

Z세대의 여가 라이프스타일이 삶의 몰입에 미치는 영향: 지각된 가치와 자기효능감의 역할

이석동¹

¹장안대학교 교수

Impact of Generation Z's Leisure Lifestyle on Flow: The Role of Perceived Value and Self-efficacy

Lee, Seok-Dong¹

¹Jangan University

Abstract

The purpose of this study is to examine how the leisure lifestyle of Generation Z, who will emerge as the future consumer generation, influences their flow, and to identify whether there are differences in the perception of leisure based on lifestyle by confirming the roles of perceived values and self-efficacy. For this purpose, a structured questionnaire was administered to J University students, and a total of 256 valid questionnaires were analyzed.

The analysis results show that each sub-factor of leisure lifestyle has a positive impact on self-efficacy and flow, and self-efficacy is confirmed to be an important factor in enhancing flow. Utilitarian value showed moderating effects between family centrality and self-efficacy, as well as between rational planning and self-efficacy. Hedonic value exhibited moderating effects between sensory seeking and self-efficacy, and between rational planning and self-efficacy. Additionally, the mediating effect analysis revealed partial mediation of self-efficacy between leisure lifestyle and flow.

Through the analysis results, it can be anticipated that the leisure lifestyle of Generation Z, by increasing self-efficacy and enhancing flow, especially highlights the crucial role of family centrality. This suggests the potential success of developing various programs related to family-centered leisure activities. Moreover, perceived values can enhance self-efficacy, and since self-efficacy can significantly influence the enhancement of flow for Generation Z, the application of leisure programs related to these factors is indicated.

Key words : lgeneration Z, leisure lifestyle, perceived values, self-efficacy, flow

주요어 : Z세대, 여가라이프스타일, 지각된 가치관, 자기효능감, 삶의 몰입

본 연구는 장안대학교 2023년도 연구비 지원에 의하여 연구되었음.

Address reprint requests to : Lee, Seok-Dong

E-mail: pga2255@hanmail.net

Received: November, 08, 2023 Revised: December, 9, 2023 Accepted: December, 15, 2023

I. 서론

1. 연구의 필요성 및 목적

최근 소비의 축은 실버세대와 상대적으로 젊은 MZ세대로 움직이고 있는 것으로 알려져 있다. 이런 이유로 기업 등 소비재와 서비스를 제공하는 제공자들은 이들 세대에 맞는 다양한 결과물을 제공하기 위해 노력하고 있다.

본 연구에서 관심을 갖고 있는 MZ세대는 이전 세대와는 달리 비교적 풍요로운 시대를 살아왔으며 최근 소비의 중심으로 등장하면서 이들에 대한 관심이 고조되고 있는 것도(이선희, 2023) 같은 맥락에서 해석할 수 있다. 소비 문화를 이끌고 있는 MZ세대를 표적시장으로 하는 다양한 상품과 서비스가 출시될 뿐 아니라 이와 관련된 마케팅 활동의 결과는 TV, 인터넷, SNS 등 다양한 매체에서 발견되고 있다. MZ세대의 구분은 학자나 기관에 따라 다르지만 대체로 1980~1994까지 출생한 M세대와 1995~2010년 초반까지 출생한 Z세대를 통괄하고 있으며 2020년 기준 우리나라 전체 인구의 32.5%를 차지하고 있다(통계청, 2022).

본 연구가 MZ세대 중 특히 Z세대에 주목하는 이유는 다음과 같다. Z세대는 2000년대 초반 정보기술(IT)의 발전에 따라 디지털 환경에서 성장한 세대로 아날로그 시대를 겪지 못한 완벽한 디지털 세대(김동심, 주경희, 김주현, 2019)로서, 디지털 환경에서 성장함에 따라 개인적이고 독립적인 성향을 보이고, 경제적 가치를 우선시한다. 또한 순간 집중력이 뛰어나고, 정보 처리 능력이 빠르고 사회, 경제적 지위나 인종, 종교, 성별에 편견이 없으며, 자기가 추구하는 가치와 하고 싶은 일을 하는 성향을 보인다(박혜숙, 2016). 이들은 여가 활동을 통해 즐거움과 행복을 추구하고, 하고 싶은 일을 할 때 행복한 삶을 사는 것으로 느끼며(권연수, 2019), 여가 활동에 대한 정보를 가지고 있을 때 긍정

적인 태도와 긍정적인 여가활동을 보이고 있다(한지훈, 2023). 소비 활동에 있어서는 여가 소비에 가장 많은 비용을 지출하고 있으나 그 비용을 아깝다고 생각하지 않으며 여가 활동을 통해 삶의 만족과 행복을 추구한다고 하였다(박자연, 김광우, 2022). 이처럼 Z세대는 미래 소비의 주역이자 과거 X세대 등 다른 세대들에 비해 삶을 영위하는데 있어서 여가가 상당한 영향을 미칠 가능성이 매우 높기 때문에 Z세대의 여가 라이프스타일에 주목하게 되었다.

여가 라이프스타일이란 인간의 특징적인 여가 생활양식으로서 다른 사람과 구별되는 특징을 보이는 고유의 여가 태도 및 가치관, 관심 있는 여가분야와 활동 영역으로 정의하였고(우성남·손영미, 2009), Peterson & Gunn(1984)은 개인의 일상적인 경험을 바탕으로 일상생활에서 여가와 관련된 태도, 지각, 행동 수행이라고 하였다. Stebbins(2000)은 자유로운 시간에 실질적인 형태의 진지하고 적당한 시간의 여가를 만족스럽게 추구하는 것으로서 개인이 기분 좋고 신나게 일상의 균형에서 여가 그 자체를 찾는 생활 방식이라고 정의하였다. 여가 라이프스타일에 따른 선행연구로는 이선희(2023)가 밀레니얼 세대와 Z세대의 여가 라이프스타일과 여가만족도에 차이가 있는지를 연구하였고, 이명하, 김미량(2023)은 대학생을 대상으로 여가 라이프스타일에 따른 여가태도와 여가몰입을, 김호순, 김청송(2011)은 청소년의 라이프스타일과 여가활동에 참여하는 유형별로 연계성을 연구하였다.

몰입(Flow)은 무언가에 흠뻑 빠져 있는 상태로 개인이 어떤 일을 수행함에 있어 몰입한다는 의미는 주의가 강렬하게 그 활동에 집중되어 시간이나 공간, 타인의 존재, 심지어 자신의 생각까지도 망각하게 되는 상태를 의미한다(Csikszentmihalyi, 1997). 일반적으로 몰입은 수동적이거나 수용적이며 이완된 상황에서는 일어나지 않으나, 실행하기 어렵지만 가치 있는 일을 이루기 위해 최선을 다하여 자발적으

로 전력 투구할 때 경험하게 되는 것으로(김미혜, 2015), 시간이 빠르게 흐르고 자기에 대한 인식이 사라지며, 현재 하고 있는 활동에 대한 통제감을 느끼게 되는 경험이라 할 수 있다(Csikszentmihalyi, 1990).

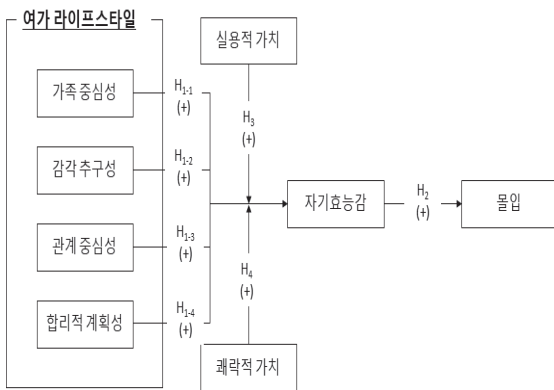
본 연구가 Z세대의 몰입에 주목하는 이유는 몰입의 3채널 모델(Csikszentmihalyi, 1990)로 설명할 수 있다. 즉, Z세대가 여가생활에 대한 도전 정도와 기술 필요성에 따라 너무 어렵거나 여가생활에 대한 기술이 부족한 경우에는 불안을 느끼게 되며, 도전 정도가 너무 낮거나 여가생활에 대한 기술이 충분한 경우 지루함을 느끼는 반면에 적절한 난이도나 도전의식이 필요하고, 이를 수행하는 기술이 어느 정도 충분한 경우에는 몰입할 수 있으며, 이런 여가에 대한 몰입은 행복한 생활을 영위할 수 있는 단서(Seligman & Csikszentmihalyi, 2000; Yang, 2015)가 될 수 있기 때문이다. 누적된 몰입 체험이 대상 과제의 난이도와 개인 기술 수준 간 상호피드백을 통해 점차적인 균형점을 상승시키며, 개인의 성장을 유도할 뿐 아니라 성취감과 자존감, 일과 삶에 대한 만족 등 자아실현적 행복을 높인다는 다른 선행연구(장훈, 한성열, 2010; Adlai-Gaile, 1994; Carile et al, 1988; Csikszentmihalyi & Hunter, 2003; Wells, 1988)들도 이런 기대에 부응하는 증거이다.

가치는 사람들에게 동기를 부여해 주는 목표들과 이를 달성하기 위한 적절한 방법들을 나타내주는 요인으로, 선행연구(송무용, 양희창, 2012; 양희창, 주윤황, 2012; 이영철, 양희창, 2012; 양희창, 전준호, 주윤황, 2013; 이학식, 김영, 정주훈, 1999)들에 따르면 사람들이 어떤 일에 대한 의사결정을 할 때 판단의 근거로 작용되는 요소이기 때문에 소비자의 가치에 따라 표현하는 행동은 달라질 수 있다(박경숙, 양희창, 2017). Bolton & Drew(1991)는 지각된 가치를 소비자가 포기한 대안 또는 지불한 가격에 대비하여 제공받은 제품 및 서비스에 대한

전반적인 평가로 정의하였다.

자기효능감은 주어진 결과를 성취할 수 있다는 자신의 능력에 대한 믿음이며, 인지된 능력과 관련이 있다(Bandura, 1997; Bandura, 2006). Bandura(1978)는 자기효능감을 자신이 결과를 창출하는데 필요한 행동을 성공적으로 수행할 수 있다는 믿음으로 정의하고, 자기효능감을 형성하고 강화하는 요인으로는 성과성취, 대리경험, 사회적 설득, 심리적-정서적 상태의 네 가지를 제시하였다(김정훈, 조봉순, 서정일, 2021; Bandura, 1986). 스포츠 심리학 분야에서는 신체적 자기효능감을 삶의 질에 영향을 미치는 중요한 요인 중 하나로 제시하고 있다(정난희, 2021). 즉, 신체적 자기효능감은 스포츠나 신체활동과 관련한 인지된 자신감이자, 자신의 역량을 보다 효율적으로 사용할 수 있는 능력(윤희철, 강현우, 이지향, 2015)이며, 바람직한 결과를 생산하는데 요구되는 행동을 성공적으로 수행할 수 있다는 개인적인 확신이다(최현희, 박정현, 2020). 신체적 자아 효능감(physical self-efficacy)은 신체적 과제와 관련된 개인의 지각된 능력 수준을 의미하는 것으로 신체적 자기표현 자신감(physical self-presentation confidence)과 인지된 신체능력(perceived physical ability)으로 구분된다(Ryckman et al, 1982). 이런 면에서 볼 때 Z세대의 자기효능감 또한 지각된 가치와 함께 양면성을 가질 가능성이 매우 높다. 왜냐하면 여가활동에 참여하는 Z세대는 개인적이고 독립적이며 경제적 가치를 우선시하기 때문이다.

본 연구의 목적은 첫째, 미래의 소비세대로 등극하게 될 Z세대의 여가 라이프스타일이 이들 세대의 몰입에 어떤 영향을 미치는지를 확인하고자 하며, 둘째, 여가 라이프스타일의 각 하위요인과 몰입 간에 자기효능감의 역할을 확인하고, 마지막으로 여가 라이프스타일의 각 하위요인과 자기효능감 간에 실용적, 쾌락적 가치로 구분한 지각된 가치의 역할을 확인함으로써 여가를 받아들이는 Z세대만의 특이점을 도출하고자 하였다. 이를 위해 본 연구에서는



주) 여가 라이프스타일과 몰입 간에 자기효능감의 매개효과 가설(H5)은 제시하지 않았음

그림 1. 연구모형

Z세대의 여가 라이프스타일을 가족 중심성, 감각 추구성, 관계 중심성 및 합리적 계획성의 4개 하위요인으로 구분하고, 이들 요인이 몰입에 미치는 영향과 함께 이들 간의 관계에서 자기효능감의 역할을 확인함으로써 Z세대가 여가에 대한 인식 차이가 있는지와 여가생활을 통해 건강한 삶을 영위할 수 있는지를 확인하고자 하였다(〈그림 1〉 참조).

이를 위해 본 연구에서는 허미름, 손보영, 방요순(2019)이 뇌졸중 환자를 대상으로 한 연구에서 고객중심 여가활동이 실험군의 자기효능감, 삶의 만족도를 향상시켰고 대조군과 유의한 차이가 있다고 보고한 것, 유광수(2019)가 임금근로장애인의 여가활동 참여가 자기효능감을 향상시킬 뿐 아니라 여가활동참여와 생활만족도를 매개한다고 한 것, 이선우, 한성민(2020)이 비경제활동 발달장애인을 대상으로 한 연구에서 문화·여가활동경험이 자기효능감에 정(+)의 관계가 있으며, 부트스트래핑을 통한 매개효과 검증 결과 성인발달장애인의 문화·여가 활동 경험은 자기효능감을 매개로 취업의사에 영향을 미친다고 한 것과 이 외에도 많은 연구들(이춘엽, 박영주, 2022; 홍철의, 2022)이 라이프스타일이 자기효능감을 높이는 요인이라고 보고한 것 등에 주목하였다. 한편, 자기효능

감이 몰입에 미치는 영향에 대해 선행연구(Deci & Ryan, 1980; Schunk & Zimmerman, 1994)들은 자신에 대한 긍정적 평가를 통해 생기는 자기효능감은 몰입 경험에 긍정적인 영향을 미친다고 하였다. 또한 여가 라이프스타일과 자기효능감 간에 지각된 가치의 조절효과와 관련된 연구는 찾아볼 수 없었으나, 연관 연구(박연지, 2021; 안병욱, 전태준, 2013; 장유진, 황혜영, 2021; 조철호, 황윤순, 2014; 황정진, 2021)들을 검토한 결과 지각된 가치의 조절효과와 가능성을 확인하였다. 즉, 소비자의 가치에 따라 표현 행동이 달라질 수 있다는 박경숙, 양희창(2017)의 연구를 원용하면 Z세대의 여가 라이프스타일이 자기효능감에 미치는 영향 간에 실용적 가치나 쾌락적 가치가 조절할 가능성이 있다는 것이다. 여가 라이프스타일과 몰입 간에 자기효능감의 역할과 관련된 연구도 거의 없어 관련된 연구(강동현, 김은영, 2023; 공경배2022; 김경연, 이경준, 2023; 남승미, 2021; 이병록, 2022)들은 여가 라이프스타일과 몰입 간에 자기효능감의 매개효과 가능성을 확인하였다. 따라서 연구목적을 달성하기 위해 다음과 같은 연구가설을 수립하였다.

첫째, Z세대의 여가 라이프스타일의 각 하위요인은 자기효능감에 긍정적인 영향을 미칠 것이다. 둘째, Z세대의 자기효능감 인식은 몰입정도를 높일 것이다. 셋째, Z세대의 여가 라이프스타일과 자기효능감 간을 지각된 가치가 조절할 것이다. 넷째, Z세대의 여가 라이프스타일과 몰입 간에 자기효능감이 매개할 것이다.

위 가설에 대한 검증 결과는 여가와 관련된 국내외 서비스기업뿐 아니라 Z세대를 타겟으로 사업을 영위하는 많은 기업들의 마케팅 전략 수립에 중요한 단서를 제공할 수 있으며 Z세대 대상으로 교육훈련을 제공하는 기관들에게도 세대를 이해할 수 있는 다양한 단서들에 대한 실증적 증거를 제공하여 보다 효과적이고 효율적인 프로그램 운영을 통해 Z세대가 양질

의 여가라이프스타일을 영위할 수 있도록 지원 하는데 기여할 수 있을 것으로 기대하였다.

II. 연구방법

1. 연구대상 및 자료수집방법

Z세대의 여가 라이프스타일과 자기효능감, 몰입 및 지각된 가치와 관련된 가설 검증을 위해 J대학의 생활체육과와 항공관광과 학생들을 대상으로 설문을 실시하였다. 유효설문은 총 256부(생활체육과: 119명, 항공관광과 137명)를 획득하였으며 분석대상의 인구통계적 특성은 다음과 같다.

표 1. 인구통계적 특성

구분	세부항목	생활체육과		항공관광과	
		빈도	비율(%)	빈도	비율(%)
성별	남성	100	84.0	5	3.6
	여성	19	16.0	132	96.4
연령	20세 미만	57	47.9	58	42.3
	20~23세	56	47.1	76	55.5
	24세 이상	6	5.0	3	2.2

전체 응답자에 대해 여가활동과 관련해서 누구와 여가활동에 참여하는지에 대한 질문에는 친구가 가장 많은 179명(69.9%)이었으며 혼자인 경우가 36명(14.1%), 가족 친지가 35명(13.7%) 순으로 나타났으며, 여가활동에 참여하는 이유는 취미활동이 가장 많은 108명(42.2%), 스트레스 해소가 92명(35.9%), 건강 유지·체력증진이 31명(12.1%) 순이었으며 친목도모는 11명(4.2%), 자기개발 9명(3.5%), 자아실현 5명(2.0%) 순으로 나타나 Z세대의 여가활동은 취미활동이나 스트레스 해소가 주요 목적임을 알 수 있었다. 이외에도 여가활동 참여일의 경우 주 2일이 81명(31.6%)으로 가장 많았으며, 3일이 54명(21.1%), 1일이 36명

(14.1%) 순으로 나타났고, 여가활동 참여시간은 회당 1~2시간이 가장 많은 89명(34.8%), 2~3시간이 74명(28.9%), 5시간 이상이 43명(16.8%), 3~4시간이 39명(15.2%) 순으로 확인되었다. 여가활동을 위해 한달 지출액은 10만원 이하가 98명(38.3%)으로 가장 많았으며 10~20만원이 79명(30.9%) 순으로 확인되었다. 응답자들의 여가활동에 대한 만족 정도는 평균 78.16($\sigma=16.854$)으로 전반적으로 만족하는 수준인 것을 알 수 있었다.

2. 측정 도구

1) 여가 라이프스타일

우성남, 손영미(2009)는 여가 라이프스타일을 가족 중심성, 감각 추구성, 관계 중심성, 합리적 계획성, 일 중심성, 여가 무기력성으로 분류하였으나 본 연구에서는 응답자의 특성상 일 중심성과 여가 무기력성을 제외하고 가족 중심성, 감각 추구성, 관계 중심성 및 합리적 계획성의 4개 요인을 손영미, 오세숙, 우성남(2010)의 연구를 수정한 척도를 사용하였다. 가족중심성은 '나는 가족과 함께 할 수 있는 여가활동을 즐기는 편이다'와 같은 5개 문항을, 감각추구성은 '나는 개성있는 여가가 좋다'와 같은 6개 문항을, 관계중심성은 '나는 여러 명이 함께 하는 여가활동을 선호한다'와 같은 6개 문항을, 합리적 계획성은 '나는 여가계획을 구체적으로 세워 실행하는 편이다'와 같은 6개 문항을 리커트 5점 척도로 측정하였다.

2) 자기효능감

자기효능감을 높이는 네가지 요인으로는 성과성취, 대리경험, 사회적 설득, 심리적·정서적 상태의 네 가지로 구분된다(김정훈 등, 2021; Bandura, 1986). 구체적으로 성과성취는 자신이 직접 성공 또는 실패를 경험한 것이며, 대리경험은 타인의 성공 혹은 실패행동을 관찰하

면서 얻게 되는 경험을, 사회적 설득은 자신에게 영향력을 미칠 수 있는 주변인의 칭찬, 코칭, 설득 등을 의미하며, 심리적·정서적 상태는 개인의 안정적이고 긍정적인 정서적 상태로 이들 네 가지 요인이 자기효능감을 높이는 요인이라는 것이다(양희창, 이영철, 2010; Bandura, 1986; Yang & Ju, 2011). 본 연구에서는 자기효능감을 Bandura(1977)와 양희창, 이영철(2010)의 연구를 근거로 '나는 내가 세운 목표를 대부분 달성할 수 있다'와 같은 8개 문항을 리커트 5점 척도로 측정하였다.

3) 지각된 가치

본 연구에서는 지각된 가치의 하위 개념으로 쾌락적 가치(hedonic value)와 실용적 가치(utilitarian value)로 구분하였다(Jones, Reynolds & Arnold Jones., 2006; Park, 2004). 쾌락적 가치는 제품이나 서비스가 독특하고 상징성을 가지거나 감성적인 자극과 이미지로 얻어지는 잠재적인 가치와 즐거움을 말하고, 실용적 가치는 제품이나 서비스의 기능적인 이익과 비용이 경제적으로 얼마나 효율적인 가치를 지니는지를 나타낸다(Overby & Lee, 2006). 지각된 가치는 Cronin, Brady & Hult(2000), Sweeney & Soutar(2001), Babin & Kim(2001) 및 Sanchez, Callarisa, Rodríguez & Moliner(2006)의 연구를 근거로 '내가 소비한 비용에 비해 여가활동은 잘한 것 같다'와 같은 실용적 가치 8개 문항, '이 여가활동에서 느끼는 즐거움은 내가 소비한 비용에 비해 가치가 있다고 생각한다'와 같은 쾌락적 가치 8개 문항을 각각 리커트 5점 척도로 측정하였다.

4) 몰입

일반적으로 몰입은 수동적이거나 수용적이며 이완된 상황에서는 일어나지 않으나, 실행하기 어렵지만 가치 있는 일을 이루기 위해 최선을 다하여 자발적으로 전력 투구할 때 경험

하게 되는 것으로(김미혜, 2015), 시간이 빠르게 흐르고 자기에 대한 인식이 사라지며, 현재 하고 있는 활동에 대한 통제감을 느끼게 되는 경험이라 할 수 있다(Csikszentmihalyi, 1990). 본 연구에서 몰입은 김미혜(2015), 김경연, 이경준(2023)의 연구를 근거로 '나는 자주 내 삶에 대한 명확한 목표를 느낀다'와 같은 9개 문항을 리커트 5점 척도로 측정하였다.

3. 자료 분석

본 연구의 분석을 위해 SPSS 24.0과 AMOS 24.0을 활용하여 신뢰도 검증은 Cronbach's α 계수로 내적 일관성을 확인하였으며, 확인적 요인분석을 통해 수렴 타당도를 확인하였다. 이와 함께 가설 검증을 위해 빈도분석, 기술통계분석, 상관관계분석, 단순(다중) 회귀분석, 위계적 조절회귀분석 및 3단계 매개회귀분석을 실시하였다.

Ⅲ. 결과

1. 측정 도구의 타당도와 신뢰도

본 연구의 측정 도구에 대한 타당도 검증을 위해 AMOS 24.0을 활용하여 확인적 요인분석을 실시하였다. 확인적 요인분석 결과 표준적 제치가 0.5보다 낮은 여가 라이프스타일의 하위 요인 중 감각 추구성의 '나는 한계를 도전하기 보다는 여가를 선택하는 편이다', 관계중심성의 '나는 혼자 하는 활동을 좋아한다'와 '나는 여가활동 자체보다는 그것을 누구와 함께 하는 나가 더 중요하다'의 2개 문항, 합리적 계획성의 '나는 여가에 관한 정보를 잘 활용하는 편이다'의 1개 문항과 몰입 중 '내 삶 속에서 나는 내 자신을 잊고 무아의 경지가 된다'의 1개 문항을 제거하였다.

표 2. 신뢰도와 타당도

변수명	최종 문항수	개념 신뢰도	분산추출 지수(AVE)	Cronbach's α	
여가 라이프스타일	가족 중심성	5	0.813	0.473	0.829
	감각 추구성	5	0.870	0.573	0.884
	관계 중심성	4	0.747	0.437	0.727
	합리적 계획성	5	0.782	0.423	0.781
지각된 가치	실용적 가치	8	0.968	0.790	0.947
	쾌락적 가치	8	0.964	0.773	0.934
자기효능감	몰입	8	0.958	0.742	0.944
	몰입	8	0.894	0.520	0.884

검증 결과 개념신뢰도는 0.747~0.968로 개념 타당성을 확보하였으나 분산추출지수가 0.423~0.790으로 나타나 0.5 미만인 여가 라이프스타일의 하위요인 중 가족 중심성(AVE=.473), 관계 중심성(AVE=.437), 합리적 계획성(AVE=.423)은 상관분석 결과에서 나타난 상관계수의 제곱값인 결정계수와와의 비교를 통해 수렴타당성을 확인하고자 하였다. 또한 각 측정 도구에 대한 신뢰도 분석을 위해 Cronbach's α 계수를 산출한 결과 Cronbach α 계수는 0.727~0.947로 나타나 Nunnally(1978)이 제시한 0.7보다 높은 것으로 확인되어 신뢰도는 확보한 것으로 결론내렸다.

2. 상관관계분석

변수들의 관계와 방향성 및 인과관계분석 가능성과 판별타당도를 확인하기 위해 Pearson

상관관계분석을 실시한 결과는 아래 <표 3>에 제시하였다.

분석 결과 가족 중심성과 관계 중심성($r = .085, p = .173$), 관계 중심성과 합리적 계획성($r = -.017, p = .265$), 합리적 계획성과 쾌락적 가치($r = .119, p = .058$) 간에 통계적으로 유의한 관계가 없는 것으로 나타났으며, 다른 변수들 간에는 상관계수가 .129~.792로 95% 신뢰도 이상 수준에서 통계적으로 유의하게 정(+)의 관계가 있는 것으로 확인되었다.

한편 분산추출지수(AVE)가 0.5 미만인 가족 중심성, 관계중심성 및 합리적 계획성의 경우 상관계수의 제곱 값인 결정계수(r^2)와의 비교 결과 모두 분산추출지수가 높은 것으로 나타나 수렴 타당도도 확보한 것으로 결론내릴 수 있었다.

3. 가설 검증

1) 직접효과 가설 검증

직접효과 가설(H₁, H₂) 검증을 위해 학과, 성별 및 연령을 통제변수로 투입하고 단순회귀 분석을 실시한 결과 가족 중심성($\beta = .210, p < .01$), 감각 추구성($\beta = .179, p < .01$), 관계 중심성($\beta = .165, p < .01$), 합리적 계획성($\beta = .139, p < .05$)는 각각 자기효능감에 정(+)의 영향을 미치며, 자기효능감($\beta = .626, p < .001$)도 몰입에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 확인

표 3. 상관관계분석결과(Pearson 상관계수)

	1	2	3	4	5	6	7	8
1. 가족 중심성	(.473)							
2. 감각 추구성	.199**	(.573)						
3. 관계 중심성	.085n.s	.267**	(.437)					
4. 합리적 계획성	.201**	.232**	-.017n.s	(.423)				
5. 실용적 가치	.145*	.189**	.198**	.182**	(.790)			
6. 쾌락적 가치	.129*	.188**	.200**	.119n.s	.792**	(.773)		
7. 자기효능감	.193**	.157*	.174**	.155*	.458**	.489**	(.742)	
8. 몰입	.232**	.225**	.228**	.314**	.465**	.395**	.642**	(.520)
평균	2.92	2.98	3.34	2.99	3.89	4.02	3.82	3.45
표준편차	0.83	0.89	0.74	0.74	0.66	0.61	0.73	0.71

주) * $p < .05$, ** $p < .01$, n.s: non-significant, ()는 분산추출지수 값을 제시함

되었다. 이런 결과는 Z세대의 여가 라이프스타일의 하위요인들이 자기효능감에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 여가 라이프스타일이 자기효능감을 높이는 중요한 요인임을 의미한다. 따라서 <가설 1>의 각 하위가설(<표 4> 참고)과 <가설 2>는 모두 채택되었다(<표 5> 참고).

표 4. 여가 라이프스타일과 자기효능감의 직접효과

변수명		B	SE	β	t-value
여가 라이프스타일	가족 중심성	.183	.054	.210**	3.383
	감각 추구성	.148	.051	.179**	2.889
	관계 중심성	.161	.061	.165**	2.642
	합리적 계획성	.137	.061	.139*	2.226

주) * $p < .05$, ** $p < .01$, 각각의 회귀분석결과를 통한 제시함(인구통계적 특성의 회귀계수는 제시하지 않음)

표 5. 자기효능감과 몰입의 직접효과

변수명		B	SE	β	t-value
인구통계적 특성	상수	1.393	.479	-	2.911
	학과	.095	.118	.068n.s	.811
	성별	-.218	.121	-.152n.s	-1.794
	연령	-.002	.020	-.006n.s	-.121
자기효능감		.605	.047	.626***	12.875

주) *** $p < .01$, n.s.: non-significant, 종속변수: 몰입

비록 가설을 수립하지 않았지만 여가 라이프스타일의 하위요인 중 어떤 요인이 자기효능감을 높이는지를 확인하기 위해 다중회귀분석을 실시한 결과 가족 중심성($\beta = .158, p < .05$)만이 95% 신뢰도 수준에서 통계적으로 유의하게 긍정적인 영향을 미치며, 감각 추구성($\beta = .092, p = .166$), 관계 중심성($\beta = .123, p = .056$) 및 합리적 계획성($\beta = .087, p = .175$)은 통계적으로 유의하지 않는 것으로 나타났다. 이런 결과는 응답자들이 함께 여가를 즐기

표 6. 여가 라이프스타일과 자기효능감의 다중회귀분석결과

변수명		B	SE	β	t-value
여가 라이프스타일	가족 중심성	.138	.056	.158*	2.480
	감각 추구성	.076	.054	.092n.s	1.390
	관계 중심성	.121	.063	.123n.s	1.923
	합리적 계획성	.086	.063	.087n.s	1.360

주) * $p < .05$, n.s.: non-significant

는 대상으로 친구, 혼자, 가족·친지 순으로 나타난 것과 연계해서 해석해보면 다소 현재의 여가활동의 효과성은 떨어지는 것이 아닌가 예상할 수 있다.

비록 본 연구에서는 매개효과 검증에서 확인할 수 있을 것으로 기대하여 가설로 설정하지는 않았지만 여가 라이프스타일과 몰입 간의 직접효과를 확인한 결과 아래 <표 9>의 Step 2에 제시한 것과 같이 가족중심성($\beta = .253, p < .001$), 감각 추구성($\beta = .255, p < .001$), 관계 중심성($\beta = .217, p < .001$), 합리적 계획성($\beta = .297, p < .001$)은 각각 몰입에 긍정적인 영향을 미치는 것을 알 수 있었다. 이런 결과는 Z세대 여가 라이프스타일의 각 하위요인이 각각 몰입을 높이는 요인임을 의미한다.

2) 조절효과 가설 검증

조절효과 검증을 위해 먼저 이일현(2015)이 지적인 것처럼 다중공선성 문제를 해결하기 위해 여가 라이프스타일의 하위요인과 지각된 가치의 하위요인에 대해 평균중심화(mean centering)를 실시하였다.

조절효과 분석은 1단계에서 학과, 성별 및 연령과 같은 인구통계적 특성을 투입하고, 2단계에서는 평균중심화된 독립변수와 조절변수를 투입하였으며, 3단계에서는 평균중심화된 독립변수와 조절변수의 상호작용항을 투입하여 통계적 유의성을 확인하는 절차를 수행하였다.

먼저, 실용적 가치의 조절효과 검증 결과 가족 중심성의 상호작용항($\beta = .113, p < .05$)과 자기효능감, 합리적 계획성의 상호작용항($\beta = .196, p < .01$)과 자기효능감 간에 실용적 가치가 통계적으로 유의하게 정(+)의 조절효과가 있는 것으로 확인되었다. 그러나 감각 추구성, 관계 중심성과 자기효능감 간에는 조절효과가 없는 것으로 나타났다. 따라서 <가설 3-1>, <가설 3-4>는 채택되었으며, <가설 3-2>, <가설 3-3>은 기각되었다. 실용적 가치의 조절효과

분석 결과는 <표 7>에 제시하였다.

표 7. 실용적 가치의 조절효과 분석

구분	독립변수			
	가족중심성	감각추구성	관계중심성	합리적계획성
1단계 학과 성별 연령	.116n.s .010n.s -.236*			
2단계 독립변수 실용적가치	.142* .426**	-.093n.s .429**	-.083n.s .432**	-.068n.s .437**
3단계 독립*조절	.113*	-.035n.s	.005n.s	.196**
R^2	.251	.229	.227	.261
F	13.932***	12.356***	12.178***	14.651***

주) * $p < .05$, ** $p < .01$, n.s: non-significant, R^2 와 F 값은 3단계 값을 제시함(종속변수: 자기효능감)

한편 쾌락적 가치는 합리적 계획성의 상호작용항($\beta = .140, p < .05$)과 자기효능감 간에 통계적으로 유의하게 정(+)의 조절효과가 있으나 감각 추구성과 자기효능감 간($\beta = -.128, p < .05$)에는 부(-)의 조절효과가 있는 것으로 나타났다. 분석 결과는 <표 8>에 제시하였다.

표 8. 쾌락적 가치의 조절효과 분석 결과

구분	독립변수			
	가족중심성	감각추구성	관계중심성	합리적계획성
1단계 학과 성별 연령	.116n.s .010n.s -.236*			
2단계 독립변수 실용적 가치	.150** .463**	-.087n.s .465**	.070n.s .468**	.091n.s .473**
3단계 독립*조절	.106n.s	-.128*	-.048n.s	.140*
R^2	.285	.274	.260	.278
F	16.523***	15.690***	14.565***	15.995***

주) * $p < .05$, ** $p < .01$, n.s: non-significant, R^2 와 F 값은 3단계 값을 제시함

따라서 <가설 4-2>와 <가설 4-4>는 채택되었으나 <가설 4-1>과 <가설 4-3>은 기각되었다.

3) 매개효과 가설 검증

여가라이프스타일과 몰입 간에 자기효능감의 매개효과 검증을 위해 동일하게 통제변수를 투입한 후 Baron & Kenny(1984)의 3단계 매개회귀분석을 실시한 결과는 <표 9>에 제시하였다. 분석 결과 <표 9>에서 보는 바와 같이 2단계의 독립변수와 종속변수 간의 결과보다 3단계의 독립변수와 종속변수의 결과 값이 모두 낮으며 통계적으로 유의하게 나타나 여가 라이프스타일의 각 하위요인과 몰입 간에 자기효능감은 모두 부분 매개하는 것으로 확인되었다.

표 9. 자기효능감의 매개효과 가설 검증

독립변수 (IV)	단계	결과값 (β)	R^2	F-value
가족 중심성	Step 1(β_1)	.210**	.437	38.838***
	Step 2(β_2)	.253***		
	Step 3(β_3, IV)	.127*		
	Step 3((β_3, MV))	.599***		
감각 추구성	Step 1(β_1)	.179**	.443	39.774***
	Step 2(β_2)	.255***		
	Step 3(β_3, IV)	.148**		
	Step 3((β_3, MV))	.599***		
관계 중심성	Step 1(β_1)	.165**	.435	38.551***
	Step 2(β_2)	.217***		
	Step 3(β_3, IV)	.117*		
	Step 3((β_3, MV))	.606***		
합리적 계획성	Step 1(β_1)	.139*	.467	43.734***
	Step 2(β_2)	.297***		
	Step 3(β_3, IV)	.214***		
	Step 3((β_3, MV))	.596***		

주) * $p < .05$, ** $p < .01$, R^2 , F 값은 3단계 결과값을 제시함

한편, 3단계의 결과값을 비교한 결과는 여가 라이프스타일의 각 하위요인보다 자기효능감이 몰입에 더 영향을 미치는 요인임을 알 수 있었다. 이런 결과는 Z세대가 여가에 대한 몰입을 높이기 위해서는 여가 라이프스타일의 영향도 중요하기 때문에 어떻게 여가를 즐길 수 있는지에 대한 검토도 필요하지만 자기효능감을 높일 수 있는 또 다른 다양한 방법에 대한 접근이 필요함을 의미한다. 따라서 <가설 5>의 각 하위가설들은 모두 채택되었다.

IV. 논의

본 연구는 미래의 소비세대로 등극하게 될 Z세대의 여가 라이프스타일이 이들 세대의 몰입에 어떤 영향을 미치는지를 확인함으로써 라이프스타일에 따른 여가에 대한 인식이 차이가 있는지와 여가생활을 통해 건강한 삶을 영위할 수 있는지를 확인하고자 하는 것이다. 이를 위해 본 연구에서는 여가 라이프스타일을 가족 중심성, 감각 추구성, 관계 중심성 및 합리적 계획성의 4개 요인으로 구분하고 이들 요인이 자기효능감과 몰입에 미치는 영향과 함께 지각된 가치가 여가 라이프스타일과 자기효능감 간에 미치는 영향을 확인하고자 하였다. 도출된 분석 결과를 토대로 논의를 기술하면 다음과 같다.

첫째, 여가 라이프스타일의 각 하위요인은 자기효능감에 긍정적인 영향을 미치며, 이 중에서도 가족 중심성이 자기효능감을 높이는 중요한 요인임을 확인하였다. 이런 결과는 사교 지향, 취미오락, 자기개발형 참여동기는 신체적 자기효능감에 부(-)의 영향을 미치며, 가정 지향형 참여동기는 정(+)의 영향을 미친다고 보고한 이계곤, 설진배(2016)의 연구결과와 유사한 것이다. 즉, 가족 지향형 여가활동은 자기효능감을 촉진하는 중요한 요인이라는 것이다.

따라서 Z세대의 여가활동이 자기효능감을

증진하도록 하기 위해서는 Z세대의 특징 중 하나인 개인주의적 관점과는 배치되지만 가족 중심의 여가활동이 촉진되어야 한다는 것이다.

또한 <표 9>의 매개효과 검증의 2단계에서 나타난 바와 같이 여가 라이프스타일의 각 하위요인은 통계적으로 유의하게 몰입을 높이는 것으로 나타났다. 이런 결과 또한 허미름 등(2019), 유광수(2019)의 연구결과와 같은 맥락에서 해석할 수 있다.

일반적으로 몰입은 수동적이거나 수용적이며 이완된 상황에서는 일어나지 않으나, 실행하기 어렵지만 가치 있는 일을 이루기 위해 최선을 다하여 자발적으로 전력 투구할 때 경험하게 되는 것으로(김미혜, 2015), 시간이 빠르게 흐르고 자기에 대한 인식이 사라지며, 현재 하고 있는 활동에 대한 통제감을 느끼게 되는 경험이다(Csikszentmihalyi, 1990). 이런 관점에서 볼 때 Z세대의 몰입은 삶의 만족이나 자아실현적 행복을 높일 수 있기 때문에 Z세대는 건강한 여가 라이프스타일을 촉진할 수 있는 다양한 프로그램과 지원이 필요하다.

둘째, 자기효능감은 Z세대의 몰입을 향상시키는데 중요한 요인임을 알 수 있었다. 이계곤, 설진배(2016)은 신체적 자기효능감과 생활만족간에 대체로 부(-)의 관계가 있지만 여가활동에의 지속적인 참여를 통해 신체적 자기효능감

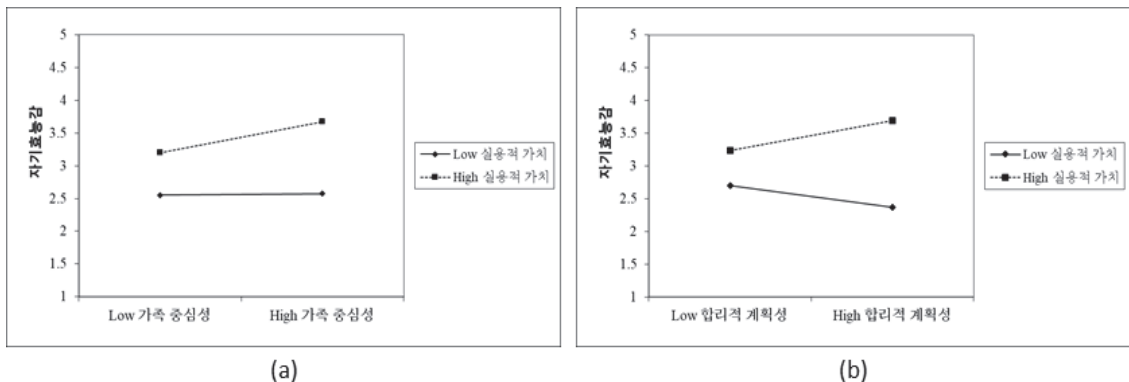


그림 2. 실용적 가치의 조절효과

및 생활만족의 향상 가능성이 있다고 주장하였다. 또한 Deci & Ryan(1980), Schunk & Zimmerman(1994)도 자신에 대한 긍정적인 평가는 몰입 경험에 긍정적인 영향을 미친다는 연구와 동일한 결과이다. 따라서 Z세대의 자기효능감을 형성하고 강화하기 위해서는 Bandura(1986)가 제안한 것처럼 작은 성공을 통한 성과 성취와 대리 경험이 가능하도록 하여야 하며, 건전한 여가 라이프스타일의 지향에 대한 사회적 설득과, 안정적인 심리적·정서적 상태를 유지할 수 있는 노력이 필요할 것이다.

셋째, 지각된 가치의 역할을 확인한 결과 실용적 가치는 가족 중심성과 자기효능감, 합리적 계획성과 자기효능감 간에 통계적으로 유의하게 정(+)의 조절효과가 있는 것으로 나타났다. <그림 2>의 (a)에서 보는 바와 같이 여가에 대한 실용적 가치가 낮은 경우 가족 중심성의 정도에 관계없이 자기효능감에 큰 영향을 미치지 않지만 실용적 가치가 높은 경우 가족 중심성을 높게 인식하면 자기효능감이 매우 높아짐을 알 수 있다.

한편 (b)의 경우 합리적 계획성의 여부와 낮은 실용적 가치는 자기효능감을 감소시키는 부정적인 영향을 미치지만 합리적 계획성이 높고 여가에 대한 실용적 가치를 높게 인식하는 경우 자기효능감을 향상시킬 수 있음을 알 수 있다. 따라서 Z세대의 경우 여가에 대해 합리적

인 계획의 수립 여부와 함께 실용적 가치를 높게 인지하는지의 여부가 자기효능감을 높일 수 있는 주요 요인이 된다는 것을 시사하고 있다. 넷째, 쾌락적 가치는 감각 추구성과 자기효능감 간에는 부정적인 조절효과가 있는 것으로나 타났으나 합리적 계획성과 자기효능감 간에 긍정적인 조절효과가 있는 것으로 확인되었다. <그림 3>의 (a)와 같이 쾌락적 가치를 높게 인식하는 경우 감각 추구성 정도는 자기효능감에 큰 영향을 미치지 않지만, 쾌락적 가치를 낮게 인식하는 경우 감각 추구성 정도가 높아짐에 따라 자기효능감이 향상됨을 알 수 있다.

<그림 2>의 (b)의 패턴과 같이 <그림 3>의 (b)의 경우 합리적 계획성의 여부와 낮은 쾌락적 가치는 자기효능감을 감소시키는 부정적인 영향을 미치지만 합리적 계획성이 높고 여가에 대한 쾌락적 가치를 높게 인식하는 경우 자기효능감을 향상시킬 수 있음을 알 수 있다.

마지막으로 자기효능감의 매개효과 검증 결과 자기효능감은 여가 라이프스타일과 몰입 간을 부분매개하고 몰입을 높이는 데는 자기효능감의 역할이 상당히 중요함을 알 수 있었다. 이런 결과는 박혜숙(2016)이 보고한 Z세대의 특성인 개인적이고 독립적인 성향, 경제적 가치의 우선시, 뛰어난 순간 집중력, 빠른 정보처리능력, 추구하는 가치와 하고 싶은 일을 하는 성향을 보이는 것과 함께 연계해서 해석할 필요가

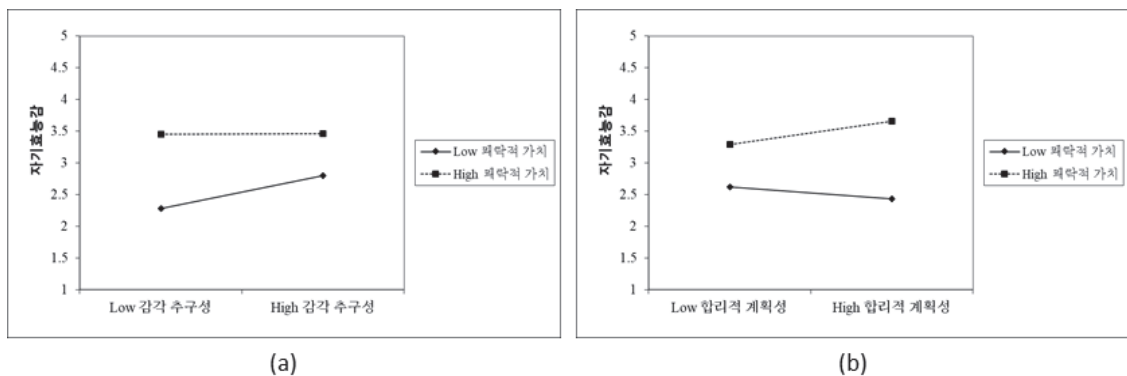


그림 3. 쾌락적 가치의 조절효과

있다. Bandura(1977, 1978)는 자기효능감향상을 위해 성공경험(Mastery Experience), 모델링(Vicarious Modeling), 언어적 설득(Verbal Persuasion)과 생리적, 정서적 상태(Physiological and Emotional States)가 매우 중요한 요인이라고 하였다. 따라서 Z세대가 여가를 즐기는 과정에서 이들 요인에 대한 안내와 정보제공이 선행되는 경우 건전하고 건강한 여가생활을 통해 자기효능감과 몰입을 증진시킬 수 있을 것이며 Seligman & Csikszentmihalyi (2000)와 Yang(2015)의 연구결과와 같이 여가생활이 Z세대의 행복 추구에 도움이 될 수 있을 것이다.

V. 결론

본 연구는 Z세대의 여가 라이프스타일에 따른 자기효능감과 몰입, 그리고 여가 라이프스타일과 자기효능감 간에 Z세대의 지각된 가치에 대한 관계를 검증하는게 목적이다. 이상의 연구를 수행하기 위해 J대학 생활체육과와 항공관광과 재학생들을 대상으로 SPSS 24.0과 AMOS 24.0을 활용하여 기술통계분석, 상관관계분석을 실시하였으며, 단순회귀분석, 다중회귀분석, 위계적 조절회귀분석 및 매개회귀분석을 실시한 결과 다음과 같은 결론을 얻었다. 첫째, Z세대 여가 라이프스타일은 자기효능감을 높이는 요인이며, 이 중에서 가족 중심성은 자기효능감을 높이는 가장 중요한 영향을 미친다. 둘째, Z세대의 자기효능감은 몰입에 긍정적인 영향을 미친다. 셋째, Z세대 여가 라이프스타일의 하위요인 중 가족중심성, 합리적 계획성과 자기효능감 간에 실용적 가치가 긍정적으로 조절하며, 합리적 계획성과 자기효능감 간에 쾌락적 가치도 긍정적으로 조절하지만, 감각 추구성과 자기효능감 간에 쾌락적 가치는 부정적으로 조절한다. 넷째, Z세대 여가 라이프스타일의 하위요인과 몰입 간에 자기효능감

은 모두 부분매개하는 요인이며, 자기효능감은 몰입을 높이는 중요한 변인이다.

본 연구 결과는 Z세대의 여가활동을 이해하고 건전한 여가 라이프스타일이 자기효능감 강화와 몰입 증진에 도움을 준다는 실증자료를 제시하였다는데 의의가 있다. 이런 결과는 Z세대를 대상으로 한 교육기관, 여가와 관련된 기업, 건전한 여가활동을 위한 정책·홍보 등에 필요한 기초자료로 기여할 것이다. 그러나 응답자가 학생으로 한정되었기에 선행연구와 달리 여가 라이프스타일의 하위요인을 4개로만 분류한 것과 비록 충분한 응답자 수를 확보하기 위한 목적이었지만 특정 2개 학과에 대해서만 설문을 실시한 것을 본 연구의 한계점이라 할 수 있다. 따라서 향후 연구에서 좀 더 다양한 응답군을 포함한 연구를 통해 직무가 있는 경우와 없는 경우의 비교연구 등을 수행할 필요가 있을 것이다. 또한, 학생들에게 여가의 의미가 제대로 적용되었는지와 관련된 추가 연구도 필요할 것으로 보인다. 왜냐하면 학기 중에 학생들은 주말을 제외하고는 여가를 제대로 즐길 수 있는 시간이 부족할 수 있기 때문이다. 따라서 여가에 대한 인지 정도, 태도와 같은 다양한 변인들을 추가한 연구가 필요할 것이다. 또한 일부 학자들은 0.4 이상이면 수용 가능하다고 하지만 분산추출지수(AVE) 중 0.5 미만으로 나타나 수렴타당도에 문제가 있을 수 있는 여가 라이프스타일의 하위 요인 중 가족 중심성, 관계 중심성, 합리적 계획성과 같은 변인에 대해서는 설문지 문항 구성 등을 재검토할 필요가 있다. 마지막으로 자기보고식 설문지의 한계점 등은 다양한 연구방법론을 적용하여 보완할 필요가 있다.

참고문헌

강동현, 김은영(2023). 사회적 자본이 대학생 게임 사용자의 게임 과몰입에 미치는 영향: 자

- 기효능감과 게임보상 경험의 다중매개효과 탐색을 중심으로. **한국산학기술학회논문지**, 24(2), 486-500.
- 공경배(2022). 노인의 여가 참여동기가 행복감에 미치는 영향: 자기효능감에 대한 매개효과 연구. *Journal of Platform Technology*, 10(3), 30-43.
- 권연수(2019년 10월 25일). 90생이 온다! Z세대 관심사 1위 '여가' 2위 '패션' 주요 의류 구매 채널과 선호 브랜드는? **디지털조선일보**, https://digitalchosun.dizzo.com/site/data/html_dir/2019/10/25/2019102580104.html.
- 김경연, 이경준(2023). 노인의 여가 열정이 자기효능감, 여가몰입 및 삶의 질에 미치는 영향 연구. **한국과 국제사회**, 7(2), 99-123.
- 김동심, 주경희, 김주현(2019). 에코세대와 Z세대 대학생의 취업환경 및 직업에 대한 인식 비교. **인문사회** 21 10(5), 725-740.
- 김미혜(2015). 스마트 폰 웹 ESM을 활용한 한국인의 일상적 행복과 몰입, 이화여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 김정훈, 조봉순, 서정일(2021). 원격근무자의 자기효능감에 관한 연구. **인적자원관리연구**, 28(3), 1-28.
- 남승미(2021). 대학생의 여가소비성향과 진로준비행동의 관계에서 자기효능감의 매개효과. **동북아관광연구**, 17(1), 21-43.
- 박경숙, 양희창(2017). 소비자의 가치인식이 쇼핑만족과 구매의도에 미치는 영향. **한국외식산업학회지**, 13(3), 23-36.
- 박연지(2021). 문화예술 여가참여자의 지각적 가치와 여가이득 관계연구. 중앙대학교대학원 박사학위논문.
- 박자연 김광우(2022년 8월 23일). "인생은 플렉스" Z세대는 번돈 30% 거의 다 쓴다, **헤럴드경제**. <http://news.heraldcorp.com/view.php?ud=20220823000494>.
- 박혜숙(2016). 신세대 특성과 라이프스타일 연구 - Z세대를 중심으로. **인문사회** 21, 7(6): 753-767.
- 손영미, 오세숙, 우성남(2010). 여가 라이프스타일 척도 준거타당도 검증 연구. **한국여가레크리에이션학회지**, 34(2), 111-124.
- 송무용, 양희창(2012). 마케팅 커뮤니케이션이 점포충성도에 미치는 영향: 쇼핑가치와 전통시장 이용경험을 중심으로. **유통과학연구**, 10(11), 71-77.
- 안병옥, 전태준.(2013). 여가활동 참여자의 지각가치와 선택속성의 관계. **한국여가레크리에이션학회지**, 37(3), 26-37.
- 양희창, 이영철(2010). 가맹본부의 리더십 행동유형과 가맹사업자의 관계설속에 관한 실증적 연구: 가맹사업자의 자기효능감의 조절효과를 중심으로. **유통연구**, 15(1), 49-71.
- 양희창, 전준호, 주윤황(2013). A study on the impact of perceived regulations for sales at super-supermarket and discount store on consumers' shopping value and subjective well-being. **유통과학연구**, 11(11), 83-88.
- 양희창, 주윤황(2012). 대학생들이 지각하는 종합슈퍼마켓의 마케팅 커뮤니케이션, 가치, 소비감정이 점포충성도에 미치는 영향. **유통과학연구**, 10(2), 19-28.
- 우성남, 손영미(2009). 여가 라이프스타일 척도개발 연구. **여가학연구**, 7(1), 1-26.
- 유광수(2019). 임금근로장애인의 여가활동참여가 생활만족도에 미치는 영향: 자아존중감과 자기효능감의 매개효과를 중심으로. **한국케어매니지먼트연구**, 0(32), 3-51.
- 윤희철, 강현우, 이지향(2015). 신체활동 정도가 청소년의 신체적 자기효능감과 자아탄력성에 미치는 영향. **한국체육학회지**, 54(1), 163-171.

- 이계곤, 설진배(2016). 스포츠 여가활동 참여동기 및 참여정도가 신체적 자기효능감과 생활 만족에 미치는 영향. *사회과학연구*, 27(4), 3-24.
- 이명하, 김미량(2023). 대학생의 여가 라이프스타일 유형 군집화 및 여가태도, 여가몰입 분석. *한국여가레크리에이션학회지* 47(3), 17-28.
- 이병록(2022). 노인여가복지시설 종사자의 슈퍼비전과 직무몰입의 관계에서 자아효능감의 매개효과. *한국산학기술학회논문지*, 23(5), 166-171.
- 이선우, 한성민(2020). 비경제활동 발달장애인의 문화여가활동 경험, 자기효능감, 취업의사와의 관계 : 사회인지 진로이론의 적용. *문화와 융합*, 42(10), 873-902.
- 이선희(2023). 밀레니얼 세대와 Z세대의 여가 라이프스타일과 여가만족도에 대한 비교 연구 . *관광진흥연구*, 11(1), 71-96.
- 이영철, 양희창(2012). 대학생들이 지각하는 전통 시장 선택속성이 관계품질에 미치는 영향: 소비감정의 조절효과와 소비자 가치의 매개효과. *유통과학연구*, 10(1), 33-42.
- 이일현(2015). *EasyFlow회귀분석*, 서울: 한나래출판사.
- 이춘엽, 박영주. (2022). 대학생의 라이프스타일 및 시간관리가 자기효능감과 삶의 질에 미치는 영향. *한국엔터테인먼트산업학회논문지*, 16(4), 285-295.
- 이학식, 김영, 정주훈(1999). 실용적/쾌락적 쇼핑 가치와 쇼핑만족: 구조모델의 개발과 검증. *경영학연구*, 28(2), 505-538.
- 장유진, 황혜영(2021). 대학 교양필수 수업에서 지각된 교수자 열정과 학생의 수업 노력의 관계: 학업적 자기효능감과 내재가치의 조절된 매개효과. *사고개발* 17(2), 69-90.
- 장훈, 한성열. (2010). 몰입 (flow) 기능의 재구성: 몰입과 행복 관계에 대한 타인맥락의 조절
- Bandura, A. (1977). *Social learning Theory*. Englewood Cliffs.
- 정난희(2021). 필라테스 참여자의 참여동기 유형이 심리적 행복감에 미치는 영향: 신체적 자기효능감의 매개효과를 중심으로. *한국체육과학회지*, 30(2), 241-256.
- 조철호, 황윤순 (2014). 여가활동의 참여동기가 지각된 가치, 삶의 만족, 직무만족에 미치는 영향. *한국경영교육학회 학술발표대회논문집*, Vol.2014 No.6, 1-28
- 최현희,곽정현(2020). 필라테스 참여자의 신체적 자기효능감이 심리적 행복감 및 운동지속 의사에 미치는 영향. *무예연구*, 14(1), 143-161.
- 한지훈(2023). Z세대의 여가활동 행동 분석: 사전 지식의 역할. *여가학연구*, 21(1), 1-15.
- 허미름, 손보영, 방요순(2019). 고객중심 여가활동이 뇌졸중 환자의 신체기능, 자기효능감, 삶의 만족도에 미치는 영향. *대학작업치료학회지*, 27(3), 15-31.
- 홍철의(2022). 보석소비자의 라이프스타일, 자기효능감, 생활만족의 상호관계 연구. 국내 박사학위논문 극동대학교 일반대학원.
- 황정진(2021). 가족캠프 참가객의 선택속성이 재 참가 의도와 긍정구전 의도에 미치는 영향 : 지각된 가치의 조절효과를 중심으로. *지역산업연구*, 44(4), 203-223.
- Adlai-Gail, W. (1994). *Exploring the autotelic personality*. Unpublished doctoral dissertation, University of Chicago.
- Babin, J. B., & Kim, K. (2001). International students travel behaviour: a model of the travel-related consumer/dissatisfaction process. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 10(1), 93-106.

- unifying theory of behavioral change. *Advances in Behaviour Research and Therapy*, 1(4), 139-161.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. NJ: Prentice Hall Press.
- Bandura, A. (1997). The anatomy of stages of change. *American journal of health promotion: AJHP*, 12(1), 8-10.
- Bandura, A. (2006). Guide for constructing self-efficacy scales. *Self-efficacy beliefs of adolescents*, 5(1), 307-337
- Bolton, R. N. & J. H. Drew (1991), A Longitudinal Analysis of the Impact of Service Changes on Customer Attitude, *Journal of Marketing*, 55(1), 1-9.
- Cronin, J. J., Brady, M. K., & Hult, G. T. M. (2000). Assessing the effects of quality, value and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments. *Journal of Retailing*, 76(2), 193-218.
- Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow: The psychology of optimal experience*. New York: Harper Collins.
- Csikszentmihalyi, M. (1997). *Finding flow: The psychology of engagement with everyday life*. New York: Harper Collins.
- Csikszentmihalyi, M., & Hunter, J. (2003). Happiness in everyday life: The uses of experience sampling. *Journal of happiness studies*, 4, 185-199.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1980). The empirical exploration of intrinsic motivational processes. In *Advances in experimental social psychology* (Vol. 13, 39-80). Academic Press.
- Jones, M. A., Reynolds, K. E., & Arnold, M. J. (2006). Hedonic and utilitarian shopping value: investigating differential effects on retail outcomes. *Journal of Business Research*, 59, 974-981.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory*. New York, NY: McGraw-Hill
- Overby, J. W., & Lee, E. J. (2006). The effects of utilitarian and hedonic online shopping value on consumer preference and intentions. *Journal of Business Research*, 59, 1160-1166.
- Park, C. (2004). Efficient or enjoyable? Consumer values of eating-out and fast food restaurant consumption in Korea. *International Journal of Hospitality Management*, 23, 87-94.
- Peterson, A. C., & Gunn, L. S. (1984). *Therapeutic recreation program design: Principles and procedures* (2nd ed). NJ: Prentice Hall.
- Rudmin, F. (2009). Constructs, measurements and models of acculturation and acculturative stress. *International Journal of Intercultural Relations*, 33, 106-123.
- Sanchez, J., Callarisa, L., Rodríguez, R. M., & Moliner, M. A. (2006). Perceived value of the purchase of a tourism product. *Tourism Management*, 27, 394-409.
- Schunk, D. H., & Zimmerman, B. J. (Eds.). (1994). *Self-regulation of learning and performance: Issues and educational applications*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Seligman, M. E., & Csikszentmihalyi, M. (2000). *Positive psychology: An introduction* (Vol. 55, No. 1, p. 5). American Psychological Association.
- Stebbins, R. A. (2000). Obligation as an aspect

- of leisure experience. *Journal of Leisure Research*, 32, 152-155.
- Sweeney, J., & Soutar, G. (2001). Consumer perceived value: The development of a multiple item scale. *Journal of Retailing*, 77, 203-207.
- Wells, A. (1988). Self-esteem and optimal experience. In M. Csikszentmihalyi & I. Csikszentmihalyi (Eds.), *Optimal experience* (pp. 327-341). New York, US: Cambridge University Press.
- Yang, H. C. (2015). Effects of Work-Family Conflict on Subjective Well-being and Voice Behavior in Korea Workplace: Moderating Effects of Age and Flow, *Information*, 18(9).
- Yang, H. C., & Ju, Y. H. (2011). Positive integration of the franchise system: A new perspective on leadership, followership, trust and group efficacy, *East Asian Journal of Business Management*, 1(1), 5-8. 3919.