

第1節 우리나라 情報産業 動向

1. PC의 빠른 世代交替

'93년에 비해 변화된 '94년 PC시장의 특성은 첫째, 대기업과 외산업체를 포함한 대메이커, 특히 삼성과 삼보의 시장점유율 증가와 상대적으로 침체된 용산조립상가를 들 수 있다. 둘째는 소비자들의 PC기종 선택의 폭이 486 SX/DX급으로 한정되었다는 점이다. 세번째는 펜티엄 PC의 등장이다. 넷째는 멀티미디어 시장확대이다.

'93년까지 어느정도 수요를 유지하던 386계열의 PC는 앞으로는 거의 수요가 없을 것으로 보여 가장 단명한 PC로 기록될 것으로 보인다. 이는 486PC 가격이 급격히 인하된데다 윈도우 소프트웨어의 등장이 고급PC로의 전환을 촉진시켰기 때문인 것으로 분석된다. 한편 펜티엄PC는 대우통신을 필두로 대부분의 업체들이 시장에 내놓고 있으나 아직까지 그 반응은 화제를 모았던 것에 비하면 큰 매출을 올리지 못하고 있는 실정이다.

멀티미디어는 '94년에 약 1300억원의 시장으로 '93년에 비해 급격한 신장이 예상되는데 현재까지는 주로 CD-ROM, 사운드카드 등 주변기기를 중심으로 시장이 형성되어 있다. 타이틀의 경우에는 교육용이 압도적으로 많고 오락용 등이 일부 팔리고 있으나 향후에는 게임타이틀, 기업용 타이틀 등 교육용이외의 수요확대가 기대된다. 또한 하드웨어 측면에서도 CD-ROM을 장착한 멀티미디어 PC가 국내시장에도 도입되고 있어 자연스럽게 기존 PC를 대체할 것으로 보인다.

2. 龍山 商街의 퇴조

용산상가의 PC조립업체들이 PC 및 주변기기 대기업들의 대리점으로 전환하고 있다. 이같은 현상은 조립업체들이 3D의 확산으로 종업원을 구하기가 어려운데다 원가상승에 따른 가격경쟁력상승으로 채산성이 급격히 악화되고 있기 때문인 것으로 분석되고 있다. 저가와 신제품의 조기 출하로 승부하던 용산업체는 돌변한 시장구조와 금융실명제, 불법복제 소프트웨어 단속 등으로 큰 타격을 받았다. 특히 대기업과 외산업체들이 저가격뿐만아니라 장기간의 A/S, 브랜드이미지를 내세워 PC시장을 공략하자 부품의 신뢰성과 A/S에 대한 보장면에서 부족한 용산제품은 침체국면을 맞았다. 이 틈을 한국 IBM, 삼성HP 등을 포함한 외산 브랜드 컴퓨터가 파고 들어 국내시장을 공략하고 있다. 또한 생산업체들이 상가내 조립판매

업체들을 대상으로 대리점개설에 적극적으로 나서고 있는 것도 용산상가의 변신을 재촉하고 있는 한 요인으로 작용하고 있다.

3. 본격적인 타이컴시대 도래

국산 주전산기 타이컴이 국내 중형컴퓨터의 주력기종으로 자리잡게 되었다. '92년 34대를 판매하는데 그쳤던 주전산기 II(타이컴)가 '93년에는 211대가 판매되었고 '94년에도 400여대가 판매될 것으로 전망된다. 보급패턴도 정부기관 위주에서 탈피, 최근들어 공공기관과 민간기업으로 확산되고 있으며 리비아에 처음으로 수출되는 등 해외시장으로까지 확대되고 있다. 이와같이 보급이 확산된 것은 타이컴관련 4사가 시스템을 안정시킨데다가 응용소프트웨어를 개발, 소프트웨어 문제를 어느정도 해결했기 때문이다.

그러나 아직도 A/S체계개선과 성능향상, 그리고 정부기관 위주의 영업 등 시급히 개선해야 할 문제도 많다. '94년들어 상반기 동안 정부 및 정부 투자기관의 국산 주전산기 구매 감소로 목표에 미치지 못한 점을 보아도 아직도 정부기관위주로 영업이 되고 있음을 보여주는 것이다. 한편 고속중형컴퓨터인 주전산기 III와 '98년에 상용화될 고속병렬처리 컴퓨터 주전산기 IV는 기술개발에 따른 성능향상으로 국내시장에서 확고한 주도기종으로 자리잡을 것으로 보인다.

4. 외국통신업체 한국진출 가속

가. 통신업체

'94년 1월 통신시장의 개방에 따라 외국통신망 사업자들이 한국진출을 가속화하고 있다. '94년부터 부가가치통신망 시장이 완전개방됨에 따라 외국의 대형 통신망사업자들이 한국내에 자체지사를 설립하거나 한국업체와 제휴하는 등 직간접적인 방식을 통해 한국시장에 적극적으로 진출하고 있다.

'92년부터 '93년 상반기 사이에 영국의 브리티시텔레콤(BT)과 US스프린트가 한국시장에 진출한데 이어 호주의 텔스트라가 포스테이터와의 합작을 선언했고 홍콩의 홍콩텔레콤 역시 한국 진출을 추진하고 있다. 이와함께 이미 진출한 사업자들도 설비투자를 강화하거나 국내 제휴업체와의 제휴관계를 한층 강화하는 등 국제VAN사업을 중심으로 본격적인 영업체제를 구축하고 있다.

세계적인 VAN사업자인 GEIS의 한국 합작법인인 데이터매니지먼트(DMI)는 서비스를 강화하기 위해 국내에 노드를 설치했으며 한국무역정보통신과 무역자동화망의 해외접속 등에 관한 상호협력방안을 모색하고 있다. 이와함께 세계최대의 국제통신망을 보유한 AT & T 역시 그동안 통신기기의 판매에 주

력해왔으나 앞으로는 서비스부문의 영업에도 적극 나선다는 계획을 세우고 있다.

나. 컴퓨터 업체

'94년들어 미국의 델, AST, 컴팩과 대만의 에이서 등 PC업체들이 국내업체와 판매제휴를 맺고 잇따라 국내시장에 진출하고 있다. 델은 큐닉스 컴퓨터와 판매 대행계약을 맺고 국내시장에 진출했으며 컴팩은 대림엔지니어링과 판매계약을 체결했고 대만의 최대 PC업체인 에이서는 '94년 초 코오롱정보통신과 판매계약을 맺고 제품판매에 나섰다. 이에 따라 국내시장에 진출한 외국PC업체는 기존의 휴렛팩커드, IBM을 포함해 7~8개로 늘어났다. 이처럼 외국업체들이 대거 국내시장으로 진출하면서 외산제품의 시장점유율은 '92년 4%에서 '93년 11%로 늘었고 '94년에는 15% 이상으로 육박할 것으로 보인다.

5. 정보고속도로 건설계획

체신부는 신경제 5개년 계획의 일환으로 초고속정보통신망 구축계획을 수립하였다. 올해부터 오는 2015년까지 총 45조원의 막대한 재원을 투입해 음성은 물론 데이터, 영상 등 멀티미디어 형태의 다양한 정보를 전송할 수 있는 정보고속도로를 건설, 국가전반의 정보화와 산업의 세계화를 위한 기반구조로 활용하는 것을 주요 목표로 하고 있다. 이와함께 초고속 정보통신망구축을 계기로 관련기기 산업 및 소프트웨어분야의 기술개발을 강화해 향후 유망산업으로 부상할 멀티미디어 산업을 육성하기 위한 전기로 활용한다는 것이다.

체신부는 이를 위한 추진전략으로 국가기관을 비롯해 연구소, 대학 등의 초고속정보 수요를 충족시키기 위해 정부재정으로 초고속 국가정보통신망을 구축, 연구소, 대학 등 선도집단에게 멀티미디어 기술개발환경을 제공하고 공중통신망에서의 초기 초고속 정보통신 수요기반을 창출할 계획이다. 또한 초고속 정보통신 기술의 국내개발을 위해 단계별로 통신망 구축사업과 연계해 산학연 협동으로 핵심기술을 개발하고 멀티미디어 산업의 대외경쟁력을 강화하며 일반국민이 멀티미디어 정보를 공중통신망으로 주고 받을 수 있는 초고속공중통신망을 통신사업자 주도로 건설을 추진한다는 것이다.

6. 통신사업 구조조정

체신부는 우루과이라운드의 국내 통신시장개방에 대응하기 위해 대외개방에 앞서 국내 통신시장의 경쟁력을 강화한다는 원칙에 따라 통신사업구조조정방향할 공청회를 거친 후 확정하였다.

'95년중 시외전화사업 경쟁도입, PCS 사업자선정 등을 골자로 하는 이 개편안은 신규 전화사업자에게 국제전화사업도 허용하고 시내전화는 적자, 시외전화는 흑자인 현행 요금체제를 개편, 통신망간 접속료 제도 설정 등 적절한 경쟁제도를 설정한다는 방침이다. 이에따라 시외요금은 내리고 시내요금은 올려 신규 시외사업자와 기존사업자간의 공정한 경쟁구조를 유지할 방침이다.

또한 신규서비스 도입을 확정하고, 개인휴대통신(PCS)사업자는 전국규모의 1개 사업자를 조기선정, 점차 경쟁을 확대하기로 하고 CT-2서비스는 '94년말 시행예정인 한국통신의 시험서비스 결과를 감안, 사업자를 선정하기로 했다. 또한 주파수공용통신(TRS)의 경우에는 한국항만전화의 사업구역을 전국으로 확대하는 한편 디지털방식의 민간전국사업자를 추가 허가하고 각 지역별 사업자도 허가하며, 저궤도 위성통신(LEO)서비스는 지상통신망설비를 가진 기간사업자에 허가하기로 했다.

한편 일반사업자와 특정통신사업자의 현행사업자 분류방식을 통신설비 보유사업자는 기간통신사업자, 기간통신사업자로부터 설비를 임차한 사업자는 부가통신사업자로 분류했다. 이러한 사업자분류방식에 의한 기간통신사업자의 지분구조는 현재의 특정통신사업자 수준(전체지분의 3분의 1)으로 상향되나 전화사업은 현행 일반통신사업자의 지분한도(10%)를 유지토록 했다. 또 통신설비제조업체는 현행 일반통신사업자 지분한도 3%를 유지토록 하고, 외국인과 정부투자기간도 마찬가지로 기간통신사업자의 대주주가 될 수 없도록 하였다. 이밖에도 통신서비스요금의 경우 경쟁여건이 조성된 분야는 사업자들이 자율적으로 요금을 결정하는 등 규제를 대폭 완화할 방침이다.

7. 신규통신서비스 사업자 선정

가. 이동통신

선경은 한국이동통신의 지분을 인수하여 대주주가 되기로 한데 이어 체신부로부터 제2이동통신 사업자 신규허가신청요청을 받은 전경련은 경쟁사업자간 합의를 바탕으로 포철을 주도사업자로, 그리고 코오롱을 제2대주주로 하는 단일 컨소시엄을 구성하기로 했다. 그동안 국내통신시장은 한국통신을 비롯해 데이콤, 한국이동통신 등이 거의 사업부문별로 독점하다시피했으나 우루과이라운드 협상에따라 외국업체에 국내시장을 개방하지않으면 안되는 상황에 이르자 정부에서는 대외개방에 앞서 국내시장을 경쟁체제로 만들게 된 것이다. 특히 이동통신은 최근 수요가 폭발적으로 증가되어 공급이 수요를 따라가지 못하고 있고 또한 이를 계기로 국내 무선통신기술을 획기적으로 향상시킨다는 차원에서 제2이동통신사업자를 선정하게 되었다. 제1통신 선경에, 제2이동통신 포철이 가세하므로써 해마다 급증하고 있는 이동전화 가입자의 유치를 위해 통화품질 개선에 경쟁적으로 나서는 등 서비스의 질을 개선하는 데 박차를 가할 것으로 보이고 또한 이동전화를 둘러싼 선점경쟁은 필연적으로 요금경쟁으로 이어질 것으로 보인다.

나. 케이블TV사업자

'93년 8월 20개의 프로그램공급업자를 선정하고 '94년 1월에는 50개 방송국이 선정되어 본격적인 케이블 TV시대를 열었다. 종합유선방송국에서 가입자로 프로그램을 보내는 전송망 사업자는 한국통신, 데이콤, 한국전력 등이 선정된데 이어 프로그램공급 사업자가 종합유선방송국에 프로그램을 보내는 분배망은 한국통신, 데이콤, 한전이 경합중이다. 케이블TV는 관련 하드웨어만해도 2000년까지 1조원에 이르는 막대한 시장을 형성할 것으로 보여 우리나라에 케이블 TV 국산화를 통한 기술개발이 진전될 것으로 보인다. 미국 등 선진국에서 케이블TV업체의 활약이 두드러진 점에 비추어 우리나라에서도 MSO인정 등 몇가지 제도를 보완한다면 케이블TV는 뉴미디어 시대의 주역역할을 할 것으로 기대된다. '95년 1월 시험방송에 이어 3월에 본방송이 시작되는데 소프트의 충실여부가 사업성패 여부를 판가름 할 것으로 보인다.

다. 지역민방사업자

정부는 8월 10일 지역민방최종심사위원회를 열고 부산, 대구, 광주, 대전 등 4개지역의 민영TV방송국 사업자를 결정, 발표했다. 부산엔 통신기기 및 방송장비 제조업체인 한창이, 대구는 건설업체인 청구가, 9대 1로 가장 높은 경쟁률을 보인 광주는 대주건설이, 대전에서는 사료제조업체인 우성사료가 지배주주로 선정되었다. 이에 따라 우리나라는 본격적인 지역방송시대를 맞게 되었으며 아울러 방송장비 등 관련 하드웨어의 수요확대가 촉진될 것으로 보인다.