

태권도장의 관계유대, 긍정적 감정, 관계품질 및 관계지속성의 관계: 긍정적 감정의 매개효과

정종민(경희대학교 박사과정) · 조성균*(경희대학교 교수)

국문초록

본 연구는 태권도장에서 관계유대가 긍정적 감정, 관계품질 및 관계지속성에 미치는 영향을 구체적으로 분석하고자 한다. 이를 근거로 태권도장 현장에서의 직접적인 관계유대 전략의 틀을 세워 수련생 증가와 경영 활성화에 기여하고자 하는데 그 목적이 있다. 연구의 목적을 달성하기 위해 수도권 소재의 태권도장을 이용하고 있는 학부모를 대상으로 비확률표본추출법중 편의표본추출법을 이용하여 최종 289부의 설문지를 최종분석에 사용하였다. 회수된 설문지를 분석하기 위해 SPSS 25.0 Version을 사용하여 빈도분석, 탐색적 요인분석, 신뢰도 분석, 다중회귀분석, 단순회귀분석을 실시하였다. 이에 따라 본 연구는 다음과 같은 결론을 도출하였다. 첫째, 관계유대의 하위요인인 사회적 유대, 구조적 유대는 긍정적 감정에 유의한 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 관계유대의 하위요인인 사회적 유대, 구조적 유대는 관계품질의 하위요인인 만족, 신뢰, 몰입에 모두 유의한 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 셋째, 관계유대의 하위요인인 사회적 유대, 구조적 유대는 관계지속성에 모두 유의한 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 넷째, 긍정적 감정은 관계품질의 하위요인인 만족, 신뢰, 몰입에 모두 유의한 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 다섯째, 긍정적 감정은 관계지속성에 유의한 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 여섯째, 긍정적 감정은 관계유대가 관계품질의 관계에서 유의한 정(+)적인 매개효과를 미치는 것으로 나타났다.

주제어 : 태권도, 관계유대, 긍정적 감정, 관계품질, 관계지속성

* beomhong@khu.ac.kr

I. 서 론

1. 연구의 필요성

태권도장 양상의 변화에 따라 치열한 경쟁시장 환경 속에서 살아남아 성공하기 위해서는 태권도장의 고객이 요구하는 서비스를 적극적으로 찾아내는 합리적인 마케팅과 수련생 관리가 필요하다(김선수, 2015). 또한, 고객중심의 경영방식 중 고객관계관리는 시장의 형성과 함께 소비자와 공급자가 존재하는 시장경제 체제에서 중요한 요소로 자리 잡게 되었으며, 다양한 기업의 경영기법 중에 중요하게 인식 되어지고 있다(박민석, 2014).

일반적으로 태권도장의 결정은 어머니, 아버지 순으로 어머니의 결정이 큰 영향을 끼치는 것으로 나타났으며 이는 가정에서 많은 시간을 보내는 어머니가 자녀의 교육과 그 결정에 큰 영향을 끼치는 것으로 보이며, 또한 이웃들과 가까이 지내며 지역의 정보에 아버지보다는 상대적으로 밝은 것으로 생각된다(이승재, 1997). 즉, 태권도 수련은 학부모의 관심이 높고 수련 여부 및 태권도장 결정에는 학부모의 의지가 가장 크게 영향을 끼치므로 학부모의 인식이 상당히 중요하다. 이에 따라 효과적인 서비스 제공을 위해서는 태권도장을 방문했을 때 직접 대면하는 태권도장 지도자와 학부모의 관계가 학부모를 지속적으로 유지하는데 중요한 도움이 된다고 할 수 있다(서효민, 김태희, 장경로, 2015; 정승훈, 김성용, 2018).

이처럼 태권도장 지도자와 학부모와의 관계는 관계마케팅 연구의 일부로써 관계유대의 차원, 관계혜택의 차원 등으로 유형화되고 있으며(윤한성, 박소영, 배상욱, 2016), 특히, 관계마케팅을 효과적으로 접근하기 위해서는 관계유대의 결과를 통해 관계마케팅을 이해하는 것이 효과적인 방법이라고 선행연구들을 통해 제안하고 있다(김종택, 김세범, 2012; Berry, 1995; Liang & Wang, 2006).

관계유대(relational bonds)는 관계마케팅에서 전략적으로 중요하게 인식되

고 있는 변인으로써 가치 있는 접촉을 통한 상호작용을 형성하여 참여하는 상호 간 이득이 되도록 신뢰하고 몰입되는 상태라고 정의하였다(Berry, 1995). 관계유대의 구성요인을 살펴보면 사회적 유대, 구조적 유대로 크게 분류되는데, 먼저 사회적 유대는 서비스 제공자와 고객의 관계가 인간적 또는 감정적으로 강하게 연결되어 있는 수준을 의미하며(Han, 1991), 친밀감, 우정, 사회적 지원, 연락 유지하기, 개별적인 상호작용 등 다양한 요소들로 구성된다(윤한성, 박소영, 배상욱, 2016). 구조적 유대는 경쟁자에 의해서 모방될 수 없는 부가가치 서비스를 고객에게 제공하기 때문에 호텔과 같은 서비스에서 필요한 유대관계, 관심, 연락 등의 요소이며(Berry & Parasuraman, 1991), 이는 기업이 고객을 구조적으로 묶어두는 것으로 고객과의 지속적인 관계를 형성하고 강화하는 것을 의미한다(Berry, 1995).

또한, 관계유대는 이해관계자와의 유대관계를 강하게 형성 및 유지, 발전시키는 마케팅 활동으로써, 일시적인 거래나 교환 중심 보다는 장기적인 거래나 교환이 지속되어 모두 이익을 얻는 개념이라 하였다(이유재, 2009). 이처럼 관계유대는 단순히 서비스 제공자의 일방적인 서비스 제공을 넘어 장기적으로 서로에게 이익을 주는 것으로써, 태권도장에서 학부모와의 강한 유대와 협조적 관계를 형성하는데 중요한 변인으로 제시되고 있다. 따라서 태권도장의 관계유대를 중심으로 여러 변인과의 관계를 자세히 알아볼 필요가 있다.

정승훈, 여포유(2019)는 사회적 유대 및 구조적 유대로 구성된 태권도장의 관계유대는 종사원의 긍정적 감정, 신뢰, 만족 및 충성도에 영향을 준다고 하여 태권도장과 같은 학부모와의 적극적인 관계가 필요한 곳에서 학부모와의 관계유대는 미래 발생할 수 있을 경영난 해소에 중요한 점이 될 수 있다고 하였다. 이러한 과정에서 학부모는 즐거움, 편안함, 기쁨, 행복함 등 많은 긍정적 반응을 나타나게 되며(Sommers & Kosmitzki, 1988), 지도자의 여러 관계유대를 통해 학부모의 긍정적 감정에 영향을 미치는 것이다(Pugh, 2001). 긍정적 감정은 스포츠 참여자의 지속적인 스포츠참여를 결정하는 중요한 변인으로써 그 역할을 하고 있으며(정승훈, 김성용, 2018), 태권도장에 대한 긍정적 감정은 학부모들이 태권도장에서 직접적으로 느끼는 즐거움, 기쁨, 행복

감, 편안함 등의 감정을 의미한다. 또한, 긍정적 감정은 스포츠 활동에서 여러 변인에 영향을 받는 것으로 선행연구의 결과에서 나타났으며(강준상, 2019; 김성문, 윤영구, 2019; 송성록, 정정희, 2019, 이희지, 조광민, 오정희, 2018), 학부모들이 인식하는 여러 변인들 중 관계유대가 긍정적 감정에 어떤 영향을 주는지 자세히 분석해 볼 필요가 있다. 이에 따라 관계유대와 긍정적 감정의 선행연구를 살펴보면, 정승훈, 여포유(2019)는 관계유대는 긍정적 감정에 유의한 영향을 미친다고 하였으며, 관계유대의 강도는 소비행복 등과 같은 감정에 영향을 미친다고 하였다(이청림, 2018).

Crosby, Evans & Cowles(1990)는 관계품질(Relationship quality)이 상호관계의 정도라고 하였으며 이는 만족과 신뢰, 몰입으로 구성된다. 만족은 학부모가 태권도장에 대한 인증의 정도 평가로 나타나는 긍정적 감정 상태이며 신뢰는 태권도장의 말이나 약속에 의존하는 신용이며, 상호적인 관계에서 미래의 기대를 충족시킬 것이라는 믿음이다. 몰입은 기존의 유대감 때문에 장기적 관계가 유지되고 상호 긍정적인 이익을 줄 것이라는 지속적 욕망으로 정의하였다. 이는 관계품질을 변인들을 통해 학부모와의 장기적인 관계의 질과 함께 관계지속성을 높이려는 것이라고 할 수 있다.

관계지속성(Relational continuity)은 고객으로 하여 선호하는 제품이나 서비스를 지속적으로 구매하거나 재이용하게 만드는 행동이 나타날 수 있도록 하는 것으로 기업은 고객과의 관계를 강화하고 상호의존적이어야 하며, 주변의 상황 변화에도 영향을 받지 않고 지속성을 유지하여야 일정 수준 이상의 수익률을 바라볼 수 있을 것이다(윤태연, 2010). 또한, 이순곤(2004)은 관계품질과 신뢰의 매개변수 효과를 중심으로 한 대고객 관계마케팅의 연구 결과로 관계단절 비용이 높다고 하였으며, 의사소통이 원활할수록 신뢰성이 높았으며, 신뢰성이 높을수록 관계품질이 높다고 하였다. Mayer, Davis, & Schoorman(1995)는 종사원의 신뢰는 신뢰를 주는 사람이 신뢰를 받는 사람에 대한 행동에 기꺼이 책임을 지려는 의사로 정의했으며, 유대관계와 관련된 연구를 통해 유대관계와 신뢰를 분석하는 것은 매우 중요한 의미가 있다고 하였다(최창호, 유연우, 2014). 이와 같이 관계유대는 장기간에 걸쳐서 조직을

유지하고 발전시키려는 경향인 관계지속성이 주요 요인이므로 관계유대가 높을수록 구성원이 장기적인 관계를 형성해 이탈이 줄어들게 하는 역할을 한다(이내영, 김영순, 2017). 그러므로 관계적 측면에서 관계유대는 성과에 영향을 미치며 관계품질을 높이는 중요 요인이라고 할 수 있다(Lin, et al., 2003; Nath & Mukherjee, 2012).

그러나 스포츠센터와 같이 회원과 종사원의 관계유대가 스포츠센터의 중요한 역할을 하고 있음에도 불구하고 이들 간의 관계유대를 구체적으로 분석한 연구는 현재까지 미흡한 실정이며, 특히 스포츠센터와 관련된 연구에서는 주로 관계마케팅(양걸, 전익기, 강지현, 2010), 관계유지(김범, 정정희, 2017), 관계혜택(추나영, 배성우, 조송현, 2011) 등 관계마케팅 부분에 한정되어 있는 것이 현실이다. 따라서 태권도장에서 관계유대와 여러 변인들의 관계를 구체적으로 살펴볼 필요가 있으며, 이들의 관계를 분석하는 것은 태권도장의 학부모를 이해하고 관계유대의 중요성을 파악하여 태권도장 경영에 실질적인 도움이 된다고 할 수 있다.

따라서 이 연구에서는 태권도장의 경영활성화를 위하여 태권도장에서 관계유대가 긍정적 감정, 관계품질 및 관계지속성에 미치는 영향을 태권도장 학부모의 관점에서 구체적으로 분석하여 태권도장 현장에서 직접적인 관계유대 전략을 마련하고 수련생 증가 및 경영 활성화에 기여하고자 한다.

2. 연구모형

본 연구는 태권도장에서 관계유대가 긍정적 감정, 관계품질 및 관계지속성에 미치는 영향을 알아보기 위하여 <그림 1>과 같은 연구모형을 설정하였다.

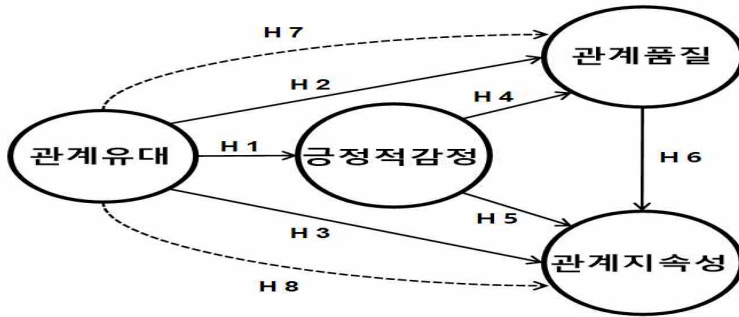


그림 1. 연구모형

II. 연구방법

1. 연구대상

본 연구의 목적을 달성하기 위해 수도권 소재 태권도장 학부모님들을 모집단으로 선정하였다. 표본 추출을 위해 비확률표본추출법(Non-probability Sampling Method) 중 편의표본추출법(Convenience Sampling)을 사용하였으며, 2022년 8월 12일부터 2022년 8월 30일까지 온라인 설문조사로 수집하였다. 온라인 설문조사는 2020년부터 국내에 심각하게 발생한 Covid-19로 인하여 직접 대면에 의한 설문조사가 현실적으로 불가능할 수도 있기 때문에 Naver office Platform System을 활용하여 설문조사를 시행하였다. 설문조사는 자기평가기입법(Self-administration method)으로 설문 내용을 응답하도록 하였으며, 총 319부를 배포하여 불성실한 응답, 일괄적 응답 30부를 제외한 총 289부를 최종 분석에 활용하였다. 본 연구의 인구통계학적 특성은 <표 1>과 같다.

표 1. 인구통계학적 특성

구분	분류	빈도(명)	백분율(%)
학부모 성별	남자	110	38.0
	여자	179	62.0
수련생 수련 기간	1년 미만	59	20.4
	1 - 2년 이상	62	21.5
	3 - 4년 이상	59	20.4
	5년 이상	109	37.7
수련생 주당 수련 횟수	주 1-2 회	9	3.1
	주 3-4 회	95	32.9
	주 5 회 이상	185	64.0
합계		289	100

2. 조사 도구

본 연구는 태권도장의 관계유대가 긍정적 감정, 관계품질, 관계지속성에 미치는 영향을 규명하기 위하여 설문지를 사용하였다. 설문지의 모든 문항들은 선행연구를 바탕으로 구성하였으며 인구통계학적 3문항, 관계유대 10문항, 긍정적 감정 4문항, 관계품질 16문항, 관계지속성 8문항 총 40문항으로 모두 5단계 Likert 척도로 구성되었다.

관계유대를 측정하기 위해 Dibb & Meadows(2001)의 연구를 기초로 하여 김종택, 김세범(2012)의 연구에서 사용된 문항으로 구성하였으며, Palmatier, Scheer, Houston, Evans & Gopalakrishna(2007), Liang & Chen(2009)의 연구를 기초로 하여 윤한성, 박소영, 배상욱(2016), 정승훈(2021)이 사용한 설문지를 본 연구에 맞게 수정·보완하여 총 2개의 요인으로 구성하였다. 관계유대의 측정은 사회적 유대에 대한 설문 5문항, 구조적 유대에 대한 설문 5문항 총 10문항으로 구성되었다.

이 연구에서 나머지 매개변인과 종속변인은 모두 단일요인으로 구성되었다. 이는 연구목적과 방향을 적절하게 조사하기 위하여 선정한 것이다. 긍정적 감정을 측정하기 위해 이학식, 임지훈(2002)이 개발한 설문지를 이유재, 공

태식(2004), 정승훈(2021)이 사용한 설문지를 본 연구에 맞게 수정·보완해 단일요인으로 구성했으며, 총 4문항으로 구성되었다. 관계품질을 측정하기 위하여 Anderson & Weitz(1992), Morgan & Hunt(1994), Ellen & Johnson(1994)의 연구를 기초로 주성래, 정명선(2002)가 재구성하여 이동수(2009), 이경률(2012), YAOYAO(2022)의 연구에서 사용된 문항을 본 연구의 목적에 맞게 수정·보완하여 단일요인으로 구성하였으며, 총 16문항으로 구성되었다. 관계지속성을 측정하기 위하여 Ganesan(1994)의 연구를 기초로 권준희(1999)가 문항을 구성하여 주성래(2003), 이동수(2009), 라채일(2013), 이창주(2019), YAOYAO(2022)의 연구에서 이용된 문항을 본 연구의 목적에 맞게 수정·보완해 단일요인으로 구성하였으며, 총 8문항으로 구성되었다.

3. 신뢰도 및 타당도

본 연구에 이용된 측정도구들의 타당성 검증은 내용타당성 및 구성타당성 검증으로 나누어 실시하였다. 먼저 스포츠경영학 전공의 현직 교수와 박사학위를 취득한 태권도 전문가 10인을 통해 설문지의 개념을 적합하게 측정하는지를 검토하는 내용타당성 검증 절차를 밟았다. 그 다음 관계유대, 긍정적 감정, 관계품질, 관계지속성의 구성타당도를 검증하기 위해 탐색적 요인분석(Exploratory Factor Analysis)은 주성분분석(principle components analysis)을 실시하였고, 요인의 추출은 고정된 요인 수를 기준으로 하여 직교회전(orthogonal rotation)방식인 배리맥스(varimax)로 회전시켰다. 신뢰도 검증을 위해 신뢰도 분석(Reliability Analysis)을 Cronbach's α 값으로 실시하였다. 탐색적 요인분석은 KMO>.08, 요인적재치>.5, 설명력 60%이상의 기준으로 모두 확보하였다. 신뢰도 분석은 .8이상의 기준으로 신뢰도를 모두 확보하였다. 요인의 탐색적 요인분석과 신뢰도 분석결과는 다음 <표 2>, <표 3>, <표 4>, <표 5>와 같다.

1) 관계유대의 타당도 및 신뢰도

표 2. 관계유대의 탐색적 요인분석 결과

	구조적 유대	사회적 유대	Cronbach's α
구조적 유대3	.872	.226	.902
구조적 유대2	.862	.258	
구조적 유대4	.831	.231	
구조적 유대1	.796	.332	
구조적 유대5	.641	.342	
사회적 유대4	.165	.853	.885
사회적 유대5	.220	.798	
사회적 유대3	.313	.778	
사회적 유대1	.323	.772	
사회적 유대2	.384	.693	
고유값	3.661	3.444	-
분산(%)	36.613	34.441	-
누적(%)	36.613	71.055	-
Kaiser-Meyer-Olkin=.903, χ^2 =1913.853, df=45, p=.000			

2) 긍정적 감정의 타당도 및 신뢰도

표 3. 긍정적 감정의 탐색적 요인분석 결과

	긍정적 감정	Cronbach's α
긍정적 감정2	.916	.904
긍정적 감정1	.901	
긍정적 감정4	.893	
긍정적 감정3	.814	
고유값	3.111	-
분산(%)	77.770	-
누적(%)	77.770	-
Kaiser-Meyer-Olkin=.830, χ^2 =774.328, df=6, p=.000		

3) 관계품질의 타당도 및 신뢰도

표 4. 관계품질의 탐색적 요인분석 결과

	신뢰	만족	몰입	Cronbach's α
신뢰4	.772	.282	.179	.898
신뢰5	.743	.307	.287	
신뢰1	.721	.293	.305	
신뢰2	.673	.289	.335	
신뢰3	.673	.285	.254	
신뢰6	.637	.327	.331	
만족2	.298	.776	.222	.910
만족3	.254	.758	.364	
만족4	.371	.736	.345	
만족1	.336	.729	.168	
만족5	.396	.666	.352	
몰입4	.184	.278	.791	.875
몰입3	.281	.295	.785	
몰입2	.381	.147	.744	
몰입1	.260	.230	.663	
몰입5	.308	.398	.580	
고유값	3.962	3.622	3.518	-
분산(%)	24.765	22.640	21.988	-
누적(%)	24.765	47.405	69.393	-
Kaiser-Meyer-Olkin=.939, $\chi^2=3310.44$, df=120, p=.000				

4) 관계지속성의 타당도 및 신뢰도

표 5. 관계지속성의 탐색적 요인분석 결과

	관계지속성	Cronbach's α
관계지속성4	.849	.902
관계지속성7	.803	
관계지속성1	.799	
관계지속성8	.798	
관계지속성5	.765	
관계지속성2	.740	
관계지속성3	.735	
관계지속성6	.711	
고유값	4.820	-
% 분산	60.251	-
누적 %	60.251	-
Kaiser-Meyer-Olkin=.865, $\chi^2=1482.005$, df=28, p=.000		

4. 자료처리방법

이 연구는 SPSS ver. 25 통계프로그램을 사용하였으며, 빈도분석(Frequency Analysis), 탐색적 요인분석(Exploratory Factor Analysis: EFA), 신뢰도분석(Reliability Analysis), 상관관계분석(Correlation Analysis), 단순회귀분석(Simple Regression Analysis), 다중회귀분석(Multiple Regression Analysis), Process Macro v4.1을 이용하여 매개효과 검증을 실시하였다.

Ⅲ. 연구결과

1. 각 요인간의 상관관계 분석

각 변인들 간에는 모두 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 또한 상관관계의 절대값이 다중공선성의 기준 계수인 .80 이하로 다중공선성에 문제가 없는 것으로 나타났다. 상관관계분석 결과는 <표 6>과 같다.

표 6. 상관관계 분석결과

	사회적 유대	구조적 유대	긍정적 감정	만족	신뢰	몰입	관계 지속성
사회적 유대	1						
구조적 유대	.624**	1					
긍정적 감정	.584**	.582**	1				
만족	.632**	.558**	.624**	1			
신뢰	.596**	.537**	.588**	.759**	1		
몰입	.509**	.432**	.554**	.708**	.717**	1	
관계지속성	.577**	.532**	.621**	.727**	.753**	.766**	1

** $p < .01$

2. 관계유대가 긍정적 감정에 미치는 영향

태권도장의 관계유대가 긍정적 감정에 미치는 영향에 대한 다중회귀분석을 실시한 결과는 <표 7>과 같다. 분석결과, 본 회귀모형은 $F=102.889(p<.001)$ 로 적합한 것으로 나타났으며, 설명력은 41.4%(Adjusted $R^2 = .414$)로 나타났다. 관계유대의 하위요인인 사회적 유대($\beta=.361$, $p<.001$), 구조적 유대($\beta=.357$, $p<.001$)순으로 관계유대가 통계적으로 긍정적 감정에 유의한 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 태권도장에서 지도자와 학부모들의 긍정적인 관계유대가 강할수록 학부모의 긍정적 감정이 높아지는 것을 의미한다.

표 7. 관계유대가 긍정적 감정에 미치는 영향

	B	SE	β	t	p
(상수)	1.463	.185		7.901	.000
사회적 유대	.345	.055	.361	6.252	.000
구조적 유대	.292	.047	.357	6.184	.000

$F=102.889^{***}$, $R^2 = .418$, Adjusted $R^2 = .414$

*** $p < .001$

3. 관계유대가 관계품질에 미치는 영향

태권도장의 관계유대가 만족에 미치는 영향에 대한 다중회귀분석을 실시한 결과는 <표 8>과 같다. 분석결과, 본 회귀모형은 $F=113.800(p<.001)$ 로 적합한 것으로 나타났으며, 설명력은 43.9%(Adjusted $R^2 = .439$)로 나타났다. 관계유대의 하위요인인 사회적 유대($\beta=.464, p<.001$), 구조적 유대($\beta=.286, p<.001$)순으로 관계유대가 통계적으로 만족에 유의한 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 태권도장에서 지도자와 학부모들의 긍정적인 관계유대가 강할수록 학부모의 만족도가 높아지는 것을 의미한다.

표 8. 관계유대가 만족에 미치는 영향

	B	SE	β	<i>t</i>	<i>p</i>
(상수)	1.804	.170		10.637	.000
사회적 유대	.415	.050	.464	8.219	.000
구조적 유대	.205	.043	.268	4.754	.000
F=113.800 ^{***} , $R^2 = .443$, Adjusted $R^2 = .439$					
^{***} $p<.001$					

태권도장의 관계유대가 신뢰에 미치는 영향에 대한 다중회귀분석을 실시한 결과는 <표 9>와 같다. 분석결과, 본 회귀모형은 $F=95.244(p<.001)$ 로 적합한 것으로 나타났으며, 설명력은 39.6%(Adjusted $R^2 = .396$)로 나타났다. 관계유대의 하위요인인 사회적 유대($\beta=.427, p<.001$), 구조적 유대($\beta=.270, p<.001$)순으로 관계유대가 통계적으로 신뢰에 유의한 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 태권도장에서 지도자와 학부모들의 긍정적인 관계유대가 강할수록 학부모의 신뢰도가 높아지는 것을 의미한다.

표 9. 관계유대가 신뢰에 미치는 영향

	B	SE	β	t	p
(상수)	2.187	.159		13.761	.000
사회적 유대	.345	.047	.427	7.288	.000
구조적 유대	.187	.040	.270	4.608	.000

F=95.244^{***}, R² =.400, Adjusted R² =.396^{***} p<.001

태권도장의 관계유대가 몰입에 미치는 영향에 대한 다중회귀분석을 실시한 결과는 <표 10>과 같다. 분석결과, 본 회귀모형은 F=55.828(p<.001)로 적합한 것으로 나타났으며, 설명력은 27.6%(Adjusted R² =.276)로 나타났다. 관계유대의 하위요인인 사회적 유대(β =.393, p<.001), 구조적 유대(β =.186, p<.001)순으로 관계유대가 통계적으로 몰입에 유의한 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 태권도장에서 지도자와 학부모들의 긍정적인 관계유대가 강할수록 학부모의 몰입도가 높아지는 것을 의미한다.

표 10. 관계유대가 몰입에 미치는 영향

	B	SE	β	t	p
(상수)	2.557	.179		14.293	.000
사회적 유대	.326	.053	.393	6.124	.000
구조적 유대	.132	.046	.186	2.904	.004

F=55.828^{***}, R² =.281, Adjusted R² =.276^{***} p<.001

4. 관계유대가 관계지속성에 미치는 영향

태권도장의 관계유대가 관계지속성에 미치는 영향에 대한 다중회귀분석을 실시한 결과는 <표 11>과 같다. 분석결과, 본 회귀모형은 F=88.142(p<.001)로 적합한 것으로 나타났으며, 설명력은 37.7%(Adjusted R² =.377)로 나타났다. 관계유대의 하위요인인 사회적 유대(β =.401, p<.001), 구조적 유대(β =.282,

$p<.001$)순으로 관계유대가 통계적으로 관계지속성에 유의한 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 태권도장에서 지도자와 학부모들의 긍정적인 관계유대가 강할수록 지도자와 학부모의 관계지속성이 높아지는 것을 의미한다.

표 11. 관계유대가 관계지속성에 미치는 영향

	B	SE	β	t	p
(상수)	2.060	.171		12.080	.000
사회적 유대	.342	.051	.401	6.736	.000
구조적 유대	.206	.043	.282	4.734	.000
F=88.142 ^{***} , $R^2 = .381$, Adjusted $R^2 = .377$					

^{***} $p<.001$

5. 긍정적 감정이 관계품질에 미치는 영향

학부모의 긍정적 감정이 만족에 미치는 영향에 대한 단순회귀분석을 실시한 결과는 <표 12>와 같다. 분석결과, 본 회귀모형은 $F=183.099(p<.001)$ 로 적합한 것으로 나타났으며, 설명력은 38.7%(Adjusted $R^2 = .387$)로 나타났다. 긍정적 감정($\beta=.624$, $p<.001$)은 통계적으로 만족에 유의한 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 태권도장에 대한 학부모의 긍정적 감정이 강할수록 학부모의 만족도가 높아지는 것을 의미한다.

표 12. 긍정적 감정이 만족에 미치는 영향

	B	SE	β	t	p
(상수)	1.969	.176		11.174	.000
긍정적 감정	.584	.043	.624	13.531	.000
F=183.099 ^{***} , $R^2 = .389$, Adjusted $R^2 = .387$					

^{***} $p<.001$

학부모의 긍정적 감정이 신뢰에 미치는 영향에 대한 단순회귀분석을 실시한 결과는 <표 13>과 같다. 분석결과, 본 회귀모형은 $F=151.794(p<.001)$ 로 적합한

한 것으로 나타났으며, 설명력은 34.4%(Adjusted $R^2 = .344$)로 나타났다. 긍정적 감정($\beta = .588$, $p < .001$)은 통계적으로 신뢰에 유의한 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 태권도장에 대한 학부모의 긍정적 감정이 강할수록 학부모의 신뢰도가 높아지는 것을 의미한다.

표 13. 긍정적 감정이 신뢰에 미치는 영향

	B	SE	β	t	p
(상수)	2.34	.165		14.217	.000
긍정적 감정	.497	.040	.588	12.320	.000
F=151.794 ^{***} , $R^2 = .346$, Adjusted $R^2 = .344$					
*** $p < .001$					

학부모의 긍정적 감정이 몰입에 미치는 영향에 대한 단순회귀분석을 실시한 결과는 <표 14>와 같다. 분석결과, 본 회귀모형은 $F=126.990$ ($p < .001$)로 적합한 것으로 나타났으며, 설명력은 30.4%(Adjusted $R^2 = .304$)로 나타났다. 긍정적 감정($\beta = .554$, $p < .001$)은 통계적으로 몰입에 유의한 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 태권도장에 대한 학부모의 긍정적 감정이 강할수록 학부모의 몰입도가 높아지는 것을 의미한다.

표 14. 긍정적 감정이 몰입에 미치는 영향

	B	SE	β	t	p
(상수)	2.483	.174		14.246	.000
긍정적 감정	.481	.043	.554	11.269	.000
F=126.990 ^{***} , $R^2 = .307$, Adjusted $R^2 = .304$					
*** $p < .001$					

6. 긍정적 감정이 관계지속성에 미치는 영향

학부모의 긍정적 감정이 관계지속성에 미치는 영향에 대한 단순회귀분석을 실시한 결과는 <표 15>와 같다. 분석결과, 본 회귀모형은 $F=179.900$ ($p < .001$)로

적합한 것으로 나타났으며, 설명력은 38.3%(Adjusted $R^2 = .383$)로 나타났다. 긍정적 감정($\beta = .621$, $p < .001$)은 통계적으로 관계지속성에 유의한 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 태권도장에 대한 학부모의 긍정적 감정이 강할수록 지도자와 학부모의 관계지속성이 높아지는 것을 의미한다.

표 15. 긍정적 감정이 관계지속성에 미치는 영향

	B	SE	β	t	p
(상수)	2.046	.169		12.128	.000
긍정적 감정	.554	.041	.621	13.413	.000
F=179.900 ^{***} , $R^2 = .385$, Adjusted $R^2 = .383$					
*** $p < .001$					

7. 관계유대와 관계품질의 관계에서 긍정적 감정의 매개효과

관계유대와 관계품질의 관계에서 긍정적 감정의 매개효과를 검증하기 위하여 Hayes(2013)가 제안한 PROCESS macro의 model 4를 이용하였고, 부트스트랩 반복횟수는 5,000번으로 지정하였으며, 신뢰구간은 95%로 설정하여 분석하였다. 분석 결과는 <표 16>과 같이 1단계 매개모형에서 $F = 530.300$ ($p < .001$)로 모형이 적합한 것으로 나타났고, 설명력은 $R^2: 64.9\%$, 관계유대는 긍정적 감정에 유의한 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다($\beta = .856$, $p < .000$). 2단계 종속변수모형에서 $F = 159.257$ ($p < .001$)로 모형이 적합한 것으로 나타났고, 설명력은 $R^2: 52.7\%$, 긍정적 감정은 관계품질에 유의한 정(+)적인 영향을 미치며($\beta = .171$, $p < .000$), 관계유대는 관계품질에 유의한 정(+)적인 영향을 미치며($\beta = .459$, $p < .000$), 긍정적 감정은 관계유대와 관계품질의 관계에서 매개하여 매개효과 검증의 기본가정이 충족되었다.

세부적으로 <표 17>에 제시된 바와 같이 관계유대가 긍정적 감정에 미치는 영향의 총효과는 $\beta = .605$ ($p < .000$)로 나타났다. 이 중 직접효과는 $\beta = .459$ ($p < .000$), 간접효과 $\beta = .146$ 로 나타났으며, 부트스트래핑(반복횟수: 5000번, 신뢰구간: 95%)을 통한 간접효과의 유의성 검증 결과 신뢰구간(LLCI=.044,

ULCI=.243)에 0을 포함하지 않는 것으로 나타나 통계적으로 유의함이 확인되었다.

표 16. 관계유대와 관계품질의 관계에서 긍정적 감정의 매개효과

변수	β	se	t	p	LLCI	ULCI
1단계: 매개모형(종속변수: 긍정적 감정)						
상수	.583	.152	3.847	.000	.285	.881
관계유대	.856	.037	23.028	.000	.783	.929
F=530.300, p<.001, R=.806, R ² =.649, df1=1, df2=287						
2단계: 종속모형(종속변수: 관계품질)						
상수	1.821	.144	12.639	.000	1.537	2.104
관계유대	.459	.058	7.895	.000	.345	.573
긍정적 감정	.171	.055	3.125	.002	.063	.279
F=159.257, p<.001, R=.726, R ² =.527, df1=2, df2=286						

표 17. 관계유대, 긍정적 감정, 관계품질의 효과검증

효과	β	se	LLCI	ULCI
3단계: 총효과, 직접효과, 간접효과				
직접효과	.459	.058	.345	.573
간접효과	.146	.050	.044	.243
총효과	.605	.035	.537	.674

이러한 결과는 관계유대가 관계품질에 미치는 직접효과와 간접효과가 모두 유의한 것으로 나타났기 때문에 종합적으로 긍정적 감정은 관계유대와 관계품질의 관계에 정(+)적인 부분매개효과를 미친다는 것을 의미한다. 이는 태권도 지도자와 학부모의 관계유대가 높아지는 동시에 학부모의 긍정적 감정이 높아질수록 관계품질의 정도가 높아질 것으로 확인할 수 있다.

IV. 논의

1. 관계유대가 긍정적 감정에 미치는 영향

태권도장에서 지도자와 학부모 사이 관계유대의 하위요인인 사회적 유대, 구조적 유대가 긍정적 감정에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다. 분석한 결과는 관계유대의 하위요인인 사회적 유대, 구조적 유대는 긍정적 감정에 유의한 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 사회적 유대가 구조적 유대보다 전반적으로 더욱 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이러한 결과는 태권도장에서 지도자와 학부모들의 긍정적인 관계유대가 강할수록 학부모와의 긍정적 감정이 높아지는 것을 의미한다. 또한, 스포츠센터의 관계특성, 관계결속, 관계성과와 관련된 연구를 통해 스포츠센터의 관계특성은 관계결속, 관계성과 등에 중요한 영향을 미친다는 선행연구(김윤희, 강민철, 2020) 결과와 일치하는 것으로 나타났으며, 관계유대는 소비행복, 긍정적 감정 등에 유의한 영향을 미친다는 선행연구(이청림, 2018; 정승훈, 여포유, 2019) 결과와 일치하는 것으로 나타나 이 연구의 결과를 뒷받침하고 있다.

따라서 태권도장 지도자와 학부모의 관계유대를 높일 수 있다면 학부모의 긍정적 감정도 높아질 수 있을 것이다. 또한, 태권도장 선택에 가장 큰 영향력이 있는 학부모의 긍정적 감정을 높이기 위해서는 학부모와의 지속적인 커뮤니케이션과 정보 전달도 지속적으로 이루어져야 한다. 이를 위해서는 주기적인 통화와 함께 정기승급심사, 국기원 승품(단)심사, 태권도대회 참가 등 도전하고 노력하며 성장하고 있는 모습의 변화를 느낄 수 있는 사진 및 일상수련 영상의 전송 등의 정보제공과 수련생을 통해 생일 케익 전달 시 부모님

께 감사의 인사 멘트교육 및 큰절 등 시기에 맞는 이벤트를 학부모에게 제공하여 자녀들의 긍정적인 변화를 느끼게 한다면 학부모의 긍정적 감정은 더욱 높아질 수 있을 것이다.

2. 관계유대가 관계품질에 미치는 영향

태권도장에서 지도자와 학부모 사이 관계유대의 하위요인인 사회적 유대, 구조적 유대가 관계품질에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다. 분석한 결과는 관계유대의 하위요인인 사회적 유대, 구조적 유대는 관계품질의 하위요인인 만족, 신뢰, 몰입 요인 모두에 유의한 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 사회적 유대가 구조적 유대보다 전반적으로 더욱 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이와 같은 결과는 태권도장의 관계마케팅 실행요인의 하위요인인 관계유대를 적극적으로 개선할수록 수련생들은 해당 태권도장에 신뢰와 몰입을 의미하는 관계품질이 상승할 수 있다는 선행연구(권혁중, 2009)의 주장과 일치하며, 관계유대를 구성하는 사회적 유대와 구조적 유대가 만족에 유의한 영향을 미친다는 선행연구(김종택, 김세범, 2012; 문행우, 김종호, 2014)의 결과와 일치하게 나타나 본 연구의 결과를 뒷받침하고 있다.

따라서 태권도장 학부모들에게는 관계유대 중 구조적 유대도 중요하지만, 이 연구의 결과를 통해 나타난 것처럼 사회적 유대가 학부모 만족에 매우 중요한 부분임을 인지하여 태권도장 선택에 중요한 역할을 하는 학부모들에게 관심을 갖고 원활한 소통으로 의견을 수렴하고 좋은 관계를 유지하는 사회적 유대를 우선적으로 높일 수 있는 적극적인 방안이 필요하다.

주기적인 전화 통화, 수련생 사진 및 영상 전송뿐만 아니라 학부모님들의 결혼기념일을 입관 원서 작성 시 기록할 수 있도록 하여 매년 연차별로 기념이 될 수 있는 선물과 손편지를 수련생을 통해 제공하여 높은 사회적 유대를 느끼도록 한다면 태권도장에 대한 만족도는 더욱 높아질 것이다. 이에 관계

유대를 통한 전반적인 관계품질이 향상될 수 있을 것이다.

3. 관계유대가 관계지속성에 미치는 영향

태권도장에서 지도자와 학부모 사이 관계유대의 하위요인인 사회적 유대, 구조적 유대가 관계지속성에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다. 분석한 결과는 관계유대의 하위요인인 사회적 유대, 구조적 유대는 관계지속성에 모두에 유의한 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 사회적 유대가 구조적 유대보다 더욱 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이는 태권도장의 관계마케팅이 도장이미지 및 수련지향성에 미치는 영향에 대한 선행연구(이상호, 2021)에서 관계마케팅의 하위요인인 유대관계가 수련지향성에 정적 영향을 미쳤다는 연구결과와 일치하게 나타나 본 연구결과를 뒷받침하고 있다. 또한, 조성균(2022)의 선행연구 태권도장의 지도자와 학부모의 개인적 유대가 관계지속성에 긍정적인 영향을 미친다는 연구 결과와 일치하고 있다. 즉, 태권도장 지도자와 학부모의 관계유대가 태권도장의 관계지속성에 중요한 역할을 한다는 결과로 볼 수 있다. Storbacka, Str & vik, & Gronroos(1994)도 고객과 판매자와의 관계강화를 위해서는 상호 간의 유대가 포함되어야 한다고 주장하였으며, 이렇게 형성된 관계적 유대는 고객만족의 선행요인으로 작용할 뿐만 아니라 전환장벽의 기능으로서도 작용함을 주장하였다.

태권도의 주된 수요 계층인 유소년과 청소년의 인구가 지속되는 저출산으로 인해 감소하고 있으며, 유소년 및 청소년 위주의 수련 프로그램과 관련 서비스로 운영되는 경우가 많아 수련생 확보를 위한 극심한 시장 경쟁상황에 내몰리고 있다(박원주, 빙원철, 2020). 하지만 대부분의 태권도장 수련생은 유소년으로 형성되어 있는 것이 현실이다. 태권도장 지도자는 수련생의 비중이 높은 유소년 수련생들의 사회성 향상, 기초체력 향상, 인성교육, 태권도 자격증 취득 등에만 중점을 두지 말아야 한다. 유소년 수련생과 더불어 학교와

학원 공부로 인해 퇴관율이 증가하는 중·고등학교 청소년 수련생 학부모와 수련생을 대상으로 태권도학과 대학입시와 졸업 후 지도자 이외 다양한 직업 군으로서 미래 발전 가능성의 방향성을 구체적으로 제시해줄 필요가 있다. 그에 따른 방안으로 반드시 태권도 입시에 대한 전문적인 지식을 쌓아 준비해야 하며 이렇게 준비된 태권도장 지도자가 중·고등학교 청소년 수련생들의 학교 성적과 출결, 태권도 수련 실기 능력을 정기적으로 기록, 측정, 수집하여 파악하고 이를 바탕으로 상담자료를 만들어 태권도학과 또는 관련 학과의 대학진학을 위한 태권도 입시전형과 유형별 전략에 대해 수련생 특징에 맞춰 학부모와 수련생이 함께 상담에 참여하는 기회를 만들어 정보를 제공하는 것이다. 이러한 상담의 결과를 바탕으로 학업성적이 상위권이 아닌 수련생의 학부모, 태권도 실기 능력이 뛰어난 수련생의 학부모, 태권도를 장기적으로 수련하고 있지만 특별한 목표를 설정하지 않았던 수련생의 학부모 등 관심을 유발하여 비전을 제시하고 태권도장에 대한 학부모의 관계지속성을 강화시킬 수 있을 것이다.

4. 긍정적 감정이 관계품질에 미치는 영향

태권도장에 대한 학부모의 긍정적 감정이 관계품질에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다. 분석한 결과는 태권도장에 대한 학부모의 긍정적 감정은 관계품질의 하위요인인 만족, 신뢰, 몰입 요인 모두에 유의한 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이러한 결과는 허진영, 최헌혁(2007)의 선행연구에서 소비자는 다양한 경험을 통해 신뢰를 쌓는데 소비자의 긍정적 감정이 클수록 신뢰를 형성하게 된다는 결과와 일치하며, 정승훈(2021)의 선행연구 스포츠센터에 대한 긍정적 감정은 회원만족과 추천의사에 유의한 영향을 미친다는 결과와 일치하여 본 연구의 결과를 부분적으로 뒷받침하고 있다.

따라서 태권도장에 대한 학부모의 긍정적 감정은 태권도장에 대한 학부모

의 관계품질에 중요한 영향을 미치는 변인임을 인식하여 태권도장 지도자와 학부모 사이에 긍정적 감정을 형성할 수 있도록 사회적 유대와 구조적 유대와 같은 관계유대를 높이는 방안 이외에도 태권도장 학부모들이 태권도장에서 즐거움, 기쁨, 행복감, 편안함을 통해 긍정적 감정을 높일 수 있는 다양한 방안이 마련되어야 한다.

5. 긍정적 감정이 관계지속성에 미치는 영향

태권도장에 대한 학부모의 긍정적 감정이 관계지속성에 미치는 영향을 알아보기 위하여 단순회귀분석을 실시하였다. 분석한 결과는 태권도장에 대한 학부모의 긍정적 감정은 관계지속성에 유의한 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이와 같은 결과는 긍정적 감정이 운동지속에 유의한 영향을 미친다는 선행 연구 결과(김대은, 윤용진, 2018; 김성문, 윤영구, 2019; 김지태 등, 2018; 이정학 등, 2019)와 일치하게 나타나 태권도장에 대한 학부모의 긍정적 감정이 강할수록 지도자와 학부모의 관계지속성이 높아진다는 본 연구의 결과를 뒷받침해주고 있다.

따라서 태권도장 지도자와 학부모 사이에 긍정적 감정을 형성할 수 있도록 태권도장에서 즐거움, 기쁨, 행복감, 편안함을 줄 수 있는 앞에서 언급했던 다양한 방안이 마련되어야 한다.

하지만, 정승훈(2021)의 스포츠센터와 회원 간의 선행연구에서는 본 연구와 상이하게 스포츠센터에 대한 긍정적 감정은 운동지속에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이와 같은 결과는 스포츠센터 회원들이 긍정적 감정을 느꼈다고 반드시 지속적인 운동을 하지 않을 수도 있다는 것을 간접적으로 보여주고 있다. 이는 태권도장에서도 충분히 발생할 수 있는 현상으로 예상될 수 있다. 긍정적 감정을 느끼지만 다양한 이유로 인해 관계지속성 향상으로 이어지지 않을 수도 있다. 이러한 현상을 대비하여 긍정적 감정만 높

이는 방안 이외에도 수련생들이 운동을 지속할 수 있도록 학부모의 재구매를 위해 먼저 언급한 사회적 유대와 구조적 유대의 방법이 함께 병행되어야 관계지속성 향상에 더욱 효과적일 수 있다는 것을 분명히 인지해야 할 필요성이 있다.

6. 관계유대와 관계품질의 관계에서 긍정적 감정의 매개효과

태권도장 지도자와 학부모의 관계유대와 관계품질의 관계에서 긍정적 감정의 매개효과를 알아보기 위하여 부트스트랩을 통하여 매개효과분석을 실시하였다. 분석한 결과, 긍정적 감정은 관계유대와 관계품질의 관계에서 유의한 정(+)적인 부분매개효과가 있는 것으로 나타났다. 이는 태권도 지도자와 학부모의 관계유대가 높아지는 동시에 학부모의 긍정적 감정이 높아질수록 관계품질의 정도가 높아질 것을 의미한다.

선행연구를 살펴보면, 이소영, 이형룡(2013)의 연구에서 외항사 외국인 승무원의 비언어적 커뮤니케이션이 한국인 승객의 만족에 미치는 영향에 있어 긍정적 감정반응의 매개효과가 나타난 것으로 본 연구의 결과를 뒷받침해주고 있다. 조직과 관련 연구에서 조승원(2019)이 경찰관들이 경험하는 컴페션과 조직동일시의 관계에서 긍정적 감정의 매개효과가 나타나 본 연구의 결과를 지지해주고 있다. 직접효과가 나타난 연구를 살펴보면, 손민혁, 추나영 및 조송현(2014)은 스포츠센터에 대한 긍정적 감정이 고객만족에 유의한 영향을 미친다고 하였고, 박찬규, 김승권 및 장창현(2009)은 상업스포츠 시설에 대한 긍정적 감정이 고객만족에 유의한 영향을 미친다고 했으며 본 연구 결과를 지지하고 있다.

따라서 태권도장에서 지도자와 학부모의 관계품질, 학부모의 긍정적 감정을 높이는 데 있어 지도자의 적극적인 노력이 필요하다. 지도자가 학부모와 대화 시 수련에 관한 내용뿐만 아닌 일상생활의 대화를 통해 학부모가 수련생을 키우는 데 있어 모든 기쁨과 고충을 공감해주면 학부모와의 관계유대가

향상할 것이며, 학부모의 긍정적 감정도 높일 것이라 사료된다. 이처럼 태권도장의 지도자가 학부모와 형성된 관계유대를 통해 긍정적 감정을 향상시킬 수 있는 지속적인 노력을 기울인다면 학부모와의 관계 품질이 튼튼해질 것이며, 이는 곧 태권도장 경영 활성화에 기여하게 될 것이다.

V. 결론 및 제언

1. 결론

본 연구는 태권도장에서 관계유대가 긍정적 감정, 관계품질 및 관계지속성에 미치는 영향을 구체적으로 분석하고 관계유대와 관계품질, 관계지속성 사이에서 긍정적 감정의 매개효과를 검증하여 연구의 결과와 결론은 다음과 같다.

첫째, 관계유대의 하위요인인 사회적 유대, 구조적 유대는 긍정적 감정에 유의한 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 관계유대의 하위요인인 사회적 유대, 구조적 유대는 관계품질의 하위요인인 만족, 신뢰, 몰입에 모두 유의한 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 셋째, 관계유대의 하위요인인 사회적 유대, 구조적 유대는 관계지속성에 모두 유의한 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 넷째, 긍정적 감정은 관계품질의 하위요인인 만족, 신뢰, 몰입에 모두 유의한 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 다섯째, 긍정적 감정은 관계지속성에 유의한 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 여섯째, 긍정적 감정은 관계유대가 관계품질의 관계에서 유의한 정(+)적인 매개효과를 미치는 것으로 나타났다.

이러한 결과는 태권도장 지도자와 수련생 학부모의 관계유대가 학부모의 긍정적 감정, 관계품질 및 관계지속성에 미치는 영향이 상당히 크게 작용한다고 판단이 된다. 또한, 태권도장의 선택에 있어 영향력이 가장 큰 학부모에

대한 지속적이고 체계적인 관계유대 전략은 태권도장 경영 활성화를 위해 선택이 아니라 필수 요소라고 사료된다. 또한 학부모와의 관계 형성에 있어 긍정적인 감정을 느낄 수 있도록 커뮤니케이션이 중요시해야 하며, 이를 통해서 태권도장 지도자와 학부모 사이 관계유대의 유지 및 관리 방법 전략을 시대의 흐름에 맞춰 재검점하여 장기적인 수련으로 이어진다면 효과적인 경영 활성화 방안 수립에 큰 역할을 할 수 있을 것이다.

2. 제언

본 연구는 태권도장 지도자와 학부모의 관계유대가 긍정적 감정, 관계품질 및 관계지속성에 미치는 영향력을 살펴보고 관계유대와 관계품질의 사이에서, 관계유대와 관계지속성의 사이에서 긍정적 감정이 매개역할을 하는지를 검증하고자 하며, 태권도장을 선택하는 학부모의 관계유대에 대해 알아보고 이를 근거로 효과적인 태권도장 운영에 대한 마케팅 전략을 수립하는데 연구의 결과를 제시하였다. 이러한 연구 결과를 바탕으로 본 연구의 제한점과 후속연구를 위한 제언은 다음과 같다.

첫째, 본 연구는 태권도장 학부모를 대상으로 하였기에 때문에 모든 스포츠 종목으로 일반화하기에 한계가 있다. 결과의 일반화를 위해 다양한 스포츠 종목의 대상을 통해 체계적인 비교 연구 진행이 필요할 것이다. 둘째, 본 연구는 태권도장 선택에 영향이 큰 태권도장 학부모를 대상으로 연구가 진행되었기 때문에 직접 지도를 받는 수련생의 관점도 동일하다고 확대 해석하기에는 무리가 있다. 그러므로 후속 연구에는 태권도장 서비스를 직접적, 간접적으로 이용하는 학부모와 더불어 수련생을 대상으로 하는 종합적인 연구를 할 필요가 있다. 셋째, 본 연구는 학부모를 대상으로 초점을 두었지만, 다수의 장기수련생을 유지하고 있는 성공도장 지도자가 생각하는 요인을 파악하는데 한계점이 존재한다. 따라서 후속 연구에서는 본 연구의 결과를 바탕으로 성공도장들의 지도자가 중요하게 생각하는 학부모와 반드시 필요한 관계

유대의 요소들을 연구하여 파악한다면 태권도장의 경영 활성화에 도움이 되는 풍부한 정보를 제공할 수 있을 것으로 기대된다.

참고문헌

- YAOYAO(2022). 태권도장의 관계마케팅이 라포형성, 관계의 질, 관계지속성에 미치는 영향. 미간행 석사학위논문, 경희대학교 체육대학원.
- 강준상(2019). 스포츠센터의 서비스회복 공정성이 관계혜택 및 장기적관계지향성에 미치는 영향. **한국스포츠학회**, 17(1), 215-225.
- 권준희(1999). 고객만족과 거래성향이 관계지향성에 미치는 영향에 관한 연구. 미간행 박사학위논문, 연세대학교 대학원.
- 권혁중(2009). 태권도장 관계마케팅 실행요인이 고객만족, 관계품질 및 고객충성도에 미치는 영향. 미간행 박사학위논문, 단국대학교 대학원.
- 김대은, 윤용진(2018). 벨리댄스 참여자의 감정반응과 교습지속의 관계: 참여만족의 매개효과. **한국사회체육학회지**, 73, 351-362.
- 김범, 정정희(2017). 상업스포츠센터 종사원의 유머지향성과 고객지향성이 종사원 신뢰, 서비스품질, 스포츠센터관계의 질 및 관계유지와의 관계. **체육과학연구**, 28(3), 636-651.
- 김성문, 윤영구(2019). 스포츠센터 운동프로그램 참여자의 지각가치, 긍정적 감정 및 운동지속의도의 관계. **한국사회체육학회지**, 75, 81-92.
- 김윤희, 강민철(2020). 스포츠센터 고객이 지각하는 스포츠센터의 관계특성, 관계결속, 관계성과의 관계. **한국스포츠학회**, 18(4), 197-205.
- 김종택, 김세범(2012). 관계유대와 편의성이 금융상품 교차구매 의도에 미치는 영향: 만족과 신뢰의 매개 역할. **기업경영연구**, 19(3), 213-234.
- 김지태, 원영인, 김영준(2018). 골프참여자의 조절초점과 감정반응 및 운동지속의 관계. **한국체육학회지**, 57(5), 257-267.
- 라채일(2013). 관계혜택이 신뢰, 관계결속 및 장기적 관계지향성에 미치는 영향: 호

- 텔고객을 중심으로**, 미간행 박사학위논문, 호남대학교대학원.
- 문행우, 김종호(2014). 외식 프랜차이즈 가맹본부의 관계유대 전략이 가맹점의 재계약의도에 미치는 영향. **유통경영학회지**, 17(4), 111-124.
- 박찬규, 김승권, 장창현(2009). 상업스포츠시설의 서비스품질이 고객의 감정, 만족, 태도, 관계지속의도에 미치는 영향. **한국체육학회지**, 48(3), 227-237.
- 서효민, 김태희, 장경로(2015). 스포츠센터 강사들의 조직공정성 인식과 조직변화저항, 혁신행동의 영향관계. **한국스포츠산업경영학회지**, 20(4), 51-65.
- 손민혁, 추나영, 조송현(2014). 스포츠센터 지도자의 비언어적 커뮤니케이션과 감정반응, 서비스가치, 고객만족의 관계. **한국체육학회지**, 53(5), 249-260.
- 송석록, 정정희(2019). 실내수영장에 대한 지각된 혜택과 지각된 위험이 감정반응, 강습태도 및 구전의도에 미치는 영향. **체육과학연구**, 30(4), 760-774.
- 윤태연(2010). **항공서비스 관계효익이 관계질과 장기지향성에 미치는 영향 연구**. 미간행 박사학위논문, 경기대학교 관광전문대학원.
- 윤한성, 박소영, 배상욱(2016). 관계유대, 관계품질, 추천의도의 구조적 관계: 회원고객을 대상으로. **소비문화연구**, 19(1), 141-158.
- 이경률(2012). **태권도장 학부모가 지각하는 관계혜택이 관계의 질 및 성과에 미치는 영향**. 미간행 석사학위논문, 경희대학교 대학원.
- 이내영, 김영순(2017). 중환자실 간호사의 관계유대와 전문직 자율성이 조직몰입에 미치는 영향. **간호행정학회지**, 23(2), 151-160.
- 이상호(2021). 태권도장의 관계마케팅이 도장이미지 및 수련지향성에 미치는 영향. **한국스포츠학회지**, 19(4), 523-533.
- 이소영, 이형룡(2013). 외항사 외국인 승무원의 비언어적 커뮤니케이션이 한국인 승객의 만족에 미치는 영향: 긍정적 감정반응의 매개효과를 중심으로. **한국항공경영학회지**, 11(4), 3-31.
- 이순곤(2004). **서비스제공자와 고객 간 관계의 질에 영향을 미치는 요인에 관한 연구**. 미간행 박사학위논문, 청주대학교 대학원.
- 이승재(1997). **태권도 수련생들의 체육관 선정시 고려되는 주요요인 분석**. 미간행 석사학위논문. 연세대학교 교육대학원.
- 이유재(2009). **서비스마케팅(4판)**. 서울: 학현사.

- 이유재, 공태식(2004). 서비스 공정성이 고객불량행동에 미치는 영향에 관한 연구: 부정적 감정과 고객몰입의 매개효과. **마케팅연구**, 19(4), 185-210.
- 이정학, 이은미, 임선영(2019). 생활무용참여자의 참여만족과 감정, 기억, 충성도, 지속적 참여의도간의 구조적 관계. **한국무용과학회지**, 36(1), 27-43.
- 이창주(2019). **태권도장에서 고객관계관리(CRM)요인이 고객만족, 장기지향성 및 구전의도에 미치는 영향**. 미간행 석사학위논문, 경희대학교 체육대학원.
- 이청림(2018). 타인의 평가가 소비행복에 미치는 영향: 관계유대 강도와 구매 유형의 조절역할을 중심으로. **소비문화연구**, 21(2), 67-95.
- 이학식, 임지훈(2002). 소비관련 감정척도의 개발. **마케팅연구**, 17(3), 55-91.
- 이희지, 조광민, 오정희(2018). 스크린 야구 이용자의 프레즌스(Presence)와 플로우(Flow), 긍정적 감정 및 지속의도의 관계. **한국스포츠산업경영학회지**, 23(1), 47-63.
- 전익기, 강지현, 양철(2010). 공공 스포츠센터의 서비스품질, 고객만족도, 관계마케팅 및 소비행동의 관계. **한국사회체육학회지**, 42(1), 223-236.
- 정승훈(2021). 스포츠센터 관계유대와 긍정적 감정, 회원만족, 운동지속 및 추천의사의 구조적 관계. **한국체육학회지**, 60(6), 101-118.
- 정승훈, 김성용(2018). 스포츠센터 고객접점 서비스가 고객만족, 긍정적 감정, 고객몰입 및 추천의사에 미치는 영향. **한국사회체육학회지**, 72, 201-216.
- 정승훈, 여포유(2019). 스포츠센터 관계유대가 종사원의 신뢰, 회원만족, 긍정적 감정 및 충성도에 미치는 영향. **한국체육과학회지**, 28(4), 517-532.
- 조승원(2019). 경찰관들이 경험하는 컴페션(Compassion)과 미덕(Virtue)이 조직 동일시에 미치는 영향 : 긍정적 감정의 매개효과와 집단적 자긍심의 조절효과. **디지털융복합연구**, 17(5), 1-10.
- 주성래(2003). **의류 점포와 고객간의 장기적 관계발달 과정 모델**. 미간행 박사학위논문, 전남대학교 대학원.
- 주성래, 정명선(2002). 패션점포와 고객간의 관계효익이 관계의 질과 고객만족에 미치는 영향. **한국의류학회지**, 26(7), 1043-1054.
- 최창호, 유연우(2014). 고객과 컨설턴트 간의 유대관계 및 신뢰관계가 컨설팅성과에 미치는 영향에 관한 연구. **디지털융복합연구**, 12(10), 87-96.
- 추나영, 배성우, 조송현(2011). 스포츠센터의 핵심서비스품질, 관계혜택, 대안매력

도, 전환비용, 고객만족 및 재이용의도의 관계. **한국스포츠산업경영학회지**, 16(6), 59-71.

- Berry, L. L. (1995). Relationship marketing of services—growing interest, emerging perspectives. *Journal of the Academy of marketing science*, 23(4), 236-245.
- Crosby, L. A., Evans, K. R., & Cowles, D. (1990). Relationship quality in services selling: an interpersonal influence perspective. *Journal of marketing*, 54(3), 68-81.
- Han, S. L. (1991). *Antecedents of buyer-seller long-term relationships: An exploratory model of structural bonding and social bonding*. The Pennsylvania State University.
- Liang, C. J., & Wang, W. H. (2006). The behavioural sequence of the financial services industry in Taiwan: Service quality, relationship quality and behavioural loyalty. *The Service Industries Journal*, 26(2), 119-145.
- Lin, N. P., Weng, J. C., & Hsieh, Y. C. (2003). Relational bonds and customer's trust and commitment—A study on the moderating effects of web site usage. *Service Industries Journal*, 23(3), 103-124.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. *Academy of management review*, 20(3), 709-734.
- Nath, P., & Mukherjee, A. (2012). Complementary effects of relational bonds in information asymmetry contexts. *Journal of Services Marketing*.
- Palmatier, R. W., Scheer, L. K., Houston, M. B., Evans, K. R., & Gopalakrishna, S. (2007). Use of relationship marketing programs in building customer-salesperson and customer-firm relationships: Differential influences on financial outcomes. *International Journal of Research in Marketing*, 24(3), 210-223.
- Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1991). Understanding customer expectations of service. *Sloan management review*, 33(3), 39-48.
- Sommers, S., & Kosmitzki, C. (1988). Emotion and social context: An American—German comparison. *British Journal of Social Psychology*, 27(1), 35-49.

ABSTRACT

Connection among Relationship Bond, Positive Emotion, Relationship Quality and Relationship Sustainability of Taekwondo Gym : Mediation Effect of Positive Emotion

Jeong, Jong-Min, Cho, Sung-Kyun(Kyunghee Univ.)

This study aims to specifically analyze the effect of relationship ties on positive emotions, relationship quality, and relationship continuity in Taekwondo centers. Based on this, the purpose is to contribute to the increase of trainees and the revitalization of management by establishing a framework for a direct relationship strategy at the Taekwondo field. A total of 289 questionnaires were used for final analysis. Frequency analysis, exploratory factor analysis, reliability analysis, multiple regression analysis, and simple regression analysis were conducted using SPSS 25.0, a statistical program. Accordingly, this study drew the following conclusions. First, social and structural ties, which are sub-factors of relationship ties, were found to have a significant positive effect on positive emotions. Second, social and structural ties, which are sub-factors of relationship ties, were found to have a significant positive effect on satisfaction, trust, and immersion, which are sub-factors of relationship quality. Third, social and structural ties, which are sub-factors of relationship ties, were found to have a significant positive effect on relationship continuity. Fourth, positive emotions were found to have a significant positive effect on satisfaction, trust, and immersion, which are sub-factors of relationship quality. Fifth, positive emotions were found to have a significant positive effect on relationship persistence. Sixth, positive emotions were found to have a unique positive mediating effect on the relationship between relationship quality.

Key words: Taekwondo, relationship ties, positive emotions, relationship quality, relationship continuity

논문투고일 : 2023.06.30

심사일 : 2023.08.25

심사완료일 : 2023.08.28