

서비스 연구 프레임워크 관점에서의 향후 연구과제

이정선* 안진호** 김현수***

목 차

요약	3.2 주제별 서비스 연구 동향 분석
1. 서론	3.3 기존 서비스 연구의 문제점
2. 서비스 연구 고찰	4. 서비스 연구 과제
2.1 서비스학의 출현	4.1 서비스 연구과제 도출
2.2 최신 서비스 개념	4.2 서비스 연구의 방향과 세부주제
2.3 서비스 프레임워크 연구	5. 토의 및 결론
3. 서비스연구 동향	참고문헌
3.1 분석 방법	Abstract

요 약

서비스학은 현대 경제에서 그 중요성이 강조되는 가운데, 서비스 연구의 가치와 필요성은 점점 높아지고 있다. 그동안 다양한 관점에서 연구되어 온 서비스연구를 하나의 프레임워크로 통합하여 서비스연구 프레임워크가 제안된 이후 서비스연구의 방향성이 정립되어 연구의 성장기반이 마련되었다. 그러나 제4차 산업혁명시대의 도래 등 현대경제 사회 환경은 크게 변화하고 있으며, 서비스에 대한 심화된 체계적인 연구 강화가 더욱 필요하게 되었다. 이에 본 연구는 기존 프레임워크상의 서비스학 연구 분야를 세부적으로 분석하여, 구체적으로 서비스학이 ‘무엇을’ 연구하여 서비스학의 지평을 넓혀갈 수 있을지를 제시하였다. 서비스학의 본질적 관점에서 모형의 개발에 관한 연구, 연구 주제의 편협성을 탈피하기 위한 서비스 혁신, 서비타이제이션, 서비스 인퓨션, 서비스 솔루션, 서비스 디자인 레버리지 등의 영역에 대한 개괄적인 접근도 중요할 것이다. 또한 미래 서비스 발전의 근간을 형성하는 데 기여할 수 있는 서비스 테크놀러지의 활용에 관한 서비스학적 연구 및 비즈니스 모델의 개발이나 혁신적인 기업의 새로운 가치 창출에 이용하는 방안 등으로 연구주제로 확대할 필요가 있다. 이러한 연구 결과를 통해 서비스학 연구의 심화와 확장에 기여할 수 있을 것이다.

표제어: 서비스 연구, 서비스사이언스, 서비스학R&D, 연구프레임워크, 서비스학

접수일(2017년 1월 31일), 수정일(1차:2017년 3월 9일), 게재확정일 (2017년 3월 20일)

* 자양종합사회복지관, jslee321@gmail.com

** NF-Council, anjinho@nfcouncil.co.kr

*** 교신저자, 국민대학교 경영학부 교수, hskim@kookmin.ac.kr

1. 서론

전 세계적으로 선진국은 서비스산업의 비중이 70%를 상회하고 있으며, 국가경제 측면만이 아니라 사회전반의 경쟁력 측면에서도 핵심적인 요소로 자리하고 있다. 2014년도 미국의 경우 GDP 및 고용의 약 80%를 서비스산업이 점유하고 있으며, 한국은 GDP의 60%, 고용의 약 70%가 서비스산업에서 발생하고 있다(Hong, 2016). 선진국에 진입하면서 서비스의 비중이 증대되는 것이 일반적인 현상이지만, 특히 제4차 산업혁명 시대가 도래 하면서 제조업을 포함하여 전 산업의 서비스화가 촉진되고 서비스산업의 중요성이 더욱 증대되고 있다.

현대경제사회에서 서비스의 중요성이 증대되면서 서비스에 대한 연구도 꾸준히 확대되어 왔다. 서비스 관련 학술지의 활발한 창간과 발간 확대를 통해 서비스연구가 활성화되었다. 또한 서비스마케팅과 서비스운영 등 산발적으로 연구되어오던 서비스연구가 2004년 서비스사이언스로 1차 통합되면서 활성화의 계기를 마련하였고, 2015년 서비스학 연구 프레임워크가 제안되면서 거시적인 학문체계가 정립되었다(Kim, 2015; The Society of Service Science, 2016).

본 연구는 새로운 경제사회에 필요한 서비스연구를 실질적으로 강화하기 위해 기존 프레임워크 바탕으로 상세 주제를 확장 제시하여 고도화된 연구가 이루어질 수 있도록 하였다. 즉 기존 프레임워크를 정교화·세분화 하는데 1차적인 의의가 있다고 할 수 있다. 또한 서비스연구의 최신동향을 분석함으로써 향후 우선적으로 연구되어야 할 분야와 방향을 제시하여 서비스연구의 가속화를 유도하는데 목적이 있다.

2. 서비스연구 고찰

2.1 서비스학의 출현

자연과학(Natural Science: 물리학, 화학, 생물학, 천문학, 지학 등)이 자연(Nature)에 대한 모든 학문을 통칭하고, 사회과학(Social Science: 정치학, 행정학, 사회학, 경제학 등)이 사회(Society)에 대한 모든 학문을 통칭하듯, 서비스학(Service Science)은 서비스(Service)와 관련된 모든 학문을 통칭한다(The Society of Service Science, 2016).

서비스학은 지난 200여 년간 인류의 고도 성장을 이끌어 왔던 학문의 대안으로 탄생하였다. 유형제화 중심의 유형경제가 한계를 보임에 따라, 다시 인류의 장기 지속 성장을 위한 새로운 학문의 필요성이 대두되었고, 21세기 초반에 인류사회의 장기 성장을 견인하기 위한 신학문으로 탄생되었다. 신경제 서비스경제의 발전과 성숙에 따라 서비스학도 더욱 진화 발전될 것이며, 따라서 서비스연구의 주제도 보다 폭넓어지고 심화되어갈 것이다.

서비스학의 주요 분야는 서비스이론, 서비스철학, 서비스 경제, 서비스 정책, 서비스경영, 서비스 디자인, 서비스기술, 서비스교육, 제조서비스, 서비스연구 일반의 10개 학문 분야로 발전되고 있다. 특히 제4차 산업 혁명으로 언급되는 산업간 경계 해체 시대를 맞아 제조서비스까지 포함하며, 사실상 전 분야의 새로운 학문으로 확장되고 있다.

서비스학에 관한 연구흐름을 보면, 1960년대부터 경영학과 마케팅 분야에서 서비스에 대한 학문적 연구가 시작되었으며, 70년 후반 서비스는 마케팅의 하위 학문분야로 등장하였다(Ostrom et, al. 2010). 1970년대부터 90년대까지는 서비스의 특성과 이론적 체계에 집중하는 연구가 진행되었고, 90년대 이후에는 서비스품질 및 고객만족, 충성심에 관한 기업성과에 미치는 영향력에 관련된 연구가 주류를 이루며 활발한 연구가 진행되었다. 2004년 Vargo and Lusch가 소개한 ‘서비스중심사고 (service dominant logic)’는 서비스에 대한 관점 변화를 이끌어내었다.

2004년 미국 국가경쟁력위원회가 서비스사이언스(Service Science)연구 활성화를 제안한 이후 유럽의

서비스공학, 한국의 서비스학으로 발전되며 서비스 연구는 경영학의 한계를 넘어 학문의 전 분야로 확산되었다. 전 산업의 서비스화를 추구하는 시대적 필요성에 부흥하여 서비스연구는 모든 영역으로 확장되고 있다. 서비스연구의 프레임워크 제안(Kim, 2015)을 통해 제대로 된 서비스학으로서 자리매김하고 있으며 신학문으로서의 틀을 잡아가고 있다.

과학의 출발 초기 형태는 철학이라는 지붕아래에서 자연형상의 영역들에 대한 논의와 연구를 누구나 전개할 수 있던 과학의 미분화 시기였다. 현대인들이 생각하는 지금의 세부 학문영역이 나뉘어 분할된 자연계로 개념화하였기보다는 하나의 통합된 어떤 틀이나 원리에 의해 연결된 총체적 관점에 의해 접근되었다고 할 수 있다. 이러한 통합적 관점의 시기를 지나 자연현상의 주요한 세부영역에 대한 탐구의 전문화가 급진전되면서 화학, 물리학, 생물학 등이 철학에서 독립적으로 발전하고, 여기서부터 현대적 의미의 과학의 하위분야들이 발전되기 시작했다고 할 수 있다.

20세기 후반부터는 과학에서 이러한 다학문적, 학제적, 수렴적 협동작업의 필요성, 가능성, 그 성과의 중요성을 강하게 보이며 또 다른 상위 수준에서 총체적인 융합학문이 탄생하게 된 것이다.

자연과학이 이와 같이 발전, 진화하였듯이 사회과학 영역도 시대에 따라 달리 개념화 분화되는 것이다. 학제에 관한 연구가 신학문으로 발전하는 경우에는 공동 연구하는 학문들의 개념적 체계들을 단지 병렬적으로 합하지 않고, 한 차원 더 높은 수준에서 그 대상의 본질 및 구조를 조망함으로써 새롭게 융합된 개념적 체계를 창출하려는 지속적이며 의도적인 노력이 요구된다(Yang, 2009). 향후 서비스학의 연구도 각 세부 분야가 분화, 체계화 전문화되면서 학문으로서 발전 진화해갈 것이다.

2.2 최신 서비스 개념

미국 국립 공학 아카데미 (National Academy of Engineering)연구는 7 개 산업 분야의 산업성과에 대한 학술 연구의 기여도를 조사한 결과 네트워크 시스템, 통신, 의료 기기, 장비 및 우주 항공과 같은 5 가지 제품 기반 부문에서 학술 연구는 매우 중요한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그러나 운송 및 금융 서비스와 같은 두 가지 서비스 산업에서는 그 영향력이 제한적이었다. 더불어 이 연구는 “학술 연구 기업은 서비스 사업의 필요를 충족시키기 위해 집중하지도 조직화 된 것도 없다”고 결론을 내렸다.

“서비스”라는 용어 자체는 여전히 혼란스럽다. 사람들은 “금융 서비스”또는 “서비스 마케팅”과 같은 다른 지식 영역에 대한 접두사 또는 접미사로 이를 사용하는 경향이 있고, 학자들은 “서비스”에 대한 공통된 인식을 갖지 못하고 있다.

서비스라는 용어의 우발적인 역사는 이러한 불확실성을 설명하는 20 세기 초 경제의 분류학 (taxonomy of economy)이 주요 경제 부문을 농업, 제조 및 서비스로 정의했을 때 나타났다. 이것은 농업 경제에서 제조업 경제로의 지배적인 경제적 변화를 반영한다.

최근 해외에서 서비스개념을 새롭게 개념화한 부분을 살펴보면, 서비스는 비즈니스, 교육, 정부 및 개인적인 노력에서 가치를 창출하고 확보하기 위해 공급자와 고객이 상호 작용을 통해 지원 및 전문성을 제공하는 것으로 간주 한다(Katzan, 2008). 자원 측면에서 서비스는 다양한 유형의 자원 (직원, 물리적 자원, 상품, 서비스 제공자 시스템)이 솔루션을 찾기 위해 고객과의 상호 작용에 사용되는 일련의 활동으로 이해 될 수 있다(Grönroos, 2006). 이러한 관점에서 보면, 서비스는 단순하게 그 부분들의 합계가 아니고 상호작용을 통해 고차원 구조를 형성한다. Polese(2010)의 개념에 의하면 서비스는 네트워크 내에서의 상호작용이며, 윈윈(win-win)을 위한 가치 공동 창출 성과를 이끌어내면서 상호 연관된 프로세스를 가진 논리체계라고 하였다. <Tab. 2-1>은 최근 서비스 개념을 몇 가지로 개념화한 것을 정리

Tab. 2-1 Summary of Recent Concepts of Service

Recent New Service Concepts	Main Focus	Author/Year
Application of Specialized Competences	value-enhancement	Vargo & Lusch(2004)
Activity providing assistance/expertise	solution finding	Gronroos(2006)
System of interacting parts	competitive advantage	Maglio&Spohrer(2008)
Acts performed for others	resources valorization	Alter(2008)
Work performed for other benefits	provider/user interaction	Katzen(2008)
Interaction between entities in reticular system	co-creation in systems' networks	Polese(2010)

한 표이다.

서비스는 지속 가능한 경쟁 우위를 달성하고 유지하기 위해 외부 지향적인 상호 작용 및 상호 의존적인 시스템 (인력, 기술 및 비즈니스 활동)이라 개념화 하였다(Maglio et al., 2008). 따라서 서비스는 다른 사람들이 사용할 자원의 제공을 포함하여 타인을 위한 행위의 수행으로 간주한다(Alter, 2008).

Maglio and Spohrer(2008)가 “서비스는 공급자, 또는 사용자와 함께 사람, 기술, 공유정보를 구성하여 가치를 창출하는 활동”으로 정의하고 있듯이 S-D 논리와 서비스사이언스 모두 공급자와 사용자 간의 필요 자원, 정보 및 목표의 통합을 강조하고 있다. 이는 또한 현재 세계의 선진국 경제를 지배하게 된 공동 가치창출 과정을 강조한다(Qiu, 2009).

2004년 미국 국가경쟁력위원회에서 서비스사이언스를 신 학문으로 발표한지 10년이 지났다. 이후 여러 학자들이 서비스학을 새로이 개념화하는데 힘썼다. 그렇다고 한다면 서비스의 새로운 개념에 맞는 서비스연구가 어떻게 진행되고 있는지 향후 서비스 발전을 위해 어떠한 연구에 초점이 맞춰져야 하는지를 찾아내기 위해 서비스연구동향을 프레임워크 관점에서 살펴보겠다.

2.3 서비스 프레임워크 연구

Ostrom et. al(2010)의 서비스연구 10가지 우선연구 주제를 살펴보면 향후 연구를 위해 유용한 연구주제

이며, 우선순위와 특정 연구주제 영역을 통해 우리가 간과할 수 있는 근본적인 서비스관련 이슈를 발견해주었다. 각 우선순위는 직접적인 경험에 따라 영역을 구성하여 전체적인 틀이 만들어졌다. 학제간 연구의 필요성을 포함하여 글로벌 과제를 인식하고, B2B환경에서 더 많은 연구가 필요하며 기술의 전반적인 영향 또한 주목할 만한 주제로 꼽았다. 다양한 분야의 학자와 업계의 전문가 두 관점의 결합이 이 연구에서는 더욱 가치가 있었으며, 변혁적 서비스와 같은 일부 주제는 상당히 혁신적이었다. 서비스가 매출 증가의 영리목적 뿐만이 아니라 서비스를 발전시키는 공익적 방법에 대해서도 고차원적 사회적 성과를 가져오기 위한 확장된 포괄적 사고를 제공했다. 현대사회에서 학제 간 사일로의 경계를 넘어서는 것은 매우 중요하며 필수적 과제이다. 연구우선 순위에서는 정부와 관련되는 주제들이 있었지만 연구에 있어 정부의 참여는 제한적이었던 점이 아쉽다. 연구방법이 정성적 델파이접근법이 사용되어 해석과정이 다소 주관적일 수 있다는 한계가 있었지만, 그럼에도 불구하고 서비스에 대한 깊은 이해와 사회적 가치, 비즈니스 솔루션의 연구에 기여했다.

‘서비스연구의 프레임워크 제안’ (Kim, 2015)에서는 서비스학의 개념과 체계를 정립하고 서비스학이 학문으로서의 가치를 인정받기 위해 서비스학의 본질연구를 강조하였다. 더불어 서비스 관련 연구 체계를 설명한 관련 문헌들을 분석하고 서비스연구의

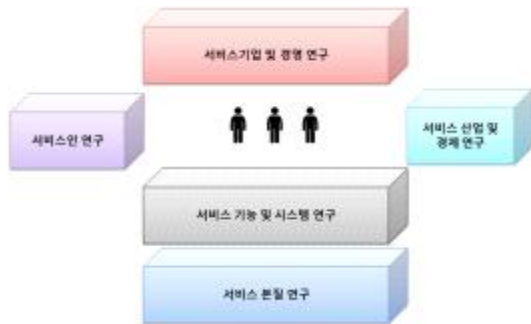


Fig. 2-1 The Service Research Framework (Kim, 2015)

중심주제와 구조를 고찰하며 바람직한 서비스연구의 방향을 제시했다. 서비스 본질연구, 서비스기능 및 시스템 연구, 서비스인 연구, 서비스산업 및 경제연구, 서비스기업 및 경영 연구라는 5가지 프레임워크가 제시되었다. 이는 본 논문을 분석하는 하나의 축으로 사용되어 서비스는 공급자, 수요자, 그리고 양자 간의 관계라는 세 가지 기본 구조에 초점을 둔 서비스 본질을 하나의 차원에서 분석할 수 있는 렌즈를 제공해주며, 본 연구의 축을 이루는 토대가 되었다. 또한 서비스연구는 융합적 분야로 다양한 연구자의 참여가 필요함을 강조하였다. 학제간의 융합뿐만 아니라 실무자들과 산업계의 공동연구를 통해 서비스연구가 발전·진화해 나갈 수 있음을 전망하였다. 서비스연구 프레임워크 제안(Kim, 2015)연구를 통해 서비스연구의 골격을 이루는 중추적 역할이 되었지만, 세부적으로 어떤 연구가 이루어질 수 있는지에 대한 제안은 세부적이지 못한 아쉬움이 있었다. 그리하여 본 연구에서 세부 연구주제를 논의하고자 하며, 이에 앞서 서비스연구가 어떻게 진행되고 있는지를 살펴보고자 한다.

3. 서비스연구 동향

3.1 분석 방법

서비스경제 패러다임 전환 인식이 확산된 이후, 서비스연구 동향을 살펴보기 위해 서비스학 연구 프레임워크(Kim, 2015)에서 제시한 5가지 영역을 분석의 한 축으로 두었다. 서비스 관련 연구의 체계를 관련 문헌들로부터 분석했고, 주요 연구들을 점검하여 연구의 구조를 이루고 있기 때문이다. 체계적인 연구를 위해 분석 <Tab.3-1>의 다른 분석 축은 Moussa, S. and Touzani(2015) 연구의 상위에 랭크되어있는 국제 서비스연구학회지 5곳에서 제시하는 연구 분야와 JoSSR(Journal of Service Science Research)의 서비스 세부 주제로 제시하는 연구 분류 분야를 주제별로 통합 재구성 하여 8개 분야로 수렴하였다. 이는 서비스 비즈니스/융합, 서비스 혁신/정책/제도, 서비스과학, 서비스산업/기업/마케팅, 서비스 사례/성과, 서비스교육/경험, 서비스기술/시스템, 서비스컨설팅 및 기타분야이다.

시간상으로는 2000년에서 2016년 5월까지의 서비스 관련 연구 자료를 수집하여 총 920편의 연구를 분석을 실시하여 서비스연구주제 동향을 다음 <Tab.3-1>와 같이 살펴보았다.

3.2 주제별 연구 동향 분석

서비스학에 대한 연구는 <Tab. 3-1>에서 나타나는 것과 같이 Kim(2015)의 서비스학 연구 프레임 관점에서 2016년 5월까지 연구된 논문을 살펴보면 서비스 기업 및 경영연구가 655편(71.20%), 서비스인 연구가 103편(11.20%), 기타서비스 관련 연구가 78편(8.48%), 서비스기능 및 시스템 연구가 70편(7.61%), 서비스 산업 및 경제 연구 14편(1.52%)로 나타났다. 이는 그동안의 세계 경제 및 사회가 필요로 하는 내용이 서비스 마케팅, 품질 분야 순으로 나타난 것이라고 볼 수 있다. 또한 서비스 연구 주제 관점으로 2016년 5월까지의 연구 자료를 상세히 분석해 보면 서비스 경험과 교육이 280편(30.43%), 서비스 생산성과 성과 181편(19.67%), 서비스 산업/기업/마

케팅이 149편(16.20%), 서비스 과학 107편(11.63%) 순으로 나타났다. 이 또한 학계에서는 시장이 필요로 하는 학문 중심으로 연구가 되어진 것을 확인할 수 있었다.

스중심사교(Service Dominant Logic)는 서비스경제 현상에서 한발 더 나아가 서비스를 바라보는 학계와 업계의 관점의 패러다임 변화를 강조하였으나, 패러

Tab. 3-1 Analysis of the Framework of Service Research

주요내용 - A: 서비스비즈니스/융합, B: 서비스 혁신/정책/제도, C: 서비스 과학, D: 서비스 산업/기업/마케팅, E: 서비스 사례/성과, F: 서비스 교육/경험, G: 서비스 기술/시스템 H: 서비스 컨설팅

Framework 연구분야	주요내용	A	B	C	D	E	F	G	H	기타	합계
서비스 본질	서비스 철학의 가치, 성공원리										0
서비스인 연구	서비스 제공과 고객의 대기				1		3				4
	종업원 직무교육과 훈련			20							20
	종업원 직무만족						79				79
서비스 기업 및 경영연구	서비스기업의 운영전략			85							85
	서비스 품질					22	163				185
	서비스수요 및 재고관리	5									5
	서비스마케팅 환경과 전략		36			28					64
	서비스브랜드 관리	13				16	12		17		57
	서비스가격정책					1					1
	서비스광고 및 판매촉진					12					12
	서비스마케팅 정보시스템							4			4
	고객만족 및 소비자행동분석				130	57	13				200
	서비스 기업의 성과측정과 성과향상 방안						41				41
서비스 산업 및 경제 연구	서비스사업의 타당성 분석		2	1	1		10				14
서비스 기능 및 시스템 연구	서비스 및 서비스 시스템의 설계		33	1							34
	서비스시스템의 입지와 배치		14								14
	서비스시스템의 능력관리					4		18			22
	기타									78	78
	합계	18	85	107	132	181	280	22	17	78	920

서비스연구 동향을 분석한 결과 세계 경제와 사회가 필요로 하는 분야 중심으로 서비스가 연구되어 온 것을 확인할 수 있었다. 이는 결국 시장이 필요로 하는 연구를 중심으로 서비스연구가 진행되어 온 것을 확연히 보여주고 있다.

3.3 기존 서비스연구의 문제점

첫 번째 문제는, Vargo and Lusch(2004) 서비스의 새로운 지배 논리로의 진화(Evolving to a New Dominant Logic for Marketing)에 처음 소개한 서비

다임의 변화에 대한 정의만 제시되었을 뿐, 이후 정교한 응용연구 및 방법론적 연구가 미비하여 실효성이 떨어진다는 점이다. 서비스중심논리(SDL)과 관련된 연구를 보면, 서비스 가치창출 개념과 관리프로세스에 대한 연구(Payne et al.,2008), 서비스지배논리 관련 사례 연구 등과 같이 서비스중심논리에서의 실증연구가 부족한 상태이다. 마케팅에서 서비스 품질 연구가 상대적으로 많이 이루어졌으나, 서비스의 근본적 연구 다양성이 부족하고, 서비스의 범위를 확대하여 일반화된 논리와 결과로 도출이 요구되며, 인터넷 거래의 환경아래에서 적용될 수 있는 차원파악과 실

증 분석이 필요하다고 볼 수 있다(Suh et.al, 2010).

두 번째 문제는, 서비스연구의 태동자체가 마케팅적 필요성으로 시작되었다. 하지만, 최근 4차 산업혁명을 중심으로 무형의 서비스에 대한 가치와 성장 잠재력이 부각되면서, 서비스는 마케팅적 측면을 벗어나서, 산업 전반에 걸쳐 영향력을 행사하고 있다. 그러나, 서비스의 연구는 마케팅 분야의 종속적 연구로서의 시각을 벗어나지 못하고 있다.

또한, 서비스연구의 범위는 서비스연구의 본격적 태동은 2002년 IBM에서 서비스에 대한 연구에 착수하여 2004년도에 서비스 사이언스라는 화두를 던진 시기부터 현재까지 서비스품질과 서비스마케팅을 중심으로 하는 연구에 국한되어 있다. 이는 서비스가 가지고 있는 특성 즉 무형성으로 인하여 그 효과를 객관적으로 검증하기가 어렵다는 측면이 많을 것이다. 그렇다보니 대부분의 연구는 20여년 전에 발표된 (SERVQUAL)에 대한 다양한 적용에 대한 연구만 있을 뿐이다.

<Tab. 3-1>에서 알 수 있듯이 고객 및 소비자 행동 분석을 주제로 한 연구 논문이 200편(21.74%), 서비스 품질을 주제로 한 연구 185편(20.11%), 서비스기업의 운영전략을 주제로 한 연구 85편(9.24%)로 세 가지 주제가 51.09%로 나타났다. 이는 현재까지 연구되고 있는 서비스 관련 연구가 시장의 수요에 의해 발전했기 때문에 고루 분포되지 않은 것으로 보인다.

세 번째 문제는, 이제 서비스연구는 근시안적 시각에서 벗어나 서비스의 근원적, 철학적 연구를 기본으로 이루어져야 한다. 서비스학의 태생이 산업적 필요성에서 태어난 학문분야이다 보니, 응용적 관점의 연구는 많이 존재하지만, 서비스의 본질적 차원에서의 연구는 거의 미비하다.

또한 <Tab. 3-1>에서 확인할 수 있듯이 서비스본질에 대한 연구는 전무하다. 서비스본질 연구에서는 인류문명의 본질적인 주제로서 연구하는 것인데, 서비스철학에 관한 연구인 관계성, 수평성, 쌍방향성, 조화성 등 서비스 본질에 대한 연구가 필요하다.

또한, 서비스 본질 연구에서는 서비스공급자와 수

요자의 쌍방향성에 대한 연구, 수평성에 대한 연구 등이 필요할 것이다. 관계의 본질에 대한 연구, 관계의 역할에 대한 연구를 포함하고 사회와의 관계에 대한 연구도 포함해야 한다.

서비스의 신 패러다임, 현대사회와 서비스철학의 관계 연구 등이 주요 주제로서, 수직사회 및 수평사회에 관한 성과 연구, 유행사회와 무형사회의 특징에 관한 연구, 사회적 자본과 서비스 성과 연구, 단절경제와 융합경제 연구 등도 이 범주에 속해 있으면 관련된 연구가 필요하다.

4. 서비스연구 과제

4.1 서비스연구 과제 도출

본 연구는 2016년 9월에서 2016년 12월까지 진행되었다. 우선 탐색적 문헌연구를 통해 서비스이론, 서비스철학, 서비스 경제, 서비스 정책, 서비스경영, 서비스 디자인, 서비스기술, 서비스교육, 제조서비스, 서비스연구일반의 10가지 서비스연구 분야를 중심으로 서비스학적 우선 연구 과제를 조사하여 도출하였다. 도출된 연구 과제는 문제 선정의 타당성과 적절성을 확보하기 위하여 17 명의 서비스 전문가집단에 게 3차에 걸친 단계별 설문을 진행했고, 동시에 5번의 소그룹 세미나를 통해 수렴 및 검증을 진행하였다. 설문지는 진행된 우선순위 연구를 토대로 연구 키워드 중심으로 중요도와 실효성을 3차에 걸쳐서 단계별로 물었다. 소그룹 세미나는 서비스연구동향에 대한 문헌연구와 설문 등을 토대로 서비스현장과 학계에서 다루어야 할 중요 이슈와 연구주제가 빠지지 않도록 심층 토론으로 세부 연구과제들을 정화하고 검증하는 과정을 5번 진행하였다. 여기에 참여한 17명의 서비스연구팀 구성은 경영학박사 3명, 10년 이상 서비스산업 종사자 10명(서비스사업 3명, IT전문가 3명, 사회서비스 2명, 서비스컨설팅 2명), 서비

스경영 전공의 박사과정 4명으로 되었다.

이와 같은 과정으로 도출된 과제를 기존 서비스 연구 프레임워크에 적용하여 서비스연구의 현주소를 파악하고, 서비스학의 성장과 진화를 위해 극복해야 할 핵심과제를 모색하였다.

4.2 서비스연구의 방향 및 세부 주제

서비스연구는 분야별, 시대별 연구 등 다양한 관점에서 종합적인 분석과 연구가 진행됐지만, 제조업 등 타 산업 부문에 비해 괄목 할 만큼 성장하고 있는 서비스산업의 비약적 성장을 뒷받침할 수 있는 체계적인 연구가 활성화되어야 할 시대적 요청이 있다. 현재의 서비스 연구로는 근본적인 서비스산업의 경쟁력을 증진시키는 부분에는 미흡한 부분이 많다.

기존 Kim(2015)의 연구에서 고대로부터의 서비스 철학 연구, 즉 관계성, 수평성, 쌍방향성, 조화성 등 서비스 본질에 대한 연구에 있어서, 인간사회와 문명사회의 진리 탐구 차원에서 서비스연구를 접근할 필요가 있다고 하였다. 서비스학의 본질적 관점에서 맞춤형 서비스 추천 모형의 개발에 관한 연구 및 본질적 차원에서 연구가 필요하다.

연구 주제의 편협성을 탈피하기 위해서는 서비스 혁신, 서비타이제이션, 서비스 인퓨션, 서비스 솔루션, 서비스 디자인 레버리지 등의 영역에 대한 개괄적인 접근도 중요하다. 또한, 미래 서비스의 발전적 근간을 형성할 수 있는 서비스 테크놀러지의 활용에 관한 연구도 의미 있다. 신규 서비스의 채택 및 수용에 집중되어 있는 연구를 신규 서비스 기술을 위한 비즈니스 모델의 개발이나 기업의 새로운 가치 창출에 이용하는 방안 연구도 중요하다 할 수 있다.

서비스인에 대한 연구는 그동안 서비스연구의 중심 주제였으나, 서비스경영자 중심의 연구는 부족하였다. 경제구조에서는 경영의 중요성이 커짐에 따라 서비스경영자 연구는 상당히 중요한 주제다.

서비스의 기본 구조라 할 수 있는 서비스제공자,

서비스 소비자, 서비스경영자 3자 간의 관계구조에서 일어나는 다양한 현상을 연구하는 서비스인 연구를 확장시키기 위해서는 다음과 같은 관점의 연구가 진행되어야 할 것이다. 먼저, 교육이나 의료 등의 서비스 시스템이 국민의 웰빙에 어떠한 영향을 미치는지를 SDL(Service Dominant Logic) 관점에서 그 실효성을 검증하는 응용연구와 방법론이 필요하다.

고객, 종업원, 기업, 기술의 역할을 통합하는 가치 공동 창출 방안과 가치 공동 창출자 및 인적자원으로서의 고객에 대한 연구와 가치 공동 창출의 부정적 결과 등의 경영학적 관점에서의 가치 창출에 대한 다양한 연구가 필요로 할 것이다. 경영자는 기본적으로 서비스철학의 실천자적 의미로서 경영자 역할이 있으며, 서비스기능을 유용하게 사용하거나, 한계를 극복하는 역할이 있으며, 조직 목표를 달성하고 성과를 극대화하는 경영자 본연의 역할이 있고, 사회와의 조화에 기반한 지속가능 조직의 리더로서의 역할이 있다(Kim, 2016). 이러한 역할의 수행과 관련하여 서비스경영자 연구는 상당히 중요한 주제가 된다. 육구 확장식 경제체제에서 서비스기업 경영자의 중요한 역할은 신사업, 신비즈니스, 신가치를 창출하는 역할로 변화되므로, 서비스경영자 연구는 그 범위가 상당히 넓고 중요한 분야다.

서비스 산업의 혁신이나 발전에 대한 연구와 서비스경제의 본질이나 발전 방향에 대한 연구도 중요하다. 서비스산업에 관한 정책연구 및 산업상의 규제개선 또는 규제 본질 연구도 이 범주에 포함된다. 서비스산업의 구조적 혁신에 관한 연구, 산업의 경쟁력 연구도 핵심 주제가 된다. 서비스산업의 생산성, 국제경쟁력, 수출경쟁력에 대한 연구, 노동생산성 및 일자리창출 관련 연구 등이 이 범주에 포함된다. 서비스경제 전반에 대한 연구를 포함하여, 서비스산업 통계 관련 연구, 산업간 구조 변화 연구 등도 이 범주로 분류된다. 서비스산업이 공유경제화, 사회 변

Tab. 4-1. Topics on a service research framework perspective

프레임워크	연구 분야	서비스연구의 세부 주제	
서비스 본질 연구	서비스 철학의 가치	서비스 철학 관점에서의 가치네트워크 연구 서비스 생태계를 위한 서비스 플랫폼 연구	
	서비스 성공원리	서비스 본질적 차원의 서비스 가치창출 연구 전통생산성과 차이가 나는 서비스학 차원의 서비스생산성 연구	
	서비스공급자, 서비스수요자의 수평성/쌍방향성	SDL적 관점에서 서비스공급자와 서비스수요자의 가치공동창출 모형 연구 서비스 추천 모형 개발 연구	
	서비스공급자와 서비스수요자의 관계의 본질과 역할	지속가능한 형태의 서비스 개발 이론에 관한 연구	
	서비스 패러다임의 변화	기존 서비스와 신서비스의 결합현상을 중심으로 하는 서비스 패러다임의 변화	
서비스 기능 및 시스템 연구	기능으로서 서비스의 4가지 특성	서비스 기능으로서의 무형성의 특성 연구 서비스 기능으로서의 비분리성의 특성 연구 서비스 기능으로서의 비밀관성의 특성 연구 서비스 기능으로서의 무재고성의 특성 연구	
		서비스시스템의 효율성, 효과성, 지속가능성	서비스 시스템적 측면에서의 가치 공동 창출에 대한 공학적, 기술적 차원의 연구
		서비스시스템 전체 및 각 요소	SDL적 관점에서 교육, 의료 등의 서비스 시스템 및 영향 요소에 관한 연구
		물리적 서비스시스템	고객 커뮤니티의 영향에 대한 서비스시스템 연구 물리적 서비스시스템에서의 고객경험에 관한 연구
서비스인 연구	서비스업 종사자	서비스학 차원에서의 서비스 종사자의 생산성 관련 연구	
	서비스업 고객	SDL적 시각에서 고객 경험 향상을 위한 접점 분석과 관리방안 연구	
	서비스경영자	서비스경영자 관점에서의 공동가치 창출 연구	
	서비스교육	체계적인 서비스학 교육방안 연구	
서비스기업 및 경영 연구	서비스경영	서비스경영 차원에서 신서비스 개발에 관한 연구	
	서비스기업의 생산성 향상, 신서비스개발	비용 효율 분석을 통한 서비스 최적화 모형 개발 서비스의 가치와 투자수익률을 측정하는 연구 빅데이터를 활용한 서비스 상품 개발 연구 빅데이터를 활용한 서비스 혁신 방안 연구	
		서비스화하는 1, 2차산업 기업	1,2차 산업 기업의 서비타이제이션 연구
		서비스기술	서비스혁신 기술로서 서비타이제이션, 서비스 인퓨션, 서비스 솔루션, 서비스디자인 레버리지 등에 관한 연구
		SDL 차원에서의 서비스 엔지니어링의 정교화 연구	
서비스산업 정책	한국식 서비스 품질 모형의 개발과 적용 정책 연구 한국식 서비스의 글로벌 확장 전략 연구		
서비스산업 및 경제 연구	서비스산업의 규제개선/규제 본질	서비스산업의 규제개선 및 규제의 본질에 대한 서비스학 차원의 본질 연구	
	서비스산업의 구조혁신	서비스시스템의 구조혁신에 대한 이론 연구	
	서비스산업 경쟁력	서비스산업 플랫폼의 경쟁력 연구	
	서비스산업의 생산성	SDL관점에서의 서비스 생산성 측정 연구	
	서비스산업의 국제/수출 경쟁력	서비스산업 국제 경쟁력 차원에서 서비스의 세계화와 현지화에 관한 연구	
	서비스산업의 노동생산성, 일자리 창출	서비스학 관점에서의 서비스산업의 노동생산성 및 일자리 창출 방안 연구	
	서비스산업 통계	서비스산업의 생산성, 경쟁력 등의 통계 관련 연구	
	서비스산업간 구조 변화	CSV적 차원에서 서비스산업의 구조 변화 연구	
서비스산업을 기반으로 거시적 환경 변화	서비스자원의 인소싱, 아웃소싱, 온소싱 등에 관한 연구		

화, 기술 변화 등으로 중심 산업, 중심 경제가 되었으므로, 향후 거시적 변화 연구도 필요하다.

서비스 기업 연구는 서비스경영 연구가 중심이고 서비스기술 연구를 포함하며, 서비스기술연구는 서비스경영의 하부 연구주제로 분류된다. 서비스경영은 서비스마케팅, 서비스인적자원관리, 서비스회계, 서비스전략, 서비스운영, 서비스품질, 서비스프로세스 및 서비스수요공급관리 등의 전통적인 서비스연구의 핵심주제들이 이 범주에 포함된다.

공유경제화, 사회 변화, 기술 변화 등으로 서비스산업이 중심 산업, 중심 경제가 되었으므로, 향후의 거시적 변화 관련 연구도 이 범주에 포함된다.

서비스 기업에 대한 연구는 서비스경영 연구가 중심이고, 서비스기술 연구를 포함한다. 서비스기술 연구를 서비스경영 연구의 하부 주제로 분류하기도 한다. 서비스경영 연구는 서비스마케팅연구, 서비스회계연구, 서비스인적자원관리연구, 서비스전략연구, 서비스운영연구, 서비스프로세스연구, 서비스품질연구, 서비스수요공급관리연구 등 전통적인 서비스연구의 핵심주제들이 이 범주에 포함된다.

서비스마케팅과 회계연구, 서비스인적자원의 관리, 서비스전략과 운영 등 서비스 기업과 경영을 위한 연구도 서비스학의 성장을 위해서는 그 연구범위를 확장해 나가야 할 부분이다.

비용 효익 분석을 통한 서비스 최적화 모형을 개발하고 서비스의 가치와 투자수익률을 측정하는 분야로의 연구분야 확대도 필요하다. 빅데이터에 기반한 서비스 혁신 및 신규 서비스 상품 개발 기회의 발굴로서 확장하는 것도 의미가 있을 것이다. 문화비교적 관점에서 서비스에 대한 세계화와 현지화에 대한 개념 이해와 신흥국들에서 중요한 서비스 이슈에 대한 SDL적 차원의 연구도 필요할 것이다.

5. 토의 및 결론

본 연구는 최근 학문적 진전에 있어서 담보상태에 빠져있는 서비스학의 발전적 차원에서 서비스연구를 하나의 학문체계로 정리하는 서비스프레임워크 관점에서 학문적 주요주제를 제시하고자 최근의 연구동향을 중점적으로 분석하였다.

결과적으로 융합적 차원의 서비스 기초, 서비스 응용 분야의 연구와 기능적 차원에서 서비스공학, 서비스운영, 서비스기술, 서비스마케팅, 서비스산업 등에 대한 연구를 포괄하는 서비스연구의 모든 분야를 확장된 프레임워크의 틀 안으로 정리하여 서비스연구의 발전적 방향성을 모색하였다.

한국의 서비스연구는 질적 성장의 시기를 맞고 있다. 이번 연구를 통해 현상에 대한 산업적 요구를 충족시키는 연구에서 벗어나 다양한 연구주제를 개발하고 국제적으로도 위상을 높일 수 있는 서비스연구가 필요함을 다시 한 번 인식할 수 있었다. 이를 위해서는 융합의 시대적 흐름에 맞는 학제 간 연구를 통해 편중현상을 고르게 하고 연구논문을 분석하는 다양한 방법론이 적용되어야 할 것이다.

아직까지 서비스학에 대한 학문적 이해는 넓지 않기 때문에 서비스학의 초기단계에서는 실용학문보다는 서비스본질을 충실히 공부하고 통찰할 수 있는 전문가가 양성되어야 학문의 지평을 넓혀갈 수 있다. 이를 위해서는 서비스학을 올바르게 이해하고 융합적 사고를 할 수 있는 인재를 길러낼 체계적인 서비스교육 시스템 연구가 우선적으로 필요하겠다. 이를 통해 전문적 식견을 가진 서비스 인재가 향후 서비스 과제를 수행함에 건강한 대한민국 서비스강국에 도달할 것으로 기대한다. 본 연구는 서비스학의 발전적 대안을 찾기 위한 실질적 기여가 있을 것으로 판단된다. 앞으로 여기서 제시한 주제들에 대하여 산업별, 상황별로 적용하여 심도 있는 대안을 찾기를 바란다.

References

- [1] Alter, S. (2008). Service system fundamentals: Work system, value chain, and life cycle, in Maglio, P.P., Spohrer, J. (eds.) Special issue on Service Science, Management, and Engineering. IBM Systems Journal. 47(1), 71-85.
- [2] Barile S. Polese F. (2010). Smart Service Systems and Viable Service Systems: Applying Systems Theory to Service Science, *Service Science*, 2(1-2), 21-40.
- [3] Grönroos, C. (2006). ‘What Can a Service Logic Offer Marketing Theory?’ , in R.F. Lusch and S.L. Vargo (eds) *The Service-Dominant Logic of Marketing: Dialog, Debate, and Directions*, pp. 354-64. Armonk, NY: M.E. Sharpe.
- [4] Hong, Suck Ki. (2016). Bibliometric Analysis on Research Trends of Service Management, *Journal of Korean Service Management*, 17(3), 133-149 (홍석기, 서비스경영 연구 동향에 대한 계량서지학적 분석, 서비스경영학회지 Vol.17, No.3, 2016.9, pp.133-149)
- [5] Katzan, H. (2008). Foundations of Service Science concepts and facilities. *Journal of Service Science*. 1(1), 1-22.
- [6] Kim, Hyunsoo. (2015). A Suggestion on the New Service Research Framework, *Journal of Service Research and Studies*, 5(2), 199-216 (김현수. (2015). 서비스연구의 프레임워크 제안, 서비스연구, 제5권 제2호, pp. 199-216).
- [7] Kim, Hyunsoo. (2016). A Study on Accelerating Service Economy by the 4th Industrial Revolution, *Journal of Service Research and Studies*, 6(3), 15-28 (김현수. (2016). 4차 산업혁명의 서비스경제화 촉진 연구, 서비스연구, 제6권 제3호, pp. 15-28).
- [8] Moussa, S. & Touzani. (2015). Ranking service science journals using the Google Scholar-based hg-index, *Journal of Service Science Research*, June 2015, Volume 7, Issue 1, pp 1-20
- [9] Ostrom, Amy L, Mary J.B, Stephen W.B, Kelvin A.B.,Michael G, Vicki SD., Haluk D., &Elliot R. (2010). Moving Forward and Making a Difference: Research Priorities for the Science of Service, *Journal of Service Research*. 13(1) 4-36.
- [10] Park, Jeongsoo et al. (2009). “Strategies for Competitive Advantage in New Growth Engines Industry” Seoul: Korea Institute of Industrial Technology (박정수 외. (2009). 신성장동력 서비스 산업의 경쟁우위 확보전략, 서울: 산업연구원).
- [11] Payne, A., Storbacka, K, Frow, P. (2008). Managing the co-creation of value. *Journal of the Academy of Marketing Science*. 36, 83-96.
- [12] Polese, F. (2010). The Influence of Networking Culture and Social Relationships on Value Creation. *Sinergie*, forthcoming.
- [13] Prahalad, C. K., and Ramaswamy, V. (2000). “o-opting Customer Competence,” *Harvard Business Review* (78:1), pp. 79-81.
- [14] Qiu, R.G. (2009). Computational Thinking of Service Systems: Dynamics and Adaptiveness Modeling. *Service Science*. 1(1), 42-55.
- [15] Suh, Changsuck. Kim, Hyo Jeong. (2010). International Comparison of Korean Research papers, *Journal of Korean Service Management Conference*, 2010.11, 49-64 (서창석, 김효정. (2010). 국제비교를 통한 서비스연구 동향:한국과 미국의 주요 학술지를 중심으로, 한국서비스경영학회 학술대회).
- [16] The Service Korea Initiative. (2016). A Vision Statement for Global Service Korea Initiative, in *Proceedings of Service Korea Initiative 2016 Conference*, The Service Korea Initiative, Oct. 2016, pp.18-23 (서비스강국코리아. (2016). 글로벌 서비스 강국코리아 비전, 서비스강국코리아 2016 자료집,

2016.10, pp.18-23).

- [17] Yang, Mi Kyung. (2009). Critical Examination on the purposes and the methodological issues of interdisciplinary research, The Korean Association of Yeolin Education, 17, pp. 51-72 (양미경. (2009). 학제연구의 목적과 방법에 대한 비판적 검토, 열린 교육연구 Vol.17, No.3, pp. 51~72).
- [18] Yi, Youjae. Lee, cheonglim. (2014). Recent Research on Service Marketing: A Critical Review and Future Priorities, Asia Marketing Journal, 29(6), 121-166 (이유재, 이청림. (2014). 최근 서비스 마케팅 연구에 관한 종합적 고찰 및 향후 연구 제언, 마케팅연구 제29권 제6호, 2014.12, pp.121-166).
- [19] Vargo, S.L., Lusch, R.F. (2004). Evolving to a New Dominant Logic for Marketing. Journal of Marketing. 68, 1-17.

Lee, JeungSun(jslee321@gmail.com)



Lee, Jeungsun is a Doctoral Candidate in Service Management at Kookmin University in Seoul, Korea. She holds a Master's and Bachelor's degree in Business Administration from Texas A&M University at San Antonio, Texas. Her research interests include areas in Service Science, Service System, as well as Funeral Service and Mortuary Science.

Ahn, JinHo (anjinho@nfcouncil.co.kr)



Ahn, Jinho is an adjunct professor at Kookmin University and the president of the NF-Council, Co. Ltd. (<http://nfcouncil.co.kr>), a design consulting firm in Seoul, Korea. He obtained a Bachelor's in Industrial Design, a Master's degree and his Ph.D. degree in Business Administration at the University of Kookmin. His research interest focuses on Service Science, Service Design and Service System.

Kim, HyunSoo (hskim@kookmin.ac.kr)



Kim, Hyunsoo is a Professor of Service Management at Kookmin University in Seoul, Korea. He majored in nuclear engineering at Seoul National University and earned his Master's degree in management science from The Korea Advanced Institute of Science and Technology. He obtained his Ph.D. from the University of Florida with concentration in business administration. Currently he served as the chairman of the Society of Service Science, and the chairman of the Korea Research Institute of Service Industry as well as the Co-chairperson of Service Science National Forum. Based on those experiences and knowledge on Service Industry and academia, he devotes himself to the researches on Service Science and Service Innovation.

A Future Study Agenda Applying Service Research Framework

JeungSun Lee*, Jinho Ahn**, Hyunsoo Kim***

ABSTRACT

The importance of service science is emphasized in the modern economy, and the value and necessity of service research still increasing. Since the service research framework was proposed, it has been studied from various perspectives and incorporated into one framework--service research. The direction of service research has been established and a new baseline of research has been established. However, the modern economic and social environment could be described as a new era, the Fourth Industrial Revolution has changed drastically. More and more systematic research on services has become necessary. Therefore, this study analyzed the field of service research in the existing framework. The study suggested how service research could broaden the horizon of service research by studying the 'what'. To do this, we analyzed recent service research trends by themes. We also identified the shortcomings of previous studies about service, and suggested directions and research themes for future research. Based on this study we developed a general approach to the creation of new models from the viewpoint of service science. The authors were also able to develop a general approach to areas such as service innovation, service inference, service solution, and service design leverage. In addition, it is necessary to extend service research and business model to the utilization of service technology. This approach could contribute to forming the basis of future service development, and to utilize social media to create new value of innovative company. The results of this study could contribute to deepening and expanding service research.

Keywords: Service Research, Service Science, Service Science R & D, Research Framework, Service Nature Study

* First Author, Jayang Social Welfare Center, jslee321@gmail.com

** Second Author, President, NF-Council, anjinho@nfcouncil.co.kr

*** Corresponding Author, Professor, Business Administration Department, Kookmin University, hskim@kookmin.ac.kr