

석사학위논문

컨설팅 서비스품질이 중소기업 역량 및
성과에 미치는 영향에 관한 연구

2018년

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

지식서비스&컨설팅학과

매니지먼트컨설팅전공

장 명 환

석사학위논문
지도교수 서민교

컨설팅 서비스품질이 중소기업 역량 및 성과에 미치는 영향에 관한 연구

A Study on the Effect of Consulting Service Quality on Small Business
Capacity and Performance

2017년 12월 일

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

지식서비스&컨설팅학과

매니지먼트컨설팅전공

장 명 환

석사학위논문
지도교수 서민교

컨설팅 서비스품질이 중소기업 역량 및 성과에 미치는 영향에 관한 연구

A Study on the Effect of Consulting Service Quality on Small Business
Capacity and Performance

위 논문을 컨설팅학 석사학위 논문으로 제출함

2017년 12월 일

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

지식서비스&컨설팅학과

매니지먼트컨설팅전공

장 명 환

장명환의 컨설팅학 석사학위 논문을 인준함

2017년 12월 일

심사위원장 _____(인)

심 사 위 원 _____(인)

심 사 위 원 _____(인)

국 문 초 록

컨설팅 서비스품질이 중소기업 역량 및 성과에 미치는 영향에 관한 연구

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원
지식서비스 & 컨설팅학과
매니지먼트컨설팅전공
이 상 결

정부의 중소기업 지원정책의 일환으로 최근 경영컨설팅 서비스 시장이 활성화되고 있으며 많은 기업들이 경영에 직면한 문제를 해결할 수 있는 서비스를 받고 있으며, 중소기업경영상 당면한 문제점을 규명하고 조기에 해결 할 수 있는 대표적인 지식서비스 산업이다.

컨설팅산업을 조기에 구축한 선진국 컨설팅 시장의 규모는 지속적으로 성장하고 있으며, 우리나라의 컨설팅산업은 1990년대부터 정부의 주도로 활발하게 진행되어 서구에 비해 그 시작이 늦었지만 발전, 확장되고 있는 중이다(이정원, 2017).

기업의 경영컨설팅 효과에 대한 연구가 다양하게 있었으나 주로 중견, 대기업을 대상으로 한 연구가 대부분 이었다. 최근 중소기업에 대한 경영컨설팅이 정부의 지원제도 활성화 및 민간컨설팅기관에 의해서 활발하게 이루어지고 있는 추세이다.

이에 본 연구에서는 경영컨설팅의 서비스품질이 기업성과에 미치는 영향을 중

소기업을 대상으로 중소기업의 기업성과에 긍정적인 영향을 미칠 수 있는 적합한 컨설팅의 효과 모델을 찾고자 시도 하였다.

기업성과에 영향을 미치는 요인들 중 서비스품질이 조직역량, 지식역량에 어떤 영향을 미치는지를 연구하고 기업성으로 학습, 성장 과 내부프로세스 개선효과를 검증 하고자 한다.

본 연구는 경영컨설팅 서비스품질이 컨설팅 조작변화를 통하여 기업성과에 미치는 영향에 대해 연구를 하였다. 이를 위해 경영컨설팅을 받은 경험이 있는 중소기업을 대상으로 400부의 설문을 회수하여 무효 응답을 제외한 392부의 설문을 분석에 사용하였다. 또한 수집된 자료는 SPSS22를 사용하였다.

연구 결과 컨설팅 서비스품질의 상호작용품질,결과품질,물리적환경품질이 기업역량 변화에 긍정적인 영향을 미치며 기업성과에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

본 연구로부터 컨설팅 서비스 품질이 기업역량변화 요인의 중요성이 검증되었으며, 기업성과인 학습, 성장 및 내부프로세스개선에 영향을 미치는 것으로 결과가 나타났으며, 하지만 본 연구는 특정지역의 중소기업을 대상으로 분석되었으며, 조사대상자를 제외한 기업들과 동일한 검증결과로 볼 수는 없으며, 또한 기업성과는 일정한 시간을 거쳐야 하고 축적된 과거 년도의 지표자료를 분석하여야만 정확한 검증이 가능하다는 문제점을 포함하고 있다.

또한 컨설팅 서비스품질 이외의 기타 경영성과에 미치는 영향요인에 대한 연구가 이루어져 앞으로 좀 더 정확하고 객관성 있는 연구결과를 기대한다.

결론적으로 본 연구가 경영컨설팅을 수행하고 있는 수진기업이나 경영컨설턴트, 정부기관, 컨설팅지원기관에서 컨설팅에 필요한 정책에 많은 참고자료가 되었으면 하는 바람이다.

【주요어】 중소기업, 경영컨설팅, 서비스품질, 상호작용품질, 결과품질,

목 차

제 1 장 서 론	1
제 1 절 연구의 배경	1
제 2 절 연구의 목적	2
제 3 절 연구의 방법 및 구성	3
제 2 장 이론적 배경	4
제 1 절 중소기업에 관한 일반적 고찰	4
1) 중소기업의 정의 및 기준	4
2) 중소기업의 특성	5
3) 중소기업의 역할	8
제 2 절 경영컨설팅에 관한 이론적 고찰	10
1) 경영컨설팅의 정의	10
2) 경영컨설팅의 특성	13
제 3 절 서비스품질에 대한 이론적 고찰	15
1) 서비스품질의 개요	15
2) 서비스품질의 모형	18
제 4 절 기업역량에 대한 이론적 고찰	20
제 5 절 기업성과에 대한 이론적 고찰	23
1) 기업성과에 관한 선행연구 및 측정	23

제 3 장	연구모형 및 가설	24
제 1 절	연구모형 및 가설 설정	24
1)	연구모형의 설정	24
2)	연구가설의 설정	26
제 2 절	조사설계	33
1)	조사대상	33
2)	분석방법	34
제 4 장	연구결과	34
제 1 절	연구표본의 특성	34
제 2 절	확인적 요인분석	36
제 3 절	연구가설의 검증	38
1)	연구모형의 검증	38
2)	가설 검증 결과	40
제 5 장	결 론	44
제 1 절	연구결과 요약	44
1)	연구결과의 요약	44
2)	매개효과의 요약	46
제 2 절	시사점 및 연구의 한계점	46
참고문헌		49
설 문 지		56
ABSTRACT		59

표 목 차

[표 2-1] 중소기업 기준표	9
[표 2-2] 경영컨설팅의 정의	12
[표 2-3] 경영컨설팅 서비스 특성	14
[표 2-4] 상호작용품질의 정의	19
[표 2-5] 역량 정의	22
[표 3-1] 조사의 설계	33
[표 4-1] 인구통계학적 특성	35
[표 4-2] 확인적 요인분석	36
[표 4-3] 이론모형의 표준화 경로계수	39
[표 4-4] 조직역량 경로계수	41
[표 4-5] 지식역량 경로계수	42
[표 4-6] 학습 및 성장, 내부개선 경로계수	43

그림 목 차

[그림 1] 연구모형도	25
[그림 2] 연구모형검증	39

제 1 장 서 론

제 1 절 연구배경

중소기업이 경쟁력과 환경변화에 대처하기 위하여 컨설팅 서비스는 기업의 문제점을 외부전문가의 진단과 처방을 통해 경영애로를 해결하는 활동과정으로 기업 업무상 당면한 문제에 대해 내부적으로 해결을 하지 못할 경우, 적절한 해결방법을 제시하거나 경영상의 정확한 판단과 중요한 의사결정을 내릴 수 있도록 조력자의 역할을 하는 대표적인 서비스 산업이 컨설팅 자문 산업이다.

우리나라의 경영컨설팅 산업은 2009년 종업원 수 27,250명, 컨설팅 업체 수 2,880개, 매출액 4조 1,280억 원에 이르고 있다(통계청, 2012). 국내 컨설팅산업의 시장규모는 2000년 1조 8,447억 원, 2007년 2조 2,854억 원, 2009년 4조 1,280억 원으로 증가하여 2000년 대비 2009년 약 210%의 성장률을 나타내고 있다(통계청, 2016).

이와 같은 경영컨설팅 산업의 성장에도 불구하고 대기업 중심으로 인한 경영컨설팅 시장 확대의 한계, 컨설팅 수요에 비해 부족한 국내 컨설팅업체 등으로 인하여 우리나라의 컨설팅기업은 많은 한계에 부딪히고 있다(최명규, 2014). 우리나라 중소기업청에서는 2005년부터 컨설팅산업의 활성화 및 컨설팅 지원사업을 통한 중소기업의 성장과 더불어 경쟁력 강화를 위하여, 중소기업 컨설팅 지원사업을 추진하고 있다.

국내 컨설팅 산업의 대기업 위주의 현상으로부터의 분산 변화와 컨설팅기업의 경쟁력 강화를 위하여 환경변화에 대한 대응능력 향상, 외국계 컨설팅기업과의 경쟁력 제고를 위한 컨설팅 역량 강화, 대기업이 아닌 중소기업들도 컨설팅을 원활히 받을 수 있도록 시장을 확대 하였으며(최명규, 2014), 전문컨설팅 자격제도로 경영지도사 등을 통해 생산성 및 전문성 향상의 컨설팅이 필요한 실정이다. 이와 함께 고객 측면에서 컨설팅기업의 고객기업에 대한 가격 대비 서비스 제고도 중요한 요소로 인식되고 있다(신동주, 2012).

이에 본 연구에서는 컨설팅기업이 수진기업에 대한 1:1종합서비스를 제공하여 컨설팅 서비스 품질 과정을 통해 기업의 경영애로를 해결하고자 하는 목적으로 수행되며, 컨설팅 서비스과정 뿐만 아니라 기업개선 성과에 대한 결과물에 대한 평가가 더욱 중요한 요인이라 할 수 있다.

컨설팅서비스품질이 기업성과에 긍정적인 효과가 나타나기 위하여 어떤 요인들이 어떠한 영향에 효과를 미치고, 또한 그 요인 영향을 바탕으로 매개요인들의 긍정적인 측면으로 인하여 어떻게 경영성과에 영향을 미치는지에 대하여 분석하려는 것이 본 연구의 목표이다.

제 2 절 연구목적

기업의 경영목표를 달성하기 위해서는 인적, 시설, 기술요소 및 자본의 적절한 구성과 기업이 지니고 있는 잠재능력을 향상시키기 위한 외부도구인 경영컨설팅을 활용하며, 이는, 최근 컨설팅 서비스 시장이 활성화되고 있으며 많은 중소기업이 경영활동으로 당면한 문제를 해결하거나 또는 중, 장기적 전략 수립을 위하여 외부 해당전문가에 의하여 경영컨설팅 서비스를 받고 있다. 그러나 경영컨설팅이라는 행위가 기업의 기업성과를 직접적으로 향상시켜 주지는 못하며, 이는 컨설팅을 수행하는 컨설턴트나 기업의 경영자가 컨설팅의 한계점으로서 분명하게 인식을 공유해야 한다(전기수, 2009). 중소기업의 경영자 중에는 컨설팅을 받음으로써 기업의 당면한 문제점이 컨설턴트에 의해서 완전하게 해소될 것이라 확신하려는 경향이 있으며, 이에 대응하여 일부 컨설턴트도 자신의 사적인 이익을 위하여 경영자들의 이러한 오류를 방치하거나 유도하기도 한다(전기수, 2009). 컨설팅 결과가 기업성과에 미치는 직접적 영향을 측정하기 힘들기 때문에 컨설팅 효과가 기업측면에서 실효성이 있는지에 대한 검증을 위하여 제시하고자 하며, 기업의 경영활동과 경영성과란 경영자 및 구성원이 기업이 보유한 자원을 효율적이고 적절하게 운용함으로써 이루어지는 복합적인 행위이며 특정한 소수의 요인에 의하여 결정되어지는 것이 아니다(전성열, 2014). 즉, 경영컨설팅은 경영활동을 위하여 독립된 지위에서 전문적인 지식이나 경험을 활용하여 조언하는 것일

뿐 결코 경영활동을 직접적으로 수행 하는 것은 아니다(임명식, 2013). 컨설팅의 결과나 수행 과정에서 얻게 된 여러 가지의 사실에 대하여 경영자들은 스스로의 책임과 판단에 의해 이를 경영 활동에 반영 할 뿐이다(전기수, 2009).

제 3 절 연구방법 및 구성

본 연구에서는 연구 목적 달성을 위해 문헌연구와 실증연구를 병행 하였으며, 경영컨설팅의 성과 향상을 위하여 경영컨설팅을 수임 받은 실적이 있는 중소기업의 임,직원을 대상으로 방문 직접 설문조사방법을 실시하였으며 통계적 분석 결과를 가지고 결론을 도출 하였다.

본 연구의 실증연구에 사용된 설문내용은 선행연구에서 검증된 문항 중 적합성과 신뢰성이 검증된 것들을 중심으로 구성하였다. 주요 내용은 경영컨설팅 서비스품질을 측정하고 기업역량변화와 기업성과와의 관계를 규명하고자 하는 것이며, 또한 경영컨설팅 서비스품질이 기업성과에 미치는 영향관계를 조직역량과 지식역량이 매개효과를 하는지를 연구 하였다.

또한, 본 연구와 관련된 선행연구를 바탕으로 컨설팅 서비스품질, 역량변화, 기업성과에 관한 이론적 고찰을 기초자료로 활용하여, 이 자료를 토대로 하여 본 연구를 수행하고자 하였다. 이를 위해 선행연구들을 바탕으로 관련 요인변수들을 추출하였으나, 선행연구에서 서비스품질과 관련되는 수많은 변인 특성들을 모두 적용할 수 없기 때문에 연구자의 관심 영역과 필요에 따라서 문헌연구를 통해 도출된 연구가설의 검증을 위해서 최근 경기지역의 중소기업 컨설팅 지원사업을 통해 컨설팅을 수행한 중소기업을 대상으로 구조화된 설문지를 통해 조사를 수행하였다. 설문자료는 통계패키지 SPSS21.0과 AMOS20.0을 이용하여 통계분석을 실시하였다.

제 2장 이론적 배경

제 1 절 중소기업에 관한 일반적 고찰

1) 중소기업의 정의 및 기준

우리나라 에서는 중소기업을 보호와 육성의 대상으로 법령에서 규정한 기업만을 중소기업이라 할 수 있으며 중소기업 범의기준은 중소기업기본법 제 2조 및 동법 시행령 제3조에서 상세하게 규정하고 있다(이봉철, 2016).

「중소기업기본법」 제2조 제1항에서 “중소기업자는 업종의 특성과 상시근로자수, 자산규모, 매출액 등을 참작하여 그 규모가 대통령령이 정하는 기준이하이고, 그 소유 및 경영의 실질적인 독립성이 대통령령이 정하는 기준에 해당하는 기업을 영위하는 자”라고 일반적 정의규정을 두고 있다. 이에 따라 「중소기업기본법 시행령」에서는 중소기업의 규모기준과 독립성기준을 규정하고 있으며, 또한 상시근로자수가 1천명 이상인 기업과 자산총액이 5천억원 이상인 기업은 중소기업에서 제외하도록 하여 중소기업 상한기준을 두고 있다(이봉철, 2016).

「중소기업기본법시행령 제3조제1항 및 조세특례제한법 시행령 제2조1항1호」에서는 각 업종별 평균매출액 규모기준을 규정하여 각 업종별로 평균매출액1,500억원 이하, 1,000억원 이하, 800억원 이하, 600억원 이하, 400억원 이하로 중소기업 업종에 따른 분류 범위를 규정하고 있다.

중소기업에 대한 정의와 개념은 상대적이며 대기업과의 자산규모, 매출액, 종업원수, 지배관계 등 다양한 현황을 바탕으로 중소기업의 개념이 나타난다. 중소기업과 대기업을 구분하는 지표는 질적 지표와 양적 지표로 나누어서 생각할 수 있다(최흥대, 2010). 질적 지표로는 경영관리의 주체, 시장지배력, 소유와 경영의 명확한 분리, 경영 전체를 관리할 수 있는 정도 등을 들 수 있다.

양적 지표로서는 일반적으로 종업원수·자본금액·매출금액·자산금액 등을 들 수 있다.

소기업과 소상공인은 중소기업기본시행령과 소기업 및 소상공인 지원을 위한 특별조치법의 적용을 받는데, 소기업은 상시 근로자수가 제조, 광업, 건설업, 운수업은 50인 미만, 그 밖의 사업은 10인 미만이다(박은숙, 2011).

통계청에 따르면 우리나라 중소기업은 2014년 말 현재 3,542천개사로 기업전체의 99.9%를 점하고 있다(이정원, 2017). 운영실태 사업의 내용, 정의를 내리는 목적, 기업이 위치하고 있는 지역의 발전 정도에 따라 다양하게 변하는 경향이 있다(이정원, 2017). 기업의 규모를 “중소” 라고 표현하는 데 따른 기준은 종업원의 수, 매출액, 투자된 자본의 규모 등 다양한 조합에 의해 정해질 것이다(최홍대, 2010).

규모를 기준으로 기업을 분류할 경우 어디까지나 상대적인 것에 지나지 않기 때문이며, 중소기업의 정의가 시대와 업종 및 나라에 따라 다를 수 있기 때문이다(배종상, 2012). 대기업에 비해서 상대적으로 규모가 작은 기업을 말하며, 이러한 중소기업은 기업규모에서 중소기업에 속하는 기업이지만, 반드시 어떤 특정범위의 규모에 속하는 기업만을 특정하여 중소기업 이라고 할 수는 없다(서순필, 2016). 즉 중소기업이라는 것은 상대적인 개념으로서 경제사회 내에 존재하는 기업군 중 자본, 기술, 경영능력 등에 있어서 대기업에 비하여 열세한 기업들을 총괄하여 지칭하는 것이다(이경의, 2002).

2) 중소기업의 특성

중소기업은 대기업과 비교하여 볼 때 장점보다는 부족한 경영자원, 기업에 대한 낮은 인지도, 대기업과의 불리한 관계, 자금조달의 어려움, 사업의 좁은 폭, 치열한 경쟁 환경, 높은 실패율 등 단점이 일반적으로 많이 거론되고 있다(장성익, 2014). 중소기업의 특징은 대기업과의 조직구성과 시스템 차이를 통하여 그 현상을 정확하게 파악할 수 있으며, 즉 대기업의 비효율성이 중소기업의 장점이 되고, 중소기업의 비효율성이 대기업의 장점이 되기도 한다.

또한 중소기업은 경영과 운영에 대한 수립 및 업무결정이 대표자, 임직원 중 결정권자에 의하여 신속하고 즉시 결정되어 이루어지며, 외부 정부기관 및 투자자의 활용에는 한계가 있으며, 자금조달이 제한적이어서 개인 또는 사업과 관련된 지인, 가족으로부터 자금조달을 받고 있는 현실이다.

가) 경영 구조적 특성

중소기업에서는 경영자들이 가지고 있는 개인적인 편견과 제한된 능력에도 불구하고 조직의 기획, 관리, 운영에 관한 모든 문제들을 개인적 판단으로 처리하는 경우가 많으며, 중소기업의 경영적 특성은 대기업의 자본적, 제도적 경영에 대해 인적 내지는 사적 경영으로 소유와 경영의 미 분리 현상이 두드러진다(양시영, 2013).

합리적인 관리방법보다는 주먹구구식 또는 직관에 의한 관리가 행해지고 있다. 경영자의 형태도 전문경영자보다 창업주가 소유경영자인 경우가 상당수를 차지하고 있으며, 주주와 경영자 일체 하의 집권적이며 혁신적, 도전적 목표를 가지면서 신속한 의사결정을 내릴 수 있지만 거의 대부분 가족중심의 소유지배구조로 되어있다(이병열, 2014). 경영규모가 상대적으로 작기 때문에 간접비용이 적게 들고 경기변동에 신속적으로 대응할 수가 있다(최홍대, 2010). 일반적으로 대기업이 안정적, 보수적인 성향을 갖는데 비해 중소기업은 혁신적, 진보적, 도전적이라 할 수 있다(장성익, 2014).

나) 환경적 특성

중소기업은 조직구조가 단순하며 빠른 의사전달과 신속한 결정을 할수 있으며, 따라서 중소기업에서는 중견기업의 회사들 보다 근로자의 능력을 신속하게 식별하고, 이를 개발향상 시킬 수 있다. 또한 신속하게 변화를 추진하고 새로운 환경에 적응하는 능력이 중소기업의 본질적인 유리함에도 불구하고, 신속한 변화에 대한 요구가 갑자기 나타나면 이 유리한 점이 오히려 소멸되는 경우가 있으

며, 중소기업의 경영자는 당면한 문제를 해결하는 데에만 집중을 하고 큰 사업의 전망에 대해서는 명확히 사고를 할 수 없는 경우가 많다(이정원, 2017).

중소기업은 제한된 자원과 더불어 문제를 극복하는 데에도 비교적 취약한 구조를 가지고 있기 때문에 사소한 문제에도 기업의 생존에 직면하는 문제가 발생 할 수 있으며, 이로 인해 창업 후 2년 내의 실패율이 60% 이상에 달하는 경우가 생긴다(이정원, 2017). 중소기업의 지역사회 관계는 대기업보다 밀접하며 지역문화의 형성에 큰 역할을 담당하고 있으며 지역 사회와의 접촉이 매우 빈번하여 소비자의 만족 가능성이 높지만 재무적, 사회적 인식 등의 일반적 여건은 상대적으로 불리하다(최홍대, 2010).

다) 생산. 시장적 특성

중소기업은 할인된 가격으로 대규모로 원자재를 대량 구매를 하는 규모의 경제(economies of scale)와 효율적 마케팅과 유통시스템을 활용하고 R&D 시스템을 운영할 수 없기 때문에 높은 생산성과 비교우위의 시장을 달성하기가 어렵다(이정원, 2017). 일반적으로 중소기업은 소규모의 한정된 범위의 용역을 제공할 수밖에 없기 때문에 다양하고 광범위한 기업 활동을 전개할 수가 없다.

중소기업은 대기업들의 관심을 받지 않으면서 틈새시장을 개척하거나 진입이 용이하다. 왜냐하면 대기업들은 평균적인 소비자를 위한 대규모 생산과 마케팅을 하지만, 중소기업들은 양 끝에 위치한 고객들의 취향에 초점을 맞추어 변화하는 시장의 패턴과 시장에서의 잠재적 소비자를 대기업 보다 빨리 개척할 수 있다(이정원, 2017).

최종적으로 중소기업은 비록 제한된 시장에서 한정된 고객만을 상대로 하고 있지만 소비자의 다양한 기호를 충족시킬 수 있는 이점을 가지고 있으며, 직접 판매를 통해 중간이익을 흡수할 수 있고 개인적 서비스를 강화 할 수 있다(최홍대, 2010). 또한 적은 인력으로 전문화된 생산이 가능하며 생산성도 쉽게 높일 수 있어 품질향상과 원가절감에 유리하다(한덕기, 2009).

3) 중소기업의 역할

중소기업은 어느 나라를 막론하고 그 나라의 국민경제에서 차지하는 비중이 높을 뿐만 아니라 그 역할도 증대하고 있는 실정이다(박은숙, 2011). 중소기업의 역할은 크게 보면 국가경제 발전, 지역사회 발전에 기여함은 물론 개인의 발전에도 기여하게 된다(김종재, 2000). 우리나라의 중소기업은 국민경제 비중 면에서 사업체수 97%이상, 종업원 수 80% 이상, 생산액 50% 내외, 부가가치 50% 이상을 보며 매우 높은 역할을 하고 있음을 알 수 있다(박은숙, 2011).

중소기업은 고객의 욕구에 맞는 밀착 서비스가 가능하다. 대기업은 중소기업의 고유 업종이나 영세기업의 사업영역에 진출하여 고객의 욕구에 맞는 밀착 서비스가 불가능하기 때문에 이 부분은 자연히 중소기업의 몫으로 남게 된다(박은숙, 2011). 그러므로 중소기업은 다음과 같은 역할을 하게 된다. ① 고용기회의 제공으로 실업률을 낮추는 데 기여한다(박은숙, 2011). ② 지역경제 발전에 기여하면서 지역경제발전의 불균형을 시정한다. ③ 소비자들이 필요로 하는 상품과 서비스를 다양화하여 소비자의 소비생활을 향상시킨다(박은숙, 2011). ④ 부품생산, 서비스 제공으로 대기업의 보완적 역할을 한다. ⑤ 제품생산과 서비스 면에서 기술혁신의 담당자 역할을 한다(박은숙, 2011). ⑥ 자립심과 독립심이 강한 사람들에게 기업경영의 기회를 제공 한다. ⑦ 대기업의 하청업체로서 대기업의 국제경쟁력 강화에 기여한다(박재린, 2006).

2000년대 들어서 청년 실업률 상승 문제가 만성화한 가운데 급기야 최근에는 청년 실업률이 18년 만에 최고치인 8.6%를 경신했다(이경의, 지식산업사). 현재 한국경제의 당면과제가 산업체제의 전환이라고 지적한다. 저성장·저고용 및 소득불평등과 양극화 등 정체와 구조적 불균형의 함정을 극복하기 위해선 대기업과 중소기업이 균형을 이루는 산업체제가 필요하다는 것이다. 중소기업이 국가산업의 근간 이며, 뿌리이자 한국의 중소기업법과 정책의 진행상황 및 한계도 정확하게 분석하여 앞으로 추구돼야 할 중소기업 정책 방향까지 파악되어야 할 것 이다.

앞으로 국내 상황에 비추어 볼 때 중소기업은 국민경제에서 차지하는 비중이 높을 뿐만 아니라 그 역할도 증대하고 있는 실정이다(장성익, 2014). 중소기업의

역할은 크게 보면 서민경제의 활성화, 국가경제 발전, 지역사회 발전에 기여함은 물론 개인의 발전에도 기여하게 된다(김종재, 2000).

[표 2-1] 중소기업기준표

주된 업종별 평균매출액등의 중소기업 규모 기준(제3조제1항제1호가목 관련)

해당 기업의 주된 업종	분류기호	규모 기준
1. 의복, 의복액세서리 및 모피제품 제조업	C14	평균매출액등 1,500 억원 이하
2. 가죽, 가방 및 신발 제조업	C15	
3. 펄프, 종이 및 종이제품 제조업	C17	
4. 1차 금속 제조업	C24	
5. 전기장비 제조업	C28	
6. 가구 제조업	C32	
7. 농업, 임업 및 어업	A	평균매출액등 1,000 억원 이하
8. 광업	B	
9. 식료품 제조업	C10	
10. 담배 제조업	C12	
11. 섬유제품 제조업(의복 제조업은 제외한다)	C13	
12. 목재 및 나무제품 제조업(가구 제조업은 제외한다)	C16	
13. 코크스, 연탄 및 석유정제품 제조업	C19	
14. 화학물질 및 화학제품 제조업(의약품 제조업은 제외한다)	C20	
15. 고무제품 및 플라스틱제품 제조업	C22	
16. 금속가공제품 제조업(기계 및 가구 제조업은 제외한다)	C25	
17. 전자부품, 컴퓨터, 영상, 음향 및 통신장비 제조업	C26	
18. 그 밖의 기계 및 장비 제조업	C29	
19. 자동차 및 트레일러 제조업	C30	
20. 그 밖의 운송장비 제조업	C31	
21. 전기, 가스, 증기 및 수도사업	D	
22. 건설업	F	
23. 도매 및 소매업	G	
24. 음료 제조업	C11	평균매출액등 800억 원 이하
25. 인쇄 및 기록매체 복제업	C18	

26. 의료용 물질 및 의약품 제조업	C21	평균매출액등 600억 원 이하
27. 비금속 광물제품 제조업	C23	
28. 의료, 정밀, 광학기기 및 시계 제조업	C27	
29. 그 밖의 제품 제조업	C33	
30. 하수·폐기물 처리, 원료재생 및 환경복원업	E	
31. 운수업	H	
32. 출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업	J	
33. 전문, 과학 및 기술 서비스업	M	
34. 사업시설관리 및 사업지원 서비스업	N	
35. 보건업 및 사회복지 서비스업	Q	
36. 예술, 스포츠 및 여가 관련 서비스업	R	평균매출액등 400억 원 이하
37. 수리(修理) 및 기타 개인 서비스업	S	
38. 숙박 및 음식점업	I	
39. 금융 및 보험업	K	
40. 부동산업 및 임대업	L	
41. 교육 서비스업	P	

출처 : 법체처, 2015

제 2 절 경영컨설팅에 관한 이론적 고찰

1) 경영컨설팅의 정의

컨설팅산업은 선진국에서 100년이 넘는 역사를 가지고 있으며, 반세기 전부터 유망산업으로 성장해 오고 있다. 일반적으로 컨설팅이라 함은 경영컨설팅과 동의어로 인식될 만큼 보편화 되고 있지만, 실제로는 건축, 금융, 설계, 엔지니어링, 법률 등 많은 영역에서 사용되고 있다(소기업중기청, 2008).

컨설팅(consulting)이란 용어는 경제의 각 분야(부동산, 금융, 경영)그리고 법률, 무역, 교육 등 각 사업 분야에 다양하게 일반적으로 사용되고 있다. 주로, 기업의 내부적 혹은 외부적으로 문제가 발생하면 이러한 문제를 해결할 병원 같은 역할이 필요하며, 이러한 역할을 하는 사람들이 바로 경영컨설턴트이며, 기업을 치유하는 경영컨설턴트는 기업을 직접 방문하여 기업의 아픈 곳, 즉 문제를 진단, 처방 하여 치유하게 된다(최명규, 2014). 컨설팅의 사전적 의미를 보면 ‘특정분야에 대해 전매적인(proprietary) 지식이나 정보, 전문성(expertise)등을 바탕으로 의뢰인(client)으로부터 대가를 받고 자문이나 조언을 제공하는 서비스 활동’을 말한

다(조영대, 2005).

국제노동기구 에서는 “컨설팅은 조직의 목표달성에 있어서 경영, 업무상의 문제점을 해결하고, 이를 통해 새로운 기회를 발견하여 이를 활용하고, 학습기회를 확대하며 변화를 실행함으로써 관리자와 조직이 추구하는 목표의 달성을 지원하는 독립적인 전문 자문서비스로 규정하고 있다”(ILO:International Labor organization, 1998).

미국의 컨설팅 경영엔지니어링회에서는 “경영컨설팅은 특별히 훈련 받고 경험을 쌓은 사람들이 기업 경영상의 여러 가지 문제점들을 규명하고 해결할 수 있도록 실질적인 해결 방안을 제시하고, 그러한 해결 방안들이 적기에 실시될 수 있도록 도와주기 위한 전문적인 서비스를 제공하는 것”으로 정의하고 있다 (Association of Consulting Management Engineers).

영국의 경영컨설팅협회에서는 “독립적이고 능력을 갖춘 사람들이 정책, 조직, 절차, 방법상의 문제점들을 연구, 분석하고 적절한 해결책을 제시하며, 나아가 이러한 해결책들을 수행할 수 있도록 돕는 것”으로 보고 있다(Institute of nagement Consultants, United ingdom).

Kubr(1997)는 “비즈니스 컨설팅을 전문 직업인 서비스라는 측면에서 ‘특별한 훈련을 통해 일정한 자격을 갖춘 사람들이 고객과의 계약에 따라 독립적이고 객관적인 태도로 고객 조직이 경영상의 문제점들을 확인 내지 분석하는 것을 도와 주고 추천하는 것이며, 또한 고객이 이러한 해결안의 실행에 대해 도움을 요청했을 때 도움을 제공하는 조언 서비스(Advice Service)”라고 정의하고 있다.

국제컨설턴트협회(ICMCI, International Council of Management Consulting Institutes)는 “경영에 대한 책임의식 갖고서 고객의 경영프로세스에 대해 독립적인 조언과 지원을 제공하는 것”이라고 정의하고 있다.

[표 2-2] 경영컨설팅의 정의

기관명	컨설팅 정의
미국 회계사회	특별한 분야의 전문성을 가진 전문가들이 자기들의 지식과 경험을 바탕으로 경영 문제를 해결하고 객관적이고 전반적인 시각에서 기업의 기획과정을 지원하는 것을 말함
경영컨설팅 엔지니어협회	특별히 훈련을 받고 경험을 쌓은 사람들이 기업경영의 여러 가지 문제점을 규명하고 해결 할 수 있도록 실질적인 방안을 제시하고, 그 해결방안이 적기에 실시되도록 도와주는 전문적인 서비스를 말함
국제컨설턴트협회 (ICMCI)	경영책임이 있는 고객의 경영전반에 독립된 자문 (advice)과 지도(assistance)를 제공하는 개인을 말함
영국컨설턴트협회	독립적이고 능력을 갖춘 사람들이 정책, 조직, 절차 방법상의 문제점을 연구, 분석하고 적절한 해결책을 수행 할 수 있도록 돕는 것을 의미 함
호주 경영컨설턴트협회	목표설정 및 사업수행을 위해 보다 발전적인 계획, 조직, 동기부여, 커뮤니케이션 또는 자원 활용을 통하여 경영 자 문 및 지도하는 행위이며 경영컨설턴트는 이러한 자문 서비스를 제공하는 자를 말함
국제 노동위원회	경영과 사업의 문제들을 해결하고 이로 인해 새로운 기회를 발견하여 이를 활용하고 학습의 기회를 넓히고 변화를 실행함으로써 경영자의 조직이 추구하는 목적을 달성할 수 있도록 도와주는 독립적인 프로페셔널 어드바이스 서비스를 말함
Fritz Steele (1975)	과제의 내용, 프로세스, 구조에 관한 책임을 맡고서 이를 수행하는 사람에게 과제 수행에 대한 실제적인

	책임을 갖고 있지 않은 컨설턴트가 컨설팅 프로세스에 도움을 제공 하는 것
Lary Greiner & Robert Metzger (1983)	특정한 전문직업적인 서비스로 고객과의 계약에 따라 독립적이고 객관적인 태도로 경영상의 문제를 분석하는 것을 도와주고 문제들에 대한 해결안을 고객에게 추천 하는 것
Markham (1991)	제3자 또는 외부자(Outsider)가 자신의 경험과 지식을 조직에 유용하게 활용되도록 주고받는 관계
William & Woodward(1994)	내부 또는 외부 컨설턴트가 클라이언트의 요구를 충족 시켜 주기 위해 클라이언트(조직, 개인, 조직 내부 부서 등) 에게 서비스를 제공해 주는 과정

출처: 나도성(2015), 한국컨설팅시장의 이론과 실제〈I〉 내용을 일부 편집

2) 경영컨설팅의 특성

컨설팅산업은 서비스용역을 제공함으로써 기업의 경영활동과정에서 여러 가 중요한 문제에 대한 의사결정을 하거나 보다 나은 해결방안을 모색해야 하는 경우 기은 이들 문제점을 진단하고 처방을 위하여 컨설팅을 하게 된다(최명규, 2014).

일정한 자격을 갖 사람이 고객과의 계약에 따라 독립적이고 객관적인 태도로 고객기업의 경영상의 의사결정에 도움을 제공하는 것에 초점을 맞추는 자문서비스를 의미한다(신상,2012). 경영컨설팅이란 다른 사업체에게 경영문제에 관하여 자문 및 지원하는 산업 활동을 말하며, 일반경영 자문, 전략기획자문, 특정 부문 경영자문, 시장관리 자문, 생산관리자문, 재정관리 자문, 인력관리 자문 등이 이 에 포함된다(신상복, 2012).

[표 2-3] 경영컨설팅 서비스 특성

특 성	내 용
전 문 성	컨설팅에 있어 가장 중요한 것은 문제해결 능력이며, 고객이 컨설팅 수행 결과에 대한 타당성과 신뢰성을 결정하는 요소가 됨
사 업 성	컨설팅 조직이나 개인은 전문성을 바탕으로 사업을 영위하고 발전 시켜 나아가야 하는 비영리가 아닌 영리적 목적을 띠게 되므로 그 들이 제 공하는 컨설팅은 전문서비스로서의 상품적 가치가 있어야 하며, 고객은 이들이 제공하는 컨설팅에 대가를 지불하여야 함
고객지향성	고객지향성은 고객의 문제와 고충을 충분히 이해하고 고객의 만족을 위해 최선을 다하는 것으로서, 컨설팅 결과물의 효용가치를 극대화 할 수 있도록 하는 고도의 전문성과 윤리성을 발휘할 수 있어야 함
지 속 성	컨설팅의 특성은 한 번의 컨설팅으로 끝나는 것이 아니라 지속적으로 그 성과를 체크하여 개선해 나가야 하며, 동시에 경영 내·외부 의 환경 변화에 따라 전략적 대응차원에서 컨설팅의 필요성이 확대 되는 바, 컨설팅은 순환적이고 프로젝트 차원에서도 지속적으로 이루어져야 경영 성과가 나타남
환경 대응성	컨설팅은 녹색성장, 모바일 환경, 사회적 책임경영 등과 관련하여 변화 하는 기업환경에 따라 계속해서 진화해 가야 함

출처:중소기업기술정보진흥원(2011)

경영컨설팅 서비스는 전문성, 사업성, 고객지향성, 지속성, 환경대응성의 특성을 갖고 있다(최명규, 2014). 전문성은 컨설턴트에게 가장 중요한 업무 수행능력으로 고객의 컨설턴트에 대한 신뢰도를 의미한다(배용섭, 2013). 사업성은 컨설턴트의 전문성을 바탕으로 자신의 사업을 이끌어가는 사업가 및 전문 직업인으로서의 요소를 말한다(배용섭, 2013). 고객지향성은 컨설턴트와 고객과의 관계에서 어느 사업 관계보다 투철한 서비스 정신이 요구됨을 의미한다(신상복, 2012). 지속성은 컨설팅의 특성이 한 번의 컨설팅으로 끝나는 것이 아니라 지속적으로 그 성과를 체크하여 개선해 나가야 경영성과가 나타남을 의미한다(신상복, 2012). 환경대응성은 컨설팅이 녹색성장, 모바일 환경, 사회적 책임경영 등과 관련 하여 변화 하는 기업환경에 따라 계속해서 진화해 가야 함을 주장하였다(박진규, 2013).

컨설팅산업은 특별한 훈련을 통해 일정한 자격을 갖춘 전문가의 지적자산을 바탕으로 기업경영의 문제점을 분석하고 대안을 제시함으로써 타산업의 파급 효과 및 고부가가치 창출에 직접적인 지원을 수행하는 대표적인 산업이며 컨설팅은 체계적이고 과학적인 방법으로 기업 내·외부의 정보를 유기적으로 결합하여 고객 기업이 시너지 효과를 달성하게 한다(신상복, 2012). 이와 같은 효과는 기업에 대하여 새로운 전략적 기회를 제공할 뿐 아니라 타 산업의 발전을 견인하는 역할을 수행하므로 경영컨설팅의 중요성이 강조 되고 있다(신상복, 2012).

제 3 절 서비스 품질에 대한 이론적 고찰

1) 서비스 품질의 개요

서비스품질은 정해진 평가기준에 의하여 판단하는 것이 아니라, 고객이 서비스에 대해 주관적인 반응을 평가하고 측정한 것 이라고 볼 수 있다. 서비스 품질의 개념으로 “상대방에게 제공될 수 있는 본질적으로 무형적인 효용이나 활동을 말하며, 그 생산은 유형적인 제품과 관련되거나 되지 않을 수 있다”고 정의하였다(Kotler,2003).

일반적으로 서비스란 상품 또는 제품의 공급과 대비되는 개념으로서 그 종류가

다양하고 동종의 서비스 내에서도 상호 이질적인 요소가 존재할 뿐만 아니라 시장의 확장과 산업의 발달에 따라 지속적으로 신규 서비스가 개발되고 있어 현재까지 이에 대한 정의는 여러 학자들의 관점에 따라 다양하게 정의되고 있다(정환조, 2016).

서비스 품질에 대한 연구는 1970년대부터 시작되어 Gronroos(1984)는 “서비스 품질을 고객의 기대된 서비스와 지각된 서비스의 비교로 정의하고 서비스 품질에 대한 두 측면을 기술적 품질과 기능적 품질로 보았으며, 기술적 품질이란 소비자와 서비스 제공자간의 상호 작용결과로 남게 되는 것이며, 기능적 품질이란 기술적 품질이 어떻게 제공 되는가의 문제로 정의”하였다(이정원, 2017).

Lehtinen & Lehtinen(1985)은 “서비스 품질을 과정품질과 결과품질로 나누고 과정품질이란 서비스가 제공되는 동안에 소비자가 평가하는 품질이며, 결과품질이란 서비스가 완료된 후 소비자가 평가하는 품질”이라고 정의하였다.

PZB(1988)는 “서비스 품질을 특정한 서비스의 우수성에 대한 개인의 판단 또는 태도로서 고객의 서비스 기대나 욕구와 그들이 실제로 받은 서비스에 대한 인지된 지각 사이의 불일치 과정으로 정의하고 서비스 품질을 평가하기 위해 서비스 품질 결정요소로서 10개 항목 즉 유형성, 신뢰성, 응답성, 고객이해, 예절성, 안정성, 신용도, 능력, 접근가능성, 의사소통을 제시하였으며, 이후 다시 10개 항목을 5개 항목인 유형성, 신뢰성, 대응성, 확신성, 공감성으로 재정리”하였다(정환조, 2016).

또한 서비스는 유형적인 제품 또는 재화 대비되는 개념으로 사용되고 있다. 서비스는 그 종류가 다양하고 동종의 서비스 간에도 이질적인 요소가 존재할 뿐만 아니라 오늘날에는 산업문명과 과학기술의 발전과 함께 새로운 종류의 서비스가 계속 개발되고 있기 때문에 지금까지 그에 대한 정의는 여러 학자들의 관점에 따라 다양하게 정의되고 있으며 아직까지도 완전한 일치를 보여주지 못하고 있다(조운익, 2010).

“소비자들은 서비스품질을 평가할 때, 한 가지 차원에서 서비스품을” 일반적으로 유형적인 제품과 재화에 대비되는 개념으로 사용되고 있다(이정원, 2017). 서비스는 그 종류가 다양 하고 동종의 서비스 간에도 이질적인 요소가 존재할 뿐만 아니라 오늘 날에는 산업문명과 과학기술의 발전과 함께 새로운 종류의 서비스

가 계속 개발 되고 있기 때문에 지금까지 그에 대한 정의는 여러 학자들의 관점에 따라 다양하게 정의 되고 있으며 아직 까지도 완전한 일치를 보여주지 못하고 있다(조윤익, 2010).

소비자들은 서비스품질을 평가할 때, 한 가지 차원에서 서비스품을 지각하기 보다는 다차원으로 평가를 한다(전성열, 2014). Parasuraman 외(1985)는 “서비스 품질은 서비스 기업이 제공하는 서비스에 대한 고객들의 기대와 실제로 제공한 서비스에 대해 고객들이 지각한 것과의 차이로 정의되며, 지각하는 차원은 RATER (신뢰성, 반응성, 확신성, 공감성, 유형성)의 5가지 차원을 이용하였다”.

이와 같이 고객이 인지한 서비스품질은 정보, 경험, 기업이미지, 개인적 요구 등에 근거하여 서비스기업이 제공할 것이고 기대한 서비스와 제공받은 서비스에 대해 인지한 서비스를 평가기준에 의해 비교한 것이라고 정의할 수 있다(엄금옥, 2012). 결국 서비스품질은 고객이 지각하는 것이며, 객관적 품질을 고려하는 것 외에 고객의 입장에서 지각된 품질(Perceived Quality)이라는 개념이 함께 이용되어야 한다(최명규, 2014).

또한, 서비스품질은 기술적 품질(Technical Quality)과 기능적 품질(Functional quality)의 결합이며, 기술적 품질이란 고객이 무엇을 얻을 것인가에 관한 것으로서 편익을 제공하는 활동 그 자체를 고객이 서비스로 파악하는 것이며, 그 활동의 유무에 따라 편리한가 불편한가 하는 평가를 내리며, 최종적으로 고객이 받는 것(what the customer gets)을 의미하고, 기능적 품질이란 고객이 어떻게 그것을 얻을 것인가에 관한 것으로 편익의 제공이라는 활동 그 자체가 아니라 제공방법을 고객이 서비스로 파악하는 경우이고 기술적 품질이 기능적으로 고객에게 이전되는 과정(how he gets it)을 의미 한다(전성열, 2014).

마지막으로, 서비스품질 평가에 있어서 고객이 서비스를 제공 받기 전에 가지고 있는 기대(expectation)와 고객이 실제로 제공받는 서비스의 성과(performance)를 비교하여 고객들은 서비스의 품질을 인지하게 된다(엄금옥, 2012).

“경영컨설팅을 받은 중소 제조 기업을 대상으로 분석한 결과 컨설팅 서비스품질은 전문성, 신뢰성, 공감성 및 유형성으로 구성됨을 보였으며, 이러한 순서대로 고객만족에 큰 영향을 미침”을 밝혔으며 연구에서 전문성은 전문지식, 실력, 도

구와 기법, 자료, 즉시 대응성 등을 의미했고, 신뢰성은 콘텐츠 업력, 비밀유지, 일관성, 정확성, 신뢰감을 의미한다(이정원, 2017). 공감성은 개인 적인 관심, 고객의 요구 인지, 시 간의 편의성, 일정을 준수, 개별적인 관심을 의미했고, 유형성은 용모와 복장, 일치성을 의미(박병호, 2005).

2) 서비스품질의 모형

기업에서 거래를 진행해 나감에 있어 초기의 계약을 변경하지 않아도 아무런 법적 제약을 받지 않는다. 그러므로 거래관계에서 상호 간의 기대수준은 계약이 체결되었을 당시의 수준에 머물러 있다고 볼 수 있다(한상린, 성형석, 2007).

넓은 의미에서 상호작용(Interaction)은 복수의 개체간의 관계를 의미하는 'Inter'와 행동, 작용, 효과 등을 의미하는 'activity'의 합성어로, 인간이 주어진 어떤 환경에서 사물, 사람들과 행하는 모든 행위를 말한다(노승림, 2010). 서비스품질은 비용, 혜택과의 관계, 고객만족, 고객유지에 있어서 중요한 요소로 평가되면서 중요한 연구주제가 되었다(Buttle, 1996).

Brady and Cronin Jr(2001)의 연구를 바탕으로 서비스품질차원을 상호작용품질, 결과품질, 물리적환경품질의 세 차원으로 구분한 후 각각의 차원이 고객만족도에 미치는 효과를 제시하였으며, 이러한 효과는 산업특성 혹은 사람에 따라 달라질 수 있음을 주장하였다(이유재, 라선아, 2003).

기존 고객은 상호작용과 결과품질이 고객만족도에 중요한 영향을 미치고 행동 의도까지 영향이 있다고 하였으며 본 논문에서는 상호작용품질의 속성들과 관련하여 학습성장과 내부프로세스개선에 대한 영향을 살펴보고자 한다.

기업과 직원이 서비스를 제공하는 순간에 고객과의 신뢰성과 공감성, 반응성이 발생한다. 즉, 고객은 서비스교환 과정을 통하여 상호작용품질을 평가하게 되며 그 결과에 따라 긍정적 혹은 부정적인 감정반응을 나타내게 된다. 따라서 고객은 교환과정의 경험 자체를 품질로 보고 평가하게 되며 이러한 상호작용품질은 서비스품질 지각에 많은 영향을 미친다. 서비스는 유형재와 달리 품질을 측정할 수 있는 객관적인 근거가 명확하게 제시되지 않는 경우가 많아 일

반적으로 소비자가 지각하는 품질로 평가된다(Zeithaml, 1988).

[표 2-4] 상호작용품질의 정의

연구자	정의
Fitzsimmons & Fitzsimmons (2008)	서비스에서 내방하는 고객과 직원간의 대면순간의 접점환경으로 의사결정 과정의 행동에 영향을 미치는 상호작용으로 정의하였다.
Wu (2005)	조직 내 구성원간의 관계형성과 고객 상호간의 정보교환, 생각,경험 등의 호의적인 태도를 형성하는 것으로 정의하였다.
Fortin & Dholakia (2005)	웹사이트에서 개인 또는 복수의 사용자들이 메시지 송신과 수신자로서 상호간 커뮤니케이션을 하도록 허용하는 정도와 실시간 저장하고 전송하는 내용, 타이밍, 순서 등 정보탐색과 통제반응으로 정의하였다.
Liljander & Mattsson (2002)	서비스제공 과정에서 인적상호작용이 발생하는 특징으로 접점에서 제공하는 직원의 직무는 고객과의 직접적인 커뮤니케이션을 통하여 고객감정에 영향을 미치는 것으로 정의하였다.
Liu & Shrum (2002)	거래당사자의 둘 또는 쌍방 간의 상호작용에서 매체나 태도의 메시지에 영향을 줄 수 있는 커뮤니케이션 정도와 그러한 요인이 일어날 수 있는 영향으로 정의하였다.
Brady & Cronin (2001)	레스토랑에서 직원이 제공하는 순간의 행동과 태도를 고객이 어떻게 인지하여 반응하는가에 대한 수준과 차원으로 고객의 배려와 관심을 보이는 자세로 상호간의 원활한 커뮤니케이션 역할을 수행하는 것으로 정의.

Bitner, Brown & Meuter (2000)	고객과 서비스제공 레스토랑 간의 직접적인 상호작용 순간과 시간으로 고객과 직원간의 상호작용 뿐 아니라 물리적 시설, 유형적인 요소들과의 관계를 포함하고 접점의 서비스실패는 고객의 불평과 불만을 일으키고 있기 때문에 직원의 권한위임 중요성을 제시하였다.
이정실(2007)	고객과 서비스직원과의 인간적 상호작용으로 대인관계에서 서비스접점 순간으로 한정하고 서비스를 제공하는 직원과 고객과의 접촉 자체를 보는 것으로 정의하였다.
이승희(2001)	서비스직원이 제공하는 품질을 구성요소의 묶음으로 보기 때문에 서비스능력으로 평가하기보다는 품질차원에서 접근하여 서비스접점에서 발생하는 품질을 상호작용 품질로 정의하였다.

출처: 백남길(2009), "레스토랑의 다인스케이프(DINESCAPE)가 상호작용품질과 충성도에 미치는 영향", 세종대학교 대학원 박사학위 논문 참조하여 정리.

제 4 절 기업역량에 대한 이론적 고찰

본 연구에서는 중소기업을 대상으로 실시한 컨설팅 서비스품질(상호작용품질, 결과품질, 물리적 환경품질)이 매개변수인 조직역량과, 지식역량에 미치는 영향력을 분석하고자 한다.

역량(competency)이란 여러 영역에서 정의되어지고 사용되어 왔기 때문에 이에 영역을 통일해서 일치된 정의가 있는 것은 아니지만 그 개념의 근원을 살펴보면 1920년대의 과학적 관리의 대학자인 Frederick Taylor가 업무를 세부적인 구성요소로 구분 할 것을 제시 하면서 역량(competency)이란 용어를 사용하였다(최형묵, 2014).

그 이후 역량이라는 용어는 White(1959)에 의해 개인의 특성으로 최초 정의되었다. 따라서 역량이란 특정인이 보유하는 능력을 바탕으로 성과를 내기 위해 취한 행동으로 볼 수 있고, 능력평가나 인적자원 육성에 활용하기 위해 높은 성과를 올리는 사람의 행동특성을 규명한 것으로 이해할 수 있다(윤정혜, 2015).

역량이란 기업의 조직 환경 내에서 우수하고 능률적으로 업무에 최적합한 효율을 통하여 수행해 낼 수 있는 조직구성원 각각의 행동 특성이다. 이러한 조직구성원들의 역량에 따라 기업역량에 미치는 영향력을 검증할 수 있다.

직무를 수행함에 있어 성과를 창출하고 개인이 발휘 할 수 있는 능력 이라고 정의 하였으며(Klemp, 1980) 조직에서 특정 업무를 수행할 때 필요한 기술이나 능력처럼 개인의 특성이라고 말한다(Baum et al,2001).조직의 목표를 달성하는데 요구되어지는 지식, 기술, 태도의 집합체라고 하였으며 지속적으로 개발할 필요성이 있다고 주장하였으며(김진모, 2001), 역량을 기업이 가지고 있는 기술이나 자원이란 말하며 다른 기업과의 경쟁에서 우위를 확보할 수 있는 것이라고 언급하였다(Grant,1991).

Barney(1991)는 경쟁자는 하지 못하는 혁신적인 일을 계획하고 수행하는 것이라고 정의하였으며, 이러한 기업역량을 지속적으로 개발하고 관리하는 것이 기업의 성공으로 이어질 수 있다고 주장하였다(Miles&Snow,1978). 따라서 중소기업의 기업성과를 달성하기 위해서는 기업자체의 역량을 강화할 필요가 있다.

[표 2-5] 역량 정의

출처	역량의 정의
전영욱 · 김진모(2005)	조직 환경 속에서 직무의 질적 성과나 목표를 달성해 낼 수 있는 조직 구성원의 능력뿐만 아니라, 조직의 미션 및 전략을 달성하고, 바람직한 조직문화를 창출하는데 요구되는 지식, 기술, 태도의 총체를 포함하는 능력
조민수 · 조형기(2012)	탁월한 역할 수행을 유지하기 위해 요구되는 지식, 기술 뿐 아니라 개인의 내적 특성의 총체
Boyatzis (1982)	직무에서 효율적이거나 우수한 성과를 보이는 개인의 내재적 특성
Klemp (1980)	업무에서 효과적이고 우수한 성과를 산출하는 개인의 잠재적인 특성
Lucia and Lepsigner (1999)	조직에서 역할을 효과적으로 수행하는데 필요한 지식, 스킬 및 특성의 특별한 조합
Mirabile (1997)	업무 수행상의 고성도와 관련된 지식, 기술, 능력, 특성
Parry (1996)	개인이 수행하는 업무의 주요한 부분들에 영향을 주고, 업무성과와 관련성이 높고, 조직에서 널리 받아들여지고 있는 기준을 활용하여 측정될 수 있으며, 교육훈련과 개발을 통하여 개선될 수 있는 지식, 기술, 태도의 집합체
Spencer and Spencer (1993)	효과적이고 우수한 업무수행의 원인이 되는 개인의 내적인 특성으로 내적인 특성은 다양한 상황에서 개인의 행동을 예측할 수 있도록 해주는 개인 성격의 심층적이고 지속적인 측면
SMA (2008)	직원이 업무를 효과적으로 수행하는데 필요한 상세하면서도 행동에 기반을 두고 있는 기술이나 특성

출처: 박찬욱, 조아라, 안성민. (2015). B2B 영업사원의 역량모델 개발을 위한 탐색적 연구(서준혁, 2017). 한국마케팅관리학회, 『마케팅관리연구』, 20(3), p.36.

제 5 절 기업성과에 대한 이론적 고찰

1) 기업성과에 관한 선행연구 및 측정

기업의 경영 목표는 기업가치의 창출이며 성과의 측정은 자원투입이 얼마나 이루어졌으며 투입자원을 활용해 얼마만큼의 성과를 달성했는지를 측정하고 분석하는 것이며, 기업이 목표를 달성하기 위해 자원을 얼마나 효과적으로 활용하여 얻어지는 결과를 분석하는 것이다. 기업성과에 대한 연구가 다양해지면서 성과의 개념을 기업의 모든 측면에서 측정되어야 하며 기업에서 이루어지는 모든 활동을 고려해야 한다고 언급하였다(박순옥, 2015).

기업의 성과는 재무적 성과와 비재무적 성과로 나눌 수 있으며 재무적 성과에는 매출액과 수익률, 영업이익률 등이 있으며 비재무적 성과는 기업의 사회, 환경적 활동을 고려하여 기업의 성과를 측정하는 지표라 할 수 있다. 여기에는 기업의 이미지, 회사인지도, 만족도 등을 들 수 있다(이종덕, 2015).

재무적 성과지표는 주로 재무지표로서 객관적이기 때문에 성과를 측정하는데 보편적으로 많이 활용되고 있다.(Hofer, 1983). 반면에 비재무적 성과지표는 객관적인 평가가 어렵고 측정 범위가 광범위하여 성과를 파악하기 어렵다는 단점이 있다(이종덕, 2015).

기업의 성과는 재무적 성과와 비재무적 성과의 균형을 맞추는 것이 중요하며 지속적인 성과를 창출하기 위해서는 균형적인 관점에서 이해하는 것이 필요하다(최병현, 2008). 기업은 내부직원 만족뿐만 아니라 사회적 책임이 따르는 윤리경영, 사회공헌, 환경보존 기여 활동을 통해 기업의 경영목표를 내세워야 할 필요가 있으며, 기업의 성과를 경제적 성과와 사회적 성과로 구분하였다. 경제적 성과는 기업이 창출한 재무적 성과로 경제적 가치를 나타내는 성과이며 사회적 성과는 직원들의 만족도, 기업내부의 사회적 성과를 포함한다(박순옥, 2015).

Miller(1997)의 연구에서도 조직성과를 성과, 목표달성, 만족으로 정의를 하였으며 성과를 측정하기 위해서는 기업에서 하는 모든 활동을 포함시켜야 한다고 주장하였다.

경영컨설팅이 기업의 경영성과에 영향을 주는 요인을 규명하는 것은 여러 가지 수많은 요인에 따라 복잡하고 다양하기에 이를 규명하는 것은 쉬운 일이 아니다 라고 하였다.(전기수, 2009).

“기업의 경영성과는 재무적인 결과도 있지만 비재무적인 결과로도 나타나며, 경영 성과는 단기적으로도 나타나지만, 장기간에 걸쳐 점진적으로 나타나기도 한다” 고 하였다(채준원, 2011). 또한, 수진 기업의 규모, 경영자의 특성, 과거 컨설팅의 경험여부, 종업원의 경험과 지식, 당시의 시대적 상황과 경제적 상황 등에 따라 다르게 나타난다고 하였다(김운선, 2013).

경영컨설팅과 경영성과와의 관계에 대한 연구는 주로 재무지표와 관련한 연구가 주를 이룬다(이임규, 2013). 그러나, 그동안 기업의 경쟁력을 보장해 주었던 각종 물적, 유형 자산보다 눈에 보이지 않는 무형자산의 중요성이 점차 증대함에 따라 재무적 결과 위주의 측정은 무형자산이나 인적자산에 대한 측정이 배제된 것으로 진정한 경영성과를 보여주지 못한다는 비판이 제기되기도 하였다(이임규, 2013).

즉, 글로벌 경쟁시대의 도래, 기술의 급격한 발전과 고객 욕구의 다양화에 따른 제품수명 사이클의 단축, 생산 제품이나 서비스의 다양화 필요성, 원가 절감의 필요성이 강조됨에 따라 기존의 측정 방법만으로는 객관적인 측정은 물론 기업의 성과향상을 유도하기 어렵다는 주장이 제기 되었다(전기수, 2009).

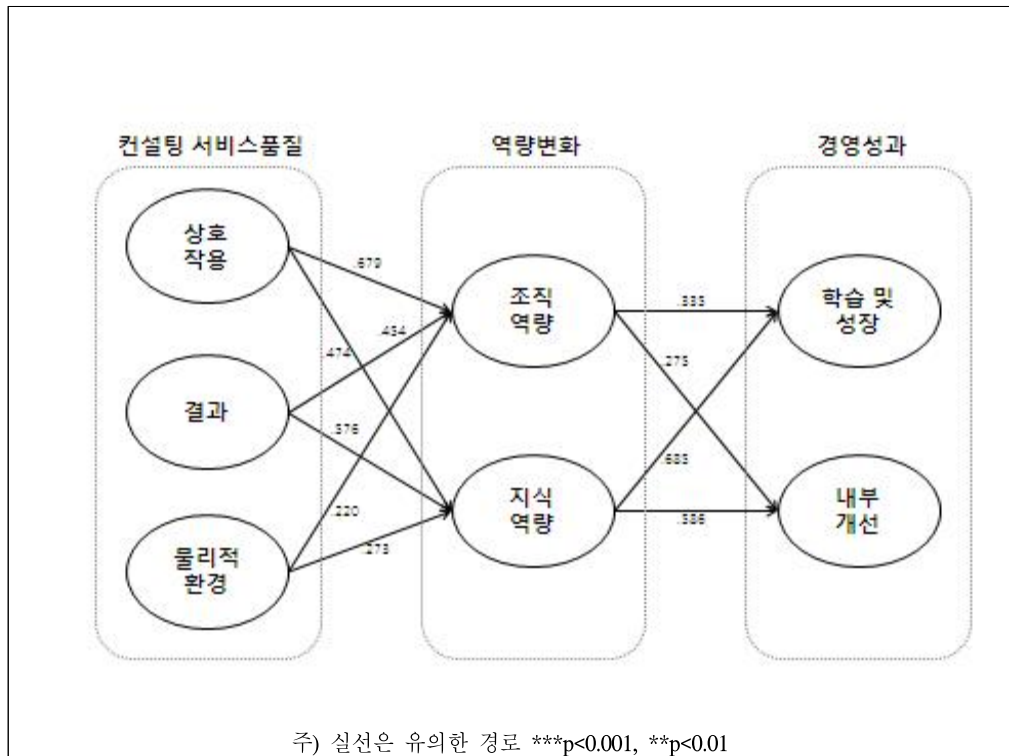
제 3 장 연구모형 및 가설

제 1 절 연구모형 및 가설 설정

1) 연구모형의 설정

본 연구의 목적을 달성하기 위하여 연구모형을 세분해 보면 아래 그림과 같이 컨설팅 서비스품질은 상호작용품질,결과품질,물리적환경품질로 구분하였으며, 기업역량은 기업의 기업성과 달성을 위한 조직역량, 지식역량으로 구분 하였

으며, 컨설팅서비스품질은 기업역량에 영향을 미치는 것으로 보았으며, 기업역량은 기업성과에 대하여 직접적인 영향을 미치는 변수로 설정하였다.



[그림 1] 연구모형도

컨설팅의 서비스품질이 기업역량과 기업성과에 관한 여러 선행연구들을 통해 컨설팅서비스의 과정은 고객만족도등의 결과와 컨설팅을 받은 기업의 기업성과에 영향을 미친다는 것을 알 수 있었다. 따라서 본 연구에서는 기존 연구들에서 밝혀진 컨설팅 서비스 품질척도들을 활용하여 이들과 컨설팅의 결과 및 성과간의 관계를 규명하고 이 과정에서 컨설팅을 받는 기업의 구성원들의 해당 컨설팅 서비스특성에 관한 결과를 규명하고자 하였다.

2) 연구가설의 설정

가) 서비스품질과 기업역량변화의 가설

1980년대 이후 많은 학자들에 의해 서비스 품질에 대하여 연구되었으나, 서비스가 가지는 무형적 특성에 따른 평가의 주관성, 평가기준의 복잡성 등으로 인해 다양한 관점에서 정의되고 있다.

Bitner&Hubbert는 서비스 품질이 조직과 서비스의 상대적 열등감이나 우월감에 대한 이용자의 전반적인 인상으로 설명하였으며, Parasuraman과 Zeithaml, Berry는 서비스의 전반적 우월성이나 우수성에 대한 고객의 평가이며, 특정 서비스의 전반적인 탁월성이나 우월성에관한 소비자의 판단으로 객관적 품질과는 다른 것으로 정의하고 있다(Parasuraman et al, 1988).

이에 비해 Gronroos는 실제 서비스 성과에 대한 고객의 지각과 고객의 서비스에 대한 사전기대치와 비교를 통한 소비자 지각이라고 정의하였다(Gronroos, 1984). 이러한 문헌연구를 종합해보면 서비스 품질은 이용자 중심적이고, 객관적 품질수준을 측정하기 어렵다는 특성을 가지며, 제공 서비스에 대한 고객의 지각된 서비스(performance)와 기대 서비스(expectation)로서 결정되는 고객의 지각된 서비스품질이며, 지각된 서비스와 기대서비스의 불일치 정도라고 할 수 있을 것이다(김창준, 2009).

서비스품질의 개념과 측정에 대한 연구는 서비스 관련 연구에서 오랫동안 연구되어 온 분야이다. 하지만 개념과 측정에 대해서는 연구자마다 상이한 연구결과를 제시함으로써 연구자들 간에 합의된 개념이나 모형은 존재하지 않는 실정이다(신상복, 2012).

서비스 품질은 고객을 유인하고, 가치를 높이는데 긍정적인 영향을 미친다. 서비스품질이 양호할 때 기업은 긍정적인 효과를 얻게 되고, 이러한 효과를 통하여 보다 시장점유율 향상과 가격 경쟁력 우위를 확보할 수 있다. 또한 서비스 품질은 기존 고객을 유지함으로써 새로운 고객을 유인하는데 드는 비용을 절감 할

수 있고, 고객에게 서비스에 대한 만족감을 심어주어 서비스구매량을 증가시키도록 만들며, 기업이 제공한 서비스에 대해 가치를 인정하고 상응하는 가격을 지불할 수 있게 한다(신동주, 2012).

선행연구를 통해 조사한 결과 양호한 수준의 서비스 품질은 기업성장에 영향을 미치고, 그로인하여 경영실적과 긍정적으로 연결됨을 알 수 있었다.

Kotler(2003)는 “만족도는 고객이 서비스(상품)의 구매과정 또는 사용과정에서 느끼는 기쁨이나 실망의 표현 정도를 말하는데 이는 구매 전 기대와 구매 후 서비스(상품)품 질에 대한 비교 결과라고 하였고 Cronin & Taylor(1992)는 고객만족도의 선행 요인 은 서비스품질이라고 주장하였다”.

또한 Spreng & Mackay(1996)는 “서비스 품질은 만족도에 긍정적인 영향을 미친다고 하였고”. 국내의 연구를 보면 황경연 외(2011)는 “무역지원기관의 서비스품질(체계성, 신뢰성, 공감성)은 서비스 만족도에 긍정적인 영향을 미친다”고 주장하였으며, 김정포(2008)는 “정부조달을 활용한 중소기업 지원정책의 서비스 품질에서 신뢰성, 대응성, 보증성은 만족도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다” 상호작용의 대인신뢰는 대인협력관계에서 교환적인 믿음의 표현이다 (Bateson, 1988;Garbarino & Johnson, 1999).

물리적환경은 종업원과 소비자와의 행위를 강화하기 위해 기업에서 통제할 수 있는 구체적인 물리적 요인들을 말하며(Bitner,1992). 서비스산업에서의 물리적 환경을 건축된 환경의 의미라고 표현하며, 서비스 스케이프 라고 구체적으로 명명하였다(송옥매, 2009). 그것은 자연적 사회적환경과 대비적 개념으로 인간이 만든 물리적 환경 이라고 정의하였다. 서비스 스케이프의 개념적 용어는 정치나 전망을 의미하는 랜드 스케이프 바다의 풍경을 이야기하는 시스케이프처럼 서비스 뒤에 접미사 스케이프를 합성한 합성용어이다.

조인수(1986)는 정신지체아를 대상으로 주의집중 행동개선 연구를 통해 공간 배치를 달리하여 물리적 환경이 정신지체아들에게 주의의 선택성을 변화 시킬 수 있다고 하였다. 서비스수혜자인 학생에게 맞는 물리적 환경을 조성해 주면 주의를 보다 집중 시킬 수 있을 것이다.

학습 집중도 분석 연구를 통해, 수업 중 칠판을 활용한 판서·매체활용을 통한 자료의 활용 등의 디자인 요인은 학생들에게 보다 흥미를 이끌어 낼 수있어 집중력을 향상 시킨다는 결과를 얻었다(이지연, 2009).

초등학생을 대상으로 한 ICT활용 연구에서 ICT활용 시 주의집중 학습전략을 시행하면 학업 성취도가 향상된다고 하였다. 즉, 학생들에게 집중력을 향상시키기 위한 방안으로 매체를 활용할 수 있는 디자인 환경을 구축하면 보다 집중력을 향상 시킬 수 있을 것이다(김영숙, 2013).

또한, 이지연(2009)은 디자인 요인이외에 사회적 상호작용 요인인 교사의 전문적지식이 수업 집중도와 관련이 있다고 하였으며, 오주환(2016) 역시 중학생을 대상으로 한 수업집중력 향상 관련 연구를 통해 수업집중력은 학습에 관계하는 변인으로 학습자와 교사와의 관계 및 감정을 통한 상호관계, 물리적 환경의 요소가 영향을 미친다고 하였다. 이처럼 시설적 요인 외 에 관계적 인적요소 또한 주의를 집중 시키는 요인으로 작용할 수 있을 것이다.

이러한 선행연구를 바탕으로 보면 서비스 품질의 상호작용품질, 결과품질, 물리적 환경품질은 조직역량에 영향을 미친다고 가정하고 다음과 같이 가설을 설정 하였다.

H1 : 경영컨설팅 서비스품질은 조직역량에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-1 : 상호작용품질은 조직역량에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-2 : 결과품질은 조직역량에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-3 : 물리적환경품질은 조직역량에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H2 : 경영컨설팅 서비스품질은 지식역량에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H2-1 : 상호작용품질은 지식역량에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H2-2 : 결과품질은 지식역량에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H2-3 : 물리적환경품질은 지식역량에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

나) 역량변화가 학습 및 성장과 내부개선 변화의 가설

개인적 역량에 대한 선행연구와 학문적 논의는 다양하게 진행되어 왔다. 다양한 선행연구를 살펴본다면 먼저 White(1959)는 “역량은 훈련과 능력을 의미하며, 동의어는 기능, 용량, 효율성, 숙련도, 기술 이다” 라고 하였다.

그는 역량을 자신을 둘러싼 주의와 인지, 언어와 생각, 조작 등 환경 간의 효과적인 상호작용을 통해 촉진된 것이며, 가지고 태어난 것이 아니라 성장과정 속에서 체득되고 학습될 수 있는 것으로 보았다(윤혜란, 김민성, 2016).

역량의 개념이 체계화되면서 역량은 개인의 성과를 미리 예상하여 설명할 수 있는 여러 가지 심리 또는 행동적인 특성이라고 의미를 가지게 되었다(이규현, 2017).

우수한 성과자는 보통의 성과자 와는 다르게 ‘이문화 감수성’, ‘타인에 대한 긍정적 기대’, 정치적 네트워크 파악’과 같은 특성들이 있었으며, 이러한 특성을 ‘역량(Competency)’이라고 정의하였다(McClelland, 1973). Parry(1996)는 역량에 대해 업무를 수행하는 데 있어서 영향을 주는 지식, 기술, 태도를 가리키며 직무 성과와 관련된 기준에 의해 측정될 수 있으며 훈련과 개발을 통해 개선될 수 있다고 하였다.

McLagan(1983)은 ‘직무나 역할 수행에서 뛰어난 수행자와 관련된 개인의 능력이나 특성’으로 정의하기도 하였다.

Boyatzis(2008)는 역량을 “성과가 높은 직원과 평균의 직원, 그리고 성과가 낮은 직원을 구분할 수 있는 개인의 내적 특질과 관련된 동기, 기술, 특질, 일련의 지식”으로 보았다.

김남형(2012)은 역량을 “조직의 비전 및 미션을 전략적으로 달성하게하고, 바람직한 기업문화를 창출하는데 요구되어지는 지식, 기술, 태도 등의 총체”로 정의하였다. 역량을 개인뿐만 아니라 조직의 비전과 미션, 목표 등을 달성하여 효과적인 성과를 이룰 수 있도록 하는 개인의 내재적 특성으로 본 것이다(이규현, 2017).

Rychen과 Salganik(2003)는 DeSeCo 프로젝트에서 “역량은 특정 맥락의 복잡한 요구에 대해 태도, 감정, 가치, 동기 등과 같은 사회적, 행동적 요소뿐만 아니라 인지적, 실천적 기술을 가동시킴으로써 성공적으로 충족시키는 능력이다”라고 정의 하였다. 조직이나 개인이 성과를 산출하기 위해서는 지식이나 기술 그리고 외부의 지원을 비롯한 여러 자원들이 필요하다(서강석, 2017).

역량(competency)은 이러한 특정성과를 내는 개인적 능력을 의미한다.

Snow andLawrence(1980)는 조직역량을 조직생산성에 중요한 영향을 미치며 장기적성장과 생존을 위한 잠재력 이라고 정의하면서 재무, 인사, 경영관리등10가지측면으로 분석하였다(박석희, 2006). Hamel and Prahalad(1990)는 조직역량이란 조직에 내재되어있는 지식, 기술, 능력을 의미하는 것으로 태도, 리더십, 전문성 등으로 구성된다고 정의하였다(김두선, 2012).

김병국(1999)은 ‘조직역량을 조직의 활동을 가능하게 하는 요소로서 조직성과를 산출하는 모든 능력’으로 정의하였으며 조대현(2007)은 역량을 개인역량, 조직역량, 국가역량, 지방정부역량으로 구분하여 개념화 하였다(김두선, 2012).

이병석(2005)는 조직역량은 조직내부에 공유되어 있으며 타 조직과는 차별화되는 조직의 고유한 지식, 기술, 능력을 의미한다고 하였으며, 김인수(2007)는 조직역량을 독특하고 희소하며 쉽게 모방되거나 대체되지 않고 지속적으로 조직의

성과 창출에 기여하는 능력이라고 하였다(장진석, 2015).

조직역량은 조직효과성에 영향을 미치는 조직의 특성이나 능력을 의미하는 중요한 개념이다(서강석, 2017).. 조직역량은 단순한 조직의 목표달성 뿐이 아니라 개방 체제적 시각에서 조직을 둘러싼 환경과 우호적인 관계를 유지하며 조직의 장기적인 생존과 성장을 유지하기 위한 능력이다(서강석, 2017). 본 연구에서는 조직역량을 조직효과성 향상에 필요한 조직의 여러 능력으로써 조직의 리더십을 비롯한 인적 물적 구조와 조직 구성원의 태도와 가치관 그리고 환경과의 교류 협력능력까지 모두 포함하는 개념으로 정의하였다(서강석, 2017).

조직역량이 조직효과성에 직접적으로 영향을 미치는 요인임에는 학자들 사이에 이론이 없으나 과연 조직역량을 무엇으로 보아야하는가에 대하여는 일치된 견해가 없다(서강석, 2017). 김병국(1999)은 조직역량을 조직구성원 영역의 직무능력, 직무노력, 조직 구조적 영역의 조직구조 기반, 조직 네트워크, 조직 문화적 영역의 이념가치, 행동표출 으로 구분하였으며, Boyatzis(1982)는 조직역량을 6개 차원의 역량군과 21개 영역의 역량으로 구분하였다(이승중, 2005).

최호택(2005)은 조직역량을 구성하고 있는 요소로 재정, 시스템과 절차, 인적 자원, 기술, 지식 등 6가지를 제시하였다(서강석, 2017). 한국능률협회에서는 정부조직 경영평가에서 조직역량의 구성요소를 재정, 정보화, 인사, 제도 등으로 구분한 바 있으며 한국생산성본부에서는 인적자원, 리더십, 조직구조, 조직문화 등으로 구성하기도 하였다(김두선, 2012).

조직역량은 조직 구성원의 역량인 개인적 차원의 역량과 조직이 가지고 있는 시스템과 자원 등 조직적 차원의 역량 그리고 조직을 둘러싼 환경으로서 경제, 인구, 정치 등과의 구조적 차원의 역량이 모두 요소로 포함되는 개념이다(서강석, 2017).

Boyatzis(1982)는 조직역량을 개인적 차원의 리더십, 지식, 노력과 조직적 차원의 제도, 네트워크, 학습조직 등이 포함되는 것으로 보았으며 Bolton(1993)은

개인적 차원의 리더십과 조직적 차원의 전문성, 기술, 자원 그리고 구조적 차원의 인구규모, 도시규모, 서비스 수요가 포함되는 것으로 보았다(서강석, 2017).

김병국(1999)는 개인적 차원의 직무능력과 직무노력, 조직적 차원의제도, 물리적 기반 그리고 구조적 차원의 이념, 행동표출이 조직역량의 구성지표라고 하였으며 이승중(1998)은 개인적 차원의 리더십, 정향성, 선호도 구조적 차원의 네트워크를 조직역량의 구성지표로 보았다(서강석, 2017).

조직역량은 조직효과성 향상에 필요한 조직의 전반적인 자원과 능력을 말하는 것이나 구체적으로 조직역량이 무엇인가에 관하여는 학자들 사이에 일치된 견해는 없다(서강석, 2017). 조직역량의 구성 요소로 리더십, 전략, 인사, 조직, 정보관리, 서비스 등 조직효과성에 기여하는 여러 요인들이 일반적으로 제시되고 있다(이석민, 2014).

이러한 선행연구를 바탕으로 보면 역량변화는 학습 및 성장과 내부개선에 영향을 미친다고 가정하고 다음과 같이 가설을 설정 하였다.

H3 : 역량변화는 학습및성장에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H3-1 : 조직역량은 학습및성장에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H3-2 : 지식역량은 학습및성장에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H4 : 역량변화는 내부개선에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H4-1 : 조직역량은 내부개선에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H4-2 : 지식역량은 내부개선에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

제 2 절 조사 설계

1) 조사 대상

본 연구는 경영컨설팅을 수행한 경험이 있는 경기도 수도권 중소기업을 중심으로 컨설팅 서비스품질의 상호작용품질, 결과품질, 물리적 환경품질과 조직역량, 지식역량의 변화 그리고 경영성과인 학습/성장, 내부개선의 관계를 통계적으로 검증하고자 하였다.

따라서 본 연구 분석에 필요한 통계처리 자료를 표본으로 선택하여 설문지를 통한 직접조사 방식으로 수집 하였으며, 경기도 수도권의 중소기업 중 경영컨설팅을 수행한 실적이 있는 중소기업 임.직원을 대상으로 400부의 설문지를 배포하였다.

조사는 2017년 10월 1일부터 2017년 10월 31일까지 실시하였으며, 약 1 개월간 직접 업체방문을 통한 설문지 작성방법을 통하여 배부된 400부의 설문지 중 392부를 회수 하였으며 설문지 회수율은 98%이며, 이를 통계 분석에 활용 하였다.

설문의 조사방법은 설문지 조사법에 의한 조사대상자가 직접 작성하는 방식의 설문 조사로 실시 하였으며, 전체 설문항목은 통계처리의 이용 편리성을 위해서 Likert 5점의 등간척도로 구성 되었다. 본 조사를 위한 설계의 요약은 아래의 [표 3-1]와 같다.

[표 3-1] 조사의 설계

구 분	내 용
조사대상	경영컨설팅을 받아본 경험이 있는 서울, 경기 수도권 중소기업
조사방법	Likert 5점 등간척도로 정형화된 설문지의 직접 기입식 설문 조사
조사표본	회수된 설문지 400부 중 392부(불성실 응답자 제외)
조사기간	2017년 10월 1일 ~ 2017년 10월 31일

2) 분석방법

연구모형과 가설을 검증하기 위해 설문자료는 SPSS 21.0과 AMOS 20.0을 이용하여 통계처리를 실시하였다. 측정도구에 대한 탐색적 요인분석을 통하여 집중타당도와 판별타당도를 분석하였다.

독립변수 항목인 경영컨설팅 서비스품질의 상호작용품질, 결과품질, 물리적환경 품질이 매개변수 항목인 기업역량의 조직역량, 지식역량을 통하여, 종속변수 항목인 기업성과에 미치는 영향인 학습/성장, 내부개선 관하여 모두 8 개의 가설을 설정하고 검증하였다.

제 4 장 연 구 결 과

제 1 절 연구표본의 특성

본 연구는 앞서 언급한 바와 같이 회수된 392부의 특성을 빈도분석을 통해 살펴보았다. 먼저 성별을 살펴보면 남성이 315명(81.0%), 여성이 74명(19.0%)이며, 연령은 20대 10명(2.6%), 30대 56명(14.4%), 40대 111명(28.5%), 50대 178명(45.8%), 60대 이상 34명(8.7%)으로 분석되었으며, 지역은 서울 6명(1.5%), 인천 24명(6.2%), 경기 347명(89.2%), 기타 12명(3.1%)로 나타났으며, 업태는 제조업 212명(54.5%), 도. 소매업 115명(29.6%), 전자. 정보통신업 47명(12.1%), 기타 15명(3.9%)이며, 컨설팅분야로는 경영전략창업 126명(32.4%), 재무. 인사 64명(16.5%), 생산, 품질관리 190명(48.8%), 기타 8명(2.1%)으로 나타났으며, 종업원 수 10명 미만 166명(42.7%), 50명 미만 117명(30.1%), 100명 미만 90명(23.1%), 100명이상 16명(4.1%)이며, 매출규모는 20억 미만 33명(8.5%), 50억 미만 101명(26.0%), 100억 미만 183명(47.0%), 100억 이상 71명(18.3%)로

나타났다. 이를 정리하면 [표 4-1]과 같이 나타낼 수 있다.

[표 4-1] 인구통계학적 특성

구분		빈도	%
성별	남자	315	81.0
	여자	74	19.0
연령	20대	10	2.6
	30대	56	14.4
	40대	111	28.5
	50대	178	45.8
	60대 이상	34	8.7
지역	서울	6	1.5
	인천	24	6.2
	경기	347	89.2
	기타	12	3.1
업태	제조업	212	54.5
	도소매업	115	29.6
	전자, 정보통신업	47	12.1
	기타	15	3.9
컨설팅 분야	경영전략창업	126	32.4
	재무, 인사	64	16.5
	생산, 품질관리	190	48.8
	기타	8	2.1
종업원수	10명미만	166	42.7
	10명이상~50명미만	117	30.1
	50명이상~100명미만	90	23.1
	100명이상	16	4.1
매출규모	20억미만	33	8.5
	30억 ~ 50억미만	101	26.0
	50억~100억 미만	183	47.0
	100억 이상	71	18.3
합계		389	100.0

제 2 절 확인적 요인분석

본 연구에서는 설정한 이론적 모델을 검증하기 위하여 각 요인에 대한 측정모형을 검증하는 확인적 요인분석을 시행하였다. 확인적 요인분석은 측정모형에 대한 적합도를 살펴보는 것으로 측정모형은 개념과 측정항목 사이의 관계를 측정하는 것으로, 본 연구에서 설정한 모형의 영향 관계를 살펴보기 전에 측정변수들이 이론변수를 지지하고 요인 구조가 타당한가를 분석하기 위해 실시하였다.

본 연구에서 설정한 이론적 모델에 대한 확인적 요인분석 결과 χ^2 값은 770.335(df=384, p=.000)로 나타났으며, 다른 적합도 지수는 GFI = 0.881, NFI = 0.866, CFI = 0.927, RMR = 0.018로 나타났다.

다음으로 연구 개념별로 집중타당성을 살펴보기 위하여 평균분산추출(AVE), 합성신뢰도(CCR)를 산출하였다. AVE는 0.5이상, CCR은 0.7이상(Hair et al., 2009)이 바람직한 것으로 알려져 있는데, 본 연구를 위한 측정도구의 연구 개념별 AVE는 0.504이상, 합성신뢰도는 0.798이상으로 나타나 연구 개념별 집중타당성이 확보되었음을 알 수 있다.

각 측정항목에 대한 표준화적재량, C.R. 값과 집중타당성 지표인 AVE, CCR 값은 [표 4-2]와 같이 나타났다.

[표 4-2] 확인적요인분석

요인		표준화	S.E	C.R.	CCR	AVE
상호작용 품질	a1	0.673	0.107	9.46***	0.825	0.518
	a2	0.746	0.114	10.335***		
	a3	0.763	0.104	8.653***		
	a4	0.692				

요인		표준화	S.E	C.R.	CCR	AVE
결과품질	b1	0.719	0.079	12.344***	0.84 6	0.547
	b2	0.724	0.083	12.411***		
	b3	0.822	0.083	10.865***		
	b4	0.687				
물리적환경 품질	c1	0.723	0.106	8.747***	0.84 1	0.530
	c2	0.74	0.113	9.587***		
	c3	0.794	0.099	8.492***		
	c4	0.647				
조직역량	d1	0.709			0.79 8	0.504
	d2	0.806	0.08	14.53***		
	d3	0.608	0.077	11.131***		
	d4	0.702	0.077	11.033***		
지식역량	d5	0.766			0.83 9	0.525
	d6	0.748	0.065	14.864***		
	d7	0.628	0.076	12.25***		
	d8	0.747	0.066	12.667***		
학습및성장	e1	0.767			0.85 1	0.528
	e2	0.717	0.067	14.456***		
	e3	0.776	0.076	13.509***		
	e4	0.699	0.071	11.81***		
	e5	0.668	0.074	13.162***		
내부개선	f1	0.77			0.86 9	0.543
	f2	0.799	0.063	16.19***		
	f3	0.691	0.064	13.734***		
	f4	0.668	0.066	13.208***		
	f5	0.749	0.064	15.033***		

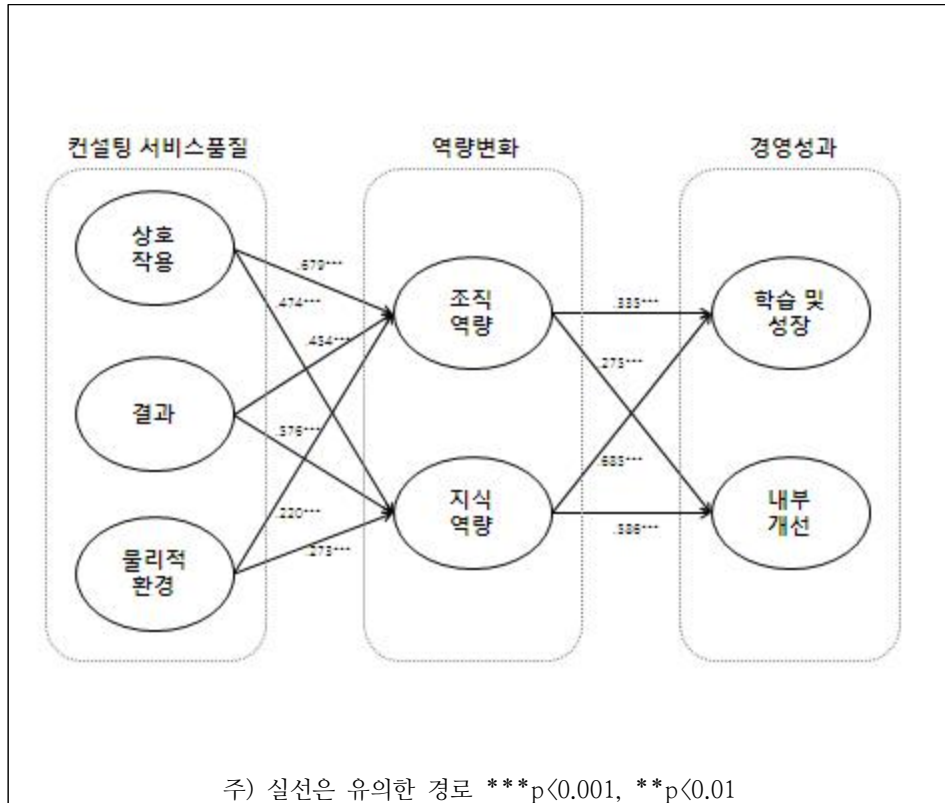
제 3 절 연구 가설의 검증

본 연구에서 설정한 이론모형을 검증하기 위해 구조방정식 모형 분석을 실시하였다. 구조방정식을 시행하는 데 있어 지속적으로 연구가 이루어지고 있는 분야의 경우 NFI, NNFI, CFI 등의 지수가 0.9의 기준 값으로 모형을 판단하고 있으나, 비교적 연구가 많이 진행되지 않은 분야의 경우 적합도의 대부분이 0.8~0.9의 값을 보이고 있으며 이러한 적합도 지수는 일반적으로 받아들여지고 있는 추세라 할 수 있다(이은용, 2008). RMR은 .05이하이면 양호하다고 보고 .05~.08사이면 적당하다고 보며 .10 이하면 수용가능하다고 본다(배병렬, 2006; Diamantopoulos & Siguaw, 2000; Hair et al., 2009; Yang, 2005).

1) 연구 모형의 검증

[그림 2]는 본 연구의 측정변수인 서비스품질(상호작용, 결과, 물리적 환경), 조직역량, 지식역량 및 경영성과(학습 및 성장, 내부개선) 간의 영향관계에 대한 가설을 검증한 경로모형을 나타내고 있다. 이론 모형에 대한 적합도 분석 결과 χ^2 에 대한 p값은 0.000으로 통계적으로 유의하게 나타났으며 적합도 지수를 살펴보면 GFI= 0.886, AGFI= 0.0867, RMR=0.056, NFI=0.866, CFI=0.918로 분석되어 적합도 지수를 기준으로 만족할 만한 모형으로 평가될 수 있으며 구성개념들의 영향관계를 설명하는 데 좋은 모형으로 볼 수 있다.

이를 바탕으로 각 요인에 대한 경로계수를 살펴보면 [표 4-3] 같이 나타내 볼 수 있다.



[그림 2] 연구모형검증

[표 4-3] 이론모형의 표준화 경로계수

측정 변수			경로계수	S.E.	C.R.	p	결과
H1	1a	상호작용 → 조직역량	0.679	0.091	7.566	***	채택
	1b	결과 → 조직역량	0.454	0.051	7.096	***	채택
	1c	물리적환경 → 조직역량	0.220	0.065	3.779	***	채택
H2	2a	상호작용 → 지식역량	0.474	0.074	6.72	***	채택
	2b	결과 → 지식역량	0.576	0.055	8.587	***	채택
	2c	물리적환경 → 지식역량	0.273	0.069	4.649	***	채택
H3		조직역량 → 학습 및 성장	0.335	0.081	4.252	***	채택

H4	조직역량 → 내부개선	0.275	0.099	3.398	***	채택
H5	지식역량 → 학습 및 성장	0.685	0.089	7.599	***	채택
H6	지식역량 → 내부개선	0.586	0.104	6.601	***	채택

***p<0.001

2) 가설 검증 결과

본 연구에서는 컨설팅 서비스품질이 기업역량을 통하여 경영성과인 학습 성장, 내부개선에 어떠한 영향을 미치는지 고찰하고자 하였다.

가) 컨설팅 서비스품질과 조직역량과의 관계

- H1. 컨설팅 서비스품질은 조직역량에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H1a. 상호작용품질은 조직역량에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H1b. 결과품질은 조직역량에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H1c. 물리적환경품질은 조직역량에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

먼저, 상호작용품질이 조직역량에 미치는 영향에 대한 경로계수는 0.679, C.R. 7.566(P=0.000)로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 연구가설 H1a은 채택되었다. 결과품질이 조직역량에 미치는 영향에 대한 경로계수는 0.454, C.R. 7.096으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 연구가설 H1b은 채택되었다. 물리적 환경 품질이 조직역량에 미치는 영향에 대한 경로계수는 0.220, C.R. 3.779로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 연구가설 H1c은 채택되었다. 따라서 서비스 품질은 조직역량에 정(+)의 영향을 준다고 할 수 있다.

[표 4-4] 조직역량 경로계수

측정 변수			경로계수	S.E.	C.R.	p	결과
H1	1a	상호작용 → 조직역량	0.679	0.091	7.566	***	채택
	1b	결과 → 조직역량	0.454	0.051	7.096	***	채택
	1c	물리적환경 → 조직역량	0.220	0.065	3.779	***	채택

나) 컨설팅 서비스품질과 지식역량과의 관계

H2. 컨설팅 서비스품질은 지식역량에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H2a. 상호작용품질은 지식역량에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H2b. 결과품질은 지식역량에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H2c. 물리적환경품질은 지식역량에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

상호작용품질이 지식역량에 미치는 영향에 대한 경로계수는 0.474, C.R. 6.72(P=0.000)로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 연구가설 H2a은 채택되었다. 결과품질이 지식역량에 미치는 영향에 대한 경로계수는 0.576, C.R. 8.587으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 연구가설 H2b은 채택되었다. 물리적 환경 품질이 지식역량에 미치는 영향에 대한 경로계수는 0.273, C.R. 4.649로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 연구가설 H2c은 채택되었다. 따라서 서비스품질은 지식역량에 정(+)의 영향을 준다고 할 수 있다.

[표 4-5] 지식역량 경로계수

측정 변수			경로계수	S.E.	C.R.	p	결과
H2	2a	상호작용 → 지식역량	0.474	0.074	6.72	***	채택
	2b	결과 → 지식역량	0.576	0.055	8.587	***	채택
	2c	물리적환경 → 지식역량	0.273	0.069	4.649	***	채택

다) 역량변화와 경영성과와의 관계

H3. 조직역량은 학습 및 성장에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H4. 조직역량은 내부개선에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H5. 지식역량은 학습 및 성장에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H6. 지식역량은 내부개선에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

조직역량이 학습 및 성장에 미치는 영향에 대한 경로계수는 0.335, C.R. 4.252($p < 0.001$)로 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 연구가설 H3는 채택되었으며, 조직역량이 내부개선에 미치는 영향에 대한 경로계수는 0.275, C.R. 3.398($p < 0.001$)로 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 연구가설 H4 역시 채택되었다. 지식역량이 학습 및 성장에 미치는 영향에 대한 경로계수는 0.685, C.R. 7.599($p < 0.001$)로 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 연구가설 H5는 채택되었으며, 지식역량이 내부개선에 미치는 영향에 대한 경로계수는 0.586, C.R. 6.601($p < 0.001$)로 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 연구가설 H6 역시 채택되었다.

[표 4-6] 학습 및 성장, 내부개선 경로계수

측정 변수		경로계수	S.E.	C.R.	p	결과
H3	조직역량 → 학습 및 성장	0.335	0.081	4.252	***	채택
H4	조직역량 → 내부개선	0.275	0.099	3.398	***	채택
H5	지식역량 → 학습 및 성장	0.685	0.089	7.599	***	채택
H6	지식역량 → 내부개선	0.586	0.104	6.601	***	채택

제 5 장 결 론

제 1 절 연구결과 요약

1) 연구결과의 요약

기업이 당면한 문제를 외부전문가 자원을 활용하여 기업내부의 경영활동 전반의 양질의 성과향상을 올리기 위해 실시하는 경영컨설팅도 지식서비스산업으로 중소기업과 동반성장하면서 국가적으로 중요한 역할과 기반을 확립 하고 있다. 이 서비스산업의 품질과 성과를 향상시키기 위한 연구와 노력도 꾸준히 진행 해오고 있다(이창환, 2014). 본 연구에서는 기존 연구들에서 밝혀진 경영컨설팅의 서비스품질요인들을 기반으로 그 서비스품질 수준이 기업 내부 구성원들이 느끼는 컨설팅서비스품질에 대한 기업역량과 기업의 성과에 미치는 영향을 분석 하였다.

아울러 기업 내부의 이러한 요인들 간 의 관계에 어떠한 효과를 주고 있는지도 확인코자 하였다. 연구 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 컨설팅서비스품질이 조직역량에 미치는 영향을 분석한 결과, 상호작용품질, 결과품질, 물리적 환경품질 모두 조직역량에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 첫째, 상호작용품질이 좋을수록, 즉, 컨설턴트와 수진기업간의 의사소통이 원활하고 업무협조가 잘 되며, 컨설턴트가 수진기업의 비밀을 잘 지켜 주고 수진기업의 이익을 진심으로 생각해 준다고 인식할수록 수진기업의 조직역량이 좋아짐을 의미하고, 둘째, 결과품질이 좋을수록, 즉, 컨설팅의 결과가 좋고 실행방안이 구체적일수록 수진기업의 조직역량이 좋아짐을 의미하며, 셋째, 물리적 환경품질이 개선될수록 즉, 컨설팅을 통하여 적절한 분석방법이 있고, 컨설팅에 필요한 지원도구를 활용하며, 양질의 데이터와 자료를 확보할수록 수진기업의 조직역량이 개선됨을 의미한다.

둘째, 컨설팅서비스품질이 지식역량에 미치는 영향을 분석한 결과, 상호작용품질, 결과품질, 물리적 환경품질 모두 지식역량에 정(+)의 영향을 미치는 것으로

로 나타났다. 이는 첫째, 상호작용품질이 좋을수록, 즉, 컨설턴트와 수진기업간의 의사소통이 원활하고 업무협조가 잘 되며, 컨설턴트가 수진기업의 요구/필요사항에 대해 적절한 대응을 한다고 인식할수록 수진기업의 지식역량이 높아짐을 의미하고, 둘째, 결과품질이 좋을수록, 즉, 컨설팅의 결과물이 적절하게 제시되고, 현장적용이 가능한 실행방안이 제시되고 실행방안이 구체적이면 수진기업의 지식역량이 높아짐을 의미하며, 셋째, 물리적 환경품질이 개선될수록, 즉, 컨설팅을 통하여 적절한 분석방법이 있고, 컨설팅에 필요한 지원도구를 활용하며, 양질의 데이터와 자료를 확보할수록 수진기업의 지식역량이 높아짐을 의미한다.

셋째, 수진기업의 역량변화가 경영성과에 미치는 영향을 분석한 결과, 조직역량변화와 지식역량변화 모두 경영성과인 학습 및 성장, 내부개선에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 이를 세부적으로 살펴보면 첫째, 조직역량변화는 학습 및 성장에 정(+)의 영향을 미치는데, 수진기업의 구성원들이 새로운 정보와 지식을 활용하고 비전을 공유하며 업무를 수행하는 데 있어 혁신적인 마인드를 갖추게 되면, 종업원의 목표달성의지가 강화되고 제안건수가 증가하는 등의 경영성과가 높아짐을 나타낸다. 둘째, 조직역량변화는 내부개선에 정(+)의 영향을 미치는데, 수진기업의 구성원들이 비전을 공유하고 다양한 환경변화에 신속하게 응할수록 생산성이 향상되며, 경영의사결정 소요시간이 짧아지고, 업무 기획력이 향상되어, 내부개선이 더욱 잘 이루어짐을 나타낸다.

또한 셋째, 지식역량변화 또한 학습 및 성장에 정(+)의 영향을 미치는데, 이는 제품(서비스)에 대한 연구인력의 역량이 향상되고 특히 및 인증보유 품목이 증가되면 구성원의 비효율적이었던 업무능력이 향상되고 회사에 대한 충성도가 향상되는 등 경영성과가 향상됨을 의미한다.

마지막으로 넷째, 지식역량의 변화는 또 내부개선에도 정(+)의 영향을 미치는데, 제품(서비스)에 대한 업무처리가 향상되고 표준화되며, 마케팅 전략수립능력이 향상되면 경영의사결정 소요시간이 짧아지고, 업무 기획력이 향상되어, 경영성과가 향상됨을 의미한다.

넷째, 컨설팅 서비스품질을 기업역량으로 전환되는 과정 그리고 기업역량에서 경영성과로 변환되는 과정에서 최대한 구체적인 방법론을 사전에 철저하게 준

비하여야 한다는 것을 알 수 있었으며, 다섯째, 연구조사대상인 중소기업 조직의 규모가 소규모로써, 기업내부 업무 프로세스와 시스템이 되어있지 않아 내부개선은 중요하지 않고 지식역량이 매우 중요하다는 것을 알 수 있었다.

2) 매개효과의 요약

첫째, 조직역량은 경영컨설팅 서비스품질의 상호작용품질, 결과품질, 물리적환경 품질과 경영성과인 학습 및 성장과 내부개선 간의 미치는 영향 관계에서 매개 역할을 하는 것으로 나타났다.

둘째, 지식역량은 경영컨설팅 서비스품질의 상호작용품질, 결과품질, 물리적환경 품질과 경영성과인 학습 및 성장과 내부개선 간의 영향 관계에서 매개 역할을 하는 것으로 나타났다. 제품 및 서비스에 대한 연구인력 의 역량, 업무처리향상, 업무성과를 위한 다양한 인증, 특허, 기술 의 향상이 기업경영성과인 학습 및 성장, 내부개선에 영향을 미친다는 검증을 통하여, 이에 따른 전문적인 경영컨설팅 이 기업의 기업성과에 긍정적인 효과가 나타난다고 판단하는 것이라 볼 수 있다.

제 2 절 시사점 및 연구의 한계점

국내 중소기업에 대한 경영컨설팅은 현실적으로 조직이 체계화 되어있지 않고 컨설팅의 수행 방법 또한 자발적인 개선의지 보다는 정부의 지원제도에 의지하는 지극히 소극적인 현실이다. 중소기업의 경우, 경영자의 본인의 판단과 과거 업무 경험을 기준으로 경영전략에 반영하는 경우가 대부분이며, 이는 고객의 특정한 유형이나, 대기업 또는 외부환경의 품질변화에 최상의 적절하고 효과적인 대응을 판단하지 못하여 치명적인 오류를 범하는 결정을 내리게 되어 경영에 중대위기를 맞게 되어 기업생존의 존폐를 초래할 수 있다. 기업이 직면하고 있는 현실과 관련해 풍부한 지식과 이를 기반으로 컨설팅 준비과정에서 중소기업의 실무진과 해당 문제에 대한 소통이 잘 될 수 있도록 사전준비가 철저해야 한다. 본 연구가 수행한 조직역량과 지식역량을 매개변수로 경영컨설팅 서비스품질이 경영성과에 미치는 영향에 대한 연구의 과정과 결과를 보면 다음과 같은 시사점과 한계점이 존

재한다.

기존 연구에서는 경영컨설팅서비스품질이 컨설팅만족도와 컨설팅활용도를 매개변수로 두고 이에 미치는 영향에 대한 연구가 진행되었다면, 본 연구에서는 컨설팅 서비스품질이라는 독립변수를 가지고 지식역량과 조직역량의 매개 변수를 설정하여 연구를 진행하였다. 또한 이러한 부분에서 기존의 경영컨설팅 품질의 요소별 연구와 차별화 된다고 하겠다. 이러한 실무적인 시사점에도 불구하고 다음과 같은 한계를 가질 수 있다.

첫째, 중소기업은 사업별 업종별로 나뉘어 있으며 각각의 고유특성을 보유하고 있지만 이러한 특성을 제대로 반영하지 못하였다. 특히 연구모델에 있어서 실질적인 적용과 유효성과 효용성은 한계가 있을 수 있다.

둘째, 선행연구자들은 프로세스를 경영컨설팅 서비스의 한 요소로 포함해 프로세스 진행 과정에서 할 수 있는 다양한 활동은 어떠한 것이 있으며, 어떠한 활동이 필요한지에 관한 설문항목에서 한계가 있었다.

셋째, 중소기업의 조직 특성상 직급별, 부서별 설문서를 조사하는 것이 어려워 심도 있는 연구결과를 도출하는데 한계점이 있다. 또한 설문내용이 컨설팅 당시의 기억을 회상하는 것이어서 응답자가 과거와 현재의 상황을 명쾌하게 구분평가에 혼란스러운 경우가 있어 설문지에 의한 방법론적 연구에 한계를 가지게 되었다.

넷째, 컨설턴트의 역량과 경영컨설팅 서비스 품질이 중소기업의 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구에서 조직역량, 지식역량만을 매개변수로 한정함으로써 다른 매개효과 배제에 따른 경영성과의 과대 또는 과소평가의 위험이 있다.

다섯째, 컨설팅을 받아본 중소기업을 대상으로 조사범위가 한정되어, 향후 중견기업, 대기업과 기타 일반 소기업에 대한 연구도 필요하다.

여섯째, 중소기업은 그들만의 조직특성, 시장 환경, 기업문화, 오너중심경영의 개인주의적인 부분이 있다. 본 논문에서 단 392부의 유효 표본으로 국내 모든 기업 특이한 상황을 설명 했다고 하기는 너무나 부족하다.

일곱째, 각 기업마다 경영, 실질적 성과판단의 기준이 다르고 개개인의 역량이 달라 단순한 선택인 설문형태로 경영성과를 평가하는데 한계가 있다. 또한 설문내용을 본 연구와 연관성이 있는 선행연구를 기준으로 하여 연구자의 주관적인

방법으로 선택하고 수정하여 질문 구성을 하였으므로 설문대상에서 배제한 다른 기업들의 성과와 동일하게 적용할 수가 없다. 개개의 응답자도 개인주관적 으로 답하는 경향으로 설문측정 에서 부족한 면이 있다.

여덟째, 재무적 경영성과의 측정은 배제하였으며, 경영성과에 미치는 비재무적 요인들도 경영컨설팅 서비스품질항목 이외에 여러 가지 원인이 있는바 앞으로는 보다 재무자료를 활용하여 보다 정확한 성과측정을 통하여 연구의 신뢰성을 높여야 할 것으로 기대한다.

끝으로 본 연구 이후의 향후 과제는, 중소기업을 사업별 또는 업종별로 나누어 세부항목을 설정하여 결과를 도출해 볼 필요가 있다. 특히 조직역량과 지식역량을 제외한 자원 및 기술을 매개변수를 달리해 연구함으로써 컨설턴트의 역량과 경영컨설팅 서비스 품질이 경영성과에 어떠한 영향이 미치는지 세부적으로 심화할 필요성이 제시된다.

따라서 국가 전략사업으로 육성되는 경영컨설팅 사업에서 컨설턴트의 역량을 키우는 방안을 다룬 연구가 이뤄져야 할 것이며, 경영컨설팅 서비스품질의 효용성과 효과성차원에서는 서비스 산업의 대내외적인 경쟁력을 높일 수 있는 연구가 지속적으로 이루어져야 할 것이다.

참고문헌

1. 국내문헌

- 김남형. (2012). 컨설팅 대응정도와 성공요인을 매개로 컨설팅성과와 경영성과에 미치는 영향에 관한 실증연구, 한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원, 국내석사학위논문
- 김두선. (2012) 조직역량 강화를 위한 공공조직의 조직문화 비교분석 : 위계규범상·고용 안정성과 조직역량 간의 관계분석을 중심으로, 충북대학교, 국내박사학위논문.
- 김민성. (2007) 통제시스템과 기업자원역량이 경영성과에 미치는 영향, 서강대학교 대학원, 국내석사학위논문.
- 김병국. (1999) 製造企業의 生産核心力量 構築이 企業成果에 미치는 影響에 관한 研究, 東亞大學校 大學院, 국내박사학위논문
- 김영숙. (2013) 컨설팅 성공에 미치는 요인간 영향 차이 분석 : 컨설턴트 역량, 클라이언트 참여도 및 컨설팅사 특성을 중심으로, 한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원, 국내석사학위논문.
- 김운선. (2013). 「지식재산경영 컨설팅이 중소기업의 경영성과에 미치는 영향에 관한 실증적 분석」, 고려대학교 기술경영전문대학원, 국내석사학위논문.
- 김인수. (2007), 정보시스템 프로젝트 갈등관리방식이 조직유효성에 미치는 영향에 관한 연구, 건국대학교 정보통신대학원, 국내석사학위논문.
- 김정포. (2008). 정부조달을 활용한 중소기업지원정책 품질에 관한 수혜자 만족도 분석 : 서브퀄(SERVQUAL)요인을 중심으로. 『경영사학』, 제23집 제1호 제46호 pp. 189-223.
- 김종재. (2000). 『현대중소기업경영론』. 박영사.
- 김정일. (2016). 중소기업 컨설팅 수진기업의 사후관리를 통한 격영성과 및 재구매 의도에 관한 연구, 한성대학교 대학원 박사학위논문.
- 김후진. (2014). 경영컨설팅서비스와 경영컨설트의 역량이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구, 창원대학교, 박사학위논문.
- 나도성. (2015). 『한국 컨설팅 시장의 이론과 실제(Ⅰ):방법론의 개발과 활용』. 한성대학교출판부.

- 노승림. (2010). 인터넷 쇼핑몰의 소셜 네트워크 서비스가 상호작용성과 구매 의도에 미치는 영향에 관한 연구, 서강대학교 언론대학원, 국내석사학위논문.
- 박병호, 이동원, 김연성. (2005). 경영컨설팅 서비스품질 측정에 관한 연구.
『품질경영학회지』, 제33권 제3호, pp. 47-58.
- 박석희. (2006). 공기업 경영평가가 조직성과에 미친 영향분석 : 조직역량 및 조직생산성에 미친 효과를 중심으로, 서울대학교 행정대학원, 국내박사학위논문.
- 박순옥. (2015). 컨설팅 서비스품질이 컨설팅 재이용 의도에 미치는 영향 연구 : 컨설팅 만족도와 활용도의 매개효과 중심으로, 한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원, 국내석사학위논문.
- 박진규. (2013) 기업의 R&D역량과 지식재산컨설팅이 기술혁신성과에 미치는 영향에 관한 연구, 한성대학교 지식서비스 & 컨설팅대학원, 국내석사학위논문.
- 박은숙. (2011). 「중소기업의 혁신을 통한 경영 효율화 방안 연구」. 경원대학교 경영대학원, 석사학위논문.
- 박재린. (2006). 『중소기업경영학』. 무역경영사.
- 배종상. (2012). 「중소기업 경영자의 전략적 리더십이 경영성과에 미치는 영향에 관한연구」. 창원대학교 대학원, 석사학위논문.
- 배용섭. (2013). 「경영컨설팅 성과에 영향을 미치는 컨설턴트의 역량에 관한 실증연구」. 단국대학교 대학원, 박사학위논문.
- 백남길 (2009). 레스토랑의 다인스케이프(DINESCAPE)가 상호작용품질과 충성도에 미치는 영향, 세종대학교 일반대학원, 국내박사학위논문.
- 송옥매 (2009). 물리적 환경이 고객만족과 재구매 의도에 미치는 영향에 관한 연구, 숭실대학교 일반대학원, 국내석사학위논문.
- 신동주. (2012). 컨설턴트의 역량이 서비스 품질, 컨설팅 성과 및 재구매 의도에 미치는 영향에 관한 연구, 한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원, 국내석사학위논문.
- 신상복. (2012). 「경영컨설팅 서비스품질이 고객 만족도에 미치는 영향에 관한 연구」. 박사학위논문, 동명대학교.
- 양시영. (2013). 「중소기업의 경영컨설팅이 컨설턴트의 역량을 매개로 하여 경영 성과에 미치는 영향에 관한 실증연구」. 한성대학교 지식서비스 & 컨설팅대학원, 석사학위논문.

- 엄금옥. (2012). 「SERVQUAL을 활용한 서비스품질 측정 및 개선을 위한 실증 분석」. 상지대학교 대학원, pp. 15-27.
- 오주환. (2016). 컨설팅 유형간 성과비교 및 정부지원컨설팅의 성과 결정요인에 관한 연구, 한성대학교, 박사학위논문.
- 윤혜란 (2016) 기업의 조직문화가 컨설팅 만족도에 미치는 영향에 관한 연구, 한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원, 국내석사학위논문.
- 윤정혜. (2015). 중소기업 컨설팅 도구로서 TRIZ의 유효성에 관한 연구, 한성대학교 대학원, 국내박사학위논문.
- 이경의. (2002). 『현대중소기업 경제론』. 지식산업사, PP. 22~29.
- 이재은. (2005). 지식경영 실천유형과 경영성과와의 관계에 관한 연구, 서강대학교, 박사학위 논문.
- 이병석. (2005). 우리나라기업 조직구성원들이 인식한 CEO의 리더십스타일이 조직효과성에 미치는 영향에 관한 연구, 韓南大學校 大學院, 국내박사학위논문.
- 이병열. (2014). 한국 중소기업의 전자무역 활성화 방안 연구 : 전자무역 활용수준 결정요인 중심으로, 경희대학교 경영대학원, 국내석사학위논문.
- 이봉철. (2016). 「비전수립이 경영성과에 미치는 영향과 중소기업 비전수립 컨설팅 방법론에 관한실증 연구」. 한성대학교 컨설팅대학원, 석사학위논문.
- 이석민. (2011). 평가역량구축을 위한 실행전략 설계와 현실 적용가능성 탐색, 政策分析評價學會報, Vol.21 No.3,
- 이승중. (2005). 지방정부의 역량에 관한 개념화 연구, 韓國地方自治學會報, Vol.17 No.3,
- 이임규. (2013). 「경영컨설팅이 직업재활시설 경영성과에 미치는 영향」. 대구대학교 대학원, 석사학위 논문.
- 이유재 (2003). 서비스 품질의 각 차원이 CS에 미치는 상대적 영향에 대한 연구, 마케팅 연구, 18(4), 67-97.
- 이정원. (2016). 중소기업 경영컨설팅의 서비스 품질이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구, 한성대학교 컨설팅대학원, 석사학위논문.
- 이종덕. (2015). 중소기업의 핵심역량과 경쟁전략이 경영성과에 미치는 영향, 건국대학교 대학원, 국내박사학위논문.

- 이지연. (2009) 이택원. (2010). 핵심역량 및 가치혁신전략이 기업의 성과에 미치는 영향에 관한 실증적 연구, 경기대학교, 박사학위논문.
- 장성익. (2014). 「경영컨설팅이 중소기업의 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구: 인천지역 소프트웨어 기업을 중심으로」. 한성대학교 컨설팅대학원 석사학위논문.
- 장진석. (2015). 지역산업구조가 건강보험이용에 미치는 영향에 관한 연구, 연세대학교 경제대학원, 국내석사학위논문.
- 전기수. (2009). 「중소벤처기업 경영컨설팅이 경영성과에 미치는 영향에 관한 실증연구」. 건국대학교 대학원, 박사학위논문.
- 전성열. (2014). 중소기업 컨설팅 지원사업의 서비스 수용 의도에 영향을 미치는 주요 요인에 관한 연구, 숭실대학교 대학원, 국내박사학위논문.
- 정환조. (2016). 「지식재산컨설팅의 서비스 품질이 컨설팅 성과에 미치는 영향에 관한 실증분석」. 한성대학교 대학원, 석사학위논문.
- 조대현 (2007). 중소기업용 분산프로젝트관리지원시스템의 개발, 論文集, Vol.26 No.1,
- 조영대. (2005). 『비즈니스 컨설팅서비스』. 남두도서 출판, 2005.
- 조운익. (2010). 「중소기업 컨설팅의 서비스품질과 만족도 분석:중소기업 협업컨설팅을 중심으로」. 석사학위논문, 한성대학교 대학원.
- 조인수 (1980). 장영 (1996). 경영컨설팅 유형별 성과에 대한 상황적 분석, 한국과학기술원 대학원 박사학위논문.
- 채준원. (2011). 「컨설팅 유형에 따른 중소기업의 컨설팅 서비스 결정요인에 관한 연구」. 박사학위논문, 부산대학교.
- 최명규. (2014). 「중소기업 경영컨설팅의 서비스품질이 인지된 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구」. 박사학위논문, 숭실대학교 대학원.
- 최병구 (2011). 중소기업에 있어 지식경영 소싱 전략 간 상호보완 구조의 분석 및 기업 성과에 미치는 영향 검증, 지식경영연구, Vol.12 No.4.
- 최병헌 (2008). 기업 : 중국 자동차 "3강(強) 체제" 굳히기: 동평자동차, CHINDIA Plus, Vol.22.
- 최형묵 (2014). IT서비스 기업에 영업사원의 역량과 조직의 지원이 성과에 미치는 영향

에 관한 연구, 경희대학교 테크노경영대학원, 국내석사학위논문.

최호택. (2005). 지방정부 역량의 수준별 평가 적용 : 보건행정서비스의 역량평가를 중심으로, 사회과학연구, Vol.26.

최홍대. (2010). 「중소기업 경영자특성이 경영성과에 미치는 영향에 관한연구」. 충주대학교 경영행정외국어대학원, 석사학위논문.

한덕기. (2009). 우리나라 중소기업 교육훈련의 실태 및 성과에 관한 연구, 부경대학교 경영대학원, 국내석사학위논문.

한상린, 성형석 (2007). 산업재 브랜드 자산의 구성요인들이 관계적 성과에 미치는 영향에 관한 연구, ASIA MARKETING JOURNAL, Vol.9 No.1,

황경연, 문희철, 배명렬. (2011). 무역지원기관의 서비스품질과 기업특성이 수출 기업의 무역지원기관 서비스 만족도, 활용도 및 수출성과에 미치는 영향. 『통상정보 연구』, 제13권 3호, pp. 275-298.

중소기업기술정보진흥원. (2011). 『중소기업컨설팅지원사업 세부운영지침』.

중소기업기본법

중소기업청. (2012) 중소기업관련통계

소기업증기청. (2008)

국제노동기구

미국컨설팅경영 엔지니어링 협회

영국 경영 컨설팅 협회

국제 컨설턴트 협회

법제처. (2015). 『중소기업기본법 시행령 제3조』.

통계청, (2016).

2. 국외문헌

- Cronin, J. J. & Taylor, S. A. (1992). "*Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension*", Journal of Marketing, Vol. 56, No.3, pp. 56-68.
- Cronin, J. J. Brady, M. K. (2001). "*Customer Orientation: Effects on Customer Service Perceptions and Outcome Behaviors*", Journal of Service Research, Vol. 3, No.3, pp. 241-251.
- Deshpande, R., Farley, J. U. & Webster, F. E.(1993). "*Corporate Culture, Customer Orientation and Innovativeness in Japanese Firms: A Quadrad Analysis*", Journal of Marketing, Vol. 57(January), pp. 23-27.
- Dvir, D. & Shenhar, A. J. (1992). "*Measuring The Success of Technology-Based Strategic Business Units*", Engineering Management Journal Vol. 4, No. 4, pp. 33-38.
- Gronroos, C. (1984). "*A Service Quality Model and Its Marketing Implications*", European Journal of Marketing, Vol. 18, No.4, pp. 36-44.
- Johnston, B. V. (1995). "*Pitirim A. Sorokin : An Intellectual Biography*", University Press of Kansas.
- Kotler, P. J . & Keller, K. L. (2003). "*Marketing Management*", Prentice Hall International, Inc, 11thEd.
- Kubr, M. (1997). "How to Select and Use Consultants." 2nd, ILO Geneva.
- Lehtinen, U. & Lehtinen, R. (1991). "*Two Approaches to Service Quality Dimensions*", The Service Industries Journal, Vol. 11, No. 3, pp. 287-303.
- Naumann, E. (1995). "*Creating Customer Value : The Path to Sustainable Competitive Advantage*", Thoms on Executive Press, Inc, OH.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. & Berry, L. (1985). "*A Conceptual Model of*

Service Quality and Its Implications for Future Research", Journal of Marketing, Vol. 49, pp. 41–50.

Rust, R. & Oliver, R. L. (1994). "*Service Quality : Insight sand Managerial Implications from the Frontier*", New York : Sage Publication , pp. 1–1.

Spreng, R. A. & Mackay, R. D. (1996). "*An Empirical Examination of a Model of Perceived Service Quality and Satisfaction*", Journal of Retailing, Vol. 72, No.2, pp. 201–214.

설문지

안녕하십니까? 본 설문은 컨설팅 서비스품질이 중소기업 역량 및 성과에 미치는 영향에 관한 연구를 수행하기 위해 작성되었습니다. 응답해주시는 자료는 통계적으로 처리되어 학문적인 목적을 위해서만 사용될 것을 약속드립니다. 어떠한 항목도 정답은 없으므로, 귀하께서 느끼신 바를 솔직하고 정확하게 표시해 주시면 됩니다. 설문에 응해주셔서 진심으로 감사합니다.

2017. 10.

A. 컨설팅 서비스품질 에 관련된 질문입니다. 귀하의 생각과 유사한 곳에 V표해주시요.

상호작용 품질	전혀 아니다	아니다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1. 컨설팅 수행기관과 우리 회사 직원 간의 의사소통이 원활하였다.	①	②	③	④	⑤
2. 컨설팅 수행기관과 우리 회사 직원 간의 업무협조가 잘 되었다.	①	②	③	④	⑤
3. 컨설턴트는 회사정보와 비밀을 잘 지켜 주었다.	①	②	③	④	⑤
4. 컨설턴트는 고객의 이익을 진심으로 생각해 주었다.	①	②	③	④	⑤
5. 컨설턴트는 우리들의 요구/필요사항에 대해 적시에 적절히 대응 하였다.	①	②	③	④	⑤
결과품질	전혀 아니다	아니다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1. 컨설팅 결과물이 적절하게 제시 되었다.	①	②	③	④	⑤
2. 컨설팅 실행방안이 현장 적용이 가능하다.	①	②	③	④	⑤
3. 컨설팅 완료보고서가 충실하게 작성되었다.	①	②	③	④	⑤
4. 컨설팅 수행계획서 목표표 했던 KPI(주요성과지표)가 달성되었다.	①	②	③	④	⑤
5. 컨설팅 실행방안이 구체적으로 제시 되었다.	①	②	③	④	⑤
6. 컨설팅을 받음으로써 차별화된 제품(서비스)의 공급이 가능해졌다.	①	②	③	④	⑤

물리적환경 품질	전혀 아니다	아니다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1. 컨설턴트는 컨설팅에 필요한 적절한 분석방법을 갖추고 있었다.	①	②	③	④	⑤
2. 컨설턴트는 컨설팅에 필요한 지원도구를 활용 하였다.	①	②	③	④	⑤
3. 컨설팅사는 적합한 시설과 분위기를 갖추고 있었다.	①	②	③	④	⑤
4. 컨설팅을 제공하는 시간과 장소가 편리하였다.	①	②	③	④	⑤
5. 컨설팅사는 컨설팅 내용에 맞는 양질의 데이터와 자료를 제공하였다.	①	②	③	④	⑤
6. 컨설턴트는 옷차림과 용모가 단정하며 대인관계가 적합하였다.	①	②	③	④	⑤

B. 컨설팅 진행 후 귀사의 역량변화에 관한 질문입니다. 귀하의 생각과 유사한 곳에 V표해주시시오.

조 직 역 량 변 화	전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1. 회사 구성원들은 새로운 정보와 지식을 활용, 적용하려고 노력한다.	①	②	③	④	⑤
2. 회사 구성원간의 비전공유 의식이 향상되었다.	①	②	③	④	⑤
3. 회사 조직구성원 간의 의사소통이 원활하게 되었다.	①	②	③	④	⑤
4. 회사의 조직 구조가 다양한 환경 변화에 신속히 대응하게 되었다.	①	②	③	④	⑤
5. 회사의 조직구성원은 업무수행에 혁신적인 마인드를 갖추게 되었다.	①	②	③	④	⑤

지 식 역 량 변 화	전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1. 제품 및 서비스에 대한 연구 인력의 역량이 향상되었다.	①	②	③	④	⑤
2. 제품 및 서비스에 대한 업무처리가 향상되고 표준화 되었다.	①	②	③	④	⑤
3. 제품 및 서비스에 대한 특허 및 인증보유 품목이 증가 되었다.	①	②	③	④	⑤
4. 경쟁력 있는 경영 및 마케팅 전략 수립 능력이 향상 되었다.	①	②	③	④	⑤
5. 업무성과를 위한 다양한 기술이 증가되었다.	①	②	③	④	⑤

C. 다음은 기업성과에 관련된 질문입니다. 귀하의 생각과 일치하거나, 유사한 곳에 V표해주시시오.

학 습 및 성 장	전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1. 컨설팅 진행 후 종업원의 목표달성 의지가 강화되었다.	①	②	③	④	⑤
2. 컨설팅 진행 후 부서 또는 개인 간의 의사소통이 원활해 졌다.	①	②	③	④	⑤
3. 컨설팅 진행 후 종업원의 제안 건수가 증가 하였다.	①	②	③	④	⑤
4. 컨설팅 진행 후 종업원의 비효율적인 업무능력이 향상 되었다.	①	②	③	④	⑤
5. 컨설팅 진행 후 종업원의 충성도가 향상되었다.	①	②	③	④	⑤

내부 프로세스 개선	전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1. 컨설팅을 받음으로써 생산성이 향상 되었다.	①	②	③	④	⑤
2. 컨설팅을 받음으로써 생산중단시간(사고, 수리 등)이 감소하였다.	①	②	③	④	⑤
3. 컨설팅을 받음으로써 사업계획이 정확하고 구체화되었다.	①	②	③	④	⑤
4. 컨설팅을 받음으로써 경영 의사결정 소요시간이 짧아졌다.	①	②	③	④	⑤
5. 컨설팅을 받음으로써 업무 기획력이 향상되었다.	①	②	③	④	⑤

D. 다음은 2017년 현재 기준 귀하의 일반적인 사항에 대한 질문입니다.
해당하는 곳에 V표해 주십시오.

1. 성 별 ① 남자 ② 여자
2. 연 령 ① 20대 ② 30대 ③ 40대 ④ 50대 ⑤ 60대 이상
3. 지 역 ① 서울 ② 인천 ③ 경기 ④기타()
4. 회사설립연수 ① 1년미만 ② 1년~2년미만 ③ 2년~3년미만 ④ 3년~5년미만
 ⑤ 5년~7년미만 ⑥ 7년~10년미만 ⑦ 10년 이상
5. 회사의업태 ① 제조업 ② 도·소매업 ③전자·정보통신업 ④기타()
6. 컨설팅받은분야 ① 경영전략창업 ② 재무·인사 ③생산·품질관리 ④기타()
7. 컨설팅수행기간 ① 1개월 미만 ② 2개월 미만 ③4개월 미만 ④4개월 이상
8. 컨설팅 만족도 ① 매우불만 ② 불만 ③보통 ④만족 ⑤ 매우만족
9. 컨설팅사후관리 ① 필요없다 ② 보통이다 ③필요하다 ④매우필요 ⑤ 계속유지
10. 회사 종업원 수 ① 10명미만 ② 10명~50명미만 ③50명~100명미만 ④100명이상
11. 전년도 매출액 ① 20억미만 ② 30억~50억미만 ③50억~100억미만 ④100억이상
12. 컨설팅추진동기 ① 필요 ② 컨설팅사권유 ③기관권유 ④지인추천 ⑤기타

[설문에 참여해 주셔서 진심으로 감사합니다.]

ABSTRACT

A Study on the Effect of Consulting Service Quality on Small Business Capacity and Performance”

Jang, Myoung Hwan

Major in Management Consulting

Dept. of Knowledge Service & Consulting

Graduate School of Knowledge Service

Consulting

Hansung University

As part of the government's support policy, the Business Consulting Service is currently active in the management of the management consulting services, and is a highly educated and highly valued service industry that is capable of addressing the challenges faced by many companies.

The size of the consulting industry is steadily growing in the early stages of the consulting industry, and the nation's consulting industry has been active since the start of the 1990s, but it has been growing and expanding since the beginning of the Western Hemisphere.

In short history and rapid growth, there were some studies on corporate management consulting for companies, mostly for large corporations. Recently, management consulting for small businesses has been actively conducted by the government's support policy and private sector.

In this study, the company attempted to seek a suitable consulting model for small businesses that could impact the performance of SMEs ' performance in small businesses with the impact of business quality on corporate performance.

Evaluate how service quality affects organization capabilities and knowledge of organizational capabilities and knowledge, and to demonstrate learning, growth and internal processes improvements with corporate performance.

The study examined the impact of management consulting on corporate performance through changes in consulting management. For this purpose, a survey of 400,000 questionnaire companies, which have experienced management consulting, was collected, and the questionnaire was used to analyze the questionnaire, except for reactive responses. Additionally, the data collected were used by SPSS 22.

Research shows that quality of interactions quality, quality of results, and physical environment quality have a positive effect on corporate capabilities and positive effects on corporate performance.

From this study, the quality of the consulting service has proven to be the key to the importance of entrepreneurship change, and to influence the learning, growth and internal processes of improving the company's performance. However, this research has shown that it is not possible to represent all companies because they analyzed some small businesses, and that corporate performance should be verified only by a certain amount of time and the analysis of past years of historical data should be examined.

Further, we look forward to finding a more convincing and objective study of the impact factors other than the quality of other management outcomes that are beyond the quality of the consulting service.

As a result, I hope that this research will serve as a guideline for consulting consultants, businesses and consulting agencies for consulting executives and consulting agencies ahead of management consulting.

Keywords : Small business, management consulting, quality of service, quality of interaction, quality of results,