

# 대학행정서비스 품질측정에 관한 연구\*

## —SERVQUAL을 이용한 품질측정—

김 용 호\*\*

### 〈목 차〉

- |                      |                     |
|----------------------|---------------------|
| I. 서론                | 2. 자료수집 및 분석방법      |
| 1. 문제의 제기            | IV. 분석결과 및 해석       |
| 2. 연구의 목적            | 1. 표본의 특성           |
| II. 서비스 품질측정의 이론적 배경 | 2. 서비스 품질차원 및 신뢰성분석 |
| 1. 서비스 품질측정에 대한 논의   | 3. 가설의 검증 및 해석      |
| 2. SERVQUAL 연구       | V. 결론 및 시사점         |
| 3. 서비스 품질과 관련개념 연구   | 참고문헌                |
| III. 가설설정 및 연구방법     | Abstract            |
| 1. 연구모형 및 가설의 설정     |                     |

## I. 서론

### 1. 문제의 제기

최근까지 우리 나라의 대학은 항상 지원자가 입학정원을 초과하는 상태에서 안정적 지위를 유지할 수 있었다. 즉 공급자위주의 판매자 중심시장(seller's market)이었기 때문에 대학이 학생을 유치·경영하는데 어려움이 없었다. 따라서 학생을 위한 교육서비스나 대학행정서비스를 개발하려는 노력은 부족하였다.

\* 이 논문은 2001년 부산가톨릭대학교 교내연구비에 의하여 연구되었음.

\*\* 부산가톨릭대학교 경영학부 조교수

그런데 최근의 학생수 감소라는 피할 수 없는 변화의 물결에 많은 대학들이 당황하고 있다. 대학 지원자 수 대비 입학정원 비율이 2003년 97% 가까이 하락하리라 예상될 뿐만 아니라, 1998년 이후 교육시장의 개방정책도 이제 대학이 경영의 개념을 외면할 수 없는 상황을 만들고 있다. 즉 대학환경도 생산중심에서 마케팅중심, 판매자중심 시장에서 구매자중심 시장(buyer's market), 학생 선발의 시대에서 학생 유치의 시대로 급격하게 변화하고 있다.

1980년을 전후한 미국대학(college)의 상황은 현재의 우리 나라 대학에 여러 가지 시사점을 제공하여 주고 있다. 1970년대 중반에 미국의 대학들은 ① 1977년의 고등학교 졸업자 수는 320만명에서 1982~83년에는 280만명으로 줄어든 것이다. ② 고등학교에서 대학으로 진학하는 비율이 점차로 줄어들 것이다. ③ 대학진학자의 많은 비율이 4년제 대학 대신 커뮤니티 대학(community college)으로의 진학경향을 보이게 될 것이다. ④ 전반적으로 등록금의 인상은 대학진학의 걸림돌이 되리라 생각되며 이는 특히 사립대학에 큰 영향을 줄 것이라라는 예측을 하였다(Kotler, 1979).

이러한 변화하는 환경에 대해 일부 대학경영자는 아무 전략도 없이 학생등록이 감소하는 것을 일시적인 현상이라고 외면하였다. 그리고 또 다른 경영자는 수업의 질 및 학생에 대한 서비스 향상, 타 대학에 대한 경쟁적 우위를 위한 전략 등을 외면한 공격적인 촉진정책을 주로 실시하였다. 즉, North Kentucky주립대학에서는 장학금지급을 알리는 103개의 애드벌룬을 띄웠고, 인디애나에 있는 St. Joseph대학은 시카고와 인디애나 폴리스의 락 음악방송국에 광고와 더불어 새로운 신입생을 추천하는 학생에게 등록금의 일부를 환불하는 제도도 계획하였다. 더 나아가 Richmond대학은 고등학교학생과 그들 학교에 관심있는 사람에게 보여주기 위해 13,000 \$를 들여 12분 짜리 홍보필름을 만들었고, Drake대학은 시카고의 O'Hare 공항근처에 “우리 대학은 시카고로부터 40분 거리에 불과합니다”라는 야외 간판을 세우는 등의 촉진활동을 하였다(Kotler, 1979).

이러한 미국대학의 학생감소와 촉진위주의 마케팅정책은<sup>1)</sup> 현재 우리 나라 대학이

1) 대학(비영리조직)의 관리자들은 마케팅에 대하여 서서히 인식은 하고 있으나 대부분 마케팅의 본질과는 거리가 있는 형식적 이해에 머무르고 있는 것이다. 대학들이 마케팅중심이 아니라 판매지향성을 택하게 되는 이유를 Anderesen에 따르면 제품에 대한 자신감, 소비자가 무지하다는 관념, 비영리조직의 가치를 프로모션에 지나치게 의존, 소비자조사의 결여, 시장세분화전략의 부재, 포괄적 경쟁에 대한 인식부족, 제품지식을 기준으로 선발된 마케팅 담당자를 들고 있다(Anderesen, 1982).

직면하고 있는 상황과 거의 유사하다고 할 수 있다. 이에 대한 근거로 우리 나라 대학신입생에 대한 수요와 공급의 추세를 살펴보면 1997년 입학정원 대비 입학지원자 수는(재수생, 산업체 지원자 포함) 145.3%였으나 2001년에는 139.8%, 2002년에는 97.5%까지 급격하게 하락할 것으로 예견되고 있다(전문대학교육, 1997).

그리고 각 대학이 지출한 광고비의 추세를 살펴보면 1995년 대학의 4대매체 집행광고비는 127억여원에 불과하였으나(TV: 4억6천만원, 라디오: 8천만원, 신문:122억원, 잡지: 2천2백만원) 1996년에는 214억여원, 1997년에는 573억여원, 1998년에는 619억여원(TV: 23억원, 라디오: 19억원, 신문: 576억여원, 잡지: 1억원)으로 급격하게 상승하고 있다([http://www.cheil.co.kr/korean/columns/199903/columns\\_199903b.html](http://www.cheil.co.kr/korean/columns/199903/columns_199903b.html)).

이러한 과정에서 1990년대 초 고객가치창조 및 고객제일주의의 경영이념을 도입한 기업보다는 늦지만 최근에서야 일부 대학들은 고객만족경영(customer satisfaction management)을 재정보호라는 문제와 함께 대학의 생존을 위한 핵심으로 인식하게 되었다. 특히 대학행정서비스에 대한 고객(학생)들의 다양한 요구에 유연하고 정확하게 대응하는 것은 교육서비스개선과 함께 대학에서의 고객만족경영의 가장 중요한 요인임을 인식하게 되었다. 소비자인 학생중심의 대학변혁을 위해 대학의 행정서비스관리는 기존의 소극적인 역할에서 벗어나 변화를 주도하는 적극적인 역할이 필요하며, 또한 이러한 변화가 원활하게 수행될 수 있도록 객관적인 대학의 행정서비스 품질측정을 통한 성과의 평가 및 개선이 무엇보다도 중요하다고 인식되고 있다. 특히 이유재 등(1996)의 연구에 따르면 우리 나라의 여러 서비스산업 중 공공기관으로서의 동사무소는 다른 9개 산업에 비하여 가장 고객만족도가 떨어질 뿐만 아니라 서비스 제공자가 고객만족이 떨어짐을 잘 이해하지 못하고 있다고 지적하였는데 이는 공공기관의 서비스 품질측정의 중요성을 제시하고 있다고 할 수 있다.

그러나 공공기관의 행정서비스 품질측정에 관한 연구는 매우 미미한데 최근에 들어와서 SERVQUAL을 이용한 품질측정시도가 이루어지고 있다고 할 수 있다. Babakus 등(1992)은 SERVQUAL이 공익사업체의 품질측정에도 이용될 수 있음을 보이고 있고, 우리 나라 서비스 산업의 품질측정을 종합적으로 한 이유재(1996)의 연구, 지방자치단체의 행정서비스품질을 연구한 허정욱, 김정희(2000)의 연구, 경찰청을 중심으로 고객만족 및 서비스품질의 측정에 관한 연구를 한 김기수, 김덕희(1999)의 연구, 숙명여자대학의 학생서비스센터 고객만족지수 개발연구서(98-2)

등의 연구가 SERVQUAL을 이용한 행정서비스의 측정을 시도하고 있는 정도이다.

많은 서비스산업을 대상으로 한 연구에서 서비스의 종류에 따라 품질의 구성차원 등에서 차이를 보이고는 있으나 SERVQUAL이 서비스 측정도구로서 일반적으로 이용될 수 있음이 Carmen(1990)의 연구에서 입증되었다. 따라서 대학행정서비스의 품질측정에 SERVQUAL이 신뢰할 수 있고 타당성을 가진 측정도구로 밝혀지고, 이들 구성요인이 타 변수들과 의미있는 분석에 이용될 수 있다면 대학행정서비스의 품질측정에 SERVQUAL을 이용할 수 있을 것이다. 결국 이는 대학행정서비스 품질측정의 보편적 척도로 SERVQUAL을 이용할 수 있을 뿐만 아니라, 타 서비스 기관 및 다른 대학과의 비교를 통한 대학행정서비스의 개선에 도움을 주고 궁극적으로는 고객만족경영을 통한 대학경쟁력확보를 위한 수단으로 활용할 수 있을 것이다.

## 2. 연구의 목적

SERVQUAL은 Parasuraman, Zeithaml, Berry(1985)에 의하여 개발된 서비스 품질측정도구이다. SERVQUAL은 많은 연구자들에 의하여 연구되었고, 여러 산업에서의 신뢰성과 타당성 검증에서 많은 논란의 여지를 보여 왔으나 학계에서는 가장 일반적인 서비스 품질측정의 도구로서 인정받고 이용되고 있는 실정이다. 본 논문에서도 SERVQUAL을 이용하여 SERVQUAL이 대학행정서비스의 서비스 품질측정에 적합한지를 알아보려고 하였다. 더 나아가 SERVQUAL의 신뢰성과 타당성이 대학행정서비스의 측정에서 입증되면 서비스 품질구성요인들과 전반적 서비스 품질, 고객만족, 재구매, 구전활동 등의 변수들과의 관련성 분석을 하여 보고자 하였다.

다시 말해 대학의 마케팅 지향성을 위한 다양한 시도 가운데 대학행정서비스의 품질차원을 분석하여 보고, 이와 같은 분석을 통하여 보다 나은 대학행정서비스의 제공을 위한 자료를 확보하고자 한다. 결국 이는 고객, 즉 학생만족을 통한 조직의 성장·발전이라는 대학의 기본목적을 달성하기 위한 대학의 마케팅전략에 공헌할 수 있으리라 생각된다.

## II. 서비스 품질측정의 이론적 배경

### 1. 서비스 품질측정에 대한 논의<sup>2)</sup>

Parasuraman, Zeithaml, Berry(1985, 이하에서는 PZB라 한다)가 지각된 서비스 품질(perceived service quality)과 관련된 개념적 모델을 제시한 이후 서비스 품질은 마케팅연구에서 주목받는 분야가 되었다. 그 후 서비스 품질과 관련하여 많은 연구들의 출발점이 된 PZB(1985)의 연구에서 서비스 품질의 결정요인으로 신뢰성(reliability), 대응성(responsiveness), 능력(competence), 접근가능성(access), 공손함(courtesy), 의사소통(communication), 신용도(credibility), 안전성(security), 고객이해(understanding/knowing the customers), 유형성(tangibles)의 10가지 변수를 제안하고, 이들 10가지 변수에 대한 개인의 기대된 서비스 수준과 지각된 서비스 수준의 차이가 서비스 품질을 결정짓는 것이라 하였다.

그런데 PZB(1988)는 자신들의 SERVQUAL에서 사용하는 기대수준은 일반적으로 만족/불만족의 연구에서 개념화되는 기대수준과는 다른 개념으로 설정하였는데 SERVQUAL에서의 기대수준은 소비자가 특정행동을 수행할 때 원하는 성과수준이라 하였다. 기대수준에 대한 이러한 개념적 설정은 차후 논쟁의 단서가 된다. 이후 SERVQUAL은 PZB(1991)에 의하여 계속적으로 수정되었다.

PZB의 SERVQUAL의 타당성에 대한 의문은 많은 학자들에 의하여 제기되었다. 즉 Cronin and Taylor(1992)는 지각된 서비스 품질은 기대와는 관계없이 성과만에 의하여 결정되는 것으로 개념화하였다. 그리고 자신들이 개발한 SERVPERF가 SERVQUAL보다 우수하다고 하고 SERVQUAL은 이론적으로 문제가 있다고 지적하였다. Cronin and Taylor는 첫째, 서비스 품질은 기대와 성과의 불일치로서 인지된 성과자체의 측정이 보다 나은 서비스 품질의 측정기준이 될 수 있으며 둘째, 서비스 품질은 고객만족의 결과이며 셋째, 소비자의 만족은 소비자의 구매의도와 직결되어 있고 넷째, 서비스 품질보다 고객만족이 서비스 재 구매에 더 강한

2) 이 부분은 이학식, 지각된 서비스 품질, 결정요인 및 관여도, 한국소비자학회 1996년도 학술대회 논문집 및 이학식, 지각된 서비스 품질의 결정과정: 판단이론적 시각, 경영학연구, 제26권 제1호(1997, 2) pp.139~154을 중심으로 요약·보완한 내용임.

영향을 미친다고 하여 서비스품질과 관련된 다양한 변수들의 관계를 제시하였다.

이들은 서비스 품질측정시 성과만으로서의 측정이 더 나은 이유로 고객이 특정시점에서 서비스 품질을 인식함에 있어서 그 시점의 기대에는 바로 전 시점의 성과에 대한 인식이 매우 큰 영향을 미침을 지적하였다. 즉 일정시점의 기대와 성과의 차이에는 전 시점의 성과가 개입함으로 인하여 장기적인 고객의 태도, 즉 서비스 품질은 일정시점의 인지된 성과를 측정함으로써 가능하다고 주장하였다.

이러한 SERVQUAL의 비판에 대하여 PZB(1994)는 자신들의 과거 연구결과 SERVQUAL을 지지하며, Bolton and Drew(1991) 등 다수의 연구자들이 자신들의 접근방법을 개념적 또는 실증적으로 지지하고 있다고 주장하였다. 이에 대하여 즉시 Cronin and Taylor(1994)는 여러 연구결과를 들어 서비스 품질이 지각된 성과에 직접 영향을 받는다는 것을 제시하고 PZB의 견해를 재반박하였다.

Teas(1993)도 SERVQUAL이 개념적 측면과 조작적 측면에서 여러 가지 문제가 있음을 지적하고, EP(Evaluated Performance)모델과 규범품질모델(Normed Quality Model : NQ모델)을 제안하였다. Teas는 EP모델이 SERVQUAL보다 기준타당성과 개념타당성에 있어서 높은 것으로 주장하였는데 이는 지속적인 논쟁이 되고 있다. Teas의 이러한 비판에 대하여 PZB(1994)는 Teas의 EP모델이 개념적으로 의문의 여지가 있음을 재반박하였다. 또한 Teas(1994)는 PZB의 견해를 재반박하는 등 이에 대한 논의는 끊임없이 제기되고 있다.

우리 나라에서도 서비스 품질 및 이의 측정에 대한 많은 연구들이 행하여지고 있다. 서비스 품질은 무엇이며 소비자는 서비스 품질의 어떤 차원을 어떻게 인식하고, 그것이 소비자의 만족과는 어떠한 관계를 갖는가에 대한 최덕철(1992)의 연구, 특히 다양한 서비스산업에서의 고객만족과 서비스 품질의 연관성, 서비스 경쟁력 및 착각지수에 대한 이유재·김주영·김재일(1996)의 연구, 지각된 서비스 품질 척도로서의 SERVQUAL에 대한 논쟁을 종합적으로 검토하고 서비스 품질연구에서의 기대수준개념과 전통적 만족/불만족 연구에서의 기대수준의 개념을 비교하고 자신의 견해를 밝힌 이학식(1997)의 연구 등 다양한 측면에서의 소비자 서비스 품질에 대한 실증 및 개념적 연구들이 행하여지고 있다.

## 2. SERVQUAL 연구

서비스 품질의 측정은 제품품질과는 달리 불량률이나 내구성과 같은 객관적인 측도에 의한 측정이 어렵기 때문에 고객의 지각을 측정하여 서비스 품질을 측정하고 있다. 이러한 지각의 평가를 위해 여러 항목으로 구성된 측정도구가 Parasuraman, Zeithaml, Berry(1985, 1988)에 의하여 체계화되었다.

PZB는 포커스 그룹 인터뷰를 통하여 소비자가 서비스를 평가하는 품질의 결정요인으로 신뢰성, 대응성, 능력, 접근가능성, 공손함, 의사소통, 신용도, 안전성, 고객 이해, 유형성의 10가지 변수를 제안하였다.

이후 PZB는 이들 변수들 간에 상관관계가 있음을 발견하고 10가지 차원을 5가지 차원으로 통합하였다. 즉 능력, 예절, 신용도, 안전성을 확신성으로 그리고 접근가능성, 의사소통, 고객에 대한 이해도를 정감성으로 통합하여 전체적으로 다음과 같은 5가지 차원으로 통합하였다.

신뢰성(reliability): 약속된 서비스를 정확하고 믿을만 하게 수행할 수 있는 기업의 능력

유형성(tangibles): 물적 시설, 장비, 사람, 커뮤니케이션 수단의 형태

응답성(responsiveness): 고객에 도우려는 의지와 적절한 서비스제공

확신성(assurance): 직원의 예절과 지식 그리고 직원이 확신과 믿음을 줄 수 있는 능력

공감성(empathy): 고객에게 개별적인 관심과 애정을 표시하는 능력

결국 SERVQUAL은 5개의 품질차원(유형성, 신뢰성, 응답성, 확신성, 공감성)에 대한 고객의 지각과 기대를 측정하는 22개로 이루어진 측정도구라 할 수 있다. 즉 SERVQUAL이라는 측정도구는 서비스에 대한 고객의 일반적인 기대를 확인하는 22문항의 기대부분과 서비스 업종내의 특정회사에 대한 고객의 평가를 측정하는 22문항으로 구성된 지각부분으로 이루어져 있다.

그러나 각 항목에 해당하는 모든 서비스 품질평가차원의 중요성은 각 서비스산업에 따라서 달라지게 되며 각 차원의 항목들도 약간씩 수정, 보완을 해야 특정 서비

스산업 혹은 한 서비스 품질을 평가할 수 있는 기준으로 적용될 수 있음이 여러 연구에서 증명되고 있다.

이 모델은 몇 가지 의의를 갖고 있는데 첫째, 서비스 품질의 평가모델을 구체적인 방법과 함께 제시한 최초의 모델이며 둘째, 전 서비스산업에 걸쳐 공통적으로 적용될 수 있는 여러 가지 차원, 즉 변수들을 분류하고 제시하고 있으며 셋째, 서비스 품질의 평가는 다차원적으로 이루어진다는 사실을 제시하고 있다는 사실이다

Parasuraman, Zeithaml, Berry(1991)는 이후 부정문으로 묻는 항목의 오차에 대한 해결과 의미가 명확하지 않는 항목의 문제를 해결함으로써 수정된 SERVQUAL을 제안하였다.

### 3. 서비스 품질과 관련개념 연구

서비스 품질과 고객만족은 개념이나 측정면에서 상이하며 이는 여러 학자들에 의하여 실증적으로 증명되었다(Cronin, Taylor 1992; Spreng, Mackoy 1996).

서비스 품질과 고객만족간의 개념에 대한 많은 연구들이 있는데 서비스 품질과 고객만족에 관한 주요 개념을 살펴보면 다음과 같다(전혜경, 1998). 첫째, 품질을 평가하는 주요 차원은 다소 특수한 면을 가지는 반면에 만족은 그것이 품질과 관련이 있는가에 관계없이 어떠한 차원에서도 발생한다. 둘째, 품질에 대한 기대는 이상이나 우수성에 대한 지각에 기초하는 반면 많은 수의 품질 비 관련 이슈들이 만족 판단에 영향력을 미친다. 셋째, 품질에 대한 인식은 굳이 서비스를 경험하거나 서비스 제공자와 대면한 후에 이루어지는 것이 아니라, 만족은 그렇지 못하다. 넷째, 품질은 만족에 비하여 매우 적은 개념적 선행변수를 갖는다.

Oliver는 만족에 대하여 확인되지 않은 기대를 둘러싼 감정이 소비자의 소비경험에 대한 선택적인 느낌과 연결될 때 생기는 심리적인 상태의 요약이라고 정의하고 있는데, 이는 만족의 개념과 측정이 특정거래와 관련이 있음을 의미하고 있다. 그러나 인식된 서비스 품질은 서비스의 우수성과 관련된 총체적인 판단이나 태도인 반면 만족은 특정거래와 관련된다. 따라서 소비자들이 특정 서비스에는 만족하지만 그 서비스 제공기업에 대하여는 높은 서비스 품질을 느끼지 않을 수도 있다(김수광, 1989).

SERVQUAL과 고객만족과의 분석에서 항상 문제가 되는 것이 이들 간의 인과



관계에 대한 논의인데 이들은 밀접한 상관관계를 보이지만 인과성에 대해서는 논자에 따라 두 가지 상반된 견해를 보이고 있다.

Woodside 등(1989)은 서비스 품질인식, 만족판단, 그리고 행위의도간의 관계를 규명하였는데 이들은 만족은 서비스 품질과 구매의도간의 관계를 증대하는 변수의 역할을 한다는 서비스 품질-만족/불만족-구매의도라는 모델을 제시하였다. 그리고 Cronin과 Taylor(1993)도 서비스 품질이 고객만족의 결정변수라고 증명하였다. 더 나아가 Spreng과 Mackoy(1996)도 Oliver(1993)의 모델을 수정, 확대한 연구에서 이상과 실제 성과간의 갭이 서비스 품질에 영향을 미치고 서비스 품질은 다시 만족에 영향을 미친다고 주장하였다.

이와는 달리 Bitner(1990)는 국제공항을 이용하는 여행객에게 서비스 품질과 소비자만족인식에 관한 조사를 하면서 Oliver(1980)의 기대 불일치 패러다임과는 다른 귀인이론을 도입하였다. Bitner는 귀인이론을 통하여 마케팅믹스 요소가 어떻게 만족 및 서비스 품질에 영향을 주는가에 대한 연구를 실시하였는데 모든 마케팅믹스 요소가 만족에 직접 영향을 주는 것이지만 마케팅믹스 요소가 만족의 선행변수에 어떻게 영향을 미치는가를 밝힘으로써 이러한 영향력의 과정이 어떻게 행사되는가를 탐구하였다. Bitner의 연구는 만족과 서비스 품질의 관련성을 연구하기보다는 기대 불일치 패러다임에서 불일치의 원인에 대한 소비자의 귀인과정을 연구하여 귀인활동이 만족을 어떻게 매개하고 있는가에 대한 연구이었으나, 만족이 지속적인 서비스 품질의 선행변수로 보고 있다는 점에 주목할 필요가 있다.

또한 Bowers, Swan and Koehler(1994) 등의 연구에서는 품질과 만족이 동일한 속성에 의하여 결정된다고 결론내리고 있기도 하다.

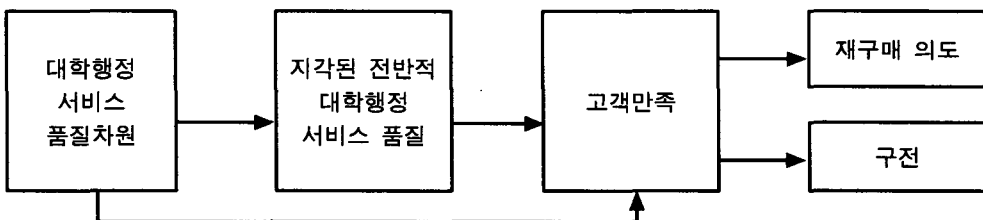
끝으로 고객만족, 서비스 품질, 재구매의도, 구전활동과의 관계에 대하여 살펴보면, 서비스에 만족한 고객은 그 서비스를 다시 구매할 가능성이 높을 것이다. Cronin and Taylor(1992)는 고객만족이 구매의도에 영향을 미치는 것을 보였다. 그리고 서비스 품질은 구매의도에 직접적으로 영향을 미치지 못하고 고객만족을 통하여 간접적으로 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그리고 고객만족은 또한 구전활동에 영향을 주는 것으로 보고있다(이유재 · 김주영 · 김재일, 1996).

### Ⅲ. 가설설정 및 연구방법

#### 1. 연구모형 및 가설의 설정

본 연구는 대학행정서비스를 대상으로 서비스 품질측정, 서비스 품질차원과 고객 만족과의 관계, 그리고 고객만족과 재구매의도, 그리고 구전활동과의 관련성을 살펴보고자 하였다. Babakus 등(1992)은 PZB가 개발한 SERVQUAL이 공익사업체의 품질측정에도 이용될 수 있음을 보이고 있는데, SERVQUAL이 대학의 행정서비스의 품질측정에도 적합한지를 알아보려고 하였다. 더 나아가 대학행정서비스에 대한 고객만족에 영향을 미치는 대학행정서비스의 품질차원이 다르거나 차이가 있을 것이라는 전제하에서 이들 관계를 분석하고자 하였다. 이는 Cronin과 Taylor, Spreng과 Mackoy(1996), Oliver(1993)가 제시하였듯이 서비스 품질이 고객만족의 결정변수가 됨을 가정하였다. 또한 학생이 대학행정서비스의 전반적인 평가를 할 때 서비스품질차원의 중요도에도 차이가 있을 것이라는 예상을 하고 분석하고자 하였다. Cronin과 Taylor(1992), Richins(1983), Curren and Folks(1987), 이유재(1994)가 실증한(이유재 등, 1996) 고객만족이 소비자의 재구매의도와 구전활동에 영향을 미칠 것인가를 분석·확인하여 보고자 하였다.

이러한 연구문제들의 해결을 위하여 <그림 1>과 같은 연구모형을 설정하였다.



<그림 1> 연구모형

이러한 모형에 근거하여 다음과 같은 5개의 가설을 설정하여 분석하고자 하였다.

가설 1 : 행정서비스의 각 품질차원은 전반적인 서비스품질 지각에 영향을 미칠 것이다.

가설 2 : 행정서비스의 각 품질차원은 고객만족도에 영향을 미칠 것이다.

가설 3 : 고객이 지각한 전반적인 품질수준은 고객만족도에 영향을 미칠 것이다.

가설 4 : 행정서비스에 대한 고객만족도는 재구매의도에 영향을 미칠 것이다.

가설 5 : 행정서비스에 대한 고객만족도는 고객의 구전활동에 영향을 미칠 것이다.

## 2. 자료수집 및 분석방법

### 2.1 설문지의 구성

본 연구를 위한 설문지는 크게 3부분으로 이루어져 있다.

첫 번째는 SERVQUAL에 의한 서비스의 기대와 지각에 대한 측정항목이다. SERVQUAL모형은 기대(E)와 지각(P)의 차이( $Q=P-E$ )에 의하여 품질을 측정하고 있으므로 설문지는 대학행정서비스의 기대와 지각을 측정하는 각각 22개의 항목으로 구성되어 있다. 물론 서비스 조직의 종류에 따라 설문항목이 변화할 수 있음을 제안하고 있으나, 본 연구에서는 PZB가 개발한 SERVQUAL측정도구를 변경없이 그대로 적용시켜 보았다. 기대와 지각에 대한 설문은 PZB의 연구결과에 따라 유형성, 신뢰성, 응답성, 확신성, 공감성 차원으로 구성되어 있다.

설문의 두 번째는 응답자가 재학하는 대학에 대한 행정서비스의 만족도, 전반적 서비스품질평가와 행정서비스의 재구매의도 및 구전활동과 관련된 항목으로 구성되어 있다.

설문의 마지막으로 응답자의 전반적인 자료를 얻기 위한 항목으로 행정부서 이용 정도와 인구통계학적 변수로 이루어져 있다.

인구통계학적인 설문을 제외하고 나머지 설문의 측정은 7점척도를 사용하였는데 1=강한 부정, 7=강한 긍정을 나타내고 있다.

### 2.2 자료의 수집

본 연구는 부산시내 4년제 대학 중 대학의 외형적 규모차이에 따라 4개 대학을 먼저 선정하여 이들 대학의 학생 중 학년별, 성별로 할당표본추출법에 의하여 총 330부를 배부하였다. 설문조사는 2001년 4월 6일부터 4월 20일 사이에 실시되었다.

이 중 총 297부를 회수하여 불성실한 응답을 한 9부를 제외한 288부를 통계자료분석에 사용하였다.

## 2.3 분석방법

본 연구를 위한 실증분석은 SPSSWIN 8.0을 사용하였다. 인구통계변수의 기초분석을 위하여 빈도분석을 행하였다. 그리고 측정도구의 내적 일관성을 검정하기 위하여 신뢰성분석을 실시하였고 서비스 품질차원을 측정하기 위하여 요인분석을 실시하였다. 더 나아가 서비스품질차원과 전반적인 서비스품질, 고객만족도와의 관계, 그리고 고객만족도와 재구매의도, 구전활동 등과의 관련성을 분석하기 위하여 회귀분석을 실시하였다.

## IV. 분석결과 및 해석

### 1. 표본의 특성

본 연구의 설문에 답한 표본의 인구통계적 특성은 다음 <표 1>과 같다.

<표 1> 표본의 특성

구 분		빈 도	비 율
성 별	남자	121	42.0
	여자	167	58.0
학 년	1학년	72	25.0
	2학년	119	41.3
	3학년	97	33.7
학 점	2.0 미만	4	1.4
	2.0 이상~3.0 미만	38	13.2
	3.0 이상~4.0 미만	193	67.0
	4.0 이상	53	18.4
Total		288	100.0

〈표 1〉에서 보듯이 288명의 응답자 구성은 여자가 58%로 남자보다 많았으며, 학년별로는 2학년이 41.3%로 가장 많았다. 그리고 응답자의 학점은 3.0 이상~4.0 미만이 전체의 67%로 가장 많았다.

## 2. 서비스 품질차원 및 신뢰성분석

### 2.1 서비스 품질차원 분석

PZB가 개발한 SERVQUAL이 대학행정서비스에 대한 품질측정에서 몇 가지 차원으로 분류되는지를 알아보기 위하여 SERVQUAL를 구성하는 기대와 지각에 대한 22개의 항목에 대한 차이( $Q=P-E$ )에 대하여 varimax rotation을 이용한 요인 분석을 실시하였다. 여기서 요인추출의 기준은 eigen value 1 이상인 경우를 대상으로 하였다.

요인분석의 결과 22개의 대학행정서비스 구성항목에 대해 요인1은 44.38%, 요인2는 9.15% 그리고 요인3은 6.31%를 설명함으로써 3개 요인이 설명하여 주는 총 분산은 59.84%를 보여주고 있다.

또한 요인분석을 위한 변수들의 선정의 판단기준이 되는 Kaise-Meyer-Olkin (KMO) 값은 0.937로 나타나 요인분석을 위한 변수들의 선정이 적절하였음을 보이고 있다. 그리고 요인분석의 적합성여부를 나타내는 Bartlett의 구형성 검정치 (Bartlett's Test of Sphericity)의 유의수준은 .000으로 요인분석의 사용이 적절함을 보이고 있다.

〈표 2〉를 보면 요인분석의 결과 3개의 요인이 추출되었다. 이는 은행, 크레디트카드회사, 수선 및 유지회사, 장거리 전화회사를 대상으로 한 PZB(1988)의 연구와는 차원의 수에서 조금 차이를 보이고 있는데 이는 많은 연구자의 연구결과와 같이 서비스업종, 고객의 지각차이 등에 따라 차원의 수가 차이가 있음을 보인다고 할 수 있다(허정옥·김정희, 2000). 먼저 PZB의 연구에서 제시된 응답성, 확실성, 공감성이 본 연구에서 하나의 요인으로 분류되어 나타나고 있다. 이들 3가지 구성항목의 특성을 살펴볼 때 이는 행정서비스담당자의 프로의식을 반영하고 있다고 할 수 있다. 따라서 본 연구에서는 이를 전문성(speciality)이라 명명하였다. 그리고 요인2와 요인3은 PZB의 연구에서와 같이 신뢰성(reliability), 유형성(tangibles)로 각각 명명하였다.

그리고 요인분석의 결과 각 요인들은 요인점수를 갖게되는데 이는 서비스 품질차원과 고객만족도 및 전반적 품질만족과의 관련성 분석을 위한 독립변수로 활용될 수 있다.

〈표 2〉 대학 행정서비스품질의 구성요소에 대한(Q=P-E) 요인분석

변수명	요인 1	요인 2	요인 3	communality
Q21: 직원들이 학생이 필요로 하는 것 이해	.763	.166	.127	.626
Q20: 학생의 이익을 진심으로 생각	.758	.132	5.246E-02	.595
Q22: 학생들에 대해 개별적인 관심을 보임	.755	.254	3.107E-02	.636
Q13: 아주 바쁠 때에도 신속하게 대응	.745	.325	7.956E-02	.667
Q12: 학생을 자발적으로 도움	.738	.336	9.603E-02	.667
Q18: 자신의 개인적 관심을 학생에게 보여줌	.731	.213	.155	.603
Q16: 예의 바르고 공손	.724	.271	.114	.610
Q15: 행정부서의 업무처리에서의 안심	.693	.181	.191	.550
Q14: 행정부서 직원들의 신뢰성	.689	.273	.192	.586
Q19: 학생이 이용하기 편리한 업무시간 운영	.613	.259	9.437E-02	.452
Q17: 학생의 질문에 대답할 충분한 지식	.577	.329	.206	.483
Q11: 학생의 요구에 즉각적인 서비스 제공	.556	.493	3.798E-02	.554
Q8: 약속한 시간에 서비스 제공	.356	.751	.111	.704
Q5: 제공하기로 한 약속을 제 시간에 이행	.164	.730	.278	.637
Q7: 행정부서의 믿음성	.311	.717	.128	.627
Q6: 학생문제에 성실한 관심과 이해	.330	.695	.238	.649
Q9: 업무와 관련된 기록의 보관 유지	.261	.648	7.440E-02	.493
Q10: 언제 서비스를 제공할지 정확히 말함	.486	.603	9.240E-02	.607
Q2: 깨끗하고 편리한 공간적 시설	.124	7.095E-02	.842	.729
Q1: 최신사무기기 유무	.151	4.963E-03	.834	.719
Q3: 용모와 옷차림의 단정함	8.512E-02	.275	.615	.461
Q4: 행정업무와 부서의 합리적 구분	.148	.387	.583	.511
Eigen values	9.764	2.013	1.389	
분산율	44.38%	9.149%	6.314%	59.843%

## 2.2 신뢰성분석

본 연구의 가설검정 전에 개별측정항목의 내적 일관성을 알아보기 위하여 신뢰성 검토를 행하였다. 신뢰성을 알아보기 위해 서비스에 대한 지각과 기대의 차이인 Q

값을 가지고 Cronbach's Alpha값을 계산하였다. 이 결과 <표 3>에서 보듯이 Cronbach's Alpha값이 0.7553에서 0.9295 사이로 나타났는데 일반적으로 Cronbach's Alpha값이 0.6 이상일 때 신뢰성이 있다고 판정됨에 비추어 서비스 품질차원의 변수들은 신뢰성이 있다고 판단된다.

<표 3> 대학 행정서비스품질의 구성요소에 대한(Q=P-E) 신뢰성분석

서비스차원	변수	평균	Alpha
전문성	Q21: 직원들이 학생이 필요로 하는 것 이해	-.4700	.9295
	Q20: 학생의 이익을 진심으로 생각	-.2155	
	Q22: 학생들에 대해 개별적인 관심을 보임	-.1484	
	Q13: 아주 바쁠 때에도 신속하게 대응	-.3498	
	Q12: 학생을 자발적으로 도움	-.3392	
	Q18: 자신의 개인적 관심을 학생에게 보여줌	-.1555	
	Q16: 예의 바르고 공손	-.2862	
	Q15: 행정부서의 업무처리에서의 안심	-.3145	
	Q14: 행정부서 직원들의 신뢰성	-.2049	
	Q19: 학생이 이용하기 편리한 업무시간 운영	-.2968	
	Q17: 학생의 질문에 대답할 충분한 지식	-.2615	
Q11: 학생의 요구에 즉각적인 서비스 제공	-.1802		
신뢰성	Q8: 약속한 시간에 서비스 제공	-.3652	.8686
	Q5: 제공하기로 한 약속을 제 시간에 이행	-.3972	
	Q7: 행정부서의 믿음성	-.2447	
	Q6: 학생문제에 성실한 관심과 이해	-.3298	
	Q9: 업무와 관련된 기록의 보관 유지	-.4113	
Q10: 언제 서비스를 제공할지 정확히 말함	-.3972		
유형성	Q2: 깨끗하고 편리한 공간적 시설	-.5455	.7553
	Q1: 최신사무기기 유무	-.5210	
	Q3: 용모와 옷차림의 단정함	-.4021	
	Q4: 행정업무와 부서의 합리적 구분	-.4091	

### 3. 가설의 검정 및 해석

#### 3.1 서비스 품질차원과 전반적 서비스 품질지각과의 관련성

전문성, 신뢰성, 유형성이라는 각 품질차원에 대한 고객의 지각과 기대의 차이가

클수록 전반적인 서비스품질에 대해 고객(학생)들은 평가를 높게 할 것이다라는 문제, 즉 행정서비스의 각 품질차원은 전반적인 서비스 품질지각에 영향을 미칠 것이다라는 가설 1을 검정하기 위하여 요인분석의 결과 나타난 각 차원의 요인값을 독립변수로 이용하여 다중회귀분석을 실시한 결과는 <표 4>와 같다.

<표 4> 서비스 품질차원과 전반적 서비스 품질지각과의 관련성

독립변수	회귀계수	회귀계수의 표준오차	표준화된 회귀계수	t	sig. t
(constant)	3.705	.063		58.755	.000
전문성	.297	.063	.270	4.706	.000
신뢰성	.110	.063	.100	1.783	.083
유형성	.162	.063	.147	2.566	.011
F = 10.584    sig. F = .000					

<표 4>에서 보듯이 F값이 10.584이며 sig. F = .000으로 회귀식은 유의한 것으로 나타났다. 또한 행정서비스의 3개의 품질차원은 전반적인 행정서비스 품질지각에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타나고 있다. 그 중에서 특히 전문성이 전반적인 행정서비스 품질지각에 가장 영향을 많이 미치며, 유형성, 신뢰성의 차례로 영향을 미치는 것으로 나타나고 있다. 그러나 이러한 결과는 신뢰성이 가장 중요한 품질차원으로 나타난 PZB의 연구(1988)와는 상이한데 이는 서비스기업의 업종 및 지각의 차이에서 비롯된 것이라 할 수 있다. 이러한 결과를 볼 때 행정서비스의 각 품질차원은 전반적인 서비스품질 지각에 영향을 미칠 것이다라는 가설 1은 채택되었다.

### 3.2 서비스 품질차원과 고객만족도와의 관련성

전문성, 신뢰성, 유형성이라는 각 품질차원에 대한 고객의 지각과 기대의 차이가 클수록 학생들의 만족도가 높을 것이다라는 문제, 즉 행정서비스의 각 품질차원은 고객만족도에 영향을 미칠 것이다라는 가설 2를 검정하기 위하여 요인분석의 결과 나타난 각 차원의 요인값을 독립변수로 이용하여 다중회귀분석을 실시한 결과는 <표 5>와 같다.



〈표 5〉 서비스 품질차원과 고객만족도와의 관련성

독립변수	회귀계수	회귀계수의 표준오차	표준화된 회귀계수	t	sig. t
(constant)	3.531	.060		59.305	.000
전문성	.258	.060	.246	4.328	.000
신뢰성	.180	.060	.171	3.010	.003
유형성	.202	.060	.193	3.392	.001
F = 13.100 sig. F = .000					

〈표 5〉에서 보듯이 F값이 13.100이며 sig. F = .000으로 회귀식은 유의한 것으로 나타났다. 또한 행정서비스의 3개의 품질차원은 고객만족도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타나고 있다. 그 중에서 특히 전문성이 전반적인 행정서비스 품질지각과의 관계에서와 마찬가지로 고객만족도에 가장 영향을 많이 미치며, 유형성, 신뢰성의 차례로 영향을 미치는 것으로 나타나고 있다. 이는 Brown과 Swartz (1989)가 병원을 대상으로 연구한 결과와 동일하다고 할 수 있다. 이러한 결과를 볼 때 행정서비스의 각 품질차원은 고객(학생)만족도에 영향을 미칠 것이다라는 가설 2는 채택되었다.

### 3.3 전반적 서비스 품질지각과 고객만족도와의 관련성

전반적인 서비스 품질지각이 높을수록 학생들의 만족도가 높을 것이다라는 문제, 즉 고객이 지각한 전반적인 품질수준은 고객만족도에 영향을 미칠 것이다라는 가설 3을 검정하기 위하여 전반적 서비스품질지각과 고객만족도의 두 변수간 회귀분석을 실시하였다.

〈표 6〉 전반적 서비스품질지각과 고객만족도와의 관련성

독립변수	회귀계수	회귀계수의 표준오차	표준화된 회귀계수	t	sig. t
(constant)	.649	.134		4.844	.000
전반적 서비스품질	.778	.035	.798	22.411	.000
F = 502.265 sig. F = .000					

〈표 6〉에서 보듯이 F값이 502.262이며 sig. F = .000으로 회귀식은 유의한 것으로 나타났다. 또한  $R^2$ 값이 .637로 모형의 적합도도 매우 높게 나타나고 있다. 분석결과 전반적 서비스품질은 고객만족도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타나고 있다. 따라서 고객이 지각한 전반적인 품질수준은 고객만족도에 영향을 미칠 것이다라는 가설 3은 채택되었다.

### 3.4 고객만족도와 재구매의도와의 관련성

학생들의 만족도가 높을수록 행정부서를 다시 적극적으로 이용할 것이라는 문제, 즉 행정서비스에 대한 고객만족도는 재구매의도에 영향을 미칠 것이다라는 가설 4를 검정하기 위하여 고객만족도와 행정부서의 적극 이용(재구매)이라는 두 변수간의 회귀분석을 실시하였다.

〈표 7〉 고객만족도와 재구매의도와의 관련성

독립변수	회귀계수	회귀계수의 표준오차	표준화된 회귀계수	t	sig. t
(constant)	.993	.150		6.626	.000
고객만족도	.746	.041	.735	18.342	.000
F = 336.438 sig. F = .000					

〈표 7〉에서 보듯이 F값이 336.438이며 sig. F = .000으로 회귀식은 유의한 것으로 나타났다. 또한  $R^2$ 값이 .541로 모형의 적합도도 매우 높게 나타나고 있다. 분석결과 고객만족도는 고객의 재구매 의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타나고 있다. 따라서 행정서비스에 대한 고객만족도는 재구매의도에 영향을 미칠 것이다라는 가설 4는 채택되었다.

### 3.5 고객만족도와 행정부서 이용추천(구전활동)

학생들의 만족도가 높을수록 다른 사람에게 행정부서를 적극적으로 추천할 것이라는 문제, 즉 행정서비스에 대한 고객만족도는 고객의 구전활동에 영향을 미칠 것이다라는 가설 5를 검정하기 위하여 고객만족도와 행정부서 이용추천(구전활동)이라는 두 변수간의 회귀분석을 실시하였다.

〈표 8〉에서 보듯이 F값이 285.837이며 sig. F = .000으로 회귀식은 유의한 것으로 나타났다. 또한 R<sup>2</sup>값이 .500으로 모형의 적합도도 매우 높게 나타나고 있다. 분석결과 고객만족도는 고객의 행정부서 이용추천(구전)에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타나고 있다. 이는 PZB의 연구(1989)와 일치하는 결과라 할 수 있다. 따라서 행정서비스에 대한 고객만족도는 고객의 구전활동에 영향을 미칠 것이다라는 가설 5는 채택되었다.

〈표 8〉 고객만족도와 행정부서 이용추천(구전활동)

독립변수	회귀계수	회귀계수의 표준오차	표준화된 회귀계수	t	sig. t
(constant)	.817	.164		4.977	.000
고객만족도	.753	.045	.707	16.907	.000
F = 285.837    sig. F = .000					

## V. 결론 및 시사점

Rosovsky는 제2차세계대전 이후 경쟁이 없는 영국대학은 끊임없는 경쟁 속에서 성장한 미국대학보다 발전하지 못했다고 지적하고 있다. 이는 우리 나라 대학들이 최근에 직면하고 있는 경쟁적 환경을 위협으로 받아들이기보다는 발전의 기회로 전환하여야만 미래에 성장할 수 있음을 암시하고 있다(이형행, 1996).

본 연구의 목적은 대학의 마케팅 지향성을 위한 다양한 시도 가운데 대학행정서비스의 품질차원을 분석하여 보다 나은 대학행정서비스의 제공을 위한 자료를 확보하고자 하는 것이다. 이러한 연구의 목적을 위해 PZB의 SERVQUAL을 이용하여 부산시내 4개 대학의 학생들을 대상으로 실증분석한 결과는 다음과 같다.

첫째, SERVQUAL이 대학행정서비스에 대한 품질측정에서 몇 가지 차원으로 분류되는지를 알아보기 위하여 기대와 지각에 대한 차이(Q=P-E)에 대한 요인분석의 결과 3개의 요인이 추출되었다. PZB의 연구에서 제시된 응답성, 확신성, 공감성이 본 연구에서 하나의 요인으로 분류되어 나타났고, 나머지 2요인은 PZB의 연구에서와 같이 신뢰성과 유형성으로 나누어졌다. 이는 다른 많은 연구결과와 같이

서비스업종 등에 따라 차원의 수가 차이가 있을 수 있음을 보이고 있다. 대학의 행정서비스는 다른 서비스업종보다 서비스차원이 비교적 단순하게 나누어 질 수 있음을 보이고 있는데, 이는 대학의 행정서비스에 대한 관리를 보다 쉽게 하여 줄 수 있을 것이다.

둘째, 행정서비스의 각 품질차원은 전반적인 서비스품질 지각에 영향을 미칠 것이다라는 가설 1의 검정결과 3개의 품질차원은 전반적인 행정서비스 품질지각에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그 중에서 특히 전문성, 유형성, 신뢰성의 차례로 전반적인 행정서비스품질지각에 영향을 미치는 것으로 나타나고 있다. 따라서 이와 같은 정보는 대학의 행정서비스향상을 위한 우선순위를 확인할 수 있고 관리에 사용될 수 있을 것이다.

셋째, 행정서비스의 각 품질차원은 고객(학생)만족도에 영향을 미칠 것이다라는 가설 2는 검정결과 전반적인 서비스품질 지각과의 관련성 검정과 마찬가지로 긍정적으로 영향을 주는 것으로 나타났다. 특히 전문성이 고객만족도에 가장 영향을 많이 미치며, 유형성, 신뢰성의 차례로 영향을 미치는 것으로 나타나고 있다. 고객만족은 서비스기업에서 가장 중요한 개념이며 이는 재구매와 학생들의 구전활동에 영향을 미친다는 점에서 서비스의 전문성, 유형성, 신뢰성에 대한 대학행정서비스 제공자의 교육 및 관리는 매우 중요하다고 할 수 있다.

넷째, 행정서비스에 대한 고객만족도는 재구매의도에 영향을 미칠 것이다라는 가설 4와 행정서비스에 대한 고객만족도는 고객의 구전활동에 영향을 미칠 것이다라는 가설 5는 검정결과 모두 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 만족한 고객은 계속적으로 행정서비스의 이용을 즐겨하리라 예상되며 이는 대학 자원의 이용도를 보다 향상시켜 주는데 기여할 것이다. 또한 만족한 고객은 타 고객에게 긍정적 정보를 제공하여 주어 대학행정서비스의 이용확산을 가져다주고, 궁극적으로 대학의 경쟁력 향상에 영향을 미칠 것이다.

최근의 급변하는 대학의 환경을 고려할 때 대학에서 제공되는 서비스 차원을 측정하는 것은 중요한 문제라 할 수 있다. 대학들은 각 차원에서의 서비스 수행정도가 다르기 때문에 어떤 서비스차원에서는 우수하나 다른 서비스차원에서는 그렇지 못한 경우가 있다. 서비스제공자는 한정된 자원을 중요한 차원의 서비스, 그리고 낮게 평가되고 있는 차원의 서비스에 효율적으로 투입함으로써 전반적인 서비스품질 향상과 고객만족을 달성할 수 있을 것이다. 그리고 경쟁상황에 있는 대학의 서비스 품질수준을 파악하여 자기 대학과의 서비스품질의 비교·분석을 통하여 경쟁전략을

수립할 수 있다.

본 연구의 결과들을 고려할 때 대학의 행정서비스조직은 고객들에 대한 서비스제공시 다음의 점들에 보다 관심을 기울여야 할 것이다.

서비스 품질차원의 전문성과 관련있는 서비스향상에 무엇보다도 노력을 기울여야 할 것이다. 이를 위해서는 첫째, 서비스제공자는 고객들의 요구에 즉각적인 서비스를 제공하려는 노력이 중요하다. 즉각적인 서비스의 제공이 가능하지 않을 때에는 고객에게 언제 서비스가 제공되는지를 정확하게 제시하는 것이 바람직하다. 이러한 고객에 대한 응답은 고객이 요구하여서가 아니라 서비스제공자의 자발적인 노력이 고객의 만족에 더욱 기여할 수 있을 것이다. 둘째로 행정서비스제공자는 항상 고객의 요구에 대응할 수 있는 전문적인 지식의 바탕하에 항상 고객에게 예의바르고 공손하게 대응하여야 할 것이다. 이러한 행정서비스제공자의 지식과 자세에서 고객들은 서비스제공기관에 대하여 확신하고, 업무처리에 보다 안심할 수 있을 것이다. 셋째, 고객들은 서비스제공자가 제공하는 서비스뿐만 아니라 서비스제공자와의 인간적인 공감대를 가질 때 보다 만족한다. 서비스제공자들이 고객에게 자신의 개인적인 관심을 보여줄 뿐만 아니라 고객에 대해서도 개별적인 관심을 보임으로써 고객과의 친밀성을 높이고 이를 통해 고객만족으로 이끌 수 있다. 그리고 서비스제공자가 고객이 이용하기 편리한 업무시간을 운영하고, 고객의 이익을 진심으로 생각할 때 고객의 만족도는 더욱 증대될 것이다. 이러한 노력들은 서비스제공자의 진정한 고객을 위한 전문가의 자질에서 구현된다고 할 수 있다.

서비스 품질차원의 유형성도 고객의 만족에 영향을 미치는 중요한 변수라 할 수 있다. 고객의 만족도를 높이기 위해서는 서비스제공과 관련한 소프트웨어 측면도 중요하지만 유형적인 측면도 매우 중요하다고 나타났다. 즉 대학의 행정부서는 깨끗하고 편리한 공간적 시설이 필요하고, 이들 공간적 시설도 행정업무와 관련있게 합리적으로 나누어져 있을 때 보다 높은 고객만족을 기대할 수 있을 것이다. 그리고 서비스제공자들의 용모와 옷차림, 최신 사무기기를 통한 고객서비스에 보다 세심한 관리가 필요하다고 할 것이다.

끝으로 고객과의 약속을 어떠한 경우라도 지키려는 노력과 고객이 요구하는 사항과 관련된 기록의 정확한 보관과 유지 또한 매우 중요하다. 이러한 서비스는 고객에 대한 행정서비스제공자의 신뢰에 영향을 미칠 것이다.

본 연구는 서비스품질측정 항목으로 SERVQUAL 항목을 그대로 사용하였다. 그러나 PZB(1991)의 연구에서 업종에 따라 SERVQUAL의 보완이 필요할 수도 있

다는 점을 제시하고 있는데 이는 대학행정서비스의 품질측정에서 고려되어야 할 지적이라 생각된다. 본 연구에서도 서비스차원과 관련된 회귀분석의 결과  $R^2$ 값이 낮는데 이는 SERVQUAL에 대한 대학행정서비스분석의 설명력을 나타내는데 한계가 있다고 보아진다. Finn and Lamb(1991)가 PZB의 측정방법은 중요성을 고려하지 않았을 뿐만 아니라, 지각된 서비스에서 기대 서비스를 뺀 값으로 요인분석을 하였기 때문에 오류가 있을 수 있다고 지적한 것처럼 보다 나은 대학 행정서비스 측정도구의 개발을 위해 다양한 분석의 필요성이 제기된다고 할 수 있다.

뿐만 아니라 표본의 추출시 부산시내 4년제 대학 중 대학의 외형적 규모의 차이에 따라 4개 대학을 판단표본 추출하였기에 표본이 우리 나라 대학을 완벽하게 대표하지는 못하고 있다고 할 수 있다.

이러한 한계에도 본 연구는 SERVQUAL을 이용하여 지금까지 연구되지 않았던 대학의 행정서비스를 대상으로 서비스의 품질차원을 분류하여 보고, 이들 차원과 전반적 서비스품질, 고객만족과의 관계를 실증하여 보고 더 나아가 고객만족이 재구매 및 구전활동에 미치는 영향을 살펴보았다는데 그 의미를 찾을 수 있다.

## 참 고 문 헌

1. 김기수·김덕희(1999), 비영리기관에 있어서의 고객만족에 관한 연구-경찰청을 중심의 고객만족경영, 한국고객만족경영학회
2. 김수광(1989), 서비스 Quality의 평가와 측정에 관한 연구, 서울대학교 대학원 경영학과, 석사학위논문
3. 김용호(2000), 학생특성에 따른 고객만족변수의 차이, 경영정보연구 제4호, pp. 285~307.
4. 이유재·김주영·김재일(1996), 서비스산업의 현황에 관한 실증연구, 소비자학 연구, 제7권 제2호, pp.129~157.
5. 이학식(1997, 2), 지각된 서비스 품질, 결정요인 및 관여도, 한국소비자학회 1996년도 학술대회 논문집
6. 이학식(1997), 지각된 서비스 품질의 결정과정 : 판단이론적 시각, 경영학연구, 제26권 제1호, pp.139~154.
7. 이형행 역, 대학, 갈등과 선택(삼성경제연구소, 1996)
8. 전문대학교육(1997, 10)
9. 전해경(1998), 소비자의 외식서비스 평가에 영향을 미치는 결정요인에 관한 연구, 서울대학교 대학원 경영학과, 석사학위논문
10. 최덕철(1992), 서비스 질에 대한 소비자 인식에 관한 연구, 한국경영학회 추계 학술 연구발표회 발표논문집, pp.161~173.
11. 허정옥·김정희(2000), SERVQUAL을 이용한 행정서비스의 품질측정, 마케팅 관리연구, 제5권 제2호, pp.51~78.
13. Andreasen, A.R.(1982), "Nonprofits : Check Your Attention to Customers," *Harvard Business Review*, Vol. 60, No. 3 (May-June), pp.105~110.
14. Babakus, E. and G.W. Mangold(1992), "Adapting the SERVQUAL scale to hospital service : an empirical investigation," *Health Service Research*, 26 : 6, pp.767~786.
15. Bitner, M.J.(1990), "Evaluating Service Encounters : The Effects of Physical Surroundings and Employee Responses," *Journal of Marketing*,

- Vol. 54(Apr.), pp.69~82.
16. Bolton, Ruth N. and James H. Drew(1991), "A Multistage Model of Customers' Assessment of Service Quality and Value," *Journal of Consumer Research* (Mar.), pp.375~384.
  17. Bowers, M.R., Swan, J.E and W.F Koehler(1994), "What attributes determine quality and satisfaction with health care delivery?," *Health Care Management Review*, 19:4, pp.49~55.
  18. Brown, S.W. and T.A. Swartz(1989), "A Gap Analysis of Professional Service Quality," *Journal of Marketing*, 53(Apr.), pp.92~98.
  19. Carman, J.M.(1990), "Consumer Perception of Service Quality : An Assessment of the SERVQUAL Dimensions," *Journal of Retailing*, pp.33~55.
  20. Cronin, J.J. Jr. and Steven A. Taylor(1992), "Measuring Service Quality : A Reexamination and Extension," *Journal of Marketing*(July), pp.55~68
  21. Cronin, J.J. Jr. and Steven A. Taylor(1994), "SERVPERF versus SERVQUAL : Reconciling Performance-Based and Perceptions-Minus-Expectations Measurement of Service Quality," *Journal of Marketing* (Jan.), pp.125~131.
  22. Curren, Mary T. and Valerie S. Folkes(1987), "Attributional Influences on Consumer's Desires to Communicate About Products," *Psychology and Marketing*, 4(Sum.), pp.31~45.
  23. Finn, D.W. and C.W. Lamb Jr.(1991), "An Evaluation of the SERVQUAL Scales in a Retailing Setting," *Advances in Consumer Research*, Vol. 18, pp.483~490.
  24. <http://www.cheil.co.kr/korean/columns/199903/columns-199903b.html>
  25. <http://sookmyung.ac.kr/~onestop/cs-index.htm>
  26. Kotler, P.(1979), "Strategies for Introducing Marketing into Nonprofit Organizations," *Journal of Marketing*, Vol.43 (Jan.), pp.37~44.
  27. Oliver, R.L.(1980), "A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions," *Journal of Marketing Research*(Nov.),



- pp.460~469.
28. Oliver, R.L.(1993), "A Conceptual Model of Service Quality and Service Satisfaction: Compatible Goals, Different Concepts," *Advances in Services Marketing and Management*, Vol. 2, pp.65~85.
  29. Parasuraman, A., Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry(1985), "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research," *Journal of Marketing*, Vol. 49, pp.41~50.
  30. Parasuraman, A., Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry(1988), "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality," *Journal of Retailing* (Spr.), pp.12~40.
  31. Parasuraman, A., Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry(1991), "Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale," *Journal of Retailing*, Vol. 67, No. 4 (Win.), pp.420~450.
  32. Parasuraman, A., Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry(1994), "Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality : Implication for Future Research," *Journal of Marketing*(Jan.), pp.111~124.
  33. Richins, Marsha L.(1983), "Negative Word-of-Mouse by Dissatisfied Consumers: A Pilot Study," *Journal of Marketing*, 47(Win.), pp.68~78.
  34. Spreng, R. A. and Robert D. Mackoy(1996), "An Empirical Examination of a Model of Perceived Service Quality and Satisfaction," *Journal of Retailing*, Vol. 72(2), pp.201~214.
  35. Teas, R.K.(1993), "Expectations Performance Evaluation and Consumers' Perceptions of Quality," *Journal of Marketing* (Oct.), pp.18~34.
  36. Teas, R.K.(1994), "Expectations as a Comparison Standard in Measuring Services Quality : An Assessment of a Reassessment," *Journal of Marketing*, pp.132~139.
  37. Woodside, Arch G., Lisa L. Frey and Robert Timothy Daly(1989), "Linking Service Quality, Customer Satisfaction, and Behavioral Intentions," *Journal of Health Care Marketing*, Vol. 9, pp.133~138.

## Abstract

### A Study on the Measuring Service Quality of University Organizations by SERVQUAL

Kim, Yong-ho

Recently, administrators of Korean university are struggling to survive against rapidly changing environment. But, the customer service of university organizations are generally recognized inferior to those of business service. Thus, the measuring of service quality is the beginning of works to improve customer service in university.

SERVQUAL is known the most generalized scale to measure service quality. After SERVQUAL was published as a measure of perceived service quality by PZB(1985), several arguments have been made against its validity and the other measures have been suggested by Tears(1993), Cronin and Taylor(1992). Therefore, this paper reviews about SERVQUAL controversies.

Also, this paper analyzed the dimensions of service quality and its relevant concepts. For this empirical study, 288 respondents drawn from university student in Pusan area are collected and 5 hypotheses are analyzed by using regression analysis.

The results of empirical study are as follows.

- (1) three dimensions of service quality(specialty, reliability, tangibles) are perceived from factor analysis.
- (2) dimensions of service quality are related to the overall service quality and customer satisfaction, especially specialty is varified as the most important dimension.
- (3) customer satisfaction affects repurchase intention and word-of-mouth

effect positively.

In conclusion, however this study have a few limitations about sampling and questionnaire, offers some strategic directions for improving the service quality of university organizations.