creative commons

COMMONS DEED

저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:

저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.

비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.

변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 이용허락규약(Legal Code)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

Disclaimer

dCollection

스포츠매니지먼트 석사 학위논문

해양레저스포츠 참여자에 대한 계층적 성격이론 접근

-요트 참여자를 중심으로-

2016년 8월

서울대학교 대학원

체육교육과

원 동 천

국 문 초 록

해양레저스포츠 참여자에 대한 계층적 성격이론 접근

-요트 참여자를 중심으로-

원 동 천
서울대학교 대학원
체 육 교 육 과

사회 전반적으로 높은 삶의 질을 추구하면서 취미활동, 여가활동을 즐기는 이들이 늘고 있으며 특히 웰빙, 힐링 등이 사회적으로 주목받으면서 자연을 배경으로 한 야외활동이 주목을 받고 있는 추세이다. 우리나라는 3면이 바다이면서 내륙천의 정비 등으로 인하여 물과 관련된 인프라가 확충되면서 해양레저스포츠에 대한 관심 또한 증가하고 있다. 이 중에서도 그 잠재적 가치가 높은 요트산업이 특히 주목을 받고 있다. 그럼에도 불구하고 한 산업에서 중요한 위치를 차지하는 소비자에 대한 연구는 부족한 실정이다. 따라서 본 연구는 해양레저스포츠 참여자, 그 중에서도 요트참여자들의 성격적 특성을 분석하기 위하여 Mowen이 주창하였던 3M 모델(계층적 성격모델)을 활용하였다.

본 연구는 Mowen의 계층적 성격모델을 활용하여 복합특성에 인지욕구와 준거집단순응성향을 배치하였으며 상황특성에는 놀이욕구와 지위욕구 그리고

마지막 단계인 표면특성은 해양레저스포츠 참여로 설정하였다. 이들은 각 전단계가 다음 단계에 영향을 미친다고 가설을 세웠으며 탐색적 목적으로 복합특성이 표면특성에 직접적으로 영향을 미친다고 가정하였다. 비확률 표집방법 중 유의(판단)표집을 통하여 연구 대상자들을 선정하였으며 설문을 통하여 응답자가 직접 기입하는 자기평가 기입법을 활용하였다. 2015년 10월부터 2016년 4월까지 온·오프라인을 통하여 연구대상자를 대상으로 총 202부의 설문지를 회수하였으며 이 중 응답이 불량한 22부를 제외한 179부를 활용하였다. 수집된 자료는 IBM SPSS STATISTICS 21를 활용하여 빈도분석과 신뢰성 분석을 실시하였고, IBM SPSS AMOS 21을 활용하여 확인적 요인분석과 경로분석을 실시하였다.

연구결과 복합특성인 인지욕구는 상황특성인 놀이욕구에 정(+)의 영향을 미쳤고 또 다른 복합특성인 준거집단순응성향은 상황특성인 지위욕구에 정(+)의 영향을 주는 것으로 나타났다. 상황특성인 놀이욕구만이 표면특성인 해양레저스포츠 참여에 정(+)의 영향을 미친 것으로 나타났다. 탐색적으로 실시한 복합특성과 표면특성 간의 관계는 인지욕구와 준거집단순응성향 모두 해양레저스포츠 참여에 정(+)의 영향을 미친 것으로 드러났다.

본 연구를 통하여 요트활동에 참여하는 이들은 새로운 것을 배우거나 사고하는 것을 즐기고 조직의 규범을 잘 따르며 놀이를 즐기는 것으로 나타났으며 향후 경영, 마케팅에 있어서 이러한 성격적 특성을 가진 이들을 대상으로 한 전략을 도출할 수 있는 발판을 마련하였다.

주요어: 계층적 성격이론, 성격특성, 욕구

학 번: 2012-23525

목 차

Ⅰ. 서 론 ····· 1

1. 연구의 배경 및 필요성 ····· 1

2. 연구의 목적 ····· 7

Ⅱ. 이론적 배경 ····· 9

1. 해양레저스포츠 ····· 9

1) 해양레저스포츠의 정의 ····· 9

2) 해양레저스포츠의 유형 ····· 10

2. 성격과 특성이론 ····· 14

1) 성격의 개념 ····· 14

2) 성격의 형성 ····· 15

3) 성격이론 ····· 16

4) 성격특성의 이해 ····· 18

5) 특성이론(Trait theory) ····· 19

3. 계층적 성격이론(3M 모델)과 구성요소 ····· 20

1) 계층적 성격이론(3M 모델) ····· 20

2) 계층적 성격이론의 구성 ····· 22

Ⅲ. 연구가설 ····· 28

1. 기본특성 ····· 28

2. 복합특성 ····· 28

1) 인지욕구 ····· 28

2) 준거집단순응성향 ····· 29

3. 상황특성 ····· 29

1) 놀이욕구 ····· 29

2) 지위욕구 ····· 30

Ⅳ. 연구방법 ····· 33

1. 연구대상 및 절차 ····· 33

2. 조사도구 ····· 35

1) 복합특성 ····· 35

2) 상황특성 ····· 36

3) 표면특성 ····· 37

3. 자료처리방법 ····· 38

1) 신뢰도분석 ····· 38

2) 확인적 요인분석 ····· 39

3) 구조방정식모형 분석 ····· 39

Ⅴ. 연구결과 ····· 41

1. 구성개념의 신뢰성 및 타당성 검증 ····· 41

1) 구성개념의 신뢰성 검증 ····· 41

2) 구성개념의 타당성 검증 ····· 42

2. 구조방정식모형 검증 ····· 45

3. 연구가설 검증 ····· 46

1) 복합특성과 상황특성과의 관계 ····· 46

2) 상황특성과 표면특성과의 관계 ····· 47

3) 복합특성과 표면특성과의 관계 ····· 47

4) 검증결과 종합 ····· 48

Ⅵ. 논의 및 결론 ····· 50

1. 복합특성과 상황특성과의 관계 ····· 50

2. 상황특성과 표면특성과의 관계 ····· 51

3. 복합특성과 표면특성과의 관계 ····· 51

4. 시사점 ····· 52

5. 제언 ····· 54

참고문헌 ····· 56

Abstract ····· 65

부록 ····· 68

표 목차

표 1. 해양스포츠의 분류 ····· 12
표 2. 해양레저 활동의 종류 ····· 13
표 3. 연구대상자의 일반적 특성 ····· 34
표 4. 복합특성 요인 및 측정항목 ····· 36
표 5. 상황특성 요인 및 측정항목 ····· 37
표 6. 표면특성 요인 및 측정항목 ····· 38
표 7. 변인의 기술적 통계량 및 신뢰성 분석 ····· 41
표 8. 요인적재량과 타당도 ····· 44
표 9. 복합특성과 상황특성 간의 관계 ····· 46
표 10. 상황특성과 표면특성 간의 관계 ····· 47
표 11. 복합특성과 표면특성 간의 관계 ····· 48
표 12. 가설 검증결과 ····· 49

그림 목차

그림 1. 3M 모델 개념도 ····· 27
그림 2. 연구모형 ····· 31
그림 3. 구조방정식 모형 ····· 45
그림 4. 연구모델 최종 모형 ····· 49

Ⅰ. 서 론

1. 연구의 배경 및 필요성

현대사회의 구성원은 과학기술의 발전으로 과거보다 현저히 편리한 생활을 할 수 있게 되었다. 교통의 발전은 전국을 일일 생활권으로 묶었으며 통신기술의 발전, 그리고 모바일 기기의 보편화와 같은 기술의 발전은 사람으로 하여금 불필요한 움직임을 최소화 시켜주었으며 필요한 때 필요한 곳에서 원하는 정보를 얻을 수 있게 만들어 주었다. 이러한 생활환경의 변화와 시간적 여유가 생기면서 여가에 대한 의식 또한 높아졌다. 이에 기존의 나들이 , 소일 , 휴식형태의 전통적 여가에서 보다 적극성을 갖고 직접하는 스포츠 그리고 자연환경을 이용하는 활동 등 참여여가로 변모하고 있다(강운혁, 1999). 특히 사회·문화 변동에 따라 여가활동을 즐기는 소비자들의 욕구가 점차 자연친화적인 스포츠 활동으로 옮겨가고 있으며 특히 불확실하거나 알려지지 않은 자연과 자유 속에서 행하는 모험적 스포츠 형태가 각광받고 있다(임재구, 임태성, 2000). 최근 몇년 사이에 등산, 스포츠 클라이밍, 트래킹, 산악자전거 열풍을 보면 이런 경향은 쉽게 파악할 수 있다. 이렇듯 자연친화적인 체험스포츠를 즐기는 인구가 늘어나고 있으나 대다수 내륙을 중심으로 하는 활동들이 주를 이루고 있다.

우리나라는 3면이 바다이며 내륙을 보았을 때에도 전국에 걸쳐서 한강, 금강 등이 실타래처럼 얽혀있어 해양 및 수상레저스포츠를 즐기기에 알맞은 환경을 갖추고 있다. 그리고 이러한 지리적인 특징을 활용하여 점차 이를 즐기려는 소비자들이 늘어나고 있는 추세다. 특히 우리나라는 그 지리적 특성상 해양자원을 활용한 해양관광개발은 필연적이다(오화식, 2009)

오늘의 바다는 단순하게 식량과 자원을 얻거나 무역항로로 이용되는 공간이 아니며 그보다 더 나아가 건전한 여가활동을 즐길 수 있는 공간으로 레저산업의 측면에서 본다면 활용 가능성이 무한한 자원으로서의 가치가 있다(이종열, 김수

훈, 2010). 특히 우리나라는 바다로 둘러싸여 있으며 그 속에는 유·무인 도서가 많아 해양자원이 풍부하다고 평가되고 있으며 활용 잠재성이 크다고 할 수 있다. 이러한 발전 가능성은 하계철 휴가 목적지로서 해변을 선택하는 인구의 비율이 75%에 해당하는 것을 볼 때 그 의미가 매우 크다고 할 수 있다(이정식, 2004).

이렇듯 해양관관은 그 외적인 발전 가능성 뿐 아니라 교육적인 측면에서 바라보았을 때에 정서적 교화의 기능을 가지고 있다. 해양스포츠는 친환경 체험활동으로 자연속에서 정서적 교육이 이루어지고 바다에 대한 올바른 이해를 이끌어내며 안전의식 강화 및 호연지기를 기를 수 있게 해준다(장재용, 강신범 & 권오륜, 2014). 이에 정부 및 지자체에서 섬이나 어촌의 생활을 체험하여 심신을 재충전하는 여가활동인 블루 투어리즘을 활성화하기 위하여 노력하고 있다(구서일, 2013). 이러한 움직임은 연·근해에서 벌어지는 타국과의 어업경쟁, 감소하는 물량에 따라 어촌계의 수익이 줄어들면서 이를 보전해주기 위한 방안으로 해양레저스포츠 및 관광의 중요성이 대두되면서 나타나기 시작하였다.

최근 해양수산부에서 발표한 제2차 해양관광진흥기본계획에 의하면 해양관관이 국내 관광 전체의 50% 수준이며 해수욕, 낚시 등의 전통적 분야뿐 아니라 스킨스쿠버, 카누 등 신규 시장의 증가세가 뚜렷해지고 있으며 고급화, 장기화 됨에 따라 당일여행보다는 숙박여행의 비율이 더 크게 나타난 것으로 조사하였다(해양수산부, 2014). 이러한 조사를 바탕으로 정부는 전국을 7개권역으로 분류하여 각 권역별로 특성화전략을 펼치는 한편 해양레저스포츠의 활성화를 위하여 '17년까지 전국 기초지자체별 최소 1개 이상의 체험장의 확보, 해양레저스포츠 시범학교 지정·운영, 시도별 동호인 대회 지원 등의 활성화 방안을 수립(해양수산부, 2014) 하는 등 적극적으로 산업육성에 힘쓰고 있다.

해양레저스포츠 분야는 정부의 육성정책과 더불어 학문적으로도 최근 많은 연구가 진행되었다. 선행연구들을 살펴보면 우선 박승환(2004)은 "스포츠관광을 위한 해양레저스포츠 발전전략에 관한 연구"를 통하여 해양레저스포츠의 현황을 조사한 후 영동지역에 적용가능한 발전전략을 도출하였으며, 유상준(2009)은 "해양레저스포츠 활성화 방안에 관한 연구"를 통하여 여러 정책적 대안을 내놓기도

하였다. 차성기(2006)는 “델파이기법을 활용한 해양 레저스포츠 발전과제”를 통하여 해양 레저스포츠 활용과 발전과제에 관하여 예측적・이슈적・목표적・대안적 관점에서 다양한 형태의 접근을 제시하려고 노력하였다. 또한 이정식(2004)는 “해양 레저스포츠 발전의 전제와 산업화 방안”에서 해양레저스포츠 발전을 위한 전제 조건과 방안을 제시하여 산업의 활성화를 꾀하였다. 박명국(2001)은 “레저스포츠 소비자 행동분석을 통한 마케팅 전략”에서 내·외부 환경분석 및 소비자 분석을 통하여 가격전략, 프로그램의 확대, 프로모션 및 고객관계에 대한 전략을 도출하였다. 그럼에도 불구하고 위의 연구들은 거시적인 측면의 연구들로 실제적으로 산업의 밑바탕이 되는 소비자들을 분석을 하지 못한 제한점이 있다.

해양레저스포츠 분야의 산업 활성화를 위한 발전전략, 정책 등의 포괄적인 대상에 대한 연구가 이루어지는 한편으로 마케팅의 중요성이 부각되고 해양레저스포츠 참여자들에 대한 연구의 필요성 또한 대두되면서 많은 학자들이 소비자에 대해서 주목하기 시작하였다.

임재현(2011) “해양스포츠 참가자의 라이프스타일 특성과 만족 및 선택행동의 연관성에 관한 연구”를 통하여 소비자를 분석하려고 노력하였다. 저자는 연령, 교육수준, 소득에서 라이프스타일의 차이가 있다고 하였다. 또한 해양스포츠 참가형태에 따라서 라이프스타일, 만족, 선택행동의 차이에서는 이용시간이나 이용횟수, 이용기간, 참가형태에 따라 차이가 있다고 하였으며 마지막으로 라이프 스타일에 따라, 만족과 선택행동에 영향을 미치고 있으며, 만족 또한 선택행동에 영향을 미친다고 밝혀냈다. 이러한 성과에도 불구하고 저자도 언급하고 있듯 향후 저변확대를 위하여 참가자들의 특성에 대한 고려와 세밀한 연구가 이루어지지 않은 제한점이 있다. 참여자들의 특성을 확인하게 되면 이를 토대로 누구를 STP(segmentation, targeting, positioning)전략과 같은 마케팅 전략을 수립하고 적용하는데 용이할 것이다.

윤유식, 전재균과 이상호(2011)는 “해양레저스포츠 참가동기에 따른 시장세분화”를 통하여 해양레저스포츠 참여자들의 동기를 파악하고 이들을 보통 수준의 동기를 추구하는 집단, 휴식 및 흥미를 추구하는 집단, 그리고 다목적 동기를 추

구하는 집단으로 세분화하였다. 특히 이들은 다목적 동기추구 집단은 다른 집단에 비하여 모든 해양체험활동에 대해서 선호하는 것으로 나타났으며 이와 무관하게 이 3집단 모두 만족 증진을 위해 더욱 면밀한 분석이 필요하다고 언급하고 있다.

이외에 심민보(2012) “체험의 유형과 관여도가 해양 레저 스포츠 체험 후 감정과 행동의도에 미치는 영향”, 정문현(2014) ‘해양레저스포츠 체험선택과 체험효과, 체험만족에 관한 연구’, 유동균(2013) ‘해양레저스포츠의 참여동기, 선택속성, 만족도 및 구매 후 행동과의 관계’ 등 여러 학자들이 산업 활성화를 위한 발판으로 소비자를 연구하고 있다.

이렇듯 해양레저스포츠 분야에서 소비자에 대한 많은 연구가 이루어지고는 있으나 대부분 소비자들의 라이프스타일, 참여동기, 만족도 등과 같은 것에 맞춰져 있을 뿐 소비자행동에 영향을 미칠 수 있는 더 근본적인 요소인 소비자들의 기본욕구에 초점을 둔 연구는 많지 않다. 그 중에서 대표적인 연구들을 살펴보자면 다음과 같다.

김미량(2011)은 ‘요트참가자들의 기본심리욕구와 운동참가동기 및 지속적 참여의도의 구조모형 검증’을 통해 기본심리욕구와 참가동기, 참여동기간에 유의미한 관계가 있는 것을 밝혔다. 이 연구에서 자결성이론(Self-determination Theory)을 바탕으로 자율성(autonomy), 유능성(competence), 관계성(relatedness)의 욕구 등 타고난 3가지 기본적 심리적 욕구(needs)는 모든 사람들에게 필수적인 것으로 정의하고 있다. 이중에서도 자율성 욕구를 요트활동 참여에 가장 중요한 변인으로 지목하고 있다. 연구에서 기본심리욕구를 언급하고 있으나 이 모든 요소가 결국에는 참여동기를 밝히기 위하여 적용된 것으로 개인의 성향에 대한 연구라고 보기에는 어렵다.

이와 유사하게 김성문과 윤성문(2011)은 자결성이론을 기반으로 ‘해양/수상레저스포츠 참가자의 기본심리욕구, 운동정서 및 활력촉진의 관계’에 대한 연구를 진행하였다. 저자들은 연구를 통하여 기본심리욕구와 활력촉진의 관계에서는 유능성과 관계성이 운동정서에 유의한 영향을 주었으며, 운동정서와 활력촉진 사이에

서는 긍지와 성취감이 활력촉진에 영향을 주었다. 마지막으로 기본심리욕구와 활력촉진 사이의 관계에서는 자율성과 유능성이 통계적으로 유의한 영향을 준 것으로 밝혀냈으나 이 이론 역시 동기이론을 기반으로 하고 있는 만큼 보다 내면적인 특성을 살펴볼 필요가 있다.

하창완(2000)은 '해양레저 스포츠 참여자의 성격특성에 관한 연구'에서 성격특성이론 등을 활용하여 해양레저스포츠 참여자들의 성격특성에 대해서 연구를 하였다. 연구자는 이 연구를 통하여 해양레저스포츠 참여자와 비참여자간의 성격특성 차이를 밝혀내려고 하였으며 인구통계학적 특성에 따라, 성격 특성에 따라, 그리고 참가경력별로 차이가 있다는 연구결과를 내놓았다. 성격특성을 변인으로 연구를 한 것에 대하여 의미가 있으나 실제적으로 성격특성이 직접참여에 미치는 영향이 아닌 두 집단간의 비교를 통하여 참여자들이 어떠한 성격특성을 갖고 있는지에 대해서만 연구가 되었다.

성격특성은 개개인을 구별해주는 특성으로 이는 제품/서비스 구매상황에서 시간/상황에 상관없이 일정한 행동양식을 보여주는 것이다(Baumgartner, 2002). 이러한 성격의 특성의 중요성을 인지한 여러 학자들은 다양한 분야에서는 이들의 성격특성들을 밝혀내기 위하여 활발하게 연구활동들을 펼쳤다.

류신웅(2010)은 '제약 영업사원의 성격5요인이 고객지향성에 미치는 영향 연구'를 통하여 성실하고 외향적인 성격의 영업사원이 고객에게 더 좋은 서비스를 제공하려고 노력하고, 관계몰입도 잘 한다는 것을 알 수 있으며 영업 관리자들은 영업사원의 업무수행에 있어 긍정적인 작용을 할 수 있도록 인사 및 보수, 교육들을 세워야 하며, 영업사원의 개인의 차이에 따라 행동과 성격이 다르다는 점을 고려하여 자신과 타인의 감정을 인식하고 자신의 감정을 적절하게 처리하며 변화 되려고 노력해야 한다고 하였다.

마윤진(200)은 '소비자의 성격유형에 따른 판매원 서비스 평가와 구매행동'이라는 연구를 통하여 성격유형에 따라 판매원 서비스에 대한 평가와 구매행동이 다르게 나타나므로, 판매원들은 구매상황에서 소비자들의 유형을 파악하여 그에 따른 적절한 서비스를 제공하는 것이 중요하다는 연구결과를 도출하였으며

Chen(2005)은 'Personality traits and their relationship to leisure motivation and leisure satisfaction in southern Taiwan university students' 연구에서 성격특성과 레저동기 및 만족도간 상당히 유의한 관계가 있다는 연구결과를 내놓았다. 성격특성은 한 개인이 갖고 있는 고유한 특성이면서 특정한 행동을 유발하는 것으로 이를 연구하는 것은 큰 의의를 지니고 있다고 할 수 있겠다.

해양레저분야에서 많은 선행연구들이 해양레저스포츠 참여자를 파악하기 위하여 많은 노력을 기울였으며 실제로도 많은 성과가 있었다. 다만, 많은 부분 참여동기, 만족도 등에 대해 연구가 이루어졌으며 성격특성에 관한 연구들 또한 본질적으로 개인의 내면을 살펴보는 것이 아닌 동기의 한 요소로 보거나 단편적인 부분만을 연구하였다. 의사결정과정 속에서 한 개인의 성격특성은 많은 영향을 끼칠 것이다. 그리고 이러한 성격특성들의 관계를 밝혀내는 것은 의의가 클 것이다. 이에 계층적 성격이론(3M model of motivation and personality)를 활용하여 해양레저스포츠 참여자들의 성격특성에 대하여 알아보려고 한다.

박소진(2008)은 '과시소비성향에 대한 계층적 성격모델 접근'을 통하여 패션선도성, 준거집단 순응성향, 인지 욕구, 물질적 욕구가 개인의 과시소비에 직접적으로 영향을 미치는 특성이라고 밝혔다. 저자는 제품의 구매와 소비를 통하여 남들과 달라 보이고 싶은 욕구보다 제품의 구매를 통하여 준거집단에 순응하려는 욕구가 강하다는 것을 밝혀내었다.

박소진과 박상준(2008)은 '성격특성이 소비자 독특성 욕구에 미치는 영향'에서 독특성 욕구에 직접적인 영향을 주는 선행 특성변수는 인지 욕구, 사교성, 감정적 불안정성, 물질욕구, 신체욕구라는 것을 규명하였으며 이 이론을 통하여 독특성 욕구에 영향을 미치는 성격특성들을 구조적으로 밝혀주어 보다 정확하게 소비자의 행동을 이해할 수 있게 되었다고 평가하고 있다.

Scott and Mowen(2007)은 'Travelers and their traits : A hierarchical model approach'에서 성격특성과 모험여행과의 관계에 대해 파헤쳤으며 이들 특성을 대상으로 다시 럭셔리 여행, 캠핑, 위험부담이 크지 않는 여행, 위험부담이 큰 여행과의 관계에 대해서 연구하여 유의미한 결과를 도출하였다. 이렇

듯 많은 연구에서 이 계층적 성격이론이 이용되고 있으며 개인의 행동에 영향을 미치는 특성들을 밝혀내는데 유용하게 사용되고 있다.

이외에 종업원의 시장지향성(Brown et al. 2002), 구전정보를 전달 또는 수신하고자하는 소비자 특성(Mowen et al., 2007), 불평토로성향(박소진과 Mowen, 2009) 등에 있어 성격 특성의 계층구조가 실증적으로 지지되었다.

이 계층적 성격이론을 통하여 개인이 가지고 있는 가장 근원적인 특성들이 단계에 걸쳐 어떻게 개인의 행동에 영향을 미치는지 알아보는 것으로 특성·동기·행동 등을 입체적으로 살펴볼 수 있다. 계층적 성격이론은 기본·복합·상황·표면특성의 계층적 구조를 가지고 있으며 최근 여러 연구에서 지지되었으며 이러한 특성들은 특정 행동에 대하여 상당한 예측력을 가지는 것으로 나타났다.

해양레저스포츠의 여러 종목 중에서도 요트산업의 가치는 매우 크다고 할 수 있다. 요트 산업은 중앙정부와 지방자치단체가 미래 유망산업으로 선정하여 집중육성하고 있으며 특히 해양레저스포츠 종목 중에서도 요트에 대한 선호도가 높은 것으로 보고 있다(조우정, 2012). 이러한 시각은 강원도, 경북, 경남 등 많은 지자체들이 해양레저스포츠 메카를 꿈꾸며 기반시설인 마리나를 개발하는데에 박차를 가하고 있는 것을 근거로 하고 있으며 이들 마리나는 결국에는 요트, 보트의 생산 판매, 정비 등 요트를 중심으로 돌아가는 시설이다(장승현, 김준, 2015). 이를 통하여 해양레저스포츠 중에서도 요트를 즐기는 소비자들에 대한 연구가 필요하다고 할 수 있겠다.

2. 연구의 목적

본 연구는 해양레저스포츠 참여자들의 를 표면특성(surface trait)으로 규정하고 8개의 기본특성(elemental traits), 2개의 복합특성(compound traits), 2개의 상황특성(situational traits)으로 가정하고 이들의 구조적 관계를 밝히는 것을 목적으로 한다. 최근 해양레저스포츠와 관련한 많은 연구가 활발히 이루어지고 있으나 본질적으로 개인의 특성을 주제로 한 연구는 많지 않다. 한 산업의 활성화에

있어서 소비자의 특성을 이해하는 것은 매우 중요하다. 이와 같이 해양레저스포츠 참여자들의 특성을 이해할 수 있으면 향후 산업의 활성화를 위한 다양한 전략을 펼칠 수가 있다. 이러한 구조적 관계를 밝힘으로써 해양레저스포츠 참여에 대한 예측력을 높이는 한편 유용한 정보를 제공할 수 있을 것으로 보인다.

Ⅱ. 이론적 배경

1. 해양레저스포츠

1) 해양레저스포츠의 정의

해양레저스포츠는 해양, 레저 그리고 스포츠의 합성어라고 할 수 있으며 해양은 우리가 보편적으로 알고 있는 바다를 뜻한다. 레저와 스포츠는 개념적으로 다른 개념이지만 최근에는 레저 스포츠(Leisure sports) 혹은 레포츠(Leports)라는 용어로 혼합되어 사용되고 있다. 레저 스포츠나 레포츠는 레저시간에 자발적으로 선택하고 즐기는 스포츠활동으로 스트레스 해소와 기분전환 그리고 재미를 느끼는 스포츠 활동이다(김낙중, 2010). 해양레저스포츠는 스트레스 해소와 기분전환 등 재미를 느끼기 위하여 해양에서 행하는 레저스포츠라고 할 수 있다. 다른 연구를 통하여 해양레저스포츠의 정의에 대해 살펴보면 다음과 같다.

해양이라는 단어가 의미하듯이 보통 해양레저스포츠는 바다에서 이루어지는 레저스포츠로 이는 때로는 아쿠아틱 스포츠(aquatic sports) 혹은 마린(marine sports)라고 정의하기도 한다(박명국, 2001).

물에서 하는 스포츠의 총칭을 수상스포츠라고 하는데 최근에는 해양스포츠, 해양레저스포츠라는 용어를 사용하여 바다에서 이루어지는 스포츠를 말하기도 한다(진윤수, 정문현, 2013).

유흥주(1995)는 해양스포츠에 대하여 동기유발된 개인에 의해 바다에서 이루어지는 활발한 신체활동을 포함하거나 비교적 복합적 신체기능을 구사하는 제도화된 경쟁적 신체활동이라고 정의하였다.

지삼업(2004)은 해양레저스포츠는 “바다·강·호소(湖沼)에서 동력과 무동력의 각종 장비(보트)를 이용하여 이루어지는 경쟁적·취미적 또는 체계적(제도화)·비체계적(비제도화)인 스포츠형 해양레저스포츠와 레저형 해양레저스포츠 활동을

모두 포함하는 광의적 개념"이라고 정의하였고, 황철상(2006)은 해양레저스포츠의 개념을 해양에서 개인의 동기여부에 의한 상대적으로 복잡한 육체적 기능 또는 활동적인 육체적 운동을 이용한 조직화된 경쟁 활동이라고 정의하였다.

해양레저스포츠는 활동에 있어서 최적의 공간은 바다이다. 그렇지만 그 특징을 놓고 볼 때 당연히 강과 호수 등도 활동이 가능한 공간이 된다. 그렇기에 다양한 해양스포츠 개념에 대한 인식의 혼란을 방지하고, 활동의 적절성 및 공간의 규모를 놓고 보았을 때 내수면인 강과 호수 등 또한 해양이라는 큰 틀에서 보는 것이 합당하다고 볼 수 있다(지삼업, 2006, 89).

본 연구에서는 해양을 큰 틀에서 바다, 강, 호수 등보다 광범위한 개념으로 간주하고 이들 공간에서 행하는 모든 활동들을 해양레저스포츠로 용어를 통일하고자 한다.

2) 해양레저스포츠의 유형

우리나라는 21세기 해양국가로 발전하기 위하여 해양개발기본계획(안)을 마련하고 해안을 개발함에 있어 보다 능동적으로 대처하고자 해양수산부를 부활시켰다. 최근에 국내·외적으로 해양관련 여러 부문에 관심이 증대되면서 관광이나 스포츠 역시 해양과 관련하여 논의되는 것은 예외일 수 없는 시대적 요구로 인식된다(박승환, 2005).

스포츠의 목적이 살아있음을 확인하고 삶에 새로운 활력을 불어넣는 것이라고 할 수 있다. 이러한 맥락에서 해양레저스포츠는 자연을 배경으로 하며 모험적인 특성을 지니고 있어 활동을 통하여 살아있음을 느낄 수 있고 이러한 가치를 추구하는 이들에게 매력적인 부분으로 다가가며 나아가 산업으로서의 부가가치 창출 효과도 크다. 다만 예로부터 물은 위험하다는 우리의 인식 속에 자리잡고 있고 불확실성이 많아 비교적 위험한 운동으로 생각될 수 있지만 안전수칙의 준수 및 안전장비만 제대로 갖추면 훌륭한 레저스포츠로 자리매김 할 수 있다.

해양 레저스포츠의 개념은 목적 혹은 방법 및 연구의 접근 방향에 따라 다양

하게 사용되고 있다(차성기, 2006). 해양레저스포츠 관점에서 해양과 관련되는 특질, 다시 말해 물이 있는 곳에서 어떤 목적이 결합되면 해양레저, 해양스포츠 및 해양관광, 산업 등의 형태로 분류되기도 한다.

해양 레저스포츠의 유형을 나누는 기준은 활용 목적이나 분석하는 사람에 따라 각기 다양한 형태로 나타날 수 있다(차성기, 2006). 본 연구는 해양 레저스포츠와 관련한 유형을 세부적으로 명확하게 나누는 것이 목적이 아니라 다만 해양레저스포츠를 즐기는 이들의 성격특성에 대하여 밝히려는 것이기 때문에 국내에서 가장 널리 사용되는 분류를 통하여 그 유형을 나눠보고자 한다.

(1) 해양스포츠

일반적으로 해양이라는 용어는 넓고 큰 바다를 의미하나 해양스포츠를 바라볼 때 해양의 의미를 포괄적으로 해석하여 물과 관계되는 모든 스포츠를 의미하여 해석하고 이해할 필요가 있다(박철수, 2003). 해양스포츠는 동기 유발된 개인에 의해서 바다 혹은 물에서 이루어지는 활발한 신체활동 혹은 복합적 신체기능을 구사하는 제도화된 경쟁적 신체활동이다. 이때 해양스포츠는 단순히 사람간의 경쟁이 아니며 자연과의 경쟁이기도 하며 이를 통해 호연지기의 장이 될 수 있는 것으로 보았다(유홍주, 1997).

지삼업(1996)은 해양스포츠를 강과 바다에서 이루어지는 물과 관련된 경쟁적인 엘리트체육과 취미활동으로서의 생활체육 모두를 포괄하는 것으로 해양스포츠를 <표1>과 같이 기능적 특성과 구성요소별로 분류하였다.

<표1> 해양스포츠의 분류

기능적 특성에 따른 분류		구성요소별 분류	
동력 종목	무동력 종목	레저형 해양스포츠	스포츠형 해양스포츠
모터요트, 파워보트 (인 · 아웃보트), 패러세일링, 수상오토바이, 호버크래프트, 스쿠트, 서프제트 (씨크루저) 등	카누, 수상자전거, 윈드서핑, 니보드, 해양래프팅, 조정, 카타마란, 웨이크보드, 패달보트, 갈매기선, 스포츠 잠수 (스노클다이빙), 스쿠버 다이빙, 바다낚시, 바다수영 등	파워보트, 패러세일링, 호버크래프트, 스쿠트, 스트제트, 수상자전거, 카타마란, 니보드, 웨이크보드, 패달보우트, 스포츠잠수 (스노클다이빙, 스쿠버다이빙), 바다낚시, 바다수영 등	모터요트, 수상오토바이, 세일링요트, 해양카누/카약, 윈드서핑, 수상스키, 해양 레프팅, 해양조정, 갈매기선 등

남동현, 백광(1999)은 해양스포츠와 관련된 생산력, 잠재력 그리고 기술력을 통하여 그 나라의 경제적 능력을 볼 수 있다고 하였으며 산업적 가치 또한 높은 세계화된 스포츠라고 보기도 하였다.

해양스포츠에 참여하는 목적은 사람마다 다르며 그 효과성 또한 경제적, 교육적, 문화적으로 달라 해양스포츠 참가 유형은 다양할 것으로 보기도 하며 상황에 따라 목적, 기능 등에 의해 유형이 변화될 수 있다는 견해도 있으나(남동현, 2003) 해양스포츠를 분류함에 있어서는 위의 분류를 따르는 것으로 나타났다.

(2) 해양레저

해양레저란 통상 물에 접하여 행해지는 모든 레저 스포츠 활동이며 광의적으로는 해양레저활동을 지속하기 위한 교육, 시설·장비 등의 생산까지 포함하며 크게 동적 해양레저와 정적 해양레저로 나누어지며 이용 형태와 특성상 기본 장비를 활용하기 위한 교육과 설비를 요구한다는 점에서 다른 레저활동과 크게 구별된다고 하였다(반석호, 김상현, 2002).

<표2> 해양레저 활동의 종류

해양의존형	스포츠형	- 보딩(서핑, 원등서핑) - 요트 및 보트(세일링요트, 제트스키, 모터보트 등) - 다이빙(스노클링, 스쿠버다이빙 등) - 고무보트, 패러세일링, 수상스키, 수상오토바이 등
	휴 식 형	- 해수욕(바다수영, 물놀이, 일광욕 등) - 조간대 수렵(조개 잡이, 해변동식물 채취 등) - 바다낚시(해안낚시, 암벽낚시 등)
	관 광 형	- 해상관람(관광유람선, 여객선 등) - 해중경관 관람(관광잠수정, 해중전망대 등)
해양연관형		- 비치스포츠, 모래놀이, 해변레크리에이션 활동 등 - 해안경관 조망, 산책, 조깅 등 - 해양문화 탐방(해양생물 관찰, 문화제 답사 등)

이수호(2001)는 해양레저 활동이라 함은 일상에서 벗어나 이루어지는 여가활동으로 해역과 연안에 접한 지역에서 직접 또는 간접적으로 해양공간에 의존하거나 연관되어 이루어지는 모든 레저활동이라고 하였다. 그는 또 <표2>에서 나타났듯 다소 역동적인 스포츠형과 휴식 또는 레저를 겸하는 휴식형 그리고 일반적인 관광형태의 관광형을 포함한 해양의존형과 해양연관형으로 구분하여 설명하하였다.

운동이 만들어진 의도나 목적을 중심으로 검토한 운동문화 분류에 의하면, 스

포츠형 해양레저스포츠는 규정과 규칙을 지키는 가운데 상대와 겨루는 기능스포츠이고, 레저형 해양레저스포츠는 인간이 아닌 자연에 도전 혹은 순응하거나, 자연을 극복하기 위하여 그에 따르는 어려움을 이겨내는 극복스포츠이다(지삼업 외 12인, 2004).

본 연구에서는 해양스포츠와 해양레저를 합하여 역동적인 스포츠형 및 해변가를 중심으로 휴식과 레저를 겸하는 휴식형이 혼합된 의미로 해양레저스포츠로 분류하도록 하겠다.

2. 성격과 특성이론

1) 성격의 개념

성격은 자신을 둘러싼 환경에 비교적 일관성 있고, 영구적인 반응을 보이도록 이끄는 독특한 심리적 특성이며 흔히 자신감, 지배, 사교성, 자율 방어성 등과 같은 특성으로 설명된다(Kotler & Armstrong, 2008).

성격(Personality)의 어원은 라틴어의 'per(through)'와 'sonare(speak)'의 합성어인 'persona(to speak through)'에서 유래되었으며 고대 그리스·로마의 연극 배우들은 가면인 페르소나(persona)를 착용하였는데 이 가면에는 해당 연극배우가 갖고 있는 성질들이 표현되었고 관람객들은 이를 보고 그의 성격, 정체, 태도나 행동을 예상하여 타인과 구별할 수 있었다고 한다(배승재, 2014). 페르소나의 경우처럼 한 개인은 그가 가진 특징들의 집합을 통하여 그가 가진 특정한 행동양식을 유추할 수 있다.

이처럼 인간을 이해하는데 있어서 가장 적절한 방법 중 하나가 개인의 성격을 이해하는 것이다. 한 개인의 성격은 환경에 대해 개인의 독특한 반응을 결정하는 심리적 체계들의 구성체이며 환경과 영향을 주고받는다(문영규, 2004).

성격의 개념은 학자들에 따라 매우 다양하게 정의되는데 이를 살펴보면 다음과 같다.

Allport(1937)는 성격을 '환경에 대한 개인의 적응을 결정하는 심신체계인 개인 내부에 있는 역동적 조직'이라고 정의하였다. 그는 상황에 따라 변화가 있을 수 있지만 일관된 특성을 보인다고 하였다. 또한 그는 다양하게 정의되던 성격에 대한 정의들을 정리하여 체계적으로 성격이론으로 체계화하였다.

Eysenck(1957)은 성격을 '개인이 환경에 적응을 할 수 있게 해주는 비교적 지속적이고 안정적인 개인적 특성·기질·지능·신체조직'이라고 정의하였으며 Cattell(1946)은 성격을 '개인이 특정한 상황 속에서 어떠한 행동을 할지 예측할 수 있게 해주는 원리'라고 하였다.

Pervin과 John(1997)은 성격을 '개인이 느끼고 생각하고 행동함에 있어서 일관된 특성을 보여주는 것'이라고 하였으며 Kassarjian과 Sheffet(1991)는 '개인을 둘러싼 환경에 대한 일관적인 반응'이라고 성격을 정의하였다.

성격은 개인의 일관된 행동의 경향성을 기술하고 설명하는데 사용되는 가설적 구성개념, 즉 한 개인의 행동 모습을 이해하기 위하여 그 속에 임시로 있는 것으로 설정한 개념이다(박아청, 1997).

성격에 대한 정의는 다양하지만 종합해 볼 때, 성격이란 개인이 다른 사람과 구별되는 개인적인 특징으로 환경의 조건들과 시간에 걸쳐서 행동특성에 비교적 일관성 있게 미치는 한 개인의 독특한 심리적 특성들의 총체라고 할 수 있다(조갑회, 정진화, 1996).

2) 성격의 형성

앞서 성격의 정의를 살펴보면 사람은 타인과 출생하면서부터 외형이나 동작에 차이를 보인다. 이런 차이는 선천적인 것으로서 유전적인 것이라고 할 수 있다. 성격은 이러한 선천적인 부분이 크게 작용하지만 후천적인 요인, 즉 개인을 둘러싸고 있는 환경과의 상호작용에 의해서 형성되기도 한다. 다시 말하면 사람은 본능적 충동에 의한 행동으로부터 점차 스스로의 성격, 소질, 능력, 욕구를 갖춘 사회적 인간으로 성숙되어 가는 과정에서 그 개인의 특이한 성격이 형성되며

사회적 상호작용을 통해 형성되는 것이다(신광우, 2000).

Allport는 성격이란 후천적으로 형성되어진 일정한 대상이나 상황에 대한 마음가짐이라고 정의하면서 어떤 특정 양식으로 반응하려는 성격의 행동적 측면을 강조하였으며 성격은 주변의 사회와 환경과 더불어 어떠한 상호작용으로 생활해 나가느냐에 따라 후천적인 과정으로서의 성격이 형성되게 된다고 하였다(이재혁, 2000).

개인은 속한 문화에서 오는 공통적인 경험 이외에 개인에 따른 고유한 행동을 하게 되거나 성격특성을 나타나게 되는 원인이 되는 고유하고 독특한 경험을 갖게 된다(이재혁, 2000).

정리를 하자면 한 개인의 성격형성에 있어서 선천적인 영향도 무시할 수 없지만 후천적으로 경험하게 되는 주위환경과의 상호작용으로 형성되는 부분이 더욱 크다고 하다고 할 수 있다.

3) 성격이론

성격은 선천적 요인과 후천적인 요인에 의해서 타인과의 차이가 나타나게 되며 개인을 둘러싼 환경, 교육 등의 복합적인 요인들과의 상호작용에 의해 변화되기도 한다. 이렇듯 성격을 이해하기 위해서는 개인적 요인과 상황, 그리고 둘 간의 상호작용을 동시에 고려하여야 한다. 앞서 성격을 이해하기 위한 다양한 정의가 있었던 것처럼 성격을 바라보는 상이한 시각은 다양한 성격이론으로 나타나게 되었다.

성격이론은 행동을 이해하려는 설명적 모델을 제공하는 것으로 정신 분석적 이론, 특성 이론, 현상학적 이론, 인지 사회적 이론 등 네 가지의 광범위한 경향으로 범주화 될 수 있다(이재창 외, 1995).

정신 분석적 이론은 그 목적이 성격의 심리적 과정을 무의식적인 갈등으로 간주하여 관찰된 행동의 의미를 유추하는 것이다. 대표적인 학자로 Freud가 있으며 그는 성적인 충동과 삶의 초기 경험에 주목하였으며, Adler는 사람을 움직이게끔

하는 기본적인 동기가 보다 나은 것을 향하기 위한 것이라 가정하고 창의성, 자율성 그리고 사회적 상황의 중요성을 강조하였다(강길모, 2001). Freud를 비롯하여 정신 분석적 이론가들은 인간의 모든 행동은 특정한 원인에 의해 일어나며 행동은 본능적인 충동에 의해서 일어난다고 가정하였다. Freud는 인간의 정신생활 영역을 의식, 전의식, 무의식으로 설명하고 성격구조를 원초아(id), 자아(ego), 초자아(super ego)로 개념화시켰다(조영란, 2005).

정신 분석적 이론이 무의식, 본능적인 것에 기초하여 행동이 나타났다고 한다면 환경과의 상호작용 속에서 형성되는 행동을 강조하는 것이 인지사회적 이론이다. Mischel은 인지 사회적 개인변인들이 행동을 결정하는데 중요하다고 하였는데 이는 행동을 유발하는 환경적 요인을 중요시 하였으며 환경이 인간의 행동을 통제하는 양식과 함께 행동을 수정하기 위해 특정한 환경이 변화될 수 있다 하였다(강일모, 2001).

사회학습이론은 심리적 상황의 중요성을 강조한다. 이 이론은 행동이 상황에 따라 변한다고 설명하고 있다. 사회학습이론은 실제적인 행동과 행동에 영향을 주는 환경적 조건 그리고 상황에 초점을 맞추고 있다. 이 이론은 행동주의학파 학자들이 주축이 되었으며 Holland(1994), Hunt(1969) 등이 있다(신광우, 2000).

이 사회학습이론에 따르면 심리적 기능은 행동, 인지, 환경적 요인들이 서로 상호작용하여 행동 결정요인으로 작용한다고 하였다. 아울러 직접경험에 의한 학습 뿐 아니라 행동의 습득에 있어 관찰학습 또한 큰 역할을 한다고 하였다(하창완, 2000).

위의 성격 이론들은 인격의 전체성, 고유성, 주체성의 가정으로부터 출발하여 인간 행동에 대하여 총체적인 관심을 두고 특정 행동의 원인을 개인의 성격에서 찾으며, 성질, 성향 등의 개인차에 초점을 두었다고 할 수 있다. 정신 분석적 이론과 특질이론들은 개인차의 중요성이 이론 속에 포함되어 있으며, 이론가들은 이러한 개인차를 측정하기 위한 측정도구의 개발이 중요하다고 여겼다(강일모, 2001).

4) 성격특성의 이해

성격은 특정 사람과 관련된 특성들이 조합되어 나타나는 경우가 많다. 이때 특성(traits)이란 사회적 행동 속에서 나타나는 것으로 한 개인의 기저에 위치해 있다고 여겨지는 신경 정신적 구조를 말한다. 이는 대인관계유형에서 개인차를 의미하며, 다른 사람들이 내리는 평판(reputation)과 같은 개념이다(백승민, 2009).

Allport(1961)는 개인의 독특성을 강조한 성격이론의 선구자이다. 그는 특성이란 성격의 기본이 되는 것으로 보았으며 특성은 직접 관찰이 가능하지 않지만 행동으로부터 유추해야 하는 개념이라 하였다. 즉, 이들 특성은 추정할 수 있는 것으로써 한 사람의 성격은 각각 특성의 집합체로서 표현되는 것이다(박아청, 2006).

개인의 독특성에 대한 이해를 강조한 Allport와는 다르게 Cattell(1946, 1965)은 많은 사람들에게 보편적으로 적용할 수 있는 성격특성의 기본구조를 파악하는 것을 더욱 강조하였다(유태종, 1998). Cattell은 성격특성을 하나의 개념으로 본 것이 아니라 모든 사람들이 공유하고 있는 공통특성(common traits)과 개개인 마다 독특하게 나타나는 독특한 특성(unique traits)으로 구분하였다. 이와 함께 특성은 표면특성과 근원특성으로 분류되며 표면특성은 직접 관찰되는 행동들로부터 성격특성을 유추할 수 있다고 한 반면 이러한 표면특성에 영향을 미친다고 본 근원특성은 성격의 핵심을 구성하는 저변의 구조라고 하였다(박아청, 2006).

Eysenck(1947)는 성격의 주요차원들에 대해 가설을 미리 세우고 경험적 자료를 이용하여 가설에 부합되는지를 검증하여 내향성과 외향성, 안정성과 불안정성이라는 두 가지 성격차원을 먼저 밝혀냈으며 이후 추가적으로 정신병적 경향성 차원을 추가하여 성격의 세 차원을 주장하여 매우 절약적 이면서도 효율적인 성격이론을 제안했다는 평가를 받았다(유태용, 김명언, 이도형, 1997).

5) 특성이론(Trait theory)

계층적 성격이론(3M Model of Motivation and Personality)은 여러 성격이론들을 종합하여 만들어진 이론이지만 그 기저에는 특성이론이 자리하고 있다. 이에 본격적으로 계층적 성격이론을 살펴보기 전에 특성이론에 대해 알아보겠다.

특성이론은 개인을 설명할 때 특정차원으로 확인함으로써 어떤 사람을 다른 사람과 구별할 수 있는데 이러한 사고, 감정, 행동은 개인이 지속적으로 이루어지는 내적인 상황이나 특질(trait)때문이며, 이 특질들은 사람이 저마다 어떤 특징 있는 방식으로 행동하게 하는 소인을 형성한다고 하였다(신용익 외, 1997). 이 특성은 성격을 구성하는 요소이며, 개인이 많은 자극들에 대해 유사한 반응을 보이도록 만들고 일관성 있는 적응행동과 표현행동을 유도하는 능력을 가진 신경 심리적 체계다. 이러한 특성과 관련하여 Cattell(1965)은 16개의 근원 특성들(source traits)의 존재를 알아내었으며, Eysenck(1990)는 주요 특성 차원들을 바탕으로 내향성, 외향성과 안정성, 불안정성의 두 차원들을 제의하고 요인분석을 통해서 성격의 차이를 설명하는 특성을 밝히고자 하였다(강길모, 2001).

특성이론은 개인을 각기 다양한 심리적 특성을 지닌 존재로 가정하고서, 많은 사람들에게 공통적이라 여겨지는 여러 가지 특성을 발견하여, 개인을 그러한 특성을 가진 정도에 비추어 기술하고, 이해하려는 입장이다. 여러 가지 다양한 상황에서 나타나는 개인의 지속적인 행동특징 또는 반응경향성을 특성(trait)이라 하는데, 모든 특성은 누구에게나 공통적으로 나타나며, 다만 양적인 정도의 차이가 있을 뿐이다(교육학용어사전, 1995).

특성이론은 공통적인 몇 가지의 성격특성(충동성, 사회성, 책임성, 지배성, 안정성, 등)을 바탕으로 이러한 성격 특성들을 가진 정도에 따라 개인의 성격을 이해하고자 하였다. 이러한 특성이론은 성격에만 국한된 것이 아니며 가치관, 흥미, 적성, 능력 등과 행동에도 적용이 된다(조윤식, 2013).

특성이론은 인간의 성격이 어떤 특성을 가지고 있는가를 연구하는 학설로 인간행동의 일관성 있는 유형을 결정해 주는 성격 역시 여러 가지의 특성들로 판

별해 낼 수 있다는 생각이 특성이론의 기본가정이다. 특성은 여러 가지 자극을 기능적으로 동등하게 하며 적응행동과 표현적 행동을 일으키고 동등한 형태로 유도해 주는 힘을 가진 신경 심리적 구조(Neuropsychic structure)라고 하였다(Allport, 1961).

이와 유사하게 Dishman은 특성이 한 개인이 다른 이와 다르게 해 주는 구별 가능한 지속성 있는 방식 이라고 하였다. 또한 Fisher는 Allport에 비해 보다 넓은 관점을 갖고 있는데 그는 성격의 연구는 곧 개인차에 관한 연구라 보았기 때문에 분석적 과정은 반드시 거쳐야 하는 과정이며 분석의 결과는 특성으로 요약된다고 주장하였다(신광우, 2000).

이상 위에서 살펴본 것과 같이 특성론을 지지하는 학자들의 주요 관심사는 어떻게 하면 사람들에게서 나타나는 수많은 특성들을 체계적으로 분류할 것인지와 이를 바탕으로 개인간의 성격차이를 어떻게 효과적으로 측정할 것인가에 있다. 이런 면에서 계층적 성격이론(3M Model)은 특정행동을 유발하는 성격특성들을 측정하고 보다 심도 있게 이해할 수 있는 도구로 평가받고 있다.

3. 계층적 성격이론(3M 모델)과 구성요소

1) 계층적 성격이론(3M 모델)

심리학자들은 오랜 기간동안 사람의 행동과 그 행동을 유발하는 동기를 예측하기 위하여 성격특성을 활용하여 왔으나 소비자행동연구에 있어서 큰 발전없이 정체되어 있었다(Baumgartner, 2002). 이런 정체는 소비결정과 관련된 분야의 양적연구의 부족에서 기인한다고 하였다. 이러한 상황 속에서 소비자의 특성을 반영한 더욱 포괄적이고 체계적인 양적연구에 대한 수요가 발생하였다. 이러한 때에 Mowen은 기존의 소비자행동연구들을 통합, 정리하여 개인의 특성, 동기와 성격에 관한 실용적이면서 고차원적인 이론인 meta-theoretical model of motivation and personality(3M 모델)를 제시하였다.

3M모델(Metatheoretic Model of Motivationand Personality)은 기존의 특성이론(trait theory), 계층적 특성이론(hierarchical model of personality), 통제이론(control theory), 진화심리학의 원리를 통합하여 개인의 성격이 어떻게 주변상황과 상호작용하며 개인의 감정, 사고, 행동에 영향을 미치는가를 설명하기 위해서 고안한 범이론적 모델이다(Mowen 2000, p.11-38; Mowen et al. 2007). 이 이론의 특징을 살펴보면 다음과 같다.

우선 3M모델은 기저에 특성이론이 자리잡고 있다. 특성이론은 개인 차이를 측정하는 신뢰성과 타당성 있는 척도를 갖고 있으며 행동을 예측할 수 있다고 가정한다.

3M모델은 성격특성들이 구조적으로 존재한다고 가정한다. Allport(1961)의 퍼스낼러티의 계층적 모델(hierarchical model of personality)를 바탕으로 하고 있으며 상황에 따라 변하지 않는 특성이 보다 구체적인 행동 경향에 영향을 준다고 하였다(박소진, 2008). 3M 모델은 성격특성을 기본특성(elemental traits), 복합특성(compound traits), 상황특성(situation traits), 표면특성(surface traits)의 4단계의 계층적인 특성들로 구성되어 계층화된 성격특성들이 행동결과를 평가하는 기준이 된다고 한다.

3M 모델은 진화적 심리학(evolutionary psychology)을 수용하였으며 Saucier가 주창한 다섯 가지의 가지 특성에 세 가지의 특성을 추가하여 총 8개의 특성들을 묶어 기본특성이라고 하였다. 풀어쓰면 Mowen은 기존의 5가지 성격특성 요인(개방성(openness to experience), 신경성(conscientiousness), 외향성(extraversion), 사교성(agreeableness), 감정적 안정성(emotional stability)에 3가지 기본특성을 더하였으며 추가된 특성은 자극추구 욕구(need for arousal), 물질 욕구(need for material resource), 신체적 욕구(need to protect and enhance body resource)이다. 진화적 심리학자들은 선별적인 선택압력으로 인해 종의 생존에 공헌한 특성들만이 남게 된다고 주장한다. 예를 들면 도구, 무기, 옷, 은신처 등의 물질적인 것들을 잘 보호하고 향상시킨 인간들은 생존 우위를 가지게 되고 재생산 가능성이 더욱 커지게 되었다. 결과적으로 물질적 자원을 향상시키고 보호하려는 유전

적 기질이 특성으로서 진화된다는 것이다(박소진, 2008). Saucier(1994)의 다섯 가지 특성과 Mowen(2000)이 추가한 3가지, 총 8가지의 특성들은 연구를 통해 기본 특성으로서 지지되었다(Mowen 2000).

3M모델은 통제이론(control theory)에 기초하고 있으며 통제이론은 일반화된 성격특성이 일련의 행동 기준을 설정한 후에 특정한 행동양식을 이끌어내어 계획된 행동을 하게 한다고 말한다. Mowen(2000)은 이 통제이론을 계층적 특성 모델(hierarchical trait model)과 통합하였으며 4단계로 이루어진 계층적 특성들이 일종의 기준이 되어 행동에 영향을 준다고 주장한다. 그리고 이러한 특성들이 개인의 자아개념을 형성한다고 제안하였다. Mowen은 이 통합모델에 comparator(준거점)라는 개념을 대입하였다(Mowen, 2000). 통제이론에서 이 준거점은 행동이 개인의 자아와 일치하는지, 또한 행동 결과가 활동프로그램과 잘 맞는지 평가한다(박소진, 2008). 만약에 이 준거점과 일치하지 않는다는 판단이 되면 인지적 환기가 일어나 개인이 기대하는 상태로 되돌리기 위한 특정 행동을 하게 된다(Mowen, 2000). 다시 말하면 개인이 행하는 행동은 그 행동을 함으로써 득하게 될 결과에 대한 기대, 그리고 계층적으로 형성된 특성과 비교하는 과정에 의해 영향을 받는다고 하였다(Mowen, 2000).

2) 계층적 성격이론의 구성

(1) 기본특성(Elemental traits)

① 신경성(Neuroticism)

신경성은 특정한 상황에 마주하였을 때 개인이 얼마나 쉽게 흥분하고 또한 강한 정서적 반응을 보이는가를 의미하는 것으로 다양한 환경에 대한 정상적인 정서 반응패턴이며 본인이 환경을 통제 가능하다 믿는 수준과 세상을 위협적이지 않다고 생각하는 정도를 나타낸다. 이의 하위요인으로는 공격성, 긴장수준, 열등

감이 등이 있다(백승민, 2009). 또한 낮은 자존감을 의미하기도 한다(McCrae & Costa, 1997).

② 외향성(Extraversion)

외향성(Extraversion)은 타인과의 교제나 상호작용을 원하고 타인의 관심을 끌고자 하는 정도를 나타내며 적극성, 사교성, 자기 주장성, 활동성, 주도성, 집단성향성 등이 있다(김유미, 2007). 개인이 사회적 관계 속에서 얼마나 편안함을 느끼는가를 나타내는 척도이기도 하며 모임, 활달함 등의 특성으로 나타나기도 한다(배승재, 2014). 이러한 가정 속에서 심리학에서는 여러 연구를 통하여 경험적으로 외향성은 흥분, 새로운 경험, 다양성 추구와 같은 특성을 지니고 있다고 하였다. 외향성이 강한 이들은 주도성, 집단성향성 등이 대체로 높으며 집단 내에서 주목을 받고 주도를 하길 원하기 때문에 럭셔리 제품의 소비나 독특한 경험을 할 가능성이 크다.

③ 개방성(Openness to experience)

개방성은 생활에 대한 폭, 깊이, 지적 자극, 변화, 다양성을 좋아하는 정도를 나타내며 개방성이 높은 경우 상상력이 풍부하고, 창의적이고, 도적적이며, 호기심이 많은 특성을 보인다(김유미, 2007). 스트레스가 많은 삶에서 효과적인 대처기제로 작용하며 도전 상황에 직면하며 이에 대응하기 위하여 자신의 능력을 끌어올릴려고 하는 경향이 있으며 주어진 상황에 대해 집중력을 높이려고 한다(손향신, 2010).

④ 성실성(Conscientiousness)

성실성은 사회적 규칙, 규범, 원칙들을 기꺼이 지키려는 정도와 개인의 목표에 대한 조직, 끈기의 정도를 나타낸다(김유미, 2007). 성실성이 높은 사람은 배려

심, 분별력, 조직력 및 성취욕구가 높으며, 목적지향적으로 자신의 의무이행에 철저한 경향이 있다(강은비, 2013). 이를 토대로 보면 성실성이 낮은 사람은 끈기가 부족하고, 충동적이며, 성고에 대한 욕구가 낮고, 결과에 대하여 책임의식이 상대적으로 부족하다고 유추할 수 있다.

⑤ 친화성(Agreeability)

친화성은 대인관계와 관련된 특성이라 할 수 있다. 친화성은 타인과의 조화로운 관계를 유지하는 정도를 나타내며 보통 정중하며, 협조적이고, 관대하고, 인내심이 많고, 세심한 배려를 해주고, 부드러운 마음을 가졌다. 이러한 맥락에서 보면 친화성이 높은 사람의 경우에는 상대적으로 본인을 내세우는 사치, 쾌락, 독특성을 추구하는 등 눈에 띄는 행동을 하지 않을 것이다(김유미, 2007; Tynan et al., 2010).

⑥ 물질적 욕구(need for material resource)

진화론적 관점에서 3M모델은 인간은 도구를 사용하고, 의류를 제작하고, 무기를 만들며 은신처를 마련하고자 하는 욕구가 발생하였다고 제안한다. 동물에 비해 나약한 존재였던 인간은 이러한 물질 없이는 생존에 위협을 받았기 때문에 자연스럽게 이러한 물질적인 욕구가 발생하였다고 한다. 최근 들어 물질만능주의(Materialism)의 발생에 따라 여러 문제가 일어나고 있지만 여전히 인간은 생존에 있어 물질이 필요하며 이를 소유하려는 욕구가 있기 때문에 3M모델에 포함하였다(Mowen, 2000).

⑦ 자극추구욕구(need for arousal)

자극추구욕구란 자극을 추구하는 성향이다. 과거 많은 연구를 자극욕구는 자기

고양(self-enhancement), 탐구성향(exploratory tendencies), 쾌락/감정 가치추구 행동을 예측한다고 하였다. 예를들어 Sun, Tai 및 Tsai (2010)는 자극욕구와 자아실현 사이의 긍정적인 관계를 밝혀내기도 하였으며 Scott과 Mowen(2007)은 자극욕구가 모험추구성향의 주요 요인이라고 조사하기도 하였다.

⑧ 신체적 욕구(need to protect and enhance body resources)

신체적 자원은 인간이 가장 나중에 추구하는 자원이다. 우리의 조상들의 생존에 있어서 지각능력, 체력, 민첩성, 엄지손가락 그리고 이족보행은 중요한 요소였다. 그렇기에 이들을 유지하고 향상시키는 것은 중요하였으며 Maslow(1943)의 신체보호욕구와 Alderfer(1969)의 ERG이론상 존재욕구는 이러한 항목에 부합한다. 또한 인간들은 신체를 발달시켜 더욱 매력적으로 보일 수 있도록 노력하였다. 이러한 것을 토대로 3M모델은 신체의 보호 및 향상에 대한 욕구가 개인마다 다를 것이라고 가정한다(Mowen, 2000)

(2) 복합특성(Compound traits)

복합특성은 위에서 언급한 기본특성과 한 개인이 속한 사회의 문화 및 그 하위문화 간 상호작용에 의해 형성되는 기질을 의미한다. Mowen(2000)은 이러한 특성은 대체적으로 학습, 경험 등과 같은 사회화 과정을 통해 형성된다고 설명하였다. 복합특성은 상황에 따라 변하지 않으며 기본특성보다 업무를 수행하는데 보다 직접적인 지침을 제공한다(박소진, 2008).

Mowen(2000)은 그의 연구에서 이들 복합특성이 기본특성과 개인이 사회화를 거치는 과정에서 나타나는 성격특성들이라고 하였으며 이들을 범주화하여 6가지의 복합특성을 그의 이론에 포함하였다. 이들 6가지 복합특성은 과제지향성(task orientation), 인지욕구(the need for learning), 경쟁욕구(competitiveness), 활동욕구(the need for activity), 놀이욕구(the need for play) 그리고 효과성 동기

(effectance motivation)이다.

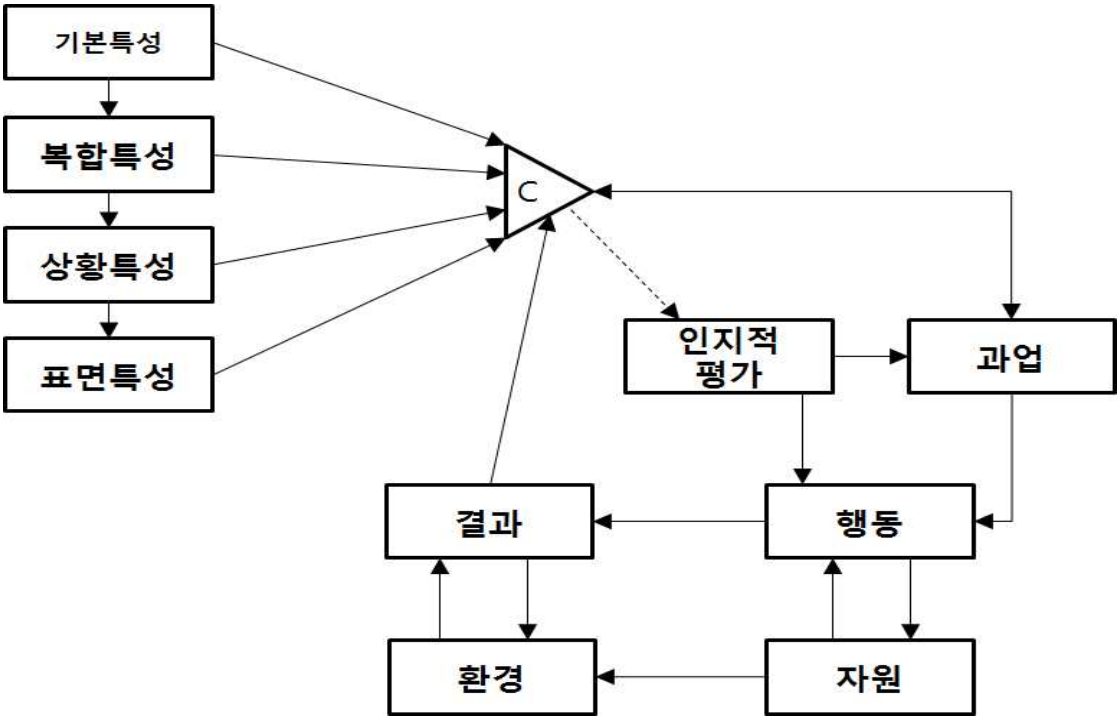
(3) 상황특성(Situational traits)

상황특성은 계층구조상 세 번째 단계로 일반적인 상황맥락 안에서 일관된 행동을 보인다. 상황특성은 상황에 따른 환경과 기본특성과 복합특성의 영향을 받는다. 상황특성은 상황적으로 제약된다는 점에서 기본특성이나 복합특성과 다르다(Mowen, 2000).

(4) 표면특성(Surface traits)

표면특성은 계층구조상 가장 마지막 단계이며 구체적인 행동을 이끌어내는 선유경향이다. 표면특성은 상황특성보다 더욱 구체적인 환경에서 기본특성, 복합특성, 상황특성들과 상호 영향을 받는다. 또한 구체적인 특성으로 인하여 행동결과에 대하여 상당히 좋은 예측력을 가지고 있는 것으로 나타났다.(박소진, 2008).

위의 설명을 토대로 이를 종합하여 나타내면 <그림1>과 같다.



<그림1> 3M 모델 개념도

Ⅲ. 연구가설

기존 3M 모델을 활용한 연구들에서는 종업원의 시장지향성(Brown et al. 2002), 구전정보를 전달 또는 수신하고자하는 소비자 특성(Mowen et al., 2007), 과시소비성향(박소진, 2008), 불평토로성향(박소진과 Mowen, 2009) 등에 있어 성격 특성의 계층구조가 실증적으로 지지되어 개인의 성향에 대한 예측력을 높일 수 있었다. 본 연구의 목적은 해양레저스포츠 참여자들의 성격적 특성을 밝히기 위한 연구이며 이를 분석하기 위하여 기존 3M 모델을 이용하되 연구에 맞추어 변경 사용하고자 한다.

1. 기본특성(elemental traits)

본 연구에서는 Mowen(2000)이 제안하는 8가지의 기본특성은 누구에게나 내재되어 그 정도의 차이에 의해 성격이 형성되는 것으로 간주한다. 따라서 연구에서는 기본특성을 제외하고 복합특성부터 상황특성간의 관계를 살펴보고자 한다.

2. 복합특성(compound traits)

1) 인지욕구(need for learning)

인지욕구(need for cognition)란 사고를 계속적으로 필요로 하는 활동 혹은 시도를 즐기거나 도전하려고 하는 경향성이며 이러한 특성을 지닌 사람은 일반적으로 높은 수준의 정보처리를 한다(박소진, 2008). 인지욕구는 학습의 영향을 받으며 상황에 의해 쉽게 변하지 않는다는 특성 때문에 3M모델에서 복합특성으로 간주된다. 특히 요트의 경우는 자연환경 그리고 각종 장비의 사용법에 대한 이해가 필수적이기 때문에 지속적인 공부가 필요하다. 이러한 이유로 인지욕구를 해양레저스포츠 참여에 영향을 미치는 변인으로 가정한다.

H-1. 복합특성인 인지욕구는 상황특성인 놀이욕구에 영향을 미칠 것이다.
H-2. 복합특성인 인지욕구는 상황특성인 지위욕구에 영향을 미칠 것이다.

2) 준거집단 순응성향

사람들은 누구나 하나 또는 그 이상의 준거집단(reference group)에 속해 있으며 준거집단은 개인의 사고와 행동에 직접적 혹은 간접적인 영향을 미친다. 사람들은 집단구성원으로 인정받기 위하여 집단구성원들을 모방한다.

Bearden(1989)은 제품이나 서비스의 선택과정에서 준거집단에 대한 순응성향(susceptibility to interpersonal influence)'을 '제품이나 서비스의 구매, 소비를 하여 자신의 이미지를 타인을 통하여 규명하거나 향상시키려는 욕구가 있다고 하였다. 또한 제품구매과정에서 지인들의 기대에 부응 및 순응하려는 의지가 있어 타인들로부터 정보를 얻거나 관찰을 하여 제품이나 서비스에 대하여 알고자 하는 경향'이라고 정의하였다.

요트는 자율성에 의한 참여보다는 외족동기가 많이 작용하는 경제적, 시간적 여유가 있는 참여자들의 사교와 같은 외형적 추구에서 참여의 형태를 볼 수 있다(유동균, 2013). 이러한 사유로 인하여 본 연구에서는 해양레저스포츠 참여자의 특성으로 준거집단 순응욕구로 설정하려 한다.

H-3. 복합특성인 준거집단순응성향은 상황특성인 놀이욕구에 영향을 미칠 것이다.
H-4. 복합특성인 준거집단순응성향은 상황특성인 지위욕구에 영향을 미칠 것이다.

3. 상황특성(situational traits)

1) 놀이욕구(need for play)

놀이욕구란(need for play) 재미를 추구하려는 소비자의 성향을 일컫는 것으로

은 소비자들은 '재미, 즐거움, 흥분, 감각적 자극, 기쁨' 등과 같은 쾌락적 동기에서 제품과 서비스를 소비한다고 하였다(박소진, 오창규, 2011; Holbrook, Hirschman, 1982). 권영훈(2014)은 해양스포츠 참여자들은 즐거움과 재미 등의 오락적 체험이 생활만족에 정적 영향을 미치고 있다는 연구결과를 발표하였다. 송영민(2007)은 체험에 대해, 새로움, 즐거움, 재미, 몰입, 일상에서의 탈출, 지식습득 등의 여러 가지 개념으로 설명하고 있다. 박수정, 박지혜, 차태훈(2009)은 체험함에 따라 쾌락적 감정과 유희적 기쁨을 느낀다고 하였다. 따라서 해양스포츠 참여자의 오락적 체험이 생활만족에 정적 영향을 미친다는 것을 확인 할 수 있다(권영훈, 2014). 이에 본 연구에서는 놀이욕구를 해양레저스포츠 참여에 영향을 미치는 변인으로 설정한다.

H-5. 상황특성인 놀이욕구는 표면특성인 해양레저스포츠 참여에 영향을 미칠 것이다.

2) 지위욕구

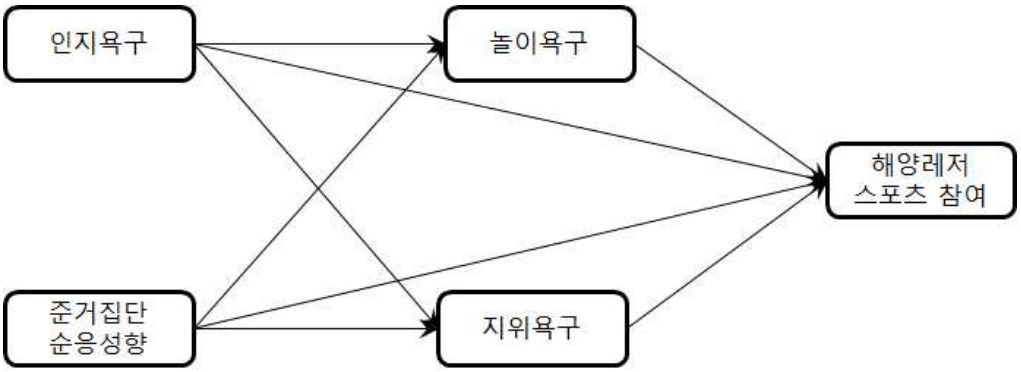
지위욕구란 제품/서비스를 구매 및 이용하여 한 집단 내에서 사회적위치를 향상시키고자하는 성향이다. 이들 제품/서비스는 개인 혹은 속해있는 집단 속에서 사회적 위치를 드러낸다(Eastman, Goldsmith, & Flynn, 1999). 이 틀안에서 지위는 집단 속에서의 개인의 위치이며 이는 집단이 부여하는 것이다. 요트는 내적동기가 영향을 미치지 않아 자율성에 의한 참여보다는 외족동기가 많이 작용하는 경제적, 시간적 여유가 있는 참여자들의 사교와 같은 외형적 추구에서 참여의 형태를 볼 수 있다(유동균, 2013). 지위에 대한 갈망도 결국 집단구성원임을 보장받는 것이다(Scitovsky, 1992, p.119, Eastman et al, 1999). 사람들은 돈으로 인생의 성공을 판단하고, 자신들이 경제적으로 성공했음을 보여주기 위하여 돈을 사용한다. 한편, 제품이나 브랜드는 그것의 스타일이 제품을 소유하고 있는 소비자들이 다른 사람들에게 어떻게 지각되어 있는지를 결정한다는 점에서 다른 사람들과 의사소통하는 능력을 가지고 있다(Solomon, 1983). 그렇기 때문에 사람들

은 주변 사람들에게 자신의 신분과 지위를 나타내는 제품을 구입함으로써 집단 내에서 인정을 받고 싶어 하는 것이다

H-6. 상황특성인 지위욕구는 표면특성인 해양레저스포츠 참여에 영향을 미칠 것이다.

위의 가설들을 토대로 연구모형을 <그림2>에 나타내었다.

<그림2> 연구모형



3M Model은 각각 다른 계층의 성격특성의 조합은 표면특성에 직접적 혹은 간접적인 영향을 미친다고 제안하고 있다(Mowen, 2006). 다시 말해 3M Model은 각 단계가 그 다음단계에 순차적으로 영향을 미치는 완전매개모델이라고 하기보다는 각 단계는 특정 단계에 영향을 언제든지 줄 수 있다고 가정하고 있는 부분매개모델이라고 할 수 있다. 따라서 본 연구에서 또한 부분매개모델로 가정하여 각 단계가 어떻게 다른 단계에 영향을 미치는지 살펴보는 탐색적 연구 목적도 가지고 있다.

H-7 복합특성인 인지욕구는 표면특성인 해양레저스포츠 참여에 영향을 미칠 것이다.
H-8 복합특성인 준거집단순응성향은 표면특성인 해양레저스포츠 참여에 영향을 미칠 것이다.

Ⅳ. 연구방법

본 연구는 해양레저스포츠 참여자 중 요트 참여자를 대상으로 계층적 성격이론을 적용하여 해양레저스포츠 참여에 영향을 미치는 성격적 특성들을 규명함에 그 목적이 있다. 이러한 목적을 달성하기 위하여 본 연구에서 사용한 연구대상, 절차, 조사도구 및 자료처리방법은 다음과 같다.

1. 연구대상 및 절차

본 연구는 해양레저스포츠 참여자의 성격적 특성을 밝히기 위하여 응답자가 직접 기입하는 자기평가 기입법(self-administration method)으로 작성하였으며 대상자의 선정은 비확률 표집방법 중 유의(판단)표집을 통하여 결정하였다. 연구자는 2015년 10월부터 2016년 4월까지 서울특별시에 위치한 서울마리나, 경기도 김포시의 아라마리나를 방문하여 요트항해 교육생, 요트창업과정 교육생들을 대상으로 설문을 실시하였다. 또한 부산광역시에서 개최된 2016년 부산국제보트쇼에 참가하여 참관객들과 수영만 국제요트경기장을 방문하여 요트 소유주들을 대상으로 연구에 대하여 간략한 설명을 한 이후 동의를 구한 후 설문을 실시하였다. 이와 함께 구글(Google)의 설문조사 툴을 이용하여 각종 동호회, 커뮤니티 등의 회원들을 대상으로 역시 연구에 대한 소개를 한 이후 동의를 얻어 온라인 설문조사를 실시하였다. 연구대상의 일반적 특징은 아래 <표3>과 같다.

<표3> 연구대상자의 일반적 특성

변 수	구 분	빈 도	비 율(%)	비 고
성 별	남	121	67.6	
	여	58	32.4	
연 령	10대	4	2.2	
	20대	75	41.9	
	30대	24	13.4	
	40대	32	17.9	
	50대 이상	44	24.6	
학 력	초등학교 졸업	2	1.1	
	중학교 졸업	1	0.6	
	고등학교 졸업	66	36.9	
	대학교 졸업	85	47.5	
	대학원 이상	25	14	
월 가계수입	200만원 미만	9	5	
	200만원 이상 300만원 미만	25	14	
	300만원 이상 400만원 미만	40	22.3	
	400만원 이상 500만원 미만	30	16.8	
	500만원 이상	75	41.9	
직 업	전문직	35	19.6	
	관리직	11	6.1	
	사무직	17	9.5	
	자영업	25	14.0	
직 업	근로직	5	2.8	
	학생	70	39.1	
	주부	6	3.4	
	기타	10	5.6	

변 수	구 분	빈 도	비 율(%)	비 고
지 역	강원도	1	0.6	
	경기도	46	25.7	
	경상남도	6	3.4	
	경상북도	4	2.2	
	부산광역시	37	20.7	
	서울특별시	65	36.3	
	울산광역시	2	1.1	
	인천광역시	16	8.9	
	충청남도	2	1.1	
참여횟수 (1달 기준)	1 회	77	43	
	2 회	36	20.1	
	3~4 회	33	18.4	
	5회 이상	32	17.9	

2. 조사도구

본 연구에서 해양레저스포츠 참여자들의 성격특성을 측정하기 위하여 사용할 조사도구는 문헌연구와 선행연구의 고찰을 통하여 입증된 설문지를 토대로 하여 본 연구에 맞게 수정·보완한 조사도구를 사용하였다.

1) 복합특성

인지욕구(Need for cognition)를 측정함에 있어 Mowen(2000)의 항목을 이용할 것이다. 준거집단 순응성향은 Bearden 외(1989)의 항목 중 규범적 영향력에 해당하는 6개 항목을 이들 항목은 5점 리커트 척도로 '절대 그렇지 않다(1)~ 항상 그렇다(5)'로 측정하였다. 복합특성 요인과 측정항목은 <표4>에 나타나 있다.

<표4> 복합특성 요인 및 측정항목

요인	측정항목	문항수
인지욕구	보통 사람들보다 새로운 것을 배우길 좋아한다	4
	사람들은 나를 지적이라 생각한다	
	새로운 아이디어 내기를 즐긴다	
	지식은 나의 가장 중요한 자원이다	
준거집단 순응성향	나는 내 친구들이 좋아할 것이라는 확신이 들기 전까지 최신 유행스타일을 구매하지 않는다	6
	내가 구매한 브랜드와 제품을 다른 사람들도 좋아하는 것은 내게 중요하다	
	나는 일반적으로 다른 사람들도 좋다고 인정할 것 같은 제품을 구매한다	
	만약 다른 사람들이 내가 제품을 사용하는 모습을 볼 수 있다면 나는 종종 그들이 기대하는 브랜드를 구매할 것이다	
	나는 어떤 브랜드와 제품이 다른 사람들에게 좋은 인상을 주는지 알고 있다	
	나는 다른 사람들과 동일한 제품을 구매함으로써 일종의 소속감을 느낀다	

2) 상황특성

지위욕구는 Eastman 외(1999)의 5가지 항목을 사용하며 놀이욕구(Need for play)는 모두 Mowen(2000)의 항목을 이용할 것이다. 각각 '전혀 그렇지 않다(1) ~ 매우 그렇다(5)'의 5점 리커트 척도로 측정하였다. 이들 요인과 설문문항은 <표5>에 제시되었다.

<표5> 상황특성 요인 및 측정항목

요인	측정항목	문항수
놀이욕구	나는 남들보다 놀기 좋아한다	3
	나는 남들보다 즐거움을 추구한다	
	나는 남들보다 걱정이 덜하다	
지위욕구	나는 제품이 지위를 상징하면 구매할 것이다	5
	나는 지위를 상징하는 신제품에 관심이 있다	
	나는 지위를 상징하는 제품이 있으면 금액을 더 지불할 것이다	
	지위를 상징하는 제품은 나와 상관없다	
	속물 근성을 자극하는 요소가 있는 제품이 내게 더 매력적이다	

3) 표면특성

생활체육 참여자들의 여가관여도를 측정하기 위하여 Laurent와 Kapferer(1985)가 개발한 관여도 프로파일 설문지를 바탕으로 하여 Havitz와 Howard(1995), 하지연(2004), 방선희(2012)가 사용한 여가관여도 척도를 본 연구에 맞게 수정하여 5점 척도의 7개 문항을 사용하였다<표6>.

<표6> 표면특성 요인 및 측정항목

요인	측정항목	문항수
해양레저 스포츠참여	나는 해양레저스포츠 활동에 참여하는 것이 매우 중요하다고 생각한다.	7
	해양레저스포츠는 나에게 즐거움을 준다	
	해양레저스포츠는 나에 대하여 잘 알 수 있게 해준다	
	해양레저스포츠는 나른 완전히 다른 사람으로 만든다	
	해양레저스포츠에 참여하는 동안 나 자신에 대하여 뭔가 알 수 있게 된다	
	나는 해양레저스포츠 참여를 통해 기쁨을 느낀다	
	해양레저스포츠는 나에게 재미를 느끼게 해준다	

3. 자료처리방법

온라인으로 응답한 설문지 116부와 오프라인을 통하여 응답된 설문지 85부 등 총 201부를 회수하여 이중기입, 무 기입, 또는 연속으로 같은 응답이 기입된 자료 등 응답내용이 부실하거나 신뢰성이 없다고 판단되는 22부를 분석대상에서 제외한 이후, 분석이 가능한 자료로 부호화(coding)하여 IBM SPSS STATISTICS 21을 활용하여 빈도분석, 신뢰성 분석을 실시한 이후 IBM SPSS AMOS 21을 통하여 확인적 요인분석(Confirmatory Factor Analysis: CFA) 및 경로분석을 실시하였으며 그 절차는 다음과 같다.

1) 신뢰도 분석

본 연구에서 활용할 설문 문항의 신뢰도를 분석하기 위하여 Cronbach's α 검사를 실시하였다. Cronbach's α 검사는 신뢰도를 측정하는 계수로 복수 문항이 포함된 척도를 활용할 때 검사한 문항 사이의 동질성, 즉 내적 일치도가 산출하여 신뢰도를 확인하는 방법이다.

2) 확인적 요인분석

측정모형의 적합성을 검증하고 측정 변인 사이의 관계를 확인하기 위하여 변인들에 대한 확인적 요인분석(Confirmatory Factor Analysis : 이하 CFA)을 실시하였다. 복합특성(인지욕구, 준거집단순응성향), 상황특성(놀이욕구, 지위욕구)와 표면특성(해양레저스포츠참여)에 대한 설문 문항 간의 관계를 분석하기 앞서 이들의 집중타당성과 판별타당성을 검증하였다. 집중타당성은 '수렴타당성'이라고도 하며 잠재변수를 측정하는 관측변수들의 일치성 정도를 나타내며 판별타당성은 서로 다른 잠재변수 간의 차이를 나타내는 정도로 잠재변수간 낮은 상관을 보인다면 판별타당성이 있다고 할 수 있다(우종필, 2012, p.162-163).

3) 구조방정식모형 분석

(1) 모형의 적합도 평가

측정모형의 분석 결과를 기초로 하여 본 연구에서 사용한 구조방정식모형의 적합성과 잠재변인 사이의 경로 유의성을 검증할 것이다. 모델적합도는 연구모델을 채택하느냐 기각하느냐를 결정하는 기준이 되기 때문에 중요하다. 제시된 구조방정식모형의 적합성은 모형의 전반적인 적합도를 평가하는 도구로 쓰이는 절대적합지수(Absolute Fit Index), 기초 모형과 제안 모형 간 적합도를 비교하는 도구인 증분적합지수(Incremental Fit Index), 그리고 모델의 간명도를 의미하는 간명적합지수(Parsimonious Fit Index)로 나뉜다.

절대적합지수는 제안모델이 표본공분산행렬을 얼마나 잘 예측할 수 있는지를 측정하는 것으로 χ^2, NCP, GFI, RMR, RMSEA, ECVI 등이 있다. 본 연구에서는 χ^2, SRMR, RESEA를 활용하였다. χ^2에 의한 평가는 가장 기초적인 방법으로 모델의 자유도에 비해 χ^2값이 큰 모형은 수집된 자료가 모집단을 적절하게 대변하지 못한다는 것을 의미하나 χ^2값은 비교적 표본의 크기에 민감하기 때문에 다른

지수와 함께 고려하여야 한다.

증분적합지수는 관측변수 사이에 공분산이 존재하지 않는다는 것을 가정한 독립모형과 연구모형을 비교하는 지수로 TLI, NFI, RNI, CFI 등이 있으며 본 연구에서는 TLI, CFI를 이용하였다.

마지막으로 간명적합지수는 적합도가 지나치게 많은 추정계수에 의해 과대적합(Over-fitting)되고 있는 것은 아닌지 확인하는 기준으로 AGFI, AIC, PGFI, normed χ^2 등이 있다.

위의 내용을 종합하면 χ^2, SRMR, RMSEA, TLI, CFI를 살펴볼 것이며 지수의 선택과 적합성은 Hair, Black, Babin, Anderson과 Tatham(1998)이 제시한 기준에 따라 종합적으로 판단하였다.

(2) 연구모형 검증

선행연구를 통해 기본특성, 복합특성, 상황특성과 표면특성의 관계를 규명하기 위하여 구조방정식모형(Structural Equation Modeling: SEM) 기법을 활용하였다. 구조방정식모형은 연구자가 미리 설정한 가설들로 수립된 연구모델을 분석하는 방법으로, 연구모델에 포함되어 있는 관측변수와 잠재변수의 관계, 두 개 이상의 잠재변수의 관계, 그리고 그 방향성 등을 분석하게 된다. 이러한 특성으로 구조방정식모델을 사용하여 자료를 분석하기 위하여 연구자는 선행 연구들을 바탕으로 연구모델을 수립하여야 한다. 구조방정식을 사용함에 있어서 연구자가 설정한 모델에 대해 수집한 자료가 해당 모델을 제대로 설명을 하는가가 연구의 주 관심사이다. 이에 본 연구는 선행 연구를 기초로 각각의 잠재변인과 변인 사이의 관계를 규명할 수 있게 모형을 설정하였으며, 수집된 자료를 분석하여 연구모형의 적합도를 검증하였다.

Ⅴ. 연구결과

1. 구성개념의 신뢰성과 타당성 검증

1) 구성개념의 신뢰성 검증

본 연구의 설문조사는 구글(Google)에서 제공하는 설문조사 프로그램과 연구대상자 직접 방문을 통하여 실시하였다. 기술분석을 통하여 자료의 평균, 표준편차 최대값과 최소값 등의 기초 통계량을 산출하였다. 해양레저스포츠 참여자의 성격특성과 관련된 총 5개의 구성개념(복합특성 2개, 상황특성 2개, 표면특성 1개)과 57개의 측정변수가 분석에 투입되었으며 이들에 대한 신뢰성 분석(Cronbach's α)을 수행하였다. 이들 기술적 통계량 및 신뢰성 분석은 <표7>과 같다.

<표7> 변인의 기술적 통계량 및 신뢰성 분석

변인	최소	최대	평균	표준편차	Cronbach's α
인지욕구1	2	5	3.87	0.814	0.763
인지욕구2	1	5	3.48	0.857	
인지욕구3	1	5	3.75	0.783	
인지욕구4	1	5	3.75	0.825	
준거집단순응성향1	1	5	3.31	1.072	0.671
준거집단순응성향2	1	5	2.70	1.069	
준거집단순응성향3	1	5	3.08	1.041	
준거집단순응성향4	1	5	2.73	.999	
준거집단순응성향5	1	5	3.25	.957	
준거집단순응성향6	1	4	2.45	.931	
놀이욕구1	1	5	3.61	.937	0.705
놀이욕구2	1	5	3.93	.779	
놀이욕구3	1	5	3.12	.889	

변인	최소	최대	평균	표준편차	Cronbach's α
지위욕구1	1	5	2.74	.996	0.739
지위욕구2	1	5	2.64	1.042	
지위욕구3	1	5	2.51	1.041	
지위욕구4	1	5	3.02	1.049	
지위욕구5	1	4	2.32	.933	
해양레저스포츠 참여1	1	5	3.8	0.912	0.925
해양레저스포츠 참여2	2	5	4.09	0.876	
해양레저스포츠 참여3	1	5	3.64	0.921	
해양레저스포츠 참여4	1	5	3.28	1.028	
해양레저스포츠 참여5	1	5	3.54	0.882	
해양레저스포츠 참여6	1	5	4.03	0.87	
해양레저스포츠 참여7	1	5	4.07	0.861	

<표7>에서 나타난 것과 같이 각 변인별 최대값과 최소값은 측정치를 벗어나는 값은 없었으며 평균값의 경우 5점 만점을 기준으로 1.98에서 4.09 사이에 분포하고 있는 것을 알 수 있다. 또한 신뢰도 분석을 위하여 Cronbach α계수를 계산한 결과를 보면 대체적으로 0.7 이상의 값을 보여 신뢰성을 확보하였다고 할 수 있으며 2개 항목(신체적욕구, 준거집단순응성향)은 0.7 이하의 값을 보이고 있으나 학자에 따라 0.6 이상이면 신뢰성을 확보하였다고 해석하기도 하며 통상적으로 사회과학에서는 0.6 이상이면 신뢰성을 확보하였다고 보기도 한다(송지준, 2014, p.106).

2) 구성개념의 타당성 검증

(1) 확인적 요인분석

연구에 포함된 관측변인과 잠재변인 간의 관계를 확인하기 전, 모형 적합도를 확인하기 위하여 확인적 요인분석을 실시하였다. 측정모델의 적합도는 χ

^{2}=897.225, df=577, p<0.05으로 χ^2값이 유의미하게 나타나 연구모형과 분석자료가 잘 부합하지 않은 것으로 나타났다. 그러나 χ^2 값은 표본의 크기에 따라 적합한 모델이라도 적합하지 않게 나타나거나 그 반대의 상황이 발생할 수 있는 문제점이 있다(우종필, 2012, p.363)

통상적으로 적합도를 판단할 때 증분적합지수인 CFI(Comparative Fit Index), TLI(Tucker-Lewis Index)와 절대적합지수인 SRMR(Standardized Root Mean-Squared Residual), RMSEA(Root Mean Square Error of Approximation)를 활용하였다. 특히 CFI와 RMSEA의 경우 표본의 크기에 영향을 가장 적게 받는 적합도 지수로 본 연구에서 주요지표로 사용하였다.

연구를 진행하며 보다 높은 적합도의 모델을 산출하기 위하여 최초 문항의 요인적재량 값을 살펴보는 한편 SMC(Squared Multiple Correlation)값 중 4.0 이하인 문항은 하나씩 제거를 하여다. 이를 통하여 인지욕구4, 준거집단순응성향1, 준거집단순응성향5, 준거집단순응성향6, 놀이욕구3, 지위욕구4, 지위욕구5, 해양레저스포츠참여1, 해양레저스포츠참여3, 해양레저스포츠참여4, 해양레저스포츠참여5, 11개 문항을 제거하였다.

IBM SPSS Statistics AMOS 21을 이용하여 확인적 요인분석을 실시한 결과 χ^2=114.52(df=70), SRMR=0.056, CFI=0.966, TLI=0.956, RMSEA=0.060으로 나타나 적합한 측정모형으로 판단되었다.

(2) 요인적재량과 타당도

구조방정식 모형이 관측변인과 잠재변인의 관계를 추정한다는 점에서 본 모형이 이를 제대로 설명하는지 살펴보기 위하여 요인적재량을 알아보았다. 요인적재량 값은 측정모형에서 확인적 요인분석을 통해 구할 수 있는데, 보통 하나의 잠재변인에 하나의 준거변인(Reference Variable)을 설정하여 제시된 람다 값을 통해 요인적재량 값을 확인하게 된다. 구조방정식 모형에서는 관측변인들 중 하나를 선택하여 잠재변인의 관계에 준거 값인 '1'을 부여하며 이를을 준거변인이라

고 한다(최현철, 2007). 이와 함께 적정한 수준의 적합성을 확보한 측정모델의 타당도를 확인하기 위해 개념 신뢰도(Composite Reliability: CR)와 평균분산추출(Average Variance Extracted: AVE)값을 산출한다. 이들 값은 <표8>에 나타나 있다.

<표8> 요인적재량과 타당도

잠재변인	관측변인	요인적재량	측정오차	개념신뢰도	평균분산추출
인 지 욕 구	인지욕구1	0.581	0.437	0.789	0.563
	인지욕구2	0.594	0.472		
	인지욕구3	0.842	0.178		
준거집단 순응성향	준거집단2	0.803	0.408	0.798	0.569
	준거집단3	0.715	0.527		
	준거집단4	0.775	0.396		
놀 이 욕 구	놀이욕구1	0.787	0.333	0.875	0.778
	놀이욕구2	0.925	0.087		
지 위 욕 구	지위욕구1	0.883	0.217	0.894	0.737
	지위욕구2	0.889	0.244		
	지위욕구3	0.826	0.341		
해양레저 스포츠참여	해양레저2	0.846	0.217	0.948	0.858
	해양레저6	0.945	0.081		
	해양레저7	0.923	0.109		

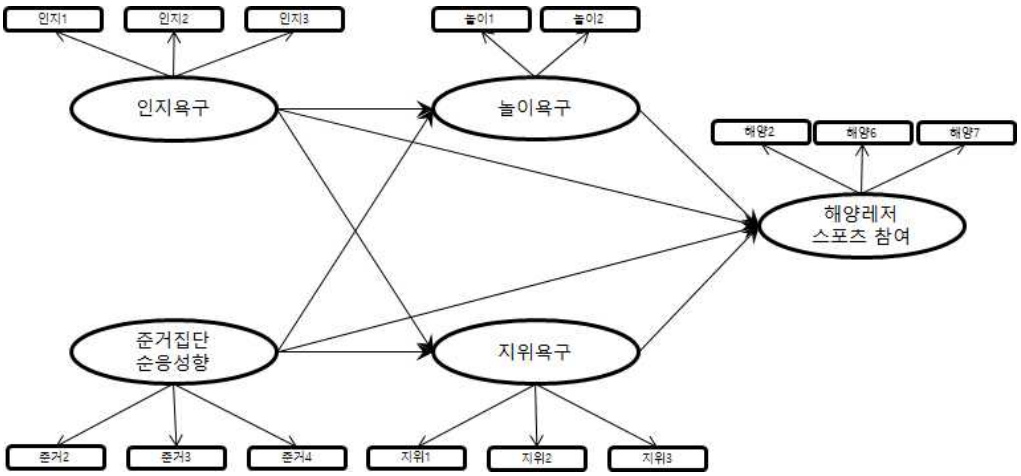
통상적으로 표준화된 요인적재량(Standardized factor loading)은 최소 0.5 이상이어야 하며 0.95이하면 좋다고 할 수 있다(우종필, 2012, p.165). 또한, 개념신뢰도는 0.7 이상, 평균분산추출(AVE)값은 0.5 이상이면 집중타당성이 있다고 할 수 있으며 <표8>에서 보이듯이 요인적재량, 개념신뢰도, 평균분산추출(AVE) 값이 이 조건들을 만족함으로써 측정값들이 모두 집중타당성이 있는 것으로 확인되었다.

2. 구조방정식 모형 검증

본 연구에서는 잠재변인이 관측변인을 올바르게 측정하였는지를 확인한 후에 실제 연구의 가설인 연구모형의 적합성, 잠재변인들 간의 인과관계를 분석하기 위해서 구조모형을 분석하였다.

모형적합도 지수들을 살펴보면 χ^2=114.16(df=69), SRMR=0.057, CFI=0.97 TLI=0.95, RMSEA=0.06으로 나타났다. 앞서 제시한 기준에 모든 값들이 부합하기 때문에 본 연구모형은 적합하다고 할 수 있다.

<그림3> 구조방정식 모형



3. 연구가설 검증

1) 복합특성과 상황특성과의 관계

(1) 인지욕구와 복합특성(놀이욕구, 지위욕구)

인지욕구와 복합특성인 놀이욕구와 지위욕구 간의 관계를 살펴보았다. 인지욕구는 놀이욕구와의 관계에서만 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 이들 간의 경로계수를 살펴보면 비표준화계수 0.368, 표준화계수 0.276, C.R값 3.04, P값 0.002이다.

(2) 준거집단순응성향과 복합특성(놀이욕구, 지위욕구)

준거집단순응성향은 복합특성인 지위욕구와 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 이들 간의 경로계수는 비표준화계수 0.614, 표준화계수 0.544, C.R값 5.988 그리고 P값은 0.001 이하로 나타났다. 복합특성과 상황특성 간의 관계는 <표9>에 나타나 있다.

<표9> 복합특성과 상황특성 간의 관계

경로(경로)			경로계수 비표준화계수	경로계수 표준화계수	표준오차	C.R	P
인지욕구	⇨	놀이욕구	0.368	0.276	0.121	3.04	0.002
		지위욕구	0.137	0.091	0.127	1.083	0.279
준거집단순응성향	⇨	놀이욕구	-0.015	-0.015	0.082	-0.184	0.854
		지위욕구	0.614	0.544	0.103	5.988	***

*** p<0.001

2) 상황특성과 표면특성과의 관계

상황특성인 놀이욕구와 지위욕구 그리고 표면특성인 해양레저스포츠 참여 간의 관계에서는 놀이욕구만이 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 놀이욕구와 해양레저스포츠 참여 간의 경로계수는 비표준화계수 0.238, 표준화계수 0.232, C.R값 3.159 그리고 P값 0.002로 나타나 유의한 것으로 나타났다. 반면 지위욕구는 C.R값과 P값 모두 유의하지 않은 것으로 나타났다. 위 내용을 정리하면 <표10>와 같다.

<표10> 상황특성과 표면특성 간의 관계

경로(경로)			경로계수		표준오차	C.R	P
			비표준화계수	표준화계수			
놀이욕구	⇨	해양레저스포츠 참여	0.172	0.170	0.073	2.340	0.019
지위욕구			-0.138	-0.152	0.083	-1.651	0.099

3) 복합특성과 표면특성과의 관계

앞서 본 연구는 예상치 못한 경로를 알아보기 위한 탐색적 연구의 목적 또한 지니고 있다고 밝혔다. 이에 복합특성이 표면특성과의 관계에 대하여 알아보았다. 복합특성인 지위욕구와 준거집단순응성향과 표면특성인 해양레저스포츠 참여 간의 관계에서는 인지욕구. 준거집단순응성향 모두 통계적으로 유의한 값을 보였다. 우선 인지욕구와 해양레저스포츠 간의 경로계수는 비표준화계수 0.593, 표준화계수 0.433, C.R값 4.466, P값은 유의확률 0.001보다 낮게 나왔다. 준거집단순응성향과 해양레저스포츠 참여 간의 경로는 비표준화계수 0.206, 표준화계수 0.201, C.R값 2.040, P값은 0.041로 드러났다. 이 결과는 <표11>에 나타나있다.

<표11> 복합특성과 표면특성 간의 관계

경로(경로)			경로계수		표준오차	C.R	P
			비표준화 계수	표준화 계수			
인지욕구	⇨	해양레저스포츠 참여	0.593	0.433	0.133	4.466	***
준거집단 순응성향	⇨	해양레저스포츠 참여	0.206	0.201	0.101	2.040	0.041

4) 검증결과 종합

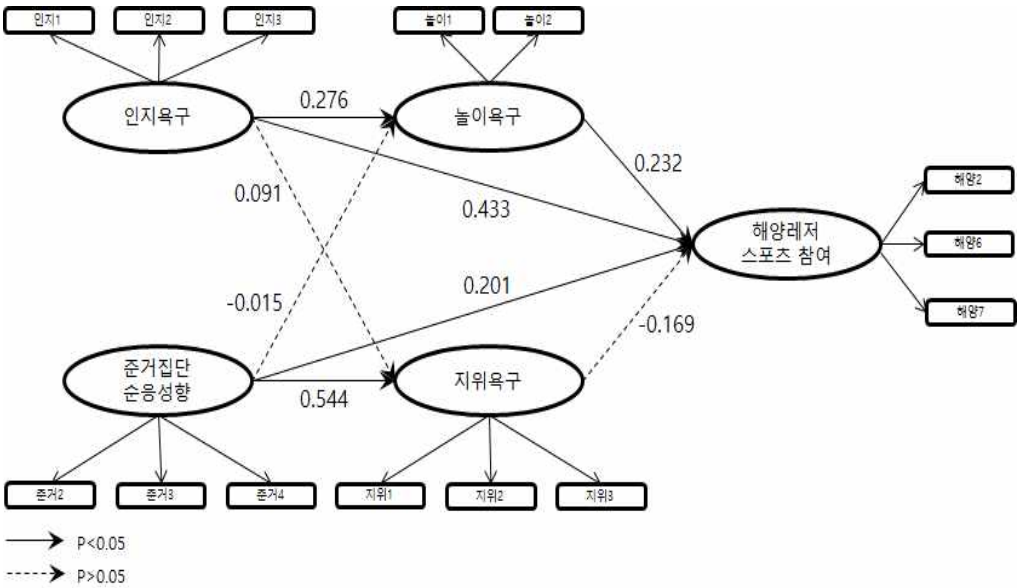
위의 결과들을 토대로 가설을 검증하면 다음과 같다. 복합특성인 인지욕구와 상황특성인 놀이욕구 간의 관계를 살펴보는 가설1번은 채택되고 2번 가설인 놀이욕구와 지위욕구 간의 경로는 기각된다. 가설3 준거집단순응성향과 놀이욕구 간의 관계는 통계적으로 유의하지 않아 기각되었으나 가설4 준거집단순응성향과 지위욕구는 채택되었다. 가설5 놀이욕구와 해양레저스포츠 참여 간의 관계는 통계적으로 유의한 것으로 나타나 채택되었으며 가설6 지위욕구와 해양레저스포츠 참여는 기각되었다. 복합특성과 표면특성 간의 관계를 살펴보면 가설7 인지욕구와 해양레저스포츠 참여 간의 관계는 통계적으로 유의하여 채택되며 가설10 준거집단순응성향과 해양레저스포츠 참여 간의 관계 역시 채택되었다이를 정리하면 <표12>와 같다.

<표12> 가설 검증결과

가설	경로(경로)	경로계수 표준화계수	C.R	P	채택 여부
1	인지욕구 ⇨ 놀이욕구	0.276	3.04	0.002	채택
2	인지욕구 ⇨ 지위욕구	0.091	1.083	0.279	기각
3	준거집단순응성향 ⇨ 놀이욕구	-0.015	-0.184	0.854	기각
4	준거집단순응성향 ⇨ 지위욕구	0.544	5.988	***	채택
5	놀이욕구 ⇨ 해양레저스포츠 참여	0.232	3.159	0.002	채택
6	지위욕구 ⇨ 해양레저스포츠 참여	-0.169	-1.829	0.067	기각
7	인지욕구 ⇨ 해양레저스포츠 참여	0.433	4.466	***	채택
8	준거집단순응성향 ⇨ 해양레저스포츠 참여	0.201	2.040	0.041	채택

이를 바탕으로 최종모형을 도출하면 <그림4>과 같다.

<그림4> 연구모델 최종 모형



Ⅵ. 논의 및 결론

현대인들은 소득수준의 증가 및 생활양식의 변화로 자아실현을 위한 여가활동에 관심을 갖고 적극적으로 임하게 되었다. 이와 함께 단순 휴식, 나들이 등 전통적 여가활동에서 벗어나 적극성을 띄는 스포츠, 특히 자연환경을 활용하는 스포츠에 더욱 열을 올리게 되었다. 특히 3면이 바다이고 훌륭한 수자원을 갖추고 있는 우리나라에서 해양레저스포츠에 대한 관심 또한 증가하고 있다. 이에 많은 연구들이 산업활성화 측면에서 이 탐구하고 있으나 아직은 미비한 실정이라고 할 있으며 특히 전략의 출발점이라고 할 수 있는 소비자의 성격적 특성을 분석하는 연구는 많지 않다. 이에 본 논문은 계층적성격이론을 바탕으로 해양레저스포츠 참여자들의 성격적 특성을 규명해보고자 하였다. 이를 위하여 선행연구를 바탕으로 해양레저스포츠, 그 중에서도 요트 참여자들의 성격적 특성을 4가지 유형, 즉 기본특성, 복합특성, 상황특성, 표면특성으로 묶었으며 이들 중 복합특성, 상황특성, 표면특성 간의 구조적인 관계를 살펴보았다.

복합특성에는 인지욕구와 준거집단순응성향을 설정하였으며 상황특성에는 놀이욕구와 지위욕구를 그리고 마지막으로 종속변수라고 할 수 있는 표면특성에는 해양레저스포츠 참여를 설정하였다. 이를 바탕으로 구조적인 관계를 살펴보기 위하여 대학교 요트 동아리, 요트관련 창업 교육생, 보트쇼 참관객 등 요트 참여자들을 대상으로 온라인 및 오프라인 설문을 실시하였으며 수집된 자료는 구조방정식 모형(Structural Equation Model)을 통하여 분석하였다.

1. 복합특성과 상황특성과의 관계

복합특성인 인지욕구는 상황특성인 놀이욕구와만 통계적으로 유의한 것으로 연구결과 드러났다. Dorothy G. Singer et. al(2006)에 의하면 놀이는 세상에 대해 더욱 많은 것을 알 수 있게 해주며 이를 통해서 생각과 상상력을 발현시키도

록 한다고 하였다. 다시 말해 인간은 사고능력을 배양하기 위하여 놀이를 행하기도 한다는 것으로 인지욕구를 가진 이는 놀이를 통해 이 욕구를 충족하려고 한다고 할 수 있겠다. 다른 복합특성인 준거집단순응성향이 상황특성인 놀이욕구와 지위욕구에 어떠한 영향을 미치는지 살펴본 결과 지위욕구에만 영향을 미쳤다. 이를 해석하면 지위에 대한 갈망은 집단구성원임을 보장받는 것(Scitovsky, 1992, p.119, Eastman et al, 1999)으로서 준거집단에 소속이 된 이후에는 집단구성원으로서 확실히 자리매김을 하기 위하여 지위를 추구하게 되는 것으로 해석할 수 있다.

2. 상황특성과 표면특성과의 관계

상황특성인 놀이욕구와 지위욕구가 표면특성인 해양레저스포츠에 어떠한 영향을 미치는지 살펴본 결과 놀이욕구만이 해양레저스포츠에 유의한 영향을 미쳤다. 이정학(2004)은 놀이란 삶에 있어서 가장 근본적인 인간행위의 하나이며 사람들은 놀이하고 있을 때 삶의 총체성을 느낀다고 하였다. 유희정(2006)은 놀이의 특징을 자발성과 재미로 규정하며 놀이 그 자체를 즐기다 보니 어떤 외부강제도 없이 스스로 재미있게 논다고 하였다. 김미량(2009)은 요트 참여자들이 내적동기인 자율성에 의하여 지속적인 참여를 한다고 하였으며 이 자율성이란 결국 본인이 좋아서 스스로 선택하는 것이며 행동에 있어서 얼마나 자율성을 느끼는가를 의미하는 것이라고 하였다. 다시 말해 요트 참여자들은 이 놀이욕구를 지니고 있는 것으로 해석할 수 있다. 또한 요트가 특수 계층이 즐기는 주변의 인식과는 달리 실제 참여자들은 과시와 같은 외적 요인보다 내적 동기를 더욱 중시한다고 밝히고 있다(김미량, 2009). 이는 지위욕구가 해양레저스포츠 즉 요트 참여에 영향을 미치지 않는다는 결과를 뒷받침해준다.

3. 복합특성과 표면특성과의 관계

본 연구에서 탐색적인 목적을 가지고 복합특성과 표면특성과의 관계에 대해서도 가정을 하여 연구를 진행하였다. 연구결과 복합특성인 인지욕구와 준거집단순응성향 모두가 해양레저스포츠 참여에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 요트의 경우 자연에 대한 이해와 다양한 장비 등에 대한 이해가 필요하며 각종 안전과 관련된 정보를 알고 있어야 한다. 김준과 이준모(2008)은 다양한 매체와 인적 관계를 통하여 활동에 관련된 다양한 정보 수집을 이루어내고 그로 인한 행복감을 통하여 해양스포츠에 꾸준하게 참여하게 된다고 하였다. 준거집단순응성향 또한 해양레저스포츠 참여에 유의한 영향을 미친다고 하였는데 이는 김준과 이근모(2008)가 연구와 맥락을 같이 한다. 이들은 해양스포츠 동호인들은 같은 조직 내에서 상호협력, 정보교환, 기술습득 및 상호 학습 등의 긍정적 효과 때문에 사교적인 측면에서의 동기부여가 몰입도에 긍정적인 영향을 미친다고 분석하였다. 이는 해양레저스포츠 참여자들은 본인이 속한 조직 내에서 참여에 대한 의미를 찾는 것으로 해석될 수 있다.

4. 시사점

본 연구는 해양레저스포츠 참여자, 그 중에서도 요트 참여자들의 성격적 특성을 구조적으로 규명하고자 하였다. 이전에도 요트 참여자들의 성격적 특성을 밝히려는 연구들이 있었으나 대부분 단편적인 특징들을 바탕으로 한 연구가 진행되었으며 결과들이 상반되는 경우가 빈번하였다. 이에 본 연구는 다양한 계층 및 성격적 특성들을 구조적으로 제시하여 보다 근본적으로 요트 참여자들의 성격적 특성을 밝히려 했다는 점에서 의미가 있다. 이 연구를 통하여 밝혀낸 해양레저스포츠 참여에 긍정적으로 영향을 미치는 특성들로는 인지욕구, 준거집단순응성향, 놀이욕구가 있다. 다시 말해 해양레저스포츠 참여자들은 새로운 것을 배우거나 사고하는 것을 즐기며 소속된 조직의 문화, 규범 등에 잘 따르며 놀이를 즐기는

특징을 가지고 있다.

요트 참여자들에 관한 연구에서 가장 빈번하게 대비되는 요인은 사회성과 과시성이라고 할 수 있다. 다시 말하면 요트 참여자들이 사교 혹은 관계를 맺기 위하여 참여하는가와 즐거움, 성취감 등과 같은 내적인 즐거움보다는 경제적 여유, 지위를 과시하기 위하여 참여하는가에 대해 논쟁은 지속적으로 나타나고 있다. 이에 본 연구에서는 준거집단순응성향은 요트 참여에 긍정적인 영향을 미치지만 지위욕구는 미치지 않는다는 것을 밝혀내어 학문적으로 의미가 있다고 할 수 있겠다.

안창규(2000)에 의하면 스포츠 참여행동에 큰 영향을 미치는 것은 집단유사성이라고 하였으며 스포츠 소비자는 준거집단에 의해 직접 전달된 가치나 규범을 승인하고 내면화하는 과정을 거친다고 하였다. 스포츠 산업과 유사성을 지닌 공연 산업의 연구에서도 이지훈과 김현주(2012)는 관객들은 공연 선택시에 친구들이 관람하는 공연의 영향을 많이 받고 이와 관련된 이야기를 자주하는 것으로 밝혀냈다. 이는 해양레저스포츠 및 요트라는 종목을 선택함에 있어서 여타 스포츠 종목 및 재화 선택시 준거집단의 영향을 받는 것과 동일한 것이다.

요트는 흔히 럭셔리한 스포츠 혹은 레저로 인식되어 시장 활성화에 장벽으로 작용하고 있었으나 최근에 이르러 무료 교육 및 체험, 저렴한 교육비 등과 함께 계류장 수의 증가로 인하여 점차 많은 이들이 참여를 하고 있다. 이렇듯 진입장벽이 낮아짐에 따라 요트라는 스포츠 자체에 재미를 느끼고 지속적으로 참여하는 이들이 늘어나면서 지위추구와 같은 외적인 동기보다 내적 동기에 의해 해양레저스포츠를 즐기고 있는 것으로 보인다.

현재 해양레저스포츠의 산업 활성화 측면에서 인프라, 특히 시설물에 주안점을 둔 전략이 대부분인 것을 감안할 때 가장 중요하다고 할 수 있는 소비자에 대한 이해를 돕는다는 측면에서 본 연구는 의미가 있다. 시설물 및 인프라는 그 사용자를 고려하여 구축이 되어야 하며 이러한 소비자를 이해하기 위해서 가장 우선시 되어야 하는 것이 이들의 성격적 특성에 대해 알아보는 것이다. 성격적 특성에 대한 이해를 바탕으로 소비자들의 행동양식을 이해할 수 있고 나아가 이들을

유인하기 위한 전략을 도출해 낼 수 있을 것이다. 이러한 맥락에서 마케팅적 시사점은 다음과 같다.

본 연구를 통하여 밝혀냈듯이 요트 참여자들은 과시와 같은 외적동기보다는 즐거움과 같은 내적동기에 의하여 지속적으로 참여한다. 이에 요트를 통한 프로포즈 이벤트, 호화로운 항해 등과 같은 마케팅에서 벗어나 스포츠에 촛점을 두고 누구나 즐길 수 있다는 메세지를 전달할 필요가 있겠다. 다이빙, 윈드서핑, 웨이크보드 등은 같은 해양레저스포츠임에도 불구하고 스포츠 자체가 주는 즐거움을 꾸준히 홍보하고 있다. 대다수의 업체에서 행하듯이 럭셔리함에 집중하여서는 시장을 확대할 수가 없으며 산업 대중화를 위한 움직임이 활발한 이때에는 더욱 표적시장(target market)을 확대하여야 한다.

앞서 언급하였듯이 스포츠 종목을 선택함에 있어서 준거집단은 한 개인에게 많은 영향을 끼친다. 하지만 이러한 준거집단도 개인의 집합체이다. 뒤집어 생각하면 한 개인이 준거집단에 영향을 미칠 수도 있다는 것으로 해석될 수 있다. 현재 국내의 요트학교들은 단체들을 위주로 교육을 실시하고 있으며 대체로 초중고등학생, 대학생 등이 주요 고객이다. 또래문화가 한 개인에게 깊이 개입하는 청소년기의 이들을 대상으로 하는 것은 향후 잠재고객으로 전환시킬 수 있는 가능성이 있으나 경제적 능력이 있는 중장년층의 유입 또한 필요하다. 특히 연구를 통하여 밝혀냈듯 이들은 준거집단 속에서 지위를 추구하는 경향을 갖고 있으며 돋보이려 할 가능성이 높다. 이러한 성격특성이 비추어 요트를 통하여 독특한 경험을 제공할 수 있다는 점을 들어 준거집단 내에서 돋보일 수 있다며 접근하는 마케팅 전략을 세울 수도 있다. 다만 이러한 경우에는 색다른 경험을 할 수 있도록 시설, 서비스 등이 차별화될 필요가 있으며 이러한 조건이 충족되면 준거집단 속에서 구전효과(word of mouth effect)를 기대할 수 있다.

5. 제언

본 연구의 제한점 및 추후 연구방향은 다음과 같다. 첫째, 본 연구는 요트 참

여자들의 성격적 특성을 규명하기 위하여 8개의 기본특성, 2개의 복합특성, 2개의 상황특성을 설정하여 연구를 진행하였으나 본 연구에 포함되지 않은 변인들이 존재할 수 있다. 따라서 향후 연구에서는 다양한 선행연구를 통하여 선행변수나 결과변수를 설정하여 연구를 진행할 필요가 있다. 또한 성격을 규명하는데 노력을 기울이기는 하였으나 모든 환경을 통제를 한다는건 현실적으로 불가능하여 결과로 나타난 특성들이 오롯이 해양레저스포츠에 의하여 나타나게 되었는지에 대해 반박할 수 있다. 이에 향후 연구에서는 해양레저스포츠에 참여함으로써 성격변화가 일어나는지, 혹은 변하지 다양한 인구통계학적 요인, 사회적 요인들을 통제 가능토록 연구설계가 필요할 것으로 보인다.

둘째, 본 연구는 다양한 인구통계학적 특성을 가진 이들을 표본으로 삼으려 하였으나 수도권 및 부산지역을 중심으로 진행되어 향후 연구에서는 다양한 지역의 요트 참여자들을 대상으로 한 연구가 필요하다. 지역특성에 따라서 다양한 인구통계학적 배경을 가진 다양한 성격의 참여자들이 있을 수 있기에 이들을 아우를 수 있는 연구설계를 통하여 연구를 진행할 필요가 있을 것으로 보인다.

마지막으로 본 연구는 해양레저스포츠 참여자, 그 중에서도 요트참여자들을 대상으로 연구를 진행하였다. 다만 해양레저스포츠는 다양한 종목을 포함하고 있으며 각각의 스포츠에 참여하는 이들간의 특성 차이도 존재할 것이다. 향후 해양레저스포츠의 발전을 도모하기 위하여 요트 참여자들 뿐 아니라 다양한 종목의 참여자들을 포함하여 큰 틀에서 해양레저스포츠 발전을 위하여 이 분야 참여자들의 성격특성을 규명할 필요가 있을 것으로 보인다.

참 고 문 헌

강은비. (2013). 성격 요인과 학업지연 간의 관계에서 스트레스 대처방식의 조절 효과: 성실성과 신경증을 중심으로. 석사학위논문. 서울대학교 대학원.

강일모. (2001). 고등학교 구기·투기 선수의 성격특성과 교우관계적응도에 미치는 영향. 석사학위논문. 국민대학교 교육대학원.

권영훈. (2014). 해양스포츠 참여자의 체험과 생활만족 및 선택행동에 관한 연구. 석사학위논문. 한서대학교 정보산업대학원.

김경도. (2008). 해양레저스포츠관광소비자 라이프스타일에 따른 시장세분화에 관한 연구. 석사학위논문. 동아대학교 대학원.

김만영. (2010). 수상레저스포츠 관광객의 라이프스타일이 참여동기와 고객만족에 미치는 영향. 석사학위논문. 청주대학교 대학원.

김미량. (2009). 요트참가자들의 기본심리욕구와 운동참가동기 및 지속적 참여 의도의 구조모형 검증. 한국콘텐츠학회논문지, 9(9), 423-431.

김성문 & 윤상문. (2011). 해양/수상레저스포츠 참가자의 기본심리욕구, 운동정서 및 활력촉진의 관계. 한국사회체육학회지, 43, 67-76.

김유미. (2007). 5요인 성격모형을 이용한 영재학생과 일반학생의 특성 비교. 석사학위논문. 성균관대학교 교육대학원.

김재홍. (2014). 해양스포츠 참여자의 인지능력이 여가몰입과 생활만족에 미치는 영향. 석사학위논문. 조선대학교 교육대학원.

김지희. (2012). 경남지역 해양 레저스포츠 관광 산업 활성화 방안에 대한 연구: 요트 산업을 중심으로. 석사학위논문. 동국대학교 일반대학원.

김진호 & 백옥미. (1995). 국가대표 선수들의 Personality 특성에 관한 비교연구: 개인, 대인 경기 선수들 중심으로. 체육학논문집, 23, 13-30.

김홍섭. (2013). 해양레포츠 확산을 위한 마리나항만 개발과 활성화 전략. 한국항만경제학회지, 29(1), 215-245.

나현주. (2011). 수상레저스포츠 선택송성과 서비스가치, 만족 및 행동의도의 관계.

석사학위논문. 한국체육대학교 사회체육대학원.
류신웅. (2010). 제약 영업사원의 성격5요인이 고객지향성에 미치는 영향 연구: 관계몰입을 차원화로 구분하여. 석사학위논문. 전북대학교 경영대학원.
마윤진. (2000). 소비자의 성격유형에 따른 판매원 서비스 평가와 구매행동 특성. 석사학위논문. 연세대학교 대학원.
문영규. (2004). 개인성격 유형과 직업선호도에 관한 연구:K 대학 간호과 학생들을 중심으로, 경복논총(8) 367-38
박명국. (2001). 레저 스포츠 소비자 행동분석을 통한 마케팅 전략: 해양 레저 스포츠를 중심으로. 박사학위논문. 고려대학교 대학원.
박명국 & 김성규. (2002). 해양레저스포츠 활성화 방안. 한국스포츠산업·경영학회지, 7(1), 207-225.
박소진. (2008). 과시소비성향에 대한 계층적 성격모델 접근. 소비문화 연구, 11(4), 1-29.
박소진 & 박상준. (2008). 성격특성이 소비자 독특성 욕구에 미치는 영향. 소비자학연구, 19(3), 163-186.
박소진 & 오창규. (2011). 전자제품 혁신성에 대한 계층적 성격모델 접근. 경영교육연구, 69, 575-597.
박수진 & 홍장원. (2012). 우리나라 해양관광산업 육성을 위한 정책 개선방향에 관한 고찰. 해양환경안전학회지, 18(2), 131-138.
박승환. (2004). 스포츠관광을 위한 해양레저스포츠 발전전략에 관한 연구. 박사학위논문. 명지대학교 대학원.
박아청. (1997). 성격심리학. 교육과학사.
반석호 & 김상현. (2002). 국내 해양레저와 레저선박 산업의 현황 및 전망. 대한조선학회지, 39(1), 36-44.
방선희. (2012). 생활체육 참가자의 참여동기, 여가태도, 관여도, 생활만족의 관계모형. 박사학위논문. 중앙대학교 대학원.
배승재. (2014). 성격특성이 조직시민행동에 미치는 영향에 관한 연구. 석사학위논문.

동신대학교 대학원.
백승민. (2009). 성격특성과 스트레스 및 스트레스 대처방식의 관계: 중학생의 Big five 성격특성검사를 중심으로. 석사학위논문. 대진대학교 교육대학원.
손향신. (2010). 개방성, 외향성, 핵심자기평가가 변화몰입과 적응수행에 미치는 영향. 석사학위논문. 광운대학교 대학원.
송강영 & 김홍설. (1996). 성격특성과 여가활동 유형 및 여가만족의 관계. 한국스포츠사회학회지, 6, 169-180.
심민보. (2012). 체험의 유형과 관여도가 해양 레저 스포츠 체험 후 감정과 행동 의도에 미치는 영향: 세일링 요트(sailing yacht)를 중심으로. 박사학위논문. 동아대학교 대학원.
신광우. (2000). 고등학교 농구선수의 포지션과 성격특성과의 관계. 석사학위논문. 단국대학교 교육대학원.
신승환 & 유홍주. (2009). 해양레저스포츠 진흥 방안 고찰. 스포츠과학리뷰, 3(1), 47-58.
신용익 외. (1997). 심리학 개론. 동문사.
유동균. (2013). 해양레저스포츠의 참여동기, 선택속성, 만족도 및 구매 후 행동과의 관계. 박사학위논문. 국민대학교 대학원.
유상준. (2009). 해양레저스포츠 활성화 방안에 관한 연구. 석사학위논문. 연세대학교 행정대학원.
유홍주(1995). 해양 스포츠의 발전방향과 과제. 해양학술세미나 발표집. 해군사관학교 해군해양연구소.
윤유식, 전재균 & 이상호. (2011). 해양레저스포츠 참가동기에 따른 시장세분화: 참가자의 만족도, 충성도, 체험활동 선호도 및 해양레저스포츠 활성화 방안을 중심으로. 관광연구, 26(2), 266-281.
이민상, 배일현 & 김영. (2010). 해양 레저스포츠 산업의 활성화 전략에 관한 연구: 경기국제보트쇼를 중심으로. 상품학연구, 28(3), 161-169.
이병유. (2011). 수상레저스포츠 선택송성 및 중요도 우선순위. 박사학위논문.

강원대학교 대학원.
이자윤. (2004). 관여수준에 따른 국제회의 참가자의 특성에 관한 연구. 석사학위논문. 세종대학교 관광대학원.
이재창 외. (1995). 인간이해를 위한 심리학. 문음사.
이재혁. (2000). 복싱선수의 복서스타일과 성격특성의 관계. 석사학위논문. 한국체육대학교 대학원.
이정식. (2004). 해양 레저스포츠 발전의 전제와 산업화 방안. 한국스포츠리서치, 15(6), 1827-1838.
이정호. (2010). 해양스포츠 참가자의 참여 동기와 스포츠 몰입, 참여만족 간의 관계: 스킨 스쿠버 참여자를 대상으로. 석사학위논문. 중앙대학교 대학원.
이종열 & 김수훈. (2010). 해양레저의 활성화 요인에 관한 연구. 행정논총, 48(4), 409-428.
이진모. (2009). 해양레저스포츠산업 발전전략에 관한 연구. 박사학위논문. 한국해양대학교 대학원.
임재구 & 임태성. (2000). 사회·문화 변동에 따른 여가스포츠 활동 경향에 관한 고찰. 한국체육학회지, 39(3), 942-952.
임재현. (2011). 해양스포츠 참가자의 라이프스타일 특성과 만족 및 선택행동의 연관성에 관한 연구. 박사학위논문. 부경대학교 대학원.
임정미. (2013). 수상레저스포츠 참가자의 여가참여동기와 여가몰입, 여가만족, 심리적 웰빙의 관계. 박사학위논문. 경북대학교 대학원.
장재용, 강신범 & 권오륜. (2014). 해양스포츠의 교육적 가치탐구. 움직임의 철학 : 한국체육철학회지, 22(1), 137-153.
정문현. (2014). 해양레저스포츠 체험선택과 체험효과, 체험만족에 관한 연구. 디지털융복합연구, 12(10), 605-613.
정의권 & 최영진. (2003). 실내수영장 소비자의 관여도와 서비스만족 및 고객 충성도의 관계: 관여도의 조절효과를 중심으로. 한국교육문제연구소 논문집, 19, 81-100.

정형권. (2014). 해양레저 참여자의 라이프스타일이 여가만족 및 생활만족에 미치는 영향. 석사학위논문. 원광대학교 교육대학원.

조갑희 & 정진화. (1996). 스포츠와 성격에 관한 문헌적 고찰. 안동대학교 논문집, 18(1), 283-298.

조영란. (2005). 5요인 성격특성과 대인관계성향 및 학교적응과의 관계. 석사학위논문. 숙명여자대학교 교육대학원.

조윤식. (2013). 제조기업 근로자의 성격특성이 조직유효성에 미치는 영향 : 임파워먼트의 조절효과를 중심으로. 박사학위논문. 목원대학교 대학원.

차성기. (2006). 델파이기법을 활용한 해양 레저스포츠 발전과제. 박사학위논문. 목포대학교 대학원.

최제일 & 서혜정. (2001). 한국 프로골퍼의 Personality 특성에 관한 연구. 한국체육과학회지, 10(2), 173-183.

최현철. (2007). 사회통계방법론. 나남.

하창완. (2000). 해양레저 스포츠 참여자의 성격특성에 관한 연구. 석사학위논문. 동아대학교 교육대학원.

하태길. (2004). 성격기질에 따른 유머광고 표현유형별 광고효과. 박사학위논문. 계명대학교 대학원.

한마음. (2005). 소비자의 판매원의 성격유형에 따른 판매원 서비스 평가와 구매 후 행동 연구. 석사학위논문. 연세대학교 대학원.

황용희. (2003). 소비자의 서비스 구매에서 준거집단의 영향과 만족도 간의 관계에 대해서: 이동통신서비스를 중심으로. 석사학위논문. 연세대학교 대학원.

Aiken, K. Damon, Richar M. Campbell & Eric, C. Koch. (2013). Exploring the relationship between team(as brand) personality and geographic personality: linking consumer perceptions of sports teams and cities. International Journal of Sports Marketing & Sponsorship, 10. 7-20

Ajzen, I. (1987). Attitudes, traits, and actions: Dispositional prediction of behavior in personality and social psychology. Advances in Experimental Social Psychology, 20, 1-63.

Allport, G. W. (1937). Personality: A psychological interpretation. New York: Holt.

Baumgartner, H. (2002). Toward a personology of the consumer. Journal of Consumer Research, 29(2), 286-292.

Bearden, W. O., Netemeyer, R. G., & Teel, J. E. (1989). Measurement of consumer susceptibility to interpersonal influence. Journal of Consumer Research, 15(4), 473-481.

Cacioppo, J. T., Richard E. P. (1982). The Need for Cognition. Journal of Personality and Social Psychology. 42(1), 116-131.

Cattell, R. B. (1946). Personality structure and measurement. British Journal of Psychology, General Section, 36(2), 88-103.

Craig Lancer Rogers. (2005). An investigation of the big five and narrow personality traits in relation to academic performance. Doctor of philosophy degree. The university of Tennessee.

Cropanzano, R., James, K., & Citera, M. (1993). A goal hierarchy model of personality, motivation, and leadership. Research in Organizational Behavior, 15, 267-267.

Eastman, J. K., Goldsmith, R. E., & Flynn, L. R. (1999). Status consumption in consumer behavior: Scale development and validation. Journal of Marketing Theory and Practice, 7(3), 41-52.

Eysenck, H. J. (1957). The effects of psychotherapy: An evaluation. Journal of Consulting Psychology, 16. 319-324.

Galen T. Trail, Matthew J. Robinson & Yu Kuoum Kim. (2008). Sport Consumer Behavior: A test for group Differences on Structural Constraints. Sport Marketing Quarterly, 17, 190-200.

Giddens, A. (1964). Notes on the concepts of play and leisure. The Sociological Review, 12(1), 73-89.

Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & William, C. Black (1998), Multivariate data analysis 5th ed. Upper Saddle River: Prentice Hall.

Havitz, M. E. & Howard, D. R. (1995). How enduring is enduring involvement? A seasonal examination of three recreational activities. Journal of Consumer Psychology, 4(3), 255-276.

Holbrook, M. B., & Hirschman, E. C. (1982). The experiential aspects of consumption: Consumer fantasies, feelings, and fun. Journal of Consumer Research, 9(2), 132-140.

Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. Structural equation modeling: a multidisciplinary journal, 6(1), 1-55.

Judge, T. A., Higgins, C. A., Thoresen, C. J., & Barrick, M. R. (1999). The big five personality traits, general mental ability, and career success across the life span. Personnel psychology, 52(3), 621-652.

Latter, C., Phau, I., & Marchegian, C. (2010). The Roles of consumer need for uniqueness and status consumption in haute couture luxury brands. Journal of Global Fashion Marketing, 1(4), 205-213.

Laurent, G. & Kapferer, J. (1985). Measuring consumer involvement profiles. Journal of Marketing Research, 22(1), 41-53.

Lee J. Cronbach. (1951). Coefficient Alpha and the internal structure of tests. Psychometrika, 16(3)

McCrae, R.R. & Costa, P.T. (1987). Validation of the five-factor model of personality across instruments and observers. Journal of Personality and Social Psychology, 52, 81-90.

Mowen, J. C. (2000). The 3M model of motivation and personality: Theory and empirical applications to consumer behavior. Kluwer Academic Publishers.

Mowen, J. C., Fang, X., & Scott, K. (2009). A hierarchical model approach for identifying the trait antecedents of general gambling propensity and of four gambling-related genres. Journal of Business Research, 62(12), 1262-1268.

Mowen, J. C., Fang, X., & Scott, K. (2010). Visual product aesthetics: A hierarchical analysis of its trait and value antecedents and its behavioral consequences. European Journal of Marketing, 44(11/12), 1744-1762.

Mowen, J. C., Harris, E. G., & Bone, S. A. (2004). Personality traits and fear response to print advertisements: Theory and an empirical study. Psychology & Marketing, 21(11), 927-943.

Mowen, J. C., Park, S., & Zablah, A. (2007). Toward a theory of motivation and personality with application to word-of-mouth communications. Journal of Business Research, 60, 590-596

Park, S. J. & Mowen, J. C. (2009). Consumers' attitude toward complaining: A cross-cultural comparison of its traits predictors. 한국마케팅저널, 11(1), 1-27.

Philip Koter & Gary Armstrong. (2008). Principles of Marketing. Pearson.

Roberts, J. A., Pullig, C., & Manolis, C. (2015). I need my smartphone: A

hierarchical model of personality and cell-phone addiction. Personality and Individual Differences, 79, 13-19.

Saucier, G. (1992). Benchmarks: Integrating affective and interpersonal circles with the Big-Five personality factors. Journal of Personality and Social Psychology, 62(6), 1025.

Schneider, P. P. (2010). Exploring the motivation and personality traits of adventure travelers: A hierarchical model approach.

Scott, K., & Mowen, J. C. (2007). Travelers and their traits: A hierarchical model approach. Journal of Consumer Behavior, 6, 146-157.

Scott G. Eberle. (2014). The elements of play : Toward a philosophy and a definition of play. Journal of Play. 6(2), 214-233

Seo, W. J. & Green, B. C. (2008). Development of the motivation scale for sport online consumption. Journal of Sport Management. 22, 82-109.

Slanger, E., & Rudestam, K. E. (1997). Motivation and disinhibition in high risk sports: Sensation seeking and self-efficacy. Journal of Research in Personality, 31(3), 355-374.

Solomon, M. R. (1983). The role of products as social stimuli: A symbolic interactionism perspective. Journal of Consumer research, 10(3), 319-329.

Tok, S. (2011). The big five personality traits and risky sport participation. Social Behavior and Personality: an international journal, 39(8), 1105-1111.

William, O. B, Richard, G. N. & Jesse, E. T. (1989). Measurement of Consumer Susceptibility to interpersonal influence. Journal of Consumer Research, 15(4), 473-481.

Voss, J. (1967). The definition of leisure. Journal of Economic Issues, 1(1-2), 91-106.

Zuckerman, M. (2014). Sensation Seeking (Psychology Revivals): Beyond the Optimal Level of Arousal. Psychology Press.

Abstract

The personality of water based leisure & sport participants using the 3M Model of motivation and personality

-Focusing on Yacht Participants-

Won, Dong-Chun

The department of physical education

Graduate School

Seoul National University

As members of the society are recently focusing on to increase the quality of life, many are spending time on hobbies and leisure. With part of this social phenomena the concept of well-being and healing is also spreading out, making outdoor activity popular. Interest in water based

sport and leisure is increasing as South Korea is surrounded by water and in the inland, river maintenance is actively in process which resulted in expanded water related infrastructure. Among these activities, yachting is the most concerned because of its′ potential as a higher value-added business. Nevertheless, there are not enough research of the consumers of this industry. The purpose of this research is to investigate the personalty traits of the participants who enjoy water based sport and leisure using the 3m model of motivation and personality.

This research applied the 3m model of motivation and personality placing the need for learning and the need for being included in a reference group as compound traits. As situational traits, the need for play and the need for status has been chosen. As for the surface trait, participation in water based sport and leisure was settled. It is assumed that the traits are in a hierarchy format and the traits in-front affect the traits behind. As for an exploratory purpose, it will be assumed that the compound traits directly affect the surface trait. To recruit research objects, purposive sampling was used. on and off-line surveys were collected throughout the time between october, 2015 and april, 2016. Out of the total of 202 objects, 22 were excluded because of inappropriate answers. Frequency and reliability was analysed using the IBM SPSS STATISTICS 21. Then after, confirmatory factor analysis and path analysis was proceeded using the IBM SPSS AMOS 21.

The results turn out that the need for learning affects the need for play, while the need to be included in a reference group affects the need for status. The only situational trait to affect the surface trait was the need for play. Both of the compound traits affected the surface trait.

Based on this research it can be said that yacht participants enjoy the

process of thinking and try to follow the social norms of the reference group and like to play. Also, managers and marketers can draw strategies using the findings of this research.

Key words: Hierarchy personality theory, personality traits, needs
Student number: 2012-23525

[부록]

해양레저스포츠 참여자에 대한 계층적 성격이론 접근
- 요트 참여자를 중심으로-

안녕하십니까. 바쁘신 와중에도 본 설문에 참여하여 주셔서 감사합니다. 본 설문은 요트 참여자들을 대상으로 그들의 성격적 특성을 규명하고자 구성되었으며 이에 대한 답변은 익명성을 바탕으로 오직 연구를 위한 목적으로 사용되며 외부로 노출되지 않을 것입니다. 각 문항은 정답이 없으며 본인이 느끼기에 가장 적합하다고 생각되는 보기를 선택하시면 됩니다. 귀하의 응답은 본 연구의 귀중한 자료로 활용될 것이며 이에 성실한 응답 부탁드리겠습니다. 감사합니다.

2015년 12월

서울대학교 사범대학 체육교육과 글로벌스포츠매니지먼트 전공
지도교수 : 임충훈
연구자 : 석사과정 원동천
e-mail : akadcw@snu.ac.kr

❑ 각 항목에 대하여 전혀 그렇지 않다(1) 에서 매우 그렇다(5)의 범주 안에서 응답을 해주시면 감사하겠습니다. 제출을 누르시기 전에 최종적으로 모든 항목에 응답을 하였는지 다시한번 확인 후 제출해 주시면 감사하겠습니다.

1. 나는 보통 사람들보다 변덕스럽다
①전혀 그렇지 않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 ⑤매우 그렇다

2. 나는 개성이 강하다

①전혀 그렇지 않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 ⑤매우 그렇다

3. 나는 화를 잘 낸다

①전혀 그렇지 않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 ⑤매우 그렇다

4. 나는 감정의 기복이 크다

①전혀 그렇지 않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 ⑤매우 그렇다

5. 나는 보통 사람들보다 부끄러움을 많이 탄다

①전혀 그렇지 않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 ⑤매우 그렇다

6. 나는 내향적이다

①전혀 그렇지 않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 ⑤매우 그렇다

7. 나는 사람들과 같이 있을 때 조용하다

①전혀 그렇지 않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 ⑤매우 그렇다

8. 나는 수줍어한다

①전혀 그렇지 않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 ⑤매우 그렇다

9. 나는 종종 창의력이 높다고 생각한다

①전혀 그렇지 않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 ⑤매우 그렇다

10. 나는 상상력이 풍부하다

①전혀 그렇지 않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 ⑤매우 그렇다

11. 나는 새로운 해결법을 찾아낸다

①전혀 그렇지 않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 ⑤매우 그렇다

12. 나는 보통 사람들보다 독창적이다

①전혀 그렇지 않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 ⑤매우 그렇다

13. 나는 정확하다

①전혀 그렇지 않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 ⑤매우 그렇다

14. 나는 효율적이다

①전혀 그렇지 않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 ⑤매우 그렇다

15. 나는 조직적이다

①전혀 그렇지 않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 ⑤매우 그렇다

16. 나는 정돈되어 있다

①전혀 그렇지 않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 ⑤매우 그렇다

17. 나는 다른 사람들에게 다정하다

①전혀 그렇지 않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 ⑤매우 그렇다

18. 나는 다른 사람들과 잘 어울린다

①전혀 그렇지 않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 ⑤매우 그렇다

19. 나는 다른 사람들에게 친절하다

①전혀 그렇지 않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 ⑤매우 그렇다

20. 나는 마음씨가 곱다

①전혀 그렇지 않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 ⑤매우 그렇다

21. 나는 비싼 물건 사는 것을 즐긴다

①전혀 그렇지 않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 ⑤매우 그렇다

22. 나는 보통 사람들보다 좋은 물건 소유하기를 좋아한다

①전혀 그렇지 않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 ⑤매우 그렇다

23. 나는 값진 물건을 획득하는 것이 내게 중요하다

①전혀 그렇지 않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 ⑤매우 그렇다

24. 나는 사치스러운 물건을 소유하기를 즐긴다

①전혀 그렇지 않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 ⑤매우 그렇다

25. 나는 다소 위험한 체험에도 관심이 있다

①전혀 그렇지 않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 ⑤매우 그렇다

26. 나는 흥분되는 것을 찾는다

①전혀 그렇지 않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 ⑤매우 그렇다

27. 나는 새로운 경험을 적극적으로 찾는다

①전혀 그렇지 않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 ⑤매우 그렇다

28. 나는 보통 사람들보다 위험추구적이다

①전혀 그렇지 않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 ⑤매우 그렇다

29. 나는 나의 몸과 그것이 어떻게 느끼는가에 집중한다

①전혀 그렇지 않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 ⑤매우 그렇다

30. 나는 나의 몸을 가꾸기 위하여 매일 노력한다

①전혀 그렇지 않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 ⑤매우 그렇다

31. 나는 나의 몸을 보기 좋게 만드는 것이 중요하다

①전혀 그렇지 않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 ⑤매우 그렇다

32. 나는 나의 몸을 건강하게 지키기 위하여 열심히 노력한다

①전혀 그렇지 않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 ⑤매우 그렇다

33. 나는 보통 사람들보다 새로운 것을 배우길 좋아한다

①전혀 그렇지 않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 ⑤매우 그렇다

34. 사람들은 나를 지적이라 생각한다

①전혀 그렇지 않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 ⑤매우 그렇다

35. 나는 새로운 아이디어 내기를 좋아한다

①전혀 그렇지 않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 ⑤매우 그렇다

36. 지식은 나의 가장 중요한 자원이다

①전혀 그렇지 않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 ⑤매우 그렇다

37. 나는 남들보다 놀기 좋아한다

①전혀 그렇지 않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 ⑤매우 그렇다

38. 나는 남들보다 즐거움을 추구한다

①전혀 그렇지 않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 ⑤매우 그렇다

39. 나는 남들보다 걱정이 덜하다

①전혀 그렇지 않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 ⑤매우 그렇다

40. 나는 제품이 지위를 상징하면 구매할 것이다

①전혀 그렇지 않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 ⑤매우 그렇다

41. 나는 지위를 상징하는 신제품에 관심이 있다

①전혀 그렇지 않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 ⑤매우 그렇다

42. 나는 지위를 상징하는 제품이 있으면 금액을 더 지불할 것이다
①전혀 그렇지 않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 ⑤매우 그렇다

43. 지위를 상징하는 제품은 나와 상관없다
①전혀 그렇지 않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 ⑤매우 그렇다

44. 나는 금전이나 명예를 자극하는 요소가 있는 제품이 내게 더 매력적이다
①전혀 그렇지 않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 ⑤매우 그렇다

45. 나는 내 친구들이 좋아할 것이라는 확신이 들기 전까지 최신 유행스타일을 구매하지 않는다
①전혀 그렇지 않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 ⑤매우 그렇다

46. 내가 구매한 브랜드와 제품을 다른 사람들도 좋아하는 것은 내게 중요하다
①전혀 그렇지 않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 ⑤매우 그렇다

47. 나는 일반적으로 다른 사람들도 좋다고 인정할 것 같은 제품을 구매한다
①전혀 그렇지 않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 ⑤매우 그렇다

48. 만약 다른 사람들이 내가 제품을 사용하는 모습을 볼 수 있다면 나는 종종 그들이 기대하는 브랜드를 구매할 것이다
①전혀 그렇지 않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 ⑤매우 그렇다

49. 나는 어떤 브랜드와 제품이 다른 사람들에게 좋은 인상을 주는지 알고 있다
①전혀 그렇지 않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 ⑤매우 그렇다

50. 나는 다른 사람들과 동일한 제품을 구매함으로써 일종의 소속감을 느낀다
①전혀 그렇지 않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 ⑤매우 그렇다

51. 나는 해양레저스포츠 활동에 참여하는 것이 매우 중요하다고 생각한다
①전혀 그렇지 않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 ⑤매우 그렇다

52. 해양레저스포츠는 나에게 즐거움을 준다
①전혀 그렇지 않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 ⑤매우 그렇다

53. 해양레저스포츠는 나에 대하여 잘 알 수 있게 해준다
①전혀 그렇지 않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 ⑤매우 그렇다

54. 해양레저스포츠는 나를 완전히 다른 사람으로 만든다
①전혀 그렇지 않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 ⑤매우 그렇다

55. 해양레저스포츠에 참여하는 동안 나 자신에 대하여 알 수 있게 된다
①전혀 그렇지 않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 ⑤매우 그렇다

56. 나는 해양레저스포츠 참여를 통해 기쁨을 느낀다
①전혀 그렇지 않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 ⑤매우 그렇다

57. 해양레저스포츠는 나에게 재미를 느끼게 해준다
①전혀 그렇지 않다 ②그렇지 않다 ③보통이다 ④그렇다 ⑤매우 그렇다

58. 귀하의 성별은 어떻게 되십니까?
①남자 ②여자

59. 귀하의 연령대는 어떻게 되십니까?
①10대 ②20대 ③30대 ④40대 ⑤50대 이상

60. 귀하의 최종학력은 어떻게 되십니까?

①초등학교 졸 ②중학교 졸 ③고등학교 졸 ④대학교 졸 ⑤대학원 이상

61. 월 가구(가족)수입은 어떻게 되십니까?

①200만원 미만 ②200만원 이상 300만원 미만 ③300만원 이상 400만원 미만

④400만원 이상 500만원 미만 ⑤500만원 이상

62. 귀하의 현재 직업은 무엇입니까?

①전문직 ②관리직 ③사무직 ④자영업 ⑤근로직 ⑥학생 ⑦주부 ⑧기타

63. 귀하의 현재 거주지는 어디입니까?

①강원도 ②경기도 ③경상남도 ④경상북도 ⑤광주광역시 ⑥대구광역시 ⑦대전광역시

⑧부산광역시 ⑨서울특별시 ⑩세종특별자치시 ⑪인천광역시 ⑫울산광역시 ⑬전라남도

⑭전라북도 ⑮제주특별자치시 ⑯충청남도 ⑰충청북도

64. 해양레저스포츠 시즌기간 얼마나 자주 즐기십니까?

①월 1회 ②월 2회 ③월 3~4회 ④월 5회 이상