

# 신서비스 개발을 위한 성공요인도출에 관한 연구

정 상 철, 김 명 숙

scjung@cnu.ac.kr, kmsjws@cnu.ac.kr

충남대학교 경상대학 경영학과

대전광역시 유성구 궁동 220

키워드 : service, New Service Development(NSD)

## - Abstract -

서비스산업의 급속한 성장과 더불어 서비스산업에 종사하는 인구의 비중이 1990년 초의 46.7%에서 2003년 12월말 현재 73.5%로 급성장하고 있다. 이에 따라 서비스 기업들은 서비스에 대한 매출을 신장시키기 위하여 기존고객들에게 보다 나은 서비스를 제공함은 물론, 신규고객들의 획득을 위한 지속적인 서비스 개발에 노력을 기울이고 있다. 그러나 서비스 기업에서의 신서비스 개발은 제조업에 비해서 쉽게 모방이 되어서 또한 공식적인 개발팀의 보유율이 제조업에 비해 낮은 실정이다. 더욱이 신서비스는 공식적 개발에 의해서 보다는 저절로 생겨나는 것이 많다고 주장하면서 그 문제점을 지적하고 있다. 이와 같은 공식적인 신서비스의 설계과정이 부재한 이유는 설계의 전통이 없기 때문이며, 간혹 공식적 과정이 있다 하더라도 시장과 고객의 욕구를 철저히 파악하고 있는 인력들이 그 설계주체가 아닌 경우가 많기 때문이라고 보고 있다. 그러나 서비스 개발에 대한 연구가 미흡하다. 그리고 제조업의 제품개발과 같은 방법으로 개발을 진행하고 있다. 서비스는 고유의 속성을 가지고 있어서 제조업에서의 개발과는 달리 다루어져야 한다. 따라서 본 연구에서는 신서비스 개발(NSD)와 신제품개발(NPD)과의 차이점을 살펴보고, 신서비스가 성공하기 위한 요인을 찾아서 개발성과의 관계를 살펴보고자 한다. 추가적으로 개발율의 정도가 개발성과와의 매개역할을 살펴보고자 한다. 이 결과를 토대로 신서비스 개발시에 전략을 수립하는데 기반을 제공하고자 한다.