

학생만족에 미치는 영향요인에 관한 연구*

—서비스품질을 중심으로—

이공섭**

<목 차>

I. 서론	3. 변수의 조작적 정의
II. 이론적 배경	IV. 실증분석
1. 서비스 품질	1. 표본의 특성
2. 전반적 품질	2. 신뢰성 및 타당성 검증
3. 학생만족	3. 가설검정
III. 연구방법	V. 결론 및 제안
1. 연구모형	참고문헌
2. 가설설정	Abstract

I. 서 론

최근 들어 대학의 경쟁력이 기업의 경쟁처럼 치열하다 못해 대학의 생존을 위해서는 필사적인 노력을 하지 않으면 살아남기 어려운 상황이 되었다. 특히 지방에 있는 전문대학들의 생존경쟁은 더욱 치열해지고 있다. 이러한 사회상을 반영하듯 비영리기관인 대학에서도 마케팅 개념의 도입이 필수적인 요소가 되었다. 특히 대학교육서비스에서 마케팅 개념이 도입됨에 따라 교육을 하나의 서비스의 개념으로 보고 있다.

우리나라의 교육현실을 살펴보면 학령인구의 감소로 인한 교육서비스 수요 감소와 교육시장의 개방과 정부의 탈규제 정책 등으로 인한 교육서비스 공급 주체인 대학의 수 증가는 공급과의 불균형이 심각한 상황이다. 이러한 위기 상황에 처한 지방의 전문대학들은 과거처럼 무사안일의 태도에서 벗어나 대학의 내부 주 고객인 학생을 위한 교육서비스 수준을 높여가면서, 지역주민과 기업 등의 외부 고객을 위한 철저한 교육서비스를 공급자 중심이 아닌 수요자 중심

* 이 연구는 2006학년도 원광보건대학 교내연구비 지원에 의해 연구됨.

** 원광보건대학 경영정보과 부교수

으로 운영하여 나가야 할 것이다. 특히 21세기는 교육소비자(학생)의 욕구를 다른 경쟁대학들보다 잘 충족시켜 줄 수 있고, 지역사회와 공동의 가치를 공유하면서 교육소비자 중심의 대학교육서비스를 개발하여 경쟁력있는 대학으로 거듭나야 할 것이다.

수요자중심의 대학교육서비스가 제공되기 위해서는 대학의 교육정책이 시장지향, 서비스품질, 학생만족과 같은 서비스 마케팅 개념들이 교육서비스 제공자인 교수와 교육서비스의 수요자인 학생의 입장에서 접근해야 하겠다.

서비스품질에 관한 연구자와 고객만족을 연구하는 학자들은 서로 다른 개념으로 서비스품질과 고객만족을 정의하고 있으므로 고객만족과 서비스 품질을 명확하게 구분하기는 어려워서 혼동되어 사용되기도 한다. Oliver(1997)는 지각된 서비스품질은 고객만족 구성요소의 하나로 보았으며, 서비스품질은 서비스의 5가지 차원을 고객의 관점에서 고객의 의사를 반영한 평가 사항으로 보았다. 그러나 만족은 보다 더 구체적이고 포괄적이며 개인적인 성향에 의해 결정된다고 보고 있다. 서비스품질보다는 만족에 관한 많은 연구에서 서비스품질이 고객만족의 선행요인이라고 주장하고 있으며, 최근의 국내연구(채연수, 1999; 이용기 등 2002; 정기한 등 2004)에서도 서비스품질이 고객만족의 전제라고 가정한 연구가 이루어졌다.

따라서 본 연구에서는 학생만족에 미치는 영향요인을 알아보기 위하여 서비스품질의 5가지 요인과 행동의지의 4가지 요인이 전반적 서비스품질과 학생만족에 미치는 영향을 살펴보았으며, 이와 아울러서 전반적 서비스품질이 학생만족에 영향을 미치고 있는가를 살펴보았다. 그리고 대학의 내부고객인 학생들을 만족시키기 위한 교육서비스품질의 중요한 요소는 무엇이며, 대학 졸업 후의 행동의지가 재학 중인 학생들에게 중요한 요인으로 작용하고 있는가를 알아보았다. 그리고 대학선택요인과 학생수준에 따라서 학생만족간의 유의한 차이를 보이고 있는가를 살펴봄으로써 학생만족도를 결정하는 두 집단 간의 차이를 밝히고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 서비스품질

현대 기업경영의 핵심은 고객이 원하는 양질의 제품과 더불어 최상의 서비스

를 고객에게 제공하는 것이 성공의 열쇠라는 것은 의심의 여지가 없는 사실이다. 이러한 추세를 반영하듯 많은 학자들이 서비스품질에 대한 연구를 진행하고 있다. 특히 서비스품질은 수익성 증가, 반복구매, 긍정적 구전, 고객충성도 및 경쟁적 제품차별화를 창출함으로써 중요한 경쟁우위를 제공하는 수단이 되고 있다. 많은 연구자들이 서비스품질의 중요한 선·후행변수를 잘 이해하기 위해, 또한 최종적으로 경쟁우위의 달성과 고객충성도의 구축을 위한 품질을 개선하는 방법을 확립하기 위해 서비스품질의 정확한 측정에 관심을 갖고 있다. 지금까지 많은 연구자들이 서비스품질에 많은 관심을 갖고 있음에도 불구하고, 여전히 해결되지 않은 이슈 중에 가장 논란이 되고 있는 것은 서비스품질 측정 척도문제이다(Firdaus, 2006).

또한 서비스품질은 고객만족, 고객유지, 구전, 고객충성, 행동의지 등과도 밀접한 상관관계를 갖고 있기 때문에 중요하게 다루어져 왔다. 이처럼 서비스품질 개념은 학계와 업계에서 중요하게 다루는 연구주제임에도 불구하고 서비스품질의 측정문제와 차원문제에 대한 연구자들 간의 차이가 있어 왔다(Olorunniwo et al., 2006).

먼저 서비스품질 측정문제를 살펴보면, Parasuraman 등(1985)은 네 분야의 서비스산업(소매금융, 신용카드, 증권사, 제품수리 및 유지)에서 품질에 대한 광범위한 탐색적 조사를 실시하여 서비스품질의 프레임워크를 개발하였다. 이런 탐색적 연구의 토대에서 연속적인 실증연구를 통해 서비스품질 측정을 위한 22개 항목 척도로 구성된 SERVQUAL을 개발하였다. SERVQUAL은 고객지각점수에서 기대점수를 차감하는 방식으로 서비스 품질을 측정하였다. SERVQUAL 척도(Parasuraman et al. 1988)는 수정 및 보완되어 왔지만, 그것의 주요 내용은 바뀌지 않았다(Parasuraman et al. 1994). 또 다른 실증연구에서 SERVQUAL 연구자들은 SERVQUAL 척도의 심리측정의 건진성과 실용적 가치를 재차 확인하는 증거들을 제시하였다(Parasuraman et al. 1991). 반면에 다른 연구자들(Cronin and Taylor. 1992; Andaleeb and Basu, 1994; Zeithaml et al., 1996; Cronin et al., 2000)은 서비스 품질을 측정함에 있어 성과지각 혹은 SERVPERF 척도를 지지하였다. 한편 SERVQUAL을 비판하는 연구자들은 두 가지 관점에서 SERVQUAL을 지적하고 있다. 첫째, SERVQUAL의 비현실적인 면으로 기대-성과 차감식 측정 방법에 있어서 기대는 지속적이 않다는 점과 평가대상들에 대한 사전지식 혹은 경험이 없을 경우 및 성과 변수들이 양적인 것이 아니기 때문이라는 것이다. 둘째, SERVQUAL은 서비스 품질을 과정품질 중심으로 지나치게 초점을 맞추고 있거나 또는 과정과 결과 품질이 모호하게 섞여 있는

차원들이 존재한다는 점을 지적하고 있다. SERVQUAL의 이러한 문제들 때문에 많은 연구자들은 SERVPERF의 성과지각 척도를 널리 이용하고 있는 추세이다(Brady and Cronin, 2001; Duncan and Elliont, 2002). 특히 Llusar와 Zomoza(2000)는 SERVPERF 척도가 기대-성과척도보다 더욱더 신뢰 할 수 있는 평가이고, 집중 및 판별타당성, 설명된 분산이 우수하다고 주장하였다.

Owlia와 Aspinwall(1997)에서는 대학교육기관의 품질에 관해서 학계와 업계의 관점을 실증분석을 하였는데 대학교육기관의 고객지향이 일반적으로 수용되는 원리라는 결론을 내렸으며, Firdaus(2005, 2006)는 대학교육기관의 서비스품질의 신뢰할 수 있는 결정요인을 포함하는 HEdPERF(대학교육기관의 성과부분만 측정)라는 새롭고 더욱더 포괄적인 성과측정 척도를 제안하였다.

서비스품질의 차원문제에 대하여 Babakus와 Boller(1992)는 서비스품질의 차원을 하나의 보편적 개념화로 추구하는 것은 무의미하며, 오히려 산업별 또는 특정 서비스 상황에 따라 서비스품질의 차원을 달리 구성하는 것이 타당하다고 하였다. Lapierre(1996)는 서비스품질 차원을 보다 포괄적인 방법으로 접근하여 서비스품질 연구는 결정적으로 조작적인 측정의 질에 따라 좌우되며, 서비스의 특성 때문에 서비스품질의 보편적 개념화는 무의미하고, 서비스품질의 구성개념 측정은 그것의 본질적 관계의 고찰만큼 중요하므로 서비스품질 차원은 서비스업종에 따라 다르게 구성되어야 된다고 주장하였다.

교육기관의 서비스품질 차원에 대한 국내의 연구동향을 살펴보면 다음과 같다. 먼저 국내연구로는 고윤배(1994)는 수험생을 대상으로 입시생들이 대학을 선택할 때 고려하는 요인과 중요성으로 교육의 질, 명성, 교내활동, 통학조건, 성장성, 이미지, 비용, 규모 등을 제시하였으며, 박홍식 등(1995)은 여자대학생을 대상으로 교육서비스 만족에 영향을 미치는 요인으로 신뢰성, 확실성, 응답성, 유형성, 편의성과 실기수업 형태가 이론수업 형태보다 행동의지에 미치는 영향이 높다고 하였다. 채연수(1999)는 상업계고교를 대상으로 기능적 품질차원(고객지향성, 유형성, 감정이입)과 기술적 품질차원을 제시하였으며 이경오(2000)는 교수와 학생을 대상으로 대학이 제공하고 있는 서비스 품질에 대하여 대학 간 서비스품질 인식정도가 심한 차이가 나고 있는 것을 밝혔으며, 손순중(2002)은 대학신입생의 대학선택의 결정요인을 교육, 환경, 특성, 이념, 성적, 유의미한 타자요인으로 탐색 분석하였다. 황현주(2002)는 대학생을 대상으로 대학서비스의 질 평가요인으로 유형성, 명성, 신뢰와 확신, 반응과 공감, 재정 등을 들었으며, 신봉섭 등(2003)은 신입생의 대학선택 요인으로 장래성과 이미지, 학문프로그램, 대학명성, 재정적 접근성, 대학환경을, 박주성 등(2003)은 SERVPERF에 기초하

여 전반적 서비스품질이 학생만족, 재입학의도, 구전효과에 직접적인 영향을 미치고 있음을 이경철(2004)은 대학생을 대상으로 SERVQUAL의 5개 차원 이외에 대학평가준거의 투입지표와 상황지표가 서비스 품질의 선행변수이며, 상황지표와 투입지표가 서비스품질에 학생만족이 행동의지에 정의 관계가 있음을 입증하였다.

따라서 본 연구에서는 교육기관의 서비스품질 측정은 기존 연구들을 비교 검토한 결과 척도는 학계에서 어느 정도 우수성을 인정을 받고 있는 SERVPERF 척도를 사용하였고, 서비스품질 차원은 유형성, 신뢰성, 반응성, 공감성, 가치성으로 구성하였다.

2. 전반적 서비스 품질

소비자행동 연구 분야에서 서비스품질 연구는 주로 지각된 서비스품질(perceived service quality) 개념을 널리 사용하고 있다. Parasuraman 등(1988)은 지각된 서비스 품질을 제품에 대한 전반적인 우수성이나 우월성에 대한 고객의 판단으로 정의하였다. 이유재 등(1997)은 지각된 서비스품질은 네 가지 특성을 지닌다고 하였다. 첫째, 객관적이거나 실질적인 품질과는 다른 개념이다. 둘째, 구체적인 제품속정보다는 추상성이 강하다. 셋째, 태도와 유사한 전반적인 평가이다. 넷째, 고객의 환기 수준 내 위치하는 판단이다.

서비스품질의 구성차원에 대한 접근법은 두 가지로 설명할 수 있을 것이다. 먼저 Gronroos(1984, 1988)의 관점과 PZB의 관점이다. Gronroos는 서비스 품질은 두 가지 차원으로 구성되며 하나는 기술적 품질(technical quality)로 고객들이 서비스로부터 얻은 결과품질 즉 무엇(what)이 해당하는 품질이고 하나는 기능적 품질(functional quality)로서 고객들이 서비스 상품을 얻는 과정품질 즉 어떻게(how)에 해당하는 품질이다. 반면에 PZB의 관점인 SERVQUAL은 서비스 품질을 신뢰성, 응답성, 공감성, 확신성, 유형성의 5가지 차원으로 구성되어 있다고 본다. 이유재 등(2001)은 SERVQUAL의 정의를 신뢰성 차원은 결과품질에 속하고 다른 4개의 차원은 과정품질에 속하는 것으로 보고 있다.

그러나 두 척도들은 결과품질(기술적 품질)의 속성이 아닌 과정품질(기능적 품질)에 초점을 두고 있기 때문에 포괄적이지 못하다. 따라서 서비스제공의 결과품질과 과정품을 전반적 서비스품질의 결정요인으로 고려하는 것이 타당하다(Powpaka, 1996) Richard와 Allaway(1993)의 연구에 따르면 소비자를 설명하

고 예측하기 위해(예를 들어, 전반적 서비스품질, 행동의도, 행동과 만족)단지 과정품질을 사용한 모델은 설명과 예측의 세밀한 부분을 누락시키고 예측타당성이 낮아진다고 주장하였다. 즉, 소비자의 평가에 따른 전반적 서비스품질에 대한 설명력과 예측력을 높이기 위해 결과품질요인을 고려해야 한다는 것이다.

위의 연구결과들을 종합해보면 소비자의 전반적 서비스품질 평가는 결과적 품질과 다섯 가지의 과정적 품질(신뢰성, 반응성, 확신성, 공감성, 유형성)의 함수이다(Cronin and Taylor, 1992; Parasurman et al., 1998). Gronroos(1990)의 연구에 따르면, 결과품질차원은 서비스 거래의 결과이며 고객은 서비스거래로부터 실질적으로 받은 결과 혹은 서비스제공자로부터 제공받은 것에 대한 평가인 반면에, 과정품질차원은 고객이 서비스제공자로부터 서비스를 제공받는 방법에 관한 것으로 고객과 서비스제공자 간의 상호작용이라 할 수 있다.

최근 들어 SERVQUAL을 수정한 다양한 모형들이 제안되고 있다(Boulding et al, 1993; Cronin and Taylor 1992; DeSarbo et al. 1994; Parasuraman, Zeithaml, and Berry 1991,1994; Zeithaml, Berry, and Parasuraman 1996). 수정된 모델들은 대부분 기대의 측정을 생략하고 과정품질 외에도 결과품을 고려한 새로운 품질차원을 제안하고 있다(이유재 등 2003).

일부 소비자들은 서비스의 결과적 품질에 대해 만족하지만 과정적 품질에 대해 불만족을 느껴 전체적으로 불만족하는 경우도 있다. 따라서 모든 서비스산업의 결과적 품질이 중요한 차원이 아닐 수도 있고, 소비자들은 전반적 서비스품질의 평가에 있어서 결과적 품질차원을 사용할지 여부는 서비스의 결과적 품질을 정확하고 효율적으로 평가할 수 있는 자신들의 능력에 달려있다고 볼 수 있다.

이에 본 연구에서는 대학의 전반적 서비스품을 Richard와 Allaway(1993)의 연구결과에 기초하여 전반적 서비스품질의 측정은 결과품질 요인을 고려하였다.

3. 학생만족

고객만족(Customer Satisfaction)에 대한 중요성은 현대 기업 경영에서 재론의 여지가 없이 중요시 되고 있는 현실이다. 많은 기업들이 고객만족을 측정하기 위하여 다양한 방법으로 고객만족도를 조사하고 있으며, 조선일보와 한국생산성본부 공동주관하는 국가 고객만족도 조사(National Customer Satisfaction)는 국가 전체를 상대로 한 만족도 조사이지만 대학을 대상으로 한 만족도 평가로는

중앙일보가 전국 대학을 대상으로 부문별 평가를 하고 있다. 이러한 현상은 국민뿐만 아니라 교육서비스를 제공하는 대학 현장에서도 교육서비스 수준과 내용 그리고 교육서비스를 제공받을 수 있는 절차와 방법, 잘못된 교육서비스에 대한 시정 및 보상조치 등에 대한 고객 만족을 측정하고 개선된 방안들을 수요자인 학생들에게 약속함으로써 보다 질 높은 교육 서비스를 제공하겠다는 다짐으로써의 역할을 하고 있는 것이다.

Barnes(1993)는 학교의 목표 집단을 내부 목표 집단과 외부 목표 집단으로 구분하였다. 그의 정의에 따르면 전자는 학생, 학부모, 동문회, 교수, 강사, 직원 등이 포함되며, 후자는 대학진학예정자, 대학진학예정자의 부모, 고등학교 교사, 일반대중, 대중매체, 기업가, 정치인, 조연자, 입시학원 등이 포함된다. 따라서 대학은 자신의 목표 집단이 누구인가를 정확히 확인하고 그들을 만족시킬 수 있는 적절한 마케팅도구 즉 학생을 만족시키기 위한 기법들을 개발하여야 할 것이다.

이처럼 대학들이 치열한 경쟁에서 살아남기 위해서 자신의 고객이 누구인가를 인식하고 학생만족(student satisfaction)이라는 용어를 사용하게 된 것은 학생을 우선으로 하고 그들을 만족시킴으로서 경쟁대학에 비하여 경쟁우위를 차지하기 위한 시장지향성 또는 고객지향성의 발로하고 할 수 있다(이용기,1998). 기업에서처럼 고객지향성이 대학에 적용된 결과는 대학교육이 학생들의 기술과 능력, 그리고 재학시절 동안의 다양한 경험을 통하여 미래의 행복에 얼마나 기여를 하였는가에 대하여 관심을 두는 사회가치의 변화를 초래하였다(Ford, Joseph, and Joseph 1999).

대학이 처한 상황이 이처럼 어려운 현실에서 대학을 연구하는 많은 연구자들은 대학이 대학에 재학 중인 학생들의 학교생활 만족도를 높이기 위하여 무엇을 해야 하는가에 관심을 가지게 되어 Betz, Klingensmith, and Menne(1970)의 직무만족 문헌에서 대학생만족 설문지(College Student Satisfaction Questionnaire; CSSQ)를 개발하였으며, 이 설문지는 많은 연구자들에 의해서 학생만족 연구에 이용되었다(Baghhan 1981; Devore and Handal 1981; Lindsey 1981; Ripple 1983; Taha 1984; Polcyn 1986; Simth 1987).

한편 학생만족요인과 구매행동과의 관계에 대한 실증연구도 진행되었는데, Chadwick and Ward(1987)는 대학을 졸업하는 학생들을 대상으로 대학교육을 평가하는데 사용한 차원을 1) 직업을 얻는 데 있어서 학위의 가치, 2) 교수의 지도와 상호작용의 질, 3) 교육비용, 4) 조연자의 전문성과 도움, 5) 직업조사에 있어서 학생취업보도실의 효과성, 6) 사회적 생활의 평가, 7) 교육과정의 다양성

과 선택, 8) 지역사회의 평가, 9) 직무커뮤니케이션 기술 등의 9개 차원을 제시 하면서 학위의 가치, 교수의 지도와 상호작용의 질, 직무 커뮤니케이션 기술, 조 언자의 전문성과 도움, 학생 취업보도실의 효과성 등 5개 차원이 타인에게 자신 의 학교를 선택하도록 추천할 의지에 유의적인 영향을 미친다는 결과를 제시하 였다.

대학의 환경이 급변하기 시작하면서 최근 들어 국내에서도 대학 교육기관을 중심으로 학생만족에 관한 연구가 시작되었다. (이난경 등, 1998)은 여자대학생 을 대상으로 대학서비스 만족에 영향을 미치는 요인, (이영희, 2000)은 충성도와 구전효과와의 구조적 관계에 대한 연구, (이용기 등, 2000, 2002)은 학생만족의 결정요인에 대한 연구와 대학환경특성이 전반적 서비스품질, 서비스가치와 학생 만족에 미치는 영향을 그리고 (박주성 등, 2003)은 SERVPERP를 기초로 교육 서비스로 품질을 확장하여 전반적 교육서비스품질의 측정과 평가 및 학생만족, 재입학의도, 구전효과 등으로 거의 대학 교육기관을 연구대상으로 하고 있다. 중등교육기관의 수준에서 이루어진 연구로는 상업계고교를 대상으로 한 SERVPERF 척도에 의한 교육서비스품질의 측정과 평가, 전반적 서비스품질과 고객(학생)만족의 영향관계에 관한 연구(채연수, 1999), 교육서비스 만족의 결정 요인을 교육서비스품질 차원에서 접근, 학생만족과의 영향관계에 관한연구(정기 한 등 2003, 2004), 인문계 고교의 학업성취도 요인을 도입, 교육서비스품질과 대학 및 기업이 만족관계에 대한연구(이진춘 등, 2003), 교육서비스품질, 만족, 재구매의도 간의 관계에 관한 Meta 분석을 통한 향후 연구를 위한 제언(정기환 등, 2006)등이 있다.

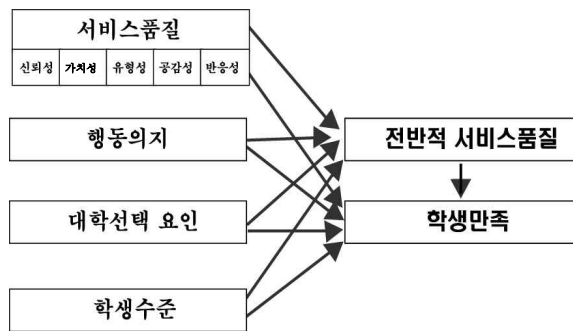
Dabholkar 등(2000)은 서비스품질과 고객만족 간의 인과관계에 대하여 세 가 지 모형들 중 통계적으로 가장 우수한 모형이 어느 것인지를 조사하였다. 첫째 모형은 고객만족(CS)과 서비스품질(SQ)이 각각 개별적으로 행동의도(BI)에 미 치는 모형(CS→BI, SQ→BI), 둘째 모형은 고객만족이 서비스품질과 행동의도 간의 관계를 매개하는 모형 (SQ→CS→BI), 셋째모형은 서비스 품질이 고객만족 과 행동의도간의 관계를 매개하는 모형(CS→SQ→BI)등을 제시하여 연구한 결 과, 고객만족이 서비스품질과 행동의도 간의 관계를 매개하는 둘째 모형이 가장 우수함을 입증하였다.

이에 본 연구에서는 선행연구자들이 서비스품질이 고객만족의 선행요인 (Woodside, Frey and Daly, 1989; Cronin and Taylor, 1992)이라는 주장을 반영 하여 학생만족을 개념화하였다.

Ⅲ. 연구방법

1. 연구모형

본 연구에서는 선행연구에서 주장하고 있는 각종 이론들을 토대로 본 연구모형을 아래 <그림 1>과 같이 작성하였다.



<그림 1> 연구모형

학생만족에 영향을 미치는 서비스품질 요인을 유형성, 신뢰성, 공감성, 반응성, 가치성으로 분류하였으며, 이와 더불어 대학 재학 중 또는 졸업 후의 행동 즉 행동의지가 전반적 서비스품질과 학생만족에 영향을 미칠 것이라고 가정하였으며, 또한 대학선택요인과 학생수준에 따라서도 전반적 서비스품질과 학생만족에 미치는 수준이 다를 것이라는 가정 하에 그것들을 증명하기 위하여 가설을 설정하였다.

2. 가설설정

제시된 연구모형을 통해 학생만족에 미치는 영향요인으로 서비스품질(유형성, 공감성, 반응성, 신뢰성, 가치성)의 5 가지 요인과 행동의지의 4가지 요인이 전반적 서비스품질과 학생만족에 선행변수로 작용하고 있는 것으로 개념화하였으며, 학생들이 대학선택요인과 학생수준에 따라서 전반적 서비스품질과 학생만족에 차이가 존재할 것이라 가정하였으며, 전반적 서비스품질 또한 기존의 국내 연구자들이 학생만족의 선행변수로 전제한 것처럼 가정하고 가설을 설정하였다.

2.1 가설 1과 가설 2의 설정

본 연구에서는 서비스품질을 5가지 요인으로 구성하였으며, 가치성은 결과품질로 유형성과 신뢰성, 반응성과 공감성은 과정품질이다. 따라서 서비스품질의 5가지 요인은 전반적 서비스품질의 결정요인이라 할 수 있다, Cronin and Taylor(1992)의 서비스품질척도비교에서 서비스품질 차원과 전반적 서비스품질 간의 인과관계를 제시하였으며, 신재익 등(2007)의 연구에서도 교육기관의 서비스품질 5가지 요인 중에서 반응성 요인을 제외한 4가지 요인이 전반적 서비스품질에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 선행연구들을 근거로 다음과 같이 가설1을 설정하였다.

가설 1. 서비스품질은 전반적 서비스 품질에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

교육기관을 연구하는 학자들뿐만 아니라 실무에서도 교육서비스의 수요자인 학생들의 만족도를 측정하기 위하여 많은 측정도구를 개발하였다. 대표적으로는 SERVQUAL척도와 SERVPERF척도를 사용하여 측정하고 있다. 이 두 가지 척도를 이용하여 서비스품질과 학생만족을 연구한 국내 연구자들은 이용기 등(2000, 2002)의 학생만족의 결정요인에 대한 연구와 대학환경특성이 전반적 서비스품질, 서비스가치와 학생만족에 미치는 영향과 박주성 등(2003)의 결과의 품질을 추가한 교육서비스품질의 측정과 평가 및 고객만족, 재입학의도 그리고 신재익 등(2007)의 교육기관의 서비스품질, 학생만족, 구전간의 관계 연구 등이 있으며, 이유재 외(2001)의 연구에서는 서비스품질이 향상되면 고객만족이 증가하고 있음을 입증하였다. 이러한 선행연구들을 근거로 다음과 같이 가설 5를 설정하였다.

가설 2. 서비스품질은 학생만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2.2 가설 3과 가설 4의 설정

Chadwick and Ward(1987)는 학생만족 요인과 재입학의도 간의 관계에 대하여 연구하였으며, Taylor 와 Baker(1994)는 서비스품질, 고객만족, 재이용의도 간의 관계를 규명하였다. 서비스 품질이 전반적 서비스품질에 영향을 미치고 또한 이러한 만족이 고객의 행동의지에 영향을 미치고 있다고 했다(Woodside, 1989). Cornin and Taylor(1992)도 서비스품질은 고객만족에 영향을 미치며, 고객만족은 구매의도에 영향을 미치는 관계를 제시 하였다. 전반적 서비스품질과

행동의지는 상호 긍정적인 인과관계를 보이고 있으며, 이러한 행동의지는 일반적으로 주기성을 갖고 있는 것으로 알려지고 있다(Griffin, 1995). 국내에서는 이경철 등(2007)이 학생만족과 행동의지의 관계를 연구하였다. 이러한 선행연구들을 근거로 다음과 같이 가설3과 가설4를 설정하였다.

가설 3. 행동의지는 전반적 서비스 품질에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

가설 4. 행동의지는 학생만족에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

2.3 가설 5와 가설 6의 설정

신봉성(1997)은 대학선택과정을 Kotler와 Gilmon 등의 모형을 통합하여 3단계로 모형화 하였으며, 대학 간의 대학선택 결정과 선택 확신도의 영향요인 비교를 통하여 대학선택 요인 중 대학특성 요인에 장래성과 이미지에 10가지 항목 중에 취업에 관한 항목을 그리고 대학명성의 3가지 항목에 대학명성을 포함시켜 연구를 수행하였다(신봉성 외 2003). 또한 미국 고등학생의 대학선택 결정과정에서 고려하는 사항으로는 졸업 후 취업전망과 전공의 질, 등 다양한 요인들이 고려되고 있었다. 손준중(2002)은 대학선택 결정요인을 5개 요인으로 분류하여 대학생을 대상으로 연구하였으며, 교육요인으로 졸업 후 취업전망과 학교에 대한 사회적 평판, 학생편의시설, 교수의 질, 학과의 미래전망, 지망학과의 교육내용을 포함하여 연구하였다 이에 본 연구에서는 선행연구들을 근거로 다음과 같이 가설 5와 가설 6을 설정하였다.

가설 5. 대학선택요인에 따라 전반적 서비스 품질에 차이는 존재할 것이다.

가설 6. 대학선택요인에 따라 학생만족 차이는 존재할 것이다.

2.4 가설 7과 가설 8의 설정

지금까지 이루어진 선행연구에서는 대학의 수준에 따라 대학이 제공하고 있는 교육서비스품질에 대해 학생이 느끼는 정도를 분석한 결과는 대학 간에 서비스품질의 인식정도가 심하게 차이가 나타나는 것으로 조사되었다(이경오, 2000; 이경철, 2003) 또한 대학 간 대학환경특성의 만족도 차이를 연구한 경우에는 교수/교유과정과 교육지원서비스는 유의한 차이를 보이고 있으나, 교육현의시설 요인에서는 유의한 차이를 보이지 않는 것으로 조사되었다(이공섭, 2006). 이경철 등(2007)은 대학의 수준을 상위권대학과 중하위권대학으로 나누

어 대학수준을 조절변수로 활용하여 연구를 수행하였다. 이에 본 연구에서는 학생의 수준에 따라 전반적 서비스품질과 학생만족에 차이가 존재할 것이라는 전제하에 아래와 같이 가설 7과 가설 8을 설정하였다.

가설 7. 학생수준에 따라 전반적 서비스 품질에 차이는 존재할 것이다.

가설 8. 학생수준에 따라 학생만족 차이는 존재할 것이다.

2.5 가설 9의 설정

Cronin and Taylor(1992); Parasuraman 등(1998)은 전반적 서비스품질 평가는 결과품질과 5가지의 과정품질의 함수라고 하였으며, Powpawk(1996)는 전반적 서비스품질의 결정요인으로 서비스제공자의 결과품질과 과정품을 고려하는 것이 타당하다고 하였다. Gronroos(1990)의 연구에서는 결과품질차원은 서비스 거래의 결과이며 고객은 서비스거래로부터 실질적으로 받은 결과 혹은 서비스제공자로부터 제공받은 것에 대한 평가인 반면에 과정품질차원은 고객이 서비스제공자로부터 서비스를 제공받은 방법에 대한 것으로 고객과 서비스제공자간의 상호작용이라고 하였다. 본 연구에서는 대학에 재학하면서 실제 경험하는 전반적 서비스품질이 학생만족에 미치는 영향력을 근거로 다음과 같이 가설 9를 설정하였다.

가설 9. 전반적 서비스 품질은 학생만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다

3. 변수의 조작적 정의

3.1 서비스품질

서비스품질 척도는 PZB(1985)에 의해서 처음 개발되었으며, SERVQUAL의 개념적 토대는 Oliver(1980)가 만족을 개념화하기 위하여 제시한 기대와 성과의 불일치(기대-성과)개념이 SERVQUAL의 기초이다. 서비스품질을 측정하는 SERVPERF의 성과지각척도를 수정하여 유형성 4개 항목, 신뢰성 5개 항목, 반응성 4개 항목, 공감성 4개 항목, 가치성 5개 항목 등을 사용하였다. 서비스품질에 대한 평가척도는 <표 1>과 같이 총 5개 차원의 22개 항목에 대하여 5점 리커트형 등간척도로 측정하였다.

3.2 전반적 서비스품질

전반적 서비스품질은 대학이 제공한 서비스품질에 대해 학생이 전체적으로 평가하는 정도로 정의하고 본 연구에서는 Powpaka(1996)의 척도항목을 약간 수정하여 전반적 서비스품질의 척도 항목은 “우리대학의 교육 서비스품질은 전반적으로 매우 훌륭하다고 생각 한다”로 단일항목의 5점 리커트형 등간척도로 측정하였다.

3.3 학생만족

학생만족은 대학생들이 대학생활은 하면서 경험한 결과에 대한 긍정적인 평가 정도로 정의하고 학생이 기대했던 바람직한 서비스 수준에 대해 실제로 경험한 후 느낀 것을 Lee, Lee and Yoo(2000)의 척도 항목을 수정하여 심리적 만족 3문항과 재무적 만족 2문항으로 구성하였다. 심리적 만족은 재학 중 느낀 교육서비스 향상 수준, 교육 프로그램, 대학선택에 대한 만족으로 구성하였고, 재무적 만족 문항은 등록금 수준, 장학금 수혜 폭의 만족도를 5점 리커트형 등간척도로 측정하였다

3.4 행동의지

행동의지를 본 연구에서는 학생만족의 여부에 따라 예비신입생에게 해당 대학을 권유, 졸업 후 동문활동에 적극적으로 참여, 대학발전 기부금의 기탁, 타인에게 출신대학을 자랑스럽게 밝히는 것을 문구화하여 4개 항목으로 구성하였다.

3.5 학생수준

본 연구에서는 학생수준을 상위권 학생과 중하위권 학생으로 나누어 상위권 학생은 W대학에 진학하면서 수능을 치르고 입학한 학생으로, 중하위권 학생은 수능을 치르지 않고 입학한 학생으로 나누었다. 수능을 치르고 입학한 학생은 간호계열과 보건계열에 재학 중인 학생으로 W대학에 재학하는 학생 중 우수한 학생이며, 수능을 치르지 않고 입학한 학생은 비보건계열의 학생으로 보건·간호계열에 재학하는 학생에 비하여 다소 실력이 뒤지는 학생이라 판단하여 학생의 수준을 주관적으로 정의하였다.

3.6 대학선택요인

대학진학자가 해마다 감소하는 있는 현실에서 대학들은 대학에 진학하는 학생들이 왜 특정대학을 선택하는지에 많은 관심을 가지고 있으며, 각종 조사를 통하여 대학선택요인을 찾아내고 있다. 본 연구에서는 기존연구에서 중요하고 다루고 있는 여러 가지 항목 중에서 대학의 명성/이미지와 대학 졸업 후 취업 전망으로 문구화하여 대학선택요인을 측정하였다.

<표 1> 서비스품질의 측정

품질차원		항목 수	실문내용
서비스품질	유형성	4개	최신 학습장비 구비 (교육서1)
			좋은 교육관련 시설 구비 (교육서2)
			좋은 편의시설 구비 (교육서3)
			시설 사용의 편리 (교육서4)
	신뢰성	5개	규정 및 약속 준수 (교육서5)
			상벌이 공정 (교육서6)
			학생에 대한 관심과 문제해결에 최선 (교육서7)
			성적 및 평가활동 신뢰 (교육서8)
			교직원을 신뢰 (교육서9)
	반응성	4개	취업 및 고시 정보의 신속한 제공 (교육서10)
			교육상담의 적시성 (교육서11)
			학생 요구에 신속한 반응 (교육서12)
			학생 어려움을 자발적 지원 (교육서13)
	공감성	4개	학생 요구에 공감 (교육서14)
			교수와 학생간의 원활한 대화 (교육서15)
			교수의 학생 개개인에 대한 관심도 (교육서16)
			학생에게 인성교육 강조 (교육서17)
	가치성	5개	취업 및 고시에 적합한 교육과정 (교육서18)
			취업률 고시 합격률 (교육서19)
			기대수준의 교육서비스 제공 (교육서20)
			획득한 지식의 실무 활용 가능성 (교육서21)
			능력신장에 기여정도 (교육서22)

IV. 실증분석

1. 표본의 특성

1.1 연구대상 선정 및 표본추출

본 연구에서는 선행연구와 사전조사를 통하여 이론적 모형을 설정하고 학생만족에 미치는 영향요인을 서비스 품질(유형성, 공감성, 반응성, 신뢰성, 가치성)을 비롯한 전반적 서비스 품질과 행동의지, 그리고 대학선택요인 및 학생수준 등으로 하여 이들이 학생만족에 미치는 영향요인을 살펴보기 위하여 연구대상을 W대학에 재학 중인 학생을 선정하였다. 연구의 객관화를 위해서는 전국적인 표본 및 층화표본 추출을 사용하는 것이 바람직하나, 시간과 비용 상의 제약으로 본 연구에서는 편의표본추출에 의하여 W대학에 재학하고 있는 학생을 대상으로 설문 조사를 실시하였다. 설문 조사기간은 2007년 11월 12일부터 11월 20일까지 200명을 대상으로 설문조사를 실시하였으나 무성의한 응답을 제외하고 195명의 자료를 분석에 활용하였다.

1.2 인구 통계적 특성

연구대상자들이 인구 통계적 특성은 <표 2>에 나타난 바와 같이 여자가 남자에 비해 다소 많은 것은 W대학의 특성이 반영된 것이며, 응답자 중에서 2학년과 3학년에 비해 1학년이 다소 많은 것은 보건계열(상위권) 3학년 학생들이 국가고시를 준비하는 중이어서 설문에 응하지 않은 결과이며, 비보건계열(중하위권)의 2학년 학생들은 취업 준비 중인 학생이 많기 때문이다. 학생수준을 중하위권보다 상위권 학생이 많은 것은 W대학이 보건계열에 재학 중인 학생이 비보건계열 보다 많기 때문이다. 응답자의 대학선택요인은 대학의 명성/이미지가 대학 졸업 후 취업 전망에 비해 조금 높게 나타났다.

<표 2> 연구 대상자들의 인구 통계적 특성

변수	구분	응답자(명)	구성비(%)
성별	남자	78	40.0
	여자	117	60.0
학년	1학년	95	48.7
	2학년	49	25.1
	3학년	51	26.2
학생수준	중하위권	61	31.3
	상위권	134	68.7
대학선택요인	대학의 명성/이미지	104	53.3
	대학 졸업 후 취업 전망	91	46.7

2. 신뢰도와 타당성검증

본 연구의 실증분석에 사용된 설문지의 항목을 선행연구들이 사용한 항목들을 참조하여 학생 만족에 영향을 미치는 요인들에 대하여 설문을 작성하였다. 구체적으로는 서비스 품질에 관한 22문항은 유형성 4문항, 공감성 4문항, 반응성 4문항, 신뢰성 5문항, 가치성 5문항으로 구성하였으며, 학생만족은 심리적 만족 3문항, 재무적 만족 2문항으로 구성하였으며, 행동의지는 4문항으로 구성하였다. 실증연구에서 변수들의 내적일관성을 살펴보는 신뢰도는 측정도구가 측정하고자하는 현상을 얼마나 일관성있게 측정했는가를 검증하는 것으로 실증연구에서는 일반적 Cronbach's 알파 계수가 0.7 이상이면 비교적 신뢰도가 높다고 보고 있다(Nunnally 1978) 본 연구에서는 <표 3>에 나타난 바와 같이 유형성, 공감성, 반응성, 신뢰성, 가치성이 각각 0.9008, 0.8651, 0.8156, 0.8108, 0.7652로 나타났으며, 학생만족은 0.8051로 행동의지는 0.7966으로 신뢰도가 나타나서 설문지의 신뢰도는 비교적 높은 편으로 나타났다.

<표 3> 신뢰도 분석

변수	최초항목 수	최종항목 수	알파 값
유형성	4	4	0.9008
공감성	4	4	0.8651
반응성	4	3	0.8156
신뢰성	5	2	0.8108
가치성	5	3	0.7652
학생만족	5	5	0.8051
행동의지	4	4	0.7966

<표 4>의 서비스 품질에 대한 요인분석결과는 기존의 연구에서와 동일하게 유형성, 공감성, 반응성, 신뢰성, 가치성의 5가지 요인으로 나타났다. 총 분산 설명력은 77.4%이며, KMO값은 0.910으로 구성개념들이 잘 설명되고 있음을 알 수 있다.

변수들의 타당성을 검증하는 일반적인 방법으로는 수렴타당성과 관별타당성을 이용한다. 본 연구에서는 SPSS. Win 10.1 을 이용하여 주성분 분석을 사용하였으며, 회전방법은 베리맥스 방식을 사용하였으며, 요인적재량이 0.5이하인 요인에서 제거하였다.

<표 4> 서비스품질 요인분석

측정 항목	서비스품질 5개 차원 요인				
	유형성	공감성	반응성	신뢰성	가치성
교육서 3	0.858				
교육서 4	0.831				
교육서 2	0.770				
교육서 1	0.734				
교육서 16		0.760			
교육서 17		0.743			
교육서 15		0.723			
교육서 4		0.546			

교육서 10			0.846		
교육서 11			0.754		
교육서 7			0.539		
교육서 21				0.852	
교육서 22				0.776	
교육서 19					0.901
교육서 20					0.556
교육서 18					0.546
아이겐 값	8.057	1.504	1.205	0.901	0.713
설명분산(%)	50.355	9.398	7.533	5.632	4.455
누적분산(%)	50.355	59.753	67.286	72.918	77.372
KMO : 0.910 유의확률 : 0.000					

3. 가설검정

3.1 서비스 품질의 전반적 서비스품질과 학생만족에 대한 다중회귀분석

서비스 품질이 대학의 전반적 서비스 품질에 미치는 영향을 예측하기 위하여 4가지 서비스 품질 변수들을 다중회귀분석을 실시하였다. <표 5>에서의 분석 결과를 살펴보면 서비스 품질의 공감성 항목만이 전반적 서비스 품질에 영향을 미치고 있는 것으로 나타나고 나머지 신뢰성, 확산성, 유형성, 반응성은 전반적 서비스품질에 전혀 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 따라서 가설 1은 기각되었다. 이러한 조사결과는 신재익 등(2007)의 고교생을 대상으로 한 연구결과와 상이한 결과이다. 그들은 서비스품질의 유형성, 신뢰성, 공감성, 가치성이 전반적 서비스품질에 정(+)의 영향을 미치며, 반응성은 영향을 미치지 않은 다고 하였다. 본 연구에서는 서비스품질의 공감성만이 전반적 서비스품질에 정의 영향을 미치며, 나머지 4요인은 영향을 미치지 않는 것으로 조사되었기 때문이다.

<표 5>에 나타난 바와 같이 서비스품질이 학생만족에 미치는 영향을 예측하기 위하여 변수들에 대하여 다중회귀분석을 실시한 분석결과는 서비스 품질의 공감성과 반응성은 학생만족에 많은 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 신뢰성, 확산성, 유형성은 영향을 미치지 않는 것으로 나타나서 가설 2는 부분적으로 채택되었다. 이러한 조사결과는 이경철 등(2007)의 연구결과와는 공감성 요인이

동일하며 다른 요인들은 다르게 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 신재익 등(2007)의 연구에서는 서비스품질의 신뢰성과 가치성요인이 학생만족에 정의 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 본 연구에서는 공감성과 반응성요인이 학생만족에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

<표 5> 전반적 서비스 품질과 학생만족에 관한 다중회귀분석

독립변수 종속변수	서비스품질					R제곱	수정된 R제곱	가설채택 여부
	신뢰성	확신성	유형성	공감성	반응성			
전반적 서비스 품질	0.123 (1.256)	1.089 (1.071)	0.113 (1.480)	0.416 (4.460) ***	0.080 (0.953)	0.509	0.496	기각
학생만족	0.132 (1.547)	0.100 (1.383)	0.124 (1.866)	0.407 (5.037) ***	0.175 (2.405) **	0.632	0.622	부분채택 (공감성, 반응성)

* ()없는 숫자는 표준화된 베타 값, ()안의 숫자는 t값, P≤0.05 이면 **, P≤0.001 이면 ***을 나타냄.

3.2 전반적 서비스 품질에 대한 단순회귀분석

전반적 서비스 품질이 학생만족에 미치는 영향을 예측하기 위하여 단순회귀분석을 실시한 결과는 <표 6>과 같다. 학생만족에 전반적서비스 품질은 많은 영향을 미치는 것으로 나타나서 가설9는 채택되었다. 이런 조사결과는 신재익 등(2007)의 연구결과와 동일한 결과이다.

<표 6> 전반적 서비스 품질에 대한 단순회귀분석

독립변수 종속변수	학생만족	R ²	수정된 R제곱	가설채택 여부
전반적 서비스품질	0.707 (13.889)***	0.500	0.497	채택

* ()없는 숫자는 표준화된 베타 값, ()안의 숫자는 t값, P≤0.05 이면 **, P≤0.001 이면 ***을 나타냄.

3.3 행동의지의 전반적 서비스품질 · 학생만족에 대한 단순회귀분석

행동의지가 전반적 서비스 품질에 미치는 영향을 분석한 결과는 <표 7>에 나타난 바와 같이 많은 영향을 미치는 것으로 나타나서 가설 3은 채택되었다. 그리고 가설 4는 행동의지는 학생만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다로 <표 7>에 나타난 바와 같이 단순회귀분석 결과 행동의지는 학생만족에 많은 영향을 미치는 것으로 나타나서 가설4는 채택되었다. 이러한 조사결과는 이경철 등(2007)의 학생만족과 행동의지의 인과성 검증의 결과와 동일한 결과이며, 최덕철 등(2000)의 연구 결과와도 같은 결과이다.

<표 7> 행동의지의 전반적 서비스품질 · 학생만족에 대한 단순회귀분석

독립변수 종속변수	행동의지	R제곱	수정된 R제곱	가설채택 여부
전반적 서비스품질	0.617 (10.878)***	0.380	0.377	채택
학생만족	0.685 (13.046)***	0.469	0.406	채택

* ()없는 숫자는 표준화된 베타 값, ()안의 숫자는 t값, $P \leq 0.05$ 이면 **, $P \leq 0.001$ 이면 ***을 나타냄.

3.4 대학선택요인과 학생수준별 전반적 서비스 품질 차이분석

본 연구에서는 학생수준과 대학선택요인에 따라 전반적 서비스품질에 미치는 차이는 존재할 것이다 라고 가정하고 T-검증을 통하여 두 집단 간의 평균차이를 이용하여 가설을 검증하고자 가설5와 가설7을 설정하였다. 대학선택요인과 학생수준에 따라 전반적 서비스 품질 차이 분석결과는 <표 8>과 같다.

먼저 대학선택요인에 따라 전반적 서비스 품질에 미치는 차이는 유의수준 0.013으로 5% 유의수준에서 두 집단 간 평균의 차이는 통계적으로 유의하다고 해석할 수 있으므로 대학선택요인에 따라 전반적 서비스품질 간에 유의한 차이가 실제로 존재하고 있는 것으로 나타나서 가설5는 채택되었다($P \leq 0.05$).

다음으로 학생수준에 따라 전반적 서비스 품질 차이는 유의수준이 0.000으로 5% 유의수준에서 두 집단 간 평균의 차이는 통계적으로 유의하다고 해석할 수 있으므로 학생수준에 따라 전반적 서비스품질 간에 유의한 차이가 존재하고 있는 것으로 나타나서 가설 7은 채택되었다($P \leq 0.05$).

<표 8> 대학선택 요인별 학생수준별 전반적 서비스 품질 차이분석

구분		N	Mean	SD	T	P
대학 선택 요인	대학의 명성/이미지	104	2.52	1.132	-2.497	0.013
	대학졸업 후 취업전망	91	2.86	0.739		
학생 수준	중·하위권	61	3.15	0.910	4.824	0.0000
	상위권	134	2.46	0.939		

3.5 대학선택요인과 학생수준별 학생만족 차이분석

본 연구에서는 대학선택요인과 학생수준에 따라 학생만족에 차이는 존재할 것이라고 가설 6과 가설 8을 설정하였다.

대학선택요인과 학생수준에 따라 학생만족 차이분석 결과는 <표 9>와 같다. 대학선택요인에 따라 학생만족에 미치는 차이는 유의수준 0.145로 5% 유의수준에서 두 집단 간 평균의 차이는 통계적으로 유의하다고 해석할 수 없으므로 가설 6은 기각되었다. 이는 이경철 등(2000)의 대학선택요인의 추구집단별로 서비스품질→학생만족 사이의 경로에 조절효과는 집단 간 유의하지 않은 것으로 나타난 결과와 동일한 결과이다.

한편 학생수준에 따라 학생만족 차이는 유의수준 0.000으로 5% 유의수준에서 두 집단 간 평균의 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 분석결과가 나왔으므로 가설 8은 채택하였다. 이는 신봉성 등(2003)의 두 대학 신입생들을 대상으로 한 연구에서는 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않았으나, 본 연구에서는 동일대학의 두 집단에서는 통계적으로 유의한 차이를 보이고 있어서 두 연구는 서로 상의한 결과를 나타내고 있다.

<표 9> 대학선택요인, 학생수준별 학생만족 차이분석

구분		N	Mean	SD	T	P
대학 선택 요인	대학의 명성/이미지	104	2.57	0.897	-1.465	0.145
	대학졸업 후 취업전망	91	2.73	0.553		
학생 수준	중·하위권	61	2.96	0.691	4.195	0.0000
	상위권	134	2.50	0.747		

V. 결론 및 제언

본 연구에서는 학생만족에 미치는 영향요인을 알아보기 위한 연구이며, 이를 위하여 서비스품질, 행동의지, 전반적 서비스품질, 대학선택요인, 학생수준에 대하여 측정하였다. 구체적으로 서비스품질과 관련된 5개의 변수는 유형성, 공감성, 반응성, 신뢰성, 가치성을 이용하여 22문항으로 측정하였으며, 행동의지는 4가지 문항을 측정하여 전반적 서비스품질과 학생만족에 미치는 영향을 다중회귀분석을 통하여 검증하였다. 또한 전반적 서비스품질이 학생만족에 미치는 영향을 단순회귀분석을 통하여 검증하였으며, 이와 더불어 대학선택요인과 학생수준은 전반적 서비스품질과 학생만족에 미치는 두 집단 간의 차이를 분석하였다.

지금까지의 요인분석과 신뢰도분석의 결과를 다음과 같이 요약 정리할 수 있다.

서비스품질에 관한 요인분석을 한 결과는 선행연구와 같이 5가지 요인으로 즉, 유형성요인, 신뢰성요인, 반응성요인, 공감성요인, 가치성요인으로 분류되었다.

본 연구에서 서비스품질에 대한 Cronbach's α 값은 유형성요인이 0.9008로 가장 높게 나타났으며, 가치성은 0.7652로 나타나서 모든 항목들의 신뢰도가 0.7 이상이므로 설문내용의 신뢰도는 높다는 것을 보여주고 있다. 그리고 행동의지와 학생만족의 Cronbach's α 값은 각각 0.7966과 0.8051로 나타나서 설문내용의 신뢰도가 높은 것으로 나타났다.

가설을 검증하기 위하여 실시한 회귀분석 결과를 보면 요약하면 다음과 같다.

첫째, 서비스품질의 공감성을 제외한 요인들은 전반적 서비스품질에 정(+)의 영향을 미치지 않았으며, 학생만족에는 공감성과 반응성만이 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

둘째, 전반적 서비스품질은 학생만족에 정의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

셋째, 행동의지는 전반적 서비스품질과 학생만족 모두에게 정의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

넷째, 대학선택요인과 학생수준에 따라 전반적 서비스품질에 미치는 차이는 통계적으로 유의한 차이가 존재하고 있었다.

다섯째, 대학선택요인에 따라 학생만족에 미치는 차이는 존재하지 않았으며, 학생수준에 따라 학생만족에 미치는 차이는 통계적으로 유의한 차이를 보이고

있었다.

따라서 연구결과를 통한 시사점은 다음과 같다.

첫째, 학생만족에 영향을 미치는 서비스품질 요인으로는 공감성이 가장 핵심적인 영향을 미치고 있으며, 반응성이 다음으로 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 이것은 학생만족의 결정요인 중 학생에 요구에 공감, 교수와 학생간의 원활한 대화, 교수의 학생 개개인에 대한 관심도, 학생에게 인성교육 강조 등이 학생만족에 핵심적으로 기여하는 항목이라는 것이며, 취업 및 고시 정보의 신속한 제공, 교육상담의 적시성, 학생에 대한 관심과 문제해결에 최선을 다하는 것이 학생만족에 영향을 미친다는 것을 알 수 있다. 따라서 서비스품질의 공감성과 반응성이 학생만족에 미치는 선행변수라는 사실은 확인되었으므로, 학생만족도를 높이기 위해서는 다른 요인보다 교수들이 학생에 대한 관심을 보다 많이 가져야겠으며, 신속한 고시정보와 취업 정보를 제공함으로써 학생만족은 향상될 수 있을 것이다.

둘째, 전반적 서비스품질은 학생만족에 영향을 미치는 것으로 나타나서 기존의 연구결과(정기한 등, 2004; 박광식, 2005; 이경철 등, 2007)를 지지하고 있다. 따라서 지방에 있는 사립대학의 위기를 슬기롭게 극복하기 위해서는 대학의 구성원인 교수와 직원이 협력하고 학생과 학부모뿐만 아니라 지역사회의 의견을 수렴하고 이를 대학운영에 반영하는 사고의 전환을 통해서 교육서비스의 수준을 높여가야 할 것이다. 특히 학생만족 요인 중에서 재무적 만족 요인과 심리적 만족 요인을 구분하여 만족에 대한 가중치가 큰 부분에 대한 학교당국의 뒷받침이 선행된다면 학생만족은 계속 유지되어 어려운 교육환경에서 살아남을 수 있을 것이다.

셋째, 행동의지는 전반적 서비스품질과 학생만족에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 재학 중인 학생들이 대학 졸업 후에 후배들에게 자신이 다니고 있는 대학을 적극 추천하고, 대학 졸업 후에 동문회에 참여하고, 대학발전 기금을 기탁, 출신대학을 자랑하는 등의 자긍심을 고취시키기 위한 교육서비스 환경을 지금보다는 개선시켜서 이런 마음이 대학 재학 중뿐만 아니라 졸업 후에도 계속적으로 유지할 수 있도록 졸업생을 위한 특별한 프로그램을 개발하여야 한번 결정한 행동의지가 변하지 않고 지속될 것이다.

넷째, 대학선택요인과 학생수준에 따라 전반적 서비스품질과 학생만족의 차이는 대학선택요인에 따라 학생만족에 미치는 차이는 통계적으로 유의하지 않았으나, 대학선택요인과 학생수준에 따라 전반적 서비스품질에 미치는 차이는 통

계적으로 유의한 차이가 나타났다. 따라서 우수한 신입생을 모집해야 하는 대학에서는 대학선택에서 어떤 요인들을 중요하게 고려하고 있는가에 대한 연구를 철저히 하여 신입생이 원하는 교육서비스를 제공해야 할 것이다.

본 연구는 다음과 같은 한계점을 가지고 있다.

첫째, W대학에 재학 중인 학생들을 대상으로 특정시점에서 조사를 수행함으로써 지역적으로나 시간적으로 한계를 가지고 있다. 조사의 성격상 대학선택요인과 학생수준을 보다 정확하게 파악하기 위해서는 전국대학을 대상으로 조사를 실시해야 했으나 연구대상을 W대학으로 한정했기 때문에 연구의 일반화가 어렵다는 것이다. 향후 연구에서는 전국대학에 재학 중인 학생을 대상으로 조사를 수행해야 지역적인 한계를 극복할 수 있을 것이다.

둘째, 다른 연구에서는 대학선택요인을 다양한 방법으로 조사하였으나, 본 연구에서는 기존연구에서 이용한 두 가지만을 선택하여 대학선택요인으로 이용하였으며, 학생수준 또한 W대학 재학생 중에서 수능응시 여부로 임의 판단하였으므로 연구결과를 일반화하는 데는 무리가 있다. 차후의 연구에서는 대학선택요인을 기존 연구에서 사용된 여러 항목을 조사에 포함시켜야 하겠으며, 학생수준도 공신력있는 기관에서 발행한 자료에 근거하여 측정해야 할 것이다.

참고문헌

1. 김립인(2005), “교육 서비스 품질, 만족 및 전환장벽이 고객충성에 미치는 영향: 국내 대학의 외국인 학생을 중심으로,” 고객만족경영연구, 제6권 제2호, pp.97~116.
2. 김세범·변충규(2005), “고객만족 형성 후 재구매 의도영향관계에 관한 연구,” 고객만족경영연구, 제7권 제1호, pp.125~140.
3. 노영·조선구(2004), “대학교 서비스 품질 만족도의 영향요인에 관한 연구,” 고객만족경영연구, 제6권 제2호, pp.101~118.
4. 박광식(2005), “대학의 지각된 서비스 품질과 고객만족의 관계에 관한 연구,” 고객만족경영연구, 제7권 제2호, pp.15~40.
5. 박오성·안점기·김관준(2006), “서비스품질과 상황 대처요인이 고객만족에 미치는 영향에 관한 연구,” 외식경영연구, Vol.9, No.3, pp.87~107.
6. 박주성·김중호·신용섭(2003), “대학교육서비스품질요인이 학생만족, 재입학의도 및 구전효과에 미치는 영향,” 마케팅저널, 4(4), pp.51~71.
7. 신재익·정기환(2007), “교육기관의 서비스품질, 학생만족, 구전 간의 관계에 관한 연구,” 학습자중심교과교육연구, 제7권 제1호, pp.231~256.
8. 이경철·이명식(2007), “대학교육 생산성 향상을 위한 서비스품질 관련 변인 간의 인과모형 연구, 생산성논집, 제21권 제2호, pp.1~35.
9. 이공섭(2006), “대학생활만족에 영향을 미치는 요인에 관한 연구,” 경영정보연구, 제18집, pp.223~261.
10. 이유재·라선아(2003), “서비스 품질의 각 차원이 CS에 미치는 상대적 영향에 대한 연구: 기존고객과 잠재고객이 비교를 중심으로,” 마케팅연구, 제18권 제4호, pp.67~97.
11. 이유재·이준엽(1997), “서비스 품질에 관한 종합적 고찰: 개념 및 측정을 중심으로,” 서울대학교 경영연구소, 경영논집, 31(3/4), pp.249~284.
12. 이유재·이준엽(2001), “서비스 품질의 측정과 기대효과에 대한 재고찰: KS_SQI 모형의 개발과 적용,” 마케팅연구, 16(1), pp.1~26.
13. 이영희(2000), “교육서비스 질의 측정과 평가에 관한 연구,” 고객만족경영연구, 2(2), pp.21~46.
14. 이용기·장병집·박영균(2002), “대학의 환경특성이 전반적 서비스품질, 서

- 비스가치와 학생만족에 미치는 영향,” 마케팅연구, pp.4~11.
15. 정기한 · 황인호(2004), “학습만족의 결정요인이 전반적 서비스 품질과 학생 만족에 미치는 영향,” 고객만족경영연구, 제6권 2호, pp.51~73.
 16. 채연수(1999), “교육서비스품질의 측정에 관한 실증적 연구,” 박사학위논문, 동국대학교 대학원.
 17. 최덕철 · 이경오(2000), “대학교육서비스 마케팅모형 구축에 관한 연구,” 마케팅과학연구, 제6집, pp.339~366.
 18. 황인호 · 신재익 · 정기한(2006), “학생만족의 구조적 인과관계에 관한 연구,” 고객만족경영연구, 8(1), pp.31~47.
 19. Baghhan, C.I.(1981), “College Student Satisfaction: A Comparative Study of Selected Foreign and American Students at Iowa State University,” *Dissertation Abstracts International*, 42, 1503A(University Microfilms No. 81-22500).
 20. Betz, E. L., J. E. Klingensmith, & J. W. Menne(1970), “The Measurement and Analysis of College Student Satisfaction,” *Measurement and Evaluation in Guidance*, Vol.3, pp.110~118.
 21. Chadwick, K. & J. Ward(1987), “Determinants of Consumer Satisfaction with Education: Implications for College and University Administrators,” *College and University*, Vol.62, pp.236~246.
 22. Cronin, J. Joseph, Jr. & Steven A. Taylor(1992), “Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension,” *Journal of Marketing*, Vol.56, pp.55~68.
 23. Cronin, J. Joseph, Jr. & Steven A. Taylor(1994), “SERVPERF vs. SEVRQUAL: Reconciling Performance-Based and Perceptions-Minus-Expectation Measurement of Service Quality,” *Journal of Marketing*, Vol 58, pp.125~131.
 24. Dever, J. R. & P. J. Handal(1981), “The College Student Satisfaction Questionnaire: A Test-Retest Reliability Study,” *Journal of College Student Personnel*, Vol.22, pp.299~301.
 25. Firdaus, A.(2006), “Measuring service quality in higher education: HEdFERF versus SERVPERF,” *Marketing Intelligence & Planning*, 24(1), pp.31~47.

26. Griffin, J.(1995), *Customer Loyalty: How to Earn it, How to Keep it*, Lexington books, NY.
27. Gronroos, Christian(1978), "A service-oriented approach to marketing of service," *European Journal of Marketing*, Vol.12, pp.588~601.
28. Gronroos, Christian(1990), *Service Management and Marketing: Managing the Moment of Truth in Service Competition*, Massachusetts: Lexington Books.
29. Lee, Hakhik, Yongki Lee, and Dongkeun Yoo(2000), "The Determinants of Perceived Quality and Its Relationship with Satisfaction," *The Journal of Service Marketing*, 14(3), pp.217~231.
30. Lindsey, M.J.D.(1981), "Satisfaction and University Involvement among Black and White Undergraduate Students," *Dissertation Abstracts International*, 42, 3872A(University Microfilms No. 82-03689).
31. Nunnaly, J. C.(1978), *Psychometric Theory*, McGraw-Hill, New-York.
32. Oliver, Richard L.(1980), "A Cognition Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decision," *Journal of Marketing Research*, Vol.17, Nov., pp.460~469.
33. Parasuraman, A., Valerie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry(1985), "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implication for Future Research," *Journal of Marketing*, Vol.49, Fall, pp.41~50.
34. Parasuraman, A., Valerie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry(1991), "Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale," *Journal of Retailing*, Vol.67(4), pp.420~450.
35. Parasuraman, A., Valerie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry(1994), "Reassessment of Expectation as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implication for Future Research," *Journal of Marketing*, Vol.58, pp.111~124.
36. Parasuraman, A., Valerie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry(1998), "SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality," *Journal of Retailing*, 64(1), pp.12~40.
37. Polcyn, L. J.(1986), "A Two-Instrument Approach to Student Satisfaction Measurement," *College and University*, Vol.62. 18-24.

38. Powpaka, Samart(1996), "The Role of Outcome Quality as Determinant of Overall Service Quality in Different Categories of Services Industries: An Empirical Investigation," *The Journal Services Marketing*, 10(2), pp. 5~25.
39. Ripple, G. G.(1983), "Expectation and Experience of College: Student Satisfaction, Academic Success and Retention," *Dissertation Abstracts International*, 44, 2689A(University Microfilms No. 84-00287).
40. Rust, Roland T. and Richard L., Oliver(1994), "Service Quality: Insights and Managerial Implications from the Frontier," in *Service Quality: New Directions in Theory and Practice*, Roland T. Rust and Richard L., Oliver (Eds.), Thousand Oaks, CA: Sage Publications, pp.1~19.
41. Smith, J.H.S.(1987), "Student Use of Support Service, Involvement in And Satisfaction With the University Environment: A Comparative Study of Black, Caucasian and Hispanic Undergraduate Student," *Dissertation Abstracts International*, 49, 1378A(University Microfilms No. 84-06200).
42. Taha, H. Y.(1984), "A Comparative Analysis of College Student' satisfaction as Perceived by Selected Foreign and American Student at the University of Minnesota," *Dissertation Abstracts International*, 45, 3300A(University Microfilms No. 84-24751).
43. Teas, R. Kenneth(1993), "Expectations, Performance Evaluation, and Customers' Perceptions of Quality," *Journal of Marketing*, Vol.57 (October), pp.18~34.
44. Woodside, A., L. Frey, and R. Daly(1989), "Linking service quality, customer satisfaction and behavioral intention," *Journal of Health Care Marketing*, 9(December), pp.5~17.
45. Zeithaml, Valarie A., Leonard L. Berry & A. Parasuraman(1996), "The Behavioral Consequences of Service Quality," *Journal of Marketing*, Vol. 60, pp.31~46.

Abstract

An Analysis of the Impact Factors for the satisfaction of Students – Focused on the Service Quality –

Lee, Kong-seob*

Recently, almost of the colleges are contrive measures to satisfy the needs of students. The purpose of this study is to find what are the impact factors to the needs of those. To evaluate the factors influencing to students behaviors, it was investigated how much did the 5 variety of Service quality–Tangibles, Assurance, Responsiveness, Empathy, Reliability–and 4 variety of attitude models to depending to the level of students influence the satisfaction of students for the students of W college.

In the result, this study shows that 5 variety of Service quality did not impact for the general service quality, but only the Responsiveness and , Empathy have the positive relationship to the satisfaction of students. Also, general service quality and attitude willingness have the positive corelation with the satisfaction of students. And it is investigated that there are significance differences among the general service qualities by the level of students ability.

Key Words : service quality, student satisfaction

* Associate Professor, Dept. of Management Information, WonKwang Health Science College