사회적 공익과 연계되는 디지털 콘텐츠 기반 개방형 사업모델

장선영*, 문형남*, 이시영**, 최준만**

*숙명여자대학교 정책산업대학원 e-비즈니스전공 **썬앤컴퍼니

An Open Business Model Based on Digital Contents for Public Interest

Jang, Sun-Young, Moon, Hyung-Nam, Lee, Si-Young, Choi, Jun-Man

Sukmyung Women's University, SUN AND COMPANY

E-mail : jangsy@@sookmyung.ac.kr, ebiztop@sookmyung.ac.kr, chiu9000@naver.com, jmhm0728@nate.com

요 약

본 연구의 목적은 웹 분야에 종사하는 콘텐츠 제작자의 작업 및 사업 환경을 분석하여, 제작자들이 겪고 있는 어려움을 해결할 수 있는 사업모델을 제시하는데 있다. 이 사업모델은 디지털 콘텐츠 거래, 온라인 프랜차이즈 등이 결합된 것으로 사업관련 이해관계자에게 다양한 수익과 새로운 창업의 기회를 제공하게 될 것이다. 또한, 제작자의 수익성 개선, 저작권의 보호 등을 통해 콘텐츠 산업육성에 기여하는 것은 물론, 일자리 창출, 출산·육아 등의 사회적 문제도 해결할 수 있는 대안이 될 것이다.

1. 서론

우리나라에서 웹 디자이너로 대표되는 콘텐츠 제작인력이 가장 많이 근무하고 있는 곳이 웹 에이전시일 것이다. 웹 에이전시는 1999년 인터넷 붐이 일면서 현재까지 지속적으로 증가하고 있으며, 이러한 증가추세로 인해 일부 과열양상을 보이고 있다. 현존하는 웹 에이전시의 평균 사업유지기간이 8.3년이고, 이 중 38.5% 정도가 5년 미만인 것을 보면 다수의 웹 에이전시가 과열경쟁 등으로 인해 상당히 어려운 상황에 있음을 알 수 있다.

국내 웹 발전과 함께 밝은 미래를 꿈꾸며 IT 분야로 진출했던 많은 제작인력들은 과도한 업무량과 박봉에 시달리며 업계를 떠나거나 프리랜스 디자이너로 전향하고 있다. 프리랜스 디자이너로 일하게 되면 개별적으로 효율적인 시간 관리를 할 수 있고, 고객입장에서는 에이전시를 통하여 업무를 맡기지 않아도 되므로 비용부담이 적다는 장점이 있어 개인의 능력에 따라 많은 고객을 확보하고 충분한 수익을 올릴 수도 있다.

그러나 프리랜스 디자이너와 고객이 주로 개인의 입장에서 거래를 하게 되므로, 산출물의 대가를 지불하는 과정에서 많은 문제가 발생하기도 하며, 문제가 생기더라도 개인의 입장에서 법적인 대응을 통해 개인의 권익을 보호받는 것은 쉬운 일이 아니다. 또한, 웹사이트의 특성상 웹 디자이너 혼자 기획부터 개발, 디자인까지 모든 작업을 완료하기가 어려우며, 프로젝트 수급을 위해 영업까지 수행하다보면 혼자서는 사업을 유지하기가 불가능한 경우도 많다.

하지만, 스마트폰, 전자책이 보편화되고 온라인 교육, 웹 홍보 등 웹 기반의 시장이 확대되기 시작하면서 디지털 형태의 콘텐츠 수요는 점점 늘어나는 추세이며, 이로 인해 디지털 콘텐츠를 활용한 다양한 사업 분야가 나타나기 시작하면서 프리랜

스 디자이너가 제작한 콘텐츠를 판매할 수 있는 경로가 늘어나고 있다. 디지털 콘텐츠 제작이 가지는 사업 수익성, 저작권, 제작인력의 처우 등의 문제로 인해 지속적 성장이 가능한 사업모델의 구축이 쉽지는 않으나, 향후 발전가능성이 높은 분야임에 틀림없다.

여기서 제시하고자 하는 사업모델은 프리랜스 디자이너뿐 아니라 일반인도 콘텐츠 제작에 적극 참여할 수 있도록 마케팅, 저작권, 수익분배 등과 관련한 안정적 사업구조를 갖추고 있으며, 축적된 디지털 콘텐츠와 전문 인력을 활용하여 프랜차이즈 형태의 추가적인 사업기회를 제공한다. 또한, 자유로운 사업 참여 구조와 온라인 기반의 업무환경을 통해 소자본 창업, 재택근무 등이 가능하여 출산·육아 등의 문제로 취업이 제한되는 여성인력의 사회활동 참여에도 기여할 수 있을 것이다.

2. 본론

가. 사업모델의 기본구성 및 특징

여기서 제시하고자 하는 사업모델은 콘텐츠 거래와 이를 기반으로 한 온라인 프랜차이즈 사업이다. 사업의 가장 기본이 되는 디지털 콘텐츠는 일반 이용자 및 전문가 등 누구나 등록이 가능하며, 판매수익은 기본적으로 사업자와 콘텐츠 공급자(CP: Contents Provider)가 정해진 비율로 나누어 갖는 수익구조를 갖게 된다. 여기에 온라인 프랜차이즈 형태의 사업형태를 제공하여 전문성을 가진 개인 혹은 소규모 회사가 온라인 사업을 영위할 수 있는 기회를 제공함과 동시에 사업을 통한 콘텐츠의 소비를 유도하여 CP의 수익성을 높인다.

이 사업모델은 콘텐츠 공급자가 수요자가 되기도 하며, 수요자가 공급자가 되기도 하는 양방향성을 가진다. 또한, 기본 콘텐츠를 활용하여 부가가치가 추가된 콘텐츠의 제작·판매도 이루어져, 원료, 중간재, 최종소비재의 형태를 가진 제조업과도 유사한 특징을 가지고 있다.

나. 대상 콘텐츠의 종류 및 분류

이 사업모델에서 대상으로 삼는 콘텐츠는 디지털 환경에서 활용할 수 있는 모든 형태의 창작물이다. 즉 사진, 일러스트, 아이콘, 플래쉬 제작물, 음악, 음향, 각종 문서 및 디자인 서식, 웹 사이트 빌더, 기능모듈 등이 모두 포함될 수 있다. 이러한 콘텐츠는 활용되는 형태에 따라 아래와 같이 제조업과 유사한 형태로 분류해 볼 수 있다.

1) 기본 콘텐츠

사진, 아이콘, 일러스트 등이 해당되며 구매자가 웹 사이트, e-book 제작 등 어디에나 활용할 수 있는 형태의 콘텐츠이다. 제조업과 비교하자면 철강, 플라스틱 등의 원재료에 해당하며, 기본적으로 제작자 1명이 콘텐츠 전체에 대한 독점적인 권한을 가진다고 볼 수 있다.

2) 가공 콘텐츠

기본 콘텐츠를 활용하여 특정분야의 사용자에게 보다 가치 있게 만들어진 콘텐츠이다. 예를 들면, 기본적인 아이콘이나 사진을 활용하여 제작한 약도, 웹 사이트의 레이아웃 등이 해당된다. 가공 콘텐츠는 제조업에서 각종 부품이나 구성품에 해당하는 형태로 볼 수 있으며, 기본 콘텐츠 제공자와 가공 콘텐츠 제작자가 적정 비율의 저작권을 가지는 형태로 볼 수 있다.

3) 완성형 콘텐츠

기본 콘텐츠와 가공 콘텐츠가 조합되어 최종 소비자에게 전달되는 형태의 콘텐츠로 더 이상의 가공이 허락되지 않은 콘텐츠이다. e-book, 웹 사이트, 온라인 교육물 등이 해당될 수 있으며 콘텐츠 제작에 관여된 모든 제작자가 일정 비율의 저작권을 가지는 형태이다.

위와 같은 콘텐츠의 분류는 차후에 콘텐츠 제작 연관자에게 공정한 수익을 분배하기 위한 수익구조 설계 및 저작권 문제 해결 등에 유용하게 활용될 수 있다.

다. 사업의 이해관계자

사업모델에 포함된 이해관계자는 사업자, 일반 콘텐츠 공급자, 전문 콘텐츠 공급자, 프랜차이즈, 고객으로 분류할 수 있으며, 세부구분 및 특징, 역할은 아래와 같이 정리할 수 있다.

1) 사업자

사업모델 전체를 구성하고 거래시스템, 콘텐츠 D/B, 각종 운영정책 등을 구축하고 운영하는 사업주체로 볼 수 있다. 사업자는 각종 업무에 대한 프로세스 정의, 수익구조 설계, 콘텐츠의 판매를 위

한 마케팅 활동, 프랜차이즈 사업 등의 추가적인 사업형태 제공의 역할을 수행한다.

2) 일반 콘텐츠 공급자

일반 콘텐츠 공급자는 전문가가 아닌 일반인으로서 특정 콘텐츠 분야에 흥미나 관심이 많은 사람들을 지칭한다. 사진, 일러스트, 아이콘 등의 기본 콘텐츠 생산을 취미활동 혹은 부업으로 간주한다. 이러한 사람들은 콘텐츠 거래를 통해서 부수적인 수입을 창출할 수 있으며, 콘텐츠의 다양성을 높여주는 역할을 할 수 있다.

3) 전문 콘텐츠 공급자

이 그룹의 인원들은 해당 콘텐츠 생산에 대한 전문적인 교육을 받았거나, 업무경험을 보유한 인원으로 비교적 고급 콘텐츠의 공급이 가능하다. 물론 다소 고가의 콘텐츠를 생산하게 되며, 수익분배의 비율자체도 일반 콘텐츠 공급자 보다는 많은 비율을 가져가게 된다. 전문 공급자는 일반인이 등록하고자 하는 콘텐츠를 심사하거나 주문제작 등의 업무를 수행하여, 콘텐츠 판매수익 이외에도 부가적인 수익을 올릴 수도 있으며, 사업모델의 다변화 및 양질의 콘텐츠 공급을 위해 중요한 역할을 수행한다.

4) 프랜차이저, 프랜차이지

프랜차이지는 설계된 사업모델을 개별사업으로 활용하기 위해, 프랜차이저(본사)에 매월 일정한 비용을 지불하고 가맹점으로 가입한 개인 및 회사이다. 본사는 가맹점의 사업을 위한 지속적인 마케팅 및 사업지원을 수행하며, 프랜차이지가 자체적으로 또 다른 회원사를 모집하여 본인이 직접 관리할 수도 있다.

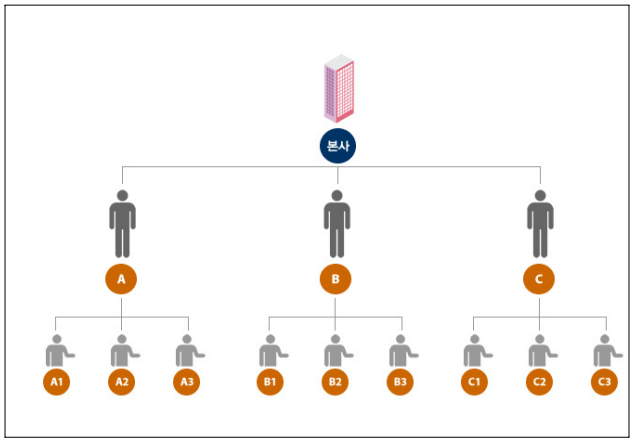
5) 고객

콘텐츠를 구매하는 사람으로 웹 사이트, 웹 교육물 등의 최종 산물출을 사용하기 위해 구매하는 일반고객이 있으며, 다른 콘텐츠를 제작하기 위한 제작용 소스를 구매하는 전문고객이 있다.

라. 디지털 콘텐츠 거래와 온라인 프랜차이즈

1) 사업 관계자 및 시스템 구성

<그림 1>과 같이 본사, 본사와 직접적인 가맹을 맺은 프랜차이지, 프랜차이지가 모집한 하위 프랜차이지들이 트리형태로 구성되어 있다. 각각의 구성원들은 콘텐츠를 제작·공급하기도하며, 콘텐츠를 구매하기도 한다. 또한, 각각의 가맹점은 외부 콘텐츠 공급자들의 창구가 되어 공급받은 콘텐츠는 본사의 통합 D/B로 전송하며, 외부 콘텐츠 구매자들의 판매점 역할도 수행한다.



<그림 1> 사업관계자 구성도

이와 같은 시스템은 프랜차이지가 본사의 D/B를 그대로 승계한 시스템을 사용할 수 있게 하는 구조 때문이다. 프랜차이지의 웹 사이트는 상·하단 등 일부분만 개별적인 로고나 특색이 들어간 형태로 제작되며, 메인화면에 전시되는 상품은 본사의 D/B와 연계되어 본사의 웹 사이트와 동일하게 전시된다. 이로 인해, 본사에서 콘텐츠를 업데이트 하게 되면 모든 프랜차이지 웹 사이트에서 업데이트된 형태로 전시가 되며, 프랜차이지별 특색을 살리기 위해 프랜차이지별로 전시되기를 희망하는 상품을 선택할 수 있는 기능도 탑재된다.

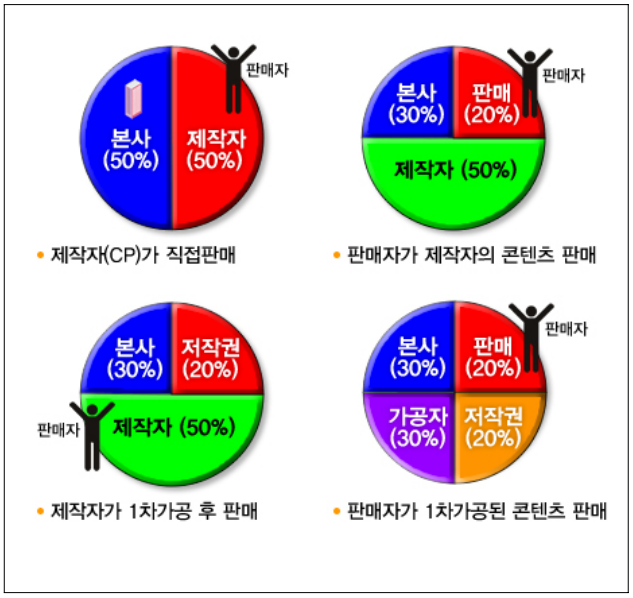
2) 일반 콘텐츠의 거래 및 수익구조

콘텐츠의 제공은 본사, 프랜차이지, 일반·전문 콘텐츠 공급자에 의해 이루어지며, 모든 콘텐츠는 본사로 직접 접수되어 본사의 심의와 제작자의 의견을 참고하여 등록여부 및 판매가격이 결정된다. 심의를 통과한 콘텐츠는 시스템적으로 모든 프랜차이지의 웹 사이트를 통해 대외적으로 공개되어 판매될 수 있다.

한편, 판매는 본사나 프랜차이지를 통해 이루어지게 되며 판매한 프랜차이지는 일정량의 수수료 수익을 거두게 된다. <그림 2>에서는 콘텐츠 판매에 따른 수익분배구조의 예를 설명해 놓았다.

콘텐츠의 판매가격에는 본사의 수수료 수익, 제작자의 수익, 판매자의 수수료 수익, 저작권료가

포함되어 있다. 예를 들어, C가 제작한 콘텐츠를 B1이 가공하였고, 가공된 제품을 A1이라는 프랜차이지를 통해 2만원에 판매한 경우, 본사는 4천원의 수수료 수익, 제작자인 B1은 1만원의 제작자 수익, A1은 3천원의 판매 수수료 수익, C는 3천원의 저작권료를 얻을 수 있는 구조이다.



<그림 2> 콘텐츠 판매에 따른 수익분배구조

특징적인 점은 제작자의 수익은 가장 많은 비율로 항상 고정되어 있으며, 시스템 제공자(본사), 원천 콘텐츠 제공자, 판매자가 모두 수익을 거둘 수 있는 구조라는 점이다. 이는 제작자의 권익을 최우선시 하여 양질의 콘텐츠를 제공할 수 있게 하고, 저작권료를 기본적인 비용으로 포함하여 저작권에 대한 인식을 제고하고 제작자의 부가적인 수익창출을 가능하게 한다. 판매자에 대한 수익은 콘텐츠 거래 활성화 및 마케팅 노력과 연계될 수 있다.

3) 프랜차이즈용 콘텐츠 거래 및 수익구조

여기서는 'DIY(Design It Yourself)홈피'라는 웹사이트 제작을 위한 프랜차이즈 브랜드를 예로 설명하도록 하겠다. 이 프랜차이즈는 웹 호스팅, 관리자 기능, 각종 메뉴, 레이아웃, 기본디자인이 포함된 웹 사이트 제작용 시스템을 제공한다. 즉, 프랜차이지는 본사로부터 저렴한 비용에 기본형 웹사이트를 구매하여 새롭게 디자인 한 후에 고객에게 재판매가 가능하다. 이 때, 프랜차이지는 시스템 구매비, 디자인을 위한 콘텐츠 구입비용을 제외한 차액을 수익으로 가져가게 되며, 본사의 입장에서는 구매자가 매년 지출하는 호스팅 비용을 안정적인 수입원으로 유지할 수 있다.

이 시스템은 디자인을 제외한 모든 것이 갖추어진 웹 사이트를 제공하기 때문에 디자이너가 혼자서 단독으로 사업을 영위할 수 있으며, 디자인을 위한 콘텐츠도 콘텐츠 거래시스템을 통하여 저렴하게 구매 가능한 장점이 있다.

수익구조를 조금 더 자세히 설명하면, 본사에서는 기본형 웹 사이트를 <그림1>의 트리상 레벨에 따라 각기 다른 가격으로 공급하며, 하위 트리에 있는 프랜차이지가 기본형 웹 사이트를 구매한 경우 그 상위 프랜차이지들에게 수수료를 지급하도록 설계되었다. 예를 들면, 30만원짜리 기본형 웹사이트가 있는 경우 B에 있는 프랜차이지에게는 15만원에 판매되고, B1에 있는 프랜차이지에게 18만원에 판매된다. 이 때 B1이 본사에 지불한 18만원 중 3만원은 B에게 수수료로 지급하는 형태이다. 이러한 수익모델로 인해 각각의 프랜차이지들은 하위 프랜차이지를 모으기 위해 노력할 것이며, 이는 성공적인 사업과 콘텐츠 거래 활성화에 많은 도움이 될 것이다.

4) 기존 콘텐츠 거래 사업모델의 문제점

이와 유사한 모델의 콘텐츠 거래를 위한 사이트는 많이 존재한다. 기존 콘텐츠 거래 사이트의 특징을 보면, 첫째로 콘텐츠를 전문디자이너의 고용을 통해 생산한다는 점이다. 이는 콘텐츠 판매에 따른 수익을 모두 회사에서 가져감으로서 수익률은 높을 수 있으나, 직원고용으로 인한 비용 상승의 문제점이 있다. 이를 보완하기 위해 CP를 통해 콘텐츠를 수급할 수 있지만 웹사이트의 특성상 모든 디자인 요소를 혼자서 제작하려면 많은 시간이 필요하기 때문에 개방형 CP의 참여도가 낮다.

둘째, 웹사이트를 구매하는 고객의 심리는 이미 만들어진 콘텐츠를 구매하여 제작할 경우 타사와 같은 디자인을 사용하여 회사 고유의 이미지 전달이 어렵다고 생각하여 참고나 도용만 하고 실제 구매를 하지 않는 경우가 많다.

셋째, 이미 CP를 위한 온라인 프랜차이즈 형태와 비슷한 리셀러 형태의 사업이 있지만 디자인 도용 방지를 우려하여 개발자 혹은 이미지나 문서 콘텐츠를 판매하는 경우에만 리셀러를 허용하고 웹 디

자인이 가능한 개인이나 업체에게는 리셀러를 허용하지 않고 있어 범위가 매우 제한적이다.

바. 사회적 공익과의 연계

여기에 제시된 사업모델은 사업자와 참여자의 수익과 함께, 사회적 공익과 정부시책에의 부합여부를 중요하게 고려하였다. 주요한 공익 기여분야를 아래와 같이 정리할 수 있다.

1) 일자리 창출

투자대비 일반적인 제조업의 고용효과는 콘텐츠 산업에 비해 그 영향이 미비하다. 이 시스템은 1인 기업이 가능하도록 프랜차이즈 형태의 사업시스템 제공이 가능하여, 창업을 통한 본인의 일자리 창출이나 기업 활동을 통한 일자리 창출을 도울 것이다.

2) 출산·육아 문제의 해결

많은 여성인력이 출산·육아 문제로 사회생활을 포기하거나, 사회생활을 위해 출산·육아를 포기하는 경우가 많이 있다. 이 모델에서 제시하는 온라인 기반의 사업시스템은 재택근무와 근무시간의 자율적인 조정이 가능하여 업무를 집에서 출산·육아와 병행할 수 있게 할 것이다.

3) 콘텐츠 저작권 보호로 인한 시장 확대

디지털 콘텐츠는 쉽게 복제할 수 있는 특성으로 인해 제작자의 권익이 제대로 보호되지 못하였다. 또한 적정한 가치산정에 어려움이 있어 수익이 분배구조 설계도 쉽지 않다. 여기서는 제조업의 원료, 부품의 개념을 활용한 '콘텐츠 이력제도'를 도입하여 합리적인 수익분배를 위한 구조를 제시하였다. 콘텐츠 거래를 통한 제작자의 수익보장은 콘텐츠 산업의 활성화와 콘텐츠의 질 향상에 크게 기여할 것이며, 열악한 조건에서 근무하는 콘텐츠 제작관련 인력의 근무환경개선에도 크게 기여하게 될 것이다.

4) 전문 신입 인력의 양성

디자인 관련 학과나 IT 관련 학과를 졸업한 후 취직을 하지 못해 전공과 관련이 없는 서비스업종이나 구직기간이 길어지는 학생 수가 늘어나고 있는데 이 프랜차이즈 시스템을 통해 수학기간 중에 직접 운영을 하며 자연스럽게 실무를 익힐 수 있다. 체험을 통해 취업 시 실무업무에 더욱 빠른 투입이 가능할 수 있고 더욱 발전시켜 비즈니스로 향상될 수 있다.

3. 결론

이 사업모델은 개별 프랜차이즈 방식으로 안정적인 수익증대의 효과를 기대할 수 있으며 웹 사이트 자동제작 시스템을 통하여 디자이너의 작업시간을 단축시키고 프랜차이지들의 콘텐츠 원천소스를 오픈하여 더 풍부한 2차 저작물을 기대할 수 있을 것이다. 또한 재가공시 원천 소스 이용에 대한 저작권을 수익분배를 통해 보호하므로 재가공을 통한 창작물 제작을 더욱 활성화시킬 수 있을 것이다. 향후 연구에서는 저작권을 보호하며 원천 소스를 재가공 하는 범위에 관한 세밀한 연구를 진행할 수 있을 것이다.

이 사업모델은 많은 여성인력을 다시 사회로 이끌어 들일 수 있는 새로운 형태의 사업모델로써 시설·인력 등의 초기투자비용절감 등의 특성으로 1인 기업의 사업 위험성을 감소시키고, 재택근무가 가능하여 기혼 여성의 경우 사회생활과 가정생활을 동시에 영위할 수 있게 할 수 있다. 이는 여성인력의 콘텐츠 산업으로의 유입을 확대시키고, 출산·양육의 부담을 가진 여성들의 사회생활을 영위할 수 있게 하며 원천 소스의 재가공을 통해 더욱 풍부한 콘텐츠 시장을 확보하여 콘텐츠 시장을 새롭게 활성화시킬 수 있을 것이다.

[참고문헌]

[1] 출처 :디지털미디어업계기업체현황 실태조사 보고서(조사 기간 :2008년 5월 23일 ~ 6월 22일)

[2] DSWA(Direct Selling Women's Alliance), 직접판매 더 크게 성공하라, 한언 2005

[3] 여춘돈, 프랜차이즈시스템 조직관리 노하우, 2002

[4] 김준녕, 퍼스널 프랜차이즈 비즈니스, 도서출판 스몰비즈니스 1998