

## 닷컴의 장래

(주)펀넷 이윤희

90년대 이후 인터넷 인구가 급속히 증가하고 있다. 시장조사전문회사인 앵거스 레이드 그룹(Angus Reid Group)이 올 3월에 발표한 바에 따르면 세계적으로 인터넷 인구는 96년 4,000만 명에서 최근 2억 7,500만 명으로 늘어난 것으로 추산했다. 그리고 2005년에는 10억 명에 이르게 될 것이라고 예측했다. 한국인터넷정보센터(KRNIC)에 따르면 2000년 7월 현재 우리나라 인터넷 이용자수는 1,600만 명이다. 이는 세계적으로 인터넷 인구의 10번째 국가에 속한다. 이런 좋은 환경에서 닷컴 기업을 하고 있는 우리나라 사람들은 어찌하면 행운아일지도 모르겠다.

작년(2000년) 1월, 회사를 설립하는 그 순간 나는 이미 성공을 손에 쥔 듯한 착각에 빠졌다.

일을 시작도 하기 전에 무지개 빛 꿈만을 꾸고 실패란 전혀 염두에 두질 않았으니 참으로 경영자로는 가져서는 절대로 안될 위험한 생각을 하고 있었던 것이다. 하지만, 사실 그 시기에는 모두가 벤처, 벤처하며 한없이 꿈에 부풀어 있던 때였기에 필자가 그렇게 생각한 것도 무리는 아니었다.

당시만 해도 벤처 사업, 그 중에서도 이른바 닷컴(.com)기업은 마치 “창업=성공”이라는 말도 안 되는 등식을 당연한 것처럼 세상 모두에게 받아들여지고 있었기 때문이다. 닷컴이란 이름을 달고 창업만 하면 서로가 투자하려고 앞을 다투던 시기였으니 그럴 만도 한 분위기였던 것도 사실이었다.

그러던 닷컴 기업의 분위기가 작년 연말을 전후하여 나스닥, 코스닥 시장의 붕괴와 함께 급격히 냉각되어 언제부터인가 “닷컴=실패”라는 극단적인 판정까지 서슴없이 내리고 있을 정도이다.

작년 초의 이른바 “묻지마 투자” 때의 과열 분위기도 정상은 아니었지만 지금의 분위기 또한 분명

정상은 아닌 것 같다.

필자는 그 기간동안 여러 곳의 창업투자 회사들을 만나 보았지만, 이상하리 만큼이나 창업투자들의 반응이 이상한 부분에서 공통적이었다는 사실이다. “xx창투에서 투자하면 우리도 하겠다.”라든가 “xx창투에서는 어떻게 한대요?”라는 식의 질문을 창투 회사의 간부직원이 하는 것이었다.

창투 회사에서 투자를 심사하는 직책에 있는 분이라면 일반적으로 여러 분야에 많은 지식을 가진 일류 엘리트들이라 생각한 필자로서는 이해하기 힘든 일이었다. 어찌해서 제출된 사업계획서를 보고 투자의 적격여부를 심사해야 할 사람이 다른 창투의 의사결정을 필요로 하는 것일까?

가장 전문가이어야 할 사람이 너무 주관이 없다고 생각한다면 지나친 해석이 되는 걸까?

1년전 사람들이 무지했던 것인지, 지금의 사람들이 무지한 것인지 아직은 아무도 선불리 말할 수는 없겠지만 1년여 세월만에 180° 바뀌어 버린 세상의 시각은 또 어떻게 받아들여야 하는 것일까?

필자가 운영하고 있는 회사는 온라인으로 게임을 즐기는 이른바 온라인 게임 사이트이다.

지금까지 1년 6개월 정도를 무료로서 운영해 오며 어느 정도의 회원을 확보하고 기반도 조금은 잡았다고 할 수 있다.

지금까지는 이렇다 할 큰 고정수입이 없이 투자를 받은 돈으로 유지해 왔으나 언제까지나 계속 투자에 의지하며 수입 없이 회사를 운영할 수는 없는 일이다.

그렇기에 어떤 식으로든 반드시 수익 모델을 만들어야 함은 너무도 당연하다.

하지만 지금껏 무료에 길들여져 있는 우리나라의 네티즌들의 사고를 유료로 흡수하기는 참으로

어려운 일이다.

그러나 아무리 어렵다고 하더라도 유료화의 벽은 모든 닷컴 회사들이 반드시 극복해야 할 산이다. 그 벽을 극복하지 못한다면 닷컴 기업의 장래는 암울할 뿐이다. 아니 암울한 것이 아니라 절망이라 해야 할 것이다.

특성에 따라 차이가 있겠지만 일반적으로 게임 사이트의 경우 수익모델이라 하면 크게 몇 가지들을 수 있다.

1. 프로그램의 수출
2. 인터넷 쇼핑몰과의 제휴
3. 유료화에 따른 회비 수익
4. 대회개최에 따른 수익
5. 유료 콘텐츠 구성
6. 포털사이트의 콘텐츠 제휴
7. 인터넷 광고

이 중 우리 회사의 경우에는 1과 2에서 어느 정도의 수익 모델을 가지고 있는 상태이고 2001년 8월~9월 중으로 3, 4, 5번의 수익 모델을, 2002년에는 4번 수익모델이 가능하리라 판단되며 7번의 인터넷 광고 수익은 2003년 이후에는 어느 정도 가능하지 않을까 예상된다.

이 중에서 가장 중요한 부분은 역시 3번이며, 다음으로 4, 1, 2번 5, 6번 순으로 비중을 차지한다 할 수 있다.

그렇기에 우리와 같은 게임회사의 경우라면 3번의 수익 모델을 극대화하는 것만이 장기적인 발전을 위한 가장 중요한 부분이라 할 수 있으며 3번에서 만족할 수준까지 도달할 수 있으면 그에 따른 많은 부가 이득을 창출할 수 있는 것도 큰 매력이다.

그리고, 인터넷 게임사이트를 운영하다 보니 오프라인에서 느껴보지 못했던 힘든 부분이 몇 가지 있는데 그것은 바로

1. 네티즌들의 불만 사항이 너무도 적나라하게 드러난다.
2. 네티즌들이 취향이 천차만별이다.
3. 무료화에 너무 길들여져 있다.

등이다

특히 1, 2번은 인터넷 게임의 특성상 나타나는 현상으로서 네티즌들이 각자 개인의 불만과 취향을 너무도 쉽게 나타낼 수 있는 반면에, 운영자의 입장에서 그 불만이나 요구사항을 다 들어줄 수가 없어 항상 논쟁의 대상이 되는 것이 상당히 큰 어려

움이라는 의미이다.

그리고 3번의 문제는 기업의 존폐와 가장 직접적인 관계가 있는 문제이므로 따로 언급할 필요조차 없으리라 생각한다.

필자는 개인적으로 지금 바로 이 시기가 닷컴 기업의 가장 "위기의 시기"라고 생각한다.

금년 초부터, 빠르게는 작년부턴도 닷컴 기업들이 유료화로 변신을 꾀하기 시작하였으나, 지금까지의 결과는 상당히 좋지 않은 편이다.

여러 가지 이유가 있겠지만 앞서 언급했듯이 무료로 길들여져 있던 네티즌들을 유료화로 끌어들이기에는 역부족이었던 것이 가장 큰 원인이었던 것 같다.

하지만, 최근 들어 모든 닷컴 기업들이 차츰 유료화로의 전환을 시도하고 있기에 무료⇒유료로의 전환에 따른 충격의 강도가 점점 약해지고 있는 것이 사실이다.

그렇기에 어느 때인가는 닷컴 기업의 유료화가 네티즌들에게 기정사실로 받아들여지는 날이 올 것이며 그때가 되면 닷컴 기업의 장래는 밝아질 것이다.

다만, 중요한 점은 그 시기가 과연 언제 올 것이며, 어떻게 해서든지 모든 닷컴 기업들이 지금의 어려움을 슬기롭게 극복하고 그때까지 버텨 줄 수 있는나 하는 문제이다.

그 어려운 생존경쟁의 과정에서 많은 희생이 따르겠지만, 반드시 각 분야별로 상위 몇몇개 기업만은 살아 남을 것이다.

그렇기에 모두가 혼신의 힘을 다하여 각 분야의 상위 몇 개 기업에 들어야만 하는 것이 우리의 운명이다.

그리고 닷컴 기업이 가진 무한한 가능성을 감안할 때 그 업체들에게는 분명 무지개 빛 미래가 보장되리라 확신한다.

닷컴이여, 힘찬 미래를 생각하고 정진하시길...

### 이 윤 희



1985 한국외국어대학교 일본어과 졸업  
 1996. 4~12 스포츠조선에 '카드의 마술사 포커' 연재  
 2000~현재 주식회사 핀넷(7poker.com) 대표이사  
 E-mail:leeepro@dreamx.net