

포털사이트의 인터넷 비즈니스 모델 분석 및 설계

고민정
동국대학교 컴퓨터공학과
e-mail:mjgo@dongguk.edu

Analysis and Design of the Internet Business Model on Portal Sites

Ko Min Jung
Dept of Computer Engineering, Dongguk University

요 약

최근 인터넷의 생활화로 이를 기반으로 수익을 창출하는 새로운 형태의 거래가 확산되고 있다. 이러한 형태는 포털사이트를 기반으로 커뮤니티를 형성하고, 이를 통하여 확보된 회원들을 대상으로 광고 수익이나 판매가 이루어지는 형태의 비즈니스 모델들이다. 하나 기존 오프라인 중심으로 정의된 인터넷 비즈니스 모델들을 적용하여 이러한 포털사이트 기반의 비즈니스들을 분류할 경우 여러 범주에 포함 되어서 이들을 분류하기 어려운 문제점이 있다. 이로 인하여 새로 생성되는 인터넷 비즈니스 모델들을 활용한 사업의 가능성과 이들이 기술적으로 실현이 가능한지 여부, 이들에게 요구되는 요소들에 대한 분석에 어려움이 많다. 본 논문에서는 이러한 문제점을 해결하기 위하여 현재 가장 많이 사용되는 포털사이트들을 기존 인터넷 비즈니스 모델을 적용하여 비교 분석하고, 여기서 새로운 모델 정의에 필요한 요소들을 추출하여 이를 반영한 새로운 인터넷 비즈니스 모델들을 설계한다. 이를 통하여 변화하는 환경에 적응이 가능한 포털사이트 기반의 인터넷 비즈니스 모델의 정의와 분석이 가능하다.

1. 서론

전자상거래란 포괄적으로는 전자적으로 이루어지는 모든 비즈니스라고 정의할 수 있고, 물리적인 재화나 정보처럼 보이지 않는 서비스를 전자적으로 거래하는 것을 의미한다[4][5]. 이는 EDI(Electronic Data Interchange)나 CALS(Commerce At Light Speed)의 형태로 예전부터 존재하다가 최근 전자상거래가 활발해지면서 인터넷에 기반을 둔 상거래가 기업경영은 물론 사회 전반을 바꾸는 새로운 비즈니스 모델로 정착되고 있다[4]. 더욱이 이러한 비즈니스의 기반에는 인터넷 접속의 중계역할을 하는 포털사이트의 역할이 점점 더 확산되고 있다[2].

포털(Portal)이란 인터넷 이용자에게 접속 및 정보 검색을 위한 창구 역할을 제공하는 사업으로 초기에는 정보검색 서비스 업체를 총칭한 의미였다[2][13]. 하나 현재는 인터넷 사용자가 특정 분야의 정보를 찾기 위해 자주 방문하는 곳이란 의미로 확대되어 사용되고 있으며, 포털 사이트는 인터넷에 새로운 정보가 기하급수적으로 유입되는 정보 공개 원칙에 의하여 이용자에게 필요한 정보만을 습득할

수 있도록 도와주는 창구의 역할을 하고 있다[1][2]. 그리고 포털 서비스의 주수입원은 정보검색 비용이 아니라 광고이며, 방문자의 수에 따라 광고 수입이 증가하기 때문에 대량의 트래픽을 확보할 수 있는 능력이 포털 서비스의 성패를 좌우하고, 트래픽을 모으기 위한 다양한 방법들은 결국 마케팅의 중요성으로 연결되고 있다[3].

현재 포털사이트를 통하여 인터넷 서비스를 이용하는 사용자들을 회원으로 확보하여 사이버머니를 활용한 비즈니스, 실제 물품을 거래하는 쇼핑물, 클릭 수에 따른 수익 모델 등이 형성되고 있다. 이러한 모델들은 기존에 정의된 인터넷 비즈니스의 범주로 분류할 때 경계가 명확하지 않으며, 한가지 보다는 여러 형태의 모델에 적용되므로 비즈니스 모델 정립에 어려움이 많다[7].

본 논문에서 이러한 문제점을 해결하기 위하여 지식인으로 웹 2.0을 실현하고 있는 네이버, 사이버 커뮤니티를 개인 미니홈피 형태로 구현한 싸이월드, 동영상인 UCC로 새로운 포털의 분야를 개척한 다음, 단단한 검색 기술력으로 이용자를 넓혀가고 있는 구글 등을 활용한다. 여기에 사이버 공간을 정의

내린 Bambury 모델, 11개의 비즈니스 모델을 정의한 Timmers 모델, 운영방식을 상세히 분류한 Rappa의 9개 비즈니스 모델, 수입원을 기준으로 분류한 모델 등을 적용하여 해당 포털사이트의 비즈니스 모델을 비교 및 분석한다. 이를 통하여 기존에 정의된 인터넷 비즈니스 모델의 기준과 요소를 반영하여 포털사이트 기반의 새로운 인터넷 비즈니스 모델을 설계한다.

2. 포털사이트의 인터넷 비즈니스 모델 분석

비즈니스 모델이란 기본적으로 기업이 어떻게 수익을 낼 것인가를 나타내는 것으로서 매우 단순한 모델에서부터 매우 복잡한 모델까지 다양하다[6]. 여기에는 거래에 관여한 당사자들의 각각의 역할을 포함해 상품, 서비스와 정보의 흐름을 나타내는 구조, 거래에 참가하는 당사자들에게 주어지는 편익과 수입원에 대한 정확한 묘사가 있어야 한다[8]. 더욱이 인터넷 비즈니스 모델을 구분하기 위해서는 비즈니스 참여자에 따라서 B2C, B2B, C2C 등으로 구분되며, 사업 모델의 주 수입원에 따라서 광고형, 수수료형, 이용료형, 회비형으로 구분된다[10]. 그리고 거래에 참여하는 당사자들의 상호작용 형태에 따라 1 대 1, 1 대 다수, 다수 대 다수 등으로 구분할 수 있으며, 비즈니스 방식에 따라 소매형, 경매형, 역경매형, 포털형, 카타로그 판매형, 주문 판매형 등으로 분류한다[9]. 또한 순수한 인터넷에서만 가능한 새로운 비즈니스 모델과 기존의 사업 모델이 인터넷에 이식된 모델로도 구분한다[11].

본 연구는 실험 대상 포털 사이트인 네이버, 싸이월드, 다음, 구글 등을 중심으로 현재 각 포털 사이트에서 진행하거나 서비스되고 있는 사업과 활동을 기초로 기존에 정의된 인터넷 비즈니스 모델 기준을 적용하여 비즈니스 모델을 분석한다. 여기서 산출된 결과를 바탕으로 포털사이트의 비즈니스 모델 분석의 문제점을 바탕으로 새로운 포털사이트 인터넷 비즈니스 모델을 설계한다.

Bambury(1998)는 전자상거래 사업 모델을 인터넷 고유의 비즈니스 모델(Native Internet Business Models)과 인터넷에 이식된 실제 비즈니스 모델(Transplanted Real-World Business Models)로 구분하였고[11], 여기에 포털사이트를 적용한 분석 결과는 <표 1>과 같다. 대부분의 포털사이트들이 인터넷에 이식된 비즈니스 모델로 분류되지만, 웹호스

팅 모델과 배달 모델에는 속하지 않음을 나타낸다.

<표 1> Bambury 모델 기반 포털사이트 분석

분류	모델명	네이버	싸이월드	다음	구글
Native Internet Business Models	Mail-order Model	○	○		○
	Advertising based Model	○	○		
	Subscription Model				
	Free Trial Model	○	○	○	○
	Direct Marketing Model				
	Real Estate Model				
	Incentive Scheme Models	○			
Transplanted Real-world Business Models	Library Model	○		○	○
	Freeware Model	○	○	○	
	Information Bater Model	○	○	○	○
	Delivery Model				
	Access Provision Model				
	Web Hosting Model				

Timmers(1998)의 11가지 비즈니스 모델 유형은 가치사슬(Value Chain)의 분해(Deconstruction)와 재결합(Re-Construction)을 통해 체계적인 접근을 시도한다[10]. 즉 가치 사슬에 따라 정보를 통합하는 방법을 밝혀서 비즈니스 모델을 분석하고, 이를 적용하여 포털사이트를 분석한 결과는 <표 2>와 같다. 여기서는 제시된 가치사슬 서비스 제공 모델은 포털사이트의 경우 정보 제공자의 측면을 고려한다면 포함될 수 있다.

<표 2> Timmers 모델 기반 포털사이트 분석

모델명	네이버	싸이월드	다음	구글
e-Shop	○	○		
e-Procurement	○	○		○
e-Auction				
e-Mail	○	○	○	○
3rd Party Marketplace				
Virtual Communities	○	○	○	○
Value Chain Integrator	○	○	○	○
Value Chain Service Provider				
Collaboration Platforms				
Information Brokers	○	○	○	○
Trust Providers				

Rappa(1999)는 9가지 일반 비즈니스 모델 유형을 제시하여 각 유형별로 사업 운영 방식에 따라 보다 구체적인 모형들을 제시한다[12]. 포털사이트를 분석한 결과는 <표 3>과 같다. 이 모델로 분석한 결과에서는 포털사이트가 광고형, 중계형, 커뮤니티를 바탕으로 하는 제휴형으로 분류됨을 보여준다.

<표 3> Rappa 모델 기반 포털사이트 분석

모델명		네이버	싸이월드	다음	구글
Brokerage Model	Buy/Sell Fulfillment				
	Market Exchange		o		
	Buyer Aggregator				
	Distributor	o	o	o	o
	Virtual Mall	o	o	o	
	Metamediary	o	o	o	o
	Auction Broker				
	Reverse Auction				
	Classified				
Advertising Model	Search Agent	o	o	o	o
	Generalized Portal	o	o	o	o
	Personalized Portal	o	o	o	o
	Specialized Portal	o	o	o	o
	Attention/Incentive Marketing				
	Free Model				
Informediary Model	Bargain Discount				
	Recommender System	o	o		o
	Registration Model	o	o	o	o
Merchant Model	Virtual Merchant		o		
	Catalog Merchant	o	o	o	
	Click-and-Mortar				
	Bit Vender				
Manufacturer Model					
Affiliate Model	Banner Exchange	o	o	o	o
	Pay-per-Click	o	o	o	o
	Revenue Sharing				
Community Model		o	o	o	o
Subscription Model		o	o	o	o
Utility Model			o		

수입원으로 분류한 전자상거래 모델은 주 수입원에 따라서 6개 유형으로 구분한다[13]. 포털사이트를 분석한 결과는 <표 4>와 같다. 여기서는 포털사이트가 프랜차이즈 모델을 제외하고 대부분의 모델에 해당됨을 볼 수 있다. 이는 인터넷을 기반으로 하는 포털사이트들의 기본 전제가 확보된 회원 대상의 비즈니스로서 광고와 이에 따른 다른 웹 콘텐츠 업체

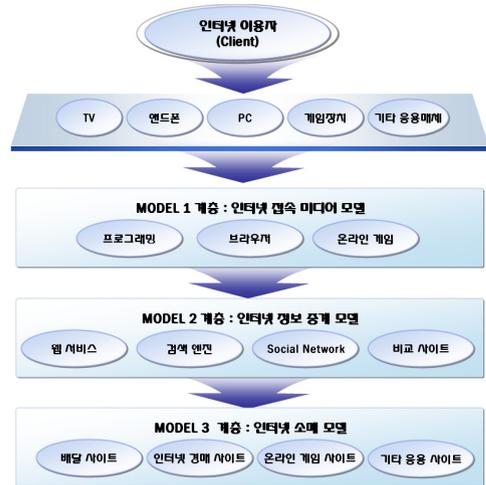
들과의 제휴와 연결 역할을 담당하는 특성을 가지고 있음을 의미한다.

<표 4> 수입원 기반 포털사이트 분석

모델명	네이버	싸이월드	다음	구글
Advertising Model	o	o	o	o
e-Retailing Model	o	o	o	o
Channel Model	o	o	o	o
Affiliate Model	o	o	o	o
Franchise Model				
Subscription Model	o	o	o	o

3. 포털사이트의 인터넷 비즈니스 모델 설계

본 절에서는 포털사이트를 기존의 인터넷 비즈니스 모델에 적용하여 분석한 결과를 바탕으로 인터넷 비즈니스 모델을 다음 그림과 같이 3가지 모델로 분류한다. 이는 사용자들이 각 인터넷 비즈니스 모델들의 접근 단계를 고려하여 설정된 기준을 바탕으로 정의된다.



(그림) 포털사이트의 인터넷 비즈니스 모델 설계

첫 번째 계층인 인터넷 접속 미디어 모델은 사용자가 자신에게 맞는 매체, 즉 유선을 이용한 PC, 무선을 활용한 휴대폰, 게임 콘솔을 이용한 게임장치, IPTV, 가전제품과 같은 기타 응용매체를 통하여 연결할 때 각 장치에 맞는 인터넷 접속 미디어를 제공하는 모델이다. 이에 따라서 인터넷 브라우저를 제

공하는 모델, 장치에 맞는 드라이브를 제공하는 프로그래밍 모델, 비디오 게임 형태의 온라인 게임 모델 등이 있다.

인터넷 정보 중계 모델은 각 포털 사이트의 기능에 따라서 네이버와 구글과 같이 검색 엔진이 주요 서비스인 검색 엔진 모델, 사이버에서 사회적인 네트워크에 주력하는 싸이월드와 같은 Social Network 모델, 가격 비교를 제공하는 비교 사이트 모델, 기타 기존의 웹 서비스를 제공하는 웹서비스 모델로 구성된다.

마지막으로 인터넷 정보 소매 모델은 인터넷 정보 중계 모델을 통해서 서비스의 자원을 제공하는 모델로서 사용자의 활용 내용에 따라서 인터넷 경매 사이트 모델, 배달 사이트 모델, 온라인 게임 사이트 모델, 기타 응용 사이트 모델로 분류된다.

4. 결론 및 향후 연구

인터넷의 대중화로 인하여 인터넷을 기반으로 한 다양한 비즈니스 모델이 등장하고 있고, 이들은 인터넷 사용의 연결 역할을 하는 포털사이트의 다수의 회원들을 중심으로 확대되고 있다. 변화되는 환경에서 기존에 정의된 인터넷 비즈니스 모델을 적용하여 비즈니스의 성공 가능성과 성장 예견에 어려움이 많으며, 다양한 인터넷 비즈니스 환경에 적용 가능한 기준을 가진 인터넷 비즈니스 모델에 대한 설계가 필요하다.

본 논문에서는 이를 해결하기 위하여 포털사이트로 잘 알려진 네이버, 싸이월드, 다음, 구글을 이미 정의된 인터넷 비즈니스 모델에 적용하여 비교 분석하였다. 이를 통하여 도출된 구성 요소들을 적용하여 단계별로 사용자의 접근 방식에 따라서 인터넷 접속 미디어 모델, 인터넷 정보 중계 모델, 인터넷 정보 소매 모델로 분류하였다. 이를 통해서 현재 사용되는 포털사이트들이 기존 인터넷 비즈니스 모델 상에서 여러 범주에 속한 기준을 명시적으로 제시하였다.

본 연구의 포털사이트 인터넷 비즈니스 모델을 적용할 경우 새로운 사업의 기술적인 실현 가능성과 사업으로서의 가능성에 대한 척도가 형성되며, 이를 통하여 경계가 모호한 포털사이트의 비즈니스 모델의 분석과 설계가 가능하다.

향후에는 제시된 포털사이트의 인터넷 비즈니스 모델의 구체화에 대한 실제 사례를 데이터베이스로

구성하는 연구가 요구된다.

참고문헌

- [1] 안중호, "e-비즈니스 모델 유형분석", 서울대학교 경영대학 전자상거래지원센터, 2003. 11.
- [2] 이경진, "P2P Business Model in internet", 월간 En@ble, 2000. 9.
- [3] 이용희, "인터넷 비즈니스 모델의 성공조건", 삼성경제연구소 CEO Information(235호), 2000.
- [4] 이재규, 이경진, "전자상거래와 유통혁명", 법영사, 2000.
- [5] 전성현, "뉴 비즈니스 모델-신경제시대의 가치창출 관계구조", 집문당, 2001.
- [6] Friedman, Joel P., Toni C., Langlinais, "Best Intentions: A Business Model for the eEconomy", Anderson Consulting Outlook magazine, 1, 1999.
- [7] Kalakota R., Whinston A., "The Frontiers of Electronic Commerce", Addison-Wesley, 1996.
- [8] OECD, "Electronic Commerce: Prices and consumer issues for three products : Books, Compact Discs, and Software", 1998.
- [9] Schmid B., M. Lindemann, "Elements of a Reference Model for Electronic Markets," Proceeding of 31st HICCS Conference, Hawaii, 1998.
- [10] Smith M, Bailey J., Brynjolfsson E., "Understanding digital markets : review and assessment", <http://ecommerce.mit.edu/paper/ude>, 1999.
- [11] Bambury, Paul, "A Taxonomy of Internet Commerce", www.firstmonday.dk/issues/issue3_10/bambury/index.html.
- [12] Rappa, Michael, "Business Models on the Web", http://ecommerce.ncsu.edu/business_models.html.
- [13] Sawhney, Mohanbir and Steven Kaplan, "Let's Get Vertical", www.business2.com/articles/1999/09/content/models_1.html.