

마이크로소프트의 네트워크 등장과 한국의 PC통신시장 위협적인 가능성의 점진적 가시화, 관련업계 체질강화 기회

세계 PC OS시장의 주도권을 쥐고 있는 마이크로소프트사의 네트워크 전략이 '윈도 95' 발표를 기점으로 우리에게도 피부로 전해지고 있다. 지난해 MSN비지니스에 착수, 올들어 윈도 95발표로 이어지는 일련의 전략은 우리를 이미 그 영향권내에 들여놓고 있다. MSN네트워크 전략과 우리에게 미칠 영향, 그에 따른 업계의 움직임은 어떤가.

전영권 / 내외경제신문 정보과학부 기자

천리안(데이콤) 하이텔(한국PC통신) 나우누리(나우콤) 등 국내 3대 PC통신 업체가 미국마이크로소프트사의 온라인 통신망인 마이크로소프트네트워크(MSN)를 보는 시각은 그리 곱지 않다.

PC통신의 불모지였던 한국에 정보제공자(IP)를 육성하고 PC통신 필요성을 국민들한테 알려 "이제는 어느정도 시장이 형성"되니까 난데없이 MS가 달려들어 '익고 있는 밥'을 차지하려는 것으로 인식하고 있기 때문이다.

사실 현재 널리 쓰이고 있는 '윈도'의 보급속도를 고려해보면 천리안 하이텔 나우누리 등 국내 PC 통신서비스가 위기감을 느끼는 것도 이해할만 하다.

'윈도 95'가 발표되기전까지 세상 사람들 대부분은 이의 위력을 그리 크게 느끼지는 않았다.

현재 전세계에 보급된 PC중 1억대에 '윈도(95 이전의 버전)가 내장돼 있으며 전세계 PC운영체계의 80% 이상은 마이크로소프트사의 도스와 '윈도 3. 1'이 차지하고 있는 것으로 알려지고 있다. '윈도 3. 1' 이용자 8천만명 중 25% 정도가 '윈도 95'로 업그레이드할 것으로 업계는 추정하고 있으며 이 경우 MSN 이용자는 순식간에 2천만명 이상이 된다.

'윈도 95'는 더 나아가 올해안에 3천만개, 98년까지는 1억3천만개가 팔릴 것으로 마이크로소프트는 예

상하고 있다. '윈도 95' 판매량이 늘어날수록 전세계 PC통신시장에서 MSN이 차지하는 비율도 커질 수밖에 없어 현재 4천만명의 이용자를 가진 세계 최대의 통신망인 인터넷을 능가하는 것은 시간문제인 셈이다.

순식간 2천만 가입자

이쯤해서 마이크로소프트사의 빌게이츠 회장이 지난해 12월 방한해서 강연 중 "당신의 손끝에서 모든 정보를(All Information at Your Fingertips)"이라고 한 말이 생각난다. 이는 전세계 사람들이 클릭 한번 누를 때마다 마이크로소프트사는 이들로부터 돈을 거둬들이겠다는 빌게이츠 회장의 야심을 나타낸 것에 다름아니다. 빌게이츠 회장은 심심해서 이런 말을 한 것이 아니다. 그는 철저한 비즈니스맨인 것이다. 이러한 생각을 품고 있는 빌게이츠 회장에게는 한국도 '윈도 95'의 주된 소비처의 하나로 여겨질 것이다. 올해 11월 말 출시될 예정인 '윈도 95' 한글판은 1년안에 1백24만개 정도 판매될 것으로 업계는 예상하고 있다.

이에따른 국내 MSN 서비스 가입자는 머지않아 국내 3대 PC통신업체들의 가입자(현재 60만명)를 모두 합친 것보다 많아질 것으로 전망된다. 곧 국내 PC업체들이 몇년동안 힘들게 일궈온 온라인 서비스 시장을 단숨에 삼켜버리는 셈이다.

전세계 PC통신 시장에서 이같은 지각변동을 예측

했음인지 미국의 3대 온라인서비스업체들은 '윈도 95'가 판매되기 이전부터 강력히 반발했다. 아메리카 온라인의 스티브 케이스 회장은 "마이크로소프트가 '윈도 95'를 MSN과 연계하겠다는 것은 공정경쟁을 차단하는 불공평한 행위"라고 비난했다.

아메리카온라인 컴퓨터서비스 프rodu지 등 미국 3대 온라인 서비스업체의 가입자는 현재 1천만명이 안되는 것으로 집계되고 있는데 이들 3개사는 MS사가 '윈도 95'에 통신기능을 내장해 판매에 나선다면 자신들의 존립을 위태롭게 할 것임을 인식한 것 같다.

이에따라 이들 3개사는 마이크로소프트사가 윈도 95를 출시하기 전인 지난 7월 19일 공동 기자회견을 갖고 '윈도 95'에서 네트워크 기능을 빼 줄 것을 MS사에 강력 요구했다. 이들은 이어 마이크로소프트사를 독점금지법 위반 혐의로 제소할 것을 검토하기로 했으며 미국 의회를 상대로 이를 위해 적극 로비에 나서기도 했다. 미국 법무부도 PC운영체계에 통신접속 전용프로그램(에뮬레이터)을 끼워 파는 것은 온라인 정보서비스 시장에서 마이크로소프트에 일방적으로 유리한 불공정행위가 될 것으로 보고 독점금지법 위반여부 조사에 나서겠다고 발표했다.

그러나 이 문제가 결판나려면 최소 3-4년이 걸리기 때문에 시판에는 아무런 문제가 없다고 판단한듯 마이크로소프트사는 예정대로 8월 24일 한국 일본 등 극동아시아 지역을 제외한 전세계에서 통신 기능을 내장한 '윈도95' 판매에 돌입했다.

온라인 서비스시장 위협

이처럼 논란을 일으키며 시판된 '윈도 95'의 특징은 여러가지가 있지만 그중 msn이라는 통신프로그램이 내장돼 있어 기본적인 통신은 물론 인터넷까지 자유로이 접속할 수 있는 점이 가장 큰 매력으로 꼽히고 있다.

이에 잠시 MSN의 접속 과정을 살펴보기로 하자. 먼저 '윈도 95'를 컴퓨터에 설치한 뒤 'msn'이라고 써있는 아이콘(그림)을 누르면 사용자명과 비밀번호를 넣는 창이 나타난다.

이를 입력한 뒤 '연결' 버튼을 마우스로 누르면 컴퓨터는 자동으로 해당 지역의 컴퓨터통신 접속번호로 전화를 걸어 접속을 시도한다. 접속되면 바로 '오늘

의 공지사항' 창이 나타나고 곧 이어 '전자우편' '자주 이용하는 서비스 모음 메뉴' '정보분류' 등이 그림 목록 형태로 나타난다.

이 가운데 정보 분류 목록을 누르면 뉴스 경제 스포츠 생활 컴퓨터 오락 등 10여개 분야를 표시하는 작은 그림들이 들어있는 창 화면이 다시 나타난다. 이 중 하나를 마우스로 누르면 세부사항을 담은 창이 또 나타난다. 이렇게 이용자가 선택한 창들은 그 위로 계속 겹쳐나와 한꺼번에 여러가지 정보를 고른뒤에 손쉽게 옮겨가며 볼 수 있다.

문서를 선택할 경우에도 이를 자동적으로 내려받은 뒤 화면에 보여주며 공개자료실의 소프트웨어를 선택하면 자동으로 설치까지 끝내 곧바로 실행시킬 수 있게 해 준다. 또 '윈도 95'의 '쇼트컷' 기능을 이용하면 자주 접속하는 정보 서비스를 윈도 화면에 불러내 곧바로 접속할 수 있다.

바로 이러한 편리한 기능은 문서파일을 펼치고 내용을 보는 것같이 사용자는 컴퓨터에서 실제 서류를 꺼내보는 것처럼 여길 정도다. 다만 사용자가 선택한 항목이 화면에 나타나는데 걸리는 시간이 보통 30초-1분 정도나 걸리는 것이 흠이라면 흠일수 있다.

또한 국내 IP들이 제공하는 정보서비스는 내년 6월쯤에야 MSN을 통해 가능할 것으로 보여진다. 그 때까지는 영어로 된 전세계 공통서비스만 이용해야 한다.

그러나 약간의 단점에도 불구하고 '윈도 95'와 함께 시판된 MSN은 큰 인기를 끌 것이 분명하다. 우선 PC통신시장을 점령하기 위한 목적인지는 몰라도 온라인 서비스 가격을 타사보다 낮춰 소비자들을 유인하고 있기 때문이다. 이 회사는 MSN 기본사용료로 3시간 이내로 사용할 경우 월 4.95달러(3천8백50원 정도)로 하며 이후 추가요금을 시간당 2.5달러로 책정했다. 월 최고 20시간 사용자에게 대해서는 19.95달러의 요금을 받는다는 계획이다.

이는 3백50만명의 가입자를 확보하고 있는 '아메리카 온라인' 등 미국내 3대 온라인 서비스업체들에 비해서는 낮은 가격이다. 현재 이들 3개 온라인 서비스업체들은 월 5시간 이내 사용자에게 대해 9.95달러의 기본요금을 받고 있다.

초기 가입자수를 50만명으로 한정하고 있는 마이

크로소프트사는 또한 다양한 정보제공자(IP)를 확보하기 위해 노력하고 있는 것으로 전해지고 있다. 8월 말 현재 IP수는 신용카드 서비스를 맡고 있는 비자, 정치뉴스를 제공하는 C스펜, 홈쇼핑, PC업체 등 50여개에 불과하지만 2천여개 업체가 앞으로 MSN에 참여하기를 희망하고 있다.

마이크로소프트사의 전략중 특이한 것은 온라인서비스 구축을 위해 직접적으로 자금을 투자하지는 않는다는 점이다. 설령 투자할지라도 '윈도 95'와 같은 현물로 제공함으로써 현금출자를 대체한다는 생각이다. 기본적으로 정보제공업체들의 돈으로 시스템을 구축하고 운영하겠다는 발상이다.

그런데도 국내 일부 언론사들과 5대 PC메이커들은 마이크로소프트사와 손잡기를 열망하고 있는 것으로 보인다. MS사의 한국내 현지법인인 (주)마이크로소프트사의 유승삼 사장은 최근 국내 언론사들과 PC제조업체들이 합작 의사를 타진해 온것을 공식 인정했다.

합작은 '뜨거운 감자'

유사장은 이와관련, "일부 언론사와 PC제조업체 관계자들을 만난 것은 사실"이지만 "정보제공자(IP)의 하나로 인정하고 그들을 만났기에 구체적인 어떤 내용이 오갔는지는 밝힐 수 없다"고 말했다. MSN에 참여하기길 원하는 회사는 조선 동아 중앙 등 언론 3개사와 삼성전자 삼보컴퓨터 LG전자 현대전자 대우통신 등 국내 5대 PC제조업체들인 것으로 전해지고 있다.

한 신문사는 이와관련, MSN코리아(가칭)라는 한국법인에 MS사가 51%, 국내업체가 49%를 투자하되 5대 PC업체들은 일정비율로 참여키로 했다고 보도했다. 또 MS사는 51%에 해당하는 지분에 대해 '윈도 95'를 PC업체에 무료 또는 저가에 제공함으로써 현금출자를 대체할 것이란 말도 떠돌았다. 이후 국내 합작법인에 대해 마이크로소프트 본사는 부인하고 있지만 물밑에서 협상이 진행되고 있을지 모른다는 추측은 여전히 무성한 상태다.

이처럼 MS사가 외국업체임에도 불구하고 언론사들이 강한 애착을 보이고 있는 것은 인터넷을 능가할 것으로 여겨지는 MSN과 손잡음으로써 고급 정보를

이용, 타경쟁사를 물리치겠다는 경쟁의식의 발로로 보인다.

이같은 내용이 언론에 의해 알려지자 국내 PC통신업체들은 이에대해 큰 우려를 나타내고 있다. MS사가 국내 언론사들과 제휴할 경우 언론사는 MSN을 자연 홍보할 것이기에 국내 PC업체들의 입지는 상당히 어려워질 것으로 보이기 때문이다.

이러한 우려가 사회 일각에서 나오자 관련부처인 정보통신부도 지난 8월말 MSN이 국내의 PC사용자들을 하나로 연결해 거대한 컴퓨터 통신망을 구성, 통신시장을 불공정하게 잠식할지 모른다고 판단하고 이에 대한 대책마련에 착수하기도 했다.

또 3대 PC통신사업자를 포함한 한국정보통신진흥협회 회원사들은 이틀뒤인 9월1일 논현동 소재 협회내 회의실에서 'MSN 사업추진에 따른 대책회의'를 갖고 9월중으로 'PC통신사업자 협의회' 구성을 논의하기도 했다.

이는 데이콤 한국PC통신 나우콤 등 PC통신사업자들이 개별적으로 MSN에 대한 대응책을 모색하는 차원에서 벗어나 업계 공동의 대응이라는 점에서 큰 관심을 끌었다.

정보통신진흥협회가 추진하는 'PC통신사업자 협의회'는 기존 3대 PC통신 사업자 뿐만 아니라 삼성현대 등 4-5개 대기업의 통신서비스 관련 계열사들도 참가할 것으로 관측되고 있다.

더 나아가 데이콤 한국PC통신 나우콤 등 PC통신업체들도 MSN에 공동 대응하기 위해 실무진들의 모임을 갖기로 했다. 그러나 국내 PC통신회사들은 MSN이 장차 PC통신업계의 '호랑이'로 자라날지 모른다는데는 공감하면서도 아직 이렇다할 대책을 마련하지는 못하고 있는 것으로 보인다.

나우콤의 강창훈 사장은 이와관련, "MSN의 실상이 언론에 의해 과대 포장된 것은 사실이지만 PC통신업계의 공동 대응은 절대 필요하다"고 말했다. 그는 또한 "국내 3대 PC업체들간에 경쟁의식 때문에 제대로 이뤄지지 않고 있는 점이 가장 큰 문제"라며 협조체제의 필요성을 강조하기도 했다.

이같은 움직임에 이어 눈길을 끄는 것은 정부측의 MSN에 대한 공식반응이 나왔다는 점이다. 대책회의가 있는지 5일이 지난 9월6일 정보통신부가 공공기관

에 대해 '윈도 95' 사용을 유보해달라고 요청했다.

“과대포장됐다” 비판도

정통부는 '윈도 95'의 사용자 등록 프로그램인 '위저드(등록마법사)'로 인해 정보유출 가능성 등이 제기됨에 따라 각계 전문가들로 '윈도 95 연구반'을 구성키로 결정했다며 연구결과가 나온 후 공식사용 여부를 결정해 줄 것을 관련기관에 정식 요청한 것이다.

이에따라 '윈도 95 연구반'의 연구결과가 나오기 전까지는 행정전산망 금융전산망 등 국가기간 전산망과 정부 및 공공기관은 '윈도 95'의 사용을 유보할 것이 확실시된다.

사실 '윈도 95' 시판부터 이같은 정보유출 문제에 대해 많은 논란이 일어 나기는 했다. 미국 국방부와 일부 전문가들도 '윈도 95'에 내장된 '위저드'가 기능상 개인정보와 국가기밀 유출 위험성을 안고 있다는 점을 시인했다.

유출될 수 있는 과정을 자세히 살펴보면 사용자가 '윈도 95'를 설치할 때 화면에는 고객의 이름, 회사명, 주소, 전화번호와 함께 프로세서의 종류, 메모리 등 컴퓨터 시스템에 대한 정보와 CD롬 드라이브, 사운드카드 주변기기, 현재 사용중인 응용프로그램 등을 묻는 '위저드'가 나타난다.

여기에 답하고 전송에 응하면 관련 정보는 곧바로 MSN을 통해 미국 본사로 보내진다. 이는 곧 마이크로소프트사가 전세계 이용자들의 신상 및 이용소프트웨어, 시스템사양 등을 파악, 마케팅 전략에 이용할 수 있다는 것을 의미한다. 게다가 개인파일에 접속해 내용을 꺼낼 경우 심각한 정보독점이 우려되며 만일 해커가 전산망에 침입, 정보를 빼갈 경우 국가기밀은 물론 기간전산망의 마비도 나타날 수 있는 것이다.

이에대해 마이크로소프트사는 “위저드는 고객카드와 다름바 없으며 등록여부도 전적으로 이용자의 선택에 달려 있다”고 해명하고 있지만 정보유출 문제는 여전히 MSN의 보급을 막고 있는 장애물이다.

우리나라의 경우 이외에도 국제통신요금과 언어문제가 걸림돌이 되고 있기는 하다. 그럼에도 불구하고 '윈도 95' 한글판이 보급됨으로써 MSN 가입자가 늘는 것은 시간문제라고 업계는 보고 있다. 더구나 내년 상반기 이후에는 국내 정보제공자(IP)들이 MSND

한글로 정보를 공급할 것으로 보여 그 경우 '한글 윈도 95' 구입자들이 불편을 감수해가면서까지 다른 온라인 서비스에 접속하려 들지 않을 것으로 판단된다.

체질강화 절호의 기회

이와는 반대로 삼성과 현대가 조만간 PC 통신시장에 신규 참여할 것이 확실한 상태다. 삼성 현대는 계열사인 삼성데이터시스템과 현대정보기술을 통해 그동안 개발해온 PC통신서비스를 그룹내 직원들에게 먼저 한후 빠르면 11월부터 일반인을 상대로 상용서비스에 들어갈 계획이다. 삼성데이터시스템은 이를 위해 그룹내 15만여 직원들에게 '유니텔' 서비스를 이미 시작했다.

삼성은 1만4천4백bps급 고속통신서비스를 기본으로 제공하고 정보이용료도 기존 업체에 비해 과격적인 수준으로 낮춰 처음부터 바람을 일으킨다는 전략이다. 현대정보기술도 11월부터 그룹 전직원을 대상으로 PC통신서비스를 제공하며 일반 가입자를 받는 시기는 내년초로 잡고 있다.

현대는 연말까지 그룹전산망 '하이벤'과 현대전자의 인터넷서비스 '아이넷'을 통합하고 멀티미디어 통신서비스와 홈쇼핑 홈뱅킹등에 중점을 둘 계획이다.

이처럼 안으로는 대기업의 온라인서비스 시장 참여로, 밖으로는 MSN이라는 외국사업자 등장으로 인해 다급해진 기존 3대 PC통신 서비스업체들은 가입자들의 이탈을 막기 위해 여러가지 전략을 짠 것으로 알려지고 있다.

이들은 멀티미디어통신을 강화하고 고속통신회선을 크게 늘리며 서비스를 특화하는 동시에 대학전산망과의 연동을 통해 가입자 확보를 추진하고 있다.

이러한 움직임은 한편으로 국내 PC통신 시장확대와 서비스 향상을 가져올 수도 있겠으나, MSN 출현은 결국 국내 PC통신업체들 긴장속으로 몰아넣으며, 국내서비스의 시작과 함께 시장을 빠르게 점유해 나갈 것이다.

윈도 95의 판매 추이에 따라서 그 속도와 MSN의 득세는 비례할 것인 만큼 어떤식으로든 국내 PC통신 업계는 체질강화를 서두르지 않을 수 없게 되었으며 “위기를 기회로” 반전시키는 지혜가 필요한 때이기도 하다. ●