



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

석사학위논문

컨설팅 서비스 품질이 컨설팅 만족도 및
재이용 의도에 미치는 영향에 관한 연구



한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

지식서비스&컨설팅학과

매니지먼트컨설팅전공

이 지 현

석사학위논문
지도교수 나도성

컨설팅 서비스 품질이 컨설팅 만족도 및 재이용 의도에 미치는 영향에 관한 연구

Study on Influence of Consultation Service Quality to the Consulting
Satisfaction Level and Intent of Repeated Utilization



2014년 12월 일

HANSUNG
UNIVERSITY

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

지식서비스&컨설팅학과

매니지먼트컨설팅전공

이 지 현

석사학위논문
지도교수 나도성

컨설팅 서비스 품질이 컨설팅 만족도 및 재이용 의도에 미치는 영향에 관한 연구

Study on Influence of Consultation Service Quality to the Consulting
Satisfaction Level and Intent of Repeated Utilization

위 논문을 컨설팅학 석사학위 논문으로 제출함

2014년 12월 일

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

지식서비스&컨설팅학과

매니지먼트컨설팅전공

이 지 현

이지현의 컨설팅학 석사학위논문을 인준함

2014년 12월 일



심사위원장 _____인

심사위원 _____인

심사위원 _____인

국 문 초 록

컨설팅 서비스 품질이 컨설팅 만족도 및
재이용 의도에 미치는 영향에 관한 연구

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

지식서비스&컨설팅학과

매니지먼트컨설팅 전공

이 지 현

본 연구의 목적은 컨설팅을 수진한 기업 중 컨설팅 서비스 품질이 컨설팅 만족도 및 재이용 의도에 미치는 영향에 대해 어떠한 관련성이 있는가를 살펴보기 위한 것이다.

컨설팅 서비스 품질을 사례연구를 통하여 대응성, 공감성, 유형성, 확산성, 신뢰성 등의 5종류로 분류 사례연구를 통한 정성적 방법과 설문조사에 의한 정량적인 방법을 혼합한 복수 방법론을 시도 하였으며, 컨설팅 서비스 품질이 컨설팅 만족도와 재이용 의도에 미치는 영향을 심층적으로 관찰하였고, 컨설팅 서비스 품질 유형에 따른 컨설팅 만족도 및 재이용 의도 유형을 확인하였다.

연구의 결과를 요약하면 컨설팅 서비스 품질이 컨설팅 만족도 및 재이용 의도에 영향을 미칠 것이라는 가설에 대해 대응성, 공감성, 유형성, 확산성, 신뢰성 순으로 유의한 영향을 미치는 것을 확인할 수 있었다.

이러한 경과는 컨설턴트가 컨설팅을 수행할 때 컨설팅 서비스 품질에 대

한 인식 정도를 파악 컨설팅 만족도를 높여 재이용 의도를 높이기 위해 품질 유형에 따라 유연함을 가져야 할 필요성을 보여주고 있다.

【주요어】 중소기업 컨설팅, 서비스 품질, 컨설팅 만족도, 재이용 의도



목 차

I. 서 론	1
1.1 연구의 목적	1
1.2 연구의 범위와 방법	3
1.3 연구의 차별성	4
1.4 논문의 구성	4
II. 이론적 배경	6
2.1 컨설팅 개념	6
2.1.1 컨설팅 개념	6
2.1.2 컨설팅의 특성 및 유형	9
2.2 컨설팅 서비스 품질에 대한 선행연구	11
2.2.1 서비스 품질의 개념	11
2.2.2 서비스 품질의 모형	13
2.2.3 컨설팅 서비스 품질의 모형 설정	22
2.3 컨설팅 만족도에 대한 선행연구	25
2.4 재이용 의도에 대한 선행연구	26
III. 연구 설계	28
3.1 연구의 개요	28
3.1.1 연구의 대상	28
3.1.2 연구의 방법	28
3.2 연구모형	29

3.3 연구가설의 설정	30
3.4 변수의 조작적 정의와 설문지 구성	33
3.4.1 컨설팅 서비스 품질	34
3.4.2 컨설팅 만족도	36
3.4.3 재이용 의도	36
3.5 자료수집 및 분석방법	37
3.6 신뢰성 검증	38
3.7 구조방정식 모델	39
 IV. 연 구 결 과	 43
4.1 자료 분석	43
4.1.1 조사 대상자의 일반적 특성	43
4.2 구조방정식 모델	44
4.3 확인적 요인분석	45
4.3.1 컨설팅 서비스 품질 확인적 요인분석	45
4.4 연구가설의 검정	61
4.4.1 제안 모델 검정	61
4.4.2 가설검증 결과	66
 V. 결 론	 68
 참 고 문 헌	 71
 부 록	 79
 ABSTRACT	 85

표 목 차

<표 2-1> KS-SQI모형	21
<표 2-2> 컨설팅 서비스 품질 연구모형	23
<표 3-1> 컨설팅 서비스 품질 설문지 및 변수의 내용	34
<표 3-2> 컨설팅 서비스 품질 요인분석	38
<표 3-3> 구조방정식의 적합도 종류	42
<표 4-1> 표본 집단의 구성	43
<표 4-2> 확인적 요인분석 결과(1차 분석결과)	46
<표 4-3> Squared Multiple Correlations(1차 분석결과)	47
<표 4-4> 확인적 요인분석 결과(2차 분석결과)	49
<표 4-5> Squared Multiple Correlations(2차 분석결과)	50
<표 4-6> 확인적 요인분석 결과(3차 분석결과)	51
<표 4-7> 확인적 요인분석 결과(4차 분석결과)	53
<표 4-8> 확인적 요인분석 결과(8차 분석결과)	55
<표 4-9> 인과계수	56
<표 4-10> 구성개념 타당성 검증	58
<표 4-11> 판별타당성 검증	59
<표 4-12> 확인적 요인분석 결과(3차 분석결과)	62
<표 4-13> 확인적 요인분석 결과(최종 분석결과)	65
<표 4-14> 가설검증 결과	67

그 립 목 차

<그림 2-1> SERVQUAL 모형	16
<그림 2-2> 서비스 모델의 확장 겹 모형	17
<그림 2-3> SERVQUAL 모형과 KS_SQI 모형의 관계	19
<그림 3-1> 연구모형	30
<그림 4-1> 구조방정식 모델	44
<그림 4-2> 확인적 요인분석(1차 분석 결과)	45
<그림 4-3> 확인적 요인분석(2차 분석 결과)	48
<그림 4-4> 확인적 요인분석(3차 분석 결과)	51
<그림 4-5> 확인적 요인분석(4차 분석 결과)	53
<그림 4-6> 확인적 요인분석(8차 분석 결과)	55
<그림 4-7> 제안 모델	60
<그림 4-8> 제안모델 측정결과	61
<그림 4-9> 제안모델 측정결과(2차)	63
<그림 4-10> 제안모델 측정결과(3차)	64
<그림 4-11> 제안모델 측정결과(7차 : 최종모형)	65

I. 서 론

1.1 연구의 목적

컨설팅 서비스에 대한 정의는 산업문명의 발전과 과학기술의 발전으로 새로운 서비스가 개발되기 때문에 학자들의 관점에 따라 다르게 정의되고 있다(조윤익, 2011)고 하였고, “서비스는 산출물이 물적인 제품이나 구조물이 아니며, 일반적으로 생산되는 시점에서 소멸되고 구매자에게 무형적인 형태(예를 들면, 편리함, 즐거움, 적시성, 편안함 또는 건강)의 가치를 제공하는 모든 경제적인 활동을 포함한다.”고 정의하였고(이유재, 2008), 서비스는 무형성, 동시성, 이질성, 소멸성의 성질을 갖고 있다(2014, 김후진)고 하였다.

컨설팅은 많은 기업들이 글로벌 경쟁 환경에서 경쟁력을 확보하기 위해 기업의 혁신활동을 통한 체질개선 및 새로운 경영기법의 도입을 통해 신속하고 효율적으로 목적을 달성하기 위하여 컨설팅을 이용하고 있다.

이러한 컨설팅의 도입은 목적을 달성하는데 많은 도움도 되지만 높은 비용과 효율성 그리고 불확실성 등으로 인해 컨설팅 기관을 접해보지 못했거나, 컨설팅 기관의 역량 부족 등의 이유로 컨설팅 산업의 확대에도 불구하고 컨설팅업계에서는 여러 가지 애로를 겪고 있고 지속적인 변화를 요구하는 환경에 직면하고 있고, 산업구조의 변화, 환경변화 대처능력, 컨설팅 능력 향상, 고객만족 등의 지속적인 서비스 제고를 안고 있고, 보다 향상된 컨설팅의 체계적인 관리를 통한 보다 높은 품질의 서비스 품질의 창출은 큰 과제로 대두되고 있다.

최근 컨설팅 산업의 발전과 활성화로 컨설팅 산업은 꾸준히 성장하고 있으나, 컨설팅 시장은 매우 열악한 상황이고 국내 중소형 컨설팅사들도 질적

인 서비스 제공 보다는 정부의 지원에 의존하고 있는 실정이다.

이러한 문제들은 컨설팅 산업의 발전에 장애가 되며, 경쟁력을 약화시키는 요인이 되기도 한다. 이러한 미비점 및 문제점들을 해결하기 위하여 경쟁력을 강화하기 위한 방안을 지속적으로 개발하고, 고객 만족도를 높이고 컨설팅 수진기업의 경영성과를 높일 수 있도록 프로세스를 설계, 개발 및 적용하여야 하며, 무엇보다도 고객의 요구에 보다 적합한 서비스 창출이 요구되는 것이다.

서비스 품질은 서비스 기업이 제공하는 서비스에 대한 고객들의 기대와 실제로 제공한 서비스에 대해 고객들의 지각의 차이로 정의되며, 지각은 신뢰성, 반응성, 확신성, 공감성, 유형성의 5가지 요인을 이용하였다. 이같이 고객이 인지한 서비스 품질은 정보, 경험, 기업이미지, 개인적 요구 등에 근거하여 제공할 서비스와 제공된 서비스에 대해 인지한 서비스를 평가기준으로 비교한 것이다(엄금옥, 2012).

서비스 품질은 고객이 지각하는 품질이며, 이는 고객이 무엇을 얻을 것인가에 대한 것으로 제공된 서비스에 따라 편리한가, 불편한가를 평가내리는 기술적 품질과 제공된 방법을 고객이 서비스로 파악하는 기능적 품질의 결합이며 고객의 기대와 서비스의 성과를 비교하여 고객들은 서비스 품질을 인지하게 된다(엄금옥, 2012).

따라서 본 연구에서는 고객의 만족도를 높이기 위한 컨설팅 서비스 품질의 중요성을 인지하고 양질의 컨설팅 서비스 품질을 제공하여 컨설팅 만족도를 높이고 재이용 의도 창출의 중요성을 인지하여 연구를 통한 컨설팅 산업발전에 기여하고자 한다.

그러나 기존 연구들을 살펴보면 컨설팅 서비스 품질이 컨설팅 만족도, 재이용도 등에 대한 개별연구는 많았지만 컨설팅 서비스 품질이 컨설팅 만족

도 및 재이용 의도에 미치는 영향에 대한 연구는 많지 않은 실정이다.

따라서 본 연구에서는 컨설팅 서비스 품질 모형인 SERVQUAL, SERVPERF, KS-SQI 모형을 기초로 컨설팅 서비스 품질 요인과 컨설팅 만족도 및 재이용 의도 등의 요인을 통한 영향관계를 알아보하고자 한다.

본 연구의 구체적인 검증내역은 다음과 같다.

첫째, 컨설팅 서비스 품질이 컨설팅 만족도와 어떤 관계가 있는가를 밝히고자 한다.

둘째, 컨설팅 서비스 품질이 컨설팅 만족도 및 재이용 의도에 어떠한 영향을 미치는지를 실증적으로 분석하고자 한다.

1.2 연구의 범위와 방법

본 연구는 문헌적 연구방법과 실증적 연구방법을 병행하고자 한다. 문헌적 연구방법은 국내외의 선행연구 결과와 연구기관의 연구보고서, 자료 및 단행본 등을 수집, 분석하여 컨설팅 서비스 품질에 대한 개념과 구성요소, 측정변수 및 유형, 컨설팅 만족도의 개념과 측정변수 그리고 컨설팅 서비스 품질이 컨설팅 만족도 및 재이용 의도에 미치는 영향에 대한 이론 및 연구모형을 정립하고자 한다.

이러한 이론을 토대로 실증적 연구방법을 사용하여 연구모형에서 설정한 연구가설을 실증적으로 검증하고자 한다. 본 연구의 실증적 분석은 두 가지로 구분한다.

첫째, 컨설팅 서비스 품질이 컨설팅 만족도에 미치는 영향을 검증하며,

둘째, 컨설팅 서비스 품질이 컨설팅 만족도 및 재이용 의도에 미치는 영향을 분석하고자 SPSS Win for 19.0 및 AMOS Win for 19.0 프로그램을 이용하였으며, 설문 응답자의 인구·사회학적 특성을 알아보기 위하여 빈도,

비율분석 등의 기술통계량 분석을 하였고, 설문지의 타당성분석, 신뢰성분석을 통해 요인분석과 Cronbach's α 의 신뢰성 계수를 이용하였으며, 구조방정식 모델 등 통계적 분석방법을 적용, 타당성 검정 및 신뢰성 검정을 통하여 모델의 적합성과 구조방정식 모델 분석을 통하여 연구가설을 검증하고자 한다.

1.3 연구의 차별성

본 연구와 관련된 선행연구로 컨설팅 서비스 품질, 컨설팅 만족도, 재이용 의도와 관련된 연구를 중점적으로 살펴보았다. 이상의 선행연구들은 김현영(2014), 윤일선(2014), 이창환(2014), 김종광(2014), 이태준(2014), 신동주(2012) 등과 같이 컨설팅 서비스 품질, 컨설팅 만족도, 재이용 의도 등에 대하여 많은 개별적인 컨설턴트 역량에 따른 서비스 품질 등의 연구가 있었으나, 서비스 품질이 재이용 의도로 연계되는지 아니면 다른 의도가 작용하는지에 대하여 종합적이고 구체적인 접근이 이루어지지 못하였다. 이에 본 연구에서는 컨설팅 서비스 품질에 따른 컨설팅 만족도가 재이용 의도에도 영향을 미치는가에 대한 영향에 대한 연구라는데 선행연구와의 차별성이 있다.

본 연구에서는 서울 및 경기도에 소재한 중소기업 중 외부 컨설팅을 수진한 기업을 대상으로 여러 방면으로 살펴보았으며, 컨설팅 품질이 컨설팅 만족도 및 재이용 의도로 이어지도록 하기 위한 방향의 제시에 강조점이 있고, 또한 통계적 분석인 AMOS를 활용한 구조방정식 모델을 통하여 컨설팅 서비스 품질이 컨설팅 만족도 및 재이용 의도로 연결되는 체계를 종합적으로 분석하고, 모델의 적합도 및 타당도를 검증하여 이론적 모델의 적합성을 검증하고자 하였다.

1.4 논문의 구성

본 논문은 총 5장으로 구성되어 있으며, 각장의 내용은 다음과 같다.

제 1장에서는 본 논문의 배경 및 목적을 제시 하였고, 제 2장에서는 컨설팅 서비스 품질, 컨설팅 만족도 및 재이용 의도에 대한 선행연구를 통해 설문 내용을 찾아내고, 제 3장에서는 연구모형에 대한 이론적 근거와 타당성 및 신뢰성 검증을 통해 설문의 적합성을 검토 하였고, 제 4장에서는 구조방정식 모델을 이용하여 확증적 요인분석과 최대우도법으로 모수 추정한 구조방정식을 실현하였다. 제 5장에서는 적합도의 결과를 비교, 결론 및 시사점을 제시하였다.



II. 이론적 배경

2.1 컨설팅 개념

2.1.1 컨설팅 개념

컨설팅은 사전적 의미는 특정 대상에 대하여 해당 분야의 전문가가 자신의 전문지식을 활용하여 제기된 문제점을 분석하고 구체적인 해결책을 제시하는 것'이라 할 수 있다(조영대,2005).

컨설팅은 처해 있는 문제를 진단하고 해결할 수 있는 전문적인 능력을 보유해 고객이 컨설팅 결과에 대해 타당성과 신뢰성을 얻을 수 있도록 하는 전문성을 가지고 있어야 하며, 컨설팅은 전문서비스로서의 상품적 가치가 있어야하고, 고객은 이에 대한 대가를 지불하는 사업성이 있어야 한다.

그리고 컨설팅은 고객과의 관계에 있어 다른 사업과 마찬가지로 투철한 고객 지향적 서비스 정신이 요구되며, 고객만족을 위해 최선을 다해 컨설팅 결과의 효용가치를 극대화 할 수 있도록 전문적인 능력과 기밀유지 등과 같이 윤리성을 가지고 있어야 한다.

조재룡(2011)은 기업의 경영활동에서 운영상에 문제가 발생하여 그에 대한 해법을 모색하거나, 미래 환경변화에 적응하기 위해 미리 대비하는 경우, 경영상의 중요한 문제와 관련해 의사결정을 해야 하는 경우, 보다 나은 해결방안을 모색해야 하는 경우 외부전문가에게 자문을 구하게 된다고 지적하며, 이때 기업의 문제점을 진단하고 상황에 적합한 처방을 내리는 일련의 활동을 컨설팅이라 하였다.

컨설팅에 대한 정의를 살펴보면 Kubr(1997)는 특별한 훈련을 통해 일정한 자격을 갖춘 사람들이 고객과의 계약에 따라 독립적이고 객관적인 태도로 고객조직이 경영상

의 문제들을 확인 또는 분석하는 것을 도와주고 추천하는 것이며, 고객이 이러한 해결방안의 실행에 대해 도움을 요청 했을 때 도움을 제공하는 조언 서비스라고 정의 하였다.

한국경영기술지도사회는 고도의 전문성을 갖추고 국가시험을 통해 그 능력을 인정 받은 경영 또는 기술지도사는 기업의 경영과 기술상의 제 문제를 찾아 해결하고, 변화를 실행함으로써, 경영자와 기업이 추구하는 목표의 달성을 도와주는 독립적이고 전문적인 조언이라고 하였고, 중소기업청(2008)은 기업경영상 여러 가지 문제점을 규명하고 해결할 수 있도록 실질적인 해결방안을 제시하고 그러한 해결방안들이 적기에 실시될 수 있도록 도와주는 행위라고 하였다.

김광용 외(2009)는 전문적인 지식과 경험을 가진 사람들이 조직의 목표를 달성하는데 경영, 업무상의 문제점을 객관적이고 독립된 입장에서 문제를 규명하고 분석하여, 해결방안을 제시하여 적기에 실행토록 함으로서 조직이 추구하는 목표달성을 지원하기 위한 전문적인 자문서비스라고 하였다.

김익성(2009)은 특정 분야에 대해 전체적인 지식이나 정보, 전문성 등을 바탕으로 의뢰인으로부터 대가를 받고 자문이나 조언을 제공하는 서비스 활동의 총체라 하였으며, 전성천(2010)은 경영활동과 관련된 제반 문제에 대하여 해당분야 전문가가 자신의 능력을 활용하여 문제를 이해하고 분석 및 연구를 통하여 객관적이고 독립적인 입장에서 시기적절한 해결방안을 제공하는 전문서비스라 하였다.

권기철(2011)은 경영컨설팅은 경영상의 문제들에 대한 객관적이고 독립적인 평가를 내리기 위해서 이에 필요한 충분한 자질을 갖추고 고객사의 경영문제들을 적극적으로 진단하고 그 문제점을 파악하여 해결방안을 모색하는 것이라고 하였다.

양시영(2013)은 컨설턴트가 해당분야에 대한 전문적인 지식과 풍부한 경험, 기술적인 문제해결능력을 갖추고 고객과의 계약을 체결하고 대가를 받고 고객인 기업이 겪는 경영상 애로사항과 당면사항들을 진단하고 그 원인을 밝혀 해결방안을 모색하여

제시한 후 기업이 실행계획을 자력으로 실천하여 경영상의 난제들을 풀어나가는데 구체적인 도움이 되는 전문적인 자문 서비스라 하였다.

컨설팅은 기본적으로 고객 조직을 직접적으로 경영하거나 경영자를 대신하여 중대한 의사결정을 하지 않는 조언 서비스와, 어떤 상황이라도 편견 없는 진단을 통해 밝혀진 사실만을 말해야 하며, 진단 결과에 따라 우선적으로 고객이 해야 할 바를 객관적으로 추천하는 독립적인 서비스, 고객이 필요로 하는 기간 동안에만 전문적인 의견을 제시하고, 문제해결에 전념하는 일시적인 서비스, 고객을 위해 자신이 수행하는 모든 작업에 대해 수입료를 청구하는 상업적인 서비스의 특징을 가지고 있다.

고객이 추구하는 목적의 달성을 목표로 하며, 경영과 비즈니스의 문제를 해결하고, 새로운 기회의 발견과 활용을 제안하고, 학습의 증대 및 변화의 실행을 목적으로 하고 있으며, 이의 실행을 위해 전문적이거나 일반적인 정보와 전문 인력을 제공한다.

사업적인 접촉과 연결을 위한 방안의 수립 및 지원을 하며, 전문적인 의견을 제시하고, 조직의 현 상태를 진단하며, 행동계획을 개발 및 제시하며, 시스템 구축 및 운용과 사용방법의 개선을 제시하고, 조직의 변화에 대한 계획을 수립 및 관리 방법 및 틀을 제시하고, 관리자, 경영자 및 직원에 대한 교육훈련을 개발 및 제공하고, 경영자, 관리자 및 직원들에게 개인적인 상담 등을 제공하는 것을 목적으로 한다.

컨설팅에 있어서 가장 기본적인 요소는 의뢰받거나 처해 있는 문제를 진단하고 해결할 수 있는 전문적인 능력을 보유해 고객이 컨설팅 결과에 대해 타당성과 신뢰성을 얻을 수 있도록 하는 전문성을 가지고 있어야 하며, 컨설팅은 사회복지 분야와 같이 비 영리조직이 운영하는 조직이 아님으로 전문서비스로서의 상품적 가치가 있어야 하고, 고객은 이에 대한 대가를 지불하는 사업성이 있어야 한다.

그리고 컨설팅은 고객과의 관계에 있어 다른 사업과 마찬가지로 투철한 고객 지향적 서비스 정신이 요구된다. 즉 고객의 문제점을 충분히 이해하고 고객만족을 위해 최선을 다함으로서 컨설팅 결과의 효용가치를 극대화 할 수 있도록 전문적인 능력과 기

밀유지 등과 같이 윤리성을 가지고 있어야 한다.

2.1.2 컨설팅의 특성 및 유형

중소기업기술정보진흥원(2011)에 의하면 경영컨설팅의 특성을 크게 전문성, 사업성, 고객지향성, 지속성, 환경 대응성 등의 5가지로 구분하고 있다.

첫째, 전문성은 컨설팅에 있어서 가장 중요한 것이 문제해결능력이며, 고객이 컨설팅 수행결과에 대하여 타당성과 신뢰성을 결정하는 주요한 요소라 하였고,

둘째, 사업성은 사회복지와 같은 비영리조직의 분야가 아니고 자신들의 전문성을 바탕으로 사업을 영위하고 영리를 목적으로 제공하는 컨설팅이 전문서비스로서의 상품적 가치가 있어야하고 이에 대한 대가를 지불하는 것이라 하였으며,

셋째, 고객지향성은 철저한 고객 지향적 서비스 정신이 요구되고, 고객의 문제와 고충을 충분히 이해하고, 고객만족을 위해 최선을 다해 컨설팅 가치의 효용가치를 극대화 할 수 있도록 고도의 전문성과 윤리성을 발휘하여야 하고,

넷째, 컨설팅은 한번으로 끝나는 것이 아니라 지속적으로 그 성과를 체크하여 개선해 나가며 동시에 경영 내외부의 환경변화에 따라 전략적 대응의 필요성이 확대되고 지속적으로 이루어져야 경영성과가 나타난다고 하였다.

다섯째로 환경 대응성으로 녹색성장, 모바일 환경, 사회적 책임경영 등과 관련하여 변화하는 기업환경에 따라 지속적으로 진화하여야 한다고 구분하고 있다.

중소기업청(2008) 중소기업 컨설팅 산업 백서에 의하면 컨설팅은 수행 형태 및 수행내용에 따라 구분된다고 하였다. 수행형태는 전문서비스, 자문서비스, 독립서비스, 일시적인 서비스, 상업적인 서비스 등 5가지 형태로 구분할 수 있다.

전문서비스는 다년간의 연구와 풍부한 경험을 바탕으로 문제의 원인을 진단하고 해결책을 찾는 것으로, 의뢰인의 이익을 보호하고 증진하고자 하는 전문가로서의 윤리성이 필요하다고 하였다.

자문서비스는 컨설팅은 조언을 통한 자문일 뿐 결과에 대해 직접적인 책임이 없고 컨설팅 수행내용의 품질과 완전성으로 한정됨으로 최종 의사결정은 의뢰인이 내리므로 해결안에 대한 실행 책임은 의뢰인에게 있다고 하였다.

독립서비스는 의뢰인의 관계와 상관없이 컨설팅 결과를 독립적으로 제시할 수 있어야 하며, 의도적으로 특정 제품이나 기업을 이롭게 하거나 추가적인 비즈니스 영업을 위해 편협적 제안을 해서는 안 된다.

일시적 서비스는 한시적으로 컨설팅 업무를 수행하고 업무가 완료되면 조직에서 떠나게 되면, 상업적 서비스는 비즈니스 관계로 컨설팅 서비스를 제공하고 대가를 받는 서비스를 말한다.

장영(1997)은 컨설팅은 수행 내용 및 복잡성 정도에 따라 협의적으로는 대상 업무 영역이 좁아 특정분야나 기능에 한정되어 있고 특정분야의 업무수행 활동에 근본적인 변화를 가져오는 것을 목적으로 하며 변화의 정도가 대폭적이고 짧은 시간에 신속한 변화를 가져오는 부분혁신 컨설팅과 기존의 업무활동을 조금씩 개선시키는 활동으로 특정분야나 기능에 한정되어 있는 부분개선 컨설팅으로 구분한다.

광의적으로는 여러 기능의 업무를 혁신적으로 개선시켜나가는 전사혁신 컨설팅과 광의적으로는 여러 기능의 업무를 조금씩 개선시켜나가는 전사개선 컨설팅으로 구분하였다.

김현우(2012)는 컨설팅의 3대 특징을 문제해결 능력과 컨설팅 결과에 대한 타당성과 신뢰성을 결정하는 전문성과 영리적 목적을 가지고 결과에 대한 대가를 지불하는 사업성 그리고 고객의 문제와 고충을 충분히 이해하고 고객만족을 위해 노력을 다하는 고객지향성으로 구분하였다.

2.2 컨설팅 서비스 품질에 대한 선행연구

2.2.1 서비스 품질의 개념

Gronroos에 의하면 서비스품질은 최종적으로 고객이 받는 기술적 품질과 기술적 품질이 기능적으로 고객에게 이전되는 과정인 기능적 품질의 두 가지 측면으로 구분하였다. 서비스 품질은 기대된 서비스와 지각된 서비스에 의해 이루어진다고 하였고, 서비스 품질은 소비자에 의해 소비자가 주관적으로 지각되는 것이라고 설명하고 있다. 서비스 품질은 서비스에 대한 기대와 지각 간 차이의 정도와 방향으로 설명된다(조운익,2011).

고객이 인지한 서비스품질은 서비스기업이 제공할 것이라고 기대한 서비스와 제공 받은 서비스에 대해 인지한 서비스를 평가기준에 의해 비교한 것이라고 정의할 수 있다(엄금옥,2012). 고객이 지각하는 서비스품질은 객관적 품질을 고려하는 것 외에 고객의 입장에서 지각된 품질이라는 개념이 함께 이용되어야 한다.

또한, 서비스품질은 고객이 무엇을 얻을 것인가에 관한 것으로서 편익을 제공하는 활동 그 자체를 고객이 서비스로 파악하는 기술적 품질과 고객이 무엇을 얻을 것인가에 관한 편익을 제공하는 활동 그 자체를 고객이 서비스로 파악하는 기능적 품질의

결합이며, 서비스품질 평가에 있어서 고객이 서비스를 제공받기 전에 가지고 있는 기대와 고객이 실제로 제공받는 서비스의 성과를 비교하여 고객들은 서비스의 품질을 인지하게 된다(엄금옥, 2012).

서비스품질은 서비스 고유의 특성을 살펴보면(이유재, 2008), 1). 무형성을 특징으로 볼 수 있으며, 특성을 살펴보면 형태가 보이지도 않고 만져지지도 않는 것으로 상상하기 어렵다는 것이다. 객관적 의미는 실체를 만질 수 없다는 것이고, 주관적 의미로는 서비스가 어떤 것인지 상상하기 어렵다는 것이다.

문제점으로는 저장에 불가능하고, 가치를 파악하고 평가하는 것이 어려우며, 서비스의 측정 및 평가 관리가 곤란하다는 문제점을 안고 있다.

2) 이질성을 특징으로 볼 수 있으며, 특성을 살펴보면 표준화가 어렵다는 것이고, 생산 및 제공과정에 여러 가변적 요소가 많기 때문에 고객에 대한 서비스는 동일한 제공자일지라도 다를 수 있고, 고객의 이질성으로 인해 서비스가 다를 수 있다. 이질성의 문제점을 살펴보면, 서비스의 표준화와 관리가 곤란하다는 것이고, 품질의 측정, 평가, 관리가 어렵고, 고객 개개인을 만족시키기 어렵다는 것이다.

3) 소멸성을 특징으로 볼 수 있으며, 특성을 살펴보면 판매되지 않은 서비스는 소멸된다는 것이고, 서비스 수요와 제공에 시한성이 있다는 것이다. 문제점으로는 재고로서 저장할 수 없다는 것이다.

4) 비분리성을 특징으로 볼 수 있으며, 특성을 살펴보면 생산과 소비가 동시에 일어나고, 고객이 생산과정에 참여하며, 대부분 고객과 제공자간 접촉으로 이루어지고, 문제점으로는 서비스 제공 시 고객이 개입이 된다는 것이고, 구입 전에 시험, 평가가 불가능하다는 것이다.

고객만족은 수많은 무형적 요소에 의하여 결정되기 때문에 서비스 품질측정은 관리대상의 변수이기는 하나 주관적 평가 속성을 측정하여야 하기 때

문에 어려운 부문이라고 하였다(신동주, 2012). 서비스 품질 측정 모형은 PZB(1988), SERVQUAL(송용호, 2003), SERVPERF 모형 등 다양한 방법이 있다.

2.2.2 서비스 품질의 모형

(1) SERVQUAL 모형

SERVQUAL 모형은 일종의 GAP모델로 Parasuraman, Berry and Zeithaml(1988)은 서비스 조직 내에서 ① 고객이 기대하는 바를 알지 못할 경우, ② 고객의 기대를 반영하지 못하는 서비스 품질 기준을 수립할 경우, ③ 서비스의 실제 성과가 서비스 명세서와 일치 하지 않을 경우, ④ 마케팅 소통에서 약속한 수준을 서비스 성과가 따르지 못할 경우 등의 네 가지 갭이 고객의 기대와 고객이 실제로 받은 서비스 사이의 차이를 발생시킨다고 설명하였다.

“SERVQUAL” 모형은 다음과 같은 수식으로 표현된다.

$$Q = P - E$$

Q : 인식된 서비스의 품질

P : 서비스품질에 대한 인식

E : 서비스 품질에 대한 기대

서비스 기대는 고객의 구전, 개인적 욕구, 과거 경험 및 고객의 외부 의사소통 활동에 의해 영향을 받는다. 과거 제공받은 서비스가 만족을 느꼈을 때 고객의 기대치는 만족한 만큼의 기준을 설정하고, 이러한 기준의 기대가 고객의 서비스에 대한 평가에 있어 중요한 역할을 한다는 사실은 여러 서비스 품질 관련 문헌과 고객만족, 불만족 관련 문헌에서 인정되어 왔다.

인식된 서비스는 고객이 실제로 경험하는 서비스로서 여러 가지 의사결정 또는 활동의 결과이다. 소비자 기대에 대한 경영자의 인식이 서비스 품질 명세서를 결정하고,

이것이 다시 서비스 전달에 영향을 미친다. 결국 서비스 전달과 외부 의사소통이 고객의 서비스 인식에 영향을 주게 된다.

이와 같이 SERVQUAL 모형은 기대 서비스와 지각 서비스를 비교 품질을 측정하는 것으로 지각된 서비스가 기대수준보다 낮으면 서비스 수준이 낮은 것이고, 기대수준보다 높으면 높은 것으로 인지한다는 것이다.

SERVQUAL 모형은 서비스에 관한 고객의 일반적인 기대를 확인하는 22문항의 기대부분과 서비스 업종내의 특정회사에 대한 고객의 평가를 측정하는 22개의 문항으로 구성된 지각부분으로 구성되어 있다.

이는 물리적 시설, 장비, 종업원의 복장, 의사소통 수단 등의 유형성, 서비스를 정확하고 신속하게 제공하려는 의지의 신뢰성, 즉각적인 서비스의 제공, 고객 요청에 도움을 주는 정도인 반응성, 직원의 예절, 지식 및 확신과 믿음을 줄 수 있는 능력인 확신성, 고객에게 개별적인 관심과 애정을 표시하는 능력인 공감성 등의 5가지로 제시하였다.

또한 고객의 기대형성에 영향을 미치는 핵심적 요인이 구전 의사소통, 개인적 욕구, 과거의 경험, 외적 의사소통 등임을 확인할 수 있고, 서비스 품질을 평가하기 위해 고객이 사용하는 평가준거는 다음과 같다.

유형성 - 물적 시설, 장비, 사람, 의사소통 도구의 외형, 신뢰성 - 약속된 서비스를 정확하게 수행하는 능력, 응답성 - 고객을 돕고 즉각적인 서비스를 제공하려는 의지, 능력 - 서비스를 수행하는데 필요한 기술과 지식의 소유, 예절 - 고객과 접촉하는 종업원의 친절과 배려, 공손함, 신용도 - 서비스 제공자의 진실성, 정직성, 안정성 - 위험, 의심으로부터 자유, 접근가능성 - 접근가능성과 쉬운 접촉, 커뮤니케이션 - 고객의 말에 귀 기울이고, 고객에게 쉬운 말로 알림, 고객의 이해 - 고객과 그들의 욕구를 알리는 노력 등 10가지로 구분하였다.

이를 다시 5개의 품질차원인 유형성 - 물리적 시설, 장비, 직원 그리고 의사소통 자료의 외양, 신뢰성 - 약속한 서비스를 믿을 수 있고 정확하게 수행할 수 있는 능력, 반응성 - 고객을 돕고 신속한 서비스를 제공하려는 태세, 설득성 - 직원의 지식과 예절, 그리고 신뢰와 자신감을 전달하는 능력, 그리고 공감성 - 회사가 고객에게 제공하려는 개별적 배려와 관심에 대한 고객의 지각과 기대를 측정하는 22개 문항으로 된 측정도구라고 할 수 있다.

SERVQUAL 모형은 실무자들이 서비스 품질을 측정하는데 사용하기 쉬운 척도로 최근까지도 서비스 품질측정 도구로 많이 활용되었으며, 국내 연구에서도 컨설팅 서비스 품질이 만족도와 활용도에 긍정적인 효과가 있음을 증명하고 있다.

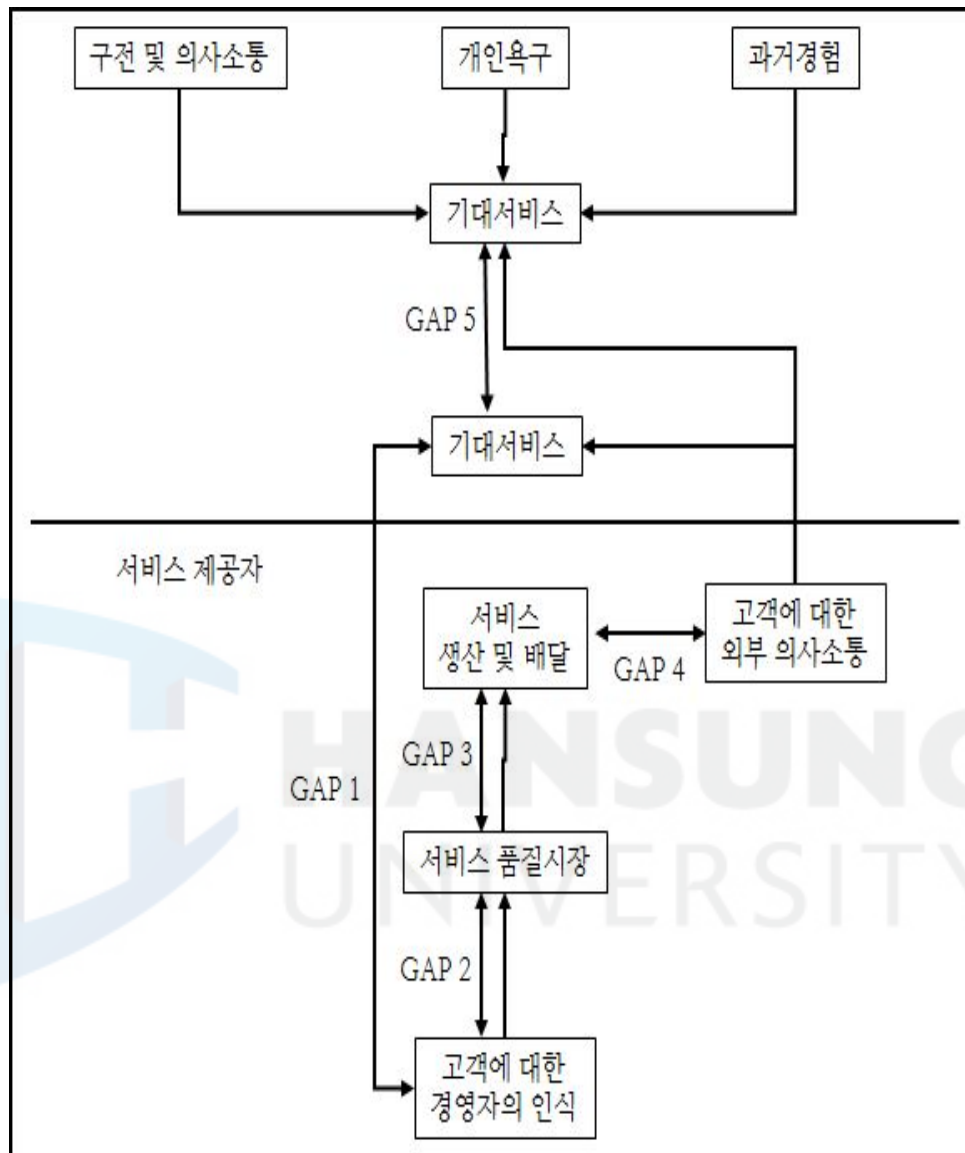
김현우(2012)의 연구에 의하면 SERVQUAL 모형에는 4개의 갭이 있는데 이를 간단히 설명한다면, 갭 1은 마케팅조사 지향성의 부족, 마케팅조사의 부족, 조사의 결과의 불충분한 활용, 고객과 관리자의 상호작용 부족과 불충분한 상향적 의사소통, 그리고 너무 많은 관리계층으로 인한 고객의 기대와 관리자가 지각하는 고객의 기대간의 차이이다.

갭 2는 서비스품질에 대한 관리자 몰입 결여, 기능성 지각 결여, 과업표준화 부적절성, 목표설정 부재로 관리자가 지각하는 고객의 기대와 서비스품질 사양간의 차이이다.

갭 3은 역할 모호성, 역할 갈등, 직원- 직무 부조화, 기술- 직무 부조화, 부적절한 감독 통제체계, 재량권 지각 결여, 팀웍 부재로 서비스품질 사양과 실제 전달되는 서비스간의 차이이다.

갭 4는 부적절한 수평 의사소통, 광고와 실행 부서간의 부적절한 의사소통, 판매원과 실행 부서간의 부적절한 의사소통, 인적자원, 마케팅, 실행 부서간의 부적절한 의사소통, 지점이나 부서간의 정책과 과정 불일치, 과잉약속 경향으로 실제 전달되는 서

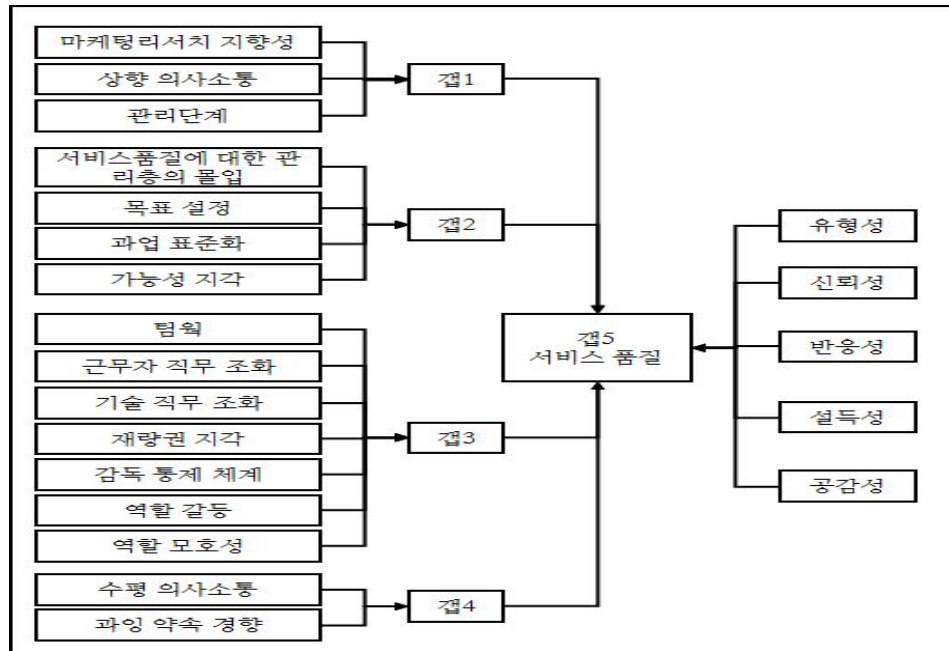
비스와 고객에게 전달된 의사소통 내용간의 차이를 말한다.



<그림 2-1> SERVQUAL 모형, 김현우(2012) 재인용

신진규(1999)는 고객이 지각하는 서비스품질 상의 문제점(갭 5)을 서비스품질의 개념적 모형의 형태로 4개의 갭과 연결시켰다. 이 개념적 모형은 서비스 품질을 이해하고, 측정하고, 개선하는데 중심적인 준거 틀이 될 것이다.

이것을 그림으로 정리하면 <그림 2-2> 와 같다.



<그림 2-2> 서비스 모델의 확장 겅 모델, 신진규(1999) 재인용

장영순(2011)은 컨설팅 서비스에 대한 연구가 미비한 것을 인식, 컨설팅 서비스 품질의 구성요소, 컨설팅 서비스 품질과 성과, 고객만족 및 고객충성도 간의 관계 등에 관한 컨설팅 품질 제고 방안을 모색하였다.

(2) SERVPERF 모형

Cronin and Taylor(1992)가 개발한 SERVPERF 모형으로 “SERVQUAL”모형이 이론적 기반과 실증적 분석이 부족하다고 비판하고, 기존의 마케팅 분야의 문헌연구들을 토대로 만족과 태도를 구분해야 한다고 주장하였으며, 서비스품질 측정수단의 차원성, 신뢰성, 타당성을 검토하고 서비스품질에 대한 개념을 측정하였고 만족, 구매의도, 전반적인 서비스 품질의 세 가지 변수의 관련성 검증을 시도하고 서비스 품질을 성과와 동일시하고 있다.

즉, 관리자가 서비스 품질보다 고객만족에 더 관심을 가져야 한다는 관점을 주었고, 만족은 서비스를 사용하기 전에 가졌던 서비스에 대한 기대와의 비교에서 나온 결

과로서 한정적 개념인 반면, 태도는 서비스에 대한 장기적이고 전반적인 평가라는 것이다.

SERVPERF 모형은 서비스 품질을 서비스 지각수준과 기대수준의 차이로 표현하는 것이 어렵고 서비스 성과로 나타낸다고 보았다고 서비스 품질이 인식이 아닌 태도를 통해 성과를 기반으로 측정되어야 한다고 주장하였다.

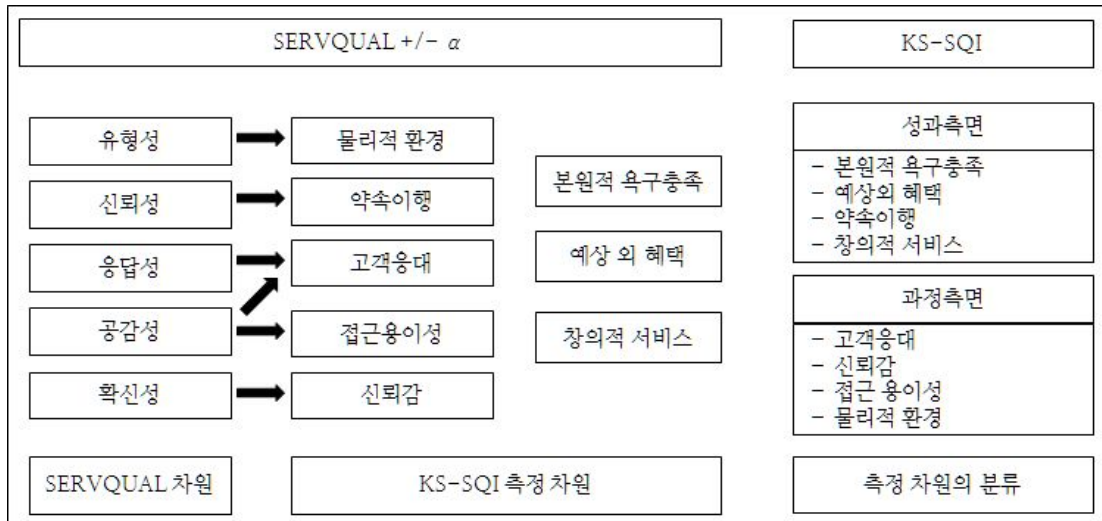
SERVPERF의 가장 중요한 장점은 아직 기대가 형성되지 않은 서비스에 대해서도 사용할 수 있다는 점이다.

(3) KS-SQI 모형

KS-SQI(Korean Standard Service Quality Index)는 한국표준협회와 서울대학교 경영연구소가 우리나라 서비스산업과 고객 특성을 반영하여 공동 개발한 서비스산업 전반의 품질에 대한 소비자의 만족 정도를 나타내는 종합 지표이다.

이 지표는 한국 내 구매 가능한 모든 서비스의 품질에 관한 국가 및 전 산업의 통일된 지표이자, 동종 산업은 물론 관련 이종산업 벤치마킹 자료로 활용이 가능하며 서비스 품질의 선행지표와 결과지표 간의 인과관계 프로세스를 반영하는 계량모형을 적용하여 기업 서비스 품질 진단 및 개선 전략 수립을 위해 활용이 가능한 장점이 있다.

KS-SQI는 서비스 품질에 있어서 성과변수와 과정변수를 균형적으로 고려하였고, 업종 자체의 고유한 특성을 반영하여 측정 항목 역시 수정함으로서 보다 정교한 서비스 품질을 측정하였다. 특히, KS-SQI는 서비스 품질을 그 서비스의 수행결과에 의해서 측정하는 SERVPERF를 반영하였다.



<그림 2-3> SERVQUAL 모형과 KS_SQI 모형의 관계, 이유재(2011)

KS-SQI는 기존 SERVQUAL 모형의 하위차원에 대한 수정을 바탕으로 구성되었다. 군집분석을 통해서 5개 차원이 아닌 3개 차원으로 수정하였으며 기존 22개 항목을 재배열하고 유사항목 및 중복항목 등을 통폐합하여 새로운 차원 및 항목들을 개발하였다.

특히, 과정에 치우친 SERVQUAL 모형과는 달리 성과 측정 변수들을 대폭 개발하여 보강하였다. 하지만 성과변수는 다분히 산업별 특수성을 띄고 있기 때문에 비교가능성과 일반화를 위해서 다소 포괄적이고 추상적인 측정지표를 사용하였다.

서비스 품질 모형의 결정요인을 살펴보면, ① 리더십으로 최고경영자의 비전을 제시하는 것으로, 기업 내에 미션, 비전, 가치를 부여, 조직의 비전과 전략개발, 실행, 향상에 관여, ‘품질중심’ 기업문화 선도, 사회적 책임과 시민의식 고양, 사회적 책임 의식 장려, 이해 관계자들과의 관계 개선을 들 수 있다.

② 전략으로 기업의 비전과 전략을 제시하고 전략 개발 및 실행계획을 위해 고객과 시장에 초점을 맞춘 기업수준의 요구사항, 모든 업무 조직의 의사결정 지원, 모든 기업 경영 활동의 방향을 정렬시키는 원동력, 전략의 전개, 과학적 측정, 연구, 학습에 기반을 둔 방침과 전략, 방침과 전략의 향상 노력을 기울여야 한다

③ 시스템으로는 체계적인 시스템 구축 및 활용을 위해 경영요소별 관리 시스템, 품질 보증 시스템, 서비스지원시스템, 고객 정보 관리 시스템, 고객 불평 관리 시스템, 공급업체와 협력업체 관계 시스템, 환경 변화에 따른 시스템 향상 노력을 경주하여야 한다.

④ 인적자원으로는 인적 자원 개발 시스템 구축을 위해 선발, 교육 훈련 및 개발, 배치와 경력 관리, 임파워먼트 정도, 인적 자원 보상 시스템, 교육 훈련 및 개발, 배치와 경력 관리, 인적자원 복지 및 만족을 들 수 있다.

⑤ 문화로는 품질 중심 기업 문화, 고객 및 시장 중시 기업 문화, 고객 만족 경영, 고객의 소리 반영 체계와 소비자 커뮤니케이션 중시, 커뮤니케이션 정도 등을 들 수 있다.

서비스 품질 측정차원에서 살펴보면, 성과 측면과 과정 측면으로 구분되며 구체적인 하위 차원들은 다음과 같다.

1) 성과측면 - 본원적 욕구충족 : 양질의 서비스제공을 통하여 고객이 서비스를 통하여 얻고자 하는 기본적 욕구 충족, 예) 외식산업: 음식의 맛.

예상의 혜택 : 고객이 예상치 못했던 혜택으로 고객을 감동시키는 부가적 서비스 제공, 예) 외식산업: 생일축하 케익 제공.

약속이행 : 약속된 서비스를 정확하게 수행, 예) 약속시간엄수, 철저한 서비스, 신속한 서비스 수행.

창의적 아이디어 : 독창적인 서비스개발을 통하여 타사 대비 차별적인 서비스, 급변하는 환경에 능동적으로 대처함으로써 진부화되지 않는 혁신적인 서비스 수행, 예) 관광산업: 밀레니엄 해돋이 관광 등이 있다.

2) 과정측면 - 고객응대 : 고객을 돕고 즉각적인 서비스를 제공하려는 의지, 예의 바름, 종업원의 친절과 공손함, 고객과 그들의 욕구를 알려는 노력, 고객이 이해하기 쉽게 설명, 개별적인 주의를 기울임, 예) 고객의 특정요구에 대한 수용.

신뢰감 : 서비스제공자의 진실성/정직성, 정확한 기록, 위험/의심으로부터의 자유, 서비스를 수행하는 데 필요한 기술과 지식의 소유, 예) 물리적, 심리적 안전 확보.

접근 용이 : 접근가능성과 쉬운 접촉, 예) 서비스 제공시간 및 장소의 편리성.

물리적 환경 : 서비스평가를 위한 외형적 단서, 예) 물리적 시설, 장비, 종업원 외
모

KS-SQI 모형에서는 서비스 품질과 고객만족을 구분하여 제시하고 있다. 측정항목으로는 조사대상 기업에 대해서 전반적으로 만족하는가에 대해 7점 척도(전혀 만족하지 않는다 (1) ~ 매우 만족 한다 (7))로 측정하였다.

재 구매 의도와 구전을 기업성으로 측정하였다. 조사대상 기업을 다시 이용할 의향이 있는가를 7점 리커트 척도로 측정하였으며 조사대상 기업을 다른 사람에게 추천할 의향이 있는가에 대해서 마찬가지로 7점 리커트 척도를 사용하여 평가하였다.

소비생활향상과 삶의 질 향상을 고객만족의 결과변수이자 국민행동의 구성요소로 제시하였다. 조사대상 기업 때문에 소비생활이 향상되었다고 생각하는지에 대한 동의 정도 및 삶의 질이 향상되었다고 생각하는지에 대한 동의 정도를 7점 리커트 척도를 사용하여 평가하였다.

<표 2-1> KS-SQI모형

서비스 품질은 8개의 요인에 의해 구성되며, 각각의 요인은 실제로 측정 가능한 항목들로 구성됨		
영역	구성요인	내 용

성과	본원적 서비스	고객이 서비스를 통하여 얻고자 하는 기본적인 욕구의 충족
	예상 외 혜택	고객이 예상치 못했던 혜택으로 고객을 감동시키는 부가적 서비스
	약속 이행	약속된 서비스를 정확하게 수행
	창의적 서비스	차별적이고 진부화 되지 않은 서비스
과정	고객 응대	고객에게 개별적인 주의를 기울여 고객을 돕고 고객에게 즉각적인 서비스를 제공하려는 의지
	신뢰감	서비스 제공자의 진실성, 정직성과 서비스를 수행하는 데 필요한 기술과 지식의 보유
	접근 용이성	서비스 제공 시간 및 장소의 편리성
	물리적 환경	서비스 평가를 위한 외형적인 단서

2.2.3 컨설팅 서비스 품질의 모형 설정

SERVQUAL 모형, SERVPERF 모형, KS-SQI 모형을 살펴보면 소비자들이 서비스 유형에 따라 서비스 품질 평가항목들의 상대적 중요도에는 차이를 보일지라도 유사한 평가기준을 가지고 있다.

서비스 산업에 보편적으로 적용할 수 있는 서비스품질 결정요인으로 서비스 평가를 위한 외형적인 단서로 물적 시설, 장비, 종업원의 외모, 시설내의 다른 고객, 의사소통도구의 외형인 유형성

서비스 수행의 일관성과 확실성으로 서비스 수행의 철저, 청구서 정확도, 정확한 기록, 약속시간 엄수 등의 신뢰성

서비스를 제공하려는 열의와 준비성으로 서비스의 적시성, 고객의 문의나 요구에 즉시 응답 등의 응답성

서비스를 수행하는데 필요한 기술과 지식의 소유인 조직의 연구개발력, 종업원의

지식과 기술 등의 능력

고객과 접촉하려는 종업원의 친절과 배려, 공손함인 고객의 시간, 재산에 대한 배려, 종업원의 정중한 태도 등의 예절

서비스의 진실성, 정직성, 신용성에 대한 믿음인 기업평판, 기업명, 종업원의 정직성, 강매의 정도 등의 신용도

거래에 따른 의심이나 위험성에 대한 보장인 물리적 안전, 금전적 안전, 육체적 안전, 비밀보장 등의 안정성

서비스를 이용을 위한 용이한 접근과 접촉인 위치 및 주차의 편의, 대기시간, 서비스 제공시간 및 예약시스템 등의 접근가능성

고객의 말에 귀 기울이고 고객과의 원활한 의사소통인 서비스에 대한 설명, 서비스 비용의 설명, 고충처리보장 등의 의사소통

고객의 욕구를 이해하려는 노력인 고객의 구체적 요구 인지, 개별적 관심, 우수고객 인정 등의 고객의 이해 등 10가지 요인으로 구분된 결정요소들을 최근에는 유형성, 신뢰성, 응답성, 확신성, 공감성의 5가지 요인으로 압축하였다. 이에 본 연구에서도 선행연구의 모형을 기반으로 재정리하여 연구모형을 <표 2-2>와 같이 설정하였다.

<표 2-2> 컨설팅 서비스 품질 연구모형

서비스 유형	내용
	컨설팅 수행 일정을 계획대로 준수하였다(계획 준수)
	귀사가 원하는 결과물을 도출해 주었다(결과 도출)

신뢰성	제공하는 정보나 지식에 일관성과 정확성이 있었다(일관성)
	귀사의 정보나 기업비밀을 잘 지키고 유지해 주었다(기밀유지)
	귀사의 문제에 대해 관심을 보이고 해결해 주었다(관심해결)
확신성	안심하고 컨설팅 수행업무를 맡길 수 있었다(안심의뢰)
	전문분야의 지식을 가지고 있는 전문가로서의 실력에 믿음이 갔다(전문능력)
	안정적인 프로젝트운영과 성과에 대한 확신이 들었다(성과확신)
	귀사가 안심하고 거래할 수 있도록 안전장치를 확보하고 있다(안전장치)
	컨설턴트는 예의가 바르고 공손하였다(예의공손)
유형성	컨설팅 수행 시 최신 컨설팅 도구와 기법을 사용하였다(컨설팅기법)
	컨설팅의 내용에 맞는 양질의 데이터와 자료를 제공하였다(자료제공)
	컨설턴트의 용모와 복장은 단정하고 깔끔하였다(용모단정)
	컨설팅 업무에 적합한 시설과 분위기를 갖추었다(업무시설)
	컨설턴트는 성실하고 친절했다(친절성실)
공감성	귀사가 필요로 하는 부분을 정확하게 이해하였다(욕구이해)
	귀사에게 개별적인 관심과 인간적인 배려를 해 주었다(인간적 배려)
	귀사의 필요성과 요구를 적극적으로 파악하고 인지해 주었다(요구인지)
	컨설턴트는 고객의 이익을 진심으로 생각해 주었다(이익배려)
	컨설턴트는 고객의 업무시간에 맞추어 주었다(시간안배)

대응성	컨설팅 진행사항을 잘 알 수 있게 수시로 설명하였다(진행설명)
	귀사의 요구가 있을 때 우선적이고 신속하게 응대해 주었다(신속응대)
	컨설팅 결과물 제공시점을 정확하게 고지해 주었다(시점공지)
	유관내용에 대해 지속적으로 의지하고 도움을 받을 수 있었다(유관도움)
	컨설턴트는 자발적으로 귀사에게 도움을 주었다(자발적 도움)

2.3 컨설팅 만족도에 대한 선행연구

김익성(2008)은 중소기업의 특성이 컨설팅사의 특성, 컨설팅 만족도 및 활용도에 영향을 미치고, 기업성장에 추가적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 중소기업의 컨설팅 참여도는 컨설팅 활용도, 컨설팅 기관의 능력과 컨설턴트의 능력은 컨설팅 만족도와 활용도에 영향을 미친다(문효승, 2012)고 하였다.

수진기업의 컨설팅 만족도는 컨설팅 결과가 수진기업의 니즈와 목표를 정확하게 파악하고 적합한 산출물을 제공하고, 해당 산출물에 대한 충분한 이해를 통해 컨설팅 기관의 전문성, 능력, 방법론 및 수행체계, 성실성 및 노력, 사후관리 등에 대해 신뢰도를 높여야 만족도를 높일 수 있다(김용승, 최종영, 2010)고 하였다.

컨설팅 효과에 있어서는 수진기업의 기대가 높고 적극적인 자세를 취할수록, 컨설턴트의 경우는 대인관계의 자신감, 의사소통의 원활, 헌신의 정도에 따라, 그리고 수시로 피드백이 있는 경우 컨설팅에 대한 만족도가 더욱 높게 나타났다(박명선, 2010)고 하였다.

컨설팅 결과 만족도는 목표한 성과에 대한 만족도가 높았으며, 원가절감, 고객관리 능력 향상, 현장의 환경개선에서 높은 수치를 보였으며, 중소기업의 경우는 단기간에 이루어지는 컨설팅이 많은 것으로 나타났다(심중섭, 2012). 문효승(2012)은 중소기업의 컨설팅 참여도는 활용도에 영향을 미치고, 컨설턴트 능력은 중소기업의 컨설팅 만족도와 활용도에 영향을 미친다고 하였다.

본 연구에서는 컨설팅을 수진한 기업이 경험한 컨설팅에 대한 만족도에 대하여 6개 항목으로 재구축 하였으며, 컨설턴트 능력우수, 컨설팅 결과물 우수, 컨설팅 계약기간 준수, 컨설팅 후 사후관리 우수, 컨설팅 결과 중소기업에 적합, 적극적이고 성실한 자문 등으로 구성하였다.

2.4 재이용 의도에 대한 선행연구

소비자는 구매한 제품 및 서비스에 대해 구매 전 기대나 구매 후 제품에 대한 평가를 통해 만족이나 불만족을 경험하게 된다. 이러한 경험은 재 구매 또는 재이용여부를 결정하게 된다.

또한 현장에서 불만족에 대해 이야기를 하는 경우는 불만족을 해결해 준다면 다시 이용을 하겠다는 의도에서 요구를 하였으나 해결이 안 되는 경우 또는 제품 및 서비스가 불만족 하였다 하더라도 아무 말 없이 나오는 고객의 경우 대부분은 재이용 의도가 없는 것과 동시에 주변에 불만족에 대한 불쾌감을 주변 사람들에게 전파를 하는 경향을 보이고 있다.

또한 과거의 만족스러운 서비스 경험을 통해 고객의 기대치는 올라가 있고, 올라간 기대치는 재이용 의도를 가지고, 불만족한 고객은 더 이상의 이용뿐만 아니라 주변에 전파 등의 불평행동을 하게 된다(강성범, 2008). 즉, 고객이 느끼는 만족 또는 불만족은 결정적으로 고객의 재이용의도에 영향을 미친다(김성수, 2010)고 할 수 있다.

마케팅 측면에서 보면 신규 고객을 창출하는 데는 많은 비용이 소요된다. 그러나 기존 고객을 지속적으로 유지하는 데는 보다 더 적은 비용이 소요되는 것 뿐 아니라 지속적인 이익을 가져다주기 때문에 기존 고객을 유지하는데 더 많은 노력을 기울이고 있다(윤종훈 · 김광석, 2006).

고객의 재이용 의도는 고정 고객 화 할 수 있는 가능성이 있으므로 장기적인 수요 창출에 있어서 아주 중요한 부분이라 할 수 있다.

본 연구에서는 컨설팅을 수진한 기업이 경험한 컨설팅에 대한 재이용 의도가 있을 경우 기 경험한 컨설팅 업체(기관)를 다시 선택할 의도가 있는지, 선호하는 컨설팅사를 이용하는지, 다른 사람이나 업체에 추천/권고를 받고 컨설팅을 의뢰할 것인지에 대하여 분석하고자 한다.



III. 연 구 설 계

3.1 연구의 개요

3.1.1 연구의 대상

본 연구에서는 컨설팅 서비스 품질, 컨설팅 만족도와 관련된 기존의 연구들과는 달리 새로운 관점에서 실증적 연구를 진행하였다. 기존의 컨설팅 관련 연구들은 대상이 컨설턴트, 수혜기업, 컨설팅사를 대상으로 컨설팅의 이해 및 참여도, 컨설턴트 역량, 조직문화, 컨설팅 만족도, 컨설팅 성과, 컨설팅 재이용도 등에 대하여 개별적이거나 조합되어 연구된 것에 반해 연계성 역시 중요하다고 판단되어 컨설팅 서비스 품질이 컨설팅 만족으로 컨설팅 만족이 재이용 의도로 영향을 미치는지에 대하여 연구의 대상으로 선정하였다.

이러한 연구는 약국, 의료서비스, 골프장, 인센티브 여행, 병원서비스 품질, 인터넷뱅킹, 호텔 등의 사례는 선행연구 등이 많이 이루어졌으나, 컨설팅 서비스 품질이 컨설팅 만족도와 재이용 의도로 연구된 분야가 없어 연구의 대상으로 선정하였다.

3.1.2 연구의 방법

SERVQUAL은 다양한 서비스 품질에 관하여 확실한 추론을 근거로 획득한 점수를 보여주는 간결한 다 항목(Multi-items) 척도로서 컨설팅 서비스 품질을 분석하는 대표적인 연구방법으로서, 컨설팅 서비스 품질이 가지는 각 속성들에 컨설팅 수진기업들이 부여하는 효용을 추정하여 서비스에 대하여 기대수준과 지각된 수준의 차이로서 서비스 품질을 평가 한다.

평가결과 기대수준에 비하여 지각하는 수준이 높으면 고객이 감동하며, 기대수준과 지각수준이 일치하면 고객은 단순히 만족하는 상태이고, 기대수준에 비하여 지각수준이 낮으면 고객 불만이 나타나는 것으로 해석할 수 있다.

따라서 본 연구에서는 서비스평가 모형으로 알려져 있는 SERVQUAL 모형의 품질 차원을 기초로 컨설팅 서비스 품질과 관련된 선행연구를 재해석 컨설팅 서비스 품질 속성 및 속성수준을 결정하였다. SERVQUAL 모형은 산업 일반에 적용되었던 고객만족 모형에 비하여 서비스 산업이라는 특정한 업종에 특화되고, 한국적 상황을 고려하여 서비스의 성과 측면을 보강하고 수정하여 개발 및 검증한 KS-SQI 모형으로 설정하였다.

3.2 연구모형

컨설팅을 수진한 중소기업 중 기 컨설팅을 수행한 컨설턴트를 재이용 하려고 하는 의도에는 여러 요소가 있으나, 그 중에서도 직접적 영향을 미칠 수 있는 컨설팅 서비스 품질과 컨설팅 만족도간의 관계에 대해 알아보기 위함이 본 연구의 주요 목적이다.

컨설팅 서비스 품질로 신뢰성, 확신성, 유형성, 공감성, 대응성 등으로 구성 하였으며, 컨설팅 만족도는 컨설턴트 능력우수, 컨설팅 결과물 우수, 컨설팅 계약기간 준수, 컨설팅 후 사후관리 우수, 컨설팅 결과 중소기업에 적합, 적극적이고 성실한 자문 등으로 구성하였고 재이용 의도로는 재이용 시 직전 컨설팅기업 계속이용, 선호하는 컨설팅기업 이용, 다른 사람이나 업체에 추천/권고 등으로 구성하였다.

본 연구는 첫째 컨설팅 서비스 품질의 정도를 알아보고, 컨설팅을 수진한 결과의 만족도에 대하여 알아보고, 둘째 컨설팅 서비스 품질이 컨설팅 만족도에 영향을 미쳐 재이용 의도로 연결되는지에 대하여 어떠한 관계가 있는

지, 그리고 컨설팅 만족도에 따라 재이용 의도에 영향을 미쳤는지에 대하여 규명해보고자 한다.

컨설팅 서비스 만족도에 따른 컨설팅 만족도가 재이용 의도에 영향을 관계를 알아보고자 하며 연구모형은 <그림 3-1>과 같다. 본 연구모형에서 제시된 재이용의도를 종속변수(내생변수)로, 컨설팅 만족도를 내생변수로 설정하였으며, 독립변수(외생변수)로 컨설팅 서비스 품질을 설정하였다.



<그림 3-1> 연구모형

3.3 연구가설의 설정

Woodside(1989)는 품질이 고객만족의 선행변수라고 보는 견해라 하였고 Bitner(1990)는 반대로 고객만족이 품질의 선행변수라고 보는 견해를 피력하였다. 또한 Bowers(1994)는 품질과 고객만족이 같은 속성에 의해 결정된다고 보기도 하였다. 이렇듯이 여러 연구를 통해 품질과 고객만족사이의 관련된 이슈는 서로 독립적인 구조이면서 두 변수간의 인과 관계에 관한 것이라는 것이 입증되었다.

Woodside et al(1989)는 그의 동료들과 함께 구매의도 형성에 있어 서비스 품질의 지각과 고객만족 판단 사이의 관계를 처음으로 평가한 결과 고객만족이 서비스 품질 지각과 구매의도 사이의 중개변수로 '서비스 품질 → 고객만족 → 구매의도'의 구조임을 밝혀냈다.

그러나 Bitner(1990)은 다른 산업의 고객을 조사한 결과 ‘고객만족 → 서비스 품질 → 구매의도’의 구조임을 보여 주었다. Cronin and Taylor(1992)는 은행, 방역, 세탁, 패스트푸드 식당 등 여러 산업을 대상으로 서비스 품질과 고객만족의 관계에 대한 평가를 위해 표본 조사를 실시한 결과 서비스 품질이 고객만족의 선행변수임을 보여주어 Woodside et al(1989)의 결과를 지지하고 있었다.

Spreng & Mackoy(1996)도 이상과 실 성과간의 차이가 서비스 품질에 영향을 미치고 있으며 서비스 품질은 고객만족에 다시 영향을 주는 것을 보여 주었다. 이렇듯 여러 연구들을 통해 구매의도 형성에 있어서 서비스 품질과 고객만족 사이의 관계를 규명하려는 실증적 시도를 하였지만 아직까지 명확한 결론을 내릴만한 증거는 보이고 있지 않지만 서비스 품질과 고객만족 간에는 관계가 있음을 보여주고 있다.

또한 서비스 품질은 고객만족의 구성요소 중의 하나로 고객만족은 서비스 품질보다 광범위한 개념이라는 견해가 일반적이다. Bitner(1990)는 서비스 품질은 소비자들의 서비스 이용, 소비 경험 등을 토대로 만족 혹은 불만족을 통해 형성된다고 하였으며, Bolton & Drew(1991)는 서비스 품질의 지각은 특정한 거래시점에서 평가를 통해 고객만족이 형성되고 이런 고객만족이 축적되어 서비스 품질에 영향을 준다고 주장하여 서비스의 구체적인 차원에 초점을 맞춘 서비스 품질은 고객만족의 구성요소의 하나로 인식되어 고객만족은 서비스 품질에 대한 인식보다 광범위한 개념이라는 견해가 일반적이다.

조윤익(2011)은 컨설팅 서비스품질과 고객만족도와의 관계에서 컨설팅 서비스품질의 구성요소 중 확신성, 공감성, 대응성이 고객만족도에 정(+)의 영향을 준다는 것으로 밝혀 낸 반면 장동인(2011)은 컨설팅 서비스품질이 고객만족도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 검증하였다.

또한, Geva & Goldman(1990)은 인지부조화 이론을 통한 고객과 재이용

의도와의 관계에 대한 연구에서 고객이 제품에 대하여 만족하지 않더라도 자신의 행동을 정당화하기 위해 만족했다고 하기도 하지만 실제로 구매할 경우에는 이와는 다르게 상반된 결과가 나타날 수도 있음을 검증하였다. 즉, 서비스 품질과 재구매의도 간에 고객만족이 매개하지 않는다는 것을 보여주었다.

그러나 Bolton & Drew(1991)는 서비스 품질을 매개변수로 하여 고객만족이 직, 간접적으로 구매의도에 영향을 미치는 것을 밝혔다. 또한 Cronin & Taylor(1992)는 서비스 품질과 고객만족이 구매의도에 미치는 영향을 검증한 결과 서비스 품질의 구성요소들이 고객만족에 유의한 영향을 끼치고 있고, 고객만족 역시 구매의도에 유의한 영향을 주고 있음을 연구하였다.

임호순(2005)은 IT컨설팅 서비스품질은 고객만족과 재이용률에 영향을 미치지만 고객만족 자체가 재이용의사에 직접적으로 영향을 주지 않는다는 결과를 보여주었다. 장동인(2011)은 컨설턴트 역량이 컨설팅 서비스품질과 고객만족에 미치는 영향에 관한 연구에서도 고객만족도와 재계약의도 간에 부(-)의 영향이 나타나 컨설팅 서비스품질과 재이용의사에는 고객만족이 매개변수효과가 발생하고 있지 않아 Geva & Goldman(1990)의 연구결과를 지지하고 있음을 보여주었다.

이에 본 연구에서는 컨설팅 서비스 품질 중 어떠한 분야에 컨설팅 만족도를 높였는지 관찰하고자 하였고, 컨설팅 만족도를 통해 기 수행 컨설팅 기업(기관)에 대한 재이용 의도를 관찰하고자 하였다. 따라서 수진기업에서 느끼는 컨설팅 서비스 품질이 컨설팅 만족도와 함께 재이용 의도로 연결되는지를 알아보하고자 다음과 같은 연구 가설을 설정하였다.

가설1. 컨설팅 서비스 품질 신뢰성은 컨설팅 만족도에 정(+)의 방향으로 영향을 미칠 것이다.

가설2. 컨설팅 서비스 품질 확산성은 컨설팅 만족도에 정(+)의 방향으로

영향을 미칠 것이다.

가설3. 컨설팅 서비스 품질 유형성은 컨설팅 만족도에 정(+)의 방향으로 영향을 미칠 것이다.

가설4. 컨설팅 서비스 품질 공감성은 컨설팅 만족도에 정(+)의 방향으로 영향을 미칠 것이다.

가설5. 컨설팅 서비스 품질 대응성은 컨설팅 만족도에 정(+)의 방향으로 영향을 미칠 것이다.

가설6. 컨설팅 만족도는 재이용 의도에 정(+)의 방향으로 영향을 미칠 것이다.

3.4 변수의 조작적 정의와 설문지 구성

본 연구에서 가설을 설정하고 변인을 설정하는 것은 연구자의 연구방향과 연구의도를 충족시킬 수 있도록 변수들의 설정은 연구자에 따라 다양하게 구성될 수 있고, 본 연구에서는 연구목적을 달성하기 위해 신동주, 김현우(2012), 윤일선, 김후진, 김현영(2014)에서 제시한 이론과 제 2장에서 제시한 이론을 분석하고 이러한 이론을 기반으로 변수를 설정하고 설문지를 구성하였다.

설문조사를 통해 확보된 자료를 분석하기 위해 SPSS Version 19.0 통계 프로그램과 AMOS 19.0 구조방정식 모형을 이용하여 다음과 같이 분석을 실시하였다.

첫째, 인구 통계학적 분석과 일반특성을 분석하기 위해 빈도분석을 실시하였다.

둘째, 연구의 일관성 확보를 위해 AMOS 구조방정식 모델을 통해 분석하기 전에 요인분석과 cronbach's alpha 계수로 신뢰성 분석을 실시하였다.

셋째, 확인요인 분석을 실시하여 측정변수들에 대한 타당성을 검증하였다. 넷째, 구조방정식 모델을 이용하여 추출한 적합도지수를 확인하여 연구모형의 적합성을 평가하고 경로계수를 추정하였다.

3.4.1 컨설팅 서비스 품질

가설을 설정하고 변인을 설정한다는 것은 충분한 이론적 근거와 연구의도를 충족시킬 수 있는 변수들의 설정을 연구자에 따라 다양하게 접목되어 활용되어 질 수 있다.

서두에서 제시한 많은 학자들의 선행연구에서 높은 서비스 품질은 고객의 만족도를 높여 신뢰를 얻는데 긍정적인 영향을 미치는 것을 확인하였다. 또한, 컨설팅 서비스 품질과 관련하여 신동주, 김현우(2012), 윤일선, 김후진, 김현영(2014)에서 사용한 PZB SERVQUAL 모형을 적용하였고, 컨설팅 서비스 품질을 구성하는 외생변수로 신뢰성, 확신성, 유형성, 공감성, 대응성 등의 5개를 주요 요인으로 선택하고 25개의 질문으로 재구성 하였다.

컨설팅 서비스 품질에 대한 측정은 응답자들의 지각내용을 Likert 5점 척도를 이용하여 측정 하였고, 질문항목에 대해 ‘전혀 그렇지 않다(1)’ 와 ‘매우 그렇다(5)를 기준으로 등간척도를 활용하였다.

<표 3-1> 컨설팅 서비스 품질 설문지 및 변수의 내용

구분	내용	SPSS 변수명
신뢰성	컨설팅 수행 일정을 계획대로 준수하였다(계획 준수)	QA1
	귀사가 원하는 결과물을 도출해 주었다(결과 도출)	QA2
	제공하는 정보나 지식에 일관성과 정확성이 있었다(일관성)	QA3
	귀사의 정보나 기업비밀을 잘 지키고 유지해 주었다(기밀유지)	QA4
	귀사의 문제에 대해 관심을 보이고 해결해 주었다(관심해결)	QA5

확신성	안심하고 컨설팅 수행업무를 맡길 수 있었다(안심의뢰)	QB1
	전문분야의 지식을 가지고 있는 전문가로서의 실력에 믿음이 갔다(전문능력)	QB2
	안정적인 프로젝트운영과 성과에 대한 확신이 들었다(성과확신)	QB3
	귀사가 안심하고 거래할 수 있도록 안전장치를 확보하고 있다(안전장치)	QB4
	컨설턴트는 예의가 바르고 공손하였다(예의공손)	QB5
유형성	컨설팅 수행시 최신 컨설팅 도구와 기법을 사용하였다(컨설팅기법)	QC1
	컨설팅의 내용에 맞는 양질의 데이터와 자료를 제공하였다(자료제공)	QC2
	컨설턴트의 용모와 복장은 단정하고 깔끔하였다(용모단정)	QC3
	컨설팅 업무에 적합한 시설과 분위기를 갖추었다(업무시설)	QC4
	컨설턴트는 성실하고 친절했다(친절성실)	QC5
공감성	귀사가 필요로 하는 부분을 정확하게 이해하였다(욕구이해)	QD1
	귀사에게 개별적인 관심과 인간적인 배려를 해 주었다(인간적 배려)	QD2
	귀사의 필요성과 요구를 적극적으로 파악하고 인지해 주었다(요구인지)	QD3
	컨설턴트는 고객의 이익을 진심으로 생각해 주었다(이익배려)	QD4
	컨설턴트는 고객의 업무시간에 맞추어 주었다(시간안배)	QD5
대응성	컨설팅 진행사항을 잘 알 수 있게 수시로 설명하였다(진행설명)	QE1
	귀사의 요구가 있을 때 우선적이고 신속하게 응대해 주었다(신속응대)	QE2
	컨설팅 결과물 제공시점을 정확하게 고지해 주었다(시점공지)	QE3
	유관내용에 대해 지속적으로 의지하고 도움을 받을 수 있었다(유관도움)	QE4
	컨설턴트는 자발적으로 귀사에게 도움을 주었다(자발적 도움)	QE5

3.4.2 컨설팅 만족도

선행연구를 통해 파악된 컨설팅 만족도는 박정호(2013), 문효승(2012), 김용승, 최종영(2010) 등의 선행연구를 통해 컨설팅 만족도 항목을 도출하였으며, 개별 항목의 구체성, 관련성 및 타당성을 검토하였다.

컨설팅 만족도에 대한 설문내용은 항목별 중요도에 따라 전체 체계를 재설계하여 설문지를 구성하였으며, 항목누락 및 중복을 교정하였다. 컨설팅 만족도는 6개 항목으로 재구성 하였으며, 컨설턴트 능력우수(QF1), 컨설팅 결과물 우수(QF2), 컨설팅 계약 기간 준수(QF3), 컨설팅 후 사후관리 우수(QF4), 컨설팅 결과 중소기업에 적합(QF5), 적극적이고 성실한 자문(QF6)으로 구성하였다.

컨설팅 만족도에 대한 측정은 응답자들의 지각내용을 Likert 5점 적도를 이용하여 측정 하였고, 질문항목에 대해 ‘전혀 그렇지 않다(1)’ 와 ‘매우 그렇다(5)’를 기준으로 등간척도를 활용하였다.

3.4.3 재이용 의도

컨설팅 서비스 품질이 높고, 컨설팅에 대한 만족도도 높은 경우는 여러 논문을 통해 많은 연구가 이루어졌으나, 그렇다면 만족도가 높다면 재이용 의도에도 긍정적인 결과를 가져올 것인지 아니면 긍정적인 결과는 결과이고 실제적으로는 다른 방법으로 컨설팅 기업(기관)을 선택할 것인지, 선택을 한다면 어느 정도일지에 대하여 알아보고자 하였다.

따라서 재이용 시 직전 컨설팅기업 계속이용(QG1), 선호하는 컨설팅사 이용(QG2) 다른 사람이나 업체에 추천/권고(QG3) 등 3개의 질문으로 재구성 하였으며, 재이용 의도에 대한 측정은 응답자들의 지각내용을 Likert 5점 적도를 이용하여 측정 하였고, 질문항목에 대해 ‘전혀 그렇지 않다(1)’ 와 ‘매우 그렇다(5)

를 기준으로 등간척도를 활용하였다.

3.5 자료수집 및 분석방법

본 연구는 컨설팅을 수진한 중소기업이 컨설팅 서비스 품질에 만족을 한다면 컨설팅 결과도 만족을 하고 추후 있을 외부 컨설팅 의뢰 시 기 수행한 컨설팅기업(기관)을 다시 선정할 것인가 아니면 다른 컨설팅 기관을 선정할 것인가에 대한 통계적 관련성을 검증해보고자 컨설팅 서비스 유형별 하위변수인 신뢰성, 확신성, 유형성, 공감성, 대응성으로 구성하였다.

또한, 컨설팅 만족도를 측정할 수 있는 컨설턴트 능력우수, 컨설팅 결과물 우수, 컨설팅 계약기간 준수, 컨설팅 후 사후관리 우수, 컨설팅 결과 중소기업에 적합, 적극적이고 성실한 자문을 측정할 수 있는 측정도구를 구성하였으며, 조사대상자를 선정하였다.

실증분석에 필요한 통계처리의 데이터를 표본 집단을 선정하여 설문지를 통한 직접조사 방식으로 수집하기로 하였으며, 컨설팅을 수진한 적이 있거나, 컨설팅을 현재 수진 중인 중소기업을 대상으로 500개 업체를 무작위 추출법을 통해 잠재적인 표본 집단으로 선정하였으며, 이들을 대상으로 설문지의 배부를 2014년 09월 18일부터 2014년 10월 22일까지 실시하였다.

약 1개월 간 이메일과 오프라인 직접조사 방식을 통해서 배부된 총 500부의 설문지 중 354부를 회수하였다. 회수된 설문지 중 분석의 데이터로 활용할 설문지는 무성 의하게 작성되었거나 결측 값이 많아 데이터로 활용할 수 없는 불성실응답자의 설문지 58부를 제외한 총 286(N=286, 회수율 70.8%)부의 설문지를 활용하도록 하였다.

설문은 자기기업식 설문조사로 실시되었으며, 모든 문항은 통계처리의 일관성을 위해 리커트 5점 등간척도로 구성하였다.

3.6 신뢰성 검증

변수의 조작적 정의와 선행연구의 검토를 통해서 각 측정항목들에 대하여 표본 집단의 응답의 타당성을 측정하고자 타당도분석을 실시하였으며, KMO와 Bartlett의 구형성 검정 결과 $KMO=.873$, $p=.000$ 으로 나타나 타당도 분석을 위한 변수들의 선정이 꽤 좋은 편으로 나타났다.

공통성은 최소 .758에서 최대 .886으로 나타났고, 설명된 총분산은 5개 요인으로 나타났으며, 추출된 5개 초기고유치는 각각 8.888, 3.709, 2.406, 1.854, 1.744로 나타났고, 설명력은 초기 고유값이 35.553, 14.835, 9.622, 7.416, 6.974로 나타나 누적퍼센트는 74.402%를 나타냈다. 회전 제곱합 적재값 에서도 전체 누적퍼센트 회전하기 전과 동일한 74.402%를 보이고 있다.

신뢰성을 검증하기 위해서 Cronbach' α 신뢰도 분석을 실시하였다. 신뢰성 분석의 결과 신뢰계수의 값이 .600 이상이면 신뢰성이 검증되고 있는 것으로 판단할 수 있으며, 유형성에 대한 Cronbach' α 는 0.933, 신뢰성에 대한 Cronbach' α 는 0.914, 확산성에 대한 Cronbach' α 0.909, 대응성에 대한 Cronbach' α 는 0.892, 공감성에 대한 Cronbach' α 는 0.882로 신뢰도는 높은 것으로 나타났다. 컨설팅 서비스 품질에 대한 요인분석 결과를 살펴보면 <표 3-2>와 같다.

<표 3-2> 컨설팅 서비스 품질 요인분석

	요인분석					신뢰도	
	유형성	신뢰성	확신성	대응성	공감성	항목삭제 Cronbach α	Cronbach α
QC4	.919					.897	.933
QC1	.919					.932	
QC5	.867					.937	
QC2	.758					.897	
QC3	.705					.924	

QA1		.901				.869	.914
QA2		.852				.888	
QA3		.839				.889	
QA4		.803				.900	
QA5		.757				.922	
QB1			.902			.859	.909
QB5			.806			.891	
QB4			.806			.893	
QB3			.786			.897	
QB2			.783			.904	
QE1				.860		.838	.892
QE3				.817		.862	
QE2				.788		.859	
QE4				.775		.872	
QE5				.692		.909	
QD1					.864	.817	.882
QD4					.838	.847	
QD2					.796	.869	
QD3					.725	.839	
QD5					.623	.902	
Eigen-value	3.977	3.824	3.743	3.595	3.461		
분산설명(%)	19.503	19.119	14.603	14.099	13.751		

3.7 구조방정식 모델

구조방정식모델은 사회과학 분야의 구조방정식모형(SEM) 자료 분석에 사용되는 모델로 모형의 적합도가 최대화 되도록 모수를 추정하는 것을 기본으로 하며, 모수의 초기 값을 지정 모수의 반복 추정과정으로 진행된다.

이러한 모수들을 가지고 공분산 행렬을 계산 데이터에서 관찰된 공분산 행렬과 비교한다. 적합도가 낮으면 다시 모수를 조정하고, 공분산 행렬을 다시 수행한다. 이러한 반복적인 추정을 통해 일정한 기준에 충족된 적합한 모형을 찾아낸다.

모형에 대한 평가는 적합도 통계량을 이용하여 판단할 수 있다. 연구 목적에 맞는 구조방정식을 설정하였다면 이모형이 얼마나 정확하고 적합한가에 대한 검증이 필요하다. 모형의 적합도는 연구모형을 채택하느냐 기각하느냐에 대한 판단 기준이 되기 때문에 매우 중요한 부분이다.

모형의 적합도는 수집한 표본 데이터로부터 얻은 공분산행렬과 이론적 배경을 바탕으로 구체화시킨 연구모형으로부터 추정된 공분산행렬의 차이를 의미한다. 이 차이가 작다면 높은 모형 적합도를 갖고, 차이가 높다면 낮은 모형 적합도를 갖게 되어 기각하게 된다.

설정된 모형 전체를 평가한다는 것은 적합도 지수를 활용하여 설정된 모형을 받아들이거나 혹은 받아들이지 않는지를 결정하게 되는 것이다. 그러므로 모형내의 추정된 모수들을 개별적으로 평가하는 것은 우선 전체가 어느 정도 의미가 있을 때, 의미를 가지게 되며 모형 자체가 적합하지 않을 경우에는 모수들의 평가가 무의미해진다.

적합도 지수로는 χ^2 (Chi-square), GFI (Goodness of Fit Index), AGFI (Adjusted Goodness of Fit Index), CFI (Comparative Fit Index), RMR(Root Mean-square Residual), RMSEA(Root Mean-Square Error of Approximation), TLI (Turker Lewis Index), NFI (Normed Fit Index) 등이 다양한 지표들이 있으며 어떤 것을 전체 모형 적합도를 판단하는 지표로 사용해야 하는가에 대해서는 의견의 일치가 이루어지지 않고 있다. Kline(1998)은 χ^2 , GFI, NFI, CFI 중에서 한 개, NNFI 그리고 RMR 이렇게 세 개는 선택해야 한다고 주장하였다.

Nmrmed χ^2 (CMIN/DF)는 χ^2 를 자유도(DF)로 나눈 수치이며, 일반적으로 3 이하면 보통, 2 이하이면 양호하다고 할 수 있다.

RMR은 표본데이터 공분산 행렬과 모형의 추정 공분산 행렬간 차이는 오차행렬이 되는데, 이 오차들을 제공한 값의 평균에 대한 제곱근의 수치가 RMR이다. 0.05 이하이면 양호한 것으로 판단한다. RMR은 측정척도의 영향을 받기 때문에 RMR을 표준화 한 SRMR을 사용하기도 한다.

GFI는 구조방정식에서 가장 많이 쓰이는 적합도로서, 표본 데이터의 공분산 행렬 내에 분산과 공분산이 추정 공분산 행렬에 의해서 설명되어지는 비율을 나타내며, 회귀분석의 R^2 와 유사하다. GFI는 0과 1 사이의 값을 가지며, 1에 가까울수록 완벽한 적합이라고 볼 수 있어 보통 0.9 이상이면 양호한 수준이라고 판단한다.

AGFI는 표본의 크기에 비해서 자유도가 상대적으로 크게 되면 자유모수의 수가 많은 경우를 제외하고는 GFI값은 작아지는 경향이 있다. 또한 모형의 좋고 나쁨에 관계없이 추정할 모수의 수가 늘어나거나 관측변수의 수가 늘어나더라도 1에 가까워지는 성질이 있다. 따라서 이러한 점을 고려하여 수정한 적합도 지표가 AGFI로 아래와 같이 정의된다. GFI와 마찬가지로 1에 가까울수록 적합도가 좋다는 것을 의미한다.

CFI (Comparative Fit Index)는 McDonald & Marsh(1990)에 의해 제시된 적합도 지수로서 RNI (Relative Noncentrality Index)와 수학적으로는 동일하며 RNI의 다른 버전으로 볼 수 있다. 또한 NFI 적합도 지수가 작은 표본에서 종종 과소적합(underestimation of fit)된다는 것을 피할 수 있다. CFI는 0과 1사이의 값을 가지며 1에 가까울수록 모형이 잘 맞는 다는 것을 의미하며, 일반적으로 .95 또는 .9이상을 양호하다고 판단한다.

RMR(root mean square residual)은 잔차 평균을 자승하고 이를 합한 후 이중근을 취한 값이며, 표본자료에 의해 모형이 설명할 수 없는 분산/공분산의 크기를 의미하고 잔차행렬의 원소들은 양수, 0 또는 음수의 값을 갖게 되고 이러한 잔차들이 0에 가까울수록 모형이 잘 맞는다고 할 수 있다.

RMSEA(root mean square error of approximation)는 표본크기가 상당히 큰 제안

모델을 기각시키는 chi-square 통계량의 한계를 극복하기 위해 개발된 적합지수이다. 이 값이 .05~.08범위를 보일 때 수용할 수 있는 것으로 간주된다.

TLI(Turker-Lewis index)는 원래 요인분석을 위해서 개발되었다가 구조방정식 모델을 평가하는 데까지 확장되었다. TLI의 경우에 일반적인 권장 수용기준은 .90이상이면 좋은 적합도를 갖는다고 볼 수 있다.

NFI (Normed Fit Index)는 주어진 자료를 설명할 수 있는 가장 간단한 모형인 기초모형이 갖는 적합도 함수 값에서 기초모형보다는 더 잘 일치하는 모형의 적합도 함수 값을 뺀 것을 기초 모형의 적합도 함수 값으로 나누어 준 것이다. NFI는 0과 1사이의 값을 가지게 되며 1에 가까울수록 좋은 모형을 의미한다고 볼 수 있다.

구조방정식에 대한 적합도 종류를 표로 나타내면 아래 <표 3-3>과 같다.

<표 3-3> 구조방정식의 적합도 기준

유형	적합지수	판단기준
절대 적합지수	χ^2 (Chi-square)	p-value <0.05 : 양호
	RMR(Root Mean-square Residual)	0.05 ↓ : 양호
	GFI (Goodness of Fit Index),	0.9 ↑ : 양호
	AGFI (Adjusted Goodness of Fit Index)	0.9 ↑ : 양호
	RMSEA(Root Mean-Square Error of Approximation)	0.1 ↓ : 보통 0.08 ↓ : 양호 0.05 ↓ : 좋음
충분 적합지수	NFI (Normed Fit Index)	0.9 ↑ : 양호
	TLI (Turker Lewis Index)	0.9 ↑ : 양호
	CFI (Comparative Fit Index)	0.9 ↑ : 양호

IV. 연 구 결 과

4.1 자료 분석

4.1.1 조사 대상자의 일반적 특성

설문은 국내 중소기업 중 컨설팅을 수진한 기업을 대상으로 기업규모, 업력, 컨설팅 재이용도 등으로 구분하여 실시하였으며, 표본에 대한 일반적인 특성은 <표 4-1>과 같다.

<표 4-1> 표본 집단의 구성

항목	분류	빈도	비율(%)
기업규모	~ 50 미만	154	53.8
	50~100 미만	80	27.9
	100~200	52	18.1
	200~	1	0.2
업력	~5년	17	5.9
	5 ~ 10년	80	28.1
	11 ~ 20 년	93	32.4
	20 년 ~	96	33.6
컨설팅 재이용도	1 ~ 5 회	200	70.1
	6 ~ 9 회	73	25.4
	10 회 이상	13	4.5

<표 4-1>의 결과를 살펴보면 응답기업의 53.8%는 50명 미만의 소기업이었으며, 50~100명 미만의 기업은 27.9%, 100~200명 미만의 기업은 18.1%, 200명 이상의 기업은 0.2% 순이었다.

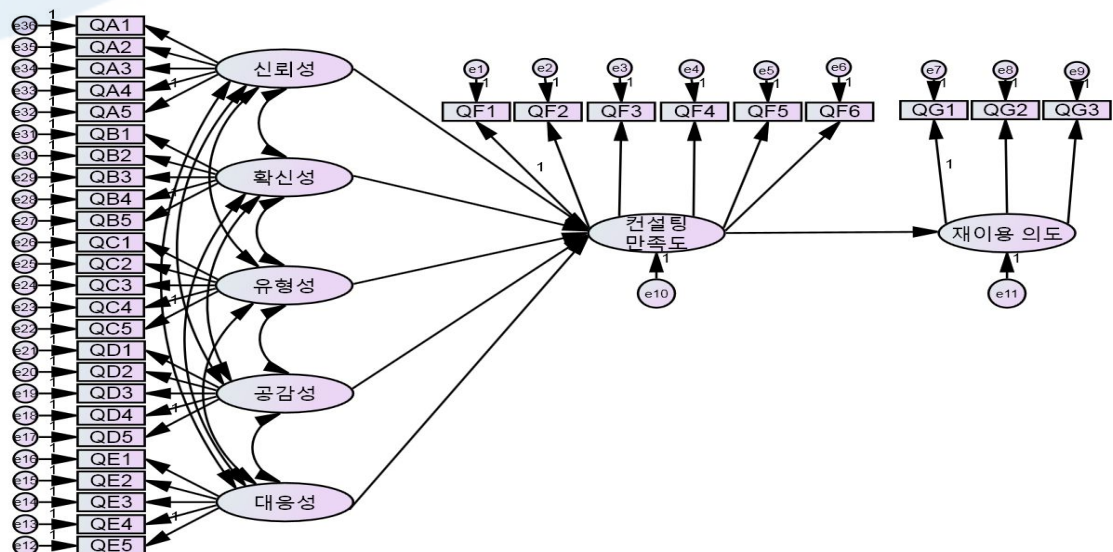
기업의 업력을 살펴보면 역사가 긴 기업일수록 컨설팅 수진을 더 많이 받

은 것으로 나타났다. 설문조사 기업 전체의 94.1%가 5년 이상 업력이 있는 기업으로 이중 20년 이상 기업은 33.6%, 11~20년 이하의 기업은 32.4%, 5~10년 이하의 기업은 28.1%, 5년 미만의 기업은 5.9%만이 컨설팅을 받은 것으로 보인다. 컨설팅 재이용 정도를 살펴본 결과 10회 이상이 4.5%, 6~9회 25.4%, 1~5회 70.1%로 나타났다.

컨설팅을 수진한 기업 중 컨설팅을 수진한 분야는 경영혁신 분야로 제품/시장 전략, 글로벌 전략, 브랜드 경영, 고객감동경영, CRM, 전사적 위험관리, 지적재산경영 등의 분야로 52.4%, 생산성 향상 분야로 47.6%로 나타났다.

4.2 구조방정식 모델

3장의 연구모형에 따라 연구모형을 AMOS에서 구조방정식 모델로 작성하기 위해 잠재변수와 측정변수, 내생잠재변수의 오차항(e1 ~ e11)과 측정변수의 오차항(e12 ~ e36) 등을 입력한 <그림 4-1>과 같은 모델을 만들었다.



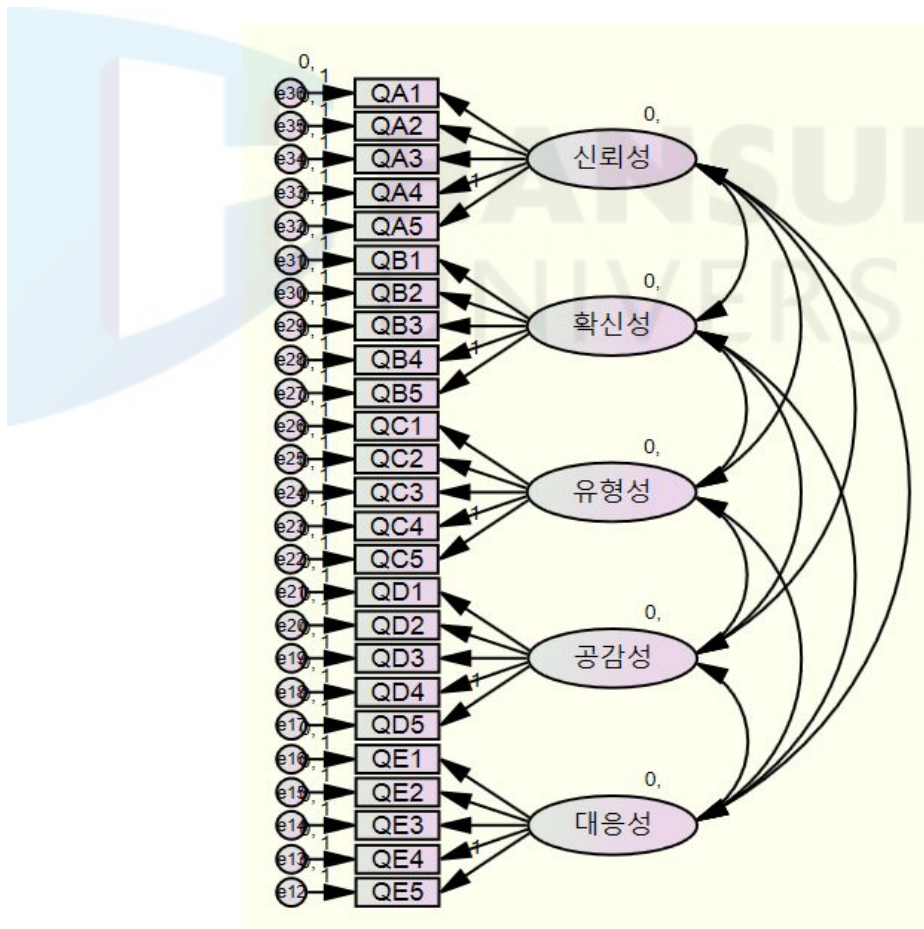
<그림 4-1> 구조방정식 모델

4.3 확인적 요인분석

4.3.1 컨설팅 서비스 품질 확인적 요인분석

(1) 확인적 요인분석(1차)

앞장의 이론적 배경 하에서 설정된 잠재변수와 관측변수 간의 관계를 확인하기 위해 변수의 조작적 정의와 설문지 구성에서 정한 컨설팅 서비스 품질 중 신뢰성(5문항), 확신성(5문항), 유형성(5문항), 공감성(5문항), 대응성(5문항)에 대하여 AMOS를 통해 확인적 요인분석을 실시한 결과 <그림 4-2>와 같이 나타났다.



<그림 4-2> 확인적 요인분석(1차 분석 결과)

<표 4-2> 확인적 요인분석 결과(1차 분석결과)

유형	구분	분석결과	판단기준	적합여부
절대 적합 지수	CMIN/p	576.590/.000	p-value < 0.05 : 양호	부적합
	CMIN/DF	2.176	2 이하 : 양호	부적합
	RMR	0.030	0.05 ↓ : 양호	적합
	GFI	0.853	0.9 ↑ : 양호	부적합
	AGFI	0.820	0.9 ↑ : 양호	부적합
	RMSEA	0.065	0.1 ↓ : 보통 0.08 ↓ : 양호 0.05 ↓ : 좋음	양호
중분 적합 지수	NFI	0.907	0.9 ↑ : 양호	적합
	TLI	0.940	0.9 ↑ : 양호	적합
	CFI	0.947	0.9 ↑ : 양호	적합

확인적 요인분석은 최대우도법(maximum likelihood)을 활용해 관계가 측정되었다. 확인적 요인분석 결과, 카이자승(χ^2)값은 576.590(자유도 = 265, $p=.000$), CMIN/p=576.590/.000, CMIN/DF=2.176, RMR=0.030, GFI=0.853, AGFI=0.820, RMSEA=0.065, NFI=0.907, TLI=0.940, CFI=0.947로 나타났다. 절대적합지수에서는 CMIN/p, CMIN/DF, GFI, AGFI가 모델 적합성을 판단하는 기준 수치 이하로 나타나 이 모델은 적합하지 않은 것으로 결론을 내렸다.

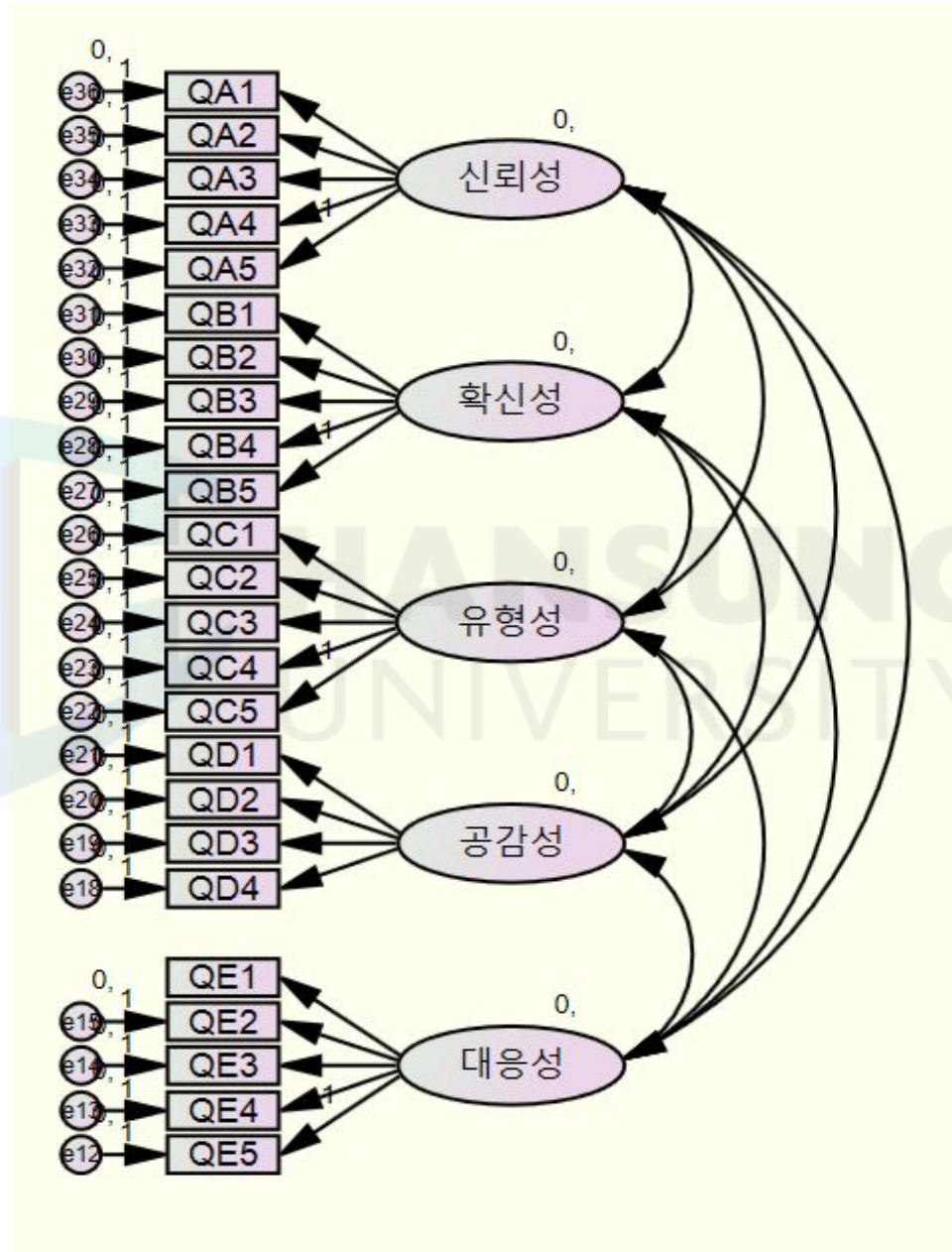
컨설팅 서비스 품질 확인요인분석의 모델은 적합하지 않은 것으로 결론을 내렸고, 재분석을 통하여 모델이 적합하도록 하기 위하여 SMC(Squared Multiple Correlations) 분석결과 "QD4(0.452)"로 잠재변수인 컨설팅 서비스 품질에 대해 상대적으로 설명력이 낮은 관계로 QD4를 제거하고 확인요인 분석을 재 실시 하였다.

<표 4-3> Squared Multiple Correlations(1차 분석결과)

	Estimate		Estimate
QA1	.947	QC4	.624
QA2	.696	QC5	.703
QA3	.703	QD1	.723
QA4	.608	QD2	.808
QA5	.691	QD3	.546
QB1	.986	QD4	.452
QB2	.603	QD5	.604
QB3	.603	QE1	.886
QB4	.864	QE2	.688
QB5	.783	QE3	.664
QC1	.945	QE4	.645
QC2	.568	QE5	.464
QC3	.544		

(2) 확인적 요인분석(2차)

컨설팅 서비스 품질에 대해 상대적으로 낮은 설명력을 보이는 “QD4”를 제거하고 2차 확인적 요인분석을 실시한 결과 <그림 4-3>과 같이 나타났다.



<그림 4-3> 확인적 요인분석(2차 분석 결과)

<표 4-4> 확인적 요인분석 결과(2차 분석결과)

유형	구분	분석결과	판단기준	적합여부
절대 적합 지수	CMIN/p	458.531/.000	p-value >0.05 : 양호	부적합
	CMIN/DF	1.895	2 이하 : 양호	적합
	RMR	0.032	0.05 ↓ : 양호	적합
	GFI	0.876	0.9 ↑ : 양호	부적합
	AGFI	0.846	0.9 ↑ : 양호	부적합
	RMSEA	0.056	0.1 ↓ : 보통 0.08 ↓ : 양호 0.05 ↓ : 좋음	양호
중분 적합 지수	NFI	0.923	0.9 ↑ : 양호	적합
	TLI	0.957	0.9 ↑ : 양호	적합
	CFI	0.962	0.9 ↑ : 양호	적합

확인적 요인분석 결과, 카이자승(χ^2)값은 458.531(자유도 = 242, $p=.000$), CMIN/p=458.531/.000, CMIN/DF=1.895, RMR=0.032, GFI=0.876, AGFI=0.846, RMSEA=0.056, NFI=0.923, TLI=0.957, CFI=0.962로 나타났다. 절대적합지수에서는 CMIN/p, GFI, AGFI에서 모델 적합성을 판단하는 기준 수치 이하로 나타나 이 모델은 적합하지 않은 것으로 결론을 내렸다.

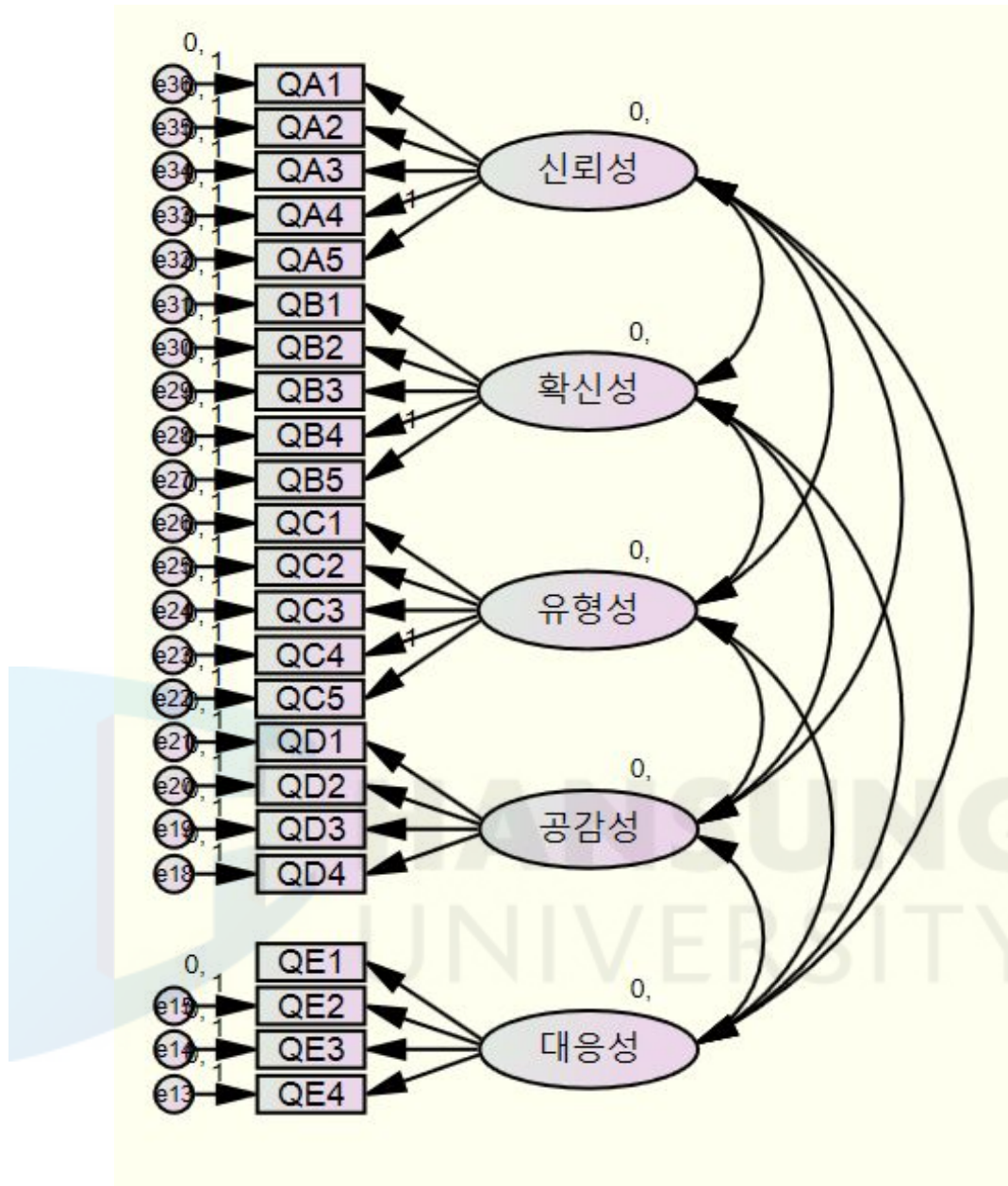
컨설팅 서비스 품질 확인요인분석의 모델은 적합하지 않은 것으로 결론을 내렸고, 재분석을 통하여 모델이 적합하도록 하기 위하여 SMC(Squared Multiple Correlations) 분석결과 "QE5(0.464)"로 잠재변수인 컨설팅 서비스 품질에 대해 상대적으로 설명력이 낮은 관계로 "QE5"를 제거하고 확인요인 분석을 재 실시 하였다.

<표 4-5> Squared Multiple Correlations(2차 분석결과)

	Estimate		Estimate
QA1	.948	QC4	.623
QA2	.696	QC5	.703
QA3	.703	QD1	.607
QA4	.608	QD2	.907
QA5	.691	QD3	.523
QB1	.986	QD4	.658
QB2	.603	QD5	.886
QB3	.603	QE1	.688
QB4	.864	QE2	.664
QB5	.783	QE3	.645
QC1	.946	QE5	.464
QC2	.567		
QC3	.543		

(3) 확인적 요인분석(3차)

컨설팅 서비스 품질에 대해 상대적으로 낮은 설명력을 보이는 “QE5”를 제거하고 3차 확인적 요인분석을 실시한 결과 <그림 4-4>와 같이 나타났다.



<그림 4-4> 확인적 요인분석(3차 분석 결과)

<표 4-6> 확인적 요인분석 결과(3차 분석결과)

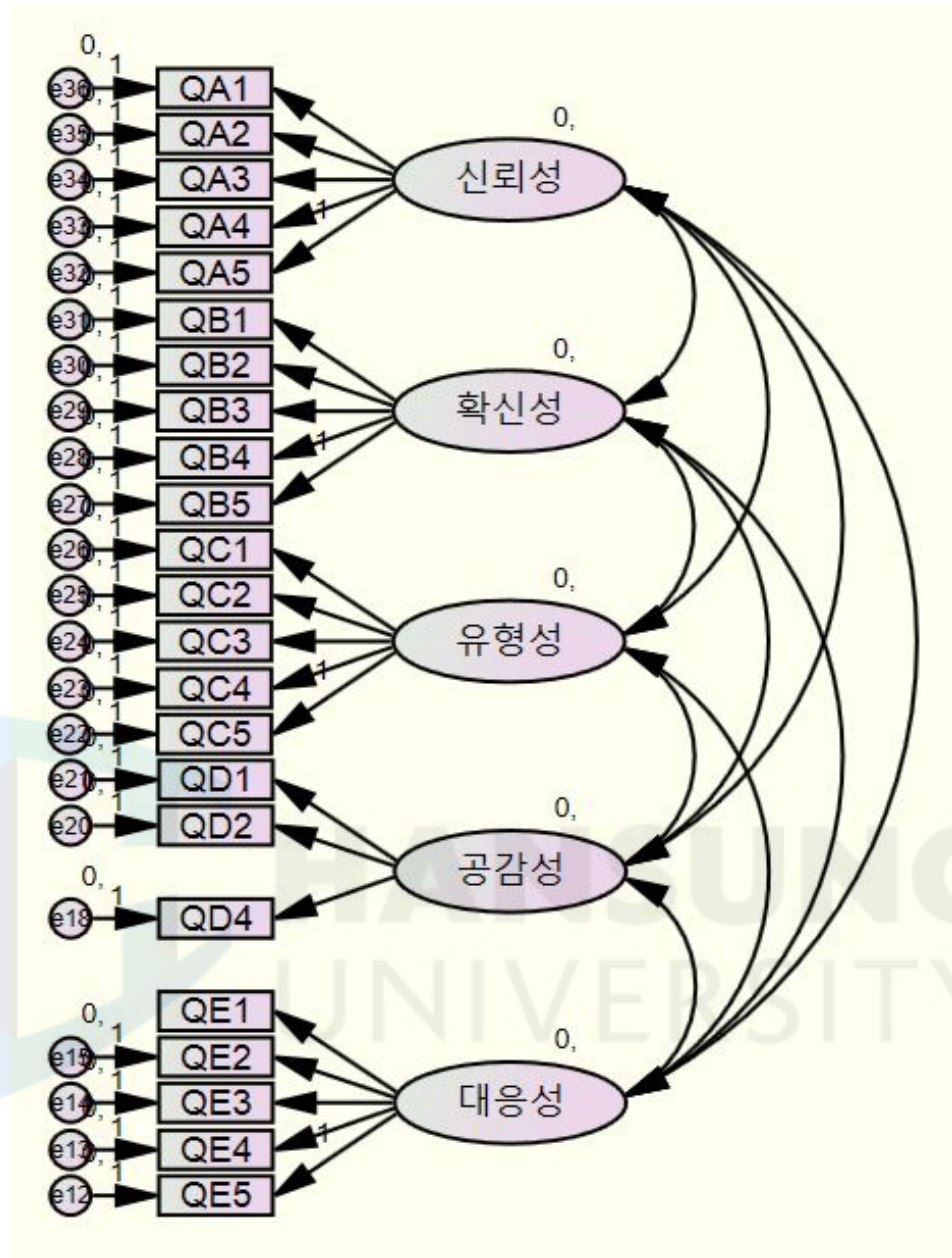
유형	구분	분석결과	판단기준	적합여부
	CMIN/p	325.620/000	p-value >0.05 : 양호	부적합
	CMIN/DF	1.480	2 이하 : 양호	적합

절대 적합 지수	RMR	0.055	0.05 ↓ : 양호	부적합
	GFI	0.900	0.9 ↑ : 양호	적합
	AGFI	0.874	0.9 ↑ : 양호	부적합
	RMSEA	0.041	0.1 ↓ : 보통 0.08 ↓ : 양호 0.05 ↓ : 좋음	적합
중분 적합 지수	NFI	0.621	0.9 ↑ : 양호	부적합
	TLI	0.799	0.9 ↑ : 양호	부적합
	CFI	0.826	0.9 ↑ : 양호	부적합

확인적 요인분석 결과, 카이자승(χ^2)값은 325.620(자유도 = 220, $p=.000$), $CMIN/p=325.620/.000/.000$, $CMIN/DF=1.480$, $RMR=0.055$, $GFI=0.900$, $AGFI=0.874$, $RMSEA=0.041$, $NFI=0.621$, $TLI=0.799$, $CFI=0.826$, $PGFI=0.717$, $PNFI=0.540$, $AIC=437.620$ 으로 나타났다. 절대적합지수에서는 $CMIN/p$, RMR , $AGFI$ 에서 중분적합지수에서는 NFI , TLI , CFI 에서 모델 적합성을 판단하는 기준 수치 이하로 나타나 이 모델은 적합하지 않은 것으로 결론을 내렸으나, 2차 분석결과 보다 결과치가 나빠 제거 하였던 "QE5"는 다시 복원시키고 차 순위 "QD3."를 제거 4차 확인요인 분석을 재 실시 하였다.

(4) 확인적 요인분석(4차)

컨설팅 서비스 품질에 대해 상대적으로 낮은 설명력을 보이는 차 순위 요인 "QD3"를 제거하고 "QE5"는 다시 복원을 시킨 후 4차 확인적 요인분석을 실시한 결과 <그림 4-5>와 같이 나타났다.



<그림 4-5> 확인적 요인분석(4차 분석 결과)

<표 4-7> 확인적 요인분석 결과(4차 분석결과)

유형	구분	분석결과	판단기준	적합여부
	CMIN/p	312.326/.000	p-value >0.05 : 양호	부적합
	CMIN/DF	1.420	2 이하 : 양호	적합

절대 적합 지수	RMR	0.061	0.05 ↓ : 양호	부적합
	GFI	0.904	0.9 ↑ : 양호	적합
	AGFI	0.879	0.9 ↑ : 양호	부적합
	RMSEA	0.039	0.1 ↓ : 보통 0.08 ↓ : 양호 0.05 ↓ : 좋음	적합
충분 적합 지수	NFI	0.635	0.9 ↑ : 양호	부적합
	TLI	0.580	0.9 ↑ : 양호	부적합
	CFI	0.847	0.9 ↑ : 양호	부적합

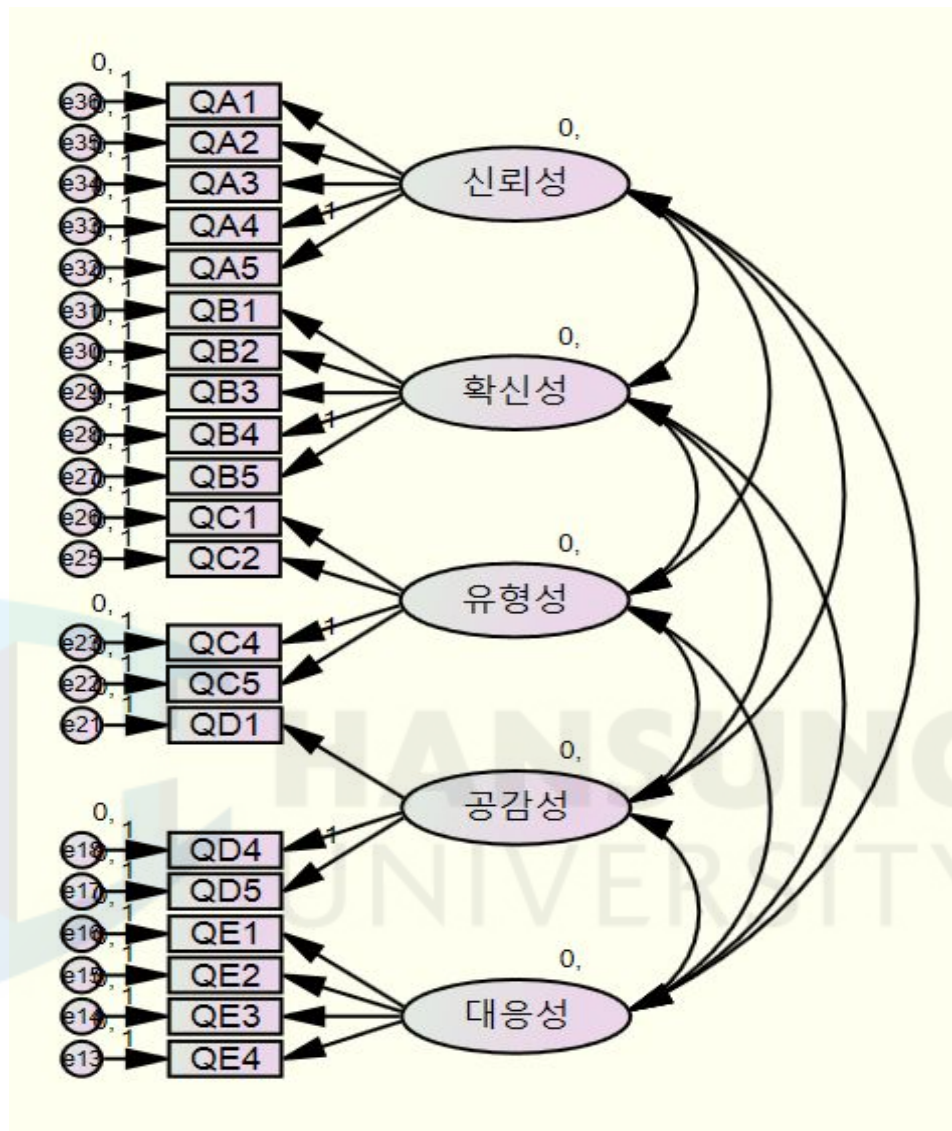
4차 확인적 요인분석 결과도 3차와 비슷한 결과가 도출되어 이 모델은 적합하지 않은 것으로 결론을 내렸다.

(5) 확인적 요인분석(최종 모델)

4차 확인적 요인분석 결과도 적합하지 않은 것으로 나와 이번에는 2차 SMC(Squared Multiple Correlations) 분석결과 가장 낮은 수치를 보였던, QD3와 QE5를 동시에 제거하여 5차 확인요인 분석을 재 실시 하였다.

5차 확인적 요인분석 결과, 카이자승(χ^2)값은 287.919(자유도 = 199, $p=.000$), $CMIN/p=287.919/.000$ (부적합), $CMIN/DF=1.447$ (적합), $RMR=0.054$ (부적합), $GFI=0.907$ (적합), $AGFI=0.882$ (부적합), $RMSEA=0.040$ (적합), $NFI=0.651$ (부적합), $TLI=0.826$ (부적합), $CFI=0.850$ (부적합), $PGFI=0.714$ (적합), $PNFI=0.560$ (적합), $AIC=395.919$ 으로 나타났다. $CMIN/p$, RMR , $AGFI$, NFI , TLI , CFI 가 모델 적합성을 판단하는 기준 수치 이하로 나타나 이 모델은 적합하지 않은 것으로 결론을 내렸다. 5차, 6차, 7차 확인요인 분석 결과에서도 3, 4차와 같이 충분적합지수가 부적합으로 나와 QD5는 복원하고 2차 모델에서 낮은 수치를 보인 QC3, QD2, QD3, QE5를 제거하고 8차 확인적 요인분석을 실시한 결과

<그림 4-6>과 같이 나타났다.



<그림 4-6> 확인적 요인분석(8차 분석 결과)

<표 4-8> 확인적 요인분석 결과(8차 분석결과)

유형	구분	분석결과	판단기준	적합여부
	CMIN/p	217.596/.026	p-value >0.05 : 양호	적합
	CMIN/DF	1.216	2 이하 : 양호	적합

절대 적합 지수	RMR	0.049	0.05 ↓ : 양호	적합
	GFI	0.927	0.9 ↑ : 양호	적합
	AGFI	0.905	0.9 ↑ : 양호	적합
	RMSEA	0.028	0.1 ↓ : 보통 0.08 ↓ : 양호 0.05 ↓ : 좋음	적합
충분 적합 지수	NFI	0.915	0.9 ↑ : 양호	적합
	TLI	0.918	0.9 ↑ : 양호	적합
	CFI	0.930	0.9 ↑ : 양호	적합

상기 <표 4-8>과 같이 양호하게 확인적 요인분석결과가 도출되었고, 인과계수 값에서도 <표 4-9>와 같이 C.R 값이 최저 9.495, 최대 28.560으로 기준값 ± 1.96 보다 크고, 유의확률 또한 $p=.000***$, SMC 값 또한 $QD5=.331$, $QA1=.966$, $QA2=.733$, $QA3=.726$, $QA4=.646$, $QA5=.714$, $QB1=.996$, $QB2=.622$, $QB3=.610$, $QB4=.863$, $QB5=.785$, $QC1=.939$, $QC2=.540$, $QC4=.640$, $QC5=.678$, $QD1=1.011$, $QD4=.572$, $QE1=.845$, $QE2=.674$, $QE3=.656$, $QE4=.598$ 값이 도출되었다.

카이자승(χ^2)값은 217.596(자유도 = 179, $p=.026$), $CMIN/p=217.596/.026$, $CMIN/DF=1.216$, $RMR=0.049$, $GFI=0.927$, $AGFI=0.905$, $RMSEA=0.028$, $NFI=0.915$, $TLI=0.918$, $CFI=0.930$, $PGFI=0.718$, $PNFI=0.610$, $AIC=321.596$ 의 값이 도출되어 잠재변수는 해당 측정변수들의 변량을 잘 설명하는 것으로 해석 $QC3$, $QD2$, $QD3$, $QE5$ 를 제거한 나머지 변수를 최종적으로 이용하기로 하였다.

<표 4-9> 인과계수

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
QE4<---대응성	1.000				

QE3<---대응성	.944	.070	13.504	***	
QE2<---대응성	.978	.073	13.335	***	
QE1<---대응성	1.078	.075	14.285	***	
QD4<---공감성	1.000				
QD1<---공감성	1.396	.103	13.543	***	
QC5<---유형성	1.000				
QC4<---유형성	1.046	.071	14.760	***	
QC2<---유형성	1.009	.078	12.942	***	
QC1<---유형성	1.322	.068	19.355	***	
QB5<---확신성	1.000				
QB4<---확신성	1.066	.047	22.680	***	
QB3<---확신성	.893	.057	15.704	***	
QB2<---확신성	.860	.055	15.597	***	
QB1<---확신성	1.265	.044	28.560	***	
QA5<---신뢰성	1.000				
QA4<---신뢰성	1.024	.069	14.784	***	
QA3<---신뢰성	1.093	.067	16.362	***	
QA2<---신뢰성	1.165	.072	16.147	***	
QA1<---신뢰성	1.260	.054	23.164	***	
QD5<---공감성	.800	.085	9.459	***	

(6) 집중 타당성 검증

모델의 전반적인 적합도를 평가하기 위하여 구성개념 타당성을 측정해보

면 <표 4-10>과 같다.

<표 4-10> 구성개념 타당성 검증

	표준화계수	표준오차	AVE	개념신뢰도
QE4<---대응성	0.812	0.172	0.86	0.96
QE3<---대응성	0.825	0.129		
QE2<---대응성	0.839	0.126		
QE1<---대응성	0.924	0.055		
QD5<---공감성	0.584	0.279	0.82	0.70
QD4<---공감성	0.733	0.164		
QD1<---공감성	0.981	-0.018		
QC5<---유형성	0.841	0.136	0.82	0.95
QC4<---유형성	0.79	0.178		
QC2<---유형성	0.747	0.283		
QC1<---유형성	0.945	0.027		
QB5<---확신성	0.885	0.114	0.86	0.97
QB4<---확신성	0.93	0.075		
QB3<---확신성	0.777	0.238		
QB2<---확신성	0.777	0.214		
QB1<---확신성	0.943	0.01		
QA5<---신뢰성	0.832	0.12	0.85	0.97
QA4<---신뢰성	0.778	0.184		
QA3<---신뢰성	0.836	0.141		
QA2<---신뢰성	0.833	0.162		
QA1<---신뢰성	0.945	0.021		

<표 4-10>은 수렴 타당성 검증의 결과를 나타내는 것으로 모든 잠재변수와 관측 변수의 관계는 유의하게 나타났으며, 요인부하량이 .5 이상 이었다. 각 항목별로 AVE와 개념 신뢰도도 기준치를 초과하여 수렴타당성을 만족하는 것으로 보인다.

(7) 판별 타당성 검증

판별 타당성은 서로 다른 잠재변수가 얼마나 구별되고 있는지를 의미하는 것으로, 두 구성개념 각각의 AVE값이 두 개념간의 상관계수 제곱 값보다 클 경우 판별 타당성이 있다고 평가하므로 <표 4-11>은 이러한 판별 타당성 검토 결과 값이다.

<표 4-11> 판별타당성 검증

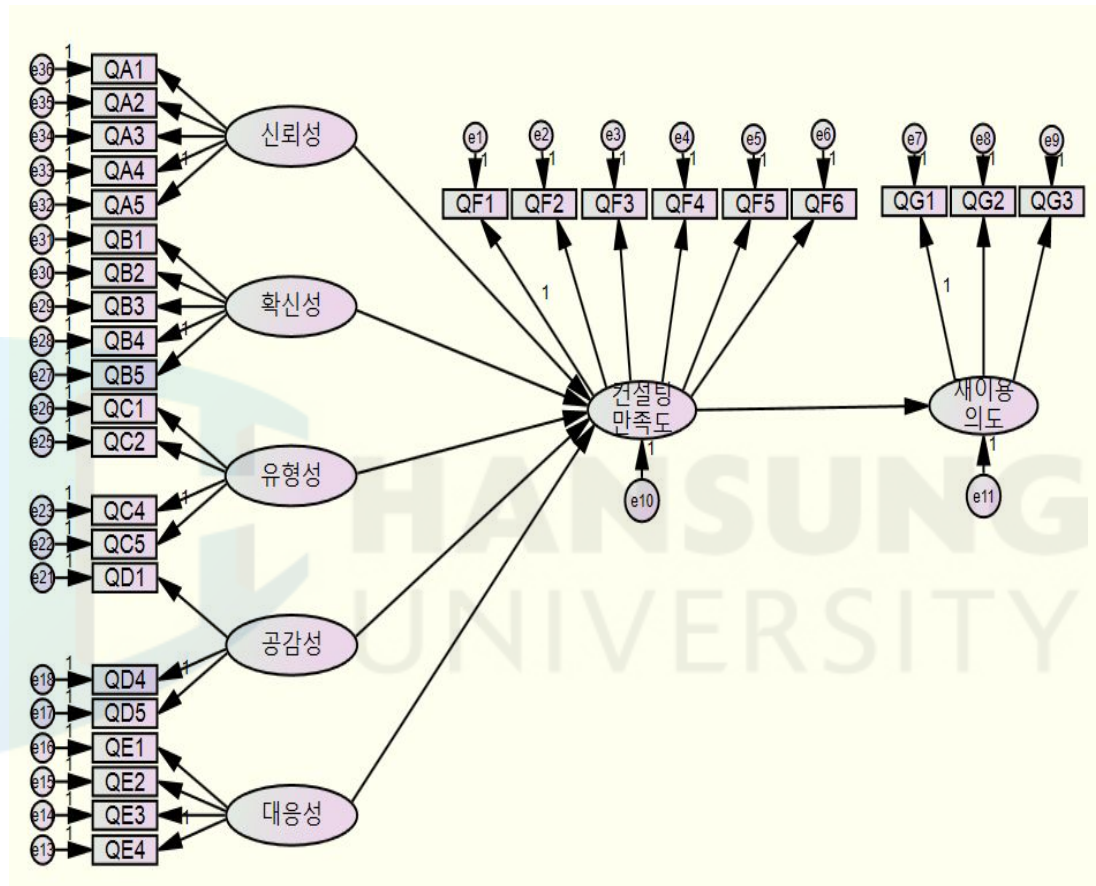
연구변수	신뢰성	확신성	유형성	공감성	대응성	AVE	개념신뢰도
신뢰성	1.00					0.86	0.96
확신성	.267 (.021)	1.00				0.82	0.70
유형성	.325 (.020)	.347 (.025)	1.00			0.82	0.95
공감성	.446 (.016)	.346 (.018)	.437 (.017)	1.00		0.86	0.97
대응성	.233 (.020)	.450 (.027)	.473 (.025)	.337 (.016)	1.00	0.85	0.97

측정모형을 분석한 후 모형의 타당성을 평가한 결과는 <표4-11>에 나타냈다. 그 결과 모든 변수들은 .70 이상의 값을 보였고 모든 변수들 간의 상관계수의 제곱 값이 AVE값을 초과하지 않는 것으로 나타났다. 또한 표준오차 추정구간(two-standard error interval estimates)에서 어떠한 상관계수도 1을 포함하지 않는 것으로 나타났다. 따라서 모든 변수들은 판별 타당성을 확보하였다고 할 수 있다.

4.4 연구가설의 검증

4.4.1 제안 모델 검증

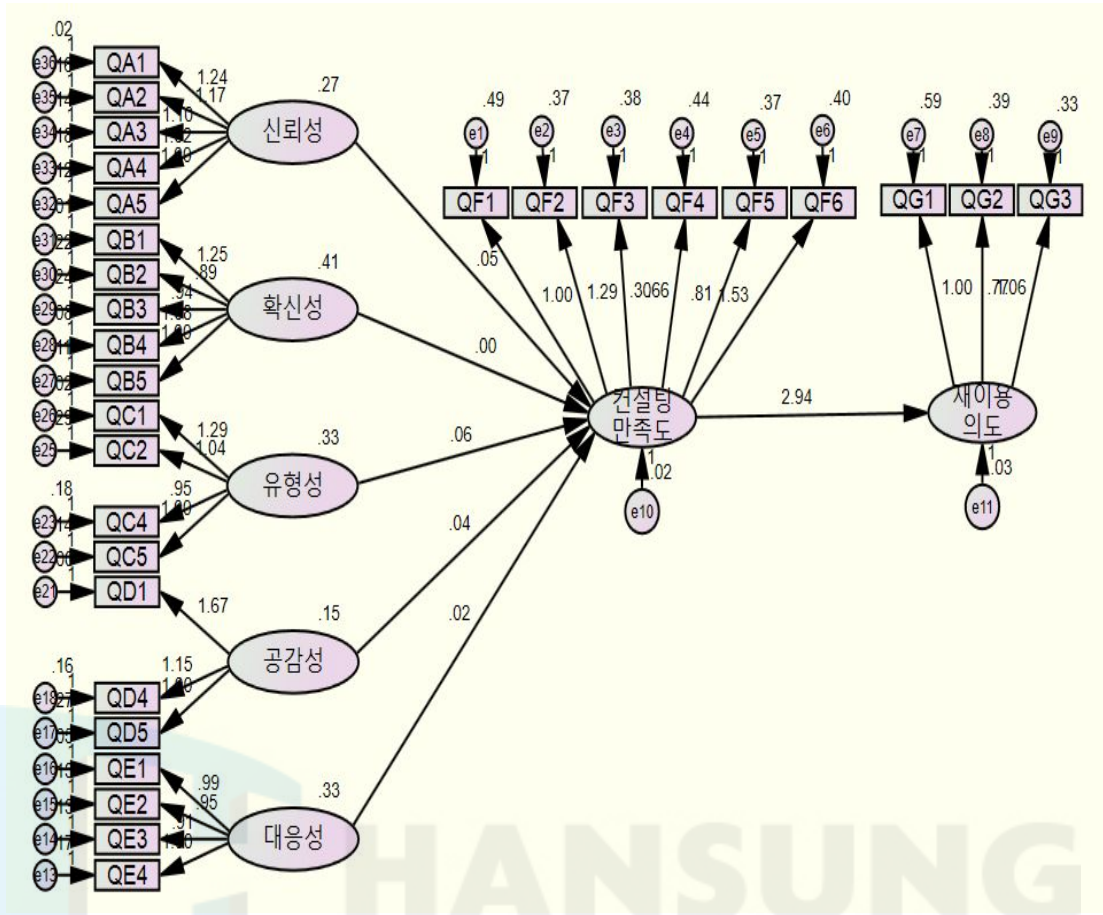
(1) 제안 모델 검증(1차)



<그림 4-7> 제안 모델

확인요인 분석과 측정모델 분석을 통해 본 연구논문 3.3 연구가설의 설정을 검증하기 위하여 <그림 4-7>에 제안모델을 구성하였다.

연구모형에 따라 연구모형을 AMOS에서 구조방정식 모델로 작성하기 위해 잠재변수와 측정변수, 내생잠재변수의 관계에 대해 제안모델을 분석하면 <그림 4-8>과 같이 나타남을 알 수 있다.



<그림 4-8> 제안모델 측정결과

제안모델을 분석한 결과 컨설팅 만족도는 재이용 의도로($C.R.=2.320$, $p=.021$), 신뢰성은 컨설팅 만족도($C.R.=2.135$, $p=.015$)로, 유형성은 컨설팅 만족도($C.R.=2.270$, $p=.023$)으로, 공감성은 컨설팅 만족도($C.R.=2.193$, $p=.028$)로 나타나 통계적 유의수준 하에서 가설1, 가설3, 가설4 및 가설6은 채택되었다. 그 이외의 가설은 $C.R.$ 값 혹은 p 값을 기준으로 보면 모두 기각되었다.

적합도 검정 결과를 살펴보면, 카이자승(χ^2)값은 523.125(자유도 = 389, $p=.000$), $CMIN/p=523.125/.000/.000$, $CMIN/DF=1.345$, $RMR=0.026$, $GFI=0.890$, $AGFI=0.869$, $RMSEA=0.035$, $NFI=0.905$, $TLI=0.970$, $CFI=0.974$, $PGFI=0.745$, $PNFI=0.809$, $AIC=675.125$ 으로 나타났다. $CMIN/p$, GFI , $AGFI$ 에서 모델 적합성을 판단하는 기준 수치 이하로 나타나 이 모델은 적합하지 않은 것으

로 결론을 내렸다.

<표 4-12> 확인적 요인분석 결과(3차 분석결과)

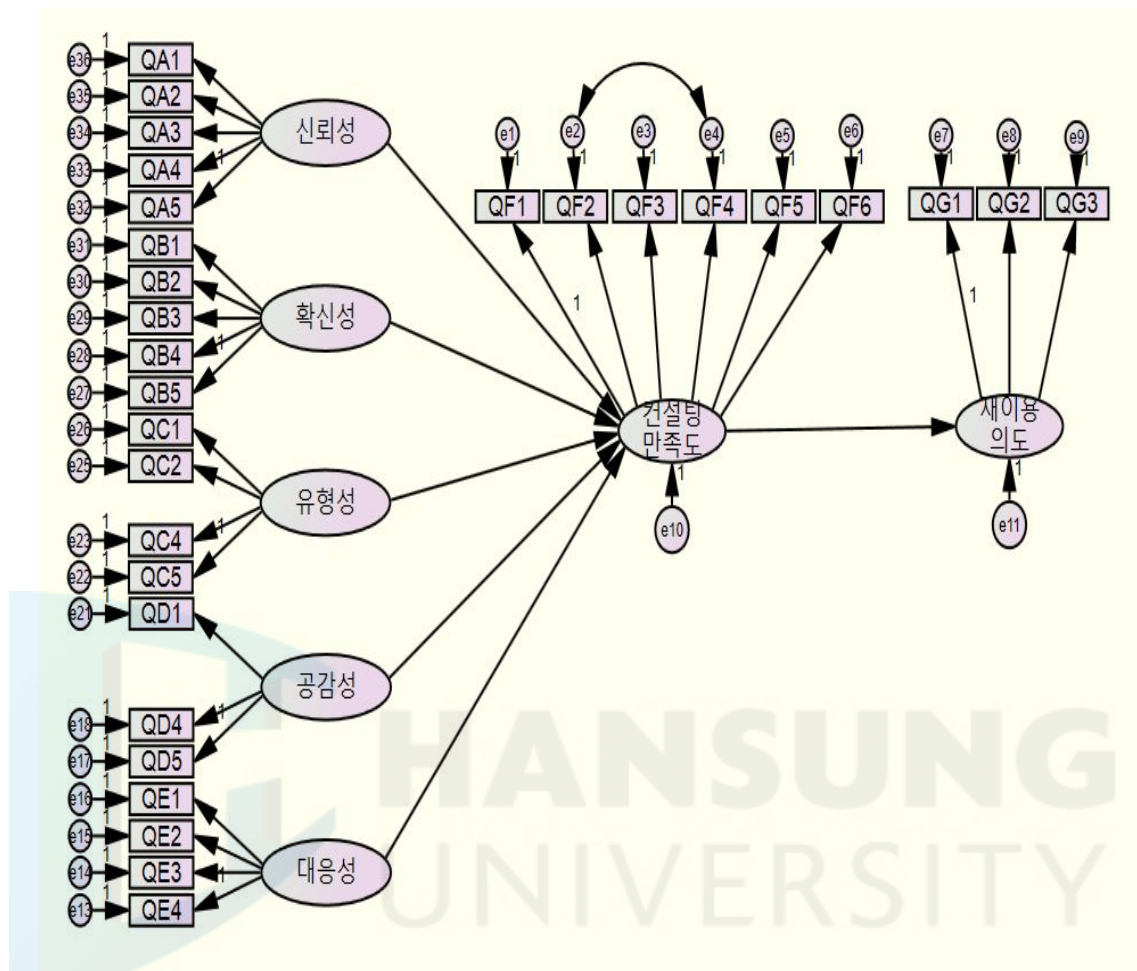
유형	구분	분석결과	판단기준	적합여부
절대 적합 지수	CMIN/p	523.125/.000	p-value >0.05 : 양호	부적합
	CMIN/DF	1.345	2 이하 : 양호	적합
	RMR	0.026	0.05 ↓ : 양호	적합
	GFI	0.890	0.9 ↑ : 양호	부적합
	AGFI	0.869	0.9 ↑ : 양호	부적합
	RMSEA	0.035	0.1 ↓ : 보통 0.08 ↓ : 양호 0.05 ↓ : 좋음	적합
중분 적합 지수	NFI	0.905	0.9 ↑ : 양호	적합
	TLI	0.970	0.9 ↑ : 양호	적합
	CFI	0.974	0.9 ↑ : 양호	적합

(2) 제안 모델 검정(2차)

제안모델의 적합도 결과를 수용하지 않고 제안모델의 적합도를 향상시킬 수 있도록 하기위해 상관이나 경로를 추가 적합도를 향상시키고, 카이스퀘어 제곱 값을 유의하게 감소시켜 적합도를 향상 시키고자 하였다.

AMOS에서 제안모델의 적합도를 향상시키기 위해 수정지수를 이용 카이

제곱 값을 낮추기 위해 e2와 e4 사이를 공분산 설정을 하여 분석을 실시하면 다음 <그림4-9>와 같다.



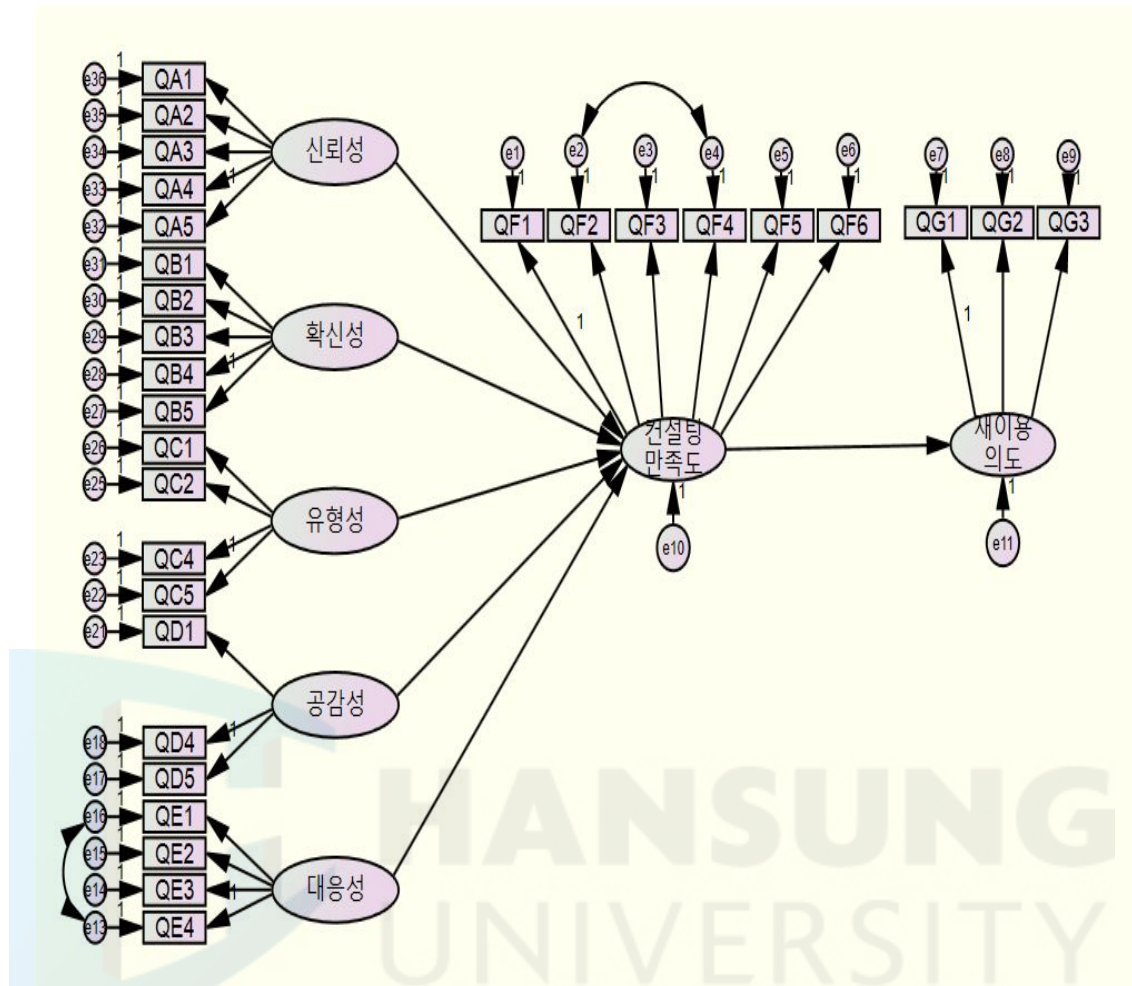
<그림 4-9> 제안모델 측정결과(2차)

CMIN/p=517.167/.000(부적합), CMIN/DF=1.333, RMR=0.026, GFI=0.891(부적합), AGFI=0.870(부적합), RMSEA=0.034, NFI=0.906, TLI=0.971, CFI=0.975로 모델 적합성을 판단하는 기준 수치 이하로 나타나 이 모델은 적합하지 않은 것으로 결론을 내렸다.

(2) 제안 모델 검정(2차)

수정지수를 이용 카이제곱 값을 낮추기 위해 e13와 e16 사이를 공분산 설

정을 하여 분석을 실시하면 다음 <그림 4-10>과 같다.

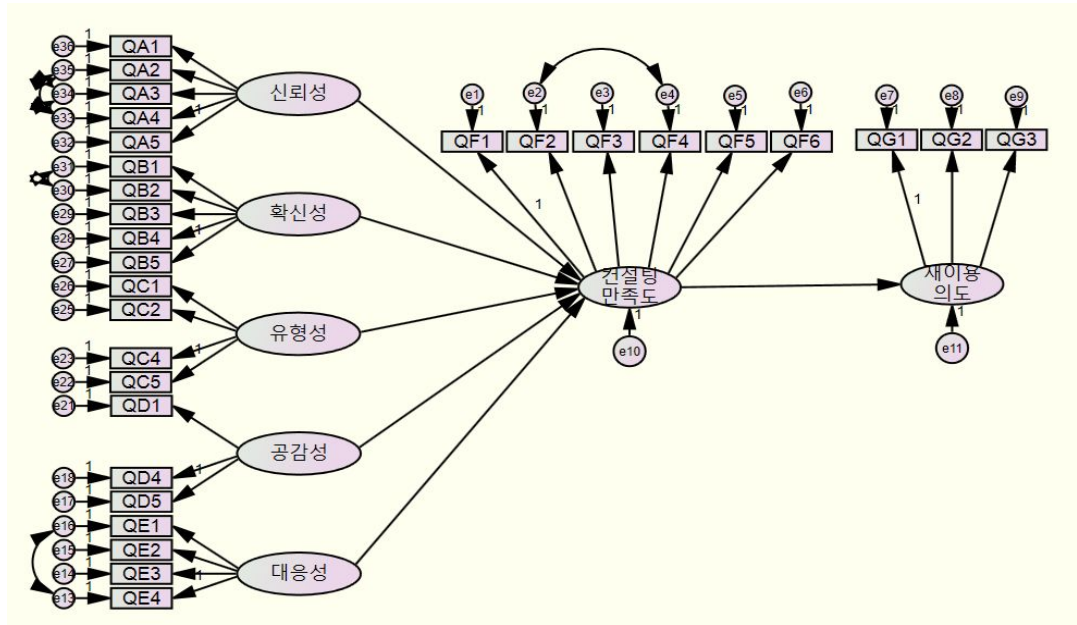


<그림 4-10> 제안모델 측정결과(3차)

CMIN/p=511.200/.000(부적합), CMIN/DF=1.321, RMR=0.026, GFI=0.893(부적합), AGFI=0.871(부적합), RMSEA=0.034, NFI=0.907, TLI=0.973, CFI=0.976, PGFI=0.743, PNFI=0.807, AIC=667.200으로 모델 적합성을 판단하는 기준 수치 이하로 나타나 이 모델은 적합하지 않은 것으로 결론을 내렸다.

(3) 제안 모델 검정(최종)

4차 e33와 e34, 5차 e33와 e35, 6차 e30와 e31, 7차 e33와 e34 사이를 공분산 설정을 하여 분석을 실시하면 다음 <그림 4-11>과 같다.



<그림 4-11> 제안모델 측정결과(7차 : 최종모형)

<표 4-13> 확인적 요인분석 결과(최종 분석결과)

유형	구분	분석결과	판단기준	적합여부
절대 적합 지수	CMIN/p	477.996/.001	p-value >0.05 : 양호	적합
	CMIN/DF	1.248	2 이하 : 양호	적합
	RMR	0.026	0.05 ↓ : 양호	적합
	GFI	0.901	0.9 ↑ : 양호	적합
	AGFI	0.902	0.9 ↑ : 양호	적합
	RMSEA	0.030	0.1 ↓ : 보통 0.08 ↓ : 양호 0.05 ↓ : 좋음	적합
충분 적합 지수	NFI	0.913	0.9 ↑ : 양호	적합
	TLI	0.979	0.9 ↑ : 양호	적합
	CFI	0.981	0.9 ↑ : 양호	적합

7차 수정지수 공분산 설정을 한 결과 <표 4-13>과 같은 결과가 도출 되었으며, 전반적으로 모형 적합도가 향상되었으며, (Hair et al., 2006)에 의해 제시된 적합도 기준을 만족시켰다. 연구모형과 최종모형(수정모형7)과의 모형 적합도지수는 <표 4-13>과 같고 제안모델의 적합도 검정결과를 수용하는데 무리가 없어 최종 제안 모델의 적합도를 수용하여 가설 검정을 하였다.

4.4.1 가설검증 결과

본 연구에서 가설검증은 가설을 구성하는 변수 간 경로계수의 확인을 통해 이루어졌고 본 연구에서의 최종 모형에서 가설에 대한 검증결과는 다음과 같다.

가설1. 컨설팅 서비스 품질 신뢰성은 컨설팅 만족도에 정(+)의 방향으로 영향을 미칠 것이다. 에 대한 검정결과 계수 값은 1.358, C.R. = 2.221, $p = 0.026$ 으로 95%의 신뢰수준에서 통계적으로 유의하여 가설은 채택되었다.

가설2. 컨설팅 서비스 품질 확신성은 컨설팅 만족도에 정(+)의 방향으로 영향을 미칠 것이다. 에 대한 검정결과 계수 값은 0.603, C.R. = 2.093, $p = 0.036$ 으로 95%의 신뢰수준에서 통계적으로 유의하여 가설은 채택되었다.

가설3. 컨설팅 서비스 품질 유형성은 컨설팅 만족도에 정(+)의 방향으로 영향을 미칠 것이다. 에 대한 검정결과 계수 값은 0.718, C.R. = 2.206, $p = 0.027$ 로 95%의 신뢰수준에서 통계적으로 유의하여 가설은 채택되었다.

가설4. 컨설팅 서비스 품질 공감성은 컨설팅 만족도에 정(+)의 방향으로 영향을 미칠 것이다. 에 대한 검정결과 계수 값은 0.025, C.R. = 2.399, $p = 0.016$ 으로 95%의 신뢰수준에서 통계적으로 유의하여 가설은 채택되었다.

가설5. 컨설팅 서비스 품질 대응성은 컨설팅 만족도에 정(+)의 방향으로 영향을 미칠 것이다. 에 대한 검정결과 계수 값은 0.012, C.R. = 2.705, $p = 0.007$ 로 95%의

신뢰수준에서 통계적으로 유의하여 가설은 채택되었다.

가설6. 컨설팅 만족도는 재이용 의도에 정(+)의 방향으로 영향을 미칠 것이다. 에 대한 검정결과 계수 값은 0.015, C.R. = 2.455, $p = 0.014$ 로 95%의 신뢰수준에서 통계적으로 유의하여 가설은 채택되었다.

<표 4-14> 가설검증 결과

가설		Estimate	C.R.	P
가설1	컨설팅 서비스품질(신뢰성) → 컨설팅 만족도	1.358	2.221	0.026
가설2	컨설팅 서비스품질(확신성) → 컨설팅 만족도	0.603	2.093	0.036
가설3	컨설팅 서비스품질(유형성) → 컨설팅 만족도	0.718	2.206	0.027
가설4	컨설팅 서비스품질(공감성) → 컨설팅 만족도	0.025	2.399	0.016
가설5	컨설팅 서비스품질(대응성) → 컨설팅 만족도	0.012	2.705	0.007
가설6	컨설팅 만족도 → 컨설팅 재이용 의도	0.015	2.455	0.014

V. 결 론

컨설팅 분야 및 방법은 과거보다 더 세분화되고 정교화 되고 있는 지식서비스 산업으로 나날이 중요성과 영향력이 증가하고 있는 추세이다. 이러한 컨설팅 산업의 중요성에 따라 다양한 컨설팅 관련 연구들이 나오고 있다.

이에 본 연구에서는 컨설팅 서비스 품질 중 어떠한 분야에 컨설팅 만족도를 높였는지 관찰하고자 하였고, 컨설팅 만족도를 통해 기 수행 컨설팅 기업(기관)에 대한 재이용 의도를 관찰하고자 하였다.

따라서 수진기업에서 느끼는 컨설팅 서비스 품질이 컨설팅 만족도와 함께 재이용 의도로 연결되는지를 알아보하고자 다음과 같은 연구 가설을 설정하였다.

가설1. 컨설팅 서비스 품질 신뢰성은 컨설팅 만족도에 정(+)의 방향으로 영향을 미칠 것이다.

가설2. 컨설팅 서비스 품질 확신성은 컨설팅 만족도에 정(+)의 방향으로 영향을 미칠 것이다.

가설3. 컨설팅 서비스 품질 유형성은 컨설팅 만족도에 정(+)의 방향으로 영향을 미칠 것이다.

가설4. 컨설팅 서비스 품질 공감성은 컨설팅 만족도에 정(+)의 방향으로 영향을 미칠 것이다.

가설5. 컨설팅 서비스 품질 대응성은 컨설팅 만족도에 정(+)의 방향으로 영향을 미칠 것이다.

가설6. 컨설팅 만족도는 재이용 의도에 정(+)의 방향으로 영향을 미칠 것이다.

컨설팅 서비스 품질이 컨설팅 만족도 및 재이용 의도에 미치는 영향에 대해 구조방정식 모형을 구성하고 분석 및 모형 적합도를 평가하는 기준을 정

리하고, 최적의 모형을 선택하기 위해 관측된 자료들을 구조방정식 모형에 적합한지 개별 모수 값들을 통계적 검정 및 적합도 지수를 통해 최적의 모형을 선택하였다.

그 결과 가설검증은 가설을 구성하는 변수 간 경로계수의 확인을 통해 이루어졌고 본 연구에서의 최종 모형에서 가설에 대한 검증결과는 다음과 같다.

가설1. 컨설팅 서비스 품질 신뢰성은 컨설팅 만족도에 정(+)의 방향으로 영향을 미칠 것이다. 에 대한 검정결과 계수 값은 1.358, C.R. = 2.221, $p = 0.026$ 으로 95%의 신뢰수준에서 통계적으로 유의하여 가설은 채택되었다.

가설2. 컨설팅 서비스 품질 확신성은 컨설팅 만족도에 정(+)의 방향으로 영향을 미칠 것이다. 에 대한 검정결과 계수 값은 0.603, C.R. = 2.093, $p = 0.036$ 으로 95%의 신뢰수준에서 통계적으로 유의하여 가설은 채택되었다.

가설3. 컨설팅 서비스 품질 유형성은 컨설팅 만족도에 정(+)의 방향으로 영향을 미칠 것이다. 에 대한 검정결과 계수 값은 0.718, C.R. = 2.206, $p = 0.027$ 로 95%의 신뢰수준에서 통계적으로 유의하여 가설은 채택되었다.

가설4. 컨설팅 서비스 품질 공감성은 컨설팅 만족도에 정(+)의 방향으로 영향을 미칠 것이다. 에 대한 검정결과 계수 값은 0.025, C.R. = 2.399, $p = 0.016$ 으로 95%의 신뢰수준에서 통계적으로 유의하여 가설은 채택되었다.

가설5. 컨설팅 서비스 품질 대응성은 컨설팅 만족도에 정(+)의 방향으로 영향을 미칠 것이다. 에 대한 검정결과 계수 값은 0.012, C.R. = 2.705, $p = 0.007$ 로 95%의 신뢰수준에서 통계적으로 유의하여 가설은 채택되었다.

가설6. 컨설팅 만족도는 재이용 의도에 정(+)의 방향으로 영향을 미칠 것이다. 에 대한 검정결과 계수 값은 0.015, C.R. = 2.455, $p = 0.014$ 로 95%의 신뢰수준에서 통

계적으로 유의하여 가설은 채택되었다.

실증분석 결과 컨설팅을 수진한 중소기업의 컨설팅 서비스 품질 속성에 대해 대응성, 공감성, 유형성, 확신성, 신뢰성 순으로 상대적 중요도가 높은 것으로 나타나 고객에게 맞춤형 컨설팅 서비스 품질을 제공할 수 있는 방안을 제시 하였다.

본 연구의 결과는 선행연구들과는 연구대상 및 연구방법론의 차이로 직접 비교가 어렵고, 컨설팅을 수진한 기업을 대상으로 실시하였기 때문에 연구결과를 일반화하기에는 다소 제한이 있으나, 컨설팅 서비스 품질을 통해 컨설팅에 대한 만족도와 재이용의도에 미치는 영향에 대해 알아보는 구조방정식 연구모형을 제시하고 실증 분석한 것에 의의가 있다고 할 수 있다. 추후 컨설팅 서비스 품질 속성 중 우선순위에 대한 잠재변인을 찾아내는 후속 연구가 요구된다.



참 고 문 헌

1. 국내문헌

강버들(2005), 지식서비스산업에서 서비스품질평가의 상대적 차이, 서울대학교 대학원, 국내석사학위논문

강형모(2007), 비즈니스 컨설팅 서비스의 품질과 편익이 고객 결속에 미치는 영향에 관한 연구, 숭실대학교, 국내석사학위논문

구자면(2007), IT컨설팅 서비스 품질 요인 선정과 고객만족에 미치는 영향에 관한 연구, 경희대학교 대학원, 국내석사학위논문

구정희(2012), 서비스 브랜드의 지각된 품질과 매력도가 관계사의 제품과 서비스의 이용에 미치는 영향, 한양대학교 대학원, 국내석사학위논문

권기철(2011), 경영컨설팅 서비스 품질 구성요인이 재계약과 추천의향에 미치는 영향에 관한 연구, 숭실대학교 중소기업대학원, 국내석사학위논문

김광훈(1999), 經營컨설팅 서비스 品質 決定要因에 關한 研究, 고려대학교, 국내석사학위논문

김남형(2012), 컨설팅 대응정도와 성공요인을 매개로 컨설팅성과와 경영성과에 미치는 영향에 관한 실증연구, 한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원, 국내석사학위논문

김남형(2012), 컨설팅 대응정도와 성공요인을 매개로 컨설팅성과와 경영성과에 미치는 영향에 관한 실증연구, 한성대학교 지식서비스, &컨설팅대학원, 국내석사학위논문

김병재(2008), 중소기업의 경영컨설팅 서비스품질과 고객만족에 관한 연구, 부산대학교, 국내석사학위논문

김보겸(2009), IT 컨설팅 서비스 품질이 고객가치, 고객만족 및 재구매의도에 미치는 영향, 성균관대학교 경영대학원, 국내석사학위논문

김봉연(2007), 6시그마 경영컨설팅 서비스품질이 고객만족에 미치는 영향, 경북대학교 대학원, 국내석사학위논문

김소정(2012), 경영컨설팅 서비스품질과 고객충성도의 관계에서 관계몰입의 조절효과에 관한 연구, 금오공과대학교, 국내석사학위논문

김수현(2012), 소매점포의 중요도-성과분석에 관한 연구, 배재대학교 컨설팅대학원, 국내석사학위논문

김신(2009), IT 컨설팅과 정보시스템 감리의 서비스 만족에 대한 비교 연구, 건국대학교 정보통신대학원, 국내석사학위논문

김영숙(2013), 컨설팅 성공에 미치는 요인간 영향 차이 분석, 한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원, 국내석사학위논문

김용성(2004), 외부PMO(Project Management Office) 컨설팅 서비스 품질 평가모델에 관한 연구, 한양대학교 경영대학원, 국내석사학위논문

김운선(2013), 지식재산경영 컨설팅이 중소기업의 경영성과에 미치는 영향에 관한 실증적 분석, 고려대학교 기술경영전문대학원, 국내석사학위논문

김종광(2013), 경영컨설팅 서비스품질 측정모형의 비교와 기업성과에 관한 연구, 동명대학교 대학원, 국내박사학위논문

김진규(2008), 정보시스템감리 서비스 품질요인 선정과 고객만족에 미치는 영향에 관한 연구, 건국대학교 정보통신대학원, 국내석사학위논문

김태호(2013), 노무컨설팅서비스의 서비스 품질요인이 고객 만족도 및 재구매 의도에 미치는 영향에 대한 연구, 한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원, 국내석사학위논문

김현우(2012), 컨조인트 분석을 통한 컨설팅 서비스 품질에 대한 고객 선호

도에 관한 연구, 금오공과대학교, 국내석사학위논문

김후진(2014), 경영컨설팅서비스와 경영컨설턴트의 역량이 경영성과에 미치는 영향, 창원대학교 대학원, 국내박사학위논문

문영(2006), 서비스품질 평가가 가치, 만족, 재이용의도에 미치는 영향에 관한 연구, 경희대학교 대학원, 국내석사학위논문

문효승(2012), 중소기업 참여의지가 컨설팅 성과와 재이용에 미치는 요소에 관한 연구, 한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원, 국내석사학위논문

박경용(2013), 정보시스템 감리컨설팅이 사용자 만족도에 미치는 영향 요인에 관한 연구, 한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원, 국내석사학위논문

박경준(2001), 전문가 서비스품질의 영향요인에 관한 연구, 고려대학교, 국내석사학위논문

박미정(2013), 소셜커머스 이용에 따른 헤어서비스 만족도와 재이용의도, 서경대학교 미용예술대학원, 국내석사학위논문

박수경(1996), 정보시스템 컨설팅 서비스의 품질 요인에 관한 연구, 서강대학교 대학원, 국내석사학위논문

박정호(2013), 컨설팅 성과 고도화 요인이 컨설팅 만족도와 경영성과에 미치는 영향에 관한 실증연구, 숭실대학교 중소기업대학원, 국내석사학위논문

변 학섭(2005), 고객의 지각된 가치가 고객만족과 재이용의도에 미치는 영향, 경북대학교, 국내석사학위논문

변기면(2012), 정보화컨설팅 서비스품질과 만족도가 정보화 활용에 미치는 영향에 관한연구, 한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원, 국내석사학위논문

서재원(2013), 컨설턴트간의 관계특성이 협업과 컨설팅 서비스 품질, 성과에 미치는 영향에 관한 연구, 한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원, 국

내석사학위논문

성기훈(2010), 내부 IT감사의 컨설팅서비스 품질요인이 고객만족도에 미치는 영향에 관한 연구, 연세대학교 정보대학원, 국내석사학위논문

신동주(2012), 컨설턴트의 역량이 서비스 품질, 컨설팅 성과 및 재구매 의도에 미치는 영향에 관한 연구, 한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원, 국내석사학위논문

신상복(2012), 경영컨설팅 서비스품질이 고객만족도에 미치는 영향에 관한 연구, 동명대학교 대학원, 국내박사학위논문

심종섭(2012), 중소기업 컨설팅이 기업에 미치는 만족도와 성과에 관한 연구, 한양대학교 기업경영대학원, 국내석사학위논문

안현정(2005), 서비스품질이 재이용의도에 미치는 구조적 영향에 관한 연구, 釜慶大學校 大學院, 국내석사학위논문

윤근식(2011), MTS(Mobile Trading System) 서비스품질이 재이용의도에 미치는 영향에 관한 연구, 한양대학교 대학원, 국내석사학위논문

윤용기(2005), IT 아웃소싱 고객만족도 평가시스템 개발 및 활용에 관한 연구, 연세대학교 대학원, 국내박사학위논문

윤일선(2014), 경영컨설팅의 서비스품질이 중소기업의 인지된 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구, 부산대학교 대학원, 국내석사학위논문

윤희숙; 서진욱(2013), CRS품질이 지각된 유용성, 사용자만족 그리고 재이용의도에 미치는 영향, 배재대학교 관광축제호텔대학원, 국내석사학위논문

이덕희(2009), 經營컨설팅 서비스品質이 顧客忠誠度에 미치는 影響에 關한 研究, 창원대학교, 국내석사학위논문

이동수(2009), 인터넷뱅킹 서비스품질이 고객만족 및 재이용 의도에 미치는

- 영향, 영남대학교 대학원, 국내석사학위논문
- 이명룡(2010), 공공부문의 서비스품질 전략이 고객만족과 재이용의도에 미치는 영향에 관한 연구, 창원대학교, 국내석사학위논문
- 이성백(2011), 품질경영시스템의 도입이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구, 한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원, 국내석사학위논문
- 이승목(2013), 컨설팅 서비스 품질이 재 구매 의도에 미치는 영향, 금오공과대학교, 국내석사학위논문
- 이태준(2013), 서비스 품질이 고객만족과 재이용의도에 미치는 영향에 관한 연구, 서경대학교 대학원, 국내박사학위논문
- 이화수(2013), 컨설턴트의 역량과 경영자특성이 컨설팅서비스품질과 컨설팅 성과에 미치는 영향에 관한 연구, 한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원, 국내석사학위논문
- 전기수(2009), 중소벤처기업 경영컨설팅이 경영성과에 미치는 영향에 관한 실증 연구, 건국대학교 대학원, 국내박사학위논문
- 전성열(2008), 경영 컨설팅 서비스 품질 향상방안에 관한 연구, 중앙대학교 산업창업경영대학원, 국내석사학위논문
- 조운익(2010), 중소기업 컨설팅의 서비스 품질과 만족도 분석, 한성대학교, 국내석사학위논문
- 채준원(2011), 컨설팅 유형에 따른 중소기업의 컨설팅 서비스 결정요인에 관한 연구, 부산대학교, 국내박사학위논문
- 최락구(2013), 서비스 품질을 매개로 한 아웃소싱 공급업체의 역량과 파트너십이 아웃소싱 근로자의 이중몰입에 미치는 영향 연구, 한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원, 국내석사학위논문
- 최명규(2014), 중소기업 경영컨설팅의 서비스품질이 인지된 기업성과에 미치는

는 영향에 관한 연구, 숭실대학교 대학원, 국내박사학위논문

최인호(2002), 고객만족과 구매 후 행동간의 상관성에 관한 연구, 仁荷大學
敎 大學院, 국내석사학위논문

하태용(2013), ERP 도입과 IT 컨설팅 서비스품질이 도입 성과에 미치는 영
향에 대한 연구, 한성대학교 지식서비스 & 컨설팅대학원, 국내석사학
위논문

홍재기(2010), 경영컨설턴트의 성격유형(MBTI)과 직무 만족도와의 관계, 한
성대학교, 국내석사학위논문



2. 국외문헌

Babakus, E. and D. W. G. Mangold(1992), "Adapting the SERVQUAL Scale to Hospital Services : and Empirical Investing," Health Services Research, 26(6), pp.767~786.

Bolton, R. N., and J. H. Drew(1991), "A Multistage Model of Customer Assessments of Service Quality and Value," Journal of Consumer Research 14(4), pp.375~384.

Boulding, W. A. K., R. Staelin and V. A. Zeithaml(1993), "A Dynamic Process Model of Service Quality: From Expectation to Behavioral Intentions," Journal of Marketing Research 30, pp.7~27.

Buttle F.(1996), "SERVQUAL : Review, Critique, Research Agenda," European Journal of Marketing 30(1), pp.8~32.

Cameron P. and S. L. Meyer(1998), "Rapid ERP Implementation—a Contribution," Management Consulting Service, Vol. 80, pp.58~60.

Chartered Management Institute(2006), Using Management Consulting Service Effective, Check Lists: Small Business.

Chen, C. N. and S. C. Ting(2002), "A Study Using the Grey System Theory to Evaluate the Importance of Various Service Quality Factors," The International Journal of Quality and Reliability Management 19(6/7), pp.838~861.

Cronin, J. J. and S. A. Taylor(1992), "Measuring Servicing Quality : Are—Examination and Extension," Journal of Marketing 56(3), pp.55~68.

Maister, D. H.(1996), "It's about Time," Journal of Management Consulting, 19(2).

- Marquardt, I. A.(1989), "The Link Between Total Quality Improvement and Market Orientation," in M. Guiry(eds.), Quality and Customer Service : The Critical Focus for a Firm, Cambridge, MA: Marketing Science Institute Conference.
- McLachlin(2000), "Service Quality in Consulting : What is Engagement Success," Managing Service Quality, 10(3), pp.40~48.
- Mitra, R. and V. Pingali(1999), "Analysis of Growth Stages in Small Firms : a Case Study of Automobile Ancillaries in India," Journal of Small Business Management, 37(3), pp.62~75.
- Nahavani, A. and S. Chesteen(1998), "The Impact of Consulting on Small Business: A Further Examination," Entrepreneurship Theory and Practice, 13(1), pp.29~40.
- Neely, A., M. Gregory and K. Platts(1995), "Performance Measurement System Design : A Literature Review and Research Agenda," International Journal of Operation and Production Management, 15(4), pp.80~81.
- Norreklit, H.(2000), "The Balanced Scorecard—Critical Analysis of Some Its Assumptions," Management Accounting Research 11, pp.65~88.
- Nunnally, J. C.(1978), Psychometric Theory, New York: McGraw—Hill.
- Oliver, R. L.(1981), "Measurement and Evaluation of Satisfaction Process in Retail Setting," Journal of Retailing, 57(Fall), pp.25~48.
- Oliver, R. L.(1993), "A Conceptual Model of Service Quality and Service Satisfaction : Compatible Goals, Different Concepts," Advances in Services Marketing and Management, 3, Greenwich, CT: JAI Press.

설문지

ID

안녕하십니까?

귀사의 일익 번창하심을 기원합니다.

저는 한성대학교 지식서비스컨설팅대학원 석사과정에 재학 중인 학생입니다.

바쁘신 와중에도 귀한 시간을 내어 본 설문조사에 응답해 주셔서 감사합니다. 본 설문의 목적은 ‘컨설팅 서비스 품질이 컨설팅 만족도 및 재이용의도에 미치는 영향에 관한 연구’를 수행하기 위한 것입니다.

귀하께서 응답해주신 설문을 통해 본 연구의 목적이 달성된다면, 우리나라 컨설팅 서비스 품질이 향상되고 발전하는데 크게 기여할 것으로 기대됩니다.

귀하께서 응답하신 설문 내용은 본 연구의 자료로만 사용될 뿐 다른 어떤 용도로도 사용되지 않을 것을 약속드립니다. 설문에 궁금한 점이나 불편한 사항이 있으시면 연락해 주시기 바랍니다.

성심 성의껏 답변해 드리겠습니다.

다시 한번 귀하의 협조에 감사드립니다.

조사 소속 기관 : 한성대학교 지식서비스컨설팅 대학원

담당 연구원 : 이지현(57jihyun@hanmail.net)

문1. 귀사의 종업원 수는 몇 명입니까? (정규직, 비정규직을 포함한 총 합계입니다)()

- ① 5~9명 ② 10~19명 ③ 20~49명 ④ 50~99명
⑤ 100~200명 ⑥ 200~299 ⑦ 300이상

문2. 귀사가 현재 사업에 종사한 기간은 얼마입니까? ()

- ① 3년 미만 ② 3~5년 미만 ③ 5~10년 미만 ④ 10~20년 미만 ⑤ 20년 이상

문3. 귀사는 어느 분야(업종)에 속하십니까? ()

- ①도·소매업 ②숙박·음식업 ③운수업 ④제조업
⑤수리 및 기타서비스 ⑥교육서비스 ⑦부동산·임대업 ⑧광업
⑨건설업 ⑩출판영상방송서비스업 ⑪시설관리사업 지원서비스업 ⑫농·임·어업
⑬전기·가스·수도 ⑭금융 보험업 ⑮과학·기술서비스 ⑯예술·스포츠·여가
⑰보건·사회·복지 ⑱하수폐기환경보건 ⑲기타()

문4. 외부로부터 컨설팅을 수진한 횟수는 몇 회입니까? ()

- ① 1 ~ 3회 ② 4~5회 ③ 6~9회 ④ 10~15회 ⑤ 16회 이상

문5. 귀사가 직전에 컨설팅을 받았던 컨설팅사를 선택하였을 때 다음의 요소들을 어느 정도나 중요하게 반영하였습니까? ※ 아래 답변란 √마크로 체크하여 주십시오.

① 전혀 반영치 않음	②조금 반영 (20~40%)	③ 보통이다 (50%)	④반영 (60~80%)	⑤매우 중요 하게 반영
-------------	--------------------	-----------------	-----------------	-----------------

	설 문 내 용	답변표시란				
1	컨설팅사의 명성이나 브랜드인지도	①	②	③	④	⑤
2	컨설팅사의 규모와 전문 인력의 보유여부	①	②	③	④	⑤
3	수행 컨설팅사의 권유	①	②	③	④	⑤
4	기존 컨설팅을 받아본 경험이 있는 회사의 추천	①	②	③	④	⑤
5	컨설팅사의 입찰공고	①	②	③	④	⑤
6	컨설팅 협회에 문의	①	②	③	④	⑤
7	컨설팅사의 과거실적	①	②	③	④	⑤

문6. 귀사가 직전에 컨설팅을 받았던 컨설팅사에 관한 평가항목입니다.

※ 아래 답변란 √마크로 체크하여 주십시오.

① 전혀 그렇지 않다	② 그렇지 않다	③ 보통이다	④ 그렇다	⑤ 매우 그렇다
-------------	----------	--------	-------	----------

설 문 내 용		답변표시란				
1	해당분야에 충분한 명성과 브랜드 인지도가 높았다.	①	②	③	④	⑤
2	컨설팅 수행에 필요한 체계적인 도구나 방법론을 보유하고 있었다.	①	②	③	④	⑤
3	해당분야의 문제해결에 충분한 전문인력을 보유하고 있었다.	①	②	③	④	⑤
4	성공적인 과업수행을 위해 적극적이고 성실하게 노력하였다.	①	②	③	④	⑤
5	진행결과물에 대해서는 충분한 커뮤니케이션을 통해 내부 공감대 형성에 노력하였다.	①	②	③	④	⑤
6	컨설팅 이후 사후관리는 적절히 이루어졌다.	①	②	③	④	⑤
7	고객의 요구에 잘 응대해 주며 신뢰할 만하다.	①	②	③	④	⑤

문7. 컨설팅 서비스품질 특성에 관한 질문입니다.

※ 아래 답변란 √마크로 체크하여 주십시오.

① 전혀 그렇지 않다	② 그렇지 않다	③ 보통이다	④ 그렇다	⑤ 매우 그렇다
-------------	----------	--------	-------	----------

설 문 내 용			답변표시란				
A1	신뢰성	컨설팅 수행 일정을 계획대로 준수하였다.	①	②	③	④	⑤
A2		귀사가 원하는 결과물을 도출해 주었다.	①	②	③	④	⑤
A3		제공하는 정보나 지식에 일관성과 정확성이 있었다.	①	②	③	④	⑤
A4		귀사의 정보나 기업비밀을 잘 지키고 유지해 주었다.	①	②	③	④	⑤
A5		귀사의 문제에 대해 관심을 보이고 해결해 주었다.	①	②	③	④	⑤

B1	확신성	안심하고 컨설팅 수행업무를 맡길 수 있었다.	①	②	③	④	⑤
B2		전문분야의 지식을 가지고 있는 전문가로서의 실력에 믿음이 갔다.	①	②	③	④	⑤
B3		안정적인 프로젝트운영과 성과에 대한 확신이 들었다.	①	②	③	④	⑤
B4		귀사가 안심하고 거래할 수 있도록 안전장치를 확보하고 있다.	①	②	③	④	⑤
B5		컨설턴트는 예의가 바르고 공손하였다.	①	②	③	④	⑤
C1	유형성	컨설팅 수행시 최신 컨설팅 도구와 기법을 사용하였다.	①	②	③	④	⑤
C2		컨설팅의 내용에 맞는 양질의 데이터와 자료를 제공하였다.	①	②	③	④	⑤
C3		컨설턴트의 용모와 복장은 단정하고 깔끔하였다.	①	②	③	④	⑤
C4		컨설팅 업무에 적합한 시설과 분위기를 갖추었다.	①	②	③	④	⑤
C5		컨설턴트는 성실하고 친절했다.	①	②	③	④	⑤
D1	공감성	귀사가 필요로 하는 부분을 정확하게 이해하였다	①	②	③	④	⑤
D2		귀사에게 개별적인 관심과 인간적인 배려를 해주었다.	①	②	③	④	⑤
D3		귀사의 필요성과 요구를 적극적으로 파악하고 인지해 주었다.	①	②	③	④	⑤
D4		컨설턴트는 고객의 이익을 진심으로 생각해 주었다.	①	②	③	④	⑤
D5		컨설턴트는 고객의 업무시간에 맞추어 주었다	①	②	③	④	⑤
E1	대응성	컨설팅 진행사항을 잘 알 수 있게 수시로 설명하였다.	①	②	③	④	⑤
E2		귀사의 요구가 있을 때 우선적이고 신속하게 응대해 주었다.	①	②	③	④	⑤
E3		컨설팅 결과물 제공시점을 정확하게 고지해 주었다.	①	②	③	④	⑤
E4		유관내용에 대해 지속적으로 의지하고 도움을 받을 수 있었다.	①	②	③	④	⑤
E5		컨설턴트는 자발적으로 귀사에게 도움을 주었다.	①	②	③	④	⑤

문8. 컨설팅 만족도에 관한 질문입니다.

※ 아래 답변란 √마크로 체크하여 주십시오.

① 전혀 그렇지 않다	② 그렇지 않다	③ 보통이다	④ 그렇다	⑤ 매우 그렇다
-------------	----------	--------	-------	----------

설 문 내 용		답변표시란				
1	귀사가 수진 받은 컨설팅에 대한 만족도는 어떻습니까? ①, ② 일 경우 2번으로, ④, ⑤ 일 경우 3번으로	①	②	③	④	⑤
2	1번에서 ①, ②를 선택한 경우					
	2-1 컨설턴트의 능력 낮음	①	②	③	④	⑤
	2-2 컨설팅 결과물 불량	①	②	③	④	⑤
	2-3 컨설팅 계약 기간 내 완료 못함	①	②	③	④	⑤
	2-4 컨설팅사의 컨설팅 후 사후관리 불만족	①	②	③	④	⑤
	2-5 컨설팅 결과물의 중소기업 경영 여건에 부합하지 않음	①	②	③	④	⑤
	2-6 기타 ()	①	②	③	④	⑤
3	1번에서 ④, ⑤를 선택한 경우					
	3-1 컨설턴트 능력이 우수하다.	①	②	③	④	⑤
	3-2 컨설팅 결과물이 우수하다.	①	②	③	④	⑤
	3-3 컨설팅 계약기간을 준수하였다.	①	②	③	④	⑤
	3-4 컨설팅 완료 후 사후관리가 우수하였다.	①	②	③	④	⑤
	3-5 컨설팅 결과 중소기업에 적합하였다.	①	②	③	④	⑤
	3-6 적극적이고 성실하게 자문을 수행하였다.	①	②	③	④	⑤

문9. 컨설팅 재이용도에 관한 질문입니다.

※ 아래 답변란 √마크로 체크하여 주십시오.

① 전혀 그렇지 않다	② 그렇지 않다	③ 보통이다	④ 그렇다	⑤ 매우 그렇다
-------------	----------	--------	-------	----------

설 문 내 용		답변표시란				
1	만약 더 필요하다면 다시 컨설팅을 받을 의향이 있습니까?	①	②	③	④	⑤

2	컨설팅을 받는다면 직전 컨설팅 수행사를 계속 이용하시겠습니까?	①	②	③	④	⑤
3	컨설팅을 받는다면 선호하는 컨설팅 수행사를 이용하시겠습니까?	①	②	③	④	⑤
4	컨설팅사를 다른 사람이나 업체에 추천이나 권고를 해 주시겠습니까?	①	②	③	④	⑤



ABSTRACT

Study on Influence of Consultation Service Quality to the Consulting Satisfaction Level and Intent of Repeated Utilization

Lee, Ji-Hyun

Major in Management Consulting

Dept. of Knowledge Service & Consulting

Graduate School of Knowledge Service

Consulting

Hansung University

The purpose of this Study is to discuss how the consulted enterprises' satisfaction level and intent of repeated utilization are influenced by the consultation service quality.

The consultation service quality has been studied from the perspectives of, by way of case studies, reactivity, sympathy, typicality, confirmability and reliability representing the qualitative method and the public survey representing the quantitative method. In doing so, the influence of consultation service quality to the satisfaction level and intent of repeated utilization of consultation service has been observed with profoundness, while the satisfaction level and intent of repeated utilization of consultation service were confirmed.

To summarize, this Study, as for the hypothesis 'Consultation service quality influences the satisfaction level and intent of repeated utilization

of consultation service', concluded that the influence takes place in order of, with significance, reactivity, sympathy, typicality, confirmability and reliability.

The foregoing conclusion signifies that a consultant must recognize the enterprises recognition of the consultation service quality, for improved satisfaction level and repeated utilization of consultation, by way of flexible attitude to fit the type of quality.

Keywords: *Consultation for Small and Medium Enterprises, Quality of Service, Consultation Satisfaction, Intent of Repeated Use,*

