

골퍼의 인구통계적 특성에 따른 골프변인과 구매성향

김주애* · 장정아

경상대학교 의류학 전공* · 부산대학교 의류학 전공

Golf Factor and Purchase Tendencies According to Golfer's Demographic Characteristics

Ju-Ae Kim* · Jeong-ah Jang

Dept. of Clothing & Textiles, Gyeongsang National University*

Dept. of Clothing & Textiles, Busan National University

(2006. 1. 16. 접수)

Abstract

This study used the questionnaire method to find out the golf factor comparison and purchase inclination according to the golfers' demographic characteristics. The golf factor comparison according to the Gyeongnam golfers' demographic characteristics was performed with cross analysis and χ^2 verification, the purchase inclination with T verification and analysis of variance. And the Golfs' factor relation according to total income was performed with cross analysis and x^2 -test. The golfers' demographic characteristics showed a significant difference in gender, educational background and occupations. The participation purposes of playing golf for men were as a hobby, relations and business. And the participation purposes of playing golf for women were as a hobby and health. The higher age was, the more the golf career was for both men and women. In the factor of marital status, unmarried people play for a hobby and married people play for better relations and business. In the factor of gross income, male golfers varied in the golf career and monthly playing times. Female golfers varied in the golf career. Regardless of gender, the higher the income was, the more the golf career was. In the comparison of buy behavior according to the golfers' demographic characteristics, male golfers showed a significant difference in ostentation and fashion according to the monthly purchase of golf-wear. The group that spends more on the monthly purchase of golf wear was higher than the group that spends less on the monthly purchase of golf wear. Unmarried golfers showed more ostentation tendency than married golfers.

Key words : Golfer(골퍼), Golf factor(골프변인), Purchase tendencies(구매성향)

I. 서 론

최근 여가시간의 증대에 따른 골프웨어의 패밀리카
화 외에도 상·하의와 아웃웨어를 세트로 갖춰 입을
폴세트 제품의 출시 등 골프웨어의 토털화도 새로운

경향으로 보인다. 골프웨어는 다른 의복종류에 비해
가격 저항력이 낮아 고가 시장이 비교적 쉽게 형성되
는 특징이 있다. 여기에 맞추어 업체들은 고급스러운
면서도 기능성과 패션성을 고루 갖춘 다양한 제품을
앞다퉈 출시하고 있다. 이와같이 이미 포화상태에 이
른 골프웨어 시장에서의 선점을 위해 패션쇼, 스타마
케팅 등의 각종 이벤트와 골프 대회 개최 및 후원 등

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

다양한 마케팅 전략을 펼치기도 한다. 현재 유럽의 형식적인 트레이디셔널과 달리 실용적인 아메리칸 스타일의 트레이디셔널 라인의 도입도 두드러지는데 여기에 실제 골퍼들에게 필요한 기능성까지 추가하고 있다. 골프웨어 시장은 진입하기 어렵고, 자리잡기 어렵지만, 한번 자리를 잡으면 브랜드 매니아가 형성되어지는 특성으로 인해 골프시장의 매니아 층이 형성되면 곧 매출로 이어진다. 이는 그 어느 의복종류보다도 브랜드 충성도가 강한 것이 골프웨어라는 것을 보여주는 단면이기도 하다. 전체 골프웨어의 35%를 차지하는 순수 국내브랜드는 코오롱 상사의 엘로드와 삼성물산의 아스트라클래식을 비롯해, 슈페리어, 임페리얼, 팬텀, 이동수골프 등이 대표적 브랜드이다. 또한 라이선스 브랜드가 전체골프웨어 시장에서 차지하는 비중은 55%로 국내브랜드보다 라이선스 브랜드가 강세를 보이고 있다. 지금까지 골프웨어에 관한 선행연구는 디자인 제시¹⁾, 소재의 다양한 직물디자인, 니트류 소지자의 착용도와 선호도 조사²⁾, 구매행동에 따른 품질평가 분석, 브랜드의 전략 및 기능성³⁾, 브랜드 선호도 조사⁴⁾, 골프웨어 착용실태⁵⁾, 구매선택기준과 만족도⁶⁾ 등에 대하여 많이 이루어져 왔으나 성별을 비교 조사한 연구는 미미한 상황이다. 골프웨어는 남녀 모두를 타겟으로 하여 브랜드 가치가 높은 점을 감안할 때 골퍼의 성별에 따른 골프웨어에 대한 연구도 필요하다고 보아진다. 또한 골프웨어에 관한 선행연구의 대부분은 대도시를 중심으로 국한되어 이루어져 왔으므로 타 지역에서의 연구도 필요하다고 본다. 본 연구는 경남지역을 대상으로 남녀 골퍼의 인구통계적 특성에 따른 골프변인 비교와 구매성향을 파악하여 골프웨어 시장에서 골퍼들의 성별에 따른 골프웨어 마케팅 전략을 세울 수 있도록 한다.

II. 연구방법

본 연구는 남녀 골퍼의 인구통계적 특성에 따른 골프변인 비교와 구매성향을 알아보는 것으로 설문지법을 이용한 실증적인 연구로 진행되었다. 측정척도로는 국내 골프 현황, 골프웨어, 골프웨어 구매행동에 대한 선행연구⁷⁻⁹⁾에서 사용된 문항을 재인용하거나 수정 보완하여 구성하였다. 연구 대상 지역은 경남 내의 다섯 개 시에서 표본추출 하였으며, 연구기간은 2004년 11월부터 2005년 1월

에 거쳐 설문조사를 통해 이루어졌으며, 현재 골퍼를 치고 있는 남녀를 대상으로 287부를 조사하여, 최종 분석 자료로 남자133명, 여자 105명으로 총 238부가 사용되었다. 설문문항은 선행연구를 참조하여, 골퍼 성별의 인구통계적 특성, 구매성향으로 구성하였다. 자료 분석방법은 골퍼 성별의 인구통계적 특성에 따른 골프변인 비교는 교차분석을 실시하여 χ^2 검증을 하였고, 인구통계적 특성에 따른 구매성향은 t 검증 및 분산분석을 이용하여 분석하였다. 충수입에 따른 골프변인과의 관계를 알아보기 위해 교차분석과, x^2 -test를 실시하였다. 본 연구는 골퍼들의 인구통계적 특성에 따른 골프변인 비교와 구매성향을 파악하기 위해 첫째, 인구통계적 특성에 따른 골프변인 비교 및 골프변인과의 관계를 밝힌다. 둘째, 인구통계적 특성에 따른 골프웨어 구매성향을 비교한다.

III. 본 론

1. 성별에 따른 골퍼의 인구 통계적 특성

본 연구에서 조사된 골프웨어 소비자의 인구 통계적 특성을 남녀로 구분하여 조사한 결과 다음과 같다 <표 1>. 전체 응답자 238명 중 성별은 남자가 133명(%) , 여자가 105명(%)으로 나타났다. 골퍼의 성별에 따른 인구 통계적 특성을 비교한 결과, 연령분포, 결혼여부, 가정의 월평균 소득, 골프웨어 구입비에 대해서는 성별에 따라 유의한 차이가 없었으나, 학력과 직업은 성별에 따라 유의한 차이를 나타내었다. 남자 골퍼의 학력이 여자 골퍼의 학력보다 다소 높게 나타났다. 직업은 남자골퍼의 경우 전문경영 관리직(33.8%), 전문기술직(20.3%) 및 군인(18.8%)의 비율이 높게 나타났으며, 여자골퍼의 경우 전업주부가 전체의 47.6%였다.

2. 인구통계적 특성에 따른 골프변인 분석

골퍼 성별에 따른 골프변인을 알아본 결과, 골프 참여목적과 골프경력, 월평균 필드에 나가는 횟수를 비교한 결과, 변인 중 골프참여 목적에 있어 성별에 따라 유의한 차이가 있었다<표 2>. 골프참여 목적에 대하여 전체 골퍼의 45.4%가 취미라고 응답하였고 26.5%가 건강, 26.1%가 대인관계 업무

<표 1> 골퍼의 성별에 따른 인구 통계적 특성 n:238

구분		남(%)	여(%)	전체(%)	$\chi^2(df)$	p
연령	10대20대	25(18.8)	11(10.5)	36(15.1)	4.135(3)	.247
	30대	39(29.3)	28(26.7)	67(28.2)		
	40대	50(37.6)	49(46.7)	99(41.6)		
	50대60대	19(14.3)	17(16.2)	36(15.1)		
	계	133(100.0)	105(100.0)	238(100.0)		
결혼 여부	미혼	25(18.8)	17(16.2)	42(17.6)	.274(1)	.600
	기혼	108(81.2)	88(83.8)	196(82.4)		
	계	133(100.0)	105(100.0)	238(100.0)		
학력	고졸	7(5.3)	22(21.0)	29(12.2)	14.016(3)**	.003
	전문대졸	28(21.1)	15(14.3)	43(18.1)		
	대졸	73(54.9)	51(48.6)	124(52.1)		
	대학원	25(18.8)	17(16.2)	42(17.6)		
	계	133(100.0)	105(100.0)	238(100.0)		
직업	학생	3(2.3)	5(4.8)	8(3.4)	98.932(7)***	.000
	전업주부		50(47.6)	50(21.0)		
	전문 경영관리직	45(33.8)	14(13.3)	59(24.8)		
	전문기술직	27(20.3)	16(15.2)	43(18.1)		
	사무직	9(6.8)	2(1.9)	11(4.6)		
	판매서비스직	11(8.3)	11(10.5)	22(9.2)		
	군인	25(18.8)		25(10.5)		
	기타	13(9.8)	7(6.7)	20(8.4)		
계	133(100.0)	105(100.0)	238(100.0)			
월평균 소득	200만원 미만	22(16.5)	11(10.5)	33(13.9)	6.524(4)	.163
	200~400만원 미만	50(37.6)	31(29.5)	81(34.0)		
	400~600만원 미만	33(24.8)	27(25.9)	60(25.2)		
	600~800만원 미만	15(11.3)	19(18.1)	34(14.3)		
	800만원 이상	13(9.8)	17(16.2)	30(12.6)		
	계	133(100.0)	105(100.0)	238(100.0)		
골프웨어 구입비 (월)	30만원 미만	103(77.4)	77(73.3)	180(75.6)	.538(1)	.463
	30만원 이상	30(22.6)	28(26.7)	58(24.4)		
	계	133(100.0)	105(100.0)	238(100.0)		

p<.01 *p<.001

상이라고 응답하였다. 남자골퍼는 36.1%가 취미, 34.6%가 대인관계 및 업무상, 26.3% 건강상 골퍼에 참여하였으며, 여자골퍼는 취미가 57.1%, 건강이 26.7%였고, 대인관계 및 업무상 골퍼를 한다는 응답이 15.2%로 나타났다. 골퍼의 목적이 대인관

계 및 업무상 하는 것에 남자골퍼는 응답 34.6%인이었으나, 남자는 취미 못지않게 대인관계 및 업무상 참여하는 골퍼가 많은 데 비하여 여자의 경우에는 취미 다음으로, 건강을 위해 골퍼를 하는 경우가 많아 성별에 따른 차이가 있었다.

<표 2> 성별에 따른 골프변인

구 분		남(%)	여(%)	전체(%)	$\chi^2(df)$	p
골프 참여 목적	건강	35(26.3)	28(26.7)	63(26.5)	15.346(3)**	.002
	취미	48(36.1)	60(57.1)	108(45.4)		
	대인관계, 업무상	46(34.6)	16(15.2)	62(26.1)		
	골퍼가 되기 위해	4(3.0)	1(1.0)	5(2.1)		
	계	133(100.0)	105(100.0)	238(100.0)		
골프 경력	1년	28(21.1)	37(35.2)	65(27.3)	6.847(3)	.077
	2-5년	70(52.6)	47(44.8)	117(49.2)		
	6년-9년	19(14.3)	14(13.3)	33(13.9)		
	10년 이상	16(12.0)	7(6.7)	23(9.7)		
	계	133(100.0)	105(100.0)	238(100.0)		
월평균 필드 나가는 횟수	1번 이하	48(36.1)	49(46.7)	97(40.8)	4.950(2)	.084
	2-3번	66(49.6)	37(35.2)	103(43.3)		
	4번 이상	19(14.3)	19(18.1)	38(16.0)		
	계	133(100.0)	105(100.0)	238(100.0)		

**p<.01

<표 3> 연령에 따른 골프변인의 차이

구 분	남				여				
	1020대 (%)	30대 (%)	40대 (%)	5060대 (%)	1020대 (%)	30대 (%)	40대 (%)	5060대 (%)	
골프 참여 목적	건강	5(20.0)	4(10.3)	16(32.0)	10(52.6)	4(36.4)	5(17.9)	12(24.5)	7(41.2)
	취미	9(36.0)	15(38.5)	20(40.0)	4(21.1)	6(54.5)	17(60.7)	30(61.2)	7(41.2)
	대인관계, 업무상	10(40.0)	18(46.2)	13(26.0)	5(26.3)	1(9.1)	6(21.4)	6(12.2)	3(17.6)
	골퍼가 되기 위해	1(4.0)	2(5.1)	1(2.0)				1(2.0)	
	계	25(100.0)	39(100.0)	50(100.0)	19(100.0)	11(100.0)	28(100.0)	49(100.0)	17(100.0)
	$\chi^2(df)$	15.846(9)				6.081(9)			
	p	.070				.732			
골프 경력	1년	9(36.0)	7(17.9)	10(20.0)	2(10.5)	8(72.7)	14(50.0)	12(24.5)	3(17.6)
	2-5년	16(64.0)	24(61.5)	20(40.0)	10(52.6)	3(27.3)	12(42.9)	25(51.0)	7(41.2)
	6-9년		5(12.8)	9(18.0)	5(26.3)		2(7.1)	10(20.4)	2(11.8)
	10년 이상		3(7.7)	11(22.0)	2(10.5)			2(4.1)	5(29.4)
	계	25(100.0)	39(100.0)	50(100.0)	19(100.0)	11(100.0)	28(100.0)	49(100.0)	17(100.0)
	$\chi^2(df)$	20.398(9)*				30.896(9)***			
	p	.016				.000			
월평균 필드	1번 이하	10(40.0)	10(25.6)	23(46.0)	5(26.3)	9(81.8)	14(50.0)	21(42.9)	5(29.4)
	2-3번	11(44.0)	24(61.5)	20(40.0)	11(57.9)	2(18.2)	6(21.4)	20(40.8)	9(52.9)
	4번 이상	4(16.0)	5(12.8)	7(14.0)	3(15.8)		8(28.6)	8(16.3)	3(17.6)
	계	25(100.0)	39(100.0)	50(100.0)	19(100.0)	11(100.0)	28(100.0)	49(100.0)	17(100.0)
	$\chi^2(df)$	5.762(6)				12.360(6)			
	p	.450				.054			

*p<.05 ***p<.001

고주현(2000)의 선행연구에서 남자 골퍼의 경우, 골프참여 목적이 건강, 대인관계로 나타난 것과는 달리 본 연구에서 골프 목적으로 취미가 높은 반응을 나타낸 것은 최근 주 5일제 근무제의 도입으로 취미활동의 크게 확산된 된 것도 한 원인으로 볼 수 있다. 여자골퍼는 취미가 57.1%, 건강이 26.7%였고, 대인관계 및 업무상 골프를 한다는 응답이 15.2%의 이 결과는 이지은(2002), 고주현(2000)의 연구에서도 여성골퍼들이 골프를 하게 되는 동기로 건강, 취미로 나타난 결과와 같으며, 제은숙(2004)의 연구에서 여자골퍼의 골프목적이 취미, 건강상, 대인관계나 업무상 순으로 나타나 선행 연구 결과와 일치하고 있다. 선행연구의 골프 참여 목적의 변인에 대해 선택된 항목은 동일하나, 취미가 우선 순위로 나타난 것은 최근에 들어 골프가 취미활동으로 확산되었음을 나타내고 있다.

남자골퍼는 대인관계업무상 참여하는 골프가 많은데 비하여 여자의 경우에는 취미, 건강을 위해 골프를 하는 경우가 많아 골프 참여 목적에서 남녀별 차이를 나타내고 있었다. 이것은 인구통계적 특성에 나타난 직업부분에서 남자는 전문경영인이 가장 높게 나타나 사회활동에 참여하는 집단이라 대인관계나 업무상으로 골프를 치는 경우가 많기 때문으로 볼 수 있다.

3. 골퍼들의 인구통계적 특성에 따른 골프변인과 의 관계

1) 연령에 따른 골프변인

연령에 따라 골프참여 목적과 골프경력, 월 평균 필드 나가는 횟수를 비교한 결과, 남자골퍼 모두

<표 4> 결혼여부에 따른 골프변인의 차이

구분		남		여	
		미혼 (%)	기혼 (%)	미혼 (%)	기혼 (%)
골프 참여 목적	건강	5(20.0)	30(27.8)	5(29.4)	23(26.1)
	취미	11(44.0)	37(34.3)	11(64.7)	49(55.7)
	대인관계, 업무상	6(24.0)	40(37.0)	1(5.9)	15(17.0)
	골퍼가 되기 해	3(12.0)	1(0.9)		1(1.1)
	계	25(100.0)	108(100.0)	17(100.0)	88(100.0)
	$\chi^2(df)$	10.276(3)*		1.619(3)	
	p	.016		.655	
골프 경력	1년	9(36.0)	19(17.6)	9(52.9)	28(31.8)
	2-5년	12(48.0)	58(53.7)	6(35.3)	41(46.6)
	6-9년	3(12.0)	16(14.8)	1(5.9)	13(14.8)
	10년 이상	1(4.0)	15(13.9)	1(5.9)	6(6.8)
	계	25(100.0)	108(100.0)	17(100.0)	88(100.0)
	$\chi^2(df)$	5.156(3)		3.074(3)	
	p	.161		.380	
월평균 필드 나가는 횟수	1번 이하	10(40.0)	38(35.2)	12(70.6)	37(42.0)
	2-3번	9(36.0)	57(52.8)	4(23.5)	33(37.5)
	4번 이상	6(24.0)	13(12.0)	1(5.9)	18(20.5)
	계	25(100.0)	108(100.0)	17(100.0)	88(100.0)
	$\chi^2(df)$	3.316(2)		4.948(2)	
p	.191		.084		

*p<.05

연령에 따라 골프경력에 유의한 차이를 나타내었다<표 3>. 남자골퍼의 골프 경력에 있어 모든 연령대에서 2~5년이 높은 비율을 차지하였고, 여자의 골프 경력에 있어서는 10~30대 사이는 1년이 많은 비율을 차지했으며, 40~60대에서는 2~5년의 경력의 비율이 높았다. 골프경력은 남자와 여자 모두 연령이 높을수록 골프경력도 대체로 많은 것으로 나타났다.

2) 결혼여부에 따른 골프변인

결혼여부에 따라 골프변인과의 관계를 알아본 결과 <표 4>와 같다.

결혼여부에 따라 골프참여 목적과 골프경력, 월평균 필드 나가는 횟수를 비교한 결과, 남자골퍼의

경우 변인 중 골프참여 목적에서 유의한 차이가 나타났으나, 여자골퍼는 유의차를 나타내지 않았다. 남자골퍼의 골프참여 목적을 보면, 미혼자의 경우 취미(44.0%)나 대인관계 업무상(24.0%)의 이유로 골프를 하는 경우가 많았으며, 기혼자는 대인관계업무상(37.0%)과 취미(34.3%)로 골프를 하는 경우가 많았다. 이 연구결과는 채서일(2001)의 연구에서 미혼 남녀는 자신만을 위한 제품구매를 하며 패션이나 여가에 관련된 지출을 많이 한다는 내용과 부합되었다.

3) 교육수준에 따른 골프변인

교육수준에 따라 골프 참여목적, 골프경력, 월평균 필드 나가는 횟수를 비교한 결과 남, 여 모두

<표 5> 교육수준에 따른 골프변인의 차이

구분	남				여				
	고졸 (%)	전문대졸 (%)	대졸 (%)	대학원 (%)	고졸 (%)	전문대졸 (%)	대졸 (%)	대학원 (%)	
골프 참여 목적	건강	2(28.6)	7(25.0)	17(23.3)	9(36.0)	10(45.5)	4(26.7)	11(21.6)	3(17.6)
	취미	3(42.9)	7(25.0)	26(35.6)	12(48.0)	10(45.5)	8(53.3)	34(66.7)	8(47.1)
	대인관계, 업무상	2(28.6)	12(42.9)	28(38.4)	4(16.0)	1(4.5)	3(20.0)	6(11.8)	6(35.3)
	골퍼가 되기 위해		2(7.1)	2(2.7)		1(4.5)			
	계	7(100.0)	28(100.0)	73(100.0)	25(100.0)	22(100.0)	15(100.0)	51(100.0)	17(100.0)
	$\chi^2(df)$	9.203(9)				16.142(9)			
	p	.419				.064			
골프 경력	1년	2(28.6)	8(28.6)	13(17.8)	5(20.0)	9(40.9)	7(46.7)	15(29.4)	6(35.3)
	2-5년	3(42.9)	16(57.1)	42(57.5)	9(36.0)	9(40.9)	6(40.0)	24(47.1)	8(47.1)
	6-9년	2(28.6)	1(3.6)	9(12.3)	7(28.0)	2(9.1)	1(6.7)	8(15.7)	3(17.6)
	10년이상		3(10.7)	9(12.3)	4(16.0)	2(9.1)	1(6.7)	4(7.8)	
	계	7(100.0)	28(100.0)	73(100.0)	25(100.0)	22(100.0)	15(100.0)	51(100.0)	17(100.0)
	$\chi^2(df)$	11.153(9)				4.156(9)			
	p	.265				.901			
월평균 필드 나가는 횟수	1번 이하	2(28.6)	11(39.3)	25(34.2)	10(40.0)	8(36.4)	3(20.0)	27(52.9)	11(64.7)
	2-3번	4(57.1)	13(46.4)	36(49.3)	13(52.0)	8(36.4)	6(40.0)	19(37.3)	4(23.5)
	4번 이상	1(14.3)	4(14.3)	12(16.4)	2(8.0)	6(27.3)	6(40.0)	5(9.8)	2(11.8)
	계	7(100.0)	28(100.0)	73(100.0)	25(100.0)	22(100.0)	15(100.0)	51(100.0)	17(100.0)
	$\chi^2(df)$	1.459(6)				12.542(6)			
	p	.962				.051			

<표 6> 총수입에 따른 골프변인의 차이

구분	남					여					
	200만 미만 (%)	200~400만 (%)	400~600만 (%)	600~800만 (%)	800만 이상 (%)	200만 미만 (%)	200~400만 (%)	400~600만 (%)	600~800만 (%)	800만 이상 (%)	
골프 참여 목적	건강	2(9.1)	13(26.0)	10(30.3)	3(20.0)	7(53.8)	4(36.4)	8(25.8)	7(25.9)	4(21.1)	5(29.4)
	취미	7(31.8)	18(36.0)	13(39.4)	7(46.7)	3(23.1)	7(63.6)	18(58.1)	15(55.6)	9(47.4)	11(64.7)
	대인관계, 업무상	13(59.1)	17(34.0)	9(27.3)	5(33.3)	2(15.4)		5(16.1)	4(14.8)	6(31.6)	1(5.9)
	골퍼가 되기위해		2(4.0)	1(3.0)		1(7.7)			1(3.7)		
	계	22(100.0)	50(100.0)	33(100.0)	15(100.0)	13(100.0)	11(100.0)	31(100.0)	27(100.0)	19(100.0)	17(100.0)
	$\chi^2(df)$	15.892(12)					10.151(12)				
	p	.196					.603				
골프 경력	1년	8(36.4)	12(24.0)	6(18.2)	2(13.3)		6(54.5)	16(51.6)	9(33.3)	3(15.8)	3(17.6)
	2-5년	13(59.1)	29(58.0)	19(57.6)	4(26.7)	5(38.5)	5(45.5)	11(35.5)	9(33.3)	12(63.2)	10(58.8)
	6-9년	1(4.5)	5(10.0)	6(18.2)	4(26.7)	3(23.1)		3(9.7)	4(14.8)	3(15.8)	4(23.5)
	10년 이상		4(8.0)	2(6.1)	5(33.3)	5(38.5)		1(3.2)	5(18.5)	1(5.3)	
	계	22(100.0)	50(100.0)	33(100.0)	15(100.0)	13(100.0)	11(100.0)	31(100.0)	27(100.0)	19(100.0)	17(100.0)
	$\chi^2(df)$	31.240(12)**					22.051(12)*				
p	.002					.037					
월평균 필드 나가는 횟수	1번 이하	8(36.4)	18(36.0)	15(45.5)	6(40.0)	1(7.7)	9(81.8)	16(51.6)	14(51.9)	5(26.3)	5(29.4)
	2-3번	12(54.5)	27(54.0)	15(45.5)	6(40.0)	6(46.2)	2(18.2)	10(32.3)	10(37.0)	9(47.4)	6(35.3)
	4번 이상	2(9.1)	5(10.0)	3(9.1)	3(20.0)	6(46.2)		5(16.1)	3(11.1)	5(26.3)	6(35.3)
	계	22(100.0)	50(100.0)	33(100.0)	15(100.0)	13(100.0)	11(100.0)	31(100.0)	27(100.0)	19(100.0)	17(100.0)
	$\chi^2(df)$	15.765(8)*					14.079(8)				
p	.046					.080					

<표 7> 인구통계적 특성에 따른 구매성향(남)

인구 통계적 특성	구매성향	과시성			유행성			심미성			실용성		
		M	S.D	t	M	S.D	t	M	S.D	t	M	S.D	t
결혼 여부	미혼	2.79	0.98	-1.216	2.37	1.03	0.632	2.51	0.96	0.418	3.70	0.62	0.675
	기혼	3.01	0.76		2.24	0.71		2.43	0.74		3.63	0.44	0.675
골프 웨어 구입비 (월)	30만원 미만	2.85	0.85	-3.996***	2.18	0.77	-2.393*	2.42	0.79	-0.812	3.68	0.49	1.697
	30만원 이상	3.35	0.51		2.55	0.72		2.55	0.77		3.51	0.39	1.697

*p<.05 ***p<.001

통계적으로 유의한 차이를 보이지 않았다<표 5>. 선행연구에서는 교육수준에서 차이를 나타낸 것과는 다른 결과를 나타내고 있다. 이것은 최근에

들어 골프가 급격히 확산됨으로서 이제 골프는 교육 수준에 관계없이 누구나 다 즐기는 스포츠로 정착됨을 나타낸 결과로 볼 수 있다.

<표 8> 인구통계적 특성에 따른 구매성향(여)

인구 통계적 특성		구매성향		과시성			유행성			심미성			실용성		
		M	S.D	t	M	S.D	t	M	S.D	t	M	S.D	t		
결혼 여부	미혼	3.40	0.70	2.452*	2.13	0.57	-0.702	2.76	0.71	1.354	3.65	0.73	-0.895		
	기혼	2.96	0.67		2.27	0.79		2.47	0.83		3.81	0.50			
골프웨어 구입비 (월)	30만원 미만	2.96	0.70	-1.809	2.06	0.61	-3.898***	2.37	0.69	-2.832**	3.87	0.50	2.715**		
	30만원 이상	3.23	0.65		2.76	0.88		2.94	0.99		3.55	0.59			

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

4) 총수입에 따른 골프변인

총수입에 따라 골프참여 목적과 골프경력 및 월평균 필드 나가는 횟수를 비교한 결과, 남자의 경우 골프경력과 월평균 필드 나가는 횟수에 따라 유의한 차이가 있었고, 여자의 경우는 골프경력에 따라 유의한 차이를 보였다<표 6>. 남자골퍼의 골프경력을 보면, 총수입이 800만 원 이상인 경우 골프경력이 10년 이상인 경우가 38.5% 이며, 2~5년 경력도 38.5% 로 나타나며, 200만원 미만의 경우 10년 이상인 경우는 없고 58.0%가 2~5년이라고 응답하여 대체로 수입이 많을수록 골프경력도 오래된 것으로 나타났다. 월평균 필드 나가는 횟수를 보면 800만 원 이상은 2~3번과 4번 이상에서 각각 46.2%로 높게 나타났으며, 600만 원 이하에서는 대부분 2~3번이라고 응답한 비율이 높게 나타났다. 여자의 골프경력을 보면, 총수입이 800만 원 이상인 경우 58.8%가 골프경력이 2~5년, 23.5%가 6~9년이라고 하였고, 200만원 미만의 경우 45.5%가 2~5년이라고 응답하여 대체로 수입이 많을수록 골프경력도 오래된 것으로 나타났다.

3. 인구통계적 특성에 따른 골프웨어 구매성향

인구통계적 특성에 따른 구매성향을 비교하기 위해, 대상자를 남녀골퍼로 나누어서, 구매성향의 4가지 하위영역인 과시성, 유행성, 심미성, 실용성을 인구통계적 특성인 결혼여부, 골프웨어 구입비에 따라 차이를 검증하였다. 남자 골퍼의 경우 월 골프웨어 구입비에 따라 구매성향 중 과시성과 유행성에서 유의한 차이가 있었다. 월 골프웨어 구입

비가 30만원 이상으로 구입비가 높은 집단이 30만원 미만인 집단에 비하여 과시성과 유행성이 높은 것으로 나타났다<표 7>.

여자골퍼는 결혼여부에 따라 과시성에서 유의한 차이가 있었으며, 기혼자(2.96)보다는 미혼자(3.40)의 과시성이 더 높은 것으로 나타났다. 이는 체서일¹⁰⁾의 연구에서 미혼 남녀는 자신만을 위한 제품구매를 하며 패션이나 여가에 관련된 지출을 많이 하며 자신을 나타내려는 경향이 있다는 내용과 부합되었다. 여자골퍼의 골프웨어 구입비의 경우는 유행성과 심미성, 실용성이 유의한 차이가 있었는데, 골프웨어 구입비가 많은 집단이 적은 집단에 비하여 유행성향과 심미성향이 높은 반면, 실용성은 중요하게 생각하지 않아 낮게 나타났다<표 8>.

IV. 결 론

골퍼의 인구통계학적 특성에 따른 골퍼변인을 분석한 결과 다음과 같다.

골퍼들의 인구통계학적 특성에 따른 골퍼변인을 분석한 결과 골퍼 성별에 따라 학력과 직업에서 유의한 차이를 나타내었다. 남자골퍼의 학력이 여자골퍼의 학력보다 다소 높게 나타났다. 직업에 따른 골프변인과의 관계에서, 남자골퍼는 전문경영관리직, 전문기술직의 비율이 높게 나타났으며 여자골퍼는 전업주부의 비율이 가장 높았다. 성별에 따라 골퍼변인을 알아본 결과 골프 참여목적, 골프경력, 월평균 필드 횟수를 비교한 결과, 골프참여 목적에서 유의한 차이가 있었다. 골프 참여목적은 남자골퍼의 경우 취미, 대인관계 업무상 순으로 높았으며, 여자골퍼의 경우 취미, 건강 순으로 높게

나타나 골프 참여 목적에서 남녀별 차이를 나타내었다. 이것은 남자 골퍼의 직업에서 전문경영인이 많았으므로, 사회활동상 대인관계나 업무상으로 골프를 치는 경우가 많기 때문으로 볼 수 있다.

연령에 따른 골프변인과의 관계에서 골프참여 목적과 골프경력, 월 평균 필드 횟수를 비교한 결과, 남녀골퍼 모두 연령에 따라 골프경력에 유의한 차이를 나타내었다. 골프경력은 남녀 모두 연령이 높을수록 골프경력도 대체로 많은 것으로 나타났다. 결혼여부에 따라 골프참여 목적과 골프경력, 월평균 필드 나가는 횟수를 비교한 결과, 남자골퍼는 골프참여 목적에서 유의한 차이가 있었으나, 여자골퍼는 유의차가 없었다. 남자골퍼의 골프참여 목적에서, 미혼자의 경우는 취미가 가장 많았으며, 기혼자는 대인관계업무상으로 골프를 하는 경우가 많았다. 골프 목적으로 취미가 높은 반응을 나타낸 것은 주 5일제 근무제의 도입으로 취미활동이 크게 확산된 결과라 볼 수 있다. 미혼인 경우 남녀 모두 패션이나 여가에 관련된 지출을 많이 하는 것을 나타내므로 마케팅시 고려되어야 된다고 본다. 교육수준에 따라 골프 참여목적, 골프경력, 월평균 필드 나가는 횟수를 비교한 결과 남, 여 모두 유의한 차이를 보이지 않았다. 이것은 최근에 들어 골프가 급격히 확산됨으로서 이제 골프는 교육수준에 관계없이 누구나 다 즐기는 스포츠로 정착됨을 나타내는 결과로 볼 수 있다.

총수입에 따른 골프변인과의 관계를 알아본 결과 골프참여 목적, 골프경력, 월평균 필드 나가는 횟수를 비교한 결과, 남자의 경우 골프경력과 월평균 필드 나가는 횟수에 따라 유의한 차이가 있었고, 여자골퍼는 골프경력에 따라 유의한 차이를 보였다. 성별에 관계없이 남녀 골퍼는 대체로 수입이 많을수록 골프경력도 오래된 것으로 나타났다. 이 결과는 결혼 전인 미혼 남녀는 자신만을 위한 제품을 구입하며 패션이나 여가에 관련된 지출을 많이 하는 것을 통해 미혼을 대상으로 골프마켓도 더욱 활성화되어야 된다고 본다. 인구통계적 특성에 따른 구매성향을 비교한 결과, 남자골퍼는 월

골프웨어 구입비에 따라 구매성향 중 과시성과 유행성에서 유의한 차이가 있었다. 월 골프웨어 구입비가 높은 집단이 구입비가 낮은 집단에 비하여 과시성과 유행성이 높은 것으로 나타났다. 여자의 경우, 결혼여부에 따라 과시성에서 유의한 차이가 있었으며 미혼자가 기혼자보다 과시성향이 높게 나타났다. 여자골퍼의 골프웨어 구입비는 유행성, 심미성, 실용성과 유의한 차이가 있었으며, 골프웨어 구입비가 많은 집단이 적은 집단에 비하여 유행성과 심미성은 높고, 실용성은 낮은 것으로 나타났다. 본 연구는 대상자를 경남에 거주하는 골퍼로 한정하였으므로 모든 골퍼의 인구통계학적 특성에 따른 골프변인과 구매성향으로 적용하기에는 연구의 제한점이 있다.

참고문헌

- 1) 박은정(2002). 여성 골프웨어 소비자의 구매행동특성과 디자인 선호도. 경희대학교 석사학위논문. pp.12-38.
- 2) 신상무, 이종립(2001). 골프니트웨어의 소비자 선호도와 불만족에 관한 연구. 복식, 51(4), pp. 97-112.
- 3) 박종숙(2000). 골프웨어의 착용현황조사 및 바람막이 개발에 관한 연구. pp.10-33.
- 4) 유미령(1999). 국내 및 수입골프웨어 브랜드의 소비자 구매행동에 관한 연구. 숭실대학교 석사학위논문. pp.42-49.
- 5) 조원경(2002). 골프웨어 소비자의 구매행동에 관한 연구. 동덕여자대학교 석사학위 논문. pp.31-55.
- 6) 이소영(2002). 골프웨어 구매선택기준과 만족도. 경희대학교 석사학위논문. pp.30-48.
- 7) 신사임(2002). 소비자라이프스타일에 따른 남성 캐주얼웨어의 트렌드 선호도 분석 및 상품기획 방향의 모색. 숙명여자대학교 석사학위논문. pp.132-143.
- 8) 제은숙(2003). 골퍼의 성별에 따른 라이프스타일과 골프웨어 구매행동 연구. 숙명여자대학교 석사학위논문. pp.113-116.
- 9) 이소영(2002). 골프웨어 구매선택기준과 만족도. 경희대학교 석사학위 논문. pp.74-77.
- 10) 채서일(2001). 마케팅. 학현사, pp.168-169.