



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](#)

박사학위논문

중소기업컨설팅지원사업의 컨설팅
수행특성이 컨설팅 수용행동에 미치는
영향에 관한 연구

-자발적 / 비자발적 참여를 중심으로-



HANSUNG
UNIVERSITY

2019년

한 성 대 학 교 대 학 원

스마트융합컨설팅학과

스마트융합컨설팅전공

조 미 영

박 사 학 위 논 문
지도교수 유연우

중소기업컨설팅지원사업의 컨설팅
수행특성이 컨설팅 수용행동에 미치는
영향에 관한 연구

— 자발적 / 비자발적 참여를 중심으로 —

A Study on the Consulting Performance of SME Consulting
Support Project on Acceptance Behavior: Focusing on
Voluntary / Involuntary Participation

2019년 6월 일

한 성 대 학 교 대 학 원

스마트융합컨설팅학과

스마트융합컨설팅전공

조 미 영

박 사 학 위 논 문
지도교수 유연우

중소기업컨설팅지원사업의 컨설팅
수행특성이 컨설팅 수용행동에 미치는
영향에 관한 연구

－자발적 / 비자발적 참여를 중심으로－

A Study on the Consulting Performance of SME Consulting
Support Project on Acceptance Behavior: Focusing on
Voluntary / Involuntary Participation

위 논문을 컨설팅학 박사학위 논문으로 제출함

2019년 06월 일

한 성 대 학 교 대 학 원

스마트융합컨설팅학과

스마트융합컨설팅전공

조 미 영

국 문 초 록

중소기업컨설팅지원사업의 컨설팅
수행특성이 컨설팅 수용행동에 미치는
영향에 관한 연구

- 자발적 / 비자발적 참여를 중심으로 -

한 성 대 학 교 대 학 원

스 마 트 융 합 컨 설 텅 학 과

스 마 트 융 합 컨 설 텅 전 공

조 미 영

오늘날 세계 경제 환경은 4차 산업의 혁명, WTO, 미국과 중국의 무역 갈등, 보호무역주의 강화, 유로존 붕괴 가속화, 환경규제 등으로 불확실성이 증대되고 있다. 국내경기 또한 내수경제 침체, 양질의 일자리 부족문제, 주력 산업의 성장 동력 약화 등으로 위기감이 고조되고 있으며, 이런 국내외 산적한 문제들로 인하여 경제 환경 변화에 대한 대응력이 취약한 중소기업의 애로가 가중되고 있다.

우리나라의 중소기업의 위상은, 전체기업 중 99% 이상에 달하고 있으며, 중소기업에 종사하고 있는 근로자도 전체 근로자중 82% 이상을 차지하고 있다. 또한, 경제·산업 전반에 있어서 핵심적인 역할을 담당하며, 고용 없는 성

장시대에 현 정부의 숙원사업으로 꼽히는 일자리 창출자로서 우리나라 산업의 근간이 되고 있으며, 향후 중소기업이 우리나라 경제의 중추적 역할은 더욱 부각 되고 있다.

이러한 경제 환경에서 중소기업들이 지속적인 성장을 할 수 있도록 하기 위해서는 전문 인력 및 경영자금이 절대적으로 부족한 중소기업에게 경영의 합리적인 최신 경영기법의 도입을 통해 중소기업의 체력을 강화할 필요가 있다. 이때, 경영전략, 마케팅, 재무, IT, 4차산업 대비 등 경영전반에 걸쳐 중소기업 내부에서 해결하기 어려운 경영 문제를 해결하기 위해서는 외부전문가의 도움이 필수적 이라고 할 수 있다.

이에 따라, 정부에서는 중소기업의 성장 발전을 위해 2005년부터 다양한 컨설팅 지원사업을 추진하고 있으며, 국내 많은 중소기업들은 이를 활용하여 외부 전문가로부터 경영 및 기술의 전 분야, 미래 성장산업, 스마트공장 구축 등의 특화분야·원스톱 창업등 중소기업의 특성에 맞는 맞춤형 컨설팅을 지원받아 기업의 근본체질 강화 및 글로벌 강소기업으로 성장할 수 있는 경쟁력을 확보 할 수 있는 기반이 되었다.

중소기업 컨설팅 지원사업은 컨설팅비용을 부담하기 어려운 중소기업에게 정부에서 컨설팅비용을 지원해주고, 기업에게는 컨설팅기회를 제공해 주는 방식으로 진행되며, 국내 컨설팅산업의 성장을 유도하는 역할을 담당하고 있다.

그러나 일부 컨설턴트와 중소기업의 유착관계로 인한 모럴해저드, 컨설팅 활용 극대화를 위한 다양한 방안제시 부족, 시장의 컨설팅에 대한 왜곡된 시선, 정부지원사업의 잦은 정책변경, 체계적이고 지속적인 성과분석 부족 등 전반적인 컨설팅 생태계의 혼란과 컨설팅 지원에 대한 효율성에 대한 의문이 제시되고 있는 상황이다. 따라서, 중소기업이 중소기업 컨설팅 지원사업을 효율적으로 활용하여 경영애로를 해결하고, 성장동력을 확보하기 위해서 본 지원사업과 참여대상인 중소기업에 대한 지속적인 연구가 필요한 상황이며, 중소기업컨설팅지원사업의 활성화 및 유용한 정부지원제도로 정착 시키기 위해 실증 단계를 거쳐 객관적으로 사업성과에 미치는 요인들이 무엇인지 측정하여 정부지원사업의 내실과 방안을 찾아야 한다. 또한 체계적인 중소기업 컨설팅 지원사업의 지원, 컨설팅 결과물의 효율적인 활용 및 극대화를 위한 지

속적인 연구가 필요하다.

중소기업 컨설팅 지원사업에 대한 대부분의 선행연구는 수혜자(중소기업) 및 컨설턴트 중심의 성과측정 연구가 대부분으로, 이전 연구를 통해서도 컨설팅 수용행동 성과를 검증하는데 한계가 있어, 주요 영향요인을 선정 경로(중심·주변)와 참여동기(자발적·비자발적)를 중심으로 컨설팅 수용행동을 측정하는데 있어서 더 효율적일 것이라 판단하여, 본 연구에서는 중소기업 컨설팅 지원사업에 대해서 살펴보고, 선행연구를 통하여 컨설팅 지원사업에 대한 주요 영향요인을 선정하고 이러한 영향요인들이 중심경로와 주변경로에 미치는 영향관계를 알아보고, 중심경로와 주변경로 및 자발적·비자발적인 사업 참여가 컨설팅 행동의도에 미치는 영향관계를 분석함으로써 컨설팅 지원사업의 발전방안을 제시하려는 것이다.

실증분석을 위해 본 연구에서 제안하는 중소기업 컨설팅 지원사업에 참여한 임직원을 대상으로 총 800부 설문지중 561부의 표본을 획득, 결측지 또는 불성실하게 응답한 61부를 제외하고 500부의 유효 표본을 최종 실증 분석에 활용 하였다. 분석도구로는 SPSS 22.0과 AMOS 22.0을 이용 하였다. 우선 SPSS 22.0으로 설문 응답자의 인구통계학적 특성에 대한 조사와 탐색적 요인 분석 및 신뢰도 분석을 진행하였고, AMOS 22.0으로 확인적 요인분석과 판별타당성 분석 및 경로분석을 하였다.

연구가설 검정 결과, 컨설팅 수행 품질은 정보 수용태도에 긍정적 영향을 미치며, 지원사업 진실성은 지각된 유용성에만 긍정적인 영향을 미쳤다. 또한 컨설턴트 전문성, 컨설팅 정확성, 컨설팅 신뢰성은 정보 수용태도와 지각된 유용성에 긍정적인 영향을 미쳤다.

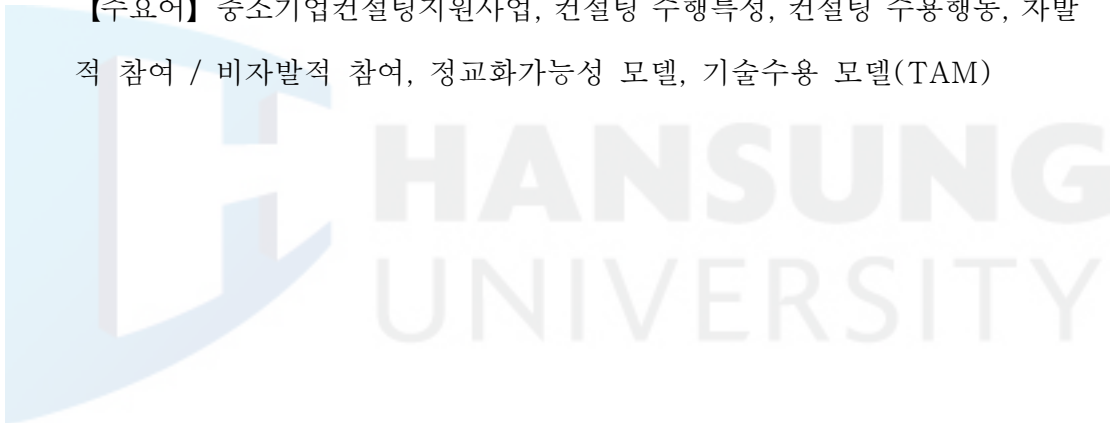
중소기업 컨설팅 지원사업의 지각된 유용성은 정보 수용태도, 컨설팅 수용행동에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났는데 정보 수용 태도는 컨설팅 수용 행동에 영향을 미치지 않는 결과를 나타냈다.

중소기업 컨설팅 지원사업에 자발적 참여와 비자발적 참여에 대해 비교해 보면 컨설팅 수행품질과 정보 수용태도, 컨설턴트 전문성과 지각된 유용성, 지원사업 진실성과 지각된 유용성, 컨설팅 정확성과 지각된 유용성, 컨설팅 신뢰성과 지각된 유용성, 지각된 유용성과 정보수용태도, 지각된 유용성, 컨설팅

수용행동이 유용하다는 결과를 나타냈다.

본 연구는 중소기업 컨설팅 지원사업에 대한 수용행동을 측정하고 요인들이 어떠한 영향을 미치는지에 대해 알아봄으로써 중소기업 컨설팅 지원사업의 활성화 및 유용한 정부지원제도로 정착되기 위한 근거자료를 제공 할 수 있을 뿐 아니라, 각 요인간의 인과관계를 규명함으로써 앞으로 관련 연구를 진행하는 연구자들에게 이론적 토대를 마련해 줄 수 있는 유용한 참고 자료를 제공할 수 있다.

【주요어】 중소기업컨설팅지원사업, 컨설팅 수행특성, 컨설팅 수용행동, 자발적 참여 / 비자발적 참여, 정교화가능성 모델, 기술수용 모델(TAM)



목 차

I. 서 론	1
1.1. 연구의 배경 및 목적	1
1.2. 연구의 방법 및 구성	6
I. 이론적 배경 및 선행연구	8
2.1. 경영 컨설팅	8
2.1.1. 경영 컨설팅의 개념 및 목적	8
2.1.2. 경영 컨설팅의 특징	10
2.2. 중소기업 컨설팅 지원사업	21
2.2.1. 중소기업 컨설팅 지원사업 개요 및 목적	21
2.2.2. 중소기업 컨설팅 지원사업의 필요성 및 현황	61
2.3. 연구 관련 이론	8
2.3.1. 정교화 가능성 모델	8
2.3.2. 기술수용 모델	10
2.4. 컨설팅 수행특성	2
2.4.1. 컨설팅 수행품질	2
2.4.2. 컨설턴트 전문성	8
2.4.3. 지원사업 진실성	8
2.4.4. 컨설팅 정확성	10
2.4.5. 컨설팅 신뢰성	11
2.5. 정보 수용태도	2
2.6. 지각된 유용성	11
2.7. 컨설팅 수용행동	13

II. 연구모형 및 가설 설정 37

3.1. 연구모형	37
3.2. 연구가설 설정	38
3.2.1. 컨설팅 중심경로가 정보 수용태도, 지각된 유용성에 미치는 영향	38
3.2.2. 컨설팅 주변경로가 정보 수용태도, 지각된 유용성에 미치는 영향	39
3.2.3. 정보 수용태도가 컨설팅 수용행동에 미치는 영향	34
3.2.4. 지각된 유용성이 컨설팅 수용행동에 미치는 영향	44
3.3. 자료 조사 방법	50

III. 분석결과 52

4.1. 기초 통계 분석	52
4.2. 표본의 특성	55
4.3. 기술통계 분석	58
4.4. 타당성 및 신뢰성	60
4.5. 확인적 요인 분석	63
4.5.1. 집중타당성 분석	66
4.5.2. 판별타당성 분석	71
4.6. 가설검정	72
4.6.1. 연구모형의 적합도 검정	77
4.6.2. 기본가설 검정	77
4.6.3. 매개효과 분석	79
4.6.4. 조절효과 분석	81
4.6.5. 경로별(중심·주변) 다중회귀분석	68
4.6.6. 참여동기(자발·비자발)에 따른 참여집단의 다중회귀분석	09
4.6.7. 참여동기(자발·비자발)별 T-test 검정	39

IV. 결 론 95

참 고 문 헌	105
부 록	119
ABSTRACT	126



표 목 차

[표 1-1] 중소기업 위상지표	1
[표 2-1] 컨설팅의 정의	9
[표 2-2] 컨설팅의 특징	11
[표 2-3] 중소기업 컨설팅 지원사업 지원대상	3 1
[표 2-4] 중소기업 컨설팅 지원사업 추진절차	3 1
[표 2-5] 중소기업 컨설팅 지원사업의 컨설턴트 등급 및 자격기준	4 1
[표 2-6] 2015~2017년 정성적 성과분석 주요 조사내용	5 1
[표 2-7] 중소기업 컨설팅 지원사업 주요성과	7 1
[표 3-1] 연구가설 요약	64
[표 3-2] 조작적 정의	74
[표 3-3] 변수의 측정항목	84
[표 3-4] 자료 수집	5
[표 4-1] 통계분석 방법	35
[표 4-2] CB-SEM 과 PLS-SEM의 비교	4 5
[표 4-3] 표본의 일반적 특성	55
[표 4-4] 기술 통계적 분석 결과	95
[표 4-5] 탐색적 요인분석 및 신뢰도 분석 결과	1 6
[표 4-6] 주요모델 적합도 지수와 판단 기준	4 6
[표 4-7] 측정모형 평가 결과	96
[표 4-8] 최초 측정모형과 수정(변수제거)후의 측정모형 적합도 평가결과 비교	70
[표 4-9] 판별타당성 분석 결과	17
[표 4-10] 연구모형 적합도 검정결과	37
[표 4-11] 연구가설 검정 결과	47
[표 4-12] 매개효과 검정 결과	18
[표 4-13] 다중집단요인분석 제약조건	28

[표 4-14] 모형의 적합도	38
[표 4-15] 다중집단분석에 의한 조절효과 검정 결과	3 8
[표 4-16] 지원동기(자발·비자발)별 개별표본분석에 의한 가설검증 요약결과	84
[표 4-17] 각 모형의 변수가 수용행동에 미치는 영향관계 분석결과	7 8
[표 4-18] 경로(중심·주변)별 컨설팅 수용행동에 미치는 영향관계 분석 결과	89
[표 4-19] 참여동기(자발·비자발) 집단별 변수가 컨설팅 수용행동에 미치는 영향관계 분석결과	9
[표 4-20] 참여동기(자발·비자발)별 평균차이 검정결과	3 9
[표 4-21] 참여동기(자발·비자발)별 집단과 변수간 컨설팅 수용행동의 영향 관계	96



HANSUNG
UNIVERSITY

그림 목 차

[그림 3-1] 연구모형	73
[그림 4-1] 측정모형 분석	86
[그림 4-2] 기본가설 검정 모형	47
[그림 4-3] 참여 동기별(자발·비자발) 개별표본분석에 의한 가설검증결과 비교분석 모형	85



I. 서 론

1.1 연구의 배경 및 목적

기업의 경영은 물질적 요소, 인적 요소, 자본의 결합 활동으로 이루어지며, 이러한 요소들이 서로 원활하게 상호작용 할 때, 기업의 목표달성이 이루어진다. 현대의 경영활동은 전통적인 요소들을 더욱 세분화하여 분업화된 형태의 자원을 관리하며 이루어진다. 즉, 경영과 관련한 각종의 정보 획득, 가공 전략, 글로벌한 마케팅 전략, 인적자원의 확보, 조직의 관리 전략, 재무 전략, 연구개발 전략, 환경 전략 등 수 많은 전략과 정보가 경영 활동에 수반 되어야만 한다.

현재 우리나라에서 중소기업은 전체 국민경제의 대부분을 차지하고 있다. 전체 기업체중 99% 이상을 차지하고 있으며, 중소기업에 종사하고 있는 근로자 비율도 전체 근로자중 82% 이상을 차지하고 있다. 이처럼, 중소기업은 우리나라 경제 · 산업에 있어서 핵심적인 역할을 담당하고 있다. 또한, 중소기업은 정부의 숙원사업으로 꼽히는 일자리 창출을 통해 국민경제의 기반이 되고 있으며, 고용창출자로서 중소기업의 역할이 더욱 부각되고 있다.

<표 1-1> 중소기업 위상지표

(개, 명, 억원, %)

구분	전체 (A)	중소기업 (B)	소상공인 (C)	중소기업 범위초과 (D)	비 중		
					중소기업 (B/A)	소상공인 (C/A)	중소기업 범위초과 (D/A)
기업체수	3,550,929	3,547,101	3,072,104	3,828	99.9	86.5	0.1
종사자수	17,468,405	14,357,006	6,008,534	3,111,399	82.2	34.4	17.8
매 출 액	47,776,906	20,441,555	5,921,940	27,335,351	42.8	12.4	57.2

* 출처 : 통계청, 『2016년 기준 전국사업체조사』 재편·가공.

하지만, 1997년 국제 통화기금 IMF(Internation Monetary Fund) 구제금융 사태를 겪으면서 많은 중소기업들이 도산 했으며, 이는 중소기업의 열악한 재무구조와 경영환경 등을 원인으로 들 수 있다. 그러나 무엇보다 중소기업들이 글로벌화, 디지털화 되는 급속한 기술 환경 변화에 대처하지 못한 것이 근본적인 원인이라고 할 수 있다. 그리고 중소기업의 기술 경쟁력 열위와 미래 경영전략에 대한 대응역량 부족 때문이라고 할 수 있다.

전문 인력 및 경영자금이 절대적으로 부족한 경영환경에서 중소기업들이 지속적인 성장과 체력을 키울 수 있도록 하기 위해서는 중소기업의 경영 전반에 걸쳐 외부 전문가의 도움이 절대적으로 필요하다는 인식으로 컨설팅 지원을 해야 한다.

컨설팅을 추진하고자 하는 기업의 입장에서 컨설팅이 기업의 성과로 이어질 수 있도록 하기 위해서는 컨설팅을 받고자 하는 기업들에게 의사결정의 기준을 제시해야 한다. 또한, 기업이 어떤 관점에서 컨설팅 회사나 컨설턴트를 선정하는 지에 대한 사항들은 컨설턴트의 컨설팅 역량의 강화와 방향성을 제시할 수 있을 것이다(전우소, 2016). 이러한 컨설팅 산업의 성장은 중소기업의 경영관리 능력을 제고하고, 중소기업의 대·내외적 경쟁력을 상승 시켜주는 역할을 하고 있다. 컨설팅산업의 성장은 중소기업의 경쟁력 향상을 동반한다는 점에서 일자리 창출에도 도움을 준다고 할 수 있다.

중소기업의 창업초기부터 차별화된 기술 경쟁력의 지속성이 중소기업 성장의 동력임을 인지하고 1997년에 ‘벤처기업육성을 위한 특별조치법’을 제정하여 기술성과 성장성을 갖춘 중소벤처기업 육성을 위한 다양한 정책적 지원사업을 추진해 왔다. 이에 따라, 정부에서는 중소기업의 성장 발전을 위해 2005년부터 다양한 방법으로 컨설팅 지원사업을 추진하고 있으며, 국내 많은 중소기업들은 이를 활용하여 외부 전문가로부터 경영 및 기술의 전 분야, 미래 성장산업, 스마트공장 구축등의 특화분야·원스톱 창업등 중소기업의 특성에 맞는 맞춤형 컨설팅을 지원받아 기업의 근본체질 강화 및 글로벌 강소기업 으로 성장할 수 있는 경쟁력을 확보 할수 있

는 기반이 되었다.

중소기업 컨설팅 지원사업은 컨설팅비용을 부담하기 어려운 중소기업에게 정부에서 컨설팅비용을 지원해주고, 기업에게는 컨설팅기회를 제공해 주는 방식으로 진행되며, 국내 컨설팅산업의 성장을 유도하는 역할을 담당하고 있다. 또한 정부는 2007년 부터는 기술혁신형 중소기업 정책 사업을 실시하여 중소기업의 지속적 발굴과 역량강화를 위해 노력 했다(한정화, 2010). 또한 컨설팅 지원사업을 안정적이고 유용한 제도로 정착시키기 위해 객관적으로 사업의 성과에 미치는 요인들이 무엇인지를 측정하여 컨설팅 지원사업을 내실화하는 방안을 생각할 필요가 있고, 또한 현재 컨설팅 지원사업을 추진하고 있는 기업들의 만족도에 대한 연구들과(최종영, 2011) 컨설팅 산업의 발전과 성장은 중소기업의 경쟁력 향상을 동반한다는 점에서 상생적인 성격의 지원사업으로 국가경제발전의 효율성 제고에도 연구가 되어 왔다(김익성, 2007).

그러나 일부 컨설턴트와 중소기업의 유착관계로 인한 모럴해저드, 컨설팅 결과물 활용 극대화를 위한 다양한 방안제시 부족, 시장의 컨설팅에 대한 왜곡된 시선, 정부지원사업의 잦은 정책변경, 체계적이고 지속적인 성과분석 부족 등 전반적인 컨설팅산업 생태계의 혼란과 컨설팅지원에 대한 효율성에 대한 의문이 제시되고 있는 상황이다. 따라서, 체계적인 중소기업 컨설팅 지원사업의 지원, 컨설팅 결과물의 효율적인 활용 및 극대화를 위한 연구가 지속적으로 필요하다.

국내 많은 중소기업은 기획, 생산, 영업 등 경영전반의 애로사항을 전문 인력 및 자금 등이 부족하여 경영상의 애로사항 해결, 장기적 전략 수립 등을 위하여 외부의 전문가에게 컨설팅을 의뢰하고 있다

중소기업의 경영자들 중 일부는 컨설팅을 받음으로써, 당면한 문제점들이 완전하게 해소될 걸이라 확신 하려는 경향이 있다. 일부 컨설턴트들도 자신의 이익을 위하여 이러한 경영자들의 오류를 방치하거나 유도하기도 한다. 그러나 기업의 경영활동과 경영성과란 경영자 및 구성원이 기업이 보유한 여러 자원을 효율적으로 적절하게 운용함으로써 이루어지는 복합

적인 행위이며 특정한 소수의 요인에 의하여 결정되어지는 것이 아니다 (전성열, 2014).

컨설팅 산업은 타산업의 지식 집약화와 파급효과 및 고부가가치 창출에 직접적인 지원을 수행하는 대표적 서비스 업종으로 전체 산업구조에서 지식을 통한 부가가치를 창출한다. 또한 컨설팅 산업이 활성화되면 체계적이고 과학적으로 집대성된 선진화된 경영기법을 전수 받아 적절하게 적용함으로써 경영상의 효율성과 효과성을 추구할 수 있고, 기업내부에서 여러 가지 정치적, 문화적, 조직적 갈등으로 인하여 해결하기 어려운 복잡하고 어려운 문제들을 전문지식을 갖춘 컨설턴트들을 통하여 명쾌하게 해결할 수 있는 계기를 제공할 수 있다. 또한 기업 내·외부에 축적된 정보/지식을 결합하여 지식의 시너지 효과를 달성하고 기업의 각 부분의 중장기적 관점을 제공해 줌으로써 새로운 기업의 전략적 기회를 탐색하고 주요 사업방향에 큰 시사점을 제공해 줄 수 있다(남상익, 2009)

정부에서 주도하고 있는 중소기업컨설팅 지원사업은 중소기업의 체질 개선 및 경쟁력 강화를 위하여, 자금사정이 어려운 중소기업에게 간접적으로 컨설팅비용을 지원해주는 방식으로 진행하여 중소기업이 컨설팅기회를 제공 받아 중소기업의 대내외적 체질강화를 유도하고 있으며, 더불어 국내 컨설팅산업의 성장을 유도하는 역할을 담당하고 있다.

그러나 일부 컨설턴트와 중소기업의 유착관계로 인한 모럴해저드, 컨설팅 활용 극대화를 위한 다양한 방안제시 부족, 시장의 컨설팅에 대한 왜곡된 시선, 정부지원사업의 잦은 정책변경, 체계적이고 지속적인 성과분석 부족 등 전반적인 컨설팅 생태계의 혼란과 컨설팅 지원에 대한 효율성에 대한 의문이 제시되고 있는 상황이다. 따라서, 중소기업이 중소기업 컨설팅 지원사업을 효율적으로 활용하여 경영애로를 해결하고, 성장동력을 확보하기 위해서 본 지원사업과 참여대상인 중소기업에 대한 지속적인 연구가 필요한 상황이며, 중소기업컨설팅지원사업의 활성화 및 유용한 정부지원 제도로 정착 시키기 위해 실증 단계를 거쳐 객관적으로 사업성과에 미

치는 요인들이 무엇인지 측정하여 정부지원사업의 내실과 방안을 찾아야 한다. 또한 체계적인 중소기업 컨설팅 지원사업의 지원, 컨설팅 결과물의 효율적인 활용 및 극대화를 위한 지속적인 연구가 필요하다.

중소기업 컨설팅 지원사업에 대한 대부분의 선행연구는 수혜자(중소기업) 및 컨설턴트 중심의 성과측정 연구가 대부분으로, 이전 연구를 통해서 컨설팅 수용행동 성과를 검증하는데 한계가 있어, 주요 영향요인을 선정 경로와 참여동기를 중심으로 컨설팅 수용행동을 측정하는데 있어서 더 효율적일 것이라 판단하여, 본 연구에서는 중소기업이 컨설팅 지원사업에 참여하는 경로를 자발적과 비자발적으로 구분하여 컨설팅 결과물의 활용방안에 어떤 영향을 미치는지에 대해 알아보고자 하였다. 또한, 중소기업 컨설팅 지원사업을 살펴보고, 선행연구를 통하여 컨설팅 지원사업에 대한 주요 영향요인을 선정하고 이러한 영향요인들이 중심경로와 주변경로에 미치는 영향관계를 분석함으로써 컨설팅 지원사업의 발전방안을 제시하는 것이다

이와 같은 연구목적을 수행하기 위한 구체적인 내용은 다음과 같다. 첫째, 현행 컨설팅 지원사업의 제도와 현황에 대해 파악한다. 둘째, 선행 연구를 통하여 컨설팅 지원사업에 대한 컨설팅 수용행동에 미치는 영향요인을 선정한다. 셋째, 컨설팅 행동의도의 중심경로와 주변경로에 미치는 영향요인과 관계를 알아본다. 넷째, 컨설팅 지원사업의 중심경로와 주변경로가 컨설팅 수용행동에 미치는 영향관계를 알아본다. 또한 중소기업 컨설팅 지원사업의 수용행동에 대한 자발적 참여인지 혹은 비자발적 참여인지에 대한 의도에 따른 차별성을 분석하고 알아본다.

이를 통하여 중소기업 컨설팅 지원사업에 대한 수용행동을 측정하고 요인들이 어떠한 영향을 미치는지에 대해 알아봄으로써 중소기업 컨설팅 지원사업의 활성화 및 유용한 정부지원제도로 정착되기 위한 근거자료를 제공 할 수 있을 뿐 아니라, 각 요인간의 인과관계를 규명함으로써 앞으로 관련 연구를 진행하는 연구자들에게 이론적 토대를 마련해 줄 수 있는 유용한 참고 자료를 제공할 수 있다

1.2 연구의 방법 및 구성

본 연구에서는 컨설팅 지원사업에 대한 컨설팅 행동의도에 대해 문헌적 연구방법과 실증적 연구방법을 제시 하고자 한다. 먼저 컨설팅 지원사업에 대한 이론적 고찰과 그에 대한 내용을 분석하여 보았다. 문헌적 연구는 컨설팅 지원사업에 대한 관련 개념정리, 연구보고서, 선행연구등의 수집을 통해 이론적 기초로 삼았다. 실시한 주요 연구내용은 컨설팅 지원사업에 대한 컨설팅 행동의도에 영향을 미치는 요인을 추출하고 어떠한 영향을 미치는지에 대한 분석을 중심으로 연구 하였다. 실증적 연구로는 컨설팅 지원사업에 참여한 기업(최근 3년 및 서울·경기지역)을 대상으로 하였다. 중소기업의 경영체질 향상 및 컨설팅 지원사업 육성을 위해 정부 차원에서 다양한 방법으로 컨설팅 지원사업을 추진하고 있는데, 이러한 컨설팅 지원사업이 기업에 실질적으로 미치는 영향에 대한 분석과 기업차원에서 정부 컨설팅 지원사업을 효율적으로 활용할 수 있는 방안에 대해 문헌적 고찰을 선행하고, 이를 바탕으로 설정된 가설을 검증 하였다.

본 연구의 구성은 총 5장으로 나누어서 구성되어 있다.

제 1장 서론에서는 연구의 배경 및 필요성, 연구의 목적, 연구의 방법, 구성 내용을 기술 하였다. 제 2장 이론적 고찰에서는 이론적 배경으로 컨설팅의 정의, 컨설팅 특징, 컨설팅 지원사업 정의, 관련 정책, 현황 등에 대하여 살펴 보았다. 이는 컨설팅 지원사업의 구조를 파악하고 지금의 상황은 어떠한지를 파악 하고자 하며, 또한 컨설팅 지원사업은 어떠한 형태가 있는지, 지원사업의 규모는 어느 정도 인지를 파악하여 컨설팅 시장에 정부지원 사업이 미치는 영향을 설명하고 컨설팅 지원사업에 대한 기본적인 이해를 바탕으로 본 연구를 진행함에 있어 이론적 배경을 제시한다. 제 3장 연구모형 설정 및 가설 설정은 선행연구를 기반으로 컨설팅 지원사업의 행동의도에 영향을 미치는 특성을 파악하여 행동의도를 높이기 위한 접근방법을 검토하여 본 연구에서 각종 변수 및 가설설정을 설계하였다. 제 4장 실증 분석은 수집한 설문 데이터를 분석하고 측정항목을 평가하여 수립된 가설을 검증 하였으며, 조절효과 분석을 통해 자발적인 참여와 비

자발적인 참여에 대한 비교 분석을 하였다. 제 5장 결론에서는 본 연구의 결론으로서 결과를 요약하고 자발적, 비자발적인 의도에 따른 결과를 살펴보고 있으며, 시사점 및 한계점을 제시함으로서 향후 지속적인 연구의 필요성을 제시하고자 한다.



Ⅱ. 이론적 배경 및 선행연구

2.1 경영 컨설팅

2.1.1 경영 컨설팅의 개념 및 목적

기업이 경영 또는 업무상에 문제가 있거나 당면한 문제에 대해서 보다 나은 해결책을 모색하고자 할 때 기업에 대해서 진단을 하고, 문제점을 찾아 예방치료 조치를 강구하는 활동들을 컨설팅 이라고 할 수 있다(김동일·강희삼., 2008)

이러한 컨설팅산업은 선진국에서 부터 시작 되었으며, 유망산업 중 하나로 인식되어 지속적으로 성장해 왔다. 우리나라의 기업과 단체에서도 대·내외적 환경 변화로 오는 경영활동의 애로사항 해결, 사업영역 확대, 사업전환등 회사의 변화를 위해 컨설팅산업에 많은 관심을 가지고 있다.

전문서비스 영역에 해당하는 경영컨설팅은 전문적으로 교육을 받고 풍부한 경험을 보유한 전문가인 경영 컨설턴트가 고객에게 개별적인 관심을 가지며 표준화의 정도가 낮은 특징을 가지고 있다(배용섭 외, 2013)

해당 분야에 있어 전문적 지식, 정보, 경험을 보유한 컨설턴트가 독립적이고 객관적인 태도로 고객이 당면한 경영상의 과제들을 분석하여 해결 방안을 제시하고, 그 실행과정을 자문하는 행위이다(산업통상자원부. 국가기술표준원 (KS S 1010-1)). 컨설팅이란 고도의 전문성을 갖춘자가 기업의 경영과 기술상의 문제점을 찾아 해결하고 변화를 실행함으로써, 경영자와 기업이 추구하는 목표의 달성을 도와주는 독립적인 프로페셔널 서비스를 말한다(한국경영기술지도사회). 경영컨설턴트는 경영책임이 있는 고객의 경영 제반에 독립된 자문과 지도를 제공하는 개인을 의미이다(국제경영컨설팅협회 ICMCI).

경영컨설팅은 특정한 대상에 해당하는 분야의 전문가가 전문지식을 활용하여 제기된 문제점에 대한 해결책을 제시하고 고객이 추구하는 가치를

증대시켜야 하며 고객이 설정한 주요한 목적 달성에 공헌을 하여야 한다. 이러한 목적의 달성을 위한 하위의 개념으로는 경영과 비즈니스상의 문제 해결을 들 수 있다(전기수, 2009). 경영, 비즈니스에서의 다양한 영역들에 관련된 여러 상황들에 대해서 조사하고 문제들을 진단하여 해결하기 위한 전문적인 도움을 제공하는 것이다.

<표 2-1> 컨설팅의 정의

기관 및 저자명	경영 컨설팅 및 경영 컨설턴트의 개념 정의
Marco Iansiti, Roy Levien(2004)	경영에 관한 지식과 경험을 갖춘 컨설턴트들이 투입되어 의뢰한 기업에 가치 있는 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
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 자문 서비스 활동
김익성(2009)	특정 분야에 대해 전매적인 지식이나 정보, 전문성 등을 바탕으로 의뢰인으로부터 대가를 받고 자문이나 조언을 제공하는 서비스 활동의 총체
배용섭외 (2013)	전문서비스 영역에 해당하는 경영컨설팅은 전문적으로 교육을 받고 풍부한 경험을 보유한 전문가인 경영 컨설턴트가 고객에게 개별적인 관심을 가지며 표준화의 정도가 낮은 특징을 가지고 있다
한국경영기술 지도사회	컨설팅이란 고도의 전문성을 갖춘 자가 기업의 경영과 기술상의 문제점을 찾아 해결하고 변화를 실행함으로써, 경영자와 기업이 추구하는 목표의 달성을 도와주는 독립적인 프로페셔널 서비스를 말함
산업통상자원부 국가기술표준원 (KS S 1010-1)	해당 분야에 있어 전문적 지식, 정보, 경험을 보유한 컨설턴트가 독립적이고 객관적인 태도로 고객이 당면한 경영상의 과제들을 분석하여 해결방안을 제시하고 그 실행과정을 자문하는 행위
한국표준산업분 류 (KSIC 10)	(분류코드 71531) 다른 사업체에게 사업경영문제에 관하여 자문 및 지원하는 산업 활동을 말함

*출처 : 전성열 (2014), ㈜리서치랩, 중소기업 컨설팅 지원사업 성과분석 (2018)

중소기업 컨설팅 지원사업은 국내 중소기업의 혁신활동 부진 등에 따른 생산성 양극화 심화, 전문인력 부족 등을 해결 하고자 정부 주도의 중소기업 컨설팅 지원사업을 말한다((주)리서치랩, 성과분석, 2018) 이러한 컨설팅 목적은 다음과 같다

첫째, 조직의 목적 달성이다. 이러한 목적이 달성되도록 기여하는 것이 바로 컨설팅이다. 둘째, 경영과 업무상의 문제해결이다. 컨설팅은 다양한 각도에서 경영과 업무상의 문제점을 발견하여 분석하고 해결안을 제시함으로써 문제해결을 위한 의사결정에 도움을 주는 것이 목적이다(전성열, 2014). 셋째, 새로운 기회의 발견과 포착으로 컨설팅트는 당면한 문제를 해결해 나가는 가운데 의뢰한 조직에게 항상 새로운 사업기회를 제공함으로써 조직의 미래 비전을 명확히 수립하고 장기적인 목적을 설정할 수 있도록 한다(전성열, 2014). 넷째, 변화의 실행이다. 컨설팅을 의뢰한 조직으로 하여금 변화를 이해시키고, 변화와 함께 생활하고, 생존을 위해서 변화를 성공적으로 수행하게 함으로써 조직이 생존 · 성장 · 발전할 수 있도록 지원한다(전성열, 2014). 다섯째, 학습증진이다. 의뢰인 조직이 새로운 경쟁력을 갖출 수 있도록 컨설팅트의 경험을 학습 할 수 있도록 도와주고 국내 중소기업은 기업 내부의 문제점 발견 및 발전 방향 등에 대한 전략적 수립을 전문 인력보다는 대표자의 주관적 견해에만 치중하여 진행하고 있는 것이 현실이다(전성열, 2014).

성공적인 기업의 개선을 이룩하기 위해서는 외부 전문가의 객관적인 시각을 반영하는 것이 바람직하며, 중소기업의 애로사항을 분석하고 중장기적인 평가와 전략을 제시할 수 있어야 한다.

2.1.2 경영 컨설팅의 특징

컨설팅사가 제공하는 지식서비스로서 기업의 산업분류별, 경영상황에 따라 다르며 기업의 애로사항 진단, 해결방안 추천, 아이디어 도출 등의 지원형태를 포함하며, 컨설팅을 수행하는 형태에 따라 구분 된다. 컨설팅 특징에 대한 정의는 <표 2-2>와 같다.

<표 2-2> 컨설팅의 특징

유 형	내 용
전문 서비스	기업의 창업과 경영, 비즈니스에 관한 실제 문제드로그램 관련된 전문적인 지식과 기술을 제공하여, 성공적인 창업과 기업의 성장·발전을 지원하며, 경영업체의 성공적인 비즈니스 수행을 지원하는 역할을 수행함. 또한 컨설턴트의 풍부한 학습과 경험을 바탕으로 당면하는 문제의 원인을 보다 객관적이고 과학적으로 진단하고 해당 문제에 대해 적절한 대안을 제시하는 전문적인 서비스를 제공하는 것을 사명으로 함. 아울러 컨설팅을 수행하는 컨설턴트는 의뢰인의 이익을 보호하고 중진 하고자 하는 전문가로서 고도의 직업 윤리를 지녀야 하는 특성을 가짐
자문 서비스	기업의 업무를 직접 수행하거나 대행하는 역할이 아니라, 수행하는 주체인 기업이나 경영자가 보다 객관적이고 이성적으로 업무를 수행할 수 있도록 자문하는 역할을 수행함. 따라서 수행결과에 대해서 직접적인 책임이 없으며, 고객의 조직을 직접 경영하거나 경영자를 대신하여 의사결정을 하지 않음 컨설팅에 의해 도출된 대안은 구속력이나 책임이 없으므로 최종적인 의사결정권과 실행결과에 대한 책임은 의뢰인에게 있으며, 컨설턴트의 책임은 컨설팅 수행결과와 품질과 완전성에 있음.
독립 서비스	컨설팅을 통해 얻어진 결과는 의뢰인과의 친분관계나 조직의 이해 관계없이 주체적이고 독립적으로 제시할 수 있어야 하며 컨설턴트가 특별한 목적을 갖고 의도적으로 특정 회사나 특정 제품을 이롭게 하거나 의뢰인으로부터 다른 프로젝트를 수주하기 위해 본인에게 유리하거나 편협적인 제안을 해서는 안 됨 또한 컨설턴트는 컨설팅을 수행하는 과정에서 정치적·정서적·재정적·행정적·기술적 측면에서 구속받지 않아야 함.
일시적인 서비스	컨설팅은 다양한 형태로 수행되지만, 일반적으로 프로젝트형 컨설팅은 일정기간에 의뢰한 기업이나 기관에서 한시적으로 상주하거나 방문하는 형태로 프로젝트를 수행함. 또 자문서비스의 경우도 일정기간을 정하고 기간 내에 정기적으로 방문 또는 유선 등을 통하여 자문 서비스를 제공함 따라서 컨설팅은 항구적인 서비스가 아니라 특정한 기간을 정하고 계약에 정한 서비스를 제공하는 일시적인 서비스임

유 형	내 용
상업적인 서비스	서비스를 제공하는 컨설팅사나 컨설턴트와 의뢰를 하는 기업이나 기관 등이 상호계약에 의해 서비스를 제공하는 관계임 즉, 의뢰인은 전문적인 서비스를 제공하는 컨설팅사나 컨설턴트에게 서비스의 대가인 컨설팅 수수료를 지불할 것을 약정하고 전문적인 서비스를 제공받음 따라서 컨설팅은 컨설팅사가 이윤을 창출하기 위하여 의뢰인들이 필요로 하는 전문적인 서비스를 상품으로 제공하는 상업적인 서비스라고 할 수 있음

* 출처 : 방용성, 주윤환 「컨설팅 방법론」, 2015

2.2 중소기업 컨설팅 지원사업

2.2.1 중소기업 컨설팅 지원사업 개요 및 목적

중소기업 컨설팅 지원사업은 『중소기업 진흥에 관한 법률』 제 43조 및 『중소기업 창업지원법』 제 32조에 의거하여 전문가의 진단·지도를 통해 중소기업이 기술 및 경영환경 변화에 대응할 수 있도록 지원하여 생산성 향상 및 글로벌 경쟁력 제고하는 것이 목적이다. 또한 중소기업의 특성에 맞는 맞춤형 컨설팅을 지원하여 성장기, 정체기 기업의 지속성장을 위한 근본체질 강화 및 글로벌 경쟁력을 확보할 수 있도록 지원하고 있다. 중소기업 컨설팅 지원사업의 구체적인 내용은 다음과 같다.

첫째, 지원 대상은 중소기업기본법상 제2조의 규정에 의한 중소기업 및 (예비)창업기업에 해당하고 지원 제외 대상 기업 등에 해당되지 않는 기업이다. 둘째, 매년 과제와 지원대상, 지원 규모 등이 상황과 예산에 맞게 변경되고 있다. 2019년의 경우 경영·기술·원스톱 창업 3개의 과제를 폐지하고 미래 성장산업, 제조업 서비스화, 신 서비스업, 사업전환, 중소기업간 협업, 스마트공장 구축 등을 컨설팅 하는 특화형, 노동시간 단축, 최저 임금제, 화학 물질 관리, 화학 물질 등록 등 규제대응 컨설팅, 정보, 기술보안, 유럽 개인정보보호법(EU GDPR)대응하는 정보보안 3개의

과제를 도출함으로써 시시각각 변화하는 국제 경영환경 변화 및 4차 산업을 대비할 수 있는 기반을 조성하였다. 셋째, 2005년부터 시행된 컨설턴트 등급 및 자격기준을 15년 만에 전면 개편 하였다. 넷째, 사업의 추진 절차는 신청 기업의 컨설팅 신청 접수, 선정, 협약체결 및 컨설팅 착수, 중간·완료 평가 등의 절차를 거친다.

<표 2-3> 중소기업 컨설팅 지원사업 지원대상

구 분	지원분야
특화형 컨설팅	미래성장산업, 제조업 서비스화, 新서비스업, 사업전환, 중소기업간 협업, 스마트공장 구축 분야 컨설팅
규제대응 컨설팅	노동시간 단축, 최저임금제 대응, 화학물질 관리, 화학물질 등록 컨설팅
정보보안 컨설팅	정보보안 취약기업 및 기술유출·탈취예방을 위한 기술보호 지원, 유럽진출기업 대상 EU GDPR (유럽 개인정보보호법) 대응 컨설팅

* 출처 : 중소벤처기업부 「중소기업 컨설팅 지원사업 계획 공고」, 2019

<표 2-4> 중소기업 컨설팅 지원사업 추진절차



* 출처 : 중소벤처기업부 「중소기업 컨설팅 지원사업 계획 공고」, 2019

< 표 2-5 > 중소기업 컨설팅 지원사업 컨설턴트 등급 및 자격기준

등급	경력 기준	계(원)	가점 및 인정 자격증
특급	·학위자로 24년 이상 해당분야의 컨설팅을 수행한 자	985,000	· 박사학위 소지자 경력 6년 인정 · 석사학위 소지자 경력 2년 인정 · 기술사 자격 보유자 경력 6년 인정 · 경영기술지도사, 변호사, 변리사, 공인회계사, 세무사, 공인노무사 등록증 보유자 경력 3년 인정
1	·학위자로 19년 이상 해당분야의 컨설팅을 수행한 자	834,000	
2	·학위자로 12년 이상 해당분야의 컨설팅을 수행한 자	757,000	
3	·학위자로 9년 이상 해당분야의 컨설팅을 수행한 자	644,000	
4	·학위자로 6년 이상 해당분야의 컨설팅을 수행한 자	518,000	
5	·학위자로 3년 이상 해당분야의 컨설팅을 수행한 자	388,000	

1) 고등학교를 졸업한 자와 전문학사 학위 보유자의 경우 기업 진단/지도/컨설팅 3년 이상 경

2) 중빙이 가능한 경우 학사학위를 가진 자로 동일 기준 적용

3) 학력과 자격 보유 시 가점 중복 적용. 단, 복수 학력 또는 복수 자격의 경우 상위가점만 인정

* (예시) 박사+기술사→12년(중복인정), 박사+석사→6년(상위 인정), 기술사+지도사→6년(상위 인정)

* 출처 : 중소벤처기업부 「중소기업 컨설팅 지원사업 계획 공고」, 2019

2015년~2017년 중소기업 컨설팅지원사업의 성과분석에서는 기존 단기성과, 장기성과 지표는 유지하고, 정량적 측정이 어려운 경영 컨설팅의 성과를 확인하기 위하여 정성적 성과지표를 추가 하였으며, 주요 조사내용은 아래와 같으며, 설문문항을 통해서 중소기업 컨설팅 지원사업 성과 측정 및 그 요인들에 대해서 알아보았다.

<표 2-6> 2015~2017년 정성적 성과분석 주요 조사내용

구 분		내 용
컨설팅 지원사업 참여 단계		지원사업 참여 계기, 신청 목적
		컨설팅 수진 분야
		컨설팅 업체 선택 이유
컨설팅 지원사업 과정 평가	추진 절차 만족도	사업 신청 및 절차
		사업 지원 절차의 체계성 및 신속성
		사업 추진절차 전반적 만족도 및 불만족 이유
	컨설팅 수행 과정 만족도	컨설팅 목표의 적절성
		선정 과제와 회사와의 적합성
		지도 기간 및 지도 일수의 적정성
		컨설턴트의 해당 과제에 대한 전문성
		컨설턴트의 성실한 역할 수행
		수진기업과 컨설턴트의 원활한 의사소통
	컨설팅 수행과정 만족도 및 불만족 이유	
	컨설팅 결과 만족도	컨설팅 목표 달성도
		투입자금 대비 컨설팅 성과
		컨설팅 결과에 대한 전반적 만족도 및 불만족 이유
	컨설팅 업체 및 컨설턴트 만족도	컨설팅 재수진의향
		컨설팅 업체 재 수진 의향
		컨설팅 추천 의향
		컨설팅 업체 및 컨설턴트 만족도 및 불만족 이유
	활용도	컨설팅 개선과제 업무 적용율
	사후관리	사후관리 여부
		사후관리 횟수 및 기간
		컨설팅 내용 수정 보완 수준
사후관리 만족도 및 불만족 이유		
타 컨설팅 수진 경험		타 컨설팅 수진 여부

*출처 : (주)리서치랩, 중소기업 컨설팅 지원사업 성과분석 (2018)

국내 중소기업은 기업 내부의 문제점 발견 및 발전 방향 등에 대한 전략적 수립을 할 수 있는 전문 인력을 미 보유하고 있으며 대표자의 주관적 견해에만 치중하여 진행하는 경향이 많은 것이 현실이다. 또한 2009년에는 기술개발 성공 후 사업화를 준비하는 과정에서 기획 및 마케팅을 수행 할 전문 인력이 부족해 성장하지 못하는 경우가 많았으며, 급변하는 경영환경에 적응하여 성공적인 기업개선을 이루기 위해서는 관련 외부 전문가의 객관적인 시각이 반영되어 추진되는 것이 바람직하며 중소기업 성장 발전의 전주기적 단계에서 애로사항을 분석하고 중장기적인 평가와 전략을 제시할 수 있는 외부 전문가의 도움을 받는 것이 필요하다(중소기업청, 2009)

국내 중소기업들은 다양한 지원에도 불구하고 업무 생산성 및 품질에 대한 의식이 미흡한 경우가 발생되고 있다. 단순 반복적, 근시안적인 업무 수행, 업무의 비 효율화, 업무 처리 방법, 인력개발 등의 원인으로 인하여 경쟁력이 상황을 악화시키기도 하였으며, 기업 내부의 문제점을 대표자의 주관적 입장으로만 진행되고 있는 것이 국내 중소기업의 현실이다. 급변하는 경영환경에 맞춰 성공 전략으로 이루어지기 위해 외부 전문가의 객관적인 의견을 받아들이는 것도 방법이 될 수 있으며, 중소기업 상황과 특성을 고려한 중장기적인 평가와 전략을 통한 중소기업의 활성화 전략이 필요하고, 그러한 전문적 지식과 경험이 있는 외부 전문가의 도움을 받는 것이 필요하다고 할 수 있다.

2.2.2 중소기업 컨설팅 지원사업의 필요성 및 현황

2018년 컨설팅 성과분석 결과 4개 성과지표에서 모두 성과가 향상된 것으로 나타났으며, 중소기업 컨설팅 지원사업이 컨설팅 수진기업의 성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

컨설팅 지원사업에 참여한 기업의 공정불량률을 성과분석한 결과 컨설팅 전 평균 6.33%의 불량률이 컨설팅 이후 2.87%로 3.45%p 감소한 것으로 나타났으며, 공정불량률의 증감률은 54.60%가 감소한 것으로 나타

났다. 제조원가율의 경우 컨설팅 전 53.22%에서 컨설팅 이후 53.44%로 0.22%p 증가하였으며, 사업 참여 시기별로 보면, 16년참여 기업의 경우 2.21%p 감소 하였으나 17년 참여기업의 경우 오히려 0.22%p 증가한 것으로 나타났다. 사후관리 경험이 있는 기업의 제조원가율 감소율이 사후관리 경험이 없는 기업 보다 높게 나와 사후관리가 제조원가율 개선에 어느 정도 기여하고 있는 것으로 나타났다.

생산납기 준수율의 경우, 컨설팅 이전 94.17% 수준에서 컨설팅 이후 96.33%로 2.17% 증가 하였으며, 사업 참여 시기별로는 '16년 참여 기업이 4.69%p, 17년 참여기업은 2.17%p 증가하였다. 컨설팅지원사업에 자발적으로 참여한 기업의 생산납기 준수율 증가율이 권유에 의해 참여한 기업보다 2배 이상 높게 나타났다. 사후관리 경험이 있는 기업의 컨설팅지원사업이 생산납기 준수율 개선에 기여했다고 응답한 비율이 사후관리를 해본 경험이 없는 기업보다 높게 나타났다.

또한, 컨설팅 지원사업 참여기업의 인당 생산성은 컨설팅 이전 약 112.00 에서 컨설팅 이후 약 120.67로 8.67 증가 하였으며, 16년 참여기업의 인당 생산성은 19.17%, 17년 참여 기업은 7.7%의 증가율을 보였다. 컨설팅지원사업이 인당 생산성 향상에 기여했다는 응답이 매우 높게 나타났다.

<표 2-7> 중소기업 컨설팅 지원사업 주요성과

구 분			컨설팅 (전)	컨설팅 (후)	증감	증감율
공정 불량율	'18년조 사	'15년	2.84%	1.75%	(-)1.09%p	(-)38.34%
		'16년	3.32%	2.05%	(-)1.28%p	(-)38.38%
		'17년	6.33%	2.87%	(-)3.45%p	(-)54.60%
제조 원가율	'18년조 사	'15년	70.69%	68.56%	(-)2.13%p	(-)3.02%
		'16년	64.80%	62.59%	(-)2.21%p	(-)3.41%
		'17년	53.22%	53.44%	0.22%p	0.42%

구 분			컨설팅 (전)	컨설팅 (후)	증감	증감율
생산납기 준수율	'18년조 사	'15년	85.73%	90.53%	4.80%p	5.60%
		'16년	84.11%	88.80%	4.69%p	5.58%
		'17년	94.17%	96.33%	2.17%p	2.30%
인당 생산성	'18년조 사	'15년	198.25	225.01	26.76	13.50%
		'16년	159.11	189.61	30.50	19.17%
		'17년	112.00	120.67	8.67	7.74%

*출처 : ㈜리서치랩, 중소기업 컨설팅 지원사업 성과분석 (2018)

2.3 연구 관련 이론

2.3.1 정교화 가능성 모델

정교화가능성 모델은 인간 정보 처리행동을 설명하는 이중과정 모형(Dual-process model)중 의 하나이다(Petty & Cacioppo, 1981). 이 모델은 설득적 메시지의 내용이 어떻게 개인의 정보 기술 수용에 영향을 미치는지를 설명 하는데 유용하다(Ha & Ahn, 2011; Li, 2013)

정교화가능성 모델이 직면한 문제점은 많은 자료와 이론이 쌓여도 전통적인 수용자 등의 변수들이 어떻게 태도변화에 영향을 미치는지에 대한 의견일치가 없다는 것이었다. 이후 나온 이론이 바로 정교화가능성 모델로, 인간은 설득메시지를 접했을 때 주의 깊게 살펴보면서 결정할 것이라고 생각되지만, 때로는 무의식적으로 결정할 수 있다고 주장한다(김재휘·강윤희·부수현, 2013). 여기서 정교화가능성이란, 수용자가 설득메시지에 노출될 때 화자가 주는 정보에 주의를 기울이며 자신의 욕구에 관련지어 정보를 처리하려는 노력의 정도를 말한다. 즉, 설득자극에 대해 활발한 인지반응으로 합리적으로 이성적 판단, 평가가 이뤄지는 정도를 뜻하며 전통적인 설득모델 및 정보처리 이론에서는 수용자들의 태도가 설득적 메시지 또는 주제관련 정보의 능동적

이고 적극적인 처리과정을 통해 바꾼다고 보았으나 정교화가능성 모델은 뒤에서 밝힐 연사의 전문성, 매력, 호감도, 주변인들의 의견 등에 의해서도 설득이 이루어질 수 있음을 설명하고 이렇게 기존과는 다른 의견을 제시하고 있는 정교화 가능성 모델은 기존 이론들은 하나로 수렴해 냄으로써 설득 및 태도변화의 과정을 이해하는 포괄적인 틀을 마련했다고 할 수 있다(김영석, 2011, 김재휘·강윤희·부수현, 2013).

여러 요소들을 복합적으로 분석함으로써 수용태도, 유용성, 수용행동 등의 질적 향상에 간접적으로 이바지할 수 있다(정만수·조가연, 2012). 또한 소비자 자신뿐만 아니라 상황적 변인, 상품적 변인이 갖는 상호관련성을 연구함으로써 수행품질, 전문성, 진실성, 정확성, 신뢰성 연구에 도움이 될 수 있다(남장현·김용일·현용호, 2013)

정교화가능성 모델은 중심경로와 주변경로라는 서로 다른 두 통로를 통해서 사람들이 설득적 메시지를 처리한다고 가정한다(Chen & Ku, 2012)

중심경로는 행동의 판단을 형성하기 위한 인지적 사고로 이루어지며, 주변경로는 인지적 사고 없이 경험을 바탕으로 간단한 단서로 이루어 진다(Bhattacharjee & Sanford, 2006). 즉, 중심경로를 거쳐 일어나는 태도변화는 메시지 수용자가 특정한 설득적 메시지 내용에 세심하고 사려 깊은 주의를 기울이게 되면서, 이를 능동적이고 논리적으로 이해, 평가하는 과정을 말하며 중심경로를 통한 태도의 변화는 인지적 노력이 필요하지만, 변화를 거치면 태도의 변화도 크고, 지속하는 시간도 길 수 있다. 또한 반대석들게 대한 저항도 강하다. 주변경로는 주변단서의 영향으로 태도를 형성하거나 바꾸는 경우를 말하며 수용자가 설득적 메시지에 대한 세심한 고려의 노력 없이 메시지를 듣는 순간에 벌어지는 여러 상황에 대해 영향을 받는 것을 말하는 것으로, 설득 맥락 내의 어떤 인지적, 감정적, 행동적 단서에 근거하고 있다(정은이, 2014)

다시 말해, 정교화과정이 높으면 중심경로로, 낮으면 주변경로로 정보를 처리하는데 이는 정보원 신뢰성과 관련이 있다(Sussman & Siegal, 2003). 정보의 품질은 정보의 논거가 얼마나 설득적인지에 대한 강도이며 정보원 신뢰성은 사용자가 정보원을 믿는 정도나 신뢰하는 정도로 정의된다

(Bhattacharjee & Sanford, 2006). 따라서 정교화가능성 모델의 여러 연구를 보면, 중심경로로 정보원의 품질을 주변경로로는 정보원의 신뢰성을 중요변수로 고려하고 있다(Chen & Ku, 2012; Ha & Ahn, 2011; Li, 2013). 또한 ELM과 관련한 기존의 선행연구에서 정보원의 전문지식이나 관여도, 업무관련성 등으로 중심경로와 주변경로에 대한 조절효과를 살펴본 연구들도 찾아볼 수 있다.

2.3.2 기술수용모델(TAM)

과학이 발전해 가면서 소비자의 반응을 예측하는 것을 실생활에서 다양한 기술들을 활용하고 그에 따른 조직의 발전 방향에도 영향을 미친다. 이를 위해 소비자의 수용의도 및 행동예측을 체계적으로 설명하기 위해 많이 사용되는 기술수용모델 이론(TAM; Technology Acceptance Model)은 정보기술의 발달과 시간의 흐름에 따라 수정되고 확장을 이루어 왔다.

소비자의 행동을 예측하는 다양한 이론을 기반으로 하는 연구 중 기술수용모델은 다양한 소비자 예측 모델 중 합리적 행동이론과 계획된 행동 이론에 근거하고 있다(Davis, Bagozzi & Warshawet, 1989). 합리적 행동이론(TRA: Theory of Reasoned Action)을 기초로 혁신기술 수용 여부를 설명하고 예측하기 위하여 Ajzen(1985)의 계획된 행동이론(TPB: Theory of Planned Behavior)의 확장된 모형이라고 할 수 있다(Fishbein & Ajzen, 1975).

합리적 행동이론이란 사람이 행동할 때 행동의도에 의해 영향을 받는 것을 말하며 이때 행동에 대한 태도와 개인의 주관적 규범 및 신념, 순응동기에 의해 결정 된다는 것이다(Fishbein & Ajzen, 1975). 합리적 행동이론은 개인의 특정 행동에 대한 느낌을 나타내는 태도, 신념 및 의도 등을 알 수 있다면 개인이 실제 행동하려고 하는 것을 예측할 수 있다고 주장한다. 그러나 태도, 개인의 기준, 신념, 평가 등과 같은 추상적인 개념들을 측정하는데 어려움이 있으며 이러한 기준들을 객관화하여 연구에 사용하기가 어렵다는 의견이 제기되었다. 이에 따라 기술을 수용하는 행동을 조금 더 명료하게 설명하기 위

하여 합리적 행동이론에 사용자의 인지된 행동통제라는 변수를 추가하여 계획된 행동이론을 제안 하였다(Ajzen, 1985). 계획된 행동이론은 합리적 행동이론에 지각된 행동통제요인을 추가하여 확장한 이론으로, 어떤 행동을 하고자 할 때 스스로 통제하기가 어렵다고 판단하게 되면 행동을 실행하지 않을 확률이 높다는 것이다(윤설민, 2010). 이때 개인의 행동은 내적 요소와 외적 요소로 세분화할 수 있다(윤설민, 2010; 박용수, 한진옥, 김민수, 2012). 계획된 행동이론은 정보기술 시스템의 설계 특성과 사용자 특성, 과업 특성, 과정상의 특성, 조직 구조 등의 외부 변수가 태도나 개인의 도덕적 기준 등에 따라 이용자의 수용의도에 영향을 미친다는 것이다. 개인의 행동이 내·외부적 통제요인에 의해 영향을 받는다는 것을 모형화하고 있다(Ajzen, 1985). 계획된 행동이론은 행동에 대한 의지로 미래와 관련이 있는 행동과 연관성이 있으며 미래 행동으로 가는 과정에서 나타나는 용이함이나 어려움 등의 정도를 어떻게 나타낼지에 대해 중점을 두고 설명한다. 행위 의도는 사람들 자신들의 행동을 통제하는 정도가 높을 때 실제 행동으로 이어진다고 하였다. 외부적인 요인들은 기술의 수용을 촉진하고 통제하는 데 중요한 영향을 미친다고 하였지만, 계획된 행동이론은 이러한 요인들을 구체적으로 측정하는 하위 개념을 제시하지 못하였다.

사용자의 행동을 예측하고 정보기술을 수용하기 위해 기술 수용모형을 제시하였다(Davis, 1989). 기술수용모형은 기술의 발전으로 새롭게 등장하고 있는 뉴미디어를 수용자들이 어떤 의도를 가지고 접근하고 사용하는 지를 알아보기 위해 적용되는 이론으로 지금까지 뉴미디어가 등장하면 빠지지 않고 적용된 이론이다(김석환, 2011). 기술수용모형은 기술에 대한 인지된 유용성과 인지된 용이성으로 나뉘었다(Davis, 1989). 그중에서 인지된 유용성은 수용하는 사람이 어떠한 특정 시스템을 이용할 때, 사용하는 시스템으로 인해 자신의 업무 수행 능력이 높아 질 것이라고 믿는 정도를 뜻한다. 인지된 유용성과는 다르게 인지된 용이성은 특정 시스템을 사용할 때, 사용방법이나 숙지하는 정도 등 여러 가지 측면에서 큰 어려움 없이 수월하게 이요할 수 있는 정도를 말한다(Davis, 1989).

태도는 어떤 일이나 상황에 취하는 처지나 마음가짐으로 개인의 행동에

대한 신념을 의미한다(최재용, 홍일유, 2014). 직접적으로는 행동의도에 영향을 미치는 요인으로 인지된 유용성과 용이성에 영향을 주며 행동의도에 영향을 끼친다(장형유, 노미진, 2010). 기술수용모델의 주요 목적은 태도, 신념 및 의도에 대한 외부요인들에 대한 기초 자료를 제공하기 위함에 있다.

인지된 유용성은 이용태도에서 이용의도로 이어지면서 실제로 사용할지를 판단하였다. 또한, 인지된 유용성은 이용태도와 상관없이 이용의도에 바로 영향을 미치는지 알아봄으로써 실제로 사용하는지에 대한 여부도 판단할 수 있다. 인지된 용이성은 인지된 유용성에 영향을 미치고 이용태도와 이용의도 최종적으로 실제로 사용할지를 판단 하였다. 또한, 인지된 용이성은 이용태도로 곧바로 이어져 이용의도와 실제 사용에 대한 영향 관계를 파악할 수도 있다(Davis, Bagozzi & Warshaw, 1989)

기술수용모형은 지금까지도 계속 수정되고 보완하며 그 의미가 확대되고 있다. 그중에서도 태도가 지각된 유용성과 지각된 용이성이 이용의도에 미치는 모델에서 매개 역할이 약하다는 주장도 있어 최근 연구들에게서는 태도를 제외한 모형이 사용되고 있다. 즉, 확장된 기술수용모델에서 태도 변수의 영향력이 매개변수의 역할이 미비하게 나타남에 따라 태도 변수를 생략한 형태가 적용되기도 한다(Davis, Bagozzi, & Warshaw, 1989) 초기 기술수용모델(TAM)은 수용자들의 이용의도를 파악하기 위해 주소 사용된 모델이지만 점차적으로 초기 기술수용모델 역시 상황에 맞게 바뀌어 적용됐다. 특히, 기술수용모델과 합리적 행동이론의 비교연구를 통해 태도 변수가 포함된 초기의 TAM에서 태도 변수의 매개적 역할이 미약하여 지각된 용이성은 유용성과 함께 이용의도에 직접적으로 영향을 준다는 사실을 발견 하였다(Davis, 1989)

초기 기술수용모델에서 존재하였던 이용 태도를 제외하고 나머지 변인들이 인지된 용이성과 인지된 유용성이 이용의도와 이용 행동에 영향을 미친다는 것을 주관적 규범, 사회적 이미지, 작업 적절성, 결과 품질, 결과 가능성 같은 사회적 변인으로 추가 하였다(Venkatesh & Davis, 2000)

수용자들이 어떤 이유에서 이용하는지에 대해 알아보기 위한 기술수용 모델과 확장된 기술수용모델(TAM2)은 다양한 연구에서 많이 적용됐다. 이처럼 기존 기술수용모델을 확장시키는 이유는 기술 수요를 예측할 때 인지된 두

요인이 지각된 용이성과 유용성에 영향을 미치는 변형된 외부 변수들을 도출하는 것이 매우 중요하기 때문이다(박진표, 김재영, 2010)

혁신성과 인지적 몰입, 자기 효능감을 독립변인으로 설정한 뒤 구매의도를 파악하기도 하였다(김태문·한진수, 2009). 확장된 기술수용모델인(TAM2)을 기반으로 수용자들이 어떤 이유로 스마트폰을 선택하는지에 대해 연구를 하였으며, 채진미(2016)는 모바일 환경에서 패션제품을 구매할 때, 어떠한 요인들이 소비자의 구매의도에 영향을 주는지에 대해 확장된 기술수용모델을 통해 검증 하였다. 모바일을 통해 최근 1년 동안 패션제품을 구매한 빈도에 따라 분류하여 확장된 기술수용 모델의 차이를 분석 하였으며, 모바일 판매담당자들은 소비자의 구매경험 수준에 따른 차별화된 고객 관리를 할 필요가 있음을 시사 하였다.

국외 직구에 대한 실증적 연구로서 소비자들의 국외 직구 이용의도를 구조적으로 알아보고자 기술수용모델을 근거로 하여 살펴 보았으며, 사회적 영향, 정보탐색, 국외 직구의 지각된 이용 용이성, 지각된 유용성, 태도 이용의도로 구성 관계를 파악하였다(이영희·류미현·이승진, 2015)

확장된 기술수용모델의 연구는 개인의 특성을 설명할 수 있는 변수, 사회문화적 특성을 바탕으로 하는 변수들을 도출하였고, 이러한 선행연구들을 기반으로 정보기술을 수용에 대한 연구가 다양한 분야에서 진행되었다. 확장된 기술수용모델과 관련한 연구는 웹 사이트, 모바일, TV, 애플리케이션 등과 같은 많은 분야에서 연구가 진행 되었다.

2.4 컨설팅 수행 특성

2.4.1 컨설팅 수행품질

서비스품질의 측정을 위한 접근으로서는 SERVQUAL로 대별되는 PZB관점과 2차원 모형으로 대별되는 Gronroos 관점으로 구분된다(이유재, 이청림, 2014).

지적인 능력, 이해력, 커뮤니케이션, 설득, 동기유발 능력, 지적·정서적 성숙도, 추진력·주도성, 도덕성, 성실성, 신체 및 정신의 건강, 과거·현재·미래에 대한 통찰력, 컨설팅 프로세스, 분석 및 문제해결기술, 행동기술, 커뮤니케이션 기술 등이 필요하다고 하였으며, 영국컨설팅협회(IMC, 2015)는 전문가적 자세와 행동으로서 전문성, 윤리성, 복잡성, 책임성, 개성장, 분석, 예방적 사고, 대인관계, 전달효과성을, 컨설팅 역량으로서 지속 가능한 결과의 산출, 전문적인 기술과 지식의 응용, 관계의 구축, 고객초점을, 지식 및 시장 능력으로서 비즈니스의 이해 및 외부에 대한 인식, 기능 및 업종에 대한 전문성을 제시하였다(Kubr, 2012)

소상공인의 경영성과 결정요인에 관한 연구에서 교육지원, 컨설팅지원, 자금 지원을(이남주, 2011), 최동락(2012)은 정부의 소상공인 지원프로그램이 소상공인 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구에서 자금지원, 경영 및 경영개선을 위한 교육지원, 컨설팅 지원을, 소상공인특성과 정부지원정책 요인이 사업전략 및 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구에서 정책자금, 교육, 컨설팅 지원을 주요 요인으로 선정 하였다(김순태, 2013)

기간의 준수, 예산의 준수, 기대한 성과 및 기술에 대한 달성, 효과적이고 효율적인 할당자원의 활용, 컨설팅 결과에 대한 고객 만족 등을 컨설팅 성과에 대한 측정기준으로 제시 하였고, 서비스 품질은 제공된 서비스에 대한 고객이 인지한 품질의 정도로, 서비스 제공 정도와 개인의 기대, 지각된 서비스 정도가 다르게 나타남에 따라 일괄적인 서비스 품질에 대한 정의는 어렵지만, 서비스 품질이 추구하는 결과가 만족으로 귀결된다는 점에서 서비스 품질과 고객 만족이 연관되어 기존연구가 진행되었다(박경중, 윤재홍, 장병열, 한동철. 2016)

이러한 서비스 품질은 측정하기가 매우 어려운데, 기업에서 서비스를 표준화시켜 고객에게 제공되더라도 서비스에 대한 편차가 발생하게 되는데 가령, 서비스 제공자의 서비스 정도, 커뮤니케이션 정도가 고객에게 호의적, 비호의적 서비스 품질을 인식하게 할 뿐만 아니라, 동일한 서비스를 제공 하더라도 고객의 특성에 따라 동일한 서비스 품질 평가가 나타나지 않기 때문이다(이명식, 2010)

서비스 품질은 제공된 서비스에 대한 고객이 인지한 품질의 정도로, 서비스 제공 정도와 개인의 기대, 지각된 서비스 정도가 다르게 나타남에 따라 일관적인 서비스 품질에 대한 정의는 어렵지만, 서비스 품질이 추구하는 결과가 만족으로 귀결된다는 점에서 서비스 품질과 고객 만족이 연관되어 기존 연구가 진행되었다(박경중, 윤재홍, 장병열, 한동철, 2016)

이러한 서비스 품질은 측정하기가 매우 어려운데, 기업에서 서비스를 표준화시켜 고객에게 제공되더라도 서비스에 대한 편차가 발생하게 되는데 가령, 서비스 제공자의 서비스 정도, 커뮤니케이션 정도가 고객에게 호의적, 비호의적 서비스 품질을 인식하게 할 뿐만 아니라, 동일한 서비스를 제공하더라도 고객의 특성에 따라 동일한 서비스 품질평가가 나타나지 않기 때문이다(이명식, 2010)

서비스 품질관리를 위해서 각각의 프로세스 상 발생할 수 있는 상황에 따른 대처 방안을 제시하기 위하여, 고객이 지닌 기대와 기업이 제공할 수 있는 서비스를 파악하고 이 갭을 줄이기 위한 갭(GAP)분석 모형 활용하고 있다. 서비스 제공자와 고객의 접점 지역에서 나타날 수 있는 갭은 제공받은 서비스에 대한 고객의 지각 차이로 발생하므로 이때 기업에서는 고객의 기대와 서비스에 대한 지각의 차이를 줄임으로써 이 갭의 격차를 줄일 필요가 있음을 제시하고 있으며 제공자 갭은 서비스를 제공하는 기업에서 발생하는 갭으로 갭 분석 모형에서는 고객의 기대와 서비스 성과간의 격차를 4가지 갭으로 설명하고 있다(신지안, 2017)

서비스 품질관리 기준은 기업의 서비스 전략과 일치하며, 경쟁 기업과는 차별화된 서비스 품질을 제공할 필요가 있다. 만약 기업이 추구하는 전략과 서비스 품질관리 기준이 일치하지 않거나, 직원들의 목표 설정이 잘못되어 있거나, 경쟁사에 비해 서비스 품질관리 수준이 떨어질 경우 경쟁우위에서 벗어나기 때문에 지속적인 서비스 품질관리를 통해 고객의 지각된 서비스 품질을 호의적으로 유지시키는 등의 노력이 필요하다(Goode et al. 2014)

SERVQUAL 모형에서는 기대된 서비스와 지각된 서비스 차이로 발생하는 것을 지각된 서비스 품질로 인식하였으며 기대된 서비스의 수준이 실제 제공된 서비스와의 지각된 차이를 비교함으로써 지각된 서비스의 성과가 기대 수

준보다 낮을 경우 서비스 품질이 낮은 것으로 판단하며, 반대의 경우는 높은 것으로 판단 하였다(이유재, 라선아. 2011)

SERVPERF 모형이 성과를 효과적으로 측정할 수 있으며 서비스 산업 이용고객의 구매의도에 더 유의한 영향을 미친다는 점을 제시함으로써 서비스 품질을 통해 나타나는 성과적인 측면의 중요성을 강조하였다. 이러한 선행연구를 통해 서비스 품질 측정을 위한 모형의 변화를 살펴보았으며 SERVPERF 모형이 기존 모형의 한계점을 극복하고 성과를 강조하였다는 점에서 매우 중요한 개념임을 알 수 있다(신지안, 2017)

따라서 본 연구에서도 컨설팅 수행 특성의 컨설팅 수행 품질을 복합적이고 포괄적으로 파악하기 위해 측정모형을 사용하여 분석 하였다.

2.4.2 컨설턴트 전문성

전문가 또는 전문성은 어느 특정인이 직무를 수행하는 과정에서 사회적으로 인정받고 전문성에 영향을 주는 여러 요소들 중 지식을 바탕으로 훈련하여 일정 이상의 자격을 갖추는 것으로 시작되며(김진화, 2003) 체계적인 이론을 바탕으로 하는 죄직과 직업윤리 및 문화가 형성 되어 있는 곳에서의 기술을 바탕으로 사회에 봉사할 수 있는 직업적 능력으로 보며 이를 전문성이라고 할 수 있다.

전문성을 개인적인 차원의 관점에서 본다면 직원들이 직무를 수행할 때 태도와 행동에 의미를 부여하고 일에 대한 신념으로 업무지식에 의해 결정되면서 지속적인 업무에 대한 태도를 유지하며 지식에 의해 결정 할 자유가 있다고 믿는 태도가 이에 해당 된다(이은화, 2005, 윤용희, 2003).

전문가가 갖추어야 하는 역량을 의미하는데 이것은 직무에 관련되어 기술, 자료 수집과 분석과 관련된 정보처리 능력, 창의적인 방안제시 또는 변화를 제시하고 적응 할 수 있고 쇄신할 수 있는 혁신성, 투자와 결과를 대비하여 나올 수 있는 효율성을 강조하고 있다(고동완·안상근·류시영., 2010).

Heijden(2000)은 전문성의 구성을 지식, 기술, 사회적 인식 습득, 성장과 유연성, 성취경향으로 보았으며, 지식, 현장경험, 문제해결기술, 전문가적 행동

으로 구성된다고 하였다(Swanson & Holton, 2001). Green Wood(1957)등이 제시하고 있는 전문직의 태도의 속성을 기반으로 제시하였고, 지식, 기술을 전문성의 요인으로 구성하였고 이는 직업정체성, 전문성, 사명감과 관련되었다(이주연, 2016). 또한 지식, 경험, 기술, 자기확신, 직관, 자기생각의 표출 등 자아 발전을 전문성을 구성하는 요소라고 하였다(Germain, 2009). 전문가와 비전문가의 차이점에 대한 비교 연구를 하였는데 이 연구에서는 전문성의 구성요소가 지식, 경험, 문제해결이라고 하였다(김정아, 오현석, 2007).

또한 특정한 분야에 종사하는 직원이 스스로 느끼는 태도이자 이념이라고 정의하였으며, 고객과의 커뮤니케이션 수단으로서 활용되고 있는 것이라 하였다(유홍준·김기현·정태인, 2013). 전문가 또는 전문성은 어느 특정인이 직무를 수행하는 과정에서 사회적으로 인정받고 전문성에 영향을 주는 여러 요소들 중 지식을 바탕으로 훈련하여 일정 이상의 자격을 갖추는 것으로 시작되며 체계적인 이론을 바탕으로 하는 조직과 직업윤리 및 문화가 형성 되어 있는 곳에서의 기술을 바탕으로 사회에 봉사를 할 수 있는 직업적 능력으로 보며 이를 전문성이라고 할 수 있다(김진화, 2003).

공무원을 대상으로 한 연구에서 “일반적인 전문성의 개념에서 공통으로 등장하는 특징은 특정 영역, 전문지식과 기술, 기본 소양”이 라고 하였으며 지식 뿐 아니라 기본적으로 갖추어야 할 소양의 중요성도 함께 제시하였다(김승언, 2012). 전문성은 본인의 자발적, 직접적 노력에 의하여 연구와 경험을 하거나 외부로부터 교육훈련을 제공받음으로써 습득과 유지가 가능하다고 하였다.

전문성에 기반 하여 전문적 권위를 인정받는 정도로서 전문성에 대한 사회적 평가와 인식이라 할 수 있다. 직무 전문성은 조직의 구성원이 가지고 있는 직무 전문지식과 기술의 정도이며, 전문성은 일반인과 전문가의 전문지식 수준과 특성, 교육과 경험의 차이로서 조직의 구성원은 새롭게 발전하는 전문지식을 지속적으로 보유할 필요가 있다(배범수·이진규·김학수,, 2012).

카지노 종사원을 대상으로 한 연구에서 전문성이란 자신 의 일을 전문직으로 받아들이는 인식 및 태도라고 하였다(김엄권, 2012). 간호장교를 대상으로 한 연구에서 전문성이 독창성과 특수성, 직무에 대한 배타적 권한과 독특

한 업무특성으로 구성된다고 하였다(박안숙, 2012). 전문성의 개념에서 전문성이란 어떤 분야에 대해 상당한 지식을 갖고 그 일을 맡는 것이며, 특정 분야에 대하여 전문지식과 기술, 경험을 토대로 교육훈련을 잘 받은 사람을 전문가로 지칭한다는 개념을 파악하였다. 특정한 영역인 무형의 서비스를 고객에게 제공하기 위하여 여 교육훈련과 직무경험을 바탕으로 높은 수준의 업무를 수행한다고 밝히며, 교육훈련의 필요성을 강조하였다(정현경, 2017).

위와 같이 전문성에 대한 선행연구를 종합하여 보았으며, 전문성에는 각 특정 분야의 전문지식, 교육훈련에 의한 업무 숙련 도, 풍부한 경험과 소양이 포함되어 있다는 점을 파악하였다.

컨설턴트에 의한 직접적인 컨설팅은 개별적으로 필요로 하는 부분에 대한 개인별 발달수준에 적합한 컨설팅 방식으로 접근함으로써 스스로에게 부족한 점이 무엇이며 필요로 한 지식과 기술 및 태도가 무엇인지 정확히 파악하여 실제적으로 필요한 내용을 습득하게 되므로 전문성 향상에 도움을 준다.

2.4.3 지원사업 진실성

진정성은 “본질적으로 진실한 것”으로, 상대방의 특정행위를 의무감이 나 책임감이 아닌 진심으로 상대를 배려하는 마음에서 우러난 행동으로 인식하는지를 의미한다(Price et al., 1995). 진정성은 진실성, 사실, 정직성, 품성, 신뢰성, 실제성 등과 관련된 개념으로(Beverland, 2005), 생각이나 감정과 같은 내면상태가 외부행동과 일치하는 것을 의미한다(Harter, 2002). 진정성의 개념은 근대 서양철학으로부터 시작해 심리학, 사회학, 경영학, 인사, 마케팅 등 다양한 학문 분야에서 다뤄지고 있다. 특히 진정성이 사람들의 구매결정, 타인들과의 관계개발 여부 등 다양한 목적을 위하여 진정성 평가를 사용한다는 점이 발견되면서, 소비자행동 분야에서 진정성에 대한 활발한 연구가 진행되고 있다(Grayson & Martinec, 2004, 서용구·유혜선·김혜란, 2014).

진정성이 중요한 이유는 서비스접점에서 고객이 이를 인식할 수 있다는 것과 이러한 인식이 고객의 지각된 서비스품질에 영향을 미칠 수 있다

는 것이다(김상희, 2010). 서비스 접점에서 단순한 감정노동의 수행이 기업의 이익을 증대시키는 것이 아니라 진정성이 담긴 감정노동을 수행하는 것이 궁극적으로 기업의 이익을 높일 수 있는 방법임을 제시하고 있다. 즉 서비스제공자의 공감력과 표현력의 조합으로 서비스제공자인 직원의 내면 행위와 표현행위가 달라진다는 것이다. 단순히 꾸며진 표면적인 감정표현보다 고객에게 긍정적인 인식을 얻을 수 있는 진정한 내면적인 감정표현이 중요함을 알 수가 있다. 서비스접점에서 종업원이 긍정적 감정을 표현했다하더라도 고객이 지각하기로 진정성이 결여되었다고 느끼면 진정성 결여에 대한 고객의 부정적 평가와 행동으로 조직에 대한 이미지도 기업이 원하는 방향과 역의 방향으로 진행되어 궁극적으로 고객평가와 행동에서 마이너스효과가 발생할 수 있음을 의미한다. 따라서 단순히 꾸며진 표면적인 감정표현이 중요한 것이 아니라 고객에게 긍정적인 인식과 행동할 수 있도록 유발하는 진정한 내면적인 감정표현이 중요하다. 즉 고객들은 제품이나 서비스자체만으로 만족하지 않고 고품질의 경험을 원하고 있는 것이다.

오늘날 많은 고객들은 서비스제공자로부터 꾸며진 서비스가 아닌 진정한 서비스를 원하고 있으며 이로 인해 기업은 가식적인 상호작용이 아니라 진정한 상호작용을 전달해 주어야한다고 언급하면서 이러한 경험의 핵심적 요소로 ‘진정성’을 보았다(Gilmore & Pine, 2007). 서비스제공자가 서비스접점에서 고객의 욕구를 정확하게 파악하여 진정성이 담긴 서비스를 제공해 줄 경우 고객 경험의 질은 높아지고 이는 결국 고객만족과 고객충성심을 얻는 원천이 된다(Greenbaum, 2000). 최근 들어 서비스기업에서 가장 중요하게 인식되고 있는 요소 중의 하나가 진정성이며, 진정성이 담긴 서비스의 제공은 오늘날 서비스차별화의 핵심요소로서 기업의 경쟁우위의 원천이 되고 있다(Gilmore & Pine, 2007).

김상희(2010)는 고객과의 관계에서 인지적 편익을 전달하는 것이 아닌 인간적인 느낌, 배려, 애정 등을 고객들이 인지할 수 있도록 전달하는 것이 중요하다고 언급하면서 진정성의 참된 의미를 언급하였다. 진정성의 세부항목으로 진실, 정직, 투명성, 믿음, 신뢰 등을 언급하면서 상호간의

의사소통의 중요성과 일관된 품질 및 일관된 행동과 태도 그리고 따르고 싶은 모범적인 모습 등을 CEO의 진정성 있는 성품으로 제시하였다(백인아, 2013).

2.4.4 컨설팅 정확성

정확성이라 함은 일반으로 제2언어 수행이 규범으로부터 벗어나거나 순응하는 정도를 말하는데 연구 목적에 따라 목표어나 다른 언어, 화자는 학습자 자신의 언어를 기준으로 규범에서 벗어난 정도를 말한다(Towell, 2012).

정확성의 개념은 오류 분석의 개념과 부분으로 상통하는 부분이 있다. 그리고 연구자는 학습자 언어가 목표어의 규범에서 얼마나 벗어났는가를 악하고 그 정도를 기술하게 된다. 그러나 이러한 단순 개념과는 달리, 자료에 나타난 정확성을 해석하기 위해서는 보다 구체적인 개념 정립이 요구된다. 이는 정확성의 범위를 어디까지 표기해야 하는가와 관련된 것으로 궁극적으로는 오류의 기이 문법성이나 수용성이나의 문제와 직결된다.

정확성의 개념에 맥락에 따라 수용성까지 해석되어야 함을 강조한다(Housen et al., 2012). 그러나 이러한 주장은 연구자에 따라 일치하지 않는 경향을 보인다. 기존의 연구 의사소통을 구성하는 정도에 따라 오류의 무게를 부여하는 연구의 문제를 말하며 이는 정확성의 측정이 아니라, 이해 가능성의 여부를 단하는 것으로 같은 구인으로 볼 수 없다고 보았다(Homburg, 1984). 이러한 입장은 정확성의 범위를 구조적으로 한정하여 주 해석에 의한 판단을 배제 하려는 입장이다(Pallotti, 2009).

정확성에 한 개념과 더불어 이를 측정하는 척도 한 연구에 따라 다양한 양상을 보인다.

2.4.5 컨설팅 신뢰성

신뢰는 어떤 사람이나 사물의 정직함, 언행일치, 약속의 이행, 거짓이나 위선이 아닐 것이라는 믿음, 어떤 일이나 역할이 제대로 수행될 수 있을 것이라는 일종의 기대 혹은 기대감을 의미한다. 신뢰는 보통 불확실성이 제도화함에 따라 순응의 발생이 확실해지는 상황에 신뢰가 형성된다(홍재우, 2016).

신뢰는 일정 수준 이상의 신뢰성이 확보되었을 때 주어지는 것으로, 이때 일정 수준이란 신뢰자가 특정 상황적 맥락 속에서 개인적으로 결정하는 문제이다(Caldwell & Jeffries, 2001). 신뢰성을 연속선상에서 한 개인의 행동이 신뢰 제공 여부를 결정하는 사람에 대한 윤리적 의무를 어느 정도 충족시키고 있는지 주관적으로 인식하는 지점이라고 정의하고 있다(Caldwell & Clapham, 2003). 이 정의는 인식의 주체가 주관적으로 판단하게 되는 상대방의 객관적 행동이 존재하며, 이러한 행동은 기대하는 보상을 받고자 하는 마음에서 기꺼이 위험을 감당하겠다는 상대방의 의무와 의지의 표현이라는 사실을 전제하고 있다.

신뢰를 상대방의 말이나 약속이 믿을 만하고 관계에서 의무를 다할 것이라는 믿음의 정도로 정의하였으며, 믿을 수 있는 의도가 결합되어야 하며 상대방의 감시나 통제능력에 상관없이 기꺼이 위험을 감수하려는 의지 또는 타인의 의지나 행동이라 정의하였다(문병석, 이화진, 2010).

상호적 공정성과 관리자와 조직 전체에 대한 신뢰간의 관계에 대한 연구를 진행했다(Hubbell & Chory-Assad, 2005). 절차적 공정성은 조직과 관리자에 대한 신뢰를 예측할 수 있고 분배의 공정성은 관리자에 대한 신뢰를 예측할 수 있지만 조직에 대한 신뢰는 예측할 수 없었다. 간호사들의 정의, 신뢰 및 곤경에 대해 연구를 수행했다. 이들은 상호적 공정성과 직접적이고 긍정적인 관계를 보여주며, 상호적 공정성은 조직신뢰의 수준과 곤경에 대해서도 직접적이고 긍정적인 관계를 갖는다고 주장하였다. 결국 곤경은 조직신뢰 수준에 직접적 영향을 주며 이는 직무만족수준에 직접적 영향을 준다는 것을 확인 하였다(Laschinger & Finegan, 2005).

2.5 정보 수용태도

정보의 수용이란 소비자가 정보를 접함으로써 취하는 하나의 행동유형을 의미하는데 구매결정에 정보를 사용하거나, 이를 타인에게 전파하거나, 제품이나 서비스에 대한 지식이 상승되거나, 이미지가 긍정적으로 변화되었다고 지각하는 것을 의미한다(Pitta & Fowler, 2005). 다양한 정보교환의 경험은 반드시 소비자의 상품이나 서비스에 대한 선택태도와 구매행동에 영향을 미치게 된다. 구전수용에 대하여 구전정보에 대한 호의적인 태도 혹은 구매의도를 형성하는 것이라고 정의하였다(Harrisom-Walker, 2001).

구전에서의 수용은 구전정보에 대한 호의적인 태도를 형성하고 구매의도를 형성하는 것이고, 구전 활동은 타인에게 구전 메시지를 전달하는 행위라고 정의하였다(Harrison-Walker, 2001).

ELM(Elaboration Likelihood Model: 정교화 가능성 모델)에 의하면 수용자는 메시지에 노출되면 그 것을 처리하기 시작하는데, 이 때 그 자신의 관여도에 따라 설득의 두 가지 통로 중 하나를 선택하게 된다(Petty & Cacioppo, 1986). 관여도가 높은 수용자는 중심 경로를 통해 메시지를 처리하고 관여도가 낮은 경우에는 주변경로로 메시지를 처리하게 되는데, 수용자가 정보를 중요한 것으로 판단할 경우 메시지에 대해 적극적으로 생각하려하고 태도도 변화시키려 하지만 그렇지 않을 경우 메시지의 내용보다는 정보원의 매력이나 메시지가 제시되는 맥락, 메시지를 통해 느끼는 감정 등의 주변적 단서에 영향을 받는다(Petty & Cacioppo, 1986).

중심경로를 통하여 형성된 태도는 장기간 지속되고 다른 부정적 정보에 노출되더라도 이에 저항하게 하며 행동에 영향을 줄 가능성이 높다(임동진, 2011). 반면, 주변경로를 통하여 인지한 정보는 일시적인 태도를 형성하게 하고 부정적 정보에 노출될 경우 쉽게 변할 수 있으므로 행동으로 이어질 가능성이 낮다(임동진, 2011). 이러한 판단 경로 선택은 메시지를 처리하려는 동기와 능력의 정도인 정교화 가능성에 따라 달라진다(Cacioppo & Petty, 1984). 메시지 내용에 대해 관심이 없거나 메시지를

처리할 능력이 부족할 경우 메시지를 제공한 원천이나 메시지 전달 상황과 같은 메시지의 내용과 직접적 관련이 적으면서 알아내기 쉬운 속성에 기초하여 메시지를 처리하게 되는 것이다(Wood, 2000).

SNS는 오프라인 상에서 알고 있는 사람들을 온라인까지 연계하여 관계를 형성하도록 해주는 서비스이므로(Steinfeld et al., 2008) SNS에서는 일반적으로 자신과 사회적 배경이나 관심사가 비슷한 정보 제공자의 메시지를 전달받게 된다. 그러므로 SNS에서 접하게 되는 구전정보는 관심 있는 정보일 확률이 높아 중심경로를 거쳐 처리되는 경우가 많을 것이고 이것이 행동에도 영향을 미칠 가능성이 높을 것이다.

소셜미디어(웹사이트, 블로그, 게시판, 사용자리뷰 등)를 통해 전파되는 온라인 구전의 정보수용은 소비자의 구매의사결정 뿐 아니라 소비자의 행동이나 기업의 이미지에 영향을 미친다고 하였다(Chatterijee, 2001). 또한 구전 수용은 구전 활동에 영향을 미치는 요인으로 수용 정도와 재전달 활동의 방향성이 서로 일치하지 않는 경우도 있다. 왜냐하면 개인의 성향에 따라 수용도가 높다고 해서 재전달을 하지 않는 경우도 있기 때문이다(이나검, 2015).

선행연구에 따르면 온라인 구전정보 수용에 미치는 영향요인은 첫째, 신뢰성이다. 전달자에 대해 신뢰도를 높게 지각할수록 구전 수용의도에 미치는 영향력이 높다. 즉, 정보원천에 대한 신뢰성이 중요하게 작용한다는 의미이다. 둘째, 정보의 유용성이다. 인지된 구전정보의 가치와 관련이 있어 유용하다고 지각한 정보에 반응하여 구전수용을 하게 된다(Chiou & Cheung, 2003). 셋째, 유대강도이다. 네트워크 내에서 관계를 맺고 있는 사람들 간의 유대강도가 높을수록 구전정보의 수용도 높아지는 것으로 나타났다(Wirtz & Chew, 2002). 넷째, 전문성이다. 정보원이 지니고 있는 전문적 지식과 정보의 객관성을 기반으로 형성되며, 정보 수신자가 정보원의 전문성을 높게 지각할수록, 그 정보에 대한 가치를 높게 평가하여 구전을 수용한다(Ohanian, 1990).

2.6 지각된 유용성

기업이 새로운 정보기술을 도입하였을 때 사용자가 그 기술을 어떻게 받아들이고 행동하느냐 하는 것은 정보기술의 성패에 중요한 영향을 미치게 된다. 정보기술의 도입에 따른 사용자의 행동을 설명하는 이론으로 기술수용모델(TAM: Technology Acceptance Model)을 발표하였다. 기술수용모델은 사회심리학 분야의 합리적 행동 이론을 근거로 하여 수용자가 정보기술을 수용할 때 영향을 미치는 요인을 신념-태도-행위 간의 관계를 통해서 설명하는 이론이다. 수용자 개인의 신념은 태도에 영향을 미치고, 태도는 행위의도에 영향을 미치고, 나아가 행위 의도는 실제 행위에 영향을 미친다는 것이다. 이 때 기술수용과정에서 중요한 신념으로 ‘지각된 유용성’과 ‘지각된 이용 용이성’ 개념을 도입하여 기술수용과정을 설명하였다. 여기서 지각된 유용성은 특정 기술을 이용하는 것이 개인의 성과를 향상시킬 것이라고 그 개인이 믿는 정도를 말하며, 지각된 이용용이성은 특정 기술을 이용하는 것이 신체적, 정신적 노력을 줄여 줄 것이라고 개인이 믿는 정도를 말한다(Davis, 1989).

기술수용모델의 유용성에도 불구하고 모델의 구성변수가 다양한 정보시스템 환경을 온전하게 반영하고 있지 못하다는 지적이 있었고 이러한 문제를 해결하기 위해 모델을 보다 정교화 하려는 노력이 있었다. Venkatesh & Davis는 비자발적 사용 환경에서는 주위의 영향력에 대해 수용자가 느끼는 주관적 규범이 사용 의도에 영향을 미칠 것으로 보고 TAM의 선행 변수를 확장하였다. 그들은 사회적 영향 프로세스(주관적 규범, 자발성, 이미지)와 인지적 도구 프로세스(직무적절성 또는 업무관련성, 결과 품질, 결과 설명력)를 지각된 유용성의 영향 요인으로 하여 인과관계를 검증하는 방식으로 기술수용모델을 발전시켰다(유재현·박철, 2010).

기술수용모델을 전자뱅킹에 적용한 연구에서 지각된 유용성과 지각된 이용 용이성이 사용자 태도에 유의한 영향을 미치고 이들이 다시 사용자 적응에도 영향을 미친다고 주장하였다(Jahangir et al, 2008).

금융 정보시스템의 사용과 관련한 연구에서 유익하다고 지각된 시스템

은 사용자의 태도와는 상관없이 받아들여진다고 하면서 지각된 유용성이 가장 중요한 결정요소라고 주장하였다(Bugembe, 2003).

지각된 유용성은 특정한 시스템을 사용하는 것은 개인의 직무성과를 향상시킬 것이라고 믿는 정도를 의미하며, 새로운 정보기술이나 서비스를 이용해서 자신의 업무에 도입하였을 경우, 이용자가 유용하다고 느끼는 인지정도, 기술을 수용하는 것이 그 기술을 수용하지 않고 살아가는 것보다 더 낫다고 지각하는 정도 또는 기술이 자신의 목적을 달성하는 데 있어 가치가 있는 것으로 지각되는 정도로 정의하였다(정득일, 2017).

2.7 컨설팅 수용행동

행동 의도는 사회과학의 각 연구 분야나 대상에 따라 명칭과 의미가 다양하게 해석되어왔으며, 특히 소비자의 행동을 대상으로 하는 마케팅 분야에서 핵심요소로써 활발히 연구되어왔다(조은혜, 2015).

계획행동이론에서의 행동 의도는 행동에 대한 태도, 주관적 규범, 지각된 행동통제의 세 가지 요소에 의해 결정되고, 개인이 행동을 실천하기 위해 얼마나 열심히 노력하고 계획하는지를 나타내며, 어떤 행동을 수행하기 위한 행동의도는 그것이 노력을 발휘하려는 사람의 의지와 동기 수준을 반영하기 때문에 그 행동의 가장 핵심적인 결정요인으로 작용 한다(박송근, 2015).

배성화·노정희·강혜정.(2015)는 행동의도를 행동이 일어나기 전에 인지되는 개인의 주관으로 보고, 행동에 대한 예측이 가능한 측정도구라고 하였고, 행위자가 행동을 실현하기 위하여 노력하는 정도로 보았다(Ajzen, 1991).

웹사이트의 e-서비스품질이 관계의 질 및 e-충성도에 미치는 영향 연구에서 e-서비스의 품질이 수요자와의 관계는 물론 제품에 대한 충성도에 긍정적 효과를 미치게 되어 해당 웹 사이트를 계속 활용하게 된다고 하였다(박종혁, 김태희, 2011). e-서비스가치, 관계품질, 수요자 충성도 간의 관계 연구에서 e-서비스 가치가 수요자와의 지속적인 거래관계 및 유대 관계 구축은 물론 수요자의 지속적인 활용도 향상에 중요한 역할을 한다고 하였다(신재익·정기환·김금수, 2012). 과학기술정보 수요자의 지속사용의지 영향 요소 분석 연

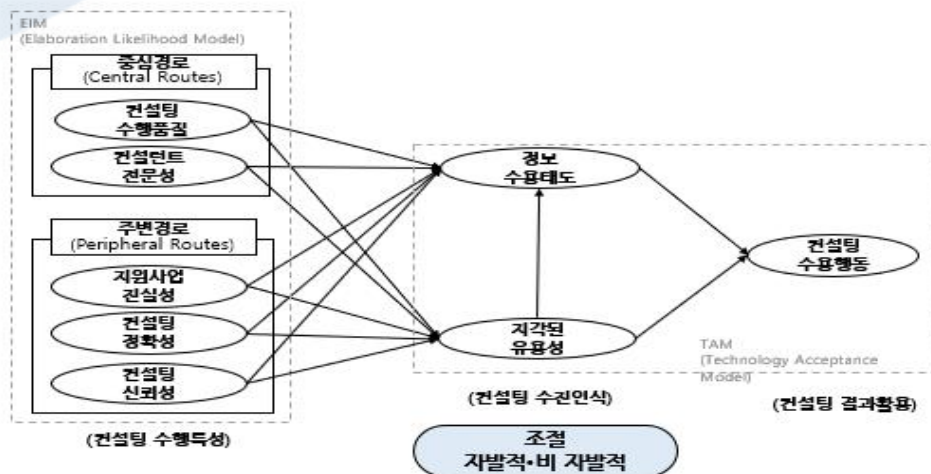
구에서 이용자가 느끼는 고객가치와 활용도에 미치는 영향 요소 실증 분석으로 정보의 서비스품질이 서비스의 활용도에 유의한 상관을 보이고, 고객가치가 정보 서비스품질과 활용도를 매개하는 것으로 설명하였다(권혁근, 서상혁, 2013).



Ⅲ. 연구모형 및 가설 설정

3.1 연구모형

본 연구는 정교화 가능성 모델(Elaboration Likelihood Model), 기술수용 모델(Technology Acceptance Model)의 구조와 확장된 기술수용모델의 변수를 사용하여 Petty & Cacioppo (1984), Davis(1989)와 Venkatesh & Davis(2000)로 중소기업컨설팅 지원사업의 컨설팅 수행특성에서 컨설팅 중심 경로와 컨설팅 주변 경로가 컨설팅 수용행동에 대한 원인을 규명하고자 하였다. 수용행동을 파악하는 과정에 제시해온 정보 수용태도와 지각된 유용성이라는 두 가지 중요한 변수들을 매개변수로 설정하였다. 컨설팅 중심경로를 설명할 수 있는 변수들을 컨설팅 수행 품질, 컨설턴트 전문성과 컨설팅 주변 경로인 지원사업 진실성, 컨설팅 정확성, 컨설팅 신뢰성을 독립변수로 설정하고, 최종적으로 하여 컨설팅 수용행동에 대해 파악해 볼 수 있는 구조를 설계함으로써 각각의 변수에 대한 인과관계를 파악하고자 한다. 그 구체적인 내용은 아래 <그림 3-1>에서 제시한 것과 같다.



<그림 3-1> 연구 모형

3.2 연구가설 설정

3.2.1 컨설팅 중심경로가 정보 수용태도, 지각된 유용성에 미치는 영향

고객으로부터 좋은 행동의도를 얻기 위해서는 서비스품질, 가치, 만족 등의 3개 요인들이 유사한 역할을 하여야 한다(Oh, 2000). 지각된 품질과 고객만족에 관한 기존연구들을 살펴보면 일반적으로 양자 간의 상관관계는 긍정적이면서 통계적으로 유의한 경향이 있다고 볼 수 있으나, 일부의 연구들은 부정적이거나 통계적으로 유의하지 않은 결과를 제시하기도 하였다(박상준, 2014). 마케팅연구에 있어서 지각된 품질과 고객만족은 주요변수로 취급되어 왔다고 하였다(박윤서, 2003). 또한 지각된 품질은 제품의 가치인식에 긍정적인 영향을 미친다고 하였다(이유재, 라선아, 2006). 즉, 소비자가 제품에서 인식하게 되는 품질수준이 높을수록 품질의 지각된 가치는 커지게 되는 것이다(김남수, 2008). 이러한 선행연구를 바탕으로 컨설팅 수행 품질이 수용태도, 지각된 유용성에 유의한 영향을 미칠 것으로 판단하였다.

전문성의 구성요소로 측정하는 방법과 과정, 결과에 대한 측정이며 구성요소로서의 측정은 다양한 요소들을 각각 측정하여 합산하는 것이다(오현석, 김정아, 2007). 측정방법이 얼마나 기억을 하는지에 대한 기억력을 중심으로 지식을 측정하거나 또는 학습과 경험으로 습득되었지만 외적으로 나타나지 않는 지식 또는 경험에서 오는 노하우를 중심으로 측정하는 방법으로 대부분이 이루어져 있다.

전문성에 대한 기존의 구성요소에서 인지적·정의적 영역을 추가하여 연구를 진행 하였다(Heijiden, 2000). 많은 지식과 기술을 보유 하고 있다고는 모두 전문성이 높다고 할 수 없으며 다른 사회구성원으로 부터의 인정을 받는 것 또한 필요함으로 추가 되었다. 또한 비슷한 분야에서도 기존의 전문성을 발휘 할 수 있어야 하며 자아개발능력으로 성장 할 수 있는 능력이 있어야 함으로 인지적·정의적 영역을 사회적 인식습득, 성장과 유연성, 성취 경향으로 만들어 전문성 측정을 시도 하였다.

고객의 선택요인으로 전문성 서비스, 품질 이미지로 구분하고 이들 속성이

고객 만족도에 미치는 영향을 규명하였으며, 고객 선택요인에서 전문성이 고객만족에 가장 중요한 영향을 미치고 있음을 알아내었다(조명숙·김은숙·김미자, 2004). 전문가 자질성이 고객만족도에 향을 미치나 고객충성도에는 향을 미치지 않았다고 주장하다(심호석·이재맹, 2007). 고객신뢰에 영향을 미치지 않았으며, 고객신뢰는 계속거래의도에 유의한 향을 미침을 알아내었다(이경희·정갑연·장용운., 2016). 서비스의 문성품질이 서비스만족도와 충성도에 유의한 영향을 미치고 있다고 주장하였다(신건권, 최보람, 2013).

이상과 같은 선행연구들을 토대로 본 연구는 컨설팅의 중심경로가 높으면 정보 수용태도, 지각된 유용성이 높아진다는 가설을 설정하였다.

H1(가설 1) : 컨설팅 수행 품질이 정보수용태도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

H2(가설 2) : 컨설턴트 전문성이 정보수용태도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

H3(가설 3) : 컨설팅 수행 품질이 지각된 유용성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

H4(가설 4) : 컨설턴트 전문성이 지각된 유용성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

3.2.2 컨설팅 주변경로가 정보 수용태도, 지각된 유용성에 미치는 영향

기업의 진정성 및 서비스품질 연구에서 서비스직원의 감정노동이 조직의 이익창출과 충성고객확보를 위한 목표와 부합해야 하기 때문에 서비스과정의 진정성의 중요함을 언급하였다(황중국, 2014). 서비스제공자가 서비스를 실행하는 과정에서 행동 의도를 파악하고 고객과의 상호 작용 속에서 고객의 욕구를 충족시키기 위한 자발적인 반응과 행동을 보여줌으로써 고객과 서비스 제공자사 이에 진정한 교감이 생기며, 서비스 전 과정상 발생한 교감이 서비스목적 달성에 도움이 된다(Neff et al., 2006).

서비스과정의 진정성이 높을수록 일관된 태도와 장기적 진실성을 보이게

되며 상호간 의사소통이 긍정적인 관계를 유지시켜 서비스과정에 대한 만족감과 신뢰성이 생긴다고 하였다(이미향, 2012). 서비스상품은 눈에 보이지 않고, 경험에 의존하는 경향이 크기 때문에 처음과 끝이 한결같은 서비스과정의 일관성이 중요하며 분명한 주제를 가지고 일관되게 서비스를 제공하는 진정성이 기업의 경쟁우위를 확보하게 할 수 있다고 주장했다(Greenbaum, 2000). 서비스 활동에서 서비스진정성은 경쟁우위를 얻기 위한 중요한 요소이며 공감적 인간관계 또한 진정성에서 비롯되며 고객지향적 진정성이 고객 만족을 높일 수 있는 중요한 요소임을 지적했다(Sirianni et al., 2013). 소비자는 진정한 서비스를 제공하는 제품을 찾고 결정하는데 시간과 노력을 아끼지 않으며 이에 대한 진정성이 성립되면 기업에 대한 충성도가 더 높아진다고 하였다(Liao & Ma, 2009). 오늘날 소비자들의 마음을 사로잡기 위한 전략으로 소비자를 위한 특별한 혜택, 탁월한 서비스 또는 혁신적인 기술도 중요하지만 소비자와의 깊은 유대관계와 진정성에 기인한 신뢰를 형성하는 것이 무엇보다도 중요하다고 하였다(Napoli, Delaporte & Beverlandl, 2016).

서비스 제공자의 진정성에 대한 고객 지각은 서비스품질에 중요한 결정적 요인으로 단순히 서비스 공업화에 근거한 진정성 없는 거짓 서비스를 배제하고 고객을 진심으로 대하고 마음에서 우러나는 따뜻한 서비스를 제공하려고 노력해야 한다고 하였다(전외술, 박성규, 2013). 진정성 서비스를 고객이 느낄 수 있는 진정성, 진심에서 우러나오는 서비스, 자신의 내면을 드러내 보이는 서비스, 서비스 종사원의 인간적인 느낌을 서비스의 진정성이라고 하였다(김문섭, 강운식, 2016). 진정성 서비스를 기업의 마케팅 차원의 포장에서 벗어나 지속가능한 경쟁력 확보 차원에서 접근될 필요가 있으며, 1회성 이벤트나 설득적 마케팅이 아닌 진정성을 가지고 지속적인 사회적 책임 활동을 유지, 운영하는 것이 중요하다고 하였다(윤설민, 김지희, 한진수, 2015).

진정성은 자아에 대한 확신에 의해 동기 부여된다 하였으며, 현재의 감정 상태와 표현해야 되는 행동의 차이에 의해 결정 될 뿐만 아니라, 개인이 진정성 있는 서비스를 제공하고자하는 노력에 의해서도 영향을 받을 수 있다고 하였다(Shamir & Eilam, 2005). 진정성이 고객의 행동의도에 미치는 영향에 대해 분석한 결과 진정성에 의한 서비스 성과는 구전의도에 의해 준거집단

및 잠재소비자에게 까지 긍정적인 영향이 있다고 하였다(조원섭, 2017).

정확성에 대한 개념과 더불어 이를 측정하는 척도 또한 연구에 따라 다양한 양상을 보인다. 특정 항목 중심의 지엽적 측정은 특정한 행동이나 사건을 표현하기 위한 특정 연결어미나 언어 구조와 같은 특수한 언어 자질의 출현에 초점을 맞춘 연구에 적합하다(Robinson et al., 2009). 최근, 복잡성, 정확성, 유창성 연구에서 미세 발생적인 관찰의 필요성이 다시 제기되면서 보다 면밀한 관찰을 하기 위해 정확성의 지엽적 측정과 일반적 측정을 혼합하여 사용하는 양상이 대두되고 있다(Tonkyn, 2012; Polat & Kim, 2014).

신뢰성이 소비자태도 형성에 영향을 미치는 것으로 나타났고, 소비자가 메시지를 인식할 때 경험의 보유정도와 지식 및 객관적인 정보능력으로 정보의 신뢰성을 평가하며 전달자의 전문성과 진실성에 의해 영향을 받는다(이유재, 2000).

SNS 특성이 제품에 대한 태도, 구매 의사 및 추천행동에 미치는 영향에 대한 연구에서 구성원들에 대한 정보의 신뢰, 커뮤니케이션 내용에 대한 신뢰, 사용자들이 게시한 정보에 대한 신뢰가 높을수록 제품에 대한 태도가 호의적이거나 긍정적으로 나타났고, 제품에 대한 태도를 통해 구매의사에 높은 영향을 미치는 것으로 나타났다(홍다운, 2011). 즉 태도가 신뢰성 혹은 구매의도에 매개적인 역할을 할 수도 있다는 것을 알 수 있다. 정보신뢰와 태도가 수용의도에 미치는 영향에서 여행정보 검색 시, 정보제공자가 편견 없는 생각과 의견 등을 솔직하게 제시한다고 신뢰하며, 소비자가 지각하는 신뢰를 매개로 수용의도와 온라인을 통해 호의적 태도에 영향을 주는 것으로 확인되었다(이상기, 2011).

e-서비스품질이 e-수요자 만족과 e-신뢰 및 행동의도에 미치는 영향 연구에서 e-서비스품질은 수요자 만족과 밀접한 관련이 있으며, 수요자의 만족은 해당 항공사에 대한 신뢰로 이어지고 그 신뢰는 충성도로 이어진다고 밝혔다(김미정, 2013).

온라인 구매환경에서 e-서비스품질, 만족과 신뢰가 온라인 수요자에 미치는 영향 연구에서 e-서비스품질에 대한 수요자의 만족과 신뢰는 구매 환경에서 재구매를 유도하므로 신뢰성을 높이는 것이 재구매를 촉진하는 정보품질

이 된다고 하였다(김은희, 2016). 감정노동이 종업원 심리상태에 미치는 영향 관계에서 상사의 신뢰성을 조절효과로 연구하였다(박대훈, 2015).

이를 통해 신뢰의 하위 요인 중 호의적 행동과 성실성은 인격적으로 존중을 받는다고 느끼며, 개인 성취감을 느끼게 할 수 있다는 것을 확인할 수 있다. 평생교육기관 경영자의 리더십, 상사신뢰, 구성원의 직무태도, 조직성과 간의 구조적 관계를 연구에서 모든 변인이 직간접적으로 영향관계에 있다는 것을 확인하였다(조현구, 최은수, 2015). 병원간호사의 셀프리더십과 팀 신뢰성이 조직몰입에 미치는 영향 관계의 연구에서 셀프리더십과 팀 신뢰성은 조직몰입에 중요한 영향 요인임을 확인할 수 있었다(김세영, 외, 2016). 신뢰성, 조직몰입은 상호가 긍정적인 관련성이 있었으며, 신뢰성이 조직몰입에 영향을 주는 중요한 요인으로 확인하였다.

리더 신뢰성이 리더에 대한 신뢰와 조직몰입에 미치는 영향과 리더 공정성 및 리더 개방성의 조절효과에 관한 연구를 하였으며, 그 결과 구성원이 인지하는 리더의 신뢰성인 리더의 능력, 성실성, 선의는 모두 신뢰와 조직몰입에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 리더의 공정성 및 리더의 개방성도 긍정적인 조절효과를 보인 것을 확인하였다(김수 외, 2018).

이상과 같은 선행연구들을 토대로 본 연구는 컨설팅의 주변경로가 높으면 정보수용태도, 지각된 유용성이 높아진다는 가설을 설정하였다.

H5(가설 5) : 지원사업 진실성이 정보수용태도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

H6(가설 6) : 컨설팅 정확성이 정보수용태도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

H7(가설 7) : 컨설팅 신뢰성이 정보수용태도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

H8(가설 8) : 지원사업 진실성이 지각된 유용성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

H9(가설 9) : 컨설팅 정확성이 지각된 유용성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

H10(가설 10) : 컨설팅 신뢰성이 지각된 유용성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

3.2.3 정보 수용태도가 컨설팅 수용행동에 미치는 영향

인터넷 패션커뮤니티에서의 패션정보 확산과 수용에서 네트워크 특성이 미치는 영향을 실증적으로 분석하였다(송기은, 2011). 스마트폰 미 사용자의 수용의도에 대해 연구하였다(김성일·김정일, 2012). 관광정보의 품질이 사용 용이성에 영향을 미치고 지각된 용이성이 지각된 유용성에 영향을 미쳐 사용 의도에 긍정정인 영향을 미치게 된다고 하였다(김조영 외, 2013). 광고 메시지에서 티켓을 명시했을 경우 수용자는 외적 상황에 주목하게 되어 부정적으로 받아들인다는 것을 밝혀내었다(유재미, 2009). 정보 수용은 구전 활동, 수용자의 태도, 행동의도에 포함된 개념으로 많이 다루어져 왔다. 구전정보의 수용 수준에 미치는 영향을 메시지의 특성에 관련하여 살펴보았으며 메시지의 동의성, 생동감, 적시성이 높을수록 유용성이나 신뢰성이 높아져 정보수용 수준이 높아진다고 하였다(이철성 외, 2013). 이용자의 성별이나 학력, 후기 생산에 대한 적극성 등에 따라 정보수용 수준도 달라진다고 하였다(허경옥, 2013).

정보의 수신자가 구전정보 제공자에 대해 자신과 유사하다고 여길수록, 수신자 스스로가 인지하고 있는 자아통제의 정도가 강할수록 구전정보 수용이 더 용이하다고 하였다(김홍수, 2003). 구전정보의 수용 수준에 미치는 영향을 메시지의 특성에 관련하여 살펴보았으며 메시지의 동의성, 생동감, 적시성이 높을수록 유용성이나 신뢰성이 높아져 정보수용 수준이 높아진다고 하였다(이철성 외, 2013). 이용자의 성별이나 학력, 후기 생산에 대한 적극성 등에 따라 정보수용 수준도 달라진다고 하였다(허경옥, 2013). 수용태도는 구매결정에 대한 정보를 활용하고 이를 타인에게 전파할 의사가 있다고도 볼 수 있다. 이러한 태도가 상품이나 서비스에 대한 지식의 상승, 이미지의 긍정적 변화를 가져온다고 할 수 있다

이상과 같은 선행연구들을 토대로 본 연구는 정보 수용태도가 높으면 컨

선택 수용행동이 높아진다는 가설을 설정하였다.

H11(가설 11) : 정보수용태도는 컨설팅 수용행동에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

3.2.4 지각된 유용성이 컨설팅 수용행동에 미치는 영향

기술혁신에 따른 다양한 변화를 받아들이는 직장인을 대상으로 한 연구에서 개인적 성향과 업무성과 간의 관계에 있어서 지각된 유용성의 매개효과가 크다는 연구결과를 발표하였다(하정수, 2016). 스마트워크 근로자의 직무 효율성과 직무 자율성이 높을수록 직무만족이 높아져서 지속적 이용의도가 향상되는데 지각된 유용성은 이들 간을 매개한다는 연구 결과를 발표하였다(박철한, 2015). 모바일 오피스를 도입한 외식기업을 대상으로 한 연구에서는 모바일 오피스에 대한 사용자의 지각된 유용성이 지식경영 활동 요인 중 지식 공유, 지식 창출에 정의 유의한 영향을 미치고, 모바일 오피스를 활용한 지식경영 활동은 업무성과에 정의 유의한 영향을 미친다는 실증분석결과도 발표되었다(이형률, 이금실, 최형민, 2013).

지각된 유용성은 기술수용모델에서 정보시스템의 이용 태도와 행동적인 이용 의도의 선행 변수가 됨을 설정하고 있다. 후기 수용모델에서는 이를 정보시스템의 만족과 지속 이용 의도의 선행 변수로 설정하고 있으며, 지각된 유용성은 제품이나 서비스 이용자의 이용 후 행동에 영향을 미치는 선행 변수로 설정하고 있다(Bhattacharjee, 2001; 김준우, 2007).

지각된 유용성을 측정하기 위한 항목으로서 제품이나 서비스의 특성에 따라 다양한 설문이 제시되고 있다. 이들 중 몇 가지를 예시하면, 제품이나 서비스를 이용함에 따른 업무 성과의 개선, 생산성 향상, 효율성 증대, 유용함, 신속한 처리, 정확성 확보, 시간이나 비용의 절감, 자신감을 갖게 함 등이 있다(이은환, 2013).

사용자들이 주어진 시스템이 유용하다고 생각하지만 그 시스템을 사용함에 있어 어렵고 투자되는 노력이 많다면, 그 시스템의 사용을 거부할 수도 있

다. 정보기술은 사용하기가 편리할수록 더 유용한 것으로 지각되며, 정보 기술은 사용자의 태도나 사용의도에 긍정적인 영향을 준다고 하였다. 지각유용성이 높은 시스템은 이용자가 긍정적인 이용/성취 관계에 있다는 것을 의미하므로, 지각된 유용성이 높을수록 이용자들은 해당 기술이나 시스템을 수용할 확률이 높아지게 된다(정득일, 2017).

이상과 같은 선행연구들을 토대로 본 연구는 지각된 유용성이 높으면 컨설팅 수용행동이 높아진다는 가설을 설정하였다.

H12(가설 12) : 지각된 유용성은 정보 수용태도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

H13(가설 13) : 정보수용태도는 컨설팅 수용행동에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.



이상의 연구가설을 요약 정리하면 <표 3-1>와 같다.

<표 3-1> 연구가설 요약

가설 번호	연구가설 내용
H1	컨설팅 중심경로 특성은 컨설팅 수진인식 특성에 정(+)영향을 미칠 것이다.
H1-1	컨설팅 수행품질은 정보 수용태도에 정(+)영향을 미칠 것이다
H1-2	컨설팅 수행품질은 지각된 유용성에 정(+)영향을 미칠 것이다
H1-3	컨설팅 전문성은 정보 수용태도에 정(+)영향을 미칠 것이다
H1-4	컨설팅 전문성은 지각된 유용성에 정(+)영향을 미칠 것이다
H2	컨설팅 주변경로 특성은 컨설팅 수진인식 특성에 정(+)영향을 미칠 것이다.
H2-1	지원사업 진실성은 정보 수용태도에 정(+)영향을 미칠 것이다
H2-2	지원사업 진실성은 지각된 유용성에 정(+)영향을 미칠 것이다
H2-3	컨설팅 정확성은 정보 수용태도에 정(+)영향을 미칠 것이다
H2-4	컨설팅 정확성은 지각된 유용성에 정(+)영향을 미칠 것이다
H2-5	컨설팅 신뢰성은 정보 수용태도에 정(+)영향을 미칠 것이다
H2-6	컨설팅 신뢰성은 지각된 유용성에 정(+)영향을 미칠 것이다
H3	정보 수용태도는 컨설팅 수용행동에 정(+)영향을 미칠 것이다
H4-1	지각된 유용성은 정보 수용태도에 정(+)영향을 미칠 것이다
H4-2	지각된 유용성은 컨설팅 수용행동에 정(+)영향을 미칠 것이다
H5	중소기업 컨설팅지원사업의 참여 동기(자발적/비 자발적)는 컨설팅 수용행동에 정(+)영향을 미칠 것이다

<표 3-2> 조작적 정의

변 수	정 의	근 거
컨설팅 수행 품질	컨설팅 서비스 전달과정에 관한 이용자들의 전반적인 평가 혹은 서비스의 전반적인 우수성 또는 우월함에 관한 이용자들의 판단	Parasuraman, et al.(1985), 조경인(2017), 이근우(2018)
컨설턴트 전문성	컨설턴트가 제공하는 기업의 애로사항에 대한 컨설팅 및 지식정보에 대한 특성이나 성능에 대해 타당성 있게 평가를 내릴 수 있는 능력	노유진 (2013), 조민순(2016)
지원사업 진실성	중소기업컨설팅 지원사업에 참여하는 수진기업이 지식서비스 컨설팅을 제공하는 정부기관 및 관리기관의 의도에 대해 평가하는 객관성의 정도로서 중소기업에게 객관적이고 정직하게 정보를 제공한다는 확신을 의미	Bharadwaj et al.(1992), 서준혁(2018)
컨설팅 정확성	지식서비스 컨설팅의 적합성을 측정하는 정도로, 예측한 성과수준과 실제 발생한 성과 수준의 차이	Cowgill et al.(2009), 이복자(2016)
컨설팅 신뢰성	컨설팅 서비스에 대한 긍정적인 기대를 기초로 위험을 기꺼이 감수하려는 의지로 인식	Gefen et al.(2003), avlou(2003), 최재욱(2013), 김정효(2017)
정보 수용태도	정보를 수용하는 행동이 가져다 주는 결과에 대한 개인의 신념	박상철·정남호 (2013), 이나겸(2015)
지각된 유용성	개인의 직무성과를 향상 시킬 것이라고 믿는 정도를 의미 혹은, 컨설팅 받은 것을 자신의 업무에 도입하였을 경우, 이용자가 유용하다고 느끼는 인지 정도	Davis et. al(1989), 하정수 (2016), 이인옥(2017)
컨설팅 수용행동	컨설턴트가 기업의 경영 애로사항이나 당면과제를 해결하기 위해 제시한 컨설팅 서비스 결과물이 실제로 기업현장에서 얼마나 활용되고 적용되는지를 의미	김용태(2014), 류재희(2017)

<표 3-3> 변수의 측정항목

변 수	측 정 항 목	근 거
컨설팅 수행 품질	기업부담금에 비례하여 컨설팅 성과 품질에 만족 한다	Parasuraman, et al.(1985), 조경인(2017), 이근우(2018)
	기업이 당면한 문제해결을 위한 방안들이 도출 되었다	
	컨설팅 실행방안이 구체적으로 제시되어 당장 현장에서 적용 가능하다	
	컨설팅 실행방안을 편리하게 이용할 수 있다	
	컨설팅 수행계획시 목표로 한 핵심성과지표가 달성 되었다	
컨설턴트 전문성	컨설턴트는 문제해결을 위한 진단·분석 능력이 뛰어 났다	노유진 (2013), 조민순(2016)
	컨설턴트는 해당분야에 대한 폭 넓은 지식과 경험을 겸비 하였다	
	컨설턴트는 기업의 애로사항을 해결하기 위해 적합한 컨설팅 기법을 사용하였다	
	컨설턴트는 회사 내부직원들과 공감대 형성을 위해 노력 하였다	
	컨설턴트는 컨설팅 진행 중 발생한 사안에 대 해 전문성 있게 대처 하였다	
지원사업 진실성	중소기업컨설팅 지원사업의 정부지원금은 적정 하 다	Bharadwaj et al.(1992), 서준혁(2018)
	컨설팅 사업신청부터 마무리까지 관리·운영 기 관의 지원이 확실하게 이루어 졌다	
	컨설팅 지원사업의 사업 참여 프로세스는 체계 적으로 이루어 졌다	
	기업선정 및 컨설팅 진행과정에서의 각종 평가 는 공정하게 이루어 졌다	
	정부는 기업의 문제해결과 경쟁력 확보를 위해 중소기업 컨설팅 지원사업을 운영하고 있다	
컨설팅 정확성	컨설턴트의 지도 일수는 적정 하였다	Cowgill et al.(2009), 이복자(2016)
	분야별 전문가의 컨설팅 수행 일정이 준수 되었다	
	기업의 경영환경 특성과 컨설팅 선정 과제는 적합하였다	
	컨설팅 주제 선정은 적합하였다	
	컨설팅 목표는 적절 하였다	

변 수	측 정 항 목	근 거
컨설팅 신뢰성	컨설팅 결과물에 대한 실행방안 지도, 교육등은 신뢰성 있게 진행 되었다	Gefen et al.(2003), avlou(2003), 최재욱(2013), 김정효(2017)
	컨설팅 결과물을 실무에 적용하기 위한 수정 및 보완 등의 과정은 신뢰성 있게 진행 되었다	
	컨설팅 완료 후 계획에 없던 사후관리가 이루어짐으로써 컨설팅에 대한 신뢰성이 증가 되었다	
	컨설팅 완료 후에 진행된 사후관리의 횟수 및 기간은 합리적 이었다	
	컨설팅 진행과정에서 컨설팅 기관 및 수진기업은 신뢰를 바탕으로 상호 협력적 이었다	
정보 수용태도	기업 임직원은 중소기업컨설팅지원 사업에 대해 이해하고 있다	박상철·정남호 (2013), 이나겸(2015)
	컨설팅 진행 전 기업 임직원은 컨설팅의 목적 및 목표 등 필요성을 명확하게 인지하고 있다	
	기업 임직원은 컨설팅 진행을 위하여 전담조직을 구성 하였다	
	대표이사는 컨설팅 진행에 적극적으로 지원 하였다	
	내부 직원들은 컨설팅 진행에 적극적으로 협조 하였다	
지각된 유용성	기업의 임직원은 컨설팅 산출물에 대하여 이해하고 있다	Davis et. al(1989), 하정수 (2016), 이인옥(2017)
	중소기업컨설팅 지원사업은 업무의 효율성을 높이는데 도움이 된다	
	기업의 임직원은 컨설팅으로 인하여 직원들의 직무능력이 향상 되었다	
	기업은 컨설팅으로 인하여 경영 및 사업 전략 수립 등이 향상 되었다	
	기업은 컨설팅으로 인하여 생산, 서비스 등 품질이 향상 되었다	

변 수	측 정 항 목	근 거
컨설팅 수용행동	컨설팅 진행 중간에 도출된 간단한 개선사항은 업무에 바로 적용되었다	김용태(2014), 류재희(2017)
	컨설팅 산출물을 활용하기 위해 내부적으로 직 원 교육이 활발하다	
	대표이사 및 직원들의 컨설팅 산출물 활용 하 려는 의지가 높다	
	산출된 결과를 즉각 반영하였다	
	산출된 결과를 장기적으로 업무에 반영할 계획 이다	

3.3 자료 조사 방법

본 논문은 국내 중소기업 컨설팅지원사업의 컨설팅 수행특성이 컨설팅 수용 행동에 미치는 영향을 파악하고자 하였으며, 또한 컨설팅 수진기업의 자발적·비자발적인 사업참여 태도가 컨설팅 수용 행동에 미치는 영향을 파악하고자 하였다.

본 연구의 자료 수집을 위한 방법은 다음과 같다.

첫째, 통계분석에 필요한 자료 수집을 위해서 모집단은 최근 3년 내 중소기업 컨설팅지원사업에 참여 경험이 있는 국내 중소기업 임직원을 대상으로 하여, 비 확률표본추출 방법(non-probability sampling method) 중 편의표본추출(convenience sampling)법을 이용하였다. 표적모집단의 구성원인 국내 중소기업은 최소 3년 이내 중소기업청 컨설팅지원사업의 표준화 된 절차와 프로그램을 통하여 참여하는 것을 전제하였으며 최근 3년의 추세가 트렌드를 반영하였다고 판단함으로서 모집단의 동질성은 확보되었다고 판단한다. 연구지역은 참여 기업들이 수도권에 70% 이상 집중 되어 있기 때문에 서울 경기 지역으로 범위를 특정 하였다.

둘째, 자료 수집을 위한 조사는 예비조사(pilot study)와 본 조사로 구분하여 실시하였다. 예비 조사용 설문지를 2018년 7월 1일부터 20일까지 300부를 회수하여 통계분석을 하였다. 예비조사 결과를 바탕으로 설문항목의 내용

을 정교화 하였으며, 신뢰성과 타당도가 낮은 것으로 판단되는 문항을 수정/보완하여 최종 설문지를 구성하였다. 본 조사는 2018년8월에서 10월까지 약 3개월간 방문 및 팩스, 이 메일 등에 의한 응답자 기입방식으로 조사를 실시하였다. 총 800부를 배포하여 561부의 표본을 획득하였다. 결측치 또는 불성실하게 응답한 61부를 제외하고 500부의 유효 표본을 연구에 사용하였다. 자료 수집 내용을 정리하면 <표 3-4>과 같다.

<표 3-4> 자료 수집

설문배포	설문회수 및 회수율(%)	결측 및 불성실 응답 수	Data 활용
800	561(70.1)	61	500



IV. 분석결과

4.1 기초 통계 분석

설문의 연구변수에 대한 응답척도는 리커트 5점 척도를 사용 하였으며, 실증분석을 위하여 SPSS 22.0과 AMOS 22.0의 통계 프로그램을 사용하였다. 먼저 SPSS 22.0을 이용하여 표본의 일반적 특성과 인구 통계적 특성의 조사를 위해 빈도분석을 실시하였으며, AMOS 22.0을 이용하여 확인적 요인분석 및 구조방정식모형 분석을 실시하였다. 구체적인 통계분석 절차는 다음과 같다.

첫째, 표본의 일반적 특성인 설립연도, 종업원수, 업종, 사업자 종류, 지원 사업 참여시의 우대사항, 컨설팅 계약액, 참여 기업의 자부담액, 참여동기 및 인구 통계적 특성인 성별의 빈도수와 구성 비율을 조사하기 위하여 빈도분석을 실시하였다.

둘째, 독립변수 및 종속변수들의 신뢰성을 검증하기 위해 크론바흐 알파(Cronbach`s Alpha) 계수를 사용하여 신뢰성 분석을 실시하였다.

셋째, 확인적 요인분석을 통하여 관측변수의 요인적재량(Factor Loading), 유의성(Critical Ratio, P-Value) 검정, 잠재변수의 AVE(Average Variance Extracted: 평균분산추출), CR(Construct Reliability: 개념 신뢰도)검정을 위한 집중타당성 분석과 잠재변수 간 판별타당성 분석을 실시 하였다.

넷째, 연구모형에서 제시한 잠재변수들 간의 관계와 가설검정을 위해 구조방정식모델(Structural Equation Modeling: SEM)분석을 실시하였다.

다섯째, 컨설팅 지원사업에 참여하는 수진 기업의 참여 태도가 컨설팅 수용행동에 미치는 영향 관계를 파악하고자 비메트릭 조절변수를 활용한 다중집단분석(Multi Group Analysis)을 실시하였다.

본 연구에서 실시한 분석내용 및 방법은 <표 4-1>와 같다.

<표 4-1> 통계분석 방법

구분	분석내용	분석방법
표본의 현황	표본의 일반적, 인구 통계학적 특성	빈도분석
표본의 검정	측정도구 타당성	탐색적 요인분석
	측정도구 신뢰성	신뢰도 분석
	측정변수 타당성	확인적 요인분석 상관관계분석
가설 검정	잠재변수들 간의 영향관계	구조방정식모형
	참여 그룹간 영향관계	다중집단분석
추가 검정	공급자 특성변인의 경로 별 종속변수와의 영향관계	다중회귀분석

특히, 본 연구에서 제시된 가설들의 검정을 위하여 구조방정식모형 (Structural Equation Modeling: SEM) 분석을 실시하였다. 구조방정식모델은 잠재변수 간 인과관계를 분석하는 모델이다. 구조방정식모델 분석 방법은 두 가지로 구분할 수 있다. 첫 번째 방법은 이론적 검정을 목적으로 하는 공분산 기반의 구조방정식모델(Covariance-based SEM: CB-SEM)이고, 두 번째 방법은 탐색적 목적으로 사용되는 분산 기반의 구조방정식모델(Variance-based SEM)이다. 분산을 기반으로 하는 구조방정식모델은 예측오차를 최소화시키기는 부분 최소자승법(Partial Least Squares:PLS)을 이용하기 때문에 PLS-SEM이라고 한다(hair et al. 2016, 2017). 공분산을 기반으로 한 CB-SEM은 제안된 이론 모델이 표본에 얼마나 적합한 가를 검정하고 확인하는 것을 목적으로 하며, 다변량 정규성, 최소 표본크기 등 표본 특성에 대한 가정이 요구된다(hair et al. 2011). 이와 반대로 PLS-SEM은 분산의 설명력을 최대화 하는 것이 목적이며, 예측과 이론의 탐구를 위해 시행된다. PLS-SEM은 공분산 기반의 CB-SEM과는 달리 표본의 크기나 관측 자료의 분포에 대한 가정이 상대적으로 약하며, 따라서 표본 특성이 CB-SEM에서 요구되는 가정을 충족하지 못하거나, 방법론적 문제가 있을 경우, 구조방정식 모델에 대한 대안으로 분석에 사용된다(hair et al. 2016, 2017). PLS-SEM

과 CB-SEM의 차이점은 <표 4-2>과 같다. 본 연구에서는 공분산 기반의 구조방정식모델(CB-SEM)을 사용하였다.

<표 4-2> CB-SEM 과 PLS-SEM의 비교

구분	CB-SEM	PLS-SEM
사용목적	이론검증(theory testing)	예측(prediction)
표본 수	200~800개	30~100개
데이터 파일	모든 파일 가능	CSV파일(.csv)
분포 가정	엄격한 분포가정 (다변량 정규성이 있어야 함) 모수적 기법 (parametric method)	분포 가정이 없음 (비정규분포에서 가능) 비모수적 기법 (non-parametric method)
모델 복잡성 (측정변수의 수)	측정변수의 수가 100개 미만	다수의 잠재변수와 수백 개의 측정변수가 있어도 가능
잠재변수당 측정변수의 수	3~4개 이상 (2개 사용하는 연구자도 있음)	1개 이상
반영적 지표와 형성적 지표 사용	주로 반영적 지표 사용	모두 사용
모형 적합도	상세한 모델적합도 보고 필요	모델 적합도 보고 없음
오차항의 고려	오차항(측정오차와 구조오차)을 표시	오차항(측정오차와 구조오차)을 표시하지 않음
재귀모델과 비재귀모델	재귀모델과 비재귀모델 가능	재귀모델(일방향 인과관계)만 가능
잠재변수 산출	잠재변수 점수의 직접적인 추정 이 불가능	잠재변수 점수의 산출 가능, 이 점수를 후속연구에 사용
모델평가	측정모델을 이용해 개별 측정변 수와 잠재변수의 신뢰도와 타당 도를 분석한 후 구조모델을 통 해 가설검정을 시행 (2단계 분 석법)	측정모델과 구조모델 동시에 설 정하고 평가 (동시분석법)

* 출처: 신건권(2017), p.120 인용

4.2 표본의 특성

설문에 응답한 중소기업의 일반적인 특성을 파악하기 위해 SPSS 22.0를 이용해 빈도분석을 수행하였다. 본 연구의 인구통계학적 표본 특성은 <표 4-3>와 같다.

<표 4-3> 표본의 일반적 특성

변수	특성	빈도	비율(%)
성별	남자	441	88.2
	여자	59	11.8
	계	500	100.0
사업자 구분	법인	303	60.6
	개인	197	39.4
	계	500	100.0
업종	제조업	321	64.2
	운수업	22	4.4
	서비스업	22	4.4
	도매 및 소매업	20	4.0
	건설업	5	1.0
	기타	110	22.0
	계	500	100.0
업력	3년 미만	68	13.6
	3~5년 미만	58	11.6
	5~10년 미만	62	12.4
	10~15년 미만	68	13.6
	15~20년 미만	59	11.8
	20~25년 미만	64	12.8
	25년 이상	121	24.2
	계	500	100.0

변수	특성	빈도	비율(%)
종업원 수	5인 미만	70	14.0
	5~10인 미만	88	17.6
	10~15인 미만	60	12.0
	15~25인 미만	100	20.0
	25~35인 미만	63	12.6
	35~50인 미만	46	9.2
	50인 이상	73	14.6
	계	500	100.0
컨설팅 참여 우대사항	여성기업	206	41.2
	벤처기업	203	40.6
	장애인 기업	54	10.8
	Inono/Main-BIZ	31	6.2
	현장클리닉	6	1.2
	계	500	100.0
컨설팅 계약 금액	1000만원 미만	7	1.4
	1000~1500만원 미만	28	5.6
	1500~2000만원 미만	128	25.6
	2000~2500만원 미만	154	30.8
	2500~3000만원 미만	123	24.6
	3000만원 이상	60	12.0
	계	500	100.0
컨설팅 비용 자부담	1000만원 미만	226	45.2
	1000~1500만원 미만	179	35.8
	1500~2000만원 미만	71	14.2
	2000~2500만원 미만	22	4.4
	2500~3000만원 미만	2	0.4
	계	500	100.0
참여동기 (태도)	자발적 참여	291	58.2
	비자발적 참여	209	41.8
	계	500	100.0

<표 4-3> 표본의 인구통계학적 특성의 분석 결과는 다음과 같다. 본 연구의 대상자는 최근 3년 내 중소기업 컨설팅 지원사업에 참여 경험이 있는 국내 중소기업 임직원을 대상으로 하였다. 성별의 분포는 남성과 여성이 각각 441명(88.2%), 59명(11.8%)로 남성 비율이 높은 것으로 나타났다. 그리고 응답기업의 사업자 유형을 살펴보면 법인 사업자가 303사(60.6%), 개인 사업자가 197사(39.4%)로 법인 사업자 비율이 높은 것으로 나타났으며, 업종을 살펴보면 제조업이 321사(64.2%)로 가장 높게 나타났으며, 기타(하수, 폐기물, 원료재생, 환경복원 등) 110사(22.0%), 운수업 22사(4.4%), 서비스업 22사(4.4%), 도매 및 소매업 20사(4.0%), 건설업 5사(1.0%)의 순서로 나타났다. 기업의 설립연도를 살펴보면 25년 이상이 121사(24.2%)로 가장 높게 나타났으며, 10~15년 미만 68사(13.6%), 3년 미만 68사(13.6%), 20~25년 미만 64사(12.8%), 5~10년 미만 62사(12.4%), 15~20년 미만 59사(11.8%), 3~5년 미만 58사(11.6%)의 순서로 나타났다.

그리고, 기업의 종업원 규모를 살펴보면 15~25인 미만이 100사(20.0%)로 가장 높게 나타났으며, 5~10인 미만 88사(17.6%), 50인 이상 73사(14.6%), 5인 미만 70사(14.0%), 25~35인 미만 63사(12.6%), 10~15인 미만 (12.0%), 35~50인 미만 46사(9.2%)의 순서로 나타났다. 컨설팅 지원사업 참여시의 우대사항(가점)을 살펴보면 여성기업이 206사(41.2%)로 가장 높게 나타났으며, 벤처기업 203사(40.6%), 장애인 기업 54사(10.8%), Inno/Main-BIZ 31사(6.2%), 현장클리닉 6사(1.2%)의 순서로 나타났다. 다음은 컨설팅 지원사업 참여시의 컨설팅 계약액을 살펴보면 1,000만원 미만이 226사(45.2%)로 가장 높게 나타났으며, 1,000~1,500만원 미만 179사(35.8%), 1,500~2,000만원 미만 71사(14.2%), 2,000~2,500만원 미만 22사(4.4%), 2,500~3,000만원 미만 2사(0.4%)의 순서로 나타났다. 마지막으로 컨설팅 지원사업 참여기업의 참여동기(태도)를 살펴보면 자발적 참여 291사(58.2%), 비자발적 참여 209사(41.8%)로 자발적 참여 기업의 비율이 높은 것으로 나타났다.

4.3 기술 통계분석

표본에 사용된 척도의 정규성 검정을 위하여 기술 통계분석을 실시하였다. 각 설문 문항은 5점 리커트척도로 측정하였으며, 결측치는 없는 것으로 확인되었다. 기술 통계분석결과는 <표 4-5>과 같다. 분석결과에 의하면, 표준편차는 모두 ± 3 이하로서 이상치는 없는 것으로 확인되었다. 또한 표본의 일반사회과학적 특성의 설문문항을 제외한 5점 척도의 설문항목에 대한 정규성 검정을 하였다. 첨도와 왜도의 절대 값 기준인 3을 적용한 결과 모두 3이하의 값을 나타내 정규성을 만족하였다. 따라서 본 연구에서 채택한 모든 측정변수는 제거되지 않고 유지하는 것으로 하였다.

본 연구에서 실시한 분석내용 및 방법은 <표 4-4>와 같다.



<표4-4> 기술 통계적 분석 결과

척도			N	평균	표준편차	첨도	왜도
요인	측정문항						
컨설팅 수행 특성	컨설팅 수행 품질	품질.1	500	3.49	1.187	-.567	-.565
		품질.2	500	3.53	1.164	-.552	-.530
		품질.3	500	3.49	1.209	-.439	-.799
		품질.4	500	3.50	1.195	-.450	-.737
		품질.5	500	3.55	1.139	-.602	-.438
	컨설팅 전문성	전문.1	500	4.19	.780	-.731	.218
		전문.2	500	4.17	.798	-.667	-.044
		전문.3	500	4.14	.726	-.539	.044
		전문.4	500	4.15	.722	-.750	1.159
		전문.5	500	3.93	.885	-.560	-.027
	지원사업 진실성	진실.1	500	3.71	.806	-.365	.335
		진실.2	500	3.74	.817	-.365	.266
		진실.3	500	3.87	.813	-.446	.151
		진실.4	500	3.77	.858	-.504	.361
	컨설팅 정확성	정확.1	500	3.48	.950	-.422	.176
		정확.2	500	3.39	.951	-.348	.012
		정확.3	500	3.34	1.021	-.345	-.214
		정확.4	500	3.15	1.179	-.212	-.694
	컨설팅 신뢰성	신뢰.1	500	3.63	.963	-.509	.052
		신뢰.2	500	3.67	.927	-.530	.224
		신뢰.3	500	3.42	1.078	-.443	-.545
		신뢰.4	500	3.77	.948	-.532	-.147
		신뢰.5	500	3.62	.938	-.399	-.033
컨설팅 수진 인식	정보 수용 태도	태도.1	500	3.88	.880	-.939	1.519
		태도.2	500	3.76	.855	-.425	.281
		태도.3	500	3.80	.907	-.508	.126
		태도.4	500	3.90	.915	-.805	.823
		태도.5	500	3.80	.853	-.483	.372
	지각된 유용성	유용.1	500	4.15	.744	-.564	-.036
		유용.2	500	3.86	.920	-.526	-.082
		유용.3	500	4.14	.770	-.745	.685
		유용.4	500	4.12	.785	-.807	.935
		유용.5	500	4.20	.747	-.579	-.110
결과 활용	컨설팅 수용행동	행동.1	500	3.75	1.089	-.824	.272
		행동.2	500	3.83	1.065	-.798	.219
		행동.3	500	3.82	1.035	-.862	.453
		행동.4	500	3.83	.890	-.765	1.009
		행동.5	500	3.81	.931	-.516	.187

4.4 타당성 및 신뢰성

수집된 표본이 가설 검증 분석에 적용 가능한 지를 평가하기 위해 측정도구의 타당성과 신뢰성을 검토하였다. 측정항목들을 요인화 하고 내적 일관성을 검토한 후 개념 타당성을 확인하는 과정을 거쳐 타당성과 신뢰성을 검토하였으며, 다음의 분석방법에 따라 진행하였다.

본 연구모형의 구성개념인 컨설팅 수행특성, 컨설팅 수진인식, 수용행동을 측정하는 변수들의 적합성과 차원성(dimensionality)을 파악하기 위해 탐색적 요인분석(Exploratory Factor Analysis: EFA)을 실시하였다. 분석 과정에서, 요인을 추출하는 방법은 정보의 손실을 최소화 하면서 요인 수를 최적화하는 주성분분석(principle component analysis)을 설정하였고, 요인 수의 추출은 요인의 설명력인 고유값(eigen-value) 1 이상을 기준으로 하였다. 그리고 요인 회전방법은 각 요인의 특성 및 요인 간의 상호 독립성 파악이 가능한 직각회전(orthogonal rotation)의 베리맥스(varimax)로 설정 하였다.

분석 결과에서는 자료의 적합성과 측정변수들의 차원성을 평가하였다. 측정변수들을 요인분석에 이용하는데 적합한지를 평가하는 방법으로는 KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) 척도(.70 이상)로 판단하였으며, 변수들이 상호 독립적인지를 평가하는 기준은 바틀렛 구형성검정(Bartlett's test of sphericity)에 대한 통계적 유의성($p < .05$)으로 해석하였다. 그리고 차원성의 결정 기준으로서 공통성(communality)은 각 변수의 분산이 추출된 요인으로 설명되는 정도가 .40 이상이며, 요인적재량(factor loading)은 변수와 요인 간의 상관계수가 .40보다 클 때 유의한 것으로 평가하였다. 이러한 과정을 통해 선정된 변수들을 요인화한 후 측정변수들의 신뢰성을 검토 하였다.

신뢰성(reliability)평가는 요인을 구성하고 있는 측정변수들의 내적 일관성(internal consistency)을 나타내는 Cronbach's α 계수(Cronbach's coefficient alpha)가 .70 이상일 때 신뢰성이 있는 것으로 판단하였다(채서일 & 김주영, 2016). 신뢰성(Reliability)이란 유사한 측정도구 혹은 동일한 측정도구를 사용해 동일한 개념을 반복 측정했을 때 일관성 있는 결과를 얻은 것을 말하는 것으로 안정성(Stability), 일관성(Consistency), 예측 가능성(Predictability), 정

확성(Accuracy), 의존 가능성(Dependability) 등으로 표현될 수 있는 개념이라 하였다(서일 & 김주영, 2016). 탐색적 요인분석과 신뢰도 분석결과는 <표 4-5>과 같다.

<표4-5> 탐색적 요인분석 및 신뢰도 분석 결과

변수	요인 적재치								Eigen Value	분산 설명 (%)	분산 누적 (%)	신뢰도 (C α)
	품질	유용	행동	전문	진실	정확	신뢰	태도				
품질.2	.875	.061	.075	.000	.135	.144	.194	.078	5.217	14.101	14.101	.956
품질.1	.874	.065	.075	-.012	.155	.064	.167	.072				
품질.4	.869	.081	.081	.050	.128	.173	.185	.093				
품질.3	.861	.073	.063	.072	.127	.175	.217	.092				
품질.5	.858	.021	.032	.076	.130	.186	.197	.043				
유용.3	.055	.778	.171	.238	.075	-.019	.113	.238	3.809	10.293	24.394	.881
유용.1	.054	.757	.076	.283	.141	.091	.051	.131				
유용.5	.052	.749	.177	.233	.157	.049	.034	.138				
유용.4	.098	.749	.205	.299	.127	.091	.009	.204				
유용.2	.097	.646	.215	.037	-.039	.189	.218	.218				
행동.2	.088	.191	.901	.090	.086	.030	.129	.053	3.257	8.804	33.198	.898
행동.3	.086	.191	.889	.093	.093	.059	.107	.107				
행동.1	.089	.170	.878	.030	.075	.085	.072	.142				
행동.4	.041	.425	.475	.184	.215	.149	-.056	.374				
행동.5	.088	.418	.468	.206	.220	.153	-.042	.359				
전문.3	.098	.118	.101	.829	.136	-.017	.031	.105	3.230	8.729	41.927	.831
전문.4	.072	.214	.140	.819	.067	.039	-.028	.126				
전문.2	-.113	.272	-.030	.719	.138	-.054	.272	.084				
전문.1	.018	.248	.000	.678	.096	-.133	.284	.128				
전문.5	.146	.168	.184	.575	-.087	.416	-.161	.075				
진실.3	.190	.099	.105	.127	.760	.236	.219	.204	3.143	8.494	50.420	.916
진실.2	.226	.144	.128	.090	.747	.217	.217	.223				
진실.1	.257	.165	.133	.114	.730	.255	.172	.181				
진실.4	.315	.141	.109	.160	.703	.278	.186	.237				

변수	요인 적재치								Eigen Value	분산 설명 (%)	분산 누적 (%)	신뢰도 (C α)
	품질	유용	행동	전문	진실	정확	신뢰	태도				
정확.3	.166	.054	.053	.013	.230	.802	.254	.196	3.127	8.452	58.873	.898
정확.4	.226	.028	.074	-.039	.166	.769	.215	.198				
정확.2	.257	.175	.100	.009	.356	.696	.134	.120				
정확.1	.315	.167	.060	-.029	.334	.664	.137	.121				
신뢰.1	.450	.110	.034	.123	.166	.166	.725	.125	3.098	8.373	67.246	.917
신뢰.2	.362	.119	.070	.151	.178	.162	.721	.097				
신리.4	.320	.074	.150	.104	.221	.142	.671	.143				
신뢰.5	.370	.071	.119	.034	.222	.272	.667	.188				
신뢰.3	.536	.058	.109	.058	.183	.260	.558	.051				
태도.3	.161	.251	.069	.131	.082	.170	.069	.785	3.076	8.313	75.559	.828
태도.2	.071	.171	.153	.138	.198	.162	.082	.741				
태도.4	.082	.229	.062	.092	.132	.132	.222	.709				
태도.1	.055	.205	.179	.179	.108	.269	.076	.684				
KMO=.921 Bartlett's χ^2 =15763.586 (p<.001)												

Ref 1) 품질: 컨설팅 수행품질

Ref 2) 유용: 지각된 유용성

Ref 3) 행동: 컨설팅 수용행동 Ref 4) 전문: 컨설턴트 전문성

Ref 5) 진실: 지원사업 진실성

Ref 6) 정확: 컨설팅 정확성

Ref 7) 신뢰: 컨설팅 신뢰성

Ref 8) 태도: 정보 수용태도

제시한 절차에 따라 컨설팅 수행특성, 컨설팅 수진인식, 수용행동의 측정 변수들에 대한 요인분석을 실시하였다. 분석결과, 표본 적합도에 대한 KMO 지수는 .921이며, Bartlett의 구형성 검정은 유의(p<.001)한 것으로 나타나 각 변수들은 요인분석을 실시하는데 적합한 것으로 나타났다.

요인분석 과정에서 제거된 정보 수용태도 변수의 항목5(적극적인 참여와 협조)를 제외한 모든 측정변수가 공통성과 요인적재량을 충족하는 것으로 나타났다. 따라서 각 측정변수 별 채택된 문항을 살펴보면, 컨설팅 수행품질 5개 문항, 컨설턴트 전문성 5개 문항, 지원사업 진실성 4개 문항, 컨설팅 정확성 4개 문항, 컨설팅 신뢰성 5개 문항, 정보 수용태도 4개 문항, 지각된 유용성 5개 문항, 컨설팅 수행행동 5개 문항 이다. 8개의 측정요인에 대하여 설명

된 총 분산은 75.559%로 나타났으며, 요인 적재 값은 .468~.901 사이에 분포하였다.

요인분석 후 해당 요인을 설명하는 측정변수들의 내적일관성을 확인하기 위하여 신뢰도 분석을 실시한 결과, 컨설팅 수행 품질은 $\alpha=.956$, 지각된 유용성은 $\alpha=.881$, 컨설팅 수용행동 $\alpha=.898$, 컨설턴트 전문성 $\alpha=.831$, 지원사업 진실성 $\alpha=.916$, 컨설팅 정확성 $\alpha=.898$, 컨설팅 신뢰성 $\alpha=.917$, 정보수용태도 $\alpha=.828$ 로 나타나 컨설팅 수행특성, 컨설팅 수진인식, 수용행동에 대한 해당 변수들의 내적 일관성이 있는 것으로 확인되었다.

4.5 확인적 요인 분석

탐색적 요인분석과 신뢰도 분석에 의해 추출된 요인과 측정변수들의 타당성(validity)을 검증하기 위한 방법으로 확인적 요인분석(Confirmatory Factor Analysis: CFA)을 실시하였다. 확인적 요인분석은 잠재변수와 관측변수 간의 관계 및 잠재변수 간의 관계를 검증하는 것으로 특히, 확인적 요인분석은 관측변수와 잠재변수간의 요인부하량을 측정할 수 있고, 모델의 전반적인 적합도를 평가할 수 있기 때문에 구성개념 타당성(Construct Validity)을 측정하는데 유용하게 사용되고 있다(우종필, 2015). 확인적 요인분석을 위한 본 연구의 측정모형은<그림 4-1>과 같다.

모델 적합도는 연구모델의 채택여부를 결정하는 기준이 되는 것이므로 가설의 유의성 검정만큼 중요한 요소이다. 모델적합도는 실제 연구자가 수립한 대상표본의 데이터로부터 얻은 공분산행렬(S)과 연구자가 선행연구의 이론적 배경을 바탕으로 개발한 연구모형모델로부터 추정된 공분산행렬(Σ)의 차이($S-\Sigma$)를 의미한다. 이 차이가 작다면 높은 모델적합도를 나타내며, 이 차이가 크다면 낮은 모델적합도를 나타내게 된다(우종필, 2015). 모형을 검정하는 적합도 평가는 크게 절대적합지수(Absolute Fit Index)와 중분적합지수(Incremental Fit Index) 그리고 간명적합지수(Parsimonious Fit Index)를 이용한다.

절대적합지수(Absolute Fit Index)는 연구자가 수집한 대상표본 데이터의 공분산행렬과 선행연구의 이론을 바탕으로 한 연구모형모델의 공분산행렬이 얼마나 적합한지를 나타내기 때문에 다른 모델과 비교하지 않는 것이 특징이다. 절대적합지수에는 χ^2 (CMIN), Normed χ^2 (CMIN/DF), RMR, CFI, AGFI 등이 있다.

중분적합지수(Incremental Fit Index)는 연구모형모델이 영 모델(Null Model)보다 얼마나 더 잘 측정되었는가를 나타내는 지수이다. 중분적합지수에는 NFI, RFI, IFI, TLI, CFI 등이 있다. 간명적합지수(Parsimonious Fit Index)는 연구모형모델의 복잡한 정도를 고려한 상태에서 경쟁모델 중 최고의 모델에 대한 정보를 제공한다. 모델간 비교를 하기 때문에 하나의 모델을 측정할 때보다는 두 개 이상의 모델 중 어느 모델이 더 적합한지를 비교할 때 매우 유용하다(우종필, 2015).

주요 모델적합도 지수와 판단기준은 <표 4-6>과 같다.

<표 4-6> 주요모델 적합도 지수와 판단 기준

적합도 지 수	정의	일반적 수용기준	본 연구 적용 기준
χ^2 , df	가장 대표적으로 사용되는 절대 적합지수	p>.05 양호	-
RMR	표본자료에 의해 모델이 설명할 수 없는 분산/공분산의 크기를 의미	.05 이하 우수	.05 이하
GFI	모델의 적합도를 나타내주며, 표본 크기가 200이상이면 제안모델의 적합도를 판단하는데 무리가 없음	.9 이상 우수	.9이상
AGFI	모델의 자유도에 의해 GFI가 수정된 값으로서 모델의 복잡성과 관련된 지수	.9 이상 우수 .8 이상 어느 정도 우수	.8 이상
NFI	기초모델에 비해 표준모델이 어느 정도 향상 되었는가를 판단	.9 이상 우수	.9이상
TLI	구조방정식모델을 평가	.9 이상 우수	.9이상
CFI	모집단의 모수 및 분표를 표시	.9 이상 우수	.9이상

적합도 지 수	정의	일반적 수용기준	본 연구 적용 기준
RMSEA	모델을 표본이 아닌 모집단에서 추정하는 경우에 기대되는 적합도	.05 이하 우수 .08 이하 어느 정도 우수 .1이하 보통 수준	.08 이하

χ^2 : Chi-square , RMR: Root Mean Square Residual , GFI: Goodness-of Index
AGFI: Adjusted Goodness-of-fit Index , NFI: Normal Fit Index , TLI:Tucker-Lewis Index,
CFI: Comparative Index , RMSEA: Root Mean Square Error of Approximation
* 출처: 우종필(2015), 구조방정식모델 개념과 이해, 한나래 출판사, p361)

4.5.1. 집중타당성 분석

집중타당성은 ‘수렴타당성’이라고도 하며, 잠재변수를 측정하는 관측변수들 간의 일치성 정도를 나타낸다. 집중타당성 검증의 방법은 첫째, 잠재변수와 관측변수 간의 요인부하량과 그 유의성을 측정하는 방법과 둘째, 분산추출의 평균값을 기준으로 검증하는 방법이 있으며, 셋째, 개념신뢰도 값을 기준으로 하는 방법이 있다(우종필, 2015; 송지준, 2016).

본 연구에서 집중타당성 검증은 위의 방법들을 사용하였으며, 먼저 요인부하량(factor loading)과 유의성을 확인하고, AVE(평균분산추출)과 개념 신뢰도를 순차적으로 확인하였다. 요인부하량의 기준은 표준화된 요인부하량(standardized factor loading)이 최소 .5이상이어야 하며 .95이면 좋다고 할 수 있다(.7이상이면 바람직). 또한 통계적 유의성($C.R.>1.965$, $p<.05$)에 대해서도 확인하여야 한다. AVE(Average Variance Extracted: 평균분산추출)는 표준화된 요인부하량의 제곱한 값들의 합을 표준화된 요인부하량의 제곱의 합과 오차분산의 합으로 나눈 값이다(Fornell & Laker 1981). AVE식은 아래와 같으며, AVE값이 .5이상이면 집중타당성이 있는 것으로 간주한다(우종필, 2015).

$$AVE = \frac{(\sum \text{요인부하량}^2)}{[(\sum \text{요인부하량}^2) + (\text{오차분산의 합})]} = 0.5 \text{ 이상}$$

개념 신뢰도(Construct Reliability: C.R.) 혹은 합성신뢰도(Composite reliability)는 표준화된 요인부하량 합의 제곱을 표준화된 요인부하량 합의 제곱과 오차분산의 합으로 나눈 값이다. 개념 신뢰도의 식은 아래와 같으며, 개념 신뢰도 값이 .7이상이면 집중타당성이 있는 것으로 간주한다(우종필, 2015).

$$\text{개념신뢰도} = \frac{(\sum \text{요인부하량})^2}{[(\sum \text{요인부하량})^2 + (\text{오차분산의 합})]} = 0.7 \text{ 이상}$$

집중타당성의 확보를 위하여 각 변수별 개별적인 확인적 요인분석을 실시하였다. 측정모형분석 과정에서는 표준화 회귀계수가 0.7미만이며, 설명력을 나타내는 SMC(Squared Multiple Correlations)의 수치가 가장 낮고 제거 가능한 컨설턴트 전문성(전문.1=.452:문제해결을 위한 진단·분석 능력, 전문.5=.258:컨설팅 진행중 발생한 사안에 대한 대처 능력), 정보수용태도(태도.1=.499:수진기업 임직원의 컨설팅 지원 사업의 이해도), 지각된 유용성(유용.2=.405 :컨설팅 지원 사업이 업무의 효율성 향상), 컨설팅 수용행동(행동.4=.325 :산출된 결과 즉시 반영, 행동.5=.280:산출된 결과 장기적 반영 계획) 등의 측정변수들을 제거함으로써 측정모형의 적합도지수를 개선하였다. 개선 전/후의 적합도지수 평가결과는 [표 4-10]과 같다.

최종적인 분석 결과, 관측변수들의 요인부하량(λ)은 .714~.964로 0.7 이상의 수치를 나타내고 있으며, 유의성 C.R 값은 ± 1.965 이상($p < .5$)이며, 잠재변수들의 평균분산추출 AVE(Average Variance Extracted)는 .954~.981로 0.5 이상의 기준값을 상회하였다. 개념신뢰도 C.R(Construct Reliability)은 .990~.995로 기준값 0.7 이상의 수치를 나타내고 있어 집중타당성이 있는 것으로 나타났다. 측정모형 적합도 결과는 $\chi^2=1316.213$, $df=.724$, $p=.000$,

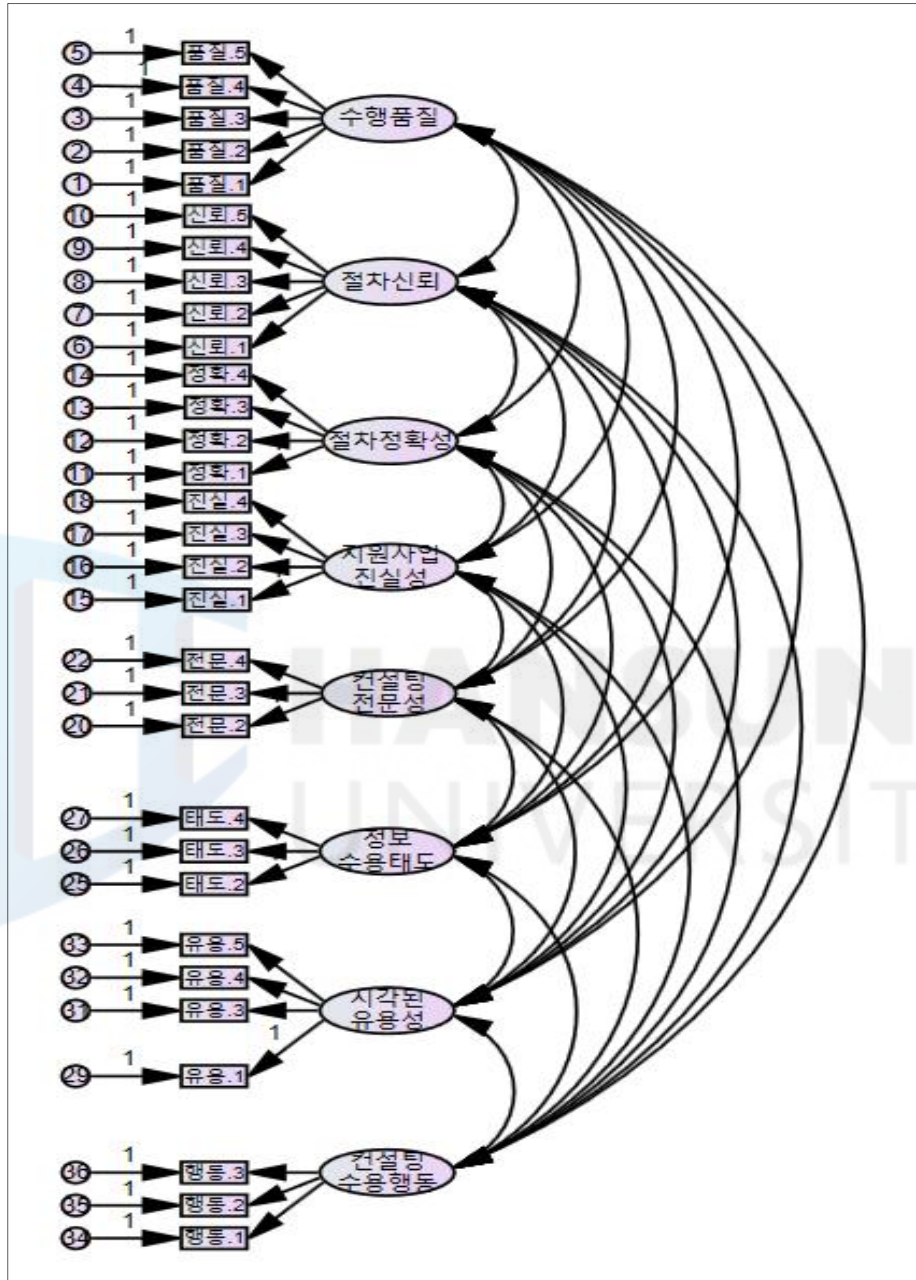
CMIN/DF=1.818, RMR=.040, GFI=.856, AGFI=.829, CFI=.953, NFI=.902, IFI=.953, TLI=.947, RMSEA=.046으로 나타났다.

Chi-square(χ^2)검정은 그 값이 크면 모델이 데이터에 적합하지 않다는 결론이 도출되는데, 본 연구의 χ^2 값이 1316.213, 자유도(df)가 .724, $p=.000$ 이므로 측정모형이 적합하다는 귀무가설은 기각되었다. 그러나 표본이 크고, 모델의 복잡도가 큰 경우 관측변수들이 다변량 정규분포를 하지 않은 상태여서 일반적으로 사용하는 추정법인 최대우도법(ML, Maximum Likelihood)이나 일반 최소자승법(GLS, Generalized Least Squares)을 사용했을 경우 χ^2 의 수치가 높게 나타나고, p -값은 작아지는 특징들로 인해 최근에는 구조방정식모델에서 χ^2 통계량이 차지하고 있는 비중은 크지 않으며, χ^2 통계량만을 절대적으로 신뢰하는 것도 적절하지 않다고 볼 수 있다(우종필, 2015).

위의 통계연구자의 논거를 근거로 다른 적합도 지수인 Normed χ^2 (CMIN/DF)=1.818을 참조하여 판단한 결과 기준치 3 이하로서 수용 가능한 수준으로 판단된다. 절대적합지수인 GFI=.856는 기준치에 다소 부합되지 못하였으나, 통계연구자 송지준(2016)의 논거에 의하면 GFI는 대상표본의 특성에 기인한 비일관성의 영향을 받을 수 있기 때문에, 대상표본이 특성으로부터 보다 자유로운 CFI(Comparative Fit Index)의 적용을 권고하고 있다. 특히 홍세희(2000)는 간명성은 고려하지 않으나, 대상표본의 크기에 영향을 받지 않으며 모형오류를 측정할 수 있는 CFI(Comparative Fit Index) 지수와 모형의 간명성을 고려하는 지수인 NNFI(TLI)와 RMSEA 지수가 함께 판단의 기준으로 고려되어야 한다고 하였다.

따라서 송지준(2016)과 홍세희(2000) 연구에서 제시한 수용가능 지수의 범주를 감안한다면, 본 연구모형모델의 증분적합지수인 CFI=.953, TLI=.947로 나타나 0.9 이상의 기준을 상회하였으며, RMSEA 지수값은 .046으로 0.05 이하의 기준인 좋은 적합도로 판단되어, 본 연구의 측정모형 <그림 4-1>의 적합도는 전체적으로 수용 가능한 수준이라고 평가할 수 있다. 측정모형에 대한 평가결과 요약은 <표 4-7>와 같다.

<그림 4-1> 측정모형 분석



<표 4-7> 측정모형 평가 결과

잠재 변수	측정 변수명	비표준화 요인부하량	표준화 요인부하량	표준 오차	t-value	p	CR	AVE
컨설팅 수행품질	품질.1	1.000	.829	—	—	—	.995	.974
	품질.2	1.040	.886	.029	35.603	***		
	품질.3	1.126	.920	.042	26.745	***		
	품질.4	1.132	.936	.041	27.466	***		
	품질.5	1.035	.899	.040	25.725	***		
컨설팅 전문성	전문.2	1.000	.899	—	—	—	.990	.971
	전문.3	.933	.858	.040	23.604	***		
	전문.4	1.024	.820	.047	21.593	***		
지원사업 진실성	진실.1	1.000	.825	—	—	—	.995	.980
	진실.2	1.037	.853	.052	19.968	***		
	진실.3	1.134	.880	.054	20.899	***		
	진실.4	1.169	.793	.065	18.001	***		
컨설팅 정확성	정확.1	1.000	.868	—	—	—	.988	.954
	정확.2	1.037	.870	.045	22.951	***		
	정확.3	1.134	.863	.046	22.655	***		
	정확.4	1.169	.852	.048	22.088	***		
컨설팅 신뢰성	신뢰.1	1.000	.800	—	—	—	.992	.962
	신뢰.2	1.199	.857	.078	15.377	***		
	신뢰.3	1.252	.883	.078	16.111	***		
	신뢰.4	1.277	.903	.078	16.376	***		
	신뢰.5	1.147	.818	.076	15.011	***		
정보 수용태도	태도.2	1.000	.733	—	—	—	.984	.955
	태도.3	1.055	.753	.075	14.082	***		
	태도.4	1.083	.832	.070	15.446	***		

잠재 변수	측정 변수명	비표준화 요인부하량	표준화 요인부하량	표준 오차	t-value	p	CR	AVE
지각된 유용성	유용.1	1.000	.777	—	—	—	.994	.977
	유용.3	1.148	.855	.063	18.227	***		
	유용.4	1.176	.872	..063	18.666	***		
	유용.5	1.082	.826	.062	17.487	***		
컨설팅 수용 행동	행동.1	1.000	.744	—	—	—	.984	.971
	행동.2	1.018	.809	.069	14.660	***		
	행동.3	1.041	.732	.077	13.459	***		
Goodness of fit - Measurement model		<Final model> Chi-Square=1316.213, df=724, p=.000, CMIN/DF=1.818 RMR=.038, GFI=.856, AGF=.829 CFI=.953, NFI=.902, IFI=.953 ,TLI=.947, RMSEA=.046						

<표 4-8> 최초 측정모형과 수정(변수제거)후의 측정모형 적합도 평가결과 비교

적합도 지수	χ^2	df	p	CMIN/DF	RMR	GFI	AGFI	CFI	NFI	IFI	TLI	RMSEA
최초	2014.923	979	.000	2.058	.054	.822	.795	.927	.867	.927	.919	.052
최종	1316.213	724	.000	1.818	.040	.856	.829	.953	.902	.953	.947	.046
판단 기준	—	—	>.05	<3.0	<.05	>.9	>.8	>.9	>.9	>.9	>.9	<.08
판단	—	—	부적합	적합	적합	부적합	적합	적합	적합	적합	적합	적합

최초 측정모형의 모형적합도에 비해 측정모형의 수정(변수 제거)은 전반적인 적합도가 개선되었다고 판단할 수 있다. <표 4-8>의 추정 결과에 의하면 변수가 제거됨으로써 개별 측정변수들의 신뢰도가 확보되었음(표준화회귀계수 모두 0.7 이상)을 알 수 있다.

4.5.2. 판별타당성 분석

판별타당성은 한 구성개념이 다른 구성개념과 얼마나 다른가에 관한 개념이다. 즉, 서로 다른 구성개념들을 측정했을 때 얻어진 측정값들 간에는 상관관계가 낮아야 한다는 것이다. 본 연구에서는 먼저 평균분산 추출 값이 구성개념들 간 상관관계수의 제곱 값을 상회하는 경우($AVE > \Phi^2$) 판별타당성이 있는 것으로 간주한다(Fornell and Larcker, 1981). 또한 구성개념 간 상관관계수에 대한 95% 신뢰구간에서 표준오차 구간추정치($\Phi \pm 2 \times \text{표준오차}$) 1을 포함하지 않으면 판별타당성이 있다고 볼 수 있다(Anderson & Gerbing, 1988). 마지막으로 두 개의 구성개념으로 짝지워진 쌍을 선택한 다음, 두 구성개념 간 자유로운 상관을 갖는 비제약모델(unconstrained model) 또는 자유모델(free model)과 두 구성개념 간 공분산(covariance)을 1로 고정시킨 제약모델(constrained model)간의 χ^2 차이를 분석하여, 두 모델간 χ^2 차이가 유의적($\chi^2=3.84$ 이상)으로 나타나면 두 개념들 간에 판별타당성이 있는 것으로 볼 수 있다(우종필, 2015).

본 연구에서는 $AVE > \Phi^2$ 방법을 적용하는 판별타당성 검증을 하였다. 판별타당성 검증 결과는 <표 4-10>과 같으며, 변수 간 상관이 가장 높은 .735 (컨설팅 수행 품질 ↔ 컨설턴트 전문성)을 선택하여 검정하였다. 이것을 ($AVE > \Phi^2$)에 적용시켜보면 결정계수는 .540($.751 \times .735$)로서, 모든 쌍의 상관계수 값이 각 구성개념의 AVE 제곱근 값 보다 낮아 판별타당성을 확보하였다고 판단하였다.

<표 4-9> 판별타당성 분석 결과

	컨설팅 수행품질	컨설턴트 전문성	지원사업 진실성	컨설팅 정확성	컨설팅 신뢰성	정보 수용태도	지각된 유용성	컨설팅 수용행동
컨설팅 수행품질	.974							
컨설턴트 전문성	.735	.962						
지원사업 진실성	.568	.631	.954					

	컨설팅 수행품질	컨설턴트 전문성	지원사업 진실성	컨설팅 정확성	컨설팅 신뢰성	정보 수용태도	지각된 유용성	컨설팅 수용행동
컨설팅 정확성	.523	.665	.716	.980				
컨설팅 신뢰성	.159	.259	.124	.334	.971			
정보 수용태도	.363	.480	.499	.576	.331	.955		
지각된 유용성	.229	.321	.304	.432	.572	.542	.977	
컨설팅 수용행동	.240	.292	.244	.321	.250	.286	.443	.981

* 대각선 값은 AVE 값이고 비대각선 값은 상관계수 값을 나타냄.

4.6 가설검정

4.6.1 연구모형의 적합도 검정

본 연구모형의 각각의 경로들에 대한 통계분석을 통해 잠재변수들 간의 인과적 관계를 검증하기 위해 앞서 독립변수인 컨설팅 수행 품질, 컨설턴트 전문성, 지원사업 진실성, 컨설팅 정확성, 컨설팅 신뢰성, 정보 수용태도, 지각된 유용성, 컨설팅 수용행동의 전체적인 구조의 적합성을 검증하였다. AMOS 22.0의 통계분석 Tool을 이용하여 연구모형의 경로들을 분석하였으며, 최대우도추정법(Maximum Likelihood Estimation: MLE)을 사용하였다. 최초 연구모형에 대한 적합도 검정결과 일부 적합도 지수가 기준치를 만족하지 못하는 것으로 나타나 설명력(SMC)이 가장 낮은 지각된 유용성(유용.1=.515 :임직원의 컨설팅 산출물에 대한 이해도) 1개의 변수가 제거되어 적합도 지수는 개선되었다. 최종 측정한 연구모형의 적합도 지수결과는 <표 4-10>와 같다.

χ^2 검정은 적합지수 중 가장 기본이 되는 측정치이며, 구조방정식 모형의 적합도를 평가하는데 이용되는 지수 중 유일하게 통계에 기초한 지수이다. 이때 χ^2 값이 작고(최적모형에서는 0) 확률 값이 크면($p>.05$), 모형이 적합하

다고 한다. 그러나 χ^2 값은 표본행렬과 예측행렬의 차이로 나타낼 때 표본크기의 함수로 표시되기 때문에, 표본크기가 크면 두 행렬간의 차이가 작아도 매우 유의한 차이를 나타낸다. 따라서 χ^2 값에만 의존할 때, 표본의 크기가 커지면 실제모형이 적합하여도 적합하지 않은 것으로 잘못된 결정을 내리게 되므로(양동구, 2000; 윤철호 & 김상훈, 2003; hair et al., 1998; tanker, 1987; na et al., 2003), 일반적으로 χ^2 값을 자유도(df)로 나눈 값이 5미만이면, 확률 값(p)이 작아도 적합한 모형으로 평가 한다(wheaton et al., 1977). 따라서 본 연구에서도 공변량 구조분석의 일반적 평가기준인 χ^2 값에 대한 확률 값(p)의 기준을 충족시키지 않으나, χ^2 값을 자유도로 나눈 값이 5보다 작은 .4070 ($1424.815/580=0.4070$) 이므로 확률 값이 작아도 적합한 모형으로 평가 할 수 있다.

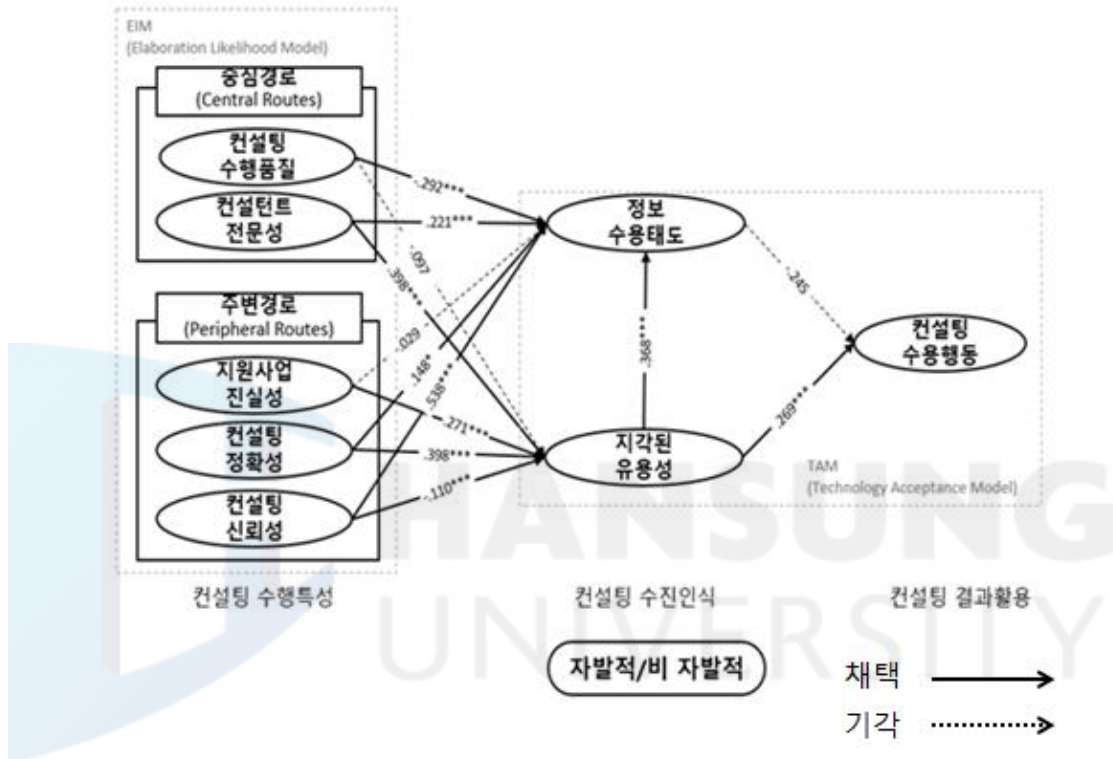
<표 4-10> 연구모형 적합도 검정결과

적합도 지수	χ^2	df	p	CMIN /DF	RMR	GFI	AGFI	CFI	NFI	IFI	TLI	RMSEA
최초	1665.146	657	.000	2.200	.051	.878	.854	.928	.893	.928	.922	.056
최종	1424.815	580	.000	2.005	.049	.898	.874	.938	.903	.938	.932	.054
판단 기준	-	-	>.05	<.3.0	<.05	>.9	>.8	>.9	>.9	>.9	>.9	<.08
판단	-	-	부적합	적합	적합	부적합	적합	적합	적합	적합	적합	적합

모든 측정문항이 하나의 요인을 측정하고 있다고 가정한 null 모형에 연구자가 설정한 모형에 의해 설명되는 전체 정보의 비율을 나타내는 표준적합지수(NFI: Normed fit index)가 .903으로 기준치인 .9를 상회하고 있어 연구모형이 적합도를 가지고 있다고 판단 한다(배병렬, 2002). 또한, CFI(Comparative fit index)가 .9 보다 크면(최적모형에서는 1), 매우 양호한 모형으로 평가된다(양동구, 2000). 본 연구모형에서는 .938로 매우 양호한 모형으로 평가 할 수 있다. 따라서 <표 4-11>에서 기준치와 측정치를 비교하여 볼 때 모형이 매우 적합한 것임을 알 수 있다.

4.6.2 기본가설 검정

연구모형이 적합한 것으로 나타나 구체적인 가설검정을 위해 경로계수를 살펴본 결과 구조모형에 대한 분석결과는 <그림 4-2>와 같이 나타났다.



* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$ 수준에서 유의함.

<그림 4-2> 기본가설 검정 모형

본 연구모형에 사용된 외생변수(exogenous variable)와 내생변수(endogenous variable)들 간의 인과 관계에 대한 가설을 검정한 분석결과는 <표 4-11>과 같다.

<표 4-11> 연구가설 검정 결과

가설	가설(경로)		비표준화 계수	표준화 계수	표준 오차	t-value	p	채택 여부
H1-1	컨설팅 수행품질	→ 정보 수용태도	.247	.292	.070	3.554	***	채택
H1-2	컨설팅 수행품질	→ 지각된 유용성	-.098	-.097	.083	-1.178	.239	기각
H1-3	컨설턴트 전문성	→ 정보 수용태도	.115	.221	.029	3.927	***	채택
H1-4	컨설턴트 전문성	→ 지각된 유용성	.328	.398	.069	4.751	***	채택
H2-1	지원사업 진실성	→ 정보 수용태도	-.020	-.029	.056	-.359	.719	기각
H2-2	지원사업 진실성	→ 지각된 유용성	.221	.271	.064	3.446	***	채택
H2-3	컨설팅 정확성	→ 정보 수용태도	.132	.148	.067	1.978	.048	채택
H2-4	컨설팅 정확성	→ 지각된 유용성	.367	.398	.074	4.983	***	채택
H2-5	컨설팅 신뢰성	→ 정보 수용태도	.547	.538	.080	6.865	***	채택
H2-6	컨설팅 신뢰성	→ 지각된 유용성	-.066	-.110	.027	-2.429	.015	기각
H3	정보 수용태도	→ 컨설팅 수용행동	-.263	-.245	.055	-4.801	.079	기각
H4-1	지각된 유용성	→ 정보 수용태도	.360	.368	.051	6.994	***	채택
H4-2	지각된 유용성	→ 컨설팅 수용행동	.199	.269	.035	5.668	***	채택
H5	중소기업 컨설팅 지원사업의 참여 동기(자발적/비자발적)는 컨설팅 수용행동에 영향을 미친다							채택
내생변수 설명력(R ²)								
정보 수용태도		.456		지각된 유용성		.374		
컨설팅 수용행동		.523		-		-		

* p<.05, ** p<.01, *** p<.001 수준에서 유의함.

가설 H1 컨설팅 중심경로 특성은 컨설팅 수진인식 특성에 정(+)영향을 미칠 것이다.

H1-1 컨설팅 수행품질은 컨설팅 수진인식 특성 변인인 정보 수용태도에 정(+) 영향을 미칠 것이라는 경로분석 결과, 표준화 계수(.292), t-value

(3.554), $p < .001$ 로 본 가설의 경로는 통계적으로 유의하게 나타나 채택되었다. 즉 컨설팅 서비스 전달과정의 수행품질의 만족도가 높을수록, 중소기업 컨설팅지원 사업과 관련된 정보를 수용하려는 태도는 높게 나타나는 것으로 분석되었다.

가설 H1-2 컨설팅 수행품질은 컨설팅 수진인식 특성 변인인 지각된 유용성에 정(+) 영향을 미칠 것이라는 경로분석 결과, 표준화 계수(-.097), t -value (-1.178), $p > .05$ 로 본 가설의 경로는 통계적으로 유의하지 않게 나타나 기각되었다. 즉 컨설팅 서비스 전달과정의 수행품질의 만족도가 높게 나타나더라도, 수진기업의 임직원 개인이 인지하는 개인 및 조직의 직무성과를 향상 시킬 것이라고 믿는 유용성에는 영향을 미치지 않는 것으로 분석되었다.

가설 H1-3 컨설턴트 전문성은 컨설팅 수진인식 특성 변인인 정보 수용태도에 정(+) 영향을 미칠 것이라는 경로분석 결과, 표준화 계수(.221), t -value (3.927), $p < .001$ 로 본 가설의 경로는 통계적으로 유의하게 나타나 채택되었다. 즉 기업의 애로사항에 대한 컨설턴트의 진단·분석 역량이 높을수록, 컨설턴트가 제공하는 지식정보와 중소기업 컨설팅지원사업과 관련된 정보를 수용하려는 태도는 높게 나타나는 것으로 분석되었다.

가설 H1-4 컨설턴트 전문성은 컨설팅 수진인식 특성 변인인 지각된 유용성에 정(+) 영향을 미칠 것이라는 경로분석 결과, 표준화 계수(.398), t -value (4.751), $p < .001$ 로 본 가설의 경로는 통계적으로 유의하게 나타나 채택되었다. 즉 기업의 애로사항에 대한 컨설턴트의 진단·분석 역량이 높을수록, 수진기업의 임직원 개인이 인지하는 개인 및 조직의 직무성과를 향상 시킬 것이라고 믿는 유용성에 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

가설 H2 컨설팅 주변경로 특성은 컨설팅 수진인식 특성에 정(+)영향을 미칠 것이다.

H2-1 지원사업 진실성은 컨설팅 수진인식 특성 변인인 정보 수용태도에 정(+) 영향을 미칠 것이라는 경로분석 결과, 표준화 계수(-.029), t -value (-.359), $p > .05$ 로 본 가설의 경로는 통계적으로 유의하지 않게 나타나 기각되었다. 즉 중소기업 컨설팅 지원사업이 제공하는 지식서비스(사업참여 절차 프로세스, 기관의 관리·운영 등)가 객관적이고 정직하다고 믿는 정도가 높게

나타나더라도, 중소기업 컨설팅지원 사업과 관련된 정보를 수용하려는 태도에
는 영향을 미치지 않는 것으로 분석되었다.

가설 H2-2 지원사업 진실성은 컨설팅 수진인식 특성 변인인 지각된 유용
성에 정(+) 영향을 미칠 것이라는 경로분석 결과, 표준화 계수(.271), t-value
(3.446), $p < .001$ 로 본 가설의 경로는 통계적으로 유의하게 나타나 채택되었
다. 즉 중소기업 컨설팅 지원사업이 제공하는 지식서비스(사업참여 절차 프로
세스, 기관의 관리·운영 등)가 객관적이고 정직하다고 믿는 정도가 높을수록,
수진기업의 임직원 개인이 인지하는 개인 및 조직의 직무성과를 향상 시킬
것이라고 믿는 유용성에 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

가설 H2-3 컨설팅 정확성은 컨설팅 수진인식 특성 변인인 정보 수용태도
에 정(+) 영향을 미칠 것이라는 경로분석 결과, 표준화 계수(.148), t-value
(1.978), $p < .05$ 로 본 가설의 경로는 통계적으로 유의하게 나타나 채택되었다.
즉 컨설팅 제반과정에 대한 적합성을 측정하는 정도로서, 예측되는 기대성과
대비 실제 결과성에서 나타나는 품질수준이 높을수록, 중소기업 컨설팅지원 사
업과 관련된 정보를 수용하려는 태도는 높게 나타나는 것으로 분석되었다.

가설 H2-4 컨설팅 정확성은 컨설팅 수진인식 특성 변인인 지각된 유용성
에 정(+) 영향을 미칠 것이라는 경로분석 결과, 표준화 계수(.398), t-value
(4.983), $p < .001$ 로 본 가설의 경로는 통계적으로 유의하게 나타나 채택되었
다. 즉 컨설팅 제반과정에 대한 적합성을 측정하는 정도로서, 예측되는 기대
성과대비 실제 결과성에서 나타나는 품질수준이 높을수록, 수진기업의 임직원
개인이 인지하는 개인 및 조직의 직무성과를 향상 시킬 것이라고 믿는 유용
성에 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

가설 H2-5 컨설팅 신뢰성은 컨설팅 수진인식 특성 변인인 정보 수용태도
에 정(+) 영향을 미칠 것이라는 경로분석 결과, 표준화 계수(.538), t-value
(6.865), $p < .001$ 로 본 가설의 경로는 통계적으로 유의하게 나타나 채택되었
다. 즉 제공되는 컨설팅 제반서비스에 대한 긍정적인 기대를 바탕으로 예측되
지 않는 불확실성과 위험을 기꺼이 감수하려는 의지가 높을수록, 중소기업 컨
설팅지원 사업과 관련된 정보를 수용하려는 태도는 높게 나타나는 것으로 분
석되었다.

가설 H2-6 컨설팅 신뢰성은 컨설팅 수진인식 특성 변인인 지각된 유용성에 정(+) 영향을 미칠 것이라는 경로분석 결과, 표준화 계수(-.110), t-value (-2.429), $p < .05$ 로 본 가설의 경로는 정(+)의 방향이 아닌 부(-)의 방향으로 통계적인 유의성을 나타내어 기각되었다. 즉 제공되는 컨설팅 제반서비스에 대한 긍정적인 기대를 바탕으로 예측되지 않는 불확실성과 위험을 기꺼이 감수하려는 의지가 있을지라도, 수진기업의 임직원 개인이 인지하는 개인 및 조직의 직무성과를 향상 시킬 것이라고 믿는 유용성에는 개인별 차이가 있는 것으로 분석되었다.

가설 H3 컨설팅 수진인식 특성 변인인 정보 수용태도는 컨설팅 결과활용 특성 변인인 컨설팅 수용행동에 정(+)영향을 미칠 것이라는 경로분석 결과, 표준화 계수(-.245), t-value (-4.801), $p > .05$ 로 본 가설의 경로는 통계적으로 유의하지 않게 나타나 기각되었다. 즉 중소기업 컨설팅지원 사업과 관련된 정보를 수용하려는 태도가 높다하더라도, 기업경영의 애로사항이나 당면과제의 진단·분석결과 및 해결방안에 대한 컨설팅 제반성과물이 실제 기업현장에 적용·활용되는 정도인 컨설팅 수용행동에는 영향을 미치지 않는 것으로 분석되었다.

가설 H4-1 지각된 유용성은 정보 수용태도에 정(+) 영향을 미칠 것이라는 경로분석 결과, 표준화 계수(.368), t-value (6.994), $p < .001$ 로 본 가설의 경로는 통계적으로 유의하게 나타나 채택되었다. 즉 수진기업의 임직원 개인이 인지하는 개인 및 조직의 직무성과를 향상 시킬 것이라고 믿는 유용성이 높을수록, 중소기업 컨설팅지원 사업과 관련된 정보를 수용하려는 태도는 높게 나타나는 것으로 분석되었다.

가설 H4-2 지각된 유용성은 컨설팅 결과활용 특성 변인인 컨설팅 수용행동에 정(+)영향을 미칠 것이라는 경로분석 결과, 표준화 계수(.269), t-value (5.668), $p < .001$ 로 본 가설의 경로는 통계적으로 유의하게 나타나 채택되었다. 즉 수진기업의 임직원 개인이 인지하는 개인 및 조직의 직무성과를 향상 시킬 것이라고 믿는 유용성이 높을수록, 기업경영의 애로사항이나 당면과제의 진단·분석결과 및 해결방안에 대한 컨설팅 제반성과물이 실제 기업현장에 적용·활용되는 정도인 컨설팅 수용행동에 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

가설 H5 중소기업 컨설팅지원사업의 참여동기(자발적·비자발적)는 컨설팅 수용행동에 영향을 미칠것이다의 조절효과를 검증한 결과, 비제약모형(Unconstrained Model)의 $\chi^2(218)=387.017$ 로 분석되었으며, 구조가중치(회귀계수)에 제약을 가한 구조가중치모형(Measurement Weights Model)의 $\chi^2(233)=424.453$ 로 분석되었다. χ^2 에 대한 차이검증 결과는, $\chi^2(15)=37.436$, $p=0.001$ ($p<.05$)로 나타나 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 따라서 중소기업 컨설팅지원사업의 참여동기는 조절변수로서의 효과가 있는 것으로 나타나 채택되었다.

4.6.3 매개효과 분석

본 연구모형의 구조를 이루고 있는 중심경로(컨설팅 수행품질, 컨설팅턴트 전문성), 주변경로(지원사업 진실성, 컨설팅 정확성, 컨설팅 신뢰성)의 독립변수와 종속변수(컨설팅 수용행동)의 영향관계에서 매개변수(정보 수용태도, 지각된 유용성)의 작용효과를 확인하고자 하였다.

매개효과를 통계적으로 검증하기 위하여 AMOS의 부트스트래핑(bootstrapping) 방법을 이용하여 분석을 실시하였다. 독립변수와 종속변수간의 경로계수가 비유의적이나 매개변수를 통한 경로계수가 유의하게 나타나면 완전매개가 되고, 독립변수와 종속변수간의 경로계수가 유의하고 매개변수를 통한 경로계수도 유의하면 부분매개가 된다(우종필, 2012). 매개효과를 검정한 결과는 <표 4-33> 과 같다.

첫째, 컨설팅 수행품질과 컨설팅 수용행동 경로에서 간접효과(경로계수 = -.005, $p>.675$), 총 효과(경로계수=.030, $p>.509$) 분석결과, 간접효과는 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다.

둘째, 컨설팅턴트 전문성과 컨설팅 수용행동 경로에서 간접효과(경로계수 = .203, $p>.003$), 총 효과(경로계수=.185, $p>.006$) 분석결과, 간접효과는 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

이는 기업의 애로사항에 대한 컨설팅턴트의 진단·분석의 역량을 나타내는 컨설팅턴트 전문성과 기업경영의 애로사항이나 당면과제의 진단·분석결과 및 해결

방안에 대한 컨설팅 제반성과물이 실제 기업현장에 적용·활용되는 정도를 나타내는 컨설팅 수용행동과의 영향관계에서 정부의 컨설팅 지원사업 관련 제반 정보를 수용하는 행동이 가져다 주는 결과에 대한 수진기업 임직원 개인의 신념정도를 나타내는 정보 수용태도와 컨설팅 제반성과에 대해서 수진기업의 임직원 개인이 인지하는 개인 및 조직의 직무성과를 향상 시킬 것이라고 믿는 정도를 나타내는 지각된 유용성은 매개효과의 작용을 하는 것으로 해석 할 수 있다.

셋째, 지원사업 진실성과 컨설팅 수행품질과 컨설팅 수용행동 경로에서 간접효과(경로계수=.073, $p>.048$), 총 효과(경로계수=.170, $p>.092$) 분석결과, 간접효과는 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

이는 정부의 중소기업 컨설팅 지원사업이 제공하는 지식서비스가 객관적이고 정직하다고 믿는 정도를 나타내는 지원사업 진실성과 기업경영의 애로사항이나 당면과제의 진단·분석결과 및 해결방안에 대한 컨설팅 제반성과물이 실제 기업현장에 적용·활용되는 정도를 나타내는 컨설팅 수용행동과의 영향관계에서 정부의 컨설팅 지원사업 관련 제반 정보를 수용하는 행동이 가져다 주는 결과에 대한 수진기업 임직원 개인의 신념정도를 나타내는 정보 수용태도와 컨설팅 제반성과에 대해서 수진기업의 임직원 개인이 인지하는 개인 및 조직의 직무성과를 향상 시킬 것이라고 믿는 정도를 나타내는 지각된 유용성은 매개효과의 작용을 하는 것으로 해석 할 수 있다.

넷째, 컨설팅 정확성과 컨설팅 수행품질과 컨설팅 수용행동 경로에서 간접효과(경로계수=0.046, $p>.427$), 총 효과(경로계수=.061, $p>.614$) 분석결과, 간접효과는 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다.

다섯째, 컨설팅 신뢰성과 컨설팅 수행품질과 컨설팅 수용행동 경로에서 간접효과(경로계수=-.002, $p>.499$), 총 효과(경로계수=.073, $p>.552$) 분석결과, 간접효과는 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다.

<표 4-12> 매개효과 검정 결과

경로				직접효과	P	간접효과	P	총 효과	P
중심 경로	컨설팅 수행품질	→	정보 수용태도	-.040	.522	-	-	-.040	.522
		→	지각된 유용성	-.013	.834	-	-	-.013	.834
		→	컨설팅 수용행동	.035	.595	-.005	.675	.030	.509
	컨설팅트 전문성	→	정보 수용태도	.025	.654	-	-	.025	.654
		→	지각된 유용성	.510	.000	-	-	.510	.000
		→	컨설팅 수용행동	-.018	.762	.203	.003	.185	.006
주변 경로	지원사업 진실성	→	정보 수용태도	.216	.003	-	-	.216	.003
		→	지각된 유용성	.184	.012	-	-	.184	.012
		→	컨설팅 수용행동	.097	.217	.073	.048	.170	.092
	컨설팅 정확성	→	정보 수용태도	.200	.298	-	-	.200	.298
		→	지각된 유용성	.117	.084	-	-	.117	.084
		→	컨설팅 수용행동	.015	.838	.046	.427	.061	.614
	컨설팅 신뢰성	→	정보 수용태도	.077	.000	-	-	.077	.000
		→	지각된 유용성	-.004	.954	-	-	-.004	.954
		→	컨설팅 수용행동	.075	.343	-.002	.499	.073	.552

* p<.05, ** p<.01, *** p<.001 수준에서 유의함.

4.6.4 조절효과 분석

조절효과 분석은 다중집단분석으로 실시 하였다. 다중중집단분석(Multiple Group Analysis)은 측정모델이나 구조모델에서 한집단의 모수치가 다른 집단의 모수치와 동일한지를 검증하고자 할 때 이용된다. 다중집단분석을 위해 중소기업컨설팅 지원사업의 수진기업 중 컨설팅참여 기업의 지원동기(태도)를

자발적 참여, 비자발적 참여의 집단으로 분류하였다. 분류된 두 집단 간의 경로별 차이가 있는지를 분석하기 위해 다중집단분석을 실시하였다. 집단 간 차이의 발생 여부는 집단구조방정식을 통해서 모형의 교차타당성(Cross Validation)으로 판단할 수 있다. 교차타당성은 같은 모집단에서 추출한 두 표본에서 동일한 분석결과를 얻을 수 있는지 여부를 판단하는 것이며, 각 집단에서 분석결과가 어떠한 차이를 나타내는지를 파악할 수 있다. 다중집단분석을 수행하기 위해서는 모형을 제약하는 것이 필요하다. 모형의 제약조건은 <표 4-13>와 같다.

<표 4-13> 다중집단요인분석 제약조건

지정(모형 유형)	설 명
모형 1 측정가중치 (Measurement Weight)	측정모형에서 회귀계수 또는 요인분석에서 요인 부하량이 동일하다고 제약한 경우
모형 2 구조공분산 (Structural Covariance)	모형1의 내용을 포함하고(측정가중치가 동일함) 구조공분산이 동일하다고 제약하는 경우
모형 3 측정잔차 (Measurement Residual)	모형2에서 표시된 것을 포함해서 측정모형의 잔차가 집단 간 동일함을 제약하는 경우

* 출처: 우종필 (2016), 구조방정식모델 개념과 이해.

비제약모형(Unconstrained Model)과 측정모형의 회귀계수가 동일하다는 측정가중치 제약모형(Measurement weights Constrained Model)을 분석한 결과, $df=15$, $\chi^2=37.436$, $p=0.001(p<.05)$ 이므로 측정모형의 회귀계수가 동일하는 제약 이후에도 모형의 적합도는 악화되지 않고 집단 간 교차타당성이 확보된 것을 확인할 수 있었다. 분석된 모형의 적합도는 <표 4-14>와 같다.

<표 4-14> 모형의 적합도

모형	NPAR	χ^2	DF	P	CMIN/DF
Unconstrained	91	387.017	218	.000	1.775
Measurement weights	76	424.453	233	.000	1.821
Structural covariances	61	435.814	240	.000	1.815
Measurement residuals	44	474.685	258	.000	1.839

모형의 적합도에서 알 수 있는바와 같이 비제약모형과 제약모형의 비교결과, 비제약모형(Unconstrained)과 측정가중치(혹은 회귀계수, 요인부하량)가 동일하다는 측정가중치모형(Measurement weights) 간의 측정동일성(혹은 교차타당성)은 확보된 것을 확인할 수 있다. 또한 모형적합도의 비제약모형 1개와 제약모형 3개의 χ^2 값을 확인 할 수 있다. 제약이 없는 비제약모형(Unconstrained) 부터 제약을 가한 측정잔차모형 (Measurement residuals) 까지 χ^2 값의 증가를 보여주고 있다. 분석결과를 조절효과 검정으로서 나타내면 <표 4-15> 과 같다.

<표 4-15> 다중집단분석에 의한 조절효과 검정 결과

구분	비제약모형	제약모형(구조가중치모형)
χ^2	387.017	424.453
χ^2 차이	37.436	
χ^2 차이의 P-value	0.001	

* p<.05 수준에서 유의함.

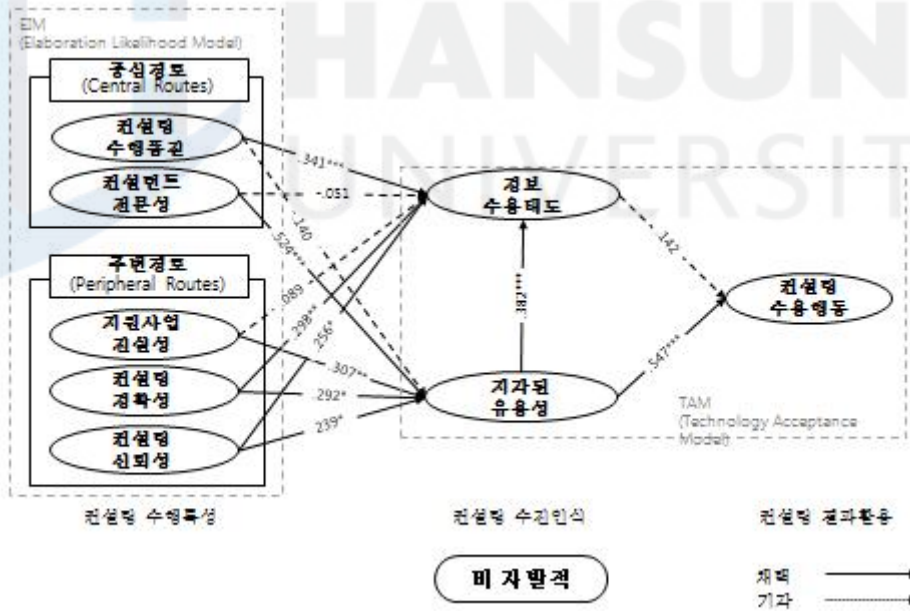
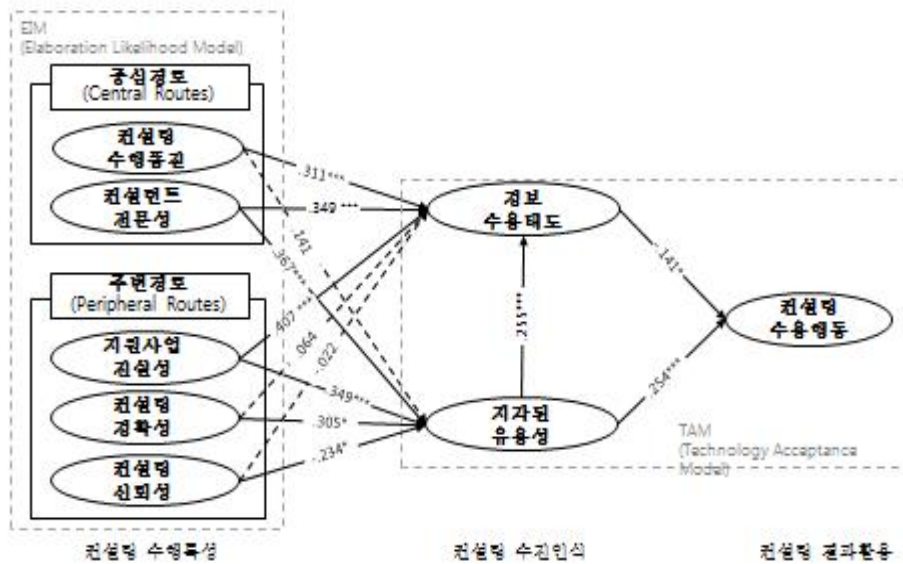
<표 4-15>에서 알 수 있듯이 p=0.001(p<.05)이므로 통계적으로 유의하다고 볼 수 있다. 따라서 중소기업 컨설팅지원사업의 참여동기는 조절변수로서 효과가 있다고 볼 수 있다.

다중집단분석에 따른 중소기업컨설팅 지원사업의 수진기업 컨설팅 참여기업의 지원동기(태도)에 대한 자발적 참여, 비자발적 참여의 집단 간의 차이 분석결과는 <표 4-16>과 같이 개별표본분석 결과로 제시할 수 있다. 또한 연구모형에서의 집단간 각 경로의 차이는 <그림 4-3>으로 나타 낼 수 있다.

<표 4-16> 지원동기별(자발·비자발) 개별표본분석에 의한 가설검증 결과 요약

가설(경로)			자발적 참여			비 자발적 참여		
			표준화계수 (t-value)	p	채택 여부	표준화계수 (t-value)	p	채택 여부
컨설팅 수행품질	→	정보 수용태도	.311 (4.098)	***	채택	.341 (4.198)	***	채택
컨설팅 수행품질	→	지각된 유용성	.141 (2.433)	.152	기각	.140 (2.402)	.651	기각
컨설팅 전문성	→	정보 수용태도	.349 (4.673)	.021	채택	-.051 (-.632)	.135	기각
컨설팅 전문성	→	지각된 유용성	.367 (4.904)	***	채택	.524 (6.269)	***	채택
지원사업 진실성	→	정보 수용태도	.407 (5.470)	***	채택	.089 (.869)	.385	기각
지원사업 진실성	→	지각된 유용성	.349 (4.116)	***	채택	.307 (3.496)	.009	채택
컨설팅 정확성	→	정보 수용태도	.064 (.634)	.526	기각	.298 (3.896)	.004	채택
컨설팅 정확성	→	지각된 유용성	.305 (1.644)	.016	채택	.292 (3.895)	.021	채택
컨설팅 신뢰성	→	정보 수용태도	-.022 (-.183)	.855	기각	.256 (3.497)	.013	채택
컨설팅 신뢰성	→	지각된 유용성	-.234 (-1.932)	.050	채택	.239 (1.330)	.034	채택
정보 수용태도	→	컨설팅 수용행동	.141 (2.867)	.047	채택	.142 (2.254)	.800	기각
지각된 유용성	→	정보 수용태도	.255 (3.207)	.001	채택	.382 (4.230)	***	채택
지각된 유용성	→	컨설팅 수용행동	.254 (3.393)	***	채택	.547 (6.107)	***	채택
내생변수 설명력(R ²)								
자발적 참여	정보 수용태도	.353	지각된 유용성	.400	컨설팅 수용행동	.331		
비자발적 참여	정보 수용태도	.485	지각된 유용성	.410	컨설팅 수용행동	.317		

* p<.05, ** p<.01, *** p<.001 수준에서 유의함.



<그림 4-3> 참여 동기별(자발·비자발) 개별표본분석에 의한 가설검증결과 비교분석 모형

4.6.5 경로별(중심·주변) 다중회귀분석

본 연구에서는 선행변수를 컨설팅 수행특성으로서, 수진기업이 중소기업 컨설팅 지원사업 관련 정보매체를 통해 자극을 받음으로써 컨설팅 결과활용 특성인 컨설팅 수용행동에 나타날 수 있는 반응과 이해 정도차이의 발생이라는 정보이중처리 성향에 대한 경로를 명확화하기 위해 정교화가능성 모델이론을 적용하였다.

또한, 선행변수에 영향을 받는 중소기업의 컨설팅 수진인식 특성으로서 기술수용 이론을 적용하여, 중소기업 임직원에게 의한 컨설팅 제반 성과물의 현장 적용·활용 정도를 나타내는 컨설팅 수용행동에 미치는 영향관계를 파악하고자 하였다. 중심경로(Central Routes)의 변수는 컨설턴트의 역량 특성으로서 컨설팅 수행품질, 컨설턴트 전문성을 사용하였으며, 주변경로(Peripheral Routes)의 변수는 중소기업 컨설팅지원기관의 특성으로 지원사업 진실성, 컨설팅 정확성, 컨설팅 신뢰성을 사용하였다. 그리고 중소기업 컨설팅 수진인식 특성으로 사용된 변수는 정보 수용태도, 지각된 유용성을 사용하였다. 연구자는 정교화가능성모델 이론의 두 경로 간 변수와 종속변수인 컨설팅 수용행동 간의 영향관계를 파악, 그리고 기술수용 이론의 각 변수와 종속변수인 컨설팅 수용행동 간의 영향관계 파악을 위하여 **다중회귀분석**을 하였다. 각각의 변수 별로 그 변수가 컨설팅 수용행동 변수에 유의한 영향을 주는지에 대한 검정은 p-value를 통하여 확인하였다.

각 경로 별 변수가 컨설팅 수용행동에 미치는 영향관계 분석 결과는 <표 4-17> 와 같다.

<표 4-17> 각 모형의 변수가 수용행동에 미치는 영향관계 분석결과

모형	변수	B	SE	β	t	p	VIF	F	R ²
1 (중심경로)	상수	1.924	.301	—	6.399	.000	—	24.100	.271
	컨설팅 수행품질	.194	.038	.219	5.041	.000	1.014		
	컨설턴트 전문성	.296	.067	.191	4.389	.000	1.014		
2 (주변경로)	상수	2.117	.225	—	9.397	.000	—	30.005	.230
	지원사업 진실성	.275	.081	.208	3.410	.001	2.035		
	컨설팅 정확성	.166	.071	.148	2.343	.020	1.785		
	컨설팅 신뢰성	.178	.066	.155	2.710	.007	1.790		
3 (컨설팅 수진인식)	상수	1.003	.279	—	3.601	.000	—	22.328	.260
	정보 수용태도	.146	.062	.110	2.354	.019	1.286		
	지각된 유용성	.543	.069	.365	7.828	.000	1.286		

* p<.05, ** p<.01, *** p<.001 수준에서 유의함.

모형1:정교화가능성모텔 이론의 중심경로 **모형2:**정교화가능성모텔 이론의 주변
경로 **모형3:**기술수용 이론의 컨설팅 수진인식 특성 경로

정교화가능성모텔 이론의 중심경로 변수들이 컨설팅 수용행동에 미치는 영향에 대하여, 다중회귀분석을 실시하기 위해 종속변수의 자기상관과 독립변수 간의 다중공선성을 검토 하였다. 종속변수의 자기상관은 Durbin-Watson 지수를 이용하였고, Durbin-Watson 지수가 1.741로 나타나 자기상관이 독립적인 것으로 확인 되었다.. 독립변수 간 다중공선성은 VIF(분산팽창요인)지수를 이용하였고, 독립변수 간 VIF 지수는 1.014로 10미만이므로 다중공선성이 없는 것으로 나타났다. 따라서 본 데이터는 회귀분석을 실시하기에 적합하다.

다중회귀분석을 실시한 결과, 중심경로 변수들이 컨설팅 수용행동에 미치는 영향은 컨설팅 수행품질, 컨설턴트 전문성(p<.001)은 컨설팅 수용행동에

통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 이는 컨설팅 서비스 전달과정의 수행품질의 만족도가 높을수록, 그리고 기업의 애로사항에 대한 컨설턴트의 진단·분석 역량이 높을수록 컨설팅 수용행동이 높아지는 것으로 확인 되었다.

다음은 정교화가능성모델 이론의 주변경로 변수들이 컨설팅 수용행동에 미치는 영향에 대하여 다중회귀분석을 실시하였다. 종속변수의 Durbin-Watson 지수가 1.724로 나타나 자기상관이 독립적이다. 독립변수 간 VIF 지수는 1.785~2.035로 10미만이므로 다중공선성이 없는 것으로 나타났다. 따라서 본 데이터는 회귀분석을 실시하기에 적합하다.

다중회귀분석을 실시한 결과, 주변경로 변수들이 컨설팅 수용행동에 미치는 영향은 지원사업 진실성($p < .01$), 컨설팅 정확성($p < .05$), 컨설팅 신뢰성($p < .01$)로 모두 구매행동에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이중 컨설팅 수용행동에 가장 높은 영향을 주는 변수는 지원사업 진실성($\beta = .208$)으로 컨설팅 정확성($\beta = .148$), 컨설팅 신뢰성($\beta = .155$)에 비해, 중소기업 컨설팅 지원사업이 제공하는 지식서비스(사업참여 절차 프로세스, 기관의 관리·운영 등)가 객관적이고 정직하다고 믿는 정도가 높을수록, 기업의 애로사항에 대한 컨설턴트의 진단·분석 역량이 높을수록 컨설팅 수용행동이 높아지는 것으로 나타났다.

다음은 기술수용 이론의 컨설팅 수진인식 특성 변수들이 구매행동에 미치는 영향에 대하여 다중회귀분석을 실시하였다. 종속변수의 Durbin-Watson 지수가 1.905로서 나타나 자기상관이 독립적이다. 독립변수 간 VIF 지수는 1.286로 10미만이므로 다중공선성이 없는 것으로 나타났다. 따라서 본 데이터는 회귀분석을 실시하기에 적합하다.

다중회귀분석을 실시한 결과, 수진인식 특성 변수들이 컨설팅 수용행동에 미치는 영향은 정보 수용태도($p < .05$), 지각된 유용성($p < .001$) 컨설팅 수용행동에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이들 중 컨설팅 수용행동에 가장 높은 영향을 주는 변수는 지각된 유용성($\beta = .365$)로 수진기업의 임직원 개인이 인지하는 개인 및 조직의 직무성과를 향상 시킬 것이라고 믿는 유용성이 높을수록 컨설팅 수용행동이 높아지는 것으로 나타났다.

다음으로, 컨설팅 수행 특성 변수들을 중심경로(컨설턴트 역량특성)와 주변경로(컨설팅 지원특성)의 변수로 정의(평균화)하여 컨설팅 수용행동에 미치는 영향관계를 분석하였다. 분석결과는 <표 4-18>과 같다.

<표 4-18> 경로(중심·주변)별 컨설팅 수용행동에 미치는 영향관계 분석결과

	<i>B</i>	<i>SE</i>	β	<i>t</i>	<i>p</i>	<i>VIF</i>
상수	1.947	.236	—	8.259	.000	—
컨설턴트 역량특성	.166	.071	.148	2.343	.020	1.785
컨설팅 지원특성	.348	.084	.262	4.151	.000	1.785
$R^2 = .342, F = 31.780, (P < .001)$						

종속변수의 Durbin-Watson 지수가 1.750으로 나타나 자기상관이 독립적이다. 독립변수 간 VIF 지수는 1.785로 10미만이므로 다중공선성이 없는 것으로 나타났다. 따라서 본 데이터는 회귀분석을 실시하기에 적합하다.

경로별 다중회귀분석을 실시한 결과, 중심경로와 주변경로가 구매행동에 미치는 영향은, 컨설턴트 역량특성($p < .05$), 컨설팅 지원특성($p < .001$) 모두 구매 행동에 통계적으로 유의한 영향을 주는 것으로 나타났다.

컨설팅 수용행동에 가장 높은 영향을 주는 것은 주변경로인 컨설팅 지원특성은($\beta = .262$)으로 컨설팅 지원특성이 높을수록 컨설팅 수용행동이 높아지는 것으로 나타났다. 중심경로인 컨설턴트 역량특성은($\beta = .148$)로서 컨설팅 지원특성 보다 컨설팅 수용행동에 낮은 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 기업경영의 애로사항이나 당면과제의 진단·분석결과 및 해결방안에 대한 컨설팅 제반성과물이 실제 기업현장에 적용·활용하고자 할 때, 컨설턴트 역량특성인 컨설팅 수행품질과 컨설턴트 전문성 보다는 컨설팅 지원특성인 지원사업 진실성과 컨설팅 정확성 그리고 컨설팅 신뢰성 측면을 더 많이 고려한다고 해석 할 수 있다.

이러한 결과는 컨설팅 서비스 전달과정의 수행품질의 만족도가 높다 하더라도, 기업의 경영상 애로사항에 대한 컨설턴트의 진단·분석 역량은 개인 및

소속 컨설팅사에 따라 차이가 나타날 수 있으므로, 수진기업은 이러한 예측되지 않는 불확실성과 위험을 기꺼이 감수하면서 컨설팅 지원사업에 적극 참여하고자 하는 인식은 낮은 것으로 판단된다.

따라서, 중소기업 컨설팅 지원사업을 추진하는 기관에서는 이러한 부분을 충분히 고려하여, 컨설턴트와 컨설턴트사 대상의 역량평가 기준 및 평가결과의 가시화(정보공개·제공) 정책을 적극 시행함으로써, 중소 수진기업이 느끼는 컨설팅 성과에 대한 불확실성 해소(믿음)와 현장 적용에 따른 리스크 인식을 제거하는 활동을 진행 하여야 할 것이다.

4.6.6 참여동기(자발·비자발)에 따른 참여집단의 다중회귀분석

자발적 참여집단과 비자발적 참여집단 간 각변수가 종속변수인 컨설팅 수용행동에 미치는 영향관계 파악을 위해 다중회귀분석을 실시하였다. 한편 업력 및 종업원수의 영향력을 통제하기 위해 더미변환 후 통제변수로 투입하였다.

자발적 참여집단의 다중회귀분석을 실시하기 위해 종속변수의 자기상관과 독립변수 간의 다중공선성을 검토 하였다. 종속변수의 자기상관은 Durbin-Watson 지수를 이용하였고, Durbin-Watson 지수가 1.760로 나타나 자기상관이 독립적이다. 독립변수 간 다중공선성은 VIF(분산팽창요인)지수를 이용하였고, 독립변수 간 VIF 지수는 1.406~2.886로 10미만이므로 다중공선성이 없는 것으로 나타났다.

비자발적 참여집단의 다중회귀분석을 실시하기 위해 종속변수의 자기상관과 독립변수 간의 다중공선성을 검토 하였다. 종속변수의 자기상관은 Durbin-Watson 지수를 이용하였고, Durbin-Watson 지수가 1.781로 나타나 자기상관이 독립적이다. 독립변수 간 다중공선성은 VIF(분산팽창요인)지수를 이용하였고, 독립변수 간 VIF 지수는 1.341~2.235로 10미만이므로 다중공선성이 없는 것으로 나타났다. 따라서 본 데이터는 회귀분석을 실시하기에 적합하다. 자발적/비자발적 참여집단의 분석결과는 <표 4-19> 와 같다.

<표4-19> 참여동기(자발적·비자발적) 집단별 변수가 컨설팅 수용행동에 미치는 영향관계 분석결과

모형	변수	<i>B</i>	<i>SE</i>	β	<i>t</i>	<i>p</i>	<i>VIF</i>	<i>F</i>	<i>R</i> ²
1 (자발적 참여)	상수	1.130	.357	—	3.161	.000	—	11.369	.474
	컨설팅 수행품질	.357	.060	.276	3.946	.005	2.278		
	컨설턴트 전문성	-.053	.088	-.038	-.603	.547	1.406		
	지원사업 진실성	.277	.095	.260	2.862	.004	2.622		
	컨설팅 정확성	.205	.069	.206	3.074	.032	2.279		
	컨설팅 신뢰성	.047	.100	.042	.470	.439	2.886		
2 (비자발적 참여)	상수	.629	.430	—	1.461	.002	—	11.993	.515
	컨설팅 수행품질	.216	.080	.202	2.450	.017	1.864		
	컨설턴트 전문성	.284	.101	.197	2.809	.005	1.341		
	지원사업 진실성	.114	.102	.100	1.122	.263	2.163		
	컨설팅 정확성	-.007	.083	-.007	-.086	.932	1.879		
	컨설팅 신뢰성	-.023	.096	-.022	-.241	.810	2.235		

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$ 수준에서 유의함.

자발적 참여 집단의 다중회귀분석을 실시한 결과, 컨설팅 수용행동에 가장 높은 영향을 주는 것은 컨설팅 수행품질($\beta = .276$)으로 컨설팅 수행품질이 높을수록 컨설팅 수용행동이 높아지는 것으로 나타났다. 그리고, 지원사업 진실성($\beta = .260$), 지각된 유용성($\beta = .245$), 컨설팅 정확성($\beta = .206$)의 순서로 컨설팅 수용행동에 높게 영향을 미치는 것으로 나타났다.

컨설턴트 전문성과 컨설팅 신뢰성 그리고 정보 수용태도는 통계적으로 유

의하지 않은($p>.05$) 것으로 나타났다.

비자발적 참여 집단의 다중회귀분석을 실시한 결과, 컨설팅 수용행동에 가장 높은 영향을 주는 것은 지각된 유용성($\beta=.374$)으로 컨설팅 지각된 유용성이 높을수록 컨설팅 수용행동이 높아지는 것으로 나타났다. 그리고, 정보수용태도($\beta=.291$), 컨설팅 수행품질($\beta=.202$), 컨설턴트 전문성($\beta=.197$)의 순서로 컨설팅 수용행동에 높게 영향을 미치는 것으로 나타났다.

지원사업 진실성과 컨설팅 정확성 그리고 컨설팅 신뢰성은 통계적으로 유의하지 않은($p>.05$) 것으로 나타났다.

자발적 참여 집단과 비자발적 참여 집단의 다중회귀 분석을 통하여 알 수 있는 가장 큰 차이점 중 하나는, 비자발적 참여 집단에서는 컨설팅 지원특성을 나타내는 변수(지원사업 진실성, 컨설팅 정확성, 컨설팅 신뢰성)들이 컨설팅 수용행동에 통계적으로 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

이는 비자발적 참여 수진기업에서 기업경영의 애로사항이나 당면과제의 진단·분석결과 및 해결방안에 대한 컨설팅 제반성과물이 실제 기업현장에 적용·활용하고자할 때, 컨설팅 지원특성인 지원사업 진실성과 컨설팅 정확성 그리고 컨설팅 신뢰성 보다 컨설턴트 역량특성인 컨설팅 수행품질과 컨설턴트 전문성 측면을 더 많이 고려한다고 해석 할 수 있다.

반면에, 자발적 참여 수진기업에서는 기업경영의 애로사항이나 당면과제의 진단·분석결과 및 해결방안에 대한 컨설팅 제반성과물이 실제 기업현장에 적용·활용하고자할 때, 컨설팅 서비스 전달과정의 수행품질에 대한 전반적인 만족이나, 수진기업의 임직원들이 인지하는 개인 및 조직의 직무성과 향상을 위한 지각된 유용성 측면을 더 많이 고려한다고 해석 할 수 있다.

4.6.7 참여동기(자발·비자발)별 T-test 검정

자발적 참여집단과 비자발적 참여집단 간의 각 변수별 평균차이 검정을 위해 독립표본 t-test 검정을 실시하였다. 각 변수별 요인분석, 신뢰도분석 등의 변수 정제과정은 이미 실시하였으므로 t-test 검정 과정에서는 생략하였다. 본 t-test검정에 사용된 각 변수들은 변수계산을 통해 새롭게 생성된 변수들을 가지고 분석을 실시하였다.

분석결과는 <표 4-20> 과 같다.

<표 4-20> 참여 동기(자발적·비자발적)별 평균차이 검정결과

변수	평균		표준편차		t-value	p-value
	자발적 (n=291)	비자발적 (n=209)	자발적 (n=291)	비자발적 (n=209)		
컨설팅 수행품질	2.873	2.737	.884	.839	1.733	.004
컨설턴트 전문성	4.109	4.127	.604	.610	-.327	.744
지원사업 진실성	3.804	3.719	.724	.753	1.277	.020
컨설팅 정확성	3.333	3.349	.942	.842	1.195	.030
컨설팅 신뢰성	3.618	3.629	.879	.792	1.142	.055
정보 수용태도	3.836	3.819	.659	.727	1.277	.017
지각된 유용성	4.118	4.057	.636	.680	1.013	.008
컨설팅 수용행동	3.819	3.796	.900	.884	1.287	.042

* p<.05, ** p<.01, *** p<.001 수준에서 유의함.

첫째, 컨설팅 수행품질은 t값이 1.733이며, 평균값은 자발적 참여 그룹이 2.873, 비자발적 참여 그룹은 2.787로 자발적 참여 그룹이 통계적 유의수준 하에서 더 높게 지각하는 것으로 나타났다.

둘째, 컨설턴트 전문성은 t값이 -.327로 통계적으로 유의하지 않으므로 차이가 없는 것으로 나타났다.

셋째, 지원사업 진실성은 t값이 1.277이며, 평균값은 자발적 참여 그룹이 3.804, 비자발적 참여 그룹은 3.719로 자발적 참여 그룹이 통계적 유의수준 하에서 더 높게 지각하는 것으로 확인 되었다.

넷째, 컨설팅 정확성은 t값이 1.195이며, 평균값은 자발적 참여 그룹이 3.333, 비자발적 참여 그룹은 3.349로 자발적 참여 그룹이 통계적 유의수준 하에서 더 높게 지각하는 것으로 나타났다.

다섯째, 컨설팅 신뢰성은 t값이 1.142로 통계적으로 유의하지 않으므로 차이가 없는 것으로 나타났다.

여섯째, 정보 수용태도는 t값이 1.277이며, 평균값은 자발적 참여 그룹이 3.836, 비자발적 참여 그룹은 3.819로 자발적 참여 그룹이 통계적 유의수준 하에서 더 높게 지각하는 것으로 확인 되었다.

일곱째, 지각된 유용성은 t값이 1.013이며, 평균값은 자발적 참여 그룹이 4.118, 비자발적 참여 그룹은 4.057로 자발적 참여 그룹이 통계적 유의수준 하에서 더 높게 지각하는 것으로 나타났다.

여덟째, 컨설팅 수용행동은 t값이 1.287이며, 평균값은 자발적 참여 그룹이 3.819, 비자발적 참여 그룹은 3.796로 자발적 참여 그룹이 통계적 유의수준 하에서 더 높게 지각하는 것으로 확인 되었다.

이러한 평균의 차를 비교 분석 해 본 결과 자발적인 의도와 비자발적인 의도 사이에 차이가 있었으며, 의도의 차이에 따라 받아들이는 차이가 발생하며 행동의도가 달라 질 수도 있다는 것을 시사한다.

V. 결 론

5.1 연구 결과와 시사점

본 연구에서는 중소기업 컨설팅 지원사업의 컨설팅지원을 받은 중소기업 임직원을 대상으로 컨설팅 수용행동을 측정하고 이러한 감정에 영향을 미칠 수 있는 핵심요인들을 중소기업의 자발적 비자발적 참여를 중심으로 연구 하였다. 또한, 기존 관련 연구에서 진행되어왔던 중소기업 컨설팅 지원사업의 활성화를 위한 방안이나 관련 관점이 아닌 컨설팅 서비스를 받은 중소기업 임직원의 관점으로 접근하였다.

이를 위하여 자발적 참여집단과 비자발적 참여 집단간 컨설팅 수행품질, 컨설턴트 전문성, 지원사업 진실성, 컨설팅 정확성, 컨설팅 신뢰성 각각의 변수가 종속변수인 컨설팅 수용행동에 영향을 미칠 수 있는 영향관계 파악을 위하여 다중회계분석을 실시 하였으며, 인구통계학적 요인인 업력 및 종업원 수의 영향력을 통제하기 위해 더미변환 후 통제변수로 투입 하였다. 분석 결과 자발적 참여집단에서 적극적인 컨설팅 수용행동을 보이고 있었으며 특히, 각 변수의 우선순위에도 차이를 발견할 수 있었다. 분석 결과를 정리하면 <표 5-1>과 같다.

**<표 5-1> 참여 동기(자발적·비자발적)별 집단과 변수간 컨설팅 수용행동의
영향관계**

우선순위	자발적 참여집단	비자발적 참여집단
1	컨설팅 수행품질	지각된 유용성
2	지원사업 진실성	정보 수용태도
3	지각된 유용성	컨설팅 수행품질
4	컨설팅 정확성	컨설턴트 전문성
영향없음	컨설턴트 전문성	컨설팅 정확성
영향없음	컨설팅 신뢰성	컨설팅 신뢰성
영향없음	정보 수용태도	지원사업 진실성

이를 개별 변수 중심으로 분석한 결과는 다음과 같다.

- 컨설팅 수행품질은 컨설팅 수진인식 특성 변인인 정보수용 태도에 긍정적 인 영향을 미치는 것으로 나타났다.
- 참여 집단과 변수간 수용행동의 영향관계 측면에서 자발적 참여집단에서 컨설팅 수행품질에 민감하게 반응한다.

첫째, 컨설팅 수행 품질은 예상한 대로 정보 수용태도에 긍정적 영향을 미친다. 이러한 결과는 중소기업 입장에서 컨설팅 서비스 전달과정 및 결과물의 수행품질 만족도가 높을수록, 중소기업 컨설팅 지원사업과 관련된 정보를 수용하려는 태도 또한 높게 나타난다고 할 수 있다. 중소기업 임직원들은 양질의 컨설팅 서비스 전달과정 및 결과물에 대해 중요하게 생각한다는 것을 알 수 있다.

또한, 중소기업 컨설팅 지원사업의 자발적 참여집단과 비자발적 참여집단 간 각 변수가 컨설팅 수용행동에 미치는 영향관계를 살펴봤을때 두 참여집단은 컨설팅 수행품질에 대한 민감도에 차이를 보였다. 참여 집단과 변수 간 수용행동의 영향관계 측면에서 자발적 참여집단의 경우 컨설팅 수행품질을 1순

위로 두는데 반해 비자발적 참여집단은 3순위로 민감도가 낮게 나타난 것으로 분석되었다. 이는 컨설팅 수행품질의 중요성이 낮아서 발생하는 문제가 아니라 비자발적 참여집단의 경우 중소기업 컨설팅지원사업의 컨설팅 유용성을 인식하기 전 타인의 권유 등으로 본 사업의 참여함에 따라 정보를 수용하려는 태도가 낮아서 발생하는 것으로 분석된다.

공공적인 측면에서는 분석결과를 고려할 때 중소기업 컨설팅 지원사업이 원활하게 이루어지게 하기 위해서 사업에 참여하는 중소기업 임직원들에게 사업참여 초기단계에 워크숍등을 활용하여 중소기업 컨설팅지원사업 및 컨설팅의 유용성에 대한 설명을 통한 인식제고 등 컨설팅 서비스에 대한 전달과정 및 결과까지 적극적으로 동참하도록 유도 시켜야 한다. 사업참여 초기부터 체계적인 관리가 이루어져야 기업의 수용행동에 긍정적인 영향을 유도하고 높은 컨설팅 성과를 기대할 수 있을 것으로 분석된다.

- 컨설턴트의 전문성은 정보 수용태도와 지각된 유용성에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.
- 참여 집단과 변수간 수용행동의 영향관계 측면에서 분석해 봤을 때 컨설턴트의 전문성의 경우,
 - 1) 자발적 참여집단은 컨설팅 수용행동에 영향을 미치지 않지만,
 - 2) 비자발적 참여집단은 컨설팅 수용행동에 영향을 주었다.
- 지원사업의 진실성과는 반대의 경향을 보였다.

둘째, 컨설턴트의 전문성은 컨설팅 수진인식 특성 변인인 정보 수용태도에 긍정적인 영향을 미친다. 이는 중소기업의 경영애로 사항에 대한 컨설턴트의 진단 및 분석 역량이 높을수록 컨설턴트가 제공하는 지식정보와 중소기업 컨설팅 지원사업과 관련된 정보를 수용하려는 태도는 높게 나타나는 것으로 분석되었다. 또한, 컨설턴트의 전문성은 컨설팅 수진인식 특성 변인인 지각된 유용성에도 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 기업의 애로사항에 대한 컨설턴트의 진단 및 분석의 역량이 높을수록 중소기업의 임직원 개인 및 조직의 직무성과를 향상될 것이라고 믿는 것으로 나타났다.

컨설턴트 전문성의 경우, 중소기업 컨설팅 지원사업의 자발적 참여집단과 비자발적 참여 집단간 각 변수가 컨설팅 수용행동에 미치는 영향관계를 살펴

왔을 때 자발적 참여집단의 경우 컨설팅 수용행동에 영향을 미치지 않았으며, 비자발적 참여집단의 경우 컨설팅 수용행동에 영향을 미쳤다. 이는 자발적 참여집단의 경우 컨설팅 추진과정에서 컨설턴트에 대한 분석이 심도 깊게 이루어진 상태로 컨설팅이 진행되었고 비자발적 집단의 경우 컨설턴트 분석이 제대로 이루어지지 않은 상태에서 컨설팅이 시작되어 진행과정 중 컨설턴트의 전문성에 따른 영향을 받은 것으로 분석된다.

반대로, 지원사업 진실성은 컨설턴트 전문성과 반대되는 경향을 보이고 있는데 자발적 참여집단에서 높은 수용행동의 영향관계를 보이고 있으며 비자발적 집단에서는 영향이 없는 것으로 나타났다. 이러한 결과에 대한 분석으로는 자발적 참여집단의 경우 전체적인 컨설팅 수행과정에 대한 정보가 많고 컨설팅 성과향상 및 향후 발생할 수 있는 문제 등에 수진기업의 의무사항 준수 등을 고려한 것으로 보여진다. 반면, 비자발적 집단의 경우 컨설팅 착수 이후 단계에서도 컨설턴트의 전문성에 의존하는 수동적 입장을 유지하고 중소기업 컨설팅 지원사업에 대한 정보와 관련해 자발적 탐색이 적극적으로 이루어지지 않음으로써 발생하는 현상으로 분석된다.

공공적인 측면에서 해당결과를 반영하기 위해서는 중소기업 컨설팅 사업과 관련한 지원사업의 진실성 제고를 위한 홍보 및 우수사례 전파 노력을 강화하고 사업에 참여하는 기업 중 비자발적 참여집단에 대해서는 우수 컨설턴트를 매칭, 컨설팅 수행과정 중에 사업과 관련한 정보제공을 위한 교육을 강화하는 것이 컨설팅 수용행동 강화와 성과 제고에 도움을 줄 수 있을 것으로 전망된다.

- 컨설팅 정확성은 컨설팅 수진인식 특성 변인인 정보 수용태도와 지각된 유용성에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다.
- 컨설팅 신뢰성은 컨설팅 수진인식 특성 변인인 정보 수용태도와 지각된 유용성에 긍정적 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다
- 참여 집단과 변수간 수용행동의 영향관계 측면에서 분석해 봤을 때
 - 컨설팅 정확성의 경우,
 - 1) 자발적 참여집단은 컨설팅 수용행동에 유의미한 영향을 미치며,
 - 2) 비자발적 참여집단은 컨설팅 수용행동에 영향을 주지 않았다.
 - 컨설팅 신뢰성의 경우,
 자발적·비자발적 집단은 컨설팅 수용행동에 영향을 미치지 않았다

셋째, 컨설팅 정확성은 컨설팅 수진인식 특성 변인인 정보 수용태도에 긍정적인 영향을 미친다. 이는 컨설팅 제반과정에 대한 적합성을 측정하는 정도로서, 예측되는 기대성과 대비 실제 결과성에서 나타나는 품질수준이 높을수록, 중소기업 컨설팅 지원사업과 관련된 정보를 수용하려는 태도는 높게 나타나는 것으로 분석 되었다.

또한, 컨설팅의 정확성은 지각된 유용성에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 컨설팅 제반과정에 대한 적합성을 측정하는 정도로서, 예측되는 기대성과 대비 실제 결과성에서 나타나는 품질수준이 높을수록 수진기업의 임직원 개인이 인지하는 개인 및 조직의 직무성과를 향상 시킬 것이라고 믿으며 유용성에 영향을 미치는 것으로 분석 되었다.

중소기업 컨설팅 지원사업의 자발적 참여집단과 비자발적 참여집단 간 각 변수가 컨설팅 수용행동에 미치는 영향관계를 살펴 봤을 때 두 참여집단은 컨설팅 수행품질에 대한 민감도에 차이를 보였다.

자발적·비자발적 참여 집단과 변수 간 수용행동의 영향관계 측면에서 자발적 참여집단의 경우 수용행동에 유의미한 영향을 미쳤으나, 비자발적 집단에서는 영향이 없는 것으로 분석되었다. 그 원인으로는 자발적 참여집단의 경우 컨설팅 수행이전 단계에서 컨설팅에 대한 추진목적이 명확하여 컨설팅의 정확성과 관련하여 만족스러운 결론이 도출될 경우 수용행동이 높게 나타나는 것으로 분석되며 비자발적 집단의 경우 수행과정에서도 컨설팅 목적에 대

한 이해가 충분하게 이루어지지 않음으로써 발생하는 현상으로 분석된다.

컨설팅 신뢰성의 경우, 지각된 유용성과 정보 수용태도에는 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 제공되는 컨설팅 제반 서비스에 대한 긍정적인 기대를 바탕으로 예측되지 않은 불확실성과 위험을 기꺼이 감수하려는 의지가 있을지라도 수진기업 임직원 개인이 인지하는 개인 및 조직의 직무성과를 향상 시킬 것이라고 믿는 유용성에는 개인별 차이가 없는 것으로 분석 되었으며, 중소기업 컨설팅 지원사업과 관련된 정보를 수용하려는 태도가 높다 하더라도 기업경영의 애로사항이나 당면과제의 진단·분석결과 및 해결방안에 대한 컨설팅 제반 성과물이 실제 기업현장에 적용·활용되는 정도인 컨설팅 수용행동에는 영향을 미치지 않는 것으로 분석 되었다.

또한, 참여집단과 변수 간 수용행동의 영향관계 측면에서 분석해 봤을 때 컨설팅의 신뢰성은 자발적 참여집단과 비자발적 참여집단에서 동일하게 영향을 미치지 않는 것으로 나타났으며, 이는 중소기업 현장 특성상 단기 개선과제의 경우 컨설팅 종료 시 반영이 이루어지고 장기과제의 경우 관심도가 높지 않아서 발생하는 부분으로 보여진다.

공공적인 측면에서 중소기업 컨설팅 지원사업의 성과를 제고하기 위해서는 컨설팅 추진 목적에 대한 기업의 태도 확인 및 KPI에 대한 관리 강화를 통해 명확한 목적의식을 갖고 사업에 참여할 수 있도록 해야할 것으로 보여진다.

- 지각된 유용성은 컨설팅 수진인식 특성 변인인 정보 수용태도와 지각된 유용성에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다.
- 참여 집단과 변수간 수용행동의 영향관계 측면에서 분석해 봤을 때
 - 지각된 유용성은,
두 참여집단 모두 영향을 미쳤으며, 비자발적 집단에서 영향력이 가장 크게 나타났다.
 - 정보수용 태도의 경우,
1) 자발적 참여집단에는 영향을 미치지 않았으며,
2) 비자발적 참여 집단에는 영향력을 보이고 있다

넷째, 지각된 유용성은 컨설팅 수진인식 특성 변인인 정보 수용태도에 긍정적인 영향을 미친다,

즉, 수진기업의 임직원 개인이 인지하는 개인 및 조직의 직무성과를 향상 시킬 것이라고 믿는 유용성이 높을수록, 중소기업 컨설팅 지원사업과 관련된 정보를 수용하려는 태도는 높게 나타나는 것으로 분석 되었다.

또한, 지각된 유용성은 컨설팅 수용행동에도 유의미한 영향을 미친다. 이는 수진기업 임직원 개인이 인지하는 개인 및 조직의 직무성과를 향상 시킬 것이라고 믿는 유용성이 높을수록, 기업경영의 애로 사항이나 당면과제의 진단·분석결과 및 해결방안에 대한 컨설팅 제반성과물이 실제 기업현장에 적용·활용되는 정도인 컨설팅 수용행동에 영향을 미치는 것으로 분석 되었다.

중소기업 컨설팅 지원사업의 자발적 참여집단과 비자발적 참여집단 간 각 변수가 컨설팅 수용행동에 미치는 영향관계를 살펴보았다.

중소기업 컨설팅 지원사업의 지각된 유용성은 자발적·비자발적 참여집단 모두에게 컨설팅 수용행동에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났는데 컨설팅 수행목적을 고려할 때 유용성이 확인된 이후 컨설팅 수용행동이 강화되는 것으로 당연한 결과로 보여진다. 다만, 자발적 집단과 비자발적 집단의 우선순위에서는 차이를 나타내고 있다. 자발적 참여집단의 경우 사업을 추진하기 이전단계부터 유용성을 목표로 하고 있었기 때문에 유용성에 의한 수용행동 영향관계의 우선순위가 낮게 나타나고 비자발적 참여집단의 경우 기대하지 않았던 유용성을 확인하고 수용행동에 반영되어 가장 높은 우선순위를 보이는 것으로 분석된다.

정보 수용태도의 경우 자발적 참여집단에서는 수용행동에 영향을 미치지 않으나 비자발적 참여집단에서는 영향이 있는 것으로 나타났는데 이는 자발적 참여집단의 정보 수용태도가 낮아서 나타나는 현상이 아니라 사업 추진 이전단계에서 이미 적극적인 수용태도를 갖고 있었기 때문이며 비자발적 참여집단의 경우 지각된 유용성을 중심으로 컨설팅 수용행동 태도의 변화가 있었기 때문으로 분석된다.

공공적인 측면에서 컨설팅 사업의 활성화를 위해서는 중소기업 업종별, 분야별 애로사항 해소와 관련한 유용성을 적극적으로 전파하고 특히, 비자발적

참여기업에 대해서는 예상되는 결과물의 유용성을 인지시킴으로써 컨설팅 수용행동의 제고를 고려할 필요가 있을 것이다.

- 중소기업 컨설팅지원사업의 자발적·비자발적 참여동기는 컨설팅 수용행동에 영향을 미치는 것으로 나타나 조절변수로서의 효과가 있는 것으로 나타났다.
- 참여 집단과 변수간 수용행동의 영향관계 측면에서 분석해 봤을 때 중소기업 컨설팅 지원사업에 참여한 중소기업의 자발적·비자발적 참여동기 여부는 컨설팅 수용행동과 성과에 있어서 다른 변수에 의해 영향을 받게 되며, 사업의 관리 및 운영방향의 차별성이 요구된다.

중소기업 컨설팅 지원사업에 참여하는 기업의 자발적·참자발적 참여형태에 따라 컨설팅 수용행동에 차이가 있으며 이를 조절하는 변수의 경우에도 차이를 확인하였다.

결론적으로 중소기업 컨설팅 지원사업에서는 사업 추진 과정에서 참여하는 기업의 자발적인 참여여부에 따라 중점관리 항목 및 이에 대한 목적을 다르게 운영하여야 컨설팅 결과의 수용행동을 강화시켜 성과를 향상시킬 수 있을 것으로 분석되며 홍보단계에서도 사업에 자발적으로 참여하게 되는 기업과 비자발적으로 참여하게 되는 기업의 차이를 고려하여 홍보활동이 이루어지는 것이 바람직할 것으로 분석된다.

이를 위해서는 현재 획일적인 관리기준과 사업홍보 방안을 개선하고 관리 및 운영의 전문인력을 확충하여 참여집단간 차별적인 관리를 통해 중소기업 컨설팅 지원사업을 발전시켜나갈 필요가 있을 것으로 보여진다.

5.2 연구의 한계와 향후 과제

본 연구에서는 중소기업 컨설팅 지원사업 관련 선행연구를 통해 컨설팅 지원사업 수용행동에 영향을 미치는 요인들을 규명하고 요인 간 인과관계를 설명하였으나 중소기업 컨설팅 지원사업의 실증분석 분야에서 아래와 같은

점에서 한계가 존재한다.

첫째, 중소기업 컨설팅 지원사업 컨설팅 관련 실증분석 연구가 학술적 측면보다는 실무적 측면으로 개선 및 활성화 방안을 제시하는 전략적 보고서에 대한 이론적 고찰을 통해 중소기업 컨설팅 지원사업에 대한 컨설팅 수용행동에 영향을 미치는 요인을 정교화 가능성 모델, 기술수용모델과 같은 이론적 모델에 근거하여 컨설팅 중심경로 컨설팅 수행 품질, 컨설턴트 전문성 등 2가지로 설정하고, 컨설팅 주변 경로를 지원사업 진실성, 컨설팅 정확성, 컨설팅 신뢰성 등 3가지로 설정하여 분석하였다. 하지만 본 연구에서 제시한 요인만으로 전반적인 컨설팅 수행 특성을 설명하는 데 한계가 있으며 향후 연구에서는 더 다양하고 구체적인 변수들을 추출하여 한층 확장된 연구를 진행할 필요성이 있다.

둘째, 표본 선정 부분에서 결과적으로 표본의 수는 충분하였지만, 응답자 비율적인 면에서 다소 만족스럽지 못한 결과를 가져왔다. 산업의 특성상 남성 응답자가 여성 응답자보다 많은 관계로 남녀 응답자 수가 1:1의 비율을 보여 주기는 어렵지만 본 연구에서 채택한 표본의 분야를 고려할 때 연구 결과를 보편화시키는데 분명 한계가 존재한다. 중소기업 컨설팅 지원사업을 이해하고 경험한 중소기업 임직원들을 대상으로 설문조사를 진행 하였지만 향후의 연구에서는 더욱 구체적이고 카테고리별 세밀하게 구분하여 비교분석을 진행할 필요가 있다.

셋째, 비록 기술수용모델의 이론에 기초하여 지각된 유용성과 컨설팅 수용태도를 매개변수로 설정하고 요인 간 인과관계를 분석하였으나 독립변수들과 컨설팅 수용태도 사이의 인과관계를 설명할 수 있는 연구가설은 많지 않았다. 기존의 기술수용 관련 연구들에서도 독립변수들은 지각된 유용성이나 지각된 용이성에는 직접적인 영향을 미친다고 검증되었으나 도입태도에 직접적인 영향을 미친다는 연구는 미비한 상황이다. 그래서 확장된 독립변수들과 컨설팅 수용태도 간의 가설을 지지할 수 있는 이론적 토대가 부족하며, 해당하는 가

설을 검증하는 데 한계가 있다. 또한, 많은 선행연구에서도 컨설팅 수용태도는 인간이 가지고 있는 복잡하고 미묘한 차이가 존재한다고 말하고 있기에 향후 연구에서는 컨설팅 수용태도의 개념을 더 구체화해서 독립변수들과의 인과관계 분석을 함으로써 확장된 연구를 진행할 필요가 있다.

넷째, 현재까지 국내에서 진행되어온 중소기업 컨설팅 지원사업에 대한 연구를 중심으로 연구가 되어 왔지만 다양한 분야의 해외 사례를 참조하여 이론적 토대를 풍부하게 보완함으로써 추후 연구에서는 점진적으로 강화해 나갈 필요성이 있다고 본다.



참 고 문 헌

1. 국내문헌

- 고동완, 안상근, 류시영. (2010). 지방자치단체 관광담당 공무원의 직무존중감과 직무만족, 『관광학연구』, 25(4), 227-243.
- 권혁근, 서상혁. (2013). 과학기술정보이용자의 활용도 영향요소 분석, 『기술혁신학회지』, 16(3), 784-808.
- 김기철, 김은희, 이연정. (2016). 호텔 식공간의 로하스연출, 이미지, 신뢰, 만족 및 애호도 간의 구조관계 분석, 『한국조리학회지』, 22(4), 333-352.
- 김남수. (2008). 전시회 서비스품질 구성 요인이 참가자 만족 및 재 참가 의도에 미치는 영향, 『무역학회지』, 33(3), 123-157.
- 김동일, 강희삼. (2008). 경영컨설팅 서비스품질과 고객만족에 관한 실증적 연구, 『한국산학기술학회논문지』, 9(3), 159-182.
- 김문섭, 강운식. (2016). 서비스 진정성과 대인관계지향성이 항공사에 대한 고객 충성도에 미치는 영향에 관한 연구, 『한국항공경영학회지』, 14(3), pp.83-99.
- 김미정. (2013). 항공사 e-서비스품질이 e-고객만족과 e-신뢰 및 행동의도에 미치는 영향, 『광고연구』, 28(4), 395-417.
- 김상희. (2010). 고객은 진실로 서비스 실패기업을 용서하였는가?: 기업회복 노력의 진정성과 고객의 용서과정, 『경영학연구』, 39(3), 665-706.
- 김성일. (2012). “혁신확산이론에 따른 스마트폰 수용의도에 관한 연구 :스마트폰 미사용자를 중심으로”, 세종대학교 대학원, 박사학위논문
- 김세영, 김은경, 김병수. (2016). 병원간호사의 셀프리더십과 팀 신뢰성이 조직몰입에 미치는 영향. 『간호행정학회지』, 22(4), 353-361.
- 김수, 이태식, 함상우. (2018). 리더 신뢰성이 리더에 대한 신뢰와 조직몰입에 미치는 영향과 리더 공정성 및 리더 개방성의 조절효과. 『대한경영학회지』, 31(3), 463-499.
- 김순태. (2013). “소상공인특성과 정부지원정책 요인이 사업전략 및 경영

- 성과에 미치는 영향”, 충북대학교 대학원, 박사학위논문
- 김승언. (2012). “공무원의 직무만족 영향요인에 관한 연구: 감정노동과 직무 전문성의 조절효과를 중심으로”, 건국대학교 대학원, 박사학위논문.
- 김엄권. (2013). “카지노종사원의 직업전문성인식이 직무스트레스 및 직업 만족에 미치는 영향: 사회적 지지의 조절효과를 중심으로”, 경기대학교 관광전문대학원, 박사학위논문.
- 김익성. (2009). 중소기업 컨설팅지원사업의 현황과 발전방안: e-쿠폰제 컨설팅 지원 사업을 중심으로, 『한독경상학회』, 27(4), 41-67.
- 김석환. (2011). “스마트폰 채택요인과 채택행위 분석연구: 기능적 특성, 개혁 확산 이론, 기술수용모델을 중심으로”, 동의대학교 대학원, 박사학위논문.
- 김재휘, 강윤희, 부수현. (2013). 소셜 네트워크의 확산적 광고효과와 사회적 영향력에 관한 연구, 『마케팅 연구』, 28(2), 173-196.
- 김정아,오현석. (2007). 전문성 구성요소의 발달에 관한 연구: 방송사 PD를 중심으로, 『직업능력개발연구』, 10(3), 111-134.
- 김조영, 이충기, 김정만. (2013). 스마트폰 기반 관광정보 수용과 관광상품 구매의도에 관한 연구, 『관광연구』, 27(6), 15-38.
- 김진화. (2003). “말기암 환자의 건강통제위와 죽음불안과의 관계”, 부산 대학교 대학원, 석사학위논문.
- 김태문, 한진수. (2009). 인터넷 여행상품의 고객구매의도에 관한 연구: 확장된 기술수용모델을 중심으로, 『관광연구』, 24(1), 185-204.
- 김학수, 박대훈, 이준호.(2015). 점점종업원들의 협력행동에 대한 매장 관리자의 임파워링 리더십의 효과, 『한국심리학회지 산업 및 조직』, 28(1), 23-59.
- 김홍수. (2003). 기술가치평가 체제와 발전방향, 『기술혁신 연구』, 11(1), 1-27.
- 남상억. (2009). “컨설팅 지원사업이 기업의 혁신활동에 미치는 영향에 대한 연구”, 경성대학교 경영대학원, 석사학위논문.
- 남장현, 김용일, 현용호. (2013). 외식상품 소비자의 소셜커머스 신뢰형성에 관한 연구: 외식상품에 대한 소비자 관여도의 조절효과를 중심으로, 『

- 한국외식경영학회』, 16(5), 147-170.박상준. (2014). 소비자 관여도가 SERVQUAL 품질평가에 미치는 영향. 『경영학연구』, 43(6), 2067-2089.
- 문병성, 이화진. (2010). 오프라인 뱅킹에서의 고객 신뢰가 인터넷 뱅킹의 소비자 행동에 미치는 영향에 관한 실증연구, 『한국전산회계학회 2010년 추계학술대회』. Vol.-No.2.
- 박경중. 윤재홍. 장병열. 한동철. (2016). “서비스 운영관리”, 한국:이프레스.
- 박송근. (2015). “운동의도와 행동의 관계: 운동습관, 자기효능감, 부모지지의 조건부 과정 분석”, 중앙대학교 대학원, 박사학위논문.
- 박안숙. (2012). 간호장교의 직업전문성 인식도, 직무스트레스 및 사회적 지지가 직무 만족도에 미치는 영향, 『군진간호연구』, 30(1), 112-127.
- 박용수,한진옥,김민수. (2012). 확장된 계획행동이론을 통한 무주 태권도 공원 방문객의 방문의도 분석, 『한국사회체육학회』, 48(1), 195-204.
- 박윤서. (2003). 소비자 특성이 무선인터넷 이용에 미치는 영향에 관한 연구, 『경영과학』, 20(2), 61-80.
- 방용 성. 주윤황. (2015). “컨설팅 방법론”. 한국:학현사.
- 박중혁, 김태희. (2011). 웹사이트의 e-서비스품질이 관계의 질 및 e-충성도에 미치는 영향. 『호텔관광연구』, 13(1), 290-306.
- 박진표, 김재영. (2010). 모바일 광고의 수용자 반응에 관한 연구: TAM (기술수용모델)을 중심으로. 『한국옥외광고학회』, 7(4), 71-103.
- 배범수, 이진규, 김학수. (2012). 직무 전문성 및 창의적 자기효능감과 개인 적응성과간의 관계에서 팀 공유멘탈모델의 다수준적 조절역할. 『조직과 인사관리 연구』, 2(7), 109-117.
- 배성화, 노정희, 강혜정. (2015), 확장된 계획적 행동이론을 적용한 한국 의료관광 참여의도에 관한 연구: 일본인 잠재 의료관광객을 중심으로. 『관광학연구』, 39(4), 165-183.
- 배용섭, 안영진. (2013). 경영컨설팅 성과에 영향을 미치는 컨설턴트의 역량에 관한 연구: 컨설팅사 및 수진기업 특성의 조절효과. 『서비스경영학회지』, 14(3), 25-40.

- 백인아. (2013). “기업의 진정성: 척도개발과 타당성검증”. 동아대학교 대학원, 박사학위논문.
- 서용구, 유혜선, 김혜란. (2014). 브랜드 진정성이 브랜드애착 및 충성에 미치는 영향에 관한 연구. 『유통연구』, 19(2), 87-111.
- 송기은. (2011). “패션커뮤니티 네트워크 특성이 패션정보 확산과 수용에 미치는 영향에 관한 연구”. 성균관대학교 대학원, 박사학위논문.
- 송지준. (2009). AMOS 통계분석방법, 한국:21세기사.
- 신건권, 최보람. (2013). 세무대리서비스의 전문성품질이 서비스충성도에 미치는 영향. 『대한회계학회』, 18(3), 229-250.
- 신재익, 정기한, 김금수. (2012). e-서비스가치, 관계품질, 고객충성도 간의 관계. 『고객만족경영연구』, 14(3), 21-42.
- 신지안. (2017). “헤어미용 산업의 효율적 서비스 품질관리 전략에 관한 연구”. 상명대학교 대학원, 박사학위논문.
- 심호석, 이재맹. (2007). 전기오류수정에 관한 회계보고 : 기준서 제1호의 적용시기에 경영자의 적자회피 및 이익감소회피 동기. 『회계·세무와 감사연구』, 46, 135-161.
- 우종필. (2012). 구조방정식모델 개념과 이해. 서울:한나래출판.
- 유재미. (2009). “타겟 명시 메시지의 의도하지 않은 효과 :메시지 수용자의 메타인지(metacognition)를 중심으로”. 서울대학교 대학원 박사학위논문.
- 유재현, 박철. (2010). 기술수용모델(Technology Acceptance Model) 연구에 대한 종합적 고찰. 『Entrue Journal of Information Technology』, 9(2), 31-50.
- 유홍준, 김기현, 정태인. (2013). 한국의 직업구조: 직업군별 인구집단의 변화 추이. 『한국인구학』, 36(1), 101-123.
- 윤설민. (2010). “계획행동이론의 확장을 통한 모험적 여가활동 추구 관광객의 행동지속성에 관한 연구: 플로우(Flow), 애착도, 과거행동의 역할 탐색을 중심으로”. 경희대학교 대학원 박사학위논문.
- 윤설민, 김지희, 한진수. (2015). 계획행동이론의 수정 및 확장에 따른 CSR

- 활동의 진정성에 대한 소비자 이해. 『호텔관광연구』, 17(2), pp. 346-368.
- 윤용희. (2003). “초등학교 저학년 아동의 생활안전교육 프로그램 개발 및 평가”. 상명대학교 대학원 박사학위논문.
- 이경희, 정갑연, 장용운. (2016). 색조화장품 브랜드 경험이 소비자-브랜드 관계 및 브랜드 충성도에 미치는 영향에 관한 연구. 30(2), 『한국상업교육학회』, 59-90.
- 이나겸. (2015). “외식업의 SNS 구전정보특성이 정보수용, 소비자태도, 구전정보의 재전달, 방문의도에 미치는 영향: 부산지역 기혼여성 소비자를 중심으로”. 영남대학교 대학원 박사학위논문.
- 이남주. (2011). “소상공인의 경영성과 결정요인에 관한 연구”. 동아대학교 대학원 박사학위논문.
- 이명식. (2010). 서비스마케팅 개정판, 한국:형설출판사
- 이미향. (2012). “서비스판매원의 진정성이 서비스품질 및 고객만족에 미치는 영향”. 영남대학교 대학원 박사학위논문.
- 이상기. (2011). “온라인 여행정보 탐색에서 정보신뢰와 태도가 수용의도에 미치는 영향”. 강원대학교 대학원 박사학위 논문.
- 이영희, 류미현, 이승신. (2015). 해외직구에 대한 소비자태도 및 이용의도에 관한 연구: 확장된 기술수용모델을 중심으로. 『소비자학연구』, 26(5), 201-222.
- 이유재. (2000). 고객만족연구에 관한 종합적 고찰. 『소비자학연구』, 11(2), 139-166.
- 이유재, 라선아. (2006). 한국기업의 서비스품질 평가제도 변천 과정, 서울대학교 출판부.
- 이유재, 라선아. (2011). 서비스 품질 측정모형의 우수성 비교: SERVQUAL 모형, Gronroos모형 3차원품질 모형을 중심으로. 『서비스마케팅저널』, 4(2), pp.91-126.
- 이유재, 이청림. (2014). 서비스품질 연구에 관한 종합적 고찰: 최근 10년 (2004~2013)의 연구를 중심으로. 『마케팅관리연구』, 19(2), 1-43.

- 이은화. (2005). 한·미 주요대학의 직업기초능력관련 교양교과목 편성 실태에 관한 연구. 『아시아교육연구』, 7(1), 83-110.
- 이은환. (2013). “스마트 교육 환경에서 학습자 특성 상호작용 몰입 지각된 유용성 및 학습 만족도의 구조적 관계 분석”. 건국대학교 대학원 박사학위논문.
- 이주연. (2016). 무용전공 대학생들의 무용자신감, 무용몰입, 무용능력성취의 관계. 『한국무용과학회』, 33(2), 29-40.
- 이철성, 이호배, 이상문, 김장현. (2013). 온라인 구매상황에서 구전 정보의 정보적 특성이 구전 수용에 미치는 영향: 신뢰성과 유용성의 매개적 역할. 『유통정보학회지』, 16(3), 59-75.
- 이형률, 이금실, 최형민. (2013). 스마트 모바일 오피스 도입이 호스피탈리티 기업의 지식경영활동 및 업무성과에 미치는 영향. 『외식경영학회』, 16(1), 7-34.
- 임동진. (2011). 관여도가 메시지 측면성 효과에 미치는 영향. 『언론과학연구』, 11(3), 238-260.
- 장형유, 노미진. (2010). 즐거움, 관여도, 태도가 IPTV서비스 품질과 재구매 의도의 관련성에 미치는 영향. 『대한경영학회』, 23(4), 1805-1832.
- 전기수. (2009). “중소벤처기업 경영컨설팅이 조직성과에 미치는 영향에 관한 실증 연구”. 건국대학교 대학원 박사학위논문.
- 전성열. (2014). “중소기업 컨설팅 지원사업의 서비스 수용 의도에 영향을 미치는 주요요인에 관한 연구”. 숭실대학교 대학원 박사학위논문.
- 전우소. (2016). “컨설턴트선정기준이 컨설턴트역량지각, 컨설팅 완성도 및 재구매의도에 미치는 영향에 관한 연구”. 한성대학교 대학원 박사학위 논문.
- 전외술, 박성규. (2013). 서비스종업원진정성에대한 고객지각이 서비스품질, 만족, 신뢰 및 충성도에 미치는 영향: 베이징의 서비스고객을 대상으로. 『국제지역연구』, 17(2), pp.163-181.
- 정득일. (2017). “전력산업의 스마트그리드화에 의한 유용성과 용이성이 사용 의도에 미치는 영향: 계획행동이론을 중심으로”. 동의대학교 대

학원 박사학위 논문.

정은이. (2014). 대학생의 진로 장애와 대학 적응의 관계에 대한 진로 몰입 및 진로 적응성의 매개 효과. 『진로교육연구, 27(2), 1-21.

정만수, 조가연. (2012). 미디어 인게이지먼트와 제품관여도가 광고효과에 미치는 영향 : 모바일 애플리케이션을 중심으로. 『광고학연구』, 23(2), 201-227.

중소기업진흥공단. (2017). 2017연차보고서_중소기업진흥공단.

정현경. (2017). “서비스직무교육훈련과 서비스직무경험이 서비스전문성에 미치는 영향”. 세종대학교 대학원 박사학위논문.

조명숙, 김은숙, 김미자. (2004). 고객 서비스 만족도가 미용 경영에 미치는 요인 분석. 『한국미용학회지』, 10(1), pp.65-73.

조은혜. (2015). “식공간 파사드의 적합성과 매력성이 소비자의 인지도와 행동의도에 미치는 영향”. 경기대학교 관광전문 대학원 박사학위논문.

조원섭. (2015). 호텔종업원의 진정성이 고객의 행동의도에 미치는 영향. 『Journal of Hotel & Resort』, 14(2), pp.5-19.

조현구, 최은수. (2015). 평생교육기관 경영자의 서번트 리더십, 상사신회, 구성원의 직무태도, 조직성과 간의 구조적 관계. 『한국기업교육학회』, 17(2), 31-57.

(주)리서치랩. (2018). 14년, 15년 중소기업 컨설팅지원사업 성과분석.

(주)리서치랩. (2018). 16년, 17년 중소기업 컨설팅지원사업 성과분석.

중소기업청. (2007). 2007중소기업 컨설팅 산업백서.

중소기업청. (2007). 컨설팅 지원성과평가 방법론 개발 연구보고서.

중소벤처기업부. (2019). 중소기업 컨설팅 지원사업 계획 공고

채진미. (2016). 모바일 패션 쇼핑 특성이 소비자의 구매의도에 미치는 영향: 기술수용모델(Technology Acceptance Model)을 적용. 『한국의류산업학회지』, 18(1), 38-47.

최동락. (2012). “정부의 소상공인 지원프로그램이 소상공인 경영성파에 미치는 영향 연구 : 부산지역을 중심으로”. 박사학위논문.

최재용, 홍일유. (2014). 스마트폰 기반 모바일 बैं킹 서비스 수용의도의 선행

- 요인으로서 개인적 영향요인과 사회적 영향요인의 역할에 관한 실증적 연구. 『정보화정책』, 21(3), 102-127.
- 최종영. (2011). “쿠폰제컨설팅 지원사업 성과에 관한 연구”. 배제대학교 컨설팅 대학원 석사학위논문.
- 통계청. (2016). 전국사업체조사 잠정결과.
- 하정수. (2015). “직장인의 기술혁신이 업무성과에 미치는 영향에 관한 연구: 개인성향을 기반으로 한 지각된 유용성 및 만족도를 중심으로”. 박사학위논문.
- 한정화. (2010). 벤처창업과 경영전략, 제4판.
- 허경옥. (2013). 소비자의 구전정보생산과 구전정보 수용도 및 영향요인 분석. 『관광연구』, 27(6), 15-38.
- 홍다운. (2011). “SNS의 특성이 제품에 대한 태도, 구매의사 및 추천행동에 미치는 영향”. 연세대학교 대학원, 석사학위논문.
- 홍세희. (2000). 구조방정식 모형의 적합도 지수 선정 기준과 그 근거. 『Korean Journal of Clinical Psychology』, 19(1), 161-177.
- 홍재우. (2016). 민주주의 공고화의 이해: 불확실성과 불신의 제도화. 『신뢰연구』, 12-15.
- 황중국. (2014). “B2B산업에서 기업의 진정성 및 서비스품질이 구매자의 지각된 관계품질과 재구매 의도에 미치는 영향: 주문품 제조업을 중심으로”. 금오공과대학교 대학원 박사학위논문.

2. 국외문헌

- Ajzen, I. (1985). From intentions to action: A theory of planned behavior?. In J. Kuhl & J. Beckman(eds.), Action-control: From cognition to behavior. New York: Springer.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. Organizational Behavior and

- Human Decision Processes, 50(2), 179–211.
- Anderson, J. C. and Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin*, 103(3), 411–423.
- Beverland, M. (2005). Brand management and the challenge of authenticity. *Journal of Product and Brand Management*, 14(7), 460–461.
- Bhattacharjee, A. (2001). An empirical analysis of the antecedents of electronic commerce service continuance. *Decision Support Systems*, 32(2), 201–214.
- Bhattacharjee, A. and Sanford, C. (2006). Influence processes for information technology acceptance: An elaboration likelihood model. *MIS quarterly*, 30(4), 805–825.
- Bugembe, J. (2003). "Perceived usefulness, perceived ease of use and actual usage of a new financial management system: A case study of UGANDA national examinations board". Accounting and Finance of Makerere University, Master's Thesis.
- Cacioppo, J. T. and Petty, R. E. (1984). The elaboration likelihood model of persuasion. *Advances in Consumer Research*, 11(1), 673–675.
- Caldwell, Cam and E. Clapham, Stephen. (2003). Organizational trustworthiness: An international perspective. *Journal of Business Ethics*. 47, 349–364.
- Caldwell, C. and Jeffries, F. L. (2001). "Ethics, norms, dispositional trust, and context: Components of the missing link between trustworthiness and trust". Presented at the Eighth Annual International Conference on Ethics in Business.
- Chatterjee, P. (2001). Online review : Do consumers use them?. *Advances in Consumer Research*, 28(1), 129–133.
- Chen, C. D. and Ku, E. C. (2012). "Building Member's Relationship Quality

- Toward Online Community From The Elaboration Likelihood Model Perspective". In proceedings of PACIS (pp. 126–138).
- Chiou, J. S. and Cheng, C. (2003). Should a company have message boards on its web sites?, *Journal of Interactive Marketing*, 17(3), 50–61.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–339.
- Davis, F. D. Bagozzi, R. P. and Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management Science*, 35(8), 982–1003.
- Fornell, C. and Laker, D. F. (1981). Evaluating structural equations models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39–50.
- Fishbein, M. and Ajzen, I. (1975). "Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research?". Addison–Wesley.
- Gilmore, J. H. and Pine, B. J. (2007). "Authenticity: what consumers really want". Harvard Business Press.
- Germain, M. L. and Ruiz, C. E. (2009). Expertise: myth or reality of a cross-national definition?. *European Journal of Training and Development*, 33(7), 614–634.
- Goode, S., Lin, C., Fernandez, W. and Jiang, J. J. (2014). Exploring two explanations of loyalty in application service provision. *European Journal of Operational Research*, 237(2), 649–657.
- Grayson, K. and Martinec, R. (2004). Consumer perceptions of iconicity and indexicality and their Influence of assessments of authentic market offerings. *Journal of Consumer Research*, 31(2), 296–312.

- Greenbaum, M. (2000). Emotional intelligence takes customer loyalty to a higher level. *Boardwatch Magazine*, 14(7), 120–121.
- Greenwood, E. (1957). Attributes of a profession. *Social Work*, 2(3). 45–55.
- Ha, S. . Ahn, J. H. (2011). Why are you sharing others' tweets?: The impact of argument quality and source credibility on information sharing behavior. *Thirty Second International Conference on Information Systems*, Shanghai 2011.
- Hair, J. F. J., Anderson, R. E., Tatham, R. L. and Black, W. C. (1998). "Multivariate data analysis". 5th edn, Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey.
- Harter, S. (2002). "Authenticity, in *Handbook of Positive Psychology*". C. R. Snyder and Shane J. Lopez(ed.). Oxford, UK: Oxford University Press, 382–394.
- Harrison–Walker, L. J. (2001). The measurement of word–of–mouth communication and an investigation of service quality and customer commitment as potential antecedents. *Journal of service research*, 4(1), 60–75.
- Heijden, B. T. J. M. (2000). The development and psychology evaluation of a multidimensional measurement instrument of professional expertise. *High Ability studies*, 11(1), 9–39.
- Homburg, T. J. (1984). Holistic evaluation of ESL compositions: Can it be validated objectively?. *TESOL Quarterly*, 18(1), 87–107.
- Housen, A., Kuiken, F. and Vedder, I. (2012). "Complexity, accuracy, and fluency : Definitions measurement and research". In A. Housen, A., Kuiken, F. and Vedder, I. (Eds.), *Dimensions of L2 performance and proficiency: complexity, accuracy and fluency in SLA* (pp.1–20). John Benjamins Publishing.
- Hubbell, A. P. and Chory–Assad, R. M. (2005). Motivating factors: Perceptions of justice and their relationship with managerial and

- organizational trust. *Communication Studies*, 56, 47–70.
- Jahangir N. and Begum, N. (2008). The role of perceived usefulness, perceived ease of use, security and privacy, and customer attitude to engender customer adaptation in the context of electronic banking. *African Journal of Business Management*, 2(1), 32–40.
- Kubr, M. (Ed.). (2012). "Management consulting: A guide to the profession". 4th ed.
- Laschinger, H. K. S. and Finegan J. (2005). Using empowerment to build trust and respect in the workplace: a strategy for addressing the nursing shortage. *Nursing Economics*, 23(1), 6–13.
- Liao, S. and Ma, Y. Y. (2009). Conceptualizing consumer need for product authenticity. *International Journal of Business and Information*, 4(1), pp.89–114.
- Napoli, J., Delaporte, S. D. and Beverland, M. B. (2016), The brand authenticity continuum: strategic approaches for building value. *Journal of Marketing Management*, 32(13–14), pp. 1201–1229.
- Neff, K. D., Brabeck, K. M. and Kearney, L. K. (2006). Relationship styles of self-focused autonomy, other-focused connection, and Mutuality Among Mexican-American and European American college students. *Journal of Social Psychology*, 146(5), 568–590.
- Oh, H. (2000). Diner's perception and disconfirmation on post-exposure product evaluations: an alternative interpretation. *Journal of Applied Psychology*, 62(4), 480–486.
- Ohanian, R. (1990). Construction and Validation of a Scale to Measure Celebrity Endorser Perceived Expertise, Trustworthiness, and Attractiveness. *Journal of Advertising*, 18.
- Pallotti, G. (2009). CAF: defining, refining and differentiating constructs. *Applied linguistics*, 30(4), 590–601.
- Petty, R. E. and Cacioppo, J. T. (1981). "Attitudes and persuasion: Classic and

- contemporary approaches". Dubuque, IA: William C. Brown.
- Petty, R. E. and Cacioppo, J. T. (1986). The elaboration likelihood model of persuasion. *Advances in Experimental Social Psychology*, 19(1), 1–24.
- Pitta, D. A. and Fowler, D. (2005). Internet community forums: an untapped resource for consumer marketers. *Journal of Consumer Marketing*, 22(5), 265–274.
- Polat, B. and Kim, Y. (2014). Dynamics of complexity and accuracy: A longitudinal case study of advanced untutored development. *Applied linguistics*, 35(2), 184–207.
- Price, L. L., Arnould, E. J. and Deibler, S. L. (1995). Consumers' emotional responses to service encounters: The influence of the service provider. *International Journal of Service Industry Management*, 6(3), 34–63.
- Robinson, P., Cadierno, T. and Shirai, Y. (2009). Time and motion: Measuring the effects of the conceptual demands of task on second language speech production. *Applied Linguistics*, 30(4), 533–554.
- Shamir, Boas and Galit, E. (2005). What's your story? A life stories approach to authenticity leadership development. *The Leadership Quarterly*, 16(3), 395–417.
- Sirianni, Nancy J., Mary Jo Bitner, Stephen W. Brown, and Naomi Mandel. (2013). Branded service encounters: Strategically aligning employee behavior with the brand positioning. *Journal of Marketing*, 77 (6), 108–123.
- Steinfeld, C., Ellison, N. B. and Lampe, C. (2008). Social capital, self-esteem, and use of online social network sites: A longitudinal analysis. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29(6), 434–445.
- Sussman, S. W. and Siegal, W. S. (2003). Informational influence in organizations: An integrated approach to knowledge adoption. *Information Systems Research*, 14(1), 47–65.

- Swanson, (2001). "Foundations of human resource development". San Francisco: Berrett-Koehler publishers.
- Sussman, S. W. and Siegal, W. S. (2003). Informational influence in organizations: An integrated approach to knowledge adoption. *Information Systems Research*, 14(1), 47–65.
- Swanson, R. A. and Holton, E. F. (2001). "Foundation of human resource development". San Francisco: Berrett-Koehler publishers Inc.
- Tonkyn, A. (2012). "Measuring and perceiving changes in oral complexity, accuracy and fluency: examining instructed learner's short-term gains". In A. Housen, A., Kuiken, F. and Vedder, I. (Eds.), *Dimensions of L2 performance and proficiency: complexity, accuracy and fluency in SLA* (pp.221–245). John Benjamins Publishing.
- Towell, R. (2012). "Complexity, accuracy and fluency from the perspective of psycholinguistic second language acquisition research". In A. Housen, A., Kuiken, F., & Vedder, I. (Eds.). *Dimensions of L2 performance and proficiency: complexity, accuracy and fluency in SLA* (pp.47–69), John Benjamins Publishing.
- Venkatesh, V. and Davis, F. D. A. (2000). Theoretical extension of the Technology acceptance Model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186–204.
- Wheaton, B. Muthen, B., Alwin, D. F. and Summers, G. F. (1977). "Assessing reliability and stability in panel models". In Heise, D. R. [Ed.] *Sociological methodology 1977*. San Francisco: Jossey-bass, 84–136.
- Wirtz, J. and Chew, P. (2002). The effects of incentives, deal proneness, satisfaction and tie strength on word-of-mouth behaviour. *International Journal of Service Industry*, 13(2), 141–162.
- Wood, L. (2000). Brands and brand equity: definition and management. *Management Decision*, 38(9), 662–669.

[설 문 지]

--	--	--

연구제목	『중소기업컨설팅지원사업의 컨설팅 수행특성이 컨설팅 수용행동에 미치는 영향에 관한 연구 - 자발적/비자발적 참여를 중심으로 -』
------	--

안녕하십니까?

바쁘신 와중에도 본 설문조사에 응해주시는 것에 대해 진심으로 감사드립니다.

본 설문지는 『중소기업컨설팅지원사업의 컨설팅 수행특성이 컨설팅 수용행동에 미치는 영향에 관한 연구 -자발적/비자발적 참여를 중심으로-』 로, 제시된 문항 하나하나 본 연구에 있어 매우 중요합니다.

본 연구 내용은 통계법 33조(비밀의 보호)에 의거하여 학술적 연구목적 이외에는 사용 되지 않으며 개인의 비밀에 속하는 사항은 엄격히 보호될 것을 약속드리오니, 귀하의 솔직한 의견을 반영해 주시면 감사하겠습니다.

귀하의 성실한 응답이 본 연구의 귀중한 자료로 활용됨을 감안하시어, 관심과 성의 있는 답변을 부탁드립니다.

귀하의 무궁한 발전을 기원합니다. 감사합니다.

한성대학교 스마트융합컨설팅 학과

조사기간 : 2018년 7월 ~ 10월

지도교수 : 유 연 우

연구자 : 조 미 영

연 락 처 : 010-4436-2620

<설문지 작성요령>

1. 본 설문지는 정답이 없으니 질문에 대해서 너무 오래 생각하지 마시고, 읽고 난 후의 느낌이나 생각을 솔직하게 대답하여 주시기 바랍니다.
2. 본 설문지는 도덕적으로 또는 사회적으로 바람직한 것을 고르는 것이 아니라, 귀하의 느낌을 솔직하게 듣기 위한 것입니다. 본인의 생각 그대로를 설문지에 옮겨 주십시오.
3. 각 문항에 대하여 한 개의 번호에만 표시하시면 됩니다.
4. 각 항목에 대한 만족도(1=낮음, 7=높음)에 표시해 주십시오.

I. 다음은 컨설팅 중심경로에 관한 질문입니다.

□ 컨설팅 수행품질

컨설팅 서비스 전달과정에 관한 중소기업의 전반적인 평가 혹은 서비스의 전반적인 우수성 또는 우월함에 관한 이용자들의 판단

번호	설 문 내 용	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	기업부담금에 비례하여 컨설팅 성과 품질에 만족한다	①	②	③	④	⑤
2	기업이 당면한 문제해결을 위한 방안들이 도출 되었다	①	②	③	④	⑤
3	컨설팅 실행방안이 구체적으로 제시되어 당장 현장에서 적용 가능하다	①	②	③	④	⑤
4	컨설팅 실행방안을 편리하게 이용할 수 있다	①	②	③	④	⑤
5	컨설팅 수행계획시 목표로 한 핵심성과지표가 달성 되었다	①	②	③	④	⑤

□ 컨설턴트 전문성

컨설턴트가 제공하는 기업의 애로사항 해결에 대한 컨설팅 및 지식정보의 특성이나 성능에 대해 타당성 있게 평가를 내릴 수 있는 능력

번호	설 문 내 용	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	컨설턴트는 문제해결을 위한 진단·분석 능력이 뛰어 났다	①	②	③	④	⑤
2	컨설턴트는 해당분야에 대한 폭 넓은 지식과 경험을 겸비 하였다	①	②	③	④	⑤
3	컨설턴트는 기업의 애로사항을 해결하기 위해 적합한 컨설팅 기법을 사용하였다	①	②	③	④	⑤
4	컨설턴트는 회사 내부직원들과 공감대 형성을 위해 노력 하였다	①	②	③	④	⑤
5	컨설턴트는 컨설팅 진행중 발생한 사안에 대해 전문성 있게 대처 하였다	①	②	③	④	⑤

II. 다음은 컨설팅 주변경로 에 관한 질문입니다.

□ 지원사업 진실성

중소기업 컨설팅 지원사업에 참여하는 중소기업이 본 사업을 제공하는 정부기관의 의도에 대해 평가하는 객관성의 정도로 정부기관이 본 사업을 통해 제공하고 있는 사업서비스에 대한 객관적이고 정직하게 정보를 제공한다는 확신을 의미

번호	설 문 내 용	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
1	중소기업컨설팅지원사업의 정부지원금은 적정 하다	①	②	③	④	⑤
2	컨설팅 사업신청부터 마무리까지 관리·운영 기관의 지원이 확실하게 이루어 졌다	①	②	③	④	⑤
3	컨설팅지원사업의 사업참여 프로세스는 체계적 으로 이루어 졌다	①	②	③	④	⑤
4	기업선정 및 컨설팅 진행과정에서의 각종 평가는 공정하게 이루어 졌다	①	②	③	④	⑤
5	정부는 기업의 문제해결과 경쟁력확보를 위해 본 사업을 운영 및 지원하고 있다	①	②	③	④	⑤

□ 컨설팅 정확성

컨설팅 제반과정의 적합성을 측정하는 정도로, 예측한 제반과정과 실제 발생한 제반과정 수준의 차이

번호	설 문 내 용	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
1	컨설턴트의 지도 일수는 적정 하였다	①	②	③	④	⑤
2	분야별 전문가의 컨설팅 수행 일정이 준수 되었다	①	②	③	④	⑤
3	기업의 경영환경 특성과 컨설팅 선정 과정은 적합 하였다	①	②	③	④	⑤
4	컨설팅 주제 선정은 적합하였다	①	②	③	④	⑤
5	컨설팅 목표는 적절 하였다	①	②	③	④	⑤

□ 컨설팅 신뢰성

컨설팅 서비스에 대한 긍정적인 기대를 바탕으로 예측되지 않는 불확실성과 위험을 기꺼이 감수하려는 의지로 인식

번호	설 문 내 용	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1	컨설팅 결과물에 대한 실행방안 지도, 교육 등은 신뢰성 있게 진행 되었다	①	②	③	④	⑤
2	컨설팅 결과물을 실무에 적용하기 위한 수정 및 보완 등의 과정은 신뢰성 있게 진행 되었다	①	②	③	④	⑤
3	컨설팅 완료후 계획에 없던 사후관리가 이뤄짐으로 인하여 컨설팅에 대한 신뢰성이 증가 되었다	①	②	③	④	⑤
4	컨설팅 완료 후에 진행된 사후관리의 횟수 및 기간은 합리적 이었다	①	②	③	④	⑤
5	컨설팅 진행과정에서 컨설팅 기관 및 수진 기업은 신뢰를 바탕으로 상호 협력적 이다	①	②	③	④	⑤

Ⅲ. 다음은 정보 수용태도에 관한 질문입니다.

□ 정보 수용태도

컨설팅 지원사업 관련 제반정보를 수용하는 행동이 가져다주는 결과에 대한 개인의 신의 정도

번호	설 문 내 용	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1	기업 임직원은 중소기업컨설팅지원 사업에 대해 이해하고 있다	①	②	③	④	⑤
2	컨설팅 진행 전 기업 임직원은 컨설팅의 목적 및 목표등 필요성을 명확하게 인지하고 있다	①	②	③	④	⑤
3	기업 임직원은 컨설팅 진행을 위하여 전담조직을 구성 하였다	①	②	③	④	⑤
4	대표이사는 컨설팅 진행에 적극적으로 지원 하였다	①	②	③	④	⑤
5	내부 직원들은 컨설팅 진행에 적극적으로 협조 하였다	①	②	③	④	⑤

IV. 다음은 지각된 유용성에 관한 질문입니다.

☐ 지각된 유용성

수진기업의 임직원이 인지하는 개인 및 조직의 직무성과 향상 및 유용하다고 믿는 정도를 의미하는 정도

번호	설 문 내 용	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
1	기업의 임직원은 컨설팅 산출물에 대하여 이해하고 있다	①	②	③	④	⑤
2	중소기업 컨설팅 지원사업은 업무의 효율성을 높이는 데 도움이 된다	①	②	③	④	⑤
3	기업의 임직원은 컨설팅으로 인하여 직원들의 직무능력이 향상 되었다	①	②	③	④	⑤
4	기업은 컨설팅으로 인하여 경영 및 사업 전략 수립등이 향상 되었다	①	②	③	④	⑤
5	기업은 컨설팅으로 인하여 생산, 서비스 등 품질이 향상 되었다	①	②	③	④	⑤

V. 다음은 컨설팅 수용행동에 관한 질문입니다.

☐ 컨설팅 수용행동

기업경영의 애로사항이나 당면과제의 진단·분석결과 및 해결방안에 대한 컨설팅 제반성과 물이 실제 기업현장에 적용·활용되는 정도를 의미하는 정도

번호	설 문 내 용	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
1	컨설팅 진행 중간에 도출된 간단한 개선사항은 업무에 바로 적용되었다	①	②	③	④	⑤
2	컨설팅 산출물을 활용하기 위해 내부적으로 직원 교육이 활발하다	①	②	③	④	⑤
3	대표이사 및 직원들의 컨설팅 산출물 활용 하려는 의지가 높다	①	②	③	④	⑤
4	산출된 결과를 즉각 반영하였다	①	②	③	④	⑤
5	산출된 결과를 장기적으로 업무에 반영할 계획이다	①	②	③	④	⑤

VI. 다음은 인구통계학적 특성에 관련된 질문들입니다.

1. 기업의 일반현황입니다. 해당사항에 표기해 주세요.

- 1) 대표이사 성별 ①남 ②여
- 2) 사업자 종류 ①법인사업자 ②개인사업자
- 3) 기업의 업종
- ① 건설업 ② 서비스업(전문과학기술, 출판영상방송, 예술,스포츠, 교육등)
- ③ 제조업 ④ 도매 및 소매업 ⑤ 운수업
- ⑥ 기타 (하수, 폐기물, 원료재생, 환경복원)
- 4) 기업의 업력
- ① 3년 미만 ② 3-5년 미만 ③ 5-10년 미만
- ④ 10-15년 미만 ⑤ 15-20년 미만 ⑥ 20-25년 미만
- ⑦ 25년 이상
- 5) 현재 재직중인 근로자 인원
- ① 5인 미만 ② 5-10인 미만 ③ 10-15인 미만
- ④ 15-25인 미만 ⑤ 25-35인 미만 ⑥ 35-50인 미만
- ⑦ 50인 이상

2. 중소기업컨설팅지원사업 참여시 우대사항(가점)에 표기해 주세요

- ① (INNO/MAIN-BIZ) ② 장애인기업 ③ 여성기업
- ④ 현장클리닉 ⑤ 벤처기업 ⑥ 컨설팅대학원 참여과제
- ⑦ 기타 (수출유망, HACCP, 개성공단, 내일채움공제 등)

3. 중소기업컨설팅지원사업의 해당하는 컨설팅 (총)계약액에 표기해 주세요

- ① 1,000만원 미만 ② 1,000-1,500만원 미만
- ③ 1,500-2,000만원 미만 ④ 2,000-2,500만원 미만
- ⑤ 2,500-3,000만원 미만 ⑥ 3,000만원 이상

4. 중소기업 컨설팅 지원사업에서 귀사가 부담한 기업부담금에 대해 표기해 주세요.

- | | |
|--------------------|--------------------|
| ① 1,000만원 미만 | ② 1,000-1,500만원 미만 |
| ③ 1,500-2,000만원 미만 | ④ 2,000-2,500만원 미만 |
| ⑤ 2,500-3,000만원 미만 | ⑥ 3,000만원 이상 |

5. 귀사가 중소기업 컨설팅 지원사업에서 받은 정부지원금의 구간을 표기해 주세요.

- | | |
|--------------------|--------------------|
| ① 1,000만원 미만 | ② 1,000-1,500만원 미만 |
| ③ 1,500-2,000만원 미만 | ④ 2,000-2,500만원 미만 |
| ⑤ 2,500-3,000만원 미만 | ⑥ 3,000만원 이상 |

6. 중소기업컨설팅지원사업의 컨설팅비용에 대한 정부지원 비율에 대해 표기해 주세요

- | | |
|--------------|----------------|
| ① 50% 미만 | ② 50% - 60% 미만 |
| ③ 60%-80% 미만 | ④ 80%-100% |

7. 귀사가 중소기업컨설팅지원사업에 참여하게된 동기에 표기해 주세요

- | | |
|----------|-----------|
| ① 자발적 참여 | ② 비자발적 참여 |
|----------|-----------|

자발적 참여	비자발적 참여
권유나 정보탐색등을 함으로써 [컨설팅지원사업의 참여] <u>근원이 나에게 있어</u> 스스로 합리적 • 의도적인 상황으로 선택.	권유나 정보탐색등을 함으로써 [컨설팅지원사업의 참여] <u>근원이 타인에게 있어</u> 적극적인 마음없이 비합리적으로 선택한 상황

* 권유등 :

정보탐색, 안내, 인터넷, 강의/세미나/설명회, 타 CEO/컨설턴트등 권유, 정부사업 설명

♣ 끝까지 응답해 주셔서 진심으로 감사드립니다.

ABSTRACT

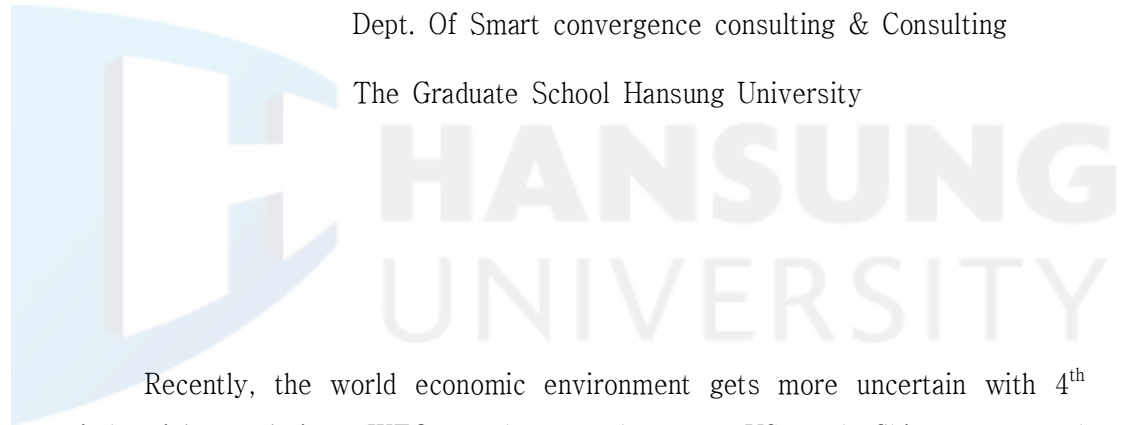
A Study on the Consulting Performance of SME Consulting Support Project on Acceptance Behavior: Focusing on Voluntary / Involuntary Participation

Mi-Young Cho

Smart Convergence Consulting

Dept. Of Smart convergence consulting & Consulting

The Graduate School Hansung University



Recently, the world economic environment gets more uncertain with 4th industrial revolution, WTO, trade war between US and China, worsened protectionism, accelerated collapse of Euro zone, and environmental regulation. The domestic economic recession, shortage of quality jobs, and weakened growth engines in the main industries added to the economic uncertainty. These problems have aggravated the situation of small and medium sized enterprises (SMEs) which are less prepared for the change in the economic environment.

As for the position of SMEs in Korean economy, the number of SMEs take up at least 99% of all companies while the workers working at SMEs take up at least 82% of all workers. In addition, even in the general economy and industries, SMEs make the core roles. As the creators of jobs which are the

main goals of current government in a period of growth with no employment, SMEs are the foundation of Korea's industries and the role of SMEs in the Korean economy would get more critical.

For the continuous support of the SMEs in difficult economic situation, it is required to supply the reasonable and latest management techniques to SMEs in order to strengthen their competitiveness as they are less prepared in terms of professional labor and finances. At this time, to solve the difficult management problems in the fields of management strategy, marketing, finance, IT and 4th industry, the assistance of outside experts is essential.

So, Korean government have prepared various kinds of consulting support projects since 2005 for the growth and development of SMEs. Accordingly, a lot of domestic SMEs have got the opportunity of getting the consulting services specific to the SME's demand in the fields of all kinds of management and technologies, future growth industry, construction of smart plant and one-stop business creation, strengthening their competitiveness and becoming the global leaders.

SME consulting support project is designed in a way that the government pays the consulting fee for the SME which is not affordable for the consulting fee in order to provide the SME with the consulting opportunity. It also contributes to the development of domestic consulting industry.

But there are the increasing doubts on the effectiveness of the consulting ecology and the consulting support as there are the problems such as the moral hazard due to the economic bonding between some consultants and SME, shortage of various methods for the maximization of the use of consulting, twisted market view of the consulting, frequent change in the government's support project and systematic and continuous lack of performance and analysis. Accordingly, in order for SME to effectively use the SME consulting support project and get the growth engine, the research on the support project and the SMEs who are the participants in the project are required. In addition, for the

utilization of SME consulting support project and the use of it as the effective government's support system, the elements which would objectively affect the project's performance shall be measured through the empirical stages to find out the method for the strengthening of the government support project. In addition, the continuous research is required for the systematic SME consulting support project, and effective use and maximization of the consulting outputs.

As most of the prior studies on the SME consulting support projects focused on the performance measuring focusing on the beneficiaries (SMEs) and consultants, the prior studies have limitation in verifying the behavioral performance of the consulting acceptance. So, the study was devised by the idea that it would be better to measure the consulting acceptance behavior focusing the selective paths (central and surrounding) and participation motive (voluntary and involuntary) as the main factors. So, in this study, SME consulting support project would be studied and then, the factors would be selected which would affect the consulting support through the prior studies and the effect of central path and surrounding path as well as the voluntary participation and involuntary participation in the project would be analyzed, thus suggesting the method of developing the consulting support project.

For the empirical analysis, 800 questionnaire sheets were distributed to the officers and employees who participated in the SME consulting support projects suggested in this study. Among them, 561 sheets were obtained. Excluding 61 sheets containing improper or unfaithful responses, 500 questionnaire sheets were finally used for the empirical analysis. As the analysis tools, SPSS 22.0 and AMOS 22.0 were used. First of all, SPSS 22.0 was used to conduct the research on the demographical characteristics of the respondents and the exploratory factor analysis, and the reliability analysis while AMOS 22.0 was used to conduct the confirmatory factor analysis, discriminant validity analysis and path.

The test result of the hypothesis showed that the consulting implementation quality makes the positive effect on the information acceptance attitude while the integrity of the support project makes a positive effect on the perceived usefulness only. In addition, it showed that the consultant's professionalism, consulting accuracy, and consulting reliability make the positive effect on the information acceptance attitude and the perceived usefulness.

The perceived usefulness of the SME consulting support project was found to make the positive effect on information acceptance attitude and consulting acceptance behavior but the information acceptance attitude is found to make no effect on the consulting acceptance behavior.

When the voluntary participation and involuntary participation in SME consulting support project were compared, it was found that the consulting implementation quality and information acceptance attitude, consultant's professionalism and perceived usefulness, support project's integrity and the perceived usefulness, consulting accuracy and perceived usefulness, consulting reliability and perceived usefulness, perceived usefulness and information acceptance attitude, perceived usefulness, and consulting acceptance behavior are useful.

By finding out how the acceptance behavior for the SME consulting support project is measured and how these factors make effect, the study may provide us with the data on the activation of SME consulting support project and the establishment of it as the useful government support system. In addition, by finding out the relation between factors, the study would provide the researchers of the related studies with the useful date which can be used for constructing the theoretical foundation.

【Keywords】 : SME consulting support project, consulting acceptance characteristics, consulting acceptance behavior, voluntary participation/ involuntary participation, elaboration likelihood model, technology acceptance model (TAM)