

미용관련교육기관의 교육서비스 품질이 재등록 의도에 미치는 영향

이경희 · 안종숙*
호서대학교 뷰티디자인학과

Effects of the Education Service Quality of Beauty Educational Institutions on Re-Registration

Lee Kyounghui · An Jongsuk*
Dept. of Beauty Design, Hoseo University

Abstract

Everyone has the desire to be well shaped. Modern people in the 21st century utilize their external appearance as a tool to express their personalities and social activities for the improvement of cultural life and the acceleration of information transfer. The expression of beauty is a method of communication from the view point of creation in addition to the exchange of meaning & value, and it has become a method of image transfer due to the increased desire for a better appearance. The beauty industry was established in 1948 by the execution of the 1st hairdresser's license test, and has been developed in full scale through the enactment of the public health control act. Therefore, beauty education is currently qualitatively and quantitatively developed, and the educational role of the beauty institute has expanded to include training beauty professionals. Private beauty institutes provide students with beauty related education in preparation for the national technical qualification examinations or private beauty association tests. These beauty education opportunities enable aspiring beauticians to attend various beauty competition events and acquire a sense of accomplishment. The purpose of this study was to determine how the quality of the beauty educational institutes affects the re-registration rate, and to analyze the effect of the beauty educational institutes quality on the intention of

Corresponding author: An Jongsuk, Tel. +82-41-560-8436, Fax. +82-41-540-5833
E-mail: modean@hoseo.edu

This research was supported by the Academic Research fund of Hoseo University in 2014(2014-0048).
This research is a part of master's thesis.

This research was presented at the 2013 Fall Conference of The Korean Society of Fashion Business.

re-registrations using a survey. The study results show that variables such as 'lecture satisfaction', 'internal environment satisfaction', 'facility satisfaction', and 'tuition satisfaction' are significantly related to the rate of re-registrations, with 'lectures satisfaction' especially having the largest influence on re-registration.

Key words : lecture satisfaction(강의만족도), internal environment satisfaction(내부환경만족도), facility satisfaction(시설만족도), tuition satisfaction(수강료 만족도), re-registration(재등록)

I. 서론

현대에는 세계적으로 서비스업 비중이 크게 차지하면서 서비스업 조직 간의 경쟁은 치열해지고 있으며, 미용에 대한 관심과 외모관리행동의 미적변화에 대한 열망이 높아지고 있다. 건강과 여유로운 삶을 원하는 욕구가 다양해지고 증대되면서 미용서비스업은 국내 여성뿐 아니라 매력적인 외모, 호감 가는 인상을 원하는 남성들의 많은 관심으로 지속적인 성장을 하고 있다.

미용사 자격제도의 도입으로 미용 교육은 질적, 양적 모두 발전해가고 있으며, 미용관련교육기관에서는 심화 미용프로그램 재교육을 함으로써 상급학교에 진학을 하거나 미용관련직에 취업, 창업을 하게 된다. 이로 인해 전문지식 향상, 일자리 창출과 더불어 지역사회의 활성화에 기여를 하고 있다.

또한 미용관련교육기관의 증가로 미용기관과의 경쟁이 치열해지면서 기존 교육생과 신규 교육생 확보를 위해 학원비, 특강비, 재료비 등의 가격이 하락되면서 미용경영에 문제가 발생하고 있다. 미용 교육은 전문 미용인 양성을 위한 교육의 전문성, 다양성이 절실하고, 미용관련교육기관에서는 수혜자인 교육생에게 교육서비스품질이 어떠한 형태로 교육이 이루어지는지 파악, 조사하여 세밀하게 분석할 필요가 있다.

Cha & Chae(1999)의 결과에서는 교육서비스품질 차원에서의 연구 결과 전반적인 서비스품질 수준이 높아질수록 교육생만족도는 높아지는 것으로 분석하였다.

W. Kim(2002)의 결과에서는 서비스 품질이 교육만족의 선행변수로서 긍정적인 영향을 미친다고 밝히

고 있다(as cited in K. Kim & Do, 2005).

따라서 본 연구에서는 우리나라에서 현재 시행하고 있는 미용관련교육기관에서의 미용교육에 대한 교육생의 교육서비스 품질의 만족도를 파악하여 각 기관별로 이루어지는 교육과정에 참고 자료로 활용하여 내부 외부 환경을 개선하고자 한다.

미용 관련 교육기관의 교육서비스 품질이 재등록에 어떠한 영향을 미치는지 알아보기 위해 미용교육기관에 다니는 교육생들을 대상으로 연구를 실시하였으며 설문지를 활용해 조사하였다.

교육서비스 품질에 대한 불만/만족도에 따라 교육생들의 의사를 파악하고, 개선점을 찾아 학업의 능력을 높이고 내부 외부 환경을 개선시키고자 한다. 또한 미용교육을 담당하는 교직원 및 강사와 교육기관과 더불어 미용교육을 받고자 하는 교육생들에게 기초자료로 활용되어 도움이 되고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 교육서비스

1) 교육서비스의 정의

인간은 교육을 통해 올바른 인간 형성을 할 수 있고, 학습과 경험으로 지식과 가치관 형성은 물론 성장과 발전을 하고 있다.

교육서비스란 무형적 성격을 띠는 일련의 활동으로서 소비자와 교육서비스 제공자의 상호관계로부터 발생하며 소비자의 교육문제를 해결해주는 것이다(Sungju Lee, 2007).

또한 교육서비스 제공자인 사설 학원이 수혜자인 교육생에게 교육적 목적 달성을 위해 관련된 유무형의 서비스를 제공함으로써 교육생들에게 정신적은 물론 물질적으로 만족할 수 있도록 실현시켜주는 일체의 활동이다. 현재 미용 관련 교육기관에서는 기술교육에 집중되어 있는 것이 현실이지만 인성 교육은 물론 서비스 정신의 질적 교육으로 확대되어야 할 여지가 있다.

2) 학원 교육서비스의 특징

미용학원 교육은 공교육의 단점을 보완하기 위한 교육기관으로 교육생들의 다양한 학습욕구를 충족시키고 풍부한 학습기회를 제공하기 위해 기능을 담당해 왔다(Saerom Lee, 2011).

학원의 정의를 살펴보면 학원 설립 운영에 관한 법률이 제 2조에 잘 나타나 있다. 학원이란 개인이 다수에게 교습일수가 30일 이상 반복되는 학습과정에 따라 지식, 기능, 기술, 예능을 교습하거나 학습장소로 30일 이상 제공하는 사설로서 교육서비스 기타 법령에 의한 학교에 해당되지 아니한 시설을 의미한다.

미용 면허를 취득하기 위해서는 미용전문대는 2년 과정, 미용고등기술학교는 1년을 이수해야 하는 반면에 학원은 자신의 노력과 의지만 있으면 빠른 기간 안에 자격증 취득 후, 면허를 발급 받을 수 있는

장점이 있다. 학원을 선택하고 출석함에 있어서도 강제성 없이 교육생 의사에 의해 선택이 자유롭다.

학원은 미용의 전반적인 지식과 기술력을 확보하고 미용 각 분야의 자격증 취득과 현장에서 전문인으로 참여할 수 있도록 체계적이고 질 높은 교육과 전문적인 인격 형성, 자신감 회복을 가능하게 하기 위한 미용교육을 하고 있다.

3) 교육서비스의 품질 요소

미용서비스 품질은 고객이 서비스를 통해 실제로 받는 기술적, 결과적 품질과 서비스가 고객에게 전달되는 과정을 나타내는 기능적, 과정적 품질로 구성되어 진다(S. Kim & Kim, 2006).

서비스 품질요소를 유형성, 신뢰성, 반응성, 공감성, 확신성으로 Table 1과 같이 정의하였다(Sunyoung Kim, 2011).

본 연구에서는 Sunyoung Kim(2011)의 ‘미용학원의 교육서비스 품질에 따른 만족도 및 소비행동에 미치는 영향’과 Saerom Lee(2011)의 ‘미용학원 훈련생의 근무형태에 따른 직무만족도 연구’ 설문내용을 참고로 교육서비스 품질의 요소들을 다음과 같이 정의하고자 한다.

첫째, 강의 만족도는 미용교육 프로그램, 교육목표에 맞는 수업 진행과 수업준비, 출석관리, 수업내용에 필요한 자료, 정보, 강의 내용, 학습 자료들이

Table 1. Quality Elements of Service

Quality factor	Definition
Tangibles	Figure physical facilities, tools, equipment, appearance of their employees
Reliability	The consistency of the promised service, accuracy, ability to run on the reliability
Responsive	Adequacy and rapid response capabilities of the service provider, rapid service delivery capability
Empathy	Effort and interest of the individual to provide convenience
Assurance	Trust in knowledge, transfer capability of self-confidence

- Sunyoung Kim(2011), p.2

정확하고 성실하게 수행한다.

둘째, 내부 환경 만족도는 강습시간을 편리하게 이용하고 교육생들의 불편, 건의, 요구사항을 파악 해결해주고, 진로에 관심을 갖는다.

셋째, 시설 만족도는 교육 시설과 안락한 분위기로 심리적인 안정감과 알아보기 쉬운 안내 표지판, 식수대, 화장실, 자판기 등의 위생 상태와 여유로운 휴게실, 사물함 공간은 충분해야 한다.

넷째, 수강료 만족도는 수업의 양질의 적정성, 수강료에 대한 가격 부담 없이 재료비, 특강비 등 수업 내용에 적정해야 한다.

이와 같이 네 가지 서비스 요소들은 구체적인 차원에 대해 교육생들의 지각을 반영하고 있다. 그러나 만족은 서비스품질에 대한 지각뿐 아니라 개인적인 요소와 상황적인 요소에 의해 영향을 받는 등 보다 포괄적 개념이라 할 수 있다. 교육생은 서비스를 이용하기 전에 타 기관 경쟁사들의 서비스 품질을 비교해가며 주관적으로 해석을 한 뒤 소비하게 되고 그 결과 만족 또는 불만족 현상이 야기되게 된다. 교육서비스 품질이 소비행동으로까지 이끌어 내기 위해 미용관련교육기관을 신뢰하고, 만족하여 재등록 할 수 있도록 해야 한다.

2. 미용교육

1) 미용교육 역사

우리나라는 1928년 11월에 직업학교인 '경성미용학교'가 세워지면서 최초로 미용교육이 시작되었다. 1933년 3월에 오얏주는 서울종로에 있는 화신 백화점 내에 '화신미용실'을 개설하면서 두발형은 개화되고, 급격한 변화를 겪게 된다.

해방 이후 김상진은 '현대미용학원'을 설립, 권정희는 '정화고등기술학교'를 설립, 1954년에는 '예림고등기술학교'를 임형선에 의해 설립하여 미용발전의 중요한 역할을 수행한다.

미용사 면허제도의 도입으로 표준화된 교육을 통해 1948년 제1차 미용사 자격증 시험이 실시되면서 미용이 체계를 갖추기 시작하고, 1961년 미용 산업에 대한 공중위생관리법이 제정되면서 미용이 본격

적으로 발전하게 된다.

전국의 전문대 미용과는 1990년대 초반에 개설되기 시작하면서 전문대학 미용교육시대의 문을 열게 되었고, 4년제 대학의 정규학과, 대학원 석사과정의 개설로 발전을 거듭하게 된다.

2) 미용교육 훈련

기술교육은 손(Hand)과 정신(mind)이 동시적으로 상호작용하여 이루어지며 미용은 고객과 비논리성을 강조하고 있으며 인성과 기술적인 면이 조화롭게 이루어질 때 서비스와 기술이 최대로 발휘될 것이다 (Sunyoung Kim, 2011).

사설미용학원(직업교육, 여러 과목의 수업가능, 각종 미용대회 참석 기회제공)이나 미용직업전문학교(국비지원 수업가능, 인성교육, 체계화된 수업)의 경우 각각의 기관마다 특성을 살린 미용교육을 실시하고 있고, 통일성을 있는 미용교육내용으로는 국가기술자격시험과 사단법인의 민간미용협회 시험에 응시하기 위한 교육을 하고 있다.

헤어미용과 피부미용의 국가기술자격시험에 응시할 수 있는 교육과 네일아트, 메이크업의 민간자격증 시험대비과정 외에 발 관리, 경락, 아로마테라피, 림프드레나지, 두피관리사, 메디칼테라피과정 그리고 헤어커트/드라이/업스타일 등 재교육에 필요한 심화 과정의 교육을 하고 있다.

현대 사회는 산업 발달로 정보화, 국제화, 세계화 시대로 급변하고 있으므로 미용교육기관에서는 미용 전문 자격증 취득과 동시에 각종 미용대회에 참석할 수 있는 기회를 부여함으로써 자신감 회복을 위한 교육을 하고 있다.

3. 재등록

1) 재등록의 정의

재등록의 사전적 의미는 '이미 등록하였던 것을 다시 등록함' 이지만 본 연구에서는 '미용관련교육 기관에서 미치는 내부 외부 환경적 요소에 의해 다시 등록하는 것'으로 정의하고자 한다.

학원 및 교육 서비스업이 과도하게 증가하면서 비슷한 교육 프로그램, 브랜드 학원의 포화상태로 신규 교육생이 감소하고 매출액은 평균 이하를 기록하게 되면서 기존 교육생 유지를 위한 문제에 직면하게 된다. 미용관련교육기관은 전문 직업으로서 고부가가치 형태의 교육이 이루어지는지 파악하고, 서비스를 개발하여 학원유지, 발전이 가능할 수 있도록 분석 할 필요가 있다. 교육생은 학원에 대한 서비스 품질의 사용 경험을 통해 불만족이 높아질수록 불평행동을 할 수 있고, 신뢰와 만족도가 상승할수록 재등록 행동을 유지하려함으로 서비스 품질의 중요성을 알 수 있다. 사설학원은 교육생이 기대에 부응하게 되면 만족을 느끼게 되면서 계속적으로 수강을 연장할 것이며, 자신의 기대를 초과하여 만족하였다면 다양한 긍정적인 구전 행동을 하게 될 것이다 (Sungju Lee, 2007).

2) 고객만족

고객의 의미를 살펴보면 고객이란 단어에는 그 자체가 매우 광범위하고 일반적으로 통용되고 있는 표현이다. 사전적 정의로 고객이란 '손님'의 범위로 뜻하고 있지만 고객은 자기 자신을 포함해 모든 인간과 조직 단체가 해당될 수 있다.

고객만족은 소비자의 심리적 과정의 최종상태로 평가(evaluation), 인지된 상태(cognitive state), 정서적 반응(emotional response), 인지된 판단과 정서적 반응(consumer's fulfillment response)이 결합

된 만족에 대한 판단 등 네 가지 관점으로 정의하고 있다(Sunyoung Kim, 2011).

고객이 느끼는 만족이나 불만족은 구전행동, 재구매 행동, 불평행동으로 표현되고 이러한 행동은 고객의 만족과 불만족의 결과 변수임을 알 수 있다.

III. 연구 모형 및 조사 설계

1. 연구 분석모형 및 가설 설정

1) 연구 분석모형

본 연구에서의 강의 만족도, 내부 환경 만족도, 시설만족도, 수강료 만족도가 재등록에 어떠한 영향을 미치는가에 대해 연구 분석모형을 다음의 Figure 1과 같이 설정하였다.

2) 가설 설정

연구 분석모형과 같이 설정한 모형의 구성 변수들 간의 관련성을 규명하기 위하여 다음과 같이 가설을 설정하였다.

가설 1. 강의 만족도가 재등록에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 2. 내부 환경 만족도가 재등록에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

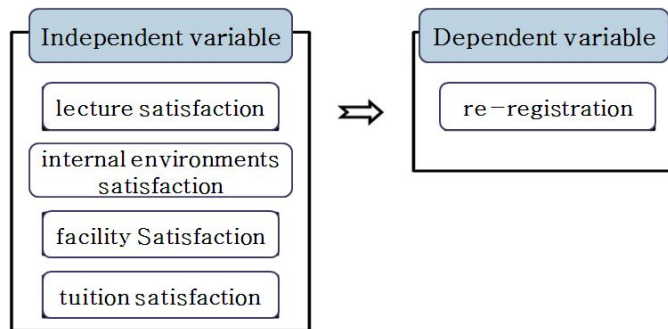


Figure 1. Analysis Model of Research

가설 3. 시설 만족도가 재등록에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 4. 수강료 만족도가 재등록에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

2. 연구 대상 및 자료 수집방법

본 연구에서는 미용관련교육기관의 교육서비스 품질인 강의/내부 환경/시설/수강료의 만족도가 재등록 의도에 어떠한 영향력을 미치는가를 알아보기 위한 것이다.

자료 조사방법으로는 충남 천안시 소재의 사설 미용학원과 미용직업전문학교 5곳을 선정하여 미용관련교육기관에 다니고 있는 교육생 10대-50대 이상 남녀를 대상으로 하였다. 조사 기간은 2013년 6월 23일부터 7월 30일까지 약 1개월간의 소요 시간이 걸렸으며, 설문지는 표본대상자를 총 250부를 했고 각 학원 각반 강사들의 도움으로 불성실한 답변자

10부를 제외한 240부가 수거되었다.

설문 내용으로는 인구통계학적특성, 강의 만족도, 내부 환경 만족도, 시설 만족도, 수강료 만족도, 재등록으로 구성되었다. 본 연구는 교육서비스 제공자인 미용관련교육기관과 수혜자인 교육생과의 관계에서 교육생이 느끼는 교육서비스품질 만족이 재등록에 어떠한 영향을 미치는 가의 관계를 규명하였다.

수집된 설문지는 강의/내부 환경/시설/수강료의 만족도가 재등록에 어떠한 상관관계가 있는지를 분석하기 위해 다음과 같이 통계분석을 실시하였다.

설문 문항은 SPSS 18 for windows를 이용하였고, 인구통계학적특성으로 빈도분석(frequency analysis)을, Cronbach'α 계수를 이용해 내적 일관성에 의한 신뢰도(reliability) 검정을 하고, 회귀분석을 위해 산점도 분석을 했다. 본 연구의 가설분석은 검증 확인의 타당성을 위한 다중회귀분석을 실시하였다.

Table 2. Demographic Characteristics of the Sample: Sex

Sex	The frequency(N)	Proportion(%)
Men	30	12.5
Women	210	87.5
Total	240	100.0

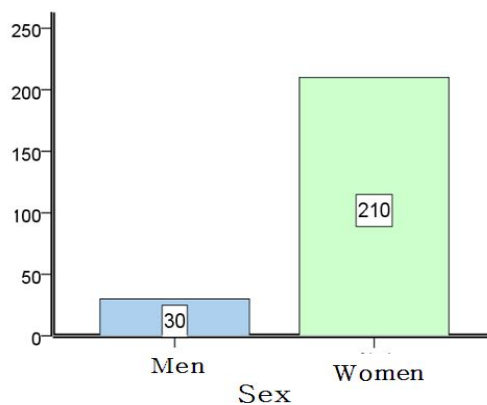


Figure 2. Demographic Characteristics of the Sample: Sex

IV. 설문 분석

1. 인구 통계학적 특성

표본의 인구통계학적 특성 조사결과 Table 2, Figure 2에 나타나 있듯이 조사 대상자의 성별은 여자는 210명, 남자는 30명으로 남자는 12.5%이고 여자가 87.5%로 여자의 비중이 큰 것을 볼 수 있다.

Table 3과 Figure 3의 인구통계학적 특성에 의하면 연령대별로 10대가 46.7%, 20대가 30%, 30대가 15%, 40대가 7.9%, 50대 이상이 0.4%로 10대가 112명, 20대가 72명으로 10대-20대의 비중이 크게 나타난 것을 볼 수 있고, 40대가 넘어가면서 미용에 대한 열정이 미비하다는 것을 알 수 있다.

인구통계학적 특성 Table 4, Figure 4와 같이 직업별로 살펴보면 학교에 재학 중인 교육생이 131명으로 54.6%, 무직자가 52명으로 21.7%, 주부가 32명으로 13.3%, 회원이 22명으로 9.2%, 자영업이 3명으로 1.3%로 전문 기술직을 위해 미용을 배우려는 교육생(학교재학 중인 교육생), 무직자, 주부들이 대부분을 차지하고 있는 것을 알 수 있다.

Table 5와 Figure 5의 인구통계학적 특성에 의하면 미용에 관련된 자격증을 소지하고 있는 교육생이 145명으로 60.4%, 자격증을 소지하고 있지 않은 교육생이 95명으로 39.6%로 나타났다. 자격증 소지자가 145명으로 비중을 크게 차지하고 있다.

Table 3. Demographic Characteristics of the Sample: Age

Age	The frequency(N)	Proportion(%)
10's	112	46.7
20's	72	30.0
30's	36	15.0
40's	19	7.9
The over 50's	1	0.4
Total	240	100.0

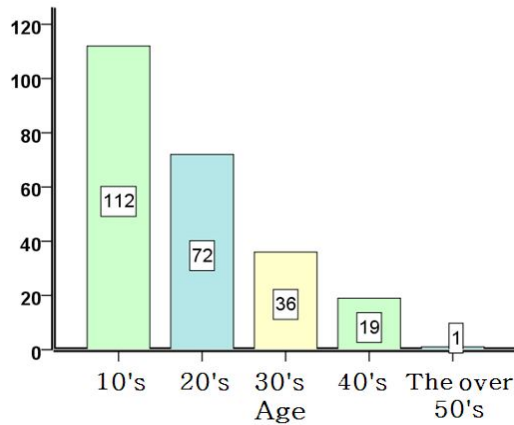


Figure 3. Demographic Characteristics of the Sample: Age

Table 4. Demographic Characteristics of the Sample: Job

Job	The frequency(N)	Proportion(%)
Housewife	32	13.3
Company employee	22	9.2
Business owners	3	1.3
Student	131	54.6
Unemployed(etc.)	52	21.7
Total	240	100.0

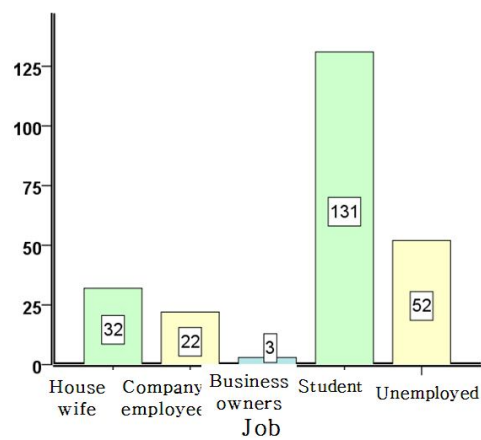


Figure 4. Demographic Characteristics of the Sample: Occupation

Table 5. Demographic Characteristics of the Sample – Presence or Absence of Qualification

Presence or absence of qualification	The frequency(N)	Proportion(%)
Presence	145	60.4
Absence	95	39.6
Total	240	100.0

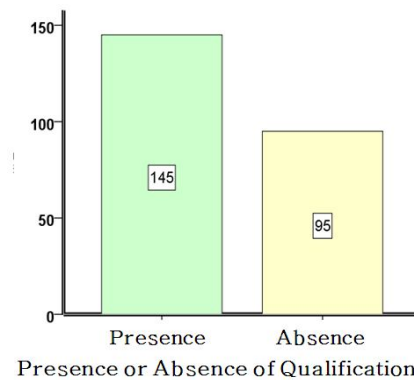


Figure 5. Demographic Characteristics of the Sample: Presence or Absence of Qualification

2. 신뢰도 분석

본 연구는 조사를 통해 수집된 설문지 각 항목에 대한 의존가능성(dependability), 일관성(consistency), 안정성(stability), 정확성(accuracy), 예측가능성(predictability)을 알아보았다. 그리고 변수들이 특정 개념을 동일하게 설명하고 있는지 검토하기 위하여 Cronbach's α 계수를 이용하였고, 신뢰도를 검증하기 위한 신뢰도 분석을 하였다.

일반적으로 사회과학에서는 0.6 이상으로 신뢰도 계수가 나오면 신뢰성을 인정하므로 0.6 이상을 기준으로 신뢰성 검정을 평가하였고, Cronbach's α 계수를 이용해 내적 일관성에 의한 측정도구 신뢰도를 검증하였다.

Table 6과 같이 강의 만족도 신뢰도 통계량에 대해서 알아본 결과 6개 항목에 Cronbach's α는 87%로 나타나 신뢰성을 인정하여 신뢰 수준을 만족하였다.

내부 환경 만족도 신뢰도 통계량은 6개 항목에 Cronbach's α는 91.3%로 나타나 신뢰성을 인정하여 신뢰 수준을 크게 만족하였다.

또한, 시설 만족도 신뢰도 통계량에 대해서 알아본 결과 6개 항목에 Cronbach's α는 88.6%로 나타나 신뢰성을 인정하여 신뢰 수준을 만족하였다.

수강료 만족도 신뢰도 통계량은 5개 항목에 Cronbach's α는 60.2%로 나타나 신뢰도 계수가 0.6 이상을 충족시켰으므로 신뢰성을 인정하여 신뢰 수준을 만족하였다.

재등록 만족도 신뢰도 통계량에 대해서 알아본 결과 6개 항목에 Cronbach's α는 93.2% 수준으로 가장

높게 나타나 신뢰 수준을 크게 만족하였다.

타당도 분석결과 Table 6에서 알 수 있듯이 강의 만족도 신뢰도는 87%, 내부 환경 만족도 신뢰도는 91.3%, 시설만족도 신뢰도는 88.6%, 수강료 만족도 신뢰도는 60.2%, 재등록 만족도의 신뢰도는 93.2%의 수치로 나타났다. 신뢰도 통계량은 재등록 만족도>내부 환경 만족도>시설만족도>강의만족도>수강료 만족도 순이었고, 재등록 만족도 신뢰도가 가장 높게 나타났다.

따라서 본 연구에서 사용된 변수들은 항목 간 신뢰수준을 모두 만족 할 수 있다.

3. 다중회귀분석

회귀분석은 한 변수가 다른 변수들에 의해 어떻게 설명되고 예측되는지를 알아보기 위한 통계적 방법으로, 본 연구는 미용관련교육기관의 교육서비스 품질의 제 변수들에 대한 상대적 영향력을 상세하게 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다.

Figure 6과 같이 강의 만족도와 재등록의 산점도를 그려보니 강의만족도가 높아질수록 재등록 수치도 높아지는 경향이 있음을 발견하게 되어 선형 회귀분석을 실시했다. 내부 환경 만족도, 시설 만족도와 재등록의 산점도 또한 만족도가 높아질수록 재등록 수치도 높아짐으로 선형 회귀분석을 실시했다. 수강료 만족도와 재등록과의 산점도는 좋은 형태는 아니지만 수강료 만족도와 재등록이 우측으로 갈수록 퍼져 있는 것으로 나타나 선형 회귀분석을 실시했다.

Table 6. Reliability Analysis

Reliability analysis	Cronbach's α	Item count
Lecture satisfaction	87.0%	6
Internal environments satisfaction	91.3%	6
Facility satisfaction	88.6%	6
Tuition satisfaction	60.2%	5
Re-registration	93.2%	6

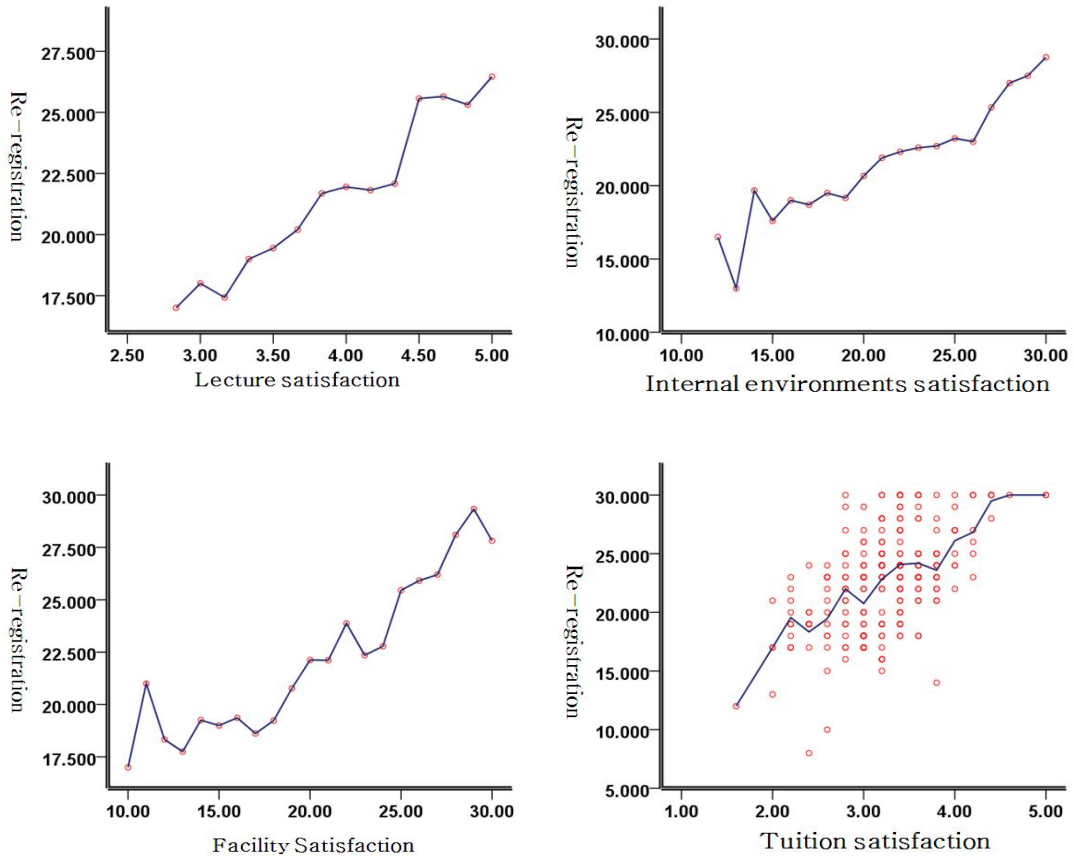


Figure 6. Scatter Plot

Table 7에서 모형요약을 살펴보면 결정계수 R제곱이 0.585임을 볼 수 있는데, 따라서 4개의 독립변수로 종속변수의 변이중에 약 58% 정도로 설명할 수 있다.

또한 Table 8의 분산분석표에서 독립변수인 F-값은 82.955이고 이에 대응되는 값 유의확률은 0.0001로서 유의수준 5%(또는 10%)보다 작으므로 $y = \alpha + \beta_1x_1 + \beta_2x_2 + \beta_3x_3 + \beta_4x_4 + \varepsilon$ 을 기각하여 4개의 독립변수 중에 적어도 하나 이상의 변수는 종속변수를 설명함에 있어서 유의하게 기여한다고 볼 수 있다.

Table 9와 같이 강의 만족도 베타 값이 .254 이고, 수강료 만족도가 베타 값이 .214로 강의만족도가 25.4%로 재등록에 가장 영향력이 크고, 수강료

만족도는 21.4%로 재등록에 영향을 크게 끼치지 못하는 것으로 나타났다.

각 회귀계수에 대한 처리 즉 t-통계량을 살펴보면 변수 강의만족도, 내부 환경만족도, 시설만족도, 수강료만족도의 유의확률은 0.0001로서 유의수준은 5%(또는10%)보다 작으므로 종속변수를 설명하는데 있어서 유의하게 기여한다고 할 수 있다.

연구 결과를 정리하면 강의 만족도, 내부 환경 만족도, 시설 만족도, 수강료 만족도 모두 긍정적인 영향을 미쳤고, 강의 만족도가 재등록 행동에 가장 큰 영향력을 주었으며, 수강료 만족도는 재등록에 큰 영향력을 받지 않는 것으로 나타났다.

Table 7. Analysis of Variance Table and Estimates of the Regression Coefficients

Mockup	R	The R-squared	The R-squared it was corrected	Standard error of the estimate
1	.765 ^a	.585	.578	2.745178

a. Predicted value: (Constant), tuition satisfaction, lecture satisfaction, facility Satisfaction, internal environments satisfaction

Table 8. Analysis of Variance Table

	Sum of squares	Degrees of freedom	Mean square	F	Significance probability
Regression model	2500.602	4	625.151	82.955	.000 ^a
Residual	1770.960	235	7.536		
Total	4271.562	239			

a. Predicted value: (Constant), tuition satisfaction, lecture satisfaction, facility Satisfaction, internal environments satisfaction

b. Dependent variable: Re-registration

Table 9. Estimates of the Regression Coefficients

	Unstandardized coefficient		Standardized coefficient	t	Significance probability
	B	standard error	beta		
(Constant)	1.353	1.518		-.892	.373
Lecture satisfaction	1.975	.417	.254	4.735	.000
Internal environments satisfaction	.235	.066	.232	3.553	.000
Facility satisfaction	.229	.059	.244	3.912	.000
Tuition satisfaction	1.672	.404	.214	4.143	.000

a. Dependent variable: Re-registration

V. 결론 및 제언

미용관련교육기관의 교육서비스 품질인 강의/내부 환경/시설/수강료 만족도가 재등록에 어떠한 영향을 미치는가를 분석하였다.

자료 조사방법으로는 천안시 소재의 사설 미용학원과 미용직업전문학교에 다니고 있는 교육생을 대

상으로 불성실한 답변자 10명을 제외한 240명을 조사하였고, 수거 시까지 약 1개월의 기간이 소요되었다. 설문 문항은 통계분석용 소프트웨어인 SPSS 18 for windows를 이용하였고, 인구통계학적특성으로 빈도분석을, Cronbach'α 계수를 이용해 내적 일관성에 의한 신뢰도 검정을, 회귀분석을 위해 산점도 분석을 했다.

구성 변수들 간의 관련성을 규명하기 위한 가설 설정을 살펴보면,

가설 1. 강의 만족도가 재등록에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 2. 내부 환경 만족도가 재등록에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 3. 시설 만족도가 재등록에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 4. 수강료 만족도가 재등록에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

이것으로 가설을 도출하였다.

연구 결과를 정리하면 강의 만족도, 내부 환경 만족도, 시설 만족도, 수강료 만족도 모두 긍정적인 영향을 미쳤으며 강의 만족도가 재등록 행동에 영향력이 큰 것으로 파악되었고, 예상과는 달리 수강료 만족도는 재등록에 큰 영향력을 받지 않는 것으로 나타났다.

본 연구의 의의는 교육서비스 품질이 재등록에 미치는 영향을 알아봄으로써, 미용교육에 대한 교육과정을 활성화 시키고, 내부 외부 환경을 개선하고자 한다. 또한 미용교육을 담당하는 교직원 및 강사와 교육기관과 더불어 미용교육을 받고자 하는 교육생들에게 보다 나은 서비스를 제공하고, 미용의 가치와 효용성 재정립과 발전을 위한 기초자료로 활용되길 바란다.

본 연구는 조사 대상이 충남 천안권이라는 특정지역에 한정 되어 있어서 정확한 분석 결과에 한계가 있음으로 전체를 대표하기에는 무리가 있다. 따라서 향후 연구에서는 연구 대상을 다른 여러 지역으로 확대하고 다양한 표본을 수집해 분석해야 할 것이다.

또한 독립변수로 사용된 강의만족도, 내부 환경만족도, 시설만족도, 수강료만족도 이외에도 교육서비스 품질은 있을 수 있음으로 향후 연구에서는 다양한 변수들을 활용해 연구가 이루어져야 할 것이다.

마지막으로 미용 교육서비스 품질 측정에 있어 교육생 측면에서만 살펴보았으나 향후 연구에서는 교육생과 교육서비스 제공자인 미용관련교육기관의 양방향적 연구로 연구결과의 일반화 가능성을 검토해야 할 필요가 있다.

References

- Cha, S., & Chae, Y. (1999). A study on the measurement of educational service quality. *Koreanische Zeitschrift fuer Wirtschaftswissenschaften*, 20, 81-110.
- Kim, K., & Do, W. (2005). A study on the influence of the quality of service education on education satisfaction and the orientation of customers. *Korea Academic Society of Tourism Management*, 2005, 19-39.
- Kim, S. [Sunyoung] . (2011). *The effect of education service quality on beauty academy satisfaction and consumption behavior* (Unpublished master's thesis). Honam University, Kwangju, Korea.
- Kim, S. [Sungnam] , & Kim, K. (2006). A study on the effect of the perceived beauty service quality on the purchase intention. *Journal of Fashion Business*, 10(1), 106-119.
- Kim, W. (2002). *A study on factors influencing the satisfaction of educational service* (Unpublished master's thesis). Gyeongsang National University, Jinju, Korea.
- Lee, S. [Saerom] . (2011). *Studies on satisfaction with working environment according to work type among trainees of beauty academies* (Unpublished master's thesis). Sungshin Women's University, Seoul, Korea.
- Lee, S. [Sungju] . (2007). *Influence of educational service quality factors on repurchase intention in private leading institute industry* (Unpublished master's thesis). Soongsil University, Seoul, Korea.

Received(July 26, 2014)

Revised(September 8, 2014)

Accepted(September 19, 2014)