



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](#)

碩士學位論文

中小企業 컨설팅 支援事業의
成功要因에 關한 研究

- 쿠폰제 컨설팅 지원사업을 중심으로

2011년

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

지식서비스&컨설팅학과

매니지먼트컨설팅전공

김 용 성

碩士學位論文

指導教授 羅道成

中小企業 컨설팅 支援事業의 成功要因에 關한 研究

- 쿠폰제 컨설팅 지원사업을 중심으로 -

A Study on Success Factors in Consulting Support Program
for Small and Medium-sized Enterprises

2010年 12月 日

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

지식서비스&컨설팅학과

매니지먼트컨설팅전공

김 용 성

碩士學位論文

指導教授 羅道成

中小企業 컨설팅 支援事業의 成功要因에 關한 研究

- 쿠폰제 컨설팅 지원사업을 중심으로 -

A Study on Success Factors in Consulting Support Program
for Small and Medium-sized Enterprises

위 論文을 컨설팅학 碩士學位 論文으로 提出함

2010年 12月 日

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

지식서비스&컨설팅학과

매니지먼트컨설팅전공

김 용 성

金勇成의 컨설팅학 碩士學位論文을 認准함

2010年 12月 日

審査委員長 _____ 印

審査委員 _____ 印

審査委員 _____ 印

감사의 글

논문을 쓰면서 학문적 성과에는 무한한 부족함을 느낍니다.

지도교수님이신 나도성 교수님과 대학원 원장님이신 정진택 교수님 그리고 유연우 교수님께 감사의 말씀을 드립니다. 2년 동안 서로 의지하면 함께 힘이 되어준 Kscon 1기 여러분께도 감사의 뜻을 전합니다. 또한, 논문 준비에 시간을 할애할 수 있게 도와준 협회 직원분들께도 감사합니다.

무엇보다, 올 한해 시험과 논문을 이유로 소홀한 가정을 잘 지켜준 아내에게 무한한 감사의 뜻을 전하고 싶습니다. 아울러 부족한 엄마, 아빠 대신 지효를 잘 길러주신 장인, 장모님 그리고 멀리서 항상 묵묵히 지켜봐 주시고 후원해 주신 부모님과 모든 가족들께 고개 숙여 감사합니다.

HANSUNG
UNIVERSITY

국 문 초 록

국가 간의 경계는 사라지고 무한경쟁의 시대로 옮겨가는 지금 ‘컨설팅’은 우리에게 더욱 중요하게 다가오고 있다. 불과 몇 년 전 까지만 해도 우리나라에서는 생소하게 들리던 ‘컨설팅’과 ‘컨설턴트’란 단어는 이제 친숙하게 자리 잡았다.

컨설팅의 사전적 의미로는 “특정분야에 대해 전매적인(proprietary)지식이나 정보 전문성(expertise)등을 바탕으로 의뢰인(client)으로부터 대가를 받고 자문이나 조언을 제공하는 서비스 활동”을 말한다.

이러한 컨설팅 산업은 타산업의 지식집약화와 고부가가치를 지원하는 대표적인 지식서비스 산업으로써, 경영컨설팅의 국내 시장 규모는 연평균 13.6% 씩 성장하고 있으며, 이는 전 세계 컨설팅 시장 규모인 7.1%보다 두 배 빠른 정도의 속도로 국내 경영컨설팅 산업의 가파른 성장 추이를 알 수 있는 부분이다.

특히 최근 중소기업청은 구축되어 있는 인프라에 비해 비교적 적은 생산성을 보이고 있는 중소기업을 대상으로 하여 쿠폰제 컨설팅 지원사업을 적극적으로 도입함으로써 컨설팅 자체의 수요뿐만 아니라, 쿠폰을 활용하여 고객이 컨설팅 업체를 선정할 수 있게끔 함으로써 중소기업의 경쟁력 확보를 위한 노력을 하고 있다. 앞으로도 우리나라에서 컨설팅 관련 산업의 규모는 민간, 공공부문을 막론하고 더욱 확대되어질 것이며, 컨설팅과 관련한 경영, 행정, 정치, 경제 부분의 연구와 신기술의 개발 또한 더욱 활성화될 전망이다.

이러한 흐름 속에서 쿠폰제 컨설팅 지원사업을 이용한 중소기업들은 이러한 쿠폰제 컨설팅의 효과를 어떻게 느끼고 있으며, 쿠폰제 컨설팅

이 성공적으로 도입되어 만족할 만한 결론을 만들어내기 위해 필요한 성공요인으로서는 어떠한 것들이 있는지를 파악할 필요가 있다.

따라서, 본 연구에서는 쿠폰제 컨설팅 성공에 관련된 기업관련 요인(기업형태, 업력, 기업규모, 종업원 수, 매출액)과 경영자 요인(성별, 자질, 교육 수준)과 만족도 점수 간의 관계를 분석한 결과, 통계적으로 유의미한 관계가 있는 것으로 나타났다.($p < .000$, 수정된 R제곱=.159) 구체적으로 하위변수 가운데 종업원 수, 선정점수, 만족도 점수가 통계적으로 유의미한 것으로 나타났고, 만족도가 컨설팅 성공에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났으며($p < .000$, $t=10.438$), 다음으로 선정점수, 종업원 수 순으로 컨설팅 성공요인에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

즉, 쿠폰제 컨설팅의 성공도를 높이기 위해서 우리는 해당 과업을 수행하기 위한 중소기업의 종업원 수를 충분히 확보하여야 하며, 선정점수를 높이고, 만족도 점수를 높일 수 있는 정책적 지원을 통해서 이를 활용해야 할 것이다.

중소기업의 종업원 수 확보는 인력난을 겪고 있는 중소기업 현실을 감안할 때 쉬운 일은 아니다. 따라서 단순한 종업원 수 확보 보다는 조직간 커뮤니케이션 역량 강화 및 업무 효율성 제고가 필요하다. 이를 위해 임원급 이상의 책임자를 지정하여 컨설팅 업무를 진행하여야 한다. 또한, 선정점수를 높이기 위해서는 중소기업의 컨설팅 니즈가 명확하여야 한다. 컨설팅 테마의 구체성과 세부적인 컨설팅 프로세스, 인력지원, 자금지원 계획 등은 컨설팅 결과와 직결된다고 할 수 있기 때문이다. 마지막으로 만족도 점수는 컨설턴트의 전문성과 관련이 높다. 컨설팅사의 대형화와 전문화 유도 정책은 이와 맥을 같이 한다고 볼 수 있으며, 이를 위해 컨설팅사에게 세제 혜택 혹은 인력 지원을 보다 강화할 필요가 있다.

목 차

제 1 장 서론	1
제 1 절 연구 목적	1
제 2 절 연구 범위	2
제 2 장 이론적 배경	3
제 1 절 중소기업의 의의	3
1. 중소기업의 정의	3
2. 중소기업의 특성	5
3. 중소기업의 역할	8
제 2 절 중소기업 컨설팅과 정부 지원 현황	9
1. 컨설팅의 정의	9
2. 우리나라 컨설팅 지원사업 현황	14
3. 쿠폰제 컨설팅 지원사업 현황	17
제 3 절 컨설팅 성공 요인에 관한 선행 연구	24
1. 중소기업 컨설팅이 기업에 미치는 영향에 관한 연구	24
2. 쿠폰제 컨설팅 성공요인에 관한 연구	28
제 3 장 연구 방법	30
제 1 절 연구 모형	30
제 2 절 연구 가설 설정	31

제 3 절 분석 방법	31
제 4 장 연구결과	33
제 1 절 집단간 상관관계 분석 결과	33
제 2 절 상관관계 분석 결과	41
제 3 절 다중회귀 분석 결과	42
제 4 절 분석 결과 종합	44
제 5 장 결 론	46
【참고문헌】	48
ABSTRACT	50



HANSUNG
UNIVERSITY

【 표 목 차 】

[표 2-1] 중소기업의 범위	4
[표 2-2] 중소기업과 대기업의 특성 비교	7
[표 2-3] 우리나라 중소기업의 위상	8
[표 2-4] 컨설팅의 정의	13
[표 2-5] 컨설팅 지원사업 현황 및 내용	16
[표 2-6] 사업과제별 지원 내용	21
[표 2-7] 연도별 쿠폰제 컨설팅 지원사업 세부과제	22
[표 2-8] 컨설팅과 경영성과 연구 가설	27
[표 3-1] 연구 가설	31
[표 3-2] 과제형태와 완료점수 분산분석 결과	33
[표 3-3] 업력과 완료점수 분산분석 결과	35
[표 3-4] 권역과 완료점수 분산분석 결과	36
[표 3-5] 과제형태와 만족도 분산분석 결과	37
[표 3-6] 벤처인증기업과 수출기업, 완료점수 분산분석 결과	39
[표 3-7] 이노비즈 기업과 수출기업, 완료점수 분산분석 결과	40
[표 3-8] 쿠폰제 컨설팅 성공요인과 성공도 상관관계 분석 결과	42
[표 3-9] 쿠폰제 컨설팅 성공 관련 변수들 회귀분석 결과	43
[표 3-10] 연구가설 검정 결과	44

【 그림 목 차 】

<그림 2-1> 쿠폰제 컨설팅 지원사업 프로세스	19
<그림 2-2> 쿠폰제 컨설팅 지원사업 업무시스템 흐름도	23
<그림 2-3> 컨설팅과 경영성과 분석 모델	26
<그림 3-1> 연구 모형	30



제 1 장 서 론

제 1 절 연구 목적

우리나라에서 컨설팅이라는 분야가 연구되어지고 전문적인 직업의 하나로써 받아들여지기 시작한 시기는 얼마 되지 않았다. 컨설팅은 어떠한 자격증이나 기타 전문 과정을 거쳐서 수수료 또는 이수할 수 있는 직종이 아니며, 검증체계나 네트워크화가 제대로 이루어져 있지 않기 때문에, 개인의 기술, 경험 및 컨설팅 테크닉에 의존해서 주요 업무인 컨설팅이 이루어지는 비전문 직종으로 구분되는 것이 일반적이었다. 그러나 국내외 컨설팅트의 숫자가 급증하고 있고 동시에 최근 거대 컨설팅 기업들이 다수 등장함에 따라 민간부문 뿐 만 아니라 공공부문에 있어서의 컨설팅 수요 역시 꾸준히 증가하고 있는 현상이 계속되고 있으며, 지식서비스 산업분야의 중요성이 크게 강조되는 산업 전반에 걸친 변화의 흐름 속에서 R&D 조직관리, 혁신기업체제, 혁신관리이론 등의 등장은 조직의 크기를 다운사이징 또는 리스트럭처링, 리엔지니어링 하는 등의 방법을 통해서 간소화, 경량화, 효율화 하려는 조직이 많아지고, 이것은 또 다시 조직개혁, 조직개편 등을 통한 생산성의 증대를 원하는 기업들로 이어지면서 최근의 컨설팅 수요는 과거에 비해 크게 증가했음은 물론이요, 컨설팅 기법과 노하우들이 많은 연구자들에 의해서 새로이 개발되어지고, 또 많은 기업이나 조직에 그것이 실제로 적용되어 활용되고 있는 실정이다.

특히 최근에는 우리나라 중소기업청과 다수의 컨설팅 업체들이 구축되어 있는 인프라에 비해 비교적 적은 생산성을 보이고 있는 중소기업을 대상으로 하여 쿠폰제 컨설팅 지원사업¹⁾을 적극적으로 도입함으로써 컨설팅 자체의 수요 뿐만 아니라, 쿠폰을 활용하여 고객이 컨설팅 업체를 선정할 수 있게끔 함으로써 컨설팅 회사들의 경쟁력 확보를 위한 노력이 이어지고 있다. 앞으로도 우리나라에서 컨설팅 관련 산업의 규모는 민간, 공공부문을 막론하고 더욱 확대되어질 것이며, 컨설팅과 관련한 경영, 행정, 정치, 경제 부분의 연구와 신기술의 개발 또한 더욱 활성화될 전망이다.

1) 2010년부터 중소기업 컨설팅 지원사업으로 명칭이 변경되었음

이러한 흐름 속에서 쿠폰제 컨설팅 지원사업을 이용한 중소기업들은 이러한 쿠폰제 컨설팅의 효과를 어떻게 느끼고 있으며, 쿠폰제 컨설팅이 성공적으로 도입되어 만족할 만한 결론을 만들어내기 위해 필요한 성공요인으로는 어떠한 것들이 있는지를 파악할 필요가 있다.

제 2 절 연구 범위

따라서 본 연구에서는 쿠폰제 컨설팅의 성공도에 영향을 미칠 것이라 생각되는 예측변수를 설정하고 이에 따른 통계적 분석을 통해 쿠폰제 컨설팅의 성공도에 영향을 미치는 변수들의 영향력을 검증하여 보고 이에 따른 정책적 제언을 하고자 한다.

본 연구의 2장은 이론적 배경으로서 중소기업의 정의, 특성 및 역할을 살펴보고, 컨설팅의 정의와 우리나라 컨설팅 지원사업의 현황을 정리해보고자 한다. 또한, 컨설팅 성공요인에 관한 기존 연구를 분석하고 쿠폰제 컨설팅 지원사업의 일반현황과 성공요인에 대해 언급하고자 한다. 3장은 연구 모형과 가설 설정 및 분석 방법으로 나누어서 정리하였으며, 4장은 연구 결과를 분석방법에 따라 순차적으로 기록하였다. 마지막으로 5장은 결론 부분으로 연구 요약 및 시사점과 정책적 함의를 제시하고자 한다.

제 2 장 이론적 배경

제 1 절 중소기업의 의의

1. 중소기업의 정의

중소기업이란 대기업 보다 규모가 작은 기업이라 칭하기도 하지만, 일반적으로 상시종업원 수, 자본금, 매출액, 총자산액과 같은 양적 기준과 소유와 경영의 미분리, 경영의 전근대성, 자금조달 곤란 등의 질적 기준 등에 의해서 정의되어지고 있다.(김철교 외 2005)

우리나라에서는 질적 및 양적 특성에 의해서 중소기업을 정의하고 있는바 중소기업기본법(2008년 12월 26일, 법률 제9184호에 의해서 개정)에 의하면 다음과 같다. 중소기업의 양적 기준은 중소기업기본법 제2조에 의하면 “중소기업자는 업종의 특성과 상시근로자 수, 자산규모, 매출액 등을 참작하여 그 규모가 대통령령이 정하는 기준 이하여야 한다.”고 규정하고 있으며, 질적 기준은 동법 제2조에 의하면, “기업의 소유 및 경영의 실질적인 독립성이 대통령령이 정하는 기준에 해당하는 기업을 영위하는 자로 한다.”라고 규정하고 있다. 또한, 중소기업기본법시행령(2009년 3월 25일, 대통령령 제21368호에 의해서 개정) 제3조에 의하면 “당해기업이 영위하는 주된 사업의 업종과 당해 기업의 상시근로자수·자본금 또는 매출액의 규모가 다음의 <표2-1>에 적합한 기업으로 한다.”고 보다 자세히 규정하고 있다. 현재 각 정부 지원사업에서 중소기업의 범위를 판단하는 기준으로 양적 기준이 많이 사용되고 있는 상황이다.

<표 2-1> 중소기업의 범위²⁾

해당업종	분류부호	범위기준
제조업	C	상시 근로자 수 300명 미만 또는 자본금 80억 원 이하
광업	B	상시 근로자 수 300명 미만 또는 자본금 30억 원 이하
건설업	F	
운수업	H	
출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스	J	상시 근로자 수 300명 미만 또는 매출액 300억원 이하
사업시설관리 및 사업지원 서비스업	N	
보건 및 사회복지사업	Q	
농업, 임업 및 어업	A	상시 근로자 수 200명 미만 또는 매출액 200억원 이하
전기, 가스, 증기 및 수도사업	D	
도매 및 소매업	G	
숙박 및 음식점업	I	
금융 및 보험업	K	
전문, 과학 및 기술 서비스업	M	
예술, 스포츠 및 여가관련사업	R	상시 근로자 수 100명 미만 또는 매출액 100억원 이하
하수처리, 폐기물 처리 및 환경 복원업	E	
교육 서비스업	P	
수리 및 기타서비스업	S	상시 근로자 수 50명 미만 또는 매출액 50억원 이하
부동산업 및 임대업	L	

* 해당 업종의 분류 및 분류부호는 한국표준산업분류임

2. 중소기업의 특성

중소기업은 대기업과 비교하여 볼 때 가지고 있는 장점 보다는 경영의 영세성, 자금의 취약성, 기술의 낙후성 등 단점이 일반적으로 많이 거론되고 있다. 그러나 중소기업을 발전시켜 나가는 데에는 단점의 보완 내지 제거도 중요하지만 장점을 적극적으로 활용해야 실효를 거둘 수 있다.

따라서 중소기업의 특성을 논할 때에는 어디까지나 대기업과의 상대적인 개념으로서 그 특성이 약점 또는 강점으로 모두 작용한다는 것을 염두에 두어야 한다. 아래에 중소기업의 특성을 경영적 특성, 환경적 특성, 생산 기술적 특성으로 나누어 비교하였다.(김철교 외 2005)

첫째, 경영적 특성으로는 중소기업은 대기업의 자본적·제도적 경영에 대한 인적 내지는 사적 경영으로 소유와 경영이 미분리 되어있는 상황이 두드러진다. 따라서 과학적·합리적인 관리방법 보다는 주먹구구식 또는 직관에 의한 관리가 행해지고 있으며, 경영자의 형태도 전문경영자 보다는 창업자나 소유경영자가 많은 수를 차지하고 있으며, 의사결정권이 중앙에 집중되어 있는 1인 체제인 것이 보통이다. 또한 경영구모가 상대적으로 작기 때문에 간접비용이 적게 들고 경이변동에 신속적으로 대응 할 수 있다. 일반적으로 대기업이 안정적·보수적인 성향을 갖는데 비해 중소기업은 혁신적·진보적·도전적이다.

둘째, 환경적 특성으로 중소기업은 환경적응에 있어 대기업 보다 상대적으로 탄력적·신축적이다. 이는 조직의 인적 특성에서 나타나는 유연성 때문에 가능하며, 이해관계자 집단과 최고경영자의 직접접촉에 의한 원활한 의사소통 통로가 개방되어 있는데 기인한다. 대기업이 전국을 그의 시장으로 삼고 있는데 비해 중소기업은 지역적 내지는 한정된 시장을 대상으로 하고 있다. 또한 같은 업종간의 경쟁 상태를 보면, 대기업은 그 수가 적고 독과점화 현상에 의해 경쟁이 비교적 적는데 비해, 중소기업은 좁은 시장을 놓고 많은 수의 기업이 격렬한 경쟁을 하고 있다. 또한, 지역사회의 기여도가 커 지역문화 형성에 큰 역할을 담당하고 있다. 셋째로, 생산 기술적 특성을 보면 중소기업은 대기업처럼 계획에 의한 소품종 대량생산에 대하여 시장 수요에 대응하기 보다는

2) 중소기업청 홈페이지 www.smba.go.kr

주문에 의한 다품종 소량생산에 의존하고 있다. 중소기업의 제품은 부품 및 소재, 중간제품이 많으며, 이를 이용해서 대기업은 조립 및 완제품 형태의 생산을 하고 있다. 중소기업은 그 규모의 중소기업으로 인해 경공업 분야에 치중하고 있으며, 노동 집약적인 성격을 가지고 있다. 그리고 중소기업의 기술 수준은 일반적으로 대기업 보다는 낮은 편이지만 기술 개발 가능성과 의존력은 매우 높으며, 이것이 중소기업 발전의 원동력으로 작용하고 있다. 또한, 중소기업은 제한된 시장에서 한정된 고객을 상대로 하고 있지만 다양한 소지자의 기호를 충족시킬 수 있는 이점을 가지고 있으며, 직접 판매를 통해 중간이익을 흡수 할 수 있고, 개인적 서비스를 강화할 수 있다. 또한, 적은 인력으로 전문화된 생산이 가능하며 생산성도 쉽게 높일 수 있어 품질 향상과 원가절감이 유리하다. 이에 대한 내용을 다음의 <표2-2>에서 정리하였다.



<표 2-2> 중소기업과 대기업의 특성 비교(심유근 1986)

비교항목		대기업	중소기업
경영특성 비교	경영방식	자본적 제도적 경영분화	인적 사적경영
	소유와 경영	분화	미분화
	관리방법	과학적 합리적 현대적	직관적 근시안적
	경영자	전문경영자/소유경영자	소유경영자
	의사결정권	권한의 위임 (분권적 의사결정)	1인 또는 가족지배(중앙집권)
	경영정책	안정적, 보수적	혁신적·진보적·도전적
	의사소통	간접적, 공식적	직접적 신속성
환경적 특성	환경적응	경직적·고정적	탄력적·신축적
	시장규모	전국시장	지역시장
	경쟁상대	미약(독과점화)	치열(난립)
	지역사회관계(접촉성)	빈약	밀접
	소비자관계(만족가능성)	소	대
	일반적 여건 (금융, 수출, 사회인식 등)	유리	불리
생산 기술적 특성	생산형태	소품종 대량계획 생산	다품종 소량 주문생산
	제품주안점	조립 및 완제품	부품 및 소재
	생산기술의 성격	자본집약적	노동집약적
	산업의 중심	중화학·중공업	경공업
	기술보유 수준	고급기술	기본기술
	기술개발잠재력	소	대

특히 우리나라 중소기업은 다음의 <표 2-3>과 같이 전산업 사업체 수의 99.9%와 전체 고용의 88.1%를, 중소제조업은 사업체 수의 99.4%, 고용의 76.2% 부가가치의 51.5%를 차지하는 등 미국 등 선진국에 비해 높은 비중을

보이고 있다.

<표 2-3> 우리나라 중소기업의 위상³⁾

구분		전체(A)	중소기업(B)	대기업(C)	비중(%)	
					중소기업(B/A)	대기업(C/A)
전산업 (1인 이상)	사업체수 (여성)	3,006,053 (1,117,870)	3,001,893 (1,117,525)	4,160 (345)	99.9 (100)	0.1 (0.0)
	종사자수 (여성)	12,222,161 (2,654,651)	10,771,623 (2,605,459)	1,450,538 (49,192)	88.1 (98.1)	11.9 (1.9)
제조업 (5인 이상)	사업체수	116,303	115,650	653	99.4	0.6
	종사자수	2,845,792	2,169,072	676,720	76.2	23.8
	생산	8,456,858	4,187,524	4,269,334	49.5	50.5
	부가가치	3,109,571	1,599,924	1,509,648	51.5	48.5

* 전산업의 여성은 대표자 성별기준의 사업체 수와 종사자 수.

3. 중소기업의 역할

중소기업의 역할은 다음과 같이 미시적 차원과 거시적 차원으로 나누어 표현할 수 있다.(김철교 외 2005)

미시적 차원에서의 역할은 첫째, 중소기업은 종종 대기업이 하지 못하거나 하기를 꺼리는 새로운 아이디어나 제품 및 서비스를 개발해 내고 있기 때문에 창의성 발현과 혁신의 원천이며, 변화하는 환경에 신속하게 대처 할 수 있는 유연성을 지니고 있다. 둘째, 대기업이 진입하기 어려운 틈새시장에서 규모의 경제를 통하여 효율성을 달성함으로써 소비자에게 다양한 재화와 서비스를 최적의 원가로 제공할 수 있다. 셋째, 중소기업이 대기업이 지배하고 있는 독과

3) 통계청, '사업체 기초 통계조사', '광업제조업 통계조사'

점 시장에 참여하게 되면 이들에 의한 독과점 자체가 무너지고 경쟁이 강화되어, 소비자는 선택의 폭이 넓어지고 보다 나은 품질의 제품을 보다 저렴한 가격으로 구입할 수 있게 되므로 시장의 건전한 자극제 역할을 한다. 넷째, 중소기업은 소비자에게 공급되는 제품과 서비스의 종류를 풍부하게 하여 소비생활의 질을 향상시킴으로서 다양한 욕구를 충족시킬 수 있다.

거시적 차원에서의 역할은 첫째, 전문 이력과 기술 인력의 비중이 높아짐에 따라 중소기업의 고용인이나 경영자가 될 가능성이 높고, 사회 환경의 변화 및 전문직종의 증대로 인하여 창업의 기회가 많이 주어지게 되며, 자동화의 급격한 발달로 인하여 대기업의 구조조정을 촉진시켜 중소기업으로의 재배치가 발생하게 되는 등 고용기회의 창출과 제공자의 역할을 한다. 둘째, 산업의 신진대사를 촉진시켜 산업구조 조정을 선도하여 국가경제의 기반을 튼튼히 해주는 공헌자의 역할을 한다. 셋째, 한계능력을 지닌 종업원들, 즉 첫 직업을 찾는 젊은 세대들, 대기업으로부터 얼마동안 일자리를 잃고 실직상태에 있는 사람들, 구직상의 약점을 가지고 있는 사람들, 나이든 사람들에게 일자리를 제공해주므로 사회적 문제점 개선의 역할을 한다. 넷째, 사회 전체적인 관점에서 자신의 생산규모에 맞는 제품이나 서비스를 대기업과 중소기업이 분업을 통하여 생산할 때, 각자에게 최적의 원가로 생산이 가능하다는 점에서 사회적 분업의 촉진자 역할을 하게 된다. 결국 이러한 사회적 분업화가 진전되면 대기업과 중소기업이 각자 자기의 고유영역을 확보하여 상호 보완관계를 유지함으로써 전문화 및 표준화에 의한 질적 및 양적 생산이 가능하고, 대기업과 중소기업이 균형 있는 발전을 이룩할 수 있으며, 나아가서 국가 경쟁력도 향상시킬 수 있다. 다섯째, 중소기업의 활동영역이 대체로 전국 각 지역에 산재해 있으며, 그 지역사회의 구성원으로서 지역사회와 밀접한 관계가 있으므로 지역사회에 균형 있는 산업발전의 매개체 역할을 하고 있다.

제 2 절 중소기업 컨설팅과 정부지원 현황

1. 컨설팅의 정의

국가 간의 경계는 사라지고 무한경쟁의 시대로 옮겨가는 지금 ‘컨설팅’은 우리에게 더욱 중요하게 다가오고 있다. 불과 몇 년 전 까지만 해도 우리나라에서는 생소하게 들리던 ‘컨설팅’과 ‘컨설턴트’란 단어는 이제는 친숙하게 자리잡았다. 국내 인터넷 포털사이트에서 컨설팅으로 검색을 하면 ‘웨딩컨설팅’, ‘부동산컨설팅’, ‘입시교육컨설팅’ 등 다양한 분야의 컨설팅이 나타난다. TV 광고에서도 화장품의 광고카피로 ‘뷰티컨설턴트’, ‘피부컨설턴트’ 따위가 사용되는 것을 심심찮게 볼 수 있다. 이렇듯이 우리 사회의 전반에서 넓은 의미의 컨설팅을 접할 수 있다.(송갑호 2009)

컨설팅의 사전적 의미로는 “특정분야에 대해 전매적인(proprietary)지식이나 정보 전문성(expertise)등을 바탕으로 의뢰인(client)으로부터 대가를 받고 자문이나 조언을 제공하는 서비스 활동”을 말한다.(조영대 2005)

컨설팅 서비스 의뢰대상과 사용되는 전문지식에서 차이가 있을 뿐 여러 종류의 컨설팅은 의뢰인에게 전문지식의 전달이라는 기본개념에서 크게 벗어나지 않는다. 결혼 대상자들에게 웨딩서비스를 제공하는 ‘웨딩컨설턴트’, 화장품을 구매하는 소비자들에게 화장품 사용방법을 알려주는 ‘뷰티컨설턴트’, 법률 서비스를 원하는 고객들에게 법률자문 서비스를 제공하는 ‘법률컨설턴트’, 등 사회 곳곳에서 다양한 분야의 컨설턴트가 존재하고 활동하고 있다. 그리고 기업을 대상으로 경영자문 서비스를 제공하는 경영컨설턴트가 있다. 넓은 의미에서 컨설팅은 앞서 언급한 사전적 의미와 같이 “특정 대상에 대하여 해당분야의 전문가가 자신의 전문지식을 활용하여 제기된 문제점을 분석하고 구체적인 해결책을 제시하는 것”이라할 수 있다.(조영대 2005)

컨설팅은 특정 전문 분야에서 일련의 체계적인 절차에 따라 고객의 문제점과 요구사항을 분석하고 해결 대안을 제시해주는 서비스 활동을 수행하는 것을 말한다.

이러한 컨설팅 산업은 타 산업의 지식집약화와 고부가가치를 지원하는 대표적인 지식서비스산업으로써, 경영컨설팅의 국내 시장 규모는 연평균 13.6% 씩 성장하고 있으며, 이는 전 세계 컨설팅 시장 규모인 7.1% 보다 두 배 빠른 정도의 속도로 국내 경영컨설팅 산업의 가파른 성장 추이를 알 수 있는 부분이다.⁴⁾

경영컨설팅은 외국을 중심으로 이미 오래 전부터 전문 서비스업으로서 성장해 왔다. 이 중 대표적인 논의를 살펴보면, 미국 컨설팅 경영엔지니어협회는 경영컨설팅은 전문화된 지식과 기법 치 사실의 시스템적인 분석에 근거한 객관적인 판단을 적용하여 경영층으로 하여금 문제를 해결하거나 운용을 개선할 수 있도록 특별히 훈련되고 경험 있는 사람들에 의하여 수행되는 조직화된 노력이라고 정의하고, 영국 경영컨설팅협회는 경영컨설팅은 경영 관련한 제반 문제점들에 대한 규명과 이에 대한 적절한 조치를 찾아내거나 이들을 수행하는 데 도움을 제공하는 시비스로 정의하였다.⁵⁾

최근의 국내문헌을 살펴보면, 신흥순은 “기업컨설팅은 기업이 직면하는 문제점 등이나 추구하는 목표들에 의해 연구와 조사를 통해 합리적인 해결책을 제시하거나 기업이 필요로 하는 기능적인 측면에서의 도움을 주는 서비스”라 정의하고 있다.(신흥순, 2004) 곽홍주와 장용삼은 “경영컨설팅이란 기업의 경영자가 경영상 발생하는 제반 문제를 혼자서 해결하기에 곤란하거나 많은 시간과 비용을 필요로 하는 경우 이에 대한 해결방안을 적기에 제시하는 일련의 자문활동”이라고 정의하고 있다.(곽홍주, 장용삼 2009)

그러나 본 연구에서 다루고자하는 컨설팅은 기업의 경영 및 기술을 대상으로 하는 것에 한정을 짓는다. 이는 컨설팅의 정의와 유사하다. 국제노동기구(ILO : International Labor Organization, 1998)에서는 “컨설팅은 조직의 목적달성에 있어서 경영·업무상의 문제점을 해결하고 이를 통해 새로운 기회를 발견하여 이를 활용하고 학습기회를 확대하며 변화를 실행함으로써 관리자와 조직이 추구하는 목적의 달성을 지원하는 독립적인 전문 자문서비스”로 규정하고 있으며 미국의 컨설팅경영엔지니어협회(Association of Consulting Management Engineers)에서는 “경영컨설팅은 특별히 훈련 받고 경험을 쌓은 사람들이 기업 경영상의 여러 가지 문제점들을 규명하고 해결할 수 있도록 실질적인 해결방안을 제시하고 그러한 해결방안들이 적기에 실시될 수 있도록 도와주기 위한 전문적인 서비스를 제공하는 것”으로 정의하고 있다. 영국의 경영컨설팅협회(Institute of Management Consultants, United Kingdom)에서는 “독립적이고 능력을 갖춘 사람들이 정책·조직·절차·방법상의 문제점들을

4) 2005년 산업연구원 국내 산업총통계

5) 중소기업청·중소기업기술정보진흥원(2007), 『경영컨설팅트 입문과정 교재』, pp. 3-4.

연구·분석하고 적절한 해결책을 제시하며 나아가 이러한 해결책들을 수행할 수 있도록 돕는 것”으로 보고 있으며 Kubr(1997)는 경영컨설팅을 전문직업적인 서비스라는 측면에서 “특별한 훈련을 통해 일정한 자격을 갖춘 사람들이 고객과의 계약에 따라 독립적이고 객관적인 태도로 고객조직이 경영상의 문제들을 확인 내지 분석하는 것을 도와주고 추천하는 것이며 또한 고객이 이러한 해결안의 실행에 대해 도움을 요청했을 때 도움을 제공하는 조언 서비스(Advice Service)”라고 정의하고 있다.

국내에서 정의하는 경영컨설팅도 큰 차이가 없다. 한국경영·기술컨설팅트협회는 컨설팅을 정의하는데 있어서 국제노동기구(ILO)의 정의를 그대로 차용하고 있다. 한국경영컨설팅협회는 “경영컨설팅이란 특별히 훈련 받고 능력을 갖춘 사람들이 객관적이고 독립적인 방법으로 기업고객의 경영상의 문제점들을 도출해내고 이를 분석하여 해결책이나 개선방안을 제공하거나 고객의 요청에 의해 그 해결책을 수행하는 등과 같은 일련의 자문을 제공하는 것”이라고 하면서 넓은 의미의 컨설팅이란 특정대상에 대하여 해당분야의 전문가가 자신의 전문지식을 활용하여 제기된 문제점을 분석하고 구체적인 해결책을 제시하는 것이라 할 수 있으며, 이 경우에 컨설팅 대상은 정부·기업·개인을 구분하지 않는다고 하였다. 또한, 김광용은 경영컨설팅의 여러 정의를 종합하여 컨설팅을 “전문적인 지식과 경험을 가진 사람들이 조직의 목표를 달성하는데 경영업무상의 문제점을 객관적이고 독립된 입장에서 문제를 규명하고 분석하여 해결방안을 제시하여 적기에 실행토록 함으로써 조직이 추구하는 목적달성을 지원하기 위한 전문적인 자문 서비스 활동”으로 정의하였다.(김광용, 김명섭, 이채언, 이용희 2009)

<표2-4>에 국제협회와 학자들이 내린 컨설팅의 정의를 정리하였다. 본 연구에서는 여러 정의 중에서 종합적으로 경영컨설팅을 정의한 김광용 외(2009)의 정의에 입각하여 연구를 전개하였다. 경영컨설팅트는 경영컨설팅을 수행하는 전문적인 지식을 소유한 사람들로 정의하였다.

<표2-4> 컨설팅의 정의

협회·학자	컨설팅정의
국제컨설팅트협회 (ICMCI)	경영책임이 있는 고객의 경영 전반에 독립된 자문(advice)과 지도 assistance)를 제공
국제 노동기구(ILO)	조직의 목적 달성에 있어서 경영·업무상의 문제점을 해결하고 이를 통해 새로운 기회를 발견하여 이를 활용하고 학습기회를 확대하며 변화를 실행함으로써 관리자와 조직이 추구하는 목적의 달성을 지원 하는 독립적인 전문자문 서비스
미국경영컨설팅 엔지니어링협회	특별히 훈련 받고 경험을 쌓은 사람들이 기업 경영상의 여러 가지 문제점들을 규명하고 해결할 수 있도록 실질적인 해결방안을 제시하 고 그러한 해결방안들이 적기에 실시될 수 있도록 도와주기 위한 전 문적인 서비스를 제공하는 것
영국 컨설팅트협회	독립적이고 능력을 갖춘 사람들이 정책 조직 절차 방법상의 문제점 들을 연구·분석하고 적절한 해결책을 제시하며 나아가 이러한 해결 책들을 수행할 수 있도록 돕는 것
호주 경영컨설팅트협회	목표 설정 및 사업수행을 위해 보다 발전적인 계획조직 동기부여 커 뮤니케이션 또는 자원 활용을 통하여 경영자문 및 지도하는 행위
미국회계사회	특별한 분야의 전문성을 가진 전문가들이 자기들의 지식과 경험을 활용하여 경영 문제를 해결하고 객관적이고 전반적인 시각에서 기업 의 기획과정을 지원
Kubr(1997)	특별한 훈련을 통해 일정한 자격을 갖춘 사람들이 고객과의 계약에 따라 독립적이고 객관적인 태도로 고객조직이 경영상의 문제들을 확 인 내지 분석하는 것을 도와주고 추천하는 것이며 또한 고객 이 이 러한 해결안의 실행에 대해 도움을 요청했을 때 도움을 제공하는 조 언 서비스(Advice Service)
김광용 외(2009)	전문적인 지식과 경험을 가진 사람들이 조직의 목표를 달성하는데 경영업무 상의 문제점을 객관적이고 독립된 입장에서 문제를 규명하 고 분석하여 해결 방안을 제시하여 적기에 실행토록 함으로써 조직 이 추구하는 목적달성을 지원하기 위한 전문적인 자문서비스 활동

2. 우리나라의 컨설팅 지원사업 현황

정부는 1961년 3월 “중소기업 육성을 위한 종합 대책”을 수립하면서 중소기업 금융대책, 중소기업 조직 강화, 중소기업 판로확대 등과 함께 중소기업 진단·지도를 포함하고, 이를 담당하는 “중소기업과”를 상공부에 신설한 후, 각 시도에 1개소의 중소기업 지원센터를 설치하여 중소기업에 대한 진단·지도사업을 실시하였고, 중소기업의 경영합리화와 기술개발 및 기술능력 향상을 지원하고자 1978년 12월 “중소기업진흥법”을 제정하고 중소기업에 대한 경영과 기술 지도를 담당할 수 있는 전문 인력을 발굴하여 경영 및 기술지도사의 자격을 부여한 후, 이들을 통해 중소기업에 대한 진단·지도 업무를 수행하도록 법률로 제정하였다.

1987년 8월 “중소기업진흥법시행령”개정을 통해 경영 및 기술지도사의 자격요건을 대폭 강화하고 국가자격시험 실시 등을 거쳐 경영 또는 기술지도사의 자격을 부여함으로써 지도사의 자격을 국가자격으로 규정하였고, 1994년 12월 “중소기업진흥법”을 “중소기업진흥 및 제품구매촉진에 관한 법률”로 개정하고, 1995년 7월 동법 시행령과 시행규칙 및 통합고시 등의 개정을 통해 “지도사의 자격, 시험, 업무, 책임과 의무, 지도방법, 벌금 규정” 등 지도사에 관한 관계법령을 체계적으로 보완하여 우리나라 지도사 제도·운영의 체계를 확립하였다.

정부가 중소기업육성시책의 일환으로 전개하던 진단·지도사업을 독립된 컨설팅 산업으로 육성·발전시키고자 이를 적극 지원하는 한편, 정부 주도체제의 컨설팅 지원 사업을 민간 주도의 컨설팅 지원사업체제로 전환하고, 2004년 3월 “중소기업 진흥 및 제품구매 촉진에 관한 법률”을 개정하여 컨설팅 산업기반을 확충함으로써 지도사 자격에 대한 공신력과 위상을 크게 제고하였다.(강길원 2005)

2007~2008년에 컨설팅 지원 사업은 다음의 <표2-5>와 같이 정부부처와 2곳의 지방자치단체에서 15개 정도의 지원 사업을 기획해 지원하였고, 특히 중소기업청에서 가장 많은 지원 사업이 진행되었으며 지식경제부에서도 다수의 사업을 진행하였다.

각 지원사업의 컨설팅 내용을 보면 지원대상은 주로 중소기업들로 나타났으며 컨설팅 분야는 경영지원분야가 가장 많으며, 특히 컨설팅을 수행하는 주체로 각 분야 전문인력 및 전문컨설턴트가 활용되는 것으로 조사되었는데 전문인력 중 퇴직인력을 활용하는 지원 사업이 2건이 있었다.



<표 2-5> 컨설팅 지원사업 현황 및 내용6)

부처		전담기관	지원사업명	지원 대상	컨설팅분야	컨설팅 수행인력
지식 경제부 (4)		KOTRA 정보서비스본부 컨설팅팀	컨설팅 서비스	수출하려는 모든 기업	수출 컨설팅	박사급 전문인력
		한국 IT기업연합회	IT분야 협업 컨설팅 및 협업 컨소시엄 구성 지원사업	중소벤처기업	협업컨설팅	전문인력
		한국여성벤처협회	맞춤식 금융컨설팅	여성중소벤처 기업	금융컨설팅	전문인력
		벤처산업협회	벤처 M&A 컨설팅 지원제도	벤처기업	M&A	전문인력
교육과학 기술부(1)		한국산업기술진흥협회 인력지원팀	퇴직과학기술자 활용 중소기업 기술역량 확충사업	중소기업	연구생산성 제고	퇴직과학 기술자
중소 기업청 (8)		중소기업청 제품성능기술과	생산현장 애로기술지도	중소기업	생산애로해소	대학, 연구소, 모기업의 전문가
		중소기업청 중소서비스지원과	쿠폰제 경영컨설팅 지원사업	중소기업	경영지원	전문 컨설턴트
		중소기업청 균형성장지원팀, 한국여성벤처협회	벤처투자마트 및 경영혁신 아카데미 운영	여성 벤처기업	투자유치 경영혁신	전문인력
		중소기업청 사업지원팀	대기업 퇴직인력 활용 중소기업 경영자문	중소기업	경영지원	대기업 퇴직인력
		중소기업청 싱글 PPM 품질혁신추진본부	싱글PPM 품질혁신 시스템 구축 지도사업	중소기업	품질혁신	모기업, 교수 등 전문가
		중소기업청 중소서비스지원과	창업기업 컨설팅 지원	창업기업	창업기업 경영지도	중소기업 상담회사
		중소기업청 기술혁신정책팀, 중소기업 기술혁신협회	이노비즈 인증 코칭 프로그램	이노비즈 기업	인증지원	전문인력
		컨설팅 분야별 운영부서 다름	금융 및 경영컨설팅, 전문분야 상담	중소기업	경영지원	전문 컨설턴트
지 방 자 치 단 체	부 산 시	부산광역시 사업지원부	중소기업 경영컨설팅 지원	중소기업	경영애로해소	경영전문 상담위원
	전 라 북 도	기업지원과, 전주벤처기업육성 촉진지구발전협의회	기술혁신형 벤처기업 기술사업화 지도	중소벤처 기업	인증지정 컨설팅 비용지원	-
총 15개 지원사업 (정부부처 3개, 지방자치단체 2개)						

6) 중소기업청(2008), 『2008년 컨설팅 산업백서』, pp. 71-72.

3. 쿠폰제 컨설팅 지원사업 현황

1) 쿠폰제 컨설팅 지원사업의 의의 및 도입배경

쿠폰제 컨설팅 지원사업은 전략, 재무, 생산, 마케팅, 인사 등 경영전반에 걸쳐 컨설팅이 필요하나 자금 및 인력 부족으로 인해 자체부담으로 진행하기 어려운 컨설팅에 대해 그 비용의 일부를 정부에서 보조함으로서 기업이 보유한 다양한 자원을 효과적으로 결집 중소기업의 건실한 발전을 도모하기 위한 정부사업이다.⁷⁾

쿠폰제 컨설팅 지원사업은 2005년 2월부터 시작되었으며 그 이전에 중소기업 컨설팅 지원사업이 시행되고 있었다. 1999년 1월부터 2004년까지 166억 원의 예산을 투입하여 6,609개의 기업을 지원하고 중소기업의 생산성 향상, 품질개선, 경영관리 합리화, 경영혁신 등에 기여하는 실적을 남겼다. 그러나 중소기업 컨설팅 지원사업은 여러 가지 문제점도 야기하였다. 첫째, 공급자 위주의 지원방식으로 인해 컨설턴트협회의 중소기업 선정과 컨설턴트 배정에 있어서 수진기업의 필요에 맞는 전문 컨설턴트를 배정하기 보다는 컨설턴트협회와 컨설턴트간의 거래에 의한 불공정한 지원이 이루어졌다. 둘째, 업무수행 시 잦은 접촉으로 인한 부패발생, 동일 날짜에 다수의 기업 컨설팅, 부실 여부 적발의 어려움 경영성과 및 연계지원 등의 사후관리 미흡의 문제가 발생하였다. 셋째, 수진기업의 수요에 맞는 맞춤형 지원이 미흡하고 컨설턴트의 수행능력의 편차에 대한 불만 잔금 지급 지연에 따른 컨설턴트 불만의 문제가 발생하였다. 이러한 여러 가지 문제점에 대한 개선점을 찾고자 수요자 중심의 사업 추진 체계를 구축하고 건실하고 투명한 시장질서 확립을 위해 등장한 것이 쿠폰제 컨설팅 지원사업이다.⁸⁾

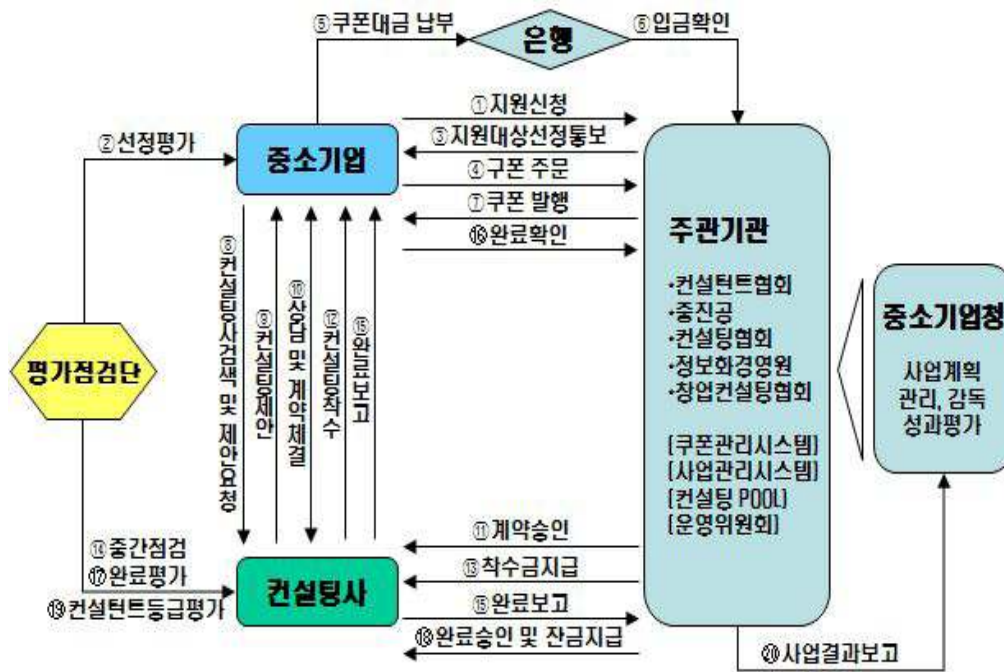
2) 쿠폰제 컨설팅 지원사업의 목적과 특징

7) 쿠폰제 컨설팅 지원사업 웹사이트 www.smbacon.go.kr

8) 중소기업청(2005), “중소기업 컨설팅 지원사업의 부패방지 및 투명성”

쿠폰제 컨설팅 지원사업은 설명되어진 것과 같이 중소기업 컨설팅 지원사업의 폐해를 개선하기 위해 재정립 된 컨설팅 산업 지원정책이다. 정부의 쿠폰제 컨설팅 지원사업 지원 목적을 정리하면 네 가지로 정리할 수 있다. 첫째는 쿠폰제 컨설팅 지원사업을 통해 경영상의 애로를 겪고 있는 중소기업들에게 컨설팅 수진비용에 대한 부담을 완화시켜 컨설팅 수진 기회를 확대함으로써 중소기업의 자구적 능력으로 풀 수 없는 경영 문제의 극복을 돕는 것이다. 둘째는 전문 컨설턴트의 컨설팅을 통해 중소기업이 경영 및 기술, 환경 변화에 적극 대응하고 기업 발전 방향 설정 및 개선된 전략 수행 그리고 관련 신경영 관리방법 등을 기업 내 통합하여 실천하도록 지원함으로써 궁극적으로는 중소기업의 국내외 경쟁력 향상을 유도하는 것이다. 셋째는 글로벌 해외컨설팅사들에 비해 상대적으로 컨설팅 경험과 노하우가 부족하고 따라서 수익구조가 열악한 국내 컨설팅사의 발전을 유도함으로써 컨설팅 산업의 성장을 도모하는 것이다. 넷째는 우리 경제의 성장 동력인 혁신형 중소기업 3만개 육성이라는 정책적 목표의 달성을 위한 실질적인 도움 수단으로 활용하기 위해서이다.(김익성 2009)

이러한 배경과 목적 하에 등장한 쿠폰제 컨설팅 지원사업의 특징은 첫째, e-쿠폰 도입으로 업체부담금의 대납예방이다. 중소기업이 업체부담으로 저가에 경영컨설팅 쿠폰을 먼저 구매한 후 자율적으로 필요한 컨설팅 서비스를 선택하여 사용함으로써 대납 행위 발생 여지를 최소화하였다. 둘째, 온라인에서 실시간 사업수행을 점검할 수 있게 되었다. <그림2-1>에서 보듯이 지원신청 결과 컨설턴트 선정 과정, 계약 및 수행상황 등을 중소기업 주관기관 평가점검단이 실시간으로 확인·점검하여 신청부터 수진 이후까지 체계적인 관리가 가능하며 중소기업의 편리성을 높이는 장점이 있다.



셋째, 사업 수행 평가점검단 운영이다. 지원사업 수행의 전과정에 평가점검단을 상시 운영함으로써 컨설팅 지원사업의 투명성을 확보하고 컨설팅의 내실화를 촉진하며 점검활동의 경험을 바탕으로 지원사업의 표준화를 목표로 한다. 넷째, 컨설턴트 등급제로 내실 있는 컨설팅을 촉진한다. 컨설팅 수행과정 및 컨설팅 내용을 평가하고 수진기업을 대상으로 컨설턴트의 성실성·전문성·컨설팅 효과 등에 관한 기업의 만족도 조사를 통해 컨설턴트에 대한 등급을 매김으로서 컨설턴트 역량 강화와 내실 있는 컨설팅의 촉진을 목표로 한다. 다섯째, 수요자 중심체계이다. 홈페이지 상에 공개되어 있는 컨설턴트 풀에서 전문분야 컨설턴트 등급 등의 정보를 통해 컨설턴트를 직접 선정할 수 있다. 여섯째, 수진기업의 수요분야에 따라 지원규모 및 지원 비율을 차등화하여 맞춤형 지원을 추진한다.⁹⁾

3) 쿠폰제 컨설팅 지원사업 현황

2005년 이후 4년간 쿠폰제 컨설팅 지원사업의 추진실적을 보면 혁신형 중소기업 11,105개를 육성·지원하였다. 연도별로 살펴보면 2005년에는 148억 원이 투입되어 5개 분야, 740건을 지원, 2006년에는 160억 원이 투입되었으며, 2,671건을 지원하였고, 2007년에는 173억 원이 투입되어 3개 분야 경영·기술·창업 7개 과제 3,398건 2008년에는 218억 원의 예산이 투입되어 3,296개 업체에 지원되었다.(송갑호 2009)

컨설팅 수진결과에 대한 활용도는 2006년 8월 성과측정 시 1,092개사 중 994개사가 “컨설팅 결과물을 활용한다”고 응답하였고 945개사는 “컨설팅 효과가 있다”고 응답하였다. 2005년 컨설팅 수진 후 불량률 감소 및 생산성 향상으로 10,288백만 원의 원가절감 효과와 신상품 개발 등 매출증대, 인건비 절감 등의 18,865백만 원의 절약 효과 등 총 292억 원의 경제적 효과가 발생한 것으로 중소기업청은 추정하고 있다.

쿠폰제 컨설팅 지원사업의 지원대상은 중소기업기본법 상의 중소기업에 해당하고 지원 제외 대상 업종에 해당되지 아니한 기업이다. 지원 제외 업종은 휴·폐업 중인 기업 금융 불량 거래처로 규제 중인 기업, 유홍·향락업, 불건전 오락용품 제조업 등이다. 2005년 사업수행 이후 사업내용은 계속해서 변해오고 있는데 지원업체 선정방법과 사업과제만 간단하게 소개하면 지원기업 선정은 차수별 예산지원 범위 내에서 과제별 선정평가 결과 60점 이상인 기업 중 고득점 순으로 선정하며 60점미만으로 탈락한 기업은 다음 신청 차수에서 재신청이 불가능하다. 사업과제는 4가지로 나누어지는데 경영혁신, 기업분석, 협업, 생산성 향상 과제이다. <표2-6>은 사업과제별 지원내용을 나타내고 있다.(김익성 2009)

<표2-6> 사업과제별 지원내용

과제	지원조건	컨설팅 내용	주관기관
경 영 혁 신 (Ⅰ,Ⅱ)	- 지원기간: Ⅰ. 3월 미만 Ⅱ. 5월 미만 - 지원한도: Ⅰ. 10백만 원 이내 Ⅱ. 27백만 원 이내 - 정부지원 비율: Ⅰ. 65%, Ⅱ. 55%	Ⅰ.경영현장에서 발생하는 인사·조직, 재무, 마케팅, 경영체계, 환경경영, 생산관리(불량률 개선 등 기술 분야 제외) 등의 애로해결을 위해 단기적 컨설팅 지원 ※ 주지원 대상 :매출액 50억 원 미만 기업	한국경영 기술 컨설턴트 협회
		Ⅱ.글로벌 경영환경 변화에 대응하기 위한 인적자원관리, 경영체계구축, 정보화, 재무, 마케팅 등 중장기전략 수립 및 실행방안 등 컨설팅 지원 ※ 주지원 대상 : 매출액 50억 원 이상 기업	한국경영 컨설팅 협회
협업	- 지원기간:3월미만 - 지원한도: 13백만 원 이내 - 정부지원 비율:65%	연구개발, 생산, 마케팅 등 각 분야 중 한개 이상의 기능을 갖춘 중소기업이 협업사업을 하고자 하는 경우 협업타당성 검토, 협업체 탐색/매칭, 계약체결, 회계자문, 협업사업계획서 작성 등 컨설팅 지원	대·중소 기업협력 재단
기업 분석	- 지원기간: 5월 미만 - 지원한도: 16백만 원 이내 - 정부지원 비율: 65%	기업의 내·외부 경영환경 분석, 중장기 사업 계획 및 투자계획 등에 대한 사업성 분석, 제품 및 기술에 대한 기술성, 시장성 등 종합분석 지원	중소기업 진흥공단
생산성 향상	- 지원기간: 5월 미만 - 지원한도: 20백만 원 이내 - 정부지원 비율: 65%	신제품·신기술개발 및 상품화, 제품의 성능 및 품질개선, 공정개선, 품질관리, 설비관리, 자동화, 에너지 절감 등 컨설팅 지원	

그 진행 순서를 살펴보면 중소기업이 내부자원 분석, 환경 분석 등을 통해 자신에게 맞는 컨설팅 목표, 컨설팅 방법 등을 정하게 되면 이를 토대로 중소기업청 또는 해당 신청관서에서 쿠폰을 구입하게 되고 정부보조금 등으로 구입한 이 쿠폰을 이용해서 지정된 컨설팅 업체 중 중소기업의 선택에 따라 업체가 선정되어 해당 중소기업의 컨설팅을 지원하게 되는 것이다. 이는 중소기업진흥및제품구매촉진에관한법률 제28조 그리고 동법 시행령 제27조에 기반하고 있으며 상시과제, 일반과제, 혁신과제, 생산성 혁신, 창업 등의 다양한 분야에서 컨설팅을 받을 수 있도록 지원하고 있다.

<표 2-7> 연도별 쿠폰제 컨설팅 지원사업 세부과제¹⁰⁾

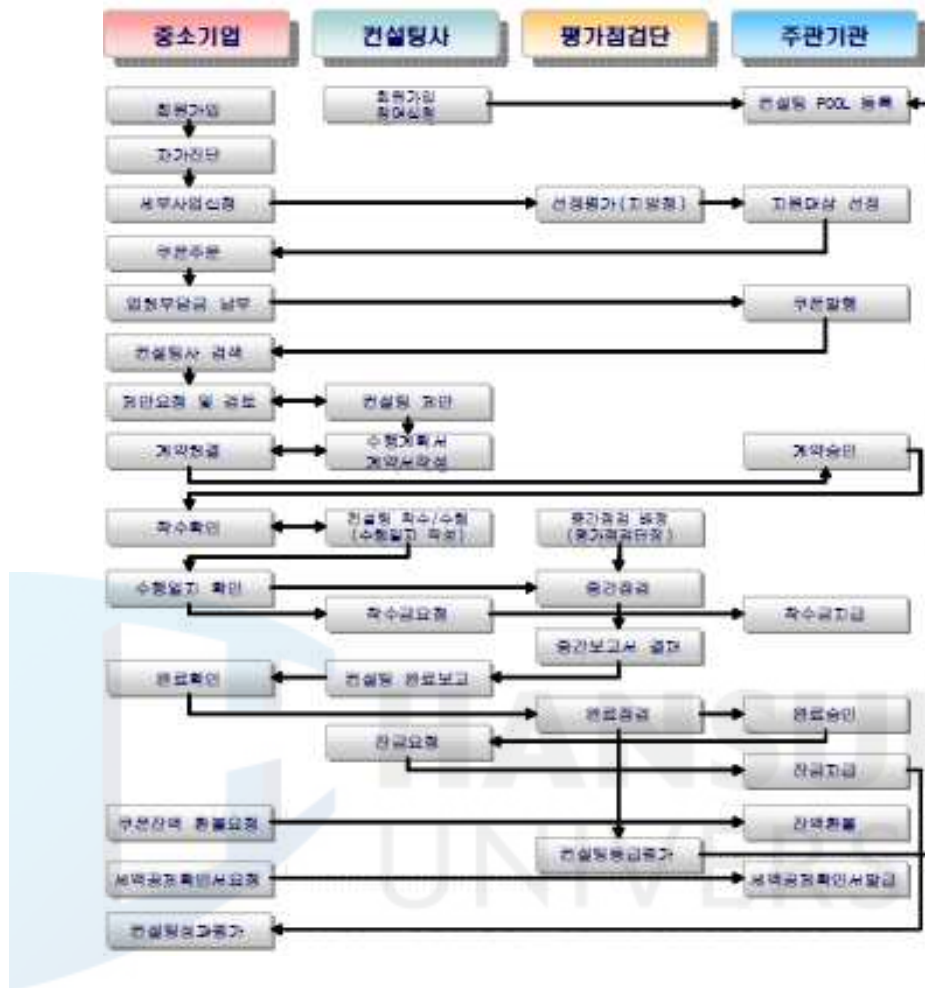
(단위: 억 원)

	컨설팅 지원 분야										지원 규모
	혁신 과제	생산 성향 상	일반 과제	창업 기업 지원	일반 (상시 자문)	사업 전환 ¹	사업 전환 ²	외국 인전 문가	협업 사업	환경 경영	
2008	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	218
2007	○	○	○	○	○	○	○	○	○		173
2006	○	○	○	○	○	○					160
2005	○	○	○	○	○						148

지원 절차는 사업공고 → 중소기업 컨설팅 신청 → 지원 대상 기업 선정 → 쿠폰 구입 → 컨설팅사 선정 → 협약체결 → 컨설팅 실시 → 중간 점검 → 완료 보고 → 성과평가 순으로 이루어지며 다음의 <그림 2-2> 업무시스템 흐름도에서 도식화 하여 설명하였다.

10) 중소기업청(2008), 전계서, p. 165.

쿠폰제 경영컨설팅 지원사업
온라인 업무시스템 흐름도



제 3 절 컨설팅 성공요인에 관한 선행연구

1. 중소기업 컨설팅이 기업에 미치는 영향에 관한 연구

강길원은 영세기업 또는 중소·벤처기업에 대해 자생력과 경쟁력을 제고하고, 건전한 중소기업의 발전을 통하여 국민경제의 균형적 성장과 산업경쟁력 확보를 위한 컨설팅 사업의 활성화가 기업에 미치는 영향을 조사하고 이를 통해 발전 방향을 제시하여, 중소기업 컨설팅 지원사업이 보다 효율적이고 효과적인 운영이 되도록 연구를 수행하였다.

이를 위해 중소기업의 전반적인 부문에 대한 문헌조사, 2003년 중소기업 경영컨설팅 사업수행결과에 대한 설문조사를 통해 입수된 자료와 각종 관련 자료를 기초로 분석 및 검토하고, 이를 바탕으로 중소기업 컨설팅 지원사업이 기업에 미치는 영향과 컨설팅을 수행함에 있어 관련된 문제점을 도출하고, 활성화를 위한 발전방향을 모색하는 절차로 연구를 진행하였다. 그 결과 다음의 일곱 가지의 컨설팅 산업 발전 방안을 제시하였다.

첫째, 컨설팅 사업에 대해 보다 많은 중소기업이 지원혜택을 받을 수 있도록 정부지원 시책 및 컨설팅 사업안내, 중소기업 컨설팅 교육 등 인식도 제고를 위한 정부와 컨설팅 기관의 노력이 필요하다.

둘째, 컨설팅 대상 업체 선정 시 신중을 기하여, 선정된 업체가 가지고 있는 문제점을 해결할 수 있도록 컨설팅이 충실하게 이루어지도록하고, 컨설팅 사후 관리의 중요성을 강조하였다.

셋째, 컨설팅사의 역량을 개발하고 발전시킬 수 있는 교육지원 시스템의 강화와 컨설팅사 및 지원제도에 대한 정기적인 실태조사가 이루어지도록 컨설팅 산업 정책이 수립되어야 함을 강조하였다.

넷째, 소기업 및 영세기업이 컨설팅 혜택을 받을 수 있도록 정부 예산이 마련되어야 함을 강조하였다.

다섯째, 중소기업의 자금난과 인력난을 해결하기 위해 산·학·연 공동 기술개발과 중소기업 컨설팅 제도의 이용을 권장하였다.

여섯째, 중소기업 지원사업에 대한 온라인 평가시스템 구축으로 운영 정책

의 비효율성을 배제 할 것을 강조하였다.

일곱째, 중소기업 경영 및 기술지원에 관한 이론을 체계적인 학문으로 연구 할 수 있는 인프라 지원과 컨설팅 사업의 위상 제고와 효율적 관리를 위한 컨설팅 담당부서 및 조직의 개편을 위한 지원정책 마련과 정부의 역할과 기능을 강조하였다.

한계점으로는 컨설팅 지원사업의 발전을 위한 구체적인 해결방안 제시가 미흡하고, 이에 대한 실증적인 연구의 진행이 필요하다는 점을 들었다.(강길원 2005)

장영은 경영컨설팅 성과에 영향을 미치는 요인에 대하여 컨설턴트 측 특성, 컨설팅 수행 특성, 클라이언트 측 특성 및 성과 간의 관계를 통합적 연구모형으로 제시하였고, 이에 대한 가설을 설정하여 검증하는 방식으로 진행하였다.

당 연구는 우리나라 경영컨설팅의 성공을 위한 요소로서 클라이언트 측 특성을 강조하여 우리나라의 컨설팅 방향에 대한 특성을 제시하였고, 경영컨설팅 유형을 혁신정도(깊이) 차원과 혁신영역(넓이) 차원을 이용하여 4가지 차원으로 유형화하여 각 유형별 컨설팅의 특성차이를 분석하여 프로젝트 유형 및 경영컨설팅 유형 분류에 새로운 분석틀로서 유용하게 활용될 수 있도록 하였다.

또한, 경영컨설팅 유형별 컨설팅 특성변수와 성과 간의 상황적 관계를 도출하고 이에 대한 실증적인 분석을 실시하여 경영컨설팅의 성공과 관련된 이론정립의 가능성을 제시하였다.

결과적으로 본다면 당 연구는 경영컨설팅 프로젝트 진행시에는 클라이언트 측 조직특성, 컨설턴트 측 특성, 컨설팅 수행 특성의 3가지 부문이 동시에 고려되어야 함을 논의함으로서 경영컨설팅 성공을 위한 합리적인 영역을 제시하였고, 경영컨설팅 유형별로 성과에 영향을 미치는 컨설팅 특성 변수들이 다르다는 것을 보여주었다.

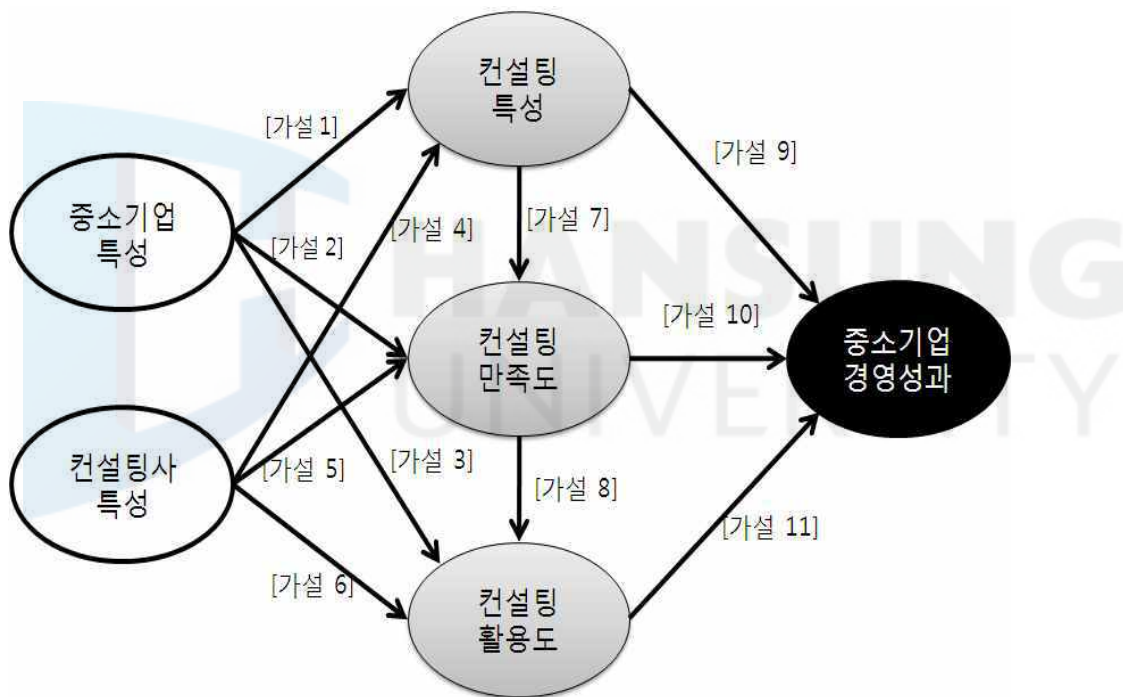
또한, 경영컨설팅 수행에 대한 효과적인 평가 및 통제를 위해 경영컨설팅 성과에 대한 측정지표들과 컨설턴트의 업무능력 평가를 위해 경영컨설팅 성과는 효율성과 효과성 2개 부문 성과변수로 구분 설정하고, 컨설턴트의 업무능력 평가는 전문가적 능력, 교육자적 능력, 정치가적 능력, 관리자적 능력 등 4

가지로 구분 설정하여 측정지표를 개발하였다.

컨설턴트 측면에서는 컨설팅 성공을 위해 자사의 방법론을 엄격히 지키는 대신 클라이언트의 환경에 맞게 적용하도록 유도하고, 컨설턴트에게 전문가적 능력을 최우선시 하는 정책에서 탈피하여 관리자적 능력을 제고시키는 방향으로 양성되어야 함을 강조하였다.(장영 1997)

김익성은 중소기업의 컨설팅 수진과 기업 경쟁력 제고와의 상관관계를 분석하여 컨설팅의 어떠한 측면이 기업 경쟁력 제고에 영향을 미치는지에 대한 연구와 중소기업 컨설팅 성과평가 모델에 대한 연구를 진행하였다.

<그림 2-3> 컨설팅과 경영성과 분석 모델



<그림 2-3>에서 처럼 중소기업 경영성과는 컨설팅 특성과 컨설팅 만족도 그리고 컨설팅 활용도에 각각 영향을 받으며, 컨설팅 활용도는 컨설팅 만족도

에 영향을 받고, 컨설팅 만족도는 컨설팅 특성에 영향을 받으며, 컨설팅 특성과 컨설팅 만족도 그리고 컨설팅 활용도는 각각 중소기업의 특성 또는 컨설팅사의 특성에 영향을 받는다는 것을 규명하기 위해 11개의 가설을 수립하였다.

당 연구는 서울·수도권 및 지방 중소기업을 포함한 국내 중소기업을 대상으로 하였으며 컨설팅을 받은 기업과 추후 컨설팅을 받고자하는 기업을 대상으로 실시된 설문을 기초로 연구를 진행하였다.

그 결과 11개의 가설 중 5개가 채택되었으며, 채택된 가설은 다음과 같다.

<표2-8> 컨설팅과 경영성과 연구 가설

	가 설
가설 1	중소기업 특성은 컨설팅 특성에 영향을 미칠 것이다.
가설 8	컨설팅 만족도는 컨설팅 활용도에 영향을 미칠 것이다.
가설 9	컨설팅 특성은 중소기업 경영성과에 영향을 미칠 것이다.
가설 10	컨설팅 만족도는 중소기업 경영성과에 영향을 미칠 것이다.
가설 11	컨설팅 활용도는 중소기업 경영성과에 영향을 미칠 것이다.

이는 컨설팅사에게는 중소기업에게 컨설팅의 효과를 입증할 수 있는 과학적이고 사실적인 자료가 될 것이며, 정부에게는 중소기업 컨설팅 지원의 당위성을 입증하여 추후 지원을 확대할 수 있는 중요한 자료로 활용될 수 있을 것이라는 결론을 도출해 냈다.

또한, 중소기업 경영자들이 컨설팅 수진에 따른 경영성과를 스스로 평가할 수 있는 현실적이고 유용한 지표와 방법을 제시하는데 초점을 두어 중소기업 자체적으로 컨설팅에 대한 성과를 측정할 수 있도록 활용될 것이라 예상하였다.(김익성 2006)

컨설팅 성공요인에 영향을 줄 것이라고 예측되는 변수들로는 기업형태, 업

력, 기업규모, 종업원 수, 경영자의 성별, 자질, 수준, 선정점수, 만족도 점수, 매출액 등의 기업의 제반사항과 환경, 내부, 외부 자원에 관련된 다양한 요인들이 있을 수 있다. 또한, 컨설팅은 컨설턴트의 자질과 개인의 습득 지식, 기술, 방법, 노하우 등에 의해서도 그 성공도가 좌우되며, 윤리적인 의식과 해당 기업의 경영자의 도덕성, 해당 기업 조직의 복잡성, 컨설팅 목표의 수준 등 무수히 많은 요인들이 컨설팅 성공도에 영향을 미치고 있다.(김승환 2007)

2. 쿠폰제 컨설팅 성공요인에 관한 연구

권혁철은 쿠폰제 컨설팅 지원기업을 대상으로 실시한 성과평가의 평가보고서에 대해 근거이론 접근법으로 탐색적인 연구를 시도하였고, 그 결과 중소기업의 컨설팅 성공요인을 정성적, 정량적으로 분석할 수 있는 문장 분석 매트릭스(SAM)를 활용하여 보다 통계적인 접근을 시도하였다.

그는 중소기업 컨설팅에 대한 활용 및 성과에 대한 성과평가 결과를 성공요인과 실패요인으로 나누어 분석해 본 결과 중소기업 컨설팅의 성공에 가장 큰 영향을 미치는 요인은 크게 두 가지로 나타낼 수 있으며, 이 중 최고경영자를 주축으로 최고경영진의 의지가 무엇보다도 필요하다는 점을 도출했다. 최고경영진의 의지에 영향을 미치는 하부 요인으로서 수행한 컨설팅과 관련된 개선활동 및 결과물에 대한 지속적인 관리와 측정을 통한 성과보상과 같은 피드백 지원, 일정 수준의 관리능력 확보, 개선목표에 대한 계획 수립 능력 확보 등이 필요하다고 분석했다.

두 번째로 중용한 성공요인으로 도출된 추진 조직의 열의 부문에 있어서는 컨설팅을 추진하는데 필요한 관리역량의 확보를 제시했다. 이는 추진조직의 물리적, 숫자적인 양의 확보 보다는 질적 관리 능력의 확보가 더욱 필요하다는 것을 의미한다. 이러한 질적 관리능력의 확보를 가능하게 만들 수 있는 주축 역시, 전문 인력 확보에 상대적으로 열세에 있는 중소기업이라는 특성에 비추어 볼 때, 최고경영진의 지원이 무엇보다도 요구된다는 사실을 알 수 있다.

중소기업 컨설팅의 실패요인을 분석한 결과도 마찬가지로 앞의 성공요인에

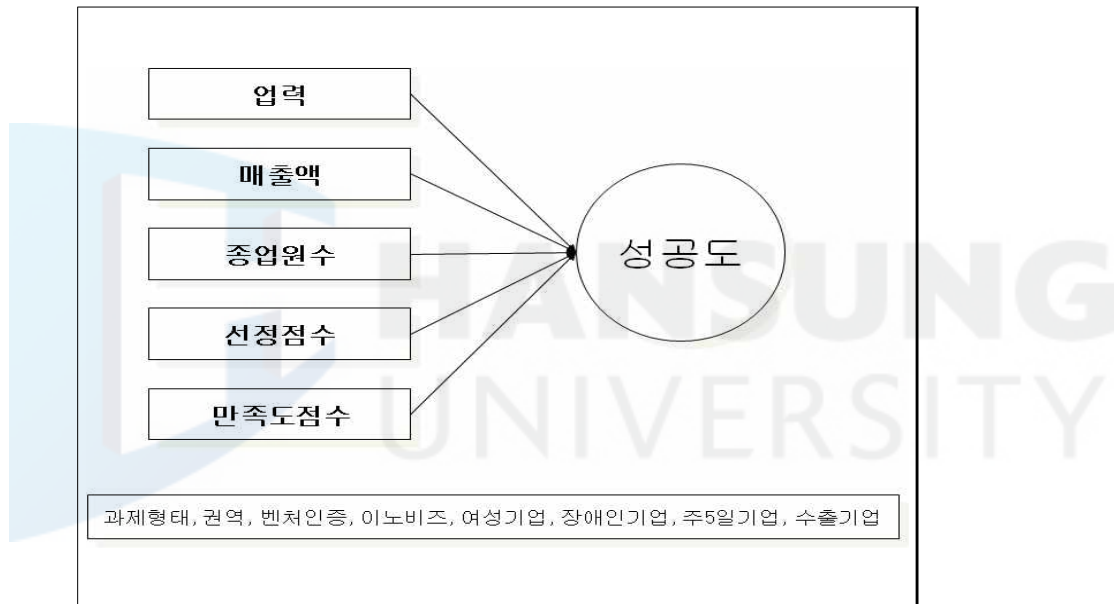
서 나타난 최고경영진의 의지와 추진조직의 열의 두 가지로 압축 된다고 주장한다. 다만 앞의 성공요인과 달리 추진조직의 열의가 가장 높은 비중을 차지하고 있었으며, 최고 경영진의 비중은 상대적으로 낮게 나타난다고 한다.(권혁철 2009)



제 3 장 연구 방법

제 1 절 연구 모형

본 연구에서는 쿠폰제 컨설팅 성공요인으로 선정한 업력, 매출액, 종업원 수, 선정점수, 만족도 점수가 쿠폰제 컨설팅 성공도에 미치는 영향을 알아보고자 한다. 또한, 과제형태, 권역, 벤처인증, 이노비즈, 여성기업, 장애인기업, 주5일 기업, 수출기업이 각각의 변수에 어떠한 영향을 미치는지 알아보고자 한다. 본 연구의 모형은 아래와 같다.



<그림3-1> 연구 모형

우리는 설문을 통해 확인할 수 있었던 성공도에 영향을 미칠 것이라 생각되는 변수들 중에서 중소기업의 업력, 종업원 수, 매출액, 선정 점수, 만족도 점수의 다섯 가지 요인을 독립변수로써 설정하고 이것들이 쿠폰제 컨설팅의 성공도에 어떠한 영향을 미치고 있는가를 검증하는 것을 목표로 연구를 진행하

고자 한다.

제 2 절 연구 가설 설정

본 연구에서는 위의 연구모형과 같이 쿠폰제 컨설팅 성공요인을 확인하기 위해 업력, 매출액, 종업원 수, 선정점수, 만족도 점수가 성공도에 얼마나 영향을 미치는지 검증하고자 한다. 이를 위해 본 연구에서는 아래와 같은 가설을 설정하였다.

<표 3-1> 연구 가설

	가 설
가설 1	업력은 쿠폰제 컨설팅 성공도에 유의미한 영향을 미칠 것이다.
가설 2	매출액은 쿠폰제 컨설팅 성공도에 유의미한 영향을 미칠 것이다.
가설 3	종업원 수는 쿠폰제 컨설팅 성공도에 유의미한 영향을 미칠 것이다.
가설 4	선정점수는 쿠폰제 컨설팅 성공도에 유의미한 영향을 미칠 것이다.
가설 5	만족도점수는 쿠폰제 컨설팅 성공도에 유의미한 영향을 미칠 것이다..

제 3 절 분석 방법

본 연구에서는 쿠폰제 컨설팅 성공도에 업력, 매출액, 종업원 수, 선정 점수, 만족도 점수가 통계적으로 유의미한 영향이 있는지를 확인해 보고자 한다. 또한, 과제형태, 권역, 벤처인증, 이노비즈, 여성기업, 장애인기업, 주5일제 기업,

수출 기업이 각각의 변수에 어떻게 영향을 미치는지 알아보고자 한다. 이를 위해 본 연구에서는 분산 분석, 상관관계 분석, 회귀 분석을 사용하였다.



제 4 장 연구 결과

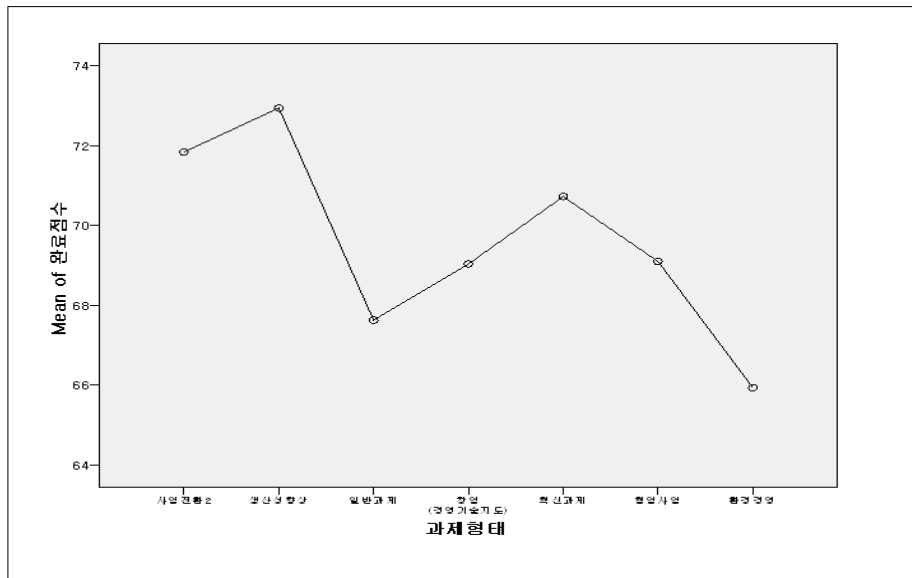
제 1 절 집단간 상관관계 분석 결과

본 연구에서는 과제형태, 업력, 권역에 따른 쿠폰제 컨설팅 완료점수와 만족도 점수에 통계적으로 유의미한 차이가 존재하는지 분산 분석을 통하여 검정하였다.

<표3-2> 과제형태와 완료점수 분산분석 결과

	N	평균	표준편차	최소값	최대값
사업전환2	25	71.84	7.652	60	83
생산성향상	255	72.94	7.948	60	88
일반과제	230	67.63	6.804	48	84
창업 (경영기술지도)	166	69.04	8.865	23	85
혁신과제	123	70.72	6.407	60	87
협업사업	41	69.10	7.334	56	85
환경경영	90	65.93	6.442	38	82
Total	930	69.76	7.843	23	88

**p<.05



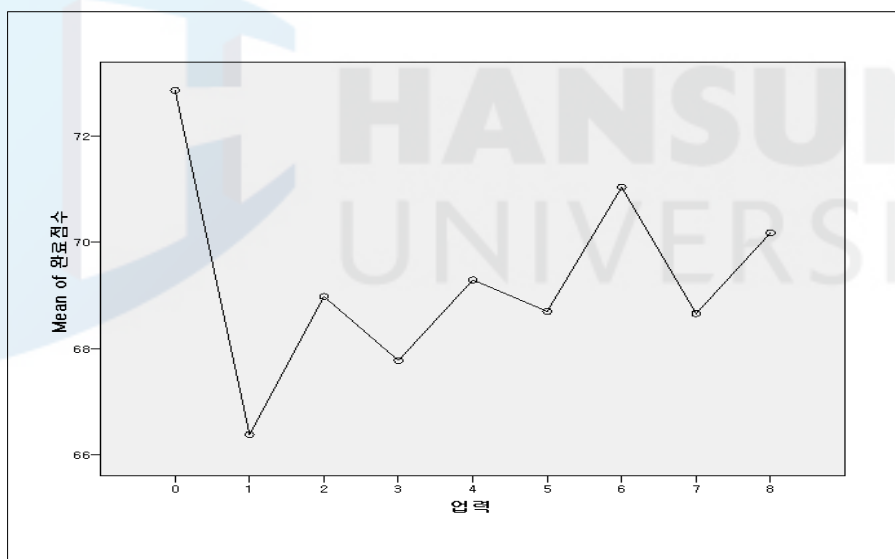
과제형태에 따른 완료점수에 통계적으로 유의미한 차이가 존재하는지 분산 분석을 통하여 검정한 결과, $p < .000$ 에서 통계적으로 유의미한 차이가 발견되었다. 결과 값은 위와 같다.



<표3-3> 업력과 완료점수 분산분석 결과

	N	평균	표준 편차	최소값	최대값
0	71	72.86	7.995	60	85
1	44	66.39	7.750	44	86
2	58	68.98	10.071	23	88
3	63	67.78	6.809	60	83
4	75	69.29	7.735	60	87
5	47	68.70	7.214	60	84
6	26	71.04	7.876	60	86
7	53	68.66	7.432	60	87
8	493	70.18	7.606	38	88
Total	930	69.76	7.843	23	88

**p<.05

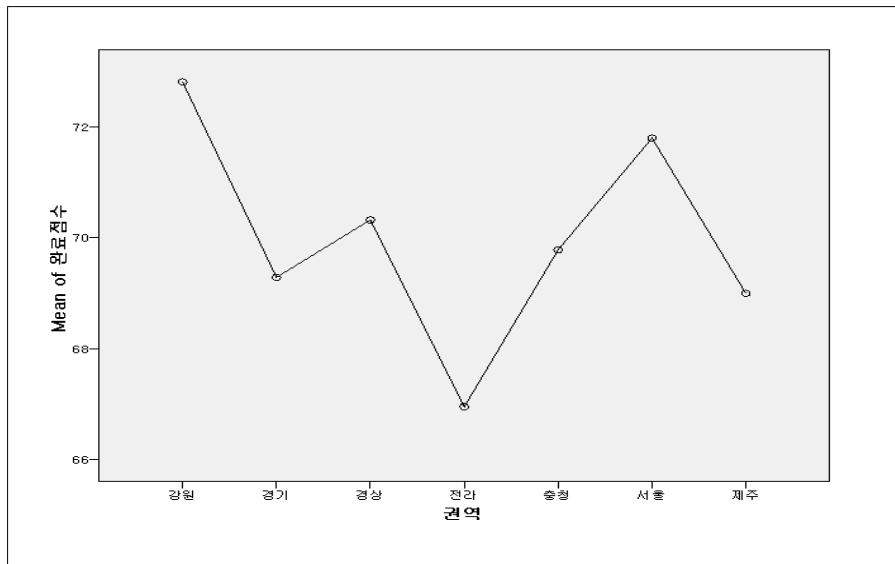


업력에 따른 완료점수에 통계적으로 유의미한 차이가 존재하는지 분산분석을 통하여 검정한 결과, $p<.000$ 에서 통계적으로 유의미한 차이가 발견되었다. 결과 값은 위와 같다.

<표3-4> 권역과 완료점수 분산분석 결과

	N	평균	표준편차	최소값	최대값
강원	21	72.81	9.543	52	88
경기	323	69.29	7.500	23	88
경상	238	70.32	8.268	48	88
전라	114	66.96	7.265	44	85
충청	97	69.78	7.671	60	87
서울	134	71.80	7.529	38	86
제주	3	69.00	5.568	63	74
Total	930	69.76	7.843	23	88

** $p<.05$

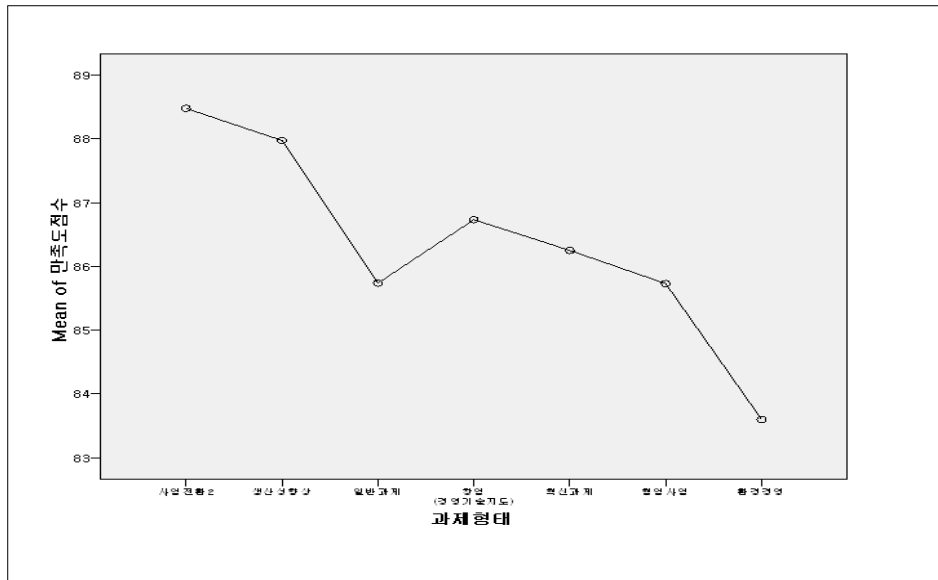


권역에 따른 완료점수에 통계적으로 유의미한 차이가 존재하는지 분산분석을 통하여 검정한 결과, $p < .000$ 에서 통계적으로 유의미한 차이가 발견되었으며, 강원지역의 평균값이 가장 높은 것으로 나타났다. 결과 값은 위와 같다.

<표3-5> 과제형태와 만족도 분산분석 결과

	N	평균	표준편차	최소값	최대값
사업전환2	25	88.48	6.384	52	88
생산성향상	255	87.98	8.045	23	88
일반과제	230	85.74	8.646	48	88
창업 (경영기술지도)	166	86.73	8.782	44	85
혁신과제	123	86.25	7.829	60	87
협업사업	41	85.73	9.006	38	86
환경경영	90	83.60	9.464	63	74
Total	930	86.46	8.527	23	88

**p<.05

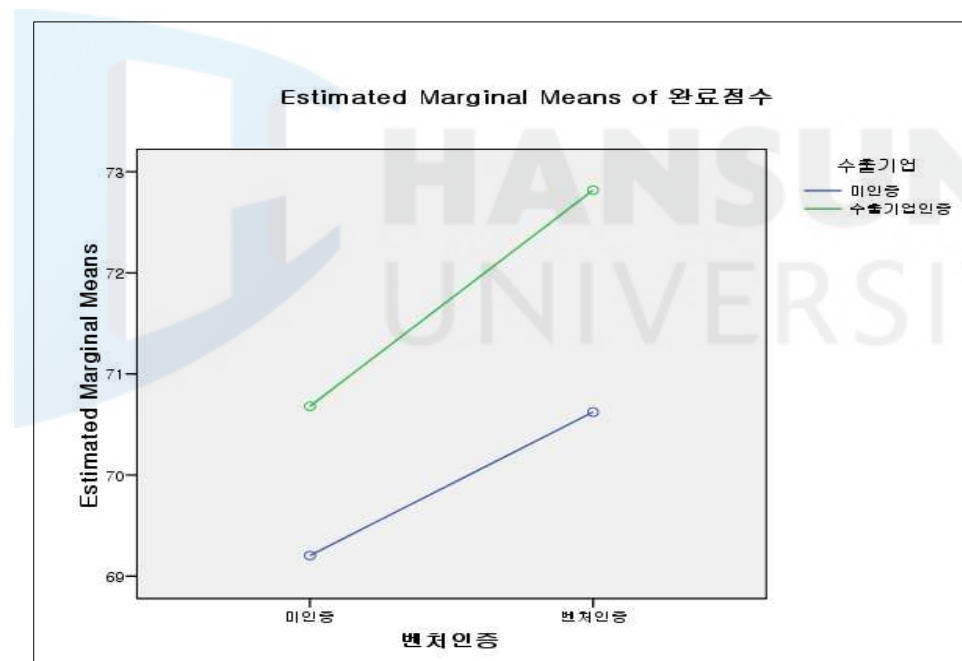


과제형태에 따른 만족도 점수에 통계적으로 유의미한 차이가 존재하는지 분산분석을 통하여 검정한 결과, 완료점수와 마찬가지로 통계적으로 유의미한 차이가 발견되었다($p < .001$). 사업전환이 가장 높은 평균값을 나타냈으며 다음으로 생산성 향상, 창업의 순으로 나타났다.

<표3-6> 벤처인증기업과 수출기업, 완료점수 분산분석 결과

Source	Type III Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	712.345(a)	237.448	3.896	.009
Intercept	1425690.501	1425690.501	23393.634	.000
벤처인증	224.766	224.766	3.688	.055
수출기업	239.453	239.453	3.929	.048
벤처인증 * 수출기업	9.180	9.180	.151	.698
Error	56433.703	60.944		
Total	4582840.000	4582840.000	930	

**p<.05



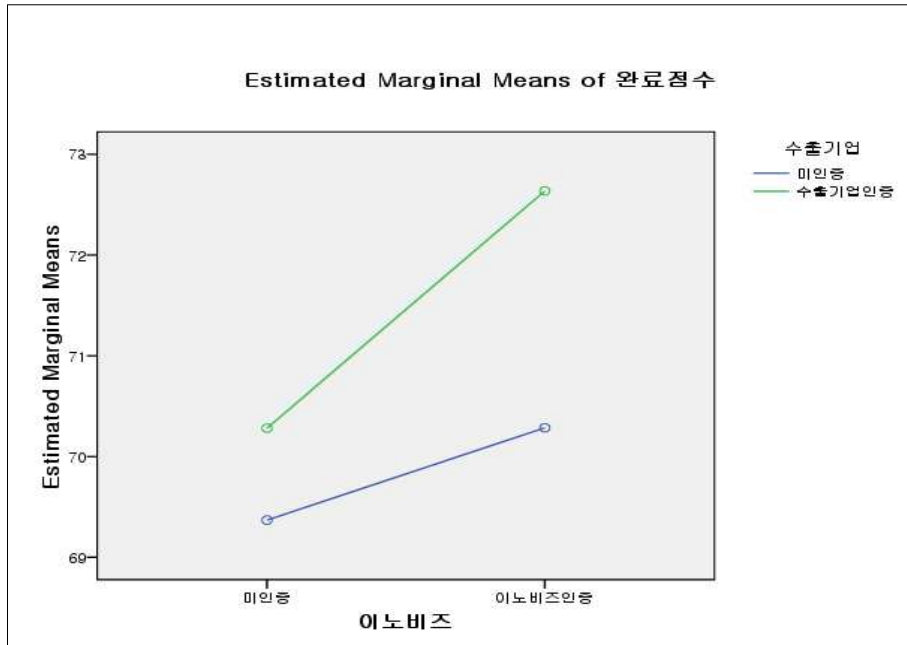
벤처인증의 차이에 따른 완료점수에 통계적으로 유의미한 차이가 존재하는

지 ANOVA 분석을 통해 검정해 본 결과, 벤처인증과 완료점수는 유의확률이 .055로 연구자가 설정한 유의수준 $p < .10$ 보다 낮은 값을 나타내었으므로 통계적으로 유의미한 차이가 있음이 나타났으며, 수출기업은 유의확률 0.48로 역시 통계적인 차이가 검증되었다.

<표3-7> 이노비즈 기업과 수출기업, 완료점수 분산분석 결과

Source	Type III Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	528.499(a)	176.166	2.881	.035
Intercept	1454047.222	1454047.222	23781.456	.000
이노비즈	194.711	194.711	3.185	.075
수출기업	194.009	194.009	3.173	.075
이노비즈 * 수출기업	37.693	37.693	.616	.433
Error	56617.548	61.142		
Total	4582840.000			

** $p < .05$



이노비즈의 차이에 따른 완료점수에 통계적으로 유의미한 차이가 존재하는지 ANOVA 분석을 통해 검정해 본 결과, 이노비즈와 완료점수는 유의확률이 .075로 연구자가 설정한 유의수준 $p < .10$ 보다 낮은 값을 나타내었으므로 통계적으로 유의미한 차이가 있음이 나타났으며, 수출기업은 유의확률 0.75로 역시 통계적인 차이가 검증되었다.

제 2 절 상관관계 분석 결과

쿠폰제 컨설팅 성공요인으로 설정한 컨설팅 업력, 매출액, 종업원 수, 선정 점수, 만족도 점수와 성공도와의 상관관계 분석결과는 아래와 같다.

<표3-8> 쿠폰제 컨설팅 성공요인과 성공도 상관관계 분석 결과

Correlations

		업력	매출액	종업원수	선정점수	만족도점수	완료점수
업력	Pearson Correlation	1	,208**	,287**	,105**	-,006	,022
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,001	,862	,504
	N	930	930	930	930	930	930
매출액	Pearson Correlation	,208**	1	,651**	,227**	-,020	,099**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,545	,002
	N	930	930	930	930	930	930
종업원수	Pearson Correlation	,287**	,651**	1	,246**	,028	,159**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,398	,000
	N	930	930	930	930	930	930
선정점수	Pearson Correlation	,105**	,227**	,246**	1	,073*	,229**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000		,027	,000
	N	930	930	930	930	930	930
만족도점수	Pearson Correlation	-,006	-,020	,028	,073*	1	,332**
	Sig. (2-tailed)	,862	,545	,398	,027		,000
	N	930	930	930	930	930	930
완료점수	Pearson Correlation	,022	,099**	,159**	,229**	,332**	1
	Sig. (2-tailed)	,504	,002	,000	,000	,000	
	N	930	930	930	930	930	930

** . Correlation is significant at the 0,01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0,05 level (2-tailed).

분석 결과, 완료점수와 매출액, 종업원 수, 선정점수, 만족도 점수는 유의확률 0.01에서 통계적으로 유의미한 관계가 나타남을 알 수 있다. 또한, 피어슨 상관관계수 값이 각각 .099, .159, .229, .332인 것으로 나타났다. 이는 완료점수, 매출액, 종업원 수, 선정점수, 만족도 점수가 증가하면 성공도가 각 피어슨 상관관계수의 영향만큼 증가하는 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

제 3 절 다중 회귀 분석 결과

본 연구에서는 쿠폰제 컨설팅 성공요인으로 선정한 업력, 매출액, 종업원 수, 선정점수, 만족도 점수가 성공도에 어떠한 영향을 미치는지 확인하기 위하

여 아래와 같이 다중회귀분석을 실시하였다. 분석결과는 아래의 표와 같다.

<표3-9> 쿠폰제 컨설팅 성공 관련 변수들 회귀분석 결과

Model	회귀계수	표준오차	표준화 회귀계수	T값	유의수준
(Constant)	34.311	2.898		11.838	.000
업력	-.077	.087	-.028	-.880	.379
매출액	-2.19E-012	.000	-.006	-.161	.872
종업원수	.016	.005	.117	2.873	.004
선정점수	.123	.021	.182	5.810	.000
만족도점수	.290	.028	.315	10.438	.000
경기	-3.522	1.744	-.214	-2.019	.044
경상	-2.486	1.763	-.138	-1.410	.159
전라	-5.853	1.839	-.245	-3.183	.002
충청	-3.026	1.864	-.118	-1.624	.105
서울	-1.011	1.817	-.045	-.556	.578
제주	-3.810	4.780	-.028	-.797	.426
벤처인증	1.262	.651	.072	1.938	.053
이노비즈	.482	.673	.027	.716	.474
여성기업	-.941	.961	-.032	-.979	.328
장애인기업	3.134	2.501	.041	1.253	.211
주5일기업	-.043	.706	-.002	-.061	.951
수출기업	1.581	.917	.058	1.724	.085
R = .405	R square = .164	adjusted R square = .159	F= 36.180	Sig = .000	

위의 표에 따르면, 쿠폰제 컨설팅의 성공요인에 통계적인 영향을 미칠 것이라고 생각되는 독립변수들인 업력, 매출액, 종업원 수, 선정점수, 만족도 점수의 다중회귀분석 결과, 매출액과 종업원 수는 각각 유의수준 .379($t=-.880$), .872($t=-.161$)으로 통계적인 관련성이 나타나지 않았으나, 종업원 수($p=.004$, $t=2.873$), 선정점수($p=.000$, $t=5.810$), 만족도 점수($p=.000$, $t=10.438$)에서는 컨설팅 성공도와 통계적으로 유의미한 관계에 있음이 검증되었다.

통계적인 관련성이 검증된 독립변수인 종업원 수, 선정점수, 만족도 점수 각각의 회귀계수를 통해 성공도에 미치는 영향력을 살펴보면, 종업원 수의 표준화된 회귀계수 즉 베타 값이 .117로 컨설팅 성공도와 11.7% 정도의 영향력을 미치는 정적관계인 것이 나타났으며, 선정점수 역시 베타 값 .182로 18.2% 만큼의 영향을 미치는 정적관계였고, 만족도 점수는 베타 값 .315로 31.5% 만큼의 영향력을 미치고 있었으며, 정적 관계를 보이고 있었다. 즉, 만족도, 선정점수, 종업원 수의 순서로 각 독립변수의 값이 커지면 쿠폰제 컨설팅 성공도가 높아지는 영향력이 통계적으로 나타났으며, 이러한 자중회귀 모형은 조정된 R 제곱의 값이 .159로 15.9% 만큼의 설명력과 모형적합도 $F=36.180$ 으로 신뢰할 수 있는 결과라고 할 수 있다.

제 4 절 분석결과 종합

본 연구에서 종속변수로써 설정한 쿠폰제 컨설팅 성공도에 영향을 미칠 것이라고 예측한 독립변수 업력, 매출액, 종업원 수, 선정점수, 만족도 점수에 대한 가설의 검증 결과는 아래의 표와 같다.

<표3-10> 연구가설 검증 결과

구분	가설	검증 결과	비고
가설1	업력은 쿠폰제 컨설팅 성공도에 유의미한 영향을 미칠 것이다.	$p=.379$, $\beta=-0.028$	기각
가설2	매출액은 쿠폰제 컨설팅 성공도에 유의미한 영향을 미칠 것이다.	$p=.872$, $\beta=-0.006$	기각
가설3	종업원 수는 쿠폰제 컨설팅 성공도에 유의미한 영향을 미칠 것이다.	$p=.004$, $\beta=0.117$	채택
가설4	선정점수는 쿠폰제 컨설팅 성공도에 유의미한 영향을 미칠 것이다.	$p=.000$, $\beta=0.182$	채택
가설5	만족도점수는 쿠폰제 컨설팅 성공도에 유의미한 영향을 미칠 것이다.	$p=.000$, $\beta=0.315$	채택

가설의 검증 결과 쿠폰제 컨설팅 성공도는 종업원 수 ($p=.004$), 선정점수 ($p=.000$), 만족도 점수($p=.000$)와 통계적으로 유의미한 관계가 있음이 나타나, 해당 귀무가설을 채택하였다. 반면, 업력과 매출액에서는 각각의 유의확률이 $p=.379$, $p=.872$ 로 연구자가 설정한 유의수준인 $p<.10$ 에 부합하지 않아 통계적인 관련성이 나타나지 않았으므로 해당 귀무가설을 기각하였다.



제 5 장 결 론

컨설팅 산업의 경쟁력 제고와 건실한 성장은 국가경제의 전반에 효율을 높이고 성장을 견인하는 동력으로 정의하여도 지나친 의미 부여가 아닐 것이다. 특히 글로벌 경제상황이 급변하는 요즘 시대에는 시시각각 변화하는 시장 상황에 따라 기업도 대응하고 변화해야 살아남을 수 있다. 그러므로 기업의 문제점을 진단하고 개선하며 앞으로의 방향을 제시하여 기업이 경쟁에서 살아남을 수 있도록 도와주는 컨설팅은 중요성이 날로 증대하고 있다.

국내 컨설팅 산업은 다른 선진국들의 컨설팅 산업 발전 역사에 비해 상당히 짧은 역사를 가지고 있다. 짧은 역사만큼 선진국의 수준과 비교했을 때 질적·양적으로 산업 수준이 뒤쳐진다. 대기업의 컨설팅은 주로 외국 유수의 컨설팅사들이 주도하지만 대기업 보다 작은 규모의 기업들은 큰 비용을 들이면서 까지 유명 컨설팅사에게 컨설팅을 맡기지 못해 영세한 컨설팅 회사에 의뢰하거나 정부의 지원을 통해 컨설팅을 받는다. 이런 구조의 영향으로 국내 컨설팅사들은 영세하고 좀 더 체계적이고 전문적인 컨설팅 수행에 어려움을 겪고 있다.

이런 상황 하에서 국내 중소기업에 대한 쿠폰제 컨설팅 지원사업의 도입은 중소기업들이 생산력 향상과 구조조정, 조직혁신, 효율적인 업무체계의 개선 등을 위해서 구체적으로 어떠한 노력을 기울여야 하고, 어떠한 제도, 기술, 시스템 등을 도입해야 하는지에 대한 전문적인 지식과 노하우가 절대적으로 부족한 상황에서 그 의의가 매우 크다고 할 수 있다.

쿠폰제 컨설팅은 우선 중소기업이 대상자로 선정되어 신청을 하게 되면 쿠폰을 구입하게 되고 이 쿠폰을 이용해서 자신들이 컨설팅 업체들에 대한 정보망이나 평판, 명성 등을 참고하여 컨설팅 업체를 선정할 수 있기 때문에 컨설팅 업체들의 입장에서 볼 때 경쟁력과 명성을 확보해야 하므로 전반적으로 컨설팅 기업들과 컨설팅 시장의 활성화와 경쟁력 향상을 도모할 수 있으며, 또한 주체인 중소기업은 컨설팅 업계를 통하여 자신들에게 부족한 전문지식이 필요한 분야에 대한 여러 가지 조언 및 경영상담, 구조개혁, 혁신 등을 수행할

수 있기 때문에 직접 또는 간접적인 컨설팅의 효과를 누릴 수 있는 것이다.

비록 쿠폰제 컨설팅 지원 사업이 아직 그 도입 시기가 얼마 되지 않았고, 그에 대한 연구가 많이 부족한 것이 사실이지만 이러한 쿠폰제 컨설팅 지원사업의 성공을 위한 요인 또는 이에 영향을 미치는 변인들에 대한 연구가 진행되면 될수록 쿠폰제 컨설팅 지원 사업에 의해 혜택을 받는 중소기업의 숫자와 그 혜택의 질은 높아질 것이다.

따라서, 본 연구는 쿠폰제 컨설팅에 영향을 줄 것이라 생각되는 변수들을 선정하여 이것이 쿠폰제 컨설팅 성공도에 통계적으로 유의미한 영향을 주는지를 검증하였고, 그 결과 쿠폰제 컨설팅의 성공도는 중소기업의 종업원 수, 선정점수, 만족도 점수와 통계적인 관련성이 있다는 것을 검증해 내었다.

즉, 쿠폰제 컨설팅의 성공도를 높이기 위해서 우리는 해당 과업을 수행하기 위한 중소기업의 종업원 수를 충분히 확보하여야 하며, 선정점수를 높이고, 만족도 점수를 높일 수 있는 정책적 지원을 통해서 이를 활용해야 할 것이다.

중소기업의 종업원 수 확보는 인력난을 겪고 있는 중소기업 현실을 감안할 때 쉬운 일은 아니다. 따라서 단순한 종업원 수 확보 보다는 조직간 커뮤니케이션 역량 강화 및 업무 효율성 제고가 필요하다. 이를 위해 임원급 이상의 책임자를 지정하여 컨설팅 업무를 진행하여야 한다. 또한, 선정점수를 높이기 위해서는 중소기업의 컨설팅 니즈가 명확하여야 한다. 컨설팅 테마의 구체성과 세부적인 컨설팅 프로세스, 인력지원, 자금지원 계획 등은 컨설팅 결과와 직결된다고 할 수 있기 때문이다. 마지막으로 만족도 점수는 컨설턴트의 전문성과 관련이 높다. 컨설팅사의 대형화와 전문화 유도 정책은 이와 맥을 같이 한다고 볼 수 있으며, 이를 위해 컨설팅사에게 세제 혜택 혹은 인력 지원을 보다 강화할 필요가 있다.

【참 고 문 헌】

1. 국내문헌

- 강길원, “중소기업컨설팅 사업이 기업에 미치는 영향에 관한 연구”, 2005.
- 곽홍주, 장용삼, “부동산컨설팅과 경영컨설팅의 효율성 및 효과성에 미치는 요인분석”, 『부동산학보』 제36권 제1호, 2009.
- 권혁철, “중소기업을 위한 경영컨설팅의 성공요인에 관한 연구”, 2009.
- 김광용, 김명섭, 이채언, 이용희, 『비즈니스 컨설팅서비스의 이해와 활용』, 도서출판 청람, 2009.
- 김봉연, “6시그마 경영컨설팅 서비스 품질이 고객만족에 미치는 영향”, 경북대학교 대학원, 박사학위논문, 2007.
- 김승환, “비즈니스 컨설팅 산업의 서비스 인카운터에 관한 실증연구”, 『대한경영학회지』, Vol.20, No.4, 2007.
- 김익성, “09 쿠폰제 컨설팅사업 정책 시사점”, 중소기업연구원, 2009.
- 김익성, “중소기업의 경쟁력 향상을 위한 컨설팅의 역할과 중소기업 컨설팅 발전 전략 연구”, 중소기업연구원, 2006.
- 김철교 외, 창업론, 삼영사, 2005.
- 신홍순 외, “비즈니스 서비스, 컨설팅 산업의 경쟁우위 전략”, KISTI 한국과학기술연구원, 2004.
- 서태곤, “ERP 도입에 있어서 시스템 성과에 미치는 영향에 관한 연구”, 창원대학교 대학원, 박사학위논문, 2005.
- 송갑호, “비즈니스 컨설턴트의 비윤리적 컨설팅 행동에 미치는 요인에 관한 연구”, 2009.
- 심유근, 『기업과 사회』, 경문사, 1986.
- 장 영, “경영컨설팅 유형별 성과에 관한 상황적 분석”, 한국과학기술원 박사학위 논문, 1997.

조영대, “비즈니스 컨설팅 서비스”, 2005.

중소기업청 홈페이지 : www.smba.go.kr

중소기업청, “중소기업 컨설팅 지원사업의 부패방지 및 투명성”, 2005.

중소기업청·중소기업기술정보진흥원, 경영컨설팅트 입문과정 교재, 2007.

중소기업청, 2008년 컨설팅 산업백서, 2008.

산업연구원 국내 산업총통계, 2005.

쿠팡제 컨설팅 지원사업 웹사이트 : www.smbacon.go.kr

통계청, ‘사업체 기초 통계조사’, ‘광업·제조업 통계조사’.

2. 국외문헌

Hunt A, "The Management Consultant", (New York: John Wiley&Sons),
1997.



ABSTRACT

A Study on Success Factors in Consulting Support Program for Small and Medium-sized Enterprises

Kim Yong Sung

Major in Management Consulting

Dept. of Knowledge Service & Consulting

Graduate School of Knowledge Service

Consulting

Hansung University

‘Consulting’ becomes crucial to these societies which have unlimited competitions and borderless relationships between countries. These days, we are familiar with the word ‘consulting’ and ‘consultant’ which were not well-known until a few years ago.

The dictionary definition of ‘consulting’ is “an activity to provide some professional advice based on the particular proprietary knowledge or expertise with a client on the contractual basis.”

This consulting Industry is a representative knowledge service to furnish other businesses with knowledge-intensive and high-valued industries. The annual growth rate of a domestic market is about 13.6%, the rate is twice more than a international consulting market rate, 7.1%.

Especially, Small and Medium Business Administration eagerly

introduces coupon-based consulting business into the small and medium enterprises which have productivity proportionately smaller than infrastructure. This coupon-based consulting leads to increase the demand of consulting businesses and try to expand competitiveness of small and medium enterprises in which clients choose the consulting companies. In the future, the scale in the consulting-related business will be increased in any areas including private, public organizations as well as studies and technological development will be accelerated in management, administrative, political and economical areas.

In this point, we need to figure out how small and medium enterprises which have used the coupon-consulting businesses estimate the effects of coupon-based consulting and what are the success factors leading to satisfactory results.

So, in this research, when relationships between business-related factors in success of coupon-based consulting (company type, company scale, the number of employees, and total sales) and management factors (sex, quality, and education level) and satisfaction scores are investigated, the satisfaction score result is meaningful in statistics. ($p < .000$, modified $R^2 = .159$) specifically, Satisfaction is the most essential factor in success of consulting and the other factors including selected points, the numbers of employees in order influence success factors of consulting.

In other words, to improve the success of coupon-based consulting, we need to secure sufficient employees in small and medium enterprises to perform the task and to increase selected points, and we can boost satisfaction scores through political support.

To maintain the number of employees is not easy for the small and medium businesses having a problem in a shortage of employees. Therefore, rather than only securing employees, the businesses need to

build inter-organizational communication and business efficiency and raising the capacity. To this end, specified executive or director of consulting services should process consulting tasks. In addition, in order to enhance selected points, consulting needs in small and medium enterprises should be clarified. The concreteness of consulting theme and detailed consultation process, human resources support, and financial support plans may be directly related to the consulting results. Finally, because satisfaction scores were associated with the consultant's expertise, becoming the larger and specialized consulting firms is reasonable. We need to intensify the tax benefits or human resources in consulting firms.

