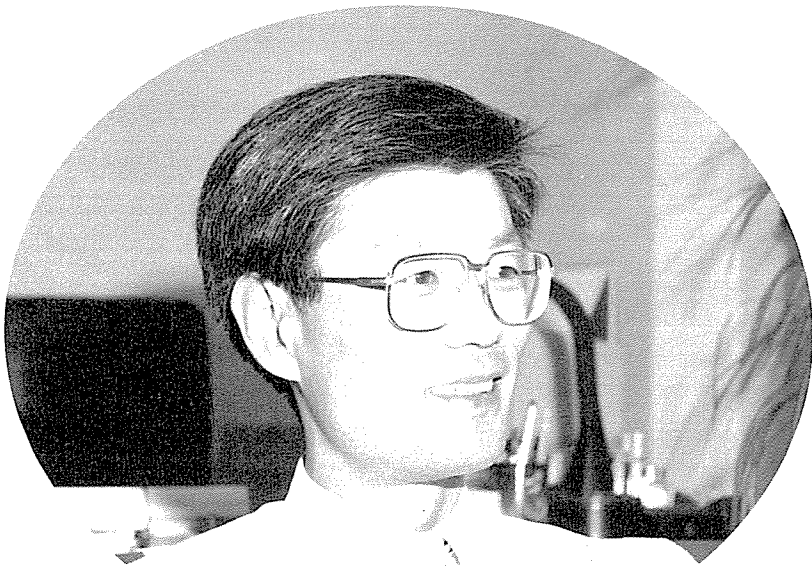




무선호출기 초소형화로 立志 굳힌 스텐더드 텔레콤

뼈빠가입 1천만명시대.
국내 무선호출기 초소형화에 앞장서서 입지를 굳힌
「스텐더드 텔레콤」은 자체 기술력으로 '컴팩' '튜티' 등을 개발,
국내 수신을 1위를 지켜나가고 있다. 닉소(NIXXO)로 브랜드를 바꾼
스텐더드 텔레콤은 문자뼈빠 '닉소알파'와 라디오뼈빠 '닉소탑'을 내놓아
직장인과 학생들에게 큰 인기를 끌고 있다.



▲ 무선호출기제조 전문기업으로서 국내시장뿐 아니라 해외시장도 적극적으로 개척할 계획이라는 스텐더드 텔레콤의 임영식사장.

무선호출기 가입자 천만명을 목전에 둔 국내 뼈빠시장이 지칠 줄을 모르고 성장세가 지속되고 있다. 불과 몇년만에 성숙기의 정점에 다다르고 있는 것이다.
당초 부진할 것이라고 예상되었던 작년 한해도 무선호출기 제조업체의 끊임

없었던 기술개발에 힘입어 보급대수가 엄청나게 늘어나는 것을 비롯 일부 젊은이들 사이에선 이 호출기가 없으면 약속을 제대로 할 수 없고 대화에도 끼지 못할 정도로 깊숙이 이들 문화 형성에 영향을 미치고 있다.
이런 무선호출기 제조업체중 단연 두

각을 나타내고 있는 회사가 바로 스텐더드 텔레콤(사장 : 임영식)이다.

1991년 스텐더드 텔레콤을 설립하여 초기제품 '컴팩(compac)'을 내놓으면서 국내 무선호출기의 초소형화에 앞장서 입지를 굳힌 이 회사는 최초의 패션개념 뼈빠인 '튜티'를 잇따라 출시하면서 그들만의 아성을 굳건히 세운 것이다.

국내 수신율 1위 지켜

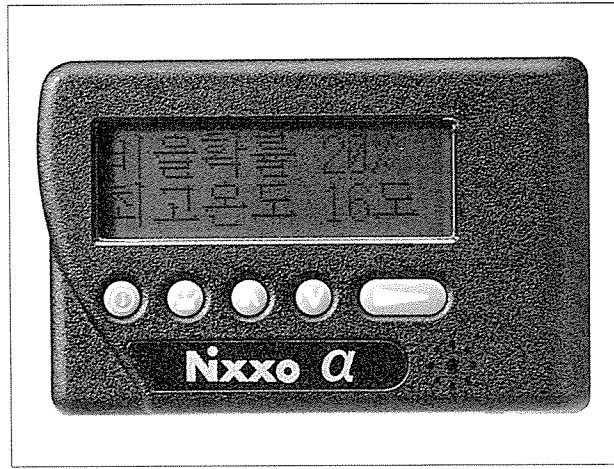
순수 자체 기술력만으로 모토로라와 삼성과 같은 초대형그룹 제품을 당당히 물리치며 수신율 1위 자리를 지켜나가는 스텐더드 텔레콤.

초기제품이었던 '컴팩'의 이미지가 너무 강해 회사명 자체를 컴팩으로 알고 있는 분들이 대다수일 것이라고 말하는 임사장은 이제 이 브랜드의 고정관념에서 과감히 탈피하여 첨단통신기술의 선두주자라는 의미를 지닌 '닉소(NIXXO)'로 브랜드를 변경하면서 계속해서 닉소 신드롬을 다시 한번 일으켜 보겠다는 각오다.

그 스타트가 문자뼈빠를 대표할만한

제품인 '닉소알파'다.

국내 최초, 최소형 다기능 문자 페이지라 할 수 있는 닉소알파는 세계 최대 메모리용량으로 한글 1만3천4백40자, 영문 2만6천8백80자를 저장한다고 한다. 이는 원고지 70매에 달하는 양으로 현재 이용량을 따를 제품은 없을 것이라는게 임사장의 주장이다.



▲ 우리나라 최초 한글베베 '닉소 알파'

'닉소알파'로 새바람 시도

또한, 닉소알파는 폰트 사이즈 조절 기능을 추가하여 세계 최초로 한글 2가지, 영문 3가지로 글자크기 조절이 가능한 국내 spec에 맞는 최초의 한글문자 페이지라고. 서체도 명조체, 중고딕체중 선택할 수 있고, LCD 화면 밝기를 16단계로 조절하여 환경에 따라 마음놓고 메시지를 확인할 수 있다고 한다.

KS C5601표준안을 모두 만족하는 문자표시방식을 갖춘 닉소알파는 한글은 물론 영문, 한자, 일본어, 러시아어, 특수문자 등 모든 표현이 가능하며, 사업자가 실시하는 주식정보, 교통정보, 뉴스속보, 환율, 프로야구, 영어 한마디 등의 생활정보를 모두 수신할 수 있는 방대한 메모리용량을 갖춰 타사의 문자 호출기와는 차원이 다른 능력을 보여주겠다고 임사장은 힘주어 말한다.

국내 무선호출기 시장점유율 12%로 국내 시장에서 무선호출기제조 전문기업으로 어느 정도 이미지를 구축했다고는 보지만 앞으로는 해외시장 진출도 적극 개척할 계획이라는 임사장.

이미 인도의 대표적인 통신/유통회사인 USHA GROUP과 지난 7월 합작

법인회사 설립 계약식을 가졌고 현재는 무선호출기 현지 생산시설 설립을 진행중이라 한다.

그러나 정보통신기기 전문업체로 나가겠다는 스탠더드 텔레콤은 무선호출기 개발에만 그치지 않고 보다 편리한 통신생활을 앞당기기 위하여 미국 산타클라라연구소에 지사를 설립하여 지금은 새로운 프로젝트를 적극 추진하고 있다.

창업이래 자체 기술력 향상에 총력을 기울여온 스탠더드 텔레콤은 이러한 기술개발 결과 국내에서는 최초로 페이지의 핵심 부품인 Decoder IC와 MPU를 자체 설계하여 기술자립도를 높이는 한편 상공부지원 PDA개발 지정 업체로 선정받기도 하였다.

이외에도 스탠더드 텔레콤은 보급형 광역베베인 AIRFLY를 출시했다. 소비자들에게 가장 익숙한 형태인 TOP-VIEW방식을 취하고 있으면서도 유선형의 감각적 디자인을 취하고 있고 사용자가 수신지역을 이동함에 따라 수신기가 자동으로 수신지역의 주파수대를 선택하게 하는 자동채널선택기능과 사용자가 수동으로 지역채널

을 선택할 수 있는 수동채널선택기능을 AIRFLY는 겸비하고 있다.

또한 일반 무선호출기에 라디오기능까지 갖춘 라디오베베 닉소팝을 선보였다. 닉소팝은 박스 스타일로 누구나 부담없이 휴대할 수 있는 제품이어서 라디오 청취를 선호하는 직장인이나 학생들 사이에서 큰 호감을 얻을 것으로 기대하고 있는 제품중의 하나다.

이 제품은 리시버를 켜면 라디오가 자동으로 작동되며 깨끗한 FM수신을 자랑한다. 주파수 선택은 스캐닝을 통한 자동방송선택이 가능하고 음량은 High/Low 등 2가지로 선택할 수 있어 소음이 있는 지역에서도 청취하는데 큰 불편이 없는 우수한 성능을 보일 것으로 평가받고 있다.

올해 매출 6백30억 목표

93년 10월 5백만불 수출탑을 수상한 바 있는 스탠더드 텔레콤은 95년 매출액 3백90억원, 96년에는 6백30억이라는 목표를 무난히 달성할 수 있을 것이라고 자신한다.

무엇보다 스탠더드 텔레콤이 지칠줄 모르고 고속성장을 할 수 있었던 데에는 처음 회사를 설립할 당시 성공에 대한 확신을 가지고 남다른 자신감으로 일에 착수했을 뿐만아니라 기업자체가 젊은이들만으로 구성돼 유연성과 추진력이 크게 뒷받침됐지만 통신분야에 많은 관심을 가지고 있는 분들의 도움 또한 큰 힘이 되었다는 것을 잊지 않고 있다고 임사장은 강조한다.

하정실(본지 객원기자)