

모바일 동영상 서비스 만족도 결정요인 분석

Analysis of Factors Affecting on Mobile Video Services' Satisfaction

김민정

숙명여자대학교 소비자경제학과

Min-Jeong Kim(min-jeong.kim@sm.ac.kr)

요약

본 연구는 현재 사용 중인 모바일 동영상 서비스의 사용자 만족 향상을 위한 기초자료를 제공하고자 속성별 만족도를 조사하고 성별 및 연령에 따라 속성별 만족도와 전반적 만족도와의 관련성을 분석하여 모바일 동영상 서비스 만족도에 영향을 미치는 요인을 분석하는 것을 목적으로 하고 있다. 이를 위해 DMB와 모바일 동영상 서비스를 동시에 사용하는 362명의 사용자를 대상으로 모바일 동영상 서비스의 전반적 만족도에 영향을 미치는 요인들을 분석하였다. 또한 속성별 만족도와 전반적 만족도간 관계에 지상파콘텐츠 제공여부가 조절효과를 하는지를 분석하였다. 분석방법으로 빈도분석, 교차분석, t-test/F-test, 다중회귀분석, 조절회귀분석을 실시하였다. 연구결과 모바일 동영상 서비스 전반적 만족도에 영향을 미치는 요인으로는 콘텐츠 다양성, 화질, 재생품질, 이용편리성, 데이터 소모량 등 이었으며 성별, 연령별로 속성별 요인과 영향력에 있어서 차이가 있었다. 또한 지상파 콘텐츠 제공여부는 전반적 만족도에 영향을 미치는 결정변수 및 조절변수로 작용하지 않는 것으로 나타났다. 그러므로 만족도를 향상시키기 위해서는 반드시 지상파 콘텐츠를 제공하기 보다는 다양한 콘텐츠 제공과 UI/UX 개선 등 이용편리성을 개선해주는 것이 바람직한 방법임을 확인하였다. 이러한 결과를 바탕으로 시사점과 한계점을 제시하였다.

■ 중심어 : | 모바일 동영상 서비스 | DMB | 속성별 만족도 | 지상파 콘텐츠 제공여부 | 전반적 만족도 |

Abstract

The purpose of this study is to examine factors that influence mobile video services' satisfaction. 362 users who use both DMB and mobile video services complete the questionnaires measuring 6 attribute level satisfactions and total satisfaction of mobile video services, TV contents broadcasting status in mobile video services. The data are analyzed by using frequency analysis, Chi-square test, t-test/F-test, multiple regression and moderated multiple regression. The results of the study are as follows: First, diverse contents, image quality, video streaming quality, user convenience, and data consumption volume affect total satisfaction of mobile video services. Second, TV contents broadcasting status in mobile video services doesn't show positive moderation effect on the relationship between attribute level satisfaction and total satisfaction. Based on the results, the implications and limitations of this study are discussed.

■ keyword : | Mobile Video Services | DMB | Attribute Level Satisfaction | TV Contents Broadcasting Status | Total Satisfaction |

I. 서론

TV 프로그램을 보는 방식이 다양해짐에 따라 방송통신위원회는 TV 통합시청률 기준을 만들고 있다. 기존 시청률 조사에 스마트폰이나 PC, IPTV 등으로 방송을 보는 경우를 합산하는 방식인데 2015년 7월부터 5000명을 대상으로 모바일로 방송을 보는 비율을 시범 조사하고 있고 향후 조사결과를 토대로 기존 시청률 조사와 통합하는 방안을 마련할 계획이다[1]. 이와 같이 기존의 TV 프로그램을 모바일로 시청하는 시청자들이 증가함에 따라 TV 실시간 방송 조사만으로는 진짜 시청률을 알기 어려워졌기 때문이다. 미국 시청률조사 전문업체 닐슨 역시 온라인을 통한 TV 시청행태가 증가함에 따라 향후 온라인 TV 시청자도 시청률 조사에 포함시킬 계획이 있다는 것을 언급하였다[2].

이와 같이 모바일로 TV를 보는 시청자가 급증함에 따라 국내 모바일 동영상 서비스는 다양하게 제공되고 있는데 우선 DMB(Digital Multimedia Broadcasting)가 지상파 콘텐츠를 실시간으로 방송하고 있고 방송사 연합서비스인 푸크(Pooc)서비스와 최대 케이블 방송사업자인 CJ의 티빙(Tving) 그리고 대형포털사이드의 웹TV가 TV콘텐츠를 모바일을 통해 제공하고 있다. 통신사업자들은 IPTV서비스의 스크린 확장 개념으로 모바일 IPTV 서비스를 제공하고 있다. 또한 TV 콘텐츠는 아니지만 전 지구적 동영상 콘텐츠를 제공하고 있는 유튜브와 실시간 방송위주의 아프리카 TV 등이 모바일로 동영상 콘텐츠를 제공하고 있다.

DMB의 경우는 사용자들이 데이터 사용에 따른 요금이나 월정액 요금을 지불할 필요가 없는 무료 동영상 서비스로 2005년 12월 수도권에서 시작되었으나 미디어 환경이 급격하게 달라지면서 빠른 LTE(Long Term Evolution) 서비스를 경험한 시청자들이 화질과 콘텐츠 부족 등의 이유로 시청자가 줄어들고 있는 상황이다[3]. DMB를 제외한 모바일 동영상 서비스들은 모두 데이터 사용에 따른 데이터 요금을 지불해야 하는데 그 중에서 푸크, 티빙, 그리고 통신 3사의 모바일 IPTV 서비스는 데이터 요금 외에 월정액 요금도 지불해야 한다. 월정액 요금에 대한 진입장벽은 높은 편인데 방송통신위원회

가 발표한 '2015 방송시장경쟁상황 평가'에 따르면 월정액을 내고 VOD(Video On Demand)를 시청하는 SVOD(Subscription Video On Demand) 이용자수는 10% 내외에 그치는 것으로 나타났다[4]. 2015년 하반기부터 지상파 재진송료 협상 결렬로 티빙, 이동통신 3사의 모바일 IPTV에서 지상파 콘텐츠 공급이 중단되었는데 이는 월정액 이용자가 증가하는데 커다란 걸림돌이 될 수 있다.

게다가 2016년 미국 동영상 스트리밍 서비스 업체인 넷플릭스가 한국에 진출할 예정으로 국내 모바일 동영상 서비스에는 또다른 변화가 예상된다. 넷플릭스는 2012년부터 자체 콘텐츠를 제작하여 시장의 좋은 반응을 얻었지만 국내 콘텐츠 시장은 기본적으로 지상파를 중심으로 한 국내 콘텐츠에 대한 선호도가 높기 때문에 넷플릭스가 거둘 수 있는 수익은 한계가 있다[5].

이와 같이 국내 모바일 동영상 서비스는 DMB 대비 사용자는 많아지고 있으나 해외 No. 1 OTT(Over The Top) 서비스인 넷플릭스의 한국 진출, 지상파 콘텐츠 공급 중단 등 여러 가지 이슈들이 잔존하고 있다. 이러한 상황에서 향후 모바일 동영상 서비스의 지속적인 성장을 위해 사용자 만족도에 영향을 미치는 모바일 동영상 서비스의 특성 요인을 분석하는 연구는 매우 중요하다. 그 이유는 사용자들이 중요하게 인식하는 만족 및 불만족 요인을 파악함으로써 만족 요인은 더욱 발전시키고 불만족 요인은 개선할 수 있기 때문이다.

그러나 모바일 동영상 서비스에 관련된 연구는 모바일 TV인 DMB에 대한 주제가 대부분이고[6-9] 모바일 동영상 서비스를 다룬 연구로는 모바일 IPTV에 초점을 맞춘 연구[10-12]가 있다. 그러나 모바일 IPTV에 초점을 맞춘 연구 중에서도 사용자 만족요인을 다룬 연구[12]는 많이 이루어지지 않은 상태이며 성별, 연령별로 모바일 동영상 서비스 이용행태가 다르다는 연구결과[11]는 있지만 성별, 연령별 사용자에 따른 만족요인의 차이를 다룬 연구는 거의 전무한 상태이다. 또한 지상파 콘텐츠 공급은 이해관계자들 간의 지속적인 이슈이었음에도 불구하고 지상파 콘텐츠 제공이 모바일 동영상 서비스의 전반적 만족도에 어떤 영향을 미치는지에 대한 조사는 거의 이루어지지 않았다.

따라서 본 연구에서는 모바일 동영상 서비스의 속성별 만족도와 전반적 만족도 간의 관련성을 분석하고 성별 및 연령대별의 모바일 동영상 서비스의 만족도 결정요인을 분석을 통해 성별 및 연령대별 결정요인의 차이가 있는지를 조사하며, 지상파 콘텐츠 제공여부가 전반적 만족도에 조절역할을 하는지 규명하고자 한다.

본 연구에서 밝히고자 하는 구체적인 연구문제는 다음과 같다

- 첫째, 모바일 동영상 서비스 만족도에 영향을 미치는 요인은 무엇인가 ?
- 둘째, 성별, 연령별 모바일 동영상 서비스 만족도에 영향을 주는 요인은 무엇이며 성별, 연령에 따른 차이를 가지고 있는가?
- 셋째, 지상파 콘텐츠 제공여부는 모바일 동영상 서비스 만족도의 영향관계를 조절하는가?

II. 이론적 배경

1. 모바일 동영상 서비스 현황

모바일을 통한 동영상 시청 행태가 증가하고 있다는 조사결과들은 국내외 지속적으로 발표되고 있다[13-15]. Accenture는 전세계 6개국에서 온라인 동영상 콘텐츠 시청에 대한 소비자 조사를 실시했는데 매일 모바일을 통해 동영상 콘텐츠를 시청하는 비율이 2012년 7%에서 2013년에는 12%로 증가했음을 보여주었으며[15]. kt 경제경영연구소에서 실시한 모바일 미디어 소비자 정량 조사에 따르면 국내 이동통신 이용자 2,326명 중 스마트폰 방송/영상 시청 비율이 20.5%로 TV 다음으로 높은 비중임을 알 수 있다[13]. 또한 해외의 경우 모바일을 사용하여 동영상 서비스를 이용할 때 동영상 종류로서 UCC영상과 짧은 영상이 많은 비중을 차지하였고 full-length movies 및 TV series와 live content는 상대적으로 적은 비중을 보이고 있었으나[15] 국내의 경우 모바일 기반 동영상 종류는 뉴스(15.5%), 예능(15.4%) 등의 짧은 영상을 주로 사용하는 점은 해외와 유사하지만 실시간 드라마(14.1%), 실시간 스포츠 중계(13%) 등 시의성 있는 실시간 콘텐츠에 대한 시청 비중도 높은

편으로 나타났다[13].

이러한 결과는 기존의 지상파 DMB 서비스 대비 모바일 동영상 서비스는 데이터 요금을 내야 한다는 단점이 있지만 고화질(HD) 시청이 가능하기 때문에 DMB로 지상파 방송을 즐기던 고객 수요를 상당 부분 유인할 수 있으며 다시보기를 포함한 다양한 기능을 지원하기 때문에 스포츠 시청 수요가 높은 가입자로부터 요금제를 통한 지불 의사를 이끌어낼 수 있다고 전문가들은 판단하고 있다[16]. 그러나 2011년 서비스 출시 이후 모바일 IPTV 서비스를 포함한 모바일 동영상 유료가입자가 600만명이라는 사실[17]은 거실 TV에서 손안의 TV로 TV 사용 행태의 패러다임이 변화하고 있기는 하지만 여전히 무료로 제공되는 모바일 동영상 서비스 위주로 국내 시장은 진행되고 있다는 것을 보여준다. 또한 최근 지상파 방송사와 지상파 콘텐츠를 제공하는 모바일 동영상 서비스업체와 콘텐츠 가격협상이 합의되지 못한 관계로 유료 가입자들이 지상파 콘텐츠를 모바일 동영상 서비스에서 이용하지 못할 경우 유료 가입자 시장은 상황이 더욱 나빠질 것으로 예상된다.

2. 모바일 동영상 서비스 만족요소

모바일 동영상 서비스에 대한 사용자 만족요인에 대한 연구는 많이 이루어지지 않았는데 장은진 외[12]의 연구에서 모바일 IPTV 사용자 만족에 영향을 미치는 요인을 콘텐츠만족도, 반응성, 디자인심미성, 가격만족도로 분류하였으며 모바일 IPTV 서비스에 대한 지불 의사 결정요인에 대한 연구[10]에서는 다양성, 반응성, 품질을 선행요인으로 제시하였다.

본 연구에서는 모바일 동영상 서비스 이용시 만족요소를 콘텐츠 다양성, 화질, 재생품질(끊기지 않음), 부가서비스, 이용편리성, 데이터 소모량의 여섯 가지 만족도로 선정하였는데 각각의 만족요소에 대한 근거는 다음과 같고 [표 1]에 요약하였다.

우선 장은진 외 연구 결과에서 모바일 IPTV 이용시 콘텐츠 만족도가 사용자 만족요인에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며[12] 이는 IPTV 가입시에도 콘텐츠 종류를 주로 고려한다는 연구결과[18]와 동일한 결과이다. 또한 김동우 외[10] 연구에서도 다양성을 모

표 1. 모바일 동영상 서비스 만족요소항목 선행연구

구분	연구자	만족요소항목
콘텐츠다양성	장은진 외[12]	콘텐츠만족도
	김동우 외[10]	다양성(콘텐츠 다양성, 서비스 다양성으로 구분)
화질, 재생품질	김동우 외[10]	품질
	장은진 외[12]	반응성(시스템 품질)
부가서비스	김동우 외[10]	반응성(신속한 다시보기 제공 등)
이용편리성	장은진 외[12]	디자인심미성
데이터소모량	장은진 외[12]	가격만족도
지상파콘텐츠 제공여부	김민정[11]	다양한 실시간 채널수

바일 IPTV 서비스에 대한 지불의사 결정요인으로 선정하였다. 이에 콘텐츠 다양성을 만족도에 영향을 주는 주요한 부분으로 볼 수 있기 때문에 본 연구에서도 콘텐츠 다양성을 만족요소로 고려하였다.

다음으로 화질과 끊김없는 재생품질은 DMB 대비 모바일 동영상 서비스의 차별화 포인트이며 김동우의 연구[10]에서도 품질은 모바일 IPTV의 유용성과 용이성에 영향을 미치고 태도, 만족, 지불의사에 모두 정적인 영향을 미치기 때문에 모바일 IPTV 수익성 개선을 위해서는 안정적인 화질을 통해 끊김없이 제공할 수 있는 QoS(Quality of Service)의 보장이 필수적인 전략임을 제시하였다. 그러므로 본 연구에서도 화질과 끊김없는 재생품질을 만족요소로 고려하였다.

본 연구에서는 부가서비스 역시 만족요소로 고려하였는데 국내 이동통신 네트워크는 2013년부터 전국적으로 LTE 네트워크를 구축하여 서비스를 제공하고 모바일 동영상 서비스는 LTE 네트워크를 사용하기 때문에 다시보기, SNS 연동 및 공유, 개인화 설정 기능 등을 포함한 다양한 부가서비스 기능을 지원할 수 있다. 김동우 외[10] 연구에서는 신속한 다시보기 제공 등을 반응성으로 하여 지불의사 결정요인에 포함시켰다. 이에 본 연구에서는 부가서비스라는 구체적인 만족요소 항목을 별도로 만족요소로 고려하였다.

이용편리성은 모바일 동영상 서비스를 이용하는데 있어서 얼마나 편리하게 이용할 수 있는가 등 UX와 관련된 것으로 장은진 외[12]의 연구결과에서도 디자인

심미성이 모바일 IPTV 사용자 만족요인에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며 김동우 외[10]의 연구 결과에서도 모바일 IPTV 서비스에 대한 지불 의사 결정 요인 중 사용에 있어 용이성에 대한 기대감을 높여 줄 수 있는 UI(User Interface)/UX(User eXperience) 등의 개선이 포함되어 있는바 본 연구에서도 만족요소로 포함하였다.

마지막으로 데이터 소모량은 모바일 동영상 서비스를 이용하는 소비자들에게 있어 가장 큰 불만족 요인으로 나타날 수 있는데 한국정보통신진흥협회[19]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. 또한 선행연구에서도 가격만족도를 모바일 IPTV 사용자 만족요인으로 설정했는데[12] 본 연구에서는 가격만족도 대신 데이터소모량으로 표현하였다.

또한 본 연구에서는 조절효과 검증을 위해 지상파 콘텐츠를 도입하였다. 모바일 IPTV에 대한 소비자 연구[11]에서 이용시 고려사항에 대해 조사한 결과 가장 큰 영향을 미친다고 응답한 항목은 다양한 실시간 채널수였으며 모바일 IPTV를 통해 주로 이용할 영상 종류도 실시간으로 중계하는 스포츠 영상을 1위로 응답하였고 2-4위까지 모두 실시간 채널로 방송되는 드라마, 예능, 영화/시리즈가 차지하였다. 이와 같이 모바일 동영상 서비스 사용자들은 모바일 IPTV를 손안의 TV로 인식하고 있음을 보여주기 때문에 지상파 콘텐츠 제공 여부가 만족도에 미치는 영향이 더 크게 나타날 것으로 예상된다. 그러므로 본 연구에서는 지상파 콘텐츠 제공여부가 모바일 동영상 만족도에 유의미한 영향을 주는가를 분석하고자 한다.

III. 연구 가설

본 연구에서 모바일 동영상 서비스 만족도에 영향을 미치는 요인을 분석하고자 한다. 앞 절에서 모바일 동영상 서비스 만족도에 영향을 미치는 요인에 대한 선행 연구들을 살펴보았는데 본 연구에서 도출한 6가지 모바일 동영상 서비스의 속성별 만족도가 전반적 만족도에 영향을 미치는지를 조사하였다. 또한 성별, 연령별로 모바일 동영상 서비스의 이용행태에 차이가 나는 것처럼[11] 성별, 연령별 만족도 결정요인에서도 차이가 있는지 분석하였다. 마지막으로 6가지 속성별 만족도와 전반적 만족도의 영향관계에 있어서 지상파 콘텐츠 제공여부가 조절작용을 하는지 조사하였다. 이에 다음과 같은 가설을 도출하였다.

- 가설1 : 콘텐츠 다양성, 화질, 재생품질, 부가서비스, 이용편리성, 데이터소모량은 모바일 동영상 서비스 만족도에 영향을 미칠 것이다.
- 가설2 : 성별에 따라 모바일 동영상 서비스 만족도 결정요인에 차이가 있을 것이다.
- 가설3 : 연령에 따라 모바일 동영상 서비스 만족도 결정요인에 차이가 있을 것이다.
- 가설4 : 6가지 속성별 만족도와 전반적 만족도의 영향관계에 있어서 지상파 콘텐츠 제공여부가 조절작용을 할 것이다.

IV. 연구 방법

1. 연구내용 및 분석자료

본 연구에서는 전국에 거주하는 500명을 대상으로 모바일 동영상 서비스의 이용행태에 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 14개의 모바일 동영상 서비스(유튜브, 네이버 TV 캐스트, 다음 TV팟, 티빙, pocq, B tv 모바일, 올레 TV 모바일, U+ HDTV 등)를 대상으

로 하였다. LTE 스마트폰 사용자를 대상으로 현재 DMB 사용여부와 모바일 동영상 서비스 사용여부를 조사하였으며 DMB와 모바일 동영상 서비스를 모두 사용하는 응답자들을 대상으로 DMB에 대한 만족도, 모바일 동영상 서비스에 대한 만족도를 조사하고 현재 사용하고 있는 모바일 동영상 서비스에서 지상파 콘텐츠 제공여부를 조사하였다. 표본은 2013년 8월 한달 동안 실시하였으며 조사대상자는 만 19세에서 49세를 대상으로 하였으며 온라인으로 구현하여 응답자가 직접 기입식으로 조사에 응하도록 하였다.

표 2. 변수의 신뢰도 분석 결과

구분		Cronbach's Alpha	전체 Cronbach's Alpha
DMB 만족도	콘텐츠 다양성	0.813	0.836
	화질	0.821	
	재생품질	0.817	
	부가서비스	0.803	
	이용편리성	0.822	
	전반적만족도	0.780	
모바일 동영상 서비스 만족도	콘텐츠 다양성	0.791	0.823
	화질	0.804	
	재생품질	0.788	
	부가서비스	0.801	
	이용편리성	0.795	
	데이터 소모량	0.842	
전반적 만족도	0.772		

모바일 동영상 서비스 전체만족도에 유의한 영향을 미치는 독립변수로 콘텐츠 다양성, 화질, 재생품질, 부가서비스, 이용편리성, 데이터 소모량 6가지 속성에 대한 만족도를 조사하였고 DMB의 속성별 만족도는 DMB는 데이터의 소모가 없기 때문에 앞의 6가지 속성 중 데이터 소모량을 제외한 5가지 속성을 조사하였다. 속성별 만족도와 전체 만족도는 리커트 5점 척도(1=매우 불만족; 5=매우 만족)로 각각 1개 문항으로 구성하였으며 문항에 각각의 만족도에 대한 부연설명을 첨가하였다. 이상과 같은 문항의 신뢰도는 [표 2]에서 Cronbach's Alpha에 의하여 내적일관성을 검토하였다. 그 결과 모든 변수가 0.7이상으로 나타났다.

또한 현재 주로 사용하고 있는 모바일 동영상 서비스에서 지상파 콘텐츠 제공여부는 명목변수(제공=1; 비제공=0)로 측정하였다.

2. 분석방법

수집된 자료는 SPSS 23.0을 사용하였으며 다음과 같은 방법으로 분석되었다. 첫째, 조사대상자의 일반적 특성을 분석하기 위하여 빈도분석과 평균분석을 실시하였으며 둘째, 성별, 연령별 특성과 만족도 차이를 비교하기 위해 Chi-square test, t-test, F-test를 실시하였다. 셋째, 성별, 연령별 모바일 동영상 서비스 만족도에 영향을 미치는 변수와 영향력을 파악하기 위하여 다중회귀분석을 사용하였다. 넷째, 독립변수가 모바일 동영상 서비스 만족도에 영향을 미침에 있어서 지상파 콘텐츠 제공여부가 조절효과를 하는지를 검증하기 위해 조절회귀분석(Moderated Multiple Regression)을 실시하였다.

V. 분석 결과

1. 조사대상자의 특성

조사대상자의 특성과 본 연구에서 사용하려는 각 변수들에 대한 기술통계량은 [표 3]과 같다. 전체 표본 500명 중 DMB와 모바일 동영상 서비스를 모두 사용한다고 응답한 362명을 대상으로 변수들을 측정된 결과이다.

성별의 경우 남성이 235명(64.9%), 여성이 127명(35.1%)으로 남성이 여성보다 높은 비율을 차지하고 있다. 연령은 30대가 177명(48.9%)으로 가장 많은 분포를 차지하였으며 다음으로 40대가 100명(27.6%), 20대가 85명(23.5%)로 나타났다. 조사대상자의 DMB 만족도를 살펴보면 이용편리성이 3.23으로 가장 높고 다음으로 콘텐츠 다양성은 3.02, 화질은 3.01의 만족도를 보였고 부가서비스와 재생품질은 각각 2.80, 2.78로 보통 이하의 만족도를 나타냈다. 그러나 전반적 DMB 서비스의 만족도는 3.04로 보통 수준임을 알 수 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 테

이터 중에서 상대적으로 대용량인 동영상 서비스가 데이터 소모를 많이 가져오기 때문인 것으로 판단된다.

표 3. 조사대상자의 특성 및 기술통계

항목		빈도(N)	백분율(%)
성별	남성	235	64.9
	여성	127	35.1
연령	20대	85	23.5
	30대	177	48.9
	40대	100	27.6
구분		평균	표준편차
DMB 만족도	콘텐츠 다양성	3.02	0.800
	화질	3.01	0.896
	재생품질	2.78	0.899
	부가서비스	2.80	0.808
	이용편리성	3.23	0.759
모바일 동영상 서비스 만족도	전반적 만족도	3.04	0.732
	콘텐츠 다양성	3.43	0.732
	화질	3.48	0.691
	재생품질	3.21	0.762
	부가서비스	3.26	0.644
조절변수	이용편리성	3.39	0.645
	데이터 소모량	2.68	0.846
	전반적 만족도	3.28	0.645
	지상파 콘텐츠	0.40	0.491

2. 조사대상자의 특성에 따른 모바일 동영상 서비스 만족도 평균값 차이

[표 4]는 성별 연령특성과 모바일 동영상 서비스 속성별 만족도를 비교한 결과이다. 분석 결과 30대 남성의 수가 상대적으로 매우 높음을 알 수 있고 모든 속성별 만족도 점수에서 여성이 남성에 비해 긍정적인 태도를 보이는 것으로 나타났으며 특히 부가서비스와 이용편리성에 대한 만족도에서는 여성의 만족도가 남성보다 유의미하게 높게 나타났다.

표 4. 성별 연령특성 및 만족도 비교결과

구분	남성	여성	Chi-sq(p)/T(p)
20대	39	46	19.560***
30대	120	57	
40대	76	24	
콘텐츠 다양성	3.41	3.46	-0.650
화질	3.47	3.50	-0.471
재생품질	3.19	3.24	-0.677
부가서비스	3.20	3.36	-2.240*
이용편리성	3.34	3.48	-1.978*
데이터 소모량	2.64	2.76	-1.217
전반적 만족도	3.23	3.35	-1.697

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

연령별 모바일 동영상 서비스 속성별 만족도를 비교한 결과는 [표 5]와 같다. 분석 결과 20대의 만족도가 모든 속성에 대해 높게 나타났으며 콘텐츠 다양성, 화질, 이용편리성에 대한 만족도와 전반적 만족도에서 유의미한 차이를 보였다.

표 5. 연령별 만족도 비교결과

구분	20대	30대	40대	F(p)
콘텐츠 다양성	3.64	3.41	3.30	5.253**
화질	3.64	3.46	3.38	3.287*
재생품질	3.32	3.21	3.10	1.902
부가서비스	3.36	3.21	3.25	1.580
이용편리성	3.64	3.30	3.34	8.540***
데이터 소모량	2.74	2.69	2.62	0.481
전반적 만족도	3.45	3.27	3.14	5.336**

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

3. 다중회귀분석 결과

모바일 동영상 서비스 만족도에 영향을 미치는 요인과 성별에 따른 모바일 동영상 서비스 전반적 만족도에 미치는 영향을 분석한 결과는 [표 6]과 같다. 모바일 동영상 서비스 만족도 모델은 유의하게 나타났으며(F=70.243, p=0.000), 모델이 갖는 설명력은 58.1%였다. 모바일 동영상 서비스 전반적 만족도에 유의미한 영향을 주는 변인을 살펴보면 연령과 부가서비스 속성에 대한 만족도를 제외하고 영향 변인으로 나타났다. 특히 전반적 만족도에 가장 영향력 있는 변수는 화질($\beta=.247$)로 나타났다. 그러므로 가설1의 일부만 채택되었다.

표 6. 성별 만족도 결정요인에 관한 회귀분석

항목	전체		남성		여성	
	B	β	B	β	B	β
상수	.232		.057		.714	
(0)	-.033	-.036	-.053	-.054	.034	.043
(1)	.218	.244***	.194	.204***	.277	.357***
(2)	.231	.247***	.246	.258***	.164	.186**
(3)	.169	.200***	.162	.180**	.186	.250**
(4)	.005	.005	.095	.093	-.234	-.240**
(5)	.200	.200***	.190	.181**	.237	.260**
(6)	.132	.173***	.143	.180***	.133	.191**
F	70.243***		46.685***		27.565***	
R ²	.581		.590		.619	

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

(0) 연령, (1) 콘텐츠 다양성, (2) 화질, (3) 재생품질, (4) 부가서비스, (5) 이용편리성, (6) 데이터 소모량

모바일 동영상 서비스 만족도에서 성별에 따른 차이를 살펴보고자 남성, 여성으로 나누어 모바일 동영상 서비스 만족도 영향요인을 살펴보았다. 먼저 남성 회귀 모델은 유의하게 나타났으며(F=46.685, p=0.000), 모델이 갖는 설명력은 59%였다. 남성의 모바일 동영상 서비스의 전반적 만족도에 유의미한 영향을 주는 변인을 살펴보면, 연령과 부가서비스 속성에 대한 만족도를 제외한 모든 속성별 만족도가 영향 변인으로 나타났다. 변수들간 상대적 영향력을 살펴보면 가장 영향력이 큰 변인은 화질($\beta=.258$), 콘텐츠 다양성($\beta=.204$), 이용편리성($\beta=.181$), 재생품질과 데이터 소모량($\beta=.180$) 순으로 나타났다.

여성 회귀모델 역시 유의미하게 나타났으며(F=27.565, p=0.000) 모델이 갖는 설명력은 61.9%로 나타났다. 여성의 모바일 동영상 서비스의 전반적 만족도에 유의미한 영향을 주는 변인을 살펴보면, 연령을 제외한 모든 속성별 만족도가 영향 변인으로 나타났다. 변수들간 상대적 영향력을 살펴보면 가장 영향력이 큰 변인은 콘텐츠 다양성($\beta=.357$), 이용편리성($\beta=.260$), 재생품질($\beta=.250$), 부가서비스($\beta=.240$), 데이터 소모량($\beta=.191$), 화질($\beta=.186$) 순으로 나타났다.

이상과 같이 전체 조사대상자의 모바일 동영상 서비스 만족도 영향요인과 남녀 각각의 만족도 영향요인을 나누어 살펴보았다. 남성, 여성으로 만족도를 따로 구분하여 살펴본 결과 부가서비스 속성을 제외하고 만족도 영향요인에서 차이가 없었다. 부가서비스는 여성에게만 유의미한 영향요인으로 나타났는데 이는 [표 4]에서 나타난 것처럼 부가서비스에 대한 만족도에서는 여성의 만족도가 남성보다 유의미하게 높게 나타났기 때문인 것으로 판단된다. 상대적 영향력은 남성과 여성이 순서의 차이가 발생했는데 남성은 화질의 영향력이 여성은 콘텐츠 다양성의 영향력이 가장 높았다.

결과적으로 성별에 따라 모바일 동영상 서비스 만족도 결정요인에 차이가 있을 것이라는 가설2 역시 일부만 채택되었다.

표 7. 연령별 만족도 결정요인 관한 회귀분석

항목	20대		30대		40대	
	B	β	B	β	B	β
상수	-.481		.490		-.389	
(0)	-.102	-.071	.114	.095	.006	.004
(1)	.306	.315**	.182	.223**	.194	.207**
(2)	.349	.309***	.216	.270***	.185	.188*
(3)	.196	.213*	.121	.158*	.108	.124
(4)	.027	.026	-.058	-.064	.140	.132
(5)	.073	.070	.251	.277***	.334	.291**
(6)	.253	.274**	.087	.138*	.134	.159*
F	16.214***		31.438***		26.616***	
R ²	.596		.566		.669	

*p<.05, **p<.01, ***p<.001
 (0) 성별, (1) 콘텐츠 다양성, (2) 화질, (3) 재생품질, (4) 부가서비스, (5) 이용편리성, (6) 데이터 소모량

모바일 동영상 서비스 만족도에서 연령별에 따른 차이를 살펴보고자 조사대상자를 20대, 30대, 40대로 나누어 모바일 동영상 서비스 만족도 영향요인을 분석한 결과는 [표 7]과 같다. 먼저 20대 회귀모델은 유의하게 나타났으며(F=16.214, p=0.000), 모델이 갖는 설명력은 59.6%였다. 20대의 모바일 동영상 서비스의 전반적 만족도에 유의미한 영향을 주는 변인을 살펴보면, 성별과 부가서비스, 이용편리성 속성에 대한 만족도를 제외한 모든 속성별 만족도가 영향 변인으로 나타났다. 변수들 간 상대적 영향력을 살펴보면 가장 영향력이 큰 변인은 콘텐츠 다양성(β=.315), 화질(β=.309), 데이터 소모량(β=.274), 재생품질(β=.213) 순으로 나타났다.

30대 회귀모델 역시 유의미하게 나타났으며(F=31.438,

p=0.000) 모델이 갖는 설명력은 56.6%로 나타났다. 30대의 모바일 동영상 서비스의 전반적 만족도에 유의미한 영향을 주는 변인을 살펴보면, 성별과 부가서비스 속성에 대한 만족도를 제외한 모든 속성별 만족도가 영향 변인으로 나타났다. 변수들 간 상대적 영향력을 살펴보면 가장 영향력이 큰 변인은 이용편리성(β=.277), 화질(β=.270), 콘텐츠 다양성(β=.223), 재생품질(β=.158), 데이터 소모량(β=.138) 순으로 나타났다.

40대 회귀모델 역시 유의미하게 나타났으며(F=26.616, p=0.000) 모델이 갖는 설명력은 66.9%로 나타났다. 40대의 모바일 동영상 서비스의 전반적 만족도에 유의미한 영향을 주는 변인을 살펴보면, 성별과 재생품질, 부가서비스 속성에 대한 만족도를 제외한 모든 속성별 만족도가 영향 변인으로 나타났다. 변수들 간 상대적 영향력을 살펴보면 가장 영향력이 큰 변인은 이용편리성(β=.291), 콘텐츠 다양성(β=.207), 화질(β=.188), 데이터 소모량(β=.159) 순으로 나타났다.

이상과 같이 연령별 모바일 동영상 서비스 만족도 영향요인을 나누어 살펴보았다. 20대, 30대, 40대로 만족도를 따로 구분하여 살펴본 결과 콘텐츠 다양성, 화질, 데이터 소모량, 부가서비스 속성에 대한 만족도를 제외하고는 연령별로 전반적 만족도 영향요인이 차이가 있었다. 특히 30대 이상은 이용편리성이 전반적 만족도에 가장 많은 영향을 미치는 것으로 나타나 UI/UX개선이 중요한 요인임을 발견하였다. 단 부가서비스 속성에 대

표 8. 변수들의 상관관계 행렬

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)	(14)
(1)	1	.455**	.446**	.437**	.495**	.233**	.063	.238**	.131*	.159**	.144**	.133*	.134*	.593**
(2)		1	.505**	.310**	.381**	.134*	.072	.143**	.227**	.141**	.108*	.121*	.112*	.565**
(3)			1	.421**	.388**	.343**	.043	.130*	.103*	.263**	.120*	.101	.148**	.576**
(4)				1	.570**	.259**	.106*	.191**	.141**	.194**	.258**	.191**	.188**	.434**
(5)					1	.222**	.054	.130*	.104*	.124*	.142**	.196**	.109*	.540**
(6)						1	.116*	.165**	.143**	.196**	.172**	.151**	.345**	.379**
(7)							1	.963**	.969**	.948**	.970**	.973**	.930**	.067
(8)								1	.962**	.954**	.968**	.966**	.926**	.184**
(9)									1	.947**	.955**	.963**	.919**	.158**
(10)										1	.956**	.950**	.931**	.184**
(11)											1	.977**	.936**	.150**
(12)												1	.927**	.158**
(13)													1	.180**
(14)														1

*p<.05, **p<.01
 (1) 콘텐츠 다양성, (2) 화질, (3) 재생품질, (4) 부가서비스, (5) 이용편리성, (6) 데이터 소모량, (7) 지상파 콘텐츠 제공여부, (8) (1)*(7), (9) (2)*(7), (10) (3)*(7), (11) (4)*(7), (12) (5)*(7), (13) (6)*(7), (14) 전반적 만족도

한 만족도는 모든 연령대에 영향요인으로 유의미하지 않았다. 즉 20대는 부가서비스, 이용편리성 속성에 대한 만족도는 전반적 만족도에 영향을 미치지 않았고 30대는 부가서비스 속성에 대한 만족도는 유의미한 영향요인으로 나타나지 않았으며 40대는 재생품질, 부가서비스 속성에 대한 만족도가 전반적 만족도에 영향을 미치지 않았다.

그러므로 연령대별 모바일 동영상 서비스 만족도 결정요인에 차이가 있을 것이라는 가설3 역시 일부만 지지되었다.

4. 다중회귀분석 결과

조절효과는 독립변수가 종속변수에 미치는 영향력이 조절변수에 따라 달라지는 것을 의미하는데 본 연구에서는 속성별 만족도와 전반적 만족도간 관계에서 지상과 콘텐츠 제공여부가 조절효과를 하는지 검증하기 위하여 조절회귀분석을 사용한다. 조절회귀분석을 수행하기 위해서 계층적 회귀분석(Hierarchical Multiple Regression)방식을 이용하는데[20] 1단계에서는 독립변수와 조절변수를 투입하여 회귀분석을 실시하였고 2단계에서는 1단계에서 투입한 독립변수와 조절변수의 각 항목을 곱하여 만든 상호작용항 변수를 투입하여 회귀분석을 실시한 후 상호작용항이 종속변수에 미치는 효과의 유의성을 검증한다.

조절회귀분석에 앞서 상호작용항으로 인한 높은 상관관계로 발생할 수 있는 다중공선성을 파악하고자 독립변수인 모바일 동영상 속성별 만족도, 조절변수인 지상과 콘텐츠 제공여부, 독립변수와 조절변수의 곱인 상호작용항, 종속변수인 전체만족도를 포함한 14개의 변수들간 상관관계분석을 수행하였다. [표 8]의 분석결과 상호작용항인 (8)-(13)으로 인한 상관관계의 절대값이 0.9이상으로 다중공선성의 문제를 제기할 수 있다[21]. 다중공선성을 제거하는 방법 중 가장 보편적인 2가지가 표준화를 시키는 방법과 평균중심화를 하는 것인데 본 연구에서는 독립변수와 조절변수를 평균중심화를 사용하였다. 평균중심화는 전체 평균으로 각 모든 값을 빼준 새로운 변수로 만드는 것이다.

표 9. 조절회귀분석에 의한 조절효과 검증

모형	변수	R ²	ΔR ²	ΔF	β	t값
1	(1)	.580	.580	69.892***	.248	5.695***
	(2)				.250	5.890***
	(3)				.200	4.496***
	(4)				.003	.064
	(5)				.204	4.534***
	(6)				.174	4.650***
	(7)				-.007	-.187
2	(1)	.590	.010	1.365	.246	5.621***
	(2)				.240	5.438***
	(3)				.211	4.502***
	(4)				-.006	-.125
	(5)				.213	4.706***
	(6)				.169	4.482***
	(7)				-.009	-.263
	(1)*(7)				.047	1.078
	(2)*(7)				.024	.553
	(3)*(7)				-.057	-1.250
	(4)*(7)				.010	.211
	(5)*(7)				.053	1.169
	(6)*(7)				.034	.909

***p<.001

(1) 콘텐츠 다양성, (2) 화질, (3) 재생품질, (4) 부가서비스, (5) 이용편리성, (6) 데이터 소모량, (7) 지상파 콘텐츠 제공여부

각 변수의 평균중심화 후 조절회귀분석을 실시한 결과는 [표 9]와 같다. 분석결과 모형1에서 속성별 만족도 중 부가서비스 속성을 제외한 모든 속성의 만족도는 전반적 만족도에 영향을 주는 독립변수로 기능함을 알 수 있다.

그러나 지상과 콘텐츠 제공여부는 전반적 만족도에 영향을 주는 유의한 독립변수로 나타나지 않음을 볼 수 있다. 다음으로 모형2의 분석결과 속성별 만족도는 모형1에서와 같이 부가서비스 속성을 제외한 모든 속성의 만족도는 전반적 만족도에 영향을 주는 독립변수로 기능하는데 속성별 만족도 변수와 지상과 콘텐츠 제공여부 변수의 곱으로 생성된 새로운 변수들은 유의한 변수들로 나타나지 않음을 볼 수 있다. 단계적 회귀분석을 통해 도출된 R²의 증분을 검토해보면 상호작용항을 넣은 경우와 그렇지 않은 경우 약 1% 증가하는 것으로 나타났으나 변화량에 대한 F검정 결과 유의하지 않게 나타났기 때문에 상호작용항은 회귀식에 영향을 미치지 못한다는 결론을 내릴 수 있다. 또한 모형1에서 지상과 콘텐츠 제공여부는 전체만족도에 영향을 주지도 않았기 때문에 결정변수로 기능하지도 않고 조절변수로 작용하지도 않는다고 볼 수 있는 것이다. 즉 가설4는 기각되었다.

VI. 결론 및 시사점

본 연구는 모바일 동영상 서비스 만족도에 영향을 미치는 요인을 분석하는 것으로 DMB와 모바일 동영상 서비스를 모두 사용하는 362명의 사용자들을 대상으로 각 서비스의 속성별 만족도와 전반적 만족도를 조사하였다. 분석결과 첫째, 모바일 동영상 서비스 만족도에 가장 많은 영향을 미치는 요인은 콘텐츠 다양성과 화질로 나타났는데 이 결과는 장은진 외[12]의 결과에서 콘텐츠 만족도가 모바일 IPTV 사용자 만족도에 가장 큰 영향을 나타낸 것과 김동우 외[10]의 결과에서 품질이 모바일 IPTV 서비스의 태도와 만족에 가장 큰 영향을 준 결과와 일치한다. 둘째, 모바일 동영상 서비스 만족도에 영향을 미치는 요인에서 성별에 따른 차이가 발생했는데 남성은 부가서비스 속성 만족도를 제외한 모든 속성 만족도가 전반적 만족도에 영향을 미쳤으며 특히 화질에 대한 만족도가 가장 영향력이 크게 나타났다. 여성은 6가지 모든 속성 만족도가 전반적 만족도에 영향을 미쳤으며 콘텐츠 다양성에 대한 만족도가 가장 영향력이 크게 나타났다. 셋째, 연령별로 모바일 동영상 서비스 만족도에 영향을 미치는 요인 역시 차이가 발생했는데 부가서비스 속성 만족도는 모든 연령대에서 전반적 만족도에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 김동우 외[10] 연구에서 다시보기 등 반응성 요소가 유용성과 용이성에 모두 영향을 미치지 않은 결과와 일치한다. 또한 20대는 콘텐츠 다양성이, 30-40대는 이용편리성에 대한 만족도가 전반적 만족도에 미치는 영향력이 가장 컸다. 넷째, 모바일 동영상 서비스 속성별 만족도와 전반적 만족도간의 관계에 지상파 콘텐츠 제공여부가 조절효과를 하는지 분석한 결과 지상파 콘텐츠 제공여부는 조절변수로 작용하지 않았다. 게다가 지상파 콘텐츠 제공여부가 전체만족도에 영향을 미치는 결정변수로도 기능하지 않았다. 이는 모바일 IPTV 이용시 다양한 실시간 채널수를 가장 먼저 고려한다는 연구결과[11]와 다른 결과를 보여준다.

이러한 연구결과를 토대로 본 연구는 다음과 같은 시사점을 가진다. 첫째, 다양한 콘텐츠 확보는 모바일 동영상 서비스 만족도에 가장 큰 영향을 미치기 때문에

콘텐츠 다양성 증대를 위해 다양한 방송 및 VOD 콘텐츠 수급을 아끼지 않아야 할 것이며, 이미 LTE기반의 고품질 서비스를 경험한 사용자들이라 화질 역시 영향력이 높게 나타나므로 모바일 동영상 서비스 사업자들은 시스템 품질 개선을 위한 소프트웨어 최적화에 지속적인 노력을 기울일 필요가 있다. 둘째, 부가서비스가 만족도에 미치는 영향은 통계적으로 유의하게 나타나지는 않았고 이용편리성은 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났기 때문에 다양한 부가서비스 개발보다는 사용에 있어 편리성을 향상시킬 수 있는 UI/UX 개선 등이 중요하다. 셋째, 지상파 콘텐츠 제공에 따른 조절효과는 유의미하게 검증되지 않았는데 이는 지상파 콘텐츠 제공여부에 따라 만족도의 차이가 없다는 의미이기 때문에 지상파 콘텐츠가 반드시 제공되지 않더라도 다양한 콘텐츠가 제공된다면 사용자들의 만족도는 향상될 수 있을 것으로 판단된다.

본 연구는 최근 사용자가 증가하고 있는 모바일 동영상 서비스의 만족도에 영향을 미치는 요인을 분석한 연구로서 의미를 갖지만 몇 가지 한계점을 지니고 있다. 첫째, 모바일 동영상 서비스 사용자의 표본을 20대에서 40대까지만 조사하였는데 최근 10대 및 50대 이상 연령대도 모바일을 활용한 다양한 서비스를 사용하기 때문에 향후 연령대를 확대한 추가적인 연구가 필요하다. 둘째, 본 연구에서는 인구통계적 변수로 성별과 연령만을 고려했지만 향후 결혼여부, 직업, 소득 등 다양한 인구통계적 변수에 따른 만족도 결정요인을 분석할 필요가 있다. 셋째, 모바일 동영상 서비스 만족요소 측정항목을 선행연구에 기반하여 도출하였는데 다소 한계가 있기 때문에 향후 다수의 만족요소를 변수로 한 후 요인분석을 통해 만족요소 측정항목을 선정한다면 만족요소 측정항목이 좀 더 타당성이 있을 것으로 생각된다. 넷째, 조사대상자에 모바일 동영상 서비스의 유료/무료 사용자가 모두 포함되어 있는데 유료사용자와 무료사용자의 만족요소도 차이가 있을 수 있기 때문에 유료/무료 사용자별 만족도 결정요인 분석을 조사한다면 모바일 동영상 서비스의 경쟁력을 보다 더 향상시킬 수 있으리라 사료된다.

참고 문헌

[1] <http://news.kmib.co.kr/article/view.asp?arcid=0009786921&code=61171111&cp=nv>

[2] 이은민, “주요 인터넷 동영상 서비스의 최근 동향,” 정보통신방송정책, 제25권, 제7호, pp.57-66, 2013.

[3] <http://www.hani.co.kr/arti/society/media/723847.html>

[4] 방송통신위원회, 2015년도 방송시장경쟁상황평가, 2015.

[5] <http://www.pdjournal.com/news/articleView.html?idxno=57404>

[6] 김성민, 변상규, “글로벌 방통융합 시대의 DMB 성공요인에 대한 고찰,” 전자통신동향분석, 제23권, 제2호, pp.108-118, 2008.

[7] 남선우, *DMB(Digital Multimedia Broadcasting) 이용 행태 연구*, 고려대학교 석사학위논문, 2006.

[8] 남중훈, “DMB의 수용결정요인에 관한 연구-위성 DMB와 지상파 DMB의 비교를 중심으로,” 언론과학연구, 제7권, 제2호, pp.143-188, 2007.

[9] 이미향, *DMB 초기 수용자의 수용행태에 관한 연구:미디어 경쟁에 따른 ‘충족적소이론’의 현실적 적용을 중심으로*, 성균관대학교 박사학위논문, 2006.

[10] 김동우, 유재영, 정원조, “모바일 IPTV 서비스에 대한 지불의사 결정 요인 연구,” 제19권, 제3호, pp.385-395, 2014.

[11] 김민정, “모바일 IPTV 시장 활성화를 위한 소비자 연구,” 한국인터넷방송통신학회 논문지, 제14권, 제5호, pp.45-53, 2014.

[12] 장은진, 김정균, 신용호, “모바일 IPTV 사용자 만족요인 연구:디자인 심미성과 네트워크 품질의 조절효과를 중심으로,” 정보시스템연구, 제21권, 제4호, pp.133-153, 2012.

[13] 김승윤, *모바일 기반 영상 시청 시장 확대를 위한 소비자 이용행태 분석*, kt 경제경영연구소, 2013.

[14] Accenture, Consumers of all ages are going over-the-top, 2011.

[15] Accenture, Multi-tasking and Taking Control, 2013.

[16] <http://news.mk.co.kr/newsRead.php?year=2014&no=233046>

[17] <http://news.joins.com/article/17981870>

[18] 설진아, 봉미선, “IPTV수용자의 이용행태와 서비스 만족도에 대한 연구,” 한국언론정보학보, 통권 46호, pp.485-510, 2009.

[19] <http://www.wiseuser.go.kr/jsp/commList.do?bcode=537&hcode=534&vcode=2555>

[20] 한인수, “조절회귀분석의 통계적 검정력에 대한 연구,” 노사관계연구, 제13권, pp.143-161, 2002.

[21] 이성규, “베이비부머의 삶의 만족도에 영향을 미치는 요인: 성별 차이를 중심으로,” 디지털 융복합연구, 제12권, 제10호, pp.73-86, 2014.

저자 소개

김민정(Min-Jeong Kim)

정희원



- 1991년 2월 : 연세대학교 응용통계학과(경제학사)
- 1993년 2월 : 서울대학교 산업공학과(공학석사)
- 2012년 2월 : 서울대학교 산업공학과(공학박사)

• 2015년 3월 ~ 현재 : 숙명여자대학교 소비자경제학과 조교수

<관심분야> : User & Data Analysis