creative commons

COMMONS DEED

저작자표시 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.
- 이차적 저작물을 작성할 수 있습니다.
- 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:

저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.

- 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

dCollection

[UCI]I804:24011-200000264630
조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

2015년 2월

교육학석사(무용교육)학위논문

광주광역시 무용학원 서비스 품질이 이용만족과 구매행동에 미치는 영향

조선대학교 교육대학원

무용교육전공

서 유 정

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

광주광역시 무용학원 서비스 품질이 이용만족과 구매행동에 미치는 영향

The Effects of Service Quality on User Satisfaction and Purchase Behaviors in Dance Academies in Gwangju Metropolitan City

2015년 2월

조선대학교 교육대학원

무용교육전공

서 유 정

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

광주광역시 무용학원 서비스 품질이 이용만족과 구매행동에 미치는 영향

지도교수 박 준 희

이 논문을 교육학석사(무용교육)학위 청구논문으로 제출함.

2014년 10월

조선대학교 교육대학원

무용교육전공

서 유 정

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

서유정의 교육학 석사학위 논문을 인준함.

심사위원장 조선대학교 교수 김 미 숙 인

심사위원 조선대학교 교수 박 준 희 인

심사위원 조선대학교 교수 임 지 형 인

2014년 12월

조선대학교 교육대학원

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

목 차

ABSTRACT

Ⅰ. 서 론 ····· 1
1. 연구의 필요성 ····· 1
2. 연구의 목적 ····· 5
3. 연구 모형 ····· 5
4. 연구의 가설 ····· 6
5. 용어의 정의 ····· 8
6. 연구의 제한점 ····· 9

Ⅱ. 이론적 배경 ····· 10
1. 무용학원의 기능 및 현황 ····· 10
2. 서비스품질 ····· 13
3. 이용만족 ····· 16
4. 구매행동 ····· 17

Ⅲ. 연구방법 ····· 19
1. 연구 대상 ····· 10
2. 연구 도구 ····· 21
3. 조사절차 및 자료처리 ····· 27

Ⅳ. 연구결과 ····· 29
1. 인구사회학적 특성에 따른 서비스품질 차이비교 결과 ····· 29

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

2. 인구사회학적 특성에 따른 이용만족 차이비교 결과 ····· 35
3. 인구사회학적 특성에 따른 구매행동 차이비교 결과 ····· 41
4. 서비스품질과 이용만족에 미치는 회귀분석결과 ····· 47
5. 서비스품질과 구매행동에 미치는 영향에 대한결과 ····· 53
6. 이용만족과 구매행동에 미치는 영향에 대한결과 ····· 55

Ⅴ. 논 의 ····· 57
1. 인구사회학적 특성에 따른 서비스품질의 관계 ····· 57
2. 인구사회학적 특성에 따른 이용만족의 관계 ····· 59
3. 인구사회학적 특성에 따른 구매행동의 관계 ····· 61
4. 서비스품질과 이용만족과의 관계 ····· 62
5. 서비스품질과 구매행동과의 관계 ····· 63
6. 이용만족과 구매행동과의 관계 ····· 64

Ⅵ. 결론 및 제언 ····· 66
1. 결 론 ····· 66
2. 제 언 ····· 68

참고문헌 ····· 69
설 문 지 ····· 75

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

표 목 차

표 1. 지역별 사설무용학원 현황 ····· 13
표 2. SERVQUAL 척도의 10가지 결정요인 ····· 15
표 3. 연구대상의 인구사회학적 특성 ····· 20
표 4. 설문지의 주요구성 지표 및 내용 ····· 21
표 5. 무용학원 서비스품질 요인 분석 ····· 24
표 6. 이용만족요인 분석 ····· 25
표 7. 구매행동요인 분석 ····· 26
표 8. 신뢰도 결과 ····· 27
표 9. 성별에 따른 서비스품질 차이분석 ····· 29
표 10. 학력에 따른 서비스품질 차이분석 ····· 30
표 11. 전공에 따른 서비스품질 차이분석 ····· 31
표 12. 경력에 따른 서비스품질 차이분석 ····· 32
표 13. 현 학원 학습기간에 따른 서비스품질 차이분석 ····· 33
표 14. 학원 한달지출비용에 따른 서비스품질 차이분석 ····· 34
표 15. 성별에 따른 이용만족 차이분석 ····· 35
표 16. 학력에 따른 이용만족 차이분석 ····· 36
표 17. 전공에 따른 이용만족 차이분석 ····· 37
표 18. 경력에 따른 이용만족 차이분석 ····· 38
표 19. 현 학원 학습기간에 따른 이용만족 차이분석 ····· 39
표 20. 학원 한달지출비용에 따른 이용만족 차이분석 ····· 40
표 21. 성별에 따른 구매행동 차이분석 ····· 41
표 22. 학력에 따른 구매행동 차이분석 ····· 42
표 23. 전공에 따른 구매행동 차이분석 ····· 43

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

표 24. 경력에 따른 구매행동 차이분석 ····· 44
표 25. 현 학원 학습기간에 따른 구매행동 차이분석 ····· 45
표 26. 학원 한달 지출비용에 따른 구매행동 차이분석 ····· 46
표 27. 상관관계 분석결과 ····· 48
표 28. 서비스품질이 시설만족에 미치는 영향 ····· 49
표 29. 서비스품질이 프로그램만족에 미치는 영향 ····· 50
표 30. 서비스품질이 서비스만족에 미치는 영향 ····· 51
표 31. 서비스품질이 가격만족에 미치는 영향 ····· 52
표 32. 서비스품질이 타인추천의사에 미치는 영향 ····· 53
표 33. 서비스품질이 재구매의도에 미치는 영향 ····· 54
표 34. 이용만족이 타인추천의사에 미치는 영향 ····· 55
표 35. 이용만족이 재구매의도에 미치는 영향 ····· 56

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

그 림 목 차

그림 1. 연구 모형 ····· 6

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

ABSTRACT

The Effects of Service Quality on User Satisfaction and Purchase Behaviors in Dance Academies in Gwangju Metropolitan City

Suh Yu-jung
Advisor : Prof. Hee-jun Park, Ph.D.
Major in Dance Education
Graduate School of Education, Chosun University

The purpose of this study is to reveal the effects of service quality on user satisfaction and purchase behaviors in dance academies located in Gwangju Metropolitan City. Based on the findings, this study attempts to solve problems and provide various information to contribute to the management of more competitive dance academies at this time when a dance academy and its users are decreasing.

For this purpose, the subjects of the study were 480 students of 30 dance academies with similar size and programs(Korean dance, contemporary dance, ballet, and social dance) located in Gwangju Metropolitan City. 480 subjects were sampled and finally 461 questionnaires were used for actual analysis after 19 questionnaires which included insincere answers and had doubt about reliability were excluded. The instrument for data

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

collection was a questionnaire survey about service quality, user satisfaction, and purchase use. A reliability test showed a relative high result. In detail, for service quality factors in dance academies(independent variable), service was .836; assurance was .696; reliability was .791; empathy was .795; and responsiveness was .631. For user satisfaction(mediating variable), facility satisfaction was .856; price satisfaction was .861; program satisfaction was .793; and service satisfaction was .708. For purchase behaviors(dependent variable), others' intent to recommend was .808 and repurchase intent was .764.

For data analysis, t-test, one-way ANOVA, Cronbach'α, correlation analysis, and multiple regression analysis was conducted using SPSSWIN Ver. 19.0.

Based on the above methodology and data analysis, the following results were drawn.

First, service quality was significantly different in education, major, and career according to socio-demographic characteristics. Sex was not significantly different; education was significantly different in reliability and responsiveness; major was significantly different in reliability, responsiveness, and assurance; and career was significantly different in reliability, assurance, and empathy. On the other hand, a learning period and monthly expense of the present dance academy had no significant difference.

Second, user satisfaction had a significant effect according to

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

socio-demographic characteristics. While sex and education had no significant difference, major was significant different in price satisfaction; career was significant different in facility satisfaction and program satisfaction; a learning period of the present dance academy was significant different in facility satisfaction; and monthly expense of a dance academy was significant different in service satisfaction.

Third, socio-demographic characteristics had a significant effect on purchase behaviors. For sex, re-purchase intent was significantly high in females than males. There was no significant difference in education, major, career, and a learning period of the present dance academy. Monthly expense of a dance academy was significantly different in others' intent to recommend and re-purchase intent.

Fourth, service quality had a significant effect on user satisfaction. Tangibles and empathy had a significant effect on facility satisfaction; reliability, responsiveness, and empathy had a significant effect on program satisfaction; tangibles, reliability, and empathy had a significant effect on service satisfaction; reliability, assurance, and empathy had a significant effect on price satisfaction.

Fifth, service quality had a significant effect on purchase behaviors. While tangibles and empathy had a significant effect on others' intent to recommend, empathy had a significant effect on re-purchase intent.

Sixth, user satisfaction had a significant effect on purchase

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

behaviors. While facility, program, service, and price satisfaction had a significant effect on others' intent to recommend, program, service, and price satisfaction had a significant effect on re-purchase intent.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

Ⅰ. 서 론

1. 연구의 필요성

무용은 인간 신체 운동의 공간형성에 의해서 미적 가치 판단을 나타내는 예술로 표현되고 있다. 즉, 무용은 이성 혹은 지적으로 표현할 수 없는 사상 및 감정을 신체 움직임이라는 매체를 통해 표현하는 것이라고 알려지고 있듯이, 신체를 통한 감정과 사상표현의 종합예술이라 할 수 있다. 아울러 무용은 신체운동을 바탕으로 이루어지는 예술이며, 인간의 신체는 자기의 내면적 사상을 외면으로 표현하는 본능적 기능이 있기 때문에 무용은 단순한 신체를 통한 예술이라기보다는 신체와 정신이 결합된 예술이다(최종옥, 2011). 이러한 무용은 시대와 더불어 발달하면서 개인의 생활수단, 오락이나 건강증진을 위한 수단으로도 사용되었으며 근대 이후부터는 예술무용으로써 그 자리를 확고히 하여 사회적. 문화적 발달에도 많은 기여를 하였다(임은주, 2009). 특히 청소년의 움직임은 인간의 성취도와 사고력을 자라게 하며, 감수성을 개발하여 인간의 정신적, 육체적인 능력상의 균형을 유지시키는데 도움을 준다(최영진, 2010). 그러나 교육과정이 개정될 때마다 예술, 체육교육에 대한 논란이 야기되고 있다.

최근 정부의 안일한 움직임은 입시위주의 지식교육에 매몰된 학교 교육을 더욱 어렵게 만들고 있기 때문에 무용교육이 정상적으로 이루어지지 못하고 있는 실정이다. 이는 바로 학교에서 학생들이 무용을 접하는 기회가 적고 단순히 몇 시간의 체육 교과목으로 대체되어 있기에 체계적인 교육이 부족하다는 것을 의미한다. 이러한 상황은 요즘 무용에 재능 있는 학생들이 무용을 교육 받기위하여 2차 교육기관인 학원교육에 의지하고 있으며, 무용학원이 그 역할을 수행하고 있다(이선애, 2003; 차은희, 2004; 최영진, 2010). 이에 전문적인 무용교육을 받고자 하는 학생들은 차선적 대안으로 사설 학원이나 사회 교육 기관을 선택하고 있다. 특히 진학을 위한 입시교육 위주로 발전함에 따라 무용 또한 취미

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

교육에서 전공교육, 예능교육 등은 사설 학원에 더욱 의존하게 되었다(최영진, 2010). 현대사회에서 무용학원은 학교에서의 무용경험을 개인적으로 보충하거나 학교의 지나치게 형식화 공식화된 무용교육문화와는 다르게 전문성을 바탕으로 융통성 있고 폭넓은 무용체험을 경험할 수 있는 교육기관이라 할 수 있다(최종옥, 2011). 현재 무용학원은 상업적 이익을 목적으로 일반대중에게 무용교육을 받을 수 있도록 하는 곳이다. 이는 무용교육을 받고자 하는 사람들을 만족 시키려는 목적 달성을 위한 영리조직의 사설 무용교육 시설로서 생산과 소비가 동시에 발생된다. 또한 소비자의 직접적 참여 및 지도자 및 직원 등의 인적요소가 매우 중요하게 작용하는 특성을 가지고 있다(서차영, 2006; 임은주, 2009). 이제는 춤도 하나의 교육서비스 산업이다. 춤을 배우러 오는 수강생들을 그 자체로 바라 볼 것이 아니라 그들을 소비자로 인식하여 소비자의 만족에 초점을 맞춘 효율적이고도 효과적인 경영 시스템을 구축하여야만 한다(김영우, 2007). 최근 건강에 대한 관심과 여가 시간 확대에 따라 일반인들의 생활체육, 무용 참여율이 높아지고 그에 따라 시설업의 수가 해마다 증가하여 예술무용 학원 외 생활무용 학원등이 활성화되어 동일 종목은 물론 타 종목 간 경쟁이 심화되고 있어 경영 활성화를 위해 무용학원 경영부문에서도 다양한 마케팅기업을 도입하여 적극적인 고객관리에 대한 중요성이 부각되고 있다. 특히, 과거 여성소비자 위주의 생활무용에 대한 인식의 변화와 다양한 장르가 도입되면서 생활무용의 확대는 물론 무용학원의 수가 급증하고 있는 실정이다(박종원, 2013).

광주광역시 시교육청(동부)에 등록되어있는 무용학원수를 살펴보면 2011년에는 21개, 2012년에는 24개, 2013년에는 31개로 증가추세를 보이고 있다.

또한 문화관광부에 등록 되어있는 201개소의 스포츠센터(문화관광부, 2010)에 개설된 무용교육 프로그램을 포함하면 많은 곳에서 무용교육이 이루어지고 있으며 이는 국민들의 무용 활동 참여가 많은 관심을 보이고 있다는 것을 남은진(2009)의 연구에서 말해주고 있다.

무용교육을 소비자에게 판매하는 무용학원의 제품은 곧 서비스이며. 무용학원시장이 대중화와 차별화 및 다양화 되어 짐에 따라 이제는 학원에서 제공되

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

어 지는 서비스에 대한 소비자의 만족에 무용학원 경영자들이 관심을 기울어야 한다. 김범식, 정영남(1999), 나단영(2013)은 서비스 품질은 무용학원 이용자에게 가장 중요한 요소로서 서비스 품질에 대한 만족이 무용학원에 대한 이미지로 작용되어 고객의 태도 변화, 반복 구매행동, 고객 충성도, 고객 불편행동, 구전 등에 영향을 미치기 때문에 무용학원의 운영에 절대적으로 중요한 위치를 차지한다고 하였다.

전태유, 박재근, 이정직, 박노현(2012) 또한 무용학원의 서비스품질은 고객만족, 지각된 성과, 구전의도에 직간접적으로 정적인 영향을 미친다고 하였다. 시대적으로 이제는 무용학원 또한 경쟁 환경 속에서 지속적으로 소비자를 위한 서비스를 제공하고 개별소비자의 서비스욕구를 충족시켜 고객만족을 제고함은 물론 서비스 질의 향상을 통한 경쟁우위 확보를 위해 무용학원 운영에 있어 다양한 접근을 시도해야 할 필요성이 제기되고 있다(김하정, 2008). 그 이유는 현재 무용학원수는 꾸준한 증가를 보이고 있지만 예전에 비해 청소년의 인구감소, 경쟁 학원 수의 증가로 인하여 한 학원 당 학원생 수는 줄어들고 있기 때문이다. 많은 학자들 또한 (전호문, 1996; 전효숙, 전광애, 2004; 김화정, 2008) 이처럼 늘어나는 무용학원에서 수요자들의 요구에 가장 부응할 수 있으면서도 효율적인 운영에 영향을 주어, 질 높은 프로그램과 높은 이미지 형성 등으로 인하여 학원생 수의 증가에 영향을 미칠 수 있는 연구의 시급성을 주장하고 있다. 갈수록 극심해져가는 경영환경에 무용학원 분야도 경쟁 환경 속에서 지속적으로 소비자를 위한 서비스를 제공 하고, 개별 소비자의 서비스를 충족시켜 고객만족을 충족시키고 서비스 질 향상을 위한경쟁 우위 확보를 위한 차별화된 무용학원 경영의 필요성을 주장하는 것이다(최영진, 2010). 무용학원의 효율적인 경영을 위해서는 우선적으로 경영자의 자세와 능력개발에 대한 경영자적 마인드의 전환이 이루어져야 하며, 경쟁자와의 경쟁에서 생존할 수 있는 경영전략을 개발, 실행과 동시에(김진숙, 2011), 무용학원 경영자들은 경쟁력 있는 서비스 품질 전략방안을 수립하여 변화하는 시대적 흐름과 서비스품질에 따른 소비자의 만족관계에 대해서 적극적인 서비스 전략을 제시하여야 한다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

현실적으로 수많은 사설 무용학원들은 주변 새로운 무용학원의 진입이나 경쟁 무용학원의 회비, 실적 등에는 지나치게 신경을 쓰나 정작 회원입장에서 회원만족을 위해 개선하려는 노력들을 미루고 있는 실정으로, 시장변화보다는 지속적으로 회원들에게 필요한 시설로써 자리 매김 할 수 있는 적극적인 서비스 품질전략과 경쟁 무용학원보다 차별적인 전략 방안이 개발, 관리되어야 한다(박연정, 2007). 경쟁적 우위는 고객들의 시장에서 그 기업의 제품 또는 서비스를 선택 하였을 때 획득하는 것이다. 기업은 이런 경쟁우위를 누리는 기간이 길수록 높은 경쟁성과를 얻을 수 있다. 기업의 경쟁력우위를 확보하는 확실한 방법은 기업의 고객 지향적 사고를 인지하여 최상의 서비스품질을제공하며 이 결과는 고객만족과 기업성과로 이어지게 된다(최영진, 2010). 무용학원 만족이 학원 재구매로 연결 된다는 선행연구를 살펴보면, 차은희(2004)는 늘어나는 무용학원에서 수요자들의 요구에 가장 부응할 수 있으면서 효율적인 운영방안을, 무용학원의 서비스 제공은 소비자의 서비스 욕구를 충족시켜 줌으로써 고객확보를 위한 경영자의의식전환이 필요하다고 했다. 최현주(1999)는 최우선적으로 경영자의 마인드가 개선되어야 한다고 하였으며, 최인혁(1996)은 대중적인 무용학원도 현대의 경쟁 속에도 수강생을 소비자로서의 가치를 인식하여 수동적인 대응에서 능동적인 대응으로서의 전환이 필요하다고 하였으며, 서영(2005)은 무용학원의 효율적 경영을 위해 시설과 프로그램에 대한 만족도를 파악하는 것이 경영환경 분석에 매우 중요하다는 연구결과를 발표했다. 무용학원의 생존전략을 수립하기 위한 연구들이 진행되어 왔는데, 여러 연구자들의 한목소리는 무용학원의 발전을 위한 향후의 경영마인드 개발 및 도입이 필수적이라고 하였다(장수정, 2002; 백경화, 2001; 서희정, 2001; 신봉희, 2001). 무용학원의 지속적 수익을 위한 절대적인 목표인 고객만족은 재등록행동 및 구전의도를 이끌어 내는 것에 대한 연구결과들이 많다.

이제는 무용관련 시설 운영을 하는 경영자측면에서 효율적인 경영방안을 모색하기 위한 대책을 필요로 하는 시점에서 경영자들은 소비자들이 느끼고 있는 금전적 거품을 과감히 제거하고 새로운 운영방법을 모색하거나 또는 지도방

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

법을 개발, 혹은 선진무용교육을 도입함으로서 소비자들이 무용학원을 선택하도록 해야 할 것이다.

2. 연구의 목적

본 연구는 무용학원을 지속적으로 다니는데 영향력을 미치는 서비스 품질·이용만족·구매행동 과의 연관성에 대해 연구하여, 이를 토대로 무용 학원의 효율적 경영에 도움을 줄 수 있는 유용한 참고 자료를 제공하는데 그 목적이 있다. 이와 같은 연구의 목적을 달성하기 위하여 구체적인 세부목표를 다음과 같이 설정 하였다.

첫째, 인구사회학적특성에 따른 서비스품질·이용만족·구매행동의 차이를 분석한다.

둘째, 무용학원 서비스품질이 이용만족과 구매행동에 미치는 영향을 분석한다.

셋째, 무용학원 이용만족이 구매행동에 미치는 영향을 분석한다.

3. 연구모형

본 연구모형에서 설정된 변인 가운데 배경변인인 인구사회학적특성, 독립변인인 서비스품질, 매개변인인 이용만족과 종속변인인 구매행동을 중심으로 그 개념을 정리 하였다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

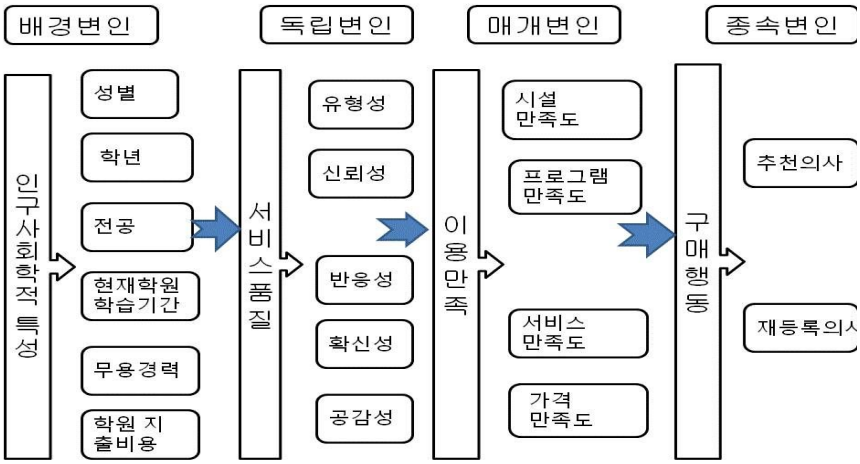

그림 1. 연구 모형

4. 연구의 가설

본 연구는 광주광역시 무용학원 서비스품질이 이용만족과 구매행동에 미치는 영향을 분석하여 무용학원의 효율적인 경영전략에 도움을 주기 위한 기초 자료를 제공하고자 다음과 같은 연구가설을 두었다.
세부 연구가설은 다음과 같이 설정하였다.

가설Ⅰ. 인구사회학적특성에 따른 서비스품질 차이를 비교한다.

1. 인구사회학적특성에 따른 유형성 차이를 비교한다.
2. 인구사회학적특성에 따른 신뢰성 차이를 비교한다.
3. 인구사회학적특성에 따른 반응성 차이를 비교한다.
4. 인구사회학적특성에 따른 확신성 차이를 비교한다.
5. 인구사회학적특성에 따른 공감성 차이를 비교한다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

가설Ⅱ. 인구사회학적특성에 따른 이용만족 차이를 비교한다.

1. 인구사회학적특성에 따른 시설 만족도 차이를 비교한다.
2. 인구사회학적특성에 따른 프로그램만족도 차이를 비교한다.
3. 인구사회학적특성에 따른 서비스 만족도 차이를 비교한다.
4. 인구사회학적특성에 따른 가격 만족도 차이를 비교한다.

가설Ⅲ. 인구사회학적특성에 따른 구매행동 차이를 비교한다.

1. 인구사회학적특성에 따른 추천의사 차이를 비교한다.
2. 인구사회학적특성에 따른 재등록 차이를 비교한다.

가설Ⅳ. 무용학원 서비스품질이 이용만족도에 영향을 미칠 것이다.

1. 무용학원 서비스품질이 시설만족도에 영향을 미칠 것이다.
2. 무용학원 서비스품질이 프로그램만족도에 영향을 미칠 것이다.
3. 무용학원 서비스품질이 서비스만족도에 영향을 미칠 것이다.
4. 무용학원 서비스품질이 가격만족도에 영향을 미칠 것이다.

가설Ⅴ. 무용학원 서비스품질이 구매행동에 영향을 미칠 것이다.

1. 무용학원 서비스품질이 추천의사에 영향을 미칠 것이다.
2. 무용학원 서비스품질이 재등록의사에 영향을 미칠 것이다.

가설Ⅵ. 무용학원 이용만족이 구매행동에 영향을 미칠 것이다.

1. 무용학원 이용만족이 추천의사에 영향을 미칠 것이다.
2. 무용학원 이용만족이 재등록의사에 영향을 미칠 것이다.

dCollection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

5. 용어의 정의

1) 서비스품질

본 연구에서의 서비스품질이란 무용학원에서 학원생을 만족시키기 위한 모든 활동으로 서비스품질은 유형성, 신뢰성, 반응성, 확신성, 공감성 5개 하부요인으로 정의하였다.

유형성이란 무용학원에서 제공하는 서비스평가를 위한 외형적인 단서로 물리적 시설 및 장비, 직원의 외모, 시설내의 다른 학생들을 의미 한다.

신뢰성이란 무용학원 학생들과 약속된 서비스를 정확하게 수행하는 능력으로 선생님들의 수업시간엄수, 서비스 수행의 철저함, 정확한 기록을 의미한다.

반응성이란 고객을 돕고 즉각적인 서비스를 제공하려는 의지로 무용학원 선생님들이 가지고 있는 기술과 지식을 의미한다.

확신성이란 무용학원에서의 선생님들의 지식과 예절, 신뢰와 자신감의 전달능력을 의미한다.

공감성이란 무용학원이용에서 편의제공을 위한 개별적인 관심과 노력을 의미한다.

2) 이용만족

이용 만족이란 욕구와 기대에 최대한 부응한 결과 제품과 서비스 재등록이 이루어지고 아울러 고객의 신뢰감이 연속되는 상태를 가리킨다(원석희, 1997).

즉, 개인이 기대한 이상 혹은 그 이상의 가치를 얻었을 때 갖는 긍정적인 느낌을 의미한다(Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1998).

본 연구에서의 이용만족은 무용학원을 이용하는 회원 및 전공생이 무용학원을 이용 후 갖는 서비스만족, 프로그램만족, 가격만족, 시설만족 정도로 하였다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

3) 구매행동

본 연구의 구매행동 결과를 측정하는데 이용한 하위요인은 타인추천 의사와 재등록의사로 하였다. 구매행동이란 환경 및 상황적인 조건만 조절하면 행위로서 외부 행동화 될 수 있는 심리적 상태를 의미하며, 타인추천의사는 다른 사람에게 다니고 있는 학원을 추천하는 것이며, 재등록 의사는 학원의 상품에 대한 고객의 만족도가 높았을 때 나타난다(이은재, 2001).

6. 연구의 제한점

선행변인, 연구대상, 연구도구, 관계설정 등에서 나타나는 문제로 인하여 다음과 같은 한계 및 제한점을 지닌다.

첫째, 연구대상을 광주광역시지역의 무용학원으로 한정하였기 때문에 그 결과를 다른 지역에 일반화 시키는 것은 한계가 있을 수 있다.

둘째, 서비스품질의 변인이 다양하나 모든 변인을 수용하지 못했기 때문에 설정 된 변인 이외에 다른 변인에 의하여 서비스품질에 미치는 영향은 달라질 수 있다.

셋째, 사설무용학원의 정책적 초점은 환경변화에 따라 그 전략방향이 달라져야 함을 감안해야 할 것이다. 따라서 고객의 '원하는바'를 충분히 인지하여 다년간 연구를 통해 고객의 욕구를 충분히 반영할 수 있도록 시장의 특성을 보다 현실적으로 구체화할 수 있는 방안 연구가 필요할 것이다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

Ⅱ. 이론적 배경

1. 무용학원의 기능 및 현황

1) 무용교육의 개념 및 중요성

오늘날 우리가 사용하고 있는 무용이라는 용어는 예술무용 즉 순수무용을 일컫는다. 여기에서 예술무용을 의미하는 순수무용과 대중무용을 의미하는 생활무용을 서로 비교하면, 순수무용은 무용수나 안무가 등 전문예술인에 의해 행해지고 있는 공연예술인데 비해 생활무용은 예술 안에 들어있기 보다는 일반대중의 생활 속에서 보편적이고 문화적인 개념으로 들어와 있다고 더욱 쉽게 볼 수가 있다(김진숙, 2011). 요즈음 에는 입시위주의 획일적인 학교 교육에서 무용교육이 근본적인 목적에 다다르지 못하고 있으며, 이에 무용학원은 학교교육에서 다루지 못하는 부분까지도 포함하여 학생들의 무용에 대한 관심이나 흥미를 이끌어 내기도 하며, 학생들에게 있어 성취감과 함께 전인적인 인격형성을 가능하게 하고 있다. 또한, 무용 교육은 자기표현과 신체표현과 함께 무용지도의 창의적 활동과 개성은 은 물론 모든 욕구를 골고루 표출시키는 도구가 된다. 이러한 무용학원에서의 무용 수업은 모든 능력이 골고루 훈련되어 육체적, 지적, 정서적으로 보다 완전한 인간을 만드는데 그 목적이 있다고 정고운(2008), 김서희(2011)는 말하고 있다. 무용교육의 범위에서 움직임연구(movement study)와 무용교육(dance education)은 이미 많은 학문분야 들과 융합되어 문학, 예술, 사회과학, 자연과학에 이르기까지 응용연구들이 이어졌다. 결국 무용은 신체운동에 의한 공간형성을 통해서 인간의 사상과 감정·감각 등을 표현하고 미래 가치판단을 나타내는 예술이며, 무용의 창조적 표현활동은 모든 평범한 인간이 경험할 수 있는 인간 활동의 자연스러운 형태이다(Hayes, 1954). 송수남(1988)은 무용움직임을 통해 신체의 단련, 기능학습과 같은 신체적 영역 외에 정서순화 표

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

현기능 및 능력의 향상, 창조성 육성이라는 예술적 영역을 확대시켜 나가고 자신의 잠재력을 발휘함으로써 궁극적으로 나아실현에 이바지하게 됨을 강조하였다. 이는 무용의 정서적이고 미적인 움직임과 풍부한 표현력을 갖춘 움직임의 경험을 통해 무용의 가치는 표현영역과 사회적 역할까지 강조되고 있음을 의미한다. 육완순(1986)은 무용교육은 학생들에게 건전하고 창조적인 활동을 통하여 자기의 감정 및 사상을 신체적인 움직임에 의해 미적으로 표현하는 좋은 경험을 주어 정신적인 면을 동시에 발달시켜 인간성의 조화로운 발달을 가져오는 것이라고 말하고 있다.

이와 같은 무용교육은 신체를 발달시킬 뿐만 아니라 자신이 감정을 표현할 수 있는 기회를 제공한다. 또한 무용을 통하여 개인의 개성을 표현하고 발전시킴으로서 현대 교육의 이념과도 부합된다. 즉, 무용교육은 신체, 정서, 지식, 사회성 등을 균형 있게 발달시키는 것이다(육완순. 이희선, 1992). 무용교육의 사회적 가치로서 오늘날의 교육은 개성을 충분하게 살리는데 있는 동시에 개성을 살리고 자아를 확립함으로써 사회적인 존재로서의 자각과 가치를 가지게 하려는데 있으며, 무용은 개개인의 개성을 존중하고 이를 살리는 동시에 자신을 표현하고 그 표현을 상대방에게 전달하고 이 전달된 사실은 사회의 커뮤니케이션으로 나타나고 사상의 교환과 더불어 전체에 발전을 기한다(정은혜, 1995). 그러므로 무용학원의 전공생의 지도는 또 하나의 보람된 인간의 형성을 위한 목적달성의 하나의 수단으로 학습이 되어야 하며, 무용학원의 무용지도야 말로 지, 덕과 미를 겸비한 이상적이고 훌륭한 학습이 아닐 수가 없다.

2) 사설무용학원의 현황 및 문제점

교육통계연보(2005)에 따르면 예능분야의 학원은 2002년에 26.537개, 2003년에는 27,212개, 2004년에는 15,679개, 2005년에 25,758개로 점차 감소하다가 증가하는 추세이다. 수강생은 2002년에 약 121만 7천명, 2003년에는 약 123만 8천명, 2004년에는 126만 명으로 증가하였다가 2006년에는 107만 8천

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

명으로 감소하는 현상으로 보이고 있다. 사설무용학원의 설립현황은 2007년에 43,152개에서 2008년 42,899개로 감소하는 현황을 보이고 있는데. 이러한 현상은 시장경쟁과 관련되어 있다고 볼 수 있다(김진숙 2010).

광주전남 은 2007년 광주광역시 1,610개, 전남 1,416개에서 2008년 광주광역시 1,624개, 전남 1,387로 광주광역시는 늘었으나 전남 지역은 감소한 것으로 나타났다. 이처럼 격해지는 시장경쟁에서 무용학원의 지속적인 발전을 위해서는 수강생들의 확보와 유지를 시키는 것이 가장 중요할 것이다. 현재 무용교육에 대한 관심은 증대하고 있으나 예전에 비해 출산율 저하와 학교 교육으로 인한 원인, 경제적 여건, 문화센터, 스포츠센터의 증가로 무용학원, 무용 수강생수는 줄어들고 있는 실정이다. 이러한 환경에서 무용학원의 경영자는 고객의 요구를 파악하고 효율적인 운영이 필요한 시점이라고 김서희(2011)는 이야기 하고 있다.

전호문(1996)은 경쟁이 심화된 환경에서 무용학원의 경영자들은 예전의 고적적인 방법의 경영을 벗어나 소비자의 만족을 충족 시켜줘야 한다. 하지만 현실적으로 많은 무용학원 시설들은 아직도 일부 운영자의 경험이나 계획되지 않은 즉흥적인 아이디어에 의존함으로써 큰 효과를 거두지 못하고 있다고 말하고 있다. 또한 교육부(2010)의 교육통계연보에 의하면 예능계 학원과 수강생이 2003년부터 2005년까지 감소한 현황을 보이고 있다. 그러나 2005년부터 학원과 수강생의 감소로 2009년 통계연보에 의하면 학원은 2009년 21,821개로 수강생은 922,273명으로 점점 더 감소하고 있는 실정이다. 이는 2000년대 이후 상업용 스포츠시설이 이미 공급과잉 으로 인해 치열한 경쟁상황에 직면해 있는데 현재 무용학원의 실정과도 부합하다고 박승환, 최철재(2006)의 연구에서 나타나고 있다. 전호문, 조선하, 임미현(2001)은 학원은 증가를 보이고 있으며, 수강생은 학원의 증가추세를 따라가지 못하고 있으며 이러한 추세 속에서 경쟁력 있는 경영마인드가 표출되지 않은 한 수강생확보가 어려워지며 수강생이 적을 경우 경영에 있어 적자를 초래하고 이러한 현상은 경영의 영세성으로 이어지게 된다고 하였다. 김양구(2000)와 차은희(2004)는 무용학원에서는 여러 가지 사업의연구와 마케팅의 중요성을 실질적으로 부각시키고 있으며, 경쟁력환경에 대

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

응할 수 있는 효율적 경영전략을 개발하는 것이 중요한 과제가 된다고 하였으며, 최인혁(1996)은 다른 사설학원과 마찬가지로 대중무용학원도 현대의 경쟁환경 속에서 지속적으로 자생하기 위해서는 수강생을 소비자로서의 가치로 충분히 인식하고 수동적인 대응에서 능동적인 대응으로의 전환이 이루어져야 한다고 하였다.

표 1. 지역별 사설무용학원 현황

년도	전국	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	경기
2007	43,152	8,132	3,338	2,938	1,825	1,610	1,448	1,169	3,285
2008	42,899	8,104	3,176	2,947	1,824	1,624	1,442	1,105	3,400
	강원도	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주	
2007	1,314	1,308	1,416	1,845	1,416	2,356	3,341	542	
2008	1,319	1,317	1,433	1,803	1,387	2,258	3,304	544	

자료: 통계청(2008). 통계정보 전국사업체조사현황

2. 서비스품질

교육서비스품질은 광의의서비스품질의 한 분야라고 할 수 있다. Murdrick 등(1991)은 서비스품질에 대한 다양한정의가 제시되고 있지만 학자간의 공통적인견해는 고객이 추구하는 서비스속성의 수준과 이러한 속성들이 성취되었다고 고객이 지각하는 정도를 나타내는 것 이라고 하였다. 선행연구에서 서비스품질에 관한연구가 많이 있어왔지만 서비스는 재화의 특성과 달리 무형성동시성이질성 및 소멸성의 특성을 지니고 있어서 서비스품질을 명확하게 정의하기가 어렵다고 하였다. 서비스품질의 한 분야인 교육서비스품질도 무형의 재화이고 그 종류가 다양하고 같은 종류 사이에서도 이질적인요소가 혼재하며 사회발전과 과학기술의 발달과 더불어 새로운 유형이 계속 나타나고 있기에 느끼는 관점에 따라 다양하게 정의 되고 있는 실정이다(손권배, 2013).

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

서비스는 유형재와 다른 고유의 특성 즉 무형성생산과 소비의 비분리성 이질성 소멸성이 있기 때문에 서비스품질에 대한해석은 연구자들이나 실무자들 사이에 그들의 연구목적에 따라 다양하게 설정되어져왔다. 이는 서비스품질이 절대적인 것 이아니라 상대적인개념이기 때문에 단일한 개념의 정의가 모든 사람에게 적용되기 어렵다는 것을 의미한다. 대부분의연구자는 서비스품질의 분석방법으로 분법을 사용하여 접근을 하고 있다. Lehtinen(1982)은 서비스품질을 '공정질(processquality)', '산출질(outputquality)'로 구분 하였다. 여기서 공정질이란 서비스가 수행될 때 소비자에 의해 평가된 질을 의미하고 산출질 이란 서비스가 수행된 이 후에 소비자에 의해 평가된 질로서 소비자가 실제 서비스로부터 받은 결과와 관련된다. Groonroos(1984)는 두가지유형의 서비스품질이 존재한다고 주장하였다. 소비자가 실질적으로 서비스로부터 얻는 바를 의미하는'기술적질(technicalquality)'과 서비스가 전달되는 방식 의미하는'기능적질(functionalquality)'이 그것이다.

소비자와 서비스제공자와 의상호작용의결과소비자가 얻게 되는바 는 서비스품질에 대한소비자의 평가에 중요한 요소이다. 그러나 서비스는 소비자와의 상호작용에 의해서 전달되므로 기술적질의요인 이 소비자가서비스를 통하여 받은 것으로 지각하는 전체적인 질로 간주되지는 않을 것이다. 분명히 기술적질이 기능적으로 전달되는 방식에 의하여 또한 영향을 받을 것이다(임은주, 2009). Murgick, Render 와 Russel(1990)은 서비스 품질만족을 이용자의 요구와 기대에 대한 사용자의 지각에 의해 결정된다고 하였다. 그러므로 품질의 정의는 어느 한 정의를 따르기보다는 이용자의 욕구를 충족시키기 위해 이용자의 다양한 속성에 대한 선호와 속성수준을 파악한 후, 이를 커뮤니케이션 하는 관점에서 기업의 제한된 자원으로 생산이 가능한 품질 수준을 결정하며 그 명세서에 따라 생산 공장에서 정확하게 제조되도록 설치하는 것이 필요하다.

즉, 사용자 중심적 정의에서 출발하여 제품 중심적 정의, 제조 중심적 정의를 감안한 복합적인 접군방법이 전략적으로 바람직하다고 할 수 있다(정고은, 2008).

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

Parasuraman(1998)은 자신의 연구를 정리해 서비스품질 성과개념을 위해 SERVQUAL을 개발하였다. 차이척도에 기초를 둔 SERVQUAL보다 성과만을 가지고 측정하는 SERVPERF척도에서 서비스 품질이 소비자 만족의 선행요인이라는 사실이 보다 잘 설명 된다고 보고 있다(Brady et al. 2002). 서비스 품질이 만족의 선행변수라고 보는 연구결과가 있는가하면(Croin & Taylor1992; Parasuraman et al. 1985), 이와는 반대로 만족이 서비스 품질에 영향을 미쳐 만족의 결과가 서비스 품질이라는 결과도 나오고 있다(Bitner 1990; McDougall & Levesque 2000).

표 2. SERVQUAL 척도의 10가지 결정요인 (Parasuram, 1998)

차 원	정 의
유형성 (tangibles)	서비스의 평가를 위한 외형적인 단서 예) 물적 시설, 장비, 종업원의 외모, 서비스 시설내의 다른 고객
신뢰성 (reliability)	약속된 서비스를 정확하게 수행하는 능력 예) 서비스 수행의 철저함, 정확한 기록, 약속시간 엄수
응답성 (responsiveness)	고객을 돕고 즉각적인 서비스를 제공하려는 의지 예) 서비스의 적시성, 고객의 문의나 요구에 즉시 응답, 신속한 서비스
능력 (competence)	서비스를 수행하는데 필요한 기술과 지식의 소유 예) 조직의 연구 개발력, 담당직원의 기술과 지식
예절 (courtesy)	고객과 접촉하는 종업원의 친절과 배려, 공송함 예) 고객의 재산과 시간에 대한 배려, 담당 종업원의 정중한 태도
신용도 (credibility)	서비스 제공자의 진실성, 정직성 예) 기업평판, 기업명, 종업원의 정직성
접근가능성 (access)	접근 가능성과 접근의 수월성 예) 전화예약, 대기시간, 서비스 제공시간 및 장소의 편리성
커뮤니케이션 (communication)	고객의 말에 귀 기울이고 고객에게 쉬운 말로 알림 예) 서비스에 대한 설명, 서비스 비용의 설명
고객의 이해 (undersstanding the customer)	고객과 그들의 욕구를 알려는 노력 예) 고객의 구체적 요구사항 학습, 개발적 관심제공

dCollection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

3. 이용만족

이용만족이란 욕구충족, 기쁨, 불쾌, 인지적 상태, 속성 혹은 편익평가, 경험의 주관적 평가 등의 변수를 포함하는 복합적인 개념이다(고재건, 2005). 고객만족은 고객의 성취반응을 의미하는 것으로 고객의 기대를 충족하는 것을 의미한다. 즉, 고객이 상품이나 서비스를 구매, 비교, 평가, 선택하는 구매 전 상황이나 구매 후 에 상품, 서비스 자체의 성과에 대해 소비자 개인의 성격 및 인구통계학적 특성에 따라 느끼는 포괄적인 감정으로서, 구매 전 상품에 대한 기대와 구매 후 상품성과에 대한 소비자의 평가로 정의할 수 있다. 고객만족의 정의에 관한 연구는 고객만족을 바라보는 관점에 따라 결과로 보는 연구와 과정으로 보는 연구로 나누어 볼 수 있다(전용재, 2004).

여기에서 중요한 개념은 기대로서 제품 및 서비스에 대한 시용(trial)전의 신념(beliefs)을 의미하며, 인간의 전반적 활동을 설명하고 이해하는데 중요한 요소이다(김진숙,2011). 이와 같이 만족에 대한 후속의 심리적 변수는 행동의도가 될 것이며, 이러한 재구매 의사는 서비스에 관련된 여러 경험에 근거하여 그 개인이 타인에게 긍정적으로 추천하거나 본인이 재 구매하게 되는 의사라고 정의할 수 있다(남은진, 2009). 그리고 서비스 환경이나 시설물 내에서 고객들이 환경에 따라 서비스품질을 지각하게 되고 그 결과 서비스는 만족과 구매 후 평가에도 영향을 받는다는 것을 알 수 있다고 이유재와 김우철(1998)은 주장하였다. 즉 고객만족이란 개념은 사용전의 기대와 사용 후에 느끼는 제품성과 간의 지각된 불일치에 대한 소비자의 평가과정이라고 정의될 수 있다(Oliver, 1981; Oliver & Desarbo, 1988). 이와 같이 견해에서 여러 학자들이 서비스품질이 고객이용만족에 따른다는 밀접한 관련이 있기에 학원은 서비스품질을 향상시키고 이용만족을 높이는데 중요하다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

4. 구매행동

고객은 광고보다는 친구나 이웃가족 등의 인적정보원 구전커뮤니케이션으로부터의 정보를 더욱 신뢰하려는 경향을 가지며 타인추천의사와 재등록 의도 중에서 중시되고 있다. 이유는 그것이 일대일커뮤니케이션에 관련되어 다른 커뮤니케이션에 비해 큰 효과를 지닌 다는 것과 기업에 의해 창출된 것이 아니고 고객들에 원천을 두고 있으므로 더욱 신뢰적인 정보의 원천으로 이해된다는 것이며 불평행동이 판매자에 대해서만 이루어지는데 반해 타인추천의사는 많은 사람에게 빠른 속도로 전파 되는 특성이 있다는 것이다(노동연, 2005). Czepiel과 Gilmore(1987)는 서비스의 무형성과 이질성 그리고 상호작용정도 때문 고객의 구매행동을 구축하는데 있어서 서비스는 재화보다도 큰 능력을 가진다고 지적 하였으며 기업과 이상적인 동반자관계를 구축하고 있는 진정한 고객은 수익성이 크고 기업과는 오랜 관계를 유지 하며 회사에 대한 우호적인 추천의사활동을 하며 심지어는 높은 가격도 기꺼이 지불 한다고 하였다.

물론 고객이 구매경험을 축적해 감에 따라 추천의사에 의한 정보탐색은 감소하거나 교육수준이 부유한 계층의 경우 에는 추천의사에 의한 정보탐색활동은 반대로 작용한다. Fornell(1979)의 의견도 있지만 대부분의 고객들은 위험을 많이 지각하면 할수록 더 많은 정보를 탐색하려는 경향이 있다. 부정적인 추천의사효과의 영향에 대해 설명하면서 고객에게 제공되는 서비스의 중요성을 강조 하면서 만족할 고객은 신규고객을 끌어 들이는 역할을 한다고 주장 하였다.

이러한 연구는 경영관리측면에서 가치가 있는데 고객의 불평행동을 조절 할 수 있는 정책을 개발하고 고객만족을 높이는 전략을 구사 함 으로써 기회비용을 극대화 할 수 있다는 것 이다. 또한 소비업이나 전문서비스는 대부분의 고객들이 자신 들이 이용한 경험을 주변 사람들에게 전달함으로써 재등록의도가 형성되기 때문에 광고를 최소한으로 실행하고 주로 추천의사에 의존한다는 것이다(Beltramini, 1994). 추천의사에 가장결정적인 큰 요인은 만족 또는 불만족일 것이다. 다른 서비스품질에 비해 훨씬 큰 만족도와 신뢰성을 나타낼 것이다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

Arndt(1975)는 신제품에 대해 긍정적으로 추천의사를 받아들인 응답자는 부정적인 커뮤니케이션을 받은 응답자보다 3배 이상 그 제품을 구매하려는 의도를 보인다는 연구결과를 발표하였다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

Ⅲ. 연구방법

본 연구는 광주광역시 무용학원 서비스품질이 이용만족과 구매행동에 미치는 영향을 제시하기 위해 서비스품질 구성요소인 유형성, 확신성, 신뢰성, 공감성, 반응성에 따른 이용만족과 구매행동의 관계를 규명하는데 그 목적을 두고 있으며, 이에 본 장에서는 연구 설계와 관련하여 연구대상의 표집, 연구도구, 조사절차 및 자료처리 등에 대하여 기술하였다.

1. 연구대상

본 연구는 광주광역시 소재 비교적 규모와 프로그램이 비슷한 무용학원(현대무용, 발레, 한국무용, 생활무용 전공자)약 30개의 학원생을 모집단으로 설정한 다음 편의표본추출방법(convenient sampling method)을 활용하여 총 461명의 표본을 추출하였다. 추출절차는 무용학원에 다니고 있는 학원생(중학생, 고등학생 남, 여)중에서 480명을 대상으로 하여 규모에 따라 각각(한국무용119명, 현대무용118명, 발레106명, 사회무용118명)표집 하였다. 초등학생은 질문지를 이해하기 힘들 것 이라 판단되어 대상에서 제외한다. 이상과 같은 표집에 의거하여 표집된 인원은 480명이었으나 응답이 불성실하다고 판단되거나 설문지 내용의 일부가 누락된 19명의 자료를 제외한 총 461명이었다.

본 연구 대상의 인구사회학적특성은 <표 3> 과 같다.

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

표 3. 연구대상의 인구사회학적 특성

특 성	집 단	빈 도	백분율
성별	남	99	21.5
	여	362	78.5
	전체	461	100.0
학력	중1	53	11.5
	중2	45	9.8
	중3	62	13.4
	고1	83	18.0
	고2	104	22.6
	고3	114	24.7
	전체	461	100.0
전공	한국무용	119	25.8
	현대무용	118	25.6
	발레	106	23.0
	사회무용	118	25.6
	전체	461	100.0
무용경력	1년미만	86	18.7
	1년이상-2년미만	104	22.6
	2년이상-3년미만	70	15.2
	3년이상-4년미만	58	12.6
	4년이상-5년미만	59	12.8
	5년이상	84	18.2
	전체	461	100.0
현 학원학습기간	1년미만	117	25.4
	1년이상-2년미만	107	23.2
	2년이상-3년미만	72	15.6
	3년이상-4년미만	56	12.1
	4년이상-5년미만	43	9.3
	5년이상	66	14.3
	전체	461	100.0
학원한달지출 비용	10만원이상-30만원미만	238	51.6
	31만원이상-50만원미만	191	41.4
	51만원이상-70만원미만	22	4.8
	71만원이상-100만원미만	6	1.3
	100만원이상	4	.9
	전체	461	100.0

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

연구대상자의 인구사회학적 특성을 구체적으로 살펴보면 성별의 경우 남자(21.5%), 여자(78.5%)로 여자가 남자보다 더 많은 사람이 응답하였으며, 학력의 경우 중1(11.5%), 중2(9.8%), 중3(13.4%), 고1(18.0%), 고2,(22.6%) 고3(24.7%) 으로, 전공에는 한국무용(25.8%), 현대무용(25.6%), 발레(23.0%), 사회무용(25.6%)으로, 무용경력에는 1년미만(18.7%), 1년이상-2년미만(22.6%), 2년이상-3년미만(15.2%), 3년이상-4년미만(12.6%), 4년이상-5년미만(12.8%), 5년이상(18.2%)으로 현재 다니고 있는 학원학습기간은 1년미만(25.4%), 1년이상-2년미만(23.2%), 2년이상-3년미만(15.6%), 3년이상-4년미만(12.1%), 4년이상-5년미만(9.3%), 5년이상(14.3%)으로, 학원한달지출비용은 10만원이상-30만원미만(51.6%), 31만원이상-50만원미만(41.4%), 51만원이상-70만원미만(4.8%), 71만원이상-100만원미만(1.3%), 100만원이상(.9%)으로 나타났다.

2. 연구도구

1) 설문지의 구성

본 연구에서 사용된 연구도구는 설문지이며 설문지의 구성 내용은 인구사회학적특성 문6항, 서비스품질요인 15문항, 이용만족요인 9문항, 구매행동요인 5문항 등 총 35문항으로 구성되어 있다.

표 4. 설문지의 주요구성 지표 및 내용

구성지표	구성내용	문항수
인구통계학적 특성	성별, 학력, 전공, 무용경력, 현 학원학습기간, 학원 한달지출비용	6
서비스품질	유형성(4), 신뢰성(4), 공감성(3), 확신성(2), 반응성(2)	15
소비자이용만족	가격(3), 시설(2), 프로그램(2), 서비스(2)	9
구매행동	타인추천의도(3), 재구매의도(2)	5
계		35

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

1) 인구사회학적 특성

연구대상의 일반적 특성을 파악하기 위하여 성별, 연령, 전공, 무용경력, 현 학원학습기간, 학원 한 달 지출비용 등의 질문으로 구성하였다. 성별의 경우 '남자', '여자'에 각각 1점과 2점을 부여하여 가변인 으로 구성하였으며, 연령, 전공, 무용경력, 현 학원학습기간, 학원 한 달 지출비용 등은 개방형 척도로 구성하여 원 자료 그대로 분석에 사용하였다.

2) 서비스 품질

서비스 품질과 관련된 연구는 지금까지 무용학원 마케팅에 근거하여 다양하게 진행되어 왔다. 본 연구에서 사용된 조사도구는 정양성(2006), 김하정(2007), 김서희(2011), 김진숙(2010)등에 의해 개발된 서비스 품질 관련 설문지를 토대로 재구성 하였다. 구체적으로 유형성 4문항, 신뢰성 4문항, 공감성 3문항, 확신성 2문항, 반응성2문항 등 총 15문항으로 구성하였다. 서비스 품질은 5점 Likert 척도로 '매우 그렇다(5점)'에서 '전혀 그렇지 않다(1점)'로 구분하였다.

3) 이용만족

무용학원에서 제공 되어진 만족을 이용만족으로 명명하고, 가격만족(3문항), 시설만족(2문항), 프로그램만족(2문항), 서비스만족(2문항)으로 보고 이 네 가지를 이용만족(9문항)의 하위 요인으로 설정하였다. 이용만족은 5점 Likert척도로 '매우 그렇다(5점)'에서 '전혀 그렇지 않다(1점)'로 구분하였다.

4) 구매행동

무용학원에서 제공 되어진 구매행동에 대한 의도는 타인추천의도(3문항), 재구매의도(2문항)로 보고 이 두 가지를 구매행동(5문항)의 하위 요인으로 설정하였다. 구매이용은 5점 Likert척도로 '매우 그렇다(5점)'에서 '전혀 그렇지 않다(1점)'로 구분하였다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

2. 설문지의 타당도 및 신뢰도

타당성(validity)과 신뢰도(reliability)는 연구자가 어떤 측정방법을 선택. 사용하든지간 모든 측정치가 갖추어야 할 두 가지의 매우 중요한 특성이다(노형진, 2001).

본 연구에서 수행한 설문지의 타당도와 신뢰도 분석 방법은 다음과 같다.

1) 타당도 검증

타당도는 검사도구가 측정하고자하는 내용을 얼마나 충실히 측정하였느냐 하는 검사목적에 따른 검사도구의 적합성으로서 검사점수의 해석에 대하여 이론이나 근거가 지지해주는 정도를 말한다(성태제, 2002).

본 연구에서 실시하고 하는 타당도 검증 방법은 먼저 문헌을 기초로 한 설문지 개발, 전문가 회의(내용타당도), 예비검사, 요인분석(구성타당도)등을 통하여 실시하였다. 본 조사 설문지를 토대로 척도 개발을 시도하게 되었다.

본 연구에서 설문지의 타당도를 검증하기 위하여 사용한 방법은 SPSSWIN Ver. 19.0 통계 패키지의 탐색적 요인분석(exploratory factor analysis) 통해 평가하였다. 각 질문에 대한 대답은 “전혀 그렇지 않다”1점, “그렇지 않다”2점, “보통이다”3점, “그렇다”4점, “매우 그렇다”5점으로 5점 Likert척도로 구성하였다.

그리고 서비스품질을 측정하기 위한 설문 내용의 요인분석 결과는 해석의 편의상 요인 적재값의 크기에 따라 재배치하였다.

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

표 5. 무용학원 서비스품질 요인 분석

설문 문항	1	2	3	4	5	공통성
유형성3	.804	.187	.179	.137	.095	
유형성2	.722	.183	.323	.076	.281	
유형성4	.707	.206	.287	.233	−.065	
유형성1	.669	.171	.075	.113	.444	
신뢰성8	.081	.757	.318	.030	.227	
신뢰성7	.333	.714	.140	.065	.180	
신뢰성6	.193	.603	.083	.489	.153	
신뢰성5	.382	.572	.173	.370	.019	
공감성20	.248	.205	.793	.091	.181	
공감성21	.223	.182	.692	.306	.125	
공감성19	.264	.196	.661	.268	.232	
확신성13	.152	.068	.183	.820	.217	
확신성14	.167	.232	.405	.652	.112	
반응성11	.277	.124	.203	.251	.733	
반응성10	.053	.400	.273	.131	.647	
전 체	2.726	2.261	2.239	1.825	1.516	
분 산(%)	18.176	15.071	14.930	12.167	10.106	
누 적(%)	18.176	33.247	48.176	60.343	70.449	

그 결과 본 조사 서비스품질의 조사도구는 <표 5>에서 보는 바와 같이 유형성 4문항, 신뢰성 4문항, 공감성 3문항, 확신성 2문항, 반응성 2문항으로 추출되어 총 15 문항으로 구성하였다.

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

표 6. 이용만족요인 분석

설문 문항	1	2	3	4	공통성
가격만족9	.828	.119	.175	.155	
가격만족8	.776	.138	.249	.172	
가격만족7	.162	.267	.120	.234	
시설만족1	.162	.841	.198	.199	
시설만족2	.262	.822	.213	.173	
프로그램만족4	.220	.175	.800	.217	
프로그램만족3	.246	.253	.751	.173	
서비스만족5	.362	.238	.135	.722	
서비스만족6	.219	.195	.349	.683	
전 체	2.481	1.826	1.815	1.581	
분 산(%)	17.723	13.042	45.393	11.295	
누 적(%)	17.723	45.393	58.360	69.655	

이용만족도와 구매행동에 대해서도 서비스품질과 동일한 탐색적 요인분석 방법으로 처리하였다. 이용만족 요인인 9문항에서 요인 분석한 결과 이용만족 에서는 가격 3문항, 시설 2문항, 프로그램 2문항, 서비스 2문항 총 9문항으로 4개의 하위요인으로 추출되었으며, 그 결과는 <표 6>에 나와 있다.

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

표 7. 구매행동요인 분석

설문 문항	1	2	공통성
타인추천의사1	.823	.096	
타인추천의사2	.695	.260	
타인추천의도3	.663	.223	
재구매의도1	.174	.869	
재구매의도2	.336	.631	
전 체	2.048	1.505	
분 산(%)	14.628	10.752	
누 적(%)	32.351	80.407	

구매 행동은 총 5문항에서 요인분석 결과 타인추천의사 3문항, 재구매의도 2문항 총5문항으로 2개의 하위요인으로 추출되었으며, 그 결과는 <표 7>에 나타나 있다.

3) 신뢰도 검증

신뢰도(reliability)는 측정하고자하는 내용을 얼마나 정확하게 오차 없이 측정하였느냐 하는 검사도구의일관성을 말한다(성태제. 2002). 신뢰도에는 측정의 안정성, 일관성, 예측가능성 그리고 정확성 등의 개념이 포함되어 있다. 이 연구에서는 설문지의 신뢰도를 검증하기 위하여 Cronbach's α값을 이용하였다. Cronbach's α값은 검사 문항간의 동질성 정도에 의해서 신뢰도를 추정하는 검사방법 중의 하나이다.

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

표 8. 신뢰도 결과

요 인	하위요인	신뢰도 계수	전 체
서비스품질	유형성	.836	.915
	확신성	.696	
	신뢰성	.791	
	공감성	.795	
	반응성	.631	
이용만족	시설만족	.856	.901
	가격만족	.861	
	프로그램만족	.793	
	서비스만족	.708	
구매행동	타인추천의사	.808	.845
	재구매의도	.764	

<표 8>은 Cronbach's α값으로 평가한 결과 서비스품질 요인별 신뢰도 계수는 유형성 .836, 확신성 .696, 신뢰성 .791, 공감성 .795, 반응성 .631이며, 서비스품질 전체 신뢰도 계수는 .915로 나타났다.

이용만족의 요인별 신뢰도 계수는 시설만족 .856, 가격만족 .861, 프로그램만족 .793, 서비스만족 .708이며, 이용만족의 전체 신뢰도계수는 .901로 나타났다. 구매행동의 요인별 신뢰도 계수는 타인추천의도 .808, 재구매의사 .764로 나타났으며, 구매행동의 전체 신뢰도계수는 .845로 나타났다. 이상의 결과는 각각의 문항들이 하위 요인으로 신뢰성 있게 사용할 수 있음을 나사하고 있다.

3. 조사절차 및 자료처리

본 연구에서는 무용학원 서비스품질이 이용만족과 구매행동에 미치는 영향의 관계를 규명하기 위하여 설문지를 조사 대상에게 배포한 다음 자기평가기입법(self-administration method)으로 설문에 응답하도록 하고 완성된 설문지는

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

즉시 회수하였다. 설문조사는 본 연구자를 포함하여 2명의 보조조사원을 선발하여 설문조사 전 설문조사 유의도항을 전달하고, 해당 학원을 직접 방문하여 무용학원 수업 시작 전에 설문지를 배부하고, 무용 학원을 마치고 귀가하는 시점에 설문지를 작성하도록 하였다.

배포된 설문지 총 480부 중 충실하게 응답한 461부의 설문지를 통계처리를 위해 문항별로 코딩(coding)하였으며, 데이터는 SPSSWIN ver. 19.0 통계 패키지 활용, 자료 분석의 목적에 맞게 분석 하였으며, 통계적 유의수준은 $p<.05$수준으로 하였다.

첫째, 연구대상자의 일반적 특성과 무용학원 참여특성을 파악하기 위해 빈도분석(frequency analysis)을 실시하였다.

둘째, 설문지의 구성 타당도 검증을 위해 요인분석(factor analysis)을 실시하였으며, 신뢰도검증을 위해 Cronbach's α 계수를 산출하였다.

셋째, 서비스품질의 이용만족 및 구매행동의 차이분석을 위해 집단별 평균 분석과 일원분산분석(one-way ANOVA)을 실시하였으며, 사후 검정은 Scheffe의 방법으로 사용하였다.

넷째, 서비스품질 및 이용만족과 구매행동 간의 상관관계를 알아보기 위해 상관분석(correlation analysis)을 실시하였으며, 서비스품질이 이용만족에 미치는 영향, 서비스품질이 구매행동에 미치는 영향 이용만족이 구매행동에 미치는 영향을 분석하기 위해 다중회귀분석(multipleregression analysis)을 실시하였다.

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

Ⅳ. 연구 결과

이 장에서는 무용학원 서비스품질의 이용만족과 구매행동에 미치는 영향의 인과관계를 규명하기 위하여 앞에서 설정한 연구 가설을 기초로 하여 서비스품질, 이용만족, 구매행동과의 관계를 분석하였다.

1. 인구사회학적특성에 따른 서비스품질 차이비교결과

1) 성별에 따른 서비스품질 차이분석

표 9. 성별에 따른 서비스품질 차이분석

항목	내 용	N	서비스 품질				
			유형성 M(SD)	신뢰성 M(SD)	반응성 M(SD)	확신성 M(SD)	공감성 M(SD)
성별	A. 남	99	4.08(.770)	4.21(.650)	4.13(.730)	4.17(.760)	4.19(.726)
	B. 여	362	4.26(.670)	4.28(.643)	4.27(.713)	4.15(.739)	4.23(.692)
	합 계	461					
	F-Ratio		.443	.191	.056	.065	.194
	t-Ratio		-2.374	-.943	-1.764	.294	-.514
	P-value		.506	.662	.813	.799	.660

성별에 따른 서비스품질에 대한 차이비교 결과는 <표 9>와 같다.

<표 9>를 살펴보면 서비스품질 하위요인인 유형성(f=443, p=.506), 신뢰성(f=.191, p=.662), 반응성(f=.056, p=.813) 확신성(f=.065, p=.799), 공감성(f=.194, p=.660) 모두 유의한 차이가 나타나지 않았다.

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

2) 학력에 따른 서비스품질 차이분석

표 10. 학력에 따른 서비스품질 차이분석

항목	내용	N	서비스품질				
			유형성 M(SD)	신뢰성 M(SD)	반응성 M(SD)	확신성 M(SD)	공감성 M(SD)
학력	A. 중1	53	4.33(0.95)	4.40(.614)	4.38(.647)	4.19(.742)	4.40(.624)
	B. 중2	45	4.35(.526)	4.33(.588)	4.40(.773)	4.34(.638)	4.33(.623)
	C. 중3	62	4.31(.641)	4.24(.568)	4.29(.623)	4.98(.713)	4.24(.706)
	D. 고1	83	4.11(.701)	4.18(.713)	4.13(.788)	4.16(.699)	4.11(.779)
	E. 고2	104	4.12(.797)	4.13(.719)	4.08(.741)	4.05(.831)	4.13(.686)
	F. 고3	114	4.25(.666)	4.39(.564)	4.31(.675)	4.18(.741)	4.27(.686)
	합계	461	4.22(.696)	4.27(.644)	4.24(.718)	4.15(.743)	4.23(.699)
	F-Ratio		1.700	2.690	2.645	1.153	1.777
	P-value		.133	.021	.023	.331	.116
	post-hoc			E<A,F	E<B		

학력에 따른 서비스품질에 대한 차이비교결과는 <표 10>과 같다. <표 10>을 살펴보면 신뢰성(f= 2.690, p=.021), 반응성(f=2.645 , p=.023)은 모두 유의한 차이가 있었다.

사후검정결과 서비스품질 하위요인 중 신뢰성에서는 고3(M=4.39), 중1(M=.4.40)이 고2(M=4.13) 보다 유의하게 높게 나타났다. 서비스품질 하위요인중 반응성에 관해서는 중2(M=4.40)는 고2(M=4.13)보다 유의하게 높게 나타났다.

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

3) 전공에 따른 서비스품질 차이분석

표 11. 전공에 따른 서비스품질 차이분석

항목	내용	N	서비스품질				
			유형성 M(SD)	신뢰성 M(SD)	반응성 M(SD)	확신성 M(SD)	공감성 M(SD)
전공	A. 한국무용	119	4.31(.678)	4.37(.565)	4.33(.677)	4.30(.707)	4.25(.736)
	B. 현대무용	118	4.18(.682)	4.11(.695)	4.05(.771)	4.02(.775)	4.11(.683)
	C. 발레	106	4.15(.665)	4.37(.599)	4.30(.603)	4.13(.731)	4.27(.672)
	D. 사회무용	118	4.25(.750)	4.25(.677)	4.29(.771)	4.16(.739)	4.29(.693)
	합계	461	4.22(.696)	4.27(.644)	4.24(.718)	4.15(.743)	4.23(.699)
	F-Ratio		1.264	4.431	3.953	2.829	1.638
	P-value		.286	.004	.008	.038	.180
	post-hoc			B<A,C	A,C,D<B	B<A	

전공에 따른 서비스품질에 대한 차이비교결과는 <표 11>과 같다.

<표 11>을 살펴보면 신뢰성(f= 4.431, p=.004), 반응성(f= 3.953, p=.008), 확신성(f=2.829, p=.038)은 모두유의한 차이가 있었다.

사후검정결과 서비스품질 하위 요인 중 신뢰성에서는 한국무용(M=4.37), 발레(M=.4.37)는 현대무용(M=4.11) 보다 유의하게 높게 나타났다. 서비스품질 하위요인중 반응성에서는 사회무용(M=4.40), 한국무용(M=4.33), 발레(M=.4.30)는 현대무용(M=4.05)보다 유의하게 높게 나타났다. 서비스품질 하위 요인 중 확신성에서는 한국무용(M=4.30)이 현대무용(M=4.02)보다 유의하게 높게 나타났다.

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

4) 경력에 따른 서비스품질 차이분석

표 12. 경력에 따른 서비스품질 차이분석

항목	내 용	N	서비스품질				
			유형성 M(SD)	신뢰성 M(SD)	확신성 M(SD)	반응성 M(SD)	공감성 M(SD)
경력	A. 1년미만	86	4.28(.621)	4.30(.627)	4.44(.623)	4.44(.623)	4.32(.659)
	B. 1년이상-2년미만	104	4.10(.781)	4.10(.723)	4.05(.775	4.05(.775)	4.06(.724)
	C. 2년이상-3년미만	70	4.18(.734)	4.30(.690)	4.20(.763)	4.20(.763)	4.18(.732)
	D. 3년이상-4년미만	58	4.22(.645)	4.31(.571)	4.25(.689)	4.25(.689)	4.33(.642)
	E. 4년이상-5년미만	59	4.13(.663)	4.26(.588)	4.22(.708)	4.22(.708)	4.10(.720)
	F. 5년이상	84	4.41(.653)	4.40(.575)	4.30(.680)	4.30(.680)	4.39(.656)
	합계	461	4.22(.696)	4.27(.644)	4.24(.718)	4.24(.718)	4.23(.699)
	F-Ratio		1.264	4.431	3.953	2.829	1.638
	P-value		.060	.037	.009	.072	.010
	post-hoc			B<F	E<A		B<F

경력에 따른 서비스품질에 대한 차이비교결과는 <표 12>와 같다.

<표 12>를 살펴보면 신뢰성(f=4.431, p=.037), 확신성(f=3.953, p=.009), 공감성(f=1.638, p=.010)은 모두유의한 차이가 있었다. 사후검정결과 서비스품질 하위 요인 중 신뢰성에서는 5년이상(M=4.41)이 1년이상-2년미만(M=4.10)보다 유의하게 높게 나타났다.

서비스품질 하위 요인 중 확신성에서는 4년이상-5년미만(M=4.22)이 1년미만(M=4.44)보다 유의하게 높게 나타났다. 서비스품질 하위요인중 공감성에서는4년이상-5년미만(M=4.10)이 1년이상-2년미만(M=4.06)보다 유의하게 높게 나타났다.

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

5) 현 학원 학습기간에 따른 서비스품질 차이분석

표 13. 현 학원 학습기간에 따른 서비스품질 차이분석

항목	내용	N	서비스품질				
			유형성 M(SD)	신뢰성 M(SD)	반응성 M(SD)	확신성 M(SD)	공감성 M(SD)
현 학원 학습 기간	A. 1년미만	117	4.18(.710)	4.25(.676)	4.31(.714)	4.20(.719)	4.16(.730)
	B. 1년이상-2년미만	107	4.21(.664)	4.24(.682)	4.16(.752)	4.10(.745)	4.19(.725)
	C. 2년이상-3년미만	72	4.17(.739)	4.26(.689)	4.20(.772)	4.17(.792)	4.19(.735)
	D. 3년이상-4년미만	56	4.36(.608)	4.33(.548)	4.33(.627)	4.11(.762)	4.34(.629)
	E. 4년이상-5년미만	43	4.12(.650)	4.15(.617)	4.15(.694)	3.97(.689)	4.16(.631)
	F. 5년이상	66	4.33(.762)	4.39(.561)	4.27(.702)	4.30(.738)	4.39(.642)
	합계	461	4.22(.696)	4.27(.644)	4.24(.718)	4.15(.743)	4.23(.699)
	F-Ratio		1.121	.976	.949	1.254	1.422
	P-value		.348	.432	.515	.283	.215
	post-hoc		ns	ns	ns	ns	ns

현 학습기간에 따른 서비스품질에 대한 차이비교결과는 <표 13>과 같다.

<표 13>을 살펴보면 유형성(f=1.121 ,p=.348), 신뢰성(f=.976, p=.423), 반응성(f=.949, p=.515), 확신성(f=1.254, p=.283),공감성(f=1.422, p=.215) 유의한 차이가 나타나지 않았다.

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

6) 학원 한달지출비용에 따른 서비스품질 차이분석

표 14. 학원 한달지출비용에 따른 서비스품질 차이분석

항목	내용	N	서비스품질				
			유형성 M(SD)	신뢰성 M(SD)	반응성 M(SD)	확신성 M(SD)	공감성 M(SD)
한달지출비용	A.10만원이상-30만원미만	238	4.20 (.679)	4.26 (.597)	4.27 (.678)	4.17 (.674)	4.21 (.671)
	B.31만원이상-50만원미만	191	4.25 (.710)	4.31 (.659)	4.22 (.753)	4.16 (.819)	4.27 (.710)
	C.51만원이상-70만원미만	22	4.28 (.712)	4.26 (.881)	4.34 (.761)	4.22 (.735)	4.18 (.840)
	D.71만원이상-100만원미만	6	4.25 (.353)	4.08 (.437)	3.58 (.491)	3.83 (.516)	4.05 (.490)
	E.100만원이상	4	3.56 (1.16)	3.43 (1.06)	3.62 (.946)	3.12 (.629)	3.58 (1.13)
	합계	461	4.22 (.696)	4.27 (.644)	4.24 (.718)	4.15 (.743)	4.23 (.699)
	F-Ratio		1.089	1.997	2.294	2.310	1.171
	P-value		.361	.094	.059	.057	.323
	post-hoc		ns	ns	ns	ns	ns

학원 한달지출비용에 따른 서비스품질 차이분석 결과는 <표 14>와 같다.

<표 14>를 살펴보면 서비스품질 하위요인인 유형성(f=1.089, p=.361), 신뢰성(f=1.997, p=.094), 반응성(f=2.294, p=.059) 확신성(f=2.310, p=.057), 공감성(f=1.171, p=.323) 모두 유의한 차이가 나타나지 않았다.

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

2. 인구사회학적특성에 따른 이용만족 차이비교결과

1) 성별에 따른 이용만족 차이분석

표 15. 성별에 따른 이용만족 차이분석

항목	내용	N	이용만족			
			시설만족 M(SD)	프로그램만족 M(SD)	서비스만족 M(SD)	가격만족 M(SD)
성별	A. 남	99	4,10(.931)	4.27(.715)	4.22(.663)	4.06(.802)
	B. 여	362	4.21(.821)	4.30(.768)	4.23(.753)	4.05(.809)
	합계	461	4.19(.846)	4.30(.756)	4.23(.734)	4.05(.807)
	F-Ratio		1.45	.113	.003	.016
	t-Ratio		-1.20	-.336	-.057	.125
	P-value		.249	.360	.059	.806

성별 에 따른 이용만족에 대한 차이비교결과는 <표 15>와 같다.

<표 15>를 살펴보면 시설만족(f=1.45, p=.249), 프로그램만족(f=.113, p=.360), 서비스만족(f=.003, p=.059), 가격만족(f=.125, p=.806)은 모두 유의한 차이가 나타나지 않았다.

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

2) 학력에 따른 이용만족 차이분석

표 16. 학력에 따른 이용만족 차이분석

항목	내용	N	이용만족			
			시설만족 M(SD)	프로그램만족 M(SD)	서비스만족 M(SD)	가격만족 M(SD)
학력	A. 중1	53	4.24(.948)	4.39(.862)	4.35(.695)	4.25(.767)
	B. 중2	45	4.35(.829)	4.40(.679)	4.36(.726)	4.25(.800)
	C. 중3	62	4.29(.698)	4.37(.577)	4.29(.649)	4.04(.781)
	D. 고1	83	3.98(.959)	4.21(.769)	4.06(.762)	3.89(.928)
	E. 고2	104	4.10(.835)	4.17(.827)	4.16(.755)	3.97(.781)
	F. 고3	114	4.27(.778)	4.34(.735)	4.26(.744)	4.08(.747)
	합계	461	4.19(.846)	4.30(.756)	4.23(.734)	4.05(.807)
	F-Ratio		1.97	1.29	1.87	2.17
	P-value		.082	.264	.097	.056
	post-hoc		ns	ns	ns	ns

학력에 따른 이용만족에 대한 차이비교결과는 <표 16>과 같다.

<표 16>을 살펴보면 시설만족(f=1.97, p=.082), 프로그램만족(f=1.29, p=.264), 서비스만족(f=1.87, p=.097), 가격만족(f=2.17, p=.056) 모두 유의한 차이가 나타나지 않았다.

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

3) 전공에 따른 이용만족차이분석

표 17. 전공에 따른 이용만족차이분석

항목	내용	N	이용만족			
			시설만족 M(SD)	프로그램만족 M(SD)	서비스만족 M(SD)	가격만족 M(SD)
전공	A. 한국무용	119	4.21(.830)	4.35(.673)	4.21(.760)	4.12(.762)
	B. 현대무용	118	4.23(.753)	4.15(.791)	4.16(.728)	3.92(.834)
	C. 발레	106	4.08(.867)	4.33(.757)	4.23(.747)	3.98(.822)
	D. 사회무용	118	4.22(.930)	4.35(.787)	4.30(.704)	4.18(.792)
	합계	461	4.19(.846)	4.30(.756)	4.23(.734)	4.05(.807)
	F-Ratio		.811	2.04	.697	2.62
	P-value		.448	.106	.554	.050
	post-hoc		ns	ns	ns	B<D

전공에 따른 이용만족에 대한 차이비교결과는 <표 17>과 같다. <표 17>을 살펴보면 가격만족(f=2.62, p=.050)은 유의한 차이가 있었다.

사후검정결과 이용만족 하위 요인 중 가격에서 사회무용(M=4.05)이 현대무용(M=3.92)보다 유의하게 높았다.

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

4) 경력에 따른 이용만족 차이분석

표 18. 경력에 따른 이용만족 차이분석

항목	내용	N	이용만족			
			시설만족 M(SD)	프로그램만족 M(SD)	서비스만족 M(SD)	가격만족 M(SD)
경력	A. 1년미만	86	4.28(.899)	4.44(.686)	4.28(.729)	4.18(.766)
	B. 1년이상-2년미만	104	3.98(.868)	4.12(.780)	4.09(.709)	4.01(.805)
	C. 2년이상-3년미만	70	4.20(.823)	4.32(.742)	4.19(.708)	3.93(.917)
	D. 3년이상-4년미만	58	4.38(.743)	4.26(.869)	4.37(.704)	4.04(.768)
	E. 4년이상-5년미만	59	4.05(.890)	4.21(.761)	4.14(.754)	3.93(.770)
	F. 5년이상	84	4.29(.772)	4.44(.678)	4.34(.776)	4.16(.794)
	합계	461	4.19(.846)	4.30(.756)	4.23(.734)	4.05(.807)
	F-Ratio		2.68	2.65	1.89	1.40
	P-value		0.22	0.22	0.94	.223
	post-hoc		B<D	B<A,F	ns	ns

경력에 따른 이용만족에 대한 차이비교결과는 <표 18>과 같다.

<표 18>을 살펴보면 시설만족(f=2.68, p=0.22), 프로그램만족(f=2.65, p=0.22)은 모두유의한 차이가 있었다.

사후검정결과 이용만족 하위요인 시설에서는 3년이상-4년미만(M=4.38)이 1년이상-2년미만(M=3.98)보다 유의하게 높게 나타났다. 이용만족 하위요인 프로그램에서는 5년이상(M=4.30), 1년미만(M=4.44)이 1년이상-2년미만(M=4.12) 보다 유의하게 높게 나타났다.

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

5) 현 학원 학습기간에 따른 이용만족 차이분석

표 19. 현 학원 학습기간에 따른 이용만족 차이분석

항목	내 용	N	이용만족			
			시설만족 M(SD)	프로그램만족 M(SD)	서비스만족 M(SD)	가격만족 M(SD)
현 학원 학습기간	A. 1년미만	117	4.11(.991)	4.29(.812)	4.19(.759)	4.08(.792)
	B. 1년이상-2년미만	107	4.13(.781)	4.22(.740)	4.17(.711)	4.08(.834)
	C. 2년이상-3년미만	72	4.11(.894)	4.29(.767)	4.20(.720)	3.95(.911)
	D. 3년이상-4년미만	56	4.48(.660)	4.33(.764)	4.42(.656)	4.11(.720)
	E. 4년이상-5년미만	43	4.08(.778)	4.27(.773)	4.19(.741)	3.92(.789)
	F. 5년이상	66	4.34(.750)	4.41(.653)	4.26(.795)	4.10(.757)
	합계	461	4.19(.846)	4.30(.756)	4.23(.734)	4.05(.807)
	F-Ratio		2.33	.562	1.04	.625
	P-value		.041	.757	.388	.681
	post-hoc		E,A,C,B<D	ns	ns	ns

현 학원 학습기간 에 따른 이용만족에 대한 차이비교결과는 <표 19>과 같다. <표 19>을 살펴보면 시설만족(f=2.33, p=.041)은 유의한 차이가 있었다. 사후검정결과 이용만족 하위 요인 중 시설에서 3년이상-4년미만(M=4.48)이 4년이상-5년미만(M=4.08), 1년미만(M=4.11), 2년이상-3년미만(M=4.11), 1년이상-2년미만(M=4.13)보다 유의하게 높았다.

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

6) 학원 한달지출비용에 따른 이용만족 차이분석

표 20. 학원 한달지출비용에 따른 이용만족 차이분석

항목	내 용	N	이용만족			
			시설만족 M(SD)	프로그램만족 M(SD)	서비스만족 M(SD)	가격만족 M(SD)
한달지출비용	A. 10만원이상-30만원미만	238	4.19(.852)	4.34(.691)	4.19(.718)	4.10(.726)
	B. 31만원이상-50만원미만	191	4.22(.826)	4.25(.812)	4.29(.729)	4.02(.857)
	C. 51만원이상-70만원미만	22	4.09(.921)	4.40(.811)	4.25(.719)	3.96(.942)
	D. 71만원이상-100만원미만	6	4.08(.584)	4.50(.632)	4.08(.801)	3.94(1.04)
	E. 100만원이상	4	3.12(1.03)	3.37(1.10)	3.12(1.25)	3.08(1.42)
	합계	461	4.19(.846)	4.30(.756)	4.23(.734)	4.05(.807)
	F-Ratio		1.77	2.10	2.90	1.82
	P-value		.132	.080	.021	.124
	post-hoc		ns	ns	E<A,B,C,D	ns

학원 한달지출비용에 따른 이용만족에 대한 차이비교결과는 <표 20>과 같다. <표 20>을 살펴보면 서비스만족(f=1.89, p=0.94)은 유의한 차이가 있었다.

사후검정결과 이용만족 하위 요인 중 서비스에서 71만원이상-100만원미만(M=4.08),10만원이상-30만원미만(M=4.19),51만원이상-70만원미만(M=4.25), 31만원이상-50만원미만(M=4.29)이 100만원이상(M=4.23) 보다 유의하게 높게 나타났다.

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

3. 인구사회학적특성에 따른 구매행동 차이비교결과

1) 성별에 따른 구매행동 차이분석

표 21. 성별에 따른 구매행동 차이분석

항목	내용	N	구매행동	
			타인추천의사 M(SD)	재등록 의도 M(SD)
성별	A. 남	99	4.16(.703)	4.29(.769)
	B. 여	362	4.29(.740)	4.52(.654)
	합계	461		
	t-Ratio		-1.49	-2.97
	F-Ratio		.048	6.68
	P-value		.827	.010

성별에 따른 구매이용에 대한 차이비교결과는 <표 21>과 같다.

<표 21>을 살펴보면 재등록의도(f=6.68, p=.010)는 유의한 차이가 있었다. 사후검정결과 구매이용 하위 요인 중 재등록의도에서 여자(M=4.52)는 남자(M=4.29) 유의하게 높게 나타났다.

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

2) 학력에 따른 구매행동 차이분석

표 22. 학력에 따른 구매행동 차이분석

항목	내용	N	구매이용	
			타인추천의사 M(SD)	재등록 의도 M(SD)
학력	A. 중1	53	4.12(.903)	4.50(.710)
	B. 중2	45	4.35(.587)	4.58(.566)
	C. 중3	62	4.35(.594)	4.55(.587)
	D. 고1	83	4.15(.788)	4.34(.869)
	E. 고2	104	4.23(.750)	4.45(.695)
	F. 고3	114	4.35(.701)	4.50(.602)
	합계	461	4.26(.733)	4.47(.686)
	F-Ratio		1.49	1.12
	P-value		1.11	.353
	post-hoc		ns	ns

학력에 따른 구매이용에 대한 차이비교결과는 <표 22>와 같다.

<표 22>를 살펴보면 타인추천의사(f=1.49, p=1.11), 재등록의도(f=1.12, p=.353)는 모두유의한 차이가 나타나지 않았다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

3) 전공에 따른 구매행동 차이분석

표 23. 전공에 따른 구매이용 차이분석

항목	내용	N	구매이용	
			타인추천의사 M(SD)	재등록 의도 M(SD)
전공	A. 한국무용	119	4.19(.734)	4.42(.655)
	B. 현대무용	118	4.21(.696)	4.46(.646)
	C. 발레	106	4.27(.863)	4.52(.731)
	D. 사회무용	118	4.37(.632)	4.50(.719)
	합계	461	4.26(.733)	4.47(.686)
	F-Ratio		1.43	.412
	P-value		.232	.744
	post-hoc		ns	ns

전공에 따른 구매이용에 대한 차이비교결과는 <표 23>과 같다.

<표 23>을 살펴보면 타인추천의사(f=1.43, p=.232), 재등록의도(f=.412, p=.744)는 모두유의한 차이가 나타나지 않았다.

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

4) 경력에 따른 구매행동 차이분석

표 24. 경력에 따른 구매이용 차이분석

항목	내 용	N	구매이용	
			타인추천의사 M(SD)	재등록 의도 M(SD)
경력	A. 1년미만	86	4.37(.634)	4.54(.651)
	B. 1년이상-2년미만	104	4.16(.770)	4.38(.672)
	C. 2년이상-3년미만	70	4.23(.778)	4.43(.770)
	D. 3년이상-4년미만	58	4.13(.851)	4.49(.638)
	E. 4년이상-5년미만	59	4.23(.708)	4.41(.760)
	F. 5년이상	84	4.41(.649)	4.60(.634)
	합계	461	4.26(.733)	4.47(.686)
	F-Ratio		1.93	1.22
	P-value		.087	.295
	post-hoc		ns	ns

경력에 따른 구매이용에 대한 차이비교결과는 <표 24>와 같다.

<표 24>를 살펴보면 타인추천의사(f=1.93, p=.087), 재등록의도(f=1.22, p=.295)는 모두유의한 차이가 나타나지 않았다.

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

5) 현 학원 학습기간에 따른 구매행동 차이분석

표 25. 현 학원 학습기간에 따른 구매이용 차이분석

항목	내용	N	구매이용	
			타인추천의사 M(SD)	재등록 의도 M(SD)
현학원학습기간	A. 1년미만	117	4.21(.753)	4.39(.747)
	B. 1년이상-2년미만	107	4.26(.726)	4.48(.616)
	C. 2년이상-3년미만	72	4.25(.775)	4.43(.784)
	D. 3년이상-4년미만	56	4.20(.761)	4.61(.572)
	E. 4년이상-5년미만	43	4.34(.672)	4.46(.658)
	F. 5년이상	66	4.36(.691)	4.55(.674)
	합계	461	4.26(.733)	4.47(.686)
	F-Ratio		.513	1.00
	P-value		.767	.413
	post-hoc		ns	ns

현 학원 학습기간에 에 따른 구매이용에 대한 차이비교결과는 <표 25>와 같다.

<표 25>를 살펴보면 타인추천의사(f=.513, p=.767), 재등록의도(f=1.00, p=.413)는 모두유의한 차이가 나타나지 않았다.

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

6) 학원 한달지출비용에 따른 구매행동 차이분석

표 26. 학원 한달지출비용에 따른 구매행동 차이분석

항목	내용	N	구매행동	
			타인추천의사 M(SD)	재등록 의도 M(SD)
한달지출비용	A. 10만원이상-30만원미만	238	4.21(.674)	4.45(.675)
	B. 31만원이상-50만원미만	191	4.34(.773)	4.55(.658)
	C. 51만원이상-70만원미만	22	4.28(.778)	4.40(.683)
	D. 71만원이상-100만원미만	6	4.27(.800)	4.16(.816)
	E. 100만원이상	4	3.08(.995)	3.12(1.10)
	합계	461	4.26(.733)	4.47(.686)
	F-Ratio		3.47	5.04
	P-value		.008	.001
	post-hoc		E<A,B,C,D	E<A,B,C,D

학원 한달지출비용에 따른 구매이용에 대한 차이비교결과는 <표 26>과 같다.

<표 26>을 살펴보면 타인추천의사(f=3.47, p=.008), 재등록의도(f=5.04, p=.001)는 모두 유의한 차이가 있었다.

사후검정결과 구매이용 하위 요인 중 타인추천의사에서 10만원이상-30만원미만(M=4.21), 71만원이상-100만원미만(M=4.27), 51만원이상-70만원미만(M=4.28), 31만원이상-50만원미만(M=4.34)이 100만원이상(M=3.08)보다 유의하게 높게 나타났다. 구매이용 하위 요인 중 재등록의도에서 31만원이상-50만원미만(M=4.55), 10만원이상-30만원미만(M=4.45), 51만원이상-70만원미만(M=4.40), 71만원이상-100만원미만(M=3.12)이 100만원이상(M=4.47)보다 유의하게 높게 나타났다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

4. 서비스품질이 이용만족에 미치는 회귀분석결과

이 연구에서 다루는 주요한 개념들은 다 문항으로 측정되어져 있는 관계로 변인들 간의 직접적인 상관관계를 분석하는 것은 곤란하다. 그러나 탐색적 요인분석을 통하여 각 변인들을 측정하는 문항들은 내적 일관성을 가지고 있다는 것이 확인되었기 때문에 각 변인을 구성하는 측정 문항들을 총합 척도화(summated scale) 하여 평균점수를 사용하였다. 이와 같이 총합척도를 사용하는 목적은 측정오차를 줄이고 단일차원으로 구성된 개념의 대표성을 높이려는데 있다(Hair, Anderson, Tatham, & Black, 1998).

상관관계분석은 탐색적 연구에서 가설검증에 사용될 뿐만 아니라 가설검증을 실시하기에 앞서 모든 연구가설에 사용되는 중요 변수들 간의 관계의 강도를 제시함으로서 변인들 간에 대한 대체적인 윤곽을 제시해주는 것으로(Cohen & Cohen, 1983), 상관관계분석은 모든 분석에 앞서 요구되는 선행조건이기도 하다. 가설검증을 하기에 앞서 피어슨상관관계분석을 수행하였다.

따라서 단일차원성이 입증된 요인별 척도들에 대해서 서로의 관계가 어떠한 방향이며, 어느 정도의 관계를 갖는지를 알아보기 위하여 모든 변인들 간의 상관관계를 살펴본 결과는 <표 27>과 같다.

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

표 27. 상관관계 분석결과

	유형성	신뢰	반응	확신	공감	시설	프로그램	서비스	가격	추천의사	재등록
유형성	1.00										
신뢰성	.618**										
반응성	.537**	.587**									
확신성	.475**	.554**	.488**								
공감성	.621**	.609**	.578**	.609**							
시설만족	.655**	.507**	.464**	.438**	.605**						
프로그램	.537**	.583**	.567**	.532**	.612*	.569**					
서비스	.563**	.603**	.493**	.503**	.631**	.579**	.614**				
가격	.512**	.536**	.423**	.507**	.597**	.535**	.571**	.625**			
추천의사	.569**	.507**	.394**	.466**	.592**	.540**	.574**	.605**	.554**		
재등록	.489**	.506**	.463**	.488**	.570**	.514**	.595**	.558**	.553**	.624**	1.00
평 균	4.22	4.27	4.24	4.15	4.23	4.19	4.30	4.23	4.05	4.26	4.47
표준편차	.696	.644	.718	.743	.699	.846	.756	.734	.807	.733	.686

*P< .05, **P< .01

결과를 살펴보면 특정요인에 해당되는 개별문항들은 유의수준 p=.05에서 통계적으로 정(+)의 관계가 있는 것으로 나타나 의미 있는 관련성을 나타내고 있다. 특히, 고객관리 요인과 가격요인 간에 가장 높은 상관관계가 있는 것으로 나타났다(r=, p< .01).

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

1) 서비스 품질이 시설만족에 미치는 영향

표 28. 서비스 품질이 시설만족에 미치는 영향

모 형		시설만족			t	f
		비표준화 계수		표준화 계수		
		B	표준오차	베타		
서비스 품질	(상수)	.052	.214	-	.243	89.587***
	유형성	.517	.057	.425	9.111	
	신뢰성	.051	.064	.039	.795	
	반응성	.047	.053	.040	.902	
	확신성	.020	.050	.018	.405	
	공감성	.343	.061	.283	5.650***	
$R^2=.496$ $adj.R^2=.491$						

***p<.001

무용학원 서비스 품질이 학원 시설만족에 미치는 영향을 살펴보면 <표 28>과 같다. <표 28>을 살펴보면 무용학원에서 제공하는 서비스품질 중 유형성요인과 공감성 요인은 P<.001수준에서 학원이용만족의 하위요인인 시설만족에 유의한 영향력을 미치는 것으로 나타났다.

무용학원 시설만족에 영향을 미치는 두 요인의 상대적기여도는 유형성요인(β=.425), 공감성요인(β=.283)순으로 나타났으며, 무용학원 서비스품질이 시설만족에 미치는 영향력에 대한 전체적인 설명력은 50%(R^2=.496)로 나타났다. 따라서 무용학원 이용만족도 하위요인 중에서 시설만족은 무용학원에서 제공하는 서비스 품질 중 유형성과 공감성에 의해 결정되는 것을 알 수 있다.

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

2) 서비스 품질이 프로그램만족에 미치는 영향

표 29. 서비스 품질이 프로그램만족에 미치는 영향

모 형		프로그램만족			t	f
		비표준화 계수		표준화 계수		
		B	표준오차	베타		
서비스 품질	(상수)	.353	.191	-	1.844	88.738***
	유형성	.113	.051	.104	2.224*	
	신뢰성	.209	.057	.178	3.654***	
	반응성	.212	.047	.202	4.508***	
	확신성	.143	.045	.140	3.166**	
	공감성	.256	.054	.237	4.715***	
$R^2=.494$ $adj.R^2=.488$						

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

무용학원 서비스 품질이 프로그램만족에 미치는 영향을 살펴보면 <표 29>와 같다.

<표 29>를 살펴보면 무용학원에서 제공하는 서비스품질 중 신뢰성요인과 반응성요인과 공감성 요인은 P<.001수준에서 학원이용만족의 하위요인인 프로그램만족에 유의한 영향력을 미치는 것으로 나타났다.

무용학원 프로그램만족에 영향을 미치는 두 요인의 상대적기여도는 공감성요인(β=.237), 반응성요인(β=.202)순으로 나타났으며, 무용학원 서비스품질이 프로그램만족에 미치는 영향력에 대한 전체적인 설명력은 49%(R^2=.494)로 나타났다. 따라서 무용학원 이용만족도 하위요인 중에서 프로그램만족은 무용학원에서 제공하는 서비스 품질 중 신뢰성과 반응성과 공감성에 의해 결정되는 것을 알 수 있다.

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

3) 서비스 품질이 서비스만족에 미치는 영향

표 30. 서비스 품질이 서비스만족에 미치는 영향

모 형		서비스만족			t	f
		비표준화 계수		표준화 계수		
		B	표준오차	베타		
서비스 품질	(상수)	.432	.186	–	2.329*	89.062***
	유형성	.163	.049	.154	3.301***	
	신뢰성	.284	.055	.249	5.121***	
	반응성	.048	.046	.047	1.056	
	확신성	.078	.044	.079	1.772	
	공감성	.324	.053	.309	6.145***	
$R^2=.495$ $adj.R^2=.489$						

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

무용학원 서비스 품질이 서비스만족에 미치는 영향을 살펴보면 <표 30>과 같다.

<표 30>을 살펴보면 무용학원에서 제공하는 서비스품질 중 유형성요인과 신뢰성요인과 공감성요인은 P<.001수준에서 학원이용만족의 하위요인인 서비스만족에 유의한 영향력을 미치는 것으로 나타났다.

무용학원 서비스만족에 영향을 미치는 두 요인의 상대적기여도는 공감성요인(β=.309), 신뢰성요인(β=.249)순으로 나타났으며, 무용학원 서비스품질이 서비스만족에 미치는 영향력에 대한 전체적인 설명력은 50%(R^2=.495)로 나타났다. 따라서 무용학원 이용만족도 하위요인 중에서 서비스만족은 무용학원에서 제공하는 서비스 품질 중 유형성과 신뢰성과 공감성에 의해 결정되는 것을 알 수 있다.

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

4) 서비스 품질이 가격만족에 미치는 영향

표 31. 서비스 품질이 가격만족에 미치는 영향

모 형		가격만족			t	f
		비표준화 계수		표준화 계수		
		B	표준오차	베타		
	(상수)	.243	.217	-	1.121	
서비스품질	유형성	.157	.058	.136	2.731**	68.104***
	신뢰성	.228	.065	.182	3.521***	
	반응성	-.017	.053	-.015	-.319	
	확신성	.168	.051	.155	3.286***	
	공감성	.365	.062	.316	5.922***	
$R^2=.432$ $adj.R^2=.422$						

p<.01.*p<.001

무용학원 서비스 품질이 가격만족에 미치는 영향을 살펴보면 <표 31>과 같다.

<표 31>을 살펴보면 무용학원에서 제공하는 서비스 품질 중 신뢰성요인과 확신성과 공감성요인은 P<.001수준에서 학원이용만족의 하위요인인 가격만족에 유의한 영향력을 미치는 것으로 나타났다.

무용학원 가격만족에 영향을 미치는 두 요인의 상대적기여도는 공감성요인(β=.316), 신뢰성요인(β=.182)순으로 나타났으며, 무용학원 서비스품질이 가격만족에 미치는 영향력에 대한 전체적인 설명력은 (R^2=.432)로 나타났다. 따라서 무용학원 이용만족도 하위요인 중에서 가격만족은 무용학원에서 제공하는 서비스 품질 중 신뢰성과 확신성과 공감성에 의해 결정되는 것을 알 수 있다.

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

5. 서비스품질이 구매행동에 미치는 영향에 대한 결과

1) 서비스 품질이 타인추천의사에 미치는 영향

표 32. 서비스 품질이 타인추천의사에 미치는 영향

모형		타인추천의사			t	f
		비표준화 계수		표준화 계수		
		B	표준오차	베타		
서비스품질	(상수)	.871	.197	-	4.424***	69.020***
	유형성	.296	.02	.281	5.669***	
	신뢰성	.136	.059	.119	2.315*	
	반응성	-.060	.048	-.059	-1.240	
	확신성	.096	.046	.097	2.063*	
	공감성	.335	.056	.319	5.998***	
$R^2=431$ $adj.R^2=.425$						

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

무용학원 서비스 품질이 타인추천의사에 미치는 영향을 살펴보면 <표 32>와 같다.

<표 32>를 살펴보면 무용학원에서 제공하는 서비스 품질 중 유형성요인과 공감성요인은 P<.001수준에서 학원이용만족의 하위요인인 타인추천의사에 유의한 영향력을 미치는 것으로 나타났다.

무용학원 타인추천의사에 영향을 미치는 두 요인의 상대적기여도는 공감성요인(β=.319), 유형성요인(β=.281)순으로 나타났으며, 무용학원 서비스품질이 타인추천의사에 미치는 영향력에 대한 전체적인 설명력은 43%(R^2=.431)로 나타났다. 따라서 무용학원 이용만족도 하위요인 중에서 타인추천의사는 무용학원에서 제공하는 서비스 품질 중 유형성과 공감성에 의해 결정되는 것을 알 수 있다.

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

2) 서비스 품질이 재구매의도에 미치는 영향

표 33. 서비스 품질이 재구매의도에 미치는 영향

모 형		재구매의도			t	f
		비표준화 계수		표준화 계수		
		B	표준오차	베타		
서비스품질	(상수)	1.317	.190	–	6.931***	59.225***
	유형성	.115	.050	.117	2.286*	
	신뢰성	.139	.057	.130	2.450*	
	반응성	.090	.047	.094	1.923	
	확신성	.134	.045	.146	3.002**	
	공감성	.270	.054	.275	4.995***	
$R^2=.394$ $adj.R^2=.388$						

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

무용학원 서비스 품질이 재구매의도에 미치는 영향을 살펴보면 <표 33>과 같다.

<표 33>을 살펴보면 무용학원에서 제공하는 서비스품질중 공감성요인은 P<.001수준에서 학원이용만족의 하위요인인 재구매의도에 유의한 영향력을 미치는 것으로 나타났다.

무용학원 시설만족에 영향을 미치는 두 요인의 상대적기여도는 공감성요인(β=.275), 확신성요인(β=.146)순으로 나타났으며, 무용학원 서비스품질이 재구매의도에 미치는 영향력에 대한 전체적인 설명력은 39%(R^2=.394)로 나타났다. 따라서 무용학원 이용만족도 하위요인 중에서 재구매의도는 무용학원에서 제공하는 서비스 품질 중 공감성에 의해 결정되는 것을 알 수 있다.

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

6. 이용만족이 구매행동에 미치는 영향에 대한 결과

1) 이용 만족이 타인추천의사에 미치는 영향

표 34. 이용 만족이 타인추천의사에 미치는 영향

모 형		타인추천의사			t	f
		비표준화 계수		표준화 계수		
		B	표준오차	베타		
이용만족	(상수)	.987	.165	-	5.985***	101.994***
	시설	.148	.039	.171	3.800***	
	프로그램	.207	.046	.213	4.533***	
	서비스	.265	.049	.265	5.389***	
	가격	.159	.042	.175	3.755***	
$R^2=.472$ $adj.R^2=.468$						

***p<.001

무용학원 서비스 만족이 타인추천의사에 미치는 영향을 살펴보면 <표 34>와 같다.

<표 34>를 살펴보면 무용학원에서 제공하는 서비스 만족 중 시설만족요인과 프로그램만족요인과 서비스만족요인과 가격만족요인은 P<.001수준에서 학원이용만족의 하위요인인 타인추천의사에 유의한 영향력을 미치는 것으로 나타났다.

무용학원 타인추천의사에 영향을 미치는 두 요인의 상대적기여도는 서비스만족요인(β=.265), 프로그램만족요인(β=.213)순으로 나타났으며, 무용학원 서비스만족이 타인추천의사에 미치는 영향력에 대한 전체적인 설명력은 47%(R^2=.472)로 나타났다.

따라서 무용학원 이용만족도 하위요인 중에서 타인추천의사는 무용학원에서 제공하는 서비스 만족 중 시설만족과 프로그램만족과 서비스만족과 가격요인에 의해 결정되는 것을 알 수 있다.

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

2) 이용만족이 재구매의도에 미치는 영향

표 35. 이용만족이 재구매의도에 미치는 영향

모 형		재구매의도			t	f
		비표준화 계수		표준화 계수		
		B	표준오차	베타		
이용만족	(상수)	1.483	.157	-	9.453***	94.815***
	시설	.113	.037	.139	3.039**	
	프로그램	.268	.043	.295	6.170***	
	서비스	.156	.047	.167	3.329***	
	가격	.175	.040	.206	4.348***	
$R^2=.454$ $adj.R^2=.449$						

***p<.001

무용학원 서비스 만족이 재구매의도에 미치는 영향을 살펴보면 <표 35>와 같다.

<표 35>를 살펴보면 무용학원에서 제공하는 서비스 만족 중 프로그램만족요인과 서비스만족요인과 가격만족요인은 P<.001수준에서 학원이용만족의 하위요인인 재구매의도에 유의한 영향력을 미치는 것으로 나타났다.

무용학원 재구매의도에 영향을 미치는 두 요인의 상대적기여도는 프로그램만족요인(β=.295), 가격만족요인(β=.206)순으로 나타났으며, 서비스 만족이 재구매의도에 미치는 영향력에 대한 전체적인 설명력은 45%(R^2=.454)로 나타났다. 따라서 무용학원 이용만족도 하위요인 중에서 재구매의도는 무용학원에서 제공하는 서비스 만족 중 프로그램만족과 서비스만족과 가격만족요인에 의해 결정되는 것을 알 수 있다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

V. 논 의

논의는 본 연구결과를 토대로 무용학원 서비스품질·이용만족·구매행동과 관련된 선행연구들을 논의 하고자 한다.

1. 인구사회학적특성과 서비스품질의 관계

서비스품질이란 고객을 만족시키는 모든 활동이며(김용만, 전호문, 박세혁, 2000),

그 활동의 주 내용은 유형성, 신뢰성, 반응성, 확신성, 공감성으로 이는 고객에게 만족을 주기 위한 가장 기본적인 요인이라 할 수 있다.

본 연구결과에서는 신뢰성이 학원을 선택하는 가장 큰 요인으로 밝혀졌으며 다음으로 확신성, 반응성, 공감성으로 나타났다. 즉, 학원의 시설 및 장비, 직원의 외모, 시설내의 다른 학생들을 설명하는 유형성은 차이를 나타나지 않았다.

정양선(2006)은 대중무용학원의 고객지향성이 서비스품질과 고객만족도에 미치는 영향에서 고객지향성은 유형성, 신뢰성, 반응성, 확신성, 공감성 모두 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 세부적이기는 하지만 본 연구결과를 지지하고 있다.

다음은 서비스품질에 영향을 미치는 관련변인들의 세부적 하위요인들에 대해 논의해보고자 한다.

첫째, 성별에 경우 서비스품질에 대한 하위요인인 유형성, 신뢰성, 반응성, 확신성, 공감성 모두 유의한 차이가 나타나지 않았다. 남은진(2000)은 무용학원생의 지속관여도는 남녀 학원생간이나 연령에 따라 차이를 보이지 않았다고 하였다. 이러한 결과는 성별은 학원을 지속적으로 다니는데 있어 서비스에 큰 영향력을 미치는 요인이 아닌 것을 알 수 있다.

둘째, 학력의 경우 신뢰적에서 중1과 고3이 고2 보다 유의하게 높은 것으로

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

나타났으며, 반응성에서는 중2가 고3보다 유의하게 높게 나타났다. 이 결과는 대학교에 당장 진학을 하지 않는 중학생들이 고등학생들에 비해 상대적으로 무용학원에대한 믿음이 더 강하게 나타났고, 고등학교를 진학하기 위한 무용학원의 의존도가 더욱 높은 것을 알 수 있다. 선행연구 임은주(2009)의 연구에서 서비스 품질이 중학 재학집단에서 높게 나타난 것은 대졸, 대학원재학 수강생들보다 학원선생님에 대한 여러 강습 상황에 따른 대처나 신뢰감, 태도나 약속 등에 대하여 긍정적으로 받아들이고 있다는 의미로 해석할 수 있다는 선행연구의 결과와 일치한다고 볼 수 있다.

셋째, 전공의 경우 신뢰적서비스요인에서 한국무용과 발레가 현대무용보다 유의하게 높게 나타났으며, 반응성 에서는 사회무용, 한국무용, 발레는 현대무용에 비해 유의하게 나타났다. 또한 확신성에서는 한국무용이 현대무용보다 유의하게 높았다. 전공에서는 신뢰성과 확실성의 서비스를 중요하게 생각함을 알 수 있다. 예고나 대학진학을 목적으로 하는 전공생이므로 즉, 학원의 시설 같은 외형보다는 신뢰성과 확신 있는 지도자의 행동에 더 많은 기대를 하고 있음을 알 수 있다.

또한, 반응성은 학원생을 도우려는 적절한 서비스로 사회무용 수강생들은 취미를 목적으로 수강하기에 학원에서 어려운 테크닉이나 강사와의 신뢰성보다는 흥미나 관심을 유지할 수 있는 서비스를 중요하게 생각하는 것으로 사료된다. 김영란(2008)은 사회무용이란 한 가지 종목의 무용이름이 아니고, 사회성을 띄고 있는 여러 가지 무용을 통합적으로 지칭하는 명칭이며 재즈댄스, 에어로빅스, 벨리댄스, 힙합댄스 등의 종목이 있다고 하였다. 이에 사회무용학원은 학원의 반응성을 높일 수 있는 경영전략들을 제시해야 할 것으로 사료된다.

넷째, 경력의 경우 신뢰적 에서는 5년이상이 1년이상-2년미만보다 유의하게 높게 나타났고, 확신성에서는 4년이상-5년미만이 1년미만보다 유의하게 높게 나타났으며, 공감성에서는 4년이상-5년미만이 1년이상-2년미만보다 유의하게 높게 나타난 것을 알 수 있다. 이러한 결과 학원을 이용하는 경력이 길어질수록 학원에 대한 불편함을 더 느낄 기회가 많아 질 수 있음을 추론할 수 있다. 즉 결

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

국 학원을 오래 다니는 수강생일수록 학원에서 제공 되어지는 서비스품질에 욕구가 많음을 알 수 있다.

다섯째, 현 학원 학습기간 경우 유형성, 신뢰성, 반응성, 확신성, 공감성 모두 유 의한 차이가 나타나지 않았다. 남은진(2000)은 무용학원 참여빈도가 많을수록 상황관여도가 높게 나타났고, 연습기간이 길수록 지속관여도와 상황관여도가 높게 나타났다고 하였다. 다시 말해, 취미나 여가를 목적으로 하는 사회무용은 무용학원을 이용하는 기간에 있어 이용기간이 많은 수강생들보다 이용기간이 적은 수강생들이 서비스 품질에 대해 높게 지각하기 때문이라고 본다.

여섯째, 학원 한 달 지출비용에 따른 경우 유형성, 신뢰성, 반응성, 확신성, 공감성 모두 유의한차이가 나타나지 않았다.

김정훈(2008)의 연구에 따르면 무용학원생들의 서비스품질 지각에 따른 시장 세분화 요인분석에서는 무용학원생들이 학원을 방문하기 이전 갖고 있는 서비스품질 요인에 대한 기대수준과 학원을 방문을 하고 이용을 하고 갖게 되는 만족수준에 대한 차이 분석 결과, 모두 처음 기대했던 것보다 만족하지 못하고 있는 것으로 나타났는데, 무용학원생들이 만족하고 있는 서비스품질 순위는 지도자를 포함하고 있는 전문성과 신뢰성이 가장 높게 나타났다.

결론적으로 본 연구결과에서 살펴보면 전공문야인 한국, 현대, 발레는 무용학원에서 제곡되어지는 서비스품질은 지도자들이 가지고 있는 능력이나 전문적 지식 등이 학원생들의 욕구를 충족시키는 큰 요임임을 알 수 있으며, 사회무용은 취미나 여가를 목적으로 하는 수강생들은 전문적 지식보다는 재미, 관심 그리고 흥미를 유발하는 서비스를 추구함을 알 수 있다.

2. 인구사회학적특성과 이용만족의 관계

본 연구에서 설정된 무용학원 이용만족의 하위요인은 시설만족, 프로그램만족, 서비스만족, 가격만족 등으로 구분되었다. 다음은 이용만족에 영향을 미치는 관

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

련변인들의 세부적 하위요인들에 대해 논의해보고자 한다.

성별과 학력에 따른 이용만족에 경우 시설만족, 프로그램만족, 서비스만족, 가격만족 모두 유의한 차이가 나타나지 않았다. 남은진(2009)은 무용학원의 서비스품질이 재구매의도에 미치는 영향에서 인구통계학적 특성에 따른 서비스품질의 차이에서 성별, 학년은 통계적으로 유의한 차이가 나타나지 않았다고 하여 본 연구결과를 지지해주고 있다. 이러한 결과는 김성희(2004)와 서영(2005)의 연구 결과를 뒷받침해주고 있다. 연령이 낮을수록 주요 의사결정을 위한 자결성이나 상황에 대한 인지능력이 낮아서 지도자나 학원의 방침에 많이 의존한다고 하였고, 무용학원을 효과적으로 경영하기 위해서는 경영에 영향을 줄 수 있는 대내적 요인과 대외적 요인을 동시에 고려해야 하며 특히, 대외적으로 중요요인을 시설, 프로그램 같은 대내적 요인에 갖는 대외적 만족도를 파악하는 것은 경영환경을 분석하는데 있어 매우 중요하다고 하였다.

전공에 따른 이용만족에 경우에서는 가격만족에서 사회무용이 현대무용보다 유의하게 높게 나타났다. 김태희(2010)이는 개인의 삶에 대한 과거의 가치 부여 의기준이 양적인 충족 이였다면 현재는 질적인 향상으로 전환되고 있는데, 무용학원의 지출이 이용대상자들에게 느끼게 하는 서비스 품질이나, 만족도에 비해 상대적으로 영향을 미치는 것으로 나타나는 것을 느낄 수가 있었다고 하였다.

경력에 따른 경우는 시설만족에서 3년이상-4년미만이 1년이상-2년미만보다 유의하게 높게나왔고, 이용만족에서는 5년이상과 1년미만이 1년이상-2년미만에 비해 유의하게 높게나왔다. 건강, 취미, 미용의 대중적인 성격이 높아져서 요즘 사회무용의 수강생들이 가장 많이 늘어나는 추세이며, 이들은 낮은 가격 대비 편리하고 고급스러운 학원의 부대시설 이용을 원한다. 즉, 차은희(2002)이는 어떠한 구조물 내의 시설 배치에 대해서도 많은 배려가 필요하다고 하였다. 예를 들면, 무용학원의 경우 주차장, 탈의실, 원장실의 위치가 이용시설과 가까운 곳에 위치했을 경우 무용학원을 이용하는 학생들은 더욱 만족할 것으로 기대된다고 하였다. 현 학원학습기간 에 따른 이용만족에 경우는 시설만족에서 3년이상-4년미만이 4년이상-5년미만, 1년미만, 2년이상-3년미만, 1년이상-2년미만보다 유의

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

하게 높게나온 것을 알 수 있다.

모든 전공자들이 그렇듯 지금 다니고 있는 학원은 직접 선택을 한 무용학원이기에 개개인의 불편성은 많이 나타나지 않을 것이다. 그러나 오래 다니다 보면 불편함의 한두 개 정도는 나타나기 때문에 장기간 다닌 수강생들의 요구를 만족시키기란 어려운 일이다. 따라서 무용학원 운영자는 수간생의 요구에 부합되는 요건을 충당하고 수시로 점검하여 적극적인 경영전략을 수립할 필요가 있다.

학원 한 달 지출비용에 따른 경우 이용만족에서 71만원이상-100만원미만, 10만원이상-30만원미만, 51만원이상-70만원미만, 31만원이상-50만원미만, 100만원이상 보다 유의하게 높게 나타난 것 을 알 수 있다.

이는 지출이 적을수록 학원 이용만족이 높다는 것을 알 수 있다. 전공학원을 다니는 수강생의 경우 매달 지출되는 수강료 외에도 개인의 능력을 향상시키기 위해 개인레슨, 특강, 작품연수, 그리고 대회 신청비, 경비 등 다양한 외부 많은 지출을 하고 있다. 이에 학부형들 도한 많은 부담감을 가지고 있는 것 또한 사실이다. 현실에서 비용을 투자하지 않고 좋은 결과를 이루기는 힘들 것이다.

3. 인구사회학적특성과 구매행동의 관계

본 연구에서 인구사회학적특성과 구매행동의 관계를 살펴보기 위해 구매행동의 요인은 타인추천의사, 재등록의사 등으로 구분되었다.

첫째, 성별에 따른 구매행동에 경우 재등록의사에서 여자가 남자보다 유의하게 높게 나타났다. 이러한 결과는 여자가 남자보다 전공자 숫자가 많고 남성에 비해 학원의 부대시설의 영향을 더 많이 받지 않은 것을 알 수 있다.

둘째, 학력에 따른 구매행동에 경우 타인추천의사, 재등록 의도 모두 유의한 차이가 나타나지 않았다.

셋째, 전공에 따른 구매이용에 경우 에서도 타인추천의사, 재등록 의도 모두 유의한 차이가 나타나지 않았다.

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

넷째, 경력에 따른 구매이용에 경우 에서도 타인추천의사, 재등록 의도 모두 유의한 차이가 나타나지 않았다.

다섯째, 현 학원학습기간에 따른 구매이용에 경우 에서도 타인추천의사, 재록 의도 모두 유의한 차이가 나타나지 않았다.

여섯째, 학원 한달지출비용에 경우 타인추천의사에서 10만원이상-30만원미만, 71만원이상-100만원미만, 51만원이상-70만원미만, 31만원이상-50만원미만이 100만원이상보다 유의하게 높게 나왔으며, 재등록의도에서는 31만원이-50만원미만, 10만원이상-30만원미만, 51만원이상-70만원미만, 71만원이상-100만원미만 100만원이상 보다 유의하게 높게 나온 것을 알 수 있다.

결국 학원 재등록은 학원에서 지출되는 비용에 따라 이용만족이 높아져 타인을 추천하거나, 재등록의사가 있다는 것을 알 수 있다. 이는 가격관련 이벤트 진행을 추천해본다.

4. 서비스품질과 이용만족과의 관계

본 연구에서는 서비스품질, 이용만족 관계를 알아보기 위해 시설만족, 프로그램만족, 서비스만족, 가격만족 으로 요인을 두었다.

첫째, 서비스품질이 시설만족에 경우 유형성, 공감성 순으로 나타났으며, 이용만족도는 유형성과 공감성에의해 결정되는 것으로 알 수 있다.

둘째, 서비스품질이 프로그램만족에 경우 공감성, 반응성 순으로 나타났으며, 프로그램 만족도는 공감성과반응성에의해 결정되는 것으로 알 수 있다.

셋째, 서비스품질이 서비스만족에 경우 공감성, 유형성, 신뢰성 순으로 나타났으며, 서비스만족도는 공감성, 유형성, 신뢰성에 의해 결정되는 것으로 알 수 있다.

넷째, 서비스품질이 가격만족에 미치는 경우 신뢰성, 확신성, 공감성 순으로 나타났으며, 가격만족도는 신뢰성, 확신성, 공감성에 의해 결정되는 것으로 알 수 있다.

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

정양선(2006)은 대중무용학원의 서비스품질이 전반적인 고객만족도에 미치는 영향연구에서 서비스 품질의 하위요인인 유형성, 신뢰성, 반응성, 확신성, 공감성이 모두 고객만족도에 유의한 영향력을 갖는 것으로 나타났다고 밝히고 있다.

나단영(2013)은 대중무용학원의 서비스품질만족도와 전환 장벽이 수강자의 재구매의도에 미치는 영향 에서 서비스 품질만족도가 재구매의도에 미치는 영향에 대하여 전환 장벽은 인간적 관계, 대안의 매력, 전환비용의 순으로 재구매의도에 영향을 미쳤다. 또 이를 고객들이 인식할 수 있도록 홍보에 집중하여 고객들로 하여금 높은 전환 장벽을 지각하게 하여 재구매의도를 높일 수 있는 방어적 마케팅이 필요하다고 밝히고 있다. 이는 수강생들을 가격에 대한 다양한 이벤트의 필요성을 느껴본다. 예를 들어 형제, 자매끼리 등록을 하거나, 수능을 본 수험생들이 오면 할인을 해주거나, 3개월 이상 한 번에 등록을 하면 무용복이나 할인조건을 제시를 하는 것이다.

5. 서비스품질과 구매행동과의 관계

본 연구에서는 서비스품질, 구매행동 관계를 알아보기 위해 타인추천의사, 재등록의사로 요인을 두었다.

첫째, 서비스품질에 따른 타인추천의사에 경우 공감성, 유형성 순으로 나타났으며, 타인추천의사는 유형성과 공감성에 의해 결정되는 것을 알 수 있다.

둘째, 서비스품질이 재등록 의도에 미치는 영향에 경우 공감성, 확신성 순으로 나타났으며, 재등록의도는 공감성, 확신성에 의해 결정되는 것을 알 수 있다.

김하정(2007)은 재등록의도는 유형성, 확신성에서 그리고 타인추천의사는 유형성, 반응성, 확신성에서 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 결론적으로 학원에서는 무용 연습에 필요한 시설물과 인적자원의 확충, 서비스향상을 통한 신뢰성증대 그리고 학원지도자는 학원생 개개인에게 관심을 갖고, 학원생

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

은 학원 지도자를 믿고 의지할 수 있는 서비스품질향상을 통한다면, 재등록의도 및 학원생의 타인추천의사가 향상되어 학원의 경영향상에 도움을 줄 것으로 사료된다고 이야기하고 있다. 소비행동 간 상관관계 분석에서는 서비스 품질(유형성, 신뢰성, 반응성, 확신성, 공감성)이 높아질수록 재등록과 타인추천의사가 증가 하고 있다고 하였다.

6. 이용만족과 구매행동과의 관계

본 연구에서는 이용만족과 구매행동과의 관계를 알아보기 위해 타인추천의사, 재등록의사로 요인을 두었다.

첫째, 무용학원이용 만족이 타인추천의사에 영향력을 미치는 요인으로는 경우 시설만족, 프로그램만족, 서비스만족, 가격만족 순으로 결정되는 것을 알 수 있다.

둘째, 무용학원 이용만족이 재등록의사에 경우 프로그램만족, 가격만족, 서비스만족 순 으로 결정되는 것을 알 수 있다. 무용학원의 이용만족은 회원들의 서비스품질에 대한 기대와 그들에게 지각된 성과라 할 수 있는데, 회원들의 필요와 욕구 그리고 기대가 프로그램이나 시설이 미지, 서비스 활동을 통해서 충족 되어지거나 또는 그 수준을 초과 하여 충족되어질 때 재등록의도가 형성되어 진다는 것을 알 수 있다. 조송현(2003)의 연구에서 직원, 지도자, 프로그램, 부대시설이 재구매의도의 중요한 요인으로 작용한다고 하였고 오형환(2001)의 연구에서는 지도자, 부대시설이 중요한 요인으로 작용한다는 결과들이 일치하고 있다. 학원에서는 무용연습에 필요한 시설물과 인적자원의 확충, 서비스향상을 통한 신뢰성 증대 그리고 학원지도자는 학원생 개개인에게 관심을 갖게 된다면, 재등록 및 학원생의 타인추천 등 구전의도가 향상되어 학원의 경영향상에 도운을 줄 것이라고 김하정(2008)은 설명하고 있다. 의사로 요인을 두었다.

최영진(2010)은 무용학원의 지각된 서비스품질이 고객만족도와 소비행동에

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

미치는 영향에서 무용학원생의 지각된 서비스 품질이 만족도와 소비행동에 미치는 영향은 지각된 서비스 품질 요인의 신뢰성요인이 만족도 요인, 소비행동 요인에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 무용학 원생의 만족도가 소비행동에 미치는 영향은 만족도가 높을수록 소비행동에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타나 학원생들의 만족도가 높을수록 재등록의도가 높았으므로 결론적으로 고객은 항상 새로움과 경험을 원하기 때문에 무용학원도 새로운 프로그램 개발과 환경적인 개선이 이루어져야 한다. 그렇지 않으면 현 시대에 도태되어 경쟁시장에서 살아남지 못 할 것이다. 때문에 무용학원의 경영자는 현재의 무용학원의 수강생을 유지학고 확대하기 위해 시설면의 현대적 개선과 강사진의 질적 향상에 더욱 많은 연구와 노력이 필요하다고 사료된다고 하였다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

Ⅵ. 결론 및 제언

1. 결 론

본 연구의 목적은 광주광역시 무용학원 서비스 품질이 이용만족과 구매행동에 미치는 영향을 밝히고자 하였다. 본 연구에서 얻게 되는 결과를 통하여 현재 무용학원과 무용학원 수강생이 점점 줄어들고 있는 시점에서 문제점을 해결하고자 무용학원 서비스품질이 이용만족과 구매행동에 미치는 영향을 분석하여 다양한 정보를 제공함으로써, 더욱 경쟁력을 갖춘 무용학원 경영에 도움을 주고자 한다.

이러한 연구목적을 달성하기 위하여 본 연구에서의 연구대상은 광주광역시소재 비슷한 규모와 프로그램을 실행하는 무용학원(한국무용, 현대무용, 발레, 사회무용) 약30개의 학원생 480명의표본을 추출하였고, 표집된 480명 가운데, 응답내용이 부실하거나 신뢰성이 의심되는자료 19부를 제외한 461명의설문지가 실제분석에서 사용되었다. 자료 수집을 위한 도구는 서비스품질과 이용만족, 구매이용에 관한 설문지이었으며, 신뢰도 검사 결과 독립변인인 무용학원 서비스품질 요인으로 서비스 .836, 확신성 .696, 신뢰성 .791, 공감성 .795, 반응성 .631로 나타났으며, 매개 변인인 이용만족 요인으로 시설만족 .856, 가격만족 .861, 프로그램만족 .793, 서비스만족 .708로 나타났으며, 종속변인인 구매행동에는 타인추천의사 .808, 재등록의도 .764로 나타나 신뢰도는 비교적 높은 것으로 나타났다.

자료 분석을 위하여 사용한 통계기법은 SPSSWIN Ver. 19.0을 이용하여 t-test, 일원분산분석 확인적 요인분석과 Cronbach'α 분석, 상관분석(Correlation Analysis), 다중회귀분석(Regression Analysis) 등을 실시하였다.

이상과 같은 연구방법 및 자료 분석 결과를 기초로 하여 본 연구에서 도출된 결과는 다음과 같다.

첫째, 인구사회학적특성에 따른 서비스품질은 학력, 전공, 경력에서 유의한 차이

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

를 나타났다. 성별에서는 유의한차이가 나타나지 않았고, 학력에서는 신뢰성, 반응성에서 유의한차이가 나타났으며, 전공에서는 신뢰성, 반응성, 확신성에서 경력에서는 신뢰성, 확신성, 공감성에서 유의한 차이를 보였으며, 현 학원 학습기간과 학원 한 달 지출에서는 유의한 차이를 보이지 않았다.

둘째, 인구사회학적 특성에 따른 이용만족은 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 성별과 학력에서는 모두 유의한 차이를 보이지 않았으며, 전공에서는 가격만족, 경력에서는 시설만족, 프로그램만족, 현 학원 학습기간 에서는시설만족,학원한달지출비용에서는서비스만족이유의한 차이를 보였다.

셋째, 인구사회학적특성은 구매행동에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 성별에서는 재등록의도에서 남자보다 여자가 유의하게 높았고, 학력, 전공, 경력, 현 학원 학습기간에서는 모두 유의한 차이가나타나지 않았으며, 학원 한 달 지출비용에서는 타인추천의사, 재등록의도 모두 유의한 차이가 나타났다.

넷째, 서비스품질은 이용만족에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.
시설만족에서는 유형성, 공감성이 프로그램만족에서는 신뢰성, 반응성, 공감성이서비스만족에서는 유형성, 신뢰성, 공감성이 가격만족에서는 신뢰성, 확신성, 공감성이 유의한 영향력을 미치는 것으로 나타났다.

다섯째, 서비스품질은 구매행동에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.
타인추천의사에서는 유형성, 공감성이 재등록 의도에서는 공감성이 유의한 영향력을 미치는 것으로 나타났다.

여섯째, 이용만족은 구매행동에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

타인추천의사에서는시설만족,프로그램만족,서비스만족, 가격만족 모두 유의한 영향력을 미치는 것으로 나타났다. 재등록 의도에서는 프로그램만족, 서비스만족, 가격만족이 유의한 영향력을 미치는 것으로 나타났다.

결론적으로 학원의 수강생들의 만족도를 높일 수 있도록 더 나은 지도자로서 능력과 학원의 프로그램 등 이용만족과 서비스 품질을 높이고 신뢰를 높여 주는 것이 가장 중요하다. 수강생들이 더욱 공감하며 이해를 할 수 있는 더 좋은 프로그램과 서비스를 제공하여 만족에 의해 재등록 의도를 끌어내도록 노력해

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

야 할 것이다. 무엇보다도 운영자로서 학원의 이익보다는 학원 수강생들의 눈높이에 맞추어 공감하고 이해를 하여 불편함을 없애가면서 그들의 만족도를 높이는 것이 학원발전에 가장중요하다고 본다.

2. 제 언

본 연구는 무용학원 서비스품질이 이용만족과 구매행동에 영향을 미치는 것으로 조사되었다. 또한 본 연구 결과와 결론을 토대로 한계점과 부족한 점을 고려하여 앞으로의 연구를 위해 후속연구에서 지속적으로 이루어져야 할 연구과제는 다음과 같다.

첫째, 서비스품질을 측정하는 하위요인들을 5개로 고려하였으나 무용학원의 서비스 환경 특성을 감안하여 보다 다양한 영역별 속성분류의 기틀을 마련할 필요가 있다.

둘째, 본 연구에서는 연구대상을 광주광역시지역으로 한정하여 연구결과를 다른 기타 지역 무용학원 원생들에게 일반화 하는데 있어 일반성이 부족하다 느끼며, 이러한 문제점을 차후 연구에서는 전국으로 확대하여 연구할 필요성이 있는 것으로 사료된다.

셋째, 본 연구에서는 대상은 중학교와 고등학교 전공생을 대상으로 하였다. 그러나 초등학교 학원생 또한 많은 설정이며, 대학생 및 일반인들의 학원생도연구대상자로 선정하여 이들이 느끼는 서비스품질과 이용만족, 구매행동을 분석한다면 무용학원의 경영성을 크게 기여 할 것으로 사료된다.

넷째, 본 연구에서는 무용학원 전공 선택에 있어서 한국무용, 현대무용, 발레, 사회 무용으로 보았다. 또 본 연구에서는 사회무용을 재즈댄스, 방송 댄스만을 대상으로 하였으나 사회무용에는 종류가 다양하므로 차후 연구에서는 사회무용에 세분화를 하여 서비스품질과 이용만족, 구매행동에 관한 연구가 필요 할 것이라고 사료된다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

참 고 문 헌

김성희 외 1명(2003). **스포츠, 무용학원의 신규가입환경이 재구매, 구전, 충동구매에미치는영향.** 한국스포츠산업.경영학회지,8(2), 108-109.

김영우(2007). **댄스 스튜디오의 경영 효율화 방안.** 미간행 석사학위논문. 경희대학교대학원.

김하정(2008). **무용학원 서비스 품질이 소비자 소비행동에 미치는 영향.** 미간행 석사학위논문. 세종대학교 대학원.

김진숙(2011). **사설무용학원 서비스품질이 지각된 성과와 행동의도에 미치는 영향.** 미간행 박사학위논문. 세종대학교 대학원.

김서희(2011). **무용학원 서비스품질이 고객만족과 재등록 의사에 미치는 영향.** 미간행 석사학위논문. 숙명여자대학교 교육대학원.

남은진(2009). **무용학원 서비스품질이 재구매 행동의도에 미치는 영향.** 미간행석사학위논문. 원광대학교 교육대학원.

나단영(2013). **대중무용학원의 서비스품질만족도와 전환장벽이 수강자의 재구매의도에 미치는 영향.** 미간행 석사학위논문. 공주대학교 교육대학원.

문행자(2003). **Aerodics 경영체의 서비스품질이 고객만족도 및 재구매의도에 미치는 영향.** 미간행 박사학위논문. 중앙대학교 대학원.

문화관광부(2010). 2010년 전국등록. 신고 체육시설업 현황자료. 문화관광부.

백경화(2001). **무용학원 수강생 유지를 위한 관계마케팅 방안에 관한 연구.** 미간행 석사학위논문. 경남대학교 경영대학원.

박승환,최철재(2006). **상업용 스포츠시설 이용자의관계지향적 재구매의도와 거래지향적 재구매의도.** 한국스포츠리서치. 17(1). p277-290.

박연정(2007). **무용학원 선택 동기 및 서비스기대가 이용만족과 재등록 의사에 미치는 영향.** 미간행 석사학위논문. 세종대학교 대학원.

박노현, 김진숙, 전태유(2009). **무용학원 서비스품질 요인이 성과와 충성도에 미치는 영향.** 대한무용학회논문집. 58. 61-75

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

박종원(2013). **무용학원의 체험마케팅 활동이 감정반응, 학원이미지 및 행동의도에 미치는 영향.** 울산대학교

신재익(2000). **입시학원 교육 서비스 만족도 향상을 위한 마케팅전략 연구.** 미간행 석사학위논문. 부산대학교 대학원.

신봉희(2001). **한국무용의 대중적 활성화를 위한 마케팅전략에 관한 기초연구.** 미간행 석사학위논문. 숙명여자대학교 전통문화 예술대학원.

서영(2005). **무용학원의 관계마케팅 행동요인과 관계의질 및 성과간의 관계 분석.** 미간행 박사학위논문. 전남대학교 대학원.

서차영, 가경환(2006). **무용학원의 효율적 운영을 위한 마케팅접근.** 제4회 대한무용학회 국내학술대회.

손권배(2013). **학원의 교육서비스품질이 교육서비스성과에 미치는 영향.** 건양대학교.

육완순(1998). **전공무용 영역에 따른 신체구성 및 체형에 관한 비교연구.** 여성체육학회지, 2, 1-10.

서희정(2001). **인터넷 마케팅을 통한 효율적인 무용관련 웹사이트 구축방안 연구.** 미간행 석사학위논문. 세종대학교 대학원.

임은주(2009). **무용학원의 서비스 품질이 서비스가치 및 고객만족도, 고객충성도에 미치는 영향.** 미간행 석사학위논문. 순천대학교 교육대학원.

장수정(2002). **무용공연의 효율적 기획을 위한 마케팅전략.** 미간행 석사학위논문. 대구대학교 대학원.

전호문, 임미현, 조선하(2003). **무용학원 경영현황 비교분석 연구.** 한국체육학회. 42(5). p575-587.

전효숙(2005).**무용학원의 환경특성와 경영전략이 경영성과에 미치는 영향.** 미간행 박사학위논문. 계명대학교 대학원.

정양선(2006). **대중무용학원의 고객지향성이 서비스품질과 고객만족도에 미치는 영향.** 미간행 석사학위논문 목포대학교 교육대학원.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

정미란(2007). **사설무용학원의 경영과 전망.** 한국스포츠 리서치, 18(5), 512-532.

정고운(2008). **무용학원 서비스 만족이 재구매 의도에 미치는 영향.** 미간행 석사 학위논문. 목포대학교 교육대학원.

차은희(2004). **무용지도강사와 무용전공학생의 인식에 관한 질적 연구.** 미간행 학사학위논문 건국대학교 교육대학원.

차은희(2004). **무용학원의 효율적 경영배경과 마케팅이 재구매 환경에 미치는 영향.** 미간행 박사학위논문 전남대학교 대학원.

최영진(2002). **상업스포츠센터의 서비스품질과 고객만족 및 구매행동과의 관계**. 미간행 석사학위논문. 중앙대학교 대학원.

최영진(2010). **무용학원의 지각된 서비스품질이 고객만족도와 소비행동에 미치는 영향.** 전남대학교.

최정옥(2011). **무용학원생의 지각된 서비스 공정성과 관여도, 무용몰입, 고객만족, 고객충성도간의 구조모형검증.** 전남대학교.

이진숙(2010). **댄스스포츠학원의 서비스 품질 전환장벽, 고객만족 및 구매행동의 인과관계**. 미간행 석사학위논문. 국민대학교 대학원.

천호문(1996). **우수한 스포츠 서비스와 상품창출을 위한 스포츠 조직평가 이론과 측정도구에 대한 고찰**. 한국학회지. 서울국제스포츠과학학술대회. 2. p735-749.

백경화(2002). **무용학원 수강생 유지를 위한 관계마케팅 방안에 관한 연구.** 미간행 석사학위논문. 경남대학교 경영대학원.

통계청(2008). 통계연보 온라인 간행물. 전국사업체조사현황.

서차영, 가경환(2006). **무용학원의 효율적 운영을 위한 마케팅적 접근.** 제4회대한무용학회 국내학술대회

고재건(2005). 서비스품질 경영론-서비스 혁신과 고객만족. 제주대학교 출판부.

박연정(2006). **무용학원 선택동기 및 서비스기대가 이용만족과 재등록 의사에 미 치는 영향**. 미간행 석사학위논문, 성신여자대학교 대학원

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

이유재(1999). 서비스마케팅. 제2판, 서울: 학현사.

이선애(2003). 캐나다 무용교육정책 : 사례연구. 제84회 전국체육대회기념. 제41회 한국체육학회 학술발표회. p141-146.

통계청(2008). 통계연보 온라인 간행물. 전국사업체조사현황.

교육부(2005). 교육통계 연보.

김인숙, 차은희(2002). **지역활성화 방안에 따른 스포츠 관광상품개발에 광한 연구**. 전남대학교 스포츠 과학 연구소. p77-97.

교육부(2010). 교육통계 연보.

백경화(2001). **무용학원 수강생 유지를 위한 관계마케팅 방안에 관한 연구.** 미간행석사학원논문. 경남대학교 경영대학원.

김태희(2010). **무용학원의 서비스품질이 고객만족에 미치는 영향.** 미간행 석사학위논문. 우석대학교 교육대학원.

김성희(2004). **무용학원 선택요인에 관한 연구.** 한국스포츠리서치. 15(6). p589-599.

권인선, 전태유, 황애란(2007). **백화점 의류매장의 지각된 서비스품질, 관계품질, 충성도와의 관계.** 한국의류산업학회지, 9(1), 55-64.

신봉희(2001). **한국무용의 대중적 활성화를 위한 마케팅전략에 관한 기초연구.** 미간행 석사학위논문. 숙명여자대학교 전통문화예술대학원.

전용재(2004). **상업스포츠센터 서비스품질에 따른 관여도 및 소비자행동에 미치는 영향.** 미간행 박사학위 논문. 단국대학교 대학원.

장수정(2002). **무용공연의 효율적 기획을 위한 마케팅 전략.** 미간행 석사학위논문. 대구대학교 대학원.

노동연(2006). **스포츠센터 서비스 공정성과 고객만족, 관계마케팅 구매행동의 인과관계.** 미간행 박사학위논문, 단국대학교 대학원.

문화관광부(2010). 2010년 전국등록·신고체육시설업 현황 자료. 문화관광부.

전호문, 박준환(2003). **스포츠센터의 소비자 만족 연구(물적, 상황요인 중심)** 한국사회체육학회지, 19, 599-616.

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

김인숙, 최정옥(2010). **지각된 서비스공정성과 관여도, 무용몰입, 고객충성도의 관계검증(무용학원을 중심으로).** 코칭능력개발지, 12(2), 29-41.

차은희, 조선하(2006). **무용학원의 경영마인드, 지도자, 만족도, 재구매 관계.** 한국스포츠리서치. 17(2). p125-133.

정상원(1997). **미래 여가산업의 경쟁력 강화를 위한 경영학적 고찰과 방안 모색.** 한국사회체육학회지, 7, 154-155

Arndt, J. (1975). Toeard a concept of domesticated markets. Journal of Mzrketing, 10(Feb), 69-75.

Bitner, M. J.(1990). Evaluating service encounters : The effects of physical surroundings employee respons. Journal of Marking. 54(April). 69-82.

Bitner, M. J., Booms, B. H., & Tetreault, M. S.(1990). The service Envounter : Diagnosing Favorbie and Unfavorable Incidents. Journal of Marketing, 54(1), 71-84.

Brady, M. & Cronin, J.(2001). Some New Thoughts on Conceptualizing Perceived Service Quality : a Hierarchical Approach. Journal of Marking, 65(3), 34-49.

Cronin, J. J., & Taylor, S. A.(1992). Measuring service quality : A reexamination and extension. Journal pf Marketing, 56(July). 33-44.

Gronroos, C.(1984). A Service Quality Model and Its Marketing Implications. European Journal of Marketing, 18(4), 36-44.

McDougall, H. G. & Levesque, T.(2000). Customer Satisfaction with Services : Putting Perceived Value into the Equation. Journal of Services Markeing, 14(5), 392-410.

Murdick, R. G. & Render & Russel (1990). service operations mangement.

Oliver, R. L. (Fall 1981). Measurement and evaluation of satisfaction process

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

in retail settings. Journal of Retailang, 57.

Hayes, R. E.(1954). The Dance Teacher and the Physical Education Administrator JOHPER, 25, 20.

Parasuaman, A., Zeithaml, V. & Berry, L. L(1988). Communication and Control Process in the Delivery of Service Quality, Journal ofMarketing, Vol, 52.

Parasuaman, A., Zeithaml, V. A,. & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL : A multiple-items scale for measuring consumer perceptions of service quality. Journal of Retailing, 57.

Parasuaman, A., Zeithaml, V. A,. & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL : A multiple-items scale for measuring consumer perceptions of service Quality . Journal of Retailing, 64(Spring), 12-40.

Parasuaman, A., Zeithaml, V. A,. & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of servic quality and its implications for future research. Journal of Marketing, 49(fill), 41-50

Fornell, C., & David F. L(1981). Evaluating structural madels with unobservable variables and measurement : A theoretical analysis. Journal of Marketing Research, 24, 337-346.

Fornell, C.(1992). A national customer satisfaction barometer : The swedish experience. Journal of Marketing, 56(1), 6-21.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

설 문 지

ID		

안녕하십니까?

귀중한 시간을 할애하여 이 설문조사에 응하여 주셔서 진심으로 감사드립니다. 본 설문 조사는 **"무용학원 서비스품질이 이용만족과 구매행동에 미치는 영향"** 을 조사하기 위한 것입니다.

귀하께서 응답하신 내용은『통계법 제 13조 규정에 의하여 통계. 학문 목적 이외의 다른 용도로는 절대로 사용하지 않으며, **개인에 대한 사항은 절대 비밀이 보장됩니다.**

아래 설문 문항은 정답이 없으며 평소 생각대로 응답하여 주시면 이 연구에 많은 도움이 될 것입니다.

감사합니다.

2014. 12

조선대학교 교육대학원

석사과정 서 유 정

dCollection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

♠ 귀하의 개인적 특성에 관한 질문입니다.

1. 귀하의 성별은? ① 남 ② 여

2. 귀하의 학력은? ① 중1 ② 중2 ③ 중3 ④ 고1 ⑤ 고2 ⑥ 고3

3. 귀하의 전공은?
① 한국무용 ② 현대무용 ③ 발레 ④ 사회무용

4. 귀하의 무용경력은?
① 1년미만 ② 1년이상~2년미만
③ 2년이상~3년미만 ④ 3년이상~4년미만
⑤ 4년이상~5년미만 ⑥ 5년이상

5. 귀하가 현재 다니고 있는 무용학원의 학습기간은 어느 정도 입니까?
① 1년미만 ② 1년이상~2년미만
③ 2년이상~3년미만 ④ 3년이상~4년미만
⑤ 4년이상~5년미만 ⑥ 5년이상

6. 귀하가 현재 다니고 있는 무용학원의 월 평균 지출비용은?
① 10만원이상~30만원미만 ② 31만원이상~50만원미만
③ 51만원이상~70만원미만 ④ 71만원이상~100미만
⑤ 100만원 이상

주 요 용 어	
- 서비스 품질- * 유형성: 시설, 장비, 인적요원 * 신뢰성: 약속된 서비스를 정확히 전달 * 반응성: 학원생을 도우려는 적절한 서비스 * 확신성: 확신을 주는 지도자의 행동, 전문지식, 신뢰성 * 공감성: 무용학원생에게 갖는 개별적 관심	- 소비자만족- 시설만족도 / 프로그램만족도 서비스만족도 / 가격만족도 - 구매행동- 타인추천의도 / 재등록의도

dCollection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

무용학원에서 학원생들에게 제공 되어지는 서비스 품질에 **관한 질문**입니다. 해당되는 항목에 ∨로 표시해 주시기 바랍니다.

		설 문 내 용	전혀 아니다	←	보통이다	→	매우 그렇다
유형성	1	학원선생님은 강습에 맞는 의상을 입는다.	①	②	③	④	⑤
	2	학원은 강습과 관련된 자료들이 잘 정리되어 있다.	①	②	③	④	⑤
	3	학원은 현대식 장비를 갖추고 있다.	①	②	③	④	⑤
	4	학원시설은 시각적으로 보기에 좋다.	①	②	③	④	⑤
신뢰성	5	학원 선생님은 약속한 교육프로그램을 반드시 지킨다.	①	②	③	④	⑤
	6	학원은 학원생에게 문제(결석이나 개인적인 부상)가 발생 시 문제 해결을 위해 많은 관심을 보인다.	①	②	③	④	⑤
	7	학원은 체계적인 수업과 보강이 이루어지고 있다.	①	②	③	④	⑤
	8	우리학원은 강습시간을 정확히 지킨다.	①	②	③	④	⑤
	9	학원은 강습일정을 정확하게 기록하고 보관한다.	①	②	③	④	⑤
반응성	10	학원선생님은 정확한 강습일정에 대하여 언제 이루어지는지 학원생에게 알려준다.	①	②	③	④	⑤
	11	학원선생님은 학원생에게 무용관련 정보서비스를 제공한다.	①	②	③	④	⑤
	12	학원은 학생들의 모든 일에 관심과 흥미가 없다.	①	②	③	④	⑤
	13	학원선생님은 자발적으로 학원생에게 관심을 갖는다.	①	②	③	④	⑤
확신성	14	학원선생님은 아주 바쁠 때에도 학원생의 요구에 신속하게 대응한다.	①	②	③	④	⑤
	15	학원은 안전하다고 느낀다.	①	②	③	④	⑤
	16	학원선생님은 항상 학원생에 대한 예의를 갖춘다.	①	②	③	④	⑤
	17	학원은 학원생의 요구에 대응할 충분한 능력을 갖추고 있다.	①	②	③	④	⑤
공감성	18	학원은 학원생에게 개별적인 관심을 기울인다.	①	②	③	④	⑤
	19	학원은 학원생의 이익(할인제도, 연습실활용)을 고려한다.	①	②	③	④	⑤
	20	학원은 모든 학원생이 편리하게 이용할 수 있도록 강습시간을 맞추고 있다.	①	②	③	④	⑤
	21	학원선생님은 학원생의 필요 요구조건을 알고 대처한다.	①	②	③	④	⑤

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

다음은 무용학원 서비스 만족에 관한 질문입니다. 귀하께서 느끼고 있는 부합하는 곳에 "∨"로 표기하여 주시기 바랍니다.

설 문 내 용				전혀 아니다	←	보통이다	→	매우 그렇다
소비자만족도	시설	1	학원의 장비에 만족하고 있다.	①	②	③	④	⑤
		2	학원의 소품 및 주변환경에 만족하고 있다.	①	②	③	④	⑤
	프로그램	3	학원의 체계적인 수업과 보강에 만족한다.	①	②	③	④	⑤
		4	학원의 강습 내용의 질에 만족한다.	①	②	③	④	⑤
	서비스	5	학원은 학원생의 할인제도, 연습실활용 등에 만족한다.	①	②	③	④	⑤
		6	학원은 학원생의 문제(결석이나 개인적인 부상)에 관심을 갖는 것에 만족한다.	①	②	③	④	⑤
	가격	7	나는 학원의 강습비에 만족한다.	①	②	③	④	⑤
		8	나는 학원의 소품비에 만족한다.	①	②	③	④	⑤
		9	나는 학원의 작품비에 만족한다.	①	②	③	④	⑤
구매행동	타인추천의도	10	나는 이 학원을 다른 사람에게 추천할 용의가 있다.	①	②	③	④	⑤
		11	나는 이 학원의 좋은 점을 다른 사람에게 이야기 한다.	①	②	③	④	⑤
		12	나는 주위사람을 데려와 이 학원을 등록 시킬 것이다.	①	②	③	④	⑤
	재구매의도	13	나는 이 학원을 계속 다니고 싶다.	①	②	③	④	⑤
		14	계속적으로 이 학원을 재등록을 할 것이다.	①	②	③	④	⑤

Collection @ chosun