

웹 드라마를 통해 형성된 소비자의 지각된 가치에 대한 연구

안 성 훈* · 허 광 복**

A Study on the Perceived Value of Consumers through Web Drama

Ahn Sunghun · Hue Kwangbok

〈Abstract〉

Unlike in the past, when the demand for web content was increasing and the use behavior of watching short videos was changed, unlike the past when only TV dramas and differentiation were mentioned, web dramas are more firmly established through various attempts. A typical form change is commerce of web dramas. Recently, more and more cases have been produced in the form of product sales by securing real-time functioned, which are disadvantages of commerce, through web dramas.

In this trend, web dramas are also increasing interest in product sales. This can be said to be a form developed from the concept of a company's PPL, and the number of companies that use web dramas that predict continuous growth as strategic product promotion and marketing means is continuously increasing.

Therefore, this study provides basic data on consumer behavior to collect product information and purchase products using web dramas to companies that are using or considering web dramas, and through this, companies design and establish marketing strategies using web dramas.

Key Words : Web Drama, Online Purchase, YouTube, Streaming, Live Commerce

I. 서론

1.1 연구의 목적 및 의의

Z세대란 1995년부터 2009년 사이에 태어났으며, 태어날 때부터 스마트폰과 영상을 익숙하게 사용하는 세대를 지칭하며, 더 이상 책도 포털사이트의 검색엔진

도 이용하지 않으며 모든 검색은 유튜브를 이용하는 세대라고 정의하고 있다[1]. 이러한 추세에 웹을 기반으로 다양한 콘텐츠들이 발전해 가고 있다. 웹 드라마도 유튜브와 더불어 웹을 기반으로 하는 대표적인 콘텐츠이다. 최근들어 다양한 방법을 통해 웹 드라마의 형식의 변화를 시도하고 있으며, 대표적인 변화가 웹 드라마를 통한 커머스이다. 영상을 이용한 커머스는 실시간 LIVE 기능의 중요성 때문에 홈쇼핑 방송을 중심으로 이루어지고 있다. 그러나 최근 유튜브, 페이스

* 건국대학교 영상영화학과 겸임교수(제1저자)

** 동덕여자대학교 사회과학대학 경영학과 부교수(참여저자)

북 등 다양한 매체에서 영상을 통해 커머스를 시도하며 실시간이라는 개념이 변화하고 있다. 유튜브는 이용자가 능동적으로 커뮤니케이션을 할 수 있는 상호작용성, 사용자의 개별적 기호와 관심에 맞는 다양한 콘텐츠를 제공하는 다양성, 시간적, 공간적, 제약에서 벗어나 자유롭게 사용할 수 있는 사용 용이성 등 뉴미디어로서의 특성을 다양하게 갖추고 있다[2].

최근 웹 드라마를 통해 커머스의 단점인 실시간 기능을 보완하여 제품판매 형식의 구성으로 제작되어지고 있는 사례가 늘고 있다. 이는 기업의 PPL 개념보다 발전된 형태로 기업입장에서는 마케팅과 전략적 제품 홍보에 그치지 않고 제품을 판매할 수 있는 수단으로 활용할 수 있다. 하지만 웹 드라마를 통해 제품의 정보를 얻고 선행 이용자들의 반응과 평가 등을 얻는데 활용하고 있지만 웹 드라마를 통해 소비자들이 어떠한 영향을 받는지에 대한 연구는 부족한 실정이다.

지각된 가치는 소비자의 행동의도를 예측하는데 있어 주요한 지표로서 소비자 행동 및 마케팅 분야에서 널리 사용되어 지고 있다. 가치란 무엇을 주고 무엇을 얻었는지 제품의 유용성에 기반을 둔 소비자의 전반적인 평가로서 구매자가 지불한 가격에 대한 희생 대비 상품을 통해 얻을 수 있는 품질이나 효용 간에 교환관계로 여길 수 있다. 기존의 연구에서 웹 드라마를 통한 커머스에 대한 기능연구가 부재하므로 새로운 제작형식의 출현으로 인한 웹 드라마를 이용한 커머스에 대한 연구가 필요하다. 이러한 연구는 웹 드라마의 커머스 기능에 기여를 할 것이다.

따라서 본 연구에서는 웹 드라마를 제품 마케팅의 수단으로 사용하고 있거나 고려하고 있는 기업에게 웹 드라마를 활용하여 제품에 대한 정보를 수집하고 제품을 구매하고자 하는 소비자의 행동에 대한 기초 자료를 제공하며, 이를 통해 기업은 웹 드라마를 활용한 마케팅 전략을 설계하고 수립하여 웹 드라마 이용자들의 제품 구매의도를 자극할 수 있는 웹 드라마 활용 전략 수립에 기여할 목적이 있다.

1.2 이론적 배경과 선행연구

웹 서비스와 모바일 환경에서 제공되는 웹 드라마는 새로운 기술을 활용하는 서비스를 이용하는 개인을 소비자로 인식한다. 따라서 웹 드라마의 소비자는 편익과 희생의 관점에서 사용의도를 파악하게 되므로 이에 영향을 미치는 요인을 평가하는 모델로 가치기반수용모델이 활용된다.

가치기반수용모델(VAM : Value based adoption)은 지각된 가치를 기반으로 기술 제품 및 서비스에 대한 수용행동을 파악하는 이론으로서 지각된 가치가 소비자의 수용의도에 유효한 영향을 미친다는 것을 제시하고 있다[3]. 이 모델은 새로운 기술이나 서비스를 수용할 경우 사용자와 소비자의 긍정적인 이용 경험(편익)과 부정적인 이용 경험(희생)을 함께 고려하고 있다[4]. 따라서 지각된 가치는 지각된 편익과 희생으로 구분된다. 또한 세부적으로 지각된 희생(perceived sacrifice)은 기술적인 노력과 비용으로 구성된다[5].

새로운 기술과 서비스 이용에 대한 지각된 가치와 관련된 선행연구를 살펴보면 소비자의 지각된 가치와 이를 통한 서비스의 구매의도를 파악하는 것은 새로운 서비스를 기획, 개발하는 과정에 수용해야 하는 전략적인 요인이라고 제시하고 있다[6].

지각된 편익은 유용성과 즐거움으로 구분된다. Teo et al.(1999)은 인터넷과 웹 사이트의 이용은 지각된 편익인 유용성과 즐거움을 위해 이루어진다고 제시하였다[7]. 고민환과 이중기(2019)는 지각된 유용성은 이용자 만족과 긍정적인 영향을 미치는 것을 보여주고 있으며[8], 박정숙과 변정우(2013)는 지각된 즐거움은 온라인 콘텐츠를 이용하기 위하여 기술을 사용하는데 있어 만족이나 지속적인 사용에 영향을 미치는 중요 요인임을 검증하고 있다[9].

지각된 희생은 기술적 노력과 비용으로 구성된다. 기술적인 노력은 비금전적인 요인으로서 새로운 정

보기술을 사용할 때 서비스를 이용하기 위해 사용자에게 요구되는 신체적, 정신적 노력의 정도를 의미하며, 비용은 금전적인 요인으로서 소비자의 인식을 바탕으로 측정할 수 있는 희생의 정도를 의미한다[10]. 이유진(2020)은 코로나 19로 인해 온라인 콘텐츠의 급성장을 야기하였으나 새로운 기술과 방대한 콘텐츠의 제공은 소비자에게 정신적 노력과 시간적 비용을 요구하게 하여 스트레스로 다가올 수 있다는 것을 보여주고 있다[11].

본 연구에서는 전술한 이론적 배경 및 선행연구를 바탕으로 인구통계적 차이와 웹 드라마 시청경험의 차이가 실제로 웹 드라마에 대해 지각된 가치의 수준에 영향을 미치고 있는지를 살펴보고자 한다.

II. 연구의 모형

2.1 연구의 표본

본 연구의 목적은 웹 드라마의 시청을 통해 지각된 가치에 미치는 영향을 살펴보는 것이다. 이를 위해 2022년 6월 15일부터 7월 5일까지의 기간 동안 소비자들에 대한 설문조사를 통해 분석하였다.

본 연구에서는 최종적으로 총 300명의 이해관계자 별 설문분석을 수행하였으며 <표 1>은 최종표본의 인구통계적 분포 등을 세부적으로 제시하고 있다. 우선 성별 구분은 남성과 여성이 각각 50%의 비중을 차지하고 있으며, 연령은 20대 이하가 46.7%, 30대 이상이 53.3%의 비중을 차지하고 있다. 그리고 학력은 고등학교 졸업 이하가 32.3%, 대학교 졸업 이상이 67.7%의 비중을 차지하고 있으며, 직업은 직업을 가진 그룹(자영업, 전문/자유직, 근로자)이 61.7%, 직업이 없는 그룹(학생, 전업주부, 무직)이 38.3%의 비중을 보이고 있다. 그리고 최종분석 대상 중 웹 드라마에 대한 시청경험이 없거나 과거에만 있는 표본이 56.7%,

현재 가끔 시청하거나 매우 자주 시청하는 표본이 43.3%의 비중을 차지하는 것으로 나타나고 있다. 본 연구는 이러한 인구통계적 특성이나 웹 드라마에 대한 시청 경험이 웹 드라마에 대해 지각된 가치에 영향을 미치는지를 살펴보고자 한다.

<표 1> 설문분석 대상의 특성 내역

내역	구분	수(명)	비중(%)
성별	남성	150	50.0
	여성	150	50.0
연령	29세 이하	140	46.7
	30세 이상	160	53.3
학력	고졸 이하	97	32.3
	대졸 이상	203	67.7
직업	자영업,근로자,전문직	185	61.7
	학생,전업주부,무직	115	38.3
웹 드라마 시청경험	없거나 과거에만 있음	170	56.7
	현재 가끔 또는 매우 자주	130	43.3
최종표본		300	100.0

본 연구의 사례분석 대상은 2020년 3월 네이버TV를 통해 방영된 웹 드라마 <홈스토리>를 활용하였다. <홈스토리>는 출연자들이 마케팅 회사원으로서 기업의 제품을 홍보하고 판매하는 형식으로 구성된 작품이다. 본 연구에서 <홈스토리>를 연구대상으로 선택한 이유는 본 연구자가 직접 제작을 진행했기 때문에 본 연구의 접근가능성에 있어 효율적이고 용이했기 때문이다. 웹 드라마 제작 시 경험했던 직접 자료를 토대로 진행되었으며 무엇보다 제작과정을 연구대상으로 설정함으로써 정확한 연구대상이 될 수 있는데 의의를 두었다.

2.2 연구모형 및 가설

본 연구는 기존의 선행연구가 영화, TV 드라마에 대한 지각된 가치를 살펴보는 것과 달리 웹 드라마에 대한 지각된 가치에 미치는 요인을 분석하고 제시하

고자 한다. 지각된 가치는 소비자의 행동의도를 예측하는데 있어 주요지표로서 마케팅 분야에서 널리 사용되고 있는데 이러한 지각된 가치는 세부적으로 지각된 편익과 비용으로 구성된다. 따라서 인구통계적 차이와 웹 드라마의 시청경험의 차이가 웹 드라마에 대해 지각된 가치의 수준에 영향을 미치고 있는지를 살펴보기 위하여 본 연구에서는 웹 드라마에 대한 지각된 가치가 인구통계적 특성과 시청경험에 따른 단일변량 분석을 수행하고, 통제변수를 포함한 다변량 회귀분석모형을 수행하였다. 웹 드라마에 대한 지각된 가치에 미치는 요인을 분석하기 위하여 선행연구에서 보편적으로 사용하고 있는 성별, 연령, 학력, 직업과 같은 대표적인 인구통계적 요인과 더불어 웹 드라마 시청경험을 주요 설명변수로 채택하여 다음과 같은 연구 모형을 설정하였다.

$$DV_{1-4} = \beta_0 + \beta_1 SEX + \beta_2 AGE + \beta_3 EDU + \beta_4 WEBEXP + \beta_5 JOB + \epsilon \quad (1)$$

〈변수의 정의〉

- DV1 지각된 편익 중 유용성(USE).
- DV2 지각된 편익 중 즐거움(PLE).
- DV3 지각된 희생 중 기술적노력(SKILL).
- DV4 지각된 희생 중 비용(EXPEN).
- SEX 성별(여성=1, 남성=0).
- AGE 연령(29세 이하=1, 30세 이상=0)
- EDU 학력(대학 졸업 이상=1, 고졸 이하=0)
- WEB 웹드라마 시청여부(현재 가끔 또는 자주 이용=1, 전혀 없거나 과거에 이용=0)
- EXP 전혀 없거나 과거에 이용=0)
- JOB 직업 유무(자영업,전문/자유직 및 근로자=1, 학생,전업주부 및 무직=0)

2.3 연구변수의 측정

본 연구는 소비자의 웹 드라마에 대한 지각된 가치에 관한 연구로서 지각된 가치는 지각된 편익인 유용성과 즐거움과 지각된 희생인 기술적 노력과 비용으로 구분하여 분석하고자 한다. 따라서 관심 4가지 변

수에 대한 조작적 정의를 다음과 같이 구분하여 설정하고 측정하였다.

첫째, 웹 드라마에 대한 지각된 편익 중 유용성은 소비자가 서비스에 대해 인식하는 전체적인 가치로 웹 드라마 소비자가 생활 상 유용성과 더불어 다양한 욕구 충족 등을 지각하는 정도를 의미한다. 그리고 즐거움은 유용한 편익과 상관없이 소비하는 과정에서 얻을 수 있는 재미와 만족의 요소로 웹 드라마 소비를 통해 즐거움, 흥미 등을 지각하는 정도를 의미한다.

둘째, 웹 드라마에 대한 지각된 희생 중 기술적 노력은 비금전적인 요인으로서 서비스를 이용하기 위해 사용자에게 요구되는 신체적, 정신적 노력의 정도로서, 소비자가 웹 드라마 시청을 위해 알아야 하는 활용법, 구독 방법, 검색 방법 등 기술적 요소에 대해 지각하는 정도를 의미한다. 그리고 비용은 금전적인 요인으로서 소비자가 웹 드라마를 시청할 때 지급해야 하는 구독료, 콘텐츠 구입료, 비용에 대한 불만족 등을 지각하는 정도를 의미한다.

〈표 2〉 변수의 측정항목

구분	변수	설명항목	문항
지각된 편익	유용성 (USE)	1. 웹드라마는 비교적 저렴한 가격으로 동등한 느낌을 경험할 수 있다. 2. 웹드라마는 삶의 질을 높여 줄 것이라고 생각한다. 3. 웹드라마는 생활에 유용할 것이라고 생각한다. 4. 웹드라마는 다양한 욕구를 만족시킬 수 있다고 생각한다. 5. 웹드라마는 사회적 흐름과 부합할 수 있다고 생각한다.	QA01 1-5
지각된 편익	즐거움 (PLE)	1. 웹드라마는 매우 유쾌할 것이라고 생각한다. 2. 웹드라마는 많이 즐거울 것이라고 생각한다. 3. 웹드라마는 새로운 경험일 것이라고 생각한다. 4. 웹드라마는 매우 흥미로울 것이라고 생각한다. 5. 웹드라마는 나의 기대를 충족시킬 것이라고 생각한다.	QA02 1-5

지각된 희생	기술적 노력 (SKILL)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 웹드라마의 시청법은 어려울 것이라고 생각한다. 2. 웹드라마를 시청하기 위해서는 많은 시간과 노력이 필요하다고 생각한다. 3. 웹드라마를 시청 시 익숙하게 이용하는 것이 어려울 것이라고 생각한다. 4. 웹드라마의 시청을 위한 접근은 어려울 것이라고 생각한다. 5. 웹드라마의 시청 시 화질을 선택하고 실행하는 것이 힘들다고 생각한다. 	QA03 1-5
	비용 (EXPEN)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 웹드라마 이용에 높은 비용을 지급해야 할 것이라고 생각한다. 2. 웹드라마 이용 요금은 생각보다 비쌀 것이라고 생각한다. 3. 웹드라마 이용에 소요되는 비용은 부담이 될 것이라고 생각한다. 4. 웹드라마 이용 비용과 비교시 가치가 높지 않을 것이라고 생각한다. 5. 웹드라마 이용에 지불하는 비용은 합리적이지 않다고 생각한다. 	QA04 1-5

주) 각 관심 변수에 대해 5개의 설문 항목으로 Likert 5점 척도로 측정하고 5가지 설문항목을 평균하여 관심 변수에 대한 측정치로 사용함

<표 2>는 설문에 대한 측정항목 구성에 대한 설문 항목과 문항을 보여주는 것이다. 본 연구의 관심 변수에 대하여 앞의 변수의 정의와 더불어 각 4개의 관심 변수에 대해 각각 동일하게 5개의 설문 항목을 설정하고 5점 척도로 측정하였다. 웹 드라마에 대해 지각된 편익 중 유용성(USE) 변수는 웹 드라마에 대한 삶의 질과 유용성, 욕구 만족 등을 이용한 5가지 설문 항목을 이용하여 측정하였으며, 즐거움(PLE) 변수는 웹 드라마에 대한 유쾌, 즐거움, 새로운 경험, 흥미 등을 이용한 5가지 설문 항목을 측정하여 사용하였다. 또한 웹 드라마에 대해 지각된 희생 중 기술적 노력 (SKILL) 변수는 웹드라마 시청 시 투입시간과 노력, 시청법 및 이용의 어려움, 접근 어려움 등을 이용한 5 가지 설문 항목을 측정하였으며, 비용(EXPEN) 변수는 웹드라마 이용 관련 비용의 부담, 적정성, 합리성 등을 이용한 5가지 설문항목을 이용하여 측정하고 분석 변수로 사용하였다.

<표 3> 지각된 편익 측정 도구의 타당도 및 신뢰도

구분	변수	측정문항	요인 부하량	Eigen value	Cronbach' α
지각된 편익	유용성 (USE)	QA01_1	0.852	2.96	0.82
		QA01_2	0.838		
		QA01_3	0.668		
		QA01_4	0.553		
		QA01_5	0.452		
	즐거움 (PLE)	QA02_1	0.816	3.20	0.85
		QA02_2	0.805		
		QA02_3	0.746		
		QA02_4	0.652		
		QA02_5	0.567		
KMO 측도		0.896			
Barlett의 구형성 검증		$\chi^2(45) = 1432.52 (0.000)$			

주) 타당도와 관련하여 요인 추출은 고유 값(Eigen value) 1.0을 기준으로 하며, 측정 문항의 요인 부하량이 0.4 이상이면 해당요인에 속하는 것으로 판단함. 신뢰도와 관련하여 문항내적합치도(Cronbach'α) 계수가 0.6 이상이면 허용할 만한 신뢰도로 판단함.

본 연구에서는 설문을 통해 측정된 도구의 타당도 및 신뢰도를 검증하기 위하여 탐색적 요인 분석을 실시하였다. 위의 <표 3>은 웹 드라마에 대한 지각된 편익 변수 두 가지(USE, PLE)에 대한 탐색적 요인분석 결과로서 검증통계량은 5% 수준에서 유의한 것으로 나타나 적합성 분석 수행이 가능함을 보여주고 있다. 지각된 편익 변수인 유용성(USE)과 즐거움(PLE) 문항에 대한 고유값이 각각 2.96과 3.2로 나타났으며, 각각의 5가지 설문에 대한 요인 부하량이 모두 0.4 이상을 보여주고 있고, 문항내적합치 계수도 각각 0.82와 0.85로 나타났다. 따라서 본 연구에서 사용된 웹 드라마에 대한 지각된 편익에 대한 변수 척도의 타당도와 신뢰성이 있음을 보여주고 있다.

<표 4>는 웹 드라마에 대한 지각된 희생 변수 두 가지(SKILL, EXPEN)에 대한 탐색적 요인분석 결과로서 검증통계량은 5% 수준에서 유의한 것으로 나타나 적합성 분석 수행이 가능함을 보여주고 있다. 지각된 희생인 기술적 노력(SKILL)과 비용(EXPEN) 문

<표 4> 지각된 희생 측정 도구의 타당도 및 신뢰도

구분	변수	측정문항	요인 부하량	Eigen value	Cronbach' α
지각된 희생	기술적 노력 (SKILL)	QA03_1	0.840	3.78	0.92
		QA03_2	0.833		
		QA03_3	0.817		
		QA03_4	0.816		
		QA03_5	0.766		
	비용 (EXPEN)	QA04_1	0.808	2.95	0.82
		QA04_2	0.772		
		QA04_3	0.757		
		QA04_4	0.721		
		QA04_5	0.565		
KMO 측도			0.906		
Barlett의 구형성 검증			$\chi^2(45) = 1861.34 (0.000)$		

주) 타당도와 관련하여 요인 추출은 고유 값(Eigen value) 1.0을 기준으로 하며, 측정 문항의 요인 부하량이 0.4 이상이면 해당요인에 속하는 것으로 판단함. 신뢰도와 관련하여 문항내적합치도(Cronbach'α) 계수가 0.6 이상이면 허용할 만한 신뢰도로 판단함.

항에 대한 고유 값이 각각 3.78과 2.95로 나타났으며, 각각의 5가지 질문에 대한 요인 부하량이 모두 0.4 이상을 보여주고 있고, 문항내적합치 계수도 각각 0.92와 0.82로 나타났다. 따라서 본 연구에서 사용된 웹 드라마에 대한 지각된 희생에 대한 변수 척도의 타당도와 신뢰성이 있음을 보여주고 있다.

III. 실증분석 결과

3.1 기술통계

다음의 <표 5>는 설문문항을 통해 5점 척도로 측정된 변수들에 대한 기술통계를 제시하고 있다.

웹 드라마에 대한 지각된 편익 중 유용성(USE)의 평균은 3.205로 나타났으며, 즐거움(PLE)의 평균은 3.425로 나타났다. 또한 웹 드라마에 대한 지각된 희

<표 5> 주요 변수 기술통계량

변수명	USE	PLE	SKILL	EXPEN
평균	3.205	3.425	2.249	2.701
표준편차	0.6914	0.6769	0.8595	0.6609

주: 1) USE: 지각된 유용성; PLE: 지각된 즐거움; SKILL: 기술적 노력; EXPEN: 지각된 비용

생 중 기술적 노력(SKILL)의 평균은 2.249로 나타났으며, 비용(EXPEN)의 평균은 2.701로 나타났다. 이러한 결과는 웹 드라마에 대한 지각된 편익의 경우 보통 이상의 값을, 웹 드라마에 대한 지각된 희생의 경우 보통 이하의 값을 나타내고 있어 4가지 변수에 대하여 긍정적인 답변을 보여주고 있다.

3.2 단일변량 분석

다음의 <표 6>은 웹 드라마에 대한 지각된 가치에 대하여 성별 차이가 있는지를 살펴보기 위하여 집단 비교 분석을 실시한 결과를 제시한 것이다. 결과를 살펴보면 지각된 편익, 지각된 희생 중 비용에 대하여 성별차이는 유의적인 차이를 나타내지 않고 있다.

<표 6> 지각된 가치에 대한 성별 차이분석(t-test 검증)

Variables	성별(SEX)		평균차이 (Diff)	t-Value (유의확률)
	1	0		
	평균값	평균값		
USE	3.2053	3.2053	0.0000	0.00 (1.0000)
PLE	3.4680	3.3827	-0.0853	-1.09 (0.2757)
SKILL	2.1627	2.3360	0.1733	1.75* (0.0807)
EXPEN	2.6840	2.7173	0.0333	0.44 (0.6630)

주 1) ***, **, * : 양측검증 시 1%, 5%, 10% 수준에서 각각 유의함
 2) 변수의 정의
 SEX: 여성은 1, 남성 0인 더미변수
 USE: 지각된 유용성; PLE: 지각된 즐거움;
 SKILL: 기술적 노력; EXPEN: 지각된 비용

지각된 회생 중 기술적 노력(SKILL)의 경우 남성이 여성보다 높게 나타났으며 두 집단 간 차이는 유의수준 10% 하에서 통계적으로 유의하였다. 이와 같은 결과는 웹 드라마에 대한 시청과 관련하여 남성이 여성보다 어려움을 가지고 있는 것을 보여주고 있다.

다음의 <표 7>은 웹 드라마에 대한 지각된 가치에 대하여 연령별 차이가 있는지를 살펴보기 위하여 집단 비교분석을 실시한 결과를 제시한 것이다. 웹 드라마에 대한 지각된 편익인 유용성(USE)과 즐거움(PLE)의 경우 29세 이하 연령층이 30세 이상 연령층에 비해 높게 나타났으며 두 집단 간 차이는 모두 유의수준 5% 하에서 통계적으로 유의한 차이를 나타내고 있다. 한편 웹 드라마에 대한 지각된 회생 중 비용(EXPEN)의 경우 29세 이하 연령층이 30세 이상 연령층에 비해 낮게 나타났으며 두 집단 간 차이는 유의수준 5% 하에서 통계적으로 유의한 차이를 보이고 있으며, 기술적 노력의 경우 두 집단 간 차이는 유의적인 차이를 나타내지 않고 있다. 이와 같은 결과는 10대와 20대인 29세 이하의 젊은 연령층이 30세 이상 연령층에 비해 웹 드라마 이용 비용과 관련하여 우호

<표 7> 지각된 가치에 대한 연령별 차이분석(t-test 검증)

Variables	연령(AGE)		평균차이(Diff)	t-Value (유의확률)
	1	0		
	평균값	평균값		
USE	3.3043	3.1188	-0.1855	-2.34** (0.0202)
PLE	3.5157	3.3463	-0.1695	-2.18** (0.0303)
SKILL	2.1786	2.3113	0.1327	1.32 (0.1880)
EXPEN	2.5714	2.8138	0.2423	3.22** (0.0014)

주 1) ***, **, * : 양측검증 시 1%, 5%, 10% 수준에서 각각 유의함
 2) 변수의 정의
 AGE: 29세 이하는 1, 30세 이상은 0인 더미변수
 USE: 지각된 유용성; PLE: 지각된 즐거움;
 SKILL: 기술적 노력; EXPEN: 지각된 비용

적인 시각을 갖고 있음을 보여주고 있다.

다음의 <표 8>은 웹 드라마에 대한 지각된 가치에 대하여 학력별 차이가 있는지를 살펴보기 위하여 집단 비교 분석을 실시한 결과를 제시한 것이다.

<표 8> 지각된 가치에 대한 학력별 차이분석(t-test 검증)

Variables	학력(EDU)		평균차이(Diff)	t-Value (유의확률)
	1	0		
	평균값	평균값		
USE	3.1714	3.2736	0.1049	1.23 (0.2198)
PLE	3.3734	3.5340	0.1606	1.93* (0.0544)
SKILL	2.3281	2.0845	-0.2435	-2.31** (0.0214)
EXPEN	2.7419	2.6144	-0.1274	-1.57 (0.1184)

주 1) ***, **, * : 양측검증 시 1%, 5%, 10% 수준에서 각각 유의함
 2) 변수의 정의
 EDU: 대졸 이상은 1, 고졸 이하는 0인 더미변수
 USE: 지각된 유용성; PLE: 지각된 즐거움;
 SKILL: 기술적 노력; EXPEN: 지각된 비용

웹 드라마에 대한 지각된 편익 중 즐거움(PLE)의 경우 고졸 이하 학력 집단이 대졸 이상 학력 집단에 비해 높게 나타났으며 두 집단 간 차이는 유의수준 10% 하에서 유의한 차이를 보이고 있으며, 유용성(USE)의 경우 두 집단 간 차이는 유의한 차이를 보이고 있지 않다. 또한 웹 드라마에 대한 지각된 회생 중 기술적 노력(SKILL)의 경우 대졸 이상 학력 집단이 고졸 이하 학력 집단에 비해 크게 나타났으며 두 집단 간 차이는 유의수준 5% 하에서 통계적으로 유의한 차이를 보이고 있으며, 비용의 경우 두 집단 간 차이는 유의적인 차이를 나타내지 않고 있다. 이와같은 결과는 대졸 이상 학력 집단에 비해 고졸 이하의 학력 집단이 웹 드라마에 대한 즐거움을 상대적으로 더 많은 영향을 받고 있으며, 웹 드라마 시청과 관련하여 어려움을 적게 가지고 있는 것을 나타내고 있다.

다음의 <표 9>는 웹 드라마에 대한 지각된 가치에 대하여 웹 드라마 시청경험별 차이가 있는지를 살펴 보기 위하여 집단 비교 분석을 실시한 결과를 제시한 것이다.

<표 9> 지각된 가치에 대한 시청경험별 차이분석(t-test 검증)

Variables	시청경험(WEP_EXP)		평균차이 (Diff)	t-Value (유의확률)
	1	0		
	평균값	평균값		
USE	3.3862	3.0671	-0.3191	-4.06*** (<0.0001)
PLE	3.6169	3.3288	-0.3381	-4.42*** (<0.0001)
SKILL	2.3200	2.1953	-0.1247	-1.22 (0.2238)
EXPEN	2.7169	2.6882	-0.0287	-0.37 (0.7101)

주 1) ***, **, * : 양측검증 시 1%, 5%, 10% 수준에서 각각 유의함
2) 변수의 정의

WEB_EXP: 현재 가끔 또는 자주 이용은 1, 전혀 없거나 과거에 이용은 0인 더미변수
USE: 지각된 유용성; PLE: 지각된 즐거움;
SKILL: 기술적 노력; EXPEN: 지각된 비용

웹 드라마에 대한 지각된 편익인 유용성(USE), 즐거움(PLE)의 경우 웹 드라마를 현재 가끔 또는 자주 시청하는 집단이 전혀 없거나 과거에만 시청한 집단에 비해 높게 나타났으며, 두 집단 간 차이는 유의수준 1% 하에서 유의한 차이를 보이고 있다. 반면에 웹 드라마에 대한 지각된 희생인 기술적 노력과 비용의 경우 두 집단 간에 유의한 차이를 나타내지 않고 있다. 이러한 결과는 기존의 TV드라마에 비해 새로운 기술과 환경을 가진 웹 드라마의 경우 웹 드라마에 대한 시청경험이 유용성과 즐거움에 영향을 미치고 있음을 보여주고 있다. 따라서 웹 드라마에 대한 소비자의 접근성을 높이는 것이 필요하다는 것을 시사하고 있다.

다음의 <표 10>은 웹 드라마에 대한 지각된 가치

에 대하여 직업 유무 차이가 영향을 미치고 있는지를 살펴보기 위하여 집단 비교 분석을 실시한 결과를 제시한 것이다.

웹 드라마에 대한 지각된 편익인 유용성(USE), 즐거움(PLE)의 경우 직업이 없는 집단이 직업이 있는 집단에 비해 높게 나타났으며, 두 집단 간 차이는 각각 유의수준 5%와 10%하에서 유의한 차이를 보이고 있다. 반면에 웹 드라마에 대한 지각된 희생인 기술적 노력과 비용의 경우 두 집단 간에 유의한 차이를 나타내지 않고 있다. 이러한 결과는 직업의 유무 차이가 웹 드라마에 대한 유용성과 즐거움에 영향을 미치고 있음을 보여주고 있다.

<표 10> 지각된 가치에 대한 직업별 차이분석(t-test 검증)

Variables	직업(JOB)		평균차이 (Diff)	t-Value (유의확률)
	1	0		
	평균값	평균값		
USE	3.1341	3.3200	0.1859	2.28** (0.0233)
PLE	3.3676	3.5183	0.1507	1.88* (0.0607)
SKILL	2.2649	2.2243	-0.0405	-0.38 (0.7057)
EXPEN	2.7405	2.6365	-0.1040	-1.33 (0.1855)

주 1) ***, **, * : 양측검증 시 1%, 5%, 10% 수준에서 각각 유의함
2) 변수의 정의

JOB: 유직(자영업, 전문/자유직, 근로자)은 1, 무직(학생, 전업주부, 무직)은 0인 더미변수
USE: 지각된 유용성; PLE: 지각된 즐거움;
SKILL: 기술적 노력; EXPEN: 지각된 비용

3.3 다변량분석

앞에서 살펴본 단일변량 분석 결과에 추가하여 통제변수를 포함한 회귀분석을 위해 추가적으로 다변량분석을 수행하였다. 주요 요인변수들이 웹 드라마에 대한 지각된 가치에 미치는 영향을 분석한 회귀분

<표 11> 다변량 회귀분석 결과(지각된 편익)

Variables	Dependent Variable			
	USE		PLE	
	추정계수	t 값	추정계수	t 값
Intercept	3.069	24.48***	3.284	26.88***
SEX	0.001	0.01	0.085	1.13
AGE	0.118	1.23	0.082	0.88
EDU	0.064	0.61	-0.053	-0.52
WEB_EXP	0.313	3.99***	0.331	4.33***
JOB	-0.158	-1.59	-0.077	-0.80
F Value	4.72***		5.24***	
Adj. R ²	0.059		0.066	
No of obs	300			

주:1) ***, **, * 1%, 5% 및 10% 유의수준에서 유의함을 나타냄

<표 12> 다변량 회귀분석 결과(지각된 희생)

Variables	Dependent Variable			
	USE		PLE	
	추정계수	t 값	추정계수	t 값
Intercept	2.208	13.90***	2.838	23.21***
SEX	-0.167	-1.70*	-0.034	-0.45
AGE	-0.076	-0.62	-0.261	-2.79**
EDU	0.287	2.15*	0.001	-0.01
WEB_EXP	0.139	1.40	0.047	0.61
JOB	-0.153	-1.21	-0.030	-0.31
F Value	2.31**		2.18**	
Adj. R ²	0.021		0.019	
No of obs	300			

주:1) ***, **, * 1%, 5% 및 10% 유의수준에서 유의함을 나타냄

석 결과는 다음 <표 11>과 같다.

첫째, 웹 드라마에 대한 지각된 가치 중 지각된 편익에 영향을 미치는 요인분석 결과는 웹 드라마에 대한 지각된 편익인 유용성(USE)과 즐거움(PLE)에 대하여 웹 드라마 시청경험(WEB_EXP)의 계수 값이 1% 수준에서 모두 유의한 양의 값을 나타내고 있다. 이러한 결과는 웹 드라마를 현재 가끔 또는 자주 시청하는 집단이 전혀 없거나 과거에만 시청한 집단에 비해 높게 나타나고 있어 웹 드라마에 대한 시청경험이 지각된 유용성과 즐거움에 더욱 많은 영향을 미치고 있음을 보여주고 있다. 반면에 인구통계학적 요인인 성별, 연령, 학력 및 직업은 웹 드라마에 대한 지각된 편익에 유의적인 영향을 미치지 않고 있다.

둘째, 웹 드라마에 대한 지각된 가치 중 지각된 희생에 영향을 미치는 요인분석 결과는 위의 <표 12>와 같다. 웹 드라마에 대한 지각된 희생 중 기술적 노력(SKILL)에 대하여 성별(SEX)의 계수 값이 유의한 음의 값을, 학력(EDU)의 계수 값이 유의한 양의 값을 각각 10% 수준에서 나타내고 있다. 이는 기술적 노력의 경우 남성이 여성보다 높게 나타나고 있어 웹 드라마에 대한 시청과 관련하여 남성이 여성보다 어려움을 가지는 것을 보여주고 있으며, 대졸 이상 학력

집단이 고졸 이하의 학력 집단보다 높게 나타나고 있어 웹 드라마 시청과 관련하여 고졸 이하의 학력 집단이 어려움을 적게 가지고 있는 것을 나타내고 있다. 한편, 웹 드라마에 대한 지각된 희생 중 비용(EXPEN)에 대하여 연령(AGE)의 계수 값이 5% 수준에서 유의한 음의 값을 나타내고 있다. 이는 비용의 경우 30세 이상 집단이 29세 이하 집단보다 높게 나타나고 있어 웹 드라마 이용 비용과 관련하여 10대와 20대인 29세 이하의 젊은 연령층이 우호적인 시각을 갖고 있음을 보여주고 있다. 반면에 인구통계학적 요인인 직업과 웹 드라마 시청경험은 웹 드라마에 대한 지각된 희생에 유의적인 영향을 미치지 않고 있다.

IV. 결론

본 연구는 소비자의 웹 드라마에 대한 지각된 가치에 관한 연구로서 지각된 가치는 지각된 편익인 유용성과 즐거움과 지각된 희생인 기술적 노력과 비용으로 구분하여 실증 분석을 수행하였다. 이를 위해 설문 조사를 통해 분석을 실시하였고 결과는 다음과 같

다. 첫째, 웹 드라마의 시청경험이 유용성과 즐거움인 웹 드라마에 대한 지각된 편익에 더욱 많은 영향을 미치고 있음을 보여 주고 있다. 그리고 인구통계학적 요인인 성별, 연령, 학력, 및 직업은 웹 드라마에 대한 지각된 편익에 유의적인 영향을 미치지 않고 있음을 나타내고 있다. 둘째, 웹 드라마에 대한 지각된 희생과 관련하여 기술적 노력의 경우 웹 드라마 시청과 관련하여 남성이 여성보다 어려움을 나타내고 있으며, 고졸 이하의 학력 집단이 대졸 이상의 학력집단에 비해 어려움을 적게 가지고 있음을 보여주고 있다. 그리고 웹 드라마에 대한 지각된 희생 중 비용의 경우 29세 이하의 젊은 연령층이 30세 이상의 연령층에 비해 웹 드라마 이용 비용에 우호적인 시각을 갖고 있음을 나타내고 있다.

본 연구에서 살펴본 결과 웹 드라마에 대한 지각된 편익의 경우 보통 이상의 값을, 웹 드라마에 대한 지각된 희생의 경우 보통 이하의 값을 나타내고 있어 본 연구에서 설정한 4가지 변수인 유용성, 즐거움, 기술적노력, 비용 모두에 대하여 긍정적인 답변을 보여 주고 있다. 본 연구의 결과는 TV드라마에 국한 되어 있던 기존의 선행연구의 결과와 비슷하지만 웹 드라마를 특정하여 연구를 진행하여 결과를 검증한 점에서 향후 웹 드라마를 제작하고 이를 통해 웹 드라마를 제품 마케팅의 수단으로 사용하고 있거나 고려하고 있는 기업에게 웹 드라마를 활용하여 제품에 대한 정보를 수집하고 제품을 구매하고자 하는 소비자의 행동에 대한 기초자료를 제공하며, 이를 통해 기업은 웹 드라마를 활용한 마케팅 전략을 설계하고 수립하여 웹 드라마 이용자들의 제품 구매의도를 자극할 수 있는 웹 드라마 활용 전략 수립에 기여할 의미있는 결과가 될 것이다.

본 연구의 한계점 및 향후 연구방향은 다음과 같다. 기존의 선행연구에서 수행한 TV드라마와 영화를 통한 연구와 비슷한 연구방식이지만 웹 드라마로 특정하여 연구를 진행하여 결과를 도출한 시사점은 있

으나 새로운 변수를 제시하고 검증하는 데에는 부족함이 있다. 본 연구에서 제시된 연구결과를 토대로 향후 보다 많은 웹 드라마의 변수를 제시할 필요가 있으며, 웹 드라마와의 연관성을 극대화 하는 향후 연구가 필요할 것이다.

참고문헌

- [1] 김동인, "10대는 유튜브로 세상을 읽는다," 시사 IN,문화보고서, 2018.02.23.
- [2] 송정은, 장원호 "유튜브 이용자들의 참여에 따른 한류의 확산," 한국콘텐츠학회, 한국콘텐츠학회논문지, 제13권, 제4호, 2013, pp.156-169.
- [3] Kim, H, W. Chan, H, C, and Gupta, s, "Value based adoption of mobile internet : An empinical investigation," Decision support systems, VOL, 43, NO, 1, 2007.
- [4] 김민정, 이수범, "외식 배달 어플리케이션 서비스 이용자의 지각된 혜택 및 희생이 지각된 가치와 행동의도에 미치는 영향:가치기반수용모델을 중심으로," 관광연구, 제32권, 제2호, 2018, pp.217-238.
- [5] Kim, H, W. Chan, H, C, and Gupta, s, "Value based adoption of mobile internet : An empinical investigation," Decision support systems, Vol.43, No.1, 2007.
- [6] 신현덕, "소셜 VR콘텐츠의 지각된 가치와 수용의도에 관한연구-캐릭터 속성의 조절효과를 중심으로," 한양대학교, 박사학위논문, 2021.
- [7] Teo, T Lim, V, and Lai, R, "Intrinsic and extrinsic motivation in internet us age," international journal of management science, Vol. 27, 1999.
- [8] 고민환, 이중기, "페이스북의 정보품질, 지각된 유

- 용성이 이용자만족과 사용의도에 미치는 영향,”
관광레저연구, 제31권, 제2호, 2019, pp.389-403.
- [9] 박정숙, 변정우, “기술수용모델을 활용한 SNS의
지각된 즐거움이 고객만족과 이용의도에 미치는
영향연구: 호텔 외식사업부를 중심으로,” 관광레
저연구, 제25권, 제1호, 2013, pp.419-435.
- [10] Kim, H, W. Chan, H, C, and Gupta, s, “Value
based adoption of mobile internet : An
empirical investigation,” Decision support
systems, VOL, 43, NO, 1, 2007.
- [11] 이유진, “언택트 서비스의 수용의도에 영향을 미
치는 요인에 관한 연구,” 한국서비스경영학회지,
제21권, 제4호, 2020, pp.140-164.

■ 저자소개 ■



안 성 훈
(Ahn Sunghun)

2019년 3월~현재
건국대학교 영상영화학과 겸임교수
2023년 2월 동국대학교 연극학과(박사)
2018년 8월 동국대학교 예술경영학과(석사)

관심분야 : 방송, 연극, 예술경영
E-mail : hunnam@naver.com



허 광 복
(Hue Kwangbok)

2010년 9월~현재
동덕여자대학교 사회과학대학 경영학과 부교수
2006년 8월 고려대학교 경영학과(경영학박사)
1999년 2월 고려대학교 경영학과(경영학석사)
1996년 2월 고려대학교 경영학과(경영학학사)

관심분야 : 예술, 방송, 경영, 회계
E-mail : kbhur@dongduk.ac.kr

논문접수일 : 2023년 8월 7일
수정접수일 : 2023년 8월 21일
게재확정일 : 2023년 8월 25일