Society of Korea Industrial and Systems Engineering Vol. 37, No. 3 : 75-81, September 2014 ISSN : 2005-0461(print)
http://dx.doi.org/10.11627/jkise.2014.37.3.75 ISSN : 2287-7975(online)

Quality Attribute Classification of Service Elements in Business Incubation Center

Soung-Hyun Kim* · Young-Rok Jeon**†

*Dept. of Industrial Engineering, Kyungnam University
**School of Mechanical Engineering, Kyungnam University

창업보육센터의 주요 서비스 요소에 대한 품질속성 분류

김승현* · 전영록**†

*경남대학교 대학원 산업공학과 박사과정
**경남대학교 기계공학부 교수

To establish a new creative economy, the worldwide efforts have been made to wriggle out the old economic paradigm after the financial crisis of 2008. When it comes to the limitation of the viability. the start up companies have a high risk of failure. Therefore business incubator (BI) should carry out the role to improve their viability. As for the maximization of the effect on the business incubating services as move in companies, it is important for BI to increase the level of business incubating services by the systemic and scientific measurement. This study showed that the quality of the BI center services was measured by Kano analysis and the previous research as follows. First, BI quality attribute by Timko's customer satisfaction came out into the attractive qualities on the 14 items that amount to the 70% of 20 business incubating services items. It is desirable to perform the strategy for the satisfaction. Secondly, basic business incubating services were interpreted as the one-dimensional quality like incubating spaces, parking facilities, security facilities, industry technology development funds, and incubating managers. Finally, training and educational service was recognized as indifferent quality. Futhermore, the improvement and the limitation of this study as well as the interpretation of analysis results are also provided.

Keywords : Business Incubating Services, Kano-Model, Service Quality, Quality Attribute

1. 서 론

2008년 발생한 세계 금융위기 이후, 전 세계적으로 기존 경제패러다임에서 벗어나 새로운 창조적 경제시스템을 구축하려는 노력을 하고 있다. 이러한 움직임에 우리나라도 예외가 아니며, 창조경제라는 새로운 기조 아래 창의성과 도전정신을 바탕으로 한 창업 기업 육성을 통하여 위기를 기회로 만드는 노력을 하고 있다. 그렇지만 신생 창업기업은 자생력 부족으로 인한 실패 가능성이 높기 때문에 자생력을 제고할 수 있는 제도가 필요하며, 이러한 역할을 창업보육센터(BI, business incubator)가 수행하고 있다.

국내의 BI 사업은 1992년 중소기업진흥공단과 (주)중부컨설팅이 정부로부터 창업보육사업자로 지정되어 안산창업보육센터를 설립하여 운영한 것이 시초가 되었으며, 1997년 이후로 그 수가 급증하여 정부와 민간사업자들이 운영하고 있다[10]. 그러나 창업보육센터의 활성화에도 불

Received 24 July 2014; Accepted 15 September 2014
† Corresponding Author : yrchun@kyungnam.ac.kr

구하고, 양적인 증가에 비해 자원의 효과적 지원 및 운영 정책 등이 미흡하여 지원 서비스의 질적인 수준이 높지 않다는 지적이 있다. 이를 극복하기 위해 정부가 2012년부터 실시한 BI 경쟁력 강화사업에서는 개별 입주기업 단위의 지원 방식의 한계점을 극복하고 BI와 입주기업 간의 연계가 가능하도록 하는데 초점을 맞추고 있다.

창업보육에 관한 국내 연구는 창업보육사업의 질적 성장에 관한 연구를 중심으로 활발하게 이루어지고 있다. 창업보육센터 운영 초기에는 창업보육센터의 성공적인 운영 및 평가에 관한 연구[11, 16]가 주류였고, 이후 창업보육센터 운영인력에 대한 연구[6], 창업보육센터 입주기업의 특성 연구[13], 대학과 연구소 창업보육센터 비교 연구[4] 등 창업보육사업의 특성 측면의 연구가 이루어졌다. 최근의 창업보육에 관한 연구들은 창업보육 서비스의 수요자 입장에서 제공받는 창업보육 서비스의 질적 제고방안 및 만족도에 관한 연구라는 공통점이 있다[2, 3, 10]. 즉, 최근 연구들은 창업보육센터의 정의나 역할과 같은 운영주체적인 측면이 아니라, 지원 서비스의 질적 제고 측면에 관한 연구로 확대되고 있다는 특성이 있다. 창업보육센터가 입주기업의 성공적인 창업과 성장을 위해 많은 지원을 하고 있으나, 입주기업의 입장에서 창업보육서비스의 효과를 극대화 시킬 수 있는 방안에 대한 고려가 부족하다고 판단된다.

창업보육 서비스의 질적 수준을 높이기 위해서는 입주기업이 창업보육센터에서 지원 받는 서비스에 대한 품질속성을 체계적이고 과학적으로 평가하여 서비스 수준의 제고방안을 찾는 것이 중요하다. 이 연구에서는 창업보육서비스와 서비스 품질 측정에 대한 선행연구를 살펴보고, 창업보육센터의 주요 서비스 요소의 품질속성 분류에 대해서 다룬다. 창업보육센터의 지원서비스를 특성별로 분류하고, 주요 서비스 요소에 대한 카노 품질속성 평가도구를 개발하여 창업보육센터 입주기업 대표자를 대상으로 설문조사를 실시하고, 카노모형과 고객만족계수를 사용하여 주요 지원서비스의 품질속성을 평가하며, 창업보육센터 지원서비스가 입주기업의 니즈를 충족시키고, 불만족하지 않도록 품질 제고방안을 제시한다.

2. 이론적 배경

2.1 창업보육서비스

우리나라 창업보육사업은 정부주도로 진행되고 있다. 창업보육센터는 「창업의 성공 가능성을 높이기 위하여 창업자에게 시설·장소를 제공하고 경영·기술 분야에 대하여 지원하는 것을 주된 목적으로 하는 사업장(중소기업창업지원법 제2조 제7항)」. 「기술과 사업성은 있으나 사업장, 자금, 시설 등에 어려움이 있는 창업자(예비창업자)에게 사업에 필요한 시설 등을 제공하며, 아울러 경영·세무·기술지도 등의 지원을 통해 창업에 따른 위험부담을 줄이고 원활한 성장을 유도하여 성공 가능성을 높이기 위해 설립된 시설[16]」, 「입주기업들에게 공간 및 공용장비와 같은 물리적 시설에 관한 서비스에서 경영 및 기술지원을 포함한 보육서비스를 제공하는 형태[10]」 등으로 정의하고 있다.

국외에서는 창업 지원서비스를 「창업자에 대해서 시설·서비스 등의 공유·임대와 비즈니스 컨설팅[1]」, 「사무업무지원, 행정서비스, 시설지원 및 경영·마케팅·회계·재무 등을 기업 성장을 위해서 활용하는 서비스[12]」, 「사무공간지원과 공용공간지원과 같은 시설 서비스와 경영컨설팅 서비스 및 네트워크 연계지원[8]」의 형태로 파악하고 있다.

국내에서는 「창업보육 자원은 물적 자원지원과 인적 자원지원으로 구분되며, 물적 자원지원에는 저렴한 사무·실험 공간 제공, 각종 사무·시험 기자재의 지원 등이 있고, 인적 자원지원에는 사무·행정 서비스, 재무·회계·조세·법률·특허 등의 자문서비스, 기술지원 서비스 등[16]」, 「창업보육 서비스는 물리적 시설 제공, 인적 자원 지원, 재무적 지원, 컨설팅 지원, 마케팅 지원, 네트워킹 서비스[3]」로 분류하고 있고, Park et al.[10]는 「창업보육 서비스를 제공형태에 따라 인프라 지원서비스, 직접 지원서비스, 네트워크 연계 지원서비스로 분류」하고 있다.

창업보육센터 입주기업은 창업보육서비스를 통한 경쟁력과 자생력 제고를 기대하고 있다. 따라서 창업보육센터는 입주기업의 경쟁력과 자생력을 증진시키기 위해 창업보육서비스에 대한 체계적 특성 분류와 아울러 이들 서비스들이 단순히 만족하는 수준 이외에도 불만족하는 수준의 분석을 통해 효과적인 창업보육지원체계를 설계하는 것이 바람직할 것이다. 또한, 창업보육센터가 제공하는 서비스의 특성별 수준이 입주기업의 경쟁력과 자생력을 결정할 수 있을 것이다.

2.2 서비스 품질 측정

서비스에 대한 평가는 품질 수준 평가와 품질 속성 평가로 구분할 수 있다. 품질 수준 평가는 1980년대 서비스 산업의 중요성이 부각되면서 다수의 평가방법이 발표되었다(<Table 1> 참조).

<Table 1> The Preceding Research of Service Quality Measurement

Model	Content	Researcher
SERVQUAL	• measuring the difference between the expectation and service performance	Parasuraman et al.[9]
SERVPERF	• measuring not the expecation but service performance	Caronin and Taylor[5]
EP (Evaluated Performance)	• evaluating the perceived quality	Teas[14]

소비자들은 어떤 서비스의 제공은 당연한 것으로 여기기도 하고, 매우 만족하기도 하며, 어떤 서비스의 미제공에 대해서는 어쩔 수 없는 것으로 여기기도 하고 매우 불만족스럽게 생각하기도 한다. 따라서 소비자 만족도를 효과적으로 제고하기 위해서는 서비스의 속성을 명확히 파악하는 것이 매우 중요하다.

Kano et al.[7]은 이러한 요구사항을 체계적으로 설명하기 위해 품질요소의 이원적 인식방법을 제시하였다(<Figure 1> 참조). 카노모형은 소비자의 만족·불만족이라는 주관적 측면과 충족·불충족이라는 객관적 측면의 두 가지 측면을 함께 고려하여 품질요소의 속성을 분류하는 방법으로 품질요소의 두 가지 측면에 대한 소비자의 인식형태에 따라 품질속성은 매력 품질(attractive quality, A), 일원 품질(one-dimensional quality, O), 당연 품질(must-be quality, M), 무관심 품질(indifferent quality, I), 역 품질(reverse quality, R)의 5가지로 구분된다(<Table 2> 참조).

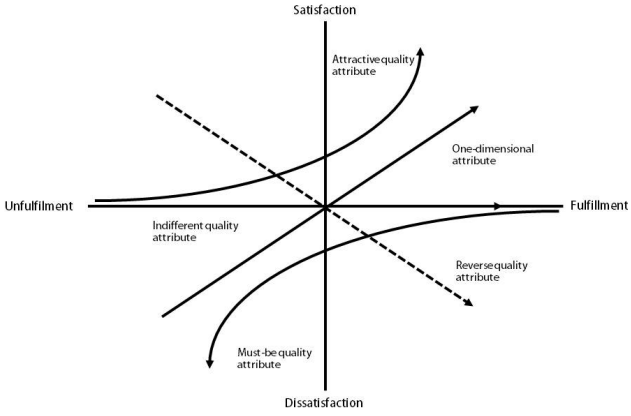
카노모형에서는 품질요소별로 해당 품질요소가 충족되는 경우와 그렇지 않은 경우의 각 경우에 대해서 '마음에 든다(Like)', '당연하다(Must-be)', '아무런 느낌이 없다(Neutral)', '하는 수 없다(Live with)', '마음에 안 든다(Dislike)'로 응답하도록 설계한 설문지를 사용한다. 품질속성은 설문에 대한 응답결과를 <Table 2>의 이원표로 분류한 통계를 사용한다. 이때 품질속성은 가장 많이 응답한(최빈값) 품질유형으로 분류한다.

카노모형은 품질요소의 물리적 충족도를 긍정/부정 질문법으로 질문하고, 이에 대해 만족하는 유형에 따라 품질속성을 분류하는 것이 큰 특징이다. 그러나 품질속성은 설문 응답의 최빈값을 갖는 속성으로 결정되므로 분류된 품질속성의 타당성이 부족한 경우가 있을 수 있다. 예를 들어, 최빈값과 차최빈값의 차이가 미미한 경우에 최빈값에 해당하는 품질속성으로 분류하는 것이 옳지 않을 수 있다. 고객이 서비스를 접했을 때 고객의 만족정도가 어느 정도 올라갈 수 있고, 서비스의 상태가 불만족되었을 때 어디까지 떨어질 수 있는지를 파악하는 고객만족계수를 사용하여 이를 보완할 수 있다[15].

고객만족계수는 만족계수와 불만족계수로 구성된다. 만족계수는 역품질(R) 응답자를 제외한 전체응답자 대비 매력품질(A)과 일원품질(O) 응답자 비율, 불만족계수는 일원품질(O)과 당연품질(M) 응답자 비율에 (-1)을 곱한 값으로 정의한다.

<Table 2> Evaluation Table of Kano Model

Customer requirements		Disfunctional question				
		Like	Must-be	Neutral	Live with	Dislike
Functional question	Like	Q	A	A	A	O
	Must-be	R	I	I	I	M
	Neutral	R	I	I	I	M
	Live with	R	I	I	I	M
	Dislike	R	R	R	R	Q



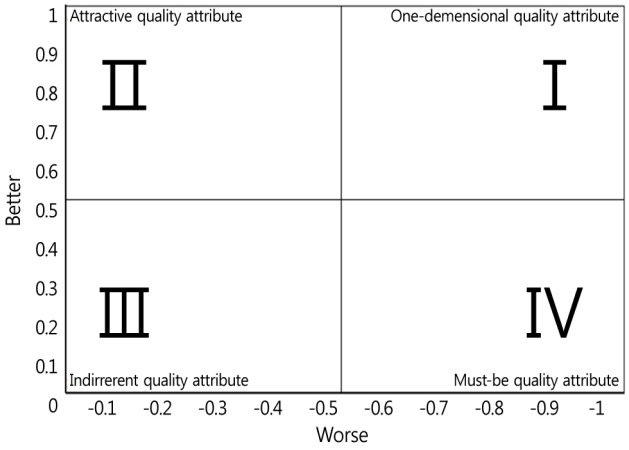
<Figure 1> Kano Model

$$\text{• 만족계수} = \frac{A+O}{A+O+M+I} \quad (1)$$

$$\text{• 불만족계수} = \left(\frac{O+M}{A+O+M+I}\right)(-1) \quad (2)$$

즉, 고객만족계수는 해당 서비스가 만족되었을 때 올라갈 수 있는 만족도 수준으로 고객만족을 증가시킬 수 있는 잠재력을 의미하는 것으로 클수록 충족되는 경우에 만족이 크게 올라감을 의미한다. 불만족계수는 해당 서비스가 충족되지 않았을 때 만족도가 떨어질 수 있는 수준을 파악하는 계수이다.

고객만족계수를 가지고 4분면으로 나타날 수 있다(<Figure 2> 참조). Ⅰ분면은 만족계수가 1에 가깝고, 불만족계수가 -1에 가까운 경우로 일원품질, Ⅱ분면은 만족계수가 1에 가깝지만, 불만족계수가 0에 가까울 경우로는 매력품질, Ⅲ분면은 만족계수, 불만족계수 모두 0에 가까운 경우로 무관심품질, Ⅳ분면은 만족계수가 0에 가깝고, 불만족계수가 -1에 가까운 경우로 당연품질을 나타낸다고 할 수 있다.



<Figure 2> The Quadrant of Quality Attribute Classification using Customer Satisfaction Coefficient

3. 연구설계 및 표본특성

3.1 연구설계

이 연구에서는 창업보육 지원서비스를 Park et al.[10]의 분류에 기반을 두고 20개의 서비스 요소를 선정했다(<Table 3> 참조). 각각의 서비스 항목에 대해 카노분석에 적합하도록 긍정 질문과 부정 질문의 쌍으로 설문지를 설계하였다. 예를 들어, 독립 사업공간에 대한 두 질문은 Q1, Q2와 같다.

Q1. (긍정 질문) 독립 사업공간 지원이 있다면 어떤 느낌이 들겠습니까?
Q2. (부정 질문) 독립 사업공간 지원이 없다면 어떤 느낌이 들겠습니까?

각 질문에 한 응답 항목을 「①마음에 든다 ②당연하다 ③아무런 느낌이 없다 ④하는 수 없다 ⑤마음에 안 든다」로 했다.

3.2 표본특성

전국에 소재하는 중소기업청 지정 창업보육센터 입주기업들을 대상으로 2013년 07월 20일부터 09월 21일까지 창업보육센터의 주요 서비스 요소의 품질속성을 조사하였다. 총 357개 기업에 대해서 설문지를 배포하여 이 중 131부를 회수하였으며(회수율 36.7%), 불성실한 응답지 1부를 제외한 130부(36.4%)의 응답지를 분석에 사용하였다. 응답한 기업의 주요 특성은 다음과 같다. 기업형태는 개인기업 54.6%, 법인(비상장)기업 40.8%, 법인(상장)기업 4.6%이고, 입주기간은 1년 미만 26.2%, 1년~2년 25.4%, 2년~3년 23.1%, 3년~4년 11.5%, 4년~5년 10.0%, 5년 3.8%이였다. 기업의 주 업종은 기계/재료 16.2%, 전기/전자 19.2%, 정보/통신 11.5%, 화공/섬유 4.6%, 생명/식품 6.9%, 환경/에너지 3.1%, 공예/디자인 9.2%, 소프트웨어 13.8%, 정보서비스 6.2%, 기타 9.2%이고, 소재지는 서울 8.5%, 수도권 11.5%, 충청권 3.1%, 대경권 24.6%, 동남권 9.2%, 호남권 43.1%로 나타났다.

<Table 3> Service Elements of BI

		Supporting Service Elements
Business Infrastructure Services	1	independent business space support
	2	office equipment support
	3	meeting room/break room support
	4	parking facilities support
	5	facility security support
Direct Services	6	management consulting
	7	business plan consulting
	8	accounting assistance
	9	legal assistance for intellectual property rights and certification
	10	the foundation of company/factory and licensing assistance
	11	education/training consulting
	12	assistance in sales activity
	13	technical consulting
	14	technical commercialization consulting
	15	technical data assistance
	16	technology development fund consulting
Indirect Services	17	networking to BI
	18	networking to business mentor
	19	networking to technical mentor
	20	networking to relevant organization

4. 분 석

4.1 카노 품질속성 분류

20개 서비스 요소를 설문조사 결과에 따라 분류한 결과 매력품질 요소 11개, 일원품질 요소 4개, 당연품질 요소 1개, 무관심품질 요소 4개로 분류되었다(<Table 4> 참조).

매력품질로 분류된 사무장비, 회의실/휴게실, 경영컨설팅, 세무/회계, 법률/지식재산권/인증, 기술정보제공, 경영멘토 인력, 기술 멘토 인력은 입주 시에 미처 기대하지 못했던 서비스이거나, 기대 이상의 서비스를 제공하여 감동을 주는 속성이다. 일원품질로 분류된 독립 사업공간, 주차시설, 기술개발자금, 창업보육센터 인력은 창업보육

<Table 4> Kano Quality Attribute Classification

Service Elements		A	O	M	I	R	Q	Grade
1	independent business space support	44	50	21	13	0	2	O
2	office equipment support	56	35	12	25	1	1	A
3	meeting room/break room support	57	37	11	21	1	3	A
4	parking facilities support	21	54	43	11	0	1	O
5	facility security support	31	36	38	24	1	0	M
6	management consulting	59	28	8	35	0	0	A
7	business plan consulting	50	15	13	52	0	0	I
8	accounting assistance	67	27	10	26	0	0	A
9	legal assistance for intellectual property rights and certification	58	39	10	23	0	0	A
10	the foundation of company/factory and licensing assistance	38	27	20	45	0	0	I
11	education/training consulting	30	14	13	62	11	0	I
12	assistance in sales activity	61	42	8	19	0	0	A
13	technical consulting	49	44	7	30	0	0	A
14	technical commercialization consulting	37	29	14	50	0	0	I
15	technical data assistance	61	31	8	30	0	0	A
16	technology development fund consulting	45	51	16	18	0	0	O
17	networking to BI	38	54	20	18	0	0	O
18	networking to business mentor	63	29	8	30	0	0	A
19	networking to technical mentor	62	28	5	35	0	0	A
20	networking to relevant organization	62	36	7	25	0	0	A

센터가 기본적으로 제공해야 하는 서비스로써 제공수준에 비례하여 만족도가 변하는 서비스이다. 당연품질 요소인 시설보안은 창업보육센터 입주기업이 기술개발 창업초기 기업임을 감안했을 때 기술유출/도난 등은 반드시 제공되어야 하는 서비스라 할 수 있다. 사업계획서 작성, 기업/공장설립 인허가 자문, 교육/훈련, 기술사업화는 특별히 관심을 갖지 않는 서비스로 평가된다.

4.2 고객만족계수에 의한 분류

<Table 4>의 데이터로 식 (1), 식 (2)의 만족계수와 불만족계수를 계산하였다(<Table 5> 참조).

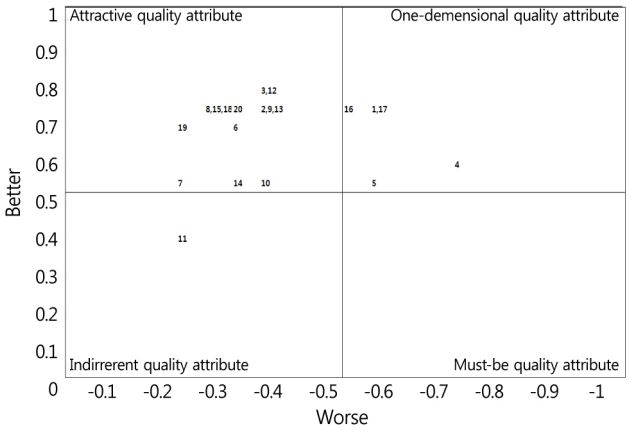
창업보육센터 입주기업의 성공적인 보육을 위해서는 만족계수와 불만족계수를 이용하여 서비스 요소의 상대적 우선순위를 설정할 필요가 있다.

<Table 5>에서 만족계수가 가장 높은 판매/마케팅 요소에 대한 지원은 다른 요소의 지원보다도 더 큰 만족을 나타낼 수 있고, 불만족계수가 가장 작은 주차시설 요소에 대한 지원은 다른 요소의 지원보다도 더 많은 불만족을 감소시킬 수 있는 요소들이라고 설명할 수 있다.

<Table 5>의 고객만족계수를 가지고 4분면에 품질속성을 나타내었다(<Figure 3> 참조). 고객만족계수를 이용하면 매력품질 요소 14개, 일원품질 요소 5개, 무관심품질 요소 1개로 분류된다.

<Table 5> Customer Satisfaction Coefficient

Service Elements		satisfaction coefficient	dissatisfaction coefficient
1	independent business space support	0.7344	-0.5547
2	office equipment support	0.7109	-0.3672
3	meeting room/break room support	0.7460	-0.3810
4	parking facilities support	0.5814	-0.7519
5	facility security support	0.5194	-0.5736
6	management consulting	0.6692	-0.2769
7	business plan consulting	0.5000	-0.2154
8	accounting assistance	0.7231	-0.2846
9	legal assistance for intellectual property rights and certification	0.7462	-0.3769
10	the foundation of company/ factory and licensing assistance	0.5000	-0.3615
11	education/training consulting	0.3697	-0.2269
12	assistance in sales activity	0.7923	-0.3846
13	technical consulting	0.7154	-0.3923
14	technical commercialization consulting	0.5077	-0.3308
15	technical data assistance	0.7077	-0.3000
16	technology development fund consulting	0.7385	-0.5154
17	networking to BI	0.7077	-0.5692
18	networking to business mentor	0.7077	-0.2846
19	networking to technical mentor	0.6923	-0.2538
20	networking to relevant organization	0.7538	-0.3308



<Figure 3> Quality Attribute Classification using Customer Satisfaction Coefficient

<Table 6> Comparing the Result of Quality Attribute Classification

Service Elements		Kano	Customer Satisfaction Coefficient
1	independent business space support	O	O
2	office equipment support	A	A
3	meeting room/break room support	A	A
4	parking facilities support	O	O
5	facility security support	M	O
6	management consulting	A	A
7	business plan consulting	I	A
8	accounting assistance	A	A
9	legal assistance for intellectual property rights and certification	A	A
10	the foundation of company/ factory and licensing assistance	I	A
11	education/training consulting	I	I
12	assistance in sales activity	A	A
13	technical consulting	A	A
14	technical commercialization consulting	I	A
15	technical data assistance	A	A
16	technology development fund consulting	O	O
17	networking to BI	O	O
18	networking to business mentor	A	A
19	networking to technical mentor	A	A
20	networking to relevant organization	A	A

<Table 6>은 카노모형과 고객만족계수에 따른 서비스 요소의 품질속성 분류 결과를 비교한 것이다. 고객만족계수의 매력품질은 14개로 카노분류에서 무관심품질 요소로 분류되었던 사업계획서 작성, 기업/공장설립 인허가 자문, 기술사업화가 매력품질 요소로 분류되었고, 카노분류에서 당연품질로 분류되었던 시설보안은 일원품질 요소로 분류되었다.

4.3 품질속성 분류 결과의 해석

20개 창업보육 서비스 항목의 70%에 해당되는 14개 항목이 매력 품질속성으로 분류됐다. 이는 창업보육센터가 갖는 사무장비, 회의실 지원과 같은 인프라 지원서비스에서, 교육/훈련 서비스와 기술개발자금지원을 제외한 직접 지원서비스들, 그리고 창업보육센터 인력 지원을 제외한 네트워크 연계 지원서비스들이 입주기업에게 매우 유용한 가치를 제공해주는 서비스로 판단할 수 있다. 또한, 이러한 서비스 요소는 입주기업들이 기대했던 것보다 높은 수준의 서비스가 제공되고 있음을 의미한다.

다음으로 독립 사업공간, 주차시설, 시설보안, 기술개발자금, 창업보육센터 인력적인 부분에 있어서는 입주기업들이 충족되면 만족하지만 충족되지 않으면 불만을 일으키는 일원적 품질속성으로 분류된다. 이들 서비스들은 사업을 영위함에 있어서 기본적으로 충족되어야 할 요소와 관련이 있다. 이들 서비스들은 창업보육센터에서 보유한 자원을 효율적으로 관리가 필요한 요소를 의미한다.

마지막으로 교육/훈련 서비스는 입주기업 입장에서 충족이 되던, 충족이 되지 않던 만족도 불만도 야기하지 않는 무관심 품질요소로 파악되었다. 이는 창업보육센터에서 실시하는 입주기업 대상 교육/훈련이 효과적으로 이루어질 수 있도록 하는 방안이 필요하다는 것을 시사한다.

4. 결 론

이 연구는 창업보육센터의 주요서비스의 품질속성 분류에 대해서 다루었다. 창업보육센터의 지원서비스를 특성별로 분류하였고, 주요서비스 항목에 대한 카노 품질속성 평가도구를 개발하여 창업보육센터 입주기업 대표자를 대상으로 설문조사를 실시하였다. 카노모형과 고객만족계수를 사용하여 주요 지원서비스 요소의 품질속성을 평가하였다.

이 연구의 결과는 다음과 같이 요약할 수 있다.

첫째, 20개 창업보육 서비스 항목 중 70%에 해당되는 14개 항목이 매력 품질속성으로 분류되었다. 이는 창업보육사업이 중소기업청 중심으로 창업보육센터 인프라 확충, 마케팅·판로 개척 사업, 창업보육 운영매뉴얼 보급, 창업보육역량강화 사업 등을 통하여 지속적으로 투자 및 정보공유를 유도한 결과로 이들 서비스들은 입주기업들의 니즈를 충족하고 있음을 보여주는 것으로 해석할 수 있다. 따라서 이들 항목에 대해서는 지속적으로 만족도가 지속될 수 있도록 유지하는 전략을 수행하는 것이 바람직할 것이다.

둘째, 독립 사업공간, 주차시설, 시설보안, 기술개발자금, 창업보육센터 인력과 관련된 창업보육 서비스들은 충족되면 만족하게 되지만 충족되지 않으면 불만을 일으키는 일원품질 요소로 분류되었다. 이들 서비스 요소는 창업보육센터의 기본적 서비스로 입주기업들의 만족도 제고를 위해 지속적이고 체계적인 관리가 필요한 서비스 요소로 해석할 수 있다. 이들 항목들에 대해서는 입주기업이 불만족하지 않도록 관리할 필요가 있으며, 불만족이 발생될 가능성이 있을 시에는 지속적인 상담을 통하여 해결 방법의 제시가 필요할 것으로 판단된다.

셋째, 교육/훈련 서비스는 무관심 품질속성으로 이는 입주기업 대상 교육/훈련 서비스가 입주기업의 니즈를 반영하지 않은 채 수행된 결과로도 해석할 수 있으므로 맞춤형 교육/훈련 프로그램을 마련하여 제공하는 것이 필요할 것으로 판단된다. 예를 들어 입주기업을 대상으로 한 교육수요조사에 따라 교육프로그램을 진행하는 것도 하나의 해결 방법이 될 수 있을 것이다.

이러한 의의에도 불구하고 본 연구는 몇 가지 측면에서 한계점을 가지고 있다. 첫째, 서비스의 만족 및 불만족의 개념이 어느 한 시점에서 형성되는 것이 아닌 기간의 경과에 따라 형성되는데, 본 연구에서는 현재 시점에 횡단적 연구를 수행하였다. 따라서 향후에는 대상 기업에 대한 종단적 연구가 필요할 것이다. 둘째, 조사의 대상을 대학 내 창업보육센터에 입주한 기업으로 한정하여 분석한 결과이므로 향후에는 민간이 운영하는 창업보육센터와 정부출연기관 및 연구소에서 운영하는 창업보육센터까지 확대하여 일반화하는 과정이 수행되어야 할 것이다. 마지막으로 본 연구는 조사 대상기업이 입주하고 있는 창업보육센터의 특성을 반영하지 않아 연구결과에 일부 한계점이 있다.

References

[1] Allen, D. and Rahman, S., Small Business Incubators : A Positive Environment for Entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, 1985, Vol. 23, No. 3, p 12-22.

[2] Choi, J.Y., Oh, D.M., and Jeong, H.J., A Study on Determinants of Service-Satisfaction in Growth Stage of Tenant : Centered around BI in Busan. *The Korean Small Business Review*, 2007, Vol. 29, No. 1, p 89-116.

[3] Choi, J.Y. and Jeong, H.J., A Study on Efficient supporting Service of BI's Tenant. *Human Resource Management*, 2006, Vol. 13, No. 4, p 167-190.

[4] Chung, Y.H., Lee, C.S., and Lee, J.D., Comparison of Characteristics and Performance between Firms in the Incubation Centers at University and Research Institute. *The Korean Small Business Review*, 2003, Vol. 25, No. 3, p 159-183.

[5] Cronin, J.J. and Taylor, S.A., SERVPERF versus SERVQUAL : Reconciling Performance-Based and Perceptions-Minus-Expectations Measurement of Service Quality. *Journal of Marketing*, 1994, Vol. 58, No. 1, p 125-131.

[6] Jeong, H.J., A Study of Capability for Business Incubator Manager : Significance and Retention of Capability. *Advancing Small Enterprise Innovation Research*, 2005, Vol. 8, No. 2, p 55-77.

[7] Kano, N., Seraku, N., Takahashi, F., and Tsuji, S., Attractive quality and must-be quality. *A Journal of Japanese Society for Quality Control*, 1984, Vol. 14, p 39-48.

[8] Markley, D. and McNamara, K., A Business Incubator : Operating Environment and Measurement of Economic and Fiscal Impacts. *Center for Rural Development*, 1994, p 1-22.

[9] Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L., SERVQUAL : A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 1988, Vol. 64, No. 1, p 12-40.

[10] Park, J.S., Lee, C., and Kim, J.J., A Study on Startups' Dependence on Business Incubation Centers. *The Korean Small Business Review*, 2009, Vol. 31, No. 2, p 103-120.

[11] Park, S.M., Lee, J.H., Lee, D.H., and Bae, Z.T., A study on the situation analysis and future directions of Business Incubators in korea. *Advancing Small Enterprise Innovation Research*, 2000, Vol. 3, No. 1, p 39-71.

[12] Smilor, R. and Gill, M., The New Business Incubator : Linking Talent, Technology, Capital, and Know-how, Lexington Books, 1986.

[13] Song, K.S., A Study on the Characteristics of the Firms in Korean Business Incubators. *Advancing Small Enterprise Innovation Research*, 2000, Vol. 3, No. 1, p 73-103.

[14] Teas, R. Kenneth., Expectations, Performance Evaluation, and Consumers' Perceptions of Quality. *Journal of Marketing*, 1993, Vol. 57, p 18-34.

[15] Timko, M., An experiment in continuous analysis. *Center for Quality of Management Journal*, 1993, Vol. 2, No. 4, p 17-20.

[16] Yang, H.B., Song, H.Y., and Kim, H.S., A Study on the Assessment of Korean Business Incubator. *The Korean Small Business Review*, 2002, Vol. 24, No. 1, p 25-52.