



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](#)

2019년 2월
석사학위논문

피트니스센터 경영관리자의
기업가정신이 종사자의 조직몰입,
고객지향성 및 경영성과에 미치는
영향

조선대학교 대학원

체육학과

이 재 호

피트니스센터 경영관리자의 기업가정신이 종사자의 조직몰입, 고객지향성 및 경영성과에 미치는 영향

An Effect on Employee's Organization Immersion,
Customer Directivity, and Administration Outcome of
Fitness Center Administrator's Business Person Spirit

2019년 2월 25일

조선대학교 대학원

체육학과

이 재 호

피트니스센터 경영관리자의 기업가정신이 종사자의 조직몰입, 고객지향성 및 경영성과에 미치는 영향

지도교수 박 도 현

이 논문을 체육학석사학위 신청논문으로 제출함.

2018년 10월

조선대학교 대학원

체육학과

이 재 호

이재호의 석사학위논문을 인준함

위원장 조선대학교 교수 송 채 훈 인

위 원 조선대학교 교수 박 도 현 인

위 원 조선대학교 교수 김 옥 주 인

2018년 11월

조선대학교 대학원

목 차

ABSTRACT

I. 서 론	1
1. 연구의 필요성 및 목적	1
2. 연구의 가설	3
3. 연구의 제한점	5
4. 용어의 정의	5
II. 이론적 배경	7
1. 기업가정신	7
2. 조직몰입	9
3. 고객지향성	11
4. 경영성과	13
III. 연구방법	15
1. 연구대상 및 표집	15
2. 조사도구	16
3. 설문지의 타당도와 신뢰도	18
4. 자료처리	21
IV. 연구결과	23
1. 피트니스센터 종사자의 인구통계학적특성에 따른 기업가정신, 조직몰입,	

고객지향성, 경영성과의 차이	23
2. 피트니스센터 경영관리자의 기업가정신이 종사자의 조직몰입에 미치는 영향	38
3. 피트니스센터 경영관리자의 기업가정신이 종사자의 고객지향성에 미치는 영향	40
4. 피트니스센터 경영관리자의 기업가정신이 경영성과에 미치는 영향	43
V. 논 의	45
1. 피트니스센터 종사자의 인구통계학적특성에 따른 기업가정신, 조직몰입, 고객지향성, 경영성과의 차이	45
2. 피트니스센터 경영관리자의 기업가정신이 종사자의 조직몰입에 미치는 영향	47
3. 피트니스센터 경영관리자의 기업가정신이 종사자의 고객지향성에 미치는 영향	48
4. 피트니스센터 경영관리자의 기업가정신이 경영성과에 미치는 영향	49
VI. 결론 및 제언	50
1. 결 론	50
2. 제 언	52
참고문헌	53
부 록(설문지)	57

표 목 차

표 1. 기업가정신의 정의	8
표 2. 조직몰입의 정의	9
표 3. 고객지향성의 구성요소	12
표 4. 경영성과의 개념	13
표 5. 조사대상자에 따른 인구통계학적특성	15
표 6. 설문지의 구성 내용	17
표 7. 기업가정신의 탐색적 요인분석 및 신뢰도	19
표 8. 조직몰입의 탐색적 요인분석 및 신뢰도	19
표 9. 고객지향성의 탐색적 요인분석 및 신뢰도	20
표 10. 경영성과의 탐색적 요인분석 및 신뢰도	21
표 11. 성별에 따른 차이	23
표 12. 결혼여부에 따른 차이	25
표 13. 연령에 따른 차이	26
표 14. 최종학력에 따른 차이	28
표 15. 근속기간에 따른 차이	30
표 16. 고용형태에 따른 차이	32
표 17. 월 평균소득에 따른 차이	34
표 18. 각 변인들 간의 상관관계	37
표 19. 기업가정신이 정서적 몰입에 미치는 영향	38
표 20. 기업가정신이 규범적 몰입에 미치는 영향	39
표 21. 기업가정신이 서비스 태도에 미치는 영향	40
표 22. 기업가정신이 서비스 의지에 미치는 영향	41
표 23. 기업가정신이 서비스 행동에 미치는 영향	42

표 24. 기업가정신이 재무성과에 미치는 영향43
표 24. 기업가정신이 비재무성과에 미치는 영향44

ABSTRACT

An Effect on Employee's Organization Immersion, Customer Directivity, and Administration Outcome of Fitness Center Administrator's Business Person Spirit

Lee, Jae-Ho

Advisor : Prof. Park, Do-Heon Ph. D.

Department of Physical Education,

Graduate School of Public Health,

Chosun University

This study aimed at analyzing the effect on employee's organization immersion, customer directivity, and administration outcome of fitness center administrator's business person spirit and led to the conclusion as follows.

First, as for the difference among the employee's business person spirit, organization immersion, and administration outcome of fitness center employee depending on demographic character, at first, there was no significant difference in sex.

The employee's marital status had a significant difference in service will as a customer directivity and unmarried employee had a higher difference.

Age had a significant difference in emotional immersion and normative immersion as an organization immersion, in service attitude and service will as a customer directivity, and in non-financial outcome as an administrative outcome. In all of the factors showing significant difference, the difference was the highest in those in their 40s generally and the lowest in those older than 40s.

The last academic ability had a significant difference in service will as a

customer directivity. The difference was highest in those lower than graduation from highschool and low generally in those higher than junior college graduation and graduate school enrollment.

The period of continuous service had a significant difference in innovation as business person spirit, in normative immersion as an organizational immersion, and in non-financial outcome as an administrative outcome. In all of the factors showing a significant difference, those older than 6 years-younger than 9 years and those older than 9 years had a high difference generally and those younger than 1 year and those older than 3 years-younger than 6 years had a low difference generally.

The employment type had a significant difference in service will as a customer directivity and service activity, in financial outcome as an administrative outcome, and in non-financial outcome. In all of the factors showing a significant difference, the regular position had the highest difference and the part time had the lowest difference.

The monthly average income had a significant difference in innovation and danger sensibility as business person spirit, in emotional immersion and normative immersion as an organizational immersion, service attitude, and service will, and financial outcome and non-financial outcome as an administration outcome. In all of the factors showing significant difference, those attaining 4million won were the highest and those attaining 2 million-3 million won were the lowest generally.

Second, as for the relationship between business person spirit of administrators and organization immersion of employees in fitness center administrators, the factors such as innovation and danger sensibility had significant effects on emotional immersion and normative immersion statistically.

Third, as for the relationship between business person spirit of administrators and customer directivity of employee, the factor of innovation

as a business person spirit had a significant effect on service attitude and service will statistically, and the factors such as innovation and danger sensibility as a business person spirit had significant effects on service attitude statistically.

Fourth, as for the relationship between business person spirit and administration output of administrators fitness center, the factor of innovation and danger sensibility as a business person spirit had significant effects on financial outcome and the factor of innovation as a business person spirit had significant effects on non-financial outcome statistically.

I. 서 론

1. 연구의 필요성 및 목적

사회경제체제가 근대화되며 기업가들은 신 시장을 발굴해내고, 생산요소의 새로운 결합을 추진하며, 아이디어를 고안하는 등 창조적인 활동을 수행함으로써 경제발전에 중요한 역할을 한다(백성욱, 2017). 이러한 기업가와 분리해서 생각할 수 있는 것이 바로 기업가정신이다. 기업가정신은 존경받고, 기업을 성장시키고 발전시킬 수 있는 경영자로서의 이념을 뜻한다.

오늘날 세계 주요국들은 이러한 기업가정신을 고실업이 만연한 경제 상황을 해결하기 위한 신 성장 동력으로 인식하고 있으며, 기업가정신을 중요한 정책대안으로서 활성화하기 위해 적극적으로 추진하고 있다(김주미, 박재필, 2013).

특히, 미국은 정부의 주도로 1982년부터 초등학교 정규교육에 기업가정신을 편성하였고, EU 역시 중등 교육과정에 기업가정신을 채택하였다. 이러한 맥락에서 막스플랑크연구소의 1인당 개인소득과 기업가정신의 관계를 분석한 연구결과에 따르면 인구 1인당 소득이 2만 달러에서 3-4만 달러에 오르기 위해서는 토지, 자본, 노동, 생산요소 등의 확대와 더불어 기업가정신이 필요하다고 주장하였다. 이에 따라 한국에서도 2018년부터 정식으로 중·고등학교에서 기업가정신을 교육하고, 이를 기반으로 2020년까지 초·중·고등교육의 정규과목으로 기업가정신을 확대할 계획을 가지고 있다(박현성, 2017).

한편, 스포츠산업의 규모가 꾸준히 성장하고 있는 가운데, 피트니스센터 시장의 환경은 과거에 비하지 못할 정도로 변화하고 있어 유능한 종사자의 확보는 물론 기업의 성패를 좌우하는 경영자의 역할이 강조되고 있다. 즉, 경영자의 기업가정신이 종사자들에게 적절하게 소통됨으로써 효율적으로 내재화되어 조직의 가치로 재생산 되어야 한다는 것이다. 이러한 주장에 따라 중소기업 경영자의 기

업가정신이 종사자의 혁신행동을 높인다는 연구결과들이 제시되었다(권혁기, 손현일, 2014; 방태연, 2015; 백성욱, 2017; 이양택, 2013; 임정희, 2018).

이와 같이 지속적인 혁신을 하지 않고서는 경쟁에서 도태되기 때문에 기업의 지속적인 성장을 위하여 경영자의 혁신적 업무행동은 조직 내에서 우선적으로 배양되어야 할 직무행동 중 하나라고 할 수 있다(박문수, 배성호, 2013).

이러한 측면에서 종사자들의 자발적이고 창의적인 업무활동의 지표가 될 수 있는 조직몰입이나 서비스지향성과 같은 혁신행동에 대한 중요성이 강조되고 있는 가운데, 권혁기와 손현일(2014)은 중소기업 종사자들을 대상으로 한 연구에서 종사자의 정서적몰입이 기업가정신과 종사자의 혁신행동지향성에 미치는 영향에 있어 매개 변수로서의 기능을 하고 있음을 규명하였고, 정은하, 엄미선(2012)은 사회복지 종사자들을 대상으로 한 연구에서 경영관리자의 기업가정신이 종사자들의 창조적 업무행동에 영향을 미친다는 결과를 도출하였다.

최근 우리나라는 창조경제의 기초아래 매년 2조 원이 넘는 투자로 기업가정신의 활성화를 위한 각종 정책적 지원을 하고 있다(박현성, 2017). 이렇듯 스포츠 산업에 대한 국가의 적극적인 정책들이 실행되면서 다양한 영역에서 창업 및 일자리 창출에 대한 관심이 어느 때보다 높아지고 있다. 그럼에도 불구하고 최근 경제성장에 기여하는 요인으로 가장 주목해야 할 이론적 연구는 스포츠경영학 분야에서 전무한 실정이다.

이에 본 연구에서는 스포츠산업의 근간이 되는 피트니스센터 경영관리자의 기업가정신이 종사자의 조직몰입, 고객지향성 나아가 경영성과에 미치는 영향을 규명하여 기존의 일반 조직 행동에서 입증되었던 기업가정신의 혁신행동에 미치는 영향력이 스포츠 조직에서도 적용될 수 있는가를 검증하고, 스포츠 조직의 기업가정신이 종사자들의 직무 태도 변수에 의해 변할 수 있는 주장에 근거하여 종사자의 개인 특성 및 조직 관련 변수에 의해 다르게 나타날 수 있는지를 검증해 보고자 한다.

이러한 연구는 스포츠 조직 분야에서 기업가정신과 혁신행동의 영향 관계의

적용에 대한 학문적 자료를 제공해 줄 수 있을 뿐만 아니라, 경영자 측면에서 기업가정신을 통한 혁신 행동을 제고하기 위한 이론적 지식을 제공하는데 그 목적이 있다.

2. 연구의 가설

본 연구에서는 피트니스센터 경영관리자의 기업가정신이 종사자의 조직몰입, 고객지향성 및 경영성과에 미치는 영향을 분석함에 있어 아래와 같은 연구가설을 설정하였다.

가설 I. 피트니스센터 종사자의 인구통계학적특성에 따라 기업가정신, 조직몰입, 고객지향성, 경영성과에 차이가 있을 것이다.

I-1. 성별에 따라 기업가정신, 조직몰입, 고객지향성, 경영성과에 차이가 있을 것이다.

I-2. 연령에 따라 기업가정신, 조직몰입, 고객지향성, 경영성과에 차이가 있을 것이다.

I-3. 최종학력에 따라 기업가정신, 조직몰입, 고객지향성, 경영성과에 차이가 있을 것이다.

I-4. 근속기간에 따라 기업가정신, 조직몰입, 고객지향성, 경영성과에 차이가 있을 것이다.

I-5. 고용형태에 따라 기업가정신, 조직몰입, 고객지향성, 경영성과에 차이가 있을 것이다.

I-6. 월 평균소득에 따라 기업가정신, 조직몰입, 고객지향성, 경영성과에 차이가 있을 것이다.

I-7. 결혼여부에 따라 기업가정신, 조직몰입, 고객지향성, 경영성과에 차이가 있을 것이다.

가설 II. 피트니스센터 경영관리자의 기업가정신이 종사자의 조직몰입에 영향을 미칠 것이다.

II-1. 피트니스센터 경영관리자의 기업가정신이 종사자의 조직몰입의 정서적몰입에 영향을 미칠 것이다.

II-2. 피트니스센터 경영관리자의 기업가정신이 종사자의 조직몰입의 규범적몰입에 영향을 미칠 것이다.

가설 III. 피트니스센터 경영관리자의 기업가정신이 종사자의 고객지향성에 영향을 미칠 것이다.

III-1. 피트니스센터 경영관리자의 기업가정신이 종사자의 고객지향성의 서비스태도에 영향을 미칠 것이다.

III-2. 피트니스센터 경영관리자의 기업가정신이 종사자의 고객지향성의 서비스의지에 영향을 미칠 것이다.

III-3. 피트니스센터 경영관리자의 기업가정신이 종사자의 고객지향성의 서비스행동에 영향을 미칠 것이다.

가설 IV. 피트니스센터 경영관리자의 기업가정신이 경영성과에 영향을 미칠 것이다.

IV-1. 피트니스센터 경영관리자의 기업가정신이 경영성과의 재무성과에 영향을 미칠 것이다.

IV-2. 피트니스센터 경영관리자의 기업가정신이 경영성과의 비재무성과에 영향을 미칠 것이다.

3. 연구의 제한점

본 연구에서는 다음과 같은 제한점을 지닌다.

첫째, 본 연구의 연구 대상자들이 인구통계학적 변수에 있어 왜곡된 응답을 할 가능성이 있다.

둘째, 본 연구는 광주·전남 지역의 피트니스센터 종사자로 한정하였기 때문에 본 연구결과는 전국적으로 일반화하는데 다소 무리가 있다.

셋째, 본 연구에서는 피트니스센터 종사자가 인식하는 경영관리자의 기업가정신 요인 2가지, 종사자의 조직몰입 요인 2가지, 고객지향성 요인 3가지, 경영성과에 대한 요인 2가지로 제한하였으므로 이 외의 요인이 성과에 영향을 미칠 수 있는 가능성을 배제하였다.

4. 용어의 정의

1) 기업가정신

기업가정신은 기업을 건설하게 발전시킬 수 있는 경영자로서의 이념 및 철학으로 기업이 새로운 변화와 혁신을 창출하기 위해 이를 탐색하고 행동으로 옮기는 것을 뜻한다(백성욱, 2017).

2) 조직몰입

조직몰입이란 개인이 조직의 목표를 내재화함으로써 한 조직의 가치 규범에 대한 동일시와 충성의 표현으로 조직에 적극적으로 관여하는 것을 말한다(이용국, 2010).

3) 고객지향성

고객지향성은 고객의 가치를 이해하고 충족시키려는 종사자의 서비스행동으로 기업이 표방하는 서비스지향성의 수행정도를 말한다(김재구, 2009).

4) 경영성과

경영성과는 기업의 목표를 실현하고 변화하는 환경에서 적응해 나갈 수 있는 조직의 능력, 즉 조직의 장단기 목표의 달성 정도 및 여부로 정의할 수 있다(김미정, 2009).

II. 이론적 배경

1. 기업가정신

글로벌한 경영 내에서 기업은 주어진 자원을 활용하여 경쟁적 우위를 확보하고자 하며, 특히 기존 경쟁 우위의 자본과 기술이 쉽게 모방되기 때문에 경쟁 기업과 대비되는 차별성과 창의성을 모방하기 어려운 인적 자원이 기업 경쟁력의 핵심으로 인식된다.

이러한 자원은 다른 자산과는 다르게 올바르게 관리되지 않으면 자발적으로 이직할 수 있으며, 복구하기가 힘든 특성이 있다.

이렇듯 정보화 사회에서는 기업 경쟁력의 척도가 인적자원에 의해 결정되기 때문에 기업가의 인적관리 능력 정도에 따라 기업의 경쟁력이 결정되며 그러한 능력을 극대화할 수 있도록 전략적으로 관리하고자 많은 기업들이 다양한 방법의 시도와 투자를 지속하고 있다(고광덕 외, 2013).

기업가정신은 1980년대 미국기업의 경쟁력 약화에 따른 경영에 대한 반성과 벤처기업의 활성화와 접목되면서 본격적으로 연구되어 왔고, 기업가정신의 개념을 설명하는데 있어서 대표적인 학자가 Schumpeter이며, 그가 사용한 기업가정신의 개념은 사회를 변화시키는 사람의 창의적인 행동으로 기업가가 환경변화에 창의적으로 적응하기 위한 행동이라고 했다(박남규, 2015). 기업가정신을 통해 기업은 시장경제가 향상되는 중점적인 요인이 되고 있다(김선광, 2015).

이와 같은 기업가정신은 다수의 학자들에 의해 시대의 흐름에 맞는 정의가 새롭게 제시되고 있는 실정이다. 이에 <표 1>에서는 시대의 흐름에 따라 국내외 선행연구자들에 의해 제시된 기업가정신에 대한 정의를 조합하여 정리하였다.

표 1. 기업가정신의 정의

저 자(연도)	정 의
Schumpeter (1973)	기업가정신이란 기업가가 환경변화에 창조적으로 적응하기 위한 행동양식
Miller (1983)	새로운 가치창출을 위해 혁신성, 진취성, 위험감수성으로 자원을 재분배하거나 재결합하는 활동
Timmons (1994)	기업을 대상으로 하지 않을 경우에도 사용되고 있으며, 정의하는 입장에 따라 많은 형태로 사용됨
Kraus (2002)	기업가정신은 기업의 크기, 업력 등에 제한되지 않고 모든 행동에서 나타남
박상용 (2003)	불확실한 현재 시장 상황에도 정확히 진단하여 미래를 예측하여 위험을 감수하고 기회를 잡음으로써 새로운 가치를 만들어가는 의지와 행위
이승현 (2014)	끊임없는 변화를 추구하고 고객에게 맞는 제품, 서비스를 개발하여 기회를 포착해 전략 수립을 위해 갖추어야 할 행동
강재학 (2015)	적은 자원을 가지고 위험을 감수하면서 다양한 방식을 동원해 새로운 가치를 창출하는 기업적인 마인드
김택수 (2016)	기회를 잡고 새로운 가치를 만들며 새로운 조직을 만드는 행위

자료출처: 김정곤(2016).

2. 조직몰입

조직몰입은 1960년대 처음 연구되기 시작한 이래 최근까지 많은 이목이 집중되고 있으며, 1980년대 들어서면서 인력에 대한 구조조정을 실행하면서 구성원들이 인식하고 느끼는 고용에 대한 불안에서 오는 문제점이 발생하였다.

이러한 문제를 해결하는 방법으로 조직에 대한 몰입이 중요하게 작용하면서 조직몰입에 관한 연구는 더욱 증가 되었으며, 많은 선행연구에서 조직성과의 대표적인 대리변수로 사용되고 있다.

표 2. 조직몰입의 정의

저 자(연도)	정 의
Wiener & Vardi (1980)	개인직무에 몰입된 구성원이 조직에 몰입이 될 수 없고 반대로 자신이 속한 조직 구성원이 직무몰입이 되지 않은 상태
Wiener (1982)	조직의 목표, 이해관계를 충족하기 위한 행위를 유발 시키는 내재화된 규범적 압력의 총체
Morrow (1983)	조직 구성원으로 남아있으려는 강한 바람을 가지는 조직을 위해 노력을 발휘하는 조직의 가치와 목표를 신용하여 수용하는 정도
Reichers (1985)	조직몰입에 대한 부수적 조건, 개인, 조직의 목표적 일치 관계
Mathiey & Zajac (1990)	조직관계에서 발생하는 손익관계에 의거하여 조직에 남으려고 하는 의사
Allen & Meyer (1991)	조직에 애착을 가지고 조직원으로서의 신분을 유지하려는 강한 바람 또는 더 좋은 대안이 없기에 신분을 유지할 위한 심리적 필요, 조직을 위한 충성심으로 의무를 수행하려는 가치관

Robbins & Langton (2003)	조직의 목적과 자신을 동일하게 생각하며, 조직 구성원으로 남고자 하는 희망상태
Dhar(2015)	자신이 근무하고 속해있는 조직 안에서 일원이 되고 도움이 되고자 하는 상태

자료출처: 김현정(2017).

조직몰입이란, 조직 구성원으로서 조직에 대해 헌신과 공헌을 하고자 하는 의지로 정의되며(Meyer & Allen, 1990), 조직의 가치 또는 목표 등 관련된 자기의 역할을 조직을 위해 가지는 애착심이다.

또한, 조직의 대해 개인이 가지는 심리적으로 강한 신뢰감으로 조직을 위해 헌신과 희생을 할 수 있는 표현 또는 조직의 구성원으로 남겠다는 강한 욕구이다(송성화, 2015).

이를 종합해보면, 조직몰입은 조직의 목표와 조직원의 목표가 일치되어 성공적인 조직의 목표를 달성하기 위해 개인이 자발적으로 노력하는 것이라고 할 수 있다(함우형, 2018).

3. 고객지향성

일반적으로 제품 및 서비스 직원의 영업과정에서 보이는 대표적인 판매활동은 판매지향성과 고객지향성으로 나눌 수 있다. 판매지향성은 단기적으로 최대한으로 판매를 목적을 둔 활동이며, 목적은 오직 판매에만 있고, 판매원은 설득자의 역할을 한다. 따라서 강압적으로 고객에게 제품과 서비스를 구매하도록 설계하는 것이 판매지향성이다. 반면, 고객지향성은 장기적으로 고객에 대한 만족을 증가시켜 고객이 인식하는 불편을 감소하려는 행동으로써 영업의 목적이 판매지향성과 달리 고객욕구에 있고, 경영자 및 종사원도 문제해결의 역할을 함으로써 고객의 원하는 요인과 판매자의 서비스가 일치하게 된다. 따라서 고객지향성은 고객이 만족할 수 있는 소비를 돕고자 하는 마케팅 활동을 고객지향성으로 정의할 수 있다(박지홍, 2013).

다시 말해 고객지향성은 판매목적이 아닌 고객의 욕구충족을 목적이라 말하며, 고객의 욕구를 충족시킴으로써 조직의 목적달성을 이루려는 이념이라 정의할 수 있으며, 업체와 소비자의 관계를 유지하고 업체와 소비자의 올바른 관계형성으로 볼 수 있다.

2000년대에 들어 고객에 대한 인식이 다양하게 변화 되었는데, 기업의 목표인 성과적 측면에서 고객지향성은 소비자의 측면에서 이해하고, 이를 가장 잘 충족시키는 방향으로 고객을 상대하려는 서비스 종사원과 고객에 대한 접근자세의 방향이라고 볼 수 있다. 따라서 고객지향성은 고객만족의 선행조건이고, 상호적으로 이익과 장기적인 관계형성을 통해서 고객지향성이 높은 종사원은 고객의 욕구를 충실히 반영함으로써 기업성장에 상당한 영향을 미친다(조석중, 2018).

이러한 변화에 소비자에 대한 서비스품질은 기업 종사원들의 영향에 따라 달라질 수 있으며, 기업에서 소비자에게 제공하는 서비스는 속성상 비가시적

이다. 서비스는 고객과의 상호작용에서 발생하기 때문에, 서비스기업을 이용하는 소비자들은 기업의 서비스를 평가할 때, 주로 고객과 접촉하는 기업의 종사원들의 행동을 기준으로 평가하고 있다(임자윤, 2014).

선행연구를 토대로 고객지향성의 구성요소를 다음 <표 3>으로 정리하였다.

표 3. 고객지향성의 구성요소

저 자(연도)	정 의
Buzzotta, Lefton & Sherberg (1972)	욕구에 대한 관심 및 분석, 결과 지향적, 적극적인 참여, 경청, 충분한 설명, 수요변화 및 욕구 수용, 인간관계 구축, 전문가 역할 수행
Williams (1998)	구매를 결정 하도록 하려는 의지, 욕구평가 의지, 욕구를 충족 시 제품 제시, 고객만족, 사후관리 활동, 기업에 대한 대표성
Donovan et al. (2001)	고객욕구 충족차원, 서비스 제공차원, 고객과의 개인적 관계 욕구차원
Browns et al. (2002)	욕구차원, 고객과 연속적 관계를 형성하거나 서비스 행위 자체를 즐기는 차원
한지희 (2005)	종사원자가 가지는 고객에 대한 열정, 신념, 서비스지향적인 조직문화의 표출
성오현 (2013)	고객욕구의 신뢰감, 친절성, 호감도, 협력행위

자료출처: 조석중(2018).

4. 경영성과

홍보마케팅 활동을 하는 기업의 목적은 고객을 위한 고객만족을 통한 성과의 개선이다(이치일, 2006). 따라서 보다 다양하고 정확하게 경영성과를 측정하고자 하는 선행연구들이 계속해서 진행되고 있으며, 경영성과란 기업 간의 거래관계에서 나타나는 수익, 재무, 시장 점유율 더불어 기업의 성장 기대감에 대한 인지도로 경영활동에 대한 재무적 성과이다(이미혜, 장혜진, 2015).

표 4. 경영성과의 개념

저 자(연도)	정 의
한성호 (2002)	기업에서 발생하는 재무적·비재무 성과에 대한 조직원들의 생각이나, 견해
조원섭·손삼호 (2007)	기업 활동의 종합적인 결과물, 효율적인 조직활동을 평가하는 수단
김형수·김영걸 (2009)	고객이 기여하는 성과뿐만 아니라 간접적인 기여가치 등을 포함하는 개념
Rodriguez et al. (2012)	거래완료 후의 다양한 관계형성을 포함하여 수요와 공급을 연결해주는 행동에 맞춘 측정 결과
박재덕 (2013)	공동으로 가치를 추구하는 이해집단들이 협력관계를 원활히 하고 있는 지를 측정한 결과
이미혜·장혜진 (2015)	기업 간의 거래관계에서 나타나는 재무이익, 시장 점유율, 수익성, 성장 기대감에 대한 경영활동의 재무적 성과

자료출처: 이승진(2018).

경영성과란 기업의 모든 측면에서 재정적으로 안정 등의 목표를 실현시키고, 점진적으로 변화하는 환경에서의 적응하고 생존해 나갈 수 있는 조직의 목표 달성정도 라고 하였고, 공동적으로 기업의 목적과 이익이라는 가치를 추구하는 집단들이 상호적인 관계를 원활히 하고 있는가를 측정한 결과이기도 하다(박재덕, 2013). 경영성과는 즉, 수익성을 나타내는 이익과 재무 또는 시장 점유율 등을 의미하는 측면 뿐 만 아니라, 소비자가 다른 소비자에게 전하고 추천할 수 있는 효과를 비재무적 성과로 구분할 수 있다.

Ⅲ. 연구방법

1. 연구대상 및 표집

본 연구의 조사대상은 2018년 9월 광주·전남에 소재한 피트니스센터 종사자를 모집단으로 선정하였다. 표본추출은 무작위표본추출(Random Sampling Method)을 사용하였으며, 설문조사는 본 연구자와 설문지 조사경험이 있고, 사전에 교육받은 연구보조자 5명이 본 연구의 목적과 조사에 따른 취지를 설명한 후, 자기평가기입법(Self-Administrated Method)으로 설문조사에 응하도록 하여, 그 자리에서 회수하였다. 이와 같은 과정을 통하여 응답자 300명 가운데 불성실한 설문응답으로 연구목적과 부합되지 않은 15명의 응답 자료를 제외한 총 285(95.0%)명의 자료를 최종 분석 자료로 사용하였다. 본 연구에 사용된 조사대상자의 인구통계학적특성은 다음의 <표 5>와 같다.

표 5. 조사대상자에 따른 인구통계학적특성

요인	구분	빈도(명)	구성비(%)
성별	남자	176	61.8
	여자	109	38.2
연령	20대	111	38.9
	30대	81	28.4
	40대	67	23.5
	50대 이상	26	9.1
최종학력	고등학교 졸업 이하	39	13.7
	전문대 졸업	80	28.1
	대학교 졸업	121	42.5
	대학원 재학 이상	45	15.8

근속기간	1년 미만	76	26.7
	1년 이상-3년 미만	99	34.7
	3년 이상-6년 미만	60	21.1
	6년 이상-9년 미만	21	7.4
	9년 이상	29	10.2
고용형태	정규직	141	49.5
	계약직	75	26.3
	파트타임 (아르바이트)	69	24.2
월 평균소득	100만원 미만	71	24.9
	100만원 이상-200만원 미만	98	34.4
	200만원 이상-300만원 미만	62	21.8
	300만원 이상-400만원 미만	32	11.2
	400만원 이상	22	7.7
결혼여부	기혼	114	40.0
	미혼	171	60.0
합계		285	100.0

2. 조사도구

본 연구의 목적에 따라 변수들 간의 관계를 규명하기 위해 설문지를 측정도구로 활용하였고, 설문지 모든 문항들은 연구의 목적에 부합되는 선행연구와 이론에 근거하여 구성하였으며, 기업가정신, 조직몰입, 고객지향성, 경영성과 변인 모두 ‘매우 그렇지 않다 1점’, ‘그렇지 않다 2점’, ‘보통이다 3점’, ‘그렇다 4점’, ‘매우 그렇다 5점’의 5단계 Likert 척도를 사용하였다.

표 6. 설문지의 구성 내용

구성 지표	구성 내용(문항 수)	문항 수
인구통계학적특성	성별, 연령, 최종학력, 근속기간, 고용형태, 월 평균소득, 결혼여부	7
기업가정신	혁신성(4문항), 위험감수성(3문항)	7
조직몰입	정서적몰입(8문항), 규범적몰입(8문항)	16
고객지향성	서비스태도(3문항), 서비스의지(3문항), 서비스행동(3문항)	9
경영성과	재무성과(5문항), 비재무성과(5문항)	10
계		49

첫째, 기업가정신 척도는 Covin & Slevin(1991)의 연구에 따라 최근 권혁기와 손헌일(2014), 백성욱(2017)이 사용하였고, 본 연구에서는 이를 토대로 연구의 목적에 맞게 수정·보완하여 사용하였으며, 구체적으로 ‘혁신성(4문항)’, ‘위험감수성(3문항)’ 등, 2개요인, 총 7문항으로 구성하였다.

둘째, 조직몰입에 관한 척도는 Meyer(1990)의 설문을 최근 부려연(2014), 김광진(2016)이 사용하였고, 본 연구에서는 이를 토대로 연구의 목적에 맞게 수정·보완하여 사용하였으며, 구체적으로 ‘정서적몰입(8문항)’, ‘규범적몰입(8문항)’ 등, 2개요인, 총 16문항으로 구성하였다.

셋째, 고객지향성에 관한 척도는 Williams(1992)의 설문을 이영석(2002)이 수정하여 최근 김재구(2009), 최형민(2011)이 사용하였고, 본 연구에서는 이를 토대로 연구의 목적에 맞게 수정·보완하여 사용하였으며, 구체적으로 ‘서비스태도(3문항)’, ‘서비스의지(3문항)’, ‘서비스행동(3문항)’ 등, 3개요

인, 총 9문항으로 구성하였다.

넷째, 경영성과에 관한 척도는 Rust 등(1993)이 사용한 설문을 최근 김재구(2009)가 사용하였고, 본 연구에서는 이를 토대로 연구의 목적에 맞게 수정·보완하여 사용하였으며, 구체적으로 ‘재무성과(5문항)’, ‘비재무성과(5문항)’ 등, 2개요인, 총 10문항으로 구성하였다.

3. 설문지의 타당도와 신뢰도

요인분석의 타당도 검증은 변수들이 각각 분리되어 고유한 특성을 측정하고 있는지를 파악하는 것으로, 측정변수와 관련된 항목들이 잘 묶여있는지를 검증하기 위한 분석이다.

<표 7>, <표 8>, <표 9>, <표 10>에서 나타난 바와 같이 측정도구의 타당도 검증을 위하여 각 항목들에 대한 구성타당도 검증으로 탐색적 요인분석(Exploratory Factor Analysis)을 실시하였고, 요인추출 방법으로는 주성분분석(Principle Component Analysis)을 실시하였으며, 요인의 연관성을 보다 더 효과적으로 규명하기 위하여 베리맥스(Varimax) 방식을 이용하였다.

통계상 유의성 확보를 위하여 요인분석에 의하여 추출된 요인행렬을 설명하는데, 요인 적재치의 기준은 .50 이상인 항목으로 설정하였으며, 고유치는 1.0 이상의 요인들로 구성하였다.

전체변량은 기업가정신이 82.610으로 83%의 설명력을 보였고, 조직몰입은 60.403으로 60%, 고객지향성은 83.466으로 83%의 설명력을 보였으며, 경영성과는 74.796으로 75%의 가까운 설명력이 나타나, 설문문항의 내용이 전반적으로 타당하게 측정되었음을 보여주고 있다.

또한, 신뢰도 검증을 위해 Cronbach's α 계수를 산출하였다.

표 7. 기업가정신의 탐색적 요인분석 및 신뢰도

요인	문항	성분	
		1	2
혁신성	3. 혁신 활동에 적극적으로 참여한다.	.865	.255
	4. 혁신을 위한 지원 제도 등을 잘 마련한다.	.850	.291
	2. 혁신의 전략이나 기법 등을 직접 제시한다.	.836	.329
	1. 교육 프로그램 개발이나 혁신을 강조한다.	.760	.432
위험감수성	6. 불확실하지만 잠재적 기회를 위해 위험을 감수한다.	.290	.909
	5. 새로운 생각으로 위험을 기꺼이 감수한다.	.295	.882
	7. 위험하더라도 과감하고 용감하게 행동한다.	.410	.803
Eigen value		3.088	2.695
Variance (%)		44.108	38.506
Cumulative Variance (%)		44.108	82.610
Cronbach's α		.913	.919

표 8. 조직몰입의 탐색적 요인분석 및 신뢰도

요인	문항	성분	
		1	2
정서적몰입	4. 근무하고 있는 것에 대해 자부심과 긍지를 느낀다.	.877	.131
	3. 강한 소속감을 느낀다.	.854	.047
	5. 센터의 문제가 실제 나의 문제처럼 느껴진다.	.808	.178
	2. 가족의 한 사람인 것 같은 감정을 느낀다.	.806	.226
	1. 남은 직장생활을 하는 것에 대해 행복하게 생각한다.	.762	.224
	6. 센터가 잘 되기를 진심으로 바란다.	.644	-.006
	7. 부족한 점을 스스로 보완하여 더 중요한 임무를 맡는다.	.582	.279
	8. 업무에 벗어나는 일을 성공적으로 완수하기 위해 술선수범 한다.	.579	.352

구 범 적 물 입	11. 리더가 일을 정면으로 지시할 때 싫다고 말하는 편이다.	.025	.837
	16. 조직의 기준이 아니라 나의 윤리적 기준에 따라 행동한다.	.021	.780
	9. 조직과 갈등이 생기더라도 내 견해를 주장하는 편이다.	.155	.725
	12. 직장을 옮기더라도 현재의 직장을 그만두는 것은 옳지 않다.	.330	.691
	15. 평생 동안 한 직장에서 근무하는 것이 바람직하다고 생각한다.	.391	.655
Eigen value		4.756	3.097
Variance (%)		36.583	23.820
Cumulative Variance (%)		36.583	60.403
Cronbach's α		.899	.825

표 9. 고객지향성의 탐색적 요인분석 및 신뢰도

요인	문 항	성분		
		1	2	3
행 동	7. 고객에게 문제가 생겼을 때 해결하기 위하여 노력한다.	.846	.310	.234
	6. 고객의 욕구를 파악하려고 노력한다.	.826	.255	.308
	9. 고객이 안심하고 운동할 수 있도록 노력한다.	.673	.534	.095
의 지	4. 고객과의 약속은 반드시 지킨다.	.252	.829	.359
	5. 고객에게 신속한 서비스를 제공하려고 노력한다.	.450	.711	.240
태 도	3. 고객이 이루고자 하는 목표를 이룰 수 있도록 도와준다.	.201	.273	.906
	2. 고객을 도와 줄 용의가 있다.	.591	.288	.610
Eigen value		2.507	1.797	1.539
Variance (%)		35.809	25.675	21.982
Cumulative Variance (%)		35.809	61.484	83.466
Cronbach's α		.803	.791	.790

표 10. 경영성과의 탐색적 요인분석 및 신뢰도

요인	문항	성분	
		1	2
비 재 무 성 과	8. 직원의 불평요인이 감소되었다.	.866	.341
	9. 직원의 만족도가 증가되었다.	.803	.354
	6. 직원의 이직률이 감소하였다.	.788	.324
	7. 고객의 불평건수는 경쟁 센터와 비교하여 낮은 편이다.	.657	.458
	10. 경쟁 센터와 비교하여 고객의 만족 수준이 높은 편이다.	.646	.421
재 무 성 과	1. 매출액 수준은 지속적으로 증가하고 있다.	.235	.837
	5. 지역 내 시장 점유율은 지속적으로 증가하고 있다.	.430	.787
	3. 순이익 수준은 지속적으로 증가하고 있다.	.423	.786
	2. 경영개선을 통한 월가 절감수준이 높아졌다.	.484	.719
	4. 고객의 수는 지속적으로 증가하고 있다.	.533	.700
	Eigen value	3.802	3.677
	Variance (%)	38.023	36.773
	Cumulative Variance (%)	38.023	74.796
	Cronbach's α	.901	.924

4. 자료처리

본 연구의 목적 달성을 위하여 수집된 자료 중 응답내용이 불성실하거나, 연구 목적에 적절치 않은 자료와 신뢰성이 떨어지는 자료를 제외한 분석이 가능한 자료는 SPSS for Win Version 18.0 통계프로그램을 이용하였다.

조사대상자의 인구통계학적특성은 빈도분석(Frequency Analysis)을 실시

하였고, 수집된 자료의 타당도를 검증하기 위해서 직교회전 방식 중 베리맥스(Varimax) 방식을 사용하여 탐색적 요인분석(Exploratory Factor Analysis: EFA)을 실시하였으며, 신뢰도를 검증하기 위하여 Cronbach's α 계수를 산출하였다.

다음으로는 조사대상자의 인구통계학적특성에 따른 변인 간의 차이를 분석하기 위해 T-test와 일원변량분석(One-Way ANOVA)을 실시하였고, 사후 검증은 Duncan을 실시하였다.

각 변인들 간의 관계분석에 앞서 Pearson's 상관관계분석(Correlation Analysis)을 실시하였으며, 기업가정신, 조직몰입, 고객지향성, 경영성과 변인 간의 영향력을 검증하기 위해 다중회귀분석(Multiple Regression Analysis: MRA)을 실시하였다.

통계적 유의수준은 $\alpha=.05$ 수준에서 검증하였다.

IV. 연구결과

1. 피트니스센터 종사자의 인구통계학적특성에 따른 기업가정신, 조직몰입, 고객지향성, 경영성과의 차이

피트니스센터 종사자의 인구통계학적특성에 따른 기업가정신, 조직몰입, 고객지향성, 경영성과에서 성별과 결혼여부를 T-test 실시 한 결과, <표 11>, <표 12>와 같고, 연령, 최종학력, 근속기간, 고용형태, 월 평균소득을 One-Way ANOVA 실시 한 결과, <표 13>, <표 14>, <표 15>, <표 16>, <표 17>과 같다.

1) 성별

표 11. 성별에 따른 차이

변인	요인	성별	N	M	SD	t(p)
기업가정신	혁신성	남자	176	4.1420	.78858	.468 (.640)
		여자	109	4.1858	.72998	
	위험감수성	남자	176	3.8920	.96495	-.334 (.738)
		여자	109	3.8532	.93451	
조직몰입	정서적몰입	남자	176	4.2067	.64030	-.417 (.677)
		여자	109	4.1743	.63168	
	규범적몰입	남자	176	3.5977	.90079	-1.275 (.203)
		여자	109	3.4752	.70961	

고 객 지 향 성	서비스태도	남자	176	4.4034	.60643	-.671 (.503)
		여자	109	4.3532	.62473	
	서비스의지	남자	176	4.3324	.60854	.152 (.879)
		여자	109	4.3440	.66213	
	서비스행동	남자	176	4.4489	.61663	-.770 (.442)
		여자	109	4.3899	.64678	
경 영 성 과	재무성과	남자	176	3.8273	.80352	-.107 (.986)
		여자	109	3.8257	.67060	
	비재무성과	남자	176	3.8841	.82099	-.656 (.513)
		여자	109	3.8202	.76398	

$p > .05$

<표 11>은 피트니스센터 경영자의 성별에 따른 기업가정신, 조직몰입, 고객지향성, 경영성과의 평균 차이분석을 실시한 결과이다. 이를 살펴보면, 모든 요인에서 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

2) 결혼여부

<표 12>는 피트니스센터 경영자의 결혼여부에 따른 기업가정신, 조직몰입, 고객지향성, 경영성과의 평균 차이분석을 실시한 결과이다. 이를 살펴보면, 고객지향성의 서비스의지($t = -2.110, p < .05$)에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났고, 미혼인 종사자들이 더 높게 나타났다.

표 12. 결혼여부에 따른 차이

변인	요인	결혼여부	N	M	SD	t(p)
기업가정신	혁신성	기혼	114	4.1250	.58959	-.654 (.514)
		미혼	171	4.1813	.86434	
	위험감수성	기혼	114	3.8538	.87468	-.347 (.728)
		미혼	171	3.8928	1.00239	
조직몰입	정서적몰입	기혼	114	4.2664	.49765	1.679 (.094)
		미혼	171	4.1462	.71100	
	규범적몰입	기혼	114	3.6439	.79812	1.541 (.124)
		미혼	171	3.4889	.85326	
고객지향성	서비스태도	기혼	114	4.3728	.57535	-.256 (.798)
		미혼	171	4.3918	.63824	
	서비스의지	기혼	114	4.2412	.59953	-2.110* (.036)
		미혼	171	4.4006	.64082	
	서비스행동	기혼	114	4.3947	.55444	-.720 (.472)
		미혼	171	4.4474	.67312	
경영성과	재무성과	기혼	114	3.8825	.67250	1.020 (.309)
		미혼	171	3.7895	.80389	
	비재무성과	기혼	114	3.9632	.62091	1.923 (.055)
		미혼	171	3.7906	.89333	

 * $p < .05$

3) 연령

표 13. 연령에 따른 차이

변인	요인	연령	N	M	SD	F(p) DUNCAN
기업가정신	혁신성	20대	111	4.1959	.90416	1.743 (.158)
		30대	81	4.0679	.73316	
		40대	67	4.2873	.57448	
		50대 이상	26	3.9519	.59169	
		합계	285	4.1588	.76569	
	위험감수성	20대	111	3.8589	1.05749	1.148 (.330)
		30대	81	3.7984	.87667	
		40대	67	4.0547	.83403	
		50대 이상	26	3.7436	.97665	
		합계	285	3.8772	.95196	
조직몰입	정서적몰입	20대	111	4.1486	.69054	6.509*** (.000) a,b,d<c
		30대	81	4.0941	.71111	
		40대	67	4.4739	.40214	
		50대 이상	26	3.9808	.39321	
		합계	285	4.1943	.63610	
	규범적몰입	20대	111	3.4523	.82361	3.875* (.010) a,b<c
		30대	81	3.4222	.90111	
		40대	67	3.8269	.68658	
		50대 이상	26	3.6615	.86860	
		합계	285	3.5509	.83369	
고객서비스태도향성	서비스태도	20대	111	4.4189	.63797	4.650** (.003) a,b,c>d
		30대	81	4.3580	.61357	
		40대	67	4.5075	.49614	
		50대 이상	26	4.0000	.64807	
		합계	285	4.3842	.61289	

	20대	111	4.3153	.67396	
	30대	81	4.3827	.65799	3.072*
	40대	67	4.4403	.47292	(.028)
	50대 이상	26	4.0192	.60796	a,b,c>d
	합계	285	4.3368	.62844	
서비스의지	20대	111	4.3964	.73583	
	30대	81	4.4753	.53561	
	40대	67	4.4851	.45202	1.129
	50대 이상	26	4.2500	.76485	(.338)
	합계	285	4.4263	.62785	
경영성과	20대	111	3.7694	.85502	
	30대	81	3.7901	.69635	
	40대	67	3.9433	.70993	.861
	50대 이상	26	3.8846	.55186	(.462)
	합계	285	3.8267	.75423	
비재무성과	20대	111	3.7802	.90612	
	30대	81	3.8296	.82226	2.820*
	40대	67	4.0955	.63184	(.039)
	50대 이상	26	3.6846	.45668	c>d
	합계	285	3.8596	.79891	

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

a: 20대 b: 30대 c: 40대 d: 50대 이상

<표 13>은 피트니스센터 경영자의 연령에 따른 기업가정신, 조직몰입, 고객지향성, 경영성과의 평균 차이분석을 실시한 결과이다. 이를 살펴보면, 조직몰입의 정서적몰입($F=6.509$, $p<.000$), 규범적몰입($F=3.875$, $p<.05$)에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났고, 40대가 가장 높게, 20대와 30대가 보편적으로 낮게 나타났다.

다음으로는 고객지향성의 서비스태도($F=4.650$, $p<.01$), 서비스의지

($F=3.072$, $p<.05$)에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났고, 20대, 30대, 40대가 보편적으로 높게, 50대 이상이 가장 낮게 나타났다.

마지막으로 경영성과의 비재무성과($F=2.820$, $p<.05$)에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났고, 40대가 가장 높게, 50대 이상이 가장 낮게 나타났다.

4) 최종학력

표 14. 최종학력에 따른 차이

변인	요인	최종학력	N	M	SD	F(p) DUNCAN
기업가정신	혁신성	고등학교 졸업 이하	39	4.0833	.69143	.188 (.904)
		전문대 졸업	80	4.1781	.95068	
		대학교 졸업	121	4.1798	.71460	
		대학원 재학 이상	45	4.1333	.59017	
		합계	285	4.1588	.76569	
	위험감수성	고등학교 졸업 이하	39	3.6752	.98968	1.487 (.218)
		전문대 졸업	80	3.7750	1.08146	
		대학교 졸업	121	3.9642	.90656	
		대학원 재학 이상	45	4.0000	.75545	
		합계	285	3.8772	.95196	
조직몰입	정서적몰입	고등학교 졸업 이하	39	4.1378	.70931	2.219 (.086)
		전문대 졸업	80	4.0969	.66053	
		대학교 졸업	121	4.3058	.62645	
		대학원 재학 이상	45	4.1167	.51290	
		합계	285	4.1943	.63610	
	규범적몰입	고등학교 졸업 이하	39	3.2513	.96542	2.592 (.053)
		전문대 졸업	80	3.5250	.78877	
		대학교 졸업	121	3.6711	.83181	
		대학원 재학 이상	45	3.5333	.74590	
		합계	285	3.5509	.83369	

	서비스태도	고등학교 졸업 이하	39	4.4872	.61223	1.241 (.295)
		전문대 졸업	80	4.3125	.60783	
		대학교 졸업	121	4.4298	.61001	
		대학원 재학 이상	45	4.3000	.62523	
		합계	285	4.3842	.61289	
고객지향성	서비스의지	고등학교 졸업 이하	39	4.5897	.51134	4.999** (.002) a>b,d
		전문대 졸업	80	4.1875	.70878	
		대학교 졸업	121	4.4050	.61683	
		대학원 재학 이상	45	4.2000	.50452	
		합계	285	4.3368	.62844	
	서비스행동	고등학교 졸업 이하	39	4.5769	.45217	2.439 (.065)
		전문대 졸업	80	4.3000	.73174	
		대학교 졸업	121	4.4876	.60712	
		대학원 재학 이상	45	4.3556	.58019	
		합계	285	4.4263	.62785	
경영성과	재무성과	고등학교 졸업 이하	39	3.6154	.71434	2.798 (.051)
		전문대 졸업	80	3.9100	.72069	
		대학교 졸업	121	3.9091	.69138	
		대학원 재학 이상	45	3.6400	.94253	
		합계	285	3.8267	.75423	
과	비재무성과	고등학교 졸업 이하	39	3.7590	.87320	1.103 (.348)
		전문대 졸업	80	3.8775	.80284	
		대학교 졸업	121	3.9355	.75419	
		대학원 재학 이상	45	3.7111	.83943	
		합계	285	3.8596	.79891	

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

a: 고등학교 졸업 이하 b: 전문대 졸업 c: 대학교 졸업 d: 대학원 재학 이상

<표 14>는 피트니스센터 경영자의 최종학력에 따른 기업가정신, 조직몰입, 고객지향성, 경영성과의 평균 차이분석을 실시한 결과이다. 이를 살펴보면, 고객지향성의 서비스의지($F=4.999$, $p < .01$)에서 유의한 차이가 있는 것

으로 나타났고, 고등학교 졸업 이하가 가장 높게, 전문대 졸업과 대학원 재학 이상이 보편적으로 낮게 나타났다.

5) 근속기간

표 15. 근속기간에 따른 차이

변인	요인	근속기간	N	M	SD	F(p) DUNCAN
기업가정신	혁신성	1년 미만	76	4.1875	.83877	2.759* (.028) c<d,e
		1년 이상-3년 미만	99	4.2222	.74991	
		3년 이상-6년 미만	60	3.8833	.80579	
		6년 이상-9년 미만	21	4.3214	.46194	
		9년 이상	29	4.3190	.58971	
		합계	285	4.1588	.76569	
	위험감수성	1년 미만	76	3.7193	.97229	1.501 (.202)
		1년 이상-3년 미만	99	3.8215	1.10381	
		3년 이상-6년 미만	60	3.9944	.78232	
		6년 이상-9년 미만	21	4.0159	.60988	
		9년 이상	29	4.1379	.80434	
합계		285	3.8772	.95196		
조직몰입	정서적몰입	1년 미만	76	4.1595	.66131	.914 (.456)
		1년 이상-3년 미만	99	4.1427	.65781	
		3년 이상-6년 미만	60	4.2083	.68607	
		6년 이상-9년 미만	21	4.3988	.39055	
		9년 이상	29	4.2845	.51419	
		합계	285	4.1943	.63610	
	규범적몰입	1년 미만	76	3.3605	.79935	6.446*** (.000) a,c<d
		1년 이상-3년 미만	99	3.5354	.77451	
		3년 이상-6년 미만	60	3.4200	.85940	
		6년 이상-9년 미만	21	4.2286	.44849	
		9년 이상	29	3.8828	.97177	
합계		285	3.5509	.83369		

		1년 미만	76	4.4737	.51572	
		1년 이상-3년 미만	99	4.2929	.65078	
	서비스태도	3년 이상-6년 미만	60	4.3333	.60832	2.051
		6년 이상-9년 미만	21	4.3333	.65828	(.087)
		9년 이상	29	4.6034	.64613	
		합계	285	4.3842	.61289	
고객 지 향 성	서비스의지	1년 미만	76	4.4145	.63450	
		1년 이상-3년 미만	99	4.2626	.64817	
		3년 이상-6년 미만	60	4.3333	.65527	.752
		6년 이상-9년 미만	21	4.3095	.66099	(.558)
		9년 이상	29	4.4138	.44459	
		합계	285	4.3368	.62844	
	서비스행동	1년 미만	76	4.4737	.62126	
		1년 이상-3년 미만	99	4.3838	.66174	
		3년 이상-6년 미만	60	4.2917	.69069	1.935
		6년 이상-9년 미만	21	4.6429	.35857	(.105)
		9년 이상	29	4.5690	.47667	
		합계	285	4.4263	.62785	
경 영 성 과	재무성과	1년 미만	76	3.7184	.70894	
		1년 이상-3년 미만	99	3.7737	.73936	
		3년 이상-6년 미만	60	3.8567	.88918	1.819
		6년 이상-9년 미만	21	4.1238	.49184	(.125)
		9년 이상	29	4.0138	.72493	
		합계	285	3.8267	.75423	
	비재무성과	1년 미만	76	3.7395	.78317	
		1년 이상-3년 미만	99	3.8000	.78921	
		3년 이상-6년 미만	60	3.8167	.95192	3.145*
		6년 이상-9년 미만	21	4.2381	.56078	(.015)
		9년 이상	29	4.1931	.48839	a,b,c<d,e
		합계	285	3.8596	.79891	

* $p < .05$ *** $p < .001$

a: 1년 미만 b: 1년 이상-3년 미만 c: 3년 이상-6년 미만 d: 6년 이상-9년 미만 e: 9년 이상

<표 15>는 피트니스센터 경영자의 근속기간에 따른 기업가정신, 조직몰입, 고객지향성, 경영성과의 평균 차이분석을 실시한 결과이다. 이를 살펴보면, 기업가정신의 혁신성($F=2.759, p<.05$)에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났고, 6년 이상-9년 미만과 9년 이상이 보편적으로 높게, 3년 이상-6년 미만이 가장 낮게 나타났다.

다음으로는 조직몰입의 규범적몰입($F=6.446, p<.000$)에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났고, 6년 이상-9년 미만이 가장 높게, 1년 미만과 3년 이상-6년 미만이 보편적으로 낮게 나타났다.

마지막으로 경영성과의 비재무성과($F=3.145, p<.05$)에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났고, 6년 이상-9년 미만과 9년 이상이 보편적으로 높게, 1년 미만, 1년 이상-3년 미만, 3년 이상-6년 미만이 보편적으로 낮게 나타났다.

6) 고용형태

표 16. 고용형태에 따른 차이

변인	요인	고용형태	N	M	SD	F(p) DUNCAN
기업가정신	혁신성	정규직	141	4.1613	.72956	1.094 (.336)
		계약직	75	4.2467	.75950	
		파트타임(아르바이트)	69	4.0580	.84033	
		합계	285	4.1588	.76569	
	위험감수성	정규직	141	3.9905	.84134	2.305 (.102)
		계약직	75	3.7067	1.04114	
		파트타임(아르바이트)	69	3.8309	1.04259	
		합계	285	3.8772	.95196	

조직 몰입	정서적몰입	정규직	141	4.2837	.69258	
		계약직	75	4.1150	.59302	2.804
		파트타임(아르바이트)	69	4.0978	.53545	(.062)
		합계	285	4.1943	.63610	
조직 몰입	규범적몰입	정규직	141	3.5929	.90472	
		계약직	75	3.4347	.84430	.989
		파트타임(아르바이트)	69	3.5913	.64938	(.373)
		합계	285	3.5509	.83369	
고객 지향 성	서비스태도	정규직	141	4.4574	.63101	
		계약직	75	4.3067	.58062	2.014
		파트타임(아르바이트)	69	4.3188	.60007	(.135)
		합계	285	4.3842	.61289	
고객 지향 성	서비스의지	정규직	141	4.4326	.61592	
		계약직	75	4.3067	.59782	4.132*
		파트타임(아르바이트)	69	4.1739	.65768	(.017)
		합계	285	4.3368	.62844	a>c
고객 지향 성	서비스행동	정규직	141	4.5035	.64503	
		계약직	75	4.4400	.50644	3.767*
		파트타임(아르바이트)	69	4.2536	.68397	(.024)
		합계	285	4.4263	.62785	a>c
경영 성과	재무성과	정규직	141	3.9489	.68885	
		계약직	75	3.8293	.73425	5.926**
		파트타임(아르바이트)	69	3.5739	.84639	(.003)
		합계	285	3.8267	.75423	a>c
경영 성과	비재무성과	정규직	141	3.9461	.80352	
		계약직	75	3.8853	.68983	3.174*
		파트타임(아르바이트)	69	3.6551	.87170	(.043)
		합계	285	3.8596	.79891	a>c

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

a: 정규직 b: 계약직 c: 파트타임(아르바이트)

<표 16>은 피트니스센터 경영자의 고용형태에 따른 기업가정신, 조직몰입, 고객지향성, 경영성과의 평균 차이분석을 실시한 결과이다. 이를 살펴보면, 고객지향성의 서비스의지($F=4.132, p<.05$), 서비스행동($F=3.767, p<.05$), 경영성과의 재무성과($F=5.926, p<.01$), 비재무성과($F=3.174, p<.05$)에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났고, 유의한 차이를 보인 모든 요인에서 정규직이 가장 높게, 파트타임(아르바이트)이 가장 낮게 나타났다.

7) 월 평균소득

표 17. 월 평균소득에 따른 차이

변인	요인	월 평균소득	N	M	SD	F(p) DUNCAN
기업가정신	혁신성	100만원 미만	71	4.1585	.83264	6.147*** (.000) c<e
		100만원 이상-200만원 미만	98	4.3418	.67674	
		200만원 이상-300만원 미만	62	3.7984	.82586	
		300만원 이상-400만원 미만	32	4.0703	.63891	
		400만원 이상	22	4.4886	.50283	
		합계	285	4.1588	.76569	
	위험감수성	100만원 미만	71	3.9765	.93829	5.664*** (.000) c<e
		100만원 이상-200만원 미만	98	3.9626	.99929	
		200만원 이상-300만원 미만	62	3.4032	.87702	
		300만원 이상-400만원 미만	32	4.0729	.81971	
400만원 이상		22	4.2273	.75162		
	합계	285	3.8772	.95196		
조직몰입	정서적몰입	100만원 미만	71	4.2359	.64592	4.463** (.002) a,b,c,d<e
		100만원 이상-200만원 미만	98	4.1658	.62713	
		200만원 이상-300만원 미만	62	4.0363	.69372	
		300만원 이상-400만원 미만	32	4.1641	.51533	
		400만원 이상	22	4.6761	.38316	
	합계	285	4.1943	.63610		

		100만원 미만	71	3.1662	.84379	
		100만원 이상-200만원 미만	98	3.6265	.69617	
	규범적몰입	200만원 이상-300만원 미만	62	3.4710	.85630	9.225***
		300만원 이상-400만원 미만	32	4.0438	.66572	(.000)
		400만원 이상	22	3.9636	.95346	a,b,c,d<e
		합계	285	3.5509	.83369	
		100만원 미만	71	4.3803	.56357	
		100만원 이상-200만원 미만	98	4.3520	.60585	
	서비스태도	200만원 이상-300만원 미만	62	4.2984	.61043	6.938***
		300만원 이상-400만원 미만	32	4.2344	.72939	(.000)
		400만원 이상	22	5.0000	.00000	a,b,c,d<e
		합계	285	4.3842	.61289	
고객지향성		100만원 미만	71	4.2606	.72140	
		100만원 이상-200만원 미만	98	4.3622	.52160	
	서비스의지	200만원 이상-300만원 미만	62	4.2903	.66867	2.727*
		300만원 이상-400만원 미만	32	4.2500	.69561	(.030)
		400만원 이상	22	4.7273	.36927	a,b,c,d<e
		합계	285	4.3368	.62844	
		100만원 미만	71	4.3873	.69281	
		100만원 이상-200만원 미만	98	4.3673	.54937	
	서비스행동	200만원 이상-300만원 미만	62	4.4435	.62137	1.588
		300만원 이상-400만원 미만	32	4.4531	.77625	(.178)
		400만원 이상	22	4.7273	.45584	
		합계	285	4.4263	.62785	
경영성과		100만원 미만	71	3.6732	.66611	
		100만원 이상-200만원 미만	98	3.8837	.68919	
	재무성과	200만원 이상-300만원 미만	62	3.6323	.88425	5.108**
		300만원 이상-400만원 미만	32	4.0313	.62447	(.001)
		400만원 이상	22	4.3182	.80631	a,b,c,d<e
		합계	285	3.8267	.75423	

	100만원 미만	71	3.6563	.68634	
	100만원 이상-200만원 미만	98	3.9061	.81643	
비재무성과	200만원 이상-300만원 미만	62	3.7097	.90729	6.117***
	300만원 이상-400만원 미만	32	4.0125	.66805	(.000)
	400만원 이상	22	4.5091	.48884	a,b,c,d<e
	합계	285	3.8596	.79891	

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

a: 100만원 미만 b 100만원 이상-200만원 미만 c 200만원 이상-300만원 미만 d 300만원 이상-400만원 미만 e 400만원 이상

<표 17>은 피트니스센터 경영자의 월 평균소득에 따른 기업가정신, 조직몰입, 고객지향성, 경영성과의 평균 차이분석을 실시한 결과이다. 이를 살펴보면, 기업가정신의 혁신성($F=6.147$, $p<.001$), 위험감수성($F=5.664$, $p<.001$)에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났고, 400만원 이상이 가장 높게, 200만원 이상-300만원 미만이 가장 낮게 나타났다.

다음으로는 조직몰입의 정서적몰입($F=4.463$, $p<.01$), 규범적몰입($F=9.225$, $p<.001$), 고객지향성의 서비스태도($F=6.938$, $p<.001$), 서비스의지($F=2.727$, $p<.05$), 경영성과의 재무성과($F=5.108$, $p<.01$), 비재무성과($F=6.117$, $p<.001$)에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났고, 유의한 차이를 보인 모든 요인에서 400만원 이상이 가장 높게, 100만원 미만, 100만원 이상-200만원 미만, 200만원 이상-300만원 미만, 300만원 이상-400만원 미만이 보편적으로 낮게 나타났다.

피트니스센터 종사자의 기업가정신, 조직몰입, 고객지향성, 경영성과 변인들 간의 관련 정보와 방향성을 알아보기 위하여 Pearson의 적률 상관관계를 산출한 결과는 <표 18>과 같다.

표 18. 각 변인들 간의 상관관계

변인	요인	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX
기업 정신	혁신	1								
	위험	.674***	1							
조직 몰입	정서	.682***	.564***	1						
	규범	.377***	.389***	.451***	1					
고객 지향	태도	.541***	.407***	.634***	.169***	1				
	의지	.448***	.305***	.548***	.143***	.687***	1			
	행동	.509***	.427***	.628***	.229***	.657***	.737***	1		
경영 성과	재무	.496***	.473***	.566***	.620***	.448***	.422***	.485***	1	
	비재무	.515***	.373***	.648***	.607***	.464***	.416***	.527***	.808***	1

*** $p < .001$

2. 피트니스센터 경영관리자의 기업가정신이 종사자의 조직 몰입에 미치는 영향

피트니스센터 경영관리자의 기업가정신이 종사자의 조직몰입에 미치는 영향력을 검증하기 위해 다중회귀분석(Multiple Regression Analysis)을 실시한 결과, <표 19>, <표 20>과 같다.

1) 기업가정신과 정서적 몰입의 관계

표 19. 기업가정신이 정서적 몰입에 미치는 영향

모형	정서적 몰입			t(p)	
	비표준화 계수		표준화 계수		
	B	표준오차	베타		
(상수)	1.786	.151	-	11.846***	
기업가 정신	혁신성	.460	.048	.554	9.585***
	위험감수성	.127	.039	.191	3.297**
$R^2 = .486$ $adj.R^2 = .482$ $F = 133.072^{***}$					

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

피트니스센터 경영관리자의 기업가정신과 종사자의 정서적 몰입의 관계에서는 기업가정신의 혁신성($t = 9.585/p < .001/\beta = .554$), 위험감수성($t = 3.297/p < .01/\beta = .191$) 요인이 정서적 몰입($F = 133.072/p < .001/R^2 = .486$)에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

2) 기업가정신과 규범적 몰입의 관계

표 20. 기업가정신이 규범적 몰입에 미치는 영향

모형	규범적 몰입			t(p)	
	비표준화 계수		표준화 계수		
	B	표준오차	베타		
(상수)	1.758	.250	-	7.026***	
기업가 정신	혁신성	.229	.080	.211	2.879**
	위험감수성	.216	.064	.247	3.376**
$R^2 = .176$ $adj.R^2 = .170$ $F = 30.027^{***}$					

** $p < .01$

피트니스센터 경영관리자의 기업가정신과 종사자의 규범적 몰입의 관계에
 서는 기업가정신의 혁신성($t = 2.879/p < .01/\beta = .211$), 위험감수성
 ($t = 3.376/p < .01/\beta = .247$) 요인이 규범적 몰입($F = 30.027/p < .001/R^2 = .176$)
 에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

3. 피트니스센터 경영관리자의 기업가정신이 종사자의 고객지향성에 미치는 영향

피트니스센터 경영관리자의 기업가정신이 종사자의 고객지향성에 미치는 영향력을 검증하기 위해 다중회귀분석(Multiple Regression Analysis)을 실시 한 결과, <표 21>, <표 22>, <표 23>과 같다.

1) 기업가정신과 서비스 태도의 관계

표 21. 기업가정신이 서비스 태도에 미치는 영향

모형	서비스 태도			t(p)	
	비표준화 계수		표준화 계수		
	B	표준오차	베타		
(상수)	2.563	.170	-	15.081***	
기업가 정신	혁신성	.391	.054	.489	7.228***
	위험감수성	.050	.044	.078	1.151
$R^2 = .296$ $adj.R^2 = .291$ $F = 59.309^{***}$					

*** $p < .001$

피트니스센터 경영관리자의 기업가정신과 종사자의 서비스 태도의 관계에 서는 기업가정신의 혁신성($t = 7.228/p < .001/\beta = .489$) 요인이 서비스 태도 ($F = 59.309/p < .001/R^2 = .296$)에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

2) 기업가정신과 서비스 의지의 관계

표 22. 기업가정신이 서비스 의지에 미치는 영향

모형	서비스 의지			t(p)	
	비표준화 계수		표준화 계수		
	B	표준오차	베타		
(상수)	2.805	.186	-	15.109***	
기업가 정신	혁신성	.365	.059	.445	6.175***
	위험감수성	.003	.048	.005	.071
$R^2 = .201$ $adj.R^2 = .195$ $F = 35.459^{***}$					

*** $p < .001$

피트니스센터 경영관리자의 기업가정신과 종사자의 서비스 의지의 관계에 서는 기업가정신의 혁신성($t=6.175/p<.001/\beta=.445$) 요인이 서비스 의지 ($F=35.459/p<.001/R^2=.201$)에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

3) 기업가정신과 서비스 행동의 관계

표 23. 기업가정신이 서비스 행동에 미치는 영향

모형		서비스 행동			t(p)
		비표준화 계수		표준화 계수	
		B	표준오차	베타	
(상수)		2.652	.177	-	14.972***
기업가 정신	혁신성	.332	.056	.405	5.893***
	위험감수성	.101	.045	.154	2.234*
$R^2 = .272$ $adj.R^2 = .267$ $F = 52.603^{***}$					

* $p < .05$ *** $p < .001$

피트니스센터 경영관리자의 기업가정신과 종사자의 서비스 행동의 관계에
 서는 기업가정신의 혁신성($t=5.893/p<.001/\beta = .405$), 위험감수성
 ($t=2.234/p<.05/\beta = .154$) 요인이 서비스 행동($F=52.603/p<.001/R^2 = .272$)
 에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

4. 피트니스센터 경영관리자의 기업가정신이 경영성과에 미치는 영향

피트니스센터 경영관리자의 기업가정신이 경영성과에 미치는 영향력을 검증하기 위해 다중회귀분석(Multiple Regression Analysis)을 실시 한 결과, <표 24>, <표 25>와 같다.

1) 기업가정신과 재무성과의 관계

표 24. 기업가정신이 재무성과에 미치는 영향

모형	재무성과			t(p)	
	비표준화 계수		표준화 계수		
	B	표준오차	베타		
(상수)	1.715	.211	-	8.118***	
기업가 정신	혁신성	.319	.067	.324	4.745***
	위험감수성	.202	.054	.255	3.733***
$R^2 = .281$ $adj.R^2 = .276$ $F = 55.239^{***}$					

*** $p < .001$

피트니스센터 경영관리자의 기업가정신과 재무성과의 관계에서는 기업가정신의 혁신성($t = 4.745/p < .001/\beta = .324$), 위험감수성($t = 3.733/p < .001/\beta = .255$) 요인이 재무성과($F = 55.239/p < .001/R^2 = .281$)에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

2) 기업가정신과 비재무성과의 관계

표 24. 기업가정신이 비재무성과에 미치는 영향

모형	비재무성과			t(p)	
	비표준화 계수		표준화 계수		
	B	표준오차	베타		
(상수)	1.609	.226	-	7.113***	
기업가 정신	혁신성	.504	.072	.483	7.003***
	위험감수성	.040	.058	.047	.686
$R^2 = .267$ $adj.R^2 = .261$ $F = 51.264^{***}$					

*** $p < .001$

피트니스센터 경영관리자의 기업가정신과 비재무성과의 관계에서는 기업가정신의 혁신성($t=7.003/p<.001/\beta = .483$) 요인이 비재무성과($F=51.264/p<.001/R^2 = .267$)에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

V. 논 의

본 연구는 피트니스센터 경영관리자의 기업가정신이 종사자의 조직몰입, 고객지향성, 경영성과에 미치는 영향에 대한 결과를 토대로 가설에 따른 논의를 전개하고자 한다.

1. 피트니스센터 종사자의 인구통계학적특성에 따른 기업가정신, 조직몰입, 고객지향성, 경영성과의 차이

첫째, 피트니스센터 종사자의 인구통계학적특성에 따른 기업가정신, 조직몰입, 고객지향성, 경영성과의 차이를 살펴보면, 먼저 성별에서는 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 피트니스센터 경영관리자는 종사자들의 성별에 무관하게 서비스교육, 예절교육 등에 더 많은 투자를 해야 할 뿐만 아니라 포상과 승진의 기회도 주어야 할 것으로 사료된다.

둘째, 결혼여부에서는 고객지향성의 서비스의지에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났고, 미혼인 종사자들이 더 높게 나타났다. 즉 피트니스센터 경영관리자는 고객지향적인 조직 문화와 가치를 추구하여 기본적인 서비스 역량을 갖춘 인적자원의 육성 및 개발을 통하여 서비스능력을 갖춘 직원을 확보하는데 중점을 두어야 할 것으로 사료된다.

셋째, 연령에서는 조직몰입의 정서적몰입, 규범적몰입, 고객지향성의 서비스태도, 서비스의지, 경영성과의 비재무성과에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났고, 유의한 차이를 보인 모든 요인에서 40대가 보편적으로 높게, 50대 이상이 가장 낮게 나타났다. 이러한 결과는 50대 이상의 종사자들은 상대적으로 젊은 층에 비해 정보의 전달능력이 낮을 뿐만 아니라 변화와 혁신보다

는 익숙함을 지향하기 때문이라고 추측할 수 있다.

넷째, 최종학력에서는 고객지향성의 서비스의지에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났고, 고등학교 졸업 이하가 가장 높게, 전문대 졸업과 대학원 재학 이상이 보편적으로 낮게 나타났다. 이러한 결과에 비추어 피트니스센터 경영관리자는 종사자들에게 고학력으로 갈 수 있는 배움의 기회를 줌으로써 더 나은 고객서비스 창출과 경영관리자의 역할까지 수행할 수 있는 임파워먼트를 심어줄 수 있는 계기를 마련해야 할 것이다.

다섯째, 근속기간에서는 기업가정신의 혁신성, 조직몰입의 규범적몰입, 경영성과의 비재무성과에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났고, 유의한 차이를 보인 모든 요인에서 6년 이상-9년 미만과 9년 이상이 보편적으로 높게, 1년 미만과 3년 이상-6년 미만이 보편적으로 낮게 나타났다. 즉 장기간 숙련된 서비스가 결국 서비스를 하고자 하는 의지로 나타난다는 것을 알 수 있고, 이에 피트니스센터 경영관리자는 서비스가 숙달되지 않은 종사자에게 더 많은 경험을 심어주어야 할 것으로 사료된다.

여섯째, 고용형태에서는 고객지향성의 서비스의지, 서비스행동, 경영성과의 재무성과, 비재무성과에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났고, 유의한 차이를 보인 모든 요인에서 정규직이 가장 높게, 파트타임(아르바이트)이 가장 낮게 나타났다. 이러한 결과는 종사자의 직책이 높을수록 태도적인 면에서 성숙됨을 알 수 있으며, 이에 직책이 높은 관리자는 부하 직원에게 더 많은 관심과 애정으로 모든 종사자들의 자발적인 서비스를 이끌어내야 할 것으로 사료된다.

일곱째, 월 평균소득에서는 기업가정신의 혁신성, 위험감수성, 조직몰입의 정서적몰입, 규범적몰입, 고객지향성의 서비스태도, 서비스의지, 경영성과의 재무성과, 비재무성과에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났고, 유의한 차이를 보인 모든 요인에서 400만원 이상이 가장 높게, 200만원 이상-300만원 미만이 보편적으로 낮게 나타났다. 결국 소득수준이 높을수록 이직률이

감소하고, 만족도가 높다는 것을 의미하는 동시에 기업의 재정 상태에도 높은 관심을 가지고 있다는 것을 알 수 있다.

2. 피트니스센터 경영관리자의 기업가정신이 종사자의 조직몰입에 미치는 영향

피트니스센터 경영관리자의 기업가정신과 종사자의 조직몰입의 관계에서는 기업가정신의 혁신성, 위험감수성 요인이 정서적 몰입과 규범적 몰입에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이와 관련하여 선행연구를 살펴보면, 백성욱(2017)은 유소년 스포츠클럽 경영자의 혁신성, 진취성, 위험감수성 요인이 조직몰입에 유의한 영향을 미친다고 하였고, 정연웅(2011)의 연구에서 기업가정신이 조직 구성원들의 조직몰입에 유의한 영향을 미친다고 제시한 것과 유사한 연구 결과를 도출한 것이다. Holt 외(2007)는 기업가정신에 대한 인식이 조직 내 구성원들의 정서적 몰입에 유의한 영향을 미친다고 입증하여 본 연구결과를 부분적으로 지지해주고 있으며, 권혁기와 손현일(2014)은 중소기업 종사자를 대상으로 한 연구에서 중소기업 경영자의 기업가정신 하위요인 중 혁신성과 진취성 요인이 종업원의 정서적 몰입에 유의한 영향을 미친다고 제시하였다.

이러한 연구결과가 나타난 원인은 경영자의 기업가정신이 조직 내 기업가정신으로 내재화되어 종사자의 혁신행동을 유발하기 때문인 것으로 판단되며, 이러한 맥락에서 피트니스센터와 같은 중소기업의 경우 경영자의 기업가정신이 조직 내 구성원들의 행동과 태도에 영향을 미치고 궁극적으로 기업의 성장에 중요한 요인으로서 역할을 할 수 있으므로 피트니스센터 종사자의 조직몰입을 높이기 위해서 경영자는 혁신적이고 기꺼이 위험을 감수하면서 조직을 이끌어 가려는 행동을 종사자들이 지각할 수 있도록 소통하는 것이 매

우 중요하다. 또한, 피트니스센터 산업 내에서 경쟁사의 반응에 능동적이고 혁신적인 행동으로 새로운 시장에 부응하려는 경영자의 진취성을 통하여 종사자들의 조직몰입을 강화하여야 할 것으로 사료된다.

3. 피트니스센터 경영관리자의 기업가정신이 종사자의 고객지향성에 미치는 영향

피트니스센터 경영관리자의 기업가정신과 종사자의 고객지향성의 관계에서는 기업가정신의 혁신성 요인이 서비스 태도와 서비스 의지에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났고, 기업가정신의 혁신성, 위험감수성 요인이 서비스 행동에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이와 관련하여 선행연구를 살펴보면, Matsuno et al(2002)의 연구에서 기업가적 성향의 하위요인 중 혁신성, 위험감수성, 진취성 요인이 고객을 지향하고 있는 시장점유율과 신제품 판매 비중 증가에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한, Weerawardena(2003)의 연구에서도 기업가정신이 고객지향성에 유의한 영향을 미쳐 기업은 고객의 욕구에 신속하게 대응하는 것이 매우 중요하다고 강조하였다. 비슷한 맥락에서 김지대와 박성언(2007)의 연구에서 기업가적 조직문화 즉, 조직적 기업가정신이 신제품 개발활동을 위한 역량과 실행활동에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히, 기업가정신 중 종사자의 위험감수성 요인이 가장 큰 역할을 하는 것으로 분석되었는데, 이러한 선행연구는 본 연구결과와 같은 맥락으로 이해할 수 있다.

조건목(2008)의 연구에서는 중소기업을 대상으로 사례분석을 실시한 결과, 기업가정신이 개발역량과 기술개발 실행에 직접적인 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 이는 본 연구의 실증 분석의 결과를 사례분석으로 지지하고 있음을 보여주는 것이라 하겠다.

이에 피트니스센터 경영자는 고객을 만족시키고 시장점유율을 높이기 위해 종사자들에게 자율성을 부여하여 스스로 전략을 지향하는 자세를 갖추도록 지원할 필요성이 대두되며, 혁신적이고 기꺼이 위험을 감수하면서 조직을 이끌어 가려는 행동을 종사자들이 지각할 수 있도록 소통하는 것이 매우 중요하다고 사료된다.

4. 피트니스센터 경영관리자의 기업가정신이 경영성과에 미치는 영향

피트니스센터 경영관리자의 기업가정신과 경영성과의 관계에서는 기업가정신의 혁신성, 위험감수성 요인이 재무성과에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났고, 기업가정신의 혁신성 요인이 비재무성과에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이와 관련하여 선행연구를 살펴보면, 송재길(2010)은 기업가정신이 경영성과에 대체로 높은 설명력을 가지고 있음을 규명하였고, 이양택(2013)은 기업가정신의 특성과 경영성과의 관계를 확인한 결과, 기업가정신의 특성과 경영성과는 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났고, 기업가정신으로만 경영성과에 유의한 영향을 미친다고 하였다. 따라서 기업가정신에는 혁신성이 내포되어 있으므로 경영자들에게 올바른 기업가정신을 함양할 시 경영성과가 극대화 될 것으로 분석된다.

이러한 분석을 통해 피트니스센터 경영자는 기업가로서의 올바른 가치관 확립이 요구되어지며, 특히 경영의 주체로서 환경변화에 대하여 즉각 대처할 수 있는 경영혁신활동이 필수적임을 시사한다. 따라서 피트니스센터 경영자는 지속적인 자기계발과 조직 내부의 경영혁신 인프라 구축, 우수인력의 양성 및 유치활동이 필요하다고 사료된다.

VI. 결론 및 제언

1. 결 론

본 연구는 피트니스센터 경영관리자의 기업가정신이 종사자의 조직몰입, 고객지향성, 경영성과에 미치는 영향을 분석하고자 하며, 다음과 같은 결론을 도출하였다.

첫째, 피트니스센터 종사자의 인구통계학적특성에 따른 기업가정신, 조직몰입, 고객지향성, 경영성과의 차이를 살펴보면, 먼저 성별에서는 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

결혼여부에서는 고객지향성의 서비스의지에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났고, 미혼인 종사자들이 더 높게 나타났다.

연령에서는 조직몰입의 정서적몰입, 규범적몰입, 고객지향성의 서비스태도, 서비스의지, 경영성과의 비재무성과에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났고, 유의한 차이를 보인 모든 요인에서 40대가 보편적으로 높게, 50대 이상이 가장 낮게 나타났다.

최종학력에서는 고객지향성의 서비스의지에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났고, 고등학교 졸업 이하가 가장 높게, 전문대 졸업과 대학원 재학 이상이 보편적으로 낮게 나타났다.

근속기간에서는 기업가정신의 혁신성, 조직몰입의 규범적몰입, 경영성과의 비재무성과에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났고, 유의한 차이를 보인 모든 요인에서 6년 이상-9년 미만과 9년 이상이 보편적으로 높게, 1년 미만과 3년 이상-6년 미만이 보편적으로 낮게 나타났다.

고용형태에서는 고객지향성의 서비스의지, 서비스행동, 경영성과의 재무성과, 비재무성과에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났고, 유의한 차이를 보

인 모든 요인에서 정규직이 가장 높게, 파트타임(아르바이트)이 가장 낮게 나타났다.

월 평균소득에서는 기업가정신의 혁신성, 위험감수성, 조직몰입의 정서적몰입, 규범적몰입, 고객지향성의 서비스태도, 서비스의지, 경영성과의 재무성과, 비재무성과에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났고, 유의한 차이를 보인 모든 요인에서 400만원 이상이 가장 높게, 200만원 이상-300만원 미만이 보편적으로 낮게 나타났다.

둘째, 피트니스센터 경영관리자의 기업가정신과 종사자의 조직몰입의 관계에서는 기업가정신의 혁신성, 위험감수성 요인이 정서적 몰입과 규범적 몰입에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

셋째, 피트니스센터 경영관리자의 기업가정신과 종사자의 고객지향성의 관계에서는 기업가정신의 혁신성 요인이 서비스 태도와 서비스 의지에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났고, 기업가정신의 혁신성, 위험감수성 요인이 서비스 행동에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

넷째, 피트니스센터 경영관리자의 기업가정신과 경영성과의 관계에서는 기업가정신의 혁신성, 위험감수성 요인이 재무성과에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났고, 기업가정신의 혁신성 요인이 비재무성과에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

종합적으로 피트니스센터 경영자는 기업가정신을 바탕으로 피트니스센터 산업 현장에서 종사자의 혁신역량을 이끌어내어 서비스접점에서 양질의 효과성을 실현해내는 것이 무엇보다 중요하다고 할 수 있다. 또한, 피트니스센터 산업 내에서 경쟁사의 반응에 능동적으로 대처하고 새로운 시장에 적극적으로 부응하려는 진취성을 통하여 종사자들과 충분한 의사소통을 하는 등 조직몰입의 강화를 위해 혁신행동을 제고해야 할 것이다.

2. 제 언

본 연구에서는 후속연구를 위해 다음과 같이 제언하고자 한다.

첫째, 본 연구는 조사대상자를 광주·전남 지역으로 제한하여 전국적인 광범위한 조사가 이루어지지 않아 연구결과를 객관성이 확보된 전체적인 분석으로 판단하기에는 다소 무리가 있다. 이에 보다 신뢰성 있는 연구를 위해 향후 전국 지역을 대상으로 한 조사대상의 선정이 요구된다.

둘째, 본 연구는 설문지를 사용하여 자기기입식 방법으로 자료를 수집하여 응답자의 상황과 태도에 따라 분석결과가 좌우된다는 한계점을 가지고 있다. 따라서 후속연구에서는 조사도구의 선정이 설문지 뿐만 아니라 면접이나 관찰 등 다양한 조사방법을 도입한 연구방법이 요구된다.

참고문헌

- 고광적, 권혁대, 곽영환(2013). 혁신적 인적자원 개발 활동이 조직성과 향상에 미치는 영향. 한국생산관리학회지, 24(4), 491-511.
- 권성태(2006). 레스토랑 실내 디자인 소비자 심리적 반응 및 행동에 미치는 영향에 관한 연구. 경기대학교 대학원 박사학위논문.
- 권혁기, 손헌일(2014). 기업가정신과 종업원의 혁신행동지향성에 대한 정서적 몰입의 매개효과. 경영정보연구, 33(3), 77-92.
- 김광진(2016). 스포츠시설 관리자의 리더십이 종사자들의 임파워먼트, 조직효율성, 조직몰입에 미치는 영향. 조선대학교 대학원 석사학위논문.
- 김미정(2009). 여행사의 서비스지향성이 직무만족, 고객지향성 및 경영성과 지각에 미치는 영향. 세종대학교 대학원 석사학위논문.
- 김선광(2015). 기업가정신이 점진적 혁신 및 경영성과에 미치는 영향. 목원대학교 대학원 박사학위논문.
- 김재구(2009). 휘트니스센터 경영관리자의 서비스지향성이 종사자의 고객지향성과 경영성과에 미치는 영향. 건국대학교 대학원 박사학위논문.
- 김정곤(2016). 기업가정신이 창업의지에 미치는 영향에 관한 실증 연구. 호서대학교 대학원 박사학위논문.
- 김주미, 박재필(2013). 우리나라 기업가정신 모델 수립에 관한 연구. 정보기술아키텍처연구, 10(2), 237-249.
- 김지대, 박성언(2007). 조직문화가 신제품개발 관리에 미치는 영향. 경영학연구, 36(1), 133-157.
- 김현정(2017). 변혁적 리더십이 조직몰입에 미치는 영향에 관한 연구. 경기대학교 대학원 박사학위논문.
- 박남규(2015). 창업지원정책 및 창업가정신이 창업의지에 미치는 영향. 호서대학교 대학원 박사학위논문.

- 박재덕(2013). 해양레저관광 마리나 이해집단 협력관계의 관계성과와 개발 성과 및 개발지도 구조 연구. 경희대학교 대학원 박사학위논문.
- 박지홍(2013). 관광호텔 종사원의 고객지향성이 라포 및 관계의 질에 미치는 영향에 관한 연구. 경기대학교 대학원 박사학위논문.
- 박현성(2017). 기업가정신 지수 국제비교를 통한 한국 기업가정신 환경평가. 한국경제연구원, 17(2), 1-21.
- 방태연(2015). 사내기업가정신의 결정요인과 창업의도 및 혁신행동 간 관련성에 관한 실증연구: 조직지원인식과 역할모델의 조절효과검증을 중심으로. 영남대학교 대학원 박사학위논문.
- 백성욱(2017). 유소년 스포츠클럽 경영자의 기업가정신이 종사자의 혁신행동에 미치는 영향: 조직몰입의 매개효과와 조직공정성의 조절효과. 경희대학교 대학원 박사학위논문.
- 부려연(2014). 관광호텔 종사원의 내부마케팅이 조직몰입과 서비스품질에 미치는 영향. 세종대학교 대학원 석사학위논문.
- 송성화(2015). 목표보호성과 조직행태 조직몰입, 직무만족, 공직봉사동기에 미치는 영향을 중심으로. 서울대학교 대학원 박사학위논문.
- 송재길(2010). 창업기업의 기업가정신과 혁신성과와의 관계연구. 호서대학교 대학원 박사학위논문.
- 안유경(2017). 기업가 정신으로 분석하는 젊은 예술가의 행동적·심리적 특성 연구. 홍익대학교 대학원 석사학위논문.
- 이미혜, 장혜진(2015). 컨벤션 종사자의 조직신뢰가 직무만족과 조직성과에 미치는 영향연구. 관광연구, 30(2), 375-399.
- 이승진(2018). 여행사의 B2B 관계마케팅 라포, 관계의 질과 경영성과에 미치는 영향연구. 경기대학교 대학원 박사학위논문.
- 이양택(2013). 기업가정신과 경영혁신활동 및 경영성과의 관계. 경남대학교 대학원 박사학위논문.
- 이영석(2002). 구성원의 서비스지향성이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연

- 구: 서울시내 특급호텔 및 대학병원을 중심으로. 경희대학교 대학원 박사학위논문.
- 이용국(2010). 휘트니스센터내의 멘토관계가 직무만족 및 조직 몰입에 미치는 영향. 한국체육대학교 대학원 석사학위논문.
- 이치일(2006). 한국 통관업체의 내부지향성과 시장지향성이 서비스 품질과 성과에 미치는 영향. 부경대학교 대학원 박사학위논문.
- 임자윤(2014). 서비스제공자의 자기감시 자기제시동기가 고객지향성에 미치는 연구. 경기대학교 대학원 박사학위논문.
- 임정희(2018). 호텔기업의 기업가 정신이 직원들의 혁신행동 및 경영성과에 미치는 영향. 극동대학교 대학원 박사학위논문.
- 정연용(2011). 호텔조직문화와 인적요소가 조직유효성에 미치는 영향 연구: 종사자의 팔로워십 매개효과를 중심으로. 경기대학교 대학원 박사학위논문.
- 정은하, 엄미선(2012). 최고경영자의 기업가정신이 사회복지기관 조직구성원의 혁신적 업무행동에 미치는 영향: 구조유기성 및 조직공정성의 조절효과는 중심으로. 인사조직연구, 20(2), 199-245.
- 조건목(2008). 기업가정신이 동태적 능력의 형성에 미치는 영향. 가톨릭대학교 대학원 박사학위논문.
- 조석중(2018). 해운·항만 종사자의 리더-구성원 교환관계가 고객지향성에 미치는 영향. 단국대학교 대학원 박사학위논문.
- 최우성(2009). 호텔고객의 문화적 가치관이 고객시민행동 및 서비스조직성과에 미치는 영향. 대한관광경영학회, 학술연구발표논문집, 243-254.
- 최형민(2011). 태권도장 마케팅전략에 따른 고객지향성과 고객애호도, 고객 신뢰와의 관계. 계명대학교 대학원 석사학위논문.
- 함우형(2018). 공항 보안요원의 감정노동과 관리자의 리더십유형, 직무스트레스와 조직몰입 및 조직유효성의 구조적 관계. 경운대학교 대학원

박사학위논문.

- Covin, J. G., & Slevin, D. P.(1991). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(1), 7-25.
- Price, J. L.(1977). *The study of turnover*. Iowa State Press.
- Rust, R, T., & Zahoris, A. J.(1993). Customer satisfaction, customer retention and market share. *Journal of Retailing*, 69(2), 193-215.
- Weerawardena, J.(2003). Exploring the role of market learning capability in competitive strategy. *European Journal of Marketing*, 37, 407-429.
- Williams. M. R.(1992). Organizational Culture as a predictor of Level of Salespersons Customer Oriented Behavior. Oklahoma State Univ.

<부 록>

ID			
----	--	--	--

설 문 지

안녕하십니까?

귀하의 소중한 시간을 할애해 주셔서 감사합니다.

본 설문지는 **피트니스센터 경영관리자의 기업가정신이 종사자의 조직 몰입, 고객지향성 및 경영성과에 미치는 영향**을 분석하기 위한 설문지입니다.

본 설문지를 통해 얻어진 자료는 통계법 제8조 및 제9조의 규정에 의하여 오직 학문적인 연구 목적으로만 사용될 것이며, 응답에 맞고 틀리는 것이 없으므로 귀하가 생각하시는 의견을 솔직하게 표현하여 주십시오.

귀하의 솔직한 응답은 본 연구 목적을 달성하는데 커다란 도움이 될 것입니다. 다시 한번 설문에 응해 주신데 대하여 깊은 감사를 드립니다.

2018년 9월

연구자 : 조선대학교 일반대학원 체육학과 석사과정

지도교수 : 박도현 / 연구자 : 이재호

연락처 : 010-9431-1419 / jh8001213@hanmail.net

■ 다음은 “기업가정신”에 관련된 질문입니다. 각 질문의 내용에 대해 자신이 느끼는 정도와 가장 가깝다고 생각되는 곳에 “V”표 해주십시오.

문 항		매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
혁신성	1. 우리 센터의 경영자는 교육프로그램 개발이나 혁신을 강조한다.	①	②	③	④	⑤
	2. 우리 센터의 경영자는 혁신의 전략이나 기법 등을 직접 제시한다.	①	②	③	④	⑤
	3. 우리 센터의 경영자는 혁신 활동에 적극적으로 참여한다.	①	②	③	④	⑤
	4. 우리 센터의 경영자는 혁신을 위한 지원 제도 등을 잘 마련하고 있다.	①	②	③	④	⑤

문 항		매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
위험감수성	5. 우리 센터의 경영자는 새로운 생각으로 위험을 기꺼이 감수하고자 한다.	①	②	③	④	⑤
	6. 우리 센터의 경영자는 불확실하지만 잠재적 기회를 위해 위험을 감수한다.	①	②	③	④	⑤
	7. 우리 센터의 경영자는 위험하더라도 과감하고 용감하게 행동한다.	①	②	③	④	⑤

■ 다음은 “조직몰입”에 관련된 질문입니다. 각 질문의 내용에 대해 자신이 느끼는 정도와 가장 가깝다고 생각되는 곳에 “V”표 해주십시오.

문 항		매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
정 서 적 몰 입	1. 나는 우리 센터에서 남은 직장생활을 하는 것에 대해 행복하게 생각한다.	①	②	③	④	⑤
	2. 나는 우리 센터에서 가족의 한 사람인 것 같은 감정을 느낀다.	①	②	③	④	⑤
	3. 나는 우리 센터에 대한 강한 소속감을 느낀다.	①	②	③	④	⑤
	4. 나는 우리 센터에 근무하고 있는 것에 대해 자부심과 긍지를 느낀다.	①	②	③	④	⑤
	5. 나는 우리 센터의 문제가 실제 나의 문제 처럼 느껴진다.	①	②	③	④	⑤
	6. 나는 우리 센터가 잘 되기를 진심으로 바란다.	①	②	③	④	⑤
	7. 나는 기한 내에 일을 해내고 부족한 점을 스스로 보완하여 중요한 임무를 맡는다.	①	②	③	④	⑤
	8. 나는 나의 업무를 벗어나는 일을 찾아내어 성공적으로 완수하기 위해 솔선수범한다.	①	②	③	④	⑤

문 항		매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
규 범 적	9. 나는 조직과 갈등이 생기더라도 중요한 문제는 내 견해를 주장하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
	10. 나는 조직에서 중요하다고 생각하는 일을 잘하기 위해 열심히 노력한다.	①	②	③	④	⑤

	11. 나는 조직과 리더가 나에게 개인적인 일을 지시할 때 싫다고 하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
	12. 나는 직장을 옮기더라도 현재의 직장을 그만두는 것은 옳지 않다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
물 입	13. 나는 한 직장에서 충성하고 계속 근무하는 것이 가치 있다고 믿는다.	①	②	③	④	⑤
	14. 나는 직장의 경영방침을 잘 따르는 사람이 현명하다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
	15. 나는 평생동안 한 직장에서 근무하는 것을 바람직하다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
	16. 나는 직장이나 조직의 기준이 아니라, 내 자신의 윤리적 기준에 따라 행동한다.	①	②	③	④	⑤

■ 다음은 “고객지향성”에 관련된 질문입니다. 각 질문의 내용에 대해 자신이 느끼는 정도와 가장 가깝다고 생각되는 곳에 “V”표 해주십시오.

문	항	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
서	1. 나는 고객과 대면할 때 항상 용모와 옷차림을 단정히 한다.	①	②	③	④	⑤
비	2. 나는 기꺼이 고객을 도와 줄 용의가 있다.	①	②	③	④	⑤
스	3. 나는 고객이 이루고자 하는 목표를 반드시 이룰 수 있도록 도와 줄 용의가 있다.	①	②	③	④	⑤

문	항	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
서	7. 나는 고객에게 문제가 생겼을 때 해결하기 위하여 노력한다.	①	②	③	④	⑤
비	8. 나는 고객으로부터 신뢰받는 행동을 한다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
스	9. 나는 고객이 안심하고 운동할 수 있도록 항상 노력한다.	①	②	③	④	⑤

문	항	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
서	4. 나는 고객과의 약속은 반드시 지킨다.	①	②	③	④	⑤
비	5. 나는 고객에게 신속한 서비스를 제공하려고 노력한다.	①	②	③	④	⑤
스	6. 나는 고객의 욕구를 파악하려고 노력한다.	①	②	③	④	⑤

■ 다음은 “경영성과”에 관련된 질문입니다. 각 질문의 내용에 대해 자신이 느끼는 정도와 가장 가깝다고 생각되는 곳에 “V”표 해주십시오.

문항		매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
재 무 성 과	1. 우리 센터의 매출액 수준은 지속적으로 증가하고 있다.	①	②	③	④	⑤
	2. 우리 센터는 경영개선을 통한 월가절감수준이 높아졌다.	①	②	③	④	⑤
	3. 우리 센터의 순이익 수준은 지속적으로 증가하고 있다.	①	②	③	④	⑤
	4. 우리 센터를 이용하는 고객의 수는 지속적으로 증가하고 있다.	①	②	③	④	⑤
	5. 우리 센터의 지역 내 시장 점유율은 지속적으로 증가하고 있다.	①	②	③	④	⑤

문항		매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
비 재 무 성 과	6. 우리 센터는 과거에 비해 전반적으로 직원의 이직률이 감소하였다.	①	②	③	④	⑤
	7. 우리 센터를 이용하는 고객의 불평건수는 경쟁 센터와 비교하여 낮은 편이다.	①	②	③	④	⑤
	8. 우리 센터는 과거에 비해 전반적으로 직원의 불평요인이 감소되었다.	①	②	③	④	⑤
	9. 우리 센터는 과거에 비해 전반적으로 직원의 만족도가 증가되었다.	①	②	③	④	⑤
	10. 우리 센터는 경쟁 센터와 비교하여 고객의 만족 수준이 높은 편이다.	①	②	③	④	⑤

■ 다음은 “인구통계학적특성”에 관한 질문입니다. 각 질문의 내용에 자신이 느끼는 정도와 가장 가깝다고 생각되는 곳에 “V”표 해주십시오.

1. 귀하의 성별은?

- ① 남자 ② 여자

2. 귀하의 연령은?

- ① 20대 ② 30대 ③ 40대 ④ 50대 이상

3. 귀하의 최종학력은?

- ① 고등학교 졸업 이하 ② 전문대 졸업 ③ 대학교 졸업 ④ 대학원 재학 이상

4. 귀하의 근속기간은?

- ① 1년 미만 ② 1년 이상-3년 미만 ③ 3년 이상-6년 미만
 ④ 6년 이상-9년 미만 ⑤ 9년 이상

5. 귀하의 고용형태는?

- ① 정규직 ② 계약직 ③ 파트타임(아르바이트)

6. 귀하의 월 평균소득은?

- ① 100만원 미만 ② 100만원 이상-200만원 미만 ③ 200만원 이상-300만원 미만
 ④ 300만원 이상-400만원 미만 ⑤ 400만원 이상

7. 귀하의 결혼여부는?

- ① 기혼 ② 미혼

☺ 끝까지 답변해 주셔서 감사합니다 ☺