

대형 IT서비스기업의 경영성과 요인 분석 및 성장모델*

강운식** · 김현수*** · 안연식****

The Analysis of the Growth Model and Performance Factors for the Large IT Service Companies in Korea*

Un-Sik Kang** · Hyun-Soo Kim*** · Yeon S. Ahn****

■ Abstract ■

The purpose of this study is to verify the competence level of IT service companies in Korea from the view point of capability of creating customers value and outcome as an independent companies which have been growing in the captive customers(market) circumstance by performance data analysis and IT specialists survey.

This study presents a growth model which emphasis on the importance of the correlation between IT service companies and captive customers. It proves that the captive customers have been being the growth power and motive of the IT service company, because IT service companies have been cumulating the competence for IT service through the service for the customers, and with this competence, IT service companies have been expanding its service out to non-captive market(customers) and got good outcomes as an independent companies. And this study proves that the captive customers who served by the IT service companies which have a higher level of service capabilities have better business outcome. IT service companies contribute to improve the IT level of the captive customers and to make the customers to increase sales by conducting IT projects.

Keyword : IT service company, Growth Model, Core competence, Captive customer, Growth power

논문투고일 : 2010년 01월 17일 논문수정완료일 : 2010년 02월 05일 논문게재확정일 : 2010년 03월 05일

* 이 논문은 2010년도 국민대학교, 경원대학교 연구지원에 의한 결과임.

** 국민대학교 일반대학원 경영정보학 박사

*** 국민대학교 경영학과 교수

**** 경원대학교 경영학과 부교수, 교신저자

1. 서 론

선진국형 서비스업의 대표적인 지식서비스 산업이라고 할 수 있는 국내의 IT서비스 산업(B2B IT서비스업, 또는 IT기반의 비즈니스 서비스업)은 최근의 국제 경제 성장의 둔화, 산업 전반의 생산성 제고에 따른 성장 침체와 IMF 사태를 포함한 최근의 경기하락 및 시장 포화에도 불구하고 경제 성장을 웃도는 성장을 해 왔다(임준, 2006). 그러나 이러한 성장은 대형 IT서비스기업에서는 자신이 속한 계열기업군 고객(Captive고객)을 주 사업 대상으로 하는 내수 기반 위주의 Captive 고객 의존적인 형태로 이루어져 왔으며, 시장 영역 측면에서도 대부분의 계열기업군(그룹)이 IT서비스기업을 갖고 있는 상황에서 기업 시장의 포화가 이루어져 새로운 성장 동력이나 사업 영역을 찾기 위한 검토가 절실한 상황이다. 그러나 태생적인 한계나 특성으로 인해 일반적인 기업의 성장 동력을 찾기 위한 연구나 성장모델, 또는 해외의 IT서비스업의 전개 및 확장 모델의 적용이 어려운 것이 현실이다.

성장과 지속적인 생존을 위한 경쟁력 강화를 위해, 즉 역량 기반의 신규 사업을 시도하거나 대외 경쟁력 강화 및 해외 진출을 통한 신규 시장 개척을 위해서는 기업의 핵심역량에 대한 분석, 목표 시장에 대한 분석 등이 필요하며(SERI, 2008), 이 중에서도 가장 중요한 것은 국내 IT서비스업의 구조적 특성을 고려한, 그리고 지금까지의 성장을 설명할 수 있는 적절한 사업 모멘텀(momentum), 즉 사업을 위한 역량 또는 성장동인을 분석해 내는 것이며, 이를 기반으로 한 최적의 성장 전략을 세우는 것이 중요하다.

그러나 우리나라의 IT서비스기업의 경우 일반적으로 핵심역량을 기술력을 포함한 인적 역량이나 교육 및 성장체계, R&D를 포함한 혁신, 방법론, 기술지원 체계, 소프트웨어 생산성 등 내재역량 중심으로 정의하여 발전 및 성장 모델을 잡는 경우가 많았다. 이러한 노력으로 기술력의 발전,

소프트웨어 개발생산성의 증대, 고객에 대한 서비스 수준의 제고 등 일부 긍정적이 결과를 본 것도 사실이다(Capgemini and 삼성SDS, 2008). 그러나 좀 더 적극적인 시장 확대나 해외 진출 등을 통한 사업의 브레이크 스루(break through)를 이루기 위해서는 글로벌 IT서비스 시장에 경쟁력을 갖춘 여러 기업들이 각자의 영역을 선점하기 전에 우리나라의 IT서비스기업들의 실질적인 성장 동인을 파악하여, 이러한 인식에 기반한 적절한 핵심역량을 기반으로 시장 확대나 해외진출 등의 성장 전략을 시도할 필요성이 있다(강운식, 2009). 따라서 그간 기술이나 인적 역량 등 내재역량 중심으로 정의되고 분석되었던 한국 IT서비스업의 성장동인을 찾는 진정한 성장모델 발굴을 위한 연구의 필요성이 있다.

1.2 연구 목적 및 방법

본 연구의 목적은 IT서비스기업의 Captive 고객에 대한 분석적 고찰을 통하여 IT서비스기업이 Captive 고객을 배경으로 성장하여 기업으로서 독립적인 사업역량을 확보하였음을 통계적으로 증명하고, 전문가 서베이를 통하여 이러한 역량이 핵심역량화 하여 고객의 가치를 제고 있음을 확인하여 Captive 고객과 IT서비스기업 간에 상호 작용하는 성장모델이 선순환적으로 기능하고 있음을 확인하는 것이다. 또한 이러한 선순환적인 상호 작용을 통하여 IT서비스기업이 Captive고객에 특화된 역량을 구축하였고 기업으로서도 Captive고객 성과에 독립적인 위치로 성장하였음을 확인하는 것이다.

본 연구에서는 연구 대상으로 하는 IT서비스업에 대하여 그 성장 모델의 해석을 위해서 공급자 중심에서 소비자 중심으로의 관점에서 접근한다.

본 연구의 대상은 국내의 대형 IT서비스업과, 연구 범위를 고객의 영향력이 가장 크게 작용하는 B2B IT서비스로 한정하여, 국내의 B2B IT서비스 업체를 조사하고 추세를 분석하였으며, 이를 바탕

으로 Captive 고객과 IT서비스기업의 상호 작용을 중심으로 IT서비스기업의 성장 및 역량 모델을 분석하였다.

이러한 관점에서 모집단으로 선정된 국내의 24개 IT서비스기업과 계열기업군의 서비스역량 수준에 관한 전문가 서베이 결과와 1997년부터 2008년까지 12년 간의 경영 데이터를 활용하여 통계적으로 분석하여 연구 가설을 검증하였다.

2. 문헌 연구

2.1 IT서비스 사업 구조

고객 관점에서 접근하면 서비스업을 그 소비 주체에 따라 생산자 서비스(B2B서비스, 기업용 서비스)와 소비자 서비스(B2C서비스, 일반 소비자용 서비스)로 나눌 수 있다. 생산자서비스는 생산자, 즉 기업이 이용하는 서비스업을 말하며 기업 활동의 대규모화에 따라 내부 서비스를 이용하는 것보다 외부에서 전문서비스를 이용하는 것이 경제성과 함께 전문화된 고급의 서비스를 이용할 수 있는 장점이 있다(남기찬 외, 2004). 생산자 서비스에는 법무, 금융, 광고, 사무서비스, IT서비스 등 지식집약적 산업이 있다. 따라서 본 연구의 대상은 이러한 분류 관점에서 생산자 서비스인 IT서비스로 정의된다.

또한 우리나라 IT서비스업의 특징은 내수 중심의 산업구조와 독점적인 계열기업군 시장(captive market, 또는 captive고객)의 존재이다. 전체 IT서비스 생산액에서 수출이 차지하는 비중은 2005년 기준으로 3.3%에 불과하며, 고도의 내수 시장에 의존도는 IT서비스 시장이 성장할 수 있는 시장 크기(market size)의 한계로 작용한다. 또한 국내 IT서비스기업 중 규모가 큰 기업들은 대부분 대기업들의 전산실에서 분사하여 설립되었고, 그 결과 모기업 또는 계열기업군에 속한 IT서비스기업은 계열기업군(그룹 관계사)의 IT서비스 용역을 대부분 수주하는 일종의 비경쟁적인 관계사 시장(Captive

고객 시장)이 형성되었다. 국내 IT서비스기업 중 계열기업군 IT서비스기업의 평균 Captive시장 비중은 약 60%이며, 중소 IT서비스기업들은 약 20% 수준이다. 실제 계열기업군 IT서비스기업이 전체 IT서비스 시장의 약 70%를 차지하고 있는 것을 감안하여 대략의 Captive고객 시장을 추정할 결과 전체 시장의 50% 정도가 Captive 고객 시장으로 추정된다(임준, 2006).

거래비용 이론에서는 거래 위험은 거래상대방이 기회주의적으로 행동할 가능성을 의미하며, 거래 특수적 자본, 자원 통제권의 상실, 정보비대칭(Williamson, 1991) 등에서 발생하는데 이들 중 자원 통제권의 상실은 기업간 관계에서 지식을 포함한 자원이 한 기업에서 다른 기업으로 이전되면 해당 자원의 사용을 통제할 수 없거나 환수할 수 없게 되는 것을 의미한다(Clemons and Row, 1992). 거래위험 때문에 공급망 참여자들은 중요한 지식을 서로 공유하지 않으려고 하는 것이다. 이렇게 기업 간 지식 교환의 장애물 중 중요한 지식을 공유하지 않으려는 경향 또는 동기 부족 등은 거래위험의 관점에서 설명할 수 있으며 IT서비스기업의 발전 근거가 된다(김경규 외, 2008).

사회자본이론에서는 기업 간 관계 자체가 기업이 사회 활동을 하는데 유용한 자산이라고 본다(Bourdieu, 1986). Nahapiet와 Ghoshal(1998)의 연구에 의하면 사회자본이란 한 기업이 가지고 있는 관계 내에 내재하거나, 관계를 통하여 동원할 수 있는 모든 자원의 합을 의미한다. 사회자본의 관점은 지식 교환과 같은 상호 협조적 행위의 합리적 근거를 제공한다. 특히 기업간 협력관계가 형성되는 중요한 동기는 거래 상대방이 소유하고 있는 가치 있는 자원들이다. 자원의존(resource dependence)이론에 의하면(Pfeffer and Salancik, 1978) 조직이 특정 분야의 지식이 부족하고 이 지식이 경쟁 우위를 얻기 위해 필수적이라면 조직은 이 지식에 대한 접근 권한을 확보하기 위해 의도적인 행동을 한다. 거래 상대방이 둘 다 이러한 상황에 처해 있으면 전략적 제휴의 가능성이 더욱 커지게 된다

(Levin and Cross, 2004). 이러한 이론들은 IT서비스기업이 일반적으로 수직, 또는 수평 계열화 되어 있는 계열기업군 간의 지식이나 노하우를 공유하게 하거나 비즈니스 프로세스를 공유하게 함으로써 계열기업군의 총 역량을 강화한다는 의미에서 IT서비스기업의 탄생에 더하여 본 연구에서의 성장기의 성과를 설명할 수 있는 좋은 논거를 제공한다. 이러한 긴밀한 관계는 상대방의 기회주의적 행동 위험에 노출되게 되는 것이(Madhok and Tallman, 1998) 이를 회피하기 위한 국내 계열기업군의 시도가 IT서비스기업의 탄생 배경이 되었고, 또 계열기업군에 대한 서비스의 제공이 IT서비스기업의 성장을 가져왔으며 그 결과로서 계열기업군도 한정된 영역이나마 사회자본 관점에서의 이득을 예상할 수 있게 된 것이다.

2.2 IT서비스기업의 성장

기업 성장의 동인은 창출 가능한 잠재적 수요가 존재해야 한다는 점이며, 성장 동력의 조건은 그 수요를 창출하거나 잠식할 수 있는 경쟁력을 갖춘 역량을 보유하거나 개발해야 한다는 점이다(최봉

현 외, 2007). 또한 국내 IT서비스기업들의 성장에는 Captive고객에 대한 서비스를 통하여 차별화된 핵심역량을 구축하였으므로, 하버드비즈니스 스쿨의 Michael Porter 교수에 의해 1979년 주장되고 Prahalad 교수와 Gary Hamel 교수에 의해 확립된 핵심역량을 축으로 한 연구나, 내면의 축적된 자원들은 Rumelt와 Barney 등의 자원기반연구(RBV)의 적용 논거가 될 것이다(Porter 1979; Porter, 1980; Rumelt, 1974; Rumelt 1984; Rumelt 1991a; Rumelt, 1991b; Barney, 1986a; Barney, 1986b; Barney, 1991; Barney, 2001a; Barney, 2001b; Wernerfelt, 1984; Prahalad and Hamel, 1990; Porter, 1998).

3. 연구모형 및 연구내용

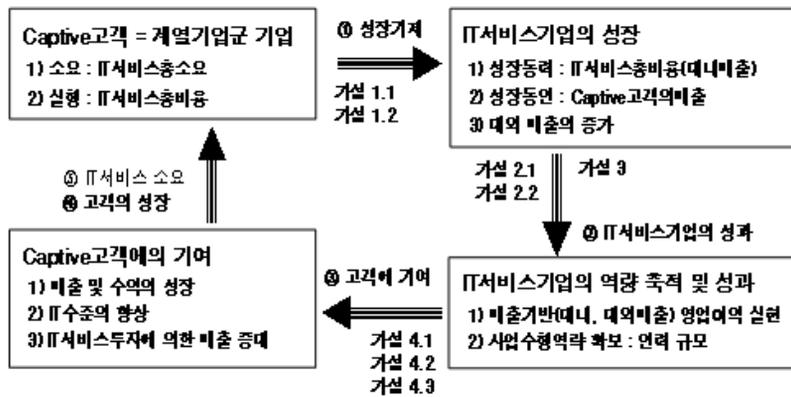
3.1 연구모형

본 연구는 국내의 Captive고객을 갖는 IT서비스기업에 관한 연구 가설을 제시하였으며, IT서비스기업의 성장 연구 모델은 <그림 1>의 연구모형과 같다.

<표 1> IT서비스기업의 Captive고객 매출 비중(2008년도)

(단위 : 억원)

순위	계열기업군	2008년 매출액	IT서비스 기업	2008년 매출액	그룹 비중	순위	계열기업군	2008년 매출액	IT서비스 기업	2008년 매출액	그룹 비중
1	삼성	1,484,081	삼성SDS	25,194	65.0%	13	신세계	111,211	신세계I&C	2,673	67.4%
2	SK	1,047,107	SK C&C	12,752	64.9%	14	대림	105,245	대림I&S	1,741	75.9%
3	현대자동차	900,579	오토에버	4,935	86.6%	15	현대	96,809	현대U&I	852	70.4%
4	LG	836,812	LG CNS	20,016	46.3%	16	CJ	86,726	CJ시스템즈	1,283	87.6%
5	한국전력공사	579,297	한전 KDN	4,096	86.3%	17	동부	78,822	동부CNI	1,893	77.2%
6	포스코	451,345	포스메이타	3,844	61.6%	18	코오롱	68,090	코오롱베니트	389	61.4%
7	롯데	316,967	롯데정보통신	2,987	76.6%	19	한솔	38,690	한솔PNS	396	60.1%
8	금호아시아나	230,615	아시아나HDT	2,406	75.3%	20	농심	29,908	NDS	679	53.4%
9	한진	212,627	한진정보통신	944	55.0%	21	쌍용양회	15,969	쌍용정보통신	2,013	2.9%
10	STX	184,862	포스텍	1,415	69.6%	22	동양	15,342	동양시스템즈	1,330	74.6%
11	한화	132,799	한화S&C	2,743	55.5%	23	대상	13,580	대상정보기술	661	12.1%
12	대우조선해양	120,603	대우정보시스템	2,094	14.7%	24	성호	3,051	현대정보기술	2,262	0.0%



[그림 1] 연구 모형

본 연구는 국내의 Captive고객을 갖는 대형 IT서비스기업에 관한 것으로, 상호 성장요인 및 성과에 대한 요인에 관한 선행 연구를 바탕으로 [그림 1]과 같은 연구모형을 수립하고 분석한다.

3.2 연구 가설

3.2.1 IT서비스기업의 성장요인

본 연구에서는 기업의 성장, 즉 매출은 Captive고객의 수익 또는 투자여력보다는 그 성장동력인 Captive고객의 IT서비스 관련 총비용을 기반으로, 성장동인인 Captive고객의 IT서비스 총 소요에서 원인을 두고 있다는 사실을 확인하기 위해 다음 가설을 제시하였다.

가설 1 : IT서비스기업의 성장은 고객의 수익보다는 매출에 따라 영향을 받을 것이다.

가설 1.1 : Captive고객의 수익보다는 Captive고객의 매출이 IT서비스기업의 매출에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

가설 1.2 : IT서비스기업의 대내매출은 IT서비스기업의 대외매출에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

3.2.2 IT서비스기업의 수익요인

본 연구에서는 IT서비스 기업의 수익(영업이익)

이 Captive고객의 수익 또는 투자여력보다는 IT서비스기업의 성장을 대표하는 경영지표인 IT서비스기업의 매출과 관계가 있음을 입증함으로써, IT서비스기업이 일방적으로 Captive고객에 의존적이지 아니라 독립적인 기업으로서 성장하였음을 입증하기 위해 다음 가설을 제시하였다.

가설 2 : IT서비스기업의 성과는 고객의 수익보다는 IT서비스기업의 매출에 따라 조절될 것이다.

가설 2.1 : Captive고객의 수익보다는 IT서비스기업의 매출이 IT서비스기업의 이익에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

가설 2.2 : IT서비스기업의 대내매출과 대외매출은 IT서비스기업의 이익에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

3.2.3 IT서비스기업의 성과와 역량

본 연구에서는 IT서비스기업이 전문가 위주의 서비스기업으로서 전문성을 대표하는 인력이 어떤 요인에 의해서 양성되고 준비되는지를 확인하기 위한 것으로서, IT서비스기업의 내적 역량을 대표하는 인적자원의 규모가 IT서비스기업의 매출과 영업이익으로부터 어떤 영향을 받고 있는지를 분석한다. 일부에서는 인적 역량이 매출 및 수익에 미치는 영향을 분석하기도 하나, 본 연구에서는

고객의 수요, 즉 성장동력과 성장동인이 외부에 있으므로 내적 역량은 이에 따른 종속 변수가 되므로 역량이 성장을 하기 위하여 준비되는 차원인지를 다음의 가설로 검증한다.

가설 3 : IT서비스기업의 이익보다는 매출이 IT서비스기업의 인력 규모에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.2.4 IT서비스기업의 Captive 고객에 대한 기여
IT서비스가 고객의 성과에 영향을 미치는 정도에 대해서는 개별 IT서비스 투자의 투자성과평가 등을 통한 연구가 있었으나 IT서비스기업이 Captive 고객의 성과에 영향을 미친다는 연구는 부족했었다(Kaplan and Norton, 1992; 박기호, 2004; 류현, 2002; 정선호, 이영찬, 2005; 서한준, 2003). 개별 기업의 경영 환경이 다르고 이에 따라 IT서비스의 활용도가 다르며 세부 데이터도 축적되어 있지 않아 직접적인 IT서비스의 고객에 대한 성과 연구가 어려운 것은 사실이다. 본 연구에서는 가능한 범위에서 IT서비스기업의 Captive 고객에 대한 역량 투입이 고객의 경영성과에 영향을 미치는 것을 확인하고자 한다. 본 연구에서는 IT서비스기업이 IT서비스를 통하여 Captive 고객의 경영성과 즉 매출, 이익 및 경영의 효율화에 얼마나 긍정적으로 기여하는가를 확인하기 위해 다음의 가설로 검증한다.

가설 4 : IT서비스기업의 IT서비스는 고객의 경영성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 4.1 : IT수준이 높은 고객의 경영 성과를 높을 것이다.

가설 4.2 : 서비스 역량이 높은 IT서비스기업이 서비스하는 Captive 고객의 IT수준이 높을 것이다.

가설 4.3 : Captive 고객의 IT서비스 투자는 Captive 고객의 매출 성장에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.3 분석 자료의 특성

본 연구에서 사용되는 데이터는 <표 1>에서의 24개 대형 IT서비스기업 및 captive 고객 군에 대한 1997년부터 2008년까지의 실적데이터(KISLINE 신용 및 금감원 공시 자료)로서, <표 2>에서와 같이 정리할 수 있다.

또한 설문을 통한 조사내용은 Captive 고객사에 대한 IT수준은 정보시스템 기획, 구축 및 운영, IT

<표 2> 연구 적용 데이터

구 분	Data 내용	
Captive 고객	매출	Captive 고객 기업군 매출의 총합
	영업이익	Captive 고객의 사업성과 지표인 영업이익의 합
	경상이익	Captive 고객의 총 경상이익으로 투자 여력의 기초값
	IT서비스 총비용	Captive 고객이 IT서비스에 지불한 총비용=IT서비스기업의 대내매출
	IT서비스 운영비용	Captive 고객이 IT서비스운영에 지불한 비용=IT서비스기업의 SM매출
	IT서비스 투자	Captive 고객이 IT서비스를 위해 한 투자 = Captive 고객의 IT서비스총비용 - IT서비스운영비용 = IT서비스기업의 대내매출 - SM매출
	IT수준	IT전문가(46명) 설문조사에 의한 평균치
IT서비스 기업	매출	IT서비스기업의 매출 = Captive 고객매출(대내매출) + 대외매출 = SM매출 + SI매출 + 기타매출
	대내매출	Captive 고객으로부터의 IT서비스 매출 = Captive고객의 IT서비스 총 비용
	대외매출	Captive 고객외의 고객(대외고객)으로부터의 IT서비스 매출
	SM매출	운영서비스 매출 = Captive 고객의 IT서비스운영비용
	SI매출	프로젝트 매출(개발, 컨설팅 포함) = 대외매출+Captive 고객의 IT서비스투자
	사업수행 역량	전문인력수

를 활용한 고객업무 수준을 고려한 기업의 상대적 순위를, IT서비스기업의 CEO, 임원 및 정보전략 부분 담당 등 총 41명이 응답한 결과의 평균치이다.

4. 가설 검증 및 결과 분석

4.1 IT서비스기업의 성장요인 가설분석

가설 1.1의 검증 : Captive고객의 수익보다는 Captive고객의 매출이 IT서비스기업의 매출에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

IT서비스기업의 매출(Y1)은 IT서비스기업의 성장을 대표하는 값이고 Captive고객의 총 매출(X1)은 Captive 고객의 IT서비스 총소요를 조작용으로 본 연구 모델에서의 성장기 IT서비스기업의 성장동인이다.

IT서비스기업의 매출(Y1)
← **Captive고객의 매출(X1)**

IT서비스기업의 매출에 미치는 Captive 고객의 소득, 즉 투자 여력이 경상이익 및 Captive 고객의 IT서비스 운영비용의 영향과 비교하기 Y1, X1 항목에 대한 상관분석을 실시한 결과, [결과 1]에서와 같이 Captive 고객의 매출(X1)과 IT서비스기업 매출(Y1) 간의 상관계수는 0.87990으로 유의수준 0.0001 이하로 유의하였다.

또한 회귀분석 결과 Captive 고객 매출과 IT서비스기업 매출 간의 회귀분석 결과는 F-값이 905.28로 유의수준 0.0001이하로 유의하며 이때의 결정계수는 77.42%로 비교적 높았다. 회귀식을 구해보면 IT서비스기업 매출(Y1) = 130.82499 + 0.01226 × Captive 고객 매출(X1)로 나타낼 수 있으나 절편 값의 경우 유의수준 5% 이내에서 유의하지 않는 것으로 나타나 절편이 없는 회귀식을 재산출하기로 하였다. 절편 값을 0으로 하여 실시한 Captive고객

매출과 IT서비스기업 매출 간의 회귀분석 결과는 F-값이 1432.59로 유의수준 0.0001이하로 유의하며 이때의 결정계수는 84.39%로 더 높아졌으며, 회귀식은 IT서비스기업 매출(Y1) = 0.01247 × Captive 고객 매출(X1)이고 계수 값은 유의수준 0.0001이하로 유의하여 가설을 채택되었다.

이를 해석하면 IT서비스기업은 계열기업군 매출의 1.247% 만큼의 매출을 올린다, 또는 계열기업군 매출의 1.25% 만큼을 기여한다고 볼 수 있다.

[결과 1]

Y1 : IT서비스기업의 매출
X1 : Captive 고객의 매출
• 상관분석 : 상관계수 = 0.87990
• 회귀분석 : Y1 = 0.01247 × X1, 결정계수 = 84.39%

또한 Captive고객의 IT서비스 총 비용(X2)을 독립변수로, IT서비스기업의 매출(Y1)을 종속변수로 한 분석 결과, [결과 2]에서와 같이 변수간의 상관계수는 0.95201, 회귀분석 결과는 F-값이 1954.17으로 유의수준 0.0001이하로 유의하였으며 이때의 결정계수는 90.63%로 매우 높았다.

[결과 2]

Y1 : IT서비스기업의 매출
X2 : Captive 고객의 IT서비스 총비용 = IT서비스기업 대내매출
• 상관분석 : 상관계수 = 0.95201
• 회귀분석 : Y1 = 431.98192 + 1.54732 × X2, 결정계수 = 90.63%

그러나 Captive 고객의 경상이익(X3)을 독립변수로, IT서비스기업의 매출(Y1)을 종속변수로 한 분석 결과는, [결과 3]에서와 같이, 상관계수는 0.75759이며, 회귀분석 결과는 F-값이 359.67로 유의수준 0.0001이하로 유의하였으며, 결정계수는 57.39%로 비교적 낮았다.

[결과 3]

Y1 : IT서비스기업의 매출
X3 : Captive 고객 경상이익
• 상관분석 : 상관계수 = 0.75759
• 회귀분석 : Y1 = 1356.11716 + 0.11667 × X3, 결정계수 = 57.39%

따라서 IT서비스기업의 매출이 Captive 고객의 수익보다는 Captive 고객의 매출 또는 IT서비스 총비용에 더 많은 영향을 받는 것으로 보아, 가설 1.1은 채택된다.

**가설 1.2의 검증 : IT서비스기업의 대내매출은 IT서비스기업의 대외매출에 정(+)
의 영향을 미칠 것이다.**

**IT서비스기업의 대외매출(Y2)
← IT서비스기업의 대내매출(X2)**

이들 두 변수 사이의 상관관계를 분석한 결과, [결과 4]에서와 같이 상관계수는 0.72642였으며 유의수준 0.0001이하로 유의하였다.

또한 IT서비스기업의 대외매출과 대내매출 간의 회귀분석 결과는 F-값이 230.15으로 유의수준 0.0001이하로 유의하였으며, 결정계수는 52.77%로 나타났다. 회귀식을 구하면 IT서비스기업의 대외매출(Y2) = 489.58048 + 0.53829 × 대내매출(X2)로 나타낼 수 있으며 모든 계수 값이 유의수준 5% 이내에서 유의하였다.

[결과 4]
Y2 : IT서비스기업의 대외매출
X2 : IT서비스기업의 대내매출
• 상관분석 : 상관계수 = 0.72642
• 회귀분석 : Y2 = 489.58048 + 0.53829 × X2,
결정계수 = 52.77%

이상의 분석 결과에 따라서, 가설 1.1 및 가설 1.2 그리고 이를 종합한 가설 1(IT서비스기업의 성장은 고객의 수익보다는 매출에 따라 영향을 받을 것이다)은 모두 채택되었다.

4.2 IT서비스기업의 수익요인 가설분석

**가설 2.1의 검증 : Captive 고객의 수익보다는 IT서비스
기업의 매출이 IT서비스기업의 이익**

**에 정(+)
의 영향을 미칠 것이다.**

**IT서비스기업의 영업이익(Y3)
← IT서비스기업의 매출(X4)**

IT서비스기업의 영업활동에 의한 이익, 즉 영업이익은 IT서비스기업의 성과를 대표하는 값이다.

이들 두 변수 사이의 상관관계를 분석한 결과, [결과 5]에서와 같이 상관계수는 0.88451로 유의수준 0.0001이하로 유의하였다.

또한 IT서비스기업의 매출과 영업이익 간의 회귀분석 결과는 F-값이 949.00으로 유의수준 0.0001이하로 유의하였으며, 결정계수는 78.24%였다. 회귀식을 구해보면 IT서비스기업 영업이익(Y3) = -66.48018 + 0.07621 × IT서비스기업 매출(X5)로 나타낼 수 있었으며 모든 계수 값이 유의수준 5% 이내에서 유의하였다.

[결과 5]
Y3 : IT서비스기업의 영업이익
X5 : IT서비스기업의 매출
• 상관분석 : 상관계수 = 0.88451
• 회귀분석 : Y3 = -66.48018 + 0.07621 × X5,
결정계수 = 78.24%

한편, Captive고객의 경상이익(X3)은 Captive고객의 수익으로 투자여력이며, 계열기업군의 경우에는 공유할 수 있는 이익의 최대치로서, 이 값이 IT서비스기업의 영업이익에 영향을 미치는지를 분석한 결과는, [결과 6]에서와 같이 상관계수는 0.69128이며, 회귀분석 결과는 F-값이 244.37로 유의수준 0.0001이하로 유의하였으며 이때의 결정계수는 47.79%였다.

[결과 6]
Y3 : IT서비스기업의 영업이익
X4 : Captive 고객 경상이익
• 상관분석 : 상관계수 = 0.69128
• 회귀분석 : Y3 = 0.00963 × X4,
결정계수 = 54.73%

가설 2.2의 검증 : IT서비스기업의 대내매출과 대외 매출은 IT서비스기업의 이익에 정(+)²의 영향을 미칠 것이다.

IT서비스기업의 대내매출은 Captive 고객의 IT 서비스 총 비용으로서 이 값이 IT서비스기업의 영업이익에 영향을 미치는지를 분석하였다.

**IT서비스기업의 영업이익(Y3)
← IT서비스기업의 대내매출(X2)**

두 변수 사이의 상관관계를 분석한 결과, [결과 7]에서와 같이 상관계수는 0.89931로 상관관계가 높고, 유의수준 0.0001이하로 유의하였다.

또한 IT서비스기업의 영업이익과 IT서비스기업의 대내매출 간의 회귀분석 결과는 F-값이 854.24으로 유의수준 0.0001이하로 유의하였으며 이 때의 결정계수는 80.88%였다. 회귀식을 구해보면 IT서비스기업의 영업이익(Y3) = -56.82274 + 0.128341 × Captive 고객의 IT서비스 총비용(X2)으로 나타낼 수 있었으며 모든 계수 값이 유의수준 5% 이내에서 유의하였다.

[결과 7]
Y3 : IT서비스기업의 영업이익
X2 : Captive 고객 경상이익
• 상관분석 : 상관계수 = 0.69128
• 회귀분석 : Y3 = 0.00963 × X2,
결정계수 = 54.73%

이어서 IT서비스기업의 대내매출 및 대외매출이 IT서비스기업의 영업이익(Y3)에 영향을 미치는지를 분석하였다.

**IT서비스기업의 영업이익(Y3)
← IT서비스대내매출(X2) 대외매출(X6)**

두 독립변수와 종속변수 사이의 상관관계를 분석한 결과, [결과 8]에서와 같이 IT서비스기업의 대내매출과의 상관계수는 0.89982로, 대외매출과는

0.72484로 그리고 유의수준은 각각 0.0001이하로 유의하였다.

또한 IT서비스기업의 대외매출 및 대내매출과 영업이익 간의 회귀분석 결과는 F-값이 468.22으로 유의수준 0.0001이하로 유의하였으며, 결정계수는 82.04%였다.

[결과 8]
Y3 : IT서비스기업의 영업이익
X2 : IT서비스기업 대내매출 = Captive 고객의 IT서비스 총비용
X6 : IT서비스기업의 대외매출
• 상관분석 : 상관계수 = 0.89982 (X2), 0.72484 (X6)
• 회귀분석 : Y3 = -71.51723 + 0.11279 × X2
+ 0.02903 × X6, 결정계수 = 82.04%

따라서 이상의 분석 결과에 따라서 가설 2.1 및 가설 2.2는 채택되었으며, 가설 2(Captive고객의 수익보다는 IT서비스기업의 매출이 IT서비스기업의 이익에 정(+)²의 영향을 미칠 것이다)도 채택된다.

4.3 IT서비스기업의 성과 및 역량 가설분석

가설 3의 검증 : IT서비스기업의 이익보다는 매출이 IT서비스기업의 인력 규모에 정(+)²의 영향을 미칠 것이다.

**IT서비스기업의 인력규모(Y4)
← IT서비스기업의 매출(X5)**

IT서비스기업의 인력 규모는 IT서비스업이 전문인력 중심의 서비스업이므로 매출을 위한 매우 중요한 능력 발휘 인자, 즉 역량의 총합 또는 핵심 역량 요소라고 할 수 있다. 따라서 인적 역량은 매출에 영향을 미칠 것이다.

변수 간 상관관계를 분석한 결과, [결과 9]에서와 같이 상관계수는 0.93366이며 유의수준 0.0001이하로 유의하였다. 또한 IT서비스기업의 매출과 인력규모 사이의 회귀분석 결과는 F-값이 1569.73

으로 유의수준 0.0001이하로 유의하였으며 이 때의 결정계수는 87.17% 였다. 회귀식은 IT서비스기업 인력규모(Y4) = 103.88263 + 0.36143 * IT서비스기업 매출(X5)이고, 모든 계수가 유의수준 5% 내에서 유의하였다.

[결과 9]

Y4 : IT서비스기업의 인력규모

X5 : IT서비스기업의 매출

- 상관분석 : 상관계수 = 0.93366
- 회귀분석 : $Y4 = 103.88263 + 0.36143 \times X5$,
결정계수 = 87.17%

그러나 종속변수를 IT서비스기업의 영업이익으로 한 분석에서는 상관계수는 0.81789, 회귀분석 결과는 F-값이 387.97로 유의 수준 0.0001이하로 유의하였으며 결정계수는 61.43%로 낮게 나타나서, 사업특성상 수요를 예측하여 적정 시점에 인력을 충원하는 특성을 가지고 있으므로 인적 역량 규모와 수행해야 할 업무의 인과관계의 순서를 매출을 수익보다 먼저 고려하는 것이 타당하다는 가설 3은 채택된다.

4.4 IT서비스기업의 고객에 대한 기여 가설분석

가설 4.1의 검증 : IT수준이 높은 고객의 경영 성과가 높을 것이다.

고객의 경영성과는 매출 및 경상이익으로 설정하고, 설문에 의한 Captive고객의 IT수준과의 영향도를 분석한다.

Captive고객의 매출

← Captive 고객의 IT수준(설문 1)

Captive고객의 경상이익

← Captive 고객의 IT수준(설문 1)

분석 결과, 첫째, Captive 고객의 매출과 Captive 고객의 IT 수준(설문 1)과의 상관분석 결과는 상

관계수가 0.86904이며, 둘째, Captive 고객의 매출과 IT서비스기업의 대내서비스 역량 (설문 4.1)과의 상관분석 결과는 상관계수가 0.83045이고, 셋째, Captive 고객의 이익과 Captive 고객의 IT 수준 (설문 1)과의 상관분석 결과는 상관계수는 0.83925이었으며, 넷째, Captive 고객의 이익과 IT서비스기업의 대내서비스 역량 (설문 4.1)과의 상관분석 결과는 상관계수가 0.84979로 높고 유의수준 0.0001 이하로 유의하였다.

이를 해석하면 Captive 고객의 경영성과, 즉 매출과 경상이익은 Captive 고객의 IT수준과 상관관계가 높다고 볼 수 있다.

가설 4.2의 검증 : 서비스 역량이 높은 IT서비스기업이 서비스하는 Captive 고객의 IT수준이 높을 것이다.

Captive 고객의 IT수준(설문 1)

← IT서비스기업의 대내서비스 역량(설문 2)

IT서비스기업의 Captive 고객에 대한 서비스 역량 즉 대내 서비스 역량과 Captive 고객의 IT수준 사이에 분석 결과, 대내서비스 역량 및 종합서비스 역량과 상관계수가 0.90409로 상관관계가 높고, 대외서비스역량과의 상관관계는 0.66034, 그리고 IT서비스기업의 종합서비스 역량과 Captive고객에 대한 서비스역량 즉 대내 서비스 역량은 상관계수가 0.99998로 매우 높고 유의수준은 0.0001이하로 유의하였다.

이를 해석하면 Captive 고객의 IT수준은 Captive 고객에 IT서비스를 제공하는 계열기업군 내의 IT서비스기업의 대내서비스 역량과 상관관계가 높다고 볼 수 있다.

가설 4.3의 검증 : Captive 고객의 IT서비스 투자는 Captive고객의 매출 성장에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

<표 3> Captive고객의 IT서비스투자과 매출

종속변수	독립변수	상관계수	선형 회귀식	결정계수
Captive고객매출(Y), Y(i): i년후 매출을 의미	Captive 고객의 IT서비스 투자(X)	0.84901	$Y(1) = 233.94815 + X$	84.74%
		0.85617	$Y(2) = 252.29644 + X$	85.30%
		0.85800	$Y(3) = 270.23215 + X$	85.31%
		0.79855	$Y(4) = 288.54182 + X$	78.69%

Captive고객의 매출
← Captive고객의 IT서비스 투자

Captive 고객의 매출은 Captive 고객의 성장을 대표하는 값이고 Captive 고객의 IT서비스 투자 (여기서는 IT서비스기업의 대내매출-SM매출로 조작화)는 Captive 고객이 성장을 위하여 실시하는 사업 인프라 투자로 보고 영향관계를 분석하였다.

데이터를 확보한 8개 계열기업군(삼성, 현대차, SK, LG, 포스코, 한진, 신세계, CJ)에 대하여 1999년부터 2008년까지의 데이터를 이용하여 분석한 결과, 결과는 <표 3>에서와 같이, Captive 고객의 IT서비스 투자와 매출과의 상관계수는 1년 후 매출과는 0.84901, 2년 후 매출과는 0.85617, 3년 후 매출과는 0.85800, 4년 후 매출과는 0.79855로 나타났으며 유의수준은 0.0001이하로 유의하여, 투자 1년 후부터 3년 후까지는 높은 상관관계를 보이나 4년 후에는 떨어지는 것으로 나타났다. 또한 각 해의 경우에서 회귀식도 유의하며 회귀식의 설명력도 높은 것으로 나타났고 기울기 양의 값을 보여 본 가설은 채택할 수 있었다.

따라서 가설 4.1과, 가설 4.2는 채택되었으며, IT서비스기업의 IT서비스는 고객의 경영성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설 4도 채택되었다. 또한 고객의 IT서비스 투자는 투자 후 1~4년까지도 정(+)의 영향을 미치며 가장 큰 효과를 보는 시기는 투자 후 1~3년이라고 볼 수 있다.

5. 결론 및 토의

본 연구에서는 IT서비스기업을 기술집약적인,

공급자 중심의 IT서비스기업의 발전이나 핵심역량을 내적 역량(전략, 인재, 기술, 연구개발 등)에 찾았던 것으로부터, “고객의 역량을 내재화한 비즈니스 서비스 역량”을 핵심역량으로 보아야 한다는 전제에서 출발하였다. IT서비스기업은 계열기업군의 필요에 의해 탄생하여 계열기업군을 Captive 고객으로 확보하고 있으며, 소프트웨어 산업영역에서는 비교적 경쟁력 및 생존력을 잘 갖추고 있는 사업영역이다. 본 연구에서는 IT서비스기업을 수요자 중심으로 해석하여, Captive고객과의 상호작용을 통해서 성장하는 성장 모델을 분석하는 구조를 제시하고 이러한 수요자 관점의 모델을 적용하였을 때, 고객의 요건이 좀 더 중요시되는 IT서비스기업에 고객이 어떠한 요인으로 작용했고 어떠한 영향력을 미쳤는가를 분석하였다.

5.1 연구결과

본 연구의 검증 결과를 정리하면 다음과 같다.

첫째, IT서비스기업의 매출에 영향을 미치는 것은 Captive고객의 수익보다는 매출로 정(+)의 영향을 미치고 있었다. IT서비스기업은 고객의 매출(IT서비스 총소요) 및 IT서비스 총비용과 설명력이 높은 선형의 상관관계를 갖고 있었다. 또한 Captive 고객에 대한 서비스 역량이 높은 IT서비스기업이 대외고객에 대한 서비스 역량이 높았으며, IT서비스기업의 대외매출은 IT서비스기업의 매출과 설명력이 높은 선형의 상관관계를 갖고 있었다.

따라서 국내의 IT서비스기업은 Captive고객의 IT서비스 총소요를 성장동인으로, IT서비스 총비용을 성장동력으로 성장하고 있음을 확인하였다.

둘째, Captive 고객의 수익보다는 IT서비스기업의 매출이 IT서비스기업의 이익에 정(+)의 영향을 미치고 있었으며, IT서비스기업의 대내매출과 대외매출이 모두 IT서비스기업의 이익에 정(+)의 영향을 미치고 있었다. 이 결과는 IT서비스기업이 특히 매출 및 수익 면에서 Captive 고객, 즉 계열기업군의 수익에 종속되거나 이익을 공유하는 것이 아니라 독립적인 위치에서 기능하고 수익을 창출하고 있으며, 대외사업에서도 이익을 창출하고 있음을 확인하였다. 그러나 아직도 IT서비스기업의 매출이나 수익에 미치는 영향에 있어 Captive 고객의 비중이 낮아진 것은 아니며, IT서비스가 Captive고객의 필수적인 인프라가 되어 수익에 독립적이 되었다는 의미이다.

셋째, IT서비스기업의 이익보다는 매출이 IT서비스기업의 인력 규모에 정(+)의 영향을 미치고 있었으며, 설명력이 높은 선형의 상관관계를 갖고 있어 IT서비스기업은 매출을 위하여 필요한 인력을 준비한다는 것을 확인하였다.

넷째, IT서비스 역량이 높은 IT서비스기업이 서비스하는 고객의 IT수준이 높았으며, IT수준이 높은 고객의 경영성과가 우수하였다. 또한 고객의 IT서비스 투자는 투자는 고객의 매출에 정(+)의 영향을 미치고 있었으며 효과가 가장 큰 시기는 투자 후 1~3년이었다.

5.2 시사점 및 향후 과제

본 연구에서는 고객 지향적 분석을 통하여 IT서비스기업의 '기업'으로서의 독립적 존재 가치를 입증하고, Captive 고객에 대한 선순환적인 가치 창출에 기여하고 있음을 설명하는 단초를 제공함으로써 이러한 모델에 기초한 기업 평가 연구의 새로운 시각을 제공하였다. 즉 IT서비스기업의 핵심역량이 고객의 역량을 내재화한 비즈니스 서비스역량으로 인식해야 하고, 향후 IT서비스기업의 도약 단계에서 Captive 고객을 통하여 축적된 차별화된 역량(업종 전문성)을 핵심역량으로 하여 도

약기를 위한 글로벌라이제이션(Globalization) 전략 연구 및 Captive고객을 주요 고려요소로 하는 IT서비스기업의 기업 가치 평가를 위한 연구에 활용할 수 있다.

한계점으로는 국내의 모든 IT서비스기업을 포함하지 못하였고, 특히 일부 데이터의 경우에는 공개한 기업이 적고 그 기간도 짧아 유효성을 반감시켰다. 특히 고객의 IT서비스 운영이 간접비 효율화에 미치는 영향을 분석하는데 한계가 있었다. IT서비스기업의 역량을 인력 규모만으로 계량화하여 분석한 것도 한계가 있었다. 기업별로 인력의 구성(컨설팅, 개발, 운영, 기술, 지원인력 등) 및 성숙도(자격, 등급, 경력, 학력 등)를 알 수 있는 데이터가 있었다면 더욱 정밀한 연구를 진행할 수 있었을 것이다.

향후 본 연구를 바탕으로 Captive고객의 기업별 IT서비스 비용에 대한 정확한 데이터와 사업별 성과, 그리고 IT서비스기업의 정확한 기업 정보를 활용할 수 있는 데이터베이스의 구축과, 장기간에 걸친 실증적 데이터를 활용한 후속연구가 필요하며, 적용하여 IT서비스업 외에 다른 비즈니스(B2B) 서비스업의 성장동인과 핵심역량을 분석하기 위한 연구에서의 접근 방식으로 활용할 수도 있다고 판단된다.

참 고 문 헌

- [1] Capgemini and 삼성SDS, "Global and Korea CIO Survey 2008", 2008.
- [2] 강운식, "IT서비스기업의 성장모델에 관한 연구", 국민대학교 박사학위논문, 2009.
- [3] 김경규, 이창희, 박성국, 김주영 "공급망 참여 기업 사이의 지식교환: 거래비용 이론과 사회자본 이론 관점의 비교", 『경영학연구』 제37권, 제2호(2008), pp.269-289.
- [4] 남기찬, 오승호 "기업의 핵심역량 집중도와 IT 아웃소싱 성숙도가 IT 아웃소싱 성과에 미치는 영향에 관한 연구", 『서강경영논총』,

- 제15권, 제2호(2004).
- [5] 류현, “균형성과지표(BSC)를 활용한 IT의 성과평가”, LG주간경제, 2002.
- [6] 박기호, 조남재, “정보시스템 투자의 성과격차 유발요인에 관한 실증연구”, 『경영과학』, 제21권, 제2호(2004).
- [7] 삼성경제연구소(SERI), “한국 고 성과기업의 특징”, SERI CEO Information, 672, 2008.
- [8] 서한준 외, “IT BSC를 기반으로 한 ITO 성과 측정 프레임워크 수립”, 『한국SI학회』, 2003.
- [9] 임준, 이경원, 정부연, 김민식, 정현준, “IT서비스 산업의 공정경쟁과 수익성 제고”, 정보통신정책연구원, 2006.
- [10] 정선호, 이영찬, “BSC를 이용한 IT조직의 성과관리체계에 관한 연구”, 한국산업경영시스템학회 추계학술대회, 2005.
- [11] 최봉현, 김홍석, 조현승, 하봉찬, “서비스산업의 미래와 경쟁 전략”, 산업연구원, 2007. 12.
- [12] Barney, J. B., “Firm Resources and Sustained Competitive Advantage”, *Journal of Management*, Vol.17, No.1(1991), pp.99-120.
- [13] Barney, J. B., “Is the Resource Based Theory a Useful Perspective for Strategic Management Research? Yes”, *Academy of Management Review*, Vol.26, No.1(1991a), pp.41-56.
- [14] Barney, J. B., “Organizational Culture : Can It be a Source of Sustained Competitive Advantage?”, *Academy of Management Review*, Vol.11, No.3(1986b), pp.656-665.
- [15] Barney, J. B., “Strategic Factor Markets : Expectations, Luck and Business Strategy”, *Management Science*, Vol.32, No.10(1986a), pp.1231-1241.
- [16] Barney, J. B., M. Wright, and Ketchen Jr., D. J., “The resource based view of the firm: Ten years after 1991”, *Journal of Management*, Vol.27, No.6(2001b), pp.625-641.
- [17] Bourdieu, P., “The Forms of Capital”, In J. G. Richardson (eds), *Handbook of theory and research for the sociology of education*, New York : Greenwood, 1986, pp.241-258.
- [18] Clemons, E. and M. Row, “Information Technology and industrial Cooperation : The changing economics of coordination and ownership”, *Journal of Management Information Systems*, Vol.9, No.2(1992), pp.9-28.
- [19] Kaplan, Robert and Norton, David, The balanced scorecard measures that drive performance, *Harvard Business Review*, 1992, (로버트 캐플런 · 데이비드 노튼 저, 송경근 · 성시중 옮김, 『가치실현을 위한 통합경영지표 BSC』, 한국언론자료간행회 출판, 1998에서 참조).
- [20] Levin, D. and R. Cross, “The strength of weak ties you can trust : The mediating role of trust in effective knowledge transfer”, *Management Science*, Vol.50, No.11(2004), pp.1477-1490.
- [21] Madhok, A. and S. B. Tallman, “Resources, transactions and rents : Managing value through interfirm collaborative relationships”, *Organization Science*, Vol.9, No.3(1998), pp.326-339.
- [22] Nahapiet, J., and S. Ghoshal, “Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage”, *Academy of Management Review*, Vol.23, No.2(1998), pp.242-266.
- [23] Pfeffer, J. and G. R. Salancik, “The external control of organizations : A resource dependence perspective”, New York : Harper and Row, 1978.
- [24] Porter, Michael E., *Competitive Strategy*, Free Press, New York, 1980.
- [25] Porter, Michael E., “How competitive forces shape strategy”, *Harvard business review*, March/April 1979.
- [26] Porter, Michael E., “On Competition. *Harvard Business Review*”, Boston, (1998), pp.40-42.
- [27] Prahalad, C. K. and Gary Hamel, “The Core Competency of the Corporation”, *Harvard*

- business review*, May June (1990), pp.79-91.
- [28] Rumelt, R., D. Schendel, and D. Teece, "Strategic Management and Economics", *Strategic Management Journal*, Vol.12, No.4(1991b), pp.5-30.
- [29] Rumelt, Richard P. "How much does industry matters", *Strategic Management Journal*, Vol.12, No.3(1991a), pp.167-185.
- [30] Rumelt, Richard P., "Strategy, Structure and Economic Performance", Boston : Division of Research, Harvard Business School, 1974.
- [31] Rumelt, Richard P., "Toward a Strategic Theory of Firm", in Lamb, R. B. (ed) *Strategic Management*, Prentice Hall, 1984.
- [32] Wernerfelt, Birger, "A Resource based View of the Firm", *Strategic Management Journal*, Vol.5, No.2, April June (1984), pp.171-80.
- [33] Williamson, O., "Comparative economic organization : The analysis of discrete structural alternatives", *Administrative Science Quarterly*, Vol.36(1991), pp.269-296.

◆ 저 자 소 개 ◆



강 운 식 (uskang@cj.net)

서울대학교에서 공학사, 헬싱키경영대학에서 KEMBA, 국민대학교에서 경영학 박사를 취득하였다. 금성산전 연구소에서 전자화엘리베이터를 개발하였으며, 삼성SDS에서 CIM, SCADA, TM/TC, 자동차 정보시스템 개발 등의 개발 업무와 아웃소싱사업부장, 벤처 Division장, 솔루션 Division장, 금융사업부장을 역임하고 제일제당주식회사 CIO (Chief Information Officer) & CPO (Chief Process Officer)를 거쳐 CJ시스템즈의 대표이사 겸 CJ그룹 CIO를 지냈으며 현재 CJ시스템즈 경영자문을 맡고 있다. 현재 관심분야는 IT서비스기업 경영과 Governance Framework 및 ITSM과 연계한 최적 정보시스템 운영방법론과 기업경영에 있어 6시그마 등의 혁신기법과 ERP, SCM, BPM, CRM, NPD 등의 정보시스템을 활용한 Business Innovation 및 Process 경영 등이다.



김 현 수 (hskim@kookmin.ac.kr)

서울대학교에서 공학사, 한국과학기술원에서 경영과학석사, 미국 University of Florida에서 경영학박사를 취득하였으며, 현재 국민대학교 경영대학 경영학부 교수로 재직 중이다. University of California, Berkeley에서 연구교수, University of Florida의 객원교수, (주)데이콤 주임연구원, 한국정보문화진흥원 정책연구부장 등의 경력이 있으며, 현재 (사)한국IT서비스학회 회장과 (사)서비스사이언스전국포럼 상임운영위원장을 맡고 있다. 저서로는 서비스사이언스(2006, 매경출판, 공저), 프로젝트관리(2005, 전자신문사, 공저), 경영혁신론(2005, 국민대출판부), 정보시스템진단과 감리(1999, 법영사), 통합사무자동화론(1996, 박영사, 공저) 등이 있으며, 주요 연구결과는 Omega, European Journal of Operational Research, Intelligent Systems in Accounting Finance and Management, Journal of Software Maintenance and Evolution: Research and Practice 등의 국제 학술지와 한국IT서비스학회지를 비롯한 다수의 국내 학술지에 발표하였다. 현재 관심분야는 경영혁신, 서비스사이언스 등이다.



안 연 식(ahndreo@kyungwon.ac.kr)

현재 경원대학교 경상대학 경영학전공 교수로 재직 중이며, 연세대학교에서 전자계산학 전공(석사), 국민대학교 정보관리학부에서 경영정보시스템을 전공(박사)하였다. 한국전력공사와 한전KDN(주)에 재직하며 소프트웨어엔지니어와 IT컨설턴트로 활동하였고, 전자계산조직응용기술사와 정보시스템감리사 자격을 보유하고 있다. 연구결과는 정보처리학회지, 경영학연구, 정보통신정책연구, 한국IT서비스학회지, Information System Research, Journal of Software Maintenance and Evolution 등의 국내외 학술지 게재와 한국데이터베이스학회, 한국경영과학회, 경영정보학회, International Conference on the Software Engineering and Data Engineering 등의 학술대회에서 논문으로 발표하였으며, 주요 관심분야는 기술경영, 정보시스템 평가 등이다.