

MZ세대 골프 참여자의 가치-태도-행동의도(VAB) 및 실제 행동 간의 관계: 실제 행동 변수를 추가한 VAB 모델의 확장적 적용

이재문¹ · 이용건²

¹경희대학교 강사·²서울대학교 강사

The Relationship between the Value-Attitude-Behavioral Intentions(VAB) and Actual Behavior of MZ Generation Golf Participants:

An Extended Application of the VAB Model with the Addition of an Actual Behavior Variable

Lee, Jae-Moon¹·Lee, Yong-Gun²

¹Kyung Hee University·²Seoul National University

Abstract

This research seeks to elucidate the complex interrelationships between perceived value (functional and emotional), attitude, behavioral intention, and actual behavior among MZ generation golf participants. To this end, an extended Value-Attitude-Behavior (VAB) model was employed, incorporating an additional variable representing actual behavior to augment the traditional framework. The study utilized survey data from 260 MZ generation golfers with prior experience in golf rounds, and the collected data were rigorously analyzed using SPSS 18.0 and AMOS 18.0. Analytical techniques included frequency analysis, confirmatory factor analysis, reliability analysis, correlation analysis, and structural equation modeling to ensure robustness and validity of the findings. The research results showed that, first, both functional value and emotional value among perceived values had a positive impact on attitude formation. Second, attitude positively influenced behavioral intention. Third, behavioral intention positively affected actual behavior. This result is expected to provide important foundational data for establishing marketing strategies and developing policies related to the promotion of leisure sports, and contribute to the theoretical and practical advancement of research on leisure sports participation.

Key words : golf, perceived value, attitude, behavioral intention, actual behavior

주요어 : 골프, 지각된 가치, 태도, 행동의도, 실제행동

Address reprint requests to : Sports and Culture Research Bldg 71-1, Seoul National University1
Gwanak-ro, Gwanak-gu, Seoul, 08826, Lee, Yong-Gun

E-mail: xfdancer@snu.ac.kr

Received: October, 31, 2024 Revised: December, 5, 2024, Accepted: December, 11, 2024

I. 서론

1. 연구의 필요성 및 목적

골프는 중강도 신체 활동으로, 심혈관 및 대
사 건강을 증진시킬 뿐만 아니라 정신적 웰빙
에도 긍정적인 영향을 미치는 대표적인 여가
스포츠이다(Murray et al., 2017). 골프는 전 세
계적으로 인기 있는 스포츠로 빠르게 자리 잡
고 있으며, 그 사회적·경제적 중요성은 점점 커
지고 있다.

한국에서도 골프의 대중화는 빠르게 진행되
고 있으며, 그에 따른 골프 산업의 성장도 두
드러지고 있다. 한국골프장경영협회(2024)에
따르면, 2023년 한국 골프장 이용객 수는 사상
최고치를 기록했으며, 20세 이상 인구 중 약
16.9%가 골프를 경험한 것으로 나타났다(대한
골프협회, 2023).

하지만 최근, 매년 상승세를 보였던 국내 골
프장 이용객 수가 2023년 처음으로 전년 대비
5.7%(286만 명) 감소세를 보이면서 큰 위기를
맞이하였다(한국골프장경영협회, 2024). 이는
단순한 일시적 감소 현상으로 치부할 수 없으
며, 골프 참여자의 행동을 보다 정교하게 이해
하고 분석하기 위한 연구의 필요성을 시사한다.

즉, 여가 스포츠의 지속적 성장을 위해서는
골프 참여자의 행동 양식을 이해하고 예측하는
것이 학문적, 실용적 측면에서 중요한 연구 과
제라 할 수 있다. 특히 골프 참여자의 행동을
분석하는 것은 앞으로의 여가 스포츠 활성화와
관련된 전략 수립에 기초 자료로 활용될 수 있
다는 점에서 매우 중요한 연구 주제라 할 수
있다(Humphreys, 2014).

이에 본 연구는 가치-태도-행동(VAB) 모델
을 활용하여 골프 참여자의 행동을 설명하고자
한다. VAB 모델은 개인의 가치관이 태도 형성
에 영향을 미치고, 이러한 태도가 행동의도로
이어진다는 기본 가정에 기반하고 있다(Homer

& Kahle, 1988). VAB 모델은 개인의 내적 동
기와 가치관이 행동으로 전환되는 과정을 설명
하는 데 매우 효과적이며, 다양한 학문적 연구
에서 활용되고 있다.

그러나 기존의 VAB 모델 연구들은 주로 행
동의도에 초점을 맞추었으며, 행동의도와 실제
행동 간의 연관성을 직접적으로 분석한 연구는
상대적으로 부족한 상황이다. Ajzen &
Fishbein(2005)도 태도와 행동 간의 불일치는
오랫동안 사회심리학의 중요한 연구 주제였다
라고 언급하며, 행동의도가 항상 실제 행동으
로 이어지지 않을 수 있음을 시사했다.

이는 특히 골프 참여자들의 행동을 연구하는
데 있어 중요한 시사점을 제공한다. 골프 참여
자의 행동의도 만으로는 실제 행동을 충분히
설명하기 어려우며, 이를 극복하기 위해서는
행동의도와 실제 행동 간의 연결을 면밀히 분
석할 필요가 있다.

이러한 견지에서 실제 행동 변수를 추가한
VAB 모델의 확장이 필요할 것으로 판단된다.
이와 같은 VAB 모델 확장은 행동의도와 실제
행동 간 연결을 분석하여 기존 연구의 한계를
보완하고 골프 참여자의 행동을 정교하게 예측
할 수 있다. 특히, 실제 행동 데이터 분석은 행
동 양식의 변화 원인을 명확하게 규명할 수 있
으며, 여가 스포츠 활성화를 위한 미래 전략
수립에도 기여할 수 있을 것이다(Song et al.,
2017).

더욱이 최근 골프 참여 인구에서 MZ세대의
비율이 증가하고 있어, 이들 세대의 가치관과
태도, 행동 양식을 분석하는 연구의 필요성이
대두되고 있다(이재문, 장용석, 2023). MZ세대
는 그들의 독특한 소비 패턴과 스포츠 참여 방
식이 기존 세대와 다르다. 때문에, 이들의 가치
관과 행동을 이해하는 것은 골프 산업의 지속
가능성을 높이고 참여율을 증진하는 데 중요한
역할을 할 것이다.

따라서 본 연구는 기존의 VAB 모델에 실제

행동 변수를 추가하여 MZ세대 골프 참여자의 행동을 보다 포괄적이고 정확하게 분석하고자 한다. 이를 통해 MZ세대와 같은 새로운 참여 집단의 행동을 예측하고, 지속적인 여가 참여 촉진과 여가 활성화에 기여할 수 있을 것이다.

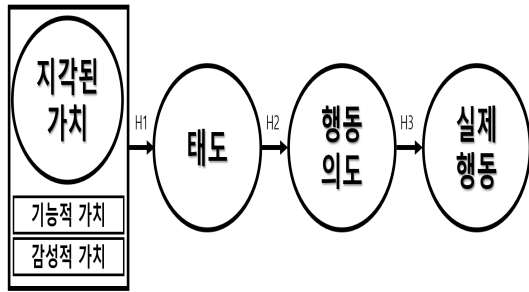


그림 1. 연구모형

2. 이론적 배경 및 연구가설

1) 가치-태도-행동의도(VAB) 모델 + 실제 행동

VAB 모델은 개인의 가치관이 태도 형성에 영향을 미치고, 이러한 태도가 행동으로 이어진다는 인과 관계를 설명하는 이론적 틀이다 (Homer & Kahle, 1988). 그들은 가치는 사회적 인지를 반영해 형성되며, 태도는 정보와 경험을 통해 학습된 경향으로, 긍정적 태도가 고객 행동에 영향을 미친다고 주장하였다(김진경, 2019). 즉, 가치-태도-행동 이론은 인지위계모형(cognitive hierarchy model)로 설명되며, 가치가 행동에 영향을 미칠 때 태도가 매개 역할을 한다는 점을 강조한다(Milfont et al., 2010). VAB 모델은 주로 사회심리학과 소비자 행동 연구에서 널리 사용되어 왔으며, 다양한 연구 맥락에서 유효성을 입증받았다.

Vaske & Donnelly(1999)는 VAB 모델을 활용하여 야생지 보존에 대한 투표 의도를 예측하였으며, Follows, & Jobber(2000)는 VAB 모델을 통해 개인의 가치와 태도가 재활용 행동에 미치는 영향을 파악하였다. 또한, Cai &

Shannon(2012)는 VAB 모델로 개인적 가치가 태도와 쇼핑 의도를 통해 쇼핑 행동에 미치는 영향을 분석했으며, Cheung & To(2019)는 확장된 VAB 모델로 환경 의식이 중국 소비자의 친환경 구매 행동에 미치는 영향을 파악했다. 이처럼, VAB 모델은 골프 참여자의 행동을 분석하고, 가치관이 태도와 행동의도에 미치는 영향을 이해하는 데 유용한 이론적 기반을 제공한다.

그러나 Sheeran(2002)은 행동의도가 형성되었다고 해서 반드시 행동으로 이어지지 않으며, 행동의도와 실제 행동 간의 간극이 상당히 크다고 지적한 바 있다. 실제로, 소비자 행동 연구에서 행동의도가 있음에도 불구하고 구매로 이어지지 않는 경우가 빈번히 관찰된 바 있다(Carrington, 2010).

하지만 기존 선행연구들은 대부분 행동의도에 초점을 맞추었으며, 실제 행동과의 차이를 충분히 다루지 못하고 있다. 이에 골프 참여자들의 행동을 보다 정확하고 정밀하게 예측하기 위해서는 행동의도에서 그치는 것이 아니라 실제 행동까지 포괄적으로 파악할 필요가 있겠다. 이에 VAB 모델의 설명력을 높이고 골프 참여자들이 행동의도에서 실제 행동으로 이어질 수 있도록 실제 행동 변수를 추가한 VAB 확장 모델을 시도하고자 한다.

또한, 본 연구는 가치-태도-행동(VAB)에서 가치를 기능적 가치와 감성적 가치로 선별하여 연구를 진행하였다. 가치는 일반적으로 투자에 대한 보상으로 해석되지만, 단순한 경제성과 유용성에서 벗어나 기능적·감정적 차원에 중점을 둔 연구가 진행되고 있다(윤설민, 이충기, 2018).

기능적 가치는 품질과 성과에서 얻는 효용을, 감정적 가치는 제품이나 서비스 비교 시 느끼는 특별한 감정에서 기인한 소비자 효용으로 정의된다(노원희 외, 2012). 다수의 연구(문귀, 김일광, 2023; 송석린, 박철호, 한수정,

2014; 최윤근, 2023)에 따르면 골프 참여자의 지각된 가치가 방문 및 참여의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

따라서 본 연구는 MZ세대 골프 참여자의 가치, 태도, 행동의도와 실제 행동 간의 관계를 분석하고, 확장된 VAB 모델을 통해 이들의 행동을 예측하고 이해하는 것을 목적으로 한다. 이를 통해 주요 영향을 식별하고, 여가 스포츠 활성화와 관련된 전략 및 정책 수립에 실질적인 제언을 제공하고자 한다.

가설1: 지각된 가치(기능적, 감성적)가 태도에 영향을 미칠 것이다.

가설2: 태도가 행동의도에 영향을 미칠 것이다.

가설3: 행동의도가 실제 행동에 영향을 미칠 것이다.

II. 연구방법

1. 연구대상 및 자료수집방법

본 연구의 자료 수집은 현재 골프에 참여하고 있는 MZ세대(20세~43세 기준) 중 라운드 경험이 있는 유경험자를 모집단으로 선정하였으며, 온라인 전문 조사기관을 통해 설문을 실시하였다. 먼저 설문결과에 대한 정확성을 보다 높이기 위해 평소 즐기고 있는 여가스포츠 종목이 무엇인지 선택하게 하고, 라운드 경험 여부를 답하게 하였다. 이때, 골프가 아닌 다른 종목을 선택하거나 라운드 경험이 없다고 답한 응답자는 즉시 설문을 종료시키도록 하였다. 이를 제외한 260부의 유효표본을 최종적인 분석에 활용하였으며, 이에 관한 구체적인 내용은 다음 <표 1>과 같다.

표 1. 연구대상자의 인구통계학적 특성

구분		N	%
성별	남성	129	49.6
	여성	131	50.4
골프 경력	1년 미만	17	6.5
	1년~2년 미만	76	29.2
	2년~3년 미만	58	22.3
	3년~4년 미만	44	17.0
	4년 이상	65	25.0
월 평균 소득	200만원 미만	14	5.4
	200~300만원 미만	50	19.2
	300~400만원 미만	68	26.2
	400만원 이상	128	49.2
향후골프 지속의사	예	255	98.1
	아니오	5	1.9
합계		260	100

2. 연구도구

연구목적 달성을 위해 본 연구는 측정도구로 설문지를 사용하였다. 자기평가기입법(Self administration method)을 통해 얻을 수 있는 유형들로 구성하였고, 각 문항은 likert 5점 척도로 구분하여 구성하였다.

첫째, 지각된 가치는 Sweeney & Soutar(2001)의 연구를 토대로 Song et al(2015)이 사용한 문항을 본 연구에 맞게 수정 보완하여 기능적 2문항, 감성적 가치 3문항으로 구성하였다. 둘째, 태도는 Ajzen & Driver(1992)의 연구를 토대로 김동규(2017)가 사용한 문항을 본 연구에 맞게 수정 보완하여 5문항으로 구성하였다. 셋째, 행동의도는 Ajzen & Driver(1992)의 연구를 토대로 박진경(2011)이 사용한 문항을 본 연구에 맞게 수정 보완하여 3문항으로 구성하였다. 넷째, 행동은 Engel & Blackwell(1982)의 연구를 토대로 김동규(2017)가 사용한 문항을 본 연구에 맞게 수정 보완하여 5문항으로 구성하였다.

3. 설문지의 타당도와 신뢰도

조사도구에 대한 타당성 및 신뢰성 검증을 위해 Cronbach's α 값을 살펴보았으며, 확인적 요인분석을 통해 개념신뢰도, AVE 값을 산출하였다. 구체적으로 살펴보면 확인적 요인분석의 적합도는 $\chi^2=180.551$, $df=125$, TLI=.978, CFI=.982 그리고 RMSEA=.041로 나타나 적합도 수용 기준을 충족한 것을 확인하였다. Cronbach's α 값의 경우 .793에서 .898로 나타났으며, 개념신뢰도(CR) 값은 .919에서 .962로 분포하였다. 평균분산추출값(AVE)은 .711에서 .854로 나타났다. 이상의 결과는 각 측정 변수에 대한 내적 일관성 신뢰도, 수렴타당도 및 집중타당도가 확보되었음을 의미한다 <표 2>.

4. 자료처리

본 연구 목적 달성을 위해 통계프로그램인 PASW 18.0 및 AMOS 18.0을 통해 다음과 같은 분석을 수행하였다. 우선 연구대상에 대한 일반적인 특성을 파악하기 위해 빈도분석을 실시하였다. 아울러 설문지의 신뢰도와 타당도를 검증하기 위해 Cronbach's α 검사를 실시하였으며, 확인적 요인분석을 실시한 뒤, 이를 바탕으로 개념신뢰도(>.6)와 AVE(>.5) 값을 산출하여 집중타당도와 판별타당도를 살펴보았다. 이 후 각 변인 간의 상관성을 파악하기 위해 상관관계 분석을 실시하였으며, 최종적인 본 연구 가설 검증을 위해 구조방정식모형분석을 실시하였다. 모형 적합도에 대한 평가는 홍세희(2000)가 제시한 χ^2 그리고 TLI와 CFI(>.9), RMSEA(<.8)를 주요 적합도 지수로 제시하였다.

표 2. 신뢰도 및 타당도 결과

	구분	추정치	표준오차	α 계수	CR	AVE
기능적 가치	골프 비용은 합리적이다	.669	.231	.793	.919	.854
	골프는 투자비용만큼의 가치가 있다	.989	.012			
감성적 가치	골프를 치는 시간이 즐겁다	.853	.162	.895	.931	.819
	골프를 칠 때 기분이 좋아진다	.872	.144			
	골프는 정말 즐거운 여가스포츠다	.860	.187			
태도	골프를 치는 것은 행복한 일이다	.861	.138	.878	.921	.702
	골프를 통해 여러 중요한 기술과 가치를 배웠다	.708	.277			
	골프를 치는 것은 유익한 일이다	.770	.235			
	골프를 치는 것은 여러 측면에서 새로운 것을 배우는 교육적인 일이다	.741	.280			
행동의도	골프는 나와 잘 어울리는 여가 스포츠이다	.761	.330	.880	.926	.807
	나는 계속 골프를 칠 것이다	.861	.132			
	나는 골프를 치기 위해 노력할 것이다	.878	.130			
실제 행동	나는 골프를 지금보다 더 많이 치고 싶다	.809	.257	.898	.924	.711
	나는 골프를 자주 친다	.767	.285			
	나는 골프 관련 정보를 자주 찾아본다	.909	.123			
	나는 골프를 인터넷에서 자주 검색한다	.794	.365			
	나는 골프를 위해 그에 상응하는 비용을 지불한다	.803	.253			
	나는 골프를 위해 시간을 투자한다	.742	.292			

$\chi^2=180.551$, $df=125$, TLI=.978, CFI=.982 그리고 RMSEA=.041

III. 결과

1. 상관관계분석

본 연구에서 설정한 요인 간의 상관성을 알아보기 위해 피어슨의 적률상관계수를 산출하였다. 모든 변인 간의 상관성이 정(+)의 관계를 나타내고 있었으며, 이에 관한 구체적인 내용은 다음과 같다(표 3).

2. 연구모형 적합도 및 가설검증 결과

본 연구의 연구모형에 대한 적합도 검증 그리고 각 가설에 대한 통계적인 유의성 검증을 위해 구조방정식모형분석을 실시하였다. 구체적인 각 가설경로에 대한 연구결과 및 모형 적합도는 다음과 같다(표 4).

표 3. 상관관계분석 결과

구분	A	B	C	D	E
기능적 가치(A)	1				
감성적 가치(B)	.327**	1			
태도(C)	.396**	.725**	1		
행동의도(D)	.184**	.706**	.658**	1	
실제행동(E)	.287**	.475**	.551**	.493**	1

**p<.01

표 4. 모형적합도 및 가설검증결과

가설경로	경로계수	표준오차	t	p
기능적가치→태도	.163	.068	2.407	.016
감성적가치→태도	.788	.059	13.276	.000
태도→행동의도	.787	.059	13.258	.000
행동의도→행동	.584	.070	8.294	.000

$\chi^2=234.790$, $df=130$, $TLI=.960$, $CFI=.966$, $RMSEA=.056$

첫째, 지각된 가치의 하위요인인 기능적 가치와 감성적 가치 모두 태도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 구체적으로 기능

적 가치가 태도에 직접적으로 미치는 경로계수는 .163($t=2.407$, $p=.016$), 감성적 가치가 태도에 직접적으로 미치는 경로계수는 .788($t=13.276$, $p=.000$)로 통계적으로 유의하게 나타났다.

둘째, 태도는 행동의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 구체적으로 태도가 행동의도에 직접적으로 미치는 경로계수는 .787($t=13.258$, $p=.000$)로 통계적으로 유의하게 나타났다.

셋째, 행동의도는 실제행동에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 구체적으로 행동의도가 실제행동에 직접적으로 미치는 경로계수는 .584($t=8.294$, $p=.000$)로 통계적으로 유의하게 나타났다.

IV. 논의

본 연구는 MZ세대 골프 참여자의 가치, 태도, 행동의도 및 실제 행동 간의 관계를 분석하였으며, 연구결과를 바탕으로 다음과 같이 논의하고자 한다.

가설 1. 지각된 가치(기능적, 감성적)와 태도의 관계

본 연구에서 MZ세대 골프 참여자의 지각된 가치가 태도에 미치는 영향을 분석하기 위해 기능적 가치와 감성적 가치를 구분하여 가설을 검증하였다. 그 결과, 기능적 가치와 감성적 가치 모두 태도에 긍정적인 영향을 미쳤으며, 특히 감성적 가치는 매우 강력한 영향력을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 김종봉, 유재원, 서진욱(2022), 윤준, 이승곤(2019), 이원일 외(2017)의 연구 결과와 같다. 또한, 김수정, 류동수(2016), 김중순, 이동규(2024), 전도현, 조명대(2023)의 연구에서는 감성적 가치는 태도에 영향을 미쳤지만 기능적 가치는 영향을

미치지 않았다.

이러한 선행연구 결과는 본 연구의 결과와 다소 차이가 있지만 기능적 가치보다 감성적 가치의 영향력이 더 크다는 결과를 지지해주고 있다. Deng et al.(2010)의 연구에서도 감성적 가치는 개인이 선택한 서비스 사용의 주요 이유로 작용할 수 있다고 밝히기도 했다.

이는 MZ세대 골프 참여자들이 경제적 효용보다 감성적 경험과 같은 비경제적 가치를 중시하며, 여가 활동에서 정서적 만족과 심리적 행복감을 더 중요하게 여기는 경향이 있다는 점에서(Lee et al., 2023) 의미 있는 연구 결과로 볼 수 있다. 따라서 본 연구는 골프 참여 중 느끼는 즐거움, 행복감, 자기 만족과 같은 감성적 경험이 태도 형성에 중요한 역할을 한다는 점을 보여주고 있다.

가설 2. 태도와 행동의도와의 관계

본 연구에서 MZ세대 골프 참여자의 태도가 행동의도에 미치는 영향을 분석하기 위해 가설을 검증하였다. 그 결과, 태도는 행동의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 기존 VAB 모델의 핵심 가정을 입증한 결과로서(Homer & Kahle, 1988), MZ세대 골프 참여자들이 긍정적인 태도를 가질수록 골프 참여의도가 강화되며, 태도가 행동의도를 예측하는 중요한 요인임을 확인한 것이다. 이와 같은 결과는 MZ세대 골프 참여자들의 태도가 행동의도에 얼마나 중요한 영향을 미치는지를 명확히 보여주는 증거로 해석될 수 있다.

이는 기존 연구와 일치하는 결과로, 태도가 소비자의 행동의도에 긍정적 영향을 미친다는 점은 여러 학문적 연구에서 확인된 바 있다(Cai & Shannon, 2012; Chen, & Tung, 2014; Han et al., 2010; Lam, & Hsu, 2006). 특히, 본 연구에서는 MZ세대가 가지는 태도가 행동의도 형성에 강력한 매개 역할을 하고 있음을

확인하였는데, 이는 MZ세대가 감성적 가치를 중시하는 경향과 맞물려 있다.

MZ세대는 감성적 가치를 통해 즐거움과 만족감을 중시하며, 이러한 요소가 골프에 대한 긍정적 태도를 강화하고 행동의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 예를 들어, MZ세대는 스윙 성공의 성취감, 자연 속 여유, 지인들과의 교류에서 얻는 감성적 가치가 골프에 대한 긍정적 태도를 강화하고, 행동의도로 이어지는 것이다.

따라서 골프 참여를 촉진하기 위해서 MZ세대가 느끼는 감성적 가치를 극대화할 수 있는 환경을 조성하는 것이 중요하겠다. 이를 위해 자연경관을 활용한 휴식 공간 조성, 스트레스 완화 음악 활용, 초보자도 쉽게 즐길 수 있는 난이도 조절로 진입 장벽을 낮추는 것이 중요하다.

또한 웰컴 드링크 제공과 MZ세대를 위한 소셜 이벤트 기획으로 긍정적 상호작용을 촉진해야 한다. 골프 후에는 AI 스윙 분석, 개별 코칭, 맞춤형 장비 제공, SNS 프로필용 사진 촬영 서비스 등을 통해 참여자 만족도를 높여야 한다. 이러한 경험적 요인들은 MZ세대 골프 참여자의 긍정적인 태도를 강화하고 행동의도를 증대시키는 핵심적인 역할을 할 수 있을 것이다.

가설 3. 행동의도와 실제 행동과의 관계

본 연구에서는 MZ세대 골프 참여자의 행동의도가 실제 행동에 미치는 영향을 분석하기 위해 가설을 검증하였다. 그 결과, 행동의도는 실제 행동에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 다수의 선행연구(Armitage & Conner, 2001; Conner & Armitage, 1998; McEachan et al., 2011) 결과와도 일치한다.

특히, Webb & Sheeran(2006)은 행동의도가 실제 행동에 영향을 미치지만 그 영향력은 크

지 않으며, 단순히 행동의도를 가지는 것만으로 실제 행동으로 이어지는 데 한계가 있다고 하였다. 이에 행동의도를 안정적으로 유지하고 실행의도를 형성하는 것이 중요하다고 제안하였다. 즉, 행동의도가 실제 행동에 영향을 미쳤다고 안주할 것이 아니라, 실질적인 행동으로 이어질 수 있도록 노력해야 한다는 것이다.

따라서 MZ세대 골프 참여자의 행동의도를 실제 행동으로 전환하기 위한 전략은 필수적이라 하겠다. 이를 위해 첫째, 맞춤형 레슨이나 코칭 세션을 통해 참여자에게 개인화된 경험을 제공하여 의도를 강화하여야 한다. 예를 들어 트랙맨을 활용하여 발사각, 스윙궤도, 볼스피드 등 개인의 스윙 스타일이나 목표에 맞춘 원포인트 레슨 또는 스윙진단 등을 제공할 수 있겠다. 둘째, 골프 라운딩 기록 앱이나 서비스를 제공하여 자신의 경기 결과와 목표를 기록하고 피드백을 받을 수 있는 시스템을 마련하는 것이 좋겠다. 셋째, 정기 방문 고객에게 할인이나 포인트를 제공하는 인센티브 프로그램을 운영하여 참여자들이 꾸준히 행동을 이어가도록 유도하는 것이 좋겠다.

이러한 전략은 MZ세대 골프 참여자들의 의도를 단순히 마음속에 머물게 하지 않고, 실제 행동으로 전환시키는 촉진제가 될 것이며, 나아가, 골프 참여를 높이는 강력한 동인이 되어, 골프 산업 성장과 여가 스포츠 활성화에 중요한 역할을 할 수 있을 것으로 보인다.

이처럼 본 연구는 지각된 가치(기능적, 감성적)가 태도 형성에 미치는 영향을 중심으로, 태도에서 행동의도, 행동의도에서 실제 행동으로 이어지는 경로를 규명한 데 학문적 의의가 있다. 특히, 지각된 가치 중 감성적 가치와 태도 간의 관계를 심층적으로 분석한 본 연구는 MZ세대 골프 참여자의 행동의도와 실제 행동을 긍정적으로 변화시키기 위한 이론적 근거를 제시하고 있다.

V. 결론

본 연구는 MZ세대 골프 참여자의 가치, 태도, 행동의도 및 실제 행동 간의 관계를 분석하고, 기존 VAB 모델에 실제 행동 변수를 추가하여 행동 예측력을 강화하고자 하였다. 연구 결과, MZ세대 골프 참여자의 지각된 가치(기능적, 감성적)는 태도 형성에 긍정적인 영향을 미치며, 특히, 감성적 가치가 강한 영향력을 나타내는 것을 확인하였다. 또한 태도는 행동의도를 강화하고, 행동의도는 실제 행동에 긍정적인 영향을 미치는 것을 확인하였다.

본 연구 결과는 MZ세대 골프 참여자의 참여 행태를 이해하는 데 중요한 시사점을 제공한다. 이들은 기능적 가치보다 감성적 경험을 더욱 중요하게 여기며, 이러한 감성적 만족이 골프 참여에 강한 동기를 부여하는 것으로 나타났다. 따라서 골프 산업의 발전과 여가 스포츠 활성화를 위해서는 감성적 가치를 극대화할 수 있는 마케팅 전략과 서비스 개선이 필요하다고 볼 수 있다. 또한, 행동의도를 실제 행동으로 전환하기 위한 노력도 필히 기울여야 할 것이다.

마지막으로, 본 연구의 한계점과 향후 연구에 대해 제안하고자 한다.

첫째, 본 연구는 MZ세대 골프 참여자들을 연구대상으로 선정하게 되면서 표본의 범위에 한계가 있을 수 있다. 코로나19 이후 MZ세대의 골프 참여율이 급격히 증가한 것은 사실이지만, 골프장 이용객 연령별 통계에 따르면 50대가 34.4%로 가장 큰 비중을 차지했고, 이어 40대 21.8%, 60대 21.1%, 30대 10.6%, 20대 6.2%, 70대 이상 4.4%로 나타났다(AGL, 2022). 이러한 통계를 고려할 때, MZ세대 뿐만 아니라 다양한 연령대의 골프 참여자를 포함해 표본의 범위를 넓히고, 연구 결과의 일반화를 강화할 필요가 있겠다.

둘째, 본 연구는 양적 연구 방법을 사용하였

기 때문에 MZ세대 골프 참여자들의 심층적인 심리적 요인이나 감정적 반응을 충분히 반영하지 못할 수 있다. 향후 연구에서는 심층 인터뷰나 관찰 등 질적 연구 방법을 활용하여 보다 깊이 있는 이해를 도모할 필요가 있겠다.

셋째, 본 연구에서는 VAB 모델을 중심으로 분석하였으나, 다른 심리적 요인이나 외부 요인들도 MZ세대 골프 참여자의 행동에 영향을 미칠 수 있다. 따라서 향후 연구에서는 다양한 변수를 고려한 종합적인 연구를 진행할 필요가 있겠다. 이를 통해 MZ세대 참여자들의 지속적인 참여를 유도함으로써, 엔데믹 이후 감소하는 모습을 보이는 골프라는 여가 스포츠의 안정적인 성장을 모색할 수 있을 것으로 기대한다.

참고문헌

- 김동규(2017). 확장된 계획행동이론을 통한 관광 스포츠 소비자의 소비행동 예측: 프로야구를 중심으로. 미간행 박사학위논문, 경희대학교 대학원.
- 김수정, 류동수(2016). 대학태권도대회의 지각된 가치와 브랜드태도, 행동의도의 관계. 한국콘텐츠학회논문지, 16(11), 464-476.
- 김종봉, 유재원, 서진욱(2022). 팬데믹 상황에서 외식 배달 서비스 특성과 태도 및 지각된 가치, 태도 및 구매의도 간의 관계연구. 이벤트컨벤션연구, 18(2), 89-113.
- 김중순, 이동규(2024). 관광객의 지각된 가치, 태도, 행동의도의 관계에서 관광지이미지 조절효과 : 해양레저관광지 전곡항을 중심으로. 여가학연구, 22(3), 25-44.
- 김진경(2019). 가치-태도-행동(VAB) 모델을 적용한 모바일 호텔 예약(MHR) 사용자의 행동의도: 채널 신뢰의 조절효과. 호텔관광연구, 21(3), 113-129.
- 노원희, 안승호, 양령령, 송영옥(2012). 중국 소비자의 소비가치가 건강기능식품에 대한 태도와 구매의도에 미치는 영향. 한중사회과학연구, 10(2), 179-206.
- 대한골프협회(2023). 2023 한국골프지표 조사. <https://www.kgagolf.or.kr/web/media/newsDetail?partCode=1585&boardCode=6174>.
- 문귀, 김일광(2023). MZ세대 골프참여자의 지각된 가치와 골프태도 및 지속참여의도의 관계. 스포츠사이언스, 41(1), 229-238.
- 박진경(2011). 여가행동을 예측하는 모형 탐색 : 합리적 행동이론과 계획된 행동이론을 적용하여. 관광연구, 26(4), 237-256.
- 송석린, 박철호, 한수정(2014). 골프관광의 선택속성과 지각된 가치, 행동의도 간의 관계 - 일본인 골프관광을 중심으로-. 관광학연구, 38(4), 77-100.
- 윤설민, 이충기(2018). 체험마케팅의 개별적 체험과 공유적 체험을 활용한 고궁 방문객에 대한 확장된 가치-태도-행동 체계 분석. 관광연구, 33(7), 83-100.
- 윤준, 이승곤(2019). 마리나 요트승선체험 이용자의 지각된 가치, 태도, 행동의도 간의 구조적 관계 : 거제 마리나베이 요트 이용객을 중심으로. 관광연구저널, 33(12), 47-60.
- 이원일, 안대천, 왕진, 김미정(2017). 항공사의 CSR활동과 지각된 가치, 기업태도 간의 구조적 인과관계 = 대형항공사와 저가항공사의 비교를 중심으로. 관광레저연구, 29(5), 235-254.
- 이재문, 장용석(2023). MZ세대가 스포츠산업에 미치는 영향력에 관한 연구. 한국스포츠학회지, 21(2), 1-15.
- 전도현, 조명대(2023). 채식 선택속성과 지각된 가치가 태도 및 행동 의도에 미치는 영향. 외식경영연구, 26(1), 35-56.
- 최윤근(2023). 골프장 가격공정성, 지각된 가치 그리고 방문의도에 관한 연구. 골프연구,

- 17(4), 81-91.
- 한국골프장경영협회(2024). 2023년 골프장 이용객 통계. <https://www.golfjournal.co.kr/news/articleView.html?idxno=4988>.
- 홍세희. (2000). 특별기고: 구조 방정식 모형의 적합도 지수 선정기준과 그 근거. *한국심리학회지: 임상*, 19(1), 161-177.
- AGL(2022). AGL 빅데이터 리포트 “한국 골프 평균 50.3세”. <https://www.aglgw.com/ko/Contents/NewsDetail?No=56>.
- Ajzen, I., & Driver, B. L. (1992). Application of the theory of planned behavior to leisure choice. *Journal of leisure research*, 24(3), 207-224.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (2005). The influence of attitudes on behavior. In D. Albarracín, B. T. Johnson, & M. P. Zanna (Eds.), *The handbook of attitudes* (pp. 173-221). Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Armitage, C. J., & Conner, M. (2001). Efficacy of the theory of planned behaviour: A meta-analytic review. *British journal of social psychology*, 40(4), 471-499.
- Cai, Y., & Shannon, R. (2012). Personal values and mall shopping behavior: The mediating role of attitude and intention among Chinese and Thai consumers. *Australasian Marketing Journal*, 20(1), 37-47.
- Carrington, M. J., Neville, B. A., & Whitwell, G. J. (2010). Why ethical consumers don't walk their talk: Towards a framework for understanding the gap between the ethical purchase intentions and actual buying behaviour of ethically minded consumers. *Journal of business ethics*, 97, 139-158.
- Chandon, P., Morwitz, V. G., & Reinartz, W. J. (2005). Do intentions really predict behavior? Self-generated validity effects in survey research. *Journal of marketing*, 69(2), 1-14.
- Chen, M. F., & Tung, P. J. (2014). Developing an extended theory of planned behavior model to predict consumers' intention to visit green hotels. *International journal of hospitality management*, 36, 221-230.
- Cheung, M. F., & To, W. M. (2019). An extended model of value-attitude-behavior to explain Chinese consumers' green purchase behavior. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 50, 145-153.
- Conner, M., & Armitage, C. J. (1998). Extending the theory of planned behavior: A review and avenues for further research. *Journal of applied social psychology*, 28(15), 1429-1464.
- Deng, Z., Lu, Y., Wei, K. K., & Zhang, J. (2010). Understanding customer satisfaction and loyalty: An empirical study of mobile instant messages in China. *International journal of information management*, 30(4), 289-300.
- Engel, J. F., & Blackwell, R. D. (1982). *Consumer behavior* (4th ed.). New York: the Dryden Press.
- Follows, S. B., & Jobber, D. (2000). Environmentally responsible purchase behaviour: a test of a consumer model. *European journal of Marketing*, 34(5/6), 723-746.
- Han, H., Hsu, L. T. J., & Sheu, C. (2010). Application of the theory of planned behavior to green hotel choice: Testing the effect of environmental friendly activities. *Tourism management*, 31(3),

- 325-334.
- Homer, P. M., & Kahle, L. R. (1988). A structural equation test of the value-attitude-behavior hierarchy. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54(4), 638-646.
- Humphreys, C. (2014). Understanding how sporting characteristics and behaviours influence destination selection: a grounded theory study of golf tourism. *Journal of Sport & Tourism*, 19(1), 29-54.
- Lam, T., & Hsu, C. H. (2006). Predicting behavioral intention of choosing a travel destination. *Tourism management*, 27(4), 589-599.
- Sheeran, P. (2002). Intention-behavior relations: A conceptual and empirical review. *European Review of Social Psychology*, 12(1), 1-36.
- Lee, H. J., Yang, J. H., & Bum, C. H. (2023). The Relationship between MZ Generation Screen Golf Participants' Participation Motivation, Self-Esteem, and Psychological Happiness. *In Healthcare* 11(18), 2548, MDPI.
- McEachan, R. R. C., Conner, M., Taylor, N. J., & Lawton, R. J. (2011). Prospective prediction of health-related behaviours with the theory of planned behaviour: A meta-analysis. *Health psychology review*, 5(2), 97-144.
- Milfont, T. L., Sibley, C. G., & Duckitt, J. (2010). Testing the moderating role of the components of norm activation on the relationship between values and environmental behavior. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 41(1), 124-131.
- Murray, A. D., Daines, L., Archibald, D., Hawkes, R. A., Schiphorst, C., Kelly, P., ... & Mutrie, N. (2017). The relationships between golf and health: a scoping review. *British journal of sports medicine*, 51(1), 12-19.
- Sheeran, P. (2002). Intention-behavior relations: a conceptual and empirical review. *European review of social psychology*, 12(1), 1-36.
- Song, H. J., Lee, C. K., Park, J. A., Hwang, Y. H., & Reisinger, Y. (2015). The influence of tourist experience on perceived value and satisfaction with temple stays: The experience economy theory. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 32(4), 401-415.
- Song, H. M., Cho, S. W., & Zeng, T. T. (2017). Predicting Golfers' Behavior with the Extended Theory of Planned Behavior: A Case Study of China: A Case Study of China. *한국체육과학회지*, 26(6), 179-191.
- Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2001). Consumer perceived value: The development of a multiple item scale. *Journal of retailing*, 77(2), 203-220.
- Vaske, J. J., & Donnelly, M. P. (1999). A value-attitude-behavior model predicting wildland preservation voting intentions. *Society & Natural Resources*, 12(6), 523-537.
- Webb, T. L., & Sheeran, P. (2006). Does changing behavioral intentions engender behavior change? A meta-analysis of the experimental evidence. *Psychological bulletin*, 132(2), 249.