

## 국내 온라인 게임 기업의 해외진출지원 모델의 효율성 연구

주기환<sup>1</sup>, 문남미<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>정보통신산업진흥원 디지털콘텐츠사업단, <sup>2</sup>호서대학교 컴퓨터정보공학부

### Study of the effectiveness of a supporting model for the domestic online game industry to go abroad.

KiHwan Joo<sup>1</sup>, Namme Moon<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Digital Content Division, NIPA,

<sup>2</sup>Dept. of Computer Engineering, Hoseo University

**요약** 본 연구에서는 온라인 게임의 구조 분석을 통하여 한국의 온라인 게임 기업이 글로벌 시장에 진출하는 과정에 필요한 효율성 높은 정책적 지원 플랫폼 및 성과 평가 모델을 발굴한다. 온라인 게임 기업의 해외 지원을 위해 다양한 방법으로 정부의 정책 및 게임 회사의 노력이 시도되었으나 온라인 게임이라는 콘텐츠만이 갖는 고유한 특성과 환경으로 인해 온라인 게임의 글로벌 지원에 특화된 성공적인 비즈니스 모델을 갖지 못하고 있었다. 그동안 국내 온라인 게임 지원 정책은 글로벌 서비스 플랫폼(Global Service Platfotrn: GSP) 지원 사업과 국제게임대회, 현지화, 홍보 등 다양한 사업을 중심으로 국산 온라인 게임업체를 지원하고 국내 온라인 게임에 대한 해외 경쟁력을 높이려고 해왔다. 하지만 그 투자와 노력에 비해 GSP 등 일부 사업을 제외하고는 좋은 결실을 맺지 못하였다. 따라서 본 연구에서는 2004년 이후 10년간 추진 중인, 온라인게임 육성의 유일한 성공 정책이라 할 수 있는 GSP 사업 모델에 대한 다각적 접근 방법과 참여 업계의 설문 분석을 통해 정책 수행 결과에 대한 효과를 검증하고 시사점을 도출하였다. GSP의 성과 평가를 위해 새로운 정책 지원 및 평가 모델인 글로벌 온라인 게임 지원 모델(Global online game Supporting Chain Model: GoGSCM)을 제시하였으며, 적합성, 효율성, 효과성, 지속성의 4가지 측면에서 GSP 모델을 평가, 검증하였다.

**Abstract** This paper reports the political supporting platform, and the outcome evaluation model, which was developed for the Korean on-line game companies that have started to go abroad to publish their games. When they begin to sell their games, they have many difficulties in promoting in other countries including the USA & EU. They try to find solutions to solve these problems, but on-line games still do not have a successful business model because of their unique attributes and environmental features, even though they spent a lot of money and time to enter the international on line game market. Thus far, the local on-line game supporting policy has tried to improve the world competitiveness of local companies by doing diverse activities, such as Global Service Platform(GSP) service, international game competition, and globalization, marketing. On the other hand, there has been only a small number of fruitful results except for GSP. Therefore, in this paper, the result of GSP was verified using the Global on-line game Supporting Chain Model(GoGSCM), which is the new political supporting and evaluation model through survey targeting GSP participations. As a result, GSP was evaluated based on the compatibility, efficiency, effectiveness, and continuity.

**Key Words** : On-line game, GSP model, GoGSCM(Global on-line Game Supporting Chain Model)

\*Corresponding Author : Namme Moon(Hoseo Univ.)

Tel: +82-041-540-5981 email: [mnm@hoseo.edu](mailto:mnm@hoseo.edu)

Received June 2, 2014

Revised August 21, 2014

Accepted September 11, 2014

## 1. 서론

국내 온라인 게임 업체는 해외의 다른 게임 업체들과 비교했을 때 제작 기술과 운영 기술에 있어 상대적 우위를 점하고 있다. 그러나 국내 시장의 규모와 성장 한계로 인해 기술적 우위를 제대로 발휘하지 못하고 있으며, 이를 해결하기 위해 해외 시장 개척의 돌파구가 반드시 필요한 실정이다. 이를 위해 정부는 2004년 글로벌 서비스 플랫폼(Global Service Platform: GSP)을 구축함으로써 온라인 게임의 해외 시장 서비스 지원을 추진해왔다. 그동안 GSP를 통해 지원, 개발되어 온 다양한 우수 사례들이 제시된 바 있으나, 현재 10년간 추진된 GSP 사업에 대한 실질적 성과 분석은 시도된바 드물다.

따라서 본 논문에서는 GSP의 운영, 마케팅, 지원성과에 대한 실제 지원 기업의 의견을 토대로 GSP의 공공성과 비즈니스 모델로서의 성과를 평가하기 위해 글로벌 온라인 게임 지원 모델(Global on-line Game Supporting Chain Model: GoGSCM)을 제시하고, 이를 기반으로 GSP 모델 성과에 관해서 검증하고자 한다. GoGSCM은 향후 국내 온라인 게임의 위기 극복과 해외 시장에서의 경쟁력 확보를 위해 새롭게 적용할 정책 모델로서 활용 가능하다.

## 2. 온라인게임 산업과 GSP 정책

### 2.1 온라인 게임 산업의 현황

문화체육관광부와 한국콘텐츠진흥원이 발간한 “2013 대한민국 게임백서”에 따르면 2011년과 견주어 약 10.8% 성장한 9조 7,525억 원으로 집계되었다는 발표가 있었다. 이는 2012년 자료를 기반으로 발표한 자료이기에, 공식적인 집계는 아직 덜 되었지만, 작년 2013년의 시장규모는 약 10조원을 돌파하였을 것으로 보고 있다. 2012년 기준으로 살펴보면, 온라인 게임은 6조7,839억 원의 매출을 달성하며 전체 게임 시장의 69.6%를 점유한 것으로 나타났다. 게임 산업 종사자는 9만5041명으로 집계되었는데, 이를 통계화 해보면 약 10만 명의 인력이 10조의 산업을 만들었다는 것이다. 2012년 국내 게임 산업의 해외 수출은 전년 대비 11% 증가한 26억 3,891만 달러로 집계됐다. 이 중 91.4%인 24억 1,086만 달러가 온라인 게임 수출을 통해 이뤄졌다. 2012년 매출 기준으로 온라인게임시장이

세계 시장에서 차지하는 비중은 6.3%로 5위를 차지했다. 2011년의 5.9%에 비해 0.4%포인트 높아졌다. 이 중 온라인 게임 매출이 60억 2,000만 달러로 절대다수를 차지하고 있다. 온라인 게임만 놓고 보면 한국의 시장 규모가 세계 시장에서 28.5%의 비중을 차지하나 전체 온라인게임 시장규모 1위는 중국이다[1].

### 2.2 국내 온라인 게임 업계 글로벌 이슈 및 위기

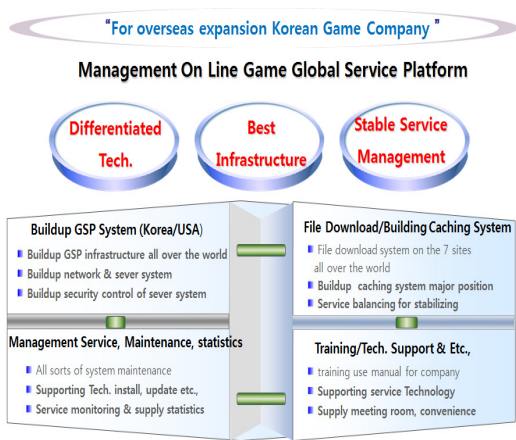
국내 온라인 게임 시장의 성장세는 유지될 것으로 전망되나, 이제까지 유지돼 온 고 성장세는 저물고 있다. 작년 온라인 게임 시장의 성장률은 8.8%에 그쳤으며, 올해 8.1%, 내년 7.4%으로 계속 낮아질 전망이다. 이용자들의 관심이 옮겨가면서 개발사들은 신작 게임 개발보다 기존 게임 업데이트에 더 신경을 쓰고 있다. 또한 국내에서 40%가 넘는 점유율을 보이는 ‘리그 오브 레전드’ 등 해외 온라인게임의 공세가 어느 때 보다 거세고, 이미 세계 1위의 자리를 차지한 중국 온라인게임의 국내 진출 역시 국내 온라인게임 위기의 주요 요인이 되고 있다. 특히 2010년부터 중국 정부와 현지 업체들이 해외수출에 역점을 두기로 뜻을 모으면서 국내 업계와의 경쟁은 더욱 치열해 질 것으로 전망된다. 완미시공의 완미세계의 경우 남미, 유럽, 북미 등 아시아권외의 지역에서도 진출 성과를 내고 있으며, 상대적으로 낮은 계약금을 앞세운 중국 온라인게임이 해외시장 공략은 한국 온라인게임의 경쟁력을 약화시키는 요인이 될 것으로 보인다. 대작 신작의 실패 등 온라인게임의 부진은 또한 모바일게임으로 빠른 전환으로도 이어지고 있어 온라인게임에서의 시장 이탈도 가속화 되고 있다. 최근 가장 중요한 위기 이슈는 게임중독 논란이다. 섣달올날의 시행을 비롯, 진흥보다 규제 조항이 더 많을 정도로 온라인게임은 다양한 규제 공세속에 포위되어 있는 형국이고, 가칭 ‘게임중독법’의 제정 움직임도 국내 게임 업계의 장래를 어둡게 만들고 있다.

### 2.3 온라인 게임 글로벌 지원정책(GSP)[2]

정부는 국산 게임이 해외에 직접 서비스될 수 있도록 인프라, 마케팅 등을 제공하여 수출 증대에 기여하기 위한 글로벌 서비스 플랫폼(GSP) 운영 정책을 지원해 오고 있다. 전략 지역으로의 인프라를 강화하고 세계 최대 게임 소비 시장인 미국에 GSP 인프라를 확대하여 해당지

역 내 서비스 품질 강화를 지원한다. 또한 테스트 위주의 GSP 사업을 상용화 중심으로 확대하여 국산 게임의 안정적인 해외 직접 상용화 진출 및 경쟁력 있는 국내 우수 온라인게임의 발굴을 지원하고 있다. Fig. 1에서 GSP 공급, 운영 시스템의 기본 구조를 설명한다.

지원 대상 업체는 게임 개발 및 유통 업체로서 1차류 평가(게임 경쟁력, 해외진출 역량, 마케팅 계획, 사업수행 역량 등)를 통한 우수 게임 발굴하고 발표 및 질의응답을 통해 미국 등 전략시장의 진출 가능성 높은 업체를 선발하고 있다.



[Fig. 1] GSP Supporting Operational System

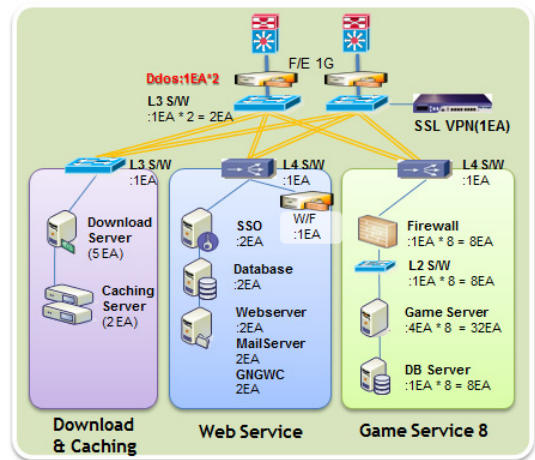
선정된 업체들에 대해서는 Fig. 2와 같이 서버 5대, 스위칭, 방화벽, 상면 각 1대, 서버용 SW, 국내외 전용선, 해외 다운로드 및 캐싱 서버 활용할 수 있도록 지원하고 현지 진출 강화를 위해 마케팅 : PR. 온라인 광고 등 해외 마케팅도 병행하여 지원하고 있다. 또한 서버용 OS와 보안, 과금 등 게임 관련 솔루션 등 SW/솔루션을 제공하고 있다.

테스트 서비스 개시일로부터 6개월간 지원하며, 테스트기간 종료 후 상용화 서비스를 위해 연장을 희망할 경우 최대 1년간 연장 가능하다. 국내 및

미국내 게임테스트 인프라와 해외 주요거점(미국, 영국, 독일, 일본, 홍콩, 브라질)에 다운로드 전용 인프라 구축 운영하고 있으며 게임 유저가 가장 많은 미국지역에 게임 테스트 인프라를 확대 운영하고 있다.

GSP 마케팅 지원은 게임사별 분석을 통한 마케팅 방향 수립하고, 검색서비스 최대 사이트인 구글의 검색광

고와 콘텐츠 네트워크 광고를 제공하고 있다. 사전에 게임사별 검색 최적화 작업을 선행하여 해당 사이트의 검색 노출을 극대화 하도록 유도하고 기간별 방문자수, 페이지뷰, 방문 키워드 등의 통계분석을 통해 마케팅 지원 기간 이후에도 지속적인 상위 노출 효과를 유지토록 하고 있다. GSP 이용 게임에 지원 가능한 보안, 과금 등의 국산 솔루션 유치하여 게임뿐 아니라 관련 솔루션들의 글로벌 시장 진출 기회를 제공하기 위해 GSP 얼라이언스를 운영하고 있다.



[Fig. 2] GSP Infra Structure

해외 판로 개척에 부심하던 많은 중소 온라인 게임 업체들이 GSP 사업 참여를 통해 성공한 대표적인 예로, 조이맥스(게임명 : 실크로드온라인)는 GSP를 통해 해외직접서비스에 성공하여 전세계 200여개국에서 매출 300억대의 회사로 성장하고, 코스닥 상장을 이루었다. 또한 소프트닉스(게임명 : 건바운드)는 국내에서 실패한 건바운드를 GSP를 통해 1년만에 동시접속자 100명에서 동시접속자 1만명을 기록하였고, GSP를 통해 남미쪽의 성장가능성을 확인하고 페루에 법인을 세워 현재 연매출 200억대의 회사로 성장(매출의 95% 이상이 해외매출)하고 있다. 에스디엔터넷(게임명 : 네이비필드)는 GSP를 통해 글로벌직접서비스에 성공하여 매출 30억대의 중견회사로 10년을 유지중이며, 네이비필드2를 제작하여 '14년 GSP에 다시 참여하고 있다.

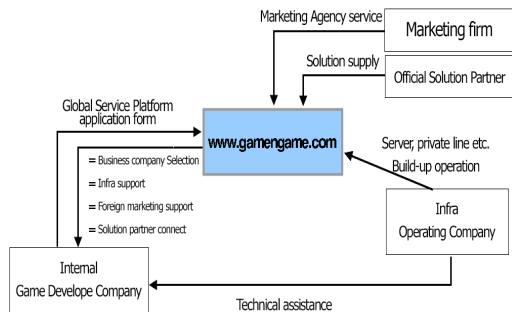
GSP의 국가 경제적 효과를 살펴보기 위해 Table 1에서 GSP 예산과 수출액 및 비율을 설명한다. 수출액은 해

당게임으로 지원받은 당해연도 해외수출 실적만 조사하  
므로, 온라인게임의 특성상 3~4년 이상 서비스가 되는 것  
을 감안하면 GSP를 통한 수출실적은 연간 50억의 2~3배  
정도 될 것으로 추정되고 있다. 또한, GSP를 통한 해외서  
비스 경험을 통해 개발사 타게임의 해외수출의 간접효과  
까지 감안하면 연 30억수준의 정부예산대비 3~4배 효과  
를 거둔 것으로 추정된다.

[Table 1] GSP Budget & Export Amount (bil.KRW)

Year	2010	2011	2012	2013
Government Budget	3	4	3.6	3.4
Export Amount	3.92 (4.3)	4.19 (4.6)	4.28 (4.7)	5.05 (5.6)
Export rate		7%	2%	18%

게임 포털인 게임엔게임(Gamengame) 또한 페이지  
개편 및 전문적 GM서비스 지원을 통해 2013년에도 꾸준  
히 실적이 증가하였고, 신규 회원 가입자수도 크게 증가  
하였다. Fig. 3과 Table 2에서 Gamengame의 운영 다이  
어그램과 신규 가입 현황을 각기 설명한다.



[Fig. 3] Gamengame.com Operational Diagram

[Table 2] Number of New Comers of Gamengame

Year	New Members	Rate
2011	99,095	
2012	51,029	
2013	176,000	245%increased compare to former year

### 3. GSP 성과 평가 모델

해외진출을 위한 각종 마켓지윈, 현지화, 테스트베드  
를 제공하는 GSP 지원사업의 성과적 특징은 기술 지원  
사업 또는 연구개발 사업과는 다르게 직접적으로 기업의  
해외 매출액과 연결되어 나타나게 된다는 것에 있다.  
GSP 지원 사업의 이러한 특징은 성과 평가 과정에 단순  
한 연구 개발 지원이 아닌 비즈니스 지원 정도를 측정하  
는 것이 필요하다는 의미이다. 이에 본 연구에서는 온라  
인 게임 콘텐츠 비즈니스 모델 구현에 필요한 관련 요소  
를 식별하고 공공적 성격과 경제적 성격을 포함한 성과  
평가 모델을 제시, 적용하고자 한다.

온라인 게임 콘텐츠 비즈니스 모델에 대한 정의는 사  
용되는 접근방법 대상이 다양하고 콘텐츠 분야의 복잡성,  
분산성 등의 특징에 따라 명확하지 않음으로 유사 분야  
인 e-비즈니스모델 등을 참조하여 연구의 목적에 맞도록  
온라인 게임이 포괄적으로 포함되어 설명되고 있는 종전  
의 디지털콘텐츠 비즈니스 분야의 이론을 찾아 비즈니스  
평가 요소와 비교·식별하고자 한다.

혁신의 정도와 기능 통합 정도에 따라 인터넷 비즈니스  
모델을 분류한 Timmers(1998)는 11가지로 분류된 인  
터넷 비즈니스를 정의하고 있다. 그러나 각각의 의미 부  
여나 예시 보다는 일반적인 가치사슬 이론에 기반한 비  
즈니스 모델의 확장에 대한 방향성을 제시하고 있다. 이  
는 기존의 일반적인 가치사슬 체계에서는 표현할 수 없  
는 무형의 재화를 전달하고, 다양하고 복잡한 비즈니스  
가 발생하는 디지털콘텐츠 비즈니스 가치사슬을 충분히  
설명하지 못하는 한계를 가지고 있다.

시장주도자를 기준으로 분류한 Berryman et al(1998)  
은 판매자가 통제하는 시장, 구매자가 통제하는 시장, 중  
립적인 시장으로 비즈니스 모델을 분류하였다. 이는 시  
장 주체별로 모델을 간결하게 도식화 시켰다는 장점은  
있을 수 있으나 판매자와 구매자의 역학 구도에 치중되  
지 않는 다양하고 복잡한 디지털콘텐츠 비즈니스 모델  
을 포괄할 수 없는 문제점이 있다.

이렇듯 기존의 e-비즈니스모델의 분류를 디지털콘텐  
츠 비즈니스 모델을 정확하게 분류하거나 정의하기는 어  
려운 현실이다. 또한 디지털콘텐츠를 이루고 있는 기반  
기술의 발전 속도에 따라 융합속도가 빨라지고 있으므로  
기존의 e-비즈니스와는 다른 구성요소와 접근 방법을 통  
해 정의를 내려야 할 것이다.

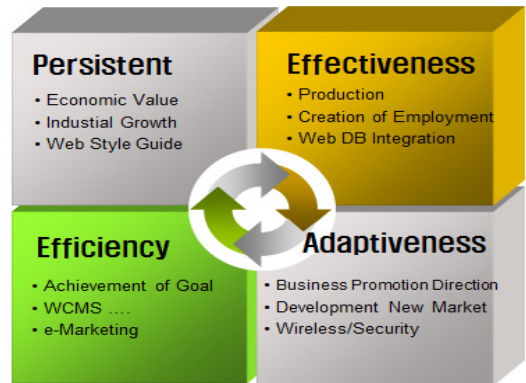
심상민(2001)의 경우 디지털콘텐츠 비즈니스모형은 콘텐츠 유통과 제조 및 판매에 따라 콘텐츠 신디케이트, 콘텐츠 복합그룹, 콘텐츠 플랫폼, 콘텐츠 프로듀서의 4가지 유형으로 나타낼 수 있다고 주장 하였고[7]. 소프트웨어진흥원(2000)은 디지털콘텐츠 비즈니스 모델은 단계별 활용 측면에 따라 콘텐츠제작 지원 산업, 콘텐츠 제공 산업, 콘텐츠 활용 산업으로 분류 하였다. 그러나 디지털콘텐츠의 활용범위가 커지고 소비자와 공급자가 융합된 융합형 비즈니스 모델이 발생되면서 위와 같은 분류와 비즈니스 모델 정의 역시, 현재의 상황과는 적합하지 않다. 위에 살펴본 바와 같이 디지털콘텐츠 비즈니스 모델의 분류 및 정의는 각각의 연구자에 따라 또는 접근관점에 따라 차이점을 보이고 있음을 알 수 있으며 이에 따른 성과평가를 위한 모델 또한 각각의 차이를 보이고 있다. 다음 Table 3에서 선행 연구에서 제시한 성과 평가 모델 유형을 정리하였다.

[Table 3] Theoretical Performance Evaluation Models

Division	Main Study	Related Study
Negotiation Decision Model	Possession Priority Protection & Applicable	Dunning(2000), Dunning et al.(1990)
Study & Evolution Adoptable Model	Export under lack of Resources	Johanson and Widersheim-Paul (1975), Johanson and Vahlne(1977, 1990)
	Globalization of Evolution Adaptation	Vissak(2003)
	Globalization over Theory of Evolution	Bamberger and Evers(1993), Buckley(1989)
Network Model	Study of Industrial Network	Johanson and Mattson(1988), Welch and Welch(1993)
	Relation linked under the solution of Resources lack	Chen and Chen, 1998
Supply based Model	Resource Applicable & usable under Globalization	Grant(1996), Zander and Kogut (1995), Madhok(1997)
	Global development under Resource Application	Tallman and Karin(1994), Malnight (1995)
Aspect of Radical & Nature Born	Globalization on non continuous Customer based Globalization	Moen and Servais(2002), Bell et al.,(2003); Bell and McNaughton(2000), Dimitratos and Plakoyiannaki(2003), Berry and Brocks(2004) etc.,

GSP는 정책 지원적 성격과 수익 모델 도출의 양 축을 모두 포함하고 있는 모델인 바, 이를 위한 성과 평가 모델은 기업의 수익창출을 위한 본원적 활동을 지원하고 국가적 경쟁력을 높이는 공공 지원의 성격을 모두 갖추어야 한다. 이를 달성하기 위해 본 논문에서는 글로벌 온라인 게임 지원 모델(Global on-line Game Supporting Chain Model: GoGSCM)을 Fig. 4와 같이 제시하고 이를 GSP의 성과 평가를 위한 검증 모델로 적용한다.

GoGSCM은 일반적 비즈니스 모델에서 다루지 않는 국가적 차원의 영향 요소를 고려할 수 있도록 설계하였다. 총괄적인 성과는 적합성, 효율성, 효과성, 지속성의 네 가지 측면에서 평가 될 수 있도록 한다. 적합성은 디지털콘텐츠 산업의 환경변화와 정부 육성목표를 비교하여 추진사업의 목표와 내용이 부합되었는지를 판단한다. 효율성은 사업의 투입요소 대비 기대 또는 실제 결과물의 정도를, 효과성은 사업의 전략적, 정성적 목표와 대비한 실적을, 마지막으로 지속성은 추진내용의 파급성과 효과가 확산되는 정도를 판단한다.

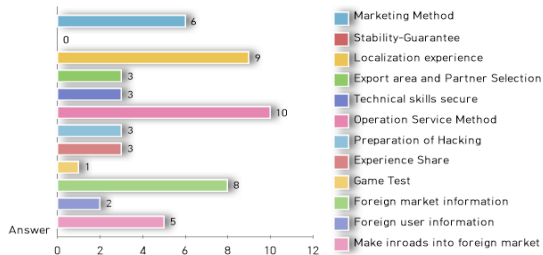


[Fig. 4] GoGSCM Evaluation Model

#### 4. 평가 및 분석

제안한 GoGSCM에 기반한 GSP의 성과 평가를 위하여 27개 온라인게임 해외 진출 업체에 대한 설문조사를 실시하였다. 설문 결과에 대한 주요 분석기법은 다중회귀분석(multiple regression analysis)[9], 주성분요인분석(principal component factor analysis)[10], 분산분석(ANOVA)[11], 판별분석(discriminant analysis)[12], 카

이스퀘어( $\chi$ ) 독립성 분석[13], 크론바하 알파( $\alpha$ )에 의한 신뢰성 분석 등이며, 목적에 따라 다른 분석 기법을 적용하였다. 주성분요인분석은 다항목으로 측정된 여러 변수의 주요성분을 발견하고 주요 성분에 해당하는 변수를 도출하기 위해 활용하였다. 요인분석에 의한 요인 수의 결정은 고유값이 1 이상에 해당하는 기준을 사용하였다. 요인분석을 통해 도출된 요인 간 독립성을 유지하기 위해 요인분석의 성분 인자 추출을 위한 회전방식으로 베리맥스(varimax) 방식을 사용하였다(이학식·임지훈, 2005).



[Fig. 5] Answers of Export Companies

온라인게임 글로벌 진출 업체의 설문 결과를 5점 리커트 척도로 살펴본 결과, 평균 4.55의 긍정적 결과를 확인하였다. 적합성의 경우, 지원사업의 서비스에 대해 1순위는 비용절감, 해외직접진출 환경제공의 순이며, 2순위, 3순위 모두 장비지원이 가장 도움이 된 것으로 조사되어 GSP의 적합성은 높다고 판단된다. 효율성 측면에서는 홍보 및 마케팅에 대한 선호가 57.1%로 가장 높았으며, 이는 글로벌 능력이 부족한 업체에 대해 국가 지원을 효율적으로 집중해야 함을 분석적으로 보여주고 있다. 또한 효과성 면에서 사업 수행 후 계약, 매출 등의 증가가 나타나, 성과에 대해 매우 긍정적으로 답하였고, 계약 체결율도 60.9%로 이루어지고 있다고 답하였다. 마지막으로 지속성의 경우, 업체들이 사업이 지속적으로 유지, 운영되고 있는가에 대해 긍정적인 답변을 하였다. 더불어 향후 서비스 이후에도 퍼블리셔와 직접 연계될 수 있는 전략을 요구함으로써 지속성 측면에 대한 효과가 존재함과 동시에 개선사항에 대한 이슈가 도출되었다.

## 5. 결론

온라인 게임 산업의 경우 규모의 경제, 긴 수명주기와 같은 경제적 특성, 급속한 기술 개발 및 네트워크 인프라

와 같은 기술적 특성, 진출 지역 및 온라인 사용자의 문화적 동질성과 같은 문화적 특성이 골고루 반영됨으로써 나름대로의 독특한 해외 진출 특성을 갖고 있다. 이러한 특성으로 인해 중소기업이 자력으로 해외 게임 시장에 진출하기엔 어려움이 있다. GSP는 온라인게임 산업에서 정책적으로 국가의 공공 목적과 비즈니스의 수익 달성을 모두 고려한 성과 평가 모델로서 GoGSCM을 제시하였다. 이를 기반으로 GSP 모델을 성과 평가한 결과 다음과 같은 시사점을 도출하였다.

첫째, GSP는 구조적 인프라 문제를 해결함으로써 중소 게임 개발사들이 혁신성을 가지고 해결하기 어려운 물리적 인프라 구축 지원 전략을 수립한 측면에서 적합성이 뛰어나다. 둘째, 일반적으로 GSP 수혜 업체들은 회사의 게임 개발 이외의 마케팅 능력이 부족한 경우가 많고 글로벌 시장의 경험이 부족하기 때문에 효율적인 해외 진출이 어렵다. 이로 인해 마케팅 및 홍보 전략에 대한 지원 필요성이 높다. 셋째, GSP 사업 결과, 해외 판로 개척이 활성화됨으로 정부 예산 대비 3~4배의 효과를 거둔 것으로 추정되며, GSP 수혜 기업의 사업 평가 또한 매우 긍정적이다. 넷째, GSP 사업의 지속성에 대한 평가는 매우 긍정적이나 GSP 이후 해외 퍼블리셔를 통한 서비스에 대한 필요성이 제시되어, 본 사업의 성과가 지속적으로 연결되기 위해서는 서비스가 끝난 이후에도 해외 퍼블리셔와 연계될 수 있는 전략 구축이 필요하다.

온라인 게임 비즈니스 환경은 공급과 소비를 동시에 일으킬 수 있는 융합형 소비자의 등장 및 비즈니스 모델의 발전의 가속화 등에 따라 급속한 변화가 이루어지고 있다. 이로 인해 세부적이고 실질적인 지원을 위한 성과 항목을 개발하기가 용이하지 않다. 따라서 향후 분야 간 동반성장을 위한 네트워킹, 산업 기능 및 주체 간 교류지원을 통한 시너지 발생 등을 고려한 성과평가 체계가 지속적으로 연구 되어야 할 것이다. 또한 국지적인 사례를 통하여 도출된 온라인 게임 기업 해외 진출 유형의 특징에 대한 가정을 실증적 자료를 보강하여 검증하고, 디지털 콘텐츠의 해외 진출 모델에 대한 보다 포괄적인 시사점이 제시되어야 할 것이다. 나아가 온라인 게임 기업의 해외진출 메커니즘을 구성하는 선택(selecting), 학습(learning), 조정(coordinating) 메커니즘 중 성공적인 해외 진출 전략에 보다 많은 영향을 미치는 요소를 파악함으로써 보다 현실적인 제언이 가능하다.

## References

- [1] 2013 Korea Game WhiteBook Essence, Ministry of Culture, Sports and Tourism, Kocca, P21, 2013
- [2] Business GSP, KIPA, KOCCA
- [3] On line game for Japan Market, Choi Jin Ah, Hong Jin Hwan, Korea International Management Institute, Fall conference, 2006
- [4] Journal of Information Technology Applications & Management Vol 13. No.4 , 2006
- [5] Kim Kyung su et, al, GSP New Supply Model for Medium side Industry for Globalization, Korea Institute of Management Information, Fall Conference, 2006
- [6] Ju Hee yup, Choi Young Suk, Kwon Hyuk In., Successive Digital Contents Model and Evaluation Model, Korea Institute on Management Science, Fall Conference, 2006, pp335~342, 2004
- [7] Media is contents, Dr shim, Kim Young Sa 2002
- [8] Internet Contents Business Model Excavation Kipa, 2001
- [9] [http://www.cbgstat.com/v2/method\\_multiple\\_regression\\_analysis/multiple\\_regression\\_analysis.php](http://www.cbgstat.com/v2/method_multiple_regression_analysis/multiple_regression_analysis.php)
- [10] <http://blog.naver.com/PostView.nhn?blogId=umy-com&logNo=140007183111>
- [11] [http://ko.wikipedia.org/wiki/Analysis\\_of\\_variance](http://ko.wikipedia.org/wiki/Analysis_of_variance) (Analysis of variance definition)
- [12] [http://databaser.net/moniwiki/wiki.php/discrimination\\_analysis\(Data\\_of\\_discrimination\\_analysis\)](http://databaser.net/moniwiki/wiki.php/discrimination_analysis(Data_of_discrimination_analysis))
- [13] <http://freesearch.pe.kr/archives/2555>

### 문 남 미(Nammee Moon)

[정회원]



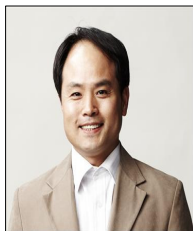
- 1998년 2월 : 이화여대 컴퓨터학과 박사 졸업
- 1999년 3월 ~ 2000년 2월 : 아주대 조교수대우
- 2000년 2월 ~ 2003년 2월 : 이대 조교수
- 2003년 2월 ~ 2008년 2월 : 서울벤처정보대학원 부교수
- 2008년 3월 ~ 현재 : 호서대학교 컴퓨터정보공학부 교수

<관심분야>

u-러닝, IoT 기반 디지털 콘텐츠 모델, 메타데이터

### 주 기 환(KiHwan Joo)

[정회원]



- 2003년 2월 : 서강대학교 언론 대학원 디지털미디어학과 (언론학석사)
- 2014년 8월 : 호서대학교 벤처대학원 벤처경영학과 (경영학박사)
- 2014년 2월 ~ 현재 : 정보통신산업진흥원 디지털콘텐츠사업단장

<관심분야>

디지털콘텐츠