

전문대학 체육전공자의 인지된 교육서비스품질이 서비스가치 및 학생만족에 미치는 영향

Effect of Perceived Service Quality on Service Value and Satisfaction in College Students

이태용*, 김수진*, 조송현**
경남정보대학*, 부산대학교**

Tae-Yong Lee(leety79@hanmail.net)*, Soo-Jin Kim(bauloo@nate.com)*,
Song-Hyeon Cho(chosh@pusan.ac.kr)**

요약

본 연구는 전문대학 체육전공자의 인지된 교육서비스품질이 서비스 가치 및 학생만족에 미치는 영향을 알아보는데 그 목적이 있다. 연구 대상은 2008년 5월 현재 1개 특별시(서울 M대학)와 5개 광역시(부산 K대학, 대전 W대학, 인천 I대학, 울산 U대학, 광주 C대학)에 소재한 전문대학에 재학하고 있는 대학생으로 하였다. 유의표본추출법(purposeful sampling method)을 이용하여 조사대상을 표집하였고 443명이 설문조사에 응답하였으며, 최종 409명을 유효 표본으로 선정하여 본 연구의 자료로 이용하였다. 조사 도구는 SPSS 12.0 통계 프로그램을 이용하여 요인분석, 신뢰도분석, 빈도분석, 상관분석 및 회귀분석을 실시하였으며 결론은 다음과 같다. 첫째, 교육 서비스품질의 유형성과 대응성 요인은 서비스가치에 긍정적인 영향을 미친다. 둘째, 교육 서비스품질의 유형성, 신뢰성, 대응성, 감응성 요인은 학생만족에 긍정적인 영향을 미친다. 셋째, 서비스가치는 학생만족에 긍정적인 영향을 미친다.

■ 중심어 : | 체육전공자 | 서비스품질 | 서비스가치 | 학생만족 |

Abstract

The study aims to figure the effect quality of perceived education service on service value of student' satisfaction major in physical education students' of college. The subjects of the study are students enrolled in Junior colleges located in Seoul and five major cities (Busan, Daejeon, Incheon, Ulsan and Gwangju) as of May 2008. It adopted purposeful sampling method to sample 443 students, and 409 effective samples were used in the study. SPSS 12.0 was used to conduct factor, reliability, frequent analysis, correlation and regression analyses, and the study reached the following conclusions. First, the tangibles and responsiveness of the quality of education service had positive effected on the value of service. Second, the tangibles, reliability, responsiveness and irritability had positive effected on students' satisfaction. Third, the value of service had positive effected on students' satisfaction.

■ keyword : | Physical Education Majors | Service Quality | Service Value | Student Satisfaction |

* 이 논문은 2007년 정부(교육과학기술부)의 재원으로 한국학술진흥재단의 지원을 받아 수행된 연구임
(KRF-2007-322-G00006)

접수번호 : #090923-002

접수일자 : 2009년 09월 23일

심사완료일 : 2009년 11월 19일

교신저자 : 조송현, e-mail : chosh@pusan.ac.kr

I. 서론

우리나라 대학은 새로운 발전을 위한 환경에 처해있다. 세계화·지식화·다양화·정보화 등으로 특징되는 대학시장의 급류와 함께 학령인구 감소로 인한 교육서비스 수요의 감소, 교육시장의 개방, 대학특성화 지원 사업 및 대학구조개혁 등과 같은 거시적인 교육환경이 빠르게 변화됨에 따라 대학은 무한 경쟁으로의 패러다임 이전을 요구받고 있다[1].

이와 같은 상황에서 학생의 기대와 요구에 부응하는 교육서비스품질을 제공하는 것은 대학을 유지·발전시킬 수 있는 경쟁력의 확보에 있어서 무엇보다 중요한 부분이다. 최근의 상황은 학생들에게 교육서비스 질을 어떻게 충족시켜 주는가에 따라 대학의 존폐가 결정된다고 해도 과언이 아니며[2], 2002년을 기준으로 대학에 진학하고자 하는 학생 수 보다 대학 정원이 많다는 사실은 대학 환경이 경쟁적 환경으로 변화되었다는 것을 의미한다[3]. 따라서 소비자 지향의 개방적 구조 속에서 살아남을 수 있는 질 높은 교육서비스품질과 수요자의 만족이 대학의 우선적 과제가 되고 있다.

대학 교육서비스품질은 학생들에게 전문적으로 교육을 제공하는 무형적인 서비스가 주를 이루고 있지만, 시설 및 기자재 등 교육환경을 구성하는 유형재가 수반되는 성격을 가지고 있다. 즉, 대학 교육서비스품질은 유·무형적 요소(명성, 이미지, 교육질, 교수수준 등)가 모두 포함된 서비스이다[2]. 공급자 중심에서 수요자 중심으로 전환되어가는 특수 서비스 산업인 대학 시장에서는 마케팅 컨셉을 채택하고, 구체적인 실천방안을 도입하고 있다.

이에 경쟁력, 실용주의, 변화 등과 같은 시대적인 변화에 맞추어 대학도 변화되고 있다. 대학 시설의 개보수 또는 건설과 교육적 제도 개혁이 잇달아 이루어지면서 대학교육의 질이 상당히 좋아지고 있다. 시청각 교육시설, 첨단기자재 확보, 체육관 건설 등의 교육시설 확보와 강의 평가제도 등 학교 당국의 노력뿐만 아니라 학생의 수요자의 의견 역시 적지 않은 변화에 일조하고 있다.

대학의 교육서비스는 호텔, 병원, 은행 보험 등 다른

서비스 산업과 마찬가지로 무형성, 비분리성, 변화성, 소멸가능성 등 서비스의 4대 특징이 그대로 적용된다 [4]. 대학의 교육서비스는 그 질적 우수성 확보를 위해 우수한 교수를 채용하거나, 교육제반 시설을 첨단화하는 등 유형적, 무형적 편익을 제공하고 있으며, 학생들은 수업을 통한 담당과목의 강의평가와 교수의 업적평가를 통하여 교육서비스를 확인하고 있다.

Kotler[5]는 기본적으로 서비스 기업들이 시장에 제공하는 서비스는 순수 유형화, 서비스가 수반되는 유형재화, 서비스와 유형재화의 혼합, 유형재화가 수반되는 서비스, 순수한 서비스 등 다섯 가지 범주로 구분되었다. 이 중 대학 교육서비스는 서비스 범주에서 네 번째 즉, 유형재화가 수반되는 서비스라 할 수 있다. 그리고 대학 교육서비스는 주로 서비스에 의해서 제공되기는 하지만, 새로운 기술 및 시설의 제공으로도 이루어진다 [2].

한편, 웰빙과 건강에 관한 스포츠산업의 발달과 생활체육의 저변확대로 체육은 여가활동과 건강생활의 한 수단으로 활용되고 있다. 이에 전국적으로 각 대학은 90년대를 기점으로 체육교육과 및 체육학과의 중심에서 레저스포츠학과, 사회체육학과, 생활체육과, 스포츠경영학과, 골프지도학과, 운동처방과, 경호학과를 새로이 개설하였으며 학과제에서 학부제 또는 계열제로 바꾸어 학생 수 증원과 함께 내부전공영역을 확대하고 있다.

하지만 수요자가 감소하는 현실은 지금의 교육시스템을 보다 정확하게 분석하고 효율적으로 운영해야만 경쟁력이 강화되고 경쟁 우위에 설 수 있다. 최근 사립전문대학 체육관련 학과는 전체적인 입학가능 학생 수의 감소, 4년제 대학의 정원 수 증원 및 유사신설학과 개설, 기존 전문대학 학과의 무리한 정원수 증원, 체육관련 학생들의 교육서비스에 대한 기대 증가, 재학생의 탈락률 증가 등의 이유로 어려움을 겪고 있다. 이로 인하여 학과축소, 학과폐지 등으로 이어지고 있고 자생력이 없는 대학은 통폐합이 이루어지고 있다. 이러한 현실에서 학생들의 요구를 충족시키고 목표를 만족시킬 수 있는 교육서비스를 제공하는 것은 매우 중요하다.

대학교육을 고객을 위한 서비스로 인식하여 공급자

중심의 교육에서 수요자 중심으로 변화시키고자하는 연구[7][8][1][9][10]가 그동안 시도되었으며, 또한 서비스품질과 고객만족, 서비스가치에 대한 연구는 스포츠산업[12],[13] 및 마케팅영역[14-17]을 중심으로 이루어져왔다. 대부분의 선행연구 결과 서비스품질은 고객만족에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 보고하고 있다 [18][19].

이러한 상황에서 전문대학 체육관련 학과가 제공하는 교육서비스품질에 관한 연구는 필요하다. 왜냐하면 그 동안의 스포츠산업·경영학 관점 연구에서는 주로 참여 및 관람 스포츠에 대한 서비스품질 또는 관람환경에 대한 연구가 주를 이루었고, 교육서비스품질에 대한 부분은 교양체육과 관련된 연구였다. 또한, 학과 단위에 대한 연구가 부족한 것이 사실이다. 따라서 전문대학의 체육전공자가 인지하는 서비스품질이 서비스가치와 학생만족에 미치는 영향을 살펴보는 것은 전문대학 체육 관련 학과의 경영에 도움을 줄 수 있으며, 교육서비스 향상이 왜 필요한가에 대한 근거자료로 사용할 수 있을 것이다.

이러한 관점에서 본 연구는 전문대학 체육관련학과 재학생들을 연구대상으로 하여 대학교육서비스품질의 인지와 서비스가치 및 학생만족에 대하여 영향을 미치는가를 분석하기 위해, 다음과 같은 연구 가설을 설정하였다.

- 가설 1. 교육서비스품질은 서비스가치에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- 가설 2. 교육서비스품질은 학생만족에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- 가설 3. 서비스가치는 학생만족에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

II. 연구방법

1. 연구대상

본 연구의 연구대상은 2008년 5월 현재 1개 특별시(서울 M대학)와 5개 광역시(부산 K대학, 대전 W대학,

인천 I대학, 울산 U대학, 광주 C대학)에 소재한 전문대학에 체육관련 전공자를 모집단으로 선정하였다. 표집 방법은 유의표본추출법을 이용하여 각 지역별로 80부씩 배포하였고 6개 지역 대학의 최종 443명이 설문에 응답하였다. 이들 설문지 중 신뢰성이 떨어진다고 판단되는 34명의 설문지를 제외하고 총 409명을 유효 표본으로 선정하여 본 연구의 자료로 이용하였다. 연구대상자의 일반적 특성은 [표 1]과 같다.

표 1. 연구대상자의 개인적 특성

특성	집단	사례수(명)	비율(%)
성별	남학생	290	70.9
	여학생	119	29.1
연령	19-20세	190	46.4
	21-22세	96	23.5
	23세 이상	123	30.1
학년	1학년	222	54.3
	2학년	187	45.7
	계	409	100.0

[표 1]에 나타난 연구대상자의 개인적 특성을 살펴보면 성별로는 남학생이 290명(70.9%), 여학생이 119명(29.1%)으로 나타났으며 연령별로는 19-20세 190명(46.4%), 21-22세 96명(23.5%), 23세 이상 123명(30.1%)로 나타났고, 학년별로는 1학년 222명(54.3%), 2학년 187명(45.7%)으로 나타났다.

2. 조사도구

본 연구의 조사도구는 설문지를 이용하였으며 첫째, 연구대상자의 개인적 특성 3문항, 교육서비스품질 16문항, 서비스가치 4문항, 학생만족 5문항 등으로 총 28문항으로 모든 문항은 5단계 Likert 평정척도(서비스품질: 1=전혀 그렇지 않다 그리고 5=매우 그렇다, 서비스가치 및 학생만족: 1=전혀 만족하지 못한다 그리고 5=매우 만족한다)로 구성하였다. 본 연구에서 사용된 설문지의 구체적인 내용은 다음과 같다.

첫째, 교육서비스품질을 측정하는 도구는 Parasuraman, Zeithaml 과 Berry[20][21]의 SERVQUAL을 번안하여 사용한 황인호[22], 정기한, 황인호, 채연수[23] 등을 참고하여 재구성하였다. 둘째,

서비스가치에 관한 설문문항은 Babin, Dardin 과 Griffin[24]의 연구를 기초로 김은미[25]의 연구에서 사용한 것을 본 연구의 실정에 맞게 수정·보완하여 사용하였다. 셋째, 학생만족에 관한 설문지는 Oliver[26], Cronin 과 Taylor[27]의 설문을 기초로 이용기외[3], 황복주, 김재열[28], 이학식, 김영[29]이 사용한 바 있는 5 문항을 본 연구에 맞게 재구성하였다.

3. 설문지의 타당도와 신뢰도

본 연구를 위해 작성된 설문지의 초안은 스포츠경영학전공 박사 2명의 내용타당도 검증은 거친 후, 부산 지역에 소재 하고 있는 K대학의 1, 2학년 재학생 80명 대상으로 예비조사(pilot-test)를 실시하여 문항의 적합성과 적용 가능성을 알아보고 실제 연구에 사용하였다.

또한 교육서비스품질에 대한 25문항에 대한 구성타당도를 검증하기 위해 탐색적 요인분석(exploratory factor analysis)을 실시하였고, 주성분 분석법(principle

component analysis)과, 직교회전방식의 베리맥스(varimax) 방법을 사용하였으며, 요인은 아이겐값(eigenvalue)이 1.0 이상인 요인만으로 하여 분석한 결과 4개의 요인이 도출되었다. 추출된 요인들은 유형성, 대응성, 신뢰성, 감응성으로 명명(naming)하였다.

설문지에 대한 요인분석 결과는 [표 2]와 같으며 구체적으로 살펴보면 첫째, 교육 서비스품질은 4개 요인으로 추출되었으며, 누적분산은 61.884%로 나타났다. 요인부하량(factor loading)은 하위요인별로 유형성 .589-.779, 대응성 .483-.636, 신뢰성 .410-.718, 감응성 .636-.711로 나타났다. 둘째, 서비스가치는 1개 요인으로 추출되었고, 누적분산은 72.379%로 나타났으며 요인부하량은 .816-.888로 나타났다. 셋째 학생만족은 1개 요인으로 추출되었고, 누적분산은 66.529%로 나타났으며 요인부하량은 .649-.864로 나타났다.

본 연구에서 사용된 설문지의 신뢰도는 내적일관성을 나타내는 신뢰계수인 Cronbach's α 통해 검증하였

표 2. 설문지의 타당도와 신뢰도

요인	집단	문항	문항	요인1	요인2	요인3	요인4	공분산비.	신뢰도
교육 서비스품질	유형성	3	교내 전상방 우수성	.779	.180	.018	.170	.673	.737
		4	적합한 캠퍼스 시설	.713	.110	.217	.102	.590	
		2	편의 시설 보유	.687	.118	.063	-.017	.538	
		1	교육 기자재와 시설 보유	.589	.089	.226	.111	.504	
	대응성	13	학생 요구 해결자세	.235	.636	.086	.266	.583	.721
		11	빠른 서비스 제공 전달	-.032	.632	.091	.119	.521	
		12	행정처리의 신속성	.184	.616	.136	.216	.571	
		10	서비스 약속 시간 준수	.208	.483	.433	.043	.477	
	신뢰성	7	학사행정 일정성	-.012	.171	.718	.150	.619	.725
		8	올바른 서비스 제공	.224	.384	.622	-.025	.597	
		9	정보의 정확성	.204	.374	.588	.061	.574	
		6	문제상황시 해결능력	.223	-.128	.568	.296	.581	
	감응성	5	강의와 강의계획서 일치	.204	-.195	.410	.291	.536	.782
		15	교수의 개별적 학생관심	.048	.147	.144	.789	.711	
		14	교수와의 면담용이	.124	.109	.136	.779	.723	
		16	행사 및 교육활동의 학생의사반영	.157	.330	.047	.676	.636	
고유값				1.796	1.399	1.211	1.112		
누적분산율				40.828	46.656	57.251	61.884		
서비스가치		1	지불한 비용과 노력이상의 가치	.888				.788	.871
		2	지불한 비용과 노력이상의 즐거움	.873				.762	
		3	지불한 비용과 노력이상의 실속	.824				.679	
		4	지불한 비용의 적당성	.816				.666	
고유값				2.895					
누적분산율				72.379					
학생만족		3	학교에 대한 자부심	.864				.421	.873
		2	학교 선택에 대한 만족	.858				.737	
		4	주변사람에게 학교추천의도	.844				.746	
		5	다른 사람들에게 학교홍보의도	.843				.712	
		1	대학 제공 서비스에 대한 전반적 만족	.649				.710	
고유값				3.326					
누적분산율				66.529					

다. 검증한 결과 교육서비스품질의 하위 요인은 .721-.782로 나타났으며, 서비스가치는 .871, 학생만족은 .873으로 나타나 이학식, 임지훈[30]이 제시한 기준을 상회하였다.

4. 자료 처리 방법

설문지의 표집은 본 연구자가 각 대학에 설문조사에 동의를 구한 각 대학에 우편 발송하여 조교에게 안내서와 함께 설문지를 보내고 연구 대상자에게 배포한 다음 자기평가기입법(self-administration method)으로 질문 내용에 대하여 응답하도록 하였다. 완성된 설문지는 회수 후 다시 우편 발송하여 본 연구자가 취합하는 방식을 취하였다. 우편을 이용한 설문지의 회수율은 85.7%였다.

질문지의 응답이 완성된 자료를 회수하여 응답내용이 불성실하거나, 신뢰성이 없다고 판단되는 자료는 분석대상에서 제외하고 자료를 컴퓨터에 개별 입력시킨 후 자료처리하였다.

본 연구에서는 SPSS Window 12.0 통계 패키지를 이용하여 다음과 같이 자료처리를 하였으며, 모든 자료 분석의 유의 수준은 $\alpha = .05$ 수준으로 하였다. 구체적인 자료분석 방법은 첫째, 연구대상의 일반적 특성을 살펴보기 위하여 빈도 분석(frequency analysis)을 실시하였다. 둘째, 세 변인간의 다중공선성을 검증하기 위해 상관분석(correlation analysis)를 실시하였다. 셋째, 교육서비스품질이 서비스가치 및 학생만족에 미치는 영향과 서비스가치가 학생만족에 미치는 영향을 검증하기 위하여 회귀분석(regression analysis)을 실시하였다.

III. 결과

1. 변인간 상관관계 분석

연구가설을 검증하기 이전에 다중공선성의 확인을 위해 교육서비스품질, 서비스가치, 학생만족 간의 상관분석을 실시하여 [표 3]과 같은 결과를 얻었다.

서비스품질 4개 변인과 서비스가치 및 학생만족은 상

호간에 정(+)적인 상관관계가 있는 것으로 나타나 연구 가설에서 설정한 변인간의 관계와 방향이 일치하는 것으로 나타났으며, 가장 높은 상관계수 값이 .742로 나타나 다중공선성의 기준치인 .80보다 작으므로 다중공선성이 존재하지 않는 것으로 확인되었다[31].

표 3. 변인간 상관분석 결과

	유형성	신뢰성	대응성	감응성	서비스가치	학생만족
유형성	1					
신뢰성	.500**	1				
대응성	.520**	.655**	1			
감응성	.354**	.462**	.742**	1		
서비스가치	.328**	.341**	.439**	.407**	1	
학생만족	.388**	.477**	.548**	.516**	.573**	1

** p < .01

2. 교육서비스품질이 서비스가치에 미치는 영향

전문대학 체육전공자가 지각하고 있는 교육서비스품질이 서비스가치에 미치는 영향을 살펴보기 위하여 회귀분석을 실시하여 [표 4]와 같은 결과를 얻었다.

표 4. 교육서비스품질이 서비스가치에 미치는 영향

구분	B	SE	β	t	p
유형성	.138	.060	.121	2.299	.022
신뢰성	.089	.095	.056	.939	.349
대응성	.998	.248	.646	4.020	.000
감응성	.061	.085	.055	.715	.475

R=.498 R²=.248 F=22.053 p=.000

회귀식의 설명력은 R²=.248로 대학교육 서비스품질이 서비스가치를 설명하는 정도는 전체변량의 24.8%로 나타났으며, 서비스가치에 미치는 상대적인 영향력은 대응성 $\beta=.646(t=4.020)$, 유형성 $\beta=.121(t=2.229)$ 순으로 나타났다.

3. 교육서비스품질이 학생만족에 미치는 영향

전문대학 체육전공자가 지각하고 있는 서비스품질이 학생만족간에 미치는 영향을 살펴보기 위하여 회귀분

석을 실시하여 [표 5]와 같은 결과를 얻었다.

표 5. 교육서비스품질이 학생만족에 미치는 영향

구분	B	SE	β	t	p
유형성	.117	.052	.108	2.246	.025
신뢰성	.281	.082	.185	3.405	.001
대응성	.443	.215	.304	2.058	.040
감응성	.233	.074	.223	3.167	.002
R=.604 R ² =.364 F=38.397 p=.000					

회귀식의 설명력은 R²=.364로 대학교육 서비스품질이 학생만족을 설명하는 정도는 전체변량의 36.4%로 나타났으며, 학생만족 미치는 상대적인 영향력은 신뢰성 β =.185(t=3.405), 감응성 β =.223(t=3.167), 유형성 β =.108(t=2.246), 대응성 β =.304(t=2.058) 순으로 나타났다.

4. 서비스가치가 학생만족에 미치는 영향

전문대학 체육전공자가 지각하고 있는 서비스가치가 학생만족에 미치는 영향을 살펴보기 위하여 회귀분석을 실시하여 [표 6]과 같은 결과를 얻었다.

표 6. 서비스가치가 학생만족에 미치는 영향

구분	B	SE	β	t	p
서비스가치	.540	.038	.573	14.091	.000
R=.573 R ² =.328 F=198.564 p=.000					

회귀식의 설명력은 R²=.328로 대학교육 서비스가치가 학생만족을 설명하는 정도는 전체변량의 32.8%로 나타났으며, 서비스가치의 영향력은 β =.573(t=14.091)로 나타났다.

IV. 논의

대학은 대·내외적으로 지속적인 평가가 이루어져야 하고 평가를 근거로 새로운 목표와 전략을 설정하여 실천하여야 한다. 평가에 있어서 재학생이 인지하는 모교

에 대한 이미지는 향후 대학의 미래와도 직결된다. 따라서 무한경쟁체제에 들어서 있는 오늘날의 대학은 학생들의 요구에 보다 적극적인 대처가 필요하다. 본 연구는 전문대학 체육관련 전공학생들이 인지하는 교육 서비스품질이 서비스가치, 학생만족에 미치는 영향을 알아보기 위한 것으로, 본 연구에서 나타난 결과들을 토대로 논의를 하면 다음과 같다.

첫째, 교육 서비스품질은 서비스가치에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 김용만, 신현호, 심규열[32], 박종오, 황용철[33] 등의 선행연구 결과와 일치하는 결과이다. 특히, Zeithaml[34]은 소비자가 인지하는 품질이 높으면 높을수록 소비자들은 높은 가치를 부여한다고 하였고, Gooding[35]은 의료 소비자를 대상으로 한 연구에서 소비자들은 의료 서비스 품질을 통하여 서비스 가치를 평가한다고 설명하여 본 연구결과를 지지해주고 있다.

서비스가치에 구체적으로 긍정적인 영향을 끼친 교육 서비스품질 요인은 유형성과 대응성이었다. 즉, 유형성은 교내 전산망의 우수성, 쾌적한 캠퍼스 시설, 편의 시설 보유, 교육 기자재와 시설 보유 등으로 측정되었고, 대응성은 학생 요구에 대한 적극적인 해결 자세, 빠른 서비스의 제공, 행정 처리의 신속성, 서비스 약속 시간의 준수 등으로 측정되었는 바, 이러한 결과는 학생들이 인지하는 서비스 가치를 높이기 위해서는 철저한 내용들에 품질 향상에 노력해야 함을 시사한다.

체육관련 학과는 교과 특성상 이론뿐만 아니라 실습 및 실기와 관련된 수업이 많이 개설되어 있기 때문에 교육 서비스품질 가운데 유형성은 매우 중요한 부분이다. 이러한 점에서 서비스 가치를 높이는 방안으로 유형성 및 대응성과 관련된 품질에 대한 관리를 보다 철저히 해야 할 필요성이 있다. 이외에도 현재 전문대학 체육관련 전공 교과과정에 획일적이고 자의적으로 교과목을 개설하는 것을 지양하고, 시대적 흐름을 이해하는 새로운 과목 신설 및 교과과정의 개선이 요구된다. 본 연구에서는 이러한 교육과정과 관련된 서비스 품질은 측정하지 않았지만 국제화와 교육의 질의 높이는 방안도 서비스 가치를 높이는데 도움을 줄 수 있을 것으로 판단된다.

둘째, 교육 서비스품질은 유형성, 신뢰성, 대응성, 감응성 요인 모두가 학생만족에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 연구의 결과는 이경환, 이상훈, 김승환[9]의 대학의 브랜드에 대학 고객의 태도 및 교육서비스품질이 고객만족의 관계를 조사한 연구결과와 김동진, 조송현[36]의 연구결과와 일치한다. 또한 최근 대학은 학생유치 경쟁이 치열하므로 능동적으로 대응하고 경쟁력 있는 양질의 교육서비스 제공을 통하여 학생중심의 운영으로 전환하여 학생들의 만족수준을 높여 나가야 할 필요가 있다는 이경철[1]의 제안과 그 맥을 같이 하고 있다.

강의실, 컴퓨터 이용시설, 체육시설 등 유형적인 시설도 만족에 영향을 미치지만 학사일정의 일정성, 올바른 서비스 제공, 정보의 정확성, 학생의 문제상황시 해결 방안 제시, 교수와의 면담응답이 등과 같이 무형적인 교육서비스 또한 학생만족에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타나고 있어, 학생만족을 유도하기 위해서는 교직원들의 서비스 및 업무처리 향상 등 학생을 위한 교직원 마인드 전환이 필요하며 특히, 교수들의 학생에 대한 적극적인 관심과 면담 등이 필요한 것으로 판단된다.

최근 종합대학들은 대학평가 순위를 높이기 위해 교수들의 연구력을 향상시키기 위한 제도를 마련하고 있지만, 이로 인하여 교육 부문은 상대적으로 질이 낮아지고 있는 것이 사실이다. 이러한 현실에서 전문대학이 취업 중심의 교육을 적극적으로 실시한다면 학생들의 만족은 더욱 높아질 것으로 판단된다.

셋째, 서비스가치는 학생만족에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 Anderson[19], Fornell[37], 공효순[38], 김종호, 신용섭[39], 이종호[40] 등의 선행연구 결과와 일치한다. 본 연구에서의 서비스 가치는 학생들이 지불한 비용 즉, 납부한 등록금에 대비 대학으로부터 받는 혜택이라 할 수 있는데, 학생만족의 방향과 강도를 변화시킬 수 있는 중요한 변인임을 알 수 있다.

등록금 대비 학생들의 서비스 평가가 긍정적으로 되기 위해서는 지속적인 질적 서비스가 유지되어야 한다. 즉, 평생 지도교수제, 정기적인 상담 교육, 체계적인 학

사운영시스템, 졸업생 진로 및 편입 특강, 전공동아리 운영, 현장실습프로그램 등과 같이 수요자 중심의 다양한 프로그램을 유지하고, 학생들의 자유로운 의사표현과 이에 대한 필요할 것으로 판단된다.

따라서 학교의 브랜드 강화 및 제고, 교육서비스의 수준과 질, 학생과의 접촉 직원, 학과운영방식, 전공 동아리 운영 등 무형적인 서비스와 함께 교육시설을 통하여 서비스가 생산되고 소비되어지는 환경에서 학생만족에 도움을 주는 여러 가지 요소들과 조화를 이룰 수 있도록 학생들의 기대를 자세하게 파악하고 분석하는 것이 교육환경 개선에 도움이 될 것으로 사료된다.

지금까지 서비스품질과 고객만족의 관계를 살펴본 연구는 상당히 많이 진척되었으나, 서비스가치와 고객만족의 관계를 살펴본 연구는 상대적으로 소수에 그치고 있다. 이러한 상황에서 교육 분야를 대상으로 한 본 연구는 또 하나의 후속 담론을 생성시킬 수 있을 것으로 판단된다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 기존 대학들이 수요자 중심의 새로운 관점으로 학과운영 및 경영을 점검하고 문제점을 보완하기 위한 필요성에서 시작하였다. 이에 본 연구는 전문대학 체육전공자들이 인식하는 교육서비스품질과 서비스가치 및 학생만족의 관계를 규명하여 전문대학 체육관련 학과가 학생에게 제공할 교육서비스에 대한 정보를 제공하고, 학과경영에 필요한 기초자료를 제시하는데 그 의의를 두었다. 이상의 연구방법을 통하여 다음과 같은 결과를 도출하였다.

첫째, 교육 서비스품질의 유형성과 대응성 요인은 서비스가치에 긍정적 영향을 미친다. 둘째, 교육 서비스품질의 유형성, 신뢰성, 대응성, 감응성 요인은 학생만족에 긍정적 영향을 미친다. 셋째, 서비스가치는 학생만족에 긍정적인 영향을 미친다.

이 연구는 연구원칙을 충실히 실시하였음에도 불구하고 다음과 같은 한계점과 향후연구에서 고려해야 할 사항들이 있다. 첫째, 본 결과를 일반화하기 위해서는

추가적인 표본추출을 실시해야 할 것이다. 즉, 향후에는 대학의 위치(광역권과 지방권)와 대학유형(4년제, 2년제)에 따라 본 연구의 결과가 어떻게 다른지와 비교연구 할 필요가 있다. 둘째, 전문대학 학생들은 4년제 대학으로의 편입 또는 학업 중도에 포기하는 경우가 발생한다. 따라서 대학에 대한 전환장벽, 불평행동 등의 변인을 포함하는 추가적인 연구가 진행되어야 할 것이다.

참고 문헌

[1] 이정철, “대학교육서비스품질이 학생만족, 대학이미지 및 긍정적 행동의지에 미치는 인과모형 연구”, 한국교육행정학회, 제22권, 제4호, pp.287-309, 2004.

[2] 김중의, 서정희, “대학교육서비스의 고객만족 영향요인에 관한 연구”, 한국경영교육학회, 제38권 제1호, pp.39-57, 2005.

[3] 이용기, 장병집, 박영균, “대학 환경특성이 전반적 서비스 품질, 서비스 가치와 학생 만족에 미치는 영향”, 한국마케팅저널, 제4권, 제1호, pp.77-100, 2002.

[4] 채연수, “교육 서비스품질의 측정에 관한 실증적 연구”, 미간행 박사학위논문, 동국대학교 대학원, 1999.

[5] P. Kotler, “Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control,” 9th ed., Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall, Inc, 1997.

[6] 강호상, 하영원, 민재형, 이정진, “경영대학원 교육에 대한 평가 및 기대에 관한 연구”, 경영교육연구, 제1권, 제1호, pp.69-72, 1997.

[7] 민재형, 이대선, “고객 지향적 대학교육”, 경영교육연구, 제1권, 제2호, pp.123-138, 1997.

[8] 유지선, “교육 서비스품질 결정 요인에 관한 연구”, 비서학논총, 제7권, 제2호, pp.43-60, 1998.

[9] 이경환, 이상훈, 김승환, “대학의 브랜드에 대한 고객의 태도 및 교육서비스 품질이 고객만족에 미치는 영향에 관한 연구”, 한국상품학회, 제30권, 제1호, pp.263-280, 2003.

[10] 임영균, “지각된 환경특성과 조직특성이 대학관리자의 의도된 마케팅 전략의 선택에 미치는 영향”, 마케팅연구, 제10권, 제2호, pp.37-59, 1995.

[11] 고성은, “스포츠이벤트 서비스품질과 서비스가치, 참여만족도, 재참여의도간의 관계”, 한국사회체육학회지, 30권, 제1호, pp.189-201, 2007.

[12] 장경로, “A Measure of Service Quality for Health/Fitness Clubs”, 한국체육학회지, 제38권, 제3호, pp.869-881, 1999.

[13] 조송현, “참여스포츠의 서비스품질과 고객애호도의 관계”, 미간행 박사학위논문, 서울대학교 대학원, 2002.

[14] 김종호, 최낙환, 황윤용, “점포의 물리적 환경과 서비스만족에 대한 고객특성의 조절효과에 관한 연구”, 대한경영학회지, 제21권, 제1호, pp.233-257, 1999.

[15] 유창조, “쇼핑행위의 경험적 측면: 쇼핑 시 느끼는 기분이나 감정이 매장태도와 구매의사에 미치는 영향에 관한 연구”, 소비자학연구, 제7권, 제1호, pp.51-73, 1996.

[16] 이용기, 이종직, 박대환, “서비스기업의 물리적 환경특성이 서비스평가 및 구매행동에 미치는 영향”. 한국호텔경영학회, 춘계학술연구발표논문집, pp.239-250. 2000.

[17] 이유재, 김우철, “물리적 환경이 서비스품질 평가에 미치는 영향에 관한 연구”, 마케팅연구, 제13권, 제1호, pp.61-86, 1998.

[18] 유동근, 강성단, 이용기, “서비스기업의 시장지향성과 성과”, 마케팅연구, 제13권, 제1호, pp.1-25, 1998.

[19] E. W. Anderson, C. Fornell, and D. R. Lehmann, “Customer Satisfaction, Market Share and Profitability: Finding from Sweden,” Journal of Marketing, Vol.58, No.3, pp.53-66, 1994.

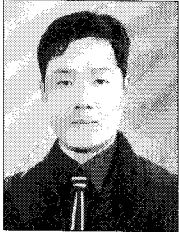
[20] A. Parasuraman, V. A. Zeithaml, and L. L.

- Berry, "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality," *Journal of Retailing*, Vol.64, No.1, pp.12-40, 1988.
- [21] A. Parasuraman, V. A. Zeithaml, and L. L. Berry, "Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale," *Journal of Retailing*, Vol.67, No.4, pp.420-450, 1991.
- [22] 황인호, "교육서비스품질의 측정과 학생만족의 구조적 인과관계에 관한 연구", 미간행 박사학위 논문, 경상대학교 대학원, 2005.
- [23] 정기환, 황인호, "교육서비스만족의 결정요인에 관한 연구", *한국경영교육학회*, 제29권, 제1호, pp.255-284, 2003.
- [24] B. Babin, R. D. William R, and G. Mitch, "Work and/or Fun: Measuring Hedonic and Utilitarian Shopping Value". *Journal of Consumer Research*, Vol.20, No.2, pp.644-656, 1994.
- [25] 김은미, "서비스 품질, 서비스 가치가 고객만족과 재구매 의도에 미치는 영향에 관한 연구", 미간행 석사학위논문, 성균관대학교 대학원, 2004.
- [26] A. Oliver, "Cognitive Affective and Attributes Base of the Satisfaction Response," *Journal of Consumer Research*, Vol.20, No.2, pp.418-430, 1993.
- [27] J. J. Cronin and S. A. Taylor, "Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension," *Journal of Marketing*, Vol.56, No.3, pp.55-68, 1992.
- [28] 황복주, 김재열, "대학 교육 서비스품질 측정과 학생인 고객만족도 제고에 관한 연구", *경영교육논총*, 한국경영교육학회, 제27권, 제1호, pp.1-26, 2002.
- [29] 이학식, 김영, "서비스품질과 서비스가치", *한국마케팅저널*, 제1권, 제2호, pp.77-100, 1999.
- [30] 이학식, 임지훈, "SPSS 12.0 매뉴얼", 경기: 법문사, 2006.
- [31] 김계수, "AMOS 구조방정식 모형분석", 서울: (주)데이타솔루션, 2004.
- [32] 김용만, 신현호, 심규열, "서비스 품질과 서비스 가치가 서비스 만족과 서비스 애호도에 미치는 영향", *마케팅과학연구*, 제5권, 제1호, pp.103-124, 2000.
- [33] 박종오, 황용철, "서비스상황요인이 서비스품질, 서비스가치, 고객만족과 재구매 의도에 미치는 영향", *서비스경영학회지*, 제8권, 제1호, 79-110, 2007.
- [34] V. A. Zeithaml, "Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Mean-And Model and Synthesis of Evidence," *Journal of Marketing*, Vol.52, No.3, pp.2-22, 1988.
- [35] S. K. Gooding, "An Assessment of the Relationship Between Service Quality and Customer Satisfaction in the Formation of Consumers Purchase Intention," *Journal of Retailing*, Vol.70, No.2, pp.163-178.
- [36] 김동진, 조송현, "스키 수업의 서비스품질 정도 및 수업만족에 영향을 미치는 요인", *스포츠과학연구소논문집*, 제24권, 제2호, pp.15-26, 2004.
- [37] C. Fornell, "A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience," *Journal of Marketing*, Vol.56, No.3, pp.6-21, 1992.
- [38] 공호순, "호텔비즈니스센터 서비스품질과 지각된 서비스가치가 비즈니스 고객만족도에 미치는 영향", 미간행 박사학위논문, 경원대학교 대학원, 2005.
- [38] 김종호, 신용섭, "서비스품질, 서비스가치, 만족, 관계의 질 및 재이용의도의 구조적 관계", *한국마케팅과학회*, 제8권, 제1호, pp.451-473, 2001.
- [40] 이종호, "스키리조트 서비스품질 기대치, 만족도, 서비스가치, 행동의도에 관한 연구", *한국체육학회지*, 제45권, 제2권, pp.279-289, 2006.

저자 소개

이 태 용(Tae-Yong Lee)

정회원



- 2007년 3월 ~ 현재 : 부산대학교 대학원 체육학과 박사과정

<관심분야> : 스포츠산업, 실버스포츠마케팅

김 수 진(Soo-Jin Kim)

정회원

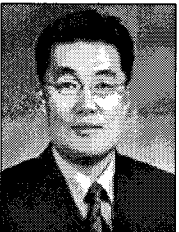


- 2007년 2월 : 부산대학교 대학교 체육학과(이학박사)
- 2007년 3월 ~ 현재 : 경남정보대학 스포츠과학계열 교수

<관심분야> : 발육발달 및 트레이닝

조 송 현(Song-Hyeon Cho)

정회원



- 1991년 2월 : 서울대학교 체육교육과(체육학사)
- 2002년 8월 : 서울대학교 대학원 체육교육과(체육학박사)
- 2003년 10월 ~ 현재 : 부산대학교 체육교육과 교수

<관심분야> : 스포츠마케팅, 스포츠소비자행동