

골퍼의 성별에 따른 골프웨어 선택기준과 소비성향 특성연구

제 은 숙*

이 선재**

I. 서 론

현대인의 라이프스타일 변화에 따라 건강에 대한 관심이 고조되고 웰빙이라는 신개념이 탄생할 만큼 많은 변화를 보이고 있는 요즘 여가시간에 스포츠를 즐기려는 사람이 날로 증가하고 있다. 이는 국민소득수준의 향상, 건강유지 개념의 보편화 등으로 스포츠·레저 활동에 대한 관심이 고조됨과 동시에 정보통신 및 교통수단의 발달로 여가 시간이 증가하기 때문이다. 스포츠는 대다수의 국가에서 그 나라의 정치에서부터 경제, 교육, 외교 등 사회생활에 이르기까지 사회를 통틀어 많은 영향을 미치고 있으며¹⁾, 오늘날의 스포츠는 일부 특정계층의 생활에서부터 성별, 연령, 인종, 계급에 관계 없이 모든 사람들의 일상생활 전반에도 영향을 미치게 되었다²⁾. 또한 스포츠는 사회적, 교육적 기능에서 벗어나 개인의 건강에서부터 국력까지 증진시키며 개인의 개성을 발전시키는 수단임과 동시에 다른 세계와 교류하는 특성으로 사회적, 경제적인 관점에서 볼 때 가장 중요한 부분이며 스포츠는 우리에게 친근감 있고 쉽게 접할 수 있는 방법으로 이용되고 있다³⁾. 게다가 여가생활의 중요성과 그 활용에 대한 인식이 고조되고, 미디어의 발달로 인한 스포츠에 대한 기능과 의미가 증가하고, 건강에 대한 관심 또한 증가하여 이에 따른 스포츠 활동이 대형화 및 다양화 현상이 나타나고 있으며 스포츠활동의 욕구수준이 점차 높게 나타나고 있다⁴⁾. 이러한 계기로 우리나라 사람들은 생활체육 클럽이나 주변의 스포츠 센터, 스포츠관람 등 스포츠를 직·간접적으로 참여하여 여가시간의 활용과 건강증진을 위한 생활체육 활동에 많은 시간과 비용을 투자하고 있으며⁵⁾ 과거에는 고소득층의 전유물로 인식되어 왔던 골프, 블링,

* : 숙명여자대학교 의류학과 박사과정

** : 숙명여자대학교 의류학과 교수

승마 등 여러 종목의 스포츠가 최근 들어 점차 대중화의 길로 접어들면서 중산층의 일반인들도 즐길 수 있는 대중 스포츠로 인식의 변화가 이루어지고 있다⁶⁾.

골프가 미국과 일본 등 선진국에서 가장 각광 받는 스포츠로 생활체육에서 급속하게 발전할 수 있었던 이유는 골프는 스포츠 중에서 자연속에서 남녀노소 누구나 즐길 수 있는 스포츠로서 현대인의 욕구와 기호에 맞으며, 그 수요가 점차 증가하고 있기 때문이다⁷⁾. 또한 지속적인 골프인구의 증가는 골프웨어 시장을 급성장케 하였으며 스포츠 용도로 개발된 기능성 소재로 인하여 입기 편한 의복에서 디자인은 날로 세련되어져 골프경기 시 뿐 아니라 편안한 특성을 지닌 정장 또는 캐주얼웨어로 외출복 대용으로 입게 되면서 골프웨어에 대한 개념이 점차 바뀌게 되었다. 이에 날로 변화하는 골퍼의 골프웨어에 대한 소비욕구 또한 다양하게 변화되어 가고 있다.

이에 본 연구는 스포츠산업의 발달과 여가생활의 증진 골프의 대중화에 따른 골퍼들의 소비성향유형을 분류하여 유형에 따른 인구통계적특성과, 골프변인을 살펴보고, 이에 골프웨어 제품선택기준을 알아봄으로써 확대되고 있는 골프시장의 성별특성에 따른 마케팅 전략 수립을 위한 기초적 활용지표로 사용될 수 있을 것이다.

II. 이론적 배경

1. 골프웨어와 제품선택기준

골프웨어는 골프경기를 할 때 착용하는 의류로서 기능성과 활동성이 고려된 스포츠웨어의 한 종류이다. 골프웨어는 편안하고 기능적이어야 하며 골프라는 운동자체가 매너와 에티켓을 중시하기 때문에 다른 스포츠웨어에 비해 보다 단정한 스타일이 선호되고 보통 상의는 부드러운 것과 하의는 적당한 여유분과 신축성이 좋은 것을 착용한다. 즉 골프웨어는 기능성과 패션성이 서로 조화를 이루어야 한다. 또한 스포츠웨어로서 운동을 목적으로 디자인된 의복이지만, 최근에는 직접 운동하는 사람뿐만 아니라 일반 사람 모두에게도 캐주얼하게 입혀지고 있기 때문에 그 의미가 확대되고 있는 경향이다. 골프웨어는 이러한 경향으로 액티브 스포츠웨어의 일종이지만 그 자신만의 고유한 패션 경향을 나타내며 시대의 변화에도 빠르게 변화되어지고 있다⁸⁾. 또한 계절, 기후, 성별, 연령 등의 이유로 차이를 보이며, 셔츠, 스웨터, 조끼, 가디건, 투습성과 방수성 그리고 통풍성이 있는 자켓, 바람막이, 보온성이 있는 덧옷, 비옷, 긴바지, 반바지, 스커트 혹은 큐롯 스커트, 양말, 장갑, 신발, 모자 등의 아이템으로 구성된다. 일반적으로 운동 여유량이 충분한 티셔츠나 스웨터에 바지 등이 입혀지고 있는데, 스

왕이나 그 밖의 동작에 장애가 되지 않아야 한다. 또한 여러 가지 기후조건에서 좀더 효과적인 경기를 위해 보완적인 역할을 해야한다. 현재 골프웨어의 이러한 보완적인 기능보다는 전반적인 시장의 캐주얼 흐름에 맞춰 패션성이 강조된 경향을 나타내며, 디자인, 색상, 무늬 등이 다양해지고 있다.

임희숙⁹⁾은 골프웨어는 착용하는 사람의 체형뿐만 아니라 스포츠종목이나 환경에 따라 각기 다른 기능과 형태가 요구되므로 기능성은 물론 쾌적성과 안정성 내구성 등도 고려해야 한다고 하였다. 이에 박영민¹⁰⁾은 골프를 함께 따라 체온상승과 땀, 자외선 등을 막을 수 있는 소재의 사용으로 활동의 편의성, 신체보호 및 투습 방수성, 흡수성, 통기성, 자외선 차단과 패션 등의 새로운 기능이 추가되어야 한다고 하였다.

소비자는 구매과정에서 자신의 욕구나 욕구체제를 만족시키기 위한 선택을 하며 이 때 중요한 역할을 하는 것 중의 하나가 바로 소비자가 가지고 있는 선택기준이다. 선택기준이란 평가기준이라고도 하며, 소비자가 대안을 비교 평가하는데 사용하는 표준과 명세를 말한다.

선택기준은 다음과 같은 특성을 가진다¹¹⁾.

첫째, 선택기준은 많은 경우 소비자의 내면적 구매목적/동기(보고자하는 혜택)를 반영한다. 이 구매동기는 실용적 동기 쾌락적 동기로 나눌 수 있다.

둘째, 선택기준은 상황에 따라 달라진다. 예를 들어 모임을 위한 의복을 구매할 경우 과시성을, 직장에서 착용할 의복을 구매할 경우 착용의 편리성을 가장 중요시 할 것이다.

셋째, 선택기준은 객관적일 수도 주관적일 수도 있다. 골프복을 구입할 경우 착용용도의 다양성 및 실용성을 중시할 수 있고 신분상징을 중요시 할 수도 있다.

넷째, 각각의 선택기준은 중요성에 있어서 상이하다. 따라서 여러개의 선택기준을 소비자가 중요시 여기더라도 그 중 한 두개가 결정적 선택기준으로서 작용한다.

다섯째, 선택기준의 수는 제품에 따라 달라진다. 관여수준에 따라 평가기준의 수가 다를 수 있지만 일반적으로 6개 이하라고 알려져 있다.

소비자들이 의복 구매시 제품선택기준으로 이소영¹²⁾의 연구에서는 품질과 가격, 세탁편리성, 흡수성, 통기성, 소재의 기능성의 순으로 중요시하는 것으로 타나났다. 박은정¹³⁾의 연구결과에서 여성 골프웨어 소비자들은 품질, 색상, 소재, 브랜드명, 운동시 활동성, SIZE등의 맞음새, 희귀성, 친구나 소속집단과의 유사성에서 통계적으로 유의한 차이를 보였으며 운동시 활동성에서 가장 큰 차이를 보인 것으로 나타났다. 골퍼집단은 '스타일 및 디자인', 'SIZE 등의 맞음새', '운동시 활동성'순으로 나타났고 박종숙¹⁴⁾과 고주현¹⁵⁾의 연구에서와 같이 비 골퍼집단은 '스타일 및 디자인', '색상', '가격'순으로 고려하는 것으로 나타났다. 또한 두 집단 모두 '스타일 및 디자인'을 가장

고려하는 것으로 나타났다. 조원경¹⁶⁾은 골프를 실제로 하는 남녀를 대상으로 한 연구 결과에서 디자인, 색상, A/S가 차이를 보였고, 여자가 남자보다 A/S를 더 중요시하였다. 또한 여자들이 남자들보다 제품 구매 시 디자인, 색상 등 감각적인 면을 더욱 중요시하고 있다는 것이 나타났다. 김미자¹⁷⁾는 골프의류의 착용실태에 관한 연구결과에서 상품의 선택기준으로 디테일, 색상, 품질의 순으로 나타났으며, 경쾌하게 보이는 디테일을 가장 선호하는 것으로 나타났다. 김주희¹⁸⁾는 서울시내 30~50대 여성을 중심으로 골프웨어에 관한 소비행동과 패션의식에 관해 알아본 결과 스타일과 색상을 높게 고려한다고 하였으며 성인남녀를 대상으로 한 임희숙¹⁹⁾의 연구에서 골프웨어 디자인을 위한 컴퓨터그래픽스의 활용에 관해 연구한 결과, 골프웨어 구입 시 선호요인으로 색상, 디자인, 소재, 가격 순으로 중요시하는 것으로 나타났다.

한성지·양리나·김문숙²⁰⁾의 50~60대 여성의 라이프스타일에 유형에 따른 의복평가기준을 비교해 본 결과, 과시적 외모지향형을 제외한 모든 라이프스타일 유형에서 의복 구매시 세탁/관리의 용이성, 다른 옷과의 조화, 가격, 품질과 같은 실용적인 측면을 중요하게 고려하는 것으로 나타났다.

2. 소비성향 특성연구

소비란 욕망을 채우기 위하여 재화를 소모하는 것을 의미한다. 소비의 대상에는 구체적으로 돈이나 물건과 같은 물리적인 것과 시간, 노력, 이미지, 서비스 등과 같은 비물질적인 것이 포함되며²¹⁾, 제품의 구매뿐만 아니라 그것의 사용방법과 그에 따른 시간안배 그리고 원초적 목적의 기능이 상실되었을 때의 처분방법 등이 모두 포함되는 행위라고 볼 수 있다²²⁾.

소비성향이란 소득에 대한 지출의 비율로 저축성향과 같이 사용되며, 소비율이라고도 한다²³⁾. 김동호는 소비성향을 다분히 심리적인 요인으로 보고 '소비자의 구매동기 및 사용방법과 사용 후 처분방법 등 전반적인 소비활동을 지배하는 심리 및 행동상의 일정한 경향'이라고 정의하였다.

소비성향을 유형별로 나누어 보면, 기존의 소비패턴 연구가 소비의 구조와 목적에 중점을 두었는데 반하여, Holt²⁴⁾는 이 크기를 더 세분화하여 소비패턴을 연구하였다. Holt²⁵⁾는 소비의 구조를 개인의 소비를 중시하는 것과 인간관계의 증개를 중시하는 것으로, 그리고 소비의 목적과 소비자체를 목적으로 하는 것과 차후 목적의 수단으로 소비를 하는 것으로 다시 나누어서 4가지의 소비패턴 유형을 정의하였다.

첫째, 물질소비(Object consumption)에만 지향된 현재의 소비자 행동분석 영역을 넓

혔다. 둘째, 그 동안 무시되어 왔던 소비에서의 '인간상호관계' 차원을 개발시켰으며 셋째, 소비의 구조적 구성을 설명하였고 넷째, 소비에 대한 비유들간의 설명고리 체계를 제공하였다.

선행연구를 살펴보면 강이주²⁶⁾는 우리나라 도시주부의 생활양식을 편의주의형, 근면성실형, 생존유지형, 성취동기형 등 네 가지 유형으로 나누면서, 이 생활양식 유형에 따른 소비 패턴의 차이를 연구한 결과 근면성실형과 생존유지형은 임의적 성격을 떤 지출비목은 중요시하지 않으며 제품을 군집적, 공적, 능동적으로 사용하고 성능부진이 생기지 않는 하나의 제품을 계속 사용하며 그리고 가능한 한 영구적 처분을 하지 않으려는 소비경향을 보였다. 그리고 편의주의형과 성취동기형은 이들과 대조적인 소비 패턴을 보이고 있다고 했다. 김동호²⁷⁾는 소비자의 행동과 소비패턴에 영향을 미치는 각 소비자의 소비성향을 파악해 보았다. 소비연구에 크게 고려한 사항은 첫째, 소비의 동기부분으로 과시, 향유, 소유욕등의 소비의 원인이 되는 부분을 고려했고 둘째, 구입이나 사용시의 소비자의 태도면에서 낭비적인가, 절약적인가, 충동적인가, 타인의식적인가 하는 점에 주목하여 소비자의 소비성향을 알아보았다. 아울러 개인의 소비성향을 사회성(타인을 의식하는 소비, 체면을 생각하는 소비), 공익성(환경상품 구입, 자원 재활용 등 환경보호를 생각하는 소비), 충동성(개성적 소유, 충동구매, 비계획구매, 강한 소유욕), 합리성(균형예산지출, 과소비 자체, 계획구매), 효율성(할인시기 구매, 소유물의 효율적 이용), 향유성(비고급 내실 선호, 현재의 즐거운 삶 추구)으로 분류하였다. 신수아²⁸⁾는 소비자의 무의식 속의 의사결정과 습관적 구매행동에 관한 연구에서, 의복구매 유형은 계획구매, 계획적 충동구매, 충동구매로 분류되어지는데 백화점의 의복구매 유형 중 충동구매와 계획적 충동구매의 비율이 높았다고 하였다. 충동구매 집단은 유행성과 편이성 추구성향이 높았고, 계획구매집단은 경제성과 편의성을 추구하였으며, 계획적 충동구매집단은 유행성과 경제성을 동시에 추구하는 의복행동을 한다고 하였다.

III. 연구방법 및 절차

1. 연구문제

본 연구에서는 골퍼들의 성별에 따른 소비성향을 유형화하고, 이에 따른 골프변인, 인구통계적 특성, 제품선택기준을 알아보고자 한다.

연구문제 1. 골퍼의 성별에 따른 소비성향을 유형화한다.

- 연구문제 2. 골퍼의 성별에 따른 인구통계적 특성과 소비성향을 비교 분석한다.
- 연구문제 3. 골퍼의 성별에 따른 골프변인(골프참여목적, 골프경력, 월평균 필드에 나가는 횟수)과 소비성향을 비교 분석한다.
- 연구문제 4. 골퍼의 성별에 따른 골프웨어 제품선택기준과 소비성향을 비교 분석한다.

2. 연구대상 및 자료수집

본 조사는 서울 경기지역 골프장과 골프연습장 남녀 골퍼들을 대상으로 이루어졌으며 600부를 배부하여 521부가 회수되었다. 이중 불성실하거나 부정확하게 기재된 것을 제외하고 총 485부를 본 연구의 최종 분석 자료로 사용하였다.

3. 측정도구

본 연구를 위한 측정도구는 소비성향, 골프변인, 인구통계적 문항, 골프웨어 제품선택기준으로 구성되었다.

골퍼들의 골프웨어 소비유형을 측정하는 문항으로 조원경²⁹⁾, 이소영³⁰⁾ 선행연구에 사용되었던 문항을 토대로 22개를 본 연구에 맞게 수정·보완하여 5점 리커트 척도로 측정하였으며, 골프변인은 골프참여목적, 골프경력, 월평균 필드에 나가는 횟수를 알아보는 것으로 고주현³¹⁾의 선행연구에 사용된 총 3문항을 연구자가 본 연구에 맞게 수정·보완하였으며 선다형으로 측정하였다. 제품선택기준에서는 골퍼들이 의복구매 시 어떠한 기준으로 제품을 선택하고 어떤 것을 가장 중요하게 생각하는지를 측정하는 문항으로 고주현³²⁾, 박은정³³⁾, 조원경³⁴⁾의 선행연구에 사용되었던 문항을 토대로 설문지에 맞게 수정·보완하였고, 또한 인구통계적 문항은 연령, 결혼여부, 학력, 직업, 총수입, 골프웨어 구입비등 7문항을 선다형으로 측정하였다.

4. 자료분석

자료분석은 SPSS Package Program 12.0을 이용하여 요인분석, 신뢰도 분석, t-test, ANOVA test를 실시하였고, 사후검정은 Levene 다중비교는 Duncan 방식을 이용하였다

IV. 결과 및 논의

1. 골퍼의 성별에 따른 소비성향 유형화

남자 골퍼의 소비성향을 알아보기 위해 요인분석, 신뢰도분석을 실시하였으며 결과는 다음<표 1>과 같다.

요인1은 소속감과 자기보호, 구분과 동일시적 문항으로 구성되어 이를 '유행성'이라 명하였고 고유값은 3.820, 누적변량은 21.224%로 나타났다. 요인2는 의복을 통해 눈에 띄고, 타인에게 지위를 과시하기 위한 문항으로 '과시성'이라 명하였고 고유값은 3.241, 누적변량은 39.230%로 나타났으며 요인3은 아름답거나 좋게 보이는 외모를 성취하는 것으로 구성된 문항으로 '심미성'이라 명하였고 고유값은 2.371, 누적변량은 52.402%로 나타났다. 요인4는 관리의 용이함과 실생활에 얼마나 유용하게 입을 수 있는지 알 수 있는 문항으로 구성되어 이를 '실용성'이라 명하였으며 고유값은 1.900, 누적변량은 62.958%로 나타났다.

각 요인의 고유치는 최고 3.820부터 1.900까지 나타났고 4개의 요인이 전체변수를 설명하는 비율은 62.958%로 나타났다. 한편 요인분석의 결과로 비추어 볼 때, 측정도구에 있어서의 내용타당성, 그리고 구조타당성중 수렴타당성과 판별타당성이 충분히 지지를 받는다고 판단되며, 아울러 Cronbach's a값이 0.879에서 0.627까지 나타나는 바 측정도구의 신뢰성중 내적 일관성이 충분하다고 사료된다.

따라서 각 요인에 포함된 변수들의 합산평균값을 추후분석에서 사용하는 것이 의미해석에 큰 무리를 주지 않고 무난하다고 보여진다.

<표 1> 소비성향 요인분석(남)

n=254

| 요인명 | 문항내용 | 요인1 | 요인2 | 요인3 | 요인4 |
|------------|---|--------|--------|--------|--------|
| 유행성 | 22. 유명골퍼가 입은 옷을 입으면 나도 유명골퍼가 된 느낌이다 | 0.826 | 0.173 | 0.139 | -0.105 |
| | 20. 남들이 많이 입는 글프웨어를 입지 못하면 뭔지 위축되는 느낌이 듈다 | 0.803 | 0.245 | 0.214 | -0.067 |
| | 19. 나는 유명골퍼가 입은 글프웨어를 보면 갖고 싶다 | 0.786 | 0.190 | 0.147 | -0.058 |
| | 21. 다른 사람이 구입하는 것을 보면 나도 사고 싶다 | 0.785 | 0.137 | 0.119 | -0.109 |
| 과시성 | 18. 나는 유명골퍼가 입은 글프웨어를 보고 구입한 적이 있다 | 0.710 | 0.133 | 0.269 | -0.030 |
| | 17. 유행하는 글프웨어라면 비싸도 구입하는 편이다 | 0.507 | 0.310 | 0.448 | -0.147 |
| | 2. 글프웨어는 나의 품위를 나타낼 수 있다 | 0.128 | 0.808 | 0.091 | 0.086 |
| | 3. 글프웨어 구입 시 가능한 한 유명상표를 사고 싶다 | 0.152 | 0.787 | 0.079 | 0.000 |
| 심미성 | 1. 유명상표의 글프웨어를 입으면 자신감이 생긴다 | 0.131 | 0.773 | 0.125 | 0.034 |
| | 4. 글프웨어의 디자인도 중요하지만 유명도를 더욱 중요시 한다 | 0.304 | 0.711 | 0.144 | 0.018 |
| | 6. 나는 특정상품 구매를 통해 신분상승을 느낄 때가 있다 | 0.310 | 0.571 | 0.237 | 0.093 |
| | 8. 구김이 많이 가거나 다림질하기 힘들더라도 마음에 들면 구입한다 | 0.229 | 0.056 | 0.839 | -0.087 |
| 실용성 | 7. 입었을 때 멋있게 보이면 손질이 힘들더라도 구입한다 | 0.200 | 0.302 | 0.783 | 0.002 |
| | 9. 세련된 스타일이며, 입었을 때 불편하더라도 구입한다 | 0.329 | 0.250 | 0.656 | -0.179 |
| | 13. 글프웨어 구입 시 가격에 비해 얼마나 유용하게 입을 수 있을 것인가를 중시한다 | 0.018 | 0.027 | -0.148 | 0.788 |
| | 12. 글프웨어 구입 시, 나의 실생활에 맞을지 생각한다 | -0.062 | -0.135 | 0.029 | 0.784 |
| | 11. 옷이 첫 인상에 매우 중요하다고 생각한다 | -0.178 | 0.296 | 0.066 | 0.533 |
| | 15. 글프웨어 구입 시 품질을 중요시 한다 | -0.134 | 0.131 | -0.336 | 0.519 |
| | 고유값 | 3.820 | 3.241 | 2.371 | 1.900 |
| | 누적변량 | 21.224 | 39.230 | 52.402 | 62.958 |
| Cronbach's | | 0.879 | 0.836 | .0800 | 0.627 |

여자 골퍼의 소비성향을 알아보기 위해 요인분석, 신뢰도분석을 실시하였으며 결과는 다음<표 2>과 같다.

요인1은 소속감과 자기보호, 구분과 동일시적 문항으로 구성되어 이를 '유행성'이라 명하였고 고유값은 3.574, 누적변량은 19.854%로 나타났다. 요인2는 의복을 통해 눈에 띄고, 타인에게 지위를 과시하기 위한 문항으로 '과시성'이라 명하였고 고유값은 3.092, 누적변량은 37.032%로 나타났으며 요인3은 관리의 용이함과 실생활에 얼마나 유용하게 입을 수 있는지 알 수 있는 문항으로 구성되어 이를 '실용성'이라 명하였으며 고유값은 2.368, 누적변량은 50.188%로 나타났다. 요인4는 아름답거나 좋게 보이는 외모를 성취하는 것으로 구성된 문항으로 '심미성'이라 명하였고 고유값은 2.250, 누적변량은 62.688%로 나타났다.

각 요인의 고유치는 최고 3.574부터 2.250까지 나타났고 4개의 요인이 전체변수를 설명하는 비율은 62.688%로 나타났다. 한편 요인분석의 결과로 비추어 볼 때, 측정도

구에 있어서의 내용타당성, 그리고 구조타당성 중 수렴타당성과 판별타당성이 충분히 지지를 받는다고 판단되며, 아울러 Cronbach' a값이 0.879에서 0.671까지 나타나는 바 측정도구의 신뢰성중 내적 일관성이 충분하다고 사료된다.

따라서 각 요인에 포함된 변수들의 합산평균값을 추후분석에서 사용하는 것이 의미 해석에 큰 무리를 주지 않고 무난하다고 보여 진다.

<표 2>소비성향 요인분석(여)

n=231

| 요인명 | 요인별 문항 | 요인1 | 요인2 | 요인3 | 요인4 |
|-------------|---|--------|--------|--------|--------|
| 유행성 | 19.나는 유명골퍼가 입은 골프웨어를 보면 갖고 싶다 | 0.805 | 0.209 | 0.136 | 0.073 |
| | 22.유명골퍼가 입은 옷을 입으면 나도 유명골퍼가 된 느낌이다 | 0.799 | 0.092 | 0.022 | 0.107 |
| | 20.남들이 많이 입는 골프웨어를 입지 못하면 웬지 위축되는 느낌이 든다 | 0.791 | 0.205 | -0.041 | 0.151 |
| | 18.나는 유명골퍼가 입은 골프웨어를 보고 구입한 적이 있다 | 0.734 | 0.120 | -0.102 | 0.208 |
| | 21.다른 사람이 구입하는 것을 보면 나도 사고싶다 | 0.714 | 0.380 | 0.000 | 0.026 |
| 파시성 | 17.유행하는 골프웨어라면 비싸도 구입하는 편이다 | 0.552 | 0.107 | -0.217 | 0.377 |
| | 3.골프웨어 구입시 가능한 한 유명상표를 사고싶다 | 0.090 | 0.832 | 0.034 | 0.017 |
| | 2.골프웨어는 나의 품위를 나타낼 수 있다 | 0.212 | 0.822 | 0.114 | 0.044 |
| | 1.유명상표의 골프웨어를 입으면 자신감이 생긴다 | 0.226 | 0.778 | 0.124 | 0.053 |
| | 4.골프웨어의 디자인도 중요하지만 유명도를 더욱 중요시 한다 | 0.243 | 0.705 | -0.062 | 0.139 |
| 실용성 | 11.옷이 첫 인상에 매우 중요하다고 생각한다 | 0.146 | 0.516 | 0.390 | 0.139 |
| | 15.골프웨어 구입시 품질을 중요시 한다 | -0.009 | 0.074 | 0.740 | -0.140 |
| | 13.골프웨어 구입시 가격에 비해 얼마나 유용하게 입을 수 있을 것인가를 중시한다 | -0.154 | 0.158 | 0.717 | -0.069 |
| | 12.골프웨어 구입시, 나의 실생활에 맞을지 생각한다 | 0.094 | -0.057 | 0.708 | -0.096 |
| | 14.골프웨어 구입 시 무난한 디자인을 선택한다 | -0.049 | 0.090 | 0.698 | -0.001 |
| 심미성 | 8.구김이 많이 가거나 다림질하기 힘들더라도 마음에 들면 구입한다 | 0.174 | -0.040 | -0.053 | 0.864 |
| | 7.입었을 때 멋있게 보이면 손질이 힘들더라도 구입한다 | 0.137 | 0.130 | -0.007 | 0.811 |
| | 9.세련된 스타일이며, 입었을 때 불편하더라도 구입한다 | 0.196 | 0.173 | -0.227 | 0.737 |
| 고유값 | | 3.574 | 3.092 | 2.368 | 2.250 |
| 누적변량 | | 19.854 | 37.032 | 50.188 | 62.688 |
| Cronbach' a | | 0.879 | 0.804 | 0.671 | 0.800 |

이와 같이 요인분석결과 성별에 따른 골퍼의 소비성향의 요인은 유행성, 파시성, 실용성, 심미성 등으로 분류되었다. 조원경³⁵⁾의 연구에서는 골프웨어 소비자를 파시소비성, 의복동조성, 유행지향성으로 분류되어 본 연구의 소비성향과 유사한 결과를 보이고 있다.

2. 골퍼의 성별에 따른 인구통계적 특성과 소비성향

골퍼의 성별에 따른 인구통계적 특성과 소비성향을 알아보기 위해 t-test, ANOVA test, Duncan-test를 실시해 본 결과 다음과 같다.

남자골퍼<표 3>는 학력, 월평균 총수입, 월평균 골프웨어 구입비에서 유의한 차이를 보였다. 학력에서는 과시성에서 유의한 차이를 보였으며 대학원 재학이상이 과시성이 가장 높게 나타났으며 고졸에서 과시성이 가장 낮은 것으로 나타났다. 이는 학력이 높은 집단에서 과시성이 높은 것으로 조원경의 연구와 일치한다. 월평균 총수입에서는 실용성에서 유의한 차이를 보였으며 600~800만원 미만의 집단이 실용성이 가장 높게 나타났으며, 200만원 미만의 집단에서 실용성이 가장 낮은 것으로 나타났다. 월평균 골프웨어 구입비에서는 유행성에서 유의한 차이를 보였으며 월평균 60만원 이상의 골프웨어 구입시 지출하는 집단이 유행성이 가장 높은 것으로 나타났다.

<표 3>인구통계적 특성에 따른 소비성향(남)

n=254

| 인구통계적 특성 | 소비성향 | | 유행성 | | 과시성 | | 심미성 | | 실용성 | |
|--------------|--------------|-------------|------|-------------|------|-------------|------|--------------|------|----|
| | M | SD | M | SD | M | SD | M | SD | M | SD |
| 연령 | 20대 | 2.619 | .804 | 3.124 | .645 | 2.657 | .787 | 3.557 | .591 | |
| | 30대 | 2.373 | .761 | 2.978 | .750 | 2.659 | .830 | 3.736 | .456 | |
| | 40대 | 2.380 | .766 | 2.988 | .712 | 2.515 | .831 | 3.710 | .472 | |
| | 50대 이상 | 2.488 | .949 | 3.121 | .696 | 2.667 | .994 | 3.688 | .630 | |
| | F | 1.471(.223) | | 0.784(.504) | | 0.496(.686) | | 1.676(.173) | | |
| 결혼 여부 | 미혼 | 2.504 | .841 | 3.099 | .671 | 2.709 | .805 | 3.626 | .525 | |
| | 기혼 | 2.424 | .776 | 3.001 | .725 | 2.575 | .851 | 3.704 | .518 | |
| | t | 0.735(.463) | | 1.071(.286) | | 1.234(.219) | | -1.116(.266) | | |
| 학력 | 고졸 | 2.272 | .558 | 2.713B | .670 | 2.567 | .738 | 3.500 | .517 | |
| | 전문 대졸 | 2.517 | .710 | 3.060AB | .699 | 2.678 | .809 | 3.683 | .469 | |
| | 대학교재학·졸업 | 2.464 | .835 | 3.023AB | .681 | 2.593 | .850 | 3.685 | .533 | |
| | 대학원재학이상 | 2.491 | .874 | 3.333A | .759 | 2.741 | .891 | 3.785 | .493 | |
| | F | 0.611(.609) | | 4.405(.005) | | 0.391(.759) | | 1.696(.168) | | |
| 직업 | 학생 | 2.708 | .836 | 3.057 | .742 | 2.905 | .774 | 3.580 | .582 | |
| | 전문·경영관리직 | 2.367 | .856 | 3.002 | .768 | 2.599 | .876 | 3.741 | .536 | |
| | 전문기술직 | 2.327 | .814 | 2.976 | .669 | 2.429 | .808 | 3.612 | .516 | |
| | 사무직 | 2.472 | .638 | 3.139 | .610 | 2.657 | .830 | 3.785 | .323 | |
| | 판매·서비스직 | 2.727 | .633 | 3.155 | .650 | 2.788 | .852 | 3.523 | .556 | |
| | 기타 | 2.583 | .620 | 2.980 | .621 | 2.500 | .503 | 3.525 | .629 | |
| | F | 1.672(.142) | | 0.411(.841) | | 1.421(.217) | | 1.552(.174) | | |
| 월평균 총수입 | 200만원 미만 | 2.397 | .580 | 3.046 | .484 | 2.590 | .669 | 3.346C | .495 | |
| | 200~400만원 미만 | 2.459 | .761 | 3.021 | .706 | 2.592 | .742 | 3.738AB | .446 | |
| | 400~600만원 미만 | 2.580 | .745 | 3.076 | .709 | 2.782 | .808 | 3.522BC | .585 | |
| | 600~800만원 미만 | 2.442 | .987 | 3.153 | .744 | 2.643 | .961 | 3.930A | .448 | |
| | 800만원 이상 | 2.324 | .794 | 2.916 | .726 | 2.485 | .929 | 3.627B | .527 | |
| | F | 0.744(.563) | | 0.743(.563) | | 0.936(.444) | | 6.001(0.000) | | |
| 월평균 골프웨어 구입비 | 30만원 미만 | 2.336B | .739 | 2.975 | .675 | 2.556 | .793 | 3.701 | .455 | |
| | 30~60만원 미만 | 2.586B | .828 | 3.150 | .683 | 2.700 | .946 | 3.675 | .601 | |
| | 60만원 이상 | 3.088A | .895 | 3.221 | .991 | 2.965 | .793 | 3.461 | .760 | |
| | F | 9.290(.000) | | 2.102(.124) | | 2.427(.090) | | 1.846(.160) | | |

여자골퍼<표 4>는 연령, 결혼여부, 직업, 월평균 총수입, 월평균 골프웨어 구입비에서 유의한 차이를 보였다. 연령에서는 유행성집단에서 유의한 차이를 보였고, 결혼여부에서는 미혼이 기혼보다 유행성과, 심미성이 높은 것으로 나타났다. 직업에서는 유행성, 과시성, 실용성에서 유의한 차이를 보였으며 학생과, 전문·경영관리직이 유행성을 가장 많이 추구하는 것으로 나타났으며 다른 집단에서는 별 차이가 없는 것으로 나타났다. 또한 실용성은 학생집단에서 가장 낮게 나타나 학생들은 실용적인 것보다는 유행을 추구하는 집단으로 해석되어진다. 월평균 총수입에서는 실용성에서 유의한 차이를 보였으며 다른 집단에서는 실용성이 높게 나타났으나 800만원 이상 집단에서는 실용성이 다른 집단에 비해 낮게 나타났다. 고소득집단은 가격이나 품질요인보다는 다른요인을 고려하는 것으로 보인다. 월평균 골프웨어 구입비에서는 유행성, 실용성, 심미성에서 유의한 차이를 보였으며 30만원 미만의 집단이 실용성이 가장 높게 나타났다. 이는 골프웨어 구입시 30만원 미만의 집단이 집단보다 실용성을 가장 추구하는 것으로 보여진다.

결과적으로 남자골퍼는 고학력일수록 과시성을 추구하고, 월평균 총수입이 600-800만 원 미만의 집단에서 실용성이 가장 높게 나타났으며, 여자골퍼는 결혼여부에서는 미혼이 유행성 심미성이 높은 것으로 나타났으며, 직업에서는 학생과 전문·경영관리직이 유행성 향이 높으며 학생집단이 실용성을 가장 낮게 추구하는 것으로 나타났다. 월평균 총수입에서는 800만원이상의 집단이 실용성이 낮으며, 월평균 골프웨어 구입비에서는 30만원 미만의 집단이 실용성을 가장 많이 추구하는 것으로 나타나 박형진³⁶⁾의 연구에서 소비자의 연령과 직업에 따라 제품구매성향이 달라진다는 내용을 담고 있다.

<표 4>인구통계적 특성에 따른 소비성향(여)

n=231

| 인구통계적 특성 | 소비성향 | 유행성 | | 과시성 | | 심미성 | | 실용성 | |
|----------|----------|-------------|------|-------------|------|-------------|------|--------------|------|
| | | M | SD | M | SD | M | SD | M | SD |
| 연령 | 20대 | 2.516 | .756 | 3.289 | .710 | 2.778 | .779 | 3.576 | .542 |
| | 30대 | 2.448 | .752 | 3.335 | .564 | 2.498 | .801 | 3.680 | .583 |
| | 40대 | 2.188 | .674 | 3.061 | .761 | 2.542 | .878 | 3.691 | .582 |
| | 50대 이상 | 2.240 | .750 | 3.088 | .580 | 2.271 | .733 | 3.734 | .423 |
| | F | 2.909(.035) | | 2.454(.064) | | 2.474(.062) | | 0.723(.539) | |
| 결혼여부 | 미혼 | 2.517 | .817 | 3.297 | .669 | 2.747 | .844 | 3.632 | .573 |
| | 기혼 | 2.287 | .675 | 3.171 | .691 | 2.484 | .796 | 3.668 | .553 |
| | t | 2.318(.021) | | 1.367(.173) | | 2.381(.020) | | -0.476(.638) | |
| 학력 | 고졸 | 2.282 | .697 | 3.228 | .672 | 2.437 | .766 | 3.739 | .448 |
| | 전문대졸 | 2.403 | .695 | 3.363 | .686 | 2.590 | .851 | 3.714 | .615 |
| | 대학교재학·졸업 | 2.459 | .795 | 3.162 | .677 | 2.693 | .841 | 3.551 | .614 |
| | 대학원재학이상 | 2.238 | .798 | 2.829 | .812 | 2.952 | .911 | 3.536 | .585 |
| | F | 0.948(.418) | | 1.691(.170) | | 1.940(.124) | | 1.985(.117) | |

| 인구통계적 특성 | 소비성향 | 유행성 | | 과시성 | | 심미성 | | 실용성 | |
|--------------------|--------------|-------------|------|-------------|------|-------------|-------|-------------|------|
| | | M | SD | M | SD | M | SD | M | SD |
| 직업 | 학생 | 2.722A | .808 | 3.089 | .729 | 3.000 | .764 | 3.222B | .317 |
| | 전업주부 | 2.217AB | .722 | 2.991 | .729 | 2.512 | .833 | 3.660A | .556 |
| | 전문·경영관리직 | 2.702A | .700 | 3.286 | .585 | 2.869 | .716 | 3.607A | .538 |
| | 전문기술직 | 2.375AB | .796 | 3.460 | .555 | 2.483 | .882 | 3.425AB | .532 |
| | 사무직 | 2.524AB | .581 | 3.486 | .475 | 2.333 | .816 | 3.732A | .567 |
| | 판매·서비스직 | 2.410AB | .751 | 3.403 | .663 | 2.577 | .774 | 3.790A | .508 |
| | 기타 | 2.076B | .603 | 3.091 | .616 | 2.606 | 1.104 | 3.636A | .869 |
| | F | 2.410(.028) | | 3.503(.002) | | 1.334(.243) | | 2.218(.042) | |
| 월평균 총수입 | 200만원 미만 | 2.449 | .779 | 3.226 | .650 | 2.362 | .828 | 3.804A | .687 |
| | 200~400만원 미만 | 2.488 | .682 | 3.372 | .581 | 2.682 | .821 | 3.647AB | .543 |
| | 400~600만원 미만 | 2.405 | .749 | 3.155 | .671 | 2.587 | .725 | 3.705A | .458 |
| | 600~800만원 미만 | 2.181 | .627 | 3.096 | .760 | 2.261 | .810 | 3.750A | .511 |
| | 800만원 이상 | 2.096 | .840 | 3.030 | .862 | 2.697 | .970 | 3.402B | .667 |
| | F | 2.206(.069) | | 2.057(.087) | | 1.788(.132) | | 2.469(.046) | |
| 월평균 골프웨어 구입비 | 30만원 미만 | 2.285 | .682 | 3.252 | .670 | 2.481 | .806 | 3.730A | .539 |
| | 30~60만원 미만 | 2.572 | .779 | 3.181 | .669 | 2.830 | .792 | 3.472B | .592 |
| | 60만원 이상 | 2.493 | .902 | 3.088 | .804 | 2.680 | .895 | 3.580AB | .534 |
| | F | 3.410(.035) | | 0.719(.488) | | 3.821(.023) | | 4.595(.011) | |

3. 골퍼의 성별에 따른 골프변인과 소비성향

골퍼의 성별에 따른 골프변인과 소비성향을 알아보기 위해 ANOVA test, t-test, Duncan-test를 실시해 본 결과 다음과 같다.

남자골퍼<표 5>는 모든 골프변인에서 유의한 차이를 보였으며, 골프참여 목적에서는 실용성에서 유의한 차이를 보이고 있는데 대인관계·업무상, 취미로 골프 참여목적이 가장 높은 것으로 나타났으며, 건강, 골퍼가 되기 위해 순으로 나타났다. 그러므로 남자골퍼는 개인적인 요인으로도 볼 수 있지만 사회 업무를 위해 골프에 참여하는 것으로 보여진다. 최강옥³⁷⁾의 연구에서는 건강유지, 여가활용, 사교 순으로 나타난 것과는 다소 차이를 보인다. 골프경력에서는 유행성이 가장 높은 것으로 나타났다. 월평균 필드에 나가는 횟수로는 실용성에서 유의한 차이를 보이고 있는데 평균 1-3번 정도 필드에 나가는 것으로 나타났다. 최강옥³⁸⁾의 연구에서는 2번 이하가 66.1%, 3-4번 23.49%로 나타나 월평균 1-3번 정도 필드에 나가는 것으로 보여진다.

<표 5> 골프변인에 따른 소비성향(남)

n=254

| 골프변인 | 구매성향 | 유행성 | | 과시성 | | 심미성 | | 실용성 | |
|-------------|-----------|-------------|------|-------------|------|-------------|-------|-------------|------|
| | | M | SD | M | SD | M | SD | M | SD |
| 골프참여목적 | 건강 | 2.508 | .722 | 2.914 | .539 | 2.617 | .871 | 3.534AB | .655 |
| | 취미 | 2.375 | .816 | 2.960 | .738 | 2.612 | .777 | 3.720A | .439 |
| | 대인관계·업무상 | 2.500 | .809 | 3.172 | .750 | 2.607 | .877 | 3.757A | .506 |
| | 골퍼가 되기 위해 | 2.426 | .856 | 2.933 | .570 | 2.759 | .862 | 3.361B | .471 |
| | F | 0.475(.700) | | 2.193(.089) | | 0.176(.912) | | 4.496(.004) | |
| 골프경력 | 1년 | 2.422B | .804 | 2.975 | .707 | 2.656 | .867 | 3.707 | .473 |
| | 2-3년 | 2.353B | .716 | 3.021 | .667 | 2.569 | .768 | 3.685 | .509 |
| | 4-5년 | 2.765A | .822 | 3.144 | .761 | 2.607 | .816 | 3.673 | .562 |
| | 6년 이상 | 2.481AB | .950 | 3.069 | .788 | 2.743 | 1.023 | 3.600 | .607 |
| | F | 2.687(.047) | | 0.499(.683) | | 0.436(.727) | | 0.334(.801) | |
| 월평균필드나가는 횟수 | 1번 | 2.468 | .689 | 2.959 | .562 | 2.603 | .715 | 3.705A | .504 |
| | 2-3번 | 2.384 | .820 | 3.073 | .782 | 2.654 | .836 | 3.762A | .451 |
| | 4번 이상 | 2.527 | .874 | 3.062 | .738 | 2.595 | .956 | 3.530B | .598 |
| | F | 0.711(.492) | | 0.647(.524) | | 0.132(.876) | | 4.533(.012) | |

여자골퍼<표 6>는 모든 골프변인에서 유의한 차이를 보였는데, 골프참여목적에서는 유행성, 과시성, 심미성에서 유의한 차가 나타났으며, 대인관계 업무상, 골퍼가 되기 위한 목적에서 유행성이 가장 높은 것으로 나타났고, 취미생활로 골프를 즐기는 집단에서 과시성이, 대인관계 업무상으로 골프에 참여하는 집단이 심미성이 가장 높은 것으로 나타났다. 골프경력에서는 실용성에서 유의한 차이가 나타났으며 골프경력이 4년 이상의 집단이 실용성을 가장 추구하는 것으로 나타났다.

<표 6>골프변인에 따른 소비성향(여)

n=231

| 골프변인 | 구매성향 | 유행성 | | 과시성 | | 심미성 | | 실용성 | |
|-------------|-----------|-------------|------|-------------|------|-------------|------|-------------|------|
| | | M | SD | M | SD | M | SD | M | SD |
| 골프참여목적 | 건강 | 2.174B | .647 | 2.973B | .764 | 2.449B | .876 | 3.633 | .642 |
| | 취미 | 2.385AB | .732 | 3.352A | .624 | 2.534AB | .827 | 3.696 | .529 |
| | 대인관계·업무상 | 2.656A | .786 | 3.225AB | .542 | 2.906A | .749 | 3.555 | .515 |
| | 골퍼가 되기 위해 | 2.539A | .857 | 3.247AB | .780 | 2.824AB | .502 | 3.647 | .516 |
| | F | 3.577(.015) | | 4.514(.004) | | 2.915(.035) | | 0.585(.626) | |
| 골프경력 | 1년 | 2.348 | .711 | 3.212 | .695 | 3.639 | .591 | 2.433B | .807 |
| | 2-3년 | 2.368 | .745 | 3.205 | .679 | 3.672 | .540 | 2.649AB | .822 |
| | 4-5년 | 2.535 | .853 | 3.326 | .690 | 3.632 | .536 | 2.947A | .780 |
| | F | 0.510(.601) | | 0.260(.771) | | 0.106(.899) | | 3.947(.021) | |
| | 1번 | 2.306 | .668 | 3.249 | .681 | 2.448 | .841 | 3.680 | .596 |
| 월평균필드나가는 횟수 | 2-3번 | 2.409 | .772 | 3.245 | .650 | 2.542 | .710 | 3.683 | .502 |
| | 4번 이상 | 2.478 | .838 | 3.100 | .746 | 2.877 | .898 | 3.549 | .557 |
| | F | 1.008(.367) | | 0.857(.426) | | 3.853(.023) | | 1.029(.359) | |

결과적으로 골퍼참여목적에서 남자골퍼는 실용성을, 여자골퍼는 유행성, 과시성, 심미성을 추구하는 것으로 나타났고, 골프경력에서 남자골퍼는 유행성을, 여자골퍼는 실용성을 추구하는 것으로 나타났다. 월평균 필드에 나가는 횟수에서 남자골퍼는 실용성을, 여자골퍼는 심미성을 추구하는 것으로 나타나 골프변인과 소비성향에서 성별 차이를 보이고 있다.

4. 골퍼의 성별에 따른 제품선택기준과 소비성향

골퍼의 성별에 따른 제품선택기준과 소비성향을 알아보기 위해 t-test를 실시해 본 결과 다음과 같다.

<표 7> 제품선택기준에 따른 소비성향(남)

n=254

| 제품선택기준 | 유행성 | | 과시성 | | 심미성 | | 실용성 | | |
|--------------------------|-----|--------------|-------|--------------|-------|--------------|-------|--------------|-------|
| | M | SD | M | SD | M | SD | M | SD | |
| 스타일 /디자인 | 저 | 2.582 | 0.834 | 2.956 | 0.713 | 2.613 | 0.823 | 3.545 | 0.568 |
| | 고 | 2.331 | 0.714 | 3.026 | 0.624 | 2.566 | 0.816 | 3.750 | 0.426 |
| | t | 2.418 (.440) | | -0.775(.440) | | 0.426(.671) | | -2.966(.003) | |
| 색상/무늬 | 저 | 2.573 | 0.874 | 3.007 | 0.677 | 2.506 | 0.835 | 3.553 | 0.608 |
| | 고 | 2.407 | 0.709 | 3.018 | 0.657 | 2.694 | 0.822 | 3.717 | 0.439 |
| | t | 1.566(.136) | | -0.120(.905) | | -1.662(.098) | | -2.341(.020) | |
| 가격 | 저 | 2.486 | 0.749 | 3.128 | 0.607 | 2.667 | 0.809 | 3.757 | 0.581 |
| | 고 | 2.342 | 0.750 | 2.933 | 0.676 | 2.535 | 0.841 | 3.746 | 0.442 |
| | t | 1.005(.317) | | 1.629(.108) | | 0.843(.403) | | 0.108(.915) | |
| 유명상표 | 저 | 3.000 | 0.725 | 3.138 | 0.957 | 3.000 | 0.678 | 3.406 | 0.903 |
| | 고 | 2.448 | 0.770 | 3.006 | 0.650 | 2.667 | 0.814 | 3.717 | 0.450 |
| | t | 2.859(.010) | | 0.725(.470) | | 1.818(.084) | | -2.285(.024) | |
| 활동성 | 저 | 2.217 | 0.653 | 2.576 | 0.649 | 2.373 | 0.682 | 3.650 | 0.457 |
| | 고 | 2.671 | 0.741 | 3.387 | 0.597 | 2.866 | 0.786 | 3.692 | 0.501 |
| | t | -3.629(.001) | | -7.103(.000) | | -3.741(.000) | | -0.481(.631) | |
| 코디용이 | 저 | 2.873 | 0.893 | 3.035 | 0.649 | 2.725 | 0.930 | 3.574 | 0.466 |
| | 고 | 2.381 | 0.761 | 3.024 | 0.756 | 2.627 | 0.797 | 3.761 | 0.494 |
| | t | 2.174(.043) | | 0.067(.947) | | 0.418(.638) | | -1.554(.135) | |
| 유명골퍼 착용의복 | 저 | 2.676 | 0.887 | 3.047 | 0.599 | 2.520 | 0.936 | 3.794 | 0.475 |
| | 고 | 2.397 | 0.714 | 3.019 | 0.632 | 2.710 | 0.822 | 3.690 | 0.458 |
| | t | 1.687(.098) | | 0.237(.813) | | -1.070(.290) | | 1.138(.260) | |
| 친구나 소속집단 과의 유사성 | 저 | 2.240 | 0.593 | 2.910 | 0.592 | 2.505 | 0.741 | 3.718 | 0.475 |
| | 고 | 2.923 | 0.833 | 3.467 | 0.620 | 2.872 | 0.860 | 3.679 | 0.623 |
| | t | -5.511(.000) | | -4.870(.000) | | -2.369(.021) | | 0.350(.727) | |
| 세탁 및 관리의 편리 | 저 | 2.153 | 0.645 | 2.844 | 0.644 | 2.395 | 0.757 | 3.664 | 0.465 |
| | 고 | 2.876 | 0.748 | 3.372 | 0.546 | 3.062 | 0.778 | 3.610 | 0.516 |
| | t | -5.417(.000) | | -4.883(.000) | | -4.646(.000) | | 0.573(.568) | |
| 기능성 | 저 | 2.407 | 0.816 | 3.000 | 0.748 | 2.612 | 0.851 | 3.634 | 0.568 |
| | 고 | 2.333 | 0.753 | 2.911 | 0.666 | 2.447 | 0.819 | 3.774 | 0.492 |
| | t | 0.495(.622) | | 0.662(.510) | | 1.051(.296) | | -1.374(.173) | |

남자골퍼<표 7>들은 제품선택기준에 따라 소비성향에서 유의한 차이를 보였다. '유행성'은 유명상표, 활동성, 코디용이, 친구나 소속집단과의 유사성, 세탁 및 관리의 편

리에서 유의한 차이를 보였으며 특히 친구나 소속집단과의 유사성에서 가장 높게 나타나 타인을 모방하고 싶은 심리를 담고 있다. “과시성”, “심미성”집단은 활동성, 친구나 소속집단과의 유사성, 세탁 및 관리의 편리에서 각각 유의한 차이를 보였다. “실용성”집단에서는 스타일/디자인, 색상/무늬, 유명상표에서 유의한 차이를 보였다.

여자골퍼들<표 8>의 모든 집단에서 유의한 차이를 보이고 있는데 ‘유행성’집단은 활동성, 유명골퍼 착용의복, 친구나 소속집단과의 유사성, 세탁 및 관리의 편리에서 유의한 차이가 나타났으며 특히 친구나 소속집단과의 유사성과 세탁 및 관리의 편리를 중시하는 것으로 나타났다. ‘과시성’집단은 가격, 활동성, 유명골퍼 착용의복, 친구나 소속집단과의 유사성, 세탁 및 관리의 편리에서 유의한 차이를 보였다. ‘심미성’집단은 색상/무늬, 활동성, 친구나 소속집단과의 유사성, 기능성에서 유의한 차이를 나타내고 있다. ‘실용성’집단은 스타일/디자인, 색상/무늬, 기능성에서 유의한 차이를 보였다.

<표 8> 제품선택기준에 따른 소비성향(여)

n=231

| 제품선택기준 | 유행성 | | 과시성 | | 심미성 | | 실용성 | | |
|----------------|-----|--------------|------|--------------|------|--------------|-------|--------------|------|
| | M | SD | M | SD | M | SD | M | SD | |
| 스타일/디자인 | 저 | 2.426 | .743 | 3.081 | .706 | 2.551 | .820 | 3.519 | .620 |
| | 고 | 2.349 | .697 | 3.248 | .631 | 2.606 | .746 | 3.696 | .505 |
| | t | .741(.460) | | -1.714(.089) | | -0.476(.635) | | -2.139(.034) | |
| 색상/무늬 | 저 | 2.485 | .699 | 3.239 | .645 | 2.798 | .791 | 3.424 | .615 |
| | 고 | 2.320 | .738 | 3.159 | .680 | 2.498 | .787 | 3.727 | .502 |
| | t | 1.519(.130) | | .809(.419) | | 2.552(.011) | | -3.485(.001) | |
| 가격 | 저 | 2.467 | .662 | 3.493 | .629 | 2.444 | .961 | 3.633 | .682 |
| | 고 | 2.265 | .746 | 3.090 | .668 | 2.564 | .745 | 3.722 | .442 |
| | t | 1.651(.102) | | 3.545(.001) | | -0.745(.459) | | -0.804(.425) | |
| 유명상표 | 저 | 2.383 | .438 | 3.160 | .556 | 3.000 | .816 | 3.325 | .688 |
| | 고 | 2.329 | .742 | 3.207 | .701 | 2.504 | .818 | 3.707 | .487 |
| | t | .360(.724) | | -0.254(.804) | | 1.857(.092) | | -1.725(.116) | |
| 활동성 | 저 | 2.184 | .594 | 2.993 | .670 | 2.398 | .754 | 3.706 | .477 |
| | 고 | 2.585 | .761 | 3.490 | .558 | 2.771 | .859 | 3.616 | .528 |
| | t | -3.287(.001) | | -4.437(.000) | | -2.577(.011) | | 1.01(.319) | |
| 코디용이 | 저 | 2.537 | .455 | 3.311 | .593 | 2.704 | .824 | 3.444 | .481 |
| | 고 | 2.353 | .765 | 3.251 | .697 | 2.540 | .794 | 3.690 | .517 |
| | t | 1.106(.291) | | .291(.777) | | .578(.577) | | -1.476(.173) | |
| 유명골퍼 | 저 | 2.630 | .629 | 3.637 | .541 | 2.765 | 1.016 | 3.509 | .602 |
| | 고 | 2.332 | .716 | 3.159 | .614 | 2.514 | .782 | 3.727 | .496 |
| | t | 2.113(.040) | | 3.944(.000) | | 1.194(.241) | | -1.724(.093) | |
| 친구나 소속집단과의 유사성 | 저 | 2.335 | .604 | 3.241 | .597 | 2.557 | .761 | 3.685 | .460 |
| | 고 | 3.114 | .685 | 3.716 | .637 | 3.263 | .690 | 3.500 | .667 |
| | t | -4.660(.000) | | -3.030(.006) | | -4.063(.000) | | 1.165(.257) | |
| 세탁 및 관리의 편리 | 저 | 2.203 | .579 | 3.145 | .655 | 2.566 | .756 | 3.720 | .383 |
| | 고 | 2.819 | .777 | 3.578 | .503 | 2.694 | .649 | 3.715 | .475 |
| | t | -4.795(.000) | | -3.921(.000) | | -0.940(.350) | | 0.051(.959) | |
| 기능성 | 저 | 2.529 | .790 | 3.394 | .631 | 2.790 | .911 | 3.429 | .614 |
| | 고 | 2.265 | .703 | 3.173 | .724 | 2.418 | .787 | 3.752 | .501 |
| | t | 1.753(.085) | | 1.724(.089) | | 2.156(.036) | | -3.111(.002) | |

결과적으로 유행성집단은 유명상표, 코디용이, 유명골퍼 착용의복에서 차이를 보였으며, 과시성집단은 가격, 유명골퍼 착용의복에서, 심미성집단은 색상/무늬, 세탁 및 관리의 편리, 기능성에서 차이를 보였다. 실용성집단에서는 유명상표에서 차이를 보였다.

V. 결론 및 제언

본 연구에서는 골퍼들의 성별에 따른 소비성향을 알아보고, 소비성향을 유형화하여 골프변인과의 관계를 알아보고 골프웨어 제품선택기준과 소비성향을 알아보고자 하였으며, 연구대상은 서울 경기지역 골프장과 골프연습장 남녀 골퍼 485명을 대상으로 이루어졌다. 연구방법은 설문지법으로 SPSS12.0 통계프로그램을 이용하였다. 자료분석은 요인분석, 신뢰도분석, ANOVA-test, t-test를 실시하였으며 연구결과는 다음과 같다.

첫째, 골퍼의 소비성향은 남녀 각각 유행성, 과시성, 심미성, 실용성으로 구성되었고 이들 변인의 총 설명력은 남자 62.958%, 여자 62.688%로 나타났다.

둘째, 남자골퍼는 고학력일수록 과시성을 추구하고, 월평균 총수입이 600-800만원 미만의 집단에서 실용성이 가장 높게 나타났으며, 여자골퍼는 결혼여부에서는 미혼이 유행성 심미성이 높은 것으로 나타났으며, 직업에서는 학생과 전문·경영관리직이 유행성이 높게 나타났고 학생집단이 실용성을 가장 낮게 추구하는 것으로 나타났다. 학생은 친구나 또래 월평균 총수입에서는 800만원이상의 집단이 실용성이 낮게 나타났는데 고소득 골퍼집단은 과시적 욕구가 있음을 나타낸 결과라 생각되어진다. 월평균 골프웨어 구입비에서는 30만원 미만의 집단이 실용성을 가장 많이 추구하는 것으로 나타났다.

셋째, 남자골퍼는 취미, 대인관계·업무상, 골프에 참여하는 집단은 실용성을 4-5년의 골프경력을 가진 집단은 유행성을, 1-3번 필드에 나가는 사람들이 실용성을 추구하는 것으로 나타났다. 여자골퍼는 대인관계업무상, 골퍼가 되기 위해 참여하는 골퍼는 유행성을, 취미로 참여하는 골퍼는 과시성이, 대인간계, 업무상 골프에 참여하는 골퍼는 심미성을 추구하는 것으로 나타났고, 4-5년의 골프경력을 가진 골퍼가 실용성을 추구하는 것으로 나타났다.

넷째, 성별에 따라 유행성집단은 유명상표, 코디용이, 유명골퍼 착용의복에서 차이를 보였으며, 과시성집단은 가격, 유명골퍼 착용의복에서, 심미성집단은 색상/무늬, 세탁 및 관리의 편리, 기능성에서 차이를 보였다. 실용성집단에서는 유명상표에서 차이를 보였다.

이상의 연구결과로부터 마케팅 측면에서의 시사점을 제시하면 다음과 같다.

골프라는 운동은 대중화되고 있는 단계이기는 하지만 아직까지는 일반적이고 보편화된 스포츠라 볼 수 없으므로 남자골퍼는 학력과 총수입, 여자골퍼는 결혼여부, 직업, 총수입, 골프웨어 구입비에 각각 유의한 차이가 있으므로 골프웨어 업체에서는 정확한 타깃을 설정하여 그에 해당하는 정확한 포지셔닝이 필요한 것으로 보여진다.

또한 제품선택기준에서는 스포츠웨어가 갖추어야할 기능적이고 모든 선택적인 요소를 고루 갖추면서 이에 패션성까지 갖춘 즉 골퍼의 욕구에 딱 맞는 골프웨어를 생산한다면 골프웨어 시장에서 성공할 수 있으리라 본다.

◆ 참고문헌 ◆

1. 박찬혁 (1999). 선수마케팅 활성화를 위한 선수에이전트 활용방안. 고려대학교 대학원 석사학위논문,
2. 김명선 (2002). 성인의 골프 스포츠 참여가 여가 만족도에 미치는 영향. 용인대학교 대학원 석사학위논문,
3. 김호준 (2000). 선수에이전트 사업과 기업홍보에 관한 연구. 한양대학교 대학원 석사학위논문,
4. 민혜숙 (1997). 골프참여빈도의 영향요인에 관한 실증분석. 연세대학교 대학원 석사학위논문,
5. 이관호 (1999). 골프용품 소비자의 구매정보특색과 만족에 관한 연구. 단국대학교 대학원 석사학위논문,
6. 김종태 (2001). 골프연습장 소비자의 골프용품 구매행동에 관한 연구. 경희대학교 대학원 석사학위논문,
7. 김상일(역) (1997). 골프대사전. 하서출판사.
8. 제은숙 · 이선재 (2005). 골프의 대중화에 따른 라이프스타일 특성연구. 복식 55(1), pp.73-85.
9. 임희숙 (1992). 골프웨어 디자인을 위한 컴퓨터 그래픽스 활용에 관한 연구. 홍익대학교 대학원 석사학위논문, pp. 100-102.
10. 박영민 (1993). 한국골프계의 당면문제와 나아갈 방향. 월간골프다이제스트, p.151.
11. J.F.Engel. R.D. Blackwell and P.W. Miniard. consumer, 6th.,(이재호:증저가 의류브랜드 선택기준에 관한 탐험적 연구-브랜드 이미지 형성요소를 중심으로-연세대학교 석사논문. 1994. p23.재인용)
12. 이소영 (2002). 골프웨어 구매선택기준과 만족도. 경희대학교 대학원 석사학위 논문, pp. 63-65.
13. 박은정 (2002). 여성 골프웨어 소비자의 구매행동 특성과 디자인 선호도. 경희대학교 대학원 석사학위논문, pp. 84-87.
14. 박종숙 (2000). 골프웨어의 착용현황조사 및 바람막이개발에 관한 연구. 영남대학교 대학원 석사학위논문, pp. 74-76
15. 고주현 (2000). 국내 골퍼들의 골프웨어 브랜드 선호도. 건국대학교 대학원 석사학위논문, pp. 70-72.
16. 조원경 (2002). 골프웨어 소비자의 구매행동에 관한 연구. 동덕여자대학교 대학원 석사학위 논문, pp. 1-4.
17. 김미자 (1987). 골프衣類 디자인 開發을 위한 着用實態調查研究. 청주대학교 대학원 석사학위 논문, p
18. 김주희 (1993). 골프웨어에 관한 패션의식 연구. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문, pp. 64-66.

19. 임희숙 (1992). 앞의 책, pp.96-108.
20. 한성지 · 양리나 · 김문숙 (2002). 50-60대 여성의 라이프스타일에 따른 의복구매행동에 관한 연구. 복식문화연구, 10(5), pp. 504-517
21. 동아 새국어사전. 자료출처 <http://www.krdic.daum.net>
22. 강이주 · 박명희 (1990). 생활양식과 소비패션에 관한 연구. 소비자학연구, 1(2), pp.49-61
23. 박효원 · 김용숙(2004). 신세대 여성의 소비성향에 따른 화장품 구매-20-30대 여성을 중심으로. 복식, 54(6), pp59-73
24. Holt (1995). D. B. (1995). How consumers consume: A typology of consumption practices. Journal of Consumer Research, 22, pp. 67-75.
25. Holt (1995). 앞의 책. pp.67-75.
26. 김희수 (2005). 패션라이센스브랜드의 소비성향에 따른 의복구매행동 연구-20.30대 여성 을 중심으로, 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문. p.27.
27. 김동호 (1996). 소비성향 측정도구의 개발 연구. 한국과학기술원 석사학위논문, p.10.
28. 신수아 (1999). 백화점카드 소지자의 의복구매행동 연구, 숙명여자대학교 대학원 석사학 위논문.
29. 조원경 (2002). 앞의 책. pp.107-110.
30. 이소영 (2002). 앞의 책. pp.73-77.
31. 고주현 (2000). 앞의 책. p.81.
32. 고주현 (2000). 앞의 책. p.81.
33. 박은정 (2002). 앞의 책. pp.97-101.
34. 조원경 (2002). 앞의 책. pp.107-110.
35. 조원경 (2002). 앞의 책. pp.107-110.
36. 박형진 (2002). 합리적인 소비 생활을 위한 소비자 행동에 관한 고찰, 호남대학교 대학원 석사학위 논문. p.64.
37. 최강우 (2004). 라이프스타일에 따른 골프용품 구매행동과 구매만족도 관계, 우석대학교 박사학위논문. pp.72-78.
38. 최강우 (2004). 앞의 책. pp.72-78.