

케이블 TV 産業의 二元的 市場構造와 市場成果*

李仁燦** · 尹忠漢***

논문 초록

본 연구는 부진한 시장성과를 나타내고 있는 우리나라 케이블 TV 시장에 대한 규제의 재정립 방향을 제시하기 위해 케이블 TV 시장의 특성과 문제점을 실증분석을 통해 밝히고자 하였다. 분석 결과, 첫째, 중계유선방송의 가격이 낮고 서비스의 질이 높을수록 종합유선방송 가입률이 낮게 나타나 중계유선방송과 종합유선방송 간에는 강한 수요대체관계가 있으며, 둘째, 개별소비자(가구)의 선택 차원에서는 중계유선방송이 종합유선방송보다 열등한 서비스로 인식되는 특징이 있음을 알 수 있었다. 다채널 유선방송시장에서 서로 경쟁하는 두 서비스를 종합유선방송과 중계유선방송으로 이원화하여 시장을 양분함으로써 전체 시장은 왜곡되었고, 결국 시장의 성장은 더딜 수밖에 없었던 것이다. 따라서 향후 케이블 TV에 관한 규제정책은 종합유선방송과 중계유선방송이 같은 시장 내의 차별화된 서비스라는 인식하에 두 서비스가 공정한 경쟁을 통해 발전할 수 있는 법제도적 틀을 마련하는 데에 초점이 주어져야 할 것이다.

핵심주제어: 케이블 TV, 시장구조, 시장성과

경제학문헌목록 주제분류: L9

* 본 논문을 읽고 유익한 논평을 하여 주신 익명의 심사위원들께 깊은 감사를 드립니다.

** 정보통신정책연구원 연구위원, iclee@sunnet.kisdi.re.kr

*** 정보통신정책연구원 연구위원, yoonchoo@sunnet.kisdi.re.kr

I. 序 論

우리나라에 '綜合有線放送'이라 불리는 케이블TV가 도입된 이래 가입자의 증가 속도는 예상과는 달리 매우 부진한 편이었다.¹⁾ 이러한 현상은 다른 나라와 비교해 새로운 서비스나 상품의 보급속도가 매우 빠른 특성을 보인 우리나라의 사례들²⁾에 비추어 볼 때 이례적인 것이다. 이러한 케이블TV의 가입률 저조는 케이블TV 사업자들에게 많은 어려움을 주어 왔으며, 결국 대규모의 구조조정과 근본적인 정책수정의 필요성을 낳게 하였다.

종합유선방송의 부진은 무엇보다도 정책당국이 종합유선방송과 중계유선방송 간의 경쟁적 시장구조를 전혀 고려하지 않고 불필요한 규제정책을 남발한 결과로 볼 수 있다. 정책당국은 케이블TV 시장구조를 권역별 독점으로 인식하였고, 지역독점 시장구조로부터 가입자 확보와 수익성 보장은 자연히 수반되는 현상으로 보았던 것이다. 정책당국의 이러한 인식은 종합유선방송이 도입되기 전부터 상당한 가입자 기반을 확보한 중계유선방송이라는 대체제가 존재해온 사실을 간과한 것이다. 서비스의 질은 종합유선방송보다 떨어지나 수신료가 훨씬 낮은 유선방송서비스를 제공하던 중계유선방송사업자들은 종합유선방송의 도입에 대응하여 채널수를 늘리는 등 전반적인 서비스의 질을 높여 중계유선방송을 더욱 경쟁력있는 서비스로 만들었다. 이러한 중계유선방송의 존재와 대응은 결과적으로 종합유선방송의 보급확산에 상당한 장애가 될 수밖에 없었는데도, 정책당국이 이를 간과한 것은 매우 큰 오류였던 것이다. 중계유선방송이 다채널 영상정보제공 매체로 진화, 발전할 잠재력이 있었음에도 불구하고 별도의 종합유선방송서비스를 도입함으로써 야기된 케이블TV 시장의 부진은 더 이상 방지되어서는 안될 것이다. 이제는 중계유선방송과 종합유선방송이 공정한 경쟁을 통해 발전할 수 있는 법제도적 틀(regulatory framework)을 마련하는 것이 케이블TV 시장의 활성화를 위해 무엇보다도 중요하고 시급하다고 판단된다.

본 연구에서는 이제까지 간과된 이러한 케이블TV 산업의 이원적 시장구조가 과연 케이블TV 산업의 부진을 낳았는지를 실증적으로 밝히기 위해, 종합유선방송사

1) 1995년 3월에 본방송이 개시되었으나 1998년말 현재 케이블TV에 가입한 가구는 전체가구의 10% 미만이다. 또한 최근 2년 동안 가입자는 거의 정체되어 있다.

2) 무선호출과 이동전화의 가입률, VCR 보급률의 증가속도가 그 대표적인 예라고 볼 수 있다.

업자들의 권역별 시장성고가 해당 권역의 중계유선방송사업자들의 시장행동에 의해 어떻게 달라지는지를 살펴보았다. 간단히 말하면, 종합유선방송과 중계유선방송이 동일한 시장 내에서 상호 경쟁하는 서비스인지를 분석하였다.

우리나라의 케이블 TV와 관련한 기존의 연구는 주로 언론학 분야에서 이루어졌다. 대부분의 연구는 케이블 TV와 관련한 비합리적인 규제를 지적하고 개선방향을 제시하는 선험적 규제정책연구들이 대부분이었다.³⁾ 케이블 TV와 관련한 '산업연구'는 드물었으며, 있다 해도 규제정책을 위주로 한 연구들이었다.⁴⁾ 케이블 TV에 관한 연구가 주로 정책연구에 치우쳤던 이유는 경제주체들의 가장 기본적인 선택변수들인 가격과 품질이 정부규제에 의해서 일률적으로 정해진 상황에서 경제적인 요인에 관한 분석이 용이하지 않았기 때문이다. 본 연구는 산업조직론적인 접근방법을 이용하여 국내 케이블 TV 시장을 실증분석한 첫번째 연구라는 점에서 중요한 의미를 지닌다고 할 수 있다.⁵⁾

본 연구의 실증분석은 두 개의 보완적인 부분으로 이루어져 있다. 첫번째는 케이블 TV 시장의 권역(system) 별 데이터를 이용하여 중계유선방송이 종합유선방송과 대체재의 관계에 있음을 밝히는 것이다. 두번째는 시스템수준의 권역별 집계변수들을 이용하는 데서 오는 한계점들을 보완하기 위해 가입자수준(household level)에서의 케이블 TV 가입결정요인들에 대해 분석하는 것이다.⁶⁾ 이렇게 서로 다른 두 가지의 분석방법을 통하여 두 서비스간에는 어떤 관계가 있는지를 보다 완전하게 밝힐 수 있다고 생각한다. 즉, '구조-행위-성과 패러다임' 측면에서의 종합유선방송과 중계유선방송의 관계를 밝히는 산업차원의 분석방법과, 개별 소비자(가구)의 선택이라는 측면에서의 종합유선방송과 중계유선방송의 특성을 찾아내는 분석방법을 통

3) 조은기(1997), 김동규(1998), 김대호(1998) 등 다수.

4) 미국에서는 케이블 TV와 관련한 다양한 이론적, 경험적 연구가 경제학분야에서 이루어져 왔다. 특히 FCC의 규제변화의 큰 흐름을 좇아 규제의 효과를 분석하는 실증적인 연구가 많았다. 대표적인 연구들은 Comanor and Mitchell(1971), Park(1972), Tracey(1985), Zupan(1989), Prager(1990), Crandall(1990), Jaffe and Kantor(1990), Rubinovitz(1993), 그리고 Emmons and Prager(1997) 등이 있다.

5) 최근 언론학 분야에서도 방송산업과 영상산업의 연구에 산업조직론의 시장구조-행위-성과의 분석방법을 도입하려는 시도는 있다(이화진, 1998; 이상식, 1996 등). 그러나 아직까지의 연구들은 체계적인 분석에는 이르지 못하고, 시장구조와 시장성과 등의 개념을 소개하는 수준에 그치고 있다.

6) 미국 케이블 TV에 대한 가구수준의 수요함수를 추정한 연구는 Wirth and Bloch(1989) 참조.

해 케이블TV의 정책 재정립에 필요한 여러 가지 시장특성을 밝혀내고 정책적 시사점을 발견해낼 수 있다고 생각한다.

본 논문의 구성은 다음과 같다. II장에서는 종합유선방송과 중계유선방송이 공존하는 케이블TV 시장의 이원적 시장구조를 설명하고, III장에서는 종합유선방송과 중계유선방송이 서로 경쟁관계에 있는지를 실증적으로 분석한다. 상대적으로 규제에서 자유로운 중계유선방송사업자들의 시장행동이 종합유선방송의 권역별 시장 성과에 어떠한 영향을 미치는지를 추정한다. IV장에서는 III장의 권역별 분석방법의 한계를 보완하기 위해 소비자 선택의 차원에서 특정 서비스에 가입하는 결정요인들의 설명력을 추정한다. 끝으로 IV장에서는 실증분석결과를 토대로 동일한 시장내의 두 서비스간에 공정경쟁 환경을 조성하기 위한 정책방안을 제시한다.

II. 케이블TV 産業의 市場構造

1. 綜合有線放送의 市場構造

종합유선방송의 시장구조는 ‘종합유선방송법’에 의해서 규제를 받고 있다. 관련된 규제는 소위 ‘三分割構造’라는 것으로, 케이블TV 산업의 주요 시장참가자를 ① 영상정보물을 채널단위로 편성하여 제공하는 프로그램제공사업자(PP: Program Providers); ② 채널단위로 편성된 프로그램을 전송받아 소비자의 기호에 맞게 다양한 패키지로 조합하여 서비스를 제공하고 요금을 부과하고 거둬들이는 종합유선방송사업자(SO: System Operators); ③ 영상정보물이 물리적 망을 통해 제공되도록 망을 구성하고 유지·보수하는 망제공사업자(NO: Network Operators) 등 세 가지 유형의 사업자로 나누고 있으며 각각에 대해 다른 규제를 하고 있다. 무엇보다도 정부는 이들 세 사업자들을 허가하며, 사업자들간에 수직 및 수평적 결합을 금지하고 있다. 게다가 세 사업자에 대해 엄격한 소유규제도 적용하고 있다.⁷⁾

우선 PP 부문에서는 프로그램제공자에 대해 허가제를 운용하고 있을 뿐만 아니라 각각의 장르를 정부가 설정하고 각 장르별로 단수 혹은 복수의 사업자를 정하여

7) 최근에 이 삼분할구조는 서로 겸영이 어느 정도 가능하도록 개정되었고 소유규제도 부분적으로 완화되었다.

독과점적 위치를 부여하고 있다. 이는 각 장르별 독과점적 시장구조를 형성하여 폭 넓은 시장을 프로그램제공자에게 제공하여 사업성을 보장해주려는 의도로 판단된다. 장르의 개설 및 폐지에도 정부가 간여하며, 보도채널 등 장르에 따라 대기업이나 언론사들의 참여를 배제하고 있다.

방송서비스 제공을 담당하는 SO 부문에서는 지역 독점사업자를 허가권을 통해 선정하였다. SO는 허가받은 모든 PP가 제공하는 프로그램을 전송해야 한다. 따라서 채널간 편성권이 없다. SO의 허가지역을 세분화하여 실질적으로는 전송망을 소유하지 않은 소규모 권역의 중계소 역할만 수행하고 있다. 종합유선방송국이 지역 채널을 운용할 수 있도록 하고 있으나 권역이 협소하고 소비자의 수요도 미미하여 지역방송의 역할은 미미하다. 소유규제를 통하여 주로 중소기업만이 사업권을 취득할 수 있도록 하였다.

NO 부문은 막대한 시설투자가 소요되는 부문으로서 단시간 내에 높은 회수율을 달성하기 위해 공기업인 한국전력과 한국통신으로 하여금 망을 포설하도록 하였다.⁸⁾

케이블TV의 요금은 행정지도에 의해서 결정된다.⁹⁾ 케이블TV의 요금구조는 시장구조를 결정하는 데 결정적인 역할을 한다. 전 권역에 걸쳐 모든 채널을 의무적으로 전송하여 동일한 프로그램 구성을 갖고 있으며 전 권역에 걸쳐 동일한 가격구조를 갖고 있다.¹⁰⁾ 뿐만 아니라 PP간 배분비율이 PP와 SO 간의 개별협상이 아닌 전체 PP 대 SO의 집단협상에 의해 일률적으로 정해지고 있다. 개별 PP의 수익이 개별 PP의 시청료 등 시장성과에 의해 결정되는 것이 아니다. 3개 사업자간의 집단적 합의에 의해서 3개 사업자의 전체이익을 극대화하고 3개 사업자간 교섭력의 우열을 통해 분배하는 방식을 택하고 있는 것이다. 즉, 진입과 퇴출의 가능성에 대한 고려 없이 허가받은 모든 사업자가 공존 또는 공멸하는 시장구조를 갖고 있다고 볼 수 있다.

8) 민간사업자로서 요금규제를 받는 망 사업에만 투자할 기업이 없었기 때문이다. 자기가 제공하지 않을 서비스를 위해 망만을 포설해야 하는 사업은 우리나라 케이블TV의 NO밖에는 없을 것이다.

9) 월수신료는 1만 5천 원, 수신자용 컨버터 임대료는 월 2천 원으로 소비자가 지불하는 요금은 월 1만 7천 원이다. 한 개의 유료채널 요금은 월 7,800원으로서 신청자만 추가요금을 지불한다. 기본수신료는 전송망사업자, 종합유선방송사업자, 프로그램공급자가 각각 15%, 52.5%, 32.5%의 비율로 배분하고 있다.

10) 최근에는 전체널 의무전송에 대한 협약만으로 따라 몇몇 SO들이 티어링을 도입하고 있으나 PP와의 관계, 중계유선방송과의 경쟁관계 등으로 인해 전체 SO로 확산되지는 못하고 있다.

2. 中繼有線放送의 市場構造

우리나라의 중계유선방송은 다른 나라의 케이블 TV의 도입에서와 같이 난시청 지역의 지상파 재전송을 위해 서비스가 도입되었다. 서비스 개시 후 약 20여 년이 지난 1986년에 '유선방송관리법'으로 서비스를 합법화하였다. 1997년 말 현재 860개 사업자가 서비스를 제공하고 있으며 한국유선방송협회에 의하면 1998년 3월 말 현재 가입가구는 약 830만 가구이다.

중계유선방송의 경우 서비스제공업자가 망을 소유하고 있어 수직계열화가 이루어져 있으며 서비스제공자간에 수평결합도 허용되어 다수의 SO를 소유한 사업자(MSO: Multiple System Operators)도 있다. 법적으로 중계유선방송의 서비스제공범위는 지상파의 재전송 및 녹음녹화 채널 전송, 국내위성방송의 전송 등에 국한하고 있으며 최대 12개 채널만 제공할 수 있도록 규정되어 있으나 이러한 규정을 준수하고 있는 중계유선방송사업자는 거의 없다. 대부분의 중계유선방송사업자들은 규정된 제공채널수인 12개를 훨씬 넘어 다양한 녹음녹화채널과 국외위성채널들을 전송하고 있다.

이와 같이 중계유선방송의 경우는 채널수가 다양할 뿐만 아니라 요금도 다양하다. 지역의 소득수준, 제공되는 서비스의 질과 종합유선방송과의 경쟁도 등에 따라 3,000~5,000원의 다양한 요금을 징수하고 있는 것으로 나타난다.¹¹⁾

3. 二元的 케이블 TV 市場構造

위에서 개관한 종합유선방송과 중계유선방송은 소비자로부터 월 일정액의 서비스요금을 받고 영상정보를 제공하는 유료유선방송(subscription TV) 시장의 상호 경쟁자들이다. 서비스 초기에 난시청가구를 기반으로 하였던 중계유선방송은 난시청가구가 꾸준히 줄어왔음에도 불구하고 지속적으로 성장하였다. 오히려 종합유선방송이 도입된 후 중계유선방송의 가입자 증가율은 더욱 증대되었다. 이와 같은 현상으로 미루어 볼 때, 소비자들이 유선방송에 가입하는 이유는 난시청이 기본적인 이유이나 더 나아가 지상파가 방송되지 않는 시간대에 텔레비전을 시청하거나, 다양한 프로그램의 제공을 원하기 때문이다.¹²⁾

11) SMATV의 경우에는 500원을 받고 있는 곳도 있다.

〈표 1〉 종합유선방송과 중계유선방송의 가입자 추이

(단위: 천 가구)

연 도	1993	1994	1995	1996	1997
중계유선방송	4,509	5,320	6,692	7,450	8,303
종합유선방송	-	-	190	480	690

주: 수치는 연말 기준임. 단, 1997년의 경우는 8월 말 현재까지의 수치임.

자료: 종합유선방송위원회, 『뉴미디어저널』, 각호; 한국유선방송협회, 내부자료.

두 서비스간 대체로 공통되는 채널들은 KBS1, KBS2, MBC, EBS 등의 지상파와 2개의 EBS 위성파와 채널, 2개의 KBS 위성채널 등 국내위성채널, 그리고 STAR TV나 NHK 등과 같은 주변국의 위성채널 등이다.

종합유선방송이 중계유선방송과 차별화된 서비스는 29개 PP의 전문화된 채널과 신청자에 한해서 시청 가능한 한 개의 유료채널이다. 반면 중계유선방송이 종합유선방송과 차별화하여 제공하고 있는 서비스는 지상파의 녹화채널과 종합유선방송이 제공하고 있지 않는 국외위성의 재전송이다.

Ⅲ. 케이블 TV 市場의 競爭關係에 대한 實證分析

1. 實證模型

본 장의 목적은 종합유선방송과 중계유선방송이 같은 시장 내에서 상호 경쟁하는 서비스인지를 분석하는 것이다. 이를 위해 종합유선방송사업자(SO)들의 권역별 시장성도가 해당 권역의 중계유선방송사업자(RO: Retransmission Operator)¹³⁾들의 시장행동에 의해 어떻게 달라지는지를 살펴본다.

경쟁적 서비스를 제공하는 중계유선방송의 시장행동을 나타내는 가격과 품질이 권역별 종합유선방송의 시장성도간 차이를 결정짓는 主要因인지를 보기 위해 아래와 같은 식을 추정한다.

12) 이인찬(1998) 참조.

13) 논의의 편의를 위해 중계유선방송사업자를 SO에 대응되도록 RO라 부르기로 하자.

$$\begin{aligned}
 Y = & C + b1 \text{ 중계유선방송수신료} \\
 & + b2 \text{ 중계유선방송채널수} \\
 & + b3 \text{ 중계유선방송영업연수} \\
 & + b4 \text{ 권역가구주의 대졸자 비율} \\
 & + u,
 \end{aligned} \tag{1}$$

여기서 Y 는 종합유선방송가입률을 나타내는 종속변수이다. 가입률은 홈패스된 가구 중 종합유선방송에 유료가입한 가구수로 나타난다. C 는 상수항이고, $b1 \sim b4$ 는 추정계수들이며, u 는 오차항이다. 추정식에는 종합유선방송과 중계유선방송 간의 경쟁관계를 추정하기 위해 삽입된 중계유선방송수신료와 중계유선방송채널수 변수 외에도 권역별 종합유선방송가입률에 영향을 미칠 수 있는 調節變數들이 포함되었다. 각 권역별 차이를 설명하는 인구통계학적 요소들인 권역별 가구들의 소득 또는 교육수준 등이 고려될 수 있는데 여기서는 전체 가구 중 가구주가 대졸이상인 비율을 그 지역 인구특성의 대리변수로서 고려하였다.^{14) 15)}

추정식에서 고려한 가입률 결정요인들의 예상효과는, 우선 중계유선방송의 가격과 종합유선방송가입률 간에는 (+)의 관계가 있을 것으로 예상할 수 있다. 중계유선방송의 서비스 가격이 증가하면 중계유선방송가입자의 수는 줄고 경쟁적 서비스인 종합유선방송서비스의 수요는 증가할 것이기 때문이다. 수요추정식의 대체재의 가격의 역할을 하는 것이 중계유선방송의 수신료인 것이다. 종합유선방송의 가격이 규제에 묶여 있는 반면에, 중계유선방송의 가격은 경쟁상황에 따라 탄력적으로 조정될 수 있으므로 중계유선방송가격과 종합유선방송가입률의 관계는 양 서비스간의 경쟁관계를 가장 잘 나타내준다고 볼 수 있다.

14) 지역 거주자의 소득수준이 가구의 특성을 나타내는 가장 유용한 변수일 것으로 판단된다. 그러나 정책적인 이유로 거주지별 소득 데이터는 발표되지 않는다. 따라서 지역별 소득의 비교는 공식통계로는 불가능하고 2차적인 가공을 거쳐 산출된 대리변수를 이용할 수 있다. 그러나 주관적인 요소가 많이 들어간 대리변수의 신뢰도는 낮다고 판단되어 교육수준을 가구의 특성을 나타내는 변수로 보았다. 가공을 통해 지역별 소득 데이터를 얻기 위해서는 센서스의 지역별 직업분포와 노동부의 직업별 평균임금을 이용할 수 있으나 활용할 수 있는 직업분포는 중분류에 한하고 또한 직업별 직위에 대한 자료가 없어 권역별 평균소득의 편차가 실제보다 매우 작게 나타나 권역별 인구특성을 대표하는 변수로서의 가치가 별로 없다고 판단된다.

15) 교육수준이 소득의 대리변수로서 이용된다고도 볼 수 있다. 여기서는 1995년 센서스 자료를 이용하여 가구주의 최종학력분포를 區・郡별로 추출한 후 권역별로 대응시켰다.

중계유선방송과 종합유선방송의 경쟁관계는 가격뿐만이 아니라 서비스의 질에서도 나타난다. 방송서비스의 경우 채널의 수가 품질에 관한 가장 중요한 대리변수로 간주된다. 이 경우에도 역시 종합유선방송은 규제에 의해 채널의 수가 29개로 고정되어 있어 중계유선방송의 채널수가 경쟁관계를 설명하는 중요한 변수가 된다. 중계유선방송의 서비스 품질이 높을수록 중계유선방송가입률은 높은 반면, 종합유선방송의 가입률은 낮을 것으로 예상할 수 있다. 따라서 중계유선방송채널수와 종합유선방송가입률은 (-)의 관계를 가질 것이다.

종합유선방송과 중계유선방송 간의 경쟁관계를 추정하기 위해 삽입된 가격과 품질의 대리변수들 외에 조절변수로 포함될 수 있는 변수로는 RO들의 영업연수를 고려할 수 있다. 종합유선방송보다 훨씬 역사가 오래되고 가입자기반을 먼저 구축한 RO들의 영업기간에 비례하여 중계유선방송가입률이 달리 나타날 수 있을 것이다. 따라서 종합유선방송의 잠재적 대체재인 중계유선방송의 가입자기반이 다름으로 해서 생기는 종합유선방송 가입률 차이를 조절하고자 중계유선방송영업연수를 포함하였다. 또한 RO의 영업연수가 길수록 경험이 더 많다는 것을 의미하며 이는 오래된 RO가 더 나은 서비스를 제공할 수 있다고 예상할 수 있다. 따라서 중계유선방송의 영업연수와 종합유선방송가입률은 (-)의 관계를 가질 것이라고 예상할 수 있다.

마지막으로, 종합유선방송에 대한 수요는 가입자의 소득 또는 교육수준이 높을수록 증가할 것으로 예상되므로 우리가 고려하는 학력과 종합유선방송가입률은 (+)의 관계를 가질 것으로 예상된다.

이상의 논의를 종합하면 종합유선방송 가입 결정요소들의 예상효과는 <표 2>와 같다.

<표 2> 권역별 종합유선방송 가입률 결정요소 (가설)

설명변수	예상효과
중계유선방송 수신료	+
중계유선방송 채널수	-
중계유선방송 영업연수	-
권역가구주의 대졸자 비율	+

2. 데이터

같은 권역 내의 두 개의 유선방송서비스인 종합유선방송과 중계유선방송 간 경쟁관계의 존재 여부에 대한 실증분석을 위해 본 연구에서는 44개 SO권역과 이에 대응되는 137개 RO에 대한 자료를 이용하였다.¹⁶⁾ 이용된 데이터 중 종합유선방송가입률은 종합유선방송위원회의 자료를 이용하였고 중계유선방송의 가격, 채널 등 분석의 핵심변수들은 정보통신부(1998)의 미발간 자료를 SO권역별로 다시 정리한 것이다.

두 유선방송사업자간 경쟁관계를 밝히기 위해 권역을 대응시키게 되면 한 가지 어려운 점에 부딪힌다. 대부분의 경우 SO의 영업권역이 RO에 비해 훨씬 크기 때문에 SO가 한 개 이상의 RO와 대응하게 된다. 이렇게 양 서비스간 지역시장, 즉 권역의 크기가 다르기 때문에 양자를 지역별로 대응시키는 데에는 두 가지 방법을 이용할 수 있다. 하나는 SO를 기준으로 하는 것이고 다른 하나는 RO를 기준으로 하는 것이다. 전자의 경우, SO에 복수의 RO가 대응되므로 해당 RO들의 통계치를 RO의 가입자 비중으로 가중평균하여 SO권역별로 하나의 RO 변수를 만드는 방법이다. 이에 반해 후자의 경우는 동일한 SO의 데이터를 대응되는 복수의 RO에 대해 반복적으로 쓰는 방법이다.

〈표 3〉 6대 도시의 유선방송 가입자 (1997년 말 현재)

구 분	권역수(업체수)	가입가구수	총가구수 대비 가입가구 비율
종합유선방송	44	673,354	10%
중계유선방송	137	2,201,177	32.6%

주: 총가구수 = 6,762,067가구

종합유선방송의 가입가구수는 총시청가구수에서 선투자시청가구수를 뺀 유료가입가구수
자료: 정보통신부(1998)와 종합유선방송위원회(1998)를 재구성.

16) 종합유선방송을 기준으로 보면 중계유선방송과 경쟁하고 있는 권역은 1차 SO로 허가받은 총 53개 SO들이다. 우리의 분석대상은 이 중에서 서울, 부산, 대구, 광주, 인천, 대전 등 6대 도시의 SO에 분석을 한정하였다. 분석대상을 6대 도시로 한정 한 이유는 나머지 9개 SO의 경우 지방에 넓게 분포되어 있어 SO와 대응되는 RO의 사업영역이 불분명하기 때문이다.

〈표 4〉 137개 중계유선방송권역 기준의 통계요약 (dataset 1)

	평 균	표준편차	최대치	최소치
종합유선방송 가입률(%)	12.0	5.2	32.5	5.5
중계유선방송 수신료(원)	3,691	406	5,000	3,000
중계유선방송 채널수(개)	19.5	6.6	39	8
중계유선방송 영업연수(년)	10.5	6.0	28.8	0
권역가구주 대졸자 비율(%)	21.1	10.0	61.2	6.4

〈표 5〉 44개 종합유선방송권역 기준의 통계요약 (dataset 2)

	평 균	표준편차	최대치	최소치
종합유선방송 가입률(%)	13.4	5.7	32.5	5.5
중계유선방송 수신료(원)	3,769	379	4,559	3,000
중계유선방송 채널수(개)	20.1	6.4	39	9
중계유선방송 영업연수(년)	9.3	3.8	23.5	5.7
권역가구주 대졸자 비율(%)	25.6	10.8	61.2	7.1

실증분석에 사용된 데이터의 요약은 〈표 3〉~〈표 5〉에 나타나 있다. 분석대상지역의 총가구수는 676만 2,067가구이며, 홈패스가구는 77.3%인 522만 9,865가구이다. 종합유선방송의 유료가입가구수는 67만 3,354가구이며 총가구수의 약 10%에 해당된다. 이에 비해 중계유선방송 가입가구 총수는 220만 1,177가구로 총가구수의 33%에 이르고 있다. 따라서 총가구수의 약 43%가 유선방송에 가입하고 있는 것이다. 〈표 4〉의 중계유선방송권역기준의 통계요약을 중심으로 권역별 분포를 보면 종합유선방송가입률은 최고 32.5%부터 최저 5.5%까지 분포하고 있어 권역별 차이는 매우 크다는 것을 알 수 있다. 권역별 중계유선방송 수신료의 편차는 이것 보다는 작아, 3,000원에서 5,000원 사이에 분포하고 있다. 종합유선방송의 수신료는 모든 권역에서 월 1만 7,000원으로 일정한 데 비해, 중계유선방송의 월수신료는 비교적 다양하게 분포하고 있다고 볼 수 있다. 종합유선방송이 제공하는 방송채널은 각 SO가 29개 PP 채널을 포함하여 30여 개의 채널을 전송하고 있으나, 중계유선방송의 경우 각 RO별 다양한 방송채널구성과 채널수를 전송하고 있는 것을 알 수 있다. 분석대상 중계유선방송이 제공하는 채널의 수는 8개부터 39개까지 다양하게 분포하고 있다.¹⁷⁾

3. 推定結果

〈표 6〉에서 정리된 추정결과는 앞에서 논의한 예상효과와 대체로 일치함을 알 수 있다. 또한 횡단면 분석인 것에 비해 R^2 도 비교적 높아 모델의 설명력도 뛰어남을 알 수 있다. 또한 137개 RO시장을 기준으로 두 서비스간의 경쟁관계를 분석하건, 44개 SO시장을 기준으로 비교분석하건 상관없이 모든 변수의 추정계수는 같은 부호를 가지며 R^2 도 비슷한 것을 알 수 있다. 다만 추정계수의 절대값 크기에는 차이가 있으며 t 값은 137개 권역을 기준으로 한 데이터의 회귀분석시 훨씬 높은 수치를 보인다는 점을 알 수 있다. 이로 미루어 볼 때, 데이터가 세분화될수록 설명력이 큼을 알 수 있다.

우선 분석의 초점이 되고 있는 중계유선방송수신료의 추정계수는 강한 양(+)의 부호를 나타내어 중계유선방송수신료가 높은 권역일수록 종합유선방송가입률이 높음을 알 수 있다. 달리 해석하면 종합유선방송가입수요의 중계유선방송 가격에 대한 교차탄력성이 (+)이므로 종합유선방송과 중계유선방송이 상호 대체재임을 나타내고 있다.

다채널 유선방송의 중요한 품질로서 중계유선방송의 채널수도 경쟁의 주요 변수로 작용할 것이다. 예상한 대로 중계유선방송의 채널수가 많을수록 종합유선방송가입률은 떨어짐을 알 수 있다.

다음으로 중계유선방송의 영업연수는 종합유선방송의 가입률과 (-)의 관계를 가짐을 보여주고 있다. 본 논문의 실증분석은 시계열자료가 아닌 횡단면자료를 이용한 추정이므로 종합유선방송 도입 당시의 중계유선방송가입자 기반의 차이를 조절하여야 한다. 즉, 각 권역의 종합유선방송의 도입시기는 같으나 중계유선방송의 도입시기는 차이가 나타나는 데에서 오는 종합유선방송 가입률의 차이가 분명히 존재할 것이다. 다른 조건이 동일하다면 중계유선방송의 영업기간이 오래될수록 중계유선방송가입자는 많을 것이고, 이러한 가입자기반은 경쟁관계에 있는 종합유선방

17) 각 중계유선방송사의 방송채널은 지상파 중계송신과 위성중계송신, 녹음·녹화채널, 그리고 공지채널로 구성되어 있으며, 115개의 방송국인 약 84%의 방송국들이 원래 허가채널인 12개 채널을 초과하여 운영하고 있는 것으로 나타났다. 지상파 중계송신은 KBS 1·2, MBC, SBS, 그리고 인접지역의 민영방송 채널을 중계송신하고 있으며, 외국위성방송은 대부분 STAR-TV, NHK, CNN 등을 중계송신하고 있다. 녹음·녹화채널은 전일의 방송내용을 낮시간에 재방송 또는 프로그램 종류별로 분류하여 운영하는 채널이다.

〈표 6〉 권역별 케이블 TV 보급률의 결정요인 추정결과

	137개 시장	44개 시장
중계유선방송 수신료	2.109*** (8.057)	1.735*** (5.164)
중계유선방송 채널수	-0.151* (-1.923)	-0.068 (-0.575)
중계유선방송 영업연수	-0.101** (-2.076)	-0.246* (-1.981)
권역가구주 대졸자 비율	0.159** (2.297)	0.309* (1.902)
상수항	-18.586*** (-8.476)	-15.187*** (-5.185)
R^2	0.452	0.482
Adjusted R^2	0.435	0.430
관측수	137	44

주: 사용된 모든 변수는 자연로그를 취하여 단위의 차이에서 오는 문제를 해결함.

() 안은 t 값.

* = 유의수준 0.10에서 통계적으로 유의함.

** = 유의수준 0.05에서 통계적으로 유의함.

*** = 유의수준 0.01에서 통계적으로 유의함.

송의 가입률을 낮추는 것이다.

마지막으로 각 권역의 거주자들의 특성, 즉 인구통계학적 특성에 의한 가입률 차이를 설명하기 위해 이용한 권역의 대졸자비율은 종합유선방송가입률과 (+)의 관계가 있음을 보이고 있다. 즉, 학력이 높을수록 종합유선방송가입률이 높음을 알 수 있다. 권역별 평균소득의 차이를 나타내는 신뢰도 높은 데이터를 구하기가 매우 어려우므로 학력변수를 소득의 대리변수로 간주한 해석도 충분히 타당성이 있음을 알 수 있다. 즉, 소득이 높을수록 종합유선방송가입률이 높을 것이라는 유추가 가능하다는 것이다.

정리하면, 본 연구의 실증분석 결과는 중계유선방송이 종합유선방송과 대체재의 관계에 있음을 밝히고 있다. 이러한 실증결과는 서로 경쟁하는 두 서비스를 서로 다른 규제체계에서 상호 분리한 정책의 오류를 지적하고 있다. 따라서 종합유선방송과 중계유선방송은 다채널 유선방송시장에서 상호 경쟁하는 차별화된 서비스라는

인식에 기초하여 규제정책을 재정립해야 할 것이다.

4. 圈域別 分析方法의 限界

앞의 실증분석결과는 두 개의 유선방송서비스간의 경쟁관계를 잘 나타내 주었다고 판단된다. 그러나 몇 가지 문제점도 지적할 수 있다. 즉, 회귀분석에서 이용한 데이터와 경쟁서비스인 종합유선방송과 중계유선방송을 비교하는 방법상의 불완전성 때문에 분석에 한계가 있을 수 있다.

우선 SO의 가입자가 전체가구의 10% 정도에 불과하여 데이터가 대표성을 잃을 수 있다. 시계열자료가 뒷받침된다면 더욱 풍부한 분석이 가능할 것으로 판단된다.

한편 SO와 RO의 권역별 대응방법에서 RO를 기준으로 한 경우와 SO를 기준으로 한 경우의 두 가지 방법을 이용하였는데, 다행히 추정계수의 부호는 모두 같았다. 그러나 추정계수의 크기에 있어서 다소간의 차이를 보이므로 분석에 다소의 결점이 남는다고 할 수 있다. 전자는 SO를 RO에 중복하여 활용함으로써 RO의 비대칭성에 따라 결과가 달리 나타나는 단점이 있다. 예컨대, 특정 SO를 고려하자. 그리고 이 SO와 경쟁하는 RO가 RO_1 , RO_2 가 있다 하자. RO_1 과 RO_2 사이에 채널 및 가격 등에서 비대칭성이 크다면 SO의 동일한 성과가 서로 다른 두 RO에 회귀되기 때문에 결과가 왜곡될 수 있다. 다행히 가격부분에서 지역별로 상당히 유사한 가격을 나타내고 있어 큰 문제가 되고 있지 않으나 채널 등에서는 인접한 RO간에 차이가 크게 나타나고 있어서 문제가 있다. 후자의 경우, SO와 대응되는 RO의 잠재시장비율(또는 대상가구 비율)을 이용하여 가중평균하는 방법에서 가장 문제가 되는 것은 가중평균에 따른 정보의 상실이다. 또한 표본 수가 44개로 줄어드는 단점이 있다.

이러한 문제점들 외에 종합유선방송 가입률에 영향을 미치는 요소로서 권역별 인구특성을 나타내는 변수가 많이 포함되지 않았다는 점을 지적할 수 있다. 권역별 가구주들의 직업분포, 소득분포, 교육수준 분포, 가구의 연령구성 분포, 주거지 유형 분포 등에서의 차이를 나타내는 여러 변수들을 포함시켜 모델의 설명력을 높일 수도 있을 것이다. 그러나 이러한 특성들을 나타내는 데이터는 권역별로 집계(aggregate)하기도 힘들고 또한 여러 단계를 거쳐 대리변수를 만들어낼 수도 있으나 집계변수인 관계로 각 권역별 차이가 크지 않게 나타나 설명변수로서 역할을 다

하지 못할 가능성이 높다.¹⁸⁾

이러한 문제점들 때문에 다음 장에서는 가구단위로 방송매체 가입결정에 영향을 미치는 요소들을 분석한다. 시스템별 데이터를 이용한 추정에서 오는 단점을 보완하기 위해 개별 가구에 대한 방송서비스 수요 설문조사 등을 통해서 수집한 개별 가구단위의 데이터를 분석함으로써 본 연구의 결과들이 주는 함의는 더욱 설득력을 갖는다고 판단된다.

IV. 家口別 有線放送 加入決定要因

1. 加入決定要因

본 장의 목적은 III장에서 분석한 케이블 TV 시장에서의 종합유선방송과 중계유선방송의 경쟁관계분석에서 간과되었던 유선방송 가입결정요인들을 밝히는 데 있다. 즉, 시스템수준의 권역별 집계변수들을 이용하는 데서 오는 한계점들을 보완하기 위해 가입자수준에서의 가입결정요인들에 대해 분석하고자 하였다. 이러한 분석을 통하여 소비자 입장에서 종합유선방송과 중계유선방송의 서비스의 차이를 구별해 내고 과연 두 서비스간에는 어떤 관계가 있는지를 밝히고자 한다.

개별 가구에 대한 방송서비스 수요 설문조사를 토대로 정리한 가구별 데이터를 이용하여 소비자의 유선방송 가입결정에 영향을 미치는 요소들을 분석한다. 이러한 분석은 시스템별 데이터를 이용한 추정결과를 보완하는 여러 가지 함의를 제공한다.

이 분석에 포함된 가구의 특성을 나타내는 변수들은 성격에 따라 크게 4가지로

18) 가령 권역별 거주자의 소득수준을 살펴보기 위해 직업분포와 직업분포별 표준임금을 이용할 수도 있을 것이다. 그러나 대부분의 지역별 소득통계가 사업체 단위로 이루어지고 있어 방송매체 가입자인 가구의 지역별 소득분포를 구하는 일은 쉽지 않다. 「도시가계연보」 등 가구를 대상으로 설문조사를 실시하여 소득수준을 도출하는 통계는 행정구역이 SO의 기본 서비스 권역인 구, 군 단위로 이루어지고 있지 않다. 대상 표본도 너무 작아 SO를 구성하는 구, 군 등 기초단체별 소득변수에 이용하기에는 한계가 존재한다. 대안으로 센서스자료에서 각 구, 군별 직업분포에 관한 원시자료(raw data)를 구하고 여기에 다시 직업분포별 표준임금을 이용하여 소득을 계산할 수 있다. 그러나 직업분포는 센서스의 중분류별 분포를 이용할 수밖에 없으므로 권역별 소득의 차이는 실제보다 매우 작아 데이터의 가치는 줄어들므로 본 연구에서는 소득의 대리변수로 교육수준을 쓰게 된 것이다.

분류할 수 있는데 ① 가구구성; ② 주거 형태; ③ 소득 및 교육; ④ 텔레비전 시청 환경 등이다.

먼저 가구의 구성을 나타내는 변수들로는 가족구성원수, 10대 자녀의 존재 여부를 나타내는 더미변수를 들 수 있다. 다음으로 주거형태를 나타내는 변수로는 자택 소유, 아파트거주 더미변수들을 포함하였다. 소득 및 교육수준을 나타내는 변수들로는 가구주의 월소득과 가구주의 대출 여부 더미변수를 포함하였다. 마지막으로 텔레비전 시청환경을 나타내는 변수들로는 텔레비전 보유대수와 난시청 더미변수를 고려하였다.

2. 實證分析 結果

종합유선방송과 중계유선방송에 가입하고 있는 소비자 858명을 대상으로 한 설문조사 결과¹⁹⁾를 토대로 가구의 종합유선방송 가입 여부를 나타내는 더미변수를 종속변수로 하여 앞에서 논의한 유선방송 가입결정요인들을 나타내는 설명변수들에 대해 회귀분석을 하였다.²⁰⁾ 종합유선방송 가입 여부를 나타내는 변수가 종속변수가 되므로 Probit과 Logit 모델의 추정에 초점을 맞추었으며 OLS 추정결과와 비교하였다. 추정결과는 <표 7>에 정리된 바와 같다.

추정계수가 (+)의 부호를 갖는 변수들이 무엇인지를 봄으로써 유선방송에 가입할 때 중계유선방송에 우선하여 종합유선방송을 선택하게 하는 요인들이 어떠한 것들인지를 알 수 있다. (+)의 부호를 가진 설명요소들은 10대 자녀, 자택, 아파트거주, 대출, 월소득, 텔레비전 보유대수 등이다. 그러므로 청소년 자녀를 둔 가구일수록, 자택을 보유한 가구일수록, 아파트에 거주할수록, 교육수준이 높고 소득이 높으며 텔레비전 보유대수가 많을수록 종합유선방송에 가입할 확률이 높다고 해석

19) 본 논문에 이용된 설문조사 결과는 1차 SO지역인 전국의 6대 도시(서울, 부산, 대구, 인천, 대전, 광주 등)를 중심으로 총 977명의 유료TV 가입자 중에서 중계유선방송 가입자 521명과 종합유선방송 가입자 456명을 대상으로 하여 유선방송의 가입결정요인을 조사한 결과를 이용하였다. 그러나 최종적으로는 977명 중 위성방송도 시청하고 있는 가입자를 제외한 858명에 대한 자료를 회귀분석에 이용하였다. 설문자료에 대한 자세한 것은 이인찬(1998)에 수록되어 있다.

20) 이 분석에서는 종합유선방송과 중계유선방송 가입자들 간의 차이를 규명하는 데 주목적을 두었으므로 표본은 일반가구가 아니라 이미 유선방송에 가입한 가구들만을 대상으로 하였다.

할 수 있다.

반면에 가족구성원수 변수와 난시청 더미변수는 (-)의 부호를 가지므로, 가족 구성원이 많을수록, 난시청구역에 거주하는 가구일수록 중계유선방송에 가입할 확률은 높아진다고 볼 수 있다.

종합해 보면 가입자의 입장에서는 학력과 경제력이 높고 아파트에 거주할수록 중계유선방송에 가입할 확률이 높은 반면, 난시청지역에 거주하는 가구일 경우는 중계유선방송에 가입할 확률이 높은 것을 알 수 있으므로 방송수요자의 입장에서는 종합유선방송이 중계유선방송에 비해 우등한 서비스임이 자명하다고 결론내릴 수 있을 것이다.

〈표 7〉 가구의 종합유선방송 가입결정요소 회귀분석 결과

종속변수: D=1: 종합유선방송가입자; D=0: 중계유선방송가입자

	OLS	Probit	Logit
가족구성원 수	-0.034** (-1.990)	-0.095* (-1.936)	-0.161** (-1.985)
10대 자녀	0.104** (2.098)	0.301** (2.131)	0.484** (2.071)
주택	0.059 (1.586)	0.156 (1.478)	0.252 (1.457)
아파트 거주	0.103*** (2.984)	0.291*** (2.963)	0.475*** (2.950)
대줄	0.093*** (2.672)	0.261*** (2.648)	0.418** (2.553)
월소득	7.95x10 ⁻⁴ *** (4.103)	2.25x10 ⁻³ *** (4.027)	3.90x10 ⁻³ *** (3.868)
텔레비전 보유대수	0.090*** (3.222)	0.254*** (3.205)	0.421*** (3.182)
난시청	-0.217*** (-6.593)	-0.597*** (-6.363)	-0.976*** (-6.300)
상수항	0.232*** (3.185)	-0.768*** (-3.666)	-1.282*** (-3.658)
R ²	0.155		
Log Likelihood	-549.11	-522.51	-522.31
관측수	858	858	858

주: 10대 자녀, 주택, 아파트거주, 대줄, 난시청 변수들은 더미변수임.

() 안은 t값.

* = 유의수준 0.10에서 통계적으로 유의함.

** = 유의수준 0.05에서 통계적으로 유의함.

*** = 유의수준 0.01에서 통계적으로 유의함.

V. 結 論

우리는 실증분석을 통해 케이블 TV 시장에서 경쟁하는 종합유선방송과 중계유선방송의 특성을 보다 깊이있게 이해할 수 있었고, 두 서비스가 상호 경쟁하는 서비스임을 증명하였다. 특히, 유선방송시장에서 SO의 각 권역별 시장성과의 차이는 경쟁적 서비스인 중계유선방송의 시장행동의 권역별 차이, 즉 가격과 채널수의 차이에 의해 설명됨을 알 수 있었다. 이와 같이 케이블 TV 시장은 (수직적으로 차별화된) 복잡적 시장구조의 모습을 띠고 있으나 정책당국은 이를 간과하였던 것이다.

현재 케이블 TV 시장의 성장을 가로막고 있는 근본적인 요인은 시장을 둘로 나누고 상호 경쟁을 가로막게 한 비합리적인 이원적 시장구조에 있다. 실증분석 결과에서 알 수 있는 것과 같이 중계유선방송과 종합유선방송으로 소비자를 서비스의 질(質)로 이분한 모습이지만 이는 시장경쟁의 결과는 아니다. 사업자들이 가격경쟁을 피하기 위해 서비스의 질을 차별화하고 소비자를 분할한 것이 아니고, 케이블 TV 사업분야에 종합유선방송과 중계유선방송이라는 두 개의 별도 사업을 개별적인 법으로 관장하고 사업을 하도록 한 규제정책의 결과이다. 두 사업은 개별 법체계와 규제기관에 의해서 병존하고 있다. 동일한 시장에서 공정한 경쟁을 배제하는 이원적 구조는 상호 갈등구조와 함께 불공정행위를 야기하게 된다.

이러한 이원적 시장구조는 후발주자인 종합유선방송의 부진한 시장성과를 가져오게 되는 근본적인 이유가 된다. 시장구조 면에서 종합유선방송과 중계유선방송이 한 시장 내에 병존하여 절대적인 가입자수를 분산시켜 초기 케이블 TV(종합유선방송)의 자생에 필요한 가입자의 조기 확보가 매우 어려웠다. 케이블 TV는 규모의 경제가 큰 산업으로서 가입자 수가 늘어날수록 평균비용이 감소한다는 믿음이 큰 산업이다. 케이블 TV가 발전할 수 있는 수요기반인 난시청 지역의 잠재 가입자를 이미 중계유선방송에 내준 상태에서 후발주자인 종합유선방송의 가입자 확보는 매우 어려울 수밖에 없었다. 이는 오랜 역사적 경험과 축적된 경영 노하우, 그리고 가격경쟁력에서 우위를 확보하고 있는 중계유선방송이 요금 및 서비스 규제하에서 소비자가 소비하고자 하는 것보다 더 많은 소비를 강요하는 종합유선방송보다 수용자들에게 쉽게 다가설 수 있었기 때문이다.

그러나 문제의 본질은 시장에 두 개의 사업자가 병존하는 구조이더라도 동일한 게임의 물하에서 두 사업자간의 자유로운 경쟁과 인수·합병이 가능한 상황하에서

는 (수직적으로 차별화된) 복점적 경쟁구조가 문제가 되지 않는다는. 우리가 ‘이원적 시장구조’라고 정의한 시장구조가 문제가 되는 것은 종합유선방송과 중계유선방송으로 인위적으로 시장을 구획하고, 경쟁을 배제한 채 분리된 두 시장에 각각 안주하도록 한 것에 있다. 상호 경쟁을 통해 가입자를 확보하고 지상파방송 등 다른 방송매체와 경쟁하여 전체 케이블TV 시장을 확대해야 하는 상황에서 자신들의 사업 활동만을 자유롭게 하는 법 제/개정에만 관심을 기울여 온 것이다. 이에 따라 양자 간에는 상호 갈등만 깊어지고 기술 변화를 따르지 못하는 현행 법체계에서 시장의 혼란만 일어나게 된 것이다.

이제 정부가 할 일은 중계유선방송과 종합유선방송을 하나의 산업범주로 묶고 동일한 게임의 룰하에서 상호 경쟁을 촉진하여 케이블TV 시장을 키우고 다양한 서비스의 도입을 앞당기는 일이다. 더 나아가 권역별로 효율적인 기업은 살고 그렇지 않은 기업은 퇴출하도록 하는 규제완화가 요구된다.²¹⁾

21) 다소 미흡한 감은 있으나 최근 종합유선방송법의 개정과 방송개혁위원회의 통합방송법이 케이블TV에 대한 규제완화와 일원화의 방향으로 접근하고 있어 다행스럽게 생각한다.

■ 參考文獻

1. 김대호, "통합방송법과 케이블TV," 1998 한국방송학회/한국케이블TV방송협회 공동세미나 발표논문, 1998.
2. 김동규, "한국 케이블TV 산업의 재구조화에 관한 연구," 1998 한국방송학회/한국케이블TV 방송협회 공동세미나 발표논문, 1998.
3. 이상식, "케이블TV의 보급률에 영향을 미친 요인에 관한 연구: 기술추동과 수요창출을 중심으로," 『언론과 사회』, 통권 제 13 호, 1996, pp. 37~69.
4. 이인찬, "방송매체에 대한 소비자 행태분석," 미발표논문, 1998.
5. 이화진, "방송규제와 시장성과: 케이블 네트워크 산업의 사례 분석," 연세대학교 대학원 박사학위논문, 1997.
6. 정보통신부, "중계유선방송 실태분석," 정보통신부 내부자료, 1998.
7. 조은기, "케이블TV의 경제적 특성과 규제에 관한 연구," 『한국방송학보』, 통권 제 8 호, 1997, pp. 35~88.
8. Comanor, W. and B. Mitchell, "Cable Television and the Impact of Regulation," *Bell Journal of Economics and Management Science*, 1971, pp. 154~212.
9. Crandall, R., "Regulation, Competition, and Cable Performance," Report prepared for Telecommunications Inc. FCC MM Docket 90-4, April 1990.
10. Emmons, W. and R. Prager, "The Effects of Market Structure and Ownership on Prices and Service Offerings in the U. S. Cable Television Industry," *RAND Journal of Economics*, Vol. 28, No. 4, 1997, pp. 732~750.
11. Jaffe, A. and D. Kanter, "Market Power of Local Cable Television Franchises: Evidence from the Effects of Deregulation," *RAND Journal of Economics*, Vol. 21, 1990, pp. 226~234.
12. Park, R., "New Television Networks," *Bell Journal of Economics*, Vol. 6, 1975, pp. 607~620.
13. Prager, R., "Firm Behavior in Franchise Monopoly Markets," *RAND Journal of Economics*, Vol. 21, 1990, pp. 211~225.
14. Rubinovitz, R., "Market Power and Price Increases for Basic Cable Service since Deregulation," *RAND Journal of Economics*, Vol. 24, 1993, pp. 1~18.
15. Tacey, P., "Cable Television in a Less Regulated Market," *Journal of Industrial Economics*, 1985, pp. 81~119.
16. Wirth, M. and H. Bloch, "Household-Level Demand for Cable Television: A Probit Analysis," *Journal of Media Economics*, 1989, pp. 21~34.
17. Zupan, M., "The Efficacy for Franchise Bidding Schemes in the Case of Cable Television: Some Systematic Evidence," *Journal of Law and Economics*, Vol. 32, 1989, pp. 401~456.