



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](#)

2021학년도 2월

교육학석사(체육교육)학위논문

유아태권도 운영실태가 마케팅 전략에 미치는 영향

조선대학교 교육대학원

체육교육전공

오 광 교

유아태권도 운영실태가 마케팅 전략에 미치는 영향

Influence of Infant Taekwondo Operation Status on
Marketing Strategy

2021년 2월 25일

조선대학교 교육대학원

체육교육전공

오 광 교

유아태권도 운영실태가 마케팅 전략에 미치는 영향

지도교수 윤 오 남

이 논문을 교육학석사(체육교육)학위 청구논문으로 제출함

2020년 10월

조선대학교 교육대학원

체육교육전공

오 광 교

오광교의 교육학 석사학위 논문을 인준함

심사위원장 조선대학교 교수 이 경 일



심사위원 조선대학교 교수 이 계 행



심사위원 조선대학교 교수 윤 오 남



2020년 12월

조선대학교 교육대학원

목 차

I. 서론	1
A. 연구 필요성	1
B. 연구 목적	3
C. 연구의 가설	3
D. 연구 제한점	4
II. 이론적 배경	5
A. 태권도	5
A) 태권도의 정의	5
B) 태권도의 가치	6
C) 태권도교육의 목적과 목표	8
B. 유아태권도	9
A) 유아의 정의	9
B) 유아태권도의 정의	9
C) 유아태권도의 효과	10
D) 유아태권도 프로그램의 실체	11
C. 마케팅	12
A) 마케팅믹스의 구성	12
B) 마케팅의 전략	12
C) 태권도 마케팅	13

Ⅲ. 연구 방법	15
A. 연구 대상	15
B. 조사 도구	16
C. 설문지의 타당도 및 신뢰도	17
D. 조사 절차	19
E. 자료 처리	19
Ⅳ. 연구결과	20
A. 일반적 특성에 따른 차이	20
A) 지도자들의 성별에 따른 차이	20
B) 지도자들의 연령에 따른 차이	21
C) 지도자들의 단 수에 따른 차이	22
D) 지도자들의 최종학력에 따른 차이	23
B. 각 하위요인 간의 상관관계분석	24
C. 유아태권도 실태조사를 통한 마케팅 전략에 미치는 영향	25
A) 태권도 운영실태조사 홍보(교구)가 마케팅 전략에 미치는 영향	25
B) 태권도 운영실태조사 교육프로그램이 마케팅 전략에 미치는 영향	26
C) 태권도 운영실태조사 운영만족도가 마케팅 전략에 미치는 영향	27
Ⅴ. 논의	28
Ⅵ. 결론 및 제언	30
참고문헌	32
부 록	35

표 목 차

표 1. 조사 참여자의 일반적 특성	17
표 2. 설문지의 주요 구성 지표 및 내용	18
표 3. 태권도장 운영실태에 대한 타당도 및 신뢰도 분석	19
표 4. 태권도장 마케팅 전략에 대한 타당도 및 신뢰도 분석	20
표 5. 지도자들의 성별에 따른 차이	22
표 6. 지도자들의 연령에 따른 차이	23
표 7. 지도자들의 단 수에 따른 차이	24
표 8. 지도자들의 최종학력에 따른 차이	25
표 9. 각 요인에 따른 상관관계 분석	26
표 10. 태권도 운영실태요인의 홍보(교구)가 마케팅 전략에 미치는 영향	27
표 11. 태권도 운영실태요인의 교육프로그램이 마케팅 전략에 미치는 영향	28
표 12. 태권도 운영실태요인의 운영만족도가 마케팅 전략에 미치는 영향	29

ABSTRACT

Influence of Infant Taekwondo Operation Status on Marketing Strategy

Oh Kwang Gyo

Advisor : Prof. Yoon Oh Nam

Major in Physical Education

Graduate School of Education Chosun University

The purpose of this study was to understand the operating conditions of Taekwondo, which teaches infant Taekwondo, and to examine the effects of these factors on the marketing strategy. According to the questionnaire, factor analysis, reliability analysis, t-test, one-way variance analysis, correlation analysis, and multiple regression analysis were performed through SPSS 26.0. All statistical significance was defined as $p < .05$. The conclusions made through this study are as follows.

First, it was confirmed that differences appear according to demographic characteristics of infant Taekwondo leaders (gender, age, grade, and final education).

Second, it was confirmed that there was a positive correlation between public relations (parish), educational programs, operational satisfaction, and promotional factors of marketing strategies of infant Taekwondo leaders.

Third, it was confirmed that publicity (parish) of the management status of infant Taekwondo leaders affects the promotional factors of marketing strategy, and educational program and operational satisfaction have an effect on educational value.

I. 서 론

A. 연구의 필요성

인간의 성장 및 발달 과정에서 가장 중요한 시기로 유아기를 들 수 있다. 유아기는 인간으로서의 기본적 기능이 형성되며, 인간의 성격, 지능 및 운동 발달 등에 대부분의 성장발달이 유아기에 이루어지는 만큼 유아기는 인간의 모든 시기 중에 가장 중요한 시기이다(마일연, 1977). 유아기를 중요한 시기라고 하는 이유는 이때의 경험들이 모여 유아의 신체적, 인지적, 사회적 발달의 모든 면에서 기초가 되며, 발달의 방향과 질에 지대한 영향을 주고 있기 때문이다(서인규, 이기세, 2003).

대·소 근육이 발달과 신체의 균형을 유지하는 등 기초적인 운동 능력을 발휘하는 시기는 유아기이다(이숙재, 이봉선, 2003). 유아기에 운동은 유아의 마음에 안정을 가져다주어 유아의 정신을 순화시키는 정신적 발달과 신체 발육발달을 촉진시켜 신체적 발달을 시킬 뿐만 아니라 유아의 전반적인 운동능력을 발휘하는데 필요한 기초체력과 즐겁고 안전한 운동을 할수 있는 운동기능을 향상시켜준다(손원호, 정철규, 신인숙, 2003). 이러한 점을 토대로 유아기의 태권도 수련이 유아에게 신체적, 사회적 향상은 물론 정신적, 심리적 발달에 큰 영향과 긍정적인 효과가 있다는 것이다(강한경, 1996; 김종오, 2001).

태권도는 세계에 자랑할 만한 우리의 문화유산이며, 국위선양에 앞장서고 있다. 태권도는 스포츠로서의 내재적 특성을 고루 갖추고 있으며, 전통과 규범을 가르치는 교육적 측면까지 포함하고 있다(이용기, 2002). 태권도의 수련은 주로 도장에서 이루어지고 있다. 성인 중심의 태권도가 7-80년대 이후 점차 줄어들면서 오늘날에는 유아가 도장 관원으로 주축을 이루고 있다. 이와 같은 결과는 성인에서 유아로 관원생이 바뀌면서 태권도의 주된 목표였던 여가활동 및 신체수련의 부족한 부분을 해소해주는 중추적 역할이 퇴색되어 태권도 정체성을 벗어나는 교육과 인원 늘리기 식의 도장 경영을 지향하고 있기 때문이다(김용희, 2008). 태권도가 무도로서 가지고 있는 신체적 수련과 예의, 그리고 인내심을 함양하는 정신적 측면보다 흥미 위주의 교육과 상업적 경향을 추구하는 도구로 전락하고 있는 것에 대한 우려 섞인 주장을 하고 있다(한득수, 2004). 한편 많은 태권도 지도자들이 체력과 기술 부

분만 강조하지 않고 인성교육에 중점을 두면서, 태권도 교육이 체육교육 활동에 중요한 위치를 차지하고 있다.

오늘날 태권도장의 양적 증가로 인하여 태권도장 간의 경쟁이 치열해지면서 준비가 되지 않은 지도자, 무계획적 경영, 부실한 운영 프로그램과 낙후된 시설로 더 이상 소비자인 수련생의 욕구를 충족시키기 어려운 실정이다. 태권도장의 경영을 위해서 인원을 많이 늘리는 게 우선시 되어야 하는 게 맞지만 새로운 수련생 확보 및 기존 수련생의 지속적 참여를 도모해 줄 계획적이고 참신한 아이디어가 필요할 것이다. 나아가 미래를 이끌어갈 아이들을 바르게 인도할 프로그램이 개발되어야 한다.

현재까지 유아태권도 관련 연구로는 ‘유아태권도 교육 프로그램 대한 연구’와 ‘유아태권도가 사회성 미치는 영향에 대한 연구’만 선행되었으며, 서적으로는 ‘유아태권도 교육학탐구’(정인태, 2002), ‘태권도 유아발달 교육론’(최상진, 박수양, 박동영, 박현섭, 2008)이 발간되었다. 선행연구 및 서적을 가지고 구체적이고 획기적인 마케팅 전략은 아직 연구되어지지 않고 있는 실정이다. 태권도의 가치와 유아기의 운동이 중요성이 선행연구와 서적에서 대두되어있는 가운데 지속적인 마케팅 전략이 미비한 실정이다. 이러한 경우에 프로그램 개발 및 창의력 그리고 동기유발 등의 부족이 나타나며, 이를 해소하지 못하면 경영능력의 미숙을 초래한다. 이는 실질적으로 유아태권도를 수련하는 유아들의 욕구를 충족시키지 못할 뿐만 아니라 프로그램에 유아태권도의 가치 부재 및 획기적인 마케팅 방안이 없다는 것을 알 수 있다.

현재 여러 유아태권도 프로그램을 전문으로 하는 업체들이 프로그램을 상용화시키고 있으며 홍보전략도 제공하고 있다. 그러나 현재 상용화되는 프로그램 및 홍보활동은 태권도의 가치 및 목적이 결여 된 상태이며, 유아 태권도가 당연히 놀이 체육이라는 개념을 인식시키고 있다. 유아태권도의 프로그램 및 마케팅 측면에서도 태권도의 가치 및 목적이 포함 되어야 할 것이다. 대기업에서 제품이나 마케팅 측면을 보면 대기업이 추구하는 가치와 목적이 녹아 있다. 이처럼 유아태권도 프로그램 및 마케팅 측면에서도 유아태권도가 가지는 가치와 목적을 포함 시켜야 한다. 그러기에 유아태권도의 가치와 목적을 확립하고 이를 가지고 획일화된 마케팅 전략이 아닌 획기적인 마케팅 전략의 필요성을 느껴 본 연구를 하고자 한다.

B. 연구의 목적

본 연구는 태권도장에서 하고 있는 유아태권도를 지도자 측면에서 실태를 조사하여 태권도장에 운영 실태와 태권도장만의 마케팅 전략을 통하여 유아태권도를 하기 위해서 우선 시 되어야하는 요소들을 조사하고, 이러한 요소들을 바탕으로 유아태권도를 보다 효과적으로 만족을 줄 수 있는 마케팅 전략을 연구하는데 그 목적이 있다.

C. 연구의 가설

본 연구는 유아태권도 실태 조사를 통한 마케팅 전략에 미치는 영향에 대해 목적을 달성하기 위하여 다음과 같이 가설을 설정하였다.

첫째, 유아태권도를 지도하는 태권도장의 운영실태와 마케팅 전략은 인구 통계학적 특성에 따라 차이가 있을 것이다.

- a. 유아태권도 지도자의 성별에 따라 운영실태와 마케팅 전략의 차이가 있을 것이다.
- b. 유아태권도 지도자의 연령에 따라 운영실태와 마케팅 전략의 차이가 있을 것이다.
- c. 유아태권도 지도자의 단 수에 따라 운영실태와 마케팅 전략의 차이가 있을 것이다.
- d. 유아태권도 지도자의 최종학력에 따라 운영실태와 마케팅 전략의 차이가 있을 것이다.

둘째, 유아태권도를 지도하는 태권도장의 운영실태는 마케팅 전략에 영향을 미칠 것이다.

- a. 유아태권도 지도자의 운영만족도는 마케팅 전략에 영향을 미칠 것이다.
- b. 유아태권도 지도자의 교육 프로그램은 마케팅 전략에 영향을 미칠 것이다.
- c. 유아태권도 지도자의 홍보 및 교구는 마케팅 전략에 영향을 미칠 것이다.

D. 연구의 제한점

본 연구는 유아태권도의 실태조사를 통한 마케팅 전략 연구를 하기 위한 연구로서 다음과 같은 제한점을 갖을 것이다.

첫째, 본 연구는 G광역시에 위치한 태권도장만을 대상으로 설문지를 수집하였기에 전국적인 태권도 도장으로 일반화하는데 한계가 따를 것이다.

둘째, 본 연구는 설문지에 의해서 조사하였기에 결과에 대한 지역적 차이가 있으며, 개인적 견해를 배제할 수 없어 전국 모든 태권도장에 일반화하는데 제한이 따를 것이다.

셋째, 본 연구는 국가나 공공기관 그리고 협회에서 하는 유아태권도 프로그램 및 유아태권도 마케팅이 아닌 업체 혹은 개인적으로 사용하는 유아태권도 프로그램 및 마케팅 전략을 파악하기 때문에 각 업체 및 개인의 주관적 성격을 완전히 배제할 수 없을 것이다.

넷째, 본 연구에 사용되는 설문지의 문항은 표준화 된 것이 아닌 선행 연구 자료에서 사용한 설문지를 현 실정에 맞게 수정 및 구성하였기에 조사 방향 및 목적에 따라 다소 견해의 차이를 가질 수 있을 것이다.

II. 이론적 배경

A. 태권도

A) 태권도의 정의

태권도는 8·15해방 이후부터 잊혀진 우리의 태권도를 되찾고자 뜻있는 사람들이 모여서 후진을 양성하기 시작하였으며, 점차 우리의 뿌리를 찾게 되어 1961년 9월 16일 현재 대한태권도협회의 전신인 대한태수도협회가 창설되고, 1962년 6월 28일 대한체육회에 27번째 가맹단체로 가입되어 1963년 10월 9일 전주에서 개최된 제 44회 전국체육대회에 태권도가 공식경기로 처음 참가하게 되었다(정재환, 2004).

1954년 최홍희가 오도관을 창설하고 이듬해 1955년 최홍희가 본격적으로 태권도라는 용어를 사용하기 시작하여 공식적인 명칭으로 인정을 받게 된다. 태권도를 보는 견해는 덕견이, 택견, 태권이 등 옛말에서 유래 되었다는 견해와 삼국시대 투기 무술인 수박 혹은 수박회에서 점차 체계화 되었다는 견해로 보고 있다. 태권도의 기술은 유연하고 부드러우면서 날카롭고 강력함을 동시에 지니고 있기 때문에 신체 발달에 용이하다, 또한 모든 태권도 종목에서는 동시에 정확성 및 속도 그리고 힘의 강약조절을 요하기 때문에 순발력, 근력, 민첩성 등 기초체력과 심폐기능을 증강시킬 뿐만 아니라 태권도 수련을 통하여 강자에게 강하고 약자에게 유하는 태권도 정신을 함양시키며, 인성교육을 통한 예절바른 태도를 기르는 행동 철학이다(남용삼, 2007).

태권도를 글자로 풀이 해보면 발로 차고, 뛰고, 밟는다는 태(跆)와 주먹으로 지르고 부신다는 권(拳), 그리고 정신수양을 뜻하는 도(道)로 풀이 된다. 이를 총괄적으로 말하자면 ‘맨손과 맨발로 몸을 보호하기 위해 차고, 뛰고, 밟으면서 목표에 재빨리 그리고 적절히 적용하는 기술과 정신수양을 포괄하는 무도인 것이다’(최홍희, 1973)라고 정의 하였다.

B) 태권도의 가치

태권도의 가치로는 무도적 가치, 교육적 가치, 심리적 가치, 생리적 가치, 사회적 가치, 스포츠적 가치로 구분할 수 있을 것이다.

타인과 자연의 위협으로 생존을 투쟁하는 과정에서 자연스럽게 발생하였으나 시대적 상황변화에 따라 무도에 철학적 사고가 가중화되어 무도적 가치라고 부른다. 도를 바탕으로 한 인격형성, 정신과 기술의 합일을 이루고 모두와 더불어 하나의 존재처럼 조화를 이루는 것을 무도라고 말한다. 무도의 진정한 가치는 동적이고 정적인 것을 조화를 이루면서 승부, 경쟁을 초월하여 자기발전 및 자아발견을 이라고 말하며, 이 또한 태권도 정신이라고 할 수 있을 것이다.

태권도 무도 정신의 시초는 신라시대 화랑도 정신으로 접근할 수 있다. 화랑도란 원초적으로 무(武)와 용(勇)을 전제한 사상이며, 조선시대 선비정신에도 영향을 주었다. 태권도의 전통적 정신의 계승은 도덕적 자질양성을 기반을 두고 있다. 즉, 태권도 수련만으로 예의를 갖추고, 원만한 성품을 형성하고 공명정대하며 희생정신과 협동심이 배양되어 자제심과 자신감을 길러준다. 나아가 효(孝)와 충(忠)을 갖춘 인격자를 양성한다. 이를 무도적 가치라고 한다(국기원, 1995).

무도와 스포츠를 구분하지 않고 스포츠의 부족한 부분을 무도가 채워주고, 무도에서 부족한 부분을 스포츠가 채워주는 상생관계로 보거나 하나로 이해해야 한다.

바람직한 인간 형성, 사회성 함양 등 유아에게 교육은 잠재력을 개발하는 교육적 가치가 있으며, 태권도의 교육은 교육의 가치를 실현하는 의의가 있다. 태권도 교육적 가치로는 첫째, 신체와 정신훈련을 함께하여 인격완성 및 자기교육에 중점을 둔 교육적 효과 및 가치를 가진다. 둘째 태권도는 지속적이고 반복적 학습을 해야 한다. 또한 자발적인 학습을 요하기 때문에 학습의 가치를 지닌다. 셋째, 태권도는 선천적운동이 아닌 후천적 운동이다. 태권도의 능력은 선천적으로 가지고 태어나는 게 아니라, 후천적 훈련을 통하여 길러지는 운동이다. 노력을 통하여 배우기에 이성적인 생각을 할 수 있다. 또한 아동들은 집단에서 보고 배우며, 친구들 사이에서도 우상시되는 친구가 나타난다. 이를 교육적 모델이라고 말하며, 교육적 모델 효과는 자기효능감에 영향을 준다고 말하였다(Sonstroem, 1981). 태권도에서는 지도자가 교육적 모델이 될 수 있으며, 이러한 교육적 모델 효과를 주는 태권도는 교육적 가치를 지니고 있는 것이다.

욕구와 환경 요소의 상호 작용으로 사람의 행동이 일어난다. 체육활동 역시 욕구를 해소해주는 역할을 하며 욕구의 불충족은 정서불안, 심신장애 등 부정적 영향을 준다. 또한 소유욕, 충족, 공격 등 사람은 근원적 욕구를 가지고 있으며, 이로 인하여 사회 질서 파괴, 반사회적 행동을 보이며, 이를 해소하는 수단으로 운동을 들 수 있다. 운동을 통한 심리적 효과는 건강증진 및 정신 능력 향상 및 심리적 안정 그리고 긍정적 사고를 기르는데 있다. 운동을 통한 내분비 반응은 정서적, 인지적 자극을 주어 심리적 행복감을 가져다 준다.

태권도는 지도자의 가르침과 자신의 수양으로 공격성을 다루는 심리적 효과를 지니고 있다. 아동의 태권도 수련은 심리적 안정과 정서면에서 높은 효과를 주며, 지적인 면에도 기여한다고 윤공화(1996)가 말하였다. 그러므로 태권도는 스트레스 해소 및 긴장완화의 효과를 주어 사람의 허탈함을 줄이고 마음에 평온을 주는 심리적 가치를 지니고 있다. 태권도의 생리적 가치로는 태권도는 근력, 지구력, 민첩성, 평형성 등 체육적 기능을 배양하고 균형 있는 신체 발달을 유도하며, 신경계 및 순환계의 생물학적 기능을 촉진한다. 요구 충족에 의한 정신적 만족 및 정서 안정, 심리적기능을 조절하며, 성장과 발달을 촉진하는 생리학적 가치를 지니고 있다. 유아의 느린 성장은 운동부족이다 라고 주장하였다. 장기간 유산소 운동은 인지능력에 긍정적인 효과를 주며 지속적 운동은 기억력 감퇴를 예방한다.

아동의 신체활동과 문화적 발달에 따른 언어 추론 능력에 관련된 연구에서 자신감 있는 발표력은 진보된 사고와 유아들의 생물학적인 체계감각 및 중추 신경체계의 원활한 전달체계로 인하여 언어적 성장을 한다고 했다(선석령, 2004). 그러므로 태권도 수련은 신체적 기술 습득을 통한 자신감의 배양하며 자신이 마음먹은 생각을 발표를 잘 할 수 있는 언어능력의 발달을 가져다준다. 태권도 수련은 중추 신경계 자극의 발달로 인하여 근육과 뼈를 단단히하는 태권도 특유의 생리적 가치를 가지고 온다. 운동은 태어나서 죽을 EO까지 계속 지속되며 유아의 태권도 수련은 유아기부터 공경과예의, 도덕적 성격 함양, 질서 규칙 준수 등의 사회화 과정을 통하여 올바른 생화 태도를 가지게 되며 이를 태권도의 사회적 가치로 볼 수 있다. 의무와 책임이 수반 되어 정신적 육체적 피로도를 벗어나기 위한 자발적 행위이며 경쟁심 유발하여 육체적 정신적 스트레스 해소하는 효과를 스포츠라고 일컫는다. 태권도도 스포츠 종목과 마찬가지로 신체 활동이 주를 이루고 근육관 관절을 복잡하고 신속하게 움직인다. 호흡법을 통하여 심폐기능을 촉진 시킨다. 판단력과 응용

력 또한 길어지므로 태권도는 스포츠적 가치를 내포하고 있을 것이다.

C) 태권도교육의 목적과 목표

태권도가 지닌 목적은 인격완성으로 집약하기도 하지만 호신과 호국을 위함이며, 궁극적 목적은 자기 인격완성이라고 할 수 있다. 신체 단련을 위한 가시적 행위와 정신적 단련을 위한 불가시적 행위를 동시에 이루는 자기교육이라 하며, 즉 태권도에서의 도(道)의 목적인 인격완성이 태권도의 궁극적 목적이 된다. 이와 같이 정신적 교육적 의미는 기술훈련을 포함한 실제 수련 과정 전반에 걸쳐 관련된다(김철, 박동기, 박홍식, 1988).

실제로 태권도장에서 인성교육을 살펴보면 태권도장의 생활지도 역할이 학교나 가정의 비해 질의 차이가 나지 않고 있다. 그 이유는 타 운동과 달리 태권도만이 가지는 예의 및 위계질서, 그리고 도덕과 규범이 수련 시간 속에 충분히 녹아 있어야 하기 때문이다.

태권도 5대 정신은 태권도 수련의 본질을 두고 있어서 인간 세계에 큰 가치를 제공하고 있다. 이러한 이유로 태권도의 목적과 목표는 상호 보완적 관계이면 태권도 수련에 있어서 목표설정은 기초가 되는 단계이다,

B. 유아태권도

A) 유아의 정의

만4세-6세 사이의 초등학교 입학 전의 유치원, 어린이집에 다니는 학령(學齡)이 전의 어린아이를 지칭하는 단어이다.

B) 유아태권도의 정의

교육이 인간 행동을 계획적으로 변화시켜 바람직한 인간형성으로 이끌어내는 과정(정범모, 1977)이라고 한다면, 태권도 교육 또한 태권도를 수단으로 하여 인간행동을 계획적·의도적으로 변화시키는 과정이라고 할 수 있다(정찬모, 김진수, 1999).

태권도는 각 개인이 직접 자기가 수련하는 인간 교육의 한 분야로서 개인의 인격 완성과 행복한 생활을 영위하려는 개인 요구에 의하여 각자 건전한 정신과 육체적 발달을 도와주는 일을 내포하고 있다(정재환, 2008). 따라서 태권도 교육은 개인의 인격 완성을 위한 심신 수련이므로 지속적인 관심은 물론 학생이나 수련자의 발달을 최대한 촉진하고 조성하는 일이라 하겠다(운동섭, 2001).

유아에 대한 시기의 설정도 학자마다 다양하게 규정하고 있으나 넓은 의미로 0-8세까지와 좁은 의미로 2-5세까지 보는 관점이 있으며, 유아 교육은 취학전 교육이라고도 하는데, 종전에는 어린이가 초등학교에 입학하기 전 1-2년간 교육프로그램에 참여하는 활동을 일컬어 유아교육이라고 하였다(김민지, 2012).

유아태권도에 대한 김병재(2007), 정인태(2002)는 다음과 같이 설명하였다.

유아태권도는 유아들의 발달과 심리에 적합한 태권도 활동이며, 유아들이 즐거워할 수 있는 태권도 활동으로 유아 교육적 가치가 충분한 활동이다(김병재, 2007).

유아태권도를 통해 유아들은 종합적인 발달을 전개하며, 통합적인 교육효과를 맛보며 유아태권도교육은 유아들의 발달과 심리에 적합한 다양한 태권도 활동을 활용한 종합적이고 통합적인 유아교육활동이다(남중진, 2006).

유아태권도 교육학은 유아태권도 교육에 대한 종합적 고찰로서 유아태권도에 대한 학적 체계를 형성하고 있는 학문이라 정의할 수 있을 것이다(남중진, 2006).

유아태권도 교육에서 가장 중요시 여겨야 할 것은 유아들의 발달과 심리임을 강하게 인식하여야 하며, 태권도와 유아태권도가 다른 점은 태권도는 전 연령층을 상대하려 하지만 유아태권도는 유아들의 발달과 심리에 적합한 것만을 취급하고 유아 교육적 가치가 드러나는 것만을 교육의 내용으로 선정한다는 것이다(김민지, 2012). 유아태권도 교육은 무엇보다도 그 대상이 유아라는 점을 우리는 인식해야만 할 것이며, 유아들의 태권도 활동은 교육적이어야 하고 아무리 좋은 수련이라도 교육적 가치가 없다면 그 활동은 의미가 없다(김병재, 2007).

태권도장에는 유아들과 초등학생들이 많이 찾아오고 있으며 초등학생들은 어느 정도 자신이 자신을 통제할 수 있고 발달이 많이 진행되었기에 교수-학습이 잘 진행될 수 있다(김병재, 2007). 하지만 유아들은 다른것이 유아기는 발달의 결정적 시기이며 아직 발달과 심리에 적합하게 지도한다는 것은 많은 지식과 정보를 요구하게 되는데 유아들의 발달과 심리에 적합하게 교수-학습 활동을 전개할 수 있는 기술이 필요하다(남중진, 2006). 그런데 현장의 태권도 지도자들은 태권도 전문가이지 유아전문가는 아닌 것이 유아들을 지도하기 위해서는 유아전문가도 되어야 한다는 과업을 안고 있을 수밖에 없다(김병재, 2007). 유아태권도교육학은 유아체육을 바탕으로 유아태권도에 대한 이해를 돕고자 하는 노력을 거듭하고 있다(정인태, 2002).

C) 유아태권도의 효과

유아태권도의 교육의 효과는 교사가 프로그램과 교수-학습 방법을 어떻게 전개하느냐에 따라서 달라질 수 있다(정인태, 2002). 유아의 발달과 심리에 적합한 태권도, 유아들이 좋아하는 태권도, 즐거워하는 태권도, 유아 교육적가치가 드러나는 태권도 유아체육 교육 프로그램과 수많은 접목을 시도해 다양한 신체활동을 추구하는 태권도라면 그 교육적 효과는 유아체육교육이 가지고 있는 잠재적 효과를 끌어낼 수 있을 것이다(김민지, 2012). 유아체육교육과 유아태권도 교육은 형식을 유아들의 발달과 심리에 적합하게 조정한다는점, 다양한 신체활동으로 진행된다는 점에서 그 유사성을 찾을 수 있으며, 유아체육교육의 효과는 유아태권도 교육의 효과와 맞물려 의미해석 전달이 가능 할 것이다(유종진, 2011).

유아들은 다음의 5대 영역이 발달되지 못하면 제대로 생활을 수행해 나가기 어려워지는데 인지적 측면의 발달이 온전하지 못하면 정신지체, 정신장애 등의 판

명을 받을 수도 있으며, 이것은 그 판면보다도 정상적인 정신생활을 할 수 없다는 데 더 큰 아쉬움이 있을 것이다(남중진, 2006).

인지적 측면의 발달은 정서적, 사회적, 언어적, 신체적 측면의 발달과 밀접한 관련을 맺고 있다(남중진, 2006). 또한 사회적 측면의 문제가 있으면 또 다른 발달의 영역에도 문제가 발생됨을 발견 할 수 있다. 이처럼 발달의 영역들은 상호관련을 맺고 있는 것이다(김병재, 2007).

유아체육교육을 통해서 유아의 정서적, 신체적, 언어적, 사회적 발달과 건강을 유지하는것은 중요한 일이다. 우리 신체의 건강 원리 또한 적절한 운동을 해주면 건강을 유지해주고 과도한 운동은 오히려 건강을 해치게 되며 운동을 하지 않으면 약해지는 것이다. 이렇게 생각한다면 유아체육교육을 한다는 것 자체가 유아들의 다방면의 발달과 건강을 유지시켜 준다고 할 수 있을 것이다(정인태, 2002).

D) 유아태권도 프로그램의 실체

현재 전국적으로 태권도장에서 유아 태권도 전문, 유치원 전문도장이라는 문구로 유아태권도를 홍보하고 유아들을 모집하고 있다. 그러나 아이들 지도하는 모습을 지켜보면 유아태권도의 내용이 아닌 일반적 태권도장 교육 프로그램을 가지고 운영 중이다. 그나마 유아태권도에서 프로그램을 이용하는 태권도장은 사설업체에서 프로그램을 받아서 그대로 활용하는 곳이며, 이러한 곳도 몇 군데 있지 않다. 그 이유는 비싼 이용 요금에 있으며, 또한 사용하다가 보면 주기적으로 반복 되기 때문에 업체를 사용하시다가 2-3년 내에 유아 프로그램을 사용하지 않는다. 그렇다고 해서 지도자가 연구 개발 하지 않는다는 뜻은 아니다. 몇 몇 지도자가 모여서 유아 태권도 프로그램을 만들어 활용하시는 분들을 보았지만 끝까지 이어가는 지도자들을 보기 어렵다. 그만큼 유아태권도가 생각보다 쉽지 않은 선택이지만 필수적으로 해야함을 잃지 말아야한다.

C. 마케팅

A) 마케팅믹스의 구성

마케팅 기능은 네 가지 하부기능(subfunction)을 갖추고 있어서 수행하기 활용하기가 수월하다. 이 네 가지 하부기능이란 제품(Product), 가격(Price), 장소/유통(Place), 촉진(Promotion), 등의 계획과 관리를 말한다(임기현, 2006). 이들 네 가지 하부기능의 영문 명칭이 모두 'P'자로 시작되기 때문에 네 가지의 하부기능을 4P기능 또는 마케팅 믹스(Marketing Mix)관리기능이라고 한다(김용남, 2002).

하부기능 네 가지를 한번 살펴 볼 필요가 있다. 첫 번째로 제품(Product)이란 유·무형의 모든 요소를 말하며, 본 연구에서는 태권도장이 수련생과 학부모에게 제공하는 유아태권도의 유·무형적 가치요소를 한정하여 연구하려고 한다. 두 번째인 가격(price)은 일반적으로 물건 값을 생각할 수 있다. 이는 단순한 화폐가치만을 말하지만 여기에서는 서비스를 통해 얻은 모든 유·무형이 가치에 따른 비용이다. 본 연구에서는 유아태권도 교구 및 프로그램 발전을 위하여 수련비에 몇 %의 가격을 포함되어 있는 월 회비를 계산해야 할지에 관련하여 연구해볼 생각이다. 세 번째로는 장소/유통(place)이다. 이는 제품 혹은 서비스가 최종적 소비자인 유아 혹은 학부모에게 과정을 지칭하며 여기에는 지리적 위치, 접근요인, 심리적요인을 포함하여야 하지만, 본연구에서는 시설규모, 유아태권도 교구의 비치, 도장에 대한 접근성으로 한정하여 정의 할 것이다. 마지막으로 촉진(promotion)이란 소비자에게 생산자가 정보를 전달하는 기능이다.

B) 마케팅 전략

기업이 상품이나 서비스를 제공하게 되는 특정한 세분시장을 목표시장(또는 표적시장, target market)이라고 한다. 기업의 능력상 한계나 경쟁여건 그리고 소비자욕구의 다양성 등의 이유로 마케팅활동을 일률적으로 전개 될 수 없다. 기업이 유사한 욕구를 지니는 이질적 집단을 전체 시장에서 나누는데 이를 시장세분화(market segmentation)이라고 한다. 기업은 세분시장을 선정하고 이를 목표시장으로 삼는

것이다.

제품전략이란 고객의 만족도를 높이기 위하여 제품의 개발, 포장, 시장과의 관계 등 마케팅 의사결정 과정이다. 가격전략이란 마케팅 전략을 지원하는 수단으로 가격 수준을 설정하는 기능을 말한다. 가격이란 곧 상품 또는 서비스를 화폐단위로 표시된 결과이며 가격이 공정해야 가격과괴현상을 없앨 수 있다. 유통경로전략이란 상품이나 서비스를 편리하게 접근시켜 구매를 유도하는 전략이다. 여기에 수송, 보관, 채고 등의 기능이 포함된다. 촉진전략(또는 커뮤니케이션 전략)이란 상품 또는 서비스를 고객에게 알리는 기능을 말한다. 본 연구에서는 제품전략을 유아태권도 프로그램이라고 설정하며, 가격전략을 회비로 볼 수 있다. 또한 유통경로전략은 체육관의 접근성이라고 말하며, 다르게 말하면 태권도 위치, 차량 운행을 들 수 있다. 촉진전략(또는 커뮤니케이션 전략)으로는 홍보를 들 수 있다. 홍보에는 광고도 있지만 놀이터에 나가서 시범을 보이는 것도 이에 포함 될 것이다.

C) 태권도 마케팅

우리나라 스포츠 마케팅은 엄밀히 말하여 아직 초보 단계에 머무르고 있다(박병선, 2011). 몇몇 프로팀을 통한 스포츠 용품이나 기업홍보 등 극히 소극적인 활동에 그치고 있는 실정이다(조성철, 2008).

태권도계 또한 스포츠 마케팅의 사각지대에 방치돼 있다고 해도 과언은 아니다. 아직까지 스포츠 마케팅에 대한 정확한 개념조차 인식하지 못하고 있을 뿐만 아니라 황금시장 개척을 위한 대안도 마련하지 못하고 있는 실정이다(박병선, 2011).

전문가들은 태권도를 이용한 스포츠 마케팅 시장을 약 1조원으로 추정하고 있다. 태권도와 관련된 캐릭터, 관광, 교육 등 3개 부분에 잠재된 시장성은 개발에 따라 최소 1조원까지 가능하다는 지적이다(박병선, 2011).

경기적인 측면에서도 프로화를 통해 스포츠 마케팅을 도입해야 된다는 지적이다. 입체적이고 생동감 있는 장면을 제공하고 무도적 색채를 가미한다면 매스미디어로부터 외면당할 이유가 없다는 게 전문가들의 한결같은 목소리다(윤종덕, 2005).

이러한 스포츠 마케팅에 대한 전략을 수월하게 수행하기 위해 우선 대한태권도 협회의 법인화가 선행돼야 한다는 주장이다(윤종덕, 2005).

대표적인 사례로 FIFA나 IOC 등을 꼽을 수 있다. FIFA의 경우 각종 국제대회가

개최될 때마다 방송료와 광고료를 포함해 천문학적인 액수를 벌어들이고 있고 이는 IOC도 예외는 아니다(김기상, 2003).

일본의 경우 기업이 올림픽대회의 스폰서가 되는 이유는 올림픽이라는 세계 최대의 이벤트의 스폰서라는 것을 소비자에게 선전하고 시장의 개척과 이미지 업을 의도하는 것이다(윤종덕, 2005).

올림픽은 단순한 운동경기가 아니다. 수만 명의 선수와 임원단, 그리고 수십만 명의 관광객이 몰리며 일종의 거대한 시장을 형성한다(윤종덕, 2005). 또 올림픽을 개최한 도시에는 수만 명의 일자리가 창출되기 때문에 세계 각국의 거대기업들도 막대한 돈을 쏟아 부으며 올림픽을 후원하는 대신 투자 금액을 상회하는 수익을 겨냥한다(윤종덕, 2005).

이제는 올림픽의 개최는 경제와 직결되기 때문에 세계의 모든 나라가 올림픽 개최를 위해 자국의 상업적 경제적인 노력으로 간주하고 있는 것으로 생각된다(김연철, 2006).

Ⅲ. 연구방법

본 연구는 G광역시 유아태권도 실태를 통한 마케팅 전략 연구를 알아보기 위하여 G광역시에 소재한 태권도장 지도자들을 대상으로 설문지를 받아서 분석하였다.

A. 연구 대상

본 연구의 대상자는 G광역시 태권도 협회에 2019년 기준으로 등록 되어있는 태권도장 375개 도장 중 302개 태권도 지도자들을 대상으로 설문을 실시하였으며, 유아태권도에 관한 별도 프로그램 및 관심이 없는 곳을 제외하고 설문응답이 적절하지 못한 대상자를 제외하여 208개의 태권도장에서 설문을 받아 연구에 활용하였다. 본 연구에서 표집한 조사 대상자의 일반적 특성은 <표 1>과 같다.

표 1. 조사 참여자의 일반적 특성

		빈도(명)	백분율(%)
성별	남성	170	81.7
	여성	38	18.3
나이	20대	22	1.6
	30대	81	38.9
	40대	75	36.1
	50대이상	30	14.4
현재 단	5단	65	31.3
	6단	102	49.0
	7단이상	41	19.7
최종학력	학사졸업	144	69.2
	석사졸업	55	26.4
	박사졸업	9	4.3

B. 조사 도구

본 연구는 태권도장의 유아태권도 실태를 통하여 마케팅 전략 연구를 위하여 설문지법을 사용하였다. 본 연구에 사용한 설문지는 문호준(1999)이 처음 사용하고 박창길(2003)과 양경덕(2001), 정근화(2010) 연구에서 사용한 문항을 다시 정명석(2005)과 유영훈(2010)이 재구성한 설문지 문항을 본 연구의 목적에 맞게 마케팅 전략 부분을 포함하여 수정, 보완하여 구성 하였으며, 다음의 <표 2>와 같다.

표 2. 설문지의 주요 구성 지표 및 내용

구성 지표	구성내용	문항수
개인적 특성	성별, 나이, 공인 단수, 최종학력	4
태권도장	운영 만족도	4
유아태권도	교육 프로그램	7
운영 실태	홍보 및 교구 필요성	8
태권도장	교육적 가치	9
마케팅전략	시설(장소)	4
	홍보	4
	합계	40

C. 설문지의 타당도 및 신뢰도

본 설문지에 대한 타당도와 신뢰도 검증을 실시하였다. 운영실태 따른 타당도 분석결과와는 <표 3>과 같이 나타났으며, 요인간의 확실한 차이와 구분이 이루어지지 않는 문항을 제외하고 홍보 및 교구는 6문항(.73~.92)로 정의하였다. 교육 프로그램도 4문항(.78~.94)으로 정의하였으며 운영만족도도 3문항(.82~.89)로 정의하여 본 연구에서 이용하였으며 모든 문항에서 .86~.92의 비율로 높은 신뢰도를 나타내고 있는 것을 확인하였다.

표 3. 태권도장 운영실태에 대한 타당도 및 신뢰도 분석

문항내용	홍보 및 교구	교육 프로그램	운영만족도	공통성	신뢰도
홍보 4	.920	.111	.050	.870	.921
홍보 5	.879	.082	.065	.795	
홍보 3	.862	.070	.098	.765	
홍보 7	.859	.026	-.091	.767	
홍보 2	.824	.051	.034	.719	
홍보 6	.737	-.067	-.119	.581	
프로그램 3	.029	.940	-.004	.893	.920
프로그램 1	.047	.919	-.001	.850	
프로그램 2	.082	.899	.104	.831	
프로그램 7	.057	.787	.133	.641	
만족도 2	.098	.100	.895	.736	.865
만족도 3	-.059	.113	.846	.831	
만족도 1	-.007	.144	.828	.717	
전체	4.385	3.381	2.583		
분산(%)	23.081	17.797	13.595		
누적분산(%)	23.081	4.878	54.472		

KMO = .750, $X^2 = 2473.145$, df = 171, sig = .000

본 설문지에 대한 타당도와 신뢰도 검증을 실시하였다. 마케팅전략에 따른 타당도 분석결과는 <표 4>와 같이 나타났으며, 요인간의 확실한 차이와 구분이 이루어지지 않는 문항을 제외하고 교육적 가치는 6문항(.77~.89)로 정의하였으며, 홍보도 4문항(.81~.96)으로 정의하였으며 시설(장소) 4문항(.65~.89)로 정의하여 본 연구에서 이용하였다. 모든 문항에서 .82~.92의 비율로 높은 신뢰도를 나타내고 있는 것을 확인하였다.

표 4. 태권도장 마케팅 전략에 대한 타당도 및 신뢰도 분석

문항내용	교육적 가치	홍보	시설(장소)	공통성	신뢰도
가치3	.894	.027	.056	.804	.920
가치4	.825	-.044	.102	.762	
가치2	.800	.075	-.018	.713	
가치6	.789	-.028	-.026	.745	
가치5	.780	-.064	.040	.783	
가치1	.777	.055	-.061	.617	
홍보2	-.014	.960	.050	.927	.918
홍보3	.010	.939	.068	.887	
홍보1	-.016	.855	.099	.744	
홍보4	.059	.812	.026	.665	
시설4	.021	.098	.899	.822	.824
시설2	.006	.090	.893	.805	
시설3	.043	-.014	.752	.576	
시설1	-.024	.055	.656	.436	
전체	4.409	3.235	2.647		
분산(%)	25.934	19.030	15.572		
누적분산(%)	25.934	44.964	60.536		

KMO = .766, X² = 2873.616, df = 136, sig = .000

D. 조사 절차

본 연구에서는 G광역시에 소재한 태권도장 375개 중 302개의 지도자들에게 설명을 하고 자기평가기법으로 설문에 참여하도록 안내하였다. 유아태권도에 관심이 없거나 운영하지 않은 태권도장이나 답변에 적절하지 못한 내용을 제외한 208개의 설문지를 이용하였다.

E. 자료처리

본 연구의 자료처리는 SPSS 26.0 프로그램을 이용하여 연구의 목적에 따라 분석하였다.

첫째, 대상자들의 개인적 특성을 확인하기 위해 빈도분석(Frequency analysis)을 실시 하였다.

둘째, 설문지의 타당도 검증을 위해 요인분석(Factor analysis)을 실시했으며, 동일한 집단으로 분리된 요인들에 대한 신뢰도 검증을 위하여 Cronbach's α 계수를 산출하였다.

셋째, 각 변인들 간의 차이를 비교하기 위해 독립표본 t-test 및 one-way ANOVA를 실시하였으며 사후검정은 scheffe의 방법을 이용하였다.

넷째, 각 변인간의 Pearson의 상관관계분석을 실시하고 유의하게 나타난 요인에 대해 다중회귀분석을 실시하여 분석하였다.

모든 통계치의 유의수준은 $p < .05$ 수준으로 설정하였다.

IV. 연구결과

A. 일반적 특성에 따른 차이

인구통계학적 특성인 성별, 연령, 현재 단, 최종학력에 따른 차이에 대해 다음과 같이 확인해 보았다.

A) 지도자들의 성별에 따른 차이

지도자들의 성별에 따른 태권도장 운영실태분석에 대한 조사와 마케팅 전략을 살펴보니 <표 5>와 같이 나타났다. 운영실태의 홍보 및 교구에서의 남성이 여성보다 높게 나타났으며 통계적으로 유의한 차이가 있는 것을 확인할 수 있었다($p < .01$).

표 5. 지도자들의 성별에 따른 차이

변인	성별	N	M(SD)	t	p	
운영 실태	홍보(교구)	남자	170	4.25(.58)	2.636	.009**
		여자	38	3.97(.65)		
	교육 프로그램	남자	170	4.34(.70)	-.750	.454
		여자	38	4.44(.56)		
마케팅 전략	운영만족도	남자	170	4.17(.65)	.652	.515
		여자	38	4.09(.61)		
	교육적 가치	남자	170	4.42(.61)	-.619	.536
		여자	38	4.49(.55)		
홍보	남자	170	4.06(.67)	.579	.563	
	여자	38	3.99(.66)			
시설(장소)	남자	170	4.60(.47)	1.046	.297	
	여자	38	4.51(.53)			

** $p < .01$

B) 지도자들의 연령에 따른 차이

지도자들의 연령에 따른 태권도장 운영실태분석에 대한 조사와 마케팅 전략을 살펴보니 <표 6>과 같이 나타났다. 운영실태의 교육프로그램에서의 평균적 차이가 나타났으며($p < .01$), 사후검정을 통해 살펴보니 20대, 30대가 50대 보다 크게 나타났다. 마케팅 전략의 교육적 가치의 차이를 확인 할 수 있었으며($p < .001$), 20대, 30대, 40대가 50대 보다 크게 나타났다.

표 6. 지도자들의 연령에 따른 차이

변인		N	M(SD)	F	scheffe	
운영 실태	홍보(교구)	a	22	4.17(.63)	.723	-
		b	81	4.18(.60)		
		c	75	4.28(.62)		
		d	30	4.11(.54)		
	교육 프로그램	a	22	4.56(.47)	5.645**	a,b>d
		b	81	4.53(.62)		
		c	75	4.25(.71)		
		d	30	4.04(.72)		
	운영만족도	a	22	4.16(.60)	.337	-
		b	81	4.13(.59)		
		c	75	4.21(.68)		
		d	30	4.08(.74)		
마케팅 전략	교육적 가치	a	22	4.62(.37)	9.922***	a,b,c>d
		b	81	4.61(.43)		
		c	75	4.35(.67)		
		d	30	4.01(.68)		
	홍보	a	22	3.80(.61)	1.890	-
		b	81	4.12(.64)		
		c	75	4.10(.71)		
		d	30	3.90(.62)		
	시설(장소)	a	22	4.65(.46)	.797	-
		b	81	4.53(.50)		
		c	75	4.63(.45)		
		d	30	4.56(.53)		

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

a=20대, b=30대, c=40대, d=50대이상

C) 지도자들의 단 수에 따른 차이

지도자들의 단 수에 따른 태권도장 운영실태분석에 대한 조사와 마케팅 전략을 살펴보니 <표 7>과 같이 나타났다. 운영실태의 교육프로그램에서의 평균적 차이가 나타났으며($p < .01$), 사후검정을 통해 살펴보니 5단, 6단이 7단 보다 크게 나타났다. 마케팅 전략의 교육적 가치의 차이를 확인 할 수 있었으며($p < .001$), 5단, 6단이 7단 보다 크게 나타났다.

표 7. 지도자들의 단 수에 따른 차이

변인		N	M(SD)	F	scheffe	
운영 실태	홍보(교구)	a	65	4.30(.53)	1.674	-
		b	102	4.20(.64)		
		c	41	4.08(.58)		
	교육 프로그램	a	65	4.44(.63)	7.210**	a,b>c
		b	102	4.45(.65)		
		c	41	4.01(.73)		
운영만족도	a	65	4.25(.62)	1.631	-	
	b	102	4.15(.62)			
	c	41	4.02(.73)			
마케팅 전략	교육적 가치	a	65	4.57(.49)	9.736***	a,b>c
		b	102	4.48(.56)		
		c	41	4.08(.71)		
	홍보	a	65	4.05(.68)	.555	-
		b	102	4.08(.66)		
		c	41	3.95(.66)		
	시설(장소)	a	65	4.55(.51)	.187	-
		b	102	4.59(.47)		
		c	41	4.60(.46)		

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

a=5단, b=6단, c=7단이상

D) 지도자들의 최종학력에 따른 차이

지도자들의 최종학력에 따른 태권도장 운영실태분석에 대한 조사와 마케팅 전략을 살펴보니 <표 8>과 같이 나타났다. 운영실태의 홍보 및 교구준비에서 평균적 차이가 나타났으며($p < .05$), 사후검정을 통해 살펴보니 학사졸업이 석사졸업자 보다 크게 나타났다.

표 8. 지도자들의 최종학력에 따른 차이

변인		N	M(SD)	F	scheffe	
운영 실태	홍보(교구)	a	144	4.28(.59)	3.974*	a>b
		b	55	4.03(.61)		
		c	9	4.05(.42)		
	교육 프로그램	a	144	4.40(.67)	.979	-
		b	55	4.30(.69)		
		c	9	4.13(.74)		
	운영만족도	a	144	4.18(.63)	.900	-
		b	55	4.13(.69)		
		c	9	3.88(.68)		
마케팅 전략	교육적 가치	a	144	4.48(.58)	1.900	-
		b	55	4.33(.61)		
		c	9	4.22(.64)		
	홍보	a	144	4.09(.67)	1.947	-
		b	55	4.00(.65)		
		c	9	3.66(.57)		
	시설(장소)	a	144	4.61(.46)	.634	-
		b	55	4.52(.53)		
		c	9	4.55(.49)		

* $p < .05$

a=학사졸업, b=석사졸업, c=박사졸업

B. 각 하위요인 간의 상관관계분석

각 하위요인들 간의 구조적인 관계를 검증하기 위해 Pearson's의 상관관계분석을 실시하였으며, 분석 결과는 <표 9>와 같이 나타났다.

태권도장 운영실태와 마케팅 전략의 요인들에 대한 서로간의 정적 상관관계가 .14에서 .86까지 있는 것으로 나타났다.

표 9. 각 요인에 따른 상관관계 분석

	홍보(교구)	교육프로그램	운영만족도	교육적가치	홍보	시설(장소)
a	1					
b	0.115	1				
c	0.034	.178*	1			
d	0.103	.865**	.209**	1		
e	.300**	-0.002	0.049	0.017	1	
f	0.039	-0.021	0.051	0.027	.141*	1

* $p < .05$, ** $p < .01$

a=홍보(교구), b=교육프로그램, c=운영만족도, d=교육적가치, e=홍보, f=시설(장소)

C. 유아태권도 실태조사를 통한 마케팅 전략에 미치는 영향

A) 태권도 운영실태조사 홍보(교구)가 마케팅 전략에 미치는 영향

유아 태권도 운영실태조사의 홍보 및 교구가 마케팅 전략 요인에 미치는 영향에 대해 <표 10>와 같이 회귀분석결과 10.0%($R^2 = .100$)의 설명력을 갖는 것으로 나타났다. 구체적 분석결과 교육적 가치는 영향을 미치지 않게 나타났다($\beta = .098, t = 1.477, p > .05$), 시설(장소)도 영향을 미치지 않게 나타났다($\beta = -.006, t = -.090, p > .05$). 홍보는 영향을 미치는 것으로 나타났다($\beta = .300, t = 4.465, p < .001$).

표 10. 태권도 운영실태요인의 홍보(교구)가 마케팅 전략에 미치는 영향

변인	비		표준화	t	F
	표준화 계수		계수		
	B	SE	β		
교육적 가치	.099	.067	.098	1.477	
홍보	.270	.060	.300	4.465***	7.544***
시설(장소)	-.008	.083	-.006	-.090	
종속변수 : 홍보(교구)			$R = .316, R^2 = .100$		

*** $p < .001$

B) 태권도 운영실태조사 교육프로그램이 마케팅 전략에 미치는 영향

유아 태권도 운영실태조사의 교육프로그램이 마케팅 전략 요인에 미치는 영향에 대해 <표 11>와 같이 회귀분석결과 75.0%($R^2 = .750$)의 설명력으로 높은 것으로 나타났다. 구체적 분석결과 교육적 가치가 영향을 미치는 것으로 나타났다($\beta = .866$, $t = 24.722$, $p > .001$). 홍보와 시설(장소)는 영향을 미치지 않게 나타났다($p < .05$).

표 11. 태권도 운영실태요인의 교육프로그램이 마케팅 전략에 미치는 영향

변인	비		표준화	t	F
	표준화 계수		계수		
	B	SE	β		
교육적 가치	.989	.040	.866	24.722***	
홍보	-.010	.036	-.010	-.277	203.847***
시설(장소)	-.060	.050	-.043	-1.214	
종속변수 : 교육프로그램			$R = .866, R^2 = .750$		

*** $p < .001$

C) 태권도 운영실태조사 운영만족도가 마케팅 전략에 미치는 영향

유아 태권도 운영실태조사의 운영만족도가 마케팅전략 요인에 미치는 영향에 대해 <표 12>와 같이 회귀분석결과 4.7%($R^2 = .047$)의 설명력으로 높은 것으로 나타났다. 구체적 분석결과 교육적 가치가 영향을 미치는 것으로 나타났다($\beta=.866$, $t=2.4722$, $p>.001$). 홍보와 시설(장소)는 영향을 미치지 않게 나타났다($p<.05$).

표 12. 태권도 운영실태요인의 운영만족도가 마케팅 전략에 미치는 영향

변인	비		표준화	t	F
	표준화 계수		계수		
	B	SE	β		
교육적 가치	.225	.074	.208	3.036**	
홍보	.039	.067	.040	.579	3.388*
시설(장소)	.053	.092	.040	.579	
종속변수 : 운영만족도			$R = .218$, $R^2 = .047$		

* $p<.05$, ** $p<.01$

V. 논의

본연구의 목적에 따라 G광역시 지역의 유아태권도 운영 실태에 대해 확인을 해 보았으며 이를 통한 운영의 활성화를 위해 마케팅 전략에 대해 살펴보았다.

본 연구를 위해 208명을 대상으로 설문을 실시하였으며 개인적특성과 유아태권도 실태조사의 세부요인 운영만족도, 교육 프로그램, 홍보 및 교구로 구분하였으며, 마케팅 전략의 세부요인은 교육적 가치, 시설(장소), 홍보로 구분하여 살펴보았다. 설문 문항에 대한 타당성 검증과 신뢰도 분석을 실시하였으며, 요인간의 차이와 서로간의 상관관계에 대해 분석하여 관계성 있는 요인 간 미치는 영향을 확인하였다.

일반적 특성인 성별에 따라 운영실태의 홍보 및 교구에서 차이가 나타났으며, 연령 및 단 수에 따라 운영실태의 교육프로그램과 마케팅전략의 교육적 가치에서의 차이가 나타났다. 지도자들의 최종학력에 따라 운영실태의 홍보 및 교구에서의 차이가 나타났다. 이에 따른 운영실태와 마케팅 전략간의 미치는 영향을 살펴보니 홍보 및 교구 실태에 따라 마케팅전략의 홍보 요인에 영향을 주는 것을 확인 하였으며, 운영 실태의 교육 프로그램과 운영만족도는 마케팅전략의 교육적 가치에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

유아기 태권도 수련경험은 정서적, 지적 측면에서의 발달촉진과 신체적, 사회적 측면에서도 효과가 크다고 하였으며(유영훈, 2010), 유아기 비만을 예방하며 다양한 질병으로부터의 감염을 막아 주는 항상성을 유지하는데 도움을 주는 운동이라고 하였다(김갑수, 김창균, 2003).

태권도 교육 프로그램을 구분해 살펴보았더니 인성교육에서 나이가 낮을수록 선호도가 높은 것으로 나타났으며(최수미, 2008), 유영훈(2010)도 예절교육이 가장 높은 선호를 보인다고 하였다. 본 연구에서도 교육 프로그램이 교육적 가치에 영향을 미치는 것으로 나타났으며 이는 유아태권도에 참여시키는 학부모의 입장에서는 프로그램에 관한 세부적 목표와 내용들을 자세히 살펴 보게 되며 이를 통한 교육적 가치를 추구한다고 볼 수 있다.

태권도를 통한 신체활동은 당연하게 이루어 지는 것이며 다른 운동종목과의 가장

큰 차이점으로는 인성교육에서의 선호도가 높게 나타나거나(최수미, 2008), 지기현(2004)의 연구에서 처럼 자신감 함양이 태권도를 참여하게 하는 학부모들의 가장 큰 요인이라고 조사가 되었다. 태권도 운동의 대표적 특성이라고 사료되어지며, 무도의 특성이라고 볼 수 있을 것이다.

태권도장을 선택하는데 필요시설로 시설측면의 휴게실을 필요로 한다고 하였으며 수련생들의 흥미 유발을 위해 다양한 도구가 구비되어야 한다고 하였다(양경덕, 2001). 그렇지만 본 연구에서는 시설 및 교구등의 요인에서는 마케팅 전략 요인에 영향을 미치지 않는 것으로 나타나 선행 연구를 지지 하지 않는 것으로 나타났으며 이를 통해 유아기의 연령층에서 태권도장을 선호하는 학부모들의 특성이라고 볼 수 있을 것이다.

유아태권도 교육 프로그램에 대한 세부적 요인으로 지도자의 철학으로 나타났으며 홍보 및 위치, 시설 및 환경, 교육 프로그램, 학부모의 교류 관계로 나타났다(유영훈, 2010). 이는 세부적 교육 프로그램 계획에 있어서 유아들을 지도하는 지도자의 역할에 대한 중요도가 높아지고 있으며, 이를 위해 지도자들은 전문성도 갖추고 있어야 할 것이다. 지도자들이 유아기의 연령층에 따른 다양한 신체활동의 기능성과 발달상태에 따른 프로그램 계획 등을 지속적으로 탐구한다면 유아 태권도 선택의 중요으로 나타난 지도자 역할에 따른 신뢰가 높아 질 것으로 사료되는데 본 연구에서도 교육적 가치가 마케팅 전략에서 영향을 받고 있는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 유아를 대상으로 하는 태권도장에서의 교육적 가치 활성화는 지도자의 역할에 따라 다양하게 나타날 수 있으므로 지속적 연구나 탐구가 필요할 것으로 사료된다.

태권도 교육 프로그램을 구성할 때 한국적 정서를 바탕하는 것을 추구한다고 하였으며 이는 정서적, 신체적발달을 위해 개발되어야 한다고 하였다(유영훈, 2010). 태권도는 전통적 예의와 전통적 문화에 대한 추구하고 내용 구성도 영향을 있는 것을 주장하고 있는 것으로 사료되는데 이러한 관점에서 보면 태권도장 운영의 만족도를 높여 줄 수 있을 것이고 본 연구의 사례를 지지하게 나타났다고 사료되며 이를 지속하여 교육적 가치를 함께 감안하여 계획한다면 유아태권도의 긍정적 영향을 있을 것으로 사료된다.

VI. 결론 및 제언

A. 결론

본 연구는 유아태권도를 지도하는 태권도장의 운영실태를 파악하고 이러한 요인들이 마케팅 전략에 미치는 영향을 살펴 보고자 하였으며 본 연구를 위해 208명의 유아태권도 지도자들에게 자기평가기법으로 설문에 참여하도록 하였다. 설문에 따라 SPSS 26.0을 통해 요인분석, 신뢰도분석, t-test, 일원분산분석, 상관관계분석, 다중회귀분석을 실시하였다. 모든 통계적 유의사항은 $p < .05$ 로 정의하였다. 본 연구를 통해 나타난 결론은 다음과 같다.

첫째, 유아태권도 지도자들의 인구통계학적 특성(성별, 연령, 단 수, 최종학력)에 따라 차이가 나타나는 것을 확인하였다.

둘째, 유아태권도 지도자들의 운영실태의 홍보(교구), 교육프로그램, 운영만족도와 마케팅전략의 홍보요인은 정적 상관이 있는 것을 확인하였다.

셋째, 유아태권도 지도자들의 운영실태의 홍보(교구)는 마케팅 전략의 홍보요인에 영향을 미치며, 교육 프로그램과 운영만족도는 교육적 가치에 영향을 미치는 것을 확인하였다.

B. 제언

본 연구를 마무리 하며 다음과 같은 제언을 하고자 한다.

첫째, 지역에 한정되어 나타난 본 연구의 주제와 요인들에 대해 다양한 지역의 의견을 수렴하는 필요할 것으로 사료된다.

둘째, 본 연구가 유아태권도 지도자들의 한정하였지만 마케팅에 주도적 영향은 참여자들의 의견도 반영되는 것이 유의할 것으로 판단되어 참여자들을 대상으로 한 연구도 필요할 것으로 사료된다.

셋째, 유아 태권도 지도자들의 운영실태의 요인에 대한 척도를 더욱 다양하게 개발하고 분석하여 다양한 마케팅 전략과의 영향과 관계들을 분석하는 것이 필요할 것으로 사료된다.

참 고 문 헌

- 강한경(1996). 태권도 수련이 아동의 정서발달에 미치는 영향. 미간행 석사학위논문, 한국체육대학교 대학원.
- 국기원(1995). (국기원)태권도 교본. 서울 : 오성출출사.
- 김갑수, 김창균(2003). 소아 비만 예방을 위한 태권도 수련 프로그램 모형. **한국스포츠리서치**, 20(1), 399-412.
- 김기상(2002). 태권도장의 마케팅을 위한 소비자 행동에 관한 연구. 미간행 석사학위논문, 목원대학교 대학원.
- 김민지(2012). 태권도중심의 신체활동 프로그램이 유아의 정서지능 및 사회성발달에 미치는 영향. 미간행 석사학위논문, 울산대학교 대학원.
- 김병재(2007). 태권도 수련이 여자 유아의 체격 및 체력에 미치는 영향. 미간행 석사학위논문, 영남대학교 대학원.
- 김연철(2006). 태권도장의 효율적 경영을 위한 마케팅 전략에 관한 연구. 미간행 석사학위논문, 용인대학교 대학원.
- 김용남(2002). 태권도 수련생들의 퇴관에 관한 분석. 미간행 석사학위논문. 연세대학교 대학원
- 김용희(2008). 음악을 이용한 태권도 프로그램이 수련생의 만족도에 미치는 영향. 미간행 석사학위논문, 용인대학교 대학원.
- 김종오(2001). 한국의 태권도장 활성화 방안에 대한 고찰. 중앙대학교 스포츠과학연구소. **체육연구**, 14, 285-302.
- 김철, 박동기, 김홍식(1988). 태권도 수련실태에 관한 의식조사 연구;제68회 전국체전가선수를 대상으로. **원광대학교 논문집**, 22(2), 335-350.
- 남용삼(2007). 태권도장 수련프로그램에 대한 만족도 차이. 미간행 석사학위논문, 경희대학교 대학원.
- 남중진(2006). 태권도 교육에 따른 유아들의 사회성 발달 변화에 관한 연구. 미간행 석사학위논문, 용인대학교 대학원.
- 마일연(1997). 유아원아의 놀이활동과 사회성발달의 상관관계 연구. 미간행

- 석사학위논문, 경희대학교 대학원.
- 문호준(1999). 일부 태권도장의 교육내용과 수련 실태조사. 미간행 석사학위 논문, 경희대학교 대학원.
- 박병선(2011). 태권도 수련생 학부모의 구매동기와 마케팅 요인 인식과의 관계. 미간행 석사학위논문, 경원대학교 대학원.
- 박창길(2003). 충청남도 시,군 태권도 체육관의 시설 및 운영실태 비교분석. 미간행 석사학위논문, 청주대학교 대학원.
- 서인규, 이기세(2003). 유아체육지도자와 프로그램. 서울:대경북스.
- 선석령(2004). 초등학생의 태권도 수련 프로그램과 정신력과의 관계. 미간행 박사학위논문, 조선대학교 대학원.
- 손원호, 정철규, 신인숙(2003). 알가쉬원 유아체육 교실. 서울:홍경
- 양경덕(2001). 태권도 체육관의 효율적인 경영을 위한 경영실태 분석. 미간행 석사학위논문, 경희대학교 대학원.
- 유영훈(2010). 태권도장 교육 프로그램 운영 실태와 활성화 방안 : 유아태권도 프로그램 중심으로. 미간행 석사학위논문. 용인대학교 대학원.
- 유종진(2011). 유아의 태권도 참가수준과 감성지능 및 사회성의 관계. 미간행 석사학위논문, 경희대학교 대학원.
- 윤공화(1996). 무도특성에 따른 인생의 변화에 관한 연구 ; 유도, 태권도 수련생을 중심으로. 미간행 박사학위논문, 한양대학교 대학원.
- 윤종덕(2005). 태권도 체육관 운영에 관한 마케팅 전략 연구. 미간행 석사학위 논문, 용인대학교 대학원.
- 이숙재, 이봉선(2003). 애착 유형에 따른 유아의 동작성 가족화 연구. **한국영유아보육학**, 32, 191-218.
- 이용기(2002). 태권도 체육관 경영의 촉진전략에 관한 연구. 미간행 석사학위 논문, 용인대학교 대학원.
- 임기현(2006). 스포츠센터 마케팅전략이 소비자 만족 및 구매 후 행동에 미치는 영향. 미간행 석사학위논문, 목포대학교 대학원.
- 정근화(2010). 초등학생 태권도 수련활동 참가자의 참가동기와 또래 관계, 학교생활만족, 및 학업성취에 대한 구조모형. 미간행 박사학위논문. 충북

- 대학교 대학원.
- 정명석(2005). 태권도 체육관의 관원수에 따른 운영실태 비교 연구. 미간행 석사학위논문. 용인대학교 대학원.
- 정인태(2002). 유아태권도 교육학탐구. 서울:유아마을.
- 정재환(2004). 태권도장의 성공사례 분석을 통한 발전방향 탐색. 미간행 석사학위논문, 한국체육대학교 대학원.
- 정재환(2008). 태권도 승품(단)자 감소원인과 대안찾기. **한국체육철학회, 16(4)**, 203-214.
- 정찬모, 김진수(1999). 태권도교육이 유아의 사회성 발달에 미치는 영향. **단국대학교 교과교육연구소, 3**, 151-168.
- 조성철(2008). 태권도장의 경영 실태조사. 미간행 석사학위논문, 용인대학교 대학원.
- 지기현(2004). 초등학교 학부형의 태권도 도장 선택 요인에 미치는 영향. 미간행 석사학위논문. 호남대학교 대학원.
- 최상진, 박수양, 박동영, 박현섭(2008). 태권도 유아발달 교육론. 전주:신아출판사
- 최수미(2008). 태권도 교육 프로그램의 구분과 수련생들의 프로그램 선호도 연구. 미간행 석사학위논문. 용인대학교 대학원.
- 최홍희(1973). 태권도교서. 서울:정연사.
- 한득수(2004). 태권도장 교육프로그램 중 음악이 미치는 수련 효과 연구. 미간행 석사학위논문. 한국체육대학교 대학원.
- Sonstroem, Robert J.(1981). Exercise and Self-esteem: Recommendations for Expository Research. *Human Kinetics, 33(2)*, 124-139.

부 록

유아태권도 실태조사를 통한 마케팅 전략 연구

안녕하십니까?

본 설문지는 「유아태권도 실태조사를 통한 마케팅 전략 연구」를
알아보고자 하는 것입니다.

아래의 문항에는 답이 없으며 본인의 생각을 솔직하게 답변해주시면
됩니다. 이 설문지는 연구 목적 이외의 다른 용도로는 절대 사용되지 않습
니다. 참여해주신 소중한 의견은 본 연구에 귀중한 자료로 사용되어 태권도
발전에 큰 도움이 될 것입니다. 감사합니다.

2019년

조선대학교 교육대학원

체육교육전공 **오 광 교**

oxscv4213@gmail.com

다음 설문지는 귀하의 개인적 특성을 파악을 위해 해당하는 항목에 “✓”표로 답하여 주시기 바
랍니다.

1. 귀하의 성별은?

① 남자 ② 여자

2. 귀하의 나이는?

① 20대 ② 30대 ③ 40대 ④ 50대 이상

3. 귀하의 태권도 공인 단수는?

① 4단 ② 5단 ③ 6단 ④ 7단 이상

4. 귀하의 최종학력은?

① 고등졸업 ② 대학졸업 ③ 석사졸업 ④ 박사졸업

다음 설문지는 귀 태권도장의 운영 실태를 파악을 위한 설문지입니다.
 해당하는 항목에 "✓"표로 답하여 주시기 바랍니다.

문 항		매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	태권도장 운영에 있어서 지도경력은 중요하다.	①	②	③	④	⑤
2	태권도장 운영에 있어서 전문적 자격증은 필요하다.	①	②	③	④	⑤
3	태권도장 운영에 있어서 현재 관비는 적절하다.	①	②	③	④	⑤
4	태권도장 운영에 있어서 관원수를 늘리기 위하여 홍보는 중요하다.	①	②	③	④	⑤
5	태권도장 운영에 있어서 교육프로그램은 필요하다.	①	②	③	④	⑤
6	태권도장 운영에 있어서 주기적으로 계획서를 작성한다.	①	②	③	④	⑤
7	유아태권도 운영에 있어서 유아반의 개설이 필요하다.	①	②	③	④	⑤
8	유아태권도 운영을 위하여 주기적으로 일일 계획서를 작성한다.	①	②	③	④	⑤
9	유아태권도 운영을 위하여 주기적으로 주간 계획서를 작성한다.	①	②	③	④	⑤
10	유아태권도 운영을 위하여 주기적으로 월간 계획서를 작성한다.	①	②	③	④	⑤
11	유아태권도 운영을 위하여 주기적으로 연간 계획서를 작성한다.	①	②	③	④	⑤
12	유아태권도 운영을 위하여 주기적으로 교구를 구비한다.	①	②	③	④	⑤
13	유아태권도 운영을 위하여 주기적으로 교구를 렌탈하여 사용한다.	①	②	③	④	⑤
14	현재 운영하는 유아태권도 프로그램에 만족한다.	①	②	③	④	⑤
15	현재 유아태권도 관비는 적절하다.	①	②	③	④	⑤
16	현재 유아태권도를 하기 위해서 귀 태권도장은 접근성이 좋다.	①	②	③	④	⑤
17	현재 유아태권도 홍보효과에 만족한다.	①	②	③	④	⑤
18	유아태권도만의 큰 장점이 있다.	①	②	③	④	⑤
19	귀 태권도장만의 유아태권도 목표를 가지고 있다.	①	②	③	④	⑤

다음 설문지는 귀 태권도장의 마케팅 전략에 대한 설문지입니다. 해당하는 항목에 "✓" 표로 답하여 주시기 바랍니다.						
문 항		매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
20	유아태권도 프로그램에 만족한다.	①	②	③	④	⑤
21	귀하가 생각하는 유아태권도의 교육적 가치는 신체발달에 있다.	①	②	③	④	⑤
22	귀하가 생각하는 유아태권도의 교육적 가치는 사회성 함양에 있다.	①	②	③	④	⑤
23	귀하가 생각하는 유아태권도의 교육적 가치는 협동심 함양에 있다.	①	②	③	④	⑤
24	귀하가 생각하는 유아태권도의 교육적 가치는 심리발달에 있다.	①	②	③	④	⑤
25	유아태권도 프로그램에 지도자 철학이 필요하다.	①	②	③	④	⑤
26	유아태권도 프로그램에 시설 및 교구가 필요하다.	①	②	③	④	⑤
27	유아태권도 프로그램에 학부모와 교류 및 공감대 형성이 필요하다.	①	②	③	④	⑤
28	유아태권도 프로그램의 지속적으로 교육하기 위해서 프로그램 질의 향상을 도모한다.	①	②	③	④	⑤
29	유아태권도 운영을 위해서 차량 운행비는 필요하다.	①	②	③	④	⑤
30	유아태권도 도장의 위치는 접근성이 좋아야한다.	①	②	③	④	⑤
31	유아태권도 운영에 있어서 차량운행은 필요하다.	①	②	③	④	⑤
32	유아태권도 운영에 있어서 고층보다 저층에 위치하여야한다. .	①	②	③	④	⑤
33	유아태권도 홍보를 하기 위해서는 학부모의 구전 홍보가 효율적이다.	①	②	③	④	⑤
34	유아태권도 홍보를 하기 위해서는 현수막 및 벽보가 효율적이다.	①	②	③	④	⑤
35	유아태권도 홍보를 하기 위해서는 유아들을 위한 행사주관이 효율적이다.	①	②	③	④	⑤
36	유아태권도 홍보를 하기 위해서는 공공장소 시범이 효율적이다.	①	②	③	④	⑤

☆ 설문에 참여해주셔서 감사합니다 ☆