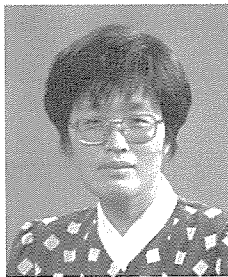


두마리의 토끼 ... 연구원과 사업가

나는 유난히도 별을 좋아한다. 공기 좋은 시골에 가서 밤하늘의 별만 쳐다 보면 마냥 행복하다. 또 별은 나에게 많은 의미를 주고 있다. 학창시절부터 벤처사업을 하는 현재까지도 항상 별꿈만 꾸면 원하는 것들이 거의 이루어졌다. 그래서 천문학이 나의 학문의 길이라고 보고 시도하였으나, 컴퓨터 공학으로 대학을 들어가면서 나는 지금까지도 이 분야에서 일을 하고 있다.

대학생활을 하면서 학교에 남아있기를 원하였지만, 그 또한 주변 나의 친구들이 졸업도 하기 전에 취직하여 자유롭게 지내는 모습을 보면서, 시험삼아 한번 보자고 지원한 그 당시 KIST 산하의 전자통신연구소(현재 한국전자통신연구원)를 시험보게 하였고, 이 인연이 20여년간 국책연구소 생활을 하게 하였다.

연구소에 입소하여 연구원이라는 하찮은 자존심을 가지고 세상 물정은 전혀 모르는 채 연구개발만 하면서 박사 학위도 취득하고, 정보통신분야의 다양한 연구를 하면서 대학교수나 업체와의 공동연구개발, 워크숍이나 심포지엄 개최, 국내외에 논문 발표, 대학교 강의, 내가 취득할 당시 어렵다고



印素蘭
((주)니츠 부사장)

하는 정보처리기술사도 단 한번 시험으로 취득하는 등 정말 하고 싶은 일을 모두 하고 지낸 것 같다.

20여년 연구소생활 끝에

그러나 누군가 내가 이렇게 평온하게 생활하는 것을 시샘했던지, “연구소나 기업 등에서 일을 하면, 평생 나의 작품을 하나도 못 남기는 인생을 살고 싶지 않다”고 주장하는 나의 남편이 1997년 하반기에 당시 안정적으로 다니던 한국화학연구소를 퇴직하고 사업하겠다고 ((주)니츠, <http://www.nitz.co.kr>)하면서부터 평온하였던 나에게 파도가 밀려들기 시작했다.

1998년 IMF사태가 되면서, 남편이 운영하는 객체지향방법론 기반 ERP

소프트웨어 개발을 하던 회사가 힘들어지면서, 여러 가지 주변환경으로 나는 험난한 경쟁사회인 세상으로 원하지 않게 들어서게 되었다. 누군가 항상 보호해 주고 지원해 주는 온실같은 국책연구소에서 나와 보니, 나는 부서진 우산 살과 갈기갈기 찢어진 우산 천만 남아있는 우산을 들고, 폭풍이나 비바람이 몰아치는 험난한 세상에 나 홀로 서있게 되었다.

그 당시만 하여도 풍부한 연구비를 받아서 외부자원 활용하는 차원에서 기업이나 대학에 위탁과제나 용역을 주는 갑의 상황에서, 이제는 완전히 반대 입장인 을의 상태로 바뀌었다. 정말 자존심 하나를 가지고 지탱하던 연구원 생활에서 자존심은 당연스럽게 버리면서 누구에게나 불편하여도 항상 좋은 표정과 대화를 해야 하는 나의 생활패턴에 대한 변화를 요구받으면서 정말 혼란에 빠졌다. 남편과 결혼하여 아침 저녁으로 얼굴만 보던 상황에서 잠자는 시간을 제외한 하루의 모든 시간을 함께 지내다 보니 결혼 후 정말 신나게 싸움도 하면서 서로의 인터페이스를 조정하는 시간도 갖게 되었다. 부부싸움의 원인은 항상 회사 운영과 사업 방향, 그리고 갑과 을이 바뀐 고

별을 좋아하던 나는 천문학의 길을 걷겠다고 했으나
 컴퓨터공학으로 대학에 들어가면서 20여년간의 국책연구소 생활끝에 현재 벤처사업가로 변신하게 되었다.
 IMF를 극복하면서 PC보안제품 등 많은 제품을 개발했으나 마케팅이란 커다란 벽이 나를 가로막았다.
 벤처기업은 기술력과 자금만으로 운영되지 않는다는 것을 깨달았다. 현재까지 경험한 바로는
 기술력과 경영관리와 마케팅이 원활하게 접목되어야만 정상적인 기업이 된다는 것을.

객에 대한 나의 사고방식, 행동이
 었다.

이왕 들어선 사업을 하면서, 그 동안
 몸매 밴 소극적인 업무추진방법에서
 적극적이고 저돌적인 추진방법(지금
 생각하면 나에게 그러한 기질이 있었
 구나 생각한다)으로 모든 일을 처리하
 였다.

IMF 시기에 거의 자금이 돌지 않는
 상황에서 돌파구는 기술력만 있으면
 가장 용이하게 선정될 수 있는 국가에
 서 지원해 주는 연구개발사업에 전력
 을 다했다. 누군가가 내가 불쌍하게
 보였는지 1998년도 12월 경부터 의사
 결정을 하여 적극적이고 저돌적으로
 추진하는 일들이 계획하는 대로 모두
 성사되면서 나는 자신감이 불기 시작
 하였다.

남편의 벤처기업으로 옮겨

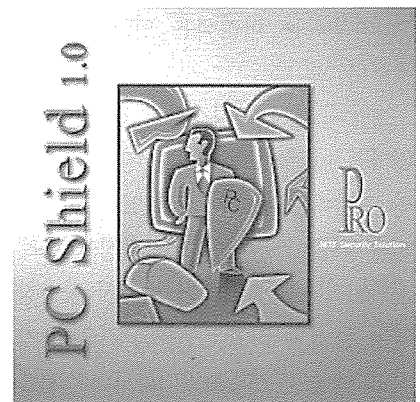
회사에 들어가자마자 즉시 연구소를
 설립하고, 병역특례업체로 신청하고,
 운 좋게 국가에서 지원해 주는 핵심
 기술개발사업이 단독으로 선정되면서,
 '온실 밖도 살만은 하구나' 하는 생각
 을 하게 되었고, 일에 대한 자신감도
 생겼다. 옆에서 너무 무리하게 추진한
 다고 만류도 하였지만 나는 그 당시

그렇게 어려운 시기에는 안정적인 추
 진방법보다는 적극적이고 저돌적인 추
 진방법을 적용해야 한다는 판단만 가
 지고 무조건 추진하였다.

결국 이러한 추진방법이 최근 회사
 의 제품과 기술의 색깔과 특성인 정보
 보호분야 전문회사로 전환이 되었고,
 이 때 선정된 핵심 기술개발과제의 연
 구 결과들이 약 2년 넘게 연구소에서
 연구 개발하던 열의의 5배에서 10배
 이상 시간을 노력한 결과 상당히 많은
 제품들이 국내외적으로 차별화된 정보
 보호(정보보안) 상품화되었다.

PC 보안제품인 'PC Shield', 네트
 워크 보안제품인 'Network Shield'
 와 'VPN-2410', 취약성 진단도구인
 '진단도사', 종합보안관리시스템인
 'TSMS', 안전한 이메일 보안시스
 템인 'Secure UMS', 미들웨어 보안제
 품인 'Secure ORB', DNS 보안시스
 템인 'Sec DNS', 정말 너무 많은 보
 안제품들이 개발 완료되었다. '이제는
 다했구나' 하고 안심하고 있었으나 제
 품 출시하고 나니, 나에게서는 기술보다
 더 어려운 문제가 다가왔다.

아무리 우수한 제품이 개발되었다
 하더라도 이들 제품들에 눈길을 주고,
 구매를 해 줌으로써, 그동안 투자한



개인용 PC 보안제품 "PC Shield"

시간과 비용, 노하우에 대한 대가인
 매출을 발생시켜 주어야 하는 마케팅
 이라는 커다란 바위가 내 앞에 다가와
 있었다.

다른 회사들은 모두 제품 개발의
 50% 미만인 단계에서 마케팅 대상이
 결정되고, 제품 개발과 병행하여 마케
 팅을 한 후, 제품이 출시되는 동시에
 판매를 하는데 우리는 제품 개발과 사
 이트 시험까지 모두 완료한 단계에서
 아주 점잖게 출시를 하게 된 것이었
 다. 국책연구소의 자세에서만 회사를
 운영하였던 것 같다.

역시 연구원과 사업가는 다르다는
 것을 다시 알게 되었고, 최상의 기술
 을 넣은 제품이라는 데에 만족하면서,
 실제 사용의 편의성, 가격, 사용환경



(주) 니츠 뉴스



정보보호뉴스

등 고객의 요구사항들을 반영하지 못한 채 아주 우수한 제품을 개발하였고 자부하는 어리석은 연구원이었던 것이다.

그러나 회사를 시작한지 몇 년 되지 않아서 이런 생각을 하는 지 모르겠지만 기업에 초년생인 내가 보는 시각은 좋은 기술이 정확한 공정과정을 통해 개발되려면 경영관리가 반드시 뒷받침 되어 주어야 하고, 우수한 기술을 가지고 제품을 개발하였더라도 이 제품이 시장과 접목이 되지 못하는 기술은 죽은 기술이라고 본다.

작년 하반기부터 우리 회사에서 개발한 정보보호제품의 수요처를 대상으로 마케팅 대상 리스트를 만들고, 국내 마케팅을 하겠다고 접촉하는 마케팅 전담 업체를 선정하였다. 그렇게 하면 제품이 잘 팔리고, 매출이 늘어나는 줄 알았다.

그러나 이들 마케팅 전담업체의 관리, 조정, 교육, 유지보수체계 수립, 홍보 등 제품개발이 완료되었어도 산 넘어 산이 기다리고 있었다. 그래서 마케팅을 전담하는 분들을 회사 내에 채용도 하고, 마케팅 전담 부서도 크게 만들고, 국내에서는 가장 큰 마케팅 시장인 서울에 서울사무소까지 만들고 서둘러서 다시 추진하였다.

이러한 작업이 그래도 여러 가지 방

면으로 경험을 가지고 계시는 임원들의 적극적인 추진방법으로 조속하게 진행되었다.

'PC Shield'는 2000년 12월에 조달청으로부터 평가를 받아서 '정부조달 우수제품'으로 선정되었고, 2001년 2월에는 한국정보산업연합회와 전자신문사 주최 '신소프트웨어상품'으로 추천되고, 2001년 3월에는 '신소프트웨어상품 대상'으로 선정되었다.

올해부터는 국내시장은 물론이고, 해외시장(일본, 미국, 독일, 남미, 중국 등)을 대상으로 본격적인 마케팅을 시작하여 작년 대비 10배 이상의 매출을 할 계획이다.

마케팅의 새로운 벽에 도전

대기업이든 중소기업이든, 특히 벤처기업인 경우에는 기술력과 자금으로만 운영되지 않는다고 본다. 현재까지 경험한 바로는 기술력과 경영관리와 마케팅이 원활하게 접목되어야 정상적인 회사가 되지 않을까 생각한다.

작년 하반기부터 나는 또 하나의 모험을 다시 시작하고 있다. 정보보호분야가 아닌 개인화 서비스를 제공하는 에이전트 엔진을 개발하는 회사인 (주)에이전트엑스퍼트(<http://www.agentxpert.com>) 회사를 하나 더 운영하고 있다.

현재 개인화 서비스를 제공하는 개인화 에이전트 엔진의 개발이 2000년 10월에 완료되어, 국가기관, 공공기관, 대기업, 중소기업, 벤처기업, 학교, 개인, 백화점 등에 31개 이상의 국내신문에서 실시간으로 입력되는 뉴스들을 pull/push 방법으로 신청한 분들에게 인터넷을 통해 제공하는 맞춤 뉴스 서비스('my newsfinder'), 실시간 맞춤 주식정보 서비스('my stockfinder'), 실시간 맞춤 음악정보 서비스('my mp3finder'), 맞춤 인터넷쇼핑 서비스 등 서비스를 개발하여 시범 서비스를 실시하고 있고, 이는 현재 다른 포털사이트와는 다르게 유료로 제공하는 서비스이고, 필요한 사이트에서는 turn-key 기반으로 엔진을 판매하기도 한다.

현재 이 제품은 기존의 포털사이트와 같은 콘텐츠제공 사업자와 정보 제공자, 통신망 사업자와 연계하여 마케팅을 추진하고 있다.

나는 일에 대한 욕심이 많은 사람이다. 따라서 나 자신의 만족은 있겠지만, 이로 인해 내 아이의 학교생활과 친구생활에 있어서의 고민과 생각, 진로에 대한 상의도 하고, 자유로운 여행도 다니지 못하고 있는 것이 현재 나의 최대의 고민사이다.

두마리의 토끼를 잡으려니 당연히 혼란스럽지 않겠는가? 아이를 생각하면 회사 걱정, 회사를 생각하면 아이 걱정. 재물, 권력, 명예 중에서 명예를 얻거나 이를 보존하는 사람이 되려는 부모님의 말씀을 항상 머리 속에 두면서 아직도 나는 험난한 사업의 길을 걸어가고 있다. ㉞