

# 최고의 정보로 미래를 창출한다

“우리는 국가적 Think Tank를 목표로 하고 있습니다.” 창립당시부터 최고의 정보만을 고집하고 있는 와이즈디베이스의 이념이다. 전세계의 주요 정치·경제·사회적 이슈를 데이터베이스화하여 제공하는 와이즈디베이스를 찾아가 그들만의 사업 철학을 들어 봤다. <글/박민식 기자>



## 와이즈디베이스

(대표 김태한)는 93년 고부가가치의 콘텐츠 기획 및 개발을 중심으로 美위

신콘신대에서 경제학을 전공한 김태한 박사 외 4명이 의기투합해서 설립한 기업이다. 창립 당시부터 해외 각국의 동향을 수집·가공하여 국내 기업에 서비스하는 것을 주 업무로 하고 있다.

김 사장은 창업 당시 상황에 대해 “우리의 아이템은 사회적 분위기와 일치했었다. 정부에서는 세계화라는 표어를 내세워 세계각국의 경제, 문화에 관심이 많았고, 기업은 본격적인 해외진출과 더불어 정확한 정보가 필요했었다.”고 하면서 “그러나 이런 분위기에 비해 무형의 고가 정보에 대한 개념이 미약해 사업을 운영하는데는 어려웠다.”고 설명했다.

아울러 “창업 당시에는 일반적으로 수요자가 원하는 정보를 검색할 수 있는 사회적 인프라가 조성되지 않았으며, 우리도 데이터베이스 구축에 익숙치 않아 대부분 수집된 정보를 지면(紙面) 형태로 제공하였다.”라고 설명했다.

이런 가운데 와이즈디베이스가 지금의 사업 형태로 자리잡을 수 있는 계기가 있었는데 북미지역의 NAFTA 정보 및 우

루과이라운드 협상과 관련된 정보를 DB로 구축하는 프로젝트였다. 실제로 NAFTA와 관련된 외국의 데이터베이스는 와이즈디베이스 DB개발의 모델이 되었다.

한편 김 사장은 “창업 당시 처음으로 발행한 ‘5% Society’는 연간 구독료가 30만원에 불과했기 때문에 24명의 인원을 유지한다는 것은 매우 힘들었다”고 하면서 “따라서 와이즈디베이스가 선택한 것은 대기업의 투자를 유치하는 것이었다.”고 밝혔다. 실제로 95년 한국경제신문사가 처음 출자를 한 것을 시작으로 한국산업은행, 데이콤, 삼일회계법인 등이 주주로 참여하고 있다.

이런 투자에 힘입어 96년 와이즈디베이스는 국내에서는 거의 처음으로 인터넷 전문회사인 와이즈넷을 미국에 설립하였다. 새롭게 시도된 와이즈넷은 인터넷 기술 습득과 향후 외 국진출을 고려한 와이즈디베이스의 포석이었다.

### 다양한 콘텐츠 제공

구체적인 와이즈디베이스의 주요 사업은 전략 연구소 운영을 비롯해 WISE-on-NET 서비스 제공, 한경 5% Society 발간, 주문형 조사 서비스 제공, 교육 및 세미나 실시, Korea

Economic Weekly 발간 등이다.

전략 연구소에서는 국내외 전문가 네트워크를 이용한 경제 현황에 대한 폭넓은 정보수집 및 가공을 통해 국내상황과 해외동향을 종합적으로 분석하고 있으며, 그 결과물로 WISE 주간동향, 일일 외신동향 보고, 국제금융정책 보고, 특별 보고서 등을 발간하고 있다.

WISE-on-Net 서비스는 세계 50여개 유력 신문/잡지에서 한국정부 및 기업에 필요한 주요 정보를 선별, 한글로 정리 분석해 인터넷을 통해 실시간으로 제공하는 해외전문 뉴스이다. 현재 4만 여건의 자료를 축적, 매일 100여건의 신규자료를 제공하고 있으며 헤드라인, 세계의 시각, 지역동향, 산업동향, 금융, 세계속의 한국, 와이즈 기획 등으로 구성되어 있다.

한경 5% Society는 기업의 최고경영자를 대상으로 하는 지면형태 보고서로 Exective Summary(daily), WISE Report(Weekly), Field Issues(Weekly), 국내경제동향(Weekly) 등으로 구성되어 있다.

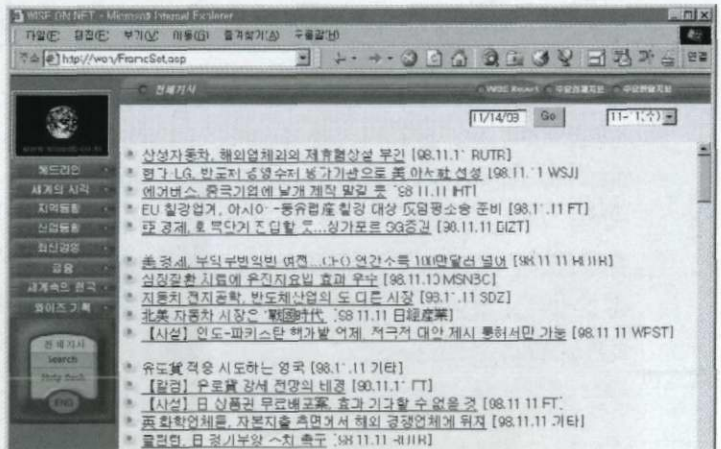
주문형 조사 서비스는 특정 분야나 이슈를 신속하게 파악해 제공하는 맞춤형 정보서비스로 특정 법령, 기업, 상품, 지역, 인물 등 단발성 정보수집 업무로부터 벤치마킹, 경쟁정보, 시장동향 모니터링과 같은 심층적, 지속적 조사까지 제공한다.

한편 김 사장은 "와이즈디베이스의 중요한 계획 중 하나는 국내 정보로 해외 시장을 개척하는 것이다. 현재 심층적인 국내 상황에 대한 영문 정보가 부족한 상태이다."라고 지적했다.

이런 차원에서 정부정책, 경제지표, 산업분석, 기업소식 등 한국경제의 흐름을 심층적으로 보도하는 영문 경제 신문(Weekly)을 제공하고 있으며 특히 이것을 데이터베이스화해서 인터넷으로 서비스하고 있다. 주요 대상으로 삼고 있는 계층은 외국 투자가 및 언론인들이다.

현재 와이즈디베이스의 고객은 청와대를 비롯해 재정경제부, 외교통상부, 정보통신부, 새정치국민회의, 전국경제인연합회 등이 있으며, 금융기관으로는 대우증권을 비롯해 현대증권, 대한투자신탁 등 30여 기관이 있다.

제조업체로는 삼성그룹을 비롯해 대우그룹, SK그룹 등 국



(그림) 와이즈온넷 화면

내 대기업의 대부분이 서비스를 받고 있다. 이와 관련해 김 사장은 "우리 정보는 고부가치 정보를 중심으로 하기 때문에 그 이용계층도 정부 정책 부서, 각종 연구소, 금융기관 등이 다."라고 설명했다.

## 정보가 아닌 지식으로

현재 와이즈디베이스는 컨설팅 사업을 강화하고 있다. 단순히 시장 정보를 제공하는 수준을 넘어 지금까지의 노하우와 일반연구소에서 제공하지 못하는 일을 추진 중에 있다.

김 사장은 "기본적으로 DB산업은 많은 시간과 더불어 축적된 콘텐츠가 필요하다. 남들이 모두 할 수 있는 아이টে므로는 잠시 성공할 수 있겠지만 곧 유사한 서비스가 생겨날 것"이라면서 "우리는 단순히 정보가 정보로 끝나는 것이 아니라 기업의 핵심적 의사결정에 영향을 줄 수 있는 지식으로 특화시킬 것"이라 밝혔다.

이런 노력에 따라 와이즈디베이스는 데이터베이스 업계에서는 드물게 멀티미디어콘텐츠 분야 '유망중소정보통신기업'으로 선정되는 등 기술력을 인정받고 있다. 