



보이는 같이

인터넷이 우리 일상생활에 친숙한 존재로 자리잡으면서 기업들의 관심이 인터넷 관련 사업에 모아지고 있다. 시외/국제전화로 잘 알려진 데이콤도 최근 사업구조를 인터넷 중심으로 재편하는 등 종합정보통신 기업으로 변신하기 위한 발빠른 움직임을 보이고 있다. 이미 천리안을 통해 온라인 사업에 상당한 노하우를 축적한 데이콤이 인터넷 사업에서는 어떤 열매를 맺을 수 있을지 직접 방문해 살펴보았다.

'가자, 인터넷으로'

시외/국제전화 사업자로 유명한 데이콤이 인터넷 기업으로 빠르게 변신 중이다. 최근 데이콤은 기존의 유선전화 중심에서 벗어나 인터넷 기반의 종합정보 통신회사로 변신하기 위해 모든 사업 구조를 인터넷 중심으로 재편하는 등 발빠른 움직임을 보이고 있다.

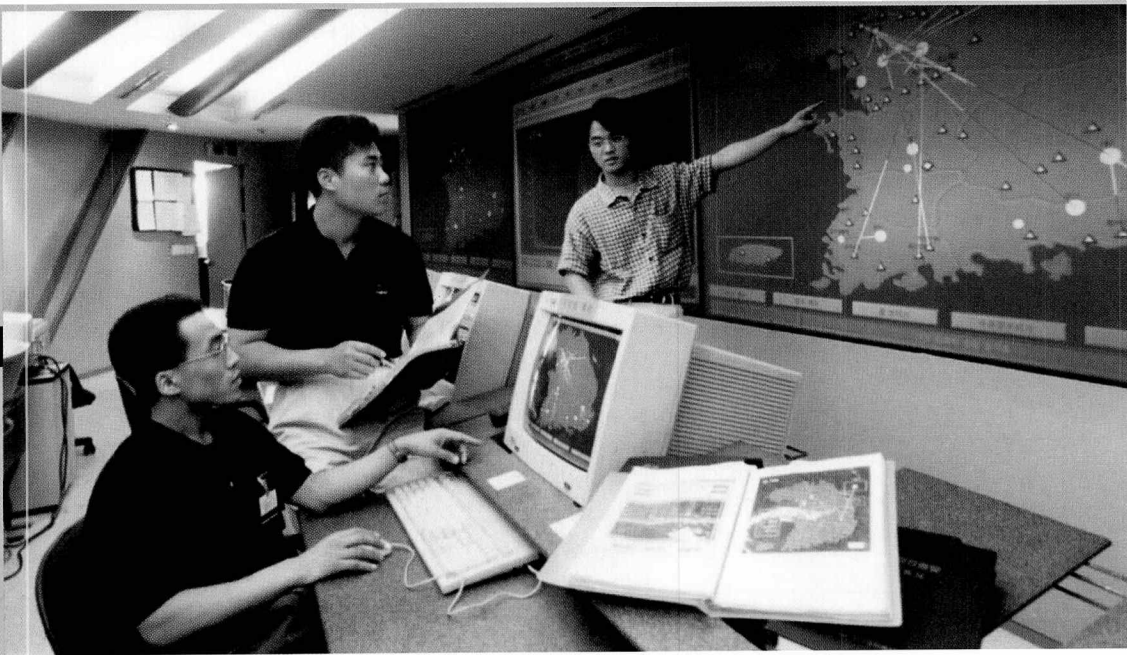
국내 PC통신사 중 가장 많은 175만명의 회원수를 자랑하는 천리안을 운영하면서 얻은 온라인 서비스에 대한 노하우를 바탕으로 인터넷 전문기업으로 도약한다는 것이 데이콤의 야심찬 계획이다.

지난해에 데이터커뮤니케이션지에 의해 아

태지역 최고의 ISP 선정과 올해에는 '99뉴미디어 인터넷 그랑프리'의 종합대상 수상으로 자신감마저 얻어 데이콤의 발걸음은 앞으로 더욱 가속도가 붙을 전망이다.

데이콤은 우선 국내 최대의 가입자와 콘텐츠를 보유하고 있는 천리안을 2001년에 가입자 350만명에 4,300억의 매출을 달성한다는 목표 아래 금년 말까지 인터넷 기반 서비스 체제로 전환할 방침이다. 그리고 2000년까지 포털(Portal) 서비스를 완성하는 한편, 01421망을 전국적으로 확대해 1,000만 가입자를 수용할 수 있도록 시스템 용량을 대폭 확장, 최고 서비스로서의 입지를 보다 강화할 방침이다.

또한 천리안이 가지고 있는 인지도를 바탕으로



앞으로 인터넷을 데이콤 사업의 핵으로 만든다는 계획도 세워놓았다. 이를 위해 서울과 전국의 주요 대도시간을 연결하는 2.5Gbps급의 초고속 인터넷 전용망을 구축, 인터넷 이용환경을 획기적으로 개선해 나갈 방침이라고 데이콤은 밝혔다.

국제전화 002 데이콤

데이콤은 원래 국내 정보통신사업의 선도자라는 임무를 띠고 82년 3월 정부의 데이터 통신사업 육성 정책에 의해 탄생됐다. 데이콤 경영이념의 첫 번째가 '정보사회 선도'로 돼 있는 것에서도 이러한 사실을 잘 알 수 있다.

그러나 한동안 데이콤은 시외/국제전화 사업자라는 이미지가 더 강했다. 일반인들에게도 데이콤은 국제전화 002로 더 잘 알려져 있는 게 사실이다. 실제로 데이콤은 얼마전까지 각종 매체를 통해 시외/국제전화 광고를 대대적으로 내보냈다. 인기 연예인을 등장시킨 광고는 일반인들의 머리 속에 데이콤이 전화사업자라는 이미지를 심기에 충분했다.

이것은 데이콤의 작년 총 매출 6800여억원 중에서 시외/국제전화 부문이 60%에 해당하는 4,090억원을 차지한 것을 보더라도 잘 알 수 있다.

종합정보통신 회사로 눈을 돌리다

데이콤이 종합정보통신 회사로 성장하기 위한 초석을 다지게 된 것은 '91년 12월 '국제전화 시장에 진출하면서부터.' 국제전화시장 진출은 국내 전화시장의 100년 독점시대를 마감하고 통신시장에 경쟁의 물꼬를 텃다는 점에서 획기적인 사건으로 평가된다.

데이콤은 신규사업자 및 별정통신사업자의 등장으로 치열한 경쟁환경 속에서 문자형 브랜드인 '터치터치 002'를 업계 최초로 도입한 것을 비롯해 획기적 요금상품인 파워DC, DC클럽을 비롯한 할인프로그램 및 고객의 이용패턴에 맞는 다양한 요금상품을 적기에 제공하는 선도적 마케팅 전략으로 25% 수준의 M/S를 확보하고 있다.

국제전화에 이어 '96년에는 시외전화 시장에 새롭게 참여, 다이렉트데이콤, 데이콤카드, 한가족 통화 등 다양한 부가서비스를 선보이며 시외전화 시장에서 요금과 서비스 경쟁을 주도하며 대고객 서비스품질을 한차원 더 높이는 기회를 만들었다.

데이콤 시외전화는 서비스 초기에 이용자들이 082를 추가로 눌러야 하는 불편 때문에 시장점

유율 확보에 어려움을 겪기도 했으나, '97년 11월부터 이용자가 자기가 원하는 시외전화를 미리 선택해 사용할 수 있는 시외전화 사전선택제를 시행, 이용자의 불편을 해소하는 한편 변경등록에 따른 제도적인 문제점을 해결하기 위해 금년 7월부터는 제3의 독립기관인 사전선택 변경등록센터가 운영됨으로써 시장점유율 확대를 위한 계기를 마련하게 됐다.

이후 데이콤은 IMF 한파가 한풀 꺾이자 인터넷에 본격적인 관심을 기울이기 시작했다. 국제통화기금 체제 기간 동안 다른 기업들과 마찬가지로 데이콤도 구조조정에 힘을 쏟아야 했다.

그러나 새 정부가 들어선 뒤 나라 경제가 위기 상황에서 차츰 벗어나면서 데이콤은 인터넷 시장이 가진 무한한 가능성에 눈을 돌리기 시작했다. 그리고 곧바로 종합정보통신회사로 발돋움하기 위해 '데이콤 비전 2005'를 마련하고 시외/국제전화 등 기존 유선전화 중심에서 인터넷 중심으로 사업구조를 재편한다는 계획을 세웠다.

데이콤은 이 같은 비전 실현을 위해 ▲인터넷 기반의 통신회사로 사업 혁신, ▲유·무선/음성 데이터·멀티미디어 통합서비스 체제 구축, ▲글로벌 사업자로 성장을 3대 축으로 삼아 현재 매출의 60%를 차지하고 있는 유선전화 중심의 사업구조에서 오는 2001년에 천리안, 인터넷/EC 부문에서 9600억원의 매출을 달성하고 2005년에는 전체 매출 5조 3000억원의 85% 수준인 4조 5000억원의 매출을 달성해 명실상

부한 '인터넷 기반의 종합정보통신회사'로 도약한다는 야심찬 계획을 세우고, 조직 정비와 인력 재편 등 총력체제를 구축하고 있다.

미래성장산업 집중 육성 '미래 기업으로 변신'

데이콤은 기존 사업 외에 전환기적 변혁의 시대에 맞는 미래성장 산업으로 위성방송사업과 글로벌스타사업, IMT-2000사업을 집중 육성,

21세기를 대비한 최적의 사업 포트폴리오를 구축, 글로벌사업자로 성장해 나갈 계획이다. 우선, 데이콤은 국경 없는 전파전쟁에서 다채널 디지털 위성방송 시대를 열어가기 위해 '97년 필요현을 설립, 위성방송의 기초 준비를 끝내고 통합방송법이 통과

되는대로 서비스가 가능하도록 만반의 준비를 갖추고 있다.

이외에도 언제 어디서나 누구와도 통화가 가능한 범세계휴대통신서비스(GMPCS)인 글로벌스타의 한국내 사업자로서 늦어도 2000년까지는 저렴한 고품질의 위성휴대통신 서비스를 제공할 계획이다.

뿐만 아니라 차세대 휴대통신서비스로 각광받게 될 IMT-2000도 착실히 준비하고 있으며, 금년 6월에는 B-WLL 사업권을 획득, 초고속 무선인터넷 서비스 제공을 위한 Infra를 확보하게 됐다.



'정보통신 개척자'에서 '정보통신 선두주자'로

데이콤의 성장은 국내 정보통신산업의 발전과 궤를 같이하고 있다고 해도 과언이 아니다. '82년 정보통신이란 용어조차도 낯설었던 시기에 정보사회 선도관 시대적 사명으로 국내 최초의 정보통신 전문회사로 첫발을 내디딘 데이콤은 지난 17년 동안 국내 정보통신의 개척자로서 통신발전사의 중심에서 서왔다.

설립 당시 59억원의 자본금과, 108명의 직원으로 출발했던 데이콤은 '99년 현재 매출규모 7,000억원, 종업원 2,040명의 대기업으로 성장했으며, 자회사만도 SI전문 회사인 데이콤시스템테크놀러지(DST), 위성방송을 전담할 데이콤새틀라이트멀티미디어시스템즈(DSM), 해외사업 전담회사인 데이콤인터내셔널(DI) 등을 두고 있으며, 제2 시대전화 사업자인 하나

로통신의 1대주주로 참여하고 있다. 데이콤은 현재 인터넷 기반의 종합정보통신사업자로의 변신을 위한 사업혁신과 함께 가치중심의 경영체제를 확립해 나가기 위해 사내 지식경영시스템인 WINK를 적극 활용해 나가는 한편, 프로세스 혁신을 위한 TELCOS 구축을 금년 중으로 완료해 글로벌스탠다드에 걸맞는 경영체제를 확립해 회사의 미래가치를 극대화한다는 계획이다. 아울러 오는 2000년 초에는 미국의 NASDAQ 시장에 상장해 세계 시장에서 데이콤의 가치를 평가받겠다는 계획도 세워놓고 있다.

향후 인터넷 전문 기업으로의 변신에 성공할 경우 데이콤은 명실상부한 종합정보통신회사로 발돋움하게 될 전망이다. 지금 데이콤은 정보통신 개척자에서 정보통신 선두주자로의 변신을 통해 통신사에 한 획을 긋겠다는 포부로 가득차 있다. 데이콤의 변신이 기대되는 이유도 여기에 있다. ◆

