

남성 골퍼의 라이프스타일에 따른 구매 성향 - 경남지역을 대상으로 -

김주애* · 이연희 · 장정아

경상대학교 의류학전공* · 진주국제대학교 미용예술학과 · 밀양대학교 패션디자인과

The Purchase Tendencies According to Male Golfer's Life Style - Focused on Gyeongnam -

Kim, Ju-Ae* · Lee, Youn-Hee · Jang, Jeong-ah

Dept. of Clothing & Textiles, Gyeongsang National University*

Dept. of Beauty Design, Jinju International University

Dept. of Fashion Design, Miryang National University

(2005. 6. 14. 접수)

Abstract

The aim of this research is to investigate the demographic characteristics of the purchase tendencies and shopping trends amongst female golfers and how these are influenced by their life style and to analyse their selection criteria for purchases of golf-related items. The research methodology was through the use of questionnaires, completed by female golfers in Gyeongnam. The results are as follows: Life style trends of male golfers were analysed to be categorized into one of the following: the shopping-addicted, fashion-conscious, rationalist and family oriented spenders. The characteristics of these categories are described as one of the following: utilitarian-complacent, rationalist, self-worshipping, inconsiderate. The demographic characteristics showed notable variations only in age differences. The obtained results show that the influences of the variables are minimal and there was no notable correlation. Significant differences were observed from one life style group to another, in selection criteria for purchase, which mainly depended on style, design, colour, pattern, designer-label, co-ordinated looks, similarity, ease of maintenance and functionality. Comparisons were made between the previously categorized life-style-groups and notable differences were present in such characteristics as ostentatious, trendy, aesthetically pleasing and functional.

Key words : Male Golfer(남성골퍼), Life Style(라이프스타일), Purchase Tendencies (구매성향)

I. 서 론

이전에는 중년 남성들의 전유물로 알려져 있던 골프웨어 시장이 점차 확대되어 시장 규모가 커지면서 고객층도 다양해져 가고 있다. 특히 최근 들어 젊은

국내 골퍼들의 활약에 힘입어 젊은 층의 골프인구가 급속히 늘고 있어 골프웨어에 캐주얼 바람이 불고 있는 추세이다. 이제 골프웨어는 기능성만을 강조하던 운동복의 개념에서 주말에 입을 수 있는 세미 캐주얼로 바뀌고 있어 컬러나 스타일에서 패션 트렌드가 반영되고 있으며 제품간의 크로스 코디가 가능해져 실용성이 강조되어 가고 있다¹⁾. 이와같이 골프웨어 시

*Corresponding author: Kim, Ju-Ae
E-mail: jakim@snu.ac.kr

장이 경제적 규모나 소비자층의 규모에 있어서 날로 확대되어감에도 불구하고, 지금까지 골프웨어에 관한 선행연구는 대부분 대도시를 중심으로 디자인 제시²⁾, 소재의 다양한 직물디자인, 니트류 소지자의 착용도와 선호도 조사³⁾, 구매행동에 따른 품질평가 분석, 브랜드의 전략 및 기능성⁴⁾, 브랜드 선호도 조사⁵⁾, 골프웨어 착용실태⁶⁾, 구매선택기준과 만족도⁷⁾에 대하여 국한되어 이루어져 왔으므로 타 지역에서의 연구도 필요하다고 본다. 따라서 본 연구는 경남지역의 남성골퍼들의 라이프스타일을 살펴보고 이에 따라 군집별 골프 제품 선택기준과 골프웨어 구매성향을 파악하고자 한다.

II. 연구 방법

본 연구문제는 라이프스타일에 따라 유형을 나누어서 남성골퍼들의 인구통계적 특성을 알아보고, 라이프스타일에 따른 골퍼 변인과 골프 웨어의 선택기준 및 구매성향을 살펴보는 것이다. 본 연구의 내용은 이론적 연구와 실증적 연구로 진행되었다. 이론적 연구에서는 골프의 대중화와 골프웨어, 라이프스타일과 의복 구매행동을 문헌⁸⁾과 선행연구⁹⁾들을 통해 알아보았다. 서울을 중심으로 한 라이프스타일 유형별 연구에서는 패션지향, 계획구매지향, 남녀평등 가치관 지향일수록 제품의 심미성에 많은 영향을 받는 것으로 연구되었으며¹⁰⁾, 여대생의 라이프스타일 연구에서는 라이프스타일 차원을 유행 쇼핑관심, 자신감, 가족충실성, 여가충실성, 적극적 자기관리, 보수적, 적극적 활동성, 경제적 관심도로 8개로 분류하여, 이를 기준으로 유행추구집단, 가정지향성집단, 외부지향성집단, 보수적 알뜰집단, 소극 침체형집단으로 분류한 결과, 집단간 의복구매 행동에서 부분적으로 유의한 차이를 나타내었다¹¹⁾. 여성 20-40대를 대상으로 의류제품에 대한 소비자의 의류지식수준을 객관적 지식과 주관적 지식으로 구분하여 의복구매시 평가기준의 차이를 분석한 결과 관리성, 심미성, 맞춤성, 상표요인으로 분류되었으며, 객관적지식수준이 높은 사람이 의류구매시 심미성을 더 고려하며, 의류지식 수준에 관계없이 모든 집단이 관리성, 심미성, 맞춤성, 상표를 모두 고려하는 것으로 나타났다¹²⁾. 실증적인 연구는 설문지법을 이용하였으며 연구대상은 경남지역을 대상으로 진주, 창원, 사천, 밀양, 기타로 구분하여 표본추출하였다. 연구기간은 2004년 8월부터 10월에 걸쳐 설문조사를 통해 이루어졌으며,

현재 골퍼를 지고 있는 남성 170명을 대상으로 조사하며, 최종 분석자료로 150부가 사용되었다. 설문문항은 선행연구¹³⁻¹⁴⁾를 참조하여 라이프스타일 관련문항, 골프웨어 구매성향, 인구통계적 문항 등으로 구성하였다. 자료분석방법은 라이프스타일의 유형을 분석하기 위해 요인분석을 실시하였다. 요인추출방법은 주성분분석과 VARIMAX 직교회전을 적용하였다. 요인분석으로 추약된 라이프스타일 요인을 이용하여 라이프스타일을 유형화하기 위하여 K-평균 군집분석을 실시하였다. 군집분석 결과로부터 라이프스타일 집단별 인구 특성과 골퍼변인의 차이를 위해 χ^2 검정을 실시하였고 라이프스타일 집단별 골프웨어 선택기준과 구매성향의 차이는 분산분석을 실시한 후 유의한 차이는 보이는 경우 사후분석으로 Duncan 검정을 실시하였다.

III. 연구결과 및 논의

1. 남성골퍼의 라이프스타일에 따른 요인분석 및 유형화

라이프스타일의 유형을 분석하기 위하여 라이프스타일 측정항목에 대한 Cronbach의 α 계수를 산출하여 신뢰도를 분석하였다. 해당문항의 평균을 산출하여 골퍼들의 라이프스타일 유형화 분석을 실시하였다. 소비생활로는 계획구매, 충동구매, 브랜드중시가 포함되고, 여가문화 생활로는 여가투자, 가족중시, 사교중시가 하위영역으로 포함되고, 사회적 가치관의 영역으로는 전통중시, 양성평등, 주관중시로, 미적 가치관은 패션중시, 외모중시, 유행중시로 포함될 수 있었다. 본 설문문에 사용한 경남 남성골퍼들의 라이프스타일에 대해 VARIMAX 직교회전법을 사용하여 요인분석한 결과, 타당한 요인의 수를 고유치 1.0 이상인 4개의 요인으로 추출하였다. 4개 요인들은 총 변량의 67.32%에 해당하였다. 각 요인은 해당 문항의 의미를 파악하여 명명하였다<표 1>. 남자골퍼의 라이프스타일 유형화를 위한 요인분석 결과, 요인1에는 충동구매, 브랜드 중시, 유행중시 항목이 높게 묶였으며, 고유값은 2.143, 전체변량은 21.431로 가장 큰 비중을 차지하고 있었다. 요인2에는 사교중시, 외모중시, 주관중시, 요인3에는 계획구매, 양성평등, 요인4에는 가족중시, 여가투자가 각각 묶였다. 따라서, 요인1은 쇼핑지향성, 요인2는 패션지향성, 요인3은 합리지향성, 요인4는 가족지향성으로 명명하였다.

<표 1> 라이프스타일 요인별 유형화

요인		요인1	요인2	요인3	요인4
쇼핑지향	충동구매	.834	-.130	-.066	.103
	브랜드중시	.802	-.021	.101	.057
	유행중시	.720	.374	.245	-.077
패션지향	사교중시	-.112	.812	.099	-.007
	외모중시	.415	.692	.045	-.091
	주관중시	-.040	.680	-.123	.399
합리지향	계획구매	.124	-.105	.899	.029
	양성평등	-.041	.389	.463	.248
가족지향	가족중시	.020	.004	.089	.897
	여가투자	.284	.298	.407	.480
고유값(eigenvalue)		2.143	2.009	1.297	1.284
전체 변량(%)		21.431	20.088	12.968	12.836
누적 변량(%)		21.431	41.519	54.487	67.323

2. 라이프스타일 유형별 군집분석

요인분석 결과 4개의 요인 평균을 사용하여 남성 골퍼들의 라이프스타일의 유형화를 위해 군집분석을 실시하였다<표 2>. 군집 1, 2, 3, 4는 모두 패션성의 요인을 중요하게 생각하는 경향이 있었다. 군집1은 계획적인 소비생활을 하고 다른 집단에 비하여 가족을 중요시하여, 충동구매 및 브랜드를 중요시하지 않는 집단이며, 군집2는 가장 많은 남성 골퍼들이 속한 집단으로, 사교를 중시하면서 가족도 아주 중시하고, 양성평등도 중시하며 계획적으로 구매를 함으로서 모든 요인들을 조화롭게 완벽하게 추구하는 집단으로 볼 수 있다. 군집3은 외모와 사교를 중시하며, 자기주관도 아주 뚜렷한 집단이나 가족을 경시하는 경향이 많으며 여가 투자를 하지 않는 집단이다. 군집4는 사교와 외모를 가장 중시하나 브랜드, 유행을 중시 않고 자기 주관이 아주 뚜

렷하며 남녀평등과 가족을 중요하게 인식하지 않으며 비계획적으로 구매를 하는 경향이 높은 집단이다. 라이프스타일 유형에 따른 군집별 특성에 따라 남성골퍼집단은 군집 1, 2, 3, 4를 각각 실리적 안정 집단, 합리적 집단, 자기과시 집단, 무관심집단으로 명명하였다.

3. 라이프스타일 유형에 따른 인구 통계적 특성

라이프스타일 유형에 따른 인구 통계적 특성에서 골퍼집단은 결혼여부, 학력, 직업, 월평균 소득, 골프웨어 구입비에서 군집별 유의한 차이가 없었으나 연령에서는 유의한 차이를 나타내었다<표 3>. 연령은 모든 집단에서 30-40대가 주류를 이루나, 자기과시 집단은 구성원이 10-40대로 이루어진 젊은 연령층이 많은 비율을 차지하는 집단이다. 무관심집단은 50-60대 비율이 34.9%로 다른 집단에 비해 높은 비율로 연령층이 높은 집단으로 볼 수 있다.

4. 라이프스타일에 따른 군집과 골퍼변인에 따른 특성

라이프스타일에 따른 군집과 골퍼변인에 따른 특성을 알아본 결과 군집별 유의차가 없었다 <표 4>. 모든 군집에서 골퍼들의 골퍼 참여 목적은 건강과 취미, 대인관계 등 다양하게 나타났다. 골퍼경력은 2-5년이 가장 많았으며, 10년 이상의 장기간 골퍼를 치는 사람도 나타났다. 필드 횟수는 월평균 2-3번이 많았다.

5. 라이프스타일에 따른 골프웨어 선택기준 및 구매 성향

라이프스타일에 따른 골프웨어 선택기준<표 5>은 스타일/디자인, 색상/무늬, 유명상표, 코디용이, 유사

<표 2> 군집별 라이프스타일 특성 비교(n:150)

요인	실리적 안정 집단(46)	합리적 집단 (52)	자기과시 집단 (9)	무관심 집단 (43)	F	p
쇼핑지향	2.67	3.44	3.36	2.54	72.444	.000
패션지향	3.65	3.74	3.91	3.38	9.842	.000
합리지향	3.57	3.47	3.24	2.97	22.110	.000
가족지향	3.59	3.57	2.74	2.93	57.364	.000

<표 3> 라이프스타일 유형에 따른 인구 통계적 특성

구분		실리적 안정 집단(%)	합리적 집단(%)	자기과시 집단(%)	무관심 집단(%)	χ^2 (df)	p
연령	10대·20대	9(19.6)	11(21.2)	1(11.1)	6(14.0)	21.930** (9)	.009
	30대	17(37.0)	14(26.9)	4(44.4)	8(18.6)		
	40대	15(32.6)	24(46.2)	4(44.4)	14(32.6)		
	50대·60대	5(10.9)	3(5.8)	0(0)	15(34.9)		
	계	46(100.0)	52(100.0)	9(100.0)	43(100.0)		
결혼 여부	미혼	10(21.7)	7(13.5)	3(33.3)	8(18.6)	2.489 (3)	.477
	기혼	36(78.3)	45(86.5)	6(66.7)	35(81.4)		
	계	46(100.0)	52(100.0)	9(100.0)	43(100.0)		
학력	고졸	2(4.4)	2(3.8)	0(0)	6(14.3)	7.898 (9)	.544
	전문대졸	11(24.4)	10(19.2)	1(11.1)	7(16.9)		
	대졸	23(51.1)	29(55.8)	6(66.7)	24(57.1)		
	대학원	9(20.0)	11(21.2)	2(22.2)	5(11.9)		
	계	45(100.0)	52(100.0)	9(100.0)	42(100.0)		
직업	학생	3(6.7)	0(0)	1(11.1)	1(2.7)	14.376 (18)	.704
	전문 경영관리직	14(31.1)	17(33.3)	4(44.4)	14(37.8)		
	전문기술직	6(13.3)	11(21.6)	1(11.1)	9(24.3)		
	사무직	4(8.9)	3(5.9)	1(11.1)	2(5.4)		
	판매·서비스직	4(8.9)	3(5.9)	1(11.1)	3(8.1)		
	군인	10(22.2)	13(25.5)	0(0)	3(8.1)		
	기타	4(8.9)	4(7.8)	1(11.1)	5(13.5)		
계	45(100.0)	51(100.0)	9(100.0)	37(100.0)			
가정 평균 소득 (월)	200만원 미만	6(13.3)	7(14.0)	0(0)	9(22.5)	11.348 (12)	.499
	200~400만원 미만	20(44.4)	18(36.0)	7(77.8)	14(35.0)		
	400~600만원 미만	10(22.2)	14(28.0)	1(11.1)	10(25.0)		
	600~800만원 미만	4(8.9)	8(16.0)	0(0)	3(7.5)		
	800만원 이상	5(11.1)	3(6.0)	1(11.1)	4(10.0)		
	계	45(100.0)	50(100.0)	9(100.0)	40(100.0)		
골프 웨어 구입비 (월)	30만원 미만	38(84.4)	39(76.5)	5(55.6)	31(73.8)	3.978 (3)	.264
	30만원 이상	7(15.6)	12(23.5)	4(44.4)	11(26.2)		
	계	45(100.0)	51(100.0)	9(100.0)	42(100.0)		

성, 관리의 편리성, 기능성에서 집단별 유의차를 나타내었다. 합리적 집단과 자기과시 집단이 무관심집단보다 스타일/디자인을 더 중요하게 생각하여 골프웨어를 선택하는 것으로 나타났다. 색상/무늬는 자기과시 집단이 실리적 안정 집단, 무관심집단 보다, 합리적 집단이 무관심집단보다 더 중요하게 생각하였다. 유명상표는 자기과시 집단이 실리적 안정 집단보다

더 고려하며, 코디용이는 합리적 집단, 자기과시 집단이 무관심집단보다 중요시 하였다. 유사성은 합리적 집단, 자기과시 집단이 실리적 안정 집단, 무관심집단보다 더 중요시하고, 관리의 편리성은 자기과시 집단이 가장 중요시하였으며, 기능성은 합리적 집단, 자기과시 집단이 무관심집단에 비해서 더욱 고려하는 선택기준이었다. 가격, 활동성, 체형 적합의 선택기준에

<표 4> 라이프스타일에 따른 골프변인

구 분		군집1 (%)	군집2 (%)	군집3 (%)	군집4 (%)	전체 (%)	χ^2 (df)	p
골프 참여 목적	건강	14(30.4)	7(13.5)	3(33.3)	16(38.1)	40(26.8)	12.876 (9)	.168
	취미	20(43.5)	22(42.3)	2(22.2)	10(23.8)	54(36.2)		
	대인관계, 업무상	11(23.9)	21(40.4)	3(33.3)	14(33.3)	49(32.9)		
	골퍼가 되기 위해	1(2.2)	2(3.8)	1(11.1)	2(4.8)	6(4.0)		
	계	46(100.0)	52(100.0)	9(100.0)	42(100.0)	149(100.0)		
골프 경력	1년	8(17.4)	10(19.2)	2(22.2)	13(30.2)	33(22.0)	10.778 (9)	.291
	2~5년	29(63.0)	28(53.8)	2(22.2)	20(46.5)	79(52.7)		
	6~9년	5(10.9)	7(13.5)	2(22.2)	7(16.3)	21(14.0)		
	10년 이상	4(8.7)	7(13.5)	3(33.3)	3(7.0)	17(11.3)		
	계	46(100.0)	52(100.0)	9(100.0)	43(100.0)	150(100.0)		
월평균 필드 나가는 횟수	1번 이하	18(39.1)	17(34.0)	2(22.2)	13(31.0)	50(34.0)	7.102 (6)	.311
	2~3번	21(45.7)	27(54.0)	3(33.3)	23(54.8)	77(50.3)		
	4번 이상	7(15.2)	6(12.0)	4(44.4)	6(14.3)	23(15.6)		
	계	46(100.0)	50(100.0)	9(100.0)	42(100.0)	147(100.0)		

<표 5> 라이프스타일에 따른 골프웨어 선택기준의 중요도

제품선택 기준	실리적 안정 집단		합리적 집단		자기과시 집단		무관심집단		F	p
	M	S.D	M	S.D	M	S.D	M	S.D		
스타일/디자인	3.58 ^{ab}	.58	3.98 ^a	.67	3.89 ^a	.78	3.19 ^b	.96	9.264	.000**
색상/무늬	3.62 ^{bc}	.65	4.00 ^{ab}	.59	4.33 ^a	.50	3.53 ^c	.77	6.849	.000**
가격	2.96	1.28	3.35	.81	3.67	.50	2.93	1.12	2.442	.067
유명 상표	2.59 ^b	.98	3.38 ^{ab}	.99	3.33 ^a	.87	2.79 ^{ab}	.97	6.412	.000**
활동성	3.83	.77	3.94	.73	4.11	.33	3.58	.82	2.342	.076
체형 적합	3.68	.77	3.90	.54	4.00	.50	3.60	.85	1.832	.144
코디 용이	3.34 ^{ab}	.83	3.65 ^a	.74	3.78 ^a	.44	3.07 ^b	.84	4.893	.003**
유명골퍼 착용의복	2.14	.82	2.39	.80	2.89	1.05	2.16	1.00	2.329	.077
유사성	2.40 ^b	.75	3.10 ^a	.96	3.00 ^a	1.12	2.44 ^b	1.03	6.019	.001**
관리의 편리성	3.18 ^b	.91	3.20 ^b	.85	4.00 ^a	.50	2.91 ^b	.92	3.997	.009**
기능성	3.80 ^{ab}	.73	3.98 ^a	.75	4.22 ^a	.44	3.47 ^b	.86	4.646	.004**

a, b, c : Duncan 검정에 의한 분류 **p<.01

대해서 각 군집별로 차이가 나타나지 않았는데, 이는 골프웨어의 선택기준에서 모든 군집들이 비슷하게 고려하는 것으로 볼 수 있다.

라이프스타일에 따른 골프웨어 구매성향과의 차이를 비교한 결과, 군집별로 과시성, 유행성, 심미성, 실용성에서 유의차가 있었다<표 6>. 합리적 집단, 자기

과시집단이 실리적 안정 집단, 무관심집단보다 과시성과 유행성의 성향이 높았으며, 골프웨어를 구매할 때 합리적 집단, 자기과시집단은 무관심집단보다 심미성을 높이 평가하는 것으로, 실리적 안정 집단, 합리적 집단은 무관심집단보다 실용성을 중요하게 인식하였다.

<표 6> 라이프스타일에 따른 골프웨어 구매성향

구매성향	실리적 안정 집단		합리적 집단		자기과시 집단		무관심 집단		F	p
	M	S.D	M	S.D	M	S.D	M	S.D		
과시성	2.70 ^b	.68	3.30 ^a	.74	3.34 ^a	.66	2.54 ^b	.82	10.585	.00 **
유행성	2.07 ^b	.64	2.52 ^a	.80	2.71 ^a	.87	2.01 ^b	.67	6.211	.001 **
심미성	2.26 ^{ab}	.76	2.68 ^a	.81	2.70 ^a	.93	2.14 ^b	.66	4.918	.003 **
실용성	3.77 ^a	.43	3.74 ^a	.54	3.58 ^{ab}	.48	3.38 ^b	.46	6.067	.001 **

a, b, c : Duncan 검정에 의한 분류 ** $p < .01$

IV. 결 론

남성골퍼의 라이프스타일에 따른 구매성향을 분석한 결과는 다음과 같다.

라이프스타일 요인별 유형화를 한 결과 쇼핑지향, 패션지향, 합리지향, 가족지향으로 분류되었다. 남성골퍼들의 라이프스타일의 유형화를 알아보고 군집별 특성을 분석한 결과, 군집 모두 패션성의 요인을 중요하게 생각하는 경향이 있었다. 실리적 안정 집단은 계획적인 소비생활을 하고 다른 집단에 비하여 가족을 중요하게 생각하며, 충동구매나 브랜드를 중요하게 생각하지 않으며, 합리적 집단은 사교를 중시하면서 가족도 아주 중시하고, 양성평등도 중시하며 계획적으로 구매를 함으로서 모든 요인들을 조화롭게 행하는 집단이다. 자기과시집단은 외모와 사교를 중시하며, 자기주관도 아주 뚜렷한 집단이나 가족을 경시하는 경향이 많으며 여가 투자를 하지 않는 집단이며, 무관심집단은 사교와 외모를 가장 중시하나 브랜드, 유행을 중시 않고 자기 주관이 아주 뚜렷하며 남녀평등과 가족을 중요하게 인식하지 않으며 비계획적으로 구매를 하는 경향이다. 군집별 특성에 따라 각각 실리적 집단, 합리적 집단, 자기과시 집단, 무관심 집단으로 명명하였다.

라이프스타일 유형에 따른 인구통계적 특성에서 골퍼집단은 결혼여부, 직업, 학력, 월평균 총수입, 골프웨어 구입비에서 군집별 유의한 차이가 없었으나 연령에서는 유의한 차이가 나타났다.

라이프스타일에 따른 군집과 골프변인에 대해서는 군집별 차이가 없었다. 라이프스타일에 따른 군집별 골프웨어 선택기준에서 스타일/디자인, 색상/무늬, 유명상표, 코디용이, 유사성, 관리의 편리성, 기능성에서 유의차를 나타내었고, 가격, 활동성, 체형 적합의 선택기준에 대해서 각 군집별로 차이가 나타나지 않았는데, 이는 골프웨어의 선택기준에서 모든 군집들이 비슷하게 고려하는 것으로 볼 수 있다. 군집별로

골프웨어 구매성향을 비교한 결과, 군집별로 과시성, 유행성, 심미성, 실용성에서 유의차가 있었다. 안정적 실리추구 집단은 제품을 선택할 때 스타일/디자인이나 기능적인 면은 약간 고려하나 유명상표는 전혀 고려하지 않고, 구매 경향은 실용성을 가장 고려하였다. 합리적 집단은 스타일, 코디용이, 유사성, 기능성 등 여러 가지 선택기준을 모두 고려하여 제품을 선택하며, 구매 성향에서는 실용성과 과시성을 중요하게 생각함과 동시에 유행성이나 심미성도 고려하여 완벽을 추구하였다. 자기과시 집단은 다른 군집에 비해 비교적 젊은층으로 형성되었으며, 스타일/디자인, 색상/무늬, 유명상표를 제품선택기준으로 삼았으며, 과시성을 가장 중요하게 인식하여 구매하는 성향을 나타내었다. 무관심집단의 무관심 집단은 나이가 많은 연령층을 형성하며, 뚜렷한 기준없이 제품을 선택하였으며, 구매성향에서 실용성은 약간 고려하지만 과시성, 유행성, 심미성은 전혀 고려하지 않고 골프웨어를 구매하는 성향을 나타내어 집단별 유의차를 확실히 나타내고 있었다.

남성 골퍼 집단별로 인구통계적 특성에서의 연령, 제품선택기준과 구매성향 등에서는 유의한 차이가 있었으므로 제품 기획 때 고려해야 할 것으로 여겨진다. 또한 남자골퍼집단은 골프를 하는 목적이 다양하게 조사되었으므로 향후 골프웨어 판매를 위한 이벤트 기획 등에서 유용하게 이용할 수 있을 것이다. 골퍼의 연령층과 직업군이 다양하게 나온 조사결과에서 이제 골퍼는 많은 계층에서 향유하는 스포츠가 되어 가고 있으므로 마케팅 기획시 고려해야 할 것이며, 골프웨어의 구매성향을 토대로 상품기획이 이루어져야 할 것이다.

참고문헌

- 1) 조원경(2002). 골프웨어 소비자의 구매행동에 관한 연구.

- 동덕여자대학교 석사학위학위 논문. pp. 31-55.
- 2) 이소영(1987). 골프복 디자인에 관한 연구, 홍익대학교 석사학위 논문. pp. 32-68.
이지은(2002). 스포츠웨어 트렌드의 분석과 소비자 수용을 기반으로 한 골프웨어 디자인 연구-국내 20-30대 여성 골퍼를 대상으로-. 연세대학교 석사학위 논문. pp. 17-40.
- 3) 신상무, 이종림(2001). 골프소프트웨어의 소비자 선호도와 불만족에 관한 연구. 복식, 51(4), pp. 97-112.
- 4) 이주연(1992). 골프복의 착용실태와 동작에 따른 신축성에 관한 연구. 건국대학교 석사 학위 논문. pp. 27-62.
박종숙(2000). 골프웨어의 착용현황조사 및 바람막이 개발에 관한 연구. 영남대학교 석사학위논문. pp. 10-33.
- 5) 류미령(1999). 국내 및 수입 골프웨어 브랜드의 소비자 구매행동에 관한 연구. 숭실대학교 석사학위논문. pp. 22-38.
최유돈(2002). 국내 여성복 브랜드 소비자들의 라이프스타일과 최신 패션 트렌드 선호도에 따른 패션 상품 기획의 모색-브랜드 T·M을 중심으로-연세대학교 석사학위논문. pp. 12-33.
- 6) 조원경(2002). 골프웨어 소비자의 구매행동에 관한 연구. 동덕여자대학교 석사학위논문. pp. 43-55.
- 7) 이소영(2002). 골프웨어 구매선택기준과 만족도, 경희대학교 석사학위 논문. pp. 25-56.
한기향 (2002). 중년남성의 골프웨어 쇼핑성향과 판매원 서비스 중요도. 건국대학교 석사학위논문. pp. 14-32.
- 8) 김종의(2000). 소비자행동. 형설출판사, pp. 26-48.
서천범(2002). 레저 백서. 한국골프진단, pp. 45-72.
- 9) 임영선(1999). 여성의 라이프스타일 유형이 점포선택에 미치는 영향에 관한 연구. 영남 대학교 석사학위 논문. pp. 34-50.
권기대, 김승호, 이순자(2002). 패션라이프스타일, 시장 및 재할용행동의 관계에 관한 탐구. 한국의류학회지, 26(2), pp. 280-281.
류숙희, 김보연(2002). 라이프스타일이 의복스타일 이미징평가와 선택에 미치는 영향. 한국의류학회지, 26(2), pp. 227-238.
김숙현(2001). 소비자의 라이프스타일에 따른 스포티브 패션 트렌드의 수용 현황과 배경 분석. 연세대학교 석사학위논문. pp. 71-84.
- 10) 최정원(2003). 주5일 근무 직장인의 라이프스타일과 의복구매행동에 관한 연구. 숙명여자대학교 석사학위논문. pp. 23-54.
- 11) 임경복(1991) 라이프스타일에 따른 의복구매행동에 관한 연구. 이화여자대학교 석사학위논문, pp. 68-74.
- 12) 김은영(1998). 소비자 의류제품 지식과 의복구매시 평가 기준과의 관계. 한국의류학회지, 22(3), pp. 353-364.
- 13) 이소영(2002). 골프웨어 구매선택기준과 만족도, 경희대학교 석사학위 논문. pp. 15-28.
신사임(2002). 소비자 라이프스타일에 따른 남성캐주얼웨어의 트렌드 선호도 분석 및 상품 기획 방향의 모색. 연세대학교 석사학위논문. pp.25-45.
- 14) 박은정(2002). 여성 골프웨어 소비자의 구매행동 특성과 디자인 선호도. 경희대학교 석사학위논문. pp. 36-57.
제은숙(2004). 골퍼의 성별에 따른 라이프스타일과 골프웨어 구매행동 연구. 숙명여자대학교 석사 학위논문. pp. 18-80.