

창업경험에 따른 혁신영상콘텐츠 선호 요인 차이 연구

A Study on difference in preference factor of innovation media contents by entrepreneurship experience

이 재 경*, 김 대 섭*, 김 택 근**, 허 태 영**
한국과학기술정보연구원*, 충북대학교 통계학과**

Lee Jae-Kyeong*, Kim Dae-Seop*,
Kim Taek-Geun**, Heo Tae-Young**
Korea Institute of Science Technology Information (KISTI)*,
ChungBuk National University**

요약

본 연구는 혁신영상콘텐츠에 대한 선호 요인이 창업 경험에 따라 차이가 있는지 실증적으로 분석하였다. 창업 및 과학기술, 사업화와 관련된 온라인 플랫폼(아이디어마루 등) 회원을 표본으로 설문조사를 실시하였으며, 분석 결과 창업 경험이 있거나 계획 중인 집단은 창업경험이 없는 집단에 비해 콘텐츠의 정확성과 유용성을 중요시 하는 것으로 나타났고, 반대로 창업경험이 없는 집단은 즐거움을 상대적으로 중시하는 것으로 나타났다. 이 연구결과는 혁신영상콘텐츠 혹은 기술사업화 관련 교육 콘텐츠로 확대 적용될 수 있다.

I. 서론

정보통신기술(ICT)의 융합으로 경제, 사회, 문화, 교육 등 전 영역의 혁신이 가속화됨에 따라 4차 산업혁명으로 대표되는 국가주도의 창업 활성화 및 기술사업화의 필요성이 강조되고 있다. 기존의 '패스트 팔로어' 형태가 아닌 '퍼스트 무버'를 위해서는 창의적이고 혁신적인 아이디어를 유발할 교육콘텐츠가 필요함에 따라, 본 연구에서는 창업과 관련된 혁신영상콘텐츠의 선호요인에 대해 분석해보았다.

II. 자료수집

본 연구는 구글 문서도구의 설문지 서비스를 이용해 자료를 수집하였다. 중소벤처기업부의 전국 혁신센터 중심 혁신 창업 교육 강연 및 포럼 등 관련 활동 강화를 목적으로 기획되었으며, 창업지원 서비스(아이디어마루, K-스타트업 등) 이용 회원 약 14만 명을 대상으로 조사를 실시하였다. 그 결과 총 9,909명이 응답하여 필터링 후 9,472명의 응답 자료를 연구에 활용하였다. 설문지는 인터넷 이용행태, 온라인 강연콘텐츠 이용, 혁신영상콘텐츠 운영 방안, 영상콘텐츠 이용 동기, 그리고 인적사항으로 나눠 총 37개 문항으로 구성되었다. 이용 동기 9개 문항을 제외한 28개 문항은 명목형 혹은 텍스트 입력형태의

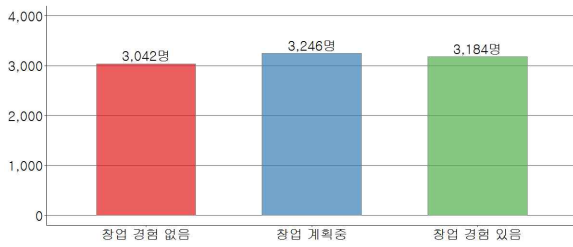
문항이며, 리커트 5점 척도로 된 이용 동기 9개 문항은 혁신영상콘텐츠에 대한 선호 요인으로써 본 연구에서 분석에 활용되었다.

선호요인 9개 문항에 대한 Cronbach's α 값은 0.788로 응답신뢰성(내적일관성)을 확인하였다.

표 1. 분석에 활용된 문항 목록(9개 선호요인, 1개 창업경험)

문항	데이터 형태	응답결과	
		평균	(표준편차)
18. 전문성	연속형 (5점척도)	4.45	(0.85)
19. 정확성		4.72	(0.59)
20. 다양성		4.52	(0.75)
21. 피드백		4.31	(0.89)
22. 편의성		4.49	(0.78)
23. 유용성		4.24	(0.90)
24. 즐거움		4.00	(0.97)
25. 호기심		3.47	(1.15)
26.결핍해소		4.04	(0.95)
32.창업경험		명목형 (3수준)	창업경험없음 : 3,042명 창업계획중 : 3,246명 창업경험있음 : 3,184명

* 이 연구는 2018년 '아이디어사업화 온라인플랫폼 구축운영' 과제의 지원을 받아 수행되었습니다.



▶▶ 그림 1. 창업경험별 응답 수

Ⅲ. 자료분석

1. 분석방법론

본 연구에서는 창업경험에 따른 집단별 혁신영상콘텐츠의 선호요인 차이를 실증적으로 확인하기 위해 요인점수에 대한 평균비교 분석(ANOVA) 실시하였다. 연구가설은 아래와 같다.

H_1 : 창업경험에 따라 혁신영상콘텐츠의 전문성(정확성, 다양성 등) 선호 정도에 차이가 있다.

표본수가 충분히 크므로 정규분포를 가정한 모수 추정 방법론을 사용하였고, 등분산성 불만족 시 점근적 자유도를 활용한 F 통계량을 활용하였다. 평균차이가 확인된 경우, 보수적 방법론인 Tukey test로 다중비교를 수행하여 집단 간 명확한 차이를 확인하였다.

2. 평균비교

표 2. 창업경험에 따른 선호요인 평균비교(one-way ANOVA)

선호요인 \ 창업경험	없음	계획중	있음	F (Pr)
	평균(표준편차)			
18.전문성	4.43 (0.81)	4.46 (0.90)	4.45 (0.83)	1.03 (0.36)
19.정확성	4.69 (0.62)	4.74 (0.59)	4.74 (0.57)	5.60** (<0.01)
20.다양성	4.50 (0.73)	4.54 (0.76)	4.53 (0.75)	2.28 (0.10)
21.피드백	4.32 (0.84)	4.29 (0.93)	4.31 (0.90)	0.62 (0.54)
22.편의성	4.50 (0.76)	4.50 (0.81)	4.48 (0.78)	0.39 (0.67)
23.유용성	4.20 (0.90)	4.25 (0.92)	4.28 (0.88)	7.28** (<0.01)
24.즐거움	4.09 (0.91)	3.94 (1.01)	3.99 (0.97)	20.27** (<0.01)
25.호기심	3.48 (1.11)	3.45 (1.18)	3.47 (1.16)	0.82 (0.44)
26.결핍해소	4.02 (0.93)	4.03 (0.98)	4.07 (0.95)	1.66 (0.19)

위의 표 2.를 보면, F 통계량이 유의한($p < 0.01$) 경우는 세 가지로 창업경험에 따라 평균차이가 있는 요인은 정확성, 유용성, 즐거움으로 나타났다. 이에 따라 어떤 집단 간에 평균이 차이가 있는지 확인하기 위해 아래 표 3.와 같이 다중비교를 수행하였다.

정확성과 유용성의 경우 창업 경험이 없는 경우에 비해 다른 두 집단이 높게 나타났고 즐거움의 경우 반대로 창업경험이 없는 집단이 더 높게 나타났다.

표 3. 유의한 선호요인의 다중비교(multiple comparison)

선호요인	Tukey's HSD test
정확성	창업경험없음 < 창업계획중, 창업경험있음
유용성	창업경험없음 < 창업계획중, 창업경험있음
즐거움	창업계획중, 창업경험있음 < 창업경험없음

창업경험이 있거나 계획 중일수록 창업경험이 없는 사람들에 비해 혁신창업콘텐츠의 정확성과 유용성을 중시하는 경향이 있고, 창업경험이 없으면 오히려 콘텐츠의 기본적인 요소인 즐거움을 상대적으로 더 추구한다고 판단할 수 있다.

Ⅳ. 결론

본 연구를 통해 혁신영상콘텐츠 이용시 창업 여부에 따라 선호요인(이용동기)이 어떻게 차이가 나는지를 실증적으로 확인할 수 있었다. 창업경험에 따른 선호요인의 차이가 확인되었으므로 창업 혹은 기술사업화 교육콘텐츠 기획 시 중시되어야 할 주요 요인과 창업동기부여 및 창의문화 확산 방법의 단서를 얻었다는 것에 의의가 있다. 하지만, 모든 선호요인의 평균이 3점 이상을 나타냈기 때문에 본 연구에서 확인한 집단 간 차이는 상대적인 개념임에 주의할 필요가 있다.

설문조사 결과 중 활용되지 않는 콘텐츠의 필요성 문항 등을 활용한 인과관계 분석(로지스틱회귀모형, 의사결정나무모형)이 추가적으로 수행된다면, 본 연구의 결과와 함께 창업 및 사업화 정보 콘텐츠 기획 시 복합적이고 다양하게 활용될 수 있을 것으로 기대된다.

■ 참고 문헌 ■

- [1] 박남규, 김명숙, 고종욱, "정부의 창업지원정책이 창업가의 기업가정신 및 창업의지에 미치는 영향", 벤처창업연구, Vol.10, No.6, pp89-98, 2015
- [2] 연보영, "영상 콘텐츠의 크로스플랫폼 이용요인에 관한 연구", 중앙대학교 신문방송학과, 학위논문, 2013
- [3] 최영운 "지식검색서비스 특성이 이용동기 및 이용의도에 미치는 영향", 경북대학교 경영학부, 학위논문, 2009