

Analysis of Research Trends in Journal of Distribution Science

유통과학연구의 연구 동향 분석

: 창간호부터 제8권 제3호까지를 중심으로

Kim, Young-Min(김영민)*, Kim, Young-Ei(김영이)**, Youn, Myoung-Kil(윤명길)***

Abstract

This study investigated research trends of JDS that KODISA published and gave implications to elevate quality of scholarly journals. In other words, the study classified scientific system of distribution area to investigate research trends and to compare it with other scholarly journals of distribution and to give implications for higher level of JDS.

KODISA published JDS Vol.1 No.1 for the first time in 1999 followed by Vol.8 No.3 in September 2010 to show 109 theses in total. KODISA investigated subjects, research institutions, number of participants, methodology, frequency of theses in both the Korean language and English, frequency of participation of not only the Koreans but also foreigners and use of references, etc. And, the study investigated JDR of KODIA, JKDM(The Journal of Korean Distribution & Management) and JDA that researched distribution, so that it found out development ways.

To investigate research trends of JDS that KODISA publishes, main category was made based on the national science and technology standard classification system of MEST (Ministry Of Education, Science And Technology), table of classification of research areas of NRF(National Research Foundation of Korea), research classification system of both KOREADIMA and KLRA(Korea Logistics Research Association) and distribution science and others that KODISA is looking for, and distribution economy area was divided into general distribution, distribution economy, distribution, distribution information and others, and distribution management was divided into distribution management, marketing, MD and purchasing, consumer behavior and others.

The findings were as follow:

Firstly, main category occupied 47 theses (43.1%) of distribution economy and 62 theses (56.9%) of distribution management among 109 theses in total. Active research area of distribution economy consisted of 14 theses (12.8%) of distribution information and 9 theses (8.3%) of distribution economy to research distribution as well as distribution information positively every year. The distribution

management consisted of 25 theses (22.9%) of distribution management and 20 theses (18.3%) of marketing. These days, research on distribution management, marketing, distribution, distribution information and others is increasing.

Secondly, researchers published theses as follow: 55 theses (50.5%) by professor by himself or herself, 12 theses (11.0%) of joint research by professors and businesses, Professors/students published 9 theses (8.3%) followed by 5 theses (4.6%) of researchers, 5 theses (4.6%) of businesses, 4 theses (3.7%) of professors, researchers and businesses and 2 theses (1.8%) of students. Professors published theses less, while businesses, research institutions and graduate school students did more continuously. The number of researchers occupied single researcher (43 theses, 39.5%), two researchers (42 theses, 38.5%) and three researchers or more (24 theses, 22.0%).

Thirdly, professors published theses the most at most of areas. Researchers of main category of distribution economy consisted of professors (25 theses, 53.2%), professors and businesses (7 theses, 14.9%), professors and businesses (7 theses, 14.9%), professors and researchers (6 theses, 12.8%) and professors and students (3 theses, 6.3%). And, researchers of main category of distribution management consisted of professors (30 theses, 48.4%), professors and businesses (10 theses, 16.1%), and professors and researchers as well as professors and students (6 theses, 9.7%). Researchers of distribution management consisted of professors, professors and businesses, professors and researchers, researchers and businesses, etc to have various types. Professors mainly researched marketing, MD and purchasing, and consumer behavior, etc to demand active participation of businesses and researchers.

Fourthly, research methodology was: Literature research occupied 45 theses (41.3%) the most followed by empirical research based on questionnaire survey (44 theses, 40.4%). General distribution, distribution economy, distribution and distribution management, etc mostly adopted literature research, while marketing did empirical research based on questionnaire survey the most.

Fifthly, theses in the Korean language occupied 92.7% (101 theses), while those in English did 7.3% (8 theses). No more than one thesis in English was published until 2006, and 7 theses (11.9%) were published after 2007 to increase. The theses in English were published more to be affirmative. Foreigner researcher published one thesis (0.9%) and both Korean researchers and foreigner researchers jointly published two theses (1.8%) to have very much low participation of foreigner researchers.

Sixthly, one thesis of JDS had 27.5 references in average that

* First Author. Assistant Professor, Dept. of International Trade and Logistics, Seoul Cyber University, young688@iscu.ac.kr

** Associate Professor, Dept. of Business Administration, Seoul Digital University, Korea.

*** Corresponding author, Dept. of Medical IT & Marketing, Eulji University, Korea. Tel: +82 10 2263 7292. retail@eulji.ac.kr

consisted of 11.1 local references and 16.4 foreign references. And, cited times was 0.4 thesis in average to be low. The distribution economy cited 24.2 references in average (9.4 local references and 14.8 foreign references and JDS had 0.6 cited reference. The distribution management had 30.0 references in average (12.1 local references and 17.9 foreign references) and had 0.3 reference of JDS itself.

Seventhly, similar type of scholarly journal had theses in the Korean language and English: JDR(Journal of Distribution Research) of KODIA(Korea Distribution Association) published 92 theses in the Korean language (96.8%) and 3 theses in English (3.2%), that is to say, 95 theses in total. JKDM of KOREADIMA published 132 theses in total that consisted of 93 theses in the Korean language (70.5%) and 39 theses in English (29.5%). Since 2008, JKDM has published scholarly journal in English one time every year. JDS published 52 theses in the Korean language (88.1%) and 7 theses in English (11.9%), that is to say, 59 theses in total.

Sixthly, similar type of scholarly journals and research methodology were: JDR's research methodology had 65 empirical researches based on questionnaire survey (68.4%), followed by 17 literature researches (17.9%) and 11 quantitative analyses (11.6%). JKDM made use of various kinds of research methodologies to have 60 questionnaire surveys (45.5%), followed by 40 literature researches (30.3%), 21 quantitative analyses (15.9%), 6 system analyses (4.5%) and 5 case studies (3.8%). And, JDS made use of 30 questionnaire surveys (50.8%), followed by 15 literature researches (25.4%), 7 case studies (11.9%) and 6 quantitative analyses (10.2%).

Ninthly, similar types of scholarly journals and Korean researchers and foreign researchers were: JDR published 93 theses (97.8%) by Korean researchers except for 1 thesis by foreign researcher and 1 thesis by joint research of the Korean researchers and foreign researchers. And, JKDM had no foreigner research and 13 theses (9.8%) by joint research of the Korean researchers and foreign researchers to have more foreign researchers as well as researchers in foreign countries than similar types of scholarly journals had. And, JDS published 56 theses (94.9%) of the Korean researchers, one thesis (1.7%) of foreign researcher only, and 2 theses (3.4%) of joint research of both the Koreans and foreigners.

Tenthly, similar type of scholarly journals and reference had citation: JDR had 42.5 literatures in average that consisted of 10.9 local literatures (25.7%) and 31.6 foreign literatures (74.3%), and cited times accounted for 1.1 thesis to decrease. JKDM cited 10.5 Korean literatures (36.3%) and 18.4 foreign literatures (63.7%), and number of self-cited literature was no more than 1.1. Number of cited times accounted for 2.9 literatures in 2008 and then decreased continuously since then. JDS cited 26,8 references in average that consisted of 10.9 local references (40.7%) and 15.9 foreign references (59.3%), and number of self-cited accounted for 0.2 reference until 2009, and it increased to be 2.1 references in 2010.

The author gives implications based on JDS research trends and investigation on similar type of scholarly journals as follow:

Firstly, JDS shall actively invite foreign contributors to prepare for SSCI.

Secondly, ratio of theses in English shall increase greatly.

Thirdly, various kinds of research methodology shall be accepted to elevate quality of scholarly journals.

Fourthly, to increase cited times, Google and other web retrievals shall be reinforced to supply scholarly journals to foreign countries more.

Local scholarly journals can be worldwide scholarly journal enough to be acknowledged even in foreign countries by improving the implications above.

Key words : KODISA, a scholarly journal, JDS(Journal of Distribution Science), JDR(Journal of Distribution Research), JKDM(Journal of Korean Distribution & Management)

국문초록

본 연구에서는 한국유통과학회가 발행하고 있는 유통과학연구에 게재된 논문의 연구 동향을 분석하고 학회지의 질적 향상을 위한 시사점을 제시하고자 하였다. 즉, 유통분야의 학문체계를 분류하여 연구동향을 분석하고, 유통 관련 다른 학회지와 비교한 후 유통과학연구의 질적 향상을 위한 시사점을 도출하고자 하였다. 특히, 한국유통과학회는 1999년 「유통과학연구」 제1권 제1호 창간을 시작으로 2010년 9월 제8권 제3호까지 총 109편의 논문을 게재하였다. 109편의 논문을 대상으로 연구주제, 연구 주제, 연구 참여자의 수, 연구방법론, 국문 및 영문논문 빈도, 내국인 및 외국인 참여빈도, 참고문헌 활용 등에 대하여 분석하였다. 추가적으로 유통을 연구대상으로 하는 한국유통학회의 유통연구 및 한국유통경영학회의 유통경영학회지와 유통과학연구를 비교 분석하여 발전방안을 모색하고자 한다.

결론적으로 유통과학연구의 연구동향 및 유사 학회지의 비교 분석을 바탕으로 다음과 같은 시사점을 제시하고자 한다. 먼저, 유통과학연구가 SSCI를 준비하기 위해서는 해외 투고자를 적극 유치해야한다. 또한, 영문논문의 비중을 대폭 늘려야 할 것이다. 셋째, 학술지의 질 향상을 위한 다양한 연구방법론 수용을 해야할 것이다. 넷째, 유통과학연구의 피인용율을 확대하기 위하여 학술지의 해외 공급을 원활하게 할 수 있도록 구글 등 웹검색 기능을 보강해야 할 것이다. 이상의 시사점을 통한 개선을 한다면 국내 뿐 아니라 해외에서도 인정받는 세계적인 학술지 반열에 올라설 수 있을 것이다.

주제어 : 학회지, 유통과학연구, 유통연구, 유통경영연구

I. 서론

한국유통과학회는 1998년에 유통이론과 실무 및 관련 분야의 연구를 통하여 유통산업의 발전 및 회원 상호간의 친목도모를 목적으로 설립되었다. 특히 유통이론 및 실무에 관한 연구, 연구 발표회, 세미나 및 연수회 개최, 학회지.회보 및 전문서적 발간, 유통업체와 긴밀한 산학협동.제휴 및 교류, 지역사회와 연계된 협력사업, 유통전문인력 양성을 위한 교육사업 등의 업무를 하고 있다.

한국유통과학회는 1999년 「유통과학연구」 제1권 제1호 발간을 시작으로 2010년 9월 제8권 제3호까지 총 109편의 논문을 게재하였다.

유통과학연구에 투고된 논문은 3인의 심사위원들로부터 심사를 받은 후 운영내규에서 정한 일정한 기준을 충족해야만 게재할 수 있다. 심사는 연구주제의 적합성(유통학문 성격과의 부합 여부), 연구내용의 참신성(이론적·실무적 관점 포함), 연구방법의 적절성(이론전개 및 실증적 연구 포함), 논문구성의 충실성(논리 및 구성의 체계성), 연구결과의 기여도(유통학 분야 현실적 시사점 포함), 논문의 의사전달 효과(논문작성 기준과의 부합 여부) 등의 평가항목에 의해 이루어진다.

한국유통과학회에서는 유통과학연구의 한국연구재단 등재를 위한 절차가 진행되고 있을 뿐만 아니라 외국대학의 편집위원을 위촉하는 등 학회지의 질적 향상을 위한 업무를 추진하고 있다. 또한 단기간 내에 SSCI급의 학회지로 발전하기 위한 노력을 계속하고 있다. 학회의 발전과 학회지의 질적 수준 향상 시점에 있으나 지금까지 게재된 연구 논문에 대한 분석이 이루어지지 못하였다. 따라서 유통과학연구의 연구동향을 분석하여 스스로 평가하고 학회지 발전의 시사점을 도출하는 것이 반드시 필요할 것이다. 이러한 분석을 통하여 국제적 학술지로 발전하기 위한 토대를 마련할 수 있을 뿐만 아니라 유통산업의 발전에 기여하고 유통이론 및 실무 등 유통학의 학문적 발전을 가져올 수 있을 것이다.

따라서 본 연구에서는 한국유통과학회가 발행하고 있는 유통과학연구에 게재된 논문의 연구 동향을 분석하고 학회지의 질적 향상을 위한 시사점을 제시하고자 한다. 즉, 유통분야의 학문체계를 분류하여 연구동향을 분석하고, 유통 관련 다른 학회지와 비교한 후 유통과학연구의 질적 향상을 위한 시사점을 도출하고자 한다.

II. 유통의 영역 분류

1. 유통의 학문 분야 및 방법론

유통은 개념적인 측면에서 재화와 서비스를 생산자로부터 소비자까지 이전하는 경제적 활동으로 국민 경제적 그리고, 개별 경제적 프로세스로서 경제적 가치의 이동현상이라고 정의할 수 있다(윤명길 등, 2004).

유통의 학문 영역은 크게 유통경제와 유통경영으로 분류할 수 있으며(윤명길, 김유오, 2005), 확대하여 적용하면 경제학 분야의 유통경제론 영역, 경영학 분야의 유통관리론 영역 및 기타 학문 분야의 복합학문 영역으로 분류할 수 있다. 유통경제의 연구 분야는 유통경제론을 비롯하여 유통정책론, 유통산업 및 업체발전론, 유통기구론, 유통정보론, 유통사 등이 포함되어야 할 것이며, 유통관리 영역에서는 유통관리론, 입지 및 상권분석론, 점포개발론, 소매마케팅, 머천다이징(MD), 소매계수관리 등이 포함된다. 또한 복합 학문 측면을 고려할 때, 연구의 대상 범위를 유통경제론과 유통관리론에 국한할 수 없으므로 사회학, 식품학, 소비자학, 가정학, 법학, 의상학, 부동산학, 건축학, 지리학, 도시공학 등이 포함되는 학제간의 연구가 이루어져야 한다(윤명길, 김유오, 2007).

유통학의 연구방법론은 규범적 연구방법론과 실증적 연구방법론(통계적 분석기법, 경험적 분석기법)을 활용할 수 있다. 규범적 연구방법론은 연역적인 경험에 의존하는 유통법, 제도, 유통사 등의 분야에 적용할 수 있으며, 통계적 분석기법은 유통분야 중 소비자 및 유통마케팅 분야에 적용될 수 있다. 또한 경험적 분석기

법은 전반적으로 유통 분야의 통계적 연구가 불가능하거나 오류 발생 가능성이 내재된 분야에 적용하게 된다(윤명길, 김유오, 2007).

2. 유통의 주제 분류

교육과학기술부는 과학기술에 따른 국가과학기술표준분류체계를 고시하고 있다. 자연/생명/인공물 16개, 인간/사회/인간과학과 기술 17개로 대분류하고 있으며, 동시에 공공 12개, 산업 20개로 대분류하고 있다. 한국유통과학회의 연구 분야는 주로 대분류 SC. 경제/경영, 중분류 SC.10 마케팅(SC1001. 마케팅전략, SC1002. 서비스마케팅, SC1003. 소비자행동, SC1004. 제품관리/신제품개발, SC1005. 광고/프로모션, SC1006. 물류/유통관리, SC1007. 콜센터/텔레마케팅, SC1099. 달리 분류되지 않는 마케팅)에 포함되어 있다. 또한 SC.11 경영정보/e-비즈니스(SC1101. 정보기술관리 및 전략, SC1105. e-비즈니스/전자상거래), SC.12 경영과학(SC1204. 데이터마이닝/CRM, SC1205. 서비스경영), SC16. 무역(SC1605. 국제운송/물류), SC09. 생산관리(SC0902. 제품/서비스설계, SC0903. 공급사슬관리, SC0904. 품질관리, SC0905. 재고관리) 등에 포함되고 있다. 그 외에 대분류 농림수산식품의 식품저장/유통/포장, 대분류 기계의 물류시스템, 대분류 건설 교통의 물류기술, 대분류 지리/지역/관광의 교통/물류 등에 포함되고 있다.

<표 1> 국가과학기술표준분류체계(유통 물류 관련 주요 분류)

| 대분류 | 중분류 | 소분류 |
|--------------|-------------------|---|
| F. 농림수산식품 | F17. 식품과학 | F1705. 식품저장/유통/포장 |
| H. 기계 | H02. 물류시스템 | H0203. 물류시스템 |
| P. 건설/교통 | P09. 물류기술 | P1001. 물류운송기술 P1002. 보관기술 P1003. 하역기술 P1004. 물류정보화기술 P1005. 물류시스템 운용기술 P1006. 교통수단별 물류운용기술 P1007. 물류 표준화기술 P1099. 달리 분류되지 않는 물류기술 |
| SC. 경제/경영 | SC09. 생산관리 | SC0902. 제품/서비스설계 SC0903. 공급사슬관리 SC0904. 품질관리 SC0905. 재고관리 |
| | SC10. 마케팅 | SC1001. 마케팅전략 SC1002. 서비스마케팅 SC1003. 소비자행동 SC1004. 제품관리/신제품개발 SC1005. 광고/프로모션 SC1006. 물류/유통관리 SC1007. 콜센터/텔레마케팅 SC1099. 달리 분류되지 않는 마케팅 |
| | SC11. 경영정보/e-비즈니스 | SC1101. 정보기술관리 및 전략 SC1105. e-비즈니스/전자상거래 |
| | SC12. 경영과학 | SC1204. 데이터마이닝/CRM SC1205. 서비스경영 |
| | SC16. 무역 | SC1605. 국제운송/물류 |
| SF. 지리/지역/관광 | SF01. 도시/지역개발 | SF01. 교통/물류 |

자료 : 교육과학기술부(2009), 국가과학기술표준분류.

또한 한국연구재단의 연구분야 분류표에 의하면 대분류 사회과학, 중분류 경영학, 소분류 판매관리/마케팅(국내마케팅, 국제마케팅, 소비자행동, 광고관리, 상품학)과 물류관리(물류일반, 물류정책, 국내물류/유통, 국제물류/유통, 소매유통, 상권/입지분석)로 구분하고 있다. 그 외에 유통(특히 물류 영역)은 중분류 무역학의 국제운송 및 물류, 중분류 해상운송학의 해운경영학에 포함되고 있다.

<표 2> 학술연구분야 분류표(유통 물류 관련 주요 분류)

| 대분류명 | 중분류명 | 소분류명 | 세분류명 |
|------|-------|-----------|---|
| 사회과학 | 경영학 | 판매관리/마케팅 | 국내마케팅 국제마케팅 소비자행동 광고관리 상품학 |
| | | | 물류일반 물류정책 국내물류/유통 국제물류/유통 소매유통 상권/입지분석 |
| | 무역학 | 국제운송 및 물류 | |
| 농수해양 | 해상운송학 | 해운경영학 | 해운사 해운경영 해운경제 해상보험 해운실무 항만경제/관리 기타해운경영학 |

자료 : 한국연구재단(2009), 학술연구분야 분류표.

한국유통과학회의 연구 분야와 유사한 한국유통경영학회에서는 상적유통, 물류, 금융적 유통 및 인적자원의 대분류를 중심으로 16개 중분류 체계를 갖고 있다(현인규 등, 2009). 상적유통은 마케팅, 경로, 제품 및 가격, 전자상거래 영역을 포함하고 있으며, 물류는 수배송, 물류전략, 물류성과, 재고관리, 표준화, 물류정보, SCM을 포함하고 있다. 또한 결제, 재무, 투자를 포함한 금융적 유통과 인적자원의 중분류 체계를 갖고 있다.

<표 3> 한국유통경영학회의 세부 영역 분류

| 대분류 | 중분류 | 소분류 |
|--------|---------|--------------------------|
| 상적유통 | 마케팅 | 고객만족, 성과, 환경, 예측 |
| | 경로 | 점포, 유통경로 |
| | 제품 및 가격 | 제품, 가격 |
| | 구매조달 | 구매, 조달 |
| 물류 | 전자상거래 | 전자상거래 |
| | 수배송 | 택배, 수배송시스템(방법, 전산), 통관 |
| | 물류전략 | 거점, 3자물류, 공동화, 전망, 예측 |
| | 물류성과 | BSC, 혁신 |
| | 재고관리 | 보관 및 방법 |
| | 표준화 | 원가, 포장 |
| | 물류정보 | CRM, ERP, 유통정보, B2B, EDI |
| 금융적 유통 | SCM | SCM |
| | 결제 | 결제 |
| | 재무 | 재무 |
| 인적자원 | 투자 | 투자 |
| | 인적자원 | 인적자원 |

자료 : 현인규 등(2009), p.30.

그리고 한국물류학회의 경우에는 학회지의 주제를 물류일반, 물류관리, 물류정책, 국내외 물류, SCM, 무역학, 화물운송, 해상운송, 거점관리, 물류영역, 물류정보 및 기타로 분류하고 있으며, 각 주제에 대한 세부 내용을 <표 4>와 같이 제시하고 있다(박정섭, 김동호, 2009).

<표 4> 한국물류학회의 연구주제 분류표

| 주제 | 세부내용 |
|--------|--|
| 물류일반 | 물류의 개념, 물류의 역사, 물류교육, 자격증, 기타 |
| 물류관리 | 고객만족, 물류서비스, 물류회계, 물류혁신, 물류품질, 수요예측, 물류성과 |
| 물류정책 | 물류인증, 물류정책, 물류계획, 표준화, 물류공동화, 물류전략, 3자물류, 4자물류, 물류의사결정 |
| 국내외 물류 | 물류산업(화물운송업, 해운업 등), 산업별 물류, 국제물류, 국내물류/유통, 외국물류 |
| SCM | SCM, VMI, CPFR |
| 무역학 | 무역정책, 무역실무, 무역보험, 무역서류, 무역제도, 전자무역, 관세 |
| 화물운송 | 복합운송, 항공운송, 도로운송, 철도운송, 컨테이너운송, 운송망, 택배 |
| 해상운송 | 항만운송, 해운경영, 컨테이너터미널, 해운법, 해상운송 |
| 거점관리 | 보관, 하역, 포장, 유통가공, 재고관리, 물류센터관리, 물류인프라 |
| 물류영역 | 구매, 조달, 전자구매, 생산관리, 판매물류, 환경물류, 반품물류 |
| 물류정보 | 물류보안, RFID, e-Logistics, 물류정보시스템, 전자상거래 물류 |
| 기타 | 위 분류에 해당하지 않는 주제(유통, 생산, 회계 등) |

자료 : 박정섭, 김동호(2009), p.11.

한국유통과학회가 발간하는 유통과학연구의 연구동향을 분석하기 위하여 교육과학기술부의 국가과학기술표준분류체계, 한국연구재단의 연구 분야 분류표, 한국유통경영학회와 한국물류학회의 연구 분류 체계 및 한국유통과학회의 유통학 분류 체계 등을 고려하여 <표 5>와 같이 대분류, 중분류, 소분류로 구분하였다.

유통을 유통경제와 유통경영으로 대분류하고, 유통경제 영역은 유통일반, 유통경제, 물류, 유통정보 및 기타로 중분류하였다. 또한 유통경영 영역에서는 유통관리, 마케팅, MD 및 구매, 소비자행동 및 기타로 중분류하였다.

<표 5> 한국유통과학회의 연구 분류표

| 대분류 | 중분류 | 소분류 |
|------|---------|---|
| 유통경제 | 유통일반 | 유통의 기초, 유통학문과 이론, 유통교육, 자격증 |
| | 유통경제 | 유통산업, 유통정책, 유통제도 및 법, 시장구조, 업체발전, 금융유통, 의약품유통 |
| | 물류 | 물류일반, 물류관리, 물류정책, 물류산업, SCM, 물류시스템, 수배송 |
| | 유통정보 | e-비즈니스, 전자상거래, 유통정보, 데이터마케팅, CRM, 정보기술 |
| | 기타 경제분야 | 위 분류에 해당하지 않는 거시적인 국민경제 관점의 유통학과 관련된 연구 주제 |
| 유통경영 | 유통관리 | 유통경로, 점포, 업체전략, 입지 및 상권, 프랜차이즈시스템 |
| | 마케팅 | 마케팅전략, 서비스마케팅, 제품 관리, 광고, 성과 |
| | MD 및 구매 | 매장관리, 구매관리, VMD, MD, 상품학 |

| | |
|----------|---|
| 소비자행동 | 고객관리, 점포 차별화, 소비자 지각, 소비심리, 의사결정 |
| 기 타 경영분야 | 위 분류에 해당하지 않는 미시적인 개별 경제 관점의 유통학과 관련된 연구 주제 |

Ⅲ. 연구동향 및 내용 분석

연구동향 및 내용 분석은 하영석(2006), 박정섭, 김동호(2009) 및 현인규 외 2인(2009)의 연구내용에 따라 실시하였다.

1. 연구 주제별 동향

1) 연구주제의 분류

연구동향 분석은 1999년 창간호부터 2010년 9월에 발간된 제8권 제3호까지 총 109편을 대상으로 하였다. <표 5>의 분류에 따라 연구 주제별로 연구동향을 분석한 결과는 <표 6>과 같다.

총 109편 중에서 대분류 기준으로 유통경제가 47편(43.1%), 유통경영이 62편(56.9%)을 차지하고 있다. 유통경제 영역에서 물류와 유통정보 14편(12.8%), 유통경제 9편(8.3%)으로 물류와 유통정보에 대한 연구가 매년 활발하게 이루어지고 있다. 유통경영 영역에서는 유통관리가 25편(22.9%)이며, 마케팅이 20편(18.3%)을 차지하고 있다. 최근 들어 유통관리, 마케팅, 물류, 유통정보를 분야를 중심으로 대부분의 영역에서 연구가 증가하고 있다. 유통 관련 각 영역의 연구 범위가 확대되고 있어 유통학문의 전 영역을 연구범위로 하는 학술지로서의 잠재력을 보이고 있다.

다른 한편으로 유통은 유통경제와 유통경영 뿐만 아니라 복합학문의 성격을 갖고 있기 때문에 유통 이외의 주제를 포함할 수 있으나 유통과 연계된 복합학문의 성격을 갖고 있는 논문을 게재할 수 있도록 하여야 할 것이다. 즉, 복합학문 성격의 논문이라고 하더라도 유통과 관련되지 않은 연구보다는 유통과 직·간접적으로 연계된 내용을 포함한 연구 논문을 다루어야 할 것이다.

<표 6> 연구주제 분석표

(단위 : 편, %)

| 구 분 | 1999-2002년 | 2003-2006년 | 2007-2010년 | 합 계 | |
|------|------------|------------|------------|------------|----------|
| 유통경제 | 유통일반 | 0(0.0) | 4(9.5) | 2(3.4) | 6(5.5) |
| | 유통경제 | 0(0.0) | 5(11.9) | 4(6.8) | 9(8.3) |
| | 물 류 | 3(35.7) | 3(7.1) | 8(13.6) | 14(12.8) |
| | 유통정보 | 2(25.0) | 0(0.0) | 12(20.3) | 14(12.8) |
| | 기 타 | 1(12.5) | 0(0.0) | 3(5.1) | 4(3.7) |
| | 소 계 | 6(75.0) | 12(28.6) | 29(49.2) | 47(43.1) |
| 유통경영 | 유통관리 | 1(12.5) | 14(33.3) | 10(16.9) | 25(22.9) |
| | 마케팅 | 0(0.0) | 7(16.7) | 13(22.0) | 20(18.3) |
| | MD 및 구매 | 0(0.0) | 1(2.4) | 0(0.0) | 1(0.9) |
| | 소비자행동 | 0(0.0) | 3(7.1) | 4(6.8) | 7(6.4) |
| | 기 타 | 1(12.5) | 5(11.9) | 3(5.1) | 9(8.3) |
| | 소 계 | 2(25.0) | 30(71.4) | 30(50.8) | 62(56.9) |
| 합 계 | 8(100.0) | 42(100.0) | 59(100.0) | 109(100.0) | |

2) 연구 주제별 게재 현황

연구 주제별 게재 현황을 보면 교수 단독 연구가 가장 많은 55편(50.5%)이며, 교수와 업계의 공동연구 17편(15.6%), 교수와 연구

원 공동연구 12편(11.0%)으로 나타나고 있다. 연구주체가 연구원(5편, 4.6%), 업계(5편, 4.6%), 교수/연구원/업계(4편, 3.7%), 학생 (2편, 1.8%)인 경우 게재 빈도가 상대적으로 낮게 나타나고 있다<표 7>.

연구 주체의 비중을 보면 교수가 감소하고 있는 반면 업계, 연구 및 대학원생의 참여 비중이 지속적으로 증가하고 있다. 이는 순수 학문 중심의 연구에서 탈피하여 실무지향적인 연구가 활발히 이루어지고 있음을 보여주고 있는 것으로 유통이론 뿐만 아니라 유통실무에 대한 연구의 중요성이 커지고 있음을 보여주고 있다고 할 수 있다. 뿐만 아니라 교수 중심의 연구로 제한하는 것이 아니라 업계, 연구소 및 대학원생까지 적극적으로 연구에 참여할 수 있어 유통연구의 활성화에 기여하게 될 것이다.

<표 7> 연구 주제별 게재 현황

(단위 : 편, %)

| 구 분 | 1999-2002년 | 2003-2006년 | 2007-2010년 | 합 계 |
|-----------|------------|------------|------------|------------|
| 교 수 | 6(75.0) | 23(54.8) | 26(44.1) | 55(50.5) |
| 교수/업계 | 0(0.0) | 5(11.9) | 12(20.3) | 17(15.6) |
| 교수/연구원 | 1(12.5) | 2(4.8) | 9(15.3) | 12(11.0) |
| 연구원 | 1(12.5) | 4(9.5) | 0(0.0) | 5(4.6) |
| 업 계 | 0(0.0) | 3(7.1) | 2(3.4) | 5(4.6) |
| 교수/학생 | 0(0.0) | 3(7.1) | 6(10.2) | 9(8.3) |
| 교수/연구원/업계 | 0(0.0) | 2(4.8) | 2(3.4) | 4(3.7) |
| 학 생 | 0(0.0) | 0(0.0) | 2(3.4) | 2(1.8) |
| 합 계 | 8(100.0) | 42(100.0) | 59(100.0) | 109(100.0) |

3) 연구 주제별 참여자 수

연구자의 수는 단독연구와 2인 연구가 각각 43편(39.5%)과 42편(38.5%)이며, 3인 이상의 연구는 24편(22.0%)이다. 연구 주제별 참여 연구자의 수를 보면 단독연구의 경우 교수가 32편(74.4%)으로 가장 많으며, 연구원 5편(11.6%), 업계 4편(9.3%)의 순서이다. 2인 연구의 경우 교수 공동연구가 16편(38.1%)으로 가장 많으며, 교수/업계 공동연구 13편(31.0%), 교수/연구원과 교수/학생이 6편(14.3%)을 차지하고 있다. 3인 이상의 연구에서는 교수 공동연구 7편(29.2%), 교수/연구원 6편(25.0%) 등의 순서이다. 단독연구에서는 연구원이나 업계의 연구보다는 교수 중심의 연구가 진행되고 있으며, 2인 이상의 공동연구에서는 교수 뿐만 아니라 업계, 연구원 및 대학원생의 참여가 활발하게 이루어지고 있다. 이는 학문 영역이 확대되고 다원화됨에 따라 학제간 또는 학문간 공동연구의 필요성이 증가하고 있음을 시사한다고 할 수 있을 것이다.

<표 8> 연구 주제별 참여 연구자의 수

(단위 : 편, %)

| 구 분 | 단독 연구 | 2인 연구 | 3인 이상 | 합 계 |
|-----------|----------|----------|---------|----------|
| 교 수 | 32(74.4) | 16(38.1) | 7(29.2) | 55(50.5) |
| 교수/업계 | 0(0.0) | 13(31.0) | 4(16.7) | 17(15.6) |
| 교수/연구원 | 0(0.0) | 6(14.3) | 6(25.0) | 12(11.0) |
| 연구원 | 5(11.6) | 0(0.0) | 0(0.0) | 5(4.6) |
| 업 계 | 4(9.3) | 1(2.4) | 0(0.0) | 5(4.6) |
| 교수/학생 | 0(0.0) | 6(14.3) | 3(12.5) | 9(8.3) |
| 교수/학생/연구원 | 0(0.0) | 0(0.0) | 0(0.0) | 0(0.0) |

| | | | | |
|-----------|---------------------|---------------------|---------------------|-----------------------|
| 교수/연구원/업계 | 0(0.0) | 0(0.0) | 4(16.7) | 4(3.7) |
| 학생 | 2(4.7) | 0(0.0) | 0(0.0) | 2(1.8) |
| 합계 | 43(100.0) (39.5) | 42(100.0) (38.5) | 24(100.0) (22.0) | 109(100.0) (100.0) |

4) 연구 주제별 연구 주제

연구 주제별 연구 주제 현황은 <표 9>와 같다. 대부분의 영역에서 교수의 게재 비율이 높게 나타나고 있다. 대부분류 유통경제 분야에서 교수 25편(53.2%), 교수/업계 7편(14.9%), 교수/연구원 6편(12.8%), 교수/학생 3편(6.3%) 등으로 연구자의 분포가 다양하게 나타나고 있다. 특히 유통정보와 유통경제 분야에서 연구 주제가 다양하게 나타나고 있으며, 유통정보 분야의 14편 중에서 교수 5편(35.7%), 교수/연구원 4편(28.6%) 등이다.

대분류 유통경영 영역에서 교수 30편(48.4%), 교수/업계 10편(16.1%), 교수/연구원 및 교수/학생 6편(9.7%)을 차지하고 있다. 유통관리는 교수, 교수/업계, 교수/연구원, 연구원, 업계 등 연구 주체가 다양하게 나타나고 있으나 마케팅, MD 및 구매, 소비자 행동에서는 교수 중심으로 연구가 이루어지고 있어 업계와 연구원의 적극적 참여가 필요하다.

<표 9> 연구 주제별 연구 주제 현황

(단위 : 편, %)

| 구분 | 교수 | 교수/업계 | 교수/연구원 | 연구원 | 업계 | 교수/학생 | 교수/연구원/업계 | 학생 | 합계 |
|------|----------|----------|----------|---------|---------|---------|-----------|------------|-----------|
| 유통 | 유통일반 | 2(33.3) | 1(16.7) | 2(33.3) | | | 1(16.7) | | 6(100.0) |
| | 유통경제 | 3(33.3) | 2(22.2) | 2(22.2) | 1(11.1) | | 1(11.1) | | 9(100.0) |
| | 물류 | 11(78.6) | | 1(7.1) | | | 2(14.3) | | 14(100.0) |
| | 유통정보 | 5(35.7) | 4(28.6) | 1(7.1) | | 2(14.3) | 1(7.1) | 1(7.1) | 14(100.0) |
| | 기타 | 4(100.0) | | | | | | | 4(100.0) |
| | 소계 | 25(53.2) | 7(14.9) | 6(12.8) | 1(2.1) | 2(4.3) | 3(6.3) | 2(4.3) | 47(100.0) |
| 유통경영 | 유통관리 | 11(44.0) | 1(4.0) | 5(20.0) | 3(12.0) | 1(4.0) | 3(12.0) | 1(4.0) | 25(100.0) |
| | 마케팅 | 11(55.0) | 8(40.0) | 1(5.0) | | | | | 20(100.0) |
| | MD/구매 | 1(100.0) | | | | | | | 1(100.0) |
| | 소비자행동 | 5(71.4) | | | | | 1(14.3) | 1(14.3) | 7(100.0) |
| | 기타 | 2(22.2) | 1(11.1) | | 1(11.1) | 2(22.2) | 2(22.2) | 1(11.1) | 9(100.0) |
| | 소계 | 30(48.4) | 10(16.1) | 6(9.7) | 4(6.5) | 3(4.8) | 6(9.7) | 2(3.2) | 62(100.0) |
| 합계 | 55(50.5) | 17(15.6) | 12(11.0) | 5(4.6) | 5(4.6) | 9(8.3) | 4(3.7) | 109(100.0) | |

2. 연구 방법 분석

1) 연구방법론의 유형

연구방법은 규범적 연구 및 실증적 연구로 크게 분류할 수도 있다. 그러나 본 연구에서는 연구방법을 세분화하여 문헌연구(내용분석 포함), 설문조사, 사례연구, 계량분석(수리분석 포함) 및 시스템분석으로 분류하였다. 연구방법 현황을 살펴 보면 <표 10>에서 나타나고 있는 바와 같이 총 109편 중에서 문헌연구가 45편(41.3%)으로 가장 많으며, 설문조사 방식에 의한 실증연구가 44편(40.4%)이다. 유통과학연구에서 가장 많이 사용하는 연구방법론은 내용분석을 포함한 문헌연구와 설문분석을 포함한 실증연구이며, 두 가지 연구방법론이 약 82%를 차지하고 있다. 그 외에 사례연구 10편(9.2%), 계량분석 9편(8.3%), 시스템분석 1편(0.8%)이다.

연도별 추이를 보면 문헌연구의 경우 2002년 이전에 75%를 차지한 반면 2007년 이후 25.4%로 감소한 반면 설문조사 연구는 2002년 이전 12.5%에서 2007년 이후 50.8%로 대폭 증가하고 있음을 보여주고 있다. 시스템분석은 많은 비중을 차지하고 있지 않으나 사례연구와 계량분석을 지속적으로 증가하고 있다.

<표 10> 연구방법론의 유형 현황

(단위 : 편, %)

| 구분 | 1999-2002년 | 2003-2006년 | 2007-2010년 | 합계 |
|-------|------------|------------|------------|------------|
| 문헌연구 | 6(75.0) | 24(57.1) | 15(25.4) | 45(41.3) |
| 설문조사 | 1(12.5) | 13(31.0) | 30(50.8) | 44(40.4) |
| 사례연구 | 0(0.0) | 3(7.1) | 7(11.9) | 10(9.2) |
| 계량분석 | 1(12.5) | 2(4.8) | 6(10.2) | 9(8.3) |
| 시스템분석 | 0(0.0) | 0(0.0) | 1(1.7) | 1(0.8) |
| 합계 | 8(100.0) | 42(100.0) | 59(100.0) | 109(100.0) |

2) 연구 주제별 연구방법론

연구 주제별 연구방법론 현황은 <표 11>과 같다. 대부분류 유통경제 영역에서는 문헌연구가 22편(50.0%)으로 가장 많으며, 설문조사 13편(29.5%) 등의 순서이다. 중분류 기준으로 볼 때, 유통일반 영역에서는 문헌연구가 5편(83.3%)으로 높은 비중을 차지하고 있으며, 물류, 유통정보 및 기타 영역에서는 문헌연구, 설문조사, 사례연구 등 다양한 연구방법론을 사용하고 있다.

대분류 유통경영 영역에서는 설문조사 31편(47.7%), 문헌연구 23편(35.4%)로 약 83%를 차지하고 있다. 마케팅 분야에서는 설문조사가 12편(60.0%)으로 가장 높은 비율을 보이고 있으며, 유통관리 분야에서는 문헌연구(15편, 45.5%)와 설문조사(11편, 33.3%)를 주로 이용하고 있다.

<표 11> 연구 주제별 연구방법론 현황

(단위 : 편, %)

| 구분 | 문헌연구 | 설문조사 | 사례연구 | 계량분석 | 시스템분석 | 합계 |
|----|------|----------|---------|---------|--------|-----------|
| 유통 | 유통일반 | 5(83.3) | 1(16.7) | | | 6(100.0) |
| | 유통경제 | 1(50.0) | | 1(50.0) | | 2(100.0) |
| 경제 | 물류 | 10(66.7) | 2(13.3) | 2(13.3) | 1(6.7) | 15(100.0) |
| | 유통정보 | 3 | 8 | 1 | 1 | 14 |

| | | | | | | | |
|----------|-------|--------------|--------------|-------------|-------------|------------|----------------|
| 기타 | 보 | (21.4) | (57.1) | (7.1) | (7.1) | (7.1) | (100.0) |
| | 기타 | 3 (42.9) | 2 (28.6) | 1 (14.3) | 1 (14.3) | | 7 (100.0) |
| | 소계 | 22 (50.0) | 13 (29.5) | 5 (11.4) | 3 (6.8) | 1 (2.3) | 44 (100.0) |
| 유형 경영 | 유통관리 | 15 (45.5) | 11 (33.3) | 4 (12.1) | 3 (9.1) | | 33 (100.0) |
| | 마케팅 | 5 (25.0) | 12 (60.0) | 1 (5.0) | 2 (10.0) | | 20 (100.0) |
| | MD/구매 | 1 (33.3) | 1 (33.3) | | 1 (33.3) | | 3 (100.0) |
| | 소비자행동 | | 3 (100.0) | | | | 3 (100.0) |
| | 기타 | 2 (33.3) | 4 (66.7) | | | | 6 (100.0) |
| | 소계 | 23 (35.4) | 31 (47.7) | 5 (7.7) | 6 (9.2) | | 65 (100.0) |
| | 합계 | 45 (41.3) | 44 (40.4) | 10 (9.2) | 9 (8.3) | 1 (0.8) | 109 (100.0) |

3. 연구의 국제화 수준

2010년 9월까지 게재된 109편의 논문 중에서 국문 논문은 101편으로 92.7%를 차지하고 있으며, 영문 논문은 8편으로 7.3%를 차지하고 있다. 그러나 2006년 까지 1편(2.4%)에 불과하던 영문 논문은 2007년 이후 7편(11.9%)으로 증가하여 영문논문의 게재 비율이 높아지고 있다.

<표 12> 국문 및 영문 논문 게재 현황

(단위 : 편, %)

| 구분 | 1999-2002년 | 2003-2006년 | 2007-2010년 | 합계 |
|------|------------|------------|------------|------------|
| 국문논문 | 8(100.0) | 41(97.6) | 52(88.1) | 101(92.7) |
| 영문논문 | 0(0.0) | 1(2.4) | 7(11.9) | 8(7.3) |
| 합계 | 8(100.0) | 42(100.0) | 59(100.0) | 109(100.0) |

학술지의 국제화 수준을 평가할 수 있는 다른 지표는 외국인의 참여 비율이다. 본 연구에서 내국인은 국내에 거주하는 연구자를 의미하며, 외국인은 순수 외국인 뿐만 아니라 해외지역에 거주하는 연구자를 기준으로 하였다. 외국인 단독연구는 1편(0.9%)이며, 내국인과 외국인의 공동연구는 2편(1.8%)으로 나타나고 있어 외국인의 참여 정도는 매우 낮은 수준이다.

<표 13> 내국인 연구자와 외국인 연구자 현황

(단위 : 편, %)

| 구분 | 1999-2002년 | 2003-2006년 | 2007-2010년 | 합계 |
|-------|------------|------------|------------|------------|
| 내국인 | 8(100.0) | 42(100.0) | 56(94.9) | 106(97.3) |
| 외국인 | 0(0.0) | 0(0.0) | 1(1.7) | 1(0.9) |
| 내/외국인 | 0(0.0) | 0(0.0) | 2(3.4) | 2(1.8) |
| 합계 | 8(100.0) | 42(100.0) | 59(100.0) | 109(100.0) |

4. 참고문헌 분석

2010년 9월 까지 게재된 109편의 1편당 평균 인용 참고문헌은 27.5편으로 국내문헌 11.1편, 외국문헌 16.4편이다. 그리고 유통과

학연구 피인용은 평균 0.4편으로 낮은 편이다. 대부분 유통경제 영역의 평균 참고문헌 인용은 국내문헌 9.4편, 해외문헌 14.8이며, 유통과학연구의 피인용 문헌은 0.6편이다. 중분류 유통정보 영역에서 참고문헌은 26.6편(국내문헌 7.3편, 외국문헌 19.3)으로 가장 많으며, 유통과학연구 피인용 건수는 1.4편이다. 유통과학연구의 피인용 건수는 유통정보 1.4편, 유통일반과 기타 0.5편, 유통경제 0.3편과 같은 피인용 건수를 보이고 있다.

대분류 유통경영 영역에서의 참고문헌 인용은 평균 30.0편(국내문헌 12.1편, 해외문헌 17.9편)이며, 유통과학연구 자체 인용은 0.3편이다. MD 및 구매 1.0편, 유통관리 0.4편, 마케팅과 기타 0.2편이다.

<표 14> 연구 주제별 참고문헌 인용 현황

(단위 : 편)

| 구분 | 인용 참고문헌 | | | 유통과학연구 인용 | |
|----------|---------|------|------|-----------|-----|
| | 국내문헌 | 외국문헌 | 합계 | | |
| 유통 경제 | 유통일반 | 7.2 | 13.3 | 20.5 | 0.5 |
| | 유통경제 | 8.2 | 12.2 | 20.4 | 0.3 |
| | 물류 | 11.3 | 14.2 | 25.5 | 0.1 |
| | 유통정보 | 7.3 | 19.3 | 26.6 | 1.4 |
| | 기타 | 16.5 | 9.3 | 25.8 | 0.5 |
| | 소계 | 9.4 | 14.8 | 24.2 | 0.6 |
| 유통 경영 | 유통관리 | 15.6 | 13.4 | 29.0 | 0.4 |
| | 마케팅 | 8.8 | 21.4 | 30.2 | 0.2 |
| | MD/구매 | 9.0 | 4.0 | 13.0 | 1.0 |
| | 소비자행동 | 12.1 | 27.3 | 39.4 | 0.0 |
| | 기타 | 11.4 | 15.0 | 26.4 | 0.2 |
| | 소계 | 12.1 | 17.9 | 30.0 | 0.3 |
| 합계 | 11.1 | 16.4 | 27.5 | 0.4 | |

참고문헌 인용 추이를 보면 2002년 이전에는 30.6편(국내문헌 15.0편, 외국문헌 15.6편)이며, 2003~2006년에는 27.7편(국내문헌 10.5편, 외국문헌 17.2편)이고, 2007년 이후에는 26.8편(국내문헌 10.9편, 외국문헌 15.9편)으로 감소하고 있다. 한편 유통과학연구의 자체 인용문헌은 평균 0.4편이며, 2003~2006년 이후 소폭 증가하였다.

<표 15> 참고문헌 인용 현황

(단위 : 편)

| 구분 | 인용 참고문헌 | | | 유통과학연구 인용 |
|------------|---------|------|------|-----------|
| | 국내문헌 | 외국문헌 | 합계 | |
| 1999-2002년 | 15.0 | 15.6 | 30.6 | 0.0 |
| 2003-2006년 | 10.5 | 17.2 | 27.7 | 0.0 |
| 2007-2010년 | 10.9 | 15.9 | 26.8 | 0.6 |
| 평균 | 11.1 | 16.4 | 27.5 | 0.4 |

IV. 유사 학회지와 비교

유통과학연구의 현 상황을 파악하기 위하여 국제화 수준, 연구 방법론 및 참고문헌 인용 등에 대하여 유통 관련 다른 학회지와 비교하고자 하였다. 즉, 한국연구재단의 등재 학술지인 유통연구(한국유통학회)와 유통경영학회지(한국유통경영학회)의 2007년부터 2010년 9월까지 발행된 학회지를 대상으로 국문 및 영문 논문, 연

구방법론, 내국인 및 외국인 연구자, 참고문헌 인용을 비교 분석하였다.

1. 국문 및 영문 논문 게재 비교

한국유통학회의 유통연구는 2007년 이후 국문 논문 92편, 영문 논문 3편으로 총 95편의 논문이 게재되어 국문 논문 96.8%, 영문 논문 3.2%의 게재 비율을 나타내고 있다. 한국유통경영학회(한국유통정보학회에서 학회명 변경)의 유통경영학회지(유통정보학회에서 학회지명 변경)는 총 132편의 논문이 게재되었으며, 국문 논문 93편(70.5%), 영문 논문 39편(29.5%)을 게재하였다. 특히 유통경영학회지는 2008년 이후 매년 1회 영문 전용 학회지를 발간하고 있다. 유통과학연구는 총 59편 중에서 국문 논문 52편(88.1%)이며, 영문 논문은 7편(11.9%)이다.

유통연구의 영문논문 게재율은 다른 학회지에 비하여 낮은 3.2%에 불과하며, 유통경영학회지는 29.5%의 영문논문 게재율을 보이고 있다.

<표 16> 국문 및 영문 논문 게재 비교

(단위 : 편)

| 구 분 | 국문논문 | 영문논문 | 합 계 | |
|---------|-------|-----------|-----------|-------------|
| 유통연구 | 2007년 | 28 | 0 | 28 |
| | 2008년 | 25 | 1 | 26 |
| | 2009년 | 27 | 2 | 29 |
| | 2010년 | 12 | 0 | 12 |
| | 소 계 | 92(96.8%) | 3(3.2%) | 95(100.0%) |
| 유통경영학회지 | 2007년 | 24 | 1 | 25 |
| | 2008년 | 23 | 11 | 34 |
| | 2009년 | 32 | 10 | 42 |
| | 2010년 | 14 | 17 | 31 |
| | 소 계 | 93(70.5%) | 39(29.5%) | 132(100.0%) |
| 유통과학연구 | 2007년 | 11 | 1 | 12 |
| | 2008년 | 11 | 1 | 12 |
| | 2009년 | 18 | 2 | 20 |
| | 2010년 | 12 | 3 | 15 |
| | 소 계 | 52(88.1%) | 7(11.9%) | 59(100.0%) |

* 주 : 2010년의 경우 유통연구는 제15권 제3호 까지, 유통경영학회지는 제13권 제4호까지, 유통과학연구는 제8권 제3호 까지를 분석 대상으로 함.

2. 연구방법론 비교

유통연구의 연구방법론은 설문조사에 의한 실증연구가 65편으로 68.4%를 차지하고 있으며, 문헌연구 17편(17.9%), 계량분석 11편(11.6%) 등이다. 대부분 설문조사 연구방법론을 사용하고 있으나 매년 마지막 호에서는 문헌연구, 사례연구 및 계량 연구 등 다양한 연구방법론을 사용하고 있다.

유통경영학회지는 다양한 연구방법론을 사용하고 있다. 설문조사가 60편으로 45.5%를 차지하고 있으며, 문헌연구 40편(30.3%), 계량분석 21편(15.9%), 시스템분석 6편(4.5%), 사례연구 5편(3.8%)로 나타나고 있다.

유통과학연구는 설문조사가 30편(50.8%)으로 가장 많으며, 문헌연구 15편(25.4%), 사례연구 7편(11.9%), 계량분석 6편(10.2%) 등이다. 연구방법론은 설문조사에 의한 실증분석이 증가하고 있는 것

이 일반적이지만 한 가지 연구방법론에 집중하는 것보다 연구방법론의 균형이 필요할 것이다.

<표 17> 연구방법론 비교

(단위 : 편)

| 구 분 | 문헌 연구 | 설문 조사 | 사례 연구 | 계량 분석 | 시스템 분석 | 합계 | |
|---------|-------|---------------|---------------|--------------|---------------|-------------|-----------------|
| 유통연구 | 2007년 | 8 | 18 | 0 | 2 | 0 | 28 |
| | 2008년 | 4 | 18 | 1 | 3 | 0 | 26 |
| | 2009년 | 5 | 18 | 1 | 5 | 0 | 29 |
| | 2010년 | 0 | 11 | 0 | 1 | 0 | 12 |
| | 소 계 | 17 (17.9%) | 65 (68.4%) | 2 (2.1%) | 11 (11.6%) | 0 (0.0%) | 95 (100.0%) |
| 유통경영학회지 | 2007년 | 9 | 8 | 2 | 5 | 1 | 25 |
| | 2008년 | 9 | 18 | 1 | 5 | 1 | 34 |
| | 2009년 | 13 | 18 | 1 | 7 | 3 | 42 |
| | 2010년 | 9 | 16 | 1 | 4 | 1 | 31 |
| | 소 계 | 40 (30.3%) | 60 (45.5%) | 5 (3.8%) | 21 (15.9%) | 6 (4.5%) | 132 (100.0%) |
| 유통과학연구 | 2007년 | 4 | 7 | 1 | 0 | 0 | 12 |
| | 2008년 | 3 | 6 | 2 | 1 | 0 | 12 |
| | 2009년 | 3 | 11 | 2 | 3 | 1 | 20 |
| | 2010년 | 5 | 6 | 2 | 2 | 0 | 15 |
| | 소 계 | 15 (25.4%) | 30 (50.8%) | 7 (11.9%) | 6 (10.2%) | 1 (1.7%) | 59 (100.0%) |

3. 내국인 및 외국인 비교

유통연구 등 관련 유사 학회지의 내국인 및 외국인 분포를 살펴보면 <표 18>과 같다. 유통연구의 경우 외국인 및 내국인/외국인 공동연구 각각 1편을 제외하고 93편(97.8%)가 내국 연구자이다. 유통경영학회지의 경우 외국인 단독연구는 없고 내국인/외국인 공동연구는 13편(9.8%)으로 다른 유사 학회지에 비하여 외국인 또는 해외지역 연구자의 비율이 높은 편이다. 특히 영문 전용학회지가 발간되는 2008년 이후 외국 연구자의 참여가 증가한 것을 알 수 있다. 유통과학연구는 내국인 56편(94.9%), 외국인 단독 연구 1편(1.7%), 내국인/외국인 공동연구 2편(3.4%)으로 나타나고 있다.

유통과학연구는 내국인 뿐만 아니라 외국인 및 해외지역의 참여를 확대할 필요가 있다. 이를 위해 외국 학술단체와의 학술교류, 외국 연구자의 편집위원회 및 학회 활동 참여 지원 등과 같은 방안을 마련하여야 할 것이다. 이를 통하여 학술지의 국제화 수준을 향상시키며 유명 국제학술지의 토대가 되도록 하는 것이 바람직할 것이다.

<표 18> 연구자의 내국인/외국인 현황 비교

(단위 : 편)

| 구 분 | 내국인 | 외국인 | 내/외국인 | 합 계 | |
|---------|-------|---------------|-------------|-------------|----------------|
| 유통연구 | 2007년 | 28 | 0 | 0 | 28 |
| | 2008년 | 26 | 0 | 0 | 26 |
| | 2009년 | 27 | 1 | 1 | 29 |
| | 2010년 | 12 | 0 | 0 | 12 |
| | 소 계 | 93 (97.8%) | 1 (1.1%) | 1 (1.1%) | 95 (100.0%) |
| 유통경영학회지 | 2007년 | 25 | 0 | 0 | 25 |
| | 2008년 | 32 | 0 | 2 | 34 |
| | 2009년 | 37 | 0 | 5 | 42 |

| | | | | | |
|--------|-------|----------------|-------------|--------------|-----------------|
| | 2010년 | 25 | 0 | 6 | 31 |
| | 소 계 | 119 (90.2%) | 0 (0.0%) | 13 (9.8%) | 132 (100.0%) |
| 유통과학연구 | 2007년 | 12 | 0 | 0 | 12 |
| | 2008년 | 12 | 0 | 0 | 12 |
| | 2009년 | 19 | 0 | 1 | 20 |
| | 2010년 | 13 | 1 | 1 | 15 |
| | 소 계 | 56 (94.9%) | 1 (1.7%) | 2 (3.4%) | 59 (100.0%) |

4. 참고문헌 비교

2007년 이후 발간된 유통연구의 참고문헌은 평균 42.5편으로 국내문헌 10.9편(25.7%), 외국문헌 31.6편(74.3%)이며, 자체 피인용 건수는 1.1편으로 감소하는 추세를 보이고 있다.

유통경영학회지의 경우 국내문헌 10.5편(36.3%), 외국문헌 18.4편(63.7%)을 인용하고 있으며, 자체 인용은 1.1편이다. 피인용 건수가 2008년 2.9편을 기록하였으나 그 이후 계속 감소하고 있다.

유통과학연구의 경우 평균 참고문헌 인용 건수는 26.8편으로 국내문헌 10.9편(40.7%), 외국문헌 15.9편(59.3%)을 보이고 있으며, 자체인용은 2009년까지 0.2편을 나타내다가 2010년에 2.1편으로 증가하였다.

인용지수는 해외에서 학술지의 질을 평가하기 위한 중요한 기준이며, 국내에서 피인용지수를 활용한 학술지 평가를 계획하고 있으므로 이를 향상시키기 위한 대안이 마련되어야 할 것이다. 또한 학술지의 국내외 보급 확대 및 검색 확대 방안을 마련할 필요가 있다.

<표 18> 참고문헌 인용 현황 비교

(단위 : 편)

| 구 분 | 참고문헌 | | | 자체인용 | |
|-------------|-------|-----------------|-----------------|------------------|----------------|
| | 국내문헌 | 외국문헌 | 소 계 | | |
| 유통연구 | 2007년 | 10.7 | 27.9 | 38.6 | 1.4 |
| | 2008년 | 10.9 | 32.2 | 43.1 | 1.3 |
| | 2009년 | 10.6 | 24.3 | 34.9 | 0.7 |
| | 2010년 | 11.5 | 41.8 | 53.3 | 1.1 |
| | 평 균 | 10.9 (25.7%) | 31.6 (74.3%) | 42.5 (100.0%) | 1.1* (2.6%) |
| 유통경영 학회지 | 2007년 | 11.0 | 15.0 | 26.0 | 0.6 |
| | 2008년 | 12.1 | 22.4 | 34.6 | 2.9 |
| | 2009년 | 10.8 | 15.6 | 26.4 | 0.6 |
| | 2010년 | 8.0 | 20.5 | 28.5 | 0.3 |
| | 평 균 | 10.5 (36.3%) | 18.4 (63.7%) | 28.9 (100.0%) | 1.1* (3.7%) |
| 유통과학 연구 | 2007년 | 6.5 | 20.5 | 27.0 | 0.2 |
| | 2008년 | 12.2 | 13.3 | 25.5 | 0.2 |
| | 2009년 | 10.2 | 15.7 | 25.9 | 0.2 |
| | 2010년 | 13.6 | 13.6 | 27.2 | 2.1 |
| | 평 균 | 10.9 (40.7%) | 15.9 (59.3%) | 26.8 (100.0%) | 0.6* (2.4%) |

* 참고문헌 대비 자체인용 비율

IV. 요약 및 시사점

한국유통과학회가 발간하는 유통과학연구의 한국연구재단 등재를 위한 절차가 진행되고 있을 뿐만 아니라 외국대학의 편집위원을 위촉하는 등 학회지의 질적 향상을 위한 업무를 추진하고 있으며, 우수한 국제학술지로 발전하기 위한 노력을 계속하고 있다. 학회의 발전과 학회지의 질적 수준 향상 시점에 있으나 지금까지 게재된 연구 논문에 대한 분석이 이루어 지지 못하였다. 따라서 유통과학연구의 연구동향을 분석하여 스스로 평가하고 학회지의 발전을 시사점을 도출할 필요가 있다. 이러한 분석을 통하여 국제적 학술지로 발전하기 위한 토대를 마련할 수 있을 뿐만 아니라 유통산업의 발전에 기여하고 유통이론 및 실무 등 유통학의 학문적 발전을 가져올 수 있을 것이다.

본 연구에서는 한국유통과학회가 발행하고 있는 유통과학연구에 게재된 논문의 연구 동향을 분석하고 학회지의 질적 향상을 위한 시사점을 제시하고자 하였다. 즉, 유통분야의 학문체계를 분류하여 연구동향을 분석하고, 유통 관련 다른 학회지와 비교한 후 유통과학연구의 질적 향상을 위한 시사점을 도출하고자 하였다.

먼저 유통경제와 유통경영으로 대분류하였으며, 유통경제 영역은 유통일반, 유통경제, 물류, 유통정보 및 기타로 중분류하였고, 유통경영 영역은 유통관리, 마케팅, MD 및 구매, 소비자 행동, 기타로 중분류하였다. 주요 연구결과를 정리하면 다음과 같다.

첫째, 연구주제 분석 결과, 유통경제 영역에서 물류와 유통정보 14편(12.8%), 유통경제 9편(8.3%)으로 물류와 유통정보에 대한 연구가 매년 활발하게 이루어지고 있다. 유통경영 영역에서는 유통관리가 25편(22.9%)이며, 마케팅이 20편(18.3%)을 차지하고 있다. 최근 들어 유통관리, 마케팅, 물류, 유통정보를 분야를 중심으로 대부분의 영역에서 연구가 증가하고 있다.

둘째, 연구 주제별 게재 현황을 보면 교수 단독 연구가 가장 많은 55편(50.5%)이며, 교수와 업계의 공동연구 17편(15.6%), 교수와 연구원 공동연구 12편(11.0%)으로 나타나고 있다. 또한 연구주체가 교수/학생 9편(8.3%), 연구원(5편, 4.6%), 업계(5편, 4.6%), 교수/연구원/업계(4편, 3.7%), 학생 (2편, 1.8%)인 경우는 게재 빈도가 상대적으로 낮게 나타나고 있다. 교수는 감소하고 있는 반면 업계, 연구 및 대학원생의 참여 비중이 지속적으로 증가하고 있다. 그리고 연구자의 수는 단독연구와 2인 연구가 각각 43편(39.5%)과 42편(38.5%)이며, 3인 이상의 연구는 24편(22.0%)으로 공동연구의 환경이 구축된다는 점은 매우 고무적인 현상이다.

셋째, 연구 주제별 연구 주제 현황을 보면 대부분의 영역에서 교수의 게재 비율이 높게 나타나고 있다. 대분류 유통경제 분야에서 교수 25편(53.2%), 교수/업계 7편(14.9%), 교수/연구원 6편(12.8%), 교수/학생 3편(6.3%) 등으로 연구자의 분포가 다양하게 나타나고 있다. 대분류 유통경영 영역에서 교수 30편(48.4%), 교수/업계 10편(16.1%), 교수/연구원 및 교수/학생 6편(9.7%)을 차지하고 있다. 유통관리는 교수, 교수/업계, 교수/연구원, 연구원, 업계 등 연구 주체가 다양하게 나타나고 있으나 마케팅, MD 및 구매, 소비자 행동에서는 교수 중심으로 연구가 이루어지고 있어 업계와 연구원의 적극적 참여가 필요하다.

넷째, 연구방법 현황을 살펴보면 총 109편 중에서 문헌연구가 45편(41.3%)으로 가장 많으며, 설문조사 방식에 의한 실증연구가 44편(40.4%)이다. 유통일반, 유통경제, 물류, 유통관리 영역에서는 문헌연구를 주로 사용하고 있으며, 마케팅 영역에서는 설문조사에 의한 실증연구 방법을 가장 많이 사용하고 있다. 다양한 연구방법

론의 채택은 긍정적이라 할 수 있다.

다섯째, 국문 및 영문 논문 현황을 보면 국문 논문은 101편으로 92.7%를 차지하고 있으며, 영문 논문은 8편으로 7.3%를 차지하고 있다. 그러나 2006년 까지 1편(2.4%)에 불과하던 영문 논문은 2007년 이후 7편(11.9%)으로 증가하여 영문논문의 게재 비율이 높아지고 있어 긍정적으로 평가할 수 있다. 그리고 외국인 1편(0.9%), 내국인과 외국인의 공동연구는 2편(1.8%)으로 나타나고 있어 외국인의 참여 정도는 매우 낮은 수준으로 적극적인 해외투고자의 유지가 필요하다.

여섯째, 유통과학연구의 1편당 평균 인용 참고문헌은 27.5편으로 국내문헌 11.1편, 외국문헌 16.4편이다. 그리고 피인용 건수는 평균 0.4편으로 낮은 편이다. 유통경제 영역의 평균 참고문헌 인용은 24.2편(국내문헌 9.4편, 국외문헌 14.8편)이며, 유통과학연구의 피인용 문헌은 0.6편이다. 유통경영 영역에서의 참고문헌 인용은 평균 30.0편(국내문헌 12.1편, 국외문헌 17.9편)이며, 유통과학연구 자체 인용은 0.3편이다.

일곱째, 유사 학회지와 국문 및 영문논문을 비교하면, 한국유통학회의 유통연구는 2007년 이후 국문 논문 92편, 영문 논문 3편으로 총 95편의 논문이 게재되어 국문 논문 96.8%, 영문 논문 3.2%의 게재 비율을 나타내고 있다. 이것은 많이 부족한 수준을 보이는 상황에서, 유통과학연구의 한국연구재단 등재 추진과 SSCI 수준의 국제학술지로 발전하기 위해서 영문논문의 게재는 반드시 필요하다. 영문논문의 게재율을 높이기 위해 지속적 노력이 필요하며, 장기적으로 영문 전용 학술지의 발간도 고려하여야 할 것이다. 특히 국제학술지의 요건을 충족할 수 있는 편집규정의 제정과 유통과학연구의 게재 논문이 인터넷 등을 통하여 전 세계적으로 인용될 수 있도록 하여야 할 것이다.

여덟째, 유사 학회지와 연구방법론을 비교하면, 유통연구의 연구방법론은 설문조사에 의한 실증연구가 65편으로 68.4%를 차지하고 있으며, 문헌연구 17편(17.9%), 계량분석 11편(11.6%) 등이다.

아홉째, 유사 학회지와 내국인 및 외국인 현황을 비교하면, 유통연구의 경우 외국인 및 내국인/외국인 공동연구 각각 1편을 제외하고 93편(97.8%)이 내국 연구자이다. 유통과학연구는 내국인 56편(94.9%), 외국인 단독 연구 1편(1.7%), 내국인/외국인 공동연구 2편(3.4%)으로 나타나고 있다. 즉, 2010년 9월까지 게재된 109편의 논문 중에 외국인 및 해외지역 연구논문은 3편(2.7%)에 불과한 실정이다. 따라서 외국 학술단체 및 해외 연구자들과 적극적인 교류를 통하여 외국인의 참여 비율을 확대할 필요가 있다. 뿐만 아니라 편집위원회의 구성을 국내 연구자 외에 외국 연구자들을 참여 시킴으로써 학회지의 질적 향상과 함께 국제학술지로서의 발전을 도모해야 할 것이다.

열번째, 유사 학회지와 참고문헌 인용을 비교하면, 유통연구의 참고문헌은 평균 42.5편으로 국내문헌 10.9편(25.7%), 외국문헌 31.6편(74.3%)이며, 자체 피인용 건수는 1.1편으로 감소하는 추세를 보이고 있다. 유통과학연구의 경우 평균 참고문헌 인용 건수는 26.8편으로 국내문헌 10.9편(40.7%), 외국문헌 15.9편(59.3%)을 보이고 있으며, 자체인용은 2009년까지 0.2편을 나타내다가 2010년에 2.1편으로 증가하였다. 이와같이 2009년까지 유통과학연구의 피인용 건수가 낮은 것은 관련된 기존 연구가 없는데 기인한 것이기 보다는 인용하지 않는데 근본적인 이유가 있다. 즉, 2010년보다 더 진전된 인용율을 제고하여야 할 것이다. 2010년 10월부터 시행하는 학회의 홈페이지에서 회원 여부에 관계없이 이용할 수 있도록 개방한 것은 매우 바람직한 것으로 평가될 수 있다. 또한 국내외

관련 도서관에서 이용 및 검색이 가능하도록 학술교류 뿐만 아니라 해외 검색 및 이용이 가능하도록 해야 할 것이다. 결국 유통과학연구의 피인용 건수가 매년 소폭이라도 증가하는 것은 바람직하며, 인용율을 높이기 위한 대안을 지속적으로 마련해야 할 것이다.

이상의 유통과학연구의 연구동향 및 유사 학회지의 비교 분석을 바탕으로 다음과 같은 시사점을 제시하고자 한다. 먼저, 유통과학연구가 SSCI를 준비하기 위해서는 해외 투고자를 적극 유치해야 한다. 또한, 영문논문의 비중을 대폭 늘려야 할 것이다. 셋째, 학술지의 질 향상을 위한 다양한 연구방법론 수용을 해야 할 것이다. 넷째, 유통과학연구의 피 인용율을 확대하기 위하여 학술지의 해외 공급을 원활하게 할 수 있도록 구글 등 웹검색 기능을 보강해야 할 것이다.

본 연구의 한계점을 제시하면 시사점에 제시한 내용 들 중 업계와 연구원의 적극적 참여를 어떤 식으로 높일지 그 구체적 방안을 제시하지 못하였다. 아울러, 해외투고자에 대한 구체적 유지방안과 SSCI 등재 심사에서 요구하는 연구방법론에 대한 제시 및 웹 검색 강화에 따른 비용발생 등과 관련된 방안 등이 구체적으로 제시되지 못하였다. 따라서 향후 유통과학연구가 위에 제시된 시사점들을 개선하면서 본 연구의 한계점들에 대한 구체적 방안이 제시되는 학회지로 발전된다면 유통과학연구는 국내 뿐 아니라 해외에서도 인정받는 세계적인 학술지 반열에 올라설 수 있을 것이다.

Received: November 07, 2010

Revised: November 25, 2010.

Accepted: November 28, 2010.

References

- 교육과학기술부(2009), 국가과학기술표준분류체계, 교육과학기술부 고시 제2009-349호, 1-36.
- 박정섭, 김동호(2009), “물류학회지의 연구동향 분석”, *물류학회지* 제19권 제2호, 5-26.
- 오세영(2000), “해운학연구의 동향분석 -한국해운학회지 창간호부터 제30호까지를 중심으로-”, *해운학회지* 제31호, 1-16.
- 옥선중(1998), “미국의 유통학 연구에 대한 소고”, *물류학회지* 제1권, 5-23.
- 옥선중(1998), “유럽의 유통학 연구에 대한 소고”, *물류학회지* 제2권, 5-30.
- 윤명길, 김유오, 남궁석(2004), “유통이론에 대한 학문적 개념 연구”, *유통과학연구* 제2권 제1호, 1-16.
- 윤명길, 김유오(2005), “유통연구에 대한 학문적 연구(II)”, *유통과학연구* 제3권 제1호, 1-22.
- 윤명길, 김유오(2007), “한국에서의 유통학문 연구 방법론에 대한 소고”, *유통과학연구* 제5권 제1호, 75-88.
- 윤일현, “해운물류 연구의 동향분석 -학회지 제31호부터 제40호까지를 중심으로-”, *해운물류연구* 제42호, 1-19.
- 하영석(2006), “해운물류 연구의 동향 분석 - 학회지 제41호부터 제50호까지를 중심으로-”, *해운물류연구* 제51호, 1-24.
- 한국연구재단(2009), *학술연구분야 분류표* www.nrf.go.kr.
- 한국유통학회(2007, 2008, 2009, 2010), *유통연구* 제12권 제1호-제15권 제3호.
- 한국유통경영학회(2007, 2008, 2009, 2010), *유통경영학회지*, 제10권

제1호-제13권 제4호.

한국유통과학회(2007, 2008, 2009, 2010), *유통과학연구*, 제5권 제1호-제8권 제3호.

현인규, 박정섭, 박소진(2009), “한국유통경영학회 연구동향 분석”, *유통경영학회지*, 제12권 제5호, 25-44.

北島忠南, 大野勝也, 江田三喜男(1976), *流通論*, 白挑書房.

西村林(1993), *現代流通論*, 中央經濟社.

森下二次也(1997), *現代の流通構造*, 世界思想社.

速水保, 山野邊義方(1993), *流通經濟の理論と實際*, 成山堂書店.

林周二(1968), *流通經濟의 課題*, 日本生産性本部.

林周二(1975), *流通研究入門*, 日本經濟新聞社.

Dikinson, R. A.(1978), "The future of Retail Education: Four-Year collages", *Journal of Retailing*, 54(3), 87-93.

Findlay, A. M. and Leigh Sparks(2002),“Retailing Critical Concepts”, *The Evolution and Development of Retailing*, 1, 1-15.

Swerdlow, Robert A.(1978), "Retail Education in Four-Year Institutions: What Does the future Hold?", *Journal of Retailing*, 54(3), 37-44.