이 바짝 추격하고 있는 것으로 나타났다. 한편 국내 지배적 사업자인 한국통신의 경우는 ADSL 사업 개시를 계기로 강력한 시장 확대전략을 모색하고 있는 것으로 보이나, 아직까지는 상대적으로 낮은 시장점유율을 보이고 있다<표 1>(그림 1).

<표 1> 각 사업자별 가입자 현황(2000년 3월 말)
(단위: 명)

	ADSL	CATV	계
한국통신	98,337	-	98,337
하나로통신	259,125	16,502	275,627
두루넷	-	231,013	231,013
드림라인	21,739	11,413	33,152
기타	18,448	29,570	48,018
계	397,649	288,498	686,147

한편 ADSL 시장에서는 하나로통신이 ADSL 시장

의 약 65%를 점유하고 있으며 한국통신이 25%, 드림라인이 5.5%를 점유하고 있다. 하나로통신의 경우 가입자 확대를 위해 다양한 촉진전략을 구사하면서 성장을 거듭하여 왔다. 반면 한국통신의 경우는 서비스 개시 측면에서 후발주자로서 최근에 그 신장세가 두드러지고 있다. 즉 동태적 측면에서 시장성장률은 한국통신이 더욱 높게 나타나고 있다(그림 2).

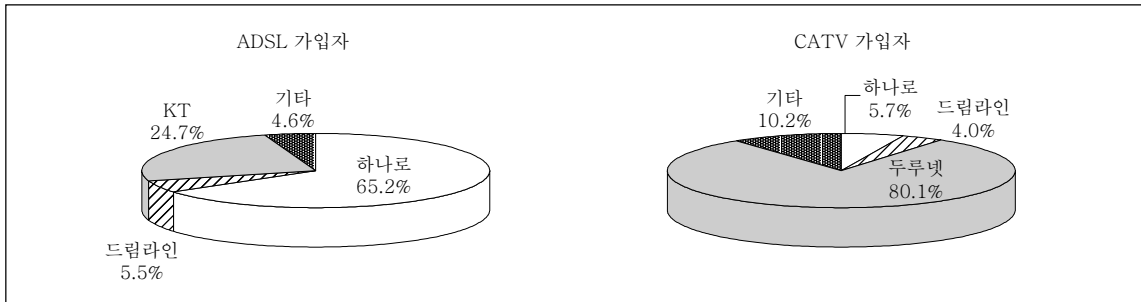
요컨대 현재 초고속인터넷서비스 시장은 1999년 하나로통신이 ADSL 서비스를 개시하고, 여기서 두루넷과 드림라인 등의 CATV 서비스 사업자의 서비스 개시, 한국통신의 ADSL 사업 개시 등으로 크게 성장하고 있다. 특히 2000년에 들어서는 시장에서의 주도권을 장악하기 위해 강력한 고객기반 확대전략을 각 사업자들이 진행하고 있으며, 정부의 정책 의지도 초고속서비스의 확대를 지원하는 데 있어 앞으로 지속적으로 성장할 시장으로 인식된다.

2. 사업자 동향

가. 하나로통신

1) 가정용 서비스

하나로통신의 가정용 초고속인터넷서비스를 제공하는 서비스는 ADSL 프로, ADSL 라이트의 ADSL 기반 서비스와 Cable Modem을 이용하는 초고속인터넷 CATV 등 세 가지 상품이 있다. 하나로통신의 서비스는 초고속인터넷/PC 통신이 가능한 서비스로서 인터넷서비스는 접속서비스(WWW, TELNET)와



(그림 2) 사업자별/서비스별 시장점유율(2000년 3월, 가입자 기준)

부가서비스(멀티미디어 콘텐츠, News 등)가 가능하며, PC 통신 접속서비스는 인터넷접속을 이용하여 주요 PC 통신을 고속으로 연결시켜 주는 서비스이다.

ADSL 프로와 라이트간의 차이는 속도와 제공하는 E-mail 및 홈페이지 공간의 대소이다. 라이트의 목표고객은 기존 D/U 이용자 중 통신료가 3만 원대인 고객으로, 프로의 목표시장은 기존 D/U 고객 중 4만 원 이상인 고객으로 삼고 있다. 초고속인터넷 CATV는 광케이블과 혼합된 HFC(Hybrid Fiber Coaxial) 구조의 케이블 TV 망을 이용하여 기존 전화 모뎀보다 빠른 초고속의 인터넷, PC 통신 서비스뿐만 아니라 VOD 등의 멀티미디어 서비스를 제공하는 서비스이다. ADSL(프로/라이트)와 초고속인터넷 CATV의 특성을 요약하면 <표 2>와 같다.

<표 2> 하나로통신의 가정용 초고속인터넷서비스 제공 현황

		ADSL pro	ADSL lite	초고속 CATV
제공속도(하향속도)*		8Mbps	1.5Mbps	10Mbps
기타 제공 서비스	E-mail 공간	30MB	10MB	10MB
	E-mail ID	유	유	유
	홈페이지공간	30MB	20MB	20MB
가격(기본료/월)		38,000원	29,000원	34,000원
목표고객		사용시간의 제한없이 인터넷 이용고객		-
		D/U 이용자 중 통신료 4만 원 이상 고객	D/U 이용자 중 통신료 3만 원대 고객	D/U 이용자 중 통신료 4만 원 이상 고객

* 단, 이 속도는 사업자가 제시하고 있는 속도이며, 실제와는 다를 수 있음.

2) 기업용 서비스

하나로통신의 기업용 초고속인터넷서비스는 ADSL 기술을 이용하여 서비스를 제공하는 ADSL 소호, ADSL 멀티라인과 케이블모뎀 기술을 기반으로 하는 인터넷 멀티라인 CATV 서비스가 있다.

ADSL 소호는 하나로통신의 디지털 가입자망(FTTO)를 통해 초고속인터넷접속 및 음성전화서비스를 동시에 이용할 수 있는 서비스로서 인터넷 PPP 접속서비스(최고 640kbps)와 음성전화 1회선을 제공한다. 인터넷 전용회선 대비 저렴하나, 1회선당 1대의 PC만 사용이 가능하다는 단점을 지니고 있다. ADSL 멀티라인은 ADSL 1회선과 ADSL 라우터를 동시에 제공, 고객층 LAN 망에 연결하여 여러 대의 PC에서 초고속인터넷을 동시에 이용할 수 있는 멀티유저형 서비스이다.

멀티라인은 다시 Business와 Office로 서비스가 구분된다. Business와 Office의 차이 중 하나는 사용하는 ID의 수와 가격으로 구분될 수 있다. 즉 Business의 경우는 3개 정도의 ID로 구성할 경우 유리하며, Office는 5개 이상의 ID를 가지는 요구에 적합하다. 구체적으로 Business는 기본료가 낮은 반면 추가 ID당 비용이 비싸며, 반대로 Office는 기본료가 다소 비싸나 ID 추가 비용은 상대적으로 낮다.

인터넷 멀티라인 CATV 서비스는 게임방, SOHO, 중소기업 등 비즈니스 고객(PC 3대 이상)에게 경제적인 서비스로 속도 및 품질 대비 차별화된 요금체계를 가지고 있다. 기본적으로 데이터회선과 인증 ID 3개를 부여하는데 각 ID에는 IP가 제공된다. 하

나로통신의 기업용 초고속인터넷서비스를 비교하면 <표 3>과 같다.

<표 3> 하나로통신의 기업용 초고속인터넷서비스 제공 현황

	ADSL SOHO	ADSL 멀티라인		인터넷 멀티라인 CATV	
		Business	Office		
제공속도	640-384bps	8Mbps	10Mbps		
기타 제공 서비스	E-mail 공간	-	10MB		10MB
	E-mail ID	유	3개	5개	유
	홈페이지 공간	30MB	10MB		20MB
가격(기본료/월)	34,000원	140,000원	100,000원	34,000원	

나. 두루넷

두루넷이 제공하는 가정용 초고속인터넷서비스는 케이블모뎀 기술을 기반으로 24시간 무제한 인터넷접속 인터넷과 두루넷 서비스를 24시간 무제한 사용할 수 있는 서비스이다. 이 서비스에서는 유동 IP 주소(Dynamic IP) 1개 설치 시 IP address를 고정 부여하지 않고, PC를 켜면 두루넷 서비스의 DHCP 서버가 자동적으로 IP 주소를 부여한다.

또한 개인 홈페이지를 서비스 할 수 있는 50MB 용량을 기본적으로 제공하고, 전자우편 주소(E-mail address)를 1개 제공하며, 개인 전자우편 내용을 저장할 수 있는 20MB 용량을 기본적으로 제공하며, 개인 홈페이지용 저장 용량, 개인 홈페이지용 저장 용량을 추가로 선택할 수 있다.

두루넷이 제공하는 사무용 초고속인터넷서비스에서는 가정용 서비스와 같이 24시간 무제한 인터넷/PC 통신 접속이 가능하고, 유동 IP를 3개 부여하며, 전자메일 주소도 3개를 부여하고 그 공간용량은 각 20MB, 홈페이지 공간은 각각 30MB를 제공한다. 가정용과 비교하여 3개의 가정용 서비스를 제공하는 것과 동일하다. 두루넷의 가정용 및 사무용 초고속인터넷서비스 특성을 비교하면 <표 4>와 같다.

<표 4> 두루넷의 초고속인터넷서비스 제공 현황

	두루넷 가정용	두루넷 사무용	
이용기술/제공속도	케이블모뎀 640-384bps	케이블모뎀 10Mbps	
제공 내용	E-mail ID	1개(유동 IP 제공)	3개(유동 IP 제공)
	E-mail 공간	20MB	ID당 20MB
	홈페이지공간	50MB	ID당 30MB
가격(기본료/월)	38,000원	99,000원	
설치비	40,000원	100,000원	
선택사항	홈페이지용량 추가: 월 25,000원/5MB		
	전자메일용량 추가: 월 25,000원/5MB		
	-	IP 추가 개당 월 20,000원	

다. 드림라인

1) 가정용 서비스

드림라인의 가정용 초고속인터넷서비스는 드림라인, 드림라인 트윈, 드림라인 라이트로 구별된다. 드림라인은 1인의 이용자가 하나의 케이블 TV 회선이나 전화회선을 통해 당사에 접속하여 초고속인터넷을 이용할 수 있는 서비스이며, 드림라인 트윈은 동시에 두 대의 PC로 케이블 TV 회선을 통해 당사에 접속하여 초고속인터넷을 이용할 수 있는 서비스이다. 한편 드림라인 라이트는 전화회선을 통해 당사와 접속하여 초고속인터넷을 이용할 수 있는 서비스이다. 드림라인의 가정용 서비스의 특성을 요약하면 <표 5>와 같다.

<표 5> 드림라인의 가정용 초고속인터넷서비스 제공 현황

	드림라인	드림라인 라이트	드림라인 트윈	
이용기술/제공속도	케이블모뎀 최대 10Mbps	케이블모뎀 10Mbps	케이블모뎀 10Mbps	
제공 내용	E-mail ID	공시되지 않음	공시되지 않음	공시되지 않음
	E-mail 공간	"	"	"
	홈페이지 공간	"	"	"
가격(기본료/월)	38,000원	29,000원	68,000원 (2대 접속가능)	
가입비/장비임대료/장비	가입비 40,000원, 장비임대료 월 4,500원, LAN 카드 20,000원			

2) 사무용 서비스

드림라인이 제공하는 사무용 초고속인터넷서비스는 드림라인 소호와 드림라인 멀티로 구별된다. 드림라인 소호는 동시에 3인 이상의 사용자가 케이블 TV 회선을 통해 당사에 접속하여 초고속인터넷 서비스를 이용할 수 있는 서비스이며, 드림라인 멀티는 동시에 5인 이상의 사용자가 케이블 TV 회선을 통해 당사에 접속하여 초고속인터넷서비스를 이용할 수 있는 서비스이다. 드림라인의 사무용 서비스 특성을 요약한 것이 <표 6>이다.

<표 6> 드림라인의 사무용 초고속인터넷서비스 제공 현황

		드림라인	드림라인 라이트
이용기술/제공속도		케이블모뎀 최대 10Mbps	케이블모뎀 최대 10Mbps
제공 내용	E-mail ID	공시되지 않음	공시되지 않음
	E-mail 공간	"	"
	홈페이지공간	"	"
가격(기본료/월)		99,000원/3대	130,000원/5대
추가이용료		대당 20,000원	<ul style="list-style-type: none"> • 대당: 20,000원 (1~5대 추가 시) • 대당: 15,000원 (6~27대 추가 시) • 대당: 10,000원 (28~47대 추가 시)
설치비/장비임대료		가입비 90,000원, 장비임대료 월 15,000원, LAN 카드 20,000원	

라. 한국통신

한국통신이 제공하는 초고속인터넷서비스는 ADSL-premium과 ADSL-lite 그리고 ADSL B&A로 구별된다. ADSL-premium과 lite는 초고속인터넷과 전화를 동시에 이용할 수 있는 서비스로서 premium의 경우 최대 통신속도는 8Mbps~640kbps이며, lite의 경우는 1.5Mbps~256kbps이다. 한편 ADSL B&A는 아파트, 오피스텔, 빌딩 등 구내전화선에 초고속인터넷가입자 단말장치를 설치하여 전화와 초고속인터넷을 동시에 이용하는 서비스로 기존 전화선의 전송속도인 56kbps보다 빠른 서비스이다.

한편 한국통신의 경우 ADSL을 이용하여 사무용이나 기업용으로 초고속인터넷서비스를 제공하는 서

비스가 2000년 4월까지의 없었으나 최근에 MyIP, MultiIP 등 사무용 서비스를 제공하기 시작하였다. 그동안 사무용 ADSL 서비스가 없었던 원인을 다음과 같은 것으로 유추할 수 있다. 첫째는 동사의 다른 서비스들과의 상충관계에 있기 때문이며, 둘째는 ADSL 서비스를 제공하기 위한 기반이 아직 구축되지 못하였기 때문으로 보인다. 최근에 출시된 사무용 ADSL 서비스 내용을 소개하면 다음과 같다.

한국통신의 사무용 ADSL 서비스는 MyIP와 MultiIP로 구성되어 있다. MyIP는 개인용 웹서버를 운영하기 위한 인터넷매니아나 중소기업의 지점 및 대리점 고객을 목표시장으로 삼고 있는 서비스로서 속도는 최대 하향 1.5Mbps, 상향 384kbps를 제공한다. 특히 주목할 만한 서비스 내용은 다른 사업자들의 경우 유동 IP를 제공하는 반면 한국통신의 MyIP에서는 기본적으로 고정 IP를 제공한다는 이점이 있다. MyIP의 경우 기본 1개의 IP와 최대로 3개까지 부여받을 수 있다. 한편 MultiIP는 보다 저가의 요금으로 사설 LAN 구축을 원하는 중소기업이나 기존의 저가 저속의 전용회선을 사용하던 고객을 목표시장으로 하고 있는 서비스이다. 통신속도의 측면에서 최대 하향 2Mbps, 상향 512kbps를 제공하고 있으며 고정 IP를 제공한다는 특징을 가지고 있다. <표 7>은 한국통신의 가정용 ADSL 서비스 내용을 요약한 것이며, <표 8>은 한국통신의 사무용 ADSL 서비스 내용을 요약한 것이다.

<표 7> 한국통신의 가정용 초고속인터넷서비스 (ADSL) 제공 현황

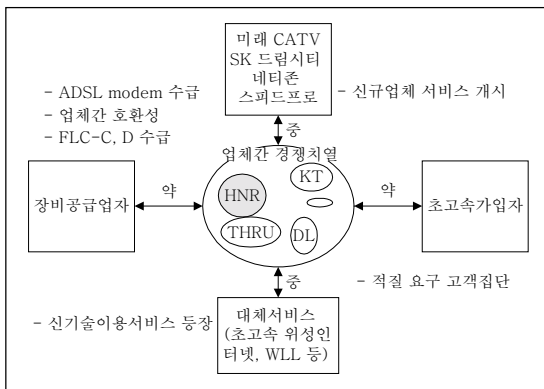
	ADSL-premium	ADSL-lite	ADSL B&A
이용기술	ADSL		Ethernet, Time Modulation, xDSL
제공속도/전송거리	8Mbps~640kbps	1.5Mbps~56kbps	128~128kbps 512kbps~2Mbps(구내)
	4~5km		150m~1km
망구성 형태	양단에 DSLAM 장비 설치		가입자측 MDF 실에 락 내단망과 대응되는 장비 설치
가격 (기본료/월)	38,000원	28,500원	28,000원
모뎀임대료	5,000원		LAN 카드 등 PC 내장 장비 구입

<표 8> 한국통신의 사무용 초고속인터넷서비스 (ADSL) 제공 현황

		ADSL-MyIP	ADSL-MultiIP
이용기술		ADSL	ADSL
제공 속도	하향	~1.5Mbps	~2Mbps
	상향	~384kbps	~512kbps
망구성 형태		Hub-Modem-DSLAM-NAS	Hub-gateway-Modem-DSLAM-gateway-NAS
가격(기본료/월)		76,000원	171,000원
모뎀임대료		5,000원	5,000원

3. 초고속인터넷서비스 시장의 경쟁구조

국내 초고속인터넷 시장의 경쟁구조를 Porter의 5-force모델로 구조화하면 (그림 3)과 같다.



(그림 3) 초고속가입자 시장 경쟁구조

가. 기존사업자의 경쟁강도

초고속인터넷서비스 시장에는 현재 5개의 주요 사업자들이 강한 경쟁을 하고 있다. 1999년 이전까지 상대적으로 안정적인 시장에 하나로통신이 ADSL 서비스를 1999년 개시하면서 경쟁의 불씨가 당겨졌다. 현재는 하나로통신이 가장 강력한 시장선도자로 자리를 차지하고 있는 것이 현실이다. 하나로통신은 2000년 3월 말 기준으로 약 27만 명의 가입자를 보유하여 전체시장의 40%를 차지하고 있다. 그 뒤를 두루넷이 추격하고 있으며, 상대적으로 후발주자인 한국통신은 한국의 지배적 통신사업자로서 시장점유확대를 위해 경쟁대열에 진입하고 있는 모습을 보이고 있다.

나. 공급자와의 교섭력

현재 초고속가입자 시장은 사업자들의 강한 경쟁과 초고속서비스를 원하는 고객의 요구에 따라 빠른 성장을 보이고 있다. 그러나 서비스를 위해서 필요한 장비의 적기 조달이 현재는 어려운 실정이다. 특히 ADSL 모뎀에 대한 공급이 원활하지 않다는 것이 사업자들의 목소리이다. 이에 따라 장비공급자에 대한 교섭력이 매우 중요한 요소로 부상하고 있다. 이러한 가운데 각 장비공급업자들의 제품이 서로 호환성을 가지지 못하는 등 장비공급상의 문제가 경쟁력에 큰 영향을 주고 있는 시장이다.

다. 구매자와의 교섭력

많은 사업자들이 초고속 시장에서의 이익창출을 목표로 진입하고 있어 고객들에게는 다양한 선택이 가능해 졌으며, 적절한 품질을 요구하는 고객요구가 현실적으로 가시화되어 각 사업자들은 고객집단에 대한 교섭력이 상대적으로 약한 시장이다.

라. 신규진입자의 위협

현재 초고속가입자망 시장에는 5대의 대형업체를 비롯한 13여 개의 사업자들이 사업을 전개하고자 하고 있다. 이에 시장진입에 대한 매력적이지 않은 추가적인 신규사업자의 진입은 적을 것으로 보여진다.

마. 대체서비스의 위협

현재의 시장은 주로 ADSL과 CATV 망을 이용한 서비스들이 주종을 이루고 있으나, 위성서비스 및 이동서비스 등이 대체서비스로 위협을 가할 것으로 전망되고 있으며, 기타 xDSL 기술 등의 출현도 가능할 것으로 예상되어 대체서비스의 위협이 큰 시장으로 인식된다.

III. 초고속인터넷서비스 제공사업자의 가격 및 판촉전략 비교

앞서 제시한 각 사업자들의 서비스 현황을 기초

로 초고속인터넷서비스를 제공하는 한국통신, 하나로통신, 두루넷, 드림라인의 서비스간의 가격과 각사의 판촉전략을 비교하기로 한다. 실제로 가장 중요한 요소인 성능에 대해서는 각 사들이 주장하는 성능과 고객이 느끼는 성능의 차가 존재하고 있으므로 여기서는 성능요소를 제외하여 평가하기로 한다.

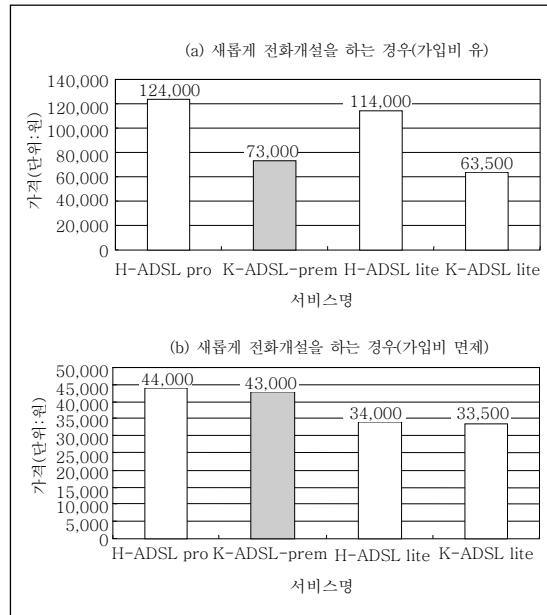
1. 가정용 서비스

가정용 서비스의 경우 초고속인터넷서비스와 전화를 동시에 제공하는 서비스는 하나로통신의 ADSL과 한국통신의 ADSL 서비스이다. 그리고 CATV 망을 이용하여 서비스하는 두루넷이나 드림라인의 경우는 인터넷서비스만을 제공하고 있다.

현재 전화서비스를 이용하지 않으면서 새롭게 전화서비스와 인터넷서비스를 받고자 하는 경우를 상정하여 어떤 서비스가 가격면에서 유리한가를 보자. 가능한 대안서비스는 하나로통신의 ADSL 서비스와 한국통신의 ADSL 서비스를 이용하거나, 두루넷이나 드림라인서비스를 이용하면서 별도로 전화에 가입하는 경우이다. 이중에서 CATV 망을 이용, 케이블모뎀 기술로 서비스를 받고 전화서비스는 별도로 받는 경우는 비용면에서¹⁾ 경쟁력이 없어, 이러한 경우는 제외하고 하나로통신의 서비스와 한국통신의 서비스를 비교할 수 있다(그림 4).

(그림 4)에서 보는 바와 같이 현재 각사에서 공시하고 있는 가격표를 기준으로 비교할 때, 한국통신의 ADSL 서비스가 가격면에서 약간의 경쟁력을 가진다고 할 수 있다. (그림 4a)는 최초 가입 월에 지불하여야 하는 비용을 보여주고 있으며, (그림 4b)는 최근에 양사가 가입비 면제라는 혜택을 주고 있다는 점을 감안하여 가입비를 제외한 월 사용료만을 나타낸 것이다.

한편 양사가 이용자의 요구대역폭에 따라 크게 두 가지 형태의 서비스를 제공하고 있는데, 앞서 제시한 바와 같이 하나로통신의 ADSL pro와 한국통신

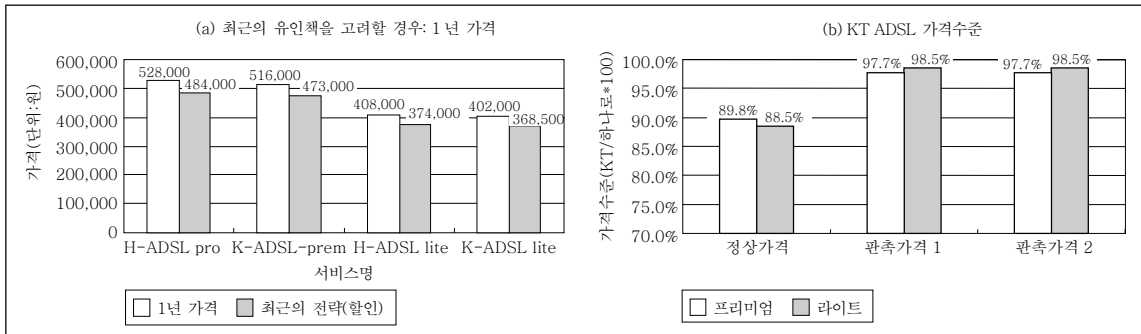


(그림 4) 하나로통신 ADSL과 한국통신 ADSL의 가격비교

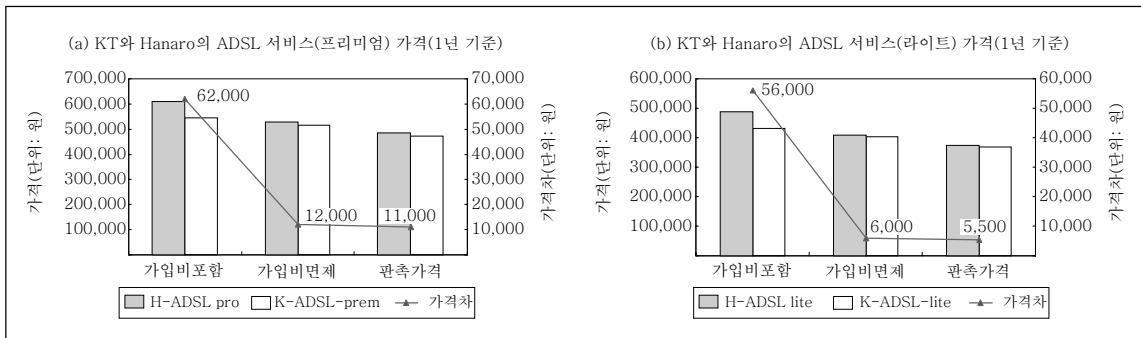
신의 premium 서비스는 거의 유사한 품질을 제공하고 있으며, 하나로통신의 ADSL lite와 한국통신의 ADSL lite도 같은 수준의 서비스를 제공하고 있다. 이에 유사 서비스간의 품질이 동일하다고 할 때, 한국통신의 서비스가 가격면에서 경쟁력을 가지고 있는 것으로 나타났다. 특히 가입비의 경우 하나로통신은 8만 원을, 한국통신은 3만 원을 받고 있어 큰 차이를 보이고 있다. 이와 같은 차이는 신규가입자망을 확충하고 있는 하나로통신과 이미 가입자망을 확보하고 있는 한국통신간의 위상 차이에서 비롯된 것으로 이해된다.

월 이용료의 경우는 양사간의 차이가 거의 없는 것으로 나타났다. 최근에 하나로통신은 가입비 면제에다 가입 첫 달의 이용료를 면제하여 주는 할인전략을 구사하고 있는데, 이 경우에도 단기가 아닌 1년 가격을 비교할 경우 한국통신이 경쟁력을 가지는 것으로 나타났다(그림 5a). 1년 가입을 전제로 하고 정상가(공시표 요금을 그대로 받을 경우)일 경우, 한국통신의 서비스 수준은 하나로통신 가격의 약 89% 수준으로 나타났다. 또한 판촉가 전략 I(가입비 면제의 경우) 및 판촉가 전략 II(가입비 면제와 최초 가입

1) 한국통신 전화를 가입하기 위해서는 약 10만 원의 가입비가 소요되며, 하나로통신의 일반가입전화 가입비는 8만 원임.



(그림 5) 하나로통신과 한국통신의 가격비교 1:할인전략을 고려하여



(그림 6) 하나로통신과 한국통신 ADSL의 가격비교 2:할인전략을 고려하여

월 사용료 면제)의 경우에도 한국통신서비스의 가격은 하나로통신의 98% 수준으로 여전히 한국통신의 가격경쟁력이 있는 것으로 나타났다(그림 5b).

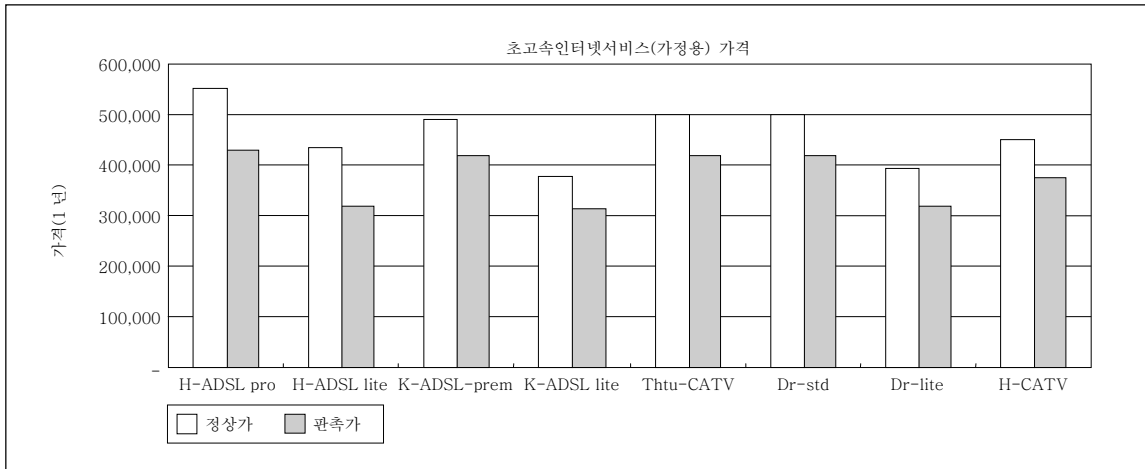
한편 앞서 제시한 바와 같이 제공속도의 측면에서 유사한 품질을 가지는 서비스간의 가격을 비교하면 (그림 6)과 같다. (그림 6a)는 양사의 프리미엄 서비스의 경우 가격비교를 보여주고 있으며, (그림 6b)는 양사의 라이트 서비스의 경우를 보여주고 있다. (그림 6a)에서 보는 바와 같이 양사 서비스 가격 격차는 할인전략에 따라 최고 6만 2천 원에서 최저 1만 1천 원까지 나타나고 있으며, (그림 6b)에서 보는 바와 같이 ADSL 라이트의 경우는 최고 5만 6천 원에서 5,500원의 격차가 있는 것으로 나타났다. 현실적으로 최근의 관측가격전략을 고려할 때는 프리미엄의 경우 약 1만 원, 라이트의 경우 약 5천 원(1년 기준)으로 나타나 큰 가격 격차를 보이지는 않는 것으로 나타났다.

한편 고객의 입장에서 초고속인터넷서비스를 제

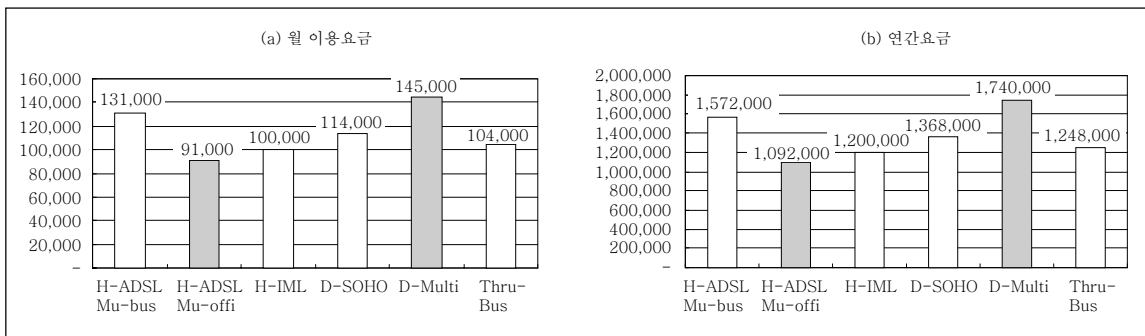
공받고자 할 때, 전화서비스의 유무와 관계없이 1년에 총 소요되는 비용을 비교하면 (그림 7)과 같다. (그림 7)에서 보는 바와 같이 한국통신의 서비스는 전화서비스를 제공하고 있지 않은 CATV 이용 사업자보다도 저렴한 가격대를 형성하고 있는 것으로 나타났다. CATV 망을 이용하여 인터넷서비스만을 제공(전화서비스 제외)하는 회사들 중에서는 드림라인 라이트가 가장 저렴하게 서비스를 제공하고 있는 것으로 나타났다.

2. 사무용 서비스

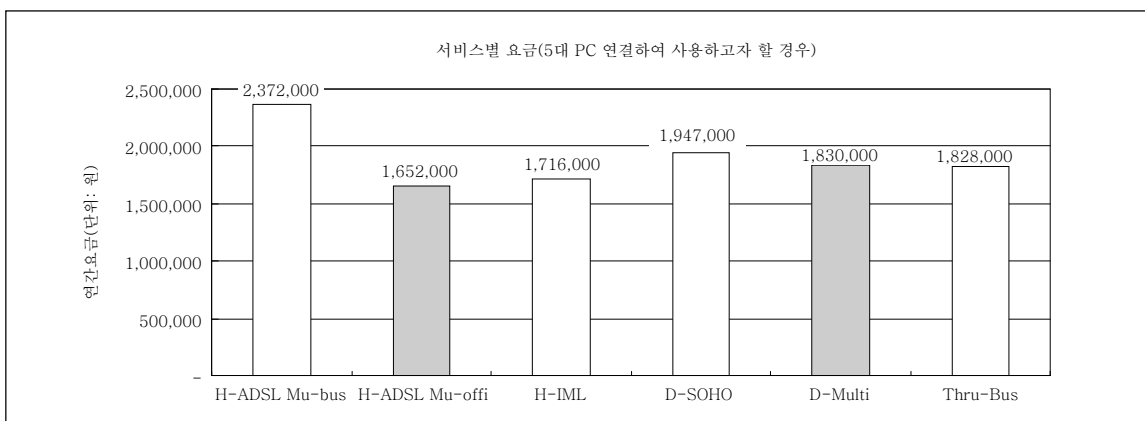
사무용으로 초고속인터넷서비스를 이용하고자 하는 경우, 물론 이 서비스 이외에 ISDN 서비스 등이 있으나 여기서는 ADSL과 CATV 망을 이용하는 경우로 상정할 경우 가능한 서비스는 하나로통신의 ADSL 서비스와 인터넷 멀티라인, 드림라인 소호, 드림라인 멀티, 두루넷 비즈니스 서비스이다.



(그림 7) 초고속인터넷서비스(가정용) 이용가격(1년 기준)



(그림 8) 초고속인터넷서비스(사무용) 이용가격(1년 기준)



(그림 9) 초고속인터넷서비스 이용가격(1년 기준)

이들 서비스들의 가격은 월 이용요금의 경우 하나로통신의 멀티라인 오피스 서비스가 가장 저렴한

것으로 나타났다(그림 8). 연간으로 볼 때, 가장 저렴한 서비스(하나로 멀티라인 오피스)와 가장 비싼

서비스(드림라인 멀티)의 가격차는 약 70만 원의 격차가 있는 것으로 나타났다.

그러나 이들 서비스들은 서비스 제공 측면에서 상이한 면을 가지고 있기 때문에 직접적으로 비교결과는 큰 의미를 줄 수 없다. 이에 동일한 상황을 상정하기 위해 5대의 PC를 연결하여 사용하고자 할 경우를 가상적으로 상정하여 각 사업자의 서비스 가격을 비교하였다(그림 9). (그림 9)에서 보는 바와 같이 하나로통신의 멀티라인 오피스가 가장 저렴하며, 가장 비싼 서비스는 하나로 ADSL 멀티라인 비즈니스로 나타났다. 직접적인 비교에서 가장 가격이 높은 것으로 나타난 드림라인 멀티의 경우, 5대를 이용할 경우 경제성이 향상되는 것으로 나타났다.

3. 판촉전략간의 차이

최근 초고속인터넷서비스를 제공하는 사업자들은 기본서비스와 부가서비스 그리고 몇 가지의 추가적인 서비스를 제공하고 있다. 즉 기본서비스는 인터넷접속서비스, PC 통신접속서비스이며 부가서비스는 뉴스 제공, 멀티미디어 콘텐츠 제공 등이다. 또한 추가적인 서비스는 예컨대 인증절차의 간편성, E-mail 및 홈페이지 공간 제공, IP address 제공 등이다.

현재 각 사업자들의 서비스 내용을 보면, 기본서비스 및 부가서비스의 내용은 대동소이한 것으로 나타나 특별한 차별점을 찾아내기 어렵다. 반면에 E-mail 및 홈페이지 공간 제공, IP address 제공 등과 같은 추가적인 서비스 제공여부에 대해서는 차이점이 있는 것으로 나타났다. 하나로통신과 두루넷의 경우는 E-mail 및 홈페이지 공간 제공을 명시하고 있으나, 한국통신과 드림라인의 경우는 이에 대한 언급이 없다.

요컨대 전체적인 서비스 내용은 유사하나 추가적인 서비스를 줄 수 있는 항목의 차이를 보이고 있다. 실제 E-mail 및 홈페이지 공간의 제공에 큰 비용이 요구되지 않는 반면, 고객입장에서는 매력적인 구매 의사결정의 단서(cue)가 될 수 있다는 점에서 간과해서는 안될 부분이다.

4. 서비스 이용가능성: 각 사업자들의 서비스 가능지역

현재 사업자들은 망을 구축하여 사업을 개시하고 있는 도입단계에 있어 고객이 원하는 지역에 적시에 제공할 수 있는 여력이 부족한 것이 현실이다. 현재 각 사업자들이 서비스를 제공하고 있는 혹은 제공하고자 하는 시장부문은 <표 9>와 같다.

<표 9>에서 보는 바와 같이 한국통신의 경우는 전국 전지역을 목표시장으로 삼고 있고, 하나로통신의 경우는 6개 도시권의 밀집주거지역(아파트 등)을 주요 목표시장으로 ADSL 서비스를 제공하며, 이 밖의 지역에서는 가입자 기반 확보를 위해 케이블모뎀을 이용한 서비스도 전개하고 있는 등 공격적인 시장침투전략을 구사하고 있다. 한편 두루넷과 드림라인의 경우는 중소도시들에의 서비스 제공을 목표로 하고 있는데 이는 지역 케이블사업자와의 제휴 여건에 따라 가변적임을 보여주고 있다. 기타 사업자들의 경우는 특정 지역에 대해 집중하는 모습을 보이고 있다. 이와 같은 사실에서 볼 때, 아직까지는 시장을 주도하는 지배적 사업자는 없으며 치열히 경쟁하는 시장구조를 보이고 있다.

IV. 결론

최근의 국내 초고속가입자망서비스 시장은 경쟁자간의 경쟁(rivalry)뿐만 아니라 장비공급업자 및 대체서비스, 신규진입사업자 등의 측면에서 경쟁강도가 매우 큰 시장이다. 이러한 경쟁상황은 향후에도 지속적으로 그 경쟁강도가 클 것으로 예견된다. 다만 장비공급자와의 교섭력을 어떻게 할 것인가? 대체서비스 및 신규진입자들의 진입에 어떻게 대체할 것인가에 따라 큰 속도는 가감될 것이다. 또한 기존사업자들이 어떠한 전략행보를 보이느냐에 따라 경쟁강도의 크기가 결정되고, 그 산업구도 하에 서열화가 진행될 것이다. 요컨대 현재 국내 초고속인터넷 시장의 초경쟁상황에 있으며, 이러한 경쟁상황이 상당기간 지속될 것으로 보인다. 다만 선발주자

<표 9> 각 사업자의 서비스 지역

사업자	이용기술	서비스 특성 (제공속도, bps)	서비스 지역	
			거주 특성	지역
한국통신 ADSL	ADSL	상향: 32~640k 하향: 64k~8M		서울, 부산, 대구, 인천, 광주, 대전, 울산
하나로통신 ADSL	"	하향: 8M(최대)	아파트 단지	서울, 인천, 부산, 대구, 광주, 대전, 수원, 고양, 성남, 울산
하나로통신 CATV 망	Cable modem	최대 10M(하향)		서울, 대구, 광주, 대전, 수원, 안양, 순천, 여수, 광양, 원주
두루넷	"	"		서울, 부산, 대구, 인천, 광명, 안산, 평택, 창원, 진해, 진주, 포항, 안동, 구미, 김천, 왜관, 서귀포
드림라인	"	"		서울, 부산, 대구, 인천, 광주, 대전, 울산, 구리, 분당, 고양, 일산, 김해, 마산, 진주, 창원, 칠곡, 구미
미래 CATV 망	"	"		서울(도봉구, 성북구)
한국무선 CATV 망	"	"		서울(서초, 관악, 동작, 성동, 광진)
SK 드림시티 CATV	"	"		부천
데이콤 보라넷 CATV	"	"		서울(송파, 중) 부산(사하, 남, 수영) 대구(중, 달서) 대전(동, 중) 가평, 고양, 광주, 구리, 군포, 남양주, 동두천, 부천, 수원, 시흥, 안산, 안성, 안양, 양주, 용인, 연천, 의정부, 이천, 파주, 포천, 진주, 포항, 상주, 문경, 홍성, 서산, 온산
데이콤 보라넷 HDSL	HDSL	"		"
한국통신 B&A	"	최대 1M(하향)	아파트나 빌딩	서울, 수도권 내 주요도시, 전국
오버넷	"	1.5~10M(하향)		
하이라이프	"	최대 10M(하향)		서울(강남) 대구 일부지역
네티즌	"	최대 10M(하향) (평균 500k)		서울, 수지, 분당, 성남
스피드프로	"	최대10M	250세대 이상 아파트 or 빌딩	전국

(first mover)인 하나로통신과 국내 가입자망을 소유하고 있는 지배적 사업자로서의 한국통신의 전략 행보에 따라 사업자간의 부침이 있을 것으로 보인다. 한편 현재 각 사업자들이 제공하고 있는 서비스를 비교할 경우 다음과 같은 시사점을 얻을 수 있을 것이다.

가격만을 기준으로 볼 때, 대체적으로 각 사업자의 가격차이는 크지 않은 것으로 나타났다. 그 중에서 몇 가지 이용시나리오의 측면에서 한국통신의 초고속인터넷서비스인 ADSL이 가장 경쟁력을 가지

는 서비스로 나타났다. 그러나 이는 서비스의 품질과 부가서비스가 동일하다는 것을 전제로 한 것이다. 실제로는 이들 서비스간의 품질은 상이할 것으로 보인다. 특히 최근의 성능평가 결과들은 각 사업자간의 제공속도의 차이가 있음을 제시하고 있다.

초고속인터넷서비스의 경우 접속성공률 및 데이터의 전송속도가 큰 품질 요소임을 감안할 때, 최소한 경쟁사의 서비스보다 현저히 떨어지는 성능차이는 구매의사에 큰 영향을 줄 것으로 판단된다. 이에 가장 기본적으로는 품질을 향상시킬 수 있는 노력이

요구된다.

그러나 동일수준 혹은 고객의 입장에서 차이를 느끼지 못하는 수준의 제공속도를 가정할 때, 고려하여야 할 요소는 고객에게 가치를 제공할 수 있는 부가서비스의 제공이나 효익을 줄 수 있는 정보나 단서를 제공할 수 있는 대고객 마케팅전략이 요구된다.

앞서 제기한 바와 같이 부가서비스의 경우 하나로 통신과 드림라인의 경우는 E-mail 및 홈페이지 공간을 제공하고, IP(유동)를 제공하는 등 서비스에 부가적으로 제공하는 효익 내용에 대한 제시가 적극적으로 되어 있는 반면 한국통신의 경우는 이러한 효익을 제공하지 않거나 고객에게 인식시키지 못함으로써 고객들에게 추가적인 가치제공을 못하고 있다. 실제 고객에게 제공하는 E-mail 공간이나 홈페이지 공간에 소요되는 비용은 크지 않다는 점을 고려할 때, 한국통신은 이러한 기능이 약하다고 할 수 있다. 예컨대 1999년 인터넷 가입자가 급성장한 영국의 경우, 몇 개의 ISP(Demon, Dixon, BT internet 등)들은 이러한 효익을 주는 서비스 제공을 적극적으로 제시한 것이 성공의 한 요소였다는 점을 간과해서는 안된다.

시장에서의 성공은 고객기반을 어떻게 빨리 구축하느냐에 달려 있다. 도입기의 실패를 만회하기 위해서는 몇 배의 노력이 요구된다는 점을 인식할 때, 현재의 초고속인터넷서비스 시장에서의 사업자간 작은 차이는 향후 성공의 열쇠가 되지는 않을까?

요컨대 현재의 시장은 각 사업자가 고객기반 확대를 위해 치열하게 경쟁하고 있는 시장으로 고객기반 및 지역에 대한 선점효과가 클 것으로 보이는 시장이므로 보다 공격적인 전략이 요구된다. 즉 적절성뿐만 아니라 적시성이 각별히 요구된다.

한편 본고는 현재 진행되고 있는 각사의 초고속인터넷서비스가 동일한 QoS를 가졌다는 전제 하에 가격과 판촉전략을 비교하였다. 이에 향후 연구는 각 서비스간의 성능의 차이를 고려한 가격 및 판촉 전략의 비교가 이루어져야 할 것이다.

참고 문헌

- [1] 가입자망기술 대안별 해외사업자 전략 조사분석, 네트워크경제연구팀, 한국전자통신연구원, 1999.12.
- [2] 가입자망 세분화의 경제적 논점과 전략적 함의, 네트워크경제연구팀, 한국전자통신연구원, 1999.12.
- [3] ADSL과 케이블모뎀 서비스 및 요금현황, 네트워크경제연구팀, 한국전자통신연구원, 1999.12.
- [4] 한국통신 홈페이지 상품정보, http://www.kt.co.kr:2002/index_korean.html
- [5] 하나로통신 홈페이지 상품정보, <http://www.hanarotel.co.kr/>
- [6] 두루넷 홈페이지 상품정보, <http://www.thrunet.com/service/guide/>
- [7] 드림라인 홈페이지 상품정보, <http://www.dreamx.net/>
- [8] 사업자별 가입자 현황, 정보통신부, 2000. 2.
- [9] Porter M., *Competitive Strategy*, 1980.