

# 필라테스 이용자가 지각한 서비스 품질이 이용자의 재이용의도에 미치는 영향: 기능적 가치와 감정적 가치의 매개효과 연구

## Effects of Service Qualities Perceived by the Pilates Users on Their Reuse Intention: A Study on Mediating Effect of Functional and Emotional Values

정난희

구미대학교 스포츠건강관리과

Nan-hee Jeong(Cji3530@naver.com)

### 요약

본 연구는 최근 증가하고 있는 체육활동 종목으로 필라테스 교육 시설의 서비스 품질과 재이용의도 간의 관계에서 이용자의 지각된 가치의 영향을 파악하고자 한다. 본 연구는 필라테스 센터를 이용하는 이용자 487 명을 대상으로 설문조사를 실시하였고, 수집된 자료는 SPSS 23.0, AMOS 23.0 프로그램을 사용하여 분석하였다. 분석결과는 다음과 같다. 첫째, 필라테스 이용자가 지각한 서비스 품질인 외적서비스, 학원강사자질, 교육프로그램, 학원수강료는 모두 재이용의도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 필라테스 이용자가 지각한 서비스 품질인 외적서비스, 학원강사자질, 교육프로그램, 학원수강료는 모두 기능적 가치와 감정적 가치에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 셋째, 필라테스 이용자가 지각한 기능적 가치와 감정적 가치는 재이용의도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 넷째, 기능적 가치의 매개효과를 살펴보면, 필라테스 교육 시설의 서비스 품질인 외적서비스, 학원강사자질, 교육프로그램, 학원수강료와 재이용의도 간의 관계에서 모두 기능적 가치의 유의한 매개효과가 있는 것으로 나타났다. 다섯째, 감정적 가치의 매개효과를 살펴보면, 필라테스 교육 시설의 서비스 품질인 교육프로그램, 학원수강료와 재이용의도 간의 관계에서 감정적 가치의 유의한 매개효과가 있는 것으로 나타났다.

■ 중심어 : 필라테스 | 서비스 품질 | 기능적 가치 | 감정적 가치 | 재이용의도 |

### Abstract

This study is aimed to investigate the effects of perceived value of the users in the relationship between service qualities of the Pilates training centers, which has been recently increasing, and their reuse intention. A survey research was conducted with 487 users who used the Pilates training centers and collected data were analyzed using SPSS 23.0 and AMOS 23.0 programs. The analysis results are as follows. First, service qualities perceived by the Pilates users including external service, quality of trainers, training program, and tuition fee showed significant impact on reuse intention, positively. Second, service qualities perceived by the Pilates users including external service, quality of trainers, training program, and tuition fee showed significant impact on both functional and emotional values, positively. Third, functional and emotional values perceived by the Pilates users showed significant impact on reuse intention, positively. Fourth, significant mediating effect of functional value was found in the relationship between service qualities of the Pilates training centers, which were external service, quality of trainers, training program, and tuition fee, and reuse intention. Fifth, significant mediating effect of emotional value was found in the relationship between service qualities of the Pilates training centers including training program and tuition fee, and reuse intention.

■ keyword : Pilates | Service Quality | Functional Value | Emotional Value | Reuse Intention |

## I. 서론

필라테스는 몸의 균형을 바로 잡아주고 몸의 근력과 균형 및 유연성을 향상시키는데 효과적인 운동으로, 제 1차 세계대전 당시 수용당한 군인들의 재활 치료를 목적으로 조셉 필라테스(Joseph H. Pilates)가 개발하였다. 필라테스는 ‘조절학(contrology)’으로 불리며 신체와 정신을 연결하고 조절해주는 운동법으로 알려졌으며, 호흡과 동작의 조화로 신체 중심부를 안정화하는 근육운동이다. 몸의 순환을 원활하게 하여 노화방지와 미용에도 효과적이며, 호흡법을 통해 마음을 안정시킬 수 있고, 집중력과 기억력을 증대시키는 효과와 함께 스트레스 해소 통제력, 조절 능력 등을 향상시키는 심리적 효과도 큰 것으로 알려져 있다[1]. 필라테스 운동의 기초적인 원리는 호흡(breathing), 중심화(centering), 정확성(precision), 조절(control), 집중(concentration), 흐름(flowing movement), 안정성(stability)의 7가지이며, 이는 필라테스 운동에 필수적인 요소로, 이 원리를 인지하고 운동을 했을 때 효과를 최대화 할 수 있다. 또한 필라테스는 운동의 원리를 현대인에 적합한 움직임으로 계속해서 발전시키며 세계적으로 인정받고 있다[2].

문화체육관광부(2019)의 2019년 국민생활체육조사 보고서에 의하면 규칙적 생활체육 참여자들의 7.8%가 주로 참여하는 체육활동 종목이 ‘요가·필라테스·태보’로, 이는 참여율 상위에 해당하며 2017년 이후 꾸준히 증가하는 추세이다. 특히 20대와 30대 여성에서는 각각 41.9%(1위), 23.5%(2위)가 ‘요가·필라테스·태보’에 규칙적으로 참여한다고 응답하여 젊은 여성층에서 필라테스의 인기를 간접적으로 확인할 수 있다. 또한 규칙적 체육활동 참여자와 비규칙적 체육활동 참여자 모두 향후 시간적·금전적 여유 시 ‘요가·필라테스·태보’에 참여하고 싶다는 응답의 비중이 높아 참여 희망 운동 순위에서 상위를 차지하고 있다[3].

이처럼 필라테스는 경제적 생활수준 향상으로 건강한 삶, 행복한 삶을 지향하는 현대인들의 관심을 받기 시작하며 참여가 지속적으로 높아지고 있다. 특히 최근에는 대중매체를 통해 유명 연예인과 운동선수들의 몸매관리 및 건강요법으로 필라테스가 많이 노출되고 있

어 그 수요가 더욱 증가하고 있는 실정이다[4]. 뿐만 아니라 한국직업능력개발원 민간자격 정보 서비스에 등록된 필라테스 관련 자격증은 2011년 2개에 불과하던 것이 2017년 9월 기준 204개로 무려 100배나 증가하였으며[5], 요가와 필라테스 강습소는 전국적으로 4,300개 이상이 영업 중인 것으로 추정되고 있어[6] 시장규모가 빠르게 성장하고 있음을 알 수 있다.

이와 같은 필라테스의 양적인 성장과 더불어 질적인 성장을 도모하기 위해서는 다양한 연구가 진행되어야 한다. 그러나 필라테스 관련 선행연구들을 살펴보면 비만, 고혈압, 심혈관질환, 건강관련 체력, 균형능력, 정신 및 심리적 행복감 등 운동 생리학 분야와 스포츠 심리학 분야에서의 운동 효과에 대한 연구가 대부분을 차지하고 있고[7], 필라테스 이용자의 저변을 확대하기 위한 소비자 및 마케팅 관련 연구는 미흡한 실정이다. 필라테스 이용자의 운동지속의도에 대한 선행연구들을 살펴보면, 이용자 개인의 차원에서 여가만족도가 운동지속의도에 영향을 미친다고 보고한 연구[8]와 노인 참여자들의 사회지원과 심리적 안녕감이 운동지속의도에 영향을 미친다고 밝힌 연구[9], 신체적 자기개념이 참여 의사에 영향을 미친다고 한 연구[10] 등이 있다. 필라테스 교육 서비스와 관련된 연구로는 노수연(2016)이 피트니스 센터에서 필라테스에 참가하는 참가자들을 대상으로 필라테스 지도자의 전문성과 매력성이 참가자의 운동지속에 미치는 영향을 확인하였고[11], 김송은(2018)은 필라테스 센터의 필라테스 교육서비스 품질과 교육성과 및 고객충성도 간의 인과관계를 알아보았으며[12], 노수연(2020)은 필라테스 센터의 서비스 품질과 관계의 질 및 구매 후 행동의 관계를 분석하였다[13].

필라테스가 타 운동종목과 비교하여 경쟁적인 우위를 차지하고 시장점유율을 증가시켜 수익성을 확보할 수 있도록 필라테스 교육 시설 이용 활성화를 위한 다양한 연구가 필요함에도 관련된 선행연구가 많지 않다. 선행연구에서 필라테스 교육 시설의 서비스 품질이 재이용의도에 영향을 미치는 것이 검증되었으나 재이용의도를 더욱 향상시킬 수 있는 요인으로 서비스 품질과 재이용의도 간의 관계에서 이용자의 지각된 가치의 영향을 파악한 연구는 전무한 실정이다. 따라서 본 연구

를 통해 필라테스 교육 시설의 재이용의도에 영향을 미치는 서비스 품질과 가치를 파악함으로써 필라테스 교육 시설의 성과 향상과 더불어 필라테스 종목의 시장 저변 확대를 도모하고자 한다. 또한 필라테스를 대중적인 생활체육 종목으로 발전시켜 스트레스에 시달리는 현대인들의 신체와 정신을 건강하게 단련시키고 삶의 질을 향상시키는데 기여하고자 한다.

## II. 이론적 배경

### 1. 서비스 품질

서비스 품질이란 서비스에 대한 고객의 전반적인 판단 및 태도로, Parasuraman, Zeithaml & Berry (1988)는 소비자들이 서비스 품질을 판단할 때 기대한 서비스와 실제 받은 서비스의 차이를 비교한다는 관점에서 '기대와 성과, 또는 기대와 지각의 차이'라고 정의하고 SERVQUAL 모형을 개발하였다[14]. SERVQUAL 모형은 물리적 시설 및 장비, 직원의 외모와 관련된 '유형성', 서비스의 정확한 수행 능력인 '신뢰성', 즉각적 서비스 제공 의지인 '반응성', 직원의 예절 및 신뢰와 자신감의 전달 능력인 '확신성', 편의제공을 위한 관심 및 노력인 '공감성'으로[14], 다양한 서비스 산업 분야의 서비스품질 연구에 널리 적용되고 있다[15]. 이후 Cronin & Taylor(1992)에 의해 개발된 SERVPERF 모형은 서비스품질이 태도에 의해 개념화되고 추정되어야 한다는 관점에서 서비스에 대한 기대를 제외하고 서비스 성과 측정에 중점을 두었으며[16], 다수의 연구를 통해 SERVQUAL보다 서비스품질 측정에 더 적절한 방법임이 검증되었다[17].

스포츠 및 관광 분야에서도 이러한 서비스품질 측정 모델을 응용·수정하여 서비스품질에 대하여 연구가 수행되고 있는데, 스포츠 시설을 중심으로 한 서비스 품질은 운영·관리, 프로그램 서비스, 인적 서비스, 시설 서비스, 접근용이성 요인[18], 쾌적성, 가치성, 신속성, 편리성, 친절성, 신뢰성 요인[19], 지도자, 프로그램, 직원, 주시설, 보조시설 요인[20] 등으로 나타났다. 필라테스 참여자를 대상으로 한 김송은(2018)의 연구에서는 교육서비스 품질을 교육프로그램, 강사자질, 수강료, 외적

서비스 요인으로 구성하였다[12]. 이러한 선행연구를 참고하여 본 연구에서는 필라테스 서비스 품질을 '운영 관리', '프로그램', '인적 서비스', '시설', '접근성' 요인으로 구성하였다.

### 2. 가치

가치는 소비자가 어떠한 결정을 내리는데 중요한 역할을 하며, 일반적으로 서비스를 제공받기 위해 지불하는 비용과 시간의 교환관계로 정의된다[21-23]. Babin, Darden & Griffin(1994)은 가치가 소비자의 모든 정서적·정량적·주관적·객관적 이용 경험을 통한 상대적 기준에 의해 고려된 평가라고 하였다[24]. Bolton & Drew(1991)는 지각된 서비스 가치가 서비스 품질보다 고객들의 전반적인 서비스 평가에 대해 훨씬 더 포괄적인 측정이 될 수 있고, 좀 더 다양하다고 보고하였으며[21], Dodds, Monroe & Grewal(1991)은 서비스 품질 평가와 관련하여 가격과 상호가 미치는 영향에 대한 연구에서 재이용의도에 가장 많이 영향을 미치는 변수가 서비스 가치라고 주장하였다[25]. 또한 Randall & Senior(1996)는 가격보다 서비스 가치가 고객의 재이용의사를 설명하는데 보다 타당한 개념으로 보았다[26].

Zeithaml(1988)은 지각된 가치로서 비용의 개념을 제시하였는데, 실제적인 제품 및 서비스 가격과 관련된 금전적 요소와 시간, 노력과 같은 비금전적 요소로 구분하여 제시하였다[23]. Cronin, Brady & Hult(2000)는 인지된 화폐적 가격과 비화폐적 가격, 그리고 인지된 위험으로 소비자의 지각가치를 제시하였다[27]. Holbrook(2006)과 Sweeney & Soutar(2001)는 가치를 기능적 가치, 감정적 가치, 사회적 가치, 금전적 가치로 나누었다[28][29]. 다양한 연구에도 불구하고 소비자의 지각가치에 관련된 대부분의 연구들은 획득가치와 거래가치의 차이의 개념으로 설명하고 있으며, 서비스 제품이 제공하는 효율성과 탁월성을 충족시키는 기능적 가치와 감동 및 즐거움과 관련된 정서적 가치를 포함하는 다차원적 가치로 제시될 수 있다[30].

스포츠 분야에서 서비스 관련 기업들이 소비자의 만족도를 높이기 위해 가치를 제고해야 한다는 주장을 뒷받침하는 실증적 연구가 다수 이루어지고 있으나[31],

가치를 다차원적으로 구분하여 살펴본 연구는 많지 않은 편이다. 한도령(2017)은 국내 골프관광지의 지각가치를 기능적 가치와 감정적 가치로 구분하여 재이용의도에 미치는 영향을 살펴보았고[32], 류지환과 곽한병(2018)은 스쿠버다이빙 참여자의 지각가치를 기능적 가치, 정서적 가치, 사회적 가치, 지적 가치로 구분하여 고객충성도에 미치는 영향을 살펴보았다[3]. 이숙영(2020)은 무용교육의 서비스 품질과 가치의 관계를 알아본 연구에서 서비스 가치를 기능적 가치와 감정적 가치, 사회적 가치로 구분하였다[34]. 이러한 선행연구를 참고하여 본 연구에서는 필라테스 이용자가 지각한 가치를 기능적 가치와 감정적 가치로 나누어 살펴보았다.

### 3. 재이용의도

재이용의도는 소비자가 미래에도 특정 기업의 상품 및 서비스를 반복하여 사용하고자 하는 성향을 의미하며, 다수의 선행연구에서 방문의도, 사용의도, 구전의도 등과 함께 행동의도의 일환으로 사용된다[35]. Parasuraman, Zeithaml & Berry(1985)는 실제 제품이나 서비스의 성과가 기대보다 높으면 소비자는 만족하여 재이용으로 이어지게 되며, 재이용은 계속해서 현재의 관계를 유지하겠다는 것을 의미하므로 마케팅 및 운영 지속을 결정짓는 핵심요소라고 하였다[36]. 마케팅 원리에 의하면 신규 고객의 창출보다 기존 고객의 재이용을 높이는 것이 효율적이고, 충성고객이 기업에 가져다주는 이익이 크다. 따라서 재이용의도는 마케팅 전략 수립을 위해 매우 중요하며[37][38], 구매의사 결정과정에서 제품 및 서비스의 속성 및 품질, 몰입, 만족의 후행변수로 연구되고 있다[35].

재이용의도는 서비스를 구매한다는 관점에서 재구매의도를 사용하기도 하고, 서비스의 제공하는 곳에 방문하여 서비스를 이용하는 경우에 단체나 시설에 다시 방문하고자 하는 의도로 재방문의도를 사용하기도 한다[39]. 필라테스 교육 시설 역시 방문하여 이용해야 하는 스포츠 시설이므로 소비자가 반복적으로 같은 시설을 방문하여 이용하려는 의도로 재이용의도를 파악할 수 있다.

### 4. 선행연구

#### 4.1 서비스 품질과 가치 간의 관계

Bolton & Drew(1991)는 서비스 품질이 서비스 가치에 선행된다는 주장을 하였는데[21], 다수의 선행연구를 통해 스포츠 분야에서도 서비스 품질이 가치에 정적으로 유의한 영향을 미치는 것이 확인되었다. 스포츠 센터 소비자의 서비스 품질 지각과 서비스 가치, 고객만족 및 재이용의사의 관계를 살펴본 노동연(2004)의 연구에서 서비스 품질은 서비스 가치에 정적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 서비스 품질은 인적 서비스, 물적 서비스, 시스템적 서비스 요인으로 도출하였는데 인적 서비스와 시스템적 서비스만 서비스 가치에 유의한 정적 영향을 미치며, 인적 서비스의 영향력이 더 큰 것으로 나타났다[31]. 김성엽과 주혜영(2007)은 요가센터의 서비스 품질을 신뢰성, 반응성, 혁신성 요인으로 도출하고, 서비스 품질이 서비스 가치에 정적으로 유의한 영향을 미친다고 보고하였다[40]. 정지명과 진지형(2010)은 볼링센터의 서비스 품질을 인적 요인, 시설 요인, 서비스 요인, 경제적 요인(게임비, 렌탈요금, 부대시설 이용료)의 하위요인으로 구분하였는데, 서비스 요인과 경제적 요인이 서비스 가치에 정적으로 유의한 영향을 미치는 것을 확인하였다[41]. 김기출(2014)은 골프장 이용자를 대상으로 서비스 품질이 지각된 가치에 미치는 영향을 알아보았는데, 서비스 품질이 지각된 가치에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다[42]. 골프연습장의 서비스 품질을 유형성, 신뢰성, 응답성, 혁신성, 공감성으로 알아본 최진훈과 박주영(2019)의 연구에서도 서비스 품질이 서비스 가치에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다[43].

가치를 다차원적으로 구분하여 서비스 품질과의 영향관계를 살펴본 연구는 많지 않은데, 무용 교육의 서비스 품질이 가치에 미치는 영향에 관한 이숙영(2020)의 연구에서 서비스 품질이 감정적 가치와 기능적 가치에 모두 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나[33], 스포츠 서비스 품질이 기능적 가치와 감정적 가치에 긍정적인 영향을 미치는 것을 알 수 있다.

#### 4.2 서비스 품질과 재이용의도 간의 관계

서비스 품질과 재이용의도 간의 관계는 연구에 따라 서로 다른 결과가 보고되고 있다. 노동연(2004)은 스포

츠센터 소비자가 지각한 서비스 품질이 재이용의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 보고하였다[31]. 반면에 요가센터 이용자를 대상으로 한 김성엽과 주혜영(2007)의 연구에서는 서비스 가치가 재이용의도에 직접적인 영향을 미치지 않았고, 고객만족을 통해서 재이용의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다[40]. 이진숙(2009)의 연구에서는 댄스스포츠 학원의 서비스 품질이 구매행동에 유의한 정적 영향을 미치는 것으로 나타났으며[19], 정지명과 진지형(2010)의 연구에서는 볼링센터의 서비스 품질 중 인적 요인과 서비스 요인이 재이용의도에 정적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다[41]. 설민신, 임정원과 이성균(2016)은 스포츠센터의 서비스 품질이 재구매의향에 직접적인 영향을 미치지 않지만 이용만족을 통해 간접적인 영향을 미침을 밝혔다[44]. 필라테스 교육 시설의 서비스 품질은 지속이용의도에 유의한 정적 영향을 미쳤으며[12], 서비스 품질을 확신성, 신뢰성, 유형성, 공감성, 반응성 요인으로 도출한 노수연(2020)의 연구에서는 확신성과 유형성 요인이 재구매에 정적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다[13].

이와 같이 스포츠 시설 이용과 관련하여 서비스 품질과 재이용의도의 관계에 대한 연구는 일관된 결과가 나타나지 않고 있지만, 대체로 정적으로 유의한 영향관계가 검증되었으며 직접적인 영향관계가 유의미하지 않은 경우에도 간접적인 영향관계가 유의미하게 나타나는 것을 알 수 있다.

#### 4.3 가치와 재이용의도 간의 관계

라선아와 이유재(2015)는 소비자의 지각된 가치가 추천의도, 충성도, 재방문의도와 같은 행동의도를 높이는 중요한 요소라고 하였으며[45], 정순복(2018)도 스포츠 이벤트 참여자들의 지각된 가치와 행동의도 간에 높은 연관성이 있음을 보고하였다[46].

기능적 가치와 정서적 가치는 제품 및 서비스에 대한 태도 및 구매의도에 긍정적 영향을 미치고[47][48], 영향력의 정도는 고객의 구매동기에 따라 달라진다고 하였다. 고객의 구매동기가 실용성이 강한 경우에는 기능적 가치가 제품에 대한 태도와 고객의 선택에 강한 영향을 미치는 반면, 정서적인 동기가 강할 경우에는 정

서적 가치의 영향력이 더 크게 나타난다고 보고하였다[47][49]. 한도령(2017)은 서비스 프로그램의 기능적 가치와 정서적 가치는 참여자의 재방문의도, 추천의도를 높이는 중요한 요소라고 밝혔다[32]. 스포츠복지프로그램을 통한 뉴실버 세대의 지각된 가치와 행동의도의 관계를 연구한 최용석 외(2018)의 연구는 지각된 가치를 기능적 가치, 정서적 가치, 사회적 가치, 지적 가치로 구분하여 행동의도에 미치는 영향을 살펴보았는데, 재이용의도와 유사한 지속의도에 기능적 가치와 정서적 가치, 사회적 가치가 유의한 정적 영향을 미치는 것으로 나타났고, 그 중에서도 기능적 가치의 영향이 가장 큰 것으로 나타났다[50]. 류지환과 곽한병(2018)은 스쿠버다이빙 참여자의 지각 가치를 기능적 가치, 정서적 가치, 사회적 가치, 지적 가치의 다차원으로 구분하여 고객충성도에 미치는 영향을 알아보았는데, 고객충성도를 재이용에 관한 문항으로 측정하여 재이용의도에 미치는 영향으로 해석할 수 있다. 분석 결과, 모든 가치가 재이용의도에 정적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났고, 영향력의 크기는 사회적 가치, 정서적 가치, 기능적 가치의 순으로 나타났다[33]. 이와 같이 스포츠 시설 이용과 관련하여 기능적 가치와 정서적 가치가 재이용의도에 정적으로 유의미한 영향을 미치는 것을 알 수 있다.

### III. 연구방법

#### 1. 연구모형 및 연구가설

본 연구는 필라테스 이용자가 지각한 서비스 품질이 이용자의 재이용의도에 미치는 영향을 알아보고, 서비스 품질과 재이용의도 간의 관계에서 기능적 가치와 감정적 가치의 매개효과를 파악하기 위한 연구이다.

본 연구의 연구가설과 연구모형은 다음과 같다.

- H1. 필라테스 이용자가 지각한 서비스 품질은 재이용의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H2. 필라테스 이용자가 지각한 서비스 품질은 기능적 가치에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H3. 필라테스 이용자가 지각한 서비스 품질은 감정

- 적 가치에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H4. 필라테스 이용자가 지각한 기능적 가치는 재이용의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
  - H5. 필라테스 이용자가 지각한 감정적 가치는 재이용의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
  - H6. 필라테스 이용자가 지각한 서비스 품질과 재이용의도 간의 관계에서 기능적 가치는 유의한 매개효과가 있을 것이다.
  - H7. 필라테스 이용자가 지각한 서비스 품질과 재이용의도 간의 관계에서 감정적 가치는 유의한 매개효과가 있을 것이다.

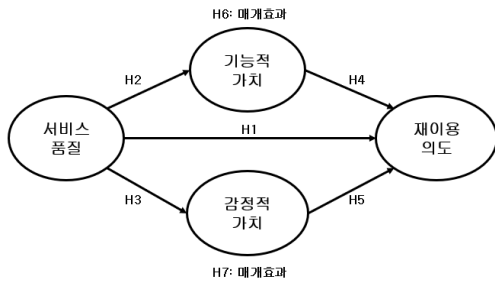


그림 1. 연구모형

## 2. 연구대상

본 연구의 대상은 필라테스 센터를 이용하는 이용자를 연구대상으로 정한다. 편의표집방법을 이용하여 2020년 11월 1일부터 11월 20일까지 총 500부의 설문지를 배부하였다. 설문조사 결과 총 500부 중 487부가 회수되어 회수율은 97.4%를 기록하였다.

## 3. 연구도구

### 3.1 서비스 품질

필라테스 이용자의 서비스 품질을 측정하기 위해서 김송은(2018), 손권배(2013) 등이 사용한 문항을 수정, 보완하여 사용하였다[12][18]. ‘교육프로그램’ 요인(4문항), ‘학원강사자질’ 요인(5문항), ‘학원수강료’ 요인(4문항), ‘외적 서비스’ 요인(5문항)으로, 4개의 하위 요인, 18문항으로 구성되어 있다. 각 문항은 전혀 그렇지 않다(1점)에서 ‘매우 그렇다’(5점)까지 Likert 5점 척도 방식으로 측정되었다. 각 하위 요인별 신뢰도 분석 결

과, Cronbach  $\alpha$  계수는 다음과 같다. ‘외적서비스’ 요인이 .810, ‘학원강사자질’ 요인이 .865, ‘교육프로그램’ 요인이 .770, ‘학원수강료’ 요인이 .839로 나타났고, 전체 신뢰도는 .901로 비교적 높게 나타났다.

### 3.2 가치

필라테스 이용자가 지각한 기능적 가치와 감정적 가치를 측정하기 위하여 Sweeney & Soutar(2001)[29], 유정현과 김문섭(2018)[51] 등이 사용한 문항 중 기능적 가치와 감정적 가치에 해당하는 문항을 수정, 보완하여 사용하였다. 기능적 가치는 필라테스 교육 서비스의 기대된 성과와 지각된 품질로부터의 유용성에 대한 문항(4문항)이며, 감정적 가치는 필라테스 교육 서비스를 이용할 때의 느낌이나 감정적 상태로부터의 효용성에 대한 문항(4문항)으로 구성되어 있다. 각 문항은 전혀 그렇지 않다(1점)에서 ‘매우 그렇다’(5점)까지 Likert 5점 척도 방식으로 측정되었다. 신뢰도 분석 결과, 기능적 가치의 Cronbach  $\alpha$  계수는 .841이며, 감정적 가치의 Cronbach  $\alpha$  계수는 .853으로 나타났고, 전체 신뢰도는 .858로 비교적 높게 나타났다.

### 3.3 재이용의도

필라테스 이용자의 재이용의도를 측정하기 위해 김지혜(2016)[52], 정은교(2020)[53]등이 사용한 문항을 수정, 보완하여 사용하였으며, 필라테스에 대한 지속적인 이용의도와 권유에 대한 3문항으로 구성되어 있다. 각 문항은 전혀 그렇지 않다(1점)에서 ‘매우 그렇다’(5점)까지 Likert 5점 척도 방식으로 측정되었다. 신뢰도 분석 결과, Cronbach  $\alpha$  계수는 .855로 나타났다.

## 4. 자료처리 방법

본 연구는 통계프로그램인 SPSS 23.0과 AMOS 23.0을 사용하여 빈도분석, 확인적 요인분석, Pearson 상관분석,  $t$ -test, 일원분산분석(ANOVA), 구조방정식, Baron과 Kenny(1986)의 Sobel-test를 사용하였다[54].

### IV. 연구결과

#### 1. 타당성 및 신뢰도 검증

본 연구의 측정도구인 서비스 품질, 기능적 가치, 감정적 가치, 재이용의도의 신뢰도와 타당도 분석을 위하여 확인적 요인분석을 실시하였다. 분석 결과, [표 1]과 같이 서비스 품질, 기능적 가치, 감정적 가치, 재이용의도의 CR(composite reliability)이 0.7이상, AVE(average variance extracted)가 0.5이상으로 나타나 측정도구의 내적일관성을 확인하였다. 또한 확인적 요인분석 결과, 연구모형의 변수에 대한 적합도가 모두 기준치에 부합하였고, [표 2]에서와 같이 모든 요인부하량이 0.551에서 0.828로 나타나 각 요인에 대한 수렴타당성을 입증하였다.

표 1. 확인적 요인분석의 모형 적합도

$\chi^2(p)$	df	RMR	GFI	NFI	IFI	CFI	RMSEA
680.331 ( $p=0.000$ )	327	.030	0.905	0.906	0.949	0.949	0.047

표 2. 확인적 요인분석의 연구결과

Path	S.T $\beta$	S.E.	t-value	개념 신뢰도	AVE	
외적 서비스	→ 외적서비스1	.660	Fix	-	.882	.601
	→ 외적서비스2	.708	.071	15.185***		
	→ 외적서비스3	.551	.081	10.477***		
	→ 외적서비스4	.691	.081	12.644***		
	→ 외적서비스5	.752	.081	13.462***		
학원 강사자질	→ 강사자질1	.722			.922	.703
	→ 강사자질2	.752	.066	15.612***		
	→ 강사자질3	.760	.064	15.774***		
	→ 강사자질4	.759	.066	15.770***		
	→ 강사자질5	.758	.068	15.748***		
교육 프로그램	→ 교육프로그램1	.611			.847	.582
	→ 교육프로그램2	.667	.090	11.337***		
	→ 교육프로그램3	.676	.085	11.377***		
	→ 교육프로그램4	.645	.081	10.994***		
학원 수강료	→ 학원수강료1	.679			.888	.666
	→ 학원수강료2	.796	.087	14.773***		
	→ 학원수강료3	.792	.087	14.712***		
	→ 학원수강료4	.748	.089	14.096***		
기능적 가치	→ 기능적가치1	.753			.895	.740
	→ 기능적가치2	.827	.063	17.426***		
	→ 기능적가치3	.822	.064	17.336***		
감정적 가치	→ 감정적가치1	.655			.927	.761

재이용 의도	→ 감정적가치2	.828	.083	15.084***	.915	.783
	→ 감정적가치3	.792	.082	14.613***		
	→ 감정적가치4	.825	.084	15.050***		
	→ 재이용1	.803				
	→ 재이용2	.813	.053	18.804***		
	→ 재이용3	.825	.051	19.089***		

\*\*\* $p < .001$

#### 2. 상관관계 분석

본 연구는 필라테스 이용자의 서비스 품질, 가치, 재이용의도 간의 연관성을 분석하기 위해 변수 간 공분산 계산을 하는 Pearson 상관분석을 실시하였다. 상관분석에서 변수 간 상관계수가 0.90 이상이면 해당 변수가 거의 동일하다고 판단하여 다중공선성의 문제를 일으키기 때문에 해당 변수에 대한 제거를 고려해야 하는데, 본 연구의 상관분석 결과에서는 상관계수가 0.90 이상인 경우가 나타나지 않았다. 그러므로 상관계수들이 통계적으로 유의한 수준이지만 0.9보다 작게 나타나 판별타당성을 확보하였다.

표 3. 상관분석

변인	서비스품질				가치		재이용 의도
	외적 서비스	학원 강사자질	교육 프로그램	학원 수강료	기능적 가치	감정적 가치	
외적 서비스	1						
학원 강사자질	.635**	1					
교육 프로그램	.555**	.521**	1				
학원 수강료	.283**	.377**	.454**	1			
기능적 가치	.496**	.491**	.444**	.138**	1		
감정적 가치	.489**	.508**	.522**	.442**	.405**	1	
재이용 의도	.430**	.491**	.520**	.198**	.513**	.602**	1

\*\* $p < .01$

#### 3. 차이검증

다음 [표 4][표 5]와 [표 6]은 필라테스 학습자의 성별과 결혼여부, 연령에 따라 서비스 품질인 외적서비스, 학원강사자질, 교육프로그램, 학원수강료, 기능적 가치, 감정적 가치, 재이용의도의 차이를 검증하기 위해 t-test와

일원분산분석(ANOVA)를 실시하였다. 먼저 성별에 따른 분석결과, 성별에 따라 외적서비스( $t=2.867, p<.01$ ), 학원강사자질( $t=4.211, p<.001$ ), 교육프로그램( $t=3.771, p<.001$ ), 학원수강료( $t=3.350, p<.01$ ), 기능적 가치( $t=3.419, p<.01$ ), 감정적 가치( $t=2.702, p<.01$ )에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 즉, 남성보다 여성이 필라테스 서비스 품질인 외적서비스, 학원강사자질, 교육프로그램, 학원수강료와 기능적 가치, 감정적 가치에 대하여 인식이 높다는 것을 알 수 있다. 다음으로 결혼여부에 따른 분석결과, 외적서비스( $t=3.058, p<.01$ ), 학원강사자질( $t=3.586, p<.001$ ), 교육프로그램( $t=3.326, p<.01$ ), 기능적 가치( $t=4.860, p<.001$ ), 감정적 가치( $t=2.706, p<.01$ ), 재이용의도( $t=4.002, p<.001$ )에서 모두 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 즉, 기혼보다 미혼이 필라테스 서비스 품질인 외적서비스, 학원강사자질, 교육프로그램과 기능적 가치, 감정적 가치, 재이용의도에 대하여 인식이 높다는 것을 알 수 있다.

한편 연령에 따른 분석결과는 다음과 같다. 먼저 서비스 품질 중에서는 외적서비스( $t=4.582, p<.01$ ), 학원강사자질( $t=4.562, p<.01$ ), 교육프로그램( $t=4.289, p<.01$ )에서 연령대별 유의한 차이가 나타났고, 사후검증 결과 집단 간 유의한 차이가 나타났다. 또한 기능적 가치( $t=10.306, p<.001$ ), 감정적 가치( $t=3.520, p<.01$ ), 재이용의도( $t=9.231, p<.001$ )에서도 연령대별 유의한 차이가 나타났으며, 사후검증 결과 집단 간 유의한 차이가 나타났다.

표 4. 성별에 따른 차이검증

구분	성별	N	M	SD	t
외적서비스	여	306	3.81	.516	2.867**
	남	181	3.66	.582	
학원강사자질	여	306	3.78	.540	4.211***
	남	181	3.55	.611	
교육프로그램	여	306	3.72	.544	3.771***
	남	181	3.53	.554	
학원수강료	여	306	3.27	.690	3.350**
	남	181	3.07	.653	
기능적가치	여	306	4.01	.663	3.419**
	남	181	3.79	.699	
감정적가치	여	306	3.60	.617	2.702**
	남	181	3.46	.549	
재이용의도	여	306	3.85	.661	1.601
	남	181	3.75	.641	

\*\*\* $p<.001$ , \*\* $p<.01$ , \* $p<.05$

표 5. 결혼여부에 따른 차이검증

구분	성별	N	M	SD	t
외적서비스	미혼	207	3.81	0.541	3.058**
	기혼	280	3.65	0.569	
학원강사자질	미혼	207	3.74	0.558	3.586***
	기혼	280	3.55	0.610	
교육프로그램	미혼	207	3.70	0.544	3.326**
	기혼	280	3.53	0.558	
학원수강료	미혼	207	3.16	0.753	0.524
	기혼	280	3.13	0.609	
기능적가치	여	306	4.01	.663	3.419**
	남	181	3.79	.699	
감정적가치	미혼	207	3.60	0.582	2.706**
	기혼	280	3.45	0.571	
재이용의도	미혼	207	3.92	0.625	4.002***
	기혼	280	3.69	0.650	

\*\*\* $p<.001$ , \*\* $p<.01$ , \* $p<.05$

표 6. 연령에 따른 차이검증

구분	학년	N	M	SD	F	Scheffe
외적서비스	20대(a)	125	3.84	0.576	4.582**	a>d
	30대(b)	94	3.75	0.527		
	40대(c)	114	3.75	0.568		
	50대(d)	110	3.55	0.542		
	60대 이상(e)	44	3.65	0.540		
학원강사자질	20대(a)	125	3.74	0.572	4.562**	a,b>d
	30대(b)	94	3.74	0.577		
	40대(c)	114	3.63	0.607		
	50대(d)	110	3.47	0.602		
	60대 이상(e)	44	3.50	0.560		
교육프로그램	20대(a)	125	3.69	0.603	4.289**	a,b>d
	30대(b)	94	3.72	0.522		
	40대(c)	114	3.57	0.538		
	50대(d)	110	3.45	0.558		
	60대 이상(e)	44	3.53	0.456		
학원수강료	20대(a)	125	3.16	0.764	0.289	-
	30대(b)	94	3.14	0.731		
	40대(c)	114	3.09	0.640		
	50대(d)	110	3.15	0.602		
	60대 이상(e)	44	3.20	0.534		
기능적가치	20대(a)	125	4.03	0.723	10.306***	a,b>d,e
	30대(b)	94	4.09	0.627		
	40대(c)	114	3.89	0.650		
	50대(d)	110	3.62	0.681		
	60대 이상(e)	44	3.59	0.601		
감정적가치	20대(a)	125	3.65	0.609	3.520**	a>d
	30대(b)	94	3.56	0.571		
	40대(c)	114	3.44	0.581		
	50대(d)	110	3.40	0.550		
	60대 이상(e)	44	3.49	0.506		
재이용의도	20대(a)	125	3.90	0.676	9.231***	a,b>d,e
	30대(b)	94	4.01	0.593		
	40대(c)	114	3.76	0.639		
	50대(d)	110	3.65	0.596		
	60대 이상(e)	44	3.42	0.615		



#### 4. 가설검증

본 연구의 연구모형 검증을 위한 적합도를 분석한 결과는 [표 7]과 같으며,  $\chi^2$ , GFI, AGFI, RMR, NFI, RMSEA 등의 적합도가 권장수준에 부합하였다.

표 7. 연구모형 적합도

$\chi^2(p)$	df	RMR	GFI	NFI	IFI	CFI	RMSEA
722.297 ( $p=0.000$ )	327	.034	.900	.901	.943	.943	.050

본 연구의 가설검증을 위한 구조모형 경로계수를 알아본 결과, 재이용의도에 영향을 미치는 서비스 품질의 요인으로는 교육프로그램( $\beta=.324, p<.001$ ), 학원강사자질( $\beta=.195, p<.001$ ), 외적서비스( $\beta=.179, p<.001$ ), 학원수강료( $\beta=.178, p<.001$ )의 순으로 나타났다. 기능적 가치에 영향을 미치는 서비스 품질의 요인으로는 외적서비스( $\beta=.318, p<.001$ ), 학원강사자질( $\beta=.292, p<.001$ ), 교육프로그램( $\beta=.213, p<.001$ ), 학원수강료( $\beta=.181, p<.001$ )의 순으로 나타났으며, 감정적 가치에 영향을 미치는 서비스품질의 요인으로는 교육프로그램( $\beta=.271, p<.001$ ), 학원수강료( $\beta=.235, p<.001$ ), 외적서비스( $\beta=.197, p<.001$ ), 학원강사자질( $\beta=.163, p<.001$ )의 순으로 나타났다. 또한 기능적 가치( $\beta=.472, p<.001$ )와 감정적 가치( $\beta=.235, p<.001$ )는 재이용의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

표 8. 연구가설 검증 결과

Hypothesis		S.T $\beta$	S.E.	C.R.	P
H1	외적서비스 → 재이용의도	.179	.105	2.061*	.039
	학원강사자질 → 재이용의도	.195	.088	2.493*	.013
	교육프로그램 → 재이용의도	.324	.109	4.297***	.000
	학원수강료 → 재이용의도	.178	.069	3.022**	.003
H2	외적서비스 → 기능적 가치	.318	.104	3.354***	.000
	학원강사자질 → 기능적 가치	.292	.097	3.362***	.000
	교육프로그램 → 기능적 가치	.213	.111	2.762**	.006
	학원수강료 → 기능적 가치	.181	.072	2.926**	.003
H3	외적서비스 → 감정적 가치	.197	.081	2.252*	.024
	학원강사자질 → 감정적 가치	.163	.068	2.028*	.043
	교육프로그램 → 감정적 가치	.271	.082	3.644***	.000
	학원수강료 → 감정적 가치	.235	.053	3.965***	.000
H4	감정적 가치 → 재이용의도	.235	.080	3.833***	.000
H5	기능적 가치 → 재이용의도	.472	.063	7.547***	.000

\*\*\* $\alpha.001$ , \*\* $\alpha.01$ , \* $\alpha.05$

다음 [표 9]의 서비스 품질과 재이용의도의 관계에서 기능적 가치와 감정적 가치에 대한 간접효과를 알아보기 위하여 부트스트래핑 방법으로 연구모형의 직접효과와 간접효과, 총효과의 유의성을 검증하였다. 분석결과, 감정적 가치와 기능적 가치는  $p<.05$ 에서 모두 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

표 9. 감정적 가치와 기능적 가치의 간접효과

독립 변수	매개 변수	종속 변수	직접효과		간접효과		총효과	
			Path factor	P	Path factor	P	Path factor	P
외적 서비스	기능적 가치 감정적 가치	재이용 의도	.179*	.039	.196**	.004	.375***	.000
학원 강사자질			.195*	.013	.176**	.003	.371***	.000
교육 프로그램			.324***	.000	.164**	.007	.488***	.000
학원 수강료			.178**	.003	.130*	.016	.308***	.000

\*\*\* $\alpha.001$ , \*\* $\alpha.01$ , \* $\alpha.05$

구조방정식에서는 두 가지 이상의 간접효과를 분석할 경우 각각에 대한 간접효과가 나타나지 않는다는 단점이 존재한다. 따라서 본 연구에서는 서비스 품질과 재이용의도의 관계에서 최종적으로 기능적 가치와 감정적 가치에 대한 매개효과를 각각 알아보기 위하여 Baron과 Kenny(1986)가 제시한[36] Sobel-test를 실시하였으며, 분석결과는 다음 [표 10]과 같다. 먼저, 기능적 가치에 대한 매개효과는 외적서비스, 학원강사자질, 교육프로그램, 학원수강료와 재이용의도의 관계에서 매개효과가 유의한 것으로 나타났으며, 감정적 가치에 대한 매개효과는 교육프로그램, 학원수강료와 재이용의도의 관계에서만 매개효과가 유의한 것으로 나타났다.

표 10. 기능적 가치와 감정적 가치의 Sobel-test 결과

독립변수	parameter	종속변수	Sobel-test	
			Z-value	P
외적 서비스	기능적 가치	재이용 의도	3.302**	.001
학원 강사자질			3.062**	.002
교육 프로그램			2.597**	.009
학원 수강료			2.731**	.006
외적 서비스	감정적 가치	재이용 의도	1.933	.053
학원 강사자질			1.805	.071
교육 프로그램			2.652**	.008
학원 수강료			2.761**	.006

## V. 결론

본 연구는 필라테스 교육 시설의 서비스 품질이 재이용의도에 미치는 영향을 파악하고, 필라테스 이용자의 기능적 가치와 감정적 가치의 매개효과를 검증하는 것으로 연구의 결론을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 필라테스 이용자가 지각한 서비스 품질이 재이용의도에 미치는 영향을 살펴보면, 필라테스 교육 시설의 서비스 품질인 외적서비스, 학원강사자질, 교육프로그램, 학원수강료는 모두 재이용의도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그 중 교육프로그램 요인이 가장 강한 영향력을 가지는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 김승은(2018)의 연구에서 필라테스 교육 시설의 서비스 품질이 지속이용의도에 유의한 정적 영향을 미친다고 보고한 결과[12]와 일치한다. 따라서 필라테스 이용자들은 필라테스 교육시설에서 제공하는 유·무형적 서비스를 중요하게 생각하고 있으며, 이러한 요인들이 재이용의도를 결정하기 때문에 센터 운영자는 다양하고 높은 서비스 품질을 유지하고 관리하는 것이 중요함을 시사한다.

둘째, 필라테스 이용자가 지각한 서비스 품질이 기능적 가치에 미치는 영향을 살펴보면, 필라테스 교육 시설의 서비스 품질인 외적서비스, 학원강사자질, 교육프로그램, 학원수강료는 모두 기능적 가치에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그 중 외적서비스 요인이 가장 강한 영향력을 가지는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 유호길(2010)의 연구에서 스포츠센터는 시설과 장비, 외관과 환경 등이 이용자의 가치를 증진시키는 중요한 요인이 된다고 주장한 결과[5]와 일맥상통한다. 필라테스 교육 시설은 타 스포츠 시설보다 비용이 높은 측에 속하기 때문에 필라테스 이용시설을 편리하게 이용할 수 있고, 쾌적하고 현대적인 시설을 갖추는 것이 이용자의 기능적 가치에 가장 큰 영향을 미치는 것임을 알 수 있었다. 셋째, 필라테스 이용자가 지각한 서비스 품질이 감정적 가치에 미치는 영향을 살펴보면, 필라테스 교육 시설의 서비스 품질인 외적서비스, 학원강사자질, 교육프로그램, 학원수강료는 모두 감정적 가치에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그 중 교육프로그램 요인이 가장 강한 영향

력을 가지는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 무용 교육의 서비스 품질과 가치의 영향 관계를 밝힌 이숙영(2020)의 연구에서 무용 교육 서비스 품질이 감정적 가치에 유의한 영향을 미친다고 한 결과[33]와 일치한다. 필라테스 이용자는 건강증진 및 자세교정, 체중관리와 같이 목적을 가지고 찾아오는 경우가 많다. 결국 자신의 목적과 이유에 가치를 두고, 정확한 목적을 가지고 방문한 이용자들을 대상으로 필라테스 센터에서는 이에 알맞은 운동프로그램을 계획하며, 이용자의 필요부분을 이해하여 질 높은 프로그램을 마련하는 것이 중요하다. 특히 지도자와의 관계와 교육프로그램에 대한 서비스 품질은 이용자에게 가치를 형성하기 때문에 이러한 부분은 필라테스 운영에 중요한 부분으로 작용할 수 있다. 따라서 필라테스 교육 시설에서는 이용자와 정기적인 상담을 통해 주어진 문제점을 적극적으로 해결하고, 필라테스 센터에 대한 믿음과 신뢰를 높여 이용자들에게 필라테스 운동이 가치가 있음을 지각시켜야 할 것이다.

넷째, 필라테스 이용자가 지각한 기능적 가치가 재이용의도에 미치는 영향을 살펴보면, 필라테스 이용자가 지각한 기능적 가치는 재이용의도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 류지한과 곽한병(2018)의 연구에서 스쿠버다이빙 참여자의 기능적 가치가 재이용의도에 유의한 영향을 미친다고 한 결과[33]와 일맥상통한다. 다섯째, 필라테스 이용자가 지각한 감정적 가치가 재이용의도에 미치는 영향을 살펴보면, 필라테스 이용자가 지각한 감정적 가치는 재이용의도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 최용석 외(2018)의 연구에서 스포츠 복지프로그램의 지각된 가치 중, 정서적 가치는 지속적 의도에 유의한 영향을 미친다고 한 결과[50]와 일맥상통한다. 필라테스 이용자들이 가치를 판단하는 기준에 있어 상대적으로 적은 운동시간과 횟수 대비 높은 비용, 그리고 단기간에 효과가 나타나지 않는다고 인지하는 경우가 있다. 그렇기 때문에 필라테스 센터는 대기구를 사용하여 수업하고, 기구 수에 따른 인원제한이 있으며, 정해진 인원 내에서 기구를 사용하여 정확한 자세로 운동이 진행된다는 점을 인지시키고 변화되고 있는 체형을 함께 체크하며 이용자가 가치가 있다고 느

낄 수 있도록 지속적으로 피드백을 주는 것이 중요함을 시사한다. 즉, 재이용은 자신이 얻은 서비스의 가치를 인식하고 만족함에 따라 작용되며, 재이용을 높이기 위해 필라테스 운영에 있어 이용자가 가치를 각인할 수 있는 다각적인 피드백 및 노력이 필요하다.

여섯째, 필라테스 이용자가 지각한 서비스 품질과 재이용의도 간의 관계에서 기능적 가치의 매개효과를 살펴보면, 필라테스 교육 시설의 서비스 품질인 외적서비스, 학원강사자질, 교육프로그램, 학원수강료와 재이용의도 간의 관계에서 모두 기능적 가치의 유의한 매개효과가 있는 것으로 나타났다. 필라테스는 기구를 사용하는 운동으로 깨끗한 시설관리 및 쾌적한 환경을 유지하고 교육의 질과 다양한 프로그램을 갖추는 것이 필수적인 요소이다. 또한 지도자와 직원의 친절과 지속적인 관심은 이용자로 하여금 현재 센터를 이용하게 유지할 수 있도록 한다. 이러한 서비스 품질은 잠재고객을 유치하고 기존고객을 유지할 수 있는데, 특히 기능적 가치가 높은 이용자들은 더욱 필라테스 센터를 재이용하게 하는 강력한 기능으로 작용됨을 시사한다.

일곱 번째, 필라테스 이용자가 지각한 서비스 품질과 재이용의도 간의 관계에서 감정적 가치의 매개효과를 살펴보면, 필라테스 교육 시설의 서비스 품질인 교육프로그램, 학원수강료와 재이용의도 간의 관계에서 감정적 가치의 유의한 매개효과가 있는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 필라테스 이용자가 지각하는 다양한 교육프로그램과 학원수강료는 이용자들의 높은 흥미와 관심이 더해졌을 때, 더욱 필라테스 센터를 재이용한다는 것을 알 수 있다. 필라테스 센터의 부수적인 서비스인 쾌적함, 편리성, 직원의 관심도 등의 서비스도 중요하지만 필라테스를 함으로써 흥미와 재미를 느낄 수 있는 교육프로그램과 그러한 감정적 가치에 상응하는 비용을 지불하는 것이 재이용에 더 영향을 미침을 시사한다. 현재 증가된 센터 경쟁에 있어 필라테스 서비스, 상향된 인테리어와 시설을 기본적인 요소로 자리잡았다. 결국 타 업체와의 경쟁에 있어 외부적인 심미성과 부수적인 서비스보다 실질적인 수업의 전문성, 교육 품질 향상, 수업과 직접적으로 연관된 서비스제공 및 편리한 예약관리 및 적절한 비용에 노력을 기울이면 재이용에 있어 효과적이라고 판단된다.

본 연구의 한계점으로는 연구표본에 대한 대표성과 본 연구의 변인인 서비스품질, 기능적 가치, 감정적 가치, 재이용의도로 4개 변인을 가지고 연구하였다는 한계점이 있으며, 추후 연구에서는 보다 다양한 변인들을 전성하여 재이용의도를 살펴볼 필요성이 있다. 재이용의도에 영향을 미치는 변인이 본 연구에서 사용한 변인만 존재하는 것이 아니기에 필라테스의 효율적 운영을 위한 다각적인 방면에서의 변인을 찾아보고 활용한 연구가 필요할 것이다. 또한 후속연구에서는 필라테스 이용자들의 구체적이고 다양한 분석과 발전 방향의 전략을 위해 질적 연구가 병행되어야 할 것이다.

#### 참고 문헌

- [1] 김경화, 전선훈, "필라테스 참여에 따른 여성적 매력기 삶의 질에 미치는 영향: 자존감의 매개효과를 중심으로," 한국체육과학회지, 제25권, 제2호, pp.287-300, 2016.
- [2] 황교진, *청소년의 진로개발역량이 진로결정 자기효능감에 미치는 영향: 기업가정신의 조절효과를 중심으로*, 국민대학교, 석사학위논문, 2020.
- [3] 문화체육관광부, *2019 국민생활체육조사 결과보고서*, 세종: 문화체육관광부.
- [4] 황민경, *필라테스 지도자 전문성과 비언어적커뮤니케이션이 수업만족과 운동지속의사에 미치는 영향*: 한양대학교, 박사학위논문, 2019.
- [5] 노수연, "노수연의 필라테스. 수년새 자격증 100배 증가...질적 성장해야," 프라이مج정, 2017.09.28.
- [6] 이택수, KB 지식 비타민: 덤벨이코노미, 밀레니얼과 함께 성장하는 체력단련장업, KB금융지주 경영연구소, 2019.
- [7] 최정아, 이영오, "국내 필라테스 연구과제 및 연구동향 분석을 위한 문헌고찰," 한국스포츠학회지, 제15권, 제1호, pp.337-346, 2017.
- [8] 백선경, 박주영, "여성 필라테스 참가자의 운동욕구 및 여가만족도에 따른 운동지속의사의 관계," 관광레저연구, 제22권, 제2호, pp.429-446, 2010.
- [9] 김석일, 오현옥, "필라테스 신체활동 참여노인들의 사회지원과 심리적 안녕감이 운동지속의도에 미치는 영향," 한국체육과학회지, 제56권, 제1호, pp.167-180, 2017.

- [10] 이현정, 홍미성, “요가와 필라테스 교양수업이 대학 생의 스포츠가치관과 신체적 자기개념 및 생활체육 참여의사에 미치는 영향,” 한국체육학회지, 제57권, 제1호, pp.421-433, 2018.
- [11] 노수연, “필라테스 지도자의 전문성과 매력성 및참가 자의 운동지속에 대한 융합적 연구,” 디지털융복합연 구, 제14권, 제7호, pp.507-516, 2016.
- [12] 김송은, “필라테스 참여자가 지각한 교육서비스품질 이 교육성과 및 고객충성도의 인과관계,” 한국사회체 육학회지, 제72권, pp.107-122, 2018.
- [13] 노수연, “필라테스 센터의 서비스품질과 관계의 질 및 구매후 행동의 관계분석,” 한국체육과학회지, 제29 권, 제4호, pp.485-496, 2020.
- [14] A. Parasuraman, V. A. Zeithaml, and L. L. Berry, “Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality,” Journal of retailing, Vol.64, No.1, p.12, 1988.
- [15] 최희연, 이신연, “골프장의 서비스품질이 서비스가 치, 고객만족 및 고객재호도에 미치는 영향,” 한국사 회체육학회지, 제47권, 제1호, pp.157-169, 2012.
- [16] J. J. Cronin Jr and S. A. Taylor, “Measuring service quality: a reexamination and extension,” Journal of marketing, Vol.56, No.3, pp.55-68, 1992.
- [17] 이유재, 이청림, “최근 서비스 마케팅 연구에 관한 중 합적 고찰 및 향후 연구 제언,” 마케팅연구, 제29권, 제6호, pp.121-166, 2014.
- [18] 손권배, *학원의 교육서비스품질이 교육서비스성파에 미치는 영향: 서비스공정성, 서비스신뢰, 서비스관계 몰입의 매개역할*, 건양대학교, 박사학위논문, 2013.
- [19] 이진숙, *댄스스포츠 학원의 서비스품질, 전환장벽, 고객만족 및 구매행동의 인과관계*, 국민대학교, 박사 학위논문, 2009.
- [20] 정우진, 최진영, “지속적 스포츠센터 이용자의 서비 스 품질, 서비스만족, 재구매 의도의 관계,” 한국체육 과학회지, 제25권, 제2호, pp.521-531, 2016.
- [21] R. N. Bolton and J. H. Drew, “A multistage model of customers’ assessments of service quality and value,” Journal of consumer research, Vol.17, No.4, pp.375-384, 1991.
- [22] M. B. Holbrook and K. P. Corfman, “Quality and value in the consumption experience: Phaedrus rides again,” Perceived quality, Vol.31, No.2, pp.31-57, 1985.
- [23] V. A. Zeithaml, “Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence,” Journal of marketing, Vol.52, No.3, pp.2-22, 1988.
- [24] B. J. Babin, W. R. Darden, and M. Griffin, “Work and/or fun: measuring hedonic and utilitarian shopping value,” Journal of consumer research, Vol.20, No.4, pp.644-656, 1994.
- [25] W. B. Dodds, K. B. Monroe, and D. Grewal, “Effects of price, brand, and store information on buyers’ product evaluations,” Journal of marketing research, Vol.28, No.3, pp.307-319, 1991.
- [26] L. Randall and M. Senior, “Training for service quality in the hospitality industry,” Service quality in hospitality organizations, pp.164-182, 1996.
- [27] J. J. Cronin Jr, M. K. Brady, and G. T. M. Hult, “Assessing the effects of quality, value, and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments,” Journal of retailing, Vol.76, No.2, pp.193-218, 2000.
- [28] M. B. Holbrook, “Consumption experience, customer value, and subjective personal introspection: An illustrative photographic essay,” Journal of business research, Vol.59, No.6, pp.714-725, 2006.
- [29] J. C. Sweeney and G. N. Soutar, “Consumer perceived value: The development of a multiple item scale,” Journal of retailing, Vol.77, No.2, pp.203-220, 2001.
- [30] 황미진, “지각된 가치 측정 도구 및 소비 후 감동, 만 족 창출을 위한 인과모형의 개발: 이타적 가치를 중시 으로,” 소비자문제연구, 제45권, 제1호, pp.1-23, 2014.
- [31] 노동연, “스포츠센터 소비자의 서비스 품질지각과 서 비스가치, 고객만족 및 재 이용의사의 관계,” 한국스 포츠산업경영학회지, 제9권, 제4호, pp.71-88, 2004.
- [32] 한도령, “국내 골프관광지 선택속성이 다차원적 지각

- 가치를 통한 재방문의도에 미치는 영향,” 한국체육과학회지, 제26권, 제2호, pp.603-613, 2017.
- [33] 류지한, 곽한병, “스쿠버다이빙 참여자의 다차원적 지각가치가 고객충성도에 미치는 영향,” 한국사회체육학회지, 제72권, pp.147-156, 2018.
- [34] 이숙영, “문화예술교육 서비스 품질을 통한 무용교육의 가치에 관한 연구,” 한국엔터테인먼트산업학회논문지, 제14권, 제3호, pp.51-62, 2020.
- [35] 최윤실, 이형룡, “온라인 예약 채널 품질 속성이 재이용 의도에 미치는 영향에 관한 연구: 기능적 가치의 매개 효과,” 관광연구, 제34권, 제7호, pp.103-120, 2019.
- [36] A. Parasuraman, V. Zeithaml, and L. Berry, “A conceptual model of service quality and its implications for future research,” Journal of Marketing, Vol.49, No.1, pp.41-50, 1985.
- [37] C. Fornell, “A national customer satisfaction barometer: The Swedish experience,” Journal of marketing, Vol.56, No.1, pp.6-21, 1992.
- [38] C. Fornell and B. Wernerfelt, “Defensive marketing strategy by customer complaint management: a theoretical analysis,” Journal of Marketing research, Vol.24, No.4, pp.337-346, 1987.
- [39] J. Hwang, “Restaurant table management to reduce customer waiting times,” Journal of Foodservice Business Research, Vol.11, No.4, pp.334-351, 2008.
- [40] 김성엽, 주혜영, “서비스품질, 이미지, 서비스가치가 고객만족과 재이용의도에 미치는 영향-국내 요가센터 서비스품질을 중심으로,” 상품학연구, 제25권, pp.111-125, 2007.
- [41] 정지명, 진지형, “볼링센터의 서비스품질과 재이용의도의 관계에서 서비스가치의 매개효과검증,” 한국사회체육학회지, 제42권, 제1호, pp.443-453, 2010.
- [42] 김기출, *골프장 이용형태에 따른 서비스품질, 지각된 가치, 고객만족도, 행동의도의 인과관계*, 상지대학교, 박사학위논문, 2014.
- [43] 최진훈, 박주영, “골프연습장의 서비스 품질이 서비스 가치, 고객만족 및 재이용 의도에 미치는 영향,” 한국체육과학회지, 제28권, 제3호, pp.319-333, 2019.
- [44] 설민신, 임정원, 이성균, “스포츠센터 제공 서비스품질이 이용만족과 재등록에 미치는 영향,” 한국체육과학회지, 제25권, 제6호, pp.875-886, 2016.
- [45] 라선아, 이유재, “고객만족, 고객충성도, 관계마케팅, 고객관계관리 관련 문헌에 관한 종합적 고찰,” 마케팅연구, 제30권, 제1호, pp.53-104, 2015.
- [46] 정순복, “스포츠 컨벤션 이벤트와 지각된 가치 및 행동의도의 구조적 관계,” 한국체육과학회지, 제27권, 제2호, pp.77-88, 2018.
- [47] 박현희, 전중옥, “소셜커머스의 다차원적 소비가치가 태도와 재이용의도에 미치는 영향: 기회 희소성 지각의 조절효과,” 마케팅관리연구, 제17권, 제4호, pp.173-196, 2012.
- [48] 이형탁, 김문섭, “스마트폰의 사용자와 비사용자간 비용·편익 모형,” 한국산업경영학회 발표논문집, pp.308-325, 2012.
- [49] 김남수, *항공서비스 품질, 가치지각, 고객만족, 행동의도와의 관계*, 계명대학교, 박사학위논문, 2009.
- [50] 최용석, 신승아, 신승호, 유도상, “스포츠복지프로그램을 통한 뉴실버 세대의 지각된 가치와 스포츠조직 평판 및 행동의도와의 관계: 어르신검도교실을 중심으로,” 한국스포츠산업경영학회지, 제23권, 제6호, pp.66-78, 2018.
- [51] 유정현, 김문섭, “항공사 서비스품질이 고객가치와 태도에 미치는 영향,” 한국항공경영학회지, 제16권, 제6호, pp.117-136, 2018.
- [52] 김지혜, *여성 취미발레의 라이프 스타일이 선택속성, 만족 및 참여지속에 미치는 영향*, 숙명여자대학교, 석사학위논문, 2016.
- [53] 정은교, *필라테스 서비스품질이 가치, 만족 및 재이용에 미치는 관계 분석*, 숙명여자대학교, 석사학위논문, 2020.
- [54] R. M. Baron and D. A. Kenny, “The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations,” Journal of Personality and Social Psychology, Vol.51, No.6, pp.1173-1182, 1986.
- [55] 유호길, “민간스포츠센터의 서비스 품질, 이용만족, 관여도 및 애호도 간의 관계,” 한국체육과학회지, 제19권, 제1호, pp.153-164, 2010.

저 자 소 개

정 난 희(Nan-hee Jeong)

정회원



- 1999년 2월 : 대구가톨릭대학대학교(교육학석사)
- 2008년 2월 : 대구가톨릭대학원대학교(체육과학박사)
- 현재 : 구미대학교 스포츠건강관리과 교수

<관심분야> : 생활스포츠, 건강관리, 필라테스, 스포츠심리