

## e스포츠 비즈니스의 주요 성공요인과 이용효과와의 관계에 관한 실증연구

이경진\* · 김창수\*\*

### < 목 차 >

I. 서론	3.1 연구모형과 가설의 설정
II. 이론적 배경	3.2 측정항목개발 및 설문지구성
2.1 e스포츠의 개념	3.3 설문 자료수집
2.2 e스포츠 비즈니스의 이해	3.4 실증 분석
2.3 e스포츠 비즈니스 성공요인	IV. 결론 및 시사점
2.4 e스포츠 이용효과	참고문헌
III. 실증 연구	<Abstract>

### I. 서론

스포츠의 영역이 확대되고 있다. 스포츠는 육체활동이나 연습의 요소를 포함하는 의미로서 초기에는 축구, 육상경기, 테니스, 야구등과 같은 경쟁적인 종목을 지칭하는 것이었으나 점차 개념적 확장이 이루어지고 있다.

우선 스포츠로서의 조건을 살펴보면 사람과 사람사이에서 스포츠의 묘미가 발생되며, 정해진 룰에 의거한 일정 시간 내에 승부를 결정짓는 구조를 가지고 있다. 이외에도 실력에 따라 승부가 결정되거나, 공정한 경기를 진행하는 심판의

룰 적용, 선수와 선수의 행위에 열광하는 관중과 관객이 삼각 구도를 형성하면서 스포츠를 구성하고 있다(정청래, 2005).

최근 들어 인터넷과 같은 정보통신기술에 기반을 둔 e스포츠라는 새로운 개념의 용어가 폭넓게 확산되고 있다.

1990년대 초반까지 랜 파티(Lan Party)를 중심으로 한 게임대회의 명칭이 사이버 애슬릿(Cyber athlete), 사이버 스포츠, 디지털 애슬릿, V 스포츠라는 용어가 경쟁적으로 사용되다가 1997년 PGL과 CPL이 미국에서 시작되면서프로게이머라는 고유명사가 자리 잡게 되었다. 프

\* 영남대학교 경영학부, 박사학위 과정, lkj6605@gmail.com

\*\* 영남대학교 경영학부, 교수, 교신저자, c.kim@ynu.ac.kr

로게이머라는 명칭과 함께 이들의 경기를 ‘e스포츠’라는 이름으로 부르게 되었는데, 국내에서는 1999년 전자신문에서 e스포츠라는 섹션을 구성하면서 언론 상에 e스포츠라는 용어가 등장하였고, 이어 2000년 초 한국e스포츠의 전신인 “21세기 프로게임협회” 창립행사에서 문화관광부장관의 축사에서 언급되어진 이후 널리 확산되었다. 정청래(2005)는 페어플레이가 중시되고, 승부가 결정되는 등 일반 스포츠의 속성을 가지고 있어 전자게임의 ‘e’와 ‘스포츠’를 결합하여 e스포츠라는 개념이 등장했다고 하였다. 한국e스포츠협회에서 내린 3가지의 e스포츠의 정의를 살펴보면 첫째, 협의적 정의로서 e스포츠는 실제 세계와 비슷하게 가상적으로 구축한 전자적인 환경에서 경쟁과 유희성 등의 요소를 포함하며 정신적, 신체적인 능력을 활용하여 승부를 겨루는 여가활동을 통틀어 이르는 말이고, 둘째, 중의적 정의로서 첫 번째 정의에서 이뤄지는 경기 또는 대회의 현장에 직접 참여하거나 또는 전파를 통해 전달되는 것을 관전하는 여가 활동이며, 셋째, 광의적 정의로서, 첫째와 둘째 항목으로부터 비롯되거나 관계되는 커뮤니티 활동 등의 온·오프라인 문화 활동 전반을 내포하는 것이라 하였다. 법률적 정의로는 게임산업진흥에 관한 법률 제15조에 “e스포츠는 국민의 건전한 게임 이용문화 조성과 여가활동을 위하여 게임물을 이용하여 하는 경기 및 부대활동”이라고 법률적 정의를 내린 이유는 정부가 e스포츠를 지원하기 위한 근거로써 e스포츠의 범위를 매우 포괄적으로 정의하였다는 점이다(한국콘텐츠진흥원, 2010).

본 연구에서는 e스포츠 비즈니스의 개념을 “인터넷과 같은 정보통신기술에 기반하여 전자

적인 스포츠 행위(activities)와 프로세스(process)를 수행하는 경영활동”이라고 정의한다. e스포츠는 보통 디지털스포츠라고도 하는데 정보통신기술이 스포츠와 접목되어 시간적, 공간적 제약을 탈피하여 이용자가 인터넷 상의 가상공간에서 스포츠를 즐기는 형태로 확산되고 있다(김문화, 2000; 김창수 등 2009).

e스포츠는 문화산업이다. 문화산업의 주체는 콘텐츠와 그것을 만들고 사용하는 사람들이다. e스포츠의 본질을 파악하고 변화하는 사회·문화적인 현상에 부응하는 e스포츠산업을 발전시킬 수 있느냐 없느냐 하는 것은, 새로운 스포츠 패러다임에 대한 이해가 필수적으로 요구된다. 왜냐하면 전통적인 스포츠 패러다임은 전인교육, 국민건강과 복지증진 등의 역할과 기능이 강조되어 스포츠 비즈니스 측면과는 다소 거리가 있었다. 따라서 지식정보화의 급격한 진전이 이루어지는 현시점에서는 새롭게 변화하는 e스포츠 패러다임에 대한 올바른 이해가 이루어져야 e스포츠의 미래를 선도할 수 있는 것이다(김성재, 2001).

이에 본 연구에서는 e스포츠 비즈니스의 주요 성공요인을 정책적 요인과 관리적 요인, 그리고 기술적 요인으로 구분하고 각 요인별로 e스포츠 비즈니스 이용효과와 어떠한 연관 관계가 있는지에 대하여 실증 분석한 결과를 바탕으로 e스포츠 비즈니스의 전략적 비전을 제시하고자 한다.

## II. 이론적 배경

## 2.1 e스포츠의 개념

e스포츠는 곧 인터넷스포츠라고 할 수 있다(송해룡, 2001). e스포츠는 새로운 정보기술과 디지털콘텐츠의 접목으로 새로운 시장을 개척할 가능성이 높은 분야로서, 이에 따른 새로운 직업과 고용창출이 기대되는 신산업이다(한국고용정보원, 2008). 이러한 e스포츠가 성공할 수 있는 조건은 스포츠와 인터넷 사용자간의 연계성에 있다. 즉, 스포츠와 인터넷 사용자가 동일한 사용자층을 형성하고 있는데, 10~30대 젊은 학생과 직장인이 중심을 이루고 남성이 위주가 된다는 점에서 유사하다고 할 수 있다. 인터넷 사용의 목적이 정보검색으로부터 오락과 엔터테인먼트로 이동하고 있는 추세로서 e스포츠는 10대들에게 가장 선호도가 높은 디지털콘텐츠 장르이며 20대 이상에서도 중요한 관심 장르중의 하나이다. 현재 웹에서 가장 인기 있는 사이트 중 하나인 온라인 스포츠는 인터넷의 활용이 급격히 신장됨에 따라 미디어의 주력 콘텐츠로 존재하여 향후 스포츠 콘텐츠를 제공하는 사이트는 상당한 수입을 발생시킬 수 있다. 최근 산업사회에서 정보화 사회로 진입하면서 사람들은 ‘얼마나 열심히 사는가’ 보다는 ‘얼마나 즐겁게 사는가’에 가치를 더 두기 시작했다. 이러한 흐름은 90년대 인터넷이라는 가상공간이 대중화와 맞물려 폭발적으로 게임 산업을 성장시켰고, 그 부산물로 e스포츠라는 새로운 영역을 만들어 내면서 오늘날 청소년 여가활동에서 중요한 위치를 차지하게 되었다. 전통적으로 여가활동으로서 스포츠를 즐기는 방식은 스포츠 활동에 직접 참여하거나 또는 경기장이나 미디어를 통한 관람의 형태로 구분된다. 반면 e스포츠는 경기에 직접 참

여함으로써 개인의 정신적 능력과 신체적 기술을 활용해 승부를 겨루거나 e스포츠 경기가 직접 이루어지는 현장이나 사이버 공간을 통해 관람을 함으로써 여가활동을 즐길 수 있다. 또한, e스포츠에 관련된 온·오프라인 커뮤니티에 참여함으로써 여가활동을 즐기는 경향을 보이고 있다(서구원 등, 2006).

e스포츠의 국내외 현황을 살펴보면, 먼저 프로게이머로서 스타크래프트 종목의 233명을 비롯하여 현재 e스포츠협회에 공식적으로 등록된 프로게이머 수는 400여명(2006년 상반기 기준)이며, 아마추어 게이머는 2006년 기준, 인터넷 이용자 중 게임목적 이용자인 1,894만 명을 e스포츠팬으로 잠정 분류하고 있다. 해외에서는 e스포츠 협회가 존재하는 국가는 아직 소수에 머무르고 있으며, 2008년 11월 국제e스포츠연맹(IeSF) 출범으로 각국 협회 창설이 가속화되고 있다. 주요 대회로는 WCG, ESL, MLG, 아시아권 리그가 있으며, 2007년 제2회 아시아 실내대회에서 e스포츠를 시범 종목으로 운영한 아시아 올림픽평의회(OCA)가 있다. 2009년 제3회 아시아 실내대회에 e스포츠가 정식종목이 되었고, 아시아 9개국, 6개 게임, 61명의 선수가 참가했으며, 우리나라 최초 국가대표 e스포츠선수단이 파견되어 금메달 2개, 은메달 1개를 획득한 바 있다(한국콘텐츠진흥원, 2010).

축구게임인 ‘피파’시리즈와 ‘위닝일레븐’시리즈, 농구게임인 ‘NBA Live’시리즈와 야구게임 ‘MVP Baseball’시리즈, 골프게임 ‘타이거우즈 PGA 투어’시리즈 등이 대표적인 스포츠게임이라 할 수 있다. 특히 스포츠 게임으로 유명한 EA사의 ‘피파’시리즈는 세계의 톱 선수들의 움직임을 캡처하여 게임에서 실제 축구를 하는 느낌이

들도록 한 모션캡처(Motion Capture) 기술로 그 재미를 배가시키고 있다. 사이버상의 스포츠를 조금 넓게 보면, 자신의 체력진단, 평가, 처방을 가상공간에서 제공받아 거주 공간에서 수행하는 사이버 휘트니스(Cyber Fitness), 사이버 캐릭터에 의해 필요한 기술을 지도받는 사이버 스포츠 레슨(Cyber Sports Lesson)등도 생각해 볼 수 있어 이런 사례들을 바탕으로 e스포츠 비즈니스(e-sports business)도 가능해진다(송해룡, 2001).

통신과 미디어 시스템을 통하여 활성화된 e스포츠의 다양한 분야에서도 상당한 변화가 일어나고 있다, 예술, 교육, 전쟁과 군사, 경제, 법률 등의 분야에서 e스포츠와 관련된 게임이 제작되어지고 유통과 소비가 함께 이루어지고 있다(Kline et al., 2003; van & Nieborg, 2003; Prensky, 2005; Jenkins, 2005; Arnseth, 2006; de Souza & Delacruz, 2006; Castronova et al., 2006; Lastowka, 2006). 또한 스포츠를 매개로 하는 영상시장은 스포츠를 단순한 프로그램이 아니라 상품적 특성을 갖게 하는 콘텐츠로 변화시키고 있고, 인터넷방송, 지상파TV, 그리고 위성방송 간에 스포츠 중계를 놓고 각축을 벌이는 모습은 스포츠가 원소스 멀티유즈(One Source-Multi Use)의 핵심 콘텐츠가 됨을 설명해 준다. 그러나 최근에는 하나의 소스가 아닌 멀티소스 멀티유즈(Multi Source-Multi Use)의 개념으로 확대되어 가는 추세이다(최현정, 2004; 김태훈, 2006). 이러한 배경 하에 e스포츠는 새롭게 개발되는 매체를 대중적 미디어로 정착시키고, 미디어의 산업화를 이끌어내는 주요한 요인으로 작용하고 있다.

## 2.2 e스포츠 비즈니스의 이해

e스포츠는 정체성과 미래지향을 나타내는 선연적인 규정의 성격이 매우 강하다. e스포츠의 존재의 목적을 밝힘으로서 존립 가치와 사명을 명료화 하고, 정책의 정당성 판단의 근거가 되며, 이를 근거로 일관성과 지속성 있는 정책추진이 가능해짐에 따라 조직구성원들의 정체성을 확립하여 개별 활동의 능동성과 전체적인 통일성의 핵심으로 작용하고, 거시적인 수준에서 전체의 활동에 대한 평가와 반성의 기준이 되는 잣대를 제공해 준다. 구성 요소로는 사회적 가치의 증대 측면에서 볼 때, e스포츠를 둘러싸고 e스포츠에 대한 의미와 맥락을 제공하는 사회에 대하여 e스포츠가 제공할 수 있는 가치요소와 인간 가치의 증대측면에서 e스포츠를 즐기는 사람들과 e스포츠를 관람하는 사람들, 그리고 e스포츠에 관계되는 사람들에게 e스포츠는 어떤 가치를 제공하고 증대시킬 것인가의 요소로서, 도출방법으로는 사회적 가치의 변동에서 핵심적인 가치의 확인과, 인간의 본질적 추구 가치 유형 및 수준, e스포츠가 나타나기 전 혹은 e스포츠와 경쟁하는 사회적 제도 중 이러한 가치를 보유하고 있는 유형탐색 및 한계를 파악하고, 사회적 변화와 기존 제도가 보유하고 못한 가치 확인 및 e스포츠에 적용 가능한 사항들을 종합하여 e스포츠의 기본 개념 설정의 기초자료로 생성되어야 한다.(한국콘텐츠진흥원, 2010). 디지털 정보기술을 기반으로 하는 e스포츠 비즈니스 환경은 지속적으로 탈바꿈하고 있으며, 미래 환경 변화에 대한 예측이 곤란해지는 등 불확실성이 더욱 증가됨에 따라서 e스포츠 비즈니스의 전략적 활용을 통한 경쟁우위의 획득에 관련 산업체의 관심이

증가되고 있다(박용재 & 정경수, 2007). 박태희(2006)는 “고등학생의 e스포츠 게임 참가가 스포츠 참여에 미치는 영향”에서 e스포츠 게임 참가에 따른 PC게임의 영향력과 스포츠 참여의 관계를 알아본 결과, 모든 변인들 간의 상관관계가 높은 것으로 나타났다. 정두식(2010)의 “e스포츠 육성방안에 관한 실증연구”에서는 e스포츠에 대한 문화적, 경제적 영향, 그리고 e스포츠 산업의 장·단기적 발전전략을 찾아내는데도 그 목적이 있으며, 궁극적으로는 우리나라가 e스포츠의 종주국이라는 강한 자부심과 함께 e스포츠 대회 개최가 문화적인 영향에 긍정적으로 작용함과 동시에 신성장 산업으로 도약할 가능성이 높다고 하였다. 또한 송원임(2001)의 연구에서는 우리 삶에 가장 큰 영향을 미치고 있는 요소를 단연 컴퓨터와 인터넷의 활용으로서, 정보화 사회의 현대인들은 편리함과 기쁨을 주는 정보 커뮤니케이션을 통하여 직접적인 체험기회를 가질 수 있으며, 인터넷에 의한 개인정보가 체계적으로 관리됨으로서 삶의 질을 향상시키고, 일상생활에서의 다양한 변화를 경험하게 된다고 하였다. 컴퓨터를 이용한 스포츠 참여가 현재 어떠한 상태에 있는지, Kenyon(1969)의 연구에 의하면 e스포츠 참여 분류 형태를 인지적 참가(cognitive involvement), 정의적 참가(affective involvement), 행동적 참가(behavioral involvement)로 구분하였다. 이연주 등, 2003)의 연구에서 e스포츠 참가는 인지적, 정의적, 행동적 e스포츠 참가에 큰 영향을 주며, e스포츠를 더 많이 즐기는 집단이 타 집단보다 인지적, 정의적, 행동적 참가에 큰 영향을 받는 것으로 나타났으며, 김민호(2003)는 e스포츠에 참여하는 어린이는 그렇지 않은 어린이에 비해 실제 스포츠 참여에 더 큰 영향을

받는 것으로 나타났다. 또한 e스포츠 만족이란 e스포츠 활동의 선택과 참가의 결과로서 개인이 형성하거나 획득되는 긍정적 인식 혹은 감정으로 정의할 수 있으며, 구성요소로는 심리적, 교육적, 사회적, 생리적, 휴식적, 환경적 요인으로 구분된다고 하였다(Beard & Ragheb, 1980).

대부분의 e스포츠 활동은 다양한 요소들로 구성된 e스포츠 경험을 수반하며 특정한 여기활동에 참여하는 개인이라면 누구나 공통의 요소를 경험하게 된다(박유진, 2002). e스포츠 효과는 자유 시간에 휴식 및 회복을 통해 정신적, 신체적 건강을 유지시키고 인성의 발전과 자아실현 등의 자이를 표현하고, 지속적인 성장과 발전을 도모하는 기능을 하고, 이런 측면에서 e스포츠 활동은 청소년의 심리적인 건강과 자아실현을 꾀하는 효과적인 방법이 될 수 있다(김은미 & 최명규, 2006). 2000년대에 들어서면서 사이버 스포츠 커뮤니티의 중요성이 대두됨에 따라 체육학에서는 이에 대한 연구가 시작되고 있다(김수경, 2000; 김용만 등, 2004; 이연주 등, 2003). 하지만 대부분의 온라인 게임에 대한 연구들은 대체로 그 역기능에 대한 연구들(권재환 & 이은희, 2005; 남영옥 & 이상준, 2006; 최나야 & 한유진, 2006)이 주를 이루고 있다. 특히 지나치게 온라인 게임에 몰입 탐닉하는 중독으로 인해서 다양한 신체 증상의 야기뿐만 아니라 가족 간의 갈등, 대인관계 부적응, 학교생활의 어려움, 성적 하락 등의 다양한 문제를 일으키며 각종 비행 및 범죄와 연류 되는 부정적인 효과도 지적된다고 하였다.

e스포츠가 자기존중감과 학습동기를 부여하거나, 긴장완화, 휴식, 모험과 오락 등을 제공한다는 긍정적인 측면에 대한 연구(장미경 등,

2004)도 나타나고 있으며, 또 다른 관점에서 국내외 선행연구는 e스포츠 분야에서 고등학생, 청소년들을 대상으로 사이버 스포츠 게임(김경오 등, 2004; 이에리사, 2003; 이연주, 2002; 허현미 & 전선훈, 2001), PC스포츠게임 참가(조송현 등, 2002)와 Witwer & Julia(2003)의 매우 방대한 대중유희의 한 형식인 e스포츠와 비디오 게임에서 참가자가 가상세계를 통해 실제적으로 어떠한 표현 및 상상을 하게 되는지의 기술적 연구와, Schneider & Edward(2001)의 비디오 게임에서 나타난 참가자들의 폭력성에 관한 연구를 함으로써 이를 예방하기 위해서는 게임의 초기 디자인이 매우 중요하다는 언급을 하고 있다. 또한, Butler & Brian (1999), Sternberg & Janet(2001)은 사이버스페이스에서의 일탈과 온라인상에서의 사회구조에 대한 연구를 하는 등 사이버 게임에 대한 논의도 활발히 이루어지고 있다.

선행연구의 주요 특징들을 살펴보면 e스포츠 게임 참가에 따른 사회·문화적 영향과 e스포츠 참여 분류 형태에 따라 각 요인들 간의 영향관계를 다루고 있으며, 특히 여가활동에 있어서 e스포츠가 긴장 완화나 휴식, 모험심 자극 등의 긍정적인 측면과 게임중독에 의한 폭력성 증가 등 역기능적 측면을 함께 다루고 있다. 이러한 연구 결과를 바탕으로 본 연구에서는 e스포츠 산업의 장·단기적 발전전략(정두식, 2010), e스포츠 이용에 대한 여가 효과(박유진, 2002; 김은미 & 최명구, 2006; 장미경 등, 2004), 가상 세계를 통한 e스포츠의 표현과 상상을 배경으로 하는 디자인 기술(김경오 등, 2004; 이에리사, 2003; 이연주 등, 2003; 허현미 & 전선훈, 2001; 조송현 등, 2002; Witwer & Julia, 2003), 정보 커뮤니-

케이션을 통한 직접적 체험기회 및 인터넷을 활용한 개인정보관리(송원임, 2001)등을 기초로 정책적, 관리적, 기술적요인의 3개 독립변인과 e스포츠 이용효과를 종속변인으로 설정하게 되었다.

본 연구의 각 변인들은 기존 e스포츠 관련 연구에서 다양하게 나타난 결과를 기반으로 e스포츠를 비즈니스적 관점에서 보았을 때 이용효과에 어느정도 영향을 미쳤는지를 가설검정을 통하여 이를 확인하고자 한다. 21세기의 국가경쟁력은 바로 문화경쟁력으로서, 주력산업으로 진입이 확실시됨에 따라 문화콘텐츠 시장에서 e스포츠의 육성은 큰 의미를 갖는다. 현재 국내 e스포츠 시장은 선수, 구단, 기업(스폰서), 미디어, 관중, 시청자 등 프로스포츠 산업의 틀을 갖추고 있다. e스포츠 비즈니스가 가능성을 갖는 이유는, 성공한 인터넷 비즈니스에서 초차도 구매자와 판매자 사이를 중개하는 중개업이 주요한 비즈니스 모델로 자리 잡고 있다. 이러한 단순 중개업의 경우도 인터넷 비즈니스 모델이라고 부르는데, e스포츠 비즈니스는 그 보다 훨씬 더 가치를 창출할 수 있다. 스포츠 콘텐츠 제작은 중개업보다 앞선 제품생산의 개념이며, 부가가치가 높은 서비스의 개념이기 때문이다(김성재, 2001; 이안재 & 고정민, 2005a)

### 2.3 e스포츠 비즈니스 성공요인

21세기의 신중 산업으로 e스포츠 비즈니스를 성장시키기 위해서는 e스포츠의 전반적인 분야의 노력이 절실하게 요구된다. Zwick & Dieterle(2005)는 e-비즈니스 스포츠 스폰서십에서 연령대에 적합한 제품전략이나 가격채널에서

다양한 방법이 모색되어야 하므로 e-비즈니스는 엄청난 기회이기도 하지만 위험이 상존하고 있기 때문에 프로모션 진행에 따라 효과도 달라질 수 있으며, 정보수집도구로서 e-비즈니스는 고객이 무엇을 원하는지를 정확히 파악하는 것이 무엇보다도 중요하다고 하였다. 미래 e스포츠 산업의 성패는 e스포츠 벤처기업의 발굴과 지원 확대, 장기적인 발전계획 등의 설립이 관건이라 할 수 있다. e스포츠산업을 육성 발전시킨다는 의미는 우리나라 경제에 기여하는 효과는 물론, 체육 진흥에 기여하는 효과를 동시에 얻을 수 있는 것이다(김성재, 2001). 또한 2001년 이후부터 e스포츠는 하나의 새로운 산업으로 정착되었다. 현재 국내 게임관련단체 중 e스포츠 관련 단체로 한국 e-스포츠협회가 2000년 2월에 문화관광부의 설립 허가를 받아 발족하였다. e스포츠 관련 기업은 게임 대회관련 게임 개발사 및 유통사, 게임방송(온게임넷, MBC게임 등의 케이블 및 위성방송)이 있으며, 프로게이머를 보유한 게임단이 e스포츠 산업에 직·간접적으로 연관되어 있다(송해룡, 2005).

최근에는 현실공간에서 시각과 청각뿐만 아니라 오감을 자극하는 감성기술 및 시뮬레이션 장치 제어 기술, 동작인식 및 반응, 가상현실 기술 등 다양한 체감기술 적용을 통하여 실제 스포츠를 하는 것과 같은 신체단련이 가능한 가상 스포츠 콘텐츠를 개발하기 위하여, 정부산하기관 주도로 사업자를 선정, 연구개발비등을 포함한 행·재정적 지원을 함에 따라서, 국민의 건강관리(Healthcare) 및 재미와 오락을 동시에 즐길 수 있는 e스포츠 산업육성에 적극적으로 나서고 있다(대구디지털산업진흥원, 2010).

이러한 e스포츠와 관련된 다양한 산업발전과

더불어서 e스포츠는 한국을 대표하는 ‘글로벌 브랜드’로 급성장하고 있다. ‘투자, 시장, 사람’ 등 산업성장의 기본조건들이 충족되면서 가장 한국적이면서도 가장 세계적인 상품으로 커나가고 있는 것이다. 2006년 이미 단일 경기 10만 관중시대를 열며 일반 프로스포츠를 능가하는 동원력을 확인시켰다. 2009년에는 온라인게임 한 종목의 경우, 전년대비 30%라는 높은 성장세를 보이며 시장규모가 3조5,000억 원에 달했으며, 특히 해외 사업이 급성장하면서 국내 대표적 온라인 게임회사들은 지난해 매출의 35%를 해외에서 올렸다(중앙경제, 2010). 이와 같이 가파르게 성장하는 온라인 게임 시장에서 프로게이머의 몸값도 천정부지로 치솟고 있으며, 일부 프로게이머에게는 수십만 명의 팬이 형성되는 등 폭발적 흥행성을 보여주고 있다. 중독의 대상으로 확대받던 ‘게임’이 ‘e스포츠’라는 이름으로 거듭나면서 게임의 문화이자 산업으로서의 위상을 확보하고 있는 것이다(박종근, 2007). 김창수 등(2006)은 문헌연구, 사례연구 및 전문가들과의 인터뷰를 통하여 주요 e-비즈니스 성공요인을 경영적 요인과 기술적 요인으로 구분하고 이를 연구모형으로 제시하였다. 신호균 & 안차남(2005)은 e-비즈니스의 발전단계별 성공요인을 연구모형으로 제시하였고, 박용재 & 정경수(2007)의 연구에서는 e-비즈니스 발전단계에 따라 조직의 내·외부 환경요인이 경쟁전략에 미치는 영향력을 검증한바 있으며, 이동만등(2008)의 연구에서는 e-비즈니스를 채택한 국내기업들을 대상으로 e비즈니스의 채택요인과 성과와의 관련성을 분석하였다. 아울러 e스포츠의 운영방식과 관련하여 Drachen & Canossa(2009)는 e스포츠 경기를 공정하게 측정할 수 있는 규정을 마

련하는데 있어서, 디지털 방식으로 제작된 e스포츠의 경기과정과 운영등의 모든 과정을 통하여 이용자의 행동 및 이용자들 간의 상호작용에 대한 디지털 데이터 기록을 포함하는 것이라고 하였고, 게임운영의 초점은 유용성으로, 경기능력이 선수의 게임 경력에 따라 실제 게임에서 어떻게 진행되는지의 기록과 이에 대한 평가가 있어야 한다고 하였다.

따라서 본 연구에서는 일반적인 e-비즈니스의 선행연구들을 응용한 e스포츠 비즈니스의 성공요인을 크게 정책적, 관리적 그리고 기술적 측면에서의 문헌연구와 함께 e스포츠 전문가들과의 인터뷰에 의거하여 분석 정리하였다.

### 2.3.1 정책적 요인

정책적 측면의 성공요인(CFS)에 대해 김시소(2008)는 디지털강국의 이미지를 e스포츠 비즈니스에 연계한 정책들로서 한국e스포츠협회와 정부산하 기관의 적극적인 지원과 협력이라고 정의하였다. 글로벌 e스포츠 대회를 통해 온라인 게임들이 세계에 알려지도록 우수 e스포츠를 지원하는 정책과 e스포츠 발전포럼 및 산학협동체제 구축(김성재, 2001), 인적자원 육성, 스타메이킹을 통한 e스포츠 붐 조성(정청래, 2005), e스포츠 이미지 확산을 위한 정책개발과 정부산하 단체의 지원(홍진스포츠, 2008), 그리고 국제화 전략을 통한 e스포츠 시장 확대 정책과 사회적 인식 개선 등을 들 수 있다(이안재 & 고정민, 2005b; 신호균 & 안차늬, 2005).

### 2.3.2 관리적 요인

관리적 측면에서 성공요인으로 한은경 등

(2002)은 e스포츠 마케팅 수단으로서 인터넷을 적극 활용하는 방안과, 이안재 & 고정민(2005b)은 브랜드 파워강화 및 e스포츠 잠재고객을 지속적으로 발굴하기 위한 광고 또는 홍보에 대한 투자를 확대하고, 수익사업을 다변화 할 필요가 있다고 하였다. 아울러 e스포츠 시설에 대한 편의 공간 배치와 멤버십 카드 발급, 비즈니스 차별화 이벤트 및 손익 분기점 홍보, 체인점 형태의 유통망 확대, 체험기회 제공, 관련 상품의 개발 및 유통 등이 관리적 측면에서의 핵심 성공요인이라고 정의하고 있다(홍진스포츠, 2008).

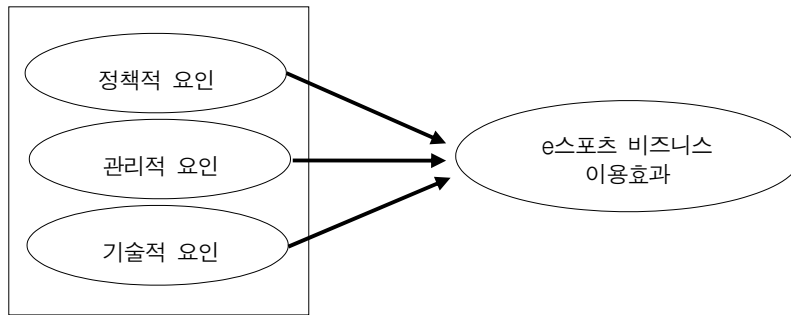
### 2.3.3 기술적 요인

기술적 측면에서 성공요인은 세계최고 수준의 우수한 IT인프라 환경에서 e스포츠 비즈니스와 관련된 고부가가치 콘텐츠의 개발(이안재 & 고정민, 2005a)과 원소스 멀티유즈의 핵심 콘텐츠 기술경쟁 및 모션캡처 기술개발(송해룡, 2001), 사이버 휘트니스, 사이버 스포츠 레슨등 가상현실구현 기술개발(최현정, 2004), 우수 e스포츠 개발 및 콘텐츠의 투자 지원체계 활성화(김성재, 2001), 그리고 e스포츠의 이용자 저변 확대를 위해서 온라인 시스템 구축이 반드시 확대될 필요가 있다고 하였다(한국게임산업진흥원, 2008).

## 2.4 e스포츠 비즈니스의 이용효과

e스포츠 비즈니스의 이용효과를 분류하면 먼저 매출, 이미지 증대, 긍정적 심리 증대로 구분할 수 있다. 매출부분의 선행연구에서는 이안재 & 고정민(2005a)의 e스포츠 방송이 다양한 채널을 통하여 크게 확대되면서 높은 시청율과 함께





<그림 2> 연구모형

보는 재미를 유발하고, 시장이 급성장 하면서 고용창출도 함께 이루어 지고 있으며 이와 관련된 매출도 급신장 하고 있다고 하였다. 또한 사이버 캐릭터 판매, 사이버 캐릭터에 의한 e스포츠 레슨 확대, 각종 e스포츠용품 제조 판매, 유통등이 매출증대에 기여하고 있다(송해룡, 2001). 김성재(2001)는 e스포츠의 이미지 증대를 위하여 e스포츠가 유무선을 통하여 인터넷 상의 주역으로 등장한다고 하였고, 이러한 분위가 확산됨으로서 디지털 강국이라는 이미지 제고에도 일정 부분 기여한다고 하였다. 마지막으로 긍정적 심리 증대 효과로서는 엔터테인먼트(최현정, 2004), 신체밸런스 유지, 여가시간 활용, 스포츠 재활 치료, 스트레스 완화, 심신의 안정 효과, 새로운 취미활동이 주요 증대 효과라고 볼 수 있다(홍진스포츠, 2008).

### Ⅲ. 실증 연구

#### 3.1 연구모형과 가설의 설정

본 연구에서는 e스포츠 비즈니스의 주요 성공요인과 e스포츠 비즈니스 이용 효과간의 상호 관

련성을 파악하고자 <그림 2>과 같은 연구모형을 설정하였다. 본 연구모형에서는 김창수 등(2006)이 제시한 e-비즈니스의 성공모형을 응용하여 e스포츠 비즈니스의 성공요인으로 정책적, 관리적, 기술적 요인이 e스포츠 비즈니스 이용효과에 어떠한 영향이 미치는지를 검증하고자 한다.

#### 3.1.1 정책적 성공요인과 이용효과 간의 관계에 대한 가설

e스포츠 비즈니스의 정책적 성공요인과 이용효과와의 관계에서는 주로 한국 e스포츠협회 또는 한국게임산업진흥원, 그리고 기타 관련 단체들의 지원 시스템이 어떻게 운영되고 효과성이 어느 정도 인지가 핵심 사항이다. 이와 함께 산학협동의 확대 정책, 발전포럼 결성, 인적자원 육성, e스포츠 붐 조성, 프로 e스포츠의 권위와 위상 강화, 사회적 인식의 개선, 핵심역량 강화, 이미지 확산을 위한 정책 개발 등이 이용효과의 매출, 이미지 증대, 긍정적 심리 증대에 영향력이 있는 것으로 나타났다. 따라서 <표 1>의 선행연구를 참고하여 다음과 같은 가설을 도출하였다.

가설1 : e스포츠 비즈니스의 정책적 측면의 성공요인은 e스포츠 비즈니스 이용효과에 정(+)의 영향을 미친다.

<표 1> 정책적 요인변수의 조작적 정의

요인	측정항목	참고문헌	
정책적 CSF	- 우수 e스포츠 비즈니스 지원	김시소(2008)	
	- e스포츠 업체와 대학간 산학협동 확대	김성재(2001)	
	- e스포츠 발전포럼 결성		
	- 우수한 e스포츠 인적자원 육성	정청래(2005)	
	- 스타메이킹을 통한 e스포츠 붐 조성		
	- 프로 e스포츠의 권위와 위상강화	이안재 & 고정민 (2005a)	
	- e스포츠 비즈니스의 협력체제 구축		
	- 국제화 전략을 통한 e스포츠 시장확대		
	- 표준화된 e스포츠 규범마련		
	- e스포츠 경기 흥행성 제고		
	- 공인 프로 e스포츠 게이머 교육 및 육성		정두식(2010)
	- e스포츠 사회적 인식 개선		Drachen & Canossa(2009)
	- 아마추어 e스포츠 활성화 지원		
	- e스포츠 비즈니스 핵심 역량강화	한국게임산업진흥원 (2006)	
	- e스포츠 사행성 근절		
	- e스포츠 문화사업 전개		
	- 전문 e스포츠 TV채널 개설	최현정(2004)	
	- e스포츠 육성전략 수립	홍진스포츠(2008)	
- 정부 산하단체의 e스포츠산업 지원			
- e스포츠 이미지 확산을 위한 정책개발			

### 3.1.2 관리적 성공요인과 이용효과 간의 관계에 대한 가설

e스포츠 비즈니스의 관리적 성공요인과 이용효과와의 관계에서는 e스포츠 브랜드 파워 강화에 의한 마케팅 전략으로 인터넷의 활용, 기업의 스폰서링 참여, 충성고객의 확대 및 잠재고객을 지속적으로 발굴함과 동시에 수익성을 확보하고 다양한 수익사업을 통하여 수익다변화를 모색하면서 비즈니스 영역에서 e스포츠가 이용효과의

매출, 이미지 증대, 긍정적 심리 증대에 영향력이 있는 것으로 나타났다. 따라서 <표 2>의 선행연구를 참고하여 다음과 같은 가설을 도출하였다.

가설1 : e스포츠 비즈니스의 관리적 측면의 성공요인은 e스포츠 비즈니스 이용효과에 정(+)의 영향을 미친다.

<표 2> 관리적 요인변수의 조작적 정의

요인	측정항목	참고문헌
관리적 CSF	- e스포츠 마케팅 수단으로 인터넷 활용	한은경 등(2002)
	- e스포츠 잠재고객 지속 발굴	이안재 & 고정민 (2005b),
	- e스포츠 광고/홍보 투자확대	
	- e스포츠 브랜드 파워강화	
	- e스포츠 수익사업 다변화	
	- 안락한 e스포츠 편의 공간 배치	송원임(2001) 홍진스포츠클럽(2008)
	- e스포츠 우수고객 특별관리	
	- e스포츠 비즈니스 차별화 오픈 이벤트	
	- e스포츠 멤버십 카드 발급	
	- e스포츠 관련 용품 개발 및 유통	
	- e스포츠 Shop내 휴게실 운영	
	- 인구분포별 적정 e스포츠 비즈니스 상권분할	이동만 등(2008)
	- e스포츠의 고급 브랜드 이미지 확산	
	- e스포츠 우량회원의 이탈방지 대책수립	Drachen & Canossa(2009)
	- 프랜차이즈 체인점 형태의 e스포츠 유통망 확대	
	- e스포츠 기기 조작법 교육	Zwick & Dieterle (2005)
	- e스포츠 비즈니스의 짧은 손익분기점 홍보	
	- e스포츠의 다양한 엔터테인먼트 기능 홍보	
- e스포츠 체험 기회 제공	Jenkins(2005)	
- e스포츠 시장과 소비자 조사		

### 3.1.3 기술적 성공요인과 이용효과 간의 관계에 대한 가설

e스포츠 비즈니스의 기술적 성공요인과 이용효과와의 관계에서는 세계최고 수준의 IT인프라 환경에서 e스포츠 비즈니스와 관련된 고부가가치 콘텐츠의 개발과 원소스 멀티유즈의 핵심콘텐츠 기술경쟁 및 모션캡처 기술개발, 사이버 휘트니스, 사이버 스포츠 레슨등 가상현실구현 기술 개발과 우수게임 개발 및 관련 콘텐츠의 투자

지원체계 활성화로 우수 콘텐츠의 온라인 프리마켓 시스템에서 유통이 가능할 수 있도록 기술적 환경이 조성됨으로서 e스포츠 이용효과에서 매출, 이미지 증대, 긍정적 심리 증대에 영향을 미치는 것으로 확인됨에 따라 <표 3>의 선행연구를 참고하여 다음과 같은 가설을 도출하였다.

가설1 : e스포츠 비즈니스의 기술적 측면의 성공요인은 e스포츠 비즈니스 이용효과에 정(+)의 영향을 미친다.

<표 3> 기술적 요인변수의 조작적 정의

요인	측정항목	참고문헌
기술적 CSF	- 세계최고 수준의 우수한 IT인프라	이안재 & 고정민 (2005b), 김창수 등 (2006), 전선혜(2001)
	- 고부가가치 e스포츠 콘텐츠 생산	
	- e스포츠 기술 전문가 육성	
	- e스포츠 관련 컴퓨터 산업의 성장	
	- e스포츠 비즈니스 관련 콘텐츠 기술개발	김성재(2001)
	- e스포츠 온라인 시스템 확대	한국게임산업진흥(2008)
	- e스포츠 가상현실 기술개발	최현정(2004)
	- e스포츠 영상장비 확대보급	
	- e스포츠 모션캡처 기술개발	송해룡(2001) Jenkins(2005)
	- e스포츠 휘트니스 수행기술	
	- e스포츠 관련 기술교육	김경오 등(2004) 이에리사(2003) 이연주 등(2003) 홍진스포츠(2008) Drachen & Canossa (2009), Witwer & Julia(2003)
	- e스포츠 기기의 Display와 현장감있는 Sound	
	- e스포츠를 위한 교습과정 프로그램화	
	- e스포츠 이용고객 데이터의 체계적 관리	
	- e스포츠기기 부속장치의 고급화	
	- e스포츠기기 제작을 위한 핵심 기술 특허신청	
	- 우수 e스포츠 S/W개발 및 보급	
	- 다양한 e스포츠기기 개발 및 시연	
- e스포츠 CRM(고객관계관리) System 구축		
- 인터넷에서 고객정보 확인 기능지원		

### 3.1.4 e스포츠 비즈니스의 이용효과 관련연구

e스포츠 비즈니스의 성공요인에 관한 이용효과로는 e스포츠 팬들의 증가에 따른 고정 방송 채널인 케이블 TV가 중계를 함으로서 e스포츠 팬들의 보는 재미를 유발하고 있다. 이와 같이 e스포츠 관심이 저변 확대됨에 따라 고용이 창출되고, 프로게이머가 지속적으로 배출되며, 관련 e스포츠용품의 제조, 판매, 유통업 등이 확대되고 있다. 또한 사이버 캐릭터에 의한 레슨, 사이버 캐릭터 판매에 의한 매출도 일어나고 있다. e스포츠가 인터넷상에서 주요 콘텐츠로 자리

를 잡아 감에 따라서 특기를 갖춘 전문 인력이 증가하고 이에 따라 새로운 우수 콘텐츠가 지속적으로 개발되면서 디지털 왕국이라는 이미지가 수많은 사람들의 머리에 각인되고 있다. 마지막으로 e스포츠의 꽃이라 할 수 있는 엔터테인먼트와 신체밸런스 유지, 여가시간의 활용, 스트레스 완화, 새로운 e취미생활은 또 다른 이용효과로서의 긍정적 심리증대 효과라고 볼 수 있을 것이다. 이용효과의 주요 측정항목에 관한 내용은 <표 4>와 같다.

<표 4> 이용효과 요인변수에 관한 조작적 정의

요인	측정항목	참고문헌
e스포츠 이용 효과	- e스포츠 방송의 매출증가	이안재 & 고정민 (2005b), Zwick & Dieterle(2004)
	- e스포츠 채널의 높은 시청율(케이블 TV)	
	- e스포츠팬들의 보는 재미 유발	
	- e스포츠 시장 확대에 따른 고용창출	
	- e스포츠 시장의 급성장(영화시장의 두 배)	
	- 체력진단, 평가, 처방 가능한 e스포츠 휘트니스 확산	김태훈(2006)
	- 사이버 캐릭터에 의한 e스포츠 레슨 확대	송해룡(2001) Jenkins(2005)
	- 사이버 캐릭터 판매에 e스포츠 매출 증대	
	- 각종 e스포츠용품 제조, 판매, 유통, 사업 다각화	
	- e스포츠가 유·무선 인터넷상의 주역으로 등장	김성재(2001) 김창수 등(2006)
	- e스포츠 확산으로 '디지털 강국' 이미지 제고	
	- 특기를 갖춘 e스포츠 전문인력 증가	박유진(2002)
	- e스포츠 관련 우수콘텐츠 판매 증가	이동만 등(2008)
	- e스포츠의 온라인 엔터테인먼트 효과	최현정(2004)
	- 신체 밸런스 유지등의 효과	김은미 & 최명구 (2006) 장미경 등(2004) 홍진스포츠(2008)
	- 여가시간 활용	
	- 스포츠 재활치료 효과	
	- 입체영상으로 실감나는 현장감 연출	
- 스트레스 완화		
- 심신(몸과 마음) 안정 효과		

### 3.2 측정 항목개발 및 설문지 구성

본 연구의 설문 문항은 5개 부분으로 구성되었다. 먼저 안내문과 설문작성 방법, 설문을 위한 일반적인 사항에 관하여 기술하고, 이어서 e스포츠 비즈니스의 정책적요인, 관리적요인, 기술적요인, 이용효과에 대하여 각각 20문항으로 작성하였다. 사용된 변수의 측정항목은 선행연구에서 신뢰성과 타당성을 확보한 설문문항들을

이용하여 작성하였으며, 조사대상의 일반적 특성을 제외한 연구변수들의 측정항목은 5점 리커트 척도를 사용하여 측정하였다. 본 연구의 특징은 e스포츠 비즈니스로서 이미 청소년층에 널리 확산되면서 참여 인구가 두터운 온라인게임 분야와 e스크린 골프, 그리고 e스크린 승마등과 같은 복합 e스포츠 비즈니스 영역을 집중적으로 조명하였다.

그러나 이 분야는 선행연구가 미미한 실정으

로 관련업계의 일부 자료와 e스포츠에 관련된 기존 연구 자료들을 참고로 하여 설문 문항을 구성하였다.

본 연구의 핵심 과제인 설문을 통한 정교화 과정이 요구됨에 따라서 측정항목을 구체화하고 연구모형별 특성을 파악하기 위하여 2009년 1월 중에 e스포츠 시설 운영자 및 기업계, 학계, 일반인들을 대상으로 인터뷰를 실시하였다. 인터뷰 방법은 대상자에 대한 대면 인터뷰, 원거리 대상자인 경우는 문항 초안을 팩스 송부와 아울러 우선상 인터뷰로 보완하였다. 실시된 인터뷰 내용을 기업계와 일반인으로 구분하여 정리하면 다음과 같다. 먼저 e스포츠 시설 운영자 및 기업계의 인터뷰를 정리하면 핵심 변수인 기확성, 사업성, 이용료의 적절성, 광고/홍보 분야를 e스포츠 관련 설문 문항으로 제안하였다. 그리고 21세기 유망산업인 e스포츠 비즈니스의 주요성공요인 분석을 위한 정책적, 관리적, 기술적 요인과 이용효과를 연구모형으로 설정한 것은 매우 적절하다는 의견이 있었다. 또한 학계와 일반인들은 대중성, 오락성, 발전가능성을 제시하였는데, 특이할 점은 e스포츠가 정확히 무슨 뜻인지 알 수 있도록 예를 들어 기술하였으면 하는 의견과, 여가 문화에 대한 대중의 인식변화에 초점을 맞춘 설문 문항을 추가로 삽입했으면 좋겠다는 의견, 긍정적인 문항 위주로 기술하되 의문형은 피하면 좋겠다는 견해, e스포츠 비즈니스의 향후 발전가능성에 대한 고객들의 반응을 압축하여 설문 문항에 포함되었으면 하는 의견도 있었다. 그 동안의 인터뷰 결과를 기반으로 일부 설문 문항을 수정 보완하여 설문지를 최종 확정된 다음 설문데이터를 수집하였다.

### 3.3 설문 자료수집

설문지는 크게 5가지 영역으로, 우선 응답자의 일반적인 사항과 e스포츠 비즈니스의 정책적, 관리적, 기술적 성공요인과 이용 효과에 관련된 설문 문항으로 구성되었다. e스포츠를 경험해 본 이용자들을 중심으로 현재 e스포츠를 통하여 어떠한 이용효과가 있었는지, 향후 e스포츠 산업의 발전방향으로 어떻게 정책적인 지원이나 제도개선이 이루어져야 하는지, e스포츠 산업의 수익 다각화를 위한 홍보, 프로그램 개발, 기술 교육 등에 어떠한 견해를 갖고 있는지를 파악하고자 설문지를 배부하게 되었다. 본 설문지 배부는 영남지역에 소재한 스크린골프 Shop, 스크린승마 Shop, PC방, 은행, 중고등학교, 일반인, 대학교, 직업학교 및 학원수강생들에게 2009년 1월15일부터 3월14일까지 2개월간 1,450부를 배부하였으며, 이중 384부가 회수되어 26.5%의 회수율을 보였다. 회수된 설문지를 집계한 결과 e스포츠 미경험자로 응답을 중단한 160부와 불성실한 응답설문지 16부를 제외하고 최종 208부(이용률 54%)를 실증분석 데이터로 사용하였다.

### 3.4 실증 분석

본 연구에서는 설문문항의 일반적인 사항인 인구통계학적 현황을 파악하고자 기술통계(Descriptive Statistics)분석을 실시하였고, 크롬바하 알파( $\alpha$ )를 이용한 e스포츠 비즈니스의 각 요인별 변수의 신뢰성 분석과 데이터 축소(Data Reduction) 요인분석에 기반을 둔 타당성 분석을 실시하였다. 그리고 본 연구모형에서 제시한 가설검증을 위해 회귀분석 등을 실시하고, 이를

위한 통계 패키지로 SPSS 12.0 을 사용하였다.

측정대상의 속성을 분류할 목적으로 명목척도(nominal scale)로 구성된 변수들을 분석한 인구통계학적 특성을 살펴보면 <표 5>과 같다. 성별 분포는 남자와 여자가 각각 53.8%와 46.2%로 나타났고, 연령별 분포는 21-30세가 61.1%, 31~40세 13.5%, 41~50세 13.0%의 순서로 나

타났다. 학력별 분포는 대졸과 대재 그리고 전문대졸 이하가 비교적 골고루 분포되었다. 직업분포는 학생 48.6%, 회사원 22.1%, 전문직 7.2%가 그 뒤를 이었다. 회원구분은 무료회원 32.2%, 정회원 13.9%, 준회원 9.1%등이 있다. 소득수준은 2천만 원 이하가 59.1%로 가장 높았으며, 2천~3천만 원 14.4%, 5천만 원 11.5%로 나타났다.

<표 5> 인구통계학적 특성

구 분		빈도수 (명)	구성비율 (%)	구 분		빈도수 (명)	구성비율 (%)	
성별	남자	112	53.8	학력	고졸이하/고졸	27	13.0	
	여자	96	46.2		전문대 재학/졸업	31	14.9	
연령	20세이하	8	3.8		대재	101	48.6	
	21-30세	127	61.1		대졸	49	23.6	
	31-40세	28	13.5		회원 구분	정회원	29	13.9
	41-50세	27	13.0			준회원	19	9.1
	51세이상	18	8.7	쿠폰제회원		1	0.5	
직업	학생	101	48.6	무료회원		67	32.2	
	회사원	46	22.1	기타		80	38.5	
	공무원	4	1.9	소득 (년)	2천만원 이하	123	59.1	
	전문직	15	7.2		2-3천만원	30	14.4	
	자영업	6	2.9		3-5천만원	13	6.3	
	주부	10	4.8		5천만원 이상	24	11.5	
	기타	26	12.5		무응답	18	8.7	

본 연구에서는 총 80개의 설문 문항 중 50개 문항이 이론구조에 맞지 않게 적재되어 이를 제거하고 최종적으로 정책적요인 8개, 관리적요인 5개, 기술적요인 8개, 이용효과 요인 9개를 포함한 총 30개 문항을 분석에 이용하였다. 아래의 <표 6>은 잘못 적재된 모든 변수를 제거하고 난

후의 분석결과이다. 요인적재량 기준은 일반적으로  $\pm 0.3$  이상이면 된다고 하지만 좀 더 보수적인 기준으로  $\pm 0.4$  이상으로 보는 것이 지배적이다 (Nunnally & Bernstein, 1994). <표 6>의 분석결과에서는 모든 요인적재량이 0.4 이상의 수치를 보이고 있다.

<표 6> 회전된 성분행렬 분석결과

요 인	성 분			
	1	2	3	4
G516	.716	.111	.023	.121
G504	.710	.167	.181	-.122
G518	.699	.206	.105	.208
G517	.679	-.023	.037	.305
G521	.631	.256	.091	.229
G506	.572	.244	.048	.324
G515	.567	.015	.042	.377
G505	.551	.230	.273	.149
G511	.439	.348	.394	.033
F416	.101	.800	.174	.152
F417	.185	.771	.012	.083
F419	.042	.752	.172	.143
F414	.318	.597	.258	.221
F420	.257	.583	.299	.069
F411	.068	.555	.276	.288
F413	.354	.555	.190	.171
F415	.459	.505	.106	.077
D208	.098	.206	.741	.024
D209	.107	.073	.696	-.061
D211	.107	.115	.685	.296
D206	-.121	.098	.667	.306
D202	.160	.039	.655	.185
D201	.322	.215	.587	-.056
D207	-.032	.357	.574	.179
D218	.182	.400	.567	.081
E317	.193	.134	-.001	.720
E315	.101	.115	.188	.649
E314	.160	.242	.127	.631
E313	.293	.154	.093	.617
E316	.289	.155	.318	.556

※<참고> D; 정책적요인, E; 관리적요인, F; 기술적요인, G; 이용효과



위와 같은 요인분석 과정은 측정대상의 속성에 순위를 부여하는 등간척도(interval scale) 방법을 사용하였으며, 측정변수는 척도 순환과정을 통하여 일부항목을 제거하였다. 모든 측정변

수는 구성요인을 추출하기 위하여 주성분 분석(principle component analysis)을 사용하였으며, 요인 적재치의 단순화를 위하여 직교회전방식(varimax)을 채택하였다. 요인 적재치는 각 변수

<표 7> e스포츠 비즈니스의 주요 성공요인 신뢰도 분석결과

개 념	요 인	요인분석		신뢰도		고유값	분산 설명력
		변수명	요인 적재량	Alpha if Item Deleted	Cronbach α		
e스포츠 비즈니스 의 주요 성공 요인	정책적 요인	D208	.741	.823	.850	4.516	15.053
		D209	.696	.838			
		D211	.685	.825			
		D206	.667	.833			
		D202	.655	.836			
		D201	.587	.835			
		D207	.574	.833			
		D218	.567	.831			
	관리적 요인	E317	.720	.720	.773	4.293	14.311
		E315	.649	.739			
		E314	.631	.726			
		E313	.617	.737			
		E316	.556	.736			
	기술적 요인	F416	.800	.846	.872	4.163	13.878
		F417	.771	.855			
		F419	.752	.856			
		F414	.597	.851			
		F420	.583	.860			
		F411	.555	.865			
		F413	.555	.857			
		F415	.505	.863			
이용 효과	이용 효과 요인	G516	.716	.845	.862	3.000	9.998
		G504	.710	.849			
		G518	.699	.840			
		G517	.679	.844			
		G521	.631	.843			
		G506	.572	.845			
		G515	.567	.853			
		G505	.551	.850			
		G511	.439	.854			

<표 8> 다중 회귀분석결과 모형(b) 요약표

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차	Durbin-Watson
1	.658(a)	.433	.425	.51637	1.866

a : 예측값 (상수) = 정책적 요인, 관리적 요인, 기술적 요인, b : 종속변수 = 이용효과 요인

와 요인간의 상관관계의 정도를 나타낸다. 그러므로 각 변수들은 요인적재치가 가장 높은 요인에 속하게 된다. 또한 고유 값은 특정 요인에 관련된 표준화된 분산(standardized variance)을 가리킨다. 일반적으로 문항의 선택기준은 고유값(eigen value)은 1.0 이상, 요인 적재치는 0.40 이상이면 유의한 변수로 간주하여 0.50이 넘으면 아주 유용한 변수로 본다. 따라서 본 연구에서는 이들의 기준에 따라 고유 값이 1.0 이상, 요인 적재치가 0.40 이상을 기준으로 하였다.

e스포츠 비즈니스의 주요 성공요인 분석에 따른 신뢰도 측정결과 정책적 요인의 Cronbach  $\alpha$  값은 0.850, 관리적요인 0.773, 기술적요인 0.872, 이용효과요인이 0.862로 나타났다. 따라서 각 요인별 신뢰도에 나타난 Cronbach  $\alpha$  값이 0.77이상으로 주요 구성요소를 측정하는 도구로 충분히 받아들일 수 있는 것으로 나타났다. <표 8>은 독립변수와 종속변수간의 상관관계가 0.658로 나타나 다소 높은 상관관계를 보이고 있

다. 그리고  $R^2=.433(43.3\%)$ 으로 나타났는데, 이는 독립변수인 정책적 요인, 관리적 요인, 기술적 요인이 종속변수인 이용효과 요인에 대한 전체 설명력을 나타내는 것이다. Durbin-Watson 는 1.866의 수치로 나타났는데, 그 수치가 2에 가깝고 0 또는 4와 가깝지 않음으로 잔차들 간에 상관관계가 없어 회귀모형이 적합하다고 할 수 있다.

e스포츠 비즈니스의 정책적, 관리적, 기술적 성공요인은 e스포츠 비즈니스 이용효과에 정(+)의 영향을 미친다라는 가설1, 2, 3의 검정 결과는 다음과 같다. 정책적 성공요인이 e스포츠 비즈니스 이용효과에 미치는 영향은 유의확률(p값)이 .337이며  $p>.05$ 으로서 영향을 미치지 않는 것으로 나타나 가설1은 기각되었다. 그러나 관리적 성공요인의 t값은 5.544와 유의확률 0.000에서 가설2는 채택되었다. 기술적 성공요인 역시 t값이 5.494와 유의확률 0.000으로 가설3도 채택되었다. 즉, 정책적 요인을 제외한 관리적요인과

<표 9> 가설검증을 위한 회귀분석 결과

가설 및 경로		비 표준화		표준화	t	유의 확률	검증 결과
		B	표준오차	$\beta$			
가설1	정책적 요인 → 이용효과	.054	.056	.062	0.963	.337	기각
가설2	관리적 요인 → 이용효과	.330	.060	.346	5.544	.000*	채택
가설3	기술적 요인 → 이용효과	.327	.060	.370	5.494	.000*	채택
R=.658, $R^2=.433$ , 수정된 $R^2=.425$ , F=51.977, p=.000							

\*.p<0.05

기술적요인은 통계적 유의수준 하에서 e스포츠 비즈니스 이용효과에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 회귀모형은 F값이  $p=.000$ 에서 51.977의 수치를 보이고 있으며, 회귀식에 대한  $R^2=.433$ 으로 43.3%의 설명력을 보이는 것으로 나타났다. 공차한계(Tolerance)는 모두 0.1이상의 수치를 보이기 때문에 독립변수 간 다중공선성에는 문제가 없는 것으로 나타났다.

위와 같은 분석 결과에 따라서 e스포츠 비즈니스의 관 주도형 정책들은 이용효과에 큰 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 반면, e스포츠의 고급 브랜드 이미지 확산이나 e스포츠 비즈니스의 짧은 손익분기점 홍보, e스포츠 우량회원의 이탈방지 대책수립 등의 관리적 성공요인과, e스포츠 관련 기술교육, e스포츠 기기부속장치의 고급화, 우수 e스포츠 S/W개발 및 보급 등의 기술적 성공요인은 이용효과에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

e스포츠 비즈니스의 주요 성공요인에 영향을 미치는 각각의 변수요인을 정리하면 다음과 같다. 먼저, 정책적 성공요인은 이용효과에 크게 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 국제화 전략을 통한 e스포츠 시장 확대와 표준화된 e스포츠 규범마련, e스포츠 비즈니스의 협력체제 구축, 공인 프로 e스포츠 게이머 교육 및 육성, 우수 e스포츠 비즈니스 지원, e스포츠 육성전략 수립, 프로 e스포츠의 권위와 위상강화, e스포츠 업체와 대학 간 산학협동 확대등 관 주도로 시행되는 전시행정적인 측면에서 실적위주의 정책 및 일회성 행사계획 등은 e스포츠 이용효과와 관계가 없는 것으로 실증분석 결과 나타났다.

관리적 성공요인으로서 프랜차이즈 체인점 형태의 e스포츠 유통망 확대, e스포츠 우량회원

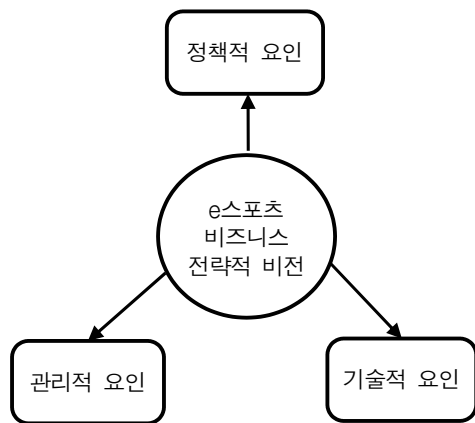
의 이탈방지 대책수립, e스포츠의 고급 브랜드 이미지 확산, e스포츠 비즈니스의 짧은 손익분기점 홍보, e스포츠 기기 조작법 교육 등이 e스포츠 비즈니스의 이용효과에 긍정적인 영향을 미치는 요인으로 나타났다.

기술적 요인으로는 우수 e스포츠 S/W개발 및 보급, e스포츠 CRM(고객관계관리) 시스템 구축, e스포츠기기 제작을 위한 핵심 기술 특허신청, e스포츠 이용고객 데이터의 체계적 관리, e스포츠를 위한 교습과정 프로그램화, 인터넷에서 고객정보 확인 기능지원, e스포츠 관련 기술교육과 e스포츠기기 부속장치의 고급화와 같이 누구나 사용하기 쉽고 재미있는 프로그램 개발을 위한 기술 축적과, 엔터테인먼트 요소를 접목한 복합 운동기기의 지속적인 업그레이드가 이루어짐으로서 성공적인 e스포츠 비즈니스 모델로 발전하면서 사용자의 이용효과가 향상될 수 있음을 알 수 있었다.

#### IV. 결론 및 시사점

본 연구는 지난 10여 년간 지속적인 성장가도를 달려 온 e스포츠 비즈니스의 구조조정과 시장 재편이라는 측면에서 양적 성장에 걸맞은 질적 성장을 위한 e스포츠 공동의 비전이 구축, 합의되어야 할 필요성이 제기되고 있다. 이러한 e스포츠 현안문제를 해결하고, 보다 안정적이고 장기적인 성장을 위해 e스포츠 주체들이 힘을 모을 수 있는 통일된 기본이념과 이를 구체화할 수 있는 슬로건 개발이 요구되고 있다. 따라서 본 연구에서는 e스포츠 비즈니스의 주요 성공요인과 이용효과와의 연관성 분석을 연구범위로 설

정하였다. 이를 위해 기존 문헌과 전문가 인터뷰 등을 통해 핵심 성공요인과 이용효과간의 관련성을 조사하기 위한 연구 모형을 설정하였으며 실증 분석을 통하여 본 연구의 주요한 결과를 요약하면 다음과 같다. 본 연구에서는 e스포츠 비즈니스의 특징을 사회문화적 측면에서 고찰해 보고, 비즈니스로서의 주요 성공요인들을 파악하여 21세기 지식정보화 사회에서 e스포츠 비즈니스가 정보기술에 기반을 둔 새로운 산업으로 도약하기 위한 전략적 비전을 실증연구결과에 근거하여 아래와 같이 제시하고자 한다.



<그림3> e스포츠 비즈니스 전략적 비전

첫째, e스포츠 비즈니스의 주요 성공요인으로 설정한 정책적 요인이 이용효과에 별다른 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 보다 진일보한 문화적인 측면에 예술적인 가치와 IT를 접목한 새로운 개념의 e스포츠가 자연발생적으로 생산되어지고 유통되는 일반적인 환경 하에서 보다 시장이 확대되고, 관련 산업도 함께 성장하는 것으로 나타났다.

둘째, 관리적 측면에서의 성공요인은 e스포츠 유통망 확대로서, 젊은 층에 폭발적 인기를 누리

고 있는 스타크래프트등, 온라인 게임이 PC방을 통하여 단기간에 확산됨에 따라서 세계적으로도 유투를 찾기 힘들 정도의 붐이 조성되고, e스کر린골프 등의 복합 e스포츠도 가맹점 형태로 지속적으로 개설됨에 따라서, 매출액 대비 국내영화 시장을 추월하여 신산업으로 성장하고 있다. 또한 e스포츠 우량회원의 이탈방지와, e스포츠의 브랜드 이미지 확산과 같은 관련 소재 산업의 유통관리와 e스포츠 비즈니스의 짧은 손익분기점 홍보 등이 이용효과와 밀접한 상관관계가 있는 것으로 밝혀졌다.

셋째, 기술적 요인으로는 세계최고 수준의 IT 인프라 환경에서 고부가가치 e스포츠 콘텐츠를 생산할 수 있는 잠재능력과 인터넷을 활용한 CRM 시스템 구축등과 같이 고객을 최우선적으로 생각하고, 고객들이 정보를 정확하고 신속하게 어느 장소에서나 얻을 수 있는 분위기를 조성함으로써 e스포츠 이용효과에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다.

e스포츠가 글로벌 콘텐츠로 육성되기 위해서 글로벌화를 위한 주체들의 육성 의지와 실천이 핵심이다. e스포츠의 글로벌 콘텐츠화를 위한 현안과제로는 첫째, 국제e스포츠연맹을 중심으로 조직개편 및 글로벌 위상이 제고되어야 하고, 둘째, 국제대회와 안정적 대회 개최 지원이 필요하며, 셋째, 글로벌 콘텐츠 기반조성과 대중화를 위한 국내 e스포츠 조직력 강화가 필수적이며, 넷째, 프로 중심의 e스포츠를 아마추어 분야로 확대 개편할 필요가 있으며, 다섯째, e스포츠의 한정적인 종목의 다양화와, 여섯째, e스포츠대회의 종목 편향과 방송편성, 일곱째, 게임산업과의 연계 부족 해결 방안, 여덟째, 세계게임시장 흐름에 부응하는 전략적 게임 개발, 그리고 다양한

e스포츠용 게임 콘텐츠 개발 및 참여등이 있다. 끝으로 본 연구의 실증결과를 바탕으로 e스포츠 콘텐츠 개발업자, e스포츠 콘텐츠 유통사업자, 방송사업자, 대학의 관련학과, 인터넷을 통하여 콘텐츠를 제공하는 정보제공 사업자 (Information Provider)등 e스포츠 비즈니스 관련 사업 주체들의 전략적 제휴와 연계를 통하여 콘텐츠를 이용하는 고객과 함께 상생할 수 있는 비즈니스를 창출하여야 할 것이다. 아울러 본 연구 결과에서 긍정적 영향을 미친 관리적 요인과 기술적 요인은 위에서 언급한 다양한 분야의 사업자들에게 내부적 평가지침을 마련하는데 도움을 줄 수 있을 것이며, 전략적인 관점에서 본 연구는 비즈니스의 핵심역량(Core Competence)이 있는 분야가 어디이고, 서비스 개선이 필요한 분야가 무엇인지를 파악할 수 있는 지침으로 활용할 수 있을 것이다. 그에 덧붙여 적극적 이용자들이나 충성도가 높은 이용자들로부터 문제가 제기되는 즉시, 해결의 실마리를 신속하게 찾을 수 있는 방법도 모색해 볼 수 있을 것이다. 마지막으로 본 연구의 한계점을 살펴보면 먼저 설문참여자를 e스포츠를 경험한 사람들로 제한을 둬 따라 표본수가 현격히 감소되었으며, 응답자 분포가 e스포츠를 선호하는 젊은 층이 주류를 이루고 있기 때문에 보다 폭넓은 계층의 응답을 충분히 확보하지 못하였다. 향후 연구에서는 다양한 계층의 대상자들을 대상으로 보다 충분한 응답에 기반하여 e스포츠 비즈니스 이용자별로 심도있는 분석이 요구된다. 아울러 e스포츠 비즈니스에 대한 학술적, 산업적, 정책적 분야에서 세분화된 심층적인 연구와 본 연구에서 고려하지 못한 사회적, 문화적 요인들에 대한 추가적인 연구도 요구된다.

## 참고문헌

- 권재환, 이은희, “판별분석을 이용한 게임중독 청소년들의 심리적 사회환경적 특성 예측,” 한국심리학회지, 제10권, 제1호, 2005, pp.95-112.
- 김경오, 박창범, 임수원, “사이버스포츠 게임 참가 대학생의 스포츠 소비행동에 미치는 영향,” 한국스포츠사회학회지, 제17권, 제1호, 2004, pp.139-154.
- 김문화, “뉴 스포츠 콘텐츠의 개발 방향,” 체육과학연구원세미나 자료, 2000.
- 김민호, “PC 스포츠게임이 초등학교생의 스포츠 참여에 미치는 영향,” 서울교육대학교 교육대학원, 석사학위논문, 2003.
- 김성재, “스포츠 산업정보를 활용한 인터넷 사회화 모델 개발,” 중앙대학교 대학원, 박사학위논문, 2001.
- 김수경, “PC통신 스포츠 동호회의 상호작용과 생활체육 참여에 관한 연구,” 국민대학교 교육대학원, 석사학위논문, 2000.
- 김시소, “국내 온라인게임 e스포츠를 타고 - 세계로 세계로,” 게임메카, 2008. 8월호 2008.
- 김용만, 이승철, 이준원, “인터넷 스키 동호회의 커뮤니티 몰입과 성과에 미치는 영향,” 한국체육학회지, 제43권, 제6호, 2004, pp.633-642.
- 김은미, 최명구, “청소년의 여가활동과 행복과의 관계,” 한국아동교육학회지, 제16권, 제1호, 2006, pp.155-172.
- 김태훈, “디지털미디어 시대에 따른 스포츠 패러다임 변화에 관한 연구,” 용인대학교 대

- 학원, 박사학위논문, 2006.
- 김창수, 김민철, 김승욱, 문태수, 윤중수, 윤한성, e-비즈니스 원론, 법문사, 2009.
- 김창수, 조은석, 성기욱, “e-비즈니스 주요 성공 요인과 성과와의 관련성에 대한 실증 연구,” *Information Systems Review*, 제8권, 제3호, 2006, pp.39-64.
- 남영욱, 이상준, “청소년의 인터넷 게임중독 위험이 공포불안에 미치는 영향에 대한 보호요인의 보상효과와 완화효과,” *청소년학연구*, 제13권, 제2호, 2006, pp.143-165.
- 대구디지털산업진흥원, “체감형 가상 스포츠콘텐츠 개발사업설명회,” 대구디지털산업진흥원, 2010.
- 박용재, 정경수, “e-비즈니스 발전단계에 따른 경쟁전략과 e-비즈니스 성과와의 관련성 분석,” *정보시스템연구*, 제16권, 제2호, 2007, pp.1-33.
- 박유진, “여가경험과 여가정체성 현출성이 여가 및 생활만족에 미치는 영향,” 중앙대학교 대학원, 박사학위논문, 2002.
- 박종근, “문화콘텐츠산업으로서 e-스포츠의 글로벌 산업화 발전전략,” *경영학연구*, 제36권, 제6호, 2007, pp.1545-1579
- 박태희, “고등학생의 e-스포츠 게임 참가가 스포츠참여에 미치는 영향,” 국민대학교 교육대학원, 석사학위논문, 2006.
- 서구원, 이철영, 이효례, “e-스포츠 참여유형과 관심도에 따른 e-스포츠 스폰서십 효과의 실증적 연구,” *광고학연구*, 제17권, 제4호, 2006, pp.189-215.
- 송원임, “컴퓨터 게임 문화가 초등학생의 생활양식에 미치는 영향,” 한국교원대학교 대학원, 석사학위논문, 2001.
- 송해룡, 디지털커뮤니케이션과 스포츠콘텐츠, 커뮤니케이션북스, 2001.
- 송해룡, 스포츠콘텐츠와 데이터 방송의 모델에 관한 조사, 정보통신산업진흥원, 2001.
- 송해룡, “e-스포츠의 성장과 기업커뮤니케이션,” *게임산업저널*, 통권9호, 2005, pp.58-81
- 신호균, 안치늬, “우리나라 기업의 e-비즈니스 발전 단계별 성공요인에 관한 연구,” *정보시스템연구*, 제14권, 제1호, 2005, pp.67-85.
- 이동만, 안현숙, 김효정, “e-비즈니스 채택요인과 성과에 관한 대기업과 중소기업의 차이 분석,” *정보시스템연구*, 제17권, 제4호, 2008, pp.157-180.
- 이안재, 고정민, “e스포츠 산업의 현황과 발전방안,” *Issue Paper*, 2005a, pp.23-53.
- 이안재, 고정민, “신산업으로 발돋움하는 e스포츠,” *CEO Information*, 제520호, 2005b, pp.5-20.
- 이에리사, “고등학생의 사이버 스포츠게임 참가와 스포츠 참여 및 여가만족의 관계,” *한국체육교육학회지*, 제8권, 제1호, 2003, pp.178-190.
- 이연주, 김동진, 조남용, “스키 인터넷 동호회 가입과정,” *한국체육학회지*, 제24권, 제5호, 2003, pp.412-430.
- 장미경, 이은경, 장재홍, 이자영, 김은영, 이문희, “게임장르에 따른 게임중독, 인터넷 사용욕구 및 심리사회 변인 간의 관계,” *한국심리학회지*, 제16권, 제4호, 2004, pp.705-722.

- 정두식, “e스포츠 육성방안에 관한 실증적 연구,” 산업경제연구, 제23권, 제6호, 2001, pp.3313-3332.
- 정청래, “스포츠로서의 e스포츠의 위상강화,” 국회의원 정책자료집 III, 2005.
- 조송현, 김재운, 홍석표, “고등학생의 PC 스포츠 게임 참가를 통한 여가만족에 영향을 미치는 결정요인에 관한 연구,” 한국사회체육학회지, 제18권, 제1호, 2002, pp. 839-848.
- 중앙일보, “세계와 접속한다 - 온라인게임 대표,” [http://article.joinsmsn.com/news/article/article.asp?total\\_id=4165836](http://article.joinsmsn.com/news/article/article.asp?total_id=4165836), 2010.5.12
- 한국고용정보원, “IT산업의 직업변동 연구,” 한국고용정보원, 2008.
- 한국게임산업진흥원, 한국게임산업진흥원업무보고, 2008.
- 한국콘텐츠진흥원, “e스포츠 기본개념과 사회문화적 가치조명,” 2010.
- 한은경, 스포츠사이트의 e-마케팅 전략에 관한 연구, 정보통신산업진흥원, 2002.
- 허현미, 전선헌, “지식 정보사회에서의 인터넷과 스포츠: 사이버스포츠 레저시장의 활성화 방안,” 한국스포츠사회학회지, 제14권, 제2호, 2001, pp.693-708.
- 최나야, 한유진, “충동성, 부모와의 의사소통 및 인터넷 게임에 대한 기대가 아동, 청소년의 게임 중독에 미치는 영향,” 한국가정관리학회지, 제24권, 제2호, 2006, pp.209-219.
- 최현정, “국내 e스포츠의 생성과 발전에 관한 연구,” 성균관대학교 언론정보대학원, 석사학위논문, 2004.
- 황주성, “방송통신융합의 철학적 기반과 가치,” 언론과학연구, 제9권, 제4호, 2009, pp.671-704.
- 홍진스포츠, “Magic Horse,” 홍진스포츠(주), 2008.
- Arnseth, H.C., "Learning to Play or Playing to Learn - A Critical Account of the Models of Communication Informing Educational Research on Computer Gameplay," *Game Studies*, URL (consulted February), Vol.6, No.1, 2007, <http://www.gamestudies.org/0601/articles/arnseth>.
- Beard, J. G., and Ragheb, M. G., "Measuring Leisure Satisfaction," *Journal of Leisure Research*, Vol.12, No.1, 1980, pp.20-33.
- Butler., and Brian Scott., *The Dynamic of Cyber Space: Examining and Modelling Online Social Structure*, 1999.
- Castronova, E., "On the Research Value of Large Games: Natural Experiments in Norrath and Camelot," *Games and Culture*, Vol.1, No.2, 2006, pp.163-86.
- De Souza e Silva, A. and G.C. Delacruz, “Hybrid Reality Games Reframed: Potential Uses in Educational Contexts,” *Games and Culture*, Vol.1, No.3, 2006, pp.231-251.
- Drachen A. and Canossa A., "Analyzing Spatial User Behavior in Computer Games Using Geographic Information Systems," *Mindtrek (ACM conference)*, 2009.
- Jenkins, H., *Games, The Lively New Art*, in J.

- Raessens and J. Goldstein (eds), *Handbook of Computer Game Studies*, MA: MIT Press, Cambridge, 2005.
- Kenyon, G. S., *Sport Involvement: A Conceptual Go and Some Consequences there of*, Chicago: Athletic Institute, 1969, pp.77-100.
- Kline, S., N. Dyer-Witthford and G. de Peuter, *Digital Play: The Interaction of Technology, Culture and Marketing*, Montreal: McGill/Queen's University Press, 2003.
- Lastowka, G., "Law and Games Studies," *Games and Culture*, Vol.1, No.1, 2006, pp.25-28.
- Nunnally, J. C., and Bernstein, I. H., *Psychometric Theory*, McGraw-Hill, New York. 1994.
- Prensky, M., *Computer Games and Learning: Digital Game-Based Learning*, in J. Raessens and J. Goldstein (eds) *Handbook of Computer Game Studies*, MA: MIT Press, Cambridge, 1994.
- Schneider, and Edward Francis, *The Effect of Story Element in Violent Video Games*, Indiana University, 2001.
- Sternberg, and Janet Lynn, *Misbehavior in Cyberplace: The Regulation of Online Conduct in Virtual Communities on the Internet*, New York University, 2001.
- Van de Graaf, S. and D.B. Nieborg, "Together We Brand: America's Army," *Level Up Conference Proceedings*, Digital Games Research Association, University of Utrecht, 2003.
- Zwick, D. and Dieterle, O., *The E-Business of Sport Sponsorship*, Global Sport Sponsorship, Editors by Amis, J. and Cornwall, T. B., 2005, pp.127-145.
- Witwer, and Julia Lynn, *Surface tension: The Operation of the Screen in Computer and Console Video Games*, University of California, Irvine, 2003.
- www.mct.go.kr: 문화체육관광부.
- www.gameinifity.or.kr: 한국게임산업개발원.
- www.e-sports.or.kr: 한국e스포츠협회



### 이경진(Kyung-Jin Lee)



저자는 영남대학교에서 경영학석사학위를 취득하고 현재 동 대학교에서 경영학 박사과정 중에 있다. 영남대학교와 경북대학교에 출강하였으며, 경북테크노직업전문학교를 설립하여 강사 및 대표이사를 역임하였고, 일반무역 및 e-비즈니스 사업체인 유니테크를 운영 중에 있다. 주요 연구분야로는 인터넷 비즈니스, 모바일 커머스, 소셜 네트워크 서비스, 모바일 클라우드 등이 있다.

### 김창수(Chang-Su Kim)



저자는 영국 London School of Economics (LSE)의 정보시스템학과(Information Systems Department)에서 전자상거래 박사학위를 취득하고, 현재 영남대학교 경영학부 교수로 재직하고 있다. 미국 University of Texas at Austin의 McCombs Business School과 영국 런던대학교(University of London)의 School of Computer Science & Information Systems, 그리고 미국 Carnegie Mellon University의 School of Computer Science에서 객원교수를 역임하였다. 주요 연구분야는 디지털 비즈니스, 유비쿼터스 컴퓨팅 그리고 정보시스템 분석 및 설계이다.

<Abstract>

## **An Empirical Study on the Relationship between the Key Success Factors and the Usage Effect of the e-Sports Business**

Kyung-Jin Lee · Chang-Su Kim

The purpose of this paper is to present an overview of the characteristics of the e-sports business at a crucial point in the era of information and knowledge. That is, an investigation was conducted surrounding the key success factors of e-sports as a newly growing industry, and the relationship between the key success factors and the usage effect. In order to do this, the key success factors were extracted from interviews with e-sports experts in conjunction with a survey that was conducted to gather empirical data. The key points of the statistical analysis of the survey are as follows. First, the success factors of a policy do not have a significant effect on the usage. Second, some administrative success factors of the e-sports business include the distribution of e-sports in the form of franchise chain, the establishment of policies to prevent the excellent members of e-sports from seceding, making a good impression as a high-class sport, the frequent notice of the break-even point, and educating people on how to use the e-sports machine. Third, the development and distribution of excellent e-sports software was analyzed as a technical success factor of the e-sports business. Finally, there is no doubt that results of this study can be used to facilitate the growth of the e-sports business as a new industry related to the IT industry.

**Key Words** : e-Sports Business, Success Factors, Policy, Administrative, Technical, Usage Effect

\* 이 논문은 2011년 2월 23일에 접수되어 1차수정(2011년 3월 18일), 2차수정(2011년 5월 3일)과 3차수정(2011년 5월18일)을 거쳐 2011년 5월 19일 게재 확정되었습니다.