

SERVQUAL 형식을 활용한 컨설팅 만족도에 관한 연구

성창용
전북대학교 경영학과

A Study on the Satisfaction of Consulting using SERVQUAL Form

Chang-Yong Sung

Division of Business Administration, Chonbuk National University

요약 본 연구는 컨설팅과 관련하여 컨설턴트와 참여기업의 컨설팅 만족도 분석을 심층조사를 통해 비교 검증하고자 한다. 컨설팅 품질 향상을 위하여 컨설턴트가 생각하는 만족도와 기업이 생각하는 만족도에 대한 각자의 다른 시각과 대처방안을 분석하여 최적의 개선사항을 도출하는 것이 목표이며 연구 대상이다. 컨설팅의 품질 및 만족도를 향상시키기 위한 방안을 강구하고자 이를 위하여 다섯 가지 서비스 품질 척도를 기준으로 하여 알아보고자 한다. 연구의 방법은 컨설팅을 마친 후 기업에서 요구하는 사항이 무엇인가를 SERVQUAL 관점에 근거하여 찾아내고, 이러한 요구사항을 어떻게 해결할 수 있을지에 대한 주요 인자를 발굴하여 평가기준을 정하고 컨설팅의 만족도를 측정하고자 한다. 기업과 컨설턴트의 컨설팅 품질의 세부 측정항목 유형성, 신뢰성, 반응성, 확산성, 공감성에 대해 통계적으로는 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다. 기업과 컨설턴트의 SERVQUAL 항목에 대한 컨설팅 만족도 비교분석 결과 컨설팅 품질 및 만족도 향상을 위해서는 기업과 컨설턴트의 의견이 다른 부분도 있었다. 따라서 이에 대한 의견 차이를 좁히고 컨설턴트와 기업이 서로 협조하는 구조를 구축하는 것이 중요할 것으로 판단된다.

Abstract This study compared and validated consulting satisfaction analysis between consultants and participating companies in relation to consulting. The objective was to analyze the different perspectives on what consultants think of satisfaction and how businesses think of satisfaction to achieve the optimal improvements and to improve the quality of consulting. To explore ways to improve the quality and satisfaction of consulting, this study evaluated five service quality measures. After consulting, the research method aimed to determine what is required by the enterprise based on the SERVQUAL perspective, find key factors for how to address these requirements, establish evaluation criteria, and measure the satisfaction of consulting. The results revealed no statistically significant differences in the detailed measurement item type, reliability, responsiveness, reliability, and empathy for the quality of consulting by enterprises and consultants. Comparative analysis of the consulting satisfaction on the SERVQUAL items by companies and consultants showed that companies and consultants had different opinions to improve the consulting quality and satisfaction. Therefore, it would be important to narrow the differences on this and establish a structure, in which consultants and businesses cooperate with each other.

Keywords : Consultant, Enterprise, Consulting Satisfaction, Consulting Criticality, SERVQUAL

본 논문은 컨설팅 품질 향상을 위한 전북대학교 대학원 박사 학위 과정 연구과제로 수행되었음.

*Corresponding Author : Chang-Yong Sung(Chonbuk National Univ.)

email: gotomine@naver.com

Received June 4, 2019

Revised July 1, 2019

Accepted August 2, 2019

Published August 31, 2019

1. 서론

컨설팅 산업은 2015년 97.3B\$에서 매년 9.0%P씩 성장하여 2020년 142.7B\$까지 성장할 것으로 예측되고 있다. 많은 기업들이 컨설팅을 통해 기업의 환경, 애로사항 해결, 업무 및 비즈니스 개선을 위해 신청하고 있다.

컨설팅을 통해 많은 시간과 비용을 기업들이 투자하고 있다. 하지만 그 결과에 대한 내용과 신뢰성 및 효과성에 대한 의견이 나누어지기도 한다. 그리고 점차, 컨설팅을 추진하는 컨설턴트의 능력과 양질의 컨설팅에 대한 요구 수준도 높아지고 있다.

본 연구에서는 컨설팅에 대한 기업들의 만족도 향상을 위한 연구를 진행하고자 심층조사를 통해 이를 검증하고 정리하여 컨설팅 만족도의 검증체계를 전문화시키고자 한다. 기업의 컨설팅 만족에 대한 요구사항과 컨설턴트가 생각하는 컨설팅에 대한 시각과 생각을 분석하여 최적의 개선사항을 도출하고자 하며 이를 SERVQUAL 형식을 참고하여 데이터화 하고자 한다.

2. 본론

2.1 컨설팅 분야 및 연구동향

2.1.1 컨설팅의 정의 및 특성

컨설팅의 사전적 의미로는 '어떤 분야에 전문적인 지식을 가진 사람이 고객을 상대로 상세하게 상담하고 도와주는 것'으로 정의되어 있다. 현재는 고객 혹은 의뢰인이 직면한 문제에 대하여 이에 대한 자문이나 조언을 제공하는 서비스 활동으로서 문제의 원인 분석과 해결 방안의 도출, 역량개발 지원, 조직의 변화 및 비즈니스 모델 개발 등 전문가로써 전문적 역량과 이를 제공하는 전문적인 서비스로 인식되고 있다. 그렇기 때문에 컨설팅을 진행하는 주체인 컨설턴트의 전문성과 방법적 지식 등은 컨설팅 품질과 만족도를 높이기 위한 중요한 사항이며 매우 광범위하게 규정되어 있다.

컨설팅은 정해진 공식이 없어서 철저하게 기업환경과 현실에 맞추어서 수행되어야 하며 다양한 컨설팅의 기법 중 어떤 것을 적용해야 기업에 도움이 될 것 인지는 컨설턴트의 역량에 달려있고, 그 일을 누가 하느냐에 따라 결과가 달라지기 때문에 컨설팅의 품질을 높이기 위해서는 기업과 컨설턴트가 서로 합심하여 진행해 나갈 수 밖에 없다.

컨설팅에 대한 분야는 점차 확산되고 있다. 기존에는

사업 컨설팅, 경영 컨설팅, 기술 컨설팅이 주된 분야였다면 이제는 부동산 컨설팅, 창업 컨설팅, 인증 컨설팅, 건설 컨설팅, 교육 컨설팅, 법률 컨설팅, 투자상담 컨설팅, 웨딩 컨설팅 등 다양한 분야에서 자문·지도·진단·평가와 관련 내용으로 그 의미도 점점 확대되고 있다.

2.1.2 컨설팅 서비스 품질 구성요인의 연구동향

다음 Table 1은 컨설팅 서비스 품질 구성요인에 대한 내용을 정리하였다. Kaplan and Norton[1]은 이러한 기업의 성장에 대한 관점을 다른 관점의 변화로 성과가 나타나는 재무적 관점, 기업에게 수익을 가져다 줄 수 있는 고객을 파악하고 이 고객을 위한 고객 지향적 프로세스를 만들어가는 고객관점, 기업의 성과 극대화를 위해 기업의 핵심 프로세스를 개선하는 핵심 프로세스 관점, 기업의 장기적인 투자가 기업의 성장에 얼마나 영향을 미칠 수 있는가 하는 학습 및 성장 관점 등의 네 가지 관점을 중요 요소로 보았다. 김광훈과 황규승[2]은 SERVQUAL 모형을 기반으로 한 경영컨설팅 서비스 품질 구성요인에 관한 연구에서 컨설팅 서비스 품질은 명성, 참여유도, 확신성, 신뢰성, 도덕성, 반응성, 공감성, 의사소통의 8가지 요소로 구성됨을 실증적으로 보였고, 박병호[3] 등은 컨설팅 서비스를 받은 제조업체를 대상으로 분석한 결과 전문성, 신뢰성, 공감성, 유형성의 4차원으로 컨설팅 품질 차원이 구성됨을 보였다. 윤성철[4] 등은 IT 컨설팅 서비스를 대상으로 컨설팅 품질차원은 SERVQUAL의 5가지 척도 이외에 프로세스와 교육이 추가되어 구성된다고 하였으며, 박경준[5] 등과 임호순[6] 등은 SERVQUAL의 5가지 품질차원이 각각 회계 컨설팅과 IT 컨설팅에서 그대로 적용될 수 있음을 실증분석을 통해 밝혔다. 이정완[7]은 소상공인 컨설팅 서비스를 대상으로 분석한 결과 컨설팅 품질은 상담력과 신뢰성의 2가지 요인으로 구성된다고 하였다.[8]

Table 1. Consulting Service Quality Components

A scholarly name	Factors of consulting quality
Kaplan and Norton (1996)	Customer Perspective, Corporate Performance, Core Process Perspective, Long-Term Investment by the Company
Kim Kwang-Hoon and Hwang Kyu-Seung (2001)	Fame, Inducement of Participation, Certainty, Reliability, Morality, Responsiveness, Sympathy, Communication
Park Byung-Ho (2005)	Expertise, Reliability, Sympathy, Typology
Yoon Sung-Chul (2002)	Processes and Training
Lee Jung-Wan (2002)	Counseling Power and Reliability

2.2 연구설계

2.2.1 연구설계 내용

서비스 품질 측정도구의 범위는 측정 요인에 의하여 크게 달라지며 이로 인해 다양한 품질 측정기법이 존재하게 되었으나 본 논문에서는 가장 많이 인용되고 있는 Parasuraman, Zeithaml & Berry(이하PZB)가 개발한 SERVQUAL 형식을 활용하고자 한다. SERVQUAL모형은 서비스 품질을 ‘신뢰성(Reliability)’, ‘응답성(Responsiveness)’, ‘공감성(Sympathy)’, ‘확신성(Confidence)’, ‘유형성(Tangibles)’의 5개 차원 항목으로 제시하고 있다. 여기서 신뢰성은 믿을 수 있고 정확한 임무수행을 하는가에 관한 차원이며, 응답성은 즉각적이고 도움이 되는가에 관한 차원, 공감성은 접근이 용이하고 의사소통이 원활한가, 고객에 대해 충분히 이해하고 있는가에 관한 차원, 확신성은 능력, 공손함, 믿음직함, 안전성 등에 관한 차원, 유형성은 물적 요소의 외형에 대한 차원이다. 본 연구는 컨설팅의 품질 및 만족도를 향상시키기 위한 방안을 강구하고자 이를 위하여 다섯 가지 서비스 품질 척도를 기준으로 하여 알아보하고자 한다.

2.2.2 분석방법

본 연구는 실증연구를 위해 심층조사를 통한 자료 수집을 시행하였다. 심층조사 시기는 2017년 12월 01일부터 2018년 3월 31일까지 20명의 컨설턴트와 20개 수행기업을 대상으로 포커스 그룹 인터뷰 설문을 실시하였다. 모든 분석은 SPSS 24.0을 이용하여 분석을 하였으며 신뢰성과 타당성을 알아보기 위하여 t검정을 실시하였으며, Cronbach's Alpha 계수를 산출하여 측정문항의 내적 일관성을 알아보았다.

기업들의 컨설팅에 대한 요구사항을 찾기 위하여, 본 연구에서는 컨설팅 서비스 품질에 대하여 컨설턴트와 기업, 컨설팅의 프로세스에 대한 관계구조를 분석하고 이에 대한 심층조사 내용을 바탕으로 하여 컨설팅 품질 및 만족도에 서로 다른 시각의 차이점을 찾아내어 이에 대한 개선점을 도출하였다.

연구 방법은 컨설팅을 마친 후 기업에서 요구하는 사항이 무엇인가를 SERVQUAL 관점에 근거하여 찾아내고, 이러한 요구사항을 어떻게 해결 할 수 있을 것인지에 대한 주요 인자를 발굴하여 평가기준을 정하고 컨설팅의 만족도를 측정하고자 한다. SERVQUAL의 다섯 가지 차원의 서비스 품질척도로 나눈 것이 Table 2이다.

Table 2. Quality of Service Scale at Five Levels

Dimension	Explanation
Tangibles	Appearance of Material Elements, Personnel, Facilities, Equipment, Documented Data Status
Reliability	Delivering Accurate Performance, Delivering Promised Services, and delivering Error-Free Services
Responsiveness	Instant Response, Rapid Service Delivery
Confidence	Belief in the Content and Format of the service, Belief in the Quality of Service
Sympathy	Smooth Communication, Full Understanding of the Customer

2.3 실증연구

기업과 컨설턴트의 컨설팅 품질의 세부 측정항목인 유형성, 신뢰성, 반응성, 확신성, 공감성에 대해서는 통계적으로 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

Table 3. Quality Satisfaction of Small and Medium-Sized Enterprises consulting on SERVQUAL Items

Dimension	Criticality Mean	Importance Ranking
Tangibles	3.70	4
Reliability	3.66	5
Responsiveness	4.12	2
Confidence	3.81	3
Sympathy	4.20	1

먼저 중소기업의 컨설팅 품질 만족도에 대한 결과는 Table 3과 같다. 분석결과에 따르면 컨설턴트와 중소기업의 중요도 순위에 차이점이 나타났다. 먼저 분석을 위하여 중소기업의 컨설팅 품질의 중요도는 설문에서 5점 리커드 척도로 측정하여 중요정도를 평균으로 산출하였다. 중소기업에 있어서 컨설팅 품질의 중요도는 공감성이 4.20점으로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 반응성 4.12점, 확신성 3.81점, 유형성 3.70점, 신뢰성 3.66점 순으로 나타났다.

Table 4. Consulting Quality Satisfaction of Consultants' SERVQUAL Item

Dimension	Criticality Mean	Importance Ranking
Tangibles	3.92	3
Reliability	3.84	5
Responsiveness	4.42	1
Confidence	3.87	4
Sympathy	4.24	2

컨설팅의 컨설팅 품질 만족도에 대한 결과는 Table 4와 같다. 분석결과에 따르면 컨설팅의 컨설팅 품질의 중요도는 반응성이 4.42점으로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 공감성 4.24점, 유형성 3.92점, 확신성 3.87점, 신뢰성 3.84점 순으로 나타났다.

비교결과 중소기업과 컨설팅의 컨설팅 품질 중요도 순위를 비교하면 1순위는 중소기업의 경우는 '공감성', 컨설팅의 경우는 '반응성', 2순위는 중소기업의 경우는 '반응성', 컨설팅의 경우는 '공감성', 3순위는 중소기업의 경우는 '확신성', 컨설팅의 경우는 '유형성', 4순위는 중소기업의 경우는 '유형성', 컨설팅의 경우는 '확신성', 5순위는 중소기업과 컨설팅 모두 '신뢰성'으로 나타났다. 컨설팅 품질에서 중소기업의 경우는 '공감성'을 가장 중요하게 여기는 것으로 나타났으며 컨설팅의 경우는 '반응성'을 가장 중요하게 여기는 것으로 나타났다.

3. 결론

모든 분석은 SPSS 24.0을 이용하여 분석을 하였으며 신뢰성과 타당성을 알아보기 위하여 t검정을 실시하였으며, Cronbach's Alpha 계수를 산출하여 측정문항의 내적 일관성을 알아보았다.

인구통계학적 특성, 기업과 컨설팅의 컨설팅 품질의 중요도, 일반적 특성에 따른 컨설팅 품질 차이, 기업과 컨설팅의 품질차이에 대한 유의미적인 차이는 없었다.

기업과 컨설팅의 SERVQUAL 다섯 가지 분석결과, 기업과 컨설팅의 컨설팅 품질의 세부 측정항목인 유형성, 신뢰성, 반응성, 확신성, 공감성에 대하여 통계적으로 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

기업과 컨설팅의 SERVQUAL 항목에 대한 컨설팅 만족도를 비교분석한 결과, 컨설팅과 중소기업의 컨설팅 품질순위 비교 분석결과, 1순위는 중소기업의 경우는 '공감성', 컨설팅의 경우는 '반응성', 2순위는 중소기업의 경우는 '반응성', 컨설팅의 경우는 '공감성', 3순위는 중소기업의 경우는 '확신성', 컨설팅의 경우는 '유형성', 4순위는 중소기업의 경우는 유형성, 컨설팅의 경우는 '확신성', 5순위는 중소기업과 컨설팅 모두 '신뢰성'으로 나타났다. 컨설팅 품질에서 중소기업의 경우는 '공감성'을 가장 중요하게 여기는 것으로 나타났으며 컨설팅의 경우는 '반응성'을 가장 중요하게 여기는 것으로 나타났다.

연구결과에 따르면 컨설팅 품질 및 만족도 향상을 위

한 우선순위가 기업과 컨설팅 간에 다르게 나타났다. 따라서, 이와 같은 문제를 극복하기 위해서는 서로의 의견 차이를 좁히고 컨설팅과 기업이 서로 협조하여 결과를 도출해가는 것이 중요 할 것으로 판단된다.

본 연구의 결과자료를 토대로 하여 컨설팅 품질 및 만족도 향상을 위한 자료로 활용하고자 하며, 향후 컨설팅을 수행하고자 하는 컨설팅과 기업에 도움이 될 수 있기를 바라며 추가적인 연구를 진행해 나가고자 한다.

References

- [1] Robert S. Kaplan, David P. Norton, "Strategic learning & the balanced scorecard", MCB UP Ltd, pp.18-24, 1996.
DOI: <https://doi.org/10.1108/eb054566>
- [2] G. H. Kim, G. S. Hwang, E. R., Naumann, E. R., "A Study on the Quality Determinants in Management Consulting", *Korean management science review* Vol.18 No.1, pp.15-18, May. 2001.
UCI: G901:A-0001501893
- [3] B. H. Park, D. W. Lee, Y. S. Kim, "Measuring Service Quality of Management Consulting using SERVQUAL Model", *The Korea Service Management Society* Vol.2005 No.5, pp.47-65, May. 2005.
UCI: G901:A-0002085914
- [4] S. H. Yoon, H. S. Seo, S. W. Hong, "Entrue Journal of Information Technology", *Entrue Journal of Information Technology*, Vol.1 No.1. pp.117-125. July. 2002.
UCI: G901:A-0001805339
- [5] K. J. Park, G. T. Park, G. S. Lee, "Service Quality Determinants in Accounting Consulting Service", *Journal of the Korea Service Management Society*, Vol.3 No.1, pp.221-241, July. 2002.
UCI: G901:A-000166401
- [6] H. S. Rhim, S. K. Lee, H. Y. Her, "Service Quality and Customer Satisfaction in IT Consulting Service", *The Korean Association of Small Business Studies*, Vol.2002 No.2, pp.3-19, August. 2005.
UCI: G901:A-0002083083
- [7] J. W. Lee, "A Measurement of the Customer Orientation of Consulting Service", *The Korean Association of Small Business Studies*, Vol.2002 No.0, pp.85-102, March. 2002.
UCI: I410-ECN-0102-2009-320-004322988
- [8] Y. S. Jang, "Quality Determinants and Customer Satisfaction in Consulting Service for Small and Medium Sized Company", *ournal of the Korean society for quality management*, Vol.39 No.1, pp.24-44, March. 2011.
UCI: G901:A-0002931718

성 창 용(Chang-Yong Sung)

[정회원]



- 2000년 8월 : 전남대학교 전자공학과 (전기전자컴퓨터공학석사)
- 2016년 8월 : 전주대학교 산업공학과 (산업공학박사)
- 2019년 2월 : 전북대학교 경영학과 (경영학박사수료)

- 2017년 6월 ~ 현재 : 전주대학교 탄소나노부품소재공학과 겸임교수
- 2019년 3월 ~ 현재 : 전주대학교 탄소융합공학과 겸임교수

<관심분야>

품질경영, 스마트팩토리, 창업, 4차 산업혁명, 기술경영