

융복합 시대 어린이 전용 수영장의 서비스 품질과 만족의 관계에서 관여도가 갖는 매개효과 연구

빙원철
백석대학교 스포츠과학부

The Study on Mediating Effects Validation of Involvement between Service Quality and Satisfaction in Children's Pool in Convergence era

Won-Chul Bing

Dept. of Sports Science, Baekseok University

요 약 본 연구는 융복합 시대 어린이 전용 수영장의 서비스품질과 만족의 관계에서 관여도의 매개효과를 검증하고자 서울 및 경기지역 어린이 전용 수영장 학부모 450명을 설문조사 하였으며, 그 중 430부의 자료를 SPSS 21.0과 AMOS 7.0 프로그램을 이용하여 요인분석, 상관관계분석, 구조방정식모형 분석을 실시하였다. 이러한 과정을 통해 도출된 결론은 다음과 같다. 첫째, 어린이 전용 수영장 서비스품질 장소요인, 가격요인, 프로그램요인, 시설요인, 지도자요인 중 시설요인이 관여도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 어린이 전용 수영장 서비스품질 요인 중 프로그램요인과 시설요인이 만족에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 셋째, 어린이 전용 수영장 관여도는 만족에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 넷째, 서비스품질 시설요인의 만족에 대한 영향에서 관여도의 매개효과가 검증되었다.

주제어 : 어린이 전용 수영장, 서비스품질, 관여도, 만족도, 매개효과

Abstract The aim of this study was to validate the mediating effects involvement between service quality and satisfaction in children's pool. For the purpose, survey was conducted. 450 samples were collected, and 430 data were used for final analysis. Data processing was made factor analysis, correlation analysis, structure equation model analysis via SPSS 21.0 and AMOS 7.0 programs. Study findings are as follows: First, among the factors of service quality, only the facilities factor was effective to involvement. Second, among the factors of children's pool service quality, program and facilities factors were effective to satisfaction. Third, involvement of children's pool was effective to satisfaction. Fourth, involvement had a mediating effect on the effect of facilities factor on satisfaction.

Key Words : Children's Pool, Service Quality, Involvement, Satisfaction, Mediating Effects

* 본 논문은 2015학년도 백석대학교 대학연구비에 의하여 수행된 것임

Received 18 September 2015, Revised 30 October 2015

Accepted 20 November 2015

Corresponding Author: Won-Chul Bing(Dept. of Sports Science)

Email: bing7@bu.ac.kr

© The Society of Digital Policy & Management. All rights reserved. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0>), which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

ISSN: 1738-1916

1. 서론

태안 해병대 참사와 세월호 참사 이후 수상안전교육에 대한 중요성이 커지고, 어린이의 안전과 건강에 대한 관심이 증가하면서 교육부는 2015학년도부터 초등학교에서 수영교육을 의무화하고 수영급수 필수 인증제를 실시하고 있다[1].

이러한 사회적 상황에 맞춰 최근 성인중심의 실내수영장에서 어린이를 대상으로 하는 어린이 전용 수영장의 개관이 늘고 있는 실정이며, 어린이 전용 수영장은 어린이의 수상안전과 건강을 책임지는 스포츠교육 현장으로서 각광을 받고 있는 실정이다.

어린이 전용 수영장의 활성화는 어린이 수영 교육뿐만 아니라 스포츠분야의 일자리를 창출하여 청년실업 문제를 해결하는데 긍정적인 역할을 감당하고 있으며, 스포츠시설 및 용품 등 스포츠산업 분야의 활성화에도 기여하고 있다. 하지만 최근 어린이 전용 수영장이 지역 곳곳에 늘어나면서 신규 고객유치와 기존 고객의 유지를 위한 다양한 서비스 마케팅적 노력이 요구되고 있는 실정이다. 어린이 전용 수영장의 무한경쟁시대에 혁신적인 경영전략과 관리를 통한 고객만족은 어린이 전용 수영장 운영의 최우선적 과제가 아닐 수 없다.

한상린과 백미영에 따르면, 고객만족을 지향하는 서비스 마케팅에서 양질의 서비스 품질을 실현하는 것은 곧 기업의 성공을 의미한다[1]. 즉, 양질의 서비스를 제공하는 기업은 고객을 유치할 수 있고, 또 그들을 단골로 확보할 수 있다. 따라서 고객의 서비스에 대한 요구가 점점 고도화되는 현실에 있어서 안정적으로 고객을 확보하기 위한 차별적 수단으로서 서비스 품질의 강화는 필수적 요소이다.

교육서비스 차원에서 고객만족은 ‘교육에 참가하는 학생 및 학부모들이 교육서비스를 통하여 얻는 욕구의 충족 정도’[3], ‘교육서비스에 대한 전반적 평가 및 정서적 반응’[4]이라고 정의된다. 이러한 고객만족은 교육 서비스 품질을 통해 고객의 소비행동에 영향을 미치며, 더불어 최근 고객만족과 서비스품질의 매개변인으로서 관여도에 관한 관심이 높아지고 있다. 관여도는 특정 제품에 관련하여 개인적 관심의 정도나 지각된 중요성이라 정의된다[5]. 구매의사결정에서 고객의 관여도는 고객의 제품에 대한 정보 욕구와 정보처리 능력에 영향을 미치게 된

다. 고객의 구매의사 결정과정에서 관여도가 높다는 것은 관심 정도가 높고, 애착이 강하고, 구매의사결정이 중요하다는 것을 의미하며, 관여도가 낮다는 것은 애착이 약하며, 구매의사결정이 상대적으로 중요하지 않다는 것을 의미한다[6].

Cronin and Taylor는 서비스 품질 측정에 있어서 관여도(involveement)의 중요성을 지적하고 관여도가 서비스품질 인식에 어떠한 영향을 미치는지에 관한 연구의 필요성을 주장하였다[7]. 국내 스포츠 관련 분야에서 최근 관여도와 관련한 연구가 진행되고 있는데, ‘국가대표 축구 팬 관여도 수준에 따른 서비스만족도 및 재관람의사 비교분석’[8], ‘프로배구 경기장의 서비스스케이프와 지각된 가치, 스포츠 관여도, 충성도의 구조적 관계’[9] 등 주로 스포츠대회 이벤트 참여와 관련한 분야에서 주요변수로 연구되고 있다. 수영장 마케팅과 관련하여 정의권과 최영진은 ‘실내수영장 소비자의 관여도와 서비스만족 및 고객충성도의 관계’를 통해 소비자의 관여수준에 따라 서비스만족이 고객충성도에 미치는 영향을 분석하였다[10]. 하지만 본 연구는 선행연구와 달리 서비스품질과 만족도의 관계에서 관여도를 하나의 구조적인 틀로 논의할 것이며, 변인들 사이에서 관여도의 매개효과를 검증할 것이다.

이와 같은 견지에서 이 연구는 어린이 전용 수영장의 서비스 품질과 만족의 관계에서 관여도의 매개효과를 검증하여 어린이 전용 수영장의 경영전략을 세우는데 기초 자료를 제공하고, 선행변수와 결과변수가 고려된 가운데 관여도의 실증적인 효과를 검증하는데 연구의 목적이 있다.

이 연구의 목적을 달성하기 위한 연구가설은 다음과 같다.

- 가설1. 어린이 전용 수영장 서비스품질 장소 요인은 관여도에 영향을 미칠 것이다.
- 가설2. 어린이 전용 수영장 서비스품질 가격 요인은 관여도에 영향을 미칠 것이다.
- 가설3. 어린이 전용 수영장 서비스품질 프로그램 요인은 관여도에 영향을 미칠 것이다.
- 가설4. 어린이 전용 수영장 서비스품질 시설 요인은 관여도에 영향을 미칠 것이다.
- 가설5. 어린이 전용 수영장 서비스품질 지도자 요인은 관여도에 영향을 미칠 것이다.

- 가설6. 어린이 전용 수영장 서비스품질 장소요인은 만족에 영향을 미칠 것이다.
- 가설7. 어린이 전용 수영장 서비스품질 가격 요인은 만족에 영향을 미칠 것이다.
- 가설8. 어린이 전용 수영장 서비스품질 프로그램 요인은 만족에 영향을 미칠 것이다.
- 가설9. 어린이 전용 수영장 서비스품질 시설 요인은 만족에 영향을 미칠 것이다.
- 가설10. 어린이 전용 수영장 서비스품질 지도자 요인은 만족에 영향을 미칠 것이다.
- 가설11. 어린이 전용 수영장 관여도는 만족에 영향을 미칠 것이다.
- 가설12. 어린이 전용 수영장 서비스품질은 관여도가 매개되었을 때 전반적인 만족에 영향을 미칠 것이다.

포함 후 현장에서 수거하는 방법으로 조사를 시행하였다. 수집된 450부중 응답내용이 불성실하거나 신뢰성이 없다고 판단되는 20부를 제외한 430부를 최종분석에 사용하였다.

2.2 측정도구

본 연구의 어린이 전용 수영장의 서비스 품질에 관한 측정도구는 Parasuraman, Zeithaml 그리고 Berry가 서비스 품질을 측정하기 위해 개발한 SERVQUAL을 기초로 하여[11], 이승재와 조광민의 '태권도 체육관의 효율적인 경영을 위한 마케팅 요인 분석'[12] 연구에서 사용되었던 설문 문항을 수정 보완하여 시설 4문항, 프로그램 4문항, 지도자 4문항, 가격 3문항, 장소 3문항 등 총 18문항 5개 변인으로 수정 사용하였다. 만족에 관한 문항은 김기황[13] 과 박동균[14]의 연구에서 사용된 척도를 5개 문항으로 본 연구에 맞게 수정하여 사용하였으며, 관여도 문항은 Zaichkowsky의 PII(Personal Involvement Inventory) 척도[15] 를 사용한 홍성인[16], 오수현[17]의 설문문항을 바탕으로 본 연구에 적합하도록 5개 문항으로 구성하였다. 일반적 특성을 제외한 서비스품질, 만족도, 관여도 문항은 “매우그렇다”, “그렇다”, “보통이다”, “그렇지 않다”, “전혀 그렇지 않다”의 5점 Likert 척도로 구성하였다.

2. 연구방법

2.1 연구대상 및 자료수집

<Table 1> Demographic Characteristics (n=430)

Characteristics	Classification	N	%
Gender	Male	129	30
	Female	301	70
Area	Seoul	248	58
	Gyeonggi-do	182	42
Parents Age	25~35	39	9
	35~39	211	49
	40~44	161	37
	Over 45	19	5
Children Age	5~7	87	20
	8~10	154	36
	11~13	123	29
	Over 14	66	15
Monthly Income	Under 300	85	20
	301~400	165	38
	401~500	99	23
	Over 500	81	19

본 연구에서는 2015년 4월 현재 서울 및 경기지역 어린이 전용 수영장에 수강 중인 학부모를 모집단으로 설정하여 비확률 표본추출법(non probability sampling) 중 편의추출방법(convenience sampling)으로 총 450부의 설문을 배부하였다. 구체적으로 해당 어린이 전용 수영장을 방문하여 수강생의 학부모를 대상으로 설문을 배

2.3 자료처리

본 연구에서는 전체 표본 총 430부의 설문지를 SPSS 21.0 Version을 사용하여 빈도분석(frequency analysis), 구성타당도(construct validity) 탐색적 요인분석(exploratory factor analysis: EFA)을 하였다. 이 후 AMOS 7.0을 이용하여 확인적 요인분석(confirmatory factor analysis: CFA)을 실시하였으며, 가설 검정을 위하여 상관관계 분석(correlation analysis) 실시 후 구조방정식모형분석(structural equation model: SEM)을 실시하였다.

2.4 탐색적 요인 및 신뢰도 분석

본 연구에서는 전문가 집단을 통한 내용타당도를 검증받았으며, 탐색적 요인 분석을 실시하였으며, 그 내용은 <Table 2, 3>과 같다.

<Table 2> EFA of Children pool service quality

Question	Facilities	Program	instructor	Price	Place
Q. 5	.841				
Q. 4	.814				
Q. 7	.745				
Q. 6	.701				
Q. 11		.852			
Q. 13		.815			
Q. 12		.821			
Q. 14		.704			
Q. 18			.858		
Q. 16			.774		
Q. 17			.701		
Q. 15			.706		
Q. 9				.825	
Q. 8				.831	
Q. 10				.761	
Q. 2					.858
Q. 3					.704
Q. 1					.700
Eigenvalue	4.8455	2.857	1.798	1.574	1.145
% of Variance	26.254	17.124	11.012	8.254	6.451
Cumulative	27.002	41.015	51.214	61.751	65.814
Cronbach's α	.812	.798	.823	.781	.712

KMO = .815 Bartlett Spherical Symmetry =2789.415, sig=.000

<Table 3> EFA of Satisfaction and Involvement

Question	Satisfaction	Involvement	
Q. 19	.826		KMO=.848 Bartlett=699.812, sig=.000
Q. 22	.789		
Q. 21	.781		
Q. 20	.766		
Q. 23	.736		
Q. 28		.794	KMO=.802 Bartlett=616.605 sig=.000
Q. 24		.790	
Q. 25		.788	
Q. 27		.786	
Q. 26		.776	
Eigenvalue	3.043	3.684	
% of Variance	10.86	13.251	
Cumulative	60.860	61.399	
Cronbach's α	.838	.784	

내적일치성을 검사하는 Cronbach's α 계수를 통하여 신뢰도를 측정된 결과 모든 요인이 .700 이상의 값을 보여 측정도구의 타당성과 신뢰도가 확보되었다.

3. 연구결과 및 논의

3.1 확인적 요인 분석 및 상관관계 분석 결과

구조방정식모형에서의 각 변인들의 정상분포 조건확

인을 위하여 왜도와 첨도를 확인한 결과 왜도는 .428~-.1892, 첨도는 .005~3.899로 정상분포 조건을 충족하였다.

구성개념들의 측정타당도는 Bagozzi와 Dholakia[18]가 제시한 CFI 와 Bentler와 Bonett[19]이 제시한 TLI 값 .80-.90 이상 그리고 Steiger[20]가 제시한 RMSEA 값 .10이하에 모두 충족되었다.

구성개념들의 수렴타당도를 확인하기 위하여 표준화 계수, 평균분산추출(AVE), 개념신뢰도를 분석한 결과 <Table 5>참조, 표준화계수 .5 이상, 평균분산추출(AVE) .5이상, 개념신뢰도 .7이상으로 수렴타당도가 존재함을 확인하였다.

확인적 요인분석을 통하여 단일차원성이 확인된 요인간 적합도 검증에 앞서 어린이 전용 수영장의 서비스품질, 만족도, 관여도의 상관관계를 분석하였다. Pearson의 적률상관계수를 통해 산출한 결과는 <Table 4>와 같으며, .80 이상의 상관계수를 보이는 요인이 없는 것으로 나타나 판별타당성에 문제가 제기되지 않았다.

<Table 4> Correlation between factors

	1	2	3	4	5	6	7
1	1						
2	.184**	1					
3	.055	.195**	1				
4	.072	.086	.017	1			
5	.080	.197**	.090	.532**	1		
6	.049	.049	.377**	.079	.037	1	
7	.047	.166**	.425**	.086	.013	.391***	1

1=Place, 2=Price 3=Program, 4=Facilities, 5=Instructor, 6=Involvement, 7=Satisfaction
* p<.05, ** p<.01, *** p<.001

3.2 연구모형의 적합도 평가

본 연구에서 설정한 구조모형을 분석하기 위하여 확인적 요인분석과 상관관계분석을 토대로 분석한 연구모형의 적합도는 <Table 6>과 같으며 연구모형의 적합도는 우수한 것으로 분석되었다.

<Table 6> Goodness of fit test

criterion	χ ²	df	CFI	TLI	RMSEA
Index	881.723	310	.924	.900	.071

<Table 5> Confirmatory Factor Analysis

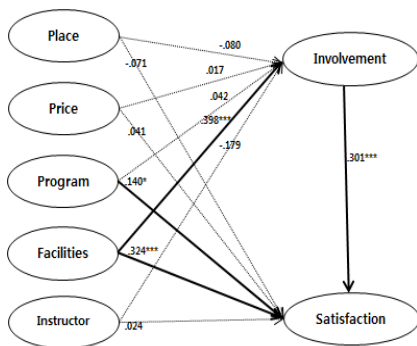
Factor	Observed Variable	Skewness	Kurtosis	Unstandardized coefficient	standard error	standardized coefficient	AVE	Construct Reliability
Facilities	Q. 5	-1.075	.587	1.000	-	.747	.956	.983
	Q. 4	-1.095	1.105	1.027	.019	.821		
	Q. 7	-1.894	3.521	1.042	.050	.652		
	Q. 6	-.787	.204	1.050	.047	.741		
Program	Q. 11	-1.125	.503	1.000	-	.703	.886	.915
	Q. 13	-1.151	.854	1.009	.174	.803		
	Q. 12	-.402	-.987	1.212	.110	.621		
	Q. 14	-.748	-.153	1.325	.129	.562		
instructor	Q. 18	-.1521	.521	1.000	-	.665	.746	.821
	Q. 16	-1.252	.856	1.358	.059	.741		
	Q. 17	-.325	-.905	1.045	.042	.695		
	Q. 15	-.748	-.155	.996	.044	.565		
Price	Q. 9	.261	-.1154	1.000	-	.752	.902	.914
	Q. 8	.152	-.1355	.985	.072	.741		
	Q. 10	.451	-1.285	1.021	.068	.744		
Place	Q. 2	-.857	-.415	1.000	-	.621	.856	.898
	Q. 3	-.847	.236	.998	.056	.695		
	Q. 1	-.512	-.748	1.017	.089	.712		
Satisfaction	Q. 19	-1.548	3.584	1.000	-	.741	.721	.769
	Q. 22	-1.892	3.899	1.008	.138	.521		
	Q. 21	-1.129	1.758	1.251	.129	.803		
	Q. 20	-.748	-.005	.996	.110	.745		
	Q. 23	-.904	-.299	1.251	.089	.732		
Involvement	Q. 28	-1.265	1.625	1.000	-	.689	.789	.856
	Q. 24	-1.116	1.325	1.022	.054	.824		
	Q. 25	-1.505	2.415	1.007	.745	.814		
	Q. 27	-.952	.654	1.212	.686	.758		
	Q. 26	-.847	.541	1.004	.752	.771		

$\chi^2=481.032$, $df=125$, $CFI=.909$, $TLI=.930$, $RMSEA=.078$

3.3 가설검증

3.3.1 인과관계검증

어린이 전용 수영장 서비스품질과 만족의 관계에서 관여도의 매개효과를 검증하기 위하여 설정된 구조모형을 중심으로 분석한 가설검증의 결과는 [Fig. 1] 과 <Table 7>과 같다.



[Fig. 1] Result Model

<Table 7> Hypotheses Test Results

Hyp.	Path	Path coef.	S.E.	t-value	p-value	Result
H1	1 -> 6	-.080	.046	-1.935	.073	unsupported
H2	2 -> 6	.017	.062	.231	.790	unsupported
H3	3 -> 6	.042	.062	.682	.482	unsupported
H4	4 -> 6	.395	.052	7.328	.000	supported
H5	5 -> 6	-.179	.098	-.1732	.068	unsupported
H6	1 -> 7	-.071	.041	-1.821	.081	unsupported
H7	2 -> 7	.041	.065	.923	.421	unsupported
H8	3 -> 7	.140	.049	1.789	.048	supported
H9	4 -> 7	.324	.042	6.767	.000	supported
H10	5 -> 7	.024	.056	.578	.631	unsupported
H11	6 -> 7	.301	.052	4.765	.000	supported

1=Place, 2=Price 3=Program, 4=Facilities, 5=instructor, 6=Involvement, 7=Satisfaction

가설 1에 대한 분석 결과 서비스 품질의 장소요인이 관여도에 이르는 경로계수 값이 -.080일 때, $t=-1.935$, 로 나타나 가설 1은 기각되었다. 가설 2에 대한 분석 결과 서비스 품질의 가격요인이 관여도에 이르는 경로계수 값

이 -.017일 때, $t=-231$, 로 나타나 가설 2는 기각되었다. 가설 3에 대한 분석 결과 서비스 품질의 프로그램요인이 관여도에 이르는 경로계수 값이 -.042일 때, $t=-682$, 로 나타나 가설 3은 기각되었다. 가설 4에 대한 분석 결과 서비스 품질의 시설요인이 관여도에 이르는 경로계수 값이 -.395일 때, $t=-7.328$, 로 나타나 가설 4는 채택되었다. 가설 5에 대한 분석 결과 서비스 품질의 지도자요인이 관여도에 이르는 경로계수 값이 -.042일 때, $t=-1.732$, 로 나타나 가설 5는 기각되었다. 가설 6에 대한 분석 결과 서비스 품질의 장소요인이 만족도에 이르는 경로계수 값이 -.071일 때, $t=-1.821$, 로 나타나 가설 6은 기각되었다. 가설 7에 대한 분석 결과 서비스 품질의 가격요인이 만족도에 이르는 경로계수 값이 -.041일 때, $t=-.923$,로 나타나 가설 7은 기각되었다. 가설 8에 대한 분석 결과 서비스 품질의 프로그램요인이 만족도에 이르는 경로계수 값이 .140일 때, $t=-1.789$,로 나타나 가설 8은 채택되었다. 가설 9에 대한 분석 결과 서비스 품질의 시설요인이 만족도에 이르는 경로계수 값이 .324일 때, $t=6.767$,로 나타나 가설 9는 채택되었다. 가설 10에 대한 분석 결과 서비스 품질의 지도자요인이 만족도에 이르는 경로계수 값이 .024일 때, $t=-.578$,로 나타나 가설 10은 기각되었다. 가설 11에 대한 분석결과 '어린이 전용 수영장 관여도는 만족에 영향을 미칠 것이다'는 경로계수 값이 .301일 때, $t=4.765$,로 나타나 가설 11은 채택되었다.

3.3.2 매개효과 검증

<Table 8> Test of Involvement Effect

Path	Direct Effect	Indirect Effect	Total Effect
Facilities -> Satisfaction	.249	.119	.368
Facilities -> Involvement	.395		.395
Involvement -> Satisfaction	.301		.301
Direct Effect 68%, Indirect Effect 32%			

<Table 8>은 서비스품질요인 중 관여도와 만족도에 있어 모두 유의한 영향을 나타낸 시설요인의 간접효과를 분석한 결과이다. 간접효과 분석 즉, 매개효과가 통계적으로 유의한지를 분석하기 위하여 Bootstrapping 방법이 사용되었다.

Bootstrapping 결과 관여도의 간접효과 신뢰구간이 99% 신뢰수준에서 .181 ~ .378로 나타나 서비스품질의 시

설요인이 관여도를 통하여 만족도에 미치는 영향력의 영가설이 기각되었으며 간접효과와 유의성이 통계적으로 검증되었다. 따라서 서비스품질 가운데 시설요인 만이 관여도를 통한 만족도에 매개효과가 검증됨으로써 가설 12는 부분적으로 채택되었다. 매개효과가 부분매개인지 완전매개인지를 평가하기 위하여 부분매개모형과 완전매개모형을 경쟁모형으로 설정하여 χ^2 차이검증을 실시하였다. χ^2 차이검증 결과 자유도 1변화량에 따라 차이 값은 398로 유의수준 .05 수준 값인 3.84보다 커 유의한 차이가 나타났다. χ^2 차이검증 결과 통계적으로 유의하면 부분매개모형을 선택하므로, 본 연구에서는 부분매개모형이 선택되었다.

<Table 9> Test of Mediation Model

Model	χ^2	df
Partial Mediation	1554.523	81
Full Mediation	1952.526	82

3.4 논의

본 연구는 어린이 전용 수영장 서비스품질과 만족의 관계에서 관여도의 매개효과를 분석하는데 그 목적이 있다. 본 연구의 결과를 토대로 논의를 진행하고자 한다.

어린이 전용 수영장의 서비스품질 가운데 시설요인이 관여도와 만족에서 모두 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 유호길은 민간스포츠센터의 서비스품질, 이용만족, 관여도 및 애호도간의 관계의 연구에서 서비스품질의 직원요소, 정보화요소, 시설요소 중 시설요소가 관여도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 보고하고 있으며[21], 조송현의 연구[22]에서도 대학 내 스포츠센터 서비스품질 중 주시설요인이 재구매의도 및 구전의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 보고해, 본 연구의 결과를 지지해주고 있다. 또한 구강분과 석강훈은 스포츠 서비스환경 중 시설의 쾌적성이 소비자의 직접적 관여도에 영향을 미치며, 쾌적성과 편의성은 소비자의 간접적 관여도에 영향을 미친다는 결과를 보고한바 있다[23]. 어린이 전용 수영장의 서비스 품질 중 시설요인이 관여도와 만족에 영향을 미치는 결과는 어린이 스포츠 시설에서 시설의 쾌적함과 안전성, 편리성 등이 소비자의 마음을 사로잡아 관여도를 높일 수 있는 중요한 요소임을 다시한번 밝히

는 결과이다. 어린이 전용 수영장 서비스품질의 시설에 대한 관여도가 높다는 것은 소비자인 학부모들이 어린이 전용 수영장 시설에 대한 관심이 높다는 것을 의미하며 시설에 대한 만족이 올라갈 때 수영장에 대한 관여도가 올라가 긍정적인 소비행동으로 이어짐을 예측할 수 있다.

어린이 전용 수영장을 선택할 때 자녀의 건강과 안전에 민감한 학부모들은 수영장 주시설 및 기타 부대시설의 요소요소를 따져보고 수영장을 선택한다. 이러한 학부모들의 요구(needs)를 만족시킬 수 있는 수영장 시설의 구비는 경쟁력 있는 어린이 전용 수영장의 필수 요소이다. 본 연구의 자료수집 대상 수영장인 경기도 소재 T 어린이 전용 수영장의 시설 마케팅 사례를 살펴본 바에 따르면, **1. 어린이 전용 해수풀 : 수영장물에 인체의 체액염분농도와 유사한 염분농도 0.6%를 인공적으로 조성한 후 전기분해를 통해 복합 살균 물질을 발생시킨 인체에 해가 되는 화학약품을 사용하지 않은 맑고 깨끗한 친환경 수질!**, **2. 친환경 시스템 어린이 눈높이 맞춤 : 모든 시설을 어린이 눈높이에 맞춘 어린이를 위한 수영장 아쿠아 키즈, 수업 전 후 아이들이 친구들과 뛰어놀 수 있는 놀이공간과, 사랑스러운 내 아이의 모습을 한눈에 볼 수 있는 관람실까지!**, **3. 추위걱정 없는 4계절 모두 따뜻해요 : 타 수영장의 기본 수온인 28도와는 비교를 거부하는 최상의(32도~33도)온도를 유지해서 추운 겨울에도 감기 걱정 없이 365일 수영을 할 수 있는 수영장!**[24]. 이와 같이 T 어린이 전용 수영장의 경우 어린이의 건강과 안전, 학부모의 욕구를 만족시킬 수 있는 시설을 통해 소비자의 관여도와 만족도를 높이고 있었다. 어린이 전용 수영장에서 이러한 쾌적한 시설마케팅은 스포츠소비자의 관여도를 높여, 고객 만족을 이끌어 결국은 충성도 높은 소비자로 만드는 주요 전략인 것이다.

어린이 전용 수영장 서비스품질 중 프로그램 요인은 만족에 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 이러한 결과는 소비자를 만족시키며 재구매를 이끌 수 있는 중요한 요소가 어린이를 위한 특성화된 프로그램으로 어린이 전용 수영장은 지속적으로 소비자를 위한 프로그램 개발에 노력을 기울여야 함을 시사한다. 기존 실내수영장 레슨 프로그램에서는 강사1명에 15명 이상의 수강생을 대상으로 레슨이 진행되지만, 대부분의 어린이 전용 수영장은 강사1명에 수강생 3-5명의 소수개인레슨 형태로 교육이 진행된다. 소수개인레슨은 프로그램에 대한 만족을 높이

는 결과를 가져왔지만, 서비스 품질의 가격요인에 대한 만족과 관여도에서는 유의한 영향을 가져오지 못했다. 이러한 결과는 어린이 전용 수영장이 고급화의 이미지로 소비자를 공략하고 승부하고 있다는 것을 시사한다. 하지만 수영의 일반화와 대중화, 고객확보 차원에서 고학년의 경우 소수개인레슨의 형태와 더불어 단체수업 형태의 프로그램의 도입도 필요하다고 사료된다.

스포츠 소비자의 관여도는 기업의 입장에서 고객의 소비행동을 높이고 고객만족을 향상시키는 중요한 요소로 인식되고 있다. 어린이 전용 수영장 소비자의 관여도를 높여 만족에 이르게 하여 충성도 있는 소비자로 만들기 위해 기존 수영장과 차별화된 시설이 요구된다. 친환경 시스템, 해수풀, 물의 온도, 학부모를 위한 관람 공간, 어린이 전용 샤워장 및 탈의실 등 지금까지 기존 수영장 과 차별화된 어린이 전용 시설로 어린이 전용 수영장이 각광을 받았다면, 앞으로 고객의 눈높이는 더욱 높아지고 어린이 전용 수영장의 수는 계속적으로 늘어나기에 수영장 운영자 및 스포츠시설 산업체에서는 어린이들과 학부모를 위한 차별화되고 더욱 세심한 시설 개발이 필요할 것이다.

4. 결론

본 연구는 어린이 전용 수영장의 서비스품질과 만족의 관계에서 관여도의 매개효과를 검증하고자 하였으며, 도출된 결론은 다음과 같다.

첫째, 어린이 전용 수영장 서비스품질 장소요인, 가격요인, 프로그램요인, 시설요인, 지도자요인 중 시설요인이 관여도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 어린이 전용 수영장 서비스품질 장소요인, 가격요인, 프로그램요인, 시설요인, 지도자요인 중 프로그램요인과 시설요인이 만족에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 셋째, 어린이 전용 수영장 관여도는 만족에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 넷째, 서비스품질 시설요인의 만족에 대한 영향에서 관여도의 매개효과가 검증되었다.

이러한 연구결과를 토대로 어린이 전용 수영장 활성화를 위한 마케팅전략을 제시하면, 이 연구의 결과는 스포츠 소비자들의 관여도(Involvement)가 소비자들의 구

매의사결정과정에서 결정적인 영향을 미친다는 보고들과 맥을 같이함으로 어린이 전용 수영장 소비자의 관여도를 높일 수 있는 수영장 제반시설에 대한 지속적인 개발과 투자가 필요할 것이다. 친환경 해수풀 시스템, 최상의 물의 온도 유지, 수강생 및 학부모를 위한 공간 등 기존의 차별화된 어린이 전용 수영장 시설은 더욱 유지 발전시켜야 할 것이며, 소비자의 관여도와 만족을 높일 수 있는 더욱 세심한 수영장 시설에 대한 개발이 필요하다.

본 연구는 어린이 전용 수영장 수강생의 학부모를 대상으로 연구하였다. 실질적인 고객인 수강생의 나이가 어린 관계로 설문에 어려움이 있기 때문이다. 이를 보완하기 위한 후속 연구과제로 어린이 전용 수영장 수강생과 학부모를 대상으로 하는 심층면담, 참여관찰 등의 질적연구방법을 통해 심층적인 정보를 제공한다면 의미 있는 연구가 될 것이라 사료된다.

ACKNOWLEDGMENTS

This study is funded by Baekseok University.

REFERENCES

- [1] Ministry of Education, School Physical Education Plan in 2015, 2015.
- [2] Sang-Lin Han, Mi-Young Baek, Effects of Service Quality and Golf Caddies' Attitude on Customer Satisfaction and Repatronage Intention, Services Marketing Journal Vol.2 No.1 pp.23-38, 2009.
- [3] Moungh-Chul Choi, Study on the Customer Satisfaction of the Tourism Education Service Quality and Relationship. M A dissertation, DongA University. 2003.
- [4] Kyu-Hwan Choi, An Effects of Evaluation on the Satisfaction and Behavioral Intention in Tourism Education, Korean Consumption Culture Association, Vol. 8, No. 1, pp. 135-152, 2005.
- [5] Zaichkowsky, J. L., Measuring the involvement construct, Journal of Consumer Research, Vol. 12, No. 3, pp. 341-352, 1985.
- [6] Rossiter. J. R. L. Percy, and R. J. Donovan, "A Better Advertising Planning Grid." Journal of Advertising Research, Vol. 31, No. 5, pp. 11-21, 1991.
- [7] Cronin. J. J., and S. A. Taylor, "Measuring Service Quality : A Reexamination and EX-tension." Journal of Marketin, Vol. 56, No. 3, pp. 55-68, 1992.
- [8] Jung-Mna Kim, A Study on the Relationship between Satisfaction of Spectators and Re-spectating Intention Based on Involvement Level, Korean Society of Sport Management, Vol. 18, No. 6, pp. 139-150, 2014.
- [9] Min-Jung Kim, Do-Yeon Won, Kwang-Yong Lee, The Structural Relationships among Servicescape, Perceived Value, Sport Involvement and Loyalty of Korean Professional Volleyball Gymnasium, Korean Society of Sport Managemen, Vol. 19, No. 4, pp.39-58, 2014.
- [10] Eui-Kwun Chung, Young-Jin Choi, The Relationship between Consumers' Participation, Services Satisfaction and Clients' Loyalty of Indoor Swimming Pools, The Research Institute of Korean Education, Vol. 19, pp. 81-100, 2004.
- [11] Parasuraman. A., Zeithaml, V., & Berry, L. L., SERVQUAL: A multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality, Journal of Retailing, Vol. 64, pp. 12-41, 1988.
- [12] Seung-Jae Lee, Kwang-Min Cho, An Analysis of Marketing Factors for the Efficient Management for Taekwondo Academy, The Korean Journal of Physical Education, Vol. 37, No. 4, pp. 583-593, 1998.
- [13] Ki-Hwnag Kim, The effects of one's parents' satisfaction about Takwondo academy surroundings in students' continuous training, MA. dissertation, KyungKi University. 2004.
- [14] Dong-Kyun Park, A Study on the Hotel Customers in Relationship with Perceived Service Quality, Perceived Value, Satisfaction, Loyalty, and Intention of Reusing, PhD. dissertation, Busan University. 2003.
- [15] Zaichkowsky, J. L., The personal involvement inventory: reduction, revision, and application to

advertising, Journal of Advertising, Vol. 23, No. 4, pp. 59-70, 1994.

- [16] Sung-In Hong, study on cause and result variable of consumer satisfaction by involvement with service, MA dissertation, ChoongNam University. 2002.
- [17] Soo-Hyun Oh, A Study on difference of movie selection process and viewing behaviors by involvement type of audience : focused on enduring involvement & situational involvement, MA dissertation, DongKook University. 2004.
- [18] Bagozzi, R. P., Dholakia, U. M, International social action in virtual communities, Journal of Interactive Marketing, Vol. 16, No. 2, pp. 20-21, 2002.
- [19] Bentler, P. M., & Bonett, D. G, Significance tests and goodness of fit in the analysis of covariance structure. Psychological Bulletin, 88, pp.588-606, 1980.
- [20] Steiger, J. H, Structural Model Evaluation and Modification: An Interval Estimation Approach. Multivariate Behavioral Research, Vol. 25, No. 2, pp. 173-180, 1990.
- [21] Ho-Kil Yoo, The relationship among Commercial Sport Center Users' Service Quality, Satisfaction, Involvement, and Loyalty, Journal of Korea Society of Sports Science, Vol.19, No.1, pp.153-164, 2010.
- [22] Song-Hyun Jo, The Relationship among Service Quality of University Sport Center, Repurchase Intention, and Word-of-Mouth Intention, Korean Society of Sport Management, Vol. 7, No. 2, pp.29-40, 2002.
- [23] Bon-Kang Koo, Kang-Hoon Seok, The Relationship among Service Environment, Involvement, and Information Search in Sports Events, Korean Society of Sport Management, Vol. 15, No. 2, pp.41-53, 2010.
- [24] DOI : http://team6.co.kr/?page_id=102

빙 원 철(Bing, Won Chul)



- 1998년 2월 : 한국체육대학교 체육학과
- 2004년 8월 : 한국체육대학교 체육학과(석사)
- 2008년 8월 : 연세대학교 체육학과(박사)
- 2012년 3월 ~ 현재 : 백석대학교 스포츠과학부 교수

· 관심분야 : 스포츠윤리, 스포츠정책 등

· E-Mail : bing7@bu.ac.kr