



Testing Differences of Leisure Satisfaction by Demographic Characteristics of MTB participants*

Bo Ra MOON**, Hwan Yeol LEE***, Won Jae SEO****

Received: June 03, 2019 Revised: June 12, 2019 Accepted: June 15, 2019.

Abstract

Purpose: Mountain biking as a sport and recreational activity has grown rapidly over the previous two decades. The purpose of this study is to analyze differences of leisure satisfaction by demographic characteristics of mountain bike participants. **Research design, data, and methodology:** To accomplish the purpose, the study employed purposive sample method among nonprobability sampling and collected data from 300 participants. Of collected data, 288 responses were analyzed excepted for uncompleted responses. To analyze data, study utilized statistical techniques including descriptive statistics, reliability analysis, independent-sample t-test, and one-way ANOVA, and to verify difference between individual groups in relation to significant results, Duncan's multiple range was conducted. **Results:** Findings indicated no differences of leisure satisfaction by gender. Similarly, education level and occupations have not influence leisure satisfaction. Yet, differences of leisure satisfaction by participation frequencies were observed. Of participation frequencies, participants riding 5 times a week were more satisfied with MTB participation than the other groups participating less 3 times a week. **Conclusions:** The findings provide a couple of insights in terms of promoting MTB participation. In specific, results indicated that MTB would be attractive sports that is able to appeal huge populations regardless of their education and occupation. Furthermore, consistent participation is judged an effective way to increase psychological, educational, and social satisfaction. In this sense, regional MTB clubs could play a salient role in motivating riders to more participate in MTB. Hence, establishing strategies for encouraging club activities are needed.

Keywords : Leisure Satisfaction, MTB, Demographic Characteristics, Regional MTB clubs

JEL Classification Code : I1, I11, I18

1. 서론

21 세기 자전거 역사에서 가장 큰 이슈는 산악자전거의 탄생이다. 산악 자전거를 타고 산악지대나 비포장도로를 달리는 대표적인 익스트림 스포츠 (Extreme Sports)로서, 고도의 전문성과 숙련성을 바탕으로 즐기는 레저 스포츠이다 (Buning, Cole & Lamont, 2019). 또한 산악자전거는 참여 및 이벤트 관광 등 타 산업과 연계되어 경제효과를 기대할 수 있다 (Buning et al., 2019; Taylor, Frost & Laing, 2019). 2019 국민생활체육참여실태조사에 따르면, 다양한 체육활동 중 자전거, 사이클, 산악 자전거 종목이 주로 참여하는 체육활동 참여종목 7 위를 차지하였으며, 사이클링/산악자전거 동호회가 동호회 활동 상위 10 개 동호회로 선정되었다 (Ministry of Culture, Sports and Tourism, 2018).

이상에서와 같이 자전거 참여인구의 증가와 함께 여가로서 산악자전거 참여시장 또한 확대되고 있다. 운동에서 재미란 '좋아함, 즐거움과 같은 일반적인 느낌을 나타내는 운동 경험에 대한 긍정적 정서 반응'으로 정의되고 있으며 (Visek, Achtrati, Mannix, McDonnell, Harris, & DiPietro, 2015), 재미 또는 운동 환경 및 여가 환경에 대한 만족은 여가만족 및

*This study was supported by the research grant of the KODISA Scholarship Foundation in 2019.

**First Author, Ph.D., Lecture, Department of Humanities & Social Sciences, Korea Advanced Institute of Science and Technology, South Korea. Email: k6545@hanmail.net

***Second Author, Doctoral Student, Department of Sport Convergence, Eulji University, South Korea.

****Corresponding Author, Associate Professor, Department of Sport and Outdoor, Eulji University, South Korea. Email: wonjaeseo@eulji.ac.kr

여가몰입에 영향을 미치는 주요 요소로 꼽히고 있다 (Bum, 2015; Nam, Kwon, & Kim, 2017). 이러한 재미를 체험하는 것은 스포츠 활동참가에서 성공경험 즉 여가몰입으로 연결되고 이러한 여가몰입 경험은 활동에 대한 만족감 및 긍정적 정서를 수반한다 (Mahan, Seo, Jordan, & Funk, 2015; Santi, Bruton, Pietranton, & Mellalieu, 2014; Seo, Green, Ko, Lee, & Schenewark, 2007). 한편 여가만족은 여가활동의 선택과 참가의 결과로서 개인이 형성하거나 획득되는 긍정적 인식 혹은 감정으로 정의되고 여가만족의 하위요인은 심리적, 교육적, 사회적, 생리적, 휴식적, 환경적 요인으로 구분될 수 있다 (Ragheb & Tate, 1993). 즉, 여가만족이란 일반적으로 참가했던 여가경험이 즐거웠거나 만족하는 정도를 의미하며 이러한 만족 정도는 개인이 의식적, 무의식적 욕구 충족과 관계가 있다고 할 수 있다 (Ragheb & Tate, 1993).

오늘날 MTB 참여연구가 증가하고 있으며 이들의 니즈도 다양해지고 있다. 산업적 측면에서 MTB 참여자들의 특성에 따른 시장세분화와 세분시장에 소구할 수 있는 경영 및 마케팅 전략이 요구된다. 여가에서의 만족 (satisfaction)은 재방문과 같은 소비행동에 직접적인 영향을 미치는 주요 요인이다 (Cho, 2020; Park, 2019). 이에 본 연구는 MTB 참여자들의 인구사회학적 특성에 따른 여가 만족의 차이를 검증하고 세분시장별 MTB 참여촉진을 위한 전략적 시사점을 도출하고자 한다.

2. 연구방법

2.1. 연구대상 및 조사도구

이 연구는 서울 과 경기 지역의 MTB 참여 동호인들을 모집단으로 설정하고, 비확률표본추출방법 (nonprobability sampling) 중 유의표집 (purposive sampling)을 이용하여 표본을 추출하였다. 총 300 명의 동호인이 설문에 응답하였으며, 불성실한 응답을 제외한 총 288 명의 설문자료를 분석하였다.

연구 참여자의 인구사회학적 특성에 관한 문항은 총 4 문항으로서, 성별, 학력, 직업, 주간 참여 횟수로 구성하였다. 여가만족을 측정 척도는 Bear and Raged (1980)가 개발한 여가만족 스케일을 본 연구의 목적에 맞게 번안 및 수정보완하여 사용하였다. 여가만족은 심리적, 교육적, 사회적, 휴식적, 생리적, 환경적 요인으로 구성하였다. 스포츠 산업 및 경영 박사 3 인의 검토를 통해 조사도구가 측정하려고 하는 내용을 잘 반영할 수 있도록 측정도구의 내용타당도를 확보하였다.

Table 1. Composition of Questionnaire

Sortation	Constructs	Items(n)
Demographic Characteristics	Gender, Education, Occupation, Participation Frequencies (by week)	4
Leisure Satisfaction	Environmental SAT(4)	24

2.2. 자료처리

본 연구에서는 설문지의 응답결과 회수된 자료 중 응답결과에서 불성실 하거나 미완성된 질문 응답지 등의 자료를 포함하는 설문지를 제외하고 신뢰성이 있다고 판단되는 설문지만을 코딩한 후, 기입오류의 검색이 끝난 자료는 통계프로그램인 SPSS 21.0 을 이용하여 연구의 목적에 따라 다음과 같이 분석하였다.

첫째, 참여자의 일반적 특성을 파악하기 위해 빈도분석을 실시하였다

둘째, 여가만족도 측정도구의 신뢰도 및 구성 타당도를 확인하기 위하여 내적 일관성 검증과 탐색적 요인분석을 실시하였다.

셋째, 인구사회학적 특성에 따른 여가만족의 차이를 알아보기 위해 일원변량분산분석 (one-way ANOVA)을 실시하였다.

3. 연구결과

3.1. 여가만족 요인분석 결과

여가만족 문항의 구성타당도 (construct validity)를 검증하기 위하여 탐색적 요인을 실시한 결과, 환경적 여가만족 등 6 개 요인이 추출되었으며 요인 적재치(factor loading)는 .558 에서 .858 나타나 요인별 구성문항의 상관관계가 높은 것으로 나타났다. 또한 각 요인들의 누적된 총 분산이 72.119 로서 여가 만족의 개념에 대한 높은 설명력을 지니고 있는 것으로 나타났다.

Table 2. Results of Leisure Satisfaction Factor Analysis

Items	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5	Factor 6
	Environmental	Physiological	Social	Restful	Psychological	Educational
SAT23	.858	.183	.176	.109	.071	.126
SAT22	.848	.121	.126	.116	.189	.145
SAT24	.818	.009	.188	.187	.104	.149
SAT21	.760	.189	.175	.201	.184	.076
SAT18	.058	.816	.215	.124	.186	.142
SAT20	.142	.775	.146	.173	.206	.121
SAT17	.189	.770	.168	.147	.109	.216
SAT19	.118	.694	.209	.338	.215	.042
SAT11	.180	.207	.756	.186	.003	.080
SAT10	.225	.157	.726	.174	.214	.197
SAT12	.148	.186	.684	.174	.261	.146
SAT9	.195	.232	.605	.024	.196	.298
SAT14	.119	.298	.117	.793	.080	.083
SAT13	.132	.050	.127	.720	.225	.185
SAT15	.253	.218	.233	.674	.192	.144
SAT16	.294	.412	.157	.558	.118	.144
SAT1	.155	.226	.147	.210	.824	.062
SAT2	.184	.231	.160	.179	.774	.273
SAT3	.200	.216	.260	.158	.753	.159
SAT6	.353	.247	.145	.144	.080	.685
SAT7	.148	.269	.202	.145	.180	.656
SAT5	.061	.011	.377	.269	.256	.640
Eigenvalue	9.436	1.924	1.383	1.189	1.124	.812
% of Variance	15.219	14.424	11.869	11.389	11.040	8.178
Cumulative %	15.219	29.643	41.512	52.901	63.941	72.119

본 연구에서의 인구사회학적 변인인 성별, 학력, 직업, 참여빈도에 따른 여가만족의 차이를 검증하기 위해, 일원분산분석을 실시한 결과는 다음과 같다.

3.2. 성별에 따른 여가만족의 차이

분석결과 생리적 여가만족과 환경적 여가만족에 있어서 성별에 따른 차이가 있는 것으로 나타났다. 전체적으로 남성이 여성에 비해 MTB 참여를 통해 신체적, 환경적 만족을 지각하고 있는 것으로 사료된다.

Table 3. The Difference of Leisure Satisfaction by Gender

Constructs	Variables	N	M	SD	t	p	
L_SAT	Psychological	Male	212	4.19	.61	1.933	.054
		Female	76	4.03	.59		
	Educational	Male	212	3.97	.55	1.651	.100
		Female	76	3.85	.58		
	Social	Male	212	3.99	.54	1.807	.072
		Female	76	3.85	.62		
	Restful	Male	212	3.99	.57	-.299	.765
		Female	76	4.01	.59		
	Physiological	Male	212	4.27	.55	3.153**	.002
		Female	76	4.04	.53		
	Environmental	Male	212	3.86	.67	2.043*	.042
		Female	76	3.67	.77		

Notes. *p<.05, **p<.01, ***p<.001

3.3. 학력에 따른 여가만족의 차이

분석결과 통계적으로 학력에 따른 여가만족의 차이는 나타나지 않았다. 학력의 수준이 여가의 6 개 하위만족 요인에 미치는 영향이 없다는 결과로서 교육수준이 MTB 참여 만족에 미치는 영향이 미미함을 보여주며, MTB 가 대중적인 레저스포츠로 어필할 수 있는 잠재력을 엿볼 수 있는 결과로 사료된다.

Table 4. The Difference of Leisure Satisfaction by Education Level

Constructs	Variables	N	M	SD	F	p	Post hoc	
L_SAT	Psychological	Primary(a)	3	4.22	.19	1.232	.297	
		Middle school(b)	18	4.18	.72			
		High school(c)	126	4.13	.58			
		University (d)	126	4.13	.62			
		Masters & above(e)	15	4.48	.56			
	Educational	Primary(a)	3	3.88	.19	.256	.906	
		Middle school(b)	18	4.01	.61			
		High school(c)	126	3.92	.52			
		University (d)	126	3.94	.59			
		Masters & above(e)	15	4.04	.57			

Social	Primary(a)	3	3.91	.14	1.083	.365
	Middle school(b)	18	4.16	.66		
	High school(c)	126	3.96	.50		
	University (d)	126	3.90	.61		
	Masters & above(e)	15	4.08	.61		
Restful	Primary(a)	3	4.08	.38	1.794	.130
	Middle school(b)	18	3.84	.86		
	High school(c)	126	4.01	.50		
	University (d)	126	3.97	.58		
	Masters & above(e)	15	4.35	.66		
Physiological	Primary(a)	3	4.08	.14	.512	.727
	Middle school(b)	18	4.27	.60		
	High school(c)	126	4.21	.55		
	University (d)	126	4.18	.57		
	Masters & above(e)	15	4.38	.50		
Environmental	Primary(a)	3	3.91	.14	.276	.893
	Middle school(b)	18	3.93	.81		
	High school(c)	126	3.83	.66		
	University (d)	126	3.77	.74		
	Masters & above(e)	15	3.81	.72		

Notes. *p<.05, **p<.01, ***p<.001

3.4. 직업에 따른 여가만족의 차이

학력수준의 분석결과와 동일하게, 직업에 따른 여가만족의 차이는 나타나지 않았다. 직업의 유형이 여가의 6 개 하위만족 요인에 미치는 영향이 없다는 결과로서, MTB는 다양한 직종의 참여자에게 참여만족을 통해 확산될 수 있는 잠재력이 있는 레저스포츠인 것으로 판단된다.

Table 5. The Difference of Leisure Satisfaction by Occupation

Constructs	Variables	N	M	SD	F	p	Post hoc
Psychological	Professional(a)	45	4.28	.59	.992	.412	
	Sales & Office(b)	70	4.16	.58			
	Business(c)	46	4.20	.54			
	Students (d)	49	4.06	.70			
	Others (e)	78	4.10	.61			
L_SAT	Professional(a)	45	3.99	.53	.352	.843	
	Sales & Office(b)	70	3.93	.51			
	Business(c)	46	3.89	.59			
	Students (d)	49	4.00	.60			
	Others (e)	78	3.91	.58			
Social	Professional(a)	45	3.92	.53	.650	.627	
	Sales & Office(b)	70	3.93	.54			

	Business(c)	46	3.96	.53		
	Students (d)	49	4.07	.63		
	Others (e)	78	3.91	.59		
	Professional(a)	45	4.07	.57		
	Sales & Office(b)	70	4.06	.50		
Restful	Business(c)	46	3.96	.48	.679	.607
	Students (d)	49	3.95	.67		
	Others (e)	78	3.95	.64		
	Professional(a)	45	4.29	.54		
	Sales & Office(b)	70	4.26	.54		
Physiological	Business(c)	46	4.12	.55	2.119	.079
	Students (d)	49	4.34	.61		
	Others (e)	78	4.09	.54		
	Professional(a)	45	4.01	.66		
	Sales & Office(b)	70	3.78	.67		
Environmental	Business(c)	46	3.90	.56	3.642**	.007
	Students (d)	49	3.95	.72		a>e
	Others (e)	78	3.59	.77		

Notes. *p<.05, **p<.01, ***p<.001

3.5. 참여빈도에 따른 여가만족의 차이

일주일의 참여빈도에 따른 여가만족의 차이를 검증한 결과, 참여빈도에 따라 심리적, 교육적, 사회적, 환경적 여가만족 수준에 차이가 있는 것으로 나타났다. 심리적 여가만족도에 있어서 주 5 회 참여자가 주 3 회 이하 참여자들에 비해 MTB 참여를 통한 심리적 만족수준이 높은 것으로 분석되었다. 교육적 여가만족에 있어서도 주 5 회 참여자가 가장 교육적 만족수준이 높게 나타났으며, 사회적 만족의 경우에도 주 5 회 참여자가 주 4 회 이하 참여자에 비해 동료 참여자들과의 사회적 관계에 더 만족하고 있는 것으로 분석되었다. 환경적 만족도의 경우, 주 4 회 참여자가 주 1 회 참여자보다 MTB 참여과정에서 MTB 인프라 등 환경적 요인에 대한 만족수준이 높은 것으로 나타났다.

Table 6. The Difference of Leisure Satisfaction by Participation Rate (by week)

Constructs	Participation rate	N	M	SD	F	p	Post hoc
	1 (a)	71	3.86	.62			
	2-3 (b)	116	4.27	.49			
Psychological	4 (c)	32	4.25	.67	6.279***	.000	a,b<d
	5 (d)	35	4.31	.65			
	6 & above (e)	34	4.09	.66			
L_SAT	1 (a)	71	3.80	.55			
	2-3 (b)	116	3.97	.58			
Educational	4 (c)	32	3.97	.59	2.491*	.043	n.s
	5 (d)	35	4.14	.60			
	6 & above (e)	34	3.86	.32			
Social	1 (a)	71	3.65	.53	8.065***	.000	a<c,d

	2-3 (b)	116	4.06	.52		
	4 (c)	32	3.99	.67		
	5 (d)	35	4.19	.55		
	6 & above (e)	34	3.94	.50		
Restful	1 (a)	71	3.86	.55		
	2-3 (b)	116	4.08	.48		
	4 (c)	32	4.12	.71	2.054	.087
	5 (d)	35	3.95	.78		
	6 & above (e)	34	3.94	.51		
Physiological	1 (a)	71	4.05	.55		
	2-3 (b)	116	4.27	.54		
	4 (c)	32	4.21	.60	2.359	.054
	5 (d)	35	4.36	.64		
	6 & above (e)	34	4.18	.44		
Environmental	1 (a)	71	3.54	.73		
	2-3 (b)	116	3.86	.64		
	4 (c)	32	4.04	.79	3.922**	.004 a<c
	5 (d)	35	3.91	.76		
	6 & above (e)	34	3.89	.59		

Notes. *p<.05, **p<.01, ***p<.001

4. 결론

이 연구는 MTB 참여자들의 인구사회학적 특성에 따른 여가 만족의 차이를 검증하고 세분시장별 MTB 참여촉진을 위한 시사점을 논의하는데 목적이 있다. 연구결과 남성이 여성보다 MTB 참여를 통해 생리적, 환경적 여가만족을 지각하고 있는 것으로 나타났다. 남성이 MTB 참여과정에서 신체적 건강과 자전거 환경 인프라에 대해 만족한다는 결과로 해석된다. MTB 활동을 위한 자전거 도로 및 안전관련 인프라의 확충과 개선은 남성 참여자들의 참여촉진에 영향을 미치는 요인인 만큼 안전과 인프라 측면에서의 환경이 지속적으로 관리, 개선될 때 남성을 중심으로 한 참여인구의 확대가 기대된다.

특이사항으로 학력과 직업에 따라 MTB 참여 만족도는 차이가 없는 것으로 분석되었다. 이는 MTB가 특정 직종이나 학력의 집단이 아닌 다양한 직종과 학력을 지닌 대중에게 상당수준의 참여만족을 줄 수 있는 매력적인 레저스포츠임을 보여주는 결과로서, MTB 인구와 관련 산업의 촉진에 있어서 관광과 연계된 보다 대중적인 즐거움을 줄 수 있는 상품의 개발과 촉진전략이 요구된다고 할 수 있다.

MTB 참여자의 참여비도에 따른 연구결과를 살펴볼 때, 주 5회 참여가 심리적, 교육적, 사회적, 환경적 여가만족도를 최상으로 끌어올릴 수 있는 참여 빈도임을 알 수 있다. 이는 매일 꾸준히 참여할수록 전반적인 만족수준이 높다는 것으로서 꾸준한 참여가 기술습득과 같은 교육적 만족과 동료 참여자들과의 사회적 관계, 자전거 도로 등 시설 환경 인프라에 대한 적응 및 안전주행에 대한 자신감과 만족을 증진시키는 다는 것을 알 수 있다. 꾸준한 참여수준을 유지하는데 있어서, 교육적 사회적 즐거움을 촉진시킬 수 있는 지역단위의 MTB 동호회 활동의 활성화가 참여시장의 확대에 중요한 역할을 할 것으로 판단된다. 따라서 국가적 차원에서 지역단위의 동호회 활동을 촉진시킬 수 있는 다양한 정책이 마련될 필요가 있다. 이와 관련하여 MTB 등 여가 레저스포츠 활동의 촉매제로서 동호회가 지닌 기능과 역할 그리고 이러한 지역단위의 클럽 활동을 촉진시킬 수 있는 정책과 관련된 후속연구가 요구된다. 이 연구는 Beard and Ragheb (1980)의 여가만족 척도를 번역하여 연구의 목적에 맞게 수정보완후 전문가 검토를 통해 내용타당도를 확보 하였지만, 번역한 한국어 척도와 영어척도의 언어적 일치성(linguistic equivalence test) 검사를 실시하지 않았다는 제한점을 지니고있다. 여가만족과 관련된 후속연구는 본 연구에서 사용한 한국어 척도와 Beard and Ragheb (1980)의 척도의 상관계수를 산출하여 척도의 일관성을 높일 필요가 있다.

References

- Beard, J. G., & Ragheb, M. G. (1980). *Measuring leisure satisfaction*. *Journal of Leisure Research*, 12(1), 20-33.
- Bum, C-H. (2015). A study on the structural relationship among enjoyment factors, leisure satisfaction, and psychological well-being in golf participants. *Journal of the Korea Academia-Industrial cooperation Society*, 16(12), 8336-8342.
- Buning, R. J., Cole, Z., & Lamont, M. (2019). A case study of the US mountain bike tourism market. *Journal of Vacation Marketing*, 24(4), 515-527.
- Cho, H. (2020) Importance of leisure nostalgia on life satisfaction and leisure participation. *The Service Industries Journal*, 40(1-2), 90-109.
- Mahan, J. E., Seo, W. J., Jordan, J. S., & Funk, D. (2015). Exploring the impact of social networking sites on running involvement, running behavior, and social life satisfaction. *Sport Management Review*, 18(2), 182-192.
- Ministry of Culture, Sports and Tourism (2018). *2018 Korean Leisure Activity Report*. Retrieved May 22, 2017 from <https://blog.naver.com/sisacast33/221755132675>.
- Nam, S-B., Kwon, J-Y., & Kim, Y-J. (2017). The relationships among sport enjoyment, leisure satisfaction and continuous participation intention in ski class. *Journal of Fisheries and Marine Sciences Education*, 29(3), 655-664.
- Park, E. (2019). Motivations for customer revisit behavior in online review comments: Analyzing the role of user experience using big data approaches. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 51, 14-18.
- Ragheb, M. G., & Richard L. Tate (1993) A behavioural model of leisure participation, based on leisure attitude, motivation and satisfaction, *Leisure Studies*, 12:1, 61-70.
- Santi, G., Bruton, A., Pietrantonio, L., & Mellalieu, S. (2014) Sport commitment and participation in masters swimmers: The influence of coach and teammates. *European Journal of Sport Science*, 14(8), 852-860.
- Seo, W. J., Green, B. C., Ko, Y. J., Lee, S., & Schenewark, J. (2007). The Effect of Web Cohesion, Web Commitment, and Attitude toward the Website on Intentions to Use NFL Teams' Websites. *Sport Management Review*, 10(3), 231-252.
- Taylor, P., Frost, W., & Laing, J. (2019). Exploring how entrepreneurial actors shape tourism development: The case of mountain bike tourism at Rotorua. *Tourism Recreation Research*, 44(4), 479-491.
- Visek, A. J., Achrati, S. M., Mannix, H. M., McDonnell, K., Harris, B. S., & DiPietro, L. (2015). The fun integration theory: Toward sustaining children and adolescents sport participation. *Journal of Physical Activity and Health*, 12(3), 424-433.