

온라인 유료 콘텐츠 시작 분석 및 전망

신현문, 한억수(한국전자통신연구원)

Hyun-Moon Shin, Eok-Soo Han

대전광역시 유성구 가정동 161번지 한국전자통신연구원

Tel +82-42-860-5754, Fax +82-42-860-6504

E-mail : hmshin@etri.re.kr

요약

유료 콘텐츠가 온라인 콘텐츠에 있어 유일하게 직접적인 수익모델로 인식되기는 하지만 대부분의 콘텐츠 제공사업자(CP: Content Provider)에 있어서는 계속적으로 실행하기에는 경제적인 어려움에 처해 있다. 이는 주로 온라인 콘텐츠를 무료로 사용하는 소비자들의 인식 때문이다. 비교적 낮은 진입장벽으로 인한 무료 콘텐츠의 확산은 이러한 경향이 계속될 것임을 확실하게 한다. 지금까지 CP들은 광고, 라이선싱, 전자상거래와 같은 간접적인 수입에 거의 전적으로 의존했다. 오프라인에서 콘텐츠에 대해 직접 과금하고 자신이 갖고 있는 콘텐츠 가치를 유지하기를 원하는 CP 들에게는 콘텐츠 유료화를 추진해야 하는지 여부와 온라인 유료 비즈니스 모델로 전환할 수 있는 방법에 대해 궁금해 하고 있는 것이 현실이다.

이에 대한 해답을 얻기 위해서 본고에서는 소비자가 돈을 지불하는 온라인 콘텐츠 유형과 유료 콘텐츠가 갖추어야 할 특성, 콘텐츠 유료화의 장애요인, 가입비 또는 Pay-per-View를 통한 수익현황 및 전망, 유료 콘텐츠의 전체 시장 개념 등에 대해 미국시장을 통해 살펴봄으로써 온라인 기업의 최종적인 수익모델로 인식되고 있는 콘텐츠 유료화에 있어 더 많은 성공기회를 얻을 수 있는 기회로 활용하도록 하는 것이 목적이다.