

해외 골프상품의 구매동기에 관한 연구

A study on the motivation to purchase Overseas golf tour package

안경옥*

세종대학교*

Ahn kyung-ok*

Sejong Univ.

요약

골프는 경제 발전과 함께 생활수준의 향상, 여가시간의 증대로 인하여 특권계층이나 부유층만의 전유물이 아닌 일반 스포츠로서 대중화 시대를 맞이하고 있다. 그러나 국내에서 골프가 대중화되기에는 여러가지 제약이 따른다. 이런 제약으로 인해 골퍼들은 해외골프를 즐기게 된다. 골프관광객들은 여행만을 목적으로 한 관광객들보다 여행 빈도도 높게 나타나고 있다. 국내의 많은 골퍼들이 해외 골프리조트로 여행하는 빈도가 급속히 증가하고 있는 상황에서 해외골프관광객들의 여행상품을 선택하는데 중요하게 인식하고 있는 구매동기에 대한 연구가 필요하다.

I. 서론

1. 문제제기와 연구목적

1.1 문제제기

국내의 많은 골퍼들이 해외리조트로의 여행 빈도가 급속히 증가하고 있는 상황에서 해외 골프 상품을 선택하는데 중요하게 인식되고 있는 구매동기에 관한 연구가 필요하다.

1.2 연구 목적

본 연구에서는 해외골프상품 선택시 골퍼들의 정확한 니즈와 원트를 골프상품생산자 입장에서 정확히 파악하고 가장 중요하게 인식되고 있는 요인들을 통하여 해외골프상품에 대한 효과적인 마케팅 전략을 제시하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 골프 여행 상품의 개념 및 구매동기

1.1 골프여행상품의 개념

아름다운 자연을 바탕으로 한 공간적 규모와 관광의 이동성이 연계된 골프 관광이 유망한 관광행태로 주목 받고 있다.(김홍운, 1995)

더욱이 여기형태는 건강과 여유를 통한 자아발견이라는 가치 지향성과 자연 친화적인 수요 형태가 급격히 증가하고 있는 현실에서(Mcdonaid,1996) 스포츠와 야외 레크리에이션활동이 목적지에서 자연스럽게 관광활동과 통합됨으로써 골프여행 활성화가 곧 관광목적의 관광객 창출과 직결되는 중요한 유인요소가 되는 것이다.

골프여행은 골프의 스포츠적 특성과 여행의 이동적 특성이 결합된 개념적 구조를 가지고 있다.

1.2 골프여행상품의 구매동기

골프여행상품의 구매과정은 일반적으로 여행에 대한 욕구, 정보탐색, 대안선택 및 평가, 구매결정, 구매후 만족평가 등으로 구분된다.

Ⅲ. 조사연구

1. 연구가설

본 연구에서 연구모형은 해외골프관광에 대한 선행연구를 토대로 해외 골프 관광객의 여행상품 구매동기에 대한 차이를 알아보기 위하여 다음과 같은 기본적인 가설을 설정하였다.

가설 1. 골프이용 특성에 따라 해외골프관광 동기에 차이가 있을 것이다.

가설 2. 골프 관광상품 이용 특성에 따라 해외골프관광 동기에 차이가 있을 것이다.

2. 조사설계

본 조사는 해외골프상품의 구매동기 요인을 분석하기 위하여 해외여행 경험이 있는 관광객을 응답집단으로 설정하여 의견 조사를 실시하였다. 해외골프여행의 구매동기 요인이 골프여행의 형태, 골프 형태, 인구통계적 특성에 따라 어떠한 특성을 보이는가를 분석하는데 그 목적이 있다.

3. 조사방법과 대상

본 조사분석을 위한 자료 수집은 여러 가지 방법과 절차에의해 수집되었는데 조사대상자의 선정, 조사기간, 표본의 크기 및 설문지 회수 현황 등을 살펴보면 다음과 같다.

- 1) 대상-해외골프여행의 유경험 집단으로 인천공항에서 출국을 기다리는 관광객, 골프연습장을 방문하는 골퍼
- 2) 조사방법- 유경험 조사대상자 중 배포된 설문지를 자기기입식 설문지법으로 구성되었으며 작성 후 바로

회수.

3) 조사기간-2006. 9월. 20 ~ 2006. 10. 20

4) 표본의 크기-200부 중 179부 회수 부실한 응답 제외한 158부 최종 유효 표본으로 사용.

Ⅳ. 결론

본 연구의 결과는 다음의 세 가지로 요약 할 수 있다.

1. 해외골프상품의 이론개발을 통하여 해외골프상품과 관련된 이론적 기초를 제공한다.
2. 해외골프상품 개발의 확대발전을 위한 방향을 제시함으로써 실제 상품개발 수립에 기여할 것이다.
3. 골프 상품을 홍보 선전하는 과정에서 합리적이고 탐색적인 마케팅 모형을 설정하는데 있어 단계별 실행을 구체화 할 수 있다. 몇 가지 주목할 사실은 골프상품은 획일화된 패키지보다 개별상품의 선택비중이 높다는 점, 골프 이외의 유희요인에는 그다지 큰 비중을 차지하지 않는다는 점, 유희 유인의 비중에 있어서도 남녀 차이가 크지 않다는 점, 연령에 따른 차이 분석결과 젊은층 일수록 해외골프상품의 다목적성에 비중을 크게 둔다는 점이다. 따라서 향후 연구에서는 인구통계적 특성별 고유하고도 다양한 상품개발을 위한 후속연구가 필요하다.

■ 참고 문헌 ■

- [1] 김성용, 여행사 경영론 서울:기문사,2006
- [2] 박호표, 신관광학의 이해, 서울:학현사,2004
- [3] 이익수, 여행경영입문, 서울:대왕사,1999
- [4] 김동욱, "해외골프관광 시장세분화 연구 : 전문화 개념을 이용하여", 세종대학원 석사학위논문, 2005