

# Kano 모형과 Timko 고객만족계수를 활용한 피트니스 시설 서비스 스케이프 분석

김성광<sup>1</sup>

<sup>1</sup>상명대학교 헬스케어 융합비즈니스 학과 박사과정

kkkimsk@naver.com

## Fitness facility servicescape using KANO model Customer Satisfaction Analysis for Measurement Scale

Kim Sung Kwang<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Dept. of Healthcare Convergence Business, Sang-Myung University

### 요 약

건강과 웰빙에 대한 관심이 현대사회에서 높게 대두됨에 따라, 피트니스 시설을 이용하는 소비자 수는 꾸준히 증가하고 있다. 피트니스 시설에서 체감하는 서비스 경험은 단순한 물리적 공간으로서 뿐만 아니라, 환경적 요소 등 다양한 요소들이 작동하고 있다. 이에 이런 세부 요소들을 KANO 모형과, Timko 의 고객만족계수를 활용해 분석하여, 관리의 효율성은 물론 한정된 제원으로 높은 고객 만족도를 이끌어 내기 위한 전략 수립에 도움이 되고자 한다.

#### 1. 서론

현대 사회에서 건강과 웰빙에 대한 관심이 높아지면서 피트니스 센터는 일상적인 생활에서 중요한 역할을 담당하게 되었다. 피트니스 시설은 고객들에게 운동 환경을 제공하는 것뿐만 아니라, 고객 경험 전반을 결정하는 서비스 스케이프(Service Scape)<sup>[1]</sup> 요소가 고객 만족에 큰 영향을 미친다. 서비스 스케이프는 시설의 청결, 배치, 분위기 등 물리적 환경을 의미하며, 고객의 재방문 의사와 추천 의향에 영향을 미치는 핵심 요소로 인식되고 있다.

특히 Kano 모형과 Timko 고객만족계수는 고객 만족도를 분석하는 강력한 도구로 사용될 수 있다.<sup>[2]</sup> Kano 모형은 고객이 제품이나 서비스의 특정 속성에 대해 기대하는 바와 그 기대가 만족 또는 불만족으로 이어지는 관계를 설명한다. Timko 고객만족계수는 각 속성이 고객 만족에 미치는 상대적 영향력을 수치화함으로써, 관리자가 우선적으로 개선해야 할 요소를 명확히 한다.

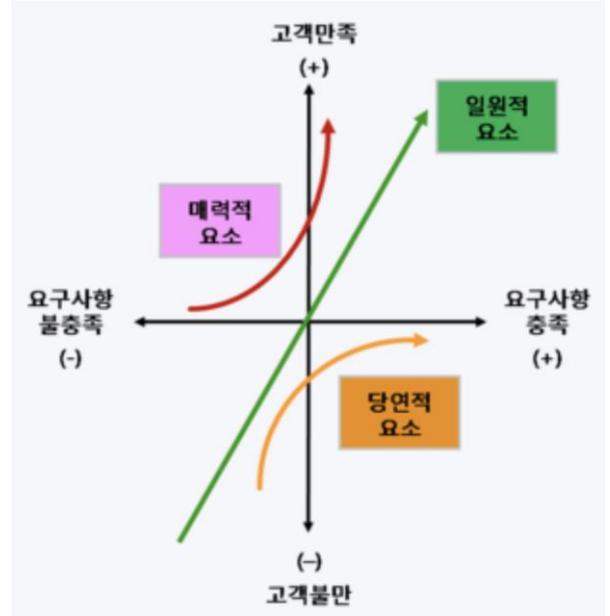
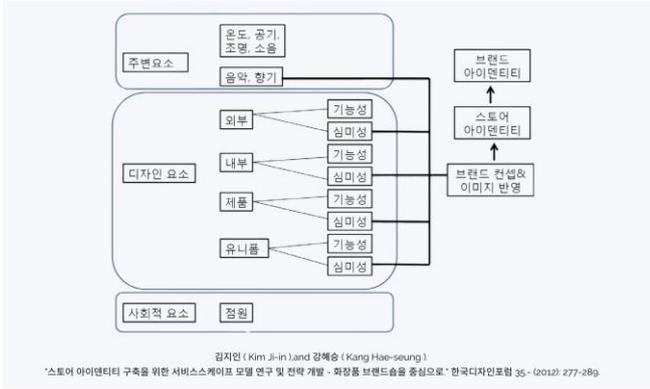
본 연구에서는 Kano 모형과 Timko 고객만족계수를 활용하여 피트니스 센터의 서비스 스케이프가 고객 만족에 미치는 영향을 체계적으로 분석하고, 이를 통해 피트니스 센터 운영의 효율성을 극대화할 수 있는

전략적 방향을 제시하고자 한다.

#### 2. 이론적 배경

##### 2-1. 서비스 스케이프(Service Scape) 이론

서비스 스케이프는 고객이 서비스를 경험하는 물리적 환경을 의미하며, Bitner(1992)가 처음 제안한 개념이다. 서비스 스케이프는 고객의 감정, 행동, 만족도에 영향을 미치는 물리적, 사회적 요소들로 구성되며, 특히 피트니스 센터와 같은 장소 기반 서비스에서는 중요한 역할을 한다. 환경적 조건(조명, 온도, 소음), 공간 배치 및 기능성, 심미성 등의 요소는 고객의 만족도와 충성도를 결정하는 주요 요인이다. 서비스 스케이프는 고객의 체험과 재방문 의도에 결정적인 역할을 하므로, 이를 체계적으로 분석하는 것은 피트니스 센터 운영에 있어 매우 중요하다.



2-2. Kano 모형

Kano 모형은 일본의 품질 관리 전문가인 \*\*노리아키 카노(Noriaki Kano)\*\*가 1984년에 개발한 이론으로, 고객이 제품 또는 서비스에 대해 느끼는 만족과 기대 간의 관계를 분석하는 도구이다. Kano 모형은 서비스나 제품의 속성을 다섯 가지 범주로 분류한다.

- 기본적 요구(Basic Needs): 고객이 당연히 기대하는 요구로, 충족되지 않으면 불만을 유발하지만 충족되었다고 해서 특별한 만족을 주지는 않는다.
- 성능 요구(Performance Needs): 충족될수록 고객 만족이 증가하고, 충족되지 않으면 불만족이 증가하는 요구.
- 매력적 요구(Attractive Needs): 고객이 기대하지 않았으나 제공될 때 높은 만족을 주는 요구.
- 무관심 요구(Indifferent Needs): 고객이 만족도나 불만족에 큰 영향을 미치지 않는 속성.
- 역효과 요구(Reverse Needs): 일부 고객에게는 만족을, 다른 고객에게는 불만족을 줄 수 있는 속성.

이 모형을 통해 피트니스 센터의 다양한 서비스 스퀘이프 요소가 고객에게 어떻게 인식되고 있는지 파악할 수 있다.

2-3. Timko 고객만족계수

Timko 고객만족계수는 Kano 모형을 기반으로 각 속성이 고객 만족과 불만족에 미치는 상대적인 영향을 수치화하는 도구이다. \*\*고객만족계수(CS)\*\*는 각 속성이 고객 만족에 기여하는 정도를 나타내고, \*\*고객불만족계수(CD)\*\*는 불만족을 유발하는 정도를 나타낸다. 이를 통해 어떤 속성이 고객 만족에 중요한 영향을 미치는지, 개선이 필요한지 또는 유지해야 할지 판단할 수 있다. 피트니스 센터의 서비스 스퀘이프 속성 중 어떤 요소가 고객 만족에 기여하고 있는지를 파악함으로써, 관리자는 효과적인 개선 전략을 수립할 수 있다.

$$\text{Better 지수: } \frac{A + O}{A + O + M + I}$$

$$\text{Worse 지수: } \left( \frac{O + M}{A + O + M + I} \right) (-1)$$

3. 연구 방법

1. 연구 대상

본 연구는 서울, 경기도 내 피트니스 센터를 이용하는 고객을 대상으로 하며, 총 200 명의 설문 응답자를 모집할 예정이다. 피트니스 센터를 6개월 이상 이용한 경험이 있는 성인 남녀를 대상으로 한다.

2. 설문조사 설계

설문조사는 Kano 모형에 따라 피트니스 센터의 서비스 스키이프 속성에 대한 고객의 만족도와 기대 수준을 측정할 수 있는 항목들로 구성된다. 주요 설문 항목은 피트니스 센터의 서비스스케이프 측정을 위한 척도(김정우, 권영범 2023)를 활용하였다.

• 용이성

각 항목에 대해 응답자는 다음 두 가지 질문에 답하게 된다:

1. 해당 속성이 충족되었을 때 느끼는 만족도
2. 해당 속성이 충족되지 않았을 때 느끼는 불만족도

3. 데이터 수집 및 분석

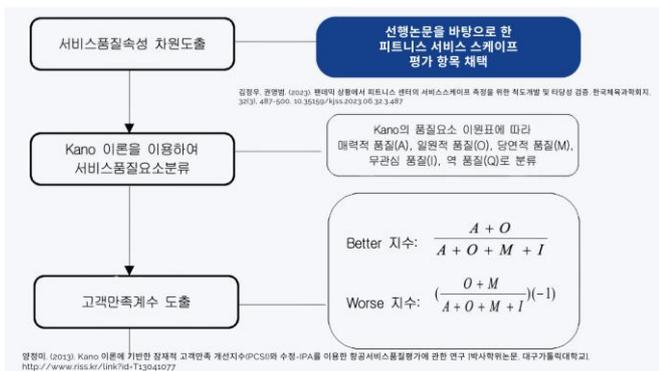
- 설문조사는 온라인 설문지를 통해 진행되며, 고객의 만족 및 불만족 반응을 5점 척도로 측정한다. 수집된 데이터를 바탕으로 Kano 모형에 따라 각 속성을 기본적 요구, 성능 요구, 매력적 요구 등으로 분류한다.
- Timko 고객만족계수를 통해 각 서비스 스키이프 요소가 고객 만족도에 미치는 영향을 수치화한다. 이를 통해 피트니스 센터 운영자가 집중적으로 개선해야 할 요소를 식별한다.

4. 분석 도구

- 빈도분석을 통해 각 서비스 스키이프 요소의 분포를 확인하고, 상관분석을 통해 서비스 요소와 고객 만족 간의 관계를 분석한다.
- Timko 고객만족계수를 산출하여 각 속성이 고객 만족도에 미치는 영향을 정량적으로 평가한다.

별화된 경험 제공을 위한 전략 수립이 가능해질 것이다.

이 연구 방법을 통해 피트니스 센터의 서비스 스키이프가 고객 만족도에 미치는 영향을 체계적으로 분석하고, 이를 기반으로 고객 만족을 극대화하기 위한 전략적 인사이트를 도출할 수 있을 것이다.



5. 연구 결과 활용

연구 결과는 피트니스 센터 운영자에게 각 서비스 스키이프 요소의 중요성을 파악하고, 고객 만족도를 극대화할 수 있는 개선 방안을 제시하는 데 중요한 기초 자료로 활용될 것이다. 특히, 고객 만족에 큰 영향을 미치는 요소와 불만족을 유발할 수 있는 요소를 명확히 파악함으로써, 효율적인 서비스 관리와 차

참고문헌

- [1] Mary Jo Bitner “Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees” *Journal of Marketing* 56,2,57-71 1992
- [2] Noriaki Kano, Nobuhiku Seraku, Fumio Takahashi, Shinichi Tsuji “Attractive Quality and Must-Be Quality” *The 12th Annual Meeting of the Japanese Society for Quality Control* 1-12 1984
- [3] 양정미, 한상일. (2013). Kano 모형에 기반한 항공서비스품질 분류와 잠재적 고객만족 개선 지수(PCSI Index)에 관한 연구. *호텔경영학연구*, 22(6), 37-57.
- [4] 김정우, 권영범. (2023). 팬데믹 상황에서 피트니스 센터의 서비스스케이프 측정을 위한 척도개발 및 타당성 검증. *한국체육과학회지*, 32(3), 487-500, 10.35159/kjss.2023.06.32.3.487