

국내 기업상담 연구 동향: 기업상담자를 중심으로

A Content Analysis: Research on Workplace Counselors

이예슬*, 박정은**
서울대학교*, 경일대학교**

Ye-Seul Lee(yesyesri@gmail.com)*, Jeongeun Park(adroitinsc@gmail.com)**

요약

본 연구는 기업상담자를 중심으로 국내 기업상담 연구를 종합하여 그 흐름과 경향성을 분석하는 것을 목적으로 하였다. 이를 위해 2021년 1월까지 발표된 기업상담자 관련 학위논문과 학술지에 게재된 학술논문 총 22편의 출간연도, 연구주제, 연구대상, 연구방법을 분석하였다. 분석 결과를 정리하면 다음과 같다. 첫째, 기업상담자 관련 연구는 2008년 이후 점진적으로 증가하는 경향을 보였다. 둘째, 연구주제 분석 결과, 기업상담자의 역량 및 역할에 대한 연구와 직무 및 직업 적응을 다룬 연구가 가장 많았다. 셋째, 연구대상에서는 기업상담자만을 대상으로 한 연구가 77%로 가장 많았고, 그다음으로 기업상담의 세 주체 모두(기업상담자, 근로자, 관리자)를 대상으로 한 연구(18%)가 많은 것으로 나타났다. 셋째, 연구방법 분석 결과, 질적연구가 전체의 63%로 혼합연구(27%)나 양적연구(9%)보다 상대적으로 많이 활용되고 있었다. 본 연구의 분석 결과를 토대로 향후 기업상담 연구 및 실제의 발전 방향에 대한 시사점을 제공하였다.

■ 중심어 : | 기업상담자 | 기업상담 | EAP상담 | 연구동향 |

Abstract

This study aims to conduct a content analysis of research on workplace counseling with a focus on workplace counselors. This study analyzed a total of 22 research papers on workplace counselors published until January 2021 including thesis, dissertation and journal articles, focusing on year of publication, research topics, subjects, and methodologies. The results are as follows. The number of publications in this area has been increasing continuously since 2008. The most frequently studied topics were roles and competencies of workplace counselors and workplace counselors' adjustment to the job. Workplace counselors(77%) were the most commonly studied research subjects and all three parties of workplace counseling(18%) followed. The qualitative method was employed way more (63%) than mixed methods(27%) and quantitative method(9%). The implications of the findings and recommendations for future research on the basis of the results of this study are provided.

■ keyword : | Workplace Counselor | Workplace Counseling | EAP Counseling | Content Analysis |

I. 서론

우리나라의 사회경제적 수준이 꾸준히 높아지면서

개인의 삶의 질에 대한 관심도 점차 커지고 있다[1]. 행복하고 건강한 삶을 영위하는 것은 우리의 삶에 있어 매우 중요한 가치가 되었으며, 이는 우리가 일을 바라

접수일자 : 2021년 11월 16일
수정일자 : 2021년 11월 29일

심사완료일 : 2021년 11월 29일
교신저자 : 박정은, e-mail : adroitinsc@gmail.com

보는 관점에도 변화를 가져왔다. 기업의 이윤을 위해 개인의 희생을 강요하는 과거의 인력관리 방식은 더 이상 가치를 가질 수 없고[2], 기업과 근로자 간 새로운 관계를 정립할 필요가 있다는 것을 인식하면서[3], 기업은 근로자와 함께 성장하고 상생하는 방향을 모색하게 되었다. 이러한 맥락에서 근로자의 정신건강과 행복, 삶의 질 등에 대한 기업의 관심이 높아졌는데, 실제로 다수의 선행연구에서는 이러한 요인들이 근로자의 생산성 및 성과에 영향을 미친다는 연구 결과를 제시하였다 [3-8]. 근로자가 건강히 일할 수 있는 환경을 확보하는 것이 기업의 생존과 성장에 맞닿아 있다는 인식이 확대되면서[9], 기업은 근로자의 정신건강 및 웰빙을 지원하기 위한 방법으로 기업상담 및 EAP(Employee Assistance Program) 서비스를 도입하였고, 이는 꾸준히 발전해 왔다.

기업상담이 시작된 이후로, 기업상담 현장의 확장 및 증가 추세는 지속해서 이어져 왔다. 현시점에서 기업상담 현황에 대한 정확한 통계를 산출하긴 어렵지만, 근로복지공단에서 제공하는 ‘근로자지원프로그램(EAP) 서비스’ 실적을 보면, 2018년에는 11,060건, 2019년에는 13,976건으로 전년 대비 약 20% 상담 건수가 증가하고 있어, 기업상담에 대한 근로자의 수요는 꾸준히 증가하고 있다는 사실을 확인할 수 있다. 이러한 기업상담 서비스의 증가는 곧 기업상담 분야에서 활동하는 상담사의 증가를 의미한다. 특히 코로나19의 장기화가 이어지면서 기업들은 이전보다 훨씬 적극적으로 근로자들의 마음 건강을 챙기고자 노력하고 있다. 이에 최근 들어 기업 내 상담센터의 신설이나 기업상담자 채용도 증가하고 있다[10][11]. 그러나 국내의 기업상담 분야가 양적인 성장에 비해 질적인 성장이 더디며 이런 상황이 지속된다면 양적인 성장세도 멈출 수 있다는 왕은자[12]의 지적처럼 기업상담의 양적인 성장에 걸맞은 질적인 성장은 부족한 상황으로 보인다. 이에 왕은자[12]는 현장 지향적 연구의 확대가 필요하다고 강조한 바 있다.

김계현[13]은 상담학의 발전이 상담의 실천과 상담연구의 통합을 통해서만 이루어질 수 있다고 했는데, 상담실제와 연구가 상호작용하면서 영향을 주고 있는지 여부를 평가하는 대표적 방식은 연구논문의 경향성을

면밀하게 분석하는 것이다[14]. 특히 상담(심리)학 외에도 인력개발, 사회복지 등 다양한 분야에서 접근이 가능한 기업상담의 다학제적 특성을 고려할 때, 기업상담의 실제와 연구의 통합을 위해서는 기업상담을 실행하는 행위자로서 가장 중요한 주체인 기업상담자에 대한 연구를 검토하는 것이 필요하다.

따라서 본 연구에서는 기업상담자에 대한 상담학 분야의 연구 현황 및 학문적 성숙도를 살펴봄으로써 기업상담자가 활동하고 있는 상담 실제 현장과 연구를 통합하기 위한 시도를 하고자 한다. 구체적으로는, 기업상담자를 중심으로 국내 기업상담 관련 연구를 개관하여 기업상담 연구의 흐름과 경향을 체계적으로 검토하고, 향후의 기업상담 관련 연구의 발전 방향 및 시사점을 얻고자 한다. 이와 같은 연구목적에 위하여 설정된 본 연구의 연구 문제는 다음과 같다. 첫째, 국내 기업상담자 관련 연구들은 무엇이 있으며 어떠한 경향성을 가지고 있는가? 둘째, 국내 기업상담자 관련 연구의 출간연도, 연구주제, 연구방법, 연구대상은 어떠한 특성을 가지고 있는가?

II. 이론적 배경

1. 기업상담과 기업상담자

국내에서 근로자의 심리 및 마음 건강에 대한 지원제도가 최초로 도입된 것은 1970년대의 산업상담원제도, 고충처리제도로 볼 수 있다. 당시에는 근로자의 애로사항이나 고민 등을 청취하고 문제를 해결하는 정보 전달 창구의 성격이 강했으나[2], 점차 상담전문가에 의한 보다 포괄적이고 전문적인 심리상담 서비스로 발전하면서 현재의 기업상담 형태를 갖추게 되었다. 초기에는 상담학, 심리학, 사회복지학, 산업조직심리학 등 접근하는 이론적 배경이나 학문 분야에 따라 같은 서비스인데도 ‘기업상담’, ‘산업심리상담’, ‘산업상담’, ‘인사상담’ 등의 용어로 다양하게 일컬어졌으나[15], 2000년대 초반, 상담전문가들이 사내 상담센터에 진출하면서 기업상담이라는 용어가 자리 잡게 되었다.

같은 기업상담이라고 할지라도 그 운영형태에 따라 외부모델, 내부모델, 절충모델 등 다양한 모델이 존재하

며, 각 기업의 문화나 환경의 영향에 따라 실제 기업상담 운영은 각각 다른 양상을 보인다. 2000년대 초반까지의 기업상담은 주로 대기업 중심으로 도입됐으며, 대부분 기업 내에 상담실을 설치하고 상담자를 직접 고용하는 내부모델의 형태로 이루어졌다. 2000년대 이후에는 내부모델뿐 아니라 외부 EAP 업체를 통해 상담서비스를 제공하는 외부모델을 도입하는 기업도 늘어나기 시작했다. EAP업체를 통해 제공하는 상담 역시 상담전문가에 의해 이루어진다는 점에서, 기업상담 관련 연구나 문헌에서는 EAP상담과 기업상담을 구별하지 않고 기업상담이라는 용어로 통칭해서 사용하고 있다[16]. 비슷한 맥락에서 기업에 직접 고용되어 기업 내부에서 근무하는 기업상담자나 외부 EAP업체에 고용되어 기업 구성원에게 상담서비스를 제공하는 EAP상담자에 대해서도 별도로 구별하지 않고 기업상담자라는 용어를 사용하고 있다.

2. 기업상담의 고유성과 기업상담자의 경험

왕은자와 김계현[17]은 기업상담이 내담자-조직-상담자 등 여러 이해관계자가 존재하며, 이해관계자들 간의 관계가 조화와 협력보다는 갈등과 모순에 가깝고, 효과를 정의하는 관점이 개인 차원부터 조직 수준까지 다양하게 존재한다는 점을 기업상담의 고유한 특성으로 제시한 바 있다. 기존 상담 장면에서는 내담자-상담자라는 2인의 주체가 일반적이었다면, 기업상담의 경우 관리자까지 총 3인의 주체가 존재하는데 내담자와 상담자 이외의 관리자라는 새로운 이해관계자의 등장은 기업상담자가 실제 기업 현장에서 상담 실무를 하는 데 많은 영향을 주게 된다. 따라서, 기업상담자는 일반적인 상담 장면에서 종사하는 상담자와는 다른 고유한 경험을 하는 것으로 나타났다[9][18][19].

예를 들어, 기업상담자는 관리자와 내담자 양쪽 모두의 성장과 발전을 도와야 하지만 현실적으로는 관리자와 내담자의 이익이 충돌하여 이 두 주체의 기대나 가치를 동시에 충족하기 어려운 경우가 많다[20]. 즉, 기업의 가치인 '관리'와 상담의 가치인 '조력'이 충돌하는 상황에서[21] 기업상담자는 조직의 성과 제고와 내담자의 행복 및 정신건강 증진이라는 두 가지 가치 사이에 놓여 갈등하게 되는 것이다[22]. 또한 이런 역할 갈등은

내담자에 대한 비밀보장 등 상담윤리 문제와도 연결된다. 조직은 상담을 통해 구성원을 관리하고 정보를 알려고 하고, 상담자는 내담자의 정보를 공개하지 않으려고 하면서 팽팽한 접전이 발생하는데[23], 그 과정에서 기업상담자는 비밀보장을 지키면서도 관리자가 원하는 결과와 데이터를 제공하기 위해 나름의 경계와 원칙을 세워가며 양쪽 모두의 필요를 만족시키고자 애쓰게 된다[9]. 더불어 기업상담은 비용은 조직에서 지불하고 서비스는 근로자가 제공받는 구조이기 때문에 상담의 내용이나 목표에도 일반 상담과는 다른 제한이 생긴다. 내담자는 정서적인 안정감이나 삶의 질, 만족감 등 개인 차원의 성장을 중시하지만, 관리자는 일에 대한 긍정적 태도, 업무 성과의 증가, 사고율 감소 등 기업 전체의 생산성과 효율성을 우선시하게 된다[24]. 또한 상담 회기에 있어서도 비용 대비 효과를 중시하는 기업의 특성상 단회나 단기간 내에 내담자가 원하는 문제해결을 최대한 효율적으로 이루어내야 한다[9][17][18][25].

그러나 정작 이러한 특성에 맞춰 기업상담자를 안내할 수 있는 체계적인 교육이나 훈련은 부재한 상황이다[26]. 기업에 종사하는 상담자는 대부분 상담 관련 전공 대학원 과정을 이수한 후 기업상담에 대한 별다른 훈련 없이 기업상담 장면에서 진출해서 스스로 시행착오를 거치면서 기업상담을 배우고 있는 실정이며[9][18][26][27], 기업상담 경험과 전문성을 모두 갖춘 슈퍼바이저도 많지 않다[23]. 게다가 보안을 중시하는 기업의 특성상, 각 기업의 실제 기업상담 운영 현황이나 실태, 사례에 대해 상담자가 개별적인 노력으로는 알기 어렵다[26]. 이러한 상황에서 기업상담자들은 다양한 갈등과 긴장, 정체성 혼란을 경험하고[28], 이런 혼란이 상담자의 소진 경험으로 이어지기도 하는 것으로 나타났다[23].

3. 기업상담 및 기업상담자 관련 연구 동향

기업상담 현장의 발전과 함께 관련 연구들도 최근 서서히 이루어지고 있다. 기업상담 도입 초기에는 기업상담 수요나 기업상담의 효과 등 거시적인 접근의 연구[15][29]가 주로 이루어졌다면, 최근에는 기업상담이 자리 잡고 기업상담 장면에서 근무하는 상담자의 수도 늘어남에 따라 보다 세부적인 주제에 대한 연구도 이루

어지고 있다. 특히, 기업상담자에 대한 연구가 많이 이루어지고 있는데 구체적으로 살펴보면 기업상담자의 어려움 및 적응에 대한 연구[9][30], 초심과 숙련 기업상담자의 인식 차이를 살펴보는 연구[19], 기업상담자의 전문성 발달을 위해 슈퍼비전에 포함되어야 하는 요소를 규명한 연구[27] 등 그 주제가 다양하다.

한편, 왕은자와 김계현[31]은 기업상담의 효과성과 관련된 연구를 검토하여 연구경향을 파악하였는데[31], 해당 연구는 기업상담의 효과성에만 초점을 맞추었다는 점과 국외 연구를 분석대상으로 선정했다는 점에서, 국내 기업상담 관련 연구의 흐름을 보여주는 데는 한계가 있으며, 국내 기업상담자에게 주는 시사점도 제한적이다. 따라서, 본 연구에서는 기업상담자와 관련된 국내 연구를 분석함으로써 기업상담자 및 상담학 분야에 적용 가능한 연구 결과와 제언을 제시하고자 한다.

III. 연구 방법

1. 자료수집

1.1 연구대상

본 연구에서는 2021년 1월까지 출판된 기업상담자 관련 국내 석·박사 학위논문 및 KCI 등재 학술지 게재 논문을 연구대상으로 선정하였다.

1.2 연구대상

문헌검색은 학술연구정보서비스(www.riss4u.net), 한국학술정보서비스시스템(kiss.kstudy.com), 한국학술지인용색인(www.kci.go.kr)에서 ‘기업상담자’, ‘EAP 상담자’, ‘근로자지원프로그램’, ‘기업상담’, ‘EAP상담’이라는 키워드를 사용하여 검색하는 방식으로 진행하였다. 각 데이터베이스의 상세 검색 메뉴를 이용하여 논문명, 초록, 주제어에 해당 키워드가 포함되어 있는 논문을 모두 검색하였다. 그 결과, 총 5,680편의 연구가 검색되었다.

2. 연구과정

2.1 분석대상 문헌선택

두 명의 연구자는 검색된 총 5,680편에 대해 각 연구가 본 연구의 분석 대상에 포함되는지를 검토하였다. 구체적인 분석대상 문헌선택 절차는 다음과 같다[그림 1].

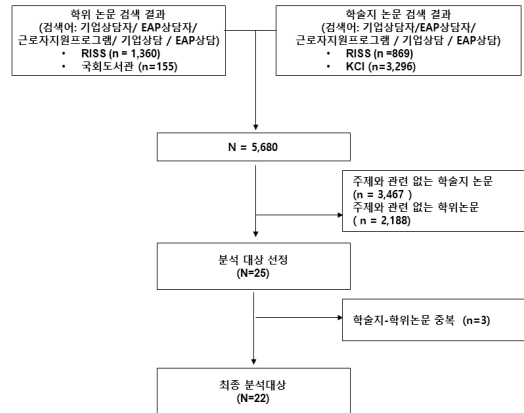


그림 1. 분석대상 문헌 선택 과정

우선 본 연구자들은 각각의 연구 제목에 기초하여 ‘무엇을 보고자 하는 연구인가’에 초점을 두고 기업상담자와 관련 없는 연구를 제외하였다. 제외기준은 다음과 같다. 첫째, 심리상담이 아닌 법률 자문, 재정 지원 등 포괄적인 형태의 EAP 서비스 종사자를 대상으로 한 연구는 제외하였다. 둘째, 본 연구는 국내 기업상담자에 대한 연구 흐름과 경향성을 분석하는 것에 목적을 두고 있으므로, 국외 기업상담자에 대해 다룬 연구는 제외되었다.

한편 다음의 기준을 충족하는 연구는 분석대상에 포함시켰다. 첫째, 기업상담자만을 대상으로 한 연구가 아니더라도, 기업상담자에 대한 내용을 비중 있게 다루고 있는 연구는 포함시켰다. 예를 들어, 기업상담자와 근로자, 관리자 등 기업상담의 세 주체를 연구대상으로 삼은 연구는 분석대상에 포함시켰다. 둘째, 기업상담이 상담학 외의 조직심리나 HRD 등의 분야에서도 연구되는 다학제적 영역임을 고려하여, 타 학문 분야에서 출판된 연구도 기업상담자와 관련된 내용을 다루고 있을 때는 모두 분석대상에 포함시켰다.

위의 기술한 기준에 따라 두 연구자는 제목과 초록을 기준으로 1차 검토를 마친 후, 연구자 간 의견이 일치

하지 않는 연구는 전문을 다시 읽은 후 포함과 제외 여부를 논의하였다. 그 결과 기업상담자와 관련된 연구로 총 25편의 연구가 선정되었다. 그중 학위논문을 수정하여 학술지 논문으로 출판한 연구 3편에 대해서는 학위 논문을 제외하고 학술지 논문만 포함하였다. 최종적으로 본 연구에서는 22편의 연구를 분석하였다.

3. 분석기준 및 평정절차

개관연구의 경우 별도의 정해진 연구방법이 없어 [32], 선정된 논문을 어떻게 분석하고 분류할지에 대한 기준은 선행연구를 참고하여 정했다. 본 연구에서는 다수의 개관연구에서 제시하는 연도별 논문 출판 빈도, 연구주제, 연구대상, 연구방법 등의 범주를 포함하고, 연구주제 분류 틀은 별도의 과정을 통해 설정하였다.

연구주제 분류 설정을 위해 기업상담 분야의 연구주제 분류 방식에 대한 선행연구를 검토하였으나, 아직 이를 제안한 연구가 없었다. 이에 상담학 분야 연구주제 분류 및 연구동향에 대한 선행 연구[14][33-35]와 기업상담처럼 상담자가 특정 조직의 구조 안에서 상담을 진행하는 군 상담[36], 학교 상담에 대한 개관연구[37]의 분석 틀을 참고하여 연구주제 분류를 설정했다. 그 구체적 과정은 다음과 같다.

첫째, 분석대상 논문의 전문을 읽은 뒤 이를 주요 결과와 논의를 중심으로 요약하였다. 둘째, 요약된 내용을 두 명의 연구자가 독립적으로 검토하면서 주제가 유사한 연구를 묶은 뒤 자료 분석을 위한 분석 틀과 범주를 형성하였다. 셋째, 각 연구자가 형성한 분석 틀과 범주를 비교하며 상호 일치하지 않는 부분은 논의를 거쳐 합의점을 도출하였다. 이 과정에서 일부 분류 범주들이 삭제, 통합 혹은 세분화 되었다. 이후 각 연구에 합의된 분류 범주를 대입해보면서 최종적으로 확정 절차를 거쳤다. 이를 통해 도출된 최종 분류 범주는 [표 1]과 같다.

본 연구자 중 1인은 상담 전공 박사학위를 보유하고 학술지에 개관연구를 게재한 경험이 있으며, 기업상담자로 근무했던 경력을 가지고 있다. 다른 1인은 상담 전공 석사학위를 보유하고 있으며 현재 기업상담자로 근무하고 있어, 연구자 2인 모두 본 연구를 수행할 만한 전문성을 가지고 있다고 판단하였다.

표 1. 논문 분석 분류 틀

분류범주	Codes
기초사항	출간연도, 학술지/학위논문 구분
연구주제	역할 및 역량, 직무 및 직업 적응, 상담효과에 대한 기업상담자의 인식, 기업상담 활성화 방향에 대한 기업상담자의 인식, 윤리, 전문성 발달, 다문화상담
연구대상	기업상담자, 근로자, 관리자
연구방법	양적연구, 질적연구, 혼합연구

III. 결 과

1. 발행연도별 논문 수

국내 기업상담자 관련 연구의 흐름을 파악할 수 있는 발행연도별 논문 수를 살펴보면 [그림 2]와 같다. 1997년에 학위논문 1편이 발표되었고, 12년이 지난 2008년에 이르러서야 학회지 논문이 1편 발표되었다. 2006년부터 2021년까지의 발행 추이를 5개년 단위로 살펴보면, 2006년부터 2010년까지 3편(13.6%), 2011년부터 2015년까지는 5편(22.7%), 2016년부터 2020년까지 13편(59.1%)으로 논문 편수가 소폭이지만 점진적으로 증가하는 것을 확인할 수 있다.

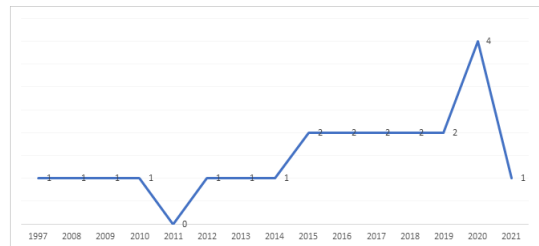


그림 2. 연도별 논문 발간 편수

2. 연구주제별 동향

분석대상 논문의 연구주제를 분석한 내용을 요약하면 다음과 같다. 기업상담자의 역할 및 역량에 대한 연구와 직무 및 직업 적응을 다룬 연구가 각각 6편(27.3%)으로 가장 많았고, 그다음으로는 상담 성과 3편(13.6%), 윤리 2편(9.1%), 기업상담 활성화 방향에 대한 기업상담자의 인식 2편(9.1%), 전문성 발달 1편

(4.5%), 다문화상담 1편(4.5%), 기타 1편(4.5%) 순이었다. 연구주제별 논문 목록은 [표 2]와 같다. 연구주제별 분석 결과를 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

2.1 역할 및 역량

역할 및 역량에 관한 연구는 6편으로 기업상담자가 기업에서 요구받는 역할 및 해당 역할을 수행하기 위한 필수역량에 대한 연구가 대부분이었다. 조해연 외[28]와 남현주[18]는 기업상담자를, 변시영과 조한익[19]은 초심과 숙련 기업상담자를 대상으로 연구를 진행한 한편, 정연식[38]은 기업상담에서 자주 다루어지는 상담 주제와 기업상담의 특수성을 고려할 때 기업상담자가 갖추어야 할 역량이 무엇인지에 대해 기업상담자뿐 아니라 관리자의 인식도 함께 조사하였다. 윤아름 외[39]는 기업상담자를 포함한 다양한 근무 기관별 상담자를 대상으로 각자에게 요구되는 역할 및 역량을 탐색하였다. 연구 결과, 기업상담자에게 요구되는 역할은 상담과 사내 교육 진행, 이용률 제고를 위한 홍보, 사무행정, 고위험군 관리 및 위기개입, 자문과 의뢰 등으로 나타났다. 또한, 기업상담자라고 하더라도 근무경력이나 상담자 발달 수준, 기업상담실의 환경에 따라 다른 역할 수행과 역량 발휘를 요구받고 있는 것으로 나타났다[19]. 요약하자면, 기업상담자에게는 상담을 잘 수행하는 것뿐 아니라, 기업 내 교육, 상담실 운영 및 연계된 내담자 상담에 필요한 행정 등 관리 역량도 요구되며 [28][38][39], 규모가 큰 기업상담 환경이거나 근무경력이 오래되면 리더로서의 역할 수행도 요구받는 것으로 나타났다[19]. 마지막으로, 권서은[40]은 EAP상담자가 상담 진행 전반(상담을 의뢰받고 진행 및 종결)에 걸쳐 상담자가 수행해야 하는 역할을 구체적으로 탐색하고 이를 체계화하여 제시하였다.

2.2 직무 및 직업 적응

직무 및 직업 적응에 대한 연구는 크게 기업상담자의 직무적응과정에 대한 연구와 기업상담자가 경험하는 직무 관련 어려움에 대한 연구로 나눌 수 있다. 직무적응과정에 대한 연구는 3편으로, 기업상담자가 기업상담 장면에서 일하면서 적응하고 정체성을 형성하는 과정을 탐색하였다[9][41][42]. 세 편의 연구는 공통적으로

기업상담자가 기업상담의 특수성으로 인해 정체성의 혼란 등을 경험하거나 부담을 느끼지만, 점차 기업상담자로서의 역할에 적응하고 성장하면서 상담자로서 유연한 마음가짐을 갖게 된다는 결과를 제시하였다.

한편, 기업상담자가 경험하는 직무 관련 어려움에 대한 연구는 기업상담자가 직무를 수행하면서 경험하는 다양한 어려움과 그 극복과정에 초점을 맞추고 있다 [23][30][43]. 남현주와 송연주[23]는 내부모델 기업상담자에게 소진을 불러일으키는 전반적인 어려움과 대처방안을 탐색했는데, 기업상담자는 비밀보장, 상담자와 직원으로서의 두 가지 역할 수행, 조직과 내담자 간의 이해충돌 등으로 인해 어려움이나 혼란을 겪고 소진을 경험하는 것으로 나타났다. 한편, 변시영[43]은 기업 내에서 자살사고를 가지거나 자살을 시도한 내담자가 있을 때 기업상담자가 경험하는 어려움과 대처방안에 초점을 맞추었다. 기업상담자는 자살위험 내담자를 만날 때도 내담자의 안녕을 증진시키는 상담가로서의 역할과 기업에서 사고가 발생하지 않도록 위기상황에 대한 관리 및 보고를 요구받는 직원으로서의 역할을 동시에 수행하면서 많은 고민을 하고 그 과정에서 소진을 경험하는 것으로 나타났다. 또한, 상담자가 내담자의 자살사고를 인지하더라도, 내담자가 조직 내에서 받을 낙인(지속적인 관리 대상이 되거나 승진을 기대하기 어려운) 때문에 정보공유를 미루는 경우도 있는 것으로 나타났다.

한편, 외부모델 상담자를 대상으로 어려움을 탐색한 유소희[30]의 연구에 따르면 외부모델 상담자는 상담서비스 제공 시 겪는 실제적인 어려움을 호소하였다. 예를 들면, 외부모델로 운영되는 기업상담의 경우에는 상담자가 상담 장소와 같은 물리적인 환경을 조성하기 어렵고, 내담자의 직무나 회사 문화나 특성 등 내담자에 대한 정보도 확보하기 어려운 것으로 나타났다. 또한, 제한된 회기 수 내에 일정 상담 성과를 내야 한다는 점이 부담된다고 보고했다.

2.3 상담 성과

상담 성과는 기업상담자가 상담의 성과나 효과를 어떻게 정의하고 측정하는지와 관련된 연구로, 총 3편이다. 세 편의 연구 모두 관리자, 근로자, 기업상담자가 추

표 2. 연구주제별 논문 목록

연구주제	세부주제	논문 제목	1저자(년도)
역할 및 역량 (6)	기업상담자에 대한 역할 기대 및 필수 역량	기업상담자 역할에 대한 인식 및 역할 기대	조해연(2013)
		기업상담 초심자와 숙련자가 인식한 역할 및 역량에 대한 질적연구	변시영(2015)
		EAP상담자의 개인상담 수행 준거 개발을 위한 탐색적 연구	권서은(2021)
		기관별 상담자 필요 역량에 대한 인식차: 상담자의 현장 경험 탐색을 중심으로	윤아름(2020)
		기업내 심리상담 : 상담 주제와 상담자 능력의 탐색	정연식(1997)
		기업 내 상담자의 역량 모델 개발을 위한 탐색적 연구	남현주(2014)
직무 및 직업 적응 (6)	직무적응 과정 (3)	기업 상담자의 기업 내 적응 경험에 대한 내러티브 탐구 : 대기업 내 여성 상담자를 중심으로	심윤정(2012)
		숙련 기업상담자의 직업적응 과정	김효정(2018)
		기업상담자들이 경험하는 어려움과 적응과정	진명일(2017)
	직무 관련 어려움 (3)	기업상담자 소진에 관한 질적연구	남현주(2016)
		내담자 자살 위기와 사건을 경험한 기업 상담자의 극복 과정: 근거이론 접근	변시영(2020)
		기업 상담자들이 경험하는 어려움에 관한 질적연구 : 기업상담 외부모형을 중심으로	유소희(2019)
상담 성과 (3)	기업상담 효과에 대한 세 관련 주체(내담자, 관리자, 상담자)의 인식 비교 분석	왕은자(2009)	
	기업상담 성과준거에 관한 델파이 연구	이승미(2016)	
	기업상담 운영 효과성 평가지표의 상대적 중요도 산출 : 내부모델을 중심으로	김하나(2010)	
윤리 (2)	우리나라 기업상담의 실태 및 활성화 과제 : 기업상담자의 인식을 기반으로	류희영(2008)	
	기업상담 세 주체 인식 비교를 통한 기업상담 운영활성화 과제 탐색	김정희(2015)	
기업상담 활성화 방향에 대한 기업상담자의 인식 (2)	기업상담자가 경험한 비밀보장 문제: 윤리적 갈등과 의사결정	이은정(2019)	
	기업상담자의 윤리적 딜레마에 관한 인식 : 개념도 방법의 적용	박금남(2020)	
전문성 발달 (1)	기업상담자의 슈퍼비전 교육내용 요구에 대한 탐색	김영진(2017)	
다문화상담 (1)	기업상담자의 문화다양성 및 문화사회정의 상담 경험	김미선(2020)	
기타 (1)	Q방법론을 활용한 기업상담자의 상담주제 인식분석	박지민(2018)	

구하는 상담의 성과가 모두 다를 수 있다는 점에 기초하여 이루어졌다. 왕은자와 김계현[17]은 기업상담과 관련한 세 주체(기업상담자, 근로자, 관리자)의 효과에 대한 정의가 어떻게 다른지를 탐색하였고, 김하나[25]는 왕은자와 김계현[17]의 연구에서 도출된 연구결과에 기반하여 상담효과를 평가하는 지표를 개발하였다. 마지막으로, 이승미 외[24]는 무엇을 기업상담의 성과로 볼 수 있을지에 대해 기업상담자를 대상으로 델파이 기법으로 의견을 모으고 분석하기도 했다. 연구 결과를 종합하면, 세 주체 모두 공통적으로 내담자의 문제해결 및 성장, 내담자의 업무성과 향상을 상담 성과로 인식하고 있었다. 다만, 기업(관리자)과 기업상담자는 기업상담실 이용률, 재방문 빈도도 상담 효과 중 하나로 인식하는 것으로 나타났다[17][24].

2.4 윤리

기업상담 윤리에 대한 연구는 2편으로 비교적 최근인 2019년에 처음으로 이루어졌다. 이은정 외[44]와 박금

남[45] 모두 기업상담장면에서 기업상담자가 비밀보장과 관련된 윤리적인 딜레마를 경험할 가능성이 크다고 지적하면서, 기업상담자가 겪는 윤리적 갈등 상황에 이에 기업상담자가 대처하는 방식 및 행동을 각각 다른 연구 방법론을 사용하여 탐색하였다. 이은정 외[44]는 합의적 질적 연구(Consensual Qualitative Research: CQR)를 사용하여 기업상담자가 경험하는 비밀보장과 관련된 윤리적 갈등 상황 및 대처 방안을 탐색하였고, 박금남[45]은 개념도 방법을 사용하여 기업상담자가 겪는 윤리적 갈등 상황을 제시하였다. 두 편의 연구 결과를 종합하면, 기업상담자가 가장 높은 빈도로 경험하는 윤리적 갈등은 기업관리자나 조직에서 특정 내담자와 관련된 정보를 요구할 때인 것으로 나타났다[44][45]. 연구결과를 종합하면, 기업상담자는 단호하게 내담자에 대한 정보공개 요구를 거부하기도 하고 때로는 불가피하게 정보를 공개해야 하는 상황도 겪지만, 그 대처과정에서 내담자의 이익을 최우선 기준으로 두었으며 그 다음으로는 조직의 이익, 마지막으로 상담자 자신에게

미칠 영향을 고려하는 것으로 나타났다[44]. 또한 기업 상담자의 비밀보장과 관련된 윤리적 갈등은 기업상담자에게 조직원인지 혹은 상담자인지에 대한 정체성과 관련된 내적 갈등도 불러일으키는 것으로 나타났다[44][45].

2.5 기업상담 활성화 방향에 대한 기업상담자의 인식

기업상담 활성화 방향에 대한 연구는 2편으로, 기업상담의 정착 및 활성화를 위해서는 어떤 노력이 필요한지에 대한 내용을 다루고 있다. 류희영[15]은 기업상담자를 대상으로 기업상담 활성화 방안을 탐색하였고, 김정희[46]는 류희영[15]의 연구를 더 확장해서 기업상담의 세 주체인 관리자, 내담자, 상담자의 인식을 모두 조사하였다. 연구결과, 관리자, 내담자, 상담자가 공통적으로 기업상담의 활성화를 위해 필요하다고 인식하는 과제는 상담자가 기업상담이라는 특화된 장면의 상담에 대한 전문성을 갖추는 것, 조직 구성원이 상담에 대한 긍정적 인식을 갖게 하는 것이었다[15][46]. 한편, 기업상담자는 보다 명확한 관리 및 보고체계 수립을, 내담자는 상담센터 및 프로그램에 대한 상세하고 적극적인 홍보활동을 중요하다고 생각하는 것으로 나타났다[46].

2.6 전문성 발달

전문성 발달과 관련된 연구는 1편으로 기업상담 장면에서의 상담을 수행하기 위해 기업상담자가 갖춰야 할 전문성 증진과 관련된 내용을 다루고 있다. 김영진과 왕은자[27]는 기업상담의 역사가 짧고, 기업과 상담 두 분야 모두에 전문성을 가진 슈퍼바이저가 부족한 상황에서 기업상담 슈퍼바이저의 요구를 분석함으로써 추후 교육 및 슈퍼비전에 대한 방향을 제시하고자 하였다. 해당 연구에서는 기업상담자가 슈퍼비전에서 도움받고 싶은 내용이 무엇인지를 개념도로 분석하였는데, 기업상담자가 슈퍼비전에서 도움받고 싶은 점은 기업상담 사례개념화, 기업상담 장면에 맞는 상담 전략, 조직 내에서의 경계설정 및 다중역할 수행, 위기개입 등 대부분 일반상담장면과 다른 기업상담장면의 고유성으로 인해 겪게 되는 어려움과 관련된 내용이었다.

2.7 다문화상담

다문화상담 관련 연구는 1편으로 기업상담장면에서의 다문화상담역량의 필요성과 다문화상담과 관련된 상담자의 경험을 다루고 있다. 김미선[47]은 기업환경, 그리고 사회환경의 변화에 대응하여 기업상담자도 문화 다양성에 대한 이해를 기반으로 다문화사회정의의 상담을 하도록 요구받고 있다고 전제하며, 기업상담자의 문화 다양성과 다문화사회정의의 상담 관련 경험을 탐색하였다. 기업상담자는 내담자를 대변하여 목소리를 내고 내담자의 이익 추구에 도움을 주는 것을 자신의 중요한 역할 중 하나로 인식하고 있었으며, 내담자를 대신해 내담자의 목소리를 조직에 전달하는 옹호 활동이나, 내담자가 자신의 목소리를 낼 수 있도록 돕는 지지 활동을 하고 있다고 보고했다.

2.8 기타

기타로 분류한 논문은 기업상담에서의 상담주체에 대한 연구이다. 박지민[48]은 기업상담자 5명을 대상으로 기업상담에서 다루어진 상담주체를 조사하고, 조사한 내용을 Q방법론을 활용하여 분석함으로써 기업상담자가 어떤 상담주체에 중요도를 두고 있는지를 확인하였다. 기업상담에 내방하는 내담자의 상담주체는 크게 자기이해, 업무 의사소통 및 의사결정 기술 증진, 조직 생활에서 비롯되는 스트레스, 조직 내 대인관계 등으로 나타났다.

3. 연구참여자별 동향

연구참여자별 동향을 살펴본 결과는 [표 3]에 제시하였다. [표 3]에서 보이는 바와 같이 분석대상 논문 22편 중 17편(77.3%)이 기업상담자를 대상으로 한 연구였는데, 그 중 11편은 내부모델 기업상담자 대상이었으며, 4편은 운영형태와 관련 없이 기업상담자 전체를 대상으로, 나머지 2편은 외부모델 기업상담자를 대상으로 이루어졌다. 한편, 기업상담자뿐 아니라 기업상담과 관련된 세 주체(기업상담자, 근로자, 관리자)를 모두 대상으로 한 연구는 4편이었으며, 그 중 1편은 기업상담 이용 경험이 있는 내담자가 아닌 일반 근로자를 대상으로 이루어졌다[38]. 마지막으로 청소년 상담센터, 대학 상담센터, 기업상담센터, 사설 상담센터에서 일하는 상담

자를 대상으로 한 윤아름 외[39]의 연구는 기타로 분류하였다.

표 3. 연구참여자별 동향

	기업상담자			기업 상담의 세 주제	기타
	기업 상담자 전체	내부 모델 상담자	EAP 상담자		
편수	4	11	2	4	1
비율	18.2%	50.0%	9.1%	18.2%	4.5%

4. 연구방법별 동향

총 22편의 논문의 연구방법을 양적, 질적, 혼합 연구로 분류하여 분석한 결과는 [표 4]과 같다. [표 4]에서 보이는 바와 같이, 전체 22편의 논문 중 질적연구 논문이 14편(63.6%), 혼합 연구가 6편(27.3%), 양적 연구가 2편(9.1%)이었다. 질적연구 14편 중에서는 합의적 질적연구(CQR) 방법론을 사용한 연구가 6편으로 가장 많았다. 그러나 그 외에도 질적연구의 대표적 방법론 [49]에 해당하는 내러티브, 현상학, 근거이론을 사용한 연구가 각 1편 이상이며, 자문화기술지[42], 델파이 조사 기법[24]이나 Q방법론을 활용한 연구[48]도 있었다.

혼합연구 6편 중 3편은 개념도를 활용한 연구였고, 나머지 3편은 심층 면접과 설문지 조사를 진행한 결과를 각각 질적, 양적으로 분석하고 그 결과를 통합하는 방식으로 수행했다. 마지막으로, 양적 연구는 기술통계 연구가 1편[46], 계층화분석법을 활용한 연구[25]가 1편이었다.

표 4. 연구방법별 동향

	연구방법론	편수	합계
질적연구	합의적 질적연구	6	14(63.6%)
	근거이론	3	
	내러티브	1	
	델파이 기법	1	
	현상학적 연구	1	
	자문화기술지	1	
	Q방법론	1	

혼합연구	개념도	3	6(27.3%)
	심층인터뷰와 설문지	3	
양적연구	기술통계	1	2(9.1%)
	분석적 계층화법	1	

IV. 논 의

본 연구는 국내에서 지금까지 이루어진 기업상담자 관련 연구의 경향을 분석함으로써 연구의 흐름과 성과를 정리하고 나아가 향후 연구 방향에 대해 제언하고자 하였다. 국내에서 기업상담자를 주제로 발간된 학위논문 및 학술지 게재 논문 및 22편을 분석한 결과 및 시사점은 다음과 같다.

첫째, 기업상담자 관련 논문의 연도별 발간 편수를 살펴보면, 2010년을 기점으로 연 1편에서 연 2편으로 연구물의 양이 증가하긴 했지만, 증가 폭은 매우 적은 편이다. 2010년에 근로자복지기본법이 시행되면서 기업상담을 도입하는 기업이나 회사가 지속 증가하고 있으며, 한국상담학회 내에 기업상담학회 분과가 창립되는 등 상담학 분야 내에서도 기업상담이 하나의 영역으로 자리 잡은 점을 고려하면 지난 10년간의 기업상담자에 대한 연구의 양적 성장이 크지 않은 점은 아쉬운 부분이다. 또한, 2020년 한국상담심리학회 추계학술대회에서 발표된 '상담영역별 전문가와의 만남'에 따르면, 기업상담이나 EAP상담을 제공하는 기업이나 기관이 계속해서 증가하고 있는 것으로 나타났는데, 이는 기업상담에 종사하는 상담자의 양적 증가를 의미하기도 한다. 다수의 선행연구에서는 기업상담이 다른 일반상담 장면과 다르다는 점을 지적하면서[9][23][27][44], 동일한 주제더라도 각 분야별 상담자를 대상으로 하는 연구가 각각 이루어질 필요가 있음을 주장했는데[23][27], 기업상담자의 전문성 향상 및 기업상담 분야의 질적 성장을 위해서는 기업상담자에 대한 연구가 다양한 주제로 더 활발하게 이루어져야 할 것이다[27].

둘째, 연구주제에 따른 연구 동향을 살펴보면, 기업상담자의 역할 및 역량이나 기업상담자의 직무적응과 관련된 연구는 비교적 활발하게 이루어진 것을 확인할 수 있는데, 이 두 가지 주제에 대한 연구 결과는 함께 연결

지어 해석될 수 있다. 기업상담자의 역할과 역량 및 직무적응 및 어려움에 대한 연구가 각각 전체의 약 27%를 차지했는데, 그만큼 기업상담자의 역할이나 직무가 무엇인지를 탐색하고 정의하려는 시도가 많이 이루어졌다고 볼 수 있다. 연구 결과에 따르면, 기업상담자는 상담 관련 업무 외에도 다양한 업무 및 역할 수행을 요구받고 있었는데, 예를 들어 강사나 행정가의 역할도 잘 수행하기를 요구받는 것으로 나타났다[39][42]. 이와 같은 기업상담자의 다중 역할 수행은 국외 연구에서도 밝혀진 바 있어[26], 기업상담자가 가지는 고유한 업무적 특성으로 보인다.

한편, 이와 같은 상담전문가로서의 역할에서 벗어나는 영역의 역할 수행은 대부분의 상담자가 대학원 과정에서 훈련한 전문성의 범위를 넘어선다는 점에서 관심을 가져야 할 부분이다. 특히, 기업상담이 도입되기 시작하던 시기인 1990년대 중반에 기업상담 장면엔 진출 및 활동한 기업상담자들의 대부분은 일반인 대상 상담에 대한 교육과 훈련을 받은 상담자들이었다[17][27]. 2000년대 후반까지도 조직이론, 기업에 대한 지식, 리더십/코칭, 경영학 등 기업상담 관련 전문지식에 대해 알고 있는 기업상담자의 비율은 매우 낮았다[15]. 따라서, 기업상담자들은 기업상담 장면엔 진입하여 적용하는 과정에서 다양한 영역에서의 어려움을 겪을 수밖에 없었는데 예를 들면, 상담자인지 회사의 조직원인지에 대한 정체성의 혼란부터 시작해서, 조직의 특성, 조직구성원과의 이중관계, 위기 상황에 있는 근로자에 대한 상담 및 적절한 관리를 하는 것 등이 있었다.

기업상담이 도입된 지 약 20년이 지난 지금에도, 여전히 기업상담자의 기업상담 관련 전문성을 높일 수 있는 학술적 자료나 교육은 부족한 것으로 보인다[27]. 본 연구의 분석대상 중 기업상담자의 수퍼비전에 대한 연구가 1편에 그친 것도 같은 맥락으로 볼 수 있다. 이는 기업장면과 상담장면 둘 다에 전문성을 갖춘 수퍼바이저가 제한적일뿐더러[27], 기업상담 장면의 특수성을 다룰 수 있는 수퍼비전의 형태에 대한 연구가 부재하기 때문일 수 있다. 그러나 김영진과 왕은자[27]의 연구에서 확인할 수 있듯이, 기업상담자는 상담효과를 객관적 지표로 제시해야 한다는 부담감이나 빈번한 윤리적 갈등상황, 이중관계 등의 문제에서 도움이 필요하다고 인

식하고 있었으며, 이는 앞으로 기업상담의 맥락이 고려된 사례개념화나 수퍼비전에 대한 연구 활성화의 필요성을 시사한다. 예를 들어, 기업상담 내에서도 기업상담의 운영방식, 조직문화, 관리자, 내담자의 특성(직급, 근무성과) 등 다양한 변수가 존재하는데, 이런 내용을 사례개념화나 수퍼비전 보고서에 어떻게 포함시킬 수 있을지 등에 대한 양식을 개발하는 연구 등이 이루어질 수 있을 것이다. 요약하자면, 앞으로는 기업상담자의 전문성 발달이나 수퍼비전과 관련하여 현장에 적용가능하고 기업상담자 훈련에 실질적으로 활용될 수 있는 결과를 제시하는 연구가 꾸준히 이루어질 필요가 있다.

기업상담자의 상담 실체나 과정에 관한 연구는 기업상담자의 역할이나 직무적응에 대한 연구에 비하면 비교적 연구가 미진한 영역에 속한다. 그러나 기업상담의 내담자 군이 근로자로 한정되며 근로자는 근무하는 기업환경 및 문화의 영향을 받는다는 점을 고려할 때, 성인 내담자 전체가 아닌 기업상담에 특화된 상담 전략이나 기법이 필요하다[47]. 예를 들어, 기업 문화나 조직의 위계 구조로 인해 근로자가 경험하는 어려움은 근로자가 능동적인 행동을 하더라도 해결되지 않는 부분이 많을 수 있어, 일반 상담에서 적용되는 이론이나 기법을 그대로 적용하기 어려울 수 있다. 이는 기업상담자들이 단기상담전략에 대한 수퍼비전 요구도가 높았던 연구 결과와도 같은 맥락으로 볼 수 있다[27]. 또한, 이직이나 퇴직을 고민하면서 내방한 근로자는 같은 진로문제라고 하더라도 대학생의 진로 결정과는 기회비용이나 제약 조건의 수준이 다르기 때문에 기존의 진로상담과는 다른 접근이 필요할 수 있다. 따라서, 기업상담자가 상담 장면에서 내담자의 문제 유형별, 호소 문제별로 어떤 상담전략이나 기법을 사용하고 그 성과가 어떠한지를 확인하는 연구가 활발히 이루어질 필요가 있다. 국외에서는 EAP상담과 관련된 다양한 주제를 다루는 학술지 Employee Assistance Quarterly를 통해 기업상담자가 EAP상담에서 활용할 수 있는 상담 전략, 다양한 호소문제에 따른 기업상담자의 상담개입 등을 소개하고 있다. 앞으로는 국내에서도 기업 내 상담센터나 EAP상담을 이용하는 다양한 내담자의 호소문제나 특성 등에 초점을 맞춘 상담 실체와 관련된 경험적(empirical) 연구가 더 확대될 필요가 있다.

기업상담자가 바라보는 상담효과에 대한 연구는 총 3편이었는데, 3편 모두 상담 효과를 어떻게 정의할 것인지를 기업상담자를 포함한 여러 주체의 의견을 탐색하는 데 중점을 두었다. 일반적으로는 상담자에게 상담의 효과는 상담자와 내담자가 설정한 상담목표 달성을 의미하지만, 기업상담실을 비롯한 상담 서비스 제공 기관에서는 상담실 이용률, 재방문율과 같은 상담실적에 해당하는 지표를 상담의 성과나 효과로 보는 경우가 많다[17][25]. 김계현[50]은 상담 효과성의 증거가 상담자뿐 아니라 내담자와 보호자, 지자체, 기업, 학교 행정가, 정부 등에서 모두 필요하므로, 상담을 둘러싼 많은 이해관계자와 관련 주체에게 효과를 보다 명료하게 표현할 수 있는 지표로 환산하여 평가하는 시도가 필요함을 강조한 바 있다. 이러한 측면에서 기업상담의 효과를 정의하고 기준을 수립하기 위한 연구가 다수 이루어진 것은 긍정적으로 보인다.

기업상담의 효과와 관련된 연구 결과에 따르면, 상담 서비스를 제공하는 주체이자 동시에 상담실을 운영하는 주체인 기업상담자는 기존의 내담자 중심의 상담 효과에서 나아가 생산성 향상이나 경제성 등 기업과 대화할 수 있는 조직 수준의 상담 효과[17]에 대해 고민하는 과정에서 어려움을 겪는 것으로 나타났는데[9], 아직 조직 수준의 상담효과를 어떻게 제시할 수 있을지에 대한 실질적인 논의는 부족한 것으로 보인다. 앞으로는 기업상담의 효과나 성과의 기준을 정립하는 수준에서 더 나아가 내담자와 소속 조직, 기업 전체 등 다양한 이해관계자에서 효과를 객관적 수치로 제시할 수 있도록 돕는 연구도 이루어질 필요가 있다. 일례로 국외에서는 Workplace Outcome Suite(WOS)[51]라는 척도를 개발하고 해당 척도를 활용한 연구도 다수 이루어졌다[4][8]. WOS는 무단결근, 업무의 성과 저조(presenteeism), 업무몰입, 삶의 만족도, 직장스트레스 등 5개 항목에 대해 묻는 문항으로 구성되어 있어[51], 개인과 조직 차원의 영역을 모두 아우르고 있다는 장점이 있다. 국내에서도 기업상담자를 통해 개인 차원과 조직 차원의 성과를 연결할 수 있는 적절한 지표가 개발되고, 기업상담에서 활용될 수 있는 다양한 효과 지표에 대해 지속적으로 고민해 나간다면 기업상담 분야의 양적, 질적 향상에 크게 기여할 수 있을 것이다.

기업상담자 대상 연구 중 2020년대 전후로 윤리와 관련된 주체의 연구가 2편 진행되었는데, 이 역시 더 활발하게 연구가 이루어져야 할 영역으로 보인다. 기업상담은 본질적으로 관리자와 상담자, 내담자라는 3개의 주체 간 이해관계가 다르기 때문에 기업상담자가 윤리적 갈등을 경험할 가능성이 매우 높다[5]. 실제로 기업상담자의 직무적응 및 어려움과 관련된 선행연구에서도 기업상담자의 윤리적 갈등이 공통적으로 언급된 바 있다[23][30][42]. 기업상담자와 유사하게 내담자뿐만 아니라 다른 주체와도 협력하면서 활동하는 전문상담교사 대상의 윤리 연구를 살펴보면 교사와의 협력 관계에서 경험하는 윤리적 갈등상황[52], 비밀보장 갈등 상황에서 전문상담교사의 대처행동[53], 전문상담교사가 경험한 윤리적 갈등과 윤리적 의사결정에서의 어려움[54], 초등학교 전문상담교사가 경험하는 윤리적 갈등과 대처[55] 등 다양한 대상과 주제로 윤리 관련 연구가 이루어진 것을 볼 수 있다. 기업상담자를 대상으로도 경력이나 유형에 따라 윤리적 갈등에 어떻게 다르게 대처하는지, 상담윤리를 지키는 것에 있어 관리자와 기업상담자는 어떠한 인식 차이를 보이는지, 실제 기업상담 현장에 도움을 줄 수 있는 윤리강령이나 윤리적 의사결정 모형 개발 등 보다 세분화된 주체의 연구가 이루어져야 할 것이다.

마지막으로 다문화상담과 관련된 연구 역시 비교적 최근인 2020년에 1편 이루어진 것을 볼 수 있었는데, 이는 상담학 내에서 다문화상담에 대한 중요성을 인식하고 활발한 논의가 이루어지고 있는 흐름과 무관하지 않아 보인다. 김미선[47]은 기업 내에 근무하는 근로자 간에도 사회경제적 배경, 직급, 직군 간의 특성으로 인해 문화적 차이를 보일 수 있기 때문에 기업상담자가 내담자의 문화적 배경을 고려한 상담개입을 할 필요가 있다고 주장하면서 기업상담자들이 다문화상담역량을 갖춰야 한다고 제안했다. 연구 결과, 기업 내에서 성별이나 고용 형태(정규직, 비정규직)에 따라 내담자가 경험하는 차별이 존재하며 그런 차별이 내담자의 정서나 근무 경험에 영향을 주는 것으로 나타났다. 다문화상담이 각 내담자의 고유한 문화적 배경을 존중하고 고려하는 것뿐만 아니라 개인에게 미치는 다양한 사회적 환경의 영향을 고려하는 관점도 포함한다는 점을 고려할 때

[56], 기업이나 조직 단위의 문화가 근로자에게 미치는 영향을 고려한 상담 접근 및 상담 개입에 관한 연구가 이루어진다면 유의미한 시사점을 제공할 수 있을 것으로 보인다.

셋째, 연구대상을 분석한 결과 기업상담자를 대상으로 한 연구 대부분이 내부모델 기업상담자를 대상으로 이루어졌음을 알 수 있었다. 내부모델 상담자의 경우 전체 업무 중 실제 상담 활동 비율은 50%를 넘지 않고 [9][24], 이벤트나 교육 활동, 프로그램 기획, 홍보, 운영 등의 업무나 상담실 관리 및 행정업무에 많은 시간을 할애하게 된다. 즉, 내부모델 상담자 대부분은 독자적으로 상담실 운영을 해나가기 때문에 상담전문가로서의 역량뿐 아니라 다기능적이고 보다 종합적인 업무 수행 역량을 요구받는 것이다[15][46]. 그러나 외부 EAP 제공업체를 통해 의뢰받은 내담자를 상담하는 업무를 주로 하는 외부모델 상담자의 경우에는 업무의 90% 이상이 상담업무와 관련되어 있다[9][24]. 외부모델 상담자의 경우 내부모델 상담자가 경험하는 역할 혼란이나 정체성 갈등은 적은 편이지만, 상담 장소를 확보하거나, 내담자의 직무나 회사 관련 정보를 확보하는 데서 어려움을 겪는데[30], 이는 내부모델 상담자의 경험과는 다른 고유한 측면이다. 이처럼 기업상담의 운영 방식(모델)에 따라 상담자의 업무 종류와 비율이 차이가 나는 만큼, 기업상담자의 하위 집단별 연구가 이루어진다면 각 장면의 기업상담자를 효율적으로 도울 수 있는 더 유용한 정보를 제공할 수 있을 것으로 기대된다.

넷째, 연구방법별 동향을 분석한 결과, 질적 연구가 14편, 혼합연구가 6편, 양적 연구가 2편으로 나타났다. 먼저 질적 연구를 살펴보면, 합의적 질적 연구(6편), 근거이론(3편), 사례연구(1편), 현상학(1편), 내러티브(1편), 델파이(1편), 자문화기술지(1편) 등 다양한 방법론을 활용하여 이루어졌음을 알 수 있다. 이와 같은 다양한 방법론의 활용은 각 연구자가 연구주제 및 연구 문제에 가장 효과적으로 답을 할 수 있는 방법론을 고민했다는 의미로 해석될 수 있다. 예를 들어, 자살위기 내담자에 대한 기업상담자의 어려움과 극복과정처럼 시간이 흐르면서 일어나는 과정에 초점을 맞춘 연구[43]는 질적연구 방법론 중에서도 근거이론 방법론이 사용

되었다.

혼합연구 6편 중 3편은 개념도를 활용한 연구였는데, 개념도는 이론 체계가 아직 정립되지 않은 분야에서 탐색단계 연구에 자주 사용하는 방법론으로[47] 소수의 관점이라도 무시하지 않고 모든 참여자의 관점을 포함하면서[48] 특정 주제에 대해 사람들이 가지고 있는 개념의 구조를 시각적으로 표현해내는 장점이 있다[57]. 실제로 기업상담의 효과에 대한 인식[17]이나 기업상담자의 수퍼비전 교육내용 요구[27] 등 다양한 사람들의 의견을 수렴하여 정리 및 분석할 필요가 있는 연구에서 개념도가 사용되었다. 나머지 3편은 양적 연구방법론(설문지)과 질적 연구방법론(심층면담)을 함께 사용했는데, 어떤 현상 자체를 설명하고 해당 현상이 어떤 과정을 통해 생겨났는지를 설명하기 위해서는 두 개 이상의 방법론을 사용하는 것이 효과적일 수 있다는 점을 고려하면[58], 이런 혼합연구가 시도된 것은 매우 긍정적으로 보인다.

한편, 기업상담자 관련 연구는 주로 질적 연구에 의존해왔는데, 이는 상담학 분야의 연구가 주로 양적 연구에 치우쳐져 있는 것[58]과는 반대되는 결과이다. 물론 연구대상이 실제로 체험한 생생한 경험이 중요한 주제가 많아서 질적 연구의 빈도가 높았다고도 해석할 수 있지만, 그만큼 기업상담자와 관련한 객관적이고 과학적 검증력을 가지는 연구 결과는 부재하다고도 해석할 수 있다. 과학자-실무자 모델(scientist-practitioner model)을 지향하는 상담학계의 연구 흐름[59]을 고려하면, 기업상담자 관련 연구에서도 변수 간의 관계나 정량적 데이터 기반의 연구 결과를 제시하는 양적 연구가 보다 많이 이루어질 필요가 있다.

본 연구의 한계는 다음과 같다. 첫째, 기업상담자를 대상으로 하거나 기업상담자와 관련된 연구를 분석 대상으로 하였지만, 각각의 연구가 분석 대상에 포함되는지 여부를 판단하고 선정하는 과정에서 어려움이 있었다. 예를 들어, 기업상담자만을 초점으로 하지 않고 기업상담자가 연구대상의 일부인 경우[39]에는 해당 연구의 포함 여부에 대한 고민이 있었지만, 본 연구의 목적이 기업상담자와 관련된 연구의 동향을 전반적으로 파악하는 것인 만큼 최대한 포괄적인 기준으로 분석 대상을 선정하였다.

둘째, 두 개 이상의 연구 문제를 가진 연구를 주제별로 분류하는 과정에서 판단이 명확하지 않은 경우가 있었다. 예를 들어, 기업상담자의 직무적응과 어려움을 하나의 연구에서 모두 다룬 경우, 연구자가 더 우선순위로 관심을 가지고 탐색한 연구 문제에 기초해서 연구주제를 분류하였다. 따라서, 본 연구에서 제시한 연구주제별 논문 목록은 이런 한계점을 고려하여 활용하고 해석해야 할 것이다.

본 연구는 기업상담자에 관한 선행연구의 내용과 주제를 체계적으로 검토 및 종합함으로써 기업상담자에 대한 연구 현황을 제시하고, 추후 연구 방향을 제안하고자 하였다. 최근 코로나19 팬데믹 사태로 인해 근로자의 근무 형태도 다양해지고, 그에 따라 근로자를 대상으로 하는 상담도 비대면으로 이루어지는 등 다양한 변화가 이루어지고 있는데, 기업상담자는 이런 사회환경의 변화에 대응하면서도 상담의 질을 확보해나가야 하는 과업을 지니고 있다. 기업상담자 연구는 아직 기업상담 도입 초기에 중요한 관심사였던 기업상담자의 역할 정의, 직무적응 등에 편중되어 연구가 진행된 경향이 있는데, 앞으로는 기업상담자가 현장에서 참고할 수 있는 실질적인 연구와 개인의 인권과 다양성이 존중되는 현대 사회의 특징을 반영하는 윤리와 다문화 관련 연구가 보다 활성화될 필요가 있다. 기업상담이 도입되어 운영된 기간, 그리고 코로나19 이후로 더욱 높아진 근로자의 정신건강에 대한 관심을 고려하면 이제 기업상담은 도입 초기를 넘어 그다음 단계로 들어서고 있는 것이 분명하기 때문이다. 앞으로는 기업상담자에 대한 학술적 자료와 지원이 더 활성화됨으로써 기업상담 서비스의 질을 제고하고 궁극적으로는 기업상담이 더 활성화되고 발전하기를 기대한다.

참 고 문 헌

[1] <https://www.kihasa.re.kr/publish/report/view?type=research&seq=28005>.
 [2] 황준철, *기업상담 내부모형 상담실 구축 사례연구: C 기획 Hyu 상담실을 중심으로*, 서울대학교, 박사학위논문, 2016.
 [3] A. Kinder, R. Hughes, and C. Cooper, 직장인의

웰빙을 위한 기업상담의 통합적 접근(Employee Well-being Support : A Workplace Resource). (김선경, 왕은자, 김수임 역), 서울: 학지사, (원전은 2008에 출판), 2019.
 [4] M. Attridge, D. Sharar, G. DeLapp, and B. Veder, "EAP Works: Global Results from 24,363 Counseling Cases with Pre-Post Data on the Workplace Outcome Suite (WOS)," *International Journal of Health & Productivity*, Vol.10, No.2, pp.7-27, 2018.
 [5] M. Carroll, *기업상담(Working counseling : a systematic approach to employee care)*, (전종국, 왕은자, 심윤정 역), 서울: 학지사, (원전은 1996년에 출판), 2010.
 [6] J. McLeod, "The effectiveness of workplace counselling: A systematic review," *Counselling and Psychotherapy Research*, Vol.10, No.4, pp.238-248, 2010.
 [7] D. Rogers, J. McLeod, and J. Sloboda, "Counsellor and client perceptions of the effectiveness of time-limited counseling in an occupational counseling," *Counseling Psychology Quarterly*, Vol.8, No.3, pp.221-231, 1995.
 [8] D. Sharar, J. Pompe, and R. Lennox, "Evaluating the workplace effects of EAP counseling," *Journal of Health & Productivity*, Vol.6, No.2, pp.5-14, 2012.
 [9] 심윤정, "기업 상담자의 기업 내 적응 경험에 대한 내러티브 탐구: 대기업 내 여성 상담자를 중심으로," *상담학 연구*, 제13권, 제4호, pp.1819-1843, 2012.
 [10] <https://www.hankookilbo.com/News/Read/A2021091615180004822>.
 [11] <https://www.joongang.co.kr/article/25014436>
 [12] 왕은자, "한국 기업상담의 미래과제," 2013년 한국심리학회 연차학술발표 논문집, pp.134-136, 2013.
 [13] 김계현, *상담심리학 연구:주제론과 방법론*, 학지사, 2000.
 [14] 이동혁, 유성경, "상담연구의 주제 및 연구대상 분석," *청소년상담연구*, 제8권, pp.37-58, 2000.
 [15] 류희영, *우리나라 기업상담의 실태 및 활성화 과제: 기업상담자의 인식을 기반으로*, 서울대학교, 석사학위논문, 2008.

- [16] 왕은자, “근로자지원프로그램(EAP) 제공기관의 상담 운영 실태 및 쟁점 탐색,” 상담학연구: 사례 및 실제, 제1권, 제2호, pp.91-109, 2016.
- [17] 왕은자, 김계현, “기업상담 효과에 대한 세 관련 주체 (내담자, 관리자, 상담자)의 인식,” 상담학 연구, 제10권, 제4호, pp.2115-2135, 2009.
- [18] 남현주, “기업 내 상담자의 역량 모델 개발을 위한 탐색적 연구,” HRD연구, 제16권, 제1호, pp.169-206, 2014.
- [19] 변시영, 조한익, “기업상담 초심자와 숙련자가 인식한 역할 및 역량에 대한 질적 연구,” 상담학연구, 제16권, 제6호, pp.529-551, 2015.
- [20] 왕은자, 김계현, “기업상담 효과에 대한 세 관련 주체 (내담자, 관리자, 상담자)의 인식 비교 분석,” 상담학 연구, 제11권, 제2호, pp.641-656, 2010.
- [21] V. Orlans, *Counseling psychology in the workplace*. In R. Woolfe, W. Dryden, & S. Strwbridge (ed.). *Handbook of counselling psychology*. SAGE Publications, 2003.
- [22] 김선경, “기업상담의 실제와 전망,” 대학생활연구, 제20권, pp.53-64, 2002.
- [23] 남현주, 송연주, “기업상담자 소진에 관한 질적 연구: 기업상담 내부모형을 중심으로,” 한국심리학회지: 상담 및 심리치료, 제28권, 제3호, pp.915-942, 2016.
- [24] 이승미, 고은혜, 이민아, 양햇살, 김봉환, “기업상담 성과준거에 관한 델파이 연구,” 상담학연구, 제17권, 제5호, pp.531-549, 2016.
- [25] 김하나, *기업상담 운영 효과성 평가지표의 상대적 중요도 산출 : 내부모형을 중심으로*, 서울대학교, 석사학위논문, 2010.
- [26] M. Carroll and M. Walton, *Handbook of Counselling in Organizations*, Thousand Oaks, 1997.
- [27] 김영진, 왕은자, “기업상담자의 수퍼비전 교육내용 요구에 대한 탐색,” 상담학연구, 제18권, 제5호, pp.403-421, 2017.
- [28] 조해연, 이송하, 이동혁, “기업상담자 역할에 대한 인식 및 역할 기대,” 상담학 연구, 제13권, 제4호, pp.2233-2251, 2013.
- [29] 김경년, *기업내 상담인식에 관한 연구:KTF를 중심으로*, 한양대학교 교육대학원, 석사학위논문, 2006.
- [30] 유소희, *기업 상담자들이 경험하는 어려움에 관한 질적 연구: 기업상담 외부모형을 중심으로*, 한양대학교, 석사학위논문, 2019.
- [31] 왕은자, 김계현, “근로자지원프로그램(EAP) 및 기업 상담의 연구동향 분석: 효과연구를 중심으로,” 상담학 연구, 제8권, 제4호, pp.1411-1433, 2007.
- [32] 정진철, 양난미, “전문상담교사의 전문성 발달에 대한 개관연구,” 제19권, 제4호, pp.47-70, 2018.
- [33] 김계원, 정종진, 권희영, 이윤주, 김춘경, “상담심리학의 최근 연구동향,” 한국심리학회지 상담 및 심리치료, 제23권, 제3호, pp.521-542, 2011.
- [34] 오송희, 이정아, 김은하, “상담윤리에 관한 국내 연구의 동향,” 한국심리학회지 상담 및 심리치료, 제28권, 제2호, pp.267-289, 2016.
- [35] 조성호, “상담심리학 연구 동향,” 한국심리학회지 상담 및 심리치료, 제15권, 제4호, pp.811-832, 2003.
- [36] E. Prosek and E. Burgin, “Counseling Military Populations: A content analysis of counseling journals from 1998 to 2018,” *Journal of Counseling & Development*, Vol.98, No.4, pp.423-434, 2020.
- [37] A. Zigelbaum, T. Kruczek, C. Alexander, and H. Crethar, “Where are we now? An updated review of the school counseling literature for trends and themes,” *Journal of School Counseling*, Vol.12, No.4, 2014.
- [38] 정연식, *기업내 심리상담 : 상담 주제와 상담자 능력의 탐색*, 가톨릭대학교, 석사학위논문, 1997.
- [39] 윤아름, 변시영, 조민경, 이겨라, “기관별 상담자 필요 역량에 대한 인식차: 상담자의 현장 경험 탐색을 중심으로,” *인간이해*, 제41권, 제1호, pp.23-48, 2020.
- [40] 권서은, *EAP상담자의 개인상담 수행 준거 개발을 위한 탐색적 연구*, 한국상담대학원대학교, 석사학위논문, 2021.
- [41] 김효정, *숙련기업상담자의 직업적응 과정*, 숙명여자대학교 대학원, 박사학위논문, 2018.
- [42] 진명일, *기업상담자들이 경험하는 어려움과 적응과정*, 전북대학교, 박사학위논문, 2017.
- [43] 변시영, “내담자 자살 위기와 사건을 경험한 기업 상담자의 극복 과정: 근거이론 접근,” *한국심리학회지 상담 및 심리치료*, 제32권, 제4호, pp.2037-2063, 2020.
- [44] 이은정, 이은지, 안수정, 서영석, “기업상담자가 경험한 비밀보장 문제: 윤리적 갈등과 의사결정,” *한국심*

리학회지 상담 및 심리치료, 제31권, 제2호, pp.601-643, 2019.

[45] 박금남, *기업상담자의 윤리적 딜레마에 관한 인식: 개념도 방법의 적용*, 충남대학교, 석사학위논문, 2020.

[46] 김정희, *기업상담 세 주체 인식 비교를 통한 기업상담 운영활성화 과제 탐색*, 경북대학교, 석사학위논문, 2015.

[47] 김미선, *기업상담자의 문화다양성 및 문화사회정의 상담 경험*, 전북대학교, 박사학위논문, 2020.

[48] 박지민, *Q방법론을 활용한 기업상담자의 상담주제 인식분석*, 중앙대학교, 석사학위논문, 2018.

[49] J. Creswell and C. Poth, *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*, Sage publications, 2016.

[50] 김계현, "상담의 효과성 연구," 한국상담학회 연차 학술대회 자료집, 한국상담학회, 2008.

[51] R. Lennox, D. Sharar, D. Goehner, and E. Shmitz, "Validation of the 5-item Short Form Version of the Workplace Outcome Suite," *International Journal of Health & Productivity*, Vol.10, No.2, pp.49-61, 2018.

[52] 허만설, 이지향, "학교상담자가 교사와의 협력 관계에서 경험한 윤리적 갈등상황과 대처에 대한 합의적 질적 연구," *아시아교육연구*, 제20권, 제4호, pp.1149-1179, 2019.

[53] 정미라, 유금란, "비밀보장 갈등상황에서 전문상담교사의 대처행동에 대한 합의적 질적 연구," *한국심리학회지 상담 및 심리치료*, 제30권, 제3호, pp.541-574, 2018.

[54] 노인화, 유형근, "전문상담교사가 경험한 윤리적 갈등과 윤리적 의사결정과정에서의 어려움: 개인면담을 활용한 합의적 질적 분석," *학습자중심교과교육연구*, 제19권, 제20호, pp.1215-1240, 2019.

[55] 이명복, 신혜진, 김민선, 임명호, "초등학교 학교 상담자가 경험하는 윤리적 갈등과 대처에 대한 합의적 질적연구: 충남지역 초등학교를 중심으로," *상담학연구*, 제22권, 제2호, pp.57-83, 2021.

[56] 최가희, "사회정의와 상담심리의 역할," *한국심리학회지: 상담 및 심리치료*, 제30권, 제2호, pp.249-271, 2020.

[57] M. Kane and W. Trochim, *Concept mapping for planning and evaluation*, Sage Publications, 2007.

[58] 박승민, "상담학 분야의 질적연구 경향 분석," *상담학연구*, 제13권, 제2호, pp.953-977, 2012.

[59] 안현의, "과학자-실무자 모델의 국내 적용 가능성에 관한 논의," *한국심리학회지: 상담 및 심리치료*, 제15권, 제3호, pp.461-475, 2003.

저 자 소 개

이 예 슬(Ye-Seul Lee)

정희원



- 2014년 2월 : 서울대학교 교육학과 교육상담 전공(석사)
- 2022년 3월 ~ 현재 : 서울대학교 교육학과 교육상담 전공 박사과정

<관심분야> : 기업상담, 기업상담자, 상담자 발달

박 정 은(Jeongeun Park)

정희원



- 2013년 8월 : 서울대학교 교육학과 교육상담 전공(석사)
- 2020년 8월 : University of Central Florida, Counselor Education(박사)
- 2022년 3월 ~ 현재 : 경일대학교 상담심리학과 교수

<관심분야> : 다문화 및 사회정의의 상담, 사회적 소수자