

서비스 산업 발전을 위한 디지털 기술 활용 및 정책방향

Policy Directions for the Development of Service Industries through Digital Technology

이제영(Lee, Jei Young)*

과학기술정책연구원, 부연구위원(Associate Research Fellow, Science and Technology Policy Institute)

초록(Abstract)

목적(Purpose)

본 연구는 소비자의 서비스 접근성이 강화되고 있는 유통·물류 분야를 중심으로 디지털 기술을 활용한 서비스 산업의 발전방향을 제시하는데 목적이 있다. 국내 서비스 산업의 고부가가치화를 위해 해결해야 할 과제를 이론적, 기술적, 정책적 관점에서 분석하고자 한다.

연구설계/방법론/접근방법(Design/methodology/approach)

본 연구에서는 혁신의 종류를 크게 서비스 상품 혁신, 프로세스 혁신, 마케팅 혁신으로 분류하고, 각 혁신에 대한 국내 서비스 기업들의 실제 혁신활동 수행 정도와 중요도, 저해요인에 대한 서베이 데이터를 분석하였다. 또한 전문가 설문에 기반한 계층화분석법(AHP)을 통해 국내 서비스 산업 발전을 위한 정책 추진방향과 세부과제에 대한 가중치를 도출함으로써 정책대안을 평가하였다.

연구결과(Findings)

국내 소규모 유통·물류 서비스 기업의 경우 상대적으로 마케팅 혁신에 주력하는 반면, 서비스 상품 혁신이나 프로세스 혁신 활동은 대기업이나 중기업에 비해 매우 저조한 것으로 나타났다. 또한 AHP 분석결과 디지털 기술에 기반한 국내 서비스 산업 혁신을 위해서는 데이터 유통 활성화를 위한 법제도 개선이 가장 우선적으로 추진되어야 할 핵심과제로 나타났다.

한계점과 시사점(Research limitations/implications)

(한계점) 본 연구는 거시적 관점에서 디지털 기술을 통한 국내 서비스 산업 발전을 위한 정책방향을 도출하는데 초점을 두고 있다. 향후 연구에서는 실제 기업의 혁신활동에 영향을 미치는 요소들에 대한 분석이 추가적으로 필요하다.

(시사점) 본 연구는 새로운 국가 경제성장 동력으로서의 서비스 산업의 중요성이 높아지고 있는 현 상황에서 국내 기업의 역량 고도화를 위해 정부가 서비스 산업 지원 정책, 스마트 서비스 구축지원, 관련 법제도 개선을 추진해나가야 함을 시사한다.

연구독창성/가치(Originality/value)

기존의 도·소매업을 중심으로 하는 상적유통에 대한 연구와 물류를 중심으로 하는 물적유통 각각에 대한 연구는 많았으나 유통산업을 광의의 개념에서 상적·물적 유통으로 취합하여 살펴본 연구는 많지 않은 상황이다. 최근 디지털 기술의 발전으로 생산-유통-소비로 이어지는 전통적인 밸류체인(Value Chain)의 붕괴가 일어나고 있어 서비스 혁신의 관점에서 이를 연구해야 할 필요성이 점점 더 높아지고 있다.

키워드(Keywords)

Service Industry, Service Innovation, Service policy, Digital Technology, Smart Service

*E-mail: jeilee@stepi.re.kr

부산항 컨테이너 부두의 운영효율성 비교분석 연구: DEA-CCR, BCC 모형분석

A Comparative Analysis on the Operational Efficiency for Container Port of Busan: The Results of a DEA-CCR, BCC Model

김용정(Kim, Yong Jeong)*

서강대학교, 경영전문대학원 GSM, 박사과정(Ph.D. Candidate, GSM, Sogang University)

하병천(Ha, Byoung Chun)

서강대학교, 경영학부/경영전문대학원, 교수(Professor, Business School, Sogang University)

초록(Abstract)

목적(Purpose)

항만의 경쟁우위를 좌우하는 가장 중요한 결정요인 중 하나가 바로 항만의 효율성이다. 항만효율성은 비단 개별항만의 경쟁력에만 국한되는 문제가 아니며, 해상운송비용 절감을 통해 국가의 수출경쟁력을 제고에도 중요한 역할을 한다. 따라서 부산항의 단계별 확장공사가 상당히 진척된 현 시점에서 경쟁항만과 효율성 비교분석을 통해 시기적으로 부합하는 의미 있는 시사점을 제시한다.

연구설계/방법론/접근방법(Design/methodology/approach)

동북아 지역에서 환적화물 허브항만으로 경쟁관계에 있는 부산항과 상하이항의 16개의 컨테이너터미널을 DMU(Decision Making Unit)로 하여 실효성 있는 Input 및 Output 변수를 선정하고 DEA 효율성 분석을 진행한다. 분석의 관점이 항만 전체가 아닌 개별 컨테이너터미널(부두) 단위의 운영효율성에 중점을 두고 분석이 이루어진다. DEA의 CCR, BCC 모형을 적용하고, 각 모형별로 투입지향(Input-oriented) 관점과 산출지향(Output-oriented) 관점에서의 분석결과를 제시한다.

연구결과(Findings)

연구결과, 부산항 신항의 컨테이너터미널은 규모의 효율성 측면에서 규모에 대한 수익체증(IRS: Increasing Return to Scale)하는 것으로 나타나고 있다. 즉, 부산항 신항의 컨테이너터미널은 자동화시스템에 의한 투자와 운영프로세스의 효율성이 확대되어 생산성이 비약적으로 증가할 수 있다. 반면, 세계 최대의 항만이자 중국의 대표 항만인 상하이항의 컨테이너터미널은 대부분이 규모에 대하여 수익체감(DRS: Decreasing Return to Scale)하는 것으로 나타났다. 시설적인 측면에서 투입요소들을 증가시킬 때, 생산성이 더 감소할 수 있다는 것으로 해석되어질 수 있다.

한계점과 시사점(Research limitations/implications)

본 연구에 적용한 투입 및 산출변수의 수와 연구의 표본인 DMU의 수와의 관계에 있어서, 정확한 자료수집의 어려움과 DEA 모형의 변별력과 관련한 방법론적 제약조건으로 투입 및 산출변수의 수가 총 4개로 국한되었다. 또한 분석의 성격이 정태적이어서 추후 연구에서는 시계열 데이터를 활용한 Malmquist 생산성 분석으로 동태적인 효율성 분석연구의 필요성이 있다고 생각한다.

연구독창성/가치(Originality/value)

DEA를 이용한 기존의 항만 효율성 분석연구들에서의 투입지향 위주의 분석과는 달리, CCR, BCC 모형에 대하여 투입과 산출지향 모두의 관점의 분석결과를 제시하고 있다. 또한 항만의 시설적 요소를 투입변수로 하여 산출변수인 화물처리량과의 관계로 부산항과 상하이항의 효율성을 비교분석하여, 부산항의 발전을 위해 시기적절한 전략적 시사점을 제시하고 있다는 점에 그 의미가 있다.

키워드(Keywords)

Busan Port, Container Terminal, Efficiency, DEA

* E-mail: vision-2020@nate.com

Mobility on Demand 수용에 대한 영향 요인 분석: 인천시 영종도 사례 기반으로

Accepting Factor Analysis for Mobility on Demand Services: Based on Incheon Youngjeong-do Case

윤성원 (Yoon, Sungwon)*

연세대학교 기술경영협동과정, 석사 연구원(Researcher, Technology of Management, Yonsei University)

이정훈 (Lee, Jung-Hoon)

연세대학교 정보대학원, 정교수(Professor, Graduate School of Information, Yonsei University)

초록(Abstract)

목적(Purpose)

본 연구의 목적은 요인 분석을 통해 시민들이 생각하는 MOD의 수용요인을 파악하여 앞으로의 발전을 위해 시사점을 도출하려 한다. MOD는 새로운 교통체계로 한국에 처음 적용될 예정이라 초반 시장 조사 및 발전하기 위한 방향성을 잡아야 한다. 시민들의 서비스를 수용하는 요인을 찾아 이를 기반으로 서비스의 발전 방향 및 타당성을 검증하려 한다.

연구설계/방법론/접근방법(Design/methodology/approach)

시민 100명에게 서베이를 진행 후 SPSS를 사용하여 요인 분석과 크론바흐 알파 계수를 통한 타당성 검증을 하고자 한다.

연구결과(Findings)

‘신뢰성’을 조절 변수로 퍼포먼스 기대치, 브랜드 이미지, 유용성을 독립변수, Perceived Problem Technology Fit과 사용 의도 (Intention to Use) 를 종속 변수로 설정한다. 독립변수들과 Perceived Problem-Technology Fit을 변수들이 지속적인 사용의도에 영향을 미치는 지에 대해 알아본다.

H1: 독립변수들은 종속 변수 Perceived Problem-Technology Fit 에 긍정적인 영향을 미친다

H2: Perceived Problem-Technology Fit은 종속 변수 “사용의도”에 긍정적인 영향을 미친다.

한계점과 시사점(Research limitations/implications)

본 논문의 한계점은 MOD 서비스는 아직 실행해본 서비스가 아니어서 본 모델은 탐색적 연구이다. 제안되는 변수 외에 새로운 변수들이 나타날 수 있다. 또한 실행 전의 시나리오로 도출되지 않은 운영중에 도출될 수 있다.

하지만 연구가 되지 않은 영역으로 국내에 신규 교통 서비스가 도입되기 위한 기초 단계이다.

연구독창성/가치(Originality/value)

본 연구는 기존 모빌리티 연구에서 공통적으로 사용한 공유 자동차 등의 주제가 아닌 MOD로 요인분석을 하여 시민들의 공감대를 파악 한다는 것에 의미가 있다. 또한 Perceived Problem-Technology Fit, 새로운 변수로 도시문제를 기술로 해결 할 수 있는지에 대한 판단을 한다.

키워드(Keywords)

Mobility, Acceptance, Factor Analysis, Citizen, Smart City

*E-mail: s.yoon711@gmail.com

셀프서비스 기술(SST) 사용의도(Usage Intention)에 대한 사용자의 기술 준비도(Technology Readiness)가 미치는 영향: 직원의 도움의 조절효과

Influence of user's adoption readiness on self service technology usage intention: Moderating role of employee's helping

정남호(Chung, Nam Ho)

경희대학교, 호텔관광대학 호텔경영학과, 교수

(Professor, College of Hotel & Tourism Management, Kyung Hee University)

이주미(Lee, Ju Mi)*

경희대학교, 호텔관광대학 호텔경영학과, 석사과정

(Master's degree student, College of Hotel & Tourism Management, Kyung Hee University)

구철모(Koo, Chul Mo)

경희대학교, 호텔관광대학 컨벤션경영학과, 교수

(Professor, College of Hotel & Tourism Management, Kyung Hee University)

초록(Abstract)

목적(Purpose)

급변하는 기술의 혁신으로 인해 셀프서비스 기술(SST)의 가용성이 향상되면서 SST 사용의 대한 연구는 매우 중요하다. 본 연구에서는 기존연구와 대조적으로 급변하는 기술의 혁신적인 특성을 반영하여 서비스를 사용하는 사용자 특성 간의 영향관계를 파악하고, 상주하는 직원의 도움이 있는 지 여부가 혁신적인 기술을 수용하는데 도움이 될 것이라는 연구목적을 제시한다.

연구설계/방법론/접근방법(Design/methodology/approach)

본 연구는 표적집단면접(Focused Group Interview)을 통해 정성적 연구를 실시할 것이며, 응답자들의 실제 SST 경험을 바탕으로 연구를 진행할 것이다. 대상은 10~20대와 30~40대를 한 집단으로 구성하고 각 집단은 6~8명으로 구성하고자 한다. 응답자들의 실제 SST 경험을 회상시키기 위해 단답형 질의응답은 배제하고 비슷한 유형의 질문을 반복하며 질의응답을 실시할 것이다.

예상되는 시사점(Expected implication)

본 연구는 SST의 특성을 통해 사용의도를 파악하고자 하였고, 직원의 도움이 있는지 여부를 함께 고려하며 기존연구와 대조적인 연구를 진행하고자 한 점을 의의를 기대할 수 있다.

연구독창성/가치(Originality/value)

무인화 시대가 초래된 정보 기술 사회에서 사용자의 기술준비도에 따른 기술의 혁신적인 특성을 살펴보고 그에 따른 사용의도를 알아본 것에 의의가 있다. 또한, 기존에는 분석되지 않았던 종업원의 도움의 여부를 변수로 추가함으로써 본 연구의 가치를 기대할 수 있다.

키워드(Keywords)

Self-Service Technology, Kiosk, Technology Readiness, Innovation Diffusion, Usage Intention

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

A Study on the Development Strategy of Korean Beauty Industry by Using SWOT-AHP Method

이주희(Lee, Joo Hee)

서강대학교, 경영전문대학원 GSM, 석사과정(M.S. Candidate, GSM, Sogang University)

김용정(Kim, Yong Jeong)*

서강대학교, 경영전문대학원 GSM, 박사과정(Ph.D. Candidate, GSM, Sogang University)

하병천(Ha, Byoung Chun)

서강대학교, 경영학부/경영전문대학원, 교수(Professor, Business School, Sogang University)

초록(Abstract)

목적(Purpose)

현재, 한국의 뷰티산업은 관광 및 예술산업과 연계하여 국가의 산업과 경제발전에 있어서 그 중요성이 부각되고 있고, 국가적 차원에서도 많은 관심을 기울이고 있다. 따라서 본 연구의 목적은 한국 뷰티산업의 발전을 위한 구체적인 전략대안을 제시하여, 시기적으로 부합하는 실효성 있는 뷰티산업 발전전략수립을 위한 토대를 제공하고자 한다.

연구설계/방법론/접근방법(Design/methodology/approach)

문헌연구를 통해 1차 SWOT Matrix를 구성하고, 뷰티업계 전문가와의 개별 심층인터뷰(In-depth Interview)로 현실성 있는 2차 SWOT Matrix를 구성한다. 그리고 최종적으로 2개 SWOT Matrix에서 최적의 구성요소를 선정하고 최종 SWOT Matrix를 확정한다. 확정된 SWOT Matrix에 AHP(Analytic Hierarchy Process)를 접목하여 Hybrid Method 방식으로 전문가 설문을 진행하고 분석한다.

연구결과(Findings)

연구결과, 계층모형 3단계 16개 구성요소들의 중요도가 계량화되었으며, 우선순위가 높은 요소들을 조합하여 SO, ST, WO, WT 4가지 형태의 전략대안을 제시하였다. SWOT-AHP 분석결과, 한국 뷰티산업의 발전을 위해서는 무엇보다 ST전략이 유력한 것으로 나타났으며, 따라서 실효성 있는 전략수립을 위해서는 ST전략의 구성요소들에 대한 선택과 집중이 필요한 것으로 나타났다.

한계점과 시사점(Research limitations/implications)

본 연구의 한계점은 AHP 분석의 특성상 응답자의 논리적 일관성 유지를 위해서 SWOT 요인별 구성요소들을 각각 4개씩으로 통제하였고, 또한 전문가 설문에 의한 평가에 참여한 뷰티산업의 전문가들이 미용분야의 전문가들로 국한되었다.

연구독창성/가치(Originality/value)

경영전략의 환경분석 프레임을 적용하여 문헌연구와 업계상황을 반영한 정교한 SWOT Matrix를 구성하였고, 더 나아가 AHP 기법을 이용하여 SWOT 구성요소들에 대한 중요도를 계량화하고 우선순위를 식별하여 시기적으로 부합하고 실효성 있는 한국 뷰티산업 발전전략수립의 토대를 제시하고 있다.

키워드(Keywords)

K-Beauty, Beauty Industry, Strategy, SWOT-AHP

소셜 미디어 인플루언서와 팔로워 간의
파라소셜 관계가 구매의도에 미치는 영향

Effects of the Parasocial Relationship between Social Media Influencers
and Followers on Purchase Intention

김용희(Kim, Yong Hee)*

송실대학교 경영학부, 조교수

(College of Business Administration, Soongsil University, Assistant Professor)

박영주(Park, Young Ju)

송실대학교 일반대학원 경영학과

(Graduate School of Business, Soongsil University)

노성래(Noh, Seong Rae)

한양대학교 일반대학원 신문방송학과

(Graduate School of Journalism & Mass Communication, Hanyang University)

초록(Abstract)

목적(Purpose)

본 연구는 인플루언서의 매력 및 동질성과 더불어 평판이 인플루언서와 팔로워 간의 파라소셜 관계에 미치는 영향을 분석하고 이러한 파라소셜 관계에 따른 팔로워의 구매의도와 인플루언서의 신뢰도간의 관계를 검증하고자 한다

연구설계/방법론/접근방법(Design/methodology/approach)

본 연구에서는 팔로워가 인식하는 인플루언서의 사회적 매력, 태도 동질성 및 평판이 인플루언서과 팔로워 간의 파라소셜 관계와 신뢰 및 구매의도에 미치는 영향을 파악하고자 하였다

연구결과(Findings)

연구 결과 사회적 매력, 태도 동질성은 파라소셜 관계에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 파라소셜 관계는 정보원 신뢰도에 정의 영향을 미치며, 정보원 신뢰도 역시 구매의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

한계점과 시사점(Research limitations/implications)

본 연구는 기업과 사회 그리고 소비자에게 새롭고 매력적인 마케팅 채널로 떠오르는 인플루언서의 영향력의 원인을 분석함으로써 인플루언서와 기업의 마케팅 전략을 위한 실무적 방안을 제안하고자 한다.

연구독창성/가치(Originality/value)

본 연구는 최근 논란이 되고 있는 인플루언서의 사회, 윤리적 이슈를 반영하여 파라소셜 관계와 구매의도 사이에 인플루언서의 신뢰도에 대한 역할을 분석함으로써 변화하는 팔로워의 인식 및 태도를 분석하였다.

*E-mail: yh.kim@soongsil.ac.kr

키워드(Keywords)

Social Media, Influencer, Follower, Parasocial Relationship, Purchase Intention

국제학술대회 참가자의 동기요인과 의사결정에 관한 연구
—자기결정이론과 조절초점이론을 적용하여—

The Motivation Factors of Participants in International Conference and
Effects on the Participation Decision Attitude : Self-determination theory and
Regulatory focus theory

김소연 (Kim, So Yeon)*

경희대학교, 컨벤션경영학과, 석사

(Master, Department of Convention Management, Kyung Hee University)

구철모 (Koo, Chul-Mo)

경희대학교 컨벤션경영학과, 교수

(Professor, Department of Convention Management, Kyung Hee University)

정남호 (Chung, Namho)

경희대학교 호텔경영학과, 교수

(Professor, Department of Hotel Management, Kyung Hee University)

초록(Abstract)

목적(Purpose)

본 연구는 컨벤션 참가자에 있어서 자기결정론(SDT)에 근거한 내재적, 외재적, 무적 동기요인이 태도에 미치는 영향을 파악하고, 조절초점이론(RFT)을 적용하여 개인에게 내재된 목표추구 성향이 반영 되었을 때 태도에 어떠한 결과를 보이는지 파악하는 것을 목적으로 하고 있다.

연구설계/방법론/접근방법(Design/methodology/approach)

연구는 대한의학회 산하학회에 소속된 의료진 200명을 대상으로 지역은 전국으로 설정하였다. 연구를 위해 표본의 특성을 파악하기 위해 빈도분석을 실시하고, 기술통계량 및 요인분석을 실시하여 문항 축소 및 정제 작업을 실시하였다. 이러한 결과를 바탕으로 신뢰도 및 타당도를 확인하였으며, 상관분석을 통해 유의값과 두 변수간 관련성을 파악하고 회귀분석을 실시하여 영향관계를 확인하였다. 아울러 구조방정식 모델을 검증하기 위해 Smart PLS 프로그램을 사용하였다.

연구결과(Findings)

실증적 분석으로 얻어진 결과는 내적동기($p<.01$), 내적동기+향상초점($p<.01$), 무동기+향상초점($p<.01$)에서 태도에 미치는 영향이 유의한 것으로 확인되었다. 비표준화계수는 내적동기($B=-.491$), 외적동기($B=.012$), 향상+내적($B=1.271$), 향상+무($B=-.761$), 예방+무($B=.185$)로 확인되었으며, 이는 외적동기, 내적+향상, 무+예방동기가 높아질수록 태도는 향상된다는 것이 유의함이 확인되었다. 태도에 가장 큰 영향력을 미치는 동기는 내적+향상, 무+예방, 외적동기 순으로 나타났다. 이러한 결과는 향상초점과 예방초점을 통해서 태도에 전달되는 경우가 그렇지 않은 경우보다 참가결정에 영향을 주는 것으로 확인되었다.

*E-mail: kimsoyeon8349@gmail.com

한계점과 시사점(Research limitations/implications)

한국의 학술대회 및 컨벤션은 양보다 질적 성장이 필요하며, 이를 위해서는 참가자들의 의사결정과정에 대한 이해가 무엇보다 필요하다. 따라서 본 연구결과를 통해 각각의 특성 있는 참가동기요인을 파악하여 좀 더 정확한 컨벤션 마케팅 시장 분석에 활용되고자 시사점을 도출하고자 한다.

연구독창성/가치(Originality/value)

현재까지의 참가동기연구 중 자기결정이론과 조절초점이론을 결합하여 동기를 구분하는 연구는 매우 드물다고 할 수 있다. 이것은 자의 혹은 타의에 의한 최종 “참가결정” 단계에서 발생하는 내재된 개인의 목표추구 성향이 태도와 참가의도와의 관계에 미치는 영향관계를 파악하고 기존 참가자와 잠재 참가자를 식별해야하기 위해 조작적 수정 및 개인의 행동을 조절하는 관점과 결합하여 새로운 접근을 시도해 보고자 시작되었다.

키워드(Keywords)

Conventions, Attendee, Motivators, Self-determination theory, Regulatory focus theory
