

# NFT의 소비 가치가 구매 의도에 미치는 영향 : 지각된 위험과 세대의 조절효과를 중심으로

김나연(인천대학교 소비자학과 석사과정)

김우혁(인천대학교 소비자학과 교수)

NFT는 ‘Non-Fungible Token’의 약자로서 비트코인, 이더리움 등의 암호화폐와 유사하게 블록체인 기술을 활용하여 디지털 콘텐츠에 고유한 값을 부여한 디지털 소유 증명서를 의미한다(정기수 외, 2022). 이러한 NFT를 중심으로 서비스하는 거래소, 마켓플레이스, 게임, 메타버스 등과 같은 다양한 NFT 생태계가 만들어져 기업과 암호화폐 투자자들에게 새로운 기회의 장으로서 주목받고 있다. 글로벌 NFT 시장은 2022년부터 2027년까지 연평균 35%씩 성장하여 136억 달러 규모에 이를 것으로 추산되고 있다(마켓츠앤드마켓츠, 2022).

NFT 시장은 역사가 짧고 투자의 수단으로서 주목받기 시작한 지 얼마 되지 않아 소비자가 지각하는 가치를 중점적으로 살펴볼 필요가 있다. NFT는 소유하는 것 자체나 연계된 혜택 등 구매하고 거래하는 목적에 따라 가치가 형성되는 이유가 다양하다. Sheth의 소비가치 이론에 따르면, 소비자는 소비가치를 통하여 특정 제품의 구입이 이루어지며, 소비가치가 소비자의 구매행동에 가장 큰 영향을 준다고 하였다(김현정·유두련, 2017). 한편, NFT 시장의 급격한 성장과 더불어 새로운 소비자 이슈도 증가하고 있는 상황으로, NFT 분야에서 소비행동과 관련된 연구의 필요성이 증가하고 있다. 따라서, 본 연구의 목적은 NFT 상품에 대해 소비자가 지각하는 가치와 구매의도 간 영향 관계를 규명하는 데 있다.

본 연구는 최근 3년간 NFT를 이용 및 투자해본 경험이 있는 일반인 300명을 대상으로 설문조사를 진행하여 자료를 수집하였다. 설문조사는 2022년 12월 1일부터 12월 10일까지 진행되었으며, 조사 대상자는 성별을 고려한 할당 추출을 통해 고르게 수집하였다. 수집된 자료는 SPSS 21.0을 통해 빈도분석, 탐색적 요인분석 및 신뢰도 분석, 상관관계 분석이 실시되었으며, 다중 및 위계적 회귀분석을 통한 변수 간 영향 관계와 가설을 검증하였다.

연구 결과, NFT 소비가치의 기능적, 진귀적, 상황적 가치는 구매의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한, NFT 소비가치와 구매의도의 관계에서 지각된 위험은 유의한 조절효과가 없는 것으로 분석되었으나, 세대는 유의한 조절효과가 있는 것으로 나타났다.

본 연구는 NFT 분야에서 Sheth의 소비가치 이론을 통하여 소비자가 지각하는 NFT의 가치를 다차원적인 접근법으로 분석한 실증적 연구라는 의의가 있다. 또한, 조절변수로서 지각된 위험과 세대를 살펴봄으로써 향후 연구와 정책 마련에 촉매제 역할을 하고 MZ세대가 중요한 소비 주체라는 점을 시사하였다. 향후에는 관련 연구가 활발히 이루어져 충분한 이론적 토대가 마련되고, 보다 고르게 수집된 표본을 통해 다양한 소비자행동 변수를 살펴보는 연구가 진행되었으면 한다.