

중소기업의 인터넷 비즈니스를 위한 전자상거래 컨설팅 프로세스-ECCP

서순모*, 문영주**, 이선경**

한밭대학교 정보통신컴퓨터공학부 컴퓨터공학전공*
(주)이씨에스 SRDC**

An Electronic Commerce Consulting Process-ECCP for the Internet Business in SMEs

Soon-Mo Seo, Young-Ju Mun, Sun-Kyoung Lee

요 약

중소기업이 인터넷 비즈니스에 진출하면서, 위험요인을 줄이기 위한 컨설팅 서비스에 관심이 크게 증가 하고 있다. 본 논문에서는 중소기업이 인터넷 비즈니스를 추진하는데 활용할 수 있는 전자상거래 컨설팅 프로세스-ECCP를 소개하였다. ECCP의 특징과 장점을 소개하고, 중소기업의 인터넷 비즈니스 추진 사례를 통해 ECCP의 효용성을 강조하였다.

Abstract

The introduction of SMEs have increased in the Internet business. Accordingly, consulting services for reduce risk factors to interested have increased. In this papers, was described can be applied for the Internet business Methodologies in SMEs. It is E-Commerce Consulting Process - ECCP. And, in addition to the features and benefits of ECCP, described the Case of SMEs.

1. 서론

전자상거래¹⁾에 대한 사회 및 기업의 수요가 확대되면서 신규인력 채용은 지난 2년 동안 전자상거래 분야가 인터넷 IT 업종에서 가장 활발했다. 중소기업²⁾의 인터넷분야 컨설팅 의뢰 사례를 통해 중소기업(단, IT 및 인터넷전문 중소기업은 제외)의 전자상거래에 대한 관심은 시간의 증가에 비례하는 것으로 나타나고 있다.

전자상거래 컨설팅은 “종합적인 전자상거래 지식을 바탕으로 전자상거래 활동에 컨설팅 프로세스를 적용한 서비스 활동”으로 정의된다[6]. 컨설팅은 일반적으로 경영컨설팅과 IT컨설팅, 법률컨설팅, 기술컨설팅, 환경컨설팅, 법률컨설팅 등으로 발전해 왔는데, 인터넷의 등장으로 컨설팅의 종류는 더욱 세분화 및 다양화 되어가고 있다.

한편, 인터넷과 IT의 발달에 따라 글로벌 환경에서 기업의 경영환경은 양극화가 더욱 고착화 되어 가고 있다. 그러나 거대 글로벌 기업과의 경쟁에서 불리한 입장에 놓인 중소기업도 컨설팅을 통해 중소기업이 가진

핵심경쟁력을 바탕으로 경쟁을 강화할 수 있으며, 인터넷을 통한 정보화 사회의 발달로 중소기업들은 컨설팅을 통한 기업 경쟁력 강화에 더욱 강한 의욕을 보이고 있다. 정부에서도 중소기업의 컨설팅 수혜를 지속적으로 지원하고 있다. 관련법의 제정이나, 정책지원을 통해서 컨설팅에 따른 기업경쟁력을 강화하기 위한 조치이다.

그러나 중견/대기업의 특성에 적합하게 발전해온 기존 컨설팅 프로세스는 중소기업에게 적합하지 않는 경우가 빈번하다. 맞춤형컨설팅이 주목을 받고 이유이기도 하다. 이렇듯 인터넷과 전자상거래를 실시하는 기업들의 특성상 인력, 자본력 열세에 놓여 있는 기업들은 기존의 컨설팅 서비스가 적합하지 않다.

이에 따라 본 논문에서는 중소기업의 특성에 적합한 전자상거래 컨설팅서비스(ECCP, E-Commerce Consulting Process)를 소개하고, 중소기업의 사례를 통해서 ECCP의 특성을 알리고자 한다. 또한 본 논문을 통해 중소기업을 위한 컨설팅 방법론인 전자상거래 컨설팅 프로세스(ECCP)에 대한 담론을 형성하고, ECCP의 활성화를 유도하고자 한다. 이를 위하여 제2장에서는 이론적 배경과 관련연구로 컨설팅의 정의와 종류 그리고 컨설팅에 관련된 다양한 연구를 살펴보고, 제3장에서는 중소기업의 전자상거래 특성과 3단계로 구성되

1) 일반적으로 기업에서는 전자상거래, 인터넷 비즈니스, 인터넷 사업, e-비즈니스 등 다양한 용어를 혼용하여 사용하고 있지만, 본 논문에서 다루는 연구주제 및 영역의 범위가 공통된 특징이 있으므로, 편의상 ‘전자상거래’로 일원화 하여 사용함.
2) 중소기업의 범위는 중소기업기본법 시행령의 [별표 1] 중소기업의 업종별 상시근로자수, 자본금 또는 매출액의 규모에 한정

어 있는 전자상거래 컨설팅 프로세스를 소개하며, 이어서 제4장에서는 기업사례를 통해 본 기존 컨설팅 프로세스와 전자상거래 프로세스의 차이를 조명해 보았다.

2. 이론적 배경 및 관련 연구

2.1 컨설팅의 정의 및 종류

컨설팅에 대한 정의는 국제노동기구(ILO)의 정의가 가장 널리 알려져 있다. ‘조직의 목적을 달성하는데 있어서 경영, 업무상의 문제점을 해결하고 새로운 기회를 발견, 포착하고 학습을 촉진하며, 변화를 실현하는 관리자와 조직을 지원하는 독립적인 전문 자문서비스’로 정의되었다.

컨설팅의 종류는 <표-1>[1]에 제시한 바와 같이 크게 경영, IT, 법률, 환경, 기술, 아웃소싱 등 약 6가지가 대표적이며 이 외에도 창업컨설팅, 교육컨설팅 등 아주 많은 수의 컨설팅 분야가 존재한다.

일반적으로 컨설팅 모델은 콜프·프록만 모델과 르윈·샤인 모델, 밀란 모델을 대표적인 모델로 손꼽는다. 콜프·프록만 모델(1970)은 조사, 착수, 진단, 계획, 행동, 평가, 종료 프로세스로 구성된다. 개인, 집단 및 조직의 태도변화가 ‘해방’, ‘이동’, ‘재동결’의 세 단계로 이루어진다는 르윈·샤인 모델(1961)은 르윈이 초기 모델을 개발하고 후에 샤인에 의하여 더욱 발전되었다. 상세히 살펴보면 다음과 같다.

<표-1> 컨설팅의 종류[1]

컨설팅의 종류	컨설팅의 전문영역	컨설팅의 내용
경영컨설팅	재무, 구매, 인사, 조직, 마케팅, 시장조사, 무역, BPR, SCM, 유통채널, 리더쉽, 회계	경쟁전략, 비전, 경영혁신, 신규사업타당성분석, 투자, M&A, 리스트관리, 브랜딩, 광고, 기업이미지, 해외시장조사, 구조조정, 위기관리, 법정관리
IT컨설팅	ERP, SCM, ISP	자원관리, 고객관리, 정보관리
아웃소싱컨설팅	BPO, ASP	공정개선, 업무개선, 비용절감
법률컨설팅	특허, 소송, M&A	계약, 전략, 절차, 협상
환경컨설팅	오염 및 폐기물 처리, 작업환경 개선	처리방법 및 장치
기술컨설팅	R&D, 기술거래, 기술정보	획득전략, 기술가치평가, 전문가아웃소싱

- 해빙 : 변화에 대한 조직의 수용성을 높이기 위한 동기유발 단계
- 이동 : 변화를 위한 행위를 선택하여 시행하는 단계
- 재동결 : 변화가 발생하고 새로운 균형이 이루어진 후에 그 상태가 고착화되는 단계

국제노동기구 주관으로 정리된 밀란(Milan) 모델(1996)은 가장 많은 활용과 더불어 대표적인 컨설팅 모델로 받아들여지고 있다. 밀란 모델은 크게 5단계로 구성되어 있는데, 착수, 진단, 실행계획 수립, 구현, 종료의 프로세스로 구성된다. 밀란 모델은 르윈·샤인 모델을 보다 확대 발전시킨 모델로, 최근에는 밀란 모델을 근간으로 컨설팅 환경에 맞게 다양하게 변형 및 적용해 오고 있다.

2.2 컨설팅관련 연구동향

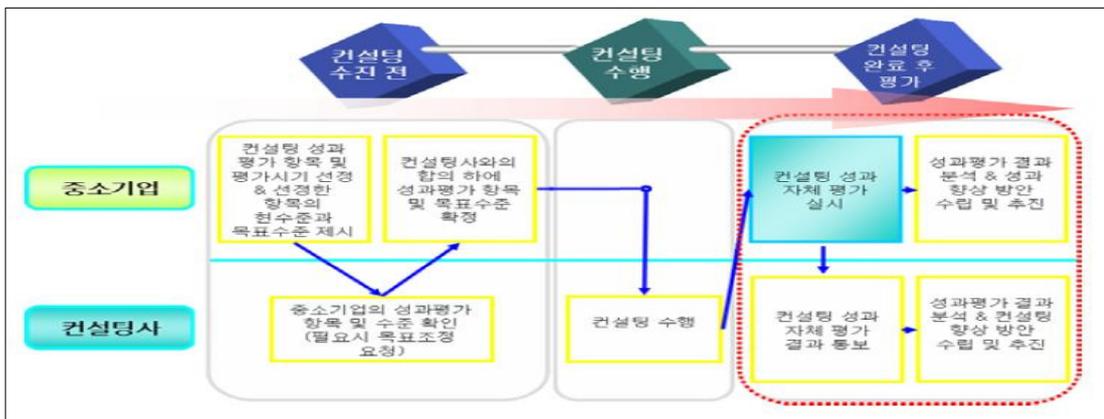
컨설팅에 관련된 연구동향은 주로 컨설팅 서비스의 품질에 관련된 연구가 주류를 이루었다[3][4][7].

그러나 최근 들어 컨설팅의 성과와 만족도에 대한 연구가 이어지면서 컨설팅에 대한 연구가 본격화 되어가고 있는 양상을 보이고 있다[4][5]. 이러한 최근 연구동향 2편을 정리하여 소개한다.

김동일, 강희상(2008)은 컨설팅 서비스 결과 품질은 고객이 지각하는 정보화에 긍정적인 요인으로 추정 되었으며, 서비스품질의 비용품질과 고객만족도의 재이용도 측면에서도 유의성이 있음을 주장하였다.

김익성(2008)은 중소기업 컨설팅의 CSFs를 도출함과 동시에 컨설팅과 경영성과간의 관계를 규명하였다.

(그림-1) 컨설팅 프로세스[5]



이 연구는 기존 연구와 달리 컨설팅에 따른 성과를 조명했다는 점에서 의미가 있는 것으로, 컨설팅에 따른 성과를 나타내기 위해서 컨설팅을 제공받은 기업의 적극적인 활용과 사후관리가 중요함을 주장한 연구로 받아들여지고 있다. (그림-1)은 김익성의 컨설팅의 성과평가 프로세스를 설명한다.

3. 중소기업의 전자상거래 특성 및 ECCP

중소기업은 자금력, 인력, 기술력 등 물질적, 지식적 자산 등에서 대기업 또는 글로벌 기업과는 경쟁의 상대가 되지 않는 구조적 한계를 지니고 있다. 그럼에도 불구하고 중소기업은 대기업들이 지니지 못한 역동성과 다양성 등의 장점을 지니고 있는데, 본 장에서는 서순모, 이종호(2008)가 제시한 중소기업에 위한 전자상거래 컨설팅 프로세스를 소개하고, 중소기업의 전자상거래 특성에 대해서 살펴보고자 한다.

3.1 중소기업의 기본 특성

중소기업은 유형적, 무형적으로 대기업과 다른 특성을 보이고 있다. 이 점을 통해 중소기업에 대한 인식을 환기시키고자 한다.

가. 중소기업 물질(유형적)자산의 특성

시설 및 장치, 사업장, 제품, 자본금, 금융자산 등 유형적 자산의 특징을 물질적 자산으로 볼 수 있다. 창업주 또는 대표이사 등 특정인의 개인적 출연재산에 의한 금융자산과 이를 기반으로 한 제품개발로, 중소기업에서의 제품은 일반 대기업의 제품과는 달리 인적구성원의 참여도가 매우 높은 특징을 가지고 있다³⁾. 따라서 중소기업은 상대적으로 제한된 제품과 금융자산의 활용과 처리에 대기업보다 더욱 신중하게 되는 경우가 많다.

나. 중소기업 지식(무형적)자산의 특성

제조방법, 인력, 영업노하우, 특허기술, 신기술, 브랜드(상표) 등 무형적 자산을 지식자산으로 볼 수 있다. 독특한 기술과 혁신적 아이디어를 바탕으로 창업한 벤처기업들을 포함한 중소기업은 무형의 자산을 확보하고 관리하는 것이 대기업 또는 글로벌 기업의 그것과는 비교가 어렵다.

그러나 대기업이나 글로벌 기업이 미처 신경을 쓰지 못한 틈새시장의 중소기업 지식자산은 여타의 글로벌 기업보다 우수한 경우가 있지만, 이는 일반적이지 않다.

3) 이러한 점은 중소기업이 한정된 제품개발에 매우 많은 열정을 쏟는데 비하여 대기업은 제품이 매우 다양하고, 성장과정에서 이미 많은 경험을 체득하였기 때문에 단위제품에 대한 중소기업과 대기업 간의 차이를 설명한 것이다.

특허권, 소프트웨어 등 지식자산을 전략적으로 활용하는 경우가 최근 들어 많이 증가하고 있지만 중소기업의 구조적 특성상 그 활용과 처리에 보다 더 신중 하는 경우가 많다.

3.2 중소기업 전자상거래의 특징

3.2절에서도 설명한 바와 같이 중소기업은 물질, 지식적 차원에서 환경적 어려움이 크기 때문에, 대기업보다 상대적으로 짧은 시간에 높은 성과를 이룩하려는 특징이 나타난다.

이와 함께, 소규모의 인원, 낮은 자본력 그리고 추진되는 인터넷 비즈니스가 해당 기업에서 매우 중요한 비중을 차지하고 있어, 성공과 실패의 영향이 매우 크다는 점이 핵심 특징으로 꼽을 수 있다.

- 몇몇 개발자 또는 IT인력에 의한 전자상거래, 자금력의 열세에도 불구하고 특정 서비스 프로세스의 개발에 몰두하거나, 마케팅과 유지보수에 소요되는 비용은 고려되지 않는 경우.
- 특성적 한계에 의한 단기적 이윤추구로, 중장기적 상황을 예측할 수 없어 보다 큰 시장을 놓치는 경우.
- 기업의 CEO가 IT지식이 매우 높거나 또는 매우 적어 전자상거래를 담당 임원 또는 직원에 위임하는 지식 양

극화 현상이 심하며, 특히 위임받은 담당자가 이탈할 경우 해당 사업의 장래가 불투명해지는 문제가 발생.

- 전자상거래 관리 부문에서 담당자의 인수인계에 따른 성과차이가 크게 나는 경우가 많으며, 이에 따른 우수인재의 확보에 골몰하는 기업이 많음.

반면 중소기업은 능동적인 행동과 빠른 의사결정이 장점이다. 이러한 점은 거대 조직사회에서 찾아볼 수 없는 강점으로 사회 전반에 팀(Team)단위의 기업조직을 활성화 시키는 계기가 되었다.

3.3 전자상거래 컨설팅 프로세스 ECCP

전자상거래 컨설팅 프로세스(ECCP)[6]는 크게 사전활동, 본 활동(컨설팅), 사후활동의 3단계로 구성된다.

경영적 관점뿐만 아니라 정보기술(IT)적 관점에서 문제가 종합적으로 고려되어 최적의 해결책이 제공되며 기존의 컨설팅 방법보다 고객이 의뢰한 문제를 보다 합리적이고 효과적으로 해결할 수 있다.

ECCP는 기존의 컨설팅 프로세스와 비교했을 때 효율성 제고 관점이라는 점에서는 유사하지만, 기존 컨설팅 방법론이 특정분야에 제한된 기능단위 프로세스 중심이었다면, ECCP는 경영과 IT가 융합적으로 결합하여 사고된 후 그 해결책이 도출되어지

는 복합적 프로세스 중심이라는 점에서 차이가 있다.

가. 사전활동 단계

고객의 문제인식과 컨설팅 요청, 요구사항 명시 및 확립(생략되거나 통합될 수도 있음), 컨설팅 제안서(견적서)작성과 제출, 고객심사(견적심사 및 수정 보완요청)단계의 총 4대 세부 프로세스로 구성된다.

나. 본 활동(컨설팅) 단계

총 8단계의 세부 프로세스로 구성되며, 컨설팅 업무용역 계약체결, 요구사항 정의 및 분석, 자료수집 및 분석, 솔루션 도출 또는 대안검토, 최적 솔루션 선정, 솔루션 적용 및 테스트(시뮬레이션), 효과측정 및 평가, 결과보고서 작성 및 최종 솔루션 패키지 제공 등의 프로세스가 실시된다.

다. 사후활동 단계

본 활동에서 제공된 솔루션의 품질을 지속적으로 개선 및 유지하는데 초점을 맞춘 활동 단계이다. 일반적으로 고객 또는 컨설턴트가 주기적으로 모니터링을 실시하거나 일련의 품질개선 활동을 수행하는 단계가 포함된다. 총 2개의 세부 프로세스 단계가 포함되어 있다. 운영 및 관리(O&M) 프로세스 모니터링 단계, 지속적 비즈니스 품질 개선 활동 단계로 구성된다.

4. 전자상거래 컨설팅 프로세스의 기업사례

다음의 두 중소기업은 업력이 오래되었거나, 또는 신생기업으로 임직원이 모두 높은 의욕과 해당 사업 분야에 대한 전문지식을 보유하고 있으나, 전자상거래는 지식이 전무 하다는 공통된 특징을 갖고 있다.

4.1 문구류의 제조유통 중소기업 C기업의 사례

‘붓 전문생산 C 기업’의 사례

가. 기업개요
대전광역시에 위치한 C기업은 붓, 벼루, 먹 등 문구 상품을 수공예를 통해 제조 및 생산하여 유통시키고 있는 기업으로, 2대째 가업을 이어오며 약 60여 년간 붓만을 전문적으로 생산한 붓 전문기업이다.

나. 기업현황 및 당면과제
오랜 세월 붓만을 생산하여 생산전량을 전국적 유통망을 갖춘 유통업체에 위탁하여 판매해 오고 있지만, 최근 경제위기로 수익성은 악화되어, 인터넷비즈니스 즉 전자상거래를 통한 직거래 판매를 적극 모색하게 되었다.

C기업은 제품의 우수성에도 불구하고, 이를 인터넷을 통해 홍보할 수 있는 인재가

부족하여, 전자상거래를 성공적으로 수행하기 어렵다는 점이 발견되었다. 뿐만 아니라 적은 수의 인력으로 기존 사업에 더해 전자상거래를 추진할 경우 주문량의 폭주와 같은 예상치 못한 상황(신속한 대응이 불가)이 오히려 기업 신뢰도에 악영향을 줄 수도 있다는 우려가 이어졌다.

4.2 미술품의 유통전문 중소기업 H기업의 사례

‘미술품’ 유통과 전시전문 H기업의 사례

가. 기업개요

H기업은 미술화가들의 작품을 전문적으로 전시하고, 전국적 판매를 대행하기 위해 대전광역시에 위치한 신생기업으로, 기업 CEO와 임직원들의 막강한 인적자원(화가)과 미술품에 대한 노하우를 바탕으로 장애인을 위한 미술심리치료, 미술재활치료 그리고 장애인의 (예술)사회 진출 등 사회복지사업에도 노력을 아끼지 않는 기업이다.

나. 기업현황 및 당면과제

신생기업으로서 경영환경에 당면한 많은 과제가 있지만, 투철한 기업의식과 미술에한 전문성을 바탕으로 사업성공에 강한 자신감을 갖고 있으며 최근, 사업성공의 핵심이 전자상거래 즉 전자상거래를 통한 미술품 직거래 및 홍보와 판매에 있다는 점을 인식하여 전자상거래를 적극추진하기에 이르렀다.

H기업은 인터넷과 IT분야를 전공한 전문가가 없으며, 전자상거래를 추진한 경험과

지식이 없기 때문에, 당해 사업의 추진에 많은 어려움이 예상되었다. 또한 신생기업으로서 전자상거래 비즈니스뿐만 아니라 오프라인의 일반 경영활동을 병행해야 하기 때문에, 당해 기업이 전자상거래를 추진할 때 여러 가지 문제가 예상되었다.

4.3 두 중소기업의 사례에 대한 컨설팅비교

상기의 4.1과 4.2에 제시한 중소기업의 사례를 일반적인 ‘IT컨설팅’에서는 어떤 해결 방법을 제시하였을까? 또는 일반적인 ‘경영컨설팅’이었다면 어떤 해결 방법을 제시하였을까?

물론 최선의 해결책이 제시되었을 것이라는 점은 자명한 사실이지만, 해당 중소기업에서 받아들이지는 입장은 중견기업 이상의 기업에 대한 컨설팅과는 사뭇 다를 것이라는 예측이 가능하다.

일반적으로 경험상 중소기업에 대한 전자상거래 컨설팅은 다른 여타 분야의 컨설팅과는 달리 종합컨설팅의 특징을 나타낸다.

인사 및 재무, 마케팅 등의 경영컨설팅과 IT시스템, 소프트웨어 등의 도입, 구축, 유지보수 등의 IT컨설팅 그리고 경우에 따라서는 전자상거래 비즈니스모델을 통한 BM특허 즉 법률컨설팅의 특징을 보이기도 한다.

뿐만 아니라 기업환경과 기술 경영방침 등의 변화에 따라 BPR을 실시해야 하는 상황을 고려해야 하기 때문에 기술컨설팅의

특성을 보이기도 한다. 이렇듯 종합적인 성격을 지닌 전자상거래 컨설팅은 그 활용에 따라서 중소기업에게는 효용이 매우 큰 실익적 가치가 있는 것으로 의미가 있다.

기술이라는 점이다. 그러나 이는 전자상거래 비즈니스를 운영한 경험이 있거나, 또는 연구해본 사람들은 이러한 점들이 최근에 상당부분 변했다는 것을 깨닫게 된다.

<표-2> ECCP와 IT컨설팅 그리고 경영컨설팅의 비교

구 분	EC컨설팅프로세스	IT컨설팅프로세스	경영컨설팅프로세스
목 적	-(복합관점)전자상거래 문제해결	-정보기술(IT)문제해결	-기업 경영 문제해결
전문영역	-전자상거래, e-Business	-정보기술(IT)	-기업 경영
특 징	-중소기업을 위한 종합컨설팅으로 해결책 마련 -대안의 시뮬레이션을 통한 검증 후 최종솔루션 지정 및 제공	-정보문제 해결을 위한 새로운 정보시스템 도입, 개발, 자문, 진단 등 정보기술의 범위에 한정	-회계, 인사관리, 마케팅 등 경영관점의 컨설팅
단 점	-종합적 성격에 따라 프로세스 일부 증가 -전자상거래 전문가 부족	-경영관점이 제외됨 -ECCP에 비해 상대적으로 고비용	-IT관점이 제외됨 -ECCP에 비해 상대적으로 고비용
장 점	-(복합적 성격의) 전자상거래의 특성과 중소기업의 특성을 종합적으로 반영한 전문 컨설팅프로세스	-정보기술 문제에 특화된 해결책	-경영문제에 특화된 해결책

전자상거래가 사회에 본격적으로 알려진 것이 지난 90년대 중반, 벌써 십 수 년이 지났지만, 대중에게 알려진 전자상거래는 인터넷을 통한 상품의 거래에서 365일, 24시간 운영가능, 소자본의 창업이 가능한 신

치열한 경쟁 환경 때문에 당초의 의미가 퇴색되어버린 말들이라는 것을 이해하게 되는 것이다. 새로운 경쟁 환경이 존재하는 가능성의 보고라는 점에서 전자상거래에 대한 새로운 인식과 개념의 재정립이 필요하

며, 이를 지원하기 위한 다양한 컨설팅 프로세스 연구가 필요하다.

<표-2>는 이러한 인식을 바탕으로 중소기업의 전자상거래 제 문제를 해결하기 위한 컨설팅 방법론을 기존의 IT와 경영컨설팅방법과 비교한 것이다. 종합적 컨설팅의 성격으로 다소 프로세스가 증가하지만, 효율적이고 중소기업의 특성에 적합하여 경영성과에 기여할 수 있는 특성을 보유하고 있다.

5.결 론

학술진흥재단에 의한 학문분류상 전자상거래는 경영학, 컴퓨터학 그리고 산업공학으로 나뉘어져 있다. 이는 사회과학적 접근과 기술적 접근 모두가 가능함을 의미하며, 이러한 학문적 분류의 배경은 기업경영 현장에서 전자상거래에 대한 컨설팅을 경영컨설팅으로 진행해야 할지 또는 IT컨설팅으로 진행해야 할지를 놓고 고민하게 만드는 원인이 되고 있다.

본 논문은 전자상거래를 추진하고자 하는 기업 또는 전자상거래를 추진하고 있는 기업에서 겪는 다양한 전자상거래의 제 문제를 수월하게 해결하여, 경영의 목적을 달성

할 수 있도록 지원해 주는 전자상거래 컨설팅 프로세스를 설명하였다.

제2장에서는 관련연구와 이론적 배경이 되는 컨설팅의 정의와 종류 그리고 컨설팅에 관련된 다양한 연구를 살펴보았으며, 제3장에서는 크게 3단계로 구성되어 있는 전자상거래 컨설팅 프로세스와, 중소기업의 전자상거래 특성을 소개하였다. 이어 제4장에서는 기업사례를 통해, 기존 컨설팅 프로세스와 전자상거래 프로세스의 차이를 조망해 보았다.

본 논문을 통해 전자상거래와 중소기업의 전자상거래 비즈니스를 위한 컨설팅프로세스인 ECCP에 대한 다양한 담론의 형성에 기여하길 바란다. 최근 OECD장관회의에서 논의된 바와 같이 전자상거래는 분명 전 세계 국가와 기업들이 공통적으로 관심을 두고 있는 분야이다. 전자상거래는 우리 인류의 새로운 대안이 될 것이다.

전자상거래를 보다 수월하게 도입하고 활용할 수 있으며, 기업마다 지닌 장점을 충분히 활용할 수 있도록 하기 위한, 전자상거래 컨설팅 프로세스는 더욱 다양한 아이디어와 의견을 통해 거듭 개선될 필요가 있으며 이러한 점은 본 연구가 지녀야할 궁극적인 향후과제가 된다.

참고문헌

- [1] 중소기업청, "2006컨설팅 산업백서", 2007.
- [2] 강형모, 김광용, "비즈니스 컨설팅 서비스의 품질과 편익이 고객과의 결속관계에 미치는 영향에 관한 연구", 한국IT서비스학회지, 제7권제1호, pp.1~pp.22, 2008.
- [3] 김광훈, 황규승, "경영 컨설팅 서비스 품질 구성요인에 관한 연구", 경영과학, 제18권제1호, pp.15 ~ pp.28, 2001.
- [4] 김동일, 강희삼, "경영컨설팅 서비스품질과 고객만족에 관한 실증적 연구", 한국산학기술학회논문지, Vol.9, No.3, pp.840~pp.845, 2008.
- [5] 김익성, "중소기업 컨설팅이 경영성과에 미치는 영향분석", 한·독 사회과학논총, 제18권제1호, pp.159~pp.185, 2008.
- [6] 서순모, 이종호, "전자상거래 전문 컨설턴트 교육 : 정규교육과 평생교육 차원의 접근", 한국전자상거래학회지 제9권3호, pp.33~pp.47, 2008.
- [7] 서현석, "IT컨설팅 서비스 품질 측정에 대한 타당성 검증에 관한 연구", Journal of Information Technology Applications & Management, Vol.12, No.3, pp.111~pp.128, 2005.
- [8] 전병호, 한필구, 강병구, "중소기업의 전자상거래 활용수준과 경영성과간의 관계(BSC 관점에서)", Journal of Information Technology Applications & Management, Vol.13, No.2, pp.100~pp.113, 2006.
- [9] 정용준, 이한수, "2004년 IT기술표준 컨설팅 서비스 추진현황", TTA저널, 제94호, pp.90~pp.94, 2004.
- [10] Milan Kubr, Management Consulting, 3rd Ed., ILO, 1997.

저자소개

서순모(e-mail: bante@hanbat.ac.kr)는 2000년 한밭대학교 전자계산학과에서 공학사를 취득하고, 2002년 호서대학교 벤처전문대학원(GSV)에서 공학석사를 취득하였으며, 2004년 공주대학교 대학원 전자상거래학과에서 전자상거래학박사(국내1호) 학위를 취득하였다. 현재 주식회사 이씨에스 대표이사로 재직하고 있으며, 한밭대학교(컴퓨터공학과)와 우석대학교(유통통상학부)에서 겸임교수로 교육·연구 활동을 펼치고 있다. 관심분야는 (복합학으로서의)전자상거래학, 전자상거래 컨설팅 프로세스, 전자상거래 교육, 차세대 전자상거래 서비스이다.

문영주(e-mail: tr1004@ecstar.co.kr)는 2000년 대전대학교 정보통신공학과에서 공학사를 취득하고, 2002년과 2007년에 각각 공주대학교 대학원 전자상거래학과에서 전자상거래학석사와 전자상거래학박사학위를 취득하였다. 2007년부터 현재까지 ㈜이씨에스 경영지원본부장(이사)으로 재직하고 있다. 관심분야는 웹 커뮤니티, 전자상거래 커뮤니케이션, 웹 서비스 등이다.

이선경(email: sklee@ecstar.co.kr)는 2005년 한밭대학교 정보통신컴퓨터공학부 공학사 학위를 취득하고, 2006년 한국전자상거래기술 E-Commerce개발팀 연구원을 거쳐, 2008년부터 (주)이씨에스 서비스연구개발센터(SRDC)에서 주임연구원으로 재직하고 있다. 관심분야는 전자상거래 고객응대서비스, 사이버행동분석, e-커뮤니케이션 인터페이스 등이다.