

## 골프웨어 소비자의 구매선택기준이 의복추구혜택과 구매만족도에 미치는 영향

문태영<sup>1</sup>, 박승환<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>강원대학교 응급구조학과, <sup>2</sup>강원도립대학 레저스포츠학과

## Influence of Consumers' Purchasing Selection Criteria for Golf-wear upon Clothing Pursuit Benefit and Purchase Satisfaction

Tae-Young Moon<sup>1</sup> and Seung-Hwan Park<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Department of Emergency Medical Service, Kangwon National University

<sup>2</sup>Department of Leisure Sports Gangwon Provincial College

**요 약** 본 연구는 골프웨어 소비자의 구매선택기준이 의복추구혜택과 구매만족도에 관한 연구를 분석하기 위하여 강원도 지역에 소재한 각 시·군 골프경기 및 골프연습장 이용객 중 총 206명을 대상으로 선정하여 편의추출법 (convenience sampling)을 사용하여 조사하였으며, 수집된 자료는 SPSS 13.0 프로그램을 이용하여 빈도와 백분율, 신뢰도 분석, 상관관계 및 다중회귀분석을 실시하였다. 결과는 다음과 같다.

첫째, 인구사회학적 특성분석에 대한 결과 성별로 남자가 51.0%, 여자가 49.0%로 비슷한 분포를 보였다. 연령별로 40대에서 50대의 연령대가 가장 많게 나타났으며, 결혼 유무는 기혼이 57.3%로 미혼 42.7%로 조금 높게 나타났다. 건강상태별로는 건강한 편이 79.4% 가장 많음을 알 수 있다.

둘째, 골프웨어 소비자의 구매선택기준이, 의복추구혜택, 만족도의 상관관계에서 모두 양의 상관관계를 보였다.

셋째, 골프웨어 구매선택기준이 의복추구혜택의 관계에 대한 분석결과 구매선택기준이 의복추구혜택인 이상적 추구, 유행과 브랜드, 편안함 추구, 젊음과 개성 추구에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

넷째, 골프웨어 구매선택기준이 구매만족도의 관계에 대한 분석결과는 소비자들의 골프웨어 구매만족도에서 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

**Abstract** The purpose of this study is to analyze a research on the influence of consumers' purchasing selection criteria for golf-wear upon clothing pursuit benefit and purchase satisfaction. It selected people who are using golf games and golf courses in each city and county where are located in Gangwon-do Province, and surveyed targeting totally 206 people by using convenience sampling. As for data processing, the collected materials in this study were carried out frequency & percentage, reliability analysis, correlation & multiple regression analysis by using SPSS 13.0 program. The results are as follows.

First, as a result of analyzing socio-demographic characteristics, the similar distribution was shown by gender with 51.0% in men and 49.0% in women. By age, the age group from their 40s to 50s was indicated to be the largest. The marital status was indicated to be a litter higher in the married with 57.3% compared to the unmarried with 42.7%. By healthy condition, what tends to be healthy can be known to be the largest with 79.4%. Second, positive correlation was indicated all in correlation of consumers' purchasing selection criteria for golf-wear with the clothing pursuit benefit and satisfaction. Third, as a result of analyzing on relationship of the golf-wear purchasing selection criteria with the clothing pursuit benefit, the purchasing selection criteria were indicated to have influence upon the ideal pursuit, the fashion & brand, comfort pursuit, and youth-and-individuality pursuit, which are the clothing pursuit benefits. Fourth, the analytical result on the purchasing selection criteria for golf-wear with purchase satisfaction was indicated to have significant influence upon consumers' golf-wear purchase satisfaction.

**Key words** : Purchase Satisfaction, Clothing Pursuit Benefit, Golf-wear, Consumers' Purchasing Selection Criteria

\*교신저자 : 박승환(pshi9999@yahoo.co.kr)

접수일 11년 07월 26일

수정일 (1차 11년 08월 31일, 2차 11년 09월 08일)

게재확정일 11년 10월 06일

## 1. 서 론

우리나라 스포츠웨어 산업은 1인당 국민총생산액의 증가와 중산층 의식의 확산, 여가생활시간의 증대 및 스포츠활동의 생활화, 그리고 과학기술의 변화에 힘입어 발달하였으며 최근에는 골프, 수영, 승마처럼 본인이 주체가 되고 건강에 대한 관심이 내포된 활동을 중심으로 스포츠가 확산되고 있다[1]. 스포츠는 이제 소수만이 누릴 수 있는 특권이 아닌 모두의 생활필수품으로서, 유럽의 다섯 사람 중 한 사람은 정기적으로 스포츠활동을 한다고 할 만큼 전 세계적으로 스포츠레저활동의 참여는 보편화되고 있다[2]. 경제성장에 의한 생활문화 수준의 향상은 삶의 양식을 변화시켰고, 문화가 발달하고 소득 수준이 높아지면서 삶을 즐기려는 욕구도 증가하고 있다. 또한 건강에 대한 관심이 높아지고 주 5일 근무제가 본격화된 2003년 이후 스포츠에 대한 관심과 함께 골프가 대중화되기 시작했다. 골프의 대중화는 골프웨어 시장규모 증가도 함께 불러일으켰다. 특이한 점은 다른 스포츠와는 달리 골프웨어를 골프장내 뿐만 아니라 장외에서도 착용을 하는 인구가 늘었으며[3], 골프웨어는 한 눈에 자신을 나타낼 수 있는 가장 뛰어난 매개체가 될 수 있다. 골프웨어를 통해 자신을 표현함으로써 경제적 능력, 교육수준, 사회적 지위, 세련미, 직업 등의 단서 제공이 가능하다. 따라서 골프 참가자들은 골프웨어와 같은 골프용품에 많은 관심을 갖는다.

특히 근래에 들어서 여성은 사회진출이 많아지고 권익이 신장되면서 자신을 관리하려는 욕구가 스포츠에 대한 관심으로 발전되었고, 위에서 제기한 것과 같이 여성 역시 골프에 많은 관심을 가지고 참가를 하고 있는 것이다. 특히 골프 인구의 증가와 더불어 다량 수입된 해외브랜드에 의해 고급 골프웨어 시장은 잠식되고 있는 상황에서 국내 골프웨어 시장을 확대하기 위해 골프웨어 착용자의 욕구, 취향변화에 대한 연구가 매 절실한 시점이다[4].

골프웨어의 용도가 스포츠기능성 의복으로서 뿐만 아니라 점차 간편한 일상 캐주얼웨어로 자리 잡고 있는 추세이다. 특히 이 같은 현상은 그동안 마땅히 입을만한 캐주얼 의류가 없었던 중·장년층들에게 있어서 고급스러운 분위기를 갖춘 평상복으로 받아들여지고 있는 것이다. 또한 젊은 층의 골프 인구가 급속히 늘고 있는 것도 골프웨어의 캐주얼 바람이 불고 있는 또 다른 이유이다[5]. 스포츠 중에서도 골프는 비즈니스나 사교의 수단으로 부부 동반하여 즐기기에 적합한 운동이다. 또 본인이 운동의 강도를 조절 할 수 있으며 노년이 되어서도 할 수 있는 스포츠로 최근에는 더욱 관심이 높아져 격한 운동을 새

로 배우기 늦은 나이에도 골프를 시작하는 사람들이 증가하고 있다. 평균 수명의 증가로 노년인구가 늘어나고 골프를 하는 연령대가 20~30대로 내려오면서 자연히 골프의 연령층은 확대되고 골프웨어의 시장도 확대되고 있다[6].

또한 지속적인 골프인구의 증가는 골프웨어 시장을 급성장하게 하였으며 스포츠 용도로 개발된 기능성 소재로 인하여 입기 편한 의복에서 디자인이 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.

한편, 소비자 행동을 연구하기 위해서는 소비자의 가장 기본적인 근본적인 욕구와 목표의 인지적 표현인 개인의 가치 조사가 필요하며[7], 소비자들이 의복을 구입할 때 의복과 함께 얻으려고 하는 추구혜택에 관한 연구가 활발하게 진행되어 왔다. 의복추구혜택의 차원에 관해서는 연구자별로 일관성 있는 결과를 보이지 않고 있으나, 스포츠웨어 소비자를 대상으로 한 연구에서는 의복추구혜택을 유행과 브랜드추구, 기능성추구, 이상적 체형추구, 개성추구, 경제성추구 등으로 구분하고, 이들 요인이 스포츠웨어 선택기준이나 구매만족도에 미치는 영향을 분석하고 있다[8]. 또한, 이정원[9]의 연구에서는 골프웨어 소비자의 의복추구혜택에 따른 구매행동을 분석하고 있으나, 여성 골프소비자를 대상으로 한정적으로 다루어지고 있어 남성들의 골프웨어 추구혜택에 관한 연구도 필요하다.

따라서 여성 골프참가자를 대상으로 골프참가자들의 골프웨어 구매선택기준과 추구혜택을 규명함으로써 골프웨어 마케팅에 대한 구매행동의 합리성을 유도할 수 있는 기초 자료를 제공할 것이다. 본 연구의 구체적인 목적은 다음과 같다. 첫째, 웰빙 라이프스타일이 골프웨어 선택기준에 미치는 영향을 알아본다. 둘째, 웰빙 라이프스타일이 추구혜택에 미치는 영향을 알아본다. 셋째, 골프웨어 구매선택기준이 추구혜택에 미치는 영향을 알아본다.

## 2. 이론적 배경

### 2.1 구매선택기준

소비자는 구매과정에서 자신의 욕구나 욕구체제를 만족시키기 위한 선택을 하며, 이때 중요한 역할을 하는 것 중의 하나가 바로 소비자가 가지고 있는 선택기준이다.

선택기준이란 평가기준이라고도 하며 소비자가 대안을 비교·평가하는데 사용하는 표준과 명세(specification)를 말한다. 의복선택기준은 소비자가 선택과정에서 고려하는 의류제품이 가지고 있는 특성이나 속성으로 정의될 수 있으며, 본질적 속성과 비본질적 속성이 더욱 세분화되어 본질적 속성은 심미성, 유행, 신분 상징성의 표현적 기능과 실용성, 경제성, 맞춤성, 편리성 등의 도구적 기능을 반영한 다차원적인 개념으로 제시되고 있으며, 비본질적 속성으로는 브랜드가 가장 많이 사용되고 있었다.

이소영[10]의 연구에서는 소비자들이 의복 구매 시 선택요인으로 품질과 가격, 세탁편리성, 흡수성, 통기성, 소재의 기능성 순으로 중요시하는 것으로 나타났다. 박은정[11]의 연구결과에서 여성 골프웨어 소비자들은 품질, 색상, 소재, 브랜드 명, 운동 시 활동성, 사이즈 등의 맞춤새, 희귀성, 친구나 소속 집단과의 유사성에서 통계적으로 유의한 차이를 보였으며 운동시 활동성에서 가장 큰 차이를 보였다. 골퍼집단은 스타일 및 디자인, 색상, 가격 순으로 고려하는 것으로 나타났다. 조원경, 정성기[12]은 남녀 골퍼를 대상으로 한 연구결과에서 디자인, 색상, A/S가 차이를 보였고, 여자골퍼는 남자골퍼보다 A/S를 더 중요시하였다. 제품구매 시 여자골퍼는 남자골퍼 보다 디자인, 색상 등 감각적인 면을 더욱 중요시하는 것으로 나타났다. 한성지, 양리나, 김문숙[13]의 50~60대 여성의 라이프스타일에 유형에 따른 의복평가기준을 비교해 본 결과, 과시적 외모지향성을 제외한 모든 라이프스타일 유형에서 의복 구매 시 세탁/관리의 용이, 다른 옷과의 조화, 가격, 품질과 같은 실용적인 측면을 중요하게 고려하는 것으로 나타났다. 구매선택기준 요인별 고려 정도에 따른 만족도를 알아본 연구에서 이소영[10]은 소비자는 골프웨어 구입시 품질을 가장 중요시하는 것으로 나타났으며, 자주 세탁해도 형태가 잘 변하지 않는 골프웨어, 구입시 얼마나 유용하게 입을 수 있을 것인가를 중시, 흡수성, 통기성 등 소재의 기능성, 가격과 세탁방법의 편리성 등의 순으로 고려하는 것으로 나타났다.

## 2.2 의복추구혜택

추구혜택이란 소비자들이 특정제품의 속성이나 서비스와 관련하여 주관적으로 원하는 보상을 말한다[14]. 의복추구혜택에 대한 선행연구는 사회적, 심리적 속성을 포함한 다양한 추구혜택을 포함하고 있다.

일반적으로 의복추구혜택으로 먼저 여성을 대상으로 한 연구를 보면, 여자대학생의 쇼핑성향에 따른 의복추구혜택에 관한 연구에서 자아표현추구, 개성추구, 실용추구, 상표추구, 경제성추구, 유행추구의 6가지 의복추구혜택 차원을 밝혔다[15]. 고애란, 남미우, 조윤정[16]은 주

부의 의복추구혜택으로 자아표현/개성추구, 브랜드 가치추구, 가격 추구, 품위/무난함 추구, 품질 추구의 5개 차원을 밝히고 주부들의 가치관 유형에 따라 의복추구혜택에 차이가 있음을 보여 주었다. 안소현, 서용한, 서문식[17]은 부산시내 성인여성들을 대상으로 섹스어필, 자기개선, 유행추구, 개성추구의 4가지 추구혜택 요인을 밝히고 소비자의 가치관에 따라 추구혜택에 차이가 있다고 하였는데 더 많은 영향력을 미치는 것으로 나타났다. 최근에는 남성을 대상으로 한 추구혜택의 연구도 나타나고 있는데 박은주, 표희수[18]에 따르면 성인남성의 개성 중시성, 편안함 중시성의 4가지 차원으로 나타났으며 의복추구혜택에 따른 점포이미지와 명성을 중시하며, 편안함과 외부영향력중시집단은 편리한 교통과 주차시설을 중시하는 것으로 나타났다. 김지현, 홍금희[19]는 남성집단의 의복추구혜택 차원에 따라 남성집단을 세분화한 결과 개성과 외모향성 추구집단, 편안함 추구집단, 무관심 집단의 세 집단으로 유형화하였다. 황진숙[20]은 남녀 대학생을 대상으로 인상향상, 유행, 개성, 체형보완, 편안함의 추구혜택 차원을 밝혔다. 그 밖에 일반적으로 의복의 추구혜택 이외에 특정한 의복의 추구혜택을 밝힌 연구는 소수에 불과하다. 홍희숙[21]은 관광기념 의류상품에 대해 추구하는 혜택을 실용성/경제성 요인, 심미성 요인, 명성 요인, 관광기념가치의 4가지 요인으로 나누었다. 박혜원, 박주형, 임숙자[22]은 패션 아울렛 점포에 대한 추구혜택에서 아울렛 점포추구혜택요인에 따라 집단을 세분화한 결과 제품추구집단, 점포편의 추구집단, 가격 추구집단의 세 집단으로 세분화하였다. 본 연구에서는 황진숙[8], 이선우[23], 권선진[24]의 선행연구에서 사용한 것을 바탕으로 이상적 추구, 유행과 브랜드 추구, 편안함 추구, 젊음과 개성추구의 4개의 하위요인이 16문항으로 이루어진 설문문을 사용하였다.

## 2.3 구매만족도

구매만족도는 소비자의 구매의사 결정 과정에서 구매 후 행동모델의 주요 변수이다. Howard Sheth[25]는 만족을 “특정 제품의 구매에 대하여 적절하게 보상을 받았다고 느끼는 인지적 상태”라고 하였고, Czepiel[26]은 소비자 만족도에는 기업에 대한 모든 경험 즉, 기업이 제공하는 제품이나 물적 설비, 서비스 등의 다양한 요인에 대한 만족이 포함된다고 하였다. 상품이나 서비스를 구입하기 전에 소비자가 갖는 기대와 사용 후 성과가 일치하거나 실제 성과가 더 나온 것으로 인식되면 소비자들은 만족을 경험하므로[27], 기대와 실제성과 간의 차이가 만족을 결정하는 것이다. 구매만족도는 고객의 충성도를 높여 장기적으로 기업의 재무적 성과를 높이는 핵심 요인으로,

기업에서 고객의 만족수준을 높이면 고객층 성가가 높아지는 반면 가격민감도는 낮아져 기존고객의 확보는 물론 신규고객의 유치도 용이해지고 결국 기업의 이미지와 평판을 높일 수 있다[28]. 소비자들이 의복을 구입한 후 인지할 수 있는 만족은 대부분 결과변수로 다루어지고 있다. 의복추구혜택과 구매만족도와의 관계를 분석한 연구를 살펴보면, 장미순, 김동진[29]은 케이블 TV 홈 쇼핑을 통한 디자이너 의류제품 구매자의 의복추구혜택을 유행성, 개성, 실용성, 경제성 및 브랜드가치로 구분하고 구매만족도가 높은 소비자가 그렇지 않은 소비자보다 브랜드가치 요인을 중요시한다는 것을 밝혔다. 박혜원, 박주형, 임숙자[23]은 아울렛 소비자의 추구혜택에 따른 제품추구집단, 편의추구집단, 가격추구집단으로 유형화하여 이들 집단에 따라 캐주얼 의류제품 만족도 차이를 측정하고 결과 품질, 실용성, 브랜드상징성, 사회적 인정성에 대한 만족도에 차이가 있음을 확인하였다. 반아름[30]에 의하면 프리미엄 진 팬츠 소비자의 추구혜택에 따라 구매만족도에 차이가 있었다. 또한 친환경 의류제품에 관한 연구에서는 의복추구혜택을 친환경 소비자의 구매에 영향을 미치는 주요 요인으로 파악하고 있다[31].

### 3. 연구방법

#### 3.1 연구대상 및 방법

본 연구의 대상은 2010년 5월 10일~5월 28일까지 K도에서 골프경기 및 골프연습장을 이용하고 있는 20세 이상 성인을 모집단으로 선정하였으며, 설문은 총 250부 중 확인적 응답 등 불성실하게 응답한 자료로 판단되거나 조사내용의 일부가 누락된 44부를 제외한 총 206부를 최종 유효 표본으로 사용하였다. 설문지 작성은 먼저 연구의 목적과 설문작성 시의 유의점을 인식시키고 골프 운동에 참여하는 사람들에게 골프웨어의 구매선택기준, 의복추구혜택, 만족도에 대한 정서를 솔직하게 답할 수 있도록 시간을 할애하여 자기평가기입법(self-administration method)으로 실시하였다. 구체적인 연구대상의 인구통계학적 특성은 표 1과 같다.

#### 3.2 조사도구

본 연구에서 사용한 조사도구는 설문지로 자기평가기입법을 사용하였다. 설문문항의 구성은 표 1과 같다.

[표 1] 설문지의 구성요인

[Table 1] Constructional factors of Questionnaire

구분		문항 수
구매선택기준	실용적 측면	7
	유행추구 측면	5
	계	12
의복추구혜택	이상적 추구	4
	유행과 브랜드 추구	5
	편안함 추구	3
	젊음과 개성 추구	4
계		16
구매만족도		4
인구사회학적 특성		4
계		36

골프웨어 소비자의 구매선택기준이 의복추구혜택과 만족도의 관계를 밝히고자 본 연구에서는 설문지의 구성요소를 골프 참여자들의 인구사회학적 변인(성별, 연령, 결혼유무, 건강상태)로 4문항, 골프웨어 구매선택기준 12문항(실용적 측면, 유행추구 측면), 골프웨어 의복추구혜택 16문항(이상적 추구, 유행과 브랜드 추구, 편안함 추구, 젊음과 개성추구), 만족도 4문항으로 총 36문항으로 구성하였다.

골프웨어 구매선택기준에 대한 설문지는 이선우[24], 서세연[32]의 연구에서 사용한 구매선택기준에 대한 문항을 바탕으로 실용적 측면, 유행추구 측면의 2개의 하위요인으로 12문항으로 이루어진 설문지를 사용하였다. 그리고 “매우 그렇다 5점”에서 “전혀 그렇지 않다 1점”의 5점 Likert 척도로 평정하였다.

골프웨어 의복추구혜택에 대한 설문지는 이현경[33], 황진숙[8]과 휘트니스 웨어의 추구혜택에 대해 연구한 권선진[24]의 선행 연구에서 사용한 이상적 추구, 유행과 브랜드 추구, 편안함 추구, 젊음과 개성추구의 4개의 하위요인이 16문항으로 이루어진 설문지를 사용하였다. 그리고 “매우 그렇다 5점”에서 “전혀 그렇지 않다 1점”의 5점 Likert 척도로 평정하였다.

골프웨어 구매만족도는 박혜원, 박주형[34], 반아름[30] 등의 연구와 예비조사 결과를 참조하여 총 4문항을 5점 Likert 척도로 측정하였다. 그리고 인구사회학적 특성은 성별, 연령, 결혼유무, 주관적 건강상태의 총 4문항을 측정하였다.

#### 3.3 설문지 타당도 및 신뢰도

본 연구에서의 설문지를 구성한 후 설문지의 구성과

변수의 조작적 정의에 대한 안면타당도(face validity)를 검증받기 위하여 전문가들로 구성된 집단에서 판단을 의뢰하여 안면타당도를 검증받았다. 또한, 구성타당도(construct validity)를 확보하기 위하여, 구매선택기준과 의복추구혜택의 변수에 대한 탐색적 요인분석을 실시하였다. 탐색적 요인분석은 요인추출모델로 주성분 분석(principal component analysis)을 사용하였으며, 직각회전 방식 중 베리맥스(varimax) 방식을 사용하여 분석하였다. 이때 요인적재치가 0.5 이상인 문항들을 중심으로 선택하였다.

[표 2] 구매선택기준에 대한 요인분석 및 신뢰도  
[Table 2] Factor analysis and reliability on the purchasing selection criteria

문항	실용적 측면	유행추구 측면	신뢰도	
기능11	<b>0.800</b>	-0.032		
품질6	<b>0.719</b>	0.241		
실용적	용도5	<b>0.696</b>	-0.296	
	가격3	<b>0.664</b>	0.037	.785
	소재4	<b>0.615</b>	0.165	
	착용감9	<b>0.597</b>	-0.151	
관리8	<b>0.540</b>	0.337		
유행추구	유행12	-0.006	<b>0.843</b>	
	광고7	-0.201	<b>0.802</b>	
	디자인1	0.493	<b>0.686</b>	.694
	상표10	-0.088	<b>0.670</b>	
	색상2	0.446	<b>0.566</b>	
고유값	3.742	2.630		
변량기여율	31.187	21.920	.775	
누적기여율	31.187	53.108		

표 2에서 나타난 바와 같이 골프웨어 소비자의 구매선택기준에 대한 요인분석 및 신뢰도 결과 12문항 2요인으로 요인을 추출하였다. 요인은 실용적 측면 .785(7문항), 유행측면 .694(5문항)로 전체 12문항 분산의 53.108%를 설명하였으며, 하위요인 요인적재 값은 .504~.843 사이에 분포하였다. 신뢰도를 측정하기 위하여 문항내적 일치도를 측정하는 Cronbach's  $\alpha$ 를 이용한 신뢰도 분석 결과 전체 골프웨어 구매선택기준의 신뢰도 .775로 신뢰도가 높은 것으로 나타났다.

[표 3] 의복추구혜택에 대한 요인분석 및 신뢰도

[Table 3] Factor analysis and reliability on the clothing pursuit benefits

요인	유행과 브랜드 추구	이상적 추구	젊음과 개성추구	편안함 추구	신뢰도
Q1	<b>0.794</b>	0.291	0.078	-0.071	
Q2	<b>0.773</b>	-0.009	0.124	-0.062	
Q3	<b>0.772</b>	0.132	0.234	-0.014	.834
Q4	<b>0.709</b>	0.037	0.280	0.057	
Q5	<b>0.664</b>	0.175	0.127	0.207	
Q6	0.121	<b>0.898</b>	0.091	-0.012	
Q7	0.094	<b>0.876</b>	0.107	0.027	.801
Q8	0.067	<b>0.622</b>	0.228	0.227	
Q9	0.250	<b>0.616</b>	0.23	0.192	
Q10	0.169	0.130	<b>0.817</b>	0.007	
Q11	0.217	0.290	<b>0.724</b>	0.211	.785
Q12	0.201	0.217	<b>0.675</b>	0.269	
Q13	0.288	0.061	<b>0.645</b>	-0.290	
Q14	-0.017	0.100	0.105	<b>0.866</b>	
Q15	-0.040	0.015	0.166	<b>0.846</b>	.763
Q16	0.109	0.188	-0.123	<b>0.680</b>	
고유값	5.132	2.366	1.598	1.318	
변량기여율	32.073	14.787	9.989	8.239	.852
누적기여율	32.073	46.860	56.848	65.087	

Q : 의복추구혜택의 대한 설문 문항으로

Q1~Q5 : 의복추구혜택의 하위요인으로 유행과 브랜드

Q6~Q9 : 의복추구혜택의 하위요인으로 이상적 추구

Q10~Q13 : 의복추구혜택의 하위요인으로 젊음과 개성추구

Q14~Q16 : 의복추구혜택의 하위요인으로 편안함 추구

표 3에서 나타난 바와 같이 의복추구혜택에 대한 요인 분석 및 신뢰도 결과 16문항 4요인으로 요인을 추출하였다. 요인은 유행과 브랜드 .835(5문항), 이상적 추구 .801(4문항), 젊음과 개성추구 .785(4문항), 편안함 추구 .765(3문항)로 전체 전체 16문항 분산의 64.900%를 설명하였으며, 하위요인 요인적재 값은 .612~.902 사이에 분포하였다. 신뢰도를 측정하기 위하여 문항내적 일치도를 측정하는 Cronbach's  $\alpha$ 를 이용한 신뢰도 분석 결과 전체 라이프스타일의 신뢰도 .846로 신뢰도가 높은 것으로 나타났다.

### 3.4 자료처리방법

본 연구의 수집된 자료는 SPSS(Statistical Package for the Social Science) WIN 13.0 프로그램을 이용하여 분석하였다. 분석기법으로는 연구대상자의 일반적 특성을 파악하기 위해 빈도와 백분율을 산출하였으며, 변수의 타당성과 신뢰성을 검증하기 위해 요인분석을 실시하였고,

Cronbach  $\alpha$  를 산출하였다. 또한 골프웨어 소비자의 구매선택기준이 의복추구혜택과 만족도에 미치는 영향을 알아보기 위해 Multiple Regression(다중회귀분석)을 실시하였다. 모든 통계 분석은 유의수준은  $p < .05$ 로 설정하였다.

## 4. 연구결과 및 논의

### 4.1 연구대상자의 인구사회학적 특성

인구사회학적 특성은 표 4와 같이 성별은 남자가 51.0%, 여자가 49.0%로 비슷한 분포를 보였다. 연령별 분포는 40대에서 50대의 연령대가 가장 많이 나타났으며, 결혼 유무는 기혼이 57.3%로 미혼 42.7%로 조금 높게 나타났다. 건강상태별은 건강한편이 79.4% 가장 많음을 알 수 있다.

[표 4] 연구대상자의 인구사회학적 특성

[Table 4] Research subjects' socio-demographic characteristics

구분	항목	빈도(명)	비율(%)
성별	남자	105	51.0
	여자	101	49.0
연령	20대	25	11.5
	30대	57	26.1
	40대	77	35.3
	50대이상	59	27.1
결혼유무	미혼	93	42.7
	기혼	125	57.3
건강상태	건강한편이다	173	79.4
	보통이다	33	15.0
	허약하다	12	5.6

### 4.2 골프웨어 소비자의 구매선택기준이, 의복추구혜택, 만족도 상관관계

표 5에서 보는 바와 같이 골프웨어 소비자의 구매선택기준, 의복추구혜택, 만족도에 미치는 예측 설명력을 검증하기에 앞서 각 변수들 간의 상관관계 분석을 위하여 Pearson의 적률 상관계수를 산출한 결과는 표 9와 같다. 표 5에 나타난 바와 같이 상관분석 결과 구매선택기준은 의복추구혜택에 양의 상관관계가 있으며, 의복추구혜택은 만족도에 양의 상관관계를 보였다. 독립변수간의 상관관계를 나타내는 다중공선상의 기준치인 .80보다 모든 변수에서 작게 나타났기 때문에 다중공선상의 문제가 없다고 사료된다.

[표 5] 구매선택기준, 의복추구혜택, 만족도에 대한 상관관계 분석

[Table 5] Correlation analysis on purchasing selection criteria, clothing pursuit benefit, and satisfaction

	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7
Q1	1						
Q2	.693**	1					
Q3	.368**	.542**	1				
Q4	.343**	.437**	.606**	1			
Q5	.333**	.442**	.579**	.632**	1		
Q6	.260**	.328**	.374**	.446**	.577**	1	
Q7	.356**	.431**	.527**	.472**	.484**	.385**	1

\*\*  $p < .0$

Q1 : 선택기준에 대한 실용적 측면, Q2 : 선택기준에 대한 유행추구 측면, Q3 : 추구혜택에 대한 유행과 브랜드 추구, Q4 : 추구혜택에 대한 이상적 추구, Q5 : 추구혜택에 대한 젊음과 개성추구, Q6 : 추구혜택에 대한 편안함 추구, Q7 : 만족도

### 4.3 골프웨어 구매선택기준이 의복추구혜택에 미치는 영향

#### 4.3.1 골프웨어 구매선택기준이 이상적 추구에 미치는 영향

골프웨어 소비자의 구매선택기준이 이상적 추구에 미치는 영향에 대해 살펴본 결과는 표 6와 같다.

[표 6] 골프웨어 구매선택기준이 이상적 추구에 미치는 영향

[Table 6] Influence of the golf-wear purchasing selection criteria upon ideal pursuit

구분	이상적 추구			
	B	$\beta$	t	p
실용적 측면	0.377	0.270	3.729***	0.000
유행 추구 측면	0.144	0.125	1.725	0.086
상수		1.792	4.683***	0.000
$R^2$	0.316			
F(p)	13.269(.000)***			

\*\*\*  $p < .001$

표 6에서 보는 바와 같이 골프웨어 소비자들의 구매선택기준이 의복추구혜택의 하위요인인 이상적 추구에 미치는 영향을 알아보기 위한 다중회귀분석 결과,  $R^2 = .316$ 으로 골프웨어 구매선택기준이 의복추구혜택의 이상적 추구에 31.6%를 설명하고 있으며,  $F_{값} = 13.269$ 로 유의수준 .001에서 회귀식이 유의한 것으로 나타났다( $p < .001$ ). 골프웨어 구매선택기준 유형 중 실용적 측면의 B(회귀계

수)=.377이고,  $t=3.729$ 로 유의수준 .001에서 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다( $p<.001$ ).

이로써 골프 경기 및 골프연습장을 이용하는 소비자들은 골프웨어를 구입할 때 실용적 측면을 많이 고려할수록 이상적 추구가 높음을 알 수 있다.

#### 4.3.2 골프웨어 구매선택기준이 유행과 브랜드 추구에 미치는 영향

골프웨어 소비자의 골프웨어 구매선택기준이 유행과 브랜드추구에 미치는 영향에 대해 살펴본 결과는 표 7과 같다.

**[표 7]** 골프웨어 구매선택기준이 유행과 브랜드 추구에 미치는 영향

**[Table 7]** Influence of the golf-wear purchasing selection criteria upon brand pursuit

구 분	유행과 브랜드 추구			
	B	$\beta$	t	p
실용적 측면	-0.024	-0.016	-0.240	0.811
유행 추구 측면	0.609	0.501	7.500***	0.000
constant	1.189		3.198**	0.002
$R^2$			0.245	
F(p)			32.882(.000)***	

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

표 7에서 보는 바와 같이 골프웨어 소비자의 골프웨어 구매선택기준이 의복추구혜택의 하위요인인 유행과 브랜드에 미치는 영향을 알아보기 위한 다중회귀분석 결과,  $R^2=.245$ 로 골프웨어 구매선택기준이 의복추구혜택의 유행과 브랜드 추구에 24.5%를 설명하고 있으며,  $F값=32.882$ 로 유의 수준 .001에서 회귀식이 유의한 것으로 나타났다( $p<.001$ ). 골프웨어 구매선택기준 유행 중 유행과 브랜드 측면의 B(회귀계수)=.609이고,  $t=7.500$ 로 유의수준 .001에서 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다( $p<.001$ ).

이러한 결과 김정은[35]의 구매선택기준의 하위요인인 유행추구 측면이 의복추구혜택인 유행과 브랜드에 영향을 미치는 것으로 나타나, 본 연구와 일치하는 것으로 나타났다. 이로써 골프경기 및 골프연습장을 이용하는 골프웨어 소비자들은 골프웨어를 구입할 때 유행 및 브랜드 추구 측면을 많이 고려할수록 유행과 브랜드 추구가 높음을 알 수 있다.

#### 4.3.3 골프웨어 선택기준이 편안함 추구에 미치는 영향

골프 참여자들의 골프웨어 구매선택기준이 편안함 추

구에 미치는 영향에 대해 살펴본 결과는 표 8과 같다.

**[표 8]** 골프웨어 구매선택기준이 편안함 추구에 미치는 영향

**[Table 8]** Influence of the golf-wear purchasing selection criteria upon comfort pursuit

구 분	편안함 추구			
	B	$\beta$	t	p
실용적 측면	0.530	0.395	5.516***	0.000
유행 추구 측면	-0.182	-0.164	-2.284*	0.023
constant	2.524		6.936***	0.000
$R^2$			0.430	
F(p)			15.213(.000)***	

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

표 8에서 보는 바와 같이 골프웨어 소비자의 구매선택기준이 의복추구혜택의 하위요인인 편안함에 미치는 영향을 알아보기 위한 다중회귀분석 결과,  $R^2=.430$ 로 골프웨어 구매선택기준이 의복추구혜택의 편안함 추구에 43.0%를 설명하고 있으며,  $F값=15.213$ 로 유의 수준 .001에서 회귀식이 유의한 것으로 나타났다( $p<.001$ ). 골프웨어 구매선택기준 유행 중 실용적 측면의 B(회귀계수)=.530이고,  $t=5.516$ 로 유의수준 .001에서 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 유행추구 측면의 B(회귀계수)=.182이고,  $t=2.284$ 로 유의수준 .05에서 통계적으로 유의미한 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다( $p<.05$ ).

이러한 결과 성인남성의 의복선택기준을 실용적 기준인 가격, 품질, 세탁 및 관리의 용이성과 유행·심미적 기준으로 구분하여 의복추구혜택을 연구한 김정은[35]의 연구결과와 일치한 결과를 보이고 있다.

또한 이정원[9]의 연구 여성 소비자의 골프웨어 선택기준을 실용적 기준, 내재적 기준, 외재적 기준으로 구분하고 의복추구혜택별로 골프웨어 선택기준에 차이가 있다는 것을 밝혔다. 이로써 골프경기 및 골프연습장을 이용하는 골프웨어 소비자들은 골프웨어를 구입할 때 실용적 측면을 많이 고려할수록 편안함 추구가 높으며, 유행추구적 측면을 많이 고려할수록 편안함 추구가 낮음을 알 수 있다.

#### 4.3.4 골프웨어 구매선택기준이 젊음과 개성 추구에 미치는 영향

골프웨어 소비자의 구매선택기준이 젊음과 개성추구에 미치는 영향에 대해 살펴본 결과는 표 9과 같다.

[표 9] 골프웨어 구매선택기준이 젊음과 개성추구에 미치는 영향

[Table 9] Influence of the golf-wear purchasing selection criteria upon pursuit for youth and individuality

구분	젊음과 개성 추구			
	B	$\beta$	t	p
실용적 측면	0.370	0.265	3.802***	0.000
유행 추구 측면	0.277	0.239	3.438**	0.001
constant	0.966		2.625**	0.009
R <sup>2</sup>		0.379		
F		22.150***		
(p)		(0.000)		

\*\* p<.01, \*\*\* p<.001

표 9에서 보는 바와 같이 골프웨어 소비자의 구매선택기준이 의복추구혜택의 하위요인인 젊음과 개성 추구에 미치는 영향을 알아보기 위한 다중회귀분석 결과, R<sup>2</sup>=.379로 골프웨어 구매선택기준이 의복추구혜택의 젊음과 개성 추구에 37.9%를 설명하고 있으며, F값=22.150으로 유의 수준 .001에서 회귀식이 유의한 것으로 나타났다(p<.001). 골프웨어 구매선택기준 유형 중 실용적 측면의 B(회귀계수)=.370이고, t=3.802로 유의수준 .001에서 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 유행추구 측면의 B(회귀계수)=.277이고, t=3.625로 유의수준 .01에서 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다(p<.05).

이로써 골프경기 및 골프연습장을 이용하는 골프웨어 소비자들은 골프웨어를 구입할 때 실용적 측면과 유행추구 측면을 많이 고려할수록 젊음과 개성 추구가 높음을 알 수 있다.

#### 4.3.4 골프웨어 구매선택기준이 만족도에 미치는 영향

골프웨어 소비자의 구매선택기준이 만족도에 미치는 영향에 대해 살펴본 결과는 표 10과 같다.

[표 10] 골프웨어 구매선택기준이 구매만족도에 미치는 영향

[Table 10] Influence of the golf-wear purchasing selection criteria upon purchase satisfaction

구분	구매만족도			
	B	$\beta$	t	p
실용적 측면	0.465	0.343	4.722***	0.000
유행추구 측면	0.268	0.324	3.325**	0.001
constant	2.966		5.625**	0.009
R <sup>2</sup>		0.479		
F		42.150***		
(p)		(0.000)		

\*\* p<.01, \*\*\* p<.001

표 10에서 보는 바와 같이 골프웨어 소비자의 구매선택기준이 만족도에 미치는 영향을 알아보기 위한 다중회귀분석 결과, R<sup>2</sup>=.479로 골프웨어 구매선택기준이 만족도에 47.9%를 설명하고 있으며, F값=42.150으로 유의 수준 .001에서 회귀식이 유의한 것으로 나타났다(p<.001). 골프웨어 구매선택기준 유형 중 실용적 측면의 B(회귀계수)=.465이고, t=4.722로 유의수준 .001에서 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 유행추구 측면의 B(회귀계수)=.268이고, t=3.325로 유의수준 .01에서 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다(p<.05).

이러한 결과는 골프웨어 소비자의 구매선택기준 중 실용적 측면, 유행추구 측면에 영향을 준다고 밝힌 홍희숙, 고애란[33]의 연구와 비슷한 맥락에서 이해할 수 있으며, 이소영[10]은 골프웨어 소비자의 구매선택기준을 상징성, 심미성, 편안함, 실용성, 품질, 착용의 다양성으로 구분하고, 이들 요인의 고려정도가 구매만족도에 영향을 미친다는 것을 밝혔고, 이기순[35]은 초등학교 여교사들의 골프웨어 선택기준이 만족도에 미치는 영향을 확인하였다. 이로써 골프경기 및 골프연습장을 이용하는 골프웨어 소비자들은 골프웨어 구입 시 실용적 측면과 유행추구 측면을 많이 고려할수록 만족도가 높음을 알 수 있다. 이상으로 살펴본 바와 같이 소비자는 다양한 의복추구혜택을 평가하여 골프웨어를 구매할 것으로 생각되며, 소비자가 지니고 있는 소비의식과 구매선택기준은 골프웨어 구매시 영향을 미칠 수 있다.

## 5. 결론

본 연구는 골프웨어 소비자들을 대상으로 그들이 선택하는 골프웨어에 대한 소비자들의 경향을 알아보고자 골프운동(골프경기 및 골프연습장)을 이용하는 소비자들의 골프웨어 구매선택기준, 의복추구혜택, 의류 만족도에 미치는 영향을 알아보고자 하였다. 본 연구는 K도에서 골프장 및 골프연습장을 이용하는 동호인 206명을 대상으로 구매선택기준, 의복추구혜택, 의류만족도에 대한 설문지 조사를 실시하였다. 그 결과는 다음과 같다.

첫째, 골프웨어 소비자의 구매선택기준, 의복추구혜택, 만족도의 상관관계를 분석한 결과 정적인 상관이 있는 것으로 나타났다.

둘째, 골프웨어 소비자의 구매선택기준의 하위요인인 실용적 측면은 의복추구혜택인 이상적 추구에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

셋째, 골프웨어 소비자의 구매선택기준의 하위요인인



유행 추구 측면은 의복추구혜택인 유행과 브랜드 추구에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

넷째, 골프웨어 소비자의 구매선택기준의 하위요인인 실용적 측면과 유행추구 측면은 의복추구혜택인 편안함 추구에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

다섯째, 골프웨어 소비자의 구매선택기준의 하위요인인 실용적 측면과 유행추구 측면은 의복추구혜택인 젊음과 개성 추구에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

여섯째, 골프웨어 소비자의 구매선택기준의 하위요인인 실용적 측면과 유행추구 측면은 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

본 연구의 논의 및 결론에서 이미 나타난 바와 같이 골프웨어 소비자의 구매선택기준이 의복추구혜택과 구매만족도에 미치는 영향관계는 각각의 하위요인에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이러한 연구결과를 종합해 볼 때 골프웨어 소비자의 구매선택기준이 의복추구혜택과 구매만족도에 미치는 영향력을 확인하고, 골프웨어 선택기준이 구매만족도를 이끄는 중요한 요소임을 밝힘으로써 골프웨어 소비자의 특성을 이해하거나 제품 개발을 위한 기초 자료를 제공하는 것에 의의가 있다. 또한 골프웨어 소비자를 위한 좀 더 적극적인 제품 개발의 필요성을 제시하고, 의복추구혜택에 따른 구매선택 기준을 고려하여 골프웨어의 구매만족도를 높일 수 있는 의미 있는 시사점을 제공하는 결과를 도출하였으며, 골프웨어 소비자들이 제품 선택과 구매시 영향을 받는 다른 변인들도 연구 개발하여 보다 다양한 측면에서 연구가 이루어져야 할 것이다.

## References

[1] B, I, Park, "Current TRends and Perspective of the Korean Sportswear Industry", Major in Physical Education Graduate School Kyung-gi University, 2000.

[2] D, W, Joo, "A Study on Factors that Decide Situation the Purchase for Sports Wear Brands", Korea Sport Research, Vol 16, No 5, pp, 849-860, 2005.

[3] O, J, Park, H, S, Pyo. "Effects of Shopping on Store Choice Behavior for Golf Wear", Journal of the Korean Society of Clothing Industry, Vol, 8 No, 5, pp, 545-551, 2006.

[4] I, S, Koo, "A Study on the Brand Perception and Preference of Golf Wear", Chungnam national University of Human Ecology, Vol, 20, pp, 38-49, 2007.

[5] W, K, Cho, "A Study on Purchasing Behavior of Golf Wear Consumers", Department of Fashion Marketing,

The Graduate School of Dongduk University, 2001.

[6] Y, S, Chung, "A Study on the Functional Materia and Products Trend by the Analysis of the Golf Wear Brand Market", Journal of korean society of design science, Vol, 22 No, 4 pp, 155-164, 2009.

[7] Peter, J, P., & Olson, J, C. "Consumer behavior; Marketing strategy perspectives". Homewood, ILL : Irwin Inc. pp. 105-116, 1987.

[8] J, S, Hwang, "The Internet and TV home shopping perceived risk segments: shopping orientations, purchase intention, and purchase behavior", Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles, Vol, 29 No, 5, pp, 637-648, 2005.

[9] J, W, Lee, "The Benefit Segmentation of Female Golf wear Consumers and Golf wear Buying Behavior", Department of Clothing & Textiles, The Graduate School of Konkuk University, 2009.

[10] S, Y, Lee, "Selection Criteria to Purchase Golf-wear and its Satisfaction Level", Department of Clothing & Textiles Graduate School of Kyung Hee University, 2002.

[11] J, E, Park, "A Study on the Consumers Impulse-Buying and the psychological Characteristics of Apparels by Body Cathexis and Clothing Attitude", Department of Clothing and Textile, The Graduate School Gyeong Sang National University, 2002.

[12] W, K, Cho, C, S, Joo, "A Study on Purchasing Behavior of Golf Wear Consumers", Department of Fashion Design, Dongduk Womens University, Vol 5, pp, 41-61, 2002.

[13] S, J, Han, R, L, Yoo, M, S, Kim, "A Study on the Clothing Buying Behavior According to Lifestyle Type of Women in Their 50's and 60;s", The Research Journal of the Costume Culture, Vol, 10 No, 5, pp, 504-517, 2002.

[14] Peter, J, P., & Olson, J, C. "Consumer Behavior : Marketing strategy Perspectiver", Homewood, ILL: Irwin Inc. pp, 105-116.

[15] M, W, Nan, K, K, Kim, "A Study on the Clothing Buying and the Source of Information of Korean Female University Students According to Shopping Orientation", Journal of the Korean Home Economics Association, Vol, 41 No, 9, pp, 55-67, 2003.

[16] A, R, Koh, M, W, Nan, Y, J, Jo, "A Study on the Apparel Benefits and Buying Behavior According to Values and Lifestyle", Journal of the Korean Home Economics Association, Vol, 40 No, 5, pp, 119-132, 2002.

- [17] S, H, Ahn, Y, H, S대, M, S, Seo, "An Exploratory Research on Hierarchical Causality of Personal Value, Benefits Sought and Clothing Product Attributes", Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles, Vol, 24, No, 5, pp, 652-662. 2000.
- [18] E, J, Park, H, S, Pyo, "Effects of Shopping Value on Store Choics Behavior for Golf Wear", Journal of the Korean Society of Clothing Indutry, Vol, 8, No, 5, pp, 545-551, 2006.
- [19] J, H, Kim, K, H, Hong, "A Study on Shoppation Orientation and Information Source by Male's Clothing Benefits", Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles, Vol, 24, No, 1, pp, 43-54, 2000.
- [20] J, S, Hwang, "The Effect of Clothing Involvement and Internet Usage on Internet Shopping Attitude and Internet Purchase of Clothing Products", Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles, Vol, 27, No, 2, pp, 177-187, 2003.
- [21] S, H, Hee, "The Effect of thought and Fashion Image on Purchase Intention of Gal-ot", Journal of the Korean Home Economics Association, Vol, 29, No, 2, pp, 73-84, 2001.
- [22] H, J, Park, J, H, Park, S, J, Lim, "A Study on Pursuing Benefits and Satisfaction at Fashion Outlet Store". Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles, Vol, 28, 7, pp, 950-961, 2004.
- [23] S, W, Lee, "Study on Relationship between Well-being Lifestyle and Benefit to Pursue Sporswear (Focused on Consumers in 20s-30s)", Department of Clothing and Textile, Department School of Sookmyung Womens University, 2007.
- [24] S, J, Kwon, "Benefits Sought and Purchasing Behavior of Fitness Wear Related to Life Style", Graduate School of Konkuk University, Department of Clothing and Textile, 2007.
- [25] Howard, J., & Sheth, J. N, "The theory of buyer behavior", New York: John Wiley & Sons, 1969.
- [26] Czepiel, J, A., "Perspectives on consumer satisfaction. Proceedings of the American Marketing Association", Chicago, Vol, 36, pp, 119-123, 1974.
- [27] Oliver, R, L, "Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer". New York: McGraw-Hill, 1997.
- [28] Fomell, C, "A national customer satisfaction barometer: The swedish experience". Journal of Marketing, 56(January), pp, 6-21, 1992.
- [29] M, S, Chang, D, G, Kim, "A Study on Consumer Satisfaction/dissatisfaction of designer brand Clothing on Cable TV home Shopping", Designforum21, Vol, 37, No, 20, pp, 149-163, 2003.
- [30] A, R, Ban, "A Study on the Benefits that the Consumers of Premium Jean Pants Pursue and Their Clothes Purchasing Behavior", Department of Clothing and Textile, Department School of Sookmyung Women's University, 2006.
- [31] H, S, Hong, A, R, Koh, "Transactions : The Effects of Benefits Pursued to Clothing on the Purchase Intention of Apparel for Consumer's Well-being-Eco-friendly and Health-functional Apparels, Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles, Vol, 33, No, 11, pp, 1839-1852, 2009.
- [32] S, Y, Seo, "The effrct of lifesty on Clothing purchasing behavior of Masstige brand Consumers", Graduate School of Konkuk University, Department of Clothing and Textile, 2006.
- [33] H, K, Lee, "A Study on Consumer's Value, Benefit Pursuit, and Attribute Evaluation of Sportswear", Department of Clothing Graduate School of Sungshin Women's University, 2003.
- [34] H, W, Park, J, H, Park, "A Study on Pursuing Benefits and Satisfaction at Casual and Official Wear of Fashion Outlet Users", Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles, Vol, 29, No, 3, 2005
- [35] J, E, Kim, "A Study on Clothing Benefits Sought and Clothing Purchasing Behavior According to Social Values of Male Adults", Department of Clothing & Textiles Graduate School of Sookmyoung Women's University, 2008.
- [36] K, S, Lee, "Satisfaction of choice criteria for golf-ware of woman's teacher in elementary school", Graduate School of Sports Science in Yongin University Mejjoring Golf of Golf department, 2007.

문 태 영(Tae-Young Moon)

[정회원]



- 1993년 2월 : 국민대학교 체육학과 (운동생리학 체육학석사)
- 2000년 2월 : 명지대학교 체육학과 (이학박사)
- 2005년 3월 ~ 현재 : 강원대학교 응급구조학과 교수

<관심분야>  
보건의학·건강증진

박 승 환(Seung-Hwan Park)

[정회원]



- 2000년 2월 : 관동대학교 사회체육학과 (운동심리학 체육학석사)
- 2005년 2월 : 명지대학교 체육학과 (이학박사)
- 2001년 3월 ~ 현재 : 강원도립대학 레저스포츠학과 겸임교수

<관심분야>

스포츠마케팅, 레저스포츠