

Service Desk의 서비스 품질이 조직의 업무 효율성 증대에 미치는 영향에 관한 연구

김동철* · 김광용** · 임성택***

A Study on Effectiveness Enhancement of Organization thru Service Quality of Service Desk

DongChul Kim* · GwangYong Gim** · SeongTaek Rim***

■ Abstract ■

This study is to guide to estimate service quality on ITSM operation based on ITIL(IT Infrastructure Library). ITIL v2 and v3 provide how to integrate framework of IT service and business process. It is widely used as ITSM operation base.

As a latest IT trend, ITSM covers Hardware, Software, SaaS, Network, Call center, Helpdesk, ASP portal and IT operation. Servicedesk is selected as target area where valid sampling is addressable and service change is rapid.

Traditional Helpdesk was focusing on technical support to solve internal IT issues passively. But it was evolved into Service Desk which focus in process and provide integrated service from customer's business view point preventively and proactively. Accordingly outsourcing types business are normally performed by group of professional capability. Service quality is measured under the SLA(Service Level Agreement). This study utilized SERVQUAL model as service quality measuring tool developed by Parasuraman, Zeitaml and Berry to find critical factors to satisfy customer. And test was processed regarding effectiveness of IT organization and customer view point thru sampling.

Though valid parameters can be changed by ITSM areas under the SERVQUAL models, they naturally can be accepted as a index of service quality measurement after sampling test with acceptable significance. And I recommend to follow this study as a preparation before official SLA.

Keyword : ITIL, ITSM, SERVQUAL, Servicedesk, SLA

논문투고일 : 2009년 10월 17일 논문수정완료일 : 2009년 12월 17일 논문게재확정일 : 2009년 12월 17일

* 송실대학교 대학원 IT정책경영학과

** 송실대학교 IT정책경영학과 교수

*** 고려대학교 경영정보학과 교수

1. 서 론

최근의 IT 추세는 컨버전스(Convergence)와 유비쿼터스(Ubiquitous)라는 단어로 대변된다. 이러한 IT의 발달은 H/W 측면, S/W 측면, 그리고 서비스적인 측면으로 볼 수 있다[39].

반도체의 집적도는 IT 장비의 발달을 가져왔는데, 1년 반만에 2배의 성능 향상을 가져오는 추세이다. 어느 기종을 사던지 불과 1~2년 후에는 낡은 장비가 되는 것이다. 그렇다고 도입하지 않을 수도 없고 도입하자니 곧 신기종이 나올 것이고 수요자들의 고민을 해결하기 위한 노력들이 도처에서 시도되었다. 그 중의 한 갈래가 여러 기능들을 하나로 묶는 것이다. 일례로 휴대폰에 카메라, MP3, 전자 사전, 일정표 기능 등을 통합하거나, 냉장고에 노트북을 탑재하여 인터넷 서비스나, TV, 홈 서버의 역할을 하는 등의 컨버전스 사례이다.

S/W측면에서는 H/W보다 발전이 더 빠른데다가, 한글화 문제와 표준화 문제 등의 쉽게 풀리지 않는 어려움을 가지고 있는 상황에서 불법복제의 문제가 크게 대두되면서 비용적인 문제가 적지 않게 발생하게 되었다. 이러한 이유로 S/W를 사서 쓰기 보다는 SaaS(S/W as a Service)같은 새로운 S/W를 이용하여 서비스를 제공하는 새로운 종류의 모델이 나오고 있다. 사용자는 내가 필요한 어플리케이션이 실제로는 어느 곳에서 운영되고 있는지는 확실히는 알 수 없지만 필요한 서비스는 받을 수 있는 것이다. 내가 직접 운영하고 있는 것이 아니고 인터넷을 통해 이용을 하다 보니 시간과 장소의 구애가 없어지고 서비스의 품질에 따라 사업자를 선택하는 새로운 기준이 사회적 현상이 되고 있다. 유비쿼터스 컴퓨팅의 한 사례로 볼 수 있겠다.

마지막으로 서비스적인 측면으로는 서비스를 제공하는 사업자가 경쟁력을 가지기 위해 보다 높은 수준의 서비스를 제공하게 되면서 이제는 콜라 쓰는 서비스 시대가 열리게 되었다. 그러나 이러한 서비스에 대한 개념은 앞서 거론된 H/W나 S/W

보다 늦게 태어난 모델로 여러 가지 개념이나 표준 등이 현재에도 계속해서 나오고 있는 실정이다. 또한 인터넷 등의 발달로 인해 서비스가 발달하는 측면도 있어서 사용자 측면에서는 어느 서비스가 좋은 지에 대한 혼란이 과거보다 덜하다고 볼 수 없다. 일례로 자동차를 인터넷이나 전화 한통화로 살 수 있게 되었다. 그러나 쉽게 샀지만 잘 샀는지는 알기 어렵다.

이상의 모든 분야가 앞으로는 IT서비스로 귀결이 된다. H/W도 Data Center로부터 Power Service를 받고, S/W는 당연히 SaaS 같은 서비스의 대상이 되며, 서비스 자체도 점점 더 범위와 품질을 높여가고 있어서 개인이든 기업이든 사용자 측면에서 서비스와 관련된 논의가 계속될 것이다[39, 40].

연구대상인 ServiceDesk는 과거의 Helpdesk로부터 출발한다. Helpdesk의 기능은 잘 아는 바와 같이 기업 내에서 각종 IT 부품을 전직원이 사용하게 되면서 사소한 사용법 및 장애에 대한 1차 대응을 하기위한 조직이었다. 실제로 Helpdesk의 사무실을 방문해 보면 고장난 장비로 가득 차있는 정돈되어 있는 많은 사무실 환경을 경험해 보았을 것이다. 또한 각종 불편 사항을 처리하고 있는 부서도 여기저기에 흩어져 있어서 사용자 입장에서는 업무의 효율을 떨어뜨리게 되며, 기업 전체적으로는 생산성의 경쟁력 저하를 가져올 수 있다. 아직 Servicedesk의 개념이 널리 퍼져있지 않으므로 이러한 환경은 아직도 어디에서나 볼 수 있다.

Servicedesk는 단지 Helpdesk의 확장에 있는 것뿐만이 아니며 기업전체의 Communication을 재편하는 효과를 가져온다. 즉 단일화된 전사적 커뮤니케이션 체계를 구축하고 서비스 수준에 입각한 사용자 지원 서비스 지원체계를 구축하는 것까지 이르게 되는 것이다[36].

이와 같은 표준화되어 있지 않은 서비스를 국제적 수준의 ITSM(IT Service Management)의 참조모델인 ITIL(Information Technology Infrastructure Library)기반으로 정립하고, 서비스 수준을 측정하기 위한 모델을 도출하기 위해서는 국내의 현

황에 대한 실증적인 고찰이 필요하다.

글로벌한 기업환경에서 기업내의 ITSM에 관한 체계가 제대로 갖추어져 있지 않다면 일어날 수 있는 모든 상황에 대해 기업은 극도의 혼란을 겪게 되어 경쟁력을 잃게 된다. 또한 이러한 과정에서 기존에 구축한 Helpdesk를 재편하는 여러 가지의 시도로 비용적인 면에 있어서도 중복적인 낭비가 생기게 된다. 또한 전문 업체에게 아웃소싱을 맡길 경우에 서비스 수준에 대한 정립이 잘 되어 있지 않으므로 과도한 비용을 지불하고도 제대로 된 서비스를 받았는지 알아볼 수가 없게 되는 것이다.

본 연구에서는 ITSM의 역량을 강화시키고 글로벌한 서비스프로세스 고도화를 추구하며, 아울러 서비스 품질에 있어서도 객관적인 타당성을 견지할 수 있는 서비스데스크의 품질 모델을 찾아보고자 한다.

첫째, 글로벌한 IT서비스 지원 프로세스를 정립하는 체계를 살펴보고 최근의 추세에 대해 정리한다.

둘째, 단일화된 전사적 서비스 체계를 구축하는 Servicedesk의 내용을 파악하고 서비스의 주요 요소를 정리한다.

셋째, 표본집단 Sampling을 통하여 기 구축된 기업내에서 서비스 품질과 Servicedesk의 구성요소가 기업의 경쟁력에 미치는 영향력을 측정하여 유효한 서비스 측정 모델을 도출한다.

넷째, 새로이 Servicedesk의 구축을 계획하고 있는 기업에게 서비스 품질을 기능 할 수 있는 기준을 제시하거나, 아웃소싱 계약을 갱신하는 고객에게 품질 향상을 위한 가이드를 제공 할 수 있게 한다.

본 연구에서는 서비스사이언스, ITSM과 ITIL의 문헌적 연구를 거쳐, Servicedesk의 품질을 측정하는 모델을 도출하는 노력을 하게 된다.

먼저 독립변수로 작용하게 될 Servicedesk의 품질차원의 신뢰성, 확산성 유형성, 공감성, 대응성 등이 있고, 기능 차원의 프로세스, 조직, 시스템 등으로 구성되어 있다.

둘째로는 고객 만족도를 매개변수로 사용하였

다. 즉, 고객 만족이 Servicedesk의 품질차원과 기능차원을 조직의 업무 효율성을 매개 할 것으로 설정하였다.

마지막으로 조직의 IT 조직 측면과 IT 사용자 측면의 효율성을 종속변수로 설정하였다. Servicedesk의 궁극적 목적으로 측정되는 IT 조직관점의 비용절감과 생산성향상, IT 사용자 관점의 생산성향상과 의사소통 활성화를 구체적인 종속변수의 내용으로 하였다.

다음으로는 상정된 모형을 검증하기위한 단계로 Servicedesk의 품질차원, 고객만족, 조직의 효율성을 이루고 있는 변수들 중에서 유효한 변수들을 도출하고, ITSM 차원에서의 Servicedesk에 적합한 서비스 차원을 개발하며, 서비스 품질에서 고객만족으로 또 조직의 효율성에 이르는 인과관계를 검증하고자한다. 이어 설문조사를 거쳐 신뢰성분석, 회귀분석, 다변량 분석 등을 이용하였다.

2. 관련 연구

2.1 서비스데스크

서비스데스크는 정보시스템 사용자 및 고객과의 접점에서 IT서비스를 제공하는 창구이다. 서비스데스크는 서비스 사용자로부터 서비스 개선에 대한 요청을 받아 해결하거나 새로운 서비스를 제공하는 역할을 수행하는 조직이다. 최근의 서비스데스크는 ITIL 기반의 ITSM을 구현하는 하나의 사례로 콜센터와 함께 아웃소싱의 대표적인 모델이 되고 있다.

서비스데스크는 IT 부서의 관점에서 서비스 지원 기능을 수행하는데 없어서는 안 될 의사소통 도구로 활용되며, 사용자와 IT서비스 간의 접촉창구로 사용자 부서 또는 업무를 대신하여 서비스를 개선하는데 목표를 두고 있다.

<표 1>에서 보듯이 기존의 Helpdesk와는 관리 범위, 프로세스 범위, ITIL 준수 여부, 구성관리 데이터 베이스 유무 등에 있어 상당한 차이가 있다

[8]. HelpDesk는 최소의 IT 지원 조직 형태로 출발하였기 때문에 조직내에서의 위상이 크지 않으므로 그간에는 학문적으로나 실증적으로 크게 연구의 대상이 되지 못하였다. 그러나 최근의 모든 업무는 IT서비스를 근간으로 하고 있어서 이를 지원하는 서비스데스크의 역할이 상당해졌고, 조직내에서의 위상도 없어서는 안 될 중요한 비중을 차지하게 되었다. 뿐만 아니라 서비스사이언스의 등장 그리고 ITSM과 ITIL 등에서 서비스 데스크의 방향과 역할 등이 구체적으로 정의되고 있어서 초기단계의 서비스데스크의 연구가 가능해졌다.

〈표 1〉 Helpdesk와 서비스데스크의 차이점

분 류	Helpdesk	서비스데스크
특 성	단순 대응	적극적 지원
프로세스 범위	OA기기를 포함한 단순기기 장애 및 서비스 요청 처리에 중점	IT 운영 전반에 걸쳐 장애, 구성, 변경, 릴리즈 관리, 프로세스 지원등
지식관리 DB	없거나 제한적임	있음
인력운영	유동성 확보 불가	유동성 확보 가능
고객과의 접점	장비별로 다수의 접점임	단일화된 접점임

최근의 학문적인 연구는 Chipman(2007)이 글로벌 사회에서의 HelpDesk 구축 및 운영을 연구하였으며, Govindarajulu(2002)와 Smith(2003)는 HelpDesk 이후의 다음 IT서비스 모델에 대해 언급하였다. 국내에서는 김성철, 박조은(2006), 김정수, 서상구(2003)가 HelpDesk의 현황과 서비스데스크의 구축방안에 대해 연구하였다. 서비스데스크는 현재 이론적 배경이 진행되고 있고 구축 초기 단계이므로 이까지 이 분야에서 다양한 연구가 되어 있지 않은 실정이다. 실제로는 아직 HelpDesk조차도 구축되어 있지 않은 경우가 상당히 많다. 서비스 데스크는 HelpDesk가 주는 장점보다 월등한 서비스를 제공하게 되므로 서비스사이언스의 라이프 사이클에 따라 비즈니스화가 진행되고 있다.

서비스데스크는 구축과 운영 비용이 상당히 들어가게 되므로 조직내에서의 자체 구축/운영 보다는 전문업체로의 아웃소싱을 고려하여 초기 구축시의 비용문제를 해결하게 된다. 또한 고도화된 서비스 사회에서는 이러한 서비스의 품질을 높이기 위한 노력여하에 따라 경쟁력을 가지게 되므로 품질을 측정하기 위한 연구가 필요하게 된다.

2.2 서비스데스크 기대효과

서비스데스크 관리자는 서비스데스크 운영 전반에 대한 책임을 지고, 서비스데스크 요원은 사용자들의 다양한 서비스 요청 및 장애를 접수하고 정해진 규정에 따라 서비스를 제공한다.

서비스데스크는 원활한 서비스를 제공하기 위하여 서비스 요청사항의 접수, 처리 모니터링, 워크플로우 기능을 지원하고 시스템 관리도구, 네트워크 관리 도구, 데스크톱 관리 도구 등과의 인터페이스를 지원하는 등의 자동화도구가 필요하다. 아울러 각종 유무선 선진 통신 시스템과 개인용 의사소통 시스템의 인프라를 갖추고 있다. 운영을 위해서는 지식 검색, 진단 도구, 자동 운영도구, 지식관리 및 구성관리 데이터베이스와 콜 모니터링을 위한 현황판과 성과 분석 보고서 시스템이 필요하다.

서비스데스크는 ITSM 구축 영역 중 사용자와 서비스 공급자 간의 커뮤니케이션이 일어나는 접점이므로 사용자가 느끼는 효과에 큰 영향을 미치게 된다. 서비스데스크의 기대효과는 <표 2>에서와 같이 IT 조직 관점과 IT 사용자 관점에서 볼 수 있다.

서비스데스크의 효과를 극대화 하기 위해서는 ITIL과 ITSM에 바탕을 둔 체계적인 서비스데스크의 구축은 물론이고, 한국적 서비스 현황이 가지고 있는 실증적인 문제점들을 파악하여 입증된 방법론에 의거하여 유효한 요소들을 파악해 내는 것이 중요하다. 도출된 요소들은 한국적 상황에서 강조할 것과 축소할 것으로 분류하여 효과적인 서비스

가 제공이 되고 만족도가 향상되며 아울러 조직의 업무향상에 기여하게 되는 것을 목적으로 한다.

2.3 서비스사이언스의 정의

서비스사이언스는 SSME(Service Science, Management and Engineering)의 줄임말이다. 이는 현재 주요 대학을 중심으로 44개 국가에서 130여 개 프로그램이 운영 중이며 미국과 유럽을 중심으로 중국, 인도, 한국, 일본 등이 참여하고 있다[IBM Korea SSME Symposium]. 서비스사이언스 학문의 필요성을 제기한 IBM은 서비스사이언스를 다음과 같이 정의하고 있다. 즉, 서비스 시스템은 사회, 기술, 경제를 포함하는 복합 시스템으로 인식되어야 하며, 그 연구 또한 기술혁신, 경영혁신, 수요혁신, 사회조직혁신을 포괄하는 서비스 혁신 개념을 다루고 경제학, 경영학, 사회과학, 엔지니어링 등의 다학제적(Multidisciplinary)인 차원에서 이루어질 필요성을 주장하고 있다. 따라서 서비스사이언스는 기존의 서비스가 가지고 있는 무형성, 비분리성, 비동질성, 소멸성이라는 정의의 한계를 극복하고 다소 포괄적인 영역을 다루어 과거의 특정 학문의 기능 중심적인 접근법을 탈피하는 것을 지향하고 있다.

관련 학술지로는 CACM(Communications of ACM) 저널에서 2006년 6월에 서비스사이언스 특집호를 발간하였고, 2008년도에는 IBM System Journal (2008) 또한 서비스사이언스 특집호를 발간하였다. 마케팅 분야에서는 Journal of Academy of Marketing Science(2008)라는 세계적인 저널이 서비스 지배논리(Service Dominant Logic)라는 내용을 출간하였다. 경영 분야에서는 California Management Review라는 저명한 저널에서 서비스 산업에 대한 특집호를 발간하였다.

이와 같이 서비스 산업의 발전이 학계와 업계에서 동시에 전세계적으로 전파되고 있으며, 한국에서도 같은 현상이 일어나고 있다.

2.4 서비스 지배논리

서비스사이언스를 이해하기 위해서는 제품지배논리(Product-Dominant Logic)와 서비스지배논리(Service-Dominant Logic)에 대한 이해가 필요하다.

1776년 아담 스미스 이래 국가의 부를 증대시키는 활동으로서 제품을 만드는 것이 중요한 것으로 인식되고, 서비스는 기타 등등의 비생산적인 것으로 인식되어 왔다(Virgo and Lusch, Spohrer et al. [38-40]). 따라서 기업의 관심사항은 제품생산에 관련된 효율에 있었으며, 무상의 애프터 서비스를 제공하는 정도가 제품에 따라다니는 수준이었다. Vargo and Lusch(2008a)는 이러한 사고를 ‘제품 지배 논리’라고 정의하였다. 제품 지배 논리에서는 경제활동이 제품을 사고파는 활동에 가치를 집중하고 있으므로 서비스는 가치 창출 보다는 다양한 보조적인 활동을 일컫는 의미로 간주 되었다.

제품 지배 논리와는 대조되는 개념으로 서비스 지배 논리가 있다. 이것은 제품의 생산이나 교환에 의해 가치가 창출되는 것이라기 보다는 제품의 사용에 의해 가치가 창출된다는 것이다. 제품 지배 논리에서 가장 중요한 교환의 요소였던 제품은 서비스를 제공하기 위한 전달수단으로 인식된다. 제품은 서비스를 제공하는 과정의 일부분으로 보게 되는 것이며, 서비스의 가치는 고객이 구매하는 상품에 있는 것이 아니라, 소비자가 궁극적으로 달성하고자 하는 목적을 얼마나 효과적으로 달성하였는가에 의해 결정된다. 따라서 상품은 고객의 가치 창출 과정에서 수단으로 쓰이는 것이며, 여기에 무형의 서비스가 수반됨으로써 서비스의 가치가 결정된다는 것이다. 이러한 과정은 상품의 서비스화(Servicizing Product), 혹은 서비스의 상품화(Productizing Service)라는 개념으로 설명되기도 한다. 과거에는 상품이 개별적인 존재였으나 이제는 무형의 서비스와 결합되어 가치가 창출되고, 과거에는 무형으로 제공되던 서비스가 이제는 유형의 상품과 결합되거나 전환되어 가치가 창출

된다는 것이다.

<표 2>는 지금까지 논의된 제품 지배 논리와 서비스 지배 논리를 경제활동의 목적, 주요 교환단위, 활용 자원, 그리고 고객의 역할을 중심으로 요약하였다.

<표 2> 제품 지배 논리와 서비스 지배 논리의 비교

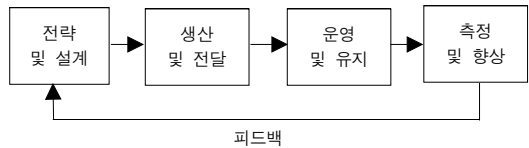
	제품 지배 논리 (G-D logic)	서비스 지배 논리 (S-D logic)
경제활동 목적	생산과 판매	공동 가치 생성
주요 교환단위	제품 또는 산출물, 서비스	servicing and experiencing
활용 자원	천연자원/ 물리적유형자원 (operand resource)	지식/스킬 같은 비유형자원(operant resource)
고객의 역할	제품의 구매자 또는 소비자	공동생산자

서비스사이언스는 서비스 지배 논리를 근간으로 하고 있으며 서비스 지배 논리에 따라 기업이 경쟁력을 극대화 할 수 있는 방법을 제시하는 것에 초점을 맞추고 있다.

2.5 서비스사이언스 분석 방법론 : Co-Value Creation Model(co-VaC Model)

co-VaC Model은 서비스를 라이프 사이클적인 측면에서 접근한다. 서비스 라이프 사이클은 서비스 시스템이 시간이 지남에 따라 어떻게 변화하는지를 나타내는 동적인 개념이다. 서비스 시스템은 예측된 변화와 예측되지 않은 변화의 결합을 통해 시간의 흐름에 따라 변화하는데 그 변화하는 단계들을 라이프 사이클이라는 형태로 표현한 것이 서비스 시스템 라이프 사이클이다. [그림 1]는 서비스 사이언스의 주요 활동을 분석한 결과를 근거로 co-VaC Model의 4단계 라이프 사이클을 보여준다. 1단계는 전략/분석(Stratgy/Design)을 2단계는 생산/전달(Production/Operation)을 3단계는 운

영/유지(Operation/Maintenance)를 그리고 4단계에서는 측정/향상(Monitoring/Enhancement)으로 구성되어 있다. 이 모델에서 중요한 점은 기존의 서비스 관리에서는 운영/유지라는 개념이 없거나 취약하였는데, 서비스가 서비스 제공자와 고객 간의 지속적인 상호작용 관계라는 점을 인식하여, 이를 서비스 관리의 중요한 단계중 하나로 포함하였다는 것이다. 또한 측정/향상을 별도의 독립 단계로 분류함으로써 이에 대한 중요성을 현실적으로 부각시켰다.



[그림 1] 서비스사이언스의 라이프 사이클

co-VaC Model은 서비스사이언스 이론에 기초를 두고 만들어진 것으로 기업이 생산성을 높이고자 한다면 이것을 실질적으로 활용할 수 있다. 본 방법론의 장점은 제공자의 역할 뿐만 아니라 고객이 무엇을 해야 하는지, 어떻게 고객을 가지 창조 활동에 참여시키도록 하는지 기업으로 하여금 체계적인 진단을 하도록 해준다. 그리고 가치창출을 위하여 다양한 네트워크를 만들고 관리하는데 필요한 항목들을 점검하고 개선점을 찾도록 하여 준다.

2.6 ITSM의 개요

정보기술의 발달로 인해 IT서비스는 기업 활동을 지원하는 기능에서 기업 활동의 필수 요소로 자리 잡게 되었다. 원활한 IT서비스는 물론이고 고품질의 IT서비스는 기업의 생존과 직결되므로 IT 서비스를 체계적으로 관리하고자 하는 활동들이 많이 생겨나고 있으며 이것이 ITSM의 근간이라 할 수 있다.

ITSM에 대한 정의는 다음의 <표 3>에서 보는 것처럼 다양한 관점에서 다루어지고 있다.

〈표 3〉 ITSM에 대한 정의

출처	ITSM의 정의
IBM[17]	People, Process, Technology 및 Information의 유기적 연계를 통하여, 최적의 비용으로 고객과 합의된 서비스 품질을 제공할 수 있는 IT 운영관리 체계
Gartner[3]	합리적이고 예상 가능한 IT서비스를 제공하는데 필요한 프로세스, 조직, 역량, 기술의 집합체로 주어진 비용 구조 하에서 요구되는 성과를 창출하기 위한 IT서비스 포트폴리오의 비즈니스적 가치를 극대화하는 것
itSMF*	수준 높은 품질의 IT서비스를 개발하고 제공하는데 관련된 전체 IT Life Cycle에 관련된 모든 활동의 집합
김동오[2]	합리적 비용 범위 내에서 합의된 품질 수준의 서비스를 제공할 수 있도록 프로세스, 지원, 기술을 총체적으로 관리하기 위한 선진적 IT 관리 체계

주) * itSMF : IT Service Management Forum.

ITSM을 좁은 의미에서 보자면 정보시스템의 운영을 전통적인 기술 중심의 관리에서 벗어나 경영 지향적이고, 전사적인 측면에서 서비스적인 관점에서 입각해 보다 체계적으로 관리하기 위한 접근 방법을 말한다. 그러나 넓은 의미에서의 ITSM의 개념은 단순한 IT서비스의 제공 및 지원 등과 같은 정보시스템의 운영 기능 뿐만 아니라 정보시스템의 계획 수립, 정보 시스템의 조직 및 인력 관리, 프로젝트 관리, 품질 관리, 정보시스템 개발 및 유지보수 등과 같은 IT에 관련된 모든 측면을 보다 체계적으로 관리하기 위한 접근 방법을 말한다 [7, 9]. <표 4>는 전통적인 IT 운영과 ITSM을 구분하기 쉽도록 비교해 놓았다.

〈표 4〉 전통적인 IT 운영과 ITSM의 비교

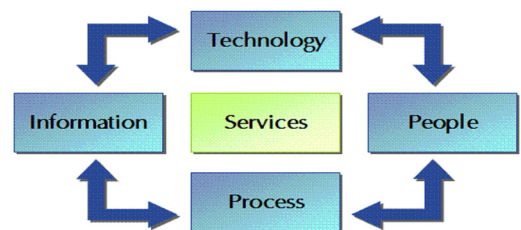
전통적인 IT 운영관점	ITSM 관점
기술 중심	프로세스 중심
문제 해결 위주이며 수동적임	예방차원이며 능동적임
사용자를 대상으로 함	고객의 개념을 도입함
중앙 집중 구조로 자체 서비스를 지향함	분산 구조로 아웃 소싱 개념이 도입됨
격리된 사일로 구조임	전사적인 통합된 구조임
일회용 처방 프로세스로 영구적이지 못함	반복적이고 신뢰 있는 서비스로 구성됨
비형식적인 프로세스임	정리된 베스트 프랙티스임
내부의 IT 관점임	비즈니스 관점임
운영에 중점을 둠	서비스에 중점을 둠

이러한 개념의 IT서비스 관리 체계를 구축하기 위해서는 우선적으로 ITSM 프로세스 개선이 수반되어야 한다. 즉 전통적인 IT 운영관점에서 명확한 프로세스를 수립하고, 조직적 서비스 역량 강화 전략을 도입하여 측정 가능한 높은 품질의 서비스를 제공하게 하는 ITSM의 관점으로 변화하게 되는 것이다.

ITSM의 목적은 조직 내의 정보시스템 비중이 날로 커지는 것에 비례하여, 저 품질의 IT서비스가 미치는 영향이 막대하므로, 관리 환경의 다양화 및 관리 체계의 표준화 부재와 불안정한 시스템의 운영으로 인한 고객 서비스의 품질 저하를 예방하기 위한 것이라 볼 수 있다.

2.7 ITSM의 구성

ITSM 을 구성하는 요소는 [그림 2]와 같이 기술, 인력, 프로세스 그리고 정보를 들 수 있다. 더러는 문화와 조직을 추가해서 말하는 경우도 있다[10].



[그림 2] ITSM의 구성요소

첫 번째 요소인 기술은 최적의 IT서비스를 제공하기 위한 솔루션을 말하며, IT 프로세스를 자동화하고 관리를 편리하게 해주는 기능을 가지고 있으며, 서비스 제공자와 수혜자간의 전 의사소통의 근간이 된다. 두 번째 요소인 정보는 서비스를 구성하게 되는 기본 단위로 데이터 베이스로 구축하게 되어 반복적이고 신뢰 있는 서비스를 제공하는 근간이 된다. 세 번째 요소인 프로세스는 ITSM 체계에 있어서 가장 중요한 요소라 볼 수 있으며, IT서비스 지원 및 제공을 위한 IT 비즈니스 프로세스를 말한다. 마지막 요소인 인력은 최적의 IT서비스를 제공하는 데 필요한 기술과 능력을 갖춘 인력을 양성하고 확보하는 것을 말한다. 최근에 많은 솔루션 업체들이 ITSM 관련 솔루션을 출시하고 있는데 전문성의 정도와 인더스트리에 따라 관점이나 주요 구성 요소가 다르게 되거나 우선순위가 달라지는 경우도 있다.

2.8 ITIL의 개요

최근의 비즈니스와 IT 환경은 따로 따로 분리해서 생각하기 힘들고 새로운 가치를 창출하기 위한 결합이 시도되고 있다. 또한 IT 환경만 놓고 보더라도 기술 중심의 전통적인 IT 관점에서 고객 중심의 고품질 IT서비스를 지향하는 ITIL 모델 기반의 IT서비스 관리를 요구하고 있다. 비즈니스로의 IT를 바라보는 현상이 대두된 것이다.

사회적으로 현재의 IT서비스의 문제점을 파악하고 합리적인 수준의 비용으로 최적의 IT서비스 제공하기 위한 요구가 대두되고 있으며, 사전 작업으로서 전문 컨설턴트로부터의 자문을 받는 기관들이 늘고 있는 추세다.

ITIL은 IT서비스 관리 업계의 모범 사례를 집대성한 IT서비스 관리 프레임워크로서 구현 및 운영 전반에 걸쳐 프로세스 및 조직 그리고 톨 부분에 대한 가이드를 제시하고 있다.

ITIL은 유관기관 종사자들에 의해 수년간 검증을 거쳐 영국의 정부 기관들에 적용이 되고 지속적인 발전을 거듭하여 ITSM 분야의 전 세계적인

로 적용되는 표준모델이 되었다. 현재 전세계의 많은 기업으로부터 표준 ITSM 프레임워크로 채택되어 사용되고 있으며, 현재의 IT 조직은 비즈니스 조직의 요구 사항에 따라 IT서비스 품질 향상에 역량을 집중하고 있으며 고객 지향적 접근 방식을 채택하고 있다.

ITIL은 크게 서비스 지원과 서비스 제공 프로세스 영역으로 구분되고 있다. 서비스 지원은 최종 사용자와 관련된 IT서비스 프로세스로 제공된 IT서비스를 안정적으로 유지하기 위한 IT 운영 프로세스를 정의하고 있다. 서비스 제공은 서비스 비용 지불자와 관련된 IT 프로세스로, 고객과 일정한 비용 범위 내에서 합의된 품질의 서비스를 제공하기 위해 다양한 각도에서 비즈니스 요구에 대한 분석을 하여 고객이 원하는 수준의 서비스를 정의하고, 계약하고, 정의된 서비스 수준을 위해 요구되는 요소들을 파악하여 서비스 수준을 모니터링하는 프로세스를 정의하고 있다[12, 14]

ITIL은 비즈니스와 고객의 현재와 미래의 요구에 맞게 IT서비스를 재배치하고, IT서비스의 품질을 재배치하고, 서비스 제공에 대한 장기간의 비용을 절감하는 것을 목표로 하고 있으며, 기대효과로는 고객입장에서는 IT 조직과 고객 간의 커뮤니케이션이 개선되고, IT 조직이 체계적으로 업무를 수행함으로써 서비스의 품질과 가용성이 개선된다. 또한 IT 조직 입장에서는 프로세스 표준화로 IT서비스 표준화로 IT서비스 구성요소의 효과적인 이웃소싱이 가능해진다. ITIL 베스트 프랙티스를 수행하면 서비스 중심으로 문화적 변화가 촉진되어 ISO9000이나 ISO/IEC20000(BS15000)에 근거한 품질경영시스템의 도입과 정착이 용이해진다. IT서비스 수준에 대한 지표화와 IT서비스 품질 유지에 필요한 IT 비용의 계량화가 가능해진다.

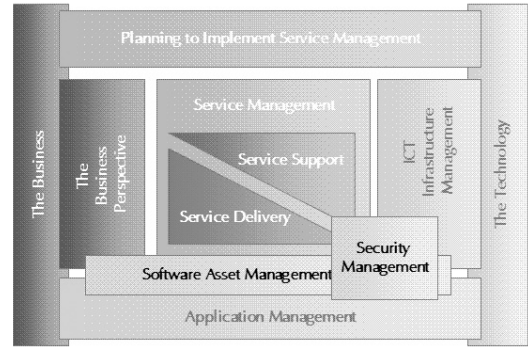
ITIL v2는 프로세스 모델이 아니라는 점과 서비스 지원과 서비스 제공의 영역만을 다루고 있는 점 그리고 비즈니스 관점이나 운영 절차의 관점을 다루고 있지 않은 점 등이 단점으로 지적되고 있다. 또한 아주 구체적이고 특정 분야에 집중하여

무엇을 해야 하는지(What to do)를 알려주고 있으나, 구체적으로 어떻게 해야 하는지(How to do)를 제시하는 것은 아니어서 <표 4>에서 보는 바와 같이 비즈니스 얼라인먼트를 기반으로 하는 ITIL v3로 진화하기에 이르렀다.

2.9 ITIL의 구성

ITIL의 프레임워크는 [그림 3]과 같이 총 7가지 서비스 영역으로 구성되어 있으며, 서비스 지원(Service Support), 서비스 제공(Service Delivery), 비즈니스 관점 IT 기획(The Business Perspective), 보안관리(Security Management), 정보통신 인프라 관리(ICT Infrastructure Management), 어플리케이션 관리(Application Management), 서비

스 관리 실행 계획(Planning to Implement Service Management)으로 구성되어 있다[27, 29].



[그림 3] ITIL의 프레임워크

<표 2-91>는 위에서 언급된 ITIL의 7가지 주요

<표 4> ITIL 버전 진화 내역

구 분	ITIL v2	ITIL v3
Library	8권	5권
프레임워크	보안 관리 또는 어플리케이션 관리 등의 독립적인 프로세스 구조	비즈니스 프로세스와의 통합을 위한 Lifecycle 형태로 지속적인 품질 통제 프로세스임
관점	운영 절차 관점	비즈니스 관점
실무적용	무엇을 해야 하는지에 대한 해법 제시(What to do)	구체적으로 어떻게 해야 하는지에 대한 해법 제시(How to do)
국제표준 관계	ISO9000, EFQM*, CMM	ISO/IEC20000, COBIT, CMMI, sSCM, 6 Sigma

주) * EFQM : European Foundation for Quality Management.

<표 5> ITIL의 7가지 주요영역

영역	내용
서비스 지원	고객에 대한 비즈니스 기능을 지원할 수 있도록 적절한 서비스를 제공할 수 있게 하는 5가지 프로세스와 1가지 기능 서비스 데스크 기술 그리고 타 ITIL 프로세스와의 연관 관계 및 최신의 관련기술, 베스트 프랙티스등을 업데이트한 내용을 기술함
서비스 제공	IT서비스 제공자의 비즈니스 고객에 대한 IT서비스의 품질과 비용 효율성의 보장을 위한 5가지 프로세스를 기술하고, 모든 서비스 관리와 타 인프라 관리 프로세스간의 상호 관계를 기술함
비즈니스 관점 IT 기획	IT서비스 제공 품질의 개선 및 이해를 기술하며, ITIL의 기본 내용과 비즈니스 관점에서의 ITIL을 기술함
보안관리	사전에 정의된 수분별 정보 및 서비스 보안 관리에 대해 기술함
정보통신기술 인프라 관리	IT 인프라를 운영관리하기 위한 주요 프로세스를 기술하고, 네트워크 서비스관리/운영관리/로컬 프로세스 관리/컴퓨터 설치, 적용 및 시스템 관리 등의 내용을 기술함
어플리케이션 관리	소프트웨어 개발 수면 주기에 대한 기술과 비즈니스 요구 사항의 명확한 정의 및 실행에 대해 기술함
서비스 관리 실행 계획	ITSM 실행시 고려해야 할 기술과 베스트 프랙티스 구현 방법이 나타나 있으며, IT서비스 제공의 실행과 향상을 위해 필요한 단계를 기술함

영역에 대한 구성 내역을 표로 정리한 것이다.

3. 서비스의 품질

3.1 서비스의 개념 및 특징

우리나라에서 서비스의 개념은 무상의 용역에서 최근에 산업으로 발전되고 있다. 이것은 나라의 성숙도와 많은 상관을 갖는 것으로 일반화하기에는 어려움이 많다. 또한 사회가 발전하면서 새로운 종류의 서비스들이 출현하고 있기 때문에 획일적인 정의를 내리는 것이 어렵다. Berry[21]는 서비스를 물리적으로는 소우가 불가능한 행위나 일의 수행 또는 어떤 노력을 포함하고 있는 무형의 제품이라고 하였고, 하대용[17]은 서비스란 유형재와 연계되거나 혹은 단독적으로 수행되는 무형재로서 생산과 소비가 동시에 이루어지는 활동이나 프로세스를 통하여 가치를 제공하는 것이라고 정의하였다. 서비스는 제품과는 다른 4가지의 특성을 가지고 있는데, Zeithmal et al.[41]은 무형성(Intangibility), 생산과 소비의 비분리성(Inseparability of Production and Consumption), 이질성(Heterogeneity) 그리고 소멸성(Perishability)의 네 가지를 서비스의 특징이라 하였다.

IT 산업에 있어서는 IT가 고유 업무를 지원해 주던 보조 역할에서 시작해서 이제는 IT의 지원이 없는 조직은 살아남지 못하게 되었다. 서비스 산업이 발달하고 IT 기술이 보편화 됨에 따라 고가의 IT 장비들을 구매하지 않고도 혜택을 볼 수 있게 되었다. 이것이 ITSM의 구현과 맥락을 같이 한다. 또한 한 발짝 더 나아가서 원래 IT서비스 영역이었던 부분들도 아웃소싱으로 전문적인 업체를 통해 서비스를 받게 되는 단계에 까지 이르렀다. 물론 IT 분야 이외에도 최근에는 기업에서 필수적인 최소의 부분만을 남겨두고 나머지는 모두 글로벌 시장에서 경쟁력 있는 서비스를 제공하는 곳으로부터 아웃소싱을 하는 추세이다.

일례로 국내의 기업들은 시장 상황이 변함에 따

라 새로운 부서를 만들어가는 추세이나 글로벌하게 경쟁력을 갖춘 기업들은 전체 업무 프로세스를 작은 단위로 나누어 부서를 축소하거나 없애는 작업을 수년째 해오고 있다. 국내의 S기업은 본사와 자회사 모두에 구매부를 두고 운영하고 있지만, 글로벌 회사인 I사는 아시아에 있는 모든 자회사에 구매부가 중국 한곳에만 있어서 동일한 업무로 인한 중복을 피하고 있으며 효과적인 구매 업무를 위해 꾸준히 프로세스 개선을 추진하고 있다. 국내 최저가를 추구하는 것과 아시아에서 최저가를 추구하는 것에는 조직의 경쟁력에서 큰 차이가 날 수 있는 하나의 극단적인 사례이다.

또한 그간에는 서비스라고 생각되어오지 않던 정부의 대국민 업무도 서비스의 일환으로 보는 시각이 생겨나고 있고, 선진국을 중심으로 책에만 나오는 One-Stop 서비스가 아니라 국민이 실질적으로 정부의 서비스에 대해서 품질을 평가하는 방향으로 진화하고 있다. 캐나다는 Service Canada라고 하는 조직으로 대국민 접점을 통일하여 직접 방문, 전화, 메일 그리고 포털의 경우에 어떤 것이든지 한곳만 방문하면 대부분의 민원이 해결될 수 있도록 5년 간의 프로젝트를 완료하였다.

이와 같이 IT가 발달할수록 다양한 서비스에 대한 요건이 생겨나며, 산업의 종류를 가리지 않고 폭발적인 수요가 일어나 관련된 시장이 기하급수적으로 커지게 된다. 기술의 발달에 속도가 날로 커지고 있으므로 서비스에 대한 개념도 이와 마찬가지로 계속해서 진화할 것으로 본다.

3.2 서비스 품질의 측정

서비스 품질의 특징은 서비스가 가지고 있는 고유의 특징과 상황에 따른 여러 가지 변수가 작용하므로 객관적인 측정이 용이하지 않다. 서비스의 품질을 정의하려고 노력한 그간의 사례를 <표 5>에서 정리해 보았다.

서비스 품질 측정도구로 지금까지도 많이 쓰이고 있는 모델은 Parasuraman, Zeithmal, Berry(이

〈표 5〉 서비스 품질의 정의

학 자	서비스 품질의 정의
Grönroos [27, 28]	<ul style="list-style-type: none"> 고객의 지각된 서비스와 기대한 서비스의 비교평가라고 정의함 기능적 평가(Functional Quality)와 기술적 품질(Technical Quality)로 나누고, 이들은 기업의 이미지를 통해서 서비스 품질에 영향을 미친다. 여기서 기능적 품질은 서비스 전달과정에 있어서 상호작용에 대한 소비자 지각을 의미하고, 기술적 품질은 기업이 소비자에게 무엇을 전달하는지 즉, 기업이 제공한 서비스 결과를 의미한다.
Lewis and Booms[33]	<ul style="list-style-type: none"> 전달된 서비스가 고객의 기대와 얼마나 일치하는가의 정도라고 정의하고, 서비스 품질은 고객의 기대에 일치되도록 일관성 있게 서비스를 제공하는 것임
Dodds and Monroe[24]	<ul style="list-style-type: none"> 주관적 품질과 객관적 품질로 구분함. 주관적 품질은 객체에 대한 사람들의 주관적 반응을 포함하는 개념이고, 객관적 품질은 제품들 간의 기술적 우월성이나 탁월함을 설명하기 위한 개념임
Johnston[32]	<ul style="list-style-type: none"> 고객의 욕구를 충족시킬 수 있는 능력과 관련된 서비스 패키지의 특색과 특징의 총체임. 시장을 근거로 한 정의로, 서비스 조직은 고객 지향적(Customer Oriented)이며, 그들의 역할은 조직 내부의 고객이든 외부 고객이든 고객의 욕구를 충족시켜 주는 것이라는 점을 전제로 하고 있다.
Parasuraman et al.[34]	<ul style="list-style-type: none"> 기대(Expectation)와 성과(Performance)의 비교에 의해 결정된다. 소비자들이 인식한 서비스 품질은 서비스 기업이 제공하여야 한다고 느끼는 소비자들의 기대와 서비스를 제공한 기업의 성과에 대한 소비자들의 인식을 비교하는 데서 나오는 것임

하 PZB, 1988)이 개발한 SERVQUAL이다. PZB는 SERVQUAL은 특정 서비스에 대한 지각된 기대 수준과 지각된 성과 수준의 차이를 측정하기 위해 서비스 품질은 5가지 차원으로 구성되며, 서비스 품질이 서비스에 관한 지각된 기대수준과 성과수준의 차이에 의해 서비스 품질이 결정된다고 발표하였다. Parasuraman et al.은 서비스 품질을 측정하기 위해 제시한 SERVQUAL은 일관성, 고객 대응성, 서비스 능력, 접근 가능성, 예의, 커뮤니케이션 능력, 신뢰성, 안정성, 고객 욕구의 이해 그리고 유형설비 등 10개의 차원으로 구성되었고 서비스 유형에 관계없이 서비스 품질을 평가하는데 있어서 근본적으로 유사한 평가 기준을 제시하였다. 이어서 1988년에 Parasuraman et al.은 10개 변수를 5개의 차원인 유형성, 신뢰성, 대응성, 보증성, 공감성으로 정리하고 22개 항목, 44개 문항의 척도를 개발하였으며, 1991년에는 실증연구를 통한 수정된 SERVQUAL을 발표하였다. <표 6>는 SERVQUAL의 5가지 품질 요인을 정리하였다.

SERVQUAL은 서비스 측면이 매우 보편적이고 일반적이어서 서로 다른 서비스 카테고리에 적용할 수 있는 장점이 있다. 그러나 특정한 산업에 있을 수 있는 특유한 변수를 측정하기 어려운 단점이 있

〈표 6〉 SERVQUAL의 5가지 품질 요인

차 원	의 미	항 목
유형성	물리적 시설, 종업원의 외모, 서비스 제공에 대한 품질차원	4
신뢰성	서비스 수행의 일관성과 서비스의 정확한 수행능력	4
대응성	서비스를 제공하는 종업원의 의지와 준비성으로 신속한 서비스 제공	5
보증성	서비스의 능력, 공손함	5
공감성	고객에게 개인적인 배려를 제공하는 능력, 관심 및 친절	4

는 것도 사실이다. 이에 대해 Cronin and Taylor는 서비스 품질을 태도에 의해 개념화되고 또 추정되어야 한다는 관점에서 “서비스 품질 = 서비스 성과”라는 공식을 수립하여 SERVPERF이라는 대안을 제시하였다[21, 22] Van Dyke et al.은 원래의 22개 항목으로 구성된 SERVQUAL을 정보시스템 품질 측정에 그대로 사용하는 것은 타당치 않으며 정보시스템 환경에 맞는 새로운 서비스 품질 측정 도구를 개발할 것을 주장하였다[37].

최근에 연구된 몇 가지의 사례를 통해 서비스 품질을 측정한 내용을 든다면 공상진(2008, 유지보수 서비스 품질이 서비스 재구매 의도 및 추천의사에 미치는 영향에 대한 연구)[1]과 김정석, 김광

용(2009, 패키지SW의 품질과 서비스 품질이 사용자 만족과 구전 및 재사용의도에 미치는 영향에 관한 연구)[5], 김형수(2006, 콜센터 서비스 품질이 충성도에 미치는 영향)을 들 수 있다.

공상진(2008)의 연구에서는 인프라 유지보수 서비스 품질이 고객만족의 선행변수로 유지보수 서비스 재구매의도 및 추천의사에 미치는 영향을 연구하였으며 연구모형은 PZB의 모형을 기초로 하였다. 서베이 자료를 근거로 한 통계적 모형의 결과로서는 유지보수 품질의 각 차원인 신뢰성, 확산성, 유형성, 공감대응성은 고객만족에 긍정적인 영향을 미치고, 결국 유지보수 서비스 품질은 고객만족에 긍정적 영향을 미치는 가설들이 채택되었다.

김정석, 김광용(2009)의 연구에서는 패키지 SW의 품질이 소프트웨어를 사용하는 사용자에게 대한 만족도에 미치는 영향을 알아보고 사용자 만족이 패키지 SW의 구전의도와 재사용의도에 미치는 영향을 알아보기 위한 연구로 패키지 SW 품질은 사용자의 입장에서 바라보는 서비스 관점과 제품 자체의 성능 관점에서 품질요인을 측정하려고 시도하였다. 연구결과 패키지 SW 품질에 대한 사용자 만족은 구전의도에 영향을 주는 것으로 나타났다. 이는 소프트웨어 품질에 만족을 느낀 사용자들은 해당 제품을 주변에 소개하고 사용을 추천함을 알 수 있다. 또한, 패키지 SW 품질에 대한 사용자 만족은 재사용의도에 영향을 주는 것으로 나타났다. 역시 품질에 만족을 느낀 사용자들은 해당 제품을 계속 사용할 것이고 이 회사의 다른 제품도 사용할 가능성이 있다는 것이다. 따라서 신규 고객 창출과 기존 고객의 유지를 위해서는 패키지 SW 회사는 기존 고객관리를 통한 만족을 극대화시키는 전력이 필요한 것으로 결론지어졌다[1].

4. 결과 변수에 대한 고찰

4.1 사용자 만족

고객만족은 정량적인 평가보다는 정성적인 평가

요소이므로 결과중심이나 아니면 과정중심이나에 따라 입장의 차이가 있다. 결과를 중시하는 측면에서 Howard et al.[29]은 “소비자가 치른 대가에 대해 적절히 혹은 부적절하게 보상되었다고 느끼는 소비자의 인지적 상태”라고 정의하였고, 과정을 중시하는 입장에서 Hunt[30]는 “소비 경험이 최소한 기대되었던 것 보다는 좋았다는 평가”라고 정의하였으며, Engel et al.[25]은 “선택된 대안이 그 대안에 대한 사전적 신념과 일치되었다는 평가”라고 하였다.

Bansal and Taylor[17]는 고객만족과 서비스 품질이 상당히 높은 상관관계를 갖고 있다는 것을 발견하였고, Dabholkar[26]는 단기적 관점에서는 두 개념이 구별되지만 장기적으로는 상호 중첩된다고 보았다. 그러나 위에서 살펴본 고객만족의 정의와 대비되는 서비스 품질에 대해서는 “서비스 제공기관이나 그 제공되는 서비스의 상대적 우수성/열등성에 대한 전반적 인상”이라는 PZB[38] 문헌에서 찾아 볼 수 있는 바, 고객만족과 서비스 품질은 개념상 차이를 보이고 있다. 선행변수에서도 차이를 볼 수 있는데, Iacobucci, Ostrom and Grayson[34]에 따르면 서비스 품질은 가격, 후방활동, 전문성에 의해 결정되고, 고객만족은 신속성, 서비스 회복, 물리적 환경에 의해 결정된다고 한다. 다른 차별점으로는 품질에 대한 지각은 고객 만족과는 달리 실제 경험을 반드시 요구하지는 않는다는 연구가 있다(이유재, 이준엽, 1997).

최근의 연구에 의하면 서비스 품질을 고객만족의 선행변수로 보는 연구들이 다수 이루어져왔다(이학식, 장경란, 이용기, 1999). 그리고 고객만족은 서비스 품질과 행동의도간의 인과관계를 매개하는 것으로 본다. 즉 서비스 품질이 향상되면 고객만족이 증가하고 이것은 행동의도에 영향을 미쳐 기업의 성과를 향상 시키는 것으로 입증되고 있다(이유재, 이준엽, 1997; Caruana 2002).

4.2 IT 조직 관점/IT 사용자 관점

앞절의 서비스효과에서 언급한 바와 같이 ITSM

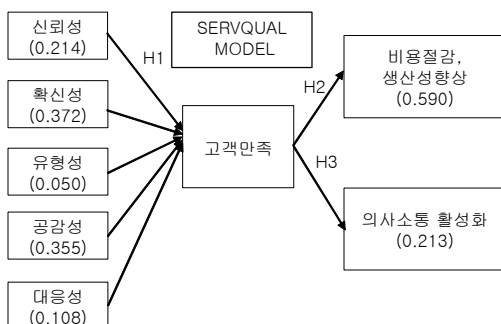
의 서비스데스크의 효과 측면에서는 고객 만족이 IT 조직 관점과 IT 사용자 관점에 영향을 미치고 있다고 보인다. IT 조직 관점은 서비스데스크의 고객만족이 IT 조직의 지원그룹으로서의 활용도와 협업요원의 생산성을 향상 시키는 효과가 있고, 비용을 절감하는 데 영향을 미친다고 보고 있다. 또한 IT 사용자 관점에서는 창구의 단일화로 의사소통이 원활해지며, 서비스의 품질을 측정 가능케 하여 아웃소싱의 대상으로 만들 수 있게 하였다.

앞서 살펴본 여러 선행 연구에서와 같이 최근의 ITSM의 대표격인 서비스데스크의 서비스 품질이 고객만족에 미치는 유의한 모델을 검증해보고 서비스데스크의 목표인 IT 조직 관점과 IT 사용자 관점에 미치는 영향도를 파악해보는 것은 의미가 있다고 생각한다. 또한 거꾸로 효과적인 ITSM 구축을 위한 핵심 역량이 어느 곳에 있는지를 파악하여 SLA 계약시에 효과적으로 반영할 수 있다고 본다.

5. 실증연구

5.1 연구의 모형 및 가설

본 연구에서는 서비스데스크의 품질에 미치는 요인이 PZB의 SERVQUAL 요소가 중심이 될 것이라는 기존의 연구를 바탕으로 하였다. 즉 신뢰성, 유형성, 확신성, 공감성 및 대응성의 요소들이 서비스데스크를 이용하여 업무를 보는 사용자에게 만



[그림 4] 연구 모형

족도를 제공하는 주요 요소라는 것이며, 또한 고객의 만족도에 따라 조직의 생산성과 조직내에서의 의사소통에 영향을 주는지에 대해 살펴보았다.

[그림 4]에서 보듯이 각 서비스 품질 차원의 고객만족의 선행 변수로 작용하고 있으며, 고객만족은 다시 비용절감/생산성향상 과 의사소통 활성화에 영향을 미친다고 구성하였으며 다음과 같은 가설을 설정하였다.

[H1] 서비스데스크의 서비스 품질은 고객만족에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

H11 : 서비스데스크 서비스 품질의 신뢰성은 고객만족에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

H12 : 서비스데스크 서비스 품질의 확신성은 고객만족에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

H13 : 서비스데스크 서비스 품질의 유형성은 고객만족에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

H14 : 서비스데스크 서비스 품질의 공감성은 고객만족에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

H15 : 서비스데스크 서비스 품질의 대응성은 고객만족에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

[H2] 고객만족은 조직의 비용절감/생산성향상에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

[H3] 고객만족은 조직의 의사소통 활성화에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

5.2 변수의 조작적 정의

추상적이고 사전적으로 표현된 구성 개념을 실제 현상에서 측정가능 하도록 관찰 가능한 상태로 정의해 놓은 것을 조작적 정의(Operational Definition)라 한다. 변수들의 개념적 정의만으로 변수들을 측정할 수 없으므로 선행 연구를 기반으로 변수의 조작화를 실시해야 한다. 본 연구에서는 PZB의 5개 항목의 서비스 품질 요소와 고객만족 및 조직내에서의 효과를 서비스데스크에 비추어 조작화를 실시하였다.

유형성은 서비스데스크가 제공 할 수 있는 서비

스의 형태와 지원 인프라의 유형을 측정하기 위하여 9개의 문항으로 측정하였으며, 원격 및 Online 지원, 각종 시스템 제공, 실명제 운영, ARS 서비스 운영 등의 문항 등으로 구성되었다. 본 연구의 설문에 사용된 척도는 리커트형 7점 척도가 사용되었다. 신뢰성은 확실히 응답을 받을 수 있는지, 절차는 있는지, 약속을 준수하는지, 절차의 모니터링은 되고 있는지에 대해 조사를 하고 있으며 총 6문항으로 구성되었다. 대응성은 고객의 요구를 접하는 대응 방안에 관한 분야로 각종 상황에 대한 대응방안과 비상시의 조치 대응등을 다루고 있고 총 7문항으로 이루어져 있다. 보증성은 확실성이라고도 부르는데 신뢰 할 수 있는 기술 수준을 조사하기 위하여 4개의 문항으로 구성하였다. 공감성은 고객의 필요사항을 친절하게 파악하여 상호 이해도를 높이고 문제를 해결하는 정도를 측정하기 위하여 총 7문항으로 고안되었다.

종속변수로 사용되는 생산성 향상 및 비용절감 효과를 측정하기 위해서는 서비스 데스크를 활용하여 조직 내의 업무 중단 단축 및 예방, 아웃소싱 효과,

문제 해결능력 향상 등을 측정하는 8문항을 작성하였고, 의사소통 활성화 부분은 원활하고 적극적인 IT서비스로 인하여 조직내의 의사소통이 활성화 되는 정도를 5개 문항으로 측정하였다. 고객만족과 함께 역시 리커트형 7점 척도로 측정하였다.

5.4 연구의 표본

본 연구를 위하여 SLA기반으로 서비스 데스크를 운영하고 있는 국내의 사업장을 대상으로 설문 조사를 하였다. <표 5>에서 정리된 바와 같이 서비스 품질을 구성하고 있는 선행변수들을 측정하기 위한 설문들은 유형성 9문항, 신뢰성 6문항, 대응성 7문항, 보증성 4문항, 공감성 7문항으로 구성하였으며, 고객만족을 측정하는 문항과 함께 종속변수인 생산성향상 5문항과 의사소통 활성화의 5문항으로 구성하였다<표 6>.

설문지는 2009년 7월 1일부터 8월 31일 사이에 조사되었으며 1차적으로 70명을 대상으로 파일럿 테스트를 통해 연구 대상의 모형에 대해 적절성을 검증하였다. 이 과정에서 설문지의 형식에 약간의

<표 6> 결과 변수의 설문문항

요 인	설문 문항
생산성 향상/ 비용절감	6-1 서비스데스크 서비스를 통하여 문제 해결 시간이 단축되었다.
	6-2 서비스데스크 서비스를 통하여 장애가 사전에 예방되었다.
	6-3 서비스데스크는 반복적으로 발생하는 문제에 대한 근본 대책을 수립하고 서비스를 제공하였다.
	6-4 서비스데스크 서비스를 통하여 나의 IT문제 해결 능력이 향상되었다.
	6-5 IT 지원팀을 대표하는 서비스 데스크를 통하여 업무 효율성이 향상되었다.
	6-6 사용자 문제 해결 시간 단축 및 장애 사전 예방으로 사용자 업무 중단에 따른 보이지 않는 손실이 절감되었다.
	6-7 아웃소싱/부분 위탁운영 서비스 도입으로 자체 운영시 보다 운영 비용이 절감되었다.
	6-8 아웃소싱/부분 위탁운영 서비스 비용이 자체 운영보다 절대적으로 높지만, 제공되는 서비스 품질 및 사용자 만족도를 고려하였을 때 상대적으로 비용이 절감되었다고 할 수 있다.
의사소통 활성화	7-1 서비스데스크에 요청한 서비스는 접수되어 적극적으로 해결된다.
	7-2 서비스데스크는 업무에 영향을 미치는 사항이 발생하였을 때 사용자에게 즉시 공지한다.
	7-3 서비스데스크는 이관된 서비스 일지라도, 타 지원팀을 대표하여 서비스 종료시까지 채널 역할을 수행한다.
	7-4 서비스데스크는 사용자의 불만을 적극적으로 접수한다.
	7-5 서비스데스크를 통하여 IT 지원팀으로의 접근성이 좋아졌다.

개선이 수행되었으며 모델에 대한 초기 검증으로 확대 조사에 대한 기반을 마련하였다.

표집은 서비스데스크의 정의를 설명해야하는 어

려운 점이 있어서 100% 대면 자료조사를 실시하였으며 인구 통계학적 변수 <표 8>를 제외하고는

모두 리커트 7점 척도로 측정하였다. 총 170부의

<표 7> 서비스데스크 품질 변수의 설문 문항

품질 차원	설문 문항
유형성	1-1 서비스데스크는 직접 대면 서비스를 제공한다.
	1-2 서비스데스크는 On-Line서비스를 제공한다(예 : 전화, 포털 게시판등).
	1-3 서비스데스크는 ARS(자동응답시스템) 서비스를 제공한다.
	1-4 나의 이력을 조회할 수 있는 시스템을 제공한다.
	1-5 요청한 서비스 진행현황을 확인 할 수 있는 시스템을 제공한다.
	1-6 서비스 요청이 많아 서비스 데스크 요원 연결이 어려울 때, 나의 서비스 대기 시간을 알려주는 시스템을 제공한다.
	1-7 서비스 품질을 측정 할 수 있는 시스템을 제공한다.
	1-8 서비스데스크는 실명제로 운영한다.
	1-9 원격 지원 시스템을 제공한다
신뢰성	2-1 무슨 내용이든지 즉각적인 답을 받을 수 있다.
	2-2 모든 서비스에 대해 서비스 종결 후 사후 확인을 한다.
	2-3 서비스데스크는 타 지원팀으로 이관된 서비스에 대해서도 이관 시점부터 종료시까지 모니터링한다.
	2-4 서비스데스크는 타 지원팀으로 이관된 서비스에 변경 사항 발생 시 즉시 나에게 통보한다.
	2-5 서비스데스크의 지원은 확실한 절차에 따르고 있다.
	2-6 약속된 시간을 준수하며 서비스를 제공한다.
대응성	3-1 전화를 이용하여 서비스 요청 시 운영요원 통화 연결이 쉽다.
	3-2 서비스 요청을 위한 전화 이외의 서비스데스크 접수 창구가 마련되어 있다.
	3-3 신속한 서비스 제공을 위해 관련 팀 간의 협업체계가 이루어져 있다.
	3-4 업무 시간 이외의 대응 방안이 강구되어 있다.
	3-5 기능 개선 또는 오류 접수와 같은 사용자의 요구 사항이 잘 반영된다.
	3-6 요청되지 않았으나 필요한 사항은 사전 공지를 해준다.
	3-7 비상사나 응급 상황시의 대 고객 조치가 신속하게 취해진다.
보증성	4-1 서비스데스크 요원들의 기술력은 신뢰할 수 있다.
	4-2 서비스데스크 요원들은 우리회사 업무에 능통하다.
	4-3 서비스데스크 요원들의 서비스 전달 태도는 공손하다.
	4-4 서비스데스크 요원들은 요청된 서비스의 대부분을 직접 해결한다.
공감성	5-1 서비스데스크 요원들은 사용자의 과거 서비스 요청 이력을 파악하고 응대한다.
	5-2 서비스데스크 요원들은 사용자가 이해할 수 있는 수준의 어휘를 사용하여 서비스를 지원한다.
	5-3 요청이 되지 않은 문제에 대해서도 친절히 정보를 제공한다.
	5-4 사용자 문제점이 무엇인지에 대해 자세히 설명해 준다.
	5-5 사용자 개인 환경에 맞는 정보를 잘 제공한다.
	5-6 문제 해결의 결과에 대한 내용을 사용자에게 잘 설명해 준다.
	5-7 서비스 내역은 추후에 다시 확인이 가능하다.

자료가 설문지가 회수 되었으나 무응답 등으로 인한 유효하지 않은 설문지 16부를 제외하고 154부를 분석 데이터로 활용하였다.

설문응답자의 특징은 남성 76.6%, 여성 23.4%이며, 특히 9년 이상의 직원이 68.4%로 대부분 상당한 IT 식견과 경험을 소유하고 있어서 응답의 진실성에 신뢰를 더 할 수 있다고 볼 수 있다. 또한 관리자와 직원의 비율이 27.9 : 72.1으로 개인적인 부분과 조직적인 의견으로 포함하는 대표성 있는 자료의 구성이 될 것으로 보았다. 또한 표본을 무작위로 추출하기 보다는 업계에서 대표적으로 서비스 데스크의 상당한 레벨의 조직을 대상으로 조사를 하였으므로 서비스에 대한 표본의 동질성을 유지하고 있다고 본다.

〈표 8〉 설문 응답자의 인구 통계학적 분포

구 분	상세 구분	빈도(명)	비율(%)
성별	남성	118	76.6
	여성	36	23.4
연령	21~30세	17	11.0
	31~40세	60	39.0
	41~50세	45	29.2
	51~60세	31	20.1
	60세 이상	1	0.6
최종 학력	대학교 졸업	49	31.8
	대학원 재학	60	39.0
	대학원 졸업	45	29.2
직업	회사원	152	98.2
	연구원	2	1.8
사회 경력	2년 미만	13	8.4
	2~4년	5	3.2
	5~6년	17	11.0
	7~8년	13	8.4
	9년 이상	106	68.8
직무	관리자	43	27.9
	직원	111	72.1

5.5 분석 방법

본 연구의 실증 분석을 위한 통계분석은 타당성

및 신뢰성 검증, 연구모형 검증을 위해 SPSS 15.0을 이용해 분석하였다.

다항목(Multi-items)으로 측정된 이론 변수는 이를 구성하는 측정항목들이 해당 이론 변수를 적절하게 반영하는가와 관련하여 신뢰성을 평가할 필요가 있다(Churchill, 1979). 이론 변수의 내적일관성을 평가하기 위한 방법으로 Cronbach's alpha를 사용하였다. Cronbach's alpha 값은 측정항목의 신뢰성을 평가하는 여러 계수들 중에서 가장 보수적인 값을 제공하고 있어 신뢰성을 검증하는데 가장 많이 사용되어지고 있다(Carmines and Zeller, 1979, p.45). Cronbach's alpha 값은 0.7이상일 경우에 척도의 신뢰성이 존재하는 것으로 하였다(Nunnally, 1978; Hair et al., 1998; 채서일, 2005).

품질 차원과 종속변수인 효과 차원은 요인분석을 통하여 각각의 차원을 설명할 수 있는 요인변수를 추출하고 요인의 타당도 분석을 위해 주성분 분석(Principal Component Analysis)을 실시하였고 직교회전법인 VARIMAX 방법을 이용하였다. 여기서 채택된 요인은 Eigen 값이 1.0을 넘는 경우로 하였으며, Factor Loading Value는 0.5이상인 경우를 유의한 것으로 판단하였다(Hair et al, 1998; 채서일, 2005). 요인변수는 새로이 생성된 요인점수(Factor Score)를 이용하였다. 가설의 검증과 각 차원들의 관계를 파악하기 위해서는 회귀(Regression)분석을 이용하여 품질차원이 고객만족에 미치는 영향도를 계수화 하고 이어서 고객만족이 효과 차원에 미치는 영향도를 계수화하여 이용하였다.

서비스 품질요소의 측정 항목의 여러 문항들을 요인분석 기법을 이용하여 요인 점수화하는 과정을 실시하였다.<표 9> 그 결과 공감성에서는 5문항이, 보증성에서는 4문항이, 대응성에서는 5문항이, 신뢰성에는 3문항과 유형성에는 2문항이 각각의 요인을 구성하는 인자로 추출이 되었다. 또한 모든 서비스 품질에 관련된 요인의 신뢰성과 관련된 Cronbach's Alpha 값이 0.7을 넘으므로 측정된 이론 변수들은 신뢰할 만하다고 할 수 있다. 특이한 점은 보증성의 인자중에서 신뢰성 항목으로 분

〈표 9〉 서비스 품질의 요인분석 결과

구성 개념		문항	요인 1	요인 2	요인 3	요인 4	요인 5	Cronbach's Alpha	
독립 변수	서비스 품질	공감성	5-4	0.796	0.182	0.202	0.209	0.123	0.869
			5-5	0.775	0.290	0.211	0.116	0.009	
			5-6	0.685	0.302	0.035	0.310	0.211	
			5-3	0.674	0.119	0.353	0.167	0.004	
			5-2	0.581	0.481	0.199	0.064	0.133	
		보증성	4-4	0.229	0.858	0.094	0.032	-0.012	0.856
			4-1	0.451	0.733	0.186	0.040	0.038	
			2-6	0.025	0.708	0.199	0.428	0.092	
			4-2	0.413	0.701	0.082	-0.043	0.164	
		대응성	3-4	0.103	-0.108	0.796	0.153	0.118	0.790
			3-3	0.289	0.149	0.718	0.131	0.096	
			3-2	0.071	0.332	0.625	-0.007	0.066	
			3-5	0.298	0.231	0.589	0.205	0.050	
		신뢰성	3-7	0.441	0.482	0.503	0.078	0.028	0.733
			2-3	0.236	-0.078	0.223	0.783	0.121	
			2-2	0.110	0.196	0.141	0.763	0.129	
		유형성	2-4	0.147	0.056	0.026	0.745	0.080	0.789
			1-4	0.128	0.116	0.135	0.076	0.853	
		1-5	0.074	0.033	0.097	0.231	0.868		

류 가능한 2-6 항목인 약속시간 준수에 대한 문항이 채택이 되었다. 이 문항은 서비스를 받는 고객 차원에서는 신뢰성 보다는 보증성에 가까운 설문으로 분류되는 것이라는 사실을 발견하게 되었다.

추출된 요인을 기반으로 고객 만족도와의 관계를 그려 보기 위해서는 요인점수(Factor Score)를 계산하여 사용할 수 있다. 즉, 5개의 요인점수를 독립변수로 한 다중 회귀 방정식(Multiple Regression Equation)을 이용하여 각각의 계수를 추출한 후 계수의 유효함을 가지고 변수간의 관계를 추론해 볼 수 있는 것이다(〈표 10〉, 〈표 11〉).

〈표 10〉 Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Estimate
1	0.589	0.347	0.324	0.786

주) F = 14.686, Sig = 0.000.

추출된 회귀 방정식은 전체 데이터의 34.7%(R Square)를 설명해 주고 있어서 다소 만족스럽지는 않았다. 그러나 ANOVA 분석의 F값에 대한 유의성이 인정되고 있어서 모델 자체는 유효한 것으로 판명되었다. 각각의 서비스 품질 요소별 만족도에 대한 계수는 〈표 11〉에서 계산되어 있다. 계산된 계수들의 t 검정 결과 공감성, 보증성 그리고 신뢰성이 고객 만족에 유의하게 영향을 미치는 것을 볼 수 있다. 대응성은 희미하게 영향을 미친다고 볼 수 있으며, 이 경우에 유형성은 그다지 크게 고객만족과의 영향이 있다고 볼 수 없다. 의미를 보자면 서비스를 받는 물리적인 도구나 커뮤니케이션 도구는 고객만족에 영향을 미치지 않는 다라고 해석이 가능하다. 다만 대응성의 부분은 검정결과가 확실하게 유의성을 판정하기 어려우므로 표본을 증가해서 다시 한번 유의성을 검정해 볼 필요

가 있다.

<표 11> 계수 도표(서비스 품질)

Model	비표준 계수		표준 계수	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
상수*	5.236	0.065		79.961	0.000
공감성*	0.376	0.067	0.385	5.600	0.000
보증성*	0.365	0.068	0.372	5.408	0.000
대응성	0.103	0.066	0.108	1.575	0.117
신뢰성*	0.204	0.066	0.214	3.112	0.002
유형성	0.047	0.065	0.050	0.722	0.472

주) * 유의한 계수.

이어서 본 연구의 종속 변수인 <표 6> 결과 변수의 설문 문항에 대한 요인 분석을 실시하여 서비스 품질 요인의 경우 같은 절차를 거쳤다. 비용절감 및 생산성 향상은 8문항이 유효하며 의사소통 활성화는 2개의 문항이 요인 분석에 유효하게 선정이 되었고, 관련된 요인의 신뢰성과 관련된 Cronbach's Alpha 값이 0.7을 넘으므로 측정된 이론 변수들은 신뢰할 만하다고 할 수 있다<표 12>.

<표 12> 서비스 데스크의 효과 요인분석 결과

구성 개념		문항	요인 1	요인 2	Cronbach's Alpha	
종속 변수	서비스 데스크의 효과	비용절감/생산성 향상	6-8	0.776		0.082
			6-7	0.767	0.513	
			6-6	0.766	0.341	
			6-5	0.733	0.421	
			6-1	0.720	0.215	
			6-4	0.704	0.403	
			6-2	0.684	0.112	
			6-3	0.665	0.356	
	의사소통 활성화	7-8	0.154	0.866	0.733	
		7-9	0.261	0.838		

상기의 요인 분석결과로 도출된 요인 점수(Factor Score)들과 고객 만족의 관계를 알아보고자 2개의 단순회귀 분석을 각각 실시하였다. 고객만족을 독립변수로 하고 비용절감/생산성향상을 종속

변수로 하는 회귀분석은 <표 13>, <표 14>에 나타나 있고 의사소통 활성화를 종속 변수로 하는 회귀 분석은 <표 15>, <표 16>에 각각 나타나 있다. 비용절감/생산성향상을 종속 변수로 하는 회귀 분석에서는 추출된 모델이 전체 자료의 34.9%(R Square)를 ANOVA 분석결과 유의하게 설명해 주고 있으며 회귀 모형의 계수도 t test결과 유의한 것으로 나타났다.

<표 13> Model 요약(고객만족 vs 비용절감)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Estimate
1	0.590	0.349	0.344	0.790

주) F = 75.974, Sig = 0.000.

<표 14> 계수 도표(고객만족 vs 비용절감)

Model	비표준 계수		표준 계수	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
상수항*	-3.157	0.369		-8.552	0.000
만족도*	0.605	0.069	0.590	8.716	0.000

주) * 유의한 계수.

<표 15> Model 요약(고객만족 vs 의사소통 활성화)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Estimate
1	0.213	0.045	0.039	0.985

주) F = 6.376, Sig = 0.010.

<표 16> 계수 도표(고객만족 vs 의사소통활성화)

Model	비표준 계수		표준 계수	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
상수항	-1.161	0.460		-2.524	0.013
만족도*	0.225	0.087	0.213	2.595	0.010

주) * 유의한 계수.

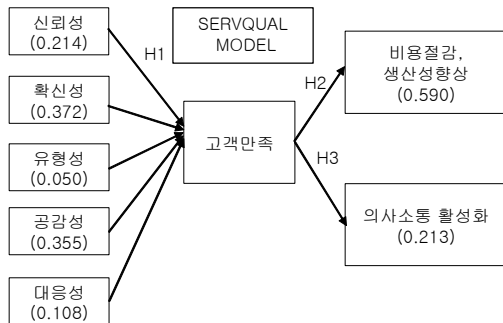
의사소통 활성화를 종속 변수로 하는 회귀분석에서는 추출된 모델이 전체 자료의 4.5%(R Square)만을 설명하는 것으로 만족치 못한 결과를 나타냈으나 ANOVA 분석결과와 회귀 계수 값은 90% 유

의수준에서는 유의하나 95% 이상의 신뢰수준에서는 유의하지 않다고 나왔다. 이 결과는 자료의 갯수를 보완해서 좀 더 정교한 결과를 추론해 볼 수 있으리라 생각한다.

6. 연구결과

6.1 연구모델의 도출

통계분석을 통해 도출한 모형의 결과는 [그림 5]과 같다. 유형성은 고객만족에 미치는 영향이 상대적으로 작을 뿐만 아니라 유효하지도 않아서 고객만족 모델에서 제외되었다. 대응성은 미미한 영향력을 보이고 있다. 고객만족에 영향을 미치는 서비스 품질은 고객에게 개인적인 배려를 제공하는 능력과 관심 및 친절을 대변하는 공감성이 제일 큰 비중을 차지하고 있다. 그 다음으로는 서비스의 능력과 공손함을 포함하는 확신성(보증성)이고, 그 다음으로는 서비스 수행의 일관성과 서비스의 정확한 수행능력 부분인 신뢰성이 고객만족에 영향을 주는 것으로 나타났다.



주) 괄호 안의 숫자는 회귀 분석의 표준화된 계수임,

[그림 5] 연구 모형 결과

최종 종속변수인 비용절감/생산성향상 및 의사소통 활성화에 고객 만족이 미치는 영향은 주로 비용절감 및 생산성 향상부분이고 의사소통 활성화에는 그다지 유의한 영향을 미치고 있지 않은 것으로 나타났다.

6.2 가설의 검증 및 해석

본 연구의 시작에 상정하였던 가설들을 실증적 자료 분석을 통한 검증 결과를 <표 17>에 정리하였다. 상기 [그림 5]에서의 결과 중 점선으로 나타내어져 있는 부분은 사회과학의 특성상 관계가 없다고 이야기하기 힘든 부분이 있다. 검증의 신뢰도를 10% 이상으로 분다면 연결에 무리가 없을 수 있는 경우들이다. 또는 표본의 갯수를 좀 더 현실화한다면 보다 의미 있는 결과가 나왔으리라 생각한다. 그러나 서비스의 유형성 부분은 좀 더 깊이 있는 고찰이 필요하다. 첫째로 현재 한국의 서비스데스크 특성상 대면 서비스 보다는 전화, On-Line, 포털 등을 통하여 서비스를 제공하는 시스템을 운영하고 있어서, 사용자가 물리적 시설이나, 종업원의 외모 등의 품질 차원을 확인 할 방법이 없다. 또한 둘째로 만족할 만한 서비스를 받고 있다면 실제로 볼 수 없는 부분에 대한 요인이 만족도에 영향을 미친다고 보는 것이 무리라고 볼 수도 있다. 셋째로는 설문지를 작성하는 부분에 있어서 서비스데스크의 유형성에 대한 표현이 다소 미흡 할 수도 있다는 점을 들 수 있겠다. 넷째로 한국의 서비스 데스크 수준이 앞서 거론된 ITIL/

<표 17> 가설의 검증

번호	가 설	결과
H11	서비스 품질의 신뢰성은 고객만족에 긍정적 영향을 미칠 것이다.	채택
H12	서비스 품질의 확신성은 고객만족에 긍정적 영향을 미칠 것이다.	채택
H13	서비스 품질의 유형성은 고객만족에 긍정적 영향을 미칠 것이다.	기각
H14	서비스 품질의 공감성은 고객만족에 긍정적 영향을 미칠 것이다.	채택
H15	서비스 품질의 대응성은 고객만족에 긍정적 영향을 미칠 것이다.	기각
H2	고객만족은 조직의 비용절감/생산성 향상에 긍정적 영향을 미칠 것이다.	채택
H3	고객만족은 조직의 의사소통 활성화에 긍정적 영향을 미칠 것이다.	기각

ITSM의 최근의 추세를 이직 충분히 따라가고 있지 못해서 오는 표본의 반응이라고 해석 할 수도 있다. 마지막으로 한국적 상황에서는 유형성 보다 신뢰성, 확신성 및 공감성 부분이 중요한 요소라 볼 수 있는 특징이 있을 수도 있다.

7. 결 론

기존의 연구들은 주로 Call Center의 서비스 품질을 대상으로 연구되었으므로, ITSM 분야를 대상으로 서비스 품질을 연구하는 부분과는 다루는 범위와 깊이에서 차이가 있으므로 일대일로 비교하기는 어렵다. 그러나 협소한 분야에서의 PZB 모형은 다소 설명력이 있어 보인다. ITSM 초기 단계인 우리나라에서의 PZB 모형은 다소 불충분한 모양을 하고 있으나 시사하는 바가 깊다. 이론적인 고찰과 실증적인 고찰을 통해서 연구 결과의 의의를 살펴보았다.

7.1 이론적 고찰

최근 몇 년간 학계와 산업계를 연결시켜주고 있는 새로운 서비스사이언스의 추세에 맞추어 서비스의 품질을 측정하고, 제대로 관리할 수 있게 하는 프로세스를 만들고, 소비자들에게 객관적으로 서비스를 바라보게 할 수 있는 척도를 제공하며 나아가서는 서비스 제공자들이 보다 나은 서비스를 제공 할 수 있게 하자는 취지를 가지고 본 연구를 시작하였다.

또한 최근의 ITIL과 ITSM 분야의 움직임이 고도화된 IT서비스를 제공하려는 방향을 진보하고 있으므로 실증적인 연구를 진행하는 이론적 배경이 갖추어졌다고 볼 수 있으며, 아울러 기존의 서비스 품질 요소를 측정하는 연구도 상당히 진행되어 있어서 서비스데스크의 품질과 만족도 그리고 조직내의 효과를 연결하는 모델을 상정하여 연구하는데 큰 무리가 없었다.

최근 국내의 IT서비스는 분야는 아웃 소싱이 확

성화되어 가면서 그 폭과 깊이가 날이 갈수록 더해가고 있는 실정인데 반해서 이러한 연구가 앞서가고 있지 못한 실정이다. 모든 부분이 한꺼번에 하나의 연구로 다루어 질 수 없는 한계점이 있는 관계로 기존의 연구를 바탕으로 서비스데스크의 서비스 품질 요소를 찾아내고 고객만족과 조직의 효율성과의 관계를 구명하는 것으로 연구의 방향을 잡았다.

7.2 실증적 고찰

국내의 서비스데스크를 운영하고 있는 대기업을 위주로 설문조사를 하였다. 조사를 진행하면서 느낀 점은 서비스데스크를 운영하고 있는 운영에 관련된 관리자들은 서비스데스크의 차별화된 서비스와 예상효과를 이해하고 있었으나 그 외의 운영자나 사용자들은 아직도 Helpdesk 수준의 이해도에 머물러 있는 경우도 다수 있었다. 따라서 한국적인 서비스데스크는 아직 완전한 서비스데스크의 효과를 보고 있다고 보기 힘들다.

가설의 검증 부분에서 드러난 결과를 다시 해석할 수 있다. 첫째로 채택된 부분을 살펴 본다면 현재 우리 나라의 환경에서 신뢰성, 확신성 및 공감성이 고객만족에 주요하다고 나왔으므로 조직별로 이 부분을 다시 측정하여 부족한 부분을 보충해 준다면 고객 만족도 향상에 즉각적이고도 직접적인 영향을 줄 수 있을 것으로 보인다. 또한 고객만족은 비용절감 및 생산성 향상에 영향이 있으므로 고객만족에 필요한 부분에 투자하고 투자비는 절감된 비용과 생산성 향장에서 찾는다면 기업의 시장에서의 생존 능력이 배가 된다고 할 수 있을 것이다. 둘째로 기각된 부분을 현실에 비추어 본다면, 두 가지로 해석이 가능하다. 불필요한 비용과 노력이 고객만족에 관련이 없는 이 분야에 들어가고 있는지 확인하여 조치를 취할 수 있는 것과 이 분야에서 고객의 예상을 뛰어넘는 서비스 품질을 생각해 낼 수 있는 블루 오션이 될 가능성이 많다는 것이다. 남들이 모두 함께 하고 있는 부분을 집

중하는 것은 비즈니스 세계에서는 좁은 문을 통과하는 어려운 서바이벌 게임이다. 대부분의 사람들이 간과하고 있는 부분을 찾아내어 새로운 차원의 서비스나 제품을 만들어 낸다면 차별화의 과정이 뛰어난 전략이라 할 수 있다.

7.3 연구의 한계

우리나라의 ITSM 사정을 들여다 본다면 대기업과 중소기업 그리고 산업별로 서비스의 수준이 큰 차이를 보이고 있다. 교육산업을 본다면 이직도 Helpdesk 수준이전이거나 초보적인 서비스를 제공하는 수준에 머물러 있다. 그러나 해외에 진출해 있는 대기업이나 심지어 정부기관도 ITSM 상황판을 운영하는 정도의 상당한 서비스 수준을 가지고 있음을 알 수 있었다. 따라서 본 연구는 서비스 데스크의 자료가 수집 가능한 대기업을 중심으로 이루어졌으며 모든 산업군을 대변하고 있지 못하다는 단점이 있다. 그러나 앞서가는 조직의 분석 결과를 미루어 보아 투자의 실수를 미연에 방지할 수도 있다.

다음으로는 서비스데스크를 구성하는 주요 요인에 관한 고찰이 필요하다. 본 연구에 사용된 PZB의 SERVQUAL 모델이 제공하는 서비스 품질 차원이외에 서비스데스크의 서비스 특징인 프로세스, 조직 그리고 시스템에 대한 차원으로 나누어 본 연구의 절차를 밟아서 비교 차원을 제공하는 것이다. 모든 서비스 제공의 분야가 각 분야별로 환경에 따라 다른 특징을 나타 낼 수 있으므로 어느 한가지의 모델에 국한된다고 볼 수 없다. 따라서 서비스 본질을 다루는 연구와 함께 적용 가능한 새로운 모델을 만들어 기존의 모델과 함께 사용함으로써 충분한 객관성을 확보하려는 노력이 있어야 할 것이다.

세 번째로는 고객의 서비스 수준에 따른 설문지의 조사 결과이다. 수준이 다른 고객을 표본으로 다루는 조사에 있어서 동일한 문항에 대해 고객에 따라 같은 만족도라도 다른 반응을 보일 수 있다.

그 영향은 제대로 된 요인을 잡아 내는데 어려움을 보일 수 있다는 점이다. 유사한 문제로 약간의 신뢰도 차이로 가설이 각각되는 사례를 볼 수 있었다. 이 문제는 현재의 표본 개수를 증가하여 해결이 가능하리라고 본다. 다만 설문 문항이 다소 많아서 마지막 문항까지 성의 있는 답변을 받는데 있어서 실질적인 어려움이 있었다.

최근의 조직간 협업이나 생존력의 열쇠를 쥐고 있는 부분이 있다면 단연 서비스데스크이다. 이들은 유관 부서에게 IT서비스를 적절히 제공하여 최선의 결과를 가져오게 하거나 제공되는 서비스가 고도화 된다면 공장 자동화와 마찬가지로 독자적으로 업무를 수행할 수 있게 된다. 그러므로 서비스데스크 등의 IT서비스 분야에 대한 제반 연구가 모든 산업에 걸쳐 진행된다면, 그 결과로 개인 및 조직이 고품질의 서비스를 제공받고 보다 효율적으로 상호작용 할 수 있게 될 것으로 본다.

참 고 문 헌

- [1] 공상진, “유지보수 서비스 품질이 서비스 재구매 의도 및 추천의사에 미치는 영향에 관한 연구”, 『한국IT서비스학회지』, 제6권, 제3호(2008).
- [2] 김동오, “비즈니스 중심적 ITSM 체계 구축 방안”, 『월간 경영과 컴퓨터』, 2008.
- [3] 김상혁, “국내 중견기업의 ITSM 구축 사례 연구”, 건국대학교 석사학위논문, (2008), pp. 4-27.
- [4] 김성철, 박조은, “효율적인 학습 지원을 위한 대학에서의 서비스데스크 구축 방안”, 『멀티미디어학회논문지』, 제9권, 제11호(2006).
- [5] 김정석, 김광용, “패키지SW의 서비스 품질과 제품품질이 사용자 만족과 구전 및 재사용에 미치는 영향에 관한 연구”, 『한국IT서비스학회지』, 제6권, 제3호(2009).
- [6] 김정수, 서상구, “HelpDesk 시스템 구축 사례 연구”, 『디지털 경영연구』, 제9권(2003), pp.

- 117-132.
- [7] 남기찬, "ITSM 도입 및 ITSO20000 인증현황", itSMF Korea Conference, (2007), pp.9-10.
- [8] 배영우, "이노베이션 한국을 위한 국가구상", 한국경제연구원, (2008), pp.180-211.
- [9] 오병민, "ITSM의 개념과 등장배경", 월간경영과 컴퓨터, 제4호(2006), p.68.
- [10] 이유재, 이준엽, "서비스 품질에 대한 종합적 고찰 : 개념 및 측정을 중심으로", 서울대학교 경영 연구소 경영논집, 제31권, 제3/4호(1997), pp.249-284.
- [11] 이학식, 장영란, 이용기, "호텔 산업의 시장지향성과 사업성과의 관계성 그리고 매개변수에 관한 연구", 『경영학 연구』, 제28권, 제1호(1999), pp.75-102.
- [12] 정진용, "ITIL v3 프로세스 진화에 대한 기업의 준비", 『경영과 컴퓨터』, 제8호(2008).
- [13] 채서일, 『사회과학 조사 방법론』, 3판, 비엔엠북스, (2005), pp.102-107.
- [14] 하대용, 『서비스 경영론』, 무역경영사, 2006.
- [15] 황경태, "국내 IT서비스 관리(ITSM) 성숙수준 조사연구", 정보통신 진흥연구원, pp.100-101.
- [16] 한국IBM ITSM Conference 발표자료, 2007.
- [17] Bansal Harvir S., Shirley Taylor, "Investigating the Relationship Between Service Quality, Satisfaction and Switching Intentions", *Academy of Marketing Science*, (1997), pp.57-71.
- [18] Berry, L. L., "Service Marketing is Different", *Business Horizon*, (1980), pp.69-82.
- [19] Caruana, Albert, "Service Loyalty : The Effect of Service Quality and The Mediating Role of Customer Satisfaction", *European Journal of Marketing*, Vol.36, No.7/8(2002), pp.811-828.
- [20] Chipman, T., "Creating and Managing a Helpdesk in a Multicultural Environment", *Association for Computing Machinery*, Vol. 2007(2007), pp.30-33.
- [21] Cronin, J. J. Jr. and S. A. Taylor, "Measuring Service Quality : A Reexamination and Extension", *Journal of Marketing*, Vol.58 (1992), pp.55-68.
- [22] Cronin, J. J. Jr. and S. A. Taylor, "SERVQUAL Versus SERPERF Reconciling Performance Based and Perceptions Minus Expectations Measurement of Service Quality", *Journal of Marketing*, Vol.58(1994), p.125.
- [23] Dabholkar Pratibha A., Dayle I. Thorpe, and Joseph O. Rentz, "A Measure of Service Quality for Retail Stores", *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol.24(1996), pp.3-16.
- [24] Dodds, W. B. and K. B. Monroe, "The Effect of Brand and Price Information on Subjective Product Evaluations", *Advances in Consumer Research*, Vol.12, No.1(1985), pp. 85-90.
- [25] Engel, J. F., R. D. Blackwell, and P. W. Miniard, *Customer Behavior, 4th ed*, The Dryden Press, (1986), p.155.
- [26] Govindarajulu, C., "The Status of Helpdesk Support", *Communications of the ACM*, Vol. 45, No.1(2002), pp.97-100.
- [27] Grönroos, G., "A Service Oriented Approach to Marketing of Service", *European Journal of Marketing*, Vol.12(1984), pp.588-601.
- [28] Grönroos, G., "A Service Quality Model and Its Marketing Implication", *European Journal of Marketing*, Vol.18, No.4(1984).
- [29] Howard H. K., J. N. Sheth, *The Theory of Buyer Behavior*, N. Y. John Wiley and Sons Inc., (1969), p.145.
- [30] Hunt, H. Keith, *CS/D-Overview and Future Research Directions*, Conceptualization and

- Measurement of Customer Satisfaction and Dissatisfaction, H. Kenth, Hunt ed., (1977), pp.455-458.
- [31] Iacobucci, Dawn Amy L, Ostrom and Kent, "Distinguishing Service Quality and Customer Satisfaction : The Voice of the Customer", *Journal of Consumer Psychology*, Vol. 4, No.3(1995), pp.277-303.
- [32] Johnston, R., "A Framework for Developing a Quality Strategy in a Customer Processing Operation", *International Journal of Quality and Reliability Management*, Vol.4 (1987).
- [33] Lewis, C. and B. H. Booms, "The Marketing of Service Quality", *American Marketing Association*, Chicago, (1983), pp.99-107.
- [34] Parasuraman, A. Zeithaml V. A. and L. L. Berry, "A Conceptual Model Service Quality and Its Implications for Future Research", *Journal of Marketing*, Vol.49(1985), pp.41-50.
- [35] Parasuraman, A., V. A. Zeithaml, and L. L. Berry, "SERVQUAL : A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality", Vol.64, No.1(1988), pp.12-40.
- [36] Smith, A., "So what comes next for the IT Helpdesk?", *Customer Management*, Vol.11, No.1(2003), pp52-59.
- [37] Van Dyke, T. P., L. A. Kappelman and V. R. Prybutok, "Measuring Information Systems Service Quality : Concerns on the Use of the SERVQUAL Questionnaire", *MIS Quarterly*, Vol.21, No.2(1997), pp.186-204.
- [38] Virgo, S. L. and R. F. Lusch, "Evolving to a New Dominant Logic for Marketing", *Journal of Marketing*, Vol.68(2004).
- [39] Virgo, S. L. and R. F. Lusch, "Service-dominant Logic : Continuing the Evolution", *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol.36, No.1(2008a).
- [40] Virgo S. L. and R. F. Lusch, "Why Service", *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol.36, No.1(2008b).
- [41] Zeithaml V. A., "Consumer Perceptions of Price, Quality and Value : A Means-End Model and Synthesis of Evidence", *Journal of Marketing*, Vol.52, No.3(1988), pp.2-22.

◆ 저 자 소 개 ◆

**김 동 철 (kimdc@kr.ibm.com)**

고려대학교에서 통계학을 전공하고, 현재 숭실대학교 IT정책경영학과 박사과정에 재학 중이다. 1990년에 한국 IBM에 입사하여 현재는 금융사업본부 상무로 재직 중이며, 주요 관심분야는 서비스사이언스에 관련된 혁신 분야와 Green Sigma등의 신기술과 관련된 분야이다.

**김 광 용 (gygim@ssu.ac.kr)**

조지아 주립대학에서 보험수리학 석사를 하고 동 대학에서 의사결정정보시스템으로 경영학 박사를 받았다. 현재 숭실대학교 경영학부 교수로 재직 중이며 주요 연구관심 분야로 서비스사이언스, 데이터마이닝, 고객관계관리, S/W 산업정책 등이며, Information Science, Fuzzy sets and System, 경영정보학회, 경영과학지 등에 다수 논문을 실었다. 주요저서로는 서비스사이언스(2006), 고객관계관리(CRM)를 위한 데이터마이닝의 활용과 실습(2005), e-비즈니스 시대의 경영정보시스템(2004) 등이 있다.

**임 성 택 (misrim@korea.ac.ke)**

서울대학교 사대 불어교육과 졸업 후, 조지아 주립대학에서 경영정보학과 석,박사 졸업. 현재 고려대학교 경영정보학과 재직 중. 관심 사항은 eBiz 전략 및 통신 비즈니스 모델 등이다.