



## 성인 취미 발레 수강생의 관계혜택과 자기결정성이 관계몰입, 만족 및 관계지속의도에 미치는 영향

정윤지(연세대학교, 학생)·조광민(연세대학교, 교수)\*·변현(연세대학교, 강사)

### 국문초록

본 연구는 무용학원과 수강생 사이의 관계혜택과 성인 취미 발레 수강생의 자기결정성이 관계몰입과 만족 및 관계지속의도에 미치는 영향에 대한 규명을 통해 무용학원의 마케팅 전략 수립과 수강생과의 관계유지 및 발전에 유용한 정보를 제공하는데 그 목적이 있다. 이를 위해 본 연구에서는 편의표본추출법을 이용하여, 총 202부의 설문을 최종 분석 자료로 사용하였다. 자료처리를 위해 SPSS 20.0과 AMOS 20.0을 이용하여 빈도 분석, 신뢰도분석, 상관관계분석, 확인적 요인분석, 구조방정식 모형분석이 실시되었다. 이에 본 연구의 결과는 다음과 같다. 첫째, 무용학원과 수강생 사이의 관계혜택 중 고객화 혜택은 관계몰입에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 무용학원과 수강생 사이의 관계혜택 중 심리적 혜택은 관계몰입에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 셋째, 무용학원과 수강생 사이의 관계혜택 중 사회적 혜택은 관계몰입에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 넷째, 무용학원과 수강생 사이의 관계혜택 중 경제적 혜택은 관계몰입에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 다섯째, 수강생의 자기결정성 중 자율성은 관계몰입에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 여섯째, 수강생의 자기결정성 중 유능성은 관계몰입에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 일곱째, 수강생의 자기결정성 중 관계성은 관계몰입에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 여덟째, 수강생의 관계몰입이 만족에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 아홉째, 수강생의 만족이 관계지속의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

한글주요어 : 성인취미발레 수강생, 관계혜택, 관계몰입, 만족, 관계지속의도, 무용학원, 자기결정성

---

\* 조광민, 연세대학교, E-mail : kwang@yonsei.ac.kr

## I. 서론

### 1. 연구의 필요성

과거 노동중심과 경제성장에 국한되었던 사회에서 최근 국가가 주당 법정 근로시간을 기존 68시간에서 52시간으로 단축하는 ‘근로기준법 개정안’을 통과시킴에 따라 현대인들은 여가 시간이 증가하였으며, 업무와 삶의 질이 균형 잡힌 삶을 추구하게 되었다. 따라서 현대인들의 삶의 질 향상을 위해 여가 생활은 중요하게 인식되고 있으며, 건전하고 효과적인 여가 시간을 보내기 위해 다양한 여가 활동이 이슈 되고 있다(박지영, 이해준, 2016). 따라서 신체활동을 통한 성인들의 여가활동 참여는 증가 되고 있으며, 최근에는 대중 매체를 통해 유명 연예인들의 건강 관리와 몸매 관리 그리고 산후 운동으로 발레가 알려지면서 일반인들 사이에서 여가 활동으로서의 발레가 선호되고 있다(국민방송, 박한송, 2015.04.30.). 그동안 발레는 강도 높은 훈련을 통해 고난이도의 동작을 수행해야 하는 특성으로, 일부 소수의 발레 전공자들을 위한 것이라는 인식이 강해 대중적이지 못한 문화였다. 하지만 발레는 신체를 통해 인간 내면의 사상과 감정을 표현해야하는 예술로서 표현능력을 향상시키며, 깨끗한 자세를 유지해야하는 특성으로 몸의 균형을 바로 잡고 자세 교정에 효과적일 뿐만 아니라 유산소운동과 근지구력까지 기를 수 있는 활동으로 다이어트에 효과적인 신체활동으로서 누구나 쉽고 즐겁게 참여할 수 있는 여가 활동 수단으로 각광받고 있다(김고운, 2015). 이와 같이 여가활동으로서의 성인 취미 발레는 그 가치를 인정받아 점차 확대되고 있으며, 발레를

배우고 싶어하는 수요자들의 욕구에 따라 발레를 배울 수 있는 교육 기관인 무용학원 또한 증가 하고 있는 추세에 있다(임혜정, 2011).

2019년 검색엔진인 NAVER에서 조회되는 무용학원의 수는 2,140개소로 정명수, 박정교(2014)의 연구에서 조사한 결과인 1,443개소보다 697개소 증가한 것으로 나타났다. 또한 문화관광부(2009)에 등록된 313개소의 체육시설에 개설된 무용프로그램과 723개소의 전국 문화센터에 개설된 무용프로그램을 포함하면 현재 3,100여개 이상의 무용프로그램을 운영하는 장소가 존재한다(서차영, 가경환, 박연정, 2009). 이처럼 무용학원은 증가하고 있지만, 무용학원 뿐만 아니라 문화센터, 공공·시설 체육센터 등에도 무용프로그램이 개설됨에 따라 다양한 무용프로그램을 무용학원보다 저렴한 수강료로 소비자들에게 제공함으로써 무용학원에서의 무용프로그램 참여율은 줄어들고 있다(이상일, 김선주, 김서희, 2013; 이화석, 2011). 과열된 시장경쟁 속에서 현재 많은 무용학원 경영자들은 무용학원 마케팅과 관련된 연구의 미비로 즉흥적인 아이디어나 인맥에 의존하는 비전문적인 운영을 함으로써, 무용학원과 수강생 사이의 교환관계가 만족스럽게 성립되지 못하고 있다(서차영, 가경환, 박연정, 2009). 이에 따라 무용학원은 신규 수강생 확보만을 위한 단기적이고 공격적인 마케팅 전략에서 벗어나 장기적이고 무용학원과 수강생 사이의 지속적인 관계를 지향하는 방어적인 마케팅 전략이 필요하다(이동준, 황지현, 2016).

조정환, 조광민, 임범규(2012)의 피트니스 센터의 관계혜택과 고객신뢰, 관계몰입, 고객만족 및 추천의도의 구조관계 분석에서 피트니스 센터의 관계혜택이

관계몰입에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 장원용, 임범규, 남상백(2016)의 연구에서도 스포츠 센터의 관계혜택은 관계몰입에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 스포츠 센터를 이용하는 고객들의 관계몰입은 고객을 중심으로 한 관계혜택을 바탕으로 달성될 수 있다고 보고한 바 있다. 이러한 선행연구들을 바탕으로 무용학원과 수강생의 지속적인 관계유지를 위해 무용학원의 관계혜택이 필수적이지만 상호 교환관계를 고려할 때(Hakansson & Snehota, 1995), 수강생이 자발적으로 취미 발레에 참여하게 된 동기를 심리적인 측면에서 고려할 필요가 있다(김범, 정정희, 2018). 따라서 수강생의 심리적인 측면을 파악하기 위해 동기이론의 자기결정성 이론이 수강생과 무용학원 사이의 성공적인 서비스 교환 활동을 통해 지속적인 관계가 유지되는지를 확인하는 것은 의미 있을 것이다(김범, 정정희, 2018). 서문식(2014)의 의료서비스 고객이 관계지속에 영향을 미치는 요인에 관련된 연구에서 자기결정성은 관계몰입에 유의한 영향을 미친다고 하였고 김범, 정정희(2018)의 연구에서도 자기결정성의 하위요인 중 자율성과 관계성이 관계몰입에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 휘트니스 센터 관리자는 고객의 개성이나 특성을 파악하고 집단을 세분화하여 적합한 고객관계관리 전략을 세워야한다는 것을 시사하였다. 관계혜택과 자기결정성이 관계몰입에 미치는 영향에 관한 선행연구는 많이 존재하지만 무용학원을 이용하는 성인취미발레 수강생의 관계혜택과 자기결정성이 관계몰입에 미치는 영향에 관련된 연구는 미비하다고 볼 수 있다. 이에 본 연구는 무용학원과 수강생사이의 관계혜택과 성인 취미 발레 수

강생의 자기결정성이 관계몰입과 만족 및 관계지속의도에 미치는 영향을 실증적으로 검증하여 무용학원의 마케팅 전략 수립과 수강생과의 관계유지 및 발전에 유용한 정보를 제공하고자 한다.

## 2. 연구모형 및 가설

본 연구의 연구모형은 <그림 1>과 같으며, 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

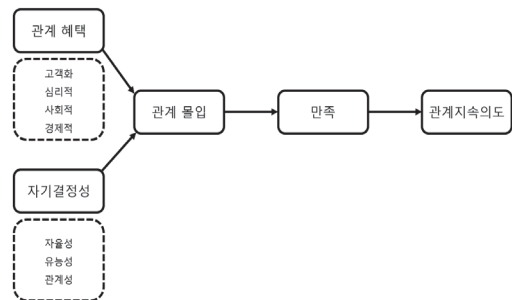


그림 1. 연구모형

### 1) 관계혜택과 관계몰입의 관계

관계혜택과 관계몰입의 관계에 관련된 선행연구들을 살펴보면, 장원용, 임범규, 남상백(2016)의 연구에서 스포츠센터의 관계혜택과 관계몰입의 관계를 검증하는 연구를 진행하였고 두 변인 사이에 유의한 영향 관계가 있다는 것을 밝혔다. 또한 서현석, 주형준(2012)은 오픈마켓에서 관계혜택이 몰입에 미치는 영향을 실증분석하고 관계혜택의 차원을 고객화, 사회적, 심리적, 경제적 혜택의 4가지 요인으로 분류하여 몰입에 미치는 영향에 대한 인과관계를 검증하였고 패밀리 레스토랑에서 관계혜택이 몰입에 부분적으로 유의한 영향을 미친다고 밝혔다. 위와 같은 선행연구들을 통해 많은 기업들이 고

객과의 관계를 장기적으로 유지하기 위해 전략적인 고객관리 방법으로 관계혜택에 많은 관심을 가지고 있다는 것을 알 수 있다(민양기, 이운섭, 2011). 위의 선행연구들을 살펴보았을 때 본 연구에서는 무용학원의 관계혜택(고객화, 심리적, 사회적, 경제적)이 관계몰입에 긍정적인 영향을 미칠 수 있다고 판단하였기에 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H-1. 무용학원과 수강생사이의 관계혜택(고객화, 심리적, 사회적, 경제적)은 관계몰입에 정(+)  
의 영향을 미칠 것이다.

1-1. 무용학원과 수강생사이의 관계혜택 중 고객화 혜택은 관계몰입에 정(+)  
의 영향을 미칠 것이다.

1-2. 무용학원과 수강생사이의 관계혜택 중 심리적 혜택은 관계몰입에 정(+)  
의 영향을 미칠 것이다.

1-3. 무용학원과 수강생사이의 관계혜택 중 사회적 혜택은 관계몰입에 정(+)  
의 영향을 미칠 것이다.

1-4. 무용학원과 수강생사이의 관계혜택 중 경제적 혜택은 관계몰입에 정(+)  
의 영향을 미칠 것이다.

## 2) 자기결정성과 관계몰입의 관계

무용학원의 성인 취미 발레 수강생을 대상으로 자기결정성과 관계몰입의 직접적인 관계를 검증한 연구는 찾아보기 어려우나 본 연구를 뒷받침 할 수 있는 선행연구는 다음과 같다. 김범, 정정희(2018)는 휘트니스 센터 고객의 자기결정성 요인 중 자율성과 관계성은 관계몰입에 유의한 영향을 미쳤다고 밝혔으며, 이는 고객이 스스로 서비스를 선택하고 휘트니스 센터 종사원과의 관계를 원만하게 유지하려는 욕구가 높을수록 관계를 지속적으로 유지하려는 의도가 높아

진다는 것이라고 언급하였다. 또한 서문식(2014)의 연구에서는 의료 서비스 제공자와 고객 간의 관계에서 자기결정성 이론을 근거로 자율성, 유능성, 관계성이 관계에 대한 몰입을 통해 관계발전에 미치는 영향을 분석한 결과 자율성과 유능성은 관계성을 매개로 하여 관계몰입에 유의한 영향을 미친다고 밝혔다. 최수형, 한상필(2012)의 온라인 브랜드 커뮤니티의 특성과 자기결정성이 브랜드 자산에 미치는 영향에 관련된 연구에서는 자기결정성이 커뮤니티 몰입에 부분적으로 유의한 영향을 미친다고 하였다. 위의 선행연구들을 살펴보았을 때 본 연구에서는 성인 취미 발레 수강생의 자기결정성(자율성, 유능성, 관계성)이 관계몰입에 긍정적인 영향을 미칠 수 있다고 판단하였기에 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H-2. 성인 취미 발레 수강생의 자기결정성(자율성, 유능성, 관계성)은 관계몰입에 정(+)  
의 영향을 미칠 것이다.

2-1. 성인 취미 발레 수강생의 자기결정성 중 자율성은 관계몰입에 정(+)  
의 영향을 미칠 것이다.

2-2. 성인 취미 발레 수강생의 자기결정성 중 유능성은 관계몰입에 정(+)  
의 영향을 미칠 것이다.

2-3. 성인 취미 발레 수강생의 자기결정성 중 관계성은 관계몰입에 정(+)  
의 영향을 미칠 것이다.

## 3) 관계몰입과 만족의 관계

무용학원의 성인 취미 발레 수강생을 대상으로 무용학원과 관계몰입과 만족의 직접적인 관계를 검증한 연구는 찾아보기 어려우나 본 연구를 뒷받침 할 수 있는 선행연구는 다음과 같다. 조정환, 조광민, 임범

규(2012)는 피트니스 센터에 대한 소비자의 관계몰입은 고객만족에 통계적으로 유의한 영향을 미친다고 밝혔으며, 마케팅 관리의 핵심인 고객만족 중심의 마케팅 전략 수행은 소비자 행동에 직접적으로 영향을 미치기 때문에 더욱 중요한 것이라고 언급하였다. 또한 조원득(2014)은 스포츠 센터의 관계마케팅에 따른 이용자들의 관계몰입은 고객만족에 유의한 영향을 끼친다고 하였으며, 스포츠 센터에서 고객지향적인 관계마케팅을 통해 스포츠 센터 이용자들과의 긍정적인 관계가 형성되면 몰입된 관계를 유지하고 있는 이용자들의 만족 또한 높아질 수 있다는 결과를 제시하였다. 김지혜(2012)의 의료미용서비스 산업을 중심으로 한 관계마케팅 활동이 관계몰입을 통해 고객만족에 미치는 영향에 관한 연구에서 관계몰입이 고객만족에 유의한 영향을 미친다고 언급하였으며, 능동적이고 적극적인 전략을 수립하고 지속적으로 관계를 유지함으로써 고객이 병원에 몰입을 할 수 있는 경쟁력을 가질 경우 이용 고객의 만족 수준을 향상시켜 장기적인 고객으로의 전환을 할 수 있으며, 수익 및 매출 증대를 가져올 수 있을 것이라고 하였다. 위의 선행연구들을 살펴보았을 때 본 연구에서는 성인 취미 발레 수강생의 관계몰입이 만족에 긍정적인 영향을 미칠 수 있다고 판단하였기에 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H-3. 성인 취미 발레 수강생의 관계몰입은 만족에 정(+ )의 영향을 미칠 것이다.

#### 4) 만족과 관계지속의도의 관계

만족과 관계지속의도의 관계에 관련된 선행연구들을 살펴보면, 오정수(2017)의 연구에서 스포츠센

터의 서비스 관계혜택이 고객만족과 관계유지의도에 미치는 영향을 검증하는 연구를 진행하였고 스포츠 센터를 이용하는 고객의 만족이 관계유지의도에 유의한 영향을 미친다고 밝혔다. 따라서 스포츠센터와의 관계유지의도를 높이기 위해 스포츠센터 이용고객의 높은 만족도는 중요한 선행변수임을 시사하였다. 또한 강애양, 양성국, 류용걸(2013)은 제주지역 골프연습장을 이용하는 고객의 만족은 관계지속의도에 통계적으로 유의한 영향을 미친다고 언급하였으며, 골프연습장에 대한 고객의 관계지속의도를 향상시키기 위해 고객의 만족도를 높이는 것은 중요하다고 밝혔다. 또한 강상목(2012)의 의료관광의 서비스품질과 관계지속의도에 통계적으로 유의한 영향을 미쳤다는 결과를 볼 수 있었으며, 의료관광에서 만족할 만한 서비스를 경험한 고객은 지속적인 관계를 유지하려는 경향이 있음을 보여준다고 언급하였다. 위의 선행연구들을 살펴보았을 때 본 연구에서는 성인 취미 발레 수강생의 만족이 무용학원과의 관계지속의도에 긍정적인 영향을 미칠 수 있다고 판단하였기에 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H-4. 성인 취미 발레 수강생의 만족은 관계지속의도에 정(+ )의 영향을 미칠 것이다.

## II. 연구 방법

### 1. 연구 대상

본 연구에서는 무용학원에서 성인 취미 발레 수강경험이 있는 만 19세 이상의 수강생들을 모집단

으로 설정하였으며, 이중 표본 집단은 2019년 2월 부터 6월 까지 서울, 경기, 인천 지역에 위치한 10 개소의 무용학원을 선정한 후 수강생들에게 설문조사를 실시하였다. 구체적인 표집방법은 비확률 표본 추출법(non-probability sampling) 중 편의 표본추출(convenience sampling)을 사용하였다. 총 250부의 설문지를 배포하여 응답이 불성실하다고 판단되는 설문지 48부를 제외한 총 202부를 최종분석 자료로 사용하였다. 연구대상자의 인구통계학적 특성은 다음 <표 1>과 같다.

표 1. 인구통계학적 특성 (N=202)

특성	구분	n	%
성별	남자	4	2
	여자	198	98
연령	20대	86	42.6
	30대	86	42.6
	40대	23	11.4
	50대	7	3.5
최종학력	고졸이하	13	6.4
	대재	20	9.9
	대졸	130	64.4
	대학원(재학)이상	39	19.3
직업	사무직	67	33.2
	서비스/영업직	37	18.3
	연구/개발/생산직	17	8.4
	학생	24	11.9
	무직	14	6.9
	기타	43	21.3
참여경험	유	202	100
	무	0	0
참여기간	3개월 미만	48	23.8
	3개월~6개월 미만	30	14.9
	6개월~1년 미만	37	18.3
	1년~2년 미만	44	21.8
	2년 이상	43	21.3
참여빈도	일주일에 1번 이하	30	14.9
	일주일에 2번 이하	117	57.9
	일주일에 3번 이하	40	19.8
	일주일에 4번 이상	15	7.4

## 2. 조사도구

본 연구를 진행하기 위해 설문지를 작성하였으며 제작된 설문지의 문항은 스포츠 경영 및 마케팅 전공 교수 1인과 박사과정 연구원 2인에게 설문지 문항의 구성과 내용의 적합성이 제대로 이루어졌는지에 대한 전반적인 검토를 실시하여 내용타당도(Content validity)를 검증받았다. 각 요인은 리커트(Likert) 5점 척도로 1점에서 5점까지 5단계로 구성하였으며, 관계혜택은 Gwinner, Gremler & Bitner(1998), 김민경, 박창규(2012), 김주연, 김용만(2014) 등의 선행연구들을 바탕으로 본 연구의 목적과 대상에 부합하도록 설문 문항들을 재구성하여 사용하였다. 관계혜택은 고객화 혜택 3문항, 심리적 혜택 3문항, 사회적 혜택 2문항, 경제적 혜택 4문항으로 총 12문항으로 구성되었다. 자기결정성은 Deci(1980), Ryan & Connell(1989), Levesque, Zuehlke, Stanek & Ryan(2004), 정동근, 원유병, 김은경(2011)의 연구에서 사용된 문항들을 본 연구에 맞게 수정 및 보완하여 사용하였다. 자기결정성은 자율성 4문항, 유능성 2문항, 관계성 4문항으로 총 10문항으로 구성되었다. 관계몰입의 설문지는 Morgan & Hunt(1994), Oh, Kang & Kim(2004), 김범, 정정희(2018)의 선행연구에서 본 연구의 목적과 대상에 부합하도록 재구성하여 총 5문항으로 구성되었으며, 만족은 Henning-Thurau, Gwinner & Gremler(2002), 김현정(2012), 김주연, 김용만(2014)의 연구에서 사용된 설문지를 본 연구의 목적과 대상에 부합하도록 재구성하여 문항의 구성은 총 4문항으로 구성되었다. 관계지속

표 2. 설문지 문항구성

구분	척도	문항
관계혜택	고객화	12문항
	심리적	
	사회적	
자기결정성	경제적	10문항
	자율성	
	유능성	
	관계성	
	관계몰입	5문항
	만족	4문항
	관계지속의도	4문항
	인구통계학적 특성	7문항
	총 문항 수	총 42문항

의도는 김현지, 권재일(2011), 홍병숙, 이은진, 박성희, 유승희(2010), 김범, 정정희(2018)의 선행 연구에서 사용된 설문지를 본 연구의 목적과 대상에 부합하도록 재구성하여 문항의 구성은 총 4문항으로 구성되었다. 마지막으로 인구통계학적 특성은 7문항으로 총 42문항으로 설문지가 작성되었으며, 설문지 문항구성은 다음 <표 2>와 같다.

### 3. 설문지의 타당도 및 신뢰도

본 연구에서 사용된 측정도구의 정확한 구성 타당도와 적합도를 알아보기 위하여 확인적 요인 분석(Confirmatory Factor Analysis)을 실시하였다. 본 연구의 경우 측정도구의 타당성을 검사하는 절차에서 탐색적 요인분석(Exploratory Factor Analysis)을 생략하여 진행하였는데 이는 탐색적 요인 분석으로 확인한 요인 구조를 다시 확인적 요인 분석으로 분석할 경우 다소 적합도가 적절하지 않게 나타날 수 있기 때문이다(Kline, 2005). 또한 본 연구에서 사용된 척도들은 선행연구에서 탐색적 요인 분석을 통해 구성 타당도에

대한 검증이 이미 수차례 실행되었다고 판단하였기 때문이다. 연구의 측정도구에 대한 확인적 요인 분석을 위해 적합도 지수들 중 Bentler & Bonett(1980), Bentler(1990)이 제시한 표준부합지수를 나타내는 TLI(Tucker-Lewis Index)와 비교부합지수를 나타내는 CFI(Comparative Fit Index), 그리고 근사원소 평균자승오차를 나타내는 RMSEA(Root Mean Square Error of Approximation)를 사용하였다. TLI와 CFI의 경우 .90 이상, RMSEA의 경우 .08 이하일 때를 유의한 모형으로 구분 할 수 있기 때문에 적합도 지수 기준으로 제시하였다(홍세희, 2000). 또한 개념신뢰도(Construct Reliability : CR)와 분산추출지수(Average Variance Extracted : AVE)의 값을 산출한 후 집중 타당도를 검증하였으며, CR과 AVE 값은 선행연구를 근거로 각각 .7과 .5를 기준으로 설정하였다(Hair, Black, Babin & Anderson, 2006). SMC(Squared Multiple Correlation) 값 .4 이하를 기준으로 모형수정을 실시하였으며, 모형 수정 결과 관계혜택의 하위요인인 경제적 혜택에서 문항5, 자기결정성의 하위요인인 유능성에서 문항2, 문항3이 삭제되었다. 본 연구에서 신뢰도 분석은 Cronbach's  $\alpha$  계수를 이용하여 실시하였다. Van de Ven & Ferry(1980)는 신뢰도 분석 결과 신뢰도의 값이 .6 이상이면 연구를 위한 측정도구로서 신뢰성에 문제가 없는 것으로 판단한다고 제시하였다. 이에 본 연구에서 사용되어진 측정도구들의 신뢰도 분석결과 <표 3>과 같이 모든 문항들이 모두 .6 이상으로 측정도구로서 문제가 없는 것으로 나타났다.

표 3. 각 요인별 확인적 요인분석과 신뢰도 분석 결과

요인	항목	추정치	표준오차	CR	AVE	$\alpha$
고객	1. 무용학원은 나의 욕구에 부합하는 다양한 강의와 서비스를 제공해준다.	.796	.193	.902	.754	.827
	2. 무용학원은 나의 욕구에 대해 구체적이고 빠른 응답을 해준다.	.844	.176			
	3. 무용학원은 나의 기호를 반영한 다양한 정보를 제공한다.	.782	.267			
심리	1. 나는 무용학원의 강사들을 신뢰할 수 있다.	.848	.100	.944	.850	.864
	2. 나는 무용학원을 이용할 때 믿음이 간다.	.891	.077			
	3. 나는 무용학원에서의 수강이 편안하다.	.746	.186			
사회	1. 무용학원에서는 나를 알아보고 친근하게 대해준다.	.840	.142	.788	.653	.666
	2. 무용학원에서는 나의 이름이나 직함을 불러준다.	.671	.470			
경제	1. 나는 다른 무용학원을 이용하는 것보다 더 편리하다.	.628	.372	.863	.615	.757
	2. 무용학원은 나에게 정기적으로 안정적인 강의를 제공한다.	.792	.149			
	3. 나는 무용학원에서 제공하는 정보나 조언으로 많은 도움을 얻는다.	.729	.269			
	4. 무용학원은 나에게 강의를 저렴하게 제공해준다.	.626	.424			
자율	1. 나는 내가 내린 수강 결정을 신뢰한다.	.643	.216	.882	.655	.774
	2. 나는 내 문제를 스스로 해결한다.	.782	.227			
	3. 나는 내 삶을 스스로 주관한다.	.814	.175			
	4. 나는 스스로 통제를 잘한다.	.589	.449			
유능	1. 나는 발레 연습 및 발레 동작에 흥미를 느낀다.	.664	.195	.719	.565	.603
	2. 나는 무용학원에서의 수강 규칙 및 규정을 준수한다.	.523	.354			
관계	1. 나는 수강생들과 오랫동안 친구로 지낸다.	.608	.650	.851	.591	.802
	2. 나는 수강생들과 함께 발레 동작을 따라하면 즐겁고 행복하다.	.676	.287			
	3. 나는 수강생들과 같은 생각과 감정을 가지려고 노력하는 편이다.	.780	.294			
	4. 나는 동료와 같이 있으면 편안하다.	.817	.220			
관계 몰입	1. 나는 무용학원과의 관계에 전념하고 있다.	.598	.470	.912	.679	.863
	2. 무용학원과 나의 관계는 매우 중요하다.	.813	.223			
	3. 나는 무용학원과의 관계를 오랫동안 유지하고 싶다.	.850	.143			
	4. 나는 무용학원을 나의 친구로 생각한다.	.764	.306			
	5. 나는 무용학원에 많은 관심을 가지고 있다.	.780	.241			
만족	무용학원 이용은 현명한 선택이었다.	.837	.117	.944	.809	.894
	2. 나는 무용학원에 늘 만족스럽다.	.765	.250			
	3. 나는 무용학원에 전반적으로 만족한다.	.777	.180			
	4. 나는 무용학원을 이용하는 것을 잘한 일이라고 생각한다.	.872	.078			
지속 의도	나는 무용학원과 계속 우호적인 관계를 가질 것이다.	.912	.068	.956	.849	.891
	2. 나는 무용학원과 지속적인 관계를 가질 것이다.	.928	.054			
	3. 나는 무용학원을 쉽게 바꾸지는 않을 것이다.	.727	.189			
	4. 나는 무용학원에서 지속적으로 발레를 할 의사가 있다.	.701	.169			

#### 4. 자료처리

본 연구의 목적을 달성하기 위하여 회수된 설문지들을 SPSS 20.0과 AMOS 20.0을 이용하여 다음과 같이 분석하였다. 성인 취미 발레 수강생의 인구통계

학적 특성을 분석하기 위해 빈도분석(Frequency Analysis)을 실시하였다. 다음으로 Cronbach's  $\alpha$  계수를 이용하여 신뢰도 분석을 진행하였으며, 연구에서 사용되어진 설문지의 구성 타당도를 검증하기 위해 확



인적 요인 분석을 실시하였다. 또한 각 요인들의 상관성과 다중공선성을 확인하기 위해 상관관계 분석을 실시하였고, 구조방정식 모형(Structural Equation Modeling :SEM)을 이용한 경로분석(Path Analysis)을 실시하였다. 타당도를 검증하기 위해 확인적 요인 분석을 실시하였다.

### Ⅲ. 연구결과

#### 1. 상관분석

본 연구의 목적을 달성하기 위해 요인분석을 거치고 각 측정 변인들 간의 관계를 알아보기 위해 상관관계분석을 시행하였다. 분석결과는 <표 4>와 같이 각 변인 간의 상관관계가 통계적으로 유의하게 나타났으며, 상관계수는 .80보다 낮은 수치로

나타났기에 다중공선성(Multi-collinearity)에 문제가 없는 것으로 나타났다.

#### 2. 연구모형 분석 및 가설검증

본 연구에서는 구조모형의 모수 추정 방법으로서 최대 우도법(Maximum Likelihood: ML)을 활용하였으며, 모형적합도 검정결과  $\chi^2=929.761$ ,  $df=512$ , TLI=.905, CFI=.918, RMSEA=.058로 <표 5>와 같이 나타나 연구모형의 적합성을 확인하였다. 또한 연구모형에서 제시한 인과관계를 검증한 결과 <표 6>과 같은 결과가 도출되었다.

##### 1) 관계혜택이 관계몰입에 미치는 영향

무용학원과 수강생사이의 관계혜택 중 하위요인인 고객화 혜택이 수강생의 관계몰입에 미치는 영향에 관한 가설 1-1 분석결과, 경로계수가 .743, t

표 4. 변인 간 상관관계 분석

구분	관계혜택			자기결정성			관계몰입	만족	지속의도	
	고객	심리	사회	경제	자율	유능				관계
고객	1									
심리	.717**	1								
사회	.528**	.553**	1							
경제	.713**	.719**	.582**	1						
자율	.443**	.383**	.254**	.449**	1					
유능	.438**	.437**	.346**	.395**	.444**	1				
관계	.330**	.300**	.343**	.303**	.268**	.440**	1			
관계몰입	.478**	.483**	.373**	.471**	.373**	.385**	.463**	1		
만족	.626**	.648**	.391**	.605**	.411**	.361**	.294**	.507**	1	
지속의도	.549**	.590**	.457**	.529**	.428**	.462**	.351**	.627**	.571**	1

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

표 5. 연구모형의 적합도

적합도지수	$\chi^2$	df	TLI	CFI	RMSEA
적합지수	929.761	512	.905	.918	.058

표 6. 변인 간 경로분석 결과

가설	경로	경로 계수	S.E.	t	채택 여부
H1	고객화 → 관계몰입	.743	.250	2.966	채택
H2	심리적 → 관계몰입	.129	.130	.989	기각
H3	사회적 → 관계몰입	.339	.168	2.014	채택
H4	경제적 → 관계몰입	-.606	.323	-1.876	기각
H5	자율성 → 관계몰입	.131	.049	2.679	채택
H6	유능성 → 관계몰입	-.067	.218	-.306	기각
H7	관계성 → 관계몰입	.180	.093	1.941	기각
H8	관계몰입 → 만족	.791	.120	6.584	채택
H9	만족 → 지속의도	.728	.075	9.675	채택

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

값이 2.966으로 나타나 통계적 유의성이 검증되어 가설이 채택되었다(\* $p < .05$ ). 무용학원과 수강생사이의 관계혜택 중 하위요인인 심리적 혜택이 수강생의 관계몰입에 미치는 영향에 관한 가설 1-2 분석결과, 경로계수가 .129,  $t$ 값이 .989로 나타나 통계적 유의성이 검증되지 않은 것으로 나타나 가설이 기각되었다. 무용학원과 수강생사이의 관계혜택 중 하위요인인 사회적 혜택이 수강생의 관계몰입에 미치는 영향에 관한 가설 1-3 분석결과, 경로계수가 .339,  $t$ 값이 2.014로 나타나 통계적 유의성이 검증되어 가설이 채택되었다(\* $p < .05$ ). 무용학원과 수강생사이의 관계혜택 중 하위요인인 경제적 혜택이 수강생의 관계몰입에 미치는 영향에 관한 가설 1-4 분석결과, 경로계수가 -.606,  $t$ 값이 -1.876으로 나타나 통계적 유의성이 검증되지 않은 것으로 나타나 가설이 기각되었다.

## 2) 자기결정성이 관계몰입에 미치는 영향

수강생의 자기결정성의 자율성이 수강생의 관계몰입에 미치는 영향에 관한 가설 2-1 분석결과, 경로

계수가 .131,  $t$ 값이 2.679로 나타나 통계적 유의성이 검증되어 가설이 채택되었다(\* $p < .05$ ). 수강생의 자기결정성의 유능성이 수강생의 관계몰입에 미치는 영향에 관한 가설 2-2 분석결과, 경로계수가 -.067,  $t$ 값이 -.306으로 나타나 통계적 유의성이 검증되지 않은 것으로 나타나 가설이 기각되었다. 수강생의 자기결정성의 관계성이 수강생의 관계몰입에 미치는 영향에 관한 가설 2-3 분석결과, 경로계수가 .180,  $t$ 값이 1.941으로 나타나 통계적 유의성이 검증되지 않은 것으로 나타나 가설이 기각되었다.

## 3) 관계몰입이 만족에 미치는 영향

수강생의 관계몰입이 만족에 미치는 영향에 관한 가설 3 분석결과, 경로계수가 .791,  $t$ 값이 6.584로 나타나 통계적 유의성이 검증되어 가설이 채택되었다(\*\*\* $p < .001$ ).

## 4) 만족이 관계지속의도에 미치는 영향

수강생의 만족이 관계지속의도에 미치는 영향에 관한 가설 4 분석결과, 경로계수가 .728,  $t$ 값이 9.675로 나타나 통계적 유의성이 검증되어 가설이 채택되었다(\*\*\* $p < .001$ ).

# IV. 논의

## 1. 무용학원과 수강생사이의 관계혜택 중 고객화 혜택과 관계몰입

가설 검증 결과 첫째, 무용학원과 수강생사이의 관계혜택 중 고객화 혜택이 관계몰입에 정(+)<sup>의 영</sup>

향을 미치는 것으로 나타나 가설 1-1은 채택되었다. 이와 같은 결과로는 서현석, 주형준(2012)의 연구에서 오픈마켓에서의 관계혜택을 세가지 차원인 고객화, 사회적, 경제적 혜택으로 나누었으며, 몰입에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 더불어 김광지, 박기용(2010)의 연구에서는 외식산업의 관계혜택 중 고객화 혜택이 몰입에 유의한 영향을 미친다는 연구결과가 본 연구의 결과와 일치하였으며, 패밀리 레스토랑의 소비자가 지각하는 관계혜택과 관계의 질에 관한 연구(김현정, 2012)에서도 고객화 혜택이 몰입에 가장 큰 영향을 미치는 요인이라는 연구결과가 본 연구의 결과를 지지해주고 있다.

관계혜택의 하위요인인 고객화 혜택은 다른 고객과 차별화 되어 특별한 대우를 받는 혜택으로서(서현석, 주형준, 2012) 고객의 지속적인 이용에 대한 보상을 하기 위해 고객의 기호나 선호를 파악하여 더 나은 서비스와 대우를 제공하는 것이다(김주연, 김용만, 2014). 이러한 고객화 혜택은 성인 취미 발레 수강생이 무용학원과 관계몰입을 형성하는데 있어 긍정적인 영향을 미치는 것으로 판단된다. 즉, 수강생이 무용학원으로부터 특별한 서비스 및 세심한 배려를 받게 될수록 무용학원과 관계몰입이 높아진다고 볼 수 있다. 따라서 무용학원의 경영자는 성인 취미 발레 수강생에게 주어지는 고객화 혜택의 중요성을 인지하고, 각 개별 수강생에게 맞는 특별한 서비스를 제공해주어야 하며 각 수강생들의 경력, 수준, 목표 등을 고려하여 체계적인 무용 프로그램을 제공하고 수강생들을 위한 세심한 배려와 대우가 필요할 것이다.

## 2. 무용학원과 수강생사이의 관계혜택 중 심리적 혜택과 관계몰입

둘째, 무용학원과 수강생사이의 관계혜택 중 심리적 혜택이 수강생의 관계몰입에 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타나 가설 1-2는 기각되었다. 이와 같은 결과는 스키리조트의 심리적 혜택이 몰입에 긍정적인 영향을 미친다는 이관호, 김정락(2008)의 연구결과와 CRM활동을 통한 기업의 관계편익이 관계몰입에 긍정적인 영향을 미친다는 황선아, 황선진(2011)의 연구결과와는 상이한 결과를 보였다.

관계혜택의 하위요인인 심리적 혜택은 기업을 이용하면서 느끼는 심리적 편안함, 불안감 감소, 약속이행 등의 혜택으로서 이러한 감정반응에 따라 기업에 신뢰를 가지고 이용하는 것이다(김주연, 김용만, 2014). 이러한 심리적 혜택은 성인 취미 발레 수강생이 무용학원과 관계몰입을 하는데 있어 영향을 미치지 않는다고 볼 수 있다. 최근 무용학원은 극심한 경쟁환경에 노출되어있음에도 불구하고, 무용학원 경영자들의 마케팅 전략의 부재는 무용학원과 수강생 사이의 심리적 혜택을 구축하기에 다소 부족하였으며 이에 따라 관계몰입에 영향을 미치지 않는 것으로 판단된다(서차영, 가경환, 박연정, 2009). 따라서 무용학원은 수강생의 요구사항과 불만 등 수강생들을 위한 정보는 데이터베이스를 통해 축적하고 체계적으로 관리되어야 하며(서영, 2008), 정보의 공유체계를 통해 수강생들이 원하는 서비스를 정확히 파악한 체계적인 수강생 관리가 필요하다. 이러한 정보의 공유체계가 다양하게 활용됨으로써 수강생들과의 원활한 커뮤니케

이선에 도움이 될 수 있으며, 수강생들은 무용학원에 대해 신뢰를 가질 수 있게 될 것이다.

### 3. 무용학원과 수강생사이의 관계혜택 중 사회적 혜택과 관계몰입

셋째, 무용학원과 수강생사이의 관계혜택 중 사회적 혜택이 수강생의 관계몰입에 정(+ )의 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 1-3은 채택되었다. 이와 같은 결과로는 김광지, 박기용(2010)의 연구에서 외식산업의 관계혜택 하위요인 중 사회적 혜택이 몰입에 통계적으로 유의하다는 연구결과를 나타냈으며, 장원용, 임범규, 남상백(2016)의 연구에서도 스포츠 센터의 확산적 혜택, 특별대우 혜택, 사회적 혜택으로 구성된 관계혜택이 관계몰입에 긍정적인 영향을 미친다는 연구결과가 본 연구의 결과와 일치하였다. 더불어 피트니스 센터의 관계혜택에 의한 고객몰입이 충성도 및 재이용의도에 미치는 영향에 관한 연구(조원득, 2015)에서도 관계혜택을 구성하고 있는 확산적 혜택, 사회적 혜택, 특별대우 혜택 모두 몰입에 유의한 영향을 미쳤다는 연구결과가 본 연구의 결과를 지지해주고 있다.

관계혜택의 하위요인인 사회적 혜택은 서비스 제공자 또는 기업과의 관계에서 인식하는 친밀감, 우정 등과 같은 긍정적인 감정인 사회적 관계를 의미하는 혜택이다(장원용, 임범규, 남상백, 2016). 이러한 사회적 혜택은 성인 취미 발레 수강생이 무용학원과의 관계몰입을 형성하는 데에 있어 긍정적인 영향을 미치는 것으로 판단된다. 즉, 무용학원과 수강생사이의 관계에서 긍정적인 감정이 높아질수록

무용학원과의 관계몰입이 높아진다고 볼 수 있다. 따라서 무용학원은 사회적 혜택이 무용학원과 수강생들 사이의 관계몰입에 중요한 요인임을 인지하고 수강생들과 사회적 유대관계를 강화하여, 긍정적인 관계를 유지해야한다. 또한 무용지도자의 비언어적 커뮤니케이션 능력이 몰입에 긍정적인 영향을 준다는 연구(김지영, 주형철, 윤인에, 2013)에 따라 비언어적 커뮤니케이션은 무용지도자와 수강생간의 유대감 형성의 역할을 하여 몰입에 유의한 영향을 미치므로(주형철, 조원호, 김원경, 김수현, 2014) 긍정적인 사회적 관계형성은 몰입에 중요한 요소임을 알 수 있다. 따라서 무용학원은 단순한 무용 프로그램의 제공 뿐만 아니라 수강생들과 함께하는 다양한 이벤트를 통해 수강생들과 사회적 유대감을 형성하는 것에 노력해야하며, 관계마케팅의 효과를 극대화 할 수 있도록 노력해야한다.

### 4. 무용학원과 수강생사이의 관계혜택 중 경제적 혜택과 관계몰입

넷째, 무용학원과 수강생사이의 관계혜택 중 경제적 혜택이 수강생의 관계몰입에 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타나 가설 1-4는 기각되었다. 이와 같은 결과는 오픈마켓에서 관계혜택이 몰입과 이탈의도 및 충성도에 미치는 영향에 관한 연구(서현석, 주형준, 2012)에서 경제적 혜택이 몰입에 유의한 영향을 미친다는 연구 결과와 외식산업의 관계혜택 중 경제적 혜택이 몰입에 긍정적인 영향을 미친다는 김광지, 박기용(2010)의 연구결과와는 상이한 결과를 보였다.

관계혜택의 하위요인인 경제적 혜택은 고객이 서

비스 제공자와의 관계로부터 경제적 이득을 획득하려는 것을 말한다(김태운, 추호근, 김진국, 2015). 이러한 경제적 혜택은 성인 취미 발레 수강생이 무용학원과 관계몰입을 하는 데에 있어 영향을 미치지 않는다고 볼 수 있다. 이와 같은 결과로는 김태운, 추호근, 김진국(2015)의 레저 승마 참여자의 관계혜택과 참여만족간의 관계에 관련된 연구에서 경제적 혜택이 만족에 긍정적인 영향을 미치지 않는 것으로 나타나 본 연구를 지지해주고 있다. 승마의 경우 우리나라에서 고가의 여가 형태로 인식되고 있으므로 승마장을 이용하는 고객들은 상징적 고관여 집단에 속하여 승마 참여자에게 경제적 혜택은 영향력이 없기 때문이라고 언급되었다. 이와 같은 맥락으로 발레의 경우 대중들에게 오랜시간 동안 전통적인 고급예술로 인식되어 왔기 때문에(신성영, 윤태진, 2016) 성인 발레 수강생들이 받는 경제적 혜택이 관계몰입을 형성하는 데에 있어 큰 영향력이 없다고 판단된다. 이러한 결과를 바탕으로 무용학원의 경영자는 수강생들에게 직접적으로 주어지는 경제적 혜택을 강화하기 보다는 수강생들의 편의를 위한 무용학원 시설 투자나 수강생 관리 및 서비스 제공에 집중하는 것이 더욱 효율적인 방안이 될 것이라고 생각된다.

### 5. 수강생의 자기결정성의 자율성과 관계몰입

다섯째, 수강생의 자기결정성 중 자율성이 수강생의 관계몰입에 정(+ )의 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 2-1은 채택되었다. 이와 같은 결과로는 김범, 정정희(2018)의 연구에서 휘트니스센터 고객의 자기결정성 중 자율성이 관계몰입에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 더불어 최수형, 한상

필(2012)의 연구에서도 자기결정성의 하위요인인 자율성이 커뮤니티 몰입에 유의한 영향을 미친다는 연구결과가 본 연구의 결과를 지지해주고 있다.

자기결정성의 하위요인인 자율성은 자신의 행위에서 선택의 기회를 제공받는 자기주도적인 감정을 말한다(Baumeister & Leary, 1995). 이러한 자율성은 성인 취미 발레 수강생이 무용학원과의 관계몰입을 형성하는 데에 있어 긍정적인 영향을 미치는 것으로 볼 수 있다. 즉, 이러한 결과는 성인 취미 발레 수강생이 무용학원 선택 시 본인의 의지와 선택에 의해 자율적으로 결정할수록 무용학원과의 관계몰입이 높아진다고 볼 수 있다. 무용학원에서 성인 취미 발레를 수강하는 수강생들은 개인의 목표 또는 계획에 의해서 강압적이지 않고 자발적으로 수강하는 경우가 많기 때문에 성인 취미 발레 수강생의 자율성이 관계몰입에 긍정적인 영향을 미친 것으로 판단된다. 따라서 무용학원 경영자들은 치열한 경쟁속에서 수강생들의 선택을 받을 수 있도록 전문적이고 효율적인 마케팅 전략을 모색하고 적용해야 하며, 개별 수강생의 성향과 특성을 파악한 맞춤형 프로그램을 다양하게 제공하는 것은 수강생과의 지속적인 관계유지를 위한 필수적인 전략이 될 것이다.

### 6. 수강생의 자기결정성의 유능성과 관계몰입

여섯째, 수강생의 자기결정성 중 유능성이 관계몰입에 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타나 가설 2-2는 기각되었다. 이와 같은 결과로는 김범, 정정희(2018)의 연구에서 휘트니스센터 고객의 자기결정성 중 유능성이 관계몰입에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났으며, 서문식

(2014)의 의료서비스 고객의 관계지속에 영향을 미치는 요인에 대한 연구에서는 유능성이 관계몰입에 긍정적인 영향을 미치지 않는다는 연구결과가 본 연구의 결과와 일치 하였다. 또한 온라인 브랜드 커뮤니티 특성과 자기결정성이 브랜드 자산에 미치는 영향에 관한 연구(최수형, 한상필, 2012)에서는 온라인 커뮤니티 이용자들의 유능성은 커뮤니티 몰입에 긍정적인 영향을 미치지 않는다는 연구결과가 본 연구의 결과를 지지해주고 있다.

자기결정성의 하위요인인 유능성은 자신의 능력으로 자신이 추구하는 목표나 결과를 달성할 수 있다는 감정을 말한다(Baumeister & Leary, 1995). 이러한 유능성은 성인 취미 발레 수강생이 무용학원과의 관계몰입을 하는 데에 있어 영향을 미치지 않는다고 볼 수 있다. 발레 전공자들이 발레에 적합한 신체조건과 유연성 및 근력을 발달시키기 위해 어린 나이부터 체계적인 훈련을 하는 것처럼 발레라는 예술의 특성상 만족스러운 발레 동작을 위해서는 신체의 가동범위가 넓어야 하기 때문에 어느 정도 신체 조건과 유연성, 근력이 필요하다. 따라서 신체적 발달이 완성되어 신체능력의 빠른 변화가 다소 어려운 성인 취미 발레 수강생이 자신의 능력과 재능에 대한 확신이나 자신감만으로는 자신이 추구하는 목표나 결과에 달성하기 어렵다고 인지하여 관계몰입에 영향을 미치지 않는 것으로 판단된다. 관계몰입은 서비스 제공자와 고객간의 장기적인 관계를 지속하는 핵심변수로(Morgan & Hunt, 1994) 서로 애호도를 가지고 상호교환관계가 성립할 때 지속적인 관계를 유지하고자 한다(Garbarino & Johnson, 1999). 유능성을 충족시키기 위해서는

사회적 환경과 지속적으로 효과적인 상호작용을 할 수 있는 기회가 제공되어야 한다. 따라서 성인 취미 발레 수강생 개인이 자신감을 가질 수 있도록 개별 목표를 제시하고 공유와 공감을 통해 상호작용이 이루어질 수 있는 커뮤니티 전략이 필요하다.

## 7. 수강생의 자기결정성의 관계성과 관계몰입

일곱째, 수강생의 자기결정성 중 관계성이 수강생의 관계몰입에 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타나 가설 2-3은 기각되었다. 의료서비스 고객의 관계지속에 영향을 미치는 요인에 대한 연구(서문식, 2014)에서 자기결정성의 관계성이 관계몰입에 유의한 영향을 미친다는 연구결과와 최수형, 한상필(2012) 연구에서 관계성은 커뮤니티 몰입에 긍정적인 영향을 미친다는 연구결과와는 상이한 결과를 보였다.

관계성은 사회적인 상황 속에서 다른 사람들과 관계를 추구하고 발전시키고자 하는 성향을 말한다(Levesque et al. 2004). 이러한 자기결정성의 하위요인인 관계성은 성인 취미 발레 수강생이 무용학원과의 관계몰입을 형성하는 데에 있어 영향을 미치지 않는다고 볼 수 있다. 본 연구의 결과와 같은 맥락으로 권두순, 김진화(2011)의 연구에서는 온라인 커뮤니티에서 자기결정성 중 관계성은 몰입에 유의한 영향을 미치지 않는다고 제시하였고, 박현정, 왕조현(2018)의 연구에서는 GX프로그램이용자의 자기결정성 중 관계성은 몰입에 영향을 미치지 않는 것으로 나타나 본 연구의 결과를 지지해 주고 있다. 이와 같은 결과를 비추어 볼 때, 자기결정성의 관계성은 무용학원과의 관계몰입을 하는 것에 큰 영향을 미치지 않지만 무용학원과 수강생간의 긍정적인

관계와 수강생과 수강생간의 긍정적인 관계를 구축하고 발전시킨다면 무용학원과의 관계를 유지하려는 욕구가 높아질 것이다. 따라서 무용학원 경영자는 무용학원과 수강생간의 관계구축을 위한 무용학원에 대한 신뢰 향상 및 커뮤니케이션 강화를 위한 노력이 필요하며, 친목도모를 위한 정기모임 또는 무용 공연 관람활동 등 다양한 이벤트가 필요할 것이다.

### 8. 수강생의 관계몰입과 만족

여덟째, 수강생의 관계몰입이 만족에 정(+ )의 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 3은 채택되었다. 이와 같은 결과로는 조정환, 조광민, 임범규(2012)의 연구에서 피트니스 센터와의 관계몰입은 고객만족에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 조원득(2014)의 연구에서도 스포츠 센터와의 관계몰입은 고객만족에 긍정적인 영향을 미친다는 연구결과가 본 연구의 결과와 일치하였다. 또한 관계 마케팅 활동요인, 관계몰입, 고객 만족에 관한 연구(김지혜, 최우석, 2013)에서도 관계몰입이 고객 만족에 긍정적인 영향을 미친다는 연구결과가 본 연구의 결과를 지지해 주고 있다.

관계몰입은 관계유지의 열망, 애착심, 지속성 등의 혼합 형태로 정의 할 수 있다(Meyer & Allen, 1997). 이러한 관계몰입은 성인 취미 발레 수강생의 만족에 영향을 미치는 것으로 볼 수 있다. 즉 무용학원과의 관계에서 심리적으로 빠져드는 몰입의 강도가 강할수록 무용학원에 대해 수강생이 느끼는 만족도는 높아진다는 것을 의미한다. 따라서 무용학원은 각 개인별 수강생의 능력과 경력 그리고 수강 목적 등을 고려하여 체계적이고 전문적인 무용 프로그램을 운영해

야한다. 더불어 무용학원은 개별 수강생의 수준에 적합한 무용프로그램을 제공해야 하며, 수강생들에게 타 무용학원과 차별화 되는 혜택과 서비스 제공을 통해 수강생의 만족을 향상 시킬 수 있는 방법을 모색해야 할 것이다. 또한 성인 취미 발레 수강생들의 정기 발표회, 공연 등 무대경험을 통해 성취감을 느낄 수 있는 이벤트를 진행한다면 무용학원에 대한 몰입도가 증가하여 수강생의 만족도를 향상 시킬 수 있을 것이다.

### 9. 수강생의 만족과 관계지속의도

아홉째, 수강생의 만족이 관계지속의도에 정(+ )의 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 4는 채택되었다. 이와 같은 결과로는 오정수(2017)의 연구에서 스포츠센터의 고객만족이 관계유지의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 김홍석(2010)의 연구에서도 골프연습장 내장객의 고객만족은 지속의도에 유의한 영향을 미친다는 연구결과가 본 연구의 결과와 일치하였다. 더불어 미용의료시장에서 관계혜택이 고객만족과 관계지속의도에 미치는 영향에 관한 연구(허은주, 김세범, 2014)에서 고객만족은 관계지속의도에 긍정적인 영향을 미친다는 연구결과와 김민지, 박인자(2018)의 연구에서 교양 무용 참여 여대생의 무용만족이 지속의도에 유의한 영향을 미친다는 연구결과가 본 연구의 결과를 지지해주고 있다.

이처럼 고객의 만족도가 높아질수록 성인 취미 발레 수강생이 지속적으로 무용학원을 이용하고자 하는 의도를 높여준다고 할 수 있으며, 성인 취미 발레를 통해 건강하고 아름다운 신체를 만들고 사회적인 유대관계를 형성함으로써 만족도에 긍정적인 원인으로 작용하여 수강생이 무용학원과의 관계를 지속적으로

유지하려는 의도에 긍정적인 영향을 미쳤다고 볼 수 있다. 따라서 무용학원은 무용을 통한 신체능력 향상과 다이어트 뿐만 아니라 최근 트렌드를 적용하여 다양한 문화복합공간으로서 발전해야 할 필요가 있다. 또한 무용학원은 수강생이 신뢰할 수 있는 서비스의 제공을 위한 전문성 있는 지도 역량을 갖추고 유대관계 강화 및 세분화 된 무용 프로그램의 개발을 통해 수강생의 만족과 관계지속의도를 높일 수 있는 전략적인 방안을 모색하고 적용하는 것이 필요할 것이다.

## V. 결론

본 연구는 무용학원 관점에서의 관계혜택과 수강생 관점에서의 자기결정성이 수강생의 관계몰입, 만족 및 관계지속의도에 미치는 영향을 분석하고 실증적으로 검증하여 무용학원의 마케팅 전략 수립과 경영에 도움이 되고자 하며 수강생과의 관계유지 및 발전에 유용한 정보를 제공하는데 그 목적이 있다. 이상의 연구목적에 통하여 도출된 결과는 다음과 같다.

첫째, 무용학원과 수강생사이의 관계혜택 중 고객화 혜택이 관계몰입에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 무용학원과 수강생사이의 관계혜택 중 심리적 혜택이 수강생의 관계몰입에 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 셋째, 무용학원과 수강생사이의 관계혜택 중 사회적

혜택이 수강생의 관계몰입에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 넷째, 무용학원과 수강생사이의 관계혜택 중 경제적 혜택이 수강생의 관계몰입에 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 다섯째, 수강생의 자기결정성 중 자율성이 수강생의 관계몰입에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 여섯째, 수강생의 자기결정성 중 유능성이 관계몰입에 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 일곱째, 수강생의 자기결정성 중 관계성이 수강생의 관계몰입에 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 여덟째, 수강생의 관계몰입이 만족에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 아홉째, 수강생의 만족이 관계지속의도에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

본 연구의 한계점과 후속 연구를 위한 제언은 다음과 같다. 첫째, 본 연구에서는 관계혜택이 부분적으로 다른 변수들에 영향을 미치는 것으로 보고하였으나, 다른 매개변인을 통해 영향을 미칠 수 있으므로 이에 따른 검증이 요구된다. 따라서 무용학원의 관계혜택과 종속변수들 사이에 다른 매개변인의 존재를 규명하는 연구가 수행될 수 있을 것이라고 사료된다. 둘째, 본 연구에서는 설문지를 통한 자료 수집 및 분석이 이루어졌다. 후속 연구에서는 양적 연구방법과 질적 연구방법을 함께 사용하면 더욱 의미 있고 심도 있는 결과 및 논의를 도출해 낼 수 있을 것이라고 사료된다.



## 참고문헌

- 강상목(2012). 의료관광 서비스품질과 관계지속의도의 관계에서 만족의 매개효과. *Tourism Research*, 37, 207-221.
- 강애양, 양성국, 류용걸(2013). 제주지역 골프연습장의 관계혜택, 고객만족, 관계지속의도 간인과관계에 관한 연구. *한국도서연구*, 25(3), 41-59.
- 권두순, 김진화(2011). 온라인 커뮤니티에서 자기결정성이 현실감과 몰입에 미치는 영향. *정보시스템연구*, 20(2), 177-206.
- 김고운(2015). **사설발레학원의 마케팅믹스요인이 회원만족도와 충성도 및 추천 의도에 미치는 영향**. 석사학위논문, 경희대학교 교육대학원.
- 김광지, 박기용(2010). 외식산업의 관계혜택이 몰입, 전환장벽, 고객만족의 매개적 역할을 통해 고객충성도에 미치는 영향. *호텔경영학연구*, 19(2), 93-113.
- 김민경, 박창규(2012). 호텔 레스토랑의 관계혜택이 관계결속과 고객충성도에 미치는 영향. *관광레저연구*, 24(4), 99-117.
- 김범, 정정희(2018). 휘트니스센터 고객의 자기결정성과 관계몰입, 고객지향성, 서비스품질 및 관계지속의도와와의 관계. *체육과학연구*, 29(1), 99-113.
- 김주연, 김용만(2014). 배드민턴용품점의 관계혜택과 고객만족, 관계몰입, 전환비용 및 관계지속의도의 구조적. *한국체육학회지*, 53(3), 341-355.
- 김지영, 주형철, 윤인에(2013). 무용교육자의 비언어적 커뮤니케이션 능력, 지도자 신뢰 및 무용몰입의 구조적 관계. *대한무용학회논문집*, 71(3), 1-24.
- 김지혜(2012). **관계마케팅활동이 관계몰입을 통해 고객만족에 미치는 영향에 관한 연구 : 의료미용서비스 산업을 중심으로**. 석사학위논문, 서경대학교 경영대학원.
- 김지혜, 최우석(2013). 관계 마케팅 활동요인, 관계몰입, 고객 만족에 관한 연구: 의료미용서비스를 중심으로. *산업경제연구*, 26(4), 1765-1786.
- 김태윤, 추호근, 김진국(2015). 레저 승마 참여자의 관계혜택과 참여만족간의 관계에서 지도자와 관계구축의도의 매개효과검증 연구. *한국체육학회지-인문사회과학*, 54(5), 461-473.
- 김현정(2012). 패밀리 레스토랑의 소비자가 지각하는 관계혜택과 관계의 질. *관광학연구*, 36(8), 139-159.
- 김현지, 권재일(2011). 항공사 이용고객의 서비스편의이 고객신뢰, 긍정적 감정, 관계지속의도에 미치는 영향. *관광레저연구*, 23(8), 285-304.
- 김홍석(2010). 골프연습장 내장객의 서비스품질과 고객만족 및 지속의도, 추천의사 간의 인과관계. *한국사회체육학회지*, 41(1), 403-417.
- 민양기, 이윤섭(2011). 여행업에서의 관계혜택이 고

- 객만족도와 고객충성도에 미치는 영향 연구. **동북아관광연구**, 7(3), 137-159.
- 박인수(2002). 고객관계마케팅의 전략에 관한 연구. **산업기술연구논문지**, 5(1), 221-242.
- 박지영, 이해준(2016). 신체 활동 형의 여가생활로써 성인 발레 참여자의 참여 요인과 스트레스 요인 및 중도 탈락 요인 탐색. **한국체육학회지**, 55(4), 463-474.
- 박현정, 왕조현(2018). 퍼스널 트레이닝과 그룹 운동의 몰입과 지속에 미치는 자기결정성과 상호작용성의 영향. **마케팅관리연구**, 23(4), 79-94.
- 서문식(2014). 의료서비스 고객의 관계지속에 영향을 미치는 요인에 대한 연구-고객관점의 자기결정성을 중심으로. **경영과 정보연구**, 33(3), 35-57.
- 서영(2008). 무용학원 수강생의 관계마케팅 행동요인과 관계의 질 및 성과간의 인과관계. **한국무용연구**, 26(1), 73-94.
- 서차영, 가경환, 박연정(2009). 무용학원 선택이유가 이용만족 및 재등록의사에 미치는 영향. **대한무용학회논문집**, 60, 153-172.
- 서현석, 주형준(2012). 오픈마켓에서 관계혜택이 몰입과 이탈의도 및 충성도에 미치는 영향에 관한 연구. **서비스경영학회지**, 13(5), 31-57.
- 신선영, 윤태진(2016). 여가로서의 발레, 예술로서의 발레: 취미발레 여성수강생들의 예술실천에 관한 연구. **미디어, 젠더 & 문화**, 31(1), 71-114.
- 오정수(2017). 스포츠센터 서비스 관계혜택이 고객만족과 관계유지의도에 미치는 영향. **한국웰니스학회지**, 12(2), 153-163.
- 이관호, 김정락(2008). 스키리조트에서 관계효익이 관계의 질 및 지속의사에 미치는 영향에 관한 연구. **한국사회체육학회지**, 33(1), 531-540.
- 이동준, 황지현(2016). 스포츠센터의 관계마케팅과 관계품질, 관계몰입 및 관계지속의도의 구조적 관계. **한국체육과학회지**, 25(2), 417-429.
- 이상일, 김선주, 김서희(2013). 무용학원 서비스품질이 고객만족과 재등록 의도에 미치는 영향. **대한무용학회논문집**, 71(4), 141-159.
- 이준원(2007). 야외활동 참가자의 여가경험과 여가만족, 생활만족 및 재참여의도의 관계. **한국여가레크리에이션학회지**, 31(1), 169-181.
- 이화석(2011). 무용학원 수강생의 지각된 서비스공정성과 참여지속의도의 관계에서 자기효능감, 몰입의 매개효과. **한국체육과학회지**, 20(5), 843-858.
- 임혜정(2011). **무용학원 실태조사를 통한 마케팅 전략 연구**. 석사학위논문, 숙명여자대학교 대학원.
- 장원용, 임범규, 남상백(2016). 스포츠 센터의 관계혜택과 관계몰입, 고객 충성도 및 재이용의도의 관계. **한국체육과학회지**, 25(1), 639-654.
- 전형상, 장순용(2002). 여가활동유형별 생활만족에 대한 조사연구. **한국여가레크리에이션학회지**, 22, 241-256.
- 정동근, 원유병, 김은경(2011). 생활무용을 수강하는 중년여성들의 자기결정성과 생활만족도의 관계. **한국체육과학회지**, 20(4), 369-384.
- 정명수, 박정교(2014). 무용학원의 물리적환경과 인적 서비스환경이 학원 이미지와 지속참여에 미치는 영향. **한국체육과학회지**, 23(2), 601-611.
- 정태성(2016). 태권도장 학부모가 지각한 관계혜택

- 이 고객만족 및 충성도에 미치는 영향. **한국체육과학회지**, 25(1), 785-795.
- 조원득(2015). 피트니스센터의 관계혜택에 의한 고객몰입이 충성도 및 재이용의도에 미치는 영향. **한국체육과학회지**, 24(1), 765-778.
- 조원득(2014). 스포츠센터의 관계마케팅에 따른 고객몰입이 고객만족 및 고객충성도에 미치는 영향. **한국체육과학회지**, 23(6), 753-764.
- 조정환, 조광민, 임범규(2012). 피트니스 센터의 관계혜택과 고객신뢰, 관계몰입, 고객만족 및 추천의도의 구조관계 분석. **한국체육과학회지**, 51(6), 253-267.
- 주형철, 조원호, 김원경, 김수현(2014). 에어로빅 지도자의 언어적, 비언어적 커뮤니케이션과 갈등, 유대감 및 운동지속의사의 구조적 관계. **코칭능력개발지**, 16(2), 25-36.
- 최수형, 한상필(2012). 온라인 브랜드 커뮤니티 특성과 자기결정성이 브랜드 자산에 미치는 영향에 관한 연구. **한국심리학회지: 소비자 광고**, 13(1), 41-62.
- 허은주, 김세범(2014). 미용의료시장에서 관계혜택이 고객만족과 관계지속의도에 미치는 영향-관계빈도 조절효과를 중심으로. **고객만족경영연구**, 16(4), 67-86.
- 황선아, 황선진(2011). 화장품기업의 CRM 활동이 고객의 관계편익, 관계몰입 및 브랜드전환 감소의도에 미치는 영향. *Family and Environment Research*, 49(7), 97-109.
- 홍병숙, 이은진, 박성희, 유승희(2010). 백화점의 로열티 프로그램이 소비자의 관계품질 및 관계지속의도에 미치는 영향. **한국의류학회 학술발표논문집**, 2010, 128-128.
- 홍세희(2000). 구조방정식 모형의 적합도 지수 선정기준과 그 근거. **한국심리학회지: 임상**, 19(1), 161-177.
- Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (1995). The need to belong: desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological bulletin*, 117(3), 497.
- Bentler, P. M. (1990). Comparative fit indexes in structural models. *Psychological bulletin*, 107(2), 238.
- Bentler, P. M., & Bonett, D. G. (1980). Significance tests and goodness of fit in the analysis of covariance structures. *Psychological bulletin*, 88(3), 588.
- Berry, L. L.(1995). Relationship marketing of services growing interest, emerging perspectives. *Journal of the Academy of marketing science*, 23(4), 236-245.
- Deci, E. L. (1980). *The psychology of self-determination*. Free Press.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (Eds.). (2004). *Handbook of self-determination research*. University Rochester Press.
- Garbarino, E., & Johnson, M. S. (1999). The different roles of satisfaction, trust, and commitment in customer relationships. *Journal of marketing*, 63(2), 70-87.
- Gwinner, K. P., Gremler, D. D., & Bitner,

- M. J. (1998). Relational benefits in services industries: the customer's perspective. *Journal of the academy of marketing science*, 26(2), 101-114.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate data analysis*. Uppersaddle River.
- Hakansson, h, & Snehota, I.(1995). *Developing relationships in business market*. London: Routledge.
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., & Gremler, D. D. (2002). Understanding relationship marketing outcomes: an integration of relational benefits and relationship quality. *Journal of service research*, 4(3), 230-247.
- Kline, R. B. (2005). *Methodology in the social sciences*.
- Levesque, C., Zuehlke, A. N., Stanek, L. R., & Ryan, R. M. (2004). Autonomy and competence in German and American university students: A comparative study based on self-determination theory. *Journal of Educational Psychology*, 96(1), 68.
- Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1997). *Commitment in the workplace: Theory, research, and application*. Sage.
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. *Journal of marketing*, 58(3), 20-38.
- Oh, S. J., Kang, B. H., & Kim, S. (2004). Alleviating and promoting factors on dissolution intention in low commitment buyer-seller relationships. *Journal of Distribution Research*, 9(3), 21-47.
- Pohl, S. L., Borrie, W. T., & Patterson, M. E.(2000). Women, wilderness, and everyday life: A documentation of the connection between wilderness recreation and women's everyday lives. *Journal of Leisure Research*, 32(4), 415-434.
- Ryan, R. M., & Connell, J. P. (1989). Perceived locus of causality and internalization: Examining reasons for acting in two domains. *Journal of personality and social psychology*, 57(5), 749.
- Van de Ven, A. H., & Ferry, D. L. (1980). *Measuring and assessing organizations*. John Wiley & Sons.

## An Effect of Adult Amateur Ballet Students' Relational Benefit and self-determination on Relational Commitment, Their Satisfaction, Relationship Continuity Intention

Yun-Ji Jeong(Yonsei University, Master) · Kwang-Min Cho(Yonsei University, PH.D) ·  
Hyun Byun(Yonsei University, PH.D)

### ABSTRACT

This study has a certain purpose to provide a helpful information by building a marketing strategy for dance academy and by keeping a close relationship with academy student according to an effect of both relational benefit between dance academy and student and their self-determination of adult amateur ballet student on a relational commitment and satisfaction and relationship continuity intention. In this study, a total of 202 papers were used as a final analysis, moreover, it conducts the convenience sampling method from non-probability sampling as a sampling method. Data were analyzed by the statistics package of SPSS 20.0 of Windows and Amos 20.0. Frequency analysis, reliability analysis, correlation analysis, confirmatory factor analysis and structural equation modeling were conducted. Through a research method and its process, here is a result of study as follows. First, there is a positive effect of customer loyal benefits from a sub-factor of relational benefits between the dance academy and their students on the student's relational commitment. Second, there is no certain effect of student's mental benefit from a sub-factor of relational benefits between the dance academy and their students on the student's relational commitment. Third, there is a positive effect of social benefits from a sub-factor of relational benefits between the dance academy and their students on the student's relational commitment. Fourth, there is no certain effect of financial benefits from a sub-factor of relational benefits between the dance academy and their students on the student's relational commitment. Fifth, there is a positive effect of autonomy from a sub-factor of student's self-determination on the student's relational commitment. Sixth, there is no certain effect of competence from a sub-factor of student's self-determination on the student's relational commitment. Seventh, there is no certain effect of relationship from a sub-factor of student's self-determination on the student's relational commitment. Eighth, there is a positive effect of student's relational commitment on their satisfaction. Ninth, at last, there is a positive effect of student's satisfaction on the student's relationship continuity intention.

Key words: Adult amateur ballet students, Relational Benefit, Relational commitment, Satisfaction, Relationship Continuity Intention, Dance Academy, self-determination

논문 접수일 : 2020. 1. 28

논문 승인일 : 2020. 3. 25

논문 게재일 : 2020. 3. 31