

인터넷 커뮤니티 성과의 결정요인에 관한 한중 비교연구

방화룡, 권순동, 고미현

fanghualong@gmail.com

충북대학교 경영정보학과 석사과정, 충북대학교 경영정보학과 교수,

충북대학교 경영정보학과 조교

충청북도 청주시 흥덕구 성봉로 410(개신동) 충북대학교

010-5637-1982

키워드 : 인터넷 커뮤니티, 블로그, 성과요인, 사용자 참여, 문화적 차이

- Abstract -

본 논문에서는 사용자 참여가 인터넷 커뮤니티 성과에 미치는 영향을 연구한다. 그리고 인터넷 커뮤니티의 성과가 한국과 중국의 문화적 차이에 따라 어떤 차이가 있는지를 규명한다. 인터넷 커뮤니티란 싸이월드, 네이버 블로그, 다음 블로그, 다음 플래닛, 야후 블로그 등과 같이 인터넷 커뮤니티를 기반으로 하여 수익을 창출하는 기업을 말한다. 이러한 인터넷 커뮤니티 기업은 콘텐츠 판매, 광고, 제휴 마케팅 등을 통해 수익을 창출한다. 가령, 싸이월드는 미니홈피 배경음악 콘텐츠를 1천억 이상 판매하였다. 이는 대략 2억 곡에 해당되는 음악 콘텐츠로 애플 아이튠즈에 이어 세계 2번째로 큰 규모이다(한국경제신문, 2007.5.23). 이러한 인터넷 커뮤니티 기업의 수익 창출의 원천은 방문자 수이다. 즉, 얼마나 많은 사람들이 자주 방문하고, 또한 오래 이용하느냐이다. 또한 인터넷 커뮤니티 기업이 지속적인 경쟁력을 유지하기 위해서는 충성도가 높아야 한다. 따라서 본 연구에서는 인터넷 커뮤니티 성과를 방문자의 이용빈도와 이용시간, 지속적 이용 의도로 평가하고자 한다.

첫째, 본 연구에서는 사용자 참여가 인터넷 커뮤니티 성과에 미치는 영향을 규명한다. 사용자 참여에 대한 연구는 1980년대 활발하게 진행되었으나, 인터넷이 보편화되기 시작한 1997년 이후에는 거의 연구가 진행되지 않았다. 인터넷 거품 붕괴 이후 웹 2.0이 등장하면서 사용자 참여의 중요성이 부각되고 있다. 사용자 참여에 대한 연구주제는 인터넷을 기반으로 하는 가상공간에서 이루어지는 활동의 많은 부분을 설명하고 나아가 생산성과 기업의 성과를 높이는데 중요한 기여를 할 것으로 보인다. 이처럼 사용자 참여에 대한 연구는 인터넷이 보편화되고 있는 현 시점에서 매우 독창적이고 중요한 의의를 지닌다.

둘째, 본 연구에서는 네트워크 효과, 사회적 영향, 유용성이 인터넷 커뮤니티 성과에 미치는 영향을 규명한다. 사용자 참여도 인터넷 커뮤니티 성과에 영향을 미칠 수 있지만, 네트워크 효과, 사회적 영향, 유용성 또한 인터넷 커뮤니티 성과에 의미있는 영향을 미친다고 볼 수 있다.

셋째, 본 연구에서는 국가 간의 문화적 차이가 사용자 참여, 네트워크 효과, 사회적 영향, 유용성이 인터넷 커뮤니티에 미치는 영향을 조절하는지를 규명한다. 예를 들어, 싸이월드의 경우 우리나라에는 크게 성공했으나 중국에서는 큰 성과를 보지 못하고 있다. 그 이유는 여러 가지 있겠으나, 국가 간 문화적 차이가 크게 작용하여 생긴다고 볼 수 있다. 본 연구에서는 이러한 차이의 원인을 국가 간 문화적 차이를 규명함으로써 밝혀보고자 한다.