

피트니스센터의 경쟁요인이 고객만족 및 재이용의사에 미치는 영향

The Influence of Competitive Factors of Fitness Center on Customer Satisfaction and Re-use Intention

김민수*, 정우석**
스마트핏운동센터*, 동아대학교**

Min-Soo Kim(cwkim@ysu.ac.kr)*, Woo-Suk Chung(dangyup@hanmail.net)**

요약

본 연구는 피트니스센터의 경쟁요인이 고객만족과 재이용의사에 어떠한 영향을 미치는가를 분석하는 것이다. 이에 부산, 경남지역의 피트니스센터 이용고객을 대상으로 설문조사를 실시하여 총 422부의 설문지를 SPSS WIN 23.0과 AMOS WIN 23.0 프로그램을 이용하여 분석하였으며, 다음과 같은 결론을 도출하였다. 첫째, 입지특성의 접근성은 고객만족에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났으나 가시성은 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 둘째, 시설특성의 공간성과 편리성은 고객만족에 모두 영향을 미치는 것으로 나타났다. 셋째, 서비스특성 요인의 반응성과 전문성은 고객만족에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 신뢰성과 공감성은 고객만족에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 넷째, 고객만족은 재이용의사에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 본 연구를 통해서 피트니스센터의 경쟁요인과 고객만족 및 재이용의사는 밀접한 관계가 있다는 사실을 알 수 있었으며, 결국 고객들의 만족과 선호하는 이용패턴을 파악하여 피트니스센터 경영에 적극 반영될 수 있어야 할 것이다.

■ 중심어 : | 피트니스센터 | 경쟁요인 | 고객만족 | 재이용의사 |

Abstract

This study is analysis how the competitive factors of fitness center's affect customer satisfaction and re-use intention. Accordingly, It surveyed fitness center customers in Pusan and Kyungnam, and analyzed amount 422 questionnaires with the SPSS WIN 23.0 and AMOS WIN 23.0 program, so it reached these conclusions. First, the accessibility of location characteristic showed that it had a relevant influence on the customer satisfaction, but the visibility didn't have a relevant influence on it. Second, the spatiality and convenience of the facility characteristic showed that they influenced customer satisfaction. Third, the responsiveness and professionalism of the service characteristic factor showed that they had a relevant influence on the customer satisfaction, but the reliability and empathy didn't have a relevant influence on it. Fourth, the customer satisfaction had a relevant influence on the reuse intention. According to this study, we found that the competition factor was bound up with the customer satisfaction and reuse intention. In the end, grasping customers' satisfaction and preferred utilization pattern should be reflected actively in the fitness center management.

■ keyword : | Fitness Center | Competitive Factors | Customer Satisfaction | Re-use Intention |

I. 서론

1. 연구의 필요성 및 목적

21세기 한국은 국민소득의 향상, 소비문화의 선진화, 평균수명의 연장 등 다양한 현대화에 의해 여가시간의 증대를 가져오게 되었다. 이러한 여가시간의 증대는 현대인들에게 일보다는 가족과 건강의 중요성을 부각시켰으며, 특히 현대인들은 자기 자신의 정신적 안녕과 신체적 아름다움을 유지하고 관리하는데 무엇보다 중요성을 느끼게 되었다. 이제 정부나 국가단체는 국민들의 건강을 위해 스포츠시설의 충원이 현실적으로 불가피한 상황이 되었다. 이에 발맞추어 문화체육관광부[1]의 자료에 의하면 1995년에 등록 및 신고 된 15,866개 소였던 스포츠시설이 꾸준히 증가하여 2015년에는 총 55,857개소로 증가했다고 보고되었으나, 현대인들의 수요를 충족시키기에는 턱없이 부족한 실정이다. 최근에는 현대인들의 건강과 신체관리의 목적을 성취하기 위해 국가가 지원하는 스포츠시설을 넘어서 사설 피트니스센터가 블루칩으로 각광받고 있는데 우리나라에서 피트니스센터는 스포츠센터와는 구별되어진 개념으로 사용되고 있다. 즉, 스포츠센터는 헬스장, 골프장, 수영장 등 2개 이상 다른 형태의 운동 종목을 갖추고 있는 장소를 의미하며, 피트니스센터는 헬스장과 G.X(Group Exercise)프로그램, 유산소 기구 등을 갖추고 있는 장소로 통용되고 있다[2].

피트니스센터는 아직 일반인들에게 스포츠센터처럼 명확하게 통용되는 것은 아니며, 호텔 등의 부대시설 체력단련센터 또는 통상의 스포츠센터 개념으로 건강한 삶을 추구하기 위해 개인에게 알맞은 규칙적인 운동을 함으로써 신체적, 정신적 건강상태를 지속적으로 유지할 수 있도록 제공하는 복합 스포츠 시설이라고 할 수 있다[3]. 이러한 피트니스센터는 국내 스포츠산업 총매출액(40조)의 5%정도를 차지할 정도로 시장이 커졌으며, 심지어 2013년에 6991개의 피트니스센터가 2015년에는 7,931로 수도권을 중심으로 대형화, 기업화, 체인화를 형성하여 하루가 다르게 증가되고 있다 [1]. 이에 피트니스센터 업주들은 고객들의 신뢰도를 높이기 위한 다각적인 노력을 기하고 있다. 특히 고객의 만족 및 재 구매와 관련된 고객의 신뢰도는 다양한 관

점에서 해석되고 있는데 이는 곧 서비스 제공자가 회원들의 이익을 위한 행동으로 이어진다[4]. 여기서 고객신뢰도는 피트니스센터의 경쟁우위를 가져올 수 있는 무형자산이라고 볼 수 있으며[5], 고객의 신뢰도를 올리기 위한 피트니스센터의 시설과 환경 등의 서비스는 회원들의 만족도와 이용기간을 연장하는데 중요한 요인으로 작용하고 있다[6]. 이러한 측면에서 피트니스센터 운영에 대한 연구는 다각적으로 이루어지고 있는데 대부분의 연구가 지도자나 프로그램 등의 서비스 품질에 대한 분석이고, 시설 입지나 접근성 등 부동산적 측면의 연구는 피트니스센터가 아닌 국가적 차원의 스포츠시설에 대한 거시적 연구가 다수였다[7-12]. 하지만 최근 이슈가 되고 있는 피트니스 센터의 접근성, 가시성, 편리성 등의 입지 및 시설특성과 같은 부동산과 관련된 고객의 만족과 재이용에 대한 연구는 미흡한 실정이다. 또한 최근 세계적으로 경제 불황이 장기화되면서 피트니스, GX스포츠 등의 참여스포츠 시장은 경쟁적인 형태로 변모되고 있으며, 이러한 경쟁상황에서 피트니스센터의 운영에 있어 우위를 점하기 위해서는 어떤 요인들이 중요한가에 대한 연구가 중요하다고 사료된다. 따라서 피트니스센터의 서비스뿐만 아니라 센터의 입지나 시설의 특성이 고객만족과 재이용의사에 어떠한 영향을 미치는가를 분석하는 것은 피트니스 산업의 중요한 연구 가치가 있으며, 다각적인 연구가 필요할 것이다.

2. 이론적 배경

모든 시설의 입지특성은 지리적인 위치를 말하는 것으로 이를 선택함에 있어 접근성, 공간성, 환경적인 쾌적성이 고려되어야 하며[13], 이는 부동산이 자리 잡고 있는 위치, 장소의 개념뿐만 아니라 경제적인 활동의 주체가 보유하고 있는 장소를 의미한다. 특히 잘못된 입지선정은 사업장의 경제활동에 뜻하지 않는 결과를 유발하기도 한다[14].

시설특성에서 통합체육시설의 물리적 환경요인 중 접근성은 시설 이용에 있어 긍정적 정서에 정적 영향을 미친다고 하였다[15]. 또한 김영인, 정중구[16]도 피트니스센터의 편리성, 공간주변요소가 고객만족과 충성도에 영향을 미친다고 하였다. 즉, 피트니스센터의 시설의

3대 요건은 기구 구입 및 배치, 장소의 선택(위치, 건물의 평수), 실내설비(샤워장 및 탈의실, 장식)이며 이는 가장 중요한 요소라고 할 수 있다. 또한 시설 주변의 주차 및 교통 편리성, 시설관리 등도 시설만족도에 영향을 미칠 수 있다[17].

서비스특성은 직원들의 반응, 신뢰, 고객들과의 공감 및 직원들이 얼마나 전문성을 갖추고 지도하는가에 대한 고객의 기대 혹은 욕구이며, 이달원, 전병덕, 권기남[18]은 골프연습장을 이용하는 이용객의 유형을 구분하여 지각하는 서비스품질이 고객만족과 충성도에 영향을 미친다고 하였으며, 석부길, 조정환, 고경진[19]은 대학 피트니스센터의 서비스품질이 고객만족과 재이용 의도에 영향을 미친다고 하였다.

고객만족은 고객이 지불하는 비용에 대한 충분한 보상 기대와 선택이 일치할 때 고객이 구매 또는 이용하여 나타나는 반응과 만족에 대한 판단이라 할 수 있으며, 고객의 신뢰에 긍정적인 영향을 미친다고 하였다[20]. 또한 재이용의사는 서비스에 대한 긍정적 만족에 의해 소비자가 반복적인 구매 및 재이용할 가능성으로 해석될 수 있으며[21][22], 스포츠센터에서 고객만족이 높을수록 고객신뢰가 형성됨과 동시에 타 스포츠센터로의 전환이 감소하여 재이용의사에 영향을 줄 수 있다[23]. 특히 노동연[24]은 피트니스센터 고객들의 서비스품질지각이 고객만족 및 재이용의사에 유의한 영향을 미친다고 하였으며, 한용재, 박성준, 류양섭[12]도 퍼스널 트레이닝 참여 고객들의 고객만족이 재이용의사에 유의한 영향을 미친다고 하였다.

현대 사회에서 고객들은 자신이 갖고 있는 경제력을 자기의 욕구를 충족시켜주는 서비스나 제품에 기꺼이 지불하려들기 때문에 피트니스센터의 성공적인 운영을 위해서는 고객만족이라는 목표를 향해서 적극적으로 체계적인 노력을 기울여야 한다. 이에 무한 경쟁의 환경 속에서 피트니스센터가 지금보다 더 성장하고 성공하기 위해서는 경쟁요인의 경쟁력이 높아져야 할 것이다. 따라서 본 연구는 최근 국내 스포츠산업의 블루칩인 피트니스센터의 고객들이 지각하는 입지특성과 시설특성 및 서비스특성이 피트니스센터 이용 고객들의 만족과 후속 행동인 재이용의사에 어떤 영향을 미치는가에 대해 분석하는 것으로 이후 피트니스센터 운영에

있어 고객의 니즈를 반영하여 경영성과를 높일 수 있는 좋은 자료로 활용되고자 하는데 목적이 있다.

다음은 본 연구의 목적을 달성하기 위한 연구가설 및 연구모형이다.

연구가설 1: 피트니스센터의 입지특성은 고객만족에 영향을 미칠 것이다.

연구가설 2: 피트니스센터의 시설특성은 고객만족에 영향을 미칠 것이다.

연구가설 3: 피트니스센터의 서비스특성은 고객만족에 영향을 미칠 것이다.

연구가설 4: 피트니스센터의 고객만족은 재이용의사에 영향을 미칠 것이다.

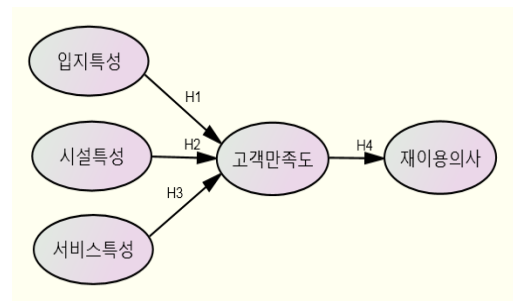


그림 1. 연구모형

II. 연구방법

1. 연구대상

본 연구는 부산광역시 소재의 7개 피트니스센터와 경상남도 소재의 6개 피트니스센터 회원들을 대상으로 일회성이거나 비정기적으로 참여하는 회원들은 제외하고 설문조사를 실시하였다. 설문지 배포 및 회수는 피트니스센터의 특수성을 고려하여 회원의 감정적인 상태가 상대적으로 안정적인 운동시작 전 시점에 맞춰 실시하였으며, 설문조사는 안내 직원이나 트레이너들의 회원 리스트를 바탕으로 대상자들에게 연구에 대한 설명과 동의를 구한 후 설문조사를 실시하였다. 설문조사는 총 500부를 실시하였으며, 응답 중 이중 답변이나 불성실하게 응답된 78부를 제외한 422부를 분석에 이용하였다. 본 연구의 개인적 특성은 [표 1]과 같으며, 성

별에서 남성은 164(38.9%)명, 여성은 258(61.1%)명으로 나타났고, 연령은 20세 미만이 23(5.5%)명, 20-30세 미만이 130(30.8%)명, 30-40세 미만이 109(25.8%)명, 50세 이상이 77(18.2%)명으로 나타났다.

표 1. 연구대상의 개인적 특성 (N=422)

	구 분	n	%
성별	남	164	38.9
	여	258	61.1
연령	20세 미만	23	5.5
	20 - 30세 미만	130	30.8
	30 - 40세 미만	109	25.8
	40 - 50세 미만	83	19.7
	50세 이상	77	18.2
학력	고졸이하	16	3.8
	고졸	93	22.0
	전문대졸	76	18.0
	대졸	192	45.5
	대학원졸	45	10.7

2. 측정도구

본 연구의 측정도구를 살펴보면 입지특성의 접근성은 김태형[25]의 골프연습장의 경영모형 개발에 관한 연구에서 사용한 설문지를 본 연구 상황에 맞게 수정하여 5문항으로 구성되었고, 가시성은 조방현, 이철원, 전태준[26]의 연구에서 사용된 설문지를 본 연구의 실정에 맞게 수정, 보완하여 5문항으로 구성되었다. 시설특성의 측정도구는 Bitner[27], Wakefield와 Blodgett [28], Jeon과 Kim[29]이 사용한 문항들을 본 연구에 맞게 수정 및 보완하여 사용하였으며, 공간성에 대한 5문항, 편리성에 대한 5문항으로 구성되었다. 서비스특성은 Parasuraman, Zeithaml과 Malhotra[30]의 연구에서 사용된 설문지를 바탕으로 본 연구의 실정에 맞게 수정, 보완하였으며, 반응성 5문항, 신뢰성 5문항, 공감성 5문항, 전문성 5문항으로 총 20문항으로 구성되었다. 고객만족과 재이용의사는 Oliver[21]의 연구에서 사용된 문항을 본 연구 실정에 맞게 수정하여 고객만족 5문항과 재이용의사 5문항 총 10문항으로 구성되었다. 따라서 본 연구의 측정도구에 대한 조작적 정의는 [표 2]와 같다. 끝으로 각 문항은 리커트 척도로

“전혀 아니다” 1점에서 “매우 그렇다” 5점까지로 설정하였다.

표 2. 요인별 조작적 정의

요인	조작적 정의
입지특성	지리적인 위치를 설명, 접근성, 공간성, 환경적인 쾌적성이 고려
시설특성	피트니스센터 시설의 3대 요건은 기구 구입 및 배치, 장소의 선택, 실내설비
서비스특성	직원들이 얼마나 전문성을 갖추고 지도하는가에 대한 고객의 기대 혹은 욕구
고객만족	고객이 구매 또는 이용하여 나타나는 반응과 만족에 대한 판단
재이용의사	소비자가 반복적인 구매 및 재이용할 가능성

3. 자료분석

설문조사에서 회수된 422부의 설문지를 SPSS WIN 23.0과 AMOS WIN 23.0 프로그램을 이용하여 분석하였다. 먼저 피트니스센터 고객들의 일반적 특성은 빈도 분석을 통해 확인하였으며, 피트니스센터의 입지, 시설, 서비스특성과 고객만족, 재이용의사에 대한 신뢰성과 타당성을 검증하기 위해 탐색적, 확인적 요인분석을 실시하였다. 끝으로 피트니스센터의 경쟁특성이 고객만족 및 재이용의사에 미치는 영향에 대한 분석에 앞서 각 요인에 대한 상관관계분석을 실시하였으며, 최종 인과관계분석은 구조방정식모형 분석을 실시하였다.

III. 결 과

1. 탐색적 요인분석

본 연구에서 요인회전방법은 직접 오블리민 방식을 실시하였으며, 요인추출은 고유값이 1이상의 요인을 추출하였다. 평가기준은 요인적재값이 .4이상, 추출된 요인의 누적설명력은 .5이상으로 설정하였다. KMO 표준적합도 지수와 Bartlett의 단위행렬검정을 실시하였으며, 그 결과 입지특성, 시설특성, 서비스특성, 고객만족 및 재이용의사 모든 요인이 KMO 표준적합도 지수가 > .5 이하였고, Bartlett의 단위행렬검정 P < .05로 나타나 표본 및 상관행렬이 적절하다고 평가되었다. 또한

표 3. 탐색적 요인분석(입지특성)

요인	항목	부하량	고유값	%분산/%누적	Cronbach's α	AVE
가시성	Q7. 피트니스센터를 쉽게 찾을 수 있다	.850	5.193	51.925 / 51.925	.900	.698
	Q8. 피트니스센터는 시각적으로 보기에 좋다	.818				
	Q10. 피트니스센터는 알기 쉬운 곳에 위치하고 있다	.817				
	Q6. 피트니스센터가 눈에 잘 띄는 곳에 있다	.815				
	Q9. 피트니스센터는 주변 경관과 조화롭다	.759				
접근성	Q4. 피트니스센터는 집에서 거리가 가깝다	.809	1.451	14.512 / 66.437	.830	.603
	Q1. 피트니스센터에 접근하는 교통은 편리하다	.774				
	Q5. 피트니스센터 주변 교통 혼잡이 없는 편이다	.730				
	Q3. 피트니스센터의 진입로 여건은 좋다	.726				
	Q2. 피트니스센터는 인지도가 높은 장소에 있다	.575				

KMO = .886, Bartlett χ^2 = 2306.488, p = .000

표 4. 탐색적 요인분석(시설특성)

요인	항목	부하량	고유값	%분산/%누적	Cronbach's α	AVE
편리성	Q7. 피트니스센터의 주차시설은 혼잡하지 않다	.845	5.098	50.984 / 50.984	.879	.580
	Q8. 피트니스센터의 부대시설이 다양하다	.797				
	Q6. 피트니스센터의 주차시설은 편리하다	.782				
	Q9. 피트니스센터의 편의시설이 양호하다	.754				
	Q10. 피트니스센터의 휴게시설은 편리하다	.748				
공간성	Q3. 피트니스센터의 가구 활용도가 좋은 편이다	.831	1.483	14.830 / 65.814	.846	.687
	Q2. 피트니스센터의 시설은 양호하다	.820				
	Q4. 피트니스센터 시설의 공간 구성이 적합하다	.800				
	Q5. 피트니스센터의 이동 동선이 적합하고 편리하다	.720				
	Q1. 피트니스센터의 규모가 큰 편이다	.584				

KMO = .862, Bartlett χ^2 = 2470.628, p = .000

신뢰도 분석 결과 모든 요인이 Cronbach α 계수가 .8 이상으로 신뢰도가 적합하였으며, 판별 타당도를 검증하기 위한 평균분산추출(AVE)을 비교한 결과도 각 요인의 제공값이 AVE값을 초과하지 않는 것으로 나타나 판별타당성이 확보되었다. 따라서 본 연구의 탐색적 요인분석에 대한 결과는 [표 3-표 6]과 같다.

2. 확인적 요인분석

[표 7]은 탐색적 요인분석의 10개 요인에 대해 확인적 요인분석을 실시 한 결과로 NFI, TLI, CFI, 지수가 대부분 .9보다 높게 나타나 적합하다고 평가되며, RMSEA가 .1이하로 나타나 매우 적합한 모델로 판단할 수 있다.

3. 상관관계분석

[표 8]은 피트니스센터의 경쟁요인이 고객만족 및 재

표 5. 탐색적 요인분석(서비스특성)

요인	항목	부하량	고유값	%분산/%누적	Cronbach's α	AVE
신뢰성	Q6. 직원은 약속했던 서비스를 잘 지킨다	.786	11.452	57.262 / 57.262	.938	.859
	Q8. 직원들은 고객의 불평을 잘 처리한다	.782				
	Q9. 피트니스센터 서비스는 신뢰할 수 있다	.780				
	Q10. 직원들에 대한 신뢰가 있다	.776				
	Q7. 최선을 다해 고객을 돕고자 하는 의지를 보인다	.768				
반응성	Q2. 직원은 친절하게 고객을 응대한다	.861	1.706	8.529 / 65.792	.941	.829
	Q1. 직원은 예의가 바르고 공손하다	.837				
	Q3. 직원은 옷차림과 용모가 단정하다	.807				
	Q4. 직원은 고객요구사항을 신속히 처리한다	.747				
	Q5. 직원은 바쁜 시간에도 고객요구에 신속하게 대응 한다	.729				
전문성	Q18. 직원은 운동자세 및 잘못된 것을 정확하게 교정하여 준다.	.820	1.268	6.340 / 72.132	.938	.817
	Q17. 직원은 잘못된 자세를 정확하게 교정하여 준다	.800				
	Q19. 직원은 고객의 질문에 쉽고 자세하게 설명하고 지도한다.	.738				
	Q16. 레슨은 전문적이고 체계적으로 운영되고 있는 편이다	.738				
	Q20. 직원은 고객레슨 관리를 철저하게 한다.	.729				
공감성	Q15. 고객을 위한 모임 장소를 제공한다	.820	1.189	5.945 / 78.077	.869	.656
	Q14. 고객을 위한 휴게 공간을 제공한다	.790				
	Q12. 직원들은 고객의 문제를 적극적으로 도와주려고 한다	.639				
	Q11. 직원들은 고객에게 개인적인 관심을 가지고 있다	.619				
	Q13. 직원들은 회원의 입장을 생각한다	.593				

KMO = .949, Bartlett $\chi^2 = 7933.125, p = .000$

표 6. 탐색적 요인분석(고객만족 및 재이용의사)

요인	항목	부하량	고유값	%분산/%누적	Cronbach's α	AVE
고객만족	Q2. 내가 이용하는 피트니스센터의 시설에 만족한다	.854	1.808	12.914 / 63.541	.921	.834
	Q3. 내가 이용하는 피트니스센터의 서비스에 만족한다	.825				
	Q4. 내가 이용하는 피트니스센터가 마음에 든다	.824				
	Q1. 내가 이용하는 피트니스센터의 입지에 만족한다	.817				
재이용의사	Q7. 현재 피트니스센터의 비용이 조금 오르더라도 계속 이용할 것이다	.759	1.148	8.203 / 71.744	.871	.692
	Q6. 현재 서비스가 지속되는 한 지금의 피트니스센터를 계속 이용할 것이다	.745				
	Q5. 지금 이용하는 피트니스센터를 계속 이용할 의향이 있다	.738				
	Q8. 주변에 새로운 피트니스센터가 생겨도 나는 계속 이곳을 이용할 것이다	.732				
	Q9. 내가 이용하는 피트니스센터에 대한 불만이 없다	.686				

KMO = .915, Bartlett $\chi^2 = 3974.108, p = .000$

표 7. 확인적 요인분석(입지특성, 시설특성, 서비스특성, 고객만족 및 재이용의사)

구분	요인명	χ^2	df	p	NFI	TLI	CFI	RMSEA	RMR
적합도지수	입지특성	92.073	31	.000	.960	.961	.973	.068	.029
	시설특성	82.560	32	.000	.967	.971	.979	.061	.023
	서비스특성	458.951	162	.000	.940	.953	.960	.066	.020
	고객만족 및 재이용의사	162.612	72	.000	.958	.970	.976	.055	.026

표 8. 각 요인의 상관관계분석

항목	접근성	가시성	공간성	편리성	반응성	신뢰성	공감성	전문성	고객만족	재이용의사
접근성	1									
가시성	.588**	1								
공간성	.377**	.409**	1							
편리성	.347**	.442**	.548**	1						
반응성	.414**	.315**	.463**	.331**	1					
신뢰성	.349**	.326**	.493**	.330**	.666**	1				
공감성	.412**	.394**	.446**	.457**	.553**	.651**	1			
전문성	.388**	.332**	.499**	.405**	.690**	.692**	.622**	1		
고객만족	.465**	.407**	.557**	.511**	.653**	.600**	.555**	.710**	1	
재이용의사	.348**	.345**	.449**	.403**	.524**	.563**	.474**	.548**	.649**	1

**p<0.01, *p<0.05

표 9. 구조방정식모형의 적합도

구분	χ^2	df	p	NFI	TLI	CFI	RMSEA	RMR
적합도 지수	3046.343	1330	.000	.843	.897	.905	.055	.034

이용의사에 미치는 영향을 살펴보기에 앞서 독립변수, 매개변수, 종속변수들과의 상관관계를 분석한 것이다. 독립변수 피트니스센터의 경쟁요인 중 입지특성, 시설 특성, 서비스 특성과 매개변인의 하위요인 고객만족 및 종속변인 재이용의사의 상관관계 분석결과는 모든 요인이 유의한 상관이 있는 것으로 나타났다.

4. 인과관계분석

피트니스센터의 경쟁요인이 고객만족 및 재이용의사에 미치는 영향에 대한 인과관계 검증은 구조방정식을 이용하였으며, 적합도 지수는 [표 9]와 같이 NFI, TLI의 수치가 .9보다 낮게 나타났으나 .9에 가까운 수치로 나타나 비교적 적합하다고 판단되며, RMSEA, 지수도

.1이하로 나타나 양호한 모델로 수용 가능한 범위 안에 있는 것으로 나타났다.

각 가설에 대한 검증결과는 [표 10]과 같이 첫째, 입지특성 중 접근성이 고객만족에 미치는 영향에서 입지특성 중 접근성은 표준화 계수가 .103으로 나타나 유의한 영향을 치는 것으로 나타났으나 가시성은 -.008로 나타나 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 둘째, 시설특성이 고객만족에 미치는 영향에서 공간성과 편리성 모두 표준화 계수가 .109, .187로 나타나 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 셋째, 서비스특성이 고객만족에 미치는 영향은 반응성과 전문성의 표준화 계수가 .202, .379로 나타나 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으나 신뢰성과 공감성의 표준화 계수가

표 10. 연구가설 경로분석

연구가설	경로	비표준화 계수	표준화계수	S.E.	C.R.	p값	가설채택여부
H1	접근성 → 고객만족	.136	.103	.060	2.288	**	채택
	가시성 → 고객만족	-.011	-.008	.043	-2.62	.793	기각
H2	공간성 → 고객만족	.115	.109	.057	2.021	**	채택
	편리성 → 고객만족	.141	.187	.036	3.908	***	채택
H3	반응성 → 고객만족	.202	.218	.050	4.055	***	채택
	신뢰성 → 고객만족	.075	.076	.060	1.242	.214	기각
	공감성 → 고객만족	-.032	-.013	.078	-4.16	.677	기각
	전문성 → 고객만족	.327	.379	.053	6.214	***	채택
H4	고객만족 → 재이용의사	.535	.585	.049	10.895	***	채택

.076, -.013으로 나타나 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 넷째, 고객만족이 재이용의사에 미치는 영향은 표준화 계수가 .585로 나타나 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

IV. 논 의

본 연구는 피트니스센터의 경쟁요인이 고객만족 및 재이용의사에 어떠한 영향을 미치는가에 대한 분석으로 결과를 통해 나타난 논의는 다음과 같다.

첫째 피트니스센터의 입지특성이 고객만족에 미치는 영향에서 입지특성 중 접근성은 고객만족에 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 가시성은 고객만족에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

김우영, 최민섭[31]에 의하면 접근성이 좋은 약국이 고객의 재방문에 긍정적인 영향을 미친다고 하였으며, 프랜차이즈 커피전문점에 대한 연구에서도 입지특성 중 접근성이 중요한 요인이므로 접근성을 고려해야 한다고 하였다[32]. 스포츠시설과 관련된 연구에서는 접근성이 좋은 생활체육시설이 고객들의 만족도와 시설 이용도를 높이는데 효과가 있기 때문에 입지특성의 고려가 시설운영 등의 효율성을 높이는데 중요한 요소라고 하였다[33]. 또한 체육시설의 접근성은 구전의도에도 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다[15]. 이는 결국 지리적 접근성이 고객만족도에 영향을 미친다는 사실을 알 수 있으며[34], 선행연구의 결과와 본 연구의 결과가 유사하다는 사실을 알 수 있다.

피트니스센터를 이용하고자 하는 잠재적인 고객들은 시각적인 가시성에 대해 고려할 수 있으나 피트니스센터를 이용하고 회원으로 등록하게 되면 이를 더 이상 중요하게 인지하지 못하는 경우가 대부분이다. 하지만

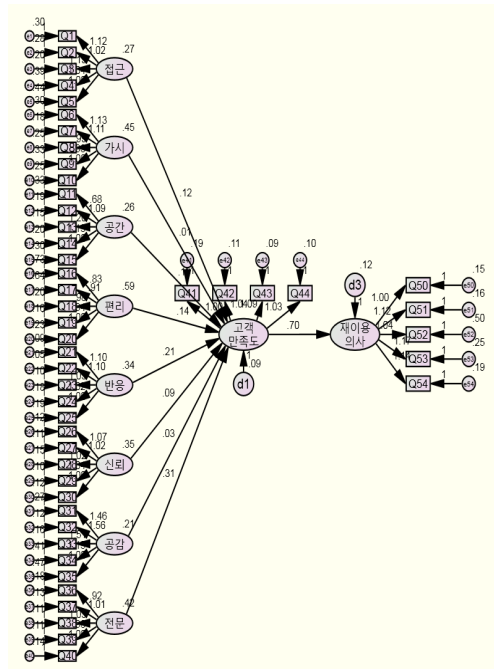


그림 2. 구조방정식 모형

피트니스센터를 이용하는 고객들은 자신이 가장 쉽게 접근 할 수 있는 곳에 위치한 센터를 선택하는 것이 시간 및 경제적인 측면에서 효율성이 있을 것이며, 대중교통이나 자가용을 이용하더라도 집과 가까운 거리에서 도보로 방문하는 분들이 많기 때문에 가시성 보다는 접근성이 편리한 곳을 선택하는 것이 좋을 것이다. 즉, 신규고객을 유치하기 위해서는 접근성이 좋은 곳에 위치하는 것이 유리할 것이며, 장기고객들의 다른 시설로의 전환을 방지하기 위해서는 고객들과의 소통을 통한 피트니스센터에 대한 신뢰형성이 중요할 것이다.

둘째, 피트니스센터의 시설특성이 고객만족에 미치는 영향에서 공간성과 편리성 모두 고객만족에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

김찬미, 조연철[35]의 연구에서 편리성, 공간성, 매력성 등의 실내상황 요인이 서비스만족에 높은 영향을 미친다고 하였으며, 골프연습장에 관한 연구에서도 시설 특성의 공간성과 편리성 모두 고객만족에 영향을 미친다고 하였다[14]. 피트니스센터와 관련된 연구에서도 편리성, 공간 주변요소, 심미성이 고객만족과 충성도에 영향을 미친다고 하였다[8][16]. 이러한 선행연구와 동일하게 본 연구에서도 시설특성의 요인인 공간성과 편리성 모두에서 고객만족에 영향을 미친다는 사실을 확인할 수 있었다. 이러한 결과는 시설특성이 피트니스센터의 경영측면에서 고객들의 만족을 높이기 위한 중요한 요인으로 작용한다고 볼 수 있기 때문에 주차시설, 부대시설, 피트니스센터 동선 및 기구 위치 등의 개선에 많은 노력을 기울여야 한다는 사실을 재확인시켜주는 의미로 볼 수 있다. 따라서 피트니스센터의 고객들을 만족시키기 위해서는 시설특성에 중점을 두어 시설을 구비해야 할 것이다.

셋째, 피트니스센터의 서비스특성이 고객만족에 미치는 영향에서는 반응성과 전문성이 고객만족에 영향을 미치는 것으로 나타났고, 신뢰성과 공감성은 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

대학 내의 피트니스센터 서비스품질과 고객만족의 연구에서 서비스 품질이 고객만족과 재이용의사에 유의한 영향을 미쳤다고 하였고[19], 체육시설인 태권도장에 관한 연구에서도 태권도장의 관원들이 서비스품질에 대한 지각이 높을수록 고객과의 유대관계가 높아

져 고객만족에 영향을 미친다고 하였으며[36], 한용재, 박성준, 류양섭[12]도 서비스 특성이 고객만족에 전반적으로 영향을 미친다고 하였다. 이러한 결과를 통해 피트니스센터는 고객들과의 밀접한 관계 속에서 이루어지기 때문에 고객의 반응이 중요하다고 사료되며, 특히 프로그램지도 시 지도자의 전문성이 고객만족에 많은 영향을 준다고 볼 수 있다. 따라서 고객들의 문제를 적극적으로 도와주려는 의지를 보여주어 고객들로 하여금 신뢰를 가질 수 있도록 만드는 것이 중요하다.

넷째, 피트니스센터의 고객만족이 재이용의사에 미치는 영향에서 고객만족은 재이용의사에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

스포츠센터 회원들의 고객만족과 재이용의도에 관한 연구에서 센터 고객들이 지각하는 실내디자인과 서비스품질은 고객만족과 재구매의도에 긍정적인 영향을 미친다고 하였으며[15], 한용재, 박성준, 류양섭[12]은 퍼스널 트레이닝 참여 고객들의 고객만족이 재이용의사에 유의한 영향을 미친다고 하였으며, 이와 유사한 피트니스센터 및 퍼스널트레이닝에 관한 연구에서도 고객들의 만족이 재이용의사에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다[21][37][38]. 따라서 본 연구의 결과를 통해 피트니스센터의 고객들은 입지, 시설, 서비스 특성에 대한 만족을 통해 결국 피트니스센터의 재이용을 하게 된다는 사실을 확인할 수 있었다. 따라서 피트니스센터의 경쟁력을 강화하고 지속적이고, 장기간 동안 이용할 수 있는 고객의 확보를 위해서는 입지특성, 시설특성, 서비스특성 요인에 대한 개선 및 보완에 중점을 두고 피트니스센터가 운영되어야 할 것이다.

V. 결론

본 연구는 피트니스센터 회원들을 대상으로 입지특성, 시설특성, 서비스특성이 고객만족과 고객들의 재이용의사에 어떠한 영향을 미치는가에 대한 분석으로 연구대상은 부산, 경남지역 피트니스센터이용 고객을 대상으로 편의표본추출법을 이용하여 500명을 대상으로 설문조사를 실시하였으며 총 422부의 설문지를 바탕으로 SPSS WIN 23.0과 AMOS WIN 23.0 프로그램을

이용하였다. 따라서 본 연구의 목적을 달성하기 위하여 선행연구의 이론적 고찰을 토대로 연구모형과 가설을 설정하였으며, 구조방정식모형 분석을 통해 피트니스센터 이용고객의 경쟁요인이 고객만족과 재이용의사에 미치는 영향에 대한 본 연구의 결론은 다음과 같다.

첫째, 입지특성에서는 접근성은 고객만족에 있어 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났으나 가시성은 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

둘째, 시설특성인 공간성과 편리성은 고객만족에 모두 영향을 미치는 것으로 나타났다.

셋째, 서비스특성 요인들은 반응성과 전문성에서 고객만족에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 신뢰성과 공감성은 고객만족에 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

넷째, 고객만족은 재이용의사에 통계적으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

본 연구는 피트니스센터의 고객만족과 재이용의사에 대해 부동산적인 요인을 접목시켜 연구한 자료로 의미가 있다고 볼 수 있다. 따라서 피트니스센터의 경쟁력을 강화하고 지속적으로 고객확보를 위해서는 접근성, 공간성, 편리성, 반응성, 전문성 요인에 대한 개선 및 보완에 중점을 두고 운영되어야 할 것이다. 또한 본 연구는 부동산적인 요소가 피트니스산업 분야의 활용과 운동센터의 구조적 형태에 따른 고객들의 만족과 선호하는 이용패턴의 내부속성을 파악하는데 도움을 줄 것이며, 결국, 실무적으로 피트니스센터의 경영에 적용할 수 있는 시사점을 줄 수 있다는 점에서 학문적 의의를 가진다. 끝으로 본 연구는 부산과 경남지역에 위치한 피트니스센터 고객을 대상으로 설문조사를 실시했다는 점과 운동경력에 대한 조사를 실시하지 않아 본 연구의 한계점이 있으며, 향후 이에 대한 내용이 추가적으로 연구되어야 할 것이다.

참 고 문 헌

[1] 문화체육관광부, *전국 등륵신고 체육시설 현황*, 2014.
 [2] 김은정, 김용만, 이계석, "상업스포츠센터의 명성이 태도, 충성도 및 고객유지에 미치는 영향," 한국스포츠산업경영학회지, 제10권, 제4호, pp.17-30, 2005.

[3] 김우철, *스포츠센터 경영론*, 학우사, 2016.
 [4] L. A. Crosby, K. R. Evans, and D. Cowles, "Relationship quality in services selling: an interpersonal influence perspective," *The journal of marketing*, Vol.54, No.3, pp.68-81, 1990.
 [5] P. C. Kalafut and J. Low, *Invisible advantage: How intangibles are driving business performance*, Perseus publishing, 2003.
 [6] B. J. Mullin, S. Hardy, and W. A. Sutton, *Sport marketing (Vol. 13)*, Human Kinetics, 2007.
 [7] 김송은, *Zumba Fitness 참여자가 지각한 서비스품질이 전환장벽 및 고객충성도에 미치는 영향*, 원광대학교, 박사학위논문, 2017.
 [8] 박상배, "스포츠센터 물리적 환경과 고객만족, 전환비용 및 재이용의도의 관계," 한국체육과학회지, 제21권, 제6호, pp.93-106, 2012.
 [9] 오주성, 이성철, "상업스포츠센터의 서비스품질이 고객만족과 신뢰 및 재이용의도에 미치는 영향," 한국체육과학회지, 제19권, 제3호, pp.709-720, 2010.
 [10] 남궁진, 배정섭, 원도연, "피트니스센터 여성회원들의 서비스스케이프에 대한 중요도 및 만족도 분석," 한국여성체육학회지, 제30권, 제3호, pp.209-231, 2016.
 [11] 추나영, 배성우, 조송현, "스포츠센터의 핵심서비스품질, 관계혜택, 대안매력도, 전환비용, 고객만족 및 재이용의도의 관계," 한국스포츠산업경영학회지, 제16권, 제6호, pp.59-71, 2011.
 [12] 한용재, 박성준, 류양섭, "스포츠센터 퍼스널트레이너 레슨 참여자들의 서비스품질지각이 고객만족 및 재구매의도에 미치는 영향," 한국웰니스학회지, 제9권, 제2호, pp.57-67, 2014.
 [13] M. Fujita, *Urban economic theory: land use and city size*, Cambridge university press, 1989.
 [14] 서창적, 박승철, "실외 골프연습장의 서비스품질과 입지품질이 고객만족과 재이용의도에 미치는 영향," 한국서비스경영학회 학술대회, pp.21-43, 2007.
 [15] 김춘중, 박상수, 황종문, "통합체육시설의 물리적 환경이 감정반응 및 지속행동에 미치는 영향," 한국사회체육학회지, 제47권, 제1호, pp.773-782, 2012.
 [16] 김영인, 정구중, "피트니스클럽의 물리적환경이 고객만족 및 충성도에 미치는 영향," 한국체육과학회지, 제21권, 제2호, pp.715-728, 2012.

- [17] 조창호, *피트니스클럽 이용자의 시설 만족과 서비스 만족이 운동지속의사에 미치는 영향*, 원광대학교, 석사학위논문, 2011.
- [18] 이달원, 전병덕, 권기남, “골프연습장 이용자들의 서비스품질, 고객만족도, 고객충성도, 소비자행동 간의 구조적 관계,” 한국체육학회지, 제56권, 제2호, pp.349-361, 2017.
- [19] 석부길, 조정환, 고경진, “대학 피트니스센터의 이용 지속성 강화를 위한 인적-물적 서비스 품질과 소비자 신뢰 간 역할관계 분석,” 한국체육학회지, 제56권, 제5호, pp.497-509, 2017.
- [20] J. T. Bowen and S. L. Chen, “The relationship between customer loyalty and customer satisfaction,” *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol.13, No.4, pp.213-217, 2001.
- [21] R. L. Oliver, “Cognitive, affective, and attribute bases of the satisfaction response,” *Journal of consumer research*, Vol.20, No.3, pp.418-430, 1993.
- [22] Richard L. Oliver, “Whence consumer loyalty?,” *the Journal of Marketing*, Vol.63, pp.33-44, 1999.
- [23] 김순희, “스포츠센터 이용고객이 인식하는 서비스스케이프가 고객만족, 고객신뢰 및 재등록의도와의 관계,” 한국콘텐츠학회논문지, 제14권, 제10호, pp.287-297, 2014.
- [24] 노동연, “스포츠센터 소비자의 서비스 품질지각과 서비스가치, 고객만족 및 재이용의사의 관계,” 한국스포츠산업경영학회지, 제9권, 제4호, pp.71-88, 2004.
- [25] 김태형, *골프연습장의 경영모형개발에 관한 연구*, 동아대학교, 박사학위논문, 2008.
- [26] 조방현, 이철원, 전태준, “골프연습장 이용자의 서비스 만족이 재구매에 미치는 영향,” 한국체육학회지, 제43권, 제2호, pp.179-188, 2004.
- [27] M. J. Bitner, “Servicescapes: The impact of physical surroundings on customers and employees. *The Journal of Marketing*, Vol.56, No.2, pp.57-71, 1992.
- [28] K. L. Wakefield and J. G. Blodgett, “The effect of the servicescape on customers’ behavioral intentions in leisure service settings,” *Journal of services marketing*, Vol.10, No.6, pp.45-61, 1996.
- [29] S. Jeon and M. S. Kim, “The effect of the servicescape on customers’ behavioral intentions in an international airport service environment,” *Service Business*, Vol.6, No.3, pp.279-295, 2012.
- [30] A. Parasuraman, V. A. Zeithaml, and A. Malhotra, “ES-QUAL: A multiple-item scale for assessing electronic service quality,” *Journal of service research*, Vol.7, No.3, pp.213-233, 2005.
- [31] 김우영, 최민섭, “약국의 입지특성 및 서비스품질이 약국의 추천의도에 미치는 영향에 관한 연구,” 부동산학연구, 제18권, 제4호, pp.197-216, 2012.
- [32] 신유진, 최승두, “프랜차이즈 커피전문점의 상가 입지요인 분석 연구,” 한국주거환경학회지, pp.15-25, 2014.
- [33] 김홍순, 유지곤, “생활체육시설의 입지관련 적정성에 관한 연구,” 도시행정학보, 제21권, 제1호, pp.157-183, 2008.
- [34] 범철호, 유충경, “골프연습장의 서비스 품질이 고객의 신뢰와 재구매 의도에 미치는 영향,” *골프연구*, 제9권, 제1호, pp.51-60, 2015.
- [35] 김찬미, 조연철, “헬스클럽의 물리적 환경이 재방문 및 구전의도에 미치는 영향,” 한국사회체육학회지, 제19권, 제1호, pp.285-293, 2003.
- [36] 김삼중, *태권도장 서비스 품질이 고객만족, 전환장벽, 및 고객충성도에 미치는 영향*, 경희대학교, 박사학위논문, 2007.
- [37] 차공훈, *체육시설 이용자의 재이용의사 형태분석: 실외골프연습장의 서비스 품질을 중심으로*, 서울벤처대학원대학교, 박사학위논문, 2015.
- [38] 송강영, “퍼스널 트레이닝 회원들이 지각하는 관계혜택과 고객만족 및 고객애호도와의 구조적관계,” 한국콘텐츠학회논문지, 제14권, 제10호, pp.618-628, 2015.

저 자 소 개

김 민 수(Min-Soo Kim)

정회원



- 2003년 8월 : 동아대학교 교육대학원(교육학석사)
- 2018년 8월 : 부산대학교 대학원(경영학박사)
- 현재 : 스마트 핏 지점장

〈관심분야〉 : 스포츠경영, 피트니스 산업 등

정 우 석(Woo-Suk Chung)

정회원



- 2001년 8월 : 동아대학교 교육대학원 (체육교육학석사)
- 2013년 8월 : 동아대학교 대학원 (체육학박사)
- 현재 : 동아대학교 시간강사

〈관심분야〉 : 스포츠사회학, 스포츠교육학