



저작자표시-비영리-동일조건변경허락 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

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

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



동일조건변경허락. 귀하가 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공했을 경우에는, 이 저작물과 동일한 이용허락조건하에서만 배포할 수 있습니다.

- 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.

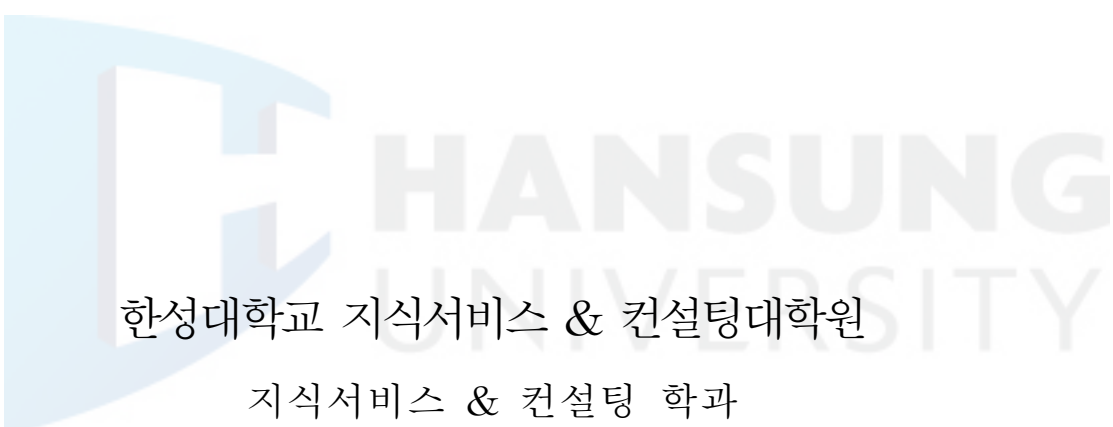
[Disclaimer](#)

석 사 학 위 논 문

경영컨설팅인식에 미치는 결정요인에 관한 연구

(기업체 중간관리자의 심리적 요인을 중심으로)

2013년



한성대학교 지식서비스 & 컨설팅대학원

지식서비스 & 컨설팅 학과

매니지먼트 컨설팅전공

정 태 석

석 사 학 위 논 문

지도교수 주형근

경영컨설팅인식에 미치는 결정요인에 관한 연구

(기업체 중간관리자의 심리적 요인을 중심으로)

A Study on the Determinants of Management Consulting Perception

(for Psychological factors of Corporations middle Management)

2012년 12월 일

한성대학교 지식서비스 & 컨설팅대학원

지식서비스 & 컨설팅 학과

매니지먼트 컨설팅 전공

정 태 석

석사학위논문

지도교수 주형근

경영컨설팅인식에 미치는 결정요인에 관한 연구

(기업체 중간관리자의 심리적 요인을 중심으로)

A Study on the Determinants of Management Consulting Perception
(for Psychological factors of Corporations middle Management)

위 논문을 컨설팅학 석사학위 논문으로 제출함

2012년 12월 일

한성대학교 지식서비스 & 컨설팅대학원

지식서비스 & 컨설팅 학과

매니지먼트 컨설팅 전공

정 태 석

정태석의 컨설팅학 석사학위논문을 인준함

2012년 12월 일

심사위원장 _____ 인

심 사 위 원 _____ 인

심 사 위 원 _____ 인

국 문 초 록

경영컨설팅인식에 미치는 결정요인에 관한 연구 (기업체 중간관리자의 심리적 요인을 중심으로)

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

지식서비스 & 컨설팅학과

매니지먼트 전공

정 태 석

본 연구는 기업체 중간관리자의 심리적 요인이 경영컨설팅인식에 어떠한 영향이 있는지를 확인하고 이를 통하여 경영컨설팅 수행 시작과 과정, 실천 시 기업체 중간관리자와 협력적 관계 구축을 통하여 그 효과를 극대화함으로써 경영컨설팅산업이 기업의 성장 발전과 더불어 동반 성장할 수 있다고 할 것이다. 본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 기업체 중간관리자의 개인적·조직적 요인에 대한 경영컨설팅인식의 이해도에서는 자기효능감, 직무몰입, 직무만족, 조직몰입이 영향을 미쳤고, 이에 반해 혁신활동은 부(-)의 영향을 미치는 것으로 확인 되었다.

둘째, 기업체 중간관리자의 경영컨설팅인식의 신뢰도에 대한 검증결과는 직무몰입, 직무만족의 요인에서 정(+)의 영향을 미치는 것으로 확인 할 수 있었다.

셋째, 경영컨설팅의 참여도에 대한 기업체 중간관리자의 요인은 성취욕구에 대해 정(+)의 영향을 미쳤고, 혁신활동에 대해서는 부(-)의 영향이 미치는 것을 확인했다.

넷째, 경영컨설팅인식의 인지도에 대한 기업체 중간관리자의 요인은 자기효능감, 직무몰입, 조직몰입에 대해서는 정(+)의 영향을 미쳤고, 혁신활동과 조직충성도에는 부(-)의 영향이 있는 것으로 검증되었다.

다섯째, 기업체 중간관리자의 개인 및 조직적 측면에서 경영컨설팅인식

에 대한 요인으로 자기효능감, 직무몰입, 조직몰입의 요인이 정(+)의 영향이 있는 것으로 검증되었으며, 혁신활동은 부(-)의 영향이 있는 것으로 확인 할 수 있었다.

여섯째, 사회통계학적 특성에 따른 중간관리자의 개인적 요인에 유의미한 평균차이를 보인 변수는 최종학력, 소득, 회사직급, 회사규모 정도에서 그 차이를 볼 수 있었다. 그리고 조직적 요인으로서는 연령, 소득, 회사규모, 업종의 변수에서 유의미한 평균차이를 볼 수 있었으며, 경영컨설팅인식에 유의미한 평균차이를 보인 변수는 소득, 최종학력, 회사규모와 업종으로 확인할 수 있었다.

또한 사회통계학적 특성에 따른 기업체 중간관리자의 경영컨설팅인식의 유의미한 평균차이가 있는 변수는 회사규모와 소득이 해당됨을 확인 할 수 있었다.

이러한 연구 결과를 종합해보면 기업체 중간관리자로서 경영컨설팅인식에 정(+)의 영향이 미치는 심리적 결정요인으로 직무몰입, 자기효능감, 조직몰입으로 확인할 수 있었고, 부(-)의 영향이 미치는 심리적 결정요인으로 혁신활동, 조직충성도임을 확인할 수 있었다.

【주요어】 : 경영컨설팅인식, 중간관리자, 성취욕구, 혁신활동, 자기효능감, 직무몰입, 직무만족, 업무열정, 고용안정성, 조직몰입, 조직충성도.

목 차

제 1 장 서론	1
제 1 절 연구배경 및 목적	1
1. 연구배경	1
2. 연구목적	2
제 2 절 연구방법 및 범위	4
1. 연구방법	4
2. 연구범위	5
제 3 절 논문의 구성	5
제 2 장 이론적 고찰	7
제 1 절 경영컨설팅에 관한 고찰	7
1. 경영컨설팅의 정의 및 목적	7
1) 경영컨설팅의 정의	7
2) 경영컨설팅의 목적	8
2. 경영컨설팅의 특성 및 유형	10
3. 경영컨설팅인식	13
제 2 절 기업과 경영컨설팅	14
1. 기업형태 분류	14
2. 기업의 성장 과정	15
1) 기업의 성장단계	15
2) 기업의 성장단계별 특징	18
3. 경영전략 의사결정과 경영컨설팅	21
제 3 절 중간관리자의 특징 및 심리적 요인	22

1. 중간관리자의 정의	22
2. 중간관리자의 특징	22
3. 중간관리자의 심리적 요인	24
1) 개인적 요인	24
(1) 혁신활동	24
(2) 업무열정	25
(3) 자기효능감	27
(4) 직무몰입	28
(5) 직무만족	29
(6) 성취욕구	31
2) 조직적 요인	32
(1) 고용안정성	32
(2) 조직몰입	33
(3) 조직충성도	35
제 3 장 연구 방법	37
제 1 절 연구모형 및 가설 설정	37
1. 연구모형의 설정	37
2. 연구가설의 설정	38
3. 변수의 조작적 정의 및 측정도구	42
1) 혁신활동	42
2) 업무열정	43
3) 자기효능감	44
4) 직무몰입	44
5) 직무만족	45
6) 성취욕구	46
7) 고용안정성	46
8) 조직몰입	48

9) 조직충성도	49
10) 경영컨설팅인식	49
제 2 절 조사 설계	51
1. 조사대상의 선정	51
2. 설문지의 구성	53
3. 신뢰성 및 타당성 검증	54
1) 개인적 요인의 요인분석 및 신뢰도 분석	55
2) 조직적 요인의 요인분석 및 신뢰도 분석	58
3) 경영컨설팅인식의 요인분석 및 신뢰도 분석	60
4) 상관분석	62
4. 분석방법	64
 제 4 장 연구 결과	 65
제 1 절 사회통계학적 특성에 관한 연구결과	65
1. 조사대상자들의 일반적 특성	65
2. 사회통계학적 특성에 따른 평균차이 분석 결과	68
1) 사회통계학적 특성에 따른 개인적 요인	68
2) 사회통계학적 특성에 따른 조직적 요인	82
3) 사회통계학적 특성에 따른 경영컨설팅인식	90
제 2 절 개인적 요인 및 조직적 요인, 경영컨설팅인식의 관계	100
1. 다중공선성 분석결과	100
1) 개인적 요인 하위 구성요인들의 다중공선성 진단결과	100
2) 조직적 요인 하위 구성요인들의 다중공선성 진단결과	102
2. 개인적 요인과 조직적 요인이 경영컨설팅인식의 이해도에 미치는 영향 관계	103
3. 개인적 요인과 조직적 요인이 경영컨설팅인식의 신뢰도에 미치는 영향 관계	107
4. 개인적 요인과 조직적 요인이 경영컨설팅인식의 참여도에	

미치는 영향 관계	110
5. 개인적 요인과 조직적 요인이 경영컨설팅인식의 인지도에	
미치는 영향 관계	113
6. 개인적 요인과 조직적 요인이 경영컨설팅인식에	
미치는 영향관계	117
제 3 절 가설의 검증 결과	120
1. 경영컨설팅인식의 이해도에 미치는 영향에 관한 연구가설	120
2. 경영컨설팅인식의 신뢰도에 미치는 영향에 관한 연구가설	121
3. 경영컨설팅인식의 참여도에 미치는 영향에 관한 연구가설	122
4. 경영컨설팅인식의 인지도에 미치는 영향에 관한 연구가설	122
5. 경영컨설팅인식에 미치는 영향에 관한 연구가설	123
6. 사회통계학적 특성에 따른 개인적 요인의 평균차이에	
관한 연구가설	124
7. 사회통계학적 특성에 따른 조직적 요인의 평균차이에	
관한 연구가설	125
8. 사회통계학적 특성에 따른 경영컨설팅인식 요인의	
평균차이에 관한 연구가설	126
제 5 장 결 론	128
제 1 절 연구결과의 요약	128
제 2 절 연구의 시사점	130
제 3 절 연구의 한계	131
참고문헌	132
부록: 설문지	141
ABSTRACT	150

【 표 목 차 】

[표 2- 1] 컨설팅 개념의 특성	10
[표 2- 2] 컨설팅을 수행하는 형태에 따른 유형	11
[표 2- 3] 성장단계이론 요약	18
[표 2- 4] 혁신행동의 개념에 관한 연구	25
[표 2- 5] 열정의 개념에 관한 연구	26
[표 2- 6] 자기효능감의 개념에 관한연구	28
[표 2- 7] 직무몰입의 개념에 관한 연구	29
[표 2- 8] 직무만족의 개념에 관한 연구	30
[표 2- 9] 성취욕구의 개념에 관한 연구	31
[표 2-10] 고용안정성의 개념에 관한 연구	33
[표 2-11] 조직몰입의 개념에 관한 연구	34
[표 2-12] 조직충성도의 개념에 관한 연구	35
[표 3- 1] 혁신활동에 대한 조작적 정의	42
[표 3- 2] 업무열정에 대한 조작적 정의	43
[표 3- 3] 자기효능감에 대한 조작적 정의	44
[표 3- 4] 직무몰입에 대한 조작적 정의	45
[표 3- 5] 직무만족에 대한 조작적 정의	46
[표 3- 6] 성취욕구에 대한 조작적 정의	46
[표 3- 7] 고용안정성에 대한 조작적 정의	47
[표 3- 8] 조직몰입에 대한 조작적 정의	48
[표 3- 9] 조직충성도에 대한 조작적 정의	49
[표 3-10] 경영컨설팅 인식에 대한 조작적 정의	50
[표 3-11] 설문지 배포 및 회수현황	52
[표 3-12] 조사의 설계	53
[표 3-13] 설문지의 구성	53
[표 3-14] 개인적 요인의 요인분석 및 신뢰도 분석	57
[표 3-15] 조직적 요인의 요인분석 및 신뢰도 분석	59

[표 3-16] 경영컨설팅인식의 요인분석 및 신뢰도 분석	61
[표 3-17] 상관분석	63
[표 4- 1] 조사대상자의 일반적 특성1	66
[표 4- 2] 조사대상자의 일반적 특성2	67
[표 4- 3] 성별에 따른 개인적 요인의 차이 분석 결과	69
[표 4- 4] 연령에 따른 개인적 요인의 차이 분석 결과	70
[표 4- 5] 최종학력에 따른 개인적 요인의 차이 분석 결과	72
[표 4- 6] 소득에 따른 개인적 요인의 차이 분석 결과	73
[표 4- 7] 근무연수에 따른 개인적 요인의 차이 분석 결과	75
[표 4- 8] 직무에 따른 개인적 요인의 차이 분석 결과	76
[표 4- 9] 회사 직급에 따른 개인적 요인의 차이 분석 결과	78
[표 4-10] 회사규모에 따른 개인적 요인의 차이 분석 결과	80
[표 4-11] 업종에 따른 개인적 요인의 차이 분석 결과	81
[표 4-12] 성별에 따른 조직적 요인의 차이 분석 결과	82
[표 4-13] 연령에 따른 조직적 요인의 차이 분석 결과	83
[표 4-14] 최종학력에 따른 조직적 요인의 차이 분석 결과	84
[표 4-15] 소득에 따른 조직적 요인의 차이 분석 결과	85
[표 4-16] 근무연수에 따른 조직적 요인의 차이 분석 결과	86
[표 4-17] 직무에 따른 조직적 요인의 차이 분석 결과	87
[표 4-18] 회사직급에 따른 조직적 요인의 차이 분석 결과	88
[표 4-19] 회사규모에 따른 조직적 요인의 차이 분석 결과	89
[표 4-20] 업종에 따른 조직적 요인의 차이 분석 결과	90
[표 4-21] 성별에 따른 경영컨설팅인식의 차이 분석 결과	91
[표 4-22] 연령에 따른 경영컨설팅인식의 차이 분석 결과	92
[표 4-23] 최종학력에 따른 경영컨설팅인식의 차이 분석 결과	93
[표 4-24] 소득에 따른 경영컨설팅인식의 차이 분석 결과	94
[표 4-25] 근무연수에 따른 경영컨설팅인식의 차이 분석 결과	95
[표 4-26] 직무에 따른 경영컨설팅인식의 차이 분석 결과	96
[표 4-27] 회사직급에 따른 경영컨설팅인식의 차이 분석 결과	97

[표 4-28] 회사규모에 따른 경영컨설팅인식의 차이 분석 결과	98
[표 4-29] 업종에 따른 경영컨설팅인식의 차이 분석 결과	99
[표 4-30] 개인적 요인 다중공선성 진단 결과	101
[표 4-31] 조직적 요인 다중공선성 진단 결과	102
[표 4-32] 개인적 요인과 조직적 요인이 경영컨설팅인식의 이해도에 미치는 영향	105
[표 4-33] 개인적 요인과 조직적 요인이 경영컨설팅인식의 신뢰도에 미치는 영향	108
[표 4-34] 개인적 요인과 조직적 요인이 경영컨설팅인식의 참여도에 미치는 영향	111
[표 4-35] 개인적 요인과 조직적 요인이 경영컨설팅인식의 인지도에 미치는 영향	115
[표 4-36] 개인적 요인과 조직적 요인이 경영컨설팅인식에 미치는 영향	119
[표 4-37] 경영컨설팅인식의 이해도에 관한 연구가설 검증결과	121
[표 4-38] 경영컨설팅인식의 신뢰도에 관한 연구가설 검증결과	121
[표 4-39] 경영컨설팅인식의 참여도에 관한 연구가설 검증결과	122
[표 4-40] 경영컨설팅인식의 인지도에 관한 연구가설 검증결과	123
[표 4-41] 경영컨설팅인식에 관한 연구가설 검증결과	124
[표 4-42] 사회통계학적 특성에 따른 개인적 요인의 평균차이에 대한 연구가설 검증결과	124
[표 4-43] 사회통계학적 특성에 따른 조직적 요인의 평균차이에 대한 연구가설 검증결과	125
[표 4-44] 사회통계학적 특성에 따른 경영컨설팅인식 요인의 평균차이에 대한 연구가설 검증결과	126

【 그림 목 차 】

<그림 2-1> 컨설팅의 목적	10
<그림 2-2> 컨설팅 수행내용에 따른 경영컨설팅의 유형	13
<그림 3-1> 연구모형	37



제 1 장 서 론

제 1 절 연구배경 및 연구목적

1. 연구배경

우리나라는 초고속 성장을 이루어낸 국가 중에 속하는 데, 그 성장시기가 매우 단시간 내에 이루어 졌다는 점에서 세계적으로 이목이 집중되었다. 하지만 이러한 성장과정에는 신흥 개발도상국이라는 상대적 이점을 가지고 보호무역을 통한 경쟁의 유리한 위치에서 성장 했다는 점인데, 이는 치열한 세계경제의 경쟁관계에서 보호를 받았다고 할 수 있다.

하지만 성장을 위해 앞만 보고 숨 가쁘게 달려오는 중에 내적 체질의 변화와 다른 나라의 경쟁대상이 된다는 점을 인식하기 전에 아픔과 시련을 겪게 되는 데, 이것이 1997년 IMF로부터 구제 금융을 받게 된 사실이다. 이러한 시련을 극복하기 위한 노력은 우리가 생각한 것과 생각하지 못한 부분까지의 많은 변화를 요구받게 되었고 상당 부문 요구를 수용하게 되었다. 그동안 개발도상국으로 인정되어 정부의 개방 제한 대상의 산업분야들이 개방대상으로 변경되면서 많은 해외 기업이 우리나라에서 기업 활동을 하게 되었는데, 이때 해외의 글로벌 컨설팅사의 우리나라 진출이 본격화 되었다고 할 수 있다. 과거에 성장만을 위한 기업의 정책이 내실을 다지는 정책으로 전환되어 갔고, 이를 위해 해외 글로벌 경영 컨설팅사로부터 컨설팅을 받게 되었다. 과거에도 컨설팅이라는 분야가 존재는 했지만 기업들은 전문 컨설팅사의 컨설턴트로부터 컨설팅이라는 지식서비스에 대한 대가를 지불한다는 것에 익숙하지 않은 것이 일반적이었다. 그러나 몇몇의 대기업은 해외의 글로벌 컨설팅사로부터 컨설팅을 통한 신사업분야를 개척한다든지 내부의 구조적 문제점을 해결하기 위해 거액의 비용을 지불하기도 했다. 하지만 우리나라 많은 기업들은 최근 들어 컨설팅 활동에 대한 인지 및 인식의 확산을 통해 컨설팅 활동을 계획하거나 추진하고

있다. 그러나 아직까지도 상당수의 기업체는 최고경영자나 오너경영자를 제외하고는 컨설팅에 대한 개념이나 인식이 명확하지 않는 것이 사실이다. 이러한 이유로 우리나라 기업 특성상 규모의 영세화 및 자본력 부족, 관심 부족, 최고경영자 또는 오너경영자의 자만심등이 경영컨설팅을 접하기 어렵게 만드는 요인이라고 볼 수 있다.

이러한 문제점들을 해결하고 기업 성장의 한계를 극복하기 위해 정부는 각종 중소기업 우대정책을 시행하게 되고, 자금을 배정 지원하며, 직접적으로 또는 간접적으로 중소기업의 성장과 경쟁력 강화를 위해 노력해 왔다.

이러한 정부의 노력 중에는 자생력이 있는 중견기업 및 대기업을 제외한 중소기업에 대한 경영컨설팅 지원 사업이 진행되어 왔는데 그 효과에 기대에 미치지 못하거나 정부가 나가고자 하는 방향으로 전개되지 않는 것에 대해 많은 고심을 하고 있는 것으로 나타나고 있고, 이를 해결하기 위해 다양한 정책적 변화를 추구하고 있다.

기업의 성장단계에서 기업자체로 해결하기 어려운 시기나 문제가 발생하게 되는 데 이때 외부 컨설팅이 필요로 하게 된다. 이러한 상황에서 결정적인 사실은 기업체의 최고경영자의 경영컨설팅인식에 따라 그 수용여부가 결정된다는 것인데, 의외로 기업체의 최고경영자를 제외한 중간관리자의 경영컨설팅인식에 따라 컨설팅의 수용여부나 컨설팅 결과의 실천이 결정되는 경우도 많다는 것이다. 그러므로 기업체에 근무하는 전략담당 또는 의사결정의 위치에 있는 중간관리자의 경영컨설팅인식은 매우 중요하다고 할 수 있다.

2. 연구목적

최근 수년간 우리나라 정부 및 기업들은 경영혁신을 위해 많은 노력을 기울여 왔으나 이는 일부 경쟁력 있는 기업에 국한 된 경우이고 그 규모가 영세한 중소기업에 대해서는 정부 주도로 경영혁신을 지원하는 형태로

쿠폰제 컨설팅을 대표적으로 들 수 있다. 또한 많은 금융기관에서 거래하는 기업에 대해 무료 컨설팅을 실시하고 있고, 「2008년 중소기업 컨설팅 산업 백서」에 따르면 2008년 현재 우리나라에서 경영컨설팅업을 영위하고 있는 기업체수는 2,300여개이며, 2012년 현재는 훨씬 그 수가 증가되었을 것으로 예상된다. 이와 더불어 컨설팅업에 종사하는 중소기업도 그 수가 증가되었을 것으로 예상되는데 국내 컨설팅 전문기업의 전반적인 규모와 구조는 매우 취약하고 영세하며 종업원 수 4인 이하의 기업이 50% 이상을 차지하며, 10명 미만의 기업이 전체의 약 78% 정도를 차지하고 있다고 한다. 반면 글로벌 컨설팅회사는 매우 조직적이며 튼튼한 조직구조를 가지고 있고 국내 컨설팅 시장 마켓쉐어의 대부분을 차지하고 있는 실정이다.(중소기업 컨설팅백서 2008). 이와 같이 많은 컨설팅사가 있음에도 불구하고 아직까지 컨설팅에 대해 인식하고 있지 못하거나, 컨설팅에 대해 인식하고 있기는 하나 컨설팅을 받아보지 못한 기업 등이 많은 실정이며 이러한 기업의 중간관리자는 컨설팅에 대한 경험 또는 인식이 각자 다를 것이다. 그러므로 컨설팅 경험 여부와 상관없이 기업에 근무하는 임직원 등의 개인적 요인이나 조직적 요인에 따라 느끼는 컨설팅에 대한 인식은 매우 다르게 나타날 것으로 예상되어 이에 대한 연구를 통하여 컨설팅 인식을 살펴보고자 한다.

본 연구는 우리나라의 기업체에 종사하는 중간관리자들을 대상으로 중간관리자의 어떠한 심리적 요인이 경영컨설팅인식에 영향을 미치는지에 대해 알아보기로 하겠다.

이러한 연구의 취지로 본 연구에서는 다음과 같이 구체적인 연구의 목적을 달성하고자 한다.

첫째, 기업체 중간관리자의 개인적 요인이 경영컨설팅인식에 영향을 미치는가에 대해 실증연구를 통하여 이론적으로 살펴보고자 한다.

둘째, 기업체 중간관리자의 조직적 요인이 경영컨설팅인식에 영향을 미

치는가에 대한 실증연구를 통하여 이론적으로 살펴보고자 한다.

셋째, 문헌연구 및 실증연구를 통하여 얻어진 결과를 토대로 우리나라 컨설팅 시장에서 컨설팅 시 고려해야 할 사항들에 대해 살펴보고자 한다.

이와 같이 구체적이고 실증적인 연구의 목적을 달성하여 우리나라 기업체 중간관리자의 경영컨설팅인식에 대해 유의한 심리적 요인을 살펴보고, 기업에 대한 경영컨설팅 제언 시 중간관리자의 성향에 따라 고려해야 할 사항을 제시하여 경영컨설팅 수행에 데 다소나마 도움이 되고자 한다.

제 2 절 연구방법 및 범위

1. 연구방법

본 연구에서는 연구의 목적을 달성하기 위해 크게 문헌연구와 실증연구의 두 가지 연구방법을 사용하였다.

첫째, 문헌연구를 위해 국내·외 학자들의 저서, 학위, 논문, 학회지논문 등과 같은 선행 연구 자료를 수집하여 정리, 활용하였다. 또한 정부 및 각종 기업관련 기관의 발표 자료를 토대로 관련 현황 및 내용을 정리, 활용하였다. 그 외에 관련서적이나 발표자료, 컨설팅 전문기업들의 내부 자료를 수집하여 정리, 활용하였다.

둘째, 실증연구를 위해 경영컨설팅을 받아보지 않은 기업체의 중간관리자, 경영컨설팅을 받아본 기업체의 중간관리자를 대상으로 설문조사를 실시하였으며 특정 통계기법을 활용하여 설문응답내용을 토대로 연구의 목적에 부합하는 결과를 도출하였다. 또한 이를 통해 연구의 가설을 검증하고, 각종 제안사항에 대한 실증적 근거를 마련하였다.

2. 연구범위

본 연구에서는 연구의 대상을 국내 기업체에 근무하는 중간관리자로 한정하였고, 지역은 서울, 대전, 대구, 부산과 경기, 경남, 경북, 전북, 제주지역 기업체의 중간관리자를 대상으로 하였다. 또한 중간관리자의 범위로는 기업체의 최고경영자를 제외하고 평직원을 제외한 고용임원, 부장, 차장, 과장, 대리까지로 한정하였는데 이는 기업체의 규모에 따라 직급의 명칭이 달라도 의사결정에 영향을 미치는 직급수준이 다르기 때문에 어느 특정 직급을 중간관리자로 정의하기 어려움 점이 있어 어느 정도 포괄적 기준으로 연구 범위를 설정하였다. 그리고 중간관리자의 심리적 요인을 기존 선행연구에서 검증한 개인적 요인과 조직적 요인으로 구분하고 개인적요인의 6가지 심리적 요인과 조직적 요인 3가지로 세분하였으며, 경영컨설팅 인식에 대해서는 4개 부문의 26개 항목으로 연구범위를 정하였다. 한편 기업체의 경영컨설팅의 경험여부에 따른 경영컨설팅 재수진여부는 기존 선행연구에서 그 차가 없는 것을 나타나 본 연구의 분석에서는 제외하기로 하였으며, 별도로 경영컨설팅의 용역에 대한 대가는 본 연구의 대상에서 제외 하였다.

제 3 절 논문의 구성

본 논문에서는 총 5장에 걸쳐 경영컨설팅인식에 대한 결정요인에 대해 기업의 중간관리자의 심리적 요인을 중심으로 분석하고 있다.

제1장은 논문의 서론에 해당하는 것으로 연구의 배경, 연구의 목적 및 연구의 방법과 범위, 논문의 구성에 대한 내용을 제시 하였다.

제2장에서는 논문의 이론적 배경에 해당하는 것으로 경영컨설팅의 정의, 목적, 특성, 유형과 경영컨설팅인식의 요인인 이해도, 신뢰도, 참여도, 인지도에 대한 이론적 고찰 결과를 제시하고, 기업과 경영컨설팅으로 형태 분

류, 성장과정 단계의 특징, 기업의 전략적 의사결정과 경영컨설팅, 기업체에 속해 있는 임직원 중 중간관리자의 정의와 특징, 그리고 중간관리자의 심리적 요인에 대해 정리하여 제시 하였다.

제3장은 연구모형 및 연구방법으로 가설 설정과 중간관리자의 개인적, 조직적 관점에서의 변수들의 조작적 정의와 측정방법에 대해 제시하고, 설문지 구성에 대해 심리적 요인별로 구분하여 설정하고 경영컨설팅인식에 대해 요소별 구분하여 제시하였다.

제4장은 실증연구에 대한 것으로 사회통계학적 특성에 관한 연구결과와 중간관리자의 개인적·조직적 요인이 경영컨설팅인식에 미치는 결정요인에 대해 중간관리자의 심리적 유형 중심으로 알아보고,

제5장은 본 논문의 결론에 해당하는 부분으로서 본 연구의 내용 및 결과를 종합적으로 정리하여 요약하였다. 또한 연구시사점과 본 연구의 한계점에 대해 밝혔다.



제 2 장 이론적 고찰

제 1 절 경영컨설팅에 관한 고찰

1. 경영컨설팅의 정의 및 목적

1) 경영컨설팅의 정의

컨설팅(Consulting)이란 사전적으로 Consult의 뜻인 ‘~의견을 듣다’, ‘~에게 조언을 구하다’와 유의적으로 ‘권위 자격이 있는 사람이나 서적 등에서 의견, 조언, 정보를 구하다’라는 사전적 의미의 동사에서 ‘진찰의’, ‘고문의’, ‘자문의’라는 형용사적인 의미의 Consulting으로 해석 할 수 있다. 이러한 의미로서 해석할 때 Consulting이란 용어의 사용은 산업 모든 분야에서 걸쳐 사용할 수 있어 그 범위가 광범위 하다고 할 수 있다. 이처럼 광범위한 개념중에 경영컨설팅은 실제로 회계, 건축, 금융, 설계, 엔지니어링, 법률 등 많은 영역에서 사용되고 있다(Williams & Woodward, 1994). 이러한 경영컨설팅의 개념에 대한 논의는 협의의 관점인 제3자 또는 외부자(Outsider)가 자신의 경험과 지식을 조직에 유용하게 활용되도록 주고받는 관계(Markham, 1991)라고 정의하였고, 광의의 관점으로 볼 때 내부 또는 외부의 컨설턴트가 클라이언트의 요구를 충족시켜 주기위해 클라이언트(조직, 개인, 조직 내부 부서 등)에게 서비스를 제공해 주는 과정(Williams & Woodward, 1994)이라고 정의하였다.

이와 같이 컨설팅의 범위는 너무 광범위해서 크게 광의의 관점과 협의의 관점으로 나누어 볼 수 있는데 현대의 컨설팅, 경영컨설팅의 개념을 광의의 개념적 의미로의 해석이 많은 주류를 이루고 있다고 할 것이다.

이와 같은 맥락에서 볼 때 본 연구자의 연구에서는 경영컨설팅의 광의의 개념을 채택하되 주로 외부 컨설팅회사의 컨설턴트(External Consultant)가 클라이언트(조직으로서의 주체로 일반회사)를 대상으로 서비스를 제공하는 과정으로 정의하고자 한다.

따라서 본 연구에서 경영컨설팅이란, 외부 컨설팅사가 스스로 고용하고 있는 컨설턴트에 의해 클라이언트(조직으로서의 주체로 일반회사)를 대상으로 기업경영에 대한 다양한 서비스를 제공하는 자문활동이라 정의 할 수 있다.

2) 경영컨설팅의 목적

경영컨설팅의 정의에서 보았듯이 경영컨설팅이란 기업경영의 자문활동이라 할 수 있는데 이러한 자문활동을 하려는 목적을 살펴보는 것도 매우 중요한 일이라 할 수 있다. 기업은 설립되어 지속적인 경영활동을 통해 끊임없이 발전하고 성장하는 것을 목표로 한다고 볼 수 있는데 기업이 설립되어 오랫동안 지속되어 온 기업은 많지 않다고 할 수 있는데 정문섭(2011)은 자신의 저서에서 “미국의 포춘지에 따르면 20세기 대기업들의 평균 수명은 75년에 불과하며 미국의 상위 500대 기업 중 1/3은 13년이 못되어 사라졌다고 한다. 일본의 100대기업 평균수명 역시 대략 30년 정도에 불과하다”라고 하였다. 이처럼 기업은 지속 경영을 목표로 하고 있지만 기업체별 경영여건이나 상황이 모두 다르기 때문에 경영컨설팅의 동일한 자문활동을 한가지로 정의하기는 불가능하다. 그러나 기업체가 자사의 경영상 또는 경영과 관련된 문제에 대해 자문을 요청할 때 이에 대한 해결 방안을 제언하거나 제시하는 관점에서 볼 때는 경영컨설팅의 목적을 어느 정도 정의 할 수 있다고 하겠다. M. Kubr(1998)는 자신의 저서에서 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.

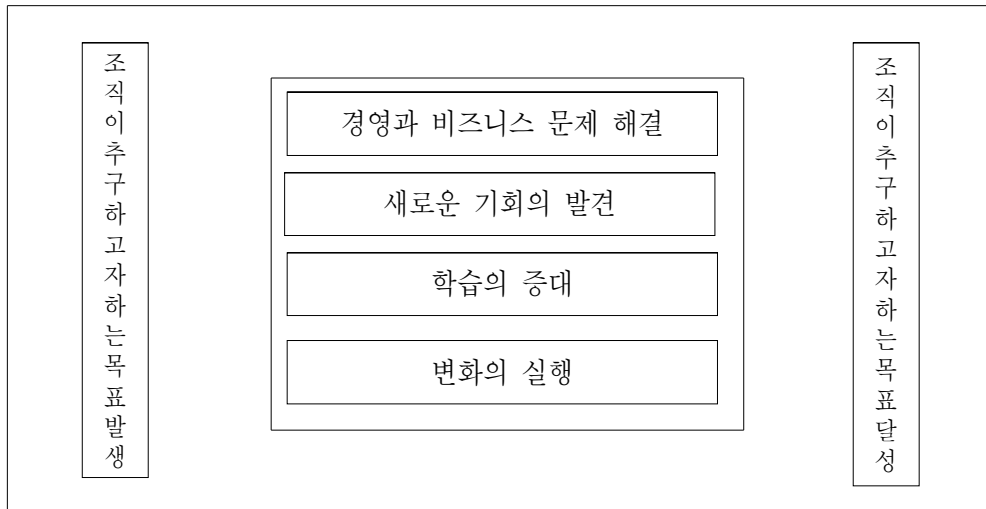
컨설팅은 고객 조직이 추구하는 가치를 증대시켜야 하며 고객이 설정한 주요한 목적 달성에 가시적이고 측정 가능한 공헌을 하여야 한다는 것이다. 이러한 목적의 달성을 위한 하위의 개념으로는 첫째 경영과 비즈니스상의 문제해결을 들 수 있다. 이것은 경영과 비즈니스의 다양한 영역들에 관련된 문제들을 확인하여 진단하고 이를 해결하기 위해 전문적인 도움을

제공하는 것이다.

둘째 새로운 기회의 발견과 활용으로서 이는 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.

셋째는 학습의 증대에 관한 문제이다. 컨설팅은 고객 조직에게 새로운 능력을 길러주고 컨설턴트와 공동의 작업을 통하여 기술이나 경험을 학습할 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. 즉, 조직이 추구하는 바와 목적을 달성하기 위해서는 경영과 비즈니스상의 문제 해결, 새로운 기회의 발견과 활용, 학습의 증대, 변화의 실행이 필요하며 이를 위하여 컨설턴트를 활용하는 것이다. 이와 같이 M. Kubr이 제시한 일반적인 컨설팅의 목적을 정리하면 <그림 2-1>와 같다



<자료> 한중극 번역, Milan Kubr, 『경영컨설팅』 Guru Consulting, 1999.

p.14. 연구자가 재구성

<그림 2-1> 컨설팅의 목적

2. 경영컨설팅의 특성 및 유형

국내·외의 많은 연구에서 경영컨설팅의 특성에 대해 제시하고 있다. 이러한 선행연구들에서는 경영컨설팅의 직접적 간접적으로 영향을 미치는 컨설팅회사, 컨설턴트의 자질과 전문성 등을 근거하여 경영컨설팅의 특징을 크게 세 가지로 크게 구분할 수 있는데 이는 [표 2-1]과 같다.

[표 2-1] 컨설팅 개념의 특성

특성	개념
전문성	● 컨설팅에 있어서 가장 중요한 것은 문제해결능력이며 고객이 컨설팅 수행결과에 대한 타당성과 신뢰성을 결정하는 요소임
사업성	● 컨설팅이 사회복지와 같은 비영리조직의분야가 아님을 뜻함

	● 컨설팅 조직이나 개인은 그들의 전문성을 바탕으로 사업을 영위하고 발전시켜 나아가야 하는 영리적 목적을 띠게 되므로 그들이 제공하는 컨설팅은 전문서비스로서의 상품적인 가치가 있어야 하며 고객들은 이들이 제공하는 컨설팅에 대가를 지불해야 함.
고객 지향성	● 고객과의 관계에 있어서 여타 사업과 마찬가지로 투철한 고객지향적 서비스 정신이 요구됨을 의미함. ● 고객지향성은 고객의 문제와 고충을 이해하고 고객만족을 위해 최선을 다하는 것으로서 컨설팅 결과의 효용가치를 극대화 할 수 있도록 고도의 전문성과 윤리성을 발휘할 수 있어야 함.

자료 : 중소기업청(2005), 「컨설팅 산업 백서, 컨설팅 윤리강령 제정 및 선포」

경영컨설팅 유형으로는 그 구분이 매우 모호하여 정확한 구분을 한다는 것이 매우 어려우나 개념상으로는 각종 문헌과 선행연구 등을 종합하여 유형을 구분하기 위해 크게 두 가지의 기준을 제시하고 있는데 그 구분으로 ‘컨설팅을 수행하는 형태’에 따른 구분과 ‘컨설팅 수행내용 측면’에 따른 구분으로 분류 할 수 있다.

컨설팅은 사업서비스의 대표적인 업종으로 ‘수행하는 형태에 따른 유형’은 전문서비스, 자문서비스, 독립서비스, 일시적인 서비스, 사업적인 서비스로 구분 할 수 있는데 <표 2-2>는 유형에 대한 세부적인 내용을 정리한 것이다.

[표 2-2] 컨설팅을 수행하는 형태에 따른 유형

유형	내용
전문 서비스	꾸준한 연구와 풍부한 경험을 바탕으로 문제의 원인을 진단하고, 그에 대한 적절한 해결책을 찾음. 따라서 여기에는 의뢰인의 이익을 보호하고 증진하고자 하는 전문가로서의 윤리성이 필요함
자문 서비스	컨설팅은 조언을 통한 자문의 역할일 뿐, 이에 따른 결과에 대한 직접적인 책임이 없음. 최종 의사결정자는 의뢰인으로서는 책임 또한 의뢰인에게 있으며, 컨설턴트의 책임은 컨설팅 수행내용의 품질과 완전성으로 한정됨. 해결안 실행에 대한 책임 역시 의뢰인에게 있음

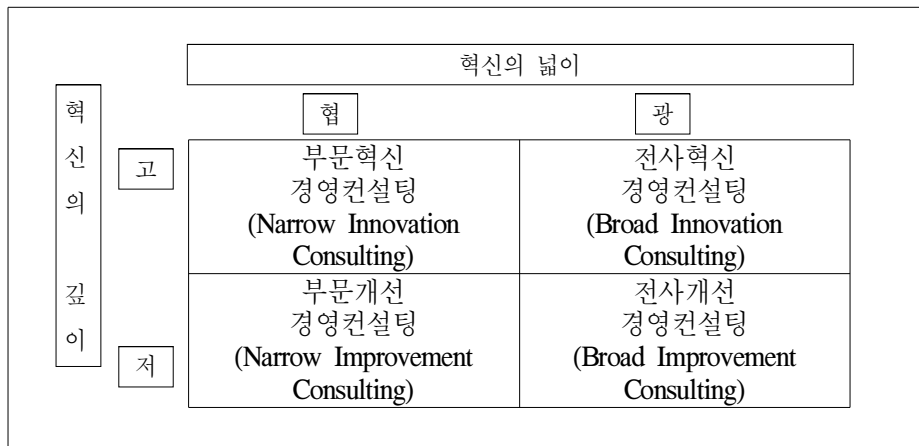
독립 서비스	컨설팅 결과는 의뢰인과의 관계 등에 상관없이 독립적으로 제시할 수 있어야 함. 의도적으로 특정 회사나 특정 제품을 이롭게 하거나, 같은 의뢰인으로부터 추가적인 비즈니스 영업을 위한 편협적인 제안을 해서는 안 됨. 사내 컨설턴트의 경우 회사에 속해 있는 만큼 그럴 가능성이 상대적으로 높음
일시적인 서비스	의뢰인 회사가 비록 자체적으로 컨설팅 전문인력을 보유하고 있다하더라도 컨설팅 사안에 따라 해당 분야에 대한 특별하게 전문가가 필요한 경우 전담하여 문제를 해결할 수 있는 외부전문가를 활용하는 경우가 있음. 컨설턴트는 의뢰인 회사에서 한시적으로 컨설팅 업무를 수행하며, 업무가 완료되면 조직에서 떠나게 됨
상업적인 서비스	컨설팅은 비즈니스 관계로 만나는 하나의 사업인 만큼, 컨설팅 서비스를 제공하면 그에 상응하는 대가를 받게 됨 따라서 컨설팅 계약은 컨설팅회사에 이윤이 남을 수 있도록 해야 함

자료 : 중소기업청(2008),중소기업컨설팅산업백서,p.7

Maister(1982)와 장영(1996)은 ‘컨설팅 수행내용’을 기준으로 경영컨설팅의 유형을 구분하였는데 Maister는 컨설팅 프로젝트의 유형을 고객이 요구하는 컨설팅 요구의 복잡성 정도에 따라 상, 중, 하의 세 단계 레벨로 분류하였다. 상 레벨은 Brain이라고 명명하고, 고급 컨설턴트가 상대적으로 많이 투입되어야 하는 최상위 레벨의 프로젝트라고 정의하였다. 중 레벨은 Grey Hair라고 명명하고, 투입될 컨설턴트의 수준이나 업무량(work volume) 및 난이도가 평균 정도의 수준에 해당하는 중간급 레벨의 프로젝트라고 정의하였다. 하 레벨은 Procedure라고 명명하고, 업무의 수준이 일반적이고 보편화되어 있기 때문에 비교적 쉽게 해결할 수 있는 수준의 프로젝트라고 정의하였다. 그러나 Maister가 제시한 컨설팅 유형은 실무적인 경험측면에서 논의된 정도로 불과하며, 과업을 수행하는 개인단위 업무분석에 주로 이용되어 프로젝트 수준에서의 분석단위로는 적합하지 못한 부분이 있다.

이에 장영은 경영컨설팅 유형별 혁신정도와 혁신영역의 독립적 두 차원

을 이용하여 경영컨설팅을 나누어 네 가지 기본적(basic) 경영컨설팅 유형으로 상황적 모형을 구축하고 이는 조직의 성과에 영향을 미친다는 것을 주장하였다. 이를 통해 경영컨설팅의 유형을 네 가지로 분류하였는데 이는 <그림 2-2>와 같다.



자료 :장영(1997), 경영컨설팅 유형별 성과에 관한 상황적 분석,p.20

<그림 2-2> 컨설팅 수행내용에 따른 경영컨설팅의 유형

3. 경영컨설팅인식

경영컨설팅의 세부적인 연구와 성과에 관련된 연구는 활발하게 진행되고 있지만 경영컨설팅인식에 대한 연구는 많이 없는 상황이다. 이에 따라 인식에 대한 정의는 철학적 대가들에 의해 정의된 내용으로 정의하고자 한다. 칸트는 언제나 한 결 같이 누구에게나 타당한 인식을 보편타당한 인식이라고 했다(백종현, 2000: 94). 또한 칸트 인식론을 구성설이라고 한다. 칸트는 구성설에 입각해 인간에 주어지는 잡다한 질료들에 감성형식이 작용하여, 시공간적으로 정리된 직관이 생기고, 이 직관 형식에 다시 지성의 형식인 범주가 작용하여 대상에 대한 참 인식(필연적 보편타당한 지식)을 만든다고 했다. 그리고 칸트 인식론은 , 일종의 선험적 관념론이다. ‘선험

적(transcendental)’인 이유는 인간의 인식능력인 감성과 지성이 선천적인 것이고, 지식을 구성해내는 것이기 때문이다. 객관성의 근거를 외부세계에 두는지 혹은 인간의 내부적 조건에 두는가에 따라 실재론 혹은 관념론으로 구분한다. 칸트는 물자체는 인정하지만, 대상세계가 주관밖에 있는 것이 아니라 주관에 의해 구성된 것으로 보기 때문에 관념론에 해당한다.(이울터, 2004).

이러한 인식론을 근거로 경영컨설팅인식이란 경영컨설팅에 대해 주변에서 주어지는 여러 가지 정보, 소문, 경험 등으로부터 감성적 형식이 작용하여 시공간 적으로 정리된 직관이고, 주관에 의해 구성되는 것이다.

이러한 경영컨설팅인식의 대상으로는 컨설팅을 수행하는 형태에 따라 컨설팅에 대한 이해도, 신뢰도, 참여도, 인지도로 구분 할 수 있다. 경영컨설팅의 이해도 측면은 기업경영에 대한 도움역할, 효과, 결과물, 컨설턴트에 대한 인식 등을, 신뢰도 측면은 기업에 꼭 필요한지에 대한 인식, 참여도 측면으로 컨설팅사의 선택 시에 고려하는 사항에 대한 인식, 인지도 측면으로 기업의 최고경영자와 직원의 적극적인 지지와 컨설팅결과에 대한 후속 조치에 대한 인식으로 구분해 볼 수 있다.

제 2 절 기업과 경영컨설팅

1. 기업형태의 분류

우리나라의 기업형태는 회사의 종류로서 “상법 제170조(회사의 종류) 회사는 합명회사, 합자회사, 유한책임회사, 주식회사와 유한회사의 5종으로 한다”라고 분류하고 있다. 이것은 포괄적인 분류로 기업의 규모 및 형태를 구분하면 우리나라에서 중소기업기본법 및 동 시행령에 의하여 중소기업으로 분류되는 것은 중소기업, 그 외의 기업은 대기업으로 분류하고 있으며, 각종 관련법에 근거하여 기업의공개 정도에 따라 상장법인, 등록법인, 외감법인, 일반법인(비외감법인)으로 분류하고, 법인의 종류별로 상법법인,

민법법인, 특수법인, 기타 분류할 수 없는 법인, 외국법인으로 분류 하고 있다. 이와 같이 관련법에 의해 다양하게 분류하고 있고 모든 기업은 제시 된 어느 한 분야 이상의 범위에 속하게 된다.

기업대상을 정의할 때는 중소기업기본법 및 동 시행령에 따른 구분을 대상으로 하고, 법인격에 따른 개인사업자와 법인사업자, 기타사업자로 구분하고 있으며, 각 사업자는 사업의 다양성에 따라 사업자등록번호 체계를 통한 업종 구분을 하고 있다.

이러한 다양한 기업의 분류중 기업공개의 정도에 따른 법인인 상장법인은 회사가 발행하는 증권이 상설거래시장인 증권거래소에서 계속적으로 거래될 수 있도록 등록된 법인(증권거래법 제3조)을 말하며, 등록법인이라 함은 증권관리위원회에 등록된 법인(증권관리법6조)을 말한다. 또한 외감법인이란 ‘주식회사의 외부감사에 관한 법률’의 적용대상 여부에 따라 ‘외감법인’, ‘비외감법인’으로 분류하는데 그 기준은 기업의 총자산 규모가 법상 정해진 기준 이상과 미만을 기준으로 한다.

이와 같이 법상 기업을 분류하였으나 기업의 규모가 크다고 모두 법인격을 가진 것은 아니고 개인사업자 형태의 기업도 총자산이 외감법인 이상의 규모를 가진 경우 도 있으며, 법인격을 가진 회사도 그 규모가 작은 경우도 있다. 또한 기업의 규모를 구분하는데 있어 업종별 고용인원의 수에 따라 구분하기도 하는데 이는 업종별 특성에 따라 중소기업과 대기업 을 구분하는 기준으로 사용되고 있는데 중소기업기본법에서 정하고 있다.

2. 기업의 성장 과정

1) 기업의 성장 단계

기업이 창업하여 발전, 성장하는 과정에 산업별, 업종별 서로 다른 특성을 보이는데 이러한 특성을 몇 개의 단계로 구분하여 대부분 선행연구에서 확인하고 있다. 즉, 기업은 창업이후 일정하게 동일한 속도와 특성을 나타내며 성장하는 것이 아니고 각각의 다른 특성과 성장속도를 보이는 몇 개의 과정으로 구분이 가능하다는 것이다(김병근 2012). 구체적으로 어

떠난 과정 또는 단계를 거쳐 발전하는가에 대해서는 여러 가지 이론 및 견해가 있다.

우리나라(중소기업청 및 국내 연구기관) 및 국내외 전문가의 분석 등 다양한 연구가 진행되었으며, 이들 연구에 따르면 기업이 창업으로부터 성장, 안정화되는 시기까지 단계별로 설명하고 있다.

기업 성장단계에 대한 견해로 중소기업청에 따르면 기업의 성장단계를 창업 예비단계, 창업단계, 초기 생존단계, 성장단계, 성숙단계, 구조조정 및 퇴출단계의 6단계로 나누고 있고, 첫 단계인 창업 예비단계란 창업을 하기 위하여 마음의 결정을 하게 될 때까지의 기간을 의미하며, 창업단계는 기업을 설립할 때까지의 기간을, 초기 생존단계는 통상 기업 설립 후 3년까지의 기간을 의미한다. 또한 성장단계는 기업 설립 후 3년이 초과한 이후의 기간을 의미하며, 성숙단계는 제품의 Life cycle과 기업의 경쟁력 수준에 따라 다양하게 나타나게 된다. 마지막으로 구조조정 및 퇴출단계는 기업의 회생 및 도산, 폐업의 단계를 나타낸다.

한편, 우리나라의 한국개발연구원은 기업 성장단계를 연구개발 및 기업화 준비단계, 초기 생산단계, 성장단계, 성숙단계, 정리단계의 5단계로 구분하고 있으며, Quinn과 Cameron(1983)은 기존의 여러 학자들이 제시한 서로 다른 조직 수명주기 모형들을 검토해서 이들의 공통점과 유사점에 착안하여 4단계의 통합모형을 제시하였다. 이들은 기존의 조직수명주기모형을 창업단계(Entrepreneurial), 집단공동체단계(Collectivity), 공식화단계(Formation and Control), 구조화단계(Structure Elaboration and Adaptation)로 구분하고 각 단계별 특징을 규명함으로써 조직의 성장과정에 따른 조직설계의 방향을 제시하고 있다.

또한, Webster(1976)는 창업자에 따라 기업의 성장을 6단계로 분류하고 있으며, 첫 단계는 모험사업 준비단계로 모험사업의 아이디어를 평가하여 이에 대한 특허권 등의 권리와 사업내용을 준비하고 협상하는 기간을 의미한다. 두 번째 단계는 조직단계로 창업 요원들과 창업에 필요한 여러 업무를 수행하며 이를 조직화하는 단계이고, 세 번째 단계는 재정적 위기단계로 신제품 개발과 판매유통망의 구축 등으로 인해 자금 수요는 많고 수

입은 없기 때문에 재정적으로 어려운 시기를 의미한다. 네 번째 단계는 제품 생산 단계로 개발된 제품을 시장에 출하하는 단계이지만 여전히 자금 부족이 심각한 상태이며, 다섯 번째 단계는 신제품의 판매확장에 따라 창업자가 의욕적으로 활동하는 기간이다. 마지막으로 여섯 번째 단계는 결과 단계로 기술집약적 신제품의 개발과 시장진입이 순조롭게 이루어져 정상적인 경영활동을 하거나 실패로 끝나는 등 결과가 확연하게 나타나는 창업성과의 최종단계이다.

Kazanjian(1989)은 문제해결에 따라 기업성장을 4단계로 분류하였는데, 첫 번째 단계는 개념화와 개발단계로 창업 이전 아이디어의 개발과 기술적 문제해결에 모든 노력을 집중하는 단계이고, 두 번째 단계는 상업화 단계로 조직을 만들고 상업화를 위한 제품생산이 처음으로 완성되는 시기이다. 세 번째 단계인 성장단계는 판매 및 종업원 수에 있어서 높은 성장률을 기록하는 시기로서 대량생산 체제 확립, 효율적 생산관리, 시장점유율 제고 등이 주요 사항으로 대두되어진다. 마지막으로 안정화 단계는 조직구조와 절차가 공식화되고, 폭 넓은 사업경험이 있는 최고 경영층이 도입되며, 기존 생산라인의 효율성을 유지하면서 새로운 제품을 개발하는 것이 중요한 문제로 대두되는 단계이다.

Churchill and Lewis(1983)는 기업 성장을 7단계로 분류하고 있으며, 첫 번째 성립단계는 창업단계로서 기업의 주된 과제가 고객을 확보하고 약정된 제품이나 서비스를 인도하는 것을 의미한다. 두 번째 단계는 존립단계로 충분한 고객을 확보하고 그들을 계속 고객으로 유지해 갈 수 있을 만큼 충분히 만족스러운 제품이나 서비스를 공급하는 단계이며, 세 번째 성공, 지속 단계는 평균 또는 그 이상의 수익을 올리고 경제적 성공을 얻을 정도로 상품시장에서 성공하고 기업의 규모를 구축하는 시기이다. 네 번째 단계는 성공적 성장의 단계로 창업자가 지속적인 성장을 위해 추가적인 자원을 동원하고 새로운 사업위험에 도전하는 단계이며, 다섯 번째 도약단계는 고도의 성장을 도모하고 경험하는 시기로 대규모 기업으로 성장하는 시기를 나타낸다. 여섯 번째 성숙단계는 성공적으로 성장한 기업이 안정화되는 시기로서 고속성장을 통해 획득한 재무적 성과를 효과적으로 통제함

과 동시에 환경변화에 유연하게 대처하는 등 기업유지가 핵심인 단계이다. 마지막으로 골화단계는 혁신적 의사결정의 결함과 모험의 회피로 환경변화가 없는 한 기업의 활기를 그대로 유지하는 단계이다.

Miller와 Friesen(1984)에 따르면, 조직은 5단계, 즉 생성(Birth), 성장(Growth), 성숙(Maturity), 부흥(Revival), 쇠퇴(Decline)의 과정을 거치면서 진화 된다고 주장한다. 그리고, 각 단계마다 환경, 전략, 구조, 그리고 의사결정 스타일에 있어서 기업이 어떻게 달라지는가를 제시하고 있다. 즉, 기업이 탄생해서 성장단계와 성숙단계를 거쳐 종국에는 제품/시장 다각화와 그에 따른 분권화를 통하여 재생단계로 진화한 다음, 종종 쇠퇴기로 진입해가는 과정에서 각 단계마다 직면하게 되는 환경과 이에 요구되는 전략, 구조, 의사결정 스타일을 설명하고 있다

이상의 기업 성장단계를 요약·정리하면 [표2-3]과 같다.

[표 2-3] 성장단계 이론 요약

연구	성장단계
중소기업청	① 창업예비단계 ② 창업단계 ③ 초기생존단계 ④ 성장단계 ⑤ 성숙단계 ⑥ 구조조정 및 퇴출단계
한국개발연구원	①연구개발 및 기업화 준비단계 ②초기생산단계 ③성장단계 ④성숙단계 ⑤정리단계
Quinn과 Cameron (1983)	①창업단계(Entrepreneurial) ②집단공동체단계(Collectivity) ③공식화단계(Formation and Control) ④구조화단계(Structure Elaboration and Adaptation)
Webster (1976)	① 모험사업 준비단계(Preventure stage) ② 조직단계(Organization stage) ③ 재정적 위기단계(Financial jeopardy) ④ 제품생산단계(Product introduction stage) ⑤ 확장단계(Rapacity stage) ⑥ 결과단계(Outcome stage)
Kazanjian (1989)	①개념화와 개발단계(Conception and development) ②상업화단계(Commercialization) ③성장단계(Growth) ④안정화단계(Stability)
Churchill & Lewis (1983)	①성립단계(존재의 단계) ②존립단계(생존의 단계) ③성공/지속단계 ④성공적 성장의 단계 ⑤도약단계 ⑥성숙단계 ⑦골화단계
Miller와 Friesen(1984)	①생성(Birth) ②성장(Growth) ③성숙(Maturity) ④부흥(Revival) ⑤쇠퇴(Decline)

자료: 선행연구를 토대로 연구자 작성

2) 기업의 성장 단계별 특징

마케팅에서 제품의 수명주기는 도입기, 성장기, 성숙기, 쇠퇴기의 4가지 또는 3가지, 5가지 성장단계의 형태로 설명하고 있다(김오담, 1978) 이는 신제품의 개발이나 기존제품의 개량, 신용도의 개척 등의 시기와 방향을 결정하는데 중요한 정보를 제공하여 기업에 마케팅전략의 중요한 기초로 사용되고 있다.(Michael E. Porter, 1980).

한편 제품의 수명주기 이론을 바탕으로 기업은 제품포트폴리오에 따라서 기업의 성장과정에 따른 수명주기 단계의 양상을 보이고 있다. 기업수명주기는 기업발전과정에서 규칙성이 존재하고 기업발전과정은 단계로 구분된다는 가정을 한다(Smith et. 1985, Anthony and Remesh 1992, Black 1998). 또한 인사조직에서는 조직의 특성을 성장단계별로 5단계로 구분하여 조직의 환경, 조직구조, 전략, 그리고 의사결정 유형을 확인하는 조직수명주기(organizational life cycle)를 연구하고 있다.(곽선희, 2002)

기업수명주기 단계별 특성(김오담, 1978)을 살펴보면 첫 번째 도입단계로 도입단계는 신제품이 본격적으로 판매를 시작하는 단계로 생산설비의 확장, 적절한 유통경로의 확보곤란, 소비자의 고정된 태도변화 곤란 등으로 매출성장률은 미미하다. 이 단계에서는 연구개발비, 유통비, 판매촉진비의 상승 등으로 인하여 손해를 보거나 이익이 매우 낮게 되며, 이시기의 기업은 소규모 형태를 띄며 모든 기업경영의 의사결정이 기업의 최고경영자(CEO) 단독으로 판단, 결정한 후 지시하고 실행하며 중간관리자 및 하위 직원은 수동적 업무수행을 하게 된다

두 번째로 성장단계는 도입 단계에서 수행한 판매촉진과 판매경로 개척 및 소비자 간의 구전의 영향에 힘입어 제품의 인지도가 높아지고 산업수요가 급격히 증대되는 시기로 일종의 비약단계라 할 수 있다. 그리고 신규진입 경쟁자들이 제품특성을 변형하여 시장을 확대하려 하고 유통부문도 확대되는 시기이다. 또한 촉진비용이 대량제품에 배분되어 이득이 높으며 제품단위당 원가도 경험곡선(experience curve)의 효과로 가격이 하락되는 시기이다(김오담, 1978) 이시기에서는 기업의 규모가 확장되고 다양한 업무형태가 나타나기 때문에 기업의 조직구조가 단계이고 체계적으로 확대

되며 기업의 최고경영자(CEO)가 모든 의사결정을 할 수 없고 중요하다고 판단되는 사항에 대해서는 중간관리자와 협의하여 결정하고 일상적이고 반복되는 의사결정은 중간관리자의 의사결정으로 권한을 위양하게 되고 중간관리자의 의사결정으로 하위 직원에게 업무를 지시하고 처리한 후 사후 보고하는 형태의 조직 구조의 형태를 가진다.

세 번째로 성숙단계에서는 여러 기업이 치열한 경쟁을 겪고 나서 안정적인 시장점유율을 분점하게 되는 시기라고 한다. 이 시기는 대다수의 잠재적구매자에 의해 제품이 수용되므로 판매 성장률이 둔화되는 시기로 비교적 긴 기간에 걸쳐 형성된다. 이 때 이익은 고도수준이 되나 경쟁에 대응하여 제품지위를 유지하기 위한 비용의 증대로 이익의 축소가 시작되며 경쟁자의 도적을 받는 시기이다. 또한 제품, 제조기술공정, 원료, 기타 전반에 걸친 표준화, 규격화가 일단 완료되고 실질적인 기술의 개량보다는 형식적인 제품 차별화가 이루어짐과 동시에 시장, 제품, 제조관계의 불확실성은 대폭 감소하게 된다. 성숙단계의 조직구조의 의사결정구조를 보면 최고경영자(CEO)는 전략적 의사결정을 하게 되고 기술적인 실행에 대한 의결정은 중간관리자 및 하층관리자가 실행하게 되고, 전략적 의사결정 또한 임원 및 전문 중간관리자와 상의하여 결정하게 되는 조직 형태를 이루게 된다.

네 번째로 쇠퇴 단계에서 성장기회는 한계를 가지고 경쟁이 심화되며, 잠재적 시장이 작아지고 기업규모 확장은 떨어지는 시기이다. 이러한 쇠퇴기를 맞은 기업의 제품이 모두 퇴출되는 것은 아니고 제품의 3가지 차원인 확장제품, 유형제품, 핵심제품으로 구분(Philip Kotler and Gary Armstrong, 1994)하거나 신제품이나 신기술에 투자하여 재 성장기나 재성숙기로 다시 진입할 수 있다. 쇠퇴 단계에서 최고경영자(CEO)는 전략적 의사결정을 하게 되는데 이때 임원진 및 핵심 중간관리자의 조언을 구하거나 외부 전문가의 자문을 얻어 기업의 재도약을 이루어 내는 경우와 최고경영자(CEO)의 독자적 전략결정으로 기업이 도산하거나 재도약하는 시기라 할 수 있다.

3. 경영전략 의사결정과 경영컨설팅

경영전략은 전략을 기업의 가장 근본적인 장기목적과 그 목적을 이루기 위한 구체적인 행동, 그 목적을 달성하는 데 필요한 자원의 배분에 대한 결정(Alfred Chandler, 1962)이라고 정의한 후 꾸준한 발전과 연구가 진행 되어 왔으며, 1980년대에 들어오면서 여러 학자들과 연구자들에 의해 학문으로 정착되기 시작했다. 본원적 경영전략은 원가우위전략(cost leadership), 차별화전략(differentiation), 초점전략(focus)등으로 구분하여 다섯 가지 경쟁요인들 간에 힘의 원리에 의해 이윤잠재력이 결정된다는 것이다.(Michael E. Porter, 1985). 이후 전략유형은 많은 후속연구에서 인용되어 그 결과가 검증되었다.

최고 경영자의 전략적 의사결정(strategic decision making)에 대한 연구는 매우 중요한 분야로 자라 잡고 있다. 왜냐하면 경영자의 의사결정에 따라 기업이 성장하기도 하고 쇠퇴하기도 하기 때문이다. 즉 환경변화에 대해 신속하고 적절한 결정을 해야 함에도 불구하고 미온적으로 대처하거나 잘못된 결정으로 인해 기업이 성장하지 못하고 머무르거나 심지어는 파산의 형국까지 가는 경영자들을 볼 수 있었다. 따라서 기업환경의 변화에 따라 이에 대응하는 경영자의 전략적 의사결정도 다양화 될 수 밖에 없다.

특히 오늘날에는 환경변화가 단기간에 급격하게 이루어지기 때문에 최고경영자의 능력만으로는 해결할 수 없는 비정형적이고 돌발적인 경쟁상황이 자주 나타나고 있다.(정동섭, 2010)

이러한 환경상황에서 중간관리자의 역할에 대한 중요성은 날로 증가하고 있다. 중간관리자는 하위 구성원들과 상위경영자를 연결하는 연결쇄의 역할을 하는 기업에서 매우 중요한 위치에 있는 사람이라고 정의하였다.(Stephen, Graeme, Helen 1999)

기업의 최고경영자의 조연자이자 실행자로서의 중간관리자의 역할이 중요함에 따라 외부 자문역할인 경영컨설팅에 대한 중간관리자의 인식에 따라 기업에서 전략적 의사결정 및 경영현안의 문제들을 해결하기 위해 최고경영자에게 경영컨설팅의 필요성 제시의 여부가 결정 될 것이다.

제 3 절 중간관리자 특징 및 심리적 요인

1. 중간관리자의 정의

일반적으로 조직에서 중간관리자는 일선직원을 감독하는 위치에 있는 개인을 의미하는데 기업체 중간관리자란 그 직위에 따라 다양하게 적용되었지만, 최고경영층과 일선 실무자 층의 가운데에서 사업이 수행되는 단위의 리더로서 기업체의 목표달성에서 가장 중요한 부분의 역할과 책임을 맡고 있는 관리자층으로 일반적으로 과장, 차장, 부장을 일컫는다(오주리, 2011). 하지만 최근 산업의 발전과 업종의 다양성, 기업 간 규모의 차이 등으로 많은 기업체의 조직 단계를 단편적으로 가르기는 어려움이 있다. 왜냐하면 기업의 대외 협상력 및 대응력을 높이기 위해 직급 인플레이션이 심하기 때문이다. 따라서 기업의 규모가 작은 경우 직급이 높다고 해도 중간관리자로서의 역할이 어려울 수 있는 경우가 있고 기업규모가 큰 경우는 통상적인 직급이라도 중간관리자로서의 역할을 하는 경우가 있기 때문이다.

따라서 기업 분류를 소기업, 중기업, 중견대기업, 대기업으로 나누어서 구분하고, 최고경영자(CEO)와 기업체의 일반직원을 제외하고, 직급으로 구분하여 대리, 과장, 차장, 팀장, 부장, 임원(상무, 전무, 부사장)까지를 중간관리자로 정의하기로 한다.

2. 중간관리자의 특징

오늘날 기업환경이 세분화되어 기업체 종사 업무도 매우 다양하고 기업체 중간관리자의 역할도 매우 중요시 되고 있다. 기업체중간관리자들은 기업체 내에서 중첩되거나 상반되는 업무수행으로 인해 개인적인 삶에서 경험하는 스트레스 수준보다 직장생활에서 경험하는 스트레스 수준이 훨씬 높게 나타난다.(Gibson, Mcgrath, & Reid, 1989; Makenna, 1994). 이들에게 부과되는 과도한 직무스트레스는 무력감과 함께 직무에 대한 불만족과 업

무수행능력의 저하를 가져오며, 감당하기 어려울 정도의 직무스트레스가 지속적으로 부과되면 소진상태에 빠지게 된다.(이기현, 2005 ;이동수 외, 1999). 하지만 중간관리자는 부서 내 또는 부서간의 수직적, 수평적 의사소통 촉진, 개인 혹은 집단갈등을 해소하고 조직의 규범체계를 유지해야하는 역할을 수행하고 있지만(Stephen, Graeme, & Helen, 1999), 이들은 기관의 최고경영자와 부하 직원과의 중간층(in-between)으로서 어려운 환경 속에서도 업무를 전담, 관리해야 하는 일차적 책임을 지고 있을 뿐 아니라 상이한 두 계층의 서로 일치하지 않는 욕구와 기대를 동시에 충족시켜 나가야하는 어려운 상황에 놓여 있게 된다(우종민, 2005; 2002; Ashforth, 1989; Bhatnagar, 2005).

한편 중간관리자에게 요구되는 역할은 시대에 따른 기업체 조직의 변화와 밀접한 관련을 맺고 있다. 명령과 통제를 근간으로 하는 관리 패러다임 하에서 관리자는 목표를 달성하기 위한 전략을 수립하고, 인적·물적 자원을 배분하고, 업무를 조직하며, 의사결정하고, 감독하고, 평가하고, 보상 및 처벌하는 일을 할 뿐 아니라 최고경영자의 전략적 의사결정에 조언을 하는 역할을 한다고 보았다.(Bhatnagar, 2005). 이러한 상황 속에서 조직 경영 성패의 주요 열쇠를 가지고 있는 중간관리자 스스로 임파워 되어야만 조직을 효과적으로 운영해 나갈 수 있다. 중간관리자 스스로 임파워되어 조직 구성원들이 힘있게 업무를 수행하기 위해 개인 차원에서 각 구성원들에게 자아효능감을 부여하고 내적동기, 내적 직무동기, 행동능력 등의 심리적 요인을 증진시키며, 집단차원에서 그들 각 개인들이 상호협력과 나눔을 통해 시너지 효과가 발생한다는 파워의 창조적인 과정(Vogt & Murrell, 1990)을 경험할 수 있도록 해야 한다.

이에 따라 중간관리자의 역할은 업무 목표를 달성하고 관리하는데 그치지 않고, 함께 일하는 구성원 개개인의 욕구를 존중하고 학습을 촉진하는 개발 지향적인 역할이 강조되고 있다.(Bhatnagar, 2005; Frohman & Johnson, 1999; Porter & Ghiselli, 1987)

이러한 중간관리자의 역할과 책임이 요구됨에 따라 받은 심리적 요인에 따라 기업체의 성장전략에 미치는 영향이 매우 크다고 할 수 있다. 기업체

중간관리자의 심리적 요인으로선 연령, 성명, 직책, 소득, 근무기간, 총 경력 등에 따라 영향을 받는 정도가 다르다.(신혜정, 2000).

이상에서 살펴본 바와 같이 중간관리자의 심리적 요인은 매우 중요하다고 볼 수 있다. 그러므로 기업체 중간관리자에 대해 개인적 측면에서 혁신 활동, 업무열정, 자기효능감, 직무몰입, 직무만족, 성취욕구의 수준과, 조직적인 측면에서 고용안정성, 조직몰입, 조직충성도의 수준의 정도에 따라 전략적 의사결정의 외부 자문인 경영컨설팅인식에 어떠한 부문이 영향을 미치는지 연구 제시하여 경영컨설팅의 방향과 인식에 따른 개선방향을 제시하고자 한다.

3. 중간관리자의 심리적 요인

1) 개인적 요인

(1) 혁신활동

Mohr(1969)는 혁신을 조직이 새로운 아이디어를 창출하고 그것을 개발해 실용화하여 시장이나 사회로의 욕구를 충족시키기까지 이르는 전 과정이며, 내부에서 창조된 것이든 외부로부터 도입된 것이든 간에 특정 조직에서 최초로 새로운 아이디어를 받아들여 이를 개발하고 실용화하는 것이라고 했다. 혁신은 광범위한 모든 분야에 적용된다고 할 것이다.(배규식 등, 2008).

Katz & Kahn(1978)는 혁신행동은 역할 외 행동으로 간주 된다고 하였고, Fard & Ford(1990)는 개별구성원이 자신의 과업역할과 관련된 새롭고 유용한 아이디어, 프로세스, 제품, 절차를 의도적으로 도입하는 행위인 과업역할 혁신이라는 개념을 제시했다. Scott & Bruce(1994)는 혁신행동의 출발점을 창의성으로 인식하면서, 그 구체적인 행동으로 새로운 기술이나 제조공정 또는 제품 아이디어를 찾고 다른 사람들의 아이디어를 자극하고 증진시키는 것과 더불어 이를 실행하는데 필요한 자금을 확보하고, 필요한

적절한 계획을 수립하고 스케줄을 잡는 등의 일련의 행동을 제시 하였다. 또한 West & Farr(1990)는 자신의 과업이나 소속집단 또는 조직의 성과 향상에 기여할 수 있는 새로운 아이디어를 계획적으로 창조, 도입, 적용하는 일련의 활동을 의미한다고 하였다. 이상의 개념을 정리하면 [표2-4]와 같다.

[표 2-4] 혁신행동의 개념에 관한 연구

연구자	혁신행동의 개념
Katz & Kahn(1978)	혁신행동은 역할 외 행동으로 간주
Fard & Ford(1990)	개별구성원이 자신의 과업역할과 관련된 새롭고 유용한 아이디어, 프로세스, 제품, 절차를 의도적으로 도입하는 행위인 과업역할 혁신
Scott & Bruce(1994)	혁신행동의 출발점을 창의성으로 인식하면서, 그 구체적인 행동으로 새로운 기술이나 제조공정 또는 제품 아이디어를 찾고 다른 사람들의 아이디어를 자극하고 증진시키는 것과 더불어 이를 실행하는데 필요한 자금을 확보하고, 필요한 적절한 계획을 수립하고 스케줄을 잡는 등의 일련의 행동
West & Farr(1990)	자신의 과업이나 소속집단 또는 조직의 성과 향상에 기여할 수 있는 새로운 아이디어를 계획적으로 창조, 도입, 적용하는 일련의 활동

자료: 선행연구를 토대로 연구자 작성

(2) 업무열정

열정에 대한 초창기 연구에서 Goldberg(1986)와 Hatifield & Sprecher(1986)는 열정이란 자신의 정체성을 내면화하는 과정에 의해서 강박적 열정과 조화로운 열정으로 구분된다고 하였다. 또한 긍정심리학(positive psychology)은 인간의 삶이 어떻게 해야 가장 가치 있는 삶이 될 수 있는지에 대하여 연구하고 있는데 열정의 개념이 이러한 질문에 대한 하나의 답이 될 수 있다고 한다.(Vallerand, et al. 2003a).

‘Passion’의 어원은 남녀 사이의 애정관계에서 감각적 욕구이자 인간의 비이성적인 부분으로 인지적 기제보다는 감정적인 부분을 강조하였고, St. Augustinrhk 같은 중세의 철학자들은 열정을 고통과 수동성을 내포하고 있는 비이성적 감각 욕구의작용으로 간주하였다.

그러나 열정은 근본적으로 부정적인 것은 아니며(Aristoteles), 이성인 열정을 어떻게 통제하느냐에 따라 긍정적인 효과를 나타낼 수도 있고 부정적인 효과도 나타낼 수 있다고 한다(유진·김화경·정꽃님, 2009). 긍정적 측면에서 바라보는 철학자들(e.g., Descartes, Hegel)은 열정을 타고난 행동적 성향들을 내포하고 있는 강한 정사라고 정의하고, 최대 성취를 위해 개인이 통제할 수 있는 필수적인 속성으로 간주하였다.(유진·김화경·정꽃님, 2009; 김경미, 1987; Meyer, 2004; Vallerand et al, 2003a).

Frijda et al.(1991)은 열정을 정서적으로 중요한 결과를 기지는 최우선 순위의 목표로 정의하여 열정의 동기적 측면을 강조하였다. 따라서 높은 열정을 가진 사람들은 자신들이 설정한 중요한 목표를 달성하기 위해 많은 시간과 노력을 기울이게 된다는 것이다. Peterson & Seligman(2004)도 열정을 설정된 목표를 정확히 인지하고 그 목표를 반드시 성취하겠다는 강력한 열망이나 태도라고 정의하여 열정을 동기적인 측면에서 파악하였다. 이것은 열정이 일반적인 삶의 태도보다는 목표에 대한 지향 및 목표성취를 위한 강렬한 동기와 매우 깊은 연관성이 있다는 것을 의미한다. 다시 말하면 열정은 추구하는 목표를 향해 열의를 가지고 강력하게 추진하는 성향으로 추구하는 목표가 무엇이든 목표달성을 위한 강렬한 동기를 제공한다.

장형석(2006)은 열정이란 무슨 일이든 새로운 시각으로 바라보고 한층 더 좋은 방향으로 바꾸려고 노력하는 태도로서 불가능해 보이는 난관을 극복하기 위해 노력하는 사람의 에너지. 누가 강요하지 않았는데도 자발적으로 일에 몰두하고 활력적으로 일에 매진하는 모습을 말한다고 하였다. 이상의 개념을 정리하면 [표2-5]와 같다.

[표 2-5] 열정의 개념에 관한 연구

연구자	열정의 개념
Goldberg(1986) , Hatifield & Sprecher(1986)	자신의 정체성을 내면화하는 과정에 의해서 강박적 열정과 조화로운 열정으로 구분됨
Frijda et	정서적으로 중요한 결과를 기지는 최우선 순위의 목표로 열정

al.(1991)	의 동기적인 측면을 강조함
Vallerand, et.al.(2003a)	개인이 좋아하고 중요하게 여기는 활동에 많은 시간과 에너지를 투자하려는 강한 성향. 개인의 정체성의 중요한 한 부분이고 객체에 대한 강렬한 감정이나 열중하게 하는 감정적 상황
Rousseau, et al.(2002)	사람들이 선호하고 중요시 여기며 기꺼이 시간과 에너지를 투자 할 수 있는 활동을 향한 강한 의지나 경향
Peterson & Seligman(2004)	설정된 목표를 정확히 인지하고 그 목표를 반드시 성취하겠다는 강력한 열망이나 태도. 열정은 일반적인 삶의 태도보다는 목표에 대한 지향 및 목표성취를 위한 강렬한 동기임
장형석 (2006)	무슨 일이든 새로운 시각으로 바라보고 한층 더 좋은 방향으로 바꾸려고 노력하는 태도로서 불가능해 보이는 난관을 극복하기 위해 노력하는 사람의 에너지. 누가 강요하지 않았는데도 자발적으로 일에 몰두하고 활력적으로 일에 매진하는 모습

자료: 선행연구를 토대로 연구자 작성

(3) 자기 효능감

자기 스스로의 감정적 기분인 자기효능감에 대한 연구로 Bandura와 Wood(1989)의 정의에 따르면 자기효능감은 구체적인 작업을 수행하기 위해 요구되는 개인의 능력에 대한 개인이 어떻게 판단하는지에 의해 측정될 수 있기 때문에 개인이 보유한 실제적인 능력을 의미하는 것이 아니라 개인이 보유한 능력을 어느 정도 사용할 수 있느냐하는 판단을 의미한다고 했다. 또한 O'Neil과 Herl(1998)은 자기효능감을 특정 업무를 수행할 수 있다는 자기 자신의 확신으로 정의하고 있다. Lee & Bobko(1994)는 자기효능감은 개인이 어떤 기술을 가지고 있는가에 관련된 개념이 아니라, 자신이소유한 기술을 가지고 할 수 있는 것이 무엇인가에 대한 판단과 관련된 개념이라 하였다. 또한 Zimmerman(2000)은 자신에게 주어진 과제를 성공적으로 수행할 수 있는지에 대한 판단으로 정의를 내리고 있다. 이러한 자기효능감에 대해 과업성과와 직무성과에 미치는 연구로 Stajkovic & Luthans(1998)는 114개의 선행연구에 대한 메타분석을 통해 자기효능감과 과업성과 사이에 높은 상관관계가 있음을 분석하였다. 또한 개인의 자

기효능감은 개인수준의 성과나 유효성에만 영향을 미치는 것이 아니라 조직수준의 성과에도 영향을 미치는 것으로 나타났다.(Lee, 1989). 이상의 개념을 정리하면 [표2-6]과 같다.

[표 2-6] 자기효능감의 개념에 관한 연구

연구자	자기효능감 정의 및 관련 연구
Bandura와 Wood(1989)	구체적인 작업을 수행하기 위해 요구되는 개인의 능력에 대한 개인이 어떻게 판단하는지에 의해 측정될 수 있기 때문에 개인이 보유한 실제적인 능력을 의미하는 것이 아니라 개인이 보유한 능력을 어느정도 사용할 수 있는냐하는 판단을 의미
O'Neil과 Herl(1998)	특정 업무를 수행할 수 있다는 자기 자신의 확신으로 정의
Lee & Bobko(1994)	개인이 어떤 기술을 가지고 있는가에 관련된 개념이 아니라, 자신이소유한 기술을 가지고 할 수 있는 것이 무엇인가에 대한 판단과 관련된 개념
Stajkkovic & Luthans (1998)	자기효능감과 과업성과 사이에 높은 상관관계가 있음을 분석

자료: 선행연구를 토대로 연구자 작성

(4) 직무몰입

직무몰입에 대한 정의는 개인이 조직의 구성원으로서 현재의 직무에 관여 정도, 현재의 직무환경과 특정 과제의 실행 정도, 직무가 자신의 인생에 미치는 정도 등 연구의 관점에 따라 다양하고(전유경, 2005), 직무몰입의 개념은 많은 연구자들에 의해 발전되었다.(고수일, 한주희, 2001). 직무몰입에 대해 Lodahl과 Kejner(1965)는 각자의 일상생활에서 일이 얼마나 중용하고 중심적인 가치로 자리 잡고 있는지를 핵심적인 구성요소로 정의하고 있고, Salen & Hosek(1976)은 개인이 직무를 동일하게 느끼며, 직무에 적극적으로 관여하고, 성과가 개인 자신의 자아가치에 중요하게 여겨지는 정도라고 하였다.

또한 Kanungo(1982)는 직무몰입을 개인 자신의 직무와 관계된 자신의

구체적인 신념(aspecific belief regarding one's relationship with one's job)을 바탕으로 현재 직무에 몰두하고 있는 정도를 규정하였다. 그리고 Vroom(1978)은 직무몰입이란 직무성도가 그의 자아개념에 핵심이 되는 특성과 일치한다고 인식하는 정도라고 정의 하였으며 현재 자신의 자아개념과 업무성도의 일관성을 고려하였다. 이상의 개념을 정리하면 [표2-7]과 같다.

[표 2-7] 직무몰입의 개념에 관한 연구

연구자	직무몰입의 정의 및 관련 연구
Lodahl과 Kejner(1965)	각자의 일상생활에서 일이 얼마나 중용하고 중심적인 가치로 자리 잡고 있는지를 핵심적인 구성요소
Salen & Hosek(1976)	개인이 직무를 동일하게 느끼며, 직무에 적극적으로 관여하고, 성과가 개인 자신의 자아가치에 중요하게 여겨지는 정도
Kanungo(1982)	개인 자신의 직무와 관계된 자신의 구체적인 신념 (aspecific belief regarding one's relationship with one's job)을 바탕으로 현재 직무에 몰두하고 있는 정도
Vroom(1978)	직무성도가 그의 자아개념에 핵심이 되는 특성과 일치한다고 인식하는 정도

자료: 선행연구를 토대로 연구자 작성

(5) 직무만족

직무만족이라 함은 개인이 자신에게 현재 상태에서 주어진 직책과 업무에 대한 개인적입장의 심리적 만족도라 할 수 있다. 이러한 직무만족에 관한 정의를 정리해 보면 Smith(1955)는 각 개인이 자신의 직무와 관련하여 경험하는 모든 호의감의 총화 또는 이러한 호의감의 균형 상태에 기인되는 일련태도라고 정의하였고, Lawler(1973)는 직무만족이란 구성원이 실제로 얻는 보상이 정당하다고 인정되는 보상의 수준을 초과한 정도라고 정의하였고, Quinn(1973)은 직무만족이란 어떤 특별한 직무내용 즉, 보상, 안전, 감독 등에 대한 만족도를 근거로 계량화된 개선의 정도라고 정의하고 있다. 또한 McCormick과 Tiffin(1974)은 그 직무에서 얻어지는 또한 경험

되는 욕구만족 정도의 함수라고 정의하였다. 그리고 Locke(1976)는 만족이란 감정적 반응이기 때문에 그 개념의 정의는 내관(introspection)의 과정에 의해서만 발견되어질 수 있고 파악되어질 수 있는 것이며 따라서 직무만족이란 종업원이 자신의 직무에 대한 평가에서 결정되어지는 유쾌한 또는 긍정적인 감정 상태라고 정의하고 있다.

신유근(1997)은 직무만족이란 자기 직무에 대한 호의적인 태도를 말하는 것으로 자신의 직무 상태에 대해 긍정적인 감정을 가진 개인의 심리상태를 말하며 어떤 직무에서 얻어지는 자기실현의 감정과 자신의 직무에서 얻어지는 가치 있는 성취감이라고 정의하였다. 이상의 개념을 정리하면 [표2-8]과 같다.

[표 2-8] 직무만족의 개념에 관한 연구

연구자	직무만족의 개념
Smith(1955)	각 개인이 자신의 직무와 관련하여 경험하는 모든 호의감의 총화 또는 이러한 호의감의 균형 상태에 기인되는 일련태도
Lawler(1973)	구성원이 실제로 얻는 보상이 정당하다고 인정되는 보상의 수준을 초과한 정도
Quinn(1973)	어떤 특별한 직무내용 즉, 보상, 안전, 감독 등에 대한 만족도를 근거로 계량화된 개선의 정도
McCormick과 Tiffin(1974)	그 직무에서 얻어지는 또한 경험되는 욕구만족 정도의 함수
Locke(1976)	종업원이 자신의 직무에 대한 평가에서 결정되어지는 유쾌한 또는 긍정적인 감정 상태
신유근(1997)	자기 직무에 대한 호의적인 태도를 말하는 것으로 자신의 직무상태에 대해 긍정적인 감정을 가진 개인의 심리상태를 말하며 어떤 직무에서 얻어지는 자기실현의 감정과 자신의 직무에서 얻어지는 가치 있는 성취감

자료: 선행연구를 토대로 연구자 작성

(6) 성취욕구

McClelland(1971)는 기존의 학자들과는 달리 국가경제발전의 원인을 경제학적 용인에서 찾으려 하지 않고 인간적 요인에서 찾으려 했으며 이것이 바로 성취 욕구이다. 그는 인도기업인들을 대상으로 조사한 결과 성취 욕구 충족은 문화를 초월하여 사람을 동기화시킨다고 하였다(임창희, 2004).

McClelland는 Maslow의 다섯 가지 욕구 중에서 상위욕구만을 대상으로 하여 성취욕구(need for achievement), 권력욕구(need for power) 그리고 친교욕구(need for affiliation)라는 세 가지 범주로 나누어 관찰하였는데 그중 성취욕구란 탁월한 수준의 목표를 달성하려고 하고 성공하려는 욕구(to strive to succeed)를 말한다고 한다. Charms(1968)는 성취욕구란 탁월한 표준과 경쟁하여 얻은 성공으로부터 유래되는 만족감을 추구하여 노력하는 성향(disposition)이라고 정의하였다. 그리고 안관영·이병직(2002)은 성취욕구란 뭔가 어려운 일을 달성하려는 욕구와 장애 및 어려움을 이겨내고 자신이 원하는 것을 이루려는 욕구, 자신의 능력을 유감없이 발휘하여 자신의 가치를 높이려는 욕구를 말한다고 하였다. Bass(1985)는 성취욕구가 높은 사람은 문제해결을 위해 주도적으로 나서려하고 목표를 제시하며 그 목표를 달성하기 위해 열정적으로 노력하는 성향이 있는데, 성취욕구가 높은 사람의 이러한 성향은 그렇지 않은 사람들 보다 더 나은 업적을 달성한다고 하였다. 이상의 개념을 정리하면 [표2-9]와 같다.

[표 2-9] 성취욕구의 개념에 관한 연구

연구자	성취욕구의 개념
McClelland (1971)	자신의 노력에 의해 우수한 수준에 도달하고 성공적으로 경쟁하여 만족을 얻으려는 노력
Charms (1968)	높은 표준과 경쟁하여 얻는 성공으로 그 결과로부터 만족감을 얻고자 노력하는 경향
안관영·이병직 (2002)	뭔가 어려운 일을 달성하며, 장애를 극복하여 높은 목표를 이룩하려 하고, 어떤 물건이나 사상 등을 철저히 이해하고 자신을 몰아부쳐 다른 사람과 경쟁하여 능가하고자 하며 자신의 능력을 유감없이 발휘하여 자신의 가치를 높이려는 욕구

Bass(1985)	문제해결을 위해 주도적으로 나서려하고 목표를 제시하며 그 목표를 달성하기 위해 열정적으로 노력하는 성향.
------------	--

자료: 선행연구를 토대로 연구자 작성

2) 조직적 요인

(1) 고용안정성

고용의 사전적 의미로 보면 ‘삿을 주고 사람을 부림’의 의미로 이를 재해석 해 보면 고용은 어떠한 조직에 개인 구성원이 소속되어 조직에서 요구되는 행위를 함으로써 대가를 받는 상태로 정의할 수 있다. 이렇게 어떠한 조직에 고용되어 일정한 기간 동안 안정된 상태를 유지하는 것을 고용 안정이라 정의 할 수 있다. 이러한 안정된 고용에 대한, 즉, 고용안정성에 대한 학자와 연구자들의 정의와 연구 내용을 보면 고용안정성(Job Security)을 설명하기 위해서는 고용불안정의 개념을 이해할 필요가 있다. Davy, Kinicki, & Scheck(1997)는 고용불안정을 “직무상황의 연속성에 대한 기대”와 반대되는 개념으로 정의하였다.

Greenhalgh & Rosenblatt(1984)는 고용불안정을 개인이 직업과 관련하여 느끼는 위협의 양, 즉 “위협적인 직장상황에서 자신의 직위를 바람직스러운 상태로 유지하고자 하는 과정에서 느끼는 무력함(job insecurity, which is defined as perceived powerlessness to maintain desired continuity in a threatened job situation)”으로 정의를 내리고 있고, Ashford, Lee, & Bobko(1989)는 개인의 고용불안감은 ‘위협적인 상황으로 인해 자신의 직무가 없어질 수 있는 데도 불구하고, 그 위협을 억제하지 못하기 때문에 느끼는 무력함’이라고 정의 하였다. 또한 Rosenblatt & Ruvio(1996)는 고용불안정은 개인의 지각이 다르기 때문에 개인의 지각에 따라 객관적 위협의 존재유무와는 상관없이 발생된다고 하였다. Ashford et al.(1989)의 연구는 조직에서 개개인이 지각하는 고용안정성이란 현재 및 미래의 직장 상황에서 자신의 직위에 대해 위협이 없는 소망스런 상태인 “직위특성의 안정성”과 무력함이 발생되지 않는 상태인 “직무특성의 상황통제력”의

승으로 정의하고 있다. 최영희(2012)는 고용안정성(Job Security)에 대해 학자들의 연구내용을 토대로 하여 “조직에서 조직구성원 개개인이 지각하는 정도의 차이”라고 말하고 있다. 이상의 개념을 정리하면 [표2-10]과 같다.

[표 2-10] 고용안정성의 개념에 관한 연구

연구자	고용안정성의 개념
Kinicki, & Scheck (1997)	고용불안정을 “직무상황의 연속성에 대한 기대”와 반대되는 개념으로 정의
Greenhalgh & Rosenblatt (1984)	고용불안정을 개인이 직업과 관련하여 느끼는 위협의 양, 즉 “위협적인 직장상황에서 자신의 직위를 바람직스러운 상태로 유지하고자 하는 과정에서 느끼는 무력함
Ashford, Lee, & Bobko (1989)	개인의 고용불안감은 ‘위협적인 상황으로 인해 자신의 직무가 없어질 수 있는 데도 불구하고, 그 위협을 억제하지 못하기 때문에 느끼는 무력함’이라고 정의
Osenblatt & Ruvio (1996)	고용불안정은 개인의 지각이 다르기 때문에 개인의 지각에 따라 객관적 위협의 존재유무와는 상관없이 발생된다고
Ashford et al.(1989)	조직에서 개개인이 지각하는 고용안정성이란 현재 및 미래의 직장상황에서 자신의 직위에 대해 위협이 없는 소망스런 상태인 “직위특성의 안정성”과 무력함이 발생되지 않는 상태인 “직무특성의 상황통제력”의 승으로 정의
최영희(2012)	조직에서 조직구성원 개개인이 지각하는 정도의 차이라고 정의

자료: 선행연구를 토대로 연구자 작성

(2) 조직몰입

조직몰입에 대해 많은 학자나 연구자들은 조직몰입에 대한 중요성을 인식하여 관심을 가지고 연구되어 왔다. Becker(1960)는 조직몰입은 사람들이 특정 조직에 투자를 많이 한 이유로 지대한 관심과 애착으로 어떤 행위를 지속하려는 현상이라고 하였고, Kanter(1968)는 사회적 행위자(social

actor)가 조직을 위해 에너지와 충성심을 바칠 의사라고 하였다. 그리고 Sheldon(1971)은 심리학적인 관점에서 개인의 정체성을 조직에 연결시키거나 애착을 가지도록 하는 개인의 조직에 대한 태도나 성향이라고 하였다. 또 Buchanan(1974)은 조직몰입을 개인과 조직의 심리적 결속의 형태로 정의하고 3가지 요소로 접근, 구체적으로 언급하였다. 조직의 목표나 가치관을 자신의 것으로 수용하는 동일시와 자신의 업무나 역할에 대한 개인의 심리적 투입 및 관여로서의 일체감, 그리고 조직에 대한 애착심으로서의 충성심 등이라고 하였다.

Mowday et al.(1979)는 조직몰입의 개념을 조직의 목표와 가치에 대한 강한 신뢰와 애착이며 조직을 위해 열심히 노력하고자 하는 헌신과 희생, 조직 구성원으로 남고자 하는 욕구라고 정의했다. 또한, 백기복(2002)은 조직몰입을 개인이 특정조직에 대해 애착을 가짐으로써 그 조직에 남아 있고 싶어 하고 조직을 위해 더 노력하며, 조직의 가치와 목표를 기꺼이 수용하는 심리적 상태로 일상적인 표현의 하나인 애사심과 유사한 개념으로 정의하고 있다. 이상의 개념을 정리하면 [표2-11]과 같다.

[표 2-11] 조직몰입의 개념에 관한 연구

연구자	조직몰입의 개념
Becker (1960)	사람들이 특정 조직에 투자를 많이 한 이유로 지대한 관심과 애착으로 어떤 행위를 지속하려는 현상
Kanter (1968)	사회적 행위자(social actor)가 조직을 위해 에너지와 충성심을 바칠 의사
Sheldon (1971)	심리학적인 관점에서 개인의 정체성을 조직에 연결시키거나 애착을 가지도록 하는 개인의 조직에 대한 태도나 성향
Buchanan (1974)	개인 and 조직의 심리적 결속의 형태로 정의하고 3가지 요소로 접근. 조직의 목표나 가치관을 자신의 것으로 수용하는 동일시와 자신의 업무나 역할에 대한 개인의 심리적 투입 및 관여로서의 일체감, 그리고 조직에 대한 애착심으로서의 충성심
Mowday et al. (1979)	조직의 목표와 가치에 대한 강한 신뢰와 애착이며 조직을 위해 열심히 노력하고자 하는 헌신과 희생, 조직 구성원으로 남고자 하는 욕구

백기복 (2002)	개인이 특정조직에 대해 애착을 가짐으로써 그 조직에 남아 있고 싶어 하고 조직을 위해 더 노력하며, 조직의 가치와 목표를 기꺼이 수용하는 심리적 상태로 일상적인 표현의 하나인 애사심과 유사한 개념으로 정의
---------------	--

자료: 선행연구를 토대로 연구자 작성

(3) 조직충성도

조직충성도의 충성도, 충성심 등에 대한 연구에서 협의적으로 조직에 관한 부분을 말하는데 많은 학자와 연구자들의 충성심, 충성도에 대한 정의와 주장을 보면 Ladd(1967)는 광의의 의미로 ‘대상에 대해 진심으로 헌신하는 것’으로 정의 하였고, 충성심의 대상은 사람, 집단, 조직, 그리고 국가도 될 수 있다고 주장하였다. 또한 Murray & Corenblum(1996)은 충성심이란 용어에 대해서 인지적인 정의와 행동적인 정의가 적용되어야 한다고 주장하였고, 조직행위의 연구 분야에서 Allen과 Mayer(1990)는 태도적 충성도를 정서적 몰입, 계산적 몰입, 규범적 몰입으로 구분하여 설명하였다. 그리고 Solomon(1990)은 충성심은 일종의 열정으로 이것이 발달할수록 충성심의 대상은 더 이상 외부에 존재하지 않고 자기 정체성과 연결된다고 하였고, Fletcher(1993)는 충성심의 주체와 객체 사이의 핵심은 관계(relationship)라고 주장하면서, 한 개인에 대한 충성심과 조직에 대한 충성심을 분석할 때 이것이 중요하다고 하였다. 이와 같은 선행 연구를 토대로 보면 조직에 충성하는 사람은 조직의 번영과 이익을 위해 기꺼이 자신의 일시적인 이익을 희생(sacrifice)하려고 할 것이다.(조범상, 2004). 이상의 개념을 정리하면 [표2-12]와 같다.

[표 2-12] 조직충성도의 개념에 관한 연구

연구자	조직충성도의 정의 및 개념
Ladd(1967)	광의의 의미로 ‘대상에 대해 진심으로 헌신하는 것’으로 정의
Murray & Corenblum (1996)	충성심이란 용어에 대해서 인지적인 정의와 행동적인 정의가 적용되어야 한다고 주장

Allen과 Mayer(1990)	태도적 충성도를 정서적 몰입, 계산적 몰입, 규범적 몰입으로 구분하여 설명
Solomon(1990)	종의 열정으로 이것이 발달할수록 충성심의 대상은 더 이상 외부에 존재하지 않고 자기 정체성과 연결된다고 봄.
Fletcher(1993)	성심의 주체와 객체 사이의 핵심은 관계(relationship)라고 주장

자료: 선행연구를 토대로 연구자 작성

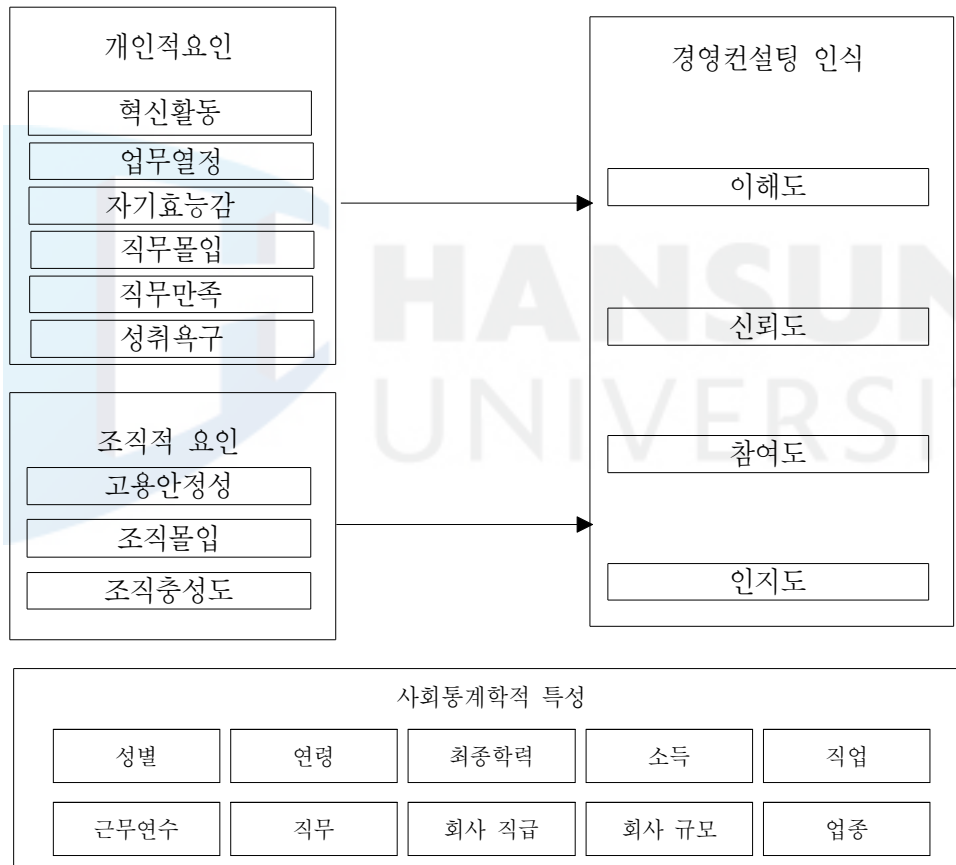


제 3 장 연 구 방 법

제 1 절 연구모형 및 가설 설정

1. 연구모형의 설정

앞의 선행연구에서 살펴본 바와 같이 기업체 중간관리자의 의사결정이 기업의 미래 성장을 위해 매우 중요하고 기업의 중요한 전략결정시 경영컨설팅의 필요성 등은 중간관리자의 인식에 따라 그 역할을 달리 하게 됨으로 기업체 중간관리자의 경영컨설팅인식에 미치는 결정 요인을 확인하고자 하였으며, 이를 위한 연구 모형을 아래의 [그림 3-1]과 같이 구성하였다.



<그림 3-1> 연구모형

본 연구는 이와 같은 연구의 모형의 검증을 통해서 첫째, 기업체 중간관리자의 개인적 요인이, 둘째, 조직적 요인이, 셋째, 개인적요인과 조직적요인이 경영컨설팅인식의 이해도, 신뢰도, 참여도, 인지도 각각 부문에 미치는 결정요인을 분석하고, 사회통계학적 특성에 따라 중간관리자의 개인적 심리요인 및 조직적 심리요인에 미치는 영향과 경영컨설팅인식에 어떠한 차이가 있는지를 분석해보고자 하였으며, 본 연구자는 이와 같은 연구모형을 토대로 연구가설을 설정하도록 하였다.

2. 연구가설의 설정

칸트는 언제나 한결 같이 누구에게나 타당한 인식을 보편타당한 인식이라고 했다(백종현, 2000). 또한 기업체의 경영컨설팅 수행 목적 중 가장 우위로 경영과업상의 문제 해결, 새로운 기회발견과 활용, 변화의 실행 및 학습의 증대라고 하였다.(신상복, 2012). 그리고 전기수(2009)는 자신의 연구에서 컨설팅 결과와 컨설팅 과정이 중소기업의 경영성과에 영향을 미친다고 주장하였으며, 채준원(2011)은 ‘컨설팅 서비스 인식’이라는 요인을 제시하고 세부 요인중 컨설팅 서비스 인지도와 컨설팅 서비스 선호도는 모두 중소기업의 경영성과에 영향을 미친다고 하였다. 이와 같이 경영컨설팅인식의 요인은 다양한데 선행연구를 종합하여 크게 다섯 가지로 경영컨설팅인식을 구분하여 기업체 중간관리자의 경영컨설팅에 대한 기본적 인식에 대한 이해정도를 이해도로, 컨설팅을 받고자하는 의지로서의 인식을 신뢰도로, 컨설팅 선택을 하기위한 인식을 참여도로, 그리고 컨설팅 후 실행에 대한 의지로서의 인지도로 설정하고 네 가지 요인을 모두 고려한 경영컨설팅인식에 대해 연구가설을 설정하였다.

<경영컨설팅인식의 이해도에 미치는 영향에 관한 연구가설>

가설 1. 경영컨설팅인식의 이해도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설1-1. 개인적 요인은 경영컨설팅인식의 이해도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설1-2. 조직적 요인은 경영컨설팅인식의 이해도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설1-3. 개인적 요인과 조직적 요인은 경영컨설팅인식의 이해도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

<경영컨설팅인식의 신뢰도에 미치는 영향에 관한 연구가설>.

가설 2. 경영컨설팅인식의 신뢰도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설2-1. 개인적 요인은 경영컨설팅인식의 신뢰도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설2-2. 조직적 요인은 경영컨설팅인식의 신뢰도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설2-3. 개인적 요인과 조직적 요인은 경영컨설팅인식의 신뢰도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

<경영컨설팅인식의 참여도에 미치는 영향에 관한 연구가설>.

가설 3. 경영컨설팅인식의 참여도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설3-1. 개인적 요인은 경영컨설팅인식의 참여도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설3-2. 조직적 요인은 경영컨설팅인식의 참여도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설3-3. 개인적 요인과 조직적 요인은 경영컨설팅인식의 참여도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

<경영컨설팅인식의 인지도에 미치는 영향에 관한 연구가설>.

가설 4. 경영컨설팅인식의 인지도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설4-1. 개인적 요인은 경영컨설팅인식의 인지도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설4-2. 조직적 요인은 경영컨설팅인식의 인지도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설4-3. 개인적 요인과 조직적 요인은 경영컨설팅인식의 인지도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

<경영컨설팅인식에 미치는 영향에 관한 연구가설>

가설 5. 경영컨설팅인식에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설5-1. 개인적 요인은 경영컨설팅인식에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설5-2. 조직적 요인은 경영컨설팅인식에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설5-3. 개인적 요인과 조직적 요인은 경영컨설팅인식에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

또한 추가적으로 본 연구는 기업체 중간관리자의 다양한 사회 통계학적 특성에 따른 심리적 요인인 개인적 요인 및 조직적 요인과 경영컨설팅인식과의 평균차이를 검증하고 분석하고자 다음의 연구가설을 각각 설정하도록 하였다.

<사회통계학적 특성에 따른 개인적 요인의 평균차이에 관한 연구가설>

가설 6. 사회통계학적 특성에 따라 개인적 요인은 유의미한 평균차이를 보일 것이다.

가설6-1. 사회통계학적 특성에 따라 개인적 요인의 혁신활동은 유의미한 평균차이를 보일 것이다.

가설6-2. 사회통계학적 특성에 따라 개인적 요인의 업무열정은 유의미한

평균차이를 보일 것이다.

가설6-3. 사회통계학적 특성에 따라 개인적 요인의 자기효능감은 유의미한 평균차이를 보일 것이다.

가설6-4. 사회통계학적 특성에 따라 개인적 요인의 직무몰입은 유의미한 평균차이를 보일 것이다.

가설6-5. 사회통계학적 특성에 따라 개인적 요인의 직무만족은 유의미한 평균차이를 보일 것이다.

가설6-6. 사회통계학적 특성에 따라 개인적 요인의 성취욕구는 유의미한 평균차이를 보일 것이다.

<사회통계학적 특성에 따른 조직적 요인의 평균차이에 관한 연구가설>

가설 7. 사회통계학적 특성에 따라 조직적 요인은 유의미한 평균차이를 보일 것이다.

가설7-1. 사회통계학적 특성에 따라 조직적 요인의 고용안정성은 유의미한 평균차이를 보일 것이다.

가설7-2. 사회통계학적 특성에 따라 조직적 요인의 조직몰입은 유의미한 평균차이를 보일 것이다.

가설7-3. 사회통계학적 특성에 따라 조직적 요인의 조직충성도는 유의미한 평균차이를 보일 것이다.

<사회통계학적 특성에 따른 경영컨설팅인식 요인의 평균차이에 관한 연구가설>

가설 8. 사회통계학적 특성에 따라 경영컨설팅인식은 유의미한 평균차이를 보일 것이다.

가설8-1. 사회통계학적 특성에 따라 경영컨설팅인식의 이해도는 유의미

한 평균차이를 보일 것이다.

가설8-2. 사회통계학적 특성에 따라 경영컨설팅인식의 신뢰도는 유의미한 평균차이를 보일 것이다.

가설8-3. 사회통계학적 특성에 따라 경영컨설팅인식의 참여도는 유의미한 평균차이를 보일 것이다.

가설8-4. 사회통계학적 특성에 따라 경영컨설팅인식의 인지도는 유의미한 평균차이를 보일 것이다.

3. 변수의 조작적 정의 및 측정도구

1) 혁신활동

혁신활동 또는 혁신행동의 조작적 정의는 기업에 중간관리자들의 전반적인 지각을 분석하는 것으로 조직내에서의 혁신활동으로 정의하기로 한다. 혁신활동은 조직내에서 업무와 관련하여 형성되는 경험, 노하우, 지혜, 진단능력, 문제해결능력, 의사소통능력 등을 어떻게 조직화 하여 근로자들로부터 이끌어내고 체계화하여 이용하는가에 대한 정도에 달려 있다.(배규식 등, 2008). 이러한 혁신활동은 Zhou & George(2001)의 개인수준에서 혁신활동을 측정한 12개 항목을 변안한 최영희(2012)의 척도를 재인용 하여 [표 3-1]과 같이 사용하였다.

[표 3-1] 혁신활동에 대한 조작적 정의

변수	항 목
혁신행동	나는 목표를 달성하기위하여 혁신적인 방법을 제시 하는 편이다.
	나는 성과를 향상시키기 위해 새롭고 실질적인 방안을 제안하는 편이다
	나는 새로운 기술, 절차, 기법이나 제품 아이디어를 꾸준히 탐색한다.
	나는 업무의 품질을 개선하기 위하여 새로운 방법을 제안하는 편이다.
	나는 창의적인 아이디어의 정보원을 가지고 있다.
	나는 새로운 아이디어의 리스크에 대해 별로 두려워 하지 않는다.

	나는 새로운 아이디어에 다른 사람을 동참시키려고 노력한다.
	나는 새로운 아이디어를 바로 업무에 적용한다.
	나는 새로운 아이디어를 실행하기 위한 일정계획을 수립하는 편이다.
	나에게는 새롭고 혁신적인 아이디어가 종종 떠오른다.
	나는 문제해결을 위해 새로운 아이디어를 자주 제시한다.
	나는 업무 수행에 있어 새로운 방식을 적용할 수 있도록 자주 제안하는 편이다.

2) 업무열정

열정(Passion)이란 주변이나 외부의 압박에서 비롯된 것에 상관없이 활동 대상 그 자체의 가치를 스스로가 지각하고 다른 활동과 조화를 이루며 상대적으로 편안하고 안정적인 심리적 상태에서 개인이 좋아하고 중요하게 여기는 직무에 많은 시간과 에너지를 투자하려는 강한 성향으로 정의한다, 본 연구에서는 Vallerand, et al.(2003b)가 사용하여 김창중(2010)의 연구에서 인용한 척도를 사용하였다. 업무를 통한 다양한 경험 획득, 신지식의 가치 획득, 업무에 기억에 남을 경험 제공, 업무를 통한 자기 자신 선호, 업무와 다른 활동과 조화, 업무 열정 통제 및 참여 등 7개 항목으로 구성하였으며 [표 3-2]와 같이 사용하였다.

[표 3-2] 업무열정에 대한 조작적 정의

변수	항목
업무열정	업무는 나에게 다양한 경험을 하게끔 해 준다
	업무에서 얻는 새로운 것들은 나에게 그 이상의 가치를 준다.
	업무는 나에게 기억에 남을 만한 경험을 가져다 준다
	업무는 내가 나 자신을 좋아하도록 만든다
	나의 업무는 삶에 있어서 다른 활동과 조화를 이룬다.
	내게 업무는 하나의 열정이며 나는 그 열정을 잘 통제할 수 있다.
	나는 업무에 활발히 참여한다.

3) 자기효능감

본 연구에서는 Chend와 Gully 및 Eden(2001)에 의해 개발(Self Efficacy Scale: SES)되어 오인수(2002)의 연구에서 검증된 척도를 사용하였다. 자기 효능감(self-efficacy)은 개인이 미래의 행위나 과업을 성공적으로 수행하거나 일정한 결과에 도달할 수 있을 것이라는 가능성에 대한 믿음이며, 개인의 일정기간의 신념을 반영한다.(Bandura, 1997). 이 척도는 총 8문항으로 구성되어 있다. 오인수(2002)의 연구에서 자기 효능감의 신뢰도(Cronbach's α)는 .87 이었으며 8문항의 검사-재검사 신뢰도는 .86 이었다. 항목으로는 [표 3-3]과 같이 사용하였다.

[표 3-3] 자기효능감에 대한 조작적 정의

변수	항목
자기 효능감	나는 내가 정한 대부분의 정한 목표를 달성할 수 있다.
	나는 어려운 과제가 주어져도 그것을 해낼 수 있다고 생각한다.
	대체로 내가 한일에서 중요한 성과들을 얻을 수 있다고 생각한다.
	나는 내가 하고자 마음먹은 일은 해낼 수 있다고 믿는다.
	나는 많은 장애물을 효과적으로 극복할 수 있다.
	나는 많은 어려운 일을 효과적으로 수행할 수 있다는 믿음을 가지고 있다.
	나는 다른 사람들 보다 일을 잘 할 수 있다고 생각한다.
	나는 어려운 상황에서도 맡은 일을 잘 해낼 수 있다.

4) 직무몰입

직무몰입은 중간관리자 개인이 직무를 동일하게 느끼며, 직무에 적극적으로 관여하고, 성과가 개인 자신의 자아가치에 중요하게 여겨지는 정도로 정의하기로 한다. 측정도구로는 Kanungo(1994)에 의해 개발되어 모상만족이 직무몰입에 미치는 영향을 연구한 김정민(2009)에서 실증적 검증한 척

도를 사용하였다. 총 9문항으로 이루어졌고 항목으로는 [표 3-4]와 같이 사용하였다.

[표 3-4] 직무몰입에 대한 조작적 정의

변수	항목
직무몰입	내 생활에 일어나는 가장 중요한 일들은 현재 나의 직무와 연관이 있다
	나의 업무는 개인적인 성장과 발전을 할 수 있는 기회를 제공한다
	나는 내 업무를 보다 잘 할 수 있는 방법을 생각하려고 노력한다.
	내가 맡고 있는 직무는 다른 사람이 맡고 있는 직무보다 중요하다.
	나는 직무상 행하는 작업에 대하여 개인적으로 책임감을 느낀다.
	나는 우리 회사가 잘 될 수 있는 일이라면 나의 직무 이상의 노력을 기울일 용의가 있다
	내가 수행하는 업무는 내 자신에게 성취감을 주고 있다.
	나는 종종 회사에 나가고 싶지 않은 날이 있다.
	내가 하고 있는 일은 우리 회사의 이익에 중요한 영향을 미친다.

5) 직무만족

본 연구에서는 Hackman과 Oldham과 Jonson 및 Purdy(1975)가 개발한 직무만족 척도(Job Satisfaction Scale: JSS)를 오동근(2004)이 일부 수정하여 타당화한 척도를 재구성 하였다. 직무만족은 중간관리자 자신이 하고 있는 일에서 느끼는 만족을 의미하는 것으로 보람, 성취감, 적성, 전반적 만족 여부로 하여 간단하게 5문항으로 구성하였으며, [표 3-5]와 같이 사용하였다.

[표 3-5] 직무만족에 대한 조작적 정의

변수	항목
직무만족	나는 나의 업무에 보람을 느낀다.
	나는 나의 업무에 성취감을 느낀다.
	나의 업무는 나의 적성과 잘 맞는다.
	나는 나의 업무에 대해 전반적으로 만족한다.

6) 성취욕구

성취욕구란 어느 정도 위험이 있는 도전적인 목표를 더 잘 수행하려고 하고 성공하려는 내적 욕구라고 정의하기로 한다. 본 연구에서는 김창중(2010)이 사용한 성취욕구에 대한 척도를 인용하여 총 5문항을 중간관리자의 성취욕구에 대한 측정척도로 사용하기로 하며, [표 3-6]과 같이 사용하였다.

[표 3-6] 성취욕구에 대한 조작적 정의

변수	항목
성취욕구	나는 나에게 주어진 업무가 상당히 도전적일 때 최선을 다한다.
	나는 전보다 업무성과를 더 향상시키려고 열심히 노력한다.
	나는 업무의 신장을 위해 어지간한 위험을 감수한다.
	나는 현재 주어진 직무 이외도 기꺼이 업무를 찾아서 수행하려고 노력한다.
	나는 동료들 보다 업무를 더 잘 수행하려고 노력한다.

7) 고용안정성

본 연구에서는 Brockner, Pearce(1998)는 “조직구성원은 고용안정성이

확보되면 혁신활동을 하지 않을 것이다.”라고 하며 높은 고용안정성이 열심히 일하고 탁월한 성과를 내려는 동기를 감소시키는 나태함을 유발할 수 있다고 간접 증명하였다. 그러나 Quinn & Rivoli(1991)는 “고용안정성이 강화되면 혁신활동에 더욱 긍정적인 반응을 보일 것이다”라고 제시하고 있다. 이러한 고용안정이 혁신에 미치는 부정적의견과 의 긍정적 의견이 대립되는 데 경영컨설팅을 받는다는 것은 혁신의 일부분이라 할 수 있으므로 고용안정성이 높은 경우와 낮은 경우 모두 의미 있는 검증이라 할 수 있다. 본 연구에서는 고용안정성이 높으며 경영컨설팅인식이 높을 것이라는 조작적 정의를 내리기로 한다.

측정도구는 Ashford et al.(1989)가 활용한 “JIS(Job Insecurity Scale)”를 근간으로 하여 박통희·김민강(2008)이 재인용한 측정도구를 수정·보완하여 사용하였다.

고용안정성 중 직위안정성은 JIS에서 사용한 직위위협 및 무력감에 사용한 13개 문항을 토대로 박통희·김민강의 연구에서 사용한 직위안정성 관련 8개 문항을 수정하여 사용하고, 무력감에 대한 문항도 5개 문항을 수정하여 사용하였다. 따라서 고용안정에 대한 측정도구는 직위안정성과 상황 통제력으로 측정토록 하였으며, [표 3-7]과 같이 사용하였다.

[표 3-7] 고용안정성에 대한 조작적 정의

변수	항목
고용안정성	나는 현재 직급보다 더 낮은 직급으로 배치될 수 있다.
	나는 회사에서 퇴출 대상자가 될 가능성이 있다
	나는 원하지 않는 퇴직 압력을 받을 가능성이 있다.
	내가 속해 있는 부서가 없어 질 가능성이 있다.
	급여가 정기적으로 인상되지 않을 가능성이 있다.
	우리부서에서 내가 다른 사람들에게 미치는 영향력이 약화 될 가능성이 있다.
	나는 제때 승진 못할 가능성이 있다.(직급, 직책)

	나는 상대적으로 덜 중요한 일을 맡게 될 가능성이 있다.
	나는 나의 직무에 영향을 미칠 수 있는 사건(일)을 통제할 힘을 가지고 있다.
	나는 나의 작업환경에 부정적인 영향을 미치는 것을 저지할 수 있다.
	나는 나에게 영향을 미칠 사건(일)을 통제할 수 있을 만큼 조직을 잘 이해한다.
	나는 부서의 변화정책에 대응할 수 있는 능력이 있다.
	내가 원한다면 나의 부서에서 내 직위를 지켜낼 수 있다.

8) 조직몰입

본 연구에서는 조직몰입 정도를 측정하기 위하여 국내외에서 가장 광범위하게 사용되고 있는 Allen과 Meyer(1990)가 개발한 척도(Organizational Commitment Scale: OCS)중에 일부 인용하여 사용하였다. 원 척도는 정서적 몰입 5문항, 지속적 몰입 5문항, 규범적 몰입 5문항으로 이루어 졌으나 본 연구에서는 정서적 몰입 2문항, 지속적 몰입 2문항, 규범적 몰입 2문항으로 하여 총 6문항으로 구성했으며, [표 3-8]과 같이 사용하였다.

[표 3-8] 조직몰입에 대한 조작적 정의

변수	항목
조직몰입	나는 우리 회사에 오래 다닐 수 있다는 걸 생각하면 기쁘다.
	나는 우리 회사의 문제가 나의 문제처럼 느낀다
	우리 회사에서는 나를 가족처럼 여긴다고 느낀다
	나는 우리 회사에 대한 애착을 느낀다
	나에게 있어 우리 회사는 큰 의미가 있다.
	나는 우리 회사에 강한 소속감을 느낀다.

9) 조직충성도

조직충성도에 대한 정의는 조직에 충성하는 사람은 조직의 번영과 이익을 위해 기꺼이 자신의 일시적인 이익을 희생(sacrifice)할수 있는 심리적 현상이라 정의하기로 한다. 척도는 Reill et al(1993), King(2000)의 설문과 Ahmed와 Rafiq(2003)의 조직충성도에 대한 정의를 인용한 홍의숙(2009)이 이용한 척도와 Cole(2000)과 Powers(2000)의 연구도구를 변한하여 개발한 조범상(2004)의 연구를 바탕으로 구성하였으며, 총5문항으로 구성하였고 [표 3-9]와 같이 사용하였다.

[표 3-9] 조직충성도에 대한 조작적 정의

변수	항목
조직충성도	나는 내가 다니고 있는 회사를 다른 사람에게도 추천 할 것이다.
	나는 다시 회사를 선택하게 될 경우 지금 내가 다니고 있는 회사를 선택할 것이다.
	나는 우리 회사에 대해서 만족 한다.
	나는 회사를 위해서 내가 조금 손해를 보더라도 감수 할 것이다.
	나는 회사가 성장 발전을 위해서라면 어려운 일이라도 맡아서 할 것이다.

10) 경영컨설팅인식

경영컨설팅인식이란 경영컨설팅에 대해 주변에서 주어지는 여러 가지 정보, 소문, 경험 등으로부터 감성적 형식이 작용하여 시공간 적으로 정리된 직관이고, 주관에 의해 구성되는 것으로서, 기업체 중간관리자가 경영컨설팅을 받은 경험이 있거나 또는 받아보지 않았으나 현재의 자기 자신이 느끼고 있는 심리적 형태기준으로 정의하기로 한다.

본 연구에서 측정 척도는 이정출(2010)에 의해 기존의 연구자료와 수진기업, 컨설턴트, 중소기업, 관련기관의 관련자를 대상으로 개별 논의하여 결정하여 검증된 척도를 본 연구자가 재구성하여 사용하였다.

본 연구에서 기업체 중간관리자의 심리적 요인에 따른 경영컨설팅인식에 미치는 결정요인을 검증하기 위해 경영컨설팅인식 척도를 크게 세 가지 부분으로 나누어 구성하였는데, 수요자 측인 기업측면의 항목은 일반항목으로 컨설팅에 대한 일반적인 이해도, 그리고 컨설팅에 대한 필요성 및 신뢰도를 포함시켰으며, 컨설팅 과정중의 참여인식과 컨설팅 종료 후의 자체 성과평가, 컨설팅 결과에 채택 및 적용을 변수로 하였다. 두 번째 공급자인 컨설팅사 측면에서는 컨설팅사의 수요자에 대한 신뢰성에 대한 항목과 브랜드 인지도, 컨설턴트에 대한 문제해결능력에 대한 인식, 공정한 컨설팅과 보고, 그리고 컨설팅 비용에 대한 인식 등에 대해 척도를 구성하였으며, 총26문항으로 구성하였고 [표 3-10]과 같이 사용하였다.

[표 3-10] 경영컨설팅 인식에 대한 조작적 정의

분류	변수명	조작적 정의
경영컨설팅인식	컨설팅인식 (이해도)	경영컨설팅은 기업경영의 부족한 부분에 대한 도움을 받는 것이다
		경영컨설팅은 기업에 당면하고 있는 문제 해결에 도움이 될 것 같다
		경영컨설팅은 기업에 필요한 경우 활용할 수 있는 수단이다.
		경영컨설팅을 받으면 기업에 효과가 있을 것 같다.
		경영컨설팅을 받으면 기업가치 제고에 도움이 될 것이다.
		경영컨설팅을 받으면 기업성과 측면에서 만족할 만한 결과물이 나올 것이다.
		경영컨설팅을 받은 기업중에 주위에서 성공한 사례를 본적이 있다.
		경영컨설팅은 기업에 꼭 필요할 것 같다.
		컨설팅회사는 컨설팅 시 알게 된 내부정보를 철저히 지켜준다고 생각한다.
		컨설팅회사의 컨설턴트는 높은 문제해결 능력을 가지고 있을 것이다.
	컨설팅의지	경영컨설팅 비용이 비싸더라도 기업에 필요하면 꼭 받아야 한다
		경쟁자들 보다 앞서기 위해서 경영컨설팅이 꼭 필요하다.

	(신뢰도)	현재 우리 회사 규모 및 상태로 볼 때 경영컨설팅이 필요하다.
		우리 회사는 주기적으로 자체 내부 경영 진단을 실시한다.
		경영컨설팅은 객관적이고 공정하게 실시하고 그 내용을 진실하게 보고한다고 생각한다.
	컨설팅 선택 (참여도)	컨설팅 회사를 선택할 때 명성을 보고 선택 할 것이다.
		컨설팅비용이 조금 더 비싸더라도 신뢰할 만한 컨설팅 회사를 선택할 것이다.
		경영컨설팅 가격이 비슷하다면, 유명한 컨설팅회사에서 1번 받는 것 보다, 여러 컨설팅회사에서 여러 번 받는 것이 좋을 것 같다.
		컨설팅 하는 회사는 전략적이고 장기적인 입장에서 문제 해결을 할 능력을 가지고 있어야 한다.
		컨설팅하는 회사는 해당 프로젝트에 대한 전문성을 확보 하고 있을 것 같다.
	컨설팅 실행 (인지도)	경영컨설팅을 받을 때 최고경영자가 적극 지원 및 참여해야 한다고 생각한다.
		경영컨설팅을 받을 때 주무부서와 종업원의 열의가 있어야 할 것이다.
		경영컨설팅 업체가 제안한 것은 꼭 따라야 할 것이다
		경영컨설팅 후 기업 내에서 자체평가가 있어야 된다고 생각한다.
		경영컨설팅을 통해 문제가 밝혀지면 해결할 의사가 있다.
		컨설팅회사가 잘 했는지에 대한 사후평가가 필요하다.

제 2 절 조사 설계

1. 조사대상의 선정

본 연구는 경영컨설팅의 대상이 되는 기업체를 중심으로 기업체의 중간

관리자에 대한 개인적 심리요인과 조직적 심리요인에 따른 경영컨설팅인식에 대한 관계를 검증하고자 하고 있다. 따라서 실증분석에 필요한 통계처리의 데이터를 표본 집단으로 선정하여 설문지를 통한 직접조사방식으로 수집하기로 하였으며, 본 연구자가 소속되어 있는 조직에서 지역별 기업을 담당하는 지점의 RM을 통하여 해당 지점을 거래하는 기업체의 중간관리자에게 배포하도록 하였다.

조사는 2012년 10월 22일부터 2012년 11월 9일까지 실시하였으며, 직접조사방식을 통해 배부된 총 244부 설문지중 207부를 회수하였다. 회수된 설문지 중 분석의 데이터로 활용할 설문지는 무성의하게 작성되었거나 결측값이 많아 데이터로 활용할 수 없는 불성실 응답자의 설문지 18부를 제외한 총 189부의 설문지를 활용하였다. 이러한 현황은 아래의 [표 3-11]과 같다.

[표 3-11] 설문지 배포 및 회수현황

지역	배부수	회수부수
경기	36	30
경남	34	31
경북	12	9
대구	16	13
대전	12	11
부산	29	26
서울	88	70
전북	12	12
제주	5	5
합계	244	207

설문의 방법은 직접조사방식을 통한 자기기입식 설문 조사로 실시되었으며 모든 설문 문항은 통계처리의 유효성을 위해서 리커트 5점의 등간척도로 구성하였다. 설문지의 회수율은 46.08% 였다.

이러한 조사 설계를 요약한 것은 아래의 [표 3-12]와 같다.

[표 3-12] 조사의 설계

구 분	내 용
조사대상	일반기업체 근무하는 중간 관리자
조사방법	리커트 5점 등간척도로 정형화된 설문지의 자기 기입식 설문조사
조사표본	회수된 설문지 207부 중 불성실응답자, 예외 업종 및 결측값 제외 189부 (N=189, 회수율 46.08 %)
조사기간	2012년 10월 22일 ~ 2012년 11월 9일

2. 설문지의 구성

설문지는 인구통계학적 특성과 컨설팅 경험 여부를 제외한 모든 변수는 리커트 5점 척도를 사용하여 측정하였다, 조사방법은 하나의 설문지에 독립변수, 종속변수, 인구통계학적 특성의 문항을 포함하여 조사하는 방법을 택하였다.

설문구성은 선행연구를 바탕으로 하여 설정한 연구모형을 분석하기 위하여 본 연구조사에서 사용한 설문지의 구성은 [표 3-13]과 같다.

[표 3-13] 설문지의 구성

구분	설문지내용	문항 수	출처
혁신활동 (혁신행동)	혁신적인 방법제시, 새롭고 실질적인 새로운 아이디어에 대한 행동 등	12	Zhou & George(2001) 및 최영희(2012)
업무열정	다양한 경험 획득, 신지식의 가치획득 등	7	Vallerand, R. J. & Houfort, N.(2003b)
자기효능감	자기가 정한 목표 달성, 장애물 극복, 효과적 수행 등	8	Chend와 Gully 및 Eden(2001)

직무몰입	직무와 연관성, 업무를 잘 하려고 노력 등	9	Kanungo(1994),
직무만족	업무의 보람, 성취감, 적성, 만족감 등.	4	Hackman과 Oldham과 Jonson 및 Purdy(1975)
성취욕구	도전적 업무에 최선, 업무성과 향상 노력 등	5	김창중 (2011)
고용안정성	직위의 안정성과 상황통제력 등	13	Ashford et al.(1989)
조직몰입	정서적 몰입, 지속적 몰입, 규범적 몰입 등	6	Allen과Meyer(1990)
조직충성도	회사에 대한만족, 회사 성장에 대한 희생 등	5	Reill et al(1993), King(2000)
경영 컨설팅인식	경영컨설팅의 이해도, 신뢰도, 참여도, 인지도	26	이정출(2010)
인구통계학적 특성	성별, 연령, 학력, 소득, 직업, 근무연수, 직무, 직급, 회사규모, 업종	10	연구자

3. 신뢰성 및 타당성 검증

연구에 활용된 다문항(multi-item)의 공통요인을 파악하고 정보의 손실을 최소화하면서 많은 변수들을 동질요인으로 묶어 변수를 축소, 단순화시켜주는 탐색적 요인분석을 실시하여 변수의 타당성을 검증하기로 하였다. 요인분석에 있어서 요인 추출은 주성분 분석법을 사용하였으며, 요인 회전에 있어서는 요인들의 상호 독립성을 검증하는데 유용한 베리맥스(Varimax) 회전법을 사용하였다. 추출 요인 수는 고유값(Eigen Value) 1을 기준으로 선정하였다. KMO 측도(Kaiser- Meyer-Olkin)는 엄격한 수준으로 알려져 있는 0.6을 기준으로 하였으며, 공유치(Communality)는 보편적으로 활용되고 있는 0.4를, 요인적재량(Factor loadings)은 0.4를 기준으로 하였다. Bartlett의 구형성 검정치는 모두 $P < .001$ 로 유의하게 나타났다. 또한 본 연구에서 사용하고 있는 개념은 가설적인 개념으로서 응답자들의 주관적인 평가에 의해 측정된다. 따라서 이들 개념들이 어느 정도 신뢰성 있게 정확히 측정되었는지를 검증할 필요가 있다. 신뢰성(Reliability)

은 측정의 안정성, 일관성, 예측가능성, 정확성이 내포된 개념으로서 측정 결과가 어느 정도 일관성 있게 측정되었는지 또는 측정결과에 오차가 존재하는지를 의미한다.

조사를 통하여 수집된 설문지의 각 항목에 대한 신뢰성을 알아보기 위하여 크론바하 알파(Cronbach's α)계수를 신뢰도 계수로 사용하였다. 그러나 사회과학에서 신뢰성에 대한 정확한 기준이 없어, 일반적으로 .6 이상을 측정지표의 신뢰성에 커다란 문제가 없다고 인정하므로, 본 연구에서도 .6 이상을 기준으로 신뢰성을 평가하였다.

1) 개인적 요인의 요인분석 및 신뢰도 분석

개인적 요인의 요인분석 및 신뢰도 분석 결과는 아래의 [표3-14]와 같다. 분석결과를 살펴보면, 요인1은 혁신활동에 관련된 문항들로 구성되어 혁신활동(공유치:.415~.693, 설명력:15.3%)이라 명명하였고, 요인2는 업무열정에 관련된 문항들로 구성되어 업무열정(공유치:.511~.709, 설명력:10.1%)이라 명명하였고, 요인3은 자기효능감에 관련된 문항들로 구성되어 자기효능감(공유치:.535~.683, 설명력:10.7%)이라 명명하였고, 요인4는 직무몰입에 관련된 문항들로 구성되어 직무몰입(공유치:.476~.731, 설명력:7.9%)이라 명명하였고, 요인5는 직무만족에 관련된 문항들로 구성되어 직무만족(공유치:.537~.735, 설명력:9.7%)이라 명명하였고, 요인6은 성취욕구에 관련된 문항들로 구성되어 성취욕구(공유치:.511~.582, 설명력:6.9%)라 명명하였다.

요인적재치는 모두 0.4이상으로 구성되었으며, 혁신활동, 업무열정, 자기효능감, 직무몰입, 직무만족, 성취욕구의 총 누적설명력이 60.5%이며, 신뢰도 검증결과 값은 .772~.907이므로 별무리 없이 수용되었다.

타당도 검토 결과 혁신활동에서 1-1-6문항(나는 새로운 아이디어의 리스크에 대해 별로 두려워하지 않는다), 직무몰입에서 1-4-1문항(내 생활에 일어나는 가장 중요한 일들은 현재 나의 직무와 연관이 있다), 1-4-2문항(나의 업무는 개인적인 성장과 발전을 할 수 있는 기회를 제공한다),

1-4-7문항(내가 수행하는 업무는 내 자신에게 성취감을 주고 있다),
1-4-8문항(나는 종종 회사에 나가고 싶지 않은 날이 있다), 성취욕구에서
1-6-5문항(나는 동료들 보다 업무를 더 잘 수행하려고 노력한다)은 단일
차원성 및 신뢰도를 저해하는 요인으로 나타나서 분석에서 총 6문항을 제
외하였다.



[표 3-14] 개인적 요인의 요인분석 및 신뢰도 분석

문항명	설문번호	요인1	요인2	요인3	요인4	요인5	요인6
혁신활동	1-1-1	.628	.122	.281	.414	.085	-.026
	1-1-2	.670	.120	.158	.319	.104	.022
	1-1-3	.692	.234	.113	.209	-.069	.186
	1-1-4	.745	.086	.092	.241	-.020	.222
	1-1-5	.521	.183	.264	.017	.067	.189
	1-1-7	.621	.260	.153	.052	.079	.117
	1-1-8	.620	-.075	.234	.000	.219	.144
	1-1-9	.654	.059	.357	-.017	.262	-.051
	1-1-10	.594	.091	.055	.039	.025	.344
	1-1-11	.787	.118	.006	-.006	.221	.102
	1-1-12	.723	.221	-.008	.030	.214	.142
업무열정	1-2-1	.200	.701	.191	.191	.082	.090
	1-2-2	.188	.761	.163	.139	.151	.162
	1-2-3	.103	.754	.149	.094	.172	.076
	1-2-4	.163	.595	.097	.219	.408	.153
	1-2-5	.146	.531	.210	-.035	.394	.084
	1-2-6	.260	.590	.105	.201	.310	.224
	1-2-7	.232	.412	.250	.365	.297	.340
자기효능감	1-3-1	.221	.233	.620	-.078	.198	.032
	1-3-2	.216	.213	.658	.094	.173	.075
	1-3-3	.121	.220	.666	.368	.102	-.059
	1-3-4	.105	.072	.751	.247	.056	.144
	1-3-5	.153	.179	.606	.023	.151	.448
	1-3-6	.176	.218	.588	.225	.218	.284
	1-3-7	.197	-.048	.530	.416	.234	.279
직무몰입	1-3-8	.186	.085	.529	.258	.244	.484
	1-4-3	.174	.324	.243	.585	-.020	.184
	1-4-4	.308	.183	.045	.491	.332	-.077
	1-4-5	.111	.183	.261	.704	.346	.039
	1-4-6	.083	.180	.129	.614	.258	.372
직무만족	1-4-9	.152	.084	.239	.474	.334	.161
	1-5-1	.121	.254	.133	.219	.754	.148
	1-5-2	.105	.210	.221	.280	.656	.271
	1-5-3	.172	.178	.187	.023	.610	.260
	1-5-4	.126	.288	.208	.076	.688	.096
성취욕구	1-6-1	.288	.115	.138	.251	.218	.534
	1-6-2	.288	.163	.127	.322	.232	.540
	1-6-3	.288	.284	.166	.036	.147	.550
	1-6-4	.366	.251	.249	-.004	.248	.511
고유값		5.97	3.93	4.19	3.06	3.77	2.69
변량(%)		15.30	10.07	10.74	7.85	9.66	6.89
총변량(%)		15.30	25.36	36.11	43.96	53.62	60.51
Cronbach's α		.907	.882	.885	.808	.854	.772

2) 조직적 요인의 요인분석 및 신뢰도 분석

조직적 요인의 요인분석 및 신뢰도 분석 결과는 아래의 [표3-15]와 같다. 분석결과를 살펴보면, 요인1은 고용안정성에 관련된 문항들로 구성되어 고용안정성(공유치:.495~.769, 설명력:24.7%)이라 명명하였고, 요인2는 조직몰입에 관련된 문항들로 구성되어 조직몰입(공유치:.572~.747, 설명력:24.2%)이라 명명하였고, 요인3은 조직충성도에 관련된 문항들로 구성되어 조직충성도(공유치:.568~.823, 설명력:17.8%)이라 명명하였다.

요인적재치는 모두 0.4이상으로 구성되었으며, 고용안정성, 조직몰입, 조직충성도의 총 누적설명력이 66.7%이며, 신뢰도 검증결과 값은 .880~.906 이므로 별무리 없이 수용되었다.

타당도 검토 결과 고용안정성에서 2-1-1문항(나는 현재 직급보다 더 낮은 직급으로 배치될 수 있다), 2-1-9문항(나는 나의 직무에 영향을 미칠 수 있는 사건(일)을 통제할 힘을 가지고 있다), 2-1-10문항(나는 나의 작업환경에 부정적인 영향을 미치는 것을 저지 할 수 있다), 2-1-11문항(나는 나에게 영향을 미칠 사건(일)을 통제할 수 있을 만큼 조직을 잘 이해한다), 2-1-12문항(나는 부서의 변화정책에 대응할 수 있는 능력이 있다), 2-1-13문항(내가 원한다면 나의 부서에서 내 직위를 지켜낼 수 있다), 조직충성도에서 2-3-5문항(나는 회사가 성장 발전을 위해서라면 어려운 일이라도 맡아서 할 것이다)은 단일차원성 및 신뢰도를 저해하는 요인으로 나타나서 분석에서 총 7문항을 제외하였다.

[표 3-15] 조직적 요인의 요인분석 및 신뢰도 분석

문항명	설문번호	요인1	요인2	요인3
고용안정성	2-1-2	.800	-.112	-.066
	2-1-3	.876	-.022	-.025
	2-1-4	.643	-.283	.040
	2-1-5	.699	-.007	-.194
	2-1-6	.771	-.143	-.199
	2-1-7	.772	-.034	-.086
	2-1-8	.744	-.012	-.091
조직몰입	2-2-1	-.065	.728	.323
	2-2-2	-.060	.823	.144
	2-2-3	-.186	.630	.375
	2-2-4	-.134	.781	.326
	2-2-5	-.093	.837	.195
	2-2-6	-.034	.781	.359
조직충성도	2-3-1	-.136	.391	.754
	2-3-2	-.137	.280	.838
	2-3-3	-.098	.354	.829
	2-3-4	-.138	.334	.661
고유값		4.19	4.11	3.03
변량(%)		24.65	24.17	17.83
총변량(%)		24.65	48.82	66.65
Cronbach's α		.885	.906	.880

3) 경영컨설팅인식의 요인분석 및 신뢰도 분석

경영컨설팅인식의 요인분석 및 신뢰도 분석 결과는 아래의 [표3-16]과 같다. 분석결과를 살펴보면, 요인1은 이해도에 관련된 문항들로 구성되어 이해도(공유치:.719~.810, 설명력:20.5%)라 명명하였고, 요인2는 신뢰도에 관련된 문항들로 구성되어 신뢰도(공유치:.513~.653, 설명력:16.1%)라 명명하였고, 요인3은 참여도에 관련된 문항들로 구성되어 참여도(공유치:.532~.567, 설명력:8.0%)라 명명하였고 요인4는 인지도에 관련된 문항들로 구성되어 인지도(공유치:.698~.805, 설명력:23.9%)라 명명하였다.

요인적재치는 모두 0.4이상으로 구성되었으며, 이해도, 신뢰도, 참여도, 인지도의 총 누적설명력이 68.5%이며, 신뢰도 검증결과 값은 .685~.898이므로 별무리 없이 수용되었다.

타당도 검토 결과 이해도에서 3-5문항(경영컨설팅을 받으면 기업가치 제고에 도움이 될 것이다), 3-6문항(경영컨설팅을 받으면 기업성과 측면에서 만족할 만한 결과물이 나올 것이다), 3-7문항(경영컨설팅을 받은 기업 중에 주위에서 성공한 사례를 본적이 있다), 3-8문항(경영컨설팅은 기업에 꼭 필요할 것 같다), 3-9문항(컨설팅회사는 컨설팅 시 알게 된 내부정보를 철저히 지켜준다고 생각한다), 3-10문항(컨설팅회사의 컨설팅트는 높은 문제해결 능력을 가지고 있을 것이다), 신뢰도에서 3-14문항(우리 회사는 주기적으로 자체 내부 경영 진단을 실시한다), 3-15문항(경영컨설팅은 객관적이고 공정하게 실시하고 그 내용을 진실하게 보고한다고 생각한다), 참여도에서 3-17문항(컨설팅비용이 조금 더 비싸더라도 신뢰할 만한 컨설팅 회사를 선택할 것이다), 3-19문항(컨설팅 하는 회사는 전략적이고 장기적인 입장에서 문제해결을 할 능력을 가지고 있어야 한다), 인지도에서 3-23문항(경영컨설팅 업체가 제안한 것은 꼭 따라야 할 것이다)은 단일차원성 및 신뢰도를 저해하는 요인으로 나타나서 분석에서 총 11문항을 제외하였다.

[표 3-16] 경영컨설팅인식의 요인분석 및 신뢰도 분석

문항명	설문번호	요인1	요인2	요인3	요인4
이해도	3-1	.836	.091	.072	.275
	3-2	.833	.173	.025	.294
	3-3	.811	.121	-.033	.253
	3-4	.759	.331	-.113	.145
신뢰도	3-11	-.035	.788	-.070	.160
	3-12	.252	.753	.041	.052
	3-13	.246	.656	-.034	.145
참여도	3-16	.026	.278	.692	.034
	3-18	.060	.216	.718	.021
	3-20	.216	.186	.594	.314
인지도	3-21	.194	.103	.289	.766
	3-22	.155	.073	.103	.811
	3-24	.242	.217	-.162	.804
	3-25	.311	.278	-.055	.762
	3-26	.236	.139	-.138	.843
고유값		3.08	2.42	1.20	3.58
변량(%)		20.51	16.11	7.99	23.86
총변량(%)		20.51	36.62	44.61	68.47
Cronbach's α		.889	.707	.685	.898

4) 상관분석

본 연구 변수들의 관련성을 살펴보기 위하여 Pearson 상관분석 결과는 아래의 [표3-17]과 같다. 분석결과를 살펴보면, 개인적 요인의 혁신활동은 경영컨설팅인식의 신뢰도($r=.180$, $p=.013$), 인지도($r=.199$, $p=.006$)에 정(+)의 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타났다.

개인적 요인의 업무열정은 경영컨설팅인식의 이해도($r=.253$, $p=.000$), 신뢰도($r=.236$, $p=.000$), 인지도($r=.357$, $p=.000$)에 정(+)의 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타났다.

개인적 요인의 자기효능감은 경영컨설팅인식의 이해도($r=.362$, $p=.000$), 신뢰도($r=.198$, $p=.006$), 인지도($r=.477$, $p=.000$)에 정(+)의 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타났다.

개인적 요인의 직무몰입은 경영컨설팅인식의 이해도($r=.386$, $p=.000$), 신뢰도($r=.313$, $p=.000$), 인지도($r=.513$, $p=.000$)에 정(+)의 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타났다.

개인적 요인의 직무만족은 경영컨설팅인식의 이해도($r=.361$, $p=.000$), 신뢰도($r=.309$, $p=.000$), 인지도($r=.298$, $p=.000$)에 정(+)의 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타났다.

개인적 요인의 성취욕구는 경영컨설팅인식의 이해도($r=.229$, $p=.002$), 신뢰도($r=.199$, $p=.006$), 인지도($r=.326$, $p=.000$)에 정(+)의 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타났다.

조직적 요인의 조직몰입은 경영컨설팅인식의 이해도($r=.326$, $p=.000$), 신뢰도($r=.250$, $p=.001$), 인지도($r=.324$, $p=.000$)에 정(+)의 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타났다.

조직적 요인의 조직충성도는 경영컨설팅인식의 이해도($r=.313$, $p=.000$), 신뢰도($r=.241$, $p=.001$), 인지도($r=.168$, $p=.021$)에 정(+)의 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타났다.

[표 3-17] 상관분석

	개인적 요인						조직적 요인			경영컨설팅인식			
	1.혁신활동	2.업무열정	3.자기 효능감	4.직무몰입	5.직무만족	6.성취욕구	7.고용 안정성	8.조직몰입	9.조직 충성도	10.이해도	11.신뢰도	12.참여도	13.인지도
1	1												
2	.536 (p=.000)	1											
3	.551 (p=.000)	.594 (p=.000)	1										
4	.505 (p=.000)	.638 (p=.000)	.638 (p=.000)	1									
5	.443 (p=.000)	.649 (p=.000)	.574 (p=.000)	.629 (p=.000)	1								
6	.635 (p=.000)	.620 (p=.000)	.624 (p=.000)	.593 (p=.000)	.576 (p=.000)	1							
7	-.151 (p=.038)	-.261 (p=.000)	-.213 (p=.003)	-.186 (p=.011)	-.223 (p=.002)	-.104 (p=.154)	1						
8	.338 (p=.000)	.513 (p=.000)	.478 (p=.000)	.548 (p=.000)	.546 (p=.000)	.433 (p=.000)	-.257 (p=.000)	1					
9	.216 (p=.003)	.449 (p=.000)	.388 (p=.000)	.429 (p=.000)	.511 (p=.000)	.402 (p=.000)	-.295 (p=.000)	.682 (p=.000)	1				
10	.111 (p=.127)	.253 (p=.000)	.362 (p=.000)	.386 (p=.000)	.361 (p=.000)	.229 (p=.002)	-.088 (p=.227)	.326 (p=.000)	.313 (p=.000)	1			
11	.180 (p=.013)	.236 (p=.000)	.198 (p=.006)	.313 (p=.000)	.309 (p=.000)	.199 (p=.006)	-.129 (p=.078)	.250 (p=.001)	.241 (p=.001)	.402 (p=.000)	1		
12	-.100 (p=.170)	.041 (p=.574)	.054 (p=.461)	.028 (p=.698)	.070 (p=.039)	.116 (p=.112)	.024 (p=.747)	.092 (p=.210)	.087 (p=.234)	.304 (p=.000)	.359 (p=.000)	1	
13	.199 (p=.006)	.357 (p=.000)	.477 (p=.000)	.513 (p=.000)	.298 (p=.000)	.326 (p=.000)	-.082 (p=.260)	.324 (p=.000)	.168 (p=.021)	.549 (p=.000)	.371 (p=.000)	.305 (p=.000)	1

4. 분석방법

수집된 자료는 SPSS(Statistical Package for Social Science) Ver 19.0 통계패키지 프로그램을 사용하여 전산통계 처리하였으며, 빈도분석, t-test, one-way ANOVA(일원변량 분산분석), 탐색적 요인분석, 신뢰도분석, Pearson 상관분석, 위계적 중다회귀분석을 실행하였다. 유의수준은 $p < .05$, $p < .01$, $p < .001$ 에서 검증하였다.

첫째, 조사대상자의 사회통계학적 특성을 측정하기 위해 응답수, 백분율(%), 평균, 표준편차와 같은 기술통계방법을 실시하였다.

둘째, 조사대상자의 사회통계학적 특성에 따른 개인적 요인, 조직적 요인, 경영컨설팅인식의 차이를 살펴보기 위해 t-test, one-way ANOVA를 실시하였다.

셋째, 변인에 대한 탐색적 요인분석을 실시하고, 측정변수의 내적 일관성 검사는 Cronbach' α 계수를 구한다.

넷째, 본 연구의 요인변수들의 관련성을 살펴보기 위하여 Pearson 상관분석을 실시하였다.

다섯째, 개인적 요인 및 조직적 요인이 경영컨설팅인식의 이해도, 신뢰도, 참여도, 인지도에 미치는 영향관계를 살펴보기 위해 위계적 중다회귀분석을 실시하였다.

제 4 장 연 구 결 과

제 1 절 사회통계학적 특성에 관한 연구결과

1. 조사대상자들의 일반적 특성

분석의 데이터로 활용된 조사대상자의 사회통계학적 특성을 나타낸 결과 아래의 [표4-1], [표4-2]와 같다. 빈도분석의 결과에 따라 조사대상자의 성별을 살펴본 결과, 남성은 76.7%, 여성은 23.3%로 나타났다.

연령에 대한 분포를 살펴본 결과, 20~29세는 10.1%, 30~39세는 25.4%, 40~49세는 49.7%로 가장 많았으며, 50세 이상은 14.8%로 나타났다.

최종학력에 대한 분포를 살펴본 결과, 고졸이하는 10.1%, 대학졸업(재학)이하는 73.5%로 가장 많았으며, 대학원(재학)이상은 16.4%로 나타났다.

소득에 대한 분포를 살펴본 결과, 100만원 이하는 .5%, 101만원~300만원 이하는 38.1%로 가장 많았으며, 301만원~500만원 이하는 30.7%, 501만원~700만원 이하는 22.8%, 701만원 이상은 7.9%로 나타났다.

직업에 대한 분포를 살펴본 결과, 회사원이 99.5%로 가장 많았으며, 기타는 .5%로 나타났다.

근무연수에 대한 분포를 살펴본 결과, 1~3년은 13.8%, 4~6년은 14.8%, 7~10년은 10.6%, 11~15년은 25.4%, 16년 이상은 35.4%로 가장 많은 것으로 나타났다.

직무에 대한 분포를 살펴본 결과, 마케팅부서는 21.2%, 관리부서(경영, 인사, 재무, 회계, 기획)는 55.6%로 가장 많았으며, 홍보부서는 1.1%, 연구, 기술(R&D, 선행개발)부서는 1.1%, 생산부서(생산기술, 품질)는 3.7%, 기타는 17.5%로 나타났다.

회사 직급에 대한 분포를 살펴본 결과, 대표는 .5%, 임원(경영진)급은 5.8%, 부장급은 13.8%, 차장급은 39.2%로 가장 많았으며, 과장급은 19.6%, 대리급은 21.2%로 나타났다.

회사 규모에 대한 분포를 살펴본 결과, 소기업은 16.9%, 중기업은 21.7%, 중견기업은 12.7%, 대기업은 39.7%로 가장 많았으며, 기타는 9.0%로 나타났다.

업종에 대한 분포를 살펴본 결과, 제조업이 40.7%로 가장 많았으며, 서비스업은 32.8%, 도소매업은 6.9%, 건설업은 3.7%, 수리 및 기타서비스업은 .5%, 부동산 및 임대업은 1.1%, 기타는 14.3%로 나타났다.

[표 4-1] 조사대상자의 일반적 특성1

구 분		빈 도(명)	비 율
성별	남성	145	76.7%
	여성	44	23.3%
연령	20~29세	19	10.1%
	30~39세	48	25.4%
	40~49세	94	49.7%
	50세 이상	28	14.8%
최종학력	고졸이하	19	10.1%
	대학졸업(재학)이하	139	73.5%
	대학원(재학)이상	31	16.4%
소득 (월 단위, 세금공제 전)	100만원 이하	1	.5%
	101만원~300만원 이하	72	38.1%
	301만원~500만원 이하	58	30.7%
	501만원~700만원 이하	43	22.8%
	701만원 이상	15	7.9%
직업	회사원(관리직/기술직/생산직 포함)	189	100%
	전문직(변호사, 의사, 회계사)	0	.0%
	개인사업자	0	.0%
	공무원	0	.0%
	학생	0	.0%
	주부	0	.0%
	기타	0	.0%
근무연수	1~3년	26	13.8%
	4~6년	28	14.8%
	7~10년	20	10.6%
	11~15년	48	25.4%
	16년 이상	67	35.4%

[표 4-2] 조사대상자의 일반적 특성2

구 분		빈 도(명)	비 율
직무	마케팅부서	40	21.2%
	관리부서(경영, 인사, 재무, 회계, 기획)	105	55.6%
	홍보부서	2	1.1%
	연구, 기술(R&D, 선행개발)부서	2	1.1%
	생산부서(생산기술, 품질)	7	3.7%
	기타	33	17.5%
회사 직급	임원(경영진)급	12	6.3%
	부장급	26	13.8%
	차장급	74	39.2%
	과장급	37	19.6%
	대리급	40	21.2%
회사 규모	소기업(제조업인 경우 종업원수가 50인 이하, 도소매·서비스업 10인 이하)	32	16.9%
	중기업(제조업인 경우 종업원 수가 51~300인 이하 또는 자본금이 80억원 이하, 도소매·서비스업인 경우 11~20인까지 또는 매출액 50~300억원)	41	21.7%
	중견기업(종업원 수가 301~999명이면서 매출액이 400억원 이상 1조원 미만)	24	12.7%
	대기업(종업원수가 1,000인 이상과 자산총액이 5,000억원 이상)	75	39.7%
	기타	17	9.0%
업종	제조업	77	40.7%
	서비스업	62	32.8%
	도소매업	13	6.9%
	건설업	7	3.7%
	숙박 및 음식업	0	.0%
	수리 및 기타서비스업	1	.5%
	부동산 및 임대업	2	1.1%
	농업 및 임업	0	.0%
	기타	27	14.3%
total		189	100.0%

2. 사회통계학적 특성에 따른 평균차이 분석결과

1) 사회통계학적 특성에 따른 개인적 요인

본 연구에서는 조사대상자의 사회통계학적 특성에 따라서 집단별로 구분하였을 경우 개인적 요인의 하위 구성요인인 혁신활동, 업무열정, 자기효능감, 직무몰입, 직무만족, 성취욕구가 어떠한 평균차이를 나타내고 있는가를 분석해 보고자 t-test, one-way ANOVA(일원변량 분산분석)를 실시하였다.

(1) 성별

조사대상자의 성별에 따라 개인적 요인이 어떠한 차이를 보이고 있는가를 t-test를 통해서 분석하고 있는 결과는 아래의 [표4-3]과 같다.

분석결과를 살펴보면, 성별에 따라 구분된 집단에 대한 혁신활동의 경우 t값이 2.830, 유의확률이 .005, 직무몰입의 경우 t값이 2.568, 유의확률이 .011, 성취욕구의 경우 t값이 2.082, 유의확률이 .039로 통계적으로 유의미한 평균차이를 나타냈으나, 업무열정의 경우 t값이 .235, 유의확률이 .814, 자기효능감의 경우 t값이 1.224, 유의확률이 .223, 직무만족의 경우 t값이 .936, 유의확률이 .351로 통계적으로 유의미한 평균차이가 나타나지 않았다.

평균차이가 검증되고 있는 혁신활동의 경우 남성이 여성보다 높은 평균값으로 나타났다.

직무몰입의 경우 남성이 여성보다 높은 평균값으로 나타났다.

성취욕구의 경우 남성이 여성보다 높은 평균값으로 나타났다.

[표 4-3] 성별에 따른 개인적 요인의 차이 분석결과

구 분		N	평균값	표준편차	t값	유의확률
혁신활동	남성	145	3.43	.55	2.830	.005
	여성	44	3.17	.52		
업무열정	남성	145	3.66	.54	.235	.814
	여성	44	3.64	.50		
자기효능감	남성	145	3.76	.49	1.224	.223
	여성	44	3.66	.38		
직무몰입	남성	145	3.90	.54	2.568	.011
	여성	44	3.67	.52		
직무만족	남성	145	3.77	.56	.936	.351
	여성	44	3.68	.58		
성취욕구	남성	145	3.57	.54	2.082	.039
	여성	44	3.38	.52		

(2) 연령

조사대상자의 연령에 따라 개인적 요인이 어떠한 차이를 보이고 있는가를 one-way ANOVA(일원변량 분산분석)를 통해서 분석하고 있는 결과는 아래의 [표4-4]와 같다.

분석결과를 살펴보면, 연령에 따라 구분된 집단에 대한 혁신활동의 경우 F값이 4.212, 유의확률이 .007로 통계적으로 유의미한 평균차이를 나타냈으나, 업무열정의 경우 F값이 .115, 유의확률이 .951, 자기효능감의 경우 F값이 2.259, 유의확률이 .083, 직무몰입의 경우 F값이 2.355, 유의확률이 .073, 직무만족의 경우 F값이 1.328, 유의확률이 .267, 성취욕구의 경우 F값이 1.184, 유의확률이 .317로 통계적으로 유의미한 평균차이가 나타나지 않았다.

평균차이가 검증되고 있는 혁신활동의 경우 50세 이상이 가장 높은 평균값을 나타내고 있었으며, 40~49세, 30~39세, 20~29세 순으로 평균값이 나타났다.

[표 4-4] 연령에 따른 개인적 요인의 차이 분석결과

구 분		N	평균값	표준편차	F값	유의확률
혁신활동	20~29세	19	3.09	.63	4.212	.007
	30~39세	48	3.32	.53		
	40~49세	94	3.37	.50		
	50세 이상	28	3.64	.63		
업무열정	20~29세	19	3.66	.63	.115	.951
	30~39세	48	3.65	.44		
	40~49세	94	3.64	.53		
	50세 이상	28	3.71	.60		
자기효능감	20~29세	19	3.71	.40	2.259	.083
	30~39세	48	3.59	.40		
	40~49세	94	3.79	.50		
	50세 이상	28	3.82	.49		
직무몰입	20~29세	19	3.59	.74	2.355	.073
	30~39세	48	3.78	.41		
	40~49세	94	3.91	.51		
	50세 이상	28	3.92	.64		
직무만족	20~29세	19	3.53	.58	1.328	.267
	30~39세	48	3.75	.47		
	40~49세	94	3.77	.57		
	50세 이상	28	3.85	.66		
성취욕구	20~29세	19	3.46	.63	1.184	.317
	30~39세	48	3.46	.48		
	40~49세	94	3.53	.55		
	50세 이상	28	3.69	.52		

(3) 최종학력

조사대상자의 최종학력에 따라 개인적 요인이 어떠한 차이를 보이고 있는가를 one-way ANOVA(일원변량 분산분석)를 통해서 분석하고 있는 결과는 아래의 [표4-5]와 같다.

분석결과를 살펴보면, 최종학력에 따라 구분된 집단에 대한 혁신활동의 경우 F값이 6.779, 유의확률이 .001, 업무열정의 경우 F값이 6.635, 유의확률이 .002, 자기효능감의 경우 F값이 5.755, 유의확률이 .004, 직무몰입의 경우 F값이 3.748, 유의확률이 .025, 성취욕구의 경우 F값이 6.390, 유의확률이 .002로 통계적으로 유의미한 평균차이를 나타냈으나, 직무만족의 경우 F값이 2.791, 유의확률이 .064로 통계적으로 유의미한 평균차이가 나타나지 않았다.

평균차이가 검증되고 있는 혁신활동의 경우 대학원(재학)이상이 가장 높은 평균값을 나타내고 있었으며, 대학졸업(재학)이하, 고졸이하 순으로 평균값이 나타났다.

업무열정의 경우 대학원(재학)이상이 가장 높은 평균값을 나타내고 있었으며, 대학졸업(재학)이하, 고졸이하 순으로 평균값이 나타났다.

자기효능감의 경우 대학원(재학)이상이 가장 높은 평균값을 나타내고 있었으며, 대학졸업(재학)이하, 고졸이하 순으로 평균값이 나타났다.

직무몰입의 경우 대학원(재학)이상이 가장 높은 평균값을 나타내고 있었으며, 대학졸업(재학)이하, 고졸이하 순으로 평균값이 나타났다.

성취욕구의 경우 대학원(재학)이상이 가장 높은 평균값을 나타내고 있었으며, 대학졸업(재학)이하, 고졸이하 순으로 평균값이 나타났다.

[표 4-5] 최종학력에 따른 개인적 요인의 차이 분석결과

구 분		N	평균값	표준편차	F값	유의확률
혁신활동	고졸이하	19	3.16	.52	6.779	.001
	대학졸업(재학)이하	139	3.33	.55		
	대학원(재학)이상	31	3.67	.49		
업무열정	고졸이하	19	3.38	.46	6.635	.002
	대학졸업(재학)이하	139	3.64	.54		
	대학원(재학)이상	31	3.91	.40		
자기효능감	고졸이하	19	3.41	.37	5.755	.004
	대학졸업(재학)이하	139	3.75	.48		
	대학원(재학)이상	31	3.85	.39		
직무몰입	고졸이하	19	3.60	.65	3.748	.025
	대학졸업(재학)이하	139	3.84	.54		
	대학원(재학)이상	31	4.03	.45		
직무만족	고졸이하	19	3.55	.60	2.791	.064
	대학졸업(재학)이하	139	3.74	.57		
	대학원(재학)이상	31	3.93	.47		
성취욕구	고졸이하	19	3.24	.47	6.390	.002
	대학졸업(재학)이하	139	3.51	.54		
	대학원(재학)이상	31	3.77	.47		

(4) 소득

조사대상자의 소득에 따라 개인적 요인이 어떠한 차이를 보이고 있는가를 one-way ANOVA(일원변량 분산분석)를 통해서 분석하고 있는 결과는 아래의 [표4-6]과 같다.

분석결과를 살펴보면, 소득에 따라 구분된 집단에 대한 혁신활동의 경우 F값이 4.670, 유의확률이 .010, 업무열정의 경우 F값이 3.329, 유의확률이 .038, 자기효능감의 경우 F값이 4.449, 유의확률이 .013, 직무몰입의 경우 F값이 10.831, 유의확률이 .000, 직무만족의 경우 F값이 6.050, 유의확률이 .003, 성취욕구의 경우 F값이 3.784, 유의확률이 .025로 모든 변수에서 통계적으로 유의미한 평균차이를 나타냈다.

평균차이가 검증되고 있는 혁신활동의 경우 501만원 이상이 가장 높은

평균값을 나타내고 있었으며, 301만원~500만원 이하, 300만원 이하 순으로 평균값이 나타났다.

업무열정의 경우 501만원 이상이 가장 높은 평균값을 나타내고 있었으며, 301만원~500만원 이하, 300만원 이하 순으로 평균값이 나타났다.

자기효능감의 경우 501만원 이상이 가장 높은 평균값을 나타내고 있었으며, 301만원~500만원 이하, 300만원 이하 순으로 평균값이 나타났다.

직무몰입의 경우 501만원 이상이 가장 높은 평균값을 나타내고 있었으며, 301만원~500만원 이하, 300만원 이하 순으로 평균값이 나타났다.

직무만족의 경우 501만원 이상이 가장 높은 평균값을 나타내고 있었으며, 301만원~500만원 이하, 300만원 이하 순으로 평균값이 나타났다.

성취욕구의 경우 501만원 이상이 가장 높은 평균값을 나타내고 있었으며, 301만원~500만원 이하, 300만원 이하 순으로 평균값이 나타났다.

[표 4-6] 소득에 따른 개인적 요인의 차이 분석결과

구 분		N	평균값	표준편차	F값	유의확률
혁신활동	300만원 이하	73	3.24	0.51	4.670	.010
	301만원~500만원 이하	58	3.37	0.54		
	501만원 이상	58	3.53	0.58		
업무열정	300만원 이하	73	3.53	0.51	3.329	.038
	301만원~500만원 이하	58	3.71	0.50		
	501만원 이상	58	3.75	0.55		
자기효능감	300만원 이하	73	3.61	0.43	4.449	.013
	301만원~500만원 이하	58	3.77	0.51		
	501만원 이상	58	3.85	0.45		
직무몰입	300만원 이하	73	3.66	0.57	10.831	.000
	301만원~500만원 이하	58	3.85	0.49		
	501만원 이상	58	4.09	0.47		
직무만족	300만원 이하	73	3.61	0.55	6.050	.003
	301만원~500만원 이하	58	3.74	0.54		
	501만원 이상	58	3.94	0.55		
성취욕구	300만원 이하	73	3.41	0.52	3.784	.025
	301만원~500만원 이하	58	3.54	0.48		
	501만원 이상	58	3.66	0.58		

(5) 근무연수

조사대상자의 근무연수에 따라 개인적 요인이 어떠한 차이를 보이고 있는가를 one-way ANOVA(일원변량 분산분석)를 통해서 분석하고 있는 결과는 아래의 [표4-7]과 같다. 근무연수에 따라 구분된 집단에 대한 혁신활동의 경우 F값이 .373, 유의확률이 .828, 업무열정의 경우 F값이 .241, 유의확률이 .915, 자기효능감의 경우 F값이 1.328, 유의확률이 .261, 직무몰입의 경우 F값이 1.117, 유의확률이 .350, 직무만족의 경우 F값이 .652, 유의확률이 .626, 성취욕구의 경우 F값이 .328, 유의확률이 .859로 나타내고 있어 모든 변수에서 통계적으로 유의미한 평균차이가 나타나지 않았다.



[표 4-7] 근무연수에 따른 개인적 요인의 차이 분석결과

구 분		N	평균값	표준편차	F값	유의확률
혁신활동	1~3년	26	3.32	.64	.373	.828
	4~6년	28	3.38	.49		
	7~10년	20	3.26	.47		
	11~15년	48	3.37	.57		
	16년 이상	67	3.42	.56		
업무열정	1~3년	26	3.75	.60	.241	.915
	4~6년	28	3.63	.48		
	7~10년	20	3.61	.39		
	11~15년	48	3.65	.50		
	16년 이상	67	3.65	.58		
자기효능감	1~3년	26	3.82	.49	1.328	.261
	4~6년	28	3.57	.41		
	7~10년	20	3.68	.42		
	11~15년	48	3.76	.52		
	16년 이상	67	3.77	.45		
직무몰입	1~3년	26	3.75	.76	1.117	.350
	4~6년	28	3.74	.48		
	7~10년	20	3.80	.36		
	11~15년	48	3.85	.55		
	16년 이상	67	3.95	.51		
직무만족	1~3년	26	3.72	.66	.652	.626
	4~6년	28	3.64	.50		
	7~10년	20	3.78	.40		
	11~15년	48	3.71	.46		
	16년 이상	67	3.83	.65		
성취욕구	1~3년	26	3.51	.59	.328	.859
	4~6년	28	3.55	.52		
	7~10년	20	3.43	.47		
	11~15년	48	3.51	.56		
	16년 이상	67	3.57	.55		

(6) 직무

조사대상자의 직무에 따라 개인적 요인이 어떠한 차이를 보이고 있는가를 one-way ANOVA(일원변량 분산분석)를 통해서 분석하고 있는 결과는 아래의 [표4-8]과 같다. 직무에 따라 구분된 집단에 대한 혁신활동의 경우 F값이 .312, 유의확률이 .732, 업무열정의 경우 F값이 .029, 유의확률이 .971, 자기효능감의 경우 F값이 .830, 유의확률이 .437, 직무몰입의 경우 F값이 .629, 유의확률이 .534 직무만족의 경우 F값이 .658, 유의확률이 .519, 성취욕구의 경우 F값이 .176, 유의확률이 .839로 나타나고 있어 모든 변수

에서 통계적으로 유의미한 평균차이가 나타나지 않았다.

[표 4-8] 직무에 따른 개인적 요인의 차이 분석결과

구 분		N	평균값	표준편차	F값	유의확률
혁신활동	마케팅/홍보부서	42	3.32	.59	.312	.732
	관리부서(경영, 인사, 재무, 회계, 기획)	105	3.40	.53		
	기타	42	3.36	.58		
업무열정	마케팅/홍보부서	42	3.65	.57	.029	.971
	관리부서(경영, 인사, 재무, 회계, 기획)	105	3.65	.53		
	기타	42	3.67	.50		
자기효능감	마케팅/홍보부서	42	3.77	.39	.830	.437
	관리부서(경영, 인사, 재무, 회계, 기획)	105	3.70	.51		
	기타	42	3.80	.45		
직무몰입	마케팅/홍보부서	42	3.93	.53	.629	.534
	관리부서(경영, 인사, 재무, 회계, 기획)	105	3.82	.56		
	기타	42	3.85	.51		
직무만족	마케팅/홍보부서	42	3.84	.61	.658	.519
	관리부서(경영, 인사, 재무, 회계, 기획)	105	3.73	.57		
	기타	42	3.73	.48		
성취욕구	마케팅/홍보부서	42	3.51	.56	.176	.839
	관리부서(경영, 인사, 재무, 회계, 기획)	105	3.52	.53		
	기타	42	3.57	.55		

(7) 회사 직급

조사대상자의 회사 직급에 따라 개인적 요인이 어떠한 차이를 보이고 있는가를 one-way ANOVA(일원변량 분산분석)를 통해서 분석하고 있는 결과는 아래의 [표4-9]와 같다.

분석결과를 살펴보면, 회사 직급에 따라 구분된 집단에 대한 혁신활동의 경우 F값이 4.245, 유의확률이 .003, 자기효능감의 경우 F값이 2.527, 유의확률이 .042, 직무몰입의 경우 F값이 2.547, 유의확률이 .041, 성취욕구의 경우 F값이 2.728, 유의확률이 .031로 통계적으로 유의미한 평균차이를 나타냈으나, 업무열정의 경우 F값이 2.126, 유의확률이 .079, 직무만족의 경우 F값이 1.320, 유의확률이 .264로 통계적으로 유의미한 평균차이가 나타나지 않았다.

평균차이가 검증되고 있는 혁신활동의 경우 부장급이 가장 높은 평균값을 나타내고 있었으며, 임원진 이상급, 과장급, 차장급, 대리급 순으로 평균값이 나타났다.

자기효능감의 경우 부장급이 가장 높은 평균값을 나타내고 있었으며, 임원진 이상급, 차장급, 대리급, 과장급 순으로 평균값이 나타났다.

직무몰입의 경우 부장급이 가장 높은 평균값을 나타내고 있었으며, 차장급, 임원진 이상급, 과장급, 대리급 순으로 평균값이 나타났다.

성취욕구의 경우 부장급이 가장 높은 평균값을 나타내고 있었으며, 임원진 이상급, 차장급, 대리급, 과장급 순으로 평균값이 나타났다.

[표 4-9] 회사 직급에 따른 개인적 요인의 차이 분석결과

구 분		N	평균값	표준편차	F값	유의확률
혁신활동	임원진 이상급	12	3.48	.58	4.245	.003
	부장급	26	3.70	.52		
	차장급	74	3.36	.53		
	과장급	37	3.37	.51		
	대리급	40	3.15	.57		
업무열정	임원진 이상급	12	3.60	.67	2.126	.079
	부장급	26	3.92	.45		
	차장급	74	3.58	.55		
	과장급	37	3.65	.43		
	대리급	40	3.64	.54		
자기효능감	임원진 이상급	12	3.90	.51	2.527	.042
	부장급	26	3.95	.48		
	차장급	74	3.72	.49		
	과장급	37	3.62	.48		
	대리급	40	3.69	.35		
직무몰입	임원진 이상급	12	3.82	.76	2.547	.041
	부장급	26	4.07	.56		
	차장급	74	3.91	.47		
	과장급	37	3.76	.56		
	대리급	40	3.69	.53		
직무만족	임원진 이상급	12	3.85	.73	1.320	.264
	부장급	26	3.91	.48		
	차장급	74	3.75	.59		
	과장급	37	3.76	.49		
	대리급	40	3.61	.56		
성취욕구	임원진 이상급	12	3.56	.68	2.728	.031
	부장급	26	3.83	.44		
	차장급	74	3.50	.53		
	과장급	37	3.40	.51		
	대리급	40	3.49	.55		

(8) 회사 규모

조사대상자의 회사 규모에 따라 개인적 요인이 어떠한 차이를 보이고 있는가를 one-way ANOVA(일원변량 분산분석)를 통해서 분석하고 있는 결과는 아래의 [표4-10]과 같다.

분석결과를 살펴보면, 회사 규모에 따라 구분된 집단에 대한 직무몰입의 경우 F값이 2.911, 유의확률이 .023, 직무만족의 경우 F값이 3.679, 유의확률이 .007, 성취욕구의 경우 F값이 2.792, 유의확률이 .028로 통계적으로 유의미한 평균차이를 나타냈으나, 혁신활동의 경우 F값이 1.524, 유의확률이 .197, 업무열정의 경우 F값이 2.189, 유의확률이 .072, 자기효능감의 경우 F값이 2.307, 유의확률이 .060으로 통계적으로 유의미한 평균차이가 나타나지 않았다.

평균차이가 검증되고 있는 직무몰입의 경우 대기업이 가장 높은 평균값을 나타내고 있었으며, 중견기업, 중기업, 소기업, 기타 순으로 평균값이 나타났다.

직무만족의 경우 중견기업이 가장 높은 평균값을 나타내고 있었으며, 대기업, 소기업, 중기업, 기타 순으로 평균값이 나타났다.

성취욕구의 경우 중견기업이 가장 높은 평균값을 나타내고 있었으며, 대기업, 중기업, 소기업, 기타 순으로 평균값이 나타났다.

[표 4-10] 회사 규모에 따른 개인적 요인의 차이 분석결과

구 분		N	평균값	표준편차	F값	유의확률
혁신활동	소기업	32	3.24	.51	1.524	.197
	중기업	41	3.36	.54		
	중견기업	24	3.60	.54		
	대기업	75	3.37	.60		
	기타	17	3.32	.41		
업무열정	소기업	32	3.62	.43	2.189	.072
	중기업	41	3.57	.53		
	중견기업	24	3.85	.50		
	대기업	75	3.71	.58		
	기타	17	3.42	.41		
자기효능감	소기업	32	3.67	.51	2.307	.060
	중기업	41	3.69	.49		
	중견기업	24	3.85	.51		
	대기업	75	3.81	.43		
	기타	17	3.49	.38		
직무몰입	소기업	32	3.73	.63	2.911	.023
	중기업	41	3.74	.55		
	중견기업	24	3.93	.60		
	대기업	75	3.99	.45		
	기타	17	3.64	.52		
직무만족	소기업	32	3.66	.50	3.679	.007
	중기업	41	3.62	.51		
	중견기업	24	3.97	.58		
	대기업	75	3.86	.60		
	기타	17	3.47	.41		
성취욕구	소기업	32	3.38	.55	2.792	.028
	중기업	41	3.49	.43		
	중견기업	24	3.75	.58		
	대기업	75	3.59	.59		
	기타	17	3.31	.30		

(9) 업종

조사대상자의 업종에 따라 개인적 요인이 어떠한 차이를 보이고 있는가를 one-way ANOVA(일원변량 분산분석)를 통해서 분석하고 있는 결과는 아래의 [표4-11]과 같다.

업종에 따라 구분된 집단에 대한 혁신활동의 경우 F값이 1.116, 유의확률이 .344, 업무열정의 경우 F값이 .287, 유의확률이 .835, 자기효능감의 경우 F값이 .119, 유의확률이 .949, 직무몰입의 경우 F값이 1.441, 유의확률이 .232, 직무만족의 경우 F값이 .387, 유의확률이 .762, 성취욕구의 경우 F값이 .489, 유의확률이 .691로 나타나고 있어 모든 변수에서 통계적으로 유의미한 평균차이가 나타나지 않았다.

[표 4-11] 업종에 따른 개인적 요인의 차이 분석결과

구 분		N	평균값	표준편차	F값	유의확률
혁신활동	제조업	77	3.44	.52	1.116	.344
	서비스업	62	3.38	.57		
	도소매업	13	3.22	.57		
	기타	37	3.27	.58		
업무열정	제조업	77	3.67	.49	.287	.835
	서비스업	62	3.65	.59		
	도소매업	13	3.54	.54		
	기타	37	3.69	.50		
자기효능감	제조업	77	3.72	.46	.119	.949
	서비스업	62	3.73	.44		
	도소매업	13	3.70	.70		
	기타	37	3.77	.46		
직무몰입	제조업	77	3.89	.54	1.441	.232
	서비스업	62	3.87	.50		
	도소매업	13	3.55	.84		
	기타	37	3.84	.47		
직무만족	제조업	77	3.79	.51	.387	.762
	서비스업	62	3.77	.65		
	도소매업	13	3.65	.79		
	기타	37	3.69	.42		
성취욕구	제조업	77	3.56	.48	.489	.691
	서비스업	62	3.50	.60		
	도소매업	13	3.38	.66		
	기타	37	3.57	.54		

2) 사회통계학적 특성에 따른 조직적 요인

본 연구에서는 조사대상자의 사회통계학적 특성에 따라서 집단별로 구분하였을 경우 조직적 요인의 하위 구성요인인 고용안정성, 조직몰입, 조직충성도가 어떠한 평균차이를 나타내고 있는가를 분석해 보고자 t-test, one-way ANOVA(일원변량 분산분석)를 실시하였다.

(1) 성별

조사대상자의 성별에 따라 조직적 요인이 어떠한 차이를 보이고 있는가를 t-test를 통해서 분석하고 있는 결과는 아래의 [표4-12]와 같다.

분석결과를 살펴보면, 성별에 따라 구분된 집단에 대한 고용안정성의 경우 t값이 .496, 유의확률이 .622, 조직몰입의 경우 t값이 1.408, 유의확률이 .161, 조직충성도의 경우 t값이 .689, 유의확률이 .492로 나타내고 있어 모든 변수에서 통계적으로 유의미한 평균차이가 나타나지 않았다.

[표 4-12] 성별에 따른 조직적 요인의 차이 분석결과

구 분		N	평균값	표준편차	t값	유의확률
고용안정성	남성	145	2.67	.65	.496	.622
	여성	44	2.61	.79		
조직몰입	남성	145	3.73	.62	1.408	.161
	여성	44	3.58	.60		
조직충성도	남성	145	3.54	.65	.689	.492
	여성	44	3.46	.79		

(2) 연령

조사대상자의 연령에 따라 조직적 요인이 어떠한 차이를 보이고 있는가를 one-way ANOVA(일원변량 분산분석)를 통해서 분석하고 있는 결과는 아래의 [표4-13]와 같다.

분석결과를 살펴보면, 연령에 따라 구분된 집단에 대한 고용안정성의 경우 F값이 4.804, 유의확률이 .003으로 통계적으로 유의미한 평균차이를 나타냈으나, 조직몰입의 경우 F값이 .661, 유의확률이 .577, 조직충성도의 경우 F값이 .577, 유의확률이 .631로 통계적으로 유의미한 평균차이가 나타나지 않았다.

평균차이가 검증되고 있는 고용안정성의 경우 50세 이상이 가장 높은 평균값을 나타내고 있었으며, 40~49세, 30~39세, 20~29세 순으로 평균값이 나타났다.

[표 4-13] 연령에 따른 조직적 요인의 차이 분석결과

구 분		N	평균값	표준편차	F값	유의확률
고용안정성	20~29세	19	2.33	.81	4.804	.003
	30~39세	48	2.59	.68		
	40~49세	94	2.65	.62		
	50세 이상	28	3.04	.66		
조직몰입	20~29세	19	3.68	.83	.661	.577
	30~39세	48	3.60	.50		
	40~49세	94	3.73	.67		
	50세 이상	28	3.78	.46		
조직충성도	20~29세	19	3.51	.92	.577	.631
	30~39세	48	3.46	.61		
	40~49세	94	3.59	.66		
	50세 이상	28	3.43	.71		

(3) 최종학력

조사대상자의 최종학력에 따라 조직적 요인이 어떠한 차이를 보이고 있는가를 one-way ANOVA(일원변량 분산분석)를 통해서 분석하고 있는 결과는 아래의 [표4-14]와 같다.

분석결과를 살펴보면, 최종학력에 따라 구분된 집단에 대한 고용안정성의 경우 F값이 .841, 유의확률이 .433, 조직몰입의 경우 F값이 1.077, 유의확률이 .343, 조직충성도의 경우 F값이 .382, 유의확률이 .683로 나타나고 있어 모든 변수에서 통계적으로 유의미한 평균차이가 나타나지 않았다.

[표 4-14] 최종학력에 따른 조직적 요인의 차이 분석결과

구 분		N	평균값	표준편차	F값	유의확률
고용안정성	고졸이하	19	2.84	.38	.841	.433
	대학졸업(재학)이하	139	2.65	.72		
	대학원(재학)이상	31	2.59	.63		
조직몰입	고졸이하	19	3.59	.57	1.077	.343
	대학졸업(재학)이하	139	3.68	.65		
	대학원(재학)이상	31	3.83	.47		
조직충성도	고졸이하	19	3.39	.67	.382	.683
	대학졸업(재학)이하	139	3.53	.68		
	대학원(재학)이상	31	3.56	.70		

(4) 소득

조사대상자의 소득에 따라 조직적 요인이 어떠한 차이를 보이고 있는가를 one-way ANOVA(일원변량 분산분석)를 통해서 분석하고 있는 결과는 아래의 [표4-15]와 같다.

분석결과를 살펴보면, 소득에 따라 구분된 집단에 대한 조직충성도의 경우 F값이 4.735, 유의확률이 .010으로 통계적으로 유의미한 평균차이를 나타냈으나, 고용안정성의 경우 F값이 .904, 유의확률이 .407, 조직몰입의 경우 F값이 2.554, 유의확률이 .081로 통계적으로 유의미한 평균차이가 나타나지 않았다.

평균차이가 검증되고 있는 조직충성도의 경우 501만원 이상이 가장 높은 평균값을 나타내고 있었으며, 301만원~500만원 이하, 300만원 이하 순으로 평균값이 나타났다.

[표 4-15] 소득에 따른 조직적 요인의 차이 분석결과

구 분		N	평균값	표준편차	F값	유의확률
고용안정성	300만원 이하	73	2.58	.70	.904	.407
	301만원~500만원 이하	58	2.73	.68		
	501만원 이상	58	2.69	.66		
조직몰입	300만원 이하	73	3.61	.63	2.554	.081
	301만원~500만원 이하	58	3.66	.57		
	501만원 이상	58	3.85	.64		
조직충성도	300만원 이하	73	3.40	.73	4.735	.010
	301만원~500만원 이하	58	3.45	.56		
	501만원 이상	58	3.75	.70		

(5) 근무연수

조사대상자의 근무연수에 따라 조직적 요인이 어떠한 차이를 보이고 있는가를 one-way ANOVA(일원변량 분산분석)를 통해서 분석하고 있는 결과는 아래의 [표4-16]와 같다.

분석결과를 살펴보면, 근무연수에 따라 구분된 집단에 대한 고용안정성의 경우 F값이 1.144, 유의확률이 .337, 조직몰입의 경우 F값이 1.902, 유의확률이 .112, 조직충성도의 경우 F값이 2.229, 유의확률이 .068로 나타나고 있어 모든 변수에서 통계적으로 유의미한 평균차이가 나타나지 않았다.

[표 4-16] 근무연수에 따른 조직적 요인의 차이 분석결과

구 분		N	평균값	표준편차	F값	유의확률
고용안정성	1~3년	26	2.49	.62	1.144	.337
	4~6년	28	2.77	.76		
	7~10년	20	2.49	.81		
	11~15년	48	2.65	.60		
	16년 이상	67	2.74	.68		
조직몰입	1~3년	26	3.56	.67	1.902	.112
	4~6년	28	3.47	.61		
	7~10년	20	3.73	.48		
	11~15년	48	3.75	.59		
	16년 이상	67	3.81	.65		
조직충성도	1~3년	26	3.30	.82	2.229	.068
	4~6년	28	3.29	.58		
	7~10년	20	3.65	.58		
	11~15년	48	3.61	.56		
	16년 이상	67	3.61	.75		

(6) 직무

조사대상자의 직무에 따라 조직적 요인이 어떠한 차이를 보이고 있는가를 one-way ANOVA(일원변량 분산분석)를 통해서 분석하고 있는 결과는 아래의 [표4-17]와 같다.

분석결과를 살펴보면, 직무에 따라 구분된 집단에 대한 조직충성도의 경우 F값이 9.767, 유의확률이 .000으로 통계적으로 유의미한 평균차이를 나타냈으나, 고용안정성의 경우 F값이 1.236, 유의확률이 .293, 조직몰입의 경우 F값이 .502, 유의확률이 .606으로 통계적으로 유의미한 평균차이가 나타나지 않았다.

평균차이가 검증되고 있는 조직충성도의 경우 기타가 가장 높은 평균값을 나타내고 있었으며, 마케팅/홍보부서, 관리부서(경영, 인사, 재무, 회계, 기획) 순으로 평균값이 나타났다.

[표 4-17] 직무에 따른 조직적 요인의 차이 분석결과

구 분		N	평균값	표준편차	F값	유의확률
고용안정성	마케팅/홍보부서	42	2.79	.62	1.236	.293
	관리부서(경영, 인사, 재무, 회계, 기획)	105	2.65	.71		
	기타	42	2.55	.66		
조직몰입	마케팅/홍보부서	42	3.73	.70	.502	.606
	관리부서(경영, 인사, 재무, 회계, 기획)	105	3.66	.61		
	기타	42	3.76	.58		
조직충성도	마케팅/홍보부서	42	3.72	.82	9.767	.000
	관리부서(경영, 인사, 재무, 회계, 기획)	105	3.34	.61		
	기타	42	3.79	.56		

(7) 회사 직급

조사대상자의 회사 직급에 따라 조직적 요인이 어떠한 차이를 보이고 있는가를 one-way ANOVA(일원변량 분산분석)를 통해서 분석하고 있는 결과는 아래의 [표4-18]와 같다.

분석결과를 살펴보면, 회사 직급에 따라 구분된 집단에 대한 고용안정성의 경우 F값이 3.678, 유의확률이 .007로 통계적으로 유의미한 평균차이를 나타냈으나, 조직몰입의 경우 F값이 .638, 유의확률이 .636, 조직충성도의 경우 F값이 1.460, 유의확률이 .216으로 통계적으로 유의미한 평균차이가 나타나지 않았다.

평균차이가 검증되고 있는 고용안정성의 경우 부장급이 가장 높은 평균값을 나타내고 있었으며, 임원진 이상급, 차장급과 대리급, 과장급 순으로 평균값이 나타났다.

[표 4-18] 회사 직급에 따른 조직적 요인의 차이 분석결과

구 분		N	평균값	표준편차	F값	유의확률
고용안정성	임원진 이상급	12	2.80	.60	3.678	.007
	부장급	26	3.06	.68		
	차장급	74	2.63	.62		
	과장급	37	2.43	.67		
	대리급	40	2.63	.73		
조직몰입	임원진 이상급	12	3.56	.58	.638	.636
	부장급	26	3.84	.56		
	차장급	74	3.71	.61		
	과장급	37	3.71	.71		
	대리급	40	3.63	.62		
조직충성도	임원진 이상급	12	3.08	.79	1.460	.216
	부장급	26	3.60	.50		
	차장급	74	3.58	.67		
	과장급	37	3.53	.69		
	대리급	40	3.50	.75		

(8) 회사 규모

조사대상자의 회사 규모에 따라 조직적 요인이 어떠한 차이를 보이고 있는가를 one-way ANOVA(일원변량 분산분석)를 통해서 분석하고 있는 결과는 아래의 [표4-19]와 같다.

분석결과를 살펴보면, 회사 규모에 따라 구분된 집단에 대한 조직몰입의 경우 F값이 3.411, 유의확률이 .010, 조직충성도의 경우 F값이 10.412, 유의확률이 .000으로 통계적으로 유의미한 평균차이를 나타냈으나, 고용안정성의 경우 F값이 .755, 유의확률이 .556으로 통계적으로 유의미한 평균차이가 나타나지 않았다.

평균차이가 검증되고 있는 조직몰입의 경우 기타가 가장 높은 평균값을 나타내고 있었으며, 대기업, 중견기업, 소기업, 중소기업 순으로 평균값이 나타났다.

조직충성도의 경우 대기업이 가장 높은 평균값을 나타내고 있었으며, 중견기업, 기타, 중소기업, 소기업 순으로 평균값이 나타났다.

[표 4-19] 회사 규모에 따른 조직적 요인의 차이 분석결과

구 분		N	평균값	표준편차	F값	유의확률
고용안정성	소기업	32	2.80	.69	.755	.556
	중기업	41	2.58	.71		
	중견기업	24	2.64	.81		
	대기업	75	2.62	.65		
	기타	17	2.80	.50		
조직몰입	소기업	32	3.50	.69	3.411	.010
	중기업	41	3.49	.52		
	중견기업	24	3.78	.60		
	대기업	75	3.83	.66		
	기타	17	3.87	.24		
조직충성도	소기업	32	3.13	.59	10.412	.000
	중기업	41	3.26	.57		
	중견기업	24	3.64	.66		
	대기업	75	3.84	.69		
	기타	17	3.34	.43		

(9) 업종

조사대상자의 업종에 따라 조직적 요인이 어떠한 차이를 보이고 있는가를 one-way ANOVA(일원변량 분산분석)를 통해서 분석하고 있는 결과는 아래의 [표4-20]와 같다.

분석결과를 살펴보면, 업종에 따라 구분된 집단에 대한 조직몰입의 경우 F값이 3.656, 유의확률이 .014, 조직충성도의 경우 F값이 6.144, 유의확률이 .001로 통계적으로 유의미한 평균차이를 나타냈으나, 고용안정성의 경우 F값이 .795, 유의확률이 .498로 통계적으로 유의미한 평균차이가 나타나지 않았다.

평균차이가 검증되고 있는 조직몰입의 경우 서비스업이 가장 높은 평균값을 나타내고 있었으며, 기타, 제조업, 도소매업 순으로 평균값이 나타났다.

조직충성도의 경우 서비스업이 가장 높은 평균값을 나타내고 있었으며, 기타, 제조업, 도소매업 순으로 평균값이 나타났다.

[표 4-20] 업종에 따른 조직적 요인의 차이 분석결과

구 분		N	평균값	표준편차	F값	유의확률
고용안정성	제조업	77	2.64	.72	.795	.498
	서비스업	62	2.59	.62		
	도소매업	13	2.77	.73		
	기타	37	2.79	.67		
조직몰입	제조업	77	3.69	.60	3.656	.014
	서비스업	62	3.82	.56		
	도소매업	13	3.21	.66		
	기타	37	3.70	.68		
조직충성도	제조업	77	3.41	.62	6.144	.001
	서비스업	62	3.73	.65		
	도소매업	13	2.96	.68		
	기타	37	3.61	.73		

3) 사회통계학적 특성에 따른 경영컨설팅인식

본 연구에서는 조사대상자의 사회통계학적 특성에 따라서 집단별로 구분하였을 경우 경영컨설팅인식의 하위 구성요인인 이해도, 신뢰도, 참여도, 인지도가 어떠한 평균차이를 나타내고 있는가를 분석해 보고자 t-test, one-way ANOVA(일원변량 분산분석)를 실시하였다.

(1) 성별

조사대상자의 성별에 따라 경영컨설팅인식이 어떠한 차이를 보이고 있는가를 t-test를 통해서 분석하고 있는 결과는 아래의 [표4-21]와 같다.

분석결과를 살펴보면, 성별에 따라 구분된 집단에 대한 이해도의 경우 t값이 .402, 유의확률이 .688, 신뢰도의 경우 t값이 1.037, 유의확률이 .301, 참여도의 경우 t값이 -1.882, 유의확률이 .061, 인지도의 경우 t값이 .363, 유의확률이 .717로 나타내고 있어 모든 변수에서 통계적으로 유의미한 평균차이가 나타나지 않았다.

[표 4-21] 성별에 따른 경영컨설팅인식의 차이 분석결과

구 분		N	평균값	표준편차	t값	유의확률
이해도	남성	145	3.77	.56	.402	.688
	여성	44	3.73	.51		
신뢰도	남성	145	3.42	.66	1.037	.301
	여성	44	3.31	.52		
참여도	남성	145	3.30	.53	-1.882	.061
	여성	44	3.48	.56		
인지도	남성	145	3.98	.65	.363	.717
	여성	44	3.95	.55		

(2) 연령

조사대상자의 연령에 따라 경영컨설팅인식이 어떠한 차이를 보이고 있는가를 one-way ANOVA(일원변량 분산분석)를 통해서 분석하고 있는 결과는 아래의 [표4-22]와 같다.

분석결과를 살펴보면, 연령에 따라 구분된 집단에 대한 이해도의 경우 F값이 .533, 유의확률이 .660, 신뢰도의 경우 F값이 1.260, 유의확률이 .289, 참여도의 경우 F값이 1.733, 유의확률이 .162, 인지도의 경우 F값이 .690, 유의확률이 .559로 나타나고 있어 모든 변수에서 통계적으로 유의미한 평균차이가 나타나지 않았다.

[표 4-22] 연령에 따른 경영컨설팅인식의 차이 분석결과

구 분		N	평균값	표준편차	F값	유의확률
이해도	20~29세	19	3.67	.60	.533	.660
	30~39세	48	3.74	.45		
	40~49세	94	3.75	.61		
	50세 이상	28	3.87	.49		
신뢰도	20~29세	19	3.18	.46	1.260	.289
	30~39세	48	3.38	.60		
	40~49세	94	3.41	.68		
	50세 이상	28	3.54	.58		
참여도	20~29세	19	3.54	.76	1.733	.162
	30~39세	48	3.42	.57		
	40~49세	94	3.27	.49		
	50세 이상	28	3.32	.43		
인지도	20~29세	19	4.07	.54	.690	.559
	30~39세	48	3.89	.61		
	40~49세	94	3.97	.65		
	50세 이상	28	4.08	.66		

(3) 최종학력

조사대상자의 최종학력에 따라 경영컨설팅인식이 어떠한 차이를 보이고 있는가를 one-way ANOVA(일원변량 분산분석)를 통해서 분석하고 있는 결과는 아래의 [표4-23]와 같다.

분석결과를 살펴보면, 최종학력에 따라 구분된 집단에 대한 인지도의 경우 F값이 6.000, 유의확률이 .003으로 통계적으로 유의미한 평균차이를 나타냈으나, 이해도의 경우 F값이 2.067, 유의확률이 .129, 신뢰도의 경우 F값이 1.995, 유의확률이 .139, 참여도의 경우 F값이 .620 유의확률이 .539로 통계적으로 유의미한 평균차이가 나타나지 않았다.

평균차이가 검증되고 있는 인지도의 경우 대학원(재학)이상이 가장 높은 평균값을 나타내고 있었으며, 대학졸업(재학)이하, 고졸이하 순으로 평균값이 나타났다.

[표 4-23] 최종학력에 따른 경영컨설팅인식의 차이 분석결과

구 분		N	평균값	표준편차	F값	유의확률
이해도	고졸이하	19	3.53	.67	2.067	.129
	대학졸업(재학)이하	139	3.77	.56		
	대학원(재학)이상	31	3.84	.37		
신뢰도	고졸이하	19	3.37	.59	1.995	.139
	대학졸업(재학)이하	139	3.35	.64		
	대학원(재학)이상	31	3.60	.59		
참여도	고졸이하	19	3.35	.34	.620	.539
	대학졸업(재학)이하	139	3.32	.57		
	대학원(재학)이상	31	3.44	.48		
인지도	고졸이하	19	3.64	.63	6.000	.003
	대학졸업(재학)이하	139	3.96	.62		
	대학원(재학)이상	31	4.25	.56		

(4) 소득

조사대상자의 소득에 따라 경영컨설팅인식이 어떠한 차이를 보이고 있는가를 one-way ANOVA(일원변량 분산분석)를 통해서 분석하고 있는 결과는 아래의 [표4-24]와 같다.

분석결과를 살펴보면, 소득에 따라 구분된 집단에 대한 이해도의 경우 F값이 4.769, 유의확률이 .010, 신뢰도의 경우 F값이 10.526, 유의확률이 .000, 인지도의 경우 F값이 7.495, 유의확률이 .001로 통계적으로 유의미한 평균차이를 나타냈으나, 참여도의 경우 F값이 .956, 유의확률이 .386으로 통계적으로 유의미한 평균차이가 나타나지 않았다.

평균차이가 검증되고 있는 이해도의 경우 501만원 이상이 가장 높은 평균값을 나타내고 있었으며, 301만원~500만원 이하, 300만원 이하 순으로 평균값이 나타났다.

신뢰도의 경우 501만원 이상이 가장 높은 평균값을 나타내고 있었으며, 301만원~500만원 이하, 300만원 이하 순으로 평균값이 나타났다.

인지도의 경우 501만원 이상이 가장 높은 평균값을 나타내고 있었으며, 301만원~500만원 이하, 300만원 이하 순으로 평균값이 나타났다.

[표 4-24] 소득에 따른 경영컨설팅인식의 차이 분석결과

구 분		N	평균값	표준편차	F값	유의확률
이해도	300만원 이하	73	3.61	.54	4.769	.010
	301만원 ~500만원 이하	58	3.82	.55		
	501만원 이상	58	3.88	.53		
신뢰도	300만원 이하	73	3.24	.58	10.526	.000
	301만원 ~500만원 이하	58	3.30	.56		
	501만원 이상	58	3.70	.66		
참여도	300만원 이하	73	3.41	.58	.956	.386
	301만원 ~500만원 이하	58	3.32	.50		
	501만원 이상	58	3.29	.52		
인지도	300만원 이하	73	3.78	.59	7.495	.001
	301만원 ~500만원 이하	58	4.00	.67		
	501만원 이상	58	4.20	.57		

(5) 근무연수

조사대상자의 근무연수에 따라 경영컨설팅인식이 어떠한 차이를 보이고 있는가를 one-way ANOVA(일원변량 분산분석)를 통해서 분석하고 있는 결과는 아래의 [표4-25]와 같다.

분석결과를 살펴보면, 근무연수에 따라 구분된 집단에 대한 이해도의 경우 F값이 .311, 유의확률이 .870, 신뢰도의 경우 F값이 2.069, 유의확률이 .087, 참여도의 경우 F값이 1.090, 유의확률이 .363, 인지도의 경우 F값이 .952, 유의확률이 .435로 나타나고 있어 모든 변수에서 통계적으로 유의미한 평균차이가 나타나지 않았다.

[표 4-25] 근무연수에 따른 경영컨설팅인식의 차이 분석결과

구 분		N	평균값	표준편차	F값	유의확률
이해도	1~3년	26	3.70	.50	.311	.870
	4~6년	28	3.71	.50		
	7~10년	20	3.73	.60		
	11~15년	48	3.82	.61		
	16년 이상	67	3.76	.54		
신뢰도	1~3년	26	3.13	.47	2.069	.087
	4~6년	28	3.37	.60		
	7~10년	20	3.27	.54		
	11~15년	48	3.47	.69		
	16년 이상	67	3.50	.66		
참여도	1~3년	26	3.41	.65	1.090	.363
	4~6년	28	3.31	.54		
	7~10년	20	3.38	.58		
	11~15년	48	3.44	.56		
	16년 이상	67	3.25	.47		
인지도	1~3년	26	4.09	.56	.952	.435
	4~6년	28	3.79	.57		
	7~10년	20	3.91	.69		
	11~15년	48	4.03	.71		
	16년 이상	67	3.99	.60		

(6) 직무

조사대상자의 직무에 따라 경영컨설팅인식이 어떠한 차이를 보이고 있는가를 one-way ANOVA(일원변량 분산분석)를 통해서 분석하고 있는 결과는 아래의 [표4-26]와 같다.

분석결과를 살펴보면, 직무에 따라 구분된 집단에 대한 이해도의 경우 F값이 1.052, 유의확률이 .351, 신뢰도의 경우 F값이 2.291, 유의확률이 .104, 참여도의 경우 F값이 1.445, 유의확률이 .238, 인지도의 경우 F값이 .379, 유의확률이 .685로 나타내고 있어 모든 변수에서 통계적으로 유의미한 평균차이가 나타나지 않았다.

[표 4-26] 직무에 따른 경영컨설팅인식의 차이 분석결과

구 분		N	평균값	표준편차	F값	유의확률
이해도	마케팅/홍보부서	42	3.83	.63	1.052	.351
	관리부서(경영, 인사, 재무, 회계, 기획)	105	3.70	.49		
	기타	42	3.82	.62		
신뢰도	마케팅/홍보부서	42	3.57	.73	2.291	.104
	관리부서(경영, 인사, 재무, 회계, 기획)	105	3.33	.58		
	기타	42	3.40	.62		
참여도	마케팅/홍보부서	42	3.25	.57	1.445	.238
	관리부서(경영, 인사, 재무, 회계, 기획)	105	3.34	.49		
	기타	42	3.45	.62		
인지도	마케팅/홍보부서	42	4.00	.62	.379	.685
	관리부서(경영, 인사, 재무, 회계, 기획)	105	3.94	.63		
	기타	42	4.03	.66		

(7) 회사 직급

조사대상자의 회사 직급에 따라 경영컨설팅인식이 어떠한 차이를 보이고 있는가를 one-way ANOVA(일원변량 분산분석)를 통해서 분석하고 있는 결과는 아래의 [표4-27]와 같다.

분석결과를 살펴보면, 회사 직급에 따라 구분된 집단에 대한 참여도의 경우 F값이 2.515, 유의확률이 .043로 통계적으로 유의미한 평균차이를 나타냈으나, 이해도의 경우 F값이 1.679, 유의확률이 .157, 신뢰도의 경우 F값이 .734, 유의확률이 .570, 인지도의 경우 F값이 1.863, 유의확률이 .119로 통계적으로 유의미한 평균차이가 나타나지 않았다.

평균차이가 검증되고 있는 참여도의 경우 대리급이 가장 높은 평균값을 나타내고 있었으며, 임원진 이상급, 부장급, 차장급, 과장급 순으로 평균값이 나타났다.

[표 4-27] 회사 직급에 따른 경영컨설팅인식의 차이 분석결과

구 분		N	평균값	표준편차	F값	유의확률
이해도	임원진 이상급	12	3.65	.47	1.679	.157
	부장급	26	3.85	.60		
	차장급	74	3.80	.56		
	과장급	37	3.57	.55		
	대리급	40	3.83	.49		
신뢰도	임원진 이상급	12	3.19	.54	.734	.570
	부장급	26	3.46	.72		
	차장급	74	3.46	.65		
	과장급	37	3.35	.72		
	대리급	40	3.33	.46		
참여도	임원진 이상급	12	3.36	.54	2.515	.043
	부장급	26	3.29	.49		
	차장급	74	3.28	.48		
	과장급	37	3.24	.52		
	대리급	40	3.58	.64		
인지도	임원진 이상급	12	3.93	.50	1.863	.119
	부장급	26	4.22	.71		
	차장급	74	3.96	.63		
	과장급	37	3.79	.68		
	대리급	40	4.02	.52		

(8) 회사 규모

조사대상자의 회사 규모에 따라 경영컨설팅인식이 어떠한 차이를 보이고 있는가를 one-way ANOVA(일원변량 분산분석)를 통해서 분석하고 있는 결과는 아래의 [표4-28]와 같다.

분석결과를 살펴보면, 회사 규모에 따라 구분된 집단에 대한 이해도의 경우 F값이 3.979, 유의확률이 .004, 신뢰도의 경우 F값이 3.946, 유의확률이 .004, 인지도의 경우 F값이 6.813, 유의확률이 .000으로 통계적으로 유의미한 평균차이를 나타냈으나, 참여도의 경우 F값이 .295, 유의확률이 .881로 통계적으로 유의미한 평균차이가 나타나지 않았다.

평균차이가 검증되고 있는 이해도의 경우 대기업이 가장 높은 평균값을

나타내고 있었으며, 중견기업, 중기업, 소기업, 기타 순으로 평균값이 나타났다.

신뢰도의 경우 대기업이 가장 높은 평균값을 나타내고 있었으며, 중견기업, 기타, 중기업, 소기업 순으로 평균값이 나타났다.

인지도의 경우 대기업이 가장 높은 평균값을 나타내고 있었으며, 소기업, 중기업, 중견기업, 기타 순으로 평균값이 나타났다.

[표 4-28] 회사 규모에 따른 경영컨설팅인식의 차이 분석결과

구 분		N	평균값	표준편차	F값	유의확률
이해도	소기업	32	3.66	.49	3.979	.004
	중기업	41	3.71	.53		
	중견기업	24	3.77	.55		
	대기업	75	3.90	.56		
	기타	17	3.37	.44		
신뢰도	소기업	32	3.11	.66	3.946	.004
	중기업	41	3.27	.57		
	중견기업	24	3.44	.59		
	대기업	75	3.58	.65		
	기타	17	3.35	.40		
참여도	소기업	32	3.27	.53	.295	.881
	중기업	41	3.39	.52		
	중견기업	24	3.39	.54		
	대기업	75	3.35	.61		
	기타	17	3.29	.23		
인지도	소기업	32	4.03	.66	6.813	.000
	중기업	41	3.91	.53		
	중견기업	24	3.84	.65		
	대기업	75	4.17	.58		
	기타	17	3.38	.59		

(9) 업종

조사대상자의 업종에 따라 경영컨설팅인식이 어떠한 차이를 보이고 있는가를 one-way ANOVA(일원변량 분산분석)를 통해서 분석하고 있는 결과는 아래의 [표4-29]와 같다.

분석결과를 살펴보면, 업종에 따라 구분된 집단에 대한 신뢰도의 경우 F값이 4.892, 유의확률이 .003으로 통계적으로 유의미한 평균차이를 나타냈으나, 이해도의 경우 F값이 1.980, 유의확률이 .119, 참여도의 경우 F값이 2.028, 유의확률이 .111, 인지도의 경우 F값이 .609 유의확률이 .610으로 통계적으로 유의미한 평균차이가 나타나지 않았다.

평균차이가 검증되고 있는 신뢰도의 경우 서비스업이 가장 높은 평균값을 나타내고 있었으며, 기타, 제조업, 도소매업 순으로 평균값이 나타났다.

[표 4-29] 업종에 따른 경영컨설팅인식의 차이 분석결과

구 분		N	평균값	표준편차	F값	유의확률
이해도	제조업	77	3.75	.46	1.980	.119
	서비스업	62	3.76	.64		
	도소매업	13	3.44	.61		
	기타	37	3.87	.52		
신뢰도	제조업	77	3.39	.57	4.892	.003
	서비스업	62	3.50	.64		
	도소매업	13	2.79	.54		
	기타	37	3.45	.67		
참여도	제조업	77	3.36	.48	2.028	.111
	서비스업	62	3.35	.55		
	도소매업	13	3.00	.38		
	기타	37	3.41	.66		
인지도	제조업	77	3.98	.64	.609	.610
	서비스업	62	3.97	.69		
	도소매업	13	3.77	.56		
	기타	37	4.04	.54		

제 2 절 개인적 요인 및 조직적 요인, 경영컨설팅인식의 관계

위계적 중다회귀분석을 통해서 정확한 결과를 얻어내기 위해서는 같은 요인으로 묶여있는 변수들의 상관관계에 문제가 없어야 하며, 이것을 통계적으로 확인하기 위해서 다중공선성 분석을 실시하도록 하였다.

1. 다중공선성 분석결과

1) 개인적 요인 하위 구성요인들의 다중공선성 진단결과

본 연구는 독립변수와 종속변수의 관계를 통계적으로 검증하기에 앞서 다중공선성 진단 분석을 통해 각 독립변수들의 관계가 올바르게 정의되어 있는지를 파악하고 결과적으로 분석모형의 타당성을 검증하고자 하였으며, 변수들 간의 상관관계의 적정성을 파악하는 척도로써 공선통계량을 살펴 보도록 하였다. 다중공선성 진단결과는 아래의 [표4-30]과 같다.

분석결과를 살펴보면, 경영컨설팅인식의 이해도와 영향력을 검증하고 있는 개인적 요인의 하위 구성요인인 혁신활동의 공차는 .540, VIF는 1.851로 나타났으며, 업무열정의 공차는 .431, VIF는 2.321로 나타났으며, 자기효능감의 공차는 .460, VIF는 2.175로 나타났으며, 직무몰입의 공차는 .440, VIF는 2.271로 나타났으며, 직무만족의 공차는 .473, VIF는 2.114로 나타났으며, 성취욕구의 공차는 .424, VIF는 2.360으로 나타났다.

경영컨설팅인식의 신뢰도와 영향력을 검증하고 있는 혁신활동의 공차는 .540, VIF는 1.851로 나타났으며, 업무열정의 공차는 .431, VIF는 2.321로 나타났으며, 자기효능감의 공차는 .460, VIF는 2.175로 나타났으며, 직무몰입의 공차는 .440, VIF는 2.271로 나타났으며, 직무만족의 공차는 .473, VIF는 2.114로 나타났으며, 성취욕구의 공차는 .424, VIF는 2.360으로 나타났다.

경영컨설팅인식의 참여도와 영향력을 검증하고 있는 혁신활동의 공차는 .540, VIF는 1.851로 나타났으며, 업무열정의 공차는 .431, VIF는

2.321로 나타났으며, 자기효능감의 공차는 .460, VIF는 2.175로 나타났으며, 직무몰입의 공차는 .440, VIF는 2.271로 나타났으며, 직무만족의 공차는 .473, VIF는 2.114로 나타났으며, 성취욕구의 공차는 .424, VIF는 2.360으로 나타났다.

경영컨설팅인식의 인지도와 영향력을 검증하고 있는 혁신활동의 공차는 .540, VIF 1.851로 나타났으며, 업무열정의 공차는 .431, VIF는 2.321로 나타났으며, 자기효능감의 공차는 .460, VIF는 2.175로 나타났으며, 직무몰입의 공차는 .440, VIF는 2.271로 나타났으며, 직무만족의 공차는 .473, VIF는 2.114로 나타났으며, 성취욕구의 공차는 .424, VIF는 2.360으로 나타나고 있어, 각 변수들의 공선통계량 VIF의 값이 일반적으로 다중공선성이 나타나고 있다고 판단하는 10.000에 근사하지 않고 있으므로 각 독립변수들은 적정 수준의 상관관계를 가지고 있는 변수들로, 다중공선성이 나타나지 않고 있는 것을 확인할 수 있다.

[표 4-30] 개인적 요인 다중공선성 진단결과

경영컨설팅인식의 이해도	혁신활동	업무열정	자기효능감	직무몰입	직무만족	성취욕구
공 차	.540	.431	.460	.440	.473	.424
공선통계량 VIF	1.851	2.321	2.175	2.271	2.114	2.360

경영컨설팅인식의 신뢰도	혁신활동	업무열정	자기효능감	직무몰입	직무만족	성취욕구
공 차	.540	.431	.460	.440	.473	.424
공선통계량 VIF	1.851	2.321	2.175	2.271	2.114	2.360

경영컨설팅인식의 참여도	혁신활동	업무열정	자기효능감	직무몰입	직무만족	성취욕구
공 차	.540	.431	.460	.440	.473	.424
공선통계량 VIF	1.851	2.321	2.175	2.271	2.114	2.360

경영컨설팅인식의 인지도	혁신활동	업무열정	자기효능감	직무몰입	직무만족	성취욕구
공 차	.540	.431	.460	.440	.473	.424
공선통계량 VIF	1.851	2.321	2.175	2.271	2.114	2.360

2) 조직적 요인 하위 구성요인들의 다중공선성 진단결과

조직적 요인이 경영컨설팅인식에 미치는 영향에 대하여 위계적 중다회귀분석을 실시하기 위한 다중공선성 진단결과는 아래의 [표4-31]와 같다.

분석결과를 살펴보면, 경영컨설팅인식의 이해도와 영향력을 검증하고 있는 조직적 요인의 하위 구성요인인 고용안정성의 공차는 .907, VIF는 1.102로 나타났으며, 조직몰입의 공차는 .531, VIF는 1.883으로 나타났으며, 조직충성도의 공차는 .519, VIF는 1.927로 나타났다.

경영컨설팅인식의 신뢰도와 영향력을 검증하고 있는 조직적 요인의 하위 구성요인인 고용안정성의 공차는 .907, VIF는 1.102로 나타났으며, 조직몰입의 공차는 .531, VIF는 1.883으로 나타났으며, 조직충성도의 공차는 .519, VIF는 1.927로 나타났다.

경영컨설팅인식의 참여도와 영향력을 검증하고 있는 조직적 요인의 하위 구성요인인 고용안정성의 공차는 .907, VIF는 1.102로 나타났으며, 조직몰입의 공차는 .531, VIF는 1.883으로 나타났으며, 조직충성도의 공차는 .519, VIF는 1.927로 나타났다.

경영컨설팅인식의 인지도와 영향력을 검증하고 있는 조직적 요인의 하위 구성요인인 고용안정성의 공차는 .907, VIF는 1.102로 나타났으며, 조직몰입의 공차는 .531, VIF는 1.883으로 나타났으며, 조직충성도의 공차는 .519, VIF는 1.927로 나타나고 있어 마찬가지로 다중공선성은 나타나지 않고 있는 것을 확인할 수 있다.

[표 4-31] 조직적 요인 다중공선성 진단결과

경영컨설팅인식의 이해도	고용안정성	조직몰입	조직충성도
공 차	.907	.531	.519
공선통계량 VIF	1.102	1.883	1.927

경영컨설팅인식의 신뢰도	고용안정성	조직몰입	조직충성도
공 차	.907	.531	.519
공선통계량 VIF	1.102	1.883	1.927

경영컨설팅인식의 참여도	고용안정성	조직몰입	조직충성도
공 차	.907	.531	.519
공선통계량 VIF	1.102	1.883	1.927

경영컨설팅인식의 인지도	고용안정성	조직몰입	조직충성도
공 차	.907	.531	.519
공선통계량 VIF	1.102	1.883	1.927

2. 개인적 요인과 조직적 요인이 경영컨설팅인식의 이해도에 미치는 영향관계

본 연구는 개인적 요인과 조직적 요인의 하위 구성요인들이 경영컨설팅 인식의 이해도에 미치는 영향을 살펴보기 위해 위계적 중다회귀분석 결과는 아래의 [표4-32]와 같다. 회귀모형1에서는 혁신활동이 경영컨설팅인식의 이해도에 대하여 t값이 -2.083, 유의확률이 .039로 나타났으며, 자기효능감은 t값이 2.531, 유의확률이 .012, 직무몰입은 t값이 2.637, 유의확률이 .009, 직무만족은 t값이 2.137, 유의확률이 .034로 경영컨설팅인식의 이해도에 통계적으로 유의미한 영향력을 미치고 있는 것으로 나타났다. 그러나 업무열정에 있어서는 t값이 -.696, 유의확률이 .488로 나타났으며, 성취욕구는 t값이 -.348, 유의확률이 .728로 유의수준인 .05보다 높은 값의 유의확률이 나타나고 있어 통계적인 영향력이 검증되지 않았다.

혁신활동의 경우 표준화 베타값이 -.186으로 혁신활동이 높아지면 경영컨설팅인식의 이해도가 18.6%만큼 영향을 받아 낮아지는 부정적인 관계를 나타낸다.

자기효능감의 경우 표준화 베타값이 .245로 자기효능감이 높아지면 경영

컨설팅인식의 이해도가 24.5%만큼 영향을 받아 함께 높아지는 긍정적인 관계를 나타낸다.

직무몰입의 경우 표준화 베타값이 .261로 직무몰입이 높아지면 경영컨설팅인식의 이해도가 26.1%만큼 영향을 받아 함께 높아지는 긍정적인 관계를 나타낸다.

직무만족의 경우 표준화 베타값이 .204로 직무만족이 높아지면 경영컨설팅인식의 이해도가 20.4%만큼 영향을 받아 함께 높아지는 긍정적인 관계를 나타낸다.

모형적합도는 F값이 8.390, 유의확률 .000에서 검증되고 있었으며 전체 독립변수가 종속변수를 설명하는 정도를 나타내는 회귀식의 설명력 조정된 R 제곱의 값이 .191로 19.1%만큼 회귀선이 종속변수를 설명하고 있다.

회귀모형2에서는 조직몰입이 경영컨설팅인식의 이해도에 대하여 t값이 2.248, 유의확률이 .026으로 경영컨설팅인식의 이해도에 통계적으로 유의미한 영향력을 미치고 있는 것으로 나타났다. 그러나 고용안정성에 있어서는 t값이 .240, 유의확률이 .811로 나타났으며, 조직충성도는 t값이 1.810, 유의확률이 .072로 유의수준인 .05보다 높은 값의 유의확률이 나타나고 있어 통계적인 영향력이 검증되지 않았다.

조직몰입의 경우 표준화 베타값이 .213으로 조직몰입이 높아지면 경영컨설팅인식의 이해도가 21.3%만큼 영향을 받아 함께 높아지는 긍정적인 관계를 나타낸다.

모형적합도는 F값이 8.567, 유의확률 .000에서 검증되고 있었으며 전체 독립변수가 종속변수를 설명하는 정도를 나타내는 회귀식의 설명력 조정된 R 제곱의 값이 .108로 10.8%만큼 회귀선이 종속변수를 설명하고 있다.

회귀모형3에서는 자기효능감이 경영컨설팅인식의 이해도에 대하여 t값이 2.420, 유의확률이 .017로 나타났으며, 직무몰입은 t값이 2.334, 유의확률이 .021로 경영컨설팅인식의 이해도에 통계적으로 유의미한 영향력을 미치고 있는 것으로 나타났다. 그러나 혁신활동에 있어서는 t값이 -1.792, 유

의확률이 .075로 나타났으며, 업무열정은 t값이 -.854, 유의확률이 .394, 직무만족은 t값이 1.628, 유의확률이 .105, 성취욕구는 t값이 -.563, 유의확률이 .574, 고용안정성은 t값이 .489, 유의확률이 .625, 조직몰입은 t값이 .575, 유의확률이 .566, 조직충성도는 t값이 1.123, 유의확률이 .263으로 유의수준인 .05보다 높은 값의 유의확률이 나타나고 있어 통계적인 영향력이 검증되지 않았다.

자기효능감의 경우 표준화 베타값이 .236으로 자기효능감이 높아지면 경영컨설팅인식의 이해도가 23.6%만큼 영향을 받아 함께 높아지는 긍정적인 관계를 나타낸다.

직무몰입의 경우 표준화 베타값이 .236으로 직무몰입이 높아지면 경영컨설팅인식의 이해도가 23.6%만큼 영향을 받아 함께 높아지는 긍정적인 관계를 나타낸다.

모형적합도는 F값이 5.947, 유의확률 .000에서 검증되고 있었으며 전체 독립변수가 종속변수를 설명하는 정도를 나타내는 회귀식의 설명력 조정된 R 제곱의 값이 .191로 19.1%만큼 회귀선이 종속변수를 설명하고 있다.

[표 4-32] 개인적 요인과 조직적 요인이 경영컨설팅인식의 이해도에 미치는 영향

모델요약

모형	R	R 제곱	조정된 R 제곱	수정값의 표준오차
1	.465	.217	.191	.50
2	.349	.122	.108	.52
3	.480	.230	.191	.50

분산분석^{abcd}

모 형		제 곱 합	자 유 도	평 균 제 곱	F	유 의 확 률
1	회 귀 값	12.361	6	2.060	8.390	.000 ^a
	잔 차	44.693	182	.246		
	총 합	57.054	188			
2	회 귀 값	6.959	3	2.320	8.567	.000 ^b
	잔 차	50.095	185	.271		
	총 합	57.054	188			
3	회 귀 값	13.132	9	1.459	5.947	.000 ^c
	잔 차	43.922	179	.245		
	총 합	57.054	188			

- a. 모형1 독립변수 : 개인적 요인
b. 모형2 독립변수 : 조직적 요인
c. 모형3 독립변수 : 개인적 요인, 조직적 요인
d. 종속변수 : 경영컨설팅 인식의 이해도

계 수^a

모형			비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
			B	표준오차	Beta		
1	개인적 요인	혁신활동	-.185	.089	-.186	-2.083	.039
		업무열정	-.072	.104	-.070	-.696	.488
		자기효능감	.287	.114	.245	2.531	.012
		직무몰입	.264	.100	.261	2.637	.009
		직무만족	.200	.093	.204	2.137	.034
		성취욕구	-.036	.103	-.035	-.348	.728
2	조직적 요인	고용안정성	.014	.059	.017	.240	.811
		조직몰입	.189	.084	.213	2.248	.026
		조직충성도	.139	.077	.173	1.810	.072
3	개인적 요인	혁신활동	-.162	.090	-.163	-1.792	.075
		업무열정	-.090	.106	-.087	-.854	.394
		자기효능감	.277	.114	.236	2.420	.017
		직무몰입	.239	.102	.236	2.334	.021
		직무만족	.158	.097	.161	1.628	.105
		성취욕구	-.059	.105	-.058	-.563	.574
	조직적 요인	고용안정성	.028	.057	.034	.489	.625
		조직몰입	.051	.088	.057	.575	.566
		조직충성도	.086	.077	.107	1.123	.263

- a. 종속변수 : 경영컨설팅 인식의 이해도

3. 개인적 요인과 조직적 요인이 경영컨설팅인식의 신뢰도에 미치는 영향관계

본 연구는 개인적 요인과 조직적 요인의 하위 구성요인들이 경영컨설팅인식의 신뢰도에 미치는 영향을 살펴보기 위해 위계적 중다회귀분석 결과는 아래의 [표4-33]와 같다. 회귀모형1에서는 직무몰입이 경영컨설팅인식의 신뢰도에 대하여 t값이 2.170, 유의확률이 .031로 나타났으며, 직무만족은 t값이 2.071, 유의확률이 .040으로 경영컨설팅인식의 신뢰도에 통계적으로 유의미한 영향력을 미치고 있는 것으로 나타났다. 그러나 혁신활동에 있어서는 t값이 .316, 유의확률이 .752로 나타났으며, 업무열정은 t값이 -.027, 유의확률이 .978, 자기효능감은 t값이 -.575, 유의확률이 .566, 성취욕구는 t값이 -.338, 유의확률이 .735로 유의수준인 .05보다 높은 값의 유의확률이 나타나고 있어 통계적인 영향력이 검증되지 않았다.

직무몰입의 경우 표준화 베타값이 .227로 직무몰입이 높아지면 경영컨설팅인식의 신뢰도가 22.7%만큼 영향을 받아 함께 높아지는 긍정적인 관계를 나타낸다.

직무만족의 경우 표준화 베타값이 .209로 직무만족이 높아지면 경영컨설팅인식의 신뢰도가 20.9%만큼 영향을 받아 함께 높아지는 긍정적인 관계를 나타낸다.

모형적합도는 F값이 4.198, 유의확률 .001에서 검증되고 있었으며 전체 독립변수가 종속변수를 설명하는 정도를 나타내는 회귀식의 설명력 조정된 R 제곱의 값이 .093으로 9.3%만큼 회귀선이 종속변수를 설명하고 있다.

회귀모형2에서는 고용안정성이 경영컨설팅인식의 신뢰도에 대하여 t값이 -.721, 유의확률이 .472로 나타났으며, 조직몰입은 t값이 1.604, 유의확률이 .110, 조직충성도는 t값이 1.208, 유의확률이 .229로 모두 유의수준인 .05보다 높은 값의 유의확률이 나타나고 있어 통계적인 영향력이 검증되지 않았다.

모형적합도는 F값이 4.959, 유의확률 .002에서 검증되고 있었으며 전체 독립변수가 종속변수를 설명하는 정도를 나타내는 회귀식의 설명력 조정된 R 제곱의 값이 .059로 5.9%만큼 회귀선이 종속변수를 설명하고 있다.

회귀모형3에서는 직무몰입이 경영컨설팅인식의 신뢰도에 대하여 t값이 1.987, 유의확률이 .048로 경영컨설팅인식의 신뢰도에 통계적으로 유의미한 영향력을 미치고 있는 것으로 나타났다. 그러나 혁신활동에 있어서는 t값이 .447, 유의확률이 .656로 나타났으며, 업무열정은 t값이 -.255, 유의확률이 .799, 자기효능감은 t값이 -.694, 유의확률이 .489, 직무만족은 t값이 1.664, 유의확률이 .098, 성취욕구는 t값이 -.362, 유의확률이 .717, 고용안정성은 t값이 -.542, 유의확률이 .589, 조직몰입은 t값이 .251, 유의확률이 .802, 조직충성도는 t값이 .759, 유의확률이 .449로 유의수준인 .05보다 높은 값의 유의확률이 나타나고 있어 통계적인 영향력이 검증되지 않았다.

직무몰입의 경우 표준화 베타값이 .213으로 직무몰입이 높아지면 경영컨설팅인식의 신뢰도가 21.3%만큼 영향을 받아 함께 높아지는 긍정적인 관계를 나타낸다.

모형적합도는 F값이 2.997, 유의확률 .003에서 검증되고 있었으며 전체 독립변수가 종속변수를 설명하는 정도를 나타내는 회귀식의 설명력 조정된 R 제곱의 값이 .086으로 8.6%만큼 회귀선이 종속변수를 설명하고 있다.

[표 4-33] 개인적 요인과 조직적 요인이 경영컨설팅인식의 신뢰도에 미치는 영향

모델요약

모형	R	R 제곱	조정된 R 제곱	수정값의 표준오차
1	.349	.122	.093	.60
2	.273	.074	.059	.61
3	.361	.130	.086	.60

분산분석^{abcd}

모형		제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
1	회귀값	9.065	6	1.511	4.198	.001 ^a
	잔 차	65.506	182	.360		
	총 합	74.571	188			
2	회귀값	5.551	3	1.850	4.959	.002 ^b
	잔 차	69.021	185	.373		
	총 합	74.571	188			
3	회귀값	9.708	9	1.079	2.977	.003 ^c
	잔 차	64.863	179	.362		
	총 합	74.571	188			

a. 모형1 독립변수 : 개인적 요인

b. 모형2 독립변수 : 조직적 요인

c. 모형3 독립변수 : 개인적 요인, 조직적 요인

d. 종속변수 : 경영컨설팅 인식의 신뢰도

계 수^a

모형			비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
			B	표준오차	Beta		
1	개인적 요인	혁신활동	.034	.108	.030	.316	.752
		업무열정	-.003	.126	-.003	-.027	.978
		자기효능감	-.079	.138	-.059	-.575	.566
		직무몰입	.263	.121	.227	2.170	.031
		직무만족	.234	.113	.209	2.071	.040
		성취욕구	-.042	.125	-.036	-.338	.735
2	조직적 요인	고용안정성	-.050	.069	-.054	-.721	.472
		조직몰입	.158	.099	.156	1.604	.110
		조직충성도	.109	.090	.119	1.208	.229
3	개인적 요인	혁신활동	.049	.110	.043	.447	.656
		업무열정	-.033	.129	-.028	-.255	.799
		자기효능감	-.096	.139	-.072	-.694	.489
		직무몰입	.247	.124	.213	1.987	.048
		직무만족	.196	.118	.175	1.664	.098
		성취욕구	-.046	.127	-.040	-.362	.717
	조직적 요인	고용안정성	-.038	.069	-.041	-.542	.589
		조직몰입	.027	.107	.026	.251	.802
		조직충성도	.071	.093	.077	.759	.449

a. 종속변수 : 경영컨설팅 인식의 신뢰도

4. 개인적 요인과 조직적 요인이 경영컨설팅인식의 참여도에 미치는 영향관계

본 연구는 개인적 요인과 조직적 요인의 하위 구성요인들이 경영컨설팅인식의 참여도에 미치는 영향을 살펴보기 위해 위계적 중다회귀분석 결과는 아래의 [표4-34]와 같다. 회귀모형1에서는 혁신활동이 경영컨설팅인식의 참여도에 대하여 t값이 -3.084, 유의확률이 .002로 나타났으며, 성취욕구는 t값이 2.507, 유의확률이 .013으로 경영컨설팅인식의 참여도에 통계적으로 유의미한 영향력을 미치고 있는 것으로 나타났다. 그러나 업무열정에 있어서는 t값이 .019, 유의확률이 .985로 나타났으며, 자기효능감은 t값이 .471, 유의확률이 .638, 직무몰입은 t값이 -.394, 유의확률이 .694, 직무만족은 t값이 .395, 유의확률이 .693으로 유의수준인 .05보다 높은 값의 유의확률이 나타나고 있어 통계적인 영향력이 검증되지 않았다.

혁신활동의 경우 표준화 베타값이 -.301로 혁신활동이 높아지면 경영컨설팅인식의 참여도가 30.1%만큼 영향을 받아 낮아지는 부정적인 관계를 나타낸다.

성취욕구의 경우 표준화 베타값이 .276으로 성취욕구가 높아지면 경영컨설팅인식의 참여도가 27.6%만큼 영향을 받아 함께 높아지는 긍정적인 관계를 나타낸다.

모형적합도는 F값이 2.162, 유의확률 .049에서 검증되고 있었으며 전체 독립변수가 종속변수를 설명하는 정도를 나타내는 회귀식의 설명력 조정된 R 제곱의 값이 .036으로 3.6%만큼 회귀선이 종속변수를 설명하고 있다.

회귀모형2에서는 고용안정성이 경영컨설팅인식의 참여도에 대하여 t값이 .757, 유의확률이 .450으로 나타났으며, 조직몰입은 t값이 .661, 유의확률이 .509, 조직충성도는 t값이 .580, 유의확률이 .562로 모두 유의수준인 .05보다 높은 값의 유의확률이 나타나고 있어 통계적인 영향력이 검증되지 않았다.

모형적합도는 F값이 .785, 유의확률 .504로 유의수준인 .05보다 높은 값의 유의확률이 나타나고 있어 모형이 적합하지 않은 것으로 나타났으며, 전체 독립변수가 종속변수를 설명하는 정도를 나타내는 회귀식의 설명력 조정된 R 제곱의 값이 -.003으로 .0%만큼 회귀선이 종속변수를 설명하고 있다.

회귀모형3에서는 혁신활동이 경영컨설팅인식의 참여도에 대하여 t값이 -2.989 유의확률이 .003으로 나타났으며, 성취욕구는 t값이 2.399, 유의확률이 .017로 경영컨설팅인식의 참여도에 통계적으로 유의미한 영향력을 미치는 것으로 나타났으나, 모형이 적합하지 않아 영향이 미친다고 할 수 없다.

모형적합도는 F값이 1.532, 유의확률 .140으로 유의수준인 .05보다 높은 값의 유의확률이 나타나고 있어 모형이 적합하지 않은 것으로 나타났으며, 전체 독립변수가 종속변수를 설명하는 정도를 나타내는 회귀식의 설명력 조정된 R 제곱의 값이 .025로 2.5%만큼 회귀선이 종속변수를 설명하고 있다.

[표 4-34] 개인적 요인과 조직적 요인이 경영컨설팅인식의 참여도에 미치는 영향

모델요약

모형	R	R 제곱	조정된 R 제곱	수정값의 표준오차
1	.258	.067	.036	.53
2	.112	.013	-.003	.54
3	.267	.072	.025	.53

분산분석^{abcd}

모 형		제 곱 합	자 유 도	평 균 제 곱	F	유 의 확 률
1	회 귀 값	3.651	6	.608	2.162	.049 ^a
	잔 차	51.217	182	.281		
	총 합	54.868	188			
2	회 귀 값	.689	3	.230	.785	.504 ^b
	잔 차	54.178	185	.293		
	총 합	54.868	188			
3	회 귀 값	3.923	9	.436	1.532	.140 ^c
	잔 차	50.944	179	.285		
	총 합	54.868	188			

a. 모형1 독립변수 : 개인적 요인

b. 모형2 독립변수 : 조직적 요인

c. 모형3 독립변수 : 개인적 요인, 조직적 요인

d. 종속변수 : 경영컨설팅 인식의 참여도

계 수^a

모형			비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
			B	표준오차	Beta		
1	개인적 요인	혁신활동	-.294	.095	-.301	-3.084	.002
		업무열정	.002	.111	.002	.019	.985
		자기효능감	.057	.122	.050	.471	.638
		직무몰입	-.042	.107	-.042	-.394	.694
		직무만족	.040	.100	.041	.395	.693
		성취욕구	.276	.110	.276	2.507	.013
2	조직적 요인	고용안정성	.046	.061	.058	.757	.450
		조직몰입	.058	.087	.066	.661	.509
		조직충성도	.047	.080	.059	.580	.562
3	개인적 요인	혁신활동	-.291	.097	-.298	-2.989	.003
		업무열정	-.003	.114	-.003	-.029	.977
		자기효능감	.051	.123	.044	.412	.681
		직무몰입	-.064	.110	-.064	-.577	.564
		직무만족	.025	.104	.026	.238	.812
		성취욕구	.271	.113	.271	2.399	.017
	조직적 요인	고용안정성	.023	.061	.029	.376	.707
		조직몰입	.082	.095	.094	.862	.390
		조직충성도	-.011	.083	-.015	-.139	.889

a. 종속변수 : 경영컨설팅 인식의 참여도

5. 개인적 요인과 조직적 요인이 경영컨설팅인식의 인지도에 미치는 영향관계

본 연구는 개인적 요인과 조직적 요인의 하위 구성요인들이 경영컨설팅인식의 인지도에 미치는 영향을 살펴보기 위해 위계적 중다회귀분석 결과는 아래의 [표4-35]와 같다. 회귀모형1에서는 혁신활동이 경영컨설팅인식의 인지도에 대하여 t값이 -2.292, 유의확률이 .023으로 나타났으며, 자기효능감은 t값이 3.736, 유의확률이 .000, 직무몰입은 t값이 4.643, 유의확률이 .000으로 경영컨설팅인식의 인지도에 통계적으로 유의미한 영향력을 미치고 있는 것으로 나타났다. 그러나 업무열정에 있어서는 t값이 .619, 유의확률이 .536으로 나타났으며, 직무만족은 t값이 -1.456, 유의확률이 .147, 성취욕구는 t값이 .263, 유의확률이 .793으로 유의수준인 .05보다 높은 값의 유의확률이 나타나고 있어 통계적인 영향력이 검증되지 않았다.

혁신활동의 경우 표준화 베타값이 -.189로 혁신활동이 높아지면 경영컨설팅인식의 인지도가 18.9%만큼 영향을 받아 낮아지는 부정적인 관계를 나타낸다.

자기효능감의 경우 표준화 베타값이 .334로 자기효능감이 높아지면 경영컨설팅인식의 인지도가 33.4%만큼 영향을 받아 함께 높아지는 긍정적인 관계를 나타낸다.

직무몰입의 경우 표준화 베타값이 .425로 직무몰입이 높아지면 경영컨설팅인식의 인지도가 42.5%만큼 영향을 받아 함께 높아지는 긍정적인 관계를 나타낸다.

모형적합도는 F값이 14.922, 유의확률 .000에서 검증되고 있었으며 전체 독립변수가 종속변수를 설명하는 정도를 나타내는 회귀식의 설명력 조정된 R 제곱의 값이 .308로 30.8%만큼 회귀선이 종속변수를 설명하고 있다.

회귀모형2에서는 조직몰입이 경영컨설팅인식의 인지도에 대하여 t값이 4.102, 유의확률이 .000으로 경영컨설팅인식의 인지도에 통계적으로 유의미한 영향력을 미치고 있는 것으로 나타났다. 그러나 고용안정성에 있어서는

t값이 -1.166 , 유의확률이 $.868$ 로 나타났으며, 조직충성도는 t값이 -1.056 , 유의확률이 $.292$ 로 모두 유의수준인 $.05$ 보다 높은 값의 유의확률이 나타나고 있어 통계적인 영향력이 검증되지 않았다.

조직몰입의 경우 표준화 베타값이 $.390$ 으로 조직몰입이 높아지면 경영컨설팅인식의 인지도가 39.0% 만큼 영향을 받아 함께 높아지는 긍정적인 관계를 나타낸다.

모형적합도는 F값이 7.651 , 유의확률 $.000$ 에서 검증되고 있었으며 전체 독립변수가 종속변수를 설명하는 정도를 나타내는 회귀식의 설명력 조정된 R 제곱의 값이 $.096$ 으로 9.6% 만큼 회귀선이 종속변수를 설명하고 있다.

회귀모형3에서는 혁신활동이 경영컨설팅인식의 인지도에 대하여 t값이 -2.564 , 유의확률이 $.011$ 로 나타났으며, 자기효능감은 t값이 3.701 , 유의확률이 $.000$, 직무몰입은 t값이 4.382 , 유의확률이 $.000$, 조직충성도는 t값이 -1.996 , 유의확률이 $.047$ 로 경영컨설팅인식의 인지도에 통계적으로 유의미한 영향력을 미치고 있는 것으로 나타났다. 그러나 업무열정에 있어서는 t값이 $.705$, 유의확률이 $.482$ 로 나타났으며, 직무만족은 t값이 -1.187 , 유의확률이 $.237$, 성취욕구는 t값이 $.470$, 유의확률이 $.639$, 고용안정성은 t값이 $.223$, 유의확률이 $.824$, 조직몰입은 t값이 1.563 , 유의확률이 $.120$ 으로 유의수준인 $.05$ 보다 높은 값의 유의확률이 나타나고 있어 통계적인 영향력이 검증되지 않았다.

혁신활동의 경우 표준화 베타값이 $-.214$ 로 혁신활동이 높아지면 경영컨설팅인식의 인지도가 21.4% 만큼 영향을 받아 낮아지는 부정적인 관계를 나타낸다.

자기효능감의 경우 표준화 베타값이 $.332$ 로 자기효능감이 높아지면 경영컨설팅인식의 인지도가 33.2% 만큼 영향을 받아 함께 높아지는 긍정적인 관계를 나타낸다.

직무몰입의 경우 표준화 베타값이 $.408$ 로 직무몰입이 높아지면 경영컨설팅인식의 인지도가 40.8% 만큼 영향을 받아 함께 높아지는 긍정적인 관계

를 나타낸다.

조직충성도의 경우 표준화 베타값이 $-.175$ 로 조직충성도가 높아지면 경영컨설팅인식의 인지도가 17.5%만큼 영향을 받아 낮아지는 부정적인 관계를 나타낸다.

모형적합도는 F값이 10.544, 유의확률 .000에서 검증되고 있었으며 전체 독립변수가 종속변수를 설명하는 정도를 나타내는 회귀식의 설명력 조정된 R 제곱의 값이 .314로 31.4%만큼 회귀선이 종속변수를 설명하고 있다.

[표 4-35] 개인적 요인과 조직적 요인이 경영컨설팅인식의 인지도에 미치는 영향

모델요약

모형	R	R 제곱	조정된 R 제곱	수정값의 표준오차
1	.574	.330	.308	.52
2	.332	.110	.096	.60
3	.589	.346	.314	.52

분산분석^{abcd}

모 형		제 곱 합	자유도	평균제곱	F	유의확률
1	회귀값	24.534	6	4.089	14.922	.000 ^a
	잔 차	49.874	182	.274		
	총 합	74.408	188			
2	회귀값	8.213	3	2.738	7.651	.000 ^b
	잔 차	66.195	185	.358		
	총 합	74.408	188			
3	회귀값	25.780	9	2.864	10.544	.000 ^c
	잔 차	48.628	179	.272		
	총 합	74.408	188			

a. 모형1 독립변수 : 개인적 요인

b. 모형2 독립변수 : 조직적 요인

c. 모형3 독립변수 : 개인적 요인, 조직적 요인

d. 종속변수 : 경영컨설팅 인식의 인지도

계 수^a

모 형			비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
			B	표준오차	Beta		
1	개인적 요인	혁신활동	-.215	.094	-.189	-2.292	.023
		업무열정	.068	.110	.057	.619	.536
		자기효능감	.448	.120	.334	3.736	.000
		직무몰입	.492	.106	.425	4.643	.000
		직무만족	-.144	.099	-.128	-1.456	.147
		성취욕구	.029	.109	.024	.263	.793
2	조직적 요인	고용안정성	-.011	.067	-.012	-.166	.868
		조직몰입	.396	.097	.390	4.102	.000
		조직충성도	-.094	.089	-.102	-1.056	.292
3	개인적 요인	혁신활동	-.244	.095	-.214	-2.564	.011
		업무열정	.079	.111	.066	.705	.482
		자기효능감	.445	.120	.332	3.701	.000
		직무몰입	.472	.108	.408	4.382	.000
		직무만족	-.121	.102	-.108	-1.187	.237
		성취욕구	.052	.110	.045	.470	.639
	조직적 요인	고용안정성	.013	.060	.014	.223	.824
		조직몰입	.145	.093	.143	1.563	.120
		조직충성도	-.161	.081	-.175	-1.996	.047

a. 종속변수 : 경영권선택 인식의 인지도

6. 개인적 요인과 조직적 요인이 경영컨설팅인식에 미치는 영향관계

본 연구는 개인적 요인과 조직적 요인의 하위 구성요인들이 경영컨설팅 인식에 미치는 영향을 살펴보기 위해 위계적 중다회귀분석 결과는 아래의 [표4-36]와 같다. 회귀모형1에서는 혁신활동이 경영컨설팅인식에 대하여 t 값이 -2.401, 유의확률이 .017로 나타났으며, 자기효능감은 t 값이 2.033, 유의확률이 .043, 직무몰입은 t 값이 3.153, 유의확률이 .002로 경영컨설팅인식에 통계적으로 유의미한 영향력을 미치고 있는 것으로 나타났다. 그러나 업무열정에 있어서는 t 값이 -.017, 유의확률이 .986으로 나타났으며, 직무만족은 t 값이 1.142, 유의확률이 .255, 성취욕구는 t 값이 .713, 유의확률이 .477로 유의수준인 .05보다 높은 값의 유의확률이 나타나고 있어 통계적인 영향력이 검증되지 않았다.

혁신활동의 경우 표준화 베타값이 -.212로 혁신활동이 높아지면 경영컨설팅인식이 21.2%만큼 영향을 받아 낮아지는 부정적인 관계를 나타낸다.

자기효능감의 경우 표준화 베타값이 .194로 자기효능감이 높아지면 경영컨설팅인식이 19.4%만큼 영향을 받아 함께 높아지는 긍정적인 관계를 나타낸다.

직무몰입의 경우 표준화 베타값이 .308로 직무몰입이 높아지면 경영컨설팅인식이 30.8%만큼 영향을 받아 함께 높아지는 긍정적인 관계를 나타낸다.

모형적합도는 F 값이 9.388, 유의확률 .000에서 검증되고 있었으며 전체 독립변수가 종속변수를 설명하는 정도를 나타내는 회귀식의 설명력 조정된 R 제곱의 값이 .211로 21.1%만큼 회귀선이 종속변수를 설명하고 있다.

회귀모형2에서는 조직몰입이 경영컨설팅인식에 대하여 t 값이 3.043, 유의확률이 .003으로 경영컨설팅인식에 통계적으로 유의미한 영향력을 미치고 있는 것으로 나타났다. 그러나 고용안정성에 있어서는 t 값이 -.004, 유의확률이 .997로 나타났으며, 조직충성도는 t 값이 .835, 유의확률이 .405로 모두 유의수준인 .05보다 높은 값의 유의확률이 나타나고 있어 통계적인

영향력이 검증되지 않았다.

조직몰입의 경우 표준화 베타값이 .288로 조직몰입이 높아지면 경영컨설팅인식이 28.8%만큼 영향을 받아 함께 높아지는 긍정적인 관계를 나타낸다.

모형적합도는 F값이 8.469, 유의확률 .000에서 검증되고 있었으며 전체 독립변수가 종속변수를 설명하는 정도를 나타내는 회귀식의 설명력 조정된 R 제곱의 값이 .106으로 10.6%만큼 회귀선이 종속변수를 설명하고 있다.

회귀모형3에서는 혁신활동이 경영컨설팅인식에 대하여 t값이 -2.309, 유의확률이 .022로 나타났으며, 직무몰입은 t값이 2.815, 유의확률이 .005로 경영컨설팅인식에 통계적으로 유의미한 영향력을 미치고 있는 것으로 나타났다. 그러나 업무열정에 있어서는 t값이 -.146, 유의확률이 .884로 나타났으며, 자기효능감은 t값이 1.905, 유의확률이 .058, 직무만족은 t값이 .856, 유의확률이 .393, 성취욕구는 t값이 .669, 유의확률이 .505, 고용안정성은 t값이 .152, 유의확률이 .880, 조직몰입은 t값이 1.112, 유의확률이 .268, 조직충성도는 t값이 -.066, 유의확률이 .948로 유의수준인 .05보다 높은 값의 유의확률이 나타나고 있어 통계적인 영향력이 검증되지 않았다.

혁신활동의 경우 표준화 베타값이 -.208로 혁신활동이 높아지면 경영컨설팅인식이 20.8%만큼 영향을 받아 낮아지는 부정적인 관계를 나타낸다.

직무몰입의 경우 표준화 베타값이 .282로 직무몰입이 높아지면 경영컨설팅인식이 28.2%만큼 영향을 받아 낮아지는 부정적인 관계를 나타낸다.

모형적합도는 F값이 6.389, 유의확률 .000에서 검증되고 있었으며 전체 독립변수가 종속변수를 설명하는 정도를 나타내는 회귀식의 설명력 조정된 R 제곱의 값이 .205로 20.5%만큼 회귀선이 종속변수를 설명하고 있다.

[표 4-36] 개인적 요인과 조직적 요인이 경영컨설팅인식에 미치는 영향

모델요약

모형	R	R 제곱	조정된 R 제곱	수정값의 표준오차
1	.486	.236	.211	.38
2	.347	.121	.106	.41
3	.493	.243	.205	.38

분산분석^{abcd}

모 형		제 곱 합	자 유 도	평 균 제 곱	F	유 의 확 률
1	회 귀 값	8.26	6	1.377	9.388	.000 ^a
	잔 차	26.689	182	.147		
	총 합	34.95	188			
2	회 귀 값	4.22	3	1.407	8.469	.000 ^b
	잔 차	30.729	185	.166		
	총 합	34.95	188			
3	회 귀 값	8.497	9	.944	6.389	.000 ^c
	잔 차	26.452	179	.148		
	총 합	34.95	188			

a. 모형1 독립변수 : 개인적 요인

b. 모형2 독립변수 : 조직적 요인

c. 모형3 독립변수 : 개인적 요인, 조직적 요인

d. 종속변수 : 경영컨설팅 인식

계 수^a

모 형			비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
			B	표준오차	Beta		
1	개인적 요인	혁신활동	-.165	.069	-.212	-2.401	.017
		업무열정	-.001	.080	-.002	-.017	.986
		자기효능감	.179	.088	.194	2.033	.043
		직무몰입	.244	.077	.308	3.153	.002
		직무만족	.082	.072	.108	1.142	.255
		성취욕구	.057	.079	.071	.713	.477
2	조직적 요인	고용안정성	.000	.046	.000	-.004	.997
		조직몰입	.200	.066	.288	3.043	.003
		조직충성도	.050	.060	.080	.835	.405
3	개인적 요인	혁신활동	-.162	.070	-.208	-2.309	.022
		업무열정	-.012	.082	-.015	-.146	.884
		자기효능감	.169	.089	.184	1.905	.058
		직무몰입	.224	.079	.282	2.815	.005
		직무만족	.064	.075	.084	.856	.393
		성취욕구	.054	.081	.068	.669	.505
	조직적 요인	고용안정성	.007	.044	.011	.152	.880
		조직몰입	.076	.068	.109	1.112	.268
		조직충성도	-.004	.059	-.006	-.066	.948

a. 종속변수 : 경영컨설팅 인식

제 3 절 가설검증 결과

1. 경영컨설팅인식의 이해도에 미치는 영향에 관한 연구가설

본 연구가 ‘경영컨설팅인식의 이해도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다’라는 가정 하에 설정한 연구가설1의 가설1-1인 개인적 요인에서는 자기효능감, 직무몰입, 직무만족에 대해서는 정(+)의 영향을 미치고 있으며, 혁신활동은 부(-)의 영향을 미친 반면에 업무열정, 성취욕구는 유의하지 않았다.

또한 가설1-2에서의 조직적 요인은 조직몰입에 대해서만 정(+)의 영향을 미치고 고용안정성, 조직충성도는 유의하지 않았다.

그리고 가설1-3에서는 개인적 요인과 조직적요인 모두에서 자기효능감, 직무몰입에 대해서만 정(+)의 영향을 미쳤고, 혁신활동, 업무열정, 직무만

족, 성취욕구, 고용안정성, 조직몰입, 조직충성도에는 유의하지 않아 통계적으로 영향력이 검증되지 않았다. 결과 요약은 [표 4-37]과 같다.

[표4-37]경영컨설팅인식의 이해도에 관한 연구가설 검증결과

모형	독립변수		검증결과	종속변수
가설1-1	개인적 요인	직무몰입	유의(+)	경영컨설팅 인식의 이해도
		직무만족	유의(+)	
		혁신활동	유의(-)	
가설1-2	조직적 요인	조직몰입	유의(+)	
가설1-3	개인 및 조직적 요인	자기효능감	유의(+)	
		직무몰입	유의(+)	

2. 경영컨설팅인식의 신뢰도에 미치는 영향에 관한 연구가설

연구가설2의 ‘경영컨설팅인식의 신뢰도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다’라는 가설에 대해 연구가설2-1의 개인적인 요인은 직무몰입, 직무만족에 대해서는 정(+)의 영향을 미치고 있으나 혁신활동, 업무열정, 자기효능감, 성취욕구에 대해서는 유의 하지 않았으며, 가설2-2의 조직적 요인에서는 모두 유의하지 않는 것으로 검증되었다. 또한 가설2-3에서는 직무몰입에 대해서만 유의하여 정(+)의 영향을 보였고, 나머지 변수에서는 모두 유의 하지 않아 통계적으로 영향력이 검증되지 않았다. 결과 요약은 [표 4-38]과 같다.

[표4-38]경영컨설팅인식의 신뢰도에 관한 연구가설 검증결과

모형	독립변수		검증결과	종속변수
가설2-1	개인적 요인	직무몰입	유의(+)	경영컨설팅 인식의 신뢰도
		직무만족	유의(-)	
가설2-3	개인 및 조직적 요인	직무몰입	유의(+)	

3. 경영컨설팅인식의 참여도에 미치는 영향에 관한 연구가설

연구가설3의 ‘경영컨설팅인식의 참여도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다’라는 가설에 대해 가설3-1의 개인적인 요인은 성취욕구에 대해서는 유의한 것으로 정(+)의 영향을 보였고, 혁신활동은 유의하였으나 부(-)의 영향을 보였으나 업무열정, 자기효능감, 직무몰입, 직무만족에 대해서는 유의하지 않았다. 가설3-2에서는 조직적 요인인 고용안정성, 조직몰입, 조직충성도 모두 유의하지 않았다. 가설3-3에서는 성취욕구에 대해서는 유의하여 정(+)의 영향을 보였고, 혁신활동은 유의하였으나 부(-)의 영향을 보였다. 반면 나머지 변수에 대해서는 모두 유의하지 않아 통계적으로 영향력이 검증되지 않았다. 결과 요약은 [표 4-39]과 같다.

[표4-39]경영컨설팅인식의 참여도에 관한 연구가설 검증결과

모형	독립변수		검증결과	종속변수
가설3-1	개인적 요인	혁신활동	유의(-)	경영컨설팅 인식의 참여도
		성취욕구	유의(+)	
가설3-3	개인 및 조직적 요인	혁신활동	유의(-)	
		성취욕구	유의(+)	

4. 경영컨설팅인식의 인지도에 미치는 영향에 관한 연구가설>.

연구가설4의 ‘경영컨설팅인식의 인지도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다’라는 가설에 대해 가설4-1의 개인적인 요인은 자기효능감과 직무몰입에 대해서는 유의한 것으로 정(+)의 영향을 보였으나 혁신활동에 대해서는 유의하나 부(-)의 영향을 보였다. 가설4-2의 조직적 요인은 조직몰입에 대해서 유의한 것으로 정(+)의 영향을 나타냈고, 고용안정성과 조직충성도 모두 유의하지 않았다. 반면 가설4-3에서는 자기효능감, 직무몰입에 대해서는 유의하여 정(+)의 영향을 보였으나, 혁신활동, 조직충성도에 대해서는 유의하지만 부(-)의 영향을 보였고, 나머지 변수에 대해서는 모두 유의

하지 않아 통계적으로 영향력이 검증되지 않았다. 결과 요약은 [표 4-40]과 같다.

[표4-40]경영컨설팅인식의 인지도에 관한 연구가설 검증결과

모형	독립변수		검증결과	종속변수
가설4-1	개인적 요인	혁신활동	유의(-)	경영컨설팅 인식의 인지도
		자기효능감	유의(+)	
		직무몰입	유의(+)	
가설4-2	조직적 요인	조직몰입	유의(+)	
가설4-3	개인 및 조직적 요인	혁신활동	유의(-)	
		자기효능감	유의(+)	
		직무몰입	유의(+)	
		조직충성도	유의(-)	

5. 경영컨설팅인식에 미치는 영향에 관한 연구가설

연구가설5의 ‘경영컨설팅인식에 긍정적인 영향을 미칠 것이다’라는 가설에 대해 가설5-1의 개인적인 요인은 자기효능감, 직무몰입에 대해서는 유의하여 정(+)의 영향을 보였으나, 혁신활동에 대해서는 유의하지는 하나 부(-)의 영향을 보였다, 가설5-2의 조직적인 측면에서 조직몰입은 유의하여 정(+)의 영향을 보였으나 고용안정성, 조직충성도에 대해서는 유의하지 않았다. 가설5-3은 직무몰입에 대해서는 유의하여 정(+)의 영향을 보였고, 혁신활동은 유의하나 부(-)의 영향을 보였으며,, 나머지 변수에 대해서는 모두 유의하지 않아 통계적으로 영향력이 검증되지 않았다. 결과 요약은 [표 4-41]과 같다.

[표4-41]경영컨설팅인식에 관한 연구가설 검증결과

모형	독립변수		검증결과	종속변수
가설5-1	개인적 요인	혁신활동	유의(-)	경영컨설팅 인식
		자기효능감	유의(+)	
		직무몰입	유의(+)	
가설5-2	조직적 요인	조직몰입	유의(+)	
가설5-3	개인 및 조직적 요인	혁신활동	유의(-)	
		직무몰입	유의(+)	

6. 사회통계학적 특성에 따른 개인적 요인의 평균차이에 관한 연구가설

연구가설6의 ‘사회통계학적 특성에 따라 개인적 요인은 유의미한 평균차이를 보일 것이다’에서 가설6-1의 혁신활동, 가설6-2의 업무열정, 가설6-3의 자기효능감, 가설6-4의 직무몰입, 가설6-5의 직무만족, 가설6-6의 성취욕구에 대해서 사회통계학적 특성과의 통계적 유의미한 평균차이에 대한 검증 결과는 [표4-42]과 같다.

[표4-42]사회통계학적 특성에 따른 개인적 요인의 평균차이에 대한 연구가설 검증결과

독립변수	가설6					
	가설 6-1	가설 6-2	가설 6-3	가설 6-4	가설 6-5	가설 6-6
성별	○	X	X	○	X	○
연령	○	X	X	X	X	X
최종학력	○	○	○	○	X	○
소득	○	○	○	○	○	○
근무연수	X	X	X	X	X	X
직무	X	X	X	X	X	X
회사 직급	○	X	○	○	X	○

회사 규모	X	X	X	O	O	O
업종	X	X	X	X	X	X
종속변수	혁신 활동	업무 열정	자기 효능감	직무 몰입	직무 만족	성취 욕구

(x는 유의하지 않음, O는 유의함.)

7. 사회통계학적 특성에 따른 조직적 요인의 평균차이에 관한 연구가설

연구가설7의 ‘사회통계학적 특성에 따라 조직적 요인은 유의미한 평균차이를 보일 것이다’에서 가설7-1의 고용안정성, 가설7-2의 조직몰입, 가설7-3의 조직충성도에 대해서 사회통계학적 특성과의 통계적 유의미한 평균차이에 대한 검증 결과는 [표4-43]과 같다.

[표4-43]사회통계학적 특성에 따른 조직적 요인의 평균차이에 대한
연구가설 검증결과

독립변수	가설7		
	가설 7-1	가설 7-2	가설 7-3
성별	X	X	X
연령	O	X	X
최종학력	X	X	X
소득	X	X	O
근무연수	X	X	X
직무	X	X	O
회사 직급	O	X	X
회사 규모	X	O	O
업종	X	O	O
종속변수	고용 안정성	조직 몰입	조직 충성도

(x는 유의하지 않음, O는 유의함.)

8. 사회통계학적 특성에 따른 경영컨설팅인식 요인의 평균차이에 관한 연구가설

연구가설8의 ‘사회통계학적 특성에 따라 조직적 요인은 유의미한 평균차이를 보일 것이다’에서 가설8-1의 경영컨설팅인식의 이해도, 가설8-2의 경영컨설팅인식의 신뢰도, 가설8-3의 경영컨설팅인식의 참여도, 가설8-4의 경영컨설팅인식의 인지도에 대해서 사회통계학적 특성과의 통계적 유의미한 평균차이에 대한 검증 결과는 [표4-44]과 같다.

[표4-44]사회통계학적 특성에 따른 경영컨설팅인식 요인의 평균차이에 대한 연구가설 검증결과

독립변수	가설8			
	가설8-1	가설8-2	가설8-3	가설8-4
성별	X	X	X	X
연령	X	X	X	X
최종학력	X	X	X	O
소득	O	O	X	O
근무연수	X	X	X	X
직무	X	X	X	X
회사 직급	X	X	O	X
회사 규모	O	O	X	O
업종	X	O	X	X
종속변수	경영컨설팅인식의 이해도	경영컨설팅인식의 신뢰도	경영컨설팅인식의 참여도	경영컨설팅인식의 인지도

(x는 유의하지 않음, O는 유의함.)

이러한 결과를 토대로 본 연구는 기업체 중간관리자의 심리적 요인과 사회통계학적 특성에 따른 경영컨설팅인식에 미치는 결정요인을 확인하여 기업의 전략적 의사결정의 필요시기에 올바른 경영컨설팅의 방향을 제시

하기 위해서는 구체적으로 어떠한 전략적 노력을 해야 하는 지에 대한 제언하고, 연구의 한계점을 제시하도록 하였다.



제 5 장 결 론

제 1 절 연구결과의 요약

본 연구는 기업체 중간관리자의 심리적 요인을 중심으로 경영컨설팅인식에 미치는 결정요인을 확인하고자 하였는데, 기업체 중간관리자의 심리적 요인을 개인적 요인인 혁신활동, 업무열정, 자기효능감, 직무몰입, 직무만족, 성취욕구와 조직적 요인인 고용안정성, 조직몰입, 조직충성도로 구분하였고, 경영컨설팅인식 또한 이해도, 신뢰도, 참여도, 인지도로 구분하여 이에 미치는 영향을 검증하고자 하였다. 궁극적으로는 기업체 중간관리자의 어떠한 심리적 요인이 경영컨설팅인식에 미치는 결정요인인가와 영향이 있는지를 검증하도록 설계하였다. 이러한 검증 과정을 통해서 본 연구는 경영컨설팅인식에 미치는 결정요인을 찾아 향후 경영컨설팅의 다차원적 정책을 결정하는 데 연구 의미를 부여하며 연구결과를 요약한 것은 다음과 같다.

첫 번째, 기업체 중간관리자의 개인적·조직적 요인에 대한 경영컨설팅인식의 이해도에서는 자기효능감, 직무몰입, 직무만족, 조직몰입이 영향을 미쳤고, 이에 반해 혁신활동은 부(-)의 영향을 미치는 것으로 확인 되었다. 즉 혁신활동이 높은 만큼 경영컨설팅인식은 하락한다는 결과로 검증되었다. 반면 업무열정, 성취욕구, 고용안정성 조직충성도는 경영컨설팅인식의 이해도에 영향을 미치지 않는 것으로 확인 할 수 있었다.

두 번째, 기업체 중간관리자의 경영컨설팅인식의 신뢰도에 대한 검증결과는 직무몰입, 직무만족의 요인에서 정(+)의 영향을 미치고 이외의 요인과는 영향을 미치지 않는 것으로 확인 할 수 있었다.

세 번째, 경영컨설팅의 참여도에 대한 기업체 중간관리자의 요인은 성취욕구에 대해 정(+)의 영향을 미쳤고, 혁신활동에 대해서는 부(-)의 영향이 미침을 확인했다. 이외의 요인과는 영향이 미치지 않는 것으로 확인 할 수 있었다.

네 번째, 경영컨설팅인식의 인지도에 대한 기업체 중간관리자의 요인은 자기효능감, 직무몰입, 조직몰입에 대해서는 정(+)의 영향을 미쳤고, 혁신활동과 조직충성도에는 부(-)의 영향이 있는 것으로 검증되었다. 이외의 요인은 경영컨설팅 인지도에 영향을 미치지 않는 것으로 확인 할 수 있었다.

다섯 번째, 기업체 중간관리자의 개인 및 조직적 측면에서 경영컨설팅인식에 대한 요인으로 자기효능감, 직무몰입, 조직몰입의 요인이 정(+)의 영향이 있는 것으로 검증되었으며, 혁신활동은 부(-)의 영향이 있는 것으로 확인 할 수 있었다.

여섯 번째, 추가적으로 사회통계학적 특성에 따른 중간관리자의 개인적 요인에 유의미한 평균차이를 보인 변수는 최종학력, 소득, 회사직급, 회사규모 정도에서 그 차이를 볼 수 있었다. 그리고 조직적 요인으로서는 연령, 소득, 회사규모, 업종의 변수에서 유의미한 평균차이를 볼 수 있었으며, 경영컨설팅인식에 유의미한 평균차이를 보인 변수는 소득, 최종학력, 회사규모와 업종으로 확인할 수 있었다.

이러한 연구 결과를 종합해보면 기업체 중간관리자로서 경영컨설팅인식에 정(+)의 영향이 미치는 심리적 결정요인으로 직무몰입, 자기효능감, 조직몰입으로 확인할 수 있었고, 부(-)의 영향이 미치는 심리적 결정요인으로 혁신활동, 조직충성도임을 확인할 수 있었다. 또한 사회통계학적 특성에 따른 기업체 중간관리자의 경영컨설팅인식의 유의미한 평균차이가 있는 변수는 회사규모와 소득이 해당됨을 확인 할 수 있었다.

제 2 절 연구의 시사점

우리나라의 기업체들이 컨설팅을 수용하기 시작한 것은 그리 오래되지 않았다. 그리고 컨설팅을 수용하기 된 동기도 기업체 별로 다양한데 기업체 스스로 경영 혁신을 하거나, 신사업을 진출하거나, 내부의 문제점을 개선하기 위해서, 또는 기업체의 부문별 사업의 분리를 위해서라든지 사유는 다양하다고 할 수 있다. 그러나 모든 기업체가 스스로 컨설팅을 수용한 것은 아닌데, 주로 대기업은 자발적으로 컨설팅을 수용하나 대기업은 제외한 중소기업은 그 필요성을 인지하지 못하거나 인지하여도 비용적 측면 등의 사유로 수용하지 못하는 경우가 대부분이다. 이러한 문제를 해결하기 위해 정부는 중소기업에 대한 컨설팅 지원 사업을 실시하고 있으나 초기의 목적하는 바가 많이 퇴색되어 형식적인 실행 형태로 변질되고 있음을 인지하고 있고, 이러한 문제를 해결하기 위해 다양한 방법으로 경영컨설팅 지원 사업을 변경하고 있다. 그러나 기업체가 경영컨설팅을 수용한다고 해서 모두 경영컨설팅 내용을 실천하는 것은 아니다. 기업체의 문제를 해결하고 성장 발전하기 위해서는 기업체 중간관리자의 역할이 매우 중요하다고 할 것이다.

본 연구의 결과를 통해서 알 수 있듯이 기업체 중간관리자의 심리적 요인 중 긍정적인 영향을 미치는 요인과 부정적 영향을 미치는 요인을 확인할 수 있었다. 이는 경영컨설팅을 수용하거나 실행하는 과정과 그 결과에 대한 실행함에 있어서도 매우 중요한 의미를 가진다고 하겠다.

이러한 연구 결과를 근거하여 향후 기업체에 대한 경영컨설팅인식이 컨설팅 시작과 실행, 실천 과정에서 중간관리자의 심리적 요인 파악이 매우 중요하다는 점을 인식하고 이를 사전적으로 파악하여야만 객관적이고 정확한 경영컨설팅을 실시할 수 있다고 할 수 있다.

그리고 기업체 중간관리자가 의사결정자로서의 위치에서 올바른 경영컨설팅 목적을 인식하고, 경영컨설팅을 수용하며, 실행할 수 있도록 하기위해서도 경영컨설팅인식의 파악이 무엇보다 중요하다고 할 것이다.

제 3 절 연구의 한계

경영컨설팅인식에 미치는 결정요인으로 기업체 중간관리자의 심리적 요인을 중심으로 살펴보기 위한 본 연구는 실증적인 측면에서 다음과 같은 몇 가지 한계점이 있었다.

첫째, 본 연구를 진행함에 있어 경영컨설팅인식에 대한 선행연구가 거의 없어 경영컨설팅인식 요인에 대한 정의가 부족하다는 점이다.

둘째, 본 연구는 다양한 기업체를 연구대상으로 설정하였기 때문에 기업체의 직급 범위가 넓어 실질적으로 기업의 전략적 의사결정을 하는 핵심 중간관리자의 직급을 대상으로 조사하기에 부족한 점이 있었다.

셋째, 본 연구에서는 기업체 중간관리자의 심리적 요인으로 많은 요인이 있음에도 9개의 요인만을 설정함으로 중간관리자의 모든 심리적 요인을 검증하기에는 부족하였고, 중간 관리자의 심리적 요인의 측정을 위한 설문지 구성에 있어 많은 선행연구를 검토하여 설정하였으나 그것이 주로 서구의 것이고 급속하게 변하는 우리나라의 기업환경의 변화내용 반영이 미흡한 점이 있었다.

HANSUNG
UNIVERSITY

【참고문헌】

1. 국내문헌

- 고수일·한주희 (2001). “직무몰입, 조직시민행동에 대한 성과 지향적 보상 체계의 효과”, 「생산성논집」, 15(3), 한국생산성학회, pp. 219-245.
- 곽선화(2022). “조직성장 단계별 TMT 구성과 조직성과”, 박사학위논문, 부산대학교 pp. 67-77.
- 김경미 (1987). “17세기 프랑스 철학계에서 고찰된 Passion의 개념”, 「인문과학논집」, 청주대학교 인문과학연구소, 6, pp. 165-185.
- 김병근 (2012) “업종별 중소기업 성장경로 연구” 고려대학교 행정대학원, 석사학위논문, pp. 3-7
- 김오담 (1978). “제품의 수명주기와 마케팅전략”, 고려대경영논총, pp. 238-240.
- 김정민 (2009). “채용경로 및 보상만족이 직무몰입에 미치는 영향에 대한연구: 전기,전자업종을 중심으로”. 한양대학교, 산업디자인 대학원. 석사학위 논문.
- 김창중 (2010). “변혁적 리더십, 열정, 성취욕구, 혁신행동 및 조직시민행동간의 관계”. 경기대학교, 박사학위논문.
- 박통희·김민강 (2008). “공무원의 신분불안과 조직시민행동: 조직신뢰의 매개효과”, 「한국정책학회보」 17(4), 한국정책학회, pp. 275-310.
- 배규식·권현지·노용진. (2008). “작업장 혁신 중장기 발전전략 연구”, 한국노동연구원.
- 백기복 (2002). 「조직행동연구」, 서울: 창민사.
- 백종현 (2000). 「존재와 진리: 칸트 순수이성 비판의 근본문제」, 서울: 철학과 현실사.
- 신상복 (2012). “경영컨설팅 서비스품질이 고객만족도에 미치는 영향에 관한 연구”, 동명대학교 박사학위논문.

- 신유근 (1997). 「인간존중의 경영」. 서울: 다산출판사.
- 신혜정 (2000). "사회복지관 중간관리자의 인지된 임파워먼트에 관한 연구." 이화여자대학교, 석사학위논문.
- 안관영·이병직 (2002). "집단주의 성취욕구가 조직시민행동에 미치는 효과 및 혁신성의 조절효과에 관한 연구". 「경영학 연구」, 31(5), 한국경영학회, pp.1311-1334.
- 오동근 (2004). "일 가치감이 직무효과성에 미치는 영향". 「한국심리학회지: 산업 및 조직」, 17, 한국심리학회, pp.357-399.
- 오인수 (2002). 일반적 자아효능감: 개념, 측정관련 이슈와 인적자원관리 측면의 시사점. 「한국심리학회지 : 산업 및 조직」, 15, 한국심리학회, pp.49-72.
- 오주리 (2011). "기업체 중간관리자의 심리적 임파워먼트 척도개발". 경북대학교, 박사학위논문.
- 우종민 (2005). "인지행동적 개입에 기반한 직무스트레스 모형 및 관리프로그램개발." 충북대학교, 박사학위논문.
- 유진·김화경·정꽃님 (2009). "무용전공 대학생들의 무용열정에 따른 정서변화", 「한국무용과 학회지」, 19, 한국무용과학회, pp.2-12
- 이기현 (2005). "심리적 임파워먼트가 조직효과성에 미치는 영향에 관한 연구". 서울대학교, 석사학위논문.
- 이동수·김지혜·한우상·우종민·강동우·고영건·연병길·김이영 (1999). "직무스트레스 평가를 위한 측정도구 개발 및 표준화 연구 : 신뢰도와 타당도", 「대한신경정신의학회」, 38, 신경정식의학, pp. 1026-1037.
- 이을터 (2004). "칸트 인식론 관점에서 지식기반업무 활동 평가기준 및 요소 개발과 타당성 검증". 고려대학교, pp. 97-99.
- 이정출 (2010). "중소기업 CEO의 경영컨설팅인식에 미치는 결정 요인에 관한 연구", 서울산업대학교, 석사학위논문.
- 임창희 (2004), 「조직행동」, 서울:학현사.
- 장 영 (1996). "경영컨설팅 유형별 성과에 대한 상황적 분석", 한국과학기술원, 박사학위 논문.

- 장형석 (2006). "기업의 핵심가치로서의 신뢰와 열정: 영향요인, 조직몰입과의 관계 및 증진방안에 관한 연구", 부산대학교, 보건대학원, 박사학위논문.
- 전기수 (2009). "중소벤처기업 경영컨설팅이 경영성과에 미치는 영향에 관한 실증 연구", 건국대학교 박사학위논문.
- 전유경 (2005). "직장-가정 갈등이 직무몰입에 미치는 영향: 초, 중, 고등학교 교사들을 중심으로", 홍익대학교 대학원, 석사학위논문.
- 정동섭 (1992). "전략형성 방법과 기업성과의 관계", 「경영·경제연구」, 부산대학교경영·경제연구소, pp. 161-180.
- 정문섭 (2011). 「성공한 네 모습을 상상하라」, 행복에너지, p. 316.
- 조범상 (2004). "조직의 윤리풍토와 의사소통 풍토에 대한 지각이 종업원의 상사 신뢰와 조직충성 행동에 미치는 영향". 고려대학교 석사학위 논문.
- 중소기업청(2008) 「컨설팅산업 백서」
- 중소기업청 (2005), 「컨설팅산업백서, 컨설팅 윤리강령 제정 및 선포」.
- 최영희 (2012). "고용안정성이 혁신활동에 미치는 영향에 관한 연구", 한양대학교대학원, 박사학위논문.
- 홍의숙 (2009). "중소기업 리더 코칭이 자기효능감을 매개로 직무관련 성과에 미치는 영향에 관한 연구". 숭실대학교. 박사학위논문.

2. 해외문헌

- Ahmed, P. K., & M. Rafiq.(2003),“In ternal Marketing issues and Challenges”, *European Journal of Marketing*, 37(9), pp.1177-1186.
- Allen, N. J., & J. P. Meyer.(1990), “The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the rganization”. *Journal of Occupational Psychology*, 63, pp.1-18.
- Ashford, S, C. Lee, and P. Bobko. (1989), “Content, Causes and Consequences of Job Insecurity: a Theory-Based Measure and Substantive Test”. *Academy of Management Journal*, 32: pp.803-829.
- Ashforth, B. E. (1989), “The experience of powerlessness in organizations”, *Organizational Behaviorand Human Decision Processes*, 43, pp.207-242.
- Ashforth, B. E., & F. Mael, (1989), “Social identity theory and the organization”, *Academy of Management Review*, 14, pp.20-39.
- Bandura, A., & R. E. Wood. (1989), “Effect of perceived controll ability and performance standards onself-regulation of complex decision making”, *Journal of Personality and Social Psychology*, 56, pp.805-814.
- Bandura, A. (1997), *Self-efficacy: The exercise of control*. New York, NY: Freeman.
- Bass, B. M. (1985), *Leader ship and performance beyond exepectation*, New York, NY: Free Press.
- Becker, H. S. (1960), "Notes on the Concept of Commitment", *American Journal of Sociology*, Vol. 66 No. 1, pp. pp.32-40.
- Bhatnagar, J. (2005), “The power of psychological empowerment as an antecedents to organizational commitment in Indian managers”, *Human Resource Development*, 8, pp.419-433.
- Black, E. L. (1998), “Which is More Value Relevance : Earnings of

- Cash Flows? A Life Cycle Examination”, Working Paper, University of Arkansas.
- Buchanan, B. (1974), “Building organizational commitment: the socialization of manager in work organizations”, *Administrative Science Quarterly*, pp.533-546.
- Chandler, A. D. (1962), “Strategy and Structure”, Cambridge, MA: MIT Press.
- Chen, G., S. M. Gully., & D. Eden. (2001), “Validation of a new general self-efficacy scale”, *Organizational Research Methods*, 4, pp.62-83.
- Churchill, N., and V. Lewis. (1983), “The Five Stages of Small Business Growth”. *Harvard Business Review*, pp.30-50.
- Davy, J. A., A. J. Kinicki., & C. L. Scheck. (1997), “A test of job security’s direct and mediated effects on withdrawal cognitions”, *Journal of Organizational Behavior*, 18 pp.323-349.
- Fard, J. L., & C. M. Ford. (1990), “In dividual innovation”, In M. A. West & J. L. Farr(Eds.), “Innovation and creativity at work”, New York: John Wiley & Sons.
- Frijda, N. H., B. Mesquita., J. Sonnermans., & S. Van Goozen. (1991), “The duration of affective phenomena or emotions, sentiments and passions, In K.T.Strongman(Ed.)”, *International review of studies on emotion*(Vol.1,pp.187-225), new York: Wiley
- Frohman, A. L., & L. W. Johnson. (1999), “The middle management challenge: Moving from crisis to empowerment”, NY: McGraw-Hill.
- Gibson, F., A. Mcgrath., & N. Reid. (1989), “Occupational stress in social work”, *British Journal of Social Work*, 19, pp.1-18.
- Greenhalgh, L., & Z. Rosenblatt. (1984), “Job in security: To ward conceptual clarity”, *Academy of management Review*, 9(3) pp.438-448.
- Hackman, J. R., G. R., Oldham., R. Jonson., & K. Purdy. (1975), “A new strategy for job enrichment”. *California Management Review*,

- Summer, pp.23-35.
- Ladd, J. (1967), "Loyalty", in Paul Edwards(de), *The Encyclopedia of Philosophy*, New York: Macnillan & The Free Press, Vol. 5, pp.97-98.
- Kanter, R. M. (1968), "Commitment and Social Organization: A study of Commitment mechanism in Utopian Communists", *American Sociological Review*, 33, No. 4, pp.499-517.
- Kanugo, R. N. (1982), "Measurement of Job Involvement", *Journal of applied Psychology*, 67(3), pp.341-349.
- Katz, D., & R. L. Kahn. (1978), *The Social Psychology of Organizations*, New York: Wiley
- Kazanjan, R. K. (1989), "Relation of Dominant Problems to Stage of Growth in Technology-Based New Ventures", *Academy of Management Journal*. 31(2), pp.257-279.
- King, J. E. (2000), "White collar reactions to job Insecurity and the role of the psychological contact: implications for human resource management", *Human Resource Management*, 139, 1 pp.79-92.
- Kubr, M. (1999), 한종극 번역 「경영컨설팅」, Guru Consulting.
- Lee, C., & P., Bobko. (1994), "Self-efficacy beliefs: Comparison of five measure", *Journal of Applied Psychology*, 79(3), pp.364-369.
- Lee, Y. D. (1989), *The enhancement of intrinsic motivation through the mechanism of feed back: An experiment study*. Doctoral Dissertation, University of Pittsburgh.
- Locke, E. A. (1976), "The nature and causes of job satisfaction, In M. D. Dunnette(Ed.)", *Handbook of Industrial and Organizational Psychology*, Chicago: Rand McNally, pp.1297-1349.
- Lodahl, T. M., & M., Keiner. (1965), "The Definition & measurement of job involvement", *Journal of applied Psychology*, 49(1), pp.24.
- Maister, D. H. (1982), "Balancing the Professional Service Firm", *Sloan*

- Management Review*, pp.15-29
- Makenna, S. D. (1994), "Lever aging complexity: The middle manager's dilemma", *The Learning Organization*, 1. pp.6-14.
- McClelland, D. C. (1971), "Assessing Human Motivation", Morris town, General Learning Press.
- Meyer, M. (2004), 열정의 레토릭(전성기 역), 고려대학교 출판부.
- Miller, D., and P. H. Friesen. (1984), "A Longitudinal Study of the Corporate Life Cycle", *Management Science*, 30(10), pp.1161-83.
- Mohr, L. B. (1969), "Determinants of Innovation in Organizations", *The American Political Science Review*, 63(1), pp.111-126.
- Mowday, R. T., R. M. Steers, & L. W. Porter. (1979), "The measurement of organizational commitment", *Journal of Vocational Behavior*, 14, pp.224-247.
- O'Neil, H. F., & H. Herl. (1998), *Reliability and Validity of a Trait Measure of Self-Regulation*. UCLA/CRESST AERA.
- Philip Kotler and Gary Armstrong. (1994), *Principles of Marketing*, Prentice Hall, 6th de., 4, p.277
- Peterson, C., & M. E. P. Seligman. (2004), "Character strengths and virtues: A handbook and classification", NY: Oxford University Press, DC: American Psychological Association.
- Porter, M. E., (1980), *Competitive strategy : Techniques for analyzing industries and competitors*, The free press pp.157-162.
- Porter, L., & E. Ghiselli. (1987), "The self perception of top and middle management personnel". *Personnel Psychology*, 72, p.402.
- Powers, E. L. (2000), "Employment loyalty in the new millennium", *SAM Advanced Management journal*, 65, pp.4-9.
- Quinn, R., and K. Cameron. (1983), "Organizational Life Cycle and Evidences", *Management Science*, Vol. 29, pp.33-51.
- Salen, S. D., & J. Hosek. (1979), "Job involvement: Concepts and

- measurement". *Academy of management Journal*, Vol. 19, pp.213-218.
- Scott, S. G., & R. A. Bruce. (1994), "Seterminants of innovative behavior: a path model of individual innovation in the workplace", *Academy of Management Journal*, vol. 37, no. 3, pp.580-607.
- Sheldon, M. E. (1971), "Investment and Involvement as Mechanisms Producing Commitment to the Organization", *Administrative Science Quarterly*, 16, pp.142-150.
- Smith, H. (1955), "Psychology of Industrial Behavior", New York, McGraw-Hill, pp. 114-115.
- Stajkovic, A. D., & F. Luthans. (1997), "Ameta-analysis of the effects of organizational behavior modification on task performance, 1975~1995", *Academy of Management Journal*, 40, pp.1122-1149.
- Stephen, P., C. Graeme., & O. Helen. (1999), "The empowerment of middle managers in acommunity health trust: Structure responsibility and culture", *Personnel Review*, 28, pp.242-257.
- Murray. V. V., & A. F. Corenblum.(1996), "Loyalty to the immediate sysperior at alternate hierchical levels in a bureaucracy", *American Journal of Sociology*, 72(1), pp.77-85
- Vallerand, R. J., & N. Houlfort. (2003b), "Passion at work: Toward a new conceptualization., In D. Skarlicki, S. Gilliland, & D. Steiner(Eds.)", *Social issues in management: Vol. 3., Emerging perspectives of values in organizations*, Greenwich, CT: Information Age Publishing, pp. 175-204
- Vogt, J. F., & K. L. Murrell. (1990), *Empowerment in organizations: How to spark exceptional performance*. San Diego: University Associates.
- Webster, F. A., (1976), "A Model For New Venture Initiation: A Disclosure on Rapacity and the Independent Entrepreneur" *Academy of Management Review*. 1(1), pp.26-37.

- West, M. A., & J. L. Farr. (1990), "Innovation at work", In M. A. West and J. L. Farr(eds), *Innovation and Creativity at Work*, New York, Wiley, pp.3-13
- Williams, A. P. O., & S. Woodward (1994), *The Competitive Consultant : A Client-oriented Approach for achieving Superior Performance*, The Macmillan Press Ltd.,
- Zhou, J., & J. M. George.(2001), "When job dissatisfaction lead to creativity: Encouraging the expression of voice", *The Academy of Management journal*, 44(4), pp.682-696.
- Zimmerman, B. J. (2000), "Self-efficacy: An essential motive to learn", *Contemporary Educational Psychology*, 25, pp82-91.



【설 문 지】

ID			
----	--	--	--

안녕하십니까?

바쁘신 와중에도 설문조사에 협조하여 주셔서 대단히 감사드리며, 항상 귀사와 귀하의 가정에 건강과 행복이 가득하시길 기원 합니다.

본 조사는 “기업체 중간관리자의 경영권설형인식에 미치는 결정요인에 관한 실증연구”를 하기 위한 설문입니다.

수집된 자료는 통계법 제33조에 의거 비밀이 절대 보장되고, 귀중한 개인정보는 법에 의해 보호됨을 알려드리며, 본 연구목적 이외에 다른 용도로는 절대 사용하지 않을 것임을 약속드립니다.

본 설문은 약 10분 정도의 시간이 소요되며, 설문의 옳고 그른 답이 없으므로 귀하가 느끼시는 바를 그대로 기술하시면 됩니다.

본 설문에 대한 귀하의 고견은 본 연구를 위한 중요한 자료로 이용 될 것이므로 부디 한 문항도 빠짐없이 성의껏 답변을 부탁드립니다, 귀하의 건승하심과 귀사의 무궁한 발전을 기원 합니다.

설문에 흔쾌히 응해 주셔서 진심으로 감사를 드립니다.

2012. 10.

연구자 : 한성대학교 지식서비스 & 컨설팅 대학원 석사과정 정 태 석

지도교수 : 한성대학교 지식서비스 & 컨설팅 대학원 지도교수 주 형 근

문의사항 : 전화 010-4708- 5602

이 메 일 : jtsuka@daum.net

1. 다음은 귀하가 회사에서 업무에 관련한 개인적 요인에 대한 질문입니다.

1-1. 귀하가 회사에서 업무에 관련된 **혁신행동**에 관한 질문입니다.

귀하의 의견이 일치하는 곳에 √해 주십시오.

항목	전혀 그렇 지 않다	그렇 지 않다	보 통 이 다	그 렇 다	매 우 그 렇 다
1. 나는 목표를 달성하기위하여 혁신적인 방법을 제시하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
2. 나는 성과를 향상시키기 위해 새롭고 실질적인 방안을 제안하는 편이다	①	②	③	④	⑤
3. 나는 새로운 기술, 절차, 기법이나 제품 아이디어를 꾸준히 탐색한다.	①	②	③	④	⑤
4. 나는 업무의 품질을 개선하기 위하여 새로운 방법을 제안하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
5. 나는 창의적인 아이디어의 정보원을 가지고 있다.	①	②	③	④	⑤
6. 나는 새로운 아이디어의 리스크에 대해 별로 두려워하지 않는다.	①	②	③	④	⑤
7. 나는 새로운 아이디어에 다른 사람을 동참시키려고 노력한다.	①	②	③	④	⑤
8. 나는 새로운 아이디어를 바로 업무에 적용한다.	①	②	③	④	⑤
9. 나는 새로운 아이디어를 실행하기 위한 일정계획을 수립하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
10. 나에게는 새롭고 혁신적인 아이디어가 종종 떠오른다.	①	②	③	④	⑤
11. 나는 문제해결을 위해 새로운 아이디어를 자주 제시한다.	①	②	③	④	⑤
12. 나는 업무 수행에 있어 새로운 방식을 적용할 수 있도록 자주 제안하는 편이다.	①	②	③	④	⑤

1-2. 귀하가 회사에서 업무에 관련된 **업무열정**에 관한 질문입니다.

귀하의 의견이 일치하는 곳에 √해 주십시오.

항목	전혀 그렇 지 않다	그렇 지 않다	보 통 이 다	그 렇 다	매 우 그 렇 다
1. 업무는 나에게 다양한 경험을 하게끔 해 준다	①	②	③	④	⑤
2. 업무에서 얻는 새로운 것들은 나에게 그 이상의 가치를 준다.	①	②	③	④	⑤
3. 업무는 나에게 기억에 남을 만한 경험을 가져다 준다	①	②	③	④	⑤

4. 업무는 내가 나 자신을 좋아하도록 만든다	①	②	③	④	⑤
5. 나의 업무는 삶에 있어서 다른 활동과 조화를 이룬다.	①	②	③	④	⑤
6. 내게 업무는 하나의 열정이며 나는 그 열정을 잘 통제할 수 있다.	①	②	③	④	⑤
7. 나는 업무에 활발히 참여한다.	①	②	③	④	⑤

1-3. 귀하가 회사에서 업무에 관련된 **자기효능감**에 관한 질문입니다.

귀하의 의견이 일치하는 곳에 √ 해 주십시오.

항목	전혀 그렇 지 않다	그렇 지 않다	보 통 이 다	그 렇 다	매 우 그 렇 다
1. 나는 내가 정한 대부분의 정한 목표를 달성할 수 있다.	①	②	③	④	⑤
2. 나는 어려운 과제가 주어져도 그것을 해낼 수 있다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
3. 대체로 내가 한일에서 중요한 성과들을 얻을 수 있다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
4. 나는 내가 하고자 마음먹은 일은 해낼 수 있다고 믿는다.	①	②	③	④	⑤
5. 나는 많은 장애물을 효과적으로 극복할 수 있다.	①	②	③	④	⑤
6. 나는 많은 어려운 일을 효과적으로 수행할 수 있다는 믿음을 가지고 있다.	①	②	③	④	⑤
7. 나는 다른 사람들 보다 일을 잘 할 수 있다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
8. 나는 어려운 상황에서도 맡은 일을 잘 해낼 수 있다.	①	②	③	④	⑤

1-4. 귀하가 회사에서 업무에 관련된 **직무몰입**에 관한 질문입니다.

귀하의 의견이 일치하는 곳에 √ 해 주십시오.

항목	전혀 그렇 지 않다	그 렇 지 않 다	보 통 이 다	그 렇 다	매 우 그 렇 다
1. 내 생활에 일어나는 가장 중요한 일들은 현재 나의 직무와 연관이 있다	①	②	③	④	⑤
2. 나의 업무는 개인적인 성장과 발전을 할 수 있는 기회를 제공한다	①	②	③	④	⑤
3. 나는 내 업무를 보다 잘 할 수 있는 방법을 생각하려고 노력한다.	①	②	③	④	⑤

4. 내가 맡고 있는 직무는 다른 사람이 맡고 있는 직무보다 중요하다.	①	②	③	④	⑤
5. 나는 직무상 행하는 작업에 대하여 개인적으로 책임감을 느낀다.	①	②	③	④	⑤
6. 나는 우리 회사가 잘 될 수 있는 일이라면 나의 직무 이상의 노력을 기울일 용의가 있다	①	②	③	④	⑤
7. 내가 수행하는 업무는 내 자신에게 성취감을 주고 있다.	①	②	③	④	⑤
8. 나는 종종 회사에 나가고 싶지 않은 날이 있다.	①	②	③	④	⑤
9. 내가 하고 있는 일은 우리 회사의 이익에 중요한 영향을 미친다.	①	②	③	④	⑤

1-5. 귀하가 회사에서 업무에 관련된 **직무만족**에 관한 질문입니다.

귀하의 의견이 일치하는 곳에 √해 주십시오.

항목	전혀 그렇 지 않다	그렇 지 않다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
1.나는 나의 업무에 보람을 느낀다.	①	②	③	④	⑤
2.나는 나의 업무에 성취감을 느낀다.	①	②	③	④	⑤
3.나의 업무는 나의 적성과 잘 맞는다.	①	②	③	④	⑤
4.나는 나의 업무에 대해 전반적으로 만족한다.	①	②	③	④	⑤

1-6. 귀하가 회사에서 업무에 관련된 **성취욕구**에 관한 질문입니다.

귀하의 의견이 일치하는 곳에 √해 주십시오.

항목	전혀 그렇 지 않다	그렇 지 않다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
1. 나는 나에게 주어진 업무가 상당히 도전적일 때 최선을 다한다.	①	②	③	④	⑤
2. 나는 전보다 업무성과를 더 향상시키려고 열심히 노력한다.	①	②	③	④	⑤
3. 나는 업무의 신장을 위해 어지간한 위험을 감수한다.	①	②	③	④	⑤
4. 나는 현재 주어진 직무 이외도 기꺼이 업무를 찾아서 수행하려고 노력한다.	①	②	③	④	⑤
5. 나는 동료들 보다 업무를 더 잘 수행하려고 노력한다.	①	②	③	④	⑤

2. 다음은 귀하가 회사에서 업무에 관련한 조직적 요인에 대한 질문입니다.

2-1. 귀하가 회사에서 느끼는 고용안정성에 관한 질문입니다.

귀하의 의견이 일치하는 곳에 √해 주십시오.

항목	전혀 그렇 지 않다	그 렇 지 않 다	보 통 이 다	그 렇 다	매 우 그 렇 다
1. 나는 현재 직급보다 더 낮은 직급으로 배치될 수 있다.	①	②	③	④	⑤
2. 나는 회사에서 퇴출 대상자가 될 가능성이 있다	①	②	③	④	⑤
3. 나는 원하지 않는 퇴직 압력을 받을 가능성이 있다.	①	②	③	④	⑤
4. 내가 속해 있는 부서가 없어 질 가능성이 있다.	①	②	③	④	⑤
5. 급여가 정기적으로 인상되지 않을 가능성이 있다.	①	②	③	④	⑤
6. 우리부서에서 내가 다른 사람들에게 미치는 영향력이 약화 될 가능성이 있다.	①	②	③	④	⑤
7. 나는 제때 승진 못할 가능성이 있다.(직급, 직책)	①	②	③	④	⑤
8. 나는 상대적으로 덜 중요한 일을 맡게 될 가능성이 있다.	①	②	③	④	⑤
9. 나는 나의 직무에 영향을 미칠 수 있는 사건(일)을 통제할 힘을 가지고 있다.	①	②	③	④	⑤
10. 나는 나의 작업환경에 부정적인 영향을 미치는 것을 저지 할 수 있다.	①	②	③	④	⑤
11. 나는 나에게 영향을 미칠 사건(일)을 통제할 수 있을 만큼 조직을 잘 이해 한다.	①	②	③	④	⑤
12. 나는 부서의 변화정책에 대응할 수 있는 능력이 있다.	①	②	③	④	⑤
13. 내가 원한다면 나의 부서에서 내 직위를 지켜낼 수 있다.	①	②	③	④	⑤

2-2. 귀하가 회사에서 느끼는 조직몰입에 관한 질문입니다.

귀하의 의견이 일치하는 곳에 √해 주십시오.

항목	전혀 그렇 지 않다	그 렇 지 않 다	보 통 이 다	그 렇 다	매 우 그 렇 다
1. 나는 우리 회사에 오래 다닐 수 있다는 걸 생각하면 기쁘다.	①	②	③	④	⑤
2. 나는 우리 회사의 문제가 나의 문제처럼 느낀다	①	②	③	④	⑤

3. 우리 회사에서는 나를 가족처럼 여긴다고 느낀다	①	②	③	④	⑤
4. 나는 우리 회사에 대한 애착을 느낀다	①	②	③	④	⑤
5. 나에게 있어 우리 회사는 큰 의미가 있다.	①	②	③	④	⑤
6. 나는 우리 회사에 강한 소속감을 느낀다.	①	②	③	④	⑤

2-3. 귀하가 회사에서 느끼는 조직충성도에 관한 질문입니다.

귀하의 의견이 일치하는 곳에 √해 주십시오.

항목	전혀 그렇지 않다	그렇 지 않다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇다
1. 나는 내가 다니고 있는 회사를 다른 사람에게도 추천 할 것이다.	①	②	③	④	⑤
2. 나는 다시 회사를 선택하게 될 경우 지금 내가 다니고 있는 회사를 선택할 것이다.	①	②	③	④	⑤
3. 나는 우리 회사에 대해서 만족 한다.	①	②	③	④	⑤
4. 나는 회사를 위해서 내가 조금 손해를 보더라도 감수 할 것이다.	①	②	③	④	⑤
5. 나는 회사가 성장 발전을 위해서라면 어려운 일이라도 맡아서 할 것이다.	①	②	③	④	⑤

3. 다음은 귀하가 생각하고 있는 경영컨설팅인식에 관한 질문입니다.

귀하의 의견이 일치하는 곳에 √해 주십시오.

항목		전혀 그렇 지 않다	그렇 지 않다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
컨 설 팅 인 식 / 이 해 도	1. 경영컨설팅은 기업경영의 부족한 부분에 대한 도움을 받는 것이다	①	②	③	④	⑤
	2. 경영컨설팅은 기업에 당면하고 있는 문제 해결에 도움이 될 것 같다	①	②	③	④	⑤
	3. 경영컨설팅은 기업에 필요한 경우 활용할 수 있는 수단이다.	①	②	③	④	⑤
	4. 경영컨설팅을 받으면 기업에 효과가 있을 것 같다.	①	②	③	④	⑤
	5. 경영컨설팅을 받으면 기업가치 제고에 도움이 될 것이다.	①	②	③	④	⑤
	7. 경영컨설팅을 받으면 기업성과 측면에서 만족할 만한 결과물이 나올 것이다.	①	②	③	④	⑤
	8. 경영컨설팅을 받은 기업중에 주위에서 성공한 사례를 본적이 있다.	①	②	③	④	⑤

	9. 경영컨설팅은 기업에 꼭 필요할 것 같다.	①	②	③	④	⑤
	10. 컨설팅회사는 컨설팅 시 알게 된 내부정보를 철저히 지켜준다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
	11. 컨설팅회사의 컨설턴트는 높은 문제해결 능력을 가지고 있을 것이다.	①	②	③	④	⑤
컨 설 팅 의 지 / 신 뢰 도	12. 경영컨설팅 비용이 비싸더라도 기업에 필요하면 꼭 받아야 한다.	①	②	③	④	⑤
	13. 경쟁자들 보다 앞서기 위해서 경영컨설팅이 필요하다.	①	②	③	④	⑤
	14. 현재 우리 회사 규모 및 상태로 볼 때 경영컨설팅이 필요하다.	①	②	③	④	⑤
	15. 우리 회사는 주기적으로 자체 내부 경영 진단을 실시한다.	①	②	③	④	⑤
	16. 경영컨설팅은 객관적이고 공정하게 실시하고 그 내용을 진실하게 보고한다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
컨 설 팅 선 택 참 여 도	17. 컨설팅 회사를 선택할 때 명성을 보고 선택 할 것이다.	①	②	③	④	⑤
	18. 컨설팅비용이 조금 더 비싸더라도 신뢰할 만한 컨설팅회사를 선택할 것이다.	①	②	③	④	⑤
	19. 경영컨설팅 가격이 비슷하다면, 유명한 컨설팅회사에서 1번 받는 것보다, 여러 컨설팅회사에서 여러번 받는 것이 좋을 것 같다.	①	②	③	④	⑤
	20. 컨설팅 하는 회사는 전략적이고 장기적인 입장에서 문제해결을 할 능력을 가지고 있어야 한다.	①	②	③	④	⑤
	21. 컨설팅하는 회사는 해당 프로젝트에 대한 전문성을 확보하고 있을 것 같다.	①	②	③	④	⑤
컨 설 팅 실 행 인 지 도	22. 경영컨설팅을 받을 때 최고경영자가 적극 지원 및 참여해야 한다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
	23. 경영컨설팅을 받을 때 주무부서와 종업원의 열의가 있어야 할 것이다.	①	②	③	④	⑤
	24. 경영컨설팅 업체가 제안한 것은 꼭 따라야 할 것이다.	①	②	③	④	⑤
	25. 경영컨설팅 후 기업 내에서 자체평가가 있어야 된다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
	26. 경영컨설팅을 통해 문제가 밝혀지면 해결할 의사가 있다.	①	②	③	④	⑤
	27. 컨설팅회사가 잘 했는지에 대한 사후평가가 필요하다.	①	②	③	④	⑤

4. 다음은 귀하의 회사나 귀하가 경영컨설팅 경험과 구매에 관한 질문입니다.

귀하의 의견이 일치하는 곳에 √ 해 주십시오.

항목	전혀 그렇 지 않다	그렇 지 않다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
----	---------------------	---------------	----------	---------	---------------

					다
1. 우리 회사에서는 경영컨설팅을 받은 적이 있다.	예 (23번으로), 아니오(4번으로)				
2. 우리 회사에서는 경영컨설팅을 받은 적이 있는데 그 결과에 대해 만족 한다.	①	②	③	④	⑤
3. 나는 우리 회사가 이전에 경영컨설팅을 받은 적이 있는 데 향후에도 받을 필요가 있다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
4. 나는 우리 회사가 컨설팅을 받은 적이 없지만 향후 경 영 컨설팅을 받아야한다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤

5. 다음은 일반적 특성에 관한 내용입니다.

귀하 또는 귀하의 회사에 해당되는 사항에 √ 표를 표기하여 주십시오

5-1. 귀하의 성별은 ?

- ① 남성 ② 여성

5-2. 귀하의 연령은 ?

- ① 20~29세 ② 30~39세 ③ 40~49세 ④ 50세 이상

5-3. 귀하의 최종학력은 ?

- ① 고졸이하 ② 대학졸업(재학)이하 ③ 대학원(재학)이상

5-4. 귀하의 소득은 ?(월 단위, 세금공제 전)

- ① 100만원 이하 ② 101만원~300만원 이하 ③ 301만원~500만원 이하
④ 501만원~700만원 이하 ⑤ 701만원 이상

5-5. 귀하의 직업은?

- ① 회사원(관리직/기술직/생산직 포함) ② 전문직(변호사,의사,회계사)
③ 개인사업자 ④ 공무원 ⑤ 학생 ⑥ 주부 ⑦ 기타()

5-6. 귀하의 근무연수는 ?

- ① 1~3년 ② 4~6년 ③ 7~10년 ④ 11~15년 ⑤ 16년 이상

5-7. 귀하의 직무는 ?

- ① 마케팅부서 ② 관리부서(경영, 인사, 재무, 회계, 기획) ③ 홍보부서
④ 연구, 기술(R&D, 선행개발)부서 ⑤ 생산부서(생산기술, 품질)
⑥ 기타()

5-8. 귀하의 회사 직급은 ?

- ① 대표 ② 임원(경영진)급 ③ 부장급 ④ 차장급 ⑤ 과장급 ⑥ 대리급

5-9. 귀하의 회사 규모는?

- ① 소기업(제조업인 경우 종업원수가 50인 이하, 도소매·서비스업 10인 이하)
② 중기업(제조업인 경우 종업원 수가 51~300인 이하 또는 자본금이 80억 원 이하, 도소매·서비스업인 경우 11~20인까지 또는 매출액 50~300억 원)
③ 중견기업(종업원 수가 301~999명이면서 매출액이 400억원 이상 1조원 미만)
④ 대기업(종업원수가 1,000인 이상과 자산총액이 5,000억원 이상)
⑤ 기타 ()

5-10. 다음 중 귀사에 해당되는 업종은 무엇입니까 ?

- ① 제조업 ② 서비스업 ③ 도소매업 ④ 건설업 ⑤ 숙박 및 음식업
⑥ 수리 및 기타서비스업 ⑦ 부동산 및 임대업 ⑧ 농업 및 임업
⑨ 기타()

본 설문조사에 성실히 응하여 주셔서 감사드립니다.

ABSTRACT

A Study on the Determinants of Management Consulting Perception

Jeoung, Tea Suk

Major in Management Consulting

Dept. of Knowledge Service & Consulting

Graduate School of Knowledge Service
Consulting

Hansung University

This study checks the effect of psychological factors of middle managers of corporations on management consulting perception and maximizes the effect by building the beginning and process of execution of management consulting and the relationship with middle managers of corporations in practice through it so that management consulting industry can grow with the growth and development of the corporations. The results of the study are summarized as follow:

First, understanding of management consulting perception about individual and organizational factors of middle managers of corporations has found that self-efficacy, job involvement, job satisfaction, and organizational commitment have the positive effect on it on the contrary, the innovative activity has the negative effect on it.

Second, the result which verified reliability of management consulting perception of middle managers of corporations could be found to have

the positive effect on the factors of job involvement and job satisfaction.

Third, the factors of middle managers of corporations about participation of management consulting has found to have the positive effect on need for achievement and the have the negative effect on innovative activity.

Fourth, the factors of middle managers of corporations about awareness of management consulting perception were verified to have the positive effect on self-efficacy and job involvement and have the negative effect on innovative activity and organizational loyalty.

Fifth, the factors about management consulting perception in the individual and organizational aspect of middle managers of corporations were verified that self-efficacy, job involvement, and organizational commitment have the positive effect on them and could be found that innovative activity have the negative effect on them.

Sixth, the variables which showed the significant average differences in individual factors of middle managers according to social statistical characteristics could be found that the differences are shown in the highest level of education, income, corporate position, and corporate size. And the organizational factors could be found to show the significant average differences in age, income, corporate size, and variables of type of business. And the variables which showed the significant average differences in management consulting perception could be found to be income, the highest level of education, corporate size, and type of business.

And the variables with the significant average differences of management consulting perception of middle managers of corporations according to social statistical characteristics could be found that the corporate size and income are applicable to it.

These overall research results could be found that the psychological determinants which have the positive effect on management consulting perception as the middle managers of corporations are job involvement, self-efficacy, organizational commitment and the ones which have the negative effect on it are innovative activity and organizational loyalty.

KEYWORDS : Management consulting perception, Middle managers, Need for achievement, innovative activity, Self-efficacy, Job involvement, Job satisfaction, Business passion, Job stability, Organizational commitment, Organizational loyalty.

