

## ▶ 소비자·가족자원경영

## 온라인게임 및 인터넷가상공간 아이템 구매 소비성향

정 은 영\* (인하대학교 교육대학원 가정교육과 석사과정)

박 상 미 (인하대학교 소비자아동학과 박사과정)

이 은 희 (인하대학교 소비자아동학과 교수)

본 연구는 청소년의 온라인 게임과 또는 인터넷 가상공간 장식 아이템의 소비성향의 정도와 영향을 미치는 관련 변인들을 검증하여 청소년들의 아이템 소비생활을 분석하고 실태를 파악하여 청소년들의 아이템 구매에 대한 생활지도와 교육의 기초자료를 제공하는데 그 목적이 있다.

연구의 구체적인 연구 내용은 다음과 같다. 첫째, 청소년의 온라인 게임 또는 인터넷 가상공간 장식 아이템 구매의 실태는 어떠한가? 둘째, 아이템 구매시의 충동구매, 모방구매, 과시소비성향과 이에 대한 자기 평가의 경향은 어떠한가? 셋째, 아이템 구매시 충동구매, 모방구매, 과시소비 성향과 자기평가 경향은 사회인구학적 변인과 개인적 변인에 따른 차이가 있는가? 넷째, 아이템 구매시의 충동구매, 모방구매, 과시소비성향과 이에 대한 자기 평가에 영향을 미치는 요인 무엇인가?

본 연구의 분석 결과는 다음과 같다. 첫째, 청소년의 온라인 게임 또는 인터넷 가상공간 장식 아이템 구매의 실태는 청소년의 79.5%가 아이템을 구매해본 경험이 있었으며, 주 구매 아이템은 인터넷 가상공간 장식아이템(47.4%)이었다. 둘째, 아이템 구매시의 충동구매, 모방구매, 과시소비 성향과 이에 대한 자기평가의 경향을 살펴보면, 모방구매성향이 충동구매성향이나 과시소비성향에 비해 낮은 이는 아바타에 관한 선행연구에서 대부분의 아바타 구매자들이 자신이 갖고 있지 않는 모습을 표현하고 싶어 하거나 개성표현을 위해 구매하는 것과 같은 의미로 해석할 수 있다. 자기평가에 있어서도 충동구매, 과시소비에 대한 자기평가에 비해 모방구매에 대한 자기평가가 낮아 모방구매 후에는 만족하지 않는 것으로 볼 수 있다. 평균을 보여 대부분의 청소년들은 모방구매성향은 크지 않은 것으로 살펴 볼 수 있었다. 셋째, 아이템 구매시의 충동구매, 모방구매, 과시소비성향과 이에 대한 자기평가에 영향을 미치는 요인을 살펴보면, 충동구매성향은 중학생일수록, 용돈이 많을수록, 인터넷 사용시간이 길수록 충동구매성향이 높은 것을 볼 수 있으며, 충동구매에 대한 자기평가는 남학생보다 여학생이, 고등학생보다 중학생이, 용돈이 적을수록, 성적이 높을수록, 충동구매성향이 높을수록 자기평가도 높은 것으로 나타났다. 모방구매성향은 여학생보다 남학생이, 고등학생보다 중학생이 모방구매성향이 높았으며, 자기평가는 용돈이 적을수록, 성적이 높을수록, 인터넷 사용시간이 길수록, 모방구매성향이 높을수록 자기평가도 높은 것으로 나타났다. 과시소비성향은 고등학생보다 중학생이, 성적이 높을수록, 인터넷 사용시간이 길수록 과시소비성향이 높은 것으로 나타났으며, 자기평가는 중학생일수록 용돈이 적을수록, 성적이 높을수록, 인터넷 사용시간이 길수록 자과시소비성향이 높을수록 자기평가가 높은 것으로 나타났다.