



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

경 영 학 박 사 학 위 논 문

교육서비스품질, 학생만족, 관계품질,
그리고 행동의도의 구조적 관계에 대한
실증적 연구

- 자립형 사립고등학교 사례를 중심으로 -

2006년 8월

부 경 대 학 교 대 학 원

정보시스템 협동과정

배 수 원

경 영 학 박 사 학 위 논 문

교육서비스품질, 학생만족, 관계품질, 그리고 행동의도의
구조적 관계에 대한 실증적 연구

- 자립형 사립고등학교 사례를 중심으로 -

지도교수 김 하 균

이 논문을 경영학박사 학위논문으로 제출함

2006년 8월

부 경 대 학 교 대 학 원

정보시스템 협동과정

배 수 원

배수원의 경영학박사 학위논문을
인준함

2006년 8월 31일

주	심	경영학박사	김 완 민 (인)
위	원	공학박사	염 창 선 (인)
위	원	경영학박사	이 민 화 (인)
위	원	경영학박사	이 재 정 (인)
위	원	경영학박사	김 하 균 (인)

목 차

표 목차	IV
그림 목차	V
Abstract	VI
I. 서 론	1
1. 연구의 배경	1
2. 연구의 목적	3
3. 연구의 방법	4
4. 본 논문의 구성	5
II. 이론적 배경 및 선행 연구의 고찰	8
1. 자립형 사립고등학교 제도	8
1) 도입 배경	8
2) 자립형 사립고등학교의 특징	9
3) 자립형 사립고등학교에 있어서 관계 마케팅의 유용성	10
2. 교육 서비스 품질	13
1) 서비스의 개념 및 특성	13
(1) 서비스의 개념	13
(2) 서비스의 특성	13
2) 품질의 개념 및 특성	15
3) 서비스 품질의 개념	15
4) 서비스 품질 측정 모형에 대한 고찰	17
(1) 일반적 서비스 품질 측정 모형	18
(2) 교육 서비스 품질 측정 모형	20
5) 교육 서비스 품질의 측정	25
(1) 교육 서비스 품질의 개념 및 특성	25
(2) 교육 서비스 품질 측정에 대한 선행 연구	26

3. 학생 만족 및 관계 품질에 관한 이론적 고찰	30
1) 학생 만족	30
2) 관계 품질	31
4. 행동 의도에 관한 이론적 고찰	36
1) 행동 의도	36
5. 서비스 품질, 고객 만족, 관계 품질, 그리고 행동 의도간의 관계	38
III. 조사 및 분석 방법의 설계	41
1. 조사 표본의 설계 및 예비 조사	41
1) 조사 표본의 설계	41
2) 설문지의 설계	41
3) 설문지의 구성	42
2. 연구 모형	44
3. 연구 가설의 설정	46
4. 연구 가설의 검증 방법	48
5. 변수의 조작적 정의	51
1) 교육 서비스 품질	51
2) 학생 만족	52
3) 관계 품질	52
4) 행동 의도	53
IV. 실증 분석과 연구 결과의 해석	54
1. 연구 표본의 특성	54
1) 설문지 배부 및 회수 현황	54
2) 연구 표본의 인구·통계적 특성	54
2. 측정 도구의 평가	56
1) 타당성 및 신뢰성 평가	56
2) 요인 분석	58
3) 상관관계 분석	59

3. 연구 가설의 검증	60
1) 연구 모형의 적합도 분석 결과	60
2) 연구 가설의 검증 결과	62
(1) 교육 서비스 품질에 대한 학생 만족	63
(2) 교육 서비스 품질에 대한 관계 품질	64
(3) 학생 만족에 대한 관계 품질	65
(4) 학생 만족에 대한 행동 의도	65
(5) 관계 품질에 대한 행동 의도	66
3) 분석 결과의 요약	67
 V. 결 론	 70
1. 연구 결과의 요약 및 시사점	70
2. 연구의 한계 및 향후 연구 과제	75
<참고문헌>	76
부록(설문지)	84

표 목 차

<표 2-1> 서비스의 특성과 문제점 및 해결 방안	14
<표 2-2> SERVQUAL과 SERVPERF의 비교	20
<표 2-3> SERVQUAL-Kuh 모형의 측정 문항 구성	23
<표 2-4> 대학 교육 서비스 품질 측정에 대한 평가 모형의 구분	24
<표 2-5> 선행 연구별 관계 품질의 변수	33
<표 2-6> 요인들간의 영향 관계와 연구자들	40
<표 3-1> 설문지의 구성	43
<표 4-1> 표본의 인구 통계적 특성	55
<표 4-2> 신뢰성 분석의 결과	57
<표 4-3> 요인 분석의 결과	58
<표 4-4> 상관관계 분석의 결과	59
<표 4-5> 연구 모형의 적합성 평가 결과	61
<표 4-6> 교육 서비스 품질과 학생 만족 추정 결과	63
<표 4-7> 교육 서비스 품질에 대한 관계 품질의 추정 결과	64
<표 4-8> 학생 만족에 대한 관계 품질의 추정 결과	65
<표 4-9> 학생 만족에 대한 행동 의도의 추정 결과	66
<표 4-10> 관계 품질에 대한 행동 의도의 추정 결과	66
<표 4-11> 연구 가설의 검증 결과 요약	69

그림 목 차

<그림 1-1> 연구의 흐름도	7
<그림 2-1> 이경철(2004)의 연구 모형	28
<그림 2-2> 대학 교육 서비스 품질의 견해, 평가 모형, 평가 준거의 관계 ...	29
<그림 3-1> 연구 모형	45
<그림 4-1> 구조모형 분석 결과	62

Empirical Research on Structural Relationship of Education Service Quality, Student Satisfaction, Relation Quality, and Behavior Intention
- A Case of the Self-Supporting Private High Schools -

Soo-won Bae

Department of Information System Cooperation, The Graduate School,
Pukyong National University

Abstract

This study analyzes the structural relationship among Education Service Quality, Student Satisfaction, Relation Quality, and Behavior Intention of the Self-Supporting Private High Schools based on the actual data.

Above all, I have read previously published books and articles about these research items to gain knowledge of their theoretical background and then conducted a sample survey of the students studying in these types of schools, the final result of which is expected to offer more concrete evidence of their conceptual models.

To analyze the data collected from the student survey, I have adopted SAS 9.1, one of the most widely used statistics programs in the areas of social sciences. Also I have adopted AMOS 4.0, another statistics program, for comprehending research models.

I have also set up study models and hypothesis with reference to the previous research results and have verified them, which have been concluded as follows:

1. According to the test results of Education Service Quality and Student Satisfaction, the Circumstantial Indexes and Input Indexes of Education Service Quality have a meaningful effect on the degree of Student Satisfaction. However, the Participative Indexes do not contribute to heightening the level of Student Satisfaction.

2. According to the estimated results of the of Education Service Qualities and Relations Qualities, the Circumstantial and Participative Indexes of Education Service Quality do not affect the numerical change of the latter part. The Participative Indexes of Education Service Quality have turned out to influence the Student Satisfaction largely.

3. According to the estimated results of Student Satisfaction and Relation Quality, the former part has a close influence upon the latter part.

These conclusions mean that The Education Service Quality influences Student Satisfaction directly and also influences it indirectly through Relation Quality. Therefore, in terms of relationship marketing, if students, consumers of education service, are satisfied with its Education Service Quality, the relationship between students and school can be improved.

4. According to the estimated results of Student Satisfaction, Relation Quality, and Behavior intention, Relation Quality is possibly related to Behavior Intention to a certain extent, while Student Satisfaction is not linked to Behavior Intention.

Also, I have investigated statistically how much the test results of Relation Quality and Behavior Intention change according to newly admitted students' motivations for school application, which shows that, whether they decide by themselves or are recommended by their parents and teachers, its effect on Relations Quality and Behavior Intention is only a little, almost meaningless. As a result, it seems like separate management programs for various student types need not be developed. To be more effective in the administration methods of the Self-Supporting Private High Schools, the Education Service Quality must be advanced as the most critical success factor in the competition with regular schools.

Key Word : Education Service Quality, Student Satisfaction, Relation Quality, Behavior Intention, Relationship Marketing, the Self-Supporting Private High Schools

I. 서 론

1. 연구의 배경

1974년 이후 지금까지 유지되어 온 국가 주도의 고등학교 평준화 정책은 입시과열 현상으로 인한 당시의 심각한 교육적, 사회적 문제를 해결하는 데에는 크게 기여하였다.

고등학교 평준화 정책 아래에서는 학생들이 컴퓨터 추첨에 의해 본인들의 희망과는 무관하게 일률적으로 학교를 배정 받았기 때문에 학습구성원들 사이의 이질성이 증대되었고, 고등학교에서는 독자적인 교육 이념과 특성에 적합한 학생을 선발할 권리를 상실한 채 학생들을 편하게 공급받을 수 있었기 때문에 학생들에게 좀 더 나은 양질의 교육 서비스를 제공하려는 노력을 게을리 하게 된 것이 사실이다. 이것으로 인하여 수업의 효과가 현저히 저하되어 학력의 하향평준화를 가져왔다는 비판의 대상이 되기도 했다. 고등학교 평준화 정책의 이러한 폐단 때문에 수도권을 비롯한 대도시에서는 과외 열풍이라든지 조기 유학을 감행하여 심각한 사회 문제를 일으키고 있음이 주지의 사실이다.

정부에서는 교육의 근간을 이루면서 그 동안 교육 기회의 형평성 보장에 기여해 온 고등학교 평준화 정책을 유지하면서 그 한계를 보완 또는 극복할 수 있는 방안을 모색하여 여러 가지 정책을 제안하여 실시하였다. 중등교육의 다양화와 특성화를 위해서는 특수 목적 고등학교 제도와 특성화 고등학교 제도를 실시하였고, 학교 운영의 자율성 신장과 교육 규제 완화와 단위 학교의 자율권 확대를 위해서는 자율학교 제도와 자립형 사립고등학교 제도를 실시하였다.

자립형 사립고등학교 제도는 민주사회에서 교육가치의 다양성을 보전하고 교육혁신의 선도적 기능을 담당한다는 점에서 큰 의의가 있다고 할 수 있다. 하지만 국제화, 정보화, 그리고 지방화를 향해서 나아가고 있는 현재의 사회적 상황에서 자립형 사립고등학교는 확대된 자율권을 최대한 활용하여 다양하고 특성화된 교육과정과 교육 프로그램을 운영하는 등의 생존과 발전을 위한 정책 수립이 절대적으로 필요한 상황에 처해 있다. 왜냐하면 자립형 사립고등학교의

입시 경쟁률이 매년 낮아지고 있고 자립형 사립고등학교 생활에 적응하는 데 실패한 학생들이 일반계 고등학교로 전학을 가는 일들이 빈번하게 발생하고 있는 실정에서 우수한 학생을 유치하는 것과 입학한 학생이 일반계 고등학교로 전학가지 못하도록 유인하는 것은 학생 수의 부족이 학교 재정의 어려움과 자립형 사립고등학교의 존립 문제로 이어진다고 볼 수 있기 때문이다.

자립형 사립고등학교가 유지, 발전되기 위해서는 우수한 학생들의 유치와 재학생들의 이탈 방지를 위한 학교 차원의 정책 수립과 그에 따른 많은 노력이 필요할 것이다. 그런 관점에서 본다면, 자립형 사립고등학교는 학생들이 학교에서 제공하는 교육 서비스 품질에 대하여 만족하고 학생들이 학교에 대해 깊은 신뢰와 애착심을 가질 수 있도록 하는 정책을 수립해야 할 것이다.

학생들이 학교에서 제공하는 교육 서비스 품질에 대해서 만족하고 학생과 학교간의 관계가 좋게 형성된다면 학생들은 계속 학교에 머물러 있을 뿐만 아니라 나아가 다른 사람들에게 자신의 모교를 추천하는 등의 활동을 하게 될 것이다. 또한 매년 심혈을 기울여서 치르는 입시 설명회를 통한 신입생 모집 효과 이상의 효과를 내면서 학교의 발전을 위해서 반드시 필요한 동문회 활동의 활성화와 학교 발전 기금 출연 등을 유도할 수도 있을 것이다.

자립형 사립고등학교 경영자는 일반계 고등학교의 경영자와는 달리 고유한 건학 이념과 확대된 자율권으로 교육 과정 운영에 많은 융통성을 부여 받고 있다. 그렇기 때문에 일반계 고등학교 경영자에 비해 훨씬 다양한 형태로 정책을 수립하여 실천할 수 있다. 따라서 자립형 사립고등학교 경영자는 자립형 사립고등학교가 학생들에게 제공하는 교육 서비스 품질을 평가해 보고 교육 서비스 품질에 대해서 학생들이 느끼는 만족, 학교와 학생 사이에 형성되는 신뢰와 애착심, 학생들이 느끼는 만족과 학교와 학생들 사이에 형성된 신뢰와 애착심이 다른 사람들에게 자신의 모교에 입학할 것을 권유하는 것과 같은 행동 의도와 의 관련성을 분석하는 것이 필요하다.

본 연구에서는 자립형 사립고등학교에서 제공하는 교육 서비스 품질, 학생들이 느끼는 만족, 학교와 학생 사이에 형성된 신뢰와 애착심, 그리고 자신의 모교에 입학할 것을 권유하고 학교 발전 기금을 출연하는 행위와 같은 행동 의도 사이의 상호 연관성을 실증 분석하고자 한다. 그렇게 함으로써 자립형 사립고

등학교가 유지되고 발전되기 위해서 학교가 학생들에게 우선적으로 제공해야 할 교육 서비스 품질이 무엇인지를 밝혀 낼 수 있을 것이다.

2. 연구의 목적

본 연구의 목적은 자립형 사립고등학교에서 제공하는 교육 서비스 품질이 학생들이 느끼는 만족과 학생들이 학교와 좋은 관계를 형성하는 데 어떤 영향을 미치는지를 분석하고 교육 서비스 품질에 대한 학생들의 만족이 학교와 학생들 사이에 좋은 관계를 형성하는 데에는 어떤 연관성을 가지는지를 실증 분석을 통해 알아보는 데 있다. 더 나아가 교육 서비스 품질에 대한 학생의 만족과 학교와 형성된 좋은 관계 등이 학생들로 하여금 자립형 사립고등학교에 긍정적인 행동을 하려는 행동 의도에 어떤 영향을 미치는지에 대한 것을 알아보는데 있다.

이러한 시도는 좀 더 나은 교육 서비스 품질을 학생들에게 제공하여 학생들이 느끼는 만족을 제고시킴과 동시에 학생들로 하여금 학교와 좋은 관계를 형성시키고 학교에 대해서 긍정적인 행동을 하려는 행동 의도를 가지게 함으로써 학교를 발전시키려는 자립형 사립고등학교 경영자의 경영 정책 수립에 도움을 줄 수 있을 것이다.

본 연구의 목적을 정리하면 다음과 같다.

- 가. 자립형 사립고등학교에서 제공하는 교육 서비스 품질이 학생들의 만족에 어떤 영향을 미치는지 살펴보고자 한다.
- 나. 자립형 사립고등학교에서 제공하는 교육 서비스 품질이 학생들로 하여금 학교와의 좋은 관계를 형성하는데 어떤 영향을 미치는지 살펴보고자 한다.
- 다. 자립형 사립고등학교의 교육 서비스 품질에 대해서 학생들이 느끼는 만족이 학생으로 하여금 학교와의 좋은 관계를 형성하는데 어떤 영향을 미치는지 살펴보고자 한다.
- 라. 자립형 사립고등학교의 교육 서비스 품질에 대한 학생들이 느끼는 만족

이 졸업 후에도 모교를 위해서 긍정적인 행동을 하려는 행동 의도에 어떤 영향을 미치는지 살펴보고자 한다.

마. 자립형 사립고등학교에 재학할 때 형성되었던 학교와 학생들의 좋은 관계가 졸업 후에도 모교를 위해서 긍정적인 행동을 하려는 행동 의도에 어떤 영향을 미치는지를 살펴보고자 한다.

바. 학생들이 입학할 스스로 결정했는지 혹은 다른 사람의 권유에 의해 결정했는지의 여부에 따라 학생들이 학교와 좋은 관계를 형성하고 또 이를 졸업 후에도 모교를 위해서 긍정적인 행동을 하려는 행동 의도에 어떤 차이가 있는지 살펴보고자 한다.

3. 연구의 방법

자립형 사립고등학교 제도는 고교 평준화 정책을 통한 고등학교 교육의 획일화를 극복하고 다원화된 민주사회에서 학생들이 지닌 다양한 소질과 재능을 균형 있게 개발시킬 수 있는 교육기관에 대한 소비자의 욕구와 정부가 추진한 중등교육의 다양화 정책, 특성화 정책, 학교 운영의 자율성 확대 정책이 부합하여 출발하게 되었다. 3년 동안의 시범운영을 거쳐 2006년부터 본격적으로 첫 출발을 하게 된 자립형 사립고등학교는 전국적으로 6개 학교에 지나지 않는다.

본 연구는 제각기 다른 설립 배경을 가진 자립형 사립고등학교 전체를 포괄하는 일반화를 위한 이론의 정립이라기보다는 1개 학교를 대상으로 실시한 탐색적 연구의 성격이 강하다.

본 연구는 문헌 연구와 실증 연구로 이루어져 있다. 문헌 연구는 먼저 서비스 품질과 서비스 품질의 측정 모형, 고객 만족과 학생 만족, 좋은 관계 형성의 기본적인 개념인 신뢰와 몰입, 그리고 관계 유지 의도 및 추천 의도로 구성된 행동 의도 등에 관련된 기존 이론들을 고찰하는 것으로 이루어졌다. 이런 문헌 연구를 통하여 본 연구의 이론적 배경을 설정하였다. 실증 연구는 기존 연구 문헌들에 대한 고찰을 바탕으로 자립형 사립고등학교의 교육 서비스 품질 요인을 추출하고, 교육 서비스 품질은 학생 만족과 학생들로 하여금 학교와 좋은

관계를 형성하는데 어떤 영향을 미치고, 학생 만족은 학생들로 하여금 학교와 좋은 관계를 형성하는데 어떤 영향을 미치는지, 그리고 학생 만족과 학교와 형성된 좋은 관계는 관계유지 의도 및 추천 의도와 같은 행동 의도에 어떤 영향을 미치는지를 분석하기 위한 연구 모형과 연구 가설을 설정하였다. 그리고 설문지법을 이용하여 자료를 수집하여 여러 가지 통계 패키지를 이용하여 검증하였다.

현재 자립형 사립고등학교 형태로 운영되고 있는 부산광역시에 소재하고 있는 ○○고등학교에 재학하고 있는 2학년과 3학년 학생들을 대상으로 현장에서 설문지를 배부 및 회수하였다. 설문지를 통해 수집된 자료를 통계 처리하여 연구 모형에 따른 여러 가지 연구 가설을 실증적으로 검증하였다. 수집된 자료의 실증 분석은 SAS 9.1 통계 패키지와 AMOS 4.0 통계 패키지를 이용하여 빈도 분석, 타당성 및 신뢰성 분석, 요인 분석, 상관관계 분석 및 모형적합도 검사 등을 통해서 실시하였다. 연구의 흐름도는 <그림 1-1>과 같다.

4. 본 논문의 구성

본 논문은 다섯 개의 장으로 구성되어 있다.

I 장의 서론 부분에서는 연구의 배경과 연구의 목적, 연구의 방법, 그리고 본 논문의 구성을 기술하였다.

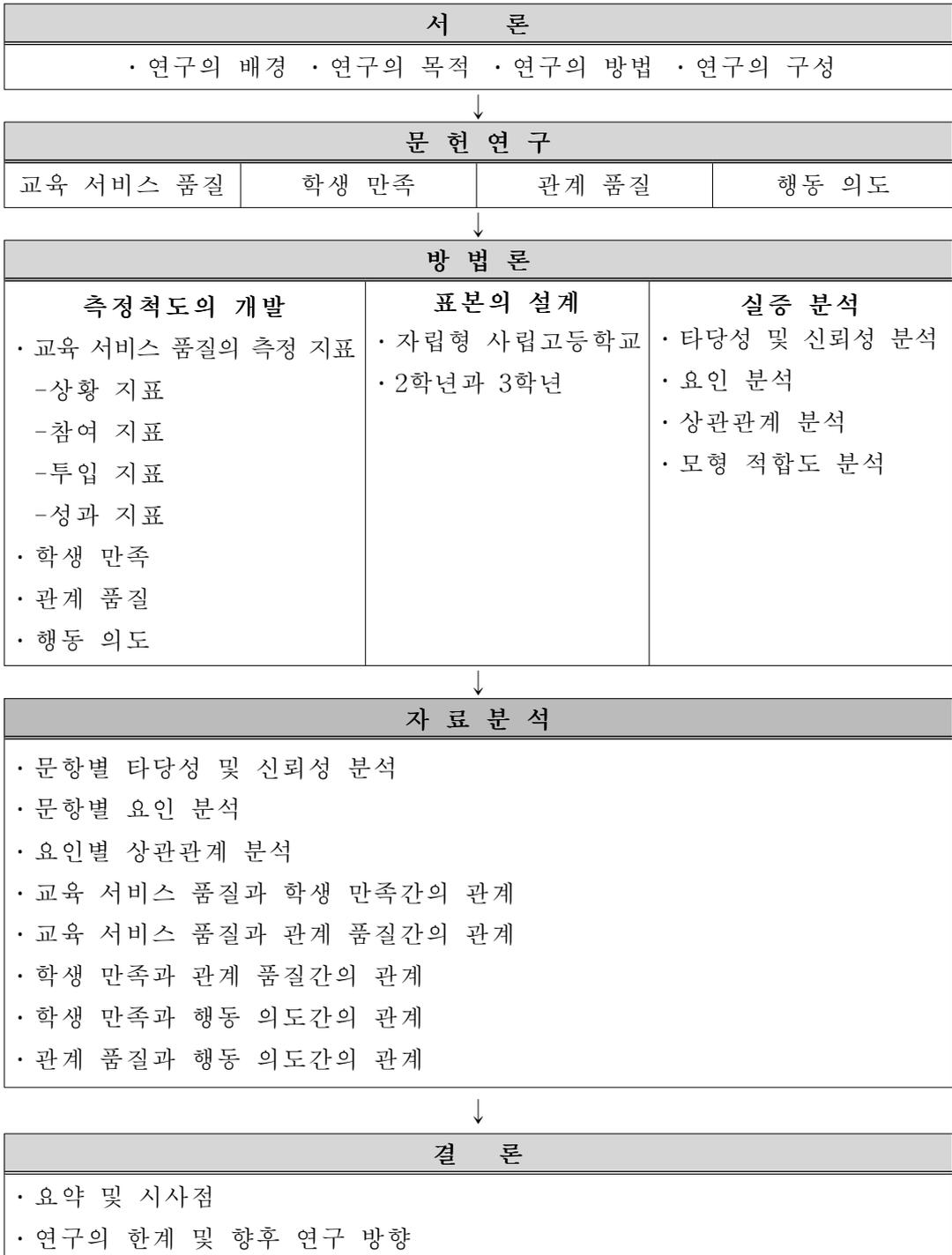
II 장의 이론적 배경 및 선행 연구의 고찰 부분에서는 본 연구의 연구 모형 설계를 위해서 자립형 사립고등학교 제도의 성격과 교육 서비스 품질, 학생 만족, 신뢰와 몰입의 개념을 가진 관계 품질, 그리고 학교 발전기금의 출연 의지 및 타인에 대한 모교 입학의 추천 행위 등의 개념을 가진 긍정적인 행동 의도 등에 관한 이론들을 기존 연구 문헌을 통해 고찰하였다.

III 장의 조사 및 분석 방법 설계에서는 II 장에서 고찰한 기존 연구 문헌을 토대로 본 연구를 위한 조사 표본의 설계와 연구 모형의 도출 및 연구 가설을 설정하고, 아울러 연구 가설의 검증 방법과 변수의 조작적 정의에 대하여 기술하였다.

IV장의 실증 분석과 연구 결과의 해석에서는 III장에서 도출된 연구 모형을 토대로 측정 도구의 타당성과 신뢰성을 평가하고 요인 분석과 상관관계 분석을 통하여 연구 가설을 검증하고 결과를 해석하였다.

V장의 결론에서는 본 연구의 주요 연구 결과를 요약하고 본 연구의 시사점을 제시하였으며 본 연구의 한계점과 이를 극복하기 위한 향후의 연구 방향을 제시하였다.

<그림 1-1> 연구의 흐름도



Ⅱ. 이론적 배경 및 선행 연구

1. 자립형 사립고등학교 제도

자립형 사립고등학교란 뚜렷한 건학 이념을 가지고 정부의 재정적 지원이 없이 재단 전입금 및 학생 납입금 등으로 운영되면서 학생 선발과 교사 충원, 그리고 교육과정의 편성 등에 대해서 확대된 자율권을 갖는 학교이다. 이러한 자립형 사립고등학교의 성격은 다음과 같다.

1) 도입 배경

김경선(2003)은 “고등학교 평준화 정책의 실행 과정에서 드러난 핵심적인 문제점은 입학하고 싶은 고등학교를 학생들이 스스로가 선택할 수 없다는 것과 교육의 질적 다양성을 추구하기가 어렵다는 것으로 요약할 수 있다”라고 하였다.

자립형 사립고등학교제도는 고등학교 교육의 다양화와 자율화를 추구하려는 교육 개혁의 방향에 부합하면서 고유한 건학 이념과 학습자의 교육적 요구에 따라 교과 과정을 유연성 있게 조직 운영할 수 있다는 점과 학생 및 학부모의 교육에 대한 선택권을 보장한다는 점에서 시행되었으며, 현재 전국적으로 6개의 자립형 사립고등학교가 운영되고 있다.

이와 같은 성격을 지닌 자립형 사립고등학교의 도입 배경을 살펴보면 다음과 같다. 지금까지 실시되고 있는 고등학교 평준화 정책은 산업사회의 소품종 대량 생산 체제에 맞춰 평등하게 교육에 접근할 수 있는 기회를 보장해왔지만 학습자들이 가지고 있는 개별적이고 다양한 교육적 요구를 충족시켜주기에는 많은 제약을 가지고 있었다. 이에 따라 쾌적한 교육 환경을 마련하고 질 높은 교육을 제공할 수 있는 자립형 사립고등학교 제도의 운영은 결과적으로 교육의 질적 향상의 초석이 될 수 있다.

자립형 사립고등학교 제도의 긍정적 측면 이면에는 부정적인 측면도 간과할 수 없을 것이다. 자립형 사립고등학교 제도를 운영함으로써 기대되는 부정적인 측면도 여러 학자들에 의해 제기된 바 있다. Liebman(1998)은 교육 선택권이 학생이나 학부모에게 부여함으로써 계층 간의 불평등을 초래하게 되어 교육의 질을 개선하기보다는 선발 효과만을 가지게 될 것이라고 주장하면서 자립형 사립고등학교 제도의 시행을 반대하였다. 그는 교육 선택권이 부여된 학교의 학업성취도가 향상되는 것은 교육의 질을 향상시켰다기보다는 우수한 동일 집단을 선발하여 교육시킨 결과로 보고 자립형 사립고등학교는 결국 귀족 명문 학교가 된다고 하였다. 반면에 교육 선택권이 부여된 학교에 입학하지 못한 학생은 상대적으로 열악한 여건 속에서 교육을 받게 되는데 이로 인하여 학생들 사이에 위화감이 조성되거나 계층 간의 고착화를 가져올 수 있다고 하였다. 박찬주(1997)는 자립형 사립고등학교 제도로 인하여 입시 위주의 귀족 명문 학교가 출현될 것이고 학교들 사이에 파벌 의식이 생겨날 것을 우려하면서 자립형 사립고등학교 제도에 부정적인 태도를 나타냈다.

이 밖에도 우리나라의 경우에는 학생과 학부모들이 대학 입시에 초미의 관심을 가지고 있는 상황이기 때문에 입시 위주의 귀족 명문 학교는 사회적으로 커다란 문제로 부각될 가능성이 높다. 또 고등교육은 민주 시민으로써 갖추어야 할 공통의 문화 유산을 전달하는데 중요한 몫을 담당해야 하지만 자립형 사립고등학교인 경우에는 교육과정 운영에 대한 자율권의 남용으로 국민공통과목의 교육 이수를 소홀히 할 수 있음도 간과할 수 없을 것이다.

2) 자립형 사립고등학교의 특징

자립형 사립고등학교의 특징은 크게 다음 세 가지로 구분할 수 있다. 학사 운영 측면에서 본다면 자율권은 인정하나, 입시 위주로 교육을 실시함으로써 발생하는 부작용을 최소화 할 수 있도록 안전 장치 등을 마련하고 있다. 따라서 자립형 사립고등학교는 학생 모집 및 선발 방법, 교원 초빙, 수업 일수, 교육과정의 운영 및 교과서 선택 등에는 자율권을 부여받고 있으나 학급당 학생

수에는 제한을 받고 있다.

재정 관리 측면에서 본다면 자립형 사립고등학교는 재단 전입금과 학생 납입금 등으로만 학교를 운영하게 된다. 따라서 학부모들의 학비 부담이 가중되는 것을 막기 위하여 재단 전입금의 부담을 의무화하고 학생 납입금에 대해서는 일정한 제한을 가하며 전체 재학생의 15% 이상에게는 반드시 장학금을 지급하도록 하는 등과 같은 여러 가지 보완장치를 마련하고 있다.

다음으로 들 수 있는 것이 학교 운영의 투명성 확보이다. 건학 이념, 특성화된 교육 프로그램, 학교 규모, 학급 규모, 교사 대비 학생 수의 비율 등과 학교 개요, 학사 운영 계획, 학생 선발 기준 및 전형 방법, 등록금 수준 및 재단 전입금 비율 등과 같은 재정 운용 방안, 시설 및 설비 확보 계획, 지역사회와의 연계 강화 방안, 그리고 학교의 장기적인 발전 계획 등을 공개하도록 되어 있다.

3) 자립형 사립고등학교에 있어서 관계 마케팅의 유용성

신규 고객 창출은 단지 마케팅 과정의 첫 번째 단계에 지나지 않는다는 관계 마케팅 이론의 근거에 따라 관계 마케팅은 고객을 관리, 유지하는 것에 핵심을 두고 있다.

Bagozzi(1995)은 “종래의 마케팅 초점은 고객 만족이라는 큰 이념 안에 있었지만, 실질적으로 현실에서는 고객의 획득에 머물러 있다”라고 하였으며, Payne(1995)은 “마케팅이란 고객과 거래를 성립하는 것으로 끝나서는 되지 않고, 고객과의 관계를 지속하는 것과 관계를 개선시키는 데 있다”라고 하였다. 그리고 Marshall and Javalgi(1995)는 “관계 마케팅은 고객에 대한 접근과 유지하는 새로운 마케팅 방법이다”라고 하였다. 즉 이들은 획득된 고객을 유지하고 관리하는 것에 중점을 두는 관계 마케팅의 개념을 구체화하였다.

관계 마케팅의 유용성을 연구한 학자들의 주장을 살펴보면 다음과 같다. 마케팅 혁명(The Marketing Revolution)의 저자 Clancy and Shulman(1993)은 신규 고객을 발굴하는 것이 현재 고객을 유지하거나 현재 고객의 사용량을 증대

시키는 것보다 중요하다는 주장을 비판하고 있다. 소위 신규 고객의 유지의 모순성을 설명하면서 현재 고객의 유지 및 확대가 기업에 주는 가치에 있어서 신규 고객 획득시보다 훨씬 높음을 지적하였다. 그리고 Grönroos(1993)도 장기적인 안목으로 기업과 고객의 유대 관계가 밀접하게 이루어진다면 낮은 마케팅 비용으로 지속적인 상호 교환이 일어날 수 있다고 하였다. 또한 Rosenberg and Czepiel(1984)은 새로운 소비자를 유인하는 것이 기존의 소비자를 유지하는 것보다 5배나 많은 비용이 소요된다고 지적했다. Reinheld and Sasser(1990)의 고객 유지에 관한 연구에서도 고객 이탈률로써 평균 고객 유지 기간 동안의 이익 흐름에 대한 순현재 가치를 계산하고 고객 이탈률이 5% 낮아졌을 때 평균 고객 유지 기간 동안의 순현재 가치와 비교함으로써 이익에 미치는 영향을 규명하였는데, 각 산업별로 살펴보면 우편 주문 20%, 자동차 서비스 체인 30%, 소프트웨어 35%, 보험 중개인 50%, 신용카드 125%로 나타났다. 즉 이들은 기업의 장기적인 이익 확보를 위해서는 관계 마케팅의 필요성을 역설하였던 것이다.

이러한 관점에서 관계 마케팅을 자립형 사립고등학교에 적용하는 것은 매우 중요한 전략이라고 할 수 있다. 우리나라의 초등학교와 중등학교에서는 공급자 중심으로 교육이 이루어지기 때문에 관계 마케팅의 개념이 생소한 실정이다. 즉 우리나라의 초등학교나 중등학교는 상급 교육행정기관이 마련한 기준과 지침에 의해서 교육을 실시하고 있는 것이다. 하지만 자립형 사립고등학교는 학생들과의 관계에 따라 학교의 발전뿐만 아니라 존립 문제까지도 초래될 수 있기 때문에 관계 마케팅의 중요성이 매우 크다고 할 수 있다.

이제 자립형 사립고등학교가 상대해야 하는 대상은 학생 한 사람 한 사람인 것이다. 학생들의 생활 환경, 지적 특성, 비지적(非知的) 특성을 알아내고 학교에 대한 욕구를 탐지하여 이 욕구를 충족시키는 교육 서비스를 제공하는 개인적 관계를 중시하는 ‘개인별 마케팅’의 시대가 왔다고 볼 수 있다.

자립형 사립고등학교에 관계 마케팅 개념을 도입해야 한다는 것은 상호 교환 관계에서도 그 논거를 찾을 수 있다. 자립형 사립고등학교와 학생은 서로가 잠재적인 교환관계에 관심이 많으며 서로 상대방에게 제공할 가치가 있는 대상을 소유하고 있다. 또한 서로가 의사소통 능력을 보유하고 있다는 점에서 교환

관계의 원리를 충족하고 있는 것이다. 자립형 사립고등학교와 학생간의 상호 교환 관계는 일반계 고등학교와는 비교가 되질 않을 정도로 높다. 따라서 자립형 사립고등학교는 학생과의 지속적인 상호 교환의 관계 속에서 학생의 욕구를 충족시켜주며, 더 나아가 경쟁적인 입장에 있는 학교가 모방하기 힘든 새로운 교육 서비스를 제공하여 학생들에게 의미가 있는 학교로 기억되는 관계 마케팅이 절대 필요한데 이는 교육 서비스가 생산과 소비의 동시성을 갖는다는 점에서 더욱 분명해진다. 그리고 이러한 상호 작용 관계는 교육 서비스를 제공하고 제공 받을 때 어느 요소보다 중요한 것이며, 흔히 이러한 관계의 평가만으로도 교육 서비스 품질의 좋고 나쁨이 결정되기도 한다. 학생과의 양호한 관계는 학생이 학교에 입학해서 교육 서비스를 받는 시점에서부터 졸업하는 시점까지 계속되어야 하며 이를 주기적으로 점검할 수 있으면 더욱 이상적이라고 할 수 있는 것이다.

2. 교육 서비스 품질

1) 서비스의 개념 및 특성

(1) 서비스의 개념

서비스(service)는 일반적으로 눈으로 볼 수 있고 손으로 만질 수 있는 유형적인 재화와 대비되는 개념이다. 즉 서비스는 눈으로 볼 수 없고 손으로 만질 수 없는 무형의 재화라는 것이다.

서비스는 종류가 다양하고 같은 종류 사이에서도 이질적인 요소가 혼재하며 사회 발전과 과학 기술의 발달과 더불어 새로운 유형이 계속 나타나고 있기 때문에 관점에 따라 다양하게 정의되어 진다. Kotler(1991)는 “서비스란 본질적으로 무형성을 지니면서 어느 한쪽이 다른 쪽에게 제공하지만 어느 쪽으로도 귀결되지 않는 행위나 성과를 가리킨다”라고 하였다. Berry(1980)는 “서비스는 물리적으로 소유가 불가능한 행위나 일의 수행 또는 어떤 노력을 포함하고 있는 무형의 제품이다”라고 정의하였다. 이들은 서비스의 여러 가지 특성 중 무형성과 동시성을 강조하였다.

(2) 서비스의 특성

서비스를 일반 제품과 비교해 볼 때 서비스는 무형성(intangibility), 비분리성(inseparability), 이질성(heterogeneity), 소멸성(perishability)과 같은 네 가지 특성을 지니고 있다(이유재, 1994). 이들을 자세히 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 무형성(intangibility)이란 서비스는 형태가 없다는 것이다. 서비스의 무형성은 서비스를 일반 제품과 구별 할 수 있는 가장 큰 특성이다.

둘째, 비분리성(inseparability)이란 서비스는 제공됨과 동시에 고객에 의해 소비되는 성격을 지니고 있다는 것을 말한다.

셋째, 이질성(heterogeneity)이란 똑같은 서비스일지라도 제공받는 고객에 따

라 서비스는 다르게 느껴질 수 있다는 것이다.

넷째, 소멸성(perishability)이란 서비스는 저장될 수 없다는 것이다.

위에서 제시한 서비스의 기본적인 네 가지 특성에 따른 문제점과 문제 해결 전략을 정리하면 다음 <표 2-1>과 같다.

<표 2-1> 서비스의 특성과 문제점 및 해결 방안

서비스의 특성	문제점	문제 해결 전략
무형성 (Intangibility)	<ul style="list-style-type: none"> · 저장 불가능 · 특허로 보호 곤란 · 진열이나 의사소통 곤란 · 가격 설정 기준의 불명확 	<ul style="list-style-type: none"> · 유형적 단서를 강조 · 인적 접촉을 강화 · 조직의 이미지를 강화 · 판매 후 의사소통의 강화 · 구전의 중요성 인식
비분리성 (Inseparability)	<ul style="list-style-type: none"> · 제공시 고객의 생산 참여 · 대규모 생산의 곤란 	<ul style="list-style-type: none"> · 고객 접촉 직원의 선발과 훈련 · 고객 관리
이질성 (Heterogeneity)	<ul style="list-style-type: none"> · 표준화와 품질통제 곤란 	<ul style="list-style-type: none"> · 서비스의 개별화 · 서비스의 공업화
소멸성 (Perishability)	<ul style="list-style-type: none"> · 재고로서 보관 불가능 	<ul style="list-style-type: none"> · 수요 변동 대처 전략 수립 · 수요와 공급의 동시화

자료원 : 이유재(1994), *서비스 마케팅*, 서울: 학현사, p. 57에서 인용.

이러한 특성에도 불구하고 대부분의 재화 구매에는 서비스가 함께 제공되고 있고 대부분의 서비스 수행에는 서비스 기업의 시설 및 설비와 물품의 운영이 함께 수반된다.

2) 품질의 개념 및 특성

품질의 개념은 사람 또는 사용 목적이나 관심에 따라 다소 다르게 정의되고 있다. Garvin(1983)은 품질을 선형적 접근, 상품 중심적 접근, 사용자 중심적 접근, 제조 중심적 접근, 그리고 가치 중심적 접근 등과 같은 5가지 관점에서 정의하고 있다. 그 내용을 보면 다음과 같다.

첫째, 선형적 접근(transcendent approach)에 따르면 품질은 본래부터 갖추고 있는 타고난 우월성이라고 인식하는 것이다.

둘째, 상품 중심적 접근(product-based approach)에 따르면 품질은 명확하게 측정이 가능한 변수라고 보는 것이다.

셋째, 사용자 중심적 접근(user-based approach)에 따르면 품질은 보는 사람의 눈에 달려 있는 것이라고 보는 것이다.

넷째, 제조 중심적 접근(manufacturing-based approach)에 따르면 품질을 요구에의 일치로 인식하는 것이다.

다섯째, 가치 중심적 접근(value-based approach)에 따르면 품질을 가격 또는 비용, 그리고 가치와 관련된 개념으로 인식한다는 것이다.

이상의 품질에 대한 다섯 가지 정의는 모두가 유용성을 가지고 있어 서비스 마케팅 연구에 중요한 시사점을 던져 주고 있다. 그러나 서비스 품질의 연구에 있어서는 사용자 중심적 접근을 기초로 한 서비스 품질의 개념이 가장 일반적인 방법으로 고려되고 있다.

3) 서비스 품질의 개념

서비스 품질은 사용자 중심적 접근에 따른 품질 개념이다. 사용자 중심적 접근 방법에서의 품질은 고객별로 서로 다른 욕구를 갖는다고 인식하는 주관적이고 수요 지향적인 관점에서 서비스 품질을 개념화하는 것이다.

서비스 품질을 고객의 주관적인 판단으로 평가한다는 것은 특정 서비스에 대한 장기적이며 전체적인 평가를 의미하는 것으로서 서비스 품질이 고객 만족의

선행 요인이라고 할 수 있다. 서비스는 동일할지라도 품질은 고객에 따라 다르게 평가될 수 있으며 장기적인 접촉을 통해서만이 평가할 수 있다는 것이며 서비스 품질에 따라서 고객의 만족도는 달라진다는 것이다. 서비스 품질이 사용자 개개인의 지각에 의해서 결정된다는 것은 사용에 대한 적합도를 의미하며 고객들의 선호 패턴을 얼마나 잘 충족시켜 주느냐를 평가한다는 것이다. 고객의 욕구를 충족시켜줄 수 있는 능력에 의해 서비스 품질의 수준이 결정된다는 것이다. 그리고 서비스 품질에 대한 평가는 서비스 제공 후에 이루어지는 것이 아니라 서비스를 받는 과정에서 이루어진다는 것이 서비스 품질 연구의 공통된 견해이다.

서비스 품질에 대한 개념에 대해 밝힌 연구자는 다음과 같다. Parasuraman, Zeithaml, and Berry(1989)는 “지각된 서비스 품질이란 고객의 기대와 지각간의 불일치의 방향과 정도이다”라고 하였다. 즉 서비스에 대한 고객의 경험은 그 서비스에 대한 소비가 끝난 후에 하는 평가, 즉 서비스 품질의 지각에 영향을 미친다고 보았다. 그리고 Grönroos(1984)는 “서비스 품질은 기대된 서비스와 지각된 서비스에 의존하게 된다”라고 주장하여 서비스 품질이 자원과 활동의 함수라는 사실을 도외시한 채 그 자체를 하나의 변수로만 사용되었음을 지적하였다. Sherden(1988)은 서비스 품질을 고객과 서비스 제공자간의 인간관계로 파악하면서 “서비스 제공자가 서비스를 제공하는 모든 과정에서 고객은 서비스의 품질을 지각한다”라고 하였다. 이는 서비스 제공자와 고객 사이에 이루어진 만남의 중요성을 강조한 것으로 볼 수 있다. 이것은 기업이 갖고 있는 주요 목적 중의 하나가 서비스 품질의 향상을 통해 고객과의 생산적인 관계를 형성하는 것이라고 보는 관점이다. 즉 서비스가 제공되는 시점에서 고객이 서비스에 대한 경험을 어떻게 인식하고 있는가를 측정하는 수단의 중요성이 커지고 있다는 것을 아울러 강조한 것이다. Castleberry and McIntyre(1993)는 “지각된 서비스 품질은 서비스의 우수성 정도에 관한 신념 또는 태도이다”라고 하였다. 이는 서비스 품질에 의해 소비자의 기업에 대한 신념이나 태도가 형성된다는 것이다.

이상의 서비스 품질에 관한 기존 연구들의 결과들을 요약해보면 다음과 같다.

첫째, 고객들이 제품 품질을 평가하는 것보다 서비스 품질을 평가하는 것이 훨씬 어렵다는 점이다. 서비스의 경우에는 색상, 스타일, 포장 등과 같은 단서는 없고 단지 시설이나 장비 그리고 사람만이 개입되기 때문이다.

둘째, 서비스 품질에 대한 지각은 실제 서비스의 성과와 고객의 기대 수준을 비교함으로써 발생하게 된다.

셋째, 서비스 품질에 대한 평가는 서비스의 실제 성과에 의해서만 이루어지는 것이 아니고 서비스 제공 과정에 대한 평가까지도 포함하고 있다.

이러한 서비스 품질에 관한 연구들은 이미 국내·외에서 널리 연구되어 왔으며 계속 이를 검증하는 실증적 연구들이 이어지고 있다. 그리고 이러한 이론은 교육 서비스 품질 측정에 관한 연구와 측정 모형 개발에서도 이론적 배경이 될 수 있을 것이다.

4) 서비스 품질 측정 모형에 대한 고찰

Grönroos(1984)에 의해서 서비스 품질의 구체적인 측정 방법이 연구된 이후 Parasuraman, Zeithaml, and Berry(1985)는 서비스 품질 평가를 개념화하고 측정 척도를 개발하였다. 이러한 서비스 품질 측정 모형은 두 가지 측면에서 유용하다.

첫째, 산발적으로 흩어져 있는 서비스에 대한 개념, 가설, 원칙들이 어떻게 상호 연결되어 있는가를 규명해 준다는 것이다.

둘째, 이러한 모형에 의해 서비스 제공자측은 서비스 품질에 대한 고객의 평가형태를 분석함으로써 효율적으로 서비스를 관리 할 수 있다.

서비스 품질 측정 모형은 여러 학자들에 의해 제시되었으나 본 연구에서는 일반적 서비스 품질 측정 모형과 교육 서비스 품질 측정 모형을 구분하여 기술하기로 한다.

(1) 일반적 서비스 품질 측정 모형

Grönroos(1984)는 “고객들은 기업에서 제공하는 서비스에 의해 기업에 대한 이미지를 형성하고 형성된 기업이미지에 의해 기대된 서비스와 지각된 서비스를 비교함으로써 전체적인 서비스 품질을 지각한다”라고 고객의 서비스 품질 지각에 대한 것을 규정하고 일반적 서비스 품질 측정 모형을 개발하였다. 그는 서비스 품질을 기술적 품질과 기능적 품질로 구분하였다. 기술적 품질이란 고객에게 제공하고자하는 그 무엇의 무엇에 해당하는 것으로서 기술적 해결 능력, Knowhow, 장비, 컴퓨터화된 시스템과 같은 것을 가리키고, 기능적 품질은 서비스를 어떻게 제공하는가에 해당하는 것으로서 고객 접촉 요원의 열의와 태도, 행동과 외양, 서비스에 도달할 가능성, 지속적 고객 접근 능력, 기업의 내부 관계 등의 구성 요소를 포함하고 있다고 주장하였다. 그는 이와 같은 서비스 품질 요인 가운데 기능적 품질을 유발하는 서비스 제공자와 고객 사이의 상호작용이 가장 중요한 부분이라고 하였다.

Parasuraman, Zeithaml, and Berry(1985)는 서비스 품질의 측정을 개념화하고 SEVERQUAL 모형을 개발하였다. 이들은 서비스 품질을 고객의 기대와 성과에 대한 지각의 차이로 정의하였다. 고객의 기대에 영향을 주는 변수로는 구전효과, 개인적 욕구, 과거의 경험, 그리고 기업 측의 약속(외부 커뮤니케이션)을 제시하였고, 서비스 품질의 결정 요인으로서는 유형성, 신뢰성, 반응성, 확신성, 그리고 공감성이 있다고 하였다. 또한 지각된 서비스의 변수에는 참여고객과 대 고객 접촉 요원, 그리고 물질적 자원 등이 있다고 하였다. 이들의 논의를 종합해 보면 다음과 같다.

첫째, 서비스 품질은 실제로 행해지는 서비스 행위와 고객이 가지고 있는 기대를 비교해 봄으로써 획득될 수 있다는 것이다.

둘째, 서비스 품질에 대한 평가는 서비스의 결과에 의해서 뿐만 아니라 서비스를 제공하는 과정에 대한 평가도 포함한다는 것이다.

Parasuraman, Zeithaml, and Berry(1985)의 연구는 조직에서 서비스 품질의 문제를 야기할 수 있는 네 가지 겉을 분명하게 직시함으로써 서비스 품질의 개념과 그 결정 요인들을 이해하는 데 실질적으로 가장 큰 공헌을 했다고 볼 수

있다. 그러나 이들이 개발한 22개의 항목으로 구성된 고객의 기대와 지각간의 차이 점수를 이용하여 서비스 품질을 측정하는 SERVQUAL 측정 방식은 기대 수준에 대한 개념적 모호성 및 측정의 어려움으로 인해 많은 비판을 받고 있다.

또한 전영일(1989)은 Grönroos(1984)의 서비스 품질 측정 모형에서 언급한 기능 품질과 기술 품질이 서비스 시스템의 3개의 구성 요소인 지원 시설 및 설비, 제공되는 물품, 그리고 서비스 제공자에 모두 있는 것으로 보고 고객이 지각하는 서비스 품질은 이들 3개 요소들의 기술 품질과 기능 품질의 기대와 지각의 차이의 합으로 나타난다고 하였다. 전영일(1989)은 “고객이 지각하는 서비스 품질은 지원 시설 및 설비에 대한 기대된 서비스와 지각된 서비스의 기능적 품질과 기술적 품질의 차이, 제공되는 물품에 대한 기대된 서비스와 지각된 서비스의 기능적 품질과 기술적 품질의 차이, 서비스 제공자에 대한 기대된 서비스와 지각된 서비스의 기능적 품질과 기술적 품질의 차이의 합이다”라고 주장하였다.

Cronin and Taylor(1992)는 Parasuraman, Zeithaml, and Berry(1991)의 기대-성과 모델인 SERVQUAL 모형의 문제점을 제시하고 서비스의 수행성과를 토대로 서비스 품질을 측정하는 것이 타당하다고 주장하여 SERVPERF 모형을 개발하였다. 이들에 의하면 고객이 제품에 대한 사전 지식이나 경험이 부족한 경우에는 기대감을 갖지 못할 수 있으며, 또한 똑같은 항목에 대해 기대와 성과를 반복하여 측정하는 것은 실익이 없다는 것을 주장하면서 SERVQUAL 모형에 대해서 비판했다. 그들은 “서비스 품질의 측정은 지각된 서비스만으로 이루어져야 한다고 하였다. 또한 서비스 품질은 태도로 개념화될 수 있으며 성과와 기대의 차이보다는 성과만이 서비스 품질을 결정한다”라고 하였다. 그리하여 그들은 ‘서비스 품질 = 성과’라는 공식을 수립하고 서비스 품질을 성과로 측정하고자 노력하고 검증하였다. Cronin and Taylor(1992)는 “SERVPERF 모형은 신뢰할 수 있고 타당성 있는 척도로서 경영자에게는 특정 고객과 관련이 있는 서비스 품질에 관한 정보를 제공하고 서비스 관리자에게는 전반적인 서비스 품질을 측정하는 데 도움을 주는 유용한 도구이다”라고 주장하면서 “고객 만족이 서비스 품질보다 구매 의도에 더욱 크게 영향을 미치는데, 이는 서비스 품

질이 고객 만족의 선행 요인으로서 여러 고객 만족의 요인 중 한 요인에 불과하기 때문이다”라고도 주장하면서 “고객 만족은 태도로 형성되어야 하고 이러한 태도는 성과를 기준으로 한 척도가 더욱 적합하다”라고도 하였다.

또한 SERVPERF 모형은 지각된 서비스만을 측정 대상으로 하기 때문에 서비스의 기대치와 성과치를 동시에 측정하는 SERVQUAL 모형에 비해 척도 항목의 수가 절반으로 줄어드는 이점을 지니고 있다.

위에서 살펴본 바와 같이 서비스 품질을 측정하기 위한 다양한 방법이 제시되고 있으며 이에 대한 논쟁이 최근까지 계속되고 있다. 그렇지만 일반적으로 가장 많이 이용하는 측정 방법은 Parasuraman, Zeithaml, and Berry(1991)의 SERVQUAL과 Cronin과 Taylor(1992)의 SERVPERF이다. SERVQUAL과 SERVPERF를 비교하여 제시하면 <표 2-2>과 같다.

<표 2-2> SERVQUAL과 SERVPERF의 비교

구분	SERVQUAL	SERVPERF
개발자	Parasuraman, Zeithaml & Berry	Cronin & Taylor
특징	성과-기대 모델	성과 모델
원리	지각된 서비스와 기대된 서비스와의 차이	지각된 서비스
공식	$SQ = \sum(P_i - E_i)$	$SQ = P$

(2) 교육 서비스 품질 측정 모형

학교에서 학생들에게 제공하는 여러 가지 활동에 대해서 학생들이 지각하는 경험의 총체를 교육 서비스 품질이라고 할 수 있으며, 이러한 교육 서비스 품질의 측정 모형으로 가장 대표적인 것이 Kuh(1981)의 의사 결정 촉진 모형이다.

Kuh(1981)는 일반적 서비스 품질 측정 모형을 개발한 Parasuraman, Zeithaml, and Berry(1991)나 Cronin and Taylor(1992)에 앞서 교육 서비스 품

질을 측정하기 위한 모형을 개발하였다. 그는 “교육 서비스에 대한 측정이란 의사 결정의 대안들을 판단하는 데 필요한 정보가 무엇인지를 결정하고, 이를 수집하여 제공하는 체계적 과정이다”라고 하였다. 또한 그는 교육 서비스 품질의 평가 내용은 상황 지표, 참여 지표, 투입 지표, 성과 지표 등 4가지로 구성되었다고 하였으며 그가 제시한 교육 서비스 품질 구성 차원별 평가 내용은 다음과 같다.

첫째, 상황 지표는 학교 규모, 건학 이념, 조직 특성, 재원, 학생의 생활 환경 등을 평가하는 것이라고 했다.

둘째, 투입 지표는 학생의 지적인 능력과 학생의 생활 배경, 그리고 학생들의 비지적(非知的) 특성, 제공되는 교육 프로그램 및 동아리의 편성 상황 등을 평가하는 것이라고 했다.

셋째, 참여 지표는 학교 생활에서 학생들 사이의 상호 작용과 수업 활동, 교수와 학생의 상호 작용, 학생 스스로의 노력 등을 평가하는 것이라고 했다.

넷째, 성과 지표는 학생들의 등록률, 성취도 향상, 학생들의 사회·정서적 개발 정도, 학생들의 동문회의 활동 상황 등을 평가하는 것이라고 했다.

이종성(1993)은 대학 교육 서비스의 품질에 대한 평가 모형으로 여러 가지 모형을 고려할 수 있으나 각 모형이 지향하는 강조점에 따라 3가지 모형으로 대별할 수 있다고 하였다. 그는 대학 교육 서비스 품질 측정 모형이 무엇을 강조하느냐에 따라 목표 달성 모형, 판단 모형, 그리고 의사 결정 촉진 모형으로 분류하였다. 그가 분류한 대학 교육 서비스 품질 측정 모형은 다음과 같다.

첫째, 목표달성 모형은 교육활동의 평가를 교육 목표의 달성 정도를 결정하는 체계적 과정이라고 보는 관점이다. 목표 달성 모형은 학문 발전, 지적 향상, 인성 개발, 개인 개발, 가치관 확립, 직업 준비, 연구와 봉사의 정도, 학문의 자유, 행정의 민주화, 학문 공동체, 교육 환경, 대학의 학습, 책무성, 효율성 정도 등을 대학 교육 서비스 품질의 평가내용으로 하고 있다.

둘째, 판단 모형은 교육 서비스를 프로그램, 절차 또는 개인의 가치 등을 판단하는 과정이라고 보는 관점이다. 판단 모형은 다시 과정 준거 판단 모형과 성과 준거 판단 모형으로 나눌 수 있다. 과정 준거 판단 모형은 내적 준거에 중점을 두는 것으로서 대학교의 교육 목적, 교육 목표, 행정 조직의 운영, 교사,

교육 프로그램, 학생, 시설과 자료, 재원 등을 평가 내용으로 하고, 성과 준거 판단 모형은 외적 준거에 중점을 두는 것으로서 대학의 학문적 수행 능력, 봉사 능력, 졸업생의 지적 성취도 등을 평가 내용으로 하고 있다.

셋째, 의사 결정 촉진 모형은 교육 서비스 품질에 대한 의사 결정의 대안들을 판단하는 데 필요한 정보가 무엇인지를 결정하고, 이를 수집하여 제공하는 체계적 과정이라고 보는 관점이다. 의사 결정 촉진 모형은 학교 규모, 건학 이념, 조직 특성, 재원, 학생 생활 환경, 학생의 지적 능력, 학생 배경, 학생의 비지적인 특성, 교육 프로그램, 동아리 편성 상황, 학생 상호 작용, 수업 활동, 교수-학생 상호 작용, 학생 노력, 학생 등록률, 학생들의 지적 성취도, 사회·정서적 개발, 동문 활동 등을 대학 교육 서비스 품질의 평가 내용으로 하고 있다. 이들 세 가지의 교육 서비스 품질 측정 모형의 내용을 요약한 것이 <표 2-2>이다.

이 외에도 경영학적 서비스 품질 측정 모형과 교육학적 서비스 품질 측정 모형을 결합한 것으로 이경철(2004)이 제안한 SERVQUAL-Kuh 모형이 있다. 이경철(2004)은 대학 교육 서비스 품질을 평가함에 있어 대학교도 하나의 서비스 제공 기관이므로, 경영학적 서비스 품질 측정 모형인 SERVQUAL 모형을 적용할 수가 있지만 교육 서비스는 일반적 서비스와 상이한 특성이 있으므로 서비스 품질 측정 모형을 조정할 필요성을 느껴 경영학적 서비스 품질 측정 모형인 SERVQUAL 모형과 교육학 중심의 대학의 교육 서비스 품질 평가 모형인 의사 결정 촉진 모형을 결합한 새로운 측정 모형을 모색하였다. 그는 이 새로운 측정 모형을 SERVQUAL-Kuh 모형이라고 명명하고, 이 측정 모형을 사용해서 8개 변수 37개 설문 항목으로 대학 교육 서비스 품질이 학생 만족, 대학 이미지 및 긍정적 행동 의지에 미치는 인과 모형에 대한 연구를 하였다. 이경철(2004)이 사용한 SERVQUAL-Kuh 모형 측정 문항의 구성은 <표 2-3>과 같다. 아울러 이경철(2004)은 이러한 SERVQUAL-Kuh 모형을 이용하여 대학 교육 서비스 품질과 행동 의도간의 인과 모형에 관한 탐색적 연구도 실시하였다.

<표 2-3>을 통해 SERVQUAL-Kuh 모형의 측정 문항 구성을 살펴보면 Kuh의 의사 결정 촉진 모형의 측정 문항에서 성과 지표가 빠져 있음을 볼 수 있다. 이경철(2004)은 이러한 이유를 성과 지표(예: 학생 등록률이나 성취도의

항상 정도 등)는 대부분 양적 방법에 의해 측정되므로 교육 서비스 품질에 대한 인식을 측정하는데 있어서 질적 접근법에 포함시키기는 어렵다고 보았기 때문이라고 하였다.

<표 2-3> SERVQUAL-Kuh 모형의 측정 문항 구성

구분	구성 차원	문항 수
SERVQUAL 모형의 측정 문항	유형성	5
	신뢰성	8
	응답성	3
	공감성	4
	확신성	4
Kuh의 의사 결정 촉진 모형의 측정 문항	상황 지표	4
	투입 지표	6
	참여 지표	3

이처럼 대학 교육 서비스 품질에 대한 각 평가 모형은 지향하는 강조점이 서로 다르다. 따라서 이경철(2004)은 대학을 하나의 서비스 제공 기관으로 인식하고, 그 제공되는 서비스를 개선시키려는 차원에서 교육 서비스 품질을 파악하기 위해서는 위에서 언급한 대학 교육 서비스 품질 평가 모형 가운데에서 의사결정의 대안들을 판단하는데 필요한 정보를 결정하고, 수집하고, 제공해 주는 의사 결정 촉진 모형을 선택해야 할 필요가 있다고 하였다. 이상에서 언급한 대학 교육 서비스 품질 측정 모형을 정리하면 <표 2-4>와 같다.

<표 2-4> 대학 교육 서비스 품질 측정에 대한 평가 모형의 구분

종 류	내 용
<p>목표 달성 모형</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 교육 서비스 품질에 대한 측정을 교육 목표의 달성 정도를 결정하는 체계적 과정이라고 보는 관점 · 평가 내용 <ul style="list-style-type: none"> -성과목표 : 학문 발전, 지적 향상, 인성 개발, 개인 개발, 가치관 확립, 직업 준비, 연구와 봉사의 정도 등 -과정목표 : 학문의 자유, 행정의 민주화, 학문 공동체, 교육 환경, 대학의 학습, 책무성, 효율성의 정도 등
<p>판단 모형</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 교육 서비스 품질에 대한 측정을 프로그램, 절차 또는 개인의 가치를 판단하는 과정이라고 보는 관점 · 평가 내용 <ul style="list-style-type: none"> -과정 준거 모형 : 교육 목적/목표, 행정 조직의 운영, 교사, 교육 프로그램, 학생, 시설과 자료, 재원 등 -성과 준거 모형 : 학문적 수행 능력, 봉사 능력, 학생들의 지적 성취도 향상 등
<p>의사 결정 촉진 모형</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 교육 서비스 품질에 대한 측정을 의사 결정의 대안들을 판단하는 데 필요한 정보를 결정, 수집, 제공하는 체계적 과정이라고 보는 관점 · 평가 내용 <ul style="list-style-type: none"> -상황 지표 : 학교 규모, 건학 이념, 조직 특성, 재원, 학생 생활 환경 등 -투입 지표 : 학생의 지적능력, 학생의 생활 배경, 학생의 비지적인 특성, 교육 프로그램, 동아리 편성 등 -참여 지표 : 학생 상호 작용, 수업 활동, 교수와 학생의 상호 작용, 학생 노력 등 -성과 지표 : 학생 등록률, 성취도 향상, 사회·정서적 개발, 동문 활동 등

5) 교육 서비스 품질의 측정

(1) 교육 서비스 품질의 개념 및 특성

Solomon(1998)은 “교육 서비스는 동일한 서비스를 다른 시공간에서 동일하게 재연할 수 없고 서비스 수혜자의 특성에 따라 이질적으로 나타난다”라고 하였다. 그리고 박중환(1998)은 “교육 서비스는 학교의 관점에서 보면 제공 활동이며 고객의 관점에서 보면 경험의 총체로서 혜택의 묶음이다”라고 하면서 “교육 서비스 품질은 학교에서 제공하는 여러 가지 활동에 대해서 학생들이 장기간의 체험 끝에 지각하는 경험의 정도를 가리킨다”라고 하였다.

이들의 주장을 종합해 보면 교육 서비스란 공급자인 학교측이 교사 및 일반 행정 직원을 통하여 수요자인 학생에게 교육적 목적 달성에 관련된 유형·무형의 서비스를 제공함으로써 학생들에게 물질적으로나 정신적으로 만족을 실현시켜주는 일체의 활동이라 정의할 수 있다.

Astin(1980)은 대학의 품질에 대한 평가에 대하여 신비적 견해, 명성적 견해, 자원적 견해(resources view), 성과적 견해, 그리고 부가 가치적 견해가 있으며 내용은 다음과 같다고 했다.

첫째, 신비적 견해는 대학의 품질은 간단히 정의되거나 측정될 수 없다는 입장으로 평가를 통하여 대학의 품질을 개선할 수 없다는 것을 주장하는 것이다.

둘째, 명성적 견해는 의견의 합의에 기초를 두고 대학의 품질을 평가하는 입장으로 전문가 또는 교수들의 의견을 수집하여 대학의 순위를 매기고 공개하는 조사 방법을 일컫는 견해이다.

셋째, 자원적 견해는 대학의 품질을 대학이 보유하고 있는 교육을 위한 자원과 동등하게 보는 입장으로 우수한 학생과 명망 있는 교수의 확보 여부, 재정과 시설의 확충 등에 중점을 두어 대학의 품질을 평가하는 것이다.

넷째, 성과적 견해는 대학의 품질을 교육의 성과에 따라 좌우됨을 강조하는 입장으로 졸업생의 비율이나 장학금을 받고 있는 학생의 비율 등으로 나타낼 수 있다는 것이다.

다섯째, 부가 가치적 견해는 교육 서비스의 품질을 대학이 학생들에게 미치는 영향력에 따라 좌우된다는 입장이다. 대학이 학생들의 지식, 인성, 생애 개발에 지대한 영향을 미치고 학생들에게 높은 가치를 부가시킨다는 관점을 강조한 것이다.

이와 같이 교육 서비스 품질은 일반 서비스와는 다른 특성을 지니므로 그 나름대로 관리를 따로 해야 할 부분이 있다. 특히 우수한 학생의 유치와 재학생 이탈 방지라는 과제를 안고 있는 자립형 사립고등학교는 대학과 마찬가지로 교육 서비스 품질의 역할과 중요성이 매우 강조되는 상황에 처해 있다. 이러한 상황 때문에 자립형 사립고등학교에서의 교육 서비스 품질 관리는 초두의 관심사가 되고 있다.

(2) 교육 서비스 품질 측정에 대한 선행 연구

지금까지의 교육 서비스 품질에 대한 연구는 대학에서 고객 지향의 마케팅 노력이 증가함에 따라 대학의 교육 서비스 품질에 대한 연구 위주로 활발하게 진행되어 왔다. 간혹 실업계 고등학교에서의 교육 서비스 품질에 대한 연구가 이루어져 왔으나 자립형 사립고등학교의 교육 서비스 품질에 대해서는 수행된 연구가 없는 실정이다. 학생 모집 측면에서 살펴보면 자립형 사립고등학교와 일반계 고등학교는 많은 차이를 보이고 있다. 자립형 사립고등학교는 학생을 전국 단위 또는 지역 단위로 모집하여 선별한다는 것과 교육 과정의 편성에 있어서의 자율성을 가지고 있다는 것은 자립형 사립고등학교의 성격이 대학의 특성에 가깝다고 볼 수 있다. 그렇기 때문에 대학의 서비스 품질에 대한 선행 연구를 고찰하여 자립형 사립고등학교에 도입시켜 볼 수가 있다.

지금까지 이루어져 온 교육 서비스 품질 측정에 대한 주요 연구는 다음과 같다. Hawes and Gilsan(1983)은 대학교 마케팅 전공자를 대상으로 학과와 관련된 16개 속성들의 중요도에 대한 지각과 성과를 평가하여 각 속성들의 이행 정도를 나타내는 성과 그리드(Grid)를 이용하여 관심을 갖고 자원을 집중 투입할 부분의 속성과 자원을 감소시킬 부분을 속성을 규명하였다. 이들의 연구 결과를 보면 학부생의 경우에는 교수진의 강의 기량이 제일 중요한 것으로 인식되

었으며, 대학원생의 경우에는 전체적으로는 학부생과 비슷하나 교수진의 지원 속성에 대해서는 낮게 평가하였다.

Mary and Mark(1987)는 대학입학 지원자를 대상으로 품질의 지각 구성 요인에 대한 포괄적 모형을 선정하였다. 그리고 각각의 품질 구성 요인에 영향을 주는 변수들의 상대적 중요도를 측정하여 고교 재학생들의 대학에 대한 교육 서비스 품질 지각에 영향을 주는 정보의 원천을 규명하였으며 그 내용은 다음과 같다.

첫째, 학문적 명성 차원이다. 학문적 명성 차원은 교수진의 우수성, 학생의 질적 우수성, 졸업한 동문들의 명성, 대학원 진학 기회, 교육 과정의 다양성, 학생과 교수의 비율, 남녀 비율, 그리고 유명한 교육 프로그램 등으로 구성되어 있다.

둘째, 사회 생활 차원이다. 사회 생활 차원은 사회 활동의 편이성과 학생의 단체 활동의 편이성을 나타낸다.

셋째, 캠퍼스 차원이다. 캠퍼스 차원은 캠퍼스의 구성과 거주지에서 캠퍼스까지의 통학 거리 등으로 나타낸다.

넷째, 운동 여건 차원이다. 운동 여건 차원은 체육 프로그램의 다양성과 참여성, 그리고 체육 시설 등으로 나타낸다.

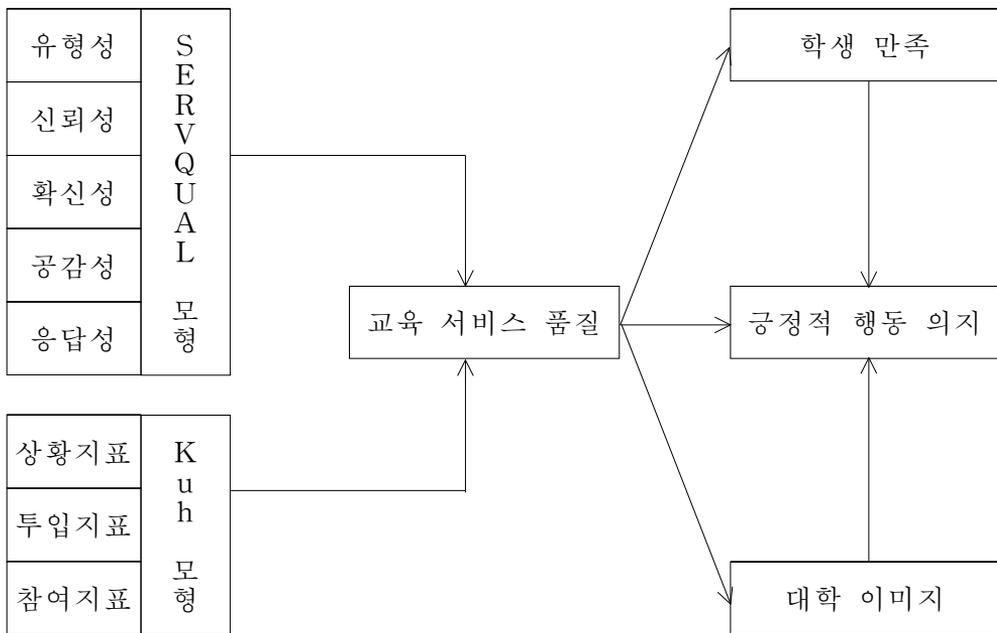
박홍식·박종두(1995)는 대학생을 대상으로 대학 행정 서비스 품질의 구성 차원을 도출하기 위하여 연구하였다. 연구의 결과 그들은 대학 행정 서비스의 특성을 SERVQUAL의 5개 차원으로 분류하였다. 아울러 대학 교육 서비스 품질 차원 가운데 보증성과 반응성, 그리고 신뢰성 차원 순으로 중요하다는 것도 주장했다.

이난경·유지선(1998)은 여자 대학생을 상대로 행정 서비스와 내·외부 시설, 설비, 교직원과 조교에 관련된 26개 항목에 대한 인식을 평가하고 만족에 영향을 미치는 요인을 분석하였다. 여기서 이들은 교육 서비스 만족에 영향을 미치는 요인을 신뢰성, 확신성, 응답성, 유형성, 편의성 순으로 중요도가 높음을 밝혀내고, 실기 수업 형태가 이론 수업 형태보다 만족에 미치는 영향이 크다는 것을 밝혀냈다.

이경철(2004)은 대학 교육 서비스 품질, 학생 만족, 대학 이미지, 그리고 긍정

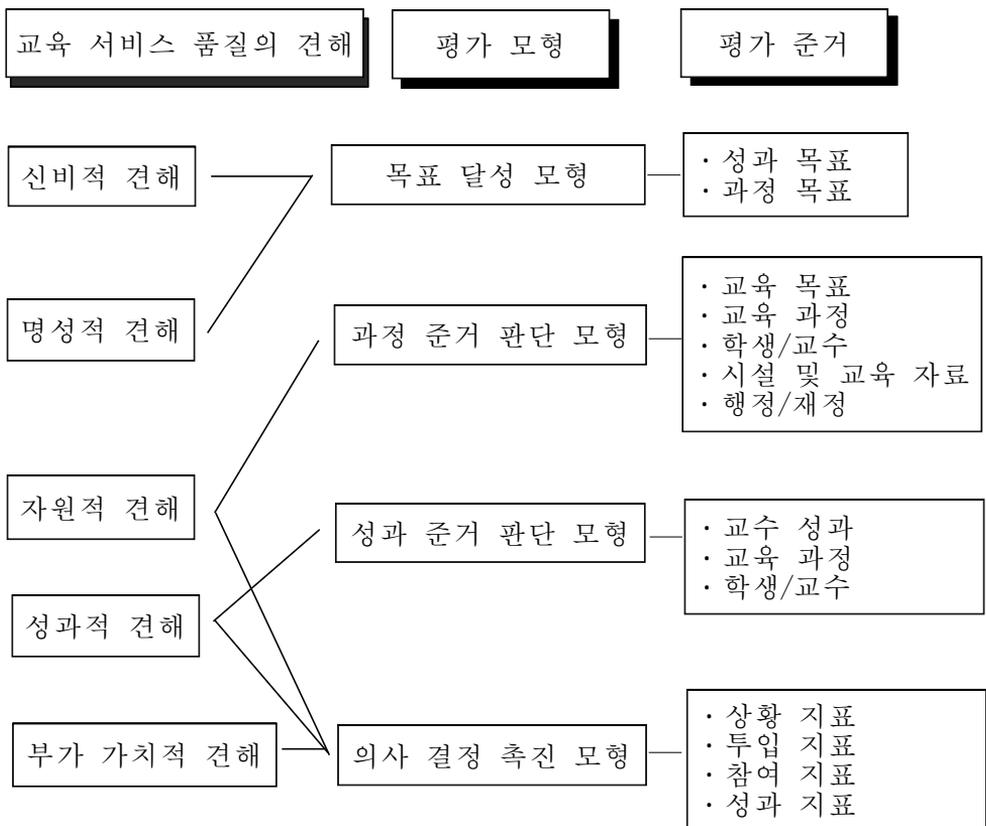
적 행동 의지에 대한 인과 관계를 파악하기 위하여 구조 방정식 모형을 개발하고 이를 검증하였다. 그는 이 연구에서 교육 서비스 품질을 측정하기 위하여 교육 서비스 산업은 일반 서비스 산업과 상이한 특성이 있으므로 일반적 서비스 품질 측정 모형인 SERVQUAL 모형 대신에 SERVQUAL-Kuh 모형을 적용하였으며, 교육 서비스 품질의 구성차원 중 유형성, 응답성, 투입 지표, 상황 지표는 대학 교육 서비스 품질과 정(+)의 인과 관계를 가지며, 또한 학생 만족과 대학 이미지는 대학생들의 긍정적 행동의지에 정(+)의 인과 관계를 가진다는 사실을 검증하였다. 본 연구의 토대가 된 이경철의 연구 모형을 살펴보면 <그림 2-1>과 같다.

<그림 2-1 > 이경철(2004)의 연구 모형



지금까지의 내용을 종합해 보면 대학 교육 서비스 품질에 대한 모형은 그 지향하는 강조점에 따라 4가지 모형, 즉 목표 달성 모형, 과정 준거 판단 모형, 성과 준거 판단 모형, 그리고 의사 결정 촉진 모형으로 대별할 수 있다(이경철, 2004). 따라서 Astin(1980)의 5가지 교육 서비스 품질에 대한 견해와 4가지 교육 서비스 품질 측정 모형을 바탕으로 평가 준거와의 관계를 정리하면 <그림 2-2>와 같이 나타낼 수 있다.

<그림 2-2> 대학 교육 서비스 품질의 견해, 평가 모형, 평가 준거의 관계



3. 학생 만족 및 관계 품질에 대한 이론적 고찰

1) 학생 만족

고객 만족에 관한 연구는 1980년대 초반부터 마케팅 연구에서 시작되었으나 아직까지 고객 만족에 대한 개념은 다양하게 나타나고 있다. 그동안 고객 만족의 개념과 구성에 대해 수행된 주요 연구들은 다음과 같다.

Oliver(1981)는 “고객 만족이란 고객의 실제 경험과 기대간의 불일치로 인해 발생하게 되는 감정을 의미한다”라고 주장하였다. 아울러 그는 “경험의 결과로써 만족을 크게 하게 된다면 다시 그 행위를 하기를 원하게 될 것이며, 어느 정도 만족한 고객은 점포를 다시 방문하게 되고, 부정적인 감정을 지니게 된 고객은 점포를 재이용하지 않게 된다”라고 하였다. 그리고 이유재·이준엽(1997)은 “고객 만족은 소비 경험으로부터 발생하는 결과이다”라고 개념화하면서 “소비자가 치른 대가에 대해 적절히 혹은 부적절하게 보상되었다고 느끼는 소비자의 인지적 상태 또는 불일치된 기대와 소비자가 소비 경험에 대해 사전적으로 가지고 있던 감정이 복합적으로 결합하여 발생된 종합적인 심리 상태이다”라고 하였다. 박명호(1999) 등은 “고객 만족은 경험에 대한 인지적 상태, 기대 불일치 평가, 정서적 반응, 그리고 인지적 판단과 정서적 반응의 결합이다”라고 하였다. 또한 허정옥(2005) 등은 “고객 만족은 고객과 기업 간의 관계에 대한 평가에서 비롯된 고객의 긍정적인 감정 상태이다”라고 주장하면서, “관계의 주체인 기업 및 판매 접촉 요원의 활동과 행위에 대한 고객의 만족도 포함하고 있다”라고 하였다.

이들의 연구를 종합해 보면 고객 만족이란 판매 조직과 제품 그리고 이에 수반되는 서비스에 대한 고객이 가지는 전반적인 긍정적 감정 상태라고 개념화할 수 있을 것이다.

이 후로 고객 만족에 대한 연구는 교육 서비스에 대한 학생들의 만족에 관한 연구로 확대되었는데, 1990년대 이후에는 학생에 의한 대학교의 강의 평가에

대한 연구(한신일, 2001)가 지속적으로 이루어져 왔고, 1990년대 중반기에 이르러서는 거의 모든 대학에서 학생 만족의 결정 요인에 대한 연구와 대학교의 환경 특성이 서비스 품질과 학생 만족에 미치는 영향을 연구하였다. 하지만 고등학교의 수준에서 이루어진 연구는 실업계 고등학교를 대상으로 한 기대와 지각된 교육 서비스 품질과 전반적인 서비스 품질이 학생 만족에 미치는 영향을 수행한 연구(차수련, 1999) 외에는 거의 없는 실정이다. 이용기(2000) 등은 “교육 서비스 마케팅에 있어서 학생 만족의 개념을 도입한 이유는 학생을 우선으로 하고 학생을 만족시킴으로써 입시 시장에서 경쟁 학교에 비하여 경쟁 우위를 차지할 수 있다는 시장 지향성 또는 고객 지향성의 발로이다”라고 하였다.

이들의 연구를 종합해 보면 학생 만족이란 교육 수요자인 학생이 교육 제공자인 학교에서 제공하는 교육 서비스에 대해서 느끼는 긍정적 감정 상태라 할 수 있으며, 이와 같은 학생 만족은 교육 서비스를 제공하는 학교의 관계 마케팅 관점에서 보면 매우 중요한 개념이다. 특히 다른 학교와 심각한 경쟁 체제 하에 있는 자립형 사립고등학교 경우에는 더욱 중요하다고 할 수 있다.

본 연구에서는 자립형 사립고등학교 학생을 대상으로 학교로부터 제공받는 교육 서비스 내용과 전달 과정, 그리고 조직 및 서비스 제공 인력 등을 포함하는 종합적인 만족도를 검토하였다.

2) 관계 품질

1990년대에 접어들어 마케팅에 관한 이론과 활용 면에서 중요한 변화는 관계 마케팅에 대한 강조였다. 관계 마케팅의 핵심 개념은 관계 품질이다. 관계 품질이 중요한 것은 무형성이나 비분리성 등으로 인한 서비스의 불확실성 때문이다. 서비스의 불확실성이란 서비스를 제공하는 데 있어서 서비스의 실패나 부정적인 결과가 잠재한다는 것을 의미한다. 이러한 서비스의 불확실성 때문에 고객은 서비스 조직과의 관계를 보다 중요하게 생각한다. 즉 서비스의 불확실성을 감소시키는데 관계 품질이 중요하다는 것이다.

관계 품질은 서비스 조직과 고객 모두에 있어 중요함에도 불구하고 개념적

정의에 대해서는 명확하게 규정되어 있다고 할 수 없다. 대부분의 선행 연구는 관계 품질을 몇 개의 연관성이 있는 구성 개념으로 이루어진 2차원적 개념으로 정의하고 있지만 아직까지 일치된 개념적 정의와 구조는 존재하지 않는 실정이다. 관계 품질의 개념 및 구성 요소에 대한 주요 선행 연구에는 다음과 같은 것들이 있다. Crosby(1989)는 “관계 품질이란 서비스 제공 접점 요원에 대한 보다 장기적인 관점에서의 고객의 평가를 의미하며, 이에는 서비스 제공 접점 요원에 대한 신뢰와 만족이 포함 된다”라고 주장하였다. 즉 그는 관계 품질은 조직의 종업원과 고객 사이에 형성되고 고객의 종업원에 대한 신뢰와 만족을 관계 품질이라고 주장한 것이다.

Morgan and Hunt(1994)는 관계 마케팅의 신뢰-몰입 이론에서 신뢰와 몰입을 관계 품질의 기본적 구성 요소로 규정하고 관계 유지를 위해 이들 두 가지 구성 개념은 중요한 역할을 담당하고 있음을 보여 준다고 하였다. Mohr and Spekman(1994)은 성공적인 파트너십을 위한 몰입, 조정, 신뢰, 의사소통 품질, 참여, 공동 문제 해결을 관계 품질의 구성 요인으로 주장하였다. 이들은 관계 품질의 주요 구성 요소를 신뢰와 몰입이라고 하였다.

Henning-Thurau, Klee, and Langer(1999)는 관계 품질을 제품의 품질과 관련을 지어면서 “관계 품질은 고객 욕구를 충족시키는데 관계가 얼마나 적합한지에 대한 정도이다”라고 정의하였다. 즉 그는 고객의 욕구를 충족시키기 위해서는 관계 품질이 필요하다고 주장하였던 것이다. 그리고 Naude and Buttle(2000)은 기업 간의 관계 품질을 평가하는데 있어 신뢰, 만족, 조정, 그리고 이윤을 관계 품질의 주요 구성 요소로 규정하였으며, Dorsh et al.(1997)과 Wulf et al.(2001)의 연구에서는 관계 품질을 신뢰, 몰입, 고객 만족에 의하여 구성되는 것으로 보고 있다. Storbacka, Strandvik, and Grönroos(1994)는 관계 품질의 동태적 모델을 제안하면서 만족, 몰입, 의사소통, 결속을 관계 품질의 주요 구성 요소로 규정하였다. 이들의 연구는 고객 만족을 관계 품질의 구성 차원으로 규정하고 있다. 전동매(2005)는 관계 품질을 만족, 신뢰, 몰입으로 구성되어 있음을 실증하였고, 이들 세 가지 개념들간의 상호 작용 메커니즘을 실증하였다. 이들은 고객 만족을 관계 품질의 주요 구성 요소로 주장하고 있는 것이다.

이들의 주장을 종합해 보면 관계 품질은 신뢰와 몰입, 그리고 고객 만족을 주요 요소로 하여 구성되어 있다는 것을 알 수 있다. 그러나 관계 품질의 구성 요소에 대한 선행 연구 가운데 고객 만족을 관계 품질의 선행 변수로 규정하는 것도 있다. Teas(1993) 등 일부 학자들은 고객 만족을 관계 품질을 구성하는 차원이라기보다는 선행 변수로 인식하고 있다. 이처럼 연구자에 따라서 관계 품질의 구성 차원을 다르게 개념화하였다.

이와 같은 관계 품질의 구성 차원에 대한 연구 결과를 종합적으로 나타낸 것이 다음의 <표 2-5>이다.

<표 2-5> 선행 연구별 관계 품질의 변수

연구자	연구변수				
	만족	신뢰	몰입	조정	의사소통
Crosby(1989)	○	○			
Lagace 등(1991)	○	○	○		
Storbacka 등(1994)	○		○		○
Mohr and Spekman(1994)	○	○	○	○	○
Dorsh(1997)	○	○	○		
Wulf 등(2001)	○	○	○		
전동매(2005)	○	○	○		

위의 <표 2-5>에서 살펴 볼 수 있듯이 관계 품질의 구성은 연구자에 따라서는 다양하게 구성되어 있다는 것을 알 수 있다. 이 중에서 본 연구에서는 관계 품질의 구성하는 요소 중에서 많은 부분을 차지하고 있는 만족, 신뢰, 그리고 몰입 가운데 만족은 관계 품질의 선행 변수로 따로 설정하고 신뢰와 몰입을 관계 품질의 구성 요소로 한정하였다. 따라서 교육 서비스 품질이 제공되는 상황에서 학생이 가지는 관계 품질의 정도는 학교나 교사에 대하여 학생이 지각하는 신뢰와 몰입 정도에 따라 결정된다고 볼 수 있다.

신뢰는 최근 마케팅이나 세일즈와 관련된 경영 연구에서 중요하게 다루어지

고 있으며, 신뢰에 관한 정의도 다양하게 나타나고 있다. “신뢰란 상대방에 대한 확신이란 신뢰할 가치가 있는 특정 상대방이 일관성 있고 유능하며, 정직하고 공평하며, 책임감 있고 유익하며, 호의적인 자질과 관련되는 높은 성실도를 가지며, 신용이 있다고 여기는 사업적인 믿음에서 나온 결과이다”라고 제시하고 있다(Larzelere & Huston, 1980; Dwyer & LaGace, 1986). 그리고 (Swan, Trawick & Silva, 1985)는 “신뢰란 기업이 하는 말이나 약속과 같은 것이 고객에게 줄 수 있는 믿음이다”라고 하였으며, “조직이 만족스럽게 말하거나 약속한 것을 이행할 것이라는 믿음이다”라는 것이었다(Crosby, Evans & Cowles, 1990). 또한 Moorman(1993)은 “신뢰란 성공적인 관계 마케팅을 위해 필수적인 요소로서, 신뢰감을 주는 교환 당사자를 기꺼이 믿는 것이다”라고 정의하였다. 이수형(2001)은 “구매자와 판매자간의 신뢰가 형성되면 서로간의 관계에 높은 가치를 부여하게 된다”라고 주장하면서 “판매자는 관계에 대한 투자 및 재투자를 증가시키고 관계 품질을 향상시키기 위해서 높은 수준의 신뢰를 얻는데 초점을 맞출 것이다”라고 주장했다. 관계 품질의 발전 단계에서 신뢰의 역할에 대한 연구에서는 신뢰가 특히 관계 정립에 있어 매우 중요하다는 것을 밝혀내었으며(Dwyer, Schurr & Oh, 1987), 이러한 내용은 일단 기업에 대한 신뢰가 형성되면, 공동 노력이 기대 이상의 결과를 가져온다는 것을 알게 되었다(Anderson & Narus, 1990).

이들의 주장을 종합해 보면 신뢰는 상대방의 말이나 약속이 믿을만하고 거래 관계에서 상대방이 의무를 다할 것이라는 믿음이라는 것이다. 따라서 구성원간의 관계가 신뢰적일수록 서로 협조적이며 갈등의 발생도 순기능적인 결과를 초래하여 장기적인 거래 관계를 가능하게 할 수 있다는 것을 보여 준다.

신뢰와는 달리 몰입에 대한 개념적 구조에 대하여는 단차원적으로 접근하기도 하고(Bettencourt, 1997) 다차원적으로 접근하기도 한다(Brown et al., 1995; Kumar et al., 1995). Crosby(1990)는 서비스 실패에 따르는 고객과 서비스 조직의 관계의 단절과 관계의 품질에 관한 연구에서 고객과 서비스 조직의 상호 의존성을 키우고 고객과 서비스 조직의 신뢰를 중시하는 것이 관계적 교환의 출발점이며, 몰입은 상호 의존의 최종 단계로서 고객과 서비스 조직이 다른 파트너로 전환할 가능성에 대한 탐색을 포기할 정도로 그들의 관계에 만족했을

때 생긴다고 하였다. 윤만희(2003)는 몰입을 서비스 조직에 대한 회원 고객의 심리적 애착심, 즉 심리적 결속 정도로 정의하였다. 이는 “회원 고객의 몰입은 고객의 감정적 차원이다”라고 한 Allen and Meyer(1990)의 의견과 일치하는 것이다. 이들의 주장을 종합해 보면 몰입은 회원 고객의 서비스 제공 조직에 대한 심리적 애착심이라는 것이다.

이와 같이 신뢰와 몰입으로 구성된 관계 품질을 향상시키기 위한 노력에 대한 주장은 다음과 같다. Wulf(2001) 등은 “DM의 발송, 서비스 행위의 우선 처리, 대인적 커뮤니케이션, 유형적 보상 등은 기업의 관계 투자 전략에 이바지하며 기업이 고객과의 관계를 유지하기 위한 노력을 고객이 지각하게 되면 이것은 관계 품질을 향상시키는데 많은 도움을 줄 것이다”라고 주장하였으며, Palmer(1994) 등은 판매원의 고객 지향성이 관계 품질에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 보았고, Lagace(1991) 등은 판매원의 윤리 행위가 관계 품질에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 보았다. 그리고 Crosby(1990) 등은 관계적 판매 행위가 관계 품질에 긍정적인 영향을 미치고 있는 것으로 주장했으며, Morgan and Hunt(1994)는 기업 간의 거래 관계에서 지각하는 관계 혜택이 신뢰와 몰입에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 주장 하였다. 그리고 Gruen(2000) 등은 회원제 관계 마케팅 상황에서 회원고객의 조직에 대한 몰입의 선행 변수로 핵심 서비스의 수행을 제시하면서 “고객은 조직으로부터의 핵심 서비스가 잘 수행되었다고 지각하면 서비스 조직에 대한 감정적 몰입의 수준을 높이게 된다”라고 하였으며, 윤만희(2003)는 교육 서비스에 있어서 학생들이 제공받는 강의 서비스와 강의 지원 서비스, 그리고 이들을 전달하는 과정에 공정성을 인식하게 되면 학교에 대한 신뢰와 애착심으로 보상하는 의무감을 증대시킬 것으로 주장했다.

이들의 연구를 종합해 보면 서비스 제공 조직이 고객과의 관계를 좋게 유지하기 위해서 기울이는 노력을 고객이 지각하게 된다면 고객은 신뢰와 몰입과 같은 감정을 가지게 된다는 것이다. 따라서 교육 서비스 품질을 제공하는 학교 입장에서도 학생들이 학교와 선생님에 대해서 신뢰와 몰입의 감정을 가지게 하기 위해서 최고의 교육 서비스 품질을 제공하려는 노력을 하여야 할 것이다.

4. 행동 의도에 관한 이론적 고찰

1) 행동 의도

행동 의도는 서비스를 제공받은 고객의 자발적 행위 개념 및 조직 시민 행위에 포함되는 개념이다. 자발적 행위 및 조직 시민 행위 등에 대한 선행 연구는 다음과 같다.

Bettencourt(1997)는 “자발적 행위는 서비스 조직이 양질의 서비스를 제공할 수 있도록 지원하고 돕는 고객의 재량적 행위이다”라고 개념화시켰다. 자발적 행위는 고객이 서비스를 제공받을 때 고객으로서 수행해야하는 의무적 행동과는 구분되는 행동이며, 관계 마케팅 측면에서 볼 때 고객 관계의 유지 및 확대에 기여한다고 여겨져 왔다. Organ(1988)은 “조직 시민 행위는 공식 보상 체계에 의해 직접 혹은 명시적으로 인정되지 않는 종업원의 자발적 행위로서 전체적으로 조직의 효과적 운영을 촉진하게 되는 행위이다”라고 주장하였다. 즉 자발적 행위의 유발 효과는 조직의 효과적 운영을 촉진하게 되는 근거가 된다는 것이다. 이와 같이 종업원을 중심으로 연구되어 온 자발적 행위는 서비스에서의 고객 역할의 특성을 감안할 때 서비스 고객으로까지 확대할 수 있다. Bowen and Schneider(1988)는 “서비스 생산에 있어 고객은 부분적으로 종업원의 역할을 자주 수행하게 되며 고객들은 조직의 내부에 있지는 않지만 유형 제품의 생산 과정에서 생산직 종업원이 수행하는 업무의 일부를 서비스 생산 과정에서 감당하고 있는 것이다”라고 주장했다. 그리고 Organ(1988)은 “사회적 교환은 기본적 역할 이상의 규정되지 않은 자발적 행위이다”로 규정하고 “어느 한쪽에 의해서 행해진 사회적 교환은 상대방으로 하여금 자신의 재량에 따라 보답을 유발하게 되는 것이다”라고 주장하였다. Blau(1964)은 “사회적 교환은 미래의 의무와 대가가 구체적으로 명시되지 않는 관계로서 거래 중심의 경제적 교환과 달리 상대방이 미래에 보상을 할 것이라는 신뢰에 바탕을 두는 거래이다”라고 정의를 내렸다. 그리고 Bettencourt(1997)는 고객의 자발적 행위를 다음과 같이 세 가지로 구분하여 설명했다.

첫째, 고객의 자발적 행위를 고객의 충성 행위로 보았다. Heskett(1994) 등의 주장을 빌려 ‘고객은 자신의 개인적 이익을 초월하여 서비스 조직의 이익을 지지하고 홍보 또는 촉진하려는 행위를 한다고 하였다. Cronin and Taylor(1992)는 충성 행위와 관련하여 고객은 서비스 조직에 대한 그 동안의 자신의 재구매 의도와 재구매 행위는 물론 그들의 만족한 경험을 다른 고객들과 공유하고자 하거나 해당 업체의 뛰어난 서비스 혹은 우수성을 다른 사람을 대상으로 강력하게 추천하게 될 것으로 주장했다. Chadwick and Ward(1987)는 “대학교의 학위 가치, 교수 지도와 상호 작용의 질, 직무 커뮤니케이션의 기술, 조연자의 전문성과 지원, 학생 취업 보도실의 효과성 등 다섯 개 차원이 타인에게 자신의 학교를 선택하도록 추천할 의지에 유의적인 영향을 미친다”는 결과를 다중회귀 분석을 이용하여 제안하였다.

둘째, 고객의 자발적 행위를 고객의 조직에 참여 행위로 보았다. 참여 행위는 서비스 조직의 관리와 발전에 고객이 적극적 그리고 책임감 있게 관여하는 행위를 말하는 것이다. 고객이 서비스 조직에 대한 불평 사항을 토로하거나 제안 사항을 건의하는 행위 등을 예로 들 수 있을 것이다. Bagozzi(1995)는 “사회 교환론적 시각에서 볼 때 서비스업체로부터 그 동안의 만족스러운 서비스를 제공 받은 고객은 서비스 조직에 도움이 될 수 있는 건의나 제안 등과 같은 적극적인 참여 행위로 보답하고자 할 것이다”라고 주장했다.

셋째, 고객의 자발적 행위를 고객이 서비스 전달 과정에서 보여 주는 협조 행위로 보았다. Kelly(1992) 등은 협조 행위를 서비스 절차에 대한 이해와 종업원에 대한 예의와 관련한 행위로 규정하고 있다. 종업원과 마찬가지로 고객은 서비스 조직과 협조적이며 서비스 규칙과 방침을 준수하고 서비스 제공자의 지시를 존중하고 이를 받아들이는 자세가 중요하다는 것을 주장하였다. Bettencourt(1997)도 협조 행위를 양질의 서비스 제공에 대하여 존경을 표시하는 고객의 자발적 행위로 개념화시켰던 것이다. 그리고 Organ and Ryan(1995)은 종업원의 직무 만족은 자발적 행위인 조직 시민 행위에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 밝혔다. 이러한 사실은 회원제 형태로 서비스를 제공하는 상황에서 서로 동일한 관계를 기대할 수 있을 것이다.

사회 교환론적인 시각에서 볼 때 고객 만족의 수준이 높을 경우 고객은 그들

이 서비스 조직으로부터 제공받는 호의적인 대우와 서비스 결과를 자발적인 행위로 보답하고자 한다는 것이다. 고객 만족은 고객의 자발적인 행위로 분류될 수 있는 충성 행위, 고객 참여, 고객 협조를 진작시키게 된다. 이들 자발적 행위는 사회 교환론적 시각에서 볼 때 관계 품질 혹은 관계 품질을 구성하는 신뢰와 깊은 관련성이 있다는 것을 다양한 실증 연구를 통해 입증되고 있다.

이들의 연구를 종합해 보면 행동 의도의 의미를 가진 자발적 행위 또는 조직 시민 행위는 서비스 조직과 관계를 맺고 있는 고객이나 종업원이 기업에 대하여 대가를 바라지 않으면서도 서비스 조직에 대하여 충성, 참여, 협조 등과 같은 긍정적인 행동을 가리키는 것을 알 수 있다.

본 연구에서는 행동 의도를 모교에 대한 학생의 충성 행위, 참여 행위, 그리고 협조 행위라고 개념화하였다. 학생들이 자립형 사립고등학교에 재학 중에 형성된 만족이나 관계 품질에 의해서 졸업 후에도 자신의 모교에 대해 관심을 가지고 타인에게 자신의 모교에 입학할 것을 추천하거나 동문회 활동에 적극적인 참여, 모교에 학교 발전 기금의 출연과 같은 학교 발전에 협조하는 행위를 행동 의도로 본다는 것이다.

5. 서비스 품질, 고객 만족, 관계 품질 및 행동 의도간의 관계

지금까지 행해져 온 서비스 품질, 고객 만족, 관계 품질, 그리고 행동 의도간의 관계에 대한 주요 연구들은 다음과 같다.

Oliver(1981)는 “고객이 지니는 서비스 제공자들에 대한 태도는 구매 의도에 영향을 미친다”라고 주장하였으며, Woodside, Frey, and Daly(1989)는 서비스 품질이 고객 만족에 영향을 미치고, 고객 만족은 구매 의도에 영향을 미치는 관계가 형성된다고 주장하였다. 또한 Bitner(1990)는 고객 만족이 서비스 품질에 영향을 미치고 서비스 품질이 구매 의도에 영향을 미친다는 것을 실증 분석하였으며, Bolton and Drew(1991)은 서비스 품질이 가치에 유의적인 영향을 미치며 가치는 구매 의도와 같은 행동 의도에 정(+)의 영향을 미친다고 주장하였

다. 그리고 Dodds, Monroe, and Grewal(1991)은 지각된 서비스 품질은 가치를 매개변수로 해서 구매 의도에 간접적인 영향을 미친다고 주장하였으며, Cronin and Taylor(1992)는 서비스 품질과 고객 만족 간에 직접적인 인과 관계는 나타났으나 서비스 품질과 구매 의도의 인과 관계는 유의한 결과를 얻지 못한다고 주장하였다. 그리고 Fornell(1992)은 고객 만족이 고객의 조직에 대한 애착심을 증가시키고 애착심은 고객과의 관계를 장기적으로 유지할 수 있다고 주장하였으며, Taylor and Baker(1994)는 서비스 품질과 고객 만족은 구매 의도에 영향을 미치며 두 변수간의 상호 작용이 더 큰 영향을 미친다고 주장하였다.

Babin(1994)은 서비스 품질이 고객 만족을 매개 변수로 하여 구매 의도에 직접 또는 간접적으로 영향을 미친다고 주장하였으며, Ganesan(1994)은 구매자와 판매자간의 상호 의존과 신뢰가 관계의 장기 지향성에 영향을 미친다고 주장하였다. 또한 Bagozzi(1995)는 조직으로부터 만족한 고객은 신뢰를 할 것이며 신뢰는 충성과 협조와 같은 자발적 행위에 영향을 미친다고 하였다. 이경오(2000)는 서비스 품질이 고객 만족에 유의한 영향을 미치고 고객 만족은 다시 재구매 의도에 영향을 미친다고 주장하였으며, 최천규(2003)는 지각된 서비스 품질이 재구매 의도와 충성도에 긍정적 영향을 미치고 있는 것으로 검증하였다.

이들의 서비스 품질이 고객 만족에 미치는 영향력과 고객 만족이 관계 품질에 미치는 긍정적인 영향력, 그리고 관계 품질이 관계 유지 의도에 긍정적인 영향력에 대한 연구 결과를 종합해 보면 다음과 같다. 서비스 품질과 고객 만족은 서로 영향을 미친다고 검증된 연구가 많으나 연구 결과에 선행 요인이 다르게 나타난 것을 볼 수 있다. 서비스 품질과 고객 만족 그리고 행동 의도는 일련의 과정으로 서로 영향을 미치는 관계로 검증이 되었으나 서비스 품질은 행동 의도에 아무런 영향을 주지 않는다고 밝힌 연구도 있다. 그리고 고객 만족과 관계 품질의 관계는 고객 만족이 관계 품질을 형성하는데 영향을 미치는 것을 밝힌 연구도 있고, 행동 의도에 영향을 미치는 요인에는 서비스 품질, 고객 만족, 그리고 관계 품질이 있으나 이 중에서 관계 품질과 고객 만족이 많이 영향을 미치는 것으로 나타났다. 결론적으로 서비스 품질, 고객 만족, 관계 품질, 그리고 행동 의도 사이에 이루어지는 영향력의 방향은 일정한 방향이 있는 것이 아니고 연구자에 따라서 다양하게 나타나고 있다는 것을 알 수 있다.

위의 연구 내용들을 본 연구에서 검증하고자 하는 요인들과 관련을 지어서 요약하면 <표 2-6>과 같다.

<표 2-6> 요인들간의 영향 관계와 연구자들

요인들간의 영향 관계	관련 연구자들
· 관계 품질 → 행동 의도	Oliver(1981), Ganesan(1994)
· 고객 만족 → 서비스 품질 → 행동 의도	Bitner(1990)
· 서비스 품질 → 고객 만족 → 행동 의도	Woodside et al.(1989), Babin(1994), 이경오(2000)
· 서비스 품질 → 행동 의도	Dodds(1991), Cronin(1992), 최천규(2003)
· 고객 만족 → 관계 품질 → 행동 의도	Fornell(1992), Anderson(1994), Bagozzi(1995)
· 서비스 품질과 고객 만족 → 행동 의도	Taylor(1994)

※ →는 영향을 미치는 방향성을 의미함

Ⅲ. 조사 및 분석 방법의 설계

1. 조사 표본의 설계 및 예비 조사

1) 조사 표본의 설계

본 연구의 조사 대상은 대도시에 소재하고 있는 자립형 사립고등학교인 ○○고등학교를 대상으로 하였다. 설문 조사는 2006년 4월 11일 현장에서 실시하였으며 설문지는 3학년 8개 학급과 2학년 4개 학급을 대상으로 320부를 배부하고 308부를 회수하여, 불성실한 응답을 한 설문지를 제거한 282부를 대상으로 통계 처리하였다. 1학년을 제외시킨 것은 설문 조사를 실시한 시기가 빠른 편이어서 1학년 학생들이 자립형 사립고등학교 생활에 충분히 적응하지 않았다고 보았기 때문이다.

2) 설문지의 설계

설문지 문항의 구성은 교육 서비스 품질과 학생 만족, 관계 품질, 그리고 행동 의도에 대한 질문을 간결하고 함축적인 문장을 사용하여 설문지를 작성하였다. 본 조사 설문지의 문항은 교육 서비스 품질을 측정하기 위해서는 상황 지표 4개 문항, 투입 지표 3개 문항, 참여 지표 3개 문항, 성과 지표 3개 문항으로 구성하였다. 그리고 학생 만족을 측정하기 위해서는 2개 문항을 구성하였고, 관계 품질을 측정하기 위해서는 4개 문항을 구성하였다. 행동 의도를 측정하기 위해서는 3개 문항으로 구성하였고, 일반사항에 관한 질문은 5개 문항으로 구성하였다. 그리하여 최종적으로 설문지에 사용된 문항 수는 27개 문항이었다.

3) 설문지의 구성

본 연구의 실증 분석에 이용된 설문지의 내용과 구성은 다음과 같다.

교육 서비스 품질을 측정하기 위해 Kuh(1981)의 의사 결정 촉진 모형에서 제시된 개념적 정의에 충실하여 각 지표를 측정하는 문항을 만들었다.

첫 번째 평가 기준인 교육 서비스 품질 중 상황 지표를 측정하기 위하여 설문은 4개 문항을 이용하였으며, 문항 번호를 A1, A2, A3, A4로 표시하여 5점 등간 척도를 이용하였다. 그리고 교육 서비스 품질 중 투입 지표를 측정하기 위해서 설문은 3개 문항을 이용하였으며, 문항 번호를 B1, B2, B3으로 표시하여 5점 등간 척도를 이용하였다. 또한 교육 서비스 품질 중 참여 지표를 측정하기 위해서 설문은 3개 문항을 이용하였으며 문항 번호를 C1, C2, C3으로 표시하여 5점 등간 척도를 이용하였으며 교육 서비스 품질 중 성과 지표를 측정하기 위해서 설문은 3개 문항을 이용하였으며, 문항 번호를 D1, D2, D3으로 표시하여 5점 등간 척도를 이용하였다.

교육 서비스 품질에 대한 학생 만족을 측정하기 위해서 설문은 2개 문항을 이용하였으며, 문항 번호를 E1, E2로 표시하여 5점 등간 척도를 이용하였다. 그리고 교육 서비스 품질의 사용에 따라 형성된 관계 품질을 측정하기 위해서 설문은 4개 문항을 이용하였으며, 문항번호를 F1, F2, F3, F4로 표시하여 5점 등간 척도를 이용하였다.

학생 만족과 관계 품질에 따른 행동 의도를 측정하기 위해서 설문은 3개 문항을 이용하였으며, 문항 번호를 G1, G2, G3으로 표시하여 5점 등간 척도를 이용하였다. 그리고 응답자의 인구 통계적 특성을 파악해 보기 위한 설문은 5문항으로 구성하였으며, 문항 번호를 H1, H2, H3, H4, H5로 표시하여 명목 척도를 사용하였다.

이상과 같이 설문 조사 항목은 상황 지표, 참여 지표, 투입 지표, 성과 지표, 학생 만족, 관계 품질, 행동 의도, 그리고 인구 통계적 특성 문항 등 7개 요소로 구성되었으며, 설문지는 총 27개 문항으로 구성되었다. 위의 내용을 요약한 것이 다음의 <표 3-1>이다.

<표 3-1> 설문지의 구성

변수명	문항명	각 설문 문항의 주요 내용	비고
상황 지표	A1	학교 교육 목표의 명확성	
	A2	학교 규모의 적절성	
	A3	교사 구성의 적합성	
	A4	교육 환경의 적합성	
투입 지표	B1	교육 프로그램의 다양성	
	B2	교우의 지적 및 비지적인 능력	
	B3	동아리 결성의 다양성	
참여 지표	C1	동아리 가입 및 활동의 자유성	
	C2	수업 활동의 활발성	
	C3	교우간 커뮤니케이션 활성화	
성과 지표	D1	동문회 활동의 적극적 참여성	
	D2	학업 성취도의 향상	
	D3	인성 개발의 여부	
학생 만족	E1	교육 서비스 품질 전반에 대한 만족	
	E2	학교의 생활에 대한 만족	
관계 품질	F1	학교와 선생님에 대한 신뢰	
	F2	재학생으로서의 자부심	
	F3	전학 갈 의향	
	F4	학교에 대한 애착심	
행동 의도	G1	동문회 활동의 참여 의도	
	G2	학교 발전 기금의 출연 의도	
	G3	입학 추천 의도	
인적사항	H1	성별	
	H2	현재 학년	
	H3	입학 동기	
	H4	주거 형태	
	H5	출신 중학교	

2. 연구 모형

이미 앞선 언급한 바와 같이 교육 서비스 품질에 대한 측정 모형은 그 지향하는 강조점에 따라 목표 달성 모형, 판단 모형, 그리고 의사 결정 촉진 모형 등으로 대별할 수 있다.

학교를 하나의 서비스를 제공하는 기관으로 인식하고, 학교에서 제공되는 교육 서비스를 개선시키려는 차원에서 교육 서비스 품질을 파악하기 위해서는 3가지 모형 가운데 의사 결정의 대안들을 판단하는 데 필요한 정보를 결정하고, 수집하고, 제공하는 의사 결정 촉진 모형을 고려할 필요가 있다(이경철, 2004). 특히 관계 마케팅 개념에서 의사 결정의 대안들을 판단하는데 필요한 정보를 결정하고, 수집하고, 제공하는 모형이 중요하므로 교육 서비스 품질을 파악하기 위해서는 의사 결정 촉진 모형이 고려되어야 할 것이다(이경철, 2004).

본 연구에서는 자립형 사립고등학교 교육 서비스 품질의 개선 차원과 마케팅 개념의 확장 차원에서 교육 서비스 품질을 파악하기 위하여 서비스 품질의 측정 모형 중 의사 결정 촉진 모형의 관점을 선택하여 평가 지표로 활용하고자 한다. 그리고 측정된 자립형 사립고등학교의 교육 서비스 품질, 학생 만족, 관계 품질, 그리고 행동 의도간의 구조적인 관계를 실증 분석하고자 <그림 3-1>와 같은 연구 모형을 구축하였다.

한편 Kuh(1981)의 의사 결정 촉진 모형은 교육 서비스 품질을 상황 지표, 투입 지표, 참여 지표, 그리고 성과 지표 등 네 가지 요인으로 구성하고 있다. 교육 서비스 품질 중 상황 지표는 학교의 건립 목표나 교육 환경을 중심으로 측정하였으며, 교육 서비스 품질 중 투입 지표는 학생의 지적 능력과 비지적 능력을 중심으로 측정하였으며, 교육 서비스 품질 중 참여 지표는 교사와 학생간의 상호 작용과 학생 상호간의 상호 작용을 중심으로 측정하였으며, 그리고 교육 서비스 품질 중 성과 지표는 학업 성취도의 향상과 인성 개발 정도를 중심으로 측정하였다. 이러한 본 연구 모형은 가설을 설정하고 이를 실증적으로 검증하는 데 도움을 줄 것이다.

전체적인 본 연구의 흐름은 다음과 같다.

첫째, 자립형 사립고등학교의 교육 서비스 품질을 4가지 요인으로 나누어 측정한다.

둘째, 교육 서비스 품질을 구성하는 4가지 요인들이 각각 학생 만족과 관계 품질에 미치는 영향을 살펴본다.

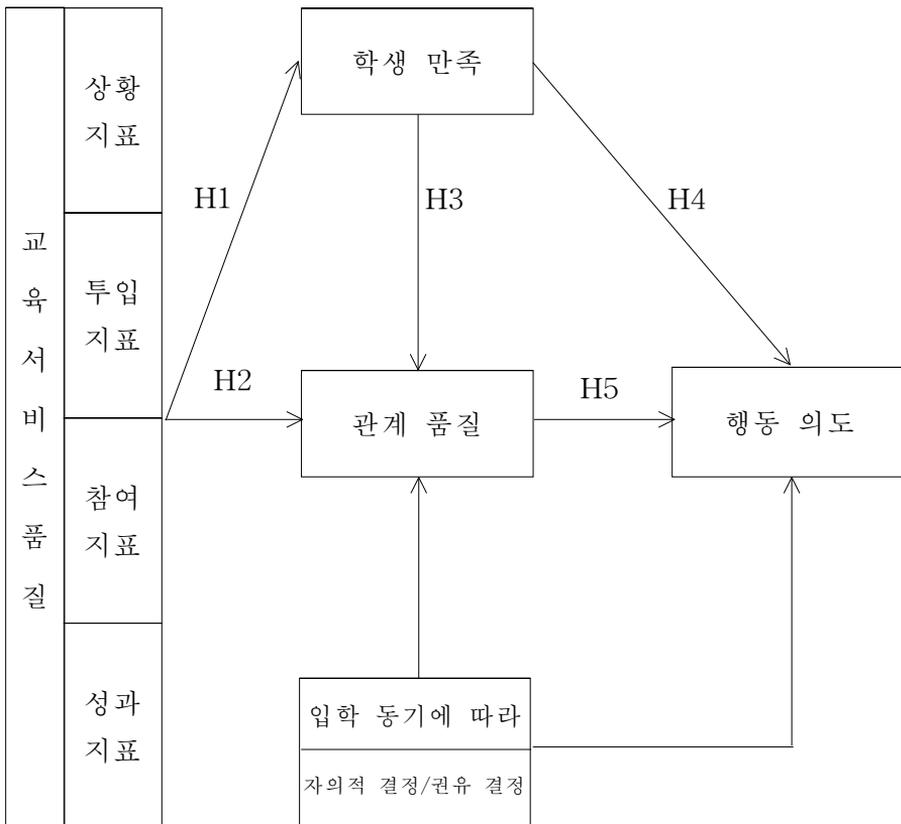
셋째, 학생 만족이 관계 품질에 미치는 영향을 살펴본다.

넷째, 학생 만족이 행동 의도에 미치는 영향을 살펴본다.

다섯째, 관계 품질이 행동 의도에 미치는 영향을 살펴본다.

그 외에 학생들의 인구통계 변수인 입학 동기 등에 따른 관계 품질의 형성 정도와 행동 의도의 형성 정도와의 관계를 조사한다.

<그림 3-1> 연구 모형



3. 연구 가설의 설정

본 연구의 목적은 Kuh(1981)의 의사 결정 촉진 모형을 이용하여 측정된 자립형 사립고등학교 교육 서비스 품질의 각 평가 지표들이 학생 만족과 관계 품질에 어떤 영향을 미치는지 알아보고 또 학생 만족이 관계 품질에 어떤 영향을 미치는지를 알아보면서, 교육 서비스 품질로 형성된 학생 만족과 관계 품질이 졸업 후의 행동 의도에는 어떤 영향을 미치는지를 분석하고자 하는 것이다. 따라서 선행 연구를 토대로 연구 가설을 도출하면 다음과 같다.

Cronin and Taylor(1992)는 서비스 품질이 고객 만족의 선행 요소라고 주장하였으며, 박정은·이성호·채서일(1998)은 서비스 품질과 관계 품질이 상호 영향을 미치고 있다는 주장을 하였다. 그리고 Gruen et. al.,(2000)은 회원제 관계 마케팅 상황에서 회원 고객의 조직 몰입의 선행 변수로 핵심 서비스의 수행을 제시하고 있다. 즉 회원 고객이 서비스 조직의 핵심 서비스 수행이 향상되었다고 지각하게 된다면 그들의 서비스 조직에 대한 감정적 몰입의 수준을 높ی게 된다고 주장하였던 것이다.

이들의 주장을 종합해 보면 서비스 조직이 제공하는 서비스 품질은 고객 만족과 고객의 서비스 조직에 대한 신뢰와 애착심의 형성에 크게 영향을 미친다는 것이다. 따라서 이들의 선행 연구를 토대로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H1 : 자립형 사립고등학교에서 제공하는 교육 서비스 품질은 학생 만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H2 : 자립형 사립고등학교에서 제공하는 교육 서비스 품질은 관계 품질에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

Crosby(1990)는 고객 입장에서 관계 품질은 지각된 서비스의 불확실성을 감소시키려고 노력하는 기업의 능력 및 행동을 통해서 획득된다는 것이다. 이것은 과거에 행해진 서비스 조직의 고객에 대한 서비스 제공의 수준이 지속적

으로 만족스러웠기 때문에 고객이 서비스 조직이나 판매원의 성실성에 의존하게 되고, 서비스 조직이 수행하는 모든 행동에 대해 신뢰할 수 있다는 것을 의미하는 것이다. 그리고 Anderson and Weitz(1989)는 과거의 거래에서 지각된 만족을 토대로 형성된 회사에 대한 평판은 신뢰에 중대한 영향을 미치는 것으로 보았으며, Pruitt(1981)는 고객 만족은 몰입의 중요한 선행 변수 역할을 하고 있는 것으로 지적하고 있다. 또한 Ganesan(1994)은 지속적인 관계상황에 관한 실증 분석에서 과거 결과에 대한 고객의 만족은 교환에서의 형평성을 의미하기 때문에 이는 교환 당사자 쌍방에 대한 신뢰를 가져 올 수 있어 관계 품질 형성에 매우 중요한 영향을 미치는 것으로 밝히고 있다.

이들의 연구를 종합해 보면 서비스 조직이 제공하는 서비스 품질에 만족한 고객은 서비스 조직에 대해서 신뢰와 애착심을 가진다는 것이다. 따라서 이들의 선행 연구를 통해서 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H3 : 학생 만족은 관계 품질에 정(+)²의 영향을 미칠 것이다.

고객의 만족과 행동 의도의 관계는 유의한 인과 관계가 형성되고 있음이 많은 연구들을 통해서 밝혀지고 있다. Oliver(1980)는 “고객 만족은 점포의 재이용 의도에 영향을 미친다”라고 했다. Bitner(1990)는 “물적 환경이 고객 만족에 영향을 끼치고 다시 고객 만족이 재구매 의도에 영향을 미친다”라고 했다. Bolton and Drew(1991)는 “고객 만족이 서비스 품질을 매개변수로 하여 간접적으로 또는 직접적으로 구매 의도에 영향을 미치고 있다”라고 했다.

이들의 연구를 종합해 보면 서비스 조직이 제공하는 서비스 품질에 만족한 고객은 자신들에게 좋은 서비스를 제공한 조직을 위해서 어떠한 대가를 바라지 않고서도 봉사하려는 의도를 가진다는 것이다. 따라서 이들의 선행 연구를 통해서 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H4 : 학생 만족은 행동 의도에 정(+)²의 영향을 미칠 것이다.

Jackson(1985)은 “소비자와 서비스 제공자간의 관계 품질은 서비스에 대한

재이용 의도에 중요한 요인이다”라고 하였고, Crosby(1990)는 서비스 제공자와 소비자 사이의 상호 작용을 통해서 형성되는 관계 품질은 미래에 양측의 상호 작용이 지속될 가능성을 결정하게 될 것이라고 주장하였다.

이들의 연구를 종합해 보면 서비스를 제공하는 조직과 이를 제공받는 고객 사이에 형성된 신뢰와 애착심은 고객으로 하여금 자신들에게 좋은 서비스를 제공한 조직을 위해서 어떠한 대가를 바라지 않고서도 봉사하려는 의도를 가지게 한다는 것이다. 따라서 이들의 선행 연구를 통해서 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H5 : 관계 품질은 행동 의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

Morgan and Hunt(1994)는 신뢰에 의해 형성된 관계는 관계형 교환에 있어 중요한 역할을 한다고 보았다. 이러한 관계 유지와 여러 변수들 사이의 관계를 이해하는 데 있어 관계 유지에 대한 개념은 관계의 기간이나 고객의 유형 등과 같은 관계 유형에 따라 다르다는 것을 의미한다. 이상의 선행 연구를 종합해 보면 학생들의 입학 동기에 따라 관계 품질과 행동 의도에 차이가 있을 것으로 추론해 볼 수 있다. 따라서 본 연구에서도 학생들의 입학 동기에 따른 관계 품질과 행동 의도의 정도를 파악하고자 한다.

4. 연구 가설의 검증 방법

자립형 사립고등학교에 있어서 교육 서비스 품질과 학생 만족, 관계 품질, 그리고 행동 의도간의 관계를 분석하기 위해 구조 방정식 모형(Structural Equation Modeling, SEM)을 통해 이들의 관계를 검증하였다. 구조 방정식 모형은 가장 최근에 개발된 구조 방정식 모형 분석을 위한 프로그램인 AMOS 4.0 통계 패키지를 사용하여 검증하였다.

구조 방정식 모형은 연구자가 설정한 변수들간의 인과 관계에 대한 모형을

검증하기에 가장 적합한 기법으로 종래의 회귀 분석(regression analysis)이나 경로 분석(path analysis)과는 달리 모형 내에 측정 오차를 고려해 줄 수 있고, 또한 측정 변수뿐만 아니라 이론 변수까지도 포함하므로 훨씬 폭넓은 방법이다(손중호, 2001). 이러한 구조 방정식 모형을 통해 실제 자료와 연구자의 모형을 비교하여 모형이 실제 자료에 얼마나 부합하는지를 검증하고자 한다. 구조 방정식 모형을 이용하여 분석할 경우 얻을 수 있는 중요한 점은 모형의 전반적인 적합도를 평가할 수 있고 적합도가 결여되었을 경우에는 모형에서의 문제점을 찾아 낼 수 있다.

본 연구에서는 자립형 사립고등학교의 교육 서비스 품질과 학생 만족, 관계 품질, 그리고 행동 의도의 속성을 요인화하기 위하여 변수들 사이의 기존 관계를 설정하고, 그 관계가 성립하는지에 대한 여부를 검증하기 위해서 확인 요인 분석(confirmatory factor analysis : CFA)을 실시하였다.

이론모형이 경험 자료에 얼마나 잘 맞는가를 전체적으로 검증하는 방법은 카이제곱(χ^2) 값, 기초 적합 지수(Goodness-of-Fit Index: GFI), 잔여 오차 평균 지수(Root Mean Square Residual : RMR), 근사 원소 평균 자승 잔차(Root Mean Square Error of Application : RMSEA), 수정 적합 지수(Adjusted Goodness-of-Fit Index: AGFI) 및 비교 적합 지수(Comparative Fit Index : CFI), 표준 적합 지수(Normed Fit Index : NFI), 그리고 간명 기초 적합 지수(Parsimony-adjusted GFI : PGFI), 간명 표준 적합 지수(Parsimony-adjusted NFI : PNFI) 등이 있다.

카이제곱(χ^2) 값은 어떤 모형에 의해 재생된 상관 행렬이 실제 관찰된 상관 행렬과 유의하게 다른 여부를 나타내 주는 지수로서 자유도에 비해 작을 경우 제안된 모형은 경험적 자료에 적합한 것으로 판정한다. 그렇지만 카이제곱(χ^2) 값은 측정 변수들에 정규성이 있을 경우 표본의 크기에 매우 민감하게 반응하는 특성을 가지고 있기 때문에 표본의 크기가 200 이상이고 검증의 대상이 되는 모형이 이론적 배경이 뒷받침되어 있다면 공분산 행렬이 부합되지 않는 정도를 가늠하는 참고 지표로 사용하고 검정 통계량으로 적용하지 않도록 권장되고 있다.

기초 적합 지수(GFI)는 주어진 모형이 전체 자료를 얼마나 잘 설명하는지를

나타내는 지표로서 표본의 크기가 200 이상인 경우에는 적합도지수가 0.80 이상이면 모형에 큰 문제가 없다고 볼 수 있고, 0.90 이상이면 모형이 상당히 양호한 것이라고 볼 수 있다(이순묵, 1990). Jöreskog and Sorbom(1987)은 기초 적합지수(GFI)를 회귀 분석 결과치인 다중 상관 자승치와 유사하게 해석하였다. 이 지수는 표본의 크기에 구애받지 않으며 정규성에서 다소 이탈하더라도 별 문제가 되지 않지만 적합도의 기준도 명확하지 않다. AGFI에 관한 연구는 별로 없으나 보통 0.90 이상이면 좋은 모형이라고 볼 수 있으며, 대체적으로 기초 적합 지수(GFI)보다 작으며 GFI가 AGFI보다 높은 관계가 성립된다고 본다. 그러나 정보시스템분야 등에서는 GFI와 AGFI가 0.8보다 크면 모형의 적합도가 좋다고 볼 수 있는 적절한 척도로서 간주되기도 한다(Ezezadi-Amoli and Farhoomand, 1996). 표본의 크기가 상당히 큰 제안 모델을 기각시키는 카이제곱(χ^2) 값의 한계를 수정하기 위해 개발된 지수가 RMSEA로 값이 0.05 ~ 0.08의 범위를 보일 때 수용할 수 있는 것으로 간주된다. 정승렬·강영신·이춘열(2006)은 “RMSEA 값이 0.10 이하이면 자료를 잘 적합시키고, 0.05 이하이면 매우 잘 적합시키고, 0.01 이하이면 가장 좋은 적합도이다”라고 하였다.

요인간 평균 차이 혹은 잔여 오차 평균 지수(RMR)는 측정을 통해 획득된 상관 자료의 행렬과 모집단 상관으로 재생산한 행렬간에 잔여 오차를 비교하여 개개의 상관 행렬 요소들이 평균적으로 얼마나 차이가 나는가를 보여주는 지수로서, 표본의 크기와 관계가 없다는 장점이 있다. 특히 모든 측정치의 값이 표준화되었을 경우 유용한 지수이며, 값이 0.05보다 적으면 이상적인 모형이라고 판정한다(손종호, 2001).그 외에 표준 적합 지수(NFI)는 그 값을 0과 1사이만 가질 수 있으며, 이 지수는 자료의 수가 적은 경우에는 바람직하지 않은 영향을 받을 수 있다(이순묵, 1990).

연구 모형의 적합도를 판단하기 위한 이러한 여러 가지 지수들에 대해서 절대적인 기준은 없으며(조현철, 2003), 보통 여러 가지 지수들을 함께 고려하여 판단하게 된다.

5. 변수의 조작적 정의

일반적으로 실증 연구를 위해서는 현상에 대한 계량적인 측정이 요구되며, 이러한 측정을 통해서만이 현상 속에 내재해 있는 특정 변수의 상태와 변수들 사이의 관계를 분석할 수 있다. 이를 위해 측정에 앞서 개념적 정의가 내려질 필요가 있다. 개념적 정의는 측정하고자 하는 속성을 명확히 한 것으로, 측정을 위해 사전에 개념적 정의를 명확히 하지 않으면 측정하려고 하는 개념을 측정하지 못하고 잘못된 개념을 측정하게 되는 오류를 범하게 된다는데 그 중요한 의의를 갖는다.

조작적 정의는 측정에 우선하여 정의된 개념적 정의를 보다 구체적인 형태로 표현하는 과정인데, 이는 실증 검증에 전제되는 측정 가능성과 직결된 정의이다. 이처럼 측정 가능성과 관련된 조작적 정의가 중요한 이유는 사회 과학 분야에서는 관찰이 불가능한 개념들을 많이 다루기 때문이다(채서일, 1996).

1) 교육 서비스 품질

교육 서비스 품질이란 학교에서 학생들에 제공하는 다양한 서비스에 대한 학생이나 학부모 그리고 이해관계자들의 지각 정도를 의미한다. 본 연구에서는 교육 서비스 품질을 학교와 학생 사이의 관계로 제한하고, 교육 서비스 품질을 자립형 사립고등학교가 제공한 각종 교육 서비스에 대한 학생들의 지각 정도로 정의한다. 그리고 교육 서비스 품질을 측정하기 위해서 Kuh(1981)의 의사 결정 촉진 모형 이론에 의거하여 교육 서비스 품질을 상황 지표, 투입 지표, 참여 지표, 그리고 성과 지표 등 4개 항목으로 분류하였다. 이 중 학교의 건립 목적이나 학교의 규모 등을 포함하는 상황 지표는 4개 항목, 학생들의 지적 특성 및 비지적 특성 등을 포함하는 투입 지표는 3개 항목, 학생과 교사와의 상호 작용 및 학생 상호간의 작용 등을 포함하는 참여 지표는 3개 항목, 그리고 학생들이 재학 중에 거둔 학업 성취도의 향상 및 인성 개발 정도 등을 포함하는 성과 지표는 3개 항목으로 구성하였다.

이 항목들을 이용하여 ‘전혀 그렇지 않다’를 1점, ‘보통이다’를 3점, ‘매우 그렇다’를 5점으로 하는 리커트(Likert) 5점 등간 척도를 사용하였다.

2) 학생 만족

고객 만족은 고객과 기업 간의 관계에 대한 평가에서 비롯된 고객의 긍정적인 감정 상태(허정옥, 2005)로서 지각된 유용성과 밀접한 관련이 있다. 본 연구에서는 학생 만족을 자립형 사립고등학교의 학생들이 학교에서 제공하는 교육 서비스 품질을 제공 받고 난 후 느끼는 전반적인 만족도와 학교에서 생활하는 것에 대한 전반적인 만족의 정도로 정의하였다. 따라서 학생 만족도를 측정하기 위하여 학생들이 자립형 사립고등학교의 전반적인 교육 서비스에 대해서 느끼는 만족도와 학교 생활에서 느끼는 전반적인 만족도를 포함하는 2개 항목으로 구성하였다.

이 항목들을 이용하여 ‘전혀 그렇지 않다’를 1점, ‘보통이다’를 3점, ‘매우 그렇다’를 5점으로 하는 리커트(Likert) 5점 등간 척도를 사용하였다.

3) 관계 품질

관계 품질이란 서비스제공자에 대한 보다 장기적인 관점에서의 고객의 평가(Crosby, 1989)로서 서비스제공자에 대한 신뢰와 심리적 애착심이 주요 구성요소이다. 이러한 관계 품질은 서비스 제공자와 고객 사이의 인간 관계를 중요시한다. 본 연구에서는 관계 품질을 자립형 사립고등학교의 학생들이 학교나 선생님에 대해서 가지는 신뢰의 정도와 심리적 애착심의 정도로 정의하였다. 따라서 관계 품질의 측정을 위하여 자립형 사립고등학교와 선생님들에 대한 학생들의 신뢰나 심리적 애착심 등을 포함하여 4개 항목으로 구성하였다.

이 항목들을 이용하여 ‘전혀 그렇지 않다’를 1점, ‘보통이다’를 3점, ‘매우 그렇다’를 5점으로 하는 리커트(Likert) 5점 등간 척도를 사용하였다.

4) 행동 의도

행동 의도는 고객이 서비스를 제공받고 난 다음 계속해서 서비스를 반복하여 이용할 가능성인 재구매 의도, 구매자와 판매자간의 관계를 장기적으로 유지하려는 관계의 지향성, 그리고 특정 점포에 대해 일정 기간 동안 고객이 반복적으로 내점하는 경향(엄일섭·전중옥, 2000)으로 정의하고 있다. 본 연구에서는 학생들이 졸업을 한 후에도 계속적으로 학교의 발전을 위해서 봉사하려는 의도라고 정의하였다. 따라서 행동 의도를 측정하기 위해서 자립형 사립고등학교 학생들이 모교를 졸업한 후에도 동문회 활동에 적극적으로 참여하여 모교의 발전에 협조하려는 의도, 학교 발전을 위한 발전 기금을 출연하고자 하는 의도, 그리고 타인에 대해서 모교에 입학할 것을 추천하고자하는 의도 등과 같은 3개 항목으로 구성하였다.

이 항목들을 이용하여 ‘전혀 그렇지 않다’를 1점, ‘보통이다’를 3점, ‘매우 그렇다’를 5점으로 하는 리커트(Likert) 5점 등간 척도를 사용하였다.

IV. 실증 분석과 연구 결과의 해석

1. 연구 표본의 특성

1) 설문지 배부 및 회수 현황

본 연구의 조사는 대도시에 소재하고 있는 자립형 사립고등학교인 ○○고등학교에 재학하고 있는 2학년과 3학년 학생을 대상으로 실시하였다.

설문지 조사 기간은 2006년 4월 11일 현장에서 320부를 배부하여 회수하였다. 이 가운데 처음부터 끝까지 똑같은 형태의 응답을 하였거나, 성별을 묻는 문항에 대하여 여자라고 답을 하였거나, 학년을 묻는 문항에 대하여 1학년이라고 답을 한 경우, 그리고 하나의 문항에 대하여 여러 개의 응답을 보인 경우에는 불성실하게 답변한 것으로 간주하여 이들 설문지는 제거되었다. 그리하여 최종적으로 통계 처리되어 분석한 설문지는 282부이었다.

2) 연구 표본의 인구 통계적 특성

본 조사에서 회수된 표본 대상 응답자의 일반적인 특성은 <표 4-1>과 같다. 그 내용을 요약하면 3학년이 67%인 190명이었고 나머지는 2학년이었다. 입학 동기에 대해서는 본인 스스로 자립형 사립고등학교 입학 결정된 경우가 117명으로 41%를 차지하여 학교 입학 문제에 대해서는 본인의 의지가 가장 중요한 것으로 나타났으나, 부모님의 권유나 지도 교사의 권유도 각각 31%와 15%나 되어 주위 사람들의 권유도 중요한 부분임을 알 수 있었다. 입학 동기의 조사 결과 타인의 권유에 의한 것이 46%가 된다는 사실은 행동 의도를 유발시킴으로써 우수한 신입생을 유치하려는 전략을 수립하는 자립형 사립고등학교 경영자의 의도와 연관시켜 본다면 중요한 의미가 될 수 있다.

출신지별로는 현재 자립형 사립고등학교와 같은 도시의 동일 학군 중학교 출

신이 91명으로 32%, 같은 도시의 다른 학군이 77명으로 27%, 다른 시도 출신이 107명으로 38%이었다. 표본 대상이 된 ○○고등학교인 경우에는 대도시의 아파트 밀집 지역에 소재하고 있는 관계로 같은 학군의 학생들이 많이 재학하고 있으나 여전히 재학생의 2/3이상은 다른 학군 또는 다른 시도 출신 학생들로 구성되어 있음을 알 수 있다.

<표 4-1> 표본의 인구 통계적 특성

구 분		빈 도(명)	비 율(%)
성 별	남	282	100
	여	0	0
학 년	2학년	92	33
	3학년	190	67
입학동기	부모님의 권유	88	31
	자신이 결정	117	41
	선생님의 권유	41	15
	기타	36	13
거주형태	기숙사	115	41
	자택	122	43
	원룸 자취	39	14
	기타	6	2
출신 학군별	학교 소재 동일 학군	91	32
	학교 소재 다른 학군	77	27
	다른 시·도	107	38
	기타	7	3

2. 측정 도구의 평가

1) 타당성 및 신뢰성 평가

자립형 사립고등학교에 있어서 교육 서비스 품질과 학생 만족, 관계 품질, 그리고 행동 의도의 요소들에 대한 타당성을 알아보기 위하여 기존의 문헌 연구를 통한 교육 서비스 품질, 학생 만족, 관계 품질, 그리고 행동 의도에 관한 주요 항목을 추출하여 요인 분석을 실시하였다.

조정 작업에서는 용어, 이해도, 정확도, 문장의 길이, 항목과 문항 수, 설문지의 디자인 등을 세밀하게 검토하였다. 설문지 개발의 노력을 통해 설문지의 타당성을 확보하고자 노력하였다.

설문지의 응답에 대한 일관성을 파악하기 위하여 응답에 대한 신뢰성 분석을 실시하였다. <표 4-2>와 같이 신뢰성을 분석한 결과 크론바하 알파 값이 상항 지표는 0.8873, 투입 지표의 경우에는 초기의 전체 문항에 대한 크론바하 알파 값은 0.6798이었으나 B3을 제거한 후의 값은 0.7880이었다. 참여 지표의 경우에는 초기의 전체문항에 대한 크론바하 알파 값은 0.6368이었으나 C1을 제거한 후의 값은 0.7118이었다. 성과 지표는 0.612로 나타났으며, 학생 만족은 0.7724, 관계 품질은 0.8850, 행동 의도는 0.7398로 나타났다. 본 연구에서는 문항의 일관성을 높이기 위하여 크론바하 알파 값의 기준치를 0.7로 설정하였다. 따라서 성과 지표의 문항은 전체의 크론바하 알파 값이 0.612이면서 어떤 문항을 제거해도 크론바하 알파 값이 낮게 나와서 전체를 제거하였다. 참여 지표와 투입 지표에 있어서도 크론바하 알파 값을 0.7 이상으로 높이기 위하여 각각 1개 문항씩을 제거하여 전체 설문지 문항의 신뢰성을 최대한 높였다.

<표 4-2> 신뢰성 분석의 결과

요인명		변수	문항 수	합계와의 상관 계수	Cronbach alpha
교육 서비스 품질	상황 지표	A1	4	0.744040	.8873
		A2		0.805621	
		A3		0.744602	
		A4		0.719813	
	투입 지표	B1	2(3)*	0.613695	.7880(.6798)***
		B2		0.562874	
		B3		(0.326402)	
	참여 지표	C1	2(3)	(0.314411)**	.7118(.6368)
		C2		0.558905	
		C3		0.480950	
	성과 지표	D1	3	0.384702	.612
		D2		0.422851	
D3		0.457002			
학생 만족	E1	2	0.716174	.8850	
	E2		0.809410		
관계 품질	F1	4	0.603423	.8359	
	F2		0.722332		
	F3		0.630286		
	F4		0.713270		
행동 의도	G1	3	0.585696	.7398	
	G2		0.523524		
	G3		0.585401		

* : 제거 후 문항 수(제거 전 문항 수)

** : 제거되는 문항과 합계의 상관 계수

*** : 제거 후 Cronbach alpha 값(제거 전 Cronbach alpha) 값

2) 요인 분석

요인 분석에는 탐색적 요인 분석과 확인 요인 분석이 있다. 탐색적 요인 분석은 일반적인 요인 분석으로서 관찰된 변수들의 상호 관계를 설명하는 잠재요인이 적절한 것인가를 찾는 것이다. 확인 요인 분석은 특정 가설을 설정하고 이것이 자료에서 관찰되는 관계를 어느 정도 잘 설명하고 있는가를 살펴보는 것이다(강병서, 1999).

본 연구에서는 신뢰성 분석의 결과 크론바하 알파 값이 낮은 문항을 제거한 후, SAS 9.1 통계 패키지를 이용하여 확인 요인 분석을 실시하였다. 확인 요인 분석의 결과는 <표 4-3>과 같다.

<표 4-3> 요인 분석의 결과

요인명	문 항	요인1	요인2	요인3	요인4	요인5	요인6
상황 지표	교육 목표 명확성	0.85	0.08	0	0.15	0.16	0.08
	학교규모 및 시설의 적절성	0.87	0.11	0.14	0.39	0.11	0.04
	선생님의 구성이 좋다	0.83	0.08	0.40	0.14	0.17	0.07
	학교 교육환경의 적절성	0.76	0.23	0.17	0.17	0.17	0.12
투입 지표	교육 프로그램의 다양성	0.19	0.74	0.15	0.25	0.10	-0.30
	친구들의 지적, 비지적 능력	0.28	0.64	0.25	0.14	0.14	-0.06
참여 지표	수업 활동의 활발성	0	0.14	0.79	0.21	0.23	0.05
	교우들간의 커뮤니케이션	0.11	0.16	0.73	0.23	0.05	0.20
학생 만족	교육 서비스 품질에 대한 만족	0.17	0.31	0.14	0.72	0.11	0.09
	학교 생활에 대한 만족	0.19	0.21	0.16	0.82	0.21	0.11
관계 품질	선생님에 대한 믿음	0.33	0	0.22	0.08	0.53	0.08
	재학생으로서의 자부심	0.12	0.04	0.23	0.22	0.71	0.23
	전학 갈 의사	0.03	-0.05	0.08	0.21	0.65	0.21
	학교에 대한 애착심	0.09	0.30	0.21	0.22	0.64	0.04
행동 의도	동문회 참여 의도	0.05	-0.10	0.12	0.08	0.20	0.80
	학교 발전기금 출연 의도	0.02	0.02	0.21	0.14	0.34	0.59
	타인에 대한 입학 추천 의도	0.04	0.08	0.08	0.01	0.26	0.55

<표 4-3>에서 보는 바와 같이 6개 요인의 문항들이 적절하게 측정하고 있음이 증명되었다. 분석의 결과를 통해 확정된 요인은 6개로서 상황 지표, 투입 지표, 참여 지표, 학생 만족, 관계 품질, 그리고 행동 의도로 이름을 붙였으며, 확정된 요인들은 분석에서 가설 검증을 위하여 사용하였다.

3) 상관관계 분석

본 연구의 분석에 이용되는 각 요인들 사이의 관계성을 파악하기 위하여 요인들 사이의 상관관계 분석을 실시하였다. 이것은 가설 검증을 하기 전에 각 요인간의 기초적인 관련성을 파악하기 위한 것이다. 일반적으로 상관 계수의 절대값이 0.2보다 작으면 상관관계가 없거나 무시해도 좋으며, 절대값이 0.4 정도이면 약한 상관관계, 0.6 이상이면 강한 상관관계로 볼 수 있다(정승환, 2001).

본 연구에서 사용되는 각 요인들에 대한 상관관계 분석 결과는 <표 4-4>와 같다. 결과에서 보는 바와 같이 관계 품질과 행동 의도 사이에는 0.620으로 높은 상관관계를 보이고 있고, 나머지 대부분의 상관계수는 0.2에서 0.4에 근접하고 있어 모든 요소 사이에는 유의적인 상관관계를 보이고 있다.

<표 4-4> 상관관계 분석의 결과

구분	상황 지표	투입 지표	참여 지표	학생 만족	관계 품질	행동 의도
상황 지표	1.000					
투입 지표	.366 *	1.000				
참여 지표	.355 *	.410 *	1.000			
학생 만족	.323 *	.303 *	.274 *	1.000		
관계 품질	.351 *	.215 *	.294 *	.380 *	1.000	
행동 의도	.331 *	.380 *	.383 *	.183 *	.620 *	1.000

* $p < 0.001$

3. 연구 가설의 검증

1) 연구 모형의 적합도 분석 결과

자립형 사립고등학교에 있어서 교육 서비스 품질, 학생 만족, 관계 품질, 그리고 행동 의도 사이의 관계를 분석하기 위한 가설 H1, H2, H3, H4, H5를 동시에 검증하기 위하여 구조 방정식 모형(structural equation modeling, SEM)을 통해 이들의 관계를 검증하였다. 가장 최근에 개발된 구조 방정식 모형 분석을 위한 프로그램인 AMOS 4.0 통계 패키지를 사용하여 검증하였고, 그 결과는 <표 4-5>와 같다.

카이제곱(χ^2) 값은 364.124로서 자유도(df)는 110으로 나타났다. 모형 적합도를 나타내는 지수 중 하나인 카이제곱(χ^2) 값을 자유도로 나눈 값(χ^2/df)의 권고 지수는 3이하이지만 실제 수용할 수 있는 값은 2.0에서 5.0사이의 값이면 된다(정승렬, 2006). 따라서 본 연구의 χ^2/df 의 값은 3.147로 나타나서 권고 지수에는 조금 미치지 못하지만 수용 범위 내에는 들어간다. 특히 카이제곱(χ^2)은 측정 변수의 다중 정규성을 전제로 하고 있고 표본의 크기에 민감하기 때문에 모형의 적합도 평가를 위한 절대적인 지수라기보다는 표본의 크기가 200 이상이고 검증의 대상이 되는 모형이 이론적 뒷받침을 가지고 있다면 참고 지표로만 사용하도록 권장하고 있기 때문에 중요한 것은 되지 못한다(이병원, 2002).

절대 적합 지수 중 회귀 분석에서의 다중 결정 계수와 의미가 비슷한 GFI는 0.877로 나타나서 일반적인 권고 지수인 0.9는 만족시키지 못하고 있으나, 정보 시스템 분야에 실제로 적용시킴에 있어서는 0.8보다 크면 모형의 적합도가 좋다고 볼 수 있는 척도로서 간주된다(Ezezadi-Amoli and Farhoomand, 1996)는 주장에 의하여 수용 기준에 포함될 수 있다. 또한 RMSEA는 0.087로 나타나 일반적인 권고 지수 범위 내에는 들지 않지만 정승렬·강영신·이춘열(2006) 등의 주장에 따르면 이 역시 수용 기준에는 포함될 수 있다. 증분 적합 지수 중 AGFI는 0.829로 권고 지수에는 미치지 못하나 실적 적용에 있어서는 0.8보다 크므로 수용기준에 포함시킬 수 있다(Ezezadi-Amoli and Farhoomand, 1996).

간명 적합 지수 중 PGFI는 0.631, PNFI는 0.676으로 나타나 모두 권고 지수 내에 있다. 다만 절대 적합 지수 중 RMR은 0.137로 나타나 권고 지수인 0.05에 크게 미치지 못하고, 증분 적합 지수 중 CFI는 0.881, NFI는 0.836으로 나타나 권고 지수인 0.9에 약간 미치지 못하는 것으로 나타났다. 그러나 본 연구가 탐색적인 성격을 많이 지니고 있고, 모형의 적합도를 다양한 지수를 가지고 평가한다는 것을 고려할 때 제안된 모형의 적합성이 전반적으로 크게 떨어지는 것은 아니므로 분석에는 무리가 없을 것으로 판단된다.

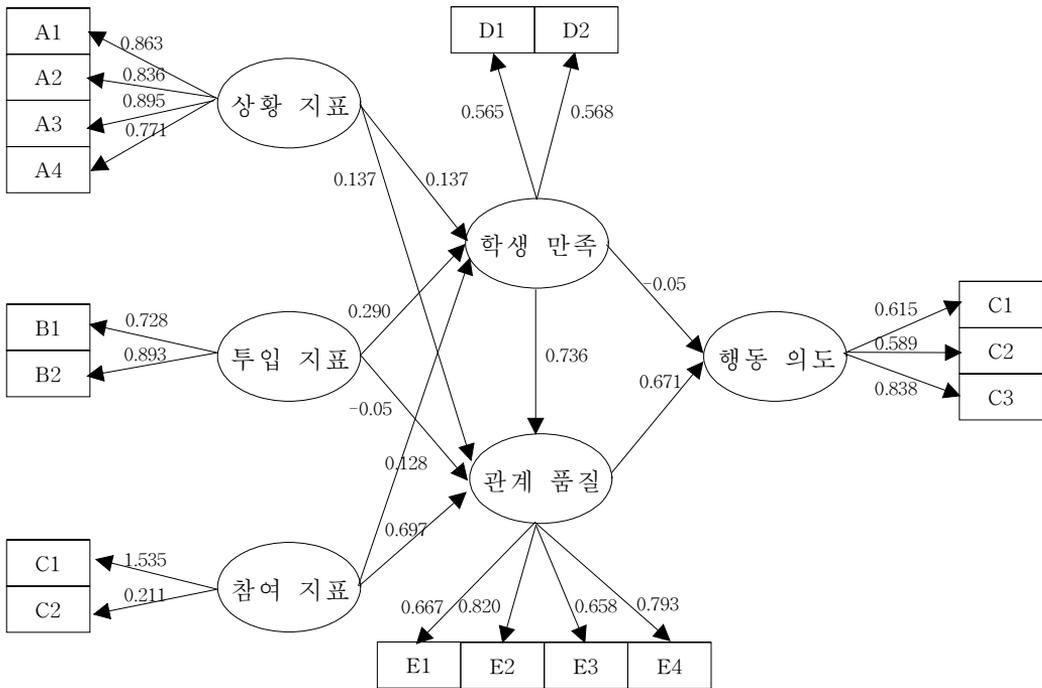
연구 모형에 대한 적합도에 대한 세부적인 결과를 보면 <표 4-5>와 같다.

<표 4-5> 연구 모형의 적합성 평가 결과

구분	적합도 지수	권고 지수 (수용기준지수)	분석 결과
절대 적합 지수	카이제곱(χ^2) 값	적을수록 바람직함	346.124
	자유도(df)		110
	p-value	≥ 0.05	0.000
	χ^2/df	≤ 3.00 , (2~5 사이)	3.147
증분 적합 지수	기초 적합 지수(GFI)	≥ 0.90 (≥ 0.80)	0.877
	잔여 오차 평균 지수(RMR)	≤ 0.05	0.137
	근사원소평균자승잔차(RMSEA)	≤ 1.00	0.087
간명 적합 지수	수정 적합 지수(AGFI)	≥ 0.90 (≥ 0.80)	0.829
	비교 적합 지수(CFI)	≥ 0.90	0.881
	표준 적합 지수(NFI)	≥ 0.90	0.836
간명 적합 지수	간명 기초 적합 지수(PGFI)	≥ 0.60	0.631
	간명 표준 적합 지수(PNFI)	≥ 0.60	0.676

AMOS 4.0 통계 패키지를 이용한 구조 모형의 분석에서 각 항목 및 요인들 사이의 관계는 <그림 4-1>에 표시되어 있다.

<그림 4-1> 구조모형 분석 결과



2) 연구 가설의 검증 결과

연구 모형에서 제시한 인과 관계에 있어서 채택과 기각의 기준이 되는 값은 t값이다. t값은 경로 계수가 유의한지 판단하는 검정 통계량 값으로 모수에 대한 가설 검증시의 t값이 1.96이상일 때, $\alpha=0.05$ 에서 유의하다는 것을 의미한다.

앞에서 살펴 본 구조 방정식 모형 분석 결과를 참고하여, 본 연구에서 설정한 가설에 대한 검증 결과를 요약하면 다음과 같다.

(1) 교육 서비스 품질에 대한 학생 만족

H1a : 교육 서비스 품질 중 상황 지표는 학생 만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1b : 교육 서비스 품질 중 투입 지표는 학생 만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1c : 교육 서비스 품질 중 참여 지표는 학생 만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

<표 4-6> 교육 서비스 품질과 학생 만족 추정 결과

경로	경로 계수	표준 오차	C.R.(t)값	p-value
상황 지표 → 학생 만족	0.137	0.065	2.097	0.036
투입 지표 → 학생 만족	0.290	0.083	3.486	0.000
참여 지표 → 학생 만족	0.128	0.147	0.870	0.384

교육 서비스 품질과 학생 만족의 결과를 <표 4-6>에서 보듯이 교육 서비스 품질 중 상황 지표와 투입 지표는 학생 만족에 유의한 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 참여 지표는 학생 만족에 유의하지 않는 것으로 나타났다. 특히 교육 서비스 품질 중 투입 지표가 학생 만족에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이러한 사실은 교육 서비스 품질에 대한 학생들의 만족도를 높이기 위해서 자립형 사립고등학교는 학교 교육 목표를 명확한 제시, 적절한 규모의 학교 운영, 도서관이나 기숙사의 확충 등에 의한 교육 환경의 개선, 그리고 교사들에 대한 능력의 검증 및 연수 실시 등이 필요함을 나타낸 것이다. 그리고 장학제도의 확충이나 다양한 입시 전형 방법을 통하여 우수한 학생들의 유치와 다양한 교육 프로그램을 개발 및 제공, 그리고 학생들이 적극적으로 참여할 수 있는 다양한 동아리의 결성 등의 노력도 필요함을 알 수 있다. 따라서 가설 H1a와 가설 H1b는 채택되었고, 가설 H1c는 기각되었다.

(2) 교육 서비스 품질에 대한 관계 품질

- H2a : 교육 서비스 품질의 상황 지표는 관계 품질에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H2b : 교육 서비스 품질의 투입 지표는 관계 품질에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H2c : 교육 서비스 품질의 참여 지표는 관계 품질에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

<표 4-7> 교육 서비스 품질에 대한 관계 품질의 추정 결과

경로	경로 계수	표준 오차	C.R.(t)값	p-value
상황 지표 → 관계 품질	0.137	0.069	1.973	0.048
투입 지표 → 관계 품질	-0.050	0.084	-0.598	0.550
참여 지표 → 관계 품질	0.697	0.201	3.460	0.001

교육 서비스 품질과 관계 품질 경로의 결과를 <표 4-7>에서 보면 교육 서비스 품질 중 상황 지표와 참여 지표는 관계 품질에 유의한 영향을 미치고 있는 것으로 나타났고, 교육 서비스 품질 중 투입 지표는 관계 품질에 유의하지 않는 것으로 나타났다. 특히 교육 서비스 품질 중 참여 지표가 관계 품질에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다.

위의 결과는 학생들이 자립형 사립고등학교와 교사를 신뢰하고 심리적 애착심을 갖게 하기 위해서 자립형 사립고등학교는 학교 교육 목표를 명확한 제시, 적절한 규모의 학교 운영, 도서관이나 기숙사의 확충 등에 의한 교육 환경의 개선, 그리고 교사들에 대한 교수 능력의 검증 및 지속적인 연수의 실시 등이 필요함을 나타낸 것이다. 또한 학생 자치회의 활성화와 다양한 현장 체험 학습 활동 등을 통한 학생들간의 커뮤니케이션의 활성화, 교사들의 노력에 의한 학생들이 적극적으로 참여할 수 있는 수업 활동의 활성화, 동아리 활동의 활성화 등을 위한 학교 정책의 수립하여 학생들에게 학교 생활에 좀 더 적극적으로 참여할 수 있는 기회를 제공하여야 한다는 것을 의미한다. 따라서 가설 H2a와 가설 H2c는 채택되었고, 가설 H2b는 기각되었다.

(3) 학생 만족에 대한 관계 품질

H3 : 교육 서비스 품질에 대한 학생 만족은 관계 품질에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

<표 4-8> 학생 만족에 대한 관계 품질의 추정 결과

경로	경로 계수	표준 오차	C.R.(t)값	p-value
학생 만족 → 관계 품질	0.736	0.197	3.733	0.000

학생 만족에 대한 관계 품질의 추정 결과를 <표 4-8>에서 보면 학생 만족은 관계 품질에 유의한 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 즉 자립형 사립고등학교 학생들이 학교 생활에서나 학교가 제공하는 교육 서비스 품질에 전반적으로 만족했을 때, 학생들은 학교나 선생님에 대해 신뢰감과 애착심은 더욱 강하게 가진다는 것을 의미한다는 것이다

이것을 앞서 검증한 교육 서비스 품질이 관계 품질에 미치는 유의성과 함께 고려해 본다면 교육 서비스 품질은 직접적으로 관계 품질에 유의한 영향을 미칠 뿐만 아니라 학생 만족이라는 매개 변수를 통하여서도 유의한 영향을 미친다는 사실을 검증한 것이다. 따라서 관계 마케팅 측면에서 본다면 학교 측에서 제공하는 교육 서비스 품질이 학생들에게 좋게 지각된다는 것은 학교와 학생들 사이의 관계 품질 형성에 매우 중요한 근거가 된다는 것을 알 수 있다. 따라서 가설 H3은 채택되었다.

(4) 학생 만족에 대한 행동 의도

H4 : 교육 서비스 품질에 대한 학생 만족은 행동 의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

학생 만족과 행동 의도와의 결과를 <표 4-9>에서 보듯이 학생 만족은 행동 의도에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

<표 4-9> 학생 만족에 대한 행동 의도의 추정 결과

경로	경로 계수	표준 오차	C.R.(t)값	p-value
학생 만족 → 행동 의도	-0.051	0.098	-0.515	0.607

이러한 사실은 자립형 사립고등학교의 학생인 경우, 교육 서비스 품질에 대해서 만족하는 것만으로는 다른 사람에 대해 자신의 모교에 입학할 것을 추천 또는 권유하거나, 모교의 발전을 위해서 학교 발전 기금을 출연하거나, 그리고 동문회 활동을 적극적으로 하여 학교 정책 수립에 토론 또는 건의하는 등의 행위는 하지 않는다는 것이다. 다만 학생들의 만족이 관계 품질의 형성에는 유의한 영향을 미치고 있고, 관계 품질이 학생들의 행동 의도에 긍정적인 영향을 미치고 있기 때문에 자립형 사립고등학교의 경영자 입장에서는 학생 만족을 위한 학교 경영 정책 수립에도 많은 노력을 해야 할 것이다. 따라서 가설 H4는 기각되었다.

(5) 관계 품질에 대한 행동 의도

H5 : 자립형 사립고등학교와의 관계 품질은 행동 의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

<표 4-10> 관계 품질에 대한 행동 의도의 추정 결과

경로	경로 계수	표준 오차	C.R.(t)값	p-value
관계 품질 → 행동 의도	0.671	0.088	7.637	0.000

관계 품질에 대한 행동 의도의 추정 결과를 <표 4-10>에서 보듯이, 관계 품질은 행동 의도에 유의한 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다.

이러한 사실은 자립형 사립고등학교의 경우, 학생들이 학교나 선생님에 대해서 신뢰감과 애착심을 가지고 재학생으로서의 자부심을 느낄 때, 학생들은 동문회 활동을 적극적으로 한다거나 학교 발전 기금을 출연한다거나 또는 타인에

대해서 자신의 모교에 입학할 것을 추천하는 등과 같은 대가를 바라지 않는 긍정적인 보상 행동을 한다는 것이다. 따라서 가설 H5는 채택되었다.

가설 H4와 가설 H5의 검증 결과를 종합해 보면 자립형 사립고등학교의 경영자는 단순히 학생 만족에 초점을 두어 경영하기보다는 궁극적으로 학생들의 관계 품질 형성에 초점을 두어야 한다는 것을 보여 주고 있다. 즉 자립형 사립고등학교 학생인 경우에는 그들이 졸업한 후에 모교의 발전을 위한 행동 의도를 불러일으키기 위해서는 교육 서비스 품질에 대한 만족보다는 학교나 선생님들과의 신뢰나 심리적 애착심과 같은 관계 품질 형성이 매우 중요하다는 것을 알 수 있다.

이러한 사실은 본 연구가 관계 마케팅 관점에서 자립형 사립고등학교의 경영자에게 학교 경영 전략 수립에 보탬을 주기 위해서 이루어졌다는 점에서 중요한 시사점을 주고 있다고 볼 수 있다.

별도로 학생의 입학 동기에 따른 관계 품질과 행동 의도의 차이를 분산 분석을 통해 조사해 보았다. 그 결과로 p값이 각각 0.25와 0.47로 나타나 유의하지 않은 것으로 여겨진다. 이것은 자립형 사립고등학교에의 입학이 학생 자신에 의해 결정되었거나, 학부모나 지도교사의 권유에 의해서 결정되었거나 상관없이 관계 품질이나 행동 의도에 미치는 영향력의 차이는 없는 것으로 나타났다. 결국 관계 품질이 행동 의도에 미치는 영향이 크고 그 과정에서 교육 서비스 품질과 학생 만족이 중요하다는 것은 사실이지만 학생들이 입학 동기에 따른 별도의 정책수립의 필요성은 크지 않다고 생각된다.

3) 분석 결과의 요약

본 연구의 목표는 크게 다섯 가지로 구분할 수 있다.

첫째는 자립형 사립고등학교의 교육 서비스 품질과 학생 만족간의 관계를 검증하는 것이었다.

둘째는 자립형 사립고등학교의 교육 서비스 품질과 관계 품질간의 관계를 검증하는 것이었다.

셋째는 학생 만족과 관계 품질간의 관계를 검증하는 것이었다.

넷째는 학생 만족과 행동 의도간의 관계를 검증하는 것이었다.

다섯째는 관계 품질과 행동 의도간의 미치는 영향을 검증하는 것이었다.

이 밖에도 입학 동기에 따른 관계 품질의 형성과 행동 의도에 차이가 있는지를 검증하였다. 본 연구에서 수행한 가설 검증의 결과는 <표 4-11>에 요약되어 있다.

<표 4-11> 연구 가설의 검증 결과 요약

구분	가 설	채택/기각
H1a	교육 서비스 품질 중 상황 지표는 학생 만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
H1b	교육 서비스 품질 중 투입 지표는 학생 만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
H1c	교육 서비스 품질 중 참여 지표는 학생 만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	기각
H2a	교육 서비스 품질 중 상황 지표는 관계 품질에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
H2b	교육 서비스 품질 중 투입 지표는 관계 품질에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	기각
H2c	교육 서비스 품질 중 참여 지표는 관계 품질에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
H3	학생 만족은 관계 품질에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
H4	학생 만족은 행동 의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	기각
H5	관계 품질은 행동 의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택

V. 결 론

1. 연구 결과의 요약 및 시사점

본 연구는 자립형 사립고등학교의 교육 서비스 품질, 학생 만족, 관계 품질, 그리고 행동 의도의 구조적 관계에 대해서 실증 분석하였다.

우선 자립형 사립고등학교에 대한 선행 연구를 비롯하여 교육 서비스 품질, 학생 만족, 관계 품질, 그리고 행동 의도에 대한 기존 문헌 연구를 하였고, 이들 문헌 연구를 이론적 배경으로 자립형 사립고등학교에 재학하고 있는 학생들을 대상으로 실증 연구를 하였다.

본 연구의 자료 분석은 사회 과학 분야에서 널리 사용되고 있는 SAS 9.1 통계 패키지를 이용하여 빈도 분석, 요인 분석, 신뢰성 분석, 상관관계 분석 등을 실시하였고, AMOS 4.0 통계 패키지를 이용하여 연구 모형의 적합도를 분석하였다. 또한 선행 연구를 바탕으로 연구 모형과 가설을 설정하고 이를 검증하기 위한 실증 분석을 실시하였다. 실증 분석의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 교육 서비스 품질과 학생 만족의 추정 결과를 보면 교육 서비스 품질 중 상황 지표와 투입 지표는 학생 만족에 유의한 영향을 미치고 있는 것으로 나타났으나, 교육 서비스 품질 중 참여 지표는 학생 만족에 유의하지 않는 것으로 나타났다.

둘째, 교육 서비스 품질과 관계 품질의 추정 결과를 보면 교육 서비스 품질 중 상황 지표와 참여 지표는 관계 품질에 유의한 영향을 미치고 있는 것으로 나타났지만 교육 서비스 품질 중 투입 지표는 관계 품질에 유의하지 않는 것으로 나타났다. 특히 교육 서비스 품질 중 참여 지표가 관계 품질에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다.

셋째, 학생 만족과 관계 품질의 추정 결과를 보면 학생 만족은 관계 품질에 유의한 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 이러한 사실은 교육 서비스 품질이 관계 품질에 미치는 유의성을 함께 고려해 본다면 교육 서비스 품질은 직접

적으로 관계 품질에 유의한 영향을 미칠 뿐만 아니라 학생 만족이라는 요인을 통해서 간접적으로도 유의한 영향을 미친다는 것을 의미한다. 따라서 관계 마케팅 측면에서 본다면 학교 측에서 제공하는 교육 서비스 품질은 학교와 학생 그리고 선생님과 학생들간의 관계 품질 형성에 매우 중요한 근거가 된다는 사실을 알 수 있다.

넷째, 학생 만족 및 관계 품질과 행동 의도의 추정 결과를 보면 관계 품질은 행동 의도에 유의한 영향을 미치고 있는 것으로 나타났으나 학생 만족은 행동 의도에 유의하지 않는 것으로 나타났다.

이 밖에도 학생의 입학동기에 따른 관계 품질과 행동 의도의 차이를 SAS 9.1 통계 패키지를 이용해 분산 분석을 통해 조사해 보았다. 결과는 자립형 사립고등학교에 진학하는 것을 학생 자신이 결정을 했거나, 또는 학부모나 지도 교사의 권유에 의해서 결정했거나 이에 관계없이 학생의 관계 품질이나 행동 의도에 미치는 영향에는 차이가 없는 것으로 나타났다. 따라서 관계 마케팅 관점에서 학생들을 관리함에 있어서는 학생들의 입학 동기의 차이에 따른 별도의 관리 프로그램은 필요가 없다고 생각된다.

연구의 결과를 종합해 본다면 자립형 사립고등학교의 경영에 있어서 교육 서비스 품질의 관리는 다른 자립형 사립고등학교나 일반계 고등학교와의 경쟁에서 우위를 점할 수 있는 핵심 전략이 되고 있다는 것을 알 수 있다. 자립형 사립고등학교의 교육 서비스 품질이 효율적으로 관리되고, 좋은 교육 서비스 품질이 학생들에게 제공된다면 이것을 통하여 학생 만족, 관계 품질, 그리고 행동 의도가 긍정적인 방향으로 영향을 미치고 결과적으로는 자립형 사립고등학교의 현 상태의 유지는 물론 발전도 할 수 있다는 것을 알 수 있다.

본 연구가 기존 연구와의 차이점은 다음과 같다.

첫째, 3년간의 시범 운영을 마치고, 정식 운영의 1년차에 있는 자립형 사립고등학교를 대상으로 교육 서비스 품질을 측정 하였다.

둘째, 교육 서비스 품질의 측정 모형으로 인정받고 있는 Kuh(1981)의 의사 결정 촉진 모형을 채택하여 교육 서비스 품질을 4가지 지표로 구분하여 측정 하였다.

셋째, 자립형 사립고등학교의 교육 서비스 품질의 4개 구성 차원별로 학생

만족과 관계 품질에 대해 미치는 영향을 측정하였다.

넷째, 학생 만족을 관계 품질로 인식하지 않고, 학생 만족을 관계 품질의 선행 요인으로 인식하여 학생 만족, 관계 품질, 그리고 행동 의도간의 관계를 좀 더 세부적으로 분석하였다.

이러한 특성을 가진 본 연구의 결과가 제시하는 시사점은 다음과 같다.

첫째, 교육 서비스 품질은 학생 만족에 정(+)^{의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히 교육 서비스 품질 중 투입 지표가 학생 만족에 더 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 사실은 교육 서비스 품질에 대한 학생들의 만족도를 높이기 위해서 자립형 사립고등학교는 학교 교육 목표를 명확한 제시, 적절한 규모의 학교 운영, 도서관이나 기숙사의 확충 등에 의한 교육 환경의 개선, 그리고 교사들에 대한 능력의 검증 및 연수 실시 등이 필요함을 나타낸 것이다. 그리고 장학제도의 확충이나 다양한 입시 전형 방법을 통하여 우수한 학생들의 유치와 다양한 교육 프로그램을 개발 및 제공, 그리고 학생들이 적극적으로 참여할 수 있는 다양한 동아리의 결성 등의 노력도 필요하다는 것을 나타낸다.}

둘째, 교육 서비스 품질은 관계 품질에도 정(+)^{의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 교육 서비스 품질의 구성차원 중 참여 지표가 관계 품질에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 사실은 학생들이 자립형 사립고등학교와 교사를 신뢰하고 심리적 애착심을 갖게 하기 위해서 자립형 사립고등학교는 학교 교육 목표를 명확한 제시, 적절한 규모의 학교 운영, 도서관이나 기숙사의 확충 등에 의한 교육 환경의 개선, 그리고 교사들에 대한 교수 능력의 검증 및 지속적인 연수의 실시 등이 필요함을 나타낸 것이다. 또한 학생 자치회의 활성화와 다양한 현장 체험 학습 활동 등을 통한 학생들간의 커뮤니케이션의 활성화, 교사들의 노력에 의한 학생들이 적극적으로 참여할 수 있는 수업 활동의 활성화, 동아리 활동의 활성화 등을 위한 학교 정책의 수립하여 학생들에게 학교 생활에 좀 더 적극적으로 참여할 수 있는 기회를 제공하여야 한다는 것을 나타낸다.}

셋째, 학생 만족은 관계 품질에 정(+)^{의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 사실은 자립형 사립고등학교 학생들이 학교 생활에서나 학교가 제공하는 교육 서비스 품질에 전반적으로 만족했을 때, 학생들은 학교나 선생님에 대해}

신뢰감과 애착심은 더욱 강하게 가진다는 것을 나타낸 것이다. 이러한 사실을 교육 서비스 품질과 관계 품질을 관련지어서 살펴보면 교육 서비스 품질은 관계 품질 형성에 직접적인 영향을 미칠 수도 있지만 학생 만족을 통해서도 관계 품질 형성에 영향을 미친다는 것을 알 수 있다. 따라서 자립형 사립고등학교의 경영자는 학생들이 만족할 수 있는 교육 서비스 품질 관리 정책을 적극적으로 실시해야 된다는 것을 나타낸 것이다.

넷째, 관계 품질은 행동 의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났지만 학생 만족은 직접적으로는 행동 의도에 영향을 미치지 않고 관계 품질을 통해서 간접적으로 행동 의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 사실은 자립형 사립고등학교의 학생인 경우, 교육 서비스 품질에 대해서 만족하는 것만으로는 다른 사람에 대해 자신의 모교에 입학할 것을 추천 또는 권유하거나, 모교의 발전을 위해서 학교 발전 기금을 출연하거나, 그리고 동문회 활동을 적극적으로 하여 학교 정책 수립에 토론 또는 건의하는 등의 행위는 하지 않는다는 것이다. 다만 학생들의 만족이 관계 품질의 형성에는 유의한 영향을 미치고 있고, 관계 품질이 학생들의 행동 의도에 긍정적인 영향을 미치고 있기 때문에 자립형 사립고등학교의 경영자 입장에서는 학생 만족을 위한 학교 경영 정책 수립에도 많은 노력을 해야 한다는 것을 나타낸 것이다.

이러한 사실을 종합해서 요약하면 다음과 같다. 학생 만족은 행동 의도에 직접적 영향을 미치는 것이 아니라 관계 품질에 영향을 주어서 관계 품질이 행동 의도에 영향을 미치도록 하는 요소라는 것을 암시하고 있다. 이것은 자립형 사립고등학교의 경영자는 단순히 학생 만족에 초점을 두어 경영하기보다는 궁극적으로 학생들의 관계 품질 형성에 초점을 두고 학교를 경영해야 한다는 것을 보여 주고 있다. 특히 자립형 사립고등학교 경영자는 교육 서비스 품질로 제공하고 궁극적으로는 행동 의도를 도출하는 것에 경영의 초점을 맞추어야 되는 관점에서 본다면 학생들의 관계 품질 형성에 많은 고려를 해야 할 것이다. 관계 품질 형성이 행동 의도를 불러 오게 되고, 행동 의도의 실천이 자립형 사립고등학교의 발전과 직결될 수 있기 때문이다.

다섯째, 학생들의 입학 동기는 학생들로 하여금 학교나 선생님들과의 관계 품질의 형성이나 학교의 발전을 위한 긍정적인 행동 의도의 형성에는 아무런

영향력이 없는 것으로 나타났다. 이것은 학부모나 일선 중학교 교사에 대한 간접적인 마케팅 활동보다는 교육의 수요자인 학생들에 대한 직접적인 마케팅 활동이 좋다는 것을 보여 준다. 왜냐하면 같은 공간에 있으면서 상호 작용이 쉬운 재학생들에 대한 마케팅 활동이 경제적인 측면에서나 시간적인 측면에서도 훨씬 유리하기 때문이다.

관계 마케팅 관점에서 학생들의 행동 의도를 형성시키기 위해서 교육 서비스 품질을 어떻게 관리해야 할 것인가에 해결책을 얻는 것을 목적으로 실시된 본 연구의 종합적인 결론은 다음과 같다.

교육 서비스 품질의 구성 차원 중 상황 지표는 학생들의 학교나 선생님에 대한 관계 품질과 학생 만족에 모두 영향을 미치므로 가장 중요한 요소로 나타났으며, 참여 지표는 학생 만족에는 영향을 미치지 않지만 관계 품질 형성에는 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그리고 교육 서비스 품질의 구성 차원 중 투입 지표는 행동 의도에 직접적으로 영향을 미치는 관계 품질에는 영향을 미치지 않지만 간접적으로 영향을 미치는 학생 만족에는 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 사실을 종합해 본다면 자립형 사립고등학교의 경영자는 학생들의 행동 의도를 형성시키기 위해서 교육 서비스 품질 중 교육 목표, 교육 환경, 교사의 구성 등과 같은 상황 지표를 가장 중점적으로 관리해야 할 것이며, 그 다음에 교우간의 커뮤니케이션, 교사와 학생 간의 상호 작용과 같이 인간관계를 나타내는 참여 지표를 관리해야 하며, 마지막으로 다양한 교육 프로그램의 개발 및 제공, 우수한 학생의 유치, 그리고 다양한 동아리의 편성 등과 같은 투입 지표 순으로 관리해야 함을 알 수 있다.

아울러 관계 품질의 형성에 있어서 학생들의 입학 동기와는 관계가 없는 것으로 나타나고 있기 때문에 학부모나 일선 중학교 선생님을 통한 간접적인 관계 마케팅 활동보다는 재학생에 대한 직접적인 관계 마케팅 활동이 경제적으로나 시간적으로 훨씬 유리하다는 것도 주목할 만한 사실이다.

2. 연구의 한계 및 향후의 연구 과제

자립형 사립고등학교에 있어서 관계 마케팅 활동은 아주 중요한 위치를 점하고 있다. 물론 그 중심에는 학교에서 제공하는 교육 서비스 품질이다. 따라서 본 연구는 자립형 사립고등학교에서 제공하는 교육 서비스 품질을 이용하고 있는 학생들을 대상으로 교육 서비스 품질, 학생 만족, 관계 품질, 그리고 행동 의도에 대한 연구 모형을 제안하고 이에 대한 실증 분석을 통해 몇 가지 만족할 만한 연구 결과를 보여 주고 있다. 그러나 본 연구는 이론적·실증적 연구의 상당한 기여에도 불구하고 몇 가지 한계점과 문제점을 지니고 있으며, 향후에 행해져야 할 연구 과제를 간략하게 제시하면 다음과 같다.

첫째, 본 연구 결과를 일반화시키기에는 무리가 있다. 왜냐하면 본 연구는 전국적으로 6개 밖에 설립 되어있지 않는 자립형 사립고등학교 가운데 1개 학교를 대상으로 조사를 실시하였다. 자립형 사립고등학교들은 교육 환경이나 인적 구성 등에서 많은 차이를 가지고 있다. 그렇기 때문에 본 연구의 결과를 전국의 모든 자립형 사립고등학교에 동일하게 적용하기에는 한계가 있을 것이다. 따라서 조사의 대상을 좀 더 넓혀 모든 자립형 사립고등학교를 대상으로 본 연구 결과를 일반화할 수 있는 후속 연구가 필요하다.

둘째, 표본 대상을 자립형 사립고등학교에 재학하고 있는 학생들로 한정하였기 때문에 학생들이 느끼는 자립형 사립고등학교 교육 서비스 품질의 지각에 한계가 있을 수 있다. 일반적으로 학생들은 재학하는 학교에 대해 긍정적인 평가를 하려는 경향이 있을 수 있기 때문이다. 관계 마케팅 측면에서 본다면 자립형 사립고등학교의 중요한 이해관계자인 졸업생이나 학부모들의 평가도 무시할 수 없는 상황이다. 졸업생이나 학부모들에 대해서도 자립형 사립고등학교에 대한 교육 서비스 품질의 만족도, 관계 품질, 그리고 행동 의도를 반영하는 후속 연구가 필요하며 학생과 학부모 사이의 인식 차이도 연구할 필요가 있다.

셋째, 본 연구는 자립형 사립고등학교의 교육 서비스 품질을 종합적으로 분석한 첫 시도인 만큼 연구 방법이나 이론의 전개가 일반화되기 위해서는 본 연구에 대한 후속 연구도 계속되어야 할 것이다.

참고 문헌

- 강병서(2002), *인과분석을 위한 연구방법론*, 개정판, 서울: 무역경영사, 27-55.
- 김경선(2003), “고등학교 평준화 및 보완정책의 추진과정 분석,” *박사학위논문*, 대구카톨릭대 대학원, 1-10.
- 박명호 · 조형지(1999), “고객 만족개념의 재정립,” *한국마케팅저널*, 1(4), 125-150.
- 박정은 · 이성호 · 채서일(1999), “만족과 재구매 의도 관계에 영향을 미치는 요인에 관한 탐색적 연구: 서비스 제공자와 소비자간의 관계의 질의 조정 역할,” *마케팅연구*, 13(2), 99-110.
- 박찬주(1997), “자립형 사립고등학교 정책에 관한 인식조사 연구,” *대한사립중고등학교장회*, 12-15.
- 박홍식 · 박종두(1995), “대학행정서비스 품질 측정과 검증,” *목포대학교 논문집*, 16(2), 661-676.
- 손종호(2001), “가상대학의 시스템품질이 사용자 성과에 미치는 영향에 관한 실증 연구,” *박사학위 논문*, 경성대학교 대학원, 35-42.
- 엄일섭 · 전중옥(2000), “입지특성이 점포충성도에 미치는 영향에 관한 연구: 매장 외적요인을 중심으로,” *마케팅관리연구*, 5(1), 41-69.
- 윤만희(2003), “대학 교육 서비스에 대한 공정성 인식이 관계 품질과 고객의 자발적 행위에 미치는 영향,” *경영학연구*, 32(1), 315-340.
- 이경오(2000), “대학 교육 서비스 마케팅 모형 구축에 관한 연구,” *박사학위논문*, 경남대학교 대학원, 56-76.
- 이경철(2004), “대학 교육 서비스 품질과 행동 의도간의 인과모형에 관한 탐색적 연구,” *한국전통상학연구*, 18(1), 176-198.
- _____ (2004), “대학 교육 서비스 품질이 학생 만족, 대학 이미지 및 긍정적인 행동의지에 미치는 인과모형 연구,” *교육행정연구*, 22(4), 287-309.
- 이난경 · 유지선(1982), “교육 서비스의 품질인식에 관한 연구: 이론/실기 수업에 따른 인식의 차이를 중심으로,” *수원여자대학 논문집*, 24, 369-384.
- 이명(2002), “고객 만족을 위한 서비스 품질 개선 방안에 관한 연구 : 대학 교

- 육 서비스 중심으로," *계명문화대학 비슬논집*, 11, 105-127.
- 이수형 · 이재록 · 양희진(2001), "관계형성 유지에 대한 신뢰와 만족의 매개역할에 관한 연구," *마케팅관리연구*, 6(1), p. 2.
- 이순목(1990), *공변량구조분석*, 서울: 성원사, 17-20.
- 이용기 · 장병집 · 김재봉 · 김용범(2000), "학생 만족의 결정 요인에 대한 연구: C대학교를 중심으로," *고객 만족경영연구*, 2(1), 8-10.
- 이유재(1994), "경쟁우위 전략으로서의 서비스 보증 실시," *마케팅*, 8, 92-96.
- _____ (1994), *서비스 마케팅*, 서울: 학현사, p. 57.
- 이종성(1993), "대학의 질과 평가지표", *한국고등교육 개혁의 과제와 전망*, 서울: 양서각, 222-225.
- 전동매(2005), "인터넷 쇼핑몰 고객 관계의 질에 대한 서비스 품질 차원별 영향 및 이용기간의 조절 역할," *유통연구*, 제10권 제2호, pp. 13-26
- 전영일(1989), "서비스산업의 품질관리전개모형에 관한 연구," 박사학위논문, 동국대학교, 56-57.
- 정승렬 · 강영신 · 이춘열(2006), "전자상거래에서의 지각된 위험의 분류 및 측정 도구 개발에 관한 연구," *정보시스템연구*, 제15권, 제1호, p. 228.
- 정승환(2002), "호텔기업의 정보화가 서비스 품질과 경영성과에 미치는 영향," 박사학위논문, 세종대학교.
- 조현철(2003), "구조 방정식모델 *SIMPLIS and AMOS*," 석정, 59-98.
- 차수련(1999), "교육 서비스 품질의 측정에 관한 실증적 연구-상업계 고등학교를 중심으로-", 박사학위논문, 동국대학교.
- 차수련 · 채연수(1999), "교육 서비스 품질의 측정에 관한 연구," *경상논총*, 20(12), 81-110.
- 채서일(1996), *사회과학조사방법론*, 서울: 학현사, p. 196.
- 한신일(2001), "학생에 의한 강의평가의 관련요인 분석-교수, 학생, 수업관련요인을 중심으로-", *교육행정학연구*, 19, 4, 247-266.
- 허정옥 · 김윤정 · 강영주(2005), "학원의 서비스 품질이 관계 품질과 관계유지의도에 미치는 영향," *Journal of the Korean Data Analysis Society*, 7(5), 1761-1774.

- Allen, N. J. and J. P. Meyer(1990), "The Measurement and Antecedents of Affective, Continuance and Normative Commitment to the Organization," *Journal of Occupational Psychology*, 63(1), 1-18.
- Anderson, E. W. and B. A. Weitz(1989), "Determinants of Continuity in Conventional Industrial Channel Dyads," *Marketing Science*, 8, 310- 323.
- Anderson, J. C. and J. A. Narus," A Model of Distributor Firm and Manufacturer Firm Working Partnerships," *Journal of Marketing*, 54(January), 42-58.
- Astin, A. W.(1980), "When does a College Deserve to be Called High Quality? Improving Teaching and Institutional Quality," *Current Issues in Higher Education*, AAHE, Report No. 1, Washington, D. C. : American Association for Higher Education, 14-21.
- Bagozzi, R. P.(1995), "Reflection on Relationship Marketing in Consumer Markets," *Journal of the Academy of Marketing Science*, 23, 273-286.
- Barry, W., A. Palmer, and D. Bejou(1994), "Using Neural Network Analysis to Evaluate Buyer-Seller Relationships," *European Journal of Marketing*, 28(10), 32-48.
- Berry, L. L.(1980), "Service Marketing is Different," *Business Horizon*, 24-29.
- _____ (1993), "Playing Fair in Retailing," *Arthur Anderson Retailing Issues Newsletter(March)*, 5, p. 2.
- Bettencourt, L. A.(1997), "Customer Voluntary Performance: Customers As Partners in Service Delivery," *Journal of Retailing*, 73((3), 383-406.
- Bitner, M. J.(1990), "Evaluating Service Encounters : The Effects of Physical Surroundings and employees Relations," *Journal of Marketing*, 54(2), 69-82.
- Bitner, M. J. and A. R. Hubbert(1994), "Encounter Satisfaction Versus Overall Satisfaction Versus Quality," in *Service Quality: New Directions in Theory and Practice*, 72-94.
- Blau, P. M.(1964), *Exchange and Power in Social Life*, New York: John Wiley and Sons, p. 102.
- Bolton, R. N. and J. H. Drew(1991), "A Longitudinal Analysis of the Impacts of

- Service Changes on Customer Attitudes," *Journal of Marketing*, 55(1), 1-9.
- Bowen, D. E. and B. Schneider(1988), "Service Marketing and Management: Implications for Organizational Behavior," *Research in Organizational Behavior*, 10, 43-80.
- Castleberry, S. B. and E. S. McIntyre(1993), "Consumer's Quality Evaluation Process," *Journal of Applied Business Research*, 8(3), 74-82.
- Chadwick, K. and J. Ward(1987), "Determinants of Consumer Satisfaction with Education: Implication for College and University Administrator," *College and University*, 62, 236-246.
- Chakrapani, C.(1998), "How to measure Service Quality and Customer Satisfaction", *AMA*, Chicago.
- Cronin, J. J. and S. A. Taylor(1992), "Measuring Service Quality : A Reexamination and Extension," *Journal of Marketing*, 56(7), 55-68.
- _____ (1994), "SERVPERF versus SERVPERF : Reconciling Performance-based and Perceptions-minus-Expectations Measurements of Service Quality," *Journal of Marketing*, 58(1), 126-127.
- Crosby, A. L., R. E. Kenneth, and C. Deborah(1990), "Relationship Quality in Services Selling: An Interpersonal Influence Perspective," *Journal of Marketing*, 54(July), 68-81.
- Dodds, W. B., K. B. Monroe, and D. Grewal(1991), "Effects of Price, Brand and Store Information on Buyers' Product Evaluations," *Journal of Marketing Research*, 28, 307-319.
- Dwyer, F. R., P. H. Schurr, and S. Oh(1987), "Developing Buyer-Seller Relationship," *Journal of Marketing*, 51, 11-27.
- Etezadi-Amoli, J. and A. F. Farhoomand(1996), "A Structural Model of End User Computing Satisfaction and User performance," *Information and Management*, 30, 121-130.
- Fitssimmons, J. A. and R. S. Sullivan(1982), *Service Operations Management*, New York : McGraw-Hill and Inc., 17-19.

- Fornell, C.(1992), "A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience," *Journal of Marketing*, 56, 6-21.
- Ganesan, S.(1994), "Determinants of Long-Term Orientation in Buyer-Seller Relationship," *Journal of Marketing*, 58, 1-19.
- Garvin, D. A.(1983), "Quality on the Line," *Harvard Business Review*, 61(5), 65-73.
- Grönroos, C.(1984), "A Service Quality Model and Its Marketing Implication," *European Journal of Marketing*, 18(6), p. 89.
- Grönroos, C.(1990), "Relationship Approach to Marketing in Service Contexts : The Marketing and Organizational Behavior Interface," *Journal of Business Research*, 20(1), 3-11.
- Gruen, W. T., J. O. Summers, and F. Acito(2000), "Relationship Marketing Activities, Commitment, and Membership Behaviors in Professional Associations," *Journal of Marketing*, 64(July), 34-39.
- Grundlach, G. T., R. S. Achrol, and J. T. Mentzer(1995), "The Structure of Commitment in Exchange," *Journal of Marketing*, 59(January), 78-92.
- Hawes. J. M. and G. Gilsan(1983), "A Marketing Approach to Student Evaluation of A Department of Marketing," *AMA Educator's Proceeding*, 30-45.
- Heskett, J. L., T. O. Jones, G. W. Loveman, W. E. Sasser Jr., and L. A. Schlesinger (1994), "Putting th Service-Profit Chain to Work," *Harvard Business Review*, March/April, 64-72.
- Henning-Thurau, T., A. Klee, and M. E. Langer(1999), "The Impact of Customer Satisfaction and Relationship Quality on Customer Retention: A Critical Reassessment and Model Development," *Psychology and Marketing*, 14, 737-765.
- Kelly, S. W., S. J. Skinner, and J. H. Donnelly Jr.(1992), "Organizational Socialization of Service Customer," *Journal of Business Research*, 25, 197-214.
- Joreskog, K. G. and D. Sorbom(1993), *LISREL 8th User's Reference Guide*, Chicago: Scientific Software International, 51-68.
- Kotler, P.(1991), *Marketing Management-Analysis, planning, implementation and*

- control(7th ed)*, Englewood Cliffs, NJ : Prentice-Hall, p. 455.
- Kuh, G. D.(1981), "Indices of Quality in the Undergraduate Experience," *AAHE-ERIC, Higher Education Research Report* No. 4. Washington, D. C. : American Association for Higher Education.
- Kumar, N., L. K. Scheer, and J. E. M. Steenkamp(1995), "The Effects of Supplier Fairness on Vulnerable Reseller," *Journal of Marketing Research*, 32(February), 54-65.
- Lagace, R. R., R. Dahlstrom, and J. B. Gassenheimer(1991), "The Relevance of Ethical Salesperson Behavior on Relationship Quality: The Pharmaceutical Industry," *Journal of Personal Selling and Sales Management*, 11, 39-47.
- Liebman, J. S.(1998), "Voice, Not Choice," *The Yale Law Journal*, 259-314.
- Mary, J. and R. L. Mark(1987), "Student Perceptions of College Quality," *Journal of Higher Education*, 58, 35-47.
- Mohr, J. and R. Spekman(1994), "Characteristics of Partnership Success: Partnership Attributes, Communication Behavior and Conflict Resolution Techniques," *Strategic Management Journal*, 15, 135-152.
- Moorman, C., R. Deshpande, and G. Zaltman(1993), "Factors Affecting Trust in Marketing Research Relationships," *Journal of Marketing*, 57, 81-101.
- Morgan, R. M. and S. D. Hunt(1994), "The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing," *Journal of Marketing*, 58, 20-38.
- Naude, P. and F. Buttle(2000), "Assessing Relationship Quality," *Industrial Marketing Management*, 29, 351-361.
- Oliver, R. L.(1981), "Measurement and Evaluation of Satisfaction Processes in Retail Settings," *Journal of Retailing*, 57, 25-48.
- Oliver, R. L. and Desarbo(1988), "Response Determinants in Satisfaction Judgments," *Journal of Consumer Research*, 14(2), 459-469.
- Organ, D. W.(1988), *Organizational Citizenship Behavior: The Good Soldier Syndrome*, Lexington: Lexington Books, p. 90.
- Organ, D. W. and K. Ryan(1995), "A Meta-Analytic Review of Attitudinal

- and Dispositional Predictors of Organizational Citizenship Behavior," *Personnel Psychology*, 48, 775-802.
- Parasuraman, A. V., V. A. Zeithaml, and L. L. Berry(1985), "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research," *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- _____, _____, and _____(1988), "A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality," *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- _____, _____, and _____(1989), "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research," *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- _____, _____, and _____(1991), "Refinement and Reassess of the SERVQUAL Scale," *Journal of Retailing*, 67(4), 420-450.
- _____(1994), "Reassessment of Expectations as a Comparison in Measuring Service Quality : Implications for Further Research," *Journal of Marketing*, 58(1), 111-124.
- Palmer, A. and D. Bejou(1994), "Buyer-Seller Relationships: A Conceptual Model and Empirical Investigation," *Journal of Marketing Management*, 10(6), 495-512.
- Payne, A.(1995), "Measuring and Managing Buyer-Seller Relationship Life Cycles," *Management Research News*, 18, 25-31.
- Reinheld, J. K. and W. E. Jr. Sasser(1990), "Zero Defections : Quality Comes to Services," *Harvard Business Review*, September-October, 105-111.
- Rosenberg, L. J. and J. A. Czepiel(1984), "A Marketing Approach for Customer Retention," *Journal of Consumer Marketing*, 1, 45-51.
- Sherden(1988), "Gaining the Service Quality Advantage," *Journal of Business Strategy*, 3(4), 45-48.
- Smith, J. H.(1987), "Student Use of Support Service, Involvement in And Satisfaction with the University Environment: A Comparative Study of Black, Carcasian and Hispanic Undergraduate Student," *Dissertation Abstracts International*, 49, 1378A(University Microfilms No. 84-06200).
- Solomon, J. K.(1998), "Academic and Service Quality in Distance Education," A

- Dissertation Presented to the College of Education Univ. of Denver, 14-17.
- Storbacka, K., T. Strandvik, and C. Grönroos(1994), "Managing Customer Relationships for Profit: The Dynamics of Relationship Quality," *International Journal of Service Industry Management*, 5(5), 21-38.
- Swan, J. E., I. F. Trawick and D. W. Silva(1985), "How Industrial Salespeople Gain Customer Trust," *Industrial Marketing Management*, 14(3), 203-211.
- Teas, R. K.(1993), "Expectations, Performance Evaluation and Consumers Perceptions of Quality," *Journal of Marketing*, 57(4), 18-34.
- Woodside, A., L. Frey, and R. Daly(1989), "Linking Service Quality, Customer Satisfaction and Behavioral Intention," *Journal of Health Care Marketing*, 9(12), 5-17.
- Wulf, K. D., G. Odekerken-schroder, and D. Iacobucci(2001), "Investments in Consumer Relationships: A Cross-Country and Cross-Industry Exploration," *Journal of Marketing*, 65(October), 33-50.
- Zeithaml, V. A., A. V. Parasuraman, and L. L. Berry(1985), "Problems and Strategies in Service Marketing," *Journal of Marketing*, 49, 33-46.

설 문 지

교육 서비스 품질, 학생 만족, 관계 품질, 그리고 행동 의도의 구조적
관계에 대한 실증적 연구
-자립형 사립고등학교 사례를 중심으로-

안녕하십니까?

바쁘신 중에도 본 조사에 응해 주신 것에 대해 진심으로 감사드립니다.

본 설문은 '교육 서비스 품질, 학생 만족, 관계 품질 그리고 행동 의도의 구조적 관계에 대한 실증적 연구 -자립형 사립고등학교의 사례를 중심으로-'에 대한 연구 목적으로 작성되었습니다.

여러분들께서 응답하신 내용은 통계법 제8조에 의거 완전히 익명으로 처리되어 비밀이 보장되며 학문적인 연구 외에는 사용하지 않을 것을 분명히 약속드립니다.

귀하의 정성스런 응답이 본 연구에 귀중한 자료가 되오니 진솔하게 응답해 주시면 고맙겠습니다.

응답시 의문 사항은 아래의 연락처로 문의해 주시길 바라오며 바쁘신 중 설문에 응해주셔서 깊이 감사드립니다.

2006. 4. 11.

연구자 : 배수원 지도교수 : 김하균 교수

부경대학교 대학원 정보시스템 협동과정

연락처 (051) 620-6540 016-853-0693

bae6003@empal.com

※ 설문 항목에 대한 귀하의 평가는 1~5사이의 숫자를 선택하여 ○ 또는 √ 하시면 됩니다. 각 평점 숫자의 의미는 다음과 같습니다.

1	2	3	4	5
전혀 그렇지 않다	조금 그렇지 않다	보통이다	조금 그렇다	매우 그렇다

▶설문 항목 중 일부는 서로 비슷할 수 있습니다. 그러나 각 항목들은 서로 다른 측면을 평가하는 것이니 생략하지 마시고 모든 항목에 응답하여 주시기 바랍니다.

교육 서비스 품질 : 학교나 선생님이 학생에게 제공하는 각종 교육 서비스에 대해서 학생들이 내리는 평가를 가리킨다.
 관계 품질 : 학생들이 학교나 선생님에 대해서 신뢰나 애착심을 갖고 맺는 관계를 가리킨다.

※ 우리 학교, 선생님, 교우, 그리고 교육 프로그램에 대한 질문입니다.

학교의 전반적 상황(상황 지표)에 대한 물음입니다.		전혀 그렇지 않다 <input type="checkbox"/> 보통이다 <input type="checkbox"/> 매우 그렇다 <input type="checkbox"/>				
		1	2	3	4	5
A1	우리 학교의 교육 목표가 뚜렷하다	1	2	3	4	5
A2	우리 학교의 규모가 적절하다	1	2	3	4	5
A3	우리 학교의 선생님 구성이 좋다	1	2	3	4	5
A4	우리 학교의 전체적인 교육 환경이 좋다	1	2	3	4	5

학교에서 제공되는 교육 프로그램의 다양 성과 학교에서의 교우들의 지적 및 비지적 특성 등(투입 지표)에 대한 물음입니다.		전혀 그렇지 않다 <input type="checkbox"/> 보통이다 <input type="checkbox"/> 매우 그렇다 <input type="checkbox"/>				
		1	2	3	4	5
B1	우리 학교에서 제공되는 교육 프로그램이 다양하다	1	2	3	4	5
B2	같이 생활하는 교우들의 지적, 비지적 능 력이 좋다	1	2	3	4	5
B3	학교에 다양한 동아리가 결성되어 있다	1	2	3	4	5

학교 생활에서의 교우와의 상호 작용 및 선생님들과의 상호 작용 등(참여 지표)에 대한 물음입니다.		전혀 그렇지 않다 <input type="checkbox"/> 보통이다 <input type="checkbox"/> 매우 그렇다 <input type="checkbox"/>				
		1	2	3	4	5
C1	동아리 가입과 활동이 자유롭다	1	2	3	4	5
C2	수업 활동이 활발하게 이루어진다	1	2	3	4	5
C3	교우들간의 커뮤니케이션이 좋다	1	2	3	4	5

학교 재학 중에 얻은 성과(성과 지표)에 대한 물음입니다.		전혀 그렇지 않다 <input type="checkbox"/> 보통이다 <input type="checkbox"/> 매우 그렇다 <input type="checkbox"/>				
D1	동문회의 활동에 적극적으로 참여한다	1	2	3	4	5
D2	학업에 대한 성취도가 높아졌다	1	2	3	4	5
D3	자신의 인성이 개발되었다	1	2	3	4	5

학생 만족에 대한 물음입니다.		전혀 그렇지 않다 <input type="checkbox"/> 보통이다 <input type="checkbox"/> 매우 그렇다 <input type="checkbox"/>				
E1	우리 학교가 제공하는 전반적인 교육 서비스 품질에 만족한다	1	2	3	4	5
E2	우리 학교에서 생활하는 것에 대해 전반적으로 만족한다	1	2	3	4	5

학교나 선생님과 관계 품질에 대한 물음입니다.		전혀 그렇지 않다 <input type="checkbox"/> 보통이다 <input type="checkbox"/> 매우 그렇다 <input type="checkbox"/>				
F1	우리 학교 선생님에 대한 신뢰하는 마음이 있다	1	2	3	4	5
F2	우리 학교의 재학생으로서 자부심이 있다	1	2	3	4	5
F3	일반계 고등학교로 전학 갈 의사가 없다	1	2	3	4	5
F4	학교와 선생님에 대해 애착심을 갖고 있다	1	2	3	4	5

졸업 후에도 학교와 관계를 계속 유지하려는 행동 의도에 대한 물음입니다.		전혀 그렇지 않다 <input type="checkbox"/> 보통이다 <input type="checkbox"/> 매우 그렇다 <input type="checkbox"/>				
G1	동문회 활동에 참여하고 싶다	1	2	3	4	5
G2	학교 발전 기금을 납부하고 싶다	1	2	3	4	5
G3	타인에게 모교 입학을 추천하고 싶다	1	2	3	4	5

※ 여러분의 인적사항에 대한 질문입니다.

H1	성별은?	① 남	② 여			
H2	현재 학년은?	① 1학년	② 2학년	③ 3학년		
H3	입학 동기는?	① 자신	② 부모님 권유	③ 선생님 권유	④ 친구 권유	⑤ 기타
H4	주거 형태는?	① 자택	② 기숙사	③ 원룸(자치)	④ 친척집	⑤ 기타
H5	출신 중학교는?	① 타시도	② 소재지시의 같은 학군	③ 소재지시의 다른 학군	④ 기타	

- 진지한 자세로 설문에 임하여 주어서 대단히 감사합니다. 여러분의 미래에 발전이 있기를 기원합니다. -

감사의 글

은 국민의 붉은 열망으로 아프리카 대륙의 토고를 꺾던 날, 지난 1954년 스위스 월드컵 출전 이후에 처음으로 원정승을 거두어 한국 축구가 52년간의 한을 풀던 날, 우리 가정에 경사가 !!

초등학교를 졸업하고 난 후 어려운 가정 형편 때문에 중학교 진학을 포기하고 친구들과 같이 공장 일을 하려는 저에게 중학교 화장실이 어떻게 생겼는지 한번이라도 구경하라고 하시던 어머니의 간곡한 설득으로 중학교에 입학하면서 끊길 뻔 했던 학문의 길이 오늘에 이르러 이런 좋은 일이 나에게, 아니 우리 가정에 생길 줄이야!!!

10년 동안이나 여러 가지로 도움을 주셨으면서도 이번 저의 학위를 위해서 당신의 일보다 더욱 마음을 줄이면서 격려와 지도를 아끼지 않으셨던 김하균 교수님께 먼저 감사드립니다. 아울러 논문의 첫 페이지부터 끝 페이지까지 단어 선택이나 문장 부호 하나까지 꼼꼼하게 챙겨주신 김완민 교수님, 그리고 좀 더 나은 논문이 될 수 있도록 격려와 질책을 아끼지 않으셨던 염창선 교수님, 이민화 교수님, 이재정 교수님, 그리고 배상욱 교수님께 감사드립니다. 교수님들의 은혜는 살면서 조금 조금씩 갚아 나가도록 하겠습니다.

어렸을 때 약주를 좋아하시고 마음이 고우셨던, 고인이 된 아버님이 즐겨 부르셨던 ‘오나가나 동백 소주, 오나가나 100점, 최고 소주는 진로 소주, 최고 아들은 우리 수원 이’라는 노래 가락이 귓가를 울리고, 갓 결혼한 사위에게 돈 걱정하지 말고 공부하라고 하셨던 고인이 되신 장인 얼굴이 먼저 떠오릅니다. 그리고 내가 자라는 동안에, 당신 돌아가시고 난 후에 제사상에 맛있는 음식 대신 사각 학사모만 올려 달라고 하셨던 몇 번이고 말씀하셨고, 논문 심사가 계속되는 한 달 여간 매일 매일 못난 자식과 심사를 담당하시는 교수님들을 위해서 기도를 올려주셨던 어머니께 지금껏 키워주심에 조금이나마 보답한 내 자신이 너무나 자랑스럽습니다. 그리고 곁에서 걱정만 끼쳐드리는 이 못난 사위를 언제나 믿음직스럽게 생각해 주시면서 주위에 자랑과 칭찬을 아끼지 않으시고 해주신 사랑하는 장모님께서도 이 영광을 바칩니다. 아울러 5남매의 막내로서 지금껏 응석만 부린 저를 항상 자랑스럽게 생각해 주시는 큰 누님과 매형, 큰 형님과 형수, 작은 형님과 형수, 작은 누님과 매형께 그동안의 성원에 감사드립니다.

그동안 가정에 소홀했음에도 서운한 감정을 나타내지 않고 잘 참아준 아내 김미향에

게 감사하고, 공부하는 아빠를 자랑스러워하면서 킁킁하게 자신의 일을 잘 해나간 사랑
하는 두 딸 예슬, 윤빈이도 함께 이 기쁨을 같이 하고 싶습니다.

그리고 밤늦게 컴퓨터실에서 공부하는 저를 자신의 동생처럼 걱정하시고 배려해주시
던 경비 아저씨, 몇 개월간 운동장에 나가지 않아도 원망보다는 격려해주던 기장축구회
김상도 회장님을 비롯한 회원 여러분, 해양성 친구들과, 해운대 중 고등학교 직장 동료들,
그리고 논문 작성의 모든 과정을 함께 하면서 많은 도움을 주었던 송동효 학우님께 감
사드립니다.

오늘의 이 영광이 제 곁을 지켜주시는 많은 분들의 가르침과 배려, 지도 등이 있었기
에 가능했던 것으로 생각합니다. 김완민 교수님의 격려 말씀 중에 “박사는 항상 겸손하
고 모든 생활에 모범이 되어야 합니다.”라고 하신 말씀이 유독 기억에 남습니다.

앞으로 겸손하고 모범적인 생활을 하면서 모든 사람의 은혜를 갚도록 하겠습니다.

2006. 6. 29.

배 수 원 올림