

국내 골퍼들의 햇빛차단 행동 및 자외선차단 의복에 대한 태도 조사

성희원 · 전양진

명지대학교 의상디자인학과

A Study on Korean Golfers' Sun Protective Behavior and Their Intention to Buy UV-protective Clothing

Heewon Sung · Yangjin Jeon

Dept. of Fashion Design, Myongji University
(2004. 9. 6. 접수)

Abstract

The purpose of this study was to find factors affecting sun protective behavior and intention to buy UV-protective clothing among Korean golfers. Health belief (HB) model and diffusion theory(DT) were used for the study. Dependent variable of HB model was sun protective behaviors (SPBs) and dependent variable of DT model was intention to buy (ITB) UV-protective clothing. Independent variables for HB model were cancer perception, perceived benefits, behavioral/psychological barriers and cues to actions, while independent variables of DT model were relative advantage, compatibility, complexity, triability, and observability, besides demographic variables. Perceived benefits and cues to action variables in addition to gender and age were significant determinants of SPB for Korean golfers. Also, relative advantage and compatibility, behavioral barriers and cues to action were significant in affecting intention to buy UV-protective clothes. Both HB model and extended DT model were useful to predict sun protective behavior of Korean golfers.

Key words: Sun protective behavior, UV-protective clothing, Health belief model, Diffusion theory; 햇빛 차단행동, 자외선차단의복, 건강신념모델, 혁신이론

I. 서 론

최근 우리나라에서는 건강에 대한 관심 증가와 함께 주 5일 근무제 도입으로 인해 다양한 야외스포츠 활동에 참여하는 인구가 늘어나고 있다. 야외스포츠 활동을 하다 보면 햇빛에 노출되는 시간이 많아지며 특히 태양광선에서 방출되는 자외선이 피부에 영향을 미친다. 자외선은 피부에 기미나 주근깨, 주름을 형성하여 피부노화를 촉진시키며 더 심한 경우 흑색 종 등의 피부암을 유발할 수 있다. 피부암은 백인들에게 많이 발생하는 것으로 알려져 왔으나 우리나라

의 경우에도 지난 2002년 기준으로 전체 암 종류 중 1.3%에 해당하는 1287건의 피부암 환자가 발생하여, 전체에서 차지하는 비율은 적지만 피부암 발생빈도가 적지 않음을 알 수 있다(한국중앙암등록사업 연례보고서, 2003).

따라서 조깅이나 마라톤, 골프와 같이 햇빛에 노출되는 시간이 긴 야외스포츠를 즐기는 사람들은 햇빛 차단에 관심을 두어야 한다. 특히 골퍼들은 게임을 하는 동안 다섯 시간 이상을 햇빛 속에서 보내므로 자외선에 의한 피부자극의 위험이 더 크다고 할 수 있다(Gravel, 1997). 야외활동에 따른 피부보호 의식

이나 일광차단 행동이 매우 중요하게 간주됨에도 불구하고 실제로 야외스포츠 활동에 참여하는 소비자들의 햇빛차단 행동이나 자외선 위험에 대한 지식 및 태도에 관한 연구는 많지 않다. 야외활동에 따른 자외선에 대한 연구들은 선텐 활동이나(Newman et al., 1996) 옥외직업을 대상으로(Stepanski & Mayer, 1998) 조사된 바 있다. 또한 Sung(2003)은 미국 골퍼들을 대상으로 햇빛에 관련된 건강관심도 및 행동, 그리고 자외선 차단 셔츠에 대한 구매의도를 조사하였다.

이제까지 우리나라에서 이루어진 자외선 차단외복에 대한 연구는 직물 성분이나 가공 방법에 따른 자외선 차단효과의 조사(최인려, 2003), 직물종류별 작업복의 자외선 차단효과 및 인체의 생리반응 조사(최정화, 백윤정, 1996) 등 섬유과학적, 직물생리학적 측면에서 주로 이루어져 왔다. 소비자행동 측면에서는 권영아와 강미정(2001)이 햇빛안전에 대한 지식과 노출태도 등이 햇빛차단 행동에 미치는 영향을 조사한 연구가 유일하다. 그러나 소비자 제품의 구매는 제품의 객관적, 기능적 성능 자체보다는 소비자의 인식이나 태도와 같은 주관적, 심리적 요인에 더 크게 영향을 받는다는 점을 감안할 때(임종원 외, 1999) 마케팅 관점에서 자외선에 관련된 소비자 연구가 체계적으로 이루어질 필요가 있다.

본 연구의 목적은 국내 골퍼들의 햇빛차단행동과 자외선차단 셔츠 구매의도에 영향을 미치는 요인들을 조사하는데 있다. 먼저 햇빛과 관련된 건강인식 상태를 알아보고 이것이 햇빛차단행동에 미치는 영향을 확인하였다. 그 다음으로 햇빛과 관련된 골퍼들의 건강인식도와 신체품채택 태도들이 자외선차단 셔츠 구매의도에 미치는 영향을 알아 보았다. 따라서 본 연구는 미국인 골퍼를 대상으로 한 Sung(2003)의 연구의 후속연구라고 할 수 있다. 이 연구의 결과는 골프 인구의 자외선에 대한 인식수준을 확인함과 아울러 골프의류의 자외선 차단기능에 대한 소비자 수요를 파악할 수 있어, 스포츠 의류업체의 기능성의 류제작에 유용한 정보를 줄 것이다.

II. 이론적 배경

1. 건강신념모델

건강신념모델(health belief model)은 원래 미국의 공중보건 연구자들이 환자의 치료행위 불이행을 설

명하고자 제안되었다. 건강신념모델의 근거가 되는 가치기대이론(value-expectancy theory)에 의하면 불확실한 상황에서 사람들의 행동은 기대되는 결과에 대한 개인적인 가치평가에 의해 결정된다고 한다(Becker et al., 1977). 즉 사람들은 건강(가치)을 유지하기 위해 기대되는 결과(질병)를 피하려는 행동을 한다고 한다. 이 때 고려되는 기대 측면은 결과의 가능성, 심각성, 혜택, 장애요인, 주변영향 및 사회심리적 변인들로 구성되어 있다. 이 모델에 따르면 환자의 건강에 대한 신념과 태도, 치료에 대한 기대수준에 따라 치료행위의 이행 정도가 달라진다고 한다.

건강신념모델은 햇빛으로부터 피부를 건강하게 지키고자 하는 햇빛차단 행동을 예측하는 데에도 사용되어 왔다(Glanz et al., 1999; Sung, 2003). 이 경우 종속변인인 햇빛차단행동은 네 가지의 독립변인들, 즉 피부암 인지도, 햇빛차단혜택, 햇빛차단 장애요소, 및 외적 요인에 의해 설명된다. 먼저 햇빛차단행동(sun protection behavior)이란 햇빛에 대한 노출을 막는 행위를 말하며 선크림을 바른다는지, 긴 소매 셔츠와 긴 바지, 모자 등의 착용, 그늘을 선호하는 행동들이 포함된다. 햇빛차단행동에 영향을 줄 것으로 기대되는 변인으로 피부암 인지도 변인은 피부암 가능성과 피부암 위험성의 인지로 나뉜다. 피부암 가능성 인지도(perceived susceptibility)는 개인이 주관적으로 인지하는 피부암에 걸릴 가능성이나 햇빛에 민감한 정도를 나타낸다. 피부암 위험성 인지도(perceived severity)는 피부암이나 피부노화가 개인생활에 미치는 영향에 대한 인식 상태를 말한다. 햇빛차단혜택(perceived benefits) 변인은 햇빛으로부터 피부를 보호할 때 얻을 수 있다고 인지되는 혜택을 의미한다. 일반적으로 햇빛차단에 따른 혜택인지가 높을수록 햇빛차단행동을 많이 하는 것으로 확인되었다(Glanz et al., 1999). 다음으로 햇빛을 차단하는 행동으로 얻게 되는 불편함이나 불이익은 행동적 장애요소와 심리적 장애요소로 나뉜다. 행동적 장애(behavioral barriers)는 햇빛차단행동으로 인해 활동이 불편하거나 구매를 꺼리게 되는 것을 말한다. 심리적 장애(psychological barriers)는 신체를 햇빛에 노출시킴으로서 얻게 되는 심리적 혜택들을 의미하는데 대표적인 심리적 장애는 태닝(tanning)에 대한 긍정적인 신념이다. 즉 태닝으로 인해 외모가 더 매력적으로 혹은 더 건강해 보인다는 신념이다. 이러한 행동적 장애와 심리적 장애 변인들은 햇빛차단행동을 이행하

는데 부정적인 영향을 주는 것으로 나타났다(Arthey & Clarke, 1995). 마지막으로 햇빛차단행동에 영향을 줄 것으로 기대되는 외적 요인들(cues to action)로는 주변인의 햇빛차단행동과 태닝 행동이 있다. 주위 사람들이 햇빛차단 행동에 적극적이거나 선택에 대한 태도가 긍정적인 경우 사람들의 햇빛차단 행동 역시 각각 적극적이든지, 소극적일 수 있으며, 또한 주변에 피부암을 앓고 있는 사람이 있는지의 여부에 따라서도 햇빛차단행동에 영향을 미치는 것으로 나타났다(Arthey & Clarke, 1995).

햇빛차단 행동은 개인의 인구통계적 변인에 의해서도 영향을 받는 것으로 보인다. Sung(2003)의 결과에 따르면 결혼상태에 따라 미혼자가 기혼자에 비해 햇빛차단 행동이 낮은 것으로 나타났다. 또한 한국인을 대상으로 한 권영아, 강미정(2001)의 연구에서는 성별에 따라, 남성이 여성에 비해 자외선 위험지식이 낮고 햇빛차단행동에 소극적인 것으로 나타났다. 본 연구에서는 피부암 인지도, 햇빛차단혜택, 행동적 장애, 심리적 장애 및 외적 영향 변인들 외에 성별, 연령, 교육수준, 결혼상태, 어린 자녀의 수 등의 인구통계적 변인들이 함께 햇빛차단 행동의 예측에 사용될 것이다.

2. 혁신제품 확산이론

혁신적인 제품에 대한 Rogers(1995)의 확산이론(diffusion theory)에 의하면 신제품의 수용 정도는 소비자가 인지하는 다섯 가지 신제품 속성들 즉, 상대적 우월성, 적합성, 복잡성, 용이성, 및 가시성 요인들에 의해 영향을 받는다고 한다. 본 연구에서는 자외선차단 셔츠를 신제품으로 간주하고 자외선차단 셔츠에 대한 구매의도를 신제품에 대한 수용 정도로 나타내었다. 종속변인이 되는 자외선차단 셔츠에 대한 구매의도는 먼저 제품에 대해 소비자가 느끼는 상대적 우월성(relative advantage), 즉 이미지나 기능적 측면에서 기존의 골프셔츠보다 자외선차단 셔츠가 우월하게 인식되는 정도에 영향을 받을 수 있다. 그리고 자외선차단셔츠 착용을 통해 소비자가 인지하는 개인적, 사회적 적합성(compatibility), 자외선차단셔츠의 기능과 혜택을 이해하는데 따르는 어려움의 정도를 나타내는 복잡성(complexity), 구매결정 이전 매장에서 느껴지는 착용시도의 용이성(triability), 그리고 다른 사람들이 자외선차단 셔츠를 입은 것을 본

적이 있거나 자외선차단 셔츠의 장점을 보여줄 수 있는 가시성(observability) 등의 변인들이 자외선차단 셔츠의 구매에 영향을 줄 것으로 보인다. Rogers(1995)의 연구결과에 의하면 복잡성을 제외한 네 가지 속성은 신제품 채택의도와 정적인 관계가, 복잡성은 부적인 관계가 있는 것으로 나타났다. 미국인 골퍼들을 대상으로 연구한 Sung(2003)의 결과에 의하면 소비자가 인지하는 제품의 상대적 우월성과 착용 시도 용이성이 자외선차단셔츠 구입에 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

Rogers는 또한 잠재적 구매자의 제품수용 의도는 과거의 경험이나 지식 및 신념에 영향을 받는다고 하였다(1995). 즉 구매자가 자외선 자극에 대해 민감하거나 햇빛차단 혜택을 크게 인지한다면, 햇빛차단행동에 대해 더 적극적일 것이며 자외선차단의복에 대한 관심도 및 필요성을 더 많이 느낄 것이다. 본 연구에서는 자외선차단셔츠의 구매의도를 혁신제품 속성들에 대한 소비자의 태도로 확인하여 혁신이론 모델을 검증하는 한편, 혁신이론 모델에 햇빛차단 태도와 행동 변인들, 인구통계학적 변인들을 추가하여 모델을 확장시켰을 때 설명력이 더 높아지는지를 확인하고자 한다.

3. 자외선차단 의복

대부분의 의류는 어느 정도 자외선을 차단하지만, 최소 자외선 차단지수가 15 이상 되어야 적절한 자외선 차단을 제공할 수 있다고 한다(Davis et al., 1997). 자외선 차단 기능은 섬유 종류, 직물의 색상, 조직, 밀도 등의 요인에 의해 영향을 받는다. 폴리에스테르 섬유는 면섬유에 비해 3-4배 이상의 차단효과를 보이는 반면 여름철 의복으로는 적합하지 않은 단점이 있고(Davis et al., 1997), 단섬유사가 장섬유사에 비해 자외선 차단 효과가 우수하다(최인려, 2003). 다른 직물의 구성요인이 유사하다면, 색상이 어둡고 질을수록, 직물이 편성물보다, 평직이 다른 조직에 비해 자외선 차단율이 우수하며, 또한 소재의 무게나 두께가 많이 나갈수록 차단률이 높다(Capjack et al., 1994). 직물의 자외선 차단 성능을 증진시키기 위해 직조시 원사 내부에 차단제를 혼입하거나 코팅이나 라미네이팅 법으로 직물표면에 피막을 형성하기도 한다. 자외선차단 의복은 스포츠의류 및 일상복에도 점차 확산되어 가고 있다.

III. 연구방법

1. 연구문제

연구문제 1. 햇빛차단행동에 영향을 미치는 인구 통계학적 변인들과 햇빛관련 태도 및 행동 변인들을 확인한다.

연구문제 2. 자외선차단 의복의 구매의도에 영향을 미치는 변인들을 확인한다.

연구문제 2-1. 자외선 차단 의복의 구매의도에 영향을 미치는 혁신제품 속성 변인들을 알아본다(혁신이론 모델 검증).

연구문제 2-2. 자외선 차단 의복의 구매의도에 영향을 미치는 혁신제품 속성 변인들, 인구통계학적 변인들, 그리고 햇빛 관련 태도 및 행동 변인들을 알아본다(확장된 혁신이론 모델 검증).

2. 연구모델 및 측정도구

햇빛차단행동에 영향을 미치는 변인을 확인하기 위해 건강신념모델을, 자외선차단 셔츠의 구매의도에 영향을 미치는 변인을 확인하기 위해 건강신념모델과 혁신제품 확산이론을 사용하였다. 측정도구로 Sung(2003)의 연구에서 사용된 설문문항들이 사용되었다. 설문지는 연구자들에 의해 한국어로 번역된 후 역번역이 의뢰되었고 다시 한국어로 확인된 문항을 수정 후 사용하였다.

건강신념모델의 종속변인인 햇빛차단행동 변인은 얼굴, 신체에 자외선 차단제 사용, 긴 상의와 긴 바지 착용, 모자 착용, 그늘 이용 등의 5문항으로 측정되었

고, 독립변인으로 햇빛관련 태도 및 주변인의 행동변인 등이 포함되었다(표 2). 이밖에도 햇빛노출 정도는 여름철 기간 평균 1주일 동안 노출되는 시간을 측정하였다. 또한 한달 동안 평균 골프 라운딩 횟수와 라운딩 시간대, 가족이나 주변인의 피부암 발병 정도를 묻는 문항을 포함하였다. 확산이론의 종속변인인 자외선차단셔츠의 구매의도는 3문항으로 측정되었고 신제품인 자외선차단 셔츠 속성 변인들은 상대적 우월성, 적합성, 복잡성, 사용의 용이성, 가시성 등의 내용으로 구성되었다(표 3). 위의 변인들은 리커트 타입의 5점 척도로 구성되었다. 또한 연구문제를 확인하기 위해 각 변인에 해당하는 항목을 합산하여 해당 변인에 대한 개별 응답자의 점수로 삼는 총화평점기법을 이용하였다. 인구통계학적 변인들은 성별, 연령, 교육수준, 결혼상태와 자녀 수를 묻는 문항으로 이루어졌다.

3. 자료수집과 분석방법

본 연구에서는 서울, 경기지역에 거주하며 골프운동을 하는 사람들을 편의표집하여 골프장과 개인주택, 사무실 등지에서 설문조사가 실시되었다. 조사는 2004년 6월 중순부터 7월 중순까지 한 달간 이루어졌으며, 수거된 설문지 266부 중 불성실한 응답을 제외한 257부가 최종적으로 분석에 사용되었다. 응답자들의 인구통계학적 분포는 <표 1>과 같다. 남녀의 비율은 유사했으며, 연령 분포로는 40대가 36%로 가장 많이 차지하였다. 교육수준을 보면 응답자의 80% 정도가 대학교나 대학원 이상을 졸업한 것으로 나타났으며 결혼상태로는 18% 정도가 미혼인 것으로 나타났다.

<표 1> 응답자의 인구통계학적 특성: 빈도(괄호 안은 %)

성별*	남자			여자			합계	
	128 (50.2)			127 (49.8)				
연령	19세 이하	20-29세	30-39세	40-49세	50-59세	60세 이상	합계	
	14 (5.4)	26 (10.1)	37 (14.4)	93 (36.2)	46 (17.9)	41 (16.0)	257	
교육수준*	중학교 졸업		고등학교 졸업		대학교 졸업		대학원 졸업	
	9 (3.6)		40 (16.1)		128 (51.4)		72 (28.9)	
결혼상태*	미혼			기혼		기타		합계
	44 (17.7)			199 (80.2)		5 (2.0)		

*전체 257명 중 missing data 존재

자료분석에는 SAS 8.2 package를 이용하여 각 측정 문항별 평균 및 빈도를 조사하였고, 연구문제 확인을 위해 회귀분석을 실시하였다.

IV. 분석결과 및 논의

1. 자료의 기술

응답자들의 햇빛차단행동과 햇빛관련 태도 및 기타 행동들의 평균은 <표 2>에 나와 있다. 먼저 각 변인의 Cronbach α 는 모두 .70 이상으로 나타나 각 변인을 구

성하는 문항들은 일관되고 신뢰할 만하다고 간주된다. 햇빛차단행동을 보면 우리나라 골퍼들은 햇빛에 노출될 경우 그들에 있으려는 노력을 가장 많이 하는 것(3.9점)으로 나타났으며, 모자를 쓰거나(3.8점) 자외선차단제로 얼굴을 가리는 경우도 많으나(3.6점) 선크림으로 노출된 몸을 보호하는 행동은 적었다(2.4점). 그에 비해 긴 소매 또는 긴 바지 착용은 보통(3.0점)의 수준으로 나타났다. 미국 골퍼들은 모자 착용(3.3점)의 경우만 제외하면 모든 문항에서 3점 이하의 평균을 나타내어(Sung, 2003), 우리나라 골퍼의 햇빛차단 노력이 미국 골퍼들보다 더 큰 것으로 확인되었다.

<표 2> 국내 골퍼들의 햇빛차단행동과 햇빛관련 태도 및 기타 햇빛행동

변인 (Cronbach α)		문항	평균 (표준편차)	
햇빛차단행동 (.76)		햇빛에 노출될 때 차단지수(SPF) 15 이상인 선크림을 얼굴에 바른다.	3.6(1.4)	
		햇빛에 노출될 때 차단지수(SPF) 15 이상인 선크림을 몸에 바른다.	2.4(1.4)	
		햇빛에 노출될 때 긴 소매 셔츠나 긴 바지로 몸을 가린다.	3.0(1.3)	
		햇빛 아래서는 모자를 쓴다.	3.8(1.2)	
		햇빛 아래서는 가능하면 그늘에 있으려고 한다.	3.9(1.0)	
피부암 인지도	피부암 가능성 인지도 (.82)	나는 보통 사람들보다 피부암에 잘 걸릴 것 같다.	2.4(0.9)	
		피부암에 걸릴까봐 걱정된다.	2.5(1.0)	
	나는 보통 사람들보다 피부가 쉽게 노화되는 것 같다.	2.8(0.9)		
	피부암 위험성 인지도 (.85)	피부암에 걸리면 내 생활이 심각하게 달라질 것이다.	4.1(0.9)	
		피부암에 걸리는 것은 끔찍한 일이다.	4.3(0.9)	
		지나친 햇빛노출로 인해 실제 나이보다 더 나이 들어 보이는 것은 끔찍한 일이다.	4.1(0.8)	
햇빛차단혜택 (.83)		외출시 긴팔 셔츠나 챙이 넓은 모자, 선크림을 사용하면 피부암이나 피부노화를 감소시킬 수 있다.	4.0(0.7)	
		햇빛에 노출되는 빈도는 피부암이나 피부노화와 관계가 있다.	4.1(0.7)	
		외출시 신체를 많이 가릴수록, 기미나 주름으로 인한 피부노화를 방지할 수 있을 것이다.	4.1(0.7)	
햇빛차단 장애요소	행동적 장애요소 (.78)	골프를 할 때 긴 소매 셔츠가 불편하다면, 착용하지 않겠다.	3.4(1.1)	
		골프를 할 때 챙이 넓은 모자가 불편하다면, 착용하지 않겠다.	3.2(1.1)	
		자외선 차단 기능이 있는 옷이 일반옷보다 비싸면, 구매하지 않겠다.	2.9(1.0)	
		긴 소매 셔츠는 골프할 때 불편하다.	3.0(1.0)	
			태닝을 하면 내가 더 매력적으로 느껴진다.	2.4(1.0)
		심리적 장애요소 (.81)	태닝을 하면 나는 기분이 더 좋다.	2.2(1.0)
		태닝을 하면 내가 더 건강하게 느껴진다.	2.7(1.1)	
		선텐을 한 사람이 하지 않은 사람보다 더 건강하게 보인다.	3.3(1.0)	
		선텐을 한 사람이 하지 않은 사람보다 더 매력적으로 보인다.	3.0(1.1)	
외적 영향	주변인 햇빛 차단행동 (.83)	나와 야외스포츠를 함께 하는 사람들은 운동할 때 일반적으로 긴 소매 셔츠나 모자를 착용한다.	3.6(0.9)	
		나와 야외스포츠를 함께 하는 사람들은 운동할 때 일반적으로 차단지수 15이상의 선크림을 바른다.	3.9(0.9)	
	주변인 선텐행동 (.73)	대부분의 내 친구들은 선텐을 한다.	2.4(0.9)	
		대부분의 내 친구들은 선텐이 좋은 것이라 생각한다.	2.7(0.9)	
		내 친구들은 너무 겉에 태닝한 사람을 좋아하지 않는다.	3.4(1.0)	

응답자들은 피부암이나 피부노화 가능성을 낮게 인지한 반면, 피부암의 위험성과 심각성을 높게 인지하였으며, 햇빛차단행동을 이행함으로 피부노화나 피부암 방지 등의 혜택은 높게 인지하나, 이에 따른 행동적 장애요소는 보통 수준으로 나타났다. 심리적 장애요소에서 본인의 태닝에 관해서는 부정적인 반응을 보인 반면, 타인의 경우에는 긍정적인 태도를 나타냈다. 외적 요인으로 응답자의 주변인들은 햇빛 차단 행동을 많이 하는 반면, 선택은 좋아하지 않는 것으로 나타났다. Sung(2003)의 연구결과와 비교했을 때 피부암에 대한 골퍼의 인지도는 국가 간 차이가 없는 반면 태닝에 대한 태도는 한국인이 미국인보다 더 부정적인 것으로 나타났다.

햇빛관련행동 중 이 표에 요약되지 않은 정보로는, 응답자들은 1주일에 평균 11.36시간 정도 햇빛에 노출되며 한 달에 평균 4.2회 정도 골프운동을 한다고 하였다. 또한 주요 골프활동 시각은 이른 아침이나 오전 중이 가장 많아서 대다수의 응답자들은 자외선 양이 가장 많은 10-14시 사이에 햇빛에 노출되는 것으로 보인다. 총 257명의 응답자들 중 주변에 피부암 환자를 가진 경우는 3명이었다.

응답자들의 자외선차단 셔츠에 대한 구매의도와 자외선차단 셔츠라는 신제품에 대한 응답내용은 <표 3>에 나와있다. 먼저 각 변인의 Cronbach α 는 모두

.70 이상으로 나타나 각 변인을 구성하는 문항들은 일관되고 신뢰할 만하다고 간주된다.

자외선차단 셔츠에 대한 구매의도는 평균보다 약간 높아서, 향후 몇 년 내에 구입하겠다는 의사가 높았고(3.5점) 자외선차단 셔츠를 모든 야외 활동시 착용하겠다는 의사는 중간수준(각각 3.1점)이었다. 상대적 우월성에 있어서 자외선차단셔츠가 일반 셔츠에 비해 우월감을 주거나 이미지에 도움을 주는 데는 중간보다 낮게 나타났다. 자외선차단기능은 우월하게 평가되었다. 자외선 차단셔츠는 개인의 요구나 사회 모임에 적합한 것으로 나타났으며, 자외선 차단기능을 이해하는데 다소 어려움이 있는 것으로 나타났다. 용이성 항목에서 자외선차단셔츠를 쉽게 구할 수는 없지만, 만약 가능하다면 구입 전에 착용해 보고자 한다고 응답했다. 가시성 경우 실제 다른 사람들이 자외선차단 셔츠를 착용한 것을 본 적은 적으며, 차단셔츠의 장점에 대한 가시성은 중간으로 나타났다. 미국의 경우와 비교했을 때 국내골퍼의 자외선차단의복에 대한 구매의도가 3점 이상으로 높았고(미국은 2.1점) 제품에 대한 우월성인지도도 2.7 이상으로 미국보다 더 높게 나타났다(미국은 2.5점). 이와 같은 결과는 한국 골퍼가 미국 골퍼보다 자외선차단 의복에 대한 관심이 더 높은 것을 보여준다.

<표 3> 국내 골퍼들의 혁신제품 속성에 대한 태도와 자외선차단 셔츠의 구매의도

변인 (Cronbach α)	문 항	평균 (표준편차)
구매의도 (.82)	나는 대부분의 야외활동에서 자외선차단 셔츠를 착용할 계획이다.	3.1(0.9)
	나는 골프를 치는 동안 긴 소매 셔츠를 입을 계획이다.	3.1(1.1)
	나는 향후 몇 년 안에 자외선차단 셔츠를 구입할 의도가 있다.	3.5(0.9)
상대적 우월성 (.83)	자외선차단셔츠를 입은 골퍼는 입지 않은 골퍼보다 더 우월감을 느낄 것이다.	2.8(1.0)
	자외선차단셔츠를 입으면 골프 친구들 사이에서 내 이미지를 돋보일 수 있다.	2.7(0.9)
	자외선차단셔츠를 내가 가지고 있는 다른 옷들보다 자외선 차단 능력이 클 것이다.	3.5(0.8)
적합성 (.85)	자외선차단셔츠는 내가 사고 싶었던 셔츠이다.	3.2(0.9)
	자외선차단셔츠는 골프 게임에 적합할 것이다.	3.5(0.8)
복잡성 (.86)	자외선차단셔츠가 어떻게 자외선을 차단하는지 잘 모르겠다.	3.6(0.9)
	자외선차단셔츠를 입는 것이 왜 좋은지 설명할 수가 없다.	3.0(0.9)
사용의 용이성 (.74)	자외선차단셔츠는 쉽게 구할 수 있다.	2.7(0.9)
	옷의 구입을 결정하기 전에, 나는 한번 입어 본다.	3.7(0.9)
	골프웨어매장에 자외선차단셔츠가 있다면, 한번 입어 보고 싶다.	3.6(1.0)
가시성 (.83)	다른 사람들이 자외선차단셔츠를 입은 것을 본 적이 있다	2.5(1.1)
	자외선차단셔츠의 장점을 다른 사람에게 알릴 수 있다.	3.1(1.0)

2. 연구문제의 검증

우리나라 골퍼들의 햇빛차단행동과 자외선차단의 복 구입의도에 영향을 미치는 변인들을 확인하기 위해 제안된 본 연구모델은 회귀분석에 의해 <표 4>와 같이 검증되었다.

1) 연구문제 1의 검증

연구문제 1은 햇빛차단행동에 영향을 미치는 변인들을 확인하는 내용으로, 이에 대한 회귀분석의 결과는 <표 4>의 두 번째 칸에 나와있다. 햇빛차단행동을 예측하는데 성별, 연령, 햇빛차단혜택, 주변인의 자외선 차단행동 순으로 유의하게 나타났으며 이 모델은 29%의 설명력을 보여주었다. 인구통계학적 변인 중 여성일수록($\beta=.56$), 연령이 많을수록($\beta=.24$) 햇빛차단행동정도가 더 큰 것으로 나타났다. 이 결과에 따르면 여성이 남성보다 햇빛차단 행동을 더 이행하고 있으며, 또한 성별이 햇빛차단행동을 예측하는데 가장 유의한 변인으로 확인되고 있다. 연령이 높을수록

햇빛을 가리는 행동이 많은 것은 나이가 들수록 기미나 주름 등의 발생이 잦으므로 골퍼들이 햇빛차단의 필요성을 더 중요시한 결과로 해석된다.

햇빛관련 태도변인 중 햇빛차단혜택을 크게 인지할수록($\beta=.24$), 주변인의 차단 행동이 많을수록($\beta=.22$) 햇빛차단행동을 더 많이 이행할 것으로 나타났다. 이들 두 변인들은 미국인에게도 유의한 변인이었다(Jackson & Aiken, 2000; Sung, 2003). 따라서 마케팅자들이 골퍼의 햇빛차단 행동을 유발시키기 위해서는 햇빛차단으로 얻을 수 있는 이점을 크게 부각시켜야 할 것이다.

2) 연구문제 2의 검증

연구문제 2는 자외선차단 의복의 구매의도에 영향을 미치는 변인들을 확인하는 내용으로, 혁신이론 모델과 확장된 혁신이론 모델의 설명력을 비교한 결과는 <표 4>의 세 번째와 네 번째 칸에 각각 나와있다. 구매의도1은 혁신이론 모델에서 혁신제품속성에 대한 소비자태도 변인들의 영향을 조사한 결과로, 자외

<표 4> 햇빛차단행동과 자외선차단 셔츠의 구매의도에 대한 회귀분석 결과

독립변인	종속변인		구매의도1		구매의도2	
	햇빛차단행동		B(β)	std	B(β)	Std
피부암 가능성 인지도	-.10(-0.5)	.13			.08(.08)	.06
피부암 위험성 인지도	.02(.01)	.12			.09(.09)	.06
햇빛차단혜택	.65(.24)***	.16			.10(.08)	.08
행동적 장애요소	-.07(-.04)	.09			-.22(-.30)***	.04
심리적 장애요소	.05(.04)	.07			-.00(.00)	.03
주변인 햇빛차단행동	.71(.22)***	.21			.26(.16)**	.10
주변인 선택행동	.25(.10)	.16			.03(.02)	.07
성별	2.42(.56)***	.55			.16(.04)	.26
연령	.09(.24)**	.03			.01(.05)	.01
교육수준	-.73(-.12)	.38			-.06(-.02)	.18
결혼상태	-1.24(-.010)	1.04			.81(.13)	.48
자녀수	-.40(-.09)	.28			-.09(-.04)	.13
상대적 우월성			.17(.16)**	.07	.17(.15)**	.06
적합성			.44(.29)***	.10	.34(.22)**	.10
복잡성			-.03(-.02)	.08	-.05(-.04)	.08
용이성			.21(.17)**	.07	.10(.09)	.07
가시성			.09(.07)	.08	.09(.06)	.08
F-value	9.45***		16.23***		9.00***	
Adjusted R ²	.29		.23		.36	

*** $p < .001$, ** $p < .01$, * $p < .05$

선차단 의복이 개인적 요구와 사회적 상황에 적합할수록($\beta=.29$), 매장 내에서 시착이 용이할수록($\beta=.17$), 또한 자외선차단 셔츠의 이미지나 기능면에서 상대적 우월성이 느껴질수록($\beta=.16$), 자외선차단셔츠에 대한 구매의도가 높은 것으로 나타났다. 미국의 경우에는 혁신제품의 선택에는 상대적 우월성(Littrell & Miller, 2001)과 용이성 변인(Sung, 2003)이 유의하게 확인되었다. 본 연구결과에서 의복의 적합성이 가장 유의한 변인으로 나타난 것은, 한국은 미국에 비해 집단의 영향이 더 크므로(임종원 외, 1999) 상황에 적합해야 한다는 의식이 높은 것으로 해석된다. 따라서 자외선차단 의복의 구매의도를 증가시키기 위해서는 먼저 영향력 있는 골퍼집단들에게 자외선차단의복을 착용시켜 주변 골퍼들에게 드러나게 하는 방법이 매우 중요하다. 또한 골퍼의류 매장에서는 자외선차단 셔츠가 눈에 띄도록 전시함은 물론, 판매사원은 고객이 쉽게 착용해 볼 수 있도록 도와줌과 함께 제품의 자외선 차단 기능을 잘 설명할 수 있어야 한다.

구매의도2는 확장된 혁신이론 모델에 따라 혁신제품속성에 소비자 태도 변인들 외에도 햇빛관련 태도 및 행동 변인, 인구통계학적 변인들의 구매의도에 미치는 영향을 조사한 결과이다. 회귀분석 결과, 혁신제품 속성에서의 상대적 우월성($\beta=.15$)과 적합성($\beta=.22$), 햇빛관련 변인으로 행동적 장애요소($\beta=-.30$), 주변인의 햇빛차단행동($\beta=.16$)이 유의하게 나타났다. 특히 행동적 장애요인이 골퍼들의 구매의도에 가장 중요한 영향을 주는 것으로 나타났다. 이는 자외선차단셔츠의 디자인이 골프동작에 지장을 주지 않도록 세심하게 고안되어야 함을 시사한다. 또한 주변인이 햇빛차단행동을 많이 할수록 그에 영향을 받아 실질적으로 자외선차단의복을 구매할 것으로 보인다. 따라서 햇빛차단행동에 관심이 많은 골프 소비자들이 자외선차단 의복의 주요 시장이 될 것이므로 이들 시장을 목표로 하는 마케팅 및 광고 전략이 필요하다. 위의 확장된 확산이론 모델은 자외선차단 의복의 구매를 설명하는데 36%의 설명력을 보여주고 있어 Rogers의 기본 모델보다(23%) 설명력이 높고, 따라서 더 나은 모델인 것으로 판단된다.

V. 결론 및 제언

본 연구에서는 건강신념모델과 혁신제품 확산이론에 기초하여 우리나라 골퍼들의 햇빛차단 행동과 자

외선차단 의복에 대한 태도를 조사하였다. 두 모델 모두 국내 골퍼들의 햇빛관련행동을 설명하는데 유의한 것으로 나타났다. 건강신념모델에 따르면 우리나라 골퍼들의 햇빛차단행동은 성별 및 연령 변인들, 햇빛차단혜택과 주변인의 햇빛행동에 영향을 받는 것으로 나타났다. 따라서 마케터들은 여성 골퍼와 중장년층 골퍼를 목표로 하여 햇빛차단제품의 유용성을 광고하는 것이 효과적일 것으로 간주된다. 또한 햇빛차단 의복이 건강에 미치는 혜택을 전문가 모델을 통해 광고하거나, 영향력 있는 집단의 바람직한 햇빛차단행동을 구전으로 활용하는 것이 자외선차단 의복의 마케팅에 유용할 것으로 보인다.

자외선차단의복에 대한 구매의도는 주변인의 햇빛차단행동 이외에도 행동적 장애 요인이나 제품우월성, 적합성 등에 영향을 받는 것으로 나타나, 자외선차단 골프웨어 마케팅에 있어서 골프활동에 적합한 디자인 부여, 자외선차단 기능의 뚜렷한 차별성 제시 및 신체적·사회적 적합성 등의 내용이 강조되어야 함을 시사한다.

문화권에 따라 햇빛차단행동이 차이가 있다는 본 연구와 선행연구 결과에 기초할 때, 세계시장을 목표로 하는 골퍼의류업체들은 각 지역시장의 골프웨어 선호도를 파악하여 차별적인 마케팅 전략을 제안하는 것이 바람직해 보인다. 본 연구의 제약점으로는 실제 자외선차단 셔츠를 보지 않은 상태에서 골퍼들이 설문에 응하였으므로 응답내용이 구체적이지 않을 수 있다는 것이다. 후속연구에서는 자외선차단 의복을 착용하거나 촉각하게 함으로써 좀 더 구체적인 소비자 반응을 확인할 필요가 있다. 또한 디자인이나 가격, 브랜드 등의 상품 속성에 대한 소비자 태도를 조사한다면 실제적인 마케팅 믹스계획에 도움이 될 것이다.

참고문헌

- 권영아, 강미정. (2001). 햇빛차단 행동에 영향을 미치는 요인. *대한가정학회지*, 39(8), 81-92.
- 보건복지부, 한국중앙암등록본부. (2003). *한국 중앙 암등록 사업 연례보고서 (2002. 1~2002. 12)*.
- 임종원, 김재일, 홍성태, 이유재. (2001). *소비자 행동론*. 서울: 경문사, 95-96.
- 최인려. (2003). 자외선차단 직물에 관한 연구. *복식문화연구*, 11(6), 967-971.
- 최정화, 백윤정. (1996). 옥외 작업시 의복의 자외선 차단 효

- 과. *한국생활환경학회지*, 3(4), 63-71.
- Arthey, S. & Clarke, V. A. (1995). Sun tanning and sun protection: A review of the psychological literature. *Social Science and Medicine*, 40(2), 265-274.
- Beckers, M. H., Maiman, L. A., Kirscht, J. P., Haefner, D. P. & Drachman, R. H. (1977). The health belief model and prediction of dietary compliance: A field experiment. *Journal of Health and Social Behavior*, 18(4), 348-366.
- Capjack, L., Kerr, N., Davis, D., Fedosejevs, R., Hatch, K. L. & Markee, N. L. (1994). Protection of humans from ultraviolet radiation through the use of textiles: A review. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 23(2), 198-218.
- Davis, S., Capjack, L., Kerr, N. & Fedosejevs, R. (1997). Clothing as protection from ultraviolet radiation: Which fabric is most effective?. *International Journal of Dermatology*, 36, 374-379.
- Glanz, K., Lew, R. A., Song, V. & Cook, V. A. (1999). Factors associated with skin cancer prevention practices in a multiethnic population. *Health Education & Behavior*, 26(3), 344-359.
- Gravel, T. (1997). Skin cancer. Australian and New Zealand. *Journal of Public Health*, 22(3), 116-117, & 301.
- Jackson, K. M. & Aiken, L. S. (2000). A psychological model of sun protection and sunbathing in young women. *Health Psychology*, 19(5), 469-478.
- Littrell, M. A. & Miller, N. J. (2001). Marketing across cultures. *Journal of Global Marketing*, 15(1), 67-86.
- Newman, W. G., Woodruff, S. I., Agro, A. D. & Mayer, J. A. (1996). A survey of recreational sun exposure of residents of San Diego, California. *American Journal of Preventive Medicine*, 12(3), 186-194.
- Rogers, E. M. (1995). *Diffusion of innovations* (4th ed.). New York, NY: The Free Press.
- Stepanski, B. M. & Mayer, J. A. (1998). Solar protection behaviors among outdoor workers. *Journal of Occupational and Environmental Medicine*, 40(1), 43-48.
- Sung, H. (2003). *Golfers' UV Exposure, health beliefs and practices, and intention to adopt UV protective clothing*. Unpublished doctoral dissertation, Michigan State University, East Lansing.