



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

우리나라 컨설팅 관련 연구 동향에 관한
분석적 연구

2016년



HANSUNG
UNIVERSITY

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

지식서비스&컨설팅학과

매니지먼트컨설팅전공

박영권

석사학위논문
지도교수 조세홍

우리나라 컨설팅 관련 연구 동향에 관한
분석적 연구

An Analytic Study on the Research Trends of Consulting in Korea



HANSUNG
UNIVERSITY

2015년 12월 일

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

지식서비스&컨설팅학과

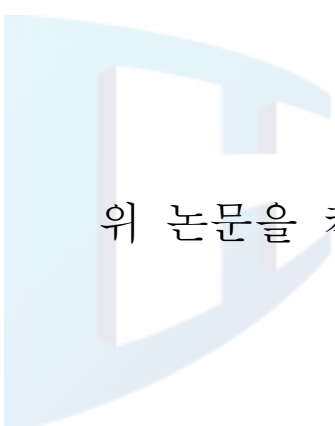
매니지먼트컨설팅전공

박영권

석사학위논문
지도교수 조세홍

우리나라 컨설팅 관련 연구 동향에 관한
분석적 연구

An Analytic Study on the Research Trends of Consulting in Korea



위 논문을 컨설팅학 석사학위 논문으로 제출함

HANSUNG
UNIVERSITY

2015년 12월 일

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원
지식서비스&컨설팅학과
매니지먼트컨설팅전공
박영권

박영권의 컨설팅학 석사학위논문을 인준함

2015년 12월 일



심사위원장 _____인

심사위원 _____인

심사위원 _____인

국 문 초 록

우리나라 컨설팅 관련 연구 동향에 관한 분석적 연구

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

지식서비스&컨설팅학과

매니지먼트컨설팅 전공

박 영 권

컨설팅은 기업 경영활동에 긍정적인 영향을 제공하기 위한 필요수단으로 인식되고 있고, 컨설팅에 대한 다양한 연구도 활발하게 이루어지고 있다. 그러나 지금까지 이루어진 컨설팅 연구들은 개별적인 주제 영역에서는 활발하게 이루어지고 있으나, 컨설팅 연구의 흐름을 파악하고 연구의 성과들을 집약하기 위한 연구는 이루어지지 않고 있다.

본 연구에서는 컨설팅 학술논문을 분석하여 컨설팅 연구에 참여한 연구 주제, 연구 주제 영역, 연구 방법, 자료분석 방법의 추이와 시기별 차이와 컨설팅 연구동향의 특징을 파악하고 향후 컨설팅 연구의 발전방향을 제시할 목적으로 2000년부터 2015년 8월까지 국내 학술지에 게재된 컨설팅 관련 학술논문 136편을 분석하였다.

분석에 앞서 연구문제를 다루기 위하여 연구 주제, 연구방법, 자료분석 방법의 분석 기준을 다음과 같이 설정하였다. 분석 시기는 정부의 정책, 연구 수행과 학술지 게재 시점 간 차이를 고려해 2000년-2005년, 2006년-2010년, 2011년-2015년 8월의 세 시기로 구분하였다. 연구 주제는 내용분석으로 키워드를 도출한 후 종합적인 주제별 분류를 진행했다. 연구 방법은 면접/인터뷰, 사례연구, 문헌연구, 이론연구, 설문조사 연구, 2차자료 연구로 분석 기준을 설정하였다. 자료분석 방법은 별도의 기준을 설정하지 않고 연구결과를 도출하는데 활용된 통계기법의 종류를 확인해 분석에 사용하였다.

내용분석 결과 컨설팅 학술논문은 216명의 연구자가 참여하여 60개 학술지에서 136편이 출판되었다. 학술논문의 수는 시간이 지날수록 의미있는 증가가 이루어졌고, 학술논문 및 참여 연구자의 증가에 컨설팅대학원의 기여도가 높은 것으로 확인되었다. 연구주제는 컨설팅의 성과(측정) 요인, 컨설팅 방법론, 컨설팅 활성화/발전방안의 상위 3개 주제에 집중도가 높았음이 확인되었다. 실증 연구를 위한 데이터의 수집은 고객에 집중되어 있었고, 연구 방법으로는 양적 연구가 질적 연구보다 많았으며, 설문조사 방법이 집중적으로 적용되었음이 확인되었다. 자료분석 방법으로는 회귀분석이 가장 높은 빈도로 적용되었음이 확인되었다.

이러한 연구결과는 이후 연구자들이 다양한 연구 주제로 관심을 확대하고, 연구 데이터 수집 대상과 수집 방법을 다양화해야 컨설팅 연구의 양적 증가뿐만 아니라 질적 향상도 이루어질 수 있다는 시사점을 제공하였다는데 의미가 있다.



【주요어】 경영컨설팅, 컨설팅 연구, 학술논문, 연구 동향, 내용분석

목 차

I. 서 론	1
1.1 연구의 배경 및 목적	1
1.2 연구문제	2
II. 이론적 배경	4
2.1 경영컨설팅의 개요	4
2.1.1 경영컨설팅의 정의 및 목적	4
2.1.2 경영컨설팅의 역사 및 현황	11
2.1.3 경영컨설팅의 특성 및 유형	15
2.2 내용분석의 개념	19
2.2.1 내용분석의 정의	19
2.2.2 내용분석의 강·약점	22
III. 연구 방법	24
3.1 분석 체계	24
3.2 분석 대상	25
3.3 연구 방법	28
3.4 분석 기준	29
3.4.1 분석 시기 구분	29

3.4.2 연구 주제 영역 분석 기준	31
3.4.3 연구 방법 및 자료분석 방법 분석 기준	33
IV. 연구 결과	36
4.1 연구 주제별 연구동향 분석	37
4.1.1 학술지 동향	37
4.1.2 연구자 동향	42
4.2 연구 주제별 연구동향 분석	47
4.3 연구 방법 및 자료분석 방법별 연구동향 분석	49
4.3.1 연구 방법 동향	49
4.3.2 자료분석 방법 동향	54
V. 결 론	58
5.1 연구결과의 요약	58
5.2 연구의 한계 및 제언	60
참고문헌	62
부 록	66
ABSTRACT	73

표 목 차

<표 2-1> 컨설팅의 개념 정의	5
<표 2-2> 국내외 주요 컨설팅 관련 기관들의 경영컨설팅 개념 정의	7
<표 2-3> 해외 경영컨설팅 산업 역사 요약	12
<표 2-4> 국내 컨설팅 산업 발전사	15
<표 2-5> 경영컨설팅의 특성	16
<표 2-6> 수행 형태에 따른 경영컨설팅의 유형	17
<표 2-7> 수행 기간과 범위에 따른 경영컨설팅의 유형	18
<표 2-8> 내용분석 개념 정의	21
<표 3-1> 분석 대상 학술 논문	26
<표 3-2> 분석 대상 주요 키워드와 연구 주제	32
<표 3-3> 연구 방법 분석 기준	34
<표 4-1> 시기별 학술논문 출판 현황	36
<표 4-2> 그룹 간 의미 차이 분석	37
<표 4-3> 주요 학술지별 논문 출판 수	38
<표 4-4> 시기별 컨설팅 논문 출판 학술지 수	39
<표 4-5> 그룹 간 학술지 수 변화 의미 차이 분석	40
<표 4-6> 시기별 주요 학술지별 출판 논문 수	41
<표 4-7> 분석 대상 시기별 컨설팅 연구 참여자 수	42
<표 4-8> 3편 이상 컨설팅 학술논문 저술 연구자	43
<표 4-9> 컨설팅 연구 참여 연구원 소속기관 성격	44
<표 4-10> 두 시기에 1편 이상 컨설팅 학술논문 저술 연구자 소속기관	44
<표 4-11> 컨설팅 대학원 설립 대학교와 일반 대학교 연구자 수 비교	46
<표 4-12> 논문 당 저자 수	46
<표 4-13> 컨설팅 연구 주제 동향	48
<표 4-14> 실증 연구 동향	49
<표 4-15> 실증 연구 데이터 수집 원천	50
<표 4-16> 연구 주제별 실증 연구 데이터 수집 원천	51

<표 4-17> 시기별 적용 연구 방법	52
<표 4-18> 연구 방법별 연구 데이터 수집 원천	53
<표 4-19> 연구 주제별 적용 연구 방법	54
<표 4-20> 시기별 자료분석 방법 활용	56
<표 4-21> 연구 주제별 활용 자료분석 방법	57



그 립 목 차

<그림 2-1> 일반적인 컨설팅의 목적	10
<그림 2-2> 수행 내용에 따른 경영컨설팅의 유형	19
<그림 3-1> 연구동향 분석체계	25
<그림 3-2> 연구동향 분석을 위한 시기 구분	30



I. 서 론

1.1 연구의 배경 및 목적

최근의 기업환경은 글로벌화, 경쟁 심화가 급속히 진전되면서 국경의 경계가 무의미한 무한 경쟁 환경을 맞이하게 되었다. 이런 환경 하에서 기업은 빠른 경영환경 변화 속에서 효과적인 대응 방안을 마련하는 것이 경쟁력의 관건이 되었다. 기업들은 빠르게 변하는 경영환경에 적응하면서 경쟁력을 확보하고 향상시키기 위하여 컨설팅을 활용하게 되었고, 컨설팅에 대한 중요성은 점점 높아져 이제 컨설팅은 기업 경영활동에 긍정적인 영향을 제공하기 위한 필요수단으로 인식되고 있다.

정부에서는 지식서비스 산업을 미래 성장동력 산업으로 지정하고 활성화를 위한 다양한 정책적 지원 방안을 마련하여 추진하고 있으며, 지식기반의 고부가가치 산업인 컨설팅 산업은 전·후방 산업에 미치는 연쇄효과가 큰 산업으로 인식되고 있어(중소기업기술정보진흥원, 2011) 컨설팅 산업에도 다수의 정책적 지원이 이루어져 컨설팅 산업은 짧은 시간에 크게 성장하고 있으며, 더욱 확대될 것으로 전망되고 있다.

컨설팅에 대한 관심과 지원이 증가하고 컨설팅 산업이 발전함에 따라 컨설팅에 관한 다양한 연구도 이루어지고 있다. 한국교육학술정보원(KERIS)의 학술연구정보서비스 사이트(www.riss.kr)에서 ‘컨설팅’을 검색어로 입력하고 검색을 실행하면 학위논문으로 2,200여 개, 국내 학술지 논문으로 2,400여 개의 논문이 검색될 정도로 많은 연구가 이루어지고 있다.

정부의 정책적 지원으로 설립된 컨설팅 대학원과 컨설팅 R&D 센터는 2009년 2개의 대학교에서 설립되어 컨설팅 관련 연구를 수행하는 연구자들을 육성하고 있으며, 2011년에 2개의 대학교에 추가로 컨설팅 대학원과 컨설팅 R&D 센터가 설립되어 매 해 80여명 이상의 연구자들이 연구를 수행한 성과물들이 지속적으로 축적되고 있어 컨설팅 연구의 양은 계속해서 증대가 이루어질 것으로 전망되고 있다.

그러나 지금까지 이루어진 컨설팅 연구 결과물들을 살펴보면 컨설팅, 컨설

팅사, 성과, 컨설턴트, 품질, 프로세스, 역량, 수진기업, 고객만족, 수용의도, 효과 등 많은 주제어들을 바탕으로 한 개별적인 주제 영역에서의 연구들은 활발하게 이루어지고 있는 반면에 큰 흐름에서 컨설팅 연구의 흐름을 파악하고 연구의 성과들을 집약하기 위한 연구는 이루어져 오지 않고 있었다.

지금까지의 관련 연구 동향을 파악하는 것은 관심 연구 영역과 특징적인 변화 흐름을 파악할 수 있고, 관련 연구에 대한 비교 검토와 향후 중점적으로 연구해야 하는 연구의 주제, 연구의 방법 등에서도 시사점을 발견할 수 있다 (조현정, 2013).

따라서 본 연구에서는 현재까지 수행된 컨설팅 관련 개별 연구물들을 분석하여 주요 연구 주체는 누구였고, 연구 주제는 무엇이었으며, 연구에 활용한 연구 방법과 자료분석 방법은 무엇이었는가에 대한 동향을 파악하고자 하였다. 이를 바탕으로 향후 컨설팅 연구의 발전을 위한 논의가 가능하도록 시사점을 발견할 수 있을 것이다.

1.2 연구 문제

본 연구는 우리나라 컨설팅과 관련하여 국내 학술지에 게재된 논문의 분석을 통해 컨설팅의 연구 동향을 탐색하고자 한다. 이를 위하여 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

첫째, 2001년부터 2015년 8월까지 시기에 국내 학술지에 게재된 컨설팅 관련 연구 논문에서 주요 연구 주체는 누구인가.

둘째, 2001년부터 2015년 8월까지 시기에 국내 학술지에 게재된 컨설팅 관련 연구 논문에서 주요하게 논의된 연구 주제는 무엇인가.

셋째, 2001년부터 2015년 8월까지 시기에 국내 학술지에 게재된 컨설팅 관련 연구 논문의 연구방법은 무엇인가.

넷째, 2001년부터 2015년 8월까지 시기에 국내 학술지에 게재된 컨설팅 관련 연구 논문에 사용된 자료분석 방법은 무엇인가.

다섯째, 2001년부터 2015년 8월까지 시기에 국내 학술지에 게재된 컨설팅 관련 연구동향을 통해 도출할 수 있는 컨설팅 관련 연구의 질적 성장을 위한 방향 및 시사점은 무엇인가.

위와 같은 연구문제를 다루기 위하여 연구 주제, 연구방법, 자료분석 방법의 분석 기준을 설정하고 그에 따라 분류 및 분석을 수행하여 컨설팅 관련 연구동향의 특징을 파악하고 분석 결과를 바탕으로 컨설팅 연구의 발전 방향 및 시사점을 논의 하였다.



II. 이론적 배경

2.1 경영컨설팅의 개요

2.1.1 경영컨설팅의 정의 및 목적

컨설팅은 선진국가에서는 100여년 전에 시작되어 오랜 역사를 지니고 있으며, 이미 반세기 이전부터 유망산업으로 성장하여 왔다. 최근 들어서는 우리나라에서도 컨설팅에 대한 인식의 확대가 이루어져 왔고, 많은 기업과 단체들이 사업 영역을 확대하거나 신사업의 모색으로 컨설팅 산업에 진입하고 있으며, 관련된 산업도 성장이 많이 이루어지고 있다.

컨설팅의 역사가 오래된 선진국의 학자들과 컨설팅 수행기관들에서는 컨설팅의 개념 정의를 위한 다양한 연구가 진행되어 왔다. 선행 연구자들의 컨설팅에 대한 개념 정의를 살펴보면 다음과 같다.

Fritz Steele(1975)는 컨설팅이란 업무나 업무의 내용 또는 과정에 도움을 제공하는 하나의 형식으로써 과제 내용, 프로세스, 구조에 관하여 책임을 맡고서 이것을 수행하는 사람에게 과제 수행에 대하여 실제적인 책임을 지지 않는 컨설턴트가 컨설팅 프로세스에 도움을 제공하는 것이라고 정의하였다.

Larry Greiner & Robert Metzger(1983)는 컨설팅이란 특정한 전문 직업적인 서비스로 고객과의 계약 체결을 통해 독립적이고 객관적인 태도로 경영상의 문제를 분석하는 것을 도와주고 문제의 해결안을 고객에게 추천하는 것이라고 정의하였다.

Markham(1991)은 컨설팅이란 제3자 또는 외부자가 자신의 경험과 지식을 조직에 유용하게 활용되도록 주고받는 관계라고 정의하였다.

Williams & Woodward(1994)는 컨설팅이란 내부 또는 외부의 컨설턴트가 클라이언트의 요구를 충족시켜 주기 위해 클라이언트의 조직, 개인, 내부 부서 등에게 서비스를 제공해주는 과정이라고 하였다.

<표 2-1> 컨설팅의 개념 정의

연구자	컨설팅 개념
Fritz Steele(1975)	실제적인 책임을 갖고 있지 않는 컨설턴트가 과제의 내용, 프로세스, 구조에 관한 책임을 맡고서 이를 수행하는 사람에게 도움을 제공하는 것
Larry Greiner & Robert Metzger(1983)	특정한 전문직업적인 서비스로 고객과의 계약에 따라 독립적이고 객관적인 태도로 경영상의 문제를 분석하는 것을 도와주고 문제에 대한 해결안을 고객에게 추천하는 것
Markham(1991)	제 3자 또는 외부인이 자신의 경험과 지식을 조직에 유용하게 활용되도록 주고받는 관계
Williams & Woodward (1994)	내부 또는 외부 컨설턴트가 클라이언트의 요구를 충족시켜주기 위해 클라이언트(조직, 개인, 조직 내부부서 등)에게 서비스를 제공해 주는 과정

출처 : 중소기업청(2008), 『중소기업 컨설팅 산업백서』

조영대(2005)는 넓은 의미에서의 컨설팅은 특정 분야에 대해 해당 분야의 전문가가 자신이 지니고 있는 전문적인 지식이나 정보를 활용하여 고객이 당면한 문제점을 분석하고 구체적인 해결방안에 대한 자문이나 조언을 제시하고 대가를 지급받는 서비스라고 정의하였다. 일반적으로 컨설팅이라고 하면 경영컨설팅으로 인식하는 경향이 보편화되어 있기는 하지만, 컨설팅이라는 용어는 외부의 도움을 필요로 하는 고객이 있는 산업 분야에서 전문성을 갖고 고객이 도달하고자 하는 목표를 달성할 수 있도록 지원하는 지식과 서비스를 제공하는 많은 산업분야에서 널리 사용되고 있다. 그러나 본 연구에서는 컨설팅의 분야 중 경영컨설팅을 중심으로 논의를 진행해 나가고자 한다.

하지만 경영컨설팅의 영역과 역할도 매우 광범위하여 전문가들도 바라보는 관점에 따라 경영컨설팅에 대한 정의를 달리 규정하고 있다. 경영컨설팅에 오랜 역사를 지니고 있는 선진국에서도 경영컨설팅의 개념을 정의하기 위하여 다양한 연구를 진행해 왔으며, 연구를 통해 학자들이나 컨설팅 수행기관들은 다양하게 경영컨설팅 개념을 정의하였다. 국외 주요 컨설팅 관련 기관들은 경

영컨설팅의 개념을 다음과 같이 정의하였다.

국제노동기구(ILO) 산하 국제노동위원회에서는 경영컨설팅은 조직의 목적을 달성하는데 있어서 경영과 사업의 문제들을 해결하고 이로 인해 새로운 기회를 발견하여 이를 활용하고 학습의 기회를 넓히고 변화를 실행함으로써 경영자와 조직이 추구하는 목적의 달성을 도와주는 독립적인 프로페셔널 어드바이스 서비스라고 정의하였다.

미국 경영컨설팅협회(ACME)에서는 경영컨설팅은 특별히 훈련 받고 경험을 쌓은 사람들이 기업 경영 상의 여러 가지 문제점을 규명하고 해결할 수 있도록 실질적 해결방안을 제시하고 그러한 해결방안들이 적기에 실시될 수 있도록 도와주기 위한 전문적 서비스의 제공이라고 정의하였다.

영국 컨설턴트협회(MCA)에서는 경영컨설팅은 독립적이고 능력을 갖춘 사람들이 정책, 조직, 절차, 방법상의 문제점들을 연구, 분석하고 적절한 해결책을 수행 할 수 있도록 돕는 것이라고 정의하였다.

호주 경영컨설턴트협회에서는 경영컨설팅은 목표설정 및 사업수행을 위해 보다 발전적인 계획, 조직, 동기부여, 커뮤니케이션 또는 자원 활용을 통해 경영자문 및 지도하는 행위이며 경영컨설턴트는 이러한 자문 서비스를 제공하는 사람이라고 정의하였다.

미국회계사회는 경영컨설팅은 특별한 분야의 전문성을 가진 전문가들이 자기들의 지식과 경험을 활용하여 경영 문제를 해결하고 객관적이고 전반적인 시각에서 기업의 기획과정을 지원하는 것이라고 정의하였다.

국내 주요 컨설팅 관련 기관들은 경영컨설팅의 개념을 다음과 같이 정의하였다.

한국산업규격(KS S 1010-1)에서는 경영컨설팅은 해당 분야에 있어 전문적 지식, 정보, 경험을 보유한 컨설턴트가 독립적이고 객관적인 태도로 고객이 당면한 경영상의 과제들을 분석하여 해결방안을 제시하고 그 실행과정을 자문하는 행위라고 정의하였다.

중소기업청에서는 경영컨설팅은 경영전략, 조직혁신, 마케팅, 생산, 재무, 인사, IT 등의 분야에 걸쳐 기업이 대면하고 있는 문제점을 분석하고 그에 대한 대응전략이나 해결방안을 연구하여 기업의 문제해결, 경쟁력 향상을 통해

기업 성장을 돕는 전문적인 지식과 경험을 제공하는 지식서비스업 이라고 정의하였다.

한국경영기술지도사회(KMTCA)에서는 경영컨설팅은 고도의 전문성을 갖춘 컨설턴트가 기업의 여러 가지 문제점들을 고유의 방법으로 진단, 분석한 후 이에 대한 합리적 해결 방법을 제시(지도)하고 그러한 해결 방안들이 효과적으로 활용될 수 있도록 체계적인 서비스를 제공하는 것이라고 정의하였다.

<표 2-2> 국내외 주요 컨설팅 관련 기관들의 경영컨설팅 개념 정의

기관명		컨설팅 개념
해외 기관	국제노동기구(ILO) 국제노동위원회	경영과 사업의 문제들을 해결하고 이로 인해 새로운 기회를 발견하여 이를 활용하고 학습의 기회를 넓히고 변화를 실행함으로써 경영자의 조직이 추구하는 목적을 달성할 수 있도록 도와주는 독립적인 프로페셔널 어드바이스 서비스
	미국 경영컨설팅협회(ACME)	특별히 훈련 받고 경험을 쌓은 사람들이 기업 경영 상의 여러 가지 문제점을 규명하고 해결할 수 있도록 실질적 해결 방안을 제시하고 그러한 해결방안들이 적기에 실시될 수 있도록 도와주기 위한 전문적 서비스의
	영국 컨설턴트협회(MCA)	독립적이고 능력을 갖춘 사람들이 정책, 조직, 절차, 방법상의 문제점들을 연구, 분석하고 적절한 해결책을 수행 할 수 있도록 돕는 것
	호주 경영컨설턴트협회	목표설정 및 사업수행을 위해 보다 발전적인 계획, 조직, 동기부여, 커뮤니케이션 또는 자원 활용을 통해 경영자문 및 지도하는 행위이며 경영컨설턴트는 이러한 자문 서비스를 제공하는 사람
	미국회계사회	특별한 분야의 전문성을 가진 전문가들이 자기들의 지식과 경험을 활용하여 경영 문제를 해결하고 객관적이고 전반적인 시각에서 기업의 기획과정을 지원하는 것
국내 기관	한국산업규격(KS S 1010-1)	해당 분야에 있어 전문적 지식, 정보, 경험을 보유한 컨설턴트가 독립적이고 객관적인 태도로 고객이 당면한 경영상의 과제들을 분석하여 해결방안을 제시하고 그 실행과정을 자문하는 행위

기관명		컨설팅 개념
	중소기업청	경영전략, 조직혁신, 마케팅, 생산, 재무, 인사, IT 등의 분야에 걸쳐 기업이 대면하고 있는 문제점을 분석하고 그에 대한 대응전략이나 해결방안을 연구하여 기업의 문제해결, 경쟁력 향상을 통해 기업 성장을 돕는 전문적인 지식과 경험을 제공하는 지식서비스업
	한국경영기술지도사회(KMTCA)	고도의 전문성을 갖춘 컨설턴트가 기업의 여러 가지 문제점들을 고유의 방법으로 진단, 분석한 후 이에 대한 합리적 해결 방법을 제시(지도)하고 그러한 해결 방안들이 효과적으로 활용될 수 있도록 체계적인 서비스를 제공하는 것

출처 : 중소기업청(2008), 『중소기업 컨설팅 산업백서』

경영컨설팅에 대해 정의한 국내 연구자로 신흥순 외(2004)는 경영컨설팅은 기업이 직면하는 문제점 등이나 추구하는 목표들에 의해 연구와 조사를 통해 합리적인 해결책을 제시하거나 기업이 필요로 하는 기능적인 측면에서의 도움을 주는 서비스라고 정의하였고, 곽홍주·장용삼(2009)은 경영컨설팅이란 기업의 경영자가 경영상 발생하는 제반문제를 혼자서 해결하기 곤란하거나 많은 시간과 비용을 필요로 하는 경우 이에 대한 해결방안을 적기에 제시하는 일련의 자문활동이라고 정의하고 있다.

2008년도에 개정 시행된 한국표준산업분류(KSIC 9)에서는 경영컨설팅업(71531)을 신규 업종으로 구분 명시하면서 경영컨설팅업을 다른 사업체에게 사업경영 문제에 관하여 자문 및 지원하는 산업 활동으로 정의하였다.

중소기업 컨설팅산업백서(중소기업청, 2008)에서는 경영컨설팅이 기업경영상 여러 가지 문제점을 규명하고 해결할 수 있도록 실질적인 해결방안을 제시하고 그러한 해결방안들이 적기에 실시될 수 있도록 도와주는 행위라고 정의하고 있다.

본 연구에서는 컨설팅의 분야 중 경영컨설팅을 중심으로 연구를 진행할 것이며, 따라서 컨설팅에 대한 정의는 ‘2008 중소기업 컨설팅산업백서’에서 정의한 경영컨설팅의 정의로 규정하도록 하겠다.

배경화(2007)는 컨설팅의 필요성을 네 가지로 구분하여 제시하였다. 첫째, 선진기술과 신경영기법을 체득하는 데 컨설팅이 중요한 역할을 한다. 둘째, R&D 역량 증대를 통해 신제품, 신 생산기법을 개발하는 데 컨설팅이 자금과 인력을 효과적으로 지원하는 역할을 한다. 셋째, 경영전반에 대한 통합적인 능력을 향상하는 데 컨설팅이 중요한 역할을 한다. 넷째, 기업 외부의 국내외 경영환경이 급속도로 변화하고 있는 상황 속에서 컨설팅은 관련기술 및 경영 정보를 적기에 획득할 수 있도록 지원한다. 따라서 전문컨설턴트의 컨설팅과 자문이 필요하다고 하였다.

글로벌 경영환경 체제 아래에서 기업들은 생산성을 향상하거나 비용절감 등을 통하여 기업경쟁력을 제고하고 경쟁우위를 확보하기 위하여 전력을 기울이고 있다. 빠르게 변화하는 현재의 경영환경 아래에서 기업 경쟁력을 제고시키기 위한 지속적인 노력은 기업에게 생존을 위한 선택사항이 아닌 필수요인이 되었다. 신속하고 유연한 적응과 경쟁력을 확보하기 위한 비용절감, 생산성을 향상하기 위한 새로운 경영기법의 도입, 기업 전 부문에 걸친 혁신 활동의 추진 등이 컨설팅을 통해 보다 효율적으로 이루어질 수 있다. 또 컨설팅은 경쟁력 한계 기업에 해결기법을 전수함으로써 산업 전반에 걸친 효율성 증대에 기여할 수 있다(조운익, 2011).

Kubr(1997)는 일반적인 컨설팅의 목적은 조직의 추구 사항과 목적의 달성, 경영과 비즈니스 상 문제의 해결, 새로운 기회를 발견하고 활용, 학습을 증대, 변화를 실행 등 다섯 가지로 나누어 볼 수 있다고 하였다. 컨설팅은 고객 조직의 추구 가치를 증대시켜야 하며 고객이 설정한 주요 목적 달성에 가시적이고 측정 가능하도록 공헌을 해야 한다는 것이다. 이러한 목적 달성을 위한 하위개념은 다음과 같다.

첫째, 경영과 비즈니스상의 문제 해결이다. 컨설팅은 경영과 비즈니스의 다양한 영역들과 관련한 문제들의 확인과 진단을 통해 해결방안에 대한 전문적인 도움을 제공하는 것이다.

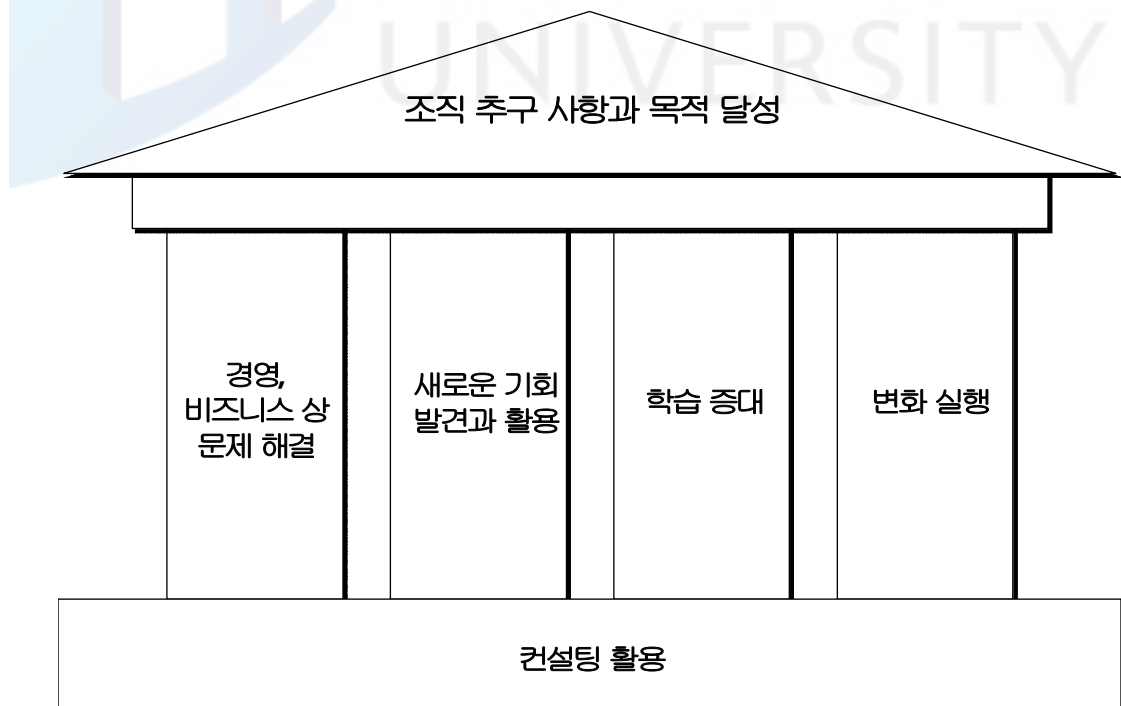
둘째, 새로운 기회의 발견과 활용이다. 고객은 새로운 기회를 발견하고 활용하기 위한 목적으로 컨설턴트 활용을 더 선호 한다. 컨설팅을 필요로 하는 고객은 사업상 특정 영역이나 부문에서 시장을 선점하거나 조직 혁신, 개선

등을 추진할 수 있는 정보, 아이디어를 원하고 있다. 고객들은 새로운 시장과 제품에 대한 전망, 정보, 현재 및 잠재 고객들의 성향, 기업 성장에 필요한 기술이나 자금의 확보, 기업이 필요로 하는 인재 확보 등 많은 영역에서 정보를 필요로 하고 있기 때문에 컨설팅은 이런 필요들을 충족시킬 수 있도록 해야 한다.

셋째, 학습의 증대이다. 고객은 조직에게 새로운 능력을 배양해주고 컨설턴트와의 공동 작업을 통해 기술 또는 경험을 학습할 수 있는 기회를 원하고 있으므로 컨설팅은 이러한 기회들을 제공할 수 있어야 한다.

넷째, 변화의 실행이다. 고객은 컨설턴트가 변화관리자로서 기능하기를 원하고 있다. 복잡 다양한 경영환경 변화에 대응해 기업이 생존을 넘어 지속적인 발전을 위한 변화의 필요성에 대해 고객 조직이 이해하고 함께 변화하며 지속적인 변화 추구를 위한 역할과 기여를 컨설팅에 기대하고 있다.

즉, 고객은 조직의 추구 사항과 목적의 달성을 위하여 경영과 비즈니스 상 문제를 해결하고 새로운 기회를 발견, 활용하며 학습을 증대시키고 변화를 실행하기 위하여 컨설팅을 활용한다는 것이다.



<그림 2-1> 일반적인 컨설팅의 목적

2.1.2 경영컨설팅의 역사 및 현황

2.1.2.1 세계 컨설팅 산업 동향

세계 컨설팅 산업은 1926년 맥킨지社가 설립되어 제임스 맥킨지의 내부 개선을 위해 활용하던 경영컨설팅 서비스를 전문적인 서비스 개념으로 발전 시키면서 시작되었다. 1930년대 이후 약 70년 간 전문 서비스 컨설팅 기업들이 출현하였으며, 현재 경영 컨설팅社들은 다국적 기업으로 성장했고, 컨설팅 기법을 개발하면서 사업영역을 확장해 나아가고 있다(중기청, 2008).

세계 컨설팅 산업의 역사에서 시기별로 주요한 사건들을 살펴보면 먼저 1920년대 이전 시기는 컨설팅이 태동한 시기로 주요 사건으로는 Taylor의 과학적 관리론이 시간에 대한 과업을 수행한 것을 꼽을 수 있다.

1920~1940년대 시기는 경영컨설팅 산업의 성장을 추동한 시기로 주요 사건으로는 1929년 미국의 주식시장이 붕괴하면서 대공황이 발행하였고, 미국에서 Glass-Steagall Banking Act가 발효되어 상업은행 업무와 투자은행 업무가 분리되었다.

1950~1960년대 시기에는 미국에서 Anti-Trust Law(반 독과점법)이 발효되어 IBM 등 독과점 기업이 쇠락하였고, 회계업무가 감소하여 대형 회계법인들이 새로운 사업 영역으로 컨설팅 산업에 진입하면서 컨설팅 경계의 파괴가 이루어졌다.

1970~1980년대 시기에는 하버드 경영스쿨 등 학계와 맥킨지, 우즈알란 등 컨설팅 산업계가 연합하면서 컨설팅 기법의 눈부신 발전이 이루어졌다.

1990년대 이후 시기는 Gramm-Leach-Bliley Act가 발효되어 투자은행 업무와 상업은행 업무의 겸업이 허용되었고, Enron의 부정 회계 사건이 발생하였으며 Clark를 필두로 하는 비판 컨설팅이 대두되었고, 대형 회계법인들이 컨설팅 산업에서 철수하면서 컨설팅 산업의 재편이 이루어졌다(최창호, 2014).

<표 2-3> 해외 경영컨설팅 산업 역사 요약

시기	주요 사건
1920년대 이전	- 경영컨설팅 태동기 - Taylor의 과학적 관리론: 시간에 대한 과업을 수행
1920~1940년대	- 경영컨설팅 산업 성장 추동 - 1929년 미국의 주식시장 붕괴에 따른 대공황 발생 - 미국에서 Glass-Steagall Banking Act 발효되어 상업은행 업무와 투자은행 업무 분리
1950~1960년대	- 경영컨설팅 경계의 파괴 - 미국에서 Anti-Trust Law(반 독과점법) 발효로 IBM 등 독과점 기업 쇠락 - 회계업무 감소로 대형 회계법인들이 새로운 영역을 탐색하여 경영컨설팅 산업 진출
1970~1980년대	- 경영컨설팅 기법의 눈부신 발전 - 학계(하버드 경영스쿨)와 실무계(맥켄지, 우즈알란 등)의 연합전선 형성
1990년대 이후	- 경영컨설팅 산업의 글로벌화 - 미국에서 Gramm-Leach-Bliley Act 발효되어 투자은행 업무와 상업은행 업무의 겸업을 허용 - Clark를 필두로 한 비판 컨설팅 대두 - Enron 부정 회계 사태 발생 - 미국에서 Sarbanes-Oxley Act 발효: Glass-Steagall Banking Act의 신 버전 - 대형 회계법인의 컨설팅 산업 철수로 경영 컨설팅 산업의 재편이 이루어짐 - 현재는 회계법인 기반 및 정보기술 기반 컨설팅이 주류를 이룸

중소기업청(2008)에서 발간한 컨설팅산업백서에서 세계 컨설팅시장은 2007년 3,000억 달러, 2008년 3,200억 달러 시장 규모를 형성하는 것으로 나타났다. 이는 2006년의 2,700억 달러와 비교하여 약 19%가 증가한 규모이며, 연평균 약 7%의 성장세가 꾸준히 지속될 것으로 예상하면서 향후 컨설팅시

장 규모는 지속적으로 성장할 것이라고 전망하였다.

세계 컨설팅 시장규모가 증가하는 이유는 첫째, 긴 침체 기간을 거치는 과정에서 수요기업들이 비용 관리를 이유로 컨설팅을 기피해 왔었지만, 성장전략의 추구로 관심을 전환함으로써 IT예산 등이 증대하면서 수요가 증가하고 있다. 둘째, 글로벌화가 확대되어 거래 비용이 감소하고 접근의 편리성이 높아지면서 지역화와 글로벌화, 중심화와 분산화에 관한 경영전략 결정과정에서 기업 간 경쟁의 심화가 야기되면서 컨설팅의 수요가 증가하고 있다. 셋째, 사업 확대, 신사업 분야 진출 등의 목적에서 M&A가 보편적으로 활용되면서 보다 효율적이고 안정적인 M&A를 위한 요구에서 컨설팅 수요가 증가하고 있다. 넷째, 수요기업의 성장에 대한 관점이 HR 관리를 통한 효율성 극대화로 전향되면서 조직의 구조, 리더십, 인사관리 등의 효율성이 성과로 나타나게 할 수 있도록 효율적으로 관리하기 위한 HR 컨설팅의 수요가 증가하고 있다고 하였다.

2.1.2.2 국내 컨설팅 산업 동향

국내 컨설팅 산업은 1950년대에 처음 시작(정광수, 2014)되었으나, 경영컨설팅 개념은 1980년대 초에 처음 도입되었고 1990년대 말 외환위기 시기에 구조 조정 차원에서 경영컨설팅이 적극 활용되면서 본격적으로 활성화되기 시작하였다. 1990년대 후반에 들어 국내의 경영컨설팅 시장은 IMF 경제위기로 인해 사회 전 부문에서 구조조정이 본격화되면서 민간 영역에서 많은 관심을 받게 되었던 것이다(장성익, 2014).

컨설팅이 본격적으로 활성화되기 20여 년 전인 1978년에 우리나라에서는 기업의 경쟁력을 향상시키고, 경영합리화 및 기술혁신을 촉진하며, 중소기업 육성정책의 원활한 수행과 국민경제 발전에 기여함을 목적으로 『중소기업진흥법』을 제정하고, 경영·기술지도사 자격을 시행하여 중소기업에 대한 진단, 지도 업무를 수행하도록 하였다.

외환위기 극복 시기에는 중소기업 지원정책으로 컨설팅 지원 방안이 마련되어 쿠폰제 경영컨설팅을 시행하였고, 높은 성장성으로 시장을 선도하는 중

소기업과 벤처기업을 중심으로 본격적이며 체계적인 컨설팅 시장의 기반이 마련되기 시작하였다(김광용·김명섭·이채언·이용희, 2008)

기업들은 경쟁력을 강화하고 기업 체질을 개선하기 위해 전문 컨설팅사를 통한 혁신활동 실행으로 내부역량을 강화하고 리스크를 관리하기 위한 방안 모색을 시작하였다. 이 시기에 자금 여유가 있는 중소기업들에게도 컨설팅에 대한 인식 확산이 이루어지기 시작하였고, 최근 들어서는 소기업 뿐 아니라 창업기업들까지도 컨설팅을 추진하거나 계획하고 있다(정광수, 2014).

국내의 많은 중소기업들이 지식서비스로서 컨설팅을 접하게 된 것은 오래 되지 않았으며, 컨설팅에 대한 개념을 명확하게 인식하지 못하는 경향이 높지만 컨설팅산업을 정부 정책 차원에서 적극 육성하고 있어 정부 지원정책을 통해 컨설팅 서비스를 활용할 수 있는 가능성이 높아지고 있다.

컨설팅산업백서(중소기업청, 2008)는 <표 2-4>와 같이 우리나라 컨설팅 산업 발전사의 시기별 특성을 요약하였다.

1950~1980년대 초까지 시기는 컨설팅 산업 초기 시기로 산업화시대에 맞는 산업교육, 생산관리, 인증컨설팅 등이 주요하게 이루어졌고, 생산성본부(1957년), 능률협회(1962년), 표준협회(1962)와 같은 정부 주도로 설립된 기관에서 컨설팅 서비스를 제공하였다.

1980년대 중반~1997년 시기는 경영컨설팅이 도입된 시기로 앤더슨(1986년), 맥킨지&컴퍼니(1991년) 등 다국적 컨설팅사들이 우리나라 시장에 진출하면서 우리나라에 경영컨설팅 개념이 도입되었다.

1998년~1999년 시기는 구조조정 특수 시기로 외환위기 극복을 위하여 대기업의 구조조정 컨설팅이 주도적으로 실행되었고, 네모파트너스, N-Platform 등과 같은 국내 토종 컨설팅사들이 출현하였다.

2000년~2002년 시기는 정보기술 특수 시기로 전 세계적으로 IT 산업이 약진하면서 관련 컨설팅이 활발하게 이루어지면서 IT 컨설팅사들이 약진하였다.

2002년~현재 시기는 성장전략 특수 시기로 국내 대기업들이 성장전략 찾기에 집중하면서 전략 컨설팅이 성황을 이루면서 보다 전문화되고 독립적인 컨설팅사들이 출현하고 있다.

<표 2-4> 국내 컨설팅 산업 발전사

시기	'50~'80년 초	'80 중반~'97	'98 ~ '99	'00 ~ '02	'02 ~ 현재
시기 특성	초기	경영컨설팅 도입	구조조정 특수	정보기술 특수	성장전략 특수
컨설팅 회사	생산성본부 능률협회 표준협회	앤더슨, 맥킨지 &컴퍼니 등 다 국적 컨설팅사 의 한국 진출	국내 컨설팅사 출현 네모파트너스, N-Platform 등	IT 컨설팅사의 약진	보다 전문화, 독립적인 컨설팅 회사 출현
서비스 종류	산업교육 생산관리 인증 컨설팅 등	외국 컨설팅사 한국시장 진출 로 경영컨설팅 개념 도입	IMF 중 대기업 구조조정 컨설팅 실행	세계 IT 산업 약진으로 관련 컨설팅 실행	국내 대기업들 의 성장전략 찾 기에 전략 컨설팅 성황

국내 컨설팅시장은 외국계 글로벌 컨설팅사, 글로벌 컨설팅사의 임원 출신들이 독립해 설립한 중견 컨설팅사, 그리고 순수 국내 인력으로 이루어진 중소 컨설팅사로 구성되어 있다. 양적인 측면에서는 중소 컨설팅사의 숫자가 많지만 매출액과 컨설팅 규모 측면에서는 대부분 글로벌 컨설팅사가 시장을 점유하고 있으며, 브랜드 인지도, 컨설팅 성과, 자원력 등 거의 모든 측면에서 글로벌 컨설팅사가 국내 중소 컨설팅사보다 우위에 있는 것이 현실이다. 외국계 글로벌 컨설팅사는 1990년대 초반 이후 맥킨지를 필두로 약 60여개 사가 국내시장에 본격적으로 진출해 있으며, IMF를 계기로 국내의 컨설팅시장을 선점한 후 지금까지 주도해 오고 있다(컨설팅산업백서, 2008).

2.1.3 경영컨설팅의 특성 및 유형

2.1.3.1 경영컨설팅의 특성

경영컨설팅의 일반적인 특성은 크게 전문성, 사업성, 고객지향성의 세 가지로 볼 수 있다(김후진·전외술, 2014). 전문성이란 문제해결 능력을 의미한다.

문제해결 능력은 컨설팅에서 가장 중요한 요소로 고객이 컨설팅 결과에 대해 타당성과 신뢰성을 결정짓게 한다.

사업성이란 전문서비스로서의 상품적 가치를 의미한다. 컨설팅은 사회복지와 같은 비영리조직의 분야가 아니다. 컨설팅은 영리적 목적에서 수행되므로 컨설팅 조직이나 개인은 그들이 지닌 전문성을 바탕으로 사업을 영위하고 발전시켜 나가야 하며, 고객은 컨설팅사로부터 제공받은 컨설팅에 대하여 대가를 지불해야 한다.

고객지향성은 서비스 정신을 의미한다. 고객과의 관계에서 컨설팅은 여타의 사업과 같이 투철한 고객 지향적인 서비스 정신이 요구된다. 컨설팅은 고객이 지닌 문제와 고충을 충분하게 이해하고 고객의 만족을 위해 최선을 다해야 하며, 컨설팅 결과물의 효용가치가 극대화 될 수 있도록 고도의 전문성과 윤리성을 발휘할 수 있어야 한다.

<표 2-5> 경영컨설팅의 특성

특성	개념 요약
전문성	문제해결 능력을 의미 컨설팅에서 가장 중요한 것은 문제해결 능력이며, 고객이 컨설팅 수행결과에 대한 타당성과 신뢰성을 결정하는 요소임
사업성	전문서비스로서의 상품적 가치를 의미 컨설팅은 영리 목적에서 수행되므로 사회복지와 같은 비영리조직의 업무 영역과는 다름 컨설팅 조직이나 개인은 그들의 전문성을 바탕으로 사업을 영위하고 발전시켜 나가야 하는 영리적 목적을 띄게 되므로 그들이 제공하는 컨설팅은 전문서비스로서의 상품적 가치가 있어야 하며, 고객은 이들이 제공하는 컨설팅에 대가를 지불해야 함
고객지향성	서비스 정신을 의미 고객과의 관계에 있어 여타 사업과 마찬가지로 투철한 고객 지향적 서비스 정신이 요구됨 고객지향성은 고객의 문제와 고충을 충분히 이해하고 고객만족을 위해 최선을 다하는 것으로서, 컨설팅 결과의 효용가치를 극대화할 수 있도록 고도의 전문성과 윤리성을 발휘할 수 있어야 함

2.1.3.2 경영컨설팅의 유형

국내외의 선행연구에 따르면 경영컨설팅의 유형은 일반적으로 ‘컨설팅 수행 형태’, ‘컨설팅 수행 범위’, ‘컨설팅 수행내용’을 기준으로 구분할 수 있다.

중소기업 컨설팅 산업백서(중소기업청, 2008)에서는 컨설팅을 수행하는 형태를 기준으로 전문서비스, 자문서비스, 독립서비스, 일시적인 서비스, 상업적인 서비스로 구분하였다.

<표 2-6> 수행 형태에 따른 경영컨설팅의 유형

구 분	내 용
전문 서비스	연구와 경험을 바탕으로 문제의 원인을 진단하고, 그에 대한 적절한 해결책을 찾음. 따라서 의뢰인의 이익을 보호하고 증진하고자 하는 전문가로서의 윤리성이 필요함
자문 서비스	조언자로서의 역할 때문에 결과에 대한 직접적인 책임이 없음. 즉, 최종 의사결정자는 의뢰인에게 있으며, 컨설턴트의 책임은 컨설팅 수행내용의 품질과 완전성으로 한정됨
독립서비스	특정 회사 또는 특정 제품을 이롭게 하거나 다른 프로젝트를 수주하기 위해 편협적인 제안을 해서도 안 됨
일시적인 서비스	의뢰인 회사가 비록 자체적으로 전문인력을 보유하고 있더라도 업무를 접어두고 전적으로 참여하기 어려울 때에는 전담하여 문제를 해결할 수 있는 외부전문가를 활용하는 경우가 있음. 이 경우 컨설턴트는 의뢰인의 회사에서 한시적으로 컨설팅업무를 수행하며, 업무가 완료되면 그 조직에서 떠나게 됨
상업적인 서비스	컨설팅도 사업인 만큼 컨설팅 서비스를 제공하며 그에 상응하는 대가를 받아 재무적인 이익을 남겨야 함

전기수(2009)는 컨설팅 수행 형태를 기준으로 수행기간에 따라 단기종결 컨설팅과 장기지속형 컨설팅으로 구분하였고, 컨설팅 수행 범위를 기준으로 컨설팅 수행 내용에 따라 종합 컨설팅과, 부문별 컨설팅으로 구분하였다.

<표 2-7> 수행 기간과 범위에 따른 경영컨설팅의 유형

구 분		내 용
형 태 별	단기종결형 경영컨설팅	특정한 프로젝트를 수행하기 위하여 단발적이고 일시적인 계약에 의하여 수행하는 경영컨설팅
	장기지속형 경영컨설팅	장기간에 걸쳐 기업의 당면한 문제 해결을 위해 수행하는 컨설팅
범 위 별	종합 경영컨설팅	기업의 경영 전반에 걸쳐 종합적으로 수행하는 경영컨설팅
	부문별 경영컨설팅	기업이 필요로 하는 특정한 부문에 대하여 수행하는 컨설팅

Maister(1996)와 장영(1996)은 컨설팅 수행내용을 기준으로 컨설팅의 유형을 구분하였다.

Maister(1996)는 컨설팅을 고객 요구사항 복잡성에 따라 상급, 중급, 하급의 세 단계로 구분하였다. 상급은 고급 컨설턴트가 많이 투입되어야 하는 최상위 등급의 프로젝트라고 정의하면서 Brain이라고 명명하였다. 중급은 투입되는 컨설턴트의 수준, 업무량, 난이도가 평균정도 수준인 중간 등급의 프로젝트라고 정의하면서 Grey Hair라고 명명하였다. 하급은 업무 수준이 일반적, 보편화되어 있어 비교적 쉽게 해결할 수 있는 낮은 등급의 프로젝트라고 정의하면서 Procedure라고 명명하였다. Maister의 컨설팅 유형은 실무 경험 측면에서 논의된 정도에 불과해 과업을 수행하는 개인 단위의 업무분석에 주로 이용되고 있어 프로젝트 수준에서의 분석 단위로는 적합하지 않은 점이 있다(장성익, 2014).

장영(1996)은 컨설팅 도입 및 수행이 조직성과 또는 효율성 향상에 기여한다고 보아 컨설팅의 도입 및 수행이 조직변화나 혁신촉진의 수단이 되고 있다고 주장하였다. 이를 통해 혁신유형의 분류 차원에서 컨설팅 유형을 <그림 2-2>와 같이 네 가지 유형으로 분류하였다.

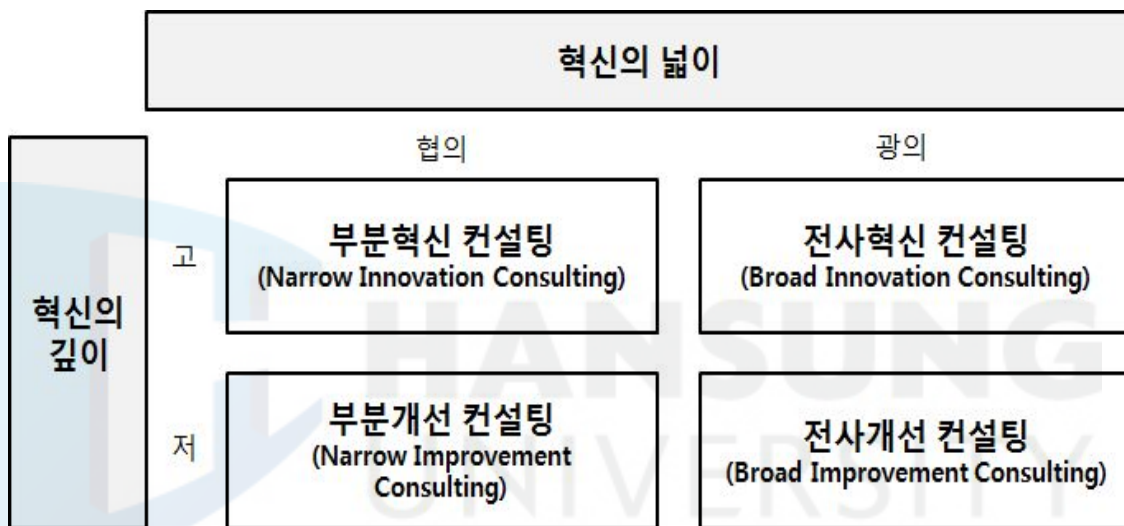
부분혁신 컨설팅은 대상 업무 영역이 좁아 특정분야나 기능에 한정되어 있으나, 기존의 업무수행과는 다르게 특정분야의 업무수행 활동에 근본적인 변화를 가져오는 것을 목적으로 하며, 변화의 정도가 대폭적이고 속도에 있어서

도 짧은 시간에 신속한 변화를 강조한다.

전사혁신 컨설팅은 대상 업무 영역이 넓으며 특정분야에 한정되지 않고 전사 혹은 여러 기능에 걸쳐 업무를 대상으로 한다.

부분개선 컨설팅은 대상 업무 영역이 좁아 특정분야나 기능에 한정되어 있으며 기존의 업무수행 활동을 조금씩 개량시켜 나가는 데 중점을 둔다.

전사개선 컨설팅은 대상 업무 영역이 넓으며 특정분야나 기능에 한정되어 있지 않고 전사 혹은 여러 기능에 걸쳐 있는 업무를 조금씩 개량시켜 나가는 데 중점을 둔다.



<그림 2-2> 수행 내용에 따른 경영컨설팅의 유형

2.2 내용분석의 개념

2.2.1 내용분석의 정의

내용분석은 다양한 의사소통 메시지를 체계적으로 수집하고 분석하는 것으로 의사소통 과정에서 발생하는 중요한 문제인 누가? 무엇을? 누구에게? 어떻게? 전달되며 그 효과는 무엇인가를 확인하고 분석하기 위해 개발된 방법이다. Berelson과 Lazasfeld는 『The analysis of communication』에서 메시지의 내용은 객관적, 체계적, 계량적인 방법을 통해서만 분석이 가능하다는

주장을 하면서 내용분석의 기본 개념을 정립하였고, 1952년에 Berelson의 『Content analysis of communication research』 출간을 계기로 하여 내용 분석 기법이 분석도구의 하나로 인정받게 되었다(오익근, 2000).

내용분석의 초보적인 연구로는 1888년 실험심리학자인 B. Bourdon을 들 수 있다. B. Bourdon은 감정상태와 언어의 성향 간의 관계를 연구하면서 언어학과 심리학 간의 방법론상 차이 도출을 시도하였다. 그리고 철학, 종교와 심리학 간의 구분을 위하여 성서의 내용분석을 시도했고 그 방법으로 중요 대목만 골라서 의미가 있는 어휘만 가지고 전보형식의 새로운 문장을 만들어 어휘들의 빈도수를 세고 그것을 통해 주제를 파악하고 주제를 분류하였다. 여기서부터 내용분석의 객관화 시도를 볼 수 있다(부정남, 1984).

T. Thomas는 1908년에 폴란드에서 이민 온 사람들이 새로운 문화에 적응하면서 발생하는 여러 가지 각종 문제들을 폴란드의 인류학자 Znanieckie와 협력해 인터뷰, 이민 온 사람들의 자서전적 이야기, 개인편지, 신문기사, 각종 회의 요약문 등과 같은 많은 자료들을 수집하여 이민자들의 태도와 가치관을 파악하는 연구를 수행하면서 처음으로 체계적인 내용분석을 실시하였다(부정남, 1984).

선행 연구자들이 내용분석에 대해 정의한 내용을 살펴보면 Berelson(1952)은 내용분석은 현재까지 나타나고 있는 대중매체의 내용을 객관화하여 체계적으로 수량화하기 위한 연구방법이라고 정의하였다.

Catwright(1953)는 내용분석은 코딩과 동의어로 인간의 기호적 행동을 객관적, 체계적, 수량적으로 기술하는 것이라고 정의하였다.

Kerlinger(1964)는 내용분석은 분석 또는 관찰방법으로, 인간 행동을 직접 관찰하거나 질문지 또는 인터뷰 방법으로 알아보는 대신에 그들이 생산한 커뮤니케이션의 내용을 분석해서 커뮤니케이션에 관한 연구문제를 해결하는 방법이라고 정의하였다.

Krippendorff(1980)는 내용분석은 어떤 자료로부터 그 문맥에 대한 묘사를 할 수 있고 타당한 증거를 만들어 내는 연구방법이라고 정의하였다.

Babbie & Carl(1986)은 내용분석은 잡지, 서적, 신문 등의 간행물을 대상으로 선정해 각각의 임의항목을 추출하고 분석하는 기법이라고 정의하였다.

오익근(2000)은 내용분석은 자료수집 방법이자 자료분석 방법으로 인간의 행태를 직접 관찰하거나 설문지와 인터뷰를 통하지 않고 조사자가 커뮤니케이션의 내용을 관찰 측정하는 방법이라고 정의하였다.

김관웅(2002)은 내용분석은 메시지가 지닌 특성을 객관적이고 체계적으로 검증함으로써 진의를 추론하는 기법이라고 정의하였다.

<표 2-8>에 선행 연구자들의 내용분석에 대한 정의 내용을 요약 정리하였다.

<표 2-8> 내용분석 개념 정의

연구자	내용분석 개념
Berelson(1952)	현재까지 나타나고 있는 대중매체의 내용을 객관화하여 체계적으로 수량화하기 위한 연구방법
Catwright(1953)	인간의 기호적 행동을 객관적, 체계적, 수량적으로 기술하는 것
Kerlinger(1964)	분석 또는 관찰방법으로, 인간 행동을 직접관찰하거나 질문지 또는 인터뷰 방법으로 알아보는 대신에 그들이 생산한 커뮤니케이션의 내용을 분석해서 커뮤니케이션에 관한 연구문제를 해결하는 방법
Krippendorff(1980)	어떤 자료로부터 그 문맥에 대한 묘사를 할 수 있고 타당한 증거를 만들어 내는 연구방법
Babbie & Carl(1986)	잡지, 서적, 신문 등의 간행물을 대상으로 선정해 각각의 임의 항목을 추출하고 분석하는 기법
오익근(2000)	자료수집 방법이자 자료분석 방법으로 인간의 행태를 직접 관찰하거나 설문지와 인터뷰를 통하지 않고 조사자가 커뮤니케이션의 내용을 관찰 측정하는 방법
김관웅(2002)	메시지가 지닌 특성을 객관적이고 체계적으로 검증함으로써 진의를 추론하는 기법

본 연구에서는 컨설팅 관련 국내 학술논문 분석을 통해 컨설팅의 연구 동향을 탐색하고자 하며, 내용분석에 대한 정의는 ‘오익근’의 정의와 ‘Babbie & Carl’의 정의를 토대로 ‘내용분석은 자료수집 방법이자 자료분석 방법으로 조사 또는 분석 대상의 행태를 직접 관찰하거나 설문지 또는 인터뷰를 통하지 않고 조사자가 조사 또는 분석 대상의 내용을 임의 추출하고 분석하는 기법’으로 규정하도록 하겠다.

2.2.2 내용분석의 강·약점

오익근(2000)은 문헌연구법이 아닌 다른 연구법으로는 탐구할 수 없는 주제이거나, 현실적 제약 때문에 다른 자료수집 방법보다 문헌연구가 더 효율적인 다음과 같은 경우에는 내용분석 연구방법을 적용한다고 하였다.

첫째, 역사적인 자료 또는 과거의 신문 사설을 분석하는 경우처럼 연구나 조사대상에 직접적으로 접근하는 것이 어렵고 문헌자료가 있을 때는 내용분석 방법을 적용한다.

둘째, 설문지법이나 면접법 등을 통해 자료를 수집했다라도 그것을 재확인하기 위해 응답자가 남긴 다른 자료를 분석할 경우에는 내용분석 방법을 적용한다.

셋째, 분석하고자 하는 자료의 양이 너무 방대할 경우에는 내용분석 방법을 적용한다.

김정근(1990)은 내용분석은 서적, 신문, 잡지 등의 간행물을 대상으로 선정해 각각의 임의 항목을 추출하고 분석하는 기법으로, 코딩된 항목의 개념화와 운용화 단계를 거치게 된다고 하였다. 추출되는 항목이 명백한 경우에는 그 단어의 수를 체크하면 되기 때문에 방법이 쉽고 신뢰성도 높은 반면 타당성은 낮다. 이와 반대로 추출되는 항목이 내재되어 있고 잠재적인 경우에는 그 단어의 빈도가 아니라 실제 내용을 파악해야 하는데, 이 과정에서 조사자의 주관적인 판단이 개입될 수 있기 때문에 신뢰성이 낮다. 따라서 빈도의 측정과 실제 내용 파악의 두 가지를 병행하는 것이 이상적인 방법이라고 하였다.

연구 방법에 있어 내용분석은 강점과 약점이 존재한다. 이월계(2010)는 내

용분석은 양적 분석과 질적 분석을 병행하고 있는데, 양적인 분석은 피상적인 내용을 설명하는 수준에서 그치고 있어 메시지의 본질을 파악하는 데 한계가 있고, 질적 분석에 치중하다 보면 연구자의 주관이 개입되므로 객관성에 문제가 생긴다고 하였다.

김정근(1990)과 오익근(2000)은 내용분석의 장점으로 다음과 같은 점들을 꼽았다.

첫째, 직접적으로 질문하는 것이 편견을 발생시킬 가능성이 있을 때 편견을 배제한 평가방법으로 적당하다.

둘째, 규정, 경제, 문화 등의 외부적 환경요인과 신용도, 호감도 등과 같은 정보원천의 특징이 메시지 내용에 미치는 영향을 평가할 수 있다.

셋째, 커뮤니케이션의 본질과 영향을 증명하는 연구결과를 낳게 하는 출발점으로 사용된다.

넷째, 시간과 비용을 절약할 수 있고 안전하며, 종적 분석이 가능하며 기존 자료에 영향을 미치지 않는다.

반면 단점으로는 다음과 같은 점들을 꼽았다.

첫째, 데이터의 수집, 분석, 해석 등에서 연구자의 편견이 작용하여 연구 결과의 일반성에 문제가 될 수 있으며, 탐색적 연구의 성격을 지니고 있어 이론을 적용하기 힘들다.

둘째, 내용분석에서 가장 중요한 것은 유목체계인데, 유목이란 내용분석을 위한 기준으로, 이 체계가 정확히 어떻게 구성되는가는 연구 주제와 문제에 따라 다르다.

셋째, 제한된 기존 자료만 분석한다는 점과 연구의 타당성이나 신뢰성에 세심한 주의를 요한다. 따라서 비교적 공식적인 자료를 이용하는 것이 좋다.

III. 연구 방법

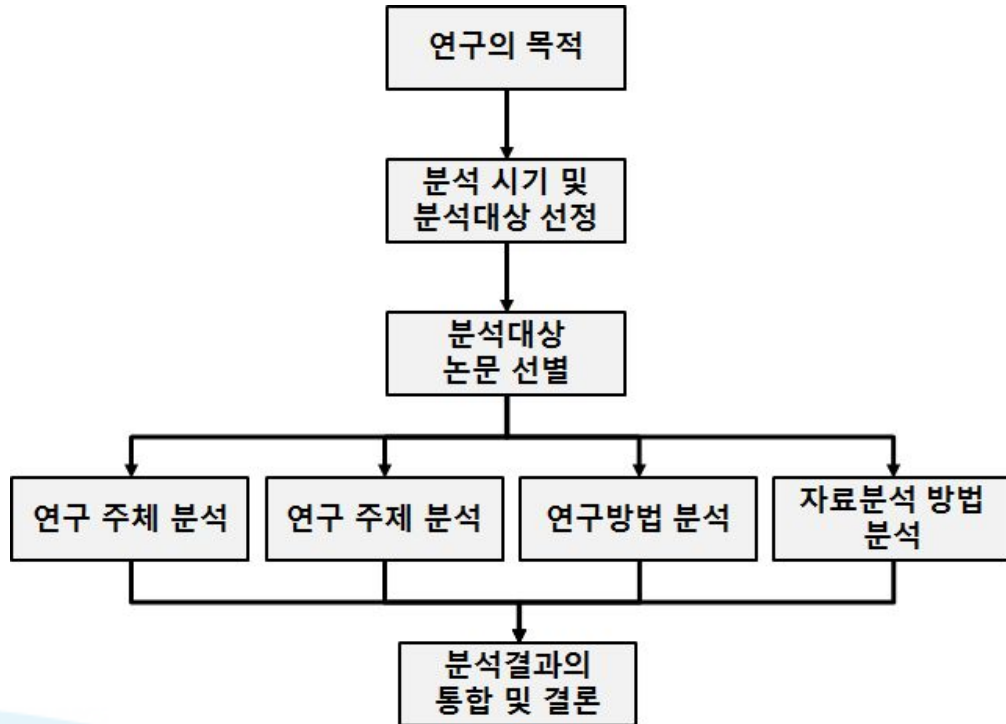
3.1 분석 체계

본 연구는 우리나라 컨설팅에 관한 연구동향을 분석하기 위하여 학술지에 게재된 논문을 대상으로 주요 연구 주제, 연구 주제, 연구방법, 자료분석 방법을 살펴보고자 하였다. 이에 따라 각각의 분석 기준을 고안하여 기준에 따라 분류하고 분석한 후 분석 결과를 논의하였다. 또 분석 결과를 바탕으로 이후 컨설팅 연구의 질적 성장을 위한 방향 및 시사점을 논의하였다.

김용준 등(1999)과 Okoli and Schabram(2010)은 논문 내용의 분석에는 연구자의 주관의 개입될 가능성이 상당하므로 분석체계를 연구목적에 맞게 객관적, 체계적으로 구성하는 것이 연구의 관건이라고 하였다. Fink(2014)는 문헌 분석은 방법론을 따라 체계적(systematic)으로 구성되어야 하고, 수행절차가 명시적(explicit)으로 잘 설명되어 있어야 하며, 관련 자료가 모두 포함될 수 있도록 범위가 포괄적(comprehensive)이어야 하고, 동일한 방법을 적용했을 때 동일한 결과가 재생산(reproducible) 가능할 수 있어야 한다고 하였다.

본 연구에서는 우리나라 컨설팅 관련 연구동향 분석을 위해 <그림 3-1>과 같은 5단계의 체계적이고 명시적인 분석체계를 수립하였다.

첫 번째 단계는 본 연구의 목적과 연구의도를 명확히 하였다. 본 연구는 국내 학술지에 게재된 컨설팅 관련 연구를 중심으로 우리나라 컨설팅 관련 연구동향을 파악하고, 이를 통해 컨설팅 연구의 특징과 시사점을 논의하는 데 연구의 목적이 있음을 명확히 하였다. 두 번째 단계에서는 컨설팅 관련 연구동향의 분석시기와 분석 대상을 선정하기 위한 기준과 범위를 명확히 명시하였다. 세 번째 단계에서는 분석 대상 논문을 검색하고 선별하였다. 네 번째 단계에서는 연구 주제 분석, 연구 주제 분석, 연구방법 분석, 자료분석 방법 분석 등의 분석항목을 수립하였다. 마지막 다섯 번째 단계에서는 분석항목에 따른 결과를 종합하여 컨설팅 관련 연구의 질적 성장 방향과 시사점을 도출하였다.



<그림 3-1> 연구동향 분석 체계

3.2 분석 대상

연구동향을 파악할 수 있는 연구물은 학술논문, 학위논문, 단행본, 연구보고서, 관련 세미나 및 포럼자료 등 여러 가지가 있다. 그 중에서 학문의 연구동향을 가장 집약적이고 두드러지게 보여주는 가장 대표적인 연구물은 학술지라고 할 수 있다(한승희, 2001; 최윤정, 2005). 따라서 본 연구에서는 컨설팅과 관련된 학술논문 분석을 통해 우리나라 컨설팅 관련 연구동향을 종합적으로 분석하였다.

컨설팅과 관련한 논문은 다양한 학문에서 진행되고 있고, 다양한 학술지에서 게재되고 있기 때문에 본 연구에서는 특정 학술지를 대상으로 선정하지 않고 국내에서 발행되고 한국연구재단(KCI) 등재(후보) 학술지를 비롯한 일반 학술지 전체를 대상으로 분석을 실시하였다.

본 연구의 분석대상 논문은 2000년부터 2015년 8월까지 컨설팅을 주제로 연구한 학술논문 136편을 대상으로 하였다. 분석대상 논문의 도출 방법은 다음과 같다.

첫째, 검색엔진을 활용하여 컨설팅 관련 학술논문을 검색하였다. 검색엔진은 한국교육학술정보원(KERIS)의 학술연구정보서비스 사이트(www.riss.kr), 누리미디어의 DBpia 사이트(www.dbpia.co.kr), 한국학술정보(Kiss)의 한국정보서비스시스템 사이트(kiss.kstudy.com)를 이용하였고, 검색어는 세 개의 사이트 모두에서 “컨설팅”으로 지정하여 검색하였다.

둘째, 컨설팅 관련 연구 논문을 검색한 결과 학술연구정보서비스에서 2,450편, 디비피아에서 1,244편, 한국정보서비스시스템에서 636편으로 확인되어 총 4,330편이 검색되었다.

셋째, 검색된 학술논문 중 제목을 통해 1차 스크리닝하여 동일 연구의 중복을 제외하였고, 연구 제목에 나와 있는 주제어를 중심으로 본 연구 내용과의 관련성 여부를 파악하여 분석 대상에 포함하거나 배제하는 2차 스크리닝 단계를 거쳤다.

넷째, 2차에 걸친 스크리닝을 통해 확보한 연구 논문들을 본 연구자가 직접 연구 내용을 일일이 검토하여 최종적으로 분석 대상 학술논문을 확보하였다.

최종적으로 선정한 분석 대상 논문 편수를 요약한 내용은 <표 3-1>에 제시하였다.

<표 3-1> 분석 대상 학술 논문

학술기관	학술지명	논문 편 수
공주대학교 경영컨설팅연구소	경영컨설팅리뷰	3
국제e비즈니스학회	e비즈니스연구	1
국제거래법학회	국제거래법연구	1
대한경영학회	대한경영학회지	3
대한산업공학회	대한산업공학회지	1
대한회계학회	회계연구	2
디자인융복합학회	디자인융복합연구	1
산업경제학회	산업경제연구	2
서비스경영학회	서비스경영학회지	1
승실대사회과학연구소	사회과학논총	1

학술기관	학술지명	논문 편 수
아시아디지털아트앤디자인학회	아시아디지털아트앤디자인국제저널	1
전주대학교	학술논문집	1
(주)LGCNS	정보기술엔트루저널	1
진주산업대학교 농업기술연구소	농업기술연구소보	1
충남대농업과학연구소	농업과학연구	2
한경대학교	학술논문집	1
한국HCI학회	학술대회논문집	1
한국IT서비스학회	한국IT서비스학회지	1
한국경영과학회	경영과학	2
한국경영정보학회	정보시스템리뷰	2
한국경영컨설팅학회	경영컨설팅연구	19
한국고객만족경영학회	고객만족경영연구	1
한국관세학회	관세학회지	2
한국국제경영관리학회	국제경영리뷰	1
한국기업경영학회	기업경영연구	1
한국기업교육학회	기업교육연구	1
한국기초조형학회	기초조형학연구	1
한국농산업교육학회	농업교육과 인적자원개발	1
한국농업정책학회	농업경영정책연구	1
한국농촌경제연구원	농촌경제	2
한국농촌지도학회	농촌지도와 개발	4
한국디자인문화학회	한국디자인문화학회지	2
한국디자인지식학회	디자인지식저널	2
한국디자인트렌드학회	한국디자인포럼	1
한국디자인학회	디자인학연구	5
한국디지털디자인협의회	디지털디자인학연구	2
한국디지털정책학회	디지털융복합연구	25
한국벤처창업학회	벤처창업연구	2
한국비교사법학회	비교사법	1
한국산업경영학회	경영연구	1

학술기관	학술지명	논문 편 수
한국산학기술학회	한국산학기술학회논문지	2
한국상업교육학회	상업교육연구	1
한국생산성학회	생산성논집	4
한국서비스경영학회	서비스경영학회지	5
한국세무회계학회	세무회계연구	1
한국소비자원	소비자문제연구	1
한국수산경영학회	수산경영논집	1
한국유통경영학회	유통정보학회지	1
한국 의사결정학회	의사결정학연구	1
한국전문경영인학회	전문경영인연구	1
한국조리학회	한국조리학회지	1
한국중소기업학회	중소기업연구	3
한국직업교육학회	직업교육연구	1
한국창업학회	한국창업학회지	2
한국콘텐츠학회	한국콘텐츠학회논문지	1
한국품질경영학회	품질경영학회지	2
한국회계정보학회	재무와회계정보저널	1
한독경상학회	경상논총	1
한독사회과학회	한독사회과학논총	1
한양대학교 교육공학연구소	학습과학연구	1
총 계	136	

3.3 연구 방법

개별 연구물들을 종합하고 분석하는 연구는 기존 연구물들의 양적 통합과 질적 종합하는 노력을 통해 학술적으로도 검증된 지식을 축적할 수 있으며(장덕호·신인수, 2011), 기존 연구의 연구 영역과 현상에 대한 결과로부터 지식을 축적하고, 보다 확정적인 결론 및 새로운 해석의 가능성 등을 도출할 수 있다(나장함, 2008).

개별 연구물 다수를 통합하여 종합적으로 분석하는 방법에는 크게 정량적 접근과 정성적 접근 방식이 있다. 정량적 접근 방식의 대표적인 예로는 하나의 독립변인에 대해 종속 변인이 유의한 차이를 보이는가를 검정하는 투표식 방법(The Voting Method)과 실증적 연구물의 결과에서 효과크기를 산출하여 보다 정밀하게 결과를 분석하는 메타분석(Meta-Analysis)이 있다(이병식·김혜림·공희정·박혜경·진민경, 2012). 정성적인 방법의 대표적인 예로는 연구결과들의 문헌리뷰를 통해 연구 결과들을 연도순에 따라 이야기로 기술하면서 의미 있는 정보를 추출하는 전통적인 내러티브 고찰이 있다(장덕호·신인수, 2011).

본 연구에서는 정량적 접근 방식인 메타분석을 통해 연구 주제 분석, 연구 방법 분석, 자료분석 방법 분석을 하였다. 분석 대상 논문들은 시기별, 연구 주제별, 연구방법별, 자료분석방법별 분석 기준에 따라 각 논문들이 해당하는 영역으로 분류하였다.

일반적으로 내용분석에서 한 논문이 복수의 영역에 해당되는 경우에는 여러 영역에 동시에 분류하여 빈도를 계산하는 방법과 논문의 핵심적인 영역을 선정하여 대표 영역으로 분류하는 방법이 있다(박민정·성열관, 2012). 본 연구에서는 논문의 연구 주제가 혼합된 경우에는 연구목적과 결론을 중심으로 세밀히 검토하여 가장 적절한 하나의 영역으로 분류하였다. 논문의 연구방법과 자료분석방법이 혼합된 경우에는 각각의 영역에 동시에 분류하여 빈도를 계산하였다. 또 대상 논문을 선정하고 분류의 틀을 마련하고 분류하는 과정에서 연구자의 주관성이 반영될 수 있는 가능성을 최소화하기 위한 노력으로 4차례에 걸친 분류작업과 지도교수의 검토과정을 거쳤다.

3.4 분석 기준

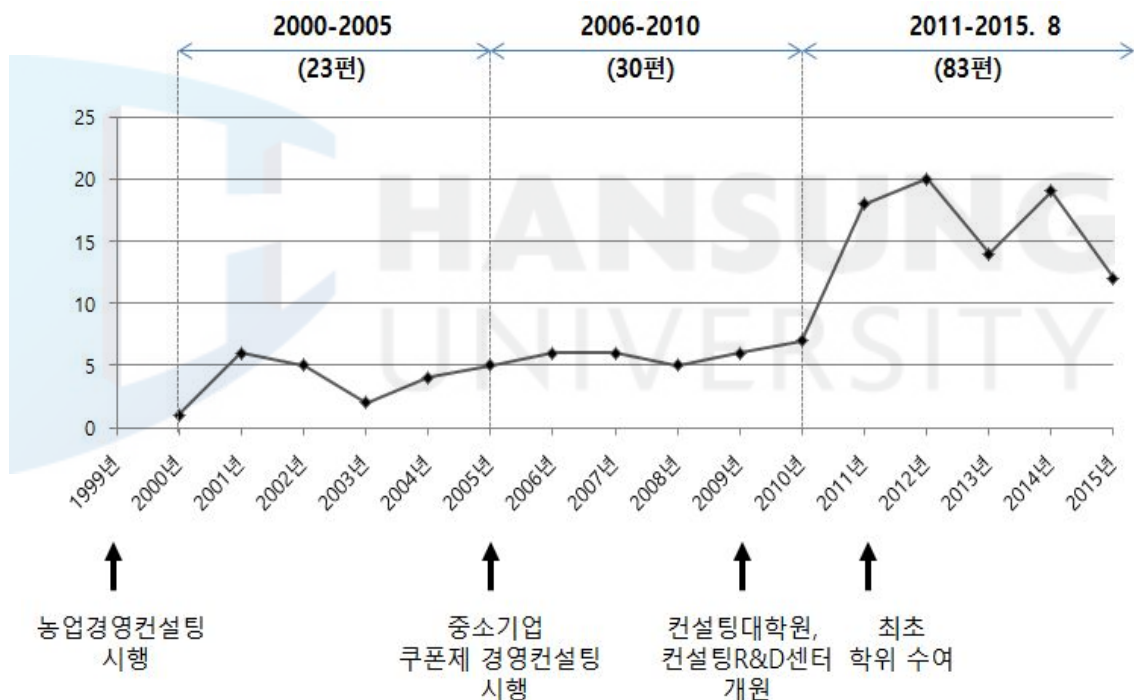
3.4.1 분석 시기 구분

본 연구의 분석 대상 시기는 2000년부터 2015년 8월까지이다. 본 연구의 분석에 있어서는 분석 대상 시기를 단순히 연도별로 구분하지 않고 컨설팅 산업과 컨설팅 연구에 영향을 미친 특징적인 이벤트가 있었던 해를 기준으로

하여 <그림 3-2>와 같이 2000년부터 2005년까지, 2006년부터 2010년까지, 2011년부터 2015년 8월까지의 3시기로 분석 대상 시기를 구분하였다. 이러한 구분에는 다음의 사항들을 주요하게 고려하였다.

첫째, 우리나라 컨설팅 산업의 발전에는 정부의 정책이 크게 영향을 미치고 있음을 고려하였다. 1999년 농업컨설팅 지원 정책을 수립·시행한 후 지속적으로 지원 정책이 시행되고 있다.

둘째, 학술논문이 게재되는 시점이 지니는 특성을 고려하였다. 학위논문과 달리 학술논문은 실제 연구가 수행된 시점과 학술지에 게재되어 발표되는 시점에 차이가 발생한다. 학술논문 연구의 수행 시점과 학술지를 통한 출판 시점은 적어도 1년 이상의 시간 지연이 발생하게 된다.



<그림 3-2> 연구동향 분석을 위한 시기 구분

첫 번째 시기인 2000년부터 2005년까지의 시기는 정부 정책으로 농업경영컨설팅이 처음으로 시행된 해인 1999년을 기점으로 학술논문 연구 수행 시점과 학술지를 통한 출판 시점 간 시간 지연을 고려하여 2000년을 기준으로 설정하였다.

두 번째 시기인 2006년부터 2010년까지의 시기는 중소기업을 대상으로 쿠파콘제 경영컨설팅 지원사업이 처음 시행된 2005년을 기점으로 학술논문 연구 수행 시점과 학술지를 통한 출판 시점 간 시간 지연을 고려하여 2006년을 기준으로 설정하였다. 이 시기에는 우리나라 컨설팅 산업과 연구 활성화를 위한 대표적인 정책 중 하나인 컨설팅대학원과 컨설팅R&D센터가 설립되기도 하였다.

세 번째 시기인 2011년부터 2015년 8월까지의 시기는 컨설팅대학원에서 최초로 석·박사 학위 수여가 이루어진 2011년을 기준으로 설정하였다. 컨설팅대학원은 2009년에 2개의 학교가 정부 지원을 받아 처음 설립되었으나 학위가 수여되기 위해서는 2년 이상의 시간이 소요되어 2011년부터 본격적으로 학위 수여자가 발생하였고, 컨설팅대학원이 처음 설립된 2009년과 2011년 사이에는 3년의 시간 차이가 있어 학술논문 연구 수행 시기와 학술지를 통한 출판 시점 간 시간 지연은 고려하지 않았다. 또 2011년부터는 정부 지원을 받는 2개의 컨설팅대학원이 추가로 설립되기도 하였다.

3.4.2 연구 주제 영역 분석 구분

연구 주제에 따른 분석은 현재 활발하게 진행되고 있는 연구 분야를 파악하여 연구가 더 진행되어야 할 부분을 확인 하는 등 전략적 시사점을 효과적으로 찾아볼 수 있는 유용한 분석 방법이다. 즉, 연구자들의 주된 관심 분야나 전체적인 연구의 분위기와 추세를 확인할 수 있다.

Michael Mohe·Stephanie Birkner·Jost Sieweke(2009)는 1990년에서 2008년까지 19년 동안 학술지에 게재된 경영 또는 비즈니스 컨설팅에 초점을 둔 논문 167편을 분석한 연구에서 ① 컨설팅 영역의 역사적, 지리적 발전, ② 컨설팅 성공/성과의 요인, ③ 컨설팅의 기능(역할), ④ 경영컨설턴트 관리/교육, ⑤ 고객-컨설턴트 관계, ⑥ 컨설턴트/고객의 역할, ⑦ 구매(선택과 평가 포함), ⑧ 컨설팅사의 기업특성, ⑨ 국제화, ⑩ 지식 경영 저장/공유, ⑪ 정체성/인지, ⑫ 컨설팅 도구, ⑬ 반응/대답, ⑭ 컨설팅 실천, ⑮ 기타(윤리 등)의 15가지 영역으로 구분하였다. 국내에서는 컨설팅 관련 연구동향을 분석한 선

행 연구가 이루어지지 않아 찾을 수 없었다.

따라서 본 연구에서는 136편의 분석 대상 학술논문을 본 연구자가 직접 일일이 연구 목적, 연구 방법, 연구 결과를 분석하여 핵심적인 내용을 도출하고 범주화하여 연구 주제 영역 분석 기준을 수립하였다. 분석 대상 136편의 학술논문을 내용 분석하여 논문의 키워드를 도출한 후 이를 중심으로 종합적인 주제별 분류를 진행하였다. 이런 주제별 분류 작업은 4차에 걸쳐 재검토가 이루어졌다.

그 결과 본 연구에서의 연구 주제 영역 분석 기준으로는 ① 컨설팅 활성화/발전방안에 관한 연구, ② 컨설팅 성과(측정) 요인에 관한 연구, ③ 컨설팅의 역할에 관한 연구, ④ 컨설턴트의 양성/교육에 관한 연구, ⑤ 고객과 컨설턴트의 관계에 관한 연구, ⑥ 컨설턴트의 역할에 관한 연구, ⑦ 컨설팅 구매결정 요인에 관한 연구, ⑧ 컨설팅사의 기업특성에 관한 연구, ⑨ 컨설팅 방법론에 관한 연구, ⑩ 기타의 10개 주제가 선별되었다. 본 연구에서 분류한 주요 키워드와 연구 주제 영역 분류 체계는 <표 3-2>와 같다.

<표 3-2> 분석 대상 주요 키워드와 연구 주제

주요 키워드	연구 주제
컨설팅 수용, 정책지원, 발전방안, 활용도, 지원사업, 산업 경쟁력, 시장 효율성, 정책제언, 지원체계, 수준차이	컨설팅 활성화/발전방안에 관한 연구
품질, 평가 속성, 만족도, 고객만족, 기업가치, 만족 결정 요인, 수요자, 공급자, 고객가치, 역량, 경영자원, 핵심역량, 경영성과, 완성도, 고객충성도, 경쟁력제고, 사후관리, 기여도, 안정성, 신청 동기	컨설팅 성과(측정) 요인에 관한 연구
컨설팅 필요, 성장단계, 창업, 창업지원, 품질 향상, 효과 비교, 컨설팅 영향, 지식창출, 교육훈련 전이, 자문, 파급효과	컨설팅의 역할에 관한 연구
역량 모델, 교육과정 개발, 요구분석, 전문 컨설턴트, 교과목	컨설턴트의 양성/교육에 관한 연구
관계 만족, 장기 관계 지향	고객과 컨설턴트의 관계에 관한 연구

주요 키워드	연구 주제
상호작용, 퍼포먼스, 수행분석, 주도성, 배려	컨설턴트의 역할에 관한 연구
인카운터, 구매변수, 구매결정, 구전의도, 전문성	컨설팅 구매결정요인에 관한 연구
기업 특성, 컨설팅사, 컨설팅 능력	컨설팅사의 기업특성에 관한 연구
프레임워크, 개발, 관리 프로그램, 비즈니스 모델, 프로세스, 시스템, 컨설팅 방법, 플랫폼, 경영관리, 모형, 컨설팅 툴, 사용성 평가	컨설팅 방법론에 관한 연구
계약, 법적 성격, 관리모델, 컨설팅 기법 적용, 윤리적 의사결정, 컨설팅 산출물, 표준	기타

3.4.3 연구 방법 및 자료분석 방법 기준

3.4.3.1 연구 방법 분석 기준

연구 방법론은 실증적 접근(positivistic approach)을 적용하였는지 해석적 접근(interpretive approach)을 적용하였는지에 따라 양적 연구와 질적 연구로 구분되고(Denzin&Lincoln, 1994), 연구 방법의 분류 기준은 다양한 접근 방식이 있을 수 있다.

장환영·손지영·하정례(2013)는 HRD 학술 논문 연구동향을 분석하면서 ① 양적 연구, ② 질적 연구, ③ 이론적 연구, ④ 실천적 연구의 네 가지로 분류하였다. 양적 연구에는 설문조사 또는 패널데이터를 활용한 연구, 실험연구 등 양적 통계분석이 사용된 연구를 포함시켰고, 질적 연구에는 인터뷰, 관찰 등의 자료 수집 방법을 통한 연구 형태인 사례연구, 실행연구, 현상학적 연구 등을 포함시켰다. 이론적 연구의 범주에는 문헌연구, 선행연구의 고찰 등을 포함시켰고, 실천적 연구에는 각종 측정도구 개발, 프로그램 개발, 지표 개발, 역량모델 개발 등과 관련된 연구를 포함시켰다.

서창석·김효정(2010)은 서비스 연구동향을 분석하면서 연구 방법을 크게 ①

양적 연구와 ② 질적 연구로 나누고, 질적 연구는 다시 이론 연구, 사례 연구, 문헌 연구로 구분하였다. 양적 연구에는 설문조사, 2차 데이터 또는 실험 설계를 이용하고, 변수 간 관계를 분석하는 실증 연구를 포함시켰다. 이론 연구는 개념, 이론, 가치, 방향 등에 초점을 둔 연구를 포함시켰다.

Michael Mohe·Stephanie Birkner·Jost Sieweke(2009)는 연구 방법을 크게 ① 질적 연구와 ② 양적 연구로 나누었다. 질적 연구는 다시 면접/인터뷰, 비참여관찰, 문헌 분석, 행동 조사로 구분하였고, 양적 연구는 설문조사, 2차 자료 분석으로 구분하였다.

본 연구에서는 연구 방법을 분석하기 위하여 연구 대상 자료를 수집하는 방법에 따라 다음과 같은 분석 기준을 사용하였다. 먼저 큰 범주로 질적 연구와 양적 연구로 나누었다. 질적 연구는 다시 ① 직접 면대면 방식의 면접/인터뷰 연구, ② 수행되거나 연구된 사례를 분석하는 사례 연구, ③ 기존의 자료 및 문헌을 고찰하는 문헌 연구, ④ 개념, 이론, 가치, 방향 등에 초점을 둔 이론 연구로 구분하였다. 양적 연구는 ① 설문조사를 통해 통계적으로 분석하는 설문조사 연구, ② 기존의 자료를 활용하여 통계적으로 분석하는 2차 자료 연구로 구분하였다.

<표 3-3> 연구 방법 분석 기준

연구 방법		세부 내용
질적 연구	면접/인터뷰 연구	직접 면대면 방식으로 연구 대상 자료를 수집하여 수행되는 연구
	사례 연구	수행되거나 연구된 사례를 분석하여 연구 대상 자료를 수집하여 수행되는 연구
	문헌 연구	기존의 자료 및 문헌을 고찰하여 연구 대상 자료를 수집하여 수행되는 연구
	이론 연구	개념, 이론, 가치, 방향 등에 초점을 둔 연구
양적 연구	설문조사 연구	설문지를 활용하여 연구 대상 자료를 직접 수집하여 수행되는 연구
	2차 자료 연구	기존에 발표된 각종 데이터에서 연구 대상 자료를 수집하여 수행되는 연구

3.4.3.2 자료분석 방법 분석 기준

자료분석 방법은 얻은 자료를 분석하고 해석하기 위한 것으로 다양한 통계 기법이 많은 부분에서 활용되고 있다. 통계적 분석방법은 모든 연구 분야에 있어 결론의 타당성을 증명하는 데 가장 기본적이고 보편적인 방법의 하나이다(안윤옥·고응린, 1973).

본 연구에서는 자료분석 방법의 분석 기준은 별도로 설정하지 않고 분석 대상 논문에서 가설의 검증 또는 연구 결과를 도출하는 데 활용된 통계기법의 종류를 확인하여 분석에 사용하였다.



IV. 연구결과

연구 주제, 연구 방법, 자료분석 방법을 중심으로 컨설팅 연구동향을 살펴 보기에 앞서 학술논문의 시기별 출판 현황을 살펴보았다. 시기별 학술논문 출판 현황을 살펴본 결과, 2000년부터 2015년 8월까지 출판된 총 학술논문 수는 136편 이었으며, 시기별로는 첫 번째 시기인 2000년부터 2005년까지 출판된 학술논문은 23편(16.6%)이었고, 두 번째 시기인 2006년부터 2010년까지 출판된 학술논문은 30편(22.1%), 세 번째 시기인 2011년부터 2015년 8월까지 출판된 학술논문은 83편(61.0%) 이었다.

전체 분석 대상 기간(2000년-2015년 8월) 동안 1년에 평균 8.5편의 학술 논문이 출판되었으나, 첫 번째 시기(2000년-2005년)에는 연평균 3.8편이 출판되었고, 두 번째 시기(2006년-2010년)에는 연평균 6.0편이 출판되었고, 세 번째 시기(2011년-2015. 8월)에는 연평균 16.6편이 출판되어 최근 5년 사이에 학술논문 출판에 의미있는 증가가 나타났음을 확인할 수 있었다. 첫 번째 시기 동안 출판된 최고 학술논문 출판 수는 6편(2006년) 이었고, 두 번째 시기 동안은 7편(2010년) 이었던 반면 세 번째 시기 동안은 20편(2012년)이 출판되었다.

<표 4-1> 시기별 학술논문 출판 현황

	2000-2005	2006-2010	2011-2015. 8
논문 편 수 (%)	23 (16.9%)	30 (22.1%)	83 (61.0%)
	136 (100%)		
연간 평균	3.8	6.0	16.6
논문 편 수	8.5		

시기별 출판된 학술논문 수에 의미 차이가 있는지를 확인해 보기 위하여 MANOVA(다변량 분산분석)를 실시하였다. Scheffe의 방법을 이용하여 MANOVA($\alpha=.05$) 분석을 실시한 결과는 세 개의 기간 그룹 중 적어도 두

기간 그룹 사이에 중요한 차이가 있는 것으로 분석되었다($F = 46.812$; $p = .000$). <표 4-2>에서 나타난 것처럼 세 개의 그룹 사이에 첫 번째 시기와 두 번째 시기 사이를 제외하고 첫 번째 시기와 세 번째 시기 사이, 두 번째 시기와 세 번째 시기 사이의 의미에서 중요한 차이가 발견되었다. 즉, 첫 번째 시기(2000년-2005년)와 세 번째 시기(2011년-2015년 8월) 사이에 논문의 양은 중요하게 증가했으며, 두 번째 시기(2006년-2011년)와 세 번째 시기(2011년-2015년 8월) 사이에 논문의 양도 중요하게 증가한 것으로 분석되었다.

<표 4-2> 그룹 간 의미 차이 분석

그룹 1	그룹 2	의미 차이 (Mean Difference)	중요도 (Significance)
2000-2005	2006-2010	-2.167	.326
	2011-2015	-12.767**	.000
2006-2010	2011-2015	-10.600**	.000

(* $p < .05$; ** $p < .01$)

4.1 연구 주체별 연구동향 분석

4.1.1 학술지 동향

컨설팅에 관한 학술 연구를 선도하는 매체가 있는지 확인해 보기 위하여 컨설팅 학술논문이 출판된 학술지와 학술논문 수를 분석한 결과 분석 대상 기간 동안 본 연구에 포함된 136편의 논문은 60개의 학술지에서 출판되었다. <표 4-3>에 나타난 것처럼 전체 분석 대상 기간 동안 컨설팅 학술논문이 출판된 60개의 학술지 중 9개의 학술지에서만 3편 이상의 학술논문이 출판된 것으로 확인되었고, 총 60개의 학술지 중 51개의 학술지에서는 2편 이하의 학술논문이 출판된 것으로 확인되었다.

학술지별로는 ‘디지털융복합연구’는 25편(18.4%)이 출판되어 가장 많은 컨설팅 학술논문이 출판된 학술지였고, ‘경영컨설팅연구’는 19편(14.0%)이 출판되어 두 번째로 많은 컨설팅 학술논문이 출판된 학술지였다. 다음으로는 ‘디자인학연구’와 ‘서비스경영학회지’에서 각 5편(3.6%)씩, ‘농촌지도와 개발’과 ‘생산성논집’에서 각 4편(2.9%)씩, ‘경영컨설팅리뷰’, ‘대한경영학회지’, ‘중소기업연구’에서 각 3편(2.2%)씩 컨설팅 학술논문이 출판되었고, 나머지 65편(47.5%)의 학술논문은 기타 51개의 학술지에서 출판되었다.

본 연구의 전체 분석 대상 기간 동안 ‘디지털융복합연구’와 ‘경영컨설팅연구’가 컨설팅 학술 연구를 선도한 매체로 분석되었다.

<표 4-3> 주요 학술지별 논문 출판 수

학술지명	학술 범위	논문 편 수(%)
디지털융복합연구	디지털 경제 디지털 경영 기업정보화	25 (18.4%)
경영컨설팅연구	기업경영 경영컨설팅	19 (14.0%)
디자인학연구	디자인 학술	5 (3.7%)
서비스경영학회지	서비스 경영 서비스 조직 경영관리	5 (3.7%)
농촌지도와 개발	농촌 지도 농촌 개발 산학 협동	4 (2.9%)
생산성논집	생산성 관련 학술연구 생산성 향상 산학연계	4 (2.9%)
경영컨설팅리뷰	경영학 지역 컨설팅 연구 중소기업, 소상공인 경영효율성	3 (2.2%)

학술지명	학술 범위	논문 편 수(%)
대한경영학회지	경영학 호텔 경영학 의료 경영학	3 (2.2%)
중소기업연구	중소기업	3 (2.2%)
기타(2개 이하 논문 출판)		65 (47.8%)
합 계		136 (100%)

분석 대상 시기별 연구 동향을 확인해 보기 위하여 시기별로 컨설팅 학술 논문이 출판된 학술지와 학술논문 수를 분석해 보았다. 먼저 분석 대상 시기별로 컨설팅 논문이 출판된 학술지의 수는 <표 4-4>에서 보듯이 2000년-2005년 시기에는 18개에서 2006년-2010년 시기에는 25개, 2011년-2015년 8월의 시기에는 31개로 시간이 지나면서 컨설팅 논문을 출판하는 학술지의 양적 증가가 이루어져 왔음을 확인할 수 있었다.

<표 4-4> 시기별 컨설팅 논문 출판 학술지 수

	2000-2005	2006-2010	2011-2015. 80
총 학술지 수	18 (100%)	25 (100%)	31 (100%)
논문 3편 이상 출판	1 (5.5%)	1 (4.0%)	5 (16.1%)
논문 2편 출판	3 (16.7%)	3 (12.0%)	7 (22.6%)
논문 1편 출판	14 (77.8%)	21 (84.0%)	19 (61.3)

2000년-2005년 시기와 2006년-2010년 시기에 3편 이상의 컨설팅 논문을 출판한 학술지는 1개씩이었으나, 2011년-2015년 8월 시기에는 5개의 학술지에서 3편 이상의 컨설팅 논문을 출판하였다. 또 2000년-2005년 시기와 2006년-2010년 시기에 2편의 컨설팅 논문을 출판한 학술지는 3개씩이었으나,

2011년-2015년 8월 시기에는 7개의 학술지에서 2편의 컨설팅 논문을 출판한 것으로 나타나 다수의 컨설팅 논문을 출판하는 학술지의 양적 증가도 이루어져 왔음이 확인되었다.

분석 대상 시기별 컨설팅 학술논문이 출판된 학술지 수의 변화에 의미 차이가 있는지를 확인해 보기 위하여 MANOVA($\alpha=.05$)을 실시한 결과 세 개의 기간 그룹 중 2000년-2005년 시기와 2011년-2015년 8월 시기 사이에는 중요한 차이가 있는 것으로 분석되었다($F = 7.781$; $p = .006$).

<표 4-5> 그룹 간 학술지 수 변화 의미 차이 분석

그룹 1	그룹 2	의미 차이 (Mean Difference)	중요도 (Significance)
2000-2005	2006-2010	-2.133	.420
	2011-2015	-6.133**	.006
2006-2010	2011-2015	-4.000	.085

(* $p < .05$; ** $p < .01$)

분석 대상 시기별로 다수의 컨설팅 학술논문을 출판한 학술지의 변화를 살펴본 결과는 <표 4-6>에 나타나 있다. 2000년-2005년의 시기에는 학술지에 출판된 총 23편의 학술논문 중 ‘경영컨설팅연구’(3편, 13.1%), ‘농업과학연구’, ‘농촌경제’, ‘중소기업연구’(각 2편, 8.7%)가 컨설팅 학술논문이 출판된 주요 학술지였다. 2006년-2010년 시기에는 학술지에 출판된 총 30편의 학술논문 중 ‘디자인학’(3편, 10.0%), ‘대한경영학회지’, ‘한국산학기술학회논문지’, ‘한국창업학회지’(각 2편, 6.7%)가 컨설팅 학술논문이 출판된 주요 학술지였다. 2011년-2015년 8월 시기에는 학술지에 출판된 총 83편의 학술논문 중 ‘디지털융복합연구’(25편, 30.1%), ‘경영컨설팅연구’(15편, 18.0%), ‘생산성논집’(4편, 4.8%), ‘농촌지도와 개발’, ‘서비스경영학회지’(각 3편, 3.6%)가 컨설팅 학술논문이 출판된 주요 학술지였다.

<표 4-6> 시기별 주요 학술지별 출판 논문 수

학술지명	2000-2005	2006-2010	2011-2015. 8
경영컨설팅연구	3 (13.1%)	1 (3.3%)	15 (18.0%)
농업과학연구	2 (8.7%)		
농촌경제	2 (8.7%)		
중소기업연구	2 (8.7%)	1 (3.3%)	
디자인학연구		3 (10.0%)	2 (2.4%)
대한경영학회지		2 (6.7%)	
한국산학기술학회논문지		2 (6.7%)	
한국창업학회지		2 (6.7%)	
디지털융복합연구			25 (30.1%)
생산성논집			4 (4.8%)
농촌지도와 개발	1 (4.3%)		3 (3.6%)
서비스경영학회지	1 (4.3%)	1 (3.3%)	3 (3.6%)
경영컨설팅리뷰		1 (3.3%)	2 (2.4%)
산업경제연구			2 (2.4%)
관세학회지			2 (2.4%)
한국디자인문화학회지			2 (2.4%)
디자인지식저널			2 (2.4%)
벤처창업연구			2 (2.4%)
기타(2개 미만 논문 출판)	12 (52.2%)	17 (56.7%)	19 (22.9%)
합 계	23 (100%)	30 (100%)	83 (100%)

분석 대상 시기별 주요 학술지별 출판 논문 수 현황 조사 결과 ‘경영컨설팅연구’와 ‘서비스경영학회지’만이 분석 대상 세 시기에 모두 컨설팅 학술논문을 출판한 학술지로 나타났다. 2000년-2005년 시기에 컨설팅 학술논문 2편씩을 출판했던 학술지 ‘농업과학연구’와 ‘농촌경제’는 첫 번째 시기 이후 컨설팅 학술논문을 1편도 출판하지 않았다. ‘대한경영학회지’, ‘한국산학기술학회논문지’, ‘한국창업학회지’는 2006년-2010년 시기에 처음으로 컨설팅 학술논문 2편씩을 출판하며 두 번째 시기의 주요 학술지에 이름을 올렸으나, 두 번째 시기 이후에는 컨설팅 학술논문을 1편도 출판하지 않아 주요 학술지에서 이름이 제외되었다.

4.1.2 연구자 동향

분석 대상 기간 동안 컨설팅 연구에 참여한 연구자는 총 216명이었다. 분석 대상 시기별로는 2000년-2005년 시기에는 42명의 연구자가 컨설팅 연구에 참여하였고, 2006년-2010년 시기에는 52명의 연구자가 컨설팅 연구에 참여하였으며, 2011년-2015년 8월 시기에는 128명의 연구자가 컨설팅 연구에 참여하였다. 컨설팅 연구에 참여한 연구자는 시간이 지나면서 증가하는 추세를 보이고 있고, 2011년-2015년 8월 시기의 컨설팅 연구 참여자 수는 2000년-2005년 시기의 컨설팅 연구 참여자 수 대비 205% 증가하였다.

<표 4-7> 분석대상 시기별 컨설팅 연구 참여자 수

시기별	2000-2005	2006-2010	2011-2015. 8
연구자 수(명)	42	52	128

전체 분석 대상 기간 동안 26명의 연구자는 2편의 컨설팅 학술논문을 저술하였고, 13명의 연구자는 3편 이상의 논문을 저술한 것으로 나타났다. 분석 대상 매 시기마다 적어도 하나 이상의 컨설팅 학술논문을 저술한 연구자는 한명도 없었고, 8명의 연구자만 두 시기에 하나 이상의 컨설팅 학술논문을 저

술하였다. 2005년까지 컨설팅 연구에 참여한 42명의 연구자는 2006년-2010년 시기에 4명의 연구자만이 계속해서 컨설팅 학술논문을 저술하였으며, 2011년-2015년 8월 시기에는 컨설팅 학술논문을 저술하지 않은 것으로 나타났다. 또한 2006년-2010년 시기에 컨설팅 학술논문 저술에 참여한 52명의 연구자들 중 2011년-2015년 8월 시기에 4명만이 컨설팅 학술논문 저술에 참여하였다.

전체 분석 대상 기간 동안 유연우는 18편의 컨설팅 학술논문을 저술하여 가장 많은 컨설팅 학술논문을 저술하였고, 최창호는 5편의 컨설팅 학술논문을 저술하여 다음으로 많은 컨설팅 학술논문을 저술한 것으로 나타났으며, 이어 신동주, 이충섭, 임효창이 각 4편의 컨설팅 학술논문을 저술하였다. 이 연구자들은 모두 2011년-2015년 8월까지의 시기에 컨설팅 학술논문 저술에 참여하기 시작하였다.

<표 4-8> 3편 이상 컨설팅 학술논문 저술 연구자

연구자	소속기관	학술논문 저술 수			
		2000-2005	2006-2010	2011-2015. 8	합 계
김승환	평택대학교	1	2		3
김태성	남서울대학교			3	3
노승완	단국대학교			3	3
신동주	한성대학교			4	4
유연우	한성대학교			18	18
이승희	금오공과대학교			3	3
이진렬	조선대학교		3		3
이충섭	동아대학교			4	4
임효선	조선대학교		2	1	3
임효창	서울여자대학교			4	4
정구상	금오공과대학교			3	3
최창호	한성대학교			5	5
황서진	한국여성경제인협회			3	3

분석 대상 기간 동안 컨설팅 연구에 참여한 연구자가 소속된 기관은 총 93개 기관이었고, 기관 성격별로는 학계가 60개(64.52%)로 가장 많았으며 다음으로 공공기관과 일반기업이 각 12개(12.90%), 컨설팅사 8개(8.60%), 사단법인 1개(1.08%)로 나타났다.

<표 4-9> 컨설팅 연구 참여 연구원 소속기관 성격

기관 성격	학 계	공공기관	일반기업	컨설팅사	사단법인	합 계
기관수	60	12	12	8	1	93
(%)	(64.52)	(12.90)	(12.90)	(8.60)	(1.08)	(100)

분석 대상 매 시기마다 적어도 하나 이상의 컨설팅 학술논문을 저술한 연구자가 소속된 기관은 명지대학교, 한성대학교, 호서대학교 3개 기관이었고, 두 시기에 하나 이상의 컨설팅 학술논문을 저술한 연구자가 소속된 기관은 10개 기관이었다. 전체 13개 기관의 성격은 학계가 12개, 컨설팅사가 1개로 나타났다.

<표 4-10> 두 시기에 1편 이상 컨설팅 학술논문 저술 연구자 소속기관

소속기관	학술논문 참여 연구자 수			
	2000-2005	2006-2010	2011-2015. 8	합 계
강남대학교	1	1		2
건국대학교		4	1	5
경희대학교		3	3	6
경기대학교		5	1	6
명지대학교	1	3	2	6
명지전문대학교	1	1		2
배재대학교		1	2	3
숭실대학교		3	2	5
조선대학교		6	7	13

소속기관	학술논문 참여 연구자 수			
	2000-2005	2006-2010	2011-2015. 8	합 계
평택대학교	1		1	2
한성대학교	1	2	43	46
호서대학교	2	1	2	5
CE컨설팅		1	1	2

본 연구에서는 연구 대상 학술논문 136편의 분석 시기 구분의 기준으로 우리나라 컨설팅 산업의 발전에 정부의 정책이 크게 영향을 미치고 있음을 고려하여 첫 번째 시기의 구분 기준으로 정부 정책에 의한 농업경영컨설팅 시행을, 두 번째 시기의 구분 기준으로 중소기업을 대상으로 쿠폰제 경영컨설팅 지원사업의 시행을, 세 번째 시기의 구분 기준으로 컨설팅대학원에서 최초의 석·박사 학위 수여를 기준으로 하였다. 컨설팅 대학원은 2009년 처음 설립되었고, 2015년 현재 한성대학교를 비롯한 4개 학교에서 운영되고 있다.

시기별 컨설팅 학술논문 저술에 참여한 총 연구자 수 대비 학계 중 컨설팅 대학원이 설립되어 있는 대학교와 일반 대학교의 시기별 참여 연구자 수와 비율을 비교한 결과는 <표 4-11>과 같이 분석되었다. 컨설팅 학술논문 저술에 참여한 일반 대학교 소속 연구원의 수와 비율은 2000년-2005년 시기에 26명, 59.1%에서 2006년-2010년 시기에는 44명, 75.9% 수준으로 참여 연구자 수와 비율이 모두 증가하였으나, 2011년-2015년 8월 시기에는 86명, 46.7%로 참여 연구자 수는 2배 정도 증가한 반면 연구자 비율은 30% 정도 낮아졌다. 반면에 컨설팅 대학원이 설립된 대학교 소속 연구원의 수와 비율은 2000년-2005년 시기에 1명, 2.3%였고 2006년-2010년 시기에는 2명, 3.4%였으나, 2011년-2015년 8월 시기에는 83명, 45.1%로 참여 연구자 수가 57개의 일반 대학교 전체 참여 연구자 수와 비슷한 수준으로 증가하였고, 연구자 비율도 57개 일반 대학교 전체 참여 연구자 비율과 근사한 수준으로 증대되었다. 따라서 본 연구에서 컨설팅대학원에서 최초의 석·박사 학위 수여가 된 2011년을 분석 시기를 구분하는 기준으로 설정한 것은 타당성이 있음을

확인하였다.

<표 4-11> 컨설팅 대학원 설립 대학교와 일반 대학교 연구자 수 비교

연구 기관	기관 수	학술논문 참여 연구자 수(빈도)		
		2000-2005	2006-2010	2011-2015. 8
일반 대학교	57개	26 (59.1%)	44 (75.9%)	86 (46.7%)
컨설팅 대학원 설립 대학교	4개	1 (2.3%)	2 (3.4%)	83 (45.1%)
총 참여 기관	93개	44	58	184

분석 대상 논문 136편 중 36편의 논문은 단일 연구자에 의하여 저술되었고, 56편의 논문은 2명의 연구자에 의해, 43편은 3명 이상의 연구자에 의해 저술되었다. 평균 저자의 수는 2000년-2005년 시기에는 23편의 학술논문을 45명의 저자가 저술하여 논문당 평균 저자 수는 1.96명이었고, 2006년-2010년 시기에는 30편의 논문을 58명의 저자가 저술하여 논문당 평균 저자 수는 1.93명으로 분석 대상 시기 중 최소였다. 2011년-2015년 8월 시기에는 83편의 논문을 185명의 저자가 저술하여 논문당 평균 저자 수는 2.23명으로 분석 대상 시기 중 최다였다. 시기별 논문의 평균 저자 수는 최근 년도에 증가하기는 하였으나, 시기별 논문 저자 수에 의미있는 차이가 있는지를 확인해보기 위하여 MANOVA($\alpha=.05$)를 실시한 결과 세 개의 기간 그룹 간에는 유의미한 차이는 없는($F = 2.348$; $p = .135$) 것으로 나타났다.

<표 4-12> 논문 당 저자 수

	2000-2005	2006-2010	2011-2015. 8
단일 연구자(명)	8	12	16
2명 연구자(명)	18	18	76
3명 연구자 이상(명)	19	28	93
총 논문 수(편)	23	30	83
편당 평균 연구자 수(명)	1.96	1.93	2.23

4.2 연구 주제별 연구 동향 분석

본 연구에서는 136편의 분석 대상 학술논문을 내용 분석을 통해 연구 목적, 연구 방법, 연구 결과를 분석하여 핵심적인 내용을 도출하고 범주화하여 연구 주제를 ① 컨설팅 활성화/발전방안에 관한 연구, ② 컨설팅 성과(측정) 요인에 관한 연구, ③ 컨설팅의 역할에 관한 연구, ④ 컨설턴트의 양성/교육에 관한 연구, ⑤ 고객과 컨설턴트의 관계에 관한 연구, ⑥ 컨설턴트의 역할에 관한 연구, ⑦ 컨설팅 구매결정 요인에 관한 연구, ⑧ 컨설팅사의 기업특성에 관한 연구, ⑨ 컨설팅 방법론에 관한 연구, ⑩ 기타의 10개 주제로 구분하였다.

분석 결과 전체 분석 대상 기간 동안 컨설팅 성과(측정) 요인에 관한 연구가 52편(38.2%)의 논문으로 가장 관심 있는 연구 주제였고, 다음으로 컨설팅 방법론에 관한 연구가 28편(20.6%), 컨설팅 활성화/발전방안에 관한 연구가 21편(15.4%), 컨설팅의 역할에 관한 연구가 13편(9.6%)의 논문이었다.

분석 대상 시기별로는 컨설팅 성과(측정) 요인에 관한 연구는 2000년-2005년 시기에 8편(34.8%), 2006년-2010년 시기에 10편(33.3%), 2011년-2015년 8월 시기에 34편(41%)이 연구되어 세 시기 모두에서 가장 많이 연구된 주제였다. 연구 주제 영역은 2000년-2005년 시기에는 컨설팅 활성화/발전방안에 관한 연구, 컨설팅 성과(측정) 요인에 관한 연구, 컨설팅 역할에 관한 연구, 컨설팅 방법론에 관한 연구의 4개 주제 영역에서만 연구가 이루어졌으나, 2006년-2010년 시기에는 첫 번째 시기에서 이루어진 4개 주제 영역 이외에 컨설턴트의 역할에 관한 연구, 컨설팅 구매결정요인에 관한 연구, 컨설팅사 기업특성에 관한 연구의 3개 주제 영역의 연구가 처음으로 이루어져 연구 주제 영역이 확장되었고, 2011년-2015년 8월 시기에는 두 번째 시기까지 이루어진 7개 주제 영역 이외에 컨설턴트의 양성/교육에 관한 연구, 고객과 컨설턴트의 관계에 관한 연구의 2개 주제 영역의 연구가 처음으로 이루어져 연구 주제 영역이 더욱 확장되었다. 그러나, 2006년-2010년 시기에 처음으로 연구되었던 컨설팅사의 기업특성에 관한 연구는 2011년-2015년 8월 시기에는 연구가 이루어지지 않은 것으로 나타났다.

<표 4-13> 컨설팅 연구 주제 동향

연구주제	학술논문 수			
	2000-2005	2006-2010	2011-2015.8	합 계(빈도)
컨설팅 활성화/발전방안	6	4	11	21(15.4%)
컨설팅 성과(측정) 요인	8	10	34	52(38.2%)
컨설팅의 역할	2	3	8	13(9.6%)
컨설턴트의 양성/교육			4	4(2.9%)
고객과 컨설턴트의 관계			1	1(0.7%)
컨설턴트의 역할		2	2	4(2.9%)
컨설팅 구매결정 요인		2	1	3(2.2%)
컨설팅사의 기업특성		2		2(1.5%)
컨설팅 방법론	4	6	18	28(20.6%)
기타	3	1	4	5(5.9%)
합 계	23	30	83	136(100%)
상위 3개 연구 주제 비율	78.3%	66.7%	75.9%	74.3%
Hirschman-Herfindahl Index	0.219	0.169	0.232	0.212

시기별로 상위 3개의 연구 주제는 모든 시기에서 컨설팅 성과(측정) 요인에 관한 연구, 컨설팅 방법론에 관한 연구, 컨설팅 활성화/발전방안에 관한 연구였다. 상위 3개의 연구 주제 중 2000년-2005년 시기에는 컨설팅 활성화/발전방안에 관한 연구가 두 번째로 많이 이루어진 연구 주제 영역이었으나, 2006년-2010년 시기와 2011년-2015년 8월 시기에는 컨설팅 방법론에 관한 연구가 두 번째로 많이 이루어졌다. 컨설팅 연구 주제 영역에서 상위 3개의 연구 주제가 차지하는 비율을 분석하여 컨설팅 연구 주제의 집중화 경향을 확인해 본 결과 시기별 전체 연구 수에서 상위 3개의 연구 주제가 차지하는 비율은 매우 높은 수준을 보이고 있었다. 시기별 전체 연구 수에서 상위 3개의 연구 주제가 차지하는 비율은 2000년-2005년 시기에 78.3%로 가장 높았고, 2006년-2010년 시기에는 66.7%로 낮아졌다가 2011년-2015년 8월 시기

에 75.9%로 다시 증대되어 연구 주제의 집중화가 지속되고 있는 것으로 나타났다. 산업에서 시장 집중을 측정하는 일반적인 도구로 인식되는 Hirschman-Herfindahl Index는 컨설팅 연구가 상위 3개 연구 주제에 집중되어 있음을 확인해 주고 있다. 각 시기의 연구 주제별 학술논문을 연구가 많이 이루어진 순서대로 나열한 후 각 연구 주제별 학술논문의 점유율을 구하고 각 시기의 상위 3개 연구 주제별 학술논문 점유율을 제곱하여 모두 더하여 계산한 Hirschman-Herfindahl Index는 2000년-2005년 시기에 0.219로 가장 높았고, 2006년-2010년 시기에 0.169로 낮아졌다가 2011년-2015년 8월 시기에는 0.212로 높아졌다.

우리나라 컨설팅 연구 주제 동향의 분석 결과는 시기가 지나면서 연구 주제 영역은 확대되었으나, 아직 연구가 이루어지는 영역은 집중되어 있는 특성을 지니고 있음을 보여주고 있다.

4.3 연구 방법 및 자료분석 방법별 연구 동향 분석

4.3.1 연구 방법 동향

본 연구의 분석 대상 논문 136편 중 데이터를 수집, 처리, 분석한 실증 연구는 82편(60.3%) 이었고, 시기별로는 2000년-2005년 시기에 14편(60.9%), 2006년-2010년 시기에 17편(56.7%), 2011년-2015년 8월 시기에 51편(61.4%)이 실증 연구로 수행되어 분석 대상 전체 시기에 걸쳐서 실증 연구가 개념 연구 보다 높은 수준으로 수행되었음을 확인하였다.

<표 4-14> 실증 연구 동향

	2000-2005	2006-2010	2011-2015. 8	합 계
총 연구 수	23	30	83	136
실증 연구 수	14	17	51	82
실증 연구 비율	60.9%	56.7%	61.4%	60.3%

본 연구의 분석 대상 시기에 실증 연구를 위한 데이터의 수집 원천으로는 고객, 컨설턴트, 고객과 컨설턴트, 컨설팅사, 전문가, 학생 등 다양한 원천이 활용되었으나, 실증 연구를 위하여 데이터를 수집한 대상으로는 고객이 70편(85.4%)으로 높은 비율을 보였다. 고객으로부터 데이터를 수집한 학술논문은 2000년-2005년 시기에 13편(92.9%), 2006년-2010년 시기에 11편(64.7%), 2011년-2015년 8월 시기에 46편(90.2%)으로 두 번째 시기를 제외하고 첫 번째 시기와 세 번째 시기에는 대부분의 실증 연구가 고객으로부터 데이터를 수집하여 연구를 수행한 것으로 나타나 데이터 수집 원천이 지나치게 편중된 현상을 보였다.

<표 4-15> 실증 연구 데이터 수집 원천

	고객	컨설턴트	고객과 컨설턴트	컨설팅사	전문가	학생	합 계
2000-2005	13					1	14
2006-2010	11	2	2	2			17
2011-2015. 8	46	2		1	1	1	51
합 계	70	4	2	3	1	1	82

<표 4-16>에는 실증 연구의 연구 주제별 데이터 수집 원천을 분석해 본 결과가 나타나 있다. 연구 수가 가장 많은 컨설팅 성과(측정) 요인에 관한 연구는 전체 52편의 연구 중 50편이 실증 연구로 수행되었고, 이 중 48편의 연구가 고객으로부터 연구 데이터를 수집하였다. 컨설팅 활성화/발전방안에 관한 연구는 전체 21편의 연구 중 10편이 실증 연구로 수행되었고, 이 중 8편의 연구가 고객으로부터 연구 데이터를 수집하였다. 컨설팅의 역할에 관한 연구는 전체 13편의 연구 중 8편이 실증 연구로 수행되었고, 8편이 모두 고객으로부터 연구 데이터를 수집하였다.

컨설팅사의 기업특성에 관한 연구는 하나 이상의 실증 연구가 수행된 연구 주제 영역 중에서 유일하게 고객으로부터 연구데이터를 수집하지 않았으나, 실증 연구의 수가 1편에 불과해 의미를 부여하기에는 한계가 있다. 컨설턴트

의 양성/교육에 관한 연구는 연구 데이터를 가장 다양한 원천으로부터 수집하여 연구를 수행한 영역이었다.

<표 4-16> 연구 주제별 실증 연구 데이터 수집 원천

연구 주제	총 연구수	고객	컨설턴트	고객과 컨설턴트	컨설팅사	전문가	학생	합 계
컨설팅 활성화/발전방안	21	8			2			10
컨설팅 성과(측정) 요인	52	48		2				50
컨설팅의 역할	13	8						8
컨설턴트의 양성/교육	4	1	1			1	1	4
고객과 컨설턴트 관계	1	1						1
컨설턴트의 역할	4	2						2
컨설팅 구매결정 요인	3	1	2					3
컨설팅사의 기업특성	2				1			1
컨설팅 방법론	28							
기타	5	1	1				1	3
합 계	136	70	4	2	3	1	2	82

본 연구에서는 연구 방법을 분석하기 위하여 연구 대상 자료를 수집하는 방법에 따라 크게 질적 연구와 양적 연구로 나누고, 질적 연구는 ① 면접/인터뷰 연구, ② 사례 연구, ③ 문헌 연구, ④ 이론 연구로 구분하였으며, 양적 연구는 ① 설문조사 연구, ② 2차 자료 연구로 구분하였다.

본 연구의 분석 대상 논문의 연구 방법으로는 양적 연구로 수행한 연구가 74편, 질적 연구로 수행한 연구가 53편, 양적 연구와 질적 연구를 혼합하여 수행한 연구가 8편이었다. 2000년-2005년 시기와 2006년-2010년 시기에는 양적 연구 방법과 질적 연구 방법을 비슷한 수준으로 사용하였으나, 2011년-2015년 8월 시기에는 양적 연구의 증가가 질적 연구의 증가보다 높게 이루

어졌다.

전체 분석 대상 기간 동안 양적 연구 방법인 설문조사는 68편의 연구에서 사용하여 모든 연구 방법 중 가장 많이 사용한 방법이었다. 질적 연구 방법 중에서는 사례 연구가 27편에 사용하여 가장 자주 사용한 방법이었고, 문헌 연구는 20편에 사용하였다.

<표 4-17> 시기별 적용 연구 방법

연구 방법		2000-2005	2006-2010	2011-2015. 8	합 계
질적 연구	면접/인터뷰	1	1	5	7
	사례 연구	3	7	17	27
	문헌 연구	5	5	10	20
	이론 연구	4	3		7
소 계		13	16	32	61
양적 연구	설문조사	11	14	43	68
	2차 자료	3	3	8	14
소 계		14	17	51	82

연구 방법별 데이터의 수집 원천은 모든 연구 방법에서 고객이 주요 연구 데이터의 수집 원천이었다. 면접/인터뷰 연구 방법에서는 고객과 컨설턴트가 각 1편씩 연구 데이터의 수집 원천이었고, 설문조사 연구 방법에서는 모든 연구 데이터의 수집 원천으로부터 데이터를 수집하기는 하였으나 설문조사 연구 방법으로 수행된 전체 68편의 연구 중에서 58편의 연구가 고객에게서 데이터를 수집하였고, 컨설턴트로부터 데이터를 수집한 설문 연구 4편, 고객과 컨설턴트 둘 다로부터 데이터를 수집한 설문 연구 2편, 컨설팅사로부터 데이터를 수집한 설문 연구 1편, 전문가로부터 데이터를 수집한 연구 1편, 학생으로부터 데이터를 수집한 연구 1편으로 데이터 수집 원천이 고객에게 집중되어 있었다.

<표 4-18> 연구 방법별 연구 데이터 수집 원천

연구 방법	고객	컨설턴트	고객과 컨설턴트	컨설팅사	전문가	학생
면접/인터뷰	1	1				
사례 연구	1					
문헌 연구	1			2		1
이론 연구	1					
설문조사	58	4	2	1	1	2
2차 자료	12			2		

연구 주제와 적용 연구 방법을 교차분석한 결과는 <표 4-19>와 같이 분석되었다. 전체 분석 대상 기간 중 컨설팅 활성화/발전방안에 관한 연구, 컨설팅사의 기업특성에 관한 연구, 기타 연구는 질적 연구 방법을 양적 연구 방법보다 더 많이 활용하여 연구를 수행하였다. 컨설팅 성과(측정)에 관한 연구, 컨설팅의 역할에 관한 연구, 컨설턴트의 양성/교육에 관한 연구는 양적 연구 방법을 질적 연구 방법보다 더 많이 활용하여 연구를 수행하였다. 컨설턴트의 역할에 관한 연구는 질적 연구 방법과 양적 연구 방법을 동일한 수준으로 활용하여 연구를 수행하였다. 컨설팅 방법론에 관한 연구는 질적 연구 방법만을 활용하여 연구를 수행하였고, 고객과 컨설턴트 관계에 관한 연구, 컨설팅 구매결정에 관한 연구는 양적 연구 방법만을 활용하여 연구를 수행하였다.

전체 분석 대상 기간 중 10편 이상의 연구가 수행된 연구 주제 영역의 연구 주제별 적용 연구 방법을 살펴보면, 컨설팅 활성화/발전방안에 관한 연구(24편)에서는 질적 연구 방법인 문헌 연구(8편), 사례 연구(5편)와 양적 연구 방법인 2차 자료(6편), 설문 조사(4편)를 유사한 수준으로 활용하였고, 컨설팅 성과(측정) 요인에 관한 연구(53편)에서는 양적 연구 방법인 설문 조사(46편)를 주도적인 연구 방법으로 활용하였다. 컨설팅의 역할에 관한 연구(13편)에서는 양적 연구 방법인 설문 조사(5편)와 질적 연구 방법인 사례 연구(4편)를 주로 활용하였으며, 컨설팅 방법론에 관한 연구(28편)에서는 질적 연구 방법

인 사례 연구(10편), 문헌 연구(9편)를 주요 연구 방법으로 활용하였다.

<표 4-19> 연구 주제별 적용 연구 방법

연구 주제	질적 연구				양적 연구		합 계
	면접/ 인터뷰	사례 연구	문헌 연구	이론 연구	설문 조사	2차 자료	
컨설팅 활성화/발전방안		5	8	1	4	6	24
컨설팅 성과(측정) 요인	1	2			46	4	53
컨설팅의 역할		4	1		5	3	13
컨설턴트의 양성/교육	1				4		5
고객과 컨설턴트 관계					1		1
컨설턴트의 역할	1	1			2		4
컨설팅 구매결정 요인					3		3
컨설팅사의 기업특성			1	1	1		3
컨설팅 방법론	4	10	9	5			28
기타		5	1		2	1	9
합 계	7	27	20	7	68	14	143

4.3.2 자료분석 방법 동향

본 연구에서는 자료분석 방법의 분석 기준은 별도로 설정하지 않고 분석 대상 논문에서 가설의 검증 또는 연구 결과를 도출하는 마지막 단계에서 활용된 통계기법의 종류를 확인하여 분석에 사용하였다. 분석 대상 기간 동안 자료분석 방법으로는 8가지의 통계기법을 활용하였고, 회귀분석이 47편에 활용되어 가장 많이 활용한 자료분석 방법이었다.

자료분석 방법으로는 2000년-2005년 시기에 5가지 통계기법을 활용하였고, 2006년-2010년 시기에 6가지 통계기법을 활용하였으며, 2011년-2015년

8월 시기에 8가지 통계기법을 활용해 시기가 지날수록 자료분석 방법으로 활용하는 통계기법의 종류가 증가하였다. 회귀분석은 모든 시기에서 가장 많이 활용한 자료분석 방법이었으며, 회귀분석을 비롯하여 기술통계, 분산분석, t-검정은 모든 시기에 자료분석 방법으로 활용하였다. 상관관계분석은 2000년-2005년 시기에 자료분석 방법으로 활용되었으나 이후 시기에는 활용되지 않았다. 구조방정식모형, 군집분석은 2006년-2010년 시기부터 자료분석 방법으로 활용되었고, 계층분석법은 2011년-2015년 8월 시기에 활용되었다.

구조방정식모형은 2006년-2010년 시기에 1편에서만 활용하였으나 2011년-2015년 8월 시기에 12편에서 활용하여 활용 빈도가 매우 크게 증가한 반면, 기술통계는 2000년-2005년 시기에 4편에서 활용하였으나 2011년-2015년 8월 시기에 2편에서 활용하여 활용 빈도가 감소하였다.

자료분석 방법에서 상위 3개의 자료분석 방법이 차지하는 비율을 분석하여 자료분석 방법 활용의 집중화 경향을 확인해 본 결과 시기별 전체 자료분석 방법 활용 수에서 상위 3개의 자료분석 방법이 차지하는 비율은 매우 높은 수준을 보이고 있었다. 시기별 자료분석 방법 활용 수에서 상위 3개의 자료분석 방법이 차지하는 비율은 2000년-2005년 시기에 75.0%, 2006년-2010년 시기에 77.3%, 2011년-2015년 8월 시기에 85.7%로 증대되어 자료분석 방법 활용 집중화가 지속되고 있는 것으로 나타났다. Hirschman-Herfindahl Index는 2000년-2005년 시기에 0.203에서 2006년-2010년 시기에 0.238로 높아졌고 2011년-2015년 8월 시기에는 0.360으로 높아져 이를 증명해주고 있다. 시기가 지날수록 상위 3개 자료분석 방법 비율이 증대되고 있음에도 불구하고 분석대상 시기 전체의 상위 3개 자료분석 방법의 비율이 세 시기의 상위 3개 분석 방법 비율보다 낮게 나온 이유는 이전 시기에는 많이 활용하지 않았던 구조방정식모형을 이후의 시기에 많이 활용하여 분석 대상 시기 전체에서 활용한 비율이 높아졌기 때문이다.

<표 4-20> 시기별 자료분석 방법 활용

자료분석 방법	2000-2005	2006-2010	2011-2015.8	합 계(빈도)
기술통계	4	2	2	8(8.2%)
상관관계분석	2			2(2.0%)
회귀분석	7	9	31	47(48.0%)
분산분석	4	3	5	12(12.2%)
구조방정식모형		1	12	13(13.3%)
군집분석		2	1	3(3.1%)
t-검증	3	5	3	11(11.2%)
계층분석법			1	1(1.0%)
기타			1	1(1.0%)
합 계	20	22	56	98(100%)
상위 3개 분석 방법 비율	75.0%	77.3%	85.7%	73.5%
Hirschman-Herfindahl Index	0.203	0.238	0.360	0.263

연구 주제별로는 컨설팅 활성화/발전방안에 관한 연구에서는 기술통계(4편), 회귀분석(2편), 분산분석(1편), 구조방정식모형(1편), 군집분석(1편), t-검증(1편)을 자료분석 방법으로 다양하게 활용하였고, 컨설팅 성과(측정) 요인에 관한 연구에서는 회귀분석(37편), 구조방정식모형(9편), 분산분석(6편), t-검증(6편) 등을 주요 자료분석 방법으로 활용하였다. 컨설팅의 역할에 관한 연구에서는 회귀분석(5편), t-검증(3편), 분산분석(2편) 등을 주요 자료분석 방법으로 활용하였고, 컨설팅의 구매결정 요인에 관한 연구에서는 분산분석(2편), 군집분석(2편) 등을 주요 자료분석 방법으로 활용하였다. 컨설턴트의 양성/교육에 관한 연구에서는 계층분석법(1편), t-검증(1편), 분산분석(1편) 등을 자료분석 방법으로 활용하였고, 컨설턴트의 역할에 관한 연구에서는 구조방정식모형(1편), 회귀분석(1편)을, 고객과 컨설턴트 관계에 관한 연구에서는 구조방정식(1편)을 자료분석 방법으로 활용하였다.

<표 4-21> 연구 주제별 활용 자료분석 방법

연구 주제	기술 통계	상관 관계 분석	회귀 분석	분산 분석	구조 방정식 모형	군집 분석	t-검증	계층 분석법	기타
컨설팅 활성화/발전방 안	4		2	1	1	1	1		1
컨설팅 성과(측정) 요 인	1	1	37	6	9		6		
컨설팅의 역할	1		5	2			3		
컨설턴트의 양성/교육	1			1			1	1	
고객과 컨설턴트 관계					1				
컨설턴트의 역할			1		1				
컨설팅 구매결정 요인			1	2		2			
컨설팅사의 기업특성	1								
컨설팅 방법론									
기타		1	1		1				

V. 결론

5.1 연구결과의 요약

본 연구는 국내 학술지에 게재된 컨설팅 관련 학술논문을 분석함으로써 컨설팅 연구에 참여한 연구 주체, 연구 주제 영역, 연구 방법, 자료분석 방법의 추이와 시기별 차이를 분석하고, 이를 통해 컨설팅 연구동향의 특징을 파악하며 향후 컨설팅 연구의 발전방향을 제시하는 데 목적을 두었다. 이와 같은 연구목적을 위해서 본 연구에서는 2000년부터 2015년 8월까지의 시기동안 국내 학술지에 게재된 컨설팅 관련 학술논문 136편을 분석하였다.

본 연구에서는 컨설팅 관련 연구동향을 검토하기 위하여 연구 주체, 연구 주제, 연구 방법, 자료분석 방법 등을 분석 기준에 따라 분류하고 분석하였다. 본 연구의 주요 분석결과는 다음과 같았다.

첫째, 2000년부터 2015년 8월까지 국내 학술지에 출판된 컨설팅 관련 학술논문은 136편, 연평균 8.5편이었다. 시기별로는 2000년-2005년 시기에 23편(16.6%), 2006년-2010년 시기에 30편(22.1%), 2011년-2015년 8월 시기에 83편(61.0%)이 출판되어 시기가 지날수록 학술논문 연구가 증가하였다.

둘째, 136편의 논문은 60개의 학술지에서 출판되었고, 3편 이상의 학술논문이 출판된 학술지는 9개였으며, 51개의 학술지에서는 2편 이하로 출판되었다. 학술지 별로는 ‘디지털융복합연구’에서 25편(18.6%)이 출판되어 가장 많은 컨설팅 학술논문이 출판되었고, ‘경영컨설팅연구’에서 19편(14.0%)이 출판되어 컨설팅 학술논문의 출판을 주도한 학술지였다.

셋째, 2000년부터 2015년 8월까지 컨설팅 연구에 참여한 연구자는 총 216명이었고, 시기별로는 2000년-2005년 시기에 42명, 2006년-2010년 시기에 52명, 2011년-2015년 8월 시기에 128명이 컨설팅 연구에 참여하여 시기가 지날수록 컨설팅 참여 연구자가 증가하였다. 전체 분석 대상 기간 동안 3편 이상의 학술논문을 저술한 연구자는 13명이었고, 26명의 연구자는 2편의 학술논문을 저술하였다. 가장 많은 학술논문 저술에 참여한 연구자는 유연우로

18편을 저술하였고, 다음은 최창호로 5편을 저술하였다.

넷째, 컨설팅 학술논문 저술에 참여한 일반 대학교 소속 연구원은 2000년-2005년 시기에 26명(59.1%), 2006년-2010년 시기에 44명(75.9%), 2011년-2015년 8월 시기에 86명(46.7%)으로 시기가 지날수록 참여 연구자 수는 증가한 반면 연구자 비율은 낮아졌고, 컨설팅 대학원이 설립된 대학교 소속 연구원은 2000년-2005년 시기에 1명(2.3%), 2006년-2010년 시기에 2명(3.4%), 2011년-2015년 8월 시기에 83명(45.1%)으로 참여 연구자 수가 57개의 일반 대학교 전체 참여 연구자 수와 비슷한 수준으로 증가하였고, 연구자 비율도 57개 일반 대학교 전체 참여 연구자 비율과 비슷한 수준으로 증대되었다.

다섯째, 전체 분석 대상 기간 동안 컨설팅 성과(측정) 요인에 관한 연구(52편, 38.2%), 컨설팅 방법론에 관한 연구(28편, 20.6%), 컨설팅 활성화/발전방안에 관한 연구(21편, 15.4%)가 가장 관심 있는 연구 주제였고, 이 연구 주제들은 세 시기 모두에서도 상위 3개의 연구 주제였다. 컨설팅 연구 주제는 시기가 지나면서 연구 주제 영역은 확대되었으나 Hirschman-Herfindahl Index는 컨설팅 연구가 상위 3개 연구 주제에 집중되어 있는 특성을 지니고 있음을 보여주고 있다.

여섯째, 분석 대상 논문 136편 중 실증 연구는 82편(60.3%)으로 개념 연구 보다 높은 수준으로 수행되었고, 연구를 위한 데이터의 수집 원천으로는 고객, 컨설턴트, 고객과 컨설턴트, 컨설팅사, 전문가, 학생 등 다양한 원천이 활용되었으나, 고객이 70편(85.4%)으로 데이터 수집 원천이 편중된 현상을 보였다.

일곱째, 연구 방법으로는 양적 연구로 수행한 연구가 74편, 질적 연구로 수행한 연구가 53편, 양적 연구와 질적 연구를 혼합하여 수행한 연구가 8편이었다. 2000년-2005년 시기와 2006년-2010년 시기에는 양적 연구 방법과 질적 연구 방법을 비슷한 수준으로 사용하였으나, 2011년-2015년 8월 시기에는 양적 연구의 증가가 질적 연구의 증가보다 높았다. 양적 연구 방법인 설문조사는 68편의 연구에 사용하여 모든 연구 방법 중 가장 많이 사용한 방법 이었고, 질적 연구 방법 중에서는 사례 연구가 27편에 사용하여 가장 자주

사용하였다.

여덟째, 자료분석 방법으로는 8가지의 통계기법을 활용하였고, 회귀분석이 47편에 활용되어 가장 많이 활용한 자료분석 방법이었다. 시기가 지날수록 자료분석 방법으로 활용하는 통계기법은 증가하였다. 회귀분석을 비롯하여 기술통계, 분산분석, t-검정은 모든 시기에 자료분석 방법으로 활용하였으며, 구조방정식모형, 군집분석은 2006년-2010년 시기부터 자료분석 방법으로 활용되었고, 계층분석법은 2011년-2015년 8월 시기에 활용되었다. 구조방정식모형은 2006년-2010년 시기에 1편에서만 활용하였으나 2011년-2015년 8월 시기에 12편에서 활용하여 활용 빈도가 매우 크게 증가하였다.

5.2 연구의 한계 및 제언

본 연구는 지금까지 이루어지지 않았던 컨설팅 관련 학술논문 연구 동향을 검토하여 지난 16년여 기간 동안 국내 컨설팅 논문 동향의 특징을 파악하고 컨설팅 연구의 질적 향상을 위한 시사점을 제공하였다는 데 의미를 부여할 수 있으나 그럼에도 불구하고 다음과 같은 한계점과 향후의 연구 과제를 남기고 있다.

첫째, 본 연구는 컨설팅 관련 연구 영역에 대해 종합적인 검토를 제공하기 위한 목적이었으나 자료 수집 대상을 학술 정보 사이트로 한정하여 분석 대상 기간에 출판된 모든 논문을 조사할 수 없었다. 따라서 차후 연구에서는 더 많은 논문을 수집하여 분석하기 위하여 자료 수집 대상을 확대하여야 할 것이다.

둘째, 연구 동향을 파악할 수 있는 다양한 연구물들이 있으나 본 연구는 학술논문으로 연구의 범위를 한정하여 연구의 결과를 전체 컨설팅 연구로 일반화하기에는 무리가 있다는 한계를 지니고 있다. 따라서 차후 연구에서는 연구 동향을 파악할 수 있는 보다 다양한 연구물들을 연구 범위에 포함시켜 연구가 진행되어야 할 것이다.

셋째, 본 연구는 연구 주제 영역의 분류 시 선행 연구가 이루어지지 않아 내용 분석을 통해 연구자가 직접 연구 주제 영역을 분류하였다. 따라서 연구

자의 주관에 개입되는 것을 최소화하기 위하여 노력하였음에도 연구 주제 영역의 분류 시 주관에 개입되었을 개연성이 있다는 한계를 지니고 있다. 그러므로 차후 연구에서는 연구 주제의 분류에 더 높은 객관성을 확보할 수 있는 노력이 기울여져야 할 것이다.

넷째, 본 연구는 컨설팅 연구의 동향에 대한 단순 현황 검토 수준에서 진행되었다는 한계를 지니고 있다. 따라서 차후 연구에서는 다각적인 관점에서 연구를 진행하여 연구 동향의 상황이 발생할 수밖에 없었던 배경에 대한 이해와 더불어 더 깊은 수준에서 이해할 수 있도록 심도있는 연구가 진행되어야 할 것이다.

이러한 관점에서 본 연구의 시사점과 제언은 다음과 같다.

첫째, 컨설팅 관련 학술논문은 지난 15년 동안 의미있는 양적 증가를 이루어 왔다. 2000년대 중반까지는 컨설팅 관련 학술논문을 선도하는 학술지가 없어 다양한 학술지에서 컨설팅 관련 학술논문이 출판되었으나, 최근에는 ‘디지털융복합연구’, ‘경영컨설팅연구’ 학술지가 컨설팅 관련 학술논문을 선도하고 있어 컨설팅 관련 연구는 더욱 활성화될 수 있을 것으로 기대된다.

둘째, 컨설팅 산업 활성화 정책으로 추진된 컨설팅 전문대학원과 컨설팅 R&D센터는 컨설팅 관련 학술논문 저술에 참여하는 연구자의 양적 증가에 크게 기여하고 있으며, 향후 컨설팅 관련 연구자의 양적 증가는 물론 질적 향상에도 기여할 것으로 기대되고 있다.

셋째, 컨설팅 관련 학술논문에서 연구 주제 영역은 계속 확장되어 오기는 했으나 아직 특정 영역에 집중된 연구가 진행되고 있어 컨설팅 연구의 질적 향상을 위해서는 이후 연구자들이 보다 다양한 연구 주제에 관심을 기울여야 할 것이다.

넷째, 컨설팅 연구의 질적 향상을 위해서는 연구 방법에서 컨설팅을 직접 수행하는 주체인 컨설턴트, 컨설팅사 등 더욱 다양한 대상으로부터 데이터를 수집해야 할 것이다.

다섯째, 데이터를 수집하는 방법에 있어서는 설문 조사에만 의존하지 않고 인터뷰, 참여연구와 같은 질적 연구 방법을 활용한 연구를 증대하려는 노력을 기울여야 컨설팅 연구의 질적 향상에 기여하게 될 것이다.

참 고 문 헌

1. 국내문헌

- 곽홍주, 장용삼(2009), 「Consulting Management가 컨설팅 성과에 미치는 영향에 관한 연구」, 『한국지적학회지』, 제25권 제1호
- 김용준, 임양환, 박세환, 백수경, 정상호(1999), 「한국 마케팅 연구 논문의 분류와 분석 : 경영학연구, 마케팅연구, 소비자학연구, 광고학연구에 게재된 논문들을 중심으로」, 『마케팅연구』, 제14권 1호, pp.147-173
- 김정근(1990), 「한국의 관광학연구 성향에 관한 고찰 : 관광학회지를 중심으로」, 『觀光研究論叢』, 제1권, pp.113-127
- 김후진, 전외술(2014), 「글로벌시대의 경영컨설팅 서비스가 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구」, 『관세학회지』, 제15권 2호, pp.279-299
- 나장함(2008), 「질적 메타분석에 대한 고찰 : 교육과정 연구에서의 적용 가능성 탐색」, 『교육과정연구』, 제26권 4호, pp.229-252
- 박민정, 성열관(2011), 「교육과정 연구의 최근 동향 분석 : 2000년 이후를 중심으로」, 『교육과정연구』, 제 29권 4호, pp.25-46
- 배경화(2007), 「중소기업 컨설팅과 산업공학」, 『IE매거진』, 대한산업공학회
- 부정남(1984), 「내용분석의 발전과정」, 『韓國言論學報』, 제17권 1호, pp.125-131
- 서창석, 김효정(2010), 「국제비교를 통한 한국 서비스 연구 동향 : 한국과 미국의 주요 학술지를 중심으로」, 『서비스경영학회지』, 제 11권 4호, PP.153-190
- 신흥순 외(2004), 「비즈니스 서비스 컨설팅산업의 경쟁우위전략」, 한국과학기술정보연구원

- 안운옥, 고응린(1973), 「자료처리과정에 대한 통계학적 검토 : 일부 의학잡지에 게재된 논문 예를 중심으로」, 『예방의학회지』, 제 6권, PP.81-85
- 오익근(2000), 「내용분석의 관광연구 활용」, 『관광학연구』, 제24권 1호, pp.317-322
- 이병식, 김혜림, 공희정, 박혜경, 진민경(2012), 「한국 대학효과 연구의 최근 동향」, 『교육과학연구』, 제43권 4호, pp.191-219
- 이월계(2010), 「한국 관광학 연구의 동향 : 관광관련학과 학위논문을 중심으로」, 강원대학교 대학원 석사학위논문
- 장덕호, 신인수(2011), 「교육학 연구방법으로서 메타분석(Meta-analysis)의 발전과정 고찰」, 『교육과정평가연구』, 제14권 3호, pp.309-332
- 장성익(2014), 「경영컨설팅이 중소기업의 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구」, 한성대학교 대학원 석사학위논문
- 장영(1996), 「경영컨설팅 유형별 성과에 대한 상황적 분석」, 한국과학기술원 대학원 박사학위논문
- 장환영, 손지영, 하정례(2013), 「학회지 분석을 통해 본 HRD 이슈와 동향 탐색」, 『HRD 연구』, 제 15권 2호, PP.1-22
- 전기수(2009), 「중소기업 경영컨설팅이 경영성과에 미치는 영향에 관한 실증 연구」, 건국대학교 대학원 박사학위논문
- 정광수(2014), 「중소기업 경영컨설팅의 핵심요소와 컨설팅 성과와의 관계에 관한 연구」, 한성대학교 대학원 석사학위논문
- 조운익(2011), 「중소기업컨설팅의 서비스 품질 만족도 분석」, 한성대학교 대학원 석사학위논문
- 조현정(2013), 「스마트러닝의 연구동향 분석: 국내 학술지에 게재된 논문을 대상으로」, 경북대학교 대학원 석사학위논문
- 중소기업기술정보진흥원(2011), 「컨설팅산업 현황 분석 및 활성화 방안 연구」, 중소기업기술정보진흥원
- 최윤정(2005), 「한국 평생교육연구의 최근동향 분석」, 이화여자대학교 대학

원 석사학위논문

최창호(2014), 「고객과 컨설턴트간의 유대관계가 컨설팅 프로젝트 성과에 미치는 영향 연구」, 한성대학교 대학원 박사학위논문

김광용, 김명섭, 이채언, 이용희(2008), 『비즈니스 컨설팅서비스의 이해와 활용』, 서울: 도서출판 청람

조영대(2005), 『비즈니스 서비스 컨설팅 서비스』, 서울: 남두도서

한승희(2001), 『평생교육연구의 메타인식 : 전개와 방향, 평생교육학 : 동향과 과제』, 서울 : 교육과학사

중소기업청(2006), 『2006 중소기업 컨설팅산업 백서』

중소기업청(2007), 『2007 중소기업 컨설팅산업 백서』

중소기업청(2008), 『2008 중소기업 컨설팅산업 백서』

한국교육학술정보원(KERIS) 학술연구정보서비스 www.riss.kr

누리미디어 www.dbpia.co.kr

한국학술정보(Kiss) 한국정보서비스시스템 kiss.kstudy.com



2. 국외문헌

- Berelson, Bernard, "Content analysis in communication research", New York : The Free Press of Glencoe, 1952
- Denzin, N, K & Lincoln, Y, S, Handbook of quantitative research, Thousand Oaks, CA : Sage Publications
- Fink, A, Conducting Research Literature Reviews : From the Internet to Paper, Sage Publications, CA, 2014
- Kubr, M, "How to Select and Use Consultants", ILO, Geneva, 1997
- Maister, D. H, "It's about time", *Journal of Management consulting*, Vol.9, No.2, 1996
- Michael Mohe, Stephanie Birkner, Jost Sieweke, "Grown up by now? An Investigation of 19 Years of Consulting Research", 4th International Conference on Management Consulting, 2009
- Okoli, C, Schabram, K, "A guide to conducting a systematic literature review of information systems research", *Association for Information Systems*, vol.10 No26, 2010, pp.1-49

부 록 : 학술논문 목록

연구자	연도	학술지명	논문 제목
김정호, 허덕	2000	농촌경제	농업경영 컨설팅의 시장 성격과 가격 분석
김태호, 강경식	2001	대한산업공학회 논문집	on-line 경영컨설팅 방법에 관한 연구
조홍수, 권승구	2001	한경대학교 논문집	우리나라 농업경영컨설팅의 발전방향
김정호, 허덕	2001	농촌경제	농업경영 컨설팅의 성과와 과제
강경하, 정호근, 박홍규, 이민수	2001	농촌지도와 개발	농가경영컨설팅 추진현황과 성과
김재홍	2001	농업과학연구	농업경영 컨설팅의 발전방안에 관한 연구
김광훈, 황규승	2001	경영과학	경영컨설팅 서비스 품질 구성요인에 관한 연구
윤성철, 서현석, 홍성완	2002	한국경영정보학회 논문집	IT컨설팅 서비스의 품질 및 사용자 만족도 측정에 관한 연구
김홍배	2002	기초조형학연구	신제품의 전략적 개발을 위한 디자인 컨설팅 프레임워크 개발
박경준, 박광태, 이형석	2002	한국서비스경영학회 논문집	회계컨설팅서비스에서 서비스품질 결정요인에 관한 연구
이정완	2002	한국중소기업학회 논문집	소상공업 컨설팅서비스 품질측정척도
최종민	2002	농업경영정책연구	농업경영컨설팅사업의 추진실태와 발전방향
이두희, 김재홍	2003	농업과학연구	농가의 컨설팅 수용태도에 따른 특성 분석
이상석	2003	중소기업연구	여성기업의 성장단계별 컨설팅에 관한 연구
이근열, 백대기, 정재권	2004	회계연구	대학 구내식당의 컨설팅 사례연구
조광호, 서종석	2004	농업교육과 인적자원개발	인터넷을 통한 양돈경영진단 및 컨설팅 시스템 개발
송오식	2004	비교사법	컨설팅 계약과 법적 문제
박규일, 신건권	2004	경영컨설팅연구	창업보육센터의 경영애로 해소를 위한 종합 컨설팅 지원체제 구축
임호순, 백승기, 허희영	2005	서비스경영학회지	IT컨설팅 서비스의 서비스 품질 및 고객만족에 관한 연구
정기억	2005	전주대학교 논문집	중소기업의 정보화 컨설팅 사례연구
박병호, 이동원, 김연성	2005	품질경영학회지	경영컨설팅 서비스 품질 측정에 관한 연구

연구자	연도	학술지명	논문 제목
남수희	2005	경영컨설팅연구	한국기업의 컨설팅에 대한 만족요인을 파악하기 위한 연구
김승환, 김용한	2005	경영컨설팅연구	컨설팅 산업의 비즈니스 모델에 관한 탐색적 연구
박현일	2006	국제거래법연구	컨설팅 계약을 둘러싼 법률 문제
김승환, 김두복, 최정아	2006	대한경영학회 논문집	비즈니스 서비스 산업의 경쟁전략에 관한 연구-비즈니스 컨설팅 산업을 중심으로
임효선, 김은영, 이진렬	2006	한국디자인학회 논문집	디자인컨설팅기업의 특성 및 디자인컨설팅 프로세스에 관한 탐색적 연구
신태호, 신성원, 곽홍주	2006	서비스경영학회지	한국의 컨설팅산업 현황과 컨설팅시장의 발전을 위한 향후 추진방안
김태호, 조경석, 최우중, 최종영	2006	경영컨설팅연구	CRM 시스템 컨설팅 모델 개발
최상렬	2006	한국창업학회지	중소벤처기업 창업컨설팅 방법 연구: 컨설팅 성공사례를 중심으로
김승환	2007	대한경영학회지	비즈니스 컨설팅 산업의 서비스 인카운터에 관한 실증연구
강군중	2007	농업기술연구소보	경영컨설팅이 딸기 생산 및 가격에 미치는 영향
임효선, 이진렬	2007	한국디자인학회 논문집	디자인컨설팅기업의 특성
구자면, 박주석	2007	소비자문제연구	IT컨설팅 서비스 품질요인 선정과 고객만족에 미치는 영향에 관한 연구
박종훈, 강소라, 전현선	2007	경영연구	경영전략 컨설팅 참여조직들간의 상호작용에 관한 해석학적 사례연구
정재삼, 이진구	2007	기업교육연구	수행공학을 적용한 컨설팅 사례
신화성, 한경석	2008	사회과학논총	공공기관의 EA 컨설팅 서비스 활용도와 만족도에 영향을 주는 주요 요인에 관한 실증연구
김동일, 강희삼	2008	한국산학기술학회논문지	경영컨설팅 서비스품질과 고객 만족에 관한 실증적 연구
곽홍주	2008	전문경영인연구	한국컨설팅시장의 컨설팅 성과 제고를 위한 성공모형 구축에 관한 연구
김익성	2008	한독사회과학논총	중소기업 컨설팅이 경영성과에 미치는 영향 분석
강형모, 김광용	2008	한국it서비스학회지	비즈니스 컨설팅 서비스의 품질과 편익이 고객과의 결속관계에 미치는 영향에 관한 연구
김익성	2009	경상논총	중소기업 컨설팅지원사업의 현황과 발전 방안

연구자	연도	학술지명	논문 제목
서영욱, 김보겸, 이건창	2009	한국경영과학회 논문집	IT컨설팅 서비스 품질이 고객가치, 고객만족 및 재구매의도에 미치는 영향에 관한 연구
이상석	2009	기업경영연구	중국 진출 한국 중소기업의 경영컨설팅이 경영성과에 미치는 영향
박재용, 정구문	2009	중소기업연구	컨설팅 서비스의 습관적 의존 경향에 관한 실증 분석
박소현, 이국희	2009	정보시스템리뷰	IT컨설팅사의 컨설팅 역량: 컨설턴트와 고객의 인식 차이를 중심으로
전기수, 이철규, 이동명	2009	한국창업학회지	중소벤처기업의 경영자원 향상을 위한 경영컨설팅 방안에 관한 연구
문형준, 김태형, 임춘성	2010	entruer journal of information technology	컨설팅 역량 평가 모델 개발 및 적용
이성환	2010	한국산학기술학회논문지	2005년 쿠파제 경영컨설팅 기업의 재무성과
양석균	2010	경영컨설팅리뷰	중소기업의 역량모델 개발 실증연구
박상훈, 이동연, 윤정식	2010	학술발표논문집	맥락적 이해를 근거로 한 공공디자인 컨설팅 프로세스 연구
이진렬	2010	디자인학연구	디자인컨설팅서비스기업의 운영방안 제안에 관한 연구
김홍배, 윤슬아	2010	디지털디자인학연구	웹기반 디자인 컨설팅 수행체계 개발에 관한 연구
황진욱	2010	수산경영논문집	어업경영컨설팅 체제 구축 방안
김두열, 김태성, 이현수	2011	디지털정책연구	경영컨설팅 서비스 품질이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구
윤종록, 임아름, 손성곤	2011	경영컨설팅리뷰	중소기업의 학습조직 구축을 위한 경영 컨설팅 전개방안에 관한 탐색적 연구
이윤원, 김상수, 이충섭	2011	회계연구	경영컨설팅완성도와 경영컨설팅성과의 관계에 대한 기업특성의 매개효과 분석
박춘래, 황서진, 이충섭	2011	산업경제연구	경영컨설팅과 기업성과의 관계 및 컨설팅 활용도의 매개효과
이병진, 장성호, 이종환	2011	디지털정책연구	컨설턴트의 역량이 컨설팅성과에 미치는 영향에 있어서 PM역량의 조절효과에 관한 연구
조영준, 이승희	2011	디지털정책연구	컨설팅특성이 구전의도와 재구매의도에 미치는 영향 연구
장동인, 이광현, 송상호	2011	고객만족경영연구	컨설턴트의 역량이 컨설팅 서비스품질과 고객만족에 미치는 영향에 관한 연구
고경일, 임효창	2011	국제경영리뷰	우리나라 컨설팅업체의 해외진출 전략 방안에 관한 연구

연구자	연도	학술지명	논문 제목
김현정, 백목련, 석현정	2011	디자인학연구	벤처기업을 위한 디자인 컨설팅 툴킷 개발 및 디자인 컨설팅 사례
최창호, 유연우	2011	생산성논집	자산구성 및 자본구조가 경영성과에 미치 는 영향에 관한 연구
송갑호, 심민우, 김광용	2011	서비스경영학회지	비즈니스 컨설턴트의 비윤리적 컨설팅 행 동에 미치는 요인에 관한 연구
정영우	2011	한국조리학회지	교육훈련요인이 교육훈련전이, 교육훈련만 족도 및 재교육의도에 미치는 영향
서창적, 이지은, 김승철	2011	직업교육연구	경영컨설팅 역량 모델에 관한 연구
장영순	2011	품질경영학회지	중소기업 컨설팅서비스의 품질 및 고객만 족에 관한 연구
박춘래, 황서진, 이충섭	2011	재무와회계정보저널	컨설턴트 역량이 경영컨설팅성과에 미치는 영향과 컨설팅 의뢰기업 조직특성의 조절효 과 분석
양승권, 장용운	2011	경영컨설팅연구	IFRS의 성공적인 도입을 위한 컨설팅
신상복, 석기준	2011	상업교육연구	경영컨설팅 서비스품질과 고객 만족에 관 한 연구
임효창	2011	경영컨설팅연구	경쟁가치 모형에 의한 조직문화 및 리더십 진단 컨설팅 방법론
이영일	2012	경영컨설팅연구	중소벤처기업의 성장단계별 지속적 컨설팅 의 중요성에 대한 사례연구
최희선, 장병혁, 이승근	2012	한국디자인포럼	정부의 중소기업 디자인 컨설팅 지원을 통 한 디자인 신규수요 창출 방안
조준영, 원동환	2012	경영컨설팅연구	중소기업의 FTA 활용도를 높이기 위한 컨 설팅 방향 제언
신용재, 임명성	2012	디지털정책연구	경영컨설팅 산업의 경제적 파급효과 변화 분석에 관한 연구
이윤원, 황서진, 이충섭	2012	산업경제연구	컨설턴트역량과 경영컨설팅완성도의 관계 및 조절요인 분석
최창호, 유연우	2012	디지털정책연구	중소기업의 재무컨설팅 활용을 위한 재무 구조가 경영성과에 미치는 영향에 관한 연 구
신동주, 유연우	2012	디지털정책연구	컨설턴트의 역량이 컨설팅 서비스품질과 컨설팅 성과에 미치는 영향
정구상, 김태성, 이현수	2012	디지털정책연구	컨설턴트의 주도성과 배려가 신뢰와 혁신 성과에 미치는 영향에 관한 연구
이인수, 유연우	2012	디지털정책연구	컨설팅 산출물과 컨설팅 만족도를 매개로 한 컨설팅 활용도에 미치는 성과 영향요인 에 관한 실증연구

연구자	연도	학술지명	논문 제목
조영준	2012	디지털정책연구	컨설팅 전문성과 활용경험이 구전의도에 미치는 영향 연구
강대구	2012	농촌지도와 개발	농업인교육자의 농기업경영컨설팅능력 개발을 위한 교육과정 개발
박소희	2012	한국디자인문화학회지	서비스 산업을 위한 디자인 컨설팅 가치사슬 모델 연구
석금주, 노승완	2012	디자인지식저널	국내 디자인 전문회사의 요구에 기반한 디자인 컨설팅 프로세스 개선 방향 연구
김종균	2012	한국디자인학회 논문집	디자인 지식재산권 컨설팅 사업의 성과
강성무, 류덕위	2012	벤처창업연구	신흥중양회 경영컨설팅이 단위신흥의 경영 성과에 미치는 영향
김태성, 구일섭	2012	벤처창업연구	전문가의 지도가 중소기업의 경영성과에 미치는 영향
최창호, 유연우	2012	생산성논집	신뢰의 매개효과를 통한 고객과 컨설턴트 간의 유대관계가 컨설팅 프로젝트 성과에 미치는 영향에 관한 연구
김종광, 석기준	2012	세무회계연구	경영컨설팅 서비스품질이 기업성과와 컨설턴트 변경에 미치는 영향
정구상, 이성희, 김영진, 김선아, 김태성	2012	디지털정책연구	한국중소기업을 위한 컨설팅서비스의 사후 관리 효과에 관한 연구
박상욱, 송영수	2012	학습과학연구	국내 기업 HRD 담당자의 퍼포먼스 컨설팅 역량에 대한 교육요구도 분석
고세명, 김상조	2013	대한경영학회 논문집	소상공인협업화 컨설팅을 통해 본 소상공인 협동조합 설립 탐색적 연구
이승희, 이종승, 정구상	2013	디지털정책연구	사회적 기업의 성공요인과 성과에 있어 컨설턴트 전문역량의 조절효과에 관한 연구
정새미, 이남희, 임효선, 김은영, 이진렬	2013	아시아디지털아트앤디자인 학회 논문집	디자인경영환경평가시스템을 통한 디자인 경영컨설팅 사례연구
김용진, 진승혜	2013	디지털정책연구	지식집약형 컨설팅프로세스 지원을 위한 경영의사결정지원 기술모델 개발 연구
김두열, 이선규, 강은구	2013	디지털정책연구	컨설턴트의 감성지능이 컨설팅 서비스품질에 미치는 영향에 관한 연구
김정기, 유연우	2013	디지털정책연구	컨설팅 실행기업의 조직특성이 컨설팅 성과에 미치는 영향
문재호, 김장수, 이경학	2013	한국디자인문화학회지	디자인브랜드명성지수를 활용한 디자인 기업 온라인 컨설팅 툴 개발 연구
김연희, 노승완	2013	디자인지식저널	디자인 전문회사의 컨설팅 강화를 위한 웹 사이트 사용성 평가척도 개발

연구자	연도	학술지명	논문 제목
정광호, 박문형	2013	디지털디자인학연구	디자인경영 확립을 위한 서비스디자인과 KPI의 디자인컨설팅 구조체계
최창호, 노재확, 유연우	2013	생산성논집	고객과 컨설턴트 간의 유대관계가 컨설팅 프로젝트 성과에 미치는 영향에 관한 연구
양동현, 유연우	2013	생산성논집	스마트워크기반의 컨설팅지원 서비스방법에 관한 연구
배용섭, 안영진	2013	서비스경영학회지	경영컨설팅 성과에 영향을 미치는 컨설턴트의 역량에 관한 연구
김희영, 정은실, 하영원, 김승철	2013	경영컨설팅연구	경영전문대학원 경영컨설팅학과 수업의 학습효과성 분석 사례연구
박종효, 이상호	2013	경영컨설팅연구	컨설팅 품질요인이 만족과 재구매에 미치는 영향에 관한 연구
신동주, 유연우	2014	디지털정책연구	ceo지원을 조절효과로 프로젝트 매니저 역량이 컨설턴트의 윤리적 태도와 컨설팅 성과에 미치는 영향에 관한 연구
최창호, 유연우	2014	디지털정책연구	고객과 컨설턴트 간의 유대관계 및 신뢰관계가 컨설팅성과에 미치는 영향에 관한 연구
양석균	2014	경영컨설팅리뷰	전통시장 상인회 조직 활성화를 위한 전략 경영체계 및 실행체계 수립
김승욱	2014	e비즈니스연구	전통시장 활성화를 위한 비즈니스 컨설팅 추진 사례연구
김연희, 노승완	2014	디자인융복합연구	제품 및 서비스의 브랜드 강화를 위한 디자인 컨설팅 도구 개선 방향 연구
양용현, 유연우	2014	디지털정책연구	은행 경영컨설팅의 효과에 관한 실증연구
양용현, 유연우	2014	디지털정책연구	은행의 경영컨설팅이 수진기업의 경영성과와 은행의 기여도에 미치는 영향에 관한 연구
성거영, 홍정완, 유연우	2014	디지털정책연구	컨설팅 특성 요인이 중소기업의 경영성과에 미치는 영향
김후진, 전외술	2014	관세학회지	글로벌시대의 경영컨설팅 서비스가 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구
김희열, 박근재	2014	관세학회지	중소기업의 FTA 컨설팅 효율성 제고 방안
김정태	2014	농촌지도와 개발	농촌지역개발 민간컨설팅회사의 실태와 개선방안
장익훈, 문정훈, 최영찬	2014	농촌지도와 개발	다중조직이론 기반의 농업경영체 경영관리 능력 향상을 위한 컨설팅 기법과 사례
김정일, 유연우, 김상봉	2014	유통정보학회지	중소기업 컨설팅 수진기업의 정책 만족도에 미치는 영향에 관한 실증연구
김정희, 신호균	2014	의사결정학연구	지역 중소기업의 녹색경영 컨설팅 사례

연구자	연도	학술지명	논문 제목
윤진기, 김진선	2014	경영컨설팅연구	swot 분석을 이용한 사업화전략 연구
김선제, 김성태	2014	경영컨설팅연구	강소농 농업경영체의 재무실태에 관한 컨설팅 사례연구
임효창	2014	경영컨설팅연구	고령화시대의 임금체계 컨설팅 방법론
구상욱	2014	경영컨설팅연구	중소기업 지원체계 재설계를 위한 컨설팅 연구
장영순, 서종현	2014	경영컨설팅연구	중소기업 컨설팅 지원영역의 우선순위 도출에 관한 연구
송거영, 노재확, 유연우	2015	디지털정책연구	경영자몰입이 컨설팅품질 지각에 미치는 영향
최영석, 이승희, 손홍섭, 이병주, 석주윤, 황동룡	2015	디지털정책연구	디지털산업 컨설팅서비스에서 컨설턴트 역량이 고객만족과 재계약 의도에 미치는 영향에 관한 연구
유진혁, 김선배	2015	디지털정책연구	융복합시대에 지식서비스기업 최고경영자의 변혁적 리더십과 학습조직 구축요인이 혁신행동에 미치는 영향
신동주, 이석기, 유연우	2015	디지털정책연구	컨설턴트의 비언어커뮤니케이션이 고객 평가에 미치는 영향에 관한 연구
신동주, 홍정완, 유연우	2015	디지털정책연구	컨설턴트의 친사회적 서비스가 관계적 배태성, 관계신뢰, 관계만족, 장기관계지향성에 미치는 영향에 관한 연구
윤정혜, 김정렬, 유연우	2015	디지털정책연구	컨설팅 신청동기가 품질지각과 결과활용도 간의 경로에 미치는 영향
김사홍, 안중민, 안재광, 김진한	2015	서비스경영학회지	중소기업의 성과를 높이기 위한 컨설팅 서비스
표원지, 하환호	2015	한국콘텐츠학회논문지	소규모 창업기업의 사업진단과 컨설팅을 위한 비즈니스모델캔버스의 활용 사례연구
변홍주, 하환호	2015	경영컨설팅연구	BMC를 이용한 창업기업 경영컨설팅 사례 연구
임효창	2015	경영컨설팅연구	FRI에 의한 위기관리 경영컨설팅 방법론 개발
고경일	2015	경영컨설팅연구	IT중소기업의 역할과 성공기업 사례 분석을 통한 컨설팅 연구
유민수	2015	경영컨설팅연구	공공부문 경영컨설팅을 위한 비즈니스 프로세스 표준화 방안에 관한 연구

ABSTRACT

An Analytic Study on the Research Trends of Consulting in Korea

Park, Young-Kwon

Major in Management Consulting

Dept. of Knowledge Service & Consulting

Graduate School of Knowledge Service Consulting

Hansung University

Consulting is recognized as a means need to have positive influences on corporate management activities, and there have been diverse researches on it. Previous consulting researches were, however, concentrated on individual topic areas with no attempt to grasp the flows of consulting researches and integrate research achievements.

This study thus set out to analyze scientific treatises on consulting, thus examining the subjects of consulting research, areas of research topics, methodologies, developments and differences by the periods of data analysis methods, and characteristics of consulting research trends and proposing developmental directions for future consulting researches. For those purposes, the study analyzed 136 scientific treatises on consulting published in South Korean academic journals from 2000 to August, 2015. Before analysis, the investigator set the following criteria to analyze research topics, methodologies, and data analysis methods to answer the research questions: the analysis periods were divided into 2000~2005, 2006~2010, and 2011~August, 2015 by taking into consideration differences among the government policies, research implementation, and

publication in academic journals; as for research topics, keywords were identified through content analysis, and comprehensive classification by the topics was carried out; as for methodologies, the analysis criteria were set based on interviews, case studies, literature study, theoretical study, survey, and secondary data examination; and as for data analysis methods, the investigator checked the types of statistical techniques used to generate findings instead of setting separate criteria and utilized them in analysis.

The content analysis results show that 216 researchers participated in scientific treatises on consulting and published 136 papers on the topic in 60 academic journals. The number of scientific treatises made a significant increase over time, and consulting graduate schools made a huge contribution to the rising number of scientific treatises and participating researchers. There was a high concentration of papers in top three research topics, namely the achievement(measurement) factors of consulting, methodologies of consulting, and plans for the activation/development of consulting. The researchers focused on customers to collect data for empirical study. There were more qualitative researches than quantitative ones in terms of methodology. The survey method was intensively used and applied by the researchers. As for data analysis methods, regression analysis recorded the highest frequency. Those findings imply that researchers need to expand the scope of interest to more diverse research topics and diversify the objects and methods of data gathering to achieve qualitative growth in consulting researches as well as quantitative increase. Those implications grant some significance to the present study.

Key words: *Management Consulting, Consulting Research, Journal Articles, Research Trends, Content Analysis*