

학부모가 지각하는 태권도장의 서비스품질과 고객태도, 고객신뢰, 장기지향성의 관계

최연호(국민대학교 박사) · 장세용*(가천대학교 겸임교수)

국문초록

이 연구는 태권도 수련생의 학부모가 지각하는 태권도장에 대한 서비스품질과 고객태도, 고객신뢰, 장기지향성의 인과관계를 분석하는데 목적을 두고 있다. 연구목적의 달성을 위해 조사대상은 태권도장에서 수련 중인 수련생으로 하였으며, 2019년 11월 6일부터 2019년 11월 25일까지 설문조사를 실시하였다. 설문조사는 비확률표본 중 편의추출법을 이용하였고, 자기평가기입법을 이용하여 총 625부의 설문지를 배포하여 설문지의 응답내용이 불성실하거나 조사내용의 일부가 누락되어 신뢰성이 떨어지는 자료 54부를 제외한 571부를 통계처리 하였다. 수집된 자료는 SPSS Ver 25.0 및 Amos Ver 25.0 프로그램을 이용하여 연구목적에 맞게 통계처리 하였으며, 최종적으로 구조방정식 모형분석을 통해 도출된 연구결론은 다음과 같다. 첫째, 본 연구에서 학부모가 지각하는 태권도장 서비스품질의 신뢰성과 공감성은 고객태도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 고객태도는 고객신뢰와 장기지향성에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 셋째, 고객신뢰는 장기지향성에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

주제어 : 태권도장, 서비스품질, 고객태도, 고객신뢰, 장기지향성

* choiyh12344@gmail.com

I. 서 론

1. 연구의 필요성

우리나라의 대표적 문화유산인 태권도는 2000년 시드니올림픽에서 정식종목으로 채택되어 2020년 도쿄올림픽까지 전 세계적으로 그 가치를 인정받으면서 210개의 회원국, 약 1억여 명 이상의 수련생이 겨루기, 품새, 시범 등 다양한 방법으로 태권도를 수련하고 있다(세계태권도연맹, 2020). 특히, 태권도수련은 건강증진, 성장, 발육 등을 증가시키는 신체적 측면뿐만 아니라 인성, 도덕 등을 향상시키는 교육적 가치의 우수성을 지니고 있다(심영균, 2020; 황인식, 정찬모, 2010). 또한, 태권도산업에 양적 성장은 스포츠산업의 중추적인 역할과 동시에 태권도 저변확대에 가장 큰 영향력을 행사하고 있다(윤민수, 김욱, 김지태, 2019).

이와 같이 태권도는 전체적으로 양적성장을 이루고 있으며, 이에 따라 태권도장 운영자는 소비자의 다양한 욕구, 기대, 가치관에 맞는 서비스품질의 차별성이 필수적으로 요구되고 있다(오준석, 노동연, 2005). 특히, 2000대 초반 공정거래위원회의 지적에 따라 도장 간의 거리제한이 폐지되었으며(이유찬, 이석기, 2012), 이로 인해 전체적인 태권도장 수는 증가하는 반면에 경기침체와 저 출산 등의 사회적 문제는 태권도장의 경영환경을 위축시키고 있다(최정란, 2012). 이처럼 급변하는 태권도장 경영환경에 대처하는 경영자는 기존의 경영방법에서 벗어난 다양한 경영전략을 수립하기 위해 노력하고 있으며(김봉경, 한태용, 2008), 본격적인 서비스품질의 경쟁체제로 들어서는 과정과 함께 점차 수요자 중심의 체제로 변화하고 있다(왕명욱, 민병석, 임봉우, 2018).

우리나라에 정식으로 등록된 전체 태권도장의 개수는 2019년 기준 10,078개이며, 2011년 8,802개였던 것과 비교해보면 1,276개의 태권도장이 증가하였

다(국민체육진흥공단, 2020). 그러나 초등학생 수는 2011년 313만 명에서 2019년에는 약 39만 명이 줄어든 274만 명으로 집계되고 있어(통계청, 2020), 태권도 산업의 공급자는 증가한 반면 수요자의 감소로 인해 국내 태권도장 경쟁은 날로 치열해지고 있으며, 수준 높은 서비스품질의 교육환경을 구축하기 위한 노력이 지속되고 있다(류성돈, 조성균, 김종경, 차명환, 2010; 손권배, 김재열, 2014). 이에 태권도장은 고객확보를 위한 효과적인 서비스품질과 교육 프로그램을 제공하여 기존고객은 유지하고 신규고객을 확보해야 하는 상황을 맞이하고 있다(신대철, 김도진, 2009).

한편, 태권도장 선택에 있어서 대부분은 학부모가 결정권을 가지고 있기 때문에 학부모의 의견이 적극적으로 반영되고 있다(최정란, 2012). 특히, 최상진(2009)은 유아와 초등학생이 수련생의 주류를 이루는 우리나라에서 도장 선택의 몫은 학부모가 대신하고 있음을 밝히고 있으며, 이를 증명하듯 태권도장의 서비스품질과 관련한 선행연구들은 수련생의 학부모를 대상으로 연구를 진행하는 공통적인 특징을 보여주고 있다(김경훈, 김태중, 조광민, 2018; 최정란, 2012; 황명기, 2014). 아울러 위의 선행연구들은 태권도장의 서비스품질이 고객신뢰, 만족, 지속의도를 확보하는 중요한 평가요소가 되고 있음을 제시하였다.

그러나 현재 태권도장의 경영환경은 급격히 변화하고 있으며, 유·소년들이 점차 줄어들고 있는 현시점에서 태권도장 서비스품질과 추가적인 변수들의 인과관계분석은 태권도장 경영에 중요한 연구주제로 거론되고 있다. 이를 뒷받침하듯 이미 발표된 태권도장 서비스품질의 선행연구들에서도 고객 욕구의 변화에 따른 태권도장 서비스품질과 다양한 종속변수와의 후속연구를 강조하고 있다(김경훈 등, 2018; 김능희, 2010). 따라서 본 연구는 태권도장의 서비스 품질을 중심으로 고객태도, 고객신뢰, 장기지향성의 관계를 분석하고자 한다.

먼저, 서비스품질은 고객의 지각과 기대 사이의 정도와 방향으로써 서비스에 대한 우수성, 기대에 관련된 고객의 태도이며, SERVQUAL모형을 개발한 Parasuraman, Zeithaml & Berry(1988)는 서비스 품질을 5가지 요인(유형성, 신뢰성, 응답성, 확신성, 공감성)으로 분류하였다(김민철, 백승현, 2016, 재인용). 또한, Lewis & Booms(1983)는 서비스 품질은 고객이 제공받은 서비스 수준에

대해 만족도를 추정하는 것이며, 고객의 기대와 일치, 또는 불일치하는 것으로 정의하고 있다. 추가적으로 서비스품질에 관한 선행연구에서는 스포츠시설을 이용하는 고객에게 있어 서비스품질은 가장 중요한 평가요소이며, 서비스품질은 고객의 태도, 반복구매, 충성도에 영향을 준다고 보고하였다(김범식, 정영남, 1999). 특히, 최상진(2009)은 태권도장 서비스품질은 태권도장에 긍정적인 이미지로 작용하여 수련생의 태도 변화에 영향을 준다고 보고하였다.

또한, 이용건과 주형철(2020)은 고객태도와 고객신뢰의 연구에서 소비자들의 구매행동을 끌어내기 위해서는 반드시 높은 서비스품질이 전제되어야 함을 제시하였고, 이는 고객태도와 고객신뢰에 강력한 영향력을 행사한다고 밝혔다. 추가적으로 김용만, 이준원 및 서희정(2005)은 고객태도와 재이용의도에 관련하여 고객태도는 지속적인 재이용의도에 긍정적인 영향을 주며, 고객태도는 고객이 의사결정을 하는데 있어서 장기적인 이용에도 큰 영향을 준다고 제시하였으며, 김민철과 김정애(2019)는 브랜드자산, 만족, 신뢰, 장기지향성으로 이어지는 순차적 연구모형에서 고객신뢰는 장기지향성을 이끌어내는 중요한 선행변수라고 설명하였다. 그러나 이상의 선행연구에서는 서비스품질, 고객태도, 고객신뢰, 장기지향성의 변수 간 연구가설의 타당성은 설명하고 있지만 연구주제와 관련된 태권도장의 서비스품질과 고객태도에 대한 관련성을 제시한 소수의 연구만이 보고되고 있는 실정이다.

태권도장이 다른 도장과의 경쟁력 갖추기 위해서는 다양한 고객의 욕구와 가치관을 만족시킬 수 있는 서비스품질의 차별화가 필수로 요구된다(김선수, 2015). 특히, 과거에 비해 태권도장의 수는 증가하고 전체 초등학교 수는 감소하는 현 시점에서 태권도장의 서비스품질과 고객태도, 고객신뢰, 장기지향성의 관계에 대한 분석은 변화하고 있는 태권도장 소비자의 고객욕구를 파악하는 동시에 태권도장의 서비스품질 가치와 활용성의 중요한 기초자료를 제공해 줄 것으로 생각된다. 이에 본 연구는 태권도장 수련생의 학부모가 지각하는 서비스품질, 고객태도, 고객신뢰, 장기지향성의 관계를 파악하여 태권도장과 수련생 학부모의 지속적인 관계유지와 태권도장 경영의 활성화 방안을 제시하고자 한다.

2. 연구목적

본 연구는 태권도장의 효과적인 운영을 위해 태권도장 서비스품질이 고객 태도에 미치는 영향과 고객태도, 고객신뢰, 장기지향성 간의 인과관계를 분석하는데 연구의 중점을 두고 있다. 따라서 본 연구는 태권도장 수련생의 학부모가 지각하는 태권도장에 대한 서비스품질과 고객태도, 고객신뢰, 장기지향성의 관계를 규명하는데 연구의 목적이 있다. 아울러 본 연구의 연구모형은 <그림 1>과 같다.

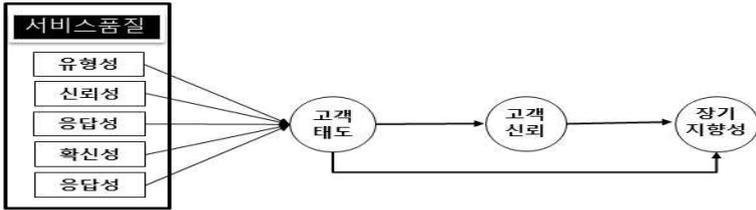


그림 1. 연구모형

II. 연구방법

1. 연구대상

본 연구는 태권도장 학부모가 지각하는 서비스품질이 고객태도, 고객신뢰, 장기지향성에 어떠한 영향을 미치는지를 규명하는데 연구의 중점을 두고 있다. 따라서 본 연구의 목적달성을 위한 표집은 태권도장에서 수련하고 있는 수련생의 학부모를 조사대상으로 선정하였으며, 설문조사는 2019년 11월 6일부터 2019년 11월 25일까지 태권도 수련생의 학부모를 대상으로 설문조사를 실시하였다. 조사원 1인과 함께 광주광역시 소재 6개의 태권도장을 무작위로

방문하여 도장책임자에게 설문목적을 상세히 설명하였으며, 설문조사에 동의한 태권도장 4곳에 한하여 설문조사를 실시하였다. 설문조사의 과정은 태권도장 지도자가 학생들에게 설문조사의 목적과 내용이 적힌 안내문을 설문조사자와 함께 동봉하고 학부모에게 가정통신문으로 전달한 후 수거하는 과정을 거쳤다. 비확률표본의 편의추출법(convenience sampling method)과 자기평가기입법(self-administration method)을 설문조사에 활용하였으며, 총 625부의 설문지를 배포하였고 조사내용의 일부가 누락되거나 응답내용이 불성실하여 신뢰성이 떨어지는 자료 54부를 제외한 571부(91.36%)를 최종분석에 사용하였다. 연구대상자의 일반적 특성은 학부모 성별, 학부모 연령, 자녀 성별, 자녀 학력, 자녀 태권도수련기간으로 구체적인 내용은 <표 1>과 같다.

표 1. 연구대상자의 일반적 특성

특성	구분	빈도(명)	구성비(%)	누적(%)
학부모 성별	남자	144	25.2	25.2
	여자	427	74.8	100.0
	전체	571	100.0	
학부모 연령	20대	25	4.4	4.4
	30대	246	43.1	47.5
	40대	285	49.9	97.4
	50대 이상	15	2.6	100.0
	전체	571	100.0	
자녀 성별	남자	367	64.3	64.3
	여자	204	35.7	100.0
	전체	571	100.0	
자녀 학력	미취학(유치원포함)	58	10.2	10.2
	초등학생	395	69.2	79.3
	중학생	83	14.5	93.9
	고등학생	35	6.1	100.0
	전체	571	100.0	
자녀 태권도 수련기간	1년 미만	192	33.6	33.6
	1년 이상-2년 미만	151	26.4	60.1
	2년 이상-4년 미만	146	25.6	85.6
	4년 이상	82	14.4	100.0
	전체	571	100.0	

2. 조사도구

본 연구에 사용된 조사도구는 구조화된 설문지로서 개인적인 특성 5문항(학부모성별, 학부모연령, 자녀성별, 자녀학력, 자녀태권도수련기간), 서비스품질 20문항(유형성 4문항, 신뢰성 4문항, 응답성 4문항, 확산성 4문항, 공감성 4문항), 고객태도 4문항, 고객신뢰 4문항, 장기지향성 3문항, 총 36문항으로 구성하였다. 각 변인의 측정을 위해 기본 척도는 전혀 그렇지 않다 ‘1점’에서 매우 그렇다 ‘5점’까지 리커트(Likert) 5점 척도를 사용했으며, 설문지의 내용은 <표 2>와 같다.

표 2. 설문지의 구성지표

구분	문항수	선행연구	조작적 정의	
인구통계특성	5	-	-	
서비스 품질	유형성	4	태권도장의 물리적 환경에 대한 지속보완 의지	
	신뢰성	4	김승태(2009) 남경완, 임승현, 박재암(2009)	태권도장 프로그램을 수행할 수 있는 능력 태권도장 수련생들에게 즉각적인 서비스 제공의도
	응답성	4	홍성태, 나운봉, 김선숙, 박성영(2013)	태권도장 지도자와 프로그램에 대한 확산 정도 태권도장 수련생들에게 관심과 배려 정도
	확신성	4		
	공감성	4		
고객태도	4	박민영, 이형룡, 김정배(2011) 박정훈, 전현모(2015)	태권도장에 대해 느끼는 긍정적 혹은 부정적 평가 경향	
고객신뢰	4	김민철(2012) 박종철(2010)	태권도장에서 교육서비스와 관련된 의무를 다할 것이라는 전반적인 믿음	
장기지향성	3	김봉관, 이강호(2009) 이은용(2010) Wang, Shi & Barnes(2015)	태권도장과 학부모 상호 간에 장기간 거래 의도	

1) 태권도장 서비스품질

본 연구에서 태권도장 서비스품질은 학부모가 지각하는 태권도장의 전반적인 시설, 교육프로그램, 지도자에 대한 서비스에 대한 평가로써 유형성, 신뢰

성, 응답성, 확산성, 공감성의 5가지 영역으로 구성하였다. 특히, 본 연구에서는 김승태(2009), 남경완 등(2009), 홍성태 등(2013)의 선행연구를 바탕으로 본 연구에 맞게 설문문항을 수정·보완하였으며, 최종적으로 유형성 4문항, 신뢰성 4문항, 응답성 4문항, 확산성 4문항, 공감성 4문항, 총 20문항으로 구성하였다.

2) 고객태도, 고객신뢰

본 연구에서 학부모가 지각하는 태권도장의 평가와 관련된 요소로는 고객태도, 고객신뢰가 있다. 먼저 고객태도는 태권도장에 대해 느끼는 긍정적 혹은 부정적인 평가 경향으로써, 박민영 등(2011), 박정훈과 전현모(2015)의 선행연구를 수정·보완하여 4문항으로 구성하였다. 또한, 고객신뢰는 태권도장에서 제공하는 교육서비스에 대해 의무와 책임을 다할 것이라는 전반적인 믿음으로써, 설문문항은 박종철(2010), 김민철(2012)의 선행연구를 수정·보완하여 4문항으로 구성하였다.

3) 장기지향성

본 연구에서 학부모가 지각하는 태권도장의 평가와 관련된 요소로는 장기지향성이 있다. 장기지향성은 태권도장과 학부모 상호 간의 장기간 거래할 의도를 나타내는 것으로써, 김봉관과 이강호(2009), 이은용(2010), Wang et al(2015)의 선행연구에서 사용된 설문문항을 수정·보완하여 총 3문항으로 구성하였다.

3. 조사도구의 타당도와 신뢰도

본 연구는 조사도구의 타당성과 신뢰도를 확인하기 위하여 확인적 요인분석(confirmatory factor analysis : CFA)과 신뢰도 분석을 실시하였다. 타당성 확인을 위한 적합지수는 RMR, RMSEA, NFI, TLI, CFI가 활용되었고 적합기준

표 3. 확인적 요인분석 및 신뢰도 분석결과

변수	문항	β	B	s.e	t	α	C.R	
유형성	① 전반적인 시설의 우수성	.864	1.000	-	-	.847	.987	
	② 실내·외 시설의 청결성	.710	.823	.044	18.876***			
	③ 다양한 용품 확보	.816	.966	.042	22.871***			
	④ 지도자 단정한 복장·외모	.687	.628	.035	18.054***			
신뢰성	① 교육프로그램을 신뢰	.812	1.000	-	-	.867	.986	
	② 교육프로그램의 적절성	.770	.960	.048	20.020***			
	③ 교육프로그램의 다양성	.761	.882	.045	19.729***			
	④ 교육프로그램의 우수성	.809	1.027	.048	21.335***			
태권도장 서비스 품질	응답성	① 교육프로그램 수시안내	.727	1.000	-	-	.787	.976
		② 프로그램 문의 신속대응	.771	1.081	.063	17.235***		
		③ 성실한 자세로 응답	.736	1.0117	.062	16.475***		
		④ 요구 해결의 노력	-	-	-	-		
확신성	① 수련생들에게 확신	.846	1.000	-	-	.870	.988	
	② 일관된 서비스제공	.775	.891	.041	21.596***			
	③ 지도자들의 전문성	.797	.912	.041	22.514***			
	④ 지도자들의 프로그램 안전	.745	.841	.041	20.389***			
공감성	① 편리한 시간대에 운영	.755	1.000	-	-	.833	.982	
	② 수련생들을 배려함	.666	.824	.052	15.837***			
	③ 수련생들에게 관심을 가짐	.793	.942	.049	19.186***			
	④ 수련생들의 요구 수용정도	.781	.990	.052	18.885***			
고객태도	① 태권도장에 좋은 느낌	.807	1.000	-	-	.879	.987	
	② 태권도장을 좋아함	.748	.883	.046	19.309***			
	③ 태권도장 긍정적으로 생각	.848	1.004	.044	22.674***			
	④ 태권도장에 호감을 가짐	.820	.919	.042	21.731***			
고객신뢰	① 태권도장에 대한 신뢰성	.829	1.000	-	-	.858	.986	
	② 태권도장에 대한 정직성	.805	.926	.042	21.958***			
	③ 태권도장에 대한 진실성	-	-	-	-			
	④ 태권도장 서비스제공 정도	.818	.965	.043	22.484***			
장기지향성	① 관계유지의 중요성	-	-	-	-	.850	.983	
	② 장기적 이용 희망	.807	1.000	-	-			
	③ 계속해서 시설이용 여부	.916	1.113	.050	21.232***			

X²=1124.690(322), p=.000, RMR=.018, RMSEA=.066, NFI=.899, TLI=.913, CFI=.926, Normed X²=3.493

***p<.001, 1)=분석시 1로 고정됨, 2)=분석시 제외된 문항

은 RMR과 RMSEA가 .05~.08이하, NFI, TLI, CFI는 .90이상으로 설정하였다(김계수, 2007; 이학식, 임지훈, 2009). 또한, 신뢰도분석은 Cronbach's α 계수와

개념신뢰도(C.R)를 통해 확인하였으며, 상관계수의 제곱값과 추출된 AVE의 비교를 통해 판별타당도를 분석하였다(Fornell & Larcker, 1981).

1) 확인적 요인분석 및 신뢰도 분석결과

본 연구에서는 <표 3>과 같이 서비스품질 5개요인, 고객태도, 고객신뢰, 장기지향성의 확인적 요인분석을 실시하였다. 분석결과 적합도 지수는 RMR=.018, RMSEA=.066, NFI=.899, TLI=.913, CFI=.926로 나타나 RMR, RMSEA, TLI, CFI가 적합기준을 상회하고 있는 것으로 나타났다. 또한, Cronbach's α 계수를 통한 신뢰도의 분석결과는 서비스품질의 하위요인인 유형성 .847, 신뢰성, 867, 응답성 .787, 확신성 .870, 공감성 .823으로 나타났고, 고객태도 .879, 고객신뢰 .858, 장기지향성 .850으로 나타났다. 아울러 분석과정에서 표준화회귀계수가 낮아 신뢰성을 저하시키는 것으로 나타난 응답성 1문항, 고객신뢰 1문항, 장기지향성 1문항은 분석에서 제외되었다.

2) 상관관계 및 판별타당성 분석결과

본 연구에서는 <표 4>와 같이 서비스품질, 고객태도, 고객신뢰, 장기지향성에 대한 상관관계분석과 판별타당성을 확인하였다. 상관관계의 분석결과 모든 요인 간 정(+)의 상관관계가 나타났으며, 상관계수가 .80이하로 나타나 다중공선성의 문제는 없는 것으로 나타났다. 또한, 상관계수 제곱값(.240~.507)보다 AVE(.930~.966)가 높게 나타나 판별타당성도 있는 것으로 확인되었다.

4. 자료처리방법

본 연구의 자료처리는 SPSS Ver 25.0 및 Amos Ver 25.0 프로그램을 이용하여 연구목적에 맞게 통계처리 하였으며, 사용된 통계기법으로는 빈도분석(frequency analysis), 상관관계분석(correlation analysis), 확인적 요인분석(confirmatory factor analysis), 구조방정식 모형분석(structural equation model)

이다. 아울러 본 연구의 통계적 수준은 $\alpha = .05$ 이하로 설정하였다.

표 4. 판별타당성 분석결과

변수	M	SD	1	2	3	4	5	6	7	8	AVE
유형성	4.33	.60	1								.952
신뢰성	4.49	.50	.649** (.421)	1							.946
응답성	4.53	.51	.564** (.318)	.666** (.444)	1						.930
확신성	4.47	.54	.650** (.422)	.689** (.475)	.706** (.498)	1					.953
공감성	4.47	.54	.571** (.326)	.580** (.336)	.641** (.411)	.699** (.489)	1				.936
고객태도	4.58	.49	.553** (.306)	.591** (.349)	.599** (.359)	.643** (.483)	.692** (.479)	1			.952
고객신뢰	4.54	.51	.595** (.354)	.597** (.356)	.661** (.437)	.648** (.420)	.712** (.507)	.630** (.397)	1		.959
장기지향성	4.51	.57	.490** (.240)	.507** (.257)	.532** (.283)	.560** (.313)	.584** (.341)	.552** (.305)	.664** (.441)	1	.966

** $p < .01$, ()은 상관계수의 제곱 값임

Ⅲ. 연구결과

1. 연구모형의 적합성

본 연구에서는 학부모가 지각하는 태권도장 서비스품질이 고객태도, 고객신뢰, 장기지향성에 미치는 영향을 규명하기 위하여 구조방정식 모형분석을 실시하였다. 이에 연구모형의 적합도는 <표 5>와 같이 RMR=.023, RMSEA=.071, NFI=.880, TLI=.896, CFI=.908로 나타나 선행연구에서 제시하고 있는 RMR, RMSEA가 .05~.08이하, NFI, TLI, CFI가 .90이상의 적합기준(김계수, 2007; 이학식, 임지훈, 2009)에 비추어볼 때, RMR, RMSEA, CFI에서 적합기준을 상회하고 있는 것으로 확인되었으며, NFI, TLI는 적합기준에 근접하고 있

는 것으로 나타났으나 종합적으로 연구모형 검증에 있어 무리가 없는 것으로 나타났다.

표 5. 연구모형의 적합도 검증결과

모형	X ² (df)	RMR	RMSEA	NFI	TLI	CFI	Normed X ²
연구모형	1396.041(359)	.023	.071	.880	.896	.908	3.889

2. 연구가설의 검증결과

본 연구에서 설정한 연구모형이 적합하다는 결론 하에 연구가설을 검증한 결과는 <표 6>과 같다.

표 6. 연구가설의 검증결과

가설	경로	경로계수	s.e	t	가설검증
가설 1-1	유형성 ⇨ 고객태도	.039	.041	951	기각
가설 1-2	신뢰성 ⇨ 고객태도	.214	.070	3.073**	채택
가설 1-3	응답성 ⇨ 고객태도	.098	.087	1.135	기각
가설 1-4	확신성 ⇨ 고객태도	-.052	.088	-592	기각
가설 1-5	공감성 ⇨ 고객태도	.635	.084	7.596***	채택
가설 2	고객태도 ⇨ 고객신뢰	.820	.046	17.743***	채택
가설 3	고객태도 ⇨ 장기지향성	.185	.076	2.441*	채택
가설 4	고객신뢰 ⇨ 장기지향성	.644	.082	7.861***	채택

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

분석결과 첫째, 가설 1-2의 서비스품질 하위요인인 신뢰성과 고객태도(경로계수=.214, t=3.073, p<.01), 가설 1-5의 서비스품질 하위요인인 공감성과 고객태도(경로계수=.635, t=7.596, p<.001)는 통계적으로 유의한 정(+)의 인과관계가 나타나 연구가설이 채택되었다. 둘째, 가설 2의 고객태도와 고객신뢰(경로계수=.820, t=17.743, p<.001)는 통계적으로 유의한 정(+)의 인과관계가 나타나 연구가설이 채택되었다. 셋째, 가설 3의 고객태도와 장기지향성(경로계수=.185,

$t=2.441, p<.05$)은 통계적으로 유의한 정(+)의 인과관계가 나타나 연구가설이 채택되었다. 넷째, 가설 4의 고객신뢰와 장기지향성(경로계수=.644, $t=7.861, p<.001$)은 통계적으로 유의한 정(+)의 인과관계가 나타나 연구가설이 채택되었다. 그러나 가설 1-1의 유형성과 고객태도, 가설 1-3의 응답성과 고객태도, 가설 1-4의 확신성과 고객태도의 관계는 통계적으로 유의한 인과관계가 나타나지 않아 최종적으로 연구가설이 기각되었다.

IV. 논 의

본 연구는 태권도장 학부모가 지각하는 서비스품질과 고객태도, 고객신뢰, 장기지향성의 관계를 규명하는 것에 연구의 중점을 두고 있다. 특히, 태권도장의 수는 점차 증가하고 전체 초등학생 수는 감소하고 있는 현시점에서 태권도장의 서비스품질과 고객태도, 고객신뢰, 장기지향성 관계에 대한 분석을 통하여 전반적인 태권도장 서비스 가치와 활용성, 그리고 경쟁우위를 높여줄 수 있는 중요한 기초자료를 본 연구를 통해 제공하고자 한다. 이에 본 연구의 주요 연구결과를 중심으로 다음과 같이 논의하고자 한다.

첫째, 본 연구에서 태권도장 서비스품질의 구성요소인 신뢰성과 공감성은 고객태도 확보에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이와 같은 결과는 경영학과 태권도 산업 분야에서 서비스품질이 고객태도에 영향을 미친다고 보고한 선행연구들과 연구결과의 방향성을 같이 하고 있다(김무진, 2006; 박찬규, 2006; 이정학, 이숙경, 2012; 왕명욱, 민병석, 임봉우, 2018). 특히, 왕명욱 등(2018)은 태권도장의 서비스품질과 고객태도의 관계분석에서 서비스품질의 하위요인인 신뢰성과 공감성이 높을수록 수련만족과 태도에 긍정적인 영향을 미쳤다는 연구결과를 보여주어 본 연구와 부분적으로 일치함을 나타내었고, 김무진(2006)은 태권도장 서비스품질이 고객태도에 긍정적인 영향을 미치고 이는 장기적 수련에도 중요한 요소로 작용한다고 보고하였다. 또한,

이정학과 이숙경(2012)은 서비스품질은 고객태도에 유의한 영향이 있음을 보고하고 있으며, 이용자가 믿을 수 있고 신뢰가 가능한 소통공간을 만들고 세심한 배려에서 호의적인 고객태도가 높아짐을 제시하고 있다.

즉, 학부모들이 태권도장 지도자의 교육프로그램에 있어서 전적으로 믿고 의지하는 신뢰성과 지도자가 수련생을 배려하고 적극적인 관심에서 나오는 공감성은 고객태도를 증가시킬 수 있음을 본 연구는 시사하고 있는 것이다. 따라서 향후 태권도장을 운영하는 지도자들은 시범, 공연, 겨루기, 품새 등의 태권도 경연, 또는 시합에 학부모가 직접 참관하게 하여 수련생과 지도자만의 공감대 형성이 아닌 지도자, 학부모, 수련생 모두에게 공감대를 형성시킨다면 태권도장에 대한 고객의 긍정적 태도는 더욱 높아질 것으로 판단된다. 또한, 주말이나 공휴일을 이용해 학부모를 초청하여 주기적인 학부모 참관수업, 공개심사 등을 통한 지도자와 학부모의 지속적인 커뮤니케이션 프로그램의 도입이 필요할 것으로 생각된다. 이를 통해 학부모들에게 태권도장 지도자와 교육프로그램에 대한 신뢰성을 확보한다면 이와 같이 증가된 신뢰성이 바탕으로 되어 학부모들에게 긍정적인 고객태도를 이끌어낼 것으로 판단된다.

둘째, 본 연구에서 고객태도는 고객신뢰 확보에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 태권도장에 대한 학부모들의 긍정적인 태도가 진실성과 믿음을 바탕으로 두고 있는 고객신뢰에 영향을 준다는 것이다. 이러한 결과는 고객태도가 고객신뢰에 영향을 미친다고 보고한 선행연구들과 맥락을 같이 하고 있다(손성도, 2010; 장형유, 정기한, 2004; Anderson, Narus, 1990; Jarvenpaa, Tractinsky, Michael, 2000). 구체적으로 살펴보면, 손성도(2010)는 고객만족, 신뢰, 태도의 관계 연구에서 고객신뢰와 고객태도는 유의한 영향 관계를 형성하고 있으며, 이는 태권도장에 대한 장기적인 선택으로 이어진다고 보고하였다. 또한, 장형유와 정기한(2004)은 고객의 신뢰와 태도의 구조적 관계 연구에서 고객태도와 고객신뢰는 유의한 영향이 있으며, 고객의 신뢰는 호의적인 고객의 태도 형성에서 나온다고 보고하였다. 즉, 태권도장의 장기적인 성과를 확보하기 위해서는 세분화된 고객욕구를 충족시켜 긍정적인 고객태도를 형성하고 이는 고객신뢰에 기여한다는 것이다.

결국, 본 연구는 학부모들에게 확보된 긍정적인 고객태도가 태권도장에 대한 믿음과 진실성을 바탕으로 하고 있는 고객신뢰에 중요한 요소로 작용하고 있음을 밝히고 있다. 따라서 태권도장을 운영하는 지도자들은 수련동영상제작, 메신저, 공개수업 등 다양한 방법을 이용하여 학부모들이 도장에 대한 정보를 쉽게 확인할 수 있도록 도장서비스 환경을 구축해야 할 것이며, 이는 학부모의 긍정적인 고객태도를 형성함과 동시에 고객신뢰를 확보하는 기반이 될 것이다.

셋째, 본 연구에서 고객태도는 장기지향성 확보에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 수련생의 학부모들이 지각하는 고객태도가 지속적인 재이용에 바탕이 되는 장기지향성 확보에도 영향을 준다는 것이다. 이러한 결과는 고객태도가 장기지향성에 영향을 미친다고 보고한 선행연구들과 맥락을 같이 하고 있다(서진교, 2010; 서진교, 임란희, 2010; 엄정식, 박남희, 2018; 이승준, 2017). 구체적으로 살펴보면, 엄정식과 박남희(2018)는 초등학교 태권도 수련생의 긍정적 태도와 몰입, 지속의도의 관계연구에서 수련생의 긍정적 태도는 지속의도에 정적인 영향을 준다는 연구결과를 도출하였으며, 이는 수련생의 지속의도에 긍정적인 역할을 한다고 제시하였다. 또한, 서진교(2010)는 태권도 수련생의 수련태도는 지속의도에 정적인 영향을 미친다는 연구결과를 보여주어 본 연구결과와 일치함을 나타내었고, 수련기간이 오래되더라도 태도는 변화할 수 있기 때문에 장기적인 수련지속을 위해 일선 지도자의 꾸준한 노력이 필요하다고 보고하고 있다. 즉, 태권도장이 장기적인 성과를 확보하기 위해서는 세분화된 고객욕구를 충족시켜 긍정적인 고객태도를 형성하고 이는 고객의 장기거래에 기여한다는 것이다.

결국, 본 연구는 학부모들에게 확보된 고객태도가 지속적인 관계유지 및 시설이용을 희망하는 장기지향성에 중요한 요소로 작용하고 있음을 밝히고 있다. 따라서 태권도장 운영자들은 고객태도를 높이기 위해서 학부모들과 지속적인 상담을 통해 친밀감을 높이는 노력이 필요할 것이며, 수련생들 개개인에 맞는 맞춤형 지도방법을 선택하여 지도해야 할 것이다. 또한, 수련생의 구체적인 수련상태를 주기적으로 확인하고 이를 학부모와 공유함으로써 양방

향으로 긍정적인 고객태도를 확보한다면 고객의 장기지향성을 높일 수 있을 것으로 생각된다.

넷째, 본 연구에서 고객신뢰는 장기지향성 확보에 중요한 선행변수임이 확인되었다. 즉, 고객신뢰와 장기지향성은 높은 인과관계를 보여주고 있으며, 태권도장 대한 긍정적인 평가는 고객신뢰를 형성하는 근거가 되고 높은 수준의 고객신뢰는 장기지향성을 확보하는 중요한 요소라는 것이다. 아울러 이러한 연구결과는 고객신뢰가 장기지향성에 영향을 미친다고 보고한 타 분야의 선행연구들과 맥락을 같이 하고 있다(김민철, 김정애, 2019; 권오영, 편해수, 2016). 태권도장과 관련된 연구를 살펴보면, 최정란(2012)은 태권도장 서비스 품질과 만족, 신뢰, 지속의도의 순차적인 인과관계를 보여주었고, 태권도장의 전반적인 프로그램과 내부환경 등의 지속적인 관리를 통해 확보된 신뢰가 운동지속에 영향을 미치는 매우 중요한 요소라고 제시하였다. 또한, 강승훈과 양명환(2019)은 태권도장 서비스품질과 지속의도의 연구에서 학부모들이 지각하는 서비스품질은 도장신뢰를 높이며, 이렇게 높아진 도장신뢰는 태권도장에 대한 지속의도로 연결되는 과정의 매개효과가 있음을 보고하였다. 결국, 본 연구에서는 태권도장에 대한 학부모들의 신뢰가 지속적인 관계유지와 학부모의 장기지향성 확보에 중요한 요소임을 보여주고 있는 것이다.

종합적으로 본 연구는 학부모가 지각하는 태권도장 서비스품질의 신뢰성과 공감성이 고객태도를 확보하는 기반이며, 고객태도-고객신뢰-장기지향성의 순차적 인과관계를 제시하고 있다. 따라서 태권도장을 운영하는 경영자들은 태권도장의 서비스품질 개선의 지속적인 노력과 함께 도장선택에 중요한 결정권을 가지고 있는 학부모와 수련생이 함께 공유하고 참여할 수 있는 공개 수업, 야외활동, 사회공헌활동 등 차별화된 교육프로그램을 구축해야 할 것으로 판단된다. 또한, 수련생만을 위한 태권도장이 아닌 학부모들이 쉽게 방문할 수 있는 도장환경의 조성 및 다양한 커뮤니케이션 채널을 활용한 공급자와 수요자 간의 양방향 의사소통 도구를 개발·운영하여야 할 것이다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 태권도장 학부모가 지각하는 서비스품질이 고객태도, 고객신뢰, 장기지향성에 어떠한 영향을 미치는지를 규명하는데 연구의 중점을 두고 있다. 따라서 본 연구의 목적달성을 위한 표집은 태권도장에서 수련하고 있는 수련생의 학부모를 조사대상으로 선정하였고 설문조사는 2019년 11월 6일부터 2019년 11월 25일까지 태권도 수련생의 학부모를 대상으로 설문조사를 실시하였으며, 총 571부의 자료를 확보하였다. 최종적으로 연구가설을 증명하기 위하여 구조방정식 모형분석(structural equation model)을 실시하였으며, 이를 통해 다음과 같은 연구결론을 얻었다. 첫째, 학부모가 지각하는 태권도장 서비스품질의 하위요인인 신뢰성, 공감성은 고객태도에 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 고객태도는 고객신뢰, 장기지향성에 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 셋째, 고객신뢰는 장기지향성에 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이상의 연구결과를 통해 본 연구는 학부모가 인식하는 태권도장의 서비스 품질은 긍정적인 고객태도를 이끌어내는 매우 중요한 선행변수임을 알 수 있었으며, 이와 같이 형성된 고객태도는 고객에게 믿음과 신뢰를 형성하게 하는 중요한 역할을 담당하고 있음을 확인 할 수 있었다. 또한, 서비스 품질을 통해 확보된 고객태도와 고객신뢰는 태권도장의 장기적인 운영에 중요한 변수로 작용하는 장기지향성에 긍정적인 영향력을 행사하고 있음을 본 연구의 결과를 통해 알 수 있었다. 따라서 일선에서 태권도장을 운영하는 지도자는 차별화된 서비스품질이 수련생뿐만 아닌 학부모에게도 인식될 수 있도록 노력해야 할 것이며, 이를 현장에 적용하기 위해서는 먼저 수련생에게 최상의 수련환경 조성을 위한 노력이 필요할 것이다. 또한, 학부모들이 인지할 수 있는 차별화된 교육프로그램 개발을 통해 태권도를 접목시킨 다양한 프로그램을 현장에 적용해야 할 것이고 이를 SNS, 가정통신문, 도장홈페이지 등의 다

양한 방법을 이용하여 학부모들에게 전달한다면 태권도장에 대한 고객의 태도와 신뢰를 확보함과 동시에 장기적으로 태권도장을 선택하는데 있어서 중요한 역할을 할 것이다.

한편, 본 연구를 수행하는데 있어서 다음과 같은 제한점과 후속연구를 위한 제언이 있음을 밝혀둔다. 첫째, 본 연구는 서비스품질과 고객 태도, 신뢰, 장기지향성으로 요인을 제한하여 연구를 진행하였다. 이에 후속연구에서는 다양한 소비행동의 외적요인을 추가하여 연구가 진행되어야 할 것으로 생각된다. 둘째, 본 연구는 태권도장 수련생의 학부모로 연구대상을 제한하여 연구를 진행하였기 때문에 이 연구결과를 수련생과 학부모 모두에게 일반화를 시키는데 한계점이 있다. 따라서 후속연구에서는 수련생과 학부모가 지각하는 태권도장의 서비스품질은 개인적인 특성에 따라 차이가 있을 수 있기 때문에 학부모와 수련생을 집단별로 분류하여 연구가 진행된다면 더욱 의미 있는 연구결과를 얻을 수 있을 것으로 판단된다. 셋째, 본 연구는 연구 대상자를 G광역시에 있는 학부모를 대상으로 연구를 진행하였기 때문에 연구범위에 있어 지역적인 제한점을 가지고 있다. 그러므로 후속연구에서는 여러 지역으로 연구의 범위를 확대가 필요하고 다양한 원인들을 고찰하기 위한 양적연구, 질적연구, 다양한 방법론을 이용한 지속적인 연구가 필요할 것으로 생각된다.

참고문헌

- 강승훈, 양명환(2019). 초등학생 학부모가 지각한 태권도장의 서비스품질이 지속의도에 미치는 영향: 고객만족과 도장신뢰도의 연속다중 매개효과 검증. **대한무도학회지**, 21(2), 61-76.
- 국민체육진흥공단(2020). <https://www.sports.re.kr/발취>.
- 권오영, 편해수(2016). 공급업체와 전략고객의 거래에서 호혜, 신뢰가 장기지향성과 성과에 미치는 영향. **경영교육연구**, 31(1), 319-338.

- 김경훈, 김태중, 조광민(2018). 학부모가 인식하는 태권도장의 접점서비스품질, 관계의 질, 행동의도의 구조적 관계. **국가원태권도연구**, 9(2), 153-180.
- 김계수(2007). **AMOS 16.0 구조방정식 모형분석**. 서울 : 한나래.
- 김능희(2010). **태권도장 교육서비스 품질이 고객애호도 및 추천의사에 미치는 영향**. 미간행 석사학위논문, 경희대학교 대학원.
- 김무진(2006). **태권도장의 교육서비스품질이 수련 후 태도에 미치는 영향**. 미간행 석사학위논문, 동아대학교 대학원.
- 김민철(2012). 스포츠를 통한 기업의 사회적 책임활동과 기업 및 소비자요인의 관계분석. **체육과학연구**, 23(1), 136-154.
- 김민철, 김정애(2019). 국내·외 스포츠기업의 브랜드자산, 고객만족, 고객신뢰, 장기지향성의 관계모형 비교연구. **한국체육학회지**, 58(6), 177-195.
- 김민철, 백승현(2016). 스포츠관광 체험상품의 서비스품질과 고객만족, 장기지향성, 추천의도의 관계분석. **한국사회체육학회지**, 65, 111-125.
- 김범식, 정영남(1999). 상업 스포츠센터의 서비스 품질에 대한 실증적 연구. **한국체육학회지**, 38(1), 559-568.
- 김봉관, 이강호(2009). 의료서비스제공자의 비언어적 커뮤니케이션이 고객지향성, 고객만족, 장기적 관계지향성, 구전의도에 미치는 영향. **마케팅논집**, 17(3), 29-64.
- 김봉경, 한태용(2008). 태권도장의 관계마케팅 실행요인이 만족과 관계효과에 미치는 영향. **한국스포츠산업경영학회지**, 13(2), 15-26.
- 김선수(2015). 태권도장 서비스가치에 따른 도장경영 활성화 방안에 관한 연구. **무예연구**, 9(2), 1-24.
- 김승태(2009). **태권도장 서비스품질이 초등학교 수련생의 고객만족도에 미치는 영향**. 미간행 석사학위논문, 경희대학교 대학원.
- 김용만, 이준원, 서희정(2005). 리조트 이용객의 고객지향성과 고객만족, 고객태도, 고객신뢰 및 재방문의도와의 관계. **한국체육학회지**, 44(1), 413-422.
- 남경완, 임승현, 박재암(2009). 태권도장 서비스품질이 초등학교 수련생의 스포츠 활동 참여만족도에 미치는 영향. **한국스포츠산업경영학회지**, 14(4), 41-53.

- 류성돈, 조성균, 김종경, 차명환(2010). 태권도장의 공중관계성이 서비스품질평가에 미치는 영향. **무예연구**, 4(2), 35-57.
- 박민영, 이형룡, 김정배(2011). 기업의 사회적 책임활동(CSR)이 기업-소비자 동일시와 기업에 대한 태도 및 재이용에 미치는 영향. **관광연구**, 26(5), 239-260.
- 박정훈, 전현모(2015). 외식기업의 사회공헌활동 진정성이 소비자 인식과 기업태도 및 제품신뢰에 미치는 영향. **외식경영연구**, 18(5), 271-291.
- 박종철(2010). 환경적 책임을 포함한 기업의 사회적 책임활동이 기업신뢰 및 고객 충성도에 미치는 영향. **임금연구(가을호)**, 29-44.
- 박찬규(2006). 스키리조트 서비스품질과 고객만족, 고객태도의 관계 - 보광 휘닉스 파크 이용객을 중심으로. **한국체육학회지**, 45(4), 349-359.
- 서진교(2010). 어린이 태권도 수련생의 수련태도가 수련만족 및 수련지속의도에 미치는 영향. **한국체육과학회지**, 19(4), 273-283.
- 서진교, 임란희(2010). 태권도지도자와 수련생간의 관계형성이 수련태도 및 수련지속의도에 미치는 영향. **한국여성체육학회지**, 24(3), 101-114.
- 손권배, 김재열(2014). 학원의 교육서비스품질이 교육서비스성파에 미치는 영향: 서비스공정성, 서비스신뢰, 서비스관계몰입의 매개효과. **경영교육연구**, 29(1), 271-303.
- 손성도(2010). 태권도장의 고객만족, 고객신뢰, 고객태도의 구조적 관계. **한국체육과학회지**, 19(4), 755-764.
- 신대철, 김도진(2009). 유아스포츠탄단의 서비스품질과 고객만족 및 재이용의도, 추천의도의 관계. **한국유아체육학회지**, 10(1), 25-37.
- 심영균(2020). 중·고등학교 태권도선수의 선수스트레스와 반사회적 스포츠행동 및 사회적 비행행동의 관계. **한국웰니스학회지**, 15(1), 11-21.
- 세계태권도연맹(2020). <http://www.worldtaekwondo.org/> 발췌
- 엄정식, 박남희(2018). 초등학교 태권도 수련생들의 긍정적 태도와 수련 몰입 및 수련 지속의 구조적 관계. **한국스포츠학회지**, 16(1), 31-41.
- 오준석, 노동연(2005). 스포츠 센터의 서비스 품질이 고객 애호도에 미치는 영향.

- 한국사회체육학회지**, 23, 175-184.
- 왕명옥, 민병석, 임봉우(2018). 한국 태권도장의 서비스품질과 수련생 만족 및 애호도의 구조적 관계. **대한무도학회지**, 20(4), 61-74.
- 윤민수, 김욱, 김지태(2019). 학부모 불량행동과 태권도장 사범의 직무스트레스 및 직무소진의 관계. **한국체육학회지**, 58(4), 299-312.
- 이승준(2017). **태권도장의 서비스품질이 태도적·인지적 평가요인과 장기지향성에 미치는 영향**. 미간행 박사학위논문, 조선대학교 대학원.
- 이용건, 주형철(2020). 아웃도어웨어 브랜드의 4Cs전략과 브랜드태도, 브랜드신뢰 그리고 미래행도의도 간의 관계. **한국스포츠산업경영학회지**, 25(1), 43-57.
- 이유찬, 이석기(2012). 태권도장이미지 개선방안. **한국사회체육학회지**, 49(1), 191-205.
- 이은용(2010). 환경불확실성과 시장지향성이 신상품 개발, 관계의 질 및 장기지향성에 미치는 영향: 국내 외식 프랜차이즈 기업을 대상으로. **관광연구**, 25(2), 21-42.
- 이정학, 이숙경(2012). 태권도기관 홈페이지 서비스품질이 사용자태도 및 방문만족에 미치는 영향. **한국체육과학회지**, 21(2), 685-699.
- 이학식, 임지훈(2009). **구조방정식 모형분석과 AMOS 16.0**. 서울: 범문사.
- 장형유, 정기한(2004). 인터넷 쇼핑몰에서 고객신뢰, 태도, 관계몰입과 구매의도의 구조적 관계에 관한 연구. **한국마케팅저널**, 6(2), 23-54.
- 최상진(2009). 태권도장의 서비스품질이 고객만족도 및 전환 장벽에 미치는 영향. **한국스포츠산업경영학회지**, 14(3), 105-115.
- 최정란(2012). 학부모가 지각하는 태권도장의 서비스품질과 관계품질(만족, 신뢰, 몰입), 지속의도 및 추천의사의 관계. **한국체육학회지**, 51(5), 413-431.
- 통계청(2020). <http://stat.mcst.go.kr/> 발췌.
- 홍성태, 나운봉, 김선숙, 박성영(2013). 서비스 브랜드의 브랜드 자산 측정 모델 개발: 브랜드 자산 측정 모델 vs SERVQUAL 모델의 비교 중심으로. **소비문화연구**, 16(3), 189-214.
- 황명기(2014). **태권도장 교육서비스 품질이 학부모의 신뢰, 지속의도 및 추천의사**

- 에 미치는 영향. 미간행 석사학위논문, 경희대학교 대학원.
- 황인식, 정찬모(2010). 태권도 수련이 중학생의 신체구성과 건강 체력에 미치는 영향. *한국웰니스학회지*, 5(2), 59-66.
- Anderson, J. C., & Narus, J. A.(1990). A model of distributor firm and manufacturer firm working partnerships. *Journal of Marketing*, 54(1), 42-58.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluation structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Jarvenpaa, S. L., Tractinsky, N., & Michael, V.(2000). Consumer trust in an internet store. *Information Technology and Management*, 1(1-2), 45-71.
- Lewis, R. C., & Booms, B. H. (1983). The marketing aspects of service quality. *Emerging Perspectives on Services Marketing*, 6(34), 99-107.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multi-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Wang, C. L., Shi, Y., & Barnes, B. (2015). The role of satisfaction, trust and contractual obligation on long-term orientation. *Journal of Business Research*, 68(3), 473-479.

ABSTRACT

An Analysis of the Relationship between the Service Quality of Taekwondo Gym Perceived by Parents, Customer Attitude, Customer Trust, and Long-Term Orientation

Choi Yeonho(Kookmin University) · Jang, Seyong(Gachon Univ.)

The purpose of this study is to analyze the causal relationship between service quality, customer attitude, customer trust, and long-term orientation for Taekwondo gym perceived by parents of Taekwondo trainees. In order to achieve the research objectives, trainees currently training in Taekwondo gym were selected as survey subjects, and surveys were conducted from November 6, 2019 to November 25, 2019. The survey used the convenience extraction method among non-probability samples, and distributed 625 copies of the questionnaire using the self-assessment method to distribute 571 copies, excluding the unreliable data due to the unreliability due to unsatisfactory results or part of the survey. The collected data were statistically processed according to the research purpose using the SPSS Ver 25.0 and Amos Ver 25.0 programs, finally, the results of the research derived through the structural equation model analysis are as follows. First, in this study, the service quality (reliability, sympathy) of Taekwondo gym perceived by parents was found to have a positive effect on customer attitude. Second, customer attitude was found to have a positive effect on customer trust and long-term orientation. Third, customer trust was found to have a positive effect on long-term orientation.

Key words: Taekwondo gym, Service quality, Customer attitude, Customer trust, Long-term orientation

논문투고일 : 2020.03.31.
심사일 : 2020.04.11.
심사완료일 : 2020.04.29.