



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

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

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



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

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

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

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

[Disclaimer](#)

석사학위논문

지식재산컨설팅의 서비스 품질이 컨설팅
성과에 미치는 영향에 관한 실증분석

-컨설팅 만족도의 매개효과를 중심으로-



한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

지식서비스&컨설팅학과

매니지먼트컨설팅전공

정 환 조

석사학위논문
지도교수 박현우

지식재산컨설팅의 서비스 품질이 컨설팅 성과에 미치는 영향에 관한 실증분석

-컨설팅 만족도의 매개효과를 중심으로-

An Empirical study on Influence of Intellectual property Consulting
Service Quality to the Consulting Performance

2015년 12월 일

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

지식서비스&컨설팅학과

매니지먼트컨설팅전공

정 환 조

석사학위논문
지도교수 박현우

지식재산컨설팅의 서비스 품질이 컨설팅 성과에 미치는 영향에 관한 실증분석

-컨설팅 만족도의 매개효과를 중심으로-

An Empirical study on Influence of Intellectual property Consulting
Service Quality to the Consulting Performance

위 논문을 컨설팅학 석사학위 논문으로 제출함

2015년 12월 일

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

지식서비스&컨설팅학과

매니지먼트컨설팅전공

정 환 조

국 문 초 록

지식재산컨설팅의 서비스 품질이 컨설팅 성과에 미치는 영향에 관한 실증분석

-컨설팅 만족도의 매개효과를 중심으로-

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

지식서비스&컨설팅학과

매니지먼트컨설팅 전공

정 환 조

본 연구는 특허·브랜드·디자인 등의 지식재산을 기업의 자산으로 활용하는 경영전략을 통해 수익과 성과를 창출하는 지식재산경영을 기업 현장에 도입·적용하는 종합적 서비스 활동인 지식재산컨설팅의 서비스의 품질과 이를 이용하는 고객인 중소기업의 컨설팅 만족도와 성과간의 영향관계에 대해 실증적으로 분석하였다.

연구를 위해 컨설팅 서비스 품질모형인 SERVQUAL모형을 활용하여 전국 31개 지역지식재산센터의 지식재산컨설팅을 수진한 IP스타기업을 대상으로 온라인 설문조사를 통해 데이터를 수집하고, 서비스품질, 컨설팅 만족도, 컨설팅 성과간의 영향관계를 다중회귀분석을 이용하여 실시하였다.

연구의 결과를 요약하면 지식재산컨설팅의 서비스 품질이 컨설팅 성과에 영향을 미칠 것이라는 가설에 대해 신뢰성, 대응성, 유형성, 공감성, 혁신성의 순으로 유의한 영향을 미치고 있음을 확인함과 더불어 그 관계에서의 컨설팅 만족도의 매개효과 또한 확인할 수 있었다.

이러한 결과는 지식재산컨설턴트가 지식재산컨설팅을 수행함에 있어 서비스 품질에 대한 인식 정도를 파악하여 컨설팅 만족도와 컨설팅 성과를 증대시키기 위해 유연성과 적극성을 가져야 할 필요성을 보여주고 있으며, 또한 정부와 지방자치단체 등은 지식재산컨설팅의 서비스 품질을 높이기 위해 역량을 갖춘 컨설턴트의 육성과 지원을 위한 제도를 보완하고 운영의 효율성을 높이는 정책을 마련해야 할 것이다.



【주요어】 지식재산, 지식재산컨설팅, 서비스 품질, 만족도, 성과

목 차

I. 서론	1
1.1 연구의 배경과 목적	1
1.2 연구의 범위와 방법	3
1.3 연구의 차별성	4
1.2 논문의 구성	5
II. 이론적 배경 및 선행연구	7
2.1 지식재산에 대한 이론적 고찰	7
2.1.1 지식재산의 개요	7
2.1.2 지식재산의 유형	10
2.1.3 지식재산의 현황	15
2.1.4 지식재산경영의 현황	20
2.2 지식재산컨설팅에 대한 선행연구	26
2.2.1 컨설팅의 개요	26
2.2.2 컨설팅의 유형	29
2.2.3 지식재산컨설팅의 개요	31
2.2.4 지역지식재산센터와 IP스타기업의 현황	32
2.3 컨설팅 서비스 품질에 대한 선행연구	38
2.3.1 서비스 품질의 개념	38
2.3.2 서비스 품질의 모형	38
2.3.3 컨설팅 서비스 품질의 모형 설정	42
2.4 컨설팅 만족도와 성과에 대한 선행연구	43
2.4.1 컨설팅 만족도에 관한 선행연구	43

2.4.2 컨설팅 성과에 관한 선행연구	44
-----------------------------	----

III. 연구설계 46

3.1 연구의 개요	46
3.1.1 연구의 대상	46
3.1.2 연구의 방법	46
3.2 연구의 모형	47
3.3 연구가설의 설정	48
3.4 변수의 조작적 정의와 설문지 구성	51
3.4.1 컨설팅 서비스 품질	51
3.4.2 컨설팅 만족도	53
3.4.3 컨설팅 성과	53
3.5 표본 및 자료수집	54

IV. 연구결과 55

4.1 변수의 타당성 및 신뢰성 검증	55
4.1.1 타당성 검증	55
4.1.2 신뢰성 검증	56
4.1.3 상관관계 분석 및 다중공선성	58
4.2 가설검증	59
4.2.1 가설검증(1)	59
4.2.2 가설검증(2)	61

V. 결론 66

5.1 연구결과의 요약 및 시사점	66
5.2 연구의 한계 및 향후 연구과제	69
참고문헌	71
설문지	81
ABSTRACT	87



표 목 차

<표 1> 산업재산권의 유형	12
<표 2> 우리나라 산업재산권 출원추이	16
<표 3> 지식경영의 정의	24
<표 4> 컨설팅의 특성	28
<표 5> 경영컨설팅의 유형 I	29
<표 6> 경영컨설팅의 유형 II	30
<표 7> 지역지식재산센터 규모의 변화	34
<표 8> IP스타기업 육성사업 지원대상 선정 현황	36
<표 9> 2014년 IP스타기업 육성사업 지원 실적	37
<표 10> SERVQUAL 모형의 구성요소	40
<표 11> 컨설팅 서비스 품질의 모형	42
<표 12> 컨설팅 서비스 품질의 설문항 구성	51
<표 13> 서비스 품질의 요인분석	56
<표 14> 신뢰성 검증 결과	57
<표 15> 변수들 간의 상관관계 분석결과	58
<표 16> 서비스 품질과 성과간의 분석결과	60
<표 17> 컨설팅 만족도의 매개효과 분석결과	62

그림 목 차

<그림 1> 연구의 구성도	6
<그림 2> 지식재산권의 체계	9
<그림 3> 지역지식재산센터 현황	33
<그림 4> 수도권 및 비수도권의 특허출원 격차율	34
<그림 5> 정책 실효성 제고를 위한 지원체계 개편	35
<그림 6> IP스타기업 육성사업 단계	36
<그림 7> IP스타기업 육성사업 추진 체계	37
<그림 8> SERVQUAL 모형	39
<그림 9> 연구 모형	48



I. 서 론

1.1 연구의 배경과 목적

20세기가 자본과 노동이 생산요소의 핵심을 이룬 산업사회였다면, 21세기는 지식과 정보가 가장 중요한 생산요소로서 세계경제를 이끌어 가는 지식정보화시대이다. 지식정보화시대에는 지식과 정보를 창출하고 활용하는 능력이 기업들의 경쟁력과 기업가치를 결정하는 중요한 요소가 될 뿐만 아니라, 국가차원의 경쟁력 우위의 기본이 되고 있다.

이에 1990년대 이후 세계 각국은 지식정보화시대를 21세기의 가장 중요한 화두로 삼아 이에 대한 활발한 연구를 해오고 있으며, 21세기는 지식재산 즉 지식의 창출·활용 등 지식기반이 튼튼한 국가가 경제 강국이 될 것이라는 가정 아래 현재도 경쟁적으로 지식기반을 축적하는 데 힘을 모으고 있다.

기업차원에서의 지식재산은 이미 전략적 의사결정을 통한 경영활동의 필수 요소로 자리를 잡고 있으며, 전체 기업가치 중 지식재산이 차지하는 비중 또한 나날이 증가하고 있다.

최근 들어 기존의 전통적인 지식재산 뿐만 아니라 저작권과 노하우 등 비전통적인 지식재산도 기업의 경쟁력을 높이고 기업가치를 증가시키는 중요한 요인으로 인식되고 있으며, 기업의 전략수립, R&D, 성과측정 및 기업홍보 등에 활용되고 있음은 고무적인 일이라 할 수 있다.

특히 최근 삼성과 애플의 세기적 특허소송으로 글로벌 환경에서 그 어느 때보다도 지식재산경영이 필요하다는 사실을 부인하기 어렵게 되었으며, 이에 따라 국내의 대기업들 또한 글로벌 시장에서 지식재산권 분쟁을 대응하기 위한 투자와 노력을 증가시키고 있다.¹⁾

그러나 대기업들에 비해 상대적으로 투자역량 및 기반인프라가 부족한 중소기업의 경우 지식재산에 기반한 경영전략의 필요성이 더욱 절실히

1)“이건희 삼성전자회장, 소프트웨어·S급인재·특허를 확보하라.” 서울경제, 2011.07.29

도 불구하고, 자원과 인력 및 자금 등 모든 면에서의 현실적인 제약조건으로 인해 효과적으로 대응하기 어려운 것이 현실이다.

본래 중소기업의 특성상 해당 사업 분야에 대한 독점적인 기술력을 바탕으로 창업 및 경영활동을 진행함이 일반적이는데, 이러한 독점적인 기술력을 핵심역량으로 인식하고 차별화된 지식재산 포트폴리오를 구축해 간다면 대기업에 비해 상대적으로 부족한 경쟁력을 확보해나가는 데 유용할 것이며, 이러한 전략으로 확보된 특허, 브랜드, 디자인 등의 지식재산을 기업의 자산으로 활용하여 지식재산경영을 이루어 나간다면 성장과 수익 창출 및 기업 경쟁력을 증가시키는 데 큰 도움이 될 것이다.

하지만 대부분의 중소기업이 지식재산에 대한 인식이 낮고, 고유의 지식재산 전략을 자체적으로 수립하고 진행해 갈 인력 및 경험 등이 부족한 것이 현실이므로 지식재산에 기반한 경영의 도입을 위한 외부로부터의 지도와 지원을 목적으로 한 컨설팅이 필요하다.

이러한 중소기업의 경영상의 지식재산 이슈를 파악하고 기업의 환경 및 특성에 부합하는 지식재산 경영방향을 제시함으로써 장기적으로 중소기업의 지식재산에 기반한 경영의 내재화가 가능토록 하는 컨설팅을 ‘지식재산 컨설팅’이라 할 수 있다.

그러나, 이러한 중요성과 필요성에도 불구하고 현재까지도 우리나라 중소기업의 지식재산에 대한 인식이나 기반 인프라의 조성은 미흡한 상태이며, 기업의 수익창출과 경쟁력 향상을 위한 핵심요소로서의 활용 또한 부족한 것이 현실이다.

이에 정부에서는 중소기업의 지식재산권의 확보, 보호 및 사업화에 대한 종합적인 컨설팅 서비스와 제반 지원사업의 수행을 목적으로 2004년부터 전국 주요 시도를 중심으로 지역지식재산센터를 설립하여 운영하고 있으며, 현재 총 31개의 지역지식재산센터가 각 지역의 중소기업에게 활발한 컨설팅 서비스와 관련 지원서비스를 제공하고 있다.

본 연구의 목적은 정부와 지방자치단체가 지식재산 경영 역량의 강화를 통한 중소기업의 경쟁력 확보라는 정책적 목적을 달성하기 위해 운영중인

지역지식재산센터의 지식재산컨설팅 서비스의 품질과 이를 이용하는 고객인 중소기업의 컨설팅 만족도와 성과간의 영향관계에 대해 실증적으로 분석해보고자 한다.

이를 통해 지식재산컨설팅을 통한 지식재산경영이 중소기업의 경영성과에 실질적인 영향을 미치는 핵심요소임을 확인하고, 지식재산컨설팅을 정착시키고 적극 활용할 수 있는 정책적 방안을 제시하고, 학문적으로는 향후 연구방향을 제시하여 지식재산컨설팅이 중소기업의 경영성과 창출의 핵심수단으로 적극 활용하는데 도움을 주고자 한다.

1.2 연구의 범위와 방법

현재의 국내 지식재산 서비스산업은 아직 민간이 적극적으로 주도하기 보다는 정부중심의 성장단계이며, 컨설팅 산업 또한 일부 대형 컨설팅사를 제외한 중소형 컨설팅사들의 경우 매우 열악한 상황이라 자체적인 수준 높은 컨설팅 서비스의 제공보다는 정부의 지원에 의존하고 있는 실정이다.

이러한 문제들은 스스로의 경쟁력을 약화시키는 요인이기도 하지만 멀리는 컨설팅 산업의 발전과 이를 통한 국가경제 전반의 성장과 발전에 장애요인으로 작용할 수 있다.

이를 해결하기 위해서는 자체적인 경쟁력을 강화하기 위한 방안을 지속적으로 개발해야 하고 또한 고객에 대한 컨설팅 만족도를 높여 기업의 경영성과를 증대시킬 수 있는 프로세스의 설계, 개발 및 적용이 요구되며 무엇보다도 고객의 요구수준에 부합하는 적합한 서비스의 창출이 필요하다.

따라서 본 연구에서는 고객의 컨설팅 만족도를 증대시키기 위한 컨설팅 서비스 품질의 중요성을 인지하여 보다 적합한 컨설팅 서비스의 제공을 통한 고객의 역량 증대와 성장 및 발전을 통해 지식재산 서비스산업과 컨설팅 산업의 발전에 기여하고자 한다.

그러나 기존 연구들을 살펴보면 컨설팅 서비스 품질이 컨설팅 만족도, 재이용도 및 추천 의도 등에 대한 개별적인 연구는 많았지만, 컨설팅 서비스 품질 특히 지식재산컨설팅의 서비스 품질이 컨설팅 만족도 및 성과에 미치는 영향에 관한 연구는 많지 않은 실정이다.

따라서 본 연구에서는 컨설팅 서비스 품질모형인 SERVQUAL 모형을 기초로 지식재산컨설팅 서비스 품질 요인과 컨설팅 만족도 및 성과 등의 요인을 통한 영향관계를 살펴보고자 한다.

본 연구는 문헌적 연구방법과 실증적 연구방법을 병행하고자 한다. 문헌적 연구방법은 국내외의 선행연구 결과와 연구기관의 연구보고서, 자료들을 수집, 분석하여 컨설팅 서비스의 품질에 대한 개념과 구성요소, 측정변수 및 유형, 컨설팅 만족도와 성과의 개념과 측정변수 그리고 지식재산컨설팅 서비스의 품질이 컨설팅 성과에 미치는 영향과 그 관계에서 컨설팅 만족도의 매개효과에 대한 이론 및 연구모형을 정립하고자 한다.

이러한 이론을 토대로 실증적 연구방법을 사용하여 연구모형에서 설정한 연구가설을 실증적으로 검증하고자 한다. 지식재산컨설팅의 서비스 품질이 컨설팅 성과에 미치는 영향과 그 관계에서의 컨설팅 만족도의 매개효과를 분석하고자 SPSS Win for 20 프로그램을 이용하며, 설문지의 타당성분석, 신뢰성분석을 통해 요인분석과 Cronbach's α 의 신뢰성 계수를 이용하였으며, 다중회귀분석방법을 적용하여 연구가설을 검증하고자 한다.

1.3 연구의 차별성

본 연구와 관련된 선행연구로 컨설팅 서비스 품질, 컨설팅 만족도, 재이용 의도, 추천 의도 및 성과와 관련된 연구를 중점적으로 살펴보았다. 이상의 선행연구들은 신동주(2012), 김현철(2014), 김현영(2014), 윤일선

(2014), 김종광(2014), 이지현(2015), 박순옥(2015) 등과 같이 컨설팅 서비스 품질, 컨설팅 만족도, 재이용 의도 및 추천 의도 등에 대하여 많은 연구가 있었으나, 대부분 일반적이고 포괄적인 개념의 컨설팅을 대상으로 한 연구이며, 지식재산과 지식재산경영을 목적으로 하는 지식재산컨설팅을 대상으로 한 연구는 이루어지지 못하였다. 이에 본 연구에서는 지식재산컨설팅의 서비스 품질이 컨설팅 만족도와 성과에 미치는 영향에 관한 연구라는데 선행연구와의 차별성이 있다.

본 연구에서는 전국 31개 지역지식재산센터의 지식재산컨설팅을 수진한 IP스타기업을 대상으로 여러 방면으로 살펴보았으며, 또한 통계적 분석인 SPSS를 활용한 다중회귀분석방법을 통하여 지식재산컨설팅의 서비스 품질이 컨설팅 만족도와 성과로 연결되는 체계를 종합적으로 분석하고 모델의 적합도와 타당도를 검증을 통해 이론적 모델의 적합성을 검증하여 이를 통해 지식재산컨설팅의 서비스 품질이 컨설팅 만족도와 성과로 이어지도록 하기 위한 방향의 제시에 강조점이 있다.

1.4 논문의 구성

본 논문은 총 5장으로 구성되어 있으며, 각장의 내용은 다음과 같다.

제 1장에서는 본 논문의 연구배경과 목적을 제시하였고, 제 2장에서는 지식재산과 지식재산컨설팅, 컨설팅 서비스 품질 및 컨설팅 만족도와 성과에 대한 선행연구를 통해 설문 내용을 찾아내고, 제 3장에서는 연구모형에 대한 이론적 근거와 연구가설의 설정 및 변수의 조작적 정의를 통해 설문을 구성하였으며, 제 4장에서는 변수의 신뢰성 및 타당성 검증을 통해 설정한 가설을 통계적 분석방법을 통해 검증하였고, 제 5장에서는 연구의 결과를 요약하고 시사점 및 향후 연구과제를 제시하였다.

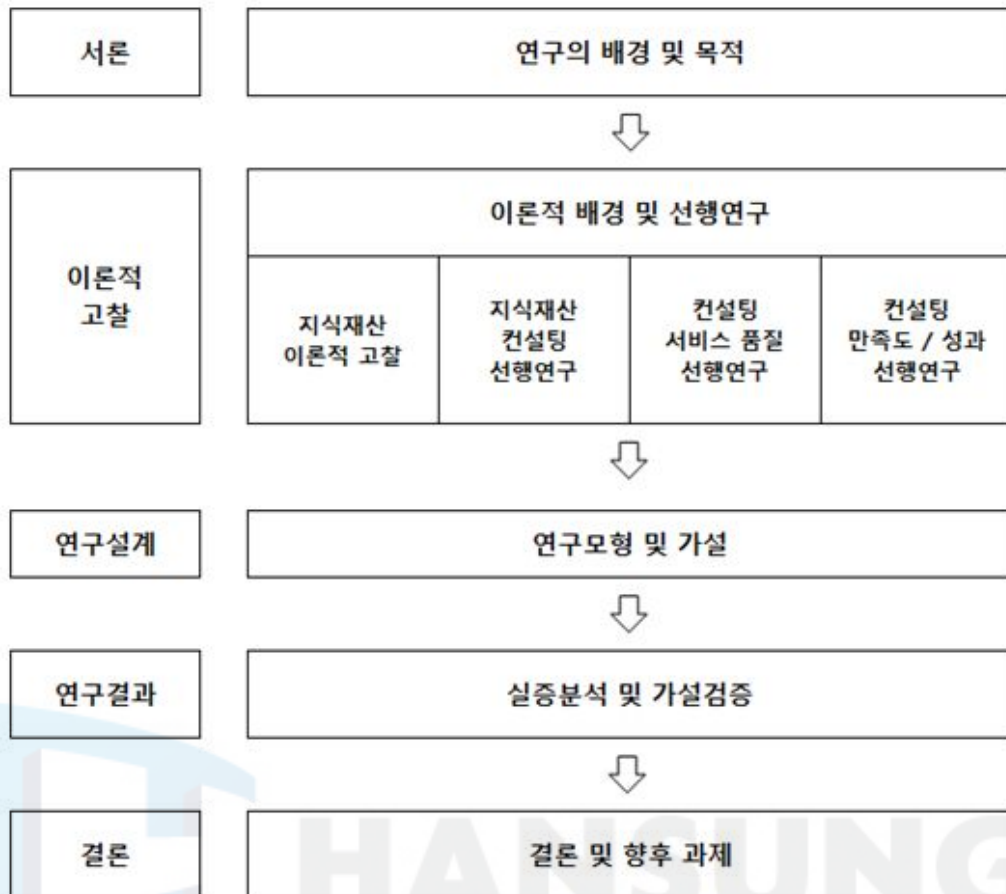


그림 1. 연구의 구성도

II. 이론적 배경 및 선행연구

2.1 지식재산에 대한 이론적 고찰

2.1.1 지식재산의 개요

지식재산이란 인간의 지적 창작물에 관한 권리와 표식에 관한 권리를 총칭하는 말이다. 세계지적재산권기구(WIPO)에 의하면 지식재산이라 함은 “문학, 예술 및 과학적 저작물, 실연자의 실연, 음반 및 방송, 인간 노력에 의한 모든 분야에서의 발명, 과학적 발견, 디자인, 상표, 서비스표, 상호 및 기타의 명칭, 부정경쟁으로부터의 보호 등에 관련된 권리와 그 밖에 산업, 과학, 문학 또는 예술분야의 지적 활동에서 발생하는 모든 권리를 포함한다.”고 규정한다.²⁾

우리나라 지식재산기본법(2011)에서는 지식재산이란 “인간의 창조적 활동 또는 경험 등에 의하여 창출되거나 발견된 지식·정보·기술, 사상이나 감정의 표현, 영업이나 물건의 표시, 생물의 품종이나 유전자원, 그 밖에 무형적인 것으로서 재산적 가치가 실현될 수 있는 것”이라고 정의하고 있으며, 신지식재산이란 “경제·사회 또는 문화의 변화나 과학기술의 발전에 따라 새로운 분야에서 출현하는 지식재산”을 말한다.

오승택(2014)은 지식재산권(Intellectual Property Rights, IPR)이란 지적창작물에 부여된 무체재산권으로 산업분야의 창작과 관련된 산업재산권(특허권, 실용신안권, 상표권, 디자인권)과 예술분야 창작물과 관련된 저작물, 그리고 산업재산권과 저작권의 범주(전통지식재산권의 범주)에 속하지 않는 신지식재산권(반도체배치설계, 식물신품종, 컴퓨터프로그램, 데이터베이스 등)으로 나뉜다고 정의하였다.³⁾

2) <http://www.wipo.int/about-ip/en/>

3) 오승택, 특허법(2014) 박문각. p20

지식재산권은 법령 또는 조약 등에 따라 인정되거나 보호되는 지식재산에 대한 권리를 말한다.⁴⁾ 지식재산권에는 특허, 실용신안, 디자인, 상표를 포함한 산업재산권과 음악, 미술, 방송, 문학작품 등 문화예술 분야의 창작을 일컫는 저작권이 포함된다.

현재 고도의 기술적 사상의 창작물인 발명에 관한 특허권은 특허법에서, 실용성이 있는 물품에 관한 고안이 실용신안은 실용신안법에서, 물품의 외관에 표현된 미감에 대한 고안인 디자인권은 디자인보호법에서, 등록상표를 그 지정 상품에 독점적으로 사용할 수 있는 상표권은 상표법에서, 저작물은 저작권법에서, 또 널리 알려진 주지 상표·상호 등과 영업 비밀은 부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률에서 보호받고 있다.

산업재산권은 특허청에 등록을 함으로써 권리가 성립되는 반면, 저작권은 창작의 완성과 동시에 권리가 발생되며, 산업재산권은 하나의 발명에 하나의 독점권만을 인정하나 저작권은 하나의 창작이라 하더라도 복제를 하지 않았다면 복수의 권리가 인정되고 있다.

김성호(2013)에 따르면, 지식재산의 구체적인 예로 가장 많이 거론되는 것이 특허로 대표되는 기술적인 지식이며 최근에는 브랜드와 디자인 또한 기업이 보유한 지식재산으로 주목을 받고 있다. 그 외에도 기업의 경영관리의 노하우와 소비자의 니즈에 관한 지식과 정보, 소비자의 신뢰 등도 기업의 지식재산이며, 나아가 조직의 활력과 풍토, 문화도 기업이 보유한 정보적 경영자원으로서의 넓은 의미에서 지식재산으로 볼 수 있다.⁵⁾

이와 같이 지식재산의 정의에 대한 선행 연구자들의 공통적인 요소를 살펴보면 지식재산이란, 인간의 지적활동에서 발생하는 모든 권리로서, 기업의 가치를 창출해 내는 원천인 무형자산이며, 특허, 브랜드, 디자인, 상표 등 전통적인 지식재산 외에 노하우, 기술상 영업상 정보, 기업 활동에 유용하게 사용될 수 있는 모든 것이라고 할 수 있다.

4) 지식재산기본법 제3조 3항

5) 김성호, 기술경영 기반의 특허경영(2013) 한티미디어. p9

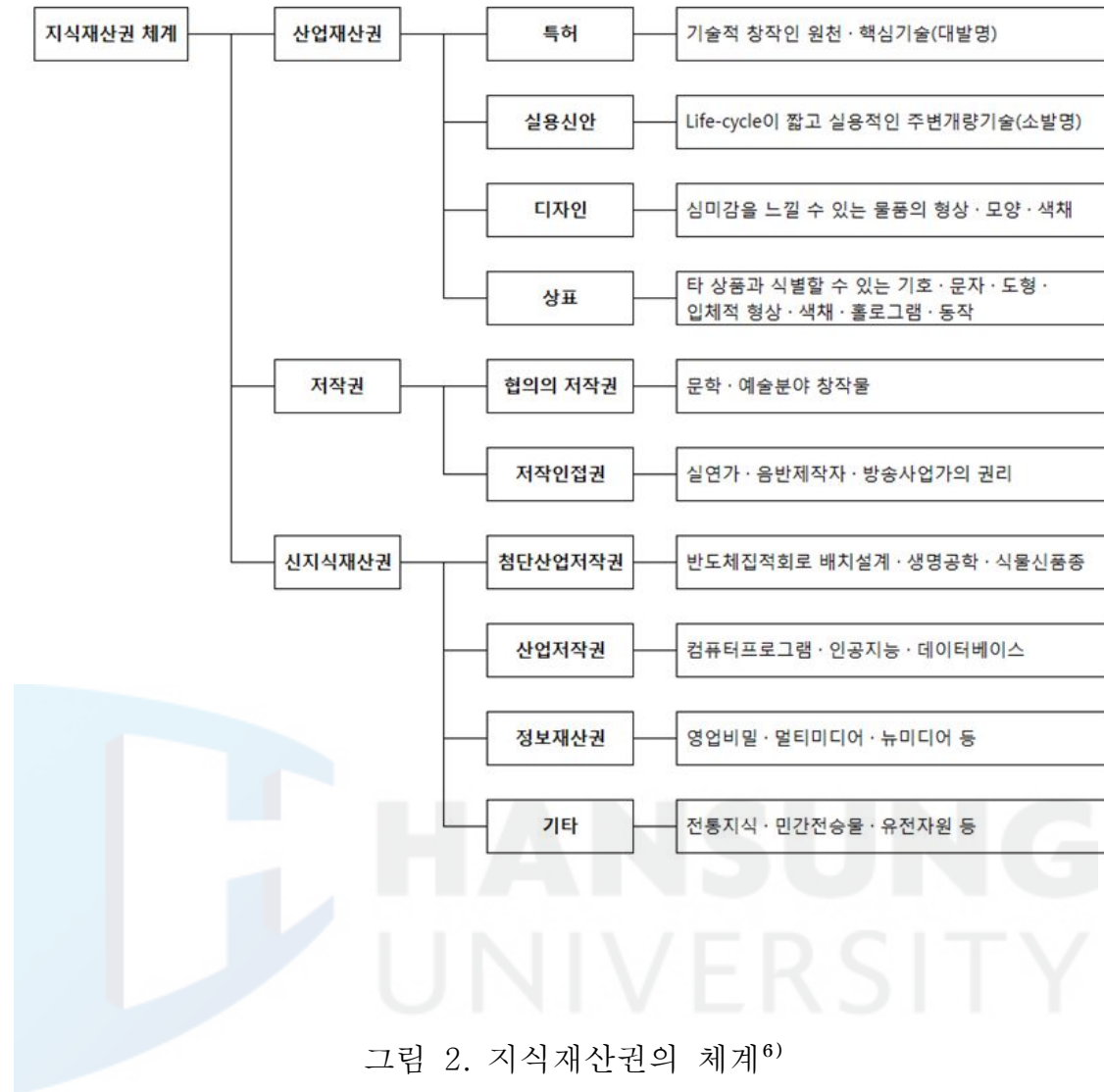


그림 2. 지식재산권의 체계⁶⁾

6) 오승택, '특허법(2014) 박문각. p21

2.1.2 지식재산의 유형

지식재산은 성격에 따라 산업의 발전을 목적으로 하는 산업재산권과 학술 등의 문화 향상을 목적으로 하는 저작권 및 최근 새롭게 두각을 받고 있는 신지식재산권으로 분류할 수 있다.

(1) 산업재산권

산업발전을 목적으로 하는 산업재산권은 일반적으로 특허권, 실용신안권, 디자인권, 상표권 등 4가지 유형으로 구분할 수 있다.

첫째, 기술적 창작물인 발명에 대해서 독점 배타적인 권리를 부여하는 특허권은 자연법칙을 이용한 고도의 발명을 대상으로 하며, 발명가 또는 권리자의 권익을 법률적으로 보호함으로써 영업상의 경쟁력 우위를 확보하며 이를 통해 기술의 진보 및 궁극적으로 국가 산업발전에 기여할 수 있다. 특허권은 발명을 한 사실만으로 자동적으로 발생하는 것이 아니라 발명자가 자신의 발명에 대해 특허청에 출원절차를 밟아 특허청이 심사과정을 거쳐 등록이 완료되어야만 권리를 취득하게 된다. 특허는 아이디어 그 자체를 보호함으로써 아이디어의 대외적인 표현을 보호하는 저작권과 구별되며, 신규성·진보성·산업상 이용가능성의 세 가지 요건을 모두 확보해야 특허권으로 인정받을 수 있다. 특허권자는 당해 발명을 스스로 실시하거나 이를 타인에게 양도할 수 있으며 타인에게 사용할 수 있도록 허락하고 사용료를 받을 수 있다. 특허권의 독점 배타적인 성격으로 인하여 권리자의 허락 없이 제3자가 해당 기술을 함부로 이용할 수 없으며 이를 위반할 경우 중대한 처벌이 가해지기 때문에 개인 및 기업의 성과를 보호하는 측면에서 강력한 효과가 있다.

둘째, 실용신안제도는 특허제도를 보완할 목적으로 독일에서 시작되었다. 특허제도의 운영과정에서 경우에 따라서는 소위 개량발명 또는 소발명이 경시되어 특허가 거절되는 경우가 생기게 되었고, 이에 산업정책상 중소벤처기업이나 개인발명가의 소발명을 보호·장려하기 위해 특허제도의 보완책으로 실용신안제도가 도입되었다. 기술적 사상의 창작을 보호·장려

한다는 점에서 특허법과 이념을 같이하나, 실시 방법이 아닌 물품에 관한 고안만을 보호대상으로 한다는 점과 선행기술에 비해 고도할 정도를 요구하지 않는다는 점 등에서 특허권과 구별된다. 특허권에 비해 권리획득기간이 짧고 상대적으로 등록이 용이하고 비용이 저렴한 장점이 있으나, 권리의 존속기간이 짧고 권리의 안정성이 낮으며 특허에 비해 마케팅효과가 작다는 단점 또한 갖고 있다.

셋째, 디자인은 물품(물품의 부분 및 글자체를 포함)의 형상, 모양, 색채 또는 이들을 결합한 것으로서 시각을 통하여 미감을 일으키게 하는 것을 말한다. 즉, 디자인은 물품에 구현되는 형상, 모양, 색채 등의 형태로서 물품의 외적미관이라고 할 수 있다. 디자인권은 이러한 특정 디자인이나 로고 등을 일정기간 동안 독점적으로 사용할 수 있는 권리를 말하며, 비밀디자인 제도, 부분디자인 제도, 유사디자인 제도, 한 벌 물품디자인제도, 복수디자인 등록출원제도 및 동적디자인 제도 등의 디자인 특유의 제도를 갖고 있다.

넷째, 상표는 상품을 생산·가공·증명 또는 판매하는 것을 업으로 하는 자가 자기의 상품을 타인의 상품과 식별되도록 하기 위해 사용하는 표장으로서 기호·문자·도형·입체적 형상 또는 이들과 색채의 결합을 의미한다. 상표권은 상표를 보호함으로써 상표사용자의 업무상의 신용유지를 도모하여 산업발전과 수요자의 이익을 보호함을 목적으로 하며, 상표가 나타내는 상품의 출처와 품질에 대한 수요자의 신뢰이익을 보호하여야 하는 측면에서 다른 산업재산권에 비해 수요자 보호의 성격이 강한 편이다. 상표법은 그 기능이나 목적의 면에서 본다면 부정경쟁을 방지하고 건전한 상거래 질서의 확립을 목적으로 한다는 점에서 부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률과 유사한 측면이 있다. 하지만 상표법이 등록주의를 채택하여 등록에 의해 출원인에게 독점·배타적인 권리를 부여하고 타인이 등록상표와 동일·유사한 상표를 사용하는 것을 일률적으로 금지시킴으로써 부정경쟁을 적극적으로 방지하는 역할을 수행하는데 비해, 부정경쟁방지법은 상표등록 여부와 관계없이 거래시장에서 수요자간에 널리 인식된 표지와 혼동을 일으키는 행위를 구체적, 개별적으로 파악하여 제거함으로써

부정경쟁을 방지하는 상호 보완적인 역할을 수행한다.

구분	특허	실용신안	디자인	상표
정의	자연법칙을 이용한 기술적 사상의 창작으로써 발명수준이 고도화된 것 (대발명)	자연법칙을 이용한 기술적 사상의 창작으로써 물품의 형상·구조·조합에 관한 실용 있는 고안 (소발명)	물품의 형상·모양· 색채 또는 이들이 결합한 것으로써 시각을 통하여 미감을 느끼게 하는 것	타인의 상품과 식별하기 위하여 사용되는 기호·문자·도형· 입체적 형상·색채· 홀로그램·동작 또는 이들을 결합한 것
보기 (전화기)	알렉산더 그레이엄 벨이 전자를 응용하여 처음으로 전화기를 생각해 낸 것	분리된 송수화기를 하나로 하여 편리하게 한 것	탁상전화기를 반구형이나 네모꼴로 한 것	전화기 제조회사가 제품이나 포장 등에 표시하는 상호·마크
존속기간	설정등록일로부터, 출원일 후 20년까지	설정등록일로부터, 출원일 후 10년까지 (구법 적용 분은 15년)	설정등록일로부터 15년까지	설정등록일로부터 10년 (10년마다 갱신 가능, 반영구적 권리)

표 1. 산업재산권의 유형⁷⁾

7)특허청(2012), “지식재산권의 손쉬운 이용”. p11

(2) 저작권

저작권은 인간의 사상 또는 감정을 표현한 창작물에 대하여 주어진 독점적 권리를 말하며, 산업재산권이 특허, 실용신안이 기술에 관한 것이라면 저작권은 문학, 학술, 예술의 범주에 속하는 창작물에 관한 것이라는 점에서 차이가 있다.

저작권법에 의하면 저작권은 저작자의 권리와 이에 인접하는 권리를 보호하고 저작물의 공정한 이용을 도모함으로써 문화 및 관련 산업의 향상 발전에 이바지함을 목적으로 한다.⁸⁾

저작권은 인간의 지적활동을 통해 창작된 결과물인 시, 소설, 강연 등과 같은 문학 분야와 음악, 연극, 미술, 건축 등의 예술 분야의 창작물에 대하여 사후 70년까지 그 창작물에 대한 독점권을 부여하며, 산업재산권과 달리 별도의 출원 및 등록에 의하여 권리가 발생하는 것이 아니라 저작물이 창작된 시점에서 어떠한 절차나 형식의 이행에 관계없이 자동적으로 발생한다.

특허는 아이디어 그 자체를 보호하지만 저작권은 아이디어가 구체적으로 표현된 것을 보호하며, 저작권이 특허권보다 권리의 보호기간이 길기는 하지만 특허의 독점적 배타적인 효력에 비해 저작권은 상대적으로 권리의 보호가 취약하며, 다만 특허권에 비해 별도의 출원 및 등록의 절차가 없으므로 비용이 거의 들지 않아 유지비용을 절약 할 수 있다.

저작권법은 실연자·음반제작자 및 방송사업자의 경우 저작물의 직접적 창작자는 아니지만, 창작에 준하는 활동을 통해 저작물의 전달자로서의 역할을 수행한다는 점에서 저작권에 유사한 권리를 인정하고 있다.⁹⁾ 다만 저작인접권의 보호가 저작권에 영향을 미치는 것은 아니다.

8) 저작권법 제1조

9) 저작권법 제64조

(3)신지식재산권

지식재산기본법에서는 신지식재산을 경제·사회 또는 문화의 변화나 과학기술의 발전에 따라 새로운 분야에서 출현하는 지식재산이라 정의하고 있으며,¹⁰⁾ 오승택(2014)은 신지식재산이란 급속한 과학기술의 발달과 급변하는 사회에서 발생하는 지적재산 결과물로서 전통적인 지식재산권에 포함되지 않는 경제적 가치가 있는 지식재산이라고 주장하며, 신지식재산권을 첨단산업저작권, 산업저작권, 정보재산권 및 기타 전통지식 등으로 구분하였다.¹¹⁾

첨단산업저작권은 반도체집적회로, 생명공학, 식물신품종 등 전자·정보 산업·유전공학 등 첨단기술의 급속한 발전에 따른 산업응용 등에 관한 산출물에 대한 권리를 말하며, 산업저작권은 컴퓨터프로그램, 인공지능, 데이터베이스와 같이 창작이라는 측면에서 저작권과 유사하나 그 용도가 컴퓨터 하드웨어나 전자제품의 주요 부품 등으로 표현되는 산출물에 대한 권리로 구분된다. 정보재산권은 영업비밀, 멀티미디어, 뉴미디어 등으로 상품·제품·서비스 등에 관련 정보와 이의 전달수단에 관한 권리로서 기술적인 노하우나 고객의 리스트와 같이 경제적 가치가 있는 기술상·영업상의 비밀정보 등을 말한다. 그 외 자연과 더불어 대대로 생활해 온 사람들에 의해 전수된 전통지식과 음악·춤·수공예 등의 민간전승물 및 유전적 변이에 의해 조성되는 자원인 유전자원 등이 신지식재산권의 범주에 포함된다.

10)지식재산기본법 제3조 2항

11)오승택, 특허법(2014) 박문각. p21

2.1.3 지식재산의 현황

(1) 지식재산의 중요성

최근 세계경제는 예전의 전통적인 ‘산업경제’에서 창의성과 과학기술을 바탕으로 경제적 부가가치를 창출하는 ‘지식·정보경제’로 급속히 전환되고 있으며, 핵심적인 경쟁요인 또한 생산요소의 ‘양적확대’에서 ‘질적 개선’으로 변화하고 있다. 즉, 과거에는 노동, 자본 등 생산요소의 양적 확대를 통해 성장이 가능했지만, 오늘날에는 질적 요소인 기술혁신, 지식재산이 지속가능한 성장을 결정하는 핵심 경쟁요소로 등장하고 있다.

이에 글로벌 시장의 주요 국가들도 지식·정보경제에 창의적인 아이디어를 지식재산권으로 확보하여 비교우위를 유지하고 새로운 경제적 가치를 창출하기 위한 전략을 추진하고 있다. 미국은 자국의 경제성장과 미래 경쟁우위를 유지하기 위해 정부 운영방식 개혁과 창의성을 활용한 경제성장 전략인 ‘미국혁신전략’을 발표하였으며, 영국은 창의성 중심의 산업육성으로 지속가능한 성장동력 확보를 위하여 2008년에 향후 10년간의 비전을 제시한 중장기전략을 수립하면서 핵심적인 중장기 정책과제의 하나로 ‘지식재산 장려 및 보호’를 포함하였다. 일본은 저출산·고령화 등 경제문제를 해결하는 과정에서 경제성장을 달성하려는 10년간의 중장기계획인 ‘신성장전략’을 2010년 발표하고 ‘지적재산추진계획 2012’를 추진하고 있다. 중국도 2009년 제11차 전국인민대표회의에서 국가 3대 전략으로 ‘과학기술’, ‘인적자원 전략’, ‘지식재산 전략’을 공표한 바 있다.¹²⁾

이렇듯 지식재산은 각 기업의 이윤창출 뿐만 아니라 국가차원에서의 브랜드가치 확보, 경쟁력·성장동력 확보 및 장기적 비교우위를 가질 수 있는 핵심적인 경쟁요소로서 각 기업과 국가들은 지식재산의 창출 및 보호를 추진하기 위해 보다 많은 관심과 역량을 쏟아 부어야 할 것이다.

12) 특허청(2013), “지식재산백서”. p30~31

(2) 국내 지식재산의 현황

국내 특허, 상표의 출원건수는 2008년 금융위기 이후 저성장의 고착화, 저출산·고령화, 소득 양극화 등 성장잠재력의 저하가 이어지고 있음에도 불구하고 2010년 이후 지속적으로 증가하고 있다.

(단위 : 건, %)

구분	특허		실용신안		상표		디자인		합계	
2010년	170,101	(4.0)	13,661	(△20.3)	121,125	(4.7)	57,187	(△1.2)	362,074	(△0.8)
2011년	178,924	(5.2)	11,854	(△13.2)	123,814	(2.2)	56,524	(△1.2)	371,116	(2.5)
2012년	188,915	(5.6)	12,424	(4.8)	132,522	(7.0)	63,135	(11.7)	396,996	(7.0)
2013년	204,589	(8.3)	10,968	(△11.7)	147,667	(11.4)	66,940	(6.0)	430,164	(8.3)
2014년	210,292	(2.8)	9,184	(△16.3)	150,226	(1.7)	64,345	(△3.9)	434,047	(0.9)

표 2. 우리나라 산업재산권 출원추이¹³⁾

2014년 산업재산권 출원은 총 434,047건으로 2013년 430,164건에 비해 0.9% 증가하였으며, 특허 또한 전년 대비 2.8% 증가하여 210,292건이 출원되는 등 산업재산권 및 특허출원건수는 모두 세계 4위 수준을 유지하고 있다. 이는 세계경제의 불확실성에도 불구하고 핵심자산인 지식재산의 창출을 통한 성장 동력 확보를 목표로 기업들이 연구개발(R&D) 등 미래지향적 투자를 통해 새 기술과 브랜드를 앞서 선점하기 위한 노력으로 볼 수 있다.

최근 보유한 특허를 제품 및 서비스의 창출에 사용하지 않고, 소송 및 라이선스 협상을 통해 특허권만을 행사하는 NPE(Non-Practicing Entities)¹⁴⁾의 활동도 지속적으로 증가하면서 우리 기업에 대한 소송도 따라 증가하고 있다.

13)특허청(2014), “지식재산백서”. p574

14)NPE(Non-Practicing Entities) ; 제조, 서비스 등의 생산활동은 하지 않고 특허를 매입한 뒤 특허를 침해한 기업을 상대로 소송 등을 통해 소송합의금, 로열티 등을 통해 수익을 지식재산관리회사를 지칭하는 용어

국가지식재산위원회에 따르면, 국내 대기업인 삼성전자와 LG전자는 2012년 NPE에 의해 가장 많이 소송을 당한 기업 2,3위에 오른 것으로 나타났고,¹⁵⁾ 피해액 또한 삼성전자, LG전자, 팬택 등 이동통신 관련 주요 대기업들이 최근 6년간 인텔렉츄얼벤처스(IV)와 인터디지탈(InterDigital) 등에 지출한 금액이 1조 3000억원 이상인 것으로 확인된다.¹⁶⁾

2009년 이후 5년간 NPE가 국내의 기업들을 상대로 제기한 특허침해사건은 총 655건으로 매년 지속적으로 증가하고 있으며, 업종 또한 휴대폰과 반도체 등 일부 첨단 전자분야에서 점차 다양한 업종으로 확대해가고 있고, 규모 측면에서도 대기업뿐만 아니라 중소기업에까지 그 피해가 확대되고 있다.

이에 우리 정부도 국내외 환경변화에 적극 대응하고 지식재산을 새로운 성장 동력으로 활용하여 궁극적으로 경제적 부가가치와 일자리의 창출로 이어지는 지식재산 기반경제의 환경 및 생태계의 조성을 위해 2011년 제정된 지식재산기본법에 이어 2013년 ‘지식재산 기반 창조경제 실현전략’과 ‘수출 중소·중견기업의 국제 지식재산권 분쟁 종합대책’을 발표하고, 추가로 증가추세에 있는 기술무역수지의 적자규모를 개선하기 위한 대응책으로 ‘국가 특허경쟁력 강화 방안’을 수립하고, 국제표준의 영향력이 확대되고 표준특허가 시장경쟁력의 핵심으로 부상함에 따라 표준특허와 관련된 국제환경 변화에 체계적으로 대응하기 위한 ‘표준특허의 전략적 확보방안’ 등을 발표하는 등 법적 제도적 발판을 구축하기 위한 노력을 경주하고 있다.

15)국가지식재산위원회(2013), “지식재산 침해대응 및 보호집행 보고서”. p29

16)“‘특허피물’ 소송 2년새 350% 증가, 삼성·LG·팬택서 1조 3000억 뺏겨” 서울신문, 2013.06.29

(3) 해외 지식재산의 현황

지식재산의 중요성이 날로 커져감에 따라 전통적으로 강력한 지식재산권 제도를 선호해왔던 선진국은 물론이고 과거 지식재산 제도에 대해 소극적이었던 많은 신흥국들도 자국의 실정에 맞는 친 지식재산 정책을 앞다투어 펼치고 있다.

미국은 2000년이후 지식재산 보호를 강화하는 친 지식재산정책을 추진하고 있으며, 지식재산권 관련 정부기관들 간의 협력·조정 강화와 인력·예산의 확보를 위해 2008년 ‘지식재산을 위한 자원·조직의 우선화법 (PRO-IP Act of 2008)’을 제정하고, 지재권 집행 및 단속강화를 위해 대통령실에 지식재산집행조정관을 신설하였다. 이후 2010년에는 PRO-IP Act에 근거하여 지식재산에 관한 국가차원의 종합계획인 ‘지식재산집행공동전략’을 수립하였다.

일본은 2002년부터 지적재산입국을 표방하며 적극적인 정책을 추진하기 시작했으며, 총리의 주재 하에 지적재산전략회의를 설치하고 ‘지적재산기본법’을 제정하는 등 지식재산정책을 범정부차원의 정책체제로 전환하였다. 이후 2013년에는 총리를 본부장으로 하는 ‘지적재산전략본부’를 설치·운영하고 과학기술·저작권·브랜드 등 지식재산전반에 대한 지적재산추진계획을 매년 수립하고 있으며, 2013년 6월에는 성장전략의 일환으로 ‘향후 10년간의 지적재산 정책 비전’을 수립하여 발효하였다.

중국은 1980년대초 상표법과 특허법을 제정한 후 약 20년간은 전세계 지재권 분야 후발주자로서의 역할만 수행하고 있었으나, 2005년 이후 ‘국가 지식재산 전략위원회’를 설치하고 2008년에는 ‘국가 지식재산권 전략강요’를 발표하는 등 지재권 정책을 국가의 최우선 정책으로 추진하고 있다. 2011년에는 ‘국가 지재권 사업발전 12.5계획’을 수립하였고, 이러한 정책을 바탕으로 최근 5년간 중국의 지재권 출원량은 매년 20%이상 성장하고 있는데, 2011년 중국의 발명특허 출원량(526,412건)이 처음으로 미국(504,089건)을 추월하였으며, 2012년에도 발명특허 출원 652,777건, 상표 출원 1,648,316건으로 세계 1위를 차지하였다. 한편 지재권 활용 측면에서의 중요 요소인 지재권 담보대출제도는 아직 우리나라에서는 활성화

되지 않았으나 중국은 이미 2008년부터 본격적으로 시작하였으며, 2012년도 기준 특허·상표·저작권 등 지재산 담보 대출액이 383억 1천만 위안(한화 약 6조 9천억원 상당)에 이르는 등 무형자산에 대한 대출이 활성화되고 있다.

유럽은 EU차원에서 지식재산권 제도 통합을 위해 지속적으로 노력하였고 1973년에는 ‘유럽특허조약(EPC)’의 채택으로 유럽특허청(EPO)에 출원하면 모든 계약국에 출원한 것과 같은 효력을 갖게 하였다. 2008년에는 지식의 자유로운 이동을 통한 지식재산권 관련 전략의 필요성을 인식하여 유럽집행위원회에서 ‘유럽 산업재산권 전략2008’을 발표하였으며, 또한 현재 각국별로 진행되는 특허소송제도를 개혁하여 유럽연합 회원국 내에서 발생하는 특허소송을 전담할 단일 특허법원의 도입을 준비하고 있다.¹⁷⁾

글로벌 지식재산 환경을 자국에 우호적인 방향으로 이끌어가기 위해 WIPO와 WTO 차원에서도 국가간의 경쟁은 계속되고 있으며, 국가별 입장에 따라 선진국은 지식재산권의 취득을 용이하게 하고 지식재산권의 저변을 확대하기 위해 노력하는 반면, 개발도상국들은 개발 어젠다를 통해 선진국의 기술이전을 용이하게 하고 그들이 강점을 갖고 있는 전통지식과 유전자원 등의 보호를 강화하기 위해 노력하고 있다.

각국의 지식재산권 경쟁은 출원량의 증가로 이어졌으며, 특허 세계 출원의 경우 2010년 전년대비 7.6%, 2011년 전년대비 8.1% 증가에 이어 2012년 약 235만건으로 전년대비 9.2% 증가하였으며 이러한 추세는 2013년에도 계속 이어질 것으로 예상된다.¹⁸⁾

17)국가지식재산위원회(2013), “지식재산 침해대응 및 보호집행 보고서”. p8~11 요약발췌

18)특허청(2013), “지식재산백서”. p41

2.1.4 지식재산경영의 현황

(1) 지식재산경영의 필요성

최근 세계경제는 지식기반사회의 도래와 광범위한 글로벌화로 인한 국제경쟁의 심화 속에서 기업들이 경제적 환경의 변화에 신속하게 대응할 수 있는 역량이 요구되고 있으며, 또한 국가적인 차원에서도 경제성장의 지속성 확보를 위해 기술의 개발과 혁신을 통한 기술의 질적 성장이 필요하며, 이를 위해 기업의 지식재산의 활용과 기술혁신 역량의 경쟁우위 확보가 절실히 요구된다. 특히 글로벌 환경의 지식기반 경제체제의 도래는 기업 경쟁력의 원천이 기존의 유형자산에서 지식재산권과 같은 무형자산으로 이동하고 있으며, 국가 간 경쟁력의 흐름도 자본기반에서 기술기반으로 이동하면서 기술의 개발과 그 결과물인 지식재산이 국가와 기업의 경쟁력을 결정짓는 중요한 요인이 되고 있다.

우리나라는 글로벌 환경의 변화와 지식재산을 통한 경쟁력 강화라는 기업과 국가차원의 전략을 기반으로 연구개발 투자를 지속적인 확대하여 지식재산 창출의 양적규모는 세계적 수준에 이르렀다. 2011년 공공 및 민간 부문 전체 연구개발 투자 규모는 49조8,904억원으로 세계 6위(GDP 대비 2위), 특허출원 4위, 과학기술논문 수 11위(2010년도 기준)등 괄목할 만한 성장을 거두었다. 그러나 질적 수준에 있어서는 이러한 양적 성장에 미치지 못하고 있다. 지식재산권 등 사용료 수지 적자는 2000년도 25억 3,000만 달러에서 2010년도 58억2,000만 달러로 지속 확대되고 있다.¹⁹⁾

이는 근본적으로 아직까지 원천 기술보다는 해외 기술에 대한 의존도가 높고, 또한 연구개발 투자 및 지식재산권의 양적확대에 걸맞는 기업경영 차원에서의 지식재산에 대한 전략적인 고려와 접근이 이루어지지 않은 결과라 할 수 있다.

19)국가지식재산위원회(2013), “지식재산 침해대응 및 보호집행 보고서”. p23 요약발췌

따라서 기업은 글로벌 경쟁력이 있는 강한 지식재산을 창출하고, 확보된 지식재산의 활용 및 확산을 통하여 경제적 부가가치를 극대화하는 등 지식재산을 전략적으로 경영 자원화하여야 하며 기업의 본질적 가치를 향상시키기 위해 지식재산을 기업 경영에 접목하는 ‘지식재산경영’의 도입은 기업의 선택이 아닌 필수가 되었다고 할 수 있다.

(2) 지식재산경영의 정의

기존의 지식재산관리는 지식재산에 대한 직접적인 활동으로서 선행기술 조사와 특허맵의 작성, 특허출원, 사내 지식재산 교육 등을 수행하는 지식재산 담당부서의 업무영역을 의미한다.

이에 반해 지식재산경영은 종래의 소극적, 수동적인 업무처리를 의미하는 ‘관리’에서 보다 진보한 개념으로 지식재산관련 업무의 ‘전문화’와 기업의 ‘경영 전략화’가 이루어지는 것을 의미하며, 특허청의 정의를 중심으로 살펴보면 다음과 같다.

특허청의 사례중심의 지식재산경영매뉴얼(2008)에서는 지식재산경영이란 “기업 경영에 있어 지식재산권이 진정한 경영 자원을 창출 및 활용되어 지고, 기업 활동의 지식재산권 리스크가 경영 차원에서 관리되어져서 기업의 경영 전략의 한 부분이 되는 것”이라고 정의하였다. 이는 지식재산권이 기업 경영에 있어 중요한 영역으로서 기업의 경영 차원에서 체계적이고 전략적으로 관리되어져야 함을 의미한다.

특허청의 지식재산경영전략매뉴얼(2011)에서는 지식재산경영이란 “R&D활동을 통해 획득한 성과에 대하여 배타적 권리화를 통하여 자산화하고, 이를 활용·확산함으로써 경제적 부가가치를 창출하기 위한 전략적 제반활동”이라고 정의하고 있다.

일본특허청의 지식재산경영플래닝북(2011)에서는 지식재산경영이란 “지식재산활동을 기업활동에 도입하고 기업이 보유한 지식재산을 유효하게 활용하는 경영형태”이며, 지식재산활동이란 “지식재산제도를 이용하여 지식재산을 다루는 기업활동”으로 정의하고 있다.

Holger ernst(2002)는 지식재산경영이란 “기업의 목적(매출, 이익 등)을

달성하기 위해 내부 및 외부로부터 ‘기술의 창출’, ‘기술의 축적’, ‘기술의 활용’의 프로세스를 계획하고 조정하는 것”이라고 정의하고 있으며, 이를 자세히 살펴보면 결국 기업의 경영 성과를 효과적으로 끌어올리기 위해 실기술 창출과 이를 특허화한 특허 기술의 축적 및 특허권의 보호, 특허기술 및 특허권의 활용 등을 잘 해내는 것을 의미한다고 볼 수 있다.

이러한 지식재산경영의 정의를 살펴볼 때 중요한 것은 지금까지는 지식재산을 지식재산관리의 관점에서만 바라보았지만, 이제는 지식재산이 기업경영에 있어서 성과에 직접적으로 영향을 미치는 것으로 인식함에 따라 그 활용의 가치가 넓고 기업경영과는 불가분의 관계에 있다는 사실이다.

(3)기술경영과의 구분

정선양(2007)²⁰⁾은 기술경영의 정의를 조직의 경쟁우위 및 부의 창출(wealth creation)의 핵심 요소로서 기술의 창출과 획득 그리고 활용에 관한 시스템의 경영의 의미한다라고 하였다.

미국 국가연구위원회(NRC : National Research Council)에서 내린 정의를 보면, 기술경영이란 공학 및 과학, 경영원리를 결합하여 조직의 목적을 달성하기 위해 기술적 능력을 기획, 개발, 운영하는 활동이라 했다.

신용하, 장동훈(2005)²¹⁾은 기술경영이란 조직이 보유하고 있는 기술 및 경영 노하우 등 제반 지식을 기업의 특정 제품, 서비스의 생산에 적용하는 과정을 효율적으로 관리하기 위한 체계적 기법의 총합체로서 조직의 기술 경쟁력 확보를 위한 경영활동이라고 정의하였다.

기술경영은 기술을 바탕으로 기업의 목적을 달성하기 위한 전략적 경영으로 기술경영의 목표는 기술경영을 수행하는 기업의 부의 창출에 있다.

20)정선양, 전략적 기술경영(2007) 박영사

21)신용하, 장동훈, 기술경영원론(2005) 전략기술경영연구원

이와 같은 부의 창출은 근본적으로 각 기업의 경쟁력 혹은 경쟁우위에서 비롯되었다는 점에서 기술경영은 기업의 기술 경쟁력 확보를 통해 부를 창출하는 것이다. 또한 기술경영은 과학적 지식 및 공학적 지식을 가지고 연구 개발과 상용화 개발을 지향하며, 이때 중요한 고려사항은 보유기술에 대한 전략적 유지와 외부로부터의 신기술 획득 및 활용 가능성을 들 수 있다.

반면에 지식재산경영은 기술경영과 달리 법적 측면에서 재산권화된 기술을 대상으로 하며 기술 자체만이 아닌 경영과 법 및 기술분야에 부분적으로 그 범위를 걸쳐 있는 개념으로서, 기술경영이 관련법이나 소유권으로 보호받지 않는 기술까지도 그 범위로 하는 것과는 차이가 있다.

기술경영의 구성요소를 살펴보면, 여러 자원과 인프라 및 조직활동을 들 수 있으며, 이들 요소 간에는 매우 밀접한 관계를 가지며 각각 고유한 기능을 갖는다. 여기서 ‘자원’이라 함은 재무·인적자원, 지식재산, 정보, 경험, 조직특성, 기술, 고객과 공급자, 시설장치 등을 말하는 것으로 특히 기술은 기업의 경쟁력을 좌우하는 가장 중요한 요소이다, ‘인프라’란 조직의 목표달성에 중요한 역할을 하는 기반시스템을 의미하며, ‘조직활동’이란 각 자원과 인프라에 특정기능의 수행을 요구하기도 하며 각기 영향을 미치는 요소이다.

(4) 지식경영과의 구분

Drucker(1995)는 지식경영이란 ‘일하는 방법을 개선하거나 새롭게 개발 또는 기존의 틀을 바꾸는 혁신을 단행해서 부가가치를 높이는 것’이라고 정의하였다.

Prusak(1997)은 지식경영을 ‘단순히 데이터와 정보를 저장하고 처리하는 것이 아닌 개인에게 내재화되어 있는 자산인 지식을 인식하고 이를 조직 구성원이 의사결정 등에 이용할 수 있도록 자산화하는 것’이라고 하였다.

Nonaka(1991)는 지식경영은 ‘새로운 지식을 창조하고, 이것을 전 조직으로 확산하며, 그것을 다시 상품·서비스·시스템으로 형상화 하는 것’이라고

정의하였다.

지식경영에 대한 여러 학자들의 정의를 요약하면 다음과 같다.

연구자	정의
Drucker(1995)	일하는 방법을 개선하거나 새롭게 개발 또는 기존의 틀을 바꾸는 혁신을 단행하여 부가가치를 높이는 것
Nonaka(1991)	쉽게 외재화·객관화시킬 수 없는 암묵적인 지식을 공유·승화시키고 형식화하여 이를 통해 새롭게 창조된 형식적인 지식을 다시 암묵적인 지식으로 선 순환시킴을 통해서 조직적 경쟁력을 확보하는 경영활동
Bechman(1997)	새로운 조직적 역량을 창출하고 구성원의 높은 업무성과를 가능하게 하며 혁신적 활동을 촉진시키는 동시에 고객가치를 제고시킬 수 있도록 구성원의 경험, 지식 및 전문성을 공식화시키는 것
O'Leary(1998)	지식과 연계되는 사람과 조직을 원천으로 하여 지식을 사용가능하도록 변화시키는 과정
Prusak(1997)	단순히 데이터와 정보를 저장하고 처리하는 것이 아닌 개인에게 내재되어 있는 자산인 지식을 인식하고 이를 조직구성원의 의사결정 등에 이용할 수 있도록 자산화시키는 것
Wiig(1995)	기업의 성장력과 성공을 확보하기 위해 지적으로 행동하도록 만들거나 지식재산 가치를 극대화 하는 것, 기업의 지식관련 경영활동의 효과성을 극대화하고 지식자산으로부터 최대의 부가가치를 창출하기 위해 지식을 창출, 갱신, 적용하는 일련의 체계적이고 명시적인 의도적인 활동
McElroy(2005)	지식 프로세스 확충을 추구하는 경영관리 활동

표 3. 지식경영의 정의

이를 정리하면 지식경영이란 조직의 발전전략에 직결되는 핵심지식을 부단히 창출하고 이를 신속하게 전파, 공유함으로써 모든 조직 구성원이 원하는 지식을 적기에 습득, 업무활동에 적용해서 고부가가치를 창출할 수 있도록 조직 내외에 산만하게 표류하는 정보나 지식을 체계적으로 관리경영하는 것을 말한다.

경영의 본질을 가치를 창출하는 것으로 본다면, 지식은 위의 정의에 따라 이러한 가치를 창출하는데 매우 큰 기여를 하고 있으며, 특히 지식의 축적 및 공유 그리고 활용을 통해 지식을 부단히 재창출하고 이를 고부가가치

화 하는데 체계적으로 사용함으로써 결국 지식은 유형의 자산과도 같은 무형의 자산으로서 지적자본에 해당한다고 할 것이다.

지식경영의 기본 구성요소는 첫째 지식자산의 개발과 공유, 둘째 그것에 기초한 지식의 창조 및 활용의 프로세스, 그리고 셋째로 지식활용의 장이다. 이러한 구성요소상의 지식경영의 활동을 위해 프로세스의 일환으로서 먼저 유무형의 지식의 발굴, 획득, 창출과정이 필요하다. 지식의 창출과정에는 지식을 외부로부터 공급받거나 학습하는 과정도 포함된다. 그런 다음 그 지식을 나중에 여러 사람들이 사용할 수 있도록 저장하고 축적한다. 축적된 지식은 그 지식을 필요로 하는 사람에게 보급되어야 하고, 마지막으로 지식들은 목적 지향적으로 응용되고 또한 활용되어야 한다.²²⁾



22)이재규, 지식경영학원론(2003) 박영사

2.2 지식재산권설탕에 대한 선행연구

2.2.1 컨설팅의 개요

(1) 컨설팅의 정의

컨설팅의 본질은 기업경영과 사업에 대한 지식을 창출·전달·공유·적용하는데 있다고 볼 수 있는데, 선행연구자들의 정의를 살펴보면 다음과 같다.

Larry Greiner & Robert Metzger(1983)는 특별한 훈련을 통해 일정한 자격을 갖춘 사람들이 고객과의 계약에 따라 독립적이고 객관적인 태도로 고객조직이 경영상의 문제를 확인·분석하는 것을 도와주고, 이러한 문제에 대한 해결안을 고객에게 추천하고, 고객이 이러한 해결안의 실행에 대해 도움을 요청했을 때 이를 제공하는 어드바이스라고 하였다.

M. Kubr(2012)는 경영과 사업의 문제들을 해결하고, 새로운 기회를 발견하여 이를 활용하고, 학습의 기회를 넓히고, 변화의 실행을 통해 경영자와 조직이 추구하는 목적의 달성을 도와주는 독립적인 프로페셔널 어드바이스라고 주장하였다.²³⁾

ICMCI²⁴⁾는 경영에 대한 책임의식을 갖고서 고객의 경영프로세스에 대해 독립적인 조언과 지원을 제공하는 것이라고 정의하고 있다.

미국회계사회는 특별한 분야의 전문성을 가진 전문가들이 자기들의 지식과 경험을 활용하여 경영문제를 해결하고 객관적이고 전반적인 시각에서 기업의 기획과정을 지원하는 것이라고 정의하고 있다.

영국 컨설턴트협회는 독립적이고 능력을 갖춘 갖춘 사람들이 정책, 조직, 절차, 방법상의 문제점을 연구, 분석하고 적절한 해결책을 수행할 수 있도록 돕는 것이라고 하였다.

23)한종국·심재섭 옮김(2012. Milan Kubr 지음, “경영컨설팅 : 프로페셔널 컨설턴트를 위한 가이드”, 새로운 제안

24)ICMCI(International Council of Management Consulting Institutes,국제컨설턴트협회)

경영컨설팅 엔지니어협회는 특별히 훈련받고 경험을 쌓은 사람들이 기업 경영상의 여러 가지 문제점을 규명하고 해결할 수 있도록, 실질적인 해결방안을 제시하고, 그러한 해결방안을 적기에 실시될 수 있도록 도와주기 위한 전문적인 서비스의 제공을 말한다고 하였다.²⁵⁾

우리나라 통계청은 한국표준산업분류에서 경영컨설팅업(71531)을 분류하면서 다른 사업체에게 사업경영문제에 관하여 자문 및 지원하는 산업활동을 말한다고 하였다.

조영대(2005)는 특정 대상에 대하여 해당분야의 전문가가 자신의 전문지식을 활용하여 제기된 문제점을 분석하고 구체적인 해결책을 제시하는 것이라고 하였다.²⁶⁾

전기수(2009)는 이러한 선행연구들을 종합하여 경영컨설팅과 관련된 키워드로서 전문가, 전문지식 활용, 기업 경영상의 문제, 연구 및 분석, 문제 해결, 지원, 전문 서비스 등을 추출하였으며, 이를 근거로 하여 경영컨설팅을 “기업의 경영활동과 관련하여 발생하는 제반 문제에 대하여 해당분야에서 스스로의 훈련이나 직간접적인 경험에 의한 능력을 가진 전문가가 자신의 능력을 활용하여 기업이 당면한 문제를 이해하고 분석, 연구하여 객관적이고 독립적인 입장에서 기업이 필요한 시기에 필요한 해결방안을 제시하는 전문서비스” 라고 정의하였다.

25)중소기업청(2008), “중소기업 컨설팅산업 백서”, p5

26)조영대(2005), “비즈니스 컨설팅 서비스”, 남두도서

(2)컨설팅의 특성

컨설팅의 특성에는 전문성, 사업성, 고객지향성의 3가지 공통적인 개념이 내포되어 있으며, 우선 전문성은 컨설팅에 있어 가장 중요한 것이 문제해결능력이라는 측면에서, 사업성은 컨설팅 조직이나 개인은 영리적 목적으로 사업을 영위한다는 측면에서, 그리고 마지막 고객지향성은 컨설팅 결과물의 효용가치 극대화를 위해서는 고객 지향적인 서비스가 요구된다는 측면에서 그 의의를 가진다.

특성	개념
전문성	문제해결능력은 컨설팅에 있어 가장 중요하며, 수행결과에 대한 고객의 타당성과 신뢰성을 결정짓는 핵심요인임
사업성	컨설팅 조직이나 개인은 영리를 목적으로 사업의 형태로 그들의 컨설팅을 제공하며, 따라서 컨설팅은 전문서비스로서의 가치가 있어야 하며, 고객 또한 그들이 제공받은 컨설팅에 대한 적절한 대가를 지불하여야 함
고객 지향성	고객의 문제와 고충을 충분히 이해하고 고객의 만족을 위해 최선을 다하기 위해 투철한 고객 지향적 서비스 정신이 요구되며, 컨설팅 결과의 효용가치 극대화를 위해 고도의 전문성과 윤리성을 발휘할 수 있어야 함

표 4. 컨설팅의 특성²⁷⁾

27)중소기업청(2008), “중소기업 컨설팅산업 백서”, p6, 재정의

2.2.2 컨설팅의 유형

컨설팅은 기업의 경영활동이 여러 가지 활동과 프로세스로 진행되어 있는 것과 마찬가지로 그 구분과 실행 범위 또한 나누어진다.

한국경영컨설팅협회(2002)는 컨설팅산업실태조사에서 경영컨설팅의 유형을 경영관리 및 혁신, 인사, 조직 및 인적자원개발, 재무 및 회계관리, 생산관리, 제품개발 및 마케팅, 품질인증 및 해외규격, R&D, 기술검사, IT, 기타 컨설팅으로 구분하였다.

통계청은 한국표준산업분류에서 경영컨설팅업(71531)을 분류하면서 경영컨설팅의 유형의 예시로 일반경영 자문, 전략기획 자문, 특정부문 경영 자문, 시장관리 자문, 생산관리 자문, 재정관리 자문, 인력관리 자문 등을 들고 있다.

장영(1997)은 경영컨설팅의 도입과 수행이 조직의 성과와 효율성의 향상에 기여한다고 보고 경영컨설팅의 도입과 수행은 조직의 변화와 혁신을 촉발하는 수단으로 보았다. 이에 경영컨설팅의 유형을 혁신의 깊이와 넓이에 따라 부문혁신 경영컨설팅, 전사혁신 경영컨설팅, 부문개선 경영컨설팅, 전사개선 경영컨설팅의 4가지 유형으로 구분하였다.

		혁신의 넓이	
		협의	광의
혁신의 깊이	고	부문혁신 경영컨설팅 (Narrow Innovation Consulting)	전사혁신 경영컨설팅 (Broad Innovation Consulting)
	저	부문개선 경영컨설팅 (Narrow Improvement Consulting)	전사개선 경영컨설팅 (Broad Improvement Consulting)

표 5. 경영컨설팅의 유형 I ²⁸⁾

28) 장영(1997), “경영컨설팅 유형별 성과에 관한 상황적 분석”

조영대(2005)는 경영컨설팅의 유형을 종합 경영컨설팅과 부문별 경영컨설팅의 2가지로 구분하였고, 종합 경영컨설팅은 경영전체에 대하여 종합적으로 컨설팅을 한다는 의미이며 부문별 경영컨설팅이란 생산, 마케팅, 재무 등 각 부문별 활동에 대해서 컨설팅 하는 것을 의미한다고 하였다.

전기수(2009)는 경영컨설팅의 유형을 수행형태에 따라서는 특정 테마를 위한 컨설팅을 목적으로 하는 단기종결형 경영컨설팅과 기업경영의 일반적 상황에 즉각 대처하기 위한 고문계약 형식의 컨설팅인 장기지속형 경영컨설팅으로 구분하였다.

중소기업청(2008)은 사업서비스의 대표적인 업종으로 전문서비스, 자문서비스, 독립서비스, 일시적인 서비스, 상업적인 서비스로 구분하였다.

유형	내용
전문서비스	문제의 원인을 진단하고 적절한 해결책을 찾는 과정에서 의뢰인의 이익을 보호·증진하고자 하는 전문가로서의 윤리성이 필요함
자문서비스	컨설팅은 조언을 하는 서비스이므로 최종 의사결정자는 의뢰인이며, 해결안의 실행에 대한 책임 또한 의뢰인에게 있음
독립서비스	친분관계, 특정회사나 특정제품 또는 다른 프로젝트의 수주를 위한 편협적인 서비스가 아닌 이해관계에서 독립된 서비스를 제시해야 함
일시적인서비스	컨설턴트는 의뢰인의 조직에서 한시적으로 업무를 수행하며, 업무 완료후 조직을 떠나게 됨
상업적인서비스	컨설팅은 하나의 사업이며, 그에 따라 서비스에 상응하는 대가를 받아야 하며 적절한 이익을 남겨야 함

표 6. 컨설팅의 유형 II²⁹⁾

29)중소기업청(2008), “중소기업 컨설팅산업 백서”, p7, 재정의

2.2.3 지식재산컨설팅의 개요

일본의 지적재산전략 매뉴얼(2006)에서는 지식재산컨설팅에 대해 “외부의 컨설턴트가 지식재산경영의 실무를 기업 측의 요구에 따라 지원하고 필요에 따라 그 일부를 대행하는 것”이라고 하였다. 이는 지식재산의 조사와 분석을 통해 고객이 속한 산업과 시장의 분석, 제품의 개발 및 경쟁요인 분석 등 고객의 요구사항이나 문제점의 해결을 지원하는 인적자원의 지원과 육성 및 보안과 영업비밀의 관리체계 등 업무전반 프로세스의 정비까지도 포함하는 개념으로 볼 수 있다.

특허청의 특허활용전략 컨설팅 매뉴얼(2009)에서는 지식재산컨설팅이란 “특허기술을 발굴하여 기술평가를 수행하고 수요기업체를 발굴하며 기술 이전 마케팅을 수행함으로써 기술 이전 사업화 하는데 필요한 전략 및 방법론을 기획하고 자문하는 등의 종합적인 서비스를 제공하는 것”이라고 정의하고 있다.

지식재산경영 매뉴얼(2011)에서는 “특허, 디자인, 상표 등의 지식재산을 기업의 자산으로 활용하는 경영전략을 통해 수익을 창출함으로써 기업 가치를 높이는 모든 활동”이라고 하였다.

이상의 내용을 정리해 보면, 지식재산컨설팅이란 기업이 보유한 무형의 지식자산을 발굴, 평가 및 마케팅을 수행하여 기술의 사업화 및 경영전략으로서 활용할 수 있는 방법론을 제공하는 종합 서비스라 할 수 있다.

지식재산컨설팅이 일반적인 경영컨설팅과 다른점은 첫째, 기업이 보유한 자산 중 기술적인 지식인 특허와 더불어 브랜드, 디자인등 기업의 지식재산에 기반하여 경영계획과 활용전략을 수립 및 진행함으로써 경쟁사 대비 차별적인 경쟁우위를 지향함을 목적으로 하고 있다. 둘째 기업의 구성원인 경영자와 종업원간 지식재산에 대한 인식과 동기부여 및 일체감을 통해 결속을 높이고 이러한 상호신뢰를 기반으로 한 경영전략과 인사제도를 통해 좋은 인재를 확보할 기회를 마련할 수 있다. 셋째, 최근 주목받는 기술의 가치평가 및 담보로서의 활용 등 기술금융의 적절한 도입에 있어 금

용기관이나 거래처 등 이해관계자들로부터 높은 신뢰도를 확보할 수 있다. 이밖에도 보다 넓은 의미에서의 지식재산으로 볼 수 있는 기업의 경영관리상의 노하우와 소비자의 니즈에 관한 지식과 정보, 소비자의 신뢰 등의 적극적인 경영자원화를 통해 궁극적으로 기업의 계속기업으로서의 핵심역량의 증대와 함께 조직의 전반적인 활력과 풍토 등 조직문화의 안정적이고 체계적인 구축 등이 가능하다.

2.2.4 지역지식재산센터와 IP스타기업의 현황

정부는 지방화 시대를 맞이하여 지역의 지식재산권 창출지원을 위한 종합인프라로서의 기능 수행과 지식재산 창출활용을 위한 전략거점으로서 전국에 ‘지역지식재산센터’를 설치·운영하고 있는데, 지역지식재산센터는 1978년부터 특허자료를 이용할 수 있도록 15개 시·도 상공회의소를 지정하여 운영한 ‘지방특허자료열람소’에 그 뿌리를 두고 있다. 2000년에 동열람소를 ‘지역특허정보지원센터’로 개편하여 특허정보서비스 및 지식재산권 민원상담 등을 제공하였고, 2004년 1월에 이를 재차 개편, 지역지식재산센터로 기능을 강화하여 지역 특성과 수요에 맞는 맞춤형 서비스를 제공하고 있다.

2014년 12월말 기준으로 전국에 31개 지역지식재산센터를 설치·운영하고 있으며, 특허, 브랜드, 디자인 등 지식재산 종합컨설팅 및 민원상담서비스를 제공하고 지식재산기반구축을 위한 지식재산 설명회 및 교육과정을 운영함으로써 지역의 지식재산권에 관한 수요를 충족하고 있다.

2006년 본격적인 지자체 매칭사업을 시작하여 지역 주민 및 중소기업에 대한 지식재산권 교육, 특허정보종합컨설팅 등 다양한 신규사업 개발과 사업예산 확대를 통해 지역의 지식재산권 창출의 전진기지로 발돋움하였고, 2014년에는 특허사업화 상담 및 컨설팅 6,653건, 브랜드 2,563건, 디자인 1,833건을 실시하였으며, 시간과 예산이 부족한 중소기업을 대상으로 찾아가는 지식재산권 교육을 231회 실시하는 등 지식재산권 종합지원

체계 구축을 통한 One-Stop 서비스를 제공함으로써 지역 지식재산권의 창출활용을 촉진하여 지역의 경제 활성화에 기여하고 있다.

정부는 지역지식재산센터의 기능을 지식재산 창출지원에서 보호·활용은 물론 신지식재산권 분야까지 포괄하도록 하여 지식재산기반 중소기업 지원 거점으로 육성할 계획이며, 이를 위해 지역 여건에 맞는 맞춤형 지식재산 정책수립을 지원하고, 산·관·학계의 참여를 이끌어 낼 수 있도록 지역 기관과의 공동사업 및 협력체계를 강화하고 지역의 지식재산 거점기관으로 발전시키기 위하여 전문 컨설턴트 중심의 지식재산컨설팅을 강화해 나가고 있다.

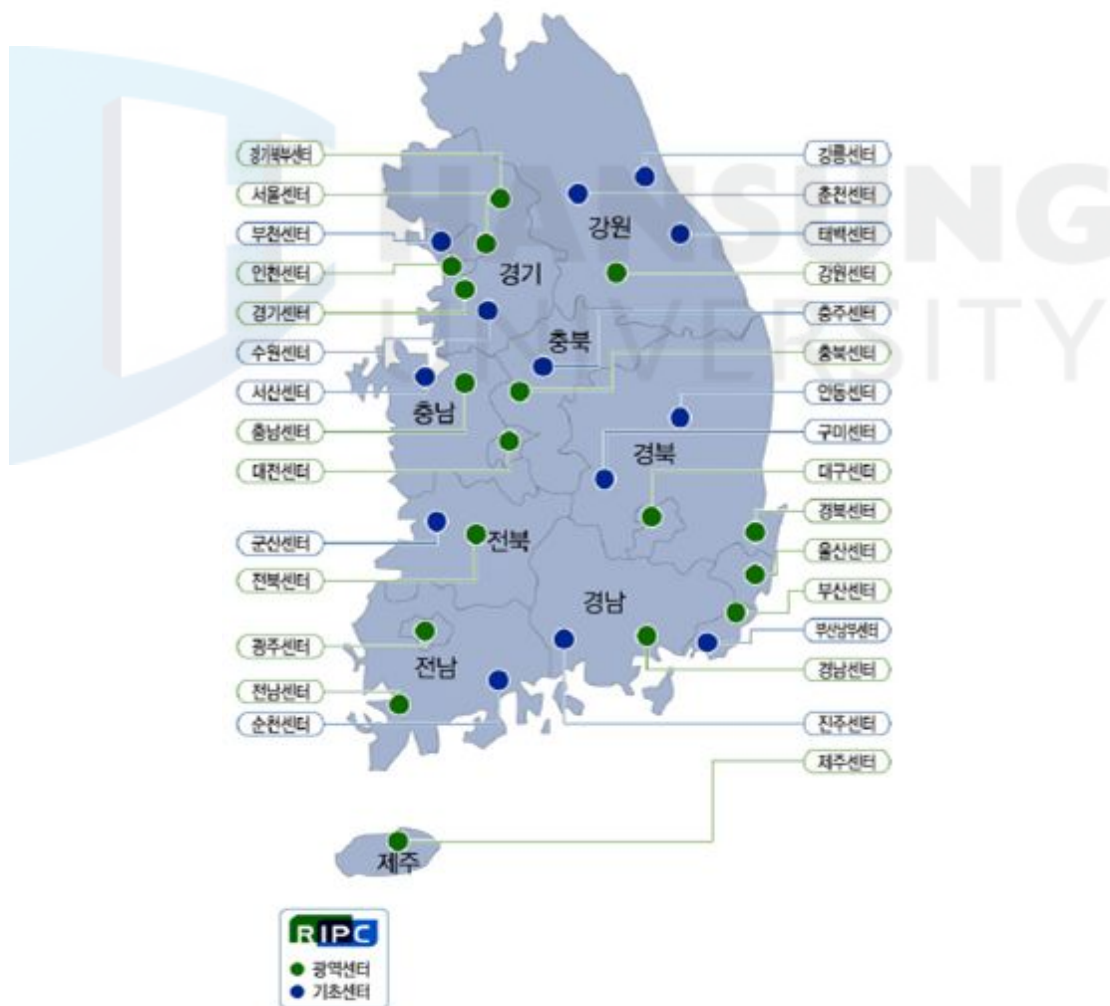


그림 3. 지역지식재산센터 현황

지역지식재산센터의 지역지식재산창출지원사업의 규모는 지속적으로 확대되어 2006년 78.7억원의 사업비가 2013년 450억원으로 5.7배 증가하였으며, 2006년 95명이었던 지식재산 컨설턴트의 수가 2013년에는 177~180명선으로 증대되어 지식재산 전문컨설팅 서비스를 확대하였다.

사업년도		2006년	2007년	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년
수행센터		31개	29개	29개	30개	31개	32개	31개	31개
예산규모		78.7억	87.6억	119.7억	156.5억	253.3억	372.5억	422.7억	450.6억
참여 지자체수	광역시	3개	9개	13개	16개	17개	17개	17개	17개
	기초	-	-	-	-	-	55개	91개	114개
컨설턴트 수		95명	123명	131명	149명	175명	175명	183명	177명

표 7. 지역지식재산센터 규모의 변화

지역지식재산센터의 지속적인 규모 확대와 지식재산컨설팅 효과의 증가에 의해 수도권(서울, 경기, 인천)과 비수도권의 특허출원 격차율이 지속적으로 축소됨에 따라 국가의 지식재산 창출 균형 성장에 기여하고 있다.

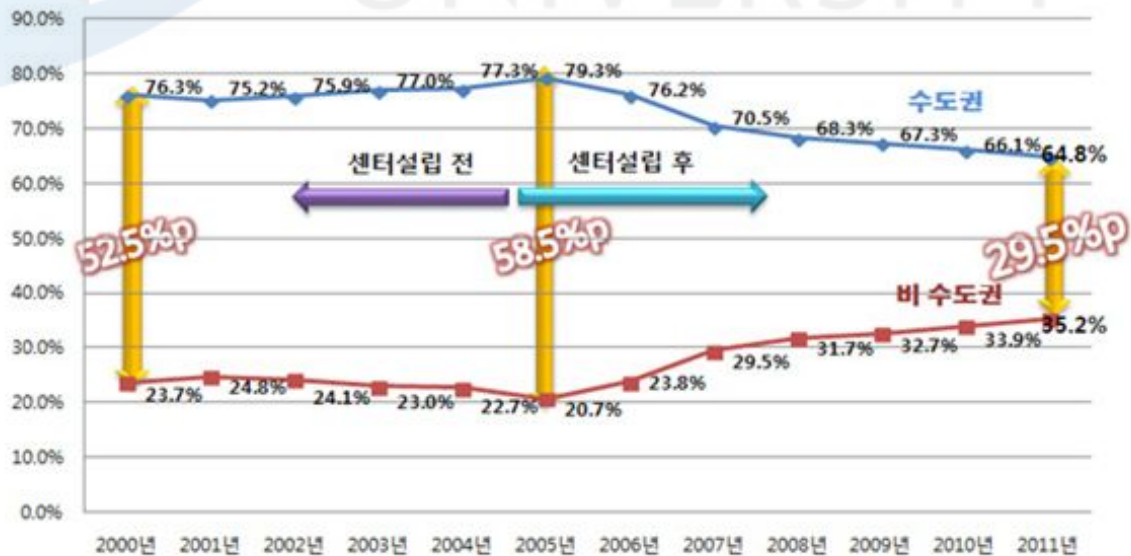


그림 4. 수도권 및 비수도권의 특허출원 격차율

지역지식재산센터의 지역지식재산창출지원사업은 기간과 경과와 환경·수요의 변화에 따라 세부적인 지원사업이 변경되어왔다. 2013년까지 특허종합지원사업, 브랜드·디자인 가치제고사업, IP스타기업 육성사업을 개별적으로 운영해왔으나 이러한 개별적 지원사업들이 중소기업에 대한 효율적인 맞춤형 지원으로는 어려운 점이 있고 이를 보다 체계적으로 지원하기 위해 2014년부터는 중소기업의 지식재산 경영의 강화를 목적으로 IP성장 단계별 지원체계를 구축하였다. 즉, 2006년부터 추진해왔던 특허종합지원사업과 2010년부터 추진해왔던 브랜드·디자인 가치제고사업과 IP스타기업 육성사업을 통합하여 IP Start up → IP Scale up → IP Star로 이어지는 단계별 IP스타기업 육성사업을 마련하였다.

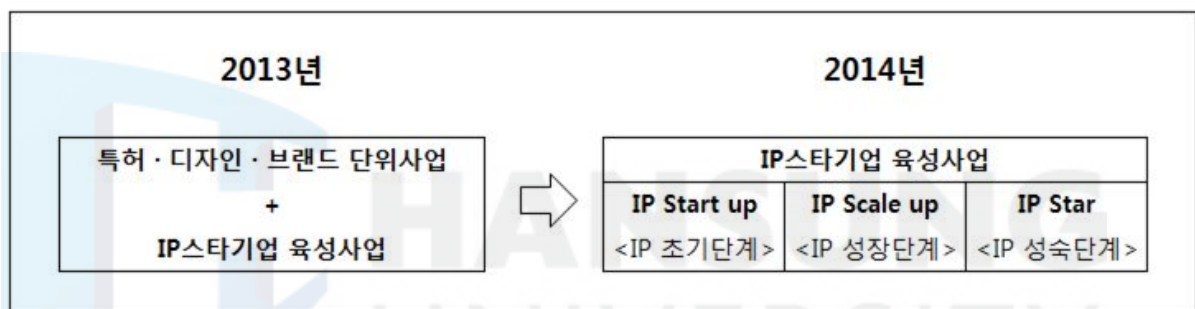


그림 5. 정책 실효성 제고를 위한 지원체계 개편

IP Start up 단계는 IP 입문 단계로, IP에 관심이 없던 중소기업이 IP에 관심을 가질 수 있도록 선행기술조사나 국내 권리화 지원과 같은 IP 관련 기초적인 지원을 실시한다. IP Scale up 단계는 IP경쟁력을 강화하는 단계로 IP경험이 있는 중소기업의 해외 권리화 지원, 브랜드 및 디자인 개발 등을 통해 지식재산 경쟁력을 갖출 수 있도록 유도한다. 마지막 단계인 IP Star 단계에서는 중소기업이 지속적인 IP경영을 지속할 수 있도록 3년간 특허·브랜드·디자인 관련 종합지원을 실시하고, 이와 더불어 지역지식재산센터에 상주하는 전문 컨설턴트의 IP경영전략 컨설팅도 지원한다.

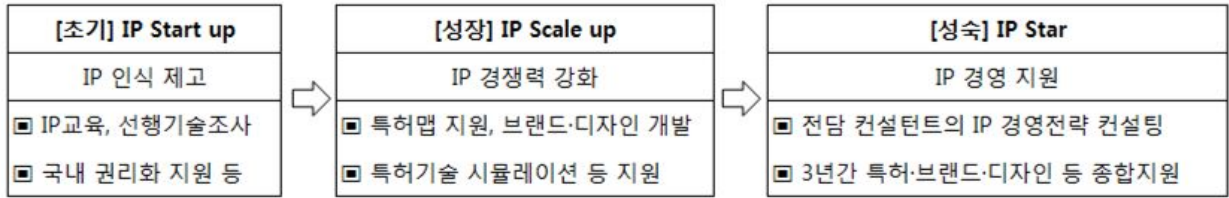


그림 6. IP스타기업 육성사업 단계

2014년 실적은 IP Start up 지원 5,849건, IP Scale up 지원 4,194건 등을 지원하였으며 단계적인 중소기업 지원체계 마련을 통해 그간 소외되었던 IP초기 기업에 대한 지원도 강화되었다.

IP스타기업 육성사업은 2010년도에 도입하여 2014년까지 총 846개의 지역 유망 중소기업을 선정·지원하였다.

사업년도	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년
선정	108개	203개	157개	151개	227개

표 8. IP스타기업 육성사업 지원대상 선정 현황

지역지식재산센터는 지방자치단체와 협력하여 지역 유망 중소기업을 선정하며, 지원대상으로 선정되기 위해서는 IP-Spectrum 평가, 현장 실사, 대면 심사로 이어지는 엄정한 심사 절차를 모두 거쳐야 한다. 지원대상으로 선정된 기업은 최대 7천만원 이내(3년간 2억원 이내)에서 3년간 지식재산권과 관련된 종합적인 지원을 받게 된다.

IP스타기업 육성사업은 지방자치단체와 함께 사업을 수행하며, 지방자치단체로 하여금 국고에 상응하는 자금을 투자(매칭비율 50:50)하게 함으로써 사업에 대한 효과성과 책임성을 담보하고 있다. 또한 지방자치단체와 함께 사업을 수행함으로써 상대적으로 소외되었던 비수도권 지역에 대한 지원이 강화되었다.

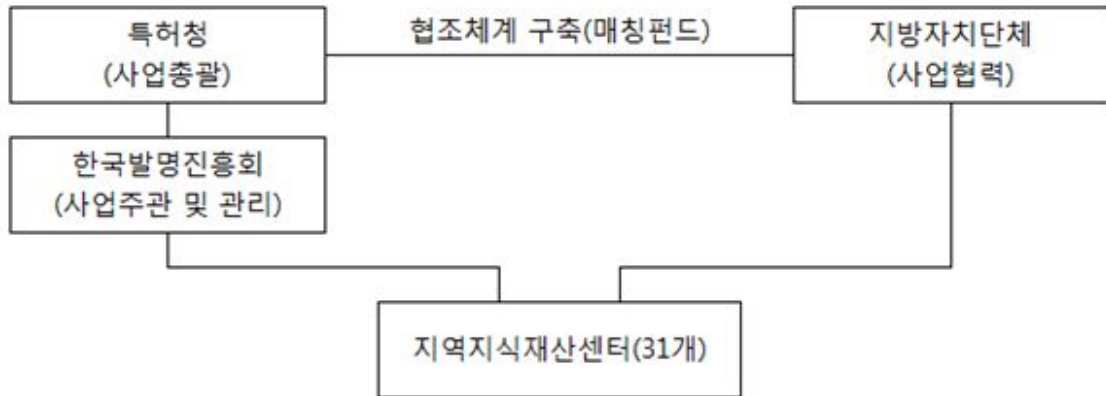


그림 7. IP스타기업 육성사업 추진 체계

IP스타기업 육성사업을 통해 지원대상으로 선정된 지역 유망 중소기업은 매출액, 고용규모에서 일반 중소기업보다 높은 성장세를 나타내고 있다. 2014년 서울대 경제연구소에서 발표한 바에 의하면 IP스타기업 육성사업으로 인한 수혜기업당 매출액 증가 효과는 41.6억원으로 추정된다고 한다.

지원 사업	지원 건수
국내 권리화	542건
해외 권리화	601건
특허기술 시뮬레이션	114건
맞춤형 특허맵	153건
브랜드(신규, 리뉴얼) 개발	80건
비영어권 브랜드 개발	18건
브랜드 & 디자인 융합	22건
디자인(제품, 포장) 개발	101건
디자인 & 특허 융합	19건

표 9. 2014년 IP스타기업 육성사업 지원 실적

2.3 컨설팅 서비스 품질에 대한 선행연구

2.3.1 서비스 품질의 개념

일반적으로 서비스란 상품 또는 제품의 공급과 대비되는 개념으로서 그 종류가 다양하고 동종의 서비스 내에서도 상호 이질적인 요소가 존재할 뿐만 아니라 시장의 확장과 산업의 발달에 따라 지속적으로 신규 서비스가 개발되고 있어 현재까지 이에 대한 정의는 여러 학자들의 관점에 따라 다양하게 정의되고 있다.

서비스 품질에 대한 연구는 1970년대부터 시작되어 Gronroos(1984)는 서비스 품질을 고객의 기대된 서비스와 지각된 서비스의 비교로 정의하고 서비스 품질에 대한 두 측면을 기술적 품질과 기능적 품질로 보았으며, 기술적 품질이란 소비자와 서비스 제공자간의 상호 작용결과로 남게 되는 것이며, 기능적 품질이란 기술적 품질이 어떻게 제공되는가의 문제로 정의하였다. Lehtinen & Lehtinen(1985)은 서비스 품질을 과정품질과 결과품질로 나누고 과정품질이란 서비스가 제공되는 동안에 소비자가 평가하는 품질이며, 결과품질이란 서비스가 완료된 후 소비자가 평가하는 품질이라고 정의하였다. PZB(1988)는 서비스 품질을 특정한 서비스의 우수성에 대한 개인의 판단 또는 태도로서 고객의 서비스 기대나 욕구와 그들이 실제로 받은 서비스에 대한 인지된 지각 사이의 불일치 과정으로 정의하고, 서비스 품질을 평가하기 위해 서비스 품질 결정요소로서 10개 항목(유형성, 신뢰성, 응답성, 고객이해, 예절성, 안정성, 신용도, 능력, 접근가능성, 의사소통)을 제시하였으며, 이후 다시 10개 항목을 5개 항목(유형성, 신뢰성, 대응성, 확신성, 공감성)으로 재정리하였다.

2.3.2 서비스 품질의 모형

1980년대 중반이후 서비스 산업이 급속하게 성장하면서 서비스 품질을

측정하기 위한 척도들이 연구되기 시작하였고, 대표적인 서비스 품질의 측정모형으로 SERVQUAL 모형, SERVPERF 모형, EP 모형 등이 제시되었다.

(1)SERVQUAL 모형

PZB(1988)는 서비스 품질을 ‘기대-성과’라는 개념하에 서비스 품질을 평가하기 위한 모형으로써 SERVQUAL 모형을 제시하였다. 이 모형은 소비자들의 서비스에 대한 기대와 성과에 대한 지각을 함께 측정하기 위한 것으로 기대불일치 현상에 기반을 둔다고 할 수 있다. 이들은 소비자들의 반응에 의한 10개 항목의 서비스 품질모형을 제시하고, 이후 추가적인 실증연구를 통해 서비스 품질을 5개 항목(유형성, 신뢰성, 대응성, 확신성, 공감성)으로 재조정하여 SERVQUAL 모형을 완성하였다.



그림 8. SERVQUAL 모형

SERVQUAL 모형의 핵심은 서비스 품질이 ‘기대-성과’라는 개념으로써 서비스 품질을 절대적인 개념이 아니라 상대적인 개념으로서 파악하여 소비자의 서비스에 대한 기대와 지각사이의 차이의 방향과 정도라고 정의하고 있다.

SERVQUAL 차원	SERVQUAL 차원의 정의	문항수
유형성 (Tangibles)	물리적 시설, 장비, 직원, 커뮤니케이션 자료의 외양	4
신뢰성 (Reliability)	약속한 서비스를 믿을 수 있고 정확히 수행하는 능력	4
대응성 (Responsiveness)	고객을 돕고 신속한 서비스를 제공하려는 자세	5
확신성 (Assurance)	직원의 지식과 예절, 신뢰와 자신감을 전달하는 능력	5
공감성 (Empathy)	회사가 고객에게 제공하는 개별적 배려와 관심	4

(자료원 : 한국표준협회 <http://www.ksa.or.kr>)

표 10. SERVQUAL 모형의 구성요소

SERVQUAL 모형은 이후 많은 연구에서 활용되었으나 이 모형에 대한 문제점도 지속적으로 제기되었으며 여러 연구에서 이러한 문제점들을 개선하기 위한 시도를 하였다.

(2)SERVPERF 모형

Cronin과 Taylor(1992)는 서비스 품질은 태도로 개념화될 수 있으며 태도 측정시 자주 사용되는 ‘충분성-중요성’ 모형으로서 조작 가능하다고 하였다. 특히 기존의 ‘기대-성과’ 대신에 ‘성과에 대한 지각’ 만이 서비스 품질을 결정 짓는다는 ‘서비스 품질-성과’ 라는 전제하에 성과만을 중요시하는 SERVPERF 모형을 제시하였다. 이들은 기존의 SERVQUAL 모형과 자신들의 SERVPERF 모형의 우수성을 비교하는 연구를 진행하여 SERVQUAL 모형은 연구대상 4개 산업 중 은행과 패스트푸드에서만 적합하지만, 자신들의 SERVPERF 모형은 4가지 산업 모두에서 적합하다는 연구결과를 제시하였다. 이들은 기존의 기대된 서비스와 지각된 서비스 사이의 괴리에 의해 서비스를 개념화·조작·측정하는 연구들이 만족과 태도를

혼동하고 있다고 비판하고, 소비자의 지각된 성과만으로 서비스의 품질을 측정하는 것이 더 적절하다고 주장하였다.

(3)EP 모형

Teas(1993)은 속성에 대한 기대가 이상점으로 인식될 때 기대와 지각된 성과모형의 상반성 문제를 극복하기 위하여 EP(Evaluated Performance) 모형을 개발하였으며, 핵심요소는 ‘기대’에 관한 정의이다. Teas는 SERVQUAL 모형의 기대수준은 규범적 기대수준인데 반하여 EP 모형은 성과의 이상적 표준을 나타내며, SERVQUAL 모형은 기대 측정 설문표현이 적절치 않고 22개의 질문항목 또한 다소 중복되고 모호하다는 한계점도 지적하였다. Teas는 SERVQUAL(P-E) 모형, 가중 SERVQUAL 모형, 규범된 품질모형, 평가된 성과모형을 대상으로 실증연구를 실시하여 기준타당성과 개념타당성의 측면에서 비교한 결과 EP 모형이 가장 우수하다고 주장하였다.

(4)KS-SQI 모형

KS-SQI(Korean Standard Service Quality Index) 모형은 한국표준협회와 서울대경영연구소가 우리나라의 서비스산업과 고객 특성을 반영하여 공동 개발한 서비스산업 전반의 품질에 대한 소비자의 만족 정도를 나타내는 종합지표로서, 서비스 품질에 있어서 성과변수와 과정변수를 균형적으로 고려하였고 업종 자체의 고유한 특성을 반영하여 측정 항목 역시 수정함으로서 보다 정교한 서비스 품질을 측정하였다. KS-SQI 모형은 기존 SERVQUAL 모형이 하위차원에 대한 수정을 바탕으로 구성되었으며, 특히 과정에 치우친 SERVQUAL 모형과는 달리 성과 측정 변수들을 대폭 개발하여 보강하였다. 하지만 성과변수는 다분히 산업별 특수성을 띄고 있으므로 비교가능성과 일반화를 위해 다소 포괄적이고 추상적인 측정지표를 사용하였다.

2.3.3 컨설팅 서비스 품질의 모형 설정

선행연구들에 의한 SERVQUAL 모형, SERVPERF 모형, EP 모형, KS-SQI 모형을 검토하면 일반적으로 서비스의 유형에 따라 서비스 품질의 평가항목들이 상대적인 중요도에서는 어느 정도 차이가 있더라도 대체로 유사한 평가기준을 가지고 있음을 알 수 있고, 이에 본 연구에서는 선행연구의 모형을 기반으로 서비스 내용 품질, 서비스 전달 품질, 서비스 환경 품질의 3가지 항목에 대하여 신뢰성, 대응성, 확신성, 유형성, 공감성의 5가지 결정요소로 재정리하여 연구모형을 아래와 같이 설정하였다.

서비스 유형	서비스 내용
신뢰성	컨설팅 서비스는 기대했던 내용과 일치하였다. (기대일치)
	기업의 부담조건에 비해 컨설팅 서비스는 충분하였다. (충분성)
	컨설팅 서비스는 실효성이 있도록 충분히 이루어졌다. (실효성)
	컨설팅 서비스는 전문지식을 가진 컨설턴트에 의해 제공되었다. (전문성)
대응성	컨설팅 서비스의 제공은 희망하는 시기에 이루어졌다. (적시성)
	컨설팅 서비스의 과정 중 요구사항에 대한 신속한 대응이 이루어졌다. (신속대응)
	컨설팅 서비스에 대한 정보는 용이하게 접근할 수 있었다. (접근용이)
	컨설팅 서비스의 진행 절차는 편리하게 이루어졌다. (편리성)
확신성	컨설턴트는 친절하고 배려적이었다. (친절배려)
	제도 운영은 기업을 능동적으로 지원하는 관점에서 운영되었다. (능동지원)
유형성	컨설팅 수행장소는 물리적으로 양호하였다. (업무시설)
	컨설턴트의 복장, 용도 등은 단정하였다. (용모단정)
공감성	컨설팅 서비스의 전반적인 운영은 공정하게 이루어졌다. (공정성)
	해당 컨설팅 서비스는 공공적인 차원에서 필요하다. (공공성)

표 11. 컨설팅 서비스 품질의 모형

2.4 컨설팅 만족도와 성과에 대한 선행연구

2.4.1 컨설팅 만족도에 관한 선행연구

박명선(2002)은 컨설팅 효과가 수진기업의 기대가 높고 적극적일수록, 컨설턴트의 대인관계 자신감과 원활한 의사소통과 헌신의 정도에 따라, 또 피드백이 수시로 있는 경우 컨설팅의 만족도가 높게 나타난다고 하였다.

김익성(2008)은 중소기업의 컨설팅에 대한 효과성을 연구하여 중소기업의 여러 특성이 컨설팅사의 특성, 컨설팅 만족도 및 활용도에 영향을 미치고 추가로 수진기업의 성과에 영향을 미친다고 하였다.

최종영(2011)은 수진기업의 컨설팅에 대한 니즈와 목표를 정확하게 파악하여 그에 적합한 산출물을 제공하고, 해당 산출물에 대한 충분한 이해를 바탕으로 컨설팅 기관의 전문성, 능력, 방법론, 수행체계, 성실성, 노력 및 사후관리 등에 대해 신뢰도를 증가시킬 경우 컨설팅 만족도를 높일 수 있다고 하였다.

문효승(2012)는 중소기업의 컨설팅 참여도가 활용도에 영향을 미치고, 컨설턴트의 능력이 중소기업의 컨설팅 만족도와 활용도에 영향을 미친다고 하였다.

심종섭(2012)은 중소기업의 경우 단기간에 이루어지는 컨설팅이 많으며, 컨설팅 만족도는 목표한 성과에 대한 만족도가 높았고, 원가절감, 고객관리 능력 향상 및 현장의 환경개선에서 높은 수치를 보였다고 하였다.

본 연구에서는 선행연구들을 참조하여 지식재산컨설팅 서비스 품질의 만족도 측정을 위한 항목을 3개로 재구축 하였으며, 지식재산컨설팅 서비스의 결과와 서비스에 대한 신뢰여부, 지식재산컨설팅 서비스에 대한 향후 지속적인 참여의사 여부, 지식재산컨설팅 서비스에 대한 참여 권유 여부 등으로 구성하였다.

2.4.2 컨설팅 성과에 관한 선행연구

Adam Smith(1776)는 “독점은 필연적으로 사회에 유해하나 발명자에게 부여하는 일시적인 독점권은 발명자의 리스크와 비용을 보상시켜 주는 방법이다”라고 하였다.

Bentham Jeremy(1839)는 “특허제도는 기술개발을 촉진하는 제도로서, 기술발명의 비용이 기술모방의 비용을 초과하기 때문에 특허제도가 없다면 발명자는 시장경쟁에서 실패하게 되고, 따라서 아무도 기술개발에 투자하지 않을 것이다”라고 하였다.

Pigou. A.C.(1924)는 “특허제도는 시장의 실패를 보완하고 시장의 자원 배분을 효율화하는 제도로서, 기술의 경우 사적 한계편익이 사회적 한계편익에 미치지 못하기 때문에 이 양자를 같게 하기 위한 수단으로서 특허제도가 필요하다”고 하였다.

Branch B.(1974)는 특허권 보유수가 기업의 회계이익률에 미치는 영향을 분석하였는데, 그 결과 “특허권 보유수로 대체된 연구개발활동이 기업의 수익성에 몇 년의 시차를 두고 영향을 미치고 있다”고 하였다.

Ernst H.(1995)는 특허와 기업성과와의 관계를 연구하면서 기업의 특허활동량과 특허기술의 질적 수준의 2가지 측면을 살펴보았는데, “특허의 질적 수준이 높은 기업은 그렇지 않은 기업보다 기업성고가 더 크며, 특허활동량이 큰 기업은 그렇지 않은 기업보다 기업성고가 크다”고 분석하였고, 또한 “국내출원의 경우 특허출원후 2~3년내 매출성장이 있었으며, 특허질적수준이 높은 특허출원은 출원후 2년간 매출성장이 서서히 증가한다”고 하였다.

이기환과 윤병섭(2006)은 특허활동이 기업성고에 미치는 영향에 대해 일반기업과 벤처기업으로 나누어 비교분석하였고, “특허활동이 벤처기업보다는 일반기업의 성장성에 더 긍정적인 영향을 미치고 있을 뿐만 아니라 수익성에서도 긍정적인 영향을 미치고 있다”고 하였다. 이는 “안정적이고 장기적인 기업성장기반을 마련한 일반기업의 보유특허가 더 높은 성장성을 보여주고 있으며, 수익을 보다 더 효과적으로 창출하고 있음”을 보여준

다고 하였다.

길상철과 강성민(2008)은 국내 27개 금속기업을 대상으로 특허경영이 경영성과에 미치는 영향에 대해 연구하였으며, “기업의 지식재산관리는 관리적인 차원이 아닌 경영적인 차원에서 고려되어야 한다”고 하였고, 특허경영이 성장성, 노동생산성, 수익에 미치는 영향을 분석한 결과, “금속기업에서는 특허경영이 활발하게 이루어질수록 기업의 노동생산성은 향상된다”고 하였다.

이주완(2011)은 “브랜드 가치가 높은 기업일수록 미국 특허등록 상위 100대 기업에 속한 빈도가 높아 브랜드 가치와 지식재산권 사이에 상관성이 매우 높다”는 사실을 확인하였고, 특히 “제조업의 경우 브랜드 가치 상위 5개 기업과 상위 20개 기업이 미국 특허등록 상위 100대 기업에 속한 경우는 각각 100%, 71.4%에 달해 매우 높은 상관관계를 보여준다”고 하였다.

본 연구에서는 선행연구들을 참조하여 지식재산컨설팅 서비스 품질의 성과 측정을 위한 항목을 3개로 재구성 하였으며, 지식재산컨설팅 서비스로 인한 기업의 지식재산관련 지식·정보의 확충 여부, 지식재산관련 분쟁피해의 감축 여부, 보유 지식재산의 적극적 활용을 통한 지식재산 경영자원화 여부로 구성하였다.

Ⅲ. 연구설계

3.1 연구의 개요

3.1.1 연구의 대상

본 연구에서는 지식재산컨설팅의 서비스 품질이 컨설팅 만족도와 성과에 미치는 영향에 관하여 실증적 연구를 진행하였다. 기존의 선행연구들은 컨설팅 서비스 품질, 컨설팅 만족도, 재이용 의도 및 추천 의도 등에 대하여 많은 연구가 있었으나, 대부분 일반적이고 포괄적인 개념의 컨설팅을 대상으로 한 연구이며, 지식재산과 지식재산경영을 목적으로 하는 지식재산컨설팅을 대상으로 한 연구는 이루어지지 못하였다. 이에 본 연구에서는 기업의 지식재산을 중심으로 한 지식재산컨설팅의 서비스 품질이 컨설팅 만족도와 성과에 미치는 영향을 연구의 대상으로 선정하였다.

3.1.2 연구의 방법

PZB(1988)의 SERVQUAL 모형은 서비스 품질에 관하여 획득된 점수를 보여주는 척도를 바탕으로 컨설팅 서비스의 품질을 분석하는 대표적인 연구방법으로서, 컨설팅 서비스에 대한 수진기업들의 기대수준과 지각된 수준과의 차이를 반영하여 컨설팅 서비스의 품질을 평가한다.

본 연구에서는 이러한 SERVQUAL 모형의 품질차원을 기초로 컨설팅 서비스의 품질과 관련된 선행연구들을 재해석하였으며, 또한 지식재산컨설팅이라는 다소 일반적이지 않은 분야에 대한 합리적이고 적절한 평가기준과 검토요소를 감안하여 컨설팅 서비스의 품질 속성 및 속성수준을 결정하였다.

3.2 연구의 모형

본 연구는 지식재산컨설팅의 서비스 품질이 컨설팅 만족도와 성과에 미치는 영향을 실증적으로 분석하고자 하였으며, 전국 31개 지역지식재산센터의 지식재산컨설팅을 수진한 IP스타기업을 대상으로 선정하였다. 특히 지식재산컨설팅과 서비스 품질이라는 두 가지 영역을 다루고 있어 기존 선행연구를 기반으로 하여 연구모형을 설계하였다.

지식재산컨설팅의 서비스 품질로 신뢰성, 대응성, 확신성, 유형성, 공감성 등으로 구성하였으며, 컨설팅 만족도는 컨설팅 서비스에 대한 미래지향 신뢰성, 지속적인 참여 의사, 주변 참여 권유 여부로 구성하였고, 컨설팅 성과는 컨설팅 서비스로 인한 지식·정보의 확충 여부, 지식재산관련 분쟁 피해의 감축 여부, 보유 지식재산의 경영자원화 여부로 구성하였다.

본 연구는 첫째 지식재산컨설팅의 서비스 품질이 기업의 성과에 어떠한 영향을 미치는지 살펴본 후, 둘째 컨설팅 만족도가 지식재산컨설팅의 서비스 품질이 컨설팅 성과에 미치는 영향을 매개하는 지에 대하여 규명해 보고자 한다.

본 연구모형에서 제시된 성과를 종속변수로, 지식재산컨설팅 서비스 품질을 독립변수로, 그리고 컨설팅 만족도를 매개변수로 설정하였다.

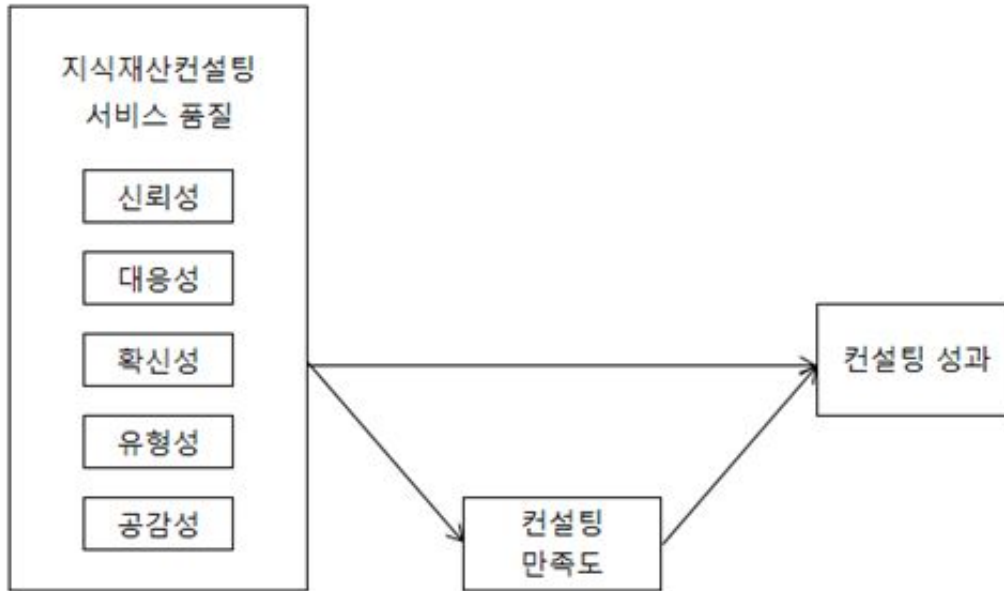


그림 9. 연구 모형

3.3 연구가설의 설정

Woodside et al(1989)는 구매의도 형성과 관련하여 고객의 서비스의 품질의 지각과 고객의 만족 판단의 관계를 측정한 결과 고객의 만족이 서비스 품질의 지각과 구매의도 사이의 중개변수로 ‘서비스 품질 → 고객 만족 → 구매 의도’의 구조라고 주장하였다. Bitner(1990)는 다른 산업에 대한 연구를 통해 Woodside와는 반대로 고객 만족이 품질의 선행변수라고 주장하였으며, Cronin & Taylor(1990)는 보다 폭넓은 산업을 대상으로 서비스 품질과 고객만족간의 관계를 조사한 결과 Woodside와 마찬가지로 서비스 품질이 고객만족의 선행변수라고 하였다. Spreng & Mackoy(1996)는 기대와 실제성과간의 차이가 서비스 품질에 영향을 미치고 서비스 품질은 다시 고객 만족에 영향을 미친다고 주장하였다. 이렇듯 여러 선행연구들은 서비스 품질과 고객 만족간의 관계가 서로 독립적이면서 두 변수간 인과관계가 있음을 보여주고 있다.

Bolton & Drew(1991)는 서비스 품질을 매개변수로 하여 고객 만족이 구매의도에 직, 간접적으로 영향을 미치는 것을 확인하였고, 또한 Cronin & Taylor(1992)는 서비스 품질과 고객만족이 고객의 구매의도에 미치는 영향을 검증한 결과 서비스 품질이 고객만족에 유의한 영향을 미치며 고객만족 역시 구매의도에 유의한 영향을 미치고 있음을 확인하였다. 임호순(2005)은 IT컨설팅의 서비스 품질이 고객만족과 재이용에는 영향을 미치지만 고객만족 자체가 재이용의사에 직접 영향을 주지는 않음을 확인하였고, 조운익(2011)은 서비스 품질과 고객만족간의 관계에서 서비스품질의 구성요소 중 일부 항목(확신성, 대응성, 공감성)이 고객만족에 정(+)의 영향을 준다는 것을 밝혀냈다. 장동인(2011)은 컨설팅 서비스품질이 고객만족도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 검증하였고, 이지현(2015)은 컨설팅 서비스품질이 컨설팅 만족도에 정(+)의 영향을 미치고 컨설팅 만족도는 재이용의도에 영향을 미침을 검증하였다. 박순옥(2015)은 컨설팅 서비스품질이 컨설팅 만족도와 컨설팅 활용도 및 재이용의도에 영향을 미치고 컨설팅 만족도와 컨설팅 활용도가 부분매개효과가 있음을 확인하였다.

Pigou. A.C.(1924)는 “특허제도는 시장의 실패를 보완하고 시장의 자원 배분을 효율화하는 제도로써, 기술의 경우 사적 한계편익이 사회적 한계편익에 미치지 못하기 때문에 이 양자를 같게 하기 위한 수단으로서 특허제도가 필요하다”고 하였다. Branch B.(1974)는 특허권 보유수가 기업의 회계이익률에 미치는 영향을 분석하였는데, 그 결과 “특허권 보유수로 대체된 연구개발활동이 기업의 수익성에 몇 년의 시차를 두고 영향을 미치고 있다”고 하였다. Ernst H.(1995)는 특허와 기업성과와의 관계를 연구하면서 기업의 특허활동량과 특허기술의 질적 수준의 2가지 측면을 살펴 보았는데, “특허의 질적 수준이 높은 기업은 그렇지 않은 기업보다 기업성과가 더 크며, 특허활동량이 큰 기업은 그렇지 않은 기업보다 기업성과가 크다”고 분석하였고, 또한 “국내출원의 경우 특허출원후 2~3년내 매출성장이 있었으며, 특히 질적수준이 높은 특허출원은 출원후 2년간 매출성장

이 서서히 증가한다”고 하였다. 이기환과 윤병섭(2006)은 특허활동이 기업성과에 미치는 영향에 대해 일반기업과 벤처기업으로 나누어 비교분석하였고, “특허활동이 벤처기업보다는 일반기업의 성장성에 더 긍정적인 영향을 미치고 있을 뿐만 아니라 수익성에서도 긍정적인 영향을 미치고 있다”고 하였다. 이는 “안정적이고 장기적인 기업성장기반을 마련한 일반기업의 보유특허가 더 높은 성장성을 보여주고 있으며, 수익을 보다 더 효과적으로 창출하고 있음”을 보여준다고 하였다. 김상철과 강성민(2008)은 국내 27개 금속기업을 대상으로 특허경영이 경영성과에 미치는 영향에 대해 연구하였으며, “기업의 지식재산관리는 관리적인 차원이 아닌 경영적인 차원에서 고려되어야 한다”고 하였고, 특허경영이 성장성, 노동생산성, 수익에 미치는 영향을 분석한 결과, “금속기업에서는 특허경영이 활발하게 이루어질수록 기업의 노동생산성은 향상된다”고 하였다.

이에 본 연구는 지식재산컨설팅의 서비스 품질이 기업의 성과에 어떠한 영향을 미치는지 살펴본 후, 컨설팅 만족도가 지식재산컨설팅의 서비스 품질이 컨설팅 성과에 미치는 영향을 매개하는 지에 대하여 규명해보고자 한다. 따라서 본 연구에서는 다음과 같은 연구 가설을 설정하였다.

가설1. 지식재산컨설팅 서비스 품질은 컨설팅 성과에 정(+)의 방향으로 영향을 미칠 것이다.

가설1-1. 지식재산컨설팅 서비스 품질의 신뢰성은 컨설팅 성과에 정(+)의 방향으로 영향을 미칠 것이다.

가설1-2. 지식재산컨설팅 서비스 품질의 대응성은 컨설팅 성과에 정(+)의 방향으로 영향을 미칠 것이다.

가설1-3. 지식재산컨설팅 서비스 품질의 공감성은 컨설팅 성과에 정(+)의 방향으로 영향을 미칠 것이다.

가설1-4. 지식재산컨설팅 서비스 품질의 유형성은 컨설팅 성과에 정(+)의 방향으로 영향을 미칠 것이다.

가설1-5. 지식재산컨설팅 서비스 품질의 확신성은 컨설팅 성과에 정(+)의 방향으로 영향을 미칠 것이다.

가설2. 컨설팅 만족도는 지식재산컨설팅 서비스 품질과 컨설팅 성과 사이에서 매개역할을 할 것이다.

가설2-1. 컨설팅 만족도는 지식재산컨설팅 서비스 품질의 신뢰성과 컨설팅 성과 사이에서 매개역할을 할 것이다.

가설2-2. 컨설팅 만족도는 지식재산컨설팅 서비스 품질의 대응성과 컨설팅 성과 사이에서 매개역할을 할 것이다.

가설2-3. 컨설팅 만족도는 지식재산컨설팅 서비스 품질의 공감성과 컨설팅 성과 사이에서 매개역할을 할 것이다.

가설2-4. 컨설팅 만족도는 지식재산컨설팅 서비스 품질의 유형성과 컨설팅 성과 사이에서 매개역할을 할 것이다.

가설2-5. 컨설팅 만족도는 지식재산컨설팅 서비스 품질의 확신성과 컨설팅 성과 사이에서 매개역할을 할 것이다.

3.4 변수의 조작적 정의와 설문지 구성

3.4.1 컨설팅 서비스 품질

가설과 변인을 설정한다는 것은 충분한 이론적 근거와 연구의도를 충족시킬 수 있는 변수들의 설정을 연구자에 따라 다양하고 적합하게 접목되어 활용되어 질 수 있으며, 앞에서 선행연구들을 통해 높은 서비스 품질은 고객만족과 함께 기업의 성과에 긍정적인 영향을 미치는 것을 확인하였다.

본 연구에서는 지식재산컨설팅의 서비스 품질과 관련하여 선행연구들에서 우수성이 확인된 PZB의 SERVQUAL 모형을 적용하였고, 지식재산컨설팅

팅의 서비스 품질을 구성하는 외생변수로 신뢰성, 대응성, 확신성, 유형성, 공감성의 5개를 주요 요인으로 선택하고 14개의 질문으로 재구성하였다.

지식재산컨설팅 서비스 품질에 대한 측정은 응답자들의 지각내용을 Likert 7점 척도를 이용하여 측정하였으며, 질문 항목에 대해 ‘전혀 그렇지 않다(1)’와 ‘매우 그렇다(7)’를 기준으로 등간척도를 활용하였다.

서비스 유형	서비스 내용	SPSS 변수명
신뢰성	컨설팅 서비스는 기대했던 내용과 일치하였다. (기대일치)	QA1
	기업의 부담조건에 비해 컨설팅 서비스는 충분하였다. (충분성)	QA2
	컨설팅 서비스는 실효성이 있도록 충분히 이루어졌다. (실효성)	QA3
	컨설팅 서비스는 전문지식을 가진 컨설턴트에 의해 제공되었다. (전문성)	QA4
대응성	컨설팅 서비스의 제공은 희망하는 시기에 이루어졌다. (적시성)	QB1
	컨설팅 서비스의 과정 중 요구사항에 대한 신속한 대응이 이루어졌다. (신속대응)	QB2
	컨설팅 서비스에 대한 정보는 용이하게 접근할 수 있었다. (접근용이)	QB3
	컨설팅 서비스의 진행 절차는 편리하게 이루어졌다. (편리성)	QB4
확신성	컨설턴트는 친절하고 배려적이었다. (친절배려)	QC1
	제도 운영은 기업을 능동적으로 지원하는 관점에서 운영되었다. (능동지원)	QC2
유형성	컨설팅 수행장소는 물리적으로 양호하였다. (업무시설)	QD1
	컨설턴트의 복장, 용도 등은 단정하였다. (용모단정)	QD2
공감성	컨설팅 서비스의 전반적인 운영은 공정하게 이루어졌다. (공정성)	QE1
	해당 컨설팅 서비스는 공공적인 차원에서 필요하다. (공공성)	QE2

표 12. 컨설팅 서비스 품질의 설문항 구성

3.4.2 컨설팅 만족도

선행연구들을 참조하여 서비스 품질의 만족도 측정을 위한 항목을 도출하였으며, 개별 항목의 구체성, 관련성 및 타당성을 검토하였다.

컨설팅 만족도에 대한 설문내용은 신뢰도와 관계도 및 충성도를 기준으로 하여 3개의 질문으로 구성하였으며, 지식재산컨설팅 서비스의 결과와 서비스에 대한 신뢰여부(QF1), 지식재산컨설팅 서비스에 대한 향후 지속적인 참여의사 여부(QF2), 지식재산컨설팅 서비스에 대한 참여 권유 여부(QF3)로 구성하였다.

컨설팅 만족도에 대한 측정은 응답자들의 지각내용을 Likert 7점 척도를 이용하여 측정하였으며, 질문 항목에 대해 ‘전혀 그렇지 않다(1)’와 ‘매우 그렇다(7)’를 기준으로 등간척도를 활용하였다.

3.4.3 컨설팅 성과

기존의 대부분의 선행연구들이 일반적이고 포괄적인 개념의 컨설팅을 대상으로 한 연구이며, 지식재산과 지식재산경영을 목적으로 하는 지식재산컨설팅을 대상으로 한 연구는 이루어지지 못하였기에, 본 연구에서는 기업의 지식재산을 중심으로 한 지식재산컨설팅의 서비스 품질이 컨설팅 만족도와 성과에 미치는 영향을 연구의 대상으로 선정하였다.

지식재산컨설팅 서비스와 만족도에 의한 성과에 대한 질문내용은 기업의 지식수준과 활용도를 기준으로 하여 3개의 질문으로 구성하였으며, 지식재산컨설팅 서비스로 인한 기업의 지식재산관련 지식·정보의 확충 여부(QG1), 지식재산관련 분쟁피해의 감축 여부(QG2), 보유 지식재산의 적극적인 활용을 통한 지식재산 경영자원화 여부(QG3)로 구성하였다.

성과에 대한 측정은 응답자들의 지각내용을 Likert 7점 척도를 이용하여 측정하였으며, 질문 항목에 대해 ‘전혀 그렇지 않다(1)’와 ‘매우 그렇다(7)’를 기준으로 등간척도를 활용하였다.

3.5 표본 및 자료수집

본 연구는 지역지식재산센터의 지식재산컨설팅을 수진한 IP스타기업을 대상으로 설문조사를 하였다. 설문조사의 공정성과 신뢰성 및 유효한 데이터를 수집하고 분석하기 위하여 지역지식재산센터를 관리·운영하고 있는 한국발명진흥회의 2014년에 실시한 고객만족도 및 사업성과도 조사결과를 활용하였다.

참고로 한국발명진흥회에서는 매년말 지역지식재산센터의 컨설팅과 지원사업을 받은 중소기업과 소상공인을 대상으로 당해연도 수행사업에 대한 서비스의 수준과 만족도 및 성과도의 제고를 측정하기 위해 각 단위 사업별, 센터별로 고객만족도 및 성과도를 조사하고 있으며, 추가로 IP스타기업 지원사업의 중요성을 고려하여 별도로 품질만족도와 성과도 및 투자효과에 대한 조사를 진행하여 이를 근거로 차기년도 개선사항과 발전방안의 수립을 위한 기초자료로 활용하고 있다.

본 연구의 대상인 IP스타기업에 대한 설문조사는 총 846개사를 대상으로 2014년 12월 1일 ~ 19일(18일) 동안 진행하여 369개(43.6%)의 설문지를 회수하였으며, 조사방법은 조사대상에게 설문지로 연결되는 e-mail의 발송하여 Web 기반의 구조화된 설문지의 on-line 응답 방식으로 진행하였다.

IV. 연구결과

4.1 변수의 타당성 및 신뢰성 검증

4.1.1 타당성 검증

‘타당성’은 측정값이 연구하려는 개념을 적절하게 측정하고 반영하고 있는 정도를 말한다. 만약 측정값이 연구하려는 개념을 반영하지 못해 체계적 또는 지속적인 오류가 발생된다면 그 측정값은 타당성이 결여되어 있다고 볼 수 있다. 본 연구에서는 기존의 설문지 구성에 대한 타당성을 검증하기 위하여 ‘요인분석(Factor analysis)’을 실시하였으며, 주성분 분석과 요인회전기법인 ‘베리맥스(Varimax)’를 사용하였다. 베리맥스는 성분행렬의 요인별 분산을 최대화하는 방법으로써, 각 요인에 나타나는 요인적 재값을 가능한 ± 1 또는 0으로 만들어준다. 요인분석은 리커트 척도를 통해 측정된 모든 변수를 대상으로 실시하였다.

<표 13>은 지식재산컨설팅의 서비스 품질(신뢰성, 대응성, 공감성, 유형성, 확신성)에 대한 타당성을 검증한 결과이다. Kaiser-Meyer-Olkin(이하 “KMO”라 한다.)는 변수들간의 상관관계가 다른 변수에 의해 잘 설명되는 정도를 나타내는 값이며, KMO값이 .920으로 상당히 높은 수치로 나타났다으며, Bartlett의 구형성 검정시 유의확율이 .000으로서 요인분석으로서 사용하기에 적합한 것으로 나타났다. 요인분석 결과는 요인적재치가 5개의 요인으로 추출되었으며, 모두 .6 이상으로 나타나 서비스 품질에 대한 설문항목은 타당성이 있는 것을 알 수 있다.

성분	신뢰성	대응성	공감성	유형성	확신성
신뢰성 1	.767				
신뢰성 2	.774				
신뢰성 3	.857				
신뢰성 4	.732				
대응성 1		.743			
대응성 2		.679			
대응성 3		.723			
대응성 4		.737			
공감성 1			.782		
공감성 2			.827		
유형성 1				.766	
유형성 2				.784	
확신성 1					.800
확신성 2					.874
고유값	3.279	2.806	1.923	1.832	1.827
분산설명비율	23.424	20.041	13.736	13.086	13.049
분산누적비율	23.424	43.466	57.202	70.288	83.337
표준형성 적절성의 Kaiser-Meyer-Olkin 측도					.920
Bartlett의 구형성 검정			근사 카이제곱		4179.289
			자유도		91
			유의 확률		.000

표 13. 서비스 품질의 요인분석

4.1.2 신뢰성 검증

본 연구에서 활용한 설문조사결과가 유의하게 측정되었는지를 검증하기

위해 신뢰성 분석과 타당성 분석을 실시하였다.

신뢰성이란 측정값에 포함된 비체계적 또는 일시적 오류의 발생정도를 의미한다. 측정값에 오차가 적으면 적을수록 그 측정값은 신뢰할 수 있게 된다. 측정값의 신뢰성을 평가하기 위해 여러 가지 방법들이 사용되고 있는데 가장 일반적으로 사용하는 것이 내적 일관성에 의한 신뢰성 평가로 ‘크론바흐알파(Cronbach’s α) 계수’를 이용한 방법이 있다.

내적 일관성은 동일한 개념을 여러 측정항목으로 질문하는 경우 응답자가 각 항목들에 대해 유사하게 응답하는지를 확인하여 측정의 신뢰성을 평가하는 방법이다. 크론바흐알파(Cronbach’s α) 계수는 개별 측정항목과 다른 항목들간의 상관관계를 말하며 0에서 1사이의 값을 갖는데, 사회과학 연구에서 일반적으로 .7 이상이면 내적일관성이 높은 것으로 판단한다. 만일 어떤 항목과 다른 항목들간의 상관관계가 낮다면, 그 항목은 동일한 개념을 측정하지 못하는 것으로 간주하여 이를 제거시킴으로써 남아 있는 항목들간의 상관관계, 즉 항목들간의 내적 일관성을 향상시키게 된다.

본 연구에서는 이미 설문항목으로 사용한 항목들의 신뢰성을 검증하는 방식으로 진행하였으며, 신뢰성 검증 결과는 <표 14>과 같다.

측정변수		측정 항목 수	신뢰도 계수
서비스품질	신뢰성	4	.903
	대응성	4	.909
	공감성	2	.901
	유형성	2	.897
	확신성	2	.740
만족도		3	.899
성과		3	.894

표 14. 신뢰성 검증 결과

따라서 본 연구에서 사용한 측정도구의 신뢰성은 모든 문항에서 0.7이상으로 나타나기 때문에 모든 설명항목은 신뢰성이 있는 것으로 확인되었다.

4.1.3 상관관계 분석 및 다중공선성

상관관계분석은 하나의 변수가 다른 변수와 어느 정도 밀접한 관련성을 가지고 변화하는지를 검증하기 위해 사용되며, 변수들 간의 관련성 정도는 특정변수의 분산 중에서 다른 변수가 같이 변화하는 분산이 어느 정도냐에 따라 좌우된다. 전체변수들 간의 상관관계 분석 결과는 <표 15>과 같다.

구분	평균	표준편차	신뢰성	대응성	공감성	유형성	확신성	만족도	성과
신뢰성	6.467	0.711	1						
대응성	6.412	0.736	.734**	1					
공감성	6.681	0.571	.608**	.685**	1				
유형성	6.609	0.570	.617**	.689**	.723**	1			
확신성	6.586	0.600	.420**	.555**	.406**	.470**	1		
만족도	6.410	0.775	.692**	.713**	.594**	.621**	.465**	1	
성과	6.492	0.656	.740**	.748**	.655**	.668**	.507**	.806**	1

P<0.001 : *** P<0.01 : ** P<0.05 : *

표 15. 변수들 간의 상관관계 분석결과

상관관계분석 결과, 요인 간 상관 행렬은 .406 ~ .806 사이이며 요인간의 상관이 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

지식재산컨설팅 서비스 품질과 성과간의 상관분석을 실시한 결과, 신뢰성은 성과 $r=.740(p<0.01)$, 대응성은 성과 $r=.748(p<0.01)$, 공감성은 성과 $r=.655(p<0.01)$, 유형성은 성과 $r=.668(p<0.01)$, 확신성은 성과

$r=.507(p<0.01)$ 에서 상관계수가 있는 것으로 나타났다.

지식재산컨설팅 서비스 품질과 만족도간의 상관분석을 실시한 결과, 신뢰성은 만족도 $r=.692(p<0.01)$, 대응성은 만족도 $r=.713(p<0.01)$, 공감성은 만족도 $r=.594(p<0.01)$, 유형성은 만족도 $r=.621(p<0.01)$, 확산성은 만족도 $r=.465(p<0.01)$ 에서 상관계수가 있는 것으로 나타났다.

따라서 지식재산컨설팅의 서비스 품질이 컨설팅 성과에 유의한 영향을 미칠 것이라는 가설과, 만족도의 매개효과에 대한 가설의 주장이 의의를 가질 것이라고 예상할 수 있다.

가설검증을 위해 다중회귀분석을 이용할 경우, 독립변수들 간에 서로 높은 선형관계가 나타나는 다중공선성이 없어야 한다. 즉, 독립변수들 간의 상관계수가 0.8이상을 보이면, 이들은 서로 같은 영향을 종속변수에 준다는 의미이다.

본 연구에서는 다중회귀분석 전에 실시한 다중공선성 진단결과 공차한계(tolerance)의 범위가 0.312~0.676로 0.1 이상이었고, 분산팽창인자(VIF)는 1.478~3.207로 기준치인 10을 넘지 않는 것으로 나타나 다중공선성의 문제는 없는 것으로 나타났다. 또한 잔차분석을 한 결과, Durbin Watson 검정결과는 1.953로 2에 가까워 모형의 오차항 간에 자기상관성이 없는 것으로 나타나 잔차의 정규성 분포가정을 만족하는 것으로 나타났다.

4.2 가설 검증

4.2.1 가설 검증(1)

본 연구의 목적은 지식재산컨설팅의 서비스 품질, 만족도, 성과에 대한 가설을 검증하는 것이다. 문헌고찰을 통해 지식재산컨설팅의 서비스 품질(신뢰성, 대응성, 공감성, 유형성, 확산성)이 지식재산컨설팅의 서비스 품질요인이 될 수 있음을 찾아냈고, 요인분석을 통해 이를 확인하였다. 먼저 지식재산컨설팅의 서비스 품질과 성과간의 관계를 분석한 결과는 다음과 같다.

독립/종속변수	표준화된 베타 값	t 값	P 값	R ²
신뢰성/ 성과	.348	7.644	.000	.675
대응성/ 성과	.252	4.702	.000	
공감성/ 성과	.130	2.770	.006	
유형성/ 성과	.136	2.847	.005	
확신성/ 성과	.104	2.860	.004	

표 16. 지식재산컨설팅 서비스 품질과 성과간의 분석결과

구체적으로 지식재산컨설팅의 서비스 품질이 성과에 미치는 영향을 분석한 결과는 다음과 같다.

가설 1-1(지식재산컨설팅 서비스 품질의 신뢰성은 컨설팅 성과에 정(+)의 방향으로 영향을 미칠 것이다.)은 지식재산컨설팅 서비스 품질의 신뢰성이 컨설팅 성과에 미치는 영향에 대한 결과의 회귀계수는 .348 으 로 정(+)의 영향을 미치고 있다. 유의수준을 가늠할 수 있는 t값과 P값도 모두 유의한 결과를 보여주고 있다.

가설 1-2(지식재산컨설팅 서비스 품질의 대응성은 컨설팅 성과에 정(+)의 방향으로 영향을 미칠 것이다.)은 지식재산컨설팅 서비스 품질의 신뢰성이 컨설팅 성과에 미치는 영향에 대한 결과의 회귀계수는 .252 으 로 정(+)의 영향을 미치고 있다. 유의수준을 가늠할 수 있는 t값과 P값도 모두 유의한 결과를 보여주고 있다.

가설 1-3(지식재산컨설팅 서비스 품질의 공감성은 컨설팅 성과에 정(+)의 방향으로 영향을 미칠 것이다.)은 지식재산컨설팅 서비스 품질의 신뢰성이 컨설팅 성과에 미치는 영향에 대한 결과의 회귀계수는 .130 으 로 정(+)의 영향을 미치고 있다. 유의수준을 가늠할 수 있는 t값과 P값도 모두 유의한 결과를 보여주고 있다.

가설 1-4(지식재산컨설팅 서비스 품질의 유형성은 컨설팅 성과에 정(+)의 방향으로 영향을 미칠 것이다.)은 지식재산컨설팅 서비스 품질의 신뢰성이 컨설팅 성과에 미치는 영향에 대한 결과의 회귀계수는 .136 으 로 정(+)의 영향을 미치고 있다. 유의수준을 가늠할 수 있는 t값과 P값도 모두 유의한 결과를 보여주고 있다.

가설 1-5(지식재산컨설팅 서비스 품질의 확신성은 컨설팅 성과에 정(+)의 방향으로 영향을 미칠 것이다.)은 지식재산컨설팅 서비스 품질의 신뢰성이 컨설팅 성과에 미치는 영향에 대한 결과의 회귀계수는 .104 으 로 정(+)의 영향을 미치고 있다. 유의수준을 가늠할 수 있는 t값과 P값도 모두 유의한 결과를 보여주고 있다.

또한 설명력을 나타내는 R²값은 67.5%의 설명력을 제시하고 있다. 그러 므로 지식재산컨설팅의 서비스 품질(신뢰성, 대응성, 공감성, 유형성, 확신 성)이 컨설팅 성과에 정(+)의 영향을 미치는 것을 확인하였다. 따라서 가 설 1-1, 1-2, 1-3, 1-4, 1-5는 채택되었다.

4.2.2 가설 검증(2)

지식재산컨설팅의 서비스 품질과 컨설팅 성과의 영향관계와 만족도의 매 개영향에 관한 가설 1, 가설 2를 검증하기 위하여 다중회귀분석을 실시하 였고, Baron & Kenny(1986)의 3단계 검증방식에 따라 확인하였다. 분석

의 결과는 아래의 표에서 제시된 것과 같다.

독립/매개/ 종속변수	매개효과 검정 단계	표준화된 베타 값	t 값	P 값	R ²
신뢰성/ 만족도/ 성과	단계1	.692	18.360	.000	.479
	단계2	.740	21.073	.000	.548
	단계3(독립변수)	.350	9.028	.000	.713
	단계4(매개변수)	.563	14.517	.000	
대응성/ 만족도/ 성과	단계1	.713	19.502	.000	.509
	단계2	.748	21.607	.000	.560
	단계3(독립변수)	.353	8.804	.000	.710
	단계4(매개변수)	.553	13.783	.000	
공감성/ 만족도/ 성과	단계1	.594	14.137	.000	.353
	단계2	.655	16.615	.000	.429
	단계3(독립변수)	.273	7.643	.000	.697
	단계4(매개변수)	.643	17.998	.000	
유형성/ 만족도/ 성과	단계1	.621	15.165	.000	.385
	단계2	.668	17.183	.000	.446
	단계3(독립변수)	.288	7.755	.000	.695
	단계4(매개변수)	.636	17.271	.000	
확신성/ 만족도/ 성과	단계1	.465	10.066	.000	.216
	단계2	.507	11.269	.000	.257
	단계3(독립변수)	.169	4.988	.000	.671
	단계4(매개변수)	.727	21.474	.000	

표 17. 컨설팅 만족도의 매개효과 분석결과

구체적으로 지식재산컨설팅의 서비스 품질이 컨설팅 성과에 미치는 영향 관계에서 만족도의 매개역할을 분석한 결과는 다음과 같다.

가설 2-1(컨설팅 만족도는 지식재산컨설팅 서비스 품질의 신뢰성과 컨설팅 성과 사이에서 매개역할을 할 것이다.)에 대한 결과는 다음과 같다. 지식재산컨설팅의 서비스 품질의 신뢰성이 만족도에 미치는 영향에 관한 결과인 1단계 회귀계수는 .692 으로 정(+)의 영향을 미치고 있다. 지식재산컨설팅의 서비스 품질의 신뢰성이 컨설팅 성과에 미치는 영향에 관한 결과인 2단계에서는 .740 으로 나타났고, 지식재산컨설팅의 서비스 품질

의 신뢰성과 만족도가 컨설팅 성과에 미치는 영향에 관한 3단계에서는 독립변수가 .350, 매개변수가 .563 의 값을 나타내고 있다. 유의수준을 가늠할 수 있는 t값과 P값은 1단계, 2단계, 3단계(독립, 매개) 모두 유의한 결과를 보여주고 있다. 또한 2단계에서의 독립변수의 효과도 3단계에서의 독립변수 효과보다 크게 나타나고 있다. 따라서 가설 2-1은 부분 매개효과가 있으므로 채택되었고, 설명력을 나타내는 R^2 값은 1단계에서 47.9% 이 설명력을 나타내고 있고, 2단계에서는 54.8%, 그리고 3단계에서는 71.3%의 설명력을 제시하고 있다. 결론적으로 가설 2-1(컨설팅 만족도는 지식재산컨설팅 서비스 품질의 신뢰성과 컨설팅 성과 사이에서 매개역할을 할 것이다.)은 채택되었다.

가설 2-2(컨설팅 만족도는 지식재산컨설팅 서비스 품질의 대응성과 컨설팅 성과 사이에서 매개역할을 할 것이다.)에 대한 결과는 다음과 같다. 지식재산컨설팅의 서비스 품질의 대응성이 만족도에 미치는 영향에 관한 결과인 1단계 회귀계수는 .713 으로 정(+)의 영향을 미치고 있다. 지식재산컨설팅의 서비스 품질의 대응성이 컨설팅 성과에 미치는 영향에 관한 결과인 2단계에서는 .748 으로 나타났고, 지식재산컨설팅의 서비스 품질의 대응성과 만족도가 컨설팅 성과에 미치는 영향에 관한 3단계에서는 독립변수가 .353, 매개변수가 .553 의 값을 나타내고 있다. 유의수준을 가늠할 수 있는 t값과 P값은 1단계, 2단계, 3단계(독립, 매개) 모두 유의한 결과를 보여주고 있다. 또한 2단계에서의 독립변수의 효과도 3단계에서의 독립변수 효과보다 크게 나타나고 있다. 따라서 가설 2-1은 부분 매개효과가 있으므로 채택되었고, 설명력을 나타내는 R^2 값은 1단계에서 50.9% 이 설명력을 나타내고 있고, 2단계에서는 56.0%, 그리고 3단계에서는 71.0%의 설명력을 제시하고 있다. 결론적으로 가설 2-2(컨설팅 만족도는 지식재산컨설팅 서비스 품질의 대응성과 컨설팅 성과 사이에서 매개역할을 할 것이다.)은 채택되었다.

가설 2-3(컨설팅 만족도는 지식재산컨설팅 서비스 품질의 공감성과 컨

설팅 성과 사이에서 매개역할을 할 것이다.)에 대한 결과는 다음과 같다. 지식재산컨설팅의 서비스 품질의 공감성이 만족도에 미치는 영향에 관한 결과인 1단계 회귀계수는 .594 으로 정(+)의 영향을 미치고 있다. 지식재산컨설팅의 서비스 품질의 공감성이 컨설팅 성과에 미치는 영향에 관한 결과인 2단계에서는 .655 으로 나타났고, 지식재산컨설팅의 서비스 품질의 공감성과 만족도가 컨설팅 성과에 미치는 영향에 관한 3단계에서는 독립변수가 .273, 매개변수가 .643 의 값을 나타내고 있다. 유의수준을 가늠할 수 있는 t값과 P값은 1단계, 2단계, 3단계(독립, 매개) 모두 유의한 결과를 보여주고 있다. 또한 2단계에서의 독립변수의 효과도 3단계에서의 독립변수 효과보다 크게 나타나고 있다. 따라서 가설 2-1은 부분 매개효과가 있으므로 채택되었고, 설명력을 나타내는 R²값은 1단계에서 35.3% 이 설명력을 나타내고 있고, 2단계에서는 42.9%, 그리고 3단계에서는 69.7%의 설명력을 제시하고 있다. 결론적으로 가설 2-3(컨설팅 만족도는 지식재산컨설팅 서비스 품질의 공감성과 컨설팅 성과 사이에서 매개역할을 할 것이다.)은 채택되었다.

가설 2-4(컨설팅 만족도는 지식재산컨설팅 서비스 품질의 유형성과 컨설팅 성과 사이에서 매개역할을 할 것이다.)에 대한 결과는 다음과 같다. 지식재산컨설팅의 서비스 품질의 유형성이 만족도에 미치는 영향에 관한 결과인 1단계 회귀계수는 .621 으로 정(+)의 영향을 미치고 있다. 지식재산컨설팅의 서비스 품질의 유형성이 컨설팅 성과에 미치는 영향에 관한 결과인 2단계에서는 .668 으로 나타났고, 지식재산컨설팅의 서비스 품질의 유형성과 만족도가 컨설팅 성과에 미치는 영향에 관한 3단계에서는 독립변수가 .288, 매개변수가 .636 의 값을 나타내고 있다. 유의수준을 가늠할 수 있는 t값과 P값은 1단계, 2단계, 3단계(독립, 매개) 모두 유의한 결과를 보여주고 있다. 또한 2단계에서의 독립변수의 효과도 3단계에서의 독립변수 효과보다 크게 나타나고 있다. 따라서 가설 2-1은 부분 매개효과가 있으므로 채택되었고, 설명력을 나타내는 R²값은 1단계에서 38.5% 이 설명력을 나타내고 있고, 2단계에서는 44.6%, 그리고 3단계에서는

69.5%의 설명력을 제시하고 있다. 결론적으로 가설 2-4(컨설팅 만족도는 지식재산컨설팅 서비스 품질의 유형성과 컨설팅 성과 사이에서 매개역할을 할 것이다.)은 채택되었다.

가설 2-5(컨설팅 만족도는 지식재산컨설팅 서비스 품질의 혁신성과 컨설팅 성과 사이에서 매개역할을 할 것이다.)에 대한 결과는 다음과 같다. 지식재산컨설팅의 서비스 품질의 혁신성이 만족도에 미치는 영향에 관한 결과인 1단계 회귀계수는 .465 으로 정(+)의 영향을 미치고 있다. 지식재산컨설팅의 서비스 품질의 혁신성이 컨설팅 성과에 미치는 영향에 관한 결과인 2단계에서는 .507 으로 나타났고, 지식재산컨설팅의 서비스 품질의 혁신성과 만족도가 컨설팅 성과에 미치는 영향에 관한 3단계에서는 독립변수가 .169, 매개변수가 .727 의 값을 나타내고 있다. 유의수준을 가늠할 수 있는 t값과 P값은 1단계, 2단계, 3단계(독립, 매개) 모두 유의한 결과를 보여주고 있다. 또한 2단계에서의 독립변수의 효과도 3단계에서의 독립변수 효과보다 크게 나타나고 있다. 따라서 가설 2-1은 부분 매개효과가 있으므로 채택되었고, 설명력을 나타내는 R²값은 1단계에서 21.6% 이 설명력을 나타내고 있고, 2단계에서는 25.7%, 그리고 3단계에서는 67.1%의 설명력을 제시하고 있다. 결론적으로 가설 2-5(컨설팅 만족도는 지식재산컨설팅 서비스 품질의 혁신성과 컨설팅 성과 사이에서 매개역할을 할 것이다.)은 채택되었다.

V. 결 론

5.1 연구결과의 요약 및 시사점

본 연구는 특허·브랜드·디자인 등의 지식재산을 기업의 자산으로 활용하는 경영전략을 통해 수익과 성과를 창출하는 지식재산경영을 기업 현장에 도입·적용하는 종합적 서비스 활동인 지식재산컨설팅 서비스의 품질과 이를 이용하는 고객인 중소기업의 컨설팅 만족도와 성과간의 영향관계에 대해 실증적으로 분석하였다. 즉 지식재산컨설팅을 수진한 기업의 서비스 품질이 컨설팅 성과에 미치는 영향과 더불어 그 관계에서 컨설팅 만족도의 매개효과 여부를 살펴보기 위한 것이다.

본 연구에서는 지식재산컨설팅의 대표 사례로서 지역지식재산센터의 IP 스타기업 지원사업을 수진한 중소기업을 대상으로 분석하였으며, 연구결과를 정리하면 다음과 같다.

우선 지식재산컨설팅의 서비스 품질과 컨설팅 성과의 관계를 확인하기 위해 가설을 수립한 것으로 지식재산컨설팅의 서비스 품질이 컨설팅 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설을 회귀분석한 결과, 신뢰성은 컨설팅 성과에 회귀계수 .348 으로 정(+)의 영향을 미치고, 대응성은 컨설팅 성과에 회귀계수 .252 으로 정(+)의 영향을 미치며, 공감성은 컨설팅 성과에 회귀계수 .130 으로 정(+)의 영향을 미치고, 유형성은 컨설팅 성과에 회귀계수 .136 으로 정(+)의 영향을 미치며, 혁신성은 컨설팅 성과에 회귀계수 .104 으로 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 모든 항목에 대해 유의수준을 가늠할 수 있는 t값과 P값도 모두 유의한 결과를 보여주었으며, 또한 설명력을 나타내는 R²값은 67.5%의 설명력을 제시하였다. 이로써 지식재산컨설팅의 서비스 품질이 컨설팅 성과에 영향을 미칠 것이라는 가설에 대해 가설 1-1, 가설 1-2, 가설 1-3, 가설 1-4, 가

설 1-5는 모두 채택됨과 더불어 신뢰성, 대응성, 유형성, 공감성, 확신성의 순으로 유의한 영향을 미치고 있음을 확인하였다.

다음으로 지식재산컨설팅의 서비스 품질이 컨설팅 성과에 미치는 영향관계에서 만족도의 매개역할을 확인하기 위해 가설을 수립한 것으로 컨설팅 만족도는 지식재산컨설팅 서비스 품질과 컨설팅 성과 사이에서 매개역할을 할 것이라는 가설을 회귀분석한 결과는 다음과 같다.

신뢰성이 만족도에 미치는 영향에 관한 결과인 1단계 회귀계수는 .692로 나타났고, 신뢰성이 컨설팅 성과에 미치는 영향에 관한 결과인 2단계에서는 .740으로 나타났으며, 신뢰성과 만족도가 컨설팅 성과에 미치는 영향에 관한 3단계에서는 독립변수가 .350, 매개변수가 .563의 값을 보이며 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 설명력을 나타내는 R²값은 1단계에서 47.9%이 설명력을 나타내고 있고, 2단계에서는 54.8%, 그리고 3단계에서는 71.3%의 설명력을 제시하고 있다.

대응성이 만족도에 미치는 영향에 관한 결과인 1단계 회귀계수는 .713으로 나타났고, 대응성이 컨설팅 성과에 미치는 영향에 관한 결과인 2단계에서는 .748으로 나타났으며, 대응성과 만족도가 컨설팅 성과에 미치는 영향에 관한 3단계에서는 독립변수가 .353, 매개변수가 .553의 값을 보이며 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 설명력을 나타내는 R²값은 1단계에서 50.9%이 설명력을 나타내고 있고, 2단계에서는 56.0%, 그리고 3단계에서는 71.0%의 설명력을 제시하고 있다.

공감성이 만족도에 미치는 영향에 관한 결과인 1단계 회귀계수는 .594으로 나타났고, 공감성이 컨설팅 성과에 미치는 영향에 관한 결과인 2단계에서는 .655으로 나타났으며, 공감성과 만족도가 컨설팅 성과에 미치는 영향에 관한 3단계에서는 독립변수가 .273, 매개변수가 .643의 값을 보이며 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 설명력을 나타내는 R²값

은 1단계에서 35.3%이 설명력을 나타내고 있고, 2단계에서는 42.9%, 그리고 3단계에서는 69.7%의 설명력을 제시하고 있다.

유형성이 만족도에 미치는 영향에 관한 결과인 1단계 회귀계수는 .621으로 나타났고, 유형성이 컨설팅 성과에 미치는 영향에 관한 결과인 2단계에서는 .668으로 나타났으며, 유형성과 만족도가 컨설팅 성과에 미치는 영향에 관한 3단계에서는 독립변수가 .288, 매개변수가 .636의 값을 보이며 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 설명력을 나타내는 R^2 값은 1단계에서 38.5%이 설명력을 나타내고 있고, 2단계에서는 44.6%, 그리고 3단계에서는 69.5%의 설명력을 제시하고 있다.

확신성이 만족도에 미치는 영향에 관한 결과인 1단계 회귀계수는 .465으로 나타났고, 확신성이 컨설팅 성과에 미치는 영향에 관한 결과인 2단계에서는 .507으로 나타났으며, 확신성과 만족도가 컨설팅 성과에 미치는 영향에 관한 3단계에서는 독립변수가 .169, 매개변수가 .727의 값을 보이며 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 설명력을 나타내는 R^2 값은 1단계에서 21.6%이 설명력을 나타내고 있고, 2단계에서는 25.7%, 그리고 3단계에서는 67.1%의 설명력을 제시하고 있다.

모든 항목에 대해 유의수준을 가늠할 수 있는 t값과 P값은 1단계, 2단계, 3단계(독립, 매개) 모두 유의한 결과를 보여주고 있다. 또한 2단계에서의 독립변수의 효과도 3단계에서의 독립변수 효과보다 크게 나타나고 있으므로 부분 매개효과를 확인하였다.

이로써 컨설팅 만족도는 지식재산컨설팅 서비스 품질과 컨설팅 성과 사이에서 매개역할을 할 것이라는 가설에 대해 가설 2-1, 가설 2-2, 가설 2-3, 가설 2-4, 가설 2-5는 모두 채택되었다.

연구결과를 요약하면 지식재산컨설팅의 서비스 품질이 컨설팅 성과에 영

향을 미칠 것이라는 가설에 대해 신뢰성, 대응성, 유형성, 공감성, 확신성의 순으로 유의한 영향을 미치고 있음을 확인함과 더불어 그 관계에서의 컨설팅 만족도의 매개효과 또한 확인할 수 있었다.

본 연구를 통해 정부와 지방자치단체가 지식재산 경영 역량의 강화를 통한 중소기업의 경쟁력 확보라는 정책적 목적을 달성하기 위해 운영중인 지역지식재산센터의 IP스타기업 지원사업을 통한 지식재산컨설팅 서비스의 품질수준은 실제 중소기업에서 만족하고 있으며, 이를 통한 컨설팅 성과 또한 나타나고 있다고 할 수 있다. 따라서 본 연구는 지식재산과 지식재산경영을 목적으로 하는 지식재산컨설팅을 대상으로 한 컨설팅 서비스 품질이 컨설팅 성과에 미치는 영향에 관한 연구로서 의의가 있으며, 지식재산컨설팅의 서비스 품질과 컨설팅 성과간의 관계에서 컨설팅 만족도가 매개함을 규명하는데 중요한 도구로서 활용되어질 수 있을 것이라 기대한다.

5.2 연구의 한계 및 향후 연구과제

본 연구는 지식재산컨설팅을 대상으로 한 컨설팅 서비스 품질이 컨설팅 성과에 미치는 영향을 미치고 있으며, 또한 지식재산컨설팅의 서비스 품질과 컨설팅 성과간의 관계에서 컨설팅 만족도가 매개함을 실증적으로 살펴보았다. 그러나 본 연구는 실증적 연구를 바탕으로 이론 변수들 간의 관계를 분석할 때 여러 한계점을 가지고 있다.

첫째, 아직 지식재산컨설팅 분야에 적합한 서비스 품질을 측정할 수 있는 측정항목들이 개발되지 않아 일반적인 컨설팅 서비스의 품질에 대한 측정항목을 준용하였으며, 이에 무형의 지식재산과 지식재산경영에 관한 컨설팅에 적용될 수 있는 측정항목의 개발이 진행되어야 할 것이다.

둘째, 컨설팅 성과에 대한 선행요인으로 컨설팅 서비스 품질의 영향을 파악하였으며 이들 관계에서 컨설팅 만족도의 매개 영향에 국한하여 검토하였다. 즉, 컨설팅 만족도와 컨설팅 성과에 영향을 주는 요인은 컨설팅 서비스 품질이외에도 다양한 구성요인이 추출될 수 있을 것이므로 다양한 변수들을 통하여 컨설팅 만족도와 컨설팅 성과에 대한 구성요인들을 살펴볼 필요가 있을 것이다.

셋째, 본 연구는 지식재산컨설팅의 대표 사례로서 지역지식재산센터의 IP스타기업 지원사업을 대상으로 분석하기 위해 한국발명진흥회로부터 고객만족도 및 사업성과도 조사결과를 기초로 하였으나, 기업별 개별현황과 기초정보는 개인정보보호법을 이유로 정보공개청구를 통한 제공자료에서 제외되었으므로 이를 기반으로 한 수진기업의 종류, 업종, 지역 등에 대한 균형있고 포괄적인 분석이 이루어지지 못하였다.

대부분의 중소기업이 지식재산에 대한 인식이 낮고, 고유의 지식재산 전략을 자체적으로 수립하고 진행해 갈 인력 및 경험 등이 부족한 것이 현실이므로 지식재산에 기반한 지식재산경영의 도입을 위한 외부로부터의 지도와 지원을 목적으로 한 컨설팅이 필요하며, 정부나 지방자치단체의 지원을 통해 기업역량을 제고할 수 있도록 지식재산컨설팅을 지원받는데 있어서 지식재산컨설팅의 서비스 품질에 의해 컨설팅 성과가 영향을 받고 컨설팅 만족도 또한 매개영향을 준다는 것을 본 연구의 실증적 확인을 통해 확인할 수 있었다. 따라서 정부와 지방자치단체 등은 중소기업의 역량과 경쟁력의 향상에 기여하는 지식재산컨설팅의 서비스의 품질을 높이기 위해 역량을 갖춘 컨설턴트의 육성과 효과적인 지원을 위한 제도를 보완하고 운영의 효율성을 높이는 정책을 마련해가야 할 것이다.

참 고 문 헌

1. 국내문헌

- 고정식. (2011). 지식재산경영의 미래. 한국경제신문사
- 국가지식재산위원회. (2013). 지식재산 침해대응 및 보호집행 보고서
- 길상천, 강성민. (2008). 특허경영이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구 : 국내 금속기업 중심으로. 기술혁신학회
- 김성호. (2013). 기술경영 기반의 특허경영. 한티미디어
- 김운선. (2013). 지식재산경영 컨설팅이 중소기업의 경영성과에 미치는 영향에 관한 실증적 분석. 고려대학교 기술경영전문대학원. 국내석사학위논문
- 김익성. (2006). 중소기업 경쟁력 향상을 위한 컨설팅의 역할과 중소기업 컨설팅 발전전략 연구. 중소기업연구원
- 김종광. (2013). 경영컨설팅 서비스품질 측정모형의 비교와 기업성과에 관한 연구. 동명대학교 대학원. 국내박사학위논문
- 김지영. (2012). 컨설팅서비스품질이 고객만족에 미치는 영향에 관한 연구(고객가치의 매개효과를 중심으로). 금오공과대학교 컨설팅대학원. 국내석사학위논문
- 김현민. (2010). R&D 성과평가에 대한 기술평가의 영향과 사업화 능력의 조절효과. 건국대학교 대학원. 국내석사학위논문
- 김현영. (2014). 중소벤처기업의 경영컨설팅 품질과 기업역량간의 관계분석을 통한 균형성과지표 향상방안. 건국대학교 대학원. 국내박사학위논문
- 문효승. (2012). 중소기업 참여의지가 컨설팅 성과와 재이용에 미치는 요소에 관한 연구. 한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원. 국내석사학위논문
- 민선홍. (2013). 기업의 지식재산권이 경영성과에 미치는 영향에 대한 연구

- (기술사업화능력의 매개효과를 중심으로). 단국대학교 대학원. 국내박사학위논문
- 박경훈. (2011). 기업의 지식재산가치 증대를 위한 방법의 고찰. 경희대학교 국제법률대학원. 국내석사학위논문
- 박명선. (2002). 서비스 품질과 관계요인이 재구매의도와 구전에 미치는 영향에 관한 연구
- 박순옥. (2015). 컨설팅 서비스품질이 컨설팅 재이용 의도에 미치는 영향(컨설팅 만족도와 매개효과를 중심으로). 한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원. 국내석사학위논문
- 박우중. (2013). 중소기업의 실효적인 지식재산 경영방안에 대한 연구(국가지재권 지원사업 활용을 중심으로). 홍익대학교 대학원. 국내석사학위논문
- 박진규. (2013). 기업의 R&D역량과 지식재산컨설팅이 기술혁신성장에 미치는 영향에 관한 연구. 한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원. 국내석사학위논문
- 박현옥. (2012). 기술가치 평가를 위한 기술기여도 평가모델 연구. 한양대학교 대학원. 국내석사학위논문
- 배용섭. (2013). 경영컨설팅 성과에 영향을 미치는 컨설턴트의 역량에 관한 실증연구(컨설팅사 및 수진기업 특성에 따른 조절효과를 중심으로). 단국대학교 대학원. 국내박사학위논문
- 손진걸. (2015). 항공사의 지각된 서비스품질이 실용적 고객가치와 고객만족, 관계지속의도에 미치는 영향에 관한 연구. 목원대학교 대학원. 국내박사학위논문
- 송건호. (2010). 산학협력을 통한 기술사업화가 중소벤처기업의 경영성장에 미치는 영향. 건국대학교 대학원. 국내박사학위논문
- 송경호. (2009). 글로벌 특허기술의 가치평가에 대한 연구. 연세대학교 법무대

학원. 국내석사학위논문

송지준. (2009). 논문작성에 필요한 SPSS/AMOS 통계분석방법. 21세기사

신동주. (2012). 컨설턴트의 역량이 서비스 품질, 컨설팅 성과 및 재구매 의

도에 미치는 영향에 관한 연구. 한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원.

국내석사학위논문

신용하, 장동훈. (2005). 기술경영원론. 전략기술경영연구원

신용호. (2014). 경영컨설팅 요인이 기업의 혁신활동과 경영성과에 미치는 영

향에 관한 연구(혁신활동의 매개효과를 중심으로). 영남대학교 대학원.

국내박사학위논문

심종섭. (2012). 중소기업 컨설팅이 기업에 미치는 만족도와 성과에 관한 연

구. 한양대학교 기업경영대학원. 국내박사학위논문

오승택. (2014). 특허법, 박문각

유경희. (2011). 산업재산권이 기업의 경영성과 및 기업가치에 미치는 영향.

전남대학교 대학원. 국내석사학위논문

윤일선. (2014). 경영컨설팅의 서비스품질이 중소기업의 인지된 경영성과에

미치는 영향에 관한 연구(부산, 경남지역을 기반으로). 부산대학교 대

학원. 국내석사학위논문

이경표. (2013). 특허 정보를 활용한 기술가치평가연구. 아주대학교 대학원.

국내석사학위논문

이광현. (2011). 지적재산권과 기술가치평가에 관한 연구. 배재대학교 컨설팅

대학원. 국내석사학위논문

이기환, 윤병섭. (2006). 특허활동이 경영성과에 미치는 영향 : 벤처기업 대

일반기업. 한국벤처창업학회

이봉건. (2014). 기업의 기술사업화 영향요인이 기술사업화 비재무적 성과에

미치는 영향에 관한 연구(지식재산경영활동의 조절효과 및 지식재산컨

설팅의 매개효과 분석). 한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원. 국내석

사학위논문

- 이일현. (2014). EasyFlow 회귀분석. 한나래
- 이재규. (2003). 지식경영학원론. 박영사
- 이주완. (2011). 지식재산권이 기업경영에 미치는 영향. 하나금융경제연구소
- 이지현. (2015). 컨설팅 서비스 품질이 컨설팅 만족도 및 재이용 의도에 미치는 영향에 관한 연구. 한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원. 국내석사학위논문
- 이태준. (2013). 서비스 품질이 고객만족과 재이용의도에 미치는 영향에 관한 연구(부동산경매에 관한 중개사의 서비스를 중심으로). 서경대학교 대학원. 국내박사학위논문
- 이형모. (2012). 기술창업기업의 특허활동이 초기기업 성과에 미치는 영향에 대한 연구. 한밭대학교 창업경영대학원. 국내석사학위논문
- 이혜민. (2012). 지식재산권의 증권화에 관한 연구(특허와 저작권을 중심으로). 원광대학교 법학전문대학원. 국내석사학위논문
- 임호순. (2005). IT컨설팅 서비스의 서비스품질 및 고객만족에 관한 연구. 서비스경영학회
- 장동인. (2011). 컨설턴트 역량이 컨설팅 서비스품질을 매개로 하여 성과에 미치는 영향에 관한 연구. 경희대학교 대학원. 국내석사학위논문
- 장영. (1997). 경영컨설팅 유형별 성과에 관한 상황적 분석. 한국과학기술원 테크노경영대학원. 국내박사학위논문
- 장재혁. (2013). 전략적 유연성을 고려한 기업 R&D 투자가치 분석. 고려대학교 기술경영전문대학원. 국내석사학위논문
- 전기수. (2009). 중소벤처기업 경영컨설팅이 경영성과에 미치는 영향에 관한 실증 연구. 건국대학교 대학원. 국내박사학위논문
- 정선양. (2007). 기술경영, 박영사
- 정유정. (2007). R&D가 기업가치에 미치는 영향에 관한 연구(기술집약산업

과 비기술집약산업 중심으로). 한양대학교 대학원. 국내석사학위논문

정지우. (2013). 지식재산권 담보제도의 활성화에 관한 연구. 홍익대학교 일반 대학원. 국내석사학위논문

정진상. (2014). 국내 중소기업의 지식재산활동이 기업성장에 미치는 영향에 관한 연구. 한양대학교 기술경영전문대학원. 국내석사학위논문

조영대. (2005). 비즈니스 컨설팅 서비스. 남두도서

조운익. (2011). 중소기업 컨설팅의 서비스 품질과 만족도 분석(중소기업 협업컨설팅을 중심으로). 한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원. 국내석사학위논문

중소기업기술정보진흥원. (2011). 컨설팅산업 현황분석 및 활성화 방안연구

중소기업청 홈페이지. <http://www.smba.go.kr>

중소기업청. (2008). 중소기업 컨설팅산업 백서

지역지식재산센터 홈페이지. <http://www.ripco.org>

진신. (2009). 지식경영의 성공요인에 관한 사례연구. 충주대학교 경영, 행정, 외국어대학원. 국내석사학위논문

최종영. (2011). 쿠폰제컨설팅 지원사업 성과에 관한 연구. 배재대학교 컨설팅 대학원. 국내석사학위논문

특허청 홈페이지. <http://www.kipo.go.kr>

특허청. (2008). 사례중심의 지식재산 경영매뉴얼

특허청. (2011). 지식재산경영 전략 매뉴얼 I, II

특허청. (2012). 지식재산권의 손쉬운 이용

특허청. (2012). 지식재산통계연보

특허청. (2013). 중소·중견기업 지원시책

특허청. (2013). 지식재산활동 실태조사

특허청. (2014). 지식재산 백서

한국발명진흥회 홈페이지. <http://www.kipa.org>

- 한국지식재산연구원. (2013). 국가별 연간 지식재산 정책분석
- 한종극, 심재섭 옮김. (2012). Milan Kubr 지음. 경영컨설팅-프로페셔널 컨설턴트를 위한 가이드. 새로운 제안
- 한창희. (2014). 지식재산 금융에 영향을 미치는 환경분석을 통한 지식재산금융 활성화 방안 연구. 고려대학교 기술경영전문대학원. 국내석사학위논문
- 황재홍. (2013). 지식경영의 주요성공요인에 관한 사례연구. 울산대학교 경영대학원. 국내석사학위논문



2. 국외문헌

- Babakus, E., and W. Mangold, "Adapting the SERVQUAL scale to Hospital Service: An Empirical Investigation", Health service Research, 26: pp.767-786, 1992
- Bearden, W. O, "Selected Determinants of Consumer Satisfaction and Complaint Reports.", Journal of Marketing Research, 20(February), pp.21-28, 1983
- Bitner, M. J., Boorns, B. H., & Tetreault, M. S., "The Service Encounter : Diagnosing Favorable and Unfavorable Incidents. Journal of Marketing", 54(1): pp.71-84. 1990
- Bolton, R. N. & Drew, J. H., "A Longitudinal Analysis of the Impact of Service Changes on Customer Attitudes. Journal of Marketing, 55(1):pp.1-9, 1991
- Bowers, Michael. R. John E. Swan, and William F. Koehler, "What Attributes Determine Quality and Satisfaction with Health Care Management Review, 19. (Sept), 1994
- Cadotte, E. R. and Turgeon N., "Key factors in guest satisfaction.", pp.45-51, 1988
- Carman, James. M, "Consumer Perceptions of Service Quality: An Assessment of the SERVQUAL Dimensions", Journal of Retailing, 66(1), pp.33-55, 1990
- Churchill, G. A., Jr, "A Paradigm for Developing Better Measures of Marketing Constructs", Journal of Marketing Research, Vol.16, pp.64-73, 1979
- Cohen, J. and P. Cohen Applied Multiple Regression/Correlation Analysis for the -70- Behavioral Science. Hillsdale, 1983

- Cronin, J. J., and S. A. Taylor, "Measuring Service Quality: A reexamination and Extension", *Journal of Marketing*, 56, pp.55-68, 1992
- Geva, A., & Goldman, A., "Duality in Consumer Post-Purchase Attitude", *Journal of Economic Psychology*, p.12, 1990
- Gilbert A. Churchill JR., and Carol Surprenant, "An investigation into the determinants of customer satisfaction", 1982
- Gronroos, C, "A Service-Oriented Approach to Marketing of Services," *European Journal of Marketing*, Vol.16, No.7, p.30. (1990)
- "Service Management and Marketing : Managing the Moments of Truth in Service Competition", Lexington Books, p.47
- Halstead, D., & Page Jr., T. J., "The Effect of Satisfaction & Complaining Behavior on Consumer Repurchase Intention." *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 5, pp.1-11, 1992
- Howard, John A and Sheth, Jagdish N., "theory of buyer behavior", 1969
- J. Joseph Cronin Jr., Michael K Brady, G. Thomas M Hult, "Assessing the effects of quality, value, and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments.", 2000
- Martin W. B., "Measuring and improving your service quality." pp.80-87, 1986
- Nunnally, J., Bernstein, I., *Psychometric Theory*, 2nd ed., New York: McGraw-Hill, 1994.
- Oliver, Richard. L, "A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decision", *Journal of Marketing*

- Research, November, pp.460-469, 1980
- Parasuraman, A., and A. Zeithaml Valarie and L. Berry Leonard,
 "SERVQUAL : A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer
 -71-Perceptions of Service Quality," Journal of Retailing,
 Vol.64,No.1(Spring), pp.16-17, p.39, 1988
 and A. Zeithaml Valarie and L. Berry Leonard "The
 Behavioral Consequences of Service Quality", Journal of
 Marketing, 60(April), pp.31-46, 1996
- Raj. Arora and Charles Stoner, "The effect of perceived service
 quality and name familiarity on the service selection
 decision", 1996
- Raymond P. Fisk, "Tracking the evolution of the services marketing
 literature". pp.61-103, 1993
- Robert A. Westbrook & Richard L. Oliver, "The dimensionality of
 consumption emotion patterns and consumer satisfaction.",
 1991
- Rust, R. T., and A.J. Jahorik, "Customer Satisfaction, Customer
 Retention, and Market Share", Journal of Retailing, Vol.69,
 Summer, 1993, pp.193-215, 1993
- Spreng, Ruihard A., and Robert D Mackoy, An Empirical Examination
 of a Model of Perceived Service Quality and Satisfaction",
 Journal of Retailing. Vol.72. pp.201-214. 1996
- Teas, R. K.(1993), "Expectations, Performance Evaluation, and
 Consumer's Perceptions of Quality", Journal of Marketing, 57,
 pp.18-34.
- Woodside, Asch G., Lisa L. Frey and robert Timothy Daly, "Linking
 Service Quality, Customer Satisfaction and Behavioral

Intentions", Journal of Healthcare Marketing, 9, pp.5-17, 1989
Van de Ven, A. h., & Ferry, D. L., Measuring and assessing
organizations, NewYork: Wiely-Interscience, 1980



설문지

【 Part I : 기초 응답사항 】

Section1. 응답 기업 기초 기재사항

※ 기초통계를 위해 꼭 필요한 사항이니, 정확한 기재를 부탁드립니다.

사업제명				주소			
설립년도	년			자본금	백만원 ※ 2012년말 자기자본총액 추정치		
총매출액	백만원 ※ 2012년말 추정치			현재 종업원 수 (비정규직 포함)	명		
R&D투자액	백만원 ※ 2012년말 추정치			현재 R&D인력 수	명		
지식재산관리부서 운영 형태	※ 해당사항의 () 에 'O' 기입. 기타는 내용을 기재 ① 별도의 전담 부서 () ② 전임 담당자 () ③ 겸임 담당자 () ④ 지정된 담당자 없음 () ⑤ 기타 ()						
직무발명보상제도 실시 여부	① 발명보상 () ② 출원보상 () ③ 등록보상 () ④ 실시/처분보상 ⑤ 출원유보보상 () 제도 미실시 () ※ 아래 주) 참조						
보유하고 있는 지적재산권 *	① 특허 (건) ② 실용신안 (건) ③ 상표 (건) ④ 의장 (건) ⑤ 기타 ()						
업종 구분	제조업	① 농/임/어/광업 () ② 목재/화학/고무 등 비금속제조업 () ③ 컴퓨터/전자/통신기기 및 부품제조업 () ④ 기타 제조업 ()		② 식음료/의류/가죽 제조업 () ④ 금속 및 기계 제조업 () ⑥ 자동차/선박/철도 및 부품제조업 ()		()	
	서비스업	⑧ 전기/수도 및 건설업 () ⑨ 숙박 및 음식점 서비스업 () ⑩ 통신/금융/보험업 () ⑪ 영화/문화컨텐츠 서비스업 ()		④ 도소매 등 유통 서비스업 () ⑪ 운송 및 창고 서비스업 () ⑬ 전문과학기술 서비스 및 연구개발업 () ⑮ 기타 서비스업 ()		()	
주로 이용하는 지역지식센터 *	() ※ 아래 범례의 번호 기입						
① 경기 ② 서울 ③ 인천 ④ 경기북부 ⑤ 충남		⑥ 대전 ⑦ 충북 ⑧ 부산 ⑨ 대구 ⑩ 경남		⑪ 강원 ⑫ 전남 ⑬ 광주 ⑭ 전북 ⑮ 제주		⑯ 경북 ⑰ 울산	

주) ① 발명보상 : 제안된 발명의 출원여부와 무관하게 발명제안을 성과로 인정하여 지급하는 보상금
 ② 출원보상 : 직무발명이 출원되었을 때 지급하는 보상금
 ③ 등록보상 : 직무발명이 등록되었을 때 지급하는 보상금
 ④ 실시/처분보상 : 직무발명에 대한 권리의 직접실시, 또는 권리를 양도하거나 라이선스를 허여하는 등의 처분으로 인해 수익금이 발생하는 경우 지급하는 보상금
 ⑤ 출원유보보상 : 사용자가 직무발명을 양도받았으나 출원을 유보하거나 출원 후 출원을 취하, 포기한 경우 지급하는 보상금

【 Part Ⅱ : 서비스품질 평가 】

Section2. 지원사업 서비스 내용에 대해

- 【작성방식】 1. 세부사업 '참여' 란에 제공받은 서비스에 대해 'O'하여 주시기 바랍니다.
2. 설문 평가란에는 위에서 'O'표시한 참여 서비스에 대해서만 아래의 평가척도를 참조하여 평가점수(1~7)를 기재하여 주시기 바랍니다.

매우 그렇지않다	그렇지 않다	조금 그렇지않다	보통	조금 그렇다	그렇다	매우 그렇다
①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

<설문1> 귀사에서 받은 서비스 내용이 기대했던 사항과 일치되었습니까?

<설문2> 기업 부담금 등 조건에 비해 서비스 혜택은 충분하였다고 생각하십니까?

<설문3> 서비스가 실효성이 있도록 충분한 수준으로 이뤄졌습니까?

<설문4> 서비스가 전문적인 지식을 가진 인력에 의해 제공되어졌다고 생각하십니까?

세부사업	참여 서비스 'O' 표시	설문 평가 (1~7점)			
		설문1	설문2	설문3	설문4
①선행기술조사 지원					
②국내외 출원 비용 지원					
③PM(특허법) 작성 지원					
④시뮬레이션제작 지원					
⑤홍보물제작 지원					
⑥지역브랜드 신규/리뉴얼 개발 지원					
⑦지역디자인(제품, 포장) 개발 지원					
⑧디자인업 지원					
⑨사회적기업 브랜드/디자인개발 지원					
⑩비영리엔 브랜드 지원					
⑪디자인특허 융합 지원					
⑫지리적표시단체표장 개발					
⑬전통산업 지식재산 권리화 및 사업화 지원					
⑭ 지식재산권 교육, 설명회, 상담, 경진대회, 포럼, 세미나 등					
⑮기타 ()					

<의견1> 상기 서비스의 내용(설문1~4) 측면에서 불만요인이나 개선의견이 있으시면 기술해주시기 바랍니다.

Section3. 서비스 '전달과정' 및 '환경'에 대해

- 【작성방식】 1. 앞에서 체크한 귀사에서 제공받은 서비스를 바탕으로 아래의 설문에 응하시기 바랍니다.
2. 아래의 평가척도를 참조하여 평가점수(1~7)를 기재하여 주시기 바랍니다.

매우 그렇지않다	그렇지 않다	조금 그렇지않다	보통	조금 그렇다	그렇다	매우 그렇다
①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

서비스 전달 과정	평가 (1~7점)
<설문5> 귀사에서 제공받은 서비스는 <u>귀사에서 희망하는 시기에 이루어졌습니까?</u>	
<설문6> 신청 및 서비스 과정 중 귀사가 요구하는 사항에 대해 <u>신속한 대응</u> 이 이뤄졌습니까?	
<설문7> 초기 <u>지원사업에 대한 정보</u> 는 용이하게 접근할 수 있었습니까?	
<설문8> 지원 신청, 서비스 진행 절차 등은 <u>편리하게</u> 이뤄졌습니까?	
<설문9> 서비스를 수행하는 인력들은 <u>친절하고 배려적</u> 이었습니까?	
<설문10> 제도 운영은 기업을 <u>능동적이고 지원적</u> 관점에서 운영되고 있습니까?	

서비스 환경	평가 (1~7점)
<설문11> <u>청결, 소음, 조명, 사무실 구조</u> 등 물리적 환경은 양호하였습니까?	
<설문12> 서비스 수행 인력의 <u>복장, 용모</u> 등은 깔끔하고 단정하였습니까?	

- <의견2> 상기 서비스의 전달 과정 및 환경(설문 5~12) 측면에서 불만요인이나 개선의견이 있으시면 기술해주시기 바랍니다.

Section4. 서비스의 사회적 측면에 대해

- 【작성방식】 1. 앞에서 체크한 귀사에서 제공받은 서비스를 바탕으로 아래의 질문에 응하시기 바랍니다.
2. 아래의 평가척도를 참조하여 평가점수(1~7)를 기재하여 주 시기 바랍니다.

매우 그렇지않다	그렇지 않다	조금 그렇지않다	보통	조금 그렇다	그렇다	매우 그렇다
①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

문 항	평가 (1~7점)
<설문13> 지원대상의 선정, 업무 처리 등은 <u>공정하게</u> 이뤄졌다고 생각하십니까?	
<설문14> 지역지식재산센터의 지원사업 및 서비스는 <u>공공적인 차원에서 반드시 필요하다고</u> 생각하십니까?	

- <의견3> 상기 서비스의 사회적 측면(설문 13~14) 측면에서 불만요인이나 개선의견이 있으시면
기술해주시기 바랍니다.

Section5. 종합적인 만족도에 대해

- 【작성방식】 1. 앞에서 응답한 내용들을 기초로 아래의 질문에 응하시기 바랍니다.
2. 아래의 평가척도를 참조하여 평가점수(1~7)를 기재하여 주 시기 바랍니다.

매우 그렇지않다	그렇지 않다	조금 그렇지않다	보통	조금 그렇다	그렇다	매우 그렇다
①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

문 항	평가 (1~7점)
<설문15> 앞으로 지역지식센터에서 <u>제공하는 사업 및 서비스를 신뢰</u> 하시겠습니까?	
<설문16> 앞으로도 지역지식센터에서 수행하는 사업 및 서비스에 <u>계속 참여할 의</u> <u>사가</u> 있으십니까?	
<설문17> 향후 지인에게 지역지식센터에서 하는 사업 참여를 권유하시겠습니까?	
<설문18> 18-1. 지원받은 사업 및 서비스의 <u>종합적인 만족도를</u> 평가한다면?	
18-2. <u>종합적인 만족도를 100점 기준으로</u> 평가한다면? () / 100점	

【 Part Ⅲ : 성과지표 조사 】

Section6. 객관적 성과지표에 대해

<설문 19> 본 문항은 지원사업의 성과를 측정하기 위한 것입니다. 아래의 작성방식을 참조하여 아래의 '성과지표 조사표'를 작성하여 주시기 바랍니다.

【작성방식】 1. 지원받은 최초 년도를 중심으로 전·후 3년간의 실적자료를 기입해주시기 바랍니다. 지원 받은 이후 기간이 3년이 되지 않은 경우는 **2012년 예상치까지** 기재하여 주시면 되겠습니다.
2. '공통지표'는 모두 기재해 주시고 '사업별 지표'는 해당사업 참여기업만 기술해주세요.

<예시> 2010년에 처음 지원을 받은 경우

기준년도	-3년도	-2년도	-1년도	최초 지원연도	+1년	+2년	+3년
해당년도	2007	2008	2009	2010	2011	2012(예상)	-
매출액(백만원)	1,188	1,208	1,211	1,258	1,334	1,350	-

성과지표 조사표								단위: 백만원
기준년도	-3년도	-2년도	-1년도	최초 지원	+1년	+2년	+3년	
해당년도								
공통지표 (모두 응답해 주시기 바랍니다)								
①매출액								
②영업이익률								
③기술개발 제품화성공율(%)								
- 기술개발 완료 건수								
- 제품화 성공 건수								
④신제품 매출액 ^{주)}								
⑤고용인원								
⑥매출액 중 보유 지식재산 관련 매출비중 (%)								
특허 출원 지원 기업								
①특허출원건수								
- 그 중 국외출원 건수								
②지원사업 특허출원 건수								
- 그 중 국외출원 건수								
브랜드 창출 / 리뉴얼 지원 기업								
①브랜드 출원건수								
②지원사업 브랜드출원 건수								
디자인 출원 지원 기업								
①디자인 출원 건수								
②지원사업 디자인출원 건수								

주) 신제품 매출액은 집계년도 기준 최근 3년 동안에 출시된 제품의 매출액

ABSTRACT

An Empirical study on Influence of Intellectual property Consulting Service Quality to the Consulting Performance

Jung, Hwan-Jo

Major in Management Consulting

Dept. of Knowledge Service & Consulting

Graduate School of Knowledge Service

Consulting

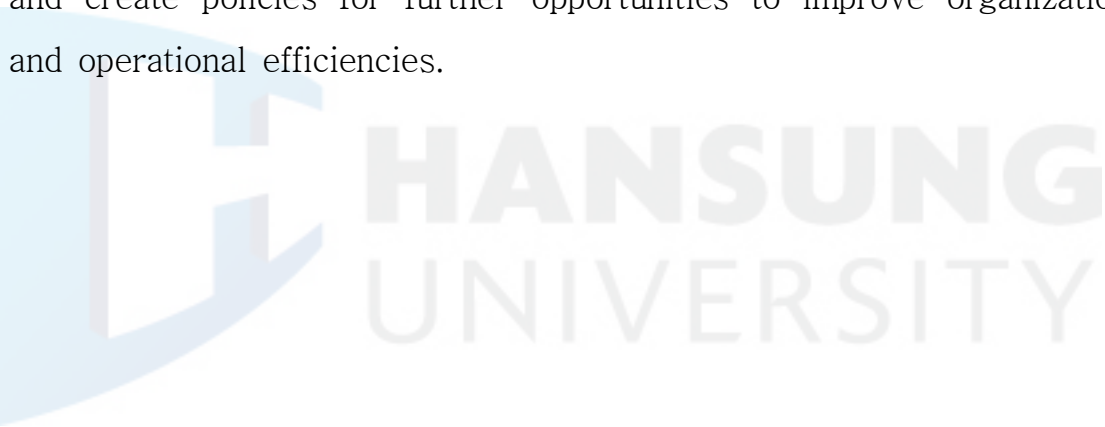
Hansung University

This research analyzes the relative impact between the service quality of IP consulting, which companies use Patent, Brand, Design, etc., as assets to make profit through business strategy, and medium-sized business firm's consulting satisfaction that are used by customers.

For this research, Consulting Service Quality Model, SERVQUAL, has been used as example and online surveys were conducted by IP star companies to collect data, service quality, consulting satisfaction and consulting result using multiple regression analysis.

To summarize the result of this research, the initial hypothesis has been confirmed through analysis, which is that the IP consulting's service quality has positive effect on consulting result. The order of effectiveness is reliability, responsiveness, typicality, sympathy, certainty and mediator effect in the relationship.

This result shows the necessity of flexibility and assertiveness is required in order to understand importance of service quality and improve the consulting satisfaction and result when the consultant fulfill their jobs. Also, the government and a local agencies need to reform the system in order to raise and support trained consultants and create policies for further opportunities to improve organization and operational efficiencies.



Keywords : Intellectual property, Intellectual property Consulting, Service Quality, Quality of Service, Consultation Satisfaction, Consulting Performance