

# CPND 생태계 관점의 전자책 시장 활성화 요인 연구 : 출판사 실무자 AHP를 중심으로

권혁인\*, 나운빈\*\*

중앙대학교 경영학부\*, 중앙대학교 문화예술경영학과\*\*

## Research on e-book Market Activation Factor in the viewpoint of CPND Eco-system : Focused in the Publisher AHP

Hyeog-In Kwon\*, Yun-Bin Na\*\*

Professor, School of business administration, Chung Ang University\*

Dept. of Culture-Art Business Administration, Chung Ang University\*\*

요 약 본 연구는 국내 전자책 시장의 활성화를 위하여 요구되는 주요 요인들을 도출하고 중요도를 평가하였다. 구체적으로 문헌연구를 통해 C-P-N-D 생태계 관점의 주요 평가 항목들을 도출·분류하였으며, 출판사 실무자 그룹과 함께 항목들을 수정한 다음, AHP 평가를 실시하여 시사점을 분석하였다. 분석 결과, 전문가들은 1차 상위 계층으로 도출된 세 가지 항목 중에서 가격(0.785), 품질(0.149), 서비스(0.066)의 순으로 중요도를 평가하였다. 2차 하위 계층의 항목으로는 총 23가지 요인들이 도출되었으며, C-P-N-D 분야별 중요도는 콘텐츠(0.43), 플랫폼(0.35), 디바이스(0.11), 네트워크(0.05) 순으로 나타났다. 하위 요인 전체 중에서는 ‘플랫폼 측과의 수익 배분’, ‘콘텐츠 제작 단가의 수익성’, ‘콘텐츠의 적정 가격 대여와 스트리밍’ 등 세 가지 항목이 다른 20개 항목들에 비해 중요도가 월등히 높게 나타났다.

주제어 : 전자책, 출판사, 출판시장, 생태계, CPND, AHP

**Abstract** In this study, we derived key factors required for the activation of the domestic e-book market and evaluated its importance. Specifically, we derived key evaluation items of C-P-N-D ecosystem perspective through literature review. In addition, we analyzed the implications by evaluating the importance depending on AHP after derived items were modified and classified together with the publisher working group. As the results of analysis, experts considered price(0.785), quality(0.149) and service(0.066) as the important items among three items derived as the primary upper class. A total of 23 factors were derived as the secondary lower class. The importance depending on C-P-N-D areas is as follows: contents(0.43), platform(0.35), device(0.11) and network(0.05). Among the entire sub-factors, three items such as 'distribution of profits with platform', 'profitability of product costs of contents' and 'appropriate rental price of contents and streaming service' showed significantly higher importance than that of other 20 items.

**Key Words** : e-book, Publisher, Publication Market, Eco-system, CPND, AHP

\* 본 연구는 문화체육관광부 및 한국콘텐츠진흥원의 문화기술 연구개발 지원사업으로 수행되었음

Received 4 February 2015, Revised 6 March 2015

Accepted 20 April 2015

Corresponding Author: Yun-Bin Na(Chung-Ang University)

Email: nsapiens@naver.com

© The Society of Digital Policy & Management. All rights reserved. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0>), which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

## 1. 서론

오랜 침체기를 겪고 있는 출판업계에 새로운 돌파구로 여겨졌던 전자책 시장은 기대와는 달리 부진한 성장을 보이고 있다. 국내 전자책 시장의 성장 속도가 예상과 달리 더딘 원인은 다양하게 제시되고 있으나[1], 가장 큰 이유로는 기존 출판사들의 참여 저조를 꼽을 수 있을 것이다. 왜냐하면 베스트셀러 종이책을 비롯하여 다양한 장르의 신간을 전자책으로 공급할 수 있는 능력을 갖춘 출판사들이 전자책 시장의 참여를 꺼리면서 결과적으로 콘텐츠의 질과 양이 모두 하락하여 소비자들로부터 외면을 받고 있기 때문이다. 따라서 기존 출판사들이 전자책 시장에 적극 개입하지 않고 있는 현상과 이에 대한 대책이 무엇인지 알아보는 것은 전자책 시장의 활성화에 실질적인 시사점을 제공할 수 있다. 그간 업계 전문가와 선행 연구들은 기존 출판사들의 전자책 시장 참여 저조의 원인을 수익 악화와 시장 지배력 약화 등에서 찾아왔다[1,2]. 이러한 견해는 분명 타당하다고 볼 수 있지만 추상적인 면이 있어 개별 출판사들의 구체적인 이유를 총체적으로 통합 분석하기에는 어려움이 있었다. 또한 이러한 분석들은 전자책이 새로운 수익모델의 창출 가능성이 있는 콘텐츠라는 긍정적인 견해와도 상충하기 때문에 보다 세부적인 원인을 파악해야 모순점을 밝힐 수 있다.

특히 기존 선행연구들은 종이책 시장이 조금씩 쇠퇴하는 가운데 새로운 수익 창출을 제공할 수도 있는 전자책이 어떠한 이유로 오히려 수익 악화가 우려되고 참여가 꺼려지는지, 이들의 시장 참여를 유도할 수 있는 방안은 무엇인지 출판사를 통해 살펴본 경우가 드문 편이다. 예컨대 소비자 조사에 있어서 단말기의 HW/SW 평가[3], 행위 기반의 전자책 사용자 분석[4] 등을 통해 독자의 니즈와 전자책 시장의 문제점은 도출하였지만, 이러한 과제를 해결하기 위한 대안을 어떻게 행해야 하는지에 대해서는 연구가 부족한 실정이다. 여기에는 독자의 요구에 대응할 수 있는 전자책 시장의 주요 주체 중 하나인 출판사 입장이 충분히 반영되지 못한 원인이 있다.

본 연구는 이러한 맥락에서 출판사 실무자들로부터 전자책 시장 참여의 저해 원인을 찾고자 한다. 이를 위해 먼저 국내 전자책 시장의 활성화에 있어 중요하게 생각되는 평가 항목들을 문헌 연구와 전문가그룹인터뷰(FGI)를 통해 1차 도출하고 이후 이들 항목 간의 중요도를 2차

비교 평가하고자 한다. 이 때 전·현직 출판사 실무자들을 대상으로 계층분석조사(AHP)를 실시하고자 하며, 평가 항목들은 전자책 시장의 C-P-N-D 생태계 구조 관점에서 구성하여 정책적 시사점을 함께 제공하고자 한다.

## 2. 이론적 배경

### 2.1 전자책 시장의 문제점

국내 전자책 시장은 지난 2012년 기준, 약 800억 가량으로 해마다 점진적인 증가를 나타내고 있다[5]. 그러나 다른 한편으로는 전체 출판산업에서 차지하는 비중이 아직까지는 미미한 편이며 상승률 또한 감소하고 있는 것이 현실이다. 전자책 시장은 많은 기대를 받았지만 그만큼 우려 역시 존재하고 있다. 한국출판문화산업진흥원(2013)에 따르면 국내 전자책 시장의 문제점은 다음과 같다[5]. 첫째, "전자책 콘텐츠 종수 및 각종 전자책 단말기 보급률"이 부족하고 둘째, "소비 구조와 독자층의 빠른 변화에 대한 대응"이 미흡하며 셋째, "불법 콘텐츠 유통 시장의 만연"과 넷째, "전자책 서체(폰트) 사용권리 해결 및 개선"이 시급하고 마지막으로 다섯째, "전자책 업계의 대표적인 플랫폼이 부재"중인 상황으로 요약된다.

구체적으로 국내 전자책 시장은 콘텐츠 측면에서 소비자 흥미를 일으킬만한 콘텐츠 자체가 부족하고 이를 볼 수 있는 디바이스도 충분히 보급되지 않은 실정이다. 아울러 디지털 콘텐츠인 전자책은 종이책 시장과 달리 일반 가치사슬 체계로는 설명할 수 없고[6], 플랫폼 비즈니스의 개방적 생태계를 형성하고 있어 소비자의 달라진 라이프스타일과 더불어 이러한 생태계에 기존 종이책 출판사들이 혁신적인 변화와 능동적 대처를 추진하기 어려웠던 점을 들 수 있다. 또한 디지털저작권관리(DRM) 체계가 미흡하여 불법 콘텐츠가 유통함에 따라 역량 있는 기존 출판사들의 참여를 저해하였으며, 이로 인해 검증되지 않은 1인 출판이 증가하여 다양한 장르가 아닌 대중적 속성이 강한 로맨스물 중심의 장르 편중 현상과 무료 전자책 남발[7], 아직까지 e-pub2 중심의 낮은 디지털 변환 정도의 품질을 보이고 있는 점도 문제로 지적된다.

즉, 대다수 콘텐츠들이 제작비용 상승 등의 이유로 인해 전자책 독자층을 확대시킬 수 있는 멀티미디어 요소들을 충분히 활용하지 못하고 있는 실정이다. 기존 종이

책 독자들을 전자책 독자로 전환할 수 있도록 다양하거나 혹은 뛰어난 장점이 주어져야 하지만, 종이책 대비 80%선에서 책정되는 상대적으로 저렴한 가격과 디지털 파일 특성에 따른 보관의 용이성, 이동의 편리성 정도를 제외하면 현재로서는 전자책의 혜택이 그리 많지 않은 편이다. IT와 출판 산업 간 결합은 저자와 독자 모두의 책 생산에서 소비까지의 모든 패턴을 변화시켰다는 긍정적 분석에도 불구하고[8], 전자책 시장에 대한 기대와 관심만 고조된 채 실제 활성화를 위한 업계 차원의 노력들은 다소 미흡했다고 여겨진다. 이처럼 시장 전망이 불확실한 상황에서 출판사 실무자를 대상으로 시장 활성화를 위한 주요 요인들을 평가하는 작업은 사회적으로나 시기적으로 의미 있는 연구라고 할 수 있다.

## 2.2 CPND 생태계 현황

C-P-N-D(Contents-Platform-Network-Device)는 ICT(Information & Communication Technology) 정부 구축에서 파생된 개념으로써[9], 플랫폼을 축으로 연결되어 있는 인프라(네트워크)를 통해 콘텐츠와 소비자(디바이스) 그룹 간의 원활한 유통 거래를 도모하는 가치사슬 체계라고 할 수 있다. C-P-N-D가 중요한 이유는 과거에는 단절되어 있었던 C-P-N-D의 각 주체들을 수평적 관점에서 유기적으로 연계하여 분석하기 때문이다. 이러한 관점에 따르면 각 주체들은 이론적으로 동등한 힘을 지니 서로를 견제하면서도 동시에 공동의 비즈니스를 추구하는 등 건강한 생태계를 이루게 된다[10].

다만 현실적으로는 융복합이 심화되는 IT기반의 디지털 사회에서 플랫폼 사업자와 네트워크 사업자는 사업 규모와 특성 상, 다른 주체들보다 생태계 파급력이 크기 때문에 C-P-N-D가 추구하는 상호 발전의 생태계는 한계점이 존재하고 종속적 관계가 강화된다는 지적도 있다[11]. 그러나 콘텐츠 없는 플랫폼과 네트워크는 지속적인 존립이 어려운 상호보완적 관계라는 점은 유효하다. 전자책으로 출간되어 공전의 판매를 기록하고 근래 영화로도 제작되어 크게 성공한 <그레이의 50가지 그림자>와 같은 킬러콘텐츠 사례나 포털 사이트에서 운영하는 웹툰 서비스의 접속자가 하루 수백만 명에 달하고 캐릭터 상품, 광고 수익 등 새로운 부가가치를 창출하는 현상을 보면 C-P-N-D 생태계에서 콘텐츠의 영향력 또한 여전히 막강함을 알 수 있다.

더욱이 전자책 시장에서는 교보문고나 예스24와 같은 소수의 대형 온·오프라인 서점이 독점적인 시장 지배력을 갖고 있던 과거 상황과 달라지고 있다. 예컨대 리디북스, 북큐브 등 전자책에 특화된 중소형 온라인 서점과 로망띠끄, 북팔 등 특정 장르의 마니아들을 확보한 장르문학 사이트 등이 시장에서 약진하고 있는 것이 대표적이다[12]. 이들 플랫폼은 자가출판(self publishing) 지원과 더불어 상대적으로 합리적인 수익 배분 등으로 과거 시장 상황과 달리 특정 플랫폼에 힘이 집중되는 걸 막고 있다. 다만 근래 모바일에 특화된 SNS 플랫폼을 기반으로 웹소설 등의 콘텐츠를 수집하고 서비스하는 포털들은 전자책 시장에 있어 새로운 플랫폼 강자로 나타날 수도 있다. 이러한 현상을 보면 C-P-N-D 내에서 플랫폼 사업군이 가지는 중요도는 여전히, 향후에도 강력하겠지만 아마존 등 글로벌 유통사의 진출 변수를 제외하면 당분간 국내 전자책 시장에서 특정 플랫폼 사업자 지배력은 교섭 측면에서는 분산 상태라고 볼 수 있다.

그에 비해 네트워크 사업자는 특정 업체가 지배력을 갖기 힘든 측면이 있다. 이동통신사들의 네트워크 품질과 서비스가 상향평준화를 이루고 있어 업체 간 차별점이 보이지 않고 가격적인 면에서는 MVNO(Mobile Virtual Network Operator)가 점유율을 높이고 있기 때문이다. 또한 이동통신사들이 추가 데이터 과금을 제고할 수 있는 여지도 전자책 접근 형태가 일회성 다운로드가 아닌 지속적인 스트리밍 방식이어야 가능하나 아직 국내 시장 규모가 성숙하지 못한 점과 이러한 서비스 자체가 독자의 읽기 형태 자체를 바꾼다는 점에서 저항감을 일으킬 수 있다[13]. 다만 향후 전자책이 e-pub3를 기반으로 일회성 다운로드가 어려운 대용량의 멀티미디어 파일로 탈바꿈하고 실시간 위치기반 서비스(LBS) 등이 결합되어 보다 우수한 콘텐츠들이 제공된다면 네트워크 사업자의 영향력 또한 다시금 확대될 가능성이 있다.

마지막으로 디바이스 사업자는 플랫폼 군과 유사한 교섭력의 분산 상황으로 볼 수 있다. 우선 전자책 읽기가 가능한 고성능의 스마트폰이나 태블릿 PC와 같은 대체 기기들이 발달·보급됨에 따라 전자책 전용 디바이스를 추가 구매하기가 쉽지 않다. 또한 디바이스를 제조하는 업체 역시 다양하게 분산되어 있어 특정 디바이스는 물론이고 전용 단말기 자체가 확산되기 어려운 구조이다. 그러나 디바이스 분야 역시 e-pub3가 확산될 경우, 전용

단말기의 보급이 촉진될 가능성은 있다. 스마트폰은 스크린 크기의 한계가 존재하며 태블릿 PC는 상대적으로 가격이 부담스럽다. 향후 e-pub3 확산 여부에 따라 전용 디바이스 구입 역시 늘어나게 된다면 아마존이나 애플과 같은 풍부한 콘텐츠를 보유한 플랫폼에서 제조하는 단말기의 구입이 함께 확산될 가능성이 높다. 예컨대 아마존은 유료 회원제이긴 하나 프라임 멤버십과 같은 서비스를 통해 킨들 시리즈 유저가 자사 콘텐츠를 저렴하게 이용할 수 있는 혜택을 제공하고 있다[14].

### 3. 연구 방법

#### 3.1 AHP 개요

AHP(Analytic Hierarchy Process)는 토마스 사티 교수에 의해 1970년대 개발된 의사결정방법론으로 복잡한 의사결정과정을 구조화하여 효율적인 선택을 도울 수 있다[15]. AHP는 절대평가가 아닌 쌍비교(pair comparison)를 통한 상대평가를 하고 쌍비교 정보를 쌍비교행렬로 통합화하며 계층구조를 떠나는 점 등이 주요 특징으로 꼽힌다[16]. 하나의 항목을 기준으로 항목 간 비교를 유도함으로써 다수의 평가항목에 대해 통합적인 추론이 이루어져야 할 경우에 발생할 수 있는 오류나 편견을 줄일 수 있는 것이다. 또한 AHP는 해당 영역의 주요 항목들을 도출하여 가중치를 부여하고 중요도를 비교함으로써 제한된 자원과 시간에서 집중 투자 지원이 필요한 영역의 우선순위를 누구나 알기 쉽게 구현한다는 장점이 있다. 이러한 효율성과 활용의 편리함으로 기업이 시장 여건을 평가하는 경우를 비롯하여 정부가 국가 개발사업 지원을 위한 정책 평가를 하는 경우 등 다양한 의사결정분야에서 오랜 기간 활용되고 있다[17].

한편 AHP에서는 설문 응답자의 논리적 일관성을 측정하기 위한 일관성 지수(Consistency Index, CI)의 확보가 중요하며 일관성 지수가 높을수록 해당 의사결정자는 일관적이지 못한 내용으로 응답한 것으로 판단되고 원점에서 재검토를 요구한다[18]. 이 값은 엄격한 기준으로는 CI 0.1 이하를, 유연한 기준으로는 0.2 이하에서 유효하다고 보는데, 국책사업의 예비타당성 조사에서 0.15 이하를 기준으로 제시하고 있어[19,20], 본 연구에서는 CI 0.15를 기준점으로 삼고자 한다.

#### 3.2 분석 절차

분석 목표는 국내 전자책 시장 활성화를 위한 주요 요인 평가로서, 1차 계층은 문헌 연구를 통해 도출된 전자책 시장의 주요 문제점들을 가격, 품질, 서비스 세 가지 항목으로 통합하였다. 2차 계층의 항목은 전자책 시장의 문제점으로 도출된 항목들을 전문가 그룹 의견을 참조하여 중복되는 항목들을 제거한 뒤, 총 23개 항목을 1차 계층의 하위요인이자 C-P-N-D 영역별로 나누어 평가 대상으로 선정하였다. 전문가 그룹은 출판사 실무자 10명으로 구성되었으며 AHP 설문은 1차 계층의 구성 항목별로 9점 척도의 쌍대비교를 실시하였다. 응답지는 AHP 전용패키지인 Expert Choice 2000으로 분석하였다.

<Table 1> Publishers participation in the Research

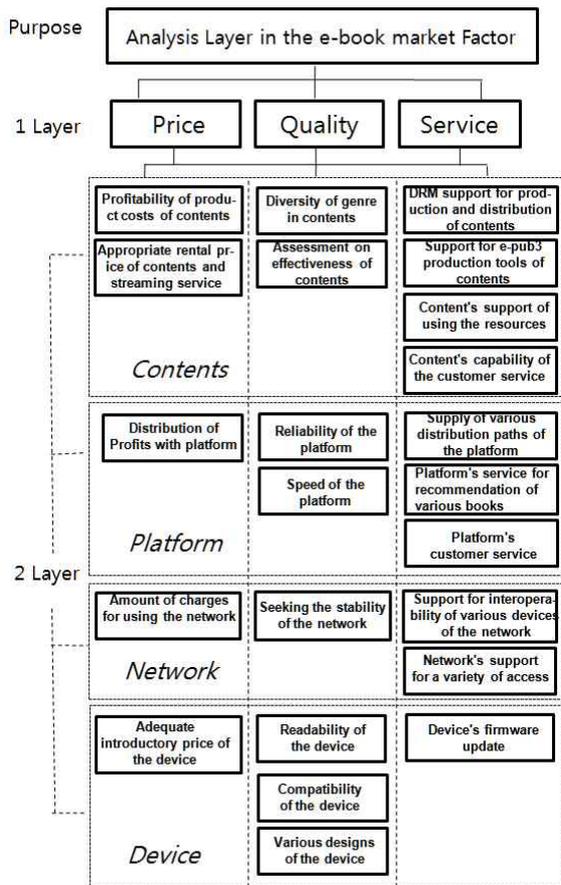
List	Job title	People No.
Bookswage	representative	1
Geulbom Creative	technical writer	1
Global Contents Publishing Group	representative	1
Han-Kyung Sa	representative	1
Hans contents Neobook	(former) Planning and Marketing Department Deputy Manager	1
Mantrip	representative	1
M & K	representative	1
Placo	representative	1
SJ Soul	planning manager	1
Will books	representative	1

### 4. 분석 결과

#### 4.1 1차 계층 분석

1차 상위 계층 요인은 가격, 품질, 서비스 세 가지 항목으로 나누어 중요도를 평가하였으며, CI 값은 0.086으로 일관성이 유효한 것으로 나타났다. 이중 가격의 중요도는 0.785로 나타나 품질의 중요도 0.149, 서비스의 중요도 0.066에 비해 월등히 높은 것으로 나타났다. 이는 소비자 입장을 반영한 기존 조사에서는 전자책의 품질과 서비스가 우선시되지만, 출판사 실무자들을 대상으로 조사한 결과에서는 콘텐츠의 제작비용과 플랫폼의 수익배분 등 가격 측면이 다른 무엇보다 최우선적인 고려 사항이

라는 점에서 차이가 나타난 것으로 보인다.



[Fig. 1] Hierarchical Main Factors in the e-book market

<Table 2> Importance in the 1 Layer Factor

Factor	Importance	Consistency Index(CI)
Price	0.785	0.086
Quality	0.149	
Service	0.066	

#### 4.2 2차 계층 분석

1차 계층의 가격, 품질, 서비스 항목별로 세부 구성된 2차 하위 계층 요인들의 평가에서는 각각의 CI값이 0.09, 0.06 0.11로 나타나 마찬가지로 일관성이 유효하다고 판단하였다. 우선 가격 항목의 경우, 총 5개의 세부 항목으로 구성되었으며, 이중 C-P-N-D 영역은 콘텐츠 2개, 플랫폼 1개, 네트워크 1개, 디바이스 1개로 나타났다. 중요도는 ‘플랫폼 측과 수익배분’(0.393), ‘콘텐츠 제작 단가의

수익성’(0.277), ‘콘텐츠의 적정 가격 대여와 스트리밍’(0.213), ‘디바이스의 보급가격’(0.066), ‘네트워크의 이용 요금량’(0.05) 항목 순으로 높게 나타났다.

<Table 3> Importance in the 2 Layer Factor of Price

1 Layer	CPND	Factor	Importance	Consistency Index(CI)
Price	P	Distribution of profits with platform	0.393	0.09
	C	Profitability of product costs of contents	0.277	
	C	Appropriate rental price of contents and streaming service	0.213	
	D	Adequate introductory price of the device	0.066	
	N	Amount of charges for using the network	0.05	

그 다음 품질 항목은 총 8개 세부 항목으로 구성되었으며 C-P-N-D 영역은 콘텐츠 2개, 플랫폼 2개, 네트워크 1개, 디바이스 3개로 나타났다. 중요도는 ‘플랫폼에 대한 신뢰성’(0.305), ‘디바이스의 가독성’(0.211), ‘디바이스의 호환성’(0.146), ‘콘텐츠의 장르 다양성’(0.134), ‘플랫폼의 신속성’(0.079), ‘디바이스의 디자인’(0.05), ‘네트워크의 안정성’(0.047), ‘콘텐츠의 유효성’(0.029) 순으로 높게 나타났다.

<Table 4> Importance in the 2 Layer Factor of Quality

1 Layer	CPND	Factor	Importance	Consistency Index(CI)
Quality	P	Reliability of the platform	0.305	0.06
	D	Readability of the device	0.211	
	D	Compatibility of the device	0.146	
	C	Diversity of genre in contents	0.134	
	P	Speed of the platform	0.079	
	D	Various designs of the device	0.05	
	N	Seeking the stability of the network	0.047	
	C	Assessment on effectiveness of contents	0.029	

서비스 항목은 총 10개 항목으로 구성된 C-P-N-D 영역은 콘텐츠 4개, 플랫폼 3개, 네트워크 2개, 디바이스 1개로 나타났다. 중요도는 ‘콘텐츠의 DRM 지원플랫폼의 신뢰성’(0.229), ‘플랫폼의 다양한 유통경로 지원’(0.201), ‘콘텐츠의 e-pub3 저작도구지원’(0.126), ‘네트워크의 다양한 기기 연동 지원’(0.106), ‘플랫폼의 다양한 도서추천’(0.074), ‘네트워크의 다양한 접근 지원’(0.072), ‘플랫폼의 고객 서비스’(0.06), ‘콘텐츠의 리소스 활용지원’(0.058), ‘디바이스의 펌웨어 업데이트’(0.047), ‘콘텐츠의 고객 서비스 강화’(0.027) 순으로 높게 나타났다.

<Table 5> Importance in the 2 Layer Factor of Service

1 Layer	Factor		Importance	Consistency Index(CI)
	CPND	2 Layer		
Service	C	DRM support for production and distribution of contents	0.229	0.11
	P	Supply of various distribution paths of the platform	0.201	
	C	Support for e-pub3 production tools of contents	0.126	
	N	Support for interoperability of various devices of the network	0.106	
	P	Platform's service for recommendation of various books	0.074	
	N	Network's support for a variety of access	0.072	
	P	Platform's customer service	0.06	
	C	Content's support of using the resources	0.058	
	D	Device's firmware update	0.047	
	C	Content's capability of the customer service	0.027	

### 4.3 항목 간 중요도

2차 하위 계층의 23개 항목들을 종합 분석한 결과에서 C-P-N-D 영역은 콘텐츠 8개, 플랫폼 6개, 네트워크 4개, 디바이스 5개로 구성되었다. 1차 상위 계층 항목의 각 중요도를 가중치로 반영하여 개별 중요도를 산출한 결과, ‘플랫폼 초과 수익 배분’, ‘콘텐츠 제작 단가의 수익성’, ‘콘텐츠의 적정 가격 대여와 스트리밍’의 중요도가 0.1 이상으로 나타나 다른 항목들에 비해 상대적으로 높은 수치의 상위 그룹으로 나타났다. 다음으로는 중요도가 0.1 미만, 0.01 이상의 항목으로 ‘디바이스의 보급가격’, ‘플랫폼의 신뢰성’, ‘네트워크 이용 요금량’, ‘디바이스의 가독

성’, ‘디바이스의 호환성’, ‘콘텐츠의 장르 다양성’, ‘콘텐츠의 DRM 지원’, ‘플랫폼의 다양한 유통 경로 지원’, ‘플랫폼의 신속성’이 포함된 중간 그룹으로 나타났고, 마지막으로 중요도가 0.01 미만, 0.001 이상의 항목으로 ‘콘텐츠의 e-pub3 저작도구지원’, ‘디바이스의 디자인’, ‘네트워크의 안정성’, ‘네트워크의 다양한 기기 연동 지원’, ‘플랫폼의 다양한 도서추천’, ‘네트워크의 다양한 접근 지원’, ‘콘텐츠의 유효성 검사’, ‘플랫폼의 고객 서비스’, ‘콘텐츠의 리소스 활용지원’, ‘디바이스의 펌웨어 업데이트’, ‘콘텐츠의 고객 서비스 강화’ 등의 순으로 하위 그룹에 포함되었다. 2차 계층 전체 항목의 C-P-N-D 영역별 구성

<Table 6> Importance in the Total Factor

Factor		Weight Importance	Ranking
CPND	1 & 2 Layer		
P	Distribution of profits with platform	0.308505	1
C	Profitability of product costs of contents	0.217445	2
C	Appropriate rental price of contents and streaming service	0.167205	3
D	Adequate introductory price of the device	0.05181	4
P	Reliability of the platform	0.045445	5
N	Amount of charges for using the network	0.03925	6
D	Readability of the device	0.031439	7
D	Compatibility of the device	0.021754	8
C	Diversity of genre in contents	0.019966	9
C	DRM support for production and distribution of contents	0.015114	10
P	Supply of various distribution paths of the platform	0.013266	11
P	Speed of the platform	0.011771	12
C	Support for e-pub3 production tools of contents	0.008316	13
D	Various designs of the device	0.00745	14
N	Seeking the stability of the network	0.007003	15
N	Support for interoperability of various devices of the network	0.006996	16
P	Platform's service for recommendation of various books	0.004884	17
N	Network's support for a variety of access	0.004752	18
C	Assessment on effectiveness of contents	0.004321	19
P	Platform's customer service	0.00396	20
C	Content's support of using the resources	0.003828	21
D	Device's firmware update	0.003102	22
C	Content's capability of the customer service	0.001782	23

항목은 콘텐츠 8개, 플랫폼 6개, 네트워크 4개, 디바이스 5개였으며, 항목별 가중치가 반영된 중요도의 합계는 콘텐츠 0.437, 플랫폼 0.355, 디바이스 0.115, 네트워크 0.058의 순으로 높게 나타나 콘텐츠와 플랫폼이 C-P-N-D 생태계에서 여전히 상대적으로 높은 중요도를 보이고 있는 것으로 나타났다.

<Table 7> Weight Importance in the CPND Factor

CPND	The number of Factor	Weight Importance
C	8	0.437977
P	6	0.355652
N	5	0.115555
D	4	0.058001

### 5. 결론

본 연구는 전자책 시장의 활성화를 위한 주요 요인들의 도출과 중요도 평가를 위해 문헌 연구 및 출판사 실무자 대상 AHP 설문을 실시하였다. 분석 결과, 1차 계층으로는 가격, 품질, 서비스 항목이 도출되어 가격 > 품질 > 서비스 순으로 중요도가 높게 나타났다. 특히 출판사 입장에서는 가격 영역이 다른 두 영역보다 월등히 높은 것으로 나타나 소비자에게 품질과 서비스 만족을 묻는 기존 연구의 결과와는 차이를 보였다. 이러한 결과로 유추해보면 불특정다수 대중의 전자책 이용 만족도를 높이기 위한 방대한 지원책을 세우는 것보다는 시장의 공급업자인 출판사가 필요로 하는 가격 항목들에 대한 집중적인 지원 정책이 전자책 품질 및 서비스 개선에 보다 효과적으로 작용할 수 있다. 예컨대 전체 항목 중에 상위 그룹에 속하는 전자책의 정액제 대여와 모바일 스트리밍 서비스 등은 향후 전자책의 이익을 감소시킬 수 있어 대개의 출판사가 수동적인 대응을 하거나 민감하게 주시하는 항목 중 하나이다. 이러한 서비스의 확산이 전자출판 강국들의 세계적 추세라는 점을 감안한다면, 적절한 가격 책정을 위한 표준안 마련이나 업계 관계자들과의 공청회를 지속적으로 개최하는 것도 선제적인 대비가 될 수 있을 것이다. 마찬가지로 품질 항목에서 가장 높은 중요도를 보인 ‘플랫폼의 신뢰성’ 역시, 유통 플랫폼인 북토피아의 부도 사태에서 판매량 집계의 부정을 목격한 출판사들이 플랫폼 측의 정산 시스템을 믿기 어려워진 만큼 법

제도 등의 확립이 요구된다. 이는 분명 소비자 만족이나 서비스 개선과는 별도의 문제로서 정책적 지원이 뒷받침되어야 할 사항이다.

2차 계층의 항목은 가격 5개, 품질 8개, 서비스 10개로 총 23개의 세부 항목들이 도출되었으며 전체 순위로는 가격 항목들인 ‘플랫폼 측과 수익 배분’, ‘콘텐츠 제작 단가의 수익성’, ‘콘텐츠의 적정 가격 대여와 스트리밍’ 항목이 다른 20개 항목보다 월등히 높은 것으로 나타나 상위 그룹을 형성하였다. C-P-N-D 생태계 관점으로는 다시 콘텐츠 8개, 플랫폼 6개, 네트워크 4개, 디바이스 5개로 나뉘어져 C > P > D > N 순으로 높은 중요도를 나타냈다. 기존 문헌에서는 산업 속성에 따라 중요도가 다르게 나타나고 있어 때로는 플랫폼이, 때로는 네트워크의 중요성이 강조되기도 하나, 콘텐츠 산업에 속하는 전자책 시장에 관한 본 연구에서는 콘텐츠 영역이 가장 높게 나타나는 결과를 보였다. 다만 이러한 중요성에도 불구하고 현실적으로 대기업에 속하는 포털 플랫폼과 이동사 네트워크의 물적·인적 자본에 맞서 개별 중소 출판사들이 이들과 우월하거나 동등한 위치에 있다고 보기는 어렵다. 콘텐츠의 성공 사례가 늘어나는 것과 별도로 제작 여건 및 수익배분 개선 등 출판사 및 1인 저자들의 콘텐츠 제작 지원을 위한 지속적인 관심이 요구된다.

더욱이 과거 출판산업에서 종이책 시장은 출판사, 서점(유통사), 인쇄소 등 시장의 주체들이 각각 분리되어 정책적 지원 역시 개별적으로 시행 가능하였으나, 대표적인 디지털 콘텐츠 품목인 전자책 시장은 C-P-N-D 생태계 공동의 발전을 위해 각 영역 간 연계 성장이 필요하다. 아마존이 막대한 양의 콘텐츠를 구축하면서도 아마존웹서비스(AWS)를 비롯한 플랫폼 투자와 원가 수준의 킨들 시리즈 생산 등 디바이스 영역까지 수직 통합하여 시장의 개별 주체가 아닌 하나의 생태계 그 자체로 경쟁적인 비즈니스를 추구하는 것도 이러한 맥락에서 이해되어야 한다. 따라서 C-P-N-D 영역별 중요도는 해당 분야만을 투자하거나 보호해야 될 기준점이 아니라 C-P-N-D 전체의 발달을 위한 유기적인 지원책 마련의 관점에서 활용되어야 한다.

## ACKNOWLEDGMENTS

This research is supported by Ministry of Culture, Sports and Tourism(MCST) and Korea Creative Content Agency(KOCCA) in the Culture Technology (CT) Research & Development Program.

## REFERENCES

- [1] Ministry of Culture, Sports and Tourism, 2012 e-book Reading Status Survey, pp.127-128, 2012.
- [2] Publication Industry Promotion Agency of Korea, Debate for the e-book Publishing Industry Activation, p.3, 2013.06.26.
- [3] S. J. Kwak · K. J. Bae, An Experimental Study on the Usability Test for the E-Book Reader, Korea Society for Information Management, Vol. 28, No. 3, p.324, 2011.
- [4] M. R. Jung · B. Y. Kim, Analysis about Paper-Books and Electronic-Books Based on the Human Behavior : Through Case Analysis of iBooks Application through 7 step User Activity Model, Journal of Korea Design Knowledge, Vol. 13, No. 1, p.679, 2013.
- [5] Publication Industry Promotion Agency of Korea, Long-term strategic challenges Reports, Smart Convergence Era for the e-book industry promotion, pp.91-93, p.131, 2013.
- [6] Y. H. Chang · B. H. Kong, The emerging process and ensuing typology of e-book platform in Korea publishing industry : The case study on Kyobo eBook, Barobook, Bookcube, Ridibooks, The Korean Publishing Science Society, Vol. 38, No. 1, pp.106-107. 2012.
- [7] M. N. K. Gu, Study on the present status of Self Publishing Platform, The Korea Digital Publishing Society, p.15, 2012.
- [8] Y. H. Chang · B. H. Kong, The emergence and ensuing typology of global ebook platform : The case study on Google eBook, Amazon Kindle, Apple iBooks Store, Journal of the Korea Academia-Industrial cooperation Society, Vol. 13, No. 8, p.3389, 2012.
- [9] Korea Communications Commission, A study on Connectivity & Creativity-based National Strategy for ICT Development, 12-10, p.157, 2012.
- [10] Korea Culture & Tourism Institute, A study of content ecosystem development on ICT environment change, 2012-36, p.27, 2012.
- [11] Korea Creative Content Agency, Content industry ecosystem formation, and policy governance building measures, Kocca Focus, 2012-15, p.10. 2012.
- [12] Korea Creative Content Agency, Content industry ecosystem formation, World e-Book into the market, and issues analysis, Kocca Focus, 2012-12, p.3. 2012.
- [13] Y. B. Na · H. I. Kwon · S. H. Lee, A study on the conceptual change in audience and reading activity for the development of e-book, The Association of Humanities Content in Korea, 35, p.89. 2014.
- [14] <http://www.amazon.com> (February 21, 2015)
- [15] [http://en.wikipedia.org/wiki/Analytic\\_hierarchy\\_process](http://en.wikipedia.org/wiki/Analytic_hierarchy_process) (February 21, 2015)
- [16] Y. S. Park, The decision making theory and practice according to AHP, KYO WOO SA, 2012.
- [17] D. H. Byon, Method for Selecting a Smart Television Product Model Using AHP, Journal of Digital Convergence, Vol 12, No. 3, p.71, 2014.
- [18] K. H. Yeon, An Article on AHP Analysis Methods using Expert Choice, Korean-German Academy of Economics and Management, Vol.3 No.1, p.145, 2010.
- [19] S. J. Park · D. M. Kim, A Study on fairness of broadcasting by AHP, Journal of Digital Convergence, Vol. 12, No. 11, p.174, 2014.
- [20] Korean Institute of S&T Evaluation and Planning, The Pre-feasibility-research Standards Guidelines in the Research Development part 2st, p.349, 2014.

권혁인(Kwon, Hyeog In)



- 1983년 2월 : 중앙대학교 컴퓨터공학과(공학사)
- 1985년 2월 : 중앙대학교 컴퓨터공학과(공학석사)
- 1994년 2월 : 프랑스 파리 6대학 통신 공학과(공학박사)
- 2007년 3월 ~ 현재 : 중앙대학교 경영학부 교수

· 관심분야 : 비즈니스 모델, 서비스 사이언스  
· E-Mail : hikwon@cau.ac.kr

나윤빈(Na, Yun Bin)



- 2011년 8월 : 중앙대학교 문예창작학과(문학사)
- 2013년 8월 : 중앙대학교 문화예술경영학과(경영학석사)
- 2013년 9월 ~ 현재 : 중앙대학교 문화예술경영학과(경영학박사과정)
- 관심분야 : 전자책 플랫폼, 콘텐츠 산업 생태계 분석
- E-Mail : nsapiens@naver.com