

12조 그룹과제

Assignment

- 그룹과제:
 - **F-test(1), Factorial ANOVA(2), Regression(2), 그리고 Multiple regression(2)** 분석을 할 수 있는 가설을 괄호 안의 숫자 이상만큼 작성하시오. 가설은 아래의 요건을 충족하는 것이어야 합니다.
- 당신의 조는
 1. 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.
 2. 또한 IPTV나 Cable TV에서 사람들이 비용을 지불하고 비디오를 보는 것에 대해서도 관심을 갖고 있습니다. 이에 대한 가설 또한 세우시오.

1. 영화

F-test

가설: 수입된 영화의 성공 요건에는 **마케팅 비용**이 영향을 미칠 것이다.

근거: Prag & Casavant(1994).의 연구 결과를 통해 마케팅 비용이 흥행에 미치는 가장 큰 요인이라는 것을 확인했다. 사람들은 객관적으로 영화를 선택 하는 것이 아닌 주관적인 정보를 바탕으로 영화를 선택하기 때문에 마케팅 비용이 높을수록 사람들에게 노출되는 횟수가 높아져 영화를 선택할 확률이 높다고 생각하여 이러한 가설을 도출했다.

Factorial ANOVA

가설: 수입된 영화의 성공 요건에는 **네티즌 리뷰 수와 개봉 스크린 수**가 영향을 미칠 것이다.

가설: 수입된 영화의 성공 요건에는 **온라인 평점과 여름 시즌 개봉**이 영향을 줄 것이다.

영화흥행과 관련해 조사한 국내 연구를 살펴보면 김형석(1999)은 영화흥행에 미치는 요인을 제작, 배급, 상영으로 나눈 후 각각 스타 출연 여부, 영화 상영 등급, 영화 상영 시간(제작), 상영 시기, 상영 스크린 수, 멀티플렉스 상영 영화관 수(배급), 한국영화와 미국영화 개봉 시점별 요인(상영)등을 꼽은바 있다. 또한 김희경(2007)역시 2006년 개봉작 가운데 한국영화를 분석해 흥행 결정요인 모델을 정했다. 그에 따르면 총 관객 수, 즉 흥행에 가장 큰 영향을 미치는 것은 개봉 스크린 수와 네티즌 리뷰 수이며 이 둘의 영향력은 비슷한 것으로 나타났다. 전국 관객 수와 서울 관객 수에 공통적으로 유의미한 영향력을 미치는 변수는 스크린 수, 온라인 평점, 한국 메이저 배급사, 여름 시즌 개봉인 것으로 나타났다.

구가인(2011). 영화평점과 영화흥행의 상관관계에 관한 연구 : 포털사이트 네이버와 영화전문지 씨네 21을 중심으로, 중앙대학교 예술대학원.

Regression

가설: 수입된 영화의 성공 요건에는 개봉시기와 장르에 상관관계가 있을 것이다.

가설: 수입된 영화의 성공 요건에는 광고, 평론 점수에 상관관계가 있을 것이다.

Litman(1983)은 제작비, 수상 노미네이션, 개봉시기, 평론, 장르 등을, Austin(1984)은 줄거리, 장르가 관객 수를 예측하는 변수라고 판단 하였다. 이를 토대로 2 변인 간의 상관관계를 알아보기 위해 개봉시기와 장르를 선택했다. 또한 광고에 대해 Levene(1992)는 예술 영화의 중요한 정보의 원천이라고 주장했다. Austin(1989)은 약간의 예고편을 보여주는 광고는 구전 효과를 더 일으킬 수 있게 하고, 영화에 대한 흥미를 불러일으키는데 도움을 준다고 했다. 평론의 방향은 영화에 대한 관심과 평가에 영향을 미치고, 평론 점수(Critics' Ratings)는 성공의 중요한 예측 변수임을 밝혔다

김창현(2003). 한국 수입영화의 흥행성과 결정요인에 대한 실증분석 : 2002년 한국영화 산업을 중심으로. 고려대학교 대학원

Multiple regression

가설 : 수입된 영화의 성공 요건에는 스크린의 수와 제작비, 미국에서의 흥행 정도가 상관관계가 있을 것이다.

가설 : 수입된 영화의 성공 요건에는 문화적 유사성, 주연배우의 명성, 영화의 개봉시기, 영화의 명성과 장르 등이 상관관계가 있을 것이다.

스크린의 수가 많을수록 그만큼 관객 확보가 유리하며, signaling 효과로 스크린 수 가 많으면 관객들은 자연스레 성공을 예감하게 되어 그 영화를 선택하게 되어 흥행에 영향을 미칠 것이다. 제작비의 규모가 크면 클수록 영화의 품질이 높아질 수 있기 때문에 관객은 자연스레 영화의 제작비가 많은 영화를 선택 하게된다. Litman(1983)역시 제작비의 규모가 클수록 흥행성이 높아진다고 주장했다. 미국에서의 흥행 정도를 척도로 삼아 한국에서의 그 영화의 흥행 정도를 판단 할 수 있을 것이라고 생각한다.

문화적 유사성이라는 변수로 인해 외국에서 흥행한 공포물이 우리나라에서는 흥행하지 못하는 경우가 있는데 이를 문화적 유사성의 차이 때문이라고 볼 수 있다. 주연배우의 명성은 Kindem(1982)가 배우의 특성이 흥행에 영향을 미친다는 사실을 통해 가설을 입증하였다. 또한 영화의 개봉 시기 역시 흥행에 중요한데, 개봉 할 때에 경쟁할 마땅한 작품이 없으면 그 영화에 더욱 집중될 것이다. 영화의 명성은 Dodds & Holbrook(1988)가 오스카 노미네이션과 수상경력이 영화가 흥행하는데 영향을 미친다고 실증하였기에 가설로 설정하였다. 마지막으로 영화의 장르는 박형현(2000)의 연구를 통해 한국시장에서 외국 수입영화의 장르가 코믹, 액션 장르의 영화 일 때 흥행 성과가 높다고 실증하여 가설로 설정하게 되었다.

김은미(2003). 한국영화의 흥행 결정 요인에 관한 연구. 연세대학교.

김창현(2003). 한국 수입 영화의 흥행성과 결정요인에 대한 실증분석 : 2002년 한국영화 산업을 중심으로. 고려대학원.

2. 유료 VOD

F-test

가설 : IPTV에서 VOD를 구매하는데 **극장보다 낮은 가격이 영향을 미칠 것이다.**

IPTV이용자의 VOD구매에 영향을 미치는 요인에는 유용성, 사용의 용이성, 주관적 규범, 등이 구매 행동에 긍정적 영향을 미친다고 주장하고 있다. 또한 실제로 영화관보다 낮은 가격으로 보고싶은 영화를 합리적인 가격에 볼 수 있다는 점이 소비자의 구매에 긍정적 영향을 끼친다고 주장한다. 이와 같은 주장을 통해 현재 서비스 중인 영화 중 실제 극장과 같은 비용인 영화와 개봉이 끝난지 얼마 되지 않았지만 약 절반 가격으로 볼 수 있는 영화(약 4500원) 등 가격대 별로 영화를 나누어서 실제로 얼마나 비용이 크게 독립변인으로 작용하는지 확인해 보고자 한다.

박찬호,권해정,곽현(2014). IPTV 이용자의 VOD 구매에 영향을 미치는 요인에 대한 실증적 연구. 한국정보기술학회논문지, 12(11), 153-163.

Factorial ANOVA

가설 : IPTV에서 VOD를 구매하는데 **다시보기, 몰아보기는 영향을 미칠 것이다.**

가설 : IPTV에서 VOD를 구매하는데 **TV시청 시간, 취향이 영향을 미칠 것이다.**

이용자의 연령층이 낮을수록 IPTV-VOD서비스에 가입할 확률이 높은 것으로 나타났다. 그리고 사용자는 지불 능력이 충분하고, 편리성에 대한 욕구가 많은 혁신 수용자인 경우가 많다. IPTV와 기존 유료 방송 서비스의 차이점은 IPTV는 특정 부분을 반복시청 할 수 있고, 보기 싫은 부분은 건너 뛰고 볼 수 있다. 또한 시청 중간에 잠시 정지를 하고 다른 업무가 가능하다. 특히, 프로그램을 나누어서(이어보기) 볼 수도 있으며, 자기만의 프로그램 시청표를 계획하여 시청할 수 있다. 자기만의 시간표를 계획할 수 있다는 점에서 젊은 층이 시리즈물이나 드라마를 연속시청, 다시보기 하는데 IPTV-VOD 서비스를 이용할 것이라고 예측할 수 있다. 이러한 근거로 기존 유료 방송 서비스 이용자와 IPTV-VOD이용자 중 기존 방송 서비스 이용자가 더 비계획적 시청비중이 높은 것으로 나타났다. 사람들마다 서로 TV 시청하는 시간대가 다르고 좋아하는 프로그램이 다른데 이를 선택해서 볼 수 있다는 점이 IPTV의 유료 서비스 이용에 긍정적 영향을 미칠 것으로 예상하였다.

이상우, 김창완 (2009). IPTV-VOD 서비스 선택의 결정요인 분석. 한국언론정보학보, 9-36.

Regression

가설: IPTV에서 VOD를 구매하는 데 **가구의 소득과 가구주의 연령이 상관관계가 있을 것이다.**

가설: IPTV에서 VOD를 구매하는 데 **취업상황과 성별분포가 상관관계가 있을 것이다**

가설: IPTV에서 VOD를 구매하는 데 **가구원 수와 어린이 동거 여부가 상관관계가 있을 것이다.**

가설 : IPTV에서 VOD를 구매하는 데 요금과 이용기기가 영향을 미칠 것이다.

가설: IPTV에서 VOD를 구매하는데 채널브랜드와 최근성이 영향을 미칠 것이다.

Multiple Regression

가설: IPTV에서 VOD를 구매하는 데 가구의 소득과 가구주의 연령, 취업상황, 성별분포 및 어린이의 동거 여부가 영향을 미칠 것이다.

가설:IPTV에서 VOD를 구매하는데 요금, 이용기기, 채널브랜드 그리고 최근성이 영향을 미칠 것이다.

‘VOD 시청패턴 결정 요인에 관한 실증 분석’은 VOD 이용자의 시청패턴을 분석하기 위한 논문이다. 특히, 시청시간 뿐 아니라 지불액 자료를 결합한 실증적 연구를 선택했기 때문에 그 변인들이 실제 구매에 영향을 주는 것으로 예상하고 독립변인을 설정 했을것이라 판단했다. 따라서 그 독립변인들 간에 서로 큰 영향을 줄 것이라고 판단한 2가지를 하나로 묶어 영향력을 알아보는 단순회귀분석과 연구자가 설정한 변인 중 특히 영향이 클 것이라고 판단한 4가지를 추려내어 다중 회귀 분석을 통해 영향력을 판단하는 가설을 설정하였다.

‘이용자 선호도와 속성변인의 컨조인트 분석’에서 주목한 점은 서론에서 조사된 결과이다. 조사를 통해 VOD 속성변인들의 변인 중요도를 분석한 결과, 요금(39.998%), 이용기기(27.162%), 채널브랜드(19.267%), 최근성(13.583%)의 순으로 차지 했다. 이를 바탕으로 각각의 변인이 어떻게 영향을 주는지 파악을 한다면 실제 구매에 어떠한 변인이 가장 큰 영향을 주는 지, 그리고 두 개의 변인 혹은 여러 개의 변인간에 서로 상호작용이 어떻게 이루어지는지를 파악하여 실제 구매 증진효과로 이어지게 할 수 있다고 판단하였다. 따라서 단순 회귀 분석을 통해 가장 큰 상호작용이 발생할 것이라고 예상한 2개의 변인의 영향력을 확인하고, 다중회귀 분석을 통해 여러개의 변인이 어떻게 상호작용을 하는 지를 파악하고자 하였다.

조신, 김희선(2015). IPTV에서의 VOD 시청패턴 결정 요인에 관한 실증 분석. 한국콘텐츠학회논문지,15(4),153-167.

임정수 (2013). 텔레비전 콘텐츠 VOD에 대한 이용자 선호도와 속성변인의 컨조인트 분석. 한국방 송학보, 27(5), 204-243.