

하나로텔레콤 대표

박병무



화, 조직문화 변혁이 그것이다. 아울러 호프데이, 지사순회 등을 통해 임직원들과 수시로 만나 5대 경영목표 달성의 중요성과 함께 '할 수 있다'는 적극적인 긍정적인 마인드를 가질 수 있도록 동기부여를 하는데 힘 쓰고 있다.

또한 조직 내에서는 개인이나 팀 차원의 업무 성과에 대해 합리적 보상을 실시하는 성과주의 문화 정착 분위기가 확산되어 가고 있다. 이렇게 변화하는 조직문화의 모습과 직원들의 진작된 사기는 새로운 시장 개척을 하는 이 시점에 절대적으로 중요하다.

성과주의 문화의 일환으로 영업 관련 부서에 세일즈 인센티브 제도를 올해 초에 도입했다. 올해 총 12억 원의 예산을 책정해 매월 우수 실적 영업사원들 각각에게 보상을 실시하고 있다. 개인적으로 우수한 성과를 내는 직원이 있다면 사장보다 더 많은 연봉을 받을 수도 있다고 생각한다.

KAT: CEO로서 하나로로의 새로운 비전은 무엇인가?

박 대표: 하나로텔레콤의 가장 중요한 자산은 전국적인 네트워크, 회사 설립 때부터 생사를 같이 해온 영업 및 개통장

“NW 기반 ‘세일즈&마케팅회사’로 거듭나겠다”

KAT: 박 대표가 하나로 대표이사를 맡은 후 회사는 어떻게 변하고 있나?

박병무 대표: 올해 1월 대표이사 내정자로 선임되면서 하나로텔레콤의 강점을 살리기 위해 5대 경영목표를 제시했다. 가입자 기반 유지 및 강화, 비용 절감, 두루넷과의 성공적인 통합, 고객 만족 극대

애를 담당하는 유통망, 그리고 360만명의 초고속인터넷 고객과 155만명의 전화 고객 가입자 기반이다. 이 자산을 바탕으로 하나로텔레콤을 단순한 통신회사가 아닌 네트워크 기반의 세일즈 & 마케팅 컴퍼니이자 종합 미디어 회사로 변화, 발전시켜 나갈 것이다.

KAT: 네트워크 기반의 세일즈 & 마케팅 컴퍼니란 구체적으로 무엇인가?

박 대표: 고객이 필요로 하는 서비스, 상품을 적기에 공급할 수 있는 회사이다. 현재 하나로는 초고속, 전화 매출 비중이 큰데 이를 차츰 줄일 것이다. 이를 위해서는 네트워크만 공급하는 회사에 머물면 안 된다. 세일즈 & 마케팅 기업으로 거듭나야 한다.

최근 하나로텔레콤이 영우디지털과 사업 협력한 케이스를 예로 들 수 있다. 영우디지털은 HW·SW 등 전통적인 IT제품을 파는 회사인데 여기에 하나로텔레콤의 노하우를 묶어 IT 컨설턴트 역할을 하게 된다. 최근 선보인 홈다터도 마찬가지이다. 가정 내 TV·PC 등의 IT제품을 PB처럼 설계해 주는 것이다. 오는 7월경부터 상용 서비스 예정인 TV포털도 좋은 예이다.

KAT: 세일즈 & 마케팅 회사로의 변신에 관한 성공 가능성은?

박 대표: 하나로텔레콤의 가입자 520만명은 세대 기준이기 때문에 실질적인 서비스 이용 고객 수는 세대당 2.5명만 잡아도 1300만명에 달한다. 게다가 전국 단위의 세일즈 채널을 구축하고 있기 때문에 고객니즈만 충족시킬 수 있는 상품만 확보하면 충분히 팔 수 있고 새로운 매출을 창출할 수 있다고 본다. 물론 세일즈 & 마케팅 회사로의 성공적인 변신은 로또처럼 어느 날 갑자기 이뤄지기 보다는 세일즈 & 마케팅 기업으로의 다양한 변신시도에 따른 성과가 차곡차곡 누적되면서 달성될 것이다.

KAT: 세일즈 & 마케팅 회사의 변신을 위한 구체적인 실행계획이 있다면?

박 대표: 올해를 미디어 기업으로 변신하는 원년으로 생각하고 있다. 3대 핵심자산을 기반으로 고객의 니즈를 충족시킬 수 있는 차별화된 양질의 콘텐츠를

고객들에게 제공해 부가 매출을 달성하고 기존 고객의 만족도 제고를 통해 가입자 유지, 유치에 힘쓸 것이다.

구체적으로 설명하면, 오는 7월부터 콘텐츠 공급 채널을 거의 무한대로 확장할 수 있는 'TV포털 서비스'를 상용한다. 케이블TV나 공중파 방송의 경우 고객이 보고 싶은 영화를 보기 위해서는 방송시간을 맞춰야 하지만 TV포털 서비스는 고객이 원하는 시

하나로텔레콤의 가장 중요한 자산은 전국적인 네트워크, 회사 설립 때부터 생사를 같이 해온 영업 및 개통장애를 담당하는 유통망, 그리고 360만명의 초고속인터넷 고객과 155만명의 전화 고객 가입자 기반이다.

간에 언제든지 볼 수 있는 장점이 있다. 특히 하나로텔레콤의 TV포털은 채널 수가 제한된 기존 매체와 달리 수십 만개까지 채널을 확장할 수 있어 충분한 경쟁력을 가졌다고 생각한다.

KAT: TV포털 사업에 대해 구체적으로 얘기해 달라.

박 대표: TV포털이란 초고속인터넷망을 기반으로 전용 셋톱박스를 이용, TV를 통해 VOD는 물론 생활정보·게임·거래형 서비스 등 각종부가서비스를 이용할 수 있는 서비스이다.

고객니즈 및 콘텐츠 수급 환경이 우호적으로 변화하고 관련 기술발달 등으로 기존 방송 대비 차별화된 서비스로, 올 7월경 서비스 개시로 시장을 선점할 경우 사업 성공 가능성이 매우 높다.

이를 위해 올해 2월 TV포털 서비스를 하기 위해서 설립된 회사인 셀런TV(현 하나로미디어)를 인수한 바 있다. 하나로미디어는 TV포털 플랫폼 및 IP 셋톱박스 분야에서 월등한 기술력을 갖춘 업체로 하나로텔레콤의 통·방송합 서비스에 전략적으로 반드시 필요하다고 판단해 인수했다. 앞으로 TV 포털 사업을 펼치는 데 있어 방송사업자, 콘텐츠 업체 등과 함께 협력해 윈윈할 수 있는 사업모델을 창출

할 것이다.

KAT: 콘텐츠 조달 방안 및 콘텐츠 차별화 전략은 무엇인가?

박 대표: TV포털 사업에 있어 콘텐츠는 상당히 중요한 역할을 할 것이다. 따라서 현재 고객이 원하는 콘텐츠를 적기에 공급할 수 있도록 모든 가능성을 열어두고 다양한 방법의 콘텐츠 확보방안을 검토 중에 있다.

콘텐츠 분야에서 경쟁력 있는 사업자들과 전략적 제휴를 통해 사업을 추진해 나갈 계획이다. 장르별로 경쟁력 있는 사업자를 MCP로 선정하여 제휴관계를 갖는 형태나 전략적 지분참여 방식도 고려할 수 있다. 아울러 우수한 콘텐츠 업체를 인수하는 방안에 대해서도 가능성을 열어두고 검토하고 있다.

KAT: 현재 초고속인터넷 시장의 경쟁이 치열하다. 하나의 영업 전략은 무엇인가?

박 대표: 하나로텔레콤은 세계 최초로 ADSL 상용화에 성공한 기업이며 현재 제공 중인 광랜 서비스도 2001년부터 제공해왔을 정도로 경쟁사와 차별화 되는 안정적 기술력을 축적하고 있다. 이러한 저력을 바탕으로 우리는 품질 경쟁, 서비스 경쟁, 고객 만족 경쟁을 강화해나갈 것이다. 특히 100Mbps급 광랜, VDSL 등 가입자망 고도화에 대한 적극적 투자를 통해 가입자가 느끼는 속도나 안정성 등 품질의 단계를 한 단계 업그레이드 하고 있다.

또한 올해 초부터 상품 경쟁력 강화를 위해 고객의 혜택에 초점을 맞춘 번들상품을 공격적으로 출시하고 있다. 초고속인터넷 '하나포스' 고객은 타 사업자의 고객이 누릴 수 없는 경제적인 가격에 여러 서비스를 이용할 수 있는 혜택을 누리고 있다.

KAT: 하나의 올해 주요 사업계획은 무엇인가?

박 대표: 올해 최우선 과제는 영업력 극대화다. 회사는 영업과 유통망을 대폭 강화하고 전폭적으로 지원할 예정이다. 아울러 비용절감을 통해 비용

구조 개선과 수익성을 높일 것이며, 두루넷과의 성공적인 통합을 통한 경쟁력 제고에 힘쓸 것이다. 또한 하나로텔레콤 513만 가입고객에게 최상의 서비스를 제공하고 조직문화 혁신을 통한 업무 효율 최대화와 성과주의 기업 문화를 창조해 나갈 것이다.

KAT: 최근 주총에서 감자를 결의했다. 그 배경은?

박 대표: 이번 감자를 통해 회계상으로 1조원이 넘는 누적 결손금을 일시에 해소하게 됐다. 누적결손액 전액을 보전하여 재무구조를 개선하고 향후 배당 및 자사주 인수 등을 통해 주주 우선 경영을 적극적으로 펼칠 수 있는 기반마련을 하기 위함이다. 아울러 유통물량 감소를 통해 추가상승 토대를 구축하기 위한 것이다. 앞으로 지속적으로 감가상각비가 줄어들면 조만간 순이익을 내는 회사로 개선될 가능성이 크며 주주에 대한 배당도 기대할 수 있게 된다.

KAT: 현재 외국계 사모펀드(PEF)가 대주주인데, 매각 계획은.

박 대표: 현재 하나로텔레콤의 대주주인 뉴브리지는 단기적인 수익 창출이 목적이 아니라 장기적이고 전략적인 투자에 집중하는 투자자이다. 따라서 현재의 미션은 회사를 턴어라운드시키도록 경영에 최선을 다하는 것이다. 현재 매각 계획은 없다. 뉴브리지와 AIG의 갈등성 역시 전혀 사실무근이다.

KAT: 최근 외국자본의 찬반론에 대해 어떻게 생각하나.

박 대표: 외국자본의 역할론에 대해 상당한 논란이 있는 것은 사실이지만 긍정적인 요소가 많다는 점도 분명한 것이고, PEF·산업자본 등에 따라 자본의 역할과 투자 철학에 차이가 있다는 점을 강조하고 싶다. 외국자본에 대한 편견보다는 정확한 이해를 바탕으로 열린 시각을 갖는 것이 필요하다. **K**