



Original Article

The Relationship Between Perceived Caring Service, Perceived Value, Exercise Attitude, and Exercise Commitment among the MZ Generation in Fitness Centers: The Mediating Effect of Perceived Value

Jooyoung Kim, Susan Kim and Jayoung Kim*

Department of Sport Industry, Korea National Sport University

Article Info

Received 2024. 12. 10.

Revised 2025. 04. 01.

Accepted 2025. 06. 17.

Correspondence*

Jayoung Kim

dntmqnrs00@naver.com

Key Words

MZ Generation,
Perceived Caring Service,
Perceived Value,
Exercise Attitude,
Exercise Commitment

PURPOSE This study examines how fitness centers' care services affect the MZ generation's perceived value, exercise attitude, and exercise commitment and how perceived value mediates this impact. **METHODS** Patrons aged 20–30 who used fitness centers in the Seoul and Gyeonggi regions participated in a questionnaire survey from January to February 2024, providing a total of 233 responses. Using SPSS 21.0 and AMOS 21.0, the data underwent frequency analysis, reliability analysis, confirmatory factor analysis, correlation analysis, and structural equation modeling. **RESULTS** First, perceived caring services had a significant effect on perceived value. Second, perceived value had a substantial influence on exercise attitude. Third, perceived value had no significant effect on exercise commitment. Fourth, exercise attitude significantly drives exercise commitment. Fifth, perceived caring services did not significantly affect exercise attitude or commitment. Sixth, perceived value fully mediates the relation between perceived caring services and exercise attitude. Seventh, perceived value had a full mediating effect on the association between perceived caring services and exercise commitment. Finally, tailored services and emotional support were identified as key factors in fostering MZ individuals' positive exercise experiences and commitment. **CONCLUSIONS** Fitness centers should develop strategic services reflecting their customers' goals and values to enhance their exercise attitudes and commitment and ultimately secure long-term customer loyalty.

서론

연구의 필요성

최근 몇 년간 건강에 대한 관심은 전 세계적으로 급증하고 있다. 특히 코로나-19 팬데믹 이후, 건강관리의 중요성이 부각되면서 다양한 연령층, 특히 MZ세대를 중심으로 건강한 삶을 추구하는 경향이 두드러지고 있다(Han, 2024; Kim, 2023). MZ세대는 밀레니얼 세대와 Z세대를 포함하는 집단으로, 이들은 건강을 단순히 신체적 유지가 아닌

전반적인 삶의 질을 향상시키는 중요한 요소로 인식하고 있다(Kim, 2022). 이에 따라 MZ세대는 운동, 식습관, 정신적 웰빙 등 다양한 측면에서 건강을 중시하며, 이와 관련된 소비 역시 크게 증가하고 있다(Lee, 2024). 이러한 변화는 '헬시플레이저'와 같은 트렌드로 나타나고 있으며, 이는 건강관리가 즐거워야 한다는 새로운 인식을 반영하고 있다(Han, 2024; Kim, 2023).

헬시플레이저는 건강(Healthy)과 즐거움(Pleasure)의 결합어로, MZ세대가 건강관리에 접근하는 방식을 잘 보여주는 트렌드이다(Lee, 2024). 이들은 단순히 운동을 통해 신체를 관리하는 것을 넘어, 이를 통해 삶의 즐거움과 만족을 추구한다(Heo, 2023). 예를 들어, 피트니스센터에서 운동을 마친 후 '오운완(오늘 운동 완료)'이라는 메시지를 소셜미디어에 공유하며, 자신의 건강관리 비법이나 식단을 다른 사람들과 나누는 것이 일반화되었다. 이는 건강관리가 더 이상 고된 일이

© This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>), which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

아니라, 즐거움과 성취감을 주는 활동으로 자리 잡고 있음을 의미한다(Heo, 2023; Lee, 2024).

건강에 대한 높은 관심과 함께 피트니스센터와 같은 운동 시설에 대한 수요도 급격히 증가하고 있다. 특히 피트니스센터는 MZ세대가 선호하는 주요 운동 장소로 자리매김하고 있다. 최근 조사에 따르면, 스포츠센터의 이용률은 2019년 대비 2022년 150% 증가했으며, 이는 건강에 대한 관심이 높아지면서 운동 시설에 대한 수요도 크게 증가했음을 보여준다(Shinhan Card Big Data Research Institute, 2023). 또한, 비씨카드의 MZ세대 소비 데이터를 통해 피트니스센터와 수영장의 이용이 급증하고 있음을 확인할 수 있다(Park, 2024). 이러한 트렌드는 피트니스센터가 젊은 세대에게 중요한 건강관리 장소로 자리잡고 있음을 의미한다.

그러나 이러한 수요 증대는 피트니스센터의 치열한 경쟁을 불러일으키고 있다. 많은 피트니스센터가 비슷한 서비스와 프로그램을 제공하면서, 소비자들이 느끼는 차별화된 가치는 점차 희석되고 있다(Seok et al., 2017). 이 상황에서 피트니스센터가 경쟁력을 유지하고 지속 가능한 성장을 이루기 위해서는 차별화된 서비스 제공이 필수적이다. 특히, 서비스의 질적 향상과 소비자와의 정서적 유대감을 강화할 수 있는 전략이 필요하다(Seok et al., 2017).

이와 관련하여 케어링서비스의 중요성이 강조되고 있다. 케어링서비스는 소비자가 서비스 제공자로부터 느끼는 공감과 신뢰를 바탕으로 형성되는 정서적 유대감으로, 이는 소비자가 서비스를 긍정적으로 인식하고 재이용 의사를 가지게 만드는 중요한 요인이 된다(Noh et al., 2020). 특히 MZ세대와 같은 젊은 소비자층은 자신이 소비하는 서비스의 가치를 중시하며, 이 가치를 기반으로 소비를 결정하는 경향이 강하다(Jung, 2020). 이들은 단순히 운동 시설을 이용하는 것에 그치지 않고, 자신이 받는 서비스의 질적 요소, 특히 케어링서비스를 통해 자신의 가치관과 부합하는 경험을 중요하게 생각한다(Jung, 2020; Seo & Kim, 2023). 이러한 관점에서 보면 피트니스센터는 케어링서비스를 통해 소비자가 느끼는 가치를 증대시킴으로써 차별화된 경쟁력을 확보할 수 있다.

특히, MZ세대는 모바일, 커머스, SNS(Social Network Service), OTT(Over The Top), 배송문화 등을 기반으로 유통 시장에서 강력한 영향력을 발휘하는 소비 주체로 부상하고 있다(Kim, 2022). 이들은 개인의 행복과 만족을 소유보다 공유를, 상품보다 경험을 중시하는 소비 특징을 보이며, 자신의 가치관과 부합하는 소비를 추구하는 경향이 강하다(Kim, 2022). 또한, MZ세대는 2030년 기준 전 세계 인구 총소득의 60%를 차지할 것으로 예측됨에 따라(Woori Financial Research Institute, 2022), 향후 경제적 영향력에서도 주요한 위치를 차지할 것으로 예상되며, 이들의 소비 패턴은 앞으로의 시장을 주도할 가능성이 크다(Hyun, 2023). 이러한 소비 패턴은 피트니스센터 산업에서도 중요한 의미를 갖는다. MZ세대는 건강과 웰빙을 중시하며, 단순한 운동을 넘어 개인의 삶의 질을 향상시키는 경험으로 피트니스센터를 이용하는 경향이 있다(Lee, 2024). 따라서 MZ세대의 특성을 이해하고, 이들을 대상으로 한 맞춤형 서비스 전략을 마련하는 것은 피트니스센터의 성공적인 운영에 필수적이라 할 수 있다.

MZ세대는 자신이 소비하는 제품이나 서비스에서 단순한 효용을 넘어, 감성적 만족과 사회적 의미를 찾는 경향이 있다(Kim, 2018). 이러한 소비 패턴에서 핵심이 되는 개념이 바로 지각된 가치이다. 지

각된 가치는 소비자가 특정 제품이나 서비스를 통해 얻는 혜택을 주관적으로 평가하는 개념으로, 이는 소비자 행동과 만족도에 중요한 영향을 미친다(Zeithaml, 1988). 이는 소비자가 서비스나 제품을 이용하는 과정에서 기대와 경험이 일치할 때 더욱 강화되며(Sweeney & Soutar, 2001), 특히 MZ세대는 단순히 제품이나 서비스를 구매하는 것이 아니라, 자신이 소비하는 경험과 가치를 중시하는 특징을 가진다(Kim, 2018). 이들은 가격 대비 효율성을 고려하는 동시에, 정서적 만족감과 사회적 연결을 중요하게 여기며, 자신의 라이프스타일과 신념에 부합하는 소비를 추구한다(Hyun, 2023). 따라서, 피트니스센터에서 제공하는 케어링서비스가 고객의 지각된 가치를 높일 경우, 단순한 운동 시설 이용을 넘어 긍정적인 감정적 경험과 사회적 유대감을 형성하게 될 수 있다. 이를 위해 피트니스센터는 맞춤형 운동 프로그램, 개별 트레이닝 피드백, 커뮤니티 기반 프로그램 등을 제공하여 소비자의 가치 경험을 극대화할 필요가 있다(Seo & Kim, 2023).

이와 함께, 태도와 몰입은 개인의 행동을 이해하고 예측하는 데 중요한 요소로, 특히 운동 참여와 관련하여 중요한 역할을 한다. 긍정적인 운동태도를 가진 개인은 운동에 더 적극적으로 참여하며, 이를 통해 신체적, 정신적 건강을 유지하는 경향이 있다(Jung & Oh, 2017). 반면, 몰입은 개인이 특정 활동에 깊이 빠져들어 지속적으로 참여하려는 상태를 의미하며, 운동몰입이 높은 사람은 운동을 즐거움과 성취감을 느끼는 경험으로 인식하여 지속적인 참여를 유도할 수 있다(Lee & Hwang, 2014). 태도와 몰입에 대해 분석함으로써 피트니스센터와 같은 서비스 제공자는 고객의 초기 참여 동기뿐만 아니라, 지속적인 몰입 및 참여를 촉진할 수 있는 전략을 개발할 수 있으며, 이는 특히 MZ세대와 같은 젊은 층의 가치와 경험을 반영한 맞춤형 서비스 제공에 있어 의미가 있을 것이다(Kim & Kim, 2017; Seo, 2018).

케어링(caring)과 관련된 선행연구는 다양한 분야에서 이루어졌으나, 피트니스센터 이용자를 대상으로 한 연구는 상대적으로 부족하다(Noh et al., 2020; Sim, 2013). 기존 연구들은 주로 초등학교 및 중고등학생을 대상으로 한 학교체육에서 케어링 분위기가 학생들의 수업 참여와 학습 동기에 미치는 영향을 다루었으며(Kim et al., 2015; Lee & Lee, 2020; Song & Kim, 2016), 운동선수들을 대상으로 코치의 케어링이 심리적 안정과 운동지속에 미치는 영향을 분석하였다(Oh & Seo, 2020; Shin, 2021). 이러한 연구들은 케어링이 학습 성과나 경기 성과와 같은 결과에 긍정적인 영향을 미친다는 점을 강조한다.

그러나 피트니스센터 이용자를 대상으로 한 케어링 연구는 그 중요성에도 불구하고 아직 충분히 이루어지지 않았다(Seo & Kim, 2023). 또한, 피트니스센터에서는 회원들의 만족도, 운동태도, 그리고 운동몰입이 중요한 요소로 작용하지만, 이와 관련된 연구 역시 상대적으로 부족하다(Noh et al., 2020; Shin et al., 2019; Sim, 2013). 특히, 미래 시장의 강력한 영향력을 지닌 MZ세대를 대상으로 지각된 케어링서비스와 지각된 가치, 운동태도 및 운동몰입 간의 관계를 분석한 연구는 부족하다. MZ세대는 피트니스센터와 같은 서비스 환경에서 중요한 소비자 그룹으로 부상하고 있으며, 이들의 가치 인식과 운동 참여 행동에 대한 심층적인 연구는 매우 의미있을 것으로 판단하였다.

따라서, 본 연구는 MZ세대를 대상으로 한 피트니스센터의 지각된

케어링서비스와 지각된 가치, 운동태도, 운동몰입의 관계 및 지각된 가치의 매개효과를 심층적으로 알아보는 데 연구 목적이 있다. 이를 통해 MZ세대가 인식하는 피트니스센터의 케어링서비스와 지각된 가치를 파악하고, 긍정적인 운동태도 형성과 운동몰입 증대를 통한 장기적인 고객 관계 형성 및 유지 전략 수립에 기초자료를 제공하고자 한다. 본 연구 목적을 달성하기 위해 선행연구를 바탕으로 아래와 같이 연구가설을 설정하였다.

연구가설 및 연구모형

선행연구를 바탕으로 아래와 같이 연구가설을 설정하였으며, 이를 토대로 위의 〈Figure. 1〉과 같이 연구모형을 설정하였다. 독자들이 전체적인 내용을 이해하는 데에 도움을 주고자 연구모형을 먼저 제시하였다.

지각된 케어링서비스와 지각된 가치의 관계

케어링서비스는 서비스 제공자가 고객에게 공감과 신뢰를 바탕으로 한 서비스를 제공함으로써 고객과 긍정적인 관계를 형성하는 것을 의미한다(Lee, 2015; Noh & Lee, 2019). 이러한 케어링서비스는 고객이 서비스에 대해 느끼는 가치를 증대시키는 데 중요한 역할을 한다(Jung, 2019; Lee & Lee, 2020). Newton et al.(2007)과 Noddings(1984, 1992)는 케어링의 핵심 개념이 서비스 제공자와 고객 간의 관계 형성에 있다고 강조하며, 이는 서비스의 질적 향상으로 이어질 수 있다고 보았다.

지각된 가치는 소비자가 특정 제품이나 서비스를 통해 얻는 혜택을 주관적으로 평가하는 개념으로, 소비자 만족도와 충성도를 결정하는 핵심 요소로 작용한다(Zeithaml, 1988). 이는 소비자의 태도 형성과 행동에 중요한 영향을 미치며, 특히 서비스 제공자가 공감과 신뢰를 바탕으로 형성한 케어링서비스는 고객이 서비스에서 느끼는 가치를 증대시키는 요인으로 작용한다(Jung, 2019). 피트니스센터 이용자들은 단순한 시설 이용을 넘어, 제공받는 서비스가 자신의 기대와 가치에 부합할 때 지속적인 운동 참여 의지를 가지게 된다(Sweeney & Soutar, 2001).

케어링과 관련된 연구를 살펴보면, 질적 인적 서비스는 직원과 회원 간의 신뢰를 기반으로 하는 관계 형성에 긍정적인 영향을 미치고(Jung, 2020), 이러한 관계는 서비스 제공자에 대해 소비자가 인지하는 친밀한 유대감을 의미한다(Macintosh, 2009). 특히, 공감대 형성은 신뢰 기반 관계의 중요한 요소로 작용하여 고객이 서비스에서 느

끼는 가치를 증대시킬 수 있다(Ji et al., 2010).

Seo & Kim(2023)은 피트니스센터 경영자들은 케어링서비스를 효과적으로 제공하기 위해 교육 프로그램을 도입하고, 케어링서비스를 선호하는 고객을 대상으로 맞춤형 서비스를 제공해야 한다고 하였고, 이러한 케어링서비스는 학습 환경에서 교수자와 학습자 간의 관계성을 기반으로 한 수업 분위기와도 밀접한 관련이 있으며, 이를 통해 학습자의 수업 태도와 학습 의욕을 향상시킬 수 있다(Noh & Lee, 2019; Sim, 2012). 또한, Jung(2019)은 케어링분위기가 효용 가치, 내적 가치, 획득 가치 모두에 유의한 영향을 미치며, 이들 가치는 학습자의 참여 의지에 긍정적인 영향을 미친다고 하였다. 이는 지각된 케어링 분위기가 고객의 서비스에 대한 가치를 높이는 중요한 역할을 한다는 점을 시사한다.

지각된 케어링서비스를 통해 형성된 긍정적인 관계는 고객이 서비스에서 높은 가치를 느끼도록 도와주며, 이는 피트니스센터와 같은 환경에서도 중요한 영향을 미친다. 이와 같이 지각된 케어링서비스와 지각된 가치와 관련된 선행연구를 통해 두 변수 간의 관계성을 확인할 수 있었다. 본 연구에서는 실제 피트니스센터 이용자들이 인지한 케어링서비스를 측정함으로써 지각된 케어링서비스가 지각된 가치에 유의한 영향을 미치는지를 분석하고자 하였다. 이를 토대로 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

H1: 지각된 케어링서비스는 지각된 가치에 유의한 영향을 미칠 것이다.

지각된 가치와 운동태도의 관계

운동태도는 개인이 운동에 대해 가지는 전반적인 평가 및 심리적 반응을 의미하며, 이는 운동 지속성과 몰입에 중요한 영향을 미친다(Jung & Oh, 2017). Zeithaml(1988)은 지각된 가치를 소비자가 상품이나 서비스를 통해 얻는 혜택을 기반으로 한 전반적인 평가로 정의하였으며, 이러한 가치는 소비자의 긍정적인 태도를 형성하는 데 중요한 역할을 한다. 이는 피트니스센터에서 제공되는 서비스의 지각된 가치가 고객의 운동태도에 유의한 영향을 미칠 수 있음을 의미한다.

지각된 가치는 경험을 통해 형성되며, 이 가치는 소비자가 특정 서비스에 대해 긍정적인 태도를 갖게 하는 중요한 요인으로 작용한다. 이와 관련하여 Shin et al.(2016)은 소비자의 지각된 가치가 서비스나 제품에 대해 가지는 태도를 형성하는 데 중요한 역할을 한다고 하였으며, Choi & Oh(2019)는 개인이 형성한 가치가 태도 형성의 기초가 된다고 언급하였다. 이는 소비자가 피트니스센터에서 느끼는 가치가 그들의 운동태도에 긍정적인 영향을 미칠 수 있음을 보여준다.

특히 MZ세대와 같은 젊은 소비자들은 자신이 느끼는 가치에 기반하여 소비 행동을 결정하며, 이는 그들의 태도 형성에도 중요한 영향을 미친다. Kim & Kim(2017)은 MZ세대가 자신이 추구하는 가치와 성향에 따라 제품이나 서비스를 소비하며, 그 결과 우호적인 태도를 형성한다고 하였고, Moon & Kim(2023)은 골프에 참여하는 MZ세대들이 골프 경험을 통해 경험하는 지각된 가치가 긍정적인 정서 태도 형성에 영향을 미친다고 하였다. 또한, G. N. Kim(2020)은 소비자가 지각하는 가치와 서비스 제공자가 제공하는 가치가 일치할 때, 소비자는 긍정적인 태도를 형성하게 된다고 하였고, Seo(2018)는 지각된 가치가 태도에 긍정적인 영향을 미치기 때문에 지각된 가치를 높일 수 있는 전략이 필요하다고 주장하였다. 이러한 연구들은 지각

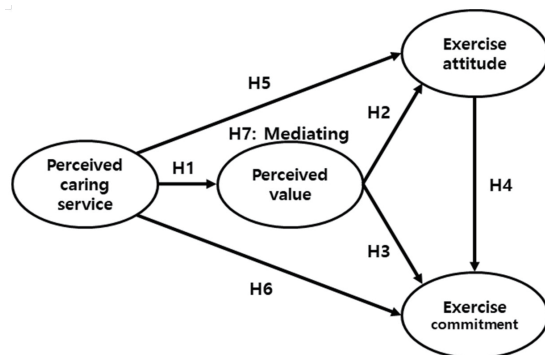


Fig. 1. Research Model

된 가치가 운동태도 형성에 중요한 요인임을 강조한다.

이와 같이 지각된 가치와 운동태도 간의 선행연구를 통해 지각된 가치와 운동태도에 대한 관계성을 확인하였다. 이를 토대로 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

H2: 지각된 가치는 운동태도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

지각된 가치와 운동몰입의 관계

몰입은 개인이 활동에 완전히 빠져드는 심리적 상태로(Jeong, 2004), 특히 운동과 같은 지속적인 참여가 요구되는 활동에서 매우 중요하다. Park(2018)은 생활체육 참가자들이 운동에 몰입하는 것이 그들의 운동 지속의도를 강화하는 중요한 요소라고 확인하였으며, 이는 피트니스센터 참여자의 운동몰입 중요성과 함께 증대시킬 수 있는 선행요인을 파악할 필요가 있음을 의미한다. 이와 같은 맥락에서 Park et al.(2023)은 홈트레이닝 사용자의 지각된 가치가 운동몰입에 유의미한 영향을 미친다고 하였다. 이러한 결과는 피트니스센터와 같은 운동 환경에서도 지각된 가치가 운동몰입에 중요한 영향을 미칠 수 있음을 의미한다.

지각된 가치와 몰입의 관계에 대해 Jo & Yoon(2020)은 지각된 가치가 몰입에 긍정적인 영향을 미친다고 하였고, Jung et al.(2018) 역시 지각된 가치가 몰입 경험에 유의한 영향을 미친다고 하였다. 이러한 연구들은 지각된 가치가 몰입을 촉진하는 중요한 요인임을 강조하며, Lee et al.(2023) 또한 지각된 가치가 몰입 경험에 유의한 영향을 미친다는 점을 확인하였다.

이와 같이 지각된 가치와 운동몰입 간의 선행연구를 통해 지각된 가치와 운동몰입에 대한 관계성을 확인하였다. 이를 토대로 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

H3: 지각된 가치는 운동몰입에 유의한 영향을 미칠 것이다.

운동태도와 운동몰입의 관계

몰입은 소비자들이 특정 상품이나 서비스와 감정적으로 연결되고 장기적인 관계를 형성하려는 후호적인 행동을 이해하는 데 중요한 역할을 한다는 점에서 중요한 요소로 인식된다(Yoon et al., 2015). 태도는 소비자 행동에 중요한 영향을 미치는 핵심 요소로(Kim, 2012), 비록 단기간에 형성되지는 않지만, 직접적인 경험이 없더라도 특정 상품이나 서비스에 대한 확신과 신념으로 인해 몰입이 발생할 수 있다(Kang & Jeon, 2009).

Ahn & Oh(2015)는 스포츠에 대한 긍정적인 태도가 형성될수록 해당 스포츠에 대한 몰입도 역시 증가한다고 하였고, Lee & Hwang(2014)은 여가 활동 수준에 따른 주관적인 운동몰입이 삶의 질을 높이는 데 중요한 역할을 한다고 보고하였다. 또한, Kim(2011)은 운동몰입이 여가활동을 지속하려는 심리적 동기를 강화하는 데 기여할 수 있다고 하였고, 생활체육 활동은 아니지만, 체육 수업에서 긍정적인 태도가 형성될 때 학습 몰입이 증가한다는 연구결과(Seo & Kim, 2012; Sim, 2013)를 통해 운동태도와 운동몰입 간의 관계를 예측할 수 있다.

이와 같이 운동태도와 운동몰입간의 선행연구를 통해 운동태도와 운동몰입에 대한 관계성을 확인하였다. 이를 토대로 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

H4: 운동태도는 운동몰입에 유의한 영향을 미칠 것이다.

지각된 케어링서비스와 운동태도의 관계

태도는 소비자 행동에 중요한 영향을 미치는 핵심 요소로 간주되며(Kim, 2012), 케어링서비스는 피트니스센터 회원들이 운동에 대해 가지는 호의적인 태도에 긍정적인 영향을 미치는 요인으로 긍정적인 케어링 분위기가 회원들의 자율성과 운동에 대한 긍정적인 태도를 강화하는 데 기여한다(Seo & Kim, 2023). Sim(2013)은 케어링이 참여자의 긍정적인 태도 형성과 만족 그리고 재미를 조성하는 선행 요건임을 확인하였고, Jung(2019)은 케어링 분위기가 학생들의 내적 동기를 향상시켜 수업에 대한 태도 및 만족도를 증가시킨다고 하였다.

Park(2018)은 생활체육 프로그램에서 지도자와 참여자 간의 안정된 관계 형성에 기여하는 케어링 분위기의 중요성을 강조하며, 이는 참가자들의 사회 심리적 안정감을 높이고 긍정적인 태도를 강화하는 데 중요한 역할을 한다고 하였다. Gano-Overway & Guivernau(2017)는 스포츠지도자가 제공하는 케어링 분위기가 참가자들에게 긍정적인 관계 형성에 유의한 영향을 미친다고 하였다. 특히, Sim(2013)과 Watson et al.(2003)은 체육 수업에서 학생들이 높은 수준의 케어링 분위기를 지각할 때, 수업에 대한 흥미와 즐거움이 증가하며, 더불어 적극적인 태도를 보이게 된다고 하였고, Noh & Lee(2019)는 경쟁 중심의 수업 분위기보다 존중받는 느낌의 학습 환경이 학습자의 참여 동기와 학습 의욕을 높이는 데 긍정적인 영향을 미친다고 하였다. 이러한 연구들은 회원들에게 긍정적으로 지각된 케어링서비스가 운동태도를 강화시키는 중요한 요소임을 나타낸다. 이와 같이 케어링서비스와 운동태도 간의 선행연구를 통해 지각된 케어링서비스와 운동태도에 대한 관계성을 확인하였다. 이를 토대로 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

H5: 지각된 케어링서비스는 운동태도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

지각된 케어링서비스와 운동몰입의 관계

몰입은 개인이 활동에 완전히 빠져드는 심리적 상태로(Jeong, 2004), 특히 운동과 같은 지속적인 참여가 요구되는 활동에서 매우 중요하다. 케어링서비스는 운동몰입에 중요한 영향을 미치는 요인으로, 상호간의 긍정적인 관계를 통해 운동에 대한 몰입을 높이는 데 기여한다(Lim et al., 2020). 케어링 분위기는 단순히 긍정적인 관계 형성뿐만 아니라 회원들이 운동에 몰입하고 지속적으로 참여할 수 있는 환경을 제공하는 데 중요한 역할을 한다(Ahn, 2017; Li, 2020). 또한, 스포츠에 참여하는 과정에서 느끼는 몰입 경험은 운동의 지속적인 참여를 촉진시키고(Ahn, 2017), 생활만족을 높이는 데 기여하기 때문에(Jo & Bae, 2004), 회원과의 지속적인 관계형성이 중요한 피트니스센터에게 케어링서비스와 운동몰입의 관계를 알아보는 것은 매우 중요하다.

Jo et al.(2020)은 지도자의 지속적인 관심과 배려가 운동몰입을 증대시킨다고 강조하였고, Lee & Lee(2020)는 케어링분위기가 인지몰입, 정서몰입, 행위몰입에 모두 정적인 영향을 미친다고 보고하며, 케어링분위기의 중요성을 확인하였다. Park(2018)은 케어링분위기를 높게 지각하는 참가자들이 더 높은 운동몰입 효과를 경험한다고 하였다. 이는 지각된 케어링서비스가 회원들이 피트니스센터에서의 운동에 대해 더 큰 몰입을 경험할 수 있도록 하는 중요한 요소임을 의미한다.

또한, Lee(2020)는 배드민턴 지도자의 긍정적 보상 행동이 행위물 입에 정적 영향을 미친다고 하여 케어링서비스가 운동몰입에 미치는 긍정적인 영향을 뒷받침하였고, B. Y. Kim(2020)은 퍼스널 트레이너가 고객의 운동 과정에서 격려와 배려를 제공할 때, 고객의 운동 몰입을 증대시킬 수 있다고 하였다. 이러한 연구들은 피트니스센터 회원들에게 지각된 케어링서비스가 운동몰입을 촉진하는 데 중요한 역할을 한다는 것을 보여준다.

이와 같이 케어링서비스와 운동몰입 간의 선행연구를 통해 지각된 케어링서비스와 운동몰입에 대한 관계성을 확인하였다. 이를 토대로 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

H6: 지각된 케어링서비스는 운동몰입에 유의한 영향을 미칠 것이다.

지각된 케어링서비스와 운동태도, 운동몰입의 관계: 지각된 가치의 매개효과

앞선 연구가설 설정 과정을 살펴보면, 케어링서비스는 피트니스센터 회원들의 운동태도와 운동몰입에 중요한 영향을 미치는 요소로 (Seo & Kim, 2023; Lim et al., 2020), 이러한 영향은 회원들이 지각하는 가치에 의해 매개될 수 있을 것이다. Lee et al.(2023)은 피트니스 앱 사용자들이 인식하는 서비스 품질 중 공감성이 지각된 가치에 유의한 영향을 미치고, 지각된 가치가 운동몰입에 영향을 미친다고 하여 지각된 가치의 중요성을 강조하였고, Jeong & Lee(2009)도 스포츠 관련 경험을 통해 지각되는 가치는 즐거움, 행복함과 같은 긍정적인 태도 형성에 영향을 미친다고 하여 지각된 가치의 중요성을 강조하였다. Hong & Yoon(2018)은 케어링서비스는 단순히 회원의 만족을 높이는 것에 그치지 않고, 회원들이 운동을 지속적으로 수행하고 몰입할 수 있도록 하는 데에도 기여한다고 하였다. 이는 높은 수준의 케어링서비스가 제공될 때, 회원들은 자신이 받는 서비스에 대해 더 높은 가치를 지각하게 되며, 이는 운동태도와 운동몰입을 긍정적으로 변화시키는 중요한 역할을 한다고 할 수 있다. 또한, Sim(2013)은 케어링분위기와 태도의 관계에서 지각된 가치가 매개효과를 가지는 것을 확인하였고, Jung(2019)은 케어링분위기와 수업 참여의도 사이에서 과제가치가 매개효과를 가지는 것을 확인하여, 지각된 가치가 지각된 케어링서비스와 운동태도 및 운동몰입의 관계에서 매개 역할을 할 수 있음을 보여주었다.

이와 같이 제시된 선행연구와 앞선 가설 설정 시 제시한 선행연구들을 바탕으로 지각된 케어링서비스와 운동태도 및 운동몰입 간의 관계 그리고 지각된 가치의 매개효과에 대한 관계성을 확인하였다. 이를 토대로 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

H7-1: 지각된 케어링서비스와 운동태도의 관계에서 지각된 가치는 매개효과가 있을 것이다.

H7-2: 지각된 케어링서비스와 운동몰입의 관계에서 지각된 가치는 매개효과가 있을 것이다.

연구방법

연구대상

본 연구는 2024년 1월 8일(월)부터 2024년 2월 2일(금)까지 1개월

Table 1. The main demographic profile of the respondents (N=233)

Variables	Categories	Frequency	Percent(%)
Gender	Male	135	57.9
	Female	98	42.1
Age	20-29	126	54.1
	30-39	107	45.9
Participation experience (year)	Less than 1	137	58.8
	1-3	73	31.4
	3-10	23	9.8

간 서울, 경기도에 위치한 피트니스센터 중 케어링서비스를 제공하는 8 곳을 선정하여 설문조사를 실시하였다. 케어링서비스를 제공받은 20대와 30대인 MZ세대 이용고객을 중심으로 비확률표본추출법(non-probability sampling method)인 편의표본추출법(convenience sampling method)을 이용하여 총 250명을 대상으로 선정하였고, 그 중 246부가 회수되었다. 본 연구에서는 케어링서비스를 제공하는 피트니스센터의 전체 모집단을 명확히 확인하기 어려웠으며, 케어링서비스를 제공받고 있는 응답자를 충분히 확보하는 데 한계가 있었다. 이에 따라 연구자는 케어링서비스를 제공하는 피트니스센터 중 연구자가 파악할 수 있는 기관을 중심으로 설문을 진행하였으며, 이에 적합한 표본을 신속하게 확보하기 위해 편의표본추출법(convenience sampling method)을 활용하였다. 회수된 설문지 중 무기입, 이중기입, 모두 동일하게 응답한 자료 등 응답내용이 부실하고, 신뢰성이 없다고 판단된 13부를 제외한 233부(95.1%)를 실제 분석에 사용하였다. 조사된 설문응답자들의 인구통계학적 특성은 <Table 1>과 같다.

성별은 남성 135명(57.9%), 여성 98명(42.1%)으로 조사되었고, 연령은 20대 126명(54.1%), 30대 107명(45.9%)으로 조사되었으며, 경력은 1년 미만 137명(58.8%), 1-3년 미만 73명(31.4%), 3-10년 미만 23명(9.8%)으로 조사되었다.

조사도구

본 연구를 위한 측정도구는 설문지를 사용하였고, 설문문항은 선행연구를 토대로 연구목적에 맞춰 수정·보완하였다. 인구통계학적 특성을 알아보기 위해 성별, 연령, 운동기간에 대한 3개 문항으로 구성하였고, 지각된 케어링서비스 9개 문항, 지각된 가치 4개 문항, 운동태도 4개 문항, 운동몰입 8개 문항 등 총 28개 문항으로 구성하였다. 설문문항을 구체적으로 살펴보면, 지각된 케어링서비스 문항은 Newton et al.(2007), Seo & Kim(2023)의 연구를 토대로 본 연구에 맞게 수정, 보완하였고, 지각된 가치 문항은 Joo(2008)와 Bok(2018)의 연구를 토대로 본 연구에 맞게 수정, 보완하였다. 운동태도 문항은 Jung(2007)과 Kim(2018)의 연구를 토대로 본 연구에 맞게 수정, 보완하였고, 운동몰입 문항은 Scanlan et al.(1993), Park(2013)의 연구를 바탕으로 본 연구에 맞게 수정, 보완하여 사용하였다.

자료처리 및 분석방법

본 연구는 총 233부의 응답한 설문을 바탕으로 최종 유효표본으로 선정하였다. 변인 간의 관계에 대한 통계적 유의성을 확인하기 위해 유

Table 2. Results of the confirmatory factor analysis and reliability

Factors	Variables	Standardized Regression Weights	S.E.	<i>t</i>	CR	AVE
Perceived caring service	Treats members with respect.	.834				
	Cares for the members.	.841	.070	15.882***		
	Treats members fairly.	.844	.070	15.984***		
	Shows interest in the members.	.836	.073	15.724***		
	Creates a friendly atmosphere among the members.	.586	.111	9.619***	.968	.776
	Listens to and reflects on members' opinions.	.863	.067	16.573***		
	Accepts members as they are.	.843	.062	15.945***		
	Creates a comfortable environment for the members.	.672	.084	11.464***		
	Welcomes members warmly upon their visit.	.593	.069	9.762***		
Perceived value	The cost paid for the caring service feels worthwhile.	.745				
	Receiving the caring service provides significant benefits relative to its price.	.746	.114	11.330***	.926	.759
	Receiving the caring service offers numerous advantages.	.839	.096	12.860***		
	Receiving the caring service brings great enjoyment.	.866	.096	13.292***		
Exercise attitude	Exercising at the fitness center provides psychological stability.	.821				
	Exercising at the fitness center helps relieve stress.	.843	.062	15.290***		
	Exercising at the fitness center boosts self-confidence.	.850	.061	15.482***	.944	.809
	Exercising at the fitness center offers opportunities for self-development.	.844	.055	15.302***		
Exercise commitment	I plan to continue exercising at my current fitness center.	.706				
	I look forward to the time I spend exercising at my current fitness center.	.785	.147	11.495***		
	Exercising at my current fitness center is an important part of my life.	.795	.113	11.642***		
	Thinking about exercising at my current fitness center makes me happy.	.892	.145	13.004***	.939	.692
	I feel a sense of happiness through exercising at my current fitness center.	.876	.129	12.780***		
	If I had more time, I would like to exercise more at my current fitness center.	.783	.133	11.457***		
	I often imagine myself working out impressively at my current fitness center.	.601	.150	8.834***		

$\chi^2=462.042$ ($df=246$, $p<.001$), CFI=.948, TLI=.941, RMSEA=.062, RMR=.029

*** $p<.001$

의수준(α)은 .05로 설정하였다. SPSS 21.0 프로그램과 AMOS 21.0 프로그램을 이용하여 자료를 분석하였다. 연구대상에 대한 인구통계학적 특성을 알아보기와 빈도분석을 실시하였고, 연구모형의 타당도를 파악하고자 변인 간 전체 확인적 요인분석을 실시하였으며, 신뢰도 수준을 확인하기 위해 Cronbach' α 값을 확인하였다. 판별타당도를 알아보기 위해 변인 간 상관관계분석을 실시하였으며, 설정한 연구가설 검증을 확인하고자 구조방정식모형 분석을 실시하였다. 지각된 가치의 매개효과를 검증하기 위해 실제 통계적으로 유의한 의미가 있는지를 확인하고자 부트스트래핑(bootstrapping)을 실시하였

다. 측정을 위해 반복수행은 500번으로 실시하고, 통계적 유의성은 Bias-corrected confidence intervals 의 95% 신뢰구간에서 확인하였다.

조사도구의 타당도 및 신뢰도

먼저 조사도구의 타당도를 검증하기 위해 내용타당도(content validity)와 구성타당도(construct validity)를 확인하였다. 조사도구의 내용타당도를 확보하고자 스포츠마케팅 교수 1명, 스포츠산업경

Table 3. Result of the correlation analysis

Factors	1)	2)	3)	4)
1)	1			
2)	.469**	1		
3)	.433**	.750**	1	
4)	.422**	.596**	.736**	1

1) Perceived caring service, 2) Perceived value, 3) Exercise attitude, 4) Exercise commitment

** $p < .01$

영 교수 각 1명, 스포츠산업경영 박사 2명을 통해 설문지 초안을 작성하였고, 이를 토대로 예비 설문조사를 실시하였다. 예비 설문조사를 통해 설문문항에서 의미가 중복되거나, 이해가 어려운 문장을 수정·보완하였으며, 케어링서비스 설문문항 중 표준화계수가 .50 미만으로 나타난 2개 문항이 타당도 및 신뢰도 기준을 충족하지 못해 삭제하였다. 이후 수정된 설문지를 바탕으로 본조사를 실시하였다.

다음으로 구성타당도 검증을 위해 수렴타당도(convergent validity)와 판별타당도(discriminant validity)를 분석하였다. 구체적으로 수렴타당도 검증을 위해 확인적 요인분석(Confirmatory Factor Analysis, CFA)을 실시하였으며, 판별타당도 검증을 위해 평균분산추출값(Average Variance Extracted, AVE)과 상관계수의 제곱값으로 검증을 실시하였다. 수렴타당도는 각 구성 개념이 그에 해당하는 문항들로부터 충분히 설명되고 있는지를 평가하는 지표로, 본 연구에서는 모든 요인의 표준화 요인 부하량이 .50 이상, AVE 값이 .50 이상, CR 값이 .70 이상으로 나타나 수렴타당도가 확보되었음을 확인하였다(Woo, 2012). 모형의 적합도는 $\chi^2=462.042(df=246)$, $p < .001$ 으로 절대적합도 지수는 부적합한 것으로 나타났으나, Kim(2007), Woo(2012)가 제시한 적합도 기준(CFI, TLI는 .90 이상, RMSEA는 .08 이하, RMR은 .05 이하)을 충족시켰다. 다만, 표준화계수의 최소 기준 값인 .50 이상에 미치지 못한 운동몰입 1개 문항을 제외하였고, 총 27개 문항을 최종 사용하였다. 또한, 각 변인 간의 판별타당도를 확인하고자 상관관계분석을 실시하였다. 산출된 평균분산추출값(AVE)이 다른 변인 간의 상관계수의 제곱 값보다 큰지를 검토하여 확인하였다. 이는 서로 다른 개념 간의 구분 가능성을 판단하는 지표로, 분석 결과 모든 요인이 해당 기준을 충족하여 판별타당도 또한 확보되었음을 확인하였다. 개념신뢰도 수치도 적합기준(CR).70)을 충족하여 신뢰성 역시 확보되었으며, 변인별 신뢰수준을 확인하기 위해 Cronbach's α 값을 확인한 결과, 지각된 케어링서비스는 .922, 지각된 가치는 .903, 운동태도는 .876, 운동몰입은 .910으로 매우 양호한 수준으로 나타났다(Kim, 2007).

연구결과

연구모형의 적합도

설정된 연구모형에 대한 적합도를 확인한 결과 $\chi^2=462.042(df=246)$, $p < .001$ 으로 나타나 적합도 기준에는 미치지 못하는 것으로 나타났다. 하지만, Normed χ^2 은 3.0 이하인 1.878로 나타났고, CFI, TLI

Table 4. Suitability of research model

χ^2 (CMIN)	df	Normed χ^2	CFI	TLI	RMSEA	RMR
462.042	246	1.878	.948	.941	.062	.029

는 .9 이상인 CFI=.948, TLI=.941로 나타났으며, RMSEA는 .08 이하인 RMSEA=.062, RMR은 .05 이하인 RMR=.029로 나타나 적합도 기준을 충족하였다(Kim 2007; Woo, 2012). 도출된 연구모형 적합도 지수는 아래 <Table 4>와 같다.

가설검증

지각된 케어링서비스와 지각된 가치의 관계에 대한 가설 1의 실증분석 결과, 경로계수 값은 .503, t 값은 6.880로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 1은 채택되었고, 지각된 가치와 운동태도의 관계에 대한 가설 2의 실증분석 결과, 경로계수 값은 .838, t 값은 10.137로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 2도 채택되었다. 지각된 가치와 운동몰입의 관계인 가설 3의 실증분석 결과, 경로계수 값은 -.046, t 값은 -.365로 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타나 가설 3은 기각되었고, 운동태도와 운동몰입의 관계인 가설 4의 실증분석 결과, 경로계수 값은 .819, t 값은 5.942로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 4는 채택되었다. 지각된 케어링서비스와 운동태도의 관계인 가설 5의 실증분석 결과, 경로계수 값은 .039, t 값은 .716으로 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타나 가설 5는 기각되었고, 지각된 케어링서비스와 운동몰입의 관계인 가설 6의 실증분석 결과, 경로계수 값은 .053, t 값은 .945로 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타나 가설 6도 기각되었다. 지각된 케어링서비스와 운동태도 및 운동몰입의 관계에서 지각된 가치의 매개효과를 알아보기 위한 가설 7-1과 7-2의 실증분석 결과, 케어링서비스와 운동태도의 관계에서는 Lower Bounds 값은 .328, Upper Bounds 값은 .546으로 나타나 0을 포함하지 않고, 유의확률도 .001로 나타나 완전매개효과가 있는 것으로 나타났고, 케어링서비스와 운동몰입의 관계에서는 Lower Bounds 값은 .247, Upper Bounds 값은 .469로 나타나 0을 포함하지 않고, 유의확률도 .002로 나타나 완전매개효과가 있는 것으로 나타났다.

논의

본 연구의 목적은 피트니스센터의 지각된 케어링서비스와 지각된 가치, 운동태도 및 운동몰입 간의 관계를 알아보고자 하였으며, 분석된 결과를 토대로 다음과 같이 논의하고자 한다.

지각된 케어링서비스와 지각된 가치의 관계

지각된 케어링서비스는 지각된 가치에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 MZ세대가 자신만의 가치와 경험을 중시하는 세대임을 반영하며, 이러한 가치관이 피트니스센터와 같은 서비스 환경에서 더욱 두드러진다는 점을 확인시켜준다. MZ세대는 단순한 소비 활동

Table 5. Results of the hypothesis testing

Hypothesis	Path	Direct effect	Indirect effect	Total effect	Testing
H1	Perceived caring service → Perceived value	.503		.503***	accept
H2	Perceived value → Exercise attitude	.838		.838***	accept
H3	Perceived value → Exercise commitment	-.046		-.046	reject
H4	Exercise attitude → Exercise commitment	.819		.819***	accept
H5	Perceived caring service → Exercise attitude	.039		.039	reject
H6	Perceived caring service → Exercise commitment	.053		.053	reject
H7-1	Perceived caring service → (Perceived value) → Exercise attitude	.039	.422***	.461	accept
H7-2	Perceived caring service → (Perceived value) → Exercise commitment	.053	.355**	.408	accept

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

을 넘어서, 자신의 가치관과 연결된 경험을 선호한다. 이러한 경향은 최근 '헬스플레저' 트렌드에서 특히 잘 나타나고 있으며, 이는 MZ세대가 건강관리를 즐거움과 만족을 추구하는 활동으로 바라본다는 점을 보여준다(Han, 2024; Kim, 2023).

케어링서비스는 단순한 물리적 제공을 넘어, 소비자와의 정서적 유대감과 신뢰를 형성하는 데 중요한 역할을 한다. MZ세대는 이러한 정서적 유대감을 통해 자신이 중요하게 여기는 가치를 더욱 높게 평가하게 된다. 이는 Newton et al.(2007)과 Noddings(1992)가 강조한 케어링의 핵심 개념인 관계 형성(relation)이 소비자와 서비스 제공자 간의 긍정적인 상호작용을 통해 서비스의 질을 향상시킬 수 있다는 결과와 일치한다. 또한, Seo & Kim(2023)은 피트니스센터의 케어링서비스가 고객 만족도를 높이고, 이를 통해 고객의 긍정적인 운동 경험을 촉진하는 데 중요한 역할을 한다고 언급하였다. 이러한 연구결과는 피트니스센터가 케어링서비스를 통해 MZ세대의 기대와 요구를 충족시킬 수 있음을 시사한다.

MZ세대는 그들이 소비하는 서비스에서 자신이 추구하는 가치가 반영되기를 원한다. 이들은 가치 소비와 소신 소비의 경향을 강하게 보이며, 이는 피트니스센터와 같은 서비스 환경에서 지각된 가치를 높이는 중요한 요소로 작용한다. Jung(2020)의 연구는 질적 인적 서비스가 고객과의 신뢰 기반 관계 형성에 긍정적인 영향을 미친다는 점을 강조하며, 이는 소비자가 서비스 제공자와의 관계에서 느끼는 친밀감과 신뢰를 기반으로 한다고 하였다. 이러한 라포 형성은 MZ세대가 피트니스센터에서 경험하는 케어링서비스의 질을 높이고, 그들이 느끼는 지각된 가치를 강화하는 데 기여할 수 있다. 또한, Ji et al.(2010)은 고객과의 공감대를 형성하는 것이 신뢰 기반 관계의 중요한 요소로 작용하며, 이는 고객이 서비스에서 느끼는 가치를 증대시킬 수 있음을 강조하였다.

MZ세대는 특히 SNS와 같은 디지털 플랫폼을 통해 자신의 건강관리 경험을 공유하며, 이러한 경험이 긍정적으로 평가될 때 그 가치는 더욱 높아진다. '오운완(오늘 운동 완료)'과 같은 해시태그를 통해 자신의 운동 완료를 알리고, 그 과정을 공유하는 MZ세대는 자신이 경험한 케어링서비스가 긍정적인 가치로 연결될 때 더 큰 만족을 느낀다(Heo, 2023). 이는 피트니스센터가 MZ세대의 이러한 특성을 고려하여, 그들이 경험하는 서비스의 질을 높이고, 이를 통해 지각된 가치를 극대화할 필요가 있음을 시사한다.

MZ세대는 케어링서비스를 통해 자신의 가치를 높게 평가하며, 이를 통해 피트니스센터에서의 경험을 더욱 긍정적으로 인식하게 된다. 따라서, 피트니스센터가 MZ세대의 특성을 이해하고, 그들의 기대에 맞는 맞춤형 케어링서비스를 제공함으로써 지각된 가치를 극대화할 수 있는 전략을 마련해야 한다. 피트니스센터는 단순한 운동 공간을 넘어, MZ세대가 자신의 가치를 실현할 수 있는 장소로 자리매김하기 위해 지속적으로 케어링서비스의 품질을 개선해야 할 것이다.

지각된 가치와 운동태도의 관계

지각된 가치는 운동태도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 MZ세대가 자신만의 가치관과 경험을 중시하며, 자신의 가치와 부합하는 서비스를 통해 긍정적인 태도를 형성한다는 점을 시사한다. 특히, 피트니스센터와 같은 서비스 환경에서 지각된 가치는 MZ세대의 운동태도에 결정적인 요소로 작용하며, 긍정적인 운동태도를 형성하는 데 중요한 역할을 한다. Zeithaml(1988)은 지각된 가치를 소비자가 제품이나 서비스를 통해 얻는 혜택의 총합으로 정의하며, 이러한 가치는 소비자의 태도 형성에 중요한 영향을 미친다고 주장하였다. 이와 같이, MZ세대는 자신이 중요하게 여기는 가치가 서비스에 반영될 때 긍정적인 태도를 형성하게 된다.

MZ세대는 자신이 받는 서비스가 단순히 기능적 효용을 넘어, 개인적인 목표와 가치 실현을 지원할 때 이를 긍정적으로 평가한다. Kim & Kim(2017)은 MZ세대와 같은 2030세대들은 본인이 추구하는 가치에 따라 소비 행동을 결정하며, 그 결과 긍정적인 태도를 형성한다고 설명하였다. 이와 관련하여, 피트니스센터는 회원의 다양한 목표와 선호도를 반영한 개인 맞춤형 서비스를 제공해야 한다. 초기 상담을 통해 회원의 운동 목표를 파악하고, 이를 기반으로 개인화된 운동 계획과 목표 설정을 지원함으로써 회원이 자신만의 가치를 실현할 수 있도록 돕는 것이 필요하다. 이러한 개인화된 접근은 지각된 가치를 극대화하고, 긍정적인 운동태도를 형성하는 데 기여할 것이다.

또한, 피트니스센터의 케어링서비스는 회원과의 정서적 유대감을 강화하는 방식으로 운영될 필요가 있다. MZ세대는 자신의 경험이 타인에게 존중받고 있다는 느낌을 받을 때, 이를 더욱 가치 있는 경험으로 인식한다(Noh et al., 2020). 이를 위해 피트니스센터는 트레이너와 회원 간의 라포 형성을 강화할 수 있는 정기적인 상담과 피드백을 제공해야 한다. 예를 들어, 트레이너가 회원의 운동 진행 상황을 지속

적으로 모니터링하고, 회원의 성취를 축하하거나 동기부여를 제공하는 방식으로 정서적 지지를 강화할 수 있다. 이러한 정서적 유대감은 회원이 피트니스센터를 신뢰하고, 긍정적인 운동태도를 형성하는 데 중요한 역할을 한다.

MZ세대는 개인의 경험을 공유하고 이를 통해 사회적 연결망을 형성하려는 경향이 강하다. Heo(2023)는 MZ세대가 자신의 운동 경험을 SNS를 통해 공유하며, 긍정적인 평가를 받을 때 더 큰 만족을 느끼고 이를 기반으로 긍정적인 운동태도를 형성한다고 보고하였다. Seo(2018) 또한 지각된 가치가 태도 형성에 유의한 영향을 미친다고 강조하였다. 이러한 경향은 피트니스센터에서 제공하는 서비스가 MZ세대의 가치관에 부합할 때, 그들의 운동태도가 더욱 긍정적으로 변화할 수 있음을 보여준다.

따라서, 피트니스센터는 MZ세대의 특성을 깊이 이해하고, 회원이 자신만의 가치를 실현할 수 있도록 지원하는 맞춤형 서비스를 설계해야 한다. 동시에, 트레이너와 회원 간의 정서적 유대감을 강화하는 세심한 관리를 통해 회원이 지속적으로 긍정적인 경험을 할 수 있는 환경을 조성해야 한다. 이러한 접근은 MZ세대의 지각된 가치를 극대화하고, 긍정적인 운동태도를 형성하는 데 기여할 것이다. 이를 통해 피트니스센터는 MZ세대를 장기적인 고객으로 확보할 수 있는 기반을 마련할 수 있을 것이다.

지각된 가치와 운동몰입의 관계

지각된 가치는 운동몰입에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 MZ세대의 운동몰입이 단순히 지각된 가치의 높고 낮음만으로 결정되지 않음을 의미한다. 기존 연구인 Park et al.(2023)의 연구에서 제시한 홈 트레이닝 사용자의 지각된 가치와 운동몰입의 유의한 관계와 Lee et al.(2023)의 연구에서 제시한 지각된 가치가 몰입 경험에 유의한 영향을 미친다는 결과와 상반된 결과이다. 이러한 차이는 본 연구가 초점을 맞춘 피트니스센터라는 환경과, 기존 연구에서 다룬 홈 트레이닝 사용자와의 맥락적 차이에서 기인할 가능성이 있다. 또한, 이는 MZ세대의 운동몰입이 단순한 서비스 가치를 넘어, 심리적·사회적 요인과 함께 작용해야 한다는 점을 반영한 것으로 이해할 수 있다.

MZ세대는 자신만의 경험을 중시하며, 단순히 서비스에서 제공하는 가치만으로 몰입하지 않는다. Hyun(2023)은 MZ세대들이 가치소비와 더불어 개인적 동기, 목표 달성 여부, 그리고 사회적 상호작용을 통해 살아가는 방식을 추구하고 있으며, Han(2024)은 실제 과거 고리타분한 건강관리가 아닌 사회적, 세대적 흐름과 맞닿아 새롭고 트렌디한 건강관리를 즐기며 과정과 결과 모두를 즐기는 MZ세대의 건강관리 트렌드에 잘 나타나있다고 하였다. 하지만 본 연구에서는 이러한 심리적·사회적 요인들이 충분히 고려되지 않았을 가능성이 있다. 특히, Lee(2024)는 MZ세대가 SNS를 통해 자신의 운동 경험을 공유하고 '오운완(오늘 운동 완료)'과 같은 사회적 동기화를 통해 몰입도를 높인다고 하였다. 이는 MZ세대가 단순히 개인적 성취감을 넘어, 사회적 상호작용을 통한 인정과 공유를 몰입의 중요한 동인으로 삼는 세대임을 시사한다.

따라서 피트니스센터에서는 지각된 가치를 높이는 것 외에도, MZ세대가 중요하게 여기는 경험적 요소와 사회적 상호작용을 강화함으로써 운동몰입을 증대시킬 수 있을 것이다. 예를 들어, 회원들이 운

동 기록을 공유하고 피드백을 받을 수 있는 전용 앱이나 SNS 기반 프로그램을 운영하여 회원들 간의 경쟁과 협업을 유도하거나, 개인 목표 설정, 정기 상담, 실시간 운동 데이터 피드백 등을 제공하여 회원이 자신의 성과를 체감할 수 있도록 개인 맞춤형 프로그램을 도입할 필요가 있다. 또한, 그룹운동 프로그램, 소셜 피트니스 챌린지 등을 통해 회원들 간의 상호작용을 유도하고, 이를 운동몰입으로 연결시킬 수 있을 것이다. 이는 MZ세대가 단순히 가치를 인지하는 데 그치지 않고, 개인적 성취감과 사회적 연결을 통해 몰입 상태에 도달한다는 점에서 이러한 전략이 효과적일 수 있음을 시사한다.

이처럼, 지각된 가치는 운동몰입에 중요한 요소 중 하나이지만, MZ세대의 몰입을 유도하기 위해서는 다양한 심리적, 사회적 요인을 통합한 다각적 접근이 필요하다. 이러한 전략을 통해 피트니스센터는 MZ세대의 몰입을 촉진하고, 지속적인 참여를 유도할 수 있는 환경을 제공할 수 있을 것이다.

운동태도와 운동몰입의 관계

운동태도는 운동몰입에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 긍정적인 운동태도가 형성될수록 MZ세대가 운동에 더욱 몰입하게 된다는 것을 의미한다. 운동태도는 개인의 행동을 이끄는 중요한 요소로, 긍정적인 태도가 형성되면 이는 자기효능감과 같은 심리적 요인을 강화하며, 몰입으로 이어진다. 이는 Ahn & Oh(2015)의 연구에서 긍정적인 태도가 스포츠몰입을 강화한다는 결과와 일치하며, 운동태도가 몰입의 중요한 선행 요인임을 시사한다.

MZ세대는 경험 중심의 삶을 추구하며, 운동을 자기 개발과 성취의 도구로 활용한다. Hyun(2023)은 MZ세대의 가치소비와 경험 추구가 운동태도에 큰 영향을 미친다고 언급하였으며, 이러한 긍정적인 태도는 몰입을 촉진하는 주요 동인으로 작용한다. 또한, Kim(2011)은 우호적인 애착과 운동몰입 간의 상관관계를 제시하며, 긍정적인 태도가 몰입으로 이어지는 과정을 설명하였다. 이러한 결과는 Koo et al.(2016)이 관람자들의 긍정적인 태도가 공연예술 몰입을 높인다는 연구 결과와도 일치한다. 이처럼, 운동태도는 MZ세대가 운동몰입에 도달하는 데 핵심적인 역할을 한다.

피트니스센터는 MZ세대의 운동태도를 긍정적으로 강화하기 위해 이들의 가치관과 목표를 반영한 맞춤형 프로그램을 개발할 필요가 있다. 예를 들어, '개인 목표 달성 챌린지'나 '사회적 참여 기반 그룹 운동 프로그램'을 운영하여 MZ세대가 운동을 즐기면서 몰입할 수 있도록 지원할 수 있다. 또한, 스마트 운동 기기를 활용한 실시간 피드백이나 SNS를 통한 운동 기록 공유 플랫폼을 도입하여 운동태도와 몰입 간의 긍정적인 상호작용을 강화할 수 있다. 이러한 전략들은 MZ세대의 긍정적인 운동태도를 형성하고, 이를 통해 몰입을 촉진함으로써 지속적인 운동 참여를 유도할 수 있다. 특히, 지속적인 동기부여와 개인 맞춤형 접근은 운동태도와 몰입 간의 긍정적인 관계를 더욱 강화할 것이다.

지각된 케어링서비스와 운동태도의 관계

지각된 케어링서비스는 운동태도에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 MZ세대가 단순히 제공받는 케어링서비스만으로 운동에 대한 태도를 형성하지 않음을 시사한다. 이는 Seo &

Kim(2023)과 Park(2018) 등이 제시한 케어링서비스가 긍정적인 태도를 형성하는 데 기여한다는 연구와 상반된 결과이다. 이러한 차이는 MZ세대가 단순한 서비스 제공보다는 자신의 목표 달성과 경험 중심의 가치를 더 중요시하기 때문일 가능성이 있다.

MZ세대는 자신이 설정한 목표와 가치, 그리고 경험의 질에 따라 운동에 대한 태도를 형성하는 경향이 강하다. 예를 들어, Noh et al.(2020)은 피트니스센터에서 제공되는 케어링서비스가 회원들의 자율성을 지지하고 긍정적인 관계를 형성한다고 보고하였으며, Jung(2020)은 질적 인적 서비스가 소비자와의 라포 형성에 기여한다고 제시하였다. 그러나 이러한 간접적 요인이 운동태도로 이어지기 위해서는 개인적 동기, 목표 달성 여부, 사회적 상호작용 등 다양한 요인들이 함께 작용해야 한다.

특히, MZ세대는 운동을 단순한 신체 활동이 아닌 자신이 설정한 목표 달성의 도구로 인식한다. Lee & Hwang(2014)은 여가 활동에서의 주관적 만족도가 몰입에 중요한 영향을 미친다고 제시하였으며, 이는 목표 달성과 관련된 만족감이 운동태도를 형성하는 데 중요한 요인으로 작용할 수 있음을 시사한다.

따라서 피트니스센터는 케어링서비스 제공을 넘어 MZ세대의 목표 달성을 지원할 수 있는 개인화된 프로그램과 전략을 마련해야 한다. 예를 들어, 회원별 맞춤형 목표 설정과 성과 평가를 포함한 코칭 프로그램을 운영하거나, 회원의 피드백을 기반으로 지속적으로 프로그램을 개선하는 방식을 도입할 수 있다. 이를 통해 케어링서비스는 운동태도 형성에 보다 효과적으로 기여할 수 있을 것이다.

지각된 케어링서비스와 운동몰입의 관계

지각된 케어링서비스는 운동몰입에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 케어링서비스가 소비자와의 긍정적인 관계 형성, 서비스 품질 향상에 기여할 수 있지만, 단독으로 운동몰입을 직접적으로 유도하기에는 한계가 있음을 시사한다. 본 연구 결과는 Lim et al.(2020)과 Li(2020)의 연구가 보고한 케어링서비스가 운동에 몰입하고 지속적으로 참여할 수 있는 환경을 제공한다는 결과와 다소 상반된다. 이러한 차이는 MZ세대가 운동몰입을 경험하는 과정에서 개인적인 목표와 내적 동기의 중요성이 더 크다는 특성을 반영한 것으로 이해할 수 있다.

Li(2020)는 케어링서비스가 회원들이 운동에 몰입하고 지속적으로 참여할 수 있는 환경을 제공한다고 보고하였다. 이는 케어링서비스가 몰입을 촉진할 수 있는 중요한 환경적 요인으로 작용할 수 있음을 시사하지만, 본 연구에서는 이러한 환경이 MZ세대의 몰입으로 직접 이어지지 않는 것으로 나타났다. 이는 MZ세대가 운동 몰입의 과정에서 외적 요인보다는 개인적인 동기와 목표 달성을 더욱 중시하는 경향이 강하기 때문일 가능성이 크다.

또한, Lee & Lee(2020)는 케어링 분위기가 인지적 몰입, 정서적 몰입, 행위적 몰입에 모두 긍정적인 영향을 미친다고 보고하며, 지도자의 지속적인 관심과 배려가 운동몰입에 미치는 중요성을 강조하였다. 그러나 본 연구에서는 이러한 케어링서비스가 몰입을 직접적으로 유도하지 못한 이유로, MZ세대의 몰입 과정에서 내적 동기와 목표 지향성이 주요 결정 요인으로 작용하기 때문이라고 해석할 수 있다.

따라서, 피트니스센터는 MZ세대의 운동몰입을 촉진하기 위해 케어링서비스와 더불어 개인화된 목표 설정과 동기부여 프로그램을 강화해야 한다. 예를 들어, 회원별 목표를 구체적으로 설정하고, 디지

털 피드백 시스템을 통해 실시간 성과를 확인하도록 지원하며, 정기적인 상담과 개인화된 피드백을 제공하여 회원의 동기를 유지시킬 수 있다. 이러한 전략은 케어링서비스가 몰입을 간접적으로 촉진하는 데 기여하도록 돕는 효과적인 방안이 될 수 있다.

결과적으로, 케어링서비스는 운동몰입의 직접적인 요인으로 작용하지는 않지만, 몰입을 촉진할 수 있는 환경을 조성하고 정서적 지지와 신뢰를 제공하는 간접적 요인으로 기능할 수 있다. 이를 보완하기 위해, 피트니스센터는 MZ세대의 목표 지향적 특성과 내적 동기를 강화하는 방향으로 케어링서비스를 활용할 필요가 있다.

지각된 케어링서비스와 운동태도 및 운동몰입의 관계: 지각된 가치의 매개효과

본 연구에서는 지각된 케어링서비스와 운동태도, 그리고 운동몰입의 관계에서 지각된 가치가 모두 완전매개효과를 가지는 것으로 나타났다. 이는 케어링서비스가 직접적으로 운동태도와 운동몰입에 영향을 미치지보다는, 지각된 가치를 매개로 간접적인 영향을 미친다는 점을 시사한다. 이러한 결과는 MZ세대가 서비스로부터 얻는 경험적 가치를 중시하며, 이를 통해 긍정적인 태도와 몰입 경험을 형성한다는 세대적 특성을 반영한 것이다.

지각된 케어링서비스와 운동태도의 관계에서 지각된 가치가 매개효과를 가진 결과는 MZ세대의 가치 중심적인 소비 패턴과 부합한다. MZ세대는 단순히 제공되는 서비스의 물리적 요소보다는, 서비스가 자신의 목표와 경험을 충족시키는 방식으로 작용할 때 긍정적인 태도를 형성한다. Seo & Kim(2023)은 케어링서비스가 고객의 만족도를 높이고, 이를 통해 긍정적인 운동 경험을 촉진한다고 보고하였으며, Sim(2013)은 케어링 분위기와 태도 형성 간의 관계에서 지각된 가치가 매개효과를 가진다고 제시하였다. 이러한 선행연구는 본 연구결과를 뒷받침하며, 케어링서비스가 MZ세대에게 긍정적인 운동태도를 형성하는 데 있어 지각된 가치가 핵심적인 역할을 한다는 점을 강조한다.

또한, 본 연구에서는 지각된 케어링서비스와 운동몰입의 관계에서도 지각된 가치가 완전매개효과를 가지는 것으로 나타났다. 이는 케어링서비스가 지각된 가치를 통해 운동몰입으로 이어질 수 있음을 보여준다. MZ세대는 운동에 몰입하기 위해 단순한 서비스 제공을 넘어 자신이 중요하게 여기는 가치를 충족할 수 있는 경험을 선호한다. Jo et al.(2020)은 지도자의 지속적인 관심과 배려가 몰입 경험에 기여한다고 보고하였으며, 이러한 연구는 본 연구에서 나타난 지각된 가치의 매개적 역할을 부분적으로 뒷받침한다. 케어링서비스가 제공하는 신뢰와 정서적 지지는 지각된 가치를 증대시키며, 이는 MZ세대가 몰입 상태에 도달하는 데 필요한 심리적 기제로 작용할 수 있다.

따라서, 피트니스센터는 케어링서비스를 통해 지각된 가치를 강화함으로써 MZ세대의 운동태도와 운동몰입을 동시에 유도할 수 있는 환경을 조성해야 한다. 예를 들어, 회원별 맞춤형 프로그램을 제공하여 개인적 목표를 반영하고, 정기적인 피드백과 디지털 플랫폼을 활용하여 성취감을 시각화함으로써, 회원들이 자신이 추구하는 가치를 체감할 수 있도록 지원할 필요가 있다. 이러한 전략은 피트니스센터가 MZ세대의 기대와 요구를 충족하며, 긍정적인 태도와 몰입을 촉진하는 데 효과적으로 기여할 것이다.

결론적으로, 본 연구는 지각된 케어링서비스가 지각된 가치를 매개로 운동태도와 운동몰입에 모두 영향을 미칠 수 있음을 확인하였다.

이는 MZ세대의 가치 중심적 소비 특성을 반영한 피트니스센터 운영 전략이 필요하다는 점을 강조하며, 케어링서비스와 지각된 가치를 중심으로 한 맞춤형 접근이 회원의 장기적인 충성도와 몰입을 유도하는 데 중요한 역할을 할 수 있음을 시사한다.

본 연구를 통해 나타난 결과를 바탕으로 학문적, 실무적 가치를 아래와 같이 제시하고자 한다. 먼저, 학문적 가치로는 본 연구는 피트니스센터의 지각된 케어링서비스가 MZ세대의 운동태도와 운동몰입에 미치는 영향을 분석하고, 지각된 가치의 매개효과를 검증하였다는 점에서 의미가 있다. 기존 연구에서는 케어링서비스가 고객 만족과 충성도에 미치는 영향에 초점을 맞춘 경우가 많았지만, 본 연구는 운동태도와 운동몰입이라는 행동적 요인과의 관계를 실증적으로 분석했다는 점에서 차별성을 갖는다.

특히, 연구결과에서 지각된 케어링서비스가 운동태도와 운동몰입에 직접적인 영향을 미치지 않지만, 지각된 가치를 매개로 유의한 영향을 미친다는 점이 확인되었다. 이는 피트니스센터에서 제공하는 서비스가 고객에게 긍정적으로 인식될 때 비로소 운동행동으로 이어질 수 있음을 시사한다. 본 연구는 스포츠 경영 및 서비스 마케팅 분야에서 케어링서비스의 역할을 보다 정교하게 분석할 필요성을 제시하며, 향후 연구에서는 MZ세대뿐만 아니라 다른 연령층에서도 유사한 패턴이 나타나는지 비교 연구를 수행할 필요가 있다. 이를 통해 보다 폭넓은 학문적 시사점을 제공할 수 있을 것이다.

실무적 가치로는 본 연구결과는 피트니스센터가 MZ세대 고객의 운동 참여를 촉진하고 장기적인 관계를 유지하는 데 유용한 전략적 시사점을 제공한다.

첫째, 케어링서비스의 효과를 극대화하기 위해 고객이 이를 긍정적으로 인식할 수 있도록 설계해야 한다. 단순히 친절한 응대보다는 개인 맞춤형 트레이닝, 정기적인 피드백 제공, 고객 의견 반영 등을 통해 고객이 서비스의 가치를 직접 경험하도록 유도할 필요가 있다.

둘째, MZ세대는 사회적 연결과 경험 공유를 중요시하므로 SNS 및 디지털 플랫폼을 활용한 고객 관리가 필요하다. 운동 기록을 공유하거나 트레이너와 소통할 수 있는 온라인 커뮤니티를 운영하면 고객만족도를 더욱 높일 수 있을 것이다.

셋째, 운동태도가 긍정적일수록 운동에 몰입하는 경향이 높아지므로, 고객의 운동태도를 개선할 수 있는 전략이 필요하다. 운동 목표 설정을 돕고 성취감을 제공하기 위해 챌린지 프로그램, 보상 시스템을 운영하거나, 트레이너의 동기부여 전략을 활용하면 고객들이 더욱 몰입할 가능성이 크며, 지속적인 운동 참여를 유도할 수 있을 것이다.

이러한 연구결과는 피트니스센터 운영자들이 MZ세대 고객의 특성을 반영한 맞춤형 서비스 전략을 개발하는 데 실무적 근거를 제공할 수 있으며, 궁극적으로 고객 유지율과 충성도를 높이는 데 기여할 수 있을 것이다.

결론 및 제언

결론

본 연구는 MZ세대 참여자들을 대상으로 피트니스센터에서 제공하는 케어링서비스와 지각된 가치, 운동태도 및 운동몰입 간의 관계를 분석하고, 지각된 가치가 케어링서비스와 운동태도 및 운동몰입 간의 관계에서 매개효과를 가지는지를 검토하고자 하였다. 앞에서 제시한

연구결과와 논의를 바탕으로 본 연구의 결론과 제언을 다음과 같이 제시하고자 한다.

첫째, 지각된 케어링서비스는 지각된 가치에 유의미한 영향을 미친다. 이는 MZ세대가 개인의 경험과 가치를 중시하며, 케어링서비스를 통해 자신이 중요하게 여기는 가치를 높게 평가함을 시사한다. 따라서 피트니스센터는 케어링서비스를 강화하여 MZ세대의 가치를 증대시키고, 이를 기반으로 긍정적인 운동 경험을 제공할 필요가 있다.

둘째, 지각된 가치는 운동태도에 유의미한 영향을 미친다. 이에 따라 피트니스센터는 MZ세대의 요구와 기대를 반영한 맞춤형 서비스를 설계하여 긍정적인 운동태도를 강화해야 한다.

셋째, 지각된 가치는 운동몰입에 유의미한 영향을 미치지 않는다. 이는 MZ세대가 몰입 상태에 도달하기 위해 단순한 지각된 가치 이상의 요인을 필요로 한다는 점을 보여준다. 피트니스센터는 지각된 가치를 기반으로 하되, 개인적 목표 달성, 내적 동기, 그리고 사회적 상호작용을 통합적으로 고려한 몰입 환경을 조성해야 한다.

넷째, 운동태도는 운동몰입에 유의미한 영향을 미친다. 긍정적인 운동태도가 형성될수록 MZ세대의 운동몰입도가 증가하며, 이는 태도와 몰입 간의 선순환 구조를 구축할 필요성을 시사한다. 피트니스센터는 MZ세대의 긍정적인 태도를 유도하기 위해 그들의 가치관과 목표를 반영한 환경과 프로그램을 설계해야 한다.

다섯째, 지각된 케어링서비스는 운동태도와 운동몰입에 직접적으로 유의미한 영향을 미치지 않는다. 이는 MZ세대가 단순히 케어링서비스만으로 태도와 몰입을 형성하지 않으며, 서비스가 개인의 목표와 가치를 충분히 반영해야 한다는 점을 보여준다. 피트니스센터는 케어링서비스와 더불어 개인 맞춤형 프로그램과 정서적 지원을 병행하여 MZ세대의 태도와 몰입을 동시에 촉진해야 한다.

여섯째, 지각된 가치는 지각된 케어링서비스와 운동태도 간의 관계에서 완전매개효과를 가진다. 이는 MZ세대가 자신의 가치가 서비스에 반영될 때 긍정적인 태도를 형성함을 시사한다. 피트니스센터는 MZ세대의 요구와 기대를 반영한 맞춤형 서비스를 설계하여 긍정적인 운동태도를 촉진해야 한다.

일곱째, 지각된 가치는 지각된 케어링서비스와 운동몰입 간의 관계에서 완전매개효과를 가진다. 이는 케어링서비스가 지각된 가치를 통해 운동몰입을 유도할 수 있음을 의미하며, 몰입을 강화하기 위해 지각된 가치를 증대시키는 전략이 중요하다는 점을 강조한다. 피트니스센터는 정서적 지지와 신뢰를 제공하는 것을 넘어, 회원의 목표 달성과 성취감을 강화할 수 있는 프로그램을 설계하여 MZ세대의 몰입을 촉진해야 한다.

이러한 결과는 피트니스센터가 MZ세대의 특성을 반영한 개인화된 경험과 정서적 지지 전략을 강화하여, 장기적인 고객 관계 형성 및 유지에 기여할 수 있는 실질적 방안을 제시한다는 점에서 의미가 있다.

제언

본 연구의 제한점을 중심으로 후속 연구를 위한 제언을 아래와 같이 하고자 한다.

첫째, 본 연구는 서울과 경기 지역의 피트니스센터를 이용하는 MZ세대를 대상으로 수행되었기 때문에, 결과를 모든 피트니스센터에 일반화하기에는 제한이 있을 수 있다. 향후 연구에서는 다양한 지역과 연령대를 포함한 표본을 확대하여, 보다 포괄적인 결과를 도출할 필요가 있다.

둘째, 본 연구는 지각된 케어링서비스와 지각된 가치의 관계에 초점을 맞추었기 때문에, 운동태도와 운동몰입 간의 관계를 설명하는 다른 매개 요인들을 충분히 반영하지 못하였다. 향후 연구에서는 개인적 동기, 사회적 상호작용, 목표 달성 등 다양한 요인을 함께 고려하여, 피트니스센터가 제공할 수 있는 효과적인 서비스를 보다 심층적으로 분석해야 할 것이다.

셋째, 본 연구는 지각된 가치가 운동태도와 운동몰입에 미치는 영향을 중심으로 분석하였으나, 케어링서비스가 장기적인 운동 참여나 운동성과에 미치는 영향을 다루지 못하였다. 향후 연구에서는 운동몰입과 태도가 지속적인 운동 참여 및 성과로 연결되는 과정을 분석하여, 피트니스센터가 MZ세대의 장기적인 만족과 충성도를 확보할 수 있는 방안을 제시해야 할 것이다.

CONFLICT OF INTEREST

논문 작성에 있어서 어떠한 조직으로부터 재정을 포함한 일체의 지원을 받지 않았으며 논문에 영향을 미칠 수 있는 어떠한 관계도 없음을 밝힌다.

AUTHOR CONTRIBUTION

Conceptualization: Jooyoung Kim, Jayoung Kim Data curation: Jooyoung Kim, Formal analysis: Jooyoung Kim, Methodology: Jooyoung Kim, Jayoung Kim, Projectadministration: Susan Kim, Visualization: Jooyoung Kim, Writing-original draft: Jooyoung Kim, Jayoung Kim, Writing-review & editing: Jooyoung Kim, Susan Kim

참고문헌

- Ahn, H. G., & Oh, S. D. (2015). The relationship among golf coaching styles, sports attitudes, exercise flow, and exercise adherence. *Journal of Korean Physical Science Association*, 21(1), 183-192.
- Ahn, S. W. (2017). The effects of exercise flow on exercise emotion and exercise adherence among high school students. *Journal of Learner-Centered Curriculum and Instruction*, 17(1), 373-398.
- Bok, Y. K. (2018). *The effects of servicescape and interpersonal service quality on perceived value and customer loyalty*. Ph.D. Dissertation, Hoseo University.
- Choi, M. S., & Oh, M. J. (2019). The structural relationships among perceived value, attitude, and ecological tourism intention in ecological tourists: Application of the VAB model. *Tourism Research Journal*, 33(1), 157-171.
- Gano-Overway, L., & Guivernau, M. (2017). Setting the SCENE: Developing a caring youth sport environment. *Journal of Sport Psychology in Action*, 9(2), 83-93.
- Han, D. H. (2024, June 10). Exercise like a festival, diet deliciously! the MZ generation's health management trend. *Cheil Magazine*. Retrieved from <https://magazine.cheil.com/55500>
- Heo, K. J. (2023, June 18). [Trend+] "Why exercise reluctantly?" enjoying healthy pleasure with the MZ generation. *JTBC news*. Retrieved from <https://n.news.naver.com/article/437/0000347558?sid=102>
- Hong, H. H., & Yoon, S. W. (2018). The effects of fitness center service scape and interpersonal service on customer satisfaction, trust, flow, and loyalty. *Journal of Korean Leisure Science Society*, 9(2), 11-25.
- Hyun, M. H. (2023, May 19). The dual faces of the practical MZ generation. *Updown News*. Retrieved from <https://www.updownnews.co.kr/news/articleView.html?idxno=304651>
- Jeong, Y. G. (2004). Validity verification of sport commitment behavior scale. *Korean Society of Sport Psychology*, 15(1), 1-21.
- Jeong, Y. H., & Lee, J. H. (2009). A comprehensive framework for experiential consumption: the relationship among experience traits, pleasure and guilty, reexperience in experiential consumption. *Korean Management Review*, 38(2), 523-553.
- Ji, S. G., Yang, B. S., & Kim, S. H. (2010). The effects of rapport by healthcare providers on emotional labor, job satisfaction, and organizational commitment. *Journal of Korea Service Management Society*, 11(1), 209-236.
- Jo, H. I., & Bae, H. K. (2004). A study on the relationship between squash club members' flow experience and life satisfaction. *Journal of Korean Physical Science Association*, 13(2), 81-92.
- Jo, H. S., Li, S. F., & Li, Y. H. (2020). The relationship among perceived caring atmosphere, coach-athlete relationship, and passion for exercise in college taekwondo players. *Journal of World Taekwondo Culture Association*, 11(3), 131-146.
- Jo, Y. J., & Yoon, H. H. (2020). The relationships among perceived value, trust, flow, and continued usage intention of coffee brand apps: Focusing on starbucks siren order. *Journal of the Korean Society of Food Science and Cooking*, 36(3), 271-279.
- Joo, H. S. (2008). *The effect of perceived service quality and value on customer satisfaction and loyalty toward LOHAS images in hotel restaurants*. Ph.D. Dissertation, Kyung Hee University.
- Jung, A. R. (2020). The effects of social servicescapes in sports centers on rapport formation and relational continuity. *Journal of Korean Sports Society*, 18(4), 25-34.
- Jung, B. G. (2019). The structural relationship among perceived caring atmosphere, task value, and class participation intention in elementary physical education classes. *Journal of Korean Physical Education Association*, 23(4), 175-187.
- Jung, H. Y. (2007). *The causal relationships among adolescents' sports media involvement experiences, sports values, attitudes, and participation*. Ph.D. Dissertation, Yonsei University.
- Jung, S. G., Choi, M. R., Lee, M. B., & Choi, Y. M. (2018). The relationship among online value, flow, and customer loyalty: Focusing on variety-seeking tendency. *Proceedings of the Korean Society of Management Information Systems Conference*, 2018(5), 715-720.
- Jung, Y. H., & Oh, C. O. (2017). A study on the relationships among destination attributes, perceived value, and tourism attitude: Focusing on Jeonju Hanok Village. *Tourism Research*, 32(3), 57-80.
- Kang, J. H., & Jeon, I. K. (2009). The effect of online-sports brand community characteristics on commitment, brand attitude and brand loyalty. *Korean Journal of Sport Management*, 14(3), 117-131.
- Kim, B. Y., Lee, H. S., & Kim, C. Y. (2020). The relationship between transformational leadership of personal trainers, satisfaction with personal training, and exercise flow. *Journal of Korean Sports Society*, 18(3), 427-437.
- Kim, G. N. (2018). *The effect of golf course consumption value on consumption propensity, sports attitude, and behavioral intention*. Ph.D. Dissertation, Korea University.
- Kim, G. N., Choi, S. H., & Kim, C. Y. (2020). The Influence of golf course consumption value on consumption Tendency, sports attitude and behavioral intention. *Korean Society of Sports Science Journal*, 80, 61-77.
- Kim, J. H., & Kim, J. Y. (2017). The relationship among golf wear selection attributes, customer satisfaction, brand attitude and repurchase intention. *Journal of Digital Convergence*, 15(6), 467-479.
- Kim, K. C., Shin, M. J., Cha, M. C., & Lee, J. T. (2015). The relationship between perceived motivational climate and achievement goal orientation in elementary school physical education based on the HMIEM model. *Journal of Korean Elementary Physical Education*, 21(2), 1-10.
- Kim, K. S. (2007). Understanding process quality in service

- organizations and developing a six sigma model: Using structural equation modeling. *Journal of Quality Management Society*, 35(2), 84-99.
- Kim, S. H. (2011).** *The effects of leisure perception, leisure skills, and leisure flow on psychological well-being among elderly participants in leisure activities*. Ph.D. Dissertation, Seoul Christian University.
- Kim, S. W. (2022, October 31).** MZ generation consumption and our shared future. *Consumer Times by Korea Consumer Agency*. Retrieved from https://www.kca.go.kr/webzine/board/view?menuId=MENU00306&linkId=463&div=kca_2210
- Kim, Y. J. (2012).** *A study on marketing strategies through consumer attitudes and positioning*. Ph.D. Dissertation, Dong-Eui University.
- Kim, Y. J. (2023, May 18).** “I don’t want a belly; I manage it from a young age”: Exercise spending surges among the MZ generation. *Financial News*. Retrieved from <https://www.fnnews.com/news/202305180909587206>
- Koo, E. J., Ahn, J. S., & Kim, H. R. (2016).** The impact of SNS characteristics on spectators’ attitudes, flow, and continued usage intention. *Journal of Media and Performing Arts Research*, 11(2), 31-61.
- Lee, C. H. (2024, March 6).** “Delicious but 0 calories!”: Exploring the healthy pleasure trend. *AsiaA*. Retrieved from <https://www.asiaa.co.kr/news/articleView.html?idxno=161859>
- Lee, D. J., & Hwang, J. H. (2014).** The structural relationship among exercise flow experience, exercise satisfaction, and subjective well-being in sports center users. *Journal of Korean Physical Science Association*, 23(3), 761-772.
- Lee, D. S. (2020).** The effects of badminton coach leadership types on exercise flow and player satisfaction. *Journal of Korean Sports Society*, 18(4), 831-840.
- Lee, H. H., & Lee, S. J. (2020).** The relationship among perceived caring atmosphere, exercise emotion, and class flow in middle and high school physical education classes. *Journal of Korean Wellness Association*, 15(4), 193-205.
- Lee, J. S., Lee, C. W., & Kim, D. K. (2023).** The relationships among service quality, perceived value, and flow experience of O2O fitness app users: The moderating effect of gender. *Journal of Korean Society of Physical Education*, 60(5), 403-417.
- Lee, J. Y. (2015).** *The effects of caring on consumer self-regulation*. Ph.D. Dissertation, Korea University.
- Li, Y. H. (2020).** *The structural relationship between the perceived caring atmosphere, subject interest, and physical education class flow among middle school students in Korea and China*. Ph.D. Dissertation, Dankook University.
- Lim, S. Y., Min, S. B., Kim, Y. E., & Kim, J. (2020).** The effects of perceived caring atmosphere and motivational climate on exercise flow and sports character in middle school students participating in school sports clubs. *Journal of Korean Physical Education Association*, 25(1), 187-200.
- Macintosh, G. (2009).** Examining the antecedents of trust and Rapport in services: Discovering new interrelationships. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 16(4), 298-305.
- Moon, G., & Kim, I. G. (2023).** The relationship between perceived value, golf attitude, and continuous participation intention of MZ generation golf participants. *Sports Science*, 41(1), 229-238.
- Newton, M., Magyar, M., Kim, M. S., Watson, D., Gano-Overway, L., Fry, M., & Guivernau, M. (2007).** Psychometric properties of the caring climate scale in a physical activity setting. *Revistade Psicologia del Deporte*, 16(1), 67-84.
- Noddings, N. (1984).** *Caring: A feminine approach to ethics and moral education*. Berkeley: University of California Press.
- Noddings, N. (1992).** *The challenge to care in schools: An alternative approach to education*. NY: Teachers College Press.
- Noh, D. Y., Oh, Y. S., & Park, S. H. (2020).** The relationship between the caring atmosphere of fitness centers, autonomy, and exercise adherence intention. *Journal of Korean Physical Science*, 29(2), 639-650.
- Noh, M. Y., & Lee, M. R. (2019).** The effect of learners’ perceived caring atmosphere and participation motivation on exercise flow in squash classes at university social sports centers by gender. *Journal of Learner-Centered Curriculum and Instruction*, 19(13), 1079-1100.
- Oh, S. H., & Seo, D. W. (2020).** The relationship among perceived caring atmosphere, basic psychological needs, and athlete stress among middle and high school taekwondo players. *Journal of World Taekwondo Culture Association*, 11(3), 201-217.
- Park, D. K. (2024, March 29).** How have exercise trends changed after the endemic period?. *BCiF Insight*. Retrieved from <https://bcif.bccard.com/content/detail/319>
- Park, H. K. (2013).** *The effect of exercise flow on exercise addiction and mental health among fitness club users*. Ph.D. Dissertation, Keimyung University.
- Park, S. S., Wang, S. H., & Lee, M. (2023).** A study on the perceived value and exercise flow of home training users in China. *Journal of Chinese Studies*, 95, 165-186.
- Park, T. S. (2018).** *Verification of the structural relationship between the caring atmosphere perceived by sports participants, exercise flow, and exercise adherence intention*. Master’s Dissertation, Seoul National University.
- Scanlan, T. K., Simons, J. P., Carpenter, P. J., Schmidt, G. W., & Keeler, B. (1993).** The sport commitment model: Measurement development for the youth-sport domain. *Journal of Sport & Exercise Psychology*, 15(1), 16-38.
- Seo, C. H. (2018).** The relationships among perceived value, brand attitude, brand reputation, and relational continuity in coffee shops. *Journal of Tourism and Leisure Research*, 30(2), 327-345.
- Seo, J. Y., & Kim, S. J. (2023).** The effects of fitness center caring services on customer satisfaction, exercise commitment, and re-

- registration intention. *Sports Science*, 41(1), 101-110.
- Seo, Y. W., & Kim, K. S. (2012).** The effect of attitude toward physical education on class flow and class satisfaction. *Proceedings of the Korean Women's Physical Education Conference*, 2012(2), 79-80.
- Seok, B. G., Cho, J. H., & Ko, K. J. (2017).** Analysis of the mediating effect of customer delight between the level of service quality and customer loyalty formation in commercial fitness centers. *Journal of Korean Society of Sports Science*, 56(6), 363-373.
- Shin, H. W., Kang, S. A., & Lee, S. B. (2016).** The effects of convenience store brand equity on perceived value, attitude, and behavioral intention: Focusing on visitors to Suwon Culture Night. *Journal of Tourism Management Research*, 24(3), 293-310.
- Shin, M. J., Seo, W. S., & Sim, Y. S. (2019).** Verification of the structural relationship between perceived caring atmosphere, basic psychological needs, and exercise adherence in fitness center participants. *Journal of Korean Sports Psychology Association*, 30(1), 1-11.
- Shin, S. J. (2021).** An analysis of the structural relationship between fear of failure, perceived caring, and exercise adherence intention among Taekwondo athletes. *Journal of Korean Sports Psychology Association*, 32(2), 1-19.
- Shinhan Card Big Data Research Institute. (2023, May 16).** MZ generation consumption trends through card data insights. *Shinhan Card Official Website*. Retrieved from https://www.shinhancard.com/pconts/html/benefit/trendis/MOBFM501/1222012_3818.html
- Sim, Y. S. (2012).** Validation of the perceived caring atmosphere scale and its impact on elementary students' attitudes toward physical education. *Journal of Korean Elementary Physical Education Association*, 18(3), 133-142.
- Sim, Y. S. (2013).** The mediating role of intrinsic motivation in the relationships among perceived caring atmosphere, attitude, satisfaction, and enjoyment in physical education classes. *Journal of Korean Sports Psychology Association*, 24(2), 75-87.
- Song, K. H., & Kim, S. Y. (2016).** The mediating effects of autonomous-controlled behavioral regulation and subject interest between perceived caring atmosphere and task persistence in physical education classes. *Journal of Korean Society of Sports Science*, 55(5), 193-207.
- Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2001).** Consumer perceived value: The development of a multiple item scale. *Journal of Retailing*, 77(2), 203-220.
- Watson, D., Newton, M., & Kim, M. (2003).** Recognition values-based constructs in a summer physical activity program. *Urban Review*, 35(3), 217-232.
- Woo, J. P. (2012).** *Structural equation modeling concepts and understanding*. Seoul: Hannarae.
- Woori Financial Research Institute. (2022).** *The future of the financial industry led by the MZ generation*. Woori Financial Group.
- Yoon, S. W., Seo, M. O., & Yoon, D. I. (2015).** The effects of perceived consumption value on brand identification, affective flow, and behavioral flow. *Journal of the Korea Academia-Industrial Cooperation Society*, 16(9), 5989-5997.
- Zeithaml, V. A. (1988).** Consumer perceptions of price, quality, and value: A means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2-22.

MZ세대를 중심으로 한 피트니스센터의 지각된 케어링서비스와 지각된 가치, 운동태도 및 운동몰입의 관계: 지각된 가치의 매개효과

김주영, 김수잔, 김자영

한국체육대학교 스포츠산업학과

[목적] 본 연구는 피트니스센터에서 제공하는 케어링서비스가 MZ세대의 지각된 가치, 운동태도, 운동몰입에 미치는 영향을 분석하고, 지각된 가치의 매개 효과를 규명하는 데 목적이 있다.

[방법] 2024년 1월부터 2월까지 서울 및 경기 지역 피트니스센터를 이용하는 20~30대 MZ세대 고객을 대상으로 설문조사를 실시하였으며, 최종적으로 233부의 응답을 분석에 활용하였다. 측정 도구로 설문지를 사용하였고, 수집된 자료는 SPSS 21.0과 AMOS 21.0을 활용하여 빈도 분석, 신뢰도분석, 확인적 요인분석(CFA), 상관관계분석, 구조방정식모형(SEM)을 통해 분석하였다.

[결과] 첫째, 지각된 케어링서비스는 지각된 가치에 유의한 영향을 미쳤다. 둘째, 지각된 가치는 운동태도에 유의한 영향을 미쳤다. 셋째, 지각된 가치는 운동몰입에 유의한 영향을 미치지 않았다. 넷째, 운동태도는 운동몰입에 유의한 영향을 미쳤다. 다섯째, 지각된 케어링서비스는 운동태도와 운동몰입에 유의한 영향을 미치지 않았다. 여섯째, 지각된 가치는 지각된 케어링서비스와 운동태도 간의 관계에서 완전 매개효과를 보였다. 일곱째, 지각된 가치는 지각된 케어링서비스와 운동몰입 간의 관계에서 완전 매개효과를 보였다.

[결론] 본 연구는 피트니스센터의 케어링서비스가 MZ세대의 지각된 가치, 운동태도, 운동몰입에 미치는 영향을 심층적으로 분석하였다. 연구결과, 지각된 가치는 케어링서비스와 운동태도 및 운동몰입 간의 관계에서 중요한 매개 역할을 수행하며, 맞춤형 서비스와 정서적 지원이 MZ세대의 긍정적인 운동 경험과 몰입을 유도하는 데 핵심임을 확인하였다. 따라서 피트니스센터는 고객의 개인적 목표와 가치를 반영한 전략적 서비스를 통해 MZ세대의 운동태도와 운동몰입을 강화하고, 이를 바탕으로 장기적인 고객 충성도를 확보할 수 있는 실질적인 방안을 마련해야 한다.

주요어

MZ세대, 지각된 케어링서비스, 지각된 가치, 운동태도, 운동몰입