

교육서비스품질, 고객만족, 기관성과, 사회성과의 구조적 관계분석: A 공공기관을 중심으로

오현복*, 남미향**, 이경숙***, 박인우****

■ 요약 ■

연구의 목적은 공공기관의 교육서비스품질 4가지 차원인 상품품질, 전달품질, 환경품질, 사회품질이 고객만족을 통하여 기관 및 사회성과에 어떠한 영향을 미치는지 분석하여 공공부문의 교육서비스품질과 성과와의 관계를 실증적으로 검증하는데 있다. 연구의 목적을 달성하기 위하여 2013년도 기획재정부가 주관하여 실시한 고객만족도조사 중 설립목적이 교육훈련으로 분류된 A 공무원 교육훈련기관의 조사 자료를 활용하였다. 연구를 위한 조사방법은 7점 척도를 사용하여 개발된 구조화된 설문지에 의한 설문조사였으며 분석대상 표본은 총 470명이었다. 자료의 분석방법으로는 구조방정식 모형을 활용하여 확인적 요인 분석 및 경로분석을 실시하여 각 변수 간 인과관계를 검증하였다. 분석도구는 SPSS17.0과 AMOS 20.0을 활용하였다. 분석결과 상품품질, 사회품질, 그리고 환경품질은 고객만족에 유의미한 영향을 주었으며, 기관 및 사회성과에 간접적인 영향을 미치고 있으며, 모든 경로에서 사회품질의 영향력이 가장 큰 것으로 나타났다. 전달품질은 고객만족 및 기관 및 사회성과에 직·간접적으로 유의한 영향을 주지 않는 것으로 나타났다.

[주제어] 교육서비스품질, 고객만족, 기관성과, 사회성과, 공공분야 교육

* 제1저자, 고려대학교 교육공학 박사과정(ohb008@kohi.or.kr)

** 공동저자, 고려대학교 교육공학 박사과정(meehyang113@gmail.com)

*** 공동저자, 고려대학교 교육공학 박사과정(iksook2013@gmail.com)

**** 교신저자, 고려대학교 교육공학과 교수(parki@korea.ac.kr)

I. 서론

세계화 및 지식기반의 무한경쟁시대에 인적자원은 국가 및 기업, 조직 경쟁력의 원천으로서 국가의 경제성장과 기업성장에 영향을 미치며 조직구성원의 역량이 조직경쟁력의 중요한 요소(Tharenou, Sakes, & Moore, 2007)로 인식되고 있다. 이러한 맥락에서 교육훈련은 인적자원개발 전략의 중요한 수단으로서 기업 및 조직구성원에게 가치 있는 활동으로 여겨지고 있으며(조세형, 2010), 구성원의 역량개발을 위한 교육훈련을 중요시하는 조직은 고 성과 조직으로 이행가능성이 높아(MacDuffie, 1995; Pfeffer, 1994) 기업의 교육훈련에 대한 투자도 증가(김진덕, 2011)하고 있다. 이러한 교육훈련에 대한 투자가 성과로 연결되지 못한다면 이는 조직 효율성을 낮추는 요인(Martocchio & Baldwin, 1997)이 될 수 있으므로 교육훈련과 성과에 관해 다양한 실증연구들이 이루어져왔다. 교육훈련과 성과의 관계에 대한 기존의 연구들은 교육훈련이 조직자체 및 기관의 성과에 영향을 미치며(김기태, 2008; 김안국, 2002; 노용진, 정원호, 2006) 인적자원 및 조직성장에 영향을 주는(강순희, 2010; 김기태, 조봉순, 2008; 노용진, 채창균, 2009; 박선민, 박지혜, 2012; 석진홍, 박우성, 2013; 전순영, 2012; 함창모, 김진덕, 조문기, 2010; Ahmad & Schroeder, 2003) 등 교육훈련과 조직성과, 인적자원성과에 대한 긍정적인 결과들이 많았다. 공무원은 국가 인적자원의 핵심요소로서 개인역량 뿐 아니라 공공부문 조직역량은 국가 경쟁력에 중요한 영향을 미치므로 공무원 교육을 담당하고 있는 교육훈련기관의 교육프로그램의 효과평가와 교육서비스품질의 관리는 공공부문의 역량을 강화하는데 매우 중요하다. 그러나 교육훈련과 성과에 대한 기존 연구들은 주로 기업을 대상으로 이루어져 왔으며, 공공부문에서의 공무원 교육훈련 평가와 관련된 현재까지 연구들은 교육훈련 프로그램에 대한 교육만족도와 학업성취도평가가 주를 이루고 있다(조은경, 2010). 또한 현업적용도 조사를 활용한 학습전이 연구도 일부 시도되고 있으나(노혜란, 박선희, 2012) 공공기관 및 공무원 조직성과 차원으로 발전된 연구는 찾아보기 힘들다.

Osborne와 Gaebler(1992)는 클린턴 행정부 행정개혁의 정신적인 근간을 제공한 백서에서 ‘정부의 고객에 대한 서비스 수준의 목표는 민간최고의 수준과 같은 것’으로 천명하면서 미국의 정부행정에 고객서비스 개념을 도입하였다. 우리나라는 1997년 IMF 경제위기 이후 ‘기업형 정부, 고객지향적 정부’를 지향하면서 성과중심, 고객중심의 행정 구현이 공공부문의 주요한 화두로 자리 잡게 되면서 정부주도의 공공부문에 대한 성과평가의 일환으로 경영평가와 고객만족도 조사를 실시하고 있다. 고객만족도 조사는 1999년부터 2006년까지는 공기업에 대해서만 실시하였으나 2007년 공공기관 운영에 관한 법률이 제정되면서 공공기관 전체로 확산되었다. 그러나 공공부문에서 매년 실시되고 있는 고객만족도조사의 중요성에 비해 조사결과를

활용한 연구들은 극히 제한적이다.

따라서 본 연구에서는 공무원교육훈련기관인 A공공기관을 중심으로 교육의 공급자적 측면에서 교육기관에서 제공하는 교육서비스품질과 수요자적 측면에서 교육대상자인 공무원의 고객만족이 해당 공공기관의 성과에 어떠한 영향을 미치는지 알아보고자 하였다.

그동안 교육훈련 성과에 관한 연구가 민간 기업 중심으로 이루어져 왔고 공공부문의 교육훈련에 대한 효과평가 및 성과에 대한 연구가 극히 적은 상황에서 공공기관의 교육서비스 품질을 고객만족 및 성과와의 인과관계 틀 속에서 분석하였다는 데서 본 연구의 일차적인 의의를 가질 수 있다고 본다. 또한 공무원 교육훈련에 대한 평가를 교육프로그램 자체의 효과성 평가에서 수요자인 공무원의 고객만족과 공급자인 공무원 교육기관의 성과차원으로 확장하여 실증적 검증을 시도했다는 데서 본 연구의 의의를 가질 수 있겠다.

II. 이론적 배경

1. 교육서비스품질과 고객만족

서비스 품질의 정의는 서비스가 가지고 있는 특성에 기인하며, 교육훈련 서비스는 무형성, 비분리성, 변화성, 소멸가능성 등 서비스가 가지고 있는 일반적인 특성을 적용할 수 있다(정기수, 2011). 그 이유는 학습자가 교육서비스를 제공받기 전까지 그 질에 대해 확신할 수 없으며(무형성), 생산과 소비가 동시에 이루어지고, 언제 어디에서 누가 어떻게 제공하는가와 그것을 제공하는 수혜자가 누구인가에 따라 상황요인이 달라질 수 있으며, 오프라인에서 제공되는 일반적인 교육서비스가 일정 시점에서 소비가 이루어지지 않으면 가치가 없어지기 때문이다. 이러한 교육서비스의 특징들을 개념화하여 객관적 지표를 설정하고 측정하는 것이 쉽지 않으나 Parasuraman, Zeithaml, 그리고 Berry(1988)가 서비스품질의 측정모형으로 제안한 기대-성과모형인 SERVQUAL이 교육서비스 품질모형의 근거로 많이 활용(김채호, 나용규, 2010; 박광식, 2009; 변정현, 2007)되고 있다.

SERVQUAL은 유형성, 신뢰성, 대응성, 확신성, 공감성과 같은 5가지 차원의 22개 문항으로 구성되어 있다. Cronin와 Talyor(1992)는 SERVQUAL의 차원과 항목은 그대로 사용하되 기대를 측정하지 않고 성과만을 측정하는 SERVPERF모형을 제안하여 이 두 모형은 교육서비스 품질 측정방법으로 폭넓게 활용되어 왔다. 또한 Brady와 Cronin(2001)은 Dabholkar, Thorpe 그리고 Rents(1996)의 서비스품질 위계구조모형을 받아들여 세 차원으로 구성된 서비스품질 위계구조 모형을 개발하여 각 차원을 상호작용품질, 결과품질, 물리적 환경품질로 명명하였다. 서

비스품질과 고객만족과의 인과관계에 대해서 SERVQUAL과 SERVPERF모형을 적용하여 서비스 품질이 고객만족의 선행요인임을 밝힌 실증연구(이유재, 김주영, 김재일, 1996; 이학식, 장경란, 이용기, 1999; Cronin and Talyor, 1992)와 SERVPERF의 확장모형으로 교육서비스품질과 학생만족과의 인과관계를 검증한 연구(박주성, 김종호, 신용섭, 2002)들이 있다. SERVQUAL 모형을 활용한 교육서비스품질 연구에서 노정희, 최진영(2012)은 교육서비스품질과 학생만족과의 관계를 규명하였으며, 정기수(2011)는 교육서비스품질이 학습자만족에 긍정적인 영향을 미친다는 연구결과를 제시하였고, 차수련, 채연수(1999)는 교육서비스품질이 고객만족에 긍정적인 영향을 미친다고 밝혔다. 이렇듯 교육서비스품질과 고객만족과의 관계에 대한 기존연구들은 교육서비스 품질이 고객인 학습자 만족에 긍정적인 영향을 주는 것으로 보고하고 있다. 본 연구에서도 공공교육훈련기관의 교육서비스품질이 고객만족에 긍정적이고 유의미한 영향을 줄 것으로 가정하여 공공기관 고객만족 측정도구로 활용되고 공공기관 고객만족(Public Customer Satisfaction Index, 이하 PCSI)조사결과 통해 공공기관 교육서비스품질과 고객만족과의 관계를 살펴보고자 하였다.

2. 교육서비스품질과 성과

성과란 조직 및 개인 등의 특정주체가 수행한 활동의 결과와 직·간접적으로 파생되는 모든 영향을 포괄적으로 추상화 한 것이며, 일반적으로 생산성과 유사한 개념으로 능률성과 효과성을 포괄하는 뜻으로 인식되고 있다(안경섭, 2008). 인적자원개발은 기업이 경쟁우위를 확보하는데 중요한 원천이며(Pfeffer, 1995), 교육훈련에 대한 투자는 종업원의 인적자본 또는 숙련도 향상을 통해서 종업원의 성과를 향상시킬 뿐 아니라 기업의 생산성 역시 향상시킨다(반가운, 2012). 교육훈련의 효과는 크게 인적자원성과, 조직성과, 기업성과로 구분할 수 있으며 교육훈련과 성과의 관계에 대한 다수의 연구들은 교육훈련이 성과에 긍정적인 영향을 미치고 있음을 밝히고 있다(강순희, 2010; 김기태, 2008; 김정은, 김민수, 2009; 김진덕, 2011; 나인강, 2010; 노용진, 채창균, 2009; 안상윤, 2011; 조세형, 2010). 교육서비스품질과 성과와의 관계에서 SERVQUAL의 품질요소들이 교육서비스 재구매 의도(황희중, 2012), 재입학의도 및 구전효과(박주성, 김종호, 신용섭, 2002), 충성도(노정희, 최진영, 2012), 추천의도(채선영 외, 2013)에 유의한 영향을 미치는 것으로 보고하였다.

공공기관의 경우 고객만족이 높아지면 기관의 성과 뿐 아니라 사회적 성과도 높아지게 된다. 즉 고객만족이 향상되면 국민개개인도 더 나은 서비스를 제공받을 수 있기에 국민들의 행복감이 높아지며 더 나아가 국가발전에도 기여하게 된다(Alford, 2002). 이유재, 이준엽(2001)은 서비스 품질을 통해 기업성과 뿐 아니라 사회적 성과도 높아지고, 시민만족도와 기관 및 사회적

과 간에 긍정적인 관계가 존재함을 연구를 통해 입증하였다. 사회성과의 구성요소는 거시적인 측면에서 해당산업의 육성 및 진흥을 통해 국가발전에 기여하는 부분과 미시적 측면에서 국민 개개인의 행복증진에 기여하는 국민행복으로 나눌 수 있다(이유재, 이준엽, 2001; Alford, 2002; Clarkson & McCrone, 1998; Huxley & Warner, 1992).

3. 고객만족과 성과

우리나라는 공공서비스에 대해 생산성, 효율성과 같은 객관적인 측정지표를 중심으로 성과 평가를 실시해 왔다. 그러나 이러한 지표들은 형평성이나 서비스의 질, 그리고 서비스 구매자인 일반 시민에 대한 고려를 간과해 왔다는 비판을 받아왔다. 이러한 문제점을 개선하기 위해 주관적 측정지표인 고객만족도 조사가 중요한 성과평가 도구로 활용되고 있다. 고객만족도 조사는 행정기관이 시민들의 다양한 행정서비스 욕구에 대해 얼마나 기대감을 충족시켜 주는가를 나타내는 평가지표로(박기관, 2009), 고객만족은 주관적 지표이지만 공공서비스의 책임성 고취, 시민수요 파악, 고객 지향적 공공서비스 제공, 공급조직의 정당성 확보(한인섭, 2009)라는 측면에서 유용하고 중요한 지표이다. 또한 고객만족도 제고는 고객의 충성도와 기관의 이미지와 평판을 높일 수 있으며, 고객만족도가 높은 고객은 충성도와 재구매율, 그리고 긍정적인 구전효과를 높일 가능성이 높다(이유재, 이청림, 2010; Fornell, 1992). 결국 공공서비스에 대한 고객만족도 평가는 이를 통한 재무적 성과(김민기, 2008) 및 비재무적 성과 측정을 위한 선행 요인으로서도 중요하다고 볼 수 있다.

고객만족은 불일치된 기대와 소비경험에 대해 사전적으로 가지고 있던 감정이 복합적으로 결합하여 발생한 종합적 심리상태(Oliver, 1980)로 고객의 욕구와 기대에 부응하여 그 결과로서 상품, 서비스의 재구매가 이루어진다고 표현할 수 있다. 서비스품질과 고객만족, 그리고 성과와의 관계에서 Dabholkar, Shepherd, 그리고 Thorpe(1996)는 서비스 품질의 매개역할에 대해 고객만족이 서비스품질과 행동의도를 완전 매개하는 모형을 입증하였다. 서비스 품질이 향상되면 고객만족이 증가하고 이것이 재구매 의도와 구전효과로 연결되어 기업의 성과가 높아지고 있음을 밝힌 연구들이 다수 존재한다(이유재, 이준엽, 2001; Caruana 2002; Dabholkar, Shepherd, and Thorpe, 1996).

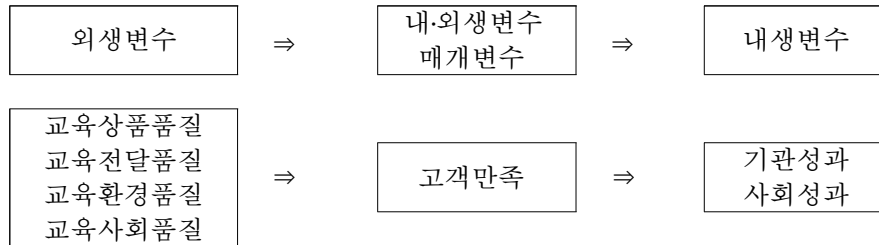
또한 교육서비스품질과 고객만족 및 성과관계에 있어서 황희중(2012)은 SERVQUAL의 교육 서비스 품질 5가지 요인들이 가격공정성을 매개로 하여 교육 재구매 의도에 영향을 주며, 학생만족 및 충성도(노정희, 최진영, 2012)에 긍정적 영향을 미친다는 연구결과를 제시하였다. 또한 SERVPERF 확장모형을 통해 교육서비스품질이 학생만족 및 재입학의도, 그리고 구전효과에 직접적인 영향을 미치고 있음을 밝힌 연구(박주성, 김종호, 신용섭, 2002)를 비롯하여, 채선영

외 (2013)는 SERVQUAL 및 SERVPERF 모형을 통해 교육서비스 품질이 만족도에 영향을 주고 만족도는 다시 추천의도에 유의한 영향을 미치고 있음을 밝혔다. 이렇듯 교육서비스와 고객만족에 관한 기존의 연구들은 교육서비스 품질이 고객인 학습자 만족에 긍정적인 영향을 주는 것으로 보고하고 있다. 따라서 본 연구에서도 공공기관 교육서비스품질은 고객만족도에 영향을 미치며, 고객만족은 해당기관에 대한 신뢰와 지지, 구전효과 및 추천의도와 같은 기관 및 사회성장에 긍정적인 영향을 줄 것으로 생각한다.

4. 가설설정

본 연구에서는 앞서 제시한 선행연구와 이론적 근거를 통해서 교육품질이 고객만족에 영향을 주는 요인들에 대한 검토와 고객만족이 기관 및 사회성장에 주는 영향을 분석한 것을 토대로 공공기관의 교육서비스와 고객만족, 그리고 성과 간의 구조적 관계를 규명하기 위하여 A공공기관에서 실시한 교육서비스에 대한 고객만족도 조사 자료를 활용하였다. 고객만족도 조사는 서비스품질과 고객만족과의 인과관계에 대한 SERVQUAL과 SERVPERF 모형, Rust와 Oliver(1994)의 서비스품질모형, 그리고 Brady와 Cronin(2001)의 위계구조모형 등을 기초로 서울대학교와 한국능률협회컨설팅이 공공기관 고객만족도조사를 위해 공동 개발한 공공기관고객만족도 조사지수(Public Customer Satisfaction Index, 이하 PCSI) 모형이다. PCSI 모형에서 선행요인은 서비스 상품품질, 서비스 전달품질, 서비스 환경품질, 사회품질 등의 차원에 대해 측정하도록 되어 있으며, 각 차원은 각각 3개(전체12개)의 품질요소에 대해 측정하도록 되어 있다. 또한 각 품질요소는 기관의 특수적 업무영역 및 활동을 정확하게 측정할 수 있도록 하기 위해 기관별로 세부 측정항목들을 도출하도록 구성하였다. PCSI의 만족지수를 측정하는 요소는 전반적 만족, 요소 만족, 사회적 만족 3개 차원이며, 이러한 3개 차원은 7개의 하위요소로 구성되어 있다. 마지막으로 PCSI의 성과지수를 측정하는 요소는 기관성과와 사회성과 2개 차원이며 5개의 하위요소로 구성되어 있다. 기관성과는 기관의 고객만족 활동이 기관의 신뢰와 지지, 인식전환에 미치는 영향에 대해 측정하며, 사회성과는 기관의 고객만족 활동들이 국민행복과 국가발전에 미치는 영향에 대해 측정한다.

우선 교육서비스품질이 고객만족에 미치는 영향요인을 알아보기 위하여 외생변수인 교육서비스 품질의 하위요소로 교육상품품질, 교육전달품질, 교육환경품질, 교육사회품질을 설정하였다. 또한 교육서비스품질의 내생변수이자 성과의 외생변수인 고객만족의 하위요소로는 교육에 대한 절대적 만족과 상대적 만족, 그리고 감정적 만족을 선정하였다. 마지막으로 본 연구의 내생변수인 기관성과는 기관의 신뢰 및 지지 그리고 인식전환을 하위요소로 두었으며, 사회성과는 국민행복과 국가발전을 하위요소로 하여 분석하였으며, 연구의 분석모형을 아래 [그림]에 제시하였다.



[그림 1] 연구모형

먼저 기관 및 사회성과를 내생변수로 하고, 교육상품품질, 교육전달품질, 교육환경품질, 교육사회품질을 외생변수로 하여 각 요인들이 기관 및 사회성과에 직접적으로 미치는 영향과 고객만족을 매개로 하여 기관 및 사회성과에 미치는 간접적인 영향을 분석하였다. 위의 선행연구 결과와 연구모형을 토대로 하여 본 연구의 연구문제를 해결하기 위해 구체적으로 다음과 같은 이론적 가설을 설정하여 <표 1>에 제시하였다. 먼저 교육서비스품질의 4개 차원의 품질 요소들은 고객만족 및 기관, 사회성과에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 가정하였으며, 고객만족은 기관 및 사회성과에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 가설을 설정하였다.

<표 1> 가설 설정

구분	가설	
교육서비스품질 고객만족	가설 1 교육서비스품질은 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	
	가설 1-1 상품품질은 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	H ¹
	가설 1-2 전달품질은 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	H ²
	가설 1-3 환경품질은 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	H ³
	가설 1-4 사회품질은 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	H ⁴
교육서비스품질 기관성과	가설 2 교육서비스품질은 기관성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	
	가설 2-1 상품품질은 기관성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	H ⁵
	가설 2-2 전달품질은 기관성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	H ⁶
	가설 2-3 환경품질은 기관성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	H ⁷
	가설 2-4 사회품질은 기관성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	H ⁸
교육서비스품질 사회성과	가설 3 교육서비스품질은 사회성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	
	가설 3-1 상품품질은 사회성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	H ⁹
	가설 3-2 전달품질은 사회성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	H ¹⁰

	가설 3-3 환경품질은 사회성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	H ¹¹
	가설 3-4 사회품질은 사회성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	H ¹²
고객만족 성과	가설 4-1 고객만족은 기관성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	H ¹³
	가설 4-2 고객만족은 사회성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	H ¹⁴

Ⅲ. 연구방법

1. 변수의 조작적 정의

본 연구에서는 공공부문의 성격과 목적을 반영한 PCSI모형인 공공기관 고객만족도지수 모델 체계를 기초로 교육훈련기관의 업무성격과 교육대상자 특성에 맞게 설문문항을 개발하여 이를 조사도구로 활용하였으므로 이에 따른 조작적 정의를 사용하고자 한다.

가. 교육서비스 품질

본 연구에서 교육서비스품질은 교육상품품질, 교육전달품질, 교육환경품질, 교육사회품질의 네 가지 차원과 각 차원은 다시 세계의 하위차원으로 구분되어 있다.

먼저 교육상품품질은 제공하는 교육상품 자체의 품질로써 편익성, 전문성, 혁신성으로 구성된다. 편익성은 교육기관이 제공하는 교육서비스가 주는 혜택의 정도를 의미하며, 전문성은 교육을 제공하기 위한 능력의 보유 정도, 그리고 혁신성은 교육대상자를 위한 새로운 아이디어 또는 교육프로그램의 기획 정도를 의미한다.

교육전달품질은 교육서비스 전달과정에서 서비스 제공자와 제공수단으로부터 느끼는 품질로써 대응성, 지원성, 공감성으로 구성된다. 대응성은 인적응대 및 시스템 또는 절차의 고객응대 수준이며, 지원성은 고객에 대한 정보제공 또는 사후적 지원관리의 정도이고, 공감성은 고객을 이해하고 배려하는 정도를 의미한다.

교육환경품질은 교육서비스 제공시설 및 환경에 대한 품질로써 쾌적성, 편리성, 심미성으로 구성된다. 쾌적성은 서비스 제공환경과 시설의 쾌적한 정도이며, 편리성은 서비스 제공환경, 시설의 편리성 정도, 정보접촉 및 담당자 접촉의 편리성이며, 심미성은 서비스 환경과 시설의 아름다운 정도를 말한다.

교육사회품질은 교육서비스의 공공측면에서의 품질로써, 청렴성, 공익성, 안정성으로 구성된다. 청렴성은 업무처리의 투명성, 도덕성 및 공정성 정도이며, 공익성은 공공의 이익에 도움이

되는 정도로서, 국가 발전에의 기여도 등 관련 사업에의 공헌도에 대해 측정하며, 안전성은 고객의 물리적 안전성 및 신변과 비밀을 보호하는 정도를 의미한다.

나. 고객만족

고객만족은 교육기관의 만족도에 대한 전반적인 평가를 의미하는 것으로 만족의 하위차원은 절대적 만족, 상대적 만족, 감정적 만족으로 구성된다. 절대적 만족은 기관의 교육서비스를 이용하고 난 후의 전반적인 만족도를 측정하는 것이며, 상대적 만족은 기관의 교육서비스에 대한 상대적인 만족도를 의미하고, 감정적 만족은 기관의 교육서비스를 이용한 후에 느끼는 감정적인 만족도에 대해 묻는 것으로 교육서비스를 받은 후 기관에 대해 호감을 갖게 되었는지에 대해 평가하는 것을 의미한다.

다. 기관 및 사회성과

교육서비스에 대한 성과를 측정하는 요소는 기관성과와 사회성과 두개 차원이며, 이러한 차원은 전체 다섯 개의 하위요소로 구성되어 있다. 기관성과는 교육기관의 고객만족 활동이 기관의 신뢰 및 지지, 그리고 인식전환에 미치는 영향에 대해 측정하는 것이다. 신뢰는 기관의 정책 또는 활동에 대해 신뢰하는 정도를 의미하며, 지지는 기관의 정책 또는 활동에 대해 지지하는 정도를 의미하고, 인식전환은 교육서비스 이용 후 기관의 평판과 이미지를 더 좋게 평가하는 정도를 의미한다. 사회성과는 교육기관의 고객 만족활동이 국민행복과 국가발전에 미치는 영향에 대해 측정하는 것으로 국민행복은 공공기관의 서비스가 국민의 삶의 질과 행복에 기여한 정도를 의미하며, 국가발전은 기관의 서비스가 국가 및 사회 발전에 기여한 정도를 의미한다.

2. 연구방법

가. 조사대상 및 기간

본 연구는 수집된 자료를 토대로 실증분석을 실시하여 연구가설을 검증하였다. 조사 대상자는 2012년 7월부터 2013년 8월까지 A공공교육기관 교육프로그램을 경험한 만 19세 이상 만 65세 미만 성인 남녀로 총 표본 수는 할당표집을 통한 표본추출방법에 의해 선정된 545명 중 사 이버 교육프로그램 수강자를 제외한 집합교육 프로그램 수강 대상자 470명을 최종 분석대상으

로 하였다. 조사기간은 2013년 10월 25일에서 2014년 1월 3일까지였으며 조사방법은 Likert 7점 척도를 사용하여 개발된 구조화된 설문지에 의한 설문조사였다. 본 연구의 응답자 주요 특징은 성별은 남자가 195명으로 35.8%, 여자는 350명으로 64.2%를 차지하였으며, 8개의 업무유형별로는 각각 13.6%에서 14.7%까지 고른 분포를 보였고, 소속기관별로는 지방자치단체 공무원이 55.3%, 정부중앙부처 공무원 21.9%, 정부산하기관 임직원 6.0%, 민간기업 6.2%, NGO 4.7%, 기타1.9% 순으로 나타났다.

〈표 2〉 조사대상자의 일반적 특성

구분		빈도(N)	퍼센트(%)
성별	남자	175	37.2
	여자	295	62.8
연령	20대	60	12.8
	30대	141	30.0
	40대	159	33.8
	50대	107	22.8
	60세 이상	3	.6
소속기관	정부부처	103	21.9
	지방자치단체	260	55.3
	대학/교육기관	19	4.0
	정부산하기관	28	6.0
	민간기업	29	6.2
	개인	9	1.9
	기타(NGO)	22	4.7
근속연수	2년 이하	95	20.2
	3~4년	50	10.6
	5~6년	26	5.5
	7~8년	28	6.0
	9~10년	25	5.3
	11년 이상	245	52.1
	해당 없음	1	.2
전체		470	100.0

나. 설문구성

조사에 활용된 공공기관 고객만족 평가모형에 의해 개발된 설문은 공공부문의 특성을 반영한 CSI모형으로서 공공부문의 공통된 성격과 목적이 반영되면서 개별 공공기관의 업무유형별 특수성을 고려하여 개발되었으며 설문내용은 선행요인인 교육서비스 품질요인에서부터 교육만족지수 및 성과지수 흐름의 논리적 인과모형방식에 의해 단계적으로 구성하였다. 각 차원별

측정항목 내용과 문항 수는 아래 <표 3>와 같다.

<표 3> 설문구성

변수	측정 항목	
교육상품 품질(8)	해당기관이 제공하는 교육자체가 주는 혜택의 정도(2)	편의성
	교육을 제공하기 위한 능력보유정도(4)	
	새로운 아이디어 및 교육프로그램 기획정도(2)	혁신성
교육전달 품질(7)	교육생을 이해하고 배려하는 정도(2)	대응성
	교육생에 대한 정보제공 및 사후적지원관리의 정도(2)	지원성
	인적, 시스템 또는 절차의 교육생에 대한 응대수준(3)	공감성
교육환경 품질(7)	교육제공환경과 시설의 쾌적한 정도(2)	쾌적성
	교육제공환경, 시설의 편리성, 담당자 접촉의 편리함(3)	편리성
	교육환경과 시설의 아름다운 정도(2)	심미성
교육 사회품질(5)	업무처리의 투명성, 도덕성(2)	청렴성
	교육을 통한 공공이익에의 도움정도(1)	공익성
	물리적 안전성 및 비밀보호정도(2)	안전성
고객만족(3)	교육내용 및 품질, 직원응대, 이용절차, 시설환경, 공공적 측면 고려한 교육서비스 만족도(1)	절대
	투입한 노력, 시간, 비용 대비 교육서비스만족(1)	상대
	교육내용 및 품질, 직원응대, 이용절차, 시설환경, 공공적 측면 고려, 기관에 대해 더 좋게 생각하게 되었는지 여부(1)	감정
기관성과(3)	교육 후 기관 교육업무에 대한 신뢰(1)	신뢰
	교육 후 기관 교육업무에 대한 지지(1)	지지
	교육 후 기관에 대한 다른 사람의 인식이 좋아질 것 기대(1)	인식전환
사회성과(2)	교육기관 사업과 활동의 국민 삶의 질 향상 기여도(1)	국민행복
	교육기관의 국가와 사회발전에의 기여도(1)	국가발전

다. 분석방법

본 연구는 가설적 연구모형을 검증하기 위해 SPSS 17.0과 AMOS 20.0을 이용하였다. 먼저 SPSS를 활용하여 평균, 표준편차, 왜도 및 첨도를 통하여 측정변수들의 정규분포를 확인하였다. 측정변수들의 단일차원성 확인을 위해 확인적요인분석을 실시하였다.

또한 측정모델의 적합도를 검정하기 위하여 χ^2 , GFI, TLI, CFI, NFI, IFI, RMSEA 값을 사용하였으며, 구조방정식 모형(SEM Structural E Model)을 활용하여 경로분석을 실시한 후 표준화경로계수 값을 통해 각 외생변수와 내생변수, 그리고 매개변수의 구조적 관계를 분석하였다. 또한 각 변수들 간의 인과관계 검증과 직·간접효과를 추정하였다.

IV. 분석결과 및 논의

1. 기술통계량 및 상관행렬

구조방정식 모형을 검증하기에 앞서 측정변수들이 정상분포를 이루는지 확인하기 위하여 평균, 표준편차, 왜도 및 첨도를 확인하여 다변량 정규분포의 가정을 충족하는지 확인하여 그 결과 값을 <표 4>에 제시하였다.

상품품질, 전달품질, 환경품질, 사회품질, 전반적만족, 기관성과, 사회성과 변수들의 평균은 최소 82.46에서 최고 87.23, 표준편차는 최소 11.75에서 최고 14.58이었다. 왜도는 절대 값 최소 .67에서 최고 1.43, 첨도는 최소 .05에서 최대 3.79의 값을 보여, 표준 왜도가 3보다 작고 표준 첨도가 10보다 작으므로 구조방정식 모형 하에서 정상분포 조건이 충족되므로 본 연구에서의 구조방정식모형 검증에서 다변량 정규분포의 가정이 만족되었다고 할 수 있다.

<표 4> 측정변수의 평균, 표준편차, 왜도 및 첨도

(n=470)

측정변수	평균	표준편차	왜도	첨도
[상품품질1] 편익성	83.5638	14.50355	-1.132	2.677
[상품품질2] 전문성	82.4911	13.71008	-.871	.717
[상품품질3] 혁신성	82.4645	13.88416	-.670	.184
[전달품질1] 대응성	85.0177	13.66870	-.909	.787
[전달품질2] 지원성	84.9113	14.58249	-1.431	3.405
[전달품질3] 공감성	87.0841	12.64498	-1.295	3.795
[환경품질1] 쾌적성	87.2340	12.89515	-.965	.613
[환경품질2] 편리성	85.8688	12.89019	-.949	.644
[환경품질3] 심미성	86.2234	11.75032	-.673	.171
[사회품질1] 청렴성	86.8972	11.99088	-.713	.054
[사회품질2] 공익성	86.4894	13.50956	-.890	.671
[사회품질3] 안전성	85.0887	12.29033	-.760	.705
[고객만족1] 절대만족	87.0213	12.09482	-1.070	2.162
[고객만족2] 상대만족	84.2908	13.18344	-.907	1.291
[고객만족3] 감정만족	84.3617	12.76718	-.820	.977
[기관성과1] 신뢰	85.3191	12.24908	-.806	.959
[기관성과2] 지지	85.1064	13.47739	-.731	.172
[기관성과3] 인식전환	84.9645	13.79912	-.841	.504
[사회성과1] 국민행복	82.5177	13.41558	-.724	.387
[사회성과2] 국가발전	82.4113	12.84467	-.803	1.076

구조방정식 분석을 실시하기 전에 피어슨의 적률상관계수를 산출하여 분석을 위한 사전검토를 실시하였다. 변수들 간의 상관계수 행렬은 아래의 <표 5>와 같다. 모든 변수들 간의 상호관계는 0.01 유의수준 하에서 유의한 관계가 있는 것으로 나타났으며 전체적으로 .449에서 .780의 높은 상관계수 값을 보이고 있다.

<표 5> 측정변수의 상관행렬

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
[상품품질] 편익성	1																			
[상품품질2] 전문성	.724**	1																		
[상품품질3] 혁신성	.641**	.825**	1																	
[전달품질1] 대응성	.594**	.708**	.695**	1																
[전달품질2] 지원성	.479**	.602**	.574**	.663**	1															
[전달품질3] 공감성	.488**	.608**	.640**	.728**	.686**	1														
[환경품질1] 쾌적성	.508**	.580**	.566**	.595**	.502**	.556**	1													
[환경품질2] 편리성	.538**	.648**	.642**	.668**	.658**	.686**	.773**	1												
[환경품질3] 심미성	.509**	.611**	.624**	.612**	.571**	.653**	.708**	.773**	1											
[사회품질1] 청렴성	.618**	.703**	.685**	.730**	.616**	.682**	.694**	.718**	.695**	1										
[사회품질2] 공익성	.604**	.621**	.621**	.630**	.568**	.606**	.577**	.651**	.603**	.722**	1									
[사회품질3] 안전성	.578**	.658**	.676**	.693**	.591**	.665**	.634**	.677**	.729**	.780**	.714**	1								
[고객만족] 절대만족	.551**	.632**	.603**	.638**	.545**	.636**	.654**	.691**	.625**	.712**	.599**	.678**	1							
[고객만족2] 상대만족	.547**	.665**	.663**	.629**	.527**	.591**	.549**	.623**	.609**	.668**	.618**	.653**	.736**	1						
[고객만족3] 감정만족	.539**	.621**	.618**	.577**	.518**	.578**	.564**	.614**	.634**	.620**	.544**	.645**	.693**	.723**	1					
[기관성과1] 신뢰	.601**	.662**	.635**	.645**	.571**	.581**	.588**	.638**	.627**	.676**	.628**	.648**	.666**	.696**	.691**	1				
[기관성과2] 지지	.571**	.624**	.624**	.611**	.528**	.574**	.558**	.641**	.605**	.648**	.646**	.641**	.647**	.697**	.664**	.775**	1			
[기관성과3] 인사전환	.557**	.602**	.587**	.562**	.482**	.573**	.562**	.613**	.605**	.629**	.633**	.641**	.642**	.649**	.700**	.745**	.739**	1		
[사회성과1] 국민행복	.508**	.555**	.559**	.524**	.449**	.506**	.496**	.572**	.537**	.539**	.570**	.585**	.570**	.604**	.569**	.669**	.650**	.669**	1	
[사회성과2] 국가발전	.530**	.572**	.570**	.533**	.476**	.494**	.512**	.595**	.563**	.569**	.597**	.597**	.552**	.617**	.616**	.685**	.663**	.667**	.862**	1

** p<.01

2. 측정모형 검증

본 연구에 사용된 도구의 내적신뢰도를 평가하는 신뢰성계수는 상품품질 .889, 전달품질 .868, 환경품질 .900, 사회품질 .892, 전반적만족 .883, 기관성과 .900, 사회성과 .925로 나타나 측정 요인들의 내적 일관성은 매우 높은 것으로 나타났다.

연구모형의 모형추정가능성과 적합도를 검증하기 전 최대우도추정법에 의한 측정모형의 적합도를 추정하였다. 측정모형의 적합도 검증결과를 <표 6>에 제시하였다.

<표 6> 측정모형의 적합도 검증결과

적합도	χ^2	DF	P	CMIN/ DF	RMSEA	GFI	NFI	RFI	IFI	TLI	CFI
측정모형	354.345	149	.000	2.378	.054	.929	.961	.950	.977	.971	.977
수용기준			p>.05		<.07	>.9	>.9	>.9	>.9	>.9	>.9

측정모형의 적합도 평가는 카이제곱 검증과 적합도지수를 이용하여 검증하였다. $\chi^2 = 354.345(df=149)$, $p=0.000$, $GFI=0.929$, $CFI=0.977$, $NFI=0.961$, $IFI=0.977$, $TLI=0.971$, $RMSEA=0.054$ 값을 나타내었다. 먼저 카이제곱 검정에서는 모델의 적합도가 기각되었으나 이것은 모델을 채택할 필요조건이지 충분조건이 아니다. 카이제곱 외 다른 적합도 지수를 이용한 모형평가에서는 CFI, TLI 등 모든 적합도지수가 0.9 이상이고 RMSEA는 0.054로 모델의 수용조건을 충족시키고 있으므로 측정변수들은 본 연구를 설명하기에 무리가 없는 것으로 판단하였다.

<표 7>에서 측정항목들과 개념 간의 비표준화 요인적재치와 다중상관자승 값을 보면, 잠재변수와 측정변수 간 모수추정치 간의 관계에 대한 모수추정치가 모두 0보다 큰 값을 나타내고 있으며 이들 추정치에 대한 C.R. 값도 2를 훨씬 초과하고 있다. 또한 SMC 값은 4.0이상을 보여 잠재변수는 해당 측정변수들을 잘 설명하는 것으로 해석하였다.

또한 잠재변수와 측정변수 간의 관계를 살펴보면 측정변수들의 경로별 표준화된 요인부하량이 .771이상이고 회귀계수에 의한 통계적 유의성을 확보(C.R.>2.0)하였으므로 각 측정변수들은 잠재변수들을 적절하게 측정하고 있는 것으로 볼 수 있다.

<표 7> 측정모형 평가

요인	측정변수	요인 부하량	표준화된 요인부하량	표준 오차	C.R.	SMC	cronbach's Alpha
상품 품질	편의성	1.000	.904			.626	.889
	전문성	.998	.914	.034	29.427	.835	
	혁신성	.914	.791	.045	20.141	.818	
전달 품질	대응성	1.000	.841			.766	.868
	지원성	1.056	.771	.054	19.485	.594	
	공감성	1.125	.875	.048	23.592	.707	
환경 품질	쾌적성	1.000	.853			.701	.900
	편리성	1.176	.915	.044	26.562	.837	
	심미성	1.075	.837	.047	22.923	.728	
사회 품질	청렴성	1.000	.869			.805	.892
	공익성	1.028	.811	.046	22.580	.657	
	안전성	1.009	.897	.037	27.255	.755	
고객 만족	절대적만족	1.000	.833			.718	.883
	상대적만족	1.068	.861	.046	22.999	.742	
	감정적만족	.964	.847	.043	22.423	.694	
기관 성과	신뢰	1.000	.886			.784	.900
	지지	1.079	.868	.041	26.395	.754	
	인식전환	1.081	.850	.043	25.284	.722	
사회적 성과	국민행복	1.000	.919			.844	.925
	국가발전	.978	.938	.032	30.556	.880	

3. 구조모형 검증

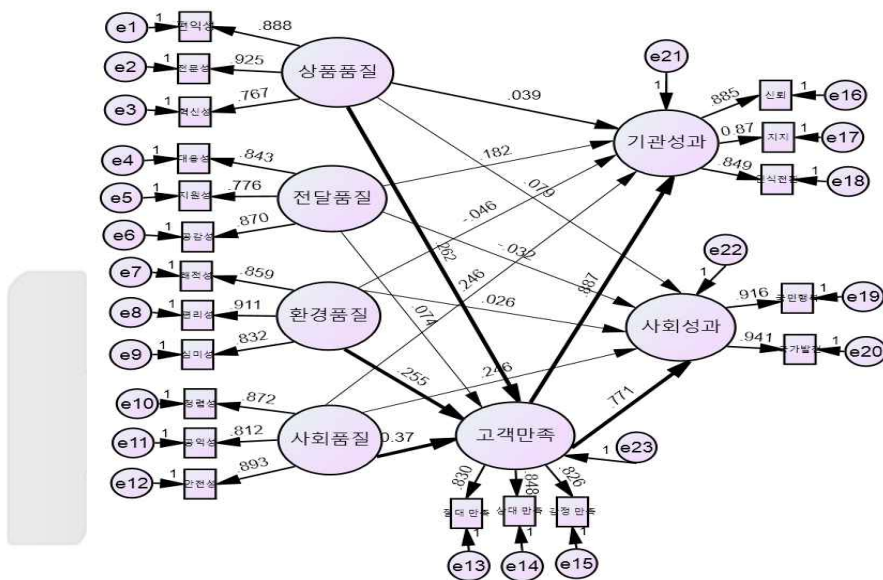
측정모형의 적합도 지수가 기준을 충족하여 구조모형의 적합도 검정을 실시한 결과를 <표 8>에 제시하였다. 모형의 적합도 평가는 카이제곱 검증과 적합도지수를 이용하여 검증하였다.

구조모형의 적합도 지수를 확인한 결과 $\chi^2=397.161(df=150)$, $p=0.000$, $GFI=0.921$, $AGFI=0.889$, $CFI=0.972$, $NFI=0.956$, $IFI=0.972$, $TLI=0.956$, $RMSEA=0.059$ 값을 나타내었다. CFI, TLI 등 모든 적합도지수가 0.9 이상이고 RMSEA는 0.059로 모델의 수용조건을 충족시키고 있으므로 교육서비스품질과 고객만족, 그리고 기관 및 사회성과 변수들의 구조적 인과관계를 본 연구를 통해 설명하기에 무리가 없는 것으로 판단하였다.

<표 8> 구조모형 및 수정모형 적합도 검정

구분	CMIN	DF	P	CMIN/DF	RMSEA	GFI	NFI	RFI	IFI	TLI	CFI
구조모형	397.16	150	.000	2.64	.059	.921	.956	.945	.972	.956	.972
수정모형	402.490	159	.000	2.531	.057	.920	.956	.947	.973	.967	.973

가. 구조모형의 표준화 경로계수



[그림 2] 구조모형의 표준화경로계수

먼저 교육서비스품질이 고객만족에 미치는 영향을 구조방정식 모형의 경로계수 값을 통해 영향력이 큰 순서대로 살펴보면 교육사회품질 0.370(p<.05), 교육환경품질 0.255(p<.05), 교육상품품질 0.246(p<.05), 교육전달품질 0.074(p>.05)로 나타났으며 이 중 전달품질만이 통계적으로 유의하지 않는 것으로 나타났다.

둘째 교육서비스품질과 기관성과 간의 영향력의 상대적 크기를 표준화 경로계수를 통해 살펴보면 사회품질이 0.246, 전달품질 0.182, 상품품질 0.039, 환경품질 -0.046으로 사회품질이 가장 높았으나 네 개 차원의 품질 모두 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다.

셋째 교육서비스품질 각 차원과 사회성과의 경로계수 값을 살펴보면 사회품질 0.246, 상품품질 0.079, 환경품질 0.026, 전달품질 -0.0321 보였으며 각 계수별 영향력의 상대적 크기는 사회품질이 가장 높았으나 모든 경로계수 값이 유의하지 않은 것으로 나타났다.

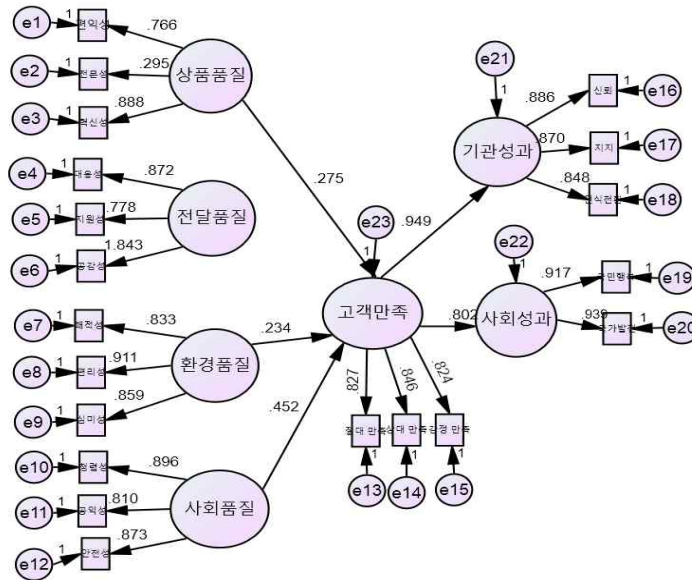
마지막으로 고객만족과 사회성과 간의 경로계수 값을 살펴보면 기관성과는 0.887(p<.05), 사회성과는 0.771(p<.05)이었으며 통계적으로 유의한 수준에서 유의미한 인과관계가 있는 것으로 나타났다.

교육서비스품질 네 개 차원 각각의 변수와 고객만족, 기관 및 사회성과와의 관계에서 고객만족의 매개효과를 검증하고자 직·간접 효과를 분석하여 <표 9>에 제시하였고 구조모형의 표준화된 경로분석 및 간접효과의 유의성 검증결과를 <표 10>에 제시하였다. 먼저 매개효과 검증을 위해 구조모형의 직·간접효과를 추정하였으나 교육서비스품질 각 차원과 고객만족, 그리고 성과와의 관계에서 모두 유의한 결과를 보이지 않아 모형에서 통계적으로 유의하지 않은 경로를 삭제하면서 모형을 수정하였고, 수정모형의 적합도결과는 <표 8>에 제시하였다. 수정모형의 적합도는 $\chi^2=402.490(p<.000, DF 159)$, GFI=.920, NF=1.956, RFI=.947, IFI=.973, TLI=.967, CFI=.973, MSEA=.057 등 전반적으로 모형의 적합도가 양호해지고 간명해졌으며, 특히 간접효과의 통계적 유의성이 개선되어 수정모형을 최종 연구모형으로 채택하였다.

<표 9> 구조모형 및 수정모형의 표준화 직간접 효과 추정

구분		상품품질		전달품질		환경품질		사회품질		고객만족	
		구조	수정	구조	수정	구조	수정	구조	수정	구조	수정
고객만족	직접효과	.262	.275	.074	-	.255	.234	.370	.452	-	-
	간접효과	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	총 효과	.262	.275	.074	-	.255	.234	.370	.452	-	-
기관성과	직접효과	.039	-	-.182		-.046	-	.246		.887	.949
	간접효과	.232	.261	.066	-	.226	.222	.328	.428		
	총 효과	.271	.261	-.116	-	.180		.574		.887	.949
사회성과	직접효과	.079	-	-.329	-	.026	-	.246	-	.771	-
	간접효과	.202	.221	.057	-	.196	.188	.285	.362		
	총 효과	.281	.221	-.272	-	.222	.188	.531	.362	.771	.802

나. 수정모형의 표준화 경로계수



[그림 3] 수정모형의 표준화경로계수

첫째, 교육서비스품질이 고객만족에 영향을 미치는 영향력을 수정모형의 표준화 경로계수 값을 통해 크기순으로 살펴보면 교육사회품질 0.452, 교육상품품질 0.275, 교육환경품질 0.234 순으로 나타나 교육서비스품질 세 개 차원별로 각각 고객만족과 인과관계가 있음을 보여주었다.

둘째, 교육서비스품질과 기관성과 간의 관계에서 구조모형에서는 사회품질이 가장 높은 영향력을 보였으나 통계적으로 유의하지 않아 교육서비스 품질과 기관성과 간의 직접효과는 유의하지 않는 것으로 해석하였다.

셋째, 교육서비스품질 각 차원과 사회성과와의 관계는 구조모형의 경로계수 값 추정치에서는 사회품질이 가장 크고 전달품질이 가장 작은 영향력을 갖는 것으로 나타났으나 통계적으로 유의하지 않아 교육서비스품질과 사회성과의 직접적인 효과는 없는 것으로 판단하였다.

넷째, 고객만족과 기관 및 사회성과 간 경로계수는 기관성과는 0.949(p<.05), 사회성과는 0.802(p<.05)로 통계적으로 유의하여 고객만족과 성과 간에 유의미한 인과관계가 있음을 확인하였다.

다섯째, 연구모형으로 채택한 수정모형을 통해 각 변수 간 인과관계를 살펴본 결과 상품 및 환경, 사회품질은 고객만족에 유의한 영향을 주는 것으로 나타났다. 그러나 교육서비스품질 네 개 차원의 변수들과 기관 및 사회성과에 미치는 영향은 통계적으로 유의하지 않았다.

<표 10> 구조모형 및 수정모형의 간접효과

인과관계	구조모형					수정모형				
	Estimate	C.R.	P	간접효과		Estimate	C.R.	P	간접효과	
				계수	p값				계수	p값
상품품질→고객만족	.013	3.716	***	-	-	.014	4.566	***	-	-
전달품질→고객만족	.004	.705	.481	-	-				-	-
환경품질→고객만족	.016	3.028	.002*	-	-	.015	3.144	.002*	-	-
사회품질→고객만족	.022	2.935	.003*	-	-	.027	4.665	***	-	-
상품품질→기관성과	.002	.540	.589	.232	.068	-	-	-	.261	.004**
전달품질→기관성과	-.011	-1.772	.076	.066	.649	-	-	-		
환경품질→기관성과	-.003	-.543	.587	.226	.105	-	-	-	.222	.030**
사회품질→기관성과	.015	1.891	.059	.328	.153	-	-	-	.428	.004**
상품품질→사회성과	.005	.872	.383	.202	.089	-	-	-	.221	.004**
전달품질→사회성과	-.023	-2.513	.012	.057	.706	-	-	-		
환경품질→사회성과	.002	.241	.810	.196	.086	-	-	-	.188	.030**
사회품질→사회성과	.017	1.505	.132	.285	0.130	-	-	-	.362	.004**
고객만족→기관성과	.911	8.837	***	-	-	.978	22.14	***		***
고객만족→사회성과	.898	6.808	***	-	-	.938	18.19	***		***

다. 구조 및 수정모형의 직·간접효과

간접효과란 외생변수가 내생변수에 영향을 미칠 때 매개변수에 의해 매개되는 것을 의미한다. 본 연구에서는 고객만족이라는 매개변수를 통해 교육서비스품질이 기관 및 사회성과에 효과를 미치는 것으로 가정하여 먼저 각 변수 간의 직·간접효과를 추정하였다. 또한 간접효과

경로계수 값으로서 유의확률(p값)은 제시되어 있지 않아 통계적 유의수준 하에서의 간접효과 유무를 파악하기 위해 Bootstrap을 이용하여 p값을 확인하였다.

수정모델에서 간접효과가 나타날 수 있는 경로는 교육서비스 각 품질별 네 개 하위요소와 기관 및 사회성과 관계에서만 나타날 수 있다. 간접효과 계수를 통해 각 변수 간 간접효과를 살펴보면 교육상품품질과 기관성과는 0.261(p<.05), 환경품질과 기관성과는 0.222(p<.05), 사회품질과 기관성과는 0.428(p<.05)을 보이고 있으며 통계적으로 유의하였다. 또한 각 교육서비스품질이 고객만족을 통해 사회성과에 미치는 영향은 상품품질이 0.221(p<.05), 환경품질은 0.188(p<.05), 사회품질은 0.362(p<.05)로 나타났다.

구조모형에서 세 가지 차원의 교육서비스품질은 고객만족을 매개하여 기관 및 사회성과에 대한 간접효과가 유의한 수준에서는 없는 것으로 나타났다. 그러나 모형 수정 이후 수정모형에서는 교육서비스품질 각 차원들이 기관 및 사회성과에 미치는 간접효과는 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

라. 분석 결과의 논의

본 연구에서 제시한 가설에 따라 연구 문제에 대한 분석결과를 도출하면 다음과 같다.

첫째, 교육서비스품질의 네 가지 차원의 외생변수는 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것으로 가정하였다. 연구결과 교육상품품질과 교육사회품질, 그리고 교육환경품질은 고객만족에 각각 유의미하면서도 긍정적인 영향을 주는 것으로 나타나 교육서비스 품질이 고객인 교육생의 만족에 긍정적인 영향을 준다는 선행연구들(정기수, 2011; 오요섭, 최은수, 2006)에 근거한 본 연구의 가설이 지지되었다.

그러나 교육전달품질은 통계적 유의성이 없는 것으로 나타나 기각되었다. 교육만족도에 영향을 주는 요소로 행정서비스(권대봉 외, 2013), 교육프로그램 운영과 관련된 교육자와 운영자와의 관계, 의사소통방법, 제도와 규칙의 운영에 관한 과정적 차원의 만족(Caffarella & O'donnell, 1991), 서비스 지원(오요섭, 최은수, 2006) 등을 제시한 기존연구와는 다른 결과를 보여 이에 대한 면밀한 해석이 필요하다.

정유리, 차석빈(2008)은 교육서비스품질, 학생만족, 충성도 간 관계연구에서 교육서비스 품질을 교육·행정·복지·인적요인으로 구분하여 학생만족과 학교충성도 간의 관계를 연구하여 교육서비스품질요인들이 학생만족에는 정(+)의 영향을 보였으나 충성도에는 행정요인과 인적요인이 유의하지 않는 것으로 보고하여 선행연구들과는 다른 결과를 보였으며 이는 대학원생이라는 교육생의 특성에 기인하는 것으로 보았다.

둘째로 본 연구에서 교육서비스품질은 기관 및 사회성과에 직접적으로 영향을 미칠 것으로 가정하였으나 기관 및 사회성과에 미치는 직접적인 효과는 유의하지 않는 것으로 나타났다.

그러나 교육서비스품질의 간접효과를 추정한 결과 전달품질을 제외한 상품품질, 환경품질, 사회품질을 모두 유의한 것으로 나타났다.

셋째로 고객만족은 기관 및 사회성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타나 고객만족 수준을 높이면 고객충성도가 높아지고(Fornell, 1992), 고객만족은 재구매 및 구전의도에 긍정적인 영향을 미치며(이유재, 이청림, 2007), 고객만족이 기업의 재무성과에 영향을 주며(김민기, 윤재욱, 2008), 직무만족도는 기업의 매출액에 영향을 주고(주영주, 조선유, 2014), 학습자 만족은 추천의도에 긍정적 영향을 미친다(이상준, 윤관호, 김성운, 2013)는 선행연구들과 동일한 결과를 보여주고 있다.

마지막으로 교육서비스품질은 고객만족을 매개로 하여 기관 및 사회성과에 영향을 줄 것이라는 가설은 지지되었다. 이는 교육훈련과 기업성과 사이에서 직무만족, 조직몰입, 동기부여, 이직률의 매개효과(나인강, 2010; 박선민, 박지혜 2012; 전순영, 2012)를 검증한 연구와 판매성과의 매개효과(김종관, 배상림, 2006; 나인강, 2010)를 검증한 선행연구들과 유사한 결과를 보이고 있다. 또한 교육서비스 품질이 향상되면 고객만족이 증가하고 이것이 재구매 의도와 구전효과로 연결되어 기업의 성과를 향상시키는 것으로 입증한(이유재, 이준엽, 2001; Caruana 2002; Dabholkar, Shepherd, & Thorpe, 2002) 선행 연구결과와 일치된 결과를 보여주고 있다.

V. 결론

본 연구는 공무원 교육기관의 교육서비스품질이 고객만족과 기관 및 사회성과에 미치는 영향을 알아봄으로써 공공기관의 교육훈련의 질을 향상시키기 위한 시사점을 도출하는데 목적을 갖고 연구하였으며 그 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 공공기관의 교육서비스품질은 고객만족에 긍정적인 영향을 주고 있으며, 교육서비스품질은 고객만족을 매개로 하여 기관 및 사회성과에 영향을 미치고 있음을 밝혔다. 구체적으로 교육서비스품질을 상품품질, 전달품질, 환경품질 그리고 사회품질 4개 차원으로 구분하여 각 품질과 고객만족, 성과와의 구조적인 관계를 분석하여 전달품을 제외한 3개의 품질요소는 고객만족에 직접적인 영향을 미치고 있으며, 기관 및 사회성과에 간접적인 영향을 주고 있음을 확인할 수 있었다. 이는 공급자인 공무원 교육훈련기관이 제공하는 교육서비스품질이 수요자인 공무원의 고객만족을 매개로 하여 교육기관의 성과에 영향을 주는 것으로 밝힘으로써 공무원 교육에 대한 고객만족도와 교육훈련기관 성과를 연계하여 측정할 수 있는 가능성을 발견하였다는 데서 본 연구의 의의를 가질 수 있겠다.

둘째, 본 연구에서 교육서비스품질 네 개 차원 중 전달품질은 고객만족과 기관 및 사회성과

에 영향을 주지 않는 것으로 나타났는데 이는 교육대상자의 특성과 교육공급기관의 특수성에 기인한 것으로 판단된다. 전달품질의 하위요소인 대응성에 대한 설문내용은 ‘교육신청에서 수료까지 단계별로 신속하게 업무가 진행된다.’와 ‘교육과정에서 발생하는 교육생의 요구사항을 수용하려 노력한다.’로 구성되어 있다. 또한 지원성은 ‘교육프로그램, 강사, 일정 등과 같은 교육관련 정보를 사전에 제공한다.’와 ‘교육과 관련된 정보제공 및 의사소통 통로가 다양하다’이며 공감성은 ‘교육생의 문의사항에 대해 친절·신속·정확하게 처리 한다’로 구성되어 있다. 이는 교육서비스품질 구성요소로 널리 활용되고 있는 SERVQUAL모델에서 반응성(정기수, 2011; Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988)에 해당되는 것으로 고객을 돕고 신속한 서비스를 제공하겠다는 의지이며, 이에 대한 측정문항은 기관이 교육생들에게 언제 업무를 처리해 줄 것인지를 말해주는 정도, 직원들이 고객에게 즉각적인 서비스를 제공하는 정도, 직원이 아주 바쁠 때에도 고객의 요구에 신속하게 대응하는 정도로 구성되어 있다. 그리고 위에서 제시한 연구결과들은 교육서비스품질 중 반응성과 공감성이 고객인 학습자 만족에 영향을 주는 것으로 보고하고 있어 본 연구결과와는 상반된다. 반면 정유리, 차석빈(2008)은 교육서비스 품질을 교육요인, 행정요인, 복지요인, 인적요인으로 구분하여 교육서비스품질과 학생만족, 그리고 학교충성도 간의 관계를 연구한 결과 행정요인과 인적요인은 충성도에 유의한 영향을 주지 않는다고 밝힘으로써 선행연구들과는 상반되나 본 연구결과와는 일부 일치되는 결과를 도출하였으며, 선행연구에서는 이를 특수대학원이라는 교육대상자의 특수성에 기인한 것으로 해석하였다.

본 연구에서 교육대상자의 일반적인 특징을 보면 공무원이 77.2%이며 그 외 정부산하기관 및 NGO등도 주로 정부정책 사업을 수행하는 자들로 구성되어 있다. 공무원은 일반기업과 달리 교육프로그램에 참여하기 위해서 교육명령을 통해 확정을 받아야 한다. 대부분의 공무원교육기관들은 정부기관이므로 교육을 신청하는 것 자체로 해당프로그램의 교육대상자로 확정되며 교육신청과 수료확인이 행정정보망 내에서 해결된다. 그러나 본 연구에서의 분석대상 교육기관은 공무원조직에서 공공기관으로 전환되어 공무원을 대상으로 하는 교육훈련기능은 동일한 반면 교육신청과 교육비입금, 교육대상자 확정통보 등의 선발과정과 교육수료 통보 등의 교육행정 절차가 늘어나고 복잡해져서 대응성, 지원성, 공감성의 요소로 대별되는 전달품질에 영향을 준 것으로 파악된다.

따라서 공무원교육을 담당하는 공공기관에서는 교육서비스 품질을 통해 고객만족과 성과를 향상시키기 위해서 전달품질에 해당하는 대응성, 지원성, 공감성 및 교육행정 요소들을 주목할 필요가 있다. 특히 교육대상자인 공무원을 고객으로 인식하고 고객만족 관점에서 교육의 전·중·후 교육지원, 교육프로그램에 대한 홍보채널 다양화 및 교육선발 프로세스 개선으로 고객만족을 통한 기관성적을 향상시킬 수 있을 것으로 판단된다.

셋째, 교육서비스품질과 고객만족과의 관계에서 사회품질이 고객만족에 가장 큰 영향을 주었고, 매개효과 검증에서도 사회품질이 고객만족을 매개로 하여 기관 및 사회성적에 가장 큰

영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 통계적 유의성은 없었으나 교육서비스품질이 기관 및 사회성과에 미치는 직접효과에서도 사회품질이 가장 큰 영향을 주는 것으로 나타났다. 사회품질의 하위요소인 청렴성, 공익성, 그리고 안전성을 측정하는 설문은 직원들이 교육과정을 책임감 있고 공정하게 운영하는가와 교육을 통해 해당분야 발전에 기여하는지, 그리고 안전한 교육환경 제공을 위해 노력하고 교육과정 중 취득한 정보보호를 위해서 노력하는가와 관련된 문항이다.

공공서비스의 특성을 고려하여 추가된 사회품질 차원의 세 가지 요소인 청렴성과 공익성, 안전성을 측정하는 요소들이 상품품질의 세 가지 요소인 편의성, 전문성, 혁신성과 환경품질의 세 요소인 쾌적성, 편리성, 심미성 보다 더 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 공공부문 교육에서는 다양한 교육서비스 품질요소들 중 교육프로그램을 통한 해당분야 발전 등의 공익추구, 공공교육기관으로서의 사회적 책무성과 공정성, 안전성 등의 추구를 다른 요소보다 더 중요하게 다루어야 함을 보여주는 결과라 하겠다.

공공의 특수성을 반영하여 사회품질과 고객만족의 관계에서 각 품질들의 영향에 대해서는 2003년 공공기관 고객만족도 조사가 시작된 이후 사회품질이 교육품질의 중요한 한 차원으로 서 측정되어 왔으나 이에 대한 영향이나 인과관계와 관련된 연구를 찾아보기 힘들었다. 그러나 본 연구를 통하여 사회품질과 고객만족, 그리고 성과와의 관계 및 영향력을 실증적인 자료를 통해서 추정할 것으로 그 의의를 찾을 수 있겠다. 또한 일반 민간 기업이나 대학 등에서 실시하는 교육의 목표와 내용, 그리고 기대수준과 공공교육훈련기관에서 실시하는 교육에 대한 요구 및 기대가 다르고, 교육대상자의 특성에 따라 각 교육서비스의 품질차원이 만족과 성과에 미치는 영향이 달라질 수 있으므로(이진춘, 2009) 공공분야 교육서비스품질과 고객만족도, 사회적 성과에 대한 다양한 측면에서의 후속연구가 필요하다 하겠다.

마지막으로 본 연구는 공공기관의 교육서비스품질과 고객만족, 그리고 성과와의 관계에 대한 연구가 거의 없는 환경에서 실증적인 자료를 통해 이를 검증하였다는 데서 그 의의를 찾을 수 있으나 다음과 같은 제한점도 가지고 있다. 먼저 본 연구는 공공기관의 경영평가 지표의 일부로서 활용되고 있는 고객만족도 조사 자료를 활용하였으므로 모형 자체가 가지는 특수성으로 인해 연구의 결과를 일반화 하는데 한계를 갖는다. 또한 자료 검증을 위해 사용된 표본이 중앙부처 공무원 교육기관 중 공공교육훈련기관 한 곳을 대상으로 하였으므로 정부부처 사업의 특수성에 따라 교육대상자의 교육훈련 내용과 특성이 달라질 수 있으므로 연구결과를 공무원 교육 전반에 일반화 하는 데도 한계가 있을 수 있다.

기존의 국가 고객만족도 조사는 일반기업이 대상이었으므로 공공기관의 특수성을 반영하는데 한계가 있었다. 이에 따라 공공기관의 특성을 반영하여 사회품질과 사회적성과 측정지수를 추가하여 개발된 공공기관 고객만족도 조사는 2007년 이후 우리나라 공공기관에 대한 질적평가 자료로 활용되어 왔다. 그러나 기존 모델에 추가된 사회품질 및 사회적 만족, 사회성과를

포함한 교육서비스 품질과 고객만족, 그리고 성과 간의 인과관계를 추정한 연구를 발견하기 어려웠다. 이러한 상황에서 실증연구를 통해 이에 대한 검증을 시도한 것에 본 연구의 의미를 둘 수 있겠다. 따라서 이 연구를 계기로 공공부문에서 실시하는 공무원 교육훈련에 대한 교육서비스품질의 효과성평가 및 고객만족, 성과평가 등에 관한 연구자들의 관심과 후속연구가 이어지길 기대한다. 특히 공공부문의 특성에 적합하면서도 민간기업 교육과 비교할 수 있는 공공분야 교육서비스품질 성과측정 모형개발을 제안하는 바이다.



참고문헌

- 강순희(2010). 경력개발지원이 기업성장에 미친 영향: 교육훈련에 대한 보완효과. *노동정책연구*, 1A2). 35-65.
- 권대봉·권기범·정홍인(2013). 조직성과 측정변인에 관련된 국내학술지 연구동향 분석: 2000년 - 2012년 연구를 중심으로. *기업교육연구*, 1A1). 209-231.
- 김기태(2008) p4 교육훈련투자가 조직성장에 미치는 영향: 교육훈련에 대한 보완효과. *노동정책연구*, 1A2). 35-65
- 김기태·조봉순(2008). 인적자원관리와 조직성과간의 관계에 관한 연구: 인적자원관리 성과로서 종업원 태도의 매개효과를 중심으로. *인사·조직연구*, 16(1). 115-157.
- 김민기(2008). 고객만족이 기업재무성장에 미치는 영향. *대한산업공학회 한국경영과학회 춘계학술대회 논문집*, 2008(5). 20. 1382-1388.
- 김정은·김민수(2009) p5 경력개발프로그램 도입의 결정요인 및 조직성장에 미치는 영향: HR 프랙티스 매개효과를 중심으로. *인사관리연구*, 3A1). 83-107.
- 김민기·윤재욱(2008). 고객만족이 기업재무성장에 미치는 영향. *대한산업공학회 춘계학술대회 논문집*, 5(20). 1382-1388.
- 김안국(2002). 기업 교육훈련의 생산성 효과 분석. *경제학연구*, 5A3). 341-367.
- 김종관·배상립(2006). 인적자원관리활동과 기업재무성과와의 관계에 관한 연구. *인적자원관리연구*, 1A3). 57-78
- 김진덕(2011). 기업의 교육훈련이 경영성장에 미치는 영향. *HRD연구*, 1A1). 99-116.
- 김재호·나용규(2010). 아카데미 뷰티스쿨의 교육서비스 품질과 교육성과 및 학생만족도에 대한 연구. *한국미용학회지*, 1A(10). 254-265
- 나인강(2010). 기업의 훈련이 근로자의 인적자원성과 및 기업성장에 미치는 영향. *인적자원관리연구*, 1A1). 39-56.
- 노용진·정원호(2006). 기업 내 교육훈련의 생산성 효과와 조절변수. *산업노동연구*, 1A1). 265-289.
- 노용진·채창균(2009). 기업 내 교육훈련의 경영성과 효과. *노동정책연구*, 9(2). 67-93.
- 노정희·최진영(2012). 관광관련 고등학교의 교육서비스품질, 학생만족과 충성도 간의 구조적관계-관광관련 고등학교 유형의 조절효과를 중심으로. *관광연구*, 27(3). 77-98.
- 노혜란·박선희(2012). 공공기관 특화교육 현업적용도 사례 연구: H개발원을 중심으로. *학습과학연구*, 6(1). 92-120.
- 박광식(2009). 대학의 특성화 교육서비스가 학습자 만족과 취업기회에 미치는 영향. *한국비즈니스리뷰*, 1(1). 5-45.

- 박기관(2009). 지방정부 공공서비스의 고객만족도 평가 및 결정요인: 인제군 노인복지 행정서비스를 중심으로. *한국정책연구*, 9(2), 229-251.
- 박선민·박지혜(2012). 기업의 무형식 학습이 비재무적 성과를 매개로 재무적 성과에 미치는 영향. *HRD연구*, 14(1), 1-26.
- 박주성·김종호·신용섭(2002). 대학교육서비스 품질요인이 학생만족, 재입학의도 및 구전효과에 미치는 영향. *Asian Marketing Journal*, 4(4), 51-74.
- 반가운(2012). 상장기업의 교육훈련 과급효과 분석. *경제학연구*, 60(1), 93-123.
- 변정현(2007). 대학부설 평생교육기관의 교육서비스 마케팅. *인력개발연구*, 8(2), 37-70
- 석진홍·박우성(2013). 교육훈련과 기업성과: 잠재성장모형을 이용한 종단 연구. *조직과 인사관리연구*, 37(4), 119-143.
- 안경섭(2008). 공공부문의 조직문화가 조직성과에 미치는 영향. *한국정책과학 학회보*, 12(4), 103-131.
- 안상윤(2011). 교육훈련에 대한 지각이 구성원들의 조직몰입에 미치는 영향: 우리나라 종합병원을 중심으로. *대한경영학회지*, 24(4), 2073-2087.
- 이유재·이청림(2007). 고객만족이 기업성과에 미치는 영향에 있어서 고객충성도 변수의 역할. *마케팅연구*, 22(1), 81-102.
- 이유재·김주영·김재일(1996). 서비스 산업의 현황에 대한 실증연구. *소비자학 연구*, 7(2), 129-157.
- 이진춘(2009). 교육품질이 학교브랜드 이미지와 학교성과에 미치는 영향: 인문계고교를 중심으로. *의사결정학연구*, 17(1), 1-27.
- 오오섭·최은수(2006). 평생학습도시 주민의 평생교육 만족도에 관한 연구. *평생교육·HRD연구*, 2(2), 83-110.
- 이상준·윤관호·김성윤(2013). 교육서비스 만족도지수 모형개발 및 IPA를 통한 개선방안. *한국콘텐츠학회*, 13(11), 510-521.
- 이유재·이준엽(2001). 서비스 품질의 측정과 기대효과에 관한 재고찰: KS-SQI 모형의 개발과 적용. *마케팅연구*, 16(1), 1-26
- 이유재·이청림(2010). 고객만족과 고객추천이 기업성과에 미치는 동태적 영향: KCSI와 KNPS를 중심으로. *경영학연구*, 39(2), 279-307.
- 이학식·장경란·이용기(1991). 호텔산업의 시장지향성과 사업성과의 관계성 그리고 매개변수에 관한 연구. *경영학연구*, 28(1), 75-102.
- 전순영(2012). 경영자특성과 인적자원관리가 성과에 미치는 효과. *기업경영연구*, 19(2), 35-56
- 정기수(2011). 교육서비스 품질과 학습동기에 따른 성인학습자의 학습만족도 결정요인 분석. *평생교육·HRD연구*, 7(2), 1-22.

- 정유리·차석빈(2008). 교육서비스품질, 학생만족 및 학교충성도간 관계연구. *관광연구*, 23(2). 139-155.
- 조세형(2010). 기업의 인적자원개발 투자가 조직성과에 미치는 영향: 전략적 인적자원개발의 조절효과. *HRD연구*, 11(2). 1-18.
- 조은경(2010). 교육과정 평가단계별 측정도구개발 및 적용사례. *중앙공무원교육원 우수교안 및 연구보고서*, 28. 213-323.
- 주영주·조선유(2014). 기업의 교육훈련비, 직무만족도, 이직률, 직업기초능력, 교육훈련 수행성과, 매출액 간의 구조적 관계 규명. *HRD연구*, 11(2). 57-85.
- 차수련·채연수(1999). 교육서비스품질의 측정에 관한 연구. *경상논총*, 17(2). 81-110.
- 채선영·임미라·안대희·김광진(2013). 커피관련전공의 교육서비스품질이 학생만족도와 추천의도에 미치는 영향. *한국콘텐츠학회논문지*, 13(1). 425-436.
- 한인섭(2009). 성과지표와 고객만족의 연계성에 관한 연구. *한국행정학보*, 43(2). 177-200.
- 함창모·김진덕·조문기(2010). 기업의 교육훈련비가 경영성과에 미치는 영향. *회계연구*, 11(1). 285-308.
- 황희중(2012). 교육서비스 품질이 교육서비스 재구매 의도에 미치는 영향. *대한경영학회지*, 25(1). 1-19.
- Alford, J.(2002). Defining the client in the public sector: A social-exchange perspective. *Public Administration Review*, 62(3). 337-346.
- Ahmad, S. & Schroeder, R. G.(2003). The impact of human resource management practices on operational performance. *Journal of Operational Management*, 21. 19-43.
- Caruna, A.(2002). Service Loyalty: The effects of service quality and the mediating role of customer satisfaction. *European Journal of Marketing*, 36(7-8). 811-828
- Clarkson, P. & McCrone, P.(1998). Quality of life and service utilization of psychotic patients in south London. *The PRISM Study: Journal of Mental Health*, 7(1). 71-80.
- Cronin, J. J. Jr. & Taylor, S. A.(1992). Measuring service quality: a reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56(July). 55-68.
- Fornell, C.(1992). A national customer satisfaction barometer: The swedish experience. *Journal of Marketing*, 56(1). 6-21.
- Fornell, C. J., Michael D., Anderson, E. W., Cha, J. S., Bryan, B., & Everitt.(1996). The American Customer Satisfaction Index: Nature, Purpose, and Findings. *Journal of Marketing*, 60. 7-18.
- Huxley, P. J. & Warner, R.(1992). Case management for long term psychiatric patients. *Hospital and Community Psychiatry*, 43(8). 655-678

- Macduffie, J. P.(1995). Human Resource Bundles and Manufacturing performance
Organizational logic and Flexible Production systems in the world auto industry.
Industrial and Labor Relations Review, 48(2). 197-221.
- Osborne, D. & Gaebler. T.(1992). *Reinventing government: How the entrepreneurial
spirit is transforming the public sector*. Reading, MA: Addison-Wesley Longman,
INC.
- Parasuraman, A., Zeitham, V. A., & Berry, L. L.(1985). A conceptual model of service quality
and its implication for future research. *Journal of Marketing*, 49. 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L.(1988). SERVEQUAL: A multiple item scale
for measuring consumer perception of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1). 12-40.
- Pfeffer, J.(1995). Producing sustainable Competitive advantage through the effective
management of people. *Academy of Management Executive*, 9(1). 55-69.
- Tharenou, P., Sake, A. M., & Moore, C.(2007). A review and critique of research on training
and organizational-level outcomes. *Human Resource Management Review*, 17(3).
251-273.

논문접수 2014. 12. 31 / 수정 2015. 1. 31 / 게재확정 2015. 2. 23

- 오현복: 고려대학교에서 교육공학 전공 박사과정 중에 있으며 한국보건복지인력개발원
보건생명교육부 부장으로 재직 중임. 주요 관심분야는 전략적 인적자원개발
(SHRD), 공공HRD, 체제적 교수설계, 교육프로그램개발, 성인교육 효과 및 성
과평가 등임.
- 남미향: 고려대학에서 교육공학 전공 박사과정 중에 있으며 주요 관심분야는 체제적 교
수설계와 중국어 교육 등임.
- 이경숙: 고려대학에서 교육공학 전공 박사과정을 수료하였으며 ICT와 교육, 컴퓨터 교육
학 등이 관심분야임.
- 박인우: 플로리다 주립대학교에서 박사학위를 취득하였으며(교육공학 전공) 현재 고려대
학교 교육학과 교수로 재직하고 있음. 주요 관심분야는 교수설계, 매체활용, 스
마트교육, HRD 등임.

Abstract

A Study on the Effects of Educational Service Quality on Customer Satisfaction and Performance

Oh, Hyun-Bok(Korea University)

Nam, Mee-Hyang(Korea University)

Lee, Gyeong-Suk(Korea University)

Park, In-Woo(Korea University)

The purpose of this study was to examine relationship between educational service quality and performance by analyzing effects of 4 dimensions of educational service quality, that are content quality, transfer quality, environmental quality, and social quality, on organizational and social performance of public sector educational institute, and verifying whether the customer satisfaction mediates the effects. For the purpose to fulfill, the Public-Service-Customer-Satisfaction Survey developed by the Korean government in 2013 was used. The survey was a structured questionnaire with 7-point scale and was conducted in the form of one-to-one interview to 470 subjects from a public service institute. The data were analyzed with SPSS 17.0 and AMOS 20.0. Based on the analysis, it was found that the customer satisfaction was positively influenced by the educational service quality such as content quality, facilities quality and social quality, and the institutional and social performances were affected indirectly by the educational service quality. The influence of the social quality was the biggest among 4 educational service qualities in all the paths. However, the transfer quality did not have any direct or indirect effect on customer satisfaction and institutional/social performance. With these results, it was concluded that the transfer quality was the most considerable element in order to improve public sector education and social quality is also necessary condition to enhance the public sector educational system. The study also suggested that an evaluation model needs to be developed to measure the educational service quality of the public sector education and training system by considering the distinct characteristics of the system.

[Key Words] Educational service quality, Customer satisfaction, Educational performance