

소상공인 창업교육 서비스 품질이 학습자 만족과 창업의지에 미치는 영향에 관한 연구

최 세 철¹⁾ · 권 응 주[¶]

경희대학교 관광대학원 호텔경영학과¹⁾ · 경희대학교 호텔경영학과[¶]

A Study on the Effect of Small Business Start-up Education Service Quality on Learner Satisfaction and Entrepreneurial Intention

Se-Chul Choi¹⁾ · Yong-Ju Kwon[¶]

Dept. of Graduate School of Tourism, Kyung-Hee University¹⁾
Dept. of Hotel Management, Kyung-Hee University[¶]

Abstract

The purpose of this study was to analyze the causative relationship of small business start-up education service quality with 'learner satisfaction' and 'willingness to start a business(start-up intension)'. This study was conducted to provide a basis for satisfying the desire of small business start-up entrepreneurs for high quality startup education service and seek the suggestions in terms of selection and concentration of the business start-up education program.

The results of this study based on the outcomes derived from the empirical analysis can be summarized as follows: First, the quality of small business start-up education service was found to have a significant effect on the relationship with learner satisfaction. Next, the quality of small business start-up education service was found to have a significant effect on the relationship with start-up intension. Last, it was found that learner satisfaction had a significant effect on start-up intension.

Key words: small business, start-up education, service quality, learner satisfaction, entrepreneurial intention

I. 서 론

IMF 이후 정부는 지속적으로 새로운 고용기회 창출과 국제 무역활성화에 상당한 기여를 하고 있으며 중소기업육성을 위한 다양한 중소기업 지원정책을 추진해 왔다. 그러나 정부의 적극적인 지원에도 불구하고 공공부문을 제외한 실업률은 좀처럼 줄어들고 있지 않은 상황 속에서 일자리 창출의 한계는 더욱 가중되고 이를 위한 해결책

으로 자생적 일자리 창출이 절실히 요구 되고 있다(Park JH·Kim YT 2009; Kwon YG·Yoon HH 2013).

창출문제의 해결책으로 창업이 주목받고 있으며 유럽연합을 중심으로 선진국들은 일자리 창출을 위한 창업교육에 많은 노력을 기울이고 있고 우리 정부도 일자리 창출의 핵심을 창업으로 보고 중소기업청을 중심으로 진행해 온 창업지원 정책을 교육인적자원부, 기획재정부 등 전 부처

¶: 교신저자, 010-5670-2271, yjkwon@khu.ac.kr, 서울시 동대문구 경희대로 26 경희대학교 호텔경영학과

로 확대하는 적극적인 창업정책을 실시하고 있다 (Nam CA 2012; Lee IS et al 2013; Kim YW·Kim HK 2013).

이러한 창업이 활성화되면서 수많은 일자리가 창출되었으며 지역경제가 활성화되고 국가경쟁력을 향상시키는 원동력이 되었다. 2009년 우리나라 전체사업체수에서 소상공인이 차지하는 비중은 87.5%, 전체종사자수에서 소상공인 종사자수가 차지하는 비중은 38.9%로 소상공인 창업은 매우 중요한 의미를 갖으나 창업한 소상공인들이 모두 성공하는 것은 아니다. 이는 소상공인 창업이 양적으로는 증가하였지만, 질적인 성장은 이루지 못하고 있기 때문이다(소상공인진흥원, 2012).

이에 따라 대학 또는 관련 기관의 교육체계에도 이러한 시대적 요구에 부응할 필요성이 있으며 특히 정부는 창업의 중요성을 알고 창업활성화를 위해 많은 지원프로그램을 제공하고 있다 (Oh YM 2012). 이와 같이 창업은 경제가 활성화되고 고용이 창출되는 현상으로 사회·경제적으로 큰 파급효과를 나타내고 있으며 또한 평생직장의 개념이 무너지면서 기능·기술을 기반으로 한 창업에 대한 관심과 요구가 점점 더 커지고 있다 (Kang TW 2007). 이에 소상공인 창업을 위한 여러 역량들은 후천적으로 얻어지는 경우가 더 많기 때문에 창업교육을 통하여 창업의지를 제고시킬 수 있어 창업의지에 대한 창업교육의 서비스 품질은 매우 중요하다고 할 수 있겠다.

그러나 현재까지의 연구는 대부분 중소기업이나 벤처기업 및 기존 소상공인들에 대한 성공 및 실패 요인 등을 제시하였고, 각 대학과 관련 교육기관 및 중소기업 연구소는 창업교육의 현황과 발전방향 및 관련 프로그램의 개발에 대한 연구가 활발하게 진행되어 왔으나 소규모 창업자를 위한 실질적인 교육 프로그램에 대한 연구는 부족한 상황이다.

따라서, 본 연구는 소상공인을 중심으로 창업교육 프로그램의 서비스 품질이 학습의 실제효과

에 대한 학습자의 만족과 창업의지에 미치는 영향에 대하여 알아보고자 하였다. 이러한 연구를 통하여 창업자들과 창업교육 기관에 대한 욕구를 해소하고 창업의지를 증폭시키는데 토대를 마련하고자 하는데 목적이 있다.

II. 이론적 배경

1. 소상공인

소상공인(Small traders and Enterprisers)이란 중소기업 중에서도 상대적으로 규모가 작은 소상공인을 운영하는 사업자를 의미한다. 구체적으로 광업, 제조업, 건설업 및 운수업의 경우 상시근로자 10인 미만이고 기타업종은 상시근로자 5인 미만의 사업체를 운영하는 사업자를 의미한다. 정부는 2005년 소기업 및 소상공인지원을 위한 특별조치법 개정을 통해 소상공인에 대한 개념을 더욱 구체화 하였으며, 제2조 2항에 의거하여 소상공인의 정의를 ‘소기업 중 상시근로자 10인 미만의 사업체로서 업종별 상시근로자 수 등이 대통령령이 정하는 기준에 해당하는 자’라고 규정하였다(소상공인진흥원, 2008).

소상공인의 본질적인 특성은 근로자 수보다도 소규모 기업의 특성에 기인하여 경영자나 근로자 모두 단일 기능보다는 경영관리, 생산, 기술개발, 마케팅 등 다양한 기능을 동시에 수행한다는 점이다.

따라서 본 연구자는 소상공인에 대하여 ‘1인 이상 5인 미만의 사업체를 운영하는 사업자’로 정의 하였다.

2. 창업교육

일반적으로 창업(entrepreneurship)이란 새로운 기업을 창립하는 것으로 필요한 자원을 동원하여 가치를 창출하고자하는 의도를 갖는 위험에 대한 적절한 관리의 과정을 말한다(Brush 1997; 나영선 2006). Schumpeter JA(1934)는 창업을 광범위하게 정의하여 기업의 발전에 영향을 주는 모든

혁신적 기능(innovative function)을 포함하는 과정으로 보았으며 1958년 MIT의 한 공학계 교수인 보우만(Bowman)이 최초로 본격적인 창업과목을 개설한 이후 창업교육을 실시하는 미국 대학의 수가 꾸준히 증가하게 되었다.

이에 따라 창업교육은 사업을 시작하고 성공적으로 운영하는데 필요한 지식, 기능, 정석, 태도, 가치관 등을 가르쳐주는 교육으로 실제 미래의 창업을 준비하기 위한 교육과 잠재적 근로자로서 경영지식, 태도, 가치관을 함양하는 기업가 정신 함양을 포함하는 포괄적 개념을 내포하고 창업교육을 받은 학습자에게 창업에 대한 자신감 향상과 기회를 제공한다고 하였으며, 이는 창업교육을 통해서 창업활동과 창업의 성공 가능성이 촉진될 수 있는 인식을 갖는 것이 중요하다(Park JH et al 2011).

그러므로 창업은 기업의 목적을 달성하기 위하여 인적, 물적 경영자원을 적절히 결합하여 상품이나 서비스를 조달, 생산, 판매하거나 부수적인 활동을 수행하여 시스템을 구축하는 것이라고 할 수 있으며 실무적으로는 개인이나 또는 집단이 사람을 동원하여 사업을 개시하는 것을 말한다(Kim KS 2007).

따라서 본 연구자는 창업교육에 대하여 ‘새로운 사업체를 창업할 수 있도록 지원하는 것’으로 정의 하였다.

3. 서비스품질

서비스는 무형성과 이질성, 생산과 소비의 비분리성 등과 같은 특성으로 인해 객관적인 품질 평가가 용이한 유형의 재화와는 달리 무형적이며 모호한 개념으로 인식되어 왔다(Kim KJ 2002; Zeithaml VA(1988). Gronroos C(1984) 또한 지각된 서비스품질은 객관적 품질과 달리 추상적인 개념으로 지각된 품질에 대한 평가는 태도와 유사한 전반적인 평가라고 하였다. 이와 같이 서비스품질이란 기업이 제공하는 서비스에 대한 소비자의 기대와 실제로 제공된 서비스를 전달받음으

로써 지각된 서비스 간의 불일치 정도라고 정의할 수 있다. 즉 실제로 제공받은 서비스에 대해 고객이 주관적으로 느끼는 정도가 그 서비스를 제공받기 전에 기대했던 정도에 미치지 못한다면 서비스품질이 낮게 인식된다는 것이다. 따라서 서비스를 제공하는 자의 입장에서는 서비스에 대한 기대치와 지각된 가치에 영향을 주는 변수를 파악하여 이를 관리 및 조정함으로써 만족수준을 변화시킬 수 있다.

따라서 본 연구자는 서비스품질에 대하여 Parasuraman A et al(1985)의 서비스품질의 다섯 가지 차원을 이용하여 실제로 제공받은 서비스에 대해 고객의 주관적 만족정도인 유형성, 신뢰성, 반응성, 확신성, 공감성으로 정의 하였다.

4. 학습자만족

일반적으로 학습에서의 만족은 ‘정서적 반응(emotional response)으로 개인의 내적과정에서만 발견될 수 있는 것으로 개인이 교육이나 프로그램에서의 경험을 평가한 결과로부터 유쾌하고 긍정적인 정서상태를 얻었을 때’를 의미한다(Lock, 1976). 이러한 교육적 경험과 관련해서 학습자들의 교육경험에 대해서 가지는 주관적인 반응이라고 정의하기도 하였다(Astin A 1993). 이에 대해 Park SM(2011)은 교육만족도를 한 개인이 교육이나 프로그램에서의 경험에 대한 평가를 기초로 교육이나 프로그램에 대한 태도, 인지, 정서, 행위, 의욕과 같은 주관적인 반응이라고 하였다. 이러한 과정을 통하여 학습자들은 좋고 나쁨의 다양한 체험을 통하여 궁극적으로 만족에 영향을 줄 수 있다.

따라서 본 연구자는 학습자만족에 대하여 ‘학습자들이 제공 받은 서비스에 대한 만족의 정도’로 정의 하였다.

5. 창업의지

창업의지는 행동을 결정하는 가장 중요한 변수로(Gartner WB et al 1992) 창업과정을 이해하는

데 핵심적인 개념으로서, 창업연구에서 개념적 또는 실증적인 연구가 많이 이루어져왔다(Krueger NF 1993). 의지는 행동을 결정하는 가장 중요한 변수로, 창업의지에 중요한 영향을 미치기 때문이다. 또한 창업은 하나의 조직을 창조하는 과정으로 정의되며(Gartner WB 1992; Kim DJ et al 2009) 창업의지는 새로운 조직을 설립하기 위한 토대를 형성하기 때문에 창업과정을 이해하는데 있어 가장 핵심적인 개념이 된다(Veciana JM et al 2005).

이에 따라 창업의지와 창업과의 관계는 사회심리학자들이 제시한 의도적인 행동모델에서 이론적 틀을 제공하고 있다. 계획된 행동모델에 따르면 행동은 계획된 행동이고 인지적인 과정이며, 의지는 계획된 행동의 실행여부를 가장 정확하게 예측하고 설명하는 변수로 본다. 이러한 창업의지는 창업과 관련된 행동과 매우 밀접한 관계를 갖고 있는 중요한 변수라 할 수 있다(Lee JW 2000). 그러므로 창업의지에 대한 창업교육의 효과에 관한 연구 중의 하나인 Clark et al(1984)의 연구는 창업교육이 대학생들의 창업의지를 촉진시켰다고 주장하였다.

따라서 본 연구자는 창업의지를 ‘행동성향으로 창업에 대해 느끼는 가능성의 정도’로 정의 하였다.

Ⅲ. 연구설계

1. 가설설정

1) 소상공인 창업교육 서비스품질과 학습자 만족 간의 관계

소상공인 창업교육은 어떤 교육보다도 상황과 현실에 입각한 교육으로 특히 창업자들의 창업실패 원인은 여러 가지가 있을 수 있으나, 가장 큰 것은 현장 중심의 교육 혹은 경험의 부족이라는 것이다. 이에 따라 학습자들의 창업을 지속적인 코칭을 통해 창업 타당성 및 성공률을 제고해야 할 것이다(Park YH 2004). 이에 소상공인 창업교

육 서비스품질은 학습자의 욕구 충족이라는 관점에서 학습자만족과 밀접한 관계로 교육서비스품질과 학습자만족은 관계가 복잡하며 차이가 있다. 특히 두 개념은 모두 학습자의 기대와 지각 차이를 중심 개념으로 하는 기대 불일치 패러다임의 이론을 따르고 있으나 기대와 지각의 기준은 달리고 있다.

박오성(2008)은 서비스품질 연구에서의 기준은 향후 사건의 표준적 기대로서 바라거나 이상적인 기대를 적용하는 데 비해, 고객만족 연구에서의 기준은 향후 사건에 대한 예측적 기대를 의미한다고 하였다. 또한 서비스품질에서 지각은 누적된 전체 품질의 지각을 의미하는 반면 고객만족에서는 특정거래에 관한 고객의 지각을 의미한다고 하였다.

Parasuraman A et al(1994)의 연구에서도 서비스품질과 고객만족 간의 영향관계에서 서비스 품질을 전반적인 평가로 규정하였고 고객만족을 특정거래에 대한 평가로 전제하고 특정거래의 구체적인 평가인 고객만족의 합이 전반적인 평가인 서비스 품질을 결정한다고 주장하였으며 Anderson WC et al(1994), Kim IJ(1993), Kang MK(2002)도 서비스품질이 고객만족을 결정한다고 하였다. 또한 Lee Q(2006)의 연구에서도 서비스품질은 고객만족에 긍정적인 영향을 미치는 것을 의미하며 서비스품질과 고객만족 간의 관계는 모두 유의하다고 주장하였다.

또한 Oliver RL(1997) 역시 품질은 경험하지 않고도 인지할 수 있으며, 구체적인 특성으로 속성이 필요하며, 만족보다 장기적인 관점에서 품질을 이해한다. 그러나 만족은 경험이 꼭 필요하고, 잠재적인 모든 속성이나 차원을 통해 이루어지며, 인지적 요인과 감정적 요인이 관련되며, 공평감이나 귀인이 만족의 선행요인이며, 감정을 통해 만족여부가 결정되며, 단기적으로 결정되어진다고 하였다.

이와 같이 서비스품질과 고객만족의 관계에서 서비스품질이 고객만족을 높여준다는 연구결과

로 즉 탁월한 서비스품질은 기존 고객의 이탈을 방지하고, 새로운 고객을 유인하는 효과를 가진다(Rust T et al 1992). 그 결과 고객 유보율도 높여주고, 고객 충성도도 높아져 긍정적으로 작용하게 될 것이다. 따라서 다음과 같은 가설을 도출할 수 있다.

H1. 소상공인 창업교육 서비스품질은 학습자 만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.

H1a. 소상공인 창업교육 서비스품질(유형성)은 학습자만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.

H1b. 소상공인 창업교육 서비스품질(신뢰성)은 학습자만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.

H1c. 소상공인 창업교육 서비스품질(반응성)은 학습자만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.

H1d. 소상공인 창업교육 서비스품질(확신성)은 학습자만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.

H1e. 소상공인 창업교육 서비스품질(공감성)은 학습자만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.

2) 소상공인 창업교육 서비스품질과 창업의지 간의 관계

일반적으로 창업은 하나의 조직을 창조하는 과정으로 정의된다(Gartner WB et al 1992). 이것은 창업이 하나의 조직을 출현시키는데 있어 개인에 의해 수행되는 과정이고 ‘존재 그 자체라기보다는 존재이기 위한 과정’이라는 의미로 해석할 수 있다. 이와 같은 과정적 측면에서 창업을 보는 관점은 창업이 시간의 경과에 따라 일어나기 때문에 창업의지(entrepreneurship intention)는 기업의 설립과 관련한 첫 번째 단계로 본다. 즉, 창업의지는 새로운 조직을 설립하기 위한 토대를 형성하기 때문에 창업과정을 이해하는데 있어 가장 핵

심적인 개념이 된다(Veciana JA et al 2005). 그러므로 창업교육을 통해서 창업 활동과 창업의 성공 가능성이 촉진될 수 있다는 인식을 갖는 것이 중요하다.

Lee KO(2000)는 소상공인 창업교육 서비스품질이 학습자만족에 영향을 미치고, 만족한 학습자는 창업의지에 영향을 미친다고 하였다. 이에 따라 창업의지에 대한 창업교육의 효과에 대한 연구 중의 하나인 Clark et, al(1984)의 연구는 창업교육이 학습자들의 창업의지를 촉진시켰다고 하였으며 창업관련 지식이나 기술은 개인에게 창업을 하려는 동기를 자극할 수 있으므로 창업교육 서비스품질은 창업의지를 촉진시킨다고 하였다.

또한 Timmons(1994)는 창업의지가 있고 창업에 관한 올바른 지식을 소유한다면 창업은 나이와 학력에 제한이 없으며, 누구나 창업을 할 수 있고 또 성공도 할 수 있다고 하였다. 이에 Bettencourt LA(1997)는 자발적 행위로 서비스 조직이 양질의 서비스를 제공할 수 있도록 지원하고 돕는 고객의 재량적 행위라고 개념화 시켰으며 이러한 자발적 행동은 고객이 서비스를 제공받을 때 고객을 수행해야하는 의무적 행동과는 구분되는 행동이며, 관계마케팅 측면에서 볼 때 고객관계의 유지 및 확대에 기여한다고 여겨져 왔다.

이처럼 소상공인 창업교육 서비스품질은 창업의지에 직접적으로 영향을 미치는 것으로 볼 수 있다. 이러한 선행연구를 통해 창업교육 서비스품질과 창업의지에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 알 수 있다. 따라서 다음과 같은 가설을 도출할 수 있다.

H2. 소상공인 창업교육 서비스품질은 창업의지에 유의한 영향을 미칠 것이다.

H2a. 소상공인 창업교육 서비스품질(유형성)은 창업의지에 유의한 영향을 미칠 것이다.

H2b. 소상공인 창업교육 서비스품질(신뢰성)은 창업의지에 유의한 영향을 미칠

것이다.

H2c. 소상공인 창업교육 서비스품질(반응성)은 창업의지에 유의한 영향을 미칠 것이다.

H2d. 소상공인 창업교육 서비스품질(확신성)은 창업의지에 유의한 영향을 미칠 것이다.

H2e. 소상공인 창업교육 서비스품질(공감성)은 창업의지에 유의한 영향을 미칠 것이다.

3) 학습자만족과 창업의지 간의 관계

만족한 고객은 긍정적인 구전활동, 재구매 및 점포 애호도와 같은 반응을 보이는 반면, 불만족한 고객은 부정적인 구전활동과 다양한 유형의 불평 행동을 하는 것으로 나타났으며, 높은 고객만족은 고객들의 전환 의도 또는 전환 행동을 방지하는 역할을 하게 된다고 하였다. 즉, 고객만족은 고객의 행동을 유도하는 수비효과(defensive effect)를 갖게 된다는 것이다.

창업에 대한 올바른 지식과 창업방법을 모른 상태에서 맹목적인 창업의지만 갖고 창업을 한다면 그것은 매우 무모한 창업이라 할 수 있다(Kim YT 2009). 그러므로 올바른 창업교육 없이는 창업에 대한 올바른 의식과 의지가 발생될 수 없고

그릇된 의식과 의지로 인한 창업은 실패할 가능성이 높다(Lee SM·Jang DS, 2003).

이에 따라 Park JH·Kim YT(2009)는 프로그램 만족도의 조사에서 교육 프로그램에 대해서 가지고 있는 기대심리에 비하여 학습자가 느끼는 즐겁고 유쾌한 정서적 상태, 태도 또는 욕구의 만족 정도를 의미하는 것으로 정의하였다. 이러한 교육 프로그램에 대한 만족스러운 감정은 개인의 의식적 또는 무의식적 욕구의 충족을 촉진함으로써 교육의 효과를 증대시킨다. 이는 창업교육 만족도가 높을수록 창업의지가 높아지는 것을 알 수 있다. 따라서 다음과 같은 가설을 도출할 수 있다.

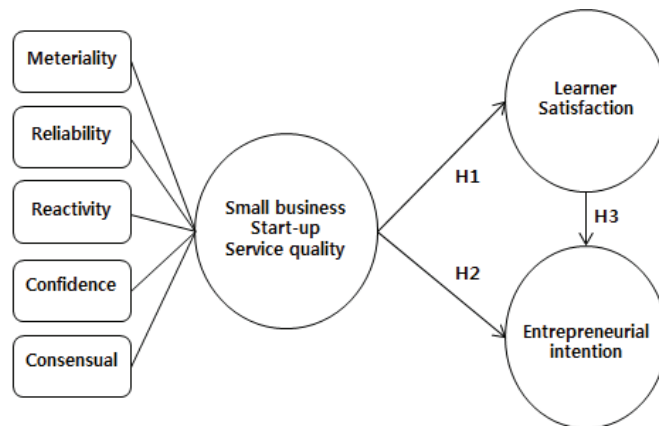
H3. 학습자만족은 창업의지에 유의한 영향을 미칠 것이다.

2. 연구모형

본 연구의 개념적 모델은 <그림 1>과 같다.

3. 자료수집 및 분석방법

본 연구의 조사 대상은 소상공인 창업교육 수료생들을 대상으로 서울특별시, 전국광역시, 제주특별자치도를 중심으로 소상공인진흥원 실전



<Fig. 1> Summary of hypothesized relationships

창업학교 교육(약 130시간), 서울특별시 창업스쿨 창업전문가과정 교육(약 100시간), 고용노동부 직업능력개발 창업 교육(약 60시간)을 수료한 자로 학습자가 지각하고 있는 소상공인 창업교육 서비스품질이 학습자만족과 창업의지에 대한 질문들로 구성된 설문지를 배포하여 본인이 직접 기입하도록 하는 자기기입식 설문조사방법(Self-administered Questionnaire Survey Method)과 Google 드라이브를 이용한 온라인 설문조사방법(Online Survey Method)을 활용하였다. 설문조사는 2013년 4월 20일부터 2013년 5월 20일까지 약 30일간 400부의 설문지를 배포하여 총350부(87.5%)를 최종 분석에 사용하였다. 따라서 본 연구는 수집된 자료를 바탕으로 SPSS와 AMOS 통계프로그램을 사용하였고, 구성개념의 적합성, 측정변수의 신뢰성, 타당성을 검증하기 위하여 확인적 요인분석(CFA; Confirmative factor analysis)과 구조방정식(Structural equation modeling)을 실시하였다.

4. 변수의 측정

1) 소상공인 창업교육 서비스품질

소상공인 창업교육 서비스품질은 Parasuraman et al(1995)가 제시한 SE 품질 차원을 통해 소상공인 지원기관의 서비스품질의 평가 요소를 5가지 차원으로 기대와 지각된 성과에 대해 측정도구를 바탕으로 Na JH(2006), Byun WY(2005), Um KA(2007), Lee KC(2005), Lee PJ(2007)의 연구를 소상공인의 상황에 적합하도록 수정하여 20개의 문항을 사용하였다. 또한 Parasuraman et al(1995)가 제시한 5가지 차원(유형성, 신뢰성, 반응성, 확신성, 공감성)을 평균값으로 Likert 5점척도(1.전혀 그렇지 않다, 3.보통이다, 5.매우 그렇다)를 사용하여 학습자가 지각하는 소상공인 창업교육기관에 대한 서비스 품질을 측정하였다.

2) 학습자만족

창업교육에 대한 학습자의 만족도는 Astin

A(1993)의 연구를 이용하여 교육과정과 교육방법, 교육내용, 교육자, 직원지원, 학생지원서비스 등 관련된 6개의 문항을 사용하여 Likert 5점척도를 이용하여 측정하였다.

3) 창업의지

창업의지는 Timmons JA(1994)와 Crant JM(1996), Park WC(2010)의 창업의지의 영향요인에 관한 연구 중에서 창업교육 프로그램을 이수하고 난 후 창업에 대한 의도변화에 대한 설문항목을 근거로 6개의 문항을 사용하여 Likert 5점척도를 사용하였다.

IV. 분석결과

1. 연구결과

1) 조사대상자의 인구통계학적 특성

본 연구는 실증조사의 대상인 표본의 인구통계학적 특성을 살펴보기 위해 빈도분석(frequency analysis)을 실시하였으며, 그 결과는 <표 1>과 같다.

2) 측정도구의 신뢰성 및 타당성검증

전체 구성개념의 확인적 요인분석 결과는 <표 2>와 같다. 우선 모형의 적합도를 살펴보면 카이제곱(χ^2) 값은 238.384($p < 0.01$)로 나타나 기준에 미치지 못한 것으로 나타났다. 그러나 카이제곱 통계량은 표본의 크기와 측정변수들의 수에 민감한 것으로 알려져 있으며, 모델의 근소한 차이에 대해 민감하게 반응하여 부합되지 않는 결과를 나타내기도 한다. 따라서, 다른 적합도 지수들이, $Q(\chi^2/df)$ 값은 0.015, GFI 값은 0.933, AGFI 값은 0.908, RMR 값은 0.023, CFI 값은 0.982, NFI 값은 0.963, RMSEA 값은 0.051로 나타나 일반적인 평가 기준과 비교하였을 때, 수용 가능한 수준을 확보하고 있다.

또한, <표 2>에 나타난 바와 같이 모든 측정변수들의 요인부하량이 통계적으로 유의하며, 표준

<Table 1> Demographic characteristics of the sample

Characteristic		N(350)	(%)100
Gender	Male	159	45.4
	Female	191	54.6
Age(yr)	20 ~ 29	36	10.3
	30 ~ 39	110	31.4
	40 ~ 49	114	32.6
	50 ~ 59	90	25.8
Marital status	Married	104	29.7
	Single	246	70.3
Education level	~ High school	83	23.7
	College & University	233	66.6
	Graduate university	34	9.7
Start-up experience	Yes	150	42.9
	No	200	57.1
Small Business start-up education experience	Yes	143	40.9
	No	207	59.1
Start-up education target	Prep entrepreneur	271	77.4
	Potential sectors conversion	79	22.6
The need for small start-up education	Yes	324	92.6
	No	26	7.4

화 요인부하량이 0.827~0.876까지 나타나고 있다. 또한 평균분산추출값과 개념신뢰도 값이 모두 기준에 부합하는 값으로 나타나고 있어 본 연구에 사용된 구성개념들과 측정변수들 간에 집중타당성이 확보되어 있음을 확인할 수 있다.

<Table 2> Confirmatory factor analysis and reliability analysis

Item	Non-standardized estimate	Standardized estimate	S.E.	C.R.	p value	AVE	Cronbach's α
Small business start-up education service quality	← A1	1.000	0.850			0.66	0.91
	← A2	0.994	0.853	0.047	21.107		
	← A3	0.941	0.839	0.046	20.557		
	← A4	1.023	0.873	0.047	21.766		
Learner satisfaction	← A5	1.002	0.846	0.048	20.734	0.67	0.68
	← B1	1.000	0.863				
	← B2	1.054	0.876	0.046	22.815		
	← B3	0.972	0.855	0.045	21.751		
	← B4	1.071	0.874	0.048	22.416		
	← B5	1.048	0.840	0.050	21.012		
Entrepreneurial intention	← B6	0.939	0.827	0.046	20.316	0.63	0.90
	← C1	1.000	0.466				
	← C2	1.884	0.867	0.208	9.056		
	← C3	1.965	0.878	0.216	9.105		
	← C4	1.851	0.845	0.206	8.992		
	← C5	2.036	0.847	0.227	8.981		
← C6	1.707	0.705	0.204	8.366	0.000		

Goodness of fit : $\chi^2=238.384$ p=0.000, $Q(\chi^2/df)=0.015$, GFI=0.933, AGFI=0.908, RMR=0.023, CFI=0.982, NFI=0.963, RMSEA=0.051

〈Table 3〉 Correlation analysis

Item	1	2	3	4	5	6	7
Materiality	1						
Reliability	0.745***	1					
Reactivity	0.755***	0.701***	1				
Confidence	0.728***	0.734***	0.773***	1			
Consensual	0.723***	0.720***	-0.667***	0.736***	1		
Learner satisfaction	0.786***	0.608***	0.762***	0.770***	0.770***	1	
Entrepreneurial intention	0.618***	0.633***	0.624***	0.652***	0.634***	0.661***	1

***p<0.01

또한 <표 3>은 전체 측정항목에 대한 판별타당성(discriminant validity)을 확인하기 위해 실시한 상관관계 분석결과이다.

3) 가설검증결과

가설의 검증에 앞서 연구모형에 대한 전반적인 적합도를 확인한 결과, 연구모형에서의 카이제곱(χ^2) 값은 36.689(p<0.01)로 나타나 표본과 모집단의 분포가 같다는 귀무가설을 기각하고 있으나, 카이제곱 통계량은 표본의 크기에 의해 좌우되므로 모델의 근소한 차이에 대해 민감하게 반응하여 부합되지 않는 결과를 나타내기도 한다. 따라서 이러한 카이제곱 통계량의 문제점을 보완하는 다른 적합도 지수를 살펴보면, Q(χ^2/df) 값은 9.172, GFI 값은 0.976 AGFI 값은 0.562, RMR 값

은 0.013, CFI 값은 0.986, NFI 값은 0.986, RMSEA 값은 0.223으로 나타나 모든 적합도 지수들이 수용 가능한 수준으로 제시되고 있으며, 자유도를 고려한 모형의 복잡성을 고려하여 볼 때, 연구모형은 전반적으로 양호하다고 판단할 수 있다. 연구모형의 적합도와 가설검증 결과는 <표 4>와 같다.

V. 연구결과

1. 연구의 결론

본 연구는 소상공인 창업교육 서비스품질이 학습자만족과 창업의지에 미치는 영향을 검증한 것에 그 의의가 있다. 상기 실증 분석을 통해 도출된 결과를 근거로 하여 연구의 결론을 정리해 보면

〈Table 4〉 Results of the structural equation model

Hypothesized relationship	Non-standardized estimate	Standardized estimate	S.E.	C.R.	p value	Result
H1a Materiality→Learner satisfaction	0.168	0.190	0.040	4.181	0.000***	accepted
H1b Reliability→Learner satisfaction	0.268	0.303	0.038	7.018	0.000***	accepted
H1c Reactivity→Learner satisfaction	0.159	0.171	0.041	3.833	0.000***	accepted
H1d Confidence→Learner satisfaction	0.107	0.120	0.041	2.584	0.000***	accepted
H1e Consensual→Learner satisfaction	0.186	0.212	0.037	5.057	0.000***	accepted
H2a Materiality→Entrepreneurial intention	0.047	0.057	0.057	0.828	0.407	rejected
H2b Reliability→Entrepreneurial intention	0.107	0.130	0.056	1.898	0.058*	accepted
H2c Reactivity→Entrepreneurial intention	0.109	0.126	0.058	1.869	0.062*	accepted
H2d Confidence→Entrepreneurial intention	0.149	0.181	0.058	2.593	0.010**	accepted
H2e Consensual→Entrepreneurial intention	0.141	0.172	0.053	2.677	0.000***	accepted
H3 Learner satisfaction→Entrepreneurial intention	0.134	0.144	0.074	1.816	0.069*	accepted

Goodness of fit : $\chi^2=36.689$, p=0.000, Q(χ^2/df)=9.172, GFI=0.976, AGFI=0.562, RMR=0.013, CFI=0.986, NFI=0.986, RMSEA=0.223

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

다음과 같다.

첫째, 가설 1에서 제시한 소상공인 창업교육 서비스품질이 학습자만족과의 관계에서는 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 선행연구의 결과를 지지하는 것으로 판단 할 수 있다(Rust T · Zahorik AJ 1992; Anderson WC et al 1994; Kim IJ 1993; Oliver RL 1997; Kang MK 2002; Lee Q 2006).

가설 검증에서 서비스품질과 학습자만족 간의 영향 관계의 경우는 유형성(교육기관의 외관 및 물리적 시설), 신뢰성(창업교육 기관에 대한 신뢰), 반응성(교육기관에 대한 업무 대응능력), 확신성(창업교육 기관에서 교육을 잘 받았다는 안도감), 공감성(개별학습자에 대한 관심과 배려) 모두 유의한 영향을 미치는 것으로 이는 소상공인 창업교육기관의 경우 학습자의 접점에서 상호 작용을 하게 되는 경우가 많은 특징이 있어 학습자의 요구에 성실하게 반응 할 수 있는 특성이 많이 요구되기 때문일 것이다.

이러한 연구결과를 통하여 소상공인 창업교육 서비스품질이 학습자만족에 직접적인 영향을 미치는 중요한 요인임을 확인할 수 있었으며, 따라서 학습자들을 만족시키기 위해 무엇보다도 먼저 수준 높은 창업교육 서비스 품질을 제공할 필요가 있다는 것을 의미한다. 또한 창업교육 기관은 교육기관의 경쟁력을 확보할 수 있는 창업교육 서비스 품질을 체계적이고 효율적으로 관리하여 학습자들에게 제공한다면 현재 상태를 유지할 수 있음은 물론 더 나아가 발전할 수 있을 것으로 더욱 중요하다고 할 수 있다.

둘째, 가설 2에서 제시한 소상공인 창업교육 서비스품질이 창업의지와와의 관계에서는 부분적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 선행연구의 결과를 지지하는 것으로 판단 할 수 있다(Lee KO 2000; Clark et, al 1984; Jo BJ 1998; Timmons 1994).

가설 검증에서 서비스품질과 창업의지 간의 영향 관계의 경우는 신뢰성(창업교육 기관에 대한

신뢰), 반응성(교육기관에 대한 업무 대응능력), 확신성(창업교육 기관에서 교육을 잘 받았다는 안도감), 공감성(개별학습자에 대한 관심과 배려)이 유형성(교육기관의 외관 및 물리적 시설)에 비해 창업의지에 미치는 영향 정도가 높게 나타났다.

이는 소상공인 창업교육이 학습자와 교육기관의 상호작용에 의해 이뤄지는 형식으로 창업교육과 관련된 교육과정 프로그램과 수업내용에 대한 확신성을 갖는 자세, 강사 및 직원들의 즉각적인 반응성 그리고 학습자와 직원 간의 신뢰할 수 있는 특성이 많이 요구되기 때문일 것이다.

그러나 서비스품질과 창업의지 간의 영향 관계에서 유형성(교육기관의 외관 및 물리적 시설)은 부의 영향을 미치는 것으로 나타났으나 어려운 경제 침체로 인하여 소상공인 창업은 계속해서 증가하는 추세로 불경기에 다른 대안이 없어 소상공인 창업은 증가하고 있다. 이는 창업이 시급한 또는 생존이 어려운 처지에 있는 소상공인 예비창업자와 업종전환예정자는 창업교육 기관의 유형성(교육기관의 외관 및 물리적 시설)에는 별로 중요성을 인지하지 못할 수 있으며 스스로 위험을 감수하더라도 창업육구에 더 관심이 있기 때문이라 사료된다.

이러한 연구결과를 통하여 소상공인 창업교육 서비스품질이 창업의지에 직접적인 영향을 미치는 중요한 요인임을 확인할 수 있었으며, 따라서 창업의지를 높이기 위해 무엇보다도 먼저 수준 높은 창업교육 서비스 품질을 제공할 필요가 있다는 것을 의미한다. 또한 창업교육 기관은 교육기관의 장기적인 발전을 이루기 위해서는 창업교육 기관의 서비스 품질을 고려하여 창업의지를 강화하여야 할 것이다.

셋째, 가설 3에서 제시한 학습자만족이 창업의지에 미치는 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 선행연구의 결과를 지지하는 것으로 판단 할 수 있다(Lee SM·Jang DS, 2003; Park JH·Kim YT, 2009).

이러한 연구 결과를 통하여 창업교육은 학습자

만족이 높을수록 창업의지가 더욱 증가한다는 것을 의미한다. 이는 우수한 강사진, 교육내용의 체계화, 세분화로 교육 참여자의 교육만족을 증가시키는 것이 창업의 활성화로 귀결될 것이라 판단된다. 따라서 학습자들의 창업교육에 대한 흥미와 관심은 학습자에게 보다 나은 서비스를 제공할 수 있으므로 학습자들이 창업교육에 만족하고 창업관련 지식이나 기술로 인하여 학습자 스스로 창업을 하려는 동기와 행동의도를 의미한다.

이와 같은 연구결과를 종합해 볼 때, 창업교육 서비스품질은 학습자만족과 창업의지를 강화하고 있다. 특히 소상공인 창업교육 기관의 학습자에게 직접적인 교육서비스를 제공하고 이러한 창업교육 서비스를 지각한 학습자의 만족은 창업의지에 직접적인 영향을 행사하는 중요한 역할을 하고 있음을 알 수 있다.

이에 본 연구의 결과를 토대로 다음과 같은 시사점을 제시할 수 있었다.

첫째, 소상공인 창업교육 서비스품질, 학습자 만족 그리고 창업의지 간의 영향관계에 대한 연구는 거의 없는 실정므로, 서비스품질에 따른 창업의지의 영향관계를 이해하는데 새로운 시도를 하였다는 점에서 의의가 있다. 이러한 연구를 통하여 교육기관의 서비스품질이 긍정적으로 작용을 하는 것을 알 수 있다. 이에 따라 창업교육기관은 학습자 개인의 특성에 대한 관심과 이해가 반영된 서비스품질 정책을 세워야 할 것이다.

둘째, 창업교육은 잠재적 창업자인 예비창업자와 업종전환예정자로 실제 창업행동이 아닌 창업의지를 다루는데 있어서 새로운 시도를 하였다는 점에서 의의가 있다. 이러한 연구를 통해 창업의지가 실제 창업으로 이어질 수 있음을 확인할 수 있었다. 즉 의지가 있어야 실제행동으로 옮겨질 수 있기에 적극 활용할 수 있는 방안을 강구해야 할 것이다.

마지막으로 창업교육 서비스품질 향상은 창업의지인 즉 생존에 관련된 문제로서 창업교육을 담당하는 직원에게 직무수행에 대한 목표와 방향

을 제시하고, 이들의 협력과 합의를 촉진할 수 있는 분위기를 정착시키고, 적절한 보상과 교육훈련, 직무특성을 제공하는 노력이 필요하다. 이러한 노력은 고객접점 직원의 서비스가치에 대한 인식을 고양하고 서비스창출에 대한 직무몰입을 통해 서비스품질의 개선과 고객만족도 향상을 가져올 수 있으며 나아가 창업자의 창업의지를 기대할 수 있을 것으로 사료된다.

이러한 시사점에도 불구하고 본 연구에서는 다음과 같은 한계점을 가지고 있으며, 또한 향후 연구방향을 제시하고자 한다.

첫째, 본 연구에서는 소상공인 창업교육 서비스품질에 대한 학습자만족 및 창업의지의 관계를 중심으로 다루었으나, 서비스품질유형에 영향을 줄 수 있는 변수에 대한 추가적인 연구가 필요할 것으로 보인다. 또한 서비스품질유형에 있어 5요인으로 제한된 척도를 사용하였다. 향후 연구에서는 소상공인 창업자의 심리적 특성을 파악하여 체계적인 창업교육을 하는 것이 창업의 성공률을 높이는데 필요할 것이다.

둘째, 소상공인 창업교육은 창업의 양보다 창업의 성공률을 높이는데 초점을 두어야 할 것이다. 이를 위해서는 창업을 지원하는 소상공인지원센터의 기능 강화를 통해 창업의 성공률을 높이도록 하되 중장기적인 여건으로 조성하여야 할 것이다.

마지막으로, 맞춤형 교육이 이루어지는 경영진단 프로그램을 가동하여 교육 프로그램의 시행이 후에도 사후관리 프로그램과 연계하여 운용하도록 한다. 이러한 프로그램은 예비창업자 또는 업종전환예정자, 기존사업자에게도 적용 및 운영될 수 있도록 하는 것이 바람직하다. 특히 소상공인 문제는 현장지도를 통해 교육이 이루어질 수 있도록 현장교육의 비중을 강화하는 것이 절대적으로 필요할 것이다.

한글 초록

본 연구는 소상공인 창업교육 서비스품질이 학습자만족과 창업의지 간의 인과관계를 분석하기 위한 연구로서, 연구결과를 통하여 소상공인 창업자들의 창업교육 서비스품질에 대한 욕구를 해소하고 창업교육 프로그램에 관한 선택과 집중 측면에서의 시사점을 모색하고자 진행되었다.

이에 따라 실증분석을 통해 도출된 결과를 근거로 연구의 결론을 정리해 보면 다음과 같다. 첫째, 소상공인 창업교육 서비스품질이 학습자만족과의 관계에서 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 소상공인 창업교육 서비스품질이 창업의지에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 셋째, 학습자만족이 창업의지에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이와 같은 연구결과를 종합해 볼 때, 소상공인 창업교육 서비스품질은 학습자만족과 창업의지를 강화하고 있다. 특히 소상공인 창업교육 기관은 학습자에게 직접적인 교육서비스를 제공하고 이러한 소상공인 창업교육 서비스를 지각한 학습자의 만족과 성과는 창업의지에 직접적인 영향을 행사하는 중요한 역할을 하고 있음을 알 수 있다. 이에 따라 소상공인 창업교육기관은 창업교육 서비스 품질을 높일 수 있는 방안을 모색하고, 학습자 개인의 삶의 질을 향상시킬 수 있는 전략적 차원에서의 체계적인 창업교육의 관리가 필요하다는 점을 시사해주고 있다.

참고문헌

나영선 (2006). 외식사업 창업과 경영, 백산, 서울
 박오성 (2008). 고객만족을 위한 서비스 경영론.
 한국학술정보(주), 파주
 소상공인진흥원 (2008). 소상공인 정책 비전 및
 중장기 발전방안, 32-35.
 소상공인진흥원 (2012). 2012 소상공인 통계집
 Anderson WC · Fornell · Lehmann DR (1994).

Customer Satisfaction, Market Share and Profitability: Findings From Sweden. *Journal of Marketing*, 58(1), 58-66.
 Astin A (1993). What Matters in College. *Four Critical Years Revisited*. San Francisco: Jossey-Bass.
 Bettencourt LA (1997). Customer Voluntary Performance: Customers As Partners in Service Delivery, *Journal of Retailing*, 73(3), 383-406.
 Brush (1997). Aresource Perpetive on women's Entrepreneurship Research Relevande and Recognition.
 Byun WY (2005). Major in Education Administration Graduate School of Education. MS Thesis, Semyung University, Chungbuk.
 Clark BW. Davis CH. & Harnish VC (1984). Do Course in Entrepreneurship Aid in New Venture Creation. *Journal of Small Business Management*, 2, 26-31.
 Crant JM (1996). The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intentions. *Journal of small business management*, 34(3), 42-49.
 Gartner WB · Mitchell TR. · Vesper KH (1992). Acting as if: differentiating entrepreneurial from organizational behavior, *Entrepreneurship theory and practice*, 16, 13-31.
 Gronroos C (1984). A Service Quality Model and Its Marketing Implication, *A European Journal of Marketing*, 18(4), 36-44.
 Kang MK (2002). A Study for Service Quality, Customer Satisfaction and Re-purchase Intention: Focused at Customer and Employee on the Family Restaurant Industry. MS Thesis, Kyunghee University, Seoul.
 Kang TW (2007). Determinants of Education Performance of Entrepreneurship Education Program: Focusing on Short-term Entrepre-

- neurship Education Program. MS Thesis, Jinju National University, Jinju.
- Kim DJ·Eum TS·Byun GI (2008). Influence of career aptitudes of potential businessman on their determination to start business: Focused on the college student. *The Korean Journal of Culinary Research* 15(1): 67-78.
- Kim IJ (1993). Effects of Hotel Image Variables on Guest Satisfaction and Dissatisfaction. *Study on Tourism*, 17, 81-94.
- Kim Ji·Joo MK·Lee JH (2012). The Impact of Service Quality in Entrepreneurial Education on Self-efficacy, Expectation Achievement and Satisfaction. *Proceedings of Conference on Business Venturing*. 8(22), 61-70.
- Kim KS (2007). The Empirical Study on Effect of Entrepreneurship and Service Orientation on Venture's Success in Restaurant Business. PH.D. Thesis, Hoseo University, Seoul.
- Kim KJ (2002). The Effects of Perceived Service Quality on the Patient's Satisfaction and Performances. MS Thesis, Chosun University, Gwangju.
- Kim YT (2009). An Empirical Study of Effect and Improvement of Entrepreneurship Education. MS Thesis, Chung-Ang University, Seoul.
- Kown YG·Yoon HH (2013). A Study on the Influence of Entrepreneurial Motivations of College Students Majoring in Foodservice on Entrepreneurial Intentions: Focused on the Moderating Effects by Gender. *The Korean Journal of Culinary Research*. 19(4), 193-210.
- Kim YW·Kim HK (2013). The Effect of Founding Process of Foodservice Business and Foodservice Marketing Management on the Duration of Business: Focused on Kwangju City. *The Korean Journal of Culinary Research*. 19(1). 42-56.
- Krueger NF (1993). The Impact of Prior Entrepreneurial Exposure on Perceptions of New Venture Feasibility and Desirability, Entrepreneurships. *Theory and Practice*. 18(1), 5-10.
- Lee IS·Kim OS·Rha YA (2013). A Study on the Effect of Young Entrepreneur's Growth Factors on Entrepreneurial Capability and Entrepreneurial Intentions: Focused on the College Students Majoring in Culinary and Foodservice. *The Korean Journal of Culinary Research*. 19(4), 25-39.
- Lee JW (2000). Individual Characteristics and Entrepreneurial Intentions. *The Korean Association of Small Business Studies*, 22(1), 121-146.
- Lee KO(2000). A Study on the Model Build-up for Educational Services Marketing of University. PH.D. Thesis. Kyungnam University, Kyungnam.
- Lee PJ (2007). A Study on Measurement and Improvement for the Service of Education and Administration in the University. PH.D. Thesis, Kyonggi University, Seoul.
- Lee SM·Jang DS (2003). A Comparative Study on Venture Creation Education and Entrepreneurship Improvement between Korea and USA. *Korea Business Review*, 7(1), 25-47.
- Li Qiang (2006). A Study on the Effect of Service Environments on Customer Satisfaction : Focused on Food Service Industry of Korean. MS Thesis, Chungnam National University, Daejeon.
- Na JH(2006). The Effects of Service Quality Characteristics on the Customer Satisfaction: In Educational Service. MS Thesis, Chung-Ang University, Seoul.
- Nam CA (2012). A Study of th Effects of the Characteristics of Bizcool Education, Social

- Support and Characteristics of Educational Environment on the Learning Outcome and the Entrepreneurial Intention. MS Thesis, Chonnam National University, Gwangju.
- Oh YM (1997). The Effect of Entrepreneurship Education program on Start-up intention. MS Thesis, Hanbat National University, Daejeon.
- Oliver RL (1997). Effects of Expectation and Discontinuation On Postexposure Product Evaluation: An Alternative Interpretation. *Journal of Applied Psychology*. 62(4), 480-486.
- Parasuraman A. · Zeithaml VA · Berry LL (1985). Problems and Strategies in Service Marketing, *Journal of Marketing*, 49. 33-46.
- Parasurman A · Zeithaml VA · Berry LL (1994). Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implication for Future Research. *Journal of Marketing*. 58(1). 111-124.
- Parasuraman, A Zeithaml VA · Berry LL (1995), "Measuring and monitoring service quality", in Glynn, W.J. and Barnes, J.G. (Eds), *Understanding Services Management*, John Wiley & Sons, New York, NY.
- Park JH·Kim YT (2009). An Empirical Study of Effect and Improvement of Entrepreneurship Education. *Korea Institute for industry & Economic*, 22(2), 959-977.
- Park JH·An SK·Yoon IC (2011). The Influence of Home Environment, Career Orientation and Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intentions. *Korea Institute for industry & Economic*, 24(4), 2499-2520.
- Park SM (2011). A Study of the Communication-styles of Instructor and Learner's self-efficacy Influences in Education Satisfaction of Adult Learners. MS Thesis, Hanyang University, Seoul.
- Park WC (2010). An Empirical Study on Factors Affecting Entrepreneurial Intention: Focused on Mediating Effect of Career Orientation. MS Thesis, Jinju National University, Jinju.
- Park YH (2004). Tasks for the Promotion of Entrepreneurship education in Vocational High Schools. *The Journal of Vocational Education Research*, 23(3), 83-110.
- Rust T · Zahorik AJ (1992). Customer Satisfaction, Customer Retention and Market Share. *Journal of Retailing*, 69, 193-215.
- Schumpeter JA (1934). *The Theory of Economic Development*, Cambridge : Harvard University Press.
- Timmons JA (1994). *New venture creation: Entrepreneurship for the 21st century*, Hoomwood, IL: Irwin.
- Veciana JM · Alponete · Urbano D (2005). University students attitudes towards entrepreneurship: a two countries comparison. *International entrepreneurship and management journal*, 1, 165-182.
- Um KA (2007). A Study for the Effects of University Education Service Quality Factors on the Student Satisfaction and Behavioral Intention: Centering on University Type and Comparative Demographic Statistics. MS Thesis, Inha University, Incheon.
- Zeithaml VA (1988). Consumer Proception of Price and Value: a Mean-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, 52(2), 2-22.

2013년 08월 15일 접수

2013년 11월 20일 1차 논문수정

2014년 06월 30일 2차 논문수정

2014년 07월 30일 3차 논문수정

2014년 08월 10일 논문게재확정