

# The influence of perceived service quality on satisfaction and behavioral intention: Empirical evidence from migrants of German sport clubs

Doo-Sik Min<sup>1</sup> & Yang-Rea Kim<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Korea Sports Promotion Foundation & <sup>2</sup>Korea Institute of Sport Science

**[Purpose]** This study aimed to investigate the impact of perceived service quality on satisfaction, and behavioral intention in migrant members of German sport clubs. **[Methods]** The questionnaire was structured in four sections: perceived service quality (four dimensions and 12 items), satisfaction (two items), and behavioral intention (two items). With data from 438 members of 33 sport clubs in western Germany, SPSS 23.0 and AMOS 23.0 were utilized to conduct factor analysis, reliability, validity, and structural equation modeling analysis. **[Results]** The results of this study indicated that (1) staff, sport program, interaction, and physical environment in perceived service quality had a significantly influence on satisfaction, (2) staff, sport program, and interaction significantly affected behavioral intention, and (3) satisfaction was found to have significantly impact on behavioral intention. **[Conclusions]** The delivery of high-quality services can promote satisfaction, which in turn lead to behavioral intention. The empirical results suggest that the practitioners and sport club managers should understand the importance of perceived service quality for the retention of members in sport clubs.

**Key words:** Perceived service quality, Satisfaction, Behavioral intention, Sport club, Migrants, Germany

## 서론

독일은 미국에 이어 세계에서 두 번째로 많은 이주민이 거주한다(United Nation, 2015). 총 인구수 8,242만 명 중 외국인 수는 1,006만 명이다(Statistisches Bundesamt, 2018). 유럽회원국 중 저출산·고령화로 인구감소가 가장 심각한 독일은 난민을 비롯한 많은 이주민들을 앞장서서 받아들이고 있다(Kim, 2017). 혈통주의가 강했던 독일사회는 이주민이 지속적으로 증가함에

따라 이주민과 관련된 논의가 활발하게 진행되고 있다(Lichtenstein et al., 2017).

이주민의 경우, 다른 문화적 배경 속에서 차별, 적대, 문화충격 등의 스트레스를 받게 되고(Berry et al., 1989; Berry, 2005; Hovey & Magaña, 2002), 자살, 폭력, 마약복용 등의 사회문제와 연결될 소지가 크다(Boutakidis et al., 2006; Miller, 2011; Walker, 2007). 비단 독일뿐 아니라 비교적 동질적 문화를 갖고 있던 많은 국가들이 자본과 노동의 세계화에 따른 이주노동자의 유입으로 이주민과 관련한 여러 가지 사회문제에 직면하고 있다(Kang, 2006). 우리나라 또한 이주노동자, 국제결혼 증가 등으로 국내 거주 외국인이 2018년 5월 기준 225만 명을 넘어서며(Ministry of Justice,

논문 투고일 : 2018. 05. 31.

논문 수정일 : 2018. 07. 17.

게재 확정일 : 2018. 08. 07.

\* 교신저자 : 김양래(yrkim@kspo.or.kr).

2018), 정주민과 이주민 사이의 소통과 이해를 통해 사회적 갈등을 해소하고 공존을 모색해야 할 필요성이 요구되고 있다(Lee, 2017).

독일정부는 이주민의 문화적 충돌이 사회갈등을 유발하고 사회통합을 저해할 수 있다는 판단 하에 이주민의 사회적응을 돕는 국가차원의 프로젝트를 시행하고 있다(Die Bundesregierung, 2007). 그 중 스포츠는 이주민의 사회적응을 위한 핵심기제로 활용되며, 많은 이주민들이 스포츠클럽에 가입하여 스포츠활동에 참여하도록 독려하고 있다(Elling & Claringbould, 2005; Deutsche Olympische Sportbund [DOSB], 2018a). 스포츠의 낮은 진입장벽, 세계적으로 통용되는 규칙, 비언어성 등 고유의 특성에 기반하여(Eitzen & Sage, 2003; Weiss, 1999) 신체활동과 상호작용을 통해 이해와 공감능력을 향상시킴으로서 궁극적으로 이주민의 사회적응을 높일 수 있다고 보기 때문이다(Deutscher Bundestag, 2006). 국내의 많은 연구는 이주민의 스포츠참여가 스트레스를 감소시키고 나아가 사회문화적응을 높여준다고 보고하여 이를 뒷받침한다(Glass et al., 2014; Hasmi et al., 2014; Makarova & Herzog, 2014; Min & Cho, 2016; Moon & Heo, 2015; Stack & Iwasaki, 2009).

독일정부와 독일올림픽스포츠연맹(DOSB)은 지역스포츠연맹, 스포츠클럽과 함께 이주민의 스포츠클럽 가입 확대와 지속적인 참여를 위한 여러 프로그램(Integrationsmaßnahmen)을 진행하고 있다(DOSB, 2014). 특히, 스포츠클럽 이주민 환영행사, 찾아가는 스포츠강좌, 스포츠대회 개최 등을 지속적으로 추진하고 있다(DOSB, 2014, 2018a). 2017년 기준, 독일올림픽스포츠연맹에 소속된 63개 종목, 89,594개 스포츠클럽은 이주민을 위한 스포츠 공급자 역할을 한다(Breuer & Feiler, 2017; DOSB, 2018b). 이들 스포츠클럽 중 절반 이상은 월 회비가 성인 6.3유로, 청소년 3유로, 아동 2.5유로로 이주민들이 이용하기에 큰 부담이 없는 편이다(Breuer & Feiler, 2017). 아울러, 독일인 회원수가 다수인 펜싱, 테니스, 승마보다 이주민이 선호하는 태권도, 권투, 가라테 등 개인 투기스포츠와 축구, 농구 등의 단체 구기스포츠에 지원을 집중하고 있다(Schmidt, 2005, as cited in Song, 2010).

이러한 노력에도 불구하고 스포츠클럽 내 이주민 회

원수는 2008년 276만 명(총 회원수 대비 10.1%)에서 2014년 172만 명(6.3%)으로 크게 감소하는 추세다(Breuer, 2009; Breuer & Wicker, 2011; Breuer & Feiler, 2015). 이주민의 적절한 언어구사능력 부족, 독일인과 이주민 사이의 사회·문화적 갈등, 이주민 선호 스포츠프로그램 미흡 등이 주요 원인으로 판단된다. 따라서 공급자 위주의 일방적인 스포츠클럽 참여 유도는 한계가 있으며 이주민 회원 유지를 위한 해결책이 요구되는 상황이다. Wilson et al.(2012)에 따르면 신규고객 유치비용은 기존고객 유지보다 약 다섯 배 많이 발생한다. 이는 비영리기관으로서 재정이 한정되어 있는 독일 스포츠클럽(Wicker & Breuer, 2013)이 효과적인 서비스품질 관리를 통해 경쟁력 있는 서비스를 제공함으로써 기존 회원을 유지하기 위한 마케팅 전략의 필요성을 뒷받침한다.

1980년 대 이후 서비스·마케팅 분야에서는 고객의 재구매, 타인에 대한 추천 등 고객의 행동의도에 영향을 미치는 선행요인을 규명하기 위해 많은 연구가 진행됐다. 여러 학자들은 서비스품질이 행동의도의 중요한 선행요인이라 밝히고 있다(Brady & Cronin, 2001; Brady et al., 2005; Cronin et al., 2000; Cronin & Talyor, 1992; Dabholkar et al., 2000; Parasuraman et al., 1988; Rust & Oliver, 1994; Woodside et al., 1989; Zeithaml et al., 1996). 이와 함께, Brady et al.(2005), McDougall and Levesque(2000) 등 다수의 학자들은 고객만족이 서비스품질과 행동의도 간 중요한 연결고리이며, 서비스품질이 만족도에 영향을 미치고 만족도는 다시 행동의도에 영향을 미친다고 보고하였다.

서비스품질은 객관적 품질이라기보다 제품구매나 소비과정에서 평가하는 경험적 품질, 신념적 품질로 고객의 판단 또는 지각이며, 따라서 지각된 서비스품질로 구체화할 수 있다(Parasuraman et al., 1988). 고객은 기대된 서비스(expected service)와 제공받은 서비스에 대한 지각된 서비스(perceived service)를 비교하며 이런 과정을 통해 지각된 서비스 품질을 갖게 된다(Grönroos, 1984). Parasuraman et al.(1988)은 유형성, 신뢰성, 대응성, 확신성, 공감성 등 서비스품질의 속성을 정리하여 SERVQUAL 모형을 정립하였고 지각된 서비스품질이 높은 고객이 만족감을 매개로 하여

서비스 제공자의 이미지, 재구매 의도, 그리고 재무적 성과에 직접적인 영향을 준다고 밝혔다.

하지만 일반 서비스품질모형을 스포츠레저분야에 바로 적용하는 데는 한계가 있다. 스포츠레저분야에서 일반 서비스품질모형의 타당도와 신뢰도가 충분히 검증되지 않았고, 무엇보다 서비스업의 종류에 따라 척도의 구조개념, 요인, 내용 등이 좌우되기 때문이다(Carman, 1990). 따라서 스포츠레저분야의 특성을 반영하기 위해 일반모형을 수정·보완한 모형이 피트니스센터(Alexandris et al., 2004; Chelladurai et al., 1987, Lam et al., 2005), 스포츠센터(Howat et al., 1996; Kim & Kim, 1995), 레크리에이션(Crompton, Mackay, & Fesenmaier, 1991; Ko & Pastore, 2005), 스포츠이벤트(Calabuig, Mundina, & Crespo, 2010; Kelley & Turley, 2001, Ko, Zhang, Cattani, & Pastore, 2011) 등으로 세분되어 개발되었다.

상기 모형 중 이 연구의 대상인 스포츠클럽과 유사한 서비스를 제공하는 모형은 스포츠·피트니스센터다. 스포츠·피트니스센터의 서비스품질 모형은 크게 인적품질(personnel), 프로그램품질(program), 시설환경품질(physical environment) 등 3가지 핵심차원으로 구성되며(Brandy & Cronin, 2001; Howat et al., 1996, 1999; Kim & Kim, 1995, Lam et al., 2005), 함께 활동하는 동료와의 상호작용(interaction) 또한 서비스품질의 주요요인이다(Chelladurai & Chang, 2000; Hill & Green, 2012; Ko & Pastore, 2005).

한편 만족도는 고객이 특정 서비스나 제품 등을 제공 받은 후 시간이 지남에 따라 즐겁고 만족한 상태에 도달했는가에 대한 판단으로 기대와 경험 간의 일치여부에 따라 만족과 불만족으로 평가된다(Oliver, 1997). 따라서 스포츠클럽 이주민 회원의 만족도는 스포츠클럽이 제공한 서비스 경험을 바탕으로 나타나는 이주민의 호의적 또는 비호의적 평가라고 할 수 있다. 행동의도의 경우, 고객이 서비스 또는 제품 등에 대해 태도를 형성한 후 특정한 미래행동으로 나타내려는 개인의 의지와 신념으로 정의할 수 있으며, 재이용, 지속이용, 타인에 대한 추천, 긍정적 구전 등으로 구성된다(Boulding, Kalra, Staelin, & Zeithaml, 1993).

그동안 스포츠·피트니스분야의 서비스품질 모형을 바

탕으로 서비스품질이 고객만족과 행동의도의 선행요인이며, 고객만족이 서비스품질과 행동의도 간 매개역할을 한다고 밝힌 연구가 국내외에서 보고되었다. 그리스의 스포츠·피트니스센터 회원을 대상으로 한 Avourdiadou and Theodorakis(2014), Theodorakis et al.(2014) 등의 연구는 서비스품질이 회원의 만족도와 재이용에 각각 영향을 미치고 만족도가 다시 재이용에 영향을 미친다고 밝혔다. Howat et al.(1999, 2013, 2016)은 호주의 스포츠센터 회원을 대상으로 한 연구에서 직원, 시설, 프로그램 등의 서비스품질이 높을수록 회원의 만족도가 높아지고, 만족도가 높은 회원이 재방문, 타인추천 의향이 높아진다고 보고하였다.

국내 사례에 기반한 서비스품질과 만족도, 행동의도 간의 인과관계 연구도 다양한 종류의 강습프로그램을 제공하는 복합스포츠센터(An, 2015; Hwang & Lee, 2007; Jung & Choi, 2016; Kim, 2009; Lee & Baik, 2017; Lee et al., 2015; Mun & Cho, 2011; Park & Lee, 2004; Yu et al., 2014)뿐 아니라, 골프 연습장, 수영장, 태권도장과 같은 단일종목 스포츠시설(Kang & Kim, 2012; Kim, 2012; Kim & Lee, 2012; Kwon, 2012; Lee & Kwon, 2010; Lee et al., 2010; Lee et al., 2011; Yoon et al., 2011) 등 많은 분야에서 진행되었다. 국내연구들 또한 서비스품질이 고객만족과 행동의도에 각각 긍정적인 영향을 미치는 선행요인이며, 고객만족 또한 행동의도에 영향을 미친다고 보고하였다.

하지만 국내의 대다수 연구는 스포츠센터, 피트니스센터 등에 소속된 일반 회원 특히 정주민을 대상으로 하고 있으며, 공공스포츠클럽이나 이주민 등의 특정 계층에 대한 연구는 매우 드문 실정이다. 이는 스포츠클럽이 이주민의 사회적응과 사회통합에 정적 영향을 미치는 중요한 활동으로서 독일을 포함한 이주민이 많은 국가들이 스포츠를 핵심정책으로 강조하고 있는 것과 대조를 보인다. 이에 본 연구는 선행연구를 종합적으로 고찰하여 독일 공공스포츠클럽 이주민 회원의 지각된 서비스품질이 만족도를 매개로 재이용 및 타인추천 등 행동의도에 미치는 영향을 규명하고자 한다. 이러한 연구는 스포츠클럽 참여 회원의 지속적 유지에 필요한 중요한 자료를 제공해 주고, 스포츠클럽의 신규 회원 확보에 드는 비용을

절감해 줄 수 있다는 점에서도 매우 유의미하다.

이 연구는 독일 스포츠클럽 이주민 회원의 지각된 서비스품질과 만족도, 행동의도 간 구조적 관계를 분석하기 위해 다음과 같은 연구가설을 설정하였다. 첫째, 스포츠클럽의 지각된 서비스품질은 만족도에 영향을 미칠 것이다. 둘째 스포츠클럽의 지각된 서비스품질은 행동의도에 영향을 미칠 것이다. 셋째, 만족도는 행동의도에 영향을 미칠 것이다. 이를 그림으로 도식하면 <Fig. 1> 과 같다.

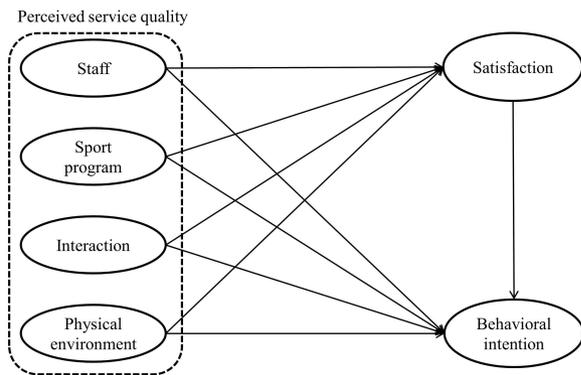


Fig. 1. The proposed hypothetical model

## 연구방법

### 연구대상 및 표본수집

이 연구는 독일올림픽스포츠연맹에 소속된 스포츠클럽을 이용하고 있는 이주민을 모집단으로 선정하고, 표본집단은 독일 서부에 위치한 33개 스포츠클럽 이주민 회원으로 설정하였다. 독일에서 1년 이상 합법적으로 거주하며 스포츠클럽에서 3개월 이상 스포츠활동에 참여한 만 15세 이상의 회원을 연구대상으로 하였다. 전화와 이메일 등을 통해 연구자 인적사항과 설문조사 목적, 내용 등을 밝히고 이에 동의할 경우 설문조사를 진행했다. 만 18세 미만 청소년의 경우 스포츠클럽 운영진과 부모의 동의를 함께 구했다. 2017년 3월부터 6월까지 이 연구의 제1저자와 독일어에 능통한 2명의 연구보조원이

Table 1. Demographic characteristics (N=438)

Variables	N	Frequency(%)	
Gender	Male	258	58.9
	Female	180	41.1
Age	< 18 years	104	23.7
	18-25 years	119	27.2
	26-35 years	88	20.0
	36-45 years	66	15.1
	46-55 years	27	6.2
	> 55 years	34	7.8
Country of Birth	Europe	171	39.0
	Asia	146	33.3
	Africa	66	15.1
	America	55	12.6
Period in Germany	< 3 years	37	8.4
	-5 years	102	23.3
	-10 years	145	33.1
	> 10 years	154	35.2
Type	Team	226	51.6
	Individual	212	48.4
Period in a sport club	< 6 mon.	28	6.4
	-12 mon.	40	9.2
	-18 mon.	54	12.3
	-24 mon.	75	17.1
	> 24 mon.	241	55.0
	Frequency	1-2 per mon.	44
1 per week		98	22.4
2-3 per week		242	55.2
4-5 per week		48	11.0
6-7 per week		6	1.4
Duration per visit	< 1h	12	2.7
	-2h	88	20.1
	-3h	316	72.2
	> 3h	22	5.0
Intensity per visit	very light	2	0.5
	light	16	3.7
	moderate	188	42.9
	strong	201	45.8
	very strong	31	7.1

스포츠클럽을 직접 방문하여 1:1 대인면접방식으로 설문조사 목적과 내용을 설명하고 자기평가기입법을 통해 작성하도록 하였다.

총 491부의 설문지를 배포한 후, 전체 문항 중 10% 이상이 누락되었거나 불성실하게 응답했다고 판단되는 53부를 제외하고 438부를 최종분석에 사용하였다. 남성은 258명으로 58.9%이며 평균연령은 30.06세(SD = 13.585)였다. 출신지로는 독일을 제외한 타 유럽국가 171명(39.0%)으로 가장 많았고, 아시아 146명(33.3%), 아프리카 66명(15.1%), 아메리카 55명(12.6%) 순으로 나타났다. 참여하고 있는 스포츠클럽 유형은 축구, 농구, 배구, 핸드볼 등의 단체 구기스포츠가 226명(51.6%), 태권도, 권투, 가라데 등 개인 투기스포츠가 212명(48.6%)이었다. 스포츠클럽 활동 참여기간의 경우, 24개월 이상이 241명(55.0%)으로 가장 높은 빈도를 보였다. 또한 일주일에 2-3회(242명, 55.2%) 참여하고, 1회 운동참여시 소요시간이 2시간 이상에서 3시간 미만인 경우(316명, 72.2%)가 가장 높게 나타났다. 연구대상의 세부적인 일반특성은 <Table 1>과 같다.

## 조사도구

이 연구를 위한 조사도구로 설문지를 사용했다. 먼저 스포츠클럽의 지각된 서비스품질을 측정하기 위해 Brady & Cronin(2001), Howat et al.(1996), Kim & Kim(1995), Ko & Pastore(2005) 등 선행연구를 기반으로 기초 설문항목을 도출하고 스포츠클럽 운영진, 이주민 회원 등과의 인터뷰, 전문가 집단회의를 거쳐 이 연구목적에 적합하도록 4개 차원, 12개 항목으로 구성하였다. 스포츠클럽 운영진/지도자(3개 항목), 동료와의 상호작용(3개 항목), 스포츠프로그램(3개 항목), 시설환경(3개 항목)이다. 만족도는 Han et al.(2008), Howat & Assaker(2013)의 연구에서 사용한 단일차원의 2개 항목을 사용하였다. 행동의도는 Oliver(1997), Zeithaml et al.(1996)의 연구를 바탕으로 단일차원의 2개 항목으로 구성하였다.

## 자료분석

수집된 설문지 438부를 부호화한 후 연구목적에 따라 분석하였다. 먼저 SPSS 23.0을 이용한 빈도분석(frequency analysis)을 통해 연구대상의 일반특성을

파악하였다. 지각된 서비스품질 설문문항의 구성타당도를 검증하기 위해 탐색적 요인분석(exploratory factor analysis)과 Cronbach's  $\alpha$ 를 활용한 신뢰도분석을 실시하였다. 탐색적 요인분석은 주성분 분석(principal component analysis)을 통해 구성요인을 추출하고 직각회전방식 중 배리맥스(varimax)를 통해 요인적재치를 단순화하였다. 요인적재치는 .4 이상(Hair et al., 2010), Cronbach's  $\alpha$ 는 .7 이상(Nunnally & Bernstein, 1994)을 기준으로 하였다.

수집된 데이터의 모델 적합성을 평가하고, 타당성(validity)을 측정하기 위해 AMOS 23.0을 이용하여 확인적 요인분석(confirmative factor analysis)을 진행하였다. 모형 적합도 지수로는 GFI(Goodness-of-Fit), RMSEA(Root Mean Square Error of Approximation), SRMR(Standardized Root Mean Squared Residual), TLI(Tucker-Lewis Index), CFI(Comparative Fit Index)를 종합적으로 사용하였다.  $\chi^2/df$  또한 적합도 지수로 많이 사용되고 있으나, 이는 사용된 표본의 크기에 민감하고, 표본 크기가 커질수록  $\chi^2$  또한 증가하여 귀무가설이 기각될 가능성이 높다(Bentler & Bonnet, 1980). 때문에 이 연구에서는  $\chi^2$ 의 한계를 인지하고 이를 대체하는 다른 지수로 모형의 적합도를 평가하였으며(Rigdon, 1996), 학계에서 널리 사용되고 있는 적합도 기준으로 GFI>.9, RMSEA<.10, SRMR<.05, TLI>.9, CFI>.9(Byrne, 2002, Hu & Bentler, 1999; MacCallum et al., 1996; Shevlin & Miles, 1998)를 선정했다. 마지막으로 지각된 서비스품질이 만족도, 행동의도에 미치는 영향을 알아보기 위해 AMOS 23.0을 이용하여 구조방정식모형분석(structural equation modeling analysis)을 실시하였다. 모든 통계적 유의수준은  $p<.05$ 로 설정했다.

## 연구결과

### 조사도구의 타당성 및 신뢰성 분석

지각된 서비스품질 설문문항에 대해 탐색적 요인분석

Table 2. Summary results of the exploratory factor analysis

Dimension	Items	FL	V	CV	$\alpha$	
Staff	Staff are knowledgeable	ST2	.858	22.100	22.100	.874
	Staff are reliable	ST3	.835			
	Staff are willing to help me	ST1	.807			
Sport program	The contents of sport program are interesting	SP2	.856	20.112	42.212	.845
	The schedule of sport program is convenient	SP3	.844			
	The level of sport program is adequate	SP1	.630			
Interaction	Interacting with members is enjoyable	IT1	.828	18.411	60.623	.830
	The opportunities to interact among members are provided	IT2	.826			
	I can have a nice conversation with members	IT3	.800			
Physical environment	The facility and equipment are well-maintained	PE2	.913	17.548	78.171	.846
	It is convenient to use the facility and equipment	PE3	.859			
	It is easy to access to the facility	PE1	.602			

FL : factor loading, V : variance, CV : cumulative variance

을 실시한 결과 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)는 .865, Bartlett 구형성 검정은 3096.340으로 데이터가 요인 분석에 적합한 것으로 나타났다(Kaiser, 1960; Hair et al., 2010). <Table 2>에서 제시된 바와 같이 지각된 서비스품질은 운영진/지도자, 스포츠프로그램, 동료와의 상호작용, 시설환경 등 4개 하위요인으로 분류되었고, 누적분산은 78.171%였다. Cronbach's  $\alpha$ 의 경우 .830~.874로 기준에 부합하여 내적일관성을 확보하였다.

확인적 요인분석 결과, 측정모형의 적합도는 GFI=.903, RMSEA=.086, SRMR=.039, TLI=.928, CFI=.947로 나타났다. 모든 적합도 지수가 수용수준을 충족시켰다. 집중타당도 검증을 위해 평균분산추출(AVE: Average Variance Extracted)과 개념신뢰도(CR: Composite Reliability)를 사용하였다(Fornell & Larcker, 1981). <Table 3>과 같이, 분석결과 평균분산추출값은 .729~.895, 개념신뢰도값은 .889~.945로 수용기준(AVE>.5, CR>.7)을 충족하였다. 한편, Fornell & Larcker(1981)는 각 구성개념의 평균분산추출값이 상관계수의 제곱값을 초과해야 판별타당성이 확보될 수 있다고 밝혔다. 각 구성개념의 평균분산추출값과 상관계수의 제곱값을 비교한 결과, 평균분산추출값(.723~.895)이 상관계수의 제곱값(.189~.750)보다 높게 나타나 구성개념의 판별타당성이 확보되었다.

Table 3. Correlations of variables and validity

	1	2	3	4	5	AVE	CR
1	1					.723	.911
2	.694***	1				.742	.895
3	.517***	.518***	1			.729	.889
4	.435***	.497***	.587***	1		.760	.903
5	.704***	.680***	.580***	.599***	1	.895	.945
6	.779***	.750***	.630***	.550***	.866***	.870	.930

\*\*\* $p < .001$

1 : Staff, 2 : Sport program, 3 : Interaction,

4 : Physical environment, 5 : Satisfaction,

6 : Behavioral intention,

AVE : average variance extracted,

CR : composite reliability

### 가설검증

지각된 서비스품질과 만족도, 행동의도 간 관계의 가설 검증을 위해 구조방정식모형분석에 앞서 모형 적합도 평가를 실시한 결과 GFI=.901, RMSEA=.089, SRMR=.040, TLI=.921, CFI=.942로 나타났다. 모든 지수가 적합도 수용수준을 충족하였다. 따라서 이 연구에서 설정한 연구가설과 연구모형은 실증자료를 비교적 잘 설명하고 있으며 이를 해석하는데 무리가 없는 것으로 판단하였다.

Tale 4. The results of hypotheses testing

Path	Coefficient	t	p	Result
Perceived service quality → Satisfaction				
Staff → Satisfaction	.370	6.362	.000	Support
Sport program → Satisfaction	.234	3.935	.000	Support
Interaction → Satisfaction	.120	2.353	.019	Support
Physical environment → Satisfaction	.250	5.222	.000	Support
Perceived service quality → Behavioral intention				
Staff → Behavioral intention	.176	3.540	.000	Support
Sport program → Behavioral intention	.121	2.502	.012	Support
Interaction → Loyalty Behavioral intention	.186	4.476	.000	Support
Physical environment → Behavioral intention	-.095	-2.388	.017	Not support
Satisfaction → Behavioral intention	.617	11.845	.000	Support

GFI = .901, RMSEA = .089, SRMR = .040, TLI = .921, CFI = .942.  $p < .05$

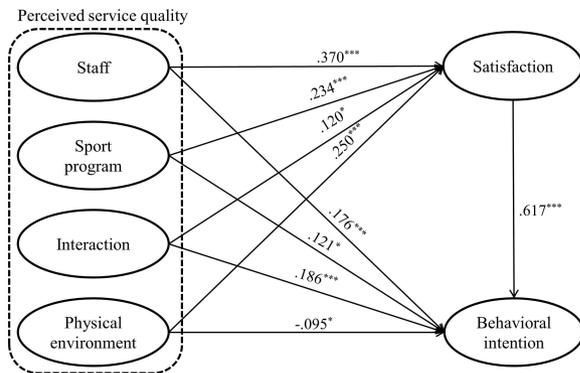


Fig 2. The results of structural equation modeling analysis

구조방정식모형분석 결과는 <Table 4>, <Fig 2>와 같다. 먼저, 지각된 서비스품질이 만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이라고 설정한 가설의 경우, 운영진/지도자, 스포츠프로그램, 동료와의 상호작용, 시설환경은 만족도에 통계적으로 유의한 양(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 채택되었다. 운영진/지도자, 시설환경, 스포츠프로그램은 각각 경로계수가 .370, .250, .234이며 t값은 6.362, 5.222, 3.935, 그리고  $p < .001$  수준으로 나타났다. 동료와의 상호작용은 경로계수 = .120, t값 = 2.353,  $p < .05$  수준으로 나타났다.

지각된 서비스품질이 행동의도에 긍정적인 영향을 미

칠 것이라고 설정한 가설의 경우, 운영진/지도자, 스포츠프로그램, 동료와의 상호작용이 행동의도에 통계적으로 유의한 양(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 부분적으로 채택되었다. 동료와의 상호작용과 운영진/지도자는 각각 경로계수가 .186, .176이며, t값은 4.476, 3.540,  $p < .001$  수준으로 나타났다. 스포츠프로그램은 경로계수 = .121, t = 2.502,  $p < .05$  수준으로 나타났다. 시설환경은 행동의도에 통계적으로 유의한 음(-)의 영향(경로계수 = -.095, t = -2.388,  $p < .05$ )을 미치는 것으로 나타났다.

마지막 가설의 경우, 만족도가 행동의도에 통계적으로 양(+)의 영향(경로계수 = .617, t = 11.845,  $p < .001$ )을 미치는 것으로 나타나 본 가설이 채택되었다.

## 논 의

이 연구는 독일 스포츠클럽 이주민 회원의 지각된 서비스품질과 만족도 및 행동의도 간 구조적인 관계를 규명하기 위한 것이다. 변인 간의 인과관계를 검증하기 위해 설정한 연구가설 결과를 기초로 하여 다음과 같이 논의해보고자 한다.

먼저, 독일 스포츠클럽 이주민 회원의 지각된 서비스

품질과 만족도와의 관계를 규명한 결과, 지각된 서비스 품질 하위요인인 운영진/지도자, 스포츠프로그램, 동료와의 상호작용, 시설환경은 이주민의 스포츠클럽 이용경험에 있어 그 수준이 높아질수록 만족도가 높아지는 것으로 나타났다. 특히 운영진/지도자의 경로계수(.370)가 가장 크게 나타났으며, 시설환경(.250), 스포츠프로그램(.234) 등이 그 뒤를 이었다.

이 연구의 결과는 일반 서비스·마케팅 분야에서 서비스 품질이 만족도의 선행요인이라고 밝힌 연구결과들(Brady & Cronin, 2001; Cronin & Talyor, 1992; Rust & Oliver, 1994; Woodside et al., 1989; Zeithaml et al., 1996)과 일치한다. 또한 스포츠레저분야의 해외사례 연구(Avourdiadou, & Theodorakis, 2014; Howat & Assaker, 2013, 2016; Howat et al., 1999; Murray & Howat, 2002; Theodorakis et al., 2013; Tsitskari et al., 2014)와 국내사례 연구(An, 2015; Hwang & Lee, 2007; Jung & Choi, 2016; Kim, 2006; Kim, 2009; Kwon, 2012; Lee & Baik, 2017; Lee et al., 2012; Lee et al., 2015; Lim & Park, 2010; Kim, 2014; Mun & Cho, 2011; Park & Lee, 2004; Yoon et al., 2011; Yu et al., 2014)의 결과를 지지하고 있다.

이 연구와 선행연구 결과는 스포츠레저시설 회원이 인지한 서비스품질이 만족도 제고의 중요요인임을 제시하고 있다. 특히, 서비스품질 요인 중에서 인적요인이 핵심으로 간주되고 있다. Howat et al.(2008)은 호주 스포츠센터 회원 대상 연구에서 인적서비스가 만족도에 가장 큰 영향을 미친다고 하였다. 또한 국내 복싱클럽 회원 대상 연구에서도 복싱클럽 지도자의 인성과 전문성 등의 인적요인이 고객들의 경제적, 심리적 만족에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다(Kim, 2014). Kim & Lee(2012)는 수영장의 물리적 환경보다 지도강사의 책임감, 체계적 교육방법, 우수한 지도능력 등이 수영장 서비스에 대한 전반적 만족 수준을 높인다고 보고한 바 있다.

이처럼 회원의 서비스 만족도의 핵심요인은 운영진과 지도자의 인성·전문성 등의 인적 서비스품질이다. 그러나 이 연구의 결과에 따르면 인적 서비스품질 중에서도 운영진과 지도자의 신뢰, 도움 등을 비롯한 이주민 회원과의 의사소통과 문화차이에 대한 공감능력 등이 더 중

요하다. 이는 독일정부가 스포츠클럽을 이주민의 사회적응을 위한 핵심기제로 활용하며 스포츠클럽 활동에서의 상호이해와 공감능력 향상에 중요한 의미를 부여하고 있음을 통해서도 알 수 있다. 따라서 스포츠클럽에 참여하는 이주민 또한 운영진과 지도자와의 신뢰 구축과 공감을 기대하며 이러한 기대에 부응할 경우 서비스 만족도 향상은 물론 스포츠클럽 지속참여에 긍정적 영향을 미칠 수 있을 것이다.

또한 인적 서비스품질 제고의 일환으로 이주배경이 같거나 동일 언어 구사가 가능한 자원봉사자, 지도자 등을 스포츠클럽에 적극 배치하여 이주민의 스포츠클럽 활동을 지원함으로써 상호소통과 이해를 토대로 스포츠클럽에 지속참여를 유인하는 마케팅 전략이 필요하다. 이는 이주민들이 언어 등으로 인해 겪을 수 있는 차별과 적대감을 감소시킬 수 있어(Min & Cho, 2016), 스포츠클럽 지속참여는 물론 스포츠클럽 활동을 통한 이주민의 사회적응 측면에서도 중요하기 때문이다.

이와 더불어, 이주민 친화적인 시설환경, 양질의 맞춤형 스포츠프로그램 등을 제공하여 스포츠클럽 이주민 회원의 만족도와 소속감을 높이고 지속참여를 유인해야 한다. 특히 운영진과 지도자의 배려와 관심에도 불구하고 스포츠활동과 문화활동 자체에 대한 흥미 저하는 이주민 회원의 만족도에 부정적 영향을 미치게 된다. 따라서 그들이 선호하는 종목을 발굴·전파하고 요구사항에 적극 응대하여 참여동기를 높일 필요가 있다.

둘째, 독일 스포츠클럽 이주민 회원의 지각된 서비스품질 하위요인 중 운영진/지도자, 스포츠프로그램, 동료와의 상호작용은 이주민의 재이용과 타인추천 등의 행동의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이 연구의 결과는 호주의 스포츠센터 회원을 대상으로 지각된 서비스품질이 지각된 이익, 만족도, 재방문 및 타인추천 등에 미치는 영향에 대해 조사한 Howat & Assaker(2013)의 연구, 그리스의 스포츠·피트니스센터에서 6개월 이하와 6개월 이상의 회원을 대상으로 서비스품질이 만족과 재이용에 미치는 영향에 대해 조사한 Avourdiadou & Theodorakis(2014)의 결과와 일치한다. Hwang & Lee(2007)는 국내 스포츠센터 고객접점서비스와 고객만족도, 재이용의 관계를 밝힌 연구에서 직원의 관심, 회원에 대한 직원의 경청, 직원과의 대화 등이 지속적인 이

용의사나 동료 및 친지에 대한 추천에 영향을 미친다고 밝혔다. Jung & Choi(2016)는 서울과 인천에 소재한 스포츠센터 회원을 대상으로 한 연구에서 지도자의 전문 지식과 능력, 지도방법, 책임감, 체계적 지도방법 등 인적 요인과 프로그램 내용과 수준의 다양성, 적절한 강습료 등이 고객의 스포츠센터 재등록에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 보고하여 이 연구의 결과를 지지하고 있다.

선행연구와 이 연구의 결과에 비추어 볼 때, 이주민의 행동의도를 높이기 위해서는 앞서 제시한 운영진과 지도자의 인적 서비스품질을 향상시키는 것도 중요하지만 스포츠클럽 하우스 등을 활용해 이주민과 정주민 간 상호작용의 기회를 확대하고 스포츠프로그램 외에 다양한 회원교류 프로그램을 제공하여 클럽 전반에 대해서 회원들이 상호 소통할 수 있도록 하는 것이 필요하다. 스포츠클럽 참여와 지속적 활동은 회원의 자유 의지에 의해 이루어지기 때문에 회원 간 친밀도 형성이 매우 중요하며, 그 중심에 상호작용 기회의 확대가 있다. 회원 간의 강한 친밀감은 이주민의 스포츠클럽 지속참여 유인은 물론 타인추천 의지에도 긍정적으로 작용해 스포츠클럽의 신규 회원 확보에도 유용할 것이다. 다시 말해, 독일 스포츠클럽의 인적서비스와 스포츠프로그램, 동료와의 상호작용 등을 중심으로 한 서비스품질 강화는 현재 회원수를 유지하는 방어적 효과(재이용)와 새로운 회원을 창출할 수 있는 공격적 효과(타인추천)를 얻을 수 있을 것이다(Zeithaml et al., 1996; Howat et al., 2008).

마지막으로 독일 스포츠클럽 이주민 회원의 만족도는 행동의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. Brady & Cronin(2001), Cronin & Talyor(1992), Rust & Oliver(1994) 등은 고객만족이 재구매, 타인추천과 같은 행동의도에 직접적인 영향을 미친다고 밝혔다. Avourdiadou & Theodorakis(2014), Howat et al.(2008), Howat & Assaker(2013), Theodorakis et al.(2014) 등 또한 스포츠센터의 서비스경험에 만족한 고객이 지속적으로 이용하거나 타인에게 해당 스포츠센터에 대한 긍정적인 이야기를 전달하는 충성고객이 된다고 보고하였다. Mun & Cho(2011)는 국내 지역스포츠센터 6개소를 대상으로 한 연구에서 서비스에 대한 만족, 전반적 만족 등이 지속적 방문과 시설에 대한 구전효과에 긍정적 영향을 미치는 것으로 밝혀 이 연구의 결과와

일치하는 결과를 보였다. Kim(2009)은 공공스포츠센터와 상업스포츠센터 각 2개소를 대상으로 한 연구에서 모든 서비스품질이 재이용에 긍정적 영향을 미친다고 밝혔으며, 특히 직원의 신속성, 적극성, 친절성 등 무형서비스가 가장 큰 영향을 미치는 것으로 보고하여 이 연구의 결과를 지지하고 있다. Kang & Kim(2012), Lee & Kwon (2010), Lee et al.(2010), Lee et al.(2011), Yoon et al.(2011) 등 태권도장을 대상으로 서비스품질, 만족도, 행동의도 간 관계를 밝힌 선행연구에서는 태권도 수련생의 만족도가 태권도장 재등록, 타인추천 등에 긍정적 영향을 미친다고 보고하였다. Kim(2014)은 복싱클럽 회원들의 서비스에 대한 만족이 구전행위, 재구매행위 등의 고객후속행위에 긍정적 영향을 미치는 것으로 제시하였고, Kwon(2012)은 골프연습장 이용객의 만족도가 재방문 의도에 유의한 영향을 미친다고 보고하여 이 연구의 결과와 일치하고 있다.

이상에서 살펴본 바와 같이, 다수의 선행연구와 이 연구의 결과에 따르면 서비스품질 제고와 함께 서비스품질에 대한 전반적인 고객 만족도를 증대시키는 것은 타인구전, 재이용, 타인추천 등 고객의 행동의도를 높일 수 있는 핵심요인이라 할 수 있다. 따라서 스포츠클럽 운영진, 지도자 등은 지각된 서비스품질 제고와 함께 이주민 회원의 만족도를 높일 수 있는 효율적 마케팅전략을 추진해야 궁극적으로 이주민 회원의 소속감이 고취되고 스포츠클럽 활동에 대한 참여가 지속될 수 있다. 아울러, 스포츠클럽 활동에 만족한 이주민 회원들이 스포츠클럽을 친숙한 환경으로 여기고 지속적으로 이용하게 된다면 다른 친구나 친지, 동료들에게 스포츠클럽 가입과 활동을 적극 권하며 스포츠클럽 신규 회원을 돕는 자원봉사자, 문화동반자 등의 역할까지 할 수 있을 것으로 기대할 수 있다.

## 결론 및 제언

이 연구는 독일 스포츠클럽 이주민 회원의 지속적 이용과 신규 이주민 회원 유치를 위한 스포츠클럽의 서비스품질 요인을 파악하고 이를 스포츠클럽 경영의 경쟁력 있는 마케팅요소로 활용하는데 의의가 있다. 특히 국가

사회통합 정책 추진의 일환인 이주민의 스포츠클럽 참여 확대를 위해 스포츠클럽 관계자에게 지각된 서비스품질의 중요성을 각인시키고 이를 통해 이주민 회원의 지속적인 이용을 도모하기 위한 것이다. 이는 다문화사회로 진입하고 있는 우리에게 스포츠를 활용한 이주민의 사회통합 측면에서 중요한 시사점을 전달한다.

이 연구는 독일 스포츠클럽 이주민 회원의 지각된 서비스품질과 만족도, 행동의도 간 구조적 관계를 규명하였다. 독일 서부에 위치한 33개 스포츠클럽에서 3개월 이상 활동한 만 15세 이상의 이주민 회원을 대상으로 2017년 3월부터 6월까지 설문조사를 실시하여 438부를 최종 분석에 사용하였다. SPSS 23.0과 AMOS 23.0을 통해 빈도분석, 요인분석, 신뢰도 및 타당도 분석, 상관관계분석, 구조방정식모형분석을 실시하였고 다음과 같은 결론을 도출하였다.

첫째, 독일 스포츠클럽 이주민 회원의 지각된 서비스품질 하위요인인 운영진/지도자, 스포츠프로그램, 동료와의 상호작용, 시설환경은 만족도에 긍정적 영향을 미친다. 둘째, 독일 스포츠클럽 이주민 회원의 지각된 서비스품질 하위요인인 운영진/지도자, 스포츠프로그램, 동료와의 상호작용은 행동의도에 긍정적 영향을 미친다. 셋째, 독일 스포츠클럽 이주민 회원의 만족도는 행동의도에 긍정적 영향을 미친다.

스포츠클럽의 지각된 서비스품질 중 운영진/지도자가 제공하는 인적 서비스와 스포츠프로그램은 그 효과가 이주민 회원의 만족은 물론 행동의도에 직·간접적으로 크게 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 재이용과 타인 추천 등의 고객행동 효과를 높이기 위한 방안으로 재정이 많이 소요되는 시설투자보다 인적자원 투자에 집중할 필요가 있음을 시사한다. 그러므로 스포츠클럽 운영진/지도자의 자질향상, 이주 배경을 갖고 있는 지도자 또는 자원봉사자의 적극적 활용 등의 인적자원에 대한 투자와 서비스품질 개선이 필요하다. 둘째, 스포츠클럽을 이주민과 정주민, 이주민 간의 교류의 장으로 적극 활용한다면 상호작용 기회가 증가하여 재이용과 타인추천으로 회원가입률을 유지할 수 있을 것이다. 스포츠활동뿐 아니라 근교여행, 역사·문화교실, 다과회 등 다양한 교류프로그램을 제공하여 상호작용할 수 있는 기회를 마련할

필요가 있다. 스포츠클럽을 단순한 스포츠활동 공간이 아닌 문화와 생활이 접목된 융합공간으로 탈바꿈해야 한다. 마지막으로 스포츠클럽 운영진과 관련 정책을 마련하는 행정관리자는 서비스 품질을 상시적으로 모니터링하여 부족한 부분에 대한 보완과 체계적인 관리를 지속적으로 시행해야 할 것이다.

이러한 결론을 바탕으로 이 연구가 갖는 한계점과 후속 연구를 위한 제언은 다음과 같다. 첫째, 연구대상이 독일 서부지역의 스포츠클럽과 이주민 회원으로 한정된 바, 연구결과를 일반화하는데 제약이 있다. 따라서 향후 연구에서는 독일 전역이나 스포츠클럽이 활발한 다른 국가에서 이주민뿐 아니라 정주민 회원의 표본을 선정하여 외적타당성을 높일 필요가 있다. 전체 회원에 대한 연구, 이주민과 정주민 간의 비교연구 등을 통해 새로운 연구결과를 도출할 수 있을 것이다.

둘째, 이 연구에서는 지각된 서비스 품질을 네 가지 하위요인 즉, 운영진/지도자, 스포츠프로그램, 동료와의 상호작용, 시설환경으로 구분하였으나, 향후 연구에서는 타당성을 갖춘 다른 하위요인을 이용하여 만족도와 행동의도에 영향을 미치는 스포츠클럽의 서비스품질 요인을 더 발굴할 필요가 있을 것이다. 아울러, 이 연구에서는 지각된 서비스 품질만을 만족도와 행동의도의 선행요인으로 제시하였으나, 향후 연구에서는 참여동기, 운동몰입, 관계몰입 등 다른 요인과 만족도, 행동의도 간 관계를 모색할 필요도 있다.

마지막으로, 이 연구는 이주민의 스포츠클럽 서비스 품질과 만족도, 행동의도 간의 관계만을 모색하여, 독일이 추진 중인 스포츠를 통한 사회정책의 효과성을 분석해보는데 한계가 있다. 따라서 이주민 관점에서 스포츠클럽 이용이 만족도와 재이용 등을 통해 궁극적으로 삶의 질, 생활만족, 사회적응 등에 미치는 영향을 연구한다면 이주의 시대를 맞이하고 있는 현시점에서 스포츠가 갖는 사회통합적 기능을 재조명해볼 수 있을 것이다.

## 참고문헌

- Alexandris, K., Zahariadis, P., Tsobatzoudis, C., & Grouios, G. (2004). An empirical investigation of the relationships

- among service quality, customer satisfaction and psychological commitment in a health club context. *European Sport Management Quarterly*, 4(1), 36-52.
- An, C. K. (2015). The effects of service quality on corporate image, customer satisfaction, and behavioral intention in national sports center. *Journal of Sport and Leisure Studies*, 60, 173-185.
- Avourdiadou, S., & Theodorakis, N. D. (2014). The development of loyalty among novice and experienced customers of sport and fitness centres. *Sport Management Review*, 17(4), 419-431.
- Bentler, P. M. (1990). Comparative fit indexes in structural models. *Psychological Bulletin*, 107(2), 238-246.
- Bentler, P. M., & Bonett, D. G. (1980). Significance tests and goodness of fit in the analysis of covariance structures. *Psychological Bulletin*, 88(3), 588-606.
- Berry, J. W. (2005). Acculturation: Living successfully in two cultures. *International Journal of Intercultural Relations*, 29(6), 697-712.
- Berry, J. W., Kim, U., Power, S., Young, M., & Bujaki, M. (1989). Acculturation attitudes in plural societies. *Applied Psychology*, 38(2), 185-206.
- Boulding, W., Kalra, A., Staelin, R., & Zeithaml, V. A. (1993). A dynamic process model of service quality: from expectations to behavioral intentions. *Journal of Marketing Research*, 30(1), 7-27.
- Boutakidis, I., Guerra, N. G., & Soriano, F. (2006). Youth Violence, Immigration, and Acculturation. In N. G. Guerra & E. P. Smith (Eds.), *Preventing youth violence in a multicultural society* (pp. 75-99). Washington, DC: American Psychological Association.
- Brady, M. K., & Cronin, J. J. (2001). Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: a hierarchical approach. *Journal of Marketing*, 65(3), 34-49.
- Brady, M. K., Knight, G. A., Cronin, J. J., Tomas, G., Hult, M., & Keillor, B. D. (2005). Removing the contextual lens: A multinational, multi-setting comparison of service evaluation models. *Journal of Retailing*, 81(3), 215-230.
- Breuer, C. (Ed.). (2009). *Sport Development Report 2007/2008. Analysis of the situation of sport clubs in Germany*. Cologne: Sportverlag Strauß.
- Breuer, C., & Wicker, P. (2011). *Sports development report 2009/2010. Analysis of the situation of sports clubs in Germany*. Abbreviated Version. Cologne: Sportverlag Strauß.
- Breuer, C., & Feiler, S. (2015). *Sport development report 2013/2014. Analysis of the situation of sports clubs in Germany*. Abbreviated version. Cologne: Sportverlag Strauß.
- Breuer, C., & Feiler, S. (2017). *Sport Development Report 2015/2016: Analysis of the Situation of Sports Clubs in Germany*. Abbreviated Version. Cologne: Sportverlag Strauß.
- Byrne, D. S. (1998). *Complexity theory and the social sciences: An introduction*. New York, NY: Psychology Press.
- Calabuig, F., Burillo, P., Crespo, J., Mundina, J. J., & Gallardo, L. (2010). Satisfaction, quality and perceived value in athletic spectators. *International Journal of Medicine and Sciences of Physical Activity and Sports*, 10(40), 577-593.
- Carman, J. M. (1990). Consumer perceptions of service quality: An assessment of the SERVQUAL dimensions. *Journal of Retailing*, 66(1), 33-55.
- Chelladurai, P., & Chang, K. (2000). Targets and standards of quality in sport services. *Sport Management Review*, 3(1), 1-22.
- Chelladurai, P., Scott, F. L., & Haywood-Farmer, J. (1987). Dimensions of fitness services: Development of a model. *Journal of Sport Management*, 1(2), 159-172.
- Clemes, M. D., Brush, G. J., & Collins, M. J. (2011). Analysing the professional sport experience: A hierarchical approach. *Sport Management Review*, 14(4), 370-388.
- Crompton, J. L., MacKay, K. J., & Fesenmaier, D. R. (1991). Identifying dimensions of service quality in public recreation. *Journal of Park and Recreation Administration*, 9(3), 15-27.
- Cronin, J. J., Brady, M. K., & Hult, G. T. M. (2000). Assessing the effects of quality, value, and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments. *Journal of Retailing*, 76(2), 193-218.
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: a reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55-68.
- Dabholkar, P. A., Shepherd, C. D., & Thorpe, D. I. (2000). A comprehensive framework for service quality: an investigation of critical conceptual and measurement issues through a longitudinal study. *Journal of Retailing*,

- 76(2), 139-173.
- Deutsche Olympische Sportbund (2014a). Integration durch Sport Programmkonzeption. Frankfurt am Main
- Deutsche Olympische Sportbund (2018a). Integration durch sport. <https://integration.dosb.de/>
- Deutsche Olympische Sportbund (2018b). Bestandserhebung 2017. Frankfurt am Main
- Deutscher Bundestag (2006). Sportbericht der Bundesregierung. Berlin.
- Die Bundesregierung (2007). Der nationale integrationsplan: Neue wege - neue chancen. Retrieved from [https://www.bundesregierung.de/Content/DE/Archiv16/Artikel/2007/07/Anlage/2007-08-30-nationaler-integrationsplan.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=1](https://www.bundesregierung.de/Content/DE/Archiv16/Artikel/2007/07/Anlage/2007-08-30-nationaler-integrationsplan.pdf?__blob=publicationFile&v=1)
- Du, J., Jordan, J. S., & Funk, D. C. (2015). Managing mass sport participation: Adding a personal performance perspective to remodel antecedents and consequences of participant sport event satisfaction. *Journal of Sport Management, 29*(6), 688-704.
- Eitzen, S. D., & Sage, G. H. (2003). *Sport and the mass media*. Sociology of North American sport. New York, NY: McGraw-Hill.
- Elling, A., & Claringbould, I. (2005). Mechanisms of inclusion and exclusion in the Dutch sports landscape: Who can and wants to belong?. *Sociology of Sport Journal, 22*(4), 498-515.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Structural equation models with unobservable variables and measurement error: Algebra and statistics. *Journal of Marketing Research, 18*(3), 382-388.
- Glass, C. R., Gómez, E., & Urzua, A. (2014). Recreation, intercultural friendship, and international students' adaptation to college by region of origin. *International Journal of Intercultural Relations, 42*, 104-117.
- Grönroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing, 18*(4), 36-44.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Babin, B. J., & Black, W. C. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective* (Vol. 7). Upper Saddle River, NJ: Pearson.
- Hasmi, H. M., Gross, M. J., & Scott-Young, C. M. (2014). Leisure and settlement distress: the case of South Australian migrants. *Annals of Leisure Research, 17*(4), 377-397.
- Hill, B., & Green, B. C. (2012). Repeat participation as a function of program attractiveness, socializing opportunities, loyalty and the sportscape across three sport facility contexts. *Sport Management Review, 15*(4), 485-499.
- Hovey, J. D., & Magaña, C. G. (2002). Exploring the mental health of Mexican migrant farm workers in the Midwest: Psychosocial predictors of psychological distress and suggestions for prevention and treatment. *Journal of Psychology, 136*(5), 493-513.
- Howat, G., Absher, J., Crilley, G., & Milne, I. (1996). Measuring customer service quality in sports and leisure centres. *Managing Leisure, 1*(2), 77-89.
- Howat, G., & Assaker, G. (2013). The hierarchical effects of perceived quality on perceived value, satisfaction, and loyalty: Empirical results from public, outdoor aquatic centres in Australia. *Sport Management Review, 16*(3), 268-284.
- Howat, G., & Assaker, G. (2016). Outcome quality in participant sport and recreation service quality models: Empirical results from public aquatic centres in Australia. *Sport Management Review, 19*(5), 520-535.
- Howat, G., Crilley, G., & McGrath, R. (2008). A focused service quality, benefits, overall satisfaction and loyalty model for public aquatic centres. *Managing Leisure, 13*(3-4), 139-161.
- Howat, G., Murray, D., & Crilley, G. (1999). The relationships between service problems and perceptions of service quality, satisfaction, and behavioral intentions of Australian public sports and leisure center customers. *Journal of Park & Recreation Administration, 17*(2), 42-64.
- Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling, 6*(1), 1-55.
- Hwang, J. H., & Lee, D. J. (2007). The relationships among the service encounter, customer satisfaction, and customer loyalty in sports center. *Korean Journal of Sports Science, 16*(4), 363-373.
- Jung, W. J., & Choi, J. Y. (2016). The relationship between service quality, service satisfaction and repurchase intention of participants in sports center. *Korean Journal of Sports Science, 25*(2), 521-531.

- Kaiser, H. F. (1960). The application of electronic computers to factor analysis. *Educational and Psychological Measurement*, 20(1), 141-151.
- Kang, H. W. (2006). Integration of Korean multicultural society: Factors and policy directions. *Chung-Ang Public Administration Review*, 20(2), 5-34.
- Kang, D. H., & Kim, D. K. (2012). Effect of service encounter & service quality of Taekwondo gyms to customer satisfaction & intention for re-registration. *Korean Journal of Sports Science*, 21(5), 821-833.
- Kelley, S. W., & Turley, L. W. (2001). Consumer perceptions of service quality attributes at sporting events. *Journal of Business Research*, 54(2), 161-166.
- Kim, D., & Kim, S. Y. (1995). QUESC: An instrument for assessing the service quality of sport centers in Korea. *Journal of Sport Management*, 9(2), 208-220.
- Kim, J. Y. (2014). The effects of the service quality of boxing clubs on economic, psychological satisfaction, and customer follow-up behavior. *Korean Journal of Sports Science*, 23(3), 463-474.
- Kim, Y. R. (2017). A Study on the Integration Policy of Multicultural Society in Germany. *Journal of Multi-Cultural Contents Studies* 25, 7-40.
- Kim, S. J., & Lee, T. Y. (2012). A study on the effects of service quality perceived by swimming pool customers on service value, customer satisfaction, and repurchase behavior. *Korean Journal of Sports Science*, 21(1), 563-575.
- Kim, S. K. (2009). The study on the relationship among customer satisfaction about the service quality of fitness center and reusing. *Journal of Sport and Leisure Studies*, 36(1), 373-381.
- Ko, Y. J., & Pastore, D. L. (2005). A hierarchical model of service quality for the recreational sport industry. *Sport Marketing Quarterly*, 14(2), 84-97.
- Ko, Y. J., Kim, Y. K., Kim, M. K., & Lee, J. H. (2010). The role of involvement and identification on event quality perceptions and satisfaction: A case of US Taekwondo Open. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 22(1), 25-39.
- Ko, Y. J., Zhang, J., Cattani, K., & Pastore, D. (2011). Assessment of event quality in major spectator sports. *Managing Service Quality: An International Journal*, 21(3), 304-322.
- Kwon, S. A. (2012). Relation among service quality of golf course, cs, loyalty & intent to revisit. *Korean Journal of Sports Science*, 21(1), 391-403.
- Lam, E. T., Zhang, J. J., & Jensen, B. E. (2005). Service Quality Assessment Scale (SQAS): An instrument for evaluating service quality of health-fitness clubs. *Measurement in Physical Education and Exercise Science*, 9(2), 79-111.
- Lee, D. J., & Kwon, O. M. (2010). Structural relationship among service quality, customer satisfaction, customer loyalty and post-purchase behavior of the Taekwondo gymnasium. *Korean Journal of Sports Science*, 19(3), 543-554.
- Lee, J. H., & Baik, K. (2017). The relationship among service quality, customers satisfaction and customers behavior for elderly users of sports facilities. *Journal of Sport and Leisure Studies*, 70, 253-267.
- Lee, J. H., Joeng, S. H., & Noh, T. W. (2010). The influence of educational service quality of youth sports center & Taekowndo gym on customer satisfaction and word-of-mouth activities. *Journal of Sport and Leisure Studies*, 41, 73-86.
- Lee, K. Y., Park, S. J., & Shin, T. Y. (2015). The effect of public sports center's service quality on customer satisfaction and revisit intention. *Korea Society for Wellness*, 10(1), 45-54.
- Lee, S. J., Choi, H. S., & Kim, S. H. (2011). Relation of service quality of Taekwondo studio and customer satisfaction and customer behavior. *Korean Journal of Sports Science*, 20(6), 773-789.
- Lichtenstein, D., Ritter, J., & Fähnrich, B. (2017). The Migrant Crisis in German Public Discourse. *The Migrant Crisis: European Perspectives and National Discourses*, 13, 107-126.
- MacCallum, R. C., Browne, M. W., & Sugawara, H. M. (1996). Power analysis and determination of sample size for covariance structure modeling. *Psychological Methods*, 1(2), 130-149.
- MacDougall, G. H., & Levesque, T. (2000). Customer satisfaction with services: Putting perceived value into the equation. *Journal of Services Marketing*, 14(5), 392-410.
- Makarova, E., & Herzog, W. (2014). Sport as a means of immigrant youth integration: an empirical study of sports, intercultural relations, and immigrant youth integration in

- Switzerland. *Sportwissenschaft*, 44(1), 1-9.
- Miller, H. V. (2011). Acculturation, social context, and drug use: Findings from a sample of Hispanic adolescents. *American Journal of Criminal Justice*, 36(2), 93-105.
- Min, D. S., & Cho, S. S. (2016). The relationships between integration through sport, acculturative stress, and sociocultural adaptation among migrants in Germany. *The Korean Journal of Physical Education*, 55(5), 17-28.
- Ministry of Justice (2018). <http://www.immigration.go.kr/>
- Moon, H. S., & Heo, H. M. (2015). The Effects of Sports Participation on Social Adjustment and Life Satisfaction by Foreign Immigrant Workers. *Korean Journal of Sociology of Sport*, 28(2), 65-85.
- Mun, S. H., & Cho, T. S. (2011). Effect of service quality of area sports center on customers' behavioral intention. *Journal of Sport and Leisure Studies*, 45(1), 109-122.
- Murray, D., & Howat, G. (2002). The relationships among service quality, value, satisfaction, and future intentions of customers at an Australian sports and leisure centre. *Sport Management Review*, 5(1), 25-43.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. (1994). *Psychometric theory* (3rd ed.). New York, NY: McGraw Hill.
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. New York, NY: McGraw - Hill.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perc. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Park, S. H., & Lee, S. C. (2004). The causal relationships among service quality, customer satisfaction, repurchasing intention, and business performance in commercial sport centers. *The Korean Journal of Physical Education*, 43(3), 485-493.
- Rigdon, E. E. (1996). CFI versus RMSEA: A comparison of two fit indexes for structural equation modeling. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 3(4), 369-379.
- Rust, R. T., & Oliver, R. L. (1994) Service quality: insights and managerial implications from the frontier. In R. T. Rust, & R. L. Oliver. (Eds.), *Service quality: New directions in Theory and Practice*. Thousand Oaks, CA: Sage publications.
- Schmidt, C.(2005). *Auslaender in Deutschland - Integration in Sportvereinen. Eine empirische Untersuchung ethnisch heterogener Gruppen in Sportvereinen*. Diplomarbeit von der Deutschen Sporthochschule Köln.
- Shevlin, M., & Miles, J. N. (1998). Effects of sample size, model specification and factor loadings on the GFI in confirmatory factor analysis. *Personality and Individual Differences*, 25(1), 85-90.
- Song, H. S. (2010). The Migrants Integrative Policy by Means of Sport in Germany. *The Korean Journal of Physical Education*, 49(6), 449-460.
- Statistisches Bundesamt (2018). <https://www.destatis.de/>
- Sul, M. S., Lim, J. W., & Lee, S. K. (2016). The effect of service quality provided by sports center on usage satisfaction and re-registration. *Korean Journal of Sports Science*, 25(6), 875-886.
- Stack, J. A., & Iwasaki, Y. (2009). The role of leisure pursuits in adaptation processes among Afghan refugees who have immigrated to Winnipeg. *Canada. Leisure Studies*, 28(3), 239-259.
- Theodorakis, N. D., Alexandris, K., Tsigilis, N., & Karvounis, S. (2013). Predicting spectators' behavioural intentions in professional football: The role of satisfaction and service quality. *Sport Management Review*, 16(1), 85-96.
- Theodorakis, N. D., Howat, G., Ko, Y. J., & Avourdiadou, S. (2014). A comparison of service evaluation models in the context of sport and fitness centres in Greece. *Managing Leisure*, 19(1), 18-35.
- Theodorakis, N. D., Kaplanidou, K., & Karabaxoglou, I. (2015). Effect of event service quality and satisfaction on happiness among runners of a recurring sport event. *Leisure Sciences*, 37(1), 87-107.
- Tsitskari, E., Antoniadis, C. H., & Costa, G. (2014). Investigating the relationship among service quality, customer satisfaction and psychological commitment in Cyprian fitness centres. *Journal of Physical Education and Sport*, 14(4), 514-520.
- United Nations (UN, 2015). International migration report 2015. Retrieved from <http://www.un.org/en/development/desa/population/migration/publications/migrationreport/docs/MigrationReport2015.pdf>
- Walker, R. L. (2007). Acculturation and acculturative stress as indicators for suicide risk among African Americans. *American Journal of Orthopsychiatry*, 77(3), 386-391.
- Weiss, G. (1999). *Multiagent systems: a modern approach to distributed artificial intelligence*. Cambridge, MA: MIT press.

- Wicker, P., & Breuer, C. (2013). Understanding the importance of organizational resources to explain organizational problems: Evidence from nonprofit sport clubs in Germany. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 24(2), 461-484.
- Wilson, A., Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2012). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm*. New York, NY: McGraw Hill.
- Woodside, A. G., Frey, L. L., & Daly, R. T. (1989). Linking service quality, customer satisfaction, and behavioral intention. *Journal of Health Care Marketing*, 9(4), 5-17.
- Yoon, S. H., Kim, J. H., & Han, K. S. (2011). The influence of service quality on customer satisfaction, switching cost and customer loyalty in Taekwondo club, *Korean Journal of Sports Science*, 20(3), 655-669.
- Yu, H. S., Zhang, J. J., Kim, D. H., Chen, K. K., Henderson, C., Min, S. D., & Huang, H. (2014). Service quality, perceived value, customer satisfaction, and behavioral intention among fitness center members aged 60 years and over. *Social Behavior and Personality*, 42(5), 757-767.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31-46.

## 스포츠클럽 회원의 지각된 서비스품질, 만족도 및 행동의도 간 구조적 관계: 독일 스포츠클럽 이주민 회원을 중심으로

민두식(국민체육진흥공단), 김양례(한국스포츠정책과학원)

**【목적】** 이 연구는 독일 스포츠클럽 이주민 회원의 지각된 서비스품질이 만족도, 행동의도에 미치는 영향을 살펴보기 위한 것이다. **【방법】** 2017년 3월부터 6월까지 독일 서부지역의 33개 스포츠클럽에서 3개월 이상 활동한 만 15세 이상의 이주민 438명을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 1:1 대인면접을 통해 설문목적과 내용을 설명하고 자기평가기입법으로 작성하도록 하였다. 조사도구의 타당성과 신뢰성을 분석하고 제안한 구조모형을 검증하기 위해 SPSS 23.0과 AMOS 23.0을 사용하였다. **【결과】** 첫째, 지각된 서비스품질 중 운영진/지도자, 스포츠프로그램, 동료와의 상호작용, 시설환경은 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤다. 둘째, 지각된 서비스품질 중 운영진/지도자, 스포츠프로그램, 동료와의 상호작용은 행동의도에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤다. 셋째, 만족도는 행동의도에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤다. **【결론】** 이 연구의 결과는 스포츠클럽에서 활동하는 이주민 회원의 지각된 서비스품질이 행동의도에 직접적인 영향을 미칠 뿐 아니라, 만족도를 매개로 하여 행동의도에 간접적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 스포츠클럽 서비스품질 요인의 전략적 관리가 이주민 회원의 지속적 참여와 이탈방지에 도움이 될 것으로 판단한다.

**주요어:** 지각된 서비스품질, 만족도, 행동의도, 스포츠클럽, 이주민, 독일