

소비자의 대인 불안이 구매중독 성향에 미치는 영향: 자기 통제력과 타인 의식성의 다중 병렬매개효과와 남녀 간의 조절 효과를 중심으로

박옥희¹, 정조희², 이석기^{3*}

¹한성대학교 대학원 스마트융합컨설팅학과 박사과정, ²대한민국 국방부 육군본부 군상담관, ³한성대학교 컴퓨터공학부 교수

The Effect of Consumer's Interpersonal Anxiety on Shopping Addiction: Focusing on Multi-parallel Mediation Effect of Self-Control and Public-Consciousness and Moderating Effect between Men and Women

Ok-Hee Park¹, Jo-Hee Jeong², Seok-Kee Lee^{3*}

¹Student, Dept. of Smart Convergence Consulting, Hansung University

²Army Counselor, Dept. of Republic of Korea Army, Ministry of National Defense

³Professor, Dept. of Computer Engineering, Hansung University

요약 현대를 살아가는 우리는 대형마트와 아웃렛을 쉽게 접할 수 있고 편리한 모바일 쇼핑과 당일·새벽배송시대를 살고 있다. 이러한 쇼핑의 목적이 재화 본연의 목적에 기인하지 않고 스스로 조절할 수 없는 충동에 의해 구매하는 상태에 이르는 것을 '쇼핑중독'이라고 한다. 과거 연구에 따르면 미국 성인의 5.8%, 한국 여대생의 15.5%가 구매중독으로 조사[3]되었다. 이 연구는 소비자가 구매중독에 이르는 다양한 요인 중 대인 불안, 타인 의식성, 자기 통제력과 관계를 파악하여 소비자의 내적 심리에 미치는 영향에 관하여 확인하였다. 연구결과 대인 불안은 구매중독에 직접적인 영향을 미치지 않았으나 자기 통제력과 타인 의식성에 영향을 받아 구매중독 성향을 높이는 것으로 나타났다. 남녀 집단비교 결과 남성은 자기 통제력, 여성은 타인 의식성에 의해 구매중독 성향이 높아지는 것을 확인할 수 있었다. 이러한 남녀 심리의 차이에 따라 구매중독 예방관리와 치료방식을 달리 적용해야 하는 등 관련 시사점을 제시하였다.

주제어 : 구매중독, 대인 불안, 쇼핑중독, 자기 통제력, 타인 의식성

Abstract Living in the modern world, we can easily access large marts and outlets, and live convenient mobile shopping and same-day and early morning shipping. It is called 'shopping addiction' when the purpose of such shopping is not to be attributed to the original purpose of the goods, but to be purchased by an irresistible impulse. According to past studies, 5.8% of American adults and 15.5% of Korean college students were found to be purchase poisoning[3]. The study identified the relationship between interpersonal anxiety, public-consciousness and self-control among the various factors leading to purchase addiction and confirmed their impact on consumers internal psychology. The study found that although Interpersonal anxiety did not directly affect purchasing addiction, it was influenced by self-control and public-consciousness that increased the tendency to purchase addiction. The results of the group comparison between men and women showed that the self-control of men and the public-consciousness of women has increased their purchasing addiction. Such differences in psychology between men and women suggested related implications, such as the need to apply purchase addiction prevention management and treatment methods differently.

Key Words : Purchase addiction, Interpersonal Anxiety, Shopping addiction, Self-Control, Public-consciousness

*Corresponding Author : Seok-Kee Lee(seelee@hansung.ac.kr)

Received November 25, 2019

Accepted February 20, 2020

Revised February 3, 2020

Published February 28, 2020

1. 서론

일반적으로 중독은 행위자가 이를 조절할 수 없는 상태에 놓이게 한다. 구매중독은 구매중독자가 구매행위를 멈출 수 없으며 중단 시 정서불안과 조절 장애 등 급단 증상이 나타난다. 구매중독자는 스스로 소비를 조절할 수 없으므로 본인의 경제력을 넘어서는 지출행위를 자제하지 못한다. 명품 의류나 디지털 기기 early adopter가 되기 위해 신용카드 장기할부, 대출, 사채 등을 사용하기도 한다. 최악의 경우 신용불량자가 되어 가정파탄에 이르는 등 단순히 개인뿐만 아니라 사회적 문제가 된다[1]. 구매와 판매는 시장경제에서 자연스러운 것으로 그 자체가 불법일 수 없다. 시장은 소비자의 구매중독을 심각하게 받아들이지 않을뿐더러 구매중독에 대한 명확한 기준도 없다[2]. 과거 연구에 따르면 미국 성인 5.8% (2004년), 대한민국 여대생 15.5% (2007년)가 구매중독으로 조사되었다[3]. 최근에는 소비자의 눈길을 끄는 다양한 디자인 상품과 Big Data와 AI 등 다양한 맞춤형 광고, 그리고 해외직구 및 당일배송이 일반화되어 구매 접근성과 다양성이 증가하였다. 따라서 사회 곳곳에 더 많은 구매중독자가 발생하였을 것으로 예측할 수 있다.

최근의 구매중독 연구는 전자상거래 분야에서 주를 이루고 있는데 모바일 쇼핑 횟수와 결제 규모가 쇼핑중독을 조절하는 데 효과가 있고[4], 충분한 정보, 고객친화력, 몰입도가 높을수록 구매중독 성향이 높은 것으로 나타났다[5]. 대인 관계에서 발생한 우울 및 불안을 회피하기 위해 정서조절 수단으로서 기분전환 수단으로 구매에 몰입하면서 구매중독이 발생하기도 한다[6].

최근 가격 대비 성능을 의미하는 ‘가성비’ 대신 가격 대비 만족도를 의미하는 ‘가성비’라는 신조어가 있다. 가격보다는 디자인 및 새로운 기능 등 차별화된 매력의 제품을 구매하는 소비패턴이다. 이와 달리 구매 행동의 외적 요소로서 합리적 기준을 초과하는 값비싼 제품구매를 사회적 우월감의 표출 수단으로 여기기도 한다. 이때 구매자는 비싸고 좋은 물건을 구매하는 것이 사회적 지위를 나타내고 자신의 가치가 높아 보인다고 생각한다[7]. 이때 구매 행동은 즉각적인 만족감을 제공하는 반면, 스스로 통제하지 못할 때 중독으로 이어지기도 한다[8].

경쟁 환경에 놓인 현대인은 성공과 성취에 투자함에 따라 타인과의 소통 기회가 줄어들고 있다. 이러한 대인

관계에서의 형성되지 않은 심리적인 스트레스는 게임이나 도박에 몰입하면서 중독되게 한다[9]. 따라서 대인 불안은 부정적 자기평가, 자기 초점주의, 부정 평가에 대한 두려움 등과 같은 인지적인 측면과 연관되어 있다[10,11]. 현대인은 blog, social media, YouTube 등을 활용하여 쉽게 개인의 사생활을 공유하고, ‘좋아요’ 등 실시간으로 피드백 받는 사회를 살고 있다. 현실에서든 온라인에서든 자신을 둘러싼 부정적 평가에 대한 두려움과 불안 증가의 스트레스를 경험한다. 타인의 평가나 비판, 시선에 예민할수록 자신의 외적 모습에 집착해 왜곡된 신체 인식, 섭식장애, 우울, 불안과 같은 부정적 정서를 느끼게 된다. 이러한 선행연구를 통해 타인을 지나치게 의식하는 것이 부정적인 정서와 중독을 경험할 수 있음을 알 수 있다[12,13].

이러한 중독에 대한 선행연구는 심리적 기제에 대해 중독자의 감정에 집중하고 있어 중독의 심리치료와 심리적 안정을 목적으로 하고 있다. 또한 자기 통제력의 실패가 구매행위를 지속시키는 것으로 나타났다[14]. Logue(1995)의 연구에서는 자기조절 실패가 중독을 가장 잘 설명한다[15]. 남녀 집단비교 연구사례에서 성별 차이가 구매중독에 유의미한 결과로 나타났으나 패션, 화장품 등 여성 중심의 아이템을 대상으로 하여 여성이 구매중독 성향이 높게 나타났다[16,17]. 이 경우 남성 중심의 아이템을 대상으로 한 경우 반대 결과가 예측된다. 반면 이민교외(2013)의 연구에서는 우울감이 쇼핑중독에 이르는 과정에는 남녀 차이가 없으며 남성은 정서조절을 위한 쇼핑에서 여성은 충동성에서 중독 성향이 높게 나타났다. 앞서 기존 연구에 의하면 대인관계에서 심리적 특성인 대인 불안과 타인을 의식하는 성향이 구매중독에 미치는 영향에 대한 논의가 필요하다.

이 연구에서는 현대사회 속에서 타인과의 관계에 집중하는 개인 특성과 대인 불안 자체가 구매중독에 영향을 미치는지 확인하고 남녀 집단 간 차이가 있는지 분석하여 시사점을 도출하고자 한다.

2. 기존연구와 연구방법

2.1 대인 불안

APA(1994)는 대인 불안을 ‘사회적 상황에서 모르는 사람들에게 노출될 때 타인의 시선을 예민하게 받아들

이며 자신의 두려움과 당혹스러움을 타인에게 들킬까 불안해하는 높은 인지적 반응'으로 설명한다[18]. 자신과 타인을 비교하여 스스로 정상적 기준에 도달하지 못할 것으로 생각하는 심증을 갖는다. 특히 사회적 상황에 노출될 때 실제보다 더 위험한 상황으로 생각하며 자신의 모습을 부정적으로 지각한다[19]. 이러한 부정적 사고는 상황회피, 반복적인 부적절한 행동으로 나타나며 대인 불안이 높아지게 한다[20]. 이 연구에서 대인 불안은 Fenigstein(1975) 등이 개발한 척도[21]를 김은정(1993)이 변안한 자의식 척도[22] 중 사회불안을 검증하는 문항을 사용하였다.

2.2 구매중독

M.Lejoyeux & A.Weinstein(2010)은 구매중독을 '구매자가 구매행위를 통제할 수 없어 중독에 이르게 된 것'으로 설명한다. 심리적 긴장감과 개인 내적 요인으로 발생하며 구매행위로 심리적 안정감을 추구하는 것이다[23]. 이는 부정적 정서와 불안한 감정에서 도피하기 위한 행동으로 볼 수 있다. 이러한 형태의 구매자는 구매행위에서 심리적 만족감과 안정감을 느끼며 같은 행위를 반복하게 된다. 이러한 구매 행동은 시간이 지나면 후회하지만 멈출 수 없으며 큰 만족감과 강한 자극을 추구하며 중독에 이른다[24]. 이 연구에서 구매중독은 Valence(1998)와 Faber(1989) 등에 의해 개발된 척도[25]를 송인숙(1993)이 재구성한 척도[26]를 사용하였다.

2.3 자기 통제력

W.Mischel(1974)은 자기 통제력을 '더 큰 미래의 보상을 위해 현재를 인내하는 행동'[27]이라고 했으며, Shaffer(1999)는 '장기적이고 광대한 결과 선택을 위한 충동성 조절'로 설명했다[28]. 자기 통제력에 개념에 대한 공통적 특징은 미래 또는 장기적인 결과를 위해 행동, 정서, 감정 등 현재의 욕구를 억제하고 지연시키는 능력으로 요약된다. 서구사회에서 자기통제 실패는 약물중독 및 도박, 범죄행위 등 부정적인 행동으로 나타나기도 한다[28]. 이 연구에서 자기 통제력은 Grasmick등(1993)이 개발한 자아 통제력 척도[29]를 허창순 등(2005)이 번역한 척도[30]를 사용하였다.

2.4 타인 의식성

R. M. Rapee & R. G. Heimberg(1997)은 타인 의식성이 '타인의 행동이나 생각 등에 필요 이상으로 집중하거나 몰두하는 개인의 성향[20]'이라 하였고, A.Fenigstein(1979)은 타인 의식성을 '자신이 타인에게 어떻게 보이는지 관심이 많으며 타인의 거부에 대한 자기 생각이나 감정 수용 정도[31]'로, Buss(1980)는 '자신의 겉모습이 타인에게 보이는 외모에 주의를 집중하는 경향이 있으며 자신의 외적인 부분에 주의를 기울이는 것'이라 했다. 또한 타인 의식성이 높은 사람은 타인 반응에 예민하게 반응하고 타인의 관점에서 자신을 평가하거나 비판하게 된다고 했다[32]. 이 연구에서 타인 의식성은 Fenigstein(1975) 등이 개발한 자의식 척도[21] 중 하위 척도인 타인 의식성을 사용하였다.

2.5 대인 불안과 구매중독, 자기 통제력, 타인 의식성과의 관계와 가설설정

일반적으로 불안감이 높은 사람은 다른 곳에 집중하여 자신의 불안감을 완화하려는 경향이 있다. 선행연구에서 불안감은 인터넷 중독, 약물중독과 함께 연구되었으며 불안감이 높을수록 중독에 영향을 주는 것으로 나타났다[33]. 예를 들면, 불안감이 높을수록 패션 제품 중독구매에 영향을 미친다[34]. 대인 불안은 사람과의 관계에 대한 불안한 심리상태이다. 타인의 시선에 예민하게 반응하며 자신을 어떻게 평가하는가에 대하여 불안감을 느낀다[18,19]. 건강보험심사평가원의 자료에 따르면 최근 5년간 불안감과 관련하여 진료 받은 환자가 29.8% 증가했다[35]. 불안감을 증가시키는 요인이 증가하였거나 낮출 수 있는 요인이 감소하는 등의 이유로 추정된다.

선행연구에 의하면 불안감이 높을 때 부정적인 행동을 낮출 수 있는 요인은 자기 통제력이다. 자기 통제력은 대인 불안과 역-상관관계에 있으며 반복적인 부적절한 행동을 억제하는 것으로 나타났다. 불안감이 높을수록 미래 보상에 대한 믿음이 부족하여 만족하기 어렵고[36], 불안이 높을수록 자기통제가 낮아진다[37]. 대학생·직장인 대상 연구에서도 역-상관관계로 불안감이 높을수록 자기통제는 낮아지는 것으로 확인되었다[38,39]. 즉, 불안감은 현재 관계뿐 아니라 미래 불확실성과 같은 심리적 불편으로 인한 자기통제의 어려움으로 설명될 수 있다. 이강아 등(2013)의 연구[40]와

H.I.Jo & S.K.Son (2010)의 연구[41]에서는 타인 의식 성향이 높을수록 사회불안에 노출될 가능성이 큰 것으로 조사되었다. 자기 비난, 부정적 평가에 대한 두려움이 매개효과로 나타나기도 했다[42]. 이를 종합하면 타인 의식성은 타인의 반응에 예민하게 행동하며 심리적 으로 불안이 높아지게 한다. 이러한 과정에서 자기 비난과 같은 부정적인 정서에 노출될 때 불안감은 더욱 증가한다.

자기 통제력은 인터넷 중독, 약물중독 등 중독연구에서 중요한 요인이다. 특히 자기 통제력과 구매중독과의 관계 연구에서는 대부분 자아 통제력 상실이 중독에 중요한 영향을 미친다. 자아 통제력이 낮을수록 쇼핑중독 구매 성향이 높아지는 것으로 연구되었다[6,43]. 이승희(2007)의 연구에서는 자아 통제력과 충동성이 가장 크게 나타났고[44], 김정숙(2008)의 연구에서는 구매중독 성향이 높은 집단에서 자아 통제력이 낮게 나타났다 [34]. 또 다른 연구에서는 자아 통제력과 함께 자아존중감이 구매중독에 가장 높은 영향을 미친다고 했다 [45-47]. 선행연구에서 자기 통제력이 낮으면 구매중독 성향이 높아지고 자기 통제력이 높으면 구매중독 성향이 낮아진다.

타인의식성은 관계 불안에 기인한다. 장현미(2002)의 연구에서는 타인 의식성이 불안 등의 부정적 정서에 영향을 미치며 완벽주의 성향과 높은 연관성을 나타냈다[48]. 완벽주의 성향은 타인에게 열정적 인상으로 보여주려 하고 대인관계에서 타인이 나를 어떻게 인식하고 평가하는지에 민감하게 반응한다[49]. 정조희(2014)의 쇼핑중독과 타인 의식성과의 관계연구에서 20대가 가장 높은 수준으로 나타났으며, 30대, 40대 순으로 유의미한 차이를 나타냈다[50]. 연령대가 낮을수록 타인 의식성이 높고 구매중독 성향이 높다는 것이다. 타인 의식 성향이 높을수록 구매중독 성향도 높게 나타나 타인의 평가에 민감하게 생각할수록 구매중독 성향이 높아지는 것을 알 수 있다.

앞서 설명한 선행연구를 바탕으로 대인 불안이 중독에 이르는 과정에서 자기 통제력과 타인 의식성의 매개 역할을 검증하여 구매중독 성향에 미치는 심리적 특성에 대한 간접효과를 살펴보고자 한다. 또한 남녀 집단 비교에 관한 연구에서는 여성이 남성보다 더 높은 중독 성향을 나타냈고[45,46], 여성은 물질주의 및 자기보상 욕구로 인한 소비 형태[26]를, 남성은 유행 추구 및 자

기 과시 성향으로 소비를 추구한다고 했다[51]. 이는 성별에 따라 추구하는 가치 기준이 다른 것을 의미한다. 이 연구에서는 구매중독 성향이 남녀 집단의 성별에 따라 어떠한 경로 차이가 있는지 확인하고자 했다. 이러한 조절 효과 가설설정을 통해 남녀 집단 간 구매중독에 영향을 미치는 심리적 특성에 대한 차이를 확인을 위해 연구자는 다음 8개의 가설을 검증하고자 한다.

- 가설 1. 대인 불안은 구매중독 성향에 정의 유의한 영향을 미칠 것이다.
- 가설 2. 대인 불안은 자기 통제력에 부의 유의한 영향을 미칠 것이다.
- 가설 3. 자기 통제력은 구매중독 성향에 부의 유의한 영향을 미칠 것이다.
- 가설 4. 대인 불안은 타인 의식성에 정의 유의한 영향을 미칠 것이다.
- 가설 5. 타인 의식성은 구매중독 성향에 정의 유의한 영향을 미칠 것이다.
- 가설 6. 대인 불안은 자기 통제력을 통해서 구매중독 성향에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- 가설 7. 대인 불안은 타인 의식성을 통해서 구매중독 성향에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- 가설 8. 남녀 성별 집단 간에 따른 조절 효과의 차이가 있을 것이다.

2.6 연구모형과 조작적 정의

2.6.1 연구모형

이 연구는 자기 통제력과 타인 의식성을 매개변수로 설정하여 대인 불안과 구매중독 성향의 관계에서 그 역할을 살펴보고 남녀 집단을 비교하여 조절 효과를 확인하여 그 차이점을 분석하였다. Fig. 1은 이 연구에서 설정한 가설을 검증하기 위해 연구모형을 정리한 것이다.

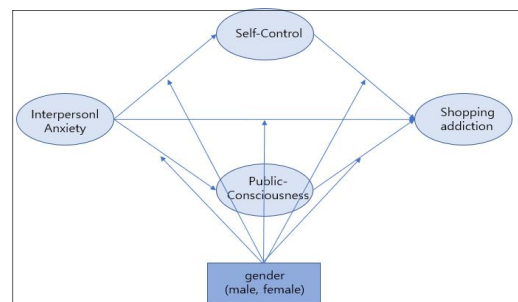


Fig. 1. Research model

2.6.2 변수의 조작적 정의

이 연구의 독립변수는 대인 불안 2문항, 매개변수는 자기 통제력 2문항, 타인 의식성 3문항으로 그리고 종속변수는 구매중독 5문항으로 구성되어있다. 이에 대한 변수의 조작적 정의는 Table 1에 정리하였다.

3. 연구 분석과 연구결과

3.1 실증분석

3.1.1 표본의 일반적 특성 분석

이 연구는 서울과 경기지역에 거주하는 소비자를 대상으로 설문 조사를 하였으며, 연구에 사용된 표본 수는 총 330개이다. 세부적으로 살펴보면 남성 131(40%)명, 여성 199(60%)명, 연령대는 20대 128(39%)명, 30대 99(30%)명, 40대 이상 103(31%)명이며 결혼 여부는 미혼자 212(64%)명, 기혼자 118(36%)명, 직업에서는 직장인 192(58%)명, 전업주부 29(9%)명, 학생 100(30%)명, 무직 9(3%)명으로 분석되었다.

3.1.2 기술 통계량

이 사례의 개별측정 변수의 기술 통계량을 요약하면 개별측정 변수들은 표준편차가 3 이상이고, 왜도의 절댓값이 3보다 크며, 첨도의 절댓값이 8.0 이상이 없으므로 정규분포를 가지는 것으로 볼 수 있다.

3.1.3 측정모형분석

3.1.3.1 개념 신뢰도 및 확인적 요인분석

이 연구에서는 잠재변수와 측정변수에 대한 신뢰도와 타당성 검증을 위해 AMOS 22.0을 통해 확인적 요인분석을 실시하였다. 측정모형 도출을 위해 최대 우도법을 이용하였는데 식별 문제와 위반추정치는 없는 것으로 나타났다. 각 단계에서의 최적 상태를 도출하기 위한 적합도를 평가하기 위해 χ^2 , GFI, AGIF, CFI, RMR, RMSEA, NFI 등의 지수를 이용하였다. 그 결과는 Table 2와 같으며, 일부 지수를 제외한 나머지 지수들은 권장 수준에서 모형에 부합한다고 할 수 있으므로 이 연구의 측정모형에 대한 단일 차원성은 확보되었다. 한편, 측정모형의 타당성을 평가하기 위해 집중 타당성과 판별 타당성으로 구분하여 실시하였다. 집중 타당성을 평가하기 위해 개념 신뢰도인 C.R 값을 이용하였는데 C.R 값이 대인 불안 0.823, 자기 통제력 0.878, 타인 의식성 0.898, 구매중독 0.843으로 나타나 모든 잠재변수가 0.7 이상의 값을 보여 집중 타당성은 확보되었다고 판단할 수 있다. 또한, 판별 타당성을 검증하기 위해서는 평균 분산추출 값인 AVE는 대인 불안 0.699, 자기 통제력 0.783, 타인 의식성 0.746, 구매중독 0.459로 기준치인 0.5에 못 미치는 수치가 있지만, 모든 변수 간 상관계수의 제곱 값이 AVE 값을 초과하지 않는 것으로 나타나 판별 타당도가 확보되었다고 판단할 수 있다.

Table 1. Operational Definition of Variables

Variable	Sign	Operational definition	Measurement item	related research
Interpersonal Anxiety	IA5	The amount of discomfort you feel when you focus your attention on your public part	I am uncomfortable when talking in front of many people.	A. Fenigstein, M. F., Scheier & A. H. Buss, (1975), S. A. Jung. (2012), E. J. Kim. (1993).
	IA6		I care what other people think about me.	
Self-Control	SC5	Ability to restrain impulses and control one's behavior or feelings	I often try to avoid things that I think are difficult.	Shaffer(1993), H. G., Grasmick, C. R., Tittle, R. J., Bursik & H. J. Arneklev, (1993), C. S. Ha & B. S. Kim. (2005).
	SC6		There is a tendency to give up or retreat from a complicated thing.	
Public-Consciousness	PC3	A tendency to pay attention to one's appearance or behavior and to pay attention to the behavior or appearance of others	I am conscious of what it will look like to others.	A. Fenigstein, (1979), R. M. Rapee & R. G. Heimberg. (1997), A. Fenigstein, M. F., Scheier & A. H. Buss, (1975), A. H. Buss, (1980)
	PC4		I worry a lot that I can't make a good impression on others.	
	PC6		I care what other people think about me.	
Shopping Addiction	SA5	Buying impulsively and immediately without prior planning	I would have been surprised if others knew I was spendthrift too.	M., Lejoyeux & A. Weinstein, (2010), T. C. O'Guinn & R. J. Faber. (1989), G.,Valance d'Astous, A. & L.. Fortier. (1988), I. s. Song, (1993).
	SA9		I spend all or part of it when I have money.	
	SA10		I often buy things impulsively.	
	SA13		Once you enter a mall (including an online shopping mall), you can't control your desire to buy something.	
	SA14		I know there's not much money left, but I buy things I don't need.	

또한, 표준오차 추정구간에서 어떠한 상관계수도 1을 포함하지 않는 것으로 나타났기에 모든 변수는 판별 타당성을 확보하였다고 할 수 있다. 한편 SPSS 22.0에서의 신뢰도 분석을 통하여 도출된 Cronbach α 값은 내적 일관성과 관련된 것으로 일반적으로 Cronbach $\alpha=0.6$ 이상을 기준으로 하고 있다. 이 모델에서는 Cronbach α 값이 대인 불안 0.797, 자기 통제력 0.724, 타인 의식성 0.865, 구매중독 성향 0.882로 높은 신뢰도 수준을 나타내고 있다. 따라서 이 연구의 측

정모형 적합도는 만족스럽다고 평가할 수 있다.

3.1.3.2 판별 타당성 분석

판별 타당성을 검증하기 위하여 Fornell과 Larcker(1981)가 제시한 방법을 사용하였으며, 그 결과 모든 변수 간 상관계수의 제곱 값이 AVE 값을 초과하지 않는 것으로 나타나 판별 타당성을 확보하였다고 판단할 수 있다. 그 결과 아래의 Table 3과 같다.

Table 2. Reliability Analysis and CFA Results

Factor	Metric	SRW	S.E	t-value	p-value	C.R.	AVE	Cronbach α
Interpersonal Anxiety	IA5	0.828	-	-	-	0.823	0.699	0.797
	IA6	0.823	0.120	7.246	***			
Self-Control	SC5	0.862	-	-	-	0.878	0.783	0.724
	SC6	0.851	0.113	8.979	***			
Public-Consciousness	PC3	0.797	-	-	-	0.898	0.746	0.865
	PC4	0.831	0.082	15.796	***			
	PC6	0.876	0.072	16.276	***			
Shopping addiction	SA5	0.702	-	-	-	0.843	0.459	0.882
	SA9	0.716	0.100	11.297	***			
	SA10	0.736	0.099	11.554	***			
	SA13	0.689	0.088	10.939	***			
	SA14	0.720	0.093	11.349	***			
Measurement model fit		$\chi^2=90.84$, $df=48$, $p=0.000$, $CMIN/DF=1.892$, $GFI=0.957$, $AGFI=0.930$, $CFI=0.957$, $RMR=0.036$, $RMSEA=0.052$, $NFI=0.947$, $IFI=0.974$						

주 : * $p < 0.05$ ** $p < 0.01$ *** $p < 0.001$

Table 3. Discrimination validity of the measurement model

Variable name	IA	SC	PC	SA
IA	0.699			
SC	-0.371	0.783		
PC	0.258	-0.239	0.746	
SA	0.083	-0.284	0.298	0.459

3.1.3.3 구조모델 분석 결과

구조모형에 의한 모형추정을 위해 최대 우도법을 사용하였고, 구조모형 추정과정에서 식별 문제와 위반추정치는 없는 것으로 나타났으며 그 결과는 Table 4와 같다. 구조모형의 적합도 평가 결과 χ^2 값은 기준에 미치지 못하지만, χ^2/DF 값이 3보다 작으므로 제안모델은 전반적으로 수용 가능한 모형 적합도를 보인 것으로

나타났다. 구조모형 분석 결과에 따라 대인 불안이 구매중독에 미치는 영향의 경로만 귀무가설이 기각되지 않아 연구가설은 지지되지 않았고, 나머지는 귀무가설의 기각으로 연구가설이 통계적으로 유의한 결과를 나타내었다. 구체적으로는 $\chi^2 = 103.804$, $\chi^2/DF=2.076/50$ $P=0.000$, $GFI=0.952$, $AGFI=0.925$, $CFI=0.967$, $RMR=0.048$, $RMSEA=0.057$, $NFI=0.939$, $IFI=0.968$ 로 나타났다. 즉 대인 불안 그 자체로는 구매중독에 대한 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 않은 것으로 나타났으나 자기 통제력은 부적으로, 타인 의식성은 정적으로, 구매중독에 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 이러한 분석 결과는 불안이 높다고 하여 직접적으로 구매중독적인 성향을 보이지 않는다고 볼 수 있으며, 자기 통제력이 낮을수록 타인 의식성이 높을수록 구매중독 성향이 높아진다고 할 수 있다.

Table 4. Hypothesis test result

Route	Path coefficient	T-value	P-value	Result
IA → SA	-0.037	-0.526	0.599	Not accept
IA → SC	-0.322	-4.963	***	Accept
IA → PC	0.274	4.049	***	Accept
SC → SA	-0.197	-3.137	0.002**	Accept
PC → SA	0.268	3.998	***	Accept
Multi-parameter fit	$\chi^2=103.804$, $DF=50$, $p=0.000$, $CMID/DF=2.076$, $GIF=0.952$, $TGIF=0.925$, $CFI=0.967$, $RMB=0.048$, $RMSE=0.057$, $NFB=0.939$, $IFI=0.968$			

주 : * $p < 0.05$ ** $p < 0.01$ *** $p < 0.001$

3.1.3.4 다중매개효과 분석

다중매개효과를 검증하기 위해서 팬텀 변수를 활용하여 부트스트랩(Bootstrap) 검증을 하였으며, Estimate, S. E., Bootstrap 95% 신뢰구간 값을 분석하였다. 다중매개 모형의 모형 적합도는 $\chi^2 = 103.804$, $\chi^2/DF=2.076/50$ $P=000$, $GFI=0.952$, $AGFI= 0.925$, $CFI=0.967$, $RMR=0.048$, $RMSEA=0.057$, $NFI=0.939$, $IFI=0.968$ 로 나타나 만족할 만한 수준으로 나타났다. 한편 대인 불안과 구매중독 간에 자기 통제력과 매개효과에 대해서는 95% 신뢰구간에서 0.02~0.115의 상한 값과 하한 값을 보여 0을 포함하지 않은 것으로 나타나 $p < 0.05$ 수준에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 또한, 타인 의식 성향은 95% 신뢰구간에서 0.024~0.134의 값으로 통계적으로 유의함을 검증하였다. 이러한 결과는 대인 불안이 구매중독에 직접적인 영향을 주지 않으나 대인 불안이 자기 통제력과 타인 의식성의 매개효과가 유의하므로 완전 매개효과를 가지는 것으로 확인되었다. 즉 대인 불안이 구매중독에 직접적인 영향을 미친다기보다는 자기 통제력과 타인 의식성을 통해 구매중독이 될 수 있음을 알 수 있다. 검증 결과는 Table 5와 같다.

Table 5. Multi mediated effect verification result

Variable	Route	Estimate	S. E.	95% confidence interval
P2	IA→SC→SA	0.056	0.024	0.020~0.115
P4	IA→PC→SA	0.065	0.027	0.024~0.134

3.1.3.5 조절 효과 분석

남녀 성별 간에는 대인 불안이 자기 통제력과 타인 의식성에 따라 구매중독 성향에 미치는 차이가 있을 것으로 추론한다. 만약 조절 효과가 있다면 구체적으로 어떻게 차이가 나는지 규명을 통해 시사점을 제시하고자 한다. 조절 효과 검정을 위해 먼저 측정 동일성 확보를 위해 교차 타당성 검증을 하였다. 제약이 없는 비 제약모형(Unconstrained Model)과 제약을 가한 측정가중치 모형(Measurement weights Model) 간의 $\Delta df=8(58-50)$, $\Delta\chi^2 = 11.406(166.916-155.510)$, χ^2 차이의 $p=0.180 > \alpha=0.05$ 이므로 비 제약모형에 측정 모형의 회귀계수가 같다는 제약 이후에도 모형 적합도는 악화하지 않고 성별 집단 간에 측정 동일성(혹은 교차 타당성)이 확보된 것을 확인할 수 있다. MCFA를 통한 측정 동일성 분석 결과는 Table 6과 같다.

Table 6. Results of cross-validity analysis between groups by MCFA

Division	Unconstrained Model	Measurement weights Model
χ^2	155.510	166.916
χ^2 difference	11.406	
P-value of χ^2 difference	0.180	

MCFA를 통해 남녀 성별 간의 측정가중치가 같음을 확인하였기 때문에 MESM분석에 의해 조절 효과를 검증해도 무리가 없다고 판단하였다. 따라서 MESM분석에 의한 조절 효과 검증 결과 비 제약모형(Unconstrained)의 $\chi^2 = (100)=162.056$ 이 얻어지며, 구조가중치(회귀계수)에 제약을 가한 구조가중치 모형의 $\chi^2 = (113)=187.122$ 가 얻어진다. χ^2 에 대한 차이 검증 결과, $\chi^2(13)=25.066$, $p=0.023$ 이 얻어져 p 값(0.023)이 $\alpha=0.05$ 보다 작으므로 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 결과는 Table 7과 같다.

Table 7. Results of verification of control effect by MESM analysis

Division	Unconstrained Model	Measurement weights Model
χ^2	162.056	187.122
χ^2 difference	25.066	
P-value of χ^2 difference	0.023	

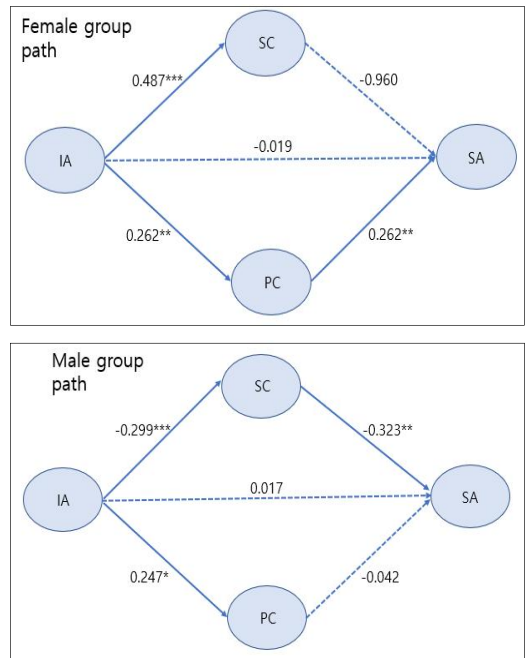
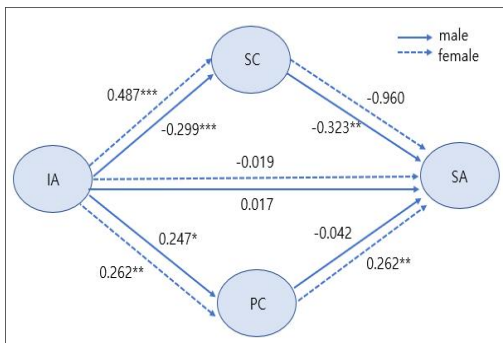
따라서 전체 구조 관계에 대한 남녀 간 조절변수의 효과는 있다고 볼 수 있다. Table 8의 분석 결과를 살펴보면 여성 집단은 대인 불안이 자기 통제력에 부적으로 영향을 미쳤으나 구매증독에는 유의미한 결과를 나타내지 않았다. 그러나 대인 불안이 타인 의식성에 정적으로, 타인 의식성이 구매증독에 정적으로 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한, 남성 집단은 대인 불안이 타인 의식성에 정적으로 영향을 미쳤으나 구매증독에는 유의미한 결과를 나타내지 않았다. 그러나 대인 불안이 자기 통제력에 부적으로, 자기 통제력이 구매증독에 영향을 미치는 것으로 나타나 남녀 집단 단 경로 차이를 알 수 있다.

Table 8. Summary of Hypothesis Verification Results by MSES Analysis between Men and Women

Division	male		female	
	Standardization factor (t-value)	p-value	Standardization factor (t-value)	p-value
IA → SC	-0.341 (-3.771)	***	-0.299 (-3.372)	***
IA → PC	0.247 (2.573)	0.010*	0.262 (2.923)	0.003**
SC → SA	-0.323 (-3.245)	0.001**	-0.960 (-1.270)	0.204
PC → SA	-0.042 (-0.419)	0.675	0.262 (2.923)	0.003**
IA → SA	0.017 (0.169)	0.866	-0.019 (-0.246)	0.806

주 : *p< 0.05 **p<0.01 ***p<0.001

남녀 간 MSES 분석에 의한 가설검증 결과 비교검증 도형을 통해 경로 차이를 가시적으로 확인 할 수 있다. 확인 결과는 Fig. 2와 같다.



주 : *p< 0.05 **p<0.01 ***p<0.001

Fig. 2. Comparative Analysis of Hypothesis Test Results on MSEM Analysis between Men and Women

3.2 연구가설 채택결과

연구가설 채택결과를 Table 9와 같이 정리했다.

Table 9. Result of adopting research hypothesis

Division	content	Adoption
H.1	Interpersonal anxiety will have a significant positive impact on the purchase addiction	Not accept
H.2	Interpersonal anxiety will have a significant negative impact on self-control.	Accept
H.3	Self-control will have a significant negative impact on the purchase addiction.	Accept
H.4	Interpersonal anxiety will have a positively significant effect on the public-consciousness.	Accept
H.5	public-consciousness will have a positively significant effect on the propensity to purchase addiction.	Accept
H.6	Interpersonal anxiety will have a significant effect on the propensity of purchase addiction through self-control.	Accept
H.7	Interpersonal anxiety will have a significant effect on the propensity of purchase addiction through the public-consciousness.	Accept
H.8	There will be differences in moderating effects between gender groups.	Accept

4. 결론 및 향후 연구

4.1 결론

이 연구는 대인 불안이 구매중독 성향에 미치는 영향 관계에서 자기 통제력과 타인 의식성의 다중매개효과와 남녀 집단 간 경로 차이에 대한 조절 효과를 분석하였다. 연구자는 구매중독 성향을 낮추는 방향으로 결론을 서술하였다. 그 결과는 다음과 같다.

첫째, 대인 불안은 구매중독에 영향을 미치지 않는다. 사회적 관계에서 발생하는 대인 불안이 구매중독 성향에 영향을 주는 것은 아니다. 이 결과는 대인관계에서 만족감을 얻지 못한 스트레스로 게임·도박에 중독된다는 연구[9]와 다른 결과로서, 게임·도박의 중독과 구매중독은 다른 만족감을 느낀다는 것을 의미한다.

둘째, 대인 불안은 자기 통제력에 음의 영향을 미치고, 자기 통제력은 구매중독에 음의 영향을 미친다. 따라서 대인 불안을 줄여 자기 통제력을 증가시키거나 그의 요인으로 자기 통제력을 향상하면 구매중독 성향을 낮출 수 있다.

셋째, 대인 불안은 타인 의식성에 정의 영향을 미치고, 타인 의식성이 구매중독에 정의 영향을 미친다. 따라서 대인 불안을 낮추거나 타인 의식성을 낮추면 구매중독 성향을 낮출 수 있다.

넷째, 남녀 집단 간의 조절 효과는 통계적으로 유의미하게 나타났으며, 남녀 집단 간 경로에서도 차이가 있는 것으로 나타났다. 단, 세 번째 결과로 제시된 타인 의식성이 구매중독 성향에 미치는 영향에서 여성 집단은 유의한 결과를 나타냈으나 남성 집단은 유의하지 않았다. 이것은 남성의 구매 패턴은 여성과 다르고 특히, 타인 의식성이 구매중독 성향에 영향을 주지 않을 정도로 낮다고 추정할 수 있다. 구매중독·쇼핑중독 예방 및 치료 교육에서 남성 집단은 타인 의식성을 강조할 필요가 없는 반면, 여성 집단은 타인 의식성을 강조하는 것이 필요하다. 이 연구 결과에 따르면 여성 집단이 타인 의식성이 유의하기 때문에 남성대비 구매중독에 빠질 위험이 더 크다. 이는 구매중독의 예방을 위해 타인의 시선을 의식하는 구매가 아니라, 개인의 자기 가치를 높이는 교육이 필요하다는 것을 시사하며, 성별 간 경로 차이를 통한 연구에서 그 차이를 확인한바, 남녀 집단 간 구매중독을 예방할 수 있는 교육과 관리방식이 필요함을 시사한다.

한편 정상구매와 구매중독을 구분하는 기준이 구매자가 처한 상황에 따라 다르므로 스스로 구매중독 여부를 파악할 수 있는 명확한 방법이 없다. 연구자는 이를 다음과 같이 구분하고자 한다. 구매제품을 재화의 목적에 따라 적절하게 사용하고 구매 비용이 실소득 이내에 있어 정상적인 경제생활이 가능하다면 정상구매이고, 타인을 의식하여 순간의 만족감으로 구입하고 본연의 목적에 따라 사용하지 못하거나 유사 제품을 반복해서 구매하는 등 구매지출이 실소득을 초과하고 있다면 구매중독을 의심해 볼 필요가 있다.

4.2 연구의 한계 및 향후 연구과제

이 연구는 설문 조사에 의한 상대적 척도를 기준으로 구매중독에 이르는 모형을 통계적으로 검증하였다. 위에서 언급한 것처럼 구매중독 기준은 절대적인 것이 아니어서 설문 조사 진행 시 연구자는 설문 자가 현재 구매중독 상태를 인지할 수 있는 객관적 기준을 제시하지 않았다. 선행연구를 포함하여 해당 방식의 연구는 진행된 적이 없다. 예를 들어, 연령대별 평균 구매 횟수나 금액, 실소득 구매 여력 등의 기준을 제시하여 설문자 스스로가 구매중독 여부를 판단한 상태에서 설문에 응한 것이 아니다. 따라서 설문자가 판단한 구매중독의 상태가 상대적인 상태에서 진행될 수밖에 없었던 현실적 한계가 있다. 또한, 구매중독에 이르는 재화를 특정하지 않아 남녀 조절 효과를 분석하는데 용이했던 반면, 실제 재화가 특정된 경우 남녀 간 욕구 차이로 인해 연구 결과가 모든 재화에 적용되는데 한계가 있다. 선행연구[50]에서 연령대가 낮을수록 타인 의식성이 높고 구매중독 성향도 높은 것으로 나타난 것에 착안하여 향후 조사지역을 확대하고 설문의 표본 수를 높여 연령대 및 지역별 집단비교(One Way ANOVA 분석) 등 추가 연구가 필요하다.

REFERENCES

- [1] Psychiatricnews.net. (2018.06.25.). *Explor the Psychological State of Shopping Addiction*. <http://www.psychiatricnews.net/news/articleView.html?idxno=9775>
- [2] E. Catalano & N. Sonenberg. (1993). *Consuming passions: Help for compulsive shoppers*. Oakland, CA: New Habiger Press.

- [3] Dspress.org. (2015.11.10.). *Society of Addiction, Shopping Addiction*.
http://www.dspress.org/news/articleView.html?id xno=5609
- [4] J. S Yoon. (2018). A Study on the Relationships between Psychological Characteristics and Addictive Buying Tendency in Mobile Shopping: Focus on Moderating Effect of Mobile Shopping Frequency and Payment size. *Journal of Internet Electronic Research*, 18(8), 91-104.
- [5] M. J. Kim. (2010). *A Study on the Factors Influencing the Shopping Addiction on the Internet*. master's thesis. Chung-Ang University, Seoul.
- [6] M. K. Rhee, K. H. Kim. & S. J. Kwon. (2013). To Exploring a Psychological Model for Shopping Addiction : A Relational Model of Depression, Self-regulation, Impulsivity, Shopping Motive and Shopping Addiction. *Institute of Social Sciences Chungnam National Universit*, 24(3), 425-444.
DOI : 10.16881/jss.2013.07.24.3.425
- [7] I. S. Song & K. C. Rhee. (1994). Determinants of Addictive Buying Tendencies. *Journal of Consumer Studies*, 5(2), 157-172.
- [8] M. S. Chang, G. P. Park, S. H. Jung & S. W. Woo. (2011). The relationship among dependent and avoidant personality trait, psychological trait and addiction. *The Korean East West Mind Science Association*, 14(1), 13-31.
- [9] H. L. Kang, Y. R. Lee & J. H. Hwang. (2017). The Influences of the Interpersonal Relationship Capabilities and the Self-control of the University Students on Smartphone Addiction. *Korean Association of Addiction Crime Review*, 7(2), 1-23.
- [10] S. H. Park. (2013). *(The) effect of self-consciousness and emotional intelligence on interpersonal relationship*. master's thesis. Hankuk University of Foreign Studies, Seoul.
- [11] M. R. Kim. (2011). Mediating and Moderating Effect of Identity Achievement in the Relation between Public Self-Consciousness and Social Anxiety. *Korea Journal of Counseling*. 12(2), 721-738.
- [12] J. S. Moon. (2002). *(A) Study for the relations between the internalization and the body image of the socio-cultural attitudes according to the public self-consciousness and the appearance*. master's thesis. Ewha Womans University, Seoul.
- [13] J. N. Kim & J. H. Ha. (2006). The Effects of Perfectionism and Self-Consciousness of Male and Female College Students on Eating Disorder Behavior. *Studies on Korean Youth*, 17(2), 107-131.
- [14] M. Neuner, G. Raab & L. Reisch, (2005). Compulsive buying in maturing consumer societies: An empirical re-inquiry. *Journal of Economic Psychological*, 26, 509-522
- [15] A. W. Logue. (1995). *Self-Control*. New York:Prentice Hall.
- [16] E. J. Kim. (2005). *Factors affecting addictive buying behavior of fashion product on internet shopping*. master's thesis. Yonsei University, Seoul.
- [17] M. Y. Seo. (2005). *A Study of the Factors Influencing Addictive Buying of Fashion Products in Internet Shopping*. master's thesis. Donguk University, Seoul.
- [18] American Psychiatric Association. (1994). *Diagnostic and Statistical Manual for Mental Disorder (4th ed)*. Washington, D. C. : American Psychiatric Association.
- [19] S. A. Jung. (2012). Social Anxiety and Self Consciousness, It's diagnostic and therapeutic Implications.. *Korea Journal of Counseling*. 13(1), 47-69.
- [20] R. M. Rapee & R. G. Heimberg. (1997). A cognitive-behavioral model of anxiety in social phobia. *Behaviour Research and Therapy*, 35, 741-756.
- [21] A. Fenigstein, M. F., Scheier & A. H. Buss, (1975). Public and Private Self-consciousness Assessment and Theory. *Journal of Counseling and Clinical Psychology*, 43(4), 522-527.
- [22] E. J. Kim. (1993). *Cognitive and behavioral factors associated with persistence of depressive symptoms*. doctoral thesis. Yonsei University, Seoul.
- [23] M. Lejoyeux & A. Weinstein. (2010). Compulsive buying. *Amerian Journal of Drug & Alcohol Abuse*, 36(5), 248-253.
DOI : 10.3109/00952990.2010.493590
- [24] T. C. O'Guinn & R. J. Faber. (1989). Compulsive consumption. *Advances in Consumer Reserch*, 141, 131-345.
- [25] G. Valance, A. d'Astous & L. Fortier. (1988). Compulsive Buying: Concept Measurement. *Journal of Comsumer Policy*, 11, 419-433.
- [26] I. S. Song. (1993). *Addictive buying tendencies of*

- consumers. doctoral thesis. Seoul National University, Seoul.
- [27] W. Mischel, (1974). Processes in delay of gratification. In L.Berkowitz(Ed), *Advances in Experimental Social Psychology*, 7, 249-292. (A-20-6).
DOI : 10.1016/S0065-2601(08)60039-8
- [28] H. J. Shaffer. (1999). On the nature and meaning of addiction. *National Forum*, 4, 9-14.
- [29] H. G. Grasmick, C. R. Tittle, R. J. Bursik & H. J. Arneklev. (1993). Testing the core empirical implication of Gottfredson and Hirschi's general theory of crime. *Journal of Research of in Crime and Delinquency*, 30(5), 5-29.
DOI : 10.1177/0022427893030001002
- [30] C. S. Ha & B. S. Kim. (2005). A Exploratory Factor Analysis of Korean Version of the Self-Control Scale. *Korea Journal of Counseling*, 6(4), 1175-1188.
- [31] A. Fenigstein. (1979). Self-consciousness, Self-Attention, Assessment and Theory. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 37, 75-86.
DOI : 10.1037/0022-3514.37.1.75
- [32] A. H. Buss. (1980). *Self-consciousness and social anxiety*, San Francisco, Ca: Freeman.
DOI : 10.2466/pms.1995.80.1.51
- [33] S. Y. Oh & H. J. Song, (2013). A Study on the Reasons and Solutions of shopping addiction. *Korean Association of Addiction Crime Review*, 3(1), 25-49.
- [34] J. S. Kim. (2008). *A Study on the Characteristics of Addictive Buying Tendencies to buy Fashion Products from Internet Shopping Malls-Focusing on Age 20~30 Women-*. master's thesis. Ewha Womans University, Seoul.
- [35] DongA.com. (2019.09.29.). *People in their 20s have a high rate of mental illness-related illnesses*.
<http://www.donga.com/news/article/all/20190929/97641853/1>
- [36] S. Huh & S. S. Chang (1995), The Effect of Anxiety and the Uncertainty of Obtaining a Delayed Reward on the Delayed Gratification. *Journal of Student Guidance Research*, 13, 111-126.
- [37] S. K. Kim & S. M. Cheon. (2015), Meta-Analysis on Variables Related to Self-Control: Focused on family environment and psychological factors. *Korean Journal Of Counseling And Psychotherapy*, 27(1), 85-107.
- [38] I. S. Lee. (2014), A Study on the Smartphone addiction, Anxiety, Depression and Self-Control of Worker. *Journal of the Korean Society for Multicultural Health*. 4(1), 19-27
- [39] M. G. Han. (2019), *The effect of self-esteem and self-regulation on smart phone addiction and anxiety of college students*. master's thesis. Daejeon University. Daejeon
- [40] G. A. Lee & H. Y. Hong. (2013). The Mediating Effects of Fear of Negative and Positive Evaluation on the relation between Public self-consciousness and Social Anxiety in University Students. *Korea Journal of Counseling*, 14(4), 2271-2290.
- [41] H. I. Jo & S. K. Son. (2010), A Study on the Effect of Self-consciousness, Anxiety on Defense Mechanisms. *Journal of Future Oriented Youth Society*, 7(1), 19-42.
- [42] A. R. Lee. (2011), *The Partial Mediating Effects of Public self-consciousness and Self-criticism on the Relation Between Covert Narcissism and Social Anxiety in University Students*. master's thesis. Kyungpook National University, Kyungpook.
- [43] H. Y. Yoon & K. H. Hong. (2006). Transactions : Fashion Product Addictive Buying Tendencies on Internet Shopping Mall. *The Korean Society of Clothing and Textiles*, 31(4), 563-573.
- [44] S. H. Lee & J. E. Park (2007). Factors Affecting Addiction Shopping Behavior on Fashion Product Comparison of Off-line & On-line Shopping. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 31(2), 269-279.
- [45] T. C. O'Guinn & R. J. Faber, (1989). Compulsive consumption. *Advances in Consumer Reserch*, 141, 131-345.
- [46] G. Scherhorn, (1990). The Addictive Trait in Buying Behavior. *Journal of Consumer Policy*, 13, 33-51.
DOI : 10.1007/BF00411868
- [47] H. S. Seo. (2012). A Study on the Factor Influencing the Shopping Addiction on the Internet. *Korean Journal Of Counseling And Psychotherapy*. 13(4), 541-563.
- [48] H. M. Jang. (2002). *Differences in depression, anxiety, self-consciousness, procrastination among college women with different types of perfectionism*. master's thesis.. Keimyung University, Daegu.
- [49] M. R. Leary & R. M. Kowalski. (1995). *Social*

anxiety. New York Guilford Press.

- [50] J. h. Jeong. (2014). *(The)Adult of Public self-consciousness and Shopping addiction: The Moderating Effect of self control and gender*, master's thesis. Hongik University, Seolu.
- [51] S. Y. Joo. (2007). *A Study on Addictive Buying Orientations of Male Buyers of Well-Kown National Brand and Imported Brand Apparel Products*, master's thesis. Dongduck Womans University, Seoul.

박 옥 희(Ok-Hee Park)

[정회원]



- 2014년 8월 : 홍익대학교 경영대학원 경영학과(경영학석사)
- 2018년 3월 ~ 현재 : 한성대학교 대학원 스마트융합컨설팅학과 박사과정
- 관심분야 : 경영, 심리, 컨설팅
- E-Mail : okino2@naver.com

정 조 희(Jo-Hee Jeong)

[정회원]



- 2014년 8월 : 홍익대학교 교육대학원 교육학과 상담심리전공(교육학석사)
- 2017년 2월 ~ 현재 : 대한민국 국방부 육군본부 군 상담관
- 관심분야 : 교육, 심리
- E-Mail : j2joy@hanmail.net

이 석 기(Seok-Kee Lee)

[정회원]



- 2000년 2월 : 한국과학기술원 경영공학과(공학석사)
- 2009년 8월: 한국과학기술원 경영공학과 (공학박사)
- 2012년 3월 ~ 현재 : 한성대학교 컴퓨터공학과 교수

- 관심분야 : 경영정보, 빅데이터
- E-mail : seelee@hansung.ac.kr