

모바일 동영상 서비스 사용다양성과 사용정도에 영향을 미치는 요인 연구

김민정
숙명여자대학교 소비자경제학과

A Study on the factors on use diversity or usage of mobile video services

Min-Jeong Kim

Dept. of Consumer Economics, Sookmyung Women's University

요약 본 연구는 IPTV 가입여부, DMB 시청여부, 지상파 방송 콘텐츠 제공여부, 모바일 동영상 서비스의 6가지 속성별 만족도(콘텐츠 다양성, 화질, 재생품질, 부가서비스, 이용편리성, 데이터소모량)가 모바일 동영상 서비스 사용다양성과 사용정도에 각각 어떤 영향을 미치는지를 살펴보았다. 분석 결과 IPTV 가입여부, DMB 시청여부, 지상파 방송 콘텐츠 제공여부는 모바일 동영상 서비스 사용다양성에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 지상파 방송 콘텐츠 제공여부, 재생품질 만족도는 모바일 동영상 서비스 사용정도에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그러므로 모바일 동영상 서비스에서 지상파 방송 콘텐츠 제공여부가 핵심요소를 확인하였다. 이러한 결과를 바탕으로 시사점과 한계점을 제시하였다.

주제어 : 모바일 동영상 서비스 사용다양성/사용정도, IPTV, DMB, 지상파 방송 콘텐츠, 속성별 만족도

Abstract This study analyzes factors that influence use diversity or usage of mobile video services. This study conducts multiple regression analysis to draw the major factors that affect use diversity or usage of mobile video services. The major findings of this study are as follows. First, IPTV membership status, DMB watching status, and TV contents broadcasting status affect the use diversity of mobile video services. Second, TV contents broadcasting status and video streaming quality affect the usage of mobile video services. This study provides some implications that TV contents broadcasting is a core element in mobile video services. The future research is discussed.

Key Words : use diversity/usage, IPTV, DMB, TV contents, attribute level satisfaction

1. 서론

전통적인 TV 중심이었던 전 세계 미디어 지형은

Netflix, Hulu, Youtube 등 주요 인터넷 동영상 서비스들의 경쟁력을 기반으로 인터넷 동영상 서비스로 점차 변
화해가고 있다. 인포마 텔레콤 & 미디어(Informa

* 이 논문은 2015년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2015S1A5A8018493)

Received 28 December 2015, Revised 30 January 2016

Accepted 20 February 2016, Published 28 February 2016

Corresponding Author: Min-Jeong Kim

(Sookmyung Women's University)

Email: min-jeong.kim@sm.ac.kr

ISSN: 1738-1916

© The Society of Digital Policy & Management. All rights reserved. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0>), which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

Telecoms & Media)는 인터넷 동영상 서비스 시장규모가 2012년 102억 달러에서 2017년에는 270억 달러에 이르고 TV 매출에서 차지하는 인터넷 동영상 매출도 2017년에는 8%에 이를 것으로 전망했다[1]. 이러한 인터넷 동영상 사업자들은 과거 PC와 노트북 기반의 인터넷 동영상 서비스를 제공하였지만 모바일의 기술적 진화 덕분에 자사의 인터넷 동영상을 스마트폰 기반으로 출시하기 시작하였고 현재 모바일을 통한 동영상 시청 행태가 증가하고 있다는 조사결과들은 전 세계적으로 나타나고 있다[2].

국내에서 2013년 5월 시행한 모바일 미디어 소비자 정량조사[3]에 따르면 국내 이동통신 이용자 2326명 중 방송/영상 시청시 TV를 통한 시청이 61.9%로 아직 압도적이지만 스마트폰 20.5%, PC/노트북 16.4% 등 모바일 기기의 비중이 증가하고 있으며 또한 TV시청을 위한 2^대기 기로서의 스마트폰의 비중은 59.8%에 달할 정도로 의존도가 크게 증가하고 있어 모바일이 전통적 TV를 보완하는 역할로서의 중요도도 증가함을 볼 수 있다. 이와 같이 거실 TV보다 손안의 TV를 즐겨쓰는 모바일족이 급증함에 따라 국내의 IT 기업들도 모바일 동영상 서비스를 경쟁적으로 제공하고 있다. 본 논문에서는 모바일 동영상 서비스를 DMB처럼 무료로 동영상 서비스를 사용하지 못하고 데이터 네트워크 사용에 따른 요금 또는 월정액 등을 지불해야 하는 서비스로 제한한다. 대표적인 모바일 동영상 서비스인 Youtube는 우리나라 국민 10명 중 6명이 사용하는 것으로 조사되었다[4]. 국내에서 개발한 모바일 동영상 서비스로는 통신사에서 제공하는 모바일 IPTV(Internet Protocol Television), 케이블 TV 방송사가 제공하는 TVing, 지상파 공동 모바일 TV인 p00q, 네이버 TV 캐스트 같은 대형포털사이트의 웹TV, 실시간 방송위주의 아프리카 TV 등이 있다. 이중 통신사가 제공하는 모바일 IPTV의 유료가입자는 총 500만명에 달하며 TVing, p00q까지 포함하면 모바일 TV족은 600만이 넘을 것으로 추정되고 있다[5]. 그러나 2011년부터 출시한 모바일 IPTV 서비스를 포함한 모바일 동영상 유료가입자가 600만명이라는 사실은 거실 TV에서 손안의 TV로 TV 사용 행태의 패러다임이 변화하고 있기는 하지만 여전히 무료로 제공되는 모바일 동영상 서비스 위주로 국내 시장은 진행되고 있다는 것을 보여준다.

이렇듯 유료 모바일 동영상 서비스의 활성화는 쉽게

이루어지지 않고 있는데 그 이유를 업계 관계자는 세가지로 정리하였다[6]. 첫째, 여전히 공짜 DMB가 있기 때문에 스마트폰은 동영상 서비스를 이용하는 게 익숙하지 않고, 둘째, 무료 제공 데이터가 넉넉하지 않기 때문에 상대적으로 대용량인 동영상 서비스를 마음 놓고 사용하기 어려우며, 셋째, 동영상 콘텐츠는 아직까지 불법 다운로드가 많아 유료 결제를 꺼리는 경향이 있다는 것이다. 이 세가지 모두 요금에 관련된 내용임을 알 수 있다.

이렇게 볼 때 모바일 동영상 서비스 사용을 이해하기 위해서는 사용에 영향을 미치는 요인들을 함께 살펴보는 것이 중요하다고 할 수 있다. 그럼에도 불구하고 모바일 동영상 서비스에 대한 소비자의 사용행태 및 사용에 영향을 주는 요인에 대한 연구는 많이 이루어지지 않은 상황이다. 이에 본 연구는 모바일 동영상 서비스 사용다양성과 사용정도에 영향을 미치는 요인들을 파악해보고자 한다.

2. 이론적 배경

모바일 동영상 서비스는 동영상 서비스를 제공함에 있어서 TV에서 인터넷으로, 인터넷에서 다시 모바일로 미디어의 기술적 진화를 보여주고 있는데 이렇게 미디어가 등장할 때마다 새로운 미디어를 이용하는 사람들의 수용성에 대한 연구는 이용충족(use and gratification) 이론의 접근방법을 적용해왔다[7]. 즉 다양한 미디어 분야에서 이용충족에 대한 이론적 연구들은 TV[8,9], 인터넷[10,11], 그리고 모바일[12]에 이르기 까지 새로운 매체의 이용 동기에 대해 고찰하였다. 그러므로 하나의 서비스가 새로운 매체를 통해 제공될 때 이용 동기는 기존 이용 동기를 재확인하면서 새로운 매체의 이용 동기들을 포괄하는 방식으로 동기 목록이 확장될 수 있다. 예를 들어 모바일 서비스의 특성은 기존 TV 이용자들의 이용 동기인 시간보내기, 오락, 정보추구[9]에 모바일의 이용 동기[12]인 이동성, 즉시성, 도구성을 포함하여 종합한 것이라고 할 수 있다. 이미향[13]은 모바일 방송(DMB)의 이용 동기에 대한 연구에서 위와 유사한 결과를 제시하였는데 모바일 방송의 이용 동기는 기존의 방송매체 이용 동기에 이동성과 개인성, 휴대성이 추가되어야 한다는 점을 강조하였다. 성동규와 임성원[14]은 위성 DMB

방송에 대한 이용 동기를 도구적 지식추구, 다채널 접근추구, 경제적 접근추구, 유희적 오락추구, 휴대적 접근추구, 보도적 환경감시 등으로 세분화하여 제시하였는데 이 결과에서 보듯이 기존 TV의 이용동기인 도구적 지식추구, 유희적 오락추구에 모바일의 이용동기인 휴대적 접근추구가 포함된 것을 볼 수 있다.

모바일 동영상 서비스 이용시 영향을 미치는 요인에 대한 연구로는 모바일 동영상 서비스의 하나의 종류인 모바일 IPTV 이용시 고려사항에 대해 조사한 연구[15]가 있는데 연구 결과 모바일 IPTV 이용시 가장 큰 영향을 미친다고 응답한 항목은 다양한 실시간 채널수이며 다음으로는 이용 요금으로 나타났다. 이는 IPTV 가입시에도 요금과 콘텐츠 종류를 주로 고려한다는 연구결과[16]와 동일한 결과이다. 그러나 모바일 동영상 서비스 관련 선행연구는 대부분 DMB를 대상으로 하고 있는데 Constantiou와 Mahnke[17]는 모바일 TV(DMB) 사용의도에 인지된 효익과 비용이 핵심 영향요인임을 도출했고 남종훈[18]의 연구에서는 위성 DMB는 비용이 인지된 유용성에 유의한 영향을 미치지 않지만 지상파 DMB는 유의하지 않다는 것을 보여줬는데 이는 위성 DMB는 가입비와 월이용료를 지불해야 하지만 지상파 DMB는 광고 기반 운영으로 사용자에게 무료로 제공되기 때문인 것으로 볼 수 있다. 이와같이 비용은 모바일 동영상 서비스 사용에 영향을 주는 요인 중의 하나인데 이러한 결과를 뒷받침 하듯 지상파 DMB 조차도 DMB 단말기 가격이 비싸다는 이유로 DMB를 이용하지 않는다는데 대해서 응답자들이 동의하는 경향이 강하다는 연구결과도 있다[19].

이렇게 모바일 동영상 서비스 이용에 미치는 영향 요인인 이용 요금에는 데이터 네트워크 사용에 따른 요금과 월정액이 있는데 월정액 요금을 지불하지 않는 모바일 동영상 서비스일지라도 데이터 네트워크 사용에 따른 요금은 지불해야 한다. 물론 국내 모바일 네트워크가 LTE 네트워크로 구축됨에 따라 무제한으로 네트워크를 이용할 수 있는 요금제도 존재하지만 현실적으로 데이터 소모량은 무시할 수 없다. 한국정보통신진흥협회[20]에서 2015년 3월부터 6월까지 동영상 스트리밍, 지상파 라디오 스트리밍, 웹툰을 대상으로 서비스별 데이터소모량을 측정한 결과, 동영상 스트리밍의 평균 데이터소모량이 가장 많으며 웹툰, 라디오 순으로 나타났다. 특히 고화질 동영상은 일반화질에 비해 데이터소모량이 3배 이상

차이가 나는 것으로 나타났는데 이러한 결과로 보듯이 동영상 데이터 소모량은 모바일 동영상 서비스 사용시 중요한 영향을 미치는 요인일 것으로 예상된다. 반면 장은진 외[21] 연구결과에서는 모바일 IPTV 사용자들은 가격보다 콘텐츠 만족도와 디자인 심미성이 사용자 만족 요인에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났는데 2012년 연구로서 모바일 IPTV 서비스 도입 초기이기 때문에 무료로 서비스 제공이 많이 이루어졌기 때문에 가격에 대한 영향도가 높지 않은 것으로 판단된다.

김동우 외[22]는 모바일 IPTV 서비스에 대한 지불의사 결정 요인을 연구하였는데 수익성 개선을 위해서는 안정적인 화질을 통해 끊김없이 제공할 수 있는 QoS(Quality of Service)의 보장과 수용자들의 사용에 있어 용이성에 대한 기대감을 높여줄 수 있는 UI/UX등의 개선 등이 필수적 전략임을 제시하였다. 이는 DMB 대비 모바일 IPTV가 제공할 수 있는 차별화 요인이기도 하다. 국내 이동통신 네트워크는 2013년부터 전국적으로 LTE 네트워크를 구축하여 서비스를 제공하고 있고 모바일 동영상 서비스는 LTE 네트워크를 사용하기 때문에 QoS 보장은 가능하며 또한 다시보기를 포함한 다양한 부가서비스 기능을 지원하기 때문에 모바일 동영상 서비스는 DMB 대비 서비스 경쟁력은 요금을 제외하고는 높은 편이다.

모바일 동영상 서비스 사용에 영향을 줄 수 있는 또다른 요인으로는 IPTV 가입 등 다른 미디어 사용여부도 고려할 필요가 있는데 일례로 이동통신사업자들은 모바일 IPTV를 IPTV 가입시 결합요금제를 적용하여 서비스를 제공하기 때문에 IPTV 가입여부는 모바일 동영상 서비스 사용에 영향을 주는 요소가 될 수 있다. 그러나 KISDI 조사결과[23]에 따르면 유료방송 서비스에 가입하고 있는 가구의 경우 유무선 인터넷 연결을 통해 동영상서비스를 이용한 경험이 있는 가구원의 비율이 가장 낮음을 보였다. 이는 N스크린 서비스를 통해 방송 콘텐츠를 무료로 이용하는 사람이 보다 많은 디바이스 연계이용을 활용하고 있다는 연구결과와 유사하다[24].

DMB 서비스 시청여부도 모바일 동영상 서비스 사용에 영향을 줄 수 있는데 DMB를 통해 본방송수(본 방송을 반드시 본다는 신조어)를 한 후 다시 보고 싶을 경우 모바일 동영상 서비스의 다시보기 기능을 활용하거나 맞춤형 동영상 같은 부가기능을 활용하여 재방송 시청할 수

있다. 그러나 DMB 시청여부가 모바일 동영상 서비스 사용시 영향을 미치는지에 대한 연구는 아직 조사되지 않았다.

또한 모바일 동영상 서비스의 핵심 콘텐츠는 실시간 지상파 방송 콘텐츠라는 연구결과[15]가 있는데 2015년 12월1일부터 모바일 IPTV에서 실시간 지상파 콘텐츠 재전송이 중단됨에 따라 모바일 IPTV 유료 가입자들은 이탈할 것으로 판단된다.

이와 같이 모바일 동영상 서비스 사용에 영향을 미치는 요인에 대한 연구는 부분적으로 이루어지긴 했으나 다양한 요인들을 포함한 통합적 연구는 진행되지 않은 상황이다. 특히 본 연구는 모바일 동영상 서비스의 사용을 사용다양성과 사용정도로 구분하여 각각 영향을 미치는 요인을 도출하고자 한다.

3. 연구가설

본 연구에서 모바일 동영상 서비스 사용에 영향을 미치는 요인을 분석하고자 한다. 앞 절에서 모바일 동영상 서비스 사용에 영향을 미치는 요인에 대한 선행연구들을 살펴보았는데 본 연구에서는 타미디어 이용여부에 따라 모바일 동영상 서비스 사용시 다른 영향을 미치는지를 조사하고자 IPTV 가입여부, DMB 시청여부를 포함하였고 모바일 동영상 서비스에서 지상파 방송 콘텐츠가 핵심 콘텐츠라는 선행 연구[15]와 유사한 결과를 보이는지를 검증하기 위해서 주로 사용하는 모바일 동영상 서비스에서 지상파 방송 콘텐츠 제공여부를 포함하였다. 또한 모바일 동영상 서비스의 속성별 만족도에 따라 사용행태가 달라지는지를 조사하고자 6가지 속성에 대한 만족도를 조사하였다. 6가지 속성은 다음과 같다: 콘텐츠 다양성, 화질, 재생품질, 부가서비스, 이용편리성, 데이터 소모량이다. 가설1에서는 모바일 동영상 서비스 사용다양성에 미치는 요인, 가설2에서는 모바일 동영상 서비스 사용정도에 미치는 요인을 분석하고자 한다.

가설1 : IPTV 가입여부, DMB 시청여부, 지상파 방송 콘텐츠 제공여부, 모바일 동영상 서비스의 속성별 만족도는 모바일 동영상 서비스 사용다양성에 영향을 미칠 것이다.

가설2 : IPTV 가입여부, DMB 시청여부, 지상파 방송 콘텐츠 제공여부, 모바일 동영상 서비스의 속성별 만족도는 모바일 동영상 서비스 사용정도에 영향을 미칠 것이다.

4. 연구방법

4.1 데이터 수집

본 연구에서는 전국에 거주하는 500명을 대상으로 일반적인 모바일 동영상 서비스의 사용행태에 대해 조사하였다. 방송/영상 시청시 스마트폰을 많이 사용하고 있다는 결과를 바탕으로 LTE 스마트폰 사용자를 대상으로 조사하였으며 모바일 동영상 서비스 범위는 국내에서 실시간 방송이나 VOD를 제공하는 모든 모바일 동영상 서비스를 대상으로 하였다. LTE 스마트폰 사용자를 대상으로 IPTV 가입여부, DMB 시청여부, 모바일 동영상 서비스 사용여부를 조사하였으며 모바일 동영상 서비스 사용자들 대상으로 모바일 동영상 서비스 사용정도, 사용다양성을 조사하고 현재 사용하고 있는 모바일 동영상 서비스에서 지상파 방송 콘텐츠 제공여부와 6가지 속성(콘텐츠 다양성, 화질, 재생품질, 부가서비스, 이용편리성, 데이터소모량)에 대한 만족도를 조사하였다. 표본은 2013년 8월 한달 동안 실시하였으며 온라인으로 구현하여 응답자가 직접 기입식으로 조사에 응하도록 하였다.

4.2 변수의 조작정 정의 및 측정

먼저 독립변수들을 살펴보면 IPTV 가입여부는 명목변수(가입=1; 비가입=0)로 측정하였고 DMB 시청여부 역시 명목변수(시청=1; 비시청=0)로 측정하였다. 현재 주로 사용하고 있는 모바일 동영상 서비스에서 지상파 방송 콘텐츠 제공여부는 명목변수(제공=1; 비제공=0)로 측정하였고 속성별 만족도는 6개의 속성 모두 5점 척도(1=매우 불만족; 5=매우 만족)로 측정하였다.

종속변수인 모바일 동영상 서비스 사용행동은 Shin & Venkatesh[25]의 컴퓨터 사용행동 측정 시 사용했던 사용다양성과 사용정도의 정의를 바탕으로 측정하였다. 우선 모바일 동영상 서비스의 사용다양성은 총 14개의 모바일 동영상 서비스(유튜브, 네이버 TV 캐스트, 다음 TV 팟, 티빙, pook, B tv 모바일, 올레 TV 모바일, U+

HDTV 등)에 대해서 사용여부를 측정하였다. 다음으로 모바일 동영상 서비스 사용정도는 앞에서 14개 모바일 동영상 서비스에 대해 사용한다고 응답한 응답자들을 대상으로 각 모바일 동영상 서비스의 일주일 평균 이용시간을 조사하여 측정하였다.

4.3 분석방법

본 연구는 모바일 동영상 서비스 사용다양성 및 사용 정도에 영향을 미치는 요인을 도출하고자 하는 것으로 종속변수인 모바일 동영상 서비스 사용다양성 및 사용 정도에 대해 독립변수인 IPTV 가입여부, DMB 시청여부, 사용하는 모바일 동영상 서비스에서 지상파 방송 콘텐츠 제공여부, 모바일 동영상 서비스의 6가지 속성별 만족도의 영향을 분석하기 위해서 다중회귀분석을 실시하였으며 SPSS 21.0을 통계프로그램으로 사용하였다.

5. 연구결과

5.1 변수의 기술통계량

본 연구에서 사용하려는 각 변수들에 대한 기술통계량은 <Table 1>과 같다. 전체 표본 500명 중 모바일 동영상 서비스를 사용한다고 응답한 414명을 대상으로 변수들을 측정한 결과이다. 사용다양성은 총 14개의 모바일 동영상 서비스 중 2.15개를 사용한다고 나타났으며 사용 정도는 일주일 평균 4.65 시간을 이용한다고 응답하였다. IPTV 가입여부는 평균 0.61, DMB 시청여부는 평균 0.87, 현재 사용하고 있는 모바일 동영상 서비스에서 지상파 방송이 제공되는지 여부는 평균 0.39값을 나타내고 있다.

모바일 동영상 서비스의 속성별 만족도를 살펴보면 화질에 대해 가장 만족하며(3.47) 다음으로는 콘텐츠 다양성, 이용편리성은 동일한 만족도를 보이고 있음(3.39)을 알 수 있다. 재생품질은 3.17, 부가서비스는 3.25의 만족도를 보였으나 데이터 소모량은 2.69의 만족도를 보였다. 이는 요금제마다 차이는 있지만 무료 제공 데이터 중에서 상대적으로 대용량인 동영상 서비스가 데이터 소모를 많이 가져오기 때문인 것으로 판단된다.

<Table 1> Descriptive statistics of variables

Categories	Mean	Std Deviation	N
Use Diversity	2.15	1.588	414
Usage	4.65	5.327	414
IPTV membership status	.61	.488	414
DMB watching status	.87	.332	414
TV contents broadcasting status	.39	.488	414
Diverse contents	3.39	.735	414
Image quality	3.47	.694	414
Video streaming quality	3.17	.771	414
Diverse additional services	3.25	.649	414
User convenience	3.39	.657	414
Data consumption volume	2.69	.836	414

5.2 사용다양성에 미치는 영향 분석결과

모바일 동영상 서비스 사용다양성에 미치는 영향을 파악하고자 가설1을 분석한 결과는 <Table 2>와 같다. 우선 IPTV 가입여부, DMB 시청여부, 지상파 방송 제공여부는 모바일 동영상 서비스 사용다양성에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 IPTV를 가입한 사람일수록 DMB 시청을 하는 사람일수록 더 다양한 모바일 동영상 서비스를 사용하게 된다는 것을 알 수 있다. 이는 IPTV를 가입한 경우 결합할인 요금제 등으로 모바일 IPTV를 이용할 수 있기 때문에 사용다양성에 정(+의 영향을 미치게 되며 DMB를 시청하는 사람일수록 동영상 서비스에 관심이 많기 때문에 핫클립이나 콘텐츠 다시보기 등을 위해서 모바일 동영상 서비스 사용다양성에 정(+의 영향을 미치게 된다는 것을 알 수 있다. 또한 지상파 방송 콘텐츠를 제공하는 것이 모바일 동영상 서비스 사용다양성에 정(+의 영향을 미치는 것으로 보아 지상파 방송 콘텐츠가 모바일 동영상 서비스에서 필수적임을 의미한다고 할 수 있다. 독립변수 계수의 유의성에 더하여 독립변수 영향력의 상대적 크기를 비교해보면 모바일 동영상 서비스 사용다양성에 가장 영향력이 큰 변수는 IPTV 가입여부이며 그 다음은 지상파 방송 콘텐츠 제공여부, 그리고 DMB 시청여부의 순이다. 한편 6가지 속성별 만족도는 모바일 동영상 서비스 사용다양성에 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타나고 있다.

그러므로 타미디어 이용여부 및 타콘텐츠 제공여부는 모바일 동영상 서비스 사용다양성에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으나 모바일 동영상 서비스의 속성별 만족도에 따라 모바일 동영상 서비스 사용다양성은 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타나 가설1의 일부만

채택되었다.

<Table 2> The factors on use diversity of mobile video services

Factors	Use Diversity			
	B	Beta	t	Sig
IPTV membership status	.488	.150	3.086	.002**
DMB watching status	.517	.108	2.221	.027*
TV contents broadcasting status	.465	.143	2.911	.004**
Diverse contents	-.094	-.044	-.716	.474
Image quality	.155	.068	1.146	.252
Video streaming quality	.154	.075	1.212	.226
Diverse additional services	-.001	.000	-.006	.995
User convenience	.137	.057	.897	.370
Data consumption volume	.005	.003	.055	.956
Sex(male=1, female=2)	-.216	-.065	-1.301	.194
Age	.101	.045	.911	.363
R ²	0.093			

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

5.3 사용정도에 미치는 영향 분석결과

모바일 동영상 서비스 사용정도에 미치는 영향을 파악하고자 가설2를 분석한 결과는 <Table 3>과 같다. 분석 결과를 보면 지상파 방송 콘텐츠 제공여부와 재생품질에 대한 만족도가 모바일 동영상 서비스 사용정도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 독립변수 영향력의 상대적 크기를 비교해 보면 지상파 방송 콘텐츠 제공여부의 회귀계수는 0.189, 재생품질의 회귀계수는 0.157로 지상파 방송 콘텐츠 제공여부의 영향이 더 큰 것으로 나타나고 있다. 이것은 지상파 방송 콘텐츠가 제공되거나 재생품질에 대한 만족도가 높을수록 더 오랫동안 모바일 동영상 서비스를 이용하는데 특히 지상파 방송 콘텐츠를 제공할수록 모바일 동영상 서비스를 사용하는 시간이 늘어나게 된다는 것을 알 수 있다. 그러므로 지상파 방송 콘텐츠를 모바일 동영상 서비스에서 제공하는 것은 사용다양성과 사용정도 모두에 정(+)의 영향을 미치는 요인으로 나타났다. 한편 6가지 속성별 만족도 중 재생 품질을 제외하고 5가지 속성별 만족도는 모바일 동영상 서비스 사용정도에 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났는데 LTE 네트워크 사용으로 QoS 보장이 가능하기 때문에 DMB 대비 재생 품질에 대한 만족도도 높아지고 따라서 사용정도도 늘어난다는 것을 의미하는 것이라 할 수 있다.

결과적으로 모바일 동영상 서비스 사용정도에 영향을 미치는 요인에 대한 분석결과 가설2 역시 일부만 채택되었다.

<Table 3> The factors on usage of mobile video services

Factors	Usage			
	B	Beta	t	Sig
IPTV membership status	.578	.053	1.088	.277
DMB watching status	1.211	.075	1.548	.123
TV contents broadcasting status	2.063	.189	3.843	.000***
Diverse contents	.082	.011	.186	.853
Image quality	.189	.025	.417	.677
Video streaming quality	1.086	.157	2.548	.011*
Diverse additional services	.313	.038	.615	.539
User convenience	-.375	-.046	-.732	.465
Data consumption volume	-.059	-.009	-.178	.859
Sex(male=1, female=2)	-.481	-.043	-.864	.388
Age	.283	.038	.760	.448
R ²	0.090			

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

6. 결론

본 연구는 모바일 동영상 서비스 사용행태에 영향을 미치는 요인을 분석하는 것으로 분석 결과 IPTV 가입여부, DMB 시청여부, 지상파 방송 콘텐츠 제공여부는 모바일 동영상 서비스 사용다양성에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 IPTV 가입과 DMB 시청은 동영상 서비스에 대한 관심과 이용이 많다는 것을 의미하며 동영상 서비스에 대한 이용이 많을수록 모바일을 사용하여 다양한 종류의 동영상 서비스를 이용한다는 것을 의미한다. 또한 모바일 동영상 서비스에서 지상파 방송 콘텐츠를 제공할 경우 더 다양한 모바일 동영상 서비스를 사용하게 된다는 것을 알 수 있다. 그러나 모바일 동영상 서비스의 속성별 만족도는 모바일 동영상 서비스의 사용다양성에 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 다음으로 모바일 동영상 서비스 사용정도에 영향을 미치는 요인을 분석한 결과 지상파 방송 콘텐츠 제공여부와 재생 품질에 대한 만족도가 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며 회귀계수 결과 지상파 방송 콘텐츠 제공여부의 영향이 더 큰 것으로 나타나고 있다. 그러므로 지상파 방송 콘텐츠를 모바일 동영상 서비스에서 제공하는 것은

사용다양성과 사용정도에 모두 유의미한 정의 영향을 미친다는 것을 파악할 수 있었다.

이러한 연구 결과를 토대로 본 연구는 다음과 같은 시사점을 가진다. 첫째, 기존 연구들이 DMB의 사용행태 위주로 진행되어 왔었는데 본 연구는 모바일 동영상 서비스의 사용행태를 사용다양성과 사용정도로 분리하여 살펴보았으며 DMB 시청여부와 모바일 동영상 서비스의 사용행태의 연관성을 분석하였다. 둘째, 본 연구는 모바일 동영상 서비스를 사용하는데 있어 IPTV 가입여부와 DMB 시청여부와 지상파 방송 콘텐츠의 제공여부의 영향을 살펴봄으로써 TV 콘텐츠에 대한 관심과 이용정도가 모바일 동영상 서비스의 사용행태에 유의적인 영향을 미친다는 결과를 통해 TV 콘텐츠 제공이 모바일 동영상 서비스 사용에 핵심 요소라는 것을 다시 한 번 확인할 수 있었다. 셋째, 모바일 동영상 서비스의 속성별 만족도 중 재생품질은 모바일 동영상 서비스 사용정도에 유의미한 영향을 미쳤는데 이는 기존 DMB 대비 모바일 동영상 서비스의 품질 만족도가 높고 이는 사용정도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 판단된다.

마지막으로 후속연구로서, 모바일 동영상 서비스의 속성별 만족도가 평균 수준에 그치고 있는 수준이라 모바일 동영상 서비스 사용 만족도 향상을 위해 필요하다고 생각되는 기능 및 서비스에 대해 조사 연구해 보고자 한다.

ACKNOWLEDGMENTS

This work was supported by the Ministry of Education of the Republic of Korea and the National Research Foundation of Korea (NRF-2015S1A5A8018493)

REFERENCES

- [1] P. Hermans, "Global online video market will be worth US\$37 billion in 2017", <http://iotevent.eu/telecom/global-online-video-market-will-be-worth-us37-billion-in-2017/> (July 22 2015)
- [2] Accenture, "Video-Over-Internet Consumer Survey", 2013.
- [3] Korea Telecom Economics and Management Research Institute, "Mobile Media Consumer Survey. DIGIECO report", 2013.
- [4] DMC Media, "2015 DMC report Integrated Media rep: Digital Media & Advertising Marketing 2015-2016", 2015.
- [5] S. R. Park, "After unbolted 'The data', mobile service provider and portal service provider hit video service", <http://news.ajins.com/article/17981870> (August 1 2015)
- [6] J. H. Lee, "There is no mobile IPTV?", <http://www.leejeonghwan.com/media/archives/002378.html> (November 26 2015)
- [7] T. E. Ruggiero, "Uses and Gratifications Theory in the 21st Century. Mass Communication & Society", Vol. 3, No. 1, pp. 3-37, 2000.
- [8] J. C. Conway, A. M. Rubin, "Psychological predictors of television viewing motivation. Communication Research", Vol. 18, No. 4, pp. 443-463, 1991.
- [9] A. M. Rubin, "Television uses and gratifications: The interactions of viewing patterns and motivation. Journal of Broadcasting", Vol. 27, Issue 1, pp. 37-51, 1983.
- [10] J. Eighmey, L. McCord, "Adding value in the information age: uses and gratifications of sites on the world wide web. Journal of Business Research", Vol. 41, No. 3, pp. 187-194, 1998.
- [11] P. K. Korgaonkar, L. D. Wolin, "A multivariate analysis of web usage. Journal of Advertising Research", Vol. 39, No. 2, pp. 53-68, 1999.
- [12] L. Leung, R. Wei, "More than just talk on the move: uses and gratifications of the cellular phone. Journalism and Mass Communication Quarterly", Vol. 77, No. 2, pp. 308-320, 2000.
- [13] M. H. Lee, "A study on acceptance behavior of early DMB users. Ph.D. dissertation", 2005.
- [14] D. K. Sung, S. W. Lim, "Study about practical use of mobile media contents based on user's

- characteristic: Focused on user's of a DMB early adopter. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies*, Vol. 20, No. 1, pp. 139-178, 2006.
- [15] M. J. Kim, "A study on consumers' perception and attitudes for market promotion of mobile IPTV. *The Journal of the Institute of Internet, Broadcasting and Communication*", Vol. 14, No. 5, pp. 45-53, 2014.
- [16] J. A. Seol, M. S. Bong, "A study on the IPTV usage and service satisfaction. *Korean Journal of Communication & Information*", Vol. 46, pp. 485-510, 2009.
- [17] I. D. Constantiou, V. Mahnke, "Consumer behaviour and mobile TV services: Do men differ from women in their adoption intentions? *Journal of Electronic Commerce Research*", Vol. 11, No. 2, pp. 127-139, 2010.
- [18] C. H. Nam, "A study on factors influencing DMB Adoption: focused on comparison between S-DMB and T-DMB. *Journal of Communication Science*", Vol. 7, No. 2, pp. 143-188, 2007.
- [19] S. W. Nam, "Research on DMB usage trends. Master thesis", 2006.
- [20] Korea Association for ICT Promotion, "Mobile data measurement service", <http://www.wiseuser.go.kr/jsp/commView.do> (September 3 2015)
- [21] E. J. Jang, J. K. Kim, Y. H. Sin, "Exploring antecedent of mobile IPTV satisfaction: Focusing on aesthetic simplicity and moderating role of network quality. *The Journal of Information Systems*", Vol. 21, No. 4, pp. 133-153, 2012.
- [22] D. W. Kim, J. Y. Yoo, W. J. Joung, "A study on the willingness to pay of decision factor for mobile IPTV. *Journal of Broadcasting Engineering*", Vol. 19, No. 3, pp. 385-395, 2014.
- [23] J. H. Shin, "Paid TV membership and video contents consumption. *KISDI STAT Report*", 2014.
- [24] H. J. Chang, D. W. Kim, K. H. Kim, "A Comparative study on difference in life satisfaction and user behavior of N-screen service. *Journal of Digital Convergence*", Vol. 13, No. 10, pp. 59-68, 2015.
- [25] C. F. Shin, A. Venkatesh, "Beyond adoption: development and application of use-diffusion model. *Journal of Marketing*", Vol. 68, pp. 59-72, 2004.
- [26] Seung-Soo Shin, "A Study on Multi-Media Contents Security Using Android Phone", *Journal of the Korea Convergence Society*, Vol. 3, No. 1, pp. 19-25, 2012.
- [27] Sung-Hwa Hong, Suk-Yong Jung, "The Study for the Image Quality Measurement in IPTV", *Journal of the Korea Convergence Society*, Vol. 2, No. 3, pp. 39-43, 2011.

김민정(Kim, Min Jeong)



- 1991년 2월 : 연세대학교 응용통계학과(경제학사)
- 1993년 2월 : 서울대학교 산업공학과(공학석사)
- 2012년 2월 : 서울대학교 산업공학과(공학박사)
- 2015년 3월 ~ 현재 : 숙명여자대학교 소비자경제학과 교수

- 관심분야 : User & Data Analysis
- E-Mail : min-jeong.kim@sm.ac.kr