

한국서비스경영학회
2020년 하계학술대회

서비스산업의 기회와 도전: 신기술과 서비스의 융합

일 시: 2020년 6월 26일(금) 10시-13시 10분

장 소: 롯데호텔 서울(소공동) 2층 에메랄드

주 최: **KSMS** 사단 한국서비스경영학회
법인 SERVICE MANAGEMENT SOCIETY

후 원: **NRF** 한국연구재단
National Research Foundation of Korea

Incheon Airport
인천국제공항공사

KSA 한국표준협회
KOREAN STANDARDS ASSOCIATION

H 현대해상

master
마스터카드

KORAIL 코레일관광개발

교 교육

GLANCE TV

The 5th

2020.06.26.(FRI) ~ 07.03.(FRI)

SERVICE WEEK

Digital Transformation이 여는

SERVICE RENAISSANCE

한국표준협회는 7월 첫째주를 '서비스유크(Service Week)'로 정하여
서비스경영 우수기업 발굴 및 업계 종사자들의 노고를 격려하고,
산·학 협력을 통해 국내 서비스산업 발전 방안을 제시하고자 합니다.

산·학 서비스연합 학술대회

일시 2020년 6월 26일(금) 10:00~13:10

장소 롯데호텔 서울 2F 에메랄드룸

2020 KS-SQI 상반기 인증수여식

일시 2020년 7월 1일(수) 10:30~13:30

장소 롯데호텔 서울 2F 크리스탈볼룸

서비스 미래혁신 심포지엄

일시 2020년 7월 2일(목) 13:30~17:30

장소 롯데호텔 서울 3층 사파이어볼룸

2020 한국서비스대상 & 서비스의 날

일시 2020년 7월 3일(금) 15:00~19:00

장소 롯데호텔 서울 2F 크리스탈볼룸

주최 한국표준협회 **후원** 산업통상자원부 | 한국서비스경영학회 | 한국품질경영학회 | 한국호텔리조트학회 | 한국호텔관광학회
한국외식경영학회 | 한국IT서비스학회 | 한국기업교육학회 | 한국공유경제협회 | 한국서비스포럼

주요 참여 기업 SK telecom SK broadband SK telink 112 신한은행 신한생명 신한카드 kt kt is kt cs

롯데호텔앤리조트 롯데건설 삼성생명 SAMSUNG 삼성화재 SAMSUNG 삼성카드 SAMSUNG GS 리테일 DB손해보험

SK서비스에이스 | SK서비스탑 | 삼성전자서비스 | 삼성카드고객서비스 | 에버랜드 | 한화생명 | 대한항공
아시아나항공 | KB국민은행 | KB국민카드 | 현대백화점 | 롯데월드 | 롯데렌탈 | 롯데시네마 | 롯데홈쇼핑

한국서비스경영학회
2020년 하계학술대회

서비스산업의 기회와 도전: 신기술과 서비스의 융합

일 시: 2020년 6월 26일(금) 10시-13시 10분

장 소: 롯데호텔 서울(소공동) 2층 에메랄드

주 최: **KSMS** 사단 한국서비스경영학회
법인 SERVICE MANAGEMENT SOCIETY

후 원: **NRF** 한국연구재단
National Research Foundation of Korea

Incheon Airport
인천국제공항공사

KSA 한국표준협회
KOREAN STANDARDS ASSOCIATION

H 현대해상

master
마스터카드

KORAIL 코레일관광개발

디이 교육

GLANCETV

초대의 말씀

존경하는 한국서비스경영학회 회원 여러분! 안녕하십니까?

코로나로 인한 삶의 변화를 경험한 지 반년이 되어갑니다. 그동안 학술지 발행은 예정대로 진행되었으나 일부 행사는 취소하거나 연기되었고 이사회와 총회는 부득이 온라인으로 개최한 바 있습니다. 여러 가지 아쉬운 점이 있지만 가장 아쉽게 생각하는 것은 학회의 부회장으로 모신 서비스기업 임원분들과의 교류를 통해 산학협력을 강화하지 못한 점입니다. 어려운 상황이 속히 해결되어 정상적인 학회활동을 통해 서비스기업의 발전에 도움이 되기를 기원하는 마음입니다.

한국서비스경영학회의 주요 활동 중 하나인 하계학술대회는 “서비스산업의 기회와 도전: 신기술과 서비스의 융합”이라는 주제로 6월26일(금)에 개최하지만 부득이 개회식만 오프라인으로 간략히 진행하고 기획 및 특별세션을 비롯한 모든 학술논문 발표는 온라인으로 진행합니다. 정부의 권고사항이기도 하지만, 단체 모임이 여전히 조심스러운 상황이라 부득이 온-오프라인 방식으로 병행하여 진행하게 된 점을 너그럽이 양해하여 주시기 바랍니다. 그렇지만, 학술대회의 내실을 기하기 위하여 개회식에서는 인천국제공항공사 구본환 사장님의 환영사, 한국표준협회 이상진 회장님의 축사, 한국동서발전 박일준 사장님의 기조강연, Service Excellence Award 시상식 등을 준비하였습니다. 온라인으로 진행되는 기획세션(Plenary Session)에서는 “포스트 코로나, 서비스산업 대응 전략”이라는 주제로 서비스기업 임원들과 좌담회를 진행하며, 특별세션에서는 “포스트 코로나 시대, 서비스산업의 디지털 트랜스포메이션”이라는 주제로 서비스 업종별 기고문, 그리고 서비스 관련 학술논문 등 총 50여 편의 주옥같은 학술논문이 발표될 예정입니다.

학회의 임원들이 나름대로는 유익한 학술대회가 되도록 준비하였지만 처음 진행하는 방식이라 부족한 점이 많이 있으리라 생각합니다. 저희가 성의를 다해 준비한 행사이니 현업에 바쁘시더라도 참석하셔서 자리를 빛내 주시기를 부탁드립니다.

어려운 시기를 잘 극복하시고 건강한 모습으로 뵙기 바랍니다. 감사합니다.

2020년 6월 26일

(사)한국서비스경영학회 제11대 회장
숭실대학교 경영학과 교수 **유한주**

등록안내

장소: 롯데호텔 서울(소공동) 2층 에메랄드

시간: 9:30-10:00

주차: 롯데백화점/호텔 주차장 이용

오시는 길

롯데호텔 서울 | 서울특별시 중구 을지로 30 / TEL +82-2-771-1000

지하철로 오시는 길

1호선 시청역: 지하철 5번 출구

2호선 을지로 입구역: 지하철 8번 출구

버스로 오시는 길 | 롯데백화점 앞

지선(초록): 7017, 7021

간선(파랑): 100, 143, 151, 152, 202, 261, 262, 405, 501, 701, 702A, 702B, 705

자동차로 오시는 길

신촌/서소문, 광화문 방면: 시청 앞 사거리 → 롯데호텔 주차장으로 진입

경부고속도로: 한남대교 횡단 → 남산 1호터널 → 시청방향 좌회전 → 롯데백화점 주차장

남산 3호 터널: 남산 3호 터널 → 한국은행 사거리 → 시청, 광화문 방면 → 롯데호텔 주차장

을지로 2가: 한국은행 방면 좌회전 → 롯데백화점 지나 영프라자 입구 우회전 → 롯데백화점 주차장

문의

(사)한국서비스경영학회 2020 하계학술대회 조직위원회

학회장 유한주(숭실대)

조직위원장 김연성(인하대)

조직위원 이지은(한양사이버대), 박종우(숭실대), 차경진(한양대), 김창희(인천대), 김용희(숭실대), 김민수(한서대), 황혜미(삼육대), 김서영(인하대)

학술위원장 이돈희(인하대), dhlee04@inha.ac.kr

사무국장 박영주(숭실대), 010-8262-4191, ksms-office@daum.net, <http://koreaservice.or.kr>

전체일정

일시 | 2020. 06. 26. Fri

장소 | 롯데호텔 서울(소공동) 2층 에메랄드

09:30-10:00		등록 및 안내	
개회식			
10:00-10:10	개회사	유한주 한국서비스경영학회 회장	
10:10-10:20	환영사	구본환 인천국제공항공사 사장	
10:20-10:30	축 사	이상진 한국표준협회 회장	
시상식			
10:30-11:00	공로상	김희탁 前 한국서비스경영학회 회장	
	Service Excellence Award	민간부문(대기업)	
		공공부문	
		민간부문(중견기업)	
11:00-11:40	기조강연	박일준 한국동서발전 사장	
11:40-11:50	Plenary Session* 포스트 코로나, 서비스산업 대응 전략	좌장: 김연성 인하대학교 교수 패널: 김재겸 롯데홈쇼핑 상무/지원본부장 이민호 코트라 중소기업본부장/상임이사 현호섭 kt 고객최우선경영담당 상무 황미은 현대해상화재보험 상무	
기념 촬영			
12:00-13:00	중 식		
폐회식			
13:00-13:10	폐회사	유한주 한국서비스경영학회 회장	
*Plenary Session: 온라인 포럼 사전 녹화 편집본			
*학술세션 등: 온라인 진행(6월 25일- 7월 3일)			

▶ 상기 일정은 사정에 의해 변경될 수 있습니다.

환영사

안녕하십니까?

이번에 명예회장을 맡게 된 인천국제공항공사 사장 구본환입니다.

어려운 상황 속에서도 한국서비스경영학회 하계 학술대회에 참석해주신 기업 임원 및 학회 이사님들께 감사를 드립니다.

한국서비스경영학회 명예이사장이신 한국표준협회 이상진 회장님, 오늘 기조강연을 해주실 한국동서발전 박일준 사장님께 깊은 감사의 말씀을 드립니다. 그리고 서비스 경영에 새로운 이정표를 세우신 Service Excellence Awards 수상자 여러분께도 축하의 말씀을 전합니다.

미증유의 코로나19 사태가 우리 삶의 많은 것을 바꿔놓고 있습니다. 사람 간의 간극을 벌리고, 우리 사회의 약한 고리를 파괴하고 있습니다. 기존의 산업생태계와 가치사슬이 흔들리고, 국가 간 믿음과 신뢰마저 의심받고 있습니다. 무엇보다 코로나19는 사람과 사람을 잇는 서비스 경영 분야에 가장 큰 타격을 입혔습니다. 특히 항공산업은 여객이 95%이상 감소하면서 정부의 지원에 기대어 힘겹게 생존하고 있습니다. 이런 역경 속에서도 우리는 K-방역의 성공으로 국민과 기업의 역량을 보존하면서 새로운 성장의 기회를 만들어가고 있습니다. 준비된 기업에게 위기는 곧 기회이기도 합니다.

우리나라는 세계 최고 수준의 서비스산업과 첨단 IT산업, 중공업 등을 고루 갖춘 몇 안 되는 국가 중 하나입니다. 이번 위기를 통해 우리의 소프트파워 또한 세계인들의 주목을 받고 있습니다. 情과 배려의 공동체 문화, 집단지성, 시민의식 등 우리의 장점과 잠재력이 빛을 발하고 있습니다. 이러한 현상은 서비스 경영 분야에 패러다임의 변화를 가져오고 있다고 생각합니다. 사람의 가치와 기술의 진보를 조화롭게 추구하고, 안전과 보건의 중요성을 일깨우는 계기가 될 것으로 전망됩니다.

금번 한국서비스경영학회 하계학술대회의 개최는 여러 측면에서 매우 의미 있는 기회가 될 것입니다. 본 대회 논제이기도 한 '신기술과 서비스 융합'은 인천국제공항의 비전과 일맥상통합니다. 디지털기술 융합시대에서는 혁신을 선도하는 First Mover 만이 살아남을 수 있습니다.

인천국제공항은 그동안 서비스 분야 1등 공항으로서 세계 공항의 표준을 선도해왔습니다. 인공지능, 로봇, 사물인터넷 등 4차 산업혁명기술을 적극 도입하여 출입국수속 등 운영 프로세스 전반을 혁신하고, 고객경험을 획기적으로 개선할 수 있는 미래 경쟁력을 확보해나가고 있습니다. 아울러 국제물류, 비즈니스, 관광, 항공정비, 바이오·IT 등 첨단산업이 집적된 공항경제권을 조성하여 새로운 성장 동력을 개발하고 있습니다.

한국서비스경영학회는 올해 창립 20주년을 맞이하기까지 대한민국 서비스산업 발전에 지대한 기여와 공헌을 해왔습니다. 인천국제공항도 향후 학회에서 추진하는 글로벌 학술교류 활동을 통한 외연 확장과 다양한 산학협력 프로그램에서 좋은 성과를 얻을 수 있도록 적극적으로 지원하겠습니다.

이번 하계 학술대회를 통해 회원들의 값진 연구 성과가 우리나라 서비스경영 발전에 크게 기여할 수 있기를 바라며, 한국서비스경영학회가 우리나라의 대표 경영학회로 성장, 발전할 수 있기를 기원하겠습니다.

감사합니다.

2020년 6월 26일
인천국제공항공사 사장 **구본환**

축 사

안녕하십니까? 한국표준협회 회장 이상진입니다.

2020년도 한국서비스경영학회 하계학술대회 개최를 축하드립니다. 먼저 오늘 대회를 준비하신 유한주 한국서비스경영학회장과 이사진 여러분께 감사의 말씀을 드립니다.

올해는 코로나 19로 인해 비대면 온라인 학술대회로 개최되게 된 부분에 대해 다소 아쉬움이 있지만, 더 크고, 더 넓은 학술대회를 만들어내신 한국서비스경영학회의 저력에 존경과 찬사를 드립니다. 금년에도 학술대회를 “서비스워크”와 연계하여 개최할 수 있게 되어 기쁘게 생각합니다. 다음 주 목요일인 7월 2일에 개최되는 서비스 미래혁신 심포지엄에서는 통신·물류 분과별 디지털 트랜스포메이션을 통해서 변화하는 서비스산업에 대해 산·학·관 전문가들의 심도깊은 토론의 자리를 가질 계획입니다. 금년도 심포지엄은 금번 학술대회의 주제와도 궤를 같이 하게 되어 매우 의미있는 시간이 될 것입니다. 회원님들의 많은 참여와 관심을 부탁드립니다.

다음 주 수요일인 7월 1일은 KS-SQI 상반기 인증수여식을, 금요일인 7월 3일에는 한국서비스대상 시상식을 개최할 예정입니다. 특히 마지막날에는 서비스의 날 행사를 개최하여 서비스 업계 종사자들의 노고를 위로하고 서비스혁신 결의를 다지는 자리를 가지고자 합니다. 특히, 올해는 코로나 19로 인해 지금껏 경험해보지 못한 현실을 이겨내고 있는 서비스인들을 위로하는 자리가 될 것입니다.

서비스워크 등 서비스품질 향상을 위한 지수·포상사업과 대국민 진흥활동을 할 수 있게 된 데는 한국서비스경영학회와의 협업이 성공요인이었다고 생각합니다.

올해는 KS-SQI와 한국서비스대상 제도를 시행한 지 21년째가 되는 해 입니다. 두 제도를 처음 시행한 2000년은 바로 한국서비스경영학회가 창립된 해이기도 합니다. 그 이후로 산(産)과 학(學)이 합동으로 서비스산업 발전을 위한 시너지를 내고 있는 것입니다.

그동안 한국표준협회는 KS-SQI, 한국서비스대상 외에도 KS-QEI 등 국내 주요 서비스품질 지수를 조사·발표해 왔습니다. 학계에서는 지수·포상사업 추진 과정에서 각종 자문위원회와 심의위원회에 적극 참여해 주시어 좋은 의견을 주셨고, 서비스대상 현장심사에서는 기업이 추진해온 고객만족과 품질 경영 활동을 점검할 수 있는 소중한 피드백을 주셨습니다. 학회와의 협업의 결과로 금년에는 서비스 산업의 성과를 공유하는 자리인 서비스워크를 “디지털 트랜스포메이션이 여는 서비스 르네상스”라는 주제로 마련할 수 있었습니다. 함께해주신 한국서비스경영학회에 진심으로 감사드립니다.

디지털 트랜스포메이션은 제조업, 서비스업 및 공공분야 등 모든 분야에서 활발하게 적용되어 새로운 산업 혁신 시대를 열어가고 있습니다. 특히, 금번 코로나 19는 서비스산업에 있어 언택트 비즈니스가 선택이 아닌 필수의 시대가 되었으며, AI는 기존 서비스를 보완하는 도구를 넘어, 본원적인 서비스로 자리잡았습니다.

오늘의 주제를 ‘서비스산업의 기회와 도전: 신기술과 서비스의 융합’으로 정하신 것도 디지털 트랜스포메이션이 열어갈 우리 서비스산업의 발전을 촉진하고자 하는 의미로 생각합니다. 협회에서도 학계와 산업계, 그리고 정부를 연결하고 상호 시너지를 낼 수 있도록 적극 지원을 아끼지 않겠습니다.

이번 학술대회를 총괄 기획하시고 주관하신 유한주 한국서비스경영학회장님과 학회 임원진과 회원 여러분께 다시 한 번 감사의 말씀을 드립니다.

마지막으로 오늘 바쁘신 일정에도 불구하고 귀한 시간을 내주어 이 자리에 참석해주신 이사님들과, 온라인으로 함께 해주신 모든 회원님들의 성공을 기원하며 축사를 갈음하고자 합니다.

감사합니다.

2020년 6월 26일
한국표준협회 회장 이 상 진

2020 하계학술대회 목차

I CONTENTS

Keynote Speech

	Page
박일준 한국동서발전 사장	001

Plenary Session 1 | 포스트 코로나, 서비스산업 대응 전략

사회자: 김연성 교수(인하대학교)

	Page
패널	013

김재겸 상무/지원본부장(롯데홈쇼핑)
이민호 중소중견기업본부장/상임이사(코트라)
현호섭 상무(kt 고객최우선경영담당)
황미은 상무(현대해상화재보험)

Special Session A1 | 포스트 코로나 시대, 서비스산업의 디지털 트랜스포메이션

	Page
코로나-19 팬데믹 시기의 의료서비스 대응전략: 3차병원 중심으로	019
김덕경(성균관대의대 삼성서울병원)	
포스트 코로나 시대, First Mover로 청정·안심 인천공항의 도전	020
백정선(인천국제공항공사)	
포스트 코로나 시대, 자영업 대표단체와 거버넌스 강화 필요	022
손무호(한국외식업중앙회)	
코로나 이후 의료서비스 전략	024
윤성대(한림대학교 강남성심병원)	
포스트 코로나 시대의 방재서비스산업 대응 전략 분석	026
장미호(케이아이티밸리(주))	
코로나 대응 항공서비스 현황	028
조모란(대한항공)	
포스트 코로나 이후의 SR 서비스 대응전략	029
최덕율((주)SR)	

코로나19 이후의 변화와 은행의 대응	030
최석호(기업은행)	
서비스산업의 변함없는 핵심가치 고객 경험: 코로나19로 변화된 고객경험 차별화	031
한만환((주)파르나호텔)	

Special Session A2 | 코로나 19 대응 현황 및 포스트 코로나 전략

좌장: 유태종 교수(상명대학교)

	Page
ISO18091에 기반한 공공서비스 품질관리 프레임워크의 제안 및 K-방역시스템의 서비스 품질 측정을 통한 개선 방안에 관한 연구	037
편제범(호서대학교) 김승범(홍익대학교)	
의료서비스 공정성과 지역사회 참여: COVID19 대응	038
이돈희(인하대학교) 이동현(경북대학교)	
비대면 수업 기반 항공서비스 교육서비스 품질 측정:COVID 19 대응	039
김윤진(인하공업전문대학)	

Convergence Sessionn A1 | 서비스산업과 4차 산업혁명

좌장: 임성욱 교수(대진대학교)

	Page
KT AICC 추진 사례분석	043
현호섭 · 김주형(kt)	
GPS정보를 활용한 고속도로 돌발상황 검지체계 개발	044
강우석 · 이승규 · 강경미 · 나형석 · 김형래(한국도로공사)	
헬스케어 웨어러블 디바이스 사용 현황 및 서비스 향상 방안	045
박승욱 · 이돈희(인하대학교)	
4차 산업혁명 시대에 중소기업의 스마트 팩토리의 성공적 구현을 위한 준비도(Readiness)에 관한 연구	046
임명성(삼육대학교)	

Convergence Sessionn A2 | 디지털시대의 서비스품질

좌장: 곽수환 교수(한국교통대학교)

	Page
주거복지 영역에서의 주거생활서비스 현황 및 품질평가체계를 적용한 품질평가 결과 분석 한동호(LH)	051
KS-SQI 신용카드 서비스품질 분석: 2014년 카드사 개인정보 유출 사건을 중심으로 이재훈(한국표준협회)	053
항공사 객실서비스품질 차원의 상대적 중요도와 우선순위에 관한 연구 김윤진(인하공업전문대학)	054
항공사 서비스접점 직원의 커뮤니케이션 역량이 고객의 서비스품질 수준 지각에 미치는 영향 이상미(국제대학교)	055

Academic Sessionn A1 | 4차 산업혁명과 항공인적자원 서비스 전략

좌장: 김민수 교수(한서대학교)

	Page
4차 산업혁명에 따른 항공사 승무원의 고용불안정성이 조직몰입과 조직시민행동에 미치는 영향 이정현(호원대학교) 박혜선(재능대학교)	059
항공사 승무원이 느끼는 보상공정성이 직무만족과 조직몰입에 미치는 영향 연구 박소연(한서대학교)	060
항공객실승무원의 심리적임파워먼트, 고객중심 업무수행의도, 조직충성행동 간의 구조적 관계 이수경(중부대학교)	061
항공사 객실승무원의 직무요구가 직무소진에 미치는 영향: 자기개발기회의 조절효과 양지혜(장안대학교)	062
서비스직 종사자의 모멸감 상황 척도개발 및 타당화 서현경(국제대학교)	063
교육훈련이 직무만족, 조직일체감 및 고객지향성에 미치는 영향: 항공사 승무원 대상 김종훈(서강대학교) 남현정(전남대학교)	064

Academic Sessionn A2 | 교육서비스의 온디멘드 전략

좌장: 조철호 교수(대구의한대학교)

	Page
교수자의 역할이 교육서비스품질, 추천 및 재수강 의도에 미치는 영향에 관한 연구 김선광(한국폴리텍대학교)	067
항공서비스 전공 대학생의 취업준비행동 유형화를 위한 주관성 연구 정민주(한국교통대학교)	069
델파이 연구의 활용을 통한 항공서비스전공 학과의 교육서비스품질 측정도구 개발 연구 배신영(대림대학교) 홍석기(단국대학교)	070

Academic Sessionn A3 | 4서비스 경쟁력 창출 전략

좌장: 황조혜 교수(경희대학교)

	Page
역량이 직무만족 및 업무수행에 미치는 영향: H의료기관을 중심으로 정현석 · 홍관수 · 김미숙(계명대학교)	075
구전정보의 신뢰성이 환자경험에 미치는 영향: 정보원천(오프라인, 온라인) 비교를 중심으로 이슬기(상명대학교) 서창적(서강대학교)	076
SWOT-AHP 방법을 이용한 한국 뷰티서비스산업(K-Beauty)의 발전전략 연구 이주희(적정서비스컨설팅)	077
스포츠 서비스산업 환경변화와 대응 방안 연구: SWOT분석을 통한 정책지원 방향 도출 신성연(국민체육진흥공단) 김혜란(동아대학교)	079
공항의 IT서비스에 대한 서비스 사용자의 기술수용의도에 관한 연구 박혜윤(한서대학교)	081
4차 산업혁명 시대의 이커머스와 물류유통산업에 대한 사례연구 남현정(전남대학교) 조연진(인하대학교)	083

Academic Sessionn A4 | 서비스산업과 브랜드가치

좌장: 김명수 교수(강원대학교)

Page

인천공항 면세점브랜드(Airstar Avenue) 충성도 제고를 위한 통합 마케팅 커뮤니케이션
모델 연구

087

강용규 · 최유진 · 정세연(인천국제공항공사 공항산업기술연구원)

경남지역 브랜드가치의 경쟁력 분석

088

권영훈(경남대학교)

항공사 이용 고객이 지각한 서비스품질과 고객 감정이 브랜드 충성도에 미치는 영향:
환경 불확실성의 조절효과를 중심으로

089

이수경(중부대학교)

브랜드 감정에 미치는 저비용 항공사의 특화서비스에 관한 연구:
국내 저비용항공사 중심으로

090

정영미(한서대학교)

고급호텔 레스토랑의 서비스스케이프가 신뢰 및 공동가치제안의도에 미치는 영향:
서울소재 5성급 호텔을 중심으로

091

이슬기(상명대학교)

Academic Sessionn A5 | 서비스산업과 신진분석기법

좌장: 정욱 교수(동국대학교)

Page

확률변경분석을 이용한 국내 물류서비스기업의 운영효율성 연구

095

김길환(계명대학교)

물류 서비스 기업의 혁신 효율성 분석을 통한 정책 연구

096

김창희(인천대학교)

자료포락분석의 순위 결정을 위한 부트스트랩과 HITS 알고리즘 적용에 관한 연구

097

강희재(금오공과대학교)

2단계 자료포락분석을 이용한 국내 보험회사의 효율성 분석

098

신재호(서울대학교)

Academic Sessionn A6 I 대학원생(석박사과정) 우수 논문 발표

좌장: 김승범 교수(홍익대학교)

	Page
소비자 선물 증여(gift-giving)행위에 관한 연구 진자양 · 차동필(신라대학교)	101
고객 충성도를 고려한 PNA 기반 협업필터링 개인화 추천 시스템 김승형 · 김형수(한성대학교)	102
솔로 외식 상황에서 고객경험 연구: 인지된 서비스 속도의 영향 및 의사소통수용 스타일의 조절 효과를 중심으로 Bu Ruoyu · 최선미(연세대학교)	103
헤어디자이너의 특성이 고객의 태도와 행동에 미치는 영향: 신뢰, 만족, 그리고 샵이미지를 중심으로 정건우 · 김상수(용인대학교)	104
지역 의료시스템 평가 프레임워크 개발 방안에 대한 연구: 부트스트랩 자료포락분석을 활용하여 김영준 · 김창희(인천대학교)	105
기술 기반 서비스 전략을 활용한 미국 피자 기업의 전환 전략 분석 박민서 · 김연성(인하대학교)	106

Plenary Session 2 I 편집위원회 연구윤리

좌장: 박종우 교수(송실대학교)

	Page
연구윤리 확보를 위한 지침 조동혁(송실대학교)	109
연구부정행위의 유형 및 대응절차 조인수(선문대학교)	110
연구논문의 부당한 저자표시 예방 김용범(송실대학교)	111

KSMS

서비스산업의 기회와 도전

신기술과 서비스의 융합

(사)한국서비스경영학회

2020 하계학술대회

Korea
Service
Management
Society

Keynote Speech

⋮

기조강연 사회적가치 추진실적 및 계획

박일준 한국동서발전 사장

For Your Life and Better Tomorrow with KSMS



공생 공동 공감

사회적가치 추진실적 및 계획

2020. 6. 26.

한국동서발전주|



목 차

Intro

I. 추진 실적

II. 주요 적용 사례

III. 향후 추진 계획

한국동서발전주|

Intro

공공의 이익과 공동체의 발전에 기여할 수 있는 가치

사회적가치

관계의 가치를 위한 이니셔티브



사회적가치 확산의 주체인식



※ 한국사회적기업진흥원 설문('19.5)

양질의 일자리 창출
인권경영 강화
근로자 안전보장

근로자

협력사

공정·상생경제 활성화
동반성장 지원 확대
갑질근절, 윤리경영 강화

공공
기관

사회적 책임 강화
미세먼지 등 환경성 강화
신규사업 주민 수용성 확보

국민,
지역주민

정부,
지자체

사회적가치실현
추진전략('20.1)
지역상생, 경제 활성화
기여



| 01 |

사회적가치 추진실적 및 계획

I 추진 실적

01. 사회적가치 추진 현황

I. 추진 실적



02. 화폐가치측정 12대 지표

I. 추진 실적

“측정할 수 없다면, 관리할 수 없다”
- 피터 드러커 -

필요성

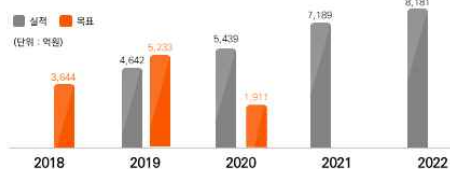
- ✓ 명확한 목표설정 및 성과측정, 환류
- ✓ 내부 직원 사회적가치 추진동기 부여
- ✓ 사회적가치 성과 및 노력 직관적 체감 필요

사회적가치 성과 목표 관리

2019~2022 사회적가치 성과 2조 5,449억원 창출

2019년 12월 기준
목표 4,642억원 실적 5,233억원(112%)

2020년 05월 기준 (상시측정)
목표 5,439억원 실적 1,911억원



경영전략 연계 12대 지표 구성

기회비용 개념을 적용하여 계량화 노력

총 설비용량 20GW
미세먼지 저감률 70%

8,454억

- 고장정지율
- 주연료 사용량 원단위
- 대기오염물질 저감률

일자리창출 수 2.7만명
동반성장평가 최고등급

4,549억

- 직접 일자리창출
- 동반성장 사업성과
- 사회공헌 사업성과

신재생E 발전량 25%
친환경신사업 매출비중 35%

10,986억

- 분산형전원 설비용량
- 신재생에너지 발전량
- 해위탄소배출권 확보량

청렴도 1등급
사고사망만인율 Zero

1,460억

- 4차 산업기술 사업 성과
- 부패 발생
- 사고 사망

03. 체크리스트

I. 추진 실적

④ 사업계획 입안단계부터 사회적가치 검토 ⑤

체크리스트 검토 항목			
분 야	검 토 사 항	반영 완료	해결 없음
인권보호	· 이해관계자의 재산권 환경권 등 인권에 부정적 영향 가능성 · 부정적 인권과 차별에 대한 구제절차 예방대책 및 구제절차	☑	☑
일자리 창출	· 일자의 창출 및 효과 (산업단지 포함) · 일자의 양적 확대 및 질 제고를 위한 사항	☑	☑
상생협력 지역경제 활성화	· 공정한 시장질서 유지 및 협력업체 진입장벽 개선 등 경쟁력 제고 지원 · 지역업체 참여 및 지역 사회적 경제조직 육성과 지원 활성화	☑	☑
환경의 지속가능성	· 대기오염물질 저감과 온실가스 감축 등 기후변화 관련한 사항 · 친환경· 재생에너지 확대 및 환경 리스크 관리 방안	☑	☑
안전확보	· 안전보건 위험요인 등 관리사항 마련 첨단기술 활용 등을 통한 예방 · 재난 및 안전사고 ① 예방 ② 대응 ③ 예방 ④ 안전관리사업 반영	☑	☑
노동	· 비정규직 근로자의 차별 금지 등 근로조건 보호 · 일·가정 양립(WLB) 및 안정적인 근로조건 유지를 위한 사항	☑	☑
참여	· 공공가치의 운영 관련 시민의 참여 기회 확대 · 참여 의견에 대한 정책 반영 노력	☑	☑
성과측정	· 사회적가치 성과 산출 및 측정 지표 활용 여부 · 사회적가치 성과 산출 금액	☑	☑

체크리스트 성과 측정

☑ 호남연료전지 발전사업 사회적가치 성과(예시)

54.8억원/년



☑ 분산형 전원 운영

☑ 산식 발전량(122,280MW) x 송배전설비의 사회환경적
회피 편익(41.6원) = 50.8억원

☑ 대기오염물질 저감

☑ 산식 발전량(122,280MW) x 오염물질 배출 원단위 x
Eco-cost(6,471원) = 3.95억원

| 04 |

04. 제1회 사회적가치 울산 공공포럼

I. 추진 실적



지자체, 지역대학, 사회적경제, 민간/시민단체 참여

“협업”

본업 중심 공공기관 고유 역량 활용 사회문제 공동해결

사회적 가치 실무협의체 구축('19.10)



| 05 |

사회적가치 추진실적 및 계획

II 주요 적용 사례

01. 농촌 상생형 파주 연료전지 사업

II. 주요 적용 사례

추진배경 및 활동



태양광 사업 추진 시
주민 숙원사업 청취

연료전지 사업에 반영



주 민	파주시	동서발전	도시가스사
도시가스 배관망 설치지원 희망	도농간 가스 보급 격차 해소	신재생에너지 사업 확대	신규수요 정제로 신사업 발굴 필요
발전사업 추진 100% 찬성	사업 인허가 지원	수소연료전지 사업 추진	도시가스 수요 창출

추진경과 및 향후 계획



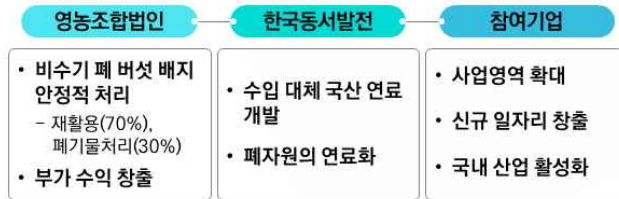
※ 1단계 : 파주시 시범마을, 2단계 : 경기 북부, 3단계 : 전국

02. 버려지는 버섯배지의 바이오연료 자원화

II. 주요 적용 사례

추진배경

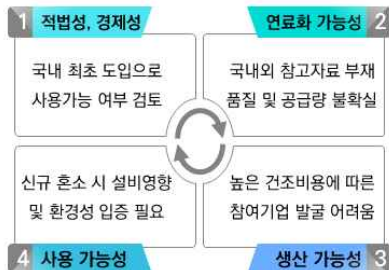
- 민·농·공 상생협력 모델 구축 및 사회적가치 실현



버섯배지 펠릿 바이오연료 사업화 협력 양해각서 체결('19.5월)

추진경과 및 향후 계획

- 리스크 분석 및 사업화 검토



- 연소시험 시행('19.12월)



- 신규 공급업체 발굴 업무협약 체결 ('20.3월)

- 한국버섯생산자연합회(전북 정읍시)
- (주)진에너텍(충북 청양군)

- 버섯배지 자원화 우수사례 발표
- 폐자원에너지기술협의회('20.6월)

- 버섯배지 펠릿 바이오연료 전용 생산설비 구축(~'20년 하반기)

| 07 |

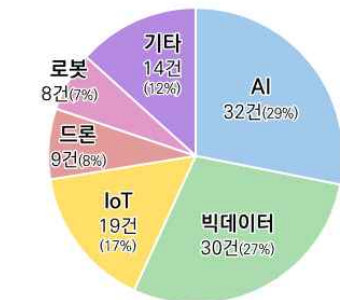
03. 4차 산업혁명 기술 도입 현황

II. 주요 적용 사례

추진배경

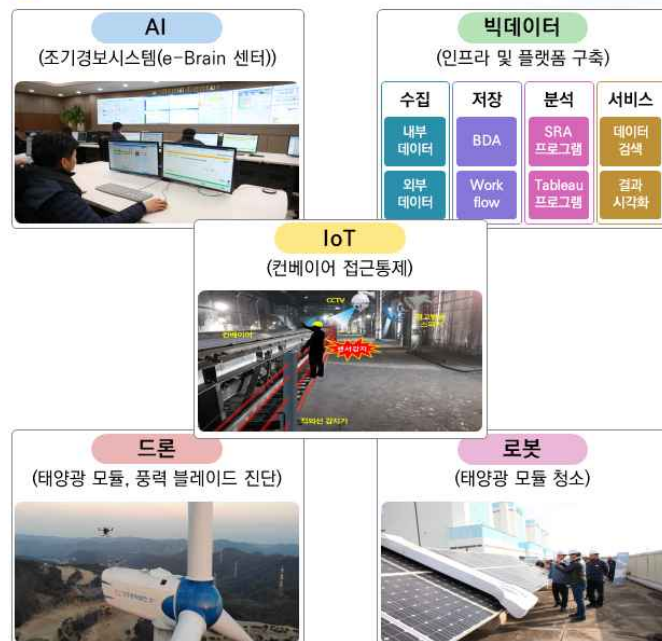
- 데이터와 인공지능에 기반한 "스마트 발전소" 구축 필요
- 전문 조직과 인프라 구축으로 솔루션 개발 및 4차 산업 생태계 활성화

추진현황



※ 기타 : 3D 4건(3%), AR/VR 4건(3%), 클라우드 3건(3%)
블록체인 2건(2%), 모바일 1건(1%)

추진성과



| 08 |

04. ERP 국산화 추진

II. 주요 적용 사례

추진배경

- ◇ 외산 ERP시스템 노후화에 따른 고도화 추진시기 도래
- ◇ CEO의 강력한 의지 “활용도와 유지보수 등을 고려하여 국내기업 지원 및 비용절감 검토” (‘18.3)

추진활동

- ◇ 주요 구축내용
 - 순수 국산SW로 구성
 - 발전운전 정비, 전력거래 등 사내 주요시스템 연계
 - 4차산업 신기술(In-Memory DB)을 적용한 국산 데이터베이스관리시스템 도입

기대효과

정량적 효과

- ✓ 시스템 운영비 절감 : 10년간 약 100억원(예상)
 - ① 회사 고유업무의 모듈화로 유지보수 규모 최소화
 - ② 국산제품 사용에 따른 유지보수비용 감소

정성적 효과

- ✓ 국산 ERP솔루션의 공공부문 초기 판로 제공으로 매출 증진
- ✓ 국내 SW산업진흥 및 사회적 가치 실현

추진일정(19개월)

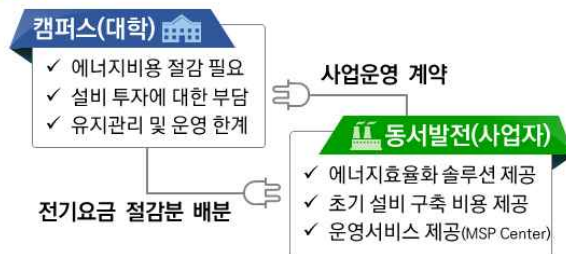
'19년			'20년												'21년						
7	8	...	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7
분석/설계 (6개월)			기능개발 (7개월)						통합테스트 (5개월)					안정화							
계약('19.7.24)															서비스개시('21.2.1)						

| 09 |

05. 대학 캠퍼스 에너지효율화 사업

II. 주요 적용 사례

사업개요



기대효과

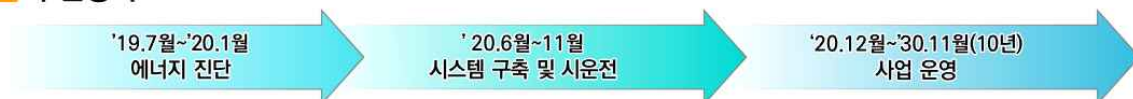
- ◇ (경제적 효과)
 - 동서 : 영업이익 약 34억원 창출
 - 대학 : 에너지비용 약 114억원 절감(총 절감액 기준)
- ◇ (사회적가치 실현)
 - 환경 복구비용 저감 성과 등 : 약 14억원

추진활동

- ◇ (사업 대상) 동의대학교, 동서대학교, 전주대학교
- ◇ (구축) 전력효율 개선기기, 스마트센서 등 에너지효율향상 시스템 구축
- (운영) 동서발전 10년간 운영
- (배분) 전기요금 절감분(20%) 배분
 - ※ 캠퍼스 별 연 평균 전기요금 약 20억원 > 연간 약 4억원 절감 예상



추진경과



| 10 |

06. 인권경영

II. 주요 적용 사례

노사 공동 인권경영 선도, 인권경영지침 제정('16.4)
인권경영위원회 개최('19.12)



인권경영보고서 발간, 인권경영지수 개발('20.4~5)



모사회사 노노사사 인권보호협약 체결('19.12)



제1회 인권경영 컨퍼런스 개최('20.6.24)

- 목 적** 울산지역 인권경영 선도(인권경영 모델 제시)
- 주 관** 한국동서발전, 울산인권운동연대
- 참 여** 국가인권위원회, 울산인권운동연대, 민주/한국노총 울산지역본부 등

| 11 |

사회적가치추진실적 및 계획

III 향후 추진 계획

01. 2020년도 사회적가치 종합계획

III. 향후 추진 계획

2020 추진목표

사회적 가치 성과 5,439억원 창출

슬로건
“같이 가치를 더하다+ 승”



| 12 |



서비스산업의 기회와 도전

신기술과 서비스의 융합

(사)한국서비스경영학회

2020 하계학술대회

Korea
Service
Management
Society

Plenary Session

⋮

01 포스트 코로나, 서비스산업 대응 전략

사회자

김연성 교수(인하대학교)

패널

김재겸 상무/지원본부장(롯데홈쇼핑)

이민호 중소중견기업본부장/상임이사(코트라)

현호섭 상무(kt 고객최우선경영담당)

황미은 상무(현대해상화재보험)



학회홈페이지 포럼 영상 제공

학회 홈페이지 <http://www.koreaservice.or.kr/>



MEMO





MEMO



서비스산업의 기회와 도전

신기술과 서비스의 융합

(사)한국서비스경영학회
2020 하계학술대회

Korea
Service
Management
Society

Special Session

A1

포스트 코로나 시대, 서비스산업의 디지털 트랜스포메이션

- 김덕경(성균관대의대 삼성서울병원)
- 백정선(인천국제공항공사)
- 손무호(한국외식업중앙회)
- 윤성대(한림대학교 강남성심병원)
- 장미호(케이아이티밸리(주))
- 조모란(대한항공)
- 최덕율((주)SR)
- 최석호(기업은행)
- 한만환((주)파르나스호텔)

Special Session A1-1

코로나-19 팬데믹 시기의 의료서비스 대응전략: 3차병원 중심으로

김덕경 | 성균관의대 삼성서울병원 교수, dikei@hanmail.net

코로나 바이러스의 다양한 변이를 빠르게 일으키는 특징으로 백신 혹은 치료제 개발이 어려워 현재의 코로나-19 팬데믹 상황은 앞으로 수 년 지속될 가능성이 크다. 이로 인하여 다양한 형태의 의료서비스의 변화가 급격히 촉진될 것으로 예상되며 이에 적극적인 대처가 요구된다. 첫째, 환자안전을 이유로 면대면 서비스를 유지하던 다양한 분야에서 언택트 서비스가 도입될 것이다. 대표적인 분야가 병원 게이트 관리 및 외래/검사 분야의 접수/수납 창구가 될 것이다. 게이트의 경우 발열 및 마스크 착용 여부를 포함한 내원객의 신원파악에 안면인식 카메라가 이미 도입을 서두르고 있으며, 접수/수납은 오픈카드를 이용한 모바일 서비스가 점차 확대되고 있다. 이 경우 환자의 상당수가 고령이며 육체적으로 독립적이지 못한 경우가 많아 키오스크, 모바일기기 등의 이용에 어려움을 겪을 수 있어 이에 대한 보완책이 필요하다. 둘째, 원격의료 서비스의 도입 및 활성화가 일어날 것이다. 대형병원의 종속화를 우려하는 개원의사들과 이들의 이익을 대변하는 대한의사협회의 강력한 반대로 IT기술의 발전에 비해 의료분야에서의 활용이 더디게 진행되었던 원격의료의 비대면 서비스이라는 이점으로 급속히 활성화될 것이다. 그러나 환자 편의성 증진이라는 큰 장점에도 불구하고 환자안전 이슈에는 다소 취약해질 개연성이 있는 바 기술적 측면에서의 정교화와 함께 분야 별로 선택

적으로 도입되어야 할 것이다. 셋째, 의료시설의 디자인에서 근본적인 변화가 요구될 것이다. 의료진/환자의 이동의 불편함을 줄이면서 어떻게 원내감염 기회를 최소화할 수 있는가가 주된 이슈가 될 것이다. 기본적으로 입원환자와 외래환자 간 동선 분리, 감염의심환자와 그렇지 않은 환자 간의 공간적 분리, 대기공간의 혼잡도 감소, 물류와 사람 이동 사이의 시간적/공간적 분리 등이 요구될 것이다. 마지막으로 의료진 감염을 줄일 수 있는 로봇이 다양한 영역에 도입될 것이다. 국내 대부분 상급병원들에서 인건비가 지출의 40%를 상회할 정도로 의료는 노동집약적 서비스를 특징으로 한다. 이런 인건비 절감의 요구와 함께 감염의 기회를 줄일 수 있다는 측면에서 로봇 도입이 적극적으로 시도될 것이다. 현재 물류 부문에만 극히 제한적으로 이용되는 로봇은 위치기반 서비스를 바탕으로 환자이송 등에도 적용 가능할 것이다. 병원 곳곳을 이동하는 이송요원의 감염은 자칫 병원 전체의 폐쇄로 이어질 가능성이 크다는 점에서 도입의 우선순위가 될 가능성이 크다. 결론적으로 향후 감염기회의 최소화가 의료서비스 분야의 핵심 화두로 자리잡을 것이며, 이는 언택트 기술 기반의 서비스, 원격의료, 위치기반기술을 통한 물류/인적 요소 이동의 무인화, 병원 시설 디자인의 근본변화를 빠른 속도로 유도할 것이다.

포스트 코로나 시대, First Mover로 청정·안심 인천공항의 도전

백정선 | 인천국제공항공사 여객본부장, jsbeak2001@hanmail.net

‘세상은 BC(Before COVID-19)와 AD(After Disease)로 나뉜다’, ‘뉴노멀 시대’, ‘포스트 코로나’. 코로나19로 인해 생긴 신조어다. 코로나19는 가히 세상을 바꿔놓았다고 해도 과언이 아닐 정도로 짧은 시간에 많은 변화를 가져왔다. 하루 평균 20만 명이 오가던 인천공항도 불과 4~5천여명이 드나드는 곳으로 바뀌었다. 95%가 넘는 급격한 감소율 속에서 공항, 항공사, 면세점 등 상업시설업체, 조업사 등 항공 산업 전체가 큰 타격을 입었다. 이에 인천공항은 지난 3월 ‘코로나-19 Free Airport’를 선언하고 촘촘한 방역체계를 구축해오고 있다. 출국 시에는 여객의 동선 전체를 포괄하는 세계최초 순차적 4단계 발열체크와 소독 강화로 방역망을 구축하고, 입국 시에는 게이트 선별진료 실시, 입국동선 분리, 안내 강화 및 대중교통 이용 분리 등을 통해 국내로의 감염 유입을 관련 기관간 협업으로 최소화하고 있다. 면세점, 식음매장과 같은 공항 내 상업시설, 항공사, 조업사를 대상으로 임대료 및 사용 감면, 납부 유예 등의 제도를 도입해 고용안정과 함께 항공생태계 전체가 무너지지 않도록 지원하고 있다. 이제 더 나아가 ‘포스트 코로나’시대를 준비해야 할 때다. 6월부터 항공수요가 점차 회복될 것이라는 전망이 나오기 때문이다. 인천국제공항공사 공항산업기술연구원은 지난 5월 ‘코로나 19 7차 수요예측’에서 4월 118,165명, 5월 224,702명이던 여객수요가 6월 381,413명, 7월 582,568명으로 증가할 것으로 전망했다. 양대 국적사인 대한항공, 아시아나항공도 지난 5월 13개, 15개이던 노선을 6월에 각각 32개, 17개 노선

으로 늘려 운항해 오고 있다. 앞으로 늘어날 여객 수요에 선제적으로 대응하기 위함이라고 한다. 진에어, 티웨이항공 같은 저비용항공사도 운항 재개를 발표하는 등 공항으로의 복귀를 계획하고 있다. 항공수요의 회복은 시간싸움이지만, 수요 회복이 예전과 같은 일상으로 돌아가는 것을 의미하지는 않는다. 포스트 코로나. 코로나 ‘이후’의 변화에 대응하기 위해 ‘포스트 인천공항’을 준비하고 있다.

첫째, 언택트(비대면) 서비스의 확대다. 공항 이용 시 대인접촉을 최소화하여 코로나19와 같은 바이러스 감염의 위험을 줄이는 방법이다. 예를 들어 지난달엔 여객이 직접 무게와 크기를 측정하고 수하물 규정을 확인할 수 있는 ‘스마트 저울’을 도입했다. 기존에는 수하물 측정 후 항공사 직원에게 수하물 규정을 문의해야 했다. 하지만 이제는 저울 위에 올려놓기만 하면 센서와 카메라가 무게와 크기를 측정해주고 이용 항공사의 규정을 알려주기 때문에 혼자서도 측정과 규정 확인이 가능하다. 또한, 스마트 발열체크 시스템을 도입하여 보안검색, 보딩게이트 통과 시 자동으로 이상자를 선별한다. 보안검색요원이나 항공사 직원이 직접 발열체크하지 않고 신속하게 확인이 가능하다. 스마트 화상안내 시스템을 도입하여 비대면 다국어 안내 서비스를 24시간 제공할 계획이다. 여객은 키오스크 속 직원과 화상으로 대화하면서 원하는 정보를 안내받을 수 있다. 올해 제1여객터미널과 탑승동 33개소에 시범운영 후 내년에 제2여객터미널 65개소까지 전면 확대할 예정이다. 이외에도 면세점 이용 시 대면접촉 없이 구

매와 결제가 가능한 ‘스마트 면세서비스’, 모바일 앱으로 미리 음식을 주문하고 매장에서 바로 수령하는 ‘Pre-order’서비스를 제공하는 등 여객이 안심하고 공항 서비스를 이용할 수 있도록 강화 할 예정이다. 더불어 면세점 소핑시 매번 여권과 보딩패스를 보여주는 수고로움을 덜 수 있는 “스마트패스”, 출·입국 시 지문 인식 절차를 안면인식 등으로 대체할 수 있도록 준비하고 있다.

둘째, 입출국 검역체계의 개선이다. 단기적으로는 수요회복 단계별로 ‘특별입국검역 Zone’을 지정하여 운영한다. 일 여객 3만명, 5만명, 10만명 단계별로 일반여객과 분리된 검역지역을 운영함으로써 감염병 확산을 차단한다. 장기적으로는 4단계 건설 사업에서 제2여객터미널 원격 게이트 라운지를 검역 전용게이트로 전환하는 것을 검토중이다. 원격게이트 내 자체 검역대를 설치하여 건강상태를 체크하고, 유증상자는 전용 버스로 이동한다.

셋째, 공항 생활방역체계의 확립이다. 앞으로도 코로나19와 같은 바이러스의 위험은 상존할 것이다. 권준욱 중앙방역대책본부 부본부장은 ‘코로나 19는 앞으로도 산발적인 유행과 이완을 반복하면서 우리 사회에 오래 남아있을 것’이라고 했다. 우리 생활 속에서 감염

에 대한 경각심을 갖고 주의를 기울이는 수밖에 없다. 인천공항도 셀프체크인, 셀프백드롭과 같은 셀프서비스의 비율을 높이고, 체크인카운터 29개소와 게이트 115개소에 거리두기 스티커와 가림막을 설치함으로써 공항 ‘생활방역체계’를 확립하고자 한다.

넷째, 항공수요 회복을 선점한다. 인천공항은 코로나19 확산으로 꺾이기에 가까운 타격을 입은 여객 항공 분야의 회복을 위해 발 빠르게 나서고 있다. 항공수요 회복을 위해 항공사와 여행사, 화물 등을 대상으로 항공인센티브를 도입하고, 선매하는 방식의 그랜드 프로모션을 기획해 선제적으로 수요회복에 나서고 있다.

코로나 19가 끝나더라도 코로나 20, 코로나 21과 같은 바이러스는 언제든 다시 찾아올 수 있다. 인천공항은 달라진 세상에서 항공생태계의 ‘First Mover’로서 스마트 기술을 활용한 K방역시스템 구축으로 한 단계 발전한 ‘이후의(Post) 인천공항’으로 진화를 위해 기존 공항산업 생태계를 뛰어 넘어 지속적인 확장과 혁신을 시도함으로써 지금의 위기를 새로운 기회로 바꾸면서 감염에 대한 걱정 대신 출발을 기다리는 여객의 설렘을 이곳에서 빠른 시일 내에 다시 볼 수 있기를 희망해 본다.

포스트 코로나 시대, 자영업 대표단체와 거버넌스 강화 필요

손무호 | 한국외식업중앙회 상생협력추진단장/정책경영국장, mhson9@hanmail.net

코로나19 사태가 장기화되면서 중소기업인은 물론 대기업마저 휘청이고 있다. 특히 코로나19 사태 초기에 평균 60%까지 급감하던 외식업 매출은 4월초부터 회복세를 보이다 최근 ‘이태원 재확산’ 사태로 감소세로 돌아서고 있다. 다만, 5월13일부터 지급되고 있는 전국민 대상 긴급 재난지원금이 외식업을 비롯한 자영업과 지역경기에 숨통을 트여 줄 것으로 기대되고 있다. 그러나, 외식업계는 ‘코로나19 사태’ 초기부터 정부에 아쉬운 점이 많았다. 코로나19 확산 초기에 정부 각 부처는 자영업 협단체에 피해 동향과 대책 건의를 요구했다. 중앙회는 사태 초기부터 장기화 우려에 음식점(외식업소) 지속적 방역 지원과 위생용품 지원, 제세공과금 감면, 경영안정 정책자금 한도 확대와 조속 집행체계 구축 등 실질적 대책을 요구했다. 그러나 정부는 제세공과금의 납부유예, 정책자금 규모 증액 등의 실망스러운 조치들로 화답했다. 이미 자영업은 코로나19 사태 이전 최저임금 인상, 임차료 상승, 식재료 가격 상승과 내수침체로 많은 어려움을 겪고 있었다. 외식업의 경우 대중소기업 모두 이익률이 한자리수로 추락해 매년 감소세에 있고, 지난해 연말부터 사업을 철수하거나 구조조정을 할 정도로 모두가 어려운 산업이 되고 있었다. 외식업소 30만개 가량이 연매출 1억원 미만, 창업 대 폐업을 상위권으로 매년 ‘자영업의 무덤’이라는 오명까지 겹치고 있다. 이 때문에 자영업 현장에서는 “매출이 급감해 생활이 불가능하다”며 “최저임금에 준하는 국가지원금”을 요구하고 있다. 실제 중앙회에는 지자체와 정부 지원금 수준으로는 생계를 유지하

기 힘들다는 민원이 빗발치고 있고, 정부 정책자금 지원 방식의 개선을 요구하는 목소리가 높다. 또한, 확진자 동선으로 공개된 업소들은 소비자들의 내방기피로 큰 피해를 보고 있음에도 불구하고, 최대 지원금이 300만 원에 그쳐 이에 대한 불만의 목소리도 높다. 확진자들이 다녀간 업소들은 대부분 매출이 높은 곳으로 하루 매출이 지원금을 상회하는 업소들이 다수다. 그러나 중앙회는 ‘코로나19 초기 종식이 곧 회원업소 영업 활성화 및 내수 활성화’에 정부 부처가 요구하는 홍보 요청을 대부분 수용, 적극적으로 회원업소에 위생수칙 준수와 자율지도를 계속했다. 문제는 이런 노력도 중앙회는 회원업소에만 할 수 있다. 현행법에는 자율지도 관련이나 홍보 안내는 회원업소 외에 배포하거나 시행할 수 없게 규정돼 있다. 특히 클럽 등 유흥업소들은 안내나 자율지도를 받지 않고 있다보니, 정부와 지자체·협단체들의 행정 사각지대가 되고 있다. 의료진과 국민들의 희생으로 효과를 보고 있는 ‘코로나19 극복’이 언제라도 한순간에 무너질 수 있다는 말이다. 특히 전문가들이 2차 창궐을 경고하는 있는 상황에서 정부의 성급한 판단과 먼 미래의 가치를 천명하는 것도 우려스럽다. 문재인 대통령은 코로나19가 근미래 종식을 낙관하며, 취임 3주년 담화에서 ‘포스트 코로나’ 시대에 대해 언급했다. 그러나 올 설 이후부터 시작된 코로나19 사태 여파는 계속되고 있다. 4월에 17조원 가량의 소상공인 기금이 소진됐고, 5월 중순부터 정부가 1천만원 한도의 10조 규모 2차 프로그램에 돌입할 정도로 중소기업인들의 피해는 이미 지난 3개월 간 심

각하게 커진 상황이다. 문제는 이들 업소 대부분은 재난지원금의 수혜를 받기도 힘든 한계업소들이다. 결국 늘어난 빚을 감당하지 못하고 폐업수순으로 들어가게 될 가능성이 높다. 또한, 코로나19로 인해 불필요 조직과 인원에 대한 대규모 구조조정도 하반기에 이뤄질 가능성이 높아지면서 자영업 시장도 슬렁이고 있다. 자영업종 대부분이 시장 진입규제가 낮아 과당경쟁이 더 심해질 것이 예상되기 때문이다. 결국 정부가 말하는 ‘일자리 지키기’와 ‘내수경제 진흥’은 퇴색되고, ‘소-소 갈등’ 해결에 막대한 사회적 비용과 공적부조 정책을 쏟아내야 할 수 밖에 없다.

경제는 선순환 구조다. 특히 외식업의 경우 중소상인이 힘들면 대기업들도 힘든 구조를 가지고 있다. 자영업종 대부분과 유기적으로 연결되어 있고, 유명 음식점

식점 하나가 특화거리 조성에 기여하고, 젠트리피케이션으로 쫓겨난 업소가 상권을 이동시키기도 한다. 외식업의 문제는 곧 자영업의 문제가 될 수밖에 없다. 지금이라도 정부가 내수와 서민경제의 큰축인 외식업을 비롯한 자영업 대표단체들의 이야기에 보다 귀기울여 경제방역의 실효적 대책을 함께 고민했으면 한다. 아울러 효율적 일상방역 체제정립과 모범적인 사례를 만들기 위한 진지한 논의를 했으면 한다. 정부가 ‘포스트 코로나’ 시대를 조기에 앞당기기 위해서는 ‘대안과 해법’을 현장 경험이 더 많은 자영업자들과 공동으로 모색하고, 거버넌스를 형성해 국정 동반자로서 생각하는 발상 전환이 시급해 보인다.

코로나 이후 의료서비스 전략

윤성대 | 한림대학교 강남성심병원 행정부원장, sdyoon@hallym.or.kr

코로나19 사태는 우리 모두의 일상을 바꾸었고, 일상생활에서 방역수칙을 지키는 뉴노멀 시대를 살아가야 하는 상황 속에 의료계도 예외는 아니다. 특히 상호간의 접촉을 최소화하는 것이 코로나19의 중요한 방역관리로 대두되면서 그동안 제대로 논의조차 이뤄지지 못했던 원격의료를 중심으로 한 의료계의 변화가 제도화되어 실현될 수 있을지 선택의 시간이 다가오고 있으며, 의료현장에서는 지역사회 중심의 의료 패러다임에 대응하기 위한 서비스 전략이 필요한 시점이다.

지난 2월 코로나19 사태로 전화처방 및 원격모니터링 등이 한시적으로 활성화되면서 비대면 진료시대의 막을 열게 되었다. 의사의 의료적 판단에 따라 안전성이 확보된 경우 전화로 진료하고 환자가 원하는 약국에 처방전을 전송해주는 형태이다. 환자 요청이 있을 경우 사실상 택배발송도 가능하게 하였고, 4.12일 참여 의료기관 수는 총 3,072곳으로 집계되었다. 이 외에도 정부는 최근 코로나19로부터 의료진을 보호하기 위해 비대면 진료를 강화해 나가겠다고 하였고 이를 위해 환자가 의료기관을 방문했을 때 병원 외부에 별도로 마련된 공간에서 병원 내부에 있는 의사와 화상으로 진료하는 시스템을 검토하겠다고 밝혔다.

전화상담 및 처방시스템에 대해 대한의사협회장은 “의료계는 원격의료를 해보지도 않고 머릿속으로 ‘이렇게 될 것이다.’라고 반대했었지만 앞으로 (전화상담 및 처방 등) 원격의료를 겪은 의료소비자들의 목소리가 커질 것이며, 원격의료를 경험한 의료기관의 피드백도 나쁘지 않다는 점들이 향후 변화에 영향을 미칠 것”이라고 말했다. 정부와 의료계는 2월부터 이미 원

격의료 형태로 시행되고 있는 전화상담 및 처방시스템, 즉 비대면진료의 효과와 문제점을 확인하고 난 후 의료서비스 대상자가 오진하거나 잘못된 처방으로 인한 환자안전 등 발생 가능한 문제점보다 감염 위험에 대한 위험성이 더 크다고 생각하여 원격의료를 원한다면 그 위험을 최소화하는 방향으로 바뀌어야 하며, 도입이 되더라도 피해가 없도록 정부와 의료기관에서는 실질적인 논의와 전략을 준비해야 한다. 또한, 4차 산업혁명 시대에 보건의료기술의 로봇틱스, 빅데이터, 사물인터넷, 클라우드 등 디지털 혁신기술과의 결합을 통한 원격의료, 모바일스마트 서비스, 소비자 중심 서비스로 확대, 가속화될 것이란 전망이다. 세계 디지털 헬스케어 시장 규모는 연평균 20% 넘게 성장하고 있으며 국내 산업 규모는 2022년 10조 원을 넘을 것으로 전망하고 있다. 세심한 관리가 필요한 만성 질병과 신경정신질환이 급증하면서 먹거나 주사를 놓는 방식으로 투여하는 기존 약과 달리 디지털치료제, 즉 기기나 소프트웨어, 모바일 응용 소프트웨어(앱) 형태로 의료진의 영향이 직접 미치지 못하는 일상생활 속 치료 영역인 디지털 의료가 떠오르고 있다. 미국, 일본에 이어 국내 바이오기업들도 디지털치료제 개발에 나섰지만 아직까지 초기 단계로 의료진이 환자와 직접 마주하지 않는 디지털 진단·치료가 활성화되면 결국은 원격의료 체계가 갖춰져야 한다는 것이다. 코로나19 확산에 따라 세계 각국에선 원격의료를 활용하는 범위를 확산시키기 시작했고 국내에서도 디지털 의료기술이 국민의 생명과 건강권에 중요한 역할을 하고 있다는 의견이 공론화되는 지금이 원격의료에 대한 사회적 논의를

시작할 수 있는 적기라고 전문가들은 강조하고 있다.
이에 코로나19 사태라는 감염병 위기를 통해 의료계의
4차 산업혁명을 본격화시키고 이를 바탕으로 발전할

수 있는 전략은 무엇일지에 대한 깊은 고민을 나누어
야 할 것이다.

포스트 코로나 시대의 방재서비스산업 대응 전략 분석

장미호 | 케이아이티밸리(주) 대표이사, mhjang007@naver.com

‘COVID-19’로 불리는 코로나 바이러스는 전 세계적으로 대유행을 일으키며, 정치, 경제, 사회, 문화 등 다방면에서 많은 변화를 불러오고 있다. 한국은 코로나 초기 전 세계 감염자 발생률 2위라는 불명예를 안고도 선진 ICT 기술을 앞세워 그 어느 나라 보다 방역에 성공함으로써 전 세계의 관심을 받고 있다. 국민들 또한 실시간으로 접하는 긴급재난문자 및 관련 방송을 통한 투명한 정보공개로 정부에 대한 신뢰가 높아지고 있는 게 사실이다. 이로 인해 ‘K-POP’, ‘K-DRAMA’ 등과 같은 문화예술 분야에서 주목 받던 것이 ‘K-방역’이라는 또 다른 신드롬을 일으키며 ‘K-프리미엄’이 생겨나 대외적 국가브랜드 가치가 상승하고 있다. 혹자는 앞으로의 시대는 코로나 이전과 이후로 구분될 것이며, 이에 국내외 많은 전문가들은 ‘포스트 코로나 시대’를 준비해야 한다고 한다. 정부에서는 ‘한국판 뉴딜’을 발표하며, 발빠르게 포스트 코로나 시대 개척을 위한 정책들을 쏟아내고 있다. ‘디지털 뉴딜’과 ‘그린 뉴딜’ 등을 통해 선도형 경제기반을 구축하겠다는 정부의 의지가 표명되고 있다. 특히, 디지털 뉴딜을 통해 ‘D(ata), N(etwork), A(I) 생태계 강화’ 및 ‘디지털 포용 및 안전망 구축’, ‘비대면 산업 육성’, ‘SOC 디지털화’의 기조 하에 언택트 산업 및 서비스 등의 육성을 통해 경제성장 및 고용안정을 꾀하고자 하며, 이는 현재의 ICT 기술 발달 속도를 보다 가속화시켜 ‘데이터 홍수’를 불러오게 된다. 이를 통해 4차 산업의 근간이라 할 수 있는 ‘디지털 경제’ 활성화를 촉진하게 될 것임이 극명하다.

4차 산업혁명이 태동하면서 21세기 산업의 원동력은 ‘데이터’가 될 것이라고 하며, ‘데이터 산유국’으로까지 비유되고 있다. 특히, 국내에서는 디지털 뉴딜 정책을 통해 ICT 기술이 가속화 될 것이며, 양방향 정보 공유 기술 확대에 의해 보다 많은 데이터가 생산된다. 이러한 데이터를 기반으로 빅데이터 분석 및 인공지능 기반의 분석을 통해 새로운 정보가 생산이 가능하며, 재난 상황 또한 이를 활용한 방재서비스로 한발 앞선 대응책 마련이 가능해진다. 이번 코로나 바이러스는 기존 인플루엔자 바이러스들과 같이 ‘풍토병’ 형태로 인간의 삶에 자리잡아 ‘방역의 생활화’가 필요할 것이라는 많은 전문가들의 의견에 따라 현재보다 다양하고 쉽게 인지 가능한 정보를 국민들 또한 요구하고 있다. 이에 따라 감염병 뿐만 아니라 다양한 자연·사회 재난을 대상으로 한 ‘민간 방재서비스’에 대한 새로운 형태의 대국민 서비스산업이 필요하다. 우리나라를 비롯해 대부분의 국가에서는 발생하는 재난에 대한 선제적 대응 및 복구를 위해 정부 주도로 방재 업무를 추진하고 있으며, 민간 산업에서는 하드웨어 기반의 재료를 마련하여 사업을 통해 정부를 지원하고 있다. 물론, 앞서 언급하였던 새로운 형태의 민간 방재서비스 또한 기존의 방식대로 정부 주도 하에 민간 산업에서는 지원을 하는 것으로, 다만 서비스의 형태에 변화를 주어 새로운 시장 먹거리를 마련하자는 것이다. 정부가 제공하는 방재서비스에 민간 방재서비스를 곁들여 국민들은 물론 산업계에도 좀 더 깊숙이 관련 정보를 제공하여 방재 사각지대를 최소화해야 한다. 이번 감염병 상황

에서 확진자의 동선 제공 앱과 같은 서비스로 그 가능성을 확인하였으며, 그 내용에는 기존 ‘음성’과 ‘문자’ 정보를 넘어서 위치 지도와 같은 ‘멀티미디어’ 정보가 제공되었다. 이러한 새로운 형태의 서비스에 산업계에 서 또한 대응할 필요가 있으며, 이를 가능케 하는게 앞으로의 ‘디지털 경제’, 즉 ‘데이터 경제’ 시대이다. ‘정보를 분석하면 미래를 예측할 수 있다.’ 이번 코로나 사태

로 인해 좀 더 앞당겨졌을 뿐, 방재 시장에 있어 이전의 방식을 탈피하여 ‘데이터’에 기반한 방재서비스 제공으로 고부가가치 산업으로의 전환이 요구되는 시점이다. 또한, 뉴노멀 시대에 새로운 방재 표준으로 자리매김하여 국내 열악한 중소 규모의 관련 산업계에서도 영위할 수 있는 계기가 되었으면 한다.

코로나 대응 항공서비스 현황

조모란 | 대한항공 상무, mrcho@koreanair.com

COVID19로 인한 각국의 출입국 제한 조치에 따라 4월 내국인 출국자 수는 3만 1,425명으로 (전년비 98.6% 감소) 1989년 해외여행 자유화 이전 수준의 규모로 급감하였다. 코로나 사태에 따라 대한항공은 고객의 안전을 최우선으로 하여 ① 탑승객 발열체크, ② 승객 간 거리 유지 (좌석 배치, Queing 시 등) ③ 셀프 체크인 강화, ④ 기내방역강화(매 도착편마다 분무 소독), ⑤ 공항 및 기내 감염예방용품 비치, ⑥ 고객접점 직원 보호장비 착용, ⑦ 탑승객 전원 마스크 착용 등을 실시 중이며, 코로나로 고립된 교민, 유학생 등의 귀국을 돕기 위해 우한 전세기를 비롯, 부다페스트 등 10여 차례 전세기를 운항하였다. 또한 항공편 취소 혹은 자발적인 예약 취소에 따른 고객들의 환불 신청 급증에 따라 편리하고 신속한 환불 처리를 위해 홈페이지내 환불 신청 프로그램을 개발하였고 환불 대신 여행바우

처를 선택하는 고객에게는 추후 여행 시 일정액의 항공권 할인 혜택을 제공 중이다. 코로나 사태로 항공업계는 전대미문의 위기를 겪고 있으며 이에 따라 대한항공은 '고객 중심 경영'을 모토로 포스트 코로나 시대를 대비 중이다. 먼저 Un-tact 문화 확산에 따라 IT기반의 새로운 Customer Oriented 서비스를 속속 선보일 예정이다. 6월 1일 부터 위탁수하물이 고객이 탑승하는 항공기에 안전하게 실렸는지 확인하여 탑승 전 문자 메시지 발송 서비스를 시작한 바 있으며, 11월 전면 개편될 홈페이지는 고객에게 더욱 새롭고 편리한 서비스를 제공해 드릴 수 있을 것으로 기대하고 있다. 아울러 '최고의 고객 경험'을 위해 어린이 기내식 메뉴 변경에 이어 기내 엔터테인먼트 강화(영화의 경우 현재의 약 6배로 확대) 등 다양한 서비스 개선을 추진 중이다.

포스트 코로나 이후의 SR 서비스 대응전략

최덕울 | (주)SR 영업본부장, dy.choi@srail.co.kr

코로나19 확산으로 열차와 버스, 지하철 등 대중교통수단의 이용수요가 격감하고 있다. SRT 이용수요도 3월에는 전년 대비 30% 수준까지 급락하다 5월중에는 코로나19 사태가 다소 안정화되면서 70%수준까지 회복되고 있으나, 학계와 산업계 등 다양한 분야에서 예전 수준으로 돌아가긴 어려울 거라는 우울한 전망이 나오고 있다. 앞으로 도래할 포스트 코로나 시대에 철도교통은 어떠한 모습으로 변화하고, 우리 삶에 어떠한 영향을 미칠까 하는 것이 초미의 관심사로 떠오르고 있다. 불요불급한 업무통행이 감소하면서 장거리 통행량이 줄어들 거라는 전망도 있지만, 해외여행이 어려워지면서 국내 여행객이 크게 늘어날 것이라는 다소 상반된 전망도 있다. 도시 내부의 단거리 통행에서는 대중교통 대신 승용차를 선호하는 이동패턴의 변화로 도로 혼잡도가 높아질 것으로 보인다. 중장거리 통행에서는 일반 대중교통 보다는 차내 밀도가 낮은 보다 고급화된 대중교통 수요가 늘어날 것으로 전망되며, 이는 결국 장거리 통행에 있어서 소득에 따른 통행의 질(쾌적성, 안전성, 편리성)의 양극화를 심화시킬 것이다.

코로나19는 필연적으로 경제전반의 비대면화, 디지털 전환 등 4차 산업혁명의 가속화를 가져와 오프라인 기반산업을 크게 위축시킬 것이며, 이 과정에서 데이

터 수집·축적·인프라에 대한 수요는 크게 확대될 것이다. 코로나19로 급격하게 변화하고 있는 뉴노멀(New Normal) 시대에 적응하고 성장해 나가기 위해서는 선제적인 '마스터 플랜'을 수립할 필요가 있다. (주)SR에서도 코로나19 확산방지를 위해 본사 인력 분산 배치, 재택 근무 확대, 시차 출퇴근제, 대면 회의 자제, 특실물품 셀프 서비스, 열차내 창가좌석 우선 배치 등 사회적 거리두기 이행을 위해 안간힘을 쏟고 있다. 또한 이미 현실로 다가온 비대면 문화 활성화 추세에 따라 키오스크, 비대면 검표, 챗봇, 포털·홈쇼핑 등과 제휴를 통한 티켓팅 플랫폼 확대 등 ICT 기반의 비대면·무인 서비스 도입을 검토하고 있으며, 아울러 재택근무 활성화를 위한 원격 업무지원 시스템 구축, 최신 ICT 기술을 활용한 상황별 위험관리 분석 등 포스트 코로나 대비 종합계획을 수립 중에 있다.

많은 전문가들이 코로나가 종식되더라도 기존의 삶의 방식으로는 돌아갈 수 없을 것이라고 한다. 향후 예상되는 트렌드 변화를 면밀히 분석하여 새로운 성장의 돌파구를 마련하고, 이번 위기를 기회로 삼아 빈틈없는 포스트 코로나 대응으로 기업경쟁력을 강화하는 한편 나아가 우리 경제의 체질개선으로 새로운 성장의 모멘텀이 될 수 있기를 기대해 본다.

코로나19 이후의 변화와 은행의 대응

최석호 | 기업은행 부행장, chesco@ibk.co.kr

환경의 변화

- 코로나19 이후 새로운 패러다임으로 전환
 - (산업) 기존의 철강, 자동차, 전자 등 전통 제조업 중심에서 의료바이오, AI 등 4차 산업의 가속화 및 디지털, 온라인화 촉진
 - (개인) 재택근무, 학습, 쇼핑 등 온라인 기반 비대면의 일상화
 - (기업) 기업혁신 추진, 언택트산업 등으로의 비즈니스 모델 전환

금융산업에 미치는 영향

- 주력산업의 재편과 은행의 기업고객군 이동에 따른 대응
 - 주력산업이 전통 제조업에서 IOT, 바이오 등 신성장산업 및 관련 서비스업으로 이동에 따른 금융수요 증가
 - 중국 집종의 글로벌 공급체계가 주변국으로 다변화되는 등 국제분업체계의 재편에 따른 은행의 글로벌, 외환사업 등 변화
- 디지털금융의 가속화 추진
 - 빅데이터 기반의 IT기술 투자확대 및 핀테크 기업과의 제휴를 통한 여신 프로세스 등 금융서비스 전반의 디지털화 가속

- 디지털금융으로의 전환은 금융소비자의 접근성을 높여 금융수요 증대를 유인하고 은행의 생산성 증대 요인으로도 작용할 수 있을 것임.

은행의 대응방안

- 비대면 영업확대를 위한 시스템 구축
 - 디지털 뱅킹 플랫폼의 콘텐츠 강화
 - 빅데이터 분석 등을 활용한 고객 분석 및 여신심사 시스템 강화
 - 디지털 및 IT부문 인력육성 등 디지털 역량 확보
- 고객 변화 및 산업재편에 따른 대응
 - 신산업 및 유망산업 재편에 따른 산업 및 업종에 대한 포트폴리오 변화
 - 글로벌 벨류체인 재편에 대응한 전략 구축
- 핵심 업무에 대한 디지털 및 비대면 전환 가속
 - 업무 효율화 및 고도화를 위한 인공지능 적용 사업 발굴
- 저금리 정책기조의 지속으로 은행의 수익 다변화 추구 가속
 - 혁신기업발굴, 유망 벤처기업 투자 및 IB사업 확대 등

서비스산업의 변함없는 핵심가치 고객 경험: 코로나19로 변화된 고객경험 차별화

한만환 | (주)파르나스호텔 상무, hmj824@parnas.co.kr

코로나19로 인한 영향으로 가장 먼저 꼽을 수 있는 것이라면 강제적 이동의 제한이다. 지난 3월 11일 국내에서는 폭발적 감염의 확산이 감소하던 시기였으나 해외에서는 확진자와 사망자가 가파르게 증가했고 WHO의 코로나19 팬데믹 선언이 있었다. 이후 많은 국가들이 코로나19 유입 차단을 목적으로 하늘길을 봉쇄하기 시작했다. 이후 사실상 국가간 비즈니스와 여행 목적의 이동이 전무에 가깝다. 사실 호텔업은 03년의 사스, 15년 메르스를 거치며 호텔 산업에 전염병이 미치는 리스크를 이미 경험, 코로나19도 곧 이전처럼 일상으로의 복귀를 바라며 일시적 어려움으로 생각하는 경향이 강했다. 그러나 이동제한과 봉쇄로 이어진 코로나19의 영향은 예상보다 심각한 수준으로 다가왔다. 대규모 국제 행사가 모두 취소되고 이는 객실 예약 취소 되었으며 국내에서도 정부의 사회적 거리두기 지침으로 다중이용 시설 이용, 모임 및 외식을 자제하기 시작했다. 이는 당연히 호텔 영업의 어려움으로 이어졌다.

1. 코로나19 확산에 대한 호텔 대응

코로나19 팬데믹 선언과 국가간 이동의 제한이 후 호텔 영업의 큰 축인 객실과 연회 매출의 급감으로 영업장을 통·폐합 하는 형식으로 운영을 축소하거나, 일시적 서비스의 제한 및 한시적인 휴업을 선택했다. 인적자원의 의존도가 높은 호텔 운영의 특성을 고려할 때 현 상황을 타개하기 위해 감축 운영은 불가피한 선택이다. 그러나 이러한 축소 및 휴업은 서비스의 제한을 필연적으로 동반하게 되고 이는 다시 고객의 불만

으로 이어질 수 있어 향후 정상화되었을 경우 고객이 탈을 촉발할 수 있는 요인이 된다. 이에 고객 불만도 최소화하고 비용절감도 할 수 있는 방안을 찾는 묘안이 절실한 시점이다.

청결 및 위생기준 커뮤니케이션 강화

코로나19 이전, 청결과 위생은 호텔의 가장 기본적인 요소로 생각되었고 고객도 이를 호텔 선택의 기준으로 생각하지 않았다. 당연히 호텔도 이를 적극적으로 알리는 사례는 없었다. 그러나 코로나19 감염병 확산이 후 이제는 청결에 대한 호텔의 엄격한 기준과 위생 수칙에 대한 고객 소통이 호텔에 대한 신뢰감을 심어주는 가장 중요한 부분으로 자리잡았다. 이런 니즈에 맞춰 각기 청결 관련 브랜드 스탠더드를 재정립하고 온/오프라인을 통해 고객에게 알리고 있다. 호텔 내 조식, 커피스테이션 운영 등에 대한 스탠더드는 한 시적으로 완화된 반면, 청결과 위생 관련 스탠더드는 객실 정비 시 아이템별 사용 약품에 대한 기준을 제시하는 등 더욱 엄격한 스탠더드를 적용했다. 또한, 고객의 투숙만족도를 조사하는 설문에 투숙하는 동안 코로나19로부터 얼마나 안전하다고 느꼈는지를 묻는 질문을 추가하기도 했다.

내국인 여가 고객으로의 인식 전환

고객의 국적과 방문 목적은 호텔에서 고객을 분류하는 주요 기준 중 하나이며, 이번 코로나19로 가장 많은 변화가 일어난 기준이기도 하다. 대부분의 5성 호텔들의 주 고객은 해외 비즈니스 및 여행객이 주류를 차

지해왔다(약 70~80%). 호텔의 서비스도 전세계에서 유입되는 외국인 고객의 특성에 맞춰졌다. 그러나 국가간 이동이 제한되면서 호텔 고객층이 급격한 변화를 가져온다. 이 때까지 내국인 투숙객의 수요는 소위 호캉스로 대표되며 연휴기간에 집중되는 정도였던 것이 3월 이후 호텔의 주요 고객은 '여가를 목적으로 방문하는 내국인'으로 요약된다. 내국인 고객의 특성은 활발한 정보 공유로 호텔의 다양한 서비스에 대한 풍부한 사전 지식을 갖고, 호텔에 기대하는 서비스 수준도 높아 현장 직원의 응대가 쉽지 않다. 특히 유아 동반 가족 단위의 고객이 집중되는 시기는 응대 시간이 길어지며 다른 고객의 서비스가 지연되는 경우도 발생할 수 있어 연휴기간이면 서비스 일선의 더욱 세심한 배려와 주의를 요한다.

코로나19 이전 내국인 고객은 특정 기간 집중되는 까다로운 고객군으로 인식했다면, 이제는 호텔의 생존 열쇠를 쥐고 있는 꼭 필요한 고객으로 인식하고, 그들의 니즈에 맞는 고객 경험을 제공하기 위해 전방위적으로 역량을 집중하고 있다. 따라서 내국인 고객의 니즈를 충족할만한 상품을 앞다투어 개발하고, 고객데이터를 활용해 최대한 정보의 접근이 용이한 방법으로 상품을 홍보하고 있으며, 상품과 서비스를 이용 시 서비스가 효과적으로 전달될 수 있도록 서비스 정책을 재점검 하고 만족스러운 고객경험을 만들고자 내국인 서비스에 집중하기 위한 현장의 서비스교육도 더욱 강화하고 있다.

비대면 서비스의 부상

코로나19로 급부상한 트렌드 키워드는 언택트(비대면)일 것이다. 코로나19 이전부터 언택트는 트렌드로 꼽혔지만 사실 호텔 서비스에 적용은 쉽지 않은 것이 현실이었다. 일부 트렌디한 신규호텔들이 키오스크 체크인/아웃, 모바일키 서비스, 스마트 컨시어지 등 비대면 서비스를 도입하였지만 대면 서비스가 주류를 형성해 온 것이다. 그러나 코로나19의 영향으로 비대면 서비스는 더욱 빠르게 확산될 것으로 보인다. 우선 고객들이 호텔이용 접점 서비스 과정에서 직원과의 대면을 최소화 하기 위한 니즈가 커지고 있다. 또한, 비대면 니즈는 호텔 상품 개발에도 적극 활용, 접촉을 최소화

한 상품도 개발하고 있다. 투숙과 룸서비스를 연계하여 독립되고 안정된 고객 경험을 보장하고자 하고, 객실 체류 시간을 최대로 늘려 가성비를 높인 상품을 출시하거나, 피크닉 도시락을 제공해 타인과의 접촉을 최소화하는 상품을 출시하고 있다.

인적자원중심이라는 특성과 비대면 서비스에 대한 니즈 조화

그러나 비대면 서비스가 단순히 고객과 직원 간의 대면 시간을 줄이는 수준이라면 고객이 기대하는 5성 호텔의 서비스를 충족시킬 수 있는지 고민해야 한다. 비대면 기술을 이용해 호텔은 더욱 고객 개인 맞춤 서비스를 제공할 수 있는 역량을 향상시킬 수 있어야 한다. 아직은 인적 서비스의 중요도가 높은 호텔서비스에서 비대면 서비스 기술을 통해 고객에게 개별맞춤 경험을 제공하는 방법에 대한 고찰, 그리고 과거 오랜 기간동안 세심하고 배려깊게 밀착된 서비스를 제공하던 5성호텔의 서비스에 대한 패러다임에 변화도 필요할 것이다.

2. 포스트 코로나19, 호텔산업의 과제

코로나 19가 종식이 되더라도 이런 리스크는 언제든지 또 발생할 수 있다. 그렇기 때문에 우리는 코로나 19 이전의 삶으로 돌아갈 수 없을 것이라고 이야기한다. 코로나 19는 일상의 많은 부분을 바꾸어 놓았다. 호텔의 일상도 변화되어 주요 고객군도, 고객의 성향도, 그에 따른 행동패턴까지 변화되었다. 지금의 빠른 경험에서 인사이트를 얻지 못한 호텔은 생존하기 어려울 것이다.

변하지 않는 진리, 고객 경험

위기 속에서 많은 호텔들이 한정된 내국인 고객을 유입하고자 다양한 상품을 출시했다. 이렇게 유입된 고객의 이용 경험을 얼마만큼 잘 관리했는지에 따라 이 고객들이 재방문을 거쳐 충성고객으로 거듭날지 판가름 될 것이다. 일례로 과거에는 고객이 호텔 인근의 극장에서 영화 관람 후 객실로 돌아와 휴식을 취하는 행동패턴을 보였다면 이제는 극장 이용을 기피하고 객실에서 넷플릭스와 같은 스트리밍 서비스를 이용하며

타인의 시선에 신경 쓰지 않고 방해받지 않으며 여유롭게 설 수 있는 상품을 원한다. 고객 경험의 내용은 바뀌었으나 기대했던 목적을 충족하고 그 이상의 만족을 얻고 싶어 하는 욕구 자체는 변화하지 않았다고 본다. 마찬가지로 제공하는 상품과 서비스의 내용은 달라질 수 있어도 고객이 만족스러운 경험을 제공하고자 하는 직원의 진정성도 달라지지 않는다. 직원의 진정성을 고객이 그대로 느낄 수 있도록 전달하는 것이 역량이다. 이 역량이 당연히 고객의 투숙 경험 전반에 걸쳐 발

휘되어야 하겠으나 특히 고객의 기대와 현실에서 인지한 서비스 사이에 괴리가 발생한 시점에 특히 중요한 역할을 할 것이다. 흔히 고객 불만이 발생한 상황인데, 직원 개인의 역량도 중요하지만, 고객의 문제를 책임지고 해결할 수 있는 환경 조성도 필수이다. 코로나19와 같은 위기 상황 속 최소의 인원으로 현장을 운영하는 경우가 많기 때문에 실질적인 고객 경험 관리를 위해 권한위임(empowerment)이 제대로 이루어질 수 있는 환경이 필요하다.

서비스산업의 기회와 도전

신기술과 서비스의 융합

(사)한국서비스경영학회

2020 하계학술대회

Korea
Service
Management
Society

Special Session

⋮

A2 코로나 19 대응 현황 및 포스트 코로나 전략

좌장

유태종 교수(상명대학교)

- 편제범(호서대학교) | 김승범(홍익대학교)
- 이돈희(인하대학교) | 이동현(경북대학교)
- 김윤진(인하공업전문대학)

ISO18091에 기반한 공공서비스 품질관리 프레임워크의 제안 및 K-방역시스템의 서비스 품질 측정을 통한 개선 방안에 관한 연구

편제범 | 호서대학교 빅데이터경영공학부 교수, pjb@hoseo.edu

김승범 | 홍익대학교 경영학부 교수, sbkim@hongik.ac.kr

본 연구는 공공기관이 제공하는 민간서비스 품질관리를 위해 개발된 『ISO18091:2018』을 응용해 공공서비스 품질관리를 위한 프레임워크를 제안하고, 이를 공공서비스 체계에 적용해 봄으로써 공공서비스 품질관리를 위한 의사결정자, 중간관리자, 실무자 차원의 역할과 책임을 담은 실무 지침을 제안하고자 한다. 본 연구에서 제안하는 프레임워크는 지속적인 품질개선을 위한 ‘계획(P)-실행(D)-검토(C)-조치(A)’의 기본 절차를 바탕으로, 상위 공공기관에서 일방향적·획일적 통제를 통한 품질개선이 아닌 관련 공공기관 상호 간의 의사소통을 통한 양방향적·자율적 관리를 통한 품질개선을 유도하도록 설계되어있다. 또한, 공공서비스 품질개선을 위한 품질관리 수준을 측정하기 위해 ‘조직과 조직상황’, ‘리더십’, ‘기획’, ‘지원’, ‘운용’, ‘성과평가’, ‘개선’ 등의 측면에서 활용할 수 있는 공공서비스 품질관리 개선을 위한 체크리스트를 도출하여 프레임워크의 적용과 실용성을 높이하고자 하였다. 이러한 형태의 품질관리 기법은 민간 기업을 중심으로 적용되고

응용되어 왔지만, 중앙부처나 지방자치단체 등과 같은 대(對)국민 서비스를 제공하는 공공기관에서는 생소하고 익숙하지 않은 방법으로, 이는 공공서비스의 개선을 프로세스 개선의 관점에서 접근하고자 하는 새로운 시도이자 노력이라 할 수 있다. 한편 코로나19 사태는 2020년 들어 전 세계를 강타하고 있는 중대한 사건이라고 할 수 있다. 우리나라는 선별진료소를 통한 민첩하며 광범위한 검진을 제공함으로써 감염자를 조기에 발견할 수 있었고, 이를 통해 코로나 바이러스의 전파속도를 낮추는데 좋은 성과를 내고 있다. 그 결과 소위 K-방역시스템은 전 세계적으로 긍정적인 평가를 받고 있는 상황이다. 본 연구에서는 이러한 K-방역시스템의 서비스 품질을 개선하기 위하여 앞서 도출한 공공서비스 품질관리 프레임워크, 특히 체크리스트를 K-방역시스템에 맞게 적용하는 케이스스터디를 시행하였다. 이와 같이 본 연구에서 제공하는 프레임워크는 공공서비스의 다양한 영역 및 여러 가지 상황에서 효율적으로 사용될 수 있을 것이라 기대한다.

주제어 공공서비스, 서비스 품질, 품질관리, ISO 18091, 코로나19, K-방역시스템, 선별진료소

논문형식 Research Paper(O)

의료서비스 공정성과 지역사회 참여: COVID19 대응

이돈희 | 인하대학교 경영학과 교수, dhlee04@inha.ac.kr

이동현 | 경북대학교 경영학부 교수, dhl@knu.ac.kr

2019년 12월 말 중국 우한을 중심으로 확산된 코로나바이러스 감염병(Coronavirus disease, COVID-19)은 2020년 3월 중순이 되면서 충격적인 확산 속에서 전 세계인이 고통을 받고 있고, 글로벌 경제는 멈춰서고 있으며, 국가마다 문을 걸어 잠그면서 COVID-19 확산으로 인하여 전 세계는 패닉상태에 빠져 있다. 세계보건기구(WHO)는 2020년 3월 11일 COVID-19에 대해 감염병 최고 단계인 팬데믹(pandemic)을 선포하였다. 발병한지 5개월이 지나고 있지만, COVID-19은 수그러들지 않고 있으며, 언제 종식될지 조차 불투명한 상황이다. 이러한 불확실한 감염병 확산은 공공 의료시스템 붕괴를 초래하면서 위험에 직면한 국가, 이미 붕괴된 국가, 현재까지는 잘 통제되고 있는 국가 등 의료시스템에 체계에 대한 불안감 또한 증폭되고 있다. 의료시스템의 붕괴는 전염병 및 감염병 등의 질병으로부터 인류를 방어할 수 있는 1차 방어벽이 붕괴되어 인류를 불안(anxiety)의 공포에 몰아넣게 되는 상황에 직면할 수도 있기 때문에 현재의 실패 경험을 교훈 삼아

혁신적인 대응 방안을 모색해야 한다. 본 연구는 COVID-19와 같은 위기상황이 발생하였을 경우 시민들의 자발적인 참여를 유도하여 의료서비스 리스크 발생을 줄이기 위한 방안을 COVID-19 실패 사례를 분석하여 제시하고자 한다. 즉, 팬데믹 위기에 맞서는 대응 전략을 COVID-19 사례를 중심으로 위기상황에서 의료서비스 시스템을 지킴으로써 감염병과 같은 질병 확산을 억제하기 위한 방안을 고찰해 보고자 한다. 본 연구의 목적을 달성하기 위하여 첫째 의료서비스 실패 사례와 지역사회 참여 실패사례를 분석한다. 둘째, COVID-19 대응에서의 실패사례를 통하여 의료기관 측면과 지역사회 참여 측면에서 위기관리 대응방안을 제안하고자 한다. 본 연구는 COVID-19 사례를 통하여 감염병 확산과 같은 위기상황이 발생하였을 때 의료기관 위기관리 대응방안과 지역사회 참여를 위한 위기관리 대응방안을 제시하여 의료기관, 정부기관 뿐만 아니라 일반 시민들이 위기를 대응하는데 기초자료로 활용할 수 있기를 기대한다.

주제어 COVID-19, 의료서비스 공정성, 지역사회 참여, 실패사례, 학습

논문형식 Review(O)

비대면 수업 기반 항공서비스 교육서비스 품질 측정: COVID 19 대응

김윤진 | 인하공업전문대학 항공운항과 교수, kimyj@inhatc.ac.kr

2020년 COVID 19 확산방지를 위해 전국 대학은 대면 접촉이 없는 온라인 수업을 교육 방법으로 선택하여 수업의 결손을 해결하고자 노력을 다하고 있다. 이로 인해 기존의 대면 위주의 서비스 수업방식들이 다양한 비대면 수업 방식으로 전환되었다. 특히 전통적인 대면 학습 방법의 대학 서비스 교육이 다양한 방식의 비대면 온라인 수업으로 전환되면서 교수자와 학습자간의 충분한 커뮤니케이션에 어려움을 겪고 있다. 이에 따라 본 연구는 국내 항공서비스 전공 학습자를 대상으로 온라인 서비스 교육 만족도를 확인해보고 온라인 교수자의 역할과 수업 준비에 따른 학생 만족도의 상관관계 분석을 통해 온라인 서비스교육 품질의 중요성 및 향상을 제시하고자 한다. COVID 19 확산은

사회적인 문제이자 동시에 수업 전환의 필요성이 커지고 있는 시기적 문제임을 감안할 때 전통적인 대면 수업과 비교하여 학생들의 수업 만족도를 높이기 위한 비대면 온라인 수업의 교수법 전략과 대책의 중요성 제시가 무엇보다 필요하다고 할 수 있다. 따라서 본 연구에서 제시하는 교육 서비스 만족도는 교수자의 비대면 온라인 수업 준비와 진행 전략 수립을 통해 비대면 서비스 교육 품질 연구에 활용될 수 있을 것이다. 또한 학습자의 만족도를 고려한 교수자 역할과 구체적인 실천방안의 긍정적인 영향력을 통해 나타나는 학생들의 만족이 대학경영의 경쟁력이 될 수 있다는 측면에서 비대면 온라인 수업 강의의 서비스품질은 재고되어야 한다.

주제어 코로나(COVID)19, 비대면 온라인 수업, 항공서비스, 교수자 역할, 교육 만족도

논문형식 Research Paper(O)

서비스산업의 기회와 도전

신기술과 서비스의 융합

(사)한국서비스경영학회

2020 하계학술대회

Korea
Service
Management
Society

Convergence Session

⋮

A1 서비스산업과 4차 산업혁명

좌장

임성욱 교수(대진대학교)

- 현호섭 · 김주형(kt)
- 강우석 · 이승규 · 강경미 · 나형석 · 김형래
(한국도로공사)
- 박승욱 · 이돈희(인하대학교)
- 임명성(삼육대학교)

Convergence Session A1-1

KT AICC 추진 사례분석

현호섭 | kt 고객최우선경영담당 상무, hoseop.hyun@kt.com

김주형 | kt 고객센터CV혁신팀 차장, jhyung.kim@kt.com

본 연구는 KT가 인공지능(AI) 기술을 활용한 보이스봇을 고객센터(콜센터)에 접목한 사례를 분석하고자 한다. AICC(AI Contact Center)란 지능화된 알고리즘 기반 로봇이 직접 고객문제를 해결하거나 실시간 상담 지원체계와 업무 자동화가 구축된 고객센터를 의미한다. 국내 AI 도입사례는 금융/유통 대기업을 중심으로 도입되고 있으며, 다양한 벤더와 여러 형태의 구축모델이 적용되고 있다.

KT 고객센터 상담 직원은 7,000여 명으로 국내 최대 규모이며, 월평균 450만 건의 상담이 이뤄진다. KT 그룹은 자체기술 기반 고객센터 AI 도입 및 고도화를 추진 중이다. KT그룹은 2018년 AI “챗봇” 적용을 시작으로 '19년 “목소리 인증”과 “AI 상담 어시스트” 솔루션을 적용 중이며, '20년 “보이스봇” 도입을 추진 중이다. AI챗봇은 초기 시나리오가 1,700개에서 현재 7,300여 개로 확장되어 월평균 15만 건의 상담을 절감하는 효과를 거뒀다. 상담직원들이 이용 중인 “AI상담 어시스트”는 AI가 고객과 대화한 내용을 실시간으로 분석해 상담 키워드를 추천해주고 끝없이 긴 대화를 짧게 자

동 요약해주며 상담 중 고객 감정을 그래프로 보여주는 등 30개의 기능이 담겨 있다. AI 상담 어시스트가 도입되면서 상담 처리 시간은 15초가 단축됐다. 여기에 보이스봇까지 적용되면 상담 직원 업무 효율성이 한층 개선될 것으로 기대된다. KT가 AI보이스봇을 도입한 이유는 코로나19로 언택트(비대면) 서비스에 대한 관심이 높아지면서 고객 접점의 최전선에 있는 콜센터 역할이 중요해지고 있기 때문이다. KT는 AI보이스봇을 다양한 고객센터 AI 솔루션과 통합해 국내 최고 수준의 AI 상담 서비스를 제공할 계획이다. KT의 AI보이스봇은 인터넷 고장이나 요금제 확인, 로밍 부가서비스 가입, 명세서 재발급 등 비교적 간단한 상담을 맡게 된다. KT는 챗봇 상담 어시스트 등 인공지능(AI) 혁신 기술을 통해 다양한 고객의 기대와 눈높이에 맞춘 상담 서비스를 제공하여 고객만족도를 향상시키고자 노력하고 있다. 또한 KT는 24시간 고객센터를 제공할 수 있도록 상담 서비스 패러다임을 바꿔 고객센터 산업의 혁신을 선도할 계획이다.

주제어 KT 고객센터, 인공지능(AI), AICC(AI call center), 사례분석

논문형식 Case Study(O)

Convergence Session A1-2

GPS정보를 활용한 고속도로 돌발상황 검지체계 개발

강우석 | 한국도로공사 교통센터, kongyup@ex.co.kr

이승규 | 한국도로공사 교통센터, abb87@ex.co.kr

강경미 | 한국도로공사 교통센터, kmkang@ex.co.kr

나형석 | 한국도로공사 교통센터, hsna@ex.co.kr

김형래 | 한국도로공사 ITS처, khl2753@ex.co.kr

본 연구는 신속한 돌발상황 인지를 통한 효율적 대처로 사고 및 사망자 감소에 기여하여 국민의 생명·안전에 이바지 하는 고속도로 돌발상황 검지체계 개발을 목적으로 한다. 정부에서는 「국민생명 지키기 3대 프로젝트(2018.01)」의 일환으로 「교통안전 종합대책」을 수립하고 2022년까지 교통사고 사망자 50% 감축을 목표로 박차를 가하고 있다. 한국도로공사(교통처) 자료에 따르면, 2019년 기준 고속도로 교통사고는 1,931건, 사망자수는 176명으로써 정부정책에 맞춰 다양한 「교통사고 사망자 줄이기」종합대책을 수립, 이행하며 교통사고와 사망자수 감소에 기여하고 있다. 그러나, 지

속적으로 국민안전을 제고하기 위해서는 일반사고 및 2차사고 예방을 위한 돌발상황의 신속한 인지가 중요할 것이다. 현재, 고속도로에서는 돌발상황 발생시 인지체계의 구조적 한계에 직면해 있다. 인지시간은 CCTV 모니터링, 순찰 및 고객센터 등에 의존하여 평균 16분 8초가 소요되고 있으며, 돌발검지시스템은 정체 및 역주행을 검지하는 VDS(차량검지기)와 터널내 정지차량과 보행자, 역주행을 검지하는 영상식 및 레이더식 검지체계가 구축되어 있으나, 이는 시스템이 설치된 지점에서만 동작하고, 차량의 개별적인 추적 및 관찰이 불가능하여 관리 사각지대가 상존한다.

주제어 고속도로 교통사고, 고속도로 돌발상황, 고속도로 교통정보, GPS, 내비게이션

논문형식 Case Study(O)

Convergence Session A1-3

헬스케어 웨어러블 디바이스 사용 현황 및 서비스 향상 방안

박승욱 | 인하대학교 경영학과 교수, separk6112@inha.ac.kr

이돈희 | 인하대학교 경영학과 교수, dhlee04@inha.ac.kr

디지털 디바이스의 혁신은 제조산업뿐만 아니라 의료산업분야에도 많은 변화가 일어나면서 헬스케어 분야에서 사물인터넷(IoT: Internet of Things) 디바이스 제품이 출시되고 있다. IoT와 스마트 디바이스 간의 융합으로 서비스 가치 창출을 사용자에게 제공하려는 다양한 시도도 진행되고 있다. 또한 인공지능(AI: Artificial Intelligence) 기반 질병진단 및 보조기기, 건강관련 웨어러블 디바이스 기기, 의료자원의 서비스 효율성 향상 측면 등에서 다양한 사례가 최근 증가하고 있다. 헬스케어 기반 질병예방 및 진단 보조기기 등은 혈당, 혈압, 심전도뿐만 아니라 암의 조기진단까지 진단해주는 전문기능이 강화될 것으로 예측되기 때문에 공급자(의료제공자)중심에서 사용자(환자 및 잠재고객)중심으로 기술적인 측면뿐만 아니라 디자인측면도 발전시켜서 시장점유율이 높아질 것으로 기대된다. 특히 최근 증가되고 있는 우울증과 치매예방, 치매치료에 효과적인 웨어러블 디바이스 기기의 발전은 국가적 차원에서의 진료비 감소 및 노인연령층의 생산성 증대뿐만 아니라 질병예방, 건강한 노년, 삶의 질 등에

긍정적인 영향을 미칠 것으로 생각된다. 그러므로 현재 사용되고 있는 웨어러블 디바이스 사용의 범위를 분석(건강, 진료 및 진단, 행정 분야)하고, 이로 인하여 제기되고 있는 이슈를 통하여 소비자가 요구하는 사항(규제 및 책임)은 무엇인지에 대한 논의 분석 및 의견 반영 등에 대한 고찰이 선행되어야 할 것이다. 따라서 본 연구에서는 디지털 기반 중심으로 변화되는 현 의료환경에서 헬스케어 웨어러블 디바이스의 사용범위를 분석하여 향후 웰빙, 질병치료 및 예방의 효율성 증진 및 운영 효율성을 높이기 위해 선행적으로 구축되어야 할 전략적 방법을 제시하고자 한다. 사례 분석결과, 건강관련정보의 사회적 활용에 대한 윤리적 법적 검토, 인프라 구축, 사용자 관점에서의 제품 생산 등이 제안되었다. 본 연구는 현재 학문적으로 연구가 전혀 되지 않은 웨어러블 디바이스 관련 건강 및 의료분야에서 적용된 사례를 분석하여 제안점을 제시하였기 때문에 후속 연구를 위한 기본적인 근거를 제시할 수 있을 것으로 기대된다.

주제어 헬스케어 디바이스, 서비스 향상, 사례분석

논문형식 Case Study(O)

4차 산업혁명 시대에 중소기업의 스마트 팩토리의 성공적 구현을 위한 준비도(Readiness)에 관한 연구

임명성 | 삼육대학교 경영학과 교수, msyim@syu.ac.kr

본 연구는“우리나라 중소기업들은 4차 산업혁명의 실질적 구현방안인 스마트팩토리(Smart Factory)를 수용할 준비가 되어있는가?”에서 시작한다. 2019년 대한민국 정부는 국가차원에서 미래 먹거리 발굴 지체, 생산가능인구 감소 등 구조적 문제에 대응하기 위해 4대 정책방향 및 8대 선도사업을 선정하여 혁신성장을 발표하고 추진하고 있다. 4대 정책방향은 과학기술, 산업, 사람, 사회제도 혁신이 포함되며, 8대 선도사업에는 미래자동차, 드론, 스마트공장, 스마트팜, 스마트 시티, 에너지신산업, 초연결지능화, 핀테크 등이 해당 된다. 특히 주목할 점은 8대 선도사업 중에 스마트팩토리(스마트공장)의 구축에 가장 많은 예산인 1조 300억을 배정하였으며, 전년대비 5900억을 증액하여 증액의 폭도 가장 컸다. 그만큼 스마트팩토리에 대한 범국가적 관심이 높다는 것을 보여준다. 한국은 국내총생산(GDP)의 30% 이상을 제조업이 차지하고 있을 만큼 제조업의 비중이 매우 높은 국가이며 독일이나 일본, 미국보다도 제조업 비중이 10%포인트 이상 높다. 따라서, 제조업이 무너지면 어느 나라보다 심각한 타격을 받을 수밖에 없다¹⁾. 2017년 국내 제조업 평균가동률은 정상 가동률의 기준인 80%에도 못미치는 71.9%로 나타났다. 외환위기 직후인 1998년 67.6% 이후 가장 낮은 수치다. 국가적으로 우리나라 제조업의 경쟁력 향상을 위해 물심양면으로 적극적으로 지원해야 하

는 이유가 여기에 있다. 세계적으로도 독일과 미국, 일본은 뚜렷한 전략으로 스마트 팩토리 강국으로 한발 앞서 나가고 있으며, 우리의 이웃 나라이자 스마트 팩토리의 후발주자인 중국도 중장기적인 전략으로 스마트 팩토리의 다크호스로 떠오르고 있다²⁾. 한국은 정부 주도의 스마트 팩토리 구축 사업이 있으나, 아직도 대기업을 제외하고는 규모가 작고 기초 시설 투자 수준에 불과하다. 스마트 팩토리를 구축한 업체 수는 2014년 277개에서 2016년 2800개로 늘었고, 2017년 후반에는 약 4900개에 달하지만 대부분의 구축 수준은 기존의 공장에 ICT를 도입한 기초단계가 대부분이다. 2016년 기준 기초단계가 80.2%, 중간1단계가 18.2%, 중간 2단계가 1.6%, 고도화의 경우는 전무했다. 스마트 팩토리라기 보다는 일부 공정의 자동화라고밖에 해석할 수 없다. 여기서 우리는 4차 산업혁명의 핵심인 스마트 팩토리가 왜 이렇게 기대한 성과를 얻지 못하고 담보상태에 머물러 있는지 생각해 보아야 할 때이다. 2018년 KRG가 발표한 ‘국내 기업들의 4차 산업혁명 인식 및 준비도 조사’결과에 따르면 응답기업(응답 기업 수: 250개 사) 중 92%가 4차 산업혁명 준비도가 50점 미만이라고 응답하였다³⁾. 그것도 스스로 그렇게 평가한 것이다. 심지어 70점 이상이라고 응답한 기업은 전무하다. 즉 새로운 산업혁명을 받아들일 충분한 준비가 되어있지 않은 상태에서 4차 산업혁명을 대면

1) TechWorld, 아직은 더딘 국내 스마트 팩토리, 2018.03.05.

2) TechWorld, 아직은 더딘 국내 스마트 팩토리, 2018.03.05.

3) BIKorea, “국내기업 92%, 4차산업혁명 준비도 50점 미만”, 2018.01.15.

하는 스마트 팩토리를 구축하다 보니 기대하는 성과를 얻지 못하고 결국 또 다른 자동화로 인식해 버리고 있는 상황인 것이다.

4차 산업혁명과 같이 오늘날의 조직의 특징화 할 수 있는 특성 중 하나는 ‘변화’이다(Choi and Ruona, 2011). 기업들은 생존하기 위해 항상 지속적인 변화의 환경 속에서 살아가고 있기에 기업들은 전사적인 차원에서 점진적으로 지속적 변화에 대응할 수 있는 능력을 개발해야 한다(Choi and Ruona, 2011). 하지만 많은 조직들이 변화의 노력에도 불구하고 의도한 목표를 달성하는데 실패하는 이유는 변화 시도 자체에 문제가 있는 것이 아니라 실행의 실패(implementation failure) 때문이다(Choi and Ruona, 2011). Lewin(1947)은 조직의 변화가 준비 단계인 해동 단계(unfreezing), 변화 단계(change), 그리고 안정화/고착화 단계인 재동 단계(refreezing) 등 3단계로 구성된다고 주장하였다. 그에 따르면 조직의 변화에 실패하는 이유는 변화를 시도하기 전에 효과적인 조직의 해동 과정을 제공하지 못하였기 때문이라고 주장하였다(Lewin, 1947). 즉 준비되지 못한 변화는 변화의 실패로 이어질 가능성이 매우 높다는 것이다. 물론 조직의 변화에 있어서 조직 자체의 혹은 구성원들의 저항도 존재하기 마련이다(Esteves and Alves, 2013). 따라서 경영진은 신기술에 대한 저항과 거부를 인지하고 변화에 대한 저항을 효과적으로 대처할 수 있는 방안을 마련하는 것이 중요하다(Esteves and Alves, 2013). 신기술 사용에 대한 사용자의 저항(user resistance)은 비대칭적 행동(asymmetric behaviors)이다(Hsieh and Lin, 2018). 만약 신기술에 대한 사용자의 저항이 존재한다면 기술 사용률은 급격하게 낮을 것이다(Hsieh and Lin, 2018). 하지만 저항이 낮다고 해서 신기술의 사용률이 반드시 높아지는 것은 아니다(Hsieh

and Lin, 2018). Choi and Ruona(2011)는 조직의 변화에 대한 개인의 준비도를 유도할 수 있는 조건을 이해하는 것이 전통적인 변화에 대한 저항(resistance to change)보다 더 중요하다고 주장하였다.

또한, 환경적 여건으로 보았을 때 정부의 제조업 살리기를 위해 정부차원에서 적극적으로 지원해 주는 기회요인이 존재함과 동시에 52시간 근로제, 최저임금의 지속적인 상승, 근로인력의 감소 및 베이비붐 세대의 은퇴와 같은 사회 전반에 걸친 인력부족 문제는 결국 중소기업들의 스마트 팩토리의 도입 여부를 결정할 수 있는 상황이 아닌 어떻게 도입해야 하는지를 결정해야 할 시기가 된 것이다. 중요한 것은 어떠한 혁신적 접근법을 수용하고 이를 실현하기 위해서 기업들은 반드시 이를 받아들일 ‘준비’가 되어있어야 한다는 것이다. 중소기업들이 스마트 팩토리를 구축하는데 있어서 직면한 문제 중 하나인 부족한 자금을 정부에서 적극적으로 지원해 주는 것도 하나의 해결책이 될 수는 있으나 조직적으로 변화에 대한 준비가 제대로 되어있지 않은 상황에서 금전적 지원이 스마트 팩토리의 성공을 보장할 수는 없다. 기업이 바꾸어야 한다는 생각을 하지 않으면 정부에서 지원을 해줘도 효과가 없을 수 있는 것이다. 따라서, 본 연구는 중소기업들이 4번째 산업혁명의 핵심인 스마트 팩토리를 구현할 수 있는 준비가 되어있는지 살펴보기 위해 준비도(readiness)를 점검해보고자 한다. 이를 위해 본 연구에서는 준비도 지표(readiness index)를 개발하고, 준비도 지표를 활용한 중소기업들의 스마트 팩토리 준비 수준을 평가하고자 한다. 이 과정을 통해 중소기업들이 스마트 팩토리를 도입하면서 부족한 부분은 무엇이며 잘 되어있는 부분은 무엇인지 평가하고 부족한 부분을 개선하기 위해 어떠한 노력을 수행해야 하는지 제안하고자 한다.

주제어 4차 산업혁명, 준비도, 스마트 팩토리

논문형식 Research Paper(O)

서비스산업의 기회와 도전

신기술과 서비스의 융합

(사)한국서비스경영학회

2020 하계학술대회

Korea
Service
Management
Society

Convergence Session

⋮

A2 디지털시대의 서비스품질

좌장

곽수환 교수(한국교통대학교)

- 한동호(LH)
- 이재훈(한국표준협회)
- 김윤진(인하공업전문대학)
- 이상미(국제대학교)

주거복지 영역에서의 주거생활서비스 현황 및 품질평가체계를 적용한 품질평가 결과 분석

한동호 | LH 주거복지지원처 부장, handh@lh.or.kr

본 연구는 LH의 주거복지 사업 중 하나인 「주거생활 서비스」의 개념을 소개하고, 서비스의 품질 확보 및 지속가능성 제고를 위해 '19년 개발된 「서비스 품질평가 체계」가 서비스 운영에 어떠한 영향을 미치는지 '19년 평가결과를 기준으로 설명하고자 한다. 「주거생활 서비스」는 LH 임대주택에 거주하는 입주민을 대상으로 생활에 필요한 다양한 요소를 지원하여 입주 이후 삶의 질을 가치있게 만드는 서비스를 말한다. 주택에 대한 인식 변화(소유→거주), 주거서비스 수요 다양화 등 주거 트렌드의 변화와 함께 우리나라의 주거복지 영역은 기존의 주택공급 위주에서 주거와 관련된 생활서비스 제공까지 범위를 확대하였다. 이러한 변화에 대응하여 LH는 '16년 「주거생활서비스」라는 개념을 공공 영역에 최초로 도입하고, 수행 전담조직 신설 및 서비스 유형 재정비 등을 통해 사업추진 기반을 마련하였다. 이후 생애주기별 서비스 활성화 ('17년) → 매입·전세임대 서비스 도입 ('18년) → 입주민 참여 확대 및 서비스 운영체계 정비('19년) 등 서비스의 점진적 확대와 활성화에 집중하여 현재에 이르기까지 서비스의 양적·질적 수준 향상을 지속적으로 도모하고 있다.

현재 LH는 임대주택단지 플랫폼을 기반으로 육아/교육·아동/생활문화/노인돌봄/경제지원 5개 분야에서 총 30개 서비스를 운영중이다. 한편, 서비스의 고도화 진행에 따라 품질관리에 대한 논의도 본격적으로 진행되어 서비스가 구현하고 있는 입주민 수요 부합성, 시의성, 지속가능성, 사회적가치 창출 등의 성과에 기반한 품질 평가기준과 환류체계를 담은 「서비스 품

질평가체계」를 '19년 개발하였다. 주거생활서비스의 품질평가체계는 매년 지속적으로 운영되는 22개 서비스를 대상으로 '5개 가치-14개 평가영역- 21개 평가항목' 등 3단계로 구성된 평가지표를 개발하였다. 평가방식은 정량적 평가와 정성적 평가가 종합적으로 시행되며, 서비스 유형 및 성격에 따라 평가항목은 서비스별로 다르게 적용된다. 이러한 품질평가체계를 적용한 '19년 평가결과를 살펴보면, 22개 서비스의 전체 평균은 C등급(보통) 수준인 것으로 나타났다. 정량적 평가에서는 돌봄나눔동지, 공공실버복지관 등 입주민 돌봄 유형 서비스가 우수한 평가 등급을 획득하였으며, 정성적 평가에서는 공동육아나눔터 등 지역주민까지 포함하는 공간제공 기반의 서비스가 평가 상위권을 차지하였다. 입주민 만족도는 육아 및 노인 돌봄 분야 점수가 가장 높고, 세부적으로는 전반적 만족도 및 지속이용의사 항목에서 가장 좋은 평가를 받았다. 다만, 서비스 운영성과 점수와 이용자 만족도를 비교해 본 결과, 서비스 운영성과에 비해 이용자 만족도는 대체로 일정 수준 이상 양호한 결과를 보여 운영성과와 만족도가 반드시 비례하지 않는 결과를 확인할 수 있었다. 이러한 평가결과는 서비스 품질의 한단계 향상만으로 이용자 만족도는 그 이상으로 상향 가능하다는 점을 시사하므로 향후 서비스 운영전략 및 품질 향상방안을 모색하는데 중요한 근거로 활용될 것이다. 또한 LH 입장에서 평가결과를 토대로 사업 확대 및 운영 개선 등에 기본적으로 활용하고, 나아가 운영 고도화, 한정된 예산의 효율적 집행, 입주민 만족도 제고 및 서비스 운

영기관의 역량 향상 등 서비스 운영의 지속가능 기반을 마련할 계획이다. 중장기적으로는 인구특성 변화 및 사회적 트렌드 등에 따라 입주민에게 필요한 서비스

를 어떻게 도입·운영할 것인지에 대한 판단 근거로 활용하고자 한다.

주제어 주거복지, 주거생활서비스, 서비스 품질평가, 공공임대주택, 삶의 질 향상, 지속가능성, 국민 공감

논문형식 Review(O)

KS-SQI 신용카드 서비스품질 분석: 2014년 카드사 개인정보 유출 사건을 중심으로

이재훈 | 한국표준협회 서비스혁신센터 선임연구원, leejh17@ksa.or.kr

금융 서비스는 이용 고객의 자산과 돈에 관한 문제를 다루는 만큼 내·외부적 위험 요소들에 대한 대비와 어떤 상황에서도 안정된 서비스 품질을 유지하며 본연의 기능을 유지하는 것이 중요하다. 하지만 때때로 외부와 내부의 다양한 충격 요소들로 인해 카드 서비스 품질의 본질이 위협에 처하는 경우들이 발생하기도 한다. 2014년 카드사 개인정보 유출 사건이 대표적인 경우 중 하나이다.

본 연구는 2014년 카드사 개인정보 유출 사건과 같은 사건으로 인해 신용카드 고객들이 지각하는 서비스 품질과 고객충성도에 어떠한 영향을 미치는지 경험적으로 분석하고자 한다. 2012년부터 2019년까지 조사된 KS-SQI 신용카드 업종 고객 설문 데이터를 바탕으로 회귀분석과 생존분석을 실시하였다. 분석 결과, 주요 시사점은 두 가지로 정리할 수 있다. 첫째, 회귀분석을 통해 신용카드 서비스 품질이 높아질수록 고객충성

도가 증가함을 확인하였다. 특히, 브랜드 스위칭이 잦은 신용카드의 특성 상, 포인트와 제휴 서비스, 부가 혜택과 같은 예상외 부가서비스 차원이 고객충성도에 미치는 영향이 컸다. 둘째, 2014년 카드사 고객정보 유출이라는 사건으로 인해 기존에 신용카드 KS-SQI 점수를 높게 평가한 고객 군에서 큰 고객충성도 하락이 나타났다. 따라서 신용카드사의 성과에 큰 영향을 미치는 신용카드 이용 고객들의 충성도가 기업들이 제공하는 서비스 품질과는 별개로 내·외부적 충격에 의해서도 영향을 받을 수 있음을 알 수 있었다. 향후 신용카드 사들은 서비스 품질 경쟁력 향상을 위한 노력과 더불어 고객 서비스에 영향을 줄 수 있는 충격들에 대한 사전 대비와 대응 체계 구축에 대해서도 관심을 갖고 노력해야 할 것이다.

주제어 서비스 품질, 신용카드 서비스, 회귀분석, 생존분석

논문형식 Research Paper(V)

항공사 객실서비스품질 차원의 상대적 중요도와 우선순위에 관한 연구

김윤진 | 인하공업전문대학 항공운항과 교수, kimyj@inhac.ac.kr

항공사의 객실서비스품질은 승객이 항공기를 탑승하는 과정부터 도착지에 내리기까지 다양한 서비스 프로세스로 구성되어 있다. 서비스를 제공받는 승객의 입장에서 각 과정은 개인의 성향에 따라 지각된 서비스의 중요도가 상이할 수 있으며, 서비스 제공자의 업무능력 정도에 따라 고객만족의 차이를 보일 수 있다. 이에 본 연구는 항공객실서비스품질(CSQ: Cabin Service Quality) 차원을 중심으로 고객과 서비스 제공자가 판단하는 서비스 차원은 어떤 부분을 중요하다고 느끼는지 상대적인 비교 연구를 함으로써 집단 간의 상대적 중요도와 우선순위를 평가하여 고객만족 향상을 도모하기 위한 방안을 제시하고자 한다. 이를 위해 선행연구를 기반으로 항공사의 승객, 객실승무원, 항공객실서비스 전공교육을 이수하고 있는 학습자 세 집단을 대상으로 항공객실서비스품질(CSQ)차원에 대한 각 표본 집단의 중요도와 우선순위 분석을 실시하였다. 전체 표본은 총 577부이며, 신뢰도와 타당도를 통

해 검증한 결과, 승객의 경우 안전성이 가장 높은 순위와 중요도를 보였으며, 그다음은 공감성과 협력성이 높게 나타났다. 객실승무원의 경우 안전성이 가장 높은 순위와 중요도를 보였고, 그다음은 협력성이 높게 나타났으며, 전공 학생의 경우 안전성이 가장 높은 순위와 중요도를 보였고, 그다음은 신뢰성과 협력성이 높게 나타났다. 종합적으로 살펴보면, 세 연구 집단 모두 중요도와 순위가 가장 높은 항목은 안전성, 협력성 순서였으며, 반대로 가장 낮은 항목은 유형성이었다. 다시 말해서, 서비스품질을 평가하는 승객, 서비스를 제공하는 객실승무원, 객실서비스의 표준 교육과정을 학습하는 학생들 모두 동일한 양상을 나타내었다. 따라서 본 논문은 항공객실서비스 품질의 중요성을 인식하여 상대적인 중요도를 분석함으로써 고객만족 및 충성도를 높일 수 있는 서비스 전략과 항공사의 서비스 품질 개선 방안을 제시할 수 있다.

주제어 항공객실서비스품질, CSQ, 중요도, 고객만족, 안전성, 신뢰성, 협력성

논문형식 Research Paper(O)

항공사 서비스접점 직원의 커뮤니케이션 역량이 고객의 서비스품질 수준 지각에 미치는 영향

이상미 | 국제대학교 항공서비스과 강사, 2020047@kookje.ac.kr

2005년 국내 LCC의 첫 등장 이래 신생 항공사들의 출현으로 항공여행은 더욱 보편화되어 국내 항공여행객 1억명 시대를 맞이하였다. 더불어 고객은 다양한 기대 가치에 따라 항공사를 선택하므로 충성고객에 대한 개념이 사라져 가는 시대가 오고 있다. 이로 인해 항공사 간 가격 경쟁이 심화되고 수익성은 감소하고 있는 현실에서 항공산업의 활성화를 위해서는 기업의 서비스 품질 향상을 통한 선순환적 경쟁이 매우 중요하다. 국내 LCC 사업 활성화로 인해 고객의 항공이용에 대한 인식도 많은 변화가 이루어지고 있다. 고객은 항공사 마다의 물리적 서비스 범위에 대한 차별성을 인지하고 항공사를 선택적 이용하고 있으나 오히려 인적 서비스에 대한 긍정적 또는 부정적 경험기억이 항공사에 대한 전체적인 서비스품질 수준으로 엄격히 평가하고 있다. 실제로 VOC(Voice Of Customer)를 통해 접수되는 고객불만 유형의 70% 이상이 직원의 서비스 부분이나 반면 고객불만 상황에서의 직원응대로 인한 고객만족은 고객감동으로 표현되며 훌륭한 마케팅 역할을 하고 있다. 이러한 이유로 항공사들은 서비스 품질 향상을 위해 VOC를 분석하고 직원의 서비스역량 강화를 위해 많은 투자와 노력을 기울이고 있다. 지금까지 서비스 품질과 승무원의 서비스교육, 고객신뢰, 고객충

성도의 상관관계 등에 관한 많은 선행연구가 이루어진 바 있으나, 본 연구는 항공사를 이용과정에서 고객이 경험하는 직원의 커뮤니케이션 역량이 고객의 서비스품질 수준 지각에 미치는 영향을 검증하고자 한다. 이를 위해 우선 선행연구를 기반으로 연구모형 및 가설을 설정한다. 가설 검증을 위해서는 선행연구와 항공사 및 서비스품질평가 기관의 서비스품질평가 지표를 기반으로 서비스 품질 수준 측정 기준과 항공사 서비스 접점직원의 요구역량을 설정한다. 연구 과정에서 고객이 항공사 서비스품질 수준을 지각하는데 있어 영향을 미치는 인적자원의 역량은 무엇인지를 연구하고 결론적으로 직원의 서비스커뮤니케이션 역량이 고객의 기업에 대한 서비스품질수준 지각에 가장 중요한 영향을 미친다는 가설을 검증한다. 이 연구는 가설 검증을 통해, 커뮤니케이션 역량인재 확보가 서비스기업의 경쟁력 및 서비스품질 수준 지각에 매우 중요한 영향을 미치며 이는 항공사의 수익증대와도 매우 밀접한 연관이 있음을 시사하며, 서비스 기업이 요구하는 역량을 갖춘 인재 양성을 위한 서비스 관련학과 실무 교육의 방향성을 제시함과 동시에 서비스커뮤니케이션 스킬 향상을 위한 중점 교육 내용을 제안한다는 데에 의의가 있다.

주제어 커뮤니케이션, 서비스품질, 고객불만, 고객신뢰, 고객관계형성, 고객만족, 서비스교육

논문형식 Research Paper(O)

서비스산업의 기회와 도전

신기술과 서비스의 융합

(사)한국서비스경영학회

2020 하계학술대회

Korea
Service
Management
Society

Academic Session

⋮

A1 4차 산업혁명과 항공인적자원 서비스 전략

좌장

김민수 교수(한서대학교)

- 이정현(호원대학교) | 박혜선(재능대학교)
- 박소연(한서대학교)
- 이수경(중부대학교)
- 양지혜(장안대학교)
- 서현경(국제대학교)
- 김종훈(서강대학교) | 남현정(전남대학교)

Academic Session A1-1

4차 산업혁명에 따른 항공사 승무원의 고용불안정성이 조직몰입과 조직시민행동에 미치는 영향

이정현 | 호원대학교 항공서비스학과 교수, jess@howon.ac.kr

박혜선 | 재능대학교 항공운항서비스과 겸임교수, 19hspark@naver.com

오늘날 4차 산업혁명으로 인해 세계화·정보화가 가속되는 시대에서 항공서비스 분야는 모든 업무가 종사자들의 실무에 의해 실행되기 때문에 성공적인 경영활동을 위해 가장 중요한 것은 인적 자원이다. 따라서 본 연구에서는 4차 산업 혁명으로 인한 항공승무원 종사자의 고용불안정성에 대해 살펴보고, 이를 통해 항공사 승무원 종사자의 조직몰입과 조직시민행동에 미치는 영향 관계를 살펴보고자 한다. 본 연구는 총 1개월 간 항공사 승무원 362명에 대해 설문조사를 실시하였고, 자료 분석은 SPSS 23.0과 AMOS 23.0 통계 프로그램

을 활용하였다. 분석결과는 다음과 같다. 첫째, 항공사 승무원의 고용불안정성은 조직몰입에 부(-)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 항공사 승무원의 고용불안정성은 조직시민행동에 부(-)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 셋째, 항공사 승무원의 조직몰입은 조직시민행동에 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 넷째, 항공사 승무원의 고용불안정성과 조직시민행동 간의 관계에서 조직몰입은 유의한 매개효과가 있는 것으로 나타났다.

주제어 4차 산업혁명, 항공사 승무원, 고용불안정성, 조직몰입, 조직시민행동

논문형식 Research Paper(O)

항공사 승무원이 느끼는 보상공정성이 직무만족과 조직몰입에 미치는 영향 연구

박소연 | 한서대학교 항공관광학과 교수, sypark@hanseo.ac.kr

본 연구는 항공사 객실승무원의 조직 보상을 분배 공정성과 절차공정성의 역할로 나누어 조직유효성을 설명하기 위한 실증분석을 진행하였다. 객실승무원의 직무만족과 몰입을 실증 분석하여 보상의 공정성 관리를 통한 시장전략을 모색하는데 목적을 두고 수행되었다. 연구의 결과 및 시사점은 다음과 같다.

첫째, 조직의 보상공정성에 대한 지각 수준이 직무만족에 정(+)의 영향을 주는 것으로 나타났다. 항공사 객실 승무원에게 만족스러운 보상이 되기 위해서는 보상의 기준과 절차, 과정이 공정해야 하며, 책임, 노력 정도, 스트레스 또는 긴장감을 고려해야 하며, 특히 항공사가 승무원의 성격을 존중하고 종업원에게 제공할 필요가 있다는 것을 의미한다. 연구 결과, 분배 공정성에 대한 인식이 긍정적인수록 조직에 기여하기 위한 자발적 행동이 더 높게 나타났다. 승무원의 업무는 공통적인 팀워크를 통해 완성되는 경우가 많기 때문에 업무 단계별로 승무원 간의 지원과 협조가 필수적이다. 이 과정에서 서로의 역할과 권리를 존중하고 분열을 방지하면서 임무를 완수하겠다는 의지와 행동이 있을 것이다. 본 연구는 다음의 의미 있는 시사점을 제공한다. 첫째, 보상공정의 이행과 마찬가지로 '공정한 보상'이 되어야 한다는 것이 입증되었다. 즉, 보상금의 형

태, 보상금액 결정기준 등 보상내용은 사전에 승무원에게 충분히 통지하여야 하며, 결정된 금액 등 보상내용은 준비 또는 변경에 대하여 승무원과 협의하여야 한다. 보상 조항, 그리고 보상 금액에 대한 승무원의 이익을 고려해야 한다. 즉, 보상금 지급 양식, 보상금액 등 기타 관련 정보를 보상금 또는 보상금 지급 시 승무원의 책임과 경험, 성과 등을 고려하여 승무원과 원활한 커뮤니케이션을 통해 솔직하고 투명하게 제공해야 한다. 둘째, 보상 수준은 승무원의 기대에 부응해야 한다. 승무원의 자발적인 행동을 유도해 조직과 기능에 기여하고 보상의 수준이 승무원의 책임과 노력, 스트레스 등에 충분하도록 유도한다. 이를 위해 객관적이고 신뢰할 수 있는 평가과정을 통해 보상수준을 결정하는 핵심요소인 기여수준이나 보상수준을 명확히 결정하기 위해 구체적이고 구체적인 기여도 산정기준을 제정하고 반영해야 한다. 셋째, 기존 연구에서는 성과 보상에 대한 일반적 보상에 있어서 보상공정성과 조직적 효과의 관계를 분석했지만, 본 연구는 지적 및 남성 보상에 있어서의 정의와 조직적 효과의 관계를 조사하였기 때문에 이전 연구와 다를 것이다. 승무원의 재능과 그들이 서로에게 영향을 주고 있다는 것을 증명했다.

주제어 보상 공정성, 분배 공정성, 직무만족, 조직 몰입

논문형식 Research Paper(O)

항공객실승무원의 심리적임파워먼트, 고객중심 업무수행의도, 조직충성행동 간의 구조적 관계

이수경 | 중부대학교 항공서비스학과 교수, skjbst@joongbu.ac.kr

본 연구는 항공객실승무원의 심리적 임파워먼트와 고객중심 업무수행의도 그리고 조직충성행동간의 구조적 관계를 분석하고자 한다. 이들 변수들 간의 구조적 관계를 Homer and Kahle(1988)가 제시한 VAB(Value-Attitude-Behavior) 모형에 도태를 두고 실증하고자 하며, 국내 A항공사 객실승무원 350명의 자료를 검정하고자 한다. VAB 모형은 가치(Value)가 특정 대상에 대한 태도(Attitude)를 형성하고, 이어서 행동(Behavior)에 영향을 미친다는 인지적 계층구조를 모형화 한 것으로 항공객실승무원이 자신의 업무를 수행할 능력이 있다는 신념인 심리적 임파워먼트(Value)는 고객중심 업무수행 의도(Attitude)에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설을 설정하였고, 고객중심 업무수행 의도(Attitude)는 자발적이며 자유재량적 고객만족행동인 조직충성행동(Behavior)에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설을 설정하였다. 또한 고객

중심 업무수행 의도(Attitude)는 심리적 임파워먼트(Value)와 조직충성행동(Behavior)사이에서 조절효과를 나타낼 것이라는 가설을 설정하였다. 본 연구의 시사점은 첫째, 사회심리학적 연구에서 많이 활용되는 VAB 모형을 항공객실승무원을 대상으로 각 변수들 간의 관계를 파악하고자 하였다는 것이다. 둘째, 점점 다양화되고 고급화되는 고객 기대를 충족시키기 위해서는 매뉴얼에만 국한된 서비스 제공에 초점을 맞추기 보다는 공식적인 역할을 넘어서 자발적이고 자유 재량적인 서비스제공이 필요할 것이다. 따라서 이런 행동인 조직충성행동에 영향을 미치는 변수들 간의 관계를 파악하는 것은 경쟁이 치열한 국내 항공사에서 항공객실승무원을 대상으로 한 운영 및 경영 정책에 중요한 기초 자료를 제공할 수 있을 것으로 기대한다.

주제어 심리적 임파워먼트, 고객중심 업무수행의도, 조직충성행동, VAB, 항공객실승무원, 항공사

논문형식 Research Paper(O)

항공사 객실승무원의 직무요구가 직무소진에 미치는 영향: 자기개발기회의 조절효과

양지혜 | 장안대학교 항공관광과 교수, jhyang23h@naver.com

본 연구는 항공사 객실승무원의 직무요구가 직무소진에 미치는 영향을 알아보고 자기개발기회가 직무요구와 직무소진에 미치는 영향 사이에서 조절효과를 하는지 검증하여 항공사 객실승무원의 인적자원관리와 조직경쟁력을 높이는 전략을 마련하는데 기초자료로 활용하고자 한다. 선행연구를 바탕으로 연구모형 및 가설을 제시하였고, 총 255부를 실증분석에 활용하였다. 각 변수들 간의 영향관계를 알아보기 위해, 다중회귀분석, 조절회귀분석을 통하여 검증하였다. 분석결과 직무요구의 하위요인인 업무과부하가 직무소진에 정(+)의 영향을 미친다는 가설이 채택되었으며, 직무요구의 하위요인인 육체노동이 직무소진에 정(+)의 영향을 미친다는 가설도 채택되었다. 이는 기내에서 정해진 시간 안에 신속한 업무처리, 긴장된 업무자세, 과중한 비행시간 등으로 인한 업무과부하와 육체노동이 클수록 직무소진이 증가하는 것을 의미한다. 또한 직

무요구와 직무소진과의 관계에서 자기개발기회의 조절효과를 검증한 결과 직무요구의 하위요인인 업무과부하에는 조절효과가 나타나지 않았지만 육체노동은 통계적으로 유의한 수준에서 조절효과가 있는 것으로 나타났다. 즉 조직에서 업무를 통해 항상 새로운 것을 배우고 승무원들에게 장점을 활용할 수 있는 기회를 주며 자기개발을 할 기회를 충분히 제공한다고 느끼면 육체노동과 같은 부정적 감정이 직무소진에 미치는 부정적인 요소를 완화시키는 역할을 한다는 것을 의미하며 조직에서의 자기개발기회 제공이 매우 중요하다는 것을 보여준다. 이러한 결과를 통해 조직에서는 승무원들이 자기개발 기회를 가질 수 있는 기회와 정기적인 업무 교육 이외의 다양한 교육 프로그램을 운영해야 함을 시사하므로 인적자원관리의 기초자료로 활용될 수 있다.

주제어 직무요구, 직무소진, 자기개발기회

논문형식 Research Paper(O)

서비스직 종사자의 모멸감 상황 척도개발 및 타당화

서현경 | 국제대학교 항공서비스학과 교수, peacemind72@hanmail.net

그간 선행연구에서 서비스직 종사자의 감정노동과 스트레스에 관한 논의는 꽤 많이 다루어져 왔으나 직접적으로 감정노동으로 인해 느끼는 '감정'과 그 중 근무 의욕을 떨어뜨리며 압도적으로 자개개념을 손상시키는 감정인 모멸(모욕)감이 서비스직 종사자에 미치는 영향에 대한 구체적 이해와 연구는 부족한 것이 사실이다. 이에 본 연구는 한국문화와 사회적 특성을 반영한 서비스직 종사자의 모멸감을 개념화하고 그 경향을 측정하는 질문지를 개발하고 타당화하고자 한다. 연구 1에서는 서비스 직무 종사자의 모멸감 정서를 개념화하여 그 측정 문항을 개발하고 하위요인을 탐색하는 과정을 거쳐 서비스직 종사자의 모멸감 상황 척도를 개발하였다. 연구2에서는 서비스직 종사자의 모멸

감 상황 척도의 타당도를 검증하고자 하였다. 구체적으로 수렴, 판별, 및 동시 타당도를 검증하고 마지막으로 본 연구의 의의와 한계점, 그리고 후속연구를 위한 제언에 대해 논의하였다. 본 연구는 가장 모멸감에 취약할 수 있는 직종인 서비스직 종사자를 대상으로 한 실증적 연구라는 점에서 의의가 있다. 서비스직 종사자가 고객과의 관계에서 느끼는 부정적 감정을 구체적으로 파악할 뿐만 아니라 직장 내 대인간 부당한 대우에 대해 자세히 살필 수 있고, 그러한 현상을 진단하여 여러 방면에 실무적으로 유용한 쓰임이 있을 것이다. 또한, 모멸감에 대한 학문적 연구가 부족한 상황에서 본 연구가 기초 자료가 되어 더 많은 연구와 활용에 쓰임이 되기를 기대해 본다.

주제어 서비스직 종사자, 부정적 감정, 모멸감, 모욕감, 척도 개발

논문형식 Research Paper(O)

교육훈련이 직무만족, 조직일체감 및 고객지향성에 미치는 영향: 항공사 승무원 대상

김종훈 | 서강대학교 경영학과 박사, jonghoon2@sogang.ac.kr

남현정 | 전남대학교 경영대학 교수, hjnam517@gmail.com

코로나19로 인한 인적·물적 이동제한 장기화는 물동량과 여행객 감소로 이어져 항공운송에 상당한 타격을 안겨주고 있다. 항공의 경우 LCC업체를 중심으로 실적악화 및 재무안정성에 대한 우려가 높아지고 있다. 하지만 최근 유럽 등 일부 국가의 여행객 차단 일부 해제와 함께 출장 수요와 화물 수요를 기대하며 차츰 국제선 운항을 늘릴 계획에 있다. 또한, 고객 신뢰 회복을 위해 다양한 안전지침(마스크 착용 의무화, 수화물 체크인을 위한 비접촉식 키오스크 운영, 기내에서 승객좌석간 거리 두기 등)을 도입하여 위기를 벗어나기 위한 대비책을 강구하고 있다. 본 연구는 항공사들의 양적성장의 시대가 지나고 질적성장의 전환이 필요한 시점에서 서비스수익사슬에 근거하여 내적 서비스품질의 향상을 위한 교육훈련을 실증적 효과를 확인함으

로써, 코로나19 사태 회복 이후 급증할 항공수요에 대비방안을 모색한다. 이를 위해 항공승무원 206명을 대상으로 PLS구조방정식 모형을 활용하여 교육훈련, 직무만족, 조직과의 일체감 및 고객지향성 간 관계에 대해 실증분석하였다. 분석결과 교육훈련은 직무만족, 일체감 및 고객지향성에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤다. 또한, 직무만족은 조직과의 일체감과 고객지향성에 유의한 정(+)의 영향을 미쳐, 부분매개하고 있음을 확인하였다. 본 연구결과는 항공사들이 코로나19 사태 위기 회복 후 위기대응전략의 방안으로 현재의 유휴인력에 대한 내적 서비스품질 향상을 위한 교육훈련을 꾸준히 지속하고 유지할 필요성이 있음을 강조한다.

주제어 교육훈련, 직무만족, 고객지향성, 조직일체감

논문형식 Research Paper(O)

서비스산업의 기회와 도전

신기술과 서비스의 융합

(사)한국서비스경영학회

2020 하계학술대회

Korea
Service
Management
Society

Academic Session

⋮

A2 교육서비스의 온디멘드 전략

좌장

조철호 교수(대구한의대학교)

- 김선광(한국폴리텍대학교)
- 정민주(한국교통대학교)
- 배신영(대림대학교) | 홍석기(단국대학교)

교수자의 역할이 교육서비스품질, 추천 및 재수강 의도에 미치는 영향에 관한 연구

김선광 | 한국폴리텍대학교 인재원 교수, sksk0702@hanmail.net

4차 산업혁명 시대와 코로나19 확산 등의 환경 변화로 인하여 대학의 교육서비스는 온라인 교육 활성화와 새로운 방식의 교육 시스템을 진행하고 있다. 인공지능 시대의 미래 교육에 대한 관심이 높아져 가고, 새로운 교육 환경에 대한 교수자의 준비가 요구되어 가고 있다. 또한 학령기 인구 감소로 인하여 수요자가 줄어들고, 대학은 구조 조정 및 학과 개편으로 그 위기를 타개하고자 부단히 노력하고 있다. 이러한 시점에서 교수자는 어떠한 노력과 역량개발을 통하여 학습자에게 동기유발 및 학습효과를 높일 것인가라는 문제의식이 제기되는 시점이다. 새로운 환경과 변화 속에서 어떻게 대응하고 창의적 아이디어를 바탕으로 선도자로서의 역할을 주도하는 교육이 필요하다고 할 것이다. 본 연구에서는 대학교원의 역량개발을 시행함에 교수자의 역할이 교육서비스품질, 추천 및 재수강 의도에 미치는 영향을 실증적으로 파악하여 변화의 시대에 맞는 교원의 연수 방향을 파악해 보고, 교육 현장에서 교원의 역할에 대해 고찰해 보았다. 특히 교원을 수요자의 역할로 설정하여 수요자에게 교육에서 제시하여야 할 방법과 환경을 보다 살펴보았다.

본 연구는 교수자의 역할이 교육서비스품질, 추천 및 재수강 의도에 미치는 영향에 관하여 분석하기 위하여 온라인 설문을 시행하여 통계적인 실증 분석을 시행하였다. 분석 결과 교수자의 역할이 교육서비스품질에 미치는 영향을 미치는 것으로 파악되고 있다. 수업설계자, 수업촉진자로서의 교수자의 역할은 교육서비스품질의 하위요소인 교육상품품질, 교육전달품질,

교육환경품질에 직접적인 영향을 미치고 있다. 이로써 교수자의 역할로 인하여 수요자가 느끼는 교육서비스품질에 직접적 관계가 형성되어 있다. 또한 교수자의 역할이 추천 및 재수강 의도에 직접적인 영향을 미치는 않지만 교육서비스품질은 교수자의 역할과 추천 및 재수강 의도 간의 관계를 매개하는 것으로 나타났다. 교육 현장에서 교수자의 역할로 인하여 교육서비스품질에 직접적 관계가 있음을 다시 한번 확인 할 수 있었으며, 그로 인하여 교수자 자신도 충분히 교수자의 역할이 중요하다는 인식이 되어 있다는 사실을 확인할 수 있었다. 교육서비스품질의 하위요소인 교육상품품질, 교육전달품질, 교육환경품질은 추천 및 재수강 의도에 직접적인 영향을 미치고 있다. 교육서비스품질 요소 중 상품 자체의 품질과 전달의 효과성을 가지는 전달품질, 교육환경의 요소인 환경품질 모두 추천 및 재수강 의도와 직접적인 관계가 있음을 확인할 수 있었다.

4차 산업혁명시대, 코로나19로 인한 비대면 수업 시행 등으로 교원들은 지금까지의 역량이나 전달방식을 가지고는 경쟁력이 향상될 수 없기에 보다 많은 역량 개발에 힘써야 함이 자명한 사실일 것이다. 최근 온라인 수업에서도 교원 개개인의 역량과 특성에 따른 운용 방식, 접근성, 학생 만족도가 커다란 차이를 보인다. 새로운 변화에 맞추어 열심히 준비한 교원들은 수요자의 열렬한 지지를 받으며 효과적 학습 효과를 나타내고 있지만, 그 반대의 모습도 보인다. 가르치는 교원들은 수요자들에게 현재의 학습 환경과 방법을 계속해서

유지하는 것이 학습 효과성으로 좋은 방법인가를 고민 해볼 시기라는 것이다. 교원들은 학생들에게 지식을 전달하고 개인의 역량을 하도록 지도하고 있다. 그 과정에 있어서 교수자의 역할과 방식으로 인하여 전달의 효과성이나 교육의 동기 함양이 달라질 수 있다는 것이다. 교수자의 처지에서 피 교육생에게 암기식 지식 습득을 강요하기에 앞서 조금 효과적인 방법을 모색하

여 전달하고자 하는 노력이 필요할 것이다. 이로써 본 연구를 바탕으로 교수자들은 개인의 역량을 통하여 학습자에게 교육의 질을 높이고, 시대의 흐름에 맞는 인재 양성을 위하여 역량향상에 정진해야 한다는 결과를 얻을 수 있었다. 교육은 교수자의 노력 여부에 따라 그 결과가 분명히 달라질 수 있다는 사실을 다시 한번 깨닫는 계기가 되었음을 하는 바랍이다.

주제어 교원 연수, 교수자 역량, 교육서비스품질, 추천, 재수강

논문형식 Research Paper(O)

항공서비스 전공 대학생의 취업준비행동 유형화를 위한 주관성 연구

정민주 | 한국교통대학교 항공서비스학과 교수, ebeb2617@ut.ac.kr

본 연구는 항공사 객실승무원 취업을 희망하는 취업준비생의 꾸준한 증가와 최근 코로나19 사태로 인해 항공 산업의 심각한 위기 상황이 심화되고 있는 시점에서 취업준비생의 취업준비행동들을 유형화하여 그 특성들을 살펴봄으로서 항공사가 요구하는 적합한 역량을 기르고 취업진로 지도에 있어 효과적인 방안 마련에 기여하기 위해 실시되었다. 높은 취업 경쟁률과 취업준비생의 불안 심리와 스트레스는 항공사 취업을 위한 정보탐색과 자격증 취득, 외국어 공부, 면접 준비 등과 같은 취업준비행동을 위한 물질적, 시간적인 투자로 이어지고 있다. 취업준비행동은 자신이 희망하는 곳에 취업하기 위해 탐색하고 준비하고 연습하는 일련의 행동들을 의미하며 기존의 선행연구들을 통해 적극적으로 효과적인 취업준비행동은 취업에 대한 자신감과 자기효능감을 높여주고 취업 스트레스를 감소시키는 것으로 밝혀졌다. 최근 항공서비스 전공 대학생들의 취업준비행동에 관한 연구에서 학생들은 전공 수업 시간, 항공사 웹사이트, 채용 설명회 및 지인이나 SNS를 이용한 정보 탐색이 이루어지고 있으며 학점 관리, 외국어 자격증 취득, 면접 연습, 이미지메이킹 등을 통해 취업에 대비한 준비를 하고 있는 것으로 나타났다. 또한 다른 진로를 선택한 학생들에 비해 실무역량을 키우고 준비하는 과정 이외에 이미지 향상을 위해 많

은 에너지와 경제적 자원을 투자하고 있으며 면접 스킬에 치우친 활동들이 취업준비행동의 주를 이루고 있는 것으로 밝혀졌다.

취업준비행동은 연구 참여자 개개인의 주관과 경험, 상황에 따라 상이할 수 있으므로 본 연구는 연구대상의 주관적인 느낌과 경험, 의견 등을 보다 심층적이고 효과적으로 반영하기 위하여 Q-방법론을 이용하였다. 방대한 선행연구 고찰을 통해 Q-진술문을 도출하였고 이를 바탕으로 연구대상자와 전문가 검토를 통해 Q-표본을 구축하였다. 이어 P-표본으로 선정된 항공서비스 전공 대학생을 대상으로 Q-표본을 Q-분류표에 배치하는 방식으로 진행하였으며 최종적으로 KEN-Q Analysis를 활용하여 연구결과를 분석하였다. 연구 결과, 항공사 객실승무원 취업준비생의 취업준비행동 유형을 크게 4가지 유형으로 분류하였으며 특성에 따라 제1유형은 전공중심, 제2유형은 관계중심, 제3유형은 정보중심, 제4유형은 활동중심으로 명명하였다. 본 연구 결과를 바탕으로 각 유형별로 획일적이고 스킬에 치우친 준비행동을 벗어나 시간과 자원의 불필요한 낭비를 최소화하고 항공사가 요구하는 역량과 자질을 갖추기 위한 내실있는 취업준비 방안을 모색하는데 활용될 필요가 있다.

주제어 항공서비스 전공, 취업준비행동, 유형화, 주관성연구

논문형식 Research Paper(O)

델파이 연구의 활용을 통한 항공서비스전공 학과의 교육서비스품질 측정도구 개발 연구*

배신영 | 대림대학교 항공서비스과 교수, pangwaa@naver.com

홍석기 | 단국대학교 경영학과 교수, 1skhong017@naver.com

항공서비스 전문인력 양성을 목표로 개설, 운영되고 있는 항공서비스학과는 항공서비스 분야의 급속한 성장과 직업적 관심의 증가에 힘입어 상당한 양적 성장을 이루어왔다. 하지만 학생 교육 및 학과 운영에 대한 체계성을 갖추지 못한 채, 전국에서 경쟁적으로 개설, 운영됨에 따라 많은 문제점이 드러나게 되었다. 이에 본 연구에서는 항공서비스학과와 질적 개선을 위해 교육서비스의 수요자인 학생의 만족을 실현해주는 일체의 활동인 교육서비스품질 향상을 목표로 항공서비스학과와 교육서비스품질을 규명하고자 한다. 하지만 기존의 연구들은 항공서비스학과와 특성이 반영되어 있지 않은 일반적인 교육서비스품질의 측정도구를 활용한 연구가 대부분이었으며 명확한 기준 없이 다양한 구성 차원을 선택적으로 사용하고 있었다. 따라서 본 연구에서는 항공서비스학과와 특성을 반영한 교육서비스품질 측정도구를 개발하여 항공서비스학과에 보편적으로 적용할 수 있는 일반화된 교육서비스품질 구성 차원을 도출하고자 한다.

본 연구는 선행연구를 통해 도출된 항공서비스학과 교육서비스품질의 타당성을 검증하고자 총 3차례에 걸친 델파이 조사를 시행하였다. 전문가 집단은 항공서비스과 교수 10인과 항공서비스학과 출신의 현직 항공사 객실승무원 12인, 총 22명으로 구성되었다. 각 항목에 대하여 Likert 7점 척도로 중요도 평정 및 평정한 이유를 기재하도록 하였으며 응답한 결과는 평균, 표

준편차, 긍정률, CVR, 합의도, 수렴도를 산출하여 타당도를 검증하였다. 또한, 질적 분석을 위해 전문가가 제시한 의견을 참고하여 요인과 요소의 수정이 이루어졌다. 3차례에 걸친 델파이 분석 결과, 항공서비스학과 교육서비스품질의 측정도구는 교수요인, 교육요인, 환경요인, 명성요인, 취업지원요인, 학과운영요인, 글로벌지원요인으로 7개 요인, 42개의 항목이 최종적으로 도출되었다. 요인별로 중요도가 가장 높게 나타난 요소와 중요도가 가장 낮게 나타난 요소의 분석을 통해 요인별 시사점을 제공하였다. 첫째, 교수요인에서는 '전공 분야에 대한 전문성'과 '충분한 학생상담 및 원활한 의사소통'이 가장 중요한 요소로 나타났고 '다양한 항공사 출신의 교수진'은 중요도가 가장 낮은 요소로 나타났다. 이는 교수의 적극적인 지도와 상담이 학생의 성장과 발전에 가장 중요한 요소이며 출신 항공사와는 상관없이 전문성을 갖추는 것이 가장 중요한 요소임을 설명해준다. 둘째, 교육요인에서는 '외국어 관련 교과목 편성(영어, 중국어, 일어 등)'과 '객실승무원에 준하는 인성 및 매너교육(인사, 자세, 태도, 예절 및 이미지메이킹 교육 등)'이 가장 중요도가 높게 나타났고 자격증 준비 교과목 편성(CS, 비서자격증, 컴퓨터 활용능력 등)'이 중요도가 가장 낮게 나타났다. 즉 항공서비스학과와 최종 교육목표인 항공사 객실승무원이 되기 위해 갖추어야 할 자격을 준비하는 것이 교육의 목적이 되어야 함을 설명해준다. 셋째, 환경요인에서

* 본 연구는 주저자의 박사학위 논문을 바탕으로 작성되었음.

는 '교통이용의 편리성(통학버스운행 등)'이 가장 높게, '항공서비스 교육을 위한 전문교육기자재 제공(안전장비, 응급처치장비, 기내서비스물품 등)'은 가장 낮게 나타났다. 이는 교육적 환경보다 학교생활의 편리함을 주는 환경적 요인이 상대적으로 더 중요함을 시사해준다. 넷째, 명성요인에서는 '졸업생의 객실승무원 배출 현황'이 가장 높게, '캠퍼스의 입지 조건'이 가장 낮게 나타났다. 이는 객실승무원 배출이 많은 학과에 다니는 것만으로도 학과에 대한 신뢰도 및 충성도를 형성하여 교육적 만족을 가져오며 반면, 일반대학과는 다르게 캠퍼스의 위치가 편리하지 않더라도 다른 요소가 충족된다면 위치는 크게 중요하지 않다는 것을 의미한다. 다섯째, 취업지원요인에서는 실전 대비 모의면접 진행 및 피드백 제공'이 가장 높게, '취업연계 및 현장실습을 위한 산학협력체결'이 가장 낮게 나타났다. 이는 객실승무원 준비과정에서 가장 중요한 요인인 면접의 중요성을 시사해주며 산학협력이 형식적이고 상징적인 협력이 아닌 실질적 교육 협력이 되어야

함을 의미한다. 여섯째, 학과운영요인에서는 '토익성적 향상을 위한 프로그램 운영(토익스터디그룹 지원, 토익캠프 등)'이 가장 높게, '객실승무원의 역량 및 기본소양 함양을 위한 각종 대회 개최(서비스경진대회, 영어스피치대회, 미소대회 등)'가 가장 낮게 나타났다. 이는 객실승무원 준비를 위한 토익 교육의 중요성을 의미하며 형식적인 대회는 지양하고 교육적으로 도움이 되는 행사의 개최가 요구됨을 시사해준다. 마지막으로 글로벌지원요인에서는 '해외 어학연수 및 인턴십 프로그램 지원'이 가장 높게, '해외 어학연수 및 인턴십 관련 정보제공'이 가장 낮게 나타났다. 즉 외국어역량이 취업할 때 가장 중요하기 때문에 해외 경험을 할 수 있도록 학과적인 차원의 지원이 이루어져야 함을 시사해준다. 본 연구를 통해 항공서비스학과 교육서비스 수요자인 학생의 기대와 요구를 파악하고 이를 반영한 정확한 교육서비스품질 요인을 규명함으로써 향후 항공서비스학과가 전공 분야의 전문성을 갖추고 교육 내 실화를 통해 학과 정체성을 확립해 나가길 바란다.

주제어 항공서비스전공 학과, 교육서비스품질, 측정도구, 델파이 연구

논문형식 Research Paper(O)

서비스산업의 기회와 도전

신기술과 서비스의 융합

(사)한국서비스경영학회

2020 하계학술대회

Korea
Service
Management
Society

Academic Session

⋮

A3 4서비스 경쟁력 창출 전략

좌장

황조혜 교수(경희대학교)

- 정현석 · 홍관수 · 김미숙(계명대학교)
- 이슬기(상명대학교) | 서창적(서강대학교)
- 이주희(적정서비스컨설팅)
- 신성연(국민체육진흥공단) | 김혜란(동아대학교)
- 박혜윤(한서대학교)
- 남현정(전남대학교) | 조연진(인하대학교)

역량이 직무만족 및 업무수행에 미치는 영향: H의료기관을 중심으로

정현석 | 계명대학교 경영학부 강사, jhs801117@gmail.com

홍관수 | 계명대학교 경영학부 교수, kshong@kmu.ac.kr

김미숙 | 계명대학교 경영학부 강사, cc3927@daum.net

2019년 12월 말 전 세계적으로 알려지기 시작한 코로나바이러스감염증(코로나-19, COVID-19)은 세계 보건기구(WHO)에 의해 2020년 3월 11일 코로나-19는 감염병 최고 단계인 글로벌 팬데믹(Pandemic)으로 선포되어 전 세계인에게 위기감을 가속화시켰다. 코로나-19가 확산할수록 전염병 확산방지에 대한 정부차원 역할과 의료기관의 민첩한 대응 능력이 요구되고 있다. 적절한 의료서비스를 제공하기 위해서는 서비스 제공자의 역량이 무엇보다 중요하다. 4차 산업혁명의 영향력은 의료산업에도 크게 영향을 미치고 있는데, 특히 디지털 기기 사용 및 응용에 대한 역량은 더욱 절실해 지고 있다. 이러한 측면에서 본 연구는 첫째, 의료서비스를 제공하는 의료기관의 경쟁력을 확보하기 위하여 요구되는 방안 중 역량(조직과 개인차원)의 의미를 살펴보고, 둘째, 역량이 조직구성원들의 직무만족과 업무수행에 미치는 관련성을 분석하고자 하였다. 또한 조직 및 개인역량과 업무수행 관계에서 직무만

족이 매개역할을 하는지를 분석하고자 국내 상급의료기관인 H 의료기관을 중심으로 의사 및 간호사를 243명을 대상으로 하였다. 분석결과 첫째, 조직역량은 직무만족 및 업무수행에 정(+)의 영향을 미치며, 둘째, 개인역량은 직무만족에 유의한 영향을 미치는 것으로 분석되었으나, 업무수행에는 통계적으로 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 분석되었다. 셋째, 직무만족은 업무수행에 정(+)의 영향을 미치며, 직무만족은 조직역량과 업무수행의 관계에서 부분매개역할을 하는 것으로 분석되었고, 조직 및 개인역량과 업무수행의 관계에서도 직무만족은 매개역할을 하는 것으로 분석되었다. 본 연구결과는 의료기관의 경쟁우위를 위해서는 민첩한 대응능력인 역량이 중요하며, 이러한 역량을 통해 종업원의 직무만족과 업무수행의 향상을 가져올 수 있음을 실증분석을 통해 제시하므로써 의료기관의 역량(조직과 개인차원) 강화를 위해 요구되는 운영전략이 무엇인지에 대한 시사점을 제공하고 있다.

주제어 | 의료서비스, 역량, 직무만족, 업무수행, 매개효과

논문형식 | Research Paper(O)

구전정보의 신뢰성이 환자경험에 미치는 영향: 정보원천(오프라인, 온라인) 비교를 중심으로

이슬기 | 상명대학교 경영학부 강사, sklee4286@gmail.com

서창적 | 서강대학교 경영학부 교수, cjsuh@sogang.ac.kr

고객 중심으로의 서비스 패러다임 변화는 의료산업도 예외가 아니다. 2017년도 하반기부터 국내 의료업계의 최대 관심사는 처음으로 시행된 환자경험 평가였다. 이에 본 연구는 의료서비스 분야에서 환자경험의 중요성이 대두되는 시점에서 의료서비스 이용 전 환자의 정보탐색행위로부터 습득하는 정보의 신뢰성이 환자경험에 미치는 영향을 살펴보고자 한다. 의료서비스는 경험재이면서 신뢰재적 성격으로 인하여 실제 이용한 적이 있는 정보원을 가장 신뢰하는 경향이 있으므로 본 연구에서도 인적 정보원에 의한 구전정보의 신뢰성을 선행변수로 설정하되, 오프라인과 온라인으로 구분하여 매체에 따른 차이를 살펴보고자 한다. 이를 위해 최근 6개월 이내에 종합병원에서 1회 이상 진료를 받은 적이 있는 자를 연구대상으로 하여 설문조사를 실시하였다. 설문조사는 2019년 8월 1일부터 8월 31일까지 1개월 간 이루어졌으며, 총 415부가 회수되었다. 이 중 377부를 최종분석에 사용하였다. AMOS v.21 프로그램을 활용하여 구조방정식 모형 분석을 실시하였다. 분석결과 첫째, 오프라인 구전정보의 신뢰

성은 환자경험에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 온라인 구전정보의 신뢰성은 환자경험에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 셋째, 오프라인 구전정보의 신뢰성이 온라인 구전정보의 신뢰성보다 환자경험에 더 큰 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 이를 통해 환자경험을 향상시키기 위해 정보원 관리의 필요성을 제안할 수 있다. 의료서비스는 본인이 직접 경험하기 전까지 특성을 파악하기 어려운 경험재이면서 효용성에 대해 가치판단을 하기 어려운 신뢰재이기 때문에 먼저 경험해본 적이 있는 실제 환자들의 구전을 보다 신뢰한다. 과거에는 가족, 친척, 친구와 같은 면대면 정보원으로부터의 정보를 획득하는 것이 대부분이었으나, 정보통신의 발달과 개인의 경험을 공유하는 것이 일상이 되어버린 사회변화로 인하여 비대면 정보원으로부터의 정보도 획득이 가능해졌다. 연구결과에서와 같이 오프라인 구전만큼 온라인 구전이 환자경험에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 온라인 구전이 발생할 수 있는 커뮤니티를 모니터링하여 지속적으로 관리해야 할 필요가 있다.

주제어 구전정보 신뢰성, 환자경험

논문형식 Research Paper(O)

SWOT-AHP 방법을 이용한 한국 뷰티서비스산업(K-Beauty)의 발전전략 연구

이주희 | 적정서비스컨설팅 대표, optimal.service.by.lee.joo.hee@gmail.com

한국의 뷰티서비스산업은 고부가가치 창출이 가능한 미래성장산업으로 문화 예술 및 관광산업과 연계하여 국가적 차원에서도 많은 관심을 기울이고 있다. 따라서, 본 연구는 이러한 뷰티서비스산업의 발전을 위한 구체적인 전략대안을 도출하여, 현실적으로 실효성 있는 발전전략의 제시를 연구목적으로 한다.

본 연구는 문헌연구를 통해 1차 SWOT(Strength, Weakness, Opportunity, Threat) Matrix를 구성하고, 뷰티서비스업계 전문가들과의 개별 심층인터뷰(In-depth Interview)를 통해 현실성 있는 2차 SWOT Matrix를 구성하였다. 그리고 최종적으로 2개 SWOT Matrix에서 최적의 구성요소를 선정하고 최종 SWOT Matrix를 확정하였다. 본 연구는 표본을 통해 모수를 추정하는 성격의 연구가 아닌, 특정산업 분야의 전략 수립을 위한 연구로서 신뢰성과 타당성이 확보된 요인들과 구성요소들에 대하여 해당 산업분야의 전문가들에게 설문을 통해 그들의 경험과 지식에 의한 직관적 판단과 평가를 계량화 하는 성격의 연구이다. 따라서, 확정된 SWOT Matrix에 AHP(Analytic Hierarchy Process; 다기준의사결정) 분석방법으로 전문가 설문을 진행하고 결과를 분석하였다. 연구결과, 계층화 연구모형 3단계의 16개 구성요소들에 대한 중요도가 계량화 되었으며, 우선순위가 높은 구성요소들을 조합하여 SO, ST, WO, WT 4가지 형태의 전략대안을 제시하였다.

SWOT-AHP 분석결과, 한국 뷰티서비스산업의 발전을 위해서는 종사원의 미흡한 근무환경 개선과, 감

정노동 관리 등을 통해 높은 이직률을 개선해야 하고, 또한 비즈니스모델로서 수익구조의 취약성 해결, 뷰티 서비스산업 성장을 위한 실효성 있는 법률체계의 미비점 보완 등에 대한 개선이 중요한 것으로 나타나, 4가지 전략대안 중에서 WT전략이 유력한 것으로 확인되었다. 따라서 실효성 있는 전략수립을 위해서는 우선적으로 WT전략의 구성요소들에 대한 선택과 집중이 필요하다고 볼 수 있다. 본 연구에서는 종사원 근무환경 개선, 감정노동으로부터 직원을 보호할 수 있는 소비자 윤리 및 공정거래관리 안내 등의 제도적 장치와 무리한 고객요구나 태도로부터 직원 스스로를 보호할 수 있는 행동 및 지침에 대한 내부규정 마련의 필요성을 제시하였다. 동시에 이와 같은 제도와 규정을 직원들에게 충분히 홍보하고 학습과 실행에 필요한 체계적인 교육과, 추가적으로 직원의 스트레스를 관리할 수 있는 프로그램 등을 개발하는 방안이 필요하다는 것을 결론으로 제시하였다. 궁극적으로 이러한 약점을 보완하기 위해서는 종사원이 회사로부터 보호받고 있다는 소속감과 안정감을 갖게 해주어야 하며, 이를 통해 현재의 높은 이직률도 점진적으로 낮아질 수 있다고 보았다. 또한 뷰티서비스산업의 성장을 위한 실효성 있는 법률체계의 미비점 보완 등의 개선방안에 있어서는, 경영과 운영시스템에 있어서 다른 산업들과 차이가 있는 뷰티서비스산업의 산업적 특수성을 고려하지 않고, 일반적인 기업의 노동법 및 인적자원에 대한 계약관계 등을 준용하여 적용하는 것에 대한 현실적 고려가 큰 것으로 보았다. 이를 해결하기 위한 전략으로

는 단기적으로는 산업의 종사자들이 관련 법률에 대한 이해의 폭을 넓히고, 현업을 영위하면서 발생할 수 있는 어려움에 대하여 제도권 내에서 쉽게 도움을 받을 수 있는 환경조성의 필요함을 제시하였다. 그리고 중장기적으로는 보다 현실적으로 실효성 있는 법률이 마련될 수 있도록 정부와 관련 기관을 대상으로 현실태 및 문제점에 대한 대안의 제시, 그리고 관련 법률의 개정요구 등의 노력을 전략방안으로 제시하였다. 본 연구는 AHP 분석방법의 특성상 응답자의 논리적 일관성 유지를 위해 SWOT 요인별 구성요소들을 각각 4개씩 통제하였고, 전문가 설문에 의한 전략평가에 참여한

뷰티산업의 전문가들이 뷰티서비스산업 분야에 국한된 점을 한계점으로 들 수 있다. 그럼에도 불구하고, 본 연구는 경영전략의 내·외부환경분석 프레임을 적용하여 문헌연구와 업계의 실무인터뷰를 반영하여 정교한 SWOT Matrix를 구성하였고, 더 나아가 AHP 분석을 이용하여 SWOT 요인과 구성요소들에 대한 중요도를 계량화하고 우선순위를 식별하였다. 그리고 이를 통해 한국 뷰티서비스산업 발전전략 수립의 토대를 마련하기 위해 시기적으로 부합하는 실효성 있는 연구결과를 제시하고 있다는 것에 그 의미가 있다.

주제어 뷰티서비스산업, 발전전략, SWOT-AHP

논문형식 Research Paper(O)

스포츠 서비스산업 환경변화와 대응 방안 연구: SWOT분석을 통한 정책지원 방향 도출*

신성연 | 국민체육진흥공단 한국스포츠정책과학원 연구위원, syshin@sporrrs.re.kr

김혜란 | 동아대학교 경영문제연구소 연구원, a1080317@daum.net

본 연구의 주된 목적은 융·복합 기술의 발전과 경제의 서비스화로 인해 빠르게 성장하는 스포츠 서비스산업에 대한 정책적 지원방향을 도출하기 위한 기초자료를 확보하는 것이다. 연구목적 달성을 위해 서비스 관련 선행연구에 대한 문헌조사, 전문가 자문 및 면접, 국내의 사례조사를 주요 연구방법으로 활용하여 스포츠 서비스산업에 대한 개념적 정의를 제시하였다. 그리고 국내 스포츠 서비스산업이 직면해 있는 외부환경요인과 내부요인에 대한 분석을 실시하여 스포츠 서비스산업의 지속적인 성장을 위한 지원방향을 제시하였다. 자료수집은 첫째, 스포츠 서비스산업의 현황을 파악하기 위해 한국은행 경제통계시스템(ECOS)과 기획재정관공부, 문화체육관광부 등 관련부처에서 제공하는 2차 통계자료를 활용하여 스포츠 서비스산업의 실태를 분석하였다. 둘째, 서비스분야 학계 및 실무 전문가(N=19)들을 대상으로 면담을 실시하여 정책지원 수요를 분석하였다. 이를 바탕으로 SWOT분석을 실시하여 스포츠 서비스산업의 성장을 위해 요구되는 정부의 지원방향을 설정하고 각 요인별 대응전략에 대한 구체적인 지원방향을 도출하였다.

주요 연구결과는 다음과 같다. 첫째, 본 연구에서는 서비스에 대한 선행연구와 관련 자료들을 검토하여 스포츠 서비스산업에 대한 전통적 관점과 실무적 관점에서의 정의를 제시하여 스포츠 서비스산업에 대한 개

념적 이해도를 높이하고자 하였다. 스포츠 서비스산업에 대한 명확한 개념 제시는 향후 정부의 정책지원 의사결정과정에 스포츠 서비스산업의 영역과 범위 설정의 근거 자료가 될 수 있다. 특히, 융·복합 기술의 발전으로 소비자의 욕구와 관련한 추상적인 개념들의 가시적인 구현가능성이 높아지면서 서비스의 개념이 더욱 복잡하고 다양화되고 있다. 이 같은 맥락에서 국가 기본통계 작성을 위한 산업분류의 기준이 되는 한국표준산업분류(KSIC) 10차 개정 기반 스포츠산업특수분류의 업종 정의를 보완하는 자료가 될 수 있다. 둘째, 국내 스포츠 서비스산업의 내부요인과 외부환경에 대한 SWOT분석을 바탕으로 향후 지원방향을 제시하였다. 스포츠 서비스산업은 높은 부가가치를 창출하고 그 파급효과가 매우 클 것으로 예상된다. 하지만 스포츠산업의 취약점 중 하나인 기업의 영세성 등으로 인해 발생하는 경쟁력 약화 문제를 해결하기 위한 정책적 솔루션이 필요하다. 서비스의 경우에는 물리적 실체를 가진 제조업과는 달리 기업의 자본규모보다는 핵심 서비스와 관련 기술의 중요성이 크다. 따라서 정부의 효율적인 자원 활용의 관점에서 혁신적인 서비스 아이디어를 보유한 기업에 대한 집중적인 지원이 효과가 클 것으로 판단된다. 금융지원을 예로 들면, 단기의 소액 지원보다는 장기적인 관점에서 기업의 경영성과에 따라 지원의 규모와 기간을 확대하는 스케일업

* 본 연구는 국민체육진흥공단 한국스포츠정책과학원(2019)에서 수행된 「스포츠 서비스산업의 유형 및 지원방안 연구」 중 일부를 수정 및 보완하여 작성되었음.

(Scale-up) 형태의 지원방안이 고려될 수 있을 것이다. 그 외 본 연구에서 제시하는 정책지원 방향과 구체적인 방안들은 향후 스포츠 서비스산업 활성화를 통해

경제성장과 고용창출을 포함하는 긍정적인 파급효과를 창출하기 위한 정책수립의 근거자료가 될 것으로 예상된다.

주제어 서비스산업, 서비스산업 정책, 스포츠 서비스, 정책연구, SWOT분석

논문형식 Research Paper(O)

공항의 IT서비스에 대한 서비스 사용자의 기술수용의도에 관한 연구

박혜윤 | 한서대학교 항공관광학과 교수, hypark@hanseo.ac.kr

본 논문에서는 간소화된 절차, 강화된 보안 및 효율적인 환경 구축을 위한 공항의 IT 셀프 서비스 사용자의 수용 의도에 영향을 미치는 변수들을 검토하고, 공항의 IT서비스 사용자에게 인식된 유용성과 사용 용이성이 이용객의 기술 수용 의도에 어떤 영향을 미치는지 실증분석을 통해 살펴보고자 한다. 이를 통해, 공항의 셀프 IT 서비스 기술 운용 정책에 기여하는 제안을 이끌어 승객의 공항 셀프 서비스 기술 이용을 유도하고자 하는 것이 연구의 목적이다. 이러한 연구 목적을 위해, 선행 연구를 바탕으로 연구 모형이 제안되었다. 개인적측면, 서비스측면, 시스템 측면의 외적변수들이 인식된 IT 서비스의 유용성과 인식된 사용 편의성에 어떤 영향을 미치는지 살펴보고자 한다. 그리고 실증분석을 통해 인식된 사용 편의성과 인식된 유용성이 기술 수용 의도에 어떤 영향을 미치는지 살펴보고자 한다.

본 연구에서는 외부 변수가 인식된 사용 편의성과 유용성에 어떤 영향을 미치는지 검증하기 위해 독립변수를 개인적 변수, 서비스 변수, 시스템 변수로 구성하였으며, 이를 위해 다음과 같은 연구 이론이 확립되었다.

- H1: 외적 변수는 인식된 IT 서비스의 사용 편의성에 영향을 미칠 것이다.
- H2: 외적 변수는 인식된 IT 서비스의 유용성에 영향을 미칠 것이다.
- H3: 공항 IT 서비스에 대한 사용자의 유용성 인식은 기술 수용 의도에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

H4: 공항 IT 서비스에 대한 사용편의성은 기술 수용 의도에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

이와 같은 연구의 가설 검증을 위해 무작위 표본 추출 방법을 사용하여 설문지를 수집했다. 조사 기간은 2019년 7~8월 인천국제공항 이용객을 대상으로 수집된 총 310개의 설문지 중 유효한 307개를 SPSS Win 22.0 프로그램을 통해 검정을 실시하였다. 본 연구의 모형은 공항의 IT 서비스가 정보 기술 중 하나라는 전제 하에 TAM(Technology Acceptance Model)을 이용했다. 개인이 기술을 수용하려는 신념이나 태도에 따라 인천공항에서 IT 서비스를 이용하려 할 것이라는 가정 하에, 외부변수 중 어떠한 속성이 공항 이용자의 IT 서비스 기술 수용도를 높이는 가를 분석했다.

연구 목적을 위한 실증 분석의 결과는 다음과 같다.

첫째, 외적변수 중 개인적 측면과 시스템측면은 사용자에게 인식된 용이성 및 인식된 유용성에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 공항의 IT 서비스에서 인지된 용이성과 인식된 유용성은 공항 IT서비스 이용객의 기술의 수용의도를 증가시키는 것으로 나타났다. 실증분석 결과를 바탕으로 기존의 TAM 연구는 외부 환경변수의 기술 수용에 영향을 미치는데, 이는 외부 환경변수의 개인적 측면을 바탕으로 연구모형이 개시된다는 사실과 다르다는 결과가 나타났으며 이것은 기존의 선행연구들과는 다른 결과이다. 이전의 선행연구들에서는 환경변수가 독립변수와 인식된 사용의 용이

성 및 인식된 유용성에 의해 기술의 수용에 영향을 미치는지 여부를 확인하려고 하였다. 그러나 본 연구에서는 인과관계가 시작될 때 시스템측과 서비스측을 파라미터로 하여, 외적 환경변수를 1차 독립변수로써 의미를 갖는 것으로 나타났다. 둘째, 인식된 사용 편의성과 유용성은 2차 독립 변수로 설정되었다. 기존 TAM 모델과 달리 피험자의 특성이 강했고, 공항 IT 서비스를 제공하는 시스템과 서비스 측면에서 차이가 나타났기 때문이다. 즉, 본 연구에서는 IT서비스에 대한 사용자의 기술수용의도에 대한 새로운 연구모형을 제시함으로써 새로운 요인을 검증했다는 데 의의가 있다. 이러한 실증분석의 결과를 통해 다음과 같은 연구 결과를 제시할 수 있다. 첫째, 지금까지 물리적 제품의 비교

수단으로 사용되던 IT 서비스를 그 속성에 따라 분류하여 공항의 IT 서비스를 비교하는 기준으로 제시하였다. 둘째, 공항 IT 서비스에 대한 학술적 접근방식에서 마케팅 관점에서 정보 기술의 수용으로 전환하였다. 셋째, 공항 IT 서비스는 이용자들이 신기술의 활용을 얼마나 적극적으로 원하는지에 대한 개인적인 측면의 중요성을 나타낸다. 이는 공항 IT 서비스를 아직 폭넓게 이용할 수 없다는 현실에서 특히 중요하다. 즉, 공항 IT 서비스의 확대에 대해서는, 고객의 유용성과 이용용이성이 확인될 때 기술의 수용도가 높아진다는 것을 의미한다. 이러한 실증분석 결과는 향후 공항서비스 부문뿐만 아니라 다양한 서비스 융합산업에도 폭넓게 적용할 수 있다는 연구의 의의와 시사점을 갖는다.

주제어 공항 IT서비스, 기술수용의도, 인식된 사용편의성, 사용유용성, TAM모델

논문형식 Research Paper(O)

4차 산업혁명 시대의 이커머스와 물류유통산업에 대한 사례연구

남현정 | 전남대학교 경영대학 교수, hjnam517@gmail.com

조연진 | 인하대학교 경영학과 강사, jyj733679@gmail.com

국내의 온라인쇼핑몰, 대형마트, 포털 등 여러 업계가 각종 이커머스 플랫폼 사업을 확장하며 경쟁이 더욱 치열해지고 있다. 이커머스 시장은 이커머스 업체들뿐 아니라 공급사슬에 위치한 모든 기업들, 소비자, 정부 등 사회 전반에 광범위한 영향을 미침에도 관련된 연구가 미미하였다. 따라서 본 연구는 4차 산업혁명 시대의 이커머스와 물류유통산업의 혁신을 미국, 중국, 한국의 사례를 중심으로 분석하고 문제점 및 발전 전략을 도출하고자 한다. 본 연구는 먼저 미국, 중국, 한국 이커머스와 물류유통산업의 혁신 및 동향을 비교 분석하였다. 미국의 경우 리테일테크, 무인배송로봇, 블록체인 플랫폼, 온디맨드 서비스의 진화 등에 대한 사례 분석을 실시하였으며, 중국은 무인편의점, 무인배송로봇, 30분 즉시배송, 블록체인 플랫폼, 온라인 직구 플랫폼 등에 대해 사례를 중심으로 분석하였다. 마지막으로 한국은 무인편의점, 물류공유로 인한 즉시배송, 무인배송로봇, O2O, 블록체인 플랫폼 등에 대해 사례분석하였다. 이를 통해 한국 이커머스와 물류유통

산업을 도출한 결과, 첫째, 국내 이커머스 시장은 미래 성장성 확보를 담보로 지속적 출혈 경쟁으로 인해 적자 규모가 상당하며, 둘째, 국내 이커머스 기업들이 모두 공통된 목표로 사업을 확장하면서 특색이 사라지고 있다. 셋째, 온라인 쇼핑 수요증가에 반해 각종 피해사례가 발생하는 등의 이커머스 플랫폼의 성숙도가 낮다. 국내 이커머스 기업들은 아마존의 배송 서비스 전략을 넘어 강력한 차별화에 성공해야 규모의 경제와 네트워크 효과를 누릴 수 있으며, 지금껏 보지 못한 새로운 시도를 지속적으로 보여주어야 할 것이다. 더욱이 상품 거래시 발생하는 문제에 대해 적극적으로 해결하고 가이드라인과 교육을 통해 문제를 사전적으로 차단할 수 있도록 노력해야 할 것이다. 본 연구는 이커머스 시장에 대한 거시적이고 종단적인 문헌연구로 지난 20년간의 이커머스 시장에 대한 이해도를 제고하고, 미국, 중국, 한국의 이커머스 및 물류유통산업의 혁신 동향을 파악하고 분석함으로써 이커머스 및 물류유통산업 전략 및 혁신의 방향성을 제시할 수 있다.

주제어 4차 산업혁명, 이커머스, 물류유통산업, 플랫폼 산업, 무인배송로봇, 블록체인 플랫폼, 무인편의점

논문형식 Research Paper(O)

서비스산업의 기회와 도전

신기술과 서비스의 융합

(사)한국서비스경영학회

2020 하계학술대회

Korea
Service
Management
Society

Academic Session

⋮

A4 서비스산업과 브랜드가치

좌장

김명수 교수(강원대학교)

- 강용규 · 최유진 · 정세연
(인천국제공항공사 공항산업기술연구원)
- 권영훈(경남대학교)
- 이수경(중부대학교)
- 정영미(한서대학교)
- 이슬기(상명대학교)

인천공항 면세점브랜드(Airstar Avenue) 충성도 제고를 위한 통합 마케팅 커뮤니케이션 모델 연구

강용규 | 인천국제공항공사 공항산업기술연구원, ykkang@airport.kr

최유진 | 인천국제공항공사 공항산업기술연구원, cyj@airport.kr

정세연 | 인천국제공항공사 공항산업기술연구원, jessy@airport.kr

본 연구는 인천공항의 통합 면세점 브랜드인 Airstar Avenue의 통합 마케팅 커뮤니케이션 모델(IMC: Integrated Marketing Communication)이 Airstar Avenue 브랜드 충성도에 어떠한 영향을 미치는지를 분석하고자 한다. 선행연구를 기반으로 IMC에는 광고, 금전적·비금전적 프로모션, 인적서비스 4가지 요인으로 구성하여 연구모형 및 가설을 제시하였고, 인천공항 면세점 이용객에 대한 설문조사를 통해 총 907명의 데이터를 수집하였다. 구조방정식과 확인적 요인분석을 통한 분석 결과, 모형적합도는 $GFI = 0.912$, $AGFI = 0.879$, $CFI = 0.949$ 로 나타나 적합하다고 판단하였다. IMC 활동 중 광고 요인이 브랜드 인지와 이미지에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 인적서비스 요인은 브랜드 이미지에만 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설은 채택되었지만, 금전적·비금전

적 프로모션 요인은 브랜드 인지도, 브랜드 이미지에 정(+)의 영향을 미칠 것 이라는 가설은 기각되었다. IMC로부터 정(+)의 영향을 받은 브랜드 이미지가 브랜드 충성도에 가장 큰 정(+)의 영향이 있는 것으로 나타남에 따라 광고와 인적서비스 요인 향상 시 브랜드 충성도를 높일 수 있는 점을 확인하였다. 이에 향후 프로모션 전략 마련 시 기초 자료로 사용 될 수 있을 것으로 판단된다. 또한 인천공항에서 Airstar Avenue 브랜드 충성도 형성을 위해 IMC중 광고가 가장 큰 영향력을 갖고 있는 요인으로 나타남에 따라 Airstar Avenue 브랜드 이미지를 형성하기 위해서는 Buil et al. (2013) 연구와 같이 인천공항 면세점 이용객 특성에 맞는 광고 노출 전략을 추진하는 것이 Airstar Avenue 브랜드 충성도 향상을 위한 하나의 대안으로 활용 될 수 있다.

주제어 인천공항공사, 면세점, AirStar Avenue, 브랜드 인지도, 브랜드 이미지, 브랜드 충성도

논문형식 Research Paper(O)

경남지역 브랜드가치의 경쟁력 분석

권영훈 | 경남대학교 경영학부 교수, pomguy@kyungnam.ac.kr

본 연구는 그동안 사례중심으로 진행되어진 지역브랜드 가치제고를 위한 전략수립연구에 대한 실증적 접근을 제시하는데 목적을 두고 진행되었다. 경남지역 대도시와 군단위 지역의 브랜드 가치를 문헌적으로 분석하고, AHP를 통해 실증적 접근법을 제시하였다. 따라서 기존 연구들이 지역브랜드 수준을 높이기 위한 전략의 구축과 성과에 초점을 맞추었다고 한다면, 본 연구에서는 특정 지역 브랜드의 수준이 어느 정도인지를 파악하기 위한 목적으로 진행되었다. 기존 지역브랜드 관련 연구들을 리뷰하였으며, 지역브랜드 가치를 평가하는데 필요한 평가요소를 개발하고 연구방법적으로는 AHP를 활용하였으며 연구방법의 특성상 자료수집의 효과성을 위해 경상남도 지역을 대상으로 대학생들을 대상으로 자료수집을 하였다. 대학생들을 중심으로 수집된 자료를 바탕으로 진행된 본 연구를 통하여 도시 지역과 군 단위 지역간의 매력도와 인지도에 대한 평가항목간 가중치에서 상이한 측면을 확인할 수

있었으며, 특히 군단위 지역에서는 자연환경의 상대적 가중치가 높은 것으로 확인되었다. 특히 근거리 지역 간 비교에서는 자연환경과 산업화에 대한 측면보다는 이동과 접근에 대한 용이성이 높은 가중치를 받게 된다는 점이 또한 확인되었다. 도시지역에서는 산업화가 진행되고 오랜 역사적 전통을 지니지 못한 산업도시일수록 도시 매력도와 정체성에서 약점을 가지는 것으로 확인되었다. 다만 인구의 집중으로 근거리 자연환경이 방문가능성을 높이는 것으로 보였으며 이러한 점은 기존연구들에서 제시된 방문지 선택이론을 통해 설명할 수 있었다. 구체적이며 한정된 특정 지역을 중심으로 브랜드 가치 향상을 위한 탐색적 연구로 시사점을 가진 본 연구를 바탕으로 향후 연구를 통해 특정 지역의 산업구조와 지역적 매력도가 어떤 관계에 있는지 확인하고 분류하는 과정이 이루어져야 할 것이며 연구결과의 일반화를 위해 다양한 계층을 통한 자료 수집과 함께 평가항목의 추가를 고려해 보아야 할 것이다.

주제어 지역브랜드, 방문지 매력도 모델, 방문지 선택 이론

논문형식 Research Paper(O)

항공사 이용 고객이 지각한 서비스품질과 고객 감정이 브랜드 충성도에 미치는 영향: 환경 불확실성의 조절효과를 중심으로

이수경 | 중부대학교 항공서비스학과 교수, skjbst@joongbu.ac.kr

본 연구는 항공사 이용 고객들이 지각한 서비스품질이 고객 감정과 브랜드 충성도에 영향을 미치는지와, 지각된 서비스 품질과 고객 감정 간에 환경 불확실성이 조절효과를 나타내는지 분석하고자 한다. 이들 변수들 간의 관계를 Mehrabian & Russell(1974)가 제시한 SOR(Stimulus-Organism-Response) 모델에 도태를 두고 실증하고자 하며, 최근 6개월 간 국내 항공사 이용 경험이 있는 성인 350명의 자료를 검정하고자 한다. SOR모델은 외부 자극(Stimulus)의 영향에 의해서 고객의 감정 반응인 유기체(Organism)가 형성되며 이러한 감정적 유기체는 최종적으로 행동적 반응(Response)을 불러일으킨다는 행동과학 분야 연구모델이다. 항공사 이용고객들이 지각한 서비스품질(Stimulus)은 고객들의 긍정적인 감정(Organism)에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설을 설정하였고, 고객들의 감정적 유기체(Organism)는 최종적으로 행동적 반응(Response)을 유도하므로 고객들의 긍정적인

감정(Organism)은 브랜드 충성도(Response)에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설을 설정하였다. 또한 전 세계적으로 코로나 팬데믹과 같은 환경적 불확실성이 기업 경영에 중요한 변수로 인식되는 만큼 본 연구에서는 고객이 지각한 서비스 품질과 고객 감정 간에 환경 불확실성이 조절효과를 나타낼 것이라는 가설을 설정하였다. 이 연구의 시사점은 첫째, 행동과학 분야에서 소비자 행동을 규명하는 데 많이 활용되는 SOR모델을 항공사 이용고객을 대상으로 지각된 서비스 품질, 고객 감정, 브랜드 충성도 간의 관계를 파악하고자 하였다는 것이다. 둘째, 그동안 꾸준히 연구되어왔던 고객 만족도 변수 외에 고객 감정과 환경 불확실성 요인과의 관계를 파악하는 것은 전 세계적으로 환경적 불확실성에 의한 위험이 증가하고 있는 기업 경영 환경 속에서 유의미한 시사점을 제공할 수 있을 것으로 판단된다.

주제어 지각한 서비스 품질, 고객 감정, 브랜드 충성도, 환경 불확실성, SOR모델

논문형식 Research Paper(O)

브랜드 감정에 미치는 저비용 항공사의 특화서비스에 관한 연구: 국내 저비용항공사 중심으로

정영미 | 한서대학교 항공관광학과 교수, ymjung@hanseo.ac.kr

항공운송산업의 규제 완화로 1980년대 미국과 유럽 중심으로 항공운송시장에 저비용항공사들이 등장하게 되었으며, 국내 항공시장도 2000년대 초반부터 저비용항공사들이 자유 시장경쟁 체제에서 항공산업이 성장하고 있다. 저비용항공사 관련 경쟁력 제고에 대한 연구는 지속적으로 이루어지고 있으며 특히 기존 대형 항공사와의 서비스 차별화 전략과 비용 절감 운영을 위한 직접운항비용과 간접운항비용의 전략을 분석하였다. 그러나 최근 저비용항공사들의 신규 설립허가로 국내 저비용항공사 간의 경쟁은 불가피한 현실이 되었으며 이는 저비용항공사별 차별화 전략을 통한 고객유치와 경영의 중요성이 부각되고 있다. 저비용항공사에서 실시되고 있는 특화서비스는 타 항공사와의 차별화를 통한 경쟁우위를 확보할 수 있는 전략으로 항공서

비스의 마케팅 수단으로도 활용되고 있다. 특화서비스는 항공사를 이용하는 고객에게 항공사 브랜드에 대한 긍정적인 감정을 느끼게 하고 항공사 브랜드에 몰입하여 장기적인 관계를 형성하며 브랜드 충성도에도 영향을 미치는 브랜드 감정 형성에 중요한 요인이라고 할 수 있다. 이에 본 연구는 저비용항공사 이용고객에게 브랜드 감정에 영향을 미치는 국내 저비용항공사의 특화서비스를 관련된 논문 및 국내 저비용항공사 사례 중심으로 하는 이론적 접근방법으로 연구를 하였다. 이를 통해 저비용항공사의 특화서비스 다양화와 특성화로 저비용항공사 이용 고객의 브랜드 감정에 미치는 요인을 파악하고 저비용항공사 특화서비스 운영의 활성화와 경쟁력 확보를 위한 방안을 모색하고자 한다.

주제어 브랜드 감정, 저비용 항공사, 항공서비스, 객실서비스

논문형식 Research Paper(O)

고급호텔 레스토랑의 서비스스케이프가 신뢰 및 공동가치제안의도에 미치는 영향: 서울소재 5성급 호텔을 중심으로

이슬기 | 상명대학교 경영학부 강사, sklee4286@gmail.com

최근에는 고객의 잠재적인 정보를 확보할 수 있는 경로로 제품, 서비스, 기업 등에 대한 고객의 자발적인 의견제시와 같은 공동가치창출행동에 대한 중요성이 대두되고 있다. 이에 본 연구는 서울소재 5성급 호텔 레스토랑 이용객을 대상으로 서비스스케이프가 신뢰 및 공동가치제안의도에 미치는 영향을 분석하고자 한다. 이론적 고찰을 통해 가설을 도출하고, 연구모형을 설정하였으며, 2020년 2월 15일부터 2020년 3월 31일 까지 약 1개월 반 동안 온라인 설문조사를 실시하였다. 총 249부가 회수되었으나, 응답이 불성실한 25부를 제외하고 224부를 최종분석에 사용하였다. 분석에는 SPSS v. 21과 AMOS v. 21 프로그램을 활용하여 빈도분석, 타당성 및 신뢰성 분석, 경로분석을 실시하였다. 분석결과 첫째, 서비스스케이프의 청결성, 쾌적성, 편의성, 심미성 요인은 신뢰에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 접근성은 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 둘째, 서비스스케이프의 청결성, 편의성, 심미성은 공동가치제안의도에 유의한

정(+)의 영향을 미치는 것으로 확인되었으나, 쾌적성과 접근성은 유의미한 영향이 없는 것으로 확인되었다. 셋째, 신뢰는 공동가치제안의도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 마지막으로 서비스스케이프와 공동가치제안의도 간의 관계에서 신뢰는 매개효과를 가지는 것으로 나타났는데, 구체적으로 청결성, 편의성, 심미성과 공동가치제안의도 간의 관계에서는 부분매개 역할을 하고 쾌적성과 공동가치제안의도 간의 관계에서는 완전매개 역할을 하는 것으로 나타났다. 이러한 분석결과를 통해 다음과 같은 시사점을 제시할 수 있다. 첫째, 고급호텔 레스토랑 이용객의 신뢰수준과 공동가치제안의도를 향상시키기 위해서 청결성을 극대화할 수 있는 방안을 마련하고, 접근성을 기반으로 한 홍보 전략보다는 내부시설에 집중한 홍보 전략 수립의 필요성을 제기할 수 있다. 둘째, 연구가 미흡했던 물리적 환경인 서비스스케이프와 공동가치제안의도 간의 메커니즘을 규명함으로써, 연구영역을 확대하였다는데 학문적 시사점을 제시할 수 있다.

주제어 서비스스케이프, 신뢰, 공동가치제안의도, 호텔 레스토랑

논문형식 Research Paper(O)

서비스산업의 기회와 도전

신기술과 서비스의 융합

(사)한국서비스경영학회

2020 하계학술대회

Korea
Service
Management
Society

Academic Session

⋮

A5 서비스산업과 신진분석기법

좌장

정욱 교수(동국대학교)

- 김길환(계명대학교)
- 김창희(인천대학교)
- 강희재(금오공과대학교)
- 신재호(서울대학교)

확률변경분석을 이용한 국내 물류서비스기업의 운영효율성 연구

김길환 | 계명대학교 경영학과 교수, gilwhan0105@kmu.ac.kr

코로나바이러스로 촉발된 비대면 활동의 증가는 규모와 질적인 면에서 물류서비스산업의 새로운 도약을 요구하고 있다. 또한 이러한 상황은 물류서비스기업의 경쟁력 제고를 위한 운영효율성 개선을 강조하고 있다. 이러한 맥락에서 본 연구는 국내 물류서비스기업의 운영효율성을 분석하고자 한다. 이를 위해 본 연구는 생산이론에 바탕을 둔 기술적 효율성(Technical Efficiency)의 개념을 생산시스템의 운영효율성을 나타내는 변수로 사용하였고, 기술적 효율성을 추정하기 위한 방법으로 확률변경분석(Stochastic Frontier Analysis)을 적용하였다. 분석을 위해 국내 23개 물류

서비스기업의 10년(2010~2019년)간 인건비, 유형자산, 매출액 등의 자료를 이용하였다. 주요 분석 결과는 다음과 같다. 첫째, 분석기간 동안 국내 물류서비스기업의 전체적인 기술적 효율성의 수준은 증가하였다. 둘째, 물류서비스기업 간에 존재하는 기술적 효율성의 평균적 차이는 분석기간 동안 감소하였다. 추가로 기업규모와 기술적 효율성 간의 관계를 분석하기 위해 각 기업의 기간별 상대적 기업규모를 나타내는 상대적 유형자산을 구하여 분석을 실시하였고, 기술적 효율성과 정(+)의 관계가 있음을 확인하였다.

주제어 물류서비스, 운영효율성, 기술적 효율성, 확률변경분석

논문형식 Research Paper(O)

물류 서비스 기업의 혁신 효율성 분석을 통한 정책 연구

김창희 | 인천대학교 경영대학 교수, ckim@inu.ac.kr

본 연구에서는 STEPI의 한국기업혁신조사 데이터를 바탕으로 물류 기업으로 분류되는 운송 및 보관업의 자료를 활용하여 물류 서비스 기업의 효율성에 정책이 어떠한 영향을 미치는지를 분석하고자 한다. 물류산업발전 기본법이 시행되고 물류업 내외부에서는 물류 서비스 기업의 효율성 증진을 위한 다양한 방안과 법이 마련되었다. 그럼에도 불구하고 아직 국/내외에서 물류 서비스 기업의 효율성에 각 정책이 어떠한 영향을 미치는지를 분석한 연구는 미비한 실정이다. 이에 본 연구에서는 효율성을 측정하는 분석 기법인 자료포락분석을 활용하여 물류 서비스 기업의 효율성을 분석하도록 한다. 자료포락분석은 1978년 Charnes et al. 에 의해 소개된 이후 제조업 및 서비스 전 분야에 활발하게 활용되고 있다. 본 연구에서는 물류 서비스 기업의 종사자 수, 혁신 투입 비용 등을 투입 요소로

하고, 산출물로 매출액을 설정하여 효율성을 측정하도록 한다. 더불어 본 연구에서는 국가의 정책이 물류 산업의 효율성에 미치는 영향에 대해 알아보는 것이 목적이므로, 일반적인 자료포락분석이 아닌 부트스트랩 자료포락분석을 활용하여 분석을 진행한다. 부트스트랩 자료포락분석은 비모수 기법인 자료포락분석의 효율성 값을 모수화시켜 효율성 값을 통계처리할 수 있도록 하기에 본 분석에 적합하다고 판단하였다. 이와 같이 도출된 효율성 값을 활용하여 자금 지원, 금융 지원 등 정부의 지원 정책과 규제 등이 물류 서비스 기업의 혁신 효율성에 어떠한 영향을 미쳤는지를 세부적으로 살펴본다. 이를 통해 국가의 물류 정책이 어떠한 영향을 미치는지를 확인할 수 있으며, 정책 연구에 이바지할 수 있을 것으로 판단된다.

주제어 물류서비스, 부트스트랩 자료포락분석, 혁신, 효율성 분석

논문형식 Research Paper(O)

자료포락분석의 순위 결정을 위한 부트스트랩과 HITS 알고리즘 적용에 관한 연구

강희재 | 금오공과대학교 경영학과 교수, hjkang@kumoh.ac.kr

DEA(Data Envelopment Analysis)는 DMU(decision making units)들 간의 상대적 효율성을 구하기 위한 비모수적 방법이다. '절대적'이 아닌 '상대적' 효율성을 계산하기 때문에 뚜렷한 우위가 있지 않은 DMU들은 모두 효율성 1의 값을 갖게 된다. 이에 동일하게 1의 효율성 값을 갖는 DMU들간에 우열을 가리고 순위를 결정하기 위한 연구가 다수 이루어져 왔다. Liu and Lu(2010)에서는 각 DMU를 node로 하고, DEA를 통해 구한 λ 값을 link로 하는 network를 구성해 eigenvector 중심성을 구함으로써 효율성 1인 DMU들의 순위를 구하고자 하였다. 이후 Blas et al(2018)에서는 HITS algorithm을 이용해 Liu and Lu(2010)보다 더 직관적인 결과를 얻을 수 있음을 보였다. 하지만 Liu and Lu(2010)와 Blas et al(2018)에서는 표본 데이터(각각 32개 연구기관과 미국 15개 도시, 40개 인터넷 기업)를 활용하여 방법론의 우수성을 검증한 것에 반해, DEA의 비모수적 한계에 대해서는 고려하지 않았다. Simar and Wilson(1998, 1999)에서는 이러한 한계를 극복하기 위해 bootstrap DEA를 제안한 바 있고 이후 많은 효율성 연구에서 bootstrap

DEA를 사용하였다. 즉, DEA의 결과는 DMU의 구성에 따라 달라질 수 있기 때문에 적은 표본 데이터를 사용한 많은 연구에서는 bootstrap DEA를 통해 모집단에 대한 추론을 해왔으나, DMU간의 우열을 가리기 위한 연구에서는 표본 데이터를 활용하였음에도 이러한 부분을 간과하였다. 이에 본 연구에서는 HITS algorithm을 bootstrap DEA에 적용함으로써 기존 연구의 직관적인 결과를 유지하면서 동시에 모집단에 대한 추론이 가능한 모델을 제시하고자 하였다. 우선 입력 요인과 출력 요인을 각각 3개씩 갖고 있는 1,000개의 가상 DMU를 설정하였다. 그리고 이 중에서 랜덤으로 15개, 30개, 50개, 100개의 DMU를 추출하여 input oriented VRS DEA 결과와 bootstrap DEA 결과 각각에 HITS algorithm을 적용한 후 모집단에서의 효율성 순위와 상관 분석한 결과를 비교하였다. 그 다음 Chen(2004)와 Blas et al. (2018)에서 사용한 미국 15개 도시에 대한 데이터의 모집단 데이터를 수집한 다음 같은 방식으로 비교 분석하였다.

주제어 자료포락분석(DEA), 부트스트랩, HITS 알고리즘

논문형식 Research Paper(O)

2단계 자료포락분석을 이용한 국내 보험회사의 효율성 분석

신재호 | 서울대학교 경영정보연구소 객원연구원, tozenith@snu.ac.kr

보험사의 운영 프로세스는 마케팅 활동으로 인한 프로세스와 수익성을 창출하기 위한 프로세스의 두 가지로 구분할 수 있으나, 국내 보험사에 대한 연구는 이들 프로세스를 구분하지 않은 채 하나의 프로세스로 간주하여 효율성을 측정했다는 한계가 있다. 이에 본 연구는 보험사의 프로세스 효율성을 ‘마케팅 효율성’과 ‘수익 효율성’의 두 가지로 구분하여 각각의 효율성을 측정하고자 한다. 이를 위해 2단계 자료포락분석 모형을 활용하며, 선행연구를 바탕으로 임직원 수, 점포 수, 그리고 사업비용의 세 가지 투입변수를, 수입보험료와 재보험수익의 두 가지 중간 산출물을, 마지막으로 순이익과 총자산을 두 가지 최종 산출물로 활용한다. 더

불어 도출된 효율성 값은 부트스트랩 과정을 거친 뒤 방카슈랑스와 재정위기 등 외부 환경요인이 국내 보험회사의 효율성에 미치는 영향에 대해 함께 파악한다. 본 연구는 최근 15개년도의 보험회사 데이터를 함께 활용하여 효율성의 동태적 변화에 대해 함께 추론한다. 본 연구는 국내 보험회사들의 마케팅 효율성과 수익 효율성을 각각 분석함으로써 어떠한 세부 프로세스에서 비효율이 일어나고 있는지 파악할 수 있으며, 효율성을 제고하기 위해 개선되어야 하는 프로세스가 무엇인지, 또한 어느 정도의 개선이 필요한지를 함께 파악할 수 있다는 데 그 의의가 있다.

주제어 보험업, 효율성, 2단계 자료포락분석, 부트스트랩, 토빗 회귀분석

논문형식 Research Paper(O)

서비스산업의 기회와 도전

신기술과 서비스의 융합

(사)한국서비스경영학회

2020 하계학술대회

Korea
Service
Management
Society

Academic Session

⋮

A6 대학원생(석박사과정) 우수 논문 발표

좌장

김승범 교수(홍익대학교)

- 진자양 · 차동필(신라대학교)
- 김승형 · 김형수(한성대학교)
- Bu Ruoyu · 최선미(연세대학교)
- 정건우 · 김상수(용인대학교)
- 김영준 · 김창희(인천대학교)
- 박민서 · 김연성(인하대학교)

소비자 선물 증여(gift-giving)행위에 관한 연구

진자양 | 신라대학교 광고홍보학과 박사수료, czy920206@hotmail.com

차동필 | 신라대학교 광고홍보학과 교수, dpcha@silla.ac.kr

선물의 선호도는 증여자와 수령자에 따라 입장에 달라진다. 본 연구는 증여자의 입장으로 연구는 진행하였다. 기술한 선행 연구를 토대로 하여 본 연구는 선물 증여에 있어 증여자와 수령자의 사회적 거리가 선물 제품 유형에 따라 선호도의 차이를 알아보고, 증여자 자신의 조절초점이 선물 제품 유형에 따라 선호도의 차이를 알아보았다. 더 나아가 선물 증여행위의 역할에 따라 달라지는 선물의 구성에 대한 선호를 실험으로 인해 검증하고자 하였다. 본 연구는 상징적 속성과 기능적 속성이 상충하는 선물을 선택하는 상황에서 선물의 선호도에 영향을 미치는 사회적 거리(가까운 vs. 먼)와 조절초점(향상초점 vs. 방어초점)의 선호도 차이를 검증하였다. 연구 결과, 선물 선호도에 미치는 영향력은 제품 유형(상징적 vs. 기능적)에 따라 다르게 나타날 것이며 구체적으로 가까운 사이에서는 상징적인 선물이 선호하는 결과가 나타났다. 또한 향상초점

사람은 상징적인 선물이 선호하는 결과가 나타났다. 이러한 분석을 토대로 선물 선호도를 미치는 영향 주는 예측 요인이 무엇인지 선물 제품 유형으로 검증하여 파악함으로써 소비자의 선물 선호도를 선택하는 방안을 모색하고자 하였다. 측면에서 연구의 시사점을 들 수 있다. 이와 같은 선물 증여 행동은 이해는 선물을 주고받는 인간관계는 각도를 넘어, 기업의 시장 매출 뿐만 아니라 기업의 자사 수용자들을 대상으로 한 사은품은 제공에서도 실무적인 시사점을 제공할 수 있리라 기대한다. 그러나 제품의 단순한 1차원 속성으로 기능적과 상징적이 상반하는 대안을 실시하였다. 그런데 실제 시장 상황에서는 기능적 속성과 상징적 속성이 반드시 상반관계에 있지 않은 경우가 있다. 그러나 실제 시장 상황에 따라 2차원 속성으로는 기업들이 제공하는 제품을 사용하는 것은 한계가 있다는 점을 들 수 있다.

주제어 | 선물 증여, 사회적 거리, 조절초점

논문형식 | Research Paper(O)

고객 충성도를 고려한 PNA 기반 협업필터링 개인화 추천 시스템

김승형 | 한성대학교 산업경영공학과 석사과정, tmdgud223@gmail.com

김형수 | 한성대학교 스마트경영공학부 교수, hskim@hansung.ac.kr

일반 소비재 산업에서도 대고객 서비스로서 CRM 활동이 증가하는 추세이고, 관련하여 빅 데이터 분석 기술을 활용한 개인화 추천 서비스가 더욱 중요해지고 있는 시점이다. 그러나 대부분 기존 추천 모형에 대한 연구는 추천 적중률을 높이기 위한 머신러닝 모형 개발과 개선에 집중되어 왔기 때문에 추천 활동 이후 고객과의 중장기적인 관계는 고려되지 못했다. 이러한 문제점을 해결하기 위하여 본 연구에서는 SNA(Social Network Analysis) 분석기법을 상품 네트워크 분석에 적용한 PNA (Product Network Analysis) 기법을 협업필터링 개인화 추천 시스템에 적용하여 고객의 충성도까지 고려한 개인화 추천서비스를 제안하고자 한다. PNA 기반 개인화 추천 시스템은 거래 데이터를 기반

으로 상품네트워크를 구성한 후, 협업 필터링과 같은 기존 개인화 추천 모형이 추천할 수 있는 다양한 후보 추천상품 중에 PNA 분석을 통해 중장기적으로 고객 충성도가 향상될 수 있는 상품을 최우선적으로 추천하는 시스템이다. 국내 대형 아웃도어 기업과의 협력으로 실제 고객 데이터를 기반으로 모델링과 검증을 수행한 결과, 모형의 추천 적중률뿐만 아니라, 거래빈도, 거래기간, 교차구매지수 등 거래의 질적 성향을 평가할 수 있는 다양한 고객로열티 지수도 함께 증가함을 확인하였다. 본 연구는 추천 적중률이 좋아도 상품간의 연계성이 부족하여 지속적인 고객관계를 유지하기 어려운 경우 고객관계 관점에서 추천하지 않는 것이 바람직할 수 있다는 통찰력을 얻을 수 있다.

주제어 개인화 추천, 상품네트워크, 협업필터링, CRM

논문형식 Research Paper(O)

솔로 외식 상황에서 고객경험 연구: 인지된 서비스 속도의 영향 및 의사소통수용 스타일의 조절 효과를 중심으로

Bu Ruoyu | 연세대학교 경영학과 석사과정, bonniery96@naver.com

최선미 | 연세대학교 경영학과 교수, sc128@yonsei.ac.kr

솔로 다이너들의 경우 느린 서비스 속도에 대해서는 민감하게 반응하여 공정성을 낮게 평가하는 반면, 빠른 서비스 속도에 대해서는 민감하게 반응하지 않을 것이라고 제안한다. 나아가 그러한 영향은 솔로 다이너 스스로 인지하는 솔로 다이너로서의 불리함의 정도에 의해 매개될 것이라고 제안한다. 즉, 느린 서비스 속도가 솔로 다이너에게는 서비스 제공자에 의한 자신에 대한 차별적인 평가로 인지될 수 있다고 제시한다. 이렇게 인지된 차별적인 평가는 평가 불평등 (appraisal inequality) 으로 연결되어 결과적으로 더 낮은 공정성으로 인지될 것이라고 제안한다. 본 연구에서는 서비스 제공자가 사용하는 의사소통 스타일은 느린 서비스 속도가 인지된 공정성에 미치는 부정적 영향을 조절할 것이라고 제안한다. 불리함을 느끼는 사람들의 경우 타인들의 자신에 대한 평가에 민감하며, 타인과의 관계를 중시한다. 따라서 서비스 제공자가 배려하고, 관심을 보이며 좋은 관계를 유지하기 위해 노력하는 모습을 반영하는 수렴형의 의사소통 유형은 솔로 다이너가 인지하는 불공정을 완화시킬 수 있을 것이라고 제안한다. 반면에 좋은 관계를 형성하는 노력을 보이지

않고 자신의 소통 스타일을 그대로 유지하는 지속형의 의사소통 유형은 아무런 영향을 미치지 않을 것이라고 제안한다. 이러한 연구 결과는 학문적 그리고 실무적 시사점을 모두 제공한다. 학문적으로는, 첫째, 솔로 다이너들 고유의 심리적 반응을 고찰함으로써 솔로 소비자에 대한 학문적 이해를 증진시킨다. 둘째, 외식 상황에서의 서비스 제공 시간에 대한 학문적 연구의 맥락을 솔로 다이너의 상황이라는 특수한 상황으로 국한시켜 살펴봄으로써 서비스 제공시간에 대한 고객 반응에 대한 이해를 심화시킨다. 셋째, 솔로 다이너들 특유의 심리적 반응을 순화시킬 수 있는 방안으로 서비스 제공자의 의사소통 스타일을 제시하고 실증함으로써, 의사소통 스타일 관련 연구를 솔로 다이너 상황으로 확장한다. 실무적으로 본 연구는 꾸준히 성장하는 솔로 다이너 고객군에 대한 외식서비스 관리자들에 대한 이해를 증진시키고, 솔로 다이너들에게 사용되는 적절한 의사소통 방식의 효과를 이해시킴으로써 솔로 다이너들에게 보다 나은 서비스를 제공할 수 있는 구체적 방안을 제시한다.

주제어 솔로 외식경험, 인지된 서비스속도, 인지된 공정성, 의사소통수용스타일

논문형식 Research Paper(O)

헤어디자이너의 특성이 고객의 태도와 행동에 미치는 영향: 신뢰, 만족, 그리고 샵이미지를 중심으로

정건우 | 용인대학교 경영대학원 석사과정, needaj@naver.com

김상수 | 용인대학교 경영학과 교수, sgssk@yongin.ac.kr

자신의 외모를 더욱 아름답게 하고자 하는 욕구는 남녀노소를 불문하고 모두 가지고 있는 욕구이다. 특히 대중매체의 발달과 사회진출 증가, 그리고 외모가 경쟁력으로 작용하는 사회적 분위기 등의 원인으로 미용시장은 지속적으로 발전하고 있는 추세이다. 이러한 상황에서 서비스업의 중심에 있는 서비스 수행주체의 역할은 더욱 그 중요성이 증가하고 있다. 그러나 기존의 연구들은 주로 서비스의 품질 측면에 집중한 반면 헤어디자이너라는 서비스 수행주체에 대한 특성을 고려한 연구는 많지 않은 실정이다. 헤어샵 특성 상 샵 전체적인 서비스 이전에 개별적으로 시술을 해주는 담당 헤어디자이너의 특성이 보다 선행된 요인으로 작용할 것으로 볼 수 있다. 따라서 본 연구에서는 미용서비스업의 하나인 헤어샵에서 헤어디자이너의 특성을 조명함으로써 결과적으로 고객들의 미래 행동에 어떤 영향을 미치는지를 연구하고자 하였다. 구체적으로는 헤어디자이너의 전문성과 호감도가 헤어디자이너에 대한 신뢰에 영향을 미치고, 헤어디자이너에 대한 신뢰는 전반적 만족을 통해 샵이미지에 영향을 줌으로써 결과적으로 고객의 재방문의도와 추천의도에 긍정적인 영

향을 미치는 것으로 연구모형을 설정하였다. 이를 실증적으로 분석하기 위하여 수도권 소재의 여러 곳의 헤어샵을 방문하여 시술을 받은 고객들을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 약 4주 간 설문조사를 실시하여 최종적으로 총 150명으로부터 응답 데이터를 회수하여 분석에 활용하였다. 신뢰도와 타당도 분석결과 본 데이터가 구조모형 분석에 적합한 것으로 판단하였으며, 이어서 PLS를 이용하여 구조모형 분석을 수행한 결과, 본 연구에서 설정한 7개의 가설은 모두 채택되었다. 본 연구는 치열한 미용시장 경쟁 속에서 서비스 수행주체인 헤어디자이너의 특성을 전문성과 호감도로 구분하여 고객의 미래행동에 영향을 미치는 주요 선행요인으로 조명하였다는 데에 의의가 있다. 그리고 헤어디자이너의 특성이 신뢰와 전반적 만족, 그리고 샵 자체에 대한 이미지로 확대됨으로써 결과적으로 샵에 재방문 및 추천이라는 미래 행동에 영향을 미친다는 프로세스를 제시하였다. 실무적으로도 헤어디자이너의 특성으로서 호감도와 전문성을 정의하고 방향성을 제시함으로써 고객과의 신뢰를 바탕으로 지속적인 고객유치에 기여할 수 있을 것으로 기대한다.

주제어 헤어디자이너 특성, 신뢰, 만족, 샵이미지, 재방문의도, 추천의도

논문형식 Research Paper(O)

지역 의료시스템 평가 프레임워크 개발 방안에 대한 연구: 부트스트랩 자료포락분석을 활용하여

김영준 | 인천대학교 경영대학 석사과정, brent.kim@inu.ac.kr

김창희 | 인천대학교 경영대학 교수, ckim@inu.ac.kr

근래 지역 의료시스템은 의료 서비스의 비용 증가, 만성질환의 증가와 인구 고령화, 의료 수요의 증가, 의료 서비스에 대한 불공평한 접근, 지역 간 의료 전문가 및 인프라의 불균형한 분포 등 여러 요인들로 인해 의료시스템의 지속 가능성, 의료 서비스의 품질 및 서비스에 대한 보편적 접근성에 여러 가지 도전을 받고 있다. 이러한 배경에서 지역 의료시스템의 평가 프레임워크를 개발하고 성과지표를 파악하는 것은 국내외를 불문하고 정책 입안자와 연구자 모두의 중요한 관심사가 되고 있다. 하지만 의료시스템의 성과를 평가 및 비교하는 것은 기술적, 정치적 이유로 인해 수행하기 어려운 것으로 간주 되고 있다. 또한 지역 의료시스템의 성과가 일련의 프로세스를 통해 창출되는 의료 서비스의 효과성, 운영효율성, 만족도, 의료품질 등을 포괄하는 복합적인 개념임에도, 국내외의 많은 연구들이 지역 의료시스템의 성과를 단순히 환자수, 의료수익 등의 경제적 관점에서의 단기성과에 초점을 맞추고 있어 아직까지 완전한 의료시스템의 성과평가 및 벤치마킹 모델은 개발되지 않은 실정이다. 그리고 의료 서비스의 다양한 특성들의 상충관계는 특정 의료 서비스의 품질이나 효과를 감소시키지 않고는 높은 수준의 효율

을 달성하기 어렵게 함으로써 성과 프레임워크와 측정 기준 개발을 더욱 어렵게 하고 있다. 이에 본 연구에서는 부트스트랩 자료포락분석을 이용하여 2014년과 2017년의 국내 17개 지역 의료시스템의 성과지표(효율성과 효과성)를 비모수적으로 측정함으로써 지역 의료시스템 성과 평가 및 벤치마킹 연구 기반 조성을 위한 새로운 모형을 제시하고 지역 의료시스템의 성과지표들 간의 절충 여부를 확인한다. 이는 효율적인 의료시스템을 운영 중인 지역과 의료서비스의 개선 및 개혁이 필요한 지역을 보다 간편히 식별할 수 있도록 하여 향후 지역 의료시스템의 발전을 위한 정책 수립과 효율성 연구에 기초연구를 제공할 수 있을 것이라 기대된다. 분석 결과, 1. 경상북도가 해당 기간 동안 국내 지역 의료시스템 중 가장 효율적인 지역 의료시스템을 가진 것으로 확인되었으며, 2. 광주광역시 지역 중 가장 낮은 의료시스템 효율성과 효과성을 가진 것으로 나타나 의료 자원의 최적화와 의료서비스의 개선이 필요할 수 있고, 3. 지역 수준에서 의료 관리의 효율성과 효율성은 반드시 양립하는 것은 아니며, 결과적으로 의료시스템 효율성 향상은 의료시스템의 효과를 감소시킬 가능성이 없는 것으로 확인되었다.

주제어 지역 의료시스템, 성과지표, 부트스트랩 자료포락분석, 효율성 분석

논문형식 Research Paper(O)

기술 기반 서비스 전략을 활용한 미국 피자 기업의 전환 전략 분석

박민서 | 인하대학교 경영학과 석사과정, 22201580@inha.ac.kr

김연성 | 인하대학교 경영학과 교수, motbeol@inha.ac.kr

본 연구에서는 기술 기반의 서비스 전략의 실제 적용 현황을 피자 산업을 중심으로 조사하고 분석하여 향후 발전 방안을 제시하는 것을 연구의 목적으로 삼고자 한다. 본 연구는 Huang & Rust의 기술 기반 서비스 전략의 후속 연구로써, 미국 빅3 피자 기업인 도미노 피자, 피자헛, 리틀시저스 피자의 서비스 전략 측면에서의 동향을 분석하고자 한다. 미국 요식산업과 피자산업에 대한 분석, 그리고 Huang & Rust를 비롯한 선행연구를 기반으로 연구모형을 제시하고 미국 피자 산업에 도입된 기술, 이에 따른 서비스 전략의 전환과 성취한 성과를 분석하였다. 분석결과, 미국 빅3 피자 기업 중에서 도미노 피자는 가장 적극적으로 기술 개발 및 도입에 임하고 있으며 매스서비스 전략을 강화하는 동시에 관계서비스/상호작용적 개인화 전략으로의 전환 중에 있는 것을 파악했다. 피자헛의 경우, 서비스의 표준화 및 제공 효율성 제고에 집중하며 매스서비스 전략만을 진행 중이며 감성기술 등 로봇 기술 발전에 따라 관계지향적인 전략으로의 전환도 전망된다. 리틀시저스 피자의 경우 기업의 전통 모델 확장 및 Pizza Portal 설치를 통해 고객의 제품 수령 효율을 극대화하는 매스서비스 전략을 진행 중에 있다. 이러한 빅3 피자 기업들의 기술 도입 이후의 성과 분석을 통해서 시사점을 분석하고 이를 적용하기 위한 방안을 제

시하고자 한다. 빅3 피자 기업들이 기술 도입 이후 성취한 성과의 차이는 매우 극명했으며 도미노 피자는 가시적인 성장세와 확장세를 보인 반면, 나머지 두 기업들은 현상 유지에 머물러 있는 것으로 나타났다. 도미노 피자과 나머지 기업들의 기술 측면에서의 차이는 기술 도입의 정도와 관계지향적인 서비스 전략 포지셔닝을 취한 전략적 방향성에 있다. 이러한 분석 결과는 피자산업에서 기술을 통한 프로세스의 효율성 제고뿐만이 아닌 고객에게 관계적 혜택을 제공하고 CLV극대화를 함으로써 경쟁우위를 달성할 수 있다는 것을 시사한다. 4차 산업혁명 시대의 도래에 따라 기술을 통한 프로세스의 개선은 언젠가 다시 평준화 될 것이기 때문에 기술을 활용하여 고객지향적인 서비스 전략으로 전환하는 것이 향후 시장 선도기업의 필요조건이라고 판단한다. 이러한 시사점은 소비자 소비 트렌드와 행태의 변화, 대체재 등장 등의 요인들로 인해 기존 거대 프랜차이즈의 실적 부진 내지는 산업 규모에서 축소 추세를 보이고 있는 국내 피자산업에게 서비스 전략 모색의 가이드 라인을 제시 할 수 있다. 또한, 서비스 전략의 측면에서 피자산업 만이 아닌 FCD산업, 넓게는 전반적인 외식 산업에 기초자료로써 활용 될 수 있을 것이다.

주제어 기술 기반의 서비스 전략, 기술 적용 사례, 피자 산업, 외식 산업, 서비스 전환 전략

논문형식 Case Study(O)

서비스산업의 기회와 도전

신기술과 서비스의 융합

(사)한국서비스경영학회

2020 하계학술대회

Korea
Service
Management
Society

Plenary Session

⋮

02 편집위원회 연구윤리

좌장

박종우 교수(송실대학교)

- 조동혁(송실대학교)
- 조인수(선문대학교)
- 김용범(송실대학교)

Plenary Session 2-1

연구윤리 확보를 위한 지침

조동혁 | 송실대학교 경영학과 교수, joe@ssu.ac.kr

한국서비스경영학회는 다음과 같은 연구윤리강령을 제정하여 그 실천을 다짐한다.

하나. 한국서비스경영학회 회원은 연구가 국가의 지속적 발전과 더불어 인류의 복지 향상에 이바지하는 연구가 되도록 노력한다.

하나. 한국서비스경영학회 회원은 연구의 질적 수월성과 윤리적 건강함을 유지하기 위하여 모든 회원들의 연구윤리를 제고하기 위해 필요한 제도를 확립하고 이에 대한 지원을 아끼지 않는다.

하나. 한국서비스경영학회 회원은 연구의 계획, 실행, 평가, 보고와 관련된 모든 활동에 있어서의 윤리성의 강화가 연구의 질적 수월성과 배치되지 않을 뿐만 아니라 오히려 연구의 질적 수월성을 제고하기 위한 필요조건임을 인식한다.

하나. 한국서비스경영학회 회원은 연구 관련 활동에 있어서 위조, 변조, 표절, 부당한 저자표시, 중복게재 등의 연구부정 행위를 인정하지 않으며 이러한 활동이 발견되었을 시 이를 철저히 배격하고 근본적 원인 제거에 노력한다.

주제어 연구윤리강령, 연구윤리 지침, 연구진실성

논문형식 Review(O)

연구부정행위의 유형 및 대응절차

조인수 | 선문대학교 산업경영공학과 교수, incho@sunmoon.ac.kr

연구부정행위의 정의(범위)에 대해서는 각국의 역사와 문화가 반영되어 있어 이를 일률적으로 비교하기는 어렵다. 미국은 연방법률에서 연구부정행위를 위조, 변조, 표절로 제한하여 정의하고 있다. '부당 저자 표시'를 연구부정행위로 정의하는 국가는 한국, 영국, 캐나다, 호주이며 캐나다의 경우 '부적절한 감사의 글'도 연구부정행위에 포함시키고 있다. 중복출판 또는 자기표절의 경우 한국과 호주에서 연구부정행위에 포함시키고 있고, 연구부정행위 조사 방해와 보복행위는 한국과 호주에서 연구부정행위로 정의되고 있다.

연구부정행위의 처리와 관련된 규정/기준에 정부가 주관 또는 참여하는 국가는 한국, 미국, 호주, 노르웨이 등이고 독일과 캐나다는 연구지원기관, 그리고 영국은 민간기관이 주관하고 있다. 연구부정행위 조사의 경우 한국은 연구기관(대학 등)의 요청이 있는 경우 연구지원기관(한국연구재단)이 조사를 실시할 수 있고, 영국, 독일, 캐나다는 특정인 또는 특정 조직을 지명하여 연구부정행위에 대한 상담, 조사안내 등을 실시하고 있다.

시하고 있다.

연구부정행위에 대한 제재 권한은 기본적으로 대학 등 연구기관이 가지고 있으며, 정부(한국, 미국) 또는 연구지원기관(독일, 캐나다)도 제재 권한을 지니고 있는 곳도 있다. 연구부정행위를 처리하는 절차는 대체로 3단계 또는 4단계로 구성되어 있는데, 비공식조사 또는 예비조사(Inquiry), 공식조사(Investigation) 및 판정/결과통보가 주요 절차이다.

앞서 살펴본 바와 같이 연구진실성 위반에 대한 '제도적' 책임이 지역적, 국가적 또는 서로 다른 수준에서 다른 기관들 간에 공유/분할되는 되는 것을 볼 수 있다. 일부 국가는 연구진실성 확보를 위해 정부 또는 연구지원기관이 주도하고 있고, 국가위원회를 구성한 경우에도 그 내용이 일반적인 조언에 그치는 경우도 있으며, 민간기구가 주관하는 경우도 있다. 이렇듯 다양한 기준과 다양한 절차가 존재하지만 절대적인 기준이 없기에 사회가 추구하는 가치를 반영하여 대응하는 것이 가장 현명한 방법이라 할 있다.

주제어 연구윤리, 연구진실성, 연구부정행위

논문형식 Review(O)

Plenary Session 2-3

연구논문의 부당한 저자표시 예방

김용범 | 송실대학교 베어드교양대학 교수, yb_kim@ssu.ac.kr

최근 들어 연구윤리에 대한 사회적 기대치가 높아지면서, 연구부정사건은 연구계 내부의 단순 이슈가 아니라 사회적인 복합 이슈로 재생산되고 있다. 우리나라의 경우 대통령령 「국가연구개발사업의 관리 등에 관한 규정」, 교육부의 「연구윤리 확보를 위한 지침」, 과학기술정보통신부 「국가연구개발사업의 관리 등에 관한 규칙」등 마련되어 있으나 현행 규정으로 부실학회 참석, 자녀공저자 등 이해상충의 문제 등 다루기 곤란하여 연구윤리 또는 연구진실성과 관련하여 통일된 기준의 마련이 시급한 실정이다. 따라서 연구윤리 또는 연구진실성의 확보를 위하여, 첫째, 연구진실성 확보를 위해 모든 분야에 공통적으로 적용될 수 있는 기본적인 기준(fundamental standards) 및 분야별 특성을 반영한 상세기준을 수립하여야 한다. 둘째, 연구부정행위 제보자(whistle blower)를 철저히 보호할 수 있는 시스템을 만들어

제보자가 보복을 두려워하지 않고 제보할 수 있는 환경 및 시스템을 구축하고 이를 모든 연구자와 연구행정 담당자가 인지하도록 하여야 한다. 셋째, 연구부정행위가 신고 되거나 의심될 때 수행되어야 하는 표준적인 절차와 방법을 제시하여야 한다. 넷째, 책임 있는 연구수행(Responsible Conduct of Research)과 연구진실성(Research Integrity)을 교육하는 프로그램/교재를 개발하고 이를 연구지원 기관, 대학 및 연구기관, 그리고 연구자들에게 전파하여 널리 알려야 하며, 이에 대한 교육을 체계적으로 실시하여야 한다. 다섯째, 연구부정행위에 대한 사례를 발굴하여 제공하여야 하며, 연구부정행위와 관련한 각종 상담기능을 제공하여야 한다. 마지막으로 연구기관의 요청이 있는 경우뿐만 아니라 자체적으로도 연구부정행위를 조사할 수 있는 기능이 갖추어야 한다.

주제어 연구윤리, 연구진실성, 부당한 저자표시

논문형식 Review(O)

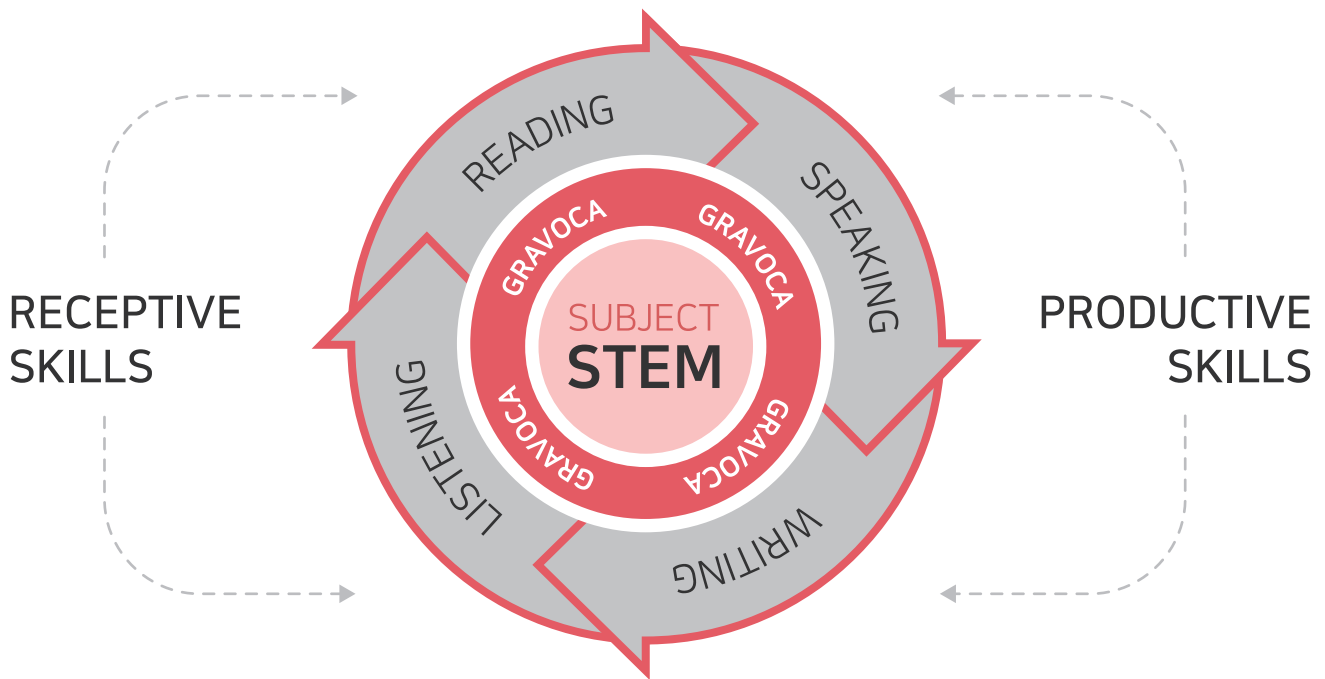
슬기로운
통합 레일바이크 앱/웹

*** COMMING SOON ***



-  레일바이크 조회
-  레일바이크 예약
-  레일바이크 결제

DYB Circular System



Science · Technology · Engineering · Mathematics

STEM을 주제로 어휘와 문법을 축으로 한 읽기, 쓰기, 듣기, 말하기 영역을
원형의 순환관계처럼 유기적으로 학습하는 시스템

DYB최선어학원

Electric Vehicle MASTA

우리의 모든 일상을 함께 할 수 있는
경제적인 스마트 전기자동차

2019 SEOUL MOTOR SHOW MASTA 전시관



2분에 1명씩 굿앤굿

대한민국 어린이가 2분에 1명씩 가입하는 보험

최근 3년(2017~2019) 신계약 가입건수 854,776(건) 기준



230만 어린이를 지키는 이름

현대해상 굿앤굿어린이종합보험

현대해상 하이플래너를 만나보세요 ☎1588-5656 / www.hi.co.kr

※ 2019년 12월 기준 현대해상 어린이보험 유지계약 2,321,041건 (2004~2019년 가입)

마음이  합니다
H 현대해상

보험계약 체결 전 반드시 상품설명서 및 약관을 읽어보시기 바랍니다. 보험계약자가 기준에 체결했던 보험계약을 해지하고 다른 보험계약을 체결하면 보험계약이 거절될 수 있으며, 보험료가 인상되거나 보장내용이 달라질 수 있습니다. 이 보험계약은 예금자보호법에 따라 예금보험공사가 보호하되, 보호한도는 본 보험회사에 있는 귀하의 모든 예금 보호대상금융상품의 해약환급금(또는 만기시 보험금이나 사고보통금)에 기타지급금을 합하여 1인당 '최고 5천만원'이며, 5천만원을 초과하는 나머지 금액은 보호하지 않습니다. 지급한도, 면책사항 등에 따라 보험금 지급이 제한될 수 있습니다. 가입시점부터 최대 100세까지 갱신주기에 따라 갱신되며, 갱신 시 보험료가 인상될 수 있습니다. 손해보험협회 심의필 제29031호(2020.03.27)

인천국제공항이 새로운 가치를 창출하는 Global Leading Value Creator로 도약합니다.

