

교육서비스품질이 고객만족 및 재이용에 미치는 영향에 관한 실증적 연구 - E평생교육센터 중심으로 -

김지현 · 이상복[†]

서경대학교 대학원 경영학과 6시그마 전공

An Empirical Study on effect of Education Service Quality which Influence Re-Use and Customer Satisfaction - Focusing on E life-long Education Center -

Jiehyun Kim · Sangbok Ree[†]

6 Sigma Major Dept. Business Administration, Graduate School, Seokyeong University

Key Words : Education Service Quality, Customer Satisfaction, Re-Use

Abstract

In this research, we study on to find the inter-relation among education service quality and customer satisfaction and re-use focusing on E life-long education center. Education service quality consists of four factors such as training center's facility, trainer, employee's service and operating service. As like the results of this research, we found that three factors of education service quality such as facility, trainer and operating service give a positive effect to customer satisfaction and also we found that customer satisfaction gives a positive effect to re-use.

1. 서 론

오늘날의 기업들은 치열한 경쟁구도환경에 직면하고 있으며 경쟁구도에서 살아 남기 위해 기본적으로 품질을 중요시 하고 있다. 이러한 경쟁구도에 놓인 현대의 조직에서 품질에 대한 중요성은 더욱 커져 가고 있다. 따라서 품질에 관련한 경쟁력 강화는 비단 제조업에만 국한된 것은 아니며 서비스 업체에서의 서비스품질에 관해서도 관심을 가져야 하는 것이다(최성용 외, 2004) 서비스 산업에 있어서의 품질은 충성도 높은 고객을 확산의 이점을 향상시키며 기업의 수익을 증대시키는 데 있어서 핵심적인 역할을 한다(Kenneth & Douglas, 1993). 국내 교육서비스 시장을 살펴보면 공급의 초과

현상, 교육 시장의 세계화, 온라인 교육 시장의 확대 등 교육환경의 변화에 따라 교육기관의 변화와 함께 생존 전략을 모색해야 하는 상황에 놓여 있다. 본 연구에서는 품질·생산 분야 교육을 전문적으로 운영하고 있는 E 평생교육센터를 중심으로 고객만족 및 재이용에 영향을 미치는 교육서비스품질 요인을 파악하고 서비스품질과 고객만족 간의 인과관계를 실증적 연구를 통해 교육서비스품질 향상 방안의 전략을 제시하는데 그 목적이 있다.

2. 문헌연구 및 이론적 배경

2.1 서비스에 관한 이론적 고찰

현대 경제는 제조중심의 사회에서 서비스 중심의 산

[†] 교신저자 sbree@skuniv.ac.kr

업으로 옮겨오면서 서비스라는 용어는 일상화 되어져 있다. 서비스라는 용어는 우리 주변의 어디서나 적용되고 또한 밀접한 관계를 갖고 일상 생활과 공존을 하고 있음을 볼 수 있다. 서비스는 기업에서 일반적으로 제공이 되는 것이 아니라 고객들의 직접적인 참여가 있어야 하는 특성을 지니고 있다. 따라서 서비스 제공자들은 고객들의 서비스 이용 동기를 고려하므로 서비스 제공자의 동기와 형태에 의해서 서비스는 다양한 특성을 지니고 있다고 볼 수 있다.

서비스품질은 사용자의 인식에 의해 결정된다. 서비스 속성의 집합이 사용자를 만족시키는 정도가 서비스 품질이라고 말할 수 있다. 이것을 흔히 기대에 대한 인식의 일치라고 한다. 이성주(2007)는 서비스 품질을 다음과 같이 두 가지로 구성했다. 첫째, 사용자가 요구하는 서비스 속성이 특정 서비스에 정의되어 있고 또 그것에 부합되는 정도이며, 둘째, 이러한 속성에 대한 요구 수준이 성취되어 사용자에게 인식되어지는 정도이다. Green, et al(1998)은 서비스 품질을 선형적 접근, 제품 중심적 접근, 사용자 중심적 접근, 제조 중심적 접근, 가치 중심적 접근의 관점에서 다음과 같이 정의하고 있다. 첫째, 선형적 접근(Transcendent approach)은 '본래부터 가지고 있는 타고난 우월성'이라고 정의할 수 있으며, 여기서 말하는 품질은 명확하게 정의될 수 없는 막연한 특성을 가지고 오직 경험을 통해서 인식될 수 있음을 의미한다. 둘째, 제품 중심적 접근(product-based approach) 방법은 '명확하게 측정 가능한 변수'로 정의되며 품질의 차이는 상품이 지니고 있는 특성이나 구성요소의 차이에 의해 평가된다. 셋째, 사용자 중심적 접근(user-based approach)은 '보는 사람의 시각에 따라 판단된다' 라는 전제에서 출발한다. 즉 개개인의 소비자들이 갖는 상이한 욕구와 필요를 가장 잘 만족시키는 서비스가 높은 품질을 가지는 것으로 간주하며 다양한 소비자들의 요구를 만족시키기 위하여 개개인의 특성을 반영하며 서비스에 다양한 속성을 내포하고 있어야 한다는 것이다. 넷째, 제조 중심적 접근(manufacturing-based approach)에 따른 서비스 품질은 요구에 정확히 부합하는 것을 의미한다. 다섯째, 가치 중심적 접근(value-based approach)방법에 따른 서비스 품질은 '비용과 관련된 개념'으로 품질은 비용(가격)과 가치가 만족스러운 수준에서 일치될 때 결정되고, 이때 비용에 비해 가치가 높게 인식될수록 높은 품질을 가지는 것으로 간주하는 것이다. 이러한 서비스 품질에 대한 연구는 많이 보고되고 있다(장유정, 2003;

최성용, 2004).

2.2 교육서비스에 관한 이론적 고찰

교육서비스라는 표현은 Woodside(1989)의 저서 "비영리조직 마케팅"에서 최초로 사용되었다. 교육서비스에 대한 학자들의 정의를 살펴보면 Lovelock(1991)은 교육서비스를 사람의 정신에 대한 무형적 행동을 제공하는 서비스라고 정의하였으며, 박중환(1998)은 교육서비스란 교육기관이 수요자인 학생에게 교육적 목적 달성에 관련된 유형, 무형의 서비스를 제공함으로써 소비자에게 물질적, 정신적 만족을 실현시켜주는 일체의 활동으로 교육서비스 기관 입장에서는 제공활동이고, 학습자 관점에서는 경험의 총체로써 혜택의 묶음이라고 정의하였다. 교육서비스의 특징에 대해 박노근(2004)은 세 가지로 정리하였다. 첫째, 서비스 활동의 성격상 사람의 정신에 대한 서비스이다. 둘째, 서비스 조직은 회원 내 사람에게만 서비스를 제공하며 소비자의 관계에 있어서는 일시적 제공이 아닌 지속적인 제공이다. 따라서 계약 서비스에 대해 일정기간에 걸친 비용을 청구하는 것이 보통이다. 셋째, 서비스 제공자가 소비자 욕구에 따라 어떻게 서비스를 제공할 것인가에 대해 많은 재량권을 가지며 각각의 소비자에 맞추어 서비스를 변화시킬 수 있는 정도는 낮다.

양동인(2005)의 연구에서 교육서비스는 첫째, 무형성 즉, 물리적인 실체가 없어 보이거나 만질 수 없으며 객관적 기준으로 가치를 파악하거나 평가하기 어렵다. 둘째, 교육제공자의 수준에 따라 서비스의 질은 달라질 수 있으며, 소비자들의 수준이 다양하기 때문에 같은 교육이라도 수강생에 따라 그 효과가 달라질 수 있다. 셋째, 서비스는 생산과 소비가 분리되지 않아 교육서비스가 시작된 후에야 소비자가 서비스에 대한 질을 평가할 수 있다. 넷째, 교육이 진행되는 시간과 장소에 소비자가 존재하지 않으면 공급된 서비스는 소멸해 버려 다시는 동일한 서비스를 받기 어렵다. 이러한 교육 서비스에 대해서도 많은 연구가 보고 되고 있다(김양희, 2002; 성석주, 2009).

2.3 교육서비스품질이 고객만족과 재이용에 미치는 영향에 관한 이론적 고찰

우리 인간의 욕구는 어떤 시점에서 경험하게 되는 결핍에서 비롯된 필요 내지 갈망이라 할 수 있다. 욕구가

있거나 필요가 결핍된 상태에서는 인간은 끊임없이 잘못된 상황을 해소하려 할 것임은 본능이라 볼 수 있다. 이러한 상황에 대한 해소 노력은 결과적으로 만족을 누릴 때까지 지속된다. 만족은 “심리적으로 부족함이 없는 상태”를 말하는데, 욕구가 충족되면 만족을 얻게 될 것이다.

교육만족도에 영향을 주는 요인들을 살펴보면 과거에는 교육수요자(학습자)의 요구가 주로 교육내용이나 교육방법에 집중되었기 때문에 교육만족도에 관한 연구가 일반적으로 교육내용 및 교육방법과 관련된 요인을 중심으로 진행되었다. 그러나 최근 교육욕구가 다양해지면서 교육내용, 교육방법 뿐 아니라 교육시설, 강사 자질, 교육기자재, 직원서비스 등에 다른 여러 측면에서의 요구도 발생하고 있는 실정이다. 이러한 점에서 Caffarella(1991)은 교육 만족도를 결과적 차원과 과정적 차원으로 구분하였으며, POSCO 경영연구소(1999)도 사내교육 평가로써 반응평가를 적용 다양한 차원에서 만족도를 평가하고 있다. 학습자의 교육 프로그램 만족도를 측정하는 것으로 교육내용, 기간, 시설, 강사, 교수방법, 결과의 영향력 등 다양한 차원으로 분석하고 있다.

Bitner(1992)는 고객들이 기업의 환경 내에서 서비스를 소비하기 때문에 서비스 기업의 물리적 환경은 매우 중요한 영향력을 갖고 있다고 주장하였다. Baker(1987)는 이러한 연구들에 대해서 많은 서비스 기업들이 서비스 활동을 전개하는데 있어서 제품, 가격, 촉진, 유통 등의 활동에만 관심을 가질 뿐 물리적 환경이 고객만족, 종업원과 고객서비스에 미치는 효과를 고려하지 못하고 있다고 주장하였다.

학생들에게 제공되는 교육서비스에서 주체가 되는 교수(강사)에 대한 항목은 교육서비스에 있어서 중요한 특성이 된다. Chardwick & Ward(1987), 임현정(2008)은 학생들의 만족요인과 구매의도와의 관계에 대한 실증연구에서 교수의 지도와 교수와의 상호작용 품질이 타인에게 자신의 학교를 선택할 구전에 유의적으로 영향을 미치고 있음을 제시하고 있다. Pate(1990)는 강의의 질과 교수와의 상호작용이 학생만족에 정(+)의 유의적인 영향을 미친다는 연구결과를 제시하였다. 김중의와 이희정(2000)의 연구에서도 교육서비스요인으로서 교수의 강의내용을 포함시켜 만족도와의 관계를 파악하고 있다.

학생들에 대한 직원들의 교육지원서비스도 학생만족의 결정요인으로 제시되고 있다. Engelland, et al(2000)

의 연구에서와 같이 직원서비스 센터의 역할이 학생들의 서비스품질 지각에 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 김양희(2002), 장유정(2003), 한상돌(2009), 성석주(2009)는 학생들의 만족도를 높이기 위해 직원에 대한 친절교육 실시, 직원의 경영의식 제고 등을 제시하였다.

운영서비스의 밑바탕은 교육기관이 학생에게 신뢰를 제공하는 것에 있다. 신뢰에 관한 연구가 조직연구에서 활발하게 진행되고 있고 신뢰의 개념에 대한 다양한 정의를 제시하고 있으며, 마케팅 영역에서도 기업 간 관계행동에 대한 연구에 초점을 맞추는 관계마케팅에서 장기 지향성의 결정요인으로 신뢰의 역할을 제시하고 신뢰의 개념에 대한 정의를 다양한 각도에서 제시하고 있다(김구성, 2003).

교육만족도에 따른 성과요인으로는 고객만족과 재이용이 있다. 고객만족은 현대의 기업에서 고객을 만족시키지 않고서는 기업목표를 달성할 수 없기 때문에 매우 중요한 요인이 되고 있다. 교육서비스를 제공하는 대학 및 교육기관의 경우, 고객인 학생에 대한 만족을 중시하게 되었는데 단순히 학생들의 만족을 이끌어 내겠다는 것보다 교육서비스와 관련되는 다양한 고객군의 만족을 이끌어 내기 위한 다양한 활동을 하고 있는 것이다. 고객만족에 대한 연구에서 Oliver(1980)는 고객만족을 고객이 소비를 경험한 이후에 측정되는 사후개념으로 보고 있다. 대부분의 고객들은 그들의 요구와 기대에 부응하여 경험한 후 나타나는 결과로서 상품과 서비스의 재구매가 이루어지고 고객의 신뢰가 연속되는 상태로 나타난다.

Czepeil & Rosenberg(1976)의 연구에서도 고객만족을 제공된 제품 또는 서비스를 획득하거나 소비함으로써 유발되는 욕구 및 요구를 충족시키는 정도에 대한 소비자의 주관적인 평가로 정의하였다.

고객은 서비스를 제공 받은 후에 서비스에 대한 만족 또는 불만족을 형성하게 되고, 그에 따라 여러 결과물이 나타나게 되는데, 고객만족과 관련한 연구들에서 제시한 고객만족의 결과변수들로서 태도의 변화, 재구매, 고객충성도, 구전, 불평행동이 있음을 Oliver(1980)는 주장하였다.

3. 모형의 설정 및 연구설계

3.1 연구모형 및 가설

2.3절 교육서비스 요소가 만족도에 영향을 준다는

가설을 세우기 위해 교육만족도에 영향을 주는 요인들을 살펴보면 최근 교육욕구가 다양해지면서 교육내용, 교육방법 뿐 아니라 교육시설, 강사자질, 교육기자재, 직원서비스 등에 다른 여러 측면에서의 요구도 발생하고 있는 실정이다. Caffarella(1991), POSCO 경영연구소(1999)도 학습자의 교육 프로그램 만족도를 측정하는 것으로 교육내용, 기간, 시설, 강사, 교수방법, 결과의 영향력 등 다양한 차원으로 분석하고 있다.

Bitner(1992)는 서비스 기업의 시설 환경은 매우 중요한 영향력을 갖고 있다고 주장하였으며, Chardwick & Ward(1987), 임현정(2008)은 교수의 지도와 교수와의 상호작용 품질이 타인에게 자신의 학교를 선택할 구전에 유의적으로 영향을 미치고 있음을 제시하고 있다. 김중의와 이희정(2000)의 연구에서 강의내용을 포함시켜 만족도와 관계의 관계를 파악하고 있다. Engelland, et al(2000)의 연구에서는 직원서비스 센터의 역할이 학생들의 서비스품질 지각에 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 김양희(2002), 장유정(2003), 한상돌(2009), 성석주(2009)는 직원에 대한 친절교육 실시, 직원의 경영의식 제고 등을 제시하였다.

고객은 서비스를 제공 받은 후에 서비스에 대한 만족 또는 불만족을 형성하게 되고, 그에 따라 여러 결과물이 나타나게 되는데, 이와 같은 고객만족과 관련한 연구들에서 제시한 고객만족의 결과변수들로서 태도의 변화, 재구매, 고객충성도, 구전, 불평행동이 있음을 Oliver(1980)는 주장하였다. 우리는 우리 현장에 가장 적합하다고 느낀 교육시설, 강사, 직원서비스, 운영서비스가 고객만족에 영향을 미치고 고객만족은 재이용에 영향을 미친다는 가설을 설정하고 검증하고자 한다. 이에 대한 연구모형을 <그림 1>과 같이 설정하였다.

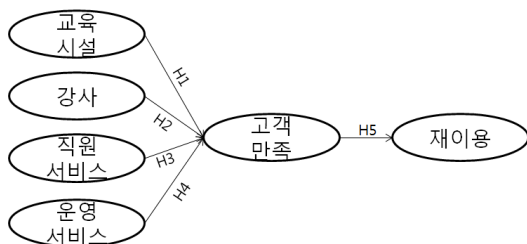


그림 4

3.1.1 교육시설과 고객만족간의 관계

교육시설 환경은 고객만족에 영향을 미치며, 강의장 규모, 기자재, 냉.난방과 같은 물리적 환경들은 교육서

비스 체험의 중요한 요소들이다 즉 교육시설과 같은 물리적 환경은 고객에 직.간접적 영향을 미친다(홍상수,2009). 따라서 교육시설과 고객만족 간에 다음과 같은 가설을 설정할 수 있다.

H1 : 교육시설은 고객만족에 정(+)에 영향을 미칠 것이다.

3.1.2 강사와 고객만족간의 관계

교육서비스의 직접적 제공자인 강사의 역할이 중요하며 이는 고객만족에 영향을 미친다. 강사의 능력, 자질은 중요한 서비스 공급요소이며 강의능력과 전문지식은 교육소비자인 학생들에게 고객만족을 제공할 수 있다(김주홍,2009). 따라서 강사와 고객만족 간에 다음과 같은 가설을 설정할 수 있다.

H2 : 강사는 고객만족에 정(+)에 영향을 미칠 것이다.

3.1.3 직원서비스와 고객만족간의 관계

학생들에 대한 직원서비스는 고객만족의 중요 요소이며, 학생들의 만족도를 높이기 위해서는 직원에 대한 친절교육 실시, 경영의식이 제공되어야 한다. 특히 서비스 개선방안으로 직원의 친절교육과 신속한 업무 처리 능력이 필요하며 우수인력 확보 등이 고객만족을 유도할 수 있는 방안이다(양태식, 2004). 따라서 직원서비스와 고객만족 간에 다음과 같은 가설을 설정할 수 있다.

H3 : 직원서비스는 고객만족에 정(+)에 영향을 미칠 것이다.

3.1.4 운영서비스와 고객만족간의 관계

운영서비스의 신뢰요인은 약속된 교육 서비스를 정확하게 수행할 수 있는 능력을 의미하며, 고객만족에 중요한 역할을 한다. 즉, 정해진 일정과 시간에 교육 서비스가 제공되어야 하며, 정보 기록이 정확히 관리되는 것을 의미한다(권미영, 2005). 따라서 운영서비스와 고객만족 간에 다음과 같은 가설을 설정할 수 있다.

H4 : 운영서비스는 고객만족에 정(+)에 영향을 미칠 것이다.

3.1.5 고객만족과 재이용의 관계

제품과 서비스에 대한 고객의 만족/불만족 경험은 이용 후의 태도와 재이용 의도에 영향을 미친다(채용준, 2005). 따라서 이러한 연구 결과들을 근거로 고객만족

과 재이용간에 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H5 : 고객만족은 재이용에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.2 변수의 설계

구성개념의 조작적 정의는 개념을 실증적으로 파악할 수 있도록 측정의 관점에서 구체화되어야 하며, 동일한 개념의 측정을 위하여 다양한 차원에서 이루어져야 한다고 Stone(1987)은 강조하고 있고, 본 연구에서

는 교육 서비스품질에 대한 측정을 위해 교육 서비스품질 변수 23가지 문항을 설정하였다.

교육서비스품질의 구성요소는 많은 변수중에 기존 연구에서 중요시하는 4개의 변수로 정하였다. 교육시설, 강사, 직원서비스, 운영서비스 4개 변수이다. 각 변수들을 측정할 수 있는 변수들은 <표 1>과 같이 정의하였다. 종속변수로서 고객만족, 재이용을 잡았으며, 각 변수들의 측정 항목은 <표 1>과 같다.

4. 실증분석

<표 1> 변수의 조작적 정의

구분	변수	측정항목	참고문헌
교육서비스품질 구성요소	교육시설	V1_1 대중교통 편의성 V1_2 주차 편의성 V1_3 강의장 규모 V1_4 냉난방 시설 V1_5 시설 기자재 V1_6 휴식공간 V1_7 강의실 조명 밝기	양태식(2004) 박노근(2004) 한상돌(2009) 홍상수(2009) 성석주(2009)
	강사	V2_1 전문지식 V2_2 강의속도 V2_3 전달능력 V2_4 강의태도 V2_5 유대관계 V2_6 강의내용	장유정(2003) 엄경아(2004) 임현정(2008) 김주홍(2009) 홍상수(2009)
	직원서비스	V3_1 직원 신속성 V3_2 직원 친절성 V3_3 직원 도움 V3_4 직원신뢰 V3_5 수강신청 도움	김양희(2002) 양태식(2004) 엄경아(2004) 김주홍(2009) 한상돌(2009)
	운영서비스	V4_1 교육일정 V4_2 교육시간 V4_3 정보기록 V4_4 교육안내 V4_5 원칙이행	김양희(2002) 권미영(2005) 이경철(2006) 성석주(2009)
고객만족 구성요소	고객만족	V5_1 전반적만족 V5_2 기관선택만족 V5_3 교육성과만족 V5_4 교육도움만족	Oliver(1980) 주형근(1999) 채형준(2005)
재이용 구성요소	재이용	V6_1 다시이용 V6_2 다른강좌평가 V6_3 긍정적소개 V6_4 주변인추천 V6_5 타기관보다 우선선택	장영실(2006) 이성주(2007) 허제도(2008) 김경희(2009) 조계룡(2009)

4.1. 표본의 구성

설문대상으로는 E평생교육센터의 교육을 1회 이상 참가하고 최근 3년 이내에 수료한 교육생을 대상으로 실시하였다. 설문조사방법은 온라인에서 설문 가능한 설문시스템을 제작하여 이메일로 2,000부 배포하고 자료를 수집하였다. 회수된 설문지는 총 260부였으나 불성실한 답변이 포함된 10부를 제외한 250부를 분석에 사용하였다. 설문자료는 SPSS 18과 AMOS 18을 사용하였다. 다음은 연구표본에 대한 특성 분석결과를 <표 2>과 <표 3>과 같이 요약하였다.

<표 2> 응답자의 기업규모

분류	빈도	퍼센트	누적퍼센트
공기업	12	4.8	4.8
대기업	43	17.2	22.0
중소기업 (50인미만)	31	12.4	34.4
중소기업 (50~300인)	117	46.8	81.2
중소기업 (300~500인)	42	16.8	98.0
학교소속	5	2.0	100.0
합계	250	100.0	

<표 3> 응답자의 직급

응답자 직급	빈도	퍼센트	누적퍼센트
임원급	2	0.8	0.8
부장급	16	6.4	7.2
차장급	28	11.2	18.4
과장급	59	23.6	42.0
대리급	85	34.0	76.0
사원급	60	24	100.0
합계	250	100	

4.2 신뢰도 및 타당성 분석

연구가설과 관련된 변수들에 대한 측정도구들이 일관성 있게 응답을 유도하도록 구성되었는지, 각 변수의 이론적인 구성개념들을 적절하게 반영하고 있는지를

살펴보기 위해 변수들의 신뢰도(reliability)와 타당성(validity)을 검증하였다. 타당성이란 측정도구가 측정하고자하는 것을 정확히 측정할 수 있는 정도를 의미한다. 본 연구에서는 척도에 대한 타당성을 검증하기 위해 탐색적 요인분석을 실시하였다. 신뢰도는 Cronbach's α 적용하여 분석하였다.

Cronbach's α 는 모두 0.7이상으로 나타나 신뢰도가 확인되었으며, 요인분석에서는 6개의 요인이 전체변동의 61.29%를 설명하는 것으로 나타나 타당성이 확인되었다. 단, V1_1 대중교통편의성 공통성 0.37(≤ 0.4)로 낮게 나와 제외하였다. 직각회전 후 처음 의도대로 묶이지 않는 4개 항목은 제거하였다. 제거된 요인별 측정항목과 신뢰도 및 타당성 분석 결과요약은 <표 4>, <표 5>와 같다.

4.3 확인적 요인분석

확인요인 분석은 특정가설을 설정하고 자료에서 관찰되는 관계를 어느 정도 설명하고 있는지의 정도를 나타내는 기법이다. 본 연구에서는 구성개념의 단일요인에 대한 분석을 통해 먼저 각 관측변수의 신뢰도를 파악하고, 다음으로 전체 구성개념들 간의 상관성을 고려하여 관측변수 및 전체 적합도 수준에 대한 타당성을 파악하였다. 구조방정식의 모델적합도 평가는 이학식, 임지훈(2008)과 김대업(2008) 등에서 제시한 평가 기준에 따라 신뢰도와 타당성분석 후 구성개념별로 확인적요인분석을 실시하였다. 구성개념변수와 관측변수간의 인과적 유의성에서 모두 통계적으로 유의($p < 0.001$)한 관계로 파악되어 단일차원성을 저해하는 항목은 확인되지 않았다. 단일차원성을 검증한 후, 전체요인간의 집중타당성과 판별타당성에 대한 검증을 위해 전체모형의 적합도를 평가하였다.

Chi-square의 p 값(0.000)은 유의하여 기각되어야 하지만 χ^2/df 비율이 1.42로 나타나 기준 2이하(Byrne, 1989)를 충족하고 있고, 이 외에 모든 지수들이 적합한 결과를 <표 6>에서 보이고 있다.

전체모형 적합도평가 이후 집중타당성과 판별타당성을 평가하였다. 집중타당성은 표준화요인부하량(standardized factor loading)과 평균분산추출지수, 구성개념신뢰도 측정을 통해 검증하였다. 표준화 요인부하량 0.5 이상(Anderson & Gerbing, 1988), 평균분산추출지수 값 0.5 이상(배병렬, 2009), 구성개념신뢰도값 0.6 이상(Bagozzi, et al., 1991)으로 나타나 집중타당성이 확보되었으며 <표 7>과 같다.

<표 4> 요인 분석(타당성 및 신뢰도 분석)

구성 개념	측정 변수	최초 항목수	직각회 전후	성분						공통성
				1	2	3	4	5	6	
재이용	V6_4	5	5	.804	.173	.075	-.067	.096	.056	0.699
	V6_3			.776	.177	.113	.018	.217	.134	0.711
	V6_5			.747	.4	.134	-.095	.078	.116	0.609
	V6_2			.743	.1	.088	.053	.143	.053	0.695
	V6_1			.664	.187	.222	-.196	.124	.049	0.581
운영서비스	V4_4	5	5	.167	.758	.160	.024	.139	.101	0.658
	V4_1			.174	.753	.204	.134	.062	.079	0.667
	V4_2			.208	.664	.198	-.032	.300	.178	0.646
	V4_5			.243	.664	.155	.020	.226	.188	0.610
	V4_3			.213	.566	.252	-.027	.313	.093	0.537
고객만족	V5_4	4	4	.193	.174	.776	.076	.156	.203	0.696
	V5_3			.215	.186	.739	-.043	.091	.173	0.667
	V5_1			.060	.260	.714	.206	.192	.190	0.696
	V5_2			.172	.297	.693	.083	.310	.081	0.707
직원 서비스	V3_3	5	5	-.028	.116	.130	.758	-.103	-.052	0.620
	V3_5			.022	-.015	.014	.732	.039	.073	0.544
	V3_2			-.035	.027	.084	.721	-.061	.023	0.533
	V3_1			-.140	.120	-.128	.643	.068	.146	0.490
	V3_4			-.042	-.091	.087	.629	.124	.026	0.429
강사	V2_6	6	4	.118	.151	.125	-.077	.774	.142	0.678
	V2_1			.290	.101	.216	.160	.641	.000	0.578
	V2_3			.101	.308	.217	-.042	.624	.136	0.561
	V2_2			.151	.343	.093	.096	.564	.156	0.501
교육시설	V1_4	7	4	.153	.047	.038	.024	.122	.812	0.702
	V1_6			.154	.169	.140	.147	.051	.749	0.657
	V1_5			-.069	.114	.213	.009	.113	.694	0.558
	V1_3			.229	.282	.280	.098	.116	.501	0.474
고유치				8.166	2.902	1.680	1.480	1.238	1.083	
설명력				12.527	11.771	10.131	9.805	8.605	8.455	
누적설명력				12.527	24.298	34.429	44.234	52.839	61.294	
Chronbach's Alpha				0.793	0.792	0.748	0.843	0.852	0.861	
표준형성 적절성의Kaiser-Meyer-Olkin 측도.										.900
Bartlett의 구형성 검정유의확률										.000

<표 5> 제거된 측정항목

구성개념	제거된 측정변수	제거사유
교육시설	V1_1 대중교통 편의성	공통성 기준 이하
교육시설	V_2 주차 편의성	직각회전후 제거
	V1_7 강의실 조명 밝기	
강사	V2_4 강의태도	
	V2_5 유대관계	

<표 6 > 확인적 요인분석 결과

	적합지수	지수	판정
절대 적합지수	Chi-square χ^2	438.81	
	Degrees-of- freedom	309	
	χ^2 의 $p > 0.05$	0.000	부적합
	$\chi^2/df \leq 2$	1.42	적합
	$RMR \leq 0.05\sim 0.08$	0.02	적합
	$GFI \geq 0.8\sim 0.9$	0.88	적합
	$AGFI \geq 0.8\sim 0.9$	0.86	적합
증분적 적합지수	$RMSEA \leq 0.05\sim 0.08$	0.04	적합
	$NFI \geq 0.8\sim 0.9$	0.85	적합
	$IFI \geq 0.9$	0.95	적합
	$TLI(NNFI) \geq 0.8\sim 0.9$	0.94	적합
	$CFI \geq 0.9$	0.95	적합

<표 7> 전체요인의 확인적 요인분석결과

경로방향		표준화	비표준화	S.E.	C.R.	P	SMC	CR	AVE
V1_3	<--- 교육시설	0.62	1				0.38	0.87	0.63
V1_4	<--- 교육시설	0.67	1.06	0.14	7.83	***	0.44		
V1_5	<--- 교육시설	0.58	0.92	0.13	7.07	***	0.33		
V1_6	<--- 교육시설	0.73	1.29	0.16	8.21	***	0.53		
V2_1	<--- 강사	0.61	1				0.37	0.86	0.61
V2_2	<--- 강사	0.64	1	0.13	7.72	***	0.41		
V2_3	<--- 강사	0.69	1.16	0.14	8.09	***	0.47		
V2_6	<--- 강사	0.63	1.05	0.14	7.66	***	0.40		
V3_1	<--- 직원서비스	0.55	1				0.30	0.87	0.59
V3_2	<--- 직원서비스	0.66	1.32	0.19	6.85	***	0.44		
V3_3	<--- 직원서비스	0.72	1.51	0.21	7.08	***	0.52		
V3_4	<--- 직원서비스	0.52	1.10	0.19	5.95	***	0.30		
V3_5	<-- 직원서비스	0.61	1.19	0.18	6.56	***	0.37		
V4_1	<--- 운영서비스	0.70	1				0.49	0.91	0.67
V4_2	<--- 운영서비스	0.77	1.14	0.11	10.77	***	0.58		
V4_3	<--- 운영서비스	0.70	0.94	0.09	9.94	***	0.49		
V4_4	<--- 운영서비스	0.70	0.96	0.09	10.24	***	0.52		
V4_5	<--- 운영서비스	0.73	0.96	0.09	10.36	***	0.53		
V5_1	<--- 고객만족	0.78	1				0.6	0.89	0.66
V5_2	<--- 고객만족	0.80	1.04	0.01	12.87	***	0.65		
V5_3	<--- 고객만족	0.70	0.93	0.08	11.05	***	0.49		
V5_4	<--- 고객만족	0.79	1.07	0.09	12.54	***	0.62		
V6_1	<--- 재이용	0.69	1				0.47	0.92	0.69
V6_2	<--- 재이용	0.79	1.11	0.10	10.88	***	0.62		
V6_3	<--- 재이용	0.81	1.15	0.10	11.06	***	0.65		
V6_4	<--- 재이용	0.78	1.13	0.11	10.76	***	0.61		
V6_5	<--- 재이용	0.66	0.93	0.10	9.35	***	0.42		

<표 8 > 구성개념 간의 판별타당성 분석결과

	AVE	교육시설	강사	직원서비스	운영서비스	고객만족	재이용
교육시설	0.63						
강사	0.61	0.27					
직원서비스	0.59	0.04	0.01				
운영서비스	0.67	0.32	0.61	0.01			
고객만족	0.66	0.34	0.47	0.04	0.49		
재이용	0.69	0.17	0.33	0.01	0.40	0.24	

판별타당성(discriminant validity)은 Fornell & Larcker(1981)의 분산추출지수 값과 상관계수제공 값의 비교분석 방법으로 판별타당성을 평가하였으며, 모두 적합한 것으로 판단되었다<표 8>.

4.4 구조모형 분석

Amos 18.0을 이용하여 구조방정식모델(Structural Equation Model)을 구축한 후, 구조모형의 적합여부를 검증하기 위해 구조모형의 적합수준을 파악하였다.

Chi-square의 p값(0.000)은 유의하여 기각되어야 하지만 χ^2/df 비율이 1.53으로 나타나 기준 2이하(Byrne,1989)를 충족하고 있고, 이 외에 모든 지수들이 <표 9>에서처럼 적합한 결과로 나타나 전체적으로 판단할 때, 개념들 간의 상관을 고려한 확인적 요인분석 모델은 적합한 수준으로 볼 수 있다.

4.5 가설의 검증

최종모형의 구조모형분석 결과를 바탕으로 본 연구의 가설에 대한 검증을 진행하였다. 가설 검증 결과

<표 10>와 같이 나타났다.

<표 9 > 구조모형 적합도 평가결과

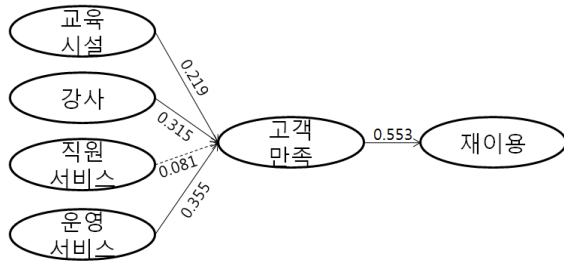
	적합지수	지수	판정
절대 적합지수	Chi-square χ^2	480.57	
	Degrees-of- freedom	313	
	χ^2 의 $p > 0.05$.000	부적합
	$\chi^2/df \leq 2$	1.53	적합
	$RMR \leq 0.05 \sim 0.08$	0.04	적합
	$GFI \geq 0.8 \sim 0.9$	0.88	적합
	$AGFI \geq 0.8 \sim 0.9$	0.85	적합
	$RMSEA \leq 0.05 \sim 0.08$	0.05	적합
증분 적합지수	$NFI \geq 0.8 \sim 0.9$	0.84	적합
	$IFI \geq 0.9$	0.94	적합
	$TLI(NNFI) \geq 0.8 \sim 0.9$	0.93	적합
	$CFI \geq 0.9$	0.94	적합

<표 10> 경로분석을 통한 가설검증 결과

연구가설				표준화	비표준화	S.E.	t-value	P	결과
H1	고객만족	<---	교육시설	0.219	0.349	0.130	2.693	*	채택
H2	고객만족	<---	강사	0.315	0.494	0.194	2.543	*	채택
H3	고객만족	<---	직원서비스	0.081	0.159	0.115	1.376	0.169	기각
H4	고객만족	<---	운영서비스	0.355	0.422	0.145	2.910	*	채택
H5	재이용	<---	고객만족	0.553	0.458	0.067	6.879	***	채택

***는 $p < 0.001$, **는 $p < 0.01$, *는 $p < 0.05$ 에서 유의함

가설 1, 가설 2, 가설 4, 가설 5는 다른 논문과 같이 유의한 것으로 나타났다. 가설 3(직원서비스는 고객만족에 정의 영향을 미칠 것이다)는 기각되었다. 이는 E 평생교육원의 직원이 비정규직을 포함하고 있어 직원서비스에 일관성이 없는 것으로 해석된다. <표 10>의 결과와 같이 경로를 그림으로 그리면 <그림 2>와 같다.



<그림 2> 경로분석결과

주) 경로계수는 모두 표준화계수(실선은 유의한 경로)

5. 결론

5.1 결론의 요약

본 연구는 교육서비스품질의 구성요소인 교육시설, 강사, 직원서비스, 운영서비스가 고객만족과 재이용에 영향을 미칠 수 있음을 가설로 제안하고 개념 간 인과관계를 실증분석 하여 확인하는데 목적이 있다.

이상의 연구결과 기준에 알려진 서비스품질이 재검증되었으면 E평생교육에선 직원서비스가 유의하지 않게 나왔다. 이를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 교육시설, 강사, 운영서비스는 고객만족에 유의한 영향을 미치고, 그 결과인 고객만족은 재구매에 영향을 미친다는 것을 확인하였다. 교육시설, 강사, 운영서비스는 거의 같은 비율로 고객만족에 영향을 미친다. 특히 강사의 역할이 교육생에 대한 고객만족에 중요한 요소임을 확인하였다.

둘째, 직원서비스는 고객만족에 유의한 영향을 미치지 않았다. E평생교육센터의 계약직 고용을 통한 직원서비스가 서비스 품질의 차이를 발생시킨 이유로서 판단되었다.

셋째, 고객 만족도는 재이용에 유의한 영향을 미친다. 기업 수익과 직접연결된 것은 재구매율을 높이기 위해선 고객 만족을 기본으로 잡아야 한다.

이상의 결론은 E 평생교육원에서 생각지 못한 결과로 E 평생교육원의 고객만족을 올리기 위한 시사점을 주고 있다.

5.2 연구의 한계점 및 향후 연구과제

본 연구의 한계와 향후 연구과제는 다음과 같다.

첫째, E평생교육센터에서 제공하고 있는 교육은 크게 두 가지로 구분할 수 있다. 재직자 환급교육과 정부지원 무료교육이다. 재직자 환급교육은 고용보험이 가입되어있는 직장을 근무하고 있는 재직자를 대상으로 노동부에서 일정금액을 지원해주는 교육이다. 즉, 교육기관은 재직자 환급교육을 개설할 경우 교육비의 부담을 경감시켜 교육생을 유치할 수 있는 장점이 있고 아울러 교육생도 교육비의 일정부분을 경감시킬 수 있기 때문에 해당 기업의 고용주의 부담을 덜어주는 제도이다.

E평생교육센터에서 실시하고 있는 정부지원 무료교육 사업은 중소기업 핵심직무능력 교육이라고 하며 중소기업만을 대상으로 실시하는 사업이다. 노동부 지원하에 산업인력공단에서 실시하며 2006년부터 2010년까지 매년 실시하고 있으며 중소기업 대표자를 제외한 임직원 누구나 교육비의 전액 무료로 교육에 참가할 수 있다. E평생교육센터는 재직자 환급교육과 정부지원 무료교육을 동시에 시행하고 있으며 유료와 무료로 참가하는 교육생들의 고객만족과 재이용에 어떠한 차이가 있는지 추가적인 연구가 필요할 수 있다.

둘째, E평생교육센터의 직원서비스가 고객만족에 유의한 영향을 미치지 않은 결과가 나타났다. 이는 고용형태에 따른 직원의 특성이 영향을 미쳤을 것으로 추측되며 직원서비스의 질 개선을 위한 서비스 교육시행 및 그에 따르는 추가 연구를 통하여 고객만족에 유의한 영향을 미치는지 추가 연구할 필요가 있다.

참고문헌

- [1] 강병서, 조철호(2005), 「SPSS와 AMOS활용 연구조사방법론」, 무역경영사.
- [2] 김구성(2003), “모기업 신뢰가 인터넷 쇼핑몰의 신뢰와 재구매의도에 미치는 영향에 관한 연구”, 국민대 대학원 박사학위논문.
- [3] 김대엽(2008), 「논문작성절차에 따른 구조방정식 모형분석」, 학현사.
- [4] 김주홍(2009), “대학의 교육서비스 품질이 고객만족과

학교 충성도에 미치는 영향에 관한 연구”, 영남대학교 경영대학교 석사학위논문.

[5] 김양희(2002), “대학교육 서비스품질 요인이 학생만족 및 후속행동에 미치는 영향”, 조선대학교 경영대학원 석사학위논문.

[6] 김중의,이희정(2000), “교육서비스의 고객만족 영향 요인에 관한 연구”, 숙명여자대학교 경제경영논집 30,1, pp.152-171.

[7] 권미영(2005), “유아교육기관의 서비스품질 요인 선정과 고객만족에 미치는 영향에 관한 연구 : 유치원과 보육기관 분석”, 서울여자대학교 대학원 박사학위논문.

[8] 박노근(2004), “교육서비스 구성요소 및 품질만족과 재이용의도에 관한 연구 : IT 직업전문학교 중심으로”, 창원대학교 경영대학원 석사학위논문.

[9] 박중환(1998). “우리나라 호텔기업 서비스의 국제경쟁력 제고를 위한 외국인 호텔 고객 의 서비스품질요인 개발 및 만족도 제고에 관한 실증적 연구”, 동립 경영연구. pp.340.

[10] 성석주(2009), “교육행정서비스의 질이 만족도와 애교심에 미치는 영향 : 대구.경북지역 대학생을 중심으로”, 계명대학교 대학원 박사학위논문.

[11] 양동인(2005). “학원교육의 품질이 수강생의 만족 및 재수강에 미치는 영향”, 단국대학교 산업경영대학원 석사학위논문.

[12] 엄경아(2007), “대학교육서비스 품질이 학생만족과 행동의도에 미치는 영향에 관한 연구: 대학형태와 인구통계 비교연구를 중심으로”, 인하대학교 경영대학원 석사학위논문.

[13] 이경철(2007), “e-Learning 소프트웨어의 품질 시험평가 모델 개발”, 호서대학교 벤처전문대학원 박사학위논문.

[14] 이성주(2007), “사설학원의 교육서비스품질요인이 재구매 의도에 미치는 영향”, 숭실대학교 중소기업대학원 석사학위논문

[15] 이학식, 임지훈(2008), 「구조방정식모형분석과 AMOS 7.0」, 법문사.

[16] 임현정(2008), “외부 서비스교육의 서비스품질과 교육내용이 교육만족 및 충성도에 미치는 영향에 관한 연구”, 경기대학교 서비스경영전문대학원 석사학위논문.

[17] 양태식(2004), “대학의 교육서비스 품질이 학생만족 및 추천의도에 미치는 영향”, 경기대학교 서비스경영전문대학원 석사학위논문.

[18] 장영실(2007), “인터넷 쇼핑몰의 서비스품질이 고객만족에 미치는 영향에 관한 연구: 종합인터넷쇼핑몰의 신뢰에 따른 충성도를 중심으로”, 이화여자대학교 경영대학원 석사학위논문.

[19] 장유정(2003), “SERVQUAL 모형을 이용한 대학교육서비스 품질 평가”, 한양대학교 경영대학원 석사학위논문.

[20] 최성용(2004), “현대 서비스 운영관리”. 서울 : 삼영사.

[21] 채형준(2005), “제품속성, 가격, 서비스 수준, 광고와 고객만족 및 재구매 의도간의 관계”, 계명대학교 대학원 박사학위논문.

[22] 한상돌(2009), “구조방정식모형을 이용한 서비스 품질 측정에 관한 연구 : 교육품질을 중심으로”, 대구가톨릭대학교 대학원 박사학위논문.

[23] 허제도(2008), “서비스 품질과 기업이미지가 고객만족과 충성도에 미치는 영향에 관한 연구”, 인하대학교 대학원 석사학위논문.

[24] 홍상수(2008), “공인증개사 실무교육 서비스 만족도에 관한 연구”, 대구대학교 대학원 박사학위논문.

[25] Anderson, J. C. and D. W. Gerbing(1988), “Structural Equation Modeling in Practice: A Review and Recommended Two-Step Approach”, *Psychological Bulletin*, Vol. 103, No.3, pp. 411-423.

[26] Bagozzi, R. P., Y. Yi & L. W. Phillips(1991), “Assessing construct validity in organizational research”, *Administrative Science Quarterly*, Vol.36, No.3, pp.421-458.

[27] Baker and Julie(1987), “The Role of the Environment in Marketing Service: the Consumer Perspective,” in *The Services Challenge: Integrating for Competitive Advantage*, John a. Czepiel, Caroke A. Congram.

[28] Berger, P., and J. Neuhaus(1997), *To Empower People: The Role of Mediating Structures in Public Policy*, American Enterprise Institute for Public Policy, Washington, D.C pp.96-125.

[29] Bitner, Mary Jo(1992), “Service Scapes: The impact of Physical Surroundings on Customers and Employees,” *Journal of Marketing*, Vol.56(4), pp. 57-71.

[30] Byrne, Barbara M.(1989), *A Primer of LISREL: Basic Applications and Programming for Confirmatory Factor Analytic Models*, Springer-Verlag.

[31] Caffarella, Rosemary S.(1991), “Judging the quality of work-related, self-directed learning”, *Adult Education Quarterly*, Vol41. No1. pp.17-29.

[32] Chadwick, K., and J. Ward(1987), “Determinants of Consumer Satisfaction with Education: Implication for College and University Administrators”, *College and University*, pp.236-246.

[33] Cooper, R. G.(1979), “The Dimension of Industrial New Product Success and Failure”, *The Journal of Marketing*, Vol.43, No.3, pp.93-103.

[34] Crane, F. G.(1988). “The Role of cues in High-Contact Service Marketing”, University of Bradford,

[35] Engelland, Brian, T., Letty Workman, and Mandeep

- Singh(2002), "Ensuring ServiceQuality for Campus Career Service Centers: A Modified SERVQUAL Scale," *Journal of Marketing Education*, Vol22(12), pp.236-245.
- [36] Fornell, C. and D. F. Larcker(1981), "Evaluating structure equation models with unobservable variables and measurement error", 「*Journal of Marketing Research*」, Vol.18, No.1, pp.39-50.
- [37] Green, Corliss L.(1998). "Communicating Service Quality : Are Business to-Business Ads Different?". *The Journal of Service Marketing*, Vol. 12. No. 3,pp. 165-176.
- [38] Kenneth, E. C. and W. V. Dugas.(1993). "Building a competitive Advantage for Service Firm". *Journal of Service Marketing*, Vol, 7, No. 1. pp.22-32.
- [39] Lovelock C.(1996), *Service marketing*, 3rd edition,, Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- [40] Oliver, R. L.(1980). "A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions". *Journal of Marketing Research*, November, pp. 460-469.
- [41] Pate, Jr., William Snyder(1990), "Modeling Consumer Satisfaction, Determinants of Satisfaction, and Post-purchase Actions Among Consumers of Undergraduate Higher Education", The University of North Carolina, pp52-96.
- [42] Woodside, Arch. G., Lisa L. Frey and Robert Timothy Dalty.(1989). "Linking Service Quality, Customer Satisfaction and Behavior Intention". *Journal of Health Care Marketing*, 9(December). pp.5-17.

2011년 2월 22일 접수, 2011년 3월 5일 1차 수정, 2011년 3월 10일 채택