

---

# 모바일게임의 고객 충성도 영향요인에 관한 실증 연구

## Empirical Study on Factors Influencing Customer Loyalty in Mobile Games

---

이석인  
목포대학교 경제통상학부

Seok-In Lee(silee@mokpo.ac.kr)

---

### 요약

본 연구에서는 모바일콘텐츠 중 성장 가능성이 가장 큰 것으로 전망되는 모바일게임에 있어서 플로우와 고객 충성도 간의 인과관계를 구조적으로 살펴보고, 플로우에 영향을 주는 요인들에는 어떤 것들이 있는지를 조사하였다.

연구 결과 플로우는 디자인, 도전감, 숙련도 및 보상에 의해 유의한 영향을 받는 것으로 나타났으며, 플로우 또한 고객 충성도에 유의한 영향력이 있는 것으로 확인되었다. 이러한 통계적 검증결과를 통해 모바일게임 개발과 관련된 몇 가지 실무적 시사점들을 도출하였다.

■ 중심어 : | 모바일콘텐츠 | 모바일게임 | 고객 충성도 | 플로우 |

### Abstract

In recent years, the market for mobile games has become the most important part in the mobile content industry. The purpose of this study are to identify a causality between flow and customer loyalty in mobile games and to identify the factors by which flow is influenced.

Mobile game players were surveyed and the data were statistically analyzed empirically. Empirical results indicate that four independent variables such as game design, challenge, skill and feedback have impacts on the flow. And customer loyalty is significantly influenced by the flow. Based upon the statistical results, some useful guidelines for mobile game development and market penetration strategies are also provided.

■ Keyword : | Mobile Content | Mobile Game | Customer Loyalty | Flow |

---

## 1. 서론

최근 무선통신망의 발전과 함께 모바일콘텐츠는 우리 생활 속으로 더욱 빠르고 깊숙이 파고들고 있다. 이처럼 모바일콘텐츠는 사회·문화적 패러다임의 변

화를 가져올 뿐만 아니라 새로운 산업으로 급성장하고 있다. 2003년 1조9천억원이었던 모바일콘텐츠시장은 2006년에는 5조원 규모로 성장할 전망이다[7]. 모바일콘텐츠 중 가장 주목받고 있는 분야중 하나는 모바일게임이며, 다수의 리서치 회사들도 모바일게임의

급성장을 예상하고 있다[9]. 이러한 전망대로 모바일 게임 비즈니스가 지속적으로 성장하기 위해서는 소비자 욕구 파악 및 행동분석에 대한 연구가 요구된다.

그러나, 모바일콘텐츠에 대한 대부분의 연구들은 주로 기술적인 부분에 치우쳐 있고, M-Commerce나 모바일뱅킹, 모바일광고 등에 관한 연구가 많으며, 모바일게임에 대한 연구는 그리 많지 않은 실정이다[6].

따라서, 본 연구에서는 소비자 행동에 대한 체계적인 이론으로 인식되고 있는 플로우(Flow) 개념을 도입하여 모바일게임 고객 충성도에 영향을 미치는 요인들을 실증적으로 검증하고자 한다. 이를 통해 향후 모바일게임 개발을 위한 유용한 시사점들을 제시하고자 한다.

## II. 이론적 배경과 연구 가설

### 1. 플로우 이론

플로우 이론은 사람들이 현재 자신이 하고 있는 일에 대한 경험을 과학적으로 분석하고자 하는 이론으로 마케팅, 스포츠, 쇼핑, 게임, 취미, 컴퓨터 사용 등 여러 분야에서 사용되어 왔다. 플로우에 대한 대표적인 정의는 [표 1]과 같으며 일반적으로 “현재의 경험에 능동적으로 참여함으로써 스스로 즐거움을 느끼고 있는 상태”를 플로우라고 할 수 있다.

많은 연구자들이 플로우 상태를 다차원적인 구성개념으로 보고 있다. [20]은 플로우의 구성개념으로 시간 왜곡(Transformation of Time), 주의(Attention), 유쾌함과 즐거움(Pleasure & Enjoyment), 그리고 통

제(Control)를 제시하였다. [15]는 집중(Concentration)과 즐거움(Enjoyment)을 구성개념으로 보았다. 한편, [17]과 [14]는 통제(Control), 주의집중(Attention Focus), 호기심(Curiosity), 내재적 흥미(Intrinsic Interest)를 구성개념으로 보았다.

본 연구에서는 플로우의 선행요인인 숙련도가 통제와 속성을 포함하고 있다고 보고 이를 제외한 호기심, 내재적 흥미, 주의집중 3가지 행동을 중심으로 모바일게임에서 사용자들이 느끼는 플로우 경험을 측정하고자 한다.

### 2. 플로우의 선행요인

플로우에 대해 많은 연구가 이루어져 왔지만 선행요인과 결과요인 및 플로우 상태에 대한 관계가 일관되게 정의되지 못하고 있다. [10]은 중요 플로우 연구들을 분석한 후 플로우를 13개의 개념들로 재 정의하고, 이 중 숙련도(Skill), 도전감(Challenges), 주의집중(Focused Attention), 텔레프레젠스(Telepresence) 및 상호작용성(Interactivity)을 플로우의 선행요인으로 분류하였다. [3]은 [19]가 제시한 플로우 8요소 중에서 분명한 목적, 보상(Feedback), 도전과 기술의 조화를 선행요인으로 분류하였다.

그런데 [17] 및 [14]는 주의집중을 플로우 상태를 말하기 위한 필수적인 경험으로 정의하고 있어 혼란이 초래되고 있으며, 텔레프레젠스와 분명한 목적은 여러 연구자들의 지지를 받지 못하고 있다.

한편, [2]와 [6]은 디자인이 플로우의 선행요인이라고 주장하고 이를 검증하였는데 이는 미디어에 의해 매개된 경험을 실제로 체험하는 것처럼 느끼는 현상

표 1. 플로우의 정의

연구자	개념적 또는 조직적 정의
Csikszentmihalyi(1977)	플로우란 인간이 자신의 활동에 집중할 때 빠져드는 일관된 형태의 경험으로 의식의 폭이 좁아지고 자의식이 상실되는 등의 특징을 보임
Privette & Bundrick(1987)	플로우란 본질적으로 재미있는 경험, 최적의 즐거움
Csikszentmihalyi(1990)	플로우란 개인이 어떠한 것에도 방해받지 않는 행위로 매우 극도로 몰입하는 상태
Hoffman & Novak(1996)	컴퓨터를 매개로 한 환경에서 플로우 경험은 1) 기계적 상호작용에 의해 촉진되는 응답의 지속적인 과정에 의해 특징 지워지고, 2) 본질적으로 즐겁고, 3) 자의식의 상실에 의해 동반되며, 4) 자기강화인 네트워크 향해 동안 발생하는 상태

[21]인 텔레프레젠스와 유사한 개념으로 볼 수 있다. 따라서 본 연구에서는 플로우의 선행요인으로 도전감, 숙련도, 보상(상호작용성) 및 디자인을 선정하였다.

### 2.1 디자인

디자인이란 사용자가 게임공간을 실제공간과 비슷하게 느끼도록 만드는 것을 의미한다[2]. [8]은 모바일게임 보고서에서 사용자들에게 매력을 주기 위해서는 테마나 줄거리 등이 중요하게 고려되어야 하며, 그래픽, 사운드, 애니메이션, 컬러디스플레이 등이 지속적으로 게임을 사용하게 하는 중요한 영향요인이라고 강조하였다. [6]은 모바일게임 디자인을 플로우의 단일 차원인 즐거움의 선행요인으로 가정한 후 이를 실증하였다. 따라서 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H1: 모바일게임 디자인은 플로우에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이다.

### 2.2 도전감과 숙련도

[12]는 플로우를 주어진 상황에서 도전감과 숙련도에 대한 개인의 지각으로부터 발생하는 최적의 경험으로 정의하고 있으며, 많은 연구들에서 도전감과 숙련도가 플로우의 가장 중요한 예측변수로 주장되어 왔다[1][10][14][15][17][20][22]. 따라서 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H2: 모바일게임의 도전감은 플로우에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이다.

H3: 모바일게임의 숙련도는 플로우에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이다.

### 2.3 보상

[10]은 온라인 구매의 관점에서 상호작용성을 기계적 상호작용과 인간적 상호작용으로 구분하였다. 기계적 상호작용은 콘텐츠를 상호작용적으로 제공하고 접근하도록 하는 것이며, 인간적 상호작용은 온라인 매체를 통하여 다른 개인과 서로 커뮤니케이션을 수행하는 것이다.

모바일게임의 경우 현재까지는 속도의 제한이나 요금 부담으로 인해 게임을 다운로드 받아 사용하는 경향이 많기 때문에 인간적 상호작용 보다는 기계적 상호작용이 더 보편적이다. 기계적 상호작용은 주로 보상(Feedback) 형태로 이루어지는데, 보상이란 모바일게임에서 사용자가 어떤 행동을 취했을 때 이에 대한 적절한 반응을 보이는 것을 말한다. 예를 들면, 사용자가 게임에서 적을 공격했을 때 적이 사용자의 공격을 받아 죽는 다거나, 특정한 목표를 해결했을 때 사용자의 능력이 향상되는 것을 보상이라고 할 수 있다.

[4]는 온라인게임 내에서 사용자가 어떤 행동을 취했을 때 이에 대한 적절한 보상을 사용자에게 제공하였을 때 시스템과의 효과적인 상호작용이 이루어지고, 사용자는 플로우를 경험하게 됨을 실증하였다. 따라서 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H4: 모바일게임에서 보상은 플로우에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이다.

## 3. 고객 충성도

고객 충성도(Customer Loyalty)는 특정 게임에 대한 반복적인 재이용에 영향을 미칠 뿐만 아니라 다른 경쟁업체의 새로운 모바일게임이 출시되었을 때 기존 고객을 계속 유지할 수 있게 하는데도 영향을 미친다. 왜냐하면 현재 자신이 이용하고 있는 서비스에 대한 고객 충성도가 높은 사람들은 새로운 서비스가 등장한다고 할지라도 쉽게 새로운 서비스를 이용하지 않으려 하기 때문이다[16].

따라서 본 연구에서는 현재 모바일게임을 이용하고 있는 고객들의 충성도를 높임으로써 게임 사용자를 유지하고 다른 게임과의 경쟁에서 유리한 위치를 차지하여 기업의 매출을 증대시킬 수 있다는 관점에서 고객 충성도를 최종 종속변수로 사용하였다.

많은 연구자들이 플로우가 고객 충성도에 긍정적인 영향을 준다고 주장하였다[2][4][5]. 따라서 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H5: 모바일게임에서 플로우는 고객 충성도에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이다.

### III. 실증 분석

#### 1. 변수의 조작적 정의

##### 1.1 디자인

디자인의 조작적 정의는 “모바일게임 이용자들이 게임공간을 실제공간과 비슷하게 느끼는 정도”로서 [6]의 연구를 토대로 색상, 배경음악, 효과음, 캐릭터, 스토리 등 6문항 5점척도로 구성되었다.

##### 1.2 도전감

도전감의 조작적 정의는 “모바일게임 이용자가 새로운 기술이나 캐릭터의 조작에 대한 노력과 목표를 해결하고자 하는 의지”로 [3]의 연구를 토대로 도전 과제, 목표해결 등 3문항 5점척도로 구성되었다.

##### 1.3 숙련도

숙련도의 조작적 정의는 “모바일게임 이용자의 게임 이용능력 수준”으로 [6]의 연구를 토대로 기기 사용, 버튼 조작, 캐릭터 조정 등 4문항 5점척도로 구성되었다.

##### 1.4 보상

보상의 조작적 정의는 “모바일게임 이용자의 행동에 대한 적절한 반응정도”로 [5]의 연구를 토대로 보상의 적절성, 명령결과의 명확성 등 3문항 5점척도로 구성되었다.

##### 1.5 플로우

플로우의 조작적 정의는 “모바일게임시 느끼는 최적의 즐거움 정도”로 [5]의 연구를 토대로 내재적 흥미, 호기심, 주의집중 등 6문항 5점척도로 구성되었다.

##### 1.6 고객 충성도

고객 충성도의 조작적 정의는 “모바일게임의 이용자가 지속적으로 모바일게임 서비스를 이용하고자 하는 의도”로 [4]의 연구를 토대로 추천의향, 재구매, 브랜드 선호 등 3문항 5점척도로 구성되었다.

#### 2. 조사 방법 및 표본의 특성

본 연구의 조사대상은 광주, 전남지역 소재 대학에 다니고 있는 모바일게임 이용경험자들이다. 본 조사는 2006년 5월 1일부터 5월 31일까지 실시하였다. 조사를 위해 배포된 설문지는 650부이며 회수된 설문지는 619부이다. 이 중 이용이 불가능한 18부를 제외한 601부가 분석에 이용되었다. 수집된 자료는 SPSS 12.01을 이용하여 빈도분석, 요인분석 및 신뢰도분석 등을 수행하였고, 확인적 요인분석과 구조방정식모형을 분석하기 위하여 LISREL 8.54를 이용하였다.

표본의 특성을 보면, 성별은 남자가 50.2%, 여자가 49.8%를 차지하고 있다. 연령은 20세 미만이 8%, 20세~25세가 74%, 26세~30세가 15.1%, 31세 이상이 2.8%를 차지했다. 직업은 학생이 93.7%, 전문직이 1.8%, 사무관리직이 1.3%, 기타가 3.2%를 차지했다. 모바일게임 평균이용시간은 10분 이내가 44.1%, 11분~20분이 31.6%, 21~30분이 14.6%, 31분~1시간이 7%, 1시간 이상이 2.7%를 차지했다. 월평균 핸드폰 이용요금은 2만원 미만이 3.2%, 2만원~4만원이 38.6%, 4만원~6만원이 27.8%, 6만원~8만원이 15.1%, 8만원~10만원이 11.1%, 10만원 이상이 4.2%를 차지했다. 월평균 모바일게임 이용요금은 2천원 미만이 69.1%, 2천원~4천원이 18.5%, 4천원~6천원이 5.5%, 6천원~8천원이 3.5%, 8천원~1만원이 2%, 1만원 이상이 1.5%를 차지했다. 모바일게임의 장점은 여유시간 활용이 43.6%, 간편성이 36.3%, 이동성이 16.6%, 신속성이 3.5%를 차지했다. 모바일게임의 단점은 게임가격이 30.6%, 단말기가격/통신료가 29.5%, 속도/인터페이스가 18.3%, 콘텐츠부족이 14.3%, 조작문제가 7.3%를 차지했다. 모바일게임의 선호장르는 보드게임이 45.6%, 시뮬레이션게임이 15%, 스포츠게임이 10.8%, 롤플레이스게임이 10.6%, 액션/슈팅게임이 8.7%, 배팅게임이 3.7%, 에듀게임이 3.5%, 기타가 2.2%를 차지했다.

#### 3. 척도의 타당성 및 신뢰성 검증

척도들의 집중타당성과 판별타당성을 검증하기 위해 직각회전에 의한 요인분석을 실시한 결과 일반적

표 2. 요인분석 및 신뢰도분석 결과

측정항목	요 인						Cronbach $\alpha$	원전 표준화추정치	t값	개념 신뢰도	평균 분산추출
	플로우	디자인	속련도	보 상	도전감	충성도					
FL1	<b>0.743</b>	0.202	0.208	0.165	0.181	0.106	0.864	0.74	19.73	0.87	0.54
FL2	<b>0.704</b>	0.178	0.201	0.180	0.191	0.213		0.82	22.90		
FL3	<b>0.703</b>	0.145	0.128	0.156	0.156	0.247		0.90	16.46		
FL4	<b>0.656</b>	0.125	0.039	0.234	0.167	0.078		0.83	20.62		
FL5	<b>0.642</b>	0.263	0.266	0.077	0.128	0.029		0.91	22.65		
FL6	<b>0.628</b>	0.213	0.276	0.035	0.160	0.206		0.78	18.32		
DE1	0.136	<b>0.745</b>	0.066	0.064	0.071	0.063	0.859	0.68	16.25	0.86	0.51
DE2	0.059	<b>0.743</b>	0.132	-0.027	-0.027	0.107		0.76	17.97		
DE3	0.206	<b>0.733</b>	0.207	-0.056	0.162	-0.017		0.85	20.61		
DE4	0.228	<b>0.720</b>	0.212	0.029	0.034	0.006		0.73	18.62		
DE5	0.104	<b>0.708</b>	0.019	0.180	0.177	0.170		0.84	19.92		
DE6	0.241	<b>0.690</b>	0.109	0.178	0.259	-0.004		0.85	21.05		
SK1	0.169	0.134	<b>0.859</b>	-0.041	0.104	0.041	0.882	0.89	23.86	0.88	0.66
SK2	0.175	0.199	<b>0.811</b>	0.054	0.098	0.056		0.91	25.42		
SK3	0.192	0.120	<b>0.794</b>	0.071	0.129	0.055		0.85	21.95		
SK4	0.176	0.145	<b>0.789</b>	0.039	0.106	0.060		0.83	21.16		
FE1	0.196	<b>0.044</b>	-0.001	<b>0.867</b>	0.131	0.194		0.876	0.88		
FE2	0.207	0.043	0.032	<b>0.863</b>	0.077	0.152	1.00		26.88		
FE3	0.177	0.143	0.081	<b>0.773</b>	0.199	0.209	0.98		24.25		
CH1	0.301	0.198	0.235	0.153	<b>0.736</b>	0.163	0.816	0.74	17.72	0.83	0.61
CH2	0.391	0.159	0.216	0.160	<b>0.704</b>	0.075		0.96	23.89		
CH3	0.203	0.198	0.113	0.183	<b>0.690</b>	0.234		0.99	23.01		
L01	0.059	0.102	-0.003	0.250	0.203	<b>0.793</b>	0.764	0.81	20.11	0.77	0.52
L02	0.352	0.090	0.147	0.145	-0.026	<b>0.736</b>		0.70	17.40		
L03	0.279	0.093	0.079	0.224	0.267	<b>0.661</b>		0.73	17.66		
고유값	3.694	3.613	3.169	2.540	2.034	2.026	모델 적합도	$\chi^2=777.74$ (d.f.=260, $p<0.00$ ), Normed $\chi^2=2.991$ , GFI=0.91, RMSEA=0.058, NFI=0.97, NNFI=0.98, CFI=0.98			
누적 분산( $\Sigma$ )	14.778	29.232	41.907	52.067	60.201	68.305					

인 기준인 요인적재값 0.4이상과 고유값 1.0이상을 만족하는 것으로 나타났다. 또한, 각요인에 적재된 항목들에 대한 신뢰도를 측정하기 위해 Cronbach  $\alpha$ 계수를 계산한 결과 모든 요인에서 일반적 수용기준인 0.7이상을 만족하고 있어 각각의 측정항목이 내적일관성을 가지고 있다고 볼 수 있다.

이론적 측정모형의 검증을 위해서 확인적 요인분석을 실시하였다. 분석결과 [표 2]에서 보듯이 모든 적합도 지수들이 기준을 만족하고 있으며, 요인적재량(원전표준화추정치)들이 모두 통계적으로 유의한 t값을 갖고 있어 각 구성개념간의 수렴타당도와 단일차원성이 확보되었다고 할 수 있다. 또한, 지표의 내적일관성을 측정하는 각 구성개념에 대한 개념신뢰도가 모두 수용가능수준인 0.7을 상회하고 있고, 평균분산추출(AVE)값도 모두 0.5를 상회하기 때문에 신뢰도가 확보되었다고 할 수 있다.

#### 4. 연구가설의 검증

본 연구에서 제시한 연구모형을 검증한 결과, 적합

도는  $\chi^2=864.04$ (d.f.=264,  $p<0.00$ ), Normed  $\chi^2=3.273$ , GFI=0.90, RMSEA=0.062, NFI=0.97, NNFI=0.97, CFI=0.98로 나타나 전반적으로 적합한 것으로 평가되었다.

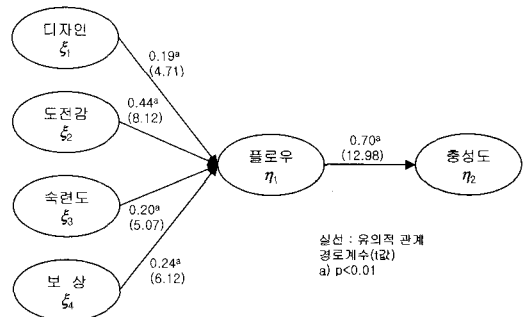


그림 3. 연구모형의 경로계수 추정치

연구모형에서 제시된 각각의 구성개념간의 인과관계는 [표 3]과 같이 분석되었다. 먼저, 플로우에 영향을 미치는 선행요인에 대한 가설들을 검증해보았다.

디자인( $\xi_1$ )이 플로우( $\eta_1$ )에 긍정적인 영향을 미치는가에 대한 가설1(H1)을 검증한 결과 경로계수값이 0.19( $t$ 값=4.71)로 유의수준 0.01에서 가설1은 채택되었다. 도전감( $\xi_2$ )이 플로우( $\eta_1$ )에 긍정적인 영향을 미치는가에 대한 가설2(H2)를 검증한 결과 경로계수값이 0.44( $t$ 값=8.12)로 유의수준 0.01에서 가설2는 채택되었다. 숙련도( $\xi_3$ )가 플로우( $\eta_1$ )에 긍정적인 영향을 미치는가에 대한 가설3(H3)을 검증한 결과 경로계수값이 0.20( $t$ 값=5.07)로 유의수준 0.01에서 가설3은 채택되었다. 보상( $\xi_4$ )이 플로우( $\eta_1$ )에 긍정적인 영향을 미치는가에 대한 가설4(H4)를 검증한 결과 경로계수값이 0.24( $t$ 값=6.12)로 유의수준 0.01에서 가설4는 채택되었다.

다음으로 플로우( $\eta_1$ )가 충성도( $\eta_2$ )에 긍정적인 영향을 미치는가에 대한 가설5(H5)를 검증한 결과 경로계수값이 0.70( $t$ 값=12.98)으로 유의수준 0.01에서 가설5는 채택되었다.

한편, 원인변수가 하나 이상의 다른 변수들을 거쳐 결과변수에 영향을 주는 간접효과를 살펴본 결과, 디자인( $\xi_1$ ), 도전감( $\xi_2$ ), 숙련도( $\xi_3$ ), 보상( $\xi_4$ ) 모두 플로우( $\eta_1$ )를 거쳐 충성도( $\eta_2$ )에 유의하게 간접적으로 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다.

표 3. 연구모형의 직접효과와 간접효과

가설	경로	직접효과		간접효과	
		추정치	t값	추정치	t값
H1	디자인( $\xi_1$ )→플로우( $\eta_1$ )	0.19	4.71 <sup>a</sup>		
H2	도전감( $\xi_2$ )→플로우( $\eta_1$ )	0.44	8.12 <sup>a</sup>		
H3	숙련도( $\xi_3$ )→플로우( $\eta_1$ )	0.20	5.07 <sup>a</sup>		
H4	보상( $\xi_4$ )→플로우( $\eta_1$ )	0.24	6.12 <sup>a</sup>		
H5	플로우( $\eta_1$ )→충성도( $\eta_2$ )	0.70	12.98 <sup>a</sup>		
	디자인( $\xi_1$ )→충성도( $\eta_2$ )			0.14	4.59 <sup>a</sup>
	도전감( $\xi_2$ )→충성도( $\eta_2$ )			0.31	7.55 <sup>a</sup>
	숙련도( $\xi_3$ )→충성도( $\eta_2$ )			0.14	4.92 <sup>a</sup>
	보상( $\xi_4$ )→충성도( $\eta_2$ )			0.17	5.87 <sup>a</sup>

주) <sup>a</sup> p < 0.01

치는 선행요인들은 무엇이고, 플로우 경험이 고객 충성도에 어떠한 영향을 미치는지를 살펴보고자 하였다. 연구결과를 바탕으로 몇 가지 시사점들을 살펴보면 다음과 같다. 첫째, 플로우의 선행요인으로 선정된 도전감, 숙련도, 보상 및 디자인 모두 플로우에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히, 도전감의 영향력이 가장 컸으며 그 다음으로 보상, 숙련도, 디자인 순으로 영향을 미쳤다. 그리고 예상한대로 플로우의 고객 충성도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 모바일 게임 고객의 충성도를 높이기 위해서는 고객의 숙련도 수준에 상응하는 도전감과 적절한 보상 및 사실감 있는 디자인을 제공함으로써 플로우 경험을 최적으로 느낄 수 있도록 모바일게임을 설계하는 것이 필요하겠다.

둘째, 모바일게임의 평균이용시간을 조사한 결과 이용자의 90.3%가 30분 이내로 사용하였다. 이것은 응답자의 대부분이 통신료에 부담을 느끼는 청소년들이라는 점과 대중교통을 이용하는 동안이나 쉬는 시간과 같은 여유시간을 활용하여 간편하게 이용할 수 있는 모바일게임의 특성 때문인 것으로 보인다. 또한, 월평균 모바일게임 이용요금도 응답자의 87.6%가 4천원 미만으로 나타났다. 따라서 모바일게임은 짧은 시간에 쉽고 간편하게 이용할 수 있도록 설계되어야 함을 시사한다.

셋째, 이용자들이 느끼는 모바일게임의 단점은 게임과 단말기 가격, 통신료, 속도, 인터페이스 및 콘텐츠 부족 등 이었다. 또한, 선호하는 장르는 보드게임, 시뮬레이션게임, 스포츠게임, 롤플레이팅게임 등이었다. 따라서 이러한 점을 고려한 모바일게임 개발과 마케팅 전략이 수립되어야 하겠다.

본 연구의 한계점과 향후 과제는 다음과 같다. 첫째, 플로우이론에 대한 선행연구에서 고려된 구성개념 중 일부만을 사용하였다. 향후 연구에서는 본 연구에서 고려하지 못한 구성개념들도 포함되도록 연구모형을 확장할 필요가 있겠다. 둘째, 본 연구의 표본은 광주·전남 소재 대학에 다니는 구성원으로 한정함으로써 연구결과의 일반화에 한계가 있다. 향후

IV. 결론

본 연구에서는 모바일게임에서 플로우에 영향을 미

에는 전체모집단을 대표할 수 있는 표본을 선정할 필요가 있겠다.

참고문헌

- [1] 유상진, 최은빈, 김효정, “모바일 인터넷 특성이 플로우 경험에 미치는 영향에 관한 연구”, *Information Systems Review*, Vol.8, No.1, pp.125-139, 2006.
- [2] 이상철, 김남희, 서영호, “온라인 게임에 있어서 몰입과 중독이 사용자 만족과 충성도에 미치는 영향”, *경영학연구*, 제32권, 제5호, pp.1479-1501, 2003.
- [3] 장정무, 김종육, 김태웅, “무선인터넷서비스 수용의 영향요인 분석: 플로우이론을 가미한 기술수용모델의 확장”, *경영정보학연구*, 제14권, 제3호, 2004.
- [4] 정재진, “온라인 게임의 소비자 충성도 유인에 관한 실증적 연구”, *멀티미디어학회논문지*, 제7권, 제4호, pp.484-495, 2004.
- [5] 최동성, 박성준, 김진우, “고객 충성도(Customer Loyalty)에 영향을 미치는 온라인 게임의 중요 요소에 대한 LISREL 모델 분석”, *경영정보학연구*, 제11권, 제3호, pp.1-21, 2001.
- [6] 한광현, 김태웅, “게임 콘텐츠 특성과 단말기 요인을 고려한 모바일게임 사용의도의 영향요인에 관한 연구”, *Information Systems Review*, Vol.7, No.2, pp.41-59, 2005.
- [7] 한국전산원, 2005 한국인터넷백서, 한국전산원, 2005.
- [8] ARC Group, *Mobile Games: Expanding Roles and Revenue Opportunities*, ARC Group, 2002.
- [9] CNET News, *Mobile Game Market to Boom*, 2004.
- [10] D. L. Hoffman and T. P. Novak, “Marketing in Hypermedia Computer-Mediated Environments: Conceptual Foundations,” *Journal of Marketing*, Vol.60, pp.50-68, 1996.
- [11] G. Privette and C. M. Bundrick, “Measurement of Experience: Construct and Content Validity of the Experience Questionnaire,” *Perceptual and Motor Skills*, Vol.65, pp.315-332, 1987.
- [12] G. D. Ellis, J. E. Voelkl, and C. Morris, “Measurement and Analysis Issues with Explanation of Variance in Daily Experience Using the Flow Model,” *Journal of Leisure Research*, Vol.26, No.4, pp.337-356, 1994.
- [13] H. Assael, *Consumer Behavior and Marketing Action*, 6 ed., Thomson Learning, 2001.
- [14] J. Webster, L. K. Trevino, and L. Lyan, “The Dimensionality and Correlates of Flow in Human Computer Interactions,” *Computers in Human Behavior*, Vol.9, No.4, pp.411-426, 1993.
- [15] J. A. Ghani and S. P. Deshpande, “Task Characteristics and the Experience of Optimal Flow in Human-Computer Interaction,” *The Journal of Psychology*, Vol.128, No.4, pp.381-391, 1994.
- [16] K. Ruyter and M. Wetzels, “On the Relationship between Perceived Service Quality, Service Loyalty and Switching Costs,” *International Journal of Service Industry Management*, Vol.9, No.5, pp.436-453, 1998.
- [17] L. K. Trevino and J. Webster, “Flow in Computer-Mediated Communication: Electronic Mail and Voice Mail Evaluation and Impacts,” *Communication Research*, Vol.19, No.5, pp.539-573, 1992.
- [18] M. Csikszentmihalyi, *Beyond Boredom and Anxiety*, Second Printing, Jossey-Bass, 1977.
- [19] M. Csikszentmihalyi, *Finding Flow: The Psychology of Engagement with Everyday Life*, Basic Books, 1997.
- [20] M. Csikszentmihalyi, *Flow: The Psychology of Optimal Experience*, Harper and Row, 1990.

[21] M. Lombard and T. Ditton, "At the Heart of It All: The Concept of Presence," Journal of Computer Mediated Communication, Vol.3, No.2, 1997.

[22] T. P. Novak, D. L. Hoffman, and Y. F. Yung, "Measuring the Flow Construct in Online Environments: A Structural Modeling Approach," Marketing Science, Vol.19, No.1, pp.22-42, 2000.

### 저자소개

이 석 인(Seok-In Lee)

정회원



- 1994년 2월 : 전남대학교 경영학  
과(경영학사)
- 1996년 2월 : 전남대학교 대학원  
경영학과(경영학석사)
- 1999년 8월 : 전남대학교 대학원  
경영학과(경영학박사)

<관심분야> : 전자상거래, IT거버넌스, 혁신클러스터,  
콘텐츠 비즈니스