



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

정부기관과 컨설팅 수진기업과의 관계가
컨설팅 만족도에 미치는 영향에 관한 연구

2017년



HANSUNG
UNIVERSITY

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

지식서비스&컨설팅학과

컨버전스컨설팅전공

전 해 운

석사학위논문
지도교수 박현우

정부기관과 컨설팅 수진기업과의 관계가
컨설팅 만족도에 미치는 영향에 관한 연구

A Study on the Influence of the Relationship between
Government Institutions and Consult companies on consulting
satisfaction

2016년 12월 일

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

지식서비스&컨설팅학과

컨버전스컨설팅전공

전 해 운

석사학위논문
지도교수 박현우

정부기관과 컨설팅 수진기업과의 관계가 컨설팅 만족도에 미치는 영향에 관한 연구

A Study on the Influence of the Relationship between
Government Institutions and Consult companies on consulting
satisfaction

위 논문을 컨설팅학 석사학위 논문으로 제출함

2016년 12월 일

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

지식서비스&컨설팅학과

컨버전스컨설팅전공

전 해 운

전해운의 컨설팅학 석사학위논문을 인준함

2016년 12월 일



심사위원장 _____인

심 사 위 원 _____인

심 사 위 원 _____인

국 문 초 록

정부기관과 컨설팅 수진기업과의 관계가 컨설팅 만족도에 미치는 영향에 관한 연구

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

지식서비스&컨설팅학과

컨버전스컨설팅 전공

전 해 운

본 연구는 정부기관과 정부기관에서 중소기업에 대한 지원 정책으로 진행하는 각종 지원사업과 연계 혹은 독자적인 컨설팅 지원사업에 참여한 수진기업과의 유대관계, 배려신뢰 및 역량신뢰가 컨설팅 만족도, 개념적 구성요소 및 이들 간의 영향관계에 대한 선행연구를 바탕으로 정부 지원사업의 컨설팅을 1회 이상 수진한 경험이 있는 전국의 중소기업 대표, 담당자를 대상으로 총 224부의 설문지를 표본으로 추출하여 본 연구를 수행하였다.

본 연구는 정부기관과 컨설팅 수진기업 간의 유대 관계, 배려에 대한 신뢰 및 역량에 대한 신뢰가 컨설팅 만족도에 미치는 영향관계를 분석하여 진행하였다

본 연구의 분석결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 정부기관과 수진기업 간의 유대관계는 컨설팅 만족도에 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

둘째, 정부기관과 수진기업 간의 배려신뢰 및 역량신뢰는 컨설팅 만족도에 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

위와 같은 실증적인 분석 결과로부터 당 연구는 정부지원 사업의 컨설팅 프로젝트 수행과정에서 정부기관과 수진기업 사이의 유대관계 및 신뢰관계가 컨설팅 만족도에 강한 영향관계에 있으므로 정부기관이 중소기업인 컨설팅 수진기업과 친밀한 관계를 유지하고, 중소기업의 문제점, 관심사에 중점을 두고 전문적인 지원 정책과 컨설팅 본연의 목적에 부합하는 책임감을 갖추는 것이 지속적인 관계를 유지하는데 중요하며 정부지원 사업의 성공적인 결과 측정인 만족도에 중요하다는 것을 시사하고 있다.

또한, 컨설팅 만족도를 높이기 위해서는 기관 담당자의 역량(지식, 능력, 태도) 중 기관 담당자가 수진기업의 문제점을 진단하고 중소기업의 의견을 수렴하고 적절한 대응을 할 수 있는 기관 담당자의 능력과 태도가 무엇보다 중요하다.

본 연구를 수행하는 과정 중에 아래와 같은 한계점을 보유하고 있었으며, 향후 연구의 차원과 수준을 한 단계 높이고 발전하기 위해 다음과 같이 제시하고자 한다.

첫째, 모집단의 선정 시 수진기업의 대표, 담당자뿐만 아니라 기관 담당자를 대상으로 한 설문과 표본을 추출하기 위한 면접, 설문 등의 조사가 동일하게 이뤄져야 하고, 수진기업의 대상을 기관별 비례적으로 추출하여 다양성을 확보해야 효과적일 것이다.

둘째, 독립변수인 유대관계의 하위개념을 개발하여 변수의 객관성 확보를 위한 보완 작업이 필요하다.

셋째, 기관 담당자의 역량을 측정하고 분석하기 위한 개발에 대해 보다 깊이 있는 연구가 필요하며 추가 설문이 필요하다.

이상으로 제시한 한계점에 추가하여 연구해 나가야 할 방향으로는 정부기관과 기관 담당자의 역할과 이에 따른 컨설팅 수진기업 간의 유대관계, 신뢰관계가 컨설팅 만족도에 어떠한 영향을 미치며 일반 컨설팅과의 비교 분석을 위한 연구에서 이에 대한 비교 분석도 필요하다. 또한 정부기관의 실질적 업무 수행을 담당하는 기관 담당자는 정부기관을 대변하고 있으며 사업에 대한 이해도와 평가 관리, 컨설턴트 선발과 관계 유지 등에 대한 관계 형성도 컨설팅 수진기업의 컨설팅 만족도에 상당한 영향을 미칠 것으로 보이며 이에 대

한 추가 연구도 진행해야 할 것이다. 또한, 정부기관의 지원 사업에 대한 기획 단계에서 이러한 관계 형성에 대한 고려를 통해 실행 계획을 수립한다면 중소기업 지원 정책에 대한 신뢰도도 향상될 것으로 예상된다.



【주요어】 유대관계, 신뢰관계, 정부기관 지원 사업, 기관 담당자, 컨설팅 만족도

목 차

제 1 장 서 론	1
제 1 절 연구의 배경 및 목적	1
제 2 절 연구의 방법 및 구성	2
제 2 장 이론적 배경 및 선행 연구	5
제 1 절 경영컨설팅에 관한 이론적 배경	5
1) 경영컨설팅의 개요	5
2) 경영컨설팅의 특성	9
제 2 절 정부기관 컨설팅 지원사업의 이론적 배경	11
1) 정부지원 컨설팅 지원사업의 현황	11
2) 해외 중소기업 컨설팅 지원정책 비교	13
제 3 절 유대관계	16
1) 개념 및 구성 요소	16
2) 선행 연구	18
제 4 절 신뢰관계	21
1) 개념 및 구성요소	21
2) 선행 연구	24
제 5 절 경영컨설팅 만족도에 관한 이론적 배경	26
1) 개념	26
2) 선행연구	30

제 3 장 연구모형 및 연구설계 32

제 1 절 연구 모형 및 연구가설의 설정 32

1) 연구 모형 32

2) 연구 가설의 설정 32

제 2 절 변수의 조작적 정의 33

1) 변수의 개요 33

2) 변수의 조작적 정의 34

제 3 절 설문지 설계 및 표본 수집 35

1) 연구 대상 및 표본 수집 35

2) 설문지의 구성 및 내용 35

제 4 장 연구결과 37

제 1 절 표본의 특성 37

1) 업종분석 38

2) 매출규모 분석 39

3) 종업원 수 분석 39

4) 설립연수 분석 40

제 2 절 타당성 및 신뢰성 분석 40

제 3 절 상관관계 분석 46

제 4 절 가설의 검증 47

제 5 장 결 론	49
제 1 절 분석결과 요약	49
제 2 절 시사점	49
제 3 절 한계점 및 향후 연구방향	51
【참고문헌】	53
【부 록】 설문지	61
ABSTRACT	64



표 목 차

<표 2-1> 경영컨설팅의 개념 정리	7
<표 2-2> APEC 중소기업 혁신정책	14
<표 2-3> 유대관계의 선행연구 요약	20
<표 2-4> 신뢰의 구성요소 요약	23
<표 2-5> 중소기업 성과평가 항목	28
<표 3-1> 설문조사의 내용	35
<표 4-1> 표본의 기술통계	37
<표 4-2> 공통성	41
<표 4-3> 타당성 분석과정	42
<표 4-4> 분석결과	42
<표 4-5> 케이스 처리 요약	43
<표 4-6> 유대관계의 신뢰도 통계량	43
<표 4-7> 유대관계의 항목 총계 통계량	44
<표 4-8> 배려신뢰의 신뢰도 통계량	44
<표 4-9> 배려신뢰의 항목 총계 통계량	44
<표 4-10> 역량신뢰의 신뢰성 통계량	45
<표 4-11> 역량신뢰의 항목 총계 통계량	45
<표 4-12> 컨설팅 만족도 통계량	45
<표 4-13> 컨설팅 만족도 총계 통계량	45
<표 4-14> 상관관계 분석	46
<표 4-15> 모형 요약	47
<표 4-16> 회귀분석 계수	47
<표 4-17> 가설검증 분석결과	48

그림 목 차

<그림 3-1> 연구모형	32
---------------------	----



제 1 장 서 론

제 1 절 연구의 배경 및 목적

국내외 경제 환경의 급변화의 물결이 거세게 불어 닥치고 있으며 국내의 정치, 경제적 여건은 더욱 악화되고 있다. 또한, 경제 성장률에 대한 국내외 전문 기관의 전망치는 지속적으로 하락하고 있어 향후 기업 운영에 대한 전망을 어둡게 하고 있다. 우리나라는 수출 주도형 경제 구조로 글로벌 시장의 확대가 꼭 필요하며 필연적으로 선진국과의 치열한 경쟁에 직면해 있다. 저성장이라는 기업 환경은 개선되거나 돌파구가 보이지 않는 실정이며 특히 중소기업은 이러한 환경 대응에 취약한 실정이다. 이에 따라 중소기업은 치열한 경쟁 상황을 극복하기 위해 신규 경영기법이나 기업 개선을 위한 혁신 활동을 통해 경영의 문제점과 위기극복을 진행해야 하는 상황이며 컨설팅 산업이 기업의 경영활동을 지원하여 기업의 경쟁력을 제고 시킬 수 있는 업무를 지원하게 되어 중요성이 증대되고 있다.

그러한 측면에서 최근 경영컨설팅 산업은 국내외에서 지속적인 성장세를 보이고 있고, 선진국에서는 유망 산업의 대상으로 육성하기 위한 지원을 시행하고 있다. 국내 경영컨설팅 산업의 성장 및 전망으로는 미국의 IT분야 리서치 전문기업 가트너에 따르면 2015년도 한국의 경영컨설팅 시장규모는 2014년 보다 4.2% 성장한 26억4400만 달러(약 2조7,000억원) 규모에 이를 것으로 추정하고 있으며 향후 시장규모도 지속적으로 성장할 것으로 예상하고 있다. 컨설팅 서비스 시장의 교류는 불확실한 거래, 빈도와 자산의 특이성이 낮을수록 사내의 해결책 보다는 기업 외부의 컨설턴트에 좀 더 의존하게 된다고 주장하고 있다(Willamson, 1975). 중소기업은 취약한 인력구조 및 부족한 내부 역량을 극복하고 지속성장을 위해 경쟁력 확보를 위한 노력을 기울이고 있다.

이러한 경영 환경을 개선하기 위해서 중소기업은 자력으로 컨설팅을 수행하여 경쟁력을 확보하기에 어려움이 있고 대기업 위주의 산업구조를 개선하

고 경제의 기반이 되는 중소기업의 성장을 지원하기 위해 정부가 다양한 지원 사업을 진행하고 있다.

기존의 많은 연구들에서 컨설턴트의 역량과 자질이 컨설팅 품질에 대한 만족도 등에 끼치는 영향을 조사 연구하는 컨설턴트의 개인별 능력에 중점을 두어 연구하였다. 그리고 일부 선행연구들을 조사해 보면 컨설팅 수진기업과 컨설턴트간의 유대 관계나 신뢰에 대한 관계가 컨설팅 프로젝트 성공에 매우 중요한 작용 요소로 작동함을 알 수 있다. 최근의 경제학적 측면의 문화 관계, 유대 관계, 신뢰 관계 그리고 명성과 같은 비공식적인 사회적 관계 즉, 사회적 자본 구성이 경제적 관계에 대해 중요함을 강조한다.(최창호, 2014)

그래서 본 연구에서는 기존 연구내용인 컨설턴트 개인과 수진기업간의 신뢰관계와 유대관계에서 다루지 않은 정부기관의 역할과 관계가 컨설팅 만족도에 어떠한 영향을 미치는지에 대해 연구하였다. 이는 정부지원 컨설팅의 경우 수진기업의 모집과 컨설턴트의 선정과 배치, 컨설팅 이후 만족도 조사와 평가 등 컨설팅의 많은 부분을 정부기관과 이를 대리하는 기관담당자가 수행하고 있기 때문이다. 정부기관과 컨설팅 수진기업 간의 유대 및 신뢰관계가 컨설팅 만족도에 미치는 영향관계를 분석하여 정부지원 시책의 높은 질적 서비스를 제고하는데 방향을 제시하고자 한다.

제 2 절 연구의 방법 및 구성

본 연구는 정부기관의 컨설팅 지원을 받은 중소기업을 대상으로 정부기관과 수진기업 간의 유대관계, 신뢰관계와 컨설팅 만족도의 영향관계를 연구하였다.

기존 연구의 내용으로는 경영컨설팅의 개념과 현황, 유대관계와 신뢰관계에 대한 연구 자료와 배경을 검토하였고 선행 연구된 결과를 바탕으로 컨설팅 만족도를 높이기 위한 변수를 설정한 후에 통계 분석을 통해 연구 과제를 검증하였다.

연구모형은 정부지원 컨설팅에 대한 만족도 수준에 미치는 영향을 정부기관과 수진기업 간의 유대관계, 배려에 대한 신뢰, 역량에 대한 신뢰로 구분하

여 연구하였고, 설문대상은 정부기관의 컨설팅 지원을 받은 중소기업을 대상으로 실시하였다.

수집된 자료 분석은 타당도 분석과 신뢰도 분석을 통해 측정 도구인 설문항이 얼마나 정확하게 측정하고 있는지와 반복 측정하였을 때 동일하게 측정되는지에 대해 실시하였으며 요인분석을 통해 측정 변수들이 동일한 요인으로 구성되는지를 확인하였다. 상관계수분석에서는 변수 간에 상관관계의 유무를 분석하였으며 다중회귀분석을 통해 컨설팅 만족도에 영향을 미치는 요소 간의 회귀식을 도출하고 분석하였다.

본 연구의 구성으로는

제1장은 서론으로 연구의 배경과 목적, 연구의 방법 및 구성을 기술하였다.

제2장에서는 주요 변수들의 이론적 배경 및 선행 연구의 내용을 중심으로 작성하였다. 첫째, 경영컨설팅에 관한 이론적 배경으로 경영 컨설팅 개념과 현황에 대한 내용을 기술하였다. 둘째, 정부기관 컨설팅 지원사업의 개념과 현황 등에 대한 내용을 기술하였고 다음으로는 유대관계 신뢰관계 및 경영 컨설팅 만족도에 관한 이론적 배경 및 선행 연구의 내용을 고찰하였다.

제3장에서는 연구모형 및 연구 설계의 내용으로 연구모형을 설명하고 정부기관과 컨설팅 수진기업 사이의 유대관계와 신뢰에 대한 관계(배려에 대한 신뢰, 역량에 대한 신뢰)가 컨설팅 만족도에 긍정적 영향을 미칠 것이라는 가설을 세우고 연구 모형을 설정하였다.

설문지 구성으로는 독립변수인 정부기관과 컨설팅 수진기업 간의 유대관계, 배려신뢰, 역량신뢰에 대해서는 각각 3개 문항을 작성하였고, 종속변수인 컨설팅 만족도에 대해서는 3개의 문항으로 구성하였다. 설문 문항의 작성은 5점 리커트 척도(Lickertis scale, 1점은 전혀 그렇지 않다, 2점은 그렇지 않다, 3점은 보통이다, 4점은 그렇다, 5점은 매우 그렇다)를 사용하였다. 마지막으로 각 변수들의 정의를 정리하고 개념적 구성요소와 각 변수들에 대한 조작적 정의에 대해 설명하였다.

제4장은 연구결과의 내용을 정리하였다. 첫째, 독립변수와 종속변수에 대하여 요인분석을 실시하여 변수 간 차원성을 단일화하였다. 둘째, 타당도와 신뢰도 분석을 통해 측정변수의 타당성과 신뢰성을 분석하였다. 셋째, 구성개

넘인 정부기관과 컨설팅 수진기업 간의 유대관계, 배려신뢰, 역량신뢰와 컨설팅 만족도 간의 상관관계를 분석, 검증하였다. 제5장에서는 연구결과를 요약하고 시사점을 도출하여 제안하였으며 본 연구에서의 한계점과 향후 연구에 대한 방향을 서술하였다.



제 2 장 이론적 배경과 선행 연구

제 1 절 경영컨설팅에 대한 이론적인 배경

1) 경영컨설팅 개요

컨설팅이 경영상 발생하는 문제나 기업에 적용된 경영컨설팅에 대해서는 많은 정의들이 존재한다. 경영컨설팅이란 전문적 서비스로 서비스 제공자가 특화된 지식이나 경험 또는 기법을 이용하여 고객의 개별화되고 전문화된 요구를 만족시키기 위한 서비스이다(김광훈과 황규승, 2001). 라고 정의 하였다.

컨설팅이란 특별한 훈련을 통해 일정한 자격을 가진 사람들이 고객과의 계약에 따라 독립적이고 객관적인 태도로 고객조직의 경영상의 문제들을 확인 혹은 분석하는 것을 도와주고 제안해 주는 것이며 또한 고객이 이러한 해결안의 실행에 대해 도움을 요청했을 때 도움을 제공하는 어드바이스 서비스이다(Larry Greiner와 Robert Metzger, 1983). 라고 하였다.

해외 연구에 의하면 경영컨설팅은 관리인들과 조직들이 조직의 목적들과 목표들을 성취하도록 지원하는 것으로, 경영상, 사업상 문제점들을 해결하고, 새로운 기회들을 발견하여 포착하며, 변화들을 유도하고 배우며 실행하는 역할을 하는 것이라고 정의했다(Milan Kubr, 2002). 또한 그는 “컨설턴트의 독립성과 관련하여 고객으로부터 경제적, 행정적, 정치적 및 정서적 독립”을 주장하였다.

경영컨설팅이란 1) 컨설팅 수진 고객으로부터 독립적으로 되어 있고, 고객 외부의 인력에 의해서 공급되는 서비스이며 2) 그 인력은 적합한 과학적인 능력과 기술 등을 가지고 있어야 하고 3) 고객이 스스로 최고 경영층의 기능들과 관련된 기업 관련 문제를 찾아서 해결하도록 돕는 자문역할로 구성되며 4) 교육적이고 진보적이며 새로운 접근방법을 사용하는 5) 새로운 기업가에게 지식을 창출하고 공헌하는 것이라고 정의하였다(Ciampi, 2009).

협회 및 관련 단체의 정의를 살펴보면 경영컨설팅 엔지니어협회는 “경영컨

설팅은 특별히 훈련받고 경험을 쌓은 사람들이 기업 경영상의 여러 가지 문제점을 규명하고 해결할 수 있도록 실질적인 해결방안을 제시하고, 그러한 해결방안들이 적기에 실시될 수 있도록 도와주기 위한 전문적 서비스의 제공”이라 정의하였고 미국 회계사회는 “특별한 분야의 전문성을 가진 전문가들이 자기들의 지식과 경험을 활용하여 경영 문제를 해결하고 객관적인 시각에서 기업의 기획과정을 지원하는 것”이라 하였으며, 국제노동기구(ILO)는 “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”라고 하였다.

그러나 이렇게 다양한 컨설팅 관련 의미들에서 사소한 문장적·의미의 차이들을 배제하고 점검해 보면 다음과 같은 두 가지의 기본 사항으로 정의가 존재하게 된다. 첫째 정의는 경영 컨설팅을 기능적인 측면에서 정의하는 것이다. 이와 같은 정의들은 컨설턴트는 도움이 되는 사람(helpers) 또는 업무가 가능하도록 하는 인물(enabler)이라는 점을 강조하면서, 이러한 지도는 전문가로서의 직업인 컨설턴트뿐만 아니라 다른 업무를 실행하고 있는 인물에 의해서도 경영컨설팅이 진행될 수 있다고 가상하고 있다. 예를 들어 어떤 경영자가 같이 일하는 사람 또는 부서 직원에게 업무부여와 명령을 내리는 것이 아니라 조언과 도움을 제시하고 있다면, 그 경영자는 경영컨설턴트로서 행위를 하고 있다고 볼 수 있다.

두 번째 정의는 경영컨설팅을 특별한 전문적인 직업 서비스로 보고 이러한 전문적인 직업 서비스가 가져야 할 몇 가지 특질들을 강조하고 있다. 경영컨설팅이란 특별한 훈련을 통해 일정한 자격을 갖춘 사람들이 고객과의 계약에 따라 독립적이고 객관적인 태도로 고객 조직이 경영상의 문제들을 확인 분석하는 것을 도와주고, 이러한 문제들에 대한 해결안을 고객에게 추천하는 것이다(Larry Greiner와 Robert Metzger, 1983). 또한 고객이 이러한 해결안의 실행에 대해 도움을 요청했을 때 도움을 제공하는 어드바이스 서비스이다(Larry Greiner와 Robert Metzger, 1983). 라고 정의하고 있다. 이와 같은 전문적인 직업 특질을 강조한 의미들은 경영컨설팅과 관련한 기관, 경영컨설턴

트협회에서 적용하고 있다.

경영컨설팅은 보는 관점에 따라서 전문적인 직업 서비스로도 볼 수 있고 실질적인 조언이나 도움을 제공하는 기법으로도 볼 수 있다.

<표 2-1> 경영컨설팅의 개념 정리

기관명	경영 컨설팅 및 경영 컨설턴트의 개념 정의
김광용 외 (2009)	전문적인 지식과 경험을 가진 사람들이 조직의 목표를 달성하는데 경영, 업무상의 문제점을 객관적이고 독립된 입장에서 문제를 규명하고 분석하여 해결방안을 제시하여 적기에 실행토록 함으로써 조직이 추구하는 목적 달성을 지원하기 위한 전문적인 자문서비스 활동(김광용 외, 2009)
김익성 (2009)	특정 분야에 대해 전매적인(proprietary) 지식이나 정보, 전문성(expertise) 등을 바탕으로 의뢰인(client)으로부터 대가를 받고 자문이나 조언을 제공하는 서비스 활동의 총체(김익성, 2009)
국제경영컨설팅협회 (ICMCI)	“경영컨설턴트는 경영책임이 있는 고객의 경영제반에 독립된 자문(advice)과 지도(assistance)를 제공하는 개인을 의미”
미국 경영컨설팅 엔지니어 협회	“특별히 훈련받고 경험을 쌓은 사람들이 기업 경영상의 여러 가지 문제점을 규명하고 해결할 수 있도록 실질적인 해결방안을 제시하고, 그런 해결 방안들이 적기에 실시될 수 있도록 도와주기 위한 전문적 서비스의 제공”

기관명	경영 컨설팅 및 경영 컨설턴트의 개념 정의
미국 회계사회	“특별한 분야의 전문성을 가진 전문가들이 자기들의 지식과 경험을 활용하여 경영문제를 해결하고 객관적이고 전반적인 시각에서 기업의 기획과정을 지원하는 것”
영국 컨설턴트협회 (2002)	조직의 가치를 창조하는 데 조언을 제공하거나 경영상의 해결 방안을 제공하는 것(영국 컨설턴트협회, 2002)
호주 경영컨설턴트협회	“경영컨설턴트는 목표설정 및 사업수행을 위해 보다 발전적인 계획, 조직, 동기부여, 커뮤니케이션, 또는 자원 활용을 통하여 경영자문 및 지도하는 행위이며, 경영컨설턴트는 이러한 자문서비스를 제공하는 자”
국제 노동위원회	“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”
Williams & Woodward(1994)	내부 또는 외부 컨설턴트가 클라이언트의 요구를 충족시켜주기 위해 클라이언트(조직, 개인, 조직 내부 부서 등)에게 서비스를 제공해주는 과정(Williams & Woodward, 1994)
M. Kubr (1996)	경영과 사업의 문제를 해결하고 이로 인해 새로운 기회를 발견하여 이를 활용하고 학습의 기회를 넓히고 변화를 실행함으로써 경영자와 조직이 추구하는 목적의 달성을 도와주는 독립적 프로페셔널 어드바이스 서비스(M. Kubr, 1996)
Marco Iansiti, Roy Levien(2004)	경영에 관한 지식과 경험을 갖춘 컨설턴트들이 투입되어 의뢰한 기업에 가치있는 질문을 던져 보고 그 해결책을 제안하고 조언하며 해결하기 위해 조직의 변화를 관리함으로써 네트워크를 구축하고 그 대가로 돈을 받는 활동이며, 더 나아가 지식 창출과 지식 나눔이라는 사회적 책임을 지닌 활동임(Marco Iansiti, Roy Levien, 2004)

2) 경영컨설팅 특성

경영컨설팅의 목적을 달성하기 위한 방법에는 정보 제공, 전문 인력 제공, 관계 형성, 전문적인 조언, 진단작업 수행, 제안서 개발, 시스템 및 방법 개발, 조직 변화계획 수립 및 실행, 조직원 훈련과 개발, 카운슬링 및 코치 등이 있다(Kubr, 2012).

컨설팅수행 과정에서 수진 기업의 관계자들과 컨설턴트가 의사소통의 과정 및 정보 교환의 과정을 통해 상호간 친밀감이나 만족을 느끼고 있으나, 그것이 기업의 경영자능력 중에서 인적능력에는 긍정적인 영향을 끼치지만, 기업의 물적인 자원의 능력향상으로 직접 연결되지는 못한다고 하고, 하지만 물적 자원은 경영성과 측면에서 긍정적인 영향을 끼치고, 인적능력은 재무성과에는 영향을 미치지 못하지만 BSC관점의 영향을 끼친다(전기수, 2009).

중소기업 대상으로 정부의 컨설팅 지원사업과 컨설팅에 대한 컨설팅 이해도가 중소기업 컨설팅 참여도, 컨설팅 기관의 능력, 컨설턴트의 능력에 영향을 주고, 중소기업의 컨설팅 참여도는 컨설팅 활용도, 컨설팅 기관과 컨설턴트의 능력은 중소기업의 컨설팅 만족도와 활용도에 영향을 끼친다고 주장하였다(문효승, 2012).

경영컨설팅 유형을 클라이언트 측 특성변수, 컨설팅 특성 변수, 컨설팅 수행특성 변수로 나누어 연구한 결과 각각의 변수에 차이가 나타나고, 비교적 유의한 컨설팅 특성 변수는 최고 경영층 지원, 팀헌신, 추진팀원의 유사프로젝트 경험, 컨설턴트의 관리자적 능력, 목표의 명확성, 수행과정의 참여성 정도로 이중 최고경영층 지원, 추진팀의 헌신, 컨설턴트의 관리자적 능력, 컨설팅의 수행과정의 체계성, 컨설팅 수행과정의 참여성은 부문개선→ 부문혁신, 전사개선 →전사혁신 순으로 높게 나타난다고 하였다(장영, 1996).

전문서비스 영역에 해당하는 경영컨설팅은 전문적으로 교육을 받고 풍부한 경험을 보유한 전문가인 경영 컨설턴트가 고객에게 개별적인 관심을 가지며 표준화의 정도가 낮은 특징을 가지고 있다.(전기수, 2009) 또 과거와는 달리 최근에는 컨설팅이란 단어가 여러 산업분야에 걸쳐 자주 등장하는 단어 중의 하나가 되었다. 동시에 컨설팅이란 말은 너무나 광범위하게 사용되어 많은 사람들의 노력에도 불구하고 명확한 정의를 내리기는 쉽지 않지만 주로 회계, 부동산, 금융, 법률 등의 분야에서 사용되어 왔으며 최근에는 교육, 웨딩 등 의 영역에서도 사용되고 있다(전기수, 2009).

경영컨설팅의 일반적인 목적은 조직이 추구하는 바와 목적의 달성, 경영과 비즈니스상의 문제 해결, 새로운 기회의 발견과 활용, 학습의 증대, 변화의 실행 등 다섯 가지로 나누어 볼 수 있다고 하였다(M. Kubr, 1998).

컨설팅은 고객 조직이 추구하는 가치를 증대시켜야 하며 고객이 설정한 주요한 목적 달성에 가시적이고 측정 가능한 공헌을 하여야 한다는 것이다. 이러한 목적의 달성을 위한 하위의 개념으로는 첫째 경영과 비즈니스상의 문제해결을 들 수 있다. 이것은 경영과 비즈니스의 다양한 영역들에 관련된 문제들을 확인하여 진단하고 이를 해결하기 위해 전문적인 도움을 제공하는 것이다(M. Kubr, 1998).

둘째 새로운 기회의 발견과 활용으로서 이는 고객은 새로운 기회를 발견하고 이를 활용하기 위한 목적으로 컨설턴트를 활용하는 것을 더 선호한다는 점에 주목한 것이다. 사업상의 어떤 영역이나 부문에 있어 선점을 하거나 조직의 혁신, 개선 등을 추진할 수 있는 정보와 아이디어들을 원하고 있다. 이를 위하여 새로운 시장과 제품에 대한 전망이나 정보, 현재 및 잠재 고객들에 대한 성향, 기업의 성장에 필요한 자금이나 기술의 확보, 기업에서 필요로 하는 인재의 확보 등 많은 영역에서 정보를 필요로 하므로 이를 충족시킬 수 있도록 하여야 한다(M. Kubr, 1998).

셋째는 학습의 증대에 관한 문제이다. 컨설팅은 고객 조직에게 새로운 능력을 길러주고 컨설턴트와 공동의 작업을 통하여 기술이나 경험을 학습할 수 있는 기회를 원하므로 이러한 기회를 제공할 수 있어야 한다(M. Kubr, 1998).

넷째로는 변화의 실행으로서 고객은 컨설턴트에게 변화관리자로서의 기능을 원하고 있다. 복잡하고 다양한 경영환경의 변화에 대응하여 기업이 생존하고 지속적으로 발전하기 위한 변화의 필요성에 대하여 고객 조직이 이를 이해하고 함께 변화하며 지속적으로 변화를 추구하기 위한 역할과 기여를 기대하고 있다(M. Kubr, 1998). 즉, 조직이 추구하는 바와 목적을 달성하기 위해서는 경영과 비즈니스상의 문제 해결, 새로운 기회의 발견과 활용, 학습의 증대, 변화의 실행이 필요하며 이를 위하여 컨설턴트를 활용하는 것이다(M. Kubr, 1998).

제 2 절 정부기관 컨설팅 지원사업의 이론적 배경

1) 정부지원 컨설팅 지원사업의 현황

정부 유관기관의 지원 사업 별로 컨설팅과 연계한 지원사업의 내용을 살펴보고자 한다.

중소기업 지원 기관 중 대표적인 기관으로는 중소기업진흥공단이 대표적이라 할 수 있다. 첫째, 개발기술사업화자금지원에서는 중소기업이 보유하고 있는 우수한 기술이 사장되는 것을 방지하고 개발 기술의 제품화, 사업화를 촉진하여 기술기반 중소기업을 육성하는 사업으로 신청대상은 제조업, 제조업관련 서비스업, 지식 서비스업을 영위 또는 영위하고자 하는 중소기업으로서 중소기업청 등 정부시행 기술지원사업에 참여하여 기술개발에 성공(완료)한 기술, 중소기업청 선정 Inno-Biz 업체 보유기술, 특허 또는 실용신안 등록 기술에 해당되는 기술을 사업화하고자 하는 기업이다. 또한 중소기업진흥공단 지도(컨설팅 포함) 또는 중소기업처 기술지도 참여업체 보유기술인 경우 참여가능해 컨설팅을 간접 지원하고 있다(중소기업청 소관 중소기업정책자금 융자계획, 2010). 둘째, 구조고도화사업은 “경영, 기술 분야 전문가가 중소기업의 생산 현장을 직접 방문하여 경영전반을 종합 진단함으로써 기업의 문제점과 개선방안을 도출하고, 생산성 향상을 위한 실천계획을 업체와 공동으로 수립하여 목표수준에 도달할 수 있도록 맞춤·연계지원하는 사업으로 해당 기업의 성장단계, 규모 등을 감안하여 컨설팅, 자금, 연구, 수출지원 등 중진공 수행사업과 연계 지원”하고 있다. 셋째, 사업전환 지원사업은 “경영여건 변화로 인해 현재 영위업종에서 새로운 업종으로의 전환을 모색하는 중소기업에 컨설팅, 자금 등 시책수단을 연계 지원하여 중소기업의 경쟁력 제고 및 산업구조의 고도화를 촉진”하고 있다. 넷째, 무역 조정 지원사업은 “자유무역협정(FTA) 체결로 인하여 피해를 보는 기업에 컨설팅, 자금 등 시책수단을 연계 지원하여 기업의 경쟁력회복, 생산성향상, 구조조정 등을 도모하는 지원사업”이다.

한국무역협회의 지원 사업중 컨설팅 지원 내용을 살펴 보았다. 첫째, 수출

업운임할인서비스로 대기업에 비해 운임협상력이 취약한 중소기업체를 위해 무역협회가 선정한 24개 운송협력업체들이 운임 및 물류비 할인과 고객맞춤형 물류서비스를 제공하는 것으로 물류컨설팅을 통해 물류 Process 및 구조 개선 컨설팅을 지원한다. 둘째, 해주현장 물류컨설팅 서비스로 환율하락, 수출채산성악화로 기업비용절감의 필요성이 증대하여 협회가 운송 물류 전문가들과 함께 회원사를 방문해 물류개선 컨설팅을 무료로 제공하는 것이다. 셋째, e-무역상사 운영으로 중소기업에게 필요한 해외정보와 서비스를 제공하고, 해외바이어 물색 등 마케팅 활동과 무역업무 대행과 국내 e-Marketplace가 보유하고 있는 e-무역상사의 무역마케팅 노하우를 활용하여 우망 중소기업 제품의 수출확대를 도모하는 것으로 관련 전시회 참가 등 오프라인 마케팅을 병행 지원한다. 넷째, 맞춤형 무역현장 지원단 사업은 “무역전문 컨설턴트가 업체 방문을 통한 1:1 맞춤형 서비스를 제공하는 것으로 해외거래선 발굴, 서류작성, 수출입대금결제, 통관/관세 환급, 운송/물류, 수출입절차, 무역클레임, 해외마케팅 등 제반분야의 현장에서 부딪히는 애로의 맞춤형 컨설팅을 제공”한다.

대한무역투자진흥공사의 컨설팅 지원 • 사업 중 컨설팅 관련 사업을 살펴 보았다. 첫째, 컨설팅 서비스는 박사 등 이와 유사한 전문가의 조사에 대한 항목 설계에서 최종 보고서의 납품 과정에 주도적으로 참여하여 조사 보고서의 품질에 대한 제고를 도모하고 KOTRA의 광범위한 해외조직뿐만 아니라 국내외 전문 경영컨설팅 기관과의 업무협조를 통해 경영컨설팅서비스 영역을 확대하고 있다.

한국산업은행의 컨설팅 서비스로는 “공공프로젝트 컨설팅, 개발 프로젝트 컨설팅, 신규사업 타당성 검토, 경영진단, 경영전략 컨설팅, 기업가치제고 컨설팅, 해외프로젝트 컨설팅, 금융자문 및 프로젝트 실행지원 컨설팅”을 지원하고 있다.

기업은행에서 제공하는 컨설팅 서비스는 “중소기업의 창업부터 중견기업으로 성장하기까지 성장단계별로 제공되는 맞춤형 종합 경영지원 서비스를 제공하고 있다. 경영컨설팅, 기업승계컨설팅, 세무 컨설팅, 중소기업 창업지원 컨설팅을 지원”한다.

대·중소기업협력재단에서는 협업 컨설팅을 지원하고 있으며 2개 이상의 중소기업이 생산분야, 연구개발 분야, 마케팅 분야의 기능을 갖춘 협업체를 조직하여 제품을 개발·생산·판매하려는 중소기업을 대상으로 지원한다.

기술보증기금에서는 창업 준비부터 위기/재도전까지 성장단계별 맞춤컨설팅을 제공하고 기술경영컨설팅을 통한 기업의 기술경쟁력 강화 및 경영합리화를 도모하기 위해 기업의 경영 및 기술현황 등에 대한 내외부 전문가의 진단 및 문제점 해결을 지원하고 있다. 창업컨설팅은 벤처창업교실 수료자를 대상으로 하고, 진단컨설팅은 새싹강좌 수료기업 등을 대상으로 하고, 전문(심화)컨설팅은 성장·도약기업·재기지원기업 등을 대상으로 지원한다. 중소기업 사전부실 예방 지원사업은 경영개선기업, 구조개선기업을 대상으로 하고 있다.

신용보증기금에서는 첫째, 신용보증기금의 내부전문가와 신용보증기금 컨설팅 그룹이 기업의 경영상태를 분석 및 진단·평가하는 동시에 개선점을 도출하여 기업의 경쟁력 제고를 지원하는 업무를 수행하고 있다. 둘째, 특화컨설팅은 신용보증기금의 내부전문가와 신용보증기금 컨설팅 그룹이 중소기업의 기업공개(IPO), 구조조정, 인수합병(M&A) 등 IB(Investment Banking) 업무를 지원하는 컨설팅이다. 셋째, CRC(Control Risk Control)컨설팅으로 “중소기업에 신용도에 대한 의미를 바로 알리고 기업경영을 위해 필요한 신용위험관리 기법을 지원함으로써 기업의 자기신용관리 능력을 배양시키는 것을 지원”한다.

2) 해외 중소기업 컨설팅 지원정책 비교

세계의 여러 국가 중 중소기업에 관한 컨설팅 지원사업이 가장 잘 진행되고 있는 나라는 Canada, Japan, Ostrea, Korea로 APEC 중소기업 혁신정책 분석 연구에서 선정된 10개의 회원국을 대상으로 한 조사결과 9개의 국가에서 컨설팅 지원정책을 수립하여 지원하고 있었다.

<표 2-2> APEC 중소기업 혁신정책

국가	중소기업 컨설팅 지원			컨설팅 주제	컨설팅 지원 제도 정비	컨설턴트 선발과 양성
	컨설팅 직접지원	지원 방식	지원 기관			
호주	○	무료 또는 일부 보조금	○	경영 (소기업)	강한 지원	강한 지원
캐나다	○	일부 보조금	○	경영,기술	강한 지원	강한 지원
중국	•	—		—	—	—
일본	○	일부 보조금	○	경영	강한 지원	강한 지원
한국	○	매칭 보조금	○	경영	보통 지원	강한 지원
대만	•	간접지원	○	법률,경영	보통 지원	강한 지원
말레이시아	•	매칭 보조금		기술	•	약한 지원
필리핀	•	•	○	기술	•	중간 지원
태국	•	•	○	산업간 협력	•	•
멕시코	•	•	•	경영,기술	•	•

출처:APEC 중소기업 혁신정책 비교연구(2006, APEC 중소기업 혁신센터)

직접적인 지원방식보다는 해당 정보에 대한 제공 및 환경 구축 등 간접적인 지원방식을 선택하는 호주와 캐나다에서도 중소기업 컨설팅 지원 사업의 경우에는 무료로 지원하거나 일부 비용에 대해서만 정부가 지원하는 방식으로 운영하고 있다. 각 나라별 내용으로는 첫째, 호주의 경우 Building Entrepreneurship in Business(BESB)와 Small Business Assistance의 운영으로 중소기업 지원에 대한 정책을 자문하며 정보를 제공 서비스를 하고 있으며, 중소기업의 경영과 운영 능력 향상을 위한 자문서비스를 제공하고 있다. Small Business Field Officer 지원 정책은 중소기업에 대한 무료 경영 자문서비스이며, 정부의 지원사업과 지원 내용의 정보에 관한 one-stop 서비스를 제공한다. 또한 컨설턴트 육성을 위한 산학협동과정을 실행하고 있으며, 경영컨설팅 관련 학점을 취득한 경우, 대학원 과정 이후 MBA 학위를 부여하고 이들이 중소기업에 관한 경영컨설팅을 진행할 수 있도록 하고 있다. 둘째, 캐나다는 산업연구지원프로그램

(IRAP)을 통해 2백여 명의 ITA (Industrial Technology advisors)으로 조직된 전문인력을 NRC-IRAP 산하에 구성하고 중소기업에 대한 경영 및 기술자문을 수행하고 있다. ITA는 캐나다 90여 지역에 산재하며, 중소기업에 대한 경영 및 기술 자문을 제공하고 있다. NRC-IRAP는 기업운영에 대한 경영자문과 기술전문의 기술문제 해결 지원프로그램을 시행하여 중소기업의 경영 문제 및 기술 개발의 애로사항에 대한 자문 역할을 진행하고 있다. 셋째, 일본은 SME and Venture Business Support Centers, Prefectural SME Support Center, Regional SME Support Center을 통해 중소기업 컨설팅 사업을 지원하고 있다. 일본의 컨설팅 지원정책은 신규 사업이나 창업기업 지원을 주로 지원하고 있으며, 경영컨설팅에 중점을 두어 시행한다. 경영컨설턴트를 육성하기 위한 중소기업 진단사라는 자격 제도를 두고 있으며, 중소기업 대학원에서 중소기업을 전문으로 지원하는 컨설턴트를 육성하고 있다. 넷째, 대만의 경우 open selection of consultants 운영으로 120여명의 경영컨설턴트를 선택하여 중소기업 애로사항에 대해 자문 서비스를 제공하고 있다. 창업 및 혁신 응답서비스센터에서 경영 애로 상담전화를 통해 중소기업의 경영활동에 관한 문제점 발생 시 해결을 지원하고 있으며 중소기업의 법률관련 문제 사항에 대해 자문하는 홈페이지(<http://law.moeasmea.gov.tw>)를 구축하고 있다. 다섯째, 태국은 중소기업에 대한 경영컨설팅 지원 사업을 위해 협업서비스센터(Coordination&service center)를 운영하여 내부의 경영지원을 제공하고 있으며 협업서비스센터가 제공하는 중소기업 컨설팅의 중점 내용은 자국의 중소기업과 글로벌기업 또는 대기업과의 비즈니스 협업을 장려하고 중소기업의 일반 경영문제에 대한 일반 컨설팅도 제공한다. 여섯째, 말레이시아의 경우 30명 이상의 SME Experts Advisory Panel(SEAP)을 구축하고 중소기업에 대한 기술문제에 대한 자문서비스를 제공하고 있으며 지원대상은 창업기업의 기술문제 자문이며, 정부의 지원방식은 보조금 매칭 방식(matching grant)의 지원으로 아직 기초단계의 지원 프로그램이라 할 수 있다.

제 3 절 유대관계

1) 개념 및 구성요소

경영컨설팅은 사회적이고 문화적으로 사전사후의 관계를 설정하는 사업영역이다. 그래서 컨설팅 회사의 성장, 경쟁력 그리고 시장에서의 성공은 고객과의 관계에 있어서 장기적으로 지속될 뿐만이 아니라 신뢰할 수 있는 네트워크의 구축 능력에 전적으로 달려있으며 공식적 제도 부족 혹은 원가에 기초한 진입장벽과는 대조적으로 신뢰 혹은 네트워크화된 명성에 기초한 경영컨설팅 사업의 환경은 경쟁사나 새로운 시장 진입자들에 대한 확실한 진입장벽을 보유하고 있다(Johannes Glucker & Thomas Armbruster, 2003).

조직이 창출하는 성과에 미치는 요소들에 대해 해석하기 위해서는 사회적 네트워크 분석 관점이 요구된다. 사회적 네트워크 분석은 사회적 독립체들 사이의 관계 및 이와 같은 관계의 유형과 영향에 중점을 두고 있으며, 사회적 네트워크 분석은 관계에 대한 집중을 통해 서로 다른 사회적 독립체들 간의 상호관계를 포착하고, 연구자들로 하여금 보다 큰 조직적 특성 상황 내에서 개인적 활동이나 행위를 연구할 수 있도록 한다(Galaskiewicz & Wasserman, 1994).

만약에 컨설팅 회사나 계약된 성과의 품질이 객관적으로 평가되지 못한다면, 가격은 더 이상 품질을 나타내는 지표로 활용될 수 없다. 컨설팅 프로젝트 결과는 독특하며 다른 프로젝트 결과와 비교도 어려울뿐더러, 컨설팅 서비스의 무형성으로 인해 어떠한 객관적인 가격 체계의 형성을 어렵게 만든다. 결국, 가격은 고객이 최고의 서비스 공급자를 모색하기 위해 컨설팅 시장을 탐색할 때 직면하는 불확실성을 해결해 주지 못한다(Johannes Glucker & Thomas Armbruster, 2003).

많은 나라로부터의 국가기구가 변호사, 병원 의사, 엔지니어, 회계사 혹은 회계감사인 등이 향유하는 것과 유사한 보호적 지정을 경영컨설팅에 대하여도 적용하기 위해 노력하였으나 법률적 제약은 전문가를 선택하는 자유를 제한 한다는 이유로 결국 기각되었다(Gross, 1999). 선택의 자유를 제한하는 것은 외과 의사나 변호사들과 같이 보호에 대한 강한 공공의 이익이 있는 경우에 한하는 것으로 공표 되었으나 경영컨설팅의 법적 보호 지정은 다른 어느 나라에서도 성공하지 못했다(Johannes Glucker &

Thomas Armbruster, 2003).

경영컨설팅은 입법, 전문가적 기준 혹은 자격증 등과 같은 공식적인 제도화 정도가 낮고 그래서 진입에 대한 제도적 장벽이 낮기 때문에 고객입장에서 상당히 높은 불확실성을 의미 하며 서비스 품질에 대한 통제 및 제도적 제약이 부족해서 컨설턴트로 하여금 기회주의적 행동을 가능하게 할뿐더러, 고객입장에서 불만족스러운 서비스를 제공 받음에 따라 수행위험을 감수해야 하며 경영컨설팅은 다른 지식집약 서비스와 마찬가지로 계약이 체결된 이후에 수행되기 때문에 이 또한 낮은 서비스의 질에 대한 위험이 고객에게 전가되게 된다(Johannes Glucker & Thomas Armbruster, 2003). 그러나 컨설팅 서비스에 대한 수요는 일관되게 증가해 왔음을 감안할 경우, 이와 같은 고객의 위험 내지는 불확실성에 가교역할을 하는 어떠한 메커니즘이 존재하며, 이는 다른아닌 경험에 기초한 신뢰 그리고 네트워크화된 명성이 그것이며, 공식적인 제도적 및 거래적 불확실성은 신뢰, 명성 등과 같은 사회적 자본을 매우 중요하게 만든다고 주장한다(Johannes Glucker & Thomas Armbruster, 2003).

한 조직에 대한 연구는 비 관리자 종업원의 높은 중개 중심성 위치의 점유 즉, 점유자로 하여금 서로 연결되지 않은 사람들을 중개 해주는 잠재적 중개자로서의 지위를 가능하게 하는 위치의 점유 중요성을 연구하였으며, 결과는 비공식적인 의사소통 네트워크에서 중개 중심성이 높을수록 사회적 영향력이 더 높았으며, 다음 3년 이내에 관리자로 승진될 가능성이 더욱 높았다(Brass, 1984).

4가지 강한 유대의 구별되는 특징을 설계 할 수 있다. 즉, 유대강도는 시간의 양, 정서적 밀도, 친밀감(상호적 신뢰) 그리고 유대를 특징짓는 상호적 봉사의 결합이며, 아마도 유대강도는 이들 4가지 특징들과 선형의 관계에 있다고 주장하였다(Granovetter, 1973).

한편, Granovetter(1973, 1982)이 주장한 4가지 강한 유대의 구별되는 특징, 즉 시간의 양, 정서적 밀도, 친밀감(상호적 신뢰) 그리고 유대를 특징짓는 상호적 봉사에 대하여, 강한 유대와 약한 유대를 구성하는 것이 무엇인가에 대한 상당한 정도의 호모성이 존재할뿐더러, 시간의 양을 제외한 나머지 3가지가 모두 객관적이지 못하고 매우 주관적이라는 이유를 들어 유대의 특별한 형태를 규정하기 위한 3가지 개념적 핵심요소, 즉, 상호 작용성, 애착관계(혹은 애정) 그리고 관계 시간을 제시하였다(Krackhardt, 1992).

또한, 개인적 행위자에 대한 유대강도를 조직적 차원으로 확대하여 유대강도에 대한 2가지 영역 즉, 유대강도의 동기부여적 측면을 나타내는 것으로써 관계적 새겨짐 (relational embeddedness)과 유대강도의 형성적 측면을 나타내는 것으로써 지식 과잉 (knowledge redundancy)을 각각 제시하였다(Rindfleisch & Moorman, 2001).

2) 선행 연구

작업흐름 네트워크에서 중심적 지위를 점한 종업원은 그렇지 않은 종업원에 비해 높은 성과를 내지 않는 경향이 있는 것으로 분석하였다(Burns and Stalker, 1994). 반대로, 2~3개 집단 군사조직 내의 장교와 사병에 대한 연구에서 2개 혹은 그 이상의 네트워크 관계를 가지는 사람이 1개 혹은 전혀 네트워크 관계를 가지지 않은 사람에 비해 더 높은 성과를 보이는 것으로 분석하였다(Roberts and O'Reilly, 1979).

일반적으로, 연구자들은 상호관계가 정보를 취득하는데(Burt, 1992), 자신의 일을 하는 방법을 배우는데(Lave & Wenger, 1991), 모호한 환경이나 사건을 이해하는데 (Weick, 1979), 그리고 복잡한 문제를 해결하는데(Hutchins, 1991) 매우 중요함을 발견하였다.

연결되지 않은 사람을 연결하는 사회적 행위자는 정보와 통제의 효익을 얻는 경향이 있다. 프로젝트, 위기, 자원 및 여타의 환경적 상황에 관한 정보는 다양한 사회적 행위자로부터 연결되지 않은 사람을 연결시키는 유대관계를 가지고 있는 중심적 행위자에게로 흐른다(Mehra et al., 2001).. 고도로 연결된 작업자의 집단 내에서 유통되는 정보는 풍부한 경향이 있기 때문에, 사회적 유대가 한 집단으로 제한되어 있는 행위자는 사회적 유대가 집단을 확장한 행위자에 비해 다양한 정보를 얻을 수 없는 경향이 있다(Mehra et al., 2001).

한편, 개인에 의한 의사소통의 높은 수준은 그들의 성과에 미치는 수준이 긍정적인 것으로 주장하고 있다. 의사소통이 분산된 팀에서 성과의 가장 중요한 결정요인임을 주장하기도 하였다(Balthazard et al., 2004). 팀 내에서 의사소통을 잘하는 개인은 여러 가지 이유로 높은 성과자로 여겨진다고 주장하였으며 그 이유는 첫째, 말을 잘하는 개인은 다른 사람과 함께 일할 욕구와 팀 구조에서 높은 일할 능력과 신념을 가지고 있으며, 둘째, 그들의 의사소통은 기준의 개발과 성과전략에 대한 토론을 강화하는 경향

이 있어 이 의사소통이 팀의 성과에 중요한 공헌요인으로 작용하며 마지막으로, 의사소통을 잘하는 사람은 긍정적 정서요인을 드러내는 것으로 비춰지며, 이는 정서적 감염을 통해 다른 사람과 긍정적이고 협력적인 상호관계를 촉진하게 된다는 것이다.(Morgeson et al., 2005)

사람이 어떻게 직업을 찾아 가는가에 대한 그의 연구에서, 강한 유대는 정보 추구자에게 가까운 다른 사람들을 연결하는 경향이 있고, 그래서 정보 추구자가 이미 알고 있는 정보가 거래되는 경향이 있기 때문에, 멀고 빈번하지 않은 상호관계로 특징지어지는 약한 유대가 더욱 더 새로운 정보의 원천이 되는 경향이 있음을 이론화 하였다(Granovetter, 1973). 약한 유대의 중요성에 대한 계속된 연구에서, 약한 유대는 직업을 찾는 것(Lin, 1988) 뿐만이 아니라 개념(Granovetter, 1982; Roger, 1995) 및 기술적 자문(Constant, Sproull & Kiesler, 1996)을 전파하는데 매우 중요하다는 것을 증명하였다.

연결되지 않은 사람들 사이에서 위치를 점하는 것은 비 관리자 종업원뿐만이 아니라 관리자의 지위를 가진 사람에게도 중요하다. 첨단기술 회사에서 개인적 네트워크와 수석 관리자의 성취에 대한 연구는 다양한 다른 집단에 대한 과도하지 않은 접촉이 빠른 승진과 관련이 있다는 것을 보여준다(Burt, 1992).

엔지니어나 과학자는 필요한 정보에 대하여 비인간적인 데이터베이스나 서류 캐비닛 보다는 대략적으로 다섯 배 많이 사람에게 의존하는 경향이 있음을 발견하였다(Allen, 1977). 유행하는 전자기기 및 서류에 기초해서 보고된 정보에 기꺼이 접근할 수 있는 사람조차도 이들 원천으로부터 보다는 그들의 동료들로부터 상당한 정보를 구한다는 것을 발견하였다(Cross, 2001).

동 연구에서는 유대관계에 대한 4가지 개념적 구성요소인 시간의 양, 정서적 밀도, 친밀감(상호적 신뢰) 및 상호적 봉사(Granovetter, 1973), 그리고 3가지 개념적 구성요소 즉, 상호작용, 애착(혹은 애정) 및 시간 등 상기 유대관계의 정의, 개념적 구성요소 및 선행연구(Granovetter, 1973) 등을 바탕으로 유대관계를 서로 간의 상호작용(interaction), 의사소통(communication) 및 친밀감(closeness)의 유지라는 개념적 구성요소로 결합된 단일 범주로 취급하여 연구를 수행하고자 한다.

<표2-3> 유대관계의 선행연구 요약

구 분	내 용
Sarker et al.(2011)	- 팀 구성원이 동료 보다 더 좋은 성과를 내는 것은 그들이 속해있는 네트워크 때문(Sarker et al., 2011) - 의사소통 단독으로는 성과를 결정할 수 없으며, 팀 구성원간의 신뢰가 수반된 높은 의사소통이 있을 때에만 가능(Sarker et al., 2011)
Levin & Cross(2004)	- 전체적으로 강한 유대강도가 유용한 지식습득을 유도
Burt(2003)	- 네트워크 내에서의 개별적 지위가 정보가 될 만한 것과 여타의 자원을 얻을 수 있게 하기 때문에 네트워크 내에서 구조적 지위는 네트워크의 크기 보다 더 큰 효익을 가져다 줌(Burt, 2003)
Ibarra(1993)	- 네트워크 내에서 개인의 중심적 역할과 혁신 몰입성 간의 관련성을 발견하였으며, 이는 결과적으로 높은 성과를 유도(Ibarra, 1993)
Brass(1984)	- 비공식적인 의사소통 네트워크에서 중개 중심성이 높을 수록 사회적 영향력이 더 높았으며, 3년 내에 관리자로 승진될 가능성이 더욱 높게 나타남(Brass, 1984)
O'Reilly(1977)	- 정보와 같은 자원을 얻는 능력은 직접적으로 개인 혹은 그룹 성과와 관련이 있음(O'Reilly, 1977)
Burns & Stalker(1994)	- 작업흐름 네트워크에서 중심적 지위를 점한 종업원은 그렇지 않은 종업원에 비해 높은 성과를 창출하지 못함(Burns & Stalker, 1994)
Roberts & O'Reilly(1979)	- 네트워크 관계가 많은 장교와 사병이 그렇지 않은 장교와 사병에 비해 높은 성과를 창출함(Roberts & O'Reilly, 1979)
Granovetter(1973)	- 강한 유대 보다는 약한 유대가 더욱더 새로운 정보의 원천이 되는 경향이 있음(Granovetter, 1973)
Balthazard et al.(2004)	- 분산된 팀에서는 의사소통이 팀 성과의 가장 중요한 결정요인임
Hansen(1999), Uzzi(1996)	- 전체적으로 강한 유대가 컨설팅 프로젝트 성공을 위한 유용한 지식의 습득에 크게 효익이 있음(Hansen, 1999), (Uzzi, 1996)

제 4 절 신뢰관계

1) 개념 및 구성요소

경제학적 관점에서 신뢰는 거래비용과 관련이 있으며, 기업의 입장에서는 기업을 둘러싼 여러 가지 불확실성 때문에 합리적 의사결정이 어려울 뿐더러 기회주의적 행위의 발생 가능성 때문에 신뢰의 역할이 부각되는 것이다.(김성은, 2009) 그러나 경제학적 관점에서는 경제행위를 주어진 제약조건 하에서 최선의 이익을 추구하는 합리적 선택으로 간주하고 있어 신뢰의 정서적 측면을 간과하는 측면이 없지 않다(김성은, 2009).

사회학적 관점에서 신뢰는 당사자들 간의 상호작용을 하게 하는 관계적 특성을 부각시키면서 신뢰를 제도적 장치의 결과물로 간주하고 있다(Lewis & Weigert, 1985). 또한 신뢰를 신뢰대상에 대한 긍정적 정서, 즉 감정기반 신뢰와 합리적 이유, 즉 인지기반 신뢰의 결합으로 봄으로써 사회적인 규범적 관계로 인식한다(김성은, 2009).

신뢰라는 것은 다른 사람이 기대했던 대로 행동한 다는 가정에 기초한다고 주장한다(Knoll and Jarvenpaa, 1995). 신뢰는 둘 또는 그 이상의 사람 혹은 하위 팀이나 하위 그룹과 같은 둘 혹은 그 이상의 집단 사이에 있어서의 관련성에서 볼 수 있다(Mayer et al., 1995). 집단적 신뢰를 특별한 구성원이 의무에 따라 행동하는 그룹 구성원들 사이의 공통된 신념, 이와 같은 의무에 선행한 협상 과정에서의 정직, 그리고 다른 사람을 부당하게 활용하는 것을 제한하는 것으로 보았다(Cummings and Bromiley, 1996).

신뢰형성에 있어 감정적 차원과 인지적 차원이 독립적으로 존재하며, 신뢰는 합리성과 감성이라는 두 가지 기반위에서 생성되며, 특정 신뢰대상에 대하여 인지적 판단과 정서적 판단에 의해 신뢰가 형성되고 그 결과 신뢰에 대한 태도 및 행동으로 나타난다고 주장하였으며 신뢰행동이 신뢰대상에 대한 긍정적인 정서로부터 나오는 감정적 신뢰와 상대방에 대한 신뢰를 하는데 합리적인 이유들이 기반이 되는 인지적 신뢰로 구분되며, 두 가지 요소들의 결합으로 신뢰가 이루어진다고 주장하였다(Lewis & Weigert, 1985).

신뢰를 인지기반 신뢰와 정서기반 신뢰로 각각 분류하였으며, 인지기반 신뢰는 사람들이 충분한 이유가 있다고 믿는 결정을 기초로 신뢰할 대상을 선택하기 때문에 인지적 요소를 포함한다고 할 수 있으며 정서기반 신뢰는 사회적 상호관계에서의 감성적

유대에 근거하여 서로의 정서적 관계에 대한 내재적 가치를 믿는 것이다.(McAllister, 1995)

심리학적 관점에서 신뢰는 타인에 대한 긍정적 기대를 토대로 위험을 기꺼이 감수하려는 의지로 인식된다. 또한 신뢰는 다른 사람, 즉 신뢰를 받는 사람이 다른 사람에 대한 통제와 규율에 무관하게 수탁자, 즉 신뢰를 주는 사람에게 중요한 어떤 특별한 행위를 하리라는 기대에 기초해서 수탁자, 즉 신뢰를 주는 사람이 다른 사람에 대한 행동에 기꺼이 책임을 지려는 의사로 정의된다(Mayer et al., 1995).

신뢰를 하나의 범주로 개념화 했으나, 신뢰를 구성하는 개념적 구성요소에 대한 다양한 연구가 있어 왔다(Tsai and Ghoshal, 1998). 신뢰에 대한 10가지 조건으로 유용성, 역량, 일관성, 자율성, 공정성, 성실성, 충성심, 개방성, 약속이행, 수용성 등을 들었다(Butler, 1991). 신뢰를 수직적 및 수평적 신뢰로 구분하였는데, 수직적 신뢰란 조직 구성원과 직속상관 및 최고관리자 그리고 조직 간의 신뢰를 의미하며, 수평적 신뢰란 유사한 작업조건을 공유하는 동료들 간의 신뢰를 각각 의미한다고 주장하였다(Fox, 1974).

신뢰에 대한 언급은 최소한 두 당사자와 관련이 있으며, 이는 다른 당사자에 대한 어떤 기대를 가지고 있는, 그래서 결과적으로 아마도 그 다른 당사자에 대하여 기꺼이 위험을 부담할지 모르는 수탁자, 즉 신뢰를 주는 사람과, 수탁자에 의해 평가되는 위탁자, 즉 신뢰를 받는 사람이 그것이다(Becerra and Gupta, 2003).

신뢰를 인지기반 신뢰와 정서기반 신뢰로 각각 분류 하였으며, 인지기반 신뢰는 사람들이 충분한 이유가 있다고 믿는 결정을 기초로 신뢰할 대상을 선택하기 때문에 인지적 요소를 포함한다고 하였다. 그리고 정서기반 신뢰는 사회적 상호관계에서의 감성적 유대에 근거하여 서로의 정서적 관계에 대한 내재적 가치를 믿는 것이다(McAllister, 1995).

인지기반 신뢰는 능력, 일관성, 개방성에 기반을 둔 것으로 상대방의 행동을 알고 이해하는 능력을 바탕으로 상대방에 대한 예측 가능성에 기초하여 형성되는 신뢰유형이며, 상대방을 예측할 수 있을 만큼 충분한 지식이 모아졌을 때 형성된다고 주장하였다(Schoorman et al., 2007).

인지적 과정과 대비하여 정서적 반응은 개인, 집단 혹은 조직이 신뢰할 만하지에 대한 개인의 본능, 직관 또는 느낌이며 신뢰형성에 기초가 되는 감정적인 결속을 의미한

다고 주장하였다(Morrow et al., 2004).

<표 2-4> 신뢰의 구성요소 요약

구 분	내 용
Boyle & Bonacich(1970)	- 과거 상호작용, 죄수딜레마에 기반한 주의목록
Butler(1991)	- 유용성, 역량, 일관성, 분별력, 공정성, 성실성, 충성도, 개방성, 약속이행, 수용성
Cook & Wall(1980)	- 신뢰하려는 의도, 능력
Dasgupta(1988)	- 처벌에 대한 신뢰위험, 약속에 대한 신뢰성
Deutsch(1960)	- 능력, 생산의도
Frost et al.(1978)	- 신뢰받는 자에 대한 의존성, 이타주의
Giffin(1967)	- 숙달, 정보자원의 신뢰도, 의도, 역동성, 매력, 명성
Good(1988)	- 능력, 의도, 신뢰받는 자의 주장
Hart et al.(1986)	- 개방성, 일치성, 가치배분, 자율성, 피드백
Havland et al.(1953)	- 전문성, 거짓말 듣기
Jennings(1971)	- 충성도, 접근가능성, 유용성, 예언가능성
Johnson-George & Swap(1982)	- 신뢰도
Jones et al.(1975)	- 능력, 행동이 개인적 욕구와 관련된 정도
Kee & Knox(1970)	- 능력, 동기
Larzelere & Huston(1980)	- 호의성, 정직성
Lieberman(1981)	- 능력, 성실성

출처 : Mayer et al. (1995), p. 718

2) 선행연구

비록 누군가와 기밀한 작업적 관계성을 가진다는 것이 또한 그 누군가를 신뢰한다는 의미일 지라도(Currall & Judge, 1995; Snizek & Van Swol, 2001), 두 개념 즉, 유대강도와 신뢰는 동의어일 필요가 없다. 예를 들어, 특히 상호작용의 빈도 측면에서의 유대강도는 개별 작업자의 자발적 통제를 받아나는 작업 독립성의 함수일 수 있으며 이 상황에서 관계성은 강한 유대로 특징지을 수 있으나, 같이 일을 해야 함을 강제 받은 공동 작업자를 신뢰해야 하는 것은 아니며 완전히 신뢰되지 않은 강한 유대의 한 예가 될 수 있다(Levin Cross, 2004). 반대로, 때에 따라서는 완전히 모르는 사람을 정말로 신뢰할 수도 있다. 예를 들면, 사전 역사가 거의 없는 일시적 그룹의 경우에는 신속하게 신뢰를 형성하는 것을 볼 수 있다(Meyerson, Weick, & Kramer, 1996). 신뢰된 약한 유대가 한 예가 될 수 있다. 그래서 신뢰와 유대강도는 관련이 있는 반면, 유대강도를 신뢰의 유사치로 사용하였지만(Gulati, 1994), 이 둘은 개념적으로 그리고 실증적으로도 서로 구분이 된다(Levin & Cross, 2004). 일부 소수의 연구자들은 성공적인 프로젝트에 유용한 정보를 습득하는데 영향을 미치는 구조적 관계, 즉 유대강도 그리고 관계적 관계, 즉 신뢰 이슈를 동시에 살펴보았다. 예를 들어, 과학자와 엔지니어에 대한 그의 연구에서, 일반적으로 강하고 신뢰할 만한 유대는 성과를 개선시키는데 도움이 되지만 신뢰가 단독으로, 대체할 수 있는 경우는 단지 약한 유대가 존재할 때만 그렇다는 것을 발견하였다(Levin, 1999). 또 다른 연구자들의 연구를 활용하여, 부서 수준에서 사회적 상호작용의 유대로 확인되는 사회적 자본의 구조적 특성인 유대관계가 사회적 자본의 관계적 특성을 나타내는 신뢰를 자극하고, 이것이 차례로 부서 간 지식을 포함한 더 많은 자원의 교환을 유도한다는 것을 발견하였다(Tsai and Ghoshal, 1998).

개인에 의한 유용한 지식 습득에 가장 적절하다고 생각되어지는 신뢰를 두 개의 범주 즉, 배려에 기초한 신뢰와 역량에 기초한 신뢰에 초점을 맞추어 연구를 실시하였으며, 전체적으로 강한 유대가 프로젝트의 성공을 위한유용한 지식습득을 유도하며, 배려에 기초한 신뢰 및 역량에 기초한 신뢰를 각각 통제된 상태에서는 약한 유대가 유용한 지식습득을 유도 한다는 것을 발견하였다(Levin & Cross., 2004).. 즉, 유대강도가 프로젝트 성공을 위한 유용한 지식습득에 미치는 영향을 배려에 기초한신뢰와 역량에 기초한 신뢰가 각각 매개한다는 것이다(Levin & Cross., 2004).

신뢰와 의사소통은 분리된 두 개의 행동적 구성요인인 반면, 분산된 팀에서는 이들이 때때로 함께 끝까지 하며, 분산된 팀은 전형적으로 프로젝트 기간 동안에 독립적인 과업을 성취하기 위하여 구성된다는 점을 감안할 경우, 팀 구성원들 간의 의존성이 높게 된다(Sarker et al., 2011).

신뢰를 인지기반 신뢰와 정서기반 신뢰로 각각 분류하였으며, 인지기반 신뢰는 사람들이 충분한 이유가 있다고 믿는 결정을 기초로 신뢰할 대상을 선택하기 때문에 인지적 요소를 포함한다고 하였고 정서기반 신뢰는 사회적 상호관계에서의 감성적 유대에 근거하여 서로의 정서적 관계에 대한 내재적 가치를 믿는 것이다(McAllister, 1995).

한편, 신뢰에 관한 많은 연구들이 성과에 대한 신뢰의 직접적이고 중추적인 효과를 지적하고 있다(Dirks and Ferrin, 2001). 예를 들면, 많은 연구들은 신뢰와 성과의 강한 연결성을 주장한다(Coppola et al., 2002; Hossain & Wigand, 2004).

정보 시스템 논문에서 신뢰에 대한 지배적인 견해는 신뢰가 성과에 긍정적인 영향을 미친다고 주장하는 것을 발견하였으며 특히, 분산된 팀에서 작업 과정의 투명성이 결여된 점을 감안할 경우, 신뢰할 만한 사람으로 간주되는 자는 그렇지 않은 자에 비해 성과를 더 잘 내는 경향이 있음을 발견하였다(Jarvenpaa et al., 2004).

본 연구에서는 인지기반 신뢰 및 정서기반 신뢰(McAllister, 1995), 역량기반 신뢰 및 배려기반 신뢰(Levin & Cross, 2004) 및 인지기반 신뢰 및 감정기반 신뢰 등의 상이신뢰에 대한 정의, 개념적 구성요소 및 선행연구(Lewis & Weigert, 1985) 등을 바탕으로 신뢰를 두 개의 범주, 즉 역량기반 신뢰 및 배려기반 신뢰로 각각 구분하고, 사회적 자본의 구조적 관점인 유대관계와 관계적 관점인 신뢰를 구분하여 이들이 컨설팅 만족도에 미치는 영향에 대하여 연구하기로 한다.

제 5 절 경영컨설팅 만족도에 관한 이론적 배경

1) 개념

프로세스 개선을 목적으로 컨설팅을 수행한 기업은 그렇지 않은 기업보다 컨설팅 만족도와 경영성과 미치는 영향이 높으며, 컨설팅 만족도와 혁신성과에 대한 상관관계가 통계적으로 유의 수준 이상으로 특정분야의 혁신활동을 수행하는 다른 분야에 까지 과급효과가 있다고 하였다(남상익, 2009).

수업컨설팅 효과에 영향을 미치는 요인은 의뢰인요인 컨설턴트요인 상황요인으로 나눌 수 있으며, 의뢰인 요인으로는 의뢰인이 수업컨설팅에 대한 기대가 높을수록, 컨설팅 과정에서 적극적인 자세를 보일수록 수업컨설팅의 효과가 높으며, 수업컨설팅 효과에 영향을 미치는 컨설턴트 요인으로는 의뢰인과의 관계에 대한 자신감, 의뢰인과의 의사소통의 원활성, 컨설턴트의 헌신도 정도이며, 수업컨설팅 효과에 영향을 미치는 상황 요인으로 컨설턴트와 의뢰인의 나이 및 경력차이, 의사소통의 형태와 횟수, 이전 컨설팅에 대한 피드백 여부를 들었고, 컨설턴트와 의뢰인이 직접 자주 만날수록 만족도가 높았으며, 의뢰인의 수업컨설팅에 대한 피드백이 있었던 경우 수업컨설팅에 대한 만족도가 더욱 높게 나타났다(박명선, 2010).

2007년 쿠폰제 컨설팅 수진기업 대상으로 쿠폰제 컨설팅 수진기업의 만족도는 투입 요소와 산출(결과)요소와 직결되는 수진기업 요인과 컨설팅 기관 요인에 의해 영향을 받고, 컨설팅의 제도적 프로세스 등을 담당하는 정부요인은 상관관계가 적으므로, 컨설팅 만족도는 컨설팅 기관과 수진기업을 중심으로 이루어지며 수진기업의 만족도는 컨설팅 결과가 수진기업의 필요와 기대를 얼마나 충족시키느냐 이며, 컨설턴트가 수진기업의 니즈와 목표를 정확히 파악하고 거기에 맞게 산출물을 제공하여야 하며, 수진기업은 충분한 설명을 통해 산출물에 대해 이해하고 컨설팅 기관의 전문성 및 능력, 방법론 및 수행체계, 성실성 및 노력, 사후관리 등에 대해 신뢰하여야 만족도를 높일 수 있다는 것을 보여 주었다(최종영, 2010).

컨설팅 결과 만족도는 컨설팅을 통하여 목표한 성과에 대한 만족이 가장 높으며, 경영성과 만족도는 경영컨설팅을 통한 원가의 절감, 고객 성과 만족도는 경영컨설팅을 통한 고객관리 능력 향상, 내부 관리성과는 경영컨설팅을 통한 생산현장의 환경 개선에서

높으며, 중소기업 컨설팅의 형태는 단기컨설팅이 주류를 이룬다(심종섭, 2012). 컨설팅 분야를 다중응답 분석한 결과로 생산관리부문, 시스템 및 인증부문, 현장개선부문의 순으로 나타났고 컨설팅사 변경은 거의 없는 것으로 나타났으며 컨설팅 효과는 계속 유지보다는 보통으로 인식하는 것으로 나타났으며 컨설팅 형태에 따라 장기 컨설팅 보다 단기 컨설팅에서의 과정 만족도가 더 높은 것으로 나타났다(심종섭, 2012).

고객만족의 정의는 크게 결과(outcome)에 강조를 두느냐, 과정(process)에 강조를 두느냐에 따라 두 가지 유형이 존재한다(이유재, 2006). 전자는 고객만족을 소비경험으로부터 야기되는 결과로 개념화한 정의이다. 소비자가 치른 대가에 대해 적절하게 혹은 부적절하게 보상되었다고 느끼는 소비자의 인지적 상태(Howard and Sheth, 1969), 구매한 특정 제품이나 서비스, 소매상, 혹은 쇼핑이나 구매행동과 같은 행태와 관련된 또는 이들에 의해 야기되는 경험에 대한 감정적 반응(Westbrook and Reilly, 1983), 불일치된 기대와 소비자가 소비경험에 대해 사전적으로 가지고 있던 감정이 복합적으로 결합하여 발생된 종합적 심리상태(Oliver, 1981)등이 있다.

반면 후자는 과정에 초점을 맞춰 고객만족은 소비경험이 최소한 기대되었던 것보다는 좋았다는 평가(Hunt, 1977)나 선택된 대안이 그 대안에 대한 사전적 신념과 일치되었는 평가(Engel and Blackwell, 1982) 혹은 사전적 기대와 소비 후 지각된 제품성과 사이의 차이에 대해 보이는 소비자의 반응(Teas and Wilton, 1988) 등으로 정의하고 있다.

이 정의들은 모두 고객만족도의 기본에는 평가의 과정이 중요한 인자로 존재한다는 점이 핵심이라고 있다. 한편 고객만족의 기본 개념은 고객의 기대에 얼마나 부응하는 제품이나 서비스를 제공하느냐에 따라 결정되는 것이라 할 수 있다(문보영, 2008)

사용자 만족을 위해서 구매한 제품 및 서비스로부터 높은 성과가 나타나도록 제품 및 서비스의 품질이나 성과 등을 높여주는 방안이 필요하다고 하였으며 제품 및 서비스에 대한 고객들의 만족여부는 향후 고객의 구매패턴이나 재구매 의도에 영향을 미치는 요소로 알려져 있다.

쿠폰제 컨설팅 지원사업의 사업 참여 기업의 재무적 상황을 중심으로 사업 참여 전·후를 비교하여 컨설팅이 수행 기업들의 재무적 상황에 별다른 효과를 미치는 것을 발견할 수 없으며, 매출액 증가율 및 총자산 회전율 등은 오히려 낮아진 것으로 검정하였다. 다만, 부채 비율은 점차 낮아져 경영상태가 개선되었다고 평가하였다(전창수, 2010).

개발한 중소기업컨설팅 성과평가 모델은 중소기업 경영자들이 컨설팅 수진에 따른 경영성과를 스스로 평가할 수 있는 현실적이고 유용한 지표와 방법을 제시하고, 중소기업이 컨설팅 수행에 대한 자체평가를 통하여 최초로 기대했던 기대수준의 성과 달성여부를 평가하기 위한 구체적인 모델로서 컨설팅 성과에 대한 기준을 제시하였다(김익성, 2006).

<표 2-5> 중소기업 성과평가 항목

성과평가 관점	성과평가 항목
재무적 관점	총자산, 직원1인당 총자산, 자본수익률(ROE), 직원 1인당 자본수익률, 자산 이익률, 투자수익률(ROI), 순자산수익률, 경제적 부가가치(EVA), 시장부가가치(MVA), 직원 1인당 부가가치, 매출액/총자산, 매출액 총이익률, 가중평균 성장률, 당기순이익, 배당금, 매출액 순이익률, 시장 가치, 직원 1인당 순이익, 수익, 신제품 수익, 주가, 주주 충성도, 현금흐름, 현금유입/유출비용, 총원가, 1일 외상 매출금, 1일 매상매입금, 부채, 부채비율, 이자보상 비율, 채고회전율, 1일 채고, 매출 신장률, 자금조달 능력(김익성, 2006).
고객관점	고객만족도, 고객충성도, 시장점유율, 시장 점유 증가율, 고객총비용, 고객의 평균거래 기간, 고객이탈율, 고객확보율, 신규고객 수익률, 고객의 수, 재구매 비율, 고객방문횟수, 고객응대 소요시간, 매출액 대비 마케팅비용 비율, 광고횟수, 브랜드인지도, 목표고객 유지비용, 채널별 매출액, 평균 고객규모, 직원 1인당 고객수, 고객1인당 고객서비스 비용, 고객 수익성, 판매거래 횟수, 고객인당 평균 매출액, 매출액 대비 재구매 매출비중, 신규거래선 창출 비율, 매출액 대비 신규고객 매출비중, 고객 불만사항 처리능력, 첫 응대 시 해결된 불만횟수, 제안서 작성건수, 응답율, 전시회 참석횟수(김익성, 2006).

성과평가 관점	성과평가 항목
내부 비즈니스 프로세스 관점	거래당 평균비용, 정시 배달비율, 평균 리드타임, 재고회전율, 매출액 대비 R&D비율, 연구개발 비용, 매출액 대비 신제품/서비스 매출 비중, 불량률, 클레임건수, 변동비율, 분임조 활동결과의 경영의사결정에 반영, 제안활동 활성화를 통한 프로세스 개선, 기술혁신 능력, 프로세스 표준화 수준, 제품사용에 따른 환경 유해 정도, 공동체 참여율, 특허권 제출 횟수, 특허권 취득 평균시간, 총제품 대비 신제품 비율, 결품율, 제품 결함율, 재가공시간, 고객정보의 사용가능성, 손익분기점 도달시간, 사이클 타임 개선율, 지속적인 개선율, 보증기간, 제품과 서비스의 연계성, 신규 프로젝트별 내부 수익률, 낭비제거율, 공간활용률, 중단시간, 계획의 정확성, 신제품/서비스의 시장진출시기(김익성, 2006).
학습과 성장관점	입사경쟁률, 종업원이직률, 핵심인재 비율, 핵심인재 평균 근무 년수, 경쟁업체와 핵심인재 관리비교, 교육투자비, 종업원 인당 교육투자비, 교육 훈련시간, 지식경영을 위한 공식적/비공식적 의사소통, 현재의 업무 수행을 위한 성장기회 제공, 직원의 전문교육기관 참여율, 다기능 교육을 받은 직원의 수, 결근율, 직원의 제안건수, 직원만족도, 자사주 제도 참여율, 동기부여지수, 권한이양지수, 작업환경의 질, 내부커뮤니케이션 정도, 직원생산성, 개발된 BSC개수, 건강관리, 업무의 횡적책임 부여, 지식경영(김익성, 2006).
기타관점	비전 설정 및 공유, 목표달성을 위한 전략의 선택, 자원배분 기준 설정, 핵심역량의 규명, 경영자 자질 능력, 경영자 리더십, 경영팀 능력, 위험/대응 능력, 기업의 조직력, 기술 사업화 능력, 기술 우수성, 기술 집약성, 핵심기술의 보유 수준, 기술에 대한 국내외 인증 획득 건수, 네트워크 구축 수준(김익성, 2006).

출처 : 김익성, <중소기업경쟁력 향상을 위한 컨설팅 역할과 중소기업 컨설팅 발전전략 연구> 중소기업연구원, 2006.

2) 선행연구

고객만족(customer satisfaction)은 상품이나 서비스에 대한 사전기대 보다 실제 만족이 크거나 높은 것을 말하며, 고객의 기대와 욕구를 만족시키는 결과로서 제품 및 서비스의 재구매가 이루어지고 신뢰감이 연속되는 상태라고 설명하고 있다(Goodman, 1993).

제공받은 경험에 대한 감정적 반응, 구매한 특정 상품이나 서비스에 대한 감정적 반응이라 하였으며 이러한 정의에서 보이는 바와 같이 고객이 소비 및 사용 경험에 의해 만족을 느끼는 것이라 할 수 있다(Westbrook and Reilly, 1983).

최소한 기대했던 것보다 소비 경험이 좋았다는 평가라고 제시하였고(Hunt, 1977), 고객의 만족도는 제공된 시장에 대한 과거의 경험과 미래의 예상으로 구성된다고 하였으며(Fomell et al., 1996), 여가의 재해석에서 결과적으로 고객의 심리적인 만족추구를 중요시 하였는데 이는 고객이 기대하는 제품 품질서비스에 대한 물질적인 만족과 품질서비스와 같이 제공되는 심적인 서비스에 대한 만족이 함께 이루어져야 하며 성숙한 시장일수록 심리적인 만족이 더욱 중요하다는 의미라 하였다(이철원, 2003).

‘기대-불일치’모델이 고객만족의 주 결정 요인으로 제조업자나 확실히 규정되지 않은 원천으로부터 창출된 예측의 기대를 가정하고 있다는 점을 지적하면서, 기대는 이와 같은 원천 외에도 고객의 과거경험, 유사한 제품에 대한 다른 고객의 사전적 경험 등의 원천에서도 유도될 수 있다고 주장했으며(Latour and Peat, 1979), 고객만족에 대한 접근은 고객들의 제품 구매 후 제품성과에 대한 고객의 기대수준과 실제 제품성과의 차이 즉, 불일치에 대한 지각정도에 달려 있는 것으로 결과(outcome)또는 과정(process)중 어떤 것을 더 강조하는가에 따라 결과중심의 관점에서 고객만족은 소비경험으로부터 야기되는 결과로 개념화하였다(안운석 · 장형섭, 1999).

고객이 높은 수준의 서비스가 제공될 것이라 기대한 부분은 당연히 높은 수준의 서비스를 제공해야만 고객이 만족할 것이며, 고객이 기대하지 않는 부분은 과잉서비스를 제공한다 해도 서비스품질은 높아지지 않는다고 했으며 더욱이 고급의 서비스에 익숙해진 고객의 기대수준이 점점 높아짐에 따라 고객 서비스는 기업경쟁 우위를 차지하는 핵심역량 요인으로 일반화되고 있다(조선배 · 이병원, 2004).

한편 서비스 품질 측면에서 보면 인도된 서비스 수준이 고객의 기대와 어느정도 일치

하는가에 대한 척도라고 정의를 내릴 수 있으며, 기술적, 기능적 품질과 이미지와 같은 변수와 함수관계라 할 수 있으며 또한 기술품질과 직능품질의 두 가지로 구분하고 있고 기술품질은 ‘무엇을 제공 하는가’라는 서비스의 품질을 말하며 ‘어떻게 제공 하는가’라는 서비스 제공방법에 대한 품질을 말하는 것이다(Gronroos, 1984).



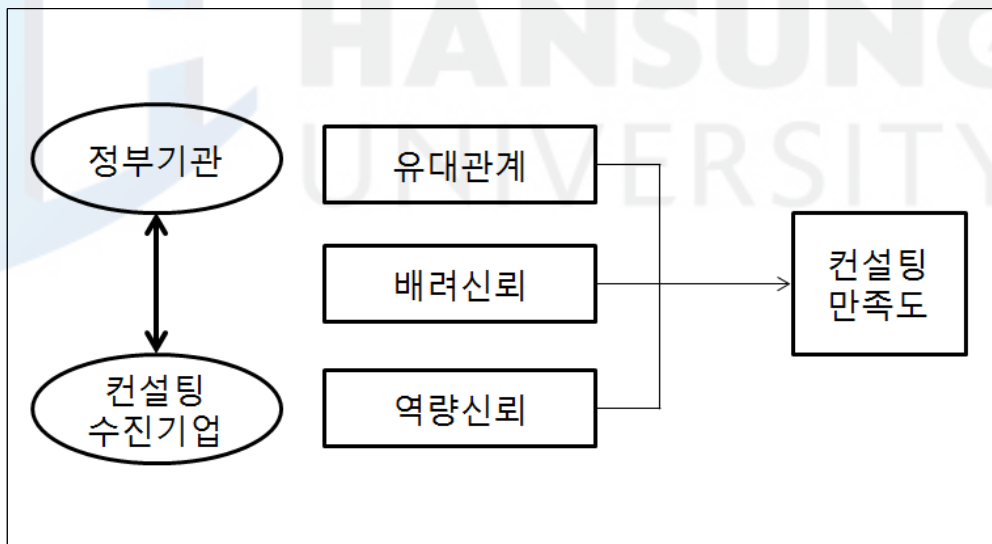
제 3 장 연구모형 및 연구설계

제 1 절 연구모형 및 연구가설의 설정

1) 연구모형

본 장에서는 제 2 장에서 정리한 선행연구의 결과를 기초로 하여 정부기관과 컨설팅 수진기업 간의 유대관계와 신뢰관계가 컨설팅 만족도에 미치는 구조적 영향관계를 검정하기 위하여 모형을 설정하였다. 독립변수는 신뢰관계는 배려신뢰와 역량신뢰로 구분하여 작성하였다. 이러한 연구 분석의 틀을 <그림 3-1>과 같은 연구 모형으로 표현할 수 있다.

<그림 3-1> 연구모형



2) 연구가설의 설정

동 연구에서는 앞서 정리한 정부기관과 컨설팅 수진기업 간의 유대관계, 배려에 대한 신뢰, 역량에 대한 신뢰 등에 대한 선행연구를 바탕으로 정부기관

과 컨설팅 수진기업 간의 관계가 컨설팅 만족도에 미치는 영향에 대한 연구 모형을 기본으로 아래와 같이 가설을 설정하여 분석을 실시하고자 한다.

가설 H1 : 정부기관과 컨설팅 수진기업 간의 유대관계는 컨설팅 만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 H2 : 정부기관과 컨설팅 수진기업 간의 배려신뢰는 컨설팅 만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 H3 : 정부기관과 컨설팅 수진기업 간의 배려신뢰는 컨설팅 만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

제 2 절 변수의 조작적 정의

1) 변수의 개요

본 연구의 목적은 정부기관의 컨설팅 지원사업과 관련하여 정부기관과 컨설팅 수진기업 간의 배려 및 신뢰관계가 컨설팅 만족도에 미치는 영향을 분석하는데 목적을 두고 있다.

선행연구의 분석 결과를 기초로 하여 실증분석을 위한 연구모형을 설정하였으며, 연구모형을 구성하고 있는 변수들은 선행 연구를 참고하여 선정되었고, 독립변수와 종속변수 간의 관련성을 파악하기 위해 가설을 설정하였다. 연구가설을 증명하기 위해 이론적 개념을 측정하기 위해 설문지를 작성하고 서베이를 통해 자료를 수집하였다. 구성변수들에 대한 조작적 정의는 다음과 같다.

2) 변수의 조작적 정의

가) 유대관계

유대관계는 양 당사자 간 관계의 밀접성으로 특징지어지며, 일반적으로는 밀접성과 상호작용의 빈도의 결합으로써 조작적으로 정의되어진다. (Marsden & Campbell, 1984).

본 연구에서는 개념적 구성요소를 측정하기 위해 정부기관과 컨설팅 수진 기업 간 컨설팅 진행을 위하여 의사소통하고, 업무적으로 친밀도를 높이고 우호적인 관계를 유지하는 것으로 한다.

나) 신뢰관계

신뢰는 인지기반 신뢰와 정서기반 신뢰로 각각 분류하는데, 인지기반 신뢰는 사람들이 충분한 이유가 있다고 믿는 결정을 기초로 신뢰할 대상을 선택하기 때문에 인지적 요소를 포함하고, 정서기반 신뢰는 사회적 상호관계에서의 감성적 유대에 근거하여 서로의 정서적 관계에 대한 내재적 가치를 믿는 것이다(McAllister, 1995).

본 연구에서는 신뢰관계를 배려기반 신뢰와 역량기반 신뢰로 구분하여 진행하였으며 배려기반 신뢰는 정부기관이 중소기업의 문제에 관심을 가지고, 관심사가 무엇인지 파악하며, 중소기업에 문제가 발생하지 않도록 노력하는 것으로 정의하였고, 역량기반 신뢰는 정부기관이 정책의 운영에 대해 역량과 준비가 되어 있고, 정책에 전문적이고, 지원과정에서 책임과 주관하는 것으로 한다.

다) 컨설팅 만족도

본 연구에서는 컨설팅 만족도를 컨설팅 지원사업의 목표에 대한 달성 정도와 결과물에 대한 수준, 진행 일정에 대한 만족도를 측정하는 것으로 하였다.

제 3 절 설문지 설계 및 표본의 수집

1) 연구대상 및 표본 수집

본 연구는 정부기관의 컨설팅 수진기업 간의 유대관계, 배려에 대한 신뢰 및 역량에 대한 신뢰가 경영컨설팅 만족도에 미치는 영향을 조사하기 위하여 설문지의 대상을 정부기관의 컨설팅 지원사업을 받은 국내 중소기업으로 하였으며 직접적인 조사의 대상은 기업의 대표, 담당자들로 선정하여 진행 하였다.

이러한 진행을 통해 회수된 설문은 224부이며 통계처리는 SPSS 통계프로그램을 사용하였다. 조사 설계의 요약은 다음의 <표 3-1>과 같다.

<표 3-1> 설문조사의 내용

구 분	내 용
조사대상	정부기관의 컨설팅 지원 사업에 참여한 중소기업
조사방법	5점 척도로 작성된 설문지의 기입형식 조사
조사표본	224부 회수
조사기간	2016년 11월 04일 ~ 2015년 11월 30
통계처리	SPSS

2) 설문지의 구성 및 내용

본 연구에서 종속변수인 컨설팅 만족도는 3개 문항을 5점 척도(1번 전혀 그렇지 않다, 2번 그렇지 않다, 3번 보통이다, 4번 그렇다, 5번 매우 그렇다)로 설계하였다. 3개 문항은 컨설팅 지원사업의 목표 대한 만족도, 결과물에 대한 만족도, 전체 진행 일정에 대한 만족도로 구성되었다.

독립 변수인 유대관계는 최창호(2014)의 설문지를 참고하여 작성하였으며

5점 척도로 구성하여 정부기관과 컨설팅 수진기업 간의 의사소통, 업무적 친밀도, 우호적 관계로 3개 문항을 설계하였다. 또한 독립변수인 배려에 대한 신뢰는 최창호(2014)의 설문지를 참고하여 작성하였으며, 5점 척도로 정부기관의 중소기업에 발생하는 문제에 대한 관심, 중소기업의 관심사에 대한 파악, 문제 발생에 대한 예방으로 3개 문항을 설계하였다. 역량신뢰는 최창호(2014)의 설문지를 참고하여 작성하였으며, 5점 척도로 지원 정책의 운영에 대한 역량, 지원 정책에 대한 전문적인 분석, 지원 과정에서 발생하는 일에 대한 책임의식으로 3개 문항을 설계하였다.



제 4 장 연구결과

제 1 절 표본의 특성

본 연구에 사용된 표본 수는 총 224개로, 데이터의 특성을 파악하기 위해 표본의 기술통계를 실시하였다. 빈도분석을 실시하여 업종, 매출규모, 종업원 수, 설립 경과 연수를 아래의 <표 4-1>와 같이 정리하였다.

<표 4-1> 표본의 기술통계

구 분		빈도수(명)	구성비율(%)
업종	제조업	61	27.2
	유통업	12	5.4
	건설업	0	—
	서비스업	75	33.5
	IT	38	17
	기타	38	17
매출규모	1억원 미만	63	28.1
	1억원~5억원 미만	24	10.7
	5억원~10억원 미만	72	32.1
	10억원~50억원 미만	25	11.2
	50억원~100억원 미만	24	10.7
	100억원 이상	16	7.1
종업원 수	5인 미만	88	39.3
	5인~10인 미만	49	21.9
	10인~50인 미만	39	17.4
	50인~100인 미만	48	21.4
	100인 이상	—	—
설립 연수	3년 이하	49	21.9
	4년~5년	38	17.0
	6년~10년	13	5.8
	11년~15년	49	21.9
	16년 이상	75	33.5

업종별로는 서비스업이 75개(33.5%)로 가장 많았으며 제조업, IT, 기타 순이다. 매출액 규모는 5억~10억 미만이 72개(32.1%)로 가장 많았으며 1억 미만, 10억~50억 미만, 1억~5억 미만, 50억~100억 미만 순이다. 종업원 수는 5인 미만이 88명(39.3%)로 가장 많았으며 5인~10인 미만, 50인~100인 미만, 10인~50인 미만의 순이다. 설립 연수로는 16년 이상이 75개(33.5%)로 가장 많았으며 3년 이하, 11년~15년, 4년~5년, 6년~10년 순이다.

1) 업종 분석

본 연구에서는 정부의 컨설팅 지원에 따른 수진기업이 대상이며 지원대상에서 주로 제외되는 건설업의 경우 해당 업체가 존재하지 않았다. 서비스업의 경우 소규모이면서 창업 기업이 대상이 되어 75개 기업에서 참여하여 33.5%의 비율로 조사되었다. 서비스업의 경우 소상공인 및 소규모 형태의 기업으로 기업의 운영자금의 지원과 동시에 진행되거나 사전 자금지원의 조건으로 컨설팅이 지원되는 경우가 있었다. 인터넷 기반 창업기업의 증가로 인해 IT기업이 38개로 17%의 기업이 조사되어 최근의 앱, 플랫폼 관련 기업의 증가를 반영하였다. IT기업으로는 앱 또는 웹 기반을 통해 오프라인 사업에서 온라인 사업으로 진행하는 기업이 대상이 되었으며 소규모 형태의 창업기업으로 초기 진입이 어려운 상황에서 정부 지원을 받아 초기 사업 리스크를 극복하고 이 과정에서 정부지원 컨설팅을 수진하게 된 기업이 대상이 되었다. 제조업은 대기업의 2차, 3차 협력업체로 자체적으로 컨설팅을 진행하기 어렵고 보유 인력을 통한 개선과 기술개발 등 당면 문제 해결을 수행하기 어려운 기업이 정부 지원사업에 참여하면서 컨설팅을 수진한 경우에 해당한다. 산업혁신 지원사업의 경우 대기업이 지원하고 정부산하 단체인 대한상의가 주관하면서 대기업 2차, 3차 협력업체와 미연개 업체를 지원하는 사업으로 동 사업에 참여한 중소기업도 대상이 되었다. 제조업의 경우 뿌리기업인 사출, 프레스, 금속가공, 전자부품 가공업, 화장품 제조업, 자동차 부품 생산업체를 대상으로 진행하였다. 유통업은 대기업 및 대형 판매점을 대상으로 납품하는 형태의 업체로 해외 수입 및 국내 유통업이 모두 포함되었으며 매출의 규모는 크지만

종업원수는 50인 미만으로 구성되었다. 기타 업체는 기술개발을 핵심역량으로 운영하는 기업, 교육 서비스업, 지식 서비스업 등이 대상이 되었다.

2) 매출규모 분석

매출 5억~10억원 미만 기업이 72개로 32.1%를 차지하고 있으며 제조업 기반의 기업과 유통업 기반의 기업 중 일부가 해당된다. 종업원수는 10인 미만으로 운영되고 있다. 매출 1억원 미만의 기업은 63개로 28.1%를 차지하고 있으며 서비스업과 IT기업 중 일부가 해당된다. 설립연수 3년 이하의 기업 중 일부가 해당되며 소규모 형태의 1인 기업이 존재한다. 50억원~100억원 미만의 기업은 제조업 기반의 기업 중 일부가 해당되며 100억원 이상의 기업은 제조업 기반의 기업과 기타 기업 중 일부가 대상이 되었다. 10억원 미만 기업은 성장을 위한 기반 조성이 약하여 정부 지원의 필요성이 크고 이에 따른 컨설팅 수진의 대상이 되었다. 100억원 이상의 기업은 제조업 일부가 대상이 되었으며 대기업 2차, 3차 기업이 참여하였다.

3) 종업원 수 분석

종업원 5인 미만이 88개 기업으로 39.3%가 조사되었으며 서비스기업 중 일부와 IT기업 중 일부, 제조, 유통업 중 일부 기업이 대상이 되었다. 창업 이후 기업이 성장하기 위한 정부지원이 필요하고 이에 따라 컨설팅 지원사업의 수진기업이 되었다. 5인~10인 미만은 49개 기업, 21.9%로 나타났으며 매출규모 10억~50억원 미만의 기업 중 일부가 해당된다. 10인~50인 미만 기업은 39개 기업, 17.4%로 나타났으며 제조업 기업 중 일부 기업과 매출 규모 100억원 이상의 기업 중 일부가 해당된다. 종업원 수 50인~100인 미만 기업은 48개 기업으로 21.4%로 나타났으며 제조업 기업 중 일부 기업이 해당된다. 종업원 수 100인 이상 기업은 해당사항이 없다.

4) 설립연수 분석

설립연수 16년 이상 기업이 75개 기업, 33.5%가 조사되었으며 제조업 중 일부 기업과 유통업 및 서비스업, 기타 업종 중 일부가 포함 되었다. 3년 이하 기업이 49개, 21.9%로 나타났으며 창업 초기 기업으로 자금지원과 기술 개발 사업에 참여한 기업으로 정부지원 컨설팅 사업의 수진 기업이 대상이 되었다.

제 2 절 타당도 및 신뢰도 분석

본 연구에서는 독립변수는 정부기관과 컨설팅 수진기업 간의 유대관계, 배려 신뢰 및 역량신뢰이고 컨설팅 만족도를 종속변수로 하였다. 각 변수들에 대한 타당성과 신뢰성 분석을 실시한 후 타당성과 신뢰성이 확보된 상태에서 이들 변수들 간에 대한 상관관계 분석을 실행하고자 한다.

1) 타당성 분석

본 연구에서는 독립변수와 종속변수에 대한 모든 설문사항을 대상으로 직각회전방식(varimax)을 사용하여 탐색적인 요인분석을 실시하였다.

일반적인 측정도구, 즉 설문항이 올바른가에 대한 기준으로 타당성 분석과 신뢰성 분석을 활용한다. 타당성이란 측정을 위해 개발한 도구를 사용하여 측정하고자 하는 개념이나 속성을 얼마나 정확하게 측정할 수 있는가를 나타내는 지표이다. 자연과학 분야의 연구는 대부분 직접적인 연구를 실행하므로 측정도구와 방법이 비교적 정확하다. 그러나 사회과학의 연구에서는 객관적으로 알려진 측정도구와 방법이 명확하게 존재하는 경우가 많지 않다. 이에 대해 측정 도구의 타당성을 검정하는 것이다.

본 연구에서는 탐색적 요인분석을 통해 새로운 구성개념의 척도에 대한 변수들 간의 구조를 조사하고 변수의 수를 줄이기 위한 방법을 활용하였다.

먼저 모든 설문항을 대상으로 베리맥스 회전방법을 사용하여 탐색적인 요인분석을 실시하였다. 추출방법은 프린시펄 구성요소 분석으로 실시하였다. 그 결과를 <표 4-2>에 나타냈다. 독립변수와 종속변수에 대한 타당성 분석결과는 <표 4-3>로 KMO값은 0.736으로 일반적인 수(0.7) 이상이고 Bartlett의 구형성 검정은 $p=.000$ 으로 KMO와 Bartlett 검정의 결과는 유효한 것으로 나타났다. 요인간 구분을 명확히 하기 위하여 Varimax회전방법을 사용하여 회전된 결과 값을 산출하였으며 요인별 적재값이 일반적인 기준(0.5)보다 크고, 공통성도 일반적인 기준(0.5)을 모두 초과하고 있어 집중타당성을 확보하고 있다.

<표 4-2> 공통성

구분	초기	추출
Q1.1	1.000	.881
Q1.2	1.000	.789
Q1.3	1.000	.799
Q2.1	1.000	.761
Q2.2	1.000	.852
Q2.3	1.000	.889
Q3.1	1.000	.926
Q3.2	1.000	.881
Q3.3	1.000	.764
Q4.1	1.000	.838
Q4.2	1.000	.829
Q4.3	1.000	.967

<표 4-3> 타당성 분석 과정

항 목	유대관계	배려신뢰	역량신뢰	컨설팅 만족도	공통성
Q1.1	.465				.881
Q1.2	-.214				.789
Q1.3	.838				.799
Q2.1		.841			.761
Q2.2		-.205			.852
Q2.3		-.411			.889
Q3.1			.908		.926
Q3.2			.827		.881
Q3.3			.050		.764
Q4.1				-.050	.838
Q4.2				.850	.829
Q4.3				-.200	.967
성분행렬, 추출방법: 프린시펄 구성요소 분석					

<표 4-4> 분석결과(회전 성분 행렬)

항 목	유대관계	배려신뢰	역량신뢰	컨설팅 만족도	공통성
Q1.1	.836				.881
Q1.2	.678				.789
Q1.3	.711				.799
Q2.1		.632			.761
Q2.2		.670			.852
Q2.3		.845			.889
Q3.1			.726		.926
Q3.2			.852		.881
Q3.3			.532		.764
Q4.1				.772	.838
Q4.2				.643	.829
Q4.3				.867	.967
KMO=.736, Barlett $\chi^2=3070.807$, $p=.000$					

2) 신뢰성 분석

일반적으로 신뢰도 분석은 문항들 간의 동질성을 나타내는 문항의 내적 일치도 (internal consistency reliability)를 크론바흐 알파 계수를 사용하여 검정하게 되는데, 일반적인 신뢰도 분석 순서는 먼저, 타당성 분석을 통하여 단일 차원성을 확보한 상태에서 잠재적 변수가 설명하는 측정 변수를 대상으로 각각 신뢰성을 분석하는 것이다.

먼저, 정부기관과 컨설팅 수진기업 간 유대관계에 대한 신뢰성 분석을 보면 전체적으로 크론바흐의 알파 계수가 .808로 일반적인 수준이 0.7 이상으로 나타나 신뢰도가 받아들일 수 있는 수준이다. 항목이 삭제될 경우의 Cronbach의 알파 계수가 전체 Cronbach의 알파 계수를 밑돌고 있어 문항을 제거하는 등의 절차는 필요 없는 것으로 나타났다.

<표 4-5> 케이스 처리 요약

구분	N	%
케이스 유효함	224	100.0
제외됨	0	.0
총 계	224	100.0

<표 4-6> 유대관계의 신뢰도 통계량

Cronbach의 알파	항목 수
.808	3

<표 4-7> 유대관계의 항목 총계 통계량

설문항	항목 삭제시 척도 평균	항목 삭제시 척도 분산	수정된 항목 총계 상관	항목 삭제시 Cronbach의 알파
Q1.1	6.3348	3.704	.521	.806
Q1.2	6.3750	2.630	.734	.656
Q1.3	6.3527	3.153	.743	.655

정부기관과 컨설팅 수진기업 간의 배려 신뢰에 대한 신뢰성 분석을 살펴 보면, 전체적으로 크론바흐의 알파 계수가 .864로 일반적인 수준(0.7) 이상으로 신뢰성은 확보된 것으로 판단된다. 항목이 삭제될 경우의 Cronbach의 알파 계수가 전체 Cronbach의 알파 계수를 밑돌고 있어 문항 제거 등의 진행은 필요 없는 것으로 나타났다.

<표 4-8> 배려신뢰의 신뢰도 통계량

Cronbach의 알파	항목 수
.864	3

<표 4-9> 배려신뢰의 항목 총계 통계량

설문항	항목 삭제시 척도 평균	항목 삭제시 척도 분산	수정된 항목 총계 상관	항목 삭제시 Cronbach의 알파
Q2.1	6.1473	4.673	.736	.819
Q2.2	6.3080	4.017	.785	.768
Q2.3	6.0893	4.046	.715	.838

정부기관과 컨설팅 수진기업 간의 역량신뢰에 대한 신뢰성 분석을 보면, 전체적으로 크론바흐의 알파 계수가 .839로 일반적인 수준(0.7) 이상으로 신뢰성은 확보된 것으로 판단된다. 항목이 삭제될 경우의 Cronbach의 알파 계수가 전체 Cronbach의 알파 계수를 밑돌고 있어 문항 제거 등의 작업은 필요 없는 것으로 나타난다.

<표 4-10> 역량신뢰의 신뢰성 통계량

Cronbach의 알파	항목 수
.839	3

<표 4-11> 역량신뢰의 항목 총계 통계량

설문항	항목 삭제시 척도 평균	항목 삭제시 척도 분산	수정된 항목 총계 상관	항목 삭제시 Cronbach의 알파
Q3.1	5.8348	2.533	.817	.657
Q3.2	5.5223	3.183	.711	.768
Q3.3	5.8839	3.682	.604	.806

마지막으로, 종속변수인 컨설팅 만족도에 대한 신뢰성 분석을 살펴보면 전체적으로 크론바흐의 알파 계수가 .811로 일반적인 수준(0.7) 이상으로 신뢰성은 확보된 것으로 판단되며 항목이 삭제될 경우의 Cronbach의 알파 계수가 전체 Cronbach의 알파 계수 이하이므로 문항을 제거 등의 절차는 필요 없는 것으로 판단된다.

<표 4-12> 컨설팅 만족도 통계량

Cronbach의 알파	항목 수
.811	3

<표 4-13> 컨설팅 만족도 총계 통계량

설문항	항목 삭제시 척도 평균	항목 삭제시 척도 분산	수정된 항목 총계 상관	항목 삭제시 Cronbach의 알파
Q4.1	6.2634	3.576	.521	.809
Q4.2	6.2500	2.682	.751	.646
Q4.3	6.3973	2.312	.745	.653

제 3 절 상관관계 분석

상관관계란 두 개 이상의 변수에 있어서 한 개의 변수가 변화함에 따라 다른 변수가 변화하는 정도를 측정하는 변화의 강도와 방향을 말하는 것으로 상관관계의 변변화의 정도는 0~ ± 1 사이로 나타나며, ± 1 에 가까울수록 상관관계 지수는 높아지고, 0에 가까울수록 상관관계 지수는 낮아진다. 변수들 간의 연관성을 파악하는 것은 변수간의 선형관계 정도를 분석하여 두 변수간의 선형적인 연관관계를 분석하는 것이다.

본 연구의 분석 결과를 보면 독립변수 간의 상관관계는 0.654 ~ 0.839로 비교적 높은 편으로 나타나고 있으며 독립변수(유대관계, 배려에 대한 신뢰, 역량에 대한 신뢰)와 종속변수(컨설팅 만족도)와의 사이에도 0.668~0.827로 높은 수준으로 나타나고 있다.

<표 4-14> 상관관계 분석

구 분		유대관계	배려신뢰	역량신뢰	컨설팅 만족도
유대관계	Pearson 상관계수	1	.696	.839	.827
	유의수준(양쪽)		.000	.000	.000
	N	224	224	224	224
배려신뢰	Pearson 상관계수	.696	1	.813	.668
	유의수준(양쪽)	.000		.000	.000
	N	224	224	224	224
역량신뢰	Pearson 상관계수	.839	.813	1	.758
	유의수준(양쪽)	.000	.000		.000
	N	224	224	224	224
컨설팅 만족도	Pearson 상관계수	.827	.668	.758	1
	유의수준(양쪽)	.000	.000	.000	
	N	224	224	224	224

제 4 절 가설의 검증

1) 정부기관과 컨설팅 수진기업 간의 유대관계, 배려에 대한 신뢰 및 역량에 대한 신뢰가 컨설팅 만족도에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시한 결과 정부기관과 컨설팅 수진기업 간의 유대관계, 배려에 대한 신뢰 및 역량에 대한 신뢰의 컨설팅 만족도에 대한 전체 설명력은 $R^2=.459$ 이다

<표 4-15> 모형 요약

R	R제곱	조정된R제곱	표준 추정값 오류
.677	.459	.451	.60902

<표 4-16> 회귀분석 계수

모 형	비표준 계수		표준 계수	t	유의수준
	B	표준오차	베타		
(상수)	1.066	.161		6.603	.000
유대관계	.443	.050	.509	8.784	.000
배려신뢰	.388	.067	.480	5.761	.000
역량신뢰	.181	.066	.238	2.743	.007

독립변수 유대관계가 컨설팅 만족도에 미치는 영향은 t값이 8.784($p=.000$)로 나타나 가설1 H1 : (정부기관과 컨설팅 수진기업 간의 유대관계는 컨설팅 만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.) 가설이 채택되었고, 독립변수 배려신뢰가 컨설팅 만족도에 미치는 영향은 t값이 5.761($p=.000$)로 나타나 가설2 H2 : (정부기관과 컨설팅 수진기업 간의 배려신뢰는 컨설팅 만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.) 가설은 채택되었으며, 독립변수 역량신뢰가 컨설팅 만족도에 미치는 영향은 t값이 2.743($p=.007$)로 나타나 가설 3 H3 : (정부기관과 컨설팅 수진기업 간의 역량신뢰는 컨설팅 만족도에 긍정적인 영향을 미

칠 것이다.) 가설도 채택되었다.

<표 4-17> 가설검증 분석결과

가 설	내 용	p값	검증결과
H1	정부기관과 컨설팅 수진기업 간의 유대관계는 컨설팅 만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이 다.	.000	채택
H2	정부기관과 컨설팅 수진기업 간의 배려신뢰는 컨설팅 만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이 다.	.000	채택
H3	정부기관과 컨설팅 수진기업 간의 역량신뢰는 컨설팅 만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이 다.	.007	채택



제 5 장 결 론

제 1 절 분석결과 요약

본 연구에서는 정부기관과 컨설팅 수진기업 간의 유대관계, 배려신뢰, 역량 신뢰와 컨설팅 만족도에 대한 이론적 배경 및 선행연구 등을 바탕으로 최근 정부지원 컨설팅 프로젝트에 참여한 경험이 있는 중소기업을 대상으로 총 224부의 설문지를 표본으로 분석을 실시하였다. 설문은 유대관계에 대한 3문항과 신뢰관계 6문항, 만족도 3문항으로 이뤄졌으며 일반사항 4개 문항으로 구성하였다.

본 연구의 분석결과를 요약하면, 정부기관과 컨설팅 수진기업 간의 유대관계는 컨설팅 만족도에 의미 있는 양(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났고, 정부기관과 컨설팅 수진기업 간의 배려신뢰는 컨설팅 만족도에 의미 있는 양(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 정부기관과 컨설팅 수진기업 간의 역량신뢰도 컨설팅 만족도에 의미 있는 양(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나, 독립변수 모두 종속변수에 양(+)의 영향을 끼치는 것으로 나타났다.

제 2 절 시사점

경영컨설팅은 기업과 산업 및 국가 차원의 경쟁력 상승과 당면 문제에 대한 해결 또는 경영개선을 지원함으로써 경쟁력 개선에 기여하고 새로운 지식을 창출하고 전파하는 자로서, 기업의 개선활동을 지원하여 기업가치의 향상 및 부가가치 창출을 모색하는 역할을 수행하고 있다. 이에 정부는 국내 산업 육성을 위해 컨설팅 산업 육성에 나서고 있으며 각종 중소기업 지원 정책의 효과적인 수행을 위해 지원 대상 기업에 정부지원 컨설팅을 지원하고 있다.

중소기업 지원이력을 기반으로 성장단계별 사업, 성과 우수사업, 우수기업 참여사업 등 중소기업의 특성(업종, 업력, 규모 등)을 분석한 맞춤형 지원 사업 정보를 제공하기 위하여 운영하고 있는 기업마당에는 중소기업 지원기관으로 143개가 검색되고 있으며 2012년~2014년까지 총 9,636건의 지원 사업이 검색되고 2016년 11월 현재 총 890건

의 사업이 진행 중인 것으로 나타나고 있다. 여기에 각 지방자치 단체의 지역사업과 유사한 형태의 지원 사업까지 더해질 경우 정부 기관이 주도하여 지원하는 사업의 규모는 더욱 커지게 된다. 기업마당의 지원사업의 분류에서 금융, 기술, 인력, 수출, 창업, 경영 등의 지원 사업은 해당 분류에 따른 지원과 함께 효과적인 결과를 창출하기 위해 통상 컨설팅을 지원하게 된다.

본 연구를 통해 정부지원 컨설팅 프로젝트의 만족도 향상을 위한 중요 요인을 찾고 중소기업에 지원하는 경영컨설팅 서비스의 질적 개선과 전략적 방향을 모색하고자 하였다.

그 결과 도출된 시사점은 첫째, 정부기관은 법인격이라는 실체가 존재하고 중소기업에 지원 사업을 시행하기 위해서 중소기업과의 유대관계 개선과 확립에 노력해야 한다는 것이다. 중소기업은 결국 정부지원 사업에 참여하면서 기관의 관계에 따라 만족도가 달라질 수 있다는 의미이며 정부 지원사업의 성공적인 완료를 위해 사전 계획 단계에서 관계에 대한 중요성을 인식하고 의사소통을 활발히 해 나가야 한다.

둘째, 정부기관은 컨설팅 수진기업인 중소기업과의 신뢰관계를 구축해야 한다. 진행되는 지원 사업에 대한 성과를 높이고 자금, 마케팅 등 컨설팅 이외의 사업의 성공을 위해서도 정부기관의 신뢰관계 구축을 중요한 요소이다. 결국 개인이나 단체나 상호간의 신뢰관계 형성을 업무 성과와 만족도에 긍정적인 영향을 미친다는 것이다.

셋째, 정부기관이 중소기업에 대한 지원과 컨설팅 수행 과정에 대한 전문적인 지식과 경험을 보유하고 있어야 하며 이를 통해 중소기업에 대한 지원 사업이 진행 될 때 중소기업도 단순한 운영 자금에 대한 수혜만을 고려한 업무 진행이 아니라 경영 역량의 향상을 위한 개선과 성장에 대한 전략적인 접근이 가능하고 기업의 자발적인 노력과 참여가 가능해 질 것이다.

넷째, 선행 연구의 정리를 통해 컨설턴트 개인과 경영컨설팅 수진 기업 간의 배려와 신뢰에 대한 관계가 컨설팅 재구매 및 만족도에 유의미한 영향이 있음을 인지하게 되었다. 이와 유사하게 정부기관이라는 조직에 대해서도 수진기업인 중소기업의 컨설팅 만족도와 관계에서 유의미한 상관관계를 보이고 있는 것은 컨설턴트인 개인과 정부기관에 대해 컨설팅 수행 측면에서 동일시

하고 있음을 유추 할 수 있다. 이는 중소기업 컨설팅 수행에서 컨설턴트 개인 뿐만이 아니라 정부기관도 그 진행에 있어서 중소기업에 배려와 신뢰 관계의 구축을 위해 노력해야 컨설팅 만족도 향상에 기여할 수 있음을 알 수 있다.

다섯째, 정부기관은 중소기업에 대한 컨설팅 수행에 대해 사전에 사업을 기획하고 여러 단계의 수행과정 이후 최종 평가하는 역할을 수행하고 있다. 중소기업에 대한 컨설팅 만족도를 향상하기 위해서는 정부지원 사업과 이에 동반하는 컨설팅 지원 사업에 대한 기획 단계에서부터 유대관계를 구축하기 위한 방안을 모색해야 하고 수행 과정에 대한 신뢰 관계 구축을 위해 방안을 작성해야 함을 유추 할 수 있다.

제 3 절 한계점 및 향후 연구방향

본 연구는 이론적, 현장의 시사점에도 불구하고 다음과 같은 한계점이 있다.

첫째, 본 연구에서 모집단으로 선정한 정부지원 컨설팅 사업에 참여한 중소기업의 대표 및 담당자를 대상으로 설문지를 배포하여 회수하였다. 정부기관의 담당자가 대상에서 제외 되어 있고 정부지원 사업에 참여하는 중소기업의 범위가 넓은 데 비해 본 연구에서 설문으로 조사하는 것에는 한계가 있었다. 즉, 독립변수와 종속변의 내용을 볼 때 정부기관의 담당자를 범위에 포함하여 내용을 보완해야 할 것이다.

둘째, 유대관계에 대한 개념을 더 잘 설명하기 위한 세부 설문 내용의 개발이 필요하며 객관성 확보를 위한 유대관계의 조작적 정의가 세분화되어야 할 것이다. 선행 연구는 보다 개인적인 측면의 연구가 활성화 되어 기관과 기업 간의 유대관계를 정확히 분석하기에는 여러 가지 한계가 존재하게 되었다.

셋째, 향후 연구 방향으로 정부기관과 컨설턴트와의 관계가 정부지원 컨설팅 사업의 만족도에 미치는 영향과 기관 담당자의 역량이 컨설팅 만족도에 미치는 영향 등 정부기관의 중소기업 지원 정책에 대한 수준 향상과 중소기업에 효과적인 지원을 위한 발전적인 제언을 위해 다양한 접근이 필요할 것이다. 이는 경영컨설팅 현장에서 컨설팅 지원 사업에 참여하여 추진하는 중소

기업의 담당자와 기업의 대표가 관계형성에 어려움을 나타내고 있으며 무형의 정부기관을 대표하는 기관 담당자와의 관계형성을 의미하는 것이다. 최근 정부기관의 서비스 의식 개발과 시행으로 향상된 측면이 높으므로 향후 이에 대한 변화를 파악하고 이를 통해 정부 기관 담당자의 중소기업 컨설팅 만족도에 미치는 영향에 대한 심층적인 연구가 필요한 부분이라 하겠다.

넷째, 연구모형의 작성에서 정부기관과 수진기업 간의 관계형성에 대해 작성하였으나 경영컨설팅의 주요 요소인 컨설턴트의 역할에 대한 변수를 고려하여야 한다. 선행 연구를 통해 컨설턴트 개인의 역량과 역할에 대한 연구들이 이뤄져 있으므로 향후 정부기관과 컨설팅 수진기업 간의 관계에 대한 연구에 정부기관과 컨설턴트 개인 간의 관계에 대한 연구와 위 3자간의 연구를 통해 관계를 정립하고 발전 적인 관계 형성을 위한 방안을 모색해야 할 것이다.



참고문헌

1. 국내문헌

- 곽홍주. (2008). 『경영컨설팅과 부동산컨설팅 성과 향상 요인에 관한 연구』. 경기대학교 서비스경영전문대학원 박사학위 논문.
- 김광훈·황규성. (2001). 경영컨설팅서비스 품질 구성요인에 관한 연구. 『경영과학』, 제 18권 제1호 pp.15~28.
- 김성은. (2009). 『리더의 감성지능, 조직공정성, 신뢰와 조직유효성 간의 관련성에 대한 연구 신뢰의 인지적, 정서적 접근을 중심으로』. 고려대학교 대학원 박사학위 논문
- 김익성. (2009). 중소기업 컨설팅지원사업의 현황과 발전방안:e-쿠폰제 컨설팅 지원사업을 중심으로. 『한독경상논총』, 제 27권 4호.
- 남상익. (2009). 『컨설팅지원 사업이 기업의 혁신활동에 미치는 영향에 대한 연구』. 경성대학교 석사학위 논문.
- 문보영. (2008). 『서비스 경영론』. 형설출판사. 서울
- 문효승. (2012). 『중소기업 참여의지가 컨설팅 성과와 재이용에 미치는 요소에 관한 연구』. 한성대학교 대학원 석사학위 논문.
- 박명선. (2002). 『서비스 품질과 관계요인이 재구매 의도와 구전에 미치는 영향에 관한 연구』. 충남대학교 대학원 석사학위 논문
- 신동주. (2012). 『컨설팅트트의 역량이 서비스 품질, 컨설팅 성과 및 재구매 의도에 미치는 영향에 관한 연구』. 한성대학교 컨설팅대학원 석사학위 논문.
- 신상복. (2012). 『경영컨설팅 서비스품질이 고객만족도에 미치는 영향에 관한 연구』. 동명대학교 경영학 박사학위 논문.
- 심종섭. (2012). 『중소기업 컨설팅이 기업에 미치는 만족도와 성과에 관한 연구』. 한양대학교 대학원 석사학위 논문.

- 안운석·장형섭. (1999). 『서비스기업의 고객만족에 관한 연구 - 호텔 서비스 구매를 중심으로』. 남서울대학교 박사학위 논문.
- 윤성환. (2008). 『컨설턴트와 프로젝트 매니저의 역량이 비즈니스 컨설팅 성과에 미치는 영향에 관한 연구』. 숭실대학교 경영학 석사학위 논문.
- 이유재·라선아. (2006). 『한국기업의 서비스품질 평가제도 변천 과정』. 서울대학교 출판부.
- 이철원. (2003). 『여가의 재해석』. 대한미디어. 서울.
- 이화수. (2012). 『컨설턴트의 역량과 경영자특성이 컨설팅서비스 품질과 컨설팅 성과에 미치는 영향에 관한 연구』. 한성대학교 지식서비스&컨설팅 대학원 석사학위 논문.
- 성의경. (2016). 『컨설턴트와 고객 간의 유대관계, 배려신뢰 및 역량신뢰가 컨설팅 재구매 의도에 미치는 영향에 관한 연구』. 한성대학교 지식서비스&컨설팅 대학원 석사학위 논문.
- 장 영. (1996). 『경영컨설팅 유형별 성과에 관한 상황적 분석』. KAIST 박사학위 논문.
- 전기수. (2009). 『중소벤처기업 경영컨설팅이 경영성과에 미치는 영향에 관한 실증연구』. 건국대학교 대학원 박사학위 논문.
- 전창수. (2010). 『기업 재무성과에 관한 실증연구(쿠폰제 경영컨설팅기업을 중심으로)』. 배제대학교 대학원 석사학위 논문.
- 조선배·이병원. (2004). 『서비스경영론. 석학당』. 서울.
- 석기준. (2012). 『경영컨설팅 서비스품질이 고객만족도에 미치는 영향에 관한 연구』. 동명대학교대학원 박사학위 논문.
- 최종영. (2010). 『쿠폰 제컨설팅 지원사업 성과에 관한 연구』. 배제대학교 컨설팅 대학원 석사학위 논문.
- 최창호. (2014). 『고객과 컨설턴트간의 유대관계가 컨설팅 프로젝트 성과에 미치는 영향에 관한 연구』. 한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원 박사학위 논문.

중소기업청. (2008). 『중소기업 컨설팅 산업백서』.
함봉진. (2002). 『마케팅 원론』. 형설출판사.



2. 국외문헌

- Allen, T. (1977). *Managing the Flow of Technological Change*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Balthazard, P., Potter, R. E., & Warren, J. (2004). Expertise, extraversion and group interaction styles as performance indicators in virtual teams. *Data Base for Advances in Information Systems*, 35(1), 41–64.
- Brass, D. J. (1984). Being in the right place: A structural analysis of individual influence in an organization. *Administrative Science Quarterly*, 29, 518–539.
- Butler, J. K. (1991). Toward understanding and measuring conditions of trust: Evolution of a conditions of trust inventory. *Journal of Management*, 17, 643–663.
- Burt, R. (1992). Structural Holes: *The Social Structure of Competition*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Ciampi, F. (2004). Fondamenti di economia e gestione delle imprese *Introduction to Corporate Management and Economics*. Florence, Italy: Firenze University Press.
- Ciampi, F. (2009). *Exploring Knowledge Creation Pathways in Advanced Management Consulting*. Information Age Publishing, 9, 3–39.
- Constant, D., Sproull, L., & Kiesler, S. (1996). The kindness of stranger: The usefulness of electronic weak ties for technical advice. *Organization Science*, 7, 119–135.
- Coppola, N. W., Hiltz, S. R., and Rotter, N. G. (2002). Becoming a virtual professor: Pedagogical roles and asynchronous learning networks. *Journal of Management Information Systems*, 18(4), 169–189.
- Cross, R. (2001). A Relational View of Information Seeking: *Tapping People and*

- Inanimate Sources in Intentional Search*. Paper presented at the annual meeting of the Academy of Management, Washington, D.C.
- Cummings, J. N., and Cross, R. (2003). Structural properties of work group and their consequences for performance. *Social Networks*, 25(3). 97–210.
- Currall, S., & Judge, T. (1995). *Measuring trust between organizational boundary role persons*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 64. 151–170.
- Dirks, K. T., & Ferrin, D. L. (2001). The roles of trust in organization setting. *Organization Science*, 12. 450–467.
- Engel J. F., Blackwell R.D. and Moniard P.W.(1995), *Consumer Behavior*, 8thed. N.Y : TheDrydenPress
- Fox, A. (1974). *Beyond contract: Work, power and trust relation*. Londen: Faber and Faber.
- Galaskiewicz, J., and Wasserman, S (1994). Introduction advances in the social and behavioral science from social network analysis. In S. Wasserman and J. Galaskiewicz(eds.), *Advances in Social Network Analysis*. *Thousand Oaks*, CA: Sage. 14–16.
- Galford, R. M., Green, c. h., & Maister, D. H. (2000). *The Trusted Advisor*. New York: Free Press.
- Granovetter, M. (1973). The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology*, 78. 1360–1380.
- Greiner, L. e., & Metzger, R. O. (1983). *Consulting to Management*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice–Hall.
- Gronroos, C. (1984). *A Service Quality Model and Its marketing Implication*, *European journal of Markrting*, Vol. 18, No. 4, pp 30–54
- Gross, Claudia. (1999). *Unternehmen beratung–Eine Profession? Master's Thesis*,

Department of Sociology. University of Tubbingen, Germany.

Howard, John A and Sheth, Jagdish N., theory of buyer behavior, 1969

Hutchins, E. (1991). *Organizing Work by Adaptation*. Organizing Science, 2, 14–29.

Jarvenpaa, S. L., Shaw, T. R., and Staples, D. S. (2004). Toward contextualized theories of trust: The role of trust in global virtual team. *Information Systems Research*, 15(3). 250–267.

Johannes Gluckler & Thomas Armbruster. (2003). Bridging Uncertainty in Management Consulting: The Mechanisms of Trust and Networked Reputation. *Organization Studies*, 24(2). 269–297. Kennedy Information. (2011–2014). Global Consulting Marketplace.

Kubr, M. (Ed.). (2012). *Management consulting: A guide to the profession*. 4th ed. 한종극•심재섭(역). 『경영컨설팅』. 서울: 새로운 제안. (원서출판 2002)

Lave, J., & Wenger, E. (1991). *Situated Learning: Legitimate Peripheral Participation*. Cambridge, MA: Cambridge University Press.

Levin, D. Z., and Cross, R. (2004). The Strength of Weak Ties You can Trust: The Mediating Role of Trust in Effective Knowledge Transfer. *Management Science*, 50(11). 1477–1491.

Lewis, J. D., & Weigert, A. (1985), *Trust as a social reality*. *Social Forces*, 63(4). 967–985.

Lin, N. (1988). Social resources and social mobility. In R. Breiger(Ed.), *Social mobility and social structure*. Cambridge, UK: Cambridge University Press. 120–146. *Management Journal*, 36(3). 471–502.

Marsden, P., & Campbell, K. (1984). *Measuring tie strength*. *Social Forces*, 63. 482–501.

Mayer, R. C., Davis, J. H., and Schoorman, D. F. (1995). *An integrative model of*

- organizational trust*. *Academy of Management Review*, 2(3). 709–730.
- McAllister, D. J. (1995). Affect–and cognition–based trust as foundations for interpersonal cooperation in organization. *Academy of Management Journal*, 38. 24–59.
- Mehra, A, Kilduff, M, and Brass, D. J. (2001). *The social networks of high and low self-monitors: Implication for workplace performance*. *Administrative Science Quarterly*, 46(1). 121–146.
- Meyerson, D., Weick, K. E., & Kramer, R. M. (1996). Swift trust and temporary group. In R. M. Kramer & T. R. Tyler(eds.), *Trust in organization: Frontiers of theory and research*. *Thousand Oaks, CA:Sage*. 166–195.
- Milan, Italy: Giuffre, Fincham, R. and Clark, T. (2002). *Critical Consulting: New Perspective on the Management Advice Industry*. Oxford: Blackwell Publishers Ltd. Oxford: Blackwell. 28–49.
- Molan Kubr(EDT) (2002), *Management Consulting : A Guide to the Profession*, International Labour Office.
- Morrow, J. L., Hansen, M. H., & Pearson, A. W. (2004). The cognitive and affective antecedents of general trust within cooperative organization. *Journal of Managerial Issues*, 16(1). 18–64.
- Knoll, K., and S. L. Jarvenpaa. (1995). *Learning virtual team collaboration*. In R.H. Sprague(ed.), *Proceedings of the 28th Annual Hawaii Interaction Conference on System Science*. *Los Alamitos, CA: IEEE Computer Society Press*. 92–101.
- Krackhardt, D. (1992). *The strength of strong ties: The importance of philos in organization*. In N. Nohria & R. Eccles(Eds.), *Networks and organization: Structure, from and action*. Boston: Harvard Business School Press. 216–239.

- O'Reilly, C. A., and K. H. Roberts. (1977a). *Communication and performance in organizations. Proceeding of the Academy of Management*. 375–379.
- Rindfleisch, A., & Moorman, C. (2001). The acquisition and utilization of information in new product alliance: A strength of ties perspective. *Journal of Marketing*, 65(April). 1–18.
- Oliver, Richard. L. A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decision, *Journal of Marketing Research*, November, pp.460–469, 1980
- Sarker, S., & Ahuja, M., and Kirke by, S. (2011). The Role of Communication and Trust in Global Virtual Teams: A Social Network Perspective. *Journal of Management Information System*, 28(1). 273–309.
- Teas, R. Kenneth(1993), Expectations, Performance Evaluation, and Consumer' Perceptions of Quality, *Journal of Marketing* 57(Oct.), 18~34.
- Tsai, W. and Ghoshal, S. (1998). *Social capital and value creation: The role of intrafirm networks*. Academy of Management Journal, 41(4). 464–476).
- Weick, K. E. (1979). *The Social Psychology of Organizing*. New York: McGraw Hill.
- Williamson, O. E. (1975). *Market and Hierarchies: Analysis and Antitrust Implication*. New York: Free Express.

설 문 지

회신방법/이메일 haven5@naver.com Tel : 02-760-5987/5797 Fax : 02)760-5848

우편 : 서울특별시 중구 혜화동 한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

본 조사의 내용은 통계법 제13조에 의거하여 비밀이 보장되며, 통계목적 이외에는 절대 사용하지 않습니다.

안녕하십니까?

저는 한성대학교 지식서비스 & 컨설팅 대학원에서 컨버전트컨설팅을 전공하는 학생입니다.

본 설문지는 저의 석사학위 논문인 “정부기관과 컨설팅 수진기업간의 관계가 컨설팅 만족도에 미치는 영향에 관한 연구”에 관한 것으로, 컨설팅을 1회 이상 수진한 경험이 있는 중소기업의 경영컨설팅 수행과 관련한 임직원 작성용으로 제작하였습니다.

바쁜 중에도 귀중한 시간을 할애하여 설문에 응해 주신 점에 깊이 감사드립니다.

아울러 귀하께서 응답해 주시는 모든 내용은 연구를 위한 활용 이외의 다른 목적으로는 절대 사용되지 않을 것이며, 특정 개인이나 특정기업에 절대 노출되지 않을 것입니다.

작성 중 문의사항은 아래의 연락처로 연락주시기 바라며, 바쁘시더라도 가급적 진솔한 응답을 통해 효과적인 연구가 진행될 수 있도록 협조 부탁드립니다. 감사합니다.

2016 년 11월

지식서비스 & 컨설팅대학원 매니지먼트 컨설팅학과

지도교수 : 박 현 우

연구자 : 전 해 운

연락처 : 010-4762-2688

1.최근 귀사에서 시행한 컨설팅 지원사업과 관련하여 정부기관과의 유대관계와 관련된 질문입니다. 귀하의 판단에 따라 해당되는 번호에 체크(√)하여 주십시오.

구분	No	질 의 내 용	응 답 란				
			전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
			①	②	③	④	⑤
유대 관계	①	컨설팅과 관련하여 정부기관과 의사소통이 빈번하다.					
	②	컨설팅과 관련하여 정부기관과 업무적으로 친밀한 관계를 유지한다.					
	③	컨설팅과 관련하여 정부기관과 관계가 전반적으로 우호적이다.					

2.최근 귀사에서 시행한 컨설팅과 관련하여 정부기관에 대한 신뢰관계와 관련된 질문입니다. 귀사의 판단에 따라 해당되는 번호에 체크(√)해 주십시오.

구분	No	질 의 내 용	응 답 란				
			전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
			①	②	③	④	⑤
배려 기반 신뢰	①	정부기관은 늘 중소기업에 발생하는 문제에 대해 관심을 가지고 있다.					
	②	정부기관은 늘 중소기업의 관심사가 무엇인지 파악하고 있다.					
	③	정부기관은 늘 중소기업에 문제가 발생하지 않도록 노력한다.					
역량 기반 신뢰	①	정부기관은 지원 정책의 운영에 대해 역량이 뛰어나고 준비되어 있다.					
	②	정부기관은 지원 정책에 대해 전문적이고 분석적이다.					
	③	정부기관은 컨설팅 지원 과정에서 발생하는 모든 일에 대해 전적으로 주관한다.					

3.컨설팅 만족도에 관련된 질문입니다. 귀하의 생각에 가장 가까운 번호에 체크(√)해 주십시오.

구분	No	질 의 내 용	응 답 란				
			전혀 아니다	아니다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
			①	②	③	④	⑤
만족 도	①	정부지원 컨설팅 지원사업의 목표에 대한 달성 정도에 만족한다.					
	②	정부지원 컨설팅 지원사업의 결과물에 대한 수준에 만족한다.					
	③	정부지원 컨설팅 지원사업의 전체 진행 일정에 대해 만족한다.					

4. 귀사의 주요 업종은 무엇입니까?

1) 제조업 2) 유통업 3) 건설업 4) 서비스업 5) IT 6)기타

5. 귀사의 매출규모는?

1) 1억원 미만 2) 1억원 이상~5억원 미만 3) 5억원 이상~ 10억원 미만
4) 10억원 이상~ 50억원 미만 5)50억원 이상 ~100억원 미만 6)100억원 이상

6. 귀사의 종업원 수는?

1) 5인 미만 2) 5인 이상 ~ 10인 미만 3) 10인 이상 ~ 50인 미만
4) 50인 이상 ~ 100인 미만 5) 100인 이상

7. 귀사의 설립 경과 연수는?

1) 3년 이하 2) 4년 ~ 5년 3) 6년 ~ 10년 4) 11년 ~ 15년 5) 16년 이상

ABSTRACT

A Study on the Influence of the Relationship between
Government Institutions and Consult companies on consulting
satisfaction

Chon, hae woon

Major in Convergence Consulting

Dept. of Knowledge Service & Consulting

Graduate School of Knowledge Service

Consulting

Hansung University

The purpose of this study is to investigate the relationship of trust, trust, and competence with Sujin Incorporated, which has participated in various support projects conducted by government agencies and government agencies in support of SMEs, or in independent consulting support projects.

This study was conducted to extract 224 questionnaires from small and medium – sized business representatives and representatives in Korea who have experienced consultation of government support projects more than once.

The purpose of this study was to analyze the relationship between the trust of trust between government agencies and consulting firms, The results of this study are summarized as follows.

First, the relationship between the government agency and the juvenile corporation showed a positive (+) effect on the satisfaction of consulting.

Second, trust between the government agencies and the surviving firms has a positive (+) effect on the satisfaction of consulting.

As a result of the above-mentioned empirical analysis, the study shows that the relationship between trust and trust between government agencies and trustees has a strong influence on the satisfaction of consulting in the process of consulting project of the government support project. Therefore, It is important to maintain relationships, to focus on the problems and concerns of SMEs, and to have a sense of responsibility in line with the purpose of professional support policies and consulting. It has been suggested.

In order to improve the satisfaction of consulting, the ability and attitude of the person in charge of the agency who can diagnose the problems of the resident company and collect the opinions of the SMEs and respond appropriately in the capacity of the agency personnel (knowledge, ability, attitude) It is important.

In the process of this study, we had the following limitations. We would like to suggest the following in order to enhance the level and level of research in the future.

First, when selecting the population, the survey should be conducted in the same way as the interviews and questionnaires to extract the questionnaires, specimens, etc., as well as the representatives and representatives of the surviving companies. Diversity must be effective.

Second, it is necessary to develop supplementary work to secure objectivity of variables by developing subordinate concept of bond, which is independent variable.

Third, further research is required for the development and measurement of institutional competencies and additional questionnaires are needed.

In addition to the limitations presented above, the direction to be studied should include the role of government agencies and agencies, and the relationship and trust relationship between consulting firms and the consulting ethnicity.

A comparative analysis of these needs is also needed. In addition, the agency personnel in charge of the actual work of the government agencies represent the government agencies, and the relationship with the understanding of the business, the evaluation management, the consultant selection, and the relationship

maintenance are also likely to have a significant impact on the consulting satisfaction of consulting firms. Additional research should be done on this. It is also expected that the reliability of SME support policy will be improved if the implementation plan is established through consideration of the formation of such relationship at the planning stage of the government support project.



【Key words】 Relation, trust, government agency support, agency personnel, consulting satisfaction