



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

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

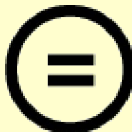
다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



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

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

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

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

[Disclaimer](#)

석사학위논문

경영컨설팅과 벤처기업 성과에 관한 연구

2014년

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

지식서비스&컨설팅학과

매니지먼트컨설팅전공

변태영

석사학위논문
지도교수 주형근

경영컨설팅과 벤처기업 성과에 관한 연구

An study on the Management Consulting and
Venture Business Performance.

2013년 12월 일

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원
지식서비스&컨설팅학과
매니지먼트컨설팅전공
변태영

석사학위논문
지도교수 주형근

경영컨설팅과 벤처기업 성과에 관한 연구

An study on the Management Consulting and
Venture Business Performance.

위 논문을 컨설팅학 석사학위 논문으로 제출함

2013년 12월 일

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

지식서비스 & 컨설팅학과

매니지먼트컨설팅전공

변태영

변태영의 컨설팅학 석사학위논문을 인준함

2013년 12월 일

심사위원장 _____ 인

심 사 위 원 _____ 인

심 사 위 원 _____ 인

국 문 초 록

경영컨설팅과 벤처기업 성과에 관한 연구

한성대학교 대학원
지식서비스&컨설팅학과
매니지먼트컨설팅전공
변 태 영

우리나라의 경제는 현재 몇몇 대기업에 의존하는 ‘대기업 쏠림’현상이 지속되고 있다. 이러한 현상이 지속되는 상황에서 예기치 않은 일로 인해 대기업이 몰락을 하게 된다면 우리나라의 경제는 큰 타격을 받을 것이다. 핀란드의 경우 ‘노키아’가 몰락을 함으로써 힘든 상황을 맞이하였다. 하지만 벤처기업을 육성함으로써 그 위기를 극복하고 있다. 따라서 대기업이 몰락하여 경제의 타격을 받는 상황에 미리 대비하여 벤처기업에 대한 적극적인 육성을 할 필요가 있다.

본 연구는 선행연구를 통해 경영컨설팅(전략, 회계/재무, 마케팅, 생산)과 벤처기업의 성과(재무성과, 고객만족, 학습과 성장, 내부개선)에 유의미한 영향이 있는지에 대한 내용을 조사하였다. 벤처기업을 대상으로 한 설문조사를 통해 살펴 본 결과 경영컨설팅이 벤처기업의 성과에 유의미한 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다.

본 연구는 경영컨설팅과 벤처기업 성과 간 유의미한 영향이 있다는 것을 확인함으로써 앞으로 벤처기업을 대상으로 진행 될 경영컨설팅에 대한 참고자료가 될 수 있다는 점에서 의미 있는 연구였다. 향후 우리나라 경제는 벤처기업의 활성화 및 육성을 더욱 강화해야 할 것이다.

【주요어】 경영컨설팅, 벤처기업, 벤처기업 성과

목 차

제 1 장 서 론	1
제 1 절 연구의 목적	1
1. 연구의 배경 및 필요성	1
2. 연구의 목적	3
제 2 절 연구의 범위와 방법	5
제 3 절 연구의 구성	6
제 2 장 이론적 배경	7
제 1 절 경영컨설팅에 대한 이론적 고찰	7
1. 경영컨설팅의 정의	7
2. 경영컨설팅의 목적	10
3. 경영컨설팅의 특징	11
제 2 절 벤처기업에 대한 이론적 고찰	15
1. 벤처기업의 정의	15
2. 벤처기업의 특징	18
제 3 절 경영컨설팅과 벤처기업 성과에 관한 선행연구	20
제 3 장 연구설계	25
제 1 절 연구모형	25
제 2 절 연구가설의 설정	26
제 3 절 변수의 조작적 정의	29
제 4 절 조사 설계	30
1. 설문지 구성	30
2. 분석방법	32

제 4 장	자료의 분석 및 가설검정	33
제 1 절	표본의 일반적 특성	33
1.	자료수집	33
2.	표본의 일반적 특성	32
제 2 절	측정도구의 타당성 및 신뢰성 검증	35
1.	측정도구의 타당성 검증	35
2.	신뢰도 검증	37
제 3 절	상관관계 분석	39
제 4 절	다중회귀 분석	42
제 5 절	가설검정	51
제 6 절	분석결과 요약	54
제 5 장	결 론	58
제 1 절	연구결과의 요약	58
제 2 절	시사점	59
제 3 절	한계 및 향후 연구방향	60
【참고문헌】		61
【부 록】		64
설문지		64
ABSTRACT		72

【 표 목 차 】

[표 1-1]	한국 벤처기업의 실패 원인	2
[표 2-1]	경영컨설팅에 대한 정의	9
[표 2-2]	경영컨설팅의 특징	14
[표 2-3]	벤처기업에 대한 정의	17
[표 2-4]	선행연구 결과	24
[표 3-1]	연구가설	27
[표 3-2]	변수의 조작적 정의	30
[표 3-3]	경영컨설팅의 설문구성	31
[표 3-4]	벤처기업 성과의 설문구성	32
[표 4-1]	표본의 일반적 특성	34
[표 4-2]	회전된 성분행렬	36
[표 4-3]	경영컨설팅에 대한 신뢰도 검증 결과	37
[표 4-4]	벤처기업 성과에 대한 신뢰도 검증 결과	38
[표 4-5]	상관관계 분석결과	40
[표 4-6]	경영컨설팅과 벤처기업 성과 간 회귀분석	42
[표 4-7]	전략 분야와 재무성과 간 회귀분석	43
[표 4-8]	전략 분야와 고객만족 간 회귀분석	43
[표 4-9]	전략 분야와 학습과 성장 간 회귀분석	44
[표 4-10]	전략 분야와 내부개선 간 회귀분석	44
[표 4-11]	회계/재무 분야와 재무성과 간 회귀분석	45
[표 4-12]	회계/재무 분야와 고객만족 간 회귀분석	45
[표 4-13]	회계/재무 분야와 학습과 성장 간 회귀분석	46
[표 4-14]	회계/재무 분야와 내부개선 간 회귀분석	46
[표 4-15]	마케팅 분야와 재무성과 간 회귀분석	47
[표 4-16]	마케팅 분야와 고객만족 간 회귀분석	47
[표 4-17]	마케팅 분야와 학습과 성장 간 회귀분석	48
[표 4-18]	마케팅 분야와 내부개선 간 회귀분석	48

[표 4-19] 생산 분야와 재무성과 간 회귀분석	49
[표 4-20] 생산 분야와 고객만족 간 회귀분석	49
[표 4-21] 생산 분야와 학습과 성장 간 회귀분석	50
[표 4-22] 생산 분야와 내부개선 간 회귀분석	50
[표 4-23] 연구가설의 검정	51
[표 4-24] 채택 된 가설	57

【 그림 목 차 】

<그림 1-1>	연구의 구성	6
<그림 2-1>	경영컨설팅의 목적	11
<그림 2-2>	전기수(2009)의 연구모형	20
<그림 2-3>	변종수(2009)의 연구모형	21
<그림 2-4>	김종광(2013)의 연구모형	21
<그림 2-5>	왕문정(2007)의 연구모형	22
<그림 2-6>	노경섭(2006)의 연구모형	22
<그림 2-7>	민경룡(2010)의 연구모형	23
<그림 3-1>	연구모형	25
<그림 3-2>	컨설팅 분야	29
<그림 4-1>	연구모형 가설검증 결과	57

제 1 장 서 론

제 1 절 연구의 목적

1. 연구의 배경 및 필요성

벤처기업은 중소기업청이 벤처기업육성에 관한 특별 조치법 제2조 규정에 의한 벤처기업으로 확인·지정한 모든 벤처기업체를 의미한다. 이러한 벤처기업은 대개 고위험·고수익의 특성이 있는 기업으로 고용창출과 국가 경쟁력 향상에 상당한 공헌을 한다(김선영·이병헌 2012).

중소기업청의 「2011 벤처기업 정밀실태조사」에 따른 주요 내용은 다음과 같다. 첫째, 대기업 및 중소기업 보다 월등히 높은 매출 성장률을 달성했다. 둘째, 고용 없는 성장 속 일반 중소기업 보다 7.2배 많은 일자리를 창출했다. 셋째, 세계 유일 및 최고 수준의 기술력을 보유한 벤처가 36.9%로 '09년도 대비 6.7%로 증가했다. 넷째, 과감한 선제적 투자 및 해외진출로 틈새시장 개척에 주력했다. 이러한 결과는 벤처기업이 경영성과, 고용 및 기술혁신 등의 측면에서 여타 기업군에 비해 상당히 높은 성과를 거둬 벤처기업 육성의 중요성을 실증적으로 보여주고 있는 것이다.¹⁾ 그러므로 여타 기업군에 비해 상당히 높은 성과를 거두는 벤처기업에 대한 육성이 효율적으로 이루어진다면 최근의 경제 상황을 극복하고 재도약하는 기회가 될 것이다.

중소기업청·(사)벤처기업협회가 벤처확인제도 시행('98) 이후 1회 이상 벤처확인을 받은 기업(63,314개사)을 대상으로 한 '13년 보도 자료에 따르면 지난해보다 35개(9.2%) 증가한 416개의 기업이 매출 1,000억 원 이상을 달성했다고 한다.²⁾ 이러한 성장세를 보이는 벤처기업은 경제성장, 일자리 창출 등에 긍정적 효과를 가져왔다. 대기업 및 중소기업 보다 높은 성장성과

1) 2011년 벤처기업 정밀실태조사 결과 발표, 중소벤처뉴스, 2011.11.21., http://www.index.go.kr/egams/stts/jsp/potal/stts/P_O_STTS_idxMain.jsp?idx_cd=1195, 2013.11.21

2) 중소기업청·(사)벤처기업협회 보도자료. 2013.7.16

수익성을 달성함으로써 어려운 경기여건을 극복하고 재도약하는 기회가 될 것이라는 것을 입증한 셈이다. 높은 성장성과 수익성은 양질의 일자리 창출로 이어져 창조경제의 주역임을 입증하고 있다.³⁾

하지만 모든 벤처기업이 높은 성장성과 수익성을 보이고 있는 것은 아니다. 성공을 하는 벤처기업이 있는 반면 실패를 하는 벤처기업도 있다. 한국 벤처기업의 실패원인은 [표 1-1]과 같다.

[표 1-1] 한국 벤처기업의 실패원인

순위	원인	비율(%)
1	거래기업의 도산 또는 경영부진	46.6
2	판매대금의 회수 부진	38.3
3	경영자의 자질 및 경험부족	36.9
4	사채차입의 과다	29.6
5	기술력의 미약	29.0
6	마케팅의 부족	28.0
7	제품의 진부화 및 대체품의 출현	23.0
8	대기업과의 경쟁	22.3
9	소비자 수요의 변화	17.7
10	과도한 고정자산 투자	15.7

출처 : 박정식과 신동령, 경영분석, 다산 출판사, 2000 (장수덕, 2004 ,재인용)

표에서 살펴 볼 수 있듯이 박정식과 신동령(2000)은 벤처기업의 실패원인을 거래기업의 도산 또는 경영부진, 경영자의 자질 및 경험부족, 기술력의 미약, 마케팅의 부족, 소비자 수요의 변화 등으로 꼽았다. 이를 달리 바라보면 이러한 실패원인을 수정·보완한다면 실패가 아닌 성공하는 벤처기업으로 이끌 수 있다는 뜻이라고 볼 수 있다.

따라서 이러한 문제를 해결하기 위한 방법으로 경영컨설팅을 꼽을 수 있다. 최근 정부의 지식서비스 산업 활성화 노력에 힘입어 컨설팅 산업이 주목을 받고 있기 때문에 경영위기에 직면하였거나 보다 개선된 사업운영을 희망하는 기업을 위해 경영컨설팅이 어떤 형태로든 도움이 될 것이라는 데는 의심의 여지가 없을 것이다(변중수, 2009).

3) 중소기업청·(사)벤처기업협회 보도자료, 2013.7.16

전기수(2009)는 경영의 규모가 작고 경영자 및 관리자의 층도 얇은 벤처기업의 경우에는 경영의 각 부문에 대한 전문적 지식과 경험을 보유한 경영자를 많이 보유하지 못하고 있는 것이 현실이며 심지어 어떤 측면에서는 경제적 부담 등으로 인하여 바람직하지 않을 수도 있다고 하였다. 이러한 이유로 벤처기업의 경우 외부 전문가를 활용한 경영컨설팅을 적극 활용 할 필요가 있을 것이다.

반면 이한석(2013)은 다수의 벤처기업들이 컨설팅 사업을 활용하여 외부 전문가로부터 경영 및 기술 컨설팅 지원을 받아 글로벌 강소기업으로 성장할 수 있게 되었다. 그러나 전반적인 컨설팅 생태계의 미흡과 지원 사업 활용 극대화를 위한 다양한 방안제시 부족, 잦은 정책 변경 등 투입 노력 대비 컨설팅 지원에 대한 효율적 활용성은 떨어지고 있다고 하였다.

2. 연구의 목적

중소기업청 조사통계시스템⁴⁾에 따르면 현재 벤처기업의 경우 2011년 기준 전체 사업체수가 99.9%에 달하고 있다. 종사자 수 또한 86.9%라는 높은 비중을 차지하고 있었다. 벤처기업의 수가 현저히 높은 상황에서 현재 우리나라의 경제는 몇몇 대기업에 의존하는 ‘대기업 쏠림’ 현상이 지속되고 있다. 우리나라의 경제를 이끄는 대기업이 자칫 잘못하여 몰락이라도 한다면 어떻게 될까? 아마 우리나라 경제는 큰 타격을 받을 것이다. 최근의 예를 들어 설명하자면 핀란드 ‘노키아’라는 휴대폰 생산업체는 핀란드의 경제 성장을 책임지던 기업이었다. 하지만 2007년 애플 아이폰의 등장으로 큰 타격을 받게 된다. 주변 국가에서는 핀란드가 몰락하는 것 아니냐는 우려를 표시했다. 하지만 핀란드 벤처기업의 육성을 통해 이 위기를 극복하고 있다. 그리고 헤르만 지몬 박사⁵⁾는 대기업 중심의 한국 경제를 걱정하며 장기적으로 봤을 때 분산화 된 경제 구조를 갖출 필요가 있다고 하였다.⁶⁾ 이러한 사례에 비추어 봤을 때 우리나라 역시 대기업에 의존하

4) 중소기업 조사통계 시스템. <http://stat2.smba.go.kr/index.jsp>

5) 지몬 쿠허 앤 파트너스 회장

기보다는 벤처기업의 육성 및 활성화를 통해 탄탄한 경제 구조를 갖출 필요가 있다.

최근 중소기업청·(사)벤처기업협회의 보도 자료에 따르면 지난해보다 35개(9.2%) 증가한 416개의 벤처기업이 매출 1,000억 원 이상을 달성했다고 한다.⁷⁾ 대기업 및 중소기업 보다 높은 성장성과 수익성을 달성하는 모습을 나타내고 있다. 이와 같은 이유로 우리나라 경제 성장의 발판이 될 수 있는 벤처기업에 대한 적극적인 지원이 이루어져야 한다. 따라서 벤처기업의 실패요인을 극복하고 성과를 창출 할 수 있는 방법 중 하나인 경영컨설팅이 효율적으로 이뤄질 필요가 있는 것이다.

위와 같은 이유에 비추어 본 연구의 목적은 현재 벤처기업을 대상으로 진행되고 있는 경영컨설팅이 벤처기업 성과와 얼마나 유의한 관계를 갖고 있는지 파악하여 가장 효율적인 부문이 무엇인지 찾는 것에 그 목적이 있다.

6) 국민일보, <http://news.kukinews.com/article/view.asp?page=1&gCode=pol&arcid=0007823729&code=11121100> 2013.12.10

7) 중소기업청·(사)벤처기업협회 보도자료, 2013.7.16

제 2 절 연구의 범위와 방법

벤처기업을 대상으로 진행되고 있는 경영컨설팅이 벤처기업 성과와 얼마나 유의미한 관계를 갖고 있는지에 대해 파악을 하고자하는 목적을 가진 본 연구의 범위는 다음과 같다.

첫째, 경영컨설팅에 대해 이론적으로 고찰한다.

둘째, 벤처기업에 대해 이론적으로 고찰한다.

셋째, 경영컨설팅과 벤처기업 성과의 관계에 대하여 실증분석 한다.

넷째, 연구결과에 기초하여 현재 이뤄지고 있는 경영컨설팅과 벤처기업 성과의 관계를 제시한다.

본 연구에서는 경영컨설팅과 벤처기업 성과에 대하여 문헌적 연구방법과 실증적 분석 방법을 통하여 알아보고자 한다.

문헌적 연구를 하기 위해 경영컨설팅과 벤처기업 성과에 대한 선행연구를 살펴보고 필요한 내용을 정리하고자 한다.

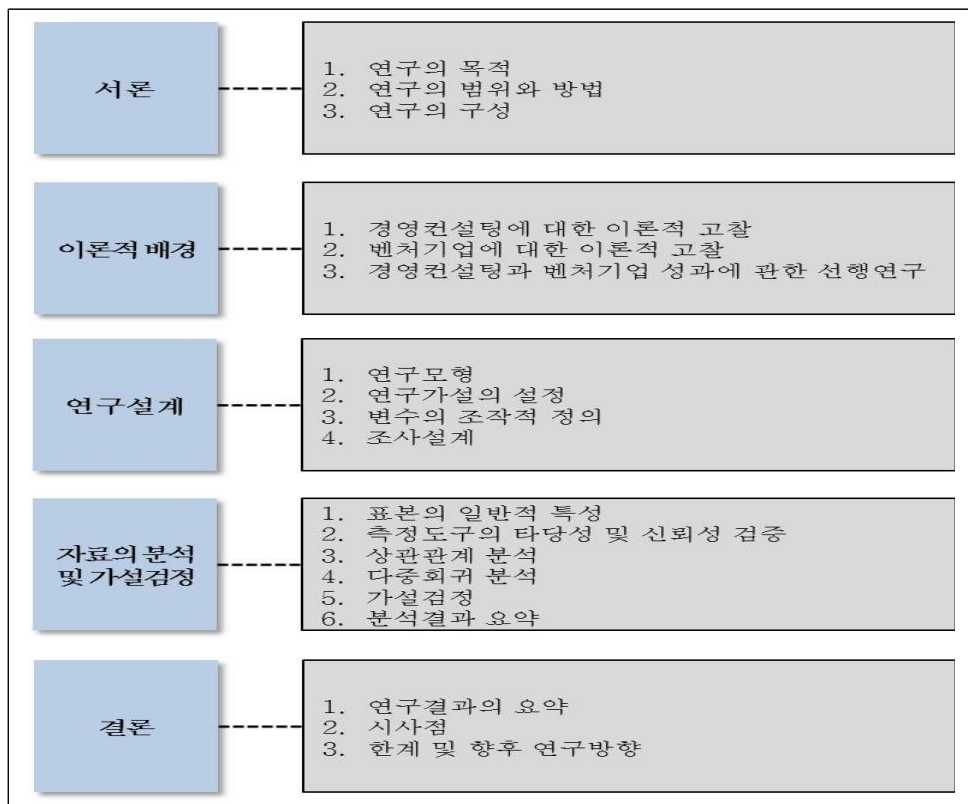
실증적 분석을 하기 위해 경영컨설팅을 받은 경험이 있는 벤처기업을 대상으로 설문조사를 실시하고자 한다. 그 후 회수된 설문지를 토대로 응답자의 일반적 특성을 파악하기 위해 빈도분석을 실시하고 독립변수의 신뢰성과 타당성을 알아보기 위해 신뢰도분석과 요인분석을 실시하였다. 그리고 하위변수간의 관계를 알아보기 위해 상관분석을 실시하였고 마지막으로 경영컨설팅과 벤처기업의 성과의 변수들 간의 관계를 확인하기 위해 다중회귀분석을 실시하였다. 본 연구에 사용된 통계처리는 SPSS 19 프로그램을 사용하였다.

제 3 절 연구의 구성

본 연구의 구성은 다음과 같다. 총 5장으로 구성되며 1장에서 연구의 목적 및 연구의 범위와 방법 그리고 구성을 설명한다. 2장에서는 경영컨설팅의 정의와 목적 및 특징 그리고 벤처기업의 정의 및 특징을 설명하고 경영컨설팅과 벤처기업 성과에 관한 선행연구를 실시한다. 3장에서는 선행연구를 바탕으로 연구모형을 설계하고 가설을 설정하여 연구모형에 대한 개념들의 조작적 정의를 통해 연구방법을 제시한다. 4장에서는 벤처기업을 대상으로 한 설문조사를 SPSS 19를 이용한 통계처리를 통해 가설을 검정한다. 마지막으로 5장에서는 연구결과를 종합적으로 분석하여 제시하고 연구의 한계와 연구의 시사점 및 향후 연구의 방향성을 제시한다.

본 연구의 구성은 <그림 1-1>과 같다.

<그림1-1> 연구의 구성



제 2 장 이론적 배경

제 1 절 경영컨설팅에 대한 이론적 고찰

1. 경영컨설팅의 정의

경영에 대한 사전적 의미는 “기업이나 사업 따위를 관리하고 운영하는 것”이다.⁸⁾ 컨설팅에 대한 사전적 의미는 “어떤 분야에 전문적인 지식을 가진 사람이 고객을 상대로 상세하게 상담하고 도와주는 것”이다.⁹⁾ 그렇다면 경영컨설팅이란 무엇이라고 정의 할 수 있을까? 경영컨설팅에 대한 정의는 저마다 다르다.

미국 경영컨설팅협회는 “경영컨설팅은 특별한 교육을 받고 자신이 경험을 쌓은 사람이 기업의 경영활동의 제 문제들을 이해하고 해결할 수 있도록 실질적인 해결방법을 제시하고 그러한 해결방법이 필요한 시기에 실시되는 것을 도와주는 전문적인 서비스를 제공하는 것이다”라고 하였다(전기수, 2009, 재인용).

영국 경영컨설팅연합회는 “독립적이면서 능력을 가진 사람이 전략, 조직, 프로세스, 방법수행상의 문제들을 연구하여 분석하고 그에 적합한 해결 방안을 제시하며 아울러 이러한 해결책들을 적절히 수행할 수 있도록 도와주는 것이다”라고 하였다(전기수, 2009, 재인용).

한국품질재단은 “경영컨설팅이란 계약을 토대로 특별히 훈련받고 문제해결 능력을 갖춘 사람들이 객관적이고 독립적인 방법으로 기업(고객)의 경영상의 문제점들을 도출해 내고, 이를 분석하여 해결책이나 개선방안을 제공하거나 또는 고객의 요청에 의해 그 해결책을 수행하는 등과 같은 일련의 자문을 제공 하는 것이다.”¹⁰⁾

8) 네이버 백과사전, <http://krdic.naver.com/search.nhn?query=%EA%B2%BD%EC%98%81>, 2013.11.21

9) 네이버 백과사전, <http://krdic.naver.com/detail.nhn?docid=44652100>, 2013.11.21

10) 한국품질재단, <http://www.kfq.or.kr/data/dataroom/%EA%B2%BD%EC%98%81%2520%EC%BB%A8%EC%84%A4%ED%8C%85%2520%EB%AA%A8%EB%93%A0%EA%B2%83!!..pdf>, 2013.11.23

국제노동기구는 “경영컨설팅이란 조직의 목적을 달성하는 데 있어서 경영·업무상의 문제점을 해결하고, 새로운 기회를 발견·포착하고, 학습을 촉진하며, 변화를 실현하는 관리자와 조직을 지원하는 독립적인 전문 자문서비스”라고 하였다.

곽홍주(2008)는 경영컨설팅이란 컨설턴트가 제공하는 서비스 영역이 경영상의 의사결정자에 대하여 도움을 제공하는 것에 초점이 맞춰져 있는 컨설팅이라고 하였다.

권기철(2010)은 경영컨설팅이란 기업으로 하여금 당면한 문제들을 분석·해결할 수 있도록 혹은 한 기업의 성공사례를 타 기업에 접목할 수 있도록 도와주는 전문적인 서비스를 제공하는 것이라고 하였다.

장영(1996)은 경영컨설팅이란 외부 컨설턴트가 클라이언트를 대상으로 기업경영과 관련된 다양한 서비스를 제공해 주는 자문활동이라고 하였다.

곽홍주(2008)는 경영컨설팅이란 컨설턴트가 제공하는 서비스 영역이 경영상의 의사결정자에 대하여 도움을 제공하는 것에 초점이 맞춰져 있는 컨설팅이라고 정의하였다.

진해광(2010)는 경영컨설팅이란 고도의 전문성을 갖추고 있는 경영컨설턴트가 기업의 경영과 기술상의 문제점을 찾아 해결하고, 변화를 실행함으로써, 경영자와 기업이 추구하는 목표의 달성을 도와주는 독립적인 프로페셔널 어드바이스라고 정의하였다.

경영컨설팅에 대한 다양한 정의를 정리한 내용은 [표 2-1]과 같다.

[표 2-1] 경영컨설팅에 대한 정의

구분	정의
미국 경영컨설팅 협회	특별한 교육을 받고 자신이 경험을 쌓은 사람이 기업의 경영활동의 제 문제들을 이해하고 해결할 수 있도록 실질적인 해결방법을 제시하고 그러한 해결방법이 필요한 시기에 실시되는 것을 도와주는 전문적인 서비스를 제공하는 것
영국 경영컨설팅 연합회	독립적인 능력을 가진 사람이 전략, 조직, 프로세스, 방법수행상의 문제들을 연구하여 분석하고 그에 적합한 해결 방안을 제시하며 아울러 이러한 해결책들을 적절히 수행할 수 있도록 도와주는 것
한국품질재단	계약을 토대로 특별히 훈련받고 문제해결 능력을 갖춘 사람들이 객관적이고 독립적인 방법으로 기업(고객)의 경영상의 문제점들을 도출해 내고, 이를 분석하여 해결책이나 개선방안을 제공하거나 또는 고객의 요청에 의해 그 해결책을 수행하는 등과 같은 일련의 자문을 제공 하는 것
국제노동기구	조직의 목적을 달성하는 데 있어서 경영·업무상의 문제점을 해결하고, 새로운 기회를 발견·포착하고, 학습을 촉진하며, 변화를 실현하는 관리자와 조직을 지원하는 독립적인 전문 자문서비스
곽홍주	컨설턴트가 제공하는 서비스 영역이 경영상의 의사결정자에 대하여 도움을 제공하는 것에 초점이 맞춰져 있는 컨설팅
권기철	기업으로 하여금 당면한 문제들을 분석·해결할 수 있도록 혹은 한 기업의 성공사례를 타 기업에 접목할 수 있도록 도와주는 전문적인 서비스를 제공하는 것
장 영	외부 컨설턴트가 클라이언트를 대상으로 기업경영과 관련된 다양한 서비스를 제공해 주는 자문활동
곽홍주	컨설턴트가 제공하는 서비스 영역이 경영상의 의사결정자에 대하여 도움을 제공하는 것에 초점이 맞춰져 있는 컨설팅
진해광	고도의 전문성을 갖추고 있는 경영컨설턴트가 기업의 경영과 기술상의 문제점을 찾아 해결하고 변화를 실행함으로써, 경영자와 기업이 추구하는 목표의 달성을 도와주는 독립적인 프로페셔널 어드바이스

위와 같은 다양한 내용을 살펴봤을 때 경영컨설팅이란 특별한 교육을 받고 독립적인 능력을 가진 사람이 기업이 당면한 경영상의 문제들을 분석·해결 방안을 제시하고 이를 적절히 수행 할 수 있도록 도와주는 것이라고 재정의 할 수 있겠다.

2. 경영컨설팅의 목적

M.Kubr는 경영컨설팅의 일반적인 목적은 조직이 추구하는 바와 목적의 달성, 경영과 비즈니스상의 문제 해결, 새로운 기회의 발견과 활용, 학습의 증대, 변화의 실행 등 다섯 가지로 나누어 볼 수 있다고 하였다.¹¹⁾

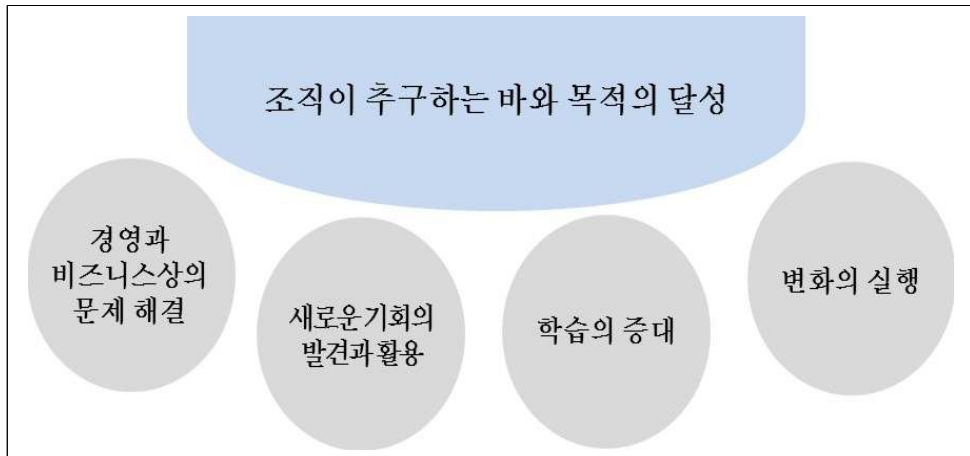
컨설팅은 고객 조직이 추구하는 가치를 증대시켜야 하며 고객이 설정한 주요한 목적 달성에 가시적이고 측정 가능한 공헌을 하여야 한다는 것이다. 이러한 목적의 달성을 위한 하위의 개념으로는 첫째, 경영과 비즈니스상의 문제해결을 들 수 있다. 이것은 경영과 비즈니스의 다양한 영역들에 관련된 문제들을 확인하여 진단하고 이를 해결하기 위해 전문적인 도움을 제공하는 것이다. 둘째, 새로운 기회의 발견과 활용으로서 고객은 새로운 기회를 발견하고 이를 활용하기 위한 목적으로 컨설턴트를 활용하는 것을 더 선호한다는 점에 주목한 것이다. 사업상의 어떤 영역이나 부문에 있어 선점을 하거나 조직의 혁신, 개선 등을 추진할 수 있는 정보와 아이디어들을 원하고 있다. 이를 위하여 새로운 시장과 제품에 대한 전망이나 정보, 현재 및 잠재 고객들에 대한 성향, 기업의 성장에 필요한 자금이나 기술의 확보, 기업에서 필요로 하는 인재의 확보 등 많은 영역에서 정보를 필요로 하므로 이를 충족시킬 수 있도록 하여야 한다. 셋째, 학습의 증대에 관한 문제이다. 컨설팅은 고객 조직에게 새로운 능력을 길러주고 컨설턴트와 공동의 작업을 통하여 기술이나 경험을 학습 할 수 있는 기회를 원하므로 이러한 기회를 제공할 수 있어야 한다. 넷째로는 변화의 실행으로서 고객은 컨설턴트에게 변화관리자로서의 기능을 원하고 있다. 복잡하고 다양한 경영환경의 변화에 대응하여 기업이 생존하고 지속적으로 발전하기 위한 변화의 필요성에 대하여 고객 조직이 이를 이해하고 함께 변화하며 지속적으로 변화를 추구하기 위한 역할과 기여를 기대하고 있다.¹²⁾

진해광(2010), 이임규(2012), 이인수(2010)의 연구에서도 M.Kubr의 내용을 인용하였다. 경영컨설팅의 목적을 정리한 내용은 <그림2-1>과 같다.

11) 한종극 옮김(1999), Milan Kubr 지음, 『경영컨설팅:전문 직업세계로의 안내』, Guru Consulting(전기수, 『중소벤처기업 경영컨설팅이 경영성장에 미치는 영향에 관한 실증연구』, 2009, p.20에서 재인용)

12) 위의 글, oo20~21

<그림2-1> 경영컨설팅의 목적



출처 : 한중극 옮김(1999), M.Kubr 지음 『경영컨설팅:전문 직업세계로의 안내』

3. 경영컨설팅의 특징

선행연구를 통해 살펴 본 경영컨설팅의 특징은 아래와 같다.

권기철(2010)은 경영컨설팅의 특징을 다음과 같이 요약하고 있다. 첫째, 고도의 전문성과 경험을 필요로 한다. 과거의 다양한 경험을 토대로 고객의 특수한 경영문제점을 정확히 진단하고 해결방안을 제시 할 수 있기 때문이다. 둘째, 경영컨설팅의 서비스 품질은 고객이 평가 할 수 없는 불확실한 것이다. 고객이 서비스의 성능이나 특성을 파악할 수 없기 때문에 서비스 품질에 대한 정확한 평가를 할 수 없고 다만 공급자와의 관계를 통하여 심리적으로 느낄 수 있을 뿐이다. 셋째, 전문 서비스 제공자들은 서비스의 판매자로서의 역할을 동시에 수행하여야 한다. 고객과의 관계를 좋게 하여 고객들이 서비스를 구매할 때 친밀한 관계를 통하여 불확실성을 감소시키는 것이 기존 고객의 유지나 새로운 고객창출에 효과적이다. 넷째, 서비스의 개인화 성향이 강하다. 고객 특유의 문제를 조사하고 해결하는데 고객과 서비스 공급자간의 상호작용의 빈도나 감정적인 공감성이 중요한 역할을 한다.

채준원(2011)은 경영컨설팅의 특징을 다음과 같이 요약하고 있다.

첫째, 전문성이다. 컨설팅에 있어서 가장 중요한 것은 문제해결능력이며, 고객이 컨설팅 수행결과에 대한 타당성과 신뢰성을 결정하는 요소이다.

둘째, 사업성이다. 컨설팅 조직이나 개인은 그들의 전문성을 바탕으로 사업을 영위하고 발전시켜 나아가야 하는 영리적 목적을 띠게 되므로 그들이 제공하는 컨설팅은 전문서비스로서의 상품적 가치가 있어야 하며, 고객은 이들이 제공하는 컨설팅에 대가를 지불해야 한다. 셋째, 고객 지향성이다. 고객과의 관계에 있어서 여타 사업과 마찬가지로 투철한 고객 지향적 서비스 정신이 요구됨을 의미한다. 그리고 고객지향성은 고객의 문제와 고충을 충분히 이해하고 고객만족을 위해 최선을 다하는 것으로서, 컨설팅 결과의 효용가치를 극대화 할 수 있도록 고도의 전문성과 윤리성을 발휘할 수 있어야 한다.

신상복(2012)은 경영컨설팅 서비스의 특징을 다음과 같이 요약하고 있다.

첫째, 전문성이다. 컨설팅에 있어 가장 중요한 것은 문제해결능력이며, 고객이 컨설팅 수행 결과에 대한 타당성과 신뢰성을 결정하는 요소가 된다.

둘째, 사업성이다. 컨설팅 조직이나 개인은 전문성을 바탕으로 사업을 영위하고 발전시켜 나아가야 하는 비영리가 아닌 영리적 목적을 띠게 되므로 그들이 제공하는 컨설팅은 전문서비스로서의 상품적 가치가 있어야 하며, 고객은 이들이 제공하는 컨설팅에 대가를 지불하여야 한다. 셋째, 고객 지향성이다. 고객지향성은 고객의 문제와 고충을 충분히 이해하고 고객의 만족을 위해 최선을 다하는 것으로서, 컨설팅 결과물의 효용가치를 극대화 할 수 있도록 하는 고도의 전문성과 윤리성을 발휘할 수 있어야 한다.

넷째, 지속성이다. 컨설팅의 특성은 한 번의 컨설팅으로 끝나는 것이 아니라 지속적으로 그 성과를 체크하여 개선해 나가야 하며, 동시에 경영 내·외부의 환경변화에 따라 전략적 대응차원에서 컨설팅의 필요성이 확대되는 바, 컨설팅은 순환적이고 프로젝트 차원에서도 지속적으로 이루어져야 경영성과가 나타난다. 다섯째, 환경대응성이다. 컨설팅은 녹색성장, 모바일 환경, 사회적 책임경영 등과 관련하여 변화하는 기업환경에 따라 계속해서 진화해 가야 한다.¹³⁾

진해광(2010)은 경영컨설팅의 특징을 다음과 같이 요약하고 있다.

첫째, 경영컨설팅은 전문서비스이다. 꾸준한 연구와 풍부한 경험을 바탕으로 문제의 원인을 진단하고, 그에 대한 적절한 해결책을 찾는다. 따라서 여기에는 의뢰인의 이익을 보호하고 증진하고자 하는 전문가로서의 윤리성이 필요하다. 둘째, 경영컨설팅은 자문서비스이다. 컨설팅은 어디까지나 조언을 하는 자문의 역할을 하기 때문에 이를 통해 나타나는 결과에 대해서 직접적인 책임이 없다. 즉, 최종적인 의사결정자는 의뢰인으로서 그 책임 또한 의뢰인에게 있으며, 컨설턴트의 책임은 조언의 품질과 완전성으로 한정된다. 또한 해결안의 실행에 대한 책임도 역시 의뢰인에게 있다.

셋째, 경영컨설팅은 독립서비스이다. 컨설팅을 통해 얻어진 결과는 의뢰인과의 친분관계나 조직에 상관없이 독립적으로 제시할 수 있어야 한다. 또한 의도적으로 특정 회사나 특정 제품을 이롭게 하거나 같은 의뢰인으로 부터 또 다른 프로젝트를 수주하기 위해 편협적인 제안을 해서도 안 된다. 넷째, 경영컨설팅은 일시적인 서비스이다. 의뢰인 회사가 비록 자체적으로 컨설팅 전문 인력을 보유하고 있더라도 업무를 접어두고 전적으로 참여하기 어려울 때에는 전담하여 해결할 수 있는 외부 전문가를 활용하는 경우가 있다. 이 경우 컨설턴트는 의뢰인 회사에게 한시적으로 컨설팅 업무를 수행하며, 업무가 완료되면 그 조직에서 떠나게 된다. 다섯째, 경영컨설팅은 상업적인 서비스이다. 컨설팅은 판매자와 구매자의 관계로 만나는 하나의 사업인 만큼, 컨설팅 서비스를 제공하면 그에 상응하는 대가를 받게 된다. 따라서 컨설팅 계약은 재무적으로 적정한 이익을 남길 수 있도록 해야 한다.

중소기업 컨설팅산업 백서¹⁴⁾에는 컨설팅의 특징을 다음과 같이 요약하고 있다. 첫째, 전문성이다. 전문성이란 컨설팅에 있어 가장 중요한 것은 문제 해결능력이며, 고객이 컨설팅 수행 결과에 대한 타당성과 신뢰성을 결정하는 요소가 된다. 둘째, 사업성이다. 컨설팅이 사회복지분야와 같은 비영리조직의 분야가 아님을 뜻한다. 컨설팅 조직이나 개인은 그들의 전문성을 바탕으로 그들의 사업을 영위하고 발전시켜 나아가야 하는 영리적 목적을

13) 중소기업기술정보진흥원(2011), 「컨설팅산업 현황 분석 및 활성화 방안연구」, p.13

14) 중소기업청(2008), 「2008 중소기업 컨설팅산업백서」, p.6

떨게 되므로 그들이 제공하는 컨설팅은 전문서비스로서의 상품적가치가 있어야 하며, 고객은 이들이 제공하는 컨설팅에 대가를 지불하여야 한다. 셋째, 고객 지향성이다. 고객과의 관계에 있어서 여타 사업과 마찬가지로 투철한 고객 지향적 서비스 정신이 요구됨을 의미한다. 고객지향성은 고객의 문제와 고충을 충분히 이해하고 고객의 만족을 위해 최선을 다하는 것으로서, 컨설팅 결과물의 효용가치를 극대화 할 수 있도록 하는 고도의 전문성과 윤리성을 발휘할 수 있어야 한다고 하였다. 이상의 내용을 정리하면 [표2-2]와 같다.

[표 2-2] 경영컨설팅의 특징

구 분	특 징
권기철	-고도의 전문성과 경험 -경영컨설팅의 서비스 품질은 고객이 평가 할 수 없는 불확실한 것 -전문 서비스 제공자들은 서비스의 판매자로서의 역할을 동시에 수행하여야 함 -서비스의 개인화 성향
채준원	-전문성 -사업성 -고객 지향성
신상복	-전문성 -사업성 -고객지향성 -지속성 -환경대응성
전 해	-전문 서비스 -자문 서비스 -독립 서비스 -일시적인 서비스 -상업적인 서비스
중소기업 컨설팅산업백서	-전문성 -사업성 -고객 지향성

이상에서 살펴 본 경영컨설팅의 특징 중 공통적으로 나타나는 특징은 바로 ‘전문성’과 ‘사업성’이었다. 경영컨설팅은 고도의 전문성을 바탕으로 기업이 의뢰한 문제점을 진단하고 해결해야 하며 이러한 전문서비스는 비영리가 아닌 영리목적으로서의 사업적 가치를 지니고 있어야 한다는 것이다.

제 2 절 벤처기업에 대한 이론적 고찰

1. 벤처기업의 정의

벤처기업이란 첨단 기술과 아이디어를 개발하여 사업에 도전하는 창조적인 중소기업으로 한국에서는 연구 개발형 기업, 기술 집약형 기업, 모험기업 등으로 부르며, 한편으로는 위험기업이라고도 부른다.¹⁵⁾

벤처기업이라는 용어는 저마다 정의가 조금씩 다르다.

문영길(2009)은 벤처기업이란, 신기술이나 노하우 등을 개발하고 이를 기업화함으로써 사업을 하는 창조적인 구실 집약형 기업이라고 하였다.

변종수(2009)는 벤처기업이란, 기술 및 지식 집약형 중소기업으로서 현대 시장경제에서 높은 부가가치를 생산하지만 그만큼 위험부담을 내재하고 있는 기업을 의미한다고 하였다.

김기완(2012)은 벤처기업은 통상 고도의 전문능력, 창조적 재능, 기업가정신을 살려 대기업에서 착수하기 힘든 분야에 도전하는 기술 기반형 신규 기업을 지칭한다고 하였다.

서지은(2008)은 벤처기업이란 첫째, 왕성한 기업가 정신을 바탕으로 위험이 큰 첨단기술 개발에 과감히 도전하여 새로운 시장을 개척하는 사업, 또는 높은 위험성에도 불구하고 그것의 성공가능성을 보고 이에 과감히 도전하는 기업. 둘째, 기술수준이 높은 신규기술의 기업화를 위해 기업가 정신이 강한 기술창업인 또는 기존 기업인이 창업 또는 점진적 기술축적을 통해 위험부담은 있지만 성공시의 기대수익이 큰 사업을 대상으로 운영하는 중소기업이라고 정의하고 있다.

벤처인에서는 벤처기업을 벤처(Venture)와 기업(Company)의 합성어로서 벤처는 모험 또는 모험적 사업, 금전상의 위험을 무릅쓴 행위를 뜻하고 기업은 영리를 목적으로 생산요소를 종합하여 계속적으로 경영하는 경제적 사업이란 의미를 내포하고 있다고 하였다.¹⁶⁾

15) 두산백과. <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=1199665&cid=200000000&categoryId=200000368> 2013.11.30

16) 벤처인. <http://www.venturein.or.kr/venturein/petition/C11100.jsp> 2013.11.30. 14:09:00

미국에서는 벤처기업을 위험성이 크나 성공할 경우 높은 기대수익이 예상되는 신기술 또는 아이디어를 독립기반 위에서 영위하는 신생기업이라고 정의하였다.¹⁷⁾

일본에서는 벤처기업을 중소기업의 창조적 사업 활동 촉진에 관한 임시 조치법에서 중소기업으로서 연구개발투자 비율이 총매출액의 3%이상인 기업, 창업 후 5년 미만인 기업이라고 정의하였다.¹⁸⁾

OECD 국가에서는 벤처기업이란 R&D 집중도가 높은 기업 또는 기술혁신이나 기술적 우월성이 성공의 주요 요인인 기업이라고 정의하였다.¹⁹⁾ 이상의 내용을 정리하면 [표 2-3]과 같다.

17) 벤처인. <http://www.venturein.or.kr/venturein/petition/C11100.jsp> 2013.11.30. 14:10:00

18) 벤처인. <http://www.venturein.or.kr/venturein/petition/C11100.jsp> 2013.11.30. 14:11:00

19) 벤처인. <http://www.venturein.or.kr/venturein/petition/C11100.jsp> 2013.11.30. 14:12:00

[표 2-3] 벤처기업에 대한 정의

구분	정의
문영길	신기술이나 노하우 등을 개발하고 이를 기업화함으로써 사업을 하는 창조적인 구실 집약형 기업
변종수	기술 및 지식 집약형 중소기업으로서 현대 시장경제에서 높은 부가가치를 생산하지만 그만큼 위험부담을 내재하고 있는 기업
김기완	통상 고도의 전문능력, 창조적 재능, 기업가정신을 살려 대기업에서 착수하기 힘든 분야에 도전하는 기술 기반형 신규기업
서지은	- 왕성한 기업가 정신을 바탕으로 위험이 큰 첨단기술 개발에 과감히 도전하여 새로운 시장을 개척하는 사업, 또는 높은 위험성에도 불구하고 그것의 성공가능성을 보고 이에 과감히 도전하는 기업 - 기술수준이 높은 신규기술의 기업화를 위해 기업가 정신이 강한 기술창업인 또는 기존 기업인이 창업 또는 점진적 기술축적을 통해 위험부담은 있지만 성공시의 기대수익이 큰 사업을 대상으로 운영하는 중소기업
벤처인	벤처(Venture)와 기업(Company)의 합성어로서 벤처는 모험 또는 모험적 사업, 금전상의 위험을 무릅쓴 행위를 뜻하고 기업은 영리를 목적으로 생산요소를 종합하여 계속적으로 경영하는 경제적 사업이란 의미를 내포
미국	위험성이 크나 성공할 경우 높은 기대수익이 예상되는 신기술 또는 아이디어를 독립기반 위에서 영위하는 신생기업
일본	중소기업의 창조적 사업 활동 촉진에 관한 임시조치법에서 중소기업으로서 연구개발투자 비율이 총매출액의 3%이상인 기업, 창업 후 5년 미만인 기업
OECD 국가	R&D 집중도가 높은 기업 또는 기술혁신이나 기술적 우월성이 성공의 주요 요인인 기업

벤처기업에 대한 다양한 정의를 살펴봤을 때 벤처기업이란 기업가 정신을 바탕으로 고도의 전문능력, 창조적 재능을 살려 위험이 큰 분야에 과감히 도전하는 기업이라고 재정의 할 수 있겠다.

2. 벤처기업의 특징

벤처기업의 특징은 벤처기업의 정의와 같이 저자마다 조금씩 다르다. 선행연구를 통해 살펴 본 벤처기업의 특징은 다음과 같다.

서지은(2008)은 벤처기업의 특징을 다음과 같이 말하고 있었다. 기업가의 지적 능력이 높은 것이 특징이다. 일반적으로 경영자가 고학력자이며 연구 개발이나 디자인 개발 등에 높은 전문능력을 지니고 있거나 고도기술을 지니고 있는 고학력의 기술자가 중심이 되고 있다. 다양하고 고급화되고 개성 있는 수요자의 니즈(needs)를 정확하고 확실하게 파악하여 그를 충족시킴으로써 수요의 변동에 적극적으로 반응한다. 또한 매출액 대비 R&D 투자비율이 높고, 생산직 종업원의 기술 숙련이 빠르므로 높은 고용성장률을 보이며 1인당 매출구성비도 높게 나타난다고 하였다.

문영길(2009)은 벤처기업의 특징을 세 가지 측면에서 바라보고 있었다. 첫째, 기업가의 지향성에 의하여 가장 많은 영향을 받는다고 할 수 있다. 즉 벤처기업의 기업가는 개성적이며 활동력과 추진력을 가지고 있어야 하며, 지적능력과 전문기술을 구비한 고학력자이고, 기계적 사고에서 탈피하여 생태론적 사고에 입각한 발상의 전환과 외부자원을 활용하며, 감각과 기술의 결합성이 높은 젊은 세대이며, 장인정신을 소유하면서 형그리 복서 정신이나 탐험가 정신을 가지면서도 마음이 따뜻한 사람이어야 하며, 수평적인 인간중심의 경영조직을 통한 구성원 능력발휘를 권장하는 사람이어야 한다. 둘째, 사업성격은 종래의 전통적 기업과 아주 상이하다. 즉 사업의 성격이 높은 개발비율과 기능 인력의 구성 비율, 창업자의 배경이 기술과의 관련성이 크며(학교, 연구소, 대기업) 해당사업이 매출/부가가치/수출면에서 고성장 분야이며, 첨단기술 집약단지와 시장의 연계지역에 위치하는 등의 특성을 갖는다고 하였다. 끝으로 국가 정책적성격면을 보면 벤처기업은 국가경쟁력의 원천으로서 새로운 산업구조편성을 주도하며, 국가차원에서의 과학 기술력의 원천인 동시에 연구개발-산업화의 연계 고리의 역할을 담당하여야 하고, 산업 전반적 차원에서 고부 가치와 고도인력의 공급/창출의 결합점 역할을 한다고 하였다.

정민우(2010)는 벤처기업의 특징을 무한경쟁에 단련된 적응력을 갖추고 있으며, 아이디어의 승배와 실패의 자유가 있고, 혼돈과 무질서에 대한 내성이 있다고 하였다. 또한 깨끗한 팀워크와 네트워크, 즉각적이고 파격적인 보상시스템, 현장 밀착형 고객만족, 높은 비전과 가치를 지향하고 있다고 하였다.

김제만(2000)은 벤처기업의 특징을 첫째, 개성이 뚜렷하고 강한 활동력과 추진력을 겸비한 기업가에 의해 경영된다. 둘째, 뛰어난 지식능력과 고도의 전문기술을 지닌 고학력 기술자 출신의 기업가가 많다. 셋째, 매출액 대비 연구개발 투자 비율이 높고 기술 및 기능직 인력의 구성비가 매우 높다. 넷째, 대기업, 대학 또는 연구소 등으로부터 독립(spun-off)하여 창업한 기업이 많다. 다섯째, 관료적이 아닌 동태적이고 수평적인 인간중심의 경영조직을 구축함으로써 능력을 최대한 발휘할 수 있는 인적 경영자원을 축적하고 있다. 여섯째, 주로 고성장 분야에 진출하여 매출·부가가치·수출 등이 호조를 보이면서 상당한 경영성과를 거두고 있다. 일곱째, 벤처캐피탈의 지원을 받고 있는 첨단기술 집약 지역과 이에 인접한 지역에 입지하고 있는 기업이 많다. 여덟째, 고정관념에서 벗어나는 발상의 전환을 통해 외부 경영자원을 적극 활용하고 사회적 분업에 크게 의존하고 있다. 아홉째, 신기술·신세대 감각 및 비즈니스 감각이 예민한 젊은 세대가 주류를 이루고 있으며, 급변하는 기업환경에 능동적으로 대처하고 있다.²⁰⁾ 이상 아홉 가지를 벤처기업의 특징으로 말하고 있었다.

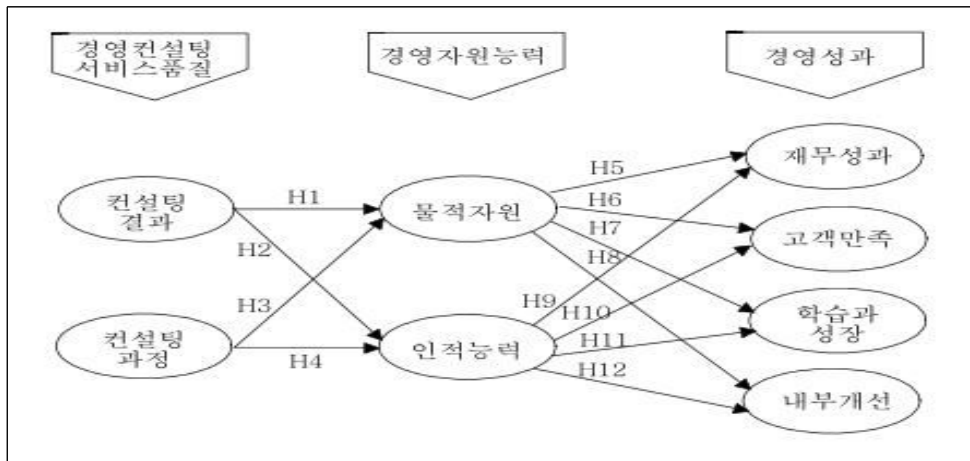
황성관(2009)은 벤처기업은 전문경영인에 의한 대기업과는 달리 개성이 강하고 활동력이 왕성한 기업가에 의해 경영되며 수평적이고 동적인 조직을 바탕으로 새로운 기술과 독창적인 아이디어로 대기업이나 기존 기업과는 차별화된 분야에서 주로 활동한다. 그리고 수요나 기술의 불확실성으로 인한 위험을 수반하지만 성공하면 기술 및 시장우위를 획득하여 독점적 지위를 향유할 수 있다. 이는 시장성, 매출성장률, 부가가치, 수출신장 등이 기존 중소기업에 비해 훨씬 높고 빠르다고 볼 수 있다고 하였다.

20) 정갑영·조명현, 「미래 선도산업의 육성전략과 정책과제」, 대한상공회의소 한국 경제연구센터, 1998, pp26~27 및 산업연구원, 「벤처기업을 위한 자금원 확충방안」, 1998, pp29~31 참조 (김제만, 『우리 나라 벤처기업의 支援制度에 관한 研究』, 2000, p5에서 재인용)

제 3 절 경영컨설팅과 벤처기업 성과에 관한 선행연구

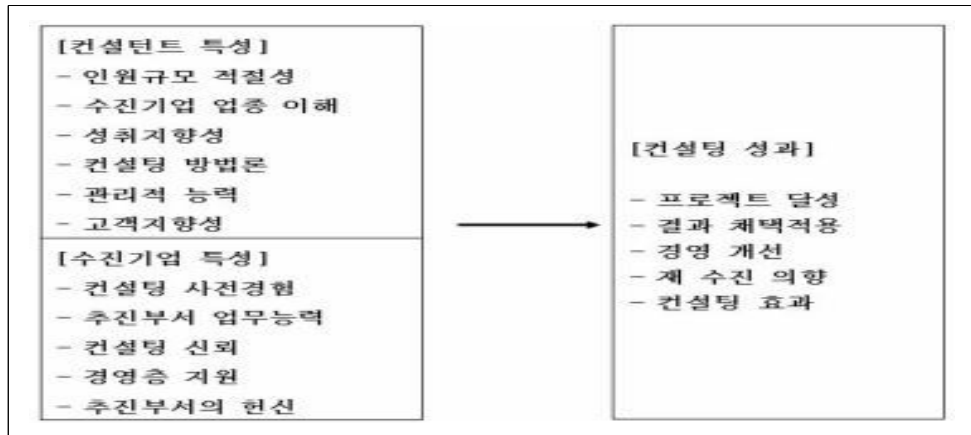
경영컨설팅과 벤처기업 성과에 관한 선행연구는 생각보다 많지 않았다. 연구는 주로 중소기업을 대상으로 하거나 성과에 초점을 맞춘 선행연구들이 많았다. 선행연구를 정리한 내용은 아래와 같다.

〈그림2-2〉 전기수(2009)의 연구모형



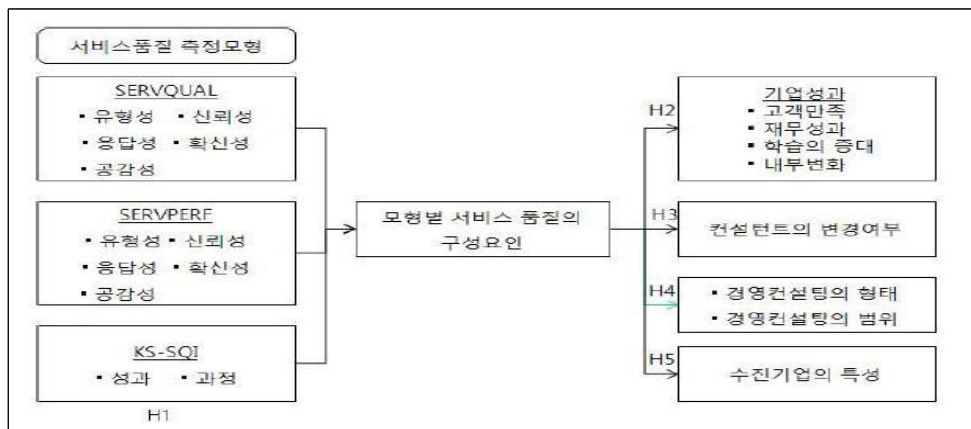
전기수(2009)는 장기지속형 컨설팅과 단기종결형 컨설팅으로 구분한 컨설팅 형태에 따라 경영성과에 미치는 영향에는 차이가 없는 것으로 나타났다고 하였다. 그리고 종합 컨설팅과 부문별 컨설팅으로 구분한 컨설팅의 유형에 따라서는 경영성과에 미치는 영향에서 차이를 보이고 있으며 종합 컨설팅의 유형이 부문별 컨설팅의 유형에 비하여 상대적으로 만족도가 높은 것으로 나타났다고 하였다.

〈그림2-3〉 변종수(2009)의 연구모형



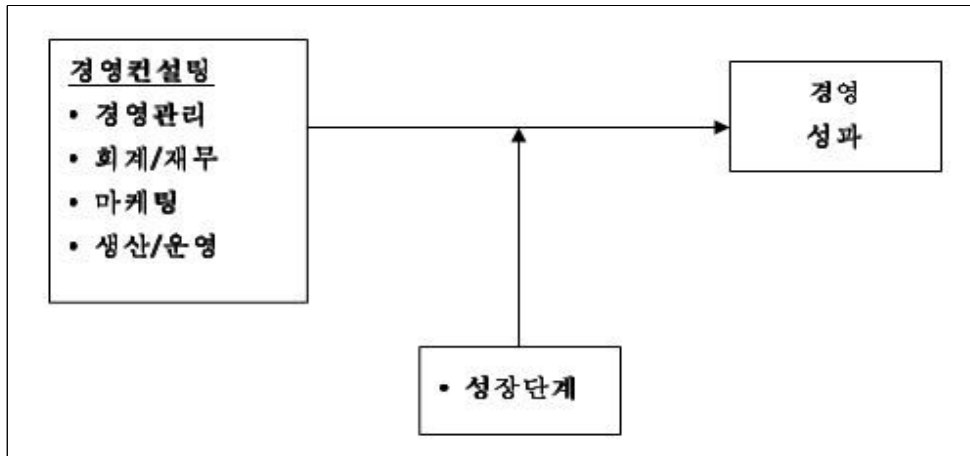
변종수(2009)는 경영컨설턴트의 특성과 성과와는 정의 상관관계를 가진다는 가설을 세우고 연구를 하였다. 그 결과 경영컨설팅사의 인력규모, 경영컨설턴트의 수진기업 업종 이해도, 경영컨설팅 방법론, 경영컨설턴트의 성취지향성 등이 성과에 유의미한 영향을 끼치는 것으로 나타났다.

〈그림2-4〉 김종광(2013)의 연구모형



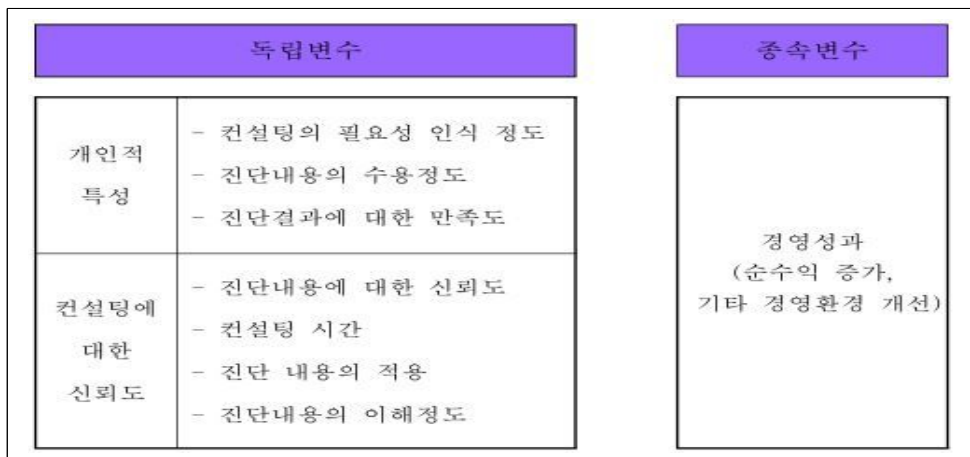
김종광(2013)은 경영컨설팅을 형태(단기종결형 컨설팅, 장기지속형 컨설팅)와 범위(종합경영컨설팅, 부문별 경영컨설팅)으로 나뉘어 기업성과에 미치는 영향을 연구하였다. 그 결과 형태(단기종결형 컨설팅, 장기지속형 컨설팅)에 따른 컨설팅이 기업의 성과에 영향을 미친다는 연구 결과를 얻어냈다.

<그림2-5> 왕문정(2007)의 연구모형



왕문정(2007)은 경영컨설팅이 경영성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설을 설정하며 경영컨설팅을 4가지의 큰 영역으로 나눠 연구를 하였다. 4가지의 큰 영역에는 경영관리, 회계/재무, 마케팅, 생산/운영이다. 연구결과 회계/재무와 생산/운영의 컨설팅이 가장 유의한 수준을 나타내었고 마케팅, 경영관리 순으로 경영성과에 영향을 미치고 있었다.

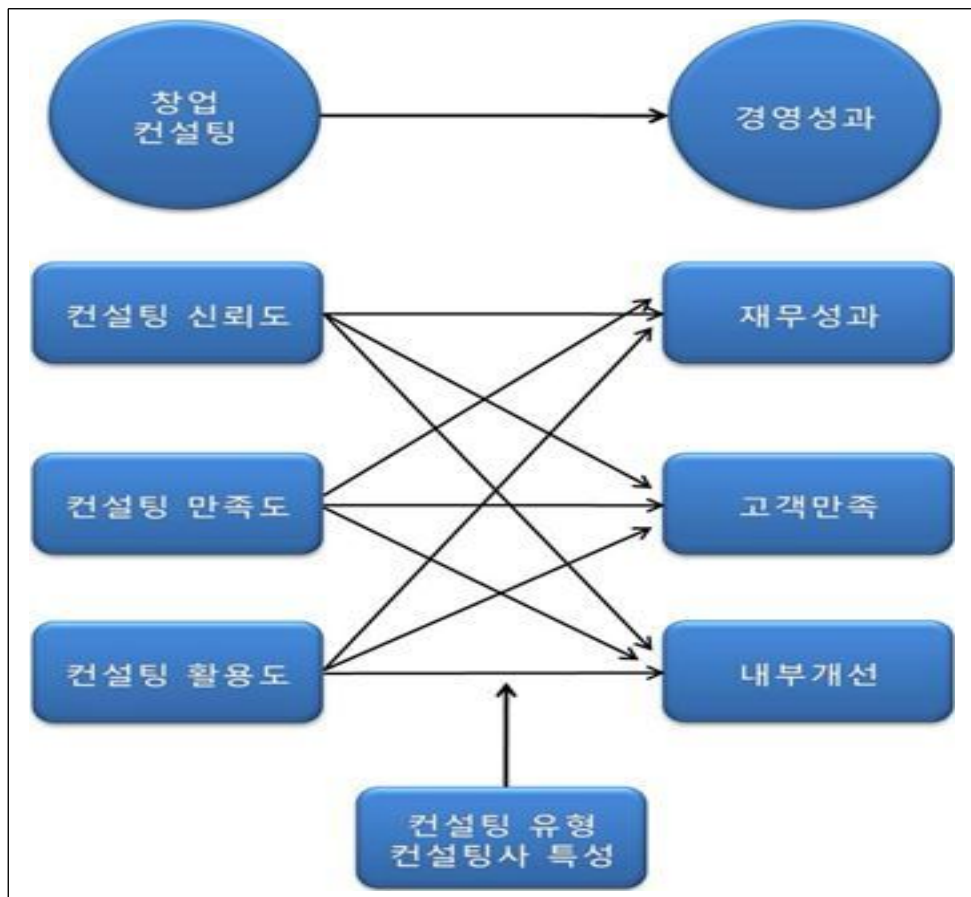
<그림2-6> 노경섭(2006)의 연구모형



노경섭(2006)은 경영성과에 미치는 영향에 관하여 개인적 특성에 따른 것과 컨설팅에 대한 신뢰도에 대한 것으로 양분하였다. 개인적인 신뢰도에 관한 것으로 컨설팅에 대한 필요성을 자영업 컨설팅을 수진한 업체에서

느끼고 있는 강도에 따라서 영향을 미치게 될 것이라는 조사는 유의미한 것으로 판단되었다. 또한 컨설팅트의 진단 내용에 대한 수용정도에 따른 영향에 대해서도 유의미한 것으로 판단이 되었다.

<그림2-7> 민경룡(2010)의 연구모형



민경룡(2010)은 창업컨설팅이 경영성과에 미치는 영향에 대한 연구모형을 세우고 재무성과와 고객만족 및 내부개선은 컨설팅(신뢰도, 만족도, 활용도)에 정의 영향을 받는다는 것을 검증하기 위해 연구 가설을 설정했다. 그 결과 컨설팅 활용도는 재무성과, 고객만족, 내부개선 그리고 컨설팅 신뢰도와 만족도는 내부개선에 유의미한 영향을 끼치고 있었다.

선행연구에 대한 결과를 정리한 내용은 [표2-4]와 같다.

[표 2-4] 선행연구 결과

저자	결과
전기수	종합컨설팅은 경영성과에 유의미한 영향을 미친다
변종수	경영컨설팅사의 인력규모, 경영컨설팅사의 수진기업 업종 이해도, 경영컨설팅 방법론, 경영컨설팅사의 성취지향성 등이 성과에 유의미한 영향을 끼친다
김종광	단기종결형 컨설팅, 장기지속형 컨설팅은 기업성과에 유의미한 영향을 끼친다
왕문정	회계/재무, 생산/운영, 마케팅, 경영관리는 기업성과에 유의미한 영향을 끼친다
노경섭	컨설팅에 대한 필요성의 강도, 컨설턴트 진단 내용에 대한 수용정도에 따라 기업성과에 유의미한 영향을 끼친다
민경룡	컨설팅 활용도는 재무성과, 고객만족, 내부개선 그리고 컨설팅 신뢰도와 만족도는 내부개선에 유의미한 영향을 끼친다

제 3 장 연구 설계

제 1 절 연구모형

본 연구는 경영컨설팅과 벤처기업 성과에 관한 연구이다. 독립변수인 경영컨설팅(전략, 회계/재무, 마케팅, 생산운영) 벤처기업 성과(재무성과, 고객만족, 학습과 성장, 내부개선)에 유의미한 영향을 미치는지 검증하는 것을 목적으로 하였다. 본 연구의 모형은 <그림3-1>과 같다.

<그림3-1> 연구모형



본 연구에서 검증하고자 하는 바는 다음과 같다.

첫째, 경영컨설팅은 벤처기업 성과에 어떠한 영향을 끼치는지 알아보고자 한다.

둘째, 경영컨설팅 중 전략 분야는 벤처기업 성과에 어떠한 영향을 끼치는지 알아보고자 한다.

셋째, 경영컨설팅 중 회계/재무 분야는 벤처기업 성과에 어떠한 영향을 끼치는지 알아보고자 한다.

넷째, 경영컨설팅 중 마케팅 분야는 벤처기업 성과에 어떠한 영향을 끼치는지 알아보고자 한다.

다섯째, 경영컨설팅 중 생산 분야는 벤처기업 성과에 어떠한 영향을 끼치는지 알아보고자 한다.

제 2 절 연구가설의 설정

본 장에서는 연구모형을 실증적으로 검증하기 위해 경영컨설팅(전략, 회계/재무, 마케팅, 생산)과 벤처기업 성과(재무성과, 고객만족, 학습과 성장, 내부개선)를 구성하는 변수들 간의 관련성을 규명하기 위해 [표3-1]과 같은 가설을 도출하였다.

[표 3-1] 연구가설

번호	가설
가설	경영컨설팅은 벤처기업 성과에 양(+)의 영향을 미칠 것이다
과제2	전략 분야는 재무성과에 양(+)의 영향을 미치는가?
가설 2-1	전략/기획은 재무성과에 양(+)의 영향을 미칠 것이다
	전략적 제휴는 재무성과에 양(+)의 영향을 미칠 것이다
	산업/기업분석은 재무성과에 양(+)의 영향을 미칠 것이다
	전략기법은 재무성과에 양(+)의 영향을 미칠 것이다
과제3	전략 분야는 고객만족에 양(+)의 영향을 미치는가?
가설 3-1	전략/기획은 고객만족에 양(+)의 영향을 미칠 것이다
	전략적 제휴는 고객만족에 양(+)의 영향을 미칠 것이다
	산업/기업분석은 고객만족에 양(+)의 영향을 미칠 것이다
	전략기법은 고객만족에 양(+)의 영향을 미칠 것이다
과제4	전략 분야는 학습과 성장에 양(+)의 영향을 미치는가?
가설 4-1	전략/기획은 학습과 성장에 양(+)의 영향을 미칠 것이다
	전략적 제휴는 학습과 성장에 양(+)의 영향을 미칠 것이다
	산업/기업분석은 학습과 성장에 양(+)의 영향을 미칠 것이다
	전략기법은 학습과 성장에 양(+)의 영향을 미칠 것이다
과제5	전략 분야는 내부개선에 양(+)의 영향을 미치는가?
가설 5-1	전략/기획은 내부개선에 양(+)의 영향을 미칠 것이다
	전략적 제휴는 내부개선에 양(+)의 영향을 미칠 것이다
	산업/기업분석은 내부개선에 양(+)의 영향을 미칠 것이다
	전략기법은 내부개선에 양(+)의 영향을 미칠 것이다
과제6	회계/재무는 재무성과에 양(+)의 영향을 미치는가?
가설 6-1	회계시스템은 재무성과에 양(+)의 영향을 미칠 것이다
	세금문제는 재무성과에 양(+)의 영향을 미칠 것이다
	재무 분석은 재무성과에 양(+)의 영향을 미칠 것이다
	자금 조달은 재무성과에 양(+)의 영향을 미칠 것이다
과제7	회계/재무는 고객만족에 양(+)의 영향을 미치는가?
가설 7-1	회계시스템은 고객만족에 양(+)의 영향을 미칠 것이다
	세금문제는 고객만족에 양(+)의 영향을 미칠 것이다
	재무 분석은 고객만족에 양(+)의 영향을 미칠 것이다
	자금 조달은 고객만족에 양(+)의 영향을 미칠 것이다

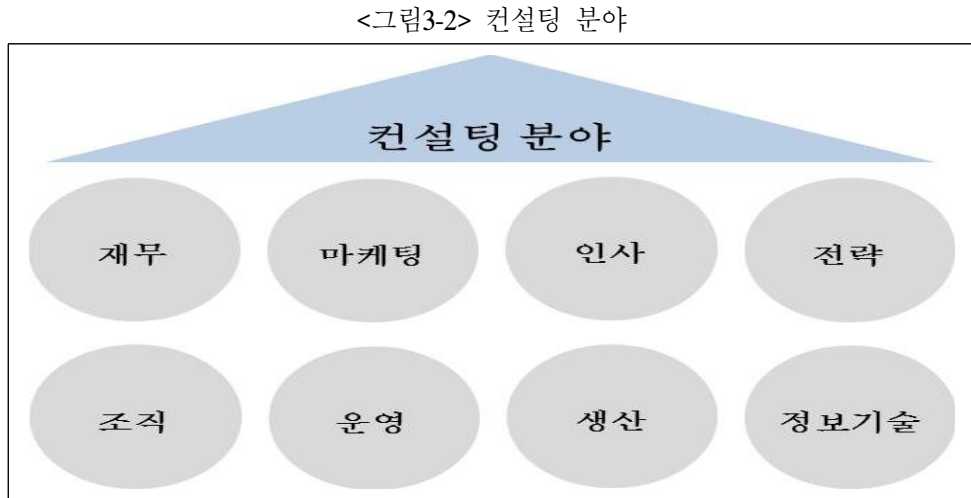
[표 3-1] 연구가설 (계속)

번호	가설
과제8	회계/재무는 학습과 성장에 양(+)의 영향을 미치는가?
가설 8-1	회계시스템은 학습과 성장에 양(+)의 영향을 미칠 것이다
	세금문제는 학습과 성장에 양(+)의 영향을 미칠 것이다
	재무 분석은 학습과 성장에 양(+)의 영향을 미칠 것이다
	자금 조달은 학습과 성장에 양(+)의 영향을 미칠 것이다
과제9	회계/재무는 내부개선에 양(+)의 영향을 미치는가?
가설 9-1	회계시스템은 내부개선에 양(+)의 영향을 미칠 것이다
	세금문제는 내부개선에 양(+)의 영향을 미칠 것이다
	재무 분석은 내부개선에 양(+)의 영향을 미칠 것이다
	자금 조달은 내부개선에 양(+)의 영향을 미칠 것이다
과제10	마케팅은 재무성과에 양(+)의 영향을 미치는가?
가설 10-1	제품(상품)전략은 재무성과에 양(+)의 영향을 미칠 것이다
	광고 전략은 재무성과에 양(+)의 영향을 미칠 것이다
	유통 전략은 재무성과에 양(+)의 영향을 미칠 것이다
과제11	마케팅은 고객만족에 양(+)의 영향을 미치는가?
가설 11-1	제품(상품)전략은 고객만족에 양(+)의 영향을 미칠 것이다
	광고 전략은 고객만족에 양(+)의 영향을 미칠 것이다
	유통 전략은 고객만족에 양(+)의 영향을 미칠 것이다
과제12	마케팅은 학습과 성장에 양(+)의 영향을 미치는가?
가설 12-1	제품(상품)전략은 학습과 성장에 양(+)의 영향을 미칠 것이다
	광고 전략은 학습과 성장에 양(+)의 영향을 미칠 것이다
	유통 전략은 학습과 성장에 양(+)의 영향을 미칠 것이다
과제13	마케팅은 내부개선에 양(+)의 영향을 미치는가?
가설 13-1	제품(상품)전략은 내부개선에 양(+)의 영향을 미칠 것이다
	광고 전략은 내부개선에 양(+)의 영향을 미칠 것이다
	유통 전략은 내부개선에 양(+)의 영향을 미칠 것이다
과제14	생산은 재무성과에 양(+)의 영향을 미치는가?
가설 14-1	제품 설계는 재무성과에 양(+)의 영향을 미칠 것이다
	품질 관리는 재무성과에 양(+)의 영향을 미칠 것이다
	재고 관리는 재무성과에 양(+)의 영향을 미칠 것이다
과제15	생산은 고객만족에 양(+)의 영향을 미치는가?
가설 15-1	제품 설계는 고객만족에 양(+)의 영향을 미칠 것이다
	품질 관리는 고객만족에 양(+)의 영향을 미칠 것이다
	재고 관리는 고객만족에 양(+)의 영향을 미칠 것이다
과제16	생산은 학습과 성장에 양(+)의 영향을 미치는가?
가설 16-1	제품 설계는 학습과 성장에 양(+)의 영향을 미칠 것이다
	품질 관리는 학습과 성장에 양(+)의 영향을 미칠 것이다
	재고 관리는 학습과 성장에 양(+)의 영향을 미칠 것이다
과제17	생산은 내부개선에 양(+)의 영향을 미치는가?
가설 17-1	제품 설계는 내부개선에 양(+)의 영향을 미칠 것이다
	품질 관리는 내부개선에 양(+)의 영향을 미칠 것이다
	재고 관리는 내부개선에 양(+)의 영향을 미칠 것이다

제 3 절 변수의 조작적 정의

경영컨설팅과 벤처기업 성과에 대한 유의미한 관계를 분석하기 위해 선행연구 및 기존 자료를 토대로 변수를 선정하였다.

경영컨설팅의 경우 <그림3-2>을 토대로 세부 변수를 선정하였다.



출처 : 한국경영기술지도사회. <http://www.kmtca.or.kr> (연구자가 재구성)

한국경영기술지도사회에서 제시한 컨설팅 분야와 왕문정(2007)의 선행연구를 통해 경영컨설팅의 세부 변수를 전략, 회계/재무, 마케팅, 생산으로 분류하였다. 전략은 전략기획, 전략적 제휴, 산업 및 기업분석, 전략기법으로 분류하였고 회계/재무는 회계시스템, 세금문제, 재무분석, 자금조달로 분류하였다. 그리고 마케팅은 제품(상품)전략, 광고전략, 유통전략으로 분류하였으며 마지막으로 생산은 제품설계, 품질관리, 재고관리로 분류하였다.

벤처기업 성과와 관련된 세부 변수는 내부적 측면과 외부적 측면 등을 모두 고려한 균형적 관점에서 측정되어야 한다(전기수, 2009). 따라서 재무적, 비재무적 성과를 포함하고 있는 BSC의 네 가지 관점(재무성과, 고객만족, 학습과 성장, 내부개선)을 기준으로 세부 변수를 분류하였다.

본 연구의 사용된 변수의 조작정의를 정리한 내용은 [표3-2]와 같다.

[표 3-2] 변수의 조작적 정의

변수	조작적 정의		비고
경영 컨설팅	전략	전략기획, 전략적 제휴, 산업 및 기업분석, 전략기법	한국 경영 기술 지도 사 회 왕 문 정 (2007) 연 구 참 고
	회계/재무	회계시스템, 세금문제, 재무분석, 원가책정 및 분석, 자금조달	
	마케팅	제품(상품)전략, 광고전략, 유통전략	
	생산	제품설계, 품질관리, 재고관리	
벤처기업 성과	재무성과	매출액 증가, 순이익 증가, 부채비율 감소	전기수 (2009) 연 구 참 고
	고객만족	신규 거래처 창출, 고객 만족 증가, 마케팅 능력 향상	
	학습과 성장	이직률 감소, 의사소통 원활, 제안 건수 증가	
	내부개선	연구 개발비 증가, 불량률 감소, 지식재산권 출원 증가	

제 4 절 조사 설계

1. 설문지의 구성

본 연구는 연구모형에서 제시한 경영컨설팅, 벤처기업 성과에 대한 조작적 정의에 의해 제시된 구성적 개념의 측정을 위해 설문을 다음과 같이 구성하였다.

본 연구는 경영컨설팅과 벤처기업 성과의 유의미한 관계 파악이라는 목적에 부합하여, 신뢰도와 타당성을 높이기 위해 기존 선행연구를 참고로 하여 본 연구의 목적에 맞게 수정 및 보완하였다. 설문 항목은 대부분 5점 리커트 척도의 응답형으로 설계하였고 일부는 명목척도로 구성이 되었다.

가설검정에 필요한 주요 변수들의 측정은 ‘1=전혀 아니다’, ‘2=아니다’, ‘3=보통’, ‘4=그렇다’, ‘5=매우 그렇다’를 사용하였다. 응답자의 일반적인 사항들은 정확성을 높이기 위하여 명목척도를 사용하였으며 응답자의 직위 및 최종학력을 질문하였다. 그리고 응답기업의 일반적인 사항을 파악하기 위하여 업종, 매출, 종업원 수, 직위, 학력 등을 질문하였다.

1) 경영컨설팅 (독립변수)

본 연구의 독립변수인 경영컨설팅은 전략, 회계/재무, 마케팅, 생산으로 구성되어 있으며 각 하위변수의 측정 도구는 [표3-3]과 같다.

[표 3-3] 경영컨설팅의 설문구성

독립변수	하위변수	설문구성	문항수	비고
경영 컨설팅	전략	-전략기획 -전략적 제휴 -산업 및 기업분석 -전략기법	4개	5점 리커트 척도
	회계/재무	-회계시스템 -세금문제 -재무 분석 -자금 조달	4개	5점 리커트 척도
	마케팅	-제품(상품)전략 -광고 전략 -유통 전략	3개	5점 리커트 척도
	생산	-제품 설계 -품질 관리 -재고 관리	3개	5점 리커트 척도

2) 벤처기업 성과 (종속변수)

본 연구의 종속변수인 벤처기업 성과는 내부적 측면과 외부적 측면을 모두 고려한 성과를 파악하기 위해 재무성과, 고객만족, 학습과 성장, 내부개선으로 이루어졌으며 각 하위변수의 측정 도구는 [표3-4]과 같다.

[표 3-4] 벤처기업 성과의 설문구성

독립변수	하위변수	설문구성	문항수	비고
벤처기업 성과	재무성과	-매출액 -순이익 -부채비율	3개	5점 리커트 척도
	고객만족	-신규 거래처 창출 비율 -고객만족도 -마케팅 능력으로 구성	3개	5점 리커트 척도
	학습과 성장	-종업원 이직률 -개인 간의 의사소통 -종업원의 제안 건수	3개	5점 리커트 척도
	내부개선	-연구개발 비용 -불량률 감소 -지식재산권 출원 횟수	3개	5점 리커트 척도

2. 분석방법

본 연구를 위해 벤처기업을 대상으로 2013년 11월 01일부터 11월 15일까지 설문조사를 실시하였다. 직접 방문 및 이메일을 통한 조사방식을 중심으로 하였으며 전체적으로 회수 된 설문지는 120개이며 이 가운데 유효한 설문지는 103개로 집계되었다. 본 연구를 위한 구체적인 실증분석 방법은 다음과 같다.

첫째, 응답대상기업의 일반적인 특성을 알아보기 위해 빈도분석(Frequency Analysis)을 실시하였다.

둘째, 독립변수의 구성적 개념을 측정하는 측정도구의 신뢰성과 타당성을 분석하기 위해 신뢰도 분석과 요인분석을 실시하였다.

셋째, 경영컨설팅과 벤처기업의 성과의 하위변수들 간의 관계를 알아보기 위해 상관분석을 실시하였다.

넷째, 경영컨설팅과 벤처기업 성과의 변수들 간의 관계를 확인하기 위해 다중회귀분석(Multiple Regression Analysis)을 실시하였다.

본 연구에 사용된 실증분석은 .05 이상이면 유의하다고 판단을 하였으며, 통계처리는 SPSS 19 프로그램을 사용하여 분석하였다.

제 4 장 자료의 분석 및 가설검정

제 1 절 표본의 일반적 특성

1. 자료수집

본 연구는 경영컨설팅과 벤처기업 성과에 관한 연구이다. 경영컨설팅이 벤처기업 성과에 얼마나 유의미한 영향을 미치는지에 대한 조사를 통해 그 시사점을 제시함에 목적이 있다.

표본의 선정은 각 대학기관 벤처센터에 입주한 기업을 대상으로 설문요청 메일과 직접 방문을 통해 요청하였다. 전체 120개의 표본 가운데 불성실한 응답 17개를 제외하고 성실하게 이루어진 103개의 설문지를 본 연구의 표본으로 삼았다.

2. 표본의 일반적 특성

본 연구를 진행하기 위해 각 대학기관 벤처센터에 입주한 기업을 대상으로 진행한 설문조사에서 유효 표본의 설문은 모두 103개이며 표본의 일반적 특성은 다음과 같다.

성별은 남자 80명(77.7%), 여자 23명(22.3%) 그리고 나이는 20대 3명(2.9%), 30대 49명(47.6%), 40대 43명(41.7%), 50대 8명(7.8%)로 나타났다.

학력은 대학교 졸업이 67명(65.%)으로 가장 높게 나타났으며 전문대 졸업이 20명(19.4%), 고등학교 졸업이 13명(12.6%), 대학원 졸업 3명(2.9%) 순으로 나타났다.

종업원 수는 10명 미만이 75개 기업(72.8%)으로 가장 높게 나타났으며 30명 미만 22개 기업(21.4%), 50명 미만 6개 기업(5.8%) 순으로 나타났다.

매출규모는 10억 원 미만이 45개 기업(43.7%)로 가장 높았으며 50억 원 미만 28개 기업(27.2%), 5억 원 미만 22개 기업(21.4%), 100억 원 미만 8

개 기업(7.8%) 순으로 나타났다.

업력은 1년 이상 3년 미만 된 기업이 55개 기업(53.4%)로 가장 많았으며, 3년 이상 5년 미만 35개 기업(34.0%), 5년 이상 10년 미만 11개 기업(10.7%), 1년 미만 2개 기업(1.9%) 순으로 나타났다.

업종은 정보처리,S/W가 51개 기업(49.5%)으로 가장 많았으며, 제조업 27개 기업(26.2%), 연구 개발, 서비스 20개 기업(19.4%), 도/소매업 4개 기업(3.9%), 기타 1개 기업(1.0%) 순으로 나타났다.

[표 4-1] 표본의 일반적 특성

항목	구분	빈도	유효 퍼센트
성별	남자	80	77.7
	여자	23	22.3
나이	20대	3	2.9
	30대	49	47.6
	40대	43	41.7
	50대	8	7.8
학력	고졸	13	12.6
	전문대졸	20	19.4
	대졸	67	65.0
	대학원졸	3	2.9
종업원수	10명 미만	75	72.8
	30명 미만	22	21.4
	50명 미만	6	5.8
매출규모	5억 원 미만	22	21.4
	10억 원 미만	45	43.7
	50억 원 미만	28	27.2
	100억 원 미만	8	7.8
업력	1년 미만	2	1.9
	1년 이상 3년 미만	55	53.4
	3년 이상 5년 미만	35	34.0
	5년 이상 10년 미만	11	10.7
업종	제조업	27	26.2
	정보처리,S/W	51	49.5
	연구개발,서비스	20	19.4
	도/소매업	4	3.9
	기타	1	1.0

제 2 절 측정도구의 타당성 및 신뢰성 검증

1. 측정도구의 타당성 검증

본 연구는 타당성 검증을 위해 요인분석을 실시하였다. 모든 측정변수는 구성 요인을 추출하기 위해서 주성분분석을 이용하였으며, 요인적재치의 단순화를 위하여 요인회전은 베리맥스 방법을 사용하였다.

일반적으로 사회과학에서 요인과 문항의 선택기준은 고유값(Eigenvalues)가 1 이상인 요인을 모두 추출한다. 본 연구에서는 이러한 기준에 따라 고유값이 1.0 이상, 요인 적재량은 0.5 이상인 경우 유의하게 판단하였다. 그 결과 7개의 요인이 추출되었으며 요인적재치가 0.5 미만인 척도들은 제거하였다. 결과는 [표4-2]와 같다.

[표4-2]회전된 성분행렬^a

	성분						
	1	2	3	4	5	6	7
전략기획	.787	.156	.129	.146	.032	.177	.001
전략적 제휴	.858	.129	-.041	.082	.165	.157	.108
산업 및 기업분석	.736	.096	.183	.210	.215	.290	.105
전략기법	.764	.157	.098	.086	.153	.085	.176
회계시스템	-.064	.062	.805	.089	.310	.143	.116
세금문제	.207	.109	.796	.016	-.045	.230	.128
재무 분석	.148	.145	.796	.185	.147	.093	.097
자금 조달	.107	.095	.568	.560	.081	.049	.082
제품(상품)전략	.103	.177	.115	.700	.274	.057	.258
광고전략	.147	.197	.020	.716	.228	.185	-.004
유통전략	.432	.322	.347	.516	.111	-.169	.015
제품 설계	.018	.206	.066	.278	.151	-.105	.708
품질 관리	.462	.123	.283	.006	.154	.038	.645
재고 관리	.135	.190	.143	.060	.467	.123	.611
매출액 증가	.296	.272	.204	.259	.358	.621	.149
순이익 증가	.293	.308	.216	.101	.150	.741	-.036
부채비율 감소	.349	.375	.200	.029	.120	.638	-.185
신규거래처 창출	.176	.394	.276	.183	-.120	.203	.170
고객 만족도	.172	-.038	.194	.625	.007	.364	.401
마케팅 능력	.096	.065	.196	.363	-.127	.528	.440
이직률 감소	.133	.781	.070	.112	.229	.116	.088
의사소통 원활	.134	.814	.097	.158	.110	.120	.171
제안 건수	.146	.792	.088	.090	.093	.193	.095
연구개발 비용	.287	.383	.110	-.030	.632	.130	.003
불량률 감소	.114	.033	.074	.226	.694	.084	.263
지식재산권 출원 횟수	.180	.107	.186	.276	.712	.033	.090
Eigen-value	9.554	2.152	1.731	1.633	1.293	1.109	1.009
분산설명력	36.746	8.278	6.656	6.282	4.974	4.265	3.880
누적분산	36.746	45.024	51.680	57.963	62.936	67.202	71.082

요인추출 방법: 주성분 분석.

회전 방법: Kaiser 정규화가 있는 베리맥스.

2. 신뢰도 검증

조사된 자료가 신뢰할 수 있는가를 알아보기 위해서 사용하는 통계방법이 신뢰도 분석이다. 신뢰도 분석은 내적인 일관성을 가지고 있는가를 통계학적으로 증명하기 위해 내적일관성 지수 크롬바하 α (cronbach's α)를 이용하게 된다.

본 검증에서는 경영컨설팅이 벤처기업 성과(재무성과, 고객만족, 학습과 성장, 내부개선)에 미치는 영향을 알아보기 위해 구성한 문항이 신뢰할 수 있는 자료인지 알아보고자 한다. 그 결과는 다음과 같다.

[표 4-3] 경영컨설팅에 대한 신뢰도 검증 결과

척도	구성개념	하위개념	평균	표준편차	제거했을 때의 Alpha 계수
경영 컨설팅	전략	전략기획	3.72	.923	.877
		전략적 제휴	3.61	.983	.877
		산업/기업분석	3.77	.992	.870
		전략기법	3.54	.958	.875
	회계/ 재무	회계시스템	3.55	.871	.880
		세금문제	3.49	.969	.879
		재무 분석	3.87	.957	.875
		자금 조달	3.83	.841	.877
	마케팅	제품(상품)전략	3.83	.760	.878
		광고전략	3.87	.882	.881
		유통전략	3.83	.868	.873
	생산	제품 설계	3.80	.616	.884
		품질 관리	3.70	.861	.874
		재고 관리	3.81	.852	.879

Alpha계수=0.885, N=103

경영컨설팅을 구성하는 하위 개념들에 대해 신뢰도를 검증한 결과 전체 크롬바하 α (cronbach's α)계수는 0.885라는 결과가 도출되었으며, 제거했을 때의 크롬바하 α (cronbach's α)계수를 살펴 본 결과 모든 항목이 0.855 이하의 값이 도출되었다. 따라서 모든 하위 개념들은 제거하지 않고 그대로 사용하는 것이 좋다는 결과를 도출하였다.

[표 4-4] 벤처기업 성과에 대한 신뢰도 검증 결과

척도	구성개념	하위개념	평균	표준편차	제거했을 때의 Alpha 계수
벤처기업 성과	재무성과	매출액	3.88	.844	.848
		순이익	3.52	.884	.854
		부채비율	3.26	.851	.859
	고객만족	신규거래처	3.48	.906	.868
		고객만족	3.78	.671	.867
		마케팅	3.87	.750	.867
	학습과 성장	이직률	3.25	.936	.856
		의사소통	3.33	.964	.855
		제안 건수	3.48	.873	.857
	내부개선	연구개발	3.26	1.009	.861
		불량률	3.64	.803	.867
		지식재산권	3.20	1.097	.867

Alpha계수=0.871, N=103

벤처기업 성과를 구성하는 하위 개념들에 대해 신뢰도를 검증한 결과 전체 크롬바하 α (cronbach's α)계수는 0.871라는 결과가 도출되었으며, 제거했을 때의 크롬바하 α (cronbach's α)계수를 살펴 본 결과 모든 항목이 0.871 이하의 값이 도출되었다. 따라서 모든 하위 개념들은 제거하지 않고 그대로 사용하는 것이 좋다는 결과를 도출하였다.

제 3 절 상관계 분석

변수와 변수가 서로 어떤 관련성을 가지고 있다면 이것을 상관이 있다고 한다. 이런 관계를 밝히는 것이 상관분석으로 상관계수인 Pearson의 R계수를 사용하여 변수 간의 관련 유무와 방향, 정도를 파악한다. 즉, 상관관계란 조사된 자료에서 둘이나 그 이상의 변수들에 있어서 하나의 변수가 변함에 따라서 다른 변수도 같이 변화되는 연관성과 변동의 방향을 의미한다.²¹⁾ 상관계수의 값이 1에 가까울수록 상관관계는 높다고 할 수 있으며 0에 가까울수록 관련성이 거의 없다고 볼 수 있다. 본 연구에서 독립변수와 종속변수 간의 상관관계를 분석한 결과는 [표4-5]와 같다. 연구결과 경영컨설팅의 하위 개념인 회계/재무 분야 중 회계시스템과 이직률의 상관관계가 0.176, 세금문제와 연구 개발 비용 증가와의 상관관계가 0.189, 세금문제와 불량률 감소와의 상관관계가 .088, 자금조달과 연구 개발 비용 증가와의 상관관계가 0.190으로 낮은 상관관계를 보였다. 그리고 경영컨설팅의 하위 개념인 생산 분야 중 제품 설계는 순이익 증가의 상관관계가 .090, 신규 거래 창출 비율 증가와의 상관관계가 0.176, 부채비율 감소와의 상관관계가 0.028로 나타났으며, 생산 분야 중 재고 관리는 부채비율 감소와의 상관관계가 0.179, 신규 거래 창출 비율 증가와의 상관관계가 0.172로 낮은 상관관계를 보이고 있었다. 위 사항을 제외한 모든 독립변수와 종속변수 간의 상관관계는 유의한 관계를 나타내고 있었다.

21) 강주희, 『SPSS 프로그램을 활용한 따라하는 통계분석』, 크라운출판사, 2011, p164

[표4-5] 상관계수 분석 결과

	전략 기획	전략적 재휴	산업/ 기업	전략 기법	회계 시스템	세금 문제	재무 분석	자금 조달	제품 전략	광고 전략	유통 전략	제품 설계	품질 관리	재고 관리	매출 액	순이익	부채 비율	신용 거래	고객 만족	마케팅 능력	이직률	의사 소통	제안 견주	연구 개발	불량 률	지식 재산권
전략기획	1																									
전략적 재휴	.733**	1																								
산업/ 기업	.667**	.661**	1																							
전략기법	.530**	.685**	.640**	1																						
회계 시스템	.147	.070	.253*	.118	1																					
세금문제	.330**	.221*	.353**	.273**	.596**	1																				
재무분석	.270**	.166	.361**	.332**	.673**	.585**	1																			
자금조달	.281**	.147	.376**	.283**	.473**	.496**	.546**	1																		
제품전략	.209*	.289**	.349**	.280**	.296**	.236*	.293**	.522**	1																	
광고전략	.233*	.271**	.358**	.279**	.232*	.141	.271**	.342**	.552**	1																
유통전략	.440**	.402**	.487**	.375**	.336**	.323**	.481**	.430**	.444**	.509**	1															
제품설계	.122	.208*	.194*	.173	.249*	.184	.172	.332**	.489**	.205*	.244*	1														
품질관리	.349**	.428**	.548**	.497**	.316**	.400**	.382**	.255**	.338**	.259**	.414**	.419**	1													
재고관리	.204*	.295**	.305**	.347**	.331**	.234*	.342**	.228*	.386**	.319**	.325**	.428**	.574**	1												
매출액	.411**	.430**	.647**	.492**	.395**	.382**	.455**	.387**	.473**	.507**	.347**	.256**	.437**	.459**	1											
순이익	.447**	.440**	.510**	.401**	.345**	.421**	.346**	.302**	.255**	.350**	.287**	.090	.261**	.306**	.701**	1										

부채비율	.432**	.463**	.514**	.329**	.252*	.403**	.306**	.239*	.238*	.266**	.328**	.028	.229*	.179	.644**	.728**	1													
신규 거래처	.232*	.298**	.277**	.230*	.247*	.360**	.319**	.233*	.293**	.284**	.319**	.176	.311**	.172	.381**	.322**	.307**	1												
고객 만족도	.325**	.269**	.407**	.359**	.264**	.319**	.429**	.525**	.519**	.433**	.387**	.411**	.341**	.352**	.525**	.398**	.224*	.241*	1											
마케팅 능력	.331**	.226*	.355**	.192	.288**	.342**	.319**	.355**	.340**	.331**	.267**	.241*	.366**	.329**	.410**	.397**	.283**	.378**	.587**	1										
이직률 감소	.299**	.289**	.296**	.326**	.176	.253*	.277**	.228*	.352**	.312**	.320**	.311**	.253**	.320**	.472**	.372**	.457**	.366**	.200*	.185	1									
의사소통	.304**	.282**	.296**	.356**	.224*	.215*	.311**	.261**	.307**	.303**	.433**	.280**	.298**	.377**	.446**	.462**	.395**	.357**	.282**	.262**	.624**	1								
제안 건수	.363**	.240*	.390**	.262**	.205*	.211*	.249*	.295**	.230*	.270**	.370**	.219*	.284**	.297**	.449**	.461**	.411**	.257**	.183	.317**	.583**	.732**	1							
연구개발 비용	.301**	.430**	.385**	.429**	.279**	.189	.309**	.190	.329**	.269**	.277**	.197*	.295**	.390**	.497**	.361**	.398**	.259**	.131	.122	.489**	.333**	.414**	1						
불량률	.220*	.281**	.374**	.231*	.315**	.088	.285**	.274**	.330**	.282**	.303**	.366**	.338**	.384**	.430**	.213*	.168	.129	.323**	.233*	.239*	.281**	.232*	.371**	1	*				
지식 재산권	.329**	.302**	.404**	.267**	.353**	.266**	.258**	.356**	.431**	.341**	.378**	.207*	.304**	.483**	.386**	.293**	.184	.207*	.302**	.234*	.341**	.316**	.236*	.474**	.563**	1				

제 4 절 다중회귀 분석

본 연구는 경영컨설팅의 구성요소인 전략, 회계/재무, 마케팅, 생산을 독립변수로 재무성과, 고객만족, 학습과 성장, 내부개선으로 구성된 종속변수인 벤처기업 성과에 미치는 영향을 분석하기 위해 다중회귀분석(Multiple Regression Analysis)을 통해 두 변수간의 인과관계를 분석하였다. 자세한 연구 결과는 다음과 같다.

1) 경영컨설팅과 벤처기업 성과에 대한 회귀분석

독립변수인 경영컨설팅과 종속변수인 벤처기업 성과 간 어떤 영향이 있는지 알아보기 위해 진행한 다중 회귀분석 결과는 [표4-6]과 같다.

[표4-6]경영컨설팅과 벤처기업 성과 간 회귀분석

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률
		B	표준오차	베타		
1	(상수)	.496	.244		2.031	.045
	경영컨설팅	.802	.065	.777	12.408	.000

R=.777^a, R제곱=.604

종속변수 : 벤처기업 성과

2) 경영컨설팅 전략 분야와 벤처기업 성과에 대한 회귀분석

독립변수인 경영컨설팅 중 하위변수인 전략 분야와 종속변수인 벤처기업 성과 간 어떤 영향이 있는지 알아보기 위해 진행한 다중 회귀분석 결과는 다음과 같다.

① 경영컨설팅 전략 분야와 재무성과 간 회귀분석

[표4-7]전략 분야와 재무성과 간 회귀분석

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률
		B	표준오차	베타		
1	(상수)	1.543	.275		5.614	.000
	전략기획	.048	.102	.058	.474	.637
	전략적 제휴	.081	.105	.104	.773	.441
	산업 및 기업분석	.379	.092	.490	4.136	.000
	전략기법	.032	.091	.040	.353	.725

R=.636^a, R제곱=.404

종속변수 : 재무성과

② 경영컨설팅 전략 분야와 고객만족 간 회귀분석

[표4-8]전략 분야와 고객만족 간 회귀분석

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률
		B	표준오차	베타		
1	(상수)	2.540	.248		10.250	.000
	전략기획	.092	.092	.141	.996	.322
	전략적 제휴	-.003	.095	-.005	-.035	.972
	산업 및 기업분석	.188	.083	.311	2.278	.025
	전략기법	.037	.082	.060	.452	.653

R=.456^a, R제곱=.208

종속변수 : 고객만족

③ 경영컨설팅 전략 분야와 학습과 성장 간 회귀분석

[표4-9]전략 분야와 학습과 성장 간 회귀분석

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률
		B	표준오차	베타		
1	(상수)	1.811	.339		5.341	.000
	전략기획	.200	.126	.229	1.589	.115
	전략적 제휴	-.087	.130	-.106	-.670	.505
	산업 및 기업분석	.123	.113	.151	1.093	.277
	전략기법	.182	.113	.216	1.619	.109

R=.431^a, R제곱=.186

종속변수 : 학습과 성장

④ 경영컨설팅 전략 분야와 내부개선 간 회귀분석

[표4-10]전략 분야와 내부개선 간 회귀분석

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률
		B	표준오차	베타		
1	(상수)	1.758	.314		5.598	.000
	전략기획	-.031	.117	-.037	-.269	.789
	전략적 제휴	.138	.120	.173	1.145	.255
	산업 및 기업분석	.277	.105	.352	2.652	.009
	전략기법	.053	.104	.064	.504	.615

R=.504^a, R제곱=.254

종속변수 : 내부개선

3) 경영컨설팅 회계/재무 분야와 벤처기업 성과에 대한 회귀분석

독립변수인 경영컨설팅 중 하위변수인 회계/재무 분야와 종속변수인 벤처기업 성과 간 어떤 영향이 있는지 알아보기 위해 진행한 다중 회귀분석 결과는 다음과 같다.

① 경영컨설팅 회계/재무 분야와 재무성과 간 회귀분석

[표4-11] 회계/재무 분야와 재무성과 간 회귀분석

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률
		B	표준오차	베타		
1	(상수)	1.791	.351		5.101	.000
	회계시스템	.043	.111	.049	.385	.701
	세금문제	.220	.093	.278	2.360	.020
	재무 분석	.133	.104	.166	1.277	.205
	자금 조달	.087	.099	.095	.872	.385

R=.495^a, R제곱=.245

종속변수 : 재무성과

② 경영컨설팅 회계/재무 분야와 고객만족 간 회귀분석

[표4-12] 회계/재무 분야와 고객만족 간 회귀분석

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률
		B	표준오차	베타		
1	(상수)	2.133	.265		8.057	.000
	회계시스템	-.043	.084	-.062	-.512	.610
	세금문제	.136	.070	.220	1.934	.056
	재무 분석	.142	.079	.227	1.807	.074
	자금 조달	.184	.075	.258	2.456	.016

R=.546^a, R제곱=.298

종속변수 : 고객만족

③ 경영컨설팅 회계/재무 분야와 학습과 성장 간 회귀분석

[표4-13]회계/재무 분야와 학습과 성장 간 회귀분석

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률
		B	표준오차	베타		
1	(상수)	1.959	.398		4.917	.000
	회계시스템	-.029	.126	-.031	-.231	.818
	세금문제	.063	.106	.076	.597	.552
	재무 분석	.177	.118	.209	1.496	.138
	자금 조달	.155	.113	.161	1.375	.172

R=.357^a, R제곱=.127

종속변수 : 학습과 성장

④ 경영컨설팅 회계/재무 분야와 내부개선 간 회귀분석

[표4-14]회계/재무 분야와 내부개선 간 회귀분석

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률
		B	표준오차	베타		
1	(상수)	1.690	.371		4.560	.000
	회계시스템	.254	.117	.283	2.162	.033
	세금문제	-.075	.098	-.093	-.765	.446
	재무 분석	.089	.110	.109	.812	.419
	자금 조달	.181	.105	.194	1.726	.087

R=.440^a, R제곱=.194

종속변수 : 내부개선

4) 경영컨설팅 마케팅 분야와 벤처기업 성과에 대한 회귀분석

독립변수인 경영컨설팅 중 하위변수인 마케팅 분야와 종속변수인 벤처기업 성과 간 어떤 영향이 있는지 알아보기 위해 진행한 다중 회귀분석 결과는 다음과 같다.

① 경영컨설팅 마케팅 분야와 재무성과 간 회귀분석

[표4-15]마케팅 분야와 재무성과 간 회귀분석

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
		B	표준오차	베타		
1	(상수)	1.580	.394		4.008	.000
	제품(상품) 전략	.147	.110	.146	1.333	.186
	광고 전략	.222	.099	.255	2.240	.027
	유통 전략	.145	.094	.164	1.552	.124

R=.467^a, R제곱=.219
종속변수 : 재무성과

② 경영컨설팅 마케팅 분야와 고객만족 간 회귀분석

[표4-16]마케팅 분야와 고객만족 간 회귀분석

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
		B	표준오차	베타		
1	(상수)	1.827	.291		6.280	.000
	제품(상품) 전략	.235	.081	.298	2.887	.005
	광고 전략	.123	.073	.181	1.682	.096
	유통 전략	.133	.069	.192	1.923	.057

R=.552^a, R제곱=.304
종속변수 : 고객만족

③ 경영컨설팅 마케팅 분야와 학습과 성장 간 회귀분석

[표4-17]마케팅 분야와 학습과 성장 간 회귀분석

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률
		B	표준오차	베타		
1	(상수)	1.289	.416		3.097	.003
	제품(상품) 전략	.158	.116	.148	1.355	.179
	광고 전략	.089	.104	.097	.848	.399
	유통 전략	.292	.099	.314	2.960	.004

R=.467^a, R제곱=.218

종속변수 : 학습과 성장

④ 경영컨설팅 회계/재무 분야와 내부개선 간 회귀분석

[표4-18]마케팅 분야와 내부개선 간 회귀분석

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률
		B	표준오차	베타		
1	(상수)	1.093	.391		2.792	.006
	제품(상품) 전략	.320	.110	.311	2.920	.004
	광고 전략	.080	.098	.090	.815	.417
	유통 전략	.194	.093	.215	2.089	.039

R=.511^a, R제곱=.261

종속변수 : 내부개선

5) 경영컨설팅 생산 분야와 벤처기업 성과에 대한 회귀분석

독립변수인 경영컨설팅 중 하위변수인 생산 분야와 종속변수인 벤처기업 성과 간 어떤 영향이 있는지 알아보기 위해 진행한 다중 회귀분석 결과는 다음과 같다.

① 경영컨설팅 생산 분야와 재무성과 간 회귀분석

[표4-19]생산 분야와 재무성과 간 회귀분석

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
		B	표준오차	베타		
1	(상수)	2.252	.469		4.799	.000
	제품 설계	-.079	.131	-.063	-.603	.548
	품질 관리	.205	.103	.230	1.986	.050
	재고 관리	.222	.105	.247	2.125	.036

R=.397^a, R제곱=.158
종속변수 : 재무성과

② 경영컨설팅 생산 분야와 고객만족 간 회귀분석

[표4-20]생산 분야와 고객만족 간 회귀분석

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
		B	표준오차	베타		
1	(상수)	2.015	.351		5.737	.000
	제품 설계	.164	.098	.168	1.677	.097
	품질 관리	.211	.077	.303	2.735	.007
	재고 관리	.077	.078	.109	.981	.329

R=.478^a, R제곱=.229
종속변수 : 고객만족

③ 경영컨설팅 생산 분야와 학습과 성장 간 회귀분석

[표4-21]생산 분야와 학습과 성장 간 회귀분석

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률
		B	표준오차	베타		
1	(상수)	1.289	.489		2.635	.010
	제품 설계	.206	.136	.157	1.516	.133
	품질 관리	.102	.107	.109	.949	.345
	재고 관리	.238	.109	.251	2.181	.032

R=.423^a, R제곱=.179

종속변수 : 학습과 성장

④ 경영컨설팅 생산 분야와 내부개선 간 회귀분석

[표4-22]생산 분야와 내부개선 간 회귀분석

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률
		B	표준오차	베타		
1	(상수)	1.133	.440		2.577	.011
	제품 설계	.100	.122	.078	.814	.418
	품질 관리	.094	.097	.104	.978	.330
	재고 관리	.396	.098	.432	4.043	.000

R=.539^a, R제곱=.291

종속변수 : 내부개선

제 5 절 가설검정

지금까지 경영컨설팅과 벤처기업 성과를 구성하는 요인간의 인과관계를 분석하였다. 그 결과 채택 된 가설은 [표4-23]과 같다.

[표 4-23] 연구가설의 검정

번호	가설	유의 확률	채택여부
가설	경영컨설팅은 벤처기업 성과에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	.000	채택
과제2	전략 분야는 재무성과에 양(+)의 영향을 미치는가?		
가설 2-1	전략/기획은 재무성과에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	.637	
	전략적 제휴는 재무성과에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	.441	
	산업/기업분석은 재무성과에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	.000	채택
	전략기법은 재무성과에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	.725	
과제3	전략 분야는 고객만족에 양(+)의 영향을 미치는가?		
가설 3-1	전략/기획은 고객만족에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	.322	
	전략적 제휴는 고객만족에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	.972	
	산업/기업분석은 고객만족에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	.025	채택
	전략기법은 고객만족에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	.653	
과제4	전략 분야는 학습과 성장에 양(+)의 영향을 미치는가?		
가설 4-1	전략/기획은 학습과 성장에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	.115	
	전략적 제휴는 학습과 성장에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	.505	
	산업/기업분석은 학습과 성장에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	.277	
	전략기법은 학습과 성장에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	.109	
과제5	전략 분야는 내부개선에 양(+)의 영향을 미치는가?		
가설 5-1	전략/기획은 내부개선에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	.789	
	전략적 제휴는 내부개선에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	.255	
	산업/기업분석은 내부개선에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	.009	채택
	전략기법은 내부개선에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	.615	
과제6	회계/재무는 재무성과에 양(+)의 영향을 미치는가?		
가설 6-1	회계시스템은 재무성과에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	.701	
	세금문제는 재무성과에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	.020	채택
	재무 분석은 재무성과에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	.205	
	자금 조달은 재무성과에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	.385	
과제7	회계/재무는 고객만족에 양(+)의 영향을 미치는가?		
가설 7-1	회계시스템은 고객만족에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	.610	
	세금문제는 고객만족에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	.056	
	재무 분석은 고객만족에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	.074	
	자금 조달은 고객만족에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	.016	채택

[표 4-23] 연구가설의 검정 (계속)

번호	가설	유의 확률	채택여부
과제8	회계/재무는 학습과 성장에 양(+)의 영향을 미치는가?		
가설 8-1	회계시스템은 학습과 성장에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	.818	
	세금문제는 학습과 성장에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	.552	
	재무 분석은 학습과 성장에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	.138	
	자금 조달은 학습과 성장에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	.172	
과제9	회계/재무는 내부개선에 양(+)의 영향을 미치는가?		
가설 9-1	회계시스템은 내부개선에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	.033	
	세금문제는 내부개선에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	.446	
	재무 분석은 내부개선에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	.419	
	자금 조달은 내부개선에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	.087	
과제10	마케팅은 재무성과에 양(+)의 영향을 미치는가?		
가설 10-1	제품(상품)전략은 재무성과에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	.186	
	광고 전략은 재무성과에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	.027	
	유통 전략은 재무성과에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	.124	
과제11	마케팅은 고객만족에 양(+)의 영향을 미치는가?		
가설 11-1	제품(상품)전략은 고객만족에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	.005	
	광고 전략은 고객만족에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	.096	
	유통 전략은 고객만족에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	.057	
과제12	마케팅은 학습과 성장에 양(+)의 영향을 미치는가?		
가설 12-1	제품(상품)전략은 학습과 성장에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	.179	
	광고 전략은 학습과 성장에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	.399	
	유통 전략은 학습과 성장에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	.004	채택
과제13	마케팅은 내부개선에 양(+)의 영향을 미치는가?		
가설 13-1	제품(상품)전략은 내부개선에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	.006	채택
	광고 전략은 내부개선에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	.417	
	유통 전략은 내부개선에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	.039	채택

[표 4-23] 연구가설의 검정 (계속)

번호	가설	유의 확률	채택여부
과제4	생산은 재무성과에 양(+)'의 영향을 미치는가?		
가설 14-1	제품 설계는 재무성과에 양(+)'의 영향을 미칠 것이다	.548	
	품질 관리는 재무성과에 양(+)'의 영향을 미칠 것이다	.050	
	재고 관리는 재무성과에 양(+)'의 영향을 미칠 것이다	.036	채택
과제5	생산은 고객만족에 양(+)'의 영향을 미치는가?		
가설 15-1	제품 설계는 고객만족에 양(+)'의 영향을 미칠 것이다	.097	
	품질 관리는 고객만족에 양(+)'의 영향을 미칠 것이다	.007	채택
	재고 관리는 고객만족에 양(+)'의 영향을 미칠 것이다	.329	
과제6	생산은 학습과 성장에 양(+)'의 영향을 미치는가?		
가설 16-1	제품 설계는 학습과 성장에 양(+)'의 영향을 미칠 것이다	.133	
	품질 관리는 학습과 성장에 양(+)'의 영향을 미칠 것이다	.345	
	재고 관리는 학습과 성장에 양(+)'의 영향을 미칠 것이다	.032	채택
과제7	생산은 내부개선에 양(+)'의 영향을 미치는가?		
가설 17-1	제품 설계는 내부개선에 양(+)'의 영향을 미칠 것이다	.418	
	품질 관리는 내부개선에 양(+)'의 영향을 미칠 것이다	.330	
	재고 관리는 내부개선에 양(+)'의 영향을 미칠 것이다	.000	채택

제 6 절 분석결과 요약

본 연구는 벤처기업을 중심으로 경영컨설팅과 벤처기업 성과 간 관계를 알아보기 위한 연구이다.

연구를 위한 설문에 응한 표본기업들 가운데 정보처리, S/W 분야의 기업이 49.5%(51개)로 가장 많았으며 제조업 26.2%(27개), 연구개발/서비스 19.4%(20개), 도/소매업 3.9%(4개), 기타 1.0%(1개) 순으로 나타났다.

표본 수는 전체 120개 표본 가운데 불성실한 응답 17개를 제외한 103개의 유효 표본으로 연구가 진행되었다. 따라서 가설을 검정함에 있어 아쉬운 점이 있다.

가설검증 결과 경영컨설팅이 벤처기업 성과에 있어 의미 있는 시사점을 제시하는 것으로 확인되었다.

1) 경영컨설팅이 벤처기업 성과에 미치는 영향

가설검정 결과 경영컨설팅은 벤처기업에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 처음 세웠던 가설은 채택되었다.

2) 전략 분야 컨설팅이 재무성과에 미치는 영향

가설검정 결과 전략 분야 중 산업/기업 분석만이 재무성과에 유의미한 영향(유의확률 = .000)을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 다른 가설을 제외하고 산업/기업 분석에 대한 가설만이 채택되었다.

3) 전략 분야 컨설팅이 고객만족에 미치는 영향

가설검정 결과 전략 분야 중 산업/기업 분석만이 고객만족에 유의미한 영향(유의확률 = .025)을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 다른 가설을 제외하고 산업/기업 분석에 대한 가설만이 채택되었다.

4) 전략 분야 컨설팅이 학습과 성장에 미치는 영향

가설검정 결과 전략 분야 중 그 어느 것도 학습과 성장에 유의미한 영향을 미치지 못했다.

5) 전략 분야 컨설팅이 내부개선에 미치는 영향

가설검정 결과 전략 분야 중 산업/기업 분석만이 내부개선에 유의미한 영향(유의확률 =.009)을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 다른 가설을 제외하고 산업/기업 분석에 대한 가설만이 채택되었다.

6) 회계/재무 컨설팅이 재무성과에 미치는 영향

가설검정 결과 회계/재무 분야 중 세금문제에 대한 분야만이 재무성과에 유의미한 영향(유의확률 =.020)을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 다른 가설을 제외하고 세금문제에 대한 가설만이 채택되었다.

7) 회계/재무 컨설팅이 고객만족에 미치는 영향

가설검정 결과 회계/재무 분야 중 자금 조달에 대한 분야만이 고객만족에 유의미한 영향(유의확률 =.016)을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 다른 가설을 제외하고 자금 조달에 대한 가설만이 채택되었다.

8) 회계/재무 컨설팅이 학습과 성장에 미치는 영향

가설검정 결과 회계/재무 분야 중 그 어느 것도 학습과 성장에 유의미한 영향을 미치지 못했다.

9) 회계/재무 컨설팅이 내부개선에 미치는 영향

가설검정 결과 회계/재무 분야 중 회계시스템에 대한 분야만이 내부개선에 유의미한 영향(유의확률 =.033)을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 다른 가설을 제외하고 회계시스템에 대한 가설만이 채택되었다.

10) 마케팅 컨설팅이 재무성과에 미치는 영향

가설검정 결과 마케팅 분야 중 광고 전략에 대한 분야만이 재무성과에 유의미한 영향(유의확률 =.027)을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 다른 가설을 제외하고 광고 전략에 대한 가설만이 채택되었다.

11) 마케팅 컨설팅이 고객만족에 미치는 영향

가설검정 결과 마케팅 분야 중 제품(상품)전략이 고객만족에 유의미한 영향(유의확률 =.005)을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 다른 가설을 제외하고 제품(상품)전략에 대한 가설만이 채택되었다.

12) 마케팅 컨설팅이 학습과 성장에 미치는 영향

가설검정 결과 마케팅 분야 중 유통 전략만이 학습과 성장에 유의미한 영향(유의확률 =.004)을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 다른 가설을 제외하고 유통 전략에 대한 가설만이 채택되었다.

13) 마케팅 컨설팅이 내부개선에 미치는 영향

가설검정 결과 마케팅 분야 중 제품(상품)전략과 유통 전략이 내부개선에 유의미한 영향(유의확률 =.006, =.039)을 미치고 것으로 나타났다. 따라서 제품(상품)전략과 유통 전략에 대한 가설이 채택되었다.

14) 생산 컨설팅이 재무성과에 미치는 영향

가설검정 결과 생산 분야 중 재고 관리만이 재무성과에 유의미한 영향(유의확률 =.036)을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 재고 관리에 대한 가설만이 채택되었다.

15) 생산 컨설팅이 고객만족에 미치는 영향

가설검정 결과 생산 분야 중 품질 관리만이 고객만족에 유의미한 영향(유의확률 =.007)을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 품질 관리에 대한 가설만이 채택되었다.

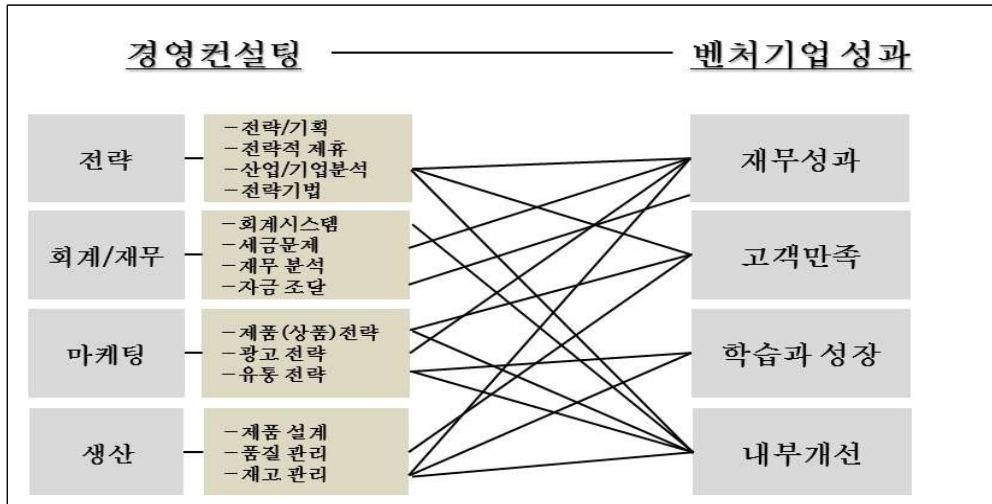
16) 생산 컨설팅이 학습과 성장에 미치는 영향

가설검정 결과 생산 분야 중 재고 관리만이 학습과 성장에 유의미한 영향(유의확률 =.032)을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 재고 관리에 대한 가설만이 채택되었다.

17) 생산 컨설팅이 내부개선에 미치는 영향

가설검정 결과 생산 분야 중 재고 관리만이 내부개선에 유의미한 영향(유의확률 =.000)을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 재고 관리에 대한 가설만이 채택되었다.

<그림4-1> 연구모형 가설검증 결과



[표4-24] 채택 된 가설

No	가설	비고
1	경영컨설팅은 벤처기업 성과에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	
2	산업/기업분석은 재무성과에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	전략
3	산업/기업분석은 고객만족에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	전략
4	산업/기업분석은 내부개선에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	전략
5	세금문제는 재무성과에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	회계/재무
6	자금 조달은 고객만족에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	회계/재무
7	회계시스템은 내부개선에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	회계/재무
8	광고 전략은 재무성과에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	마케팅
9	제품(상품)전략은 고객만족에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	마케팅
10	유통 전략은 학습과 성장에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	마케팅
11	제품(상품)전략은 내부개선에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	마케팅
12	유통 전략은 내부개선에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	마케팅
13	재고 관리는 재무성과에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	생산
14	품질 관리는 고객만족에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	생산
15	재고 관리는 학습과 성장에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	생산
16	재고 관리는 내부개선에 양(+)의 영향을 미칠 것이다	생산

제 5 장 결 론

제 1 절 연구결과의 요약

본 연구는 경영컨설팅(전략, 회계/재무, 마케팅, 생산운영)과 벤처기업 성과(재무성과, 고객만족, 학습과 성장, 내부개선) 간 유의미한 영향을 가지고 있는지에 대해 검증을 하는 것을 목적으로 하였다.

연구 결과 ‘경영컨설팅은 벤처기업 성과에 양(+)의 영향일 미칠 것이다’라는 가설은 채택이 되었다. 그리고 경영컨설팅의 하위변수인 전략, 회계/재무, 마케팅, 생산운영 등이 벤처기업 성과에 미치는 영향을 각각 그 결과가 달랐다.

첫째, 전략의 경우 산업/기업분석에 해당하는 컨설팅이 벤처기업 성과 중 재무성과(유의확률=.000), 고객만족(유의확률=.025), 내부개선(유의확률=.025)에 유의미한 영향을 미치고 있었다.

둘째, 회계/재무의 경우 세금문제에 대한 컨설팅이 벤처기업 성과 중 재무성과(유의확률=.020), 자금 조달에 대한 컨설팅이 고객만족(유의확률=.016), 회계시스템에 대한 컨설팅이 내부개선(유의확률=.033)에 유의미한 영향을 미치고 있었다.

셋째, 마케팅의 경우 광고 전략에 대한 컨설팅이 재무성과(유의확률=.027), 제품(상품)전략이 고객만족(유의확률=.005) 그리고 내부개선(유의확률=.006), 유통 전략이 학습과 성장(유의확률=.004) 그리고 내부개선(유의확률=.039)에 유의미한 영향을 미치고 있었다.

마지막으로 생산의 경우 재고 관리에 대한 컨설팅이 재무성과(유의확률=.036), 학습과 성장(유의확률=.032), 내부개선(=.000)에 유의미한 영향을 미치고 있었으며 품질 관리의 경우 고객만족(유의확률=.007)에 유의미한 영향을 미치고 있었다.

제 2 절 시사점

현재 우리나라는 몇몇 대기업에 의존하는 ‘대기업 쏠림 현상’이 지속되고 있다. 이런 상황에서 우리나라가 탄탄한 경제 구조를 갖추기 위해서는 대기업뿐만 아니라 벤처기업의 활성화 및 육성이 필요하다. 이러한 생각에서 시작 된 본 연구는 경영컨설팅과 벤처기업 성과 간 유의미한 관계를 파악하는 것에 목적을 두었다. 그 목적 아래 진행 된 연구 결과 얻은 시사점은 다음과 같다.

첫째, 벤처기업별 특성에 맞는 맞춤형 컨설팅을 제공해야 한다. 진행 된 연구의 모집단 업종은 대부분 정보처리 및 S/W이지만 우리나라에는 정말 다양한 벤처기업이 존재하고 있다. 그리고 다양한 문제점을 가지고 있다. 따라서 벤처기업 개별 기업 특성에 맞는 맞춤형 컨설팅을 제공해야 한다. 그래야만 컨설팅을 의뢰한 벤처기업의 문제점을 해결 할 수 있을 것이다.

둘째, 정부의 적극적인 지원이 필요하다. 진행 된 연구의 모집단을 살펴보면 10인 미만의 기업이 72.8%로 상당히 높은 비율을 차지하고 있었다. 본 연구의 모집단뿐만 아니라 우리나라의 많은 벤처기업이 인력이 부족한 실정이다. 이와 같은 상황에서 기업 내부 및 외부의 문제점을 발견하고 해결하기란 여간 쉬운 문제가 아닌 것이다. 따라서 정보의 다양하고 체계적인 지원이 필요한 것이다.

셋째, 지속적인 사후관리가 이루어져야 한다. 경영컨설팅을 진행하는 것도 중요하지만 공식적인 과정이 끝난 후 사후관리를 하는 부분에 있어서도 주의 깊게 신경을 써야 한다. 컨설팅을 한 벤처기업이 경영컨설팅 결과를 실제로 채택하고 있는지, 그리고 채택 한 경영컨설팅 결과가 올바르게 잘 실행되고 있는지에 대해 지속적으로 사후관리가 이루어져야 한다.

마지막으로 전문적 지식을 갖춘 컨설턴트 육성이 필요하다. 효과적인 경영컨설팅이 이루어지기 위해서는 경영컨설팅을 하는 전문가 즉, 컨설턴트에 대한 체계적인 지원과 육성이 필요하다. 벤처기업, 중소기업

업, 대기업 등 다양한 기업에 대한 문제점을 진단하고 해결 할 수 있는 전문가를 육성하는 것이 장기적인 관점에서 효율적이라고 생각한다.

제 3 절 한계 및 향후 연구방향

경영컨설팅과 벤처기업 성과 간 유의미한 관계를 파악하기 위해 진행된 본 연구의 한계점은 다음과 같다.

첫째, 유효 표본의 부족이다. 103개의 유효 표본으로 경영컨설팅과 벤처기업 성과 간 유의미한 관계를 연구를 하는 것에는 한계가 있었다.

둘째, 업종의 다양성 부족이다. 의도한 바는 아니지만 정보처리 및 S/W에 집중된 업종은 본 연구 결과를 도출함에 있어 한계라고 생각 할 수 있다.

이러한 한계점을 바탕으로 생각한 향후 연구 방향은 다음과 같다.

첫째, 다양한 모집단을 대상으로 연구를 진행하여 신뢰도 및 타당성을 높여야 할 것이다.

둘째, 독립변수와 종속변수의 다양화를 통해 경영컨설팅과 벤처기업의 성과 간 유의미한 관계 파악뿐만 아니라 벤처기업이 원하는 구체적인 경영컨설팅이 무엇인지 밝혀내야 할 것이다.

【참고문헌】

1. 국내문헌

- 곽홍주, 「경영컨설팅과 부동산 컨설팅 성과향상 요인에 관한 연구」, 경
기대학교 서비스경영전문대학원 박사논문, 2008
- 권기철, 「경영컨설팅 서비스 품질 구성요인이 재계약과 추천의향에 미치
는 영향」, 숭실대학교 중소기업대학원 석사논문, 2011
- 김기완, 「제2의 벤처붐을 맞고 있는가? 우리나라 벤처기업의 성장에 대한
분석」, KDI정책포럼, 2012
- 김제만, 「우리나라 벤처기업의 지원제도에 관한 연구」, 건국대학교 석사
논문, 2000
- 김종광, 「경영컨설팅 서비스품질 측정모형의 비교와 기업성과에 관한 연
구」, 동명대학교 대학원 박사논문, 2013
- 문영길, 「국내 벤처기업의 성공전략에 관한 연구」, 호서대학교 글로벌창
업대학원 석사논문, 2010
- 민경룡, 「창업컨설팅이 창업기업의 경영성과에 미치는 영향에 관한 실증
적 연구」, 중앙대학교 산업창업경영대학원 석사논문, 2010
- 변종수, 「창업기업의 경영컨설팅 성과 영향요인에 관한 연구」, 한밭대학
교 창업경영대학원 석사논문, 2009
- 서지은, 「벤처기업의 성과에 미치는 벤처인큐베이팅의 역할에 관한 연구:
최근 3년 내 인큐베이팅 컨설팅을 받은 업체 기준으로」, 한양대학
교 경영대학원 석사논문, 2008
- 신상복, 「경영컨설팅 서비스품질이 고객만족도에 미치는 영향에 관한 연
구」, 동명대학교 대학원 박사논문, 2012
- 왕문정, 「중국진출 한국중소기업의 경영컨설팅이 성과에 미치는 영향」,

- 강남대학교 대학원 석사논문, 2007
- 장영, 「경영컨설팅과 성과에 관한 연구」, 한국과학기술원 박사논문, 1996
- 진해광, 「경영컨설팅회사의 전략적 제휴가 성과에 미치는 영향」, 부경대학교 석사논문, 2010
- 전기수, 「중소벤처기업 경영컨설팅이 경영성과에 미치는 영향에 관한 실증 연구」, 건국대학교 대학원 박사논문, 2009
- 정민우, 「중소벤처기업의 팀 특성에 따른 팀 역량이 팀 구성원의 직무만족에 미치는 영향」, 중앙대학교 산업창업경영대학원 석사논문, 2010
- 채준원, 「컨설팅 유형에 따른 중소기업의 컨설팅 서비스 결정요인에 관한 연구」, 부산대학교 박사논문, 2011
- 황성관, 「벤처기업의 성장 단계별 전략 연구」, 한양대학교 산업경영디자인 대학원 석사논문, 2009

2. 국외문헌

Anthony. F. Buono.(2009), Emerging trends and issues in management consulting : Consulting as a Janus-Faced, United States of America.

Francesco Ciampi.(2008), The knowledge creation potential of management consulting, The Netherlands.

Milan Kubr.(2002), Management Consulting : A guide to the profession (4rd) International Labour Office, Geneva.

Sai Kolli.(2000), The essentials of management consulting. Reserch&Education Assoc.

【부 록】

설 문 지

안녕하십니까?

저는 현재 한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원 석사과정 졸업을 위해 학위
논문을 준비하고 있는 변태영입니다.

본 설문지는 '경영컨설팅과 벤처기업 성과에 관한 연구'에 관한 연구목적으
로 작성되었습니다.

귀하께서 응답해 주신 자료는 오직 순수 연구목적으로만 사용되며 익명으로
처리됨을 약속드립니다.

본 설문은 총 4개 문항 43개 항목으로 구성되어 있으며, 약 10분 정도의
시간이 소요됩니다.

부디 바쁘시더라도 한 문항도 빠짐없이 성심성의껏 답변을 부탁드립니다.
귀사의 무궁한 발전을 진심으로 기원하겠습니다.

설문에 응해주심에 진심으로 감사드립니다.

2013년 11월

지도교수 : 한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원 지도교수 주 형 근

연구자 : 한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원 석사과정 변 태 영

문의사항 : E-mail) brsm74@naver.com

Tel) 010-9088-0704

I. 경영컨설팅 분야별 만족도에 관한 사항입니다.

(컨설팅을 받은 경험에 비추어 아래의 설문 문항 중 가장 가까운 항목을 선택해 주시기 바랍니다.)

1. 경영컨설팅 중 전략 분야에 대한 질문입니다.

설문내용	①	②	③	④	⑤
	전혀 아니다	아니다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
전략기획에 대한 컨설팅은 만족스러웠다.					
전략적 제휴에 대한 컨설팅은 만족스러웠다.					
산업 및 기업분석에 대한 컨설팅은 만족스러웠다.					
전략기법에 대한 컨설팅은 만족스러웠다.					

2. 경영컨설팅 중 회계/재무 분야에 대한 질문입니다.

설문내용	①	②	③	④	⑤
	전혀 아니다	아니다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
회계시스템에 대한 컨설팅은 만족스러웠다.					
세금문제에 대한 컨설팅은 만족스러웠다.					
재무 분석에 대한 컨설팅은 만족스러웠다.					
자금 조달에 대한 컨설팅은 만족스러웠다.					

3. 경영컨설팅 중 마케팅 분야에 대한 질문입니다.

설문내용	①	②	③	④	⑤
	전혀 아니다	아니다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
제품(상품)전략에 대한 컨설팅은 만족스러웠다.					
광고 전략에 대한 컨설팅은 만족스러웠다.					
유통 전략에 대한 컨설팅은 만족스러웠다.					

4. 경영컨설팅 중 생산 분야에 대한 질문입니다.

설문내용	①	②	③	④	⑤
	전혀 아니다	아니다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
제품 설계에 대한 컨설팅은 만족스러웠다.					
품질 관리에 대한 컨설팅은 만족스러웠다.					
재고 관리에 대한 컨설팅은 만족스러웠다.					

Ⅱ. 경영컨설팅 과정 및 전반적인 만족도에 대한 질문입니다.

(아래의 설문 문항 중 가장 가까운 항목을 선택해 주시기 바랍니다)

설문내용	①	②	③	④	⑤
	전혀 아니다	아니다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1.컨설팅사는 컨설팅 과정상의 문제를 자체 해결할 만큼 충분한 인력을 보유하고있다					
2.컨설팅사는 해당업종에 대한 사전지식이 많았습니까?					
3.컨설팅을 제공하는 시간이나 장소는 편리했습니까?					
4.차별화된 컨설팅을 제공하였습니까?					
5.귀사에 대하여 세심한 주의를 기울이며 즉각적으로 서비스를 제공하였습니까?					
6.처음에 약속하였던 컨설팅 서비스를 정확하게 수행하였습니까?					
7.컨설팅 결과를 채택 적용하고 계십니까?					
8.경영컨설팅을 통해 문제해결이 되셨습니까?					
9.경영컨설팅을 받으면 효과가 있다고 생각하십니까?					
10.추가적으로 재 컨설팅을 받을 의향이 있으십니까?					

Ⅲ. 경영컨설팅 결과 귀사의 경영성과에 대한 질문입니다.

(아래의 설문 문항 중 가장 가까운 항목을 선택해 주시기 바랍니다)

1. 재무성과에 관한 질문입니다.

설문내용	①	②	③	④	⑤
	전혀 아니다	아니다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1.경영컨설팅을 받음으로써 매출액 이 증가하였다					
2.경영컨설팅을 받음으로써 순이익 이 증가하였다					
3.경영컨설팅을 받음으로써 부채비 율이 감소하였다					

2. 고객만족에 관한 질문입니다.

설문내용	①	②	③	④	⑤
	전혀 아니다	아니다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1.경영컨설팅을 받음으로써 신규 거래처 창출비용이 높아졌다					
2.경영컨설팅을 받음으로써 고객만 족도가 높아졌다					
3.경영컨설팅을 받음으로써 마케팅 능력이 향상되었다					

3. 학습과 성장에 관한 질문입니다.

설문내용	①	②	③	④	⑤
	전혀 아니다	아니다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1.경영컨설팅을 받음으로써 종업원 이직률이 감소하였다					
2.경영컨설팅을 받음으로써 부서 또는 개인간의 의사소통이 원활해졌 다					
3.경영컨설팅을 받음으로써 종업원 의 제안 건수가 증가하였다					

4. 내부개선에 관한 질문입니다.

설문내용	①	②	③	④	⑤
	전혀 아니다	아니다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1.경영컨설팅을 받음으로써 연구개 발 비용이 증가하였다					
2.경영컨설팅을 받음으로써 불량률 이 감소하였다					
3.경영컨설팅을 받음으로써 지식재 산권의 출원 횟수가 증가하였다					

IV. 일반적인 사항에 관한 질문입니다.

(아래의 설문 문항 중 가장 가까운 항목을 선택해 주시기 바랍니다)

1. 귀사의 주된 업종은?

- ① 제조업 ☐ ② 정보처리, S/W ☐ ③ 연구개발, 서비스 ☐ ④ 건설, 운수 ☐
⑤ 도/소매업 ☐ ⑥ 농/임/어/광업 ☐ ⑦ 기타 ☐

2. 귀사의 업력은?

- ① 1년 미만 ☐
② 1년 이상 3년 미만 ☐
③ 3년 이상 5년 미만 ☐
④ 5년 이상 10년 미만 ☐
⑤ 10년 이상 ☐

3. 귀사의 최근년도 매출규모는?

- ① 5억원 미만 ☐
② 10억원 미만 ☐
③ 50억원 미만 ☐
④ 100억원 미만 ☐
⑤ 100억원 이상 ☐

4. 귀사의 종업원 수는?

- ① 10명 미만 ☐
- ② 30명 미만 ☐
- ③ 50명 미만 ☐
- ④ 100명 미만 ☐
- ⑤ 100명 이상 ☐

5. 귀하의 학력은?

- ① 고졸 이하 ☐
- ② 고졸 ☐
- ③ 전문대졸 ☐
- ④ 대졸 ☐
- ⑤ 대학원졸 ☐

6. 귀하의 성별은?

- ① 남자 ☐
- ② 여자 ☐

7. 귀하의 나이는?

- ① 20대 ☐
- ② 30대 ☐
- ③ 40대 ☐
- ④ 50대 ☐
- ⑤ 60대 이상 ☐

<설문에 흔쾌히 응해주심에 진심으로 감사를 드립니다>

ABSTRACT

An study on the Management Consulting and Venture Business Performance.

Byeon, Tae Young
Major in Knowledge Service & Consulting
Dept. of Knowledge Service & Consulting
Graduate School of Public Administration
Hansung University

In South Korea, economy is dependent on a few large companies has continued. When this situation persists because of an unexpected thing will collapse if the enterprise is a major blow to the economy of our country will be. In the case of Finland 'Nokia' is a difficult situation for the decline was welcomed. However, by fostering venture has overcome the crisis. Therefore large companies get hit by the collapse of the economy, compared to the pre-conditions for venture companies need to foster positive.

Through previous research, this study is the management consulting (strategy, accounting / finance, marketing, production) and venture performance (financial performance, customer satisfaction, and learning and growth, internal improvements) for information on whether there is a significant effect was examined .

Management consulting is a significant impact on performance of venture

business by ensuring that future ventures will be conducted for management consulting in that it can be a reference in the study was the mean.

Enable the future of our economy is a venture company will need to further strengthen and develop.

【Keywords】 Management Consulting, Venture Business, Performance