

Influence of the Education Service Quality and Result Expectations on Behavioral Intention: Focus on the TOEIC Business of a Global Company

교육서비스 품질과 교육성과의 기대일치여부가 행동의도에 미치는 영향: 글로벌기업의 TOEIC사업을 중심으로****

Ho-Gye Kang(강호계)*, In-Am Song(송인암)**, Hee-Joong Hwang(황희중)***

Abstract

Purpose – The TOEIC test has been leading the change in the quality and the globalization of companies for about last 30 years. The TOEIC test is taken by about two million people each year and is used as a criterion to select new employees in companies or government offices, for performance ratings, and for overseas posting selections. Universities also use TOEIC test in various ways. Since the TOEIC test is used for the selection of new students for admission, transferring extra credits, scholarships, graduation certification, and admission of international students studying abroad, many universities all over the country provide students with TOEIC study lectures through their own language institutes. Despite the fact, there has been no research on the service quality or even the current situation of these institutes. Thus, this study aims to evaluate the factors that impact TOEIC lecture service quality and analyzes the effect of the expectation related to the education service quality and the result of education on intentional behavior.

Research design, data, methodology – Data was collected by administering a survey to current TOEIC students from different university language institutes. The survey questionnaire comprised of a five-point Likert scale. The demographic analysis was conducted using the frequency analysis method and the factor analysis was conducted to verify the validity of questionnaire over any variable. The reliability analysis was conducted to verify the reliability of the results. Besides, multiple regression analysis, regression analysis, and mediated effect verification were also conducted. For education service quality, four different independent variables such as reliability, response, conviction, and sympathy were considered using the SERVQUAL survey model. Based on the research models, the study hypotheses below were formulated in order to recognize an effect relationship between the variables. The four hypotheses are, “the hypothesis on education service quality and TOEIC study result expectation,” “the hypothesis

on education service quality and behavioral intention,” “the hypothesis on study result expectation and behavioral intention,” and “the hypothesis on study result expectation and mediated effect.”

Results – The results are as follows. First, the factors like response, conviction, and sympathy have a positive influence on TOEIC study result expectations. Second, the TOEIC study result expectation has a positive influence on the factors of behavioral intention such as re-sign up, positive word-of-mouth, “loyalty towards school.” Third, it was verified that the mediated effect on behavioral intention was influenced by education service quality at university foreign language institute, while the study result expectation has only a partial mediated effect.

Conclusions – The implications of this study are summarized as follows: First, it suggests a new research model for the effect of the expectation related to the education service quality and the result of education in the university language institutes on the behavioral intention. Second, it has established a relationship between the education service quality and study result expectation by verifying the mediated effect on them.

Keywords : Education Service Quality, Expectation Accordance, Behavioral Intention, Positive Word-Of-Mouth, Resign-Up.

JEL Classifications : D11, D12, I20, M16, M31.

1. 서론

1.1. 연구 배경

오늘날 세계는 IT 기술과 인터넷의 발달로 인하여 점차 세계화, 국제화되어가고 있다. 이러한 세계화, 국제화라는 시대적 조류에 맞춰 영어는 현재 우리 사회 곳곳에서 중요한 척도로 활용되고 있다. 미국 최대 시험 출제 기관인 ETS(Educational Testing Service)가 출제하는 국제공인 영어능력시험인 토익(TOEIC: Test of English for International Communication)은 지난 30여 년간 영어교육의 질적 변화와 기업의 글로벌화를 이끌어 왔다. 토익은 평가기관의 신뢰성과 시험의 변별력 및 공정성을 인정받아 국내에서만 한 해 2백만 명 이상이 응시하고 있으며, 기업 및 단체, 각종 국가기관에서 신입사원 선발, 인사고과, 해외파견자 선발 등에 활용하게 됨으로써 대학에서도 다양하게 토익을 활용하고 있다. 대학에서는 현재 신입생 선발 및 편입학, 학점 인정이나 장학금 지급, 해외연수자 선발, 졸업 인증제 등에 토익성적을 활용하고 있고 부속기관인

* First author, Doctor of Business Administration, Daejeon University, Korea. Tel: +82-10-5407-0865. E-mail: kanghk0102@hanmail.net

** Professor, Department of Business Administration, Daejeon University, Korea. Tel: +82-10-8808-0573. E-mail: sia6123@dju.kr

*** Corresponding author, Professor, Department of Business Administration, Daejeon University, Korea. Tel: +82-19-528-8040. E-mail: godson@dju.kr

**** This paper is a summary of Daejeon University Ph.D dissertation of Ho-Gye Kang

외국어교육원 등을 통하여 토익교육을 실시하고 있다.

대학은 토익 교육서비스 품질향상을 위해 고객인 학생들의 다양한 욕구와 불만족 사항들을 분석하여 교육성과와 고객충성도를 향상시킬 수 있고, 나아가서는 경쟁력을 강화시키며, 구전과 충성도를 통해 재수강 의도의 증대라는 효과를 얻을 수 있다. 또한, 대학의 외국어교육의 전반적인 서비스 품질 수준이 높을수록 고객만족과 고객충성도를 높일 수 있다는 연구결과도 있다(Park, 2010). 이처럼 토익은 대학생들이 대학 졸업 후 취업을 위해서는 반드시 준비해야 될 필수 조건으로서 대학 외국어교육원의 역할이 매우 중요하게 부각되고 있다. 그러나 그동안 대학 내 부속 교육기관의 설립에도 불구하고 외국어교육원에 대한 현황 파악과 대학 외국어교육원의 토익 교육서비스 품질에 대한 연구가 미비한 실정이다.

이에 본 연구에서는 현재 국내 대학의 토익활용 현황과 대학 내 부속기관을 통한 토익 교육실시 현황을 파악하고, 선행 연구를 바탕으로 대학 외국어교육원의 교육서비스 품질을 구성하는 요인들을 도출하고, 교육서비스 품질요인과 교육성과의 기대일치 여부가 행동의도에 미치는 영향을 실증분석 하고자 한다.

1.2. 연구 목적

본 연구의 목적을 보다 구체적으로 정리하면 다음과 같다.

첫째, 기대불일치, 교육서비스 품질과 교육성과, 행동의도에 관한 이론을 조명하고자 한다.

둘째, 교육서비스 품질이 교육성과의 기대일치에 어떤 영향을 미치는지를 규명하고자 한다.

셋째, 교육서비스 품질과 교육성과의 기대일치 여부가 수강생 행동의도에 어떤 영향을 미치는지를 규명하고자 한다.

넷째, 교육서비스 품질이 수강생 행동의도에 미치는 영향에 있어 기대일치 여부의 매개효과를 규명하고자 한다.

다섯째, 교육서비스 품질과 교육성과의 기대일치 여부가 수강생 행동의도에 미치는 영향에 대한 연구모형을 제시하고자 한다.

여섯째, 본 연구에서 규명되고 탐색된 결과가 대학 외국어교육원에서 교육서비스 품질을 이용한 마케팅 전략의 기초 자료로 활용될 수 있는 기반을 제공하고자 한다.

2. 이론적 배경

2.1. 기대-불일치 이론

2.1.1. 기대-불일치 이론의 개념

기대 불일치 이론은 고객의 기대와 기대에 대한 불일치가 고객만족에 미치는 영향을 규명하고자 하는 이론으로 정의할 수 있다(Lee, 2009). 여기서 기대란, 소비자들의 행동 특히 경제적 행동으로 설명할 수 있는데, 경제적 행동이란, 소비를 하는 고객들의 입장에서 가장 핵심적인 요인이라 할 수 있을 것이다. 이러한 기대의 개념은 사회심리학과 산업심리학의 학자들 사이에 ‘상호작용’ 또는 ‘외부의 사회적 영향’ 등으로 정의되고 있다(Kwon, 1990).

Tes & Wilton(1988)은 기대란 어떤 사건의 가능성에 대한 판단이며 더불어 그 사건에 대한 좋고 나쁨의 평가라고 정의하였고, Swan & Trawick(1981)은 소매점을 이용하는 고객을 대상으로 한 정의에서 ‘고객이 특정 소매점에 대하여 여러 탁월한 속성이 있어, 어떤 수준 이상의 성과를 달성할 수 있을 것이라 믿는 것’이라 정

의하였다.

기대불일치 이론의 이론적 근거는 최초 ‘순응수준이론’에서부터 시작되었다고 할 수 있다(Kim, 1996). 순응수준이론은 고객 자신이 가지고 있는 순응된 기준에 의해 외부의 자극을 지각하는 것을 가정하고 있는데, 여기서 순응이란, 환경에 적응하는 것을 의미하며, 순응수준은 어떤 자극 자체에 대한 지각, 또는 자극이 발생하는 배경 및 상황, 사람의 심리적이고 생리적인 특성의 세 요인을 포함하는 함수를 의미한다(Kim, 1996). 이러한 순응수준에 대하여 Oliver(1993)는 제품성과에 대한 기대가 하나의 순응수준으로 작용한다는 이론에 동의하면서 순응수준의 이론을 근거로 기대불일치 이론을 정립하였다(Sim, 2002).

2.1.2. 기대-불일치에 관한 선행연구

기대-불일치 변수에 관한 많은 연구들은 측정방법과 독립변수로서 만족에 직접효과를 미치는가에 대해서 이루어졌다. 소비자 만족 연구에서 독립변수로서 기대-불일치를 측정하는 연구들은 제품이나 서비스의 사전평가와 사후평가 간의 불일치를 객관적으로 측정하는 추론적 기대-불일치 또는 차감적 기대불일치에 관한 연구와 소비자가 주관적으로 지각하는 불일치를 측정하는 지각된 불일치 또는 주관적 불일치라 표현되는 연구로 나눌 수 있다(Lee, 2009). Oliver(1980)는 주관적 기대-불일치가 만족과 더 의미 있는 관계를 가진다고 하였으며, Tes & Wilton(1988)도 주관적 기대-불일치가 만족을 설명하는 데 효과적이라고 하였다.

2.2. 교육서비스 품질과 교육성과

2.2.1. 교육서비스 품질

Choi(2005)의 연구에서는 교육서비스의 내적 요인(본인태도)과 외적 요인(교수태도, 강의내용, 시설) 모두 만족한 간접 효과보다도 교육서비스에 대한 평가 자체가 동문회 참가나 기부금 등의 호의적인 충성도에 직접 미치는 영향이 더 큰 것으로 밝히고 있으며, 또한 Choi(2003)는 지각된 서비스 품질이 재구매 의도와 충성도에 긍정적인 영향을 미치고 있는 것으로 검증하였다. 이처럼 교육서비스의 품질은 학생의 행동의도에 영향을 미치는 것으로 분석되고 있다.

서비스의 품질과 고객만족은 행동의도의 중요한 변수로 알려져 있으며, 구매의도는 서비스의 품질, 고객만족과 직접적인 인과관계가 있음이 많은 연구를 통해서 밝혀지고 있다(Park, 2008). 즉 서비스 품질은 고객의 행동의지에 영향을 미치며, 서비스 품질을 향상시키면 고객은 보다 높은 만족을 하는 것으로 알려져 있다(Park, 2010).

Lee(2000), Lee(2005), Bae(2006) 등의 연구에서는 대학 교육서비스 품질요인이 학생만족에, 그리고 학생만족은 다시 학생의 행동의도에 유의한 영향을 미친다고 하였고, Hong(2005)의 연구에서는 교육서비스의 품질과 고객만족, 고객충성도 간에 각각 정(+)의 관계가 성립한다고 하였다. Lee(2007) 역시 전반적 서비스 품질이 서비스 가치와 서비스 만족, 그리고 애교심 형성에 영향을 미친다고 하였다. 서비스 품질은 고객이 긍정적 그리고 유익한 서비스 경험을 받게 되면 그들의 친구나 가족들에게도 같은 경험을 하도록 권장하게 된다.

<표 1> 교육서비스 품질의 결정요인

요 인	정 의
신뢰성 (Reliability)	믿음 있고 정확하게 약속된 서비스를 제공하려는 노력
확신성 (Assurance)	고객을 도와주려는 의지와 즉각적으로 대응하는 노력
유형성 (Tangibles)	물리적인 시설 및 장비, 커뮤니케이션을 위한 유형 자료
공감성 (Empathy)	개별고객에 대하여 보여주는 특별한 관심과 보살핌의 감정이입 단계
응답성 (Responsiveness)	종업원의 도와주려는 의지가 고객으로 하여금 믿음직하게 느껴지게 하는 것

Source: Parasuraman et al.(1996).

<표 2> 교육성과에 대한 정의

연구자	정 의
Park(2002)	주어진 여건 하에서 업무수행결과를 달성하거나 향상된 업무의 질적 우수정도.
Oh & Kim(2002)	과거와 기존의 것보다 향상된 무엇을 달성 하려는 것.
Kim & Ahn (2007)	조직 효과성뿐만 아니라 능률성, 효율성, 형평성, 대응성, 인지적성과 등을 포함하는 매우 큰 의미로 정의.
Kang & Jeong (2007)	투입에 대한 산출의 비율뿐만 아니라 정책의 달성정도인 효과성, 사회에 대한 산출의 영향, 공공 서비스에 대한 고객만족도를 의미하는 생산성을 포함한다고 정의함.
Jeong et al.(2008)	학교 교육을 통해서 실현된 가치.
Kim & Na(2010)	조직의 목표를 실현하고 달성하는 정도.

2.2.2. 교육성과

교육성과에서 성과의 개념은 경영학 분야에서 강조된 개념으로 조직성과, 운영성과, 경영성과 등으로 생산성, 효율성, 효과성, 능률성 등의 개념으로 사용되었으며 매우 다양하고 복합적이라는 것이 대부분의 성과 연구에서 언급하고 있다(Kim & Ahn, 2007). 교육성과에 대한 연구에 있어서 고민스러운 문제는 교육성과의 개념적 정의를 어떻게 정의하느냐는 것인데, 이는 다양한 가치와 전달 체계를 가진 학교 교육성과의 개념적 정의가 어렵고, 교육성과의 측정지표 또한 제시가 어렵기 때문이다. 현재까지 기업교육의 성과 측정을 위해, 많은 논의가 이어지고 있다. 이는 기업교육의 객관적인 성과를 어떤 지표로 측정할 것이며, 그러한 지표들이 객관적인 측정이 가능한가에 대한 의문들이 있기 때문이다. 하지만 여러 가지 제약요인으로 인해 교육에 의한 성과를 객관적으로 계량화하여 측정할 수 없다고 하여, 그 영향 요인마저 파악할 수 없는 것은 아니다(Kim & Na, 2010). 대학교육성과의 개념을 정의하기 위해서는 성과에 대한 개념적 정의가 필요하다. 성과는 특정한 사안에 대한 특수용어라기 보다는 상황에 따라 다양한 의미로 해석될 수 있기 때문이다.

Park(2002)의 연구에서는 성과를 ‘주어진 여건 하에서 업무수행 결과를 달성하거나 향상된 업무의 질적 우수성 정도’라고 정의하고 있으며, 직무성과를 ‘조직의 부하 직원들이 조직의 목표나 업무를 달성하기 위해 보여준 노력의 과정이나 결과’라고 정의하였다. Kim & Na(2010)는 교육성과를 조직의 목표를 실현하고 달성하는 정도, 조직에 관계된 참여자들의 욕구를 균형적으로 충족시켜주는 정도라고 설명하고 있다. 학교의 교육성과에 대하여 Jeong et al.(2008)의 연구에서는 학교 교육을 통해서 실현된 가치라고 규정하며, 학교의 교육성과를 구체적으로 파악하기 위해서는 학교 교육의 이념, 목적, 기능, 사회적 기대 등의 내용적 성과에 대한 분석이 필요하다고 하였다. Oh & Kim(2002)은 조직성과에 대한 정의를 ‘과거와 기존의 것보다 향상된 무엇을 달성하려는 것’이라고 규정하였다. Kang & Jeong(2007)의 연구에서는 성과는 ‘투입에 대한 산출의 비율뿐만 아니라 정책의 달성 정도인 효과성, 사회에 대한 산출의 영향, 또는 공공서비스에 대한 고객만족도를 의미하는 생산성을 포함한다.’고 정의하였다. Kim & Ahn(2007)의 연구에서는 ‘조직 효과성뿐만 아니라 능률성, 효율성, 형평성, 대응성, 인지적 성과 등을 포함하는 매우 큰 의미’로 정의하고 있다. 이상과 같이 교육성과에 대한 기존 연구에서는 개념 정의를 다양하고 복합적으로 하면서 범위나 대상을 특정하여 성과를 측정할 경우가 많았음을 알 수 있다.

2.3. 행동의도

행동의도(Behavioral Intention)는 서비스를 제공받은 고객의 자발적 행위 개념으로 Bettencourt(1997)는 “자발적 행위는 서비스 조직이 양질의 서비스를 제공할 수 있도록 지원하고 돕는 고객의 재량적 행위이다.”라고 개념화 했다. 자발적 행위는 고객이 서비스를 제공받을 때 고객으로서 수행해야 하는 의무적 행동과는 구분되는 행동이며, 관계 마케팅 측면에서 볼 때 고객관계의 유지 및 확대에 기여한다. Bowen & Schneider(1988)는 “서비스 생산에 있어 고객은 부분적으로 종업원의 역할을 자주 수행하게 되며 고객들은 조직의 내부에 있지는 않지만 유형 제품의 생산과정에서 생산직 종업원이 수행하는 업무의 일부를 서비스 생산과정에서 감당하고 있는 것이다.”라고 주장했다.

3. 연구모형 및 가설

3.1. 연구모형

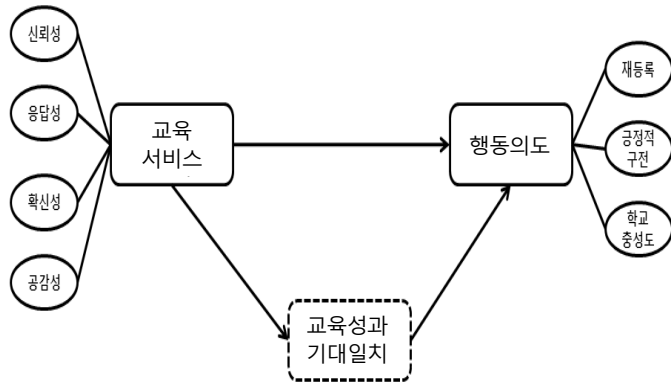
본 연구에서는 선행 연구를 바탕으로 대학 외국어교육의 서비스 품질이 교육성과의 기대일치와, 행동의도에 미치는 영향에 대하여 규명하고자 하였다. 이에 대한 실증연구를 위하여 Parasuraman et al.(1996)의 SERVQUAL 모형과 EVLN 모형을 기초로 연구모형을 개발하였으며, 각 요인들이 행동의도에 어떠한 영향을 미치는가를 검증하고자 하였다.

독립변수로서는 교육서비스 품질을, 종속변수로서는 행동의도를, 매개변수로서는 교육성과의 기대일치를 설정하였다. 먼저, 교육서비스의 품질은 SERVQUAL 모형을 원용하여 신뢰성, 응답성, 확신성, 공감성 등 4개 차원의 독립변수를 설정하였다. 이 4개 차원은 서비스 품질에 대한 수요자의 판단 기준을 대표하는 세부 속성들을 파악하고 이에 대한 기대와 인식 수준을 측정하는 척도로 개발된 것이며, 서비스 품질에 대한 수요자의 평가는 ‘서비스 행위에 대한 수요자의 기대’와 ‘실제 서비스에 대한 인식’을 비교하는 것에 기초하고 있다.

Bettencourt(1997)는 행동의도란 서비스를 제공받는 고객의 자발적 행위에 포함되는 개념이며, 자발적 행위는 서비스 조직의 양질의 서비스를 제공할 수 있도록 지원하고 돕는 고객의 재량적 행위라고 개념화 하였다. 서비스 품질이 미치는 인과관계로서의 행동의도는 재구매, 긍정적 구전, 충성도를 구성변수로 보았다.

교육서비스의 품질과 행동의도 사이의 매개변수로서 교육성과 기대일치 여부를 설정하였다. 교육성과란 교육과정에 대한 수강생의 소감이나 반응이 좋게 나타나는 것이 아니라, 교육을 통한 학습의 결과로서 수강생들이 실제 시험에 적용하여 서비스의 품질이 향상되고, 성적이 향상된 결과를 의미하는 것이다(Jeong, 1999).

위의 선행 연구를 바탕으로 <그림 1>과 같이 연구모형을 설정하였다.



<그림 1> 연구모형

3.2. 연구가설과 이론적 배경

3.2.1. 교육서비스 품질과 토익 교육성과 기대일치에 관한 가설

Kim & Na(2010)는 교육성과를 조직의 목표를 실현하고 달성하는 정도, 조직에 관계된 참여자들의 욕구를 균형적으로 충족시켜주는 정도라고 설명하고 있다. Park(2010)은 서비스 품질을 향상시키면 고객은 보다 높은 만족을 한다고 했다.

교육성과 기대일치라는 의미는 교육서비스에 대한 사전 기대수준과 교육 후의 성과의 차이에 대한 결과를 평가하는 것으로 볼 수 있는데, 실제 지각된 성과가 기대수준보다 높으면 기대일치를 충족한다고 보고, 실제 지각된 성과가 기대수준에 미치지 못하면 부정적인 불일치가 발생하였다고 판단한다. 선행 연구를 바탕으로 교육서비스 품질이 토익 교육성과 기대 일치에 미치는 영향관계를 알아보기 위하여 <가설 1>를 설정하였다.

<가설 1> 대학 외국어교육의 교육서비스 품질은 토익 교육성과 기대일치에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

<1-1> 교육서비스 품질의 신뢰성은 토익 교육성과 기대일치에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

<1-2> 교육서비스 품질의 응답성은 토익 교육성과 기대일치에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

<1-3> 교육서비스 품질의 혁신성은 토익 교육성과 기대일치에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

<1-4> 교육서비스 품질의 공감성은 토익 교육성과 기대일치에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.2.2. 교육서비스 품질과 행동의도에 관한 가설

서비스의 품질과 고객만족은 행동의도의 중요한 변수로 알려져 있으며, 구매 의도는 서비스의 품질, 고객만족과 직접적인 인과관계가 있음이 많은 연구를 통해서 밝혀지고 있다(Park, 2008). 즉 서비스 품질은 고객의 행동의도에 영향을 미치며, 특히 대학교육서

비스 품질요인이 학생만족에, 그리고 학생만족은 다시 학생의 행동의도에 유의한 영향을 미친다고 하였다(Lee, 2000 ; Lee, 2005 ; Bac, 2006). 이와 같은 선행연구를 바탕으로 교육서비스 품질이 행동의도에 미치는 영향관계를 알아보기 위하여 <가설 2>, <가설 3>, <가설 4>를 설정하였다.

<가설 2> 대학 외국어교육의 교육서비스 품질은 수강생 행동의도 요인 중 재등록에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

<2-1> 교육서비스 품질의 신뢰성은 수강생 행동의도 요인 중 재등록에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

<2-2> 교육서비스 품질의 응답성은 수강생 행동의도 요인 중 재등록에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

<2-3> 교육서비스 품질의 혁신성은 수강생 행동의도 요인 중 재등록에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

<2-4> 교육서비스 품질의 공감성은 수강생 행동의도 요인 중 재등록에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

<가설 3> 대학 외국어교육의 교육서비스 품질은 수강생 행동의도 요인 중 긍정적 구전형성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

<3-1> 교육서비스 품질의 신뢰성은 수강생 행동의도 요인 중 긍정적 구전형성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

<3-2> 교육서비스 품질의 응답성은 수강생 행동의도 요인 중 긍정적 구전형성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

<3-3> 교육서비스 품질의 혁신성은 수강생 행동의도 요인 중 긍정적 구전형성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

<3-4> 교육서비스 품질의 공감성은 수강생 행동의도 요인 중 긍정적 구전형성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

<가설 4> 대학 외국어교육의 교육서비스 품질은 수강생 행동의도 요인 중 학교 충성도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

<4-1> 교육서비스 품질의 신뢰성은 수강생 행동의도 요인 중 학교 충성도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

<4-2> 교육서비스 품질의 응답성은 수강생 행동의도 요인 중 학교 충성도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

<4-3> 교육서비스 품질의 혁신성은 수강생 행동의도 요인 중 학교 충성도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

<4-4> 교육서비스 품질의 공감성은 수강생 행동의도 요인 중 학교 충성도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.2.3. 교육성과의 기대일치 여부와 행동의도에 관한 가설

Jeong(2008)은 교육성과를 학교 교육을 통해서 실현된 가치라고 정의하였다. Boulding et al.(1993)은 행동의도를 소비자들이 어떤 대상에 대한 태도를 형성한 후 특정한 미래행동으로 나타내려는 것으로 행동의도의 구성요소를 재이용, 계속적인 이용, 그리고 긍정적 구전으로 구분하였다. 이와 같은 선행연구를 바탕으로 교육성과의 기대일치 여부와 행동의도에 관한 영향관계를 알아보기 위해 <가설 5>를 설정하였다.

<가설 5> 대학 외국어교육의 토익 교육성과의 기대일치가 높을수록 행동의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

<5-1> 토익 교육성과의 기대일치가 높을수록 재등록에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

<5-2> 토익 교육성과의 기대일치가 높을수록 긍정적 구전형

성에 정(+의) 영향을 미칠 것이다.

<5-3> 토익 교육성과의 기대일치가 높을수록 학교 충성도에 정(+의) 영향을 미칠 것이다.

3.2.4. 교육성과 기대일치 여부의 매개효과에 관한 가설

교육서비스의 품질과 행동의도 사이의 매개변수로서 선행연구 결과를 바탕으로 교육성과 기대일치 여부를 설정하였다. 교육성과란 교육과정에 대한 수강생의 소감이나 반응이 좋게 나타나는 것이 아니라, 교육을 통한 학습의 결과가 수강생들이 실제 시험에 적용하여 서비스의 품질이 향상되고, 성적이 향상된 결과를 가져오는 것을 뜻하는 것이다(Jeong, 1999). 이와 같은 선행연구를 바탕으로 교육성과 기대일치 여부의 매개효과가 있을 것으로 판단되어 <가설 6>, <가설 7>, <가설 8>를 설정하였다.

<가설 6> 대학 외국어교육의 교육서비스 품질이 행동의도 요인 중 재등록에 미치는 영향에 있어 교육성과 기대일치 여부는 매개역할을 할 것이다.

<6-1> 신뢰성이 재등록에 미치는 영향에 있어 교육성과 기대일치 여부는 매개역할을 할 것이다.

<6-2> 응답성이 재등록에 미치는 영향에 있어 교육성과 기대일치 여부는 매개역할을 할 것이다.

<6-3> 확신성이 재등록에 미치는 영향에 있어 교육성과 기대일치 여부는 매개역할을 할 것이다.

<6-4> 공감성이 재등록에 미치는 영향에 있어 교육성과 기대일치 여부는 매개역할을 할 것이다.

<가설 7> 대학 외국어교육의 교육서비스 품질이 행동의도 요인 중 긍정적 구전 형성에 미치는 영향에 있어 교육성과 기대일치 여부는 매개역할을 할 것이다.

<7-1> 신뢰성이 긍정적 구전 형성에 미치는 영향에 있어 교육성과 기대일치여부는 매개역할을 할 것이다.

<7-2> 응답성이 긍정적 구전 형성에 미치는 영향에 있어 교육성과 기대일치여부는 매개역할을 할 것이다.

<7-3> 확신성이 긍정적 구전 형성에 미치는 영향에 있어 교육성과 기대일치여부는 매개역할을 할 것이다.

<7-4> 공감성이 긍정적 구전 형성에 미치는 영향에 있어 교육성과 기대일치여부는 매개역할을 할 것이다.

<가설 8> 대학 외국어교육의 교육서비스 품질이 행동의도 요인 중 학교 충성도에 미치는 영향에 있어 교육성과 기대일치 여부는 매개역할을 할 것이다.

<8-1> 신뢰성이 학교 충성도에 미치는 영향에 있어 교육성과 기대일치 여부는 매개역할을 할 것이다.

<8-2> 응답성이 학교 충성도에 미치는 영향에 있어 교육성과 기대일치 여부는 매개역할을 할 것이다.

<8-3> 확신성이 학교 충성도에 미치는 영향에 있어 교육성과 기대일치 여부는 매개역할을 할 것이다.

<8-4> 공감성이 학교 충성도에 미치는 영향에 있어 교육성과 기대일치 여부는 매개역할을 할 것이다.

4. 연구방법

4.1. 조작적 정의 및 측정

4.1.1. 교육서비스 품질

교육서비스 품질은 교육서비스를 학교당국과 교직원들이 제공하는 일련의 교육활동과 행정지원 서비스로 정의하였다(Park et al., 2003). Lee et al.(2000)은 교육서비스 품질을 ‘교육서비스의 우월성에 대한 소비자의 전반적인 평가 또는 태도’라고 정의하였다.

따라서 본 연구에서는 교육서비스를 교육목적을 달성하기 위해 대학 외국어교육원과 교직원들이 제공하는 제반 교육활동과 행정지원 서비스로 정의하고자 하며, 교육서비스 품질을 교육서비스에 대한 학생의 전반적인 평가로 정의하고자 한다.

Parasuraman et al.(1996)이 제시하고 있는 신뢰성, 응답성, 확실성, 공감성의 4개 차원으로 교육서비스 품질을 구성하였으며, 16개 항목으로 설문을 구성하였다. 교육서비스 품질에 대한 변수의 조작적 정의는 Parasuraman et al.(1996)이 정의한 교육서비스 품질의 결정요인에 의하여 다음과 같이 정의하고자 한다.

4.1.1.1. 신뢰성(Reliability)

신뢰성이란 ‘대학 외국어교육이 서비스의 제공이나 문제의 해결 등에서 작간접적으로 한 약속이나 교육서비스를 제공하는 강사나 교직원이 표현한 약속을 대학 외국어교육원의 차원에서 책임지고 제공하는 것으로서 학생들이 인식하는 정도’로 정의하였다.

4.1.1.2. 확신성(Assurance)

확신성은 ‘대학 외국어교육기관과 학생간의 상호 의사소통을 통하여 서로에게 믿음을 주는 것’으로 정의하였다. 개인의 필요성과 공급자가 제공하는 조건이 어긋나기도 하고, 본인의 개인적인 여건이 변할 수 있기도 하다. 그러한 상황이 발생하더라도 고객은 자신이 선택한 서비스 기업에 대한 확실한 믿음을 갖게 해야 하는 것이다.

4.1.1.3. 공감성(Empathy)

공감성의 핵심은 개인별로 차별화된 서비스가 고객 자신에게 특별화된 느낌을 갖게 하는 것이다. 고객은 서비스를 제공하는 교육기관이 자기 자신에 대하여 충분히 숙지하고 지도하여 주기를 원한다. 본 연구에서 공감성은 ‘대학 외국어교육기관의 교직원과 강사가 학생들의 욕구를 파악하고 그 취향까지 파악하여 이를 감안한 관계를 구축하고자 하는 것’으로 정의하였다.

4.1.1.4. 응답성(Responsiveness)

응답성은 ‘대학 외국어교육기관이 학생의 요구, 질문, 불만, 문제 등을 처리하는 배려와 신속한 대처를 의미하는 것’으로 정의하였다. 즉, 중요한 서비스의 접점에서 언급한 종업원 행동과 서비스 품질에 대한 응대성간에는 강한 유사성이 있는 것이다.

4.1.2. 교육성과 기대일치 여부

Park & Hong(2009)은 교육성과를 ‘교육의 효과성’으로 보았다. 교육효과성은 학교의 목적이나 목표를 성공적으로 수행하는 정도, 즉 학교 교육의 목표를 얼마나 달성 하였는가로 정의하여 사용하였다. 여기서 언급한 교육의 목표는 학생들에게 교육서비스를 제공하고 강사와 학생의 상호간 연대감 조성을 통한 교육목표의 달

성도를 나타내는 개념이다. 다시 언급하면 교육목표의 달성도는 학생 개인의 성적향상과 관련된 개념이라는 것이다.

이와 같은 선행 연구를 바탕으로 본 연구에서는 토익 교육성과의 기대일치 여부를 '모의토익 및 정기토익 시험의 성적 향상의 기대일치 정도'로 정의하였다.

4.1.3. 행동의도

4.1.3.1. 재등록

구매 의도는 소비자의 예상된 또는 계획된 미래행동을 의미하며, 신념과 태도가 행동으로 전환될 가능성으로 정의할 수 있다. Fishbein & Ajzen(1975)은 구매의도를 소비자들이 어느 정도 특정한 행동을 하고자 하는 의지를 표현하는 것이라 했다. 재등록은 '고객이 다시 그 서비스 업체를 방문하여 상품이나 서비스를 구매하려는 의향을 말하는 것으로 학원에서는 소비자가 이용한 어학원을 재등록하거나 계속 재등록 의도가 형성된 것'으로 정의하였다(Lee & Ahn, 2001).

4.1.3.2. 긍정적 구전

Anderson(1998)은 구전이란 개인간의 의사소통을 말하는 것으로 사람 대 사람 커뮤니케이션이며, 적어도 한 사람 이상의 타인에게 자신의 개인적 경험이 만족 여부에 대해서 이야기하는 것으로 구전 의도는 소비자가 자신이 경험한 제품 및 서비스에 대한 생각, 느낌, 이미지를 타인에게 전달하고 하고자 하는 의도라 하였다. 본 연구에서는 구전효과를 '자신이 이용하고 있는 대학 외국어교육원의 좋은 점들을 친구나 이웃에게 알리고 사용할 것을 권하는 모든 활동'으로 정의하였다(Goldenberg et al., 2000 ; Kang et al., 2011).

4.1.3.3. 학교 충성도

Oliver(1997)는 학교 충성도를 미래에 있어 선호하는 제품이나 서비스를 재구매하거나 혹은 다시 애용하겠다는 상태의 몰입이라고 했다. Hwang(2004)은 충성도를 '고객이 과거 경험과 미래에 대한 기대에 기초하여 현재의 서비스 제공자를 다음번에도 다시 이용하고자 하는 의도'로 정의하였다. 또한 Choi(2005)는 충성도의 개념으로써 행동의도라는 변수를 활용하였고, 이에 대한 정의로서 교육서비스 경험에 의해 지속적으로 관계를 유지하고자 하는 호의적인 행동의도라고 하면서, 동창회 참가, 기부금 등의 두 항목으로 이를 측정하였다. 본 연구에서는 학교 충성도를 "대학에 대한 자부심, 주변에 대한 대학의 적극적인 홍보 및 추천 등과 같은 수강생의 행동"으로 정의하였다.

4.2. 연구설계 및 자료수집

본 조사에서 사용된 설문지는 조사목적과 인사말을 포함하였으며, 구체적인 설문내용은 선행 연구를 바탕으로 추출된 관련 연구 변수들을 활용하였다. 또한 척도유형은 Likert 5점(Lee & Lim, 2009) 척도를 사용하여 총 설문 문항을 구성하였다.

4.2.1. 대학 외국어 교육기관의 토익 교육서비스 품질

교육서비스 품질은 Parasuraman et al.(1996)의 연구를 바탕으로 신뢰성, 확신성, 공감성, 응답성의 4가지 항목으로 구성하였다. 본 연구에서는 대학 외국어교육원의 특성을 고려하여 각각 4개의 문항으로 총 16개 설문 문항을 구성하였다. 신뢰성은 '학생 정보의 효율적 관리, 학생과의 약속을 지키려는 노력, 강사진의 신뢰, 정

확한 교육서비스의 제공'의 4개 항목으로 구성하였다. 확신성은 '강의내용의 정확성, 제공되는 정보의 쉬운 이해, 충분한 학습자료 제공, 학생 기대에 부합하는 교육 제공'의 4개 항목으로 구성하였다. 공감성은 '학생에게 다양한 개인적 배려, 학생의 요구 이해, 개인에게 특화된 교육, 학생이 무엇을 원하는가에 대한 파악'의 4개 항목으로 구성하였다. 응답성은 '학생 필요 사항에 대한 신속한 제공, 학생의 학습에 대한 도움, 시험일정의 정확한 제공, 다양한 수험정보의 제공'의 4개 항목으로 구성하였다.

4.2.2. 토익 교육성과의 기대일치 여부

Park & Hong(2009), Kim & Ahn(2007)의 연구를 바탕으로 토익 교육의 성과를 측정하기 위하여 전반적인 토익 교육성과 기대일치 여부, R/C · L/C의 기대일치 여부의 3개 문항으로 나누어 설문 문항을 제시하였다. 교육성과의 기대일치 여부에 대하여 '토익성적 향상의 기대일치 여부, 토익 R/C 향상의 기대일치 여부, 토익 L/C 향상의 기대일치 여부'의 3개 항목으로 구성하였다.

4.2.3. 행동의도

Lee(2000), Park J. Y.(1999), Park K. H.(1999), You et al.(1998)의 연구를 바탕으로 행동의도를 재구매의도, 긍정적 구전, 학교 충성도의 3개 항목으로 구성하였다. 본 연구에서는 대학 외국어교육기관의 특성을 고려하여 각각 3개의 문항으로 총 9개 설문 문항을 구성하였다. 재등록 의도를 '계속수강 여부, 우리대학 외국어교육원 선택여부, 수강중인 주변 사람들에게 권유'의 3개 항목으로 구성하였다. 긍정적 구전을 '주변사람 추천, 외국어교육기관의 장점 홍보, 주변 사람들에게 수강권유'의 3개 항목으로 구성하였다.(Kang et al., 2011) 학교 충성도를 '교육서비스 경험에 의해 지속적으로 관계를 유지하고자 하는 호의적인 행동의도라고 하면서, 동창회 참가, 기부금을 납부하고자 하는 의지'로 정의 하였으며, '대학에 대한 자부심 향상, 대학의 적극 홍보, 대학 적극 추천'의 3개 항목으로 구성하였다.

4.2.4. 응답자의 일반적 사항

응답자의 일반적 사항에 대하여 성별, 학교, 학년, 학과, 수강시 고려점, 수강기간, 정기토익 또는 모의토익성적 등 7개의 설문 문항을 구성하였다.

5. 실증분석 결과

5.1. 타당성 분석

5.1.1. 대학 외국어교육기관의 교육서비스 품질

대학 외국어교육기관의 교육서비스 품질과 관련된 16개의 설문 문항에 대하여 공통요인을 추출한 결과 공감성, 확신성, 신뢰성, 반응성의 4개 요인이 추출되었다. 교육서비스 품질에 대한 요인분석 결과는 <표 3>과 같다. 대학 외국어교육기관의 교육서비스 품질관련 설문문항 중 공감성 문항 1, 2, 3, 4의 4개 문항으로 추출되었으며, 확신성은 문항 5, 6, 7의 3개 문항으로 추출되었다. 또한 응답성은 문항 14, 15, 16의 3개 문항으로, 신뢰성은 문항 11, 19의 2개 문항으로 추출되었다.

<표 3> 교육서비스 품질에 관한 요인분석

교육서비스 품질 문항(I)		요인명			
		공감성	확신성	응답성	신뢰성
문항3	학생 개개인에 대한 특화된 교육 서비스제공	.814	.206	.175	.187
문항4	학생이 무엇을 원하는지 잘 이해	.772	.398	.225	.191
문항2	학생 요구를 잘 이해	.705	.320	.261	.230
문항1	학생에게 다양한 개인적 배려 제공	.693	.264	.228	.275
문항5	강의내용은 정확함	.334	.732	.172	.223
문항6	제공되는 정보를 쉽게 이해할 수 있음	.294	.726	.251	.218
문항7	충분한 학습자료 제공	.262	.717	.211	.280
문항15	시험일정을 정확히 제공	.168	.173	.826	.194
문항16	다양한 수업정보 제공	.391	.099	.687	.217
문항14	학생에게 학습에 대한 도움을 기꺼이 주려함	.189	.372	.672	.295
문항11	강사진은 신뢰가 감	.186	.345	.307	.706
문항9	학생의 정보등을 효율적으로 관리함	.457	.158	.283	.608
Eigenvalue		10.624	4.379	1.462	1.122
Cumulative		87.935			

5.1.2. 행동의도

대학 외국어교육기관의 수강생들에 대한 행동의도와 관련된 9개의 설문 문항에 대하여 공통요인을 추출한 결과 재등록, 긍정적 구전, 학교 충성도의 3개 요인이 추출되었다. 행동의도에 대한 요인분석 결과는 <표 4>와 같다.

대학 외국어교육기관의 수강생 행동의도 관련 설문문항 중, 학교 충성도는 문항 7, 8, 9의 3개 문항으로 구성되었으며, 긍정적 구전은 문항 4, 5, 6의 3개 문항으로 구성되었다. 마지막으로 재등록은 문항 1, 2의 2개 문항으로 추출되었다.

<표 4> 행동의도에 대한 요인분석

행동의도 설문문항(III)		요인명		
		학교 충성도	긍정적 구전	재등록
문항8	토익교육을 통하여 우리 대학을 적극 홍보하고 싶다	.853	.373	.229
문항9	토익교육을 통하여 주변사람들에게 우리 대학을 적극 추천하고 싶다	.826	.349	.302
문항7	토익교육을 통하여 대학에 대한 자부심이 향상되었다	.803	.311	.309
문항5	우리 대학 외국어교육원의 장점을 주변사람들에게 알릴 것이다	.385	.806	.213
문항4	주변사람들에게 수강하도록 추천할 것이다	.350	.731	.427
문항6	토익강좌를 선택 중에 있는 주변사람들에게 적극 추천 할 것이다	.399	.709	.399
문항1	계속해서 수강할 것이다	.233	.391	.818
문항2	토익강좌를 선택한다면 다시 우리 대학의 외국어교육원을 선택할 것이다	.410	.291	.785
Eigenvalue		4.481	1.747	1.478
Cumulative		85.622		

5.2. 신뢰성 분석

5.2.1. 교육서비스 품질

대학 외국어교육원의 교육서비스 품질 요인에 대한 신뢰성 분석결과 <표 5>에 나타난 바와 같이 각 요인에 대한 Cronbach's 알파값이 신뢰성 0.741, 응답성 0.831, 확신성 0.854, 공감성 0.897로 모두 0.6 이상이므로 각 변수의 신뢰성이 확보되었음을 알 수 있다.

<표 5> 교육서비스 품질 구성요인에 관한 신뢰성 분석

측정변수	측정 항목수	Cronbach's α	제외된 항목
신뢰성	2	.741	없음
응답성	3	.831	없음
확신성	3	.854	없음
공감성	4	.897	없음

5.2.2. 행동의도

수강생 행동의도에 대한 신뢰성 분석결과 <표 6>에 나타난 바와 같이 Cronbach's 알파값이 재등록 0.853, 긍정적 구전 0.902, 학교 충성도 0.934로 모두 0.6 이상이므로 변수의 신뢰성은 확보되었음을 알 수 있다.

<표 6> 행동의도에 대한 신뢰성 분석

측정변수	측정항목수	Cronbach's α	제외된 항목
재등록	2	.853	없음
긍정적 구전	3	.902	없음
학교 충성도	3	.934	없음

5.3. 가설 검증

5.3.1. 교육서비스 품질과 토익 교육성과 기대일치에 관한 가설

<표 7>에서와 같이 교육서비스 품질 요인 중에 신뢰성을 제외한 나머지 3가지 요인(응답성, 확신성, 공감성)은 교육성과 기대일치에 긍정적인 영향을 미치고 있다.

<표 7> 교육서비스 품질과 토익 교육성과 기대일치에 관한 가설

가설분류	가설내용	결과
교육서비스 품질과 교육성과 기대일치 여부에 관한 가설	1-1 교육서비스 품질의 신뢰성은 토익 교육성과 기대일치에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	기각 ($\beta=.085$ p=.115>.05)
	1-2 교육서비스 품질의 응답성은 토익 교육성과 기대일치에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택 ($\beta=.112$ p=.041<.05)
	1-3 교육서비스 품질의 확신성은 토익 교육성과 기대일치에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택 ($\beta=.151$ p=.008<.05)
	1-4 교육서비스 품질의 공감성은 토익 교육성과 기대일치에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택 ($\beta=.321$ p=.000<.05)

5.3.2. 교육서비스 품질과 행동의도에 관한 가설

<표 8>에서와 같이 교육서비스 품질 요인 중에 다른 요인과 달리 확산성은 행동의도에 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

<표 8> 교육서비스 품질과 행동의도에 관한 가설

가설분류	가설내용	결과
가설 2 교육서비스 품질과 행동의도 요인 중 재등록에 관한 가설	2-1 교육서비스 품질의 신뢰성은 수강생 행동의도 요인 중 재등록에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택 ($\beta=.273$ $p=.000<.01$)
	2-2 교육서비스 품질의 응답성은 수강생 행동의도 요인 중 재등록에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	채택 ($\beta=.096$ $p=.065<.1$)
	2-3 교육서비스 품질의 확산성은 수강생 행동의도 요인 중 재등록에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	기각 ($\beta=-.028$ $p=.609>.05$)
	2-4 교육서비스 품질의 공감성은 수강생 행동의도 요인 중 재등록에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택 ($\beta=.369$ $p=.000<.01$)
가설 3 교육서비스 품질과 행동의도 요인 중 긍정적 구전에 관한 가설	3-1 교육서비스 품질의 신뢰성은 수강생 행동의도 요인 중 긍정적 구전형성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택 ($\beta=.264$ $p=.000<.01$)
	3-2 교육서비스 품질의 응답성은 수강생 행동의도 요인 중 긍정적 구전형성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택 ($\beta=.181$ $p=.000<.01$)
	3-3 교육서비스 품질의 확산성은 수강생 행동의도 요인 중 긍정적 구전형성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	기각 ($\beta=-.073p=.1$ $45>.05$)
	3-4 교육서비스 품질의 공감성은 수강생 행동의도 요인 중 긍정적 구전형성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택 ($\beta=.406$ $p=.000<.01$)
가설 4 교육서비스 품질과 행동의도 요인 중 학교 충성도에 관한 가설	4-1 교육서비스 품질의 신뢰성은 수강생 행동의도 요인 중 학교 충성도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	채택 ($\beta=.197$ $p=.000<.01$)
	4-2 교육서비스 품질의 응답성은 수강생 행동의도 요인 중 학교 충성도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택 ($\beta=.242$ $p=.000<.01$)
	4-3 교육서비스 품질의 확산성은 수강생 행동의도 요인 중 학교 충성도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	기각 ($\beta=-.076p=.1$ $47>.01$)
	4-4 교육서비스 품질의 공감성은 수강생 행동의도 요인 중 학교 충성도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택 ($\beta=.384$ $p=.000<.01$)

5.3.3. 교육성과의 기대일치 여부와 행동의도에 관한 가설

<표 9>에서와 같이 교육성과의 기대일치 여부는 행동의도에 긍정적 영향을 미치지 것으로 나타났다.

<표 9> 교육성과의 기대일치 여부와 행동의도에 관한 가설

가설분류	가설내용	결과
가설 5 토익 교육성과 기대일치와 행동의도에 관한 가설	5-1 토익 교육성과의 기대일치가 높을수록 재등록에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	채택 ($\beta=.557$ $p=.000<.05$)
	5-2 토익 교육성과의 기대일치가 높을수록 긍정적 구전 형성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택 ($\beta=.529$ $p=.000<.05$)
	5-3 토익 교육성과의 기대일치가 높을수록 학교 충성도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택 ($\beta=.527$ $p=.000<.05$)
	1-4 교육서비스 품질의 공감성은 토익 교육성과 기대일치에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택 ($\beta=.321$ $p=.000<.05$)

5.3.4. 교육성과 기대일치 여부의 매개효과에 관한 가설

토익 교육성과 기대일치 여부의 매개역할을 검증하기 위해 Baron & Kenny(1986)가 제안한 매개변수 분석 방법인 단계적 다중회귀 매개분석을 실시하였다. 이 때 3단계에서 종속변수에 대한 독립변수의 영향이 유의하지 않으면 완전매개효과가 존재하는 것이며, 반대로 그 영향이 유의하면 부분매개효과가 존재하는 것이다. <표 10>과 같이 분석결과, 3단계에서의 종속변수에 대한 독립변수의 영향이 유의하게 나타났으나, 3단계에서 종속변수에 대한 독립변수의 영향력(표준화 회귀계수값)이 2단계에서의 독립변수의 영향력(표준화 회귀계수값)보다 작게 나타나서 부분매개효과가 있음이 입증되었다.

<표 10> 교육성과의 기대일치 여부의 매개효과에 관한 가설

가설분류	가설내용	결과
가설 6 교육서비스 품질이 수강생 행동의도 에 미치는 영향에 있어 교육성과 기대일치 의 매개효과	6-1 신뢰성이 재등록에 미치는 영향에 있어 교육성과 기대일치 여부는 매개역할을 할 것이다.	채택 (부분매개효과) : 2단계에서의 $\beta=.575$, 3단계에서의 $\beta=.398$
	6-2 응답성이 재등록에 미치는 영향에 있어 교육성과 기대일치 여부는 매개역할을 할 것이다.	채택 (부분매개효과) : 2단계에서의 $\beta=.504$, 3단계에서의 $\beta=.311$
	6-3 확산성이 재등록에 미치는 영향에 있어 교육성과 기대일치 여부는 매개역할을 할 것이다.	채택 (부분매개효과) : 2단계에서의 $\beta=.478$, 3단계에서의 $\beta=.264$
	6-4 공감성이 재등록에 미치는 영향에 있어 교육성과 기대일치 여부는 매개역할을 할 것이다.	채택 (부분매개효과) : 2단계에서의 $\beta=.598$, 3단계에서의 $\beta=.417$
가설 7 교육서비스 품질이 긍정적 구전 형성에 미치는 영향에 있어 교육성과 기대일치	7-1 신뢰성이 긍정적 구전형성에 미치는 영향에 있어 교육성과 기대일치 여부는 매개역할을 할 것이다.	채택 (부분매개효과) : 2단계에서의 $\beta=.619$, 3단계에서의 $\beta=.474$
	7-2 응답성이 긍정적 구전형성에 미치는 영향에 있어 교육성과 기대일치 여부는 매개역할을 할 것이다.	채택 (부분매개효과) : 2단계에서의 $\beta=.578$, 3단계에서의 $\beta=.423$
	7-3 확산성이 긍정적 구전형성에 미치는 영향에 있어 교육성과 기대일치 여부는 매개역할을 할 것이다.	채택 (부분매개효과) : 2단계에서의 $\beta=.505$,

의 매개효과	7-4	할 것이다.	3단계에서의 $\beta=.320$
		공감성이 긍정적 구전형성에 미치는 영향에 있어 교육성과 기대일치 여부는 매개역할을 할 것이다.	채택 (부분매개효과) : 2단계에서의 $\beta=.651$, 3단계에서의 $\beta=.516$
가설 8 교육서비스 품질이 학교 충성도에 미치는 영향에 있어 교육성과 기대일치의 매개효과	8-1	신뢰성이 학교 충성도에 미치는 영향에 있어 교육성과 기대일치 여부는 매개역할을 할 것이다.	채택 (부분매개효과) : 2단계에서의 $\beta=.578$, 3단계에서의 $\beta=.421$
	8-2	응답성이 학교 충성도에 미치는 영향에 있어 교육성과 기대일치 여부는 매개역할을 할 것이다.	채택 (부분매개효과) : 2단계에서의 $\beta=.577$, 3단계에서의 $\beta=.422$
	8-3	확신성이 학교 충성도에 미치는 영향에 있어 교육성과 기대일치 여부는 매개역할을 할 것이다.	채택 (부분매개효과) : 2단계에서의 $\beta=.479$, 3단계에서의 $\beta=.286$
	8-4	공감성이 학교 충성도에 미치는 영향에 있어 교육성과 기대일치 여부는 매개역할을 할 것이다.	채택 (부분매개효과) : 2단계에서의 $\beta=.619$, 3단계에서의 $\beta=.473$

6. 결론

6.1. 연구의 요약

본 연구는 교육학 관점이 아닌 경영학 관점에서 대학의 외국어 교육서비스의 품질에 연구의 초점을 맞추고, 교육 수요자의 기대 수준과 성과일치여부에 영향을 미치는 교육서비스 품질의 영향력을 구체적으로 검증하였다는 점에서 기존 연구들과 차별화된다. 구체적으로 연구결과를 요약하면 다음과 같다. 첫째, 토익 교육성과의 기대일치에 영향을 미치는 교육서비스 품질의 구성 요인은 응답성, 확신성, 공감성의 요인이며 이 중 공감성이 가장 큰 영향을 미치고 있음이 밝혀졌다. 둘째, 교육서비스 품질 구성요인 중 재등록에 긍정적 영향을 미치는 요인은 신뢰성과 공감성이며, 이 중 가장 큰 영향을 미치는 요인은 공감성으로 밝혀졌다. 셋째, 교육서비스 품질 구성요인 중 긍정적 구전 형성에 긍정적 영향을 미치는 요인은 신뢰성과 응답성, 공감성이다. 이 중 가장 큰 영향을 미치는 요인은 공감성으로 밝혀졌다. 넷째, 교육서비스 품질 구성 요인 중 학교 충성도에 긍정적 영향을 미치는 요인은 신뢰성과 응답성, 공감성이다. 이 중 가장 큰 영향을 미치는 요인은 공감성으로 밝혀졌다. 다섯째, 대학 외국어교육원의 교육서비스 품질이 수강생 행동의도에 긍정적인 영향을 미치고 있지만, 토익 교육성과의 기대일치가 수강생 행동의도에 더 큰 영향을 미친다는 연구결과가 나타났다. 여섯째, 대학 외국어교육원의 교육서비스 품질이 수강생 행동의도에 미치는 영향에 있어 토익 교육성과의 기대일치 여부는 모두 부분매개역할을 하고 있는 것으로 검증 결과 나타났다.

6.2. 연구의 학문적 시사점

연구의 학문적 시사점을 정리하면 다음과 같다. 첫째, 교육서비스 품질 구성요인이 교육성과 기대일치 여부에 미치는 영향에 있어서 신뢰성은 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

이는 수강생들이 대학 외국어교육원에서 제공하는 서비스의 신뢰성을 확인성과 구분하지 못하고 같은 개념으로 인식하고 있기 때문으로 보인다. 또한, 대학 외국어교육기관의 성적 향상의 약속으로 발생한 수강생의 성적 향상의 기대가 높아졌음에도 불구하고, 이를 수행하는 강사나 교직원의 실제 강의 품질을 통해 실제 교육 성과로는 연결되지 못함을 의미한다. 둘째, 대학 외국어교육기관의 교육서비스 품질 구성요인이 토익 수강생 행동의도에 미치는 영향에 대하여 분석한 결과 서비스 품질 구성요인 중 공감성 요인이 가장 큰 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다. 이는 수강생들은 강사 및 직원들로부터 차별화된 서비스를 받기를 희망하는 것으로 수강생들에게 친절한 서비스를 제공해야 될 것으로 본다. 또한, 교육기관이 향후 교육서비스 품질 향상 전략을 수립할 때, 수강생의 요구에 맞춘 개인화된 서비스를 제공하는 것을 최우선으로 해야 함을 시사한다. 셋째, 대학 외국어교육기관의 교육서비스 품질 구성요인이 토익 수강생 행동의도에 미치는 영향에 있어서 확신성은 의미있는 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 이는 토익 수강생들이 교육 프로그램이나 강의 내용을 중요시하며, 제공되는 정보가 재등록에 영향을 주지 않기 때문으로 생각된다. 넷째, 교육서비스 품질이 행동의도에 미치는 영향에 있어 교육성과의 기대일치 여부의 매개효과를 검증한 결과 모두 부분 매개효과가 있는 것으로 나타났다. 즉 교육성과 기대일치를 매개로 하여 교육서비스 품질이 수강생의 행동의도에 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 따라서, 외국어교육기관은 수강생들의 기대수준을 조사하고, 이에 상응하는 교육성과를 달성하여 기대를 충족시켜 주는 노력이 필요하다.

6.3. 연구의 실무적 시사점

본 연구를 통해 대학 외국어교육기관의 교육서비스 품질 요인 중 어떠한 요인을 중점적으로 관리할 것인지 또한 수강생의 교육 성과에 대한 기대를 충족시키는 점이 얼마나 중요한지를 설득력 있게 제시함으로써 앞으로 외국어교육 관련 연구에 많은 도움을 줄 수 있을 것으로 기대가 된다. 토익이 국내에 도입 된지 30년이 넘었고, 연간 토익 응시인원도 200만명이 넘는 상황에서 그동안 토익 관련 연구가 교육학이나 영문학 분야 중심으로만 이루어지고, 경영학 분야에서는 관련 연구가 매우 미미하였다. 이러한 현실에서 대학 외국어교육기관의 교육서비스 품질과 교육성과라는 주제를 경영학적 시각으로 실증 분석함으로써, 향후 외국어 교육사업의 글로벌 진출을 위한 초석을 세웠다고 볼 수 있다. 구체적으로 본 연구의 실무적 시사점을 정리하면 다음과 같다.

첫째, 수강생들의 교육성과 기대일치를 위해서는 강사 및 직원들이 수강생 개개인에 대한 차별화된 서비스제공, 수강생의 취향 파악, 수강생과의 보다 밀접한 관계 구축을 위해 노력해야 한다. 둘째, 대학 외국어교육원은 수강생의 재등록을 높이기 위하여 강사와 직원들이 상담을 통하여 학생 개개인의 취향과 요구사항에 대하여 파악하고, 이를 적극적으로 수용하고자 하는 노력을 해야 한다. 셋째, 수강생과 대학간의 공감대 형성을 통하여 대학 외국어교육원에 대한 긍정적 구전이 형성되면 잠재 소비자의 수강을 유도할 수 있을 것이다. 넷째, 대학 외국어교육원에서 제공되는 교육서비스 품질은 대학 전체의 학교 충성도를 제고시키며, 그 결과 대학의 학생지원 확보에도 도움을 줄 수 있다. 다섯째, 수강생이 토익 교육을 제공받음으로써 각자 기대수준과 교육성과가 일치할 수록 보다 강한 긍정적 반응을 형성함을 알 수 있다. 따라서 대학 외국어교육원에서는 수강생 개개인의 기대 수준을 파악하여 그에

부합하는 교육성과를 달성할 수 있도록 보다 많은 노력을 기울여야 할 것이다. 여섯째, 대학 교육서비스 품질 만족을 통하여 나타나는 수강생의 행동의도 반응에 있어 토익 교육성과 기대일치 여부가 중요한 역할을 하고 있다. 즉, 교육성과의 기대일치 여부는 대학의 외국인 교육서비스의 우수한 품질이 재등록, 긍정적 구전, 학교충성도와 같은 고객의 반응에 영향을 미치는 데 있어서 인과관계를 연결해 주는 고리 역할을 하고 있음을 의미한다.

6.4. 연구의 한계점 및 향후 연구방향

본 연구는 다음과 같은 몇 가지의 한계점을 가지고 있으며 이를 보완할 필요가 있다.

첫째, 연구 대상의 범위가 토익 교육을 실시하는 154개 대학 중에서 8개 대학의 수강생들만을 대상으로 한 표본이기에 일반화하기에는 다소 어려움이 있다고 볼 수 있다. 따라서 향후에는 조사 대상 대학을 지역별, 평판도별로 구분하여 보다 많은 대학으로 확장할 필요성이 있다고 본다.

둘째, 대학 외국어교육원기관의 토익교육 서비스 품질과 정규수업 과정의 토익교육 서비스 품질이 어떠한 차이가 있는지 비교 연구가 추가될 경우 앞으로 외국어교육의 실효적 방법을 찾아내는 융합적 연구에 기여할 수 있을 것으로 예상된다.

Received: December 04, 2012.

Revised: February 07, 2013.

Accepted: February 15, 2013.

References

- Anderson, E. W. (1998), "Customer Satisfaction and Word-of-Mouth", *Journal of Service Research*, 1(1), 5-17.
- Bae Soo-won (2006), "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", Bukyoung National University doctoral thesis.
- Baron, R. M. and Kenny, D. A.(1986), "The Moderate-mediator variable distinction in social psychological research : conceptual, strategic, and statistical considerations", *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 1173-1182.
- Bettencourt, L. A.(1997), "Customer Voluntary Performance: Customer As Partners in Service Delivery", *Journal of Retailing*, 73(3), 383-406.
- Boulding, W., Kalra, A., Staelin, R. and Zeithaml, V. A.(1993), "A Dynamic Process Model of Service Quality from Expectation to Behavioral Intentions", *Journal of Marketing Research*, 30(1), 7-27.
- Bowen, D. E. and Schneider, B.(1988), "Service Marketing and Management: Implications for Organizational Behavior", *Research in Organizational Behavior*, 20(1), 43-80.
- Choi, Chun-kyu(2003), "A study on the influence that perceived service quality along a lifestyle has on a repurchase intention and a loyalty", Sangmyung university doctoral thesis.
- Choi, Kyu-hwan(2005), "An Effects of Evaluation on the Satisfaction and Behavioral Intention in Tourism Education", *Consumer Culture Research*, 8(1), 135-152.
- Fishbein, M. and Ajzen, I.(1980), *Belief, Attitude, Intention and Behavior; An Introduction to Theory and Research*, Reading, MA: Addison Wesley, Cambridge, MA.
- Goldenberg, J., Libai, B. and Muller, E.(2000), "Talk of the Network: A Complex System Look at the Underlying Process of Word-of-mouth", *Marketing Letters*, 12(3), 211-223.
- Hong, Geum-soon(2005), "A Study on Each Level of Educational Service Quality on Customer's satisfaction and Loyalty", Myungji university doctoral thesis.
- Hwang, Byung-il(2004), "The Effects of Perceived Service Quality on Customer Satisfaction, Brand toward Attitude and Customer Loyalty", *Arithmetic Management Research*, 17(2), 131-159.
- Jeong, Yong-kil (1999), "Service Quality Measurement", *Seoul National University Business management Journal*, 33(3), 438-461.
- Jeong, Taek-hee, Park, Jeong-hyo, Lim, Yeon-jeong, Kim, Joo-ah and Lee, Kwang-hyung(2008), *Korea Educational statistic Research: mainly about the result from school education*, Seoul: Korea Education development institute.
- Kang, Gye-young, Song, In-am & Hwang, Hee-joong (2011), "An Influence of the Source Information of Word Mouth on the Sales of Educational Service", *Journal of Distribution Science*, 9(2), 73-81.
- Kang, Gye-young, Song, In-am & Hwang, Hee-joong (2011), "An Influence of the Satisfaction on Factors related to Educational Services sales of Re-registration and the Word of Mouth", *Journal of Distribution Science*, 9(3), 15-23.
- Kim, Chae-ho and Na, Woon-kyu(2010), "A Study on the Influence of Service Quality of Beauty Academ Education on Education Performance and Students Satisfaction", *Korea Beauty Journal*, 16(1), 254-265.
- Kwon, Hea-do(1990), "A Study on Customer Satisfaction: Expectation unreached paradigm", Seoul National University doctoral thesis.
- Kim, Kyu-dong(1996), "A Study on the Forming Procedure of Consumer Satisfaction", Chungang University doctoral thesis.
- Kim, Tae-Ryong and Ahn, Hee-Jeong(2007), "A study on composition and feature of the result", Korea administration institute spring session thesis, pp. 1-21.
- Kang, Yeo-Jin and Jeong, Jae-hwa(2007), "The Impacts of Public Personnel Management Justice on the Innovative Work Behavior of Public Servants: Focused of the Public Servants in the Central Government in Korea", *Korea Administration Newspaper*, 41(3), 243-271.
- Lee, Hak-sik and Lim, Ji-hoon(2009), *SPSS 17.0 Manual*, Seoul: Beopmoonsa.
- Lee, Kyeong-chul(2005), "A study on the effect of evaluative criteria in college education service on service quality, student satisfaction and behavioral intention", Sangmyung University doctoral thesis.
- Lee, Kyeong-oh(2000), "A Study on the Model Build - Up for Educational Service Marketing of University", Kyungnam University doctoral thesis.

- Lee, Pil-jae(2007), "A study on measurement and improvement for the service of education and administration in the university", Kyunggi University doctoral thesis.
- Lee, Woo-seung(2009), "The structural relationship of continuous behavior in resort utilization based on inconsistency of expectation and theory of service fairness", Kyunggi University doctoral thesis.
- Lee, Yong-ki, Jang, Byoung-jip, Kim, Jae-boong and Kim, Yong-beom(2000), "A study on Determinant of Students satisfaction: mainly about C school", *Customer Satisfaction Management Research*, 2(1), 8-10.
- Lee, Yoo-jae(2000), "A study for Customer Satisfaction", *Consumer science research*, 11(2), 139-166.
- Lee, Yoo-jae, Ahn Jeong-ki(2001), "A study on the effect of re-purchasing for Service mind and opinion", *Consumer Culture Research*, Institute of Korea Consumer Culture, 12(1), 53-74.
- Oh, Eul-lim and Kim, Koo(2002), "Decision Tree Analysis of Decision-Making under Uncertainty", *Korea administration newspaper*, 36(3), 77-98.
- Oliver, R. L.(1980), "Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions", *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460-469.
- Oliver, R. L.(1993), "Cognitive, affective and attributes of the satisfaction response", *Journal of Consumer Research*, 20(2), 418-430.
- Oliver, R. L.(1997), "Effects of Expectation and Disconfirmation on Post exposure Product Evaluation: An Alternative Interpretation", *Journal of Applied Psychology*, 62(4), 480-486.
- Parasuraman A., Zeithaml, V. A. and Berry, L. L.(1985), "A Conceptual Model of Service Quality and it's Implications for Future Research", *Journal of Marketing*, 49(2), 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L .L.(1991), "Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale", *Journal of Retailing*, 67(4), 55-68.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. and Berry, L. L.(1996), "The Behavioral Consequences of Service Quality", *Journal of Marketing*, 60(2), 31-46.
- Park, Hee-seo(2002), "A Study on the Relationship between Leadership Behavior and Organizational Citizenship Behavior of the Lower Class Civil Servants in Local Public Administration", *Korea Local self-government Journal*, 14, 69-78.
- Park, Jeong-su and Hong, Hee-Jeong(2009), "Educational Performance and Government Financial Support", *Education Finance Economy Research*, 18(1), 59-80.
- Park, Jin-young(1999), "A Study on the Influence of Airlines' Service Quality on Customer satisfaction and Customer Loyalty", Daegu University doctoral thesis.
- Park, Joo-seong, Kim, Jong-ho and Sin, Yong-seop(2003), "The Effects of University Education Service Quality Factors on the Students' Satisfaction, Intention of Continuing Studies, and Word-of-Mouth", *Korea Marketing Journal*, 4(4), 51-74.
- Park, Kyung-hee(1999), "A Study on the Impacts of Service Quality on the Customer Loyalty and the Effect of Parameter", Sejong University doctoral thesis.
- Park, Oh-seong(2008), *Service Management for Customer Satisfaction*, Korea Academic Information.
- Park, Seon-yong(2010), "The association among educational quality, students' satisfaction and behavioral intention", Kyungpook National University doctoral thesis.
- Sim, Sang-hwa(2002), "A study on the determination of tourist satisfaction in a theme tour", Kangwon National University doctoral thesis.
- Yoo, Dong-keun, Lee, Yong-ki and Park, Young-kyun(1998), *Customer Behavior: Principle and Implication*, Seoul: Yejigak.