http://dx.doi.org/10.5392/JKCA.2013.13.01.425

커피관련전공의 교육서비스품질이 학생만족도와 추천의도에 미치는 영향

Effect of Education Service Quality of the Coffee-realted Majors on the Students' Satisfaction and Recommend Intention

채선영*, 임미라**, 안대희***, 김광진****
커피교육연구원*, 대전발전연구원 도시기반실**, 대원대학교 호텔경영과***, 서울벤처대학원대학교****

Sun-Young Chea(86chaisy@naver.com)*, Mi-Ra Lim(mira@naver.com)**,
Dae-Hee Ahn(adh33@hanmail.net)***, Kwang-Jin Kim(kkg@suv.ac.kr)****

요약

커피산업의 분야가 확대 발전되면서 체계적이고 실용성 있는 지식을 갖춘 인력에 대한 필요성을 인식한 커피교육기관의 증가는 그 외형적 성장에 비해 내실화는 다소 미흡하다고 여겨진다. 따라서 전문직업인의 양성을 목적으로 하는 직업전문학교의 커피관련전공 학생들을 대상으로 교육서비스 품질의 구성요소와 그에 대한 만족도 그리고 학생만족도가 추천의도에 미치는 영향에 대하여 연구하여 커피교육의 적정성과 개선방향을 제시해보고자 한다. 실증연구를 통한 연구 결과는 다음과 같다. 교육서비스 품질의 5개 차원(유형성, 신뢰성, 반응성, 내용성, 확신성)은 학습만족도와 추천의도에 각각 통계적으로 유의한 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다.

이 연구의 결과는 커피교육의 발전을 위해서는 무엇보다도 커피교육관련 실습시설과 장비의 구비가 우선적 고려요소였으며 지도력과 전문성 있는 교, 강사의 중요성도 제시되었다. 또한, 커피전공을 선택함에 있어서 소신성을 보이고 있지만 직업으로의 연계에 불만족하고 있으므로 이에 대한 장기적 대책을 수립해야 할 것으로 보인다.

■ 중심어 : | 커피교육 | 교육서비스품질 | 학생만족도 | 추천의도 |

Abstract

The reason I propose the work to suggest the appropriate education for coffee and improvement on the service quality of education coffee related majors at vocational school that affects the students' satisfaction and recommend intention, achieved the training for professional man.

For the study, I did a research in October, 2011, targeting 263 students who complete regular course majoring in coffee at vocational school. The main study results as follows.

First, the result from the service quality of education that affects students' satisfaction, the tangibles is the highest portion followed by assurance, contents, responsiveness and reliability.

Second, the result shown satisfaction has influence on loyalty represents the positive effect which corresponds to the previous study.

Through the study, the facilities and equipment are the most considerable elements for improving coffee education and the professional teachers and instructors with leadership are also necessary condition in order to develop coffee education system though, the students are not satisfied with all connection towards their future careers, hence I deliberate the long term measures to improve all matters for coffee industry.

■ keyword : Coffee Education | Service Quality of Education | Students' Satisfaction | Recommend Intention |

접수번호 : #121016-004
접수일자 : 2012년 10월 16일
심사완료일 : 2012년 12월 10일
교신저자 : 채선영, e-mail : 86chaisy@naver.com

I. 서 론

국내 커피시장은 1980년대 중반 이후 외식산업의 급속한 성장과 1999년 스타벅스의 국내 진출로 인해 에스프레소 커피를 중심으로 하는 원두커피 시장이 비약적으로 발전하였다. 2012년 현재 국내의 커피산업 규모는 성인 1인당 연간 338잔을 소비하고 13만톤의 그린빈을 수입하여(관세청무역통계) 약 2조7천억의 시장을 형성하였고 산업 전반에 걸쳐 다양한 형태로 발전하고 있다.

커피시장은 국내외 대기업의 진출과 꾸준한 투자를 보았을 때 앞으로 그 규모가 더욱 확대될 것으로 예상되므로 지속적인 커피산업의 발전을 꾀하기 위해서도 체계적인 전문교육을 받은 인력의 필요성은 매우 절실하게 요구되고 있다. 이에 따라 2004년 대구보건대학에서 커피전공이 신설되었고 현재 전국적으로 9개 대학교(고구려대학, 대원대학, 상지영서대학, 백석문화대학, 부산여자대학, 양산대학, 전주대학교, 호남대학교)에서 운영되고 있으며 직업전문학교에서는 바리스타과 혹은 커피전공의 형태로 많은 학생들을 모집하고 있다. 그 외에도 사설 교육기관과 평생교육원을 통한 교육생의 수는 해마다 증가하고 있다.

이렇듯 국내 커피교육은 교육열풍이 불고 있음에도 그에 대한 연구는 극히 미비한 실정이고 커피에 관한 선행연구들은 '한국의 원두커피 시장 확대 방안에 관한 연구(서지연, 2010)', '배전시간을 달리한 커피의 항균효과 및 항산화성에 관한 연구(김지영, 2009)'등 커피전문점과 커피시장에 관한 연구 및 성분연구가 주를 이루어 왔다.

따라서 본 연구는 커피관련학과에 입학하여 전문학사과정의 수업을 이수하는 학생들을 대상으로 커피교육의 서비스품질 구성요소와 학생들의 만족도를 파악하여 교육생들에게 적절한 커피 교육을 제공받을 수 있는 기회를 제공하고 커피교육의 개선방향을 제시하고자 한다. 또한, 학생들의 만족도가 추천의도에 미치는 영향에 대하여 연구하여 커피관련 교육기관에서 학생들이 만족할 수 있는 교육 환경을 조성하여 고객을 확보하기 위한 유용한 정보로 활용되어지기를 기대한다.

II. 이론적 배경

1. 교육서비스 품질

교육서비스는 서비스의 결과물이나 상품이 분명하게 존재하는 일반 기업체와 달리 서비스의 개념과 교육결과의 성격이 다르고 명확하지 않아 그 만족도를 정확하게 정의하고 측정하는 것이 쉽지 않아[1] 교육기관의 만족도 연구는 활발한 연구가 이루어지지는 않았다.

교육서비스에 대한 정의는 대체로 수요자인 학생 입장에서 내려지고 있는데 최덕철・이경오(2000)는 교육서비스란 공급자인 학교가 수요자인 학생에게 교육적 목적달성에 관련된 유・무형의 서비스를 제공함으로써 소비자인 학생들에게 물질적, 정신적 만족을 실현시켜주는 일체의 활동이라고 정의하였다[2].

Lovelock(1991)은 교육서비스를 상호작용하는 인적 서비스이며, 학생과의 많은 접촉을 요구하는 순수 전문서비스이며, 사람중심의 무형적 행동이고, 고객과 보다 밀접한 관계를 유지하여 만족도를 높이는 지속적인 거래관계라고 하였다[3].

차수련・채연수(1999)는 교육서비스를 학생을 만족시키기 위해 학교와 교직원 등 교육서비스 제공자가 학생과의 상호작용을 통하여 학생들에게 제공하는 활동이며, 교육공급자와 수요자 관점에서 교육서비스는 교육행정기관, 학교 및 교직원 등 교육공급자가 학생, 학부모, 기업 등 교육수요자를 만족시키기 위하여 이들에게 제공하는 모든 활동이라고 정의하였다[4].

따라서 교육서비스품질은 교육의 목적을 달성하기 위해 교육공급자인 교육기관이 수요자인 학생들의 기대와 욕구를 충족시켜주는 모든 시설 및 활동이라고 말할 수 있을 것이다.

교육 서비스품질 측정척도개발에 관한 선행연구로는 Abdulllah(2006)가 대학교육 서비스품질 측정에 적합한 6개 차원의 대학교육 서비스품질 측정척도 HEdPERF (Higher Education PERFormance) 즉, 교수, 교육프로그램, 대학의 명성, 학생에 대한 배려, 조교・직원, 접근성을 개발하였고[5], 김소영・김연정(2009)의 연구에서 서비스품질 차원을 응답성, 확신성, 교육기자재, 교육시설, 홈페이지 접근용이성, 편리성, 신뢰성 및 본원적 혜

택의 7가지 항목으로 구성하여 연구한바 있다[6].

2. 학생만족

만족(Satisfaction)의 사전적 의미는 모자람 없이 충분하고 넉넉한 상태를 의미하는 것으로 1972년 미국 농산부에서 농산품에 대한 소비자 만족지수(CSI)를 측정하여 발표한 이후 학계에서 도입되어 연구 영역으로 부상하였다[7]. 그 후 경영 마케팅 분야에서 고객만족을 종속변수로 하여 고객의 관점에서 서비스나 제품에 대한 품질이 어떻게 영향을 미치는 지에 대한 연구는 활발히 이루어지고 있다. 고객만족(Customer Satisfaction)에 대한 개념은 학자들의 접근방식이나 관점에 따라 약간의 차이를 보이고 있는데 결과에 중점을 두는 이론은 소비자가 치른 대가에 적절히 혹은 부적절하게 보상되었다고 느끼는 소비자의 인지적 상태 혹은, 구매한 특정 제품이나 서비스, 소매상, 혹은 쇼핑이나 구매행동과 같은 행태와 관련되어 야기되는 경험에 대한 감정적 반응[8]이라고 하였다. 반면, 과정에 중점을 두는 이론에서는 소비경험이 최소한 기대되었던 것보다는 좋았다는 평가[9], 사전적 기대와 소비 후 지각된 제품성과 사이의 차이에 대해 보이는 소비자의 반응[10]등으로 정의하고 있다.

이러한 고객만족의 개념은 교육이 서비스분야로 인식되어지고 수요자인 학생을 고객으로 인지하면서 학생만족이라는 용어를 대입하기에 이르렀다. 최명철(2003)은 학생만족을 교육에 참가하는 학생들이 교육서비스를 통하여 얻는 욕구 충족 정도라고 정의하였으며[11], 최규환(2008)은 교육서비스에 대한 전반적인 평가 및 정서적 반응이라고 정의하였다[12]. 박주성(2003)은 학생만족을 학교가 제공하는 교육서비스의 제반 특성에 대한 구매자(학생)의 기대와 인식의 차이[13]라고 하였으며, 교육에 참가하는 학생들이 교육서비스를 통하여 얻는 욕구의 충족 정도라고 정의[14]하기도 하였다.

Astin(1993)은 학생만족도 조사를 위하여 교수와의 관계성, 수업, 학생들의 학교생활, 교육시설의 4개 영역으로 구분하여 각 영역의 만족도를 측정하기도 하였다[15].

3. 추천의도

추천의도란 어떤 일에 대하여 이미 경험한 사람이 경험을 통해 느낀 감정을 주위의 다른 사람에게 또는 아직 경험하지 않은 사람에게 전하고자 하는 생각이나 계획으로서 구전(word of mouth)을 말한다. Magnus& Sara(2007)의 연구에 의하면 구전은좋은 소식이든 나쁜 소식이든 듣는 사람으로 하여금 정(+)이나 부(-)의 감정을 가지게 하여 잠재고객의 구매의도에 영향을 미친다고 하였다[16]. 최근에는 인터넷 상의 사이버 공간에서 이루어지는 온라인 구전효과에 대한 연구도 이루어지고 있어 구전이 강력한 힘을 가진 마케팅 수단임을 알 수 있다[17]. 긍정의 경험은 타인추천의도로 이르고 부정의 경험은 토론의 형식으로 평가된다. 기업의 관점에서 고객관리자는 부정적인 평가가 나오는 것을 주의깊게 감시하고, 기업의 이미지를 높이기 위해 노력한다.

정민의·장양래(2000)는 추천의도(recommendation intension)를 타인에게 좋았던 것을 권유하는 심리적 행동으로, 개인적 경험을 통해 얻어진 긍정적이고 부정적 내용이 내포되어 있는 정보를 교환하는 커뮤니케이션 행위라고 하였다[18].

4. 국내 커피교육의 현황

4.1 국내커피교육의 현황

교육기관과 교육과정에 따라 다소 차이가 있지만 대체적으로 커피의 역사, 커피의 품종, 로스팅과 블랜딩, 다양한 추출방법과 실습, 향미평가, 라떼아트, 메뉴실습 등 커피에 대한 전문지식을 습득할 수 있도록 이론과 실습으로 구성되어 있다. 커피교육은 실습교육이 중요하기 때문에 교육기관의 시설 및 기자재의 구비 및 교, 강사의 다양한 경험과 전문성이 양질의 교육생을 육성하기 위한 중요한 요소가 된다. 여러 교육기관 중 대학 및 직업전문학교 커피교육과정을 정리해보면 다음과 같다.

표 1. 대학 및 직업전문학교 커피관련전공 교육과정

학교명	전공및학과명	교육내용
고구려대학	커피쵸콜릿학부	사이트 미게재
대구보건대학	호텔외식조리학부/와인.커피전공	커피학개론, 커피로스팅추출론, 커피향미평가실습, 에스프레소커피실습, 커피향의 과학, 커피메뉴조리와실습
대원대학	호텔조리계열/바리스타전공	커피학, 핸드드립실습, 커피메뉴실습, 커피기계관리
상지영서대학	자연계열/조리음료바리스타과	커피학개론, 커피배전실습 I,II, 에스프레소실습 I,II, 커피의 향미, 커피추출실습, 카페실습 I,II
백석문화대학	외식산업학부/커피바리스타전공	커피학개론, 에스프레소및 기계실습, 커피추출, 커피&델리실습, 커피로스팅, 베리에이션조리실습
부산여자대학	관광계열/호텔커피바리스타과	커피학개론, 커피로스팅이해, 에스프레소커피, 핸드드립커피, 커피로스팅실습, 카푸치노커피, 라떼아트, 커피블랜딩, 커피기계이해, 커피향미평가,
양산대학	호텔외식조리계열/커피바리스타제과전공	커피학개론, 에스프레소머신장비, 바리스타실습, 커피배전실습, 라떼아트실습, 에스프레소와 드립실습, 커피테스트실습, 커피창업경영론
전주대학교	문화관광대학/외식산업학과	커피학, 바리스타 실무,
호남대학교	조리영양학부/조리과학과	커피추출 및 배전실습, 커피바리스타학개론
고려직업전문학교	호텔식음료학부/커피바리스타학과	카페메뉴, 커피추출실습
국제호텔직업전문학교	와인&바리스타과	커피학개론, 에스프레소추출실습, 라떼아트, 카페메뉴, 커피배전실습
메이필드직업전문학교	호텔관광경영학부/바리스타&소믈리에전공	에스프레소추출실습 I,II, 커피로스팅, 라떼아트실습
서울현대직업전문학교	호텔조리계열/호텔식음료학부/커피바리스타학과	바리스타기초, 커피추출실습, 에스프레소추출, 커피학개론, 로스팅&커핑, 베리에이션메뉴, 라떼아트
한국조리사관전문학교	관광식음료학부/바리스타전공	커피학개론, 커피배전실습, 메뉴관리론, 에스프레소 추출실습, 카페메뉴, 라떼아트실습 음료서비스실습
한국호텔관광직업전문학교	호텔외식식음료학부/호텔소믈리에&바리스타전공	커피학개론, 커피배전실습, 에스프레소추출실습, 라떼아트실습, 로스팅실무, 로스터리카페창업실무
한국호텔직업전문학교	호텔외식조리학부/호텔소믈리에&바리스타학과	커피학개론, 에스프레소추출실습, 카푸치노실습, 라떼아트, 커피문화, 카페관리, 커피메뉴개발

4.2 국내 커피교육의 선행연구

커피산업 발전에 따른 커피에 대한 연구는 근래에 비교적 활발히 진행되고 있으나 대부분 커피 전문점의 마케팅에 관련된 연구가 주를 이루어 왔다. 커피교육에 관한 연구는 실습과 실무의 중요도가 큰 커피교육의 특성상 시설 및 환경, 교.강사의 전문성이 강조되고 교과목에서도 에스프레소 커피실습과 관련된 항목들이 많았다.

표 2. 국내 커피교육의 선행 연구

연구자	연구제목
강석우, 고범석 (2005)	산업체와 교육기관 간의 상호계약에 의한 전문대학 호텔 와인, 커피전공 교과과정 개발에 관한 연구
민계홍 (2009)	커피 전문점 종사원을 위한 교육 프로그램
최주호, 최엉준 (2010)	바리스타 교육프로그램 개발을 위한 기초연구
오세은 (2011)	커피교육 선택속성의 중요도와 만족도에 따른 커피교육 성과에 관한 연구
고은주 (2011)	커피 바리스타 관련학과의 교과과정, 교육방법 및 시설에 관한 기대와 만족도 연구
박창진 (2012)	커피교육유뮤 및 커피취향에 따른 커피전문점 선택속성에 관한 연구

III. 연구설계

1. 연구모형

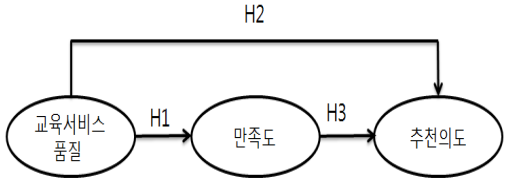


그림 1. 연구모형

2. 연구가설의 설정

2.1 교육서비스품질과 학생만족도와의 관계

서비스 품질과 고객 만족의 개념은 상호 유사성을 가지고 있지만 분리된 개념이라고 정의 할 수 있다. 지금까지 많은 학자들의 연구 결과를 보면, 서비스 품질과 고객 만족 사이 인과 관계의 정의가 다르게 나타났다. Bittner(1990)는 고객만족이 서비스 품질의 선행요인이라고 주장[19]하는 반면 Cronin & Taylor(1993)는 서비스품질이 고객만족의 선행요인이라고 주장하고 있다[20]. 하지만, 많은 연구에서 서비스 품질이 고객 만족을 높인다고 하는 연구들이 늘어나고 있다.

노영과 조선구(2004)의 연구에 따르면 학습서비스품질은 학교서비스만족도에 영향을 주는 것으로 나타났으며,특히 시설서비스가 고객만족에 매우 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다[21].

서비스의 구체적인 차원에 중점을 둔 서비스 질에 대한 평가보다 고객만족은 넓은 개념으로 보아야 하고 이런 관점에서 보면 서비스 질은 고객만족 구성요소의 일부에 불과하다고 말하였다[22].

이러한 선행연구들을 바탕으로 본 연구에서도 교육서비스 품질을 학생만족도의 선행요인으로 보고 교육서비스품질의 하위요인들이 학생만족도에 미치는 영향을 살펴보고자 다음과 같은 가설을 설정하게 되었다.

H1. 커피관련전공의 교육서비스 품질은 학생 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2.2 교육서비스품질과 추천의도간의 관계

기존에 고객만족을 매개변수로 하여 서비스 품질과 재사용의도 및 추천의도의 관계를 밝히는 연구들이 있었다[23].

양태식(2004)은 대학의 교육서비스 품질이 학생만족 및 추천의도에 미치는 영향에서 학생의 서비스품질 만족이 추천의도에 유의한 영향을 미친다고 하였다[24]. 최명완(2009) 역시 체육계열학과의 강의서비스품질이 만족 신뢰를 매개로 하여 강의구전의도에 유의한 영향관계가 있음을 밝혔다[25].

이와 같이 서비스품질과 고객의 추천의도 사이에 영향관계에 있어 실증적인 연구를 바탕으로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H2. 커피관련전공의 교육서비스 품질은 추천의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2.3 학생만족도와 추천의도와의 관계

일반적으로 소비자에 대한 마케팅 연구에서 소비자가 구매한 제품에 대해 만족을 느끼게 되면, 다시 동일한 제품을 구매할 확률이 높을 뿐만 아니라 다른 주변에 있는 사람들에게 자기가 구매했던 제품, 얻은 이익에 대하여 긍정적인 구전활동 즉, 추천의도가 높아지는 것으로 입증되고 있다.

구순이(1995)는 고객만족이나 고객 불만족은 구전효과의 결정요소로서, 고객이 그 기업의 제품이나 서비스에 불만족을 느낀다면 상대적으로 그 기업의 제품 또는 서비스에 대하여 부정적인 구전효과가 있을 것이고, 만족을 한다면 우호적이고 호감이 기는 구전효과를 나타낸다고 하였다[26].

양수영(2001)은 고객만족과 관련한 연구에서 '기업의 입장에서 불만족을 경험한 이용자가 행한 부정적인 구전은 사람들 간의 대면을 통한 커뮤니케이션으로 서비스에 대한 사전 지식이 부족한 이용자에게 부정적인 영향을 미친다.'고 하였다[27].

고객 만족이 이루어지면 재사용/재구매 의도 또는 타인에게 추천할 의도가 높아진다는 실증적인 연구를 바탕으로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H3. 커피관련전공의 교육서비스 품질의 학생만족도는 추천의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3. 변수의 조작적 정의

3.1 교육서비스 품질

본 연구에서는 교육서비스 품질을 "학생들이 소속된 교육기관의 교사 및 직원들이 제공하는 서비스 품질에 대한 학생의 지각정도 혹은 전반적인 평가 내지 태도"로 정의하였다. 교육서비스 품질의 측정변수는 서비스 품질의 대표적인 측정도구로 가장 일반적으로 사용되는 PZB[28][29]의 SERVQUAL의 다섯 개 차원(유형성, 신뢰성, 반응성, 확산성, 공감성)과 Cronin과 Taylor[30]에 의해 개발된 SERVPERF척도를 기반으로 하여 선행연구자 황인호 외(2005)가 내용 타당성을 확보한 기술적 품질의 두 개 차원(내용성, 가치성)을 추가하여 개발한 측정 도구[31]를 원용하였다. 이를 커피관련전공의 교육서비스 특성에 맞게 수정, 보완하여 총 5 개 차원의 25항목에 대하여 5점 리커트형 등간척도로 측정하였다.

3.2 학생만족

학생만족은 "학생들이 학교생활을 하면서 경험한 결과에 대한 긍정적인 평가정도"로 정의하였다. 즉, 학생이 기대했던 바람직한 서비스정도에 대해 실제로 경험한 후 느낀 것을 감정적, 주관적으로 평가한 것이다. 학

생만족의 측정은 Oliver(1997)가 제시한 인지적, 감정적 평가속성[32]을 선택적으로 활용하여 6개 항목에 대하여 5점 리커트형 등간척도로 측정하였다.

3.3 추천의도

추천의도는 타인이나 아직 경험하지 않은 사람에게 좋았던 것을 권유하는 심리적 행동으로, 정민의·장양래(2000), 신우성(2008, 2009)이 제시한 긍정적 구전, 타인에게 적극추천[18][33][34] 등 2개 항목에 대하여 5점 리커트형 등간척도로 측정하였다.

표 3. 변수의 조작적 정의

측정요소	측정변수	선행연구
교육서비스 품질 (5)	'유형성', '신뢰성', '반응성', '내용성', '확신성'	PZB(1994) SERVQUAL척도, 황인호(2005)
학생만족도 (6)	'전공 선택', '교육시설', '교,강사', '교과목 구성', '교육내용', '학과의 장래성'	Olive(1981),연구자
추천의도 (5)	'긍정적 구전', '타인에게 적극추천'	정민아장양래 (2000) 신우성(2008,2009)

자료 : 연구자 작성

4. 조사 설계

조사는 2011년 10월 1일 ~ 10월 20일에 걸쳐 2011년 10월 현재 직업전문학교의 커피관련전공의 전문학사과정의 1,2학년을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 특히 설문조사에 동의한 사람들에게는 설문목적을 설명한 후 자기기입식(self-administered) 설문지를 배부하였으며, 설문조사 결과 총 310매를 배부하여, 285부를 회수하였고, 이중에서 불성실하게 응답했거나 연구목적에 부합하지 않는 설문지를 제외한 총 263부를 분석에 사용하였다.

Ⅳ. 실증분석 결과 및 해석

1. 조사표본의 일반적 특성

본 연구의 실증분석을 위한 응답자 263명에 대한 일반적 특성을 살펴보면, [표 4]와 같다.

표 4. 인구통계적 특성

구분		빈도(명)	%
성별	남	138	52.5
	여	125	47.5
연령	15-20세	45	17.1
	21-25세	188	71.5
	26세 이상	30	11.4
학년	1학년	199	75.7
	2학년	64	24.3
학과지원동기	적성과 흥미	199	75.7
	취업전망	31	11.8
	학과의 인기도	2	0.8
	주위의 권유	15	5.7
	입학점수	5	1.9
	기타	11	4.2
장래희망	편입 및 진학	44	16.7
	커피관련 창업	74	28.1
	커피관련 취업	74	28.1
	커피관련 교육자	21	8.0
	커피와 무관한 창업 및 취업	17	6.5
	기타	33	12.5
학교	A학교	73	27.8
	B학교	53	20.2
	C학교	65	24.7
	D학교	72	27.4

2. 측정도구에 대한 타당도 및 신뢰도 분석

2.1 교육 서비스품질에 대한 타당성 및 신뢰도 분석

측정항목의 타당성과 신뢰도를 살펴보기 위해 탐색적 요인분석을 실시하였으며, 신뢰도를 검증하기 위해 Cronbach' α값을 사용하였다. 요인분석 결과 확신성, 신뢰성, 반응성, 내용성, 확신성을 의미하는 5가지 요인이 추출되었다. 도출된 5개요인은 모두 고유값이 1.0 이상으로 나타났으며, 누적분산율도 68.1%로 설명하고 있어 타당성에 적합한 것으로 나타났다. 먼저 탐색적 요인분석을 위해 R-type 요인분석과 주성분분석을 통한 직각회전의 varimax방법을 사용하였다. 요인추출과정은 고유치(eigen value)기준을 적용하여 1.0보다 큰 요인에 대해 요인화 하였다. 분석결과 내용타당도에 있어서는 분산율이 68.1%로 매우 높게 나타났다.

또한 Cronbach' α값이 최저 .732로서 신뢰도가 높은 측정도구 임을 증명하고 있다. 분석결과를 정리하면 [표 5]와 같다.

표 5. 교육 서비스품질에 대한 타당도 및 신뢰도 분석결과

교육서비스품질 요소 측정항목	요인 적재값	아이겐값	분산(%)	Cronbach' α
요인1 : 유형성				
유형성 1	.741	12.383	49.5	.923
유형성 6	.702			
유형성 3	.698			
유형성 2	.623			
유형성 5	.610			
유형성 4	.604			
요인2 : 신뢰성				
신뢰성 10	.773	1.575	6.3	.841
신뢰성 7	.682			
신뢰성 8	.648			
신뢰성 9	.554			
요인3 : 반응성				
반응성 11	.769	1.438	5.8	.872
반응성 14	.746			
반응성 13	.722			
반응성 12	.706			
요인4 : 내용성				
내용성 17	.686	1.234	3.6	.768
내용성 19	.602			
내용성 18	.586			
내용성 16	.535			
내용성 20	.532			
내용성 15	.476			
요인5 : 확신성				
확신성 23	.727	1.101	2.9	.732
확신성 22	.699			
확신성 21	.518			
확신성 24	.481			
확신성 25	.473			

1.2 학생만족도 및 추천의도에 대한 신뢰도 분석

학생만족도 및 추천의도에 대한 신뢰성 분석을 실시한 결과 Cronbach' α값이 각각 .80이상으로 매우 높게 나타나 본 설문지의 내용타당도를 포함하는 신뢰도는 매우 높은 것으로 나타났다. 분석결과를 정리하면 [표 6]과 같다.

표 6. 학생만족도 및 추천의도의 신뢰도분석결과

변 수	항목	Cronbach'α
학생만족도	6	.877
추천의도	2	.821

3. 확인적 요인분석

교육서비스 품질 차원의 적재된 항목들과 교육서비스 품질 요소인 유형성, 신뢰성, 반응성, 내용성, 확신성, 학생만족도, 추천의도의 각 연구단위에 대하여 판별타당성과 수렴타당성을 검증하기 위하여 측정모형(measurement model)에 대한 확인적 요인분석을 실시하였다. 확인적 요인분석결과 [표 7]에서 보는 바와 같이, fit index: χ^2=196.198, df=259(0.758), p=0.999, GFI=0.958, AGFI=0.910, NFI=0.971, CFI=1.000, RMSEA=0.000, RMR=0.023로 나타나 각 요인들의 적합도는 만족할 만한 수준을 확보한 것을 알 수 있다.

표 7. 확인적 요인분석에 의한 측정모형분석

변수	추정치	표준오차	t값	표준화된 추정치	AVE
유형성					
커피과목과 관련된 충분한 실습이 이루어질 수 있도록 시설이 잘 구비	1.000			0.570	0.893
커피 우유 등의 실습재료를 충분히 제공	1.110	0.117	9.474	0.654	
커피실습 시설과 장비는 사용하기에 편리	1.253	0.126	9.903	0.768	
커피실습 시설과 장비는 유지관리가 잘됨	1.111	0.114	9.727	0.659	
각종 편의 시설이 잘 구비됨	1.268	0.133	9.512	0.819	
교육과 관련된 변경사항 발생 시 충분한 공지와 설명	1.153	0.132	8.717	0.688	
신뢰성					
공지된 학사 일정에 따라 수업이 진행됨	1.000			0.751	0.827
학습 정도에 따라 공정하게 평가가 이루어짐	1.050	1.075	13.991	0.806	
교육에 대한 정보와 계획을 정확하게 알려줌	0.901	0.070	12.776	0.719	
학생들의 정보와 기록을 효율적으로 유지 관리	0.971	0.079	12.246	0.775	
반응성					
학생의 의견과 요구를 충실히 반영	1.000			0.629	.0855
진로 및 취업, 창업에 관련된 정보를 신속히 제공	1.093	0.107	10.181	0.774	
사회에서 요구되는 교육을 적극적으로 반영	1.176	0.119	9.921	0.719	
교육에 있어서 문제 발생 시 구체적인 문제 해결 서비스를 제공	1.145	0.121	9.435	0.774	
내용성					
전공교육에 필요한 교과과정이 개설	1.000			0.657	0.793
개설과목에 대한 학습방법과 학습 자료가 다양	1.034	0.089	11.592	0.686	
교육내용이 이해하기 쉬우며 흥미로움	1.072	0.080	13.312	0.728	
이론과 실습시간의 비율은 적절하게 구성	1.017	0.092	11.036	0.700	
커피와 관련된 다양한 경험이 이루어지도록 도와줌	1.252	0.102	12.311	0.801	

교수님은 부족한 부분에 대해 충분히 설명하고 지도	1.079	0.100	10.770	0.698	
확신성					
교수님은 교육과정에 맞는 충분한 전문성을 지님	1.000			0.736	0.917
교수님은 학생들의 능력개발을 위해 노력	0.953	0.067	14.149	0.721	
나의 진로에 발전적 영향을 주고 있다고 생각	0.893	0.066	13.484	0.740	
커피와 관련된 많은 경험과 지식을 얻을 수 있다고 생각	0.843	0.090	9.883	0.587	
졸업하면 사회에서 그 능력을 충분히 발휘할 수 있다고 생각	0.784	0.066	11.801	0.725	
고객만족					
교육내용에 만족	1.000			0.778	0.799
나는 우리 학과의 커피 교과목의 구성에 대하여 만족	1.101	0.085	12.991	0.750	
커피관련 실습 시설에 대해 전반적으로 만족	0.934	0.065	14.472	0.771	
학과를 선택한 것이 매우 현명하다고 생각	1.109	0.079	14.101	0.809	
교수님에 강의 내용과 자질에 대해 만족	1.117	0.074	15.139	0.851	
학과의 장래성에 대하여 만족	1.007	0.078	12.958	0.749	
추천의도					
바리스타과(커피전공)에 대하여 다른 사람들에게 긍정적으로 이야기	1.000			0.837	0.838
다른 사람이 바리스타과(커피전공)를 선택한다면 적극 추천	0.736	0.073	10.052	0.673	
fit index: x^2 =196.198, df=259(0.758), p=0.999, GFI=0.958, AGFI=0.910, NFI=0.971, CFI=1.000, RMSEA=0.000, RMR=0.023					

4. 각 연구단위 간의 상관관계분석

단일차원성이 입증된 각 연구단위별 척도에 대하여 서로의 상관정도를 파악하고 가설 방향과의 일치성을 알아보기 위해 상관관계분석을 실시하였다. 그 결과 상관계수 1.000이하로 기준타당성을 확보한 것으로 나타나 교육 서비스품질, 학생만족, 추천의도 간에는 모두 유의적인 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 따라서 본 연구에서의 기준타당성은 충족된 것으로 볼 수 있다. 상관관계 분석을 표로 정리하면 [표 8]과 같다.

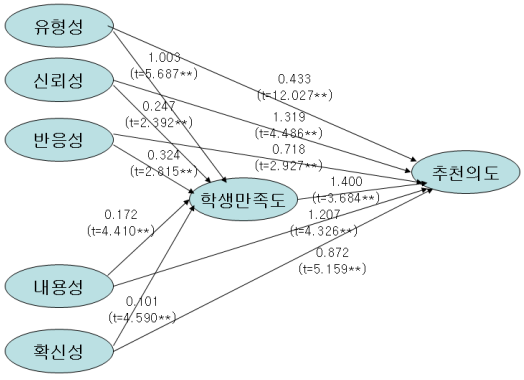
표 8. 각 연구 단위간의 상관관계

	유형성	신뢰성	반응성	내용성	확신성	고객만족	추천의도
유형성	1.000						
신뢰성	.661**	1.000					
반응성	.583**	.513**	1.000				
내용성	.751**	.768**	.628**	1.000			
확신성	.672**	.781**	.645**	.786**	1.000		
고객만족	.704**	.854**	.618**	.832**	.839**	1.000	
추천의도	.517**	.678**	.524**	.574**	.627**	.696**	1.000

*p<0.05, **p<0.01

5. 가설검증

논문에서 제시한 연구모형의 전반적인 적합도를 살펴보면, χ^2=134.540, df=260(0.517), p=1.000, GFI=0.971, AGFI=0.937, NFI=0.980, CFI=1.000, RMSEA=0.000, RMR=0.019로 나타나 전반적으로 보았을 때 적합도 지수들이 기준치를 충족시키는 것으로 나타났다.



*P<0.05, **P<0.01

그림 2. 분석모형

5.1 교육 서비스품질과 학생만족과의 관계검증

교육 서비스품질과 학생만족과의 관계를 검증해 본 결과, 교육 서비스품질 요인인 유형성, 신뢰성, 반응성, 내용성, 확신성에서 학생만족과 인과관계가 있는 것으로 나타났다.

구체적으로 살펴보면 교육서비스품질의 5개 차원 중에서 유형성(t=5.687)과 확신성(t=54.590), 내용성(t=4.410)과 반응성(t=2.815) 그리고, 신뢰성(t=2.392) 순으로 나타났다.

따라서 가설 1은 채택되었다.

5.2 교육 서비스품질과 추천의도와의 관계검증

교육서비스품질이 추천의도에 미치는 영향을 살펴보면 유형성(t=12.027)이 가장 높게 나타났고 확신성(t=5.159), 신뢰성(t=4.486), 내용성(t=4.326), 반응성(t=2.027)의 순으로 파악되었다.

따라서 가설 2는 채택되었다.

5.3 학생만족과 추천의도와의 관계검증

학생만족과 추천의도간의 관계를 살펴본 결과 경로계수 1.400(t=3.684)로서 통계적($p<0.01$)으로 유의적인 관계가 있는 것으로 나타났다. 즉, 학생만족이 높을수록 추천의도는 높아지는 것으로 나타났다.

따라서 가설 3은 채택되었다.

표 9. 가설 검증결과와 경로계수

가설	경로	경로계수	표준오차	t값	p값	채택여부
가설1	유형성→학생만족	1.003	0.176	5.687	0.000**	채택
	신뢰성→학생만족	0.247	0.103	2.392	0.017**	채택
	반응성→학생만족	0.324	0.115	2.815	0.005**	채택
	내용성→학생만족	0.172	0.039	4.410	0.000**	채택
	확신성→학생만족	0.101	0.022	4.590	0.000**	채택
가설2	유형성→추천의도	0.433	0.036	12.027	0.000**	채택
	신뢰성→추천의도	1.319	0.294	4.486	0.000**	채택
	반응성→추천의도	0.718	0.245	2.927	0.003**	채택
	내용성→추천의도	1.207	0.279	4.326	0.000**	채택
	확신성→추천의도	0.872	0.169	5.159	0.000**	채택
가설3	학생만족→추천의도	1.400	0.380	3.684	0.000**	채택

*P<0.05, **P<0.01

IV. 결 론

커피산업의 분야가 확대 발전되면서 체계적이고 실용성 있는 지식을 갖춘 인력에 대한 필요성을 인식한 커피교육기관의 증가는 외형적 성장에 비해 내실화는 다소 미흡하다고 여겨진다. 따라서 전문직업인의 양성을 목적으로 하는 직업전문학교의 커피관련전공 학생들을 대상으로 교육서비스 품질의 구성요소와 그에 대한 만족도 그리고 학생만족도가 추천의도에 미치는 영향에 대하여 연구하여 커피교육의 적정성과 개선방향을 제시하는 것을 목적으로 한다.

본 연구를 통해서 교육서비스품질이 만족도에 미치는 영향을 분석한 결과 커피 유형성이 가장 높게 나타났으며 확신성, 내용성, 반응성, 신뢰성순으로 나타났다. 즉, 학생들은 커피교육에서 실습장비와 시설, 재료 등을 중요한 요소로 여기고 있었으며 커피교육에 있어서 학습평가와 공지사항 등에 대한 신뢰도 요소에서는 상대적으로 미미한 영향을 미친다고 평가하였다.

또한 교육서비스품질과 추천의도와의 관계에서는 유형성, 확신성, 신뢰성, 내용성, 반응성의 순으로 추천의도에 영향을 미치고 있다는 결과가 나타났다. 교육내용, 교과과정 등이 구성요소인 내용성에서 추천의도에 미치는 영향이 낮게 나타나 기존 연구에 대비되는 결과를 보였다. 즉, 커피전공관련 교육서비스 품질은 만족도에 있어서는 커피교육시설과 재료, 장비 등의 유형적 요소가 추천의도에 있어서는 유형성뿐만 아니라 교육자와 교육기관에 대한 신뢰성과 관련 분야의 전망에 대한 확신성이 영향을 많이 미치는 것으로 나타났다.

또한 교육서비스품질과 만족, 그리고 추천의도와의 관계에 미치는 영향을 비교하여 볼 때 유형성에 대해서는 만족과 추천의도 모두 가장 중요한 교육서비스 품질 요인으로 나타났으나, 학생들이 만족에 더 큰 영향을 주는 서비스 품질요인은 교육의 내용과 확신성 순인데 비해 실질적으로 교육서비스품질에 대해 추천의도에 더 큰 영향을 주는 것은 확신성과 신뢰성임을 알 수 있다.

학습만족도가 추천의도에 미치는 영향을 분석한 결과에서는 정(+)의 영향을 미친다고 나타나 커피전공관련 교육서비스품질에 학습만족도를 느낀 학생들은 다른 사람에게 커피교육을 추천하는 것으로 나타났다.

이 연구의 결과는 커피교육의 발전을 위해서는 무엇보다도 커피교육관련 실습시설과 장비의 구비가 우선적 고려요소였으며 지도력과 전문성 있는 교, 강사의 중요성도 제시되었다. 또한, 커피교육을 선택함에 있어서 소신성을 보이고 있지만 직업으로의 연계에 불만족하고 있으므로 이에 대한 장기적 대책을 수립해야 할 것으로 보인다.

본 연구는 서울, 경기지역의 4개 학교만을 표본지역과 대상으로 한정하였기 때문에 일반화하기에는 한계가 있다.

또한, 커피교육의 서비스품질의 측정을 일반적인 서비스품질 모형인 PZB(1988)의 SERVQUAL 설문도구

[27]를 원용하여 측정하였기 때문에 커피관련전공에서 필요할 것으로 예상되는 항목들을 세세히 추가하지 못하였으므로 향후에는 커피교육과 관련되어 좀 더 깊이 있는 추가연구가 이루어져야 할 것이다.

참 고 문 헌

[1] P. Kotler and K. F. A. Fox. Strategic Marketing for Educational Institutions. New Jersey : Prentice Hall. 1995.

[2] 최덕철, 이경오, "대학교육서비스 마케팅모형 구축에 관한 연구", Journal of Global Academy of Marketing Science, 제6집, pp.339-366, 2000.

[3] C. H. Lovelock, Service Marketing Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice-Hall, 1991.

[4] 차수련, 채연수, "교육서비스 품질의 측정에 관한 실증적 연구", 한독경상논총, 제20권, pp.81-111, 1999.

[5] F. Abdullah, "The Development of HEdPERF: a New Measuring International Journal of Consumer Studies, Vol.30, No.6, pp.569-581, 2006.

[6] 김소영, 김연정, "박물관 교육프로그램의 서비스 품질 측정과 기대 효과에 관한 연구", 문화경제연구, 제12권, 제1호, pp.110-134, 2009.

[7] 조영대, 임효원, "관광호텔 조리종사원의 직무에 대한 의식과 만족에 관한 연구", 관광연구, 제16권, 제1호, pp.25-40, 2003.

[8] 이유재, 이준엽, "서비스품질에 관한 종합적 고찰", 경영논집, 제31권, 제3호, pp.249-283, 1997.

[9] H. K. Hunt, "Conceptualization and Measurement of Consumer Satisfaction and Dissatisfation. Introduction and CS/D-Overview and Future Research Directions," Cambridge, Massachusetts : Marketing Science Institute, 1977.

[10] D. K. Tse and P. C. Wilton, "Models of Consumer Satisfaction Formation : An Extension," Journal of Marketing Research, Vol.25, No.2, pp.204-212, 1988.

[11] 최명철, *관광교육 서비스품질과 참여자 관계성이 고객만족에 미치는 영향에 관한 연구,* 동아대학교 석사학위논문, 2003.

[12] 최규환, "관광분야 대학교육서비스 평가에 관한 구조적 관계 연구", 관광학연구, 제32권, 제2호, 2008.

[13] 박주성, 김종호, 신용섭, "대학 교육서비스 품질요인이 학생만족, 재입학의도 및 구전효과에 미치는 영향", 마케팅저널, 제4권, 제4호, pp.51-71, 2003.

[14] 정유리, 차석빈, "교육서비스품질, 학생만족 및 학교충성도간 관계 연구", 대한관광경영학회, 제23권, 제2호, pp.139-155, 2008.

[15] A. Astin, What matters in college? : Four Critical Years Revisited, San Francisco, CA.:Jossey-Bass Publishers, 1993.

[16] S. Magnus and R. Sara, "Receiving word-of-mouth from theservicecustomer : Anemotion-based effectiveness assessment," Journal of Retailing and Consumer Services, Vol.14, No.2, pp.123-136, 2007.

[17] W. Stephen and R. E. Litvin, "Electronic word-of-mouth in hospitality and tourism management," Tourism Management, Vol.29, pp.1-11, 2007.

[18] 정민의, 장양래, "박람회 여행상품속만족에 의한 재 구매와 추천 관계에 관한 연구", 관광학연구, 제24권, 제2호, pp.235-253, 2000.

[19] M. J. Bitner, "Evaluating Service Encounters The Effects of Physical Surroundings and Employee Responses," Journal of Marketing, Vol.54, pp.69-82, 1990.

[20] S. A. Taylor and T. L. Baker, "An Assessment of the Relationship between Service Quality and Customer in the Formation of Consumers' Purchase Intentions, Journal of Marketing,

Vol.57, pp.18-34, 1994.
[21] 노영, 조선구, “대학교육서비스품질 만족도의 영향요인에 관한 연구”, 고객만족연구, 제6권, 제2호, pp.101-117, 2004.
[22] 엄은주, “대학서비스가 학생 재구매에 미치는 영향 연구”, 인문사회논총, 제14권, pp.207-224, 2007.
[23] 유동근, 박노현, “서비스품질에 따른 고객만족 및 행동의도의 구조적 관계”, 한국호텔경영학연구, 제7권, 제1호, 1998.
[24] 양태식, *대학의 교육서비스 품질이 학생만족 및 추천의도에 미치는 영향,* 경기대학교 대학원 석사학위 논문, 2004.
[25] 최명환, *체육계역학과의 강의서비스품질이 만족, 신뢰 및 강의구전의도에 미치는 영향,* 계명대학교 대학원 박사학위논문, 2009.
[26] 구순이, “서비스모호성이 소비자만족의 형성과정에 미치는 영향에 관한 연구, 마케팅연구, 제1권, 제4호, pp.76-105, 1999.
[27] 양수영, *서비스품질의 영향요인과 고객만족에 관한 연구: 이동통신 산업을 중심으로,* 한국외국어대학교 석사학위논문, 2001.
[28] A. V. Parasuraman, A. Zeithaml, and L. L. Berry, “SERVQUAL : Amulti-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality,” Journal of Retailing, Vol.64, Spring, pp.12-40, 1988.
[29] A. V. Parasuraman, A. Zeithaml, and L. L. Berry, "Refinrment and Reassessment of SERVQUAL Scale," Journal of Retailing, Vol.67(Winter), pp.420-450, 1991.
[30] J. J. Cronin and S. A. Taylor, "Measuring Service Quality A Reexamination and Extension," Journal of Marketing, Vol.56, pp.55-68, 1993(7).
[31] 황인호, 신재익, 정기한, “학생만족의 구조적 인과관계에 관한 연구”, 고객만족경영연구, 제8권, 제1호, pp.31-47, 2006.
[32] R. L. Oliver, Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer, McGraw Hill, New York. p.177, 1997.
[33] 신우성, "문화관광축제 방문자 만족의 선행요인과 결과요인에 관한 연구", 관광서비스연구, 제8권, 제1호, pp.35-51, 2008.
[34] 신우성, “문화관광축제 서비스품질과 가치가 관광객만족 및 행동의도에 미치는 영향”, 제16권, 제3호, pp.107-125, 2009.

저 자 소 개

채 선 영(Sun-Young Chea) 정회원

- 2012년 2월 : 서울벤처대학원대학교 보건학과(석사)
- 2010년 9월 ~ 현재 : 대원대학교 호텔경영과 외래교수

<관심분야> : 관광, 외식, 교육

임 미 라(Mi-Ra Lim) 정회원

- 2005년 2월 : 세종대학교 호텔관광경영학과(경영학석사)
- 2011년 2월 : 세종대학교 호텔관광경영학과(호텔관광경영학박사)
- 2011년 3월 ~ 현재 : 대전발전연구원 도시기반연구실 연구원

<관심분야> : 관광, 레저, 축제

안 대 희(Dae-Hee Ahn) 정회원

- 1994년 2월 : 세종대학교 호텔관광경영학과(석사)
- 1999년 2월 : 세종대학교 호텔관광경영학과(박사)
- 2001년 3월 ~ 현재 : 대원대학교 호텔경영과 교수

<관심분야> : 관광, 레저, 축제

김 광 진(Kwang-Jin Kim) 정회원

- 1984년 2월 : 한양대학교 환경공학과(석사)
- 2005년 2월 : 호서대학교 환경공학과(박사)
- 2006년 6월 ~ 현재 : 서울벤처대학원대학교 융합산업학과 교수

<관심분야> : 환경, 보건, 위생, 커피