Group 10 그룹과제

1번문제. 수입된 영화의 성공요건에 관심을 갖고 있습니다. 수입된 영화가 성공적이기 위해서는 어떤 조건이 영향을 줄 것인지 학술적으로 조사하여 가설을 세우시오. 학술적이라 함은 영화와 관련된 참고서적과 논문 등을 살펴보고 이를 참조하여 가설을 만들어야 함을 의미합니다. 따라서 가설은 가설만 제시되어서는 안되고, 왜 이 가설이 도출되었는지에 대한 설명이 포함되어야 합니다. 이 설명에는 다른 논문이나 참고서적이 인용되어야 합니다.

F-Test

1. 페이스북에서 해당 영화에 대한 댓글과 같은 코멘트들이 많을 수록 영화 흥행에 영향을 미칠 것이다.

‘영화 흥행 결정 요인과 흥행 성과 예측 연구’-김연형, 홍정한-에서는 소셜미디어에 게시된 해당 영화에 대한 온라인 구전의 영향력을 파악하고자 블로그 문서 중 해당 영화에 대한 코멘트가 포함된 문서 수를 Proxy 변수로 설정하였습니다.

Factorial ANOVA

1. 개봉 영화의 스크린 수와 온라인 평점은 영화 흥행에 영향을 미칠 것이다.

‘한국 영화 시장의 흥행 결정 요인에 관한 연구’-박승현, 정완규-중에서 한국 영화는 스크린 수, 온라인 평점, 장르, 개봉시기, 관람등급 등 다양한 요인에 영향을 받는 반면, 외국 영화에 경우,

스크린 수, 온라인 평점, 한국 메이저 배급사와 같은 요인에 몇 가지 요인에 많은 영향을 받는 것으로 나타났습니다.

2. 영화의 주제, 배우, 마케팅 가능성을 결합할수록 흥행 할 것이다.

‘하이콘셉트: 할리우드의 영화 마케팅’-저스틴 와이어트-에서는 블록버스터 영화에서 스타일적 특징(내러티브, 이미지와 사운드의 일치 등)을 높은 시장성(배우, 주제 등)과 결합한 하이 콘셉트 영화가 관객을 만족시킨다고 한다

**<Regression>**

① 활발한 마케팅 전략이 수입된 영화의 성공요건에 영향을 미친다.

참고 서적 : 최근에는 SNS의 중요성이 점점 부각되기 때문에 트위터, 페이스북 등에서 홍보를 하는 경우도 잦습니다. 이 방법은 금액 대비 효율이 굉장히 좋아서 대부분의 해외 제작사들은 이 방법을 대부분 쓰고 있습니다. 또한 공식 홈페이지와 각종 이벤트를 열기도 한다. 아무래도 가장 좋은 마케팅 방법은 배우의 순회 홍보일 것입니다. 자동적으로 사람들의 안목을 사로잡을 수 있기 때문이다. 작년 10월, 영화 ‘토르 2(Thor: The Dark World)’의 홍보 차 배우 톰 히들스턴(Tom Hiddleston)이 내한한 적이 있었습니다. 대중들의 반응은 그야말로 뜨거웠고, 덕분에 약 4억 5천만 달러의 수입을 기록한 영화가 될 수 있었습니다.

② 큰 규모의 액션 신이 수입된 영화의 성공요건에 영향을 미친다.

참고 서적 : 실제로 영화 제작비 중 상당 금액이 이 전투 씬을 촬영하는데 소비된다고 합니다. 영화 매트릭스(The Matrix-1999) 는 추격 장면을 찍기 위해 고속도로를 직접 건설했습니다. 이 정도라 하니 얼마 정도 들어가는지 대충은 감이 오지 않는가? 또한 여러 폭발 장면들도 액션 영화에서 없어서는 안 될 요소입니다. 자동차 폭파, 건물 폭파, 다리 폭파 등등 부수는 것들도 다양합니다. 이러한 폭파 장면들은 관객들에게 충격을 가져다 줍니다. 또한 이러한 장면들을 삽입함으로써 영화를 보는 2시간 동안 긴장을 늦추지 않게 만듭니다. 이런 자극적인 요소들 덕분에 영화는 관객들의 흥미를 불러일으킬 수 있습니다.

**<Multiple Regression>**

① 주연배우의 명성과 감독의 파워가 수입된 영화의 성공요건에 영향을 미친다.

참고 서적 : 대부분의 영화 관객들은 어떤 영화를 볼지 선택할 때 ‘주연배우의 명성’을 1순위로 뽑았습니다. 따라서 국내영화보다 주연배우들의 명성이 더 높은 외국 수입영화를 더 선호하는 것으로 나타났습니다. 그 뒤를 이어 2순위로는 ‘감독의 파워’가 선정되었습니다. 영화에는 감독의 세계관, 스타일이 반영되어있어 감독의 파워는 장르나 스토리 등을 포함하고 있으며, 이러한 요인들이 감독파워에 반영되어 영화의 흥행에 긍정적 영향을 미친다는 것으로 분석됩니다.

② 영화의 작품성과 배급사의 파워가 수입된 영화의 성공요건에 영향을 미친다.

참고 서적 : 국내영화와 다르게 수입영화는 여러 명의 작가가 함께 시나리오를 구성하는 방식이기 때문에 영화의 작품성이 더 우수할 수 밖에 없습니다. 배급사 또한 국내와는 스케일이 다르기 때문에 국내영화와 수입영화의 흥행에 차이가 있습니다.

2번문제. 또한 IPTV나 Cable TV에서 사람들이 비용을 지불하고 비디오를 보는 것에 대해서도 관심을 갖고 있습니다. 이에 대한 가설 또한 세우시오.

<F-Test>

가설: 각종 언론의 보도와 주변 지인의 사용을 통한 사회적인 변수가 비용을 지불하고 비디오를 보는 것에 영향을 미칠 것이다.

IPTV 유료VOD 구매결정 요인에 대한 연구 논문: 로저스(rogers, 1983)는 새로운 기술의 수용에 있어서 초기 수용자와 후기 수용자의 비교 실험을 통해 새로운 제품을 받아들이는 속도가 늦은 후기 수용자일수록 주변 사람들에 의해 많은 영향을 받으며, 또한 잘 알지 못하는 제품을 구매할 때도 주변 사람들의 영향을 많이 받는다고 지적 하였다.

<Factorial ANOVA>

가설: 비디오에 유희성이 더 많이 가미되어 있을수록 사람들이 비용을 지불하고 비디어를 볼 것이다.

윤승욱(2004)의 연구에서 유희성이 모바일 인터넷의 지각된 가치 및 행위의도에 직적적인 영향과 간접적인 영향을 미침이 밝혀졌다.

가설:소득에 따라서 그리고 직장에 따라서 비용을 지불하고 비디오를 보는 양이 다를 것이다.

10~40대에서의 연령층과 사무직에서의 이용률이 높고, 월 가구 소득 300~399만 원인 응답자의 비율이 높게 나타났다.

<regression>

1. IPTV나 Cable TV에서 영화의 극장 종영 후 기다리는 시간인 홀드백(holdback)이 짧을 수록 사람들이 비용을 지불하고 비디오를 볼 것이다.

'IPTV 수용에 영향을 미치는 요인에 관한 연구 = (A) Study on the Factors influencing the IPTV Adoption / 이희준 / 아주대학교 / 2011.' 에 따르면 IPTV에 대한 지각된 유용성이 수용(의도)에 영향을 주는 것으로 확인되었는데, 콘텐츠의 IPTV 공급자와 제작·E배급사와의 지분관계 형성으로 인해 영화의 극장 종영 후 기다리는 시간인 홀드백(holdback)이 상당히 줄어 신작 영화의 IPTV에서의 신속한 방영 등이 소비자에게 강하게 어필하고 있는 것으로 나타내고 있는 근거로 가설 설정을 하였습니다.

2. IPTV나 Cable TV에서 이용자가 콘텐츠를 선택, 탐색 활용하기 편리하다고 느끼게 할수록, 사람들이 비용을 지불하고 비디오를 볼 것이다.

'연구논문 : IPTV에서의 유료 VOD 구매 의도에 영향을 미치는 요인 = Determinants of Purchase Intention for IPTV-VOD Contents'에 따르면 능동성이 높은 이용자일수록 VOD를 활용할 가치가 노은 정보/오락 도구라고 인지하고 있으며, 이용방법이 복잡하거나 비용이 비싸다는 부정적 인식이 없는 것으로 나타났습니다. 이용자가 콘텐츠를 선택, 탐색 활용하기 편리하다고 느끼게 하면 능동성이 높아질 것이 것이라는 판단을 근거로 가설을 설정하였습니다.

<multiple regression>

1. IPTV나 Cable TV에서 무료 VOD에 대한 만족도가 높을수록 유료 VOD의 할인 수단과 방법이 많을수록, 사람들이 비용을 지불하고 비디오를 볼 것이다.

'연구논문 : IPTV에서의 유료 VOD 구매 의도에 영향을 미치는 요인 = Determinants of Purchase Intention for IPTV-VOD Contents'에 따르면 유료 VOD에 대한 지각된 비용은 부정적 태도를 형성하는 반면, 무료 VOD에 대한 만족도는 유료 VOD에 대한 호의적인 태도를 형성하는 것을 근거하여 가설을 설정했습니다.

2. IPTV나 Cable TV에서 VOD가 품질이 높을수록 VOD 내용이 쾌락적일수록, 사람들이 비용을 지불하고 비디오를 볼 것이다.

'연구논문 : IPTV에서의 유료 VOD 구매 의도에 영향을 미치는 요인 = Determinants of Purchase Intention for IPTV-VOD Contents'에 따르면 VOD에 대한 지각된 유용성, 유희성, 그리고 품질은 만족도에 긍정적인 영향을 미친다는 것에 근거하여 가설을 설정하였습니다.