

디지털 콘텐츠의 가치평가 시스템에 관한 연구

김상수^a, 윤상웅^b, 권동환^c

^a 경기도 안산시 사1동 1271 한양대학교 안산캠퍼스 경상대학 경영학부
Tel: 031-400-5655, Fax: 031-400-5591 E-mail: sskim@hanyang.ac.kr

^b 경기도 안산시 사1동 1271 한양대학교 대학원 e-business 경영학과
Tel: 031-400-5655, Fax: 031-400-5591, E-mail: kdream@hanyang.ac.kr

^c 서울특별시 성동구 행당동 17 한양대학교 네트워크기반 지능형로봇 교육센터
Tel: 02-2220-1696, Fax: 02-2282-2647, E-mail: kwondh79@gmail.com

Abstract

본 연구에서는 디지털 콘텐츠의 가치를 체계적으로 평가할 수 있는 시스템의 프로토타입을 개발하였다. 개발된 가치 평가 시스템에서는 디지털 콘텐츠의 가치를 기획 단계, 개발 단계, 사업화 단계로 나누어서 평가할 수 있을 뿐만 아니라 디지털 콘텐츠를 사업화하는 과정에서 부딪히는 불확실성을 세 가지 시나리오로 나누어서 평가할 수 있다. 이를 통해서 디지털 콘텐츠의 가치를 객관적으로, 체계적으로, 동태적으로 평가할 수 있을 뿐만 아니라 디지털 콘텐츠의 기획, 개발, 사업화에 관련되어 있는 구성원들의 의견을 조정할 수 있다. 또한 이 같은 평가 시스템을 활용함으로써 디지털 콘텐츠를 사업화하는 과정에서 발생할 수 있는 위험을 관리할 수 있기 때문에 합리적인 투자 의사결정을 수행할 수 있다.

Keywords:

디지털 콘텐츠, 가치평가시스템, 가치평가

1. 서론

(1) 연구배경

디지털 콘텐츠 산업은 콘텐츠를 디지털화하여 제작, 유통, 소비하는 산업으로서 정보통신기술과 문화가 융합된 종합 문화산업이다. 디지털 콘텐츠는 이러닝, 게임, 방송과 영상, 음악, 등으로 나누어 질 수 있다. [9]

최근에 디지털 콘텐츠 산업은 디지털 기술과 통신기술의 발달로 단말기, 서비스, 콘텐츠의 컨버전스가 가속화 되고 있다. 또한 DMB, 와이브로, HSDPA, IPTV 등의 새로운 전송 매체의 등장으로 콘텐츠를 공급하는 네트워크들이 다양해지고, 차별성이 줄어들기 때문에 IT시장의 중심이 네트워크 및 기기에서 디지털 콘텐츠로 이동하면서 디지털 콘텐츠의 중요성이 커지고 있다 이

같은 변화에 따라서 우수한 원천 콘텐츠를 확보하기 위한 기업간의 경쟁이 심화되고 있다. [8][11][12][13]

디지털 콘텐츠 시장은 매우 빠르게 성장하고 있고, 부가가치가 높은 산업인 반면에 상대적으로 위험이 높은 시장이다. [5] 그러나 디지털 콘텐츠가 가지고 있는 무형적 특성 때문에 디지털 콘텐츠의 가치를 정확하게 평가하기가 쉽지 않다. [2][4][9] 따라서 디지털 콘텐츠의 산업의 발전을 위해서 디지털 콘텐츠의 가치를 정확하게 평가할 수 있는 방법이 필요하다. 디지털 콘텐츠의 가치를 정확하게 평가하기 위해서는 디지털 콘텐츠의 정성적 가치와 경제적 가치를 평가할 수 있어야 한다. 또한 콘텐츠의 기획, 개발, 유통 과정에 걸쳐서 참여하는 사업 주체들의 다양한 관점을 조정할 수 있는 그룹 의사결정 지원 시스템의 기능을 갖추어야 하며, 디지털 콘텐츠 산업의 위험과 불확실성을 고려할 수 있는 유연한 형태의 what-if 기능을 갖춘 평가 시스템이 필요하다. [1][3]

(2) 연구목적

본 연구의 목적은 디지털 콘텐츠를 기획, 개발, 사업화하는 사업 주체들에게 디지털 콘텐츠의 가치를 객관적으로, 체계적으로, 동태적으로 평가할 수 있는 가치평가시스템을 개발하는 것이다. 본 연구에서 개발된 디지털 콘텐츠 가치평가 시스템은 다음과 같은 특징을 가지고 있다. 첫째, 디지털 콘텐츠의 가치를 정성적 측면과 경제적 측면으로 나누어서 입체적으로 평가할 수 있다. 둘째, 디지털 콘텐츠의 가치를 사업화 단계별로 평가함으로써 디지털 콘텐츠의 가치를 보다 정확하게 평가할 수 있고 위험을 줄일 수 있다. 셋째, 평가자의 관점을 고려해서 디지털 콘텐츠의 가치를 평가함으로써 이해당사자간의 의견을 줄이고 평가 결과를 조정할 수 있다. 넷째, 디지털 콘텐츠의 가치를 시나리오에 따라서 평가함으로써 디지털 콘텐츠의 평가의 불확실성을 줄일 수 있다. 다섯째, 환경 변화에 따라서 가치가 어떻게 변화하는 지를 분석할 수 있는 What-if 기능을 제공하고 있다. 여섯째, 디지털 콘텐츠의

사업화 과정에 발생할 수 있는 위험을 체계적으로 분석할 수 있는 리스크 프로파일링(Risk Profiling) 기능을 제공하고 있다. 마지막으로, 정성적 평가와 경제성 평가 결과, 사업화 단계별 평가 결과, 평가자별 평가 결과, 시나리오 별 평가 결과를 종합적으로 분석할 수 있는 기능을 통해서 디지털 콘텐츠의 가치를 보다 정확하게 평가할 수 있다.

2. 디지털콘텐츠 가치평가 방법에 관한 연구

디지털 콘텐츠가 가지고 있는 무형적 가치의 특성과 주관적 특성 때문에 디지털 콘텐츠의 가치를 정확하게 평가하기는 쉽지 않다. [2][7]. 디지털 콘텐츠의 가치를 평가할 때 가장 많이 이용하는 방법 중 하나는 콘텐츠를 직접 이용하고 활용한 이용자들이 주관적으로 평가하는 방법이다.[3] 그러나 이 방법은 디지털 콘텐츠를 개발한 다음에 평가하는 방법이기 때문에 디지털 콘텐츠를 기획, 개발, 유통하는 사업 주체 들의 투자 의사결정에 큰 도움을 주지 못한다.

디지털 콘텐츠의 가치를 평가하는 또 다른 방법은 기술 가치 평가방법을 활용하는 방법이다. 기술 가치를 평가하는 방법은 전문가 평가, 사례연구/서베이 연구, 기술 예측 방법과 같은 정성적 방법, 시스템적 평가 방법과 재무/경제적 방법, 기타 계량 방법과 같은 정량적 방법, 두 방법을 병행한 복합적인 방법으로 나누어진다. [6][7]. 최근 한국과학기술정보연구원에서 BOE(Business Opportunity Engineering) 프로세스 평가 방법을 디지털 콘텐츠 세부산업 평가에 적용 하였다. 이 평가의 목적은 디지털환경 하에서의 사업기회 및 전략수립에 대한 분석정보를 제공하는데 있다. [5] 이 같은 노력에도 불구하고 디지털 콘텐츠의 가치를 정확하게 평가할 수 있는 평가 방법은 부족한 편이다.

3. 디지털 콘텐츠의 가치평가 시스템의 이론적 프레임워크 개발

(1) Biz-Value의 목표와 특징

본 연구의 목표는 디지털 콘텐츠의 가치를 체계적으로 평가하는 시스템을 개발하는 것이다. 본 연구에서 개발한 가치평가시스템을 Biz-Value로 명하였다. [그림-1]

본 연구에서 개발한 디지털 콘텐츠의 가치평가시스템인 Biz-Value는 다음과 같은 특징을 가지고 있다.

첫째, Biz-Value에서는 디지털 콘텐츠의 가치를 정성적 측면과 경제적 측면으로 나누어서 체계적으로 평가할 수 있다. 디지털 콘텐츠의 가치는 원천 콘텐츠 가치, 디지털 콘텐츠의 상품 가치, 시장성, 사업자의 내부 역량의 정성적 분석과 매출/비용/수익성 분석, 손익 분기 분석, 순 현재가치와 내부 수익률 분석, 비용접근법 분석, 시장접근법 분석의 경제적 가치 분석을 통해서 디지털 콘텐츠의 가치를 입체적으로 평가할 수 있다.

둘째, Biz-Value에서는 디지털 콘텐츠의 가치를 사업화 단계로 나누어서 평가할 수 있다. 디지털 콘텐츠의 사업화 단계는 콘텐츠의 기획 단계, 디지털 콘텐츠의 개발 단계, 디지털 콘텐츠의 유통 단계로 나누어진다. 사업화 단계별로 콘텐츠의 가치가 달라지기 되기 때문에 단계별로 평가함으로써 디지털 콘텐츠의 가치를 보다 정확하게 평가할 수 있고, 위험을 줄일 수 있다.

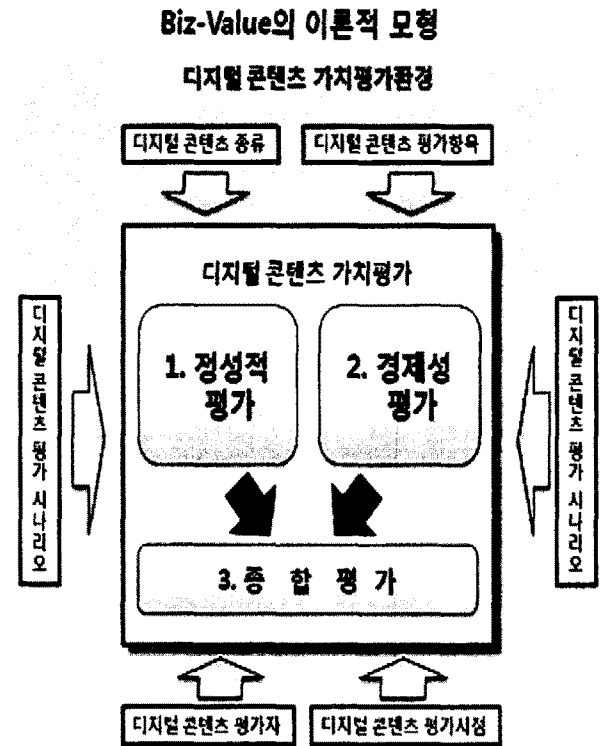


그림-1 Biz-Value의 이론적 모형

셋째, Biz-Value에서는 평가자의 관점을 고려해서 디지털 콘텐츠의 가치를 평가할 수 있다. 콘텐츠 보유자, 콘텐츠 개발자, 콘텐츠 유통업자는 관점 차이 때문에 디지털 콘텐츠의 가치를 다르게 평가할 가능성이 높다. 예를 들어서 원천 콘텐츠를 보유하고 있는 원천 콘텐츠의 소유자는 콘텐츠의 시장성에 대해서 좀 더 낙관적으로 볼 가능성이 많은 반면에 콘텐츠의 개발자는 보다 보수적으로 평가할 가능성이 많다. 만약에 동일한 평가 시스템을 이용해서 평가결과를 공유하면 디지털 콘텐츠의 이해당사자간의 이견을 줄이고 평가 결과를 조정할 수 있는 가능성이 높아지게 될 것이다.

넷째, Biz-Value에서는 디지털 콘텐츠의 가치를 시나리오에 따라서 평가할 수 있다. 디지털 콘텐츠의 가치를 평가하는 일은 주관적이고 불확실성이 높다. 따라서 디지털 콘텐츠의 가치를 세 가지 상황으로 나누어서 평가하면 디지털 콘텐츠 상한치와 하한치를 찾을 수 있기 때문에 디지털 콘텐츠의 평가의 불확실성을 줄일 수 있을 것이다.

다섯째, Biz-Value에서는 환경 변화에 따라서 가치가 어떻게

변화하는 지를 분석할 수 있는 What-if 기능을 제공하고 있다. 디지털 콘텐츠의 가치를 평가하는 과정에 가정과 환경 변화에 따른 가치가 어떻게 변화하는지를 What-if 기능을 통해서 분석할 수 있다.

여섯째, Biz-Value에서는 디지털 콘텐츠의 사업화 과정에 발생할 수 있는 위험을 체계적으로 분석할 수 있다. 디지털 콘텐츠를 개발하고 사업화하는 과정에 발생할 수 있는 여러 위험 요소들을 찾아내고, 가능성과 결과를 체계적으로 관리할 수 있는 리스크 프로파일링(Risk Profiling) 기능을 제공하고 있다.

마지막으로, Biz-Value에서는 다양한 평가 결과를 통합해서 종합적으로 분석할 수 있다. 정성적 평가와 경제성 평가 결과, 사업화 단계별 평가 결과, 평가자별 평가 결과, 시나리오 별 평가 결과 등 종합적으로 분석할 수 있는 기능을 통해서 디지털 콘텐츠의 가치를 보다 정확하게 평가할 수 있다.

(2) Biz-Value의 구조

Biz-Value에서는 두 단계 과정을 거쳐서 디지털 콘텐츠의 가치를 평가하게 된다. Biz-Value의 첫 번째 단계는 디지털 콘텐츠의 가치를 평가하기 위한 환경을 설정하는 단계이고, 두 번째 단계는 디지털 콘텐츠의 가치를 평가하는 평가 단계이다.

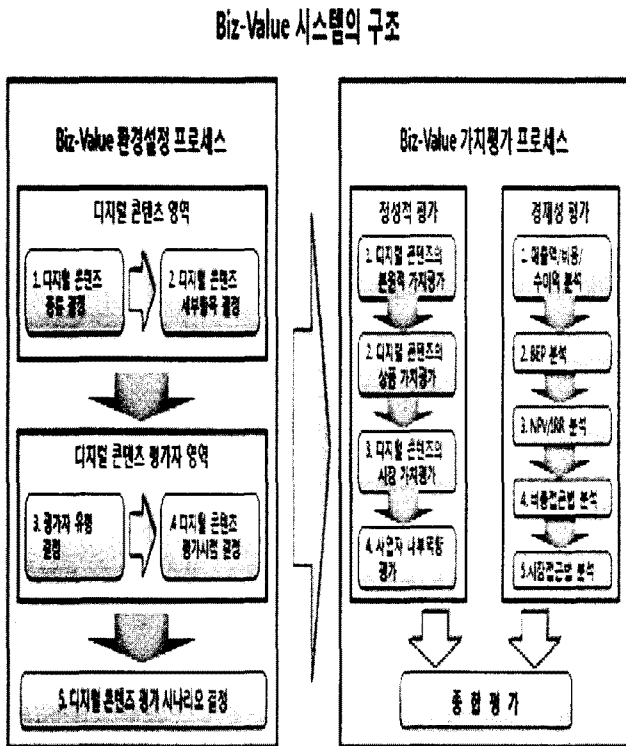


그림-2 Biz-Value 시스템의 구조

Biz-Value에서 평가 환경을 설정하는 이유는 다양한 종류의 콘텐츠를 평가하고, 평가 항목을 다양하게 선택하고, 다양한 평가자 유형, 다양한 평가 시점, 다양한 시나리오를 고려한 평가를

하기 위함이다.

Biz-Value에서 평가환경을 설정한 다음에는 디지털 콘텐츠의 가치를 평가해야 한다. 디지털 콘텐츠의 가치를 평가하는 프로세스는 정성적 평가, 경제성 평가, 종합 평가의 세 단계로 나누어진다. 정성적 평가는 디지털 콘텐츠의 본원적 가치, 디지털 콘텐츠의 상품 가치, 디지털 콘텐츠 시장의 사업성, 디지털 콘텐츠의 사업 주체 능력의 네 가지 관점에서 평가한다. 디지털 콘텐츠의 경제성 평가는 매출/비용/순이익의 분석, 손익 분기 분석, 순 현재가치와 내부 수익률 분석, 비용 접근법 분석, 시장 접근법 분석의 다섯 가지 관점에서 평가한다. 마지막으로 종합 평가 영역에서는 평가자 별로, 평가 시점별로, 평가 시나리오별로 정성적 평가 결과와 경제성 평가 결과를 종합적으로 분석해서 가치평가의 정확성을 높이게 된다. [그림-2]

(3) Biz-Value의 환경설정 프로세스

Biz-Value의 환경 설정에서는 콘텐츠의 종류, 평가 항목, 평가자 유형, 평가 시점, 평가 시나리오를 결정해야 한다. [그림-3]

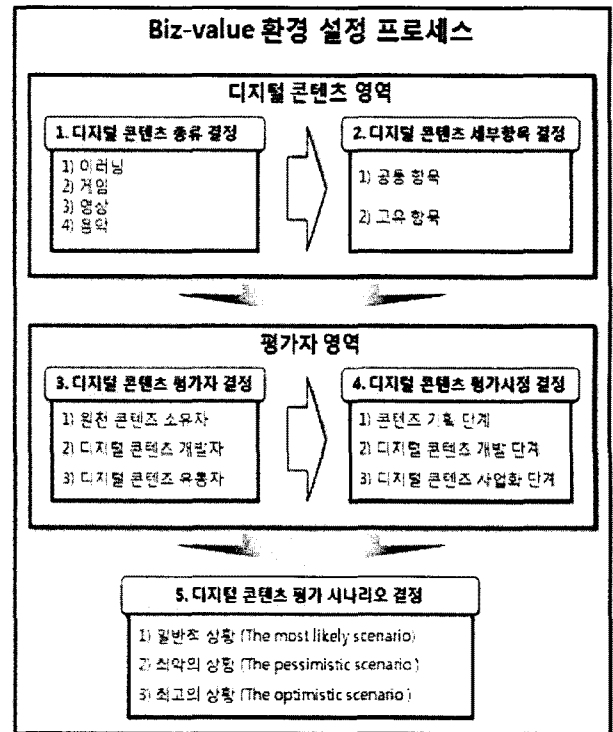


그림-3 환경 설정 프로세스

Biz-Value에서는 이러닝, 게임, 방송, 음악의 4가지 디지털 콘텐츠를 평가하기 위한 시스템을 목표로 하고 있기 때문에 평가하고자 하는 디지털 콘텐츠의 종류를 선택해야 한다. 디지털 콘텐츠의 종류를 결정한 다음에는 평가 항목을 결정해야 한다. Biz-Value에서 평가하고자 하는 네 종류의 콘텐츠의 공통적이고 고유한 특성을 고려하여, 콘텐츠별로 서로 다른 평가 항목들을 활용하고자 할 수 있다. 디지털 콘텐츠 평가 항목 중에서는

공통적인 평가 항목과, 콘텐츠별 고유 평가 항목들이 있다.

동일한 디지털 콘텐츠라도 평가자의 관점에 따라서 평가가 달라질 수 있기 때문에 디지털 콘텐츠 종류와 평가 항목을 선택한 후에 평가자의 유형을 결정해야 한다. Biz-Value에서는 평가자 유형을 원천 콘텐츠 소유자, 디지털 콘텐츠 개발자, 디지털 콘텐츠 유통자의 3가지 유형으로 분류하였다.

디지털 콘텐츠의 평가 유형과 평가 항목, 평가자 유형을 결정한 다음에는 평가 시점을 결정해야 한다. 디지털 콘텐츠를 개발하고 사업화하는 과정은 콘텐츠 기획, 디지털 콘텐츠 개발, 디지털 콘텐츠 유통의 3단계를 거치게 된다. 각 단계에서 의사결정자는 콘텐츠의 사업화 여부를 계속해서 결정해야 하는데, 각 단계에서 의사결정자가 평가하는 디지털 콘텐츠의 가치는 다를 것이다. Biz-Value에서는 평가 시점을 콘텐츠 기획단계, 디지털 콘텐츠 개발단계, 디지털 콘텐츠 사업화 추진단계의 3단계로 가치평가시점을 구분하였다.

디지털 콘텐츠의 종류와 평가 항목, 평가자의 유형과 평가시점을 결정한 다음에는 평가 시나리오를 결정해야 한다.

디지털 콘텐츠를 평가하는 일은 불확실성이 높기 때문에 환경 변화를 고려해서 평가할 필요성이 있다. Biz-Value에서는 평가의 불확실성을 일반적 상황, 최악의 상황, 최고의 상황으로 나누어서 평가하게 된다.

(4) Biz-Value의 가치평가 프로세스

Biz-Value에서 디지털 콘텐츠의 가치를 평가하는 프로세스는 정성적 평가, 경제성 평가, 종합 평가의 3 단계로 구성되어 있다.

Biz-Value에서 디지털 콘텐츠의 정성적 평가는 네가지 영역으로 구분된다. 첫 번째는 디지털 콘텐츠 본원적 가치 평가 영역으로 디지털화되기 전 원천 콘텐츠의 가치를 평가한다. 두 번째는 디지털 콘텐츠 상품의 가치평가영역으로 원천 콘텐츠를 디지털화함으로써 원천 콘텐츠의 가치를 훼손하지 않고, 고객에게 부가가치를 줄 수 있는지를 평가 한다. 세 번째는 디지털 콘텐츠의 시장 평가 영역으로 사업화 과정에서 현 디지털 콘텐츠 시장의 규모, 안정성, 성장성 등을 평가 한다. 네 번째는 사업자의 내부역량 평가영역은 디지털 콘텐츠를 개발 또는 유통 사업을 추진하기 위한 자사의 역량과 경쟁사와의 경쟁우위를 평가 한다.

경제성 평가 단계에서는 디지털 콘텐츠의 경제적 가치를 다양한 관점에서 평가해야 한다. Biz-Value에서 경제성 평가는 매출/비용/수익성 분석, 순익분기점 분석, 순현재가치(NPV) / 내부수익률(IRR) 분석, 비용접근법 분석, 시장접근법 분석순으로 진행된다.

Biz-Value에서는 정성적 분석과 경제성 분석을 한 다음에는 종합 분석을 할 수 있다. Biz-Value의 종합 분석에서는 정성적 분석과 경제성 분석 결과를 평가 시나리오에 따라서 비교할 수 있고, 타 평가자의 분석 결과와 비교 할 수 있고, 평가 시점에 따라서 비교할 수 있다. 이 같은 과정을 통해서 디지털 콘텐츠의

가치를 보다 체계적으로, 입체적으로, 동태적으로 분석할 수 있다.

마지막으로 Biz-Value에서는 위험을 관리할 수 있는 리스크 프로파일링(risk profiling) 기능을 제공하고 있다. 리스크 프로파일링 기능을 통해서 디지털 콘텐츠를 사업화 하는 과정에 발생할 수 있는 위험 요소들을 찾아내고, 발생 가능성, 결과 등을 분석함으로써 디지털 콘텐츠를 사업화하는 과정상에서 발생하는 위험을 관리할 수 있을 것이다. [그림-4]

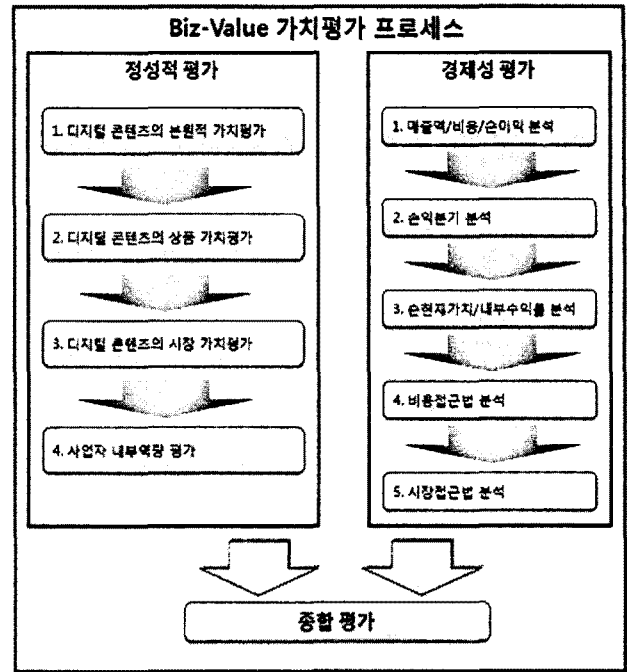


그림-4 가치평가 프로세스

4. 디지털 콘텐츠 가치평가 시스템 프로토타입 개발

디지털 콘텐츠 가치평가 시스템의 이론적 프레임워크를 바탕으로 MS Office 2003 Excel을 이용하여 프로토타입을 개발하였다.

평가자는 Biz-value의 환경설정화면에서 총 5단계의 환경설정 프로세스를 진행한다. 먼저 디지털 콘텐츠 종류를 결정하고, 결정된 디지털 콘텐츠의 평가항목 중 고유항목의 적용 여부를 결정하게 된다. 그 다음 평가자 유형을 결정하고, 평가시점을 결정한다. 마지막으로 평가 시나리오 결정한다.

Biz-Value 1.0			
(디지털 콘텐츠 가치평가 시스템)			
1. 디지털 콘텐츠 종류	업적	1	
1: 미연봉 2: 계약 3: 영상 4: 음악			
2. 디지털 콘텐츠 고유항목 설정	고유항목평가	N	
3. 평가자 유형	업적	1	
1: 원천 콘텐츠 소유자 2: 디지털 콘텐츠 개발자 4: 디지털 콘텐츠 유통자			
4. 디지털 콘텐츠 평가 시점	업적	1	
1: 콘텐츠 기획단계 2: 디지털콘텐츠 개발단계 3: 디지털 콘텐츠 사업화 단계			
5. 디지털 콘텐츠 평가 시나리오	업적	1	
1: 일반적 상황 2: 최악의 상황 3: 최고의 상황			

그림-5 Biz-Value 평가환경설정화면

본 연구에서 개발한 프로토 타입의 디지털 콘텐츠 가치평가 환경 평가 환경 설정 화면은 [그림-5]과 같다.

Biz-value에서는 환경설정단계에서의 평가 시점에 설정에 따라 평가 시점을 기준으로 4단계 정성적 평가항목을 5점척도로 평가한다. Biz-Value 정성적 평가 입력 화면은 [그림-6]과 같다.

평가요소 1: 콘텐츠 본연의 가치 평가 항목은 상점에서 디지털 콘텐츠의 가치 여부를 결정

평가 요소	공통평가항목	평가 항목	평가 항목	가중치	수치점		
					Miss	The	The
					1	2	3
1 단계 콘텐츠의 본연의 가치 평가	1. 콘텐츠의 가치 있는 정도	가치있는 콘텐츠는 시장에서 성공할 수 있는 정도인가?	주목할 만한 정도인가?	1	2	3	4
	2. 콘텐츠의 질적 우수성	가치있는 콘텐츠는 질적으로 우수하나요?	주목할 만한 정도인가?	1	2	3	4
	3. 콘텐츠의 독창성	가치있는 콘텐츠는 독창적인가?	주목할 만한 정도인가?	1	2	3	4
	4. 콘텐츠의 완성도	가치있는 콘텐츠는 완성도가 높고 완성된 상태인가?	주목할 만한 정도인가?	1	2	3	4
2 단계 디지털 콘텐츠 의 가치 평가	1. 디지털 콘텐츠의 가치	가치있는 콘텐츠는 디지털 콘텐츠 시장에서 성공할 수 있는 정도인가?	주목할 만한 정도인가?	1	2	3	4
	2. 디지털 콘텐츠의 시장성	가치있는 콘텐츠는 디지털 콘텐츠 시장에서 성공할 수 있는 정도인가?	주목할 만한 정도인가?	1	2	3	4
	3. 디지털 콘텐츠의 경쟁력	가치있는 콘텐츠는 경쟁력 있는 디지털 콘텐츠인가?	주목할 만한 정도인가?	1	2	3	4
	4. 디지털 콘텐츠의 수익성	가치있는 콘텐츠는 수익성이 있는 디지털 콘텐츠인가?	주목할 만한 정도인가?	1	2	3	4

그림-6 Biz-Value 정성평가 입력화면

정성적 가치평가 결과는 방사형 그래프형태로 출력되고, 단계별 각각의 평가항목의 총평가점수와 평균점수를 같이 출력한다. Biz-Value 정성적 평가 결과 출력 화면은 [그림-7]과 같다.

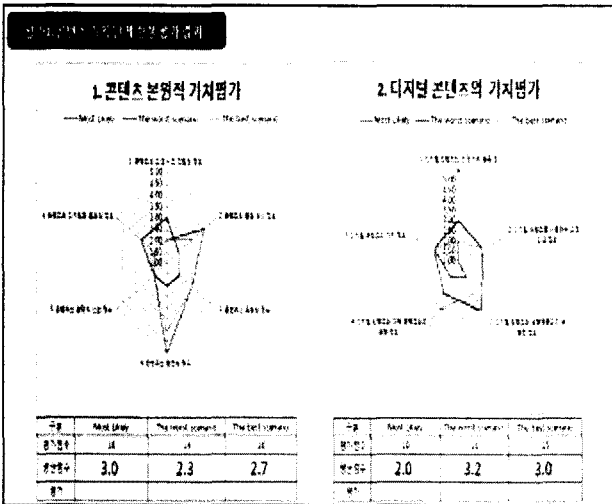


그림-7 Biz-Value 정성평가 결과화면

경제성 평가를 위해서는 기간, 인력, 비용, 시장에 대한 평가 정보가 필요하다. Biz-Value 경제성 평가 입력화면은 [그림-8]과 같다. 경제성 평가의 결과는 매출/비용/수익성 분석, 손익분기점 분석, 순현재가치 분석/내부수익률 분석, 비용접근법 분석, 시장

접근법 분석 결과를 수치와 그래프로 출력하며 각 분석은 What-if 분석을 할 수 있다.

화면 1: Biz-Value 경제성 평가 입력화면

그림-8 Biz-Value 경제성평가 입력화면

Biz-Value 경제성 평가 결과 출력 화면은 [그림-9]과 같다

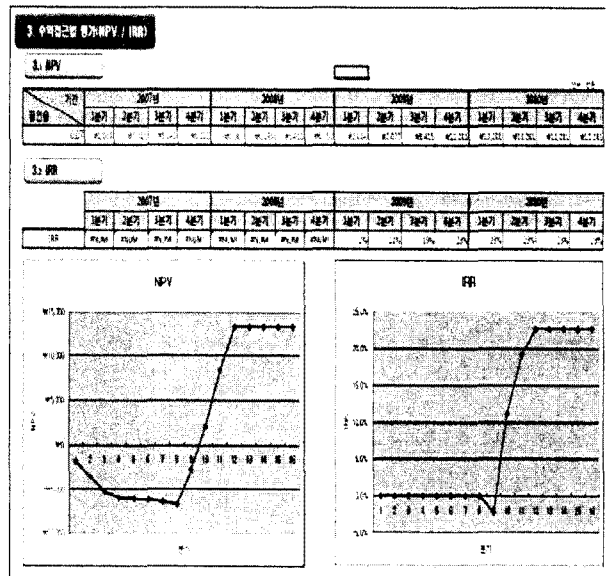


그림-9순현재가치/내부수익률 분석 화면

종합평가는 정성적 평가 결과와 경제성 평가 결과를 종합하여 디지털 콘텐츠별, 평가자별, 평가시점별, 시나리오별로 분석하여 출력한다.[그림-10]

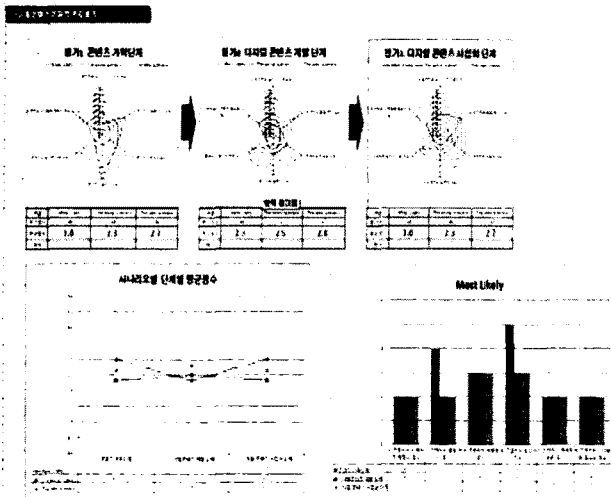


그림-10 평가시점별 종합평가 분석 화면

5. 결론 및 향후 연구방향

본 연구에서는 디지털 콘텐츠의 가치를 체계적으로 평가할 수 있는 가치 평가 시스템의 이론적 프레임워크를 개발하고, 프로토타입인 Biz-Value를 개발하였다. Biz-Value는 디지털 콘텐츠를 사업화하는 과정상에서의 불확실성을 해소하고 위험을 관리할 수 있도록 지원하며, 사업화 과정상의 이해관계자들에게 커뮤니케이션 도구로 활용 가능한 의사결정지원도구가 될 것이다.

이를 기반으로 고객들이 필요로 하는 콘텐츠를 발굴할 수 있고, 디지털 콘텐츠를 기획, 개발, 사업화하는 의사결정에 필요한 정확한 정보를 제공받음으로써 수익성 있는 콘텐츠를 개발할 수 있을 것이기 때문에 디지털 콘텐츠의 산업 활성화에 크게 기여할 수 있을 것이다.

그러나 Biz-Value의 평가 시스템의 평가 방법에 대한 타당성 검증이 필요하고, 이용자들 입장에서 유용성에 대한 연구가 필요하다. 또한, 다양한 콘텐츠를 평가하기 위해서는 디지털 콘텐츠의 종류별 특성을 연구하여야 하며, 이를 바탕으로 고유평가 항목이 보다 체계적으로 개발되어야 한다. 또한, 현재 Biz-Value의 프로토타입은 MS office Excel로 개발되어 사용의 제한이 있으므로 웹 기반의 평가시스템으로 개발되어야 한다.

6. 참고문헌

- [1] F. Peter Boer. (1999). The Valuation of Technology
- [2] Gordon V. Smith & Russell L. Parr. (2000). Valuation of Intellectual Property and Intangible Assets
- [3] 김진우, HCI Lab & 인터넷비즈니스연구센터. (2002). DIGITAL CONTENTS@HCI Lab
- [4] 김홍수. (2005). 무형자산 가치평가론
- [5] 김은선, 박동운 & 박영서. (2006). 디지털 콘텐츠 세부산업의 평가프레임 제안 및 유망성 비교분석. 한국콘텐츠학회. 제6권,

11호, pp. 38-44

- [6] 박현우. 지식정보 콘텐츠 가치평가의 기법과 적용 가능성. 제2권 제3호, pp. 70-79
- [7] 김재우, 장태종, 손종구, 김기일 & 박현우. (2004) 국내의 기술평가 모델 체계화. 한국과학기술정보연구원
- [8] 장길수. (2007). 디지털 콘텐츠산업의 시장 및 산업전망. 전자부품연구원
- [9] 장용호, 조은기 & 박소라. (2004). 디지털 문화콘텐츠의 생산, 유통, 소비과정에 관한 모형. 정보통신정책연구원
- [10] 박현주. (2005). 디지털 콘텐츠와 문화 수용. 정보통신정책 제17권 19호 통권 380호 정보통신정책연구원
- [11] 홍효진. (2006) 컨버전스 시대의 디지털 콘텐츠 시장. 한국전산원 NCA ISSUE REPORT 제12호
- [12] 산업은행 경제연구소 (2007) 디지털콘텐츠 산업의 최근트렌드와 발전방안
- [13] 한국방송영상산업진흥원. (2006). 방송통신융합시대 디지털 콘텐츠의 현황과 미래전략