Power of Venture
VENTURE

컴텍코리아

컴텍코리아 노학영 대표

디지털방송 산업계의 원탑 스타

컴텍코리아(대표 노학영)는 1991년 설립된 디지털방송솔루션(DBS), SI(system integration)전문업체다. 방송과 통신이 융합된 디지털 방송시대를 맞아 그간 지상파 방송 솔루션을 수주하며 축적해온 핵심기술력으로 DBS산업의 미래를 만들어 나가고 있다.

텔레비젼 뉴스 프로그램에서 대부분의 앵커들은 화면을 똑바로 쳐다보며 멘트를 한다. 영국 BBC 뉴스의 경우, 고개를 숙이고 원고를 읽는 전통적인 방식이 남아 있기도 하지만 뉴스 앵커의 스타성을 강조하는 미국식 방송보도관행이 일반화된 탓인지 우리나라에서는 찾아보기 힘들다.

그런데, 앵커들은 그 많은 분량의 원고들을 어떻게 다 외울 수 있을까.

사실 요즘 앵커들은 모든 기사들을 일일이 외울 필요가 없다. '프롬프터' 라는 모니터에 띄워진 기사를 그대로 읽기 때문이다. 현장에서 기자가 노트북으로 작성한 기사가 편집을 거쳐 앵커에 이르기까지, 종이로 된 원고가 필요 없는 이른바 '페이퍼리스(paperless)' 시스템이 실현된 후 속보경쟁이 한차원 격상되었다. 이 모든 것이 바로 '디지털방송 뉴스시스템' 이 채택됨으로써 이뤄진 변화들이다.

1993년, 국내 유수의 공중파 방송국에 '디지털방송 뉴스시스템' 을 활용할 수 있도록 개발한 기업이 바로 디지털방송 솔루션 전문업체인 컴텍코리아(대표 노학영)이다.

1991년 시스템통합 업체로 창업한 이후, 10년간의 기술적 노하우와 인적자원을 바탕으로 2001년부터 디지털방송 솔루션분야의 틈새시장에 뛰어든 컴텍코리아는 '디지털방송 헤드엔드 솔루션' 전문업체로 자리잡았다. 노 대표의 설명이다.

" '헤드엔드' 솔루션은 방송국에서 만들어진 콘텐츠를 디지털

화해 여러 채널로 나갈 수 있도록 '압축 다중화' 하는 시스템입니다. 우리 회사의 강점은 바로 방송과 통신을 융합한 기술을 엔드 투 엔드(END TO END) 솔루션으로 제공한다는 데 있습니다."

만개 기다리는 꽃망울–디지털방송산업

컴텍코리아는 위성방송 분야에서 지난해 한국디지털위성방송(KDB)에 디지털 위성방송장비 공급 및 Base band (베이스 밴드)를 구축했다. 케이블 방송의 경우 원주 유선종합방송에 케이블 방송 시스템을 수주하였으며, 월드컵 기간에는 데이콤에 월드컵 방송 중계용 솔루션을 제공하는 등 디지털 방송 솔루션(DBS)분야에서 종횡무진하고 있다.

전국에 걸쳐 120개가 넘는 케이블 방송국을 비롯해, 전국을 통틀어 800여 개에 달하는 중계 방송국이 곧 디지털화를 준비하고 있어 회사의 성장가치는 높다. 디지털방송기기기와 방송서비스산업 등, 연관효과를 포함해 그 규모만 해도 179조원에 달하는 광대한 시장이 펼쳐져 있다.(참여정부 국정토론회에 전자통신연구원이 제출한 자료)

이러한 시장전망에 대해 노 대표는 디지털방송시장을 '만개하기를 기다리는 꽃망울' 이라고 비유한다. 방송과 통신이 융합되고 있는 매체환경 변화에 누가 한 발 앞선 적응력을 보여주느냐가 관건이라는 것이다.

특히 노무현 정부가 출범한 후 'CDMA와 IT에 이은 신성장 동력원' 으로 DMB(디지털 멀티미디어 방송)을 꼽고 있다는 점도 컴텍코리아에게는 유리한 기회가 아닐 수 없다. 디지털압축기술 등 기존의 핵심역량을 연계할 수 있으므로 차세대 비즈니스 모델 구축에서 한발 앞선 기술적 우위를 점하고 있기 때문이다.

이를테면 지상파 디지털 TV나 위성 DMB(디지털 멀티미디어 방송) 등을 수신할 수 있는 피디에이나 2.5인치 휴대폰 등의 모바일 단말기 역시 동영상압축 기술이 성패를 좌우한다는 것이다.

기업은 현실이요, 행동하는 것이다

컴텍코리아는 이제까지 한 번도 매출액이 줄어본 적이 없다. 70%가 넘는 고객이 해외기업이어서 아이엠에프 때 오히려 매출이 늘어난 기업으로 주목받았었다.

거래상의 원칙을 끝까지 지키는 노 대표의 정도경영의 의지도 탄탄한 성장을 지속하는 데 한몫 했다.

그러나 노 대표는 매순간이 어렵지 않은 때가 없다고 말한다. 대한해운의 계열사인 대한컴퓨터랜드를 그만두고 퇴직금과 집을 담보로 창업하고 난 3년 동안이 특히 그랬던 모양이다.

"수익이 안 나는 동안 직원들이 하나 둘씩 떠날 때, 많이 힘들었지요. 아마도 이것이 사업을 하면서 힘들게 느끼는 것 중에 하나일겁니다."

디지털 방송장비부문에서 우리나라는 세계적인 경쟁력을 갖고 있다. 압축기술에 관련한 여러 특허를 갖고 있어 마케팅이나 언어장벽 같은 것은 크게 문제되고 있지 않은 상황이다.

컴텍코리아도 작년 인도네시아를 비롯한 동남아에 30만불 어치의 장비를 수출했지만, 우리나라에서 창출되고 있는 만큼의 '유효수요' 가 만들어지기까지는 좀더 기다려 봐야 할 것 같다고 노 대표는 전망한다.

《바보들은 결심만 한다》. 노 대표가 CEO들이 읽어볼 만한 책이라고 추천하는 책이다.

"종이 위에서 숫자를 갖고 잔뜩 기획은 하지만, 정작 액션이 없는 경우가 많잖아요. 고 정주영 회장이 한 말이 기억납니다. '기업은 현실이요, 행동하는 것이다' 라고 했죠. 뭔가 기획거리가 생겼다면 바로 뛰어나가서 사람을 만나고 아이디어를 구해야 해요."

필드에서 행동하며 부딪치는 현실을 놓치는 순간, 벤처가 가져야 할 활력도 사라지기 마련이라는 것이다. 그런 '도전정신' 으로 마음가짐을 다잡는 것이 오히려 기술력보다 중요할 지도 모른다고 한다.

"벌써 13년이 다 된 회사지만 매번 벤처정신 이야길 사원들에게 합니다." 얼마 전 '성공시대' 라는 프로그램에서 온 섭외를 고사하면서 '이제 막 도전하는 법을 배운 사람' 이라고 했다던가. 적어도 노 대표는 도전정신을 이야기할 자격이 있는 참다운 벤처인 가운데 한 사람임이 분명하다. KOVA