

경쟁적인 통신서비스 시장에서 MVNO 도매대가콘텐츠에 관한 연구

From the competitive communication service market which is about MVNO wholesale price-based research

배기수, 송영화*, 정도진**, 전흥주***
충북대학교, 한국전자통신연구원*, 중앙대학교**,
원광대학교***

Khee-Su Bae, Yeong-Hwa Song*, Do-Jin Jeong**,
Heung-Joo Jeon***
Chungbuk National University, ETRI*,
Chung-ang University**, Wonkwang University***

요약

기존에는 통신시장에 진출하려면 막대한 설비투자과 사업권의 획득이 필요했으나 이제는 망을 비롯한 주요 설비 없이도 사업을 할 수 있는 기회가 열렸다. 이러한 통신사업에 대한 신규진출 규제완화 움직임은 이동통신시장 경쟁구도의 변화뿐만 아니라 통신 산업 전반에 큰 영향을 미칠 것으로 기대되고 있다. 본 연구는 정부의 재판매(MVNO)제도의 도입과 관련하여 합리적인 도매대가 산정방안에 대한 고찰을 목적으로 다음과 같은 결론을 도출하였다. COST PLUS 모형과 RETAIL MINUS 모형에 각각 영업이익률과 원가 대비이익률을 적용하여 도매대가를 산출한 결과 원가대비이익률을 적용하여 RETAIL MINUS 모형으로 산출했을 때 가장 높은 도매대가가 산출되었다. 반면 도매대가가 가장 작은 모형은 영업이익률 적용 RETAIL MINUS 모형으로 나타났다. 이러한 결과는 도매대가산정 시 비용의 구분과 이익률의 산정이 중요한 요소로 작용하였으며, 이를 통해 보다 정교한 MVNO 도매대가산정을 할 수 있을 것으로 기대된다.

I. 서론

일반적으로 통신선로 구축에는 대규모 선행투자가 필요할 뿐 아니라 투자비를 회수하는데도 상당한 시간이 소요된다. 신규 사업자가 기존 사업자와 동일한 망을 신규로 구축하여 서비스를 제공하는 경우 사업자간에 같은 유희설비가 발생하게 되어 사회적 자원의 불필요한 낭비를 초래하는 중복투자를 가져오게 되지만 새로운 대체 가입자망 기술을 이용하는 경우, 기존의 통신망이 제공하기 어려운 다양한 멀티미디어 서비스를 제공하는 등 자원의 비효율적 낭비나 중복투자라는 문제에서 자유로울 것이다.

이와 같이 통신시장에서의 특정 설비는 여전히 필수적인 요건이며, 이러한 설비의 추가적 구축은 중복투자, 통신망의 비효율적 사용, 신규사업자의 시장 진입 억제 등의 경쟁 활성화를 어렵게 할 것이다. 따라서 통신망의 효율적 이용과 중복투자를 방지하기 위해서는 기존사업자의 통신망을 경쟁사업자에게 개방하는 방안이 모색되어야 할 것이며 이에 본 연구는 MVNO 도매대가산정에 대한 모형과 산출결과를 토대로 MVNO 도매대가산정에 많은 기여를 하고자한다.

II. MVNO의 정의 및 형태

MVNO(Mobile Virtual Network Operator)는 일반적

으로 주파수와 무선국을 보유하지 않고 이동망사업자(MNO: Mobile Network Operator)의 망을 이용하여 독립적인 브랜드와 요금체계를 갖고 이동통신서비스를 제공하는 사업자를 의미한다.

MVNO는 MNO의 무선통신설비에 대한 의존도에 따라 독자 구축하는 형태에서 전적으로 의존하는 형태까지 다양한 유형이 존재할 수 있다. 먼저 A형(순수재판매형)은 전기통신회선설비없이 망설비를 이동망사업자(MNO: Mobile Network Operator)에게 의존하는 방식이며 도매대가산정은 소매가할인(retail-minus) 또는 원가가산(cost-plus)방식이 적용된다. B형(단순MVNO형)은 전기통신회선설비(HLR: Home Location Register)를 자체적으로 설치하고 자체브랜드 전략을 갖는다. C형(부분MVNO형)은 B형과 동일하지만 전기통신회선설비가 HLR 방식이 아닌 교환설비 방식이라는 점에서 차이가 난다. D형(완전MVNO형)은 전기통신회선설비(교환설비, 전송망)를 자체적으로 설치하고 재판매사업자는 독립적 가격 정책, 자체 브랜드, 보유인프라 그리고 SIM카드를 사용하며 도매대가산정은 원가가산(cost-plus)방식이 적용된다.

도매대가산정 대안은 원가기반 대가 산정(안), 소매기반 대가 산정(안), 원가 및 소매가 절충(안)의 크게 세 가지로 구분된다. 원가기반 대가 산정(안)은 상호접속시의 접속료 산정 방안을 활용하며, 소매기반 대가 산정(안)은 각 제공사업자(이통사)의 소매가와 회피가능비용 추정을 통해 이루어진다.

Ⅲ. MVNO 도매대가산정 모형

도매제공대가를 산정하는 기준은 크게 상업적 협상, 수익배분, 분당요율의 크게 세 가지로 구분될 수 있다. 상업적 협상이란 사업자간의 자율적인 협상에 의해 도매 제공대가가 산출되는 것을 의미하며, 현행법상 국내 기간-별정간 망 이용대가 산정방식이 이에 속하고, 수익배분은 사전에 정해진 비율에 따라 MVNO와 MNO가 수익을 배분하는 방식으로 현행 제도에서는 인터넷망 가입자선로 대가산정에 적용되고 있다. 분당요율은 사업자간 협상방식에 의해 동의를 이루어지지 않을 경우, 정부중재에 의해 원가기반(Cost-Plus)방식과 소매가기반(Retail-Minus)방식으로 구분될 수 있다.

1. 재판매이용대가의 산출모형

원가기반 방식(cost-plus)은 통신망 원가에 적정 수준의 수익률을 보장하는 수준에서 도매대가를 결정하는 방식이다. 원가기반 방식은 관련원가에 기초하므로 경제적으로 효율적인 방식이라고 할 수 있다.

소매가기반 방식(retail-minus)의 도매대가는 통화요금에서 마케팅 및 유통비용 등 회피가능비용을 차감한 수준에서 결정된다.

원가기반 모형(cost-plus)과 소매가기반 모형(retail-minus)의 가장 큰 차이점은 원가기반 모형(cost-plus)은 총원가를 먼저 산출하고 이에서 회피가능 원가와 이에 대한 이익을 차감하여 산출하는 방법이고, 소매가기반 모형(retail-minus)은 소매가(매출액)에서 회피가능원가와 그에 대한 이익을 차감하는 방법으로 출발점이 서로 다르다는 것이다.

“Retail-Minus”방식과 “Cost-Plus”방식을 비교한 결과 “Cost-Plus”방식은 자료의 접근성이 없으며, 무수히 많은 가정으로 인해 현실적으로 불가능하지만 “Retail-Minus”방식은 공개된 자료를 이용하여 매출액에서 회피비용을 차감하여 산출하는 방법으로 현실적으로 가능하다.

2. 회피비용의 분류

재판매사업자의 수익구조는 크게 이익과 비용의 구조로 나타낼 수 있다. 이익은 회피가능이익과, 회피불가능이익으로 구분할 수 있으며, 비용은 회피불가능비용과 회피가능비용으로 분류할 수 있다. 여기서 회피불가능이익과, 회피불가능비용은 매출총이익률법과 비용분류를 통하여 추출할 수 있다.

Ⅳ. 결론

본 연구는 적용성이 높은 소매가기반 (Retail-Minus) 방식을 토대로 회피가능비용을 분류하였다. 또한 COST

PLUS 모형과 RETAIL MINUS 모형에 각각 영업이익률과 원가대비이익률을 적용하여 도매대가를 산출한 결과 원가대비이익률을 적용하여 RETAIL MINUS 모형으로 산출했을 때 가장 높은 도매대가가 산출되었다. 반면 도매대가가 가장 작은 모형은 영업이익률 적용 RETAIL MINUS 모형으로 나타났다. 이는 원가에 대응되는 이익률이 아닌 투자보수 등이 포함되지 않은 높은 영업이익률 부분을 MVNO에 MARK-UP 되기 때문인 것으로 판단된다. 따라서 본 연구의 결과를 바탕으로 이익률 산정 모형에 대한 후속작업이 이루어질 경우 보다 정교한 MVNO 도매대가산정을 할 수 있을 것으로 기대된다.

■ 참고 문헌 ■

- [1] FCC(2006), “Annual Report and Analysis of Competitive Market Conditions With Respect to Commercial Mobile Services,” WT Docket No. 06-17.
- [2] OFTA(2001), “MVNO's Opportunities: the Regulator's Perspectives.”
- [3] OFTEL(1999), “OfTel Statement on Mobile Virtual Network Operators.”