

나는 지금 인터넷으로 간다

과거에도 치과 의사들의 탈치과 의사 선언이 종종 있어왔지만
인터넷이라는 새로운 정보매체의 등장으로 치과 의사들이 보다 많이 인터넷 분야로 눈을 돌리고 있다.

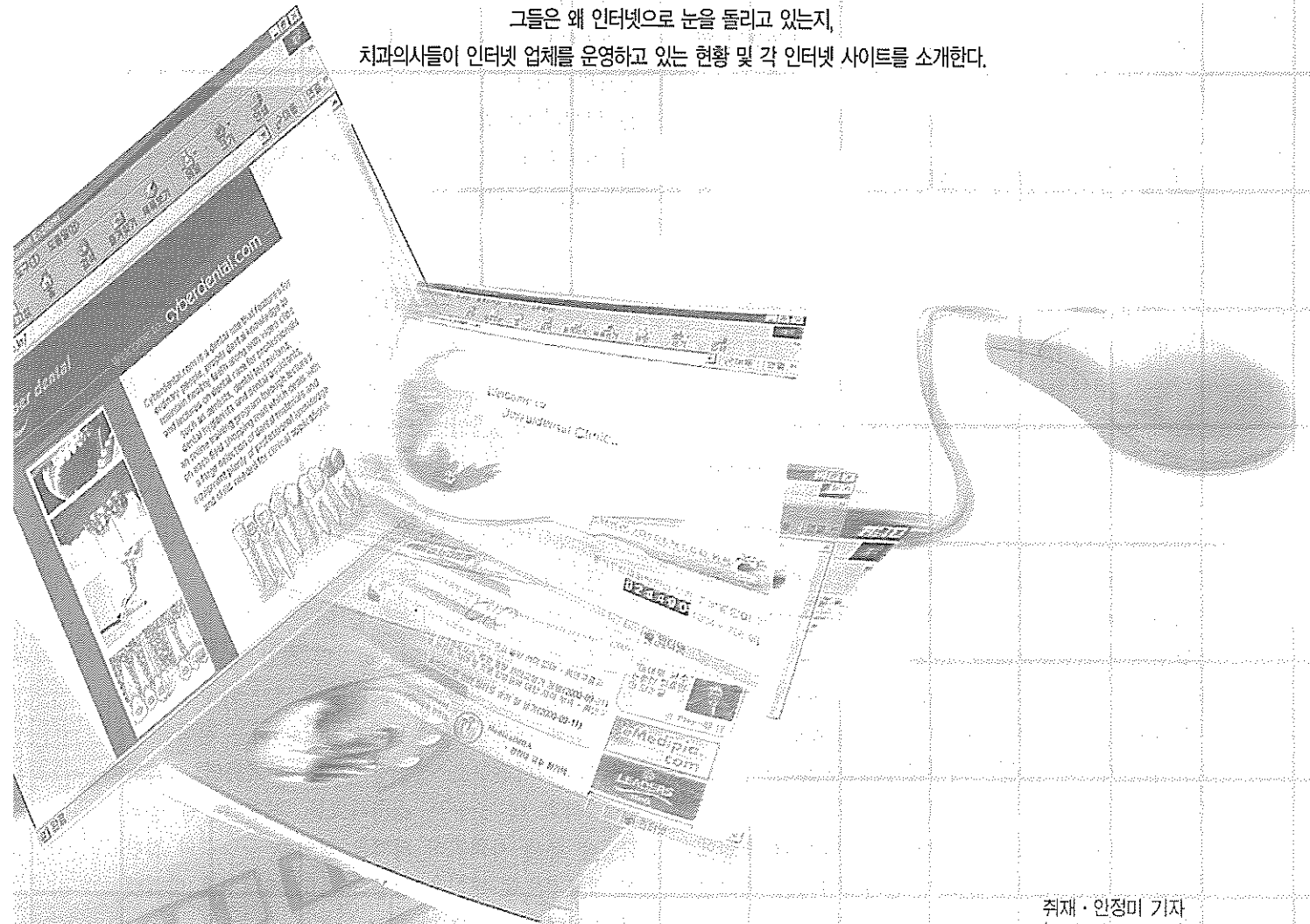
이들은 왜 인터넷이라고 하는 매체에 관심을 갖고 달려드는 것일까?

치과 의사와 닷컴 대표이사라는 두가지

명함을 가지고 있는 그들, 혹은 치과 의사를 용감히(?) 버리고 닷컴 대표이사라는 직함에 매달리는 그들을 만나보았다.

그들은 왜 인터넷으로 눈을 돌리고 있는지,

치과 의사들이 인터넷 업체를 운영하고 있는 현황 및 각 인터넷 사이트를 소개한다.



취재·인정미 기자
(jmahn@kda.or.kr)

‘치약신보 기자는 원편 사무실로 오시오’

치과는 문이 잠겨진 채였고 치과 원편의 사무실에 불이 환하다.

시간은 오후 6시. 둔촌동에 위치한 S치과를 방문할 예정. 사무실에서는 한참 무엇인가 업무중이다. 이리저리 왔다갔다하는 사람들. 컴퓨터를 유심히 보는 사람들.

요즘 치과의사를 만나기 위해서 꼭 치과를 방문해야 하는 것은 아니다. 왜냐하면 치과 외의 다른 직업을 소유하고 있는 치과의사가 늘고 있기 때문이다. 그 중에서도 단연 인터넷 관련 사업을 추진하고 있는 치과의사들이 늘고 있는 추세다. 불이 환하게 밝혀져 있지만 환자와 상담하는 것도 아니고 진료하는 것도 아니다.

도대체 무엇이 아들을 인터넷 사이트로 불러들이고 있는 것일까?

10여개 인터넷업체 대표이사로

치과계에도 인터넷 바람이 거세게 몰아치고 있어, 진료 외에 인터넷 관련 사업을 추진하고 있는 치과의사가 점점 늘고 있는 것으로 나타났다.

현재 치과의사로서 인터넷 업체에 발을 딛고 있는 사람은 드림덴트(www.dentizen.co.kr)의 윤기수(조선치대 90졸), 사이버덴탈(www.cyberdental.com)의 김수철(경희치대 82졸), 덴타라인(www.dental.co.kr)의 정창주(원광치대 90졸), 덴탈채널(www.ch-dental.co.kr)의 심수영(원광치대 99졸), 덴티넷(www.dentinet.net)의 최규옥(서울치대 91졸), 티엔디21(www.tnd21.com)의 광종채(경희치대 89졸), 덴탈엠비에이(www.dentalmba.com)의 김선(전남치대 89졸), 나눔코리아(www.medtv21.net)의 이재범(연세치대 92졸), 제이에스비(www.joydent.co.kr)의 김용서(연세치대 89졸), 케어피아(www.carepia.com)의 양진용(서울치대 91졸) 원장 등이다.

이들은 대부분 80년대 후반, 또는 90년대 초반에 치대를 졸업한 젊은군들로서 인터넷이라는 새로운 정보전달 수단이 앞으로 생활 속으로 깊숙히 파고들 것이라며 변화를 주도하며 인터넷 사업에 뛰어들었다.

들었다.

이들 외에도 전면적 사업구축은 아니지만 많은 치과의사들이 건강과 관련한 인터넷 사이트에서 치과관련 상담 및 자문역할을 맡고 있는 것으로 나타났다.

인터넷 사업을 추진하고 있는 치과의사들을 분석해보면 △자체 치과의원을 홍보하던 홈페이지를 포털사이트화해 사업을 구축한 경우 △10여년간 모아온 개인적인 임상자료를 유료사이트화한 경우 △외부로부터 막대한 투자자금을 끌어모아 치과의사를 그만두고 사업가로 변신한 경우 등 다양한 모습으로 나타나고 있다.

과거에도 치과의사 외에 다른 직업을 가지고 있는 치과의사가 몇몇 있었으나 현재의 인터넷 열풍에 따른 탈치과의사업 현상이 어느때보다 두드러지고 있어 치과의사 직업군의 다양화에까지 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다.

왜 인터넷으로 가는가?

인터넷 사업을 하고 있는 치과의사 중에서는 현직 치과의사도 있으며 치과의사를 버리고 사업에만 몰두하고 있는 부류가 있다. 중요한 것은 진료 외에 인터넷이라고 하는 분야에 대한 관심이 증대하고 있다는 것이다.

치과의사들이 진료 외에 인터넷이라고 하는 새로운 정보전달 수단에 관심을 갖게 되는 이유는 여러 가지 면에서 접근이 가능하다.

우선 치과 내부에서 접근하자면 개원 및 환자 진료만으로 한정된 치과의사의 활동 범위가 인터넷의 등장과 함께 새로운 분야로 확산되고 있다는 점이다.

악어미디어연구소 심수영 대표는 “그동안 축적된 각종 학회 및 소규모 스터디그룹, 경영컨설팅 등의 활동을 통해 사회참여 의지를 확인한 상당수의 집단이 적극적으로 관심을 집중하며 그 에너지를 인터넷과 관련해 높여가고 있다”고 말했다.

또한 인터넷이 확산되는 현시점의 사회적 현상에

서 접근해보자면 한국을 비롯한 세계는 빠른 변화를 겪고 있으며 이러한 변화는 인터넷을 통한 정보의 전쟁으로 표현이 되곤 한다. 이러한 시점에서 치과계도 예외가 아니어서 인터넷으로 인한 정보의 교류가 시간과 공간을 넘어서는 현실에서 치과계의 전문정보를 쉽게 얻고 교류할 수 있는 사실 하나만으로도 큰 변화를 예상할 수 있다.

즉 인터넷의 보급으로 기존의 매체와는 다른 정보의 전달경로가 확보되고 있어 교육이라는 개념 자체가 변화하는 상황이고 재료의 유통 구조도 더불어서 변화를 하고 있다.

양방향성을 갖춘 세분화된 매체의 전달체계인 인터넷이 사회에 정착하게 될 것이므로 기존의 각종 사회활동들이 인터넷에 뿌리내리는 시도를 적극적으로 펼치는 과정에 있다.

이러한 분위기에서 치과계도 의료일반의 분위기에 편승하며 독자적 전문성을 내세우고 독립적으로 참여하고 있는 것이다.

악어미디어연구소 심수영 대표는 “인터넷 확산과 함께 치과계의 중심에 서 있는 치과의사들의 참여 필요성이 요구되고 있고, 일부는 이러한 흐름을 주도하는데 치과의사 자신이 직접 나서고 있다”고 말했다.

드림덴트 윤기수 대표이사는 치과계의 인터넷 열풍에 대해 부정적인 측면보다는 긍정적인 부분이 많다고 한다. 우선 치과계의 새로운 변화가 밖에서부터 불어 떠밀려서 하는 것보다는 내부에서부터 준비를 해가는 것이 훨씬 주체적이며 직접 의사들이 제공하는 전문정보에 대한 신뢰성에서도 차이가 난다고 지적한다.

또한 세계적인 치과계속에 한국의 치과계가 어떠한 자리와 역할을 할 것인가라는 거시적 차원의 비전에서도 긍정적이라 말할 수 있다.

치과의사만으로 만족할 수 없다

치과의사를 인터넷 시장의 수요자로서 볼 때 우선



치과계에도 인터넷 열풍은 예외가 아니다. 치과의사들이 인터넷사업에 눈을 돌려 10여개의 사이트가 생겨났다. 그 중 하나인 나눔코리아에서는 지난 7월 인터넷 방송을 오픈했다.

회원수만으로도 열악하다.

심수영 악어미디어의연구소 대표는 “치과의사는 인터넷을 보고 있는 시간이 다른 사이트에 비해 치과 관련 사이트에 대한 시간할애율이 낮으며 대부분의 치과의사들의 인터넷 이용률이 다른 직업군에 비해 상대적으로 낮은 것이 사실”이라고 말한다.

그러나 현재 치과대학생이나 공보의의 인터넷 활용도는 점차 증가하고 있어 치과의사의 참여도도 점차 증가할 것으로 보인다.

이처럼 치과의사의 낮은 수요로 인해 여러 사이트들은 외부로 눈을 돌리고 있다. 사이버덴탈의 경우에는 외국어로 사이트 제공 준비를 하고 있어 외국시장 공략에 몰두하고 있으며 이외 덴타라인 등도 외국시장으로 눈을 돌리고 있다.

악어미디어연구소에서 운영하는 덴탈채널의 회원 구성만으로 보면 2천여명의 회원중 9백여명이 치과의사 또는 치과대학생이다. 치과의사 사용자의 연령대는 20대와 30대가 주류를 이루고 있다고 분석했다. 치과대학생이나 젊은 치과의사일수록 사용빈도가 높은 것으로 나타났다. 참고로 1100여명의 기타 회원의 절반은 치과관련 종사자인 것으로 나타났다.

치과의사의 치과관련 전문사이트에 대한 시간 할애율이 낮은 상황은 당연한 것으로, 아직 실제생활과 적

극적으로 연계된 치과관련 서비스가 부족한 상황이다. 책이나 세미나를 대체할 만한 역량의 교육사이트도 부족하고, 치과기구나 재료 구입의 온라인 환경이 초보 단계인데다 일반 포털이나 오락 사이트를 능가할 치과계 전용 서비스를 마련하지 못하고 있

다.

또 환자의 치과의료 접근방법에서 아직까지는 인터넷의 활용도가 낮다고 판단되고 있어 치과의원 홈페이지 구축을 절실하게 느끼지 못하고 있는 형편이다. 그러나 이러한 문제들은 인터넷이 폭넓게

인터뷰

치과의 모든 것이 이곳으로 통한다

기쁨과 감동 서비스 동시에 제공하겠다



정창주/덴타라인(www.dental.co.kr) 대표이사
시흥 부부치과 원장

“인터넷을 안하고 살 수는 있지만, 인터넷을 하게 되면 삶이 보다 윤택해질 수 있습니다.”

작년 12월 인터넷 포털사이트인 덴타라인을 설립하고 지난 6월 벤처기업인증을 획득한 덴타라인의 정창주 원장.

덴타라인은 덴탈(dental)과 라인(line)의 합성어로 치과의 모든 것이 이곳으로 통한다는 상징적 의미를 담고 있다.

정원장이 덴타라인을 법인화한 것은 작년 12월이지만 www.dental.co.kr이라는 도메인을 획득한 것은 7년전인 93년.

93년 당시로 거슬러가보면 정원장은 시흥에 개원하면서 터치스크린을 구비하고 컴퓨터 전용선을 사용할 만큼 컴퓨터에 대한 관심이 컸다.

전용선을 사용한 것은 경기도에서 첫 번째로 꼽힐 정도

였고 도메인을 획득한 것은 한국에서 100번째 안에 들 정도라고.

정원장은 원광치대를 90년에 졸업, 93년에는 치과병원관리 프로그램을 개발하고 94년에는 환자교육용 멀티미디어 프로그램을 개발했으며 95년에는 국내에서 처음으로 사이버 덴탈 클리닉을 설립하기도 했다.

경기도 치과의사신용협동조합, 대한치주과학회, 충청북도치과의사회, 대한악안면성형재건외과학회의 홈페이지를 구축한 바 있으며 사이트에서는 치과계 임상전문잡지인 치과임상의 내용도 게재되고 있다.

덴타라인에서 제공하고 있는 서비스는 △치과전문 정보 제공 △사이버 덴탈 캠퍼스 △치과용 멀티미디어 프로그램 개발 및 판매 △치과전문 전자상거래 △의료종사자 구인·구직 정보서비스 △병의원 거래 및 베틀시장 정보서비스 △이메일 무료보급 서비스 등이다.

정원장은 경기도 시흥의 병원과 서울의 덴타라인 사무실을 왔다갔다해야 하지만 ‘늘’, ‘항상’, ‘수시로’ 자신이 한 일에 대해 잘했다고 느낄 정도로 인터넷 사업에 대해 만족하고 있다.

무엇보다도 본인이 프로그램을 다룰 수 있다는 장점을 가지고 있는 정원장은 모업체에서 도메인에 대해 3억원을 제시했지만 과감하게 뿌리쳤을 정도로 일에 대한 열정이 넘친다.

“국제 인증 사이버 덴탈 캠퍼스와 국제적 임상연구소를 설립하여 국내 치과계의 세계화 사업에 기여하겠다”는 것이 정원장의 포부다.

사회 전반에 파급되면서 자연스럽게 해결될 것으로 보인다.

조이텐트의 김용서 대표이사는 “아직까지 사업대상으로서의 치과 의사군은 매력적인 집단은 아니지만 공보의나 현재 재학생인 치과대학생들의 잠재적 수요층을 생각한다면 급속한 확산이 이루어질 것”으로 전망했다. 무엇보다도 잠재적 치과 의사층을 충분히 흡수할 수 있는 다양한 콘텐츠나 시스템 개발이 뒷바침돼야 할 것이다.

●

**의료인의 윤리와 상업성과의 조화가
선행된다면 치과 의사가 주체가 된 치과 관련
서비스는 여러면에서 치과계에 간접자본으로서의
역할을 수행하며 가장 바람직한
전문 서비스의 모델을 제시할 수 있을 것**

●

구강보건홍보, 치과 의료 정보 제공

치과 의사의 인터넷 참여 확대는 그동안 소홀히 여겨지고 있던 대국민 구강보건홍보에 큰 역할을 수행할 것이고, 소규모로 분산돼 있던 각종 치과 의료 정보와 자원의 활용 등에서 발전이 있을 수 있을 것이다.

악어미디어 연구소 심수영 대표는 “의료인의 윤리와 상업성과의 조화가 선행된다면 치과 의사가 주체가 된 치과 관련 서비스는 여러면에서 치과계에 간접자본으로서의 역할을 수행하며 가장 바람직한 전문 서비스의 모델을 제시할 수 있을 것”이라고 밝혔다.

인터넷 사업의 주체로서 치과 의사가 수면위로 떠오르게 됨으로써 치과 분야에 대한 다각적인 홍보효과가 기대되며 더 나아가 치과계 전자상거래의 지속적인 개발로 새로운 시장형성이 이루어질 것으로 보인다.

그러나 부정적인 측면으로서 과도한 투자자금 유치, 코스닥 시장의 침체, 인터넷 시장 수요자인 치과 의사의 인터넷에 대한 무관심, 치과계만의 특수한 기자재시장 형태 등이 대두되고 있다.

오프라인에서 온라인으로

덴탈 mba, 조이텐트, 매디소프트 등은 이미 구축된 네트워크를 기반으로 오프라인이 온라인상으로 연결된 대표적인 예다.

조이텐트의 김용서 원장은 “직원서비스 교육이나 임상강좌 등을 진행해오면서 오프라인상에서의 교육의 한계를 느꼈고 또한 온라인상에서의 장점을 살렸다”고 말했다.

이들은 우선 계속된 매니지먼트로 방대한 양의 자료를 구비하고 있다는 것이 장점이다. 또한 오프라인에서 구축된 네트워크화로 인터넷 상에서의 치과 의사 소비자군을 보다 쉽게 형성할 수 있다는 것이다.

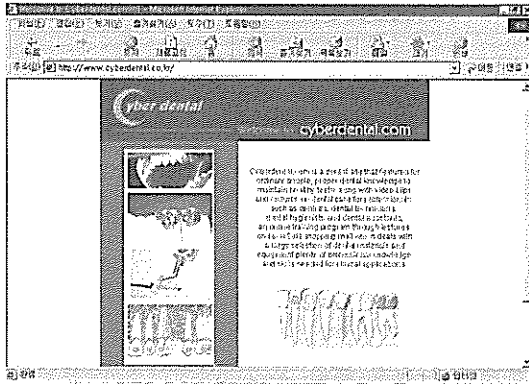
이들은 인터넷에 한정된 서비스로 치과 관련 인터넷 사이트 구축 서비스, 치과 관련 홈페이지 검색 및 디렉토리 서비스, 치과 전문 커뮤니티 서비스(동호회, 학회, 동문 모임 등), 치과 전문 온라인 잡지 및 방송, 치의학 교육서비스, 환자를 위한 정보서비스 등을 제공하고 있다.

기존사업과 연결된 인터넷 서비스로는 치과 관련 기구, 재료, 도서 등의 쇼핑몰, 치과병, 의원 컨설팅 및 금융 등 경영관련 서비스 등을 제공하고 있다.

아직 초기단계에 있는 이들 인터넷 기업들의 대부분의 공통점은 비밀이 많다는 것이다. 술은 같이 마셔도 절대 사업전략에 대한 이야기는 하지 않는다고. 여기 저기 인터넷 관련 사이트들이 많이 생겨나고 있지만 다양한 콘텐츠 개발, 온라인과 오프라인의 연결, 지속적인 업그레이드 등이 먼저 선행돼야만 한다. 앞으로 3, 4년은 더 지켜보아야 이들 인터넷 업체에 대한 윤곽이 뚜렷해질 것으로 보인다.

www.cyberdental.com

라이코스, 엠파스, 심마니 등에서 최고 치과전문사이트로 추천
외국어판 구상중, 외국시장 공략할 것



국내 유수의 인터넷 포털사이트인 라이코스, 엠파스, 심마니 등에서 최고의 치과전문사이트로 추천하고 있다. 대부분의 국내웹사이트들이 국내시장을 위주로 운영되고 있는 상황에서 탈피하여 현재 진행되고 있는 영문사이트 작업이 완성되면 전세계 네티즌들에게 좋은 치의학 정보를 제공하는 세계적인 치과전문 사이트로 발전해나갈 것이다.

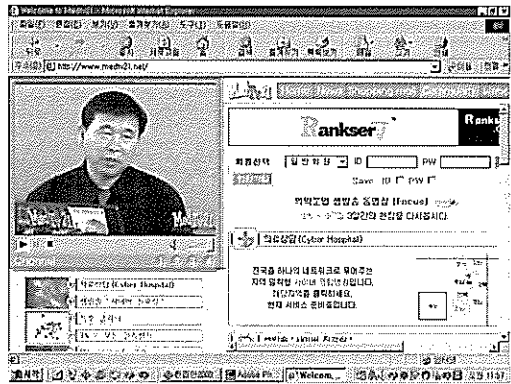
각 치과과목을 전공한 치과전문의들과 치과기자재 수입상들이 협력하여 설립한 회사로 회사의 사업과 관련하여 오프라인상의 네트워크를 구축하고 있으며 교정, 보철, 임플란트 등 각 전공별 사이버전문강좌의 유료화, 치과기자재소평몰의 운영, 치과병원의 운영, 관리에 필요한 소프트웨어 및 시스템의 판매 등 전문사이트의 장점을 살린 다양한 수익창출 구조를 가지고 있어 향후 자체 수익금의 재투자를 통하여 지속적인 성장을 이루어나갈 것으로 보인다. 외부투자 등 막대한 양의 투자를 받고 있는 것과 달리 자체 수익구조로 충당하고 있어 앞으로의 행보가 기대된다.

● 김수철 대표이사 (경희치대 82졸)

닷컴 기업은 당장 수익구조를 내기는 힘들다. 저비용이면서 고효율 위주로 운영되고 있다. 돈을 벌기보다 뭔가를 줄 수 있다는 각오로 해야 된다고 생각한다. 외부에서 아직 투자를 받지 않았으며 자립적으로 해나갈 수 있다고 생각한다. 치과의사들이 좋아하는 사이트로 만들겠다.

www.medtv21.net

사이버주치의 모집
네트워크 통한 공동 마케팅 전략



처음 사업시작시 수익창출보다는 의료계 정보 중 좀 더 가치있는 것을 공유하면 좋겠다는 생각에서 출발했다. 치과가 점점 대형화되고 있어 개인치과도 브랜드 파워가 중요시되고 있다. 또한 앞으로 정보의 홍수에서 더욱더 브랜드파워에 대한 위력이 커질 것으로 보인다. 개인병원에서도 대응책이 필요한 시점이다. 이를 위해 일반개업의를 묶어서 지역별로 그룹핑하고 마케팅하면 개인병원들도 브랜드 파워 갖출 수 있을 것으로 보인다. 예를 들어 부산의 환자가 서울의 의사에게 상담받는 것은 서로에게 어떤 이득을 제공해 줄 수 없지만 각 지역의 병원과 환자를 네트워크화하면 좀더 큰 이득을 제공할 수 있으리라고 본다.

지난 1월 법인화 됐으며 방송이 정규오픈한 것은 7월경이다. 제일기획에서 제공하는 사이트 랭크(www.rankserv.co.kr)의 페이지뷰 랭킹에서 의료부에서 상위권을 차지할 정도로 순탄한 출발을 하고 있다.

스포츠 조선의 주부닷컴과 프리챌과 전략적 제휴 맺어 콘텐츠를 공유하고 있다.

● 이재범 이사 (연세치대 92졸)

인터넷 참여는 마치 전화를 사용하는 것처럼 자연스러운 현상이 될 것이다. 변화가 오고 있고 앞으로도 계속 변화하는 시점에서 변화를 주도적으로 이끄는 것이 필요하다. 주치의 개념을 도입해 환자와 의사에게 공동의 이익을 제공할 것이다. 보다 쉽고 재미있고 유익한 것을 만들 것이다.

www.dentalmba.com

오프라인이 온라인으로

'내가 원하는 것은 다 있다! 쉬운 치과의료 정보천국' 표방



덴탈엠비에이에서는 매니지먼트, 방송, 사이버대학을 사업의 큰 축으로 구상하고 있다.

매니지먼트에서는 치과경영정보, 개원정보, 의료관련업체, 치과계 종사자 교육, 관련 의료사이트, 치과홈페이지 방문, 사이버 치과경영컨설팅, 네트워크 병원, 구인구직 등을 제공하고 있다.

방송을 통해서도 치과운영시간에 맞춰 각 시간마다 적용 가능한 프로그램을 방송하고 치과내원 환자 및 직원, 의사, 경영인을 대상으로 하는 포괄적인 내용을 구성한다. 또한 치료음악을 중심으로 하여 치과내의 분위기를 위한 전문방송으로 만들 계획이다.

사이버대학에서는 의료인을 위한 사이버 임상세미나를 제공하고 국내외 치의학 저널을 소개하며 의료산업연구원, 경희대학교 경영대학원, 펜실베니아대 와튼스쿨의 경영강좌를 제공할 계획이다.

지난 3월에 법인 설립됐으며 모아케어가 전신이다.

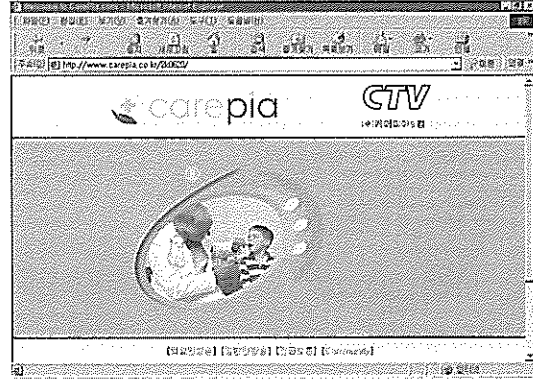
● 김선 대표이사 (전남치대 89졸)

덴탈MBA는 조직의 네트워킹에서 출발해 온라인상으로 온 경우이다. 회사의 컨셉은 '내가 원하는 것은 다 있다! 쉬운 치과의료 정보천국'이다. MBA는 Managemnet, Broadcasting 즉 웹캐스팅, Academy의 약자이며 이 모든 것을 포괄하는 사이트가 될 것이다.

www.carepia.com

병원 프랜차이즈 구축

의료영상전달시스템 제공 등 정보 공유



서울대, 연세대 의대 출신 38세대 개업의사 100여 명이 설립하고 소속의사들은 모두 프랜차이즈 가맹 병원으로 지정됐다.

케어피아 소속병원은 앞으로 가맹병원임을 표기하고 전자차트 공유로 진료를 연계하며, 정보공유, 인터넷 사이트를 통한 교육을 실시할 예정이다.

앞으로 전국의 개업의 1천여명을 회원으로 가입시키고 매년 의료와 윤리적인 측면 등을 종합, 자격지속 여부를 평가하는 등 회원 병원을 관리할 예정이다.

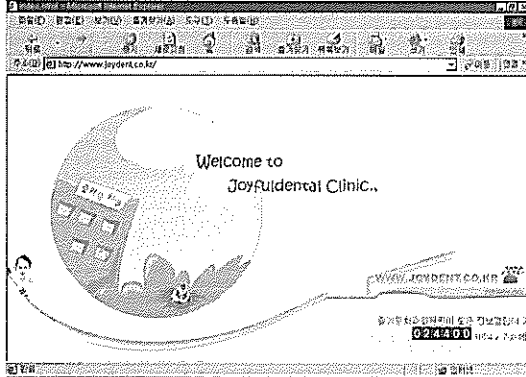
회원병원간은 물론 3차 진료기관과 의료영상전달시스템(PACS)을 구축해 회원병원을 찾은 환자가 다른과의 진료나 종합병원으로 옮길 경우 편의를 제공할 예정이다.

● 양진용 대표이사 (서울치대 91졸)

치과의사 외에 다른 일을 하는 것에 대해서 긍정적으로 보지 않는다. 임상의라면 항상 최선의 진료가 되도록 노력해야 함으로 자신의 일에 충실해야 된다고 생각한다. 그러나 인터넷 매체의 특성으로 인해 치과의사들이 다른쪽으로 눈을 돌리고 있다. 습관적으로 티브이를 보듯이 인터넷이 점점 생활속으로 깊숙이 파고들고 있으며 앞으로는 인터넷이 티브이보다 편해질 것이다. 의사와 환자의 커뮤니케이션 부재, 의사와 의사 사이의 커뮤니케이션 부재를 극복하고 의료의 질이 높아지길 기대한다.

www.joydent.co.kr

치과가족만을 대상으로 한 포털사이트
10월부터 치과기자재 경매사이트 오픈



지난 5년여간 계속해온 임상강좌와 직원서비스 교육을 해오면서 오프라인 상에서의 교육의 한계를 많이 느꼈기 때문에 인터넷 사이트를 운영하게 됐다. 물론 온라인 상에서의 교육도 현장감을 실을 수 없다는 이유 외에 아직까지는 많은 시스템상의 문제가 있지만 시간과 공간상의 많은 장점이 있다.

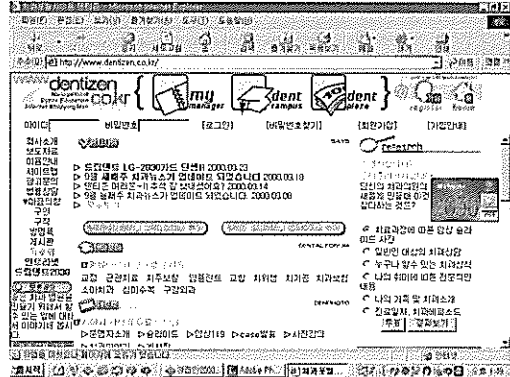
사이트 개설 직후부터 인터넷 배너광고를 통해 기본적인 운영비를 충당하고 있다. 10월 오픈하게 될 경매사이트를 통해 수입을 예상하고 있으나 즐거운 치과에서 진행하고 있는 임상강좌, 직원 서비스 교육, 저널 출판 등의 사업과 연계돼 있어 인터넷 사업만을 따로 분리해서 생각하기는 어렵다. 빚고을 저널, 스텝교육, 임상강좌, 칼럼, 빛나리/아시나요, 말말말, 치과재료, 인테리어 등의 콘텐츠로 구성되어 있다.

● 김용서 대표이사 (연세치대 89졸)

조이덴트는 일반인은 배제된 철저하게 치과가족을 대상으로 한 사이트이다. 현재 가입한 2500여명의 회원중 95% 이상이 치과관련 종사자들로 분석되고 있다. 제공하는 콘텐츠는 가능하면 현장감을 반영한 실질적으로 도움이 되는 다양한 내용을 싣고자 노력하고 있으며 거의 새로운 자료들이 제시되고 있다. 치과계 내에서의 인터넷 사업은 사업으로서 뿐만 아니라 실제적으로 치과가족과 환자들에게 유용한 정보를 전달하는데 획기적인 전기가 될 것으로 생각한다.

www.dentizen.co.kr

치과계 내의 원원 정신 필요
7년 안에 세계적 치과계 네트워크로



덴티즌은 처음부터 포털사이트를 표방했다.

다양한 치과계의 요구가 담아질 수 있도록 공간과 틀을 만들어 많은 사람들이 역량을 발휘할 수 있는 공간으로 가겠다는 개념이다. 또한 뜻을 같이 하는 수많은 단체나 개인, 외국 대학이나 단체에게도 개방을 해서 치과계의 네트워크를 이루겠다는 것이 처음부터의 지향이다.

일단 치과계의 큰 시장을 이루겠다는 것이 비전이며 7년 안에 세계적인 치과계의 네트워크 회사가 될 것이다.

사이버 비서인 마이매니저, 교육을 위한 덴트캠퍼스, 쇼핑몰인 덴트플라자 등으로 구성돼 있다.

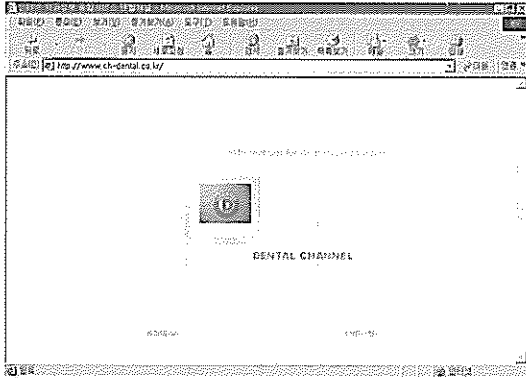
● 윤기수 대표이사 (조선치대 90졸)

인터넷은 네트워크의 게임이다. 사업의 수익성은 일정정도 규모가 이루어졌을 때 가능한 것이다. 일정정도 규모가 이루어지기 위해서는 모두가 다같이 준비를 해야 한다. 사업을 시작한 업체도 마찬가지이고 치과계 내에서도 준비를 해야 한다.

이를 위해서는 먼 미래를 내다보고 준비하는 자세도 필요하지 않는가 생각한다. 처음부터 너무 무리한 사업 측면만 강조를 하다보면 초기에 너무 과열이 되어서 치과계 내에서 중복투자가 될 가능성도 많다. 인터넷으로 인한 세상변화는 시작이지 끝이 아니다. 이를 위한 치과계 내의 원원정신이 필요하지 않는가 생각한다.

www.ch-dental.co.kr

치과의료 및 예방 정보를 효과적으로 전달
소프트웨어, 캐릭터 등 개발



덴탈채널은 약어미디어연구소(<http://efish.ch-dental.co.kr>)에서 제공하는 인터넷 서비스다. 약어미디어연구소는 전문 미디어 개발 및 연구를 목적으로 97년 10월 설립됐다.

약어라는 명칭은 네트워크를 자유롭게 누비는 가상의 전자물고기(Electric Fish)를 말한다.

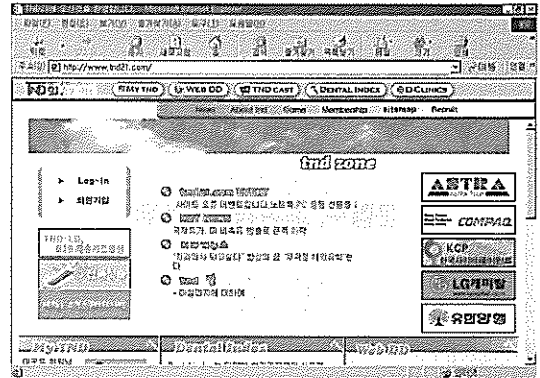
약어미디어연구소는 최소한의 비용으로 인터넷과 치과계의 흐름을 전담하며 각종 기술과 콘텐츠를 개발해 가는데 주력하고 있다. 그동안 인터넷 서비스 개발기술과 적용기술에 대한 경험을 쌓고, 구강보건교육 매체 제작과 캐릭터 배포를 통해 공익적 사회활동에 적극 참여해오면서 나름의 전문성을 키우는데 주력했다. 비용을 최소화 함으로써 인터넷 사업의 초기 어려움을 극복하며 인터넷 서비스 개발 및 운영 경험을 이용하여 매출을 유지하고 있다. 앞으로는 저비용 구조를 유지하며 각종 인터넷 서비스를 확대하여 사용자가 가꿔나가는 인터넷 환경을 구축하고 국민 구강보건에 도움되고 전문성 높은 교육매체를 개발해 나갈 계획이다.

● 심수영 대표 (원광치대 99졸)

인터넷이 사회에 폭넓게 보급되고 정착되는 시점에는 치과계가 요구하는 각종 인터넷 서비스사업이 확고히 정착할 것이다. 그러나 치과계의 전문서비스라 할지라도 다른 일반 종합서비스와의 연계, 세분화된 치과전문서비스의 결합 등 복잡한 집단화를 겪게 될 것이다.

www.tnd21.com

전국 24개 자체 지사망 구축
치과정보지 DD 발간



TND는 신뢰(Trust)를 통한 상호발전(Development)을 추구한다는 의미이다.

지난 99년 10월에 설립됐고 직원이 100여명에 달할 정도로 규모가 큰 편이다.

헬스케어, 의료정보 및 지식전달, 의료용 기자재 및 건강보조제품의 유통, 그리고 의료용구제조 등 의료 전반의 사업을 추진하고 있다.

인터넷 기반의 온라인 비즈니스 뿐만 아니라 전국 24개 자체 지사망을 통한 오프라인 비즈니스 체제를 구축하였고 이를 통한 유통구조를 확보했다.

TND는 의사간, 의사와 환자간, 그리고 환자들 사이의 커뮤니티 형성, 지식과 정보의 공유 및 올바른 전달, 다양한 서비스와 네트워크 활성화를 통하여 전문적이고 유익한 정보를 제공할 수 있는 의료 포털 사이트로 발전하기 위해 노력하고 있다.

또한 월간지인 치과종합정보지 DD를 발간하여 폭넓은 문화정보를 제공하고자 하며 이는 인터넷 상에서도 볼 수 있다.

● 곽중재 대표이사 (경희치대 89졸)

세상은 변하고 있다. 변화 속에서 언제까지 치과약사가 음지에서 이런 일을 할 수는 없다고 생각했다. 병원을 그만두기까지 많은 고민을 했지만 의사들도 필요나 요구에 의해 자신의 것을 찾아야 한다고 생각한다.