

# 서비스연구의 프레임워크 제안\*

김 현 수\*\*

## 목 차

요약	4.1 서비스본질 연구
1. 서론	4.2 서비스기능 및 시스템 연구
2. 서비스연구의 진화	4.3 서비스인 연구
2.1 서비스연구의 발전	4.4 서비스기업 및 경영 연구
2.2 서비스연구의 활성화	4.5 서비스산업 및 경제 연구
3. 서비스연구의 프레임워크 및 연구주제 리뷰	5. 토의 및 결론
4. 서비스연구 프레임워크	참고문헌
	Abstract

## 요약

서비스의 역사는 오래지만, 서비스연구의 역사는 길지 않다. 서비스기업이 증가하면서 1970년대부터 서비스마케팅 등의 학문이 활성화되었고, 21세기 들어 서비스경제가 본격 도래하면서 서비스사이언스로 확장되었다. 본 연구는 본질적인 차원에서 서비스 관련 연구를 종합적으로 리뷰하고 서비스연구의 프레임워크를 제안한다. 새로운 학제적인 융합학문으로서 서비스학이 정립되고, 이를 통해 서비스산업이 발전되고, 그리고 서비스학이 활성화되는 선순환 구조가 정착될 수 있도록 그 기본 프레임워크를 제시한다.

먼저 서비스연구의 발전 과정을 시간축으로 분석하고, 기존의 서비스 관련 연구 프레임워크를 조사하였다. 아울러 서비스연구의 주요 주제들을 프레임워크의 세부 구성 요소 차원에서 검토하였다. 기존 연구 주제들 및 초안 프레임워크들이 각 시대의 필요성을 반영하고 있지만, 서비스학에 대한 포괄적인 접근은 부족하였으므로, 서비스학의 본질에 중심을 둔 서비스연구 프레임워크를 제시하였다. 즉, 서비스본질 연구, 서비스기능 및 시스템연구, 서비스인 연구, 서비스기업 및 경영연구, 서비스산업 및 경제연구 등 다섯 개의 연구부문으로 구성되는 서비스연구 프레임워크가 제안되었다.

본 연구의 결과는 학제적인 신학문으로서 서비스학의 프레임워크를 정립하고, 서비스산업의 경쟁력을 강화하는데 학계가 기여해야할 주요 분야를 발굴하는데 유용할 것이다. 향후 보다 본질에 충실하면서도, 실용 학문으로서의 서비스학의 발전에 기여하는 후속 연구들이 필요하다.

*표제어: 서비스연구, 서비스사이언스, 서비스R&D, 연구프레임워크*

접수일(2015년 8월 7일), 수정일(1차: 2015년 9월 21일), 게재확정일(2015년 9월 23일)

\* 본 연구는 2015년 국민대학교 교내연구비의 일부 지원으로 수행되었음.

\*\* 국민대학교 경영대학 경영학부 교수, hskim@kookmin.ac.kr

## 1. 서론

서비스의 역사는 인류문명의 탄생과 함께하지만, 서비스에 대한 학문적인 연구는 비교적 최근에 시작되었다. 그리고 서비스를 과학으로 본격적으로 연구한 것은 21세기에 들어서라고 할 수 있다. 미국의 국가경쟁력위원회에서 서비스사이언스를 탄생시킨 것도 서비스연구의 중요한 발전 계기가 되었다.

서비스는 ‘인간의 욕구 충족 활동’이다. ‘인간 또는 인간과 기계 등의 조합이 타인의 욕구 충족을 위해 일하는 행위’를 서비스라고 한다. 인류의 역사는 서비스의 역사이고, 문명의 역사는 서비스의 발전 역사다. 문명사회에서의 인간은 서비스가 없이는 생활이 불가능하므로, 서비스는 가장 오래된 인류의 주제다. 최근에는 스마트폰으로 사이버상의 각종 서비스를 받는 등 과거 인적 서비스 중심이었던 서비스의 범위가 크게 확장되면서 서비스연구의 범위도 인적 서비스 중심에서 다양한 주제로 폭넓게 확장되고 있다.

본 연구는 서비스를 연구라는 학문, 즉 서비스학을 하나의 과학적인 학문분야로 설정하고, 서비스학에서 다루어야 할 주요 주제들의 프레임워크를 제시하기 위해 수행되었다.

서비스연구를 서비스에 직접 및 간접적으로 관련되는 모든 연구라는 의미로 정의하면, 공학이나 경영학의 많은 영역, 심리학이나 경제학 등 사회과학의 상당부분, 인문학의 상당 부분이 서비스연구의 범주에 포함될 것이다. 산업으로 표현해도, 서비스업에 대한 연구는 물론이고 제조업이나 농업 등에 관련되는 연구도 서비스화와 간접적으로 관련되기 때문에 서비스연구라고 할 수 있고, 제품개발에 관련되는 연구도 연구대상인 제품이 서비스플랫폼 구축을 위한 제품인 경우가 많으므로, 다수가 서비스연구의 범주에 포함된다고 할 수 있다.

본 연구에서는 학문 형성의 초기 단계인 서비스연구의 특성을 고려하여, 서비스의 본질을 중심으로 서비스연구를 정의하고자 한다. 서비스연구의 범위와

주요 주제, 그리고 주제들 간의 관계와 의미 등에 대해 고찰하고, 이 고찰 결과를 서비스연구 프레임워크라는 이름으로 제시한다. 연구 진행 과정은, 먼저 서비스연구의 발전 과정에 대해 고찰하고, 최근의 서비스연구 체계화 과정을 분석하고, 바람직한 서비스연구의 프레임워크를 도출하는 과정으로 진행되었다. 서비스학의 학문적 토대를 조기에 구축하려는 목적으로 진행된 연구이며, 서비스연구자들의 연구 생산성을 높이고, 기존 학문분야의 연구자들이 서비스 관련 연구를 수행할 때, 연구의 초점을 보다 명확히 하는데 도움을 주기 위한 목적으로 수행되었다. 아래 제 2장에서 서비스연구의 진화에 대해 먼저 분석한다.

## 2. 서비스연구의 진화

### 2.1 서비스연구의 발전

서비스 활동의 탄생과 함께 서비스연구는 시작되었다고 볼 수 있다. 초기에 서비스 활동은 단순 서비스, 즉 인간이 인간에게 단순 용역을 제공하는 활동 중심이었다. 사람들이 많이 모여 살게 되면서, 고급 서비스 활동이 활성화되었다. 교환활동의 필요에 따라 상업서비스가 탄생하고, 질병을 치료하는 의료서비스, 사람을 가르치는 교육서비스 등이 생겨났으며, 1,600년을 기점으로 현대 자본주의 경제의 근간을 이루고 있는 금융서비스가 탄생하였다. 20세기에 들어, 음식업, 숙박업, 관광레저업, IT서비스업, 엔터테인먼트서비스업, 스포츠서비스업 등이 주요 서비스로 활성화되고 있다.

서비스연구도 서비스활동의 발전과 함께 활성화되었다. 고대에는 의료서비스연구, 교육서비스연구, 계약에 대한 연구, 조직에 대한 연구, 리더십에 대한 연구 등 인적서비스 중심 연구가 발전하였고, 고대부터 중세까지 상업서비스 관련 연구가 발전되었고, 17세기 이후 금융서비스가 발전하면서 현대적 서비스연구가 활성화되었다고 할 수 있다. 최근에는 관광레저서

비스, IT서비스 등 신서비스가 서비스연구의 중심주제로 부상하고 있다.

오랫동안 서비스연구가 진행되었지만, 연구결과물과 그 기록이 매우 적은 것은 서비스연구가 가진 숨겨진 연구개발 특성 때문일 것이다. 서비스 부문의 경우, 대체로 서비스를 수행하는 과정에서 자연스럽게 혁신과 연구개발이 일어나기 때문에, 제품의 연구개발과 달리 계획과 과정 및 결과에 대한 기록이 없는 경우가 많다.

20세기에 들어, 산업화의 성숙과 함께 학문의 분화가 촉진되면서, 개별 서비스산업에서의 서비스연구가 활성화되었다. 의료서비스나 교육서비스와 같은 전통적 서비스연구의 활성화는 물론이고 중세 이후 발달된 금융서비스와 최신 학문인 IT서비스연구가 매우 활성화되었다. 또한 산업의 발달로 경영학이 발전하면서, 고객서비스에 대한 연구가 서비스연구의 상당수를 차지하였다.

이렇게 오랜 기간에 걸쳐 점진적으로 발전되어온 서비스연구에 큰 발전 계기를 제공한 사건은 미국 국가경쟁력위원회에서 2004년 제시한 서비스사이언스 연구 활성화 선언일 것이다. 서비스에 관한 학문이라는 의미로 IBM에서 처음 사용한 용어인 서비스사이언스 연구의 활성화가 제안되었다. 사회과학이 사회에 대한 학문이고, 자연과학이 자연에 대한 학문인듯이 서비스사이언스는 서비스에 관련되는 제반 학문이다(이 용어의 공동 창안자인 IBM의 Jim Spohrer 인터뷰, 2008. 3). 보다 구체적으로, 서비스사이언스는 서비스산업의 본질을 규명하고, 이를 바탕으로 혁신과 생산성 향상을 이루기 위해 기술, 경영, 사회과학, 경제, 산업공학 등 여러 분야의 지식을 종합하려는 시도에서 탄생된 신학문이다. 2007년 8월 미국국가혁신투자법(The U.S. National Innovation Investment Act)이 미국의 상하 양원에서 통과되면서 서비스사이언스 연구 활성화가 촉진되고 있다. 전 세계적으로 보면 서비스사이언스는 경영과학 방법론을 강조하는 미국식의 구체적인 정의보다는 ‘서비스에 대한 학문’을 통칭하는

이름으로 넓게 이해되고 있다. 예를 들어, 유럽에서는 많은 학자와 실무자들이 서비스사이언스보다는 서비스공학 등의 용어를 주로 사용한다. 보다 구체적이고 개념이 손에 잡히기 때문이다.

서비스연구는 서비스사이언스가 목표하는 분야를 포함하고 있지만, 본질적으로 서비스를 연구하는 학문으로서 체계적인 재정의가 필요하다.

아래 서비스연구의 활성화 과정 분석을 토대로 서비스연구의 본질적 수요를 중심으로 서비스연구의 체계를 도출한다.

## 2.2 서비스연구의 활성화

현대경제와 사회에서 서비스연구가 더욱 중심 주제로 부상한 이유는 두 가지로 요약된다. 첫째는, 현대경제의 특징이 서비스의 본질인 관계 중심적 세계관과 부합하기 때문이다. 둘째는, 서비스 활동의 산업화가 대세이기 때문이다.

우선 서비스의 본질은 관계성이다. 서비스는 관계를 통해 가치가 발생한다. 관계라는 무형적 재화 창출을 통해 인간에게 가치가 구현된다. 서비스는 관계이므로, 관계 중심 세계관에서 중심 주제가 된다. 모든 물건, 모든 인간이 관계 속에서 의미를 가진다. 언어도 관계 속에서 의미를 가진다. 예를 들어, 의사와 환자가 있다고 하자. 의사 혼자서는 환자에 대한 진단 서비스나 치료 서비스를 할 수가 없다. 환자가 있음으로써, 환자와의 관계에 의해 진단서비스도 가능하고, 치료서비스도 가능해진다. 물건과 인간의 관계도 마찬가지다. 시가 1억 원하는 다이아몬드도 무인도에서 먹을 것조차 구하기 힘든 상황에서의 가치와, 고급 호텔에서 유명 인사들과의 파티장에서서의 가치는 차이가 크다. 무인도에서는 고급 다이아몬드와 인간간의 관계가 형성되기 어렵다. 언어의 경우도, 예를 들어, “아름답다”는 언어는 덜 아름다운 대상이 있을 때, 덜 아름다운 대상과의 관계에 의해 “아름답다”라는 말이 성립할 수 있다. 문명의 발전, 특히 급격한 도시화로

인해 인간의 생활이 복잡 다양해지면서, 관계론적 세계관이 현대사회에서 우위를 차지하게 되었다. 따라서, 관계성을 본질 특성으로 가지는 서비스는 현대 사회와 경제의 중심으로 더욱 부상하게 되었다.

철학적으로도, 헤라클레이토스(Herakleitos, 530-470 B.C.)는 ‘만물은 유전한다’라고 하였고, 동양철학서 주역에서는 음과 양이 순환하며 시간축이 더해져서 끊임없는 변화속에 세계가 운행된다고 하였다(랩트레히트, 1963; 이기동, 2010). 즉 항구적인 실체가 있는 것은 아무것도 없고, 모든 것은 변화의 흐름 속에 있다는 것이다. 음과 양의 관계 속에 실체가 존재하고, 그 관계가 시간축에 따라 변화하면서 새로운 관계를 만들어 가는 것이 세상이라는 것이다. 따라서 프로세스 자체가 세상을 구성하는 중심 요소이고, 프로세스를 일으키는 관계가 세상의 중심인 것이다.

관계론적 세계관의 대척점에 있는 실체론적 세계관은 개체의 주체성이 강조되므로, 문명과 과학기술이 발전하면서 중심이 되었다. 근대에는 산업혁명 등 인간이 이룩한 위대한 과학기술 혁명 역사에 힘입어 실체론적 세계관이 많은 호응을 얻었다고도 할 수 있다.

그런데, 현대 고도 문명사회가 되면서, 관계의 중요성이 다시 부각되었다. 대부분 도시화된 사회에서 살아가는 인간의 삶, 인간 생활의 다양성 증대, 글로벌화의 진전 등으로, 매우 많고 복잡한 관계들이 생겨나고 발전되면서 관계의 중요성의 증대되었다. 현대에 들어 서양사회에서도 관계론적 세계관을 대표하는 철학자들인 노자의 도덕경이나, 주역 등이 많이 읽히고 연구되고 있으며, 서양의 현대인들도 관계론적 세계관을 많이 수용해가고 있다.

산업사회까지 실체, 물질, 유형 중심이었던 경제, 사회가 관계성, 무형성 중심으로 변화되어 서비스연구가 중심으로 대두된 것이다.

또한 서비스가 현대 경제와 사회의 중심주제로 대두된 것은 서비스의 기업화, 산업화가 급속히 진전되어, 서비스 산업의 비중이 가장 크고 절대적이 된 데 있다. 과거의 서비스는 개인이 주로 수행하는 활동이었고,

소규모로 수행되었기 때문에, 기업화되지 못하였고, 산업으로 인정받지 못하였다.

그런데, 전통 산업의 생산성이 향상되면서, 서비스의 필요성이 급격히 증대되어 서비스의 기업화, 산업화가 촉진되었다. 서비스산업은 전반적인 생산성의 향상에 따라 급속히 발전되고 성장되었다. 농업이나 제조업의 생산성이 급속히 증대되면서, 인간의 근본적인 욕구를 충족시켜주는 서비스 관련 일을 많이 하게 된 것이다. 서비스부문의 산업화가 촉진되면서, 서비스연구는 활성화되었다. 서비스산업 부문이 선진국의 경우 경제의 70%를 상회하면서, 서비스연구가 중심으로 부상하고 있는 것이다.

현대 경제와 사회의 세계관에 부합하면서, 경제의 절대 비중을 차지하고 있는 서비스연구에 대해 과학적으로 분석할 필요성이 대두되었다. 서비스연구가 보다 체계적이고 과학적으로 진행될 수 있도록, 현대 경제와 사회에 적합한 서비스연구의 프레임워크를 제시한다.

서비스연구는 1970년대 후반부터 서비스마케팅을 필두로 활성화 되었으며(Kunz and Hogreve, 2011), 1993년을 기점으로 크게 확대되었다(Moussa and Touzani, 2010).

1970년대부터 서비스산업의 비중이 증대되고, 고객의 중요성이 커지면서, 서비스마케팅 분야에서 서비스품질과 고객만족 연구가 활성화되었다. 특히 1993년부터 1999년까지는 서비스마케팅 관련 저널에서 서비스연구가 많이 발표되었다. 이 시기는 미국 마케팅 학회에서 서비스연구회를 발족한 1993년부터 마케팅 저널과 경영 저널에서 서비스연구가 많이 발표된 것인데, 서비스연구가 이론적으로 매우 정교해진 시기이다.

2000년부터 2003년까지는 2004년부터의 비약적인 발전을 위해 숨고르기를 한 시기라고 할 수 있다. 생산관리 분야 학자들이 서비스운영을 주요 연구 분야로 부각시킨 시기라고 할 수 있다.

2004년 미국 국가경쟁력위원회에서 서비스사이언

스를 신 학문으로 발표하면서 서비스연구는 비약적인 발전을 거듭하고 있다. INFORMS에서 서비스사이언스 분야 발표가 2007년 개시되었고, 서비스사이언스 저널이 2007년과 2009년 두 대륙에서 창간되었다(Moussa and Touzani, 2010).

이후 서비스연구는 미국과 유럽은 물론이고 한국, 중국, 일본 등 아시아 국가에서도 활발히 연구되는 주요 연구 분야가 되었다.

### 3. 서비스연구의 프레임워크 및 연구주제 리뷰

1970년대부터 서비스관련 연구가 수행되고 발전되었지만, 이 시기는 서비스마케팅이라는 마케팅의 한 분야를 중심으로 발전되었다고 볼 수 있으며, 서비스를 하나의 독립적인 분야로서, 학제적(Interdisciplinary) 신 학문으로서 체계적으로 다룬 것은 2008년이 기점이라고 할 수 있다. 우선 IBM Systems Journal 47권 서비스연구 특집호에서 서비스사이언스라는 이름으로 서비스연구를 소개하고 조망하였다. 그리고 같은 해에 Service Science, Management and Engineering(SSME) (Bill Hefley and Wendy Murphy(Eds.), Springer)이 발간되어 SSME를 폭넓게 소개하였다. SSME는 융합학문으로서 인류학, 경제학, 심리학을 포함하는 사회과학, 컴퓨터사이언스, 디자인, 정보시스템, 시스템엔지니어링 등의 응용과학을 모두 포함하는 학문으로 정의하였다. 주요 연구주제로는 서비스전달시스템 자동화 연구, 표준화와 글로벌리제이션 영향 연구, 프로세스모델링 연구, 서비스로서의 소프트웨어 등을 제시하였다(Siegel, Evenson, Hefley, and Slaughter, 2008).

Salminen and Kalliokoski(2008)는 서비스비즈니스 연구분야로, 라이프사이클 전반에 걸친 가치네트워크 관리연구, 비즈니스전환프로세스를 지원하는 비즈니스모델 및 아키텍처 연구, 솔루션 아키텍처와 플랫폼 연구, 솔루션 라이프사이클관리 연구, 조직문화와 서비스 역량 연구, 기술과 인프라스터럭처 연구 등을 주요주제로 제시하였다.

서비스 인재에 주목하는 연구도 시작되었다. 그 결과로 기업에 대해 전체적으로 사고하는 서비스 리더를 양성하는 서비스아키텍트(Service Architect) 교육 프로그램도 개발되었다. 서비스아키텍트에 필요한 스킬은 엔지니어링, 경영과학, 사회과학, 인문학 분야에 두루 걸쳐있다(Rhodes and Nightingale, 2008).

무형성 등 서비스의 특성에 주목하는 연구도 활성화되었다. 예를 들어 서비스개념과 서비스경험을 연구하며 무형성의 분석하였다. 서비스의 개념요소는 사람, 물리적 요소, 프로세스, 서비스혜택, 인지 등인데, 서비스경험은 여기에 참여활동과 감성을 더하여 개념화되었다(Fynes and Lally, 2008).

이러한 초기의 연구들이 누적되면서, 서비스연구의 범위와 주요이슈들이 점차 구체화되었다. 서비스연구 프레임워크와 관련되는 연구들을 요약하면, 다음과 같다. 우선 21세기 들어 서비스연구의 활성화를 적극 추진한 IBM에서 제시하는 서비스연구의 범위는 아래와 같다.

아래 표 1은 서비스연구의 분야별 주요 세부 연구 주제를 나타낸 표로서 IBM의 2008년 “Service Science Discipline Classification system” 자료에서 인용되었다. 이들은 서비스연구를 서비스업 공통 연구와 개별서비스업 연구로 나누고, 가로축으로는 기초연구, 응용연구, 개별서비스연구로 나누어 주요 연구주제의 예시를 제시하였다. 공통연구는 주로 기초 연구에 해당하는데, 서비스이론에 대한 연구, 인간 및 사회에 대한 연구가 중심이다. 서비스이론연구는 서비스철학, 서비스경제, 서비스 혁신이론연구 등을 포함하며, 인간 및 사회에 대한 연구는 서비스시스템 진화, 서비스의 행태론적 모델, 서비스에서의 조직변화연구, 고객심리학, 서비스의 인지적 측면연구, 서비스에서의 의사결정 등을 포함한다. 공통연구 중 응용연구로 예시된 주제로는 서비스디자인방법론 연구, 서비스경영효율화방법론연구, 제품서비스방법론 연구 등을 예시하고 있다.

개별서비스업의 응용 연구로는 서비스디자인, 서비스프로세스엔지니어링, 서비스경영, 서비스와 제품의

표 1. 서비스연구 분야별 주요 세부 연구 주제  
 Tab. 1. Subjects of Service Science Research

주요환경 및 특징		기초 서비스 R&D	응용 서비스 R&D	개발 서비스 R&D
서비스업 공통	현상에 대한 이해	서비스 이론	1. Service Theory 2. Service Philosophy 3. Economics of Services 4. Service Complexity Theory 5. Service Innovation Theory	
		인간 및 사회에 대한 연구	1. Service system Evolution 2. Behavioral Models of Service 3. Organizational Change in Service 4. Social Aspects of service 5. Customer Psychology 6. Cognitive Aspects of Service 7. Decision Making in Service	
	방법론(디자인/프로세스 / 서비스 제품 결합)			1. Service Design Methodology 2. Service Management Efficiency Methodology 3. Product Service System Methodology
개별 서비스업 단위	서비스 디자인 (Service Design)		1. Service Design Theory 2. Service Representation 3. Aesthetics of Services 4. New Services Engineering	1. Service Industry 2. Utilities 3. Wholesale Trade 4. Retail Trade
	서비스 경영 효율화	서비스 프로세스 엔지니어링 (Service Engineering)	1. Services Engineering Theory 2. Service Operations 3. Service Optimization 4. Service System Engineering 5. Service Supply Chains 6. Service Engineering Management	5. Transportation and Warehousing 6. Information Service 7. Finance and Insurance 8. Real Estate and Rental
		서비스관리 (Service Management)	1. Service Marketing 2. Service Management 3. Service Innovation Management 4. Customer Relationship Management 5. Service Sourcing 6. Service Standards 7. Service Quality	9. Professional and Technical Services 10. Management Service 11. Administrative and Support Services 12. Educational Services
	서비스와 제품의 결합			1. Product Service System(PSS)

Service Science Discipline Classification System, IBM(2008).

결합 등의 구분으로 연구주제를 제시하고 있다. 응용 연구 수준에서 여러 주제들이 제시되는데, 서비스디자인 연구로는 서비스디자인이론연구, 서비스표현연구, 서비스미학연구, 서비스공학연구 등이며, 서비스프로세스 엔지니어링 연구로는 서비스엔지니어링이론연구, 서비스운영, 서비스최적화, 서비스시스템엔지니어링, 서비스공급사슬, 서비스엔지니어링관리 등을 제시하고 있다. 서비스경영 부문에서는 서비스마케팅, 서비스관리, 서비스혁신관리, 고객관계관리, 서비스조달, 서비스표준, 서비스품질 등의 주제를 예시로 들고 있다.

개별서비스업의 개발 연구는 모든 개별서비스 산업 각각에 대한 연구와 서비스산업에 대한 연구를 포함하고 있다.

한편 김현수 외 5인(2010)의 연구에서는 서비스연구와 서비스사이언스연구를 구분하여 아래와 같은 관계로 서비스사이언스연구의 프레임워크를 제시하였다.

이와 같은 서비스사이언스 연구는 크게 나누어 서비스기초이론 연구, 서비스 응용이론 연구, 서비스 융복합 연구로 나눌 수 있다. 이들 관계를 그림으로 도시하면 아래와 같다. 즉 일반적인 연구개발 분류로 볼 때의 기초연구와 응용연구에 서비스기초이론 연구가 위치하고 있고, 서비스 응용이론 연구는 그보다 더 응용연구에 가까운 특징을 가지고 있다. 서비스 융복합 연구는 서비스 분야의 기초 및 응용이론 연구에 추가하여 전통 학문의 기초 및 응용연구와 융합되어 수행되는 연구이다(김현수 외 5인, 2010).

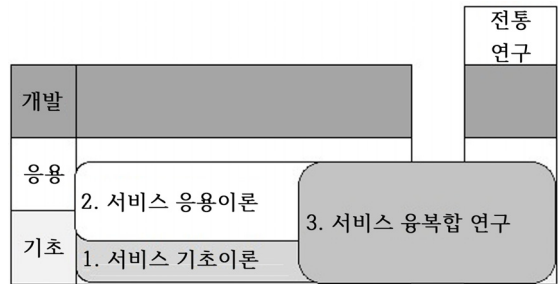


그림 2. 서비스사이언스 R&D 범위  
Fig. 2. Scope of Service Science R&D



그림 1. 서비스 R&D와 서비스사이언스 R&D의 관계도  
Fig. 1. Service R&D and Service Science R&D

서비스사이언스 연구를 서비스업과 제조업에서 ① 과학기술의 지식을 기본으로 하여 ② 인문사회 지식을 결합하여 수행되는 연구로 정의하며 ③ 기초연구와 응용연구에 해당하는 연구로 정의하고 있다. 즉, 서비스사이언스 연구는 넓은 의미로 정의하면, 서비스연구와 기타 관련 연구로 정의할 수 있고, 좁은 의미로 정의하면, 과학기술이 적용되어 서비스를 과학적으로 연구하는 학문이라고 정의된다.

서비스 기초이론 연구는 서비스 전략, 서비스 프로세스, 서비스 공급사슬관리, 서비스 마케팅, 서비스 개발 방법론 연구 등으로서 서비스의 과학화를 위한 학문적 기초이론 연구를 포함한다. 서비스프로세스 모델화 및 통합연구, 서비스 가격결정 연구, 서비스 생산성 측정 연구, 서비스 테스트 연구 등의 서비스사이언스 초기 연구 주제들이 여기에 해당한다(한국IT서비스학회 서비스사이언스연구회, 2006). 서비스프로세스 모델화 및 통합 연구는 서비스사이언스에서 두 가지 면에서 중요한 연구이다. 첫째, 서비스 분석 단계에서는 서비스 프로세스의 분석과 모델링에 도움이 되며, 서비스 제공 단계에서는 서비스 전달의 설계에 있어서 통합의 방법론이 중요한 역할을 하게 된다. 둘째, 기업고객을 대상으로 비즈니스 서비스를 제공하는 경우 서비스 적용 대상 비즈니스에 대한 분석이 요구되

는 데, 서비스 모듈을 어떤 비즈니스 컴포넌트에 적용할 것인지에 대한 분석과 서비스 적용으로 인한 비즈니스의 성과개선 예측에 도움이 된다. 서비스 가격결정 연구는 고객 가치에 맞게 가격을 책정하는 가치기반 가격책정(Value-based Pricing)을 구현하는 연구나, 고객 개개인 별로 느끼는 가치에 따라서 각각의 가격을 책정하는 차별화 가격책정(Differential Pricing)연구로서 고도의 과학적 이론이 필요한 분야이다. 서비스 생산성의 측정 연구는 서비스의 특성인 무형성, 이질성, 소멸성, 비분리성으로 인해 어려운 연구이다. 서비스의 산출물 자체도 무형적인 것이어서 무엇이 산출되었는가 자체도 정의하기 쉽지 않다. 그러나 측정할 수 없는 것은 경영할 수 없으므로 매우 중요한 주제이다. 한편, 서비스는 생산과 전달이 동시에 진행되는 때문에 사전에 미리 테스트하기가 쉽지 않다. 따라서 컴퓨터 시뮬레이션 기법 등을 활용한 사전 테스트 연구도 중요하다.

서비스 응용이론 연구는 서비스 기초이론 연구의 기반 위에서 서비스 분야에서의 실용화를 위해 한 걸음 더 나아간 이론연구이다. 서비스 응용이론 연구는 혁신적인 서비스 모델을 개발하는데 필요한 기초이론과의 연결고리를 제공하는 역할을 한다. 서비스 응용이론 연구는 실제로 혁신적 서비스가 개발되기 위해서 필요한 세부적이고 구체적인 응용이론의 연구에 초점을 둔다. 서비스 융복합 연구는 서비스 혁신을 위해서 다학제간 광범위한 융합연구를 의미한다. 서비스사이언스 관점에서의 서비스 융복합 연구는 기존 서비스의 단순 개선이나 단일 학문분야에서의 연구개발은 배제한다.

김광재 외 9인(2009)의 연구에서는 라이프라이클 중심의 서비스 혁신연구 프레임워크를 아래와 같이 제시하였다. 즉 서비스개발, 서비스운영, 서비스개선 사이클 연구가 중심이 되고, 아래의 기반수준에 IT지원 기술 연구가 있으며, 상위수준으로 서비스연구 개발이 위치하고 있다. 개별 서비스산업에 대한 연구도 별도의 주제로 예시하고 있다.

표 2. 수준별 서비스혁신연구 영역  
Tab. 2. Service Innovation Research Area by Research Level

수준	연구 영역
상위 수준	서비스연구개발
라이프사이클관점	서비스개발-서비스운영-서비스개선
기반수준	IT 지원기술
개별산업 연구	금융, 의료, 통신 등.

위 표와 같은 프레임워크 상에서 각 분야별 연구주제들을 제시하였는데, 서비스개발 연구주제로는 서비스개발 프레임워크 연구, 서비스표현 모델 연구, 서비스 평가모델 연구, 서비스 프로토타입 개발 기술연구 등을 제시하였다. 서비스운영연구로는 서비스운영프레임워크를 먼저 제시하였는데, 이 프레임워크는 순환적 운영주제를 망라하여 표현한 것이다. 즉 서비스 생산, 서비스 전달, 서비스 소비의 세 가지 축으로 구분한 후, 각 축에서의 주요 주제를 제시하였다. 서비스운영 부문의 주요 연구이슈로는 서비스제공인력관리 연구, 서비스 전달과정 관리 연구, 서비스고객에 대한 연구가 중심이 되고 있다. 서비스개선 연구도 서비스 운영과 유사하게 프레임워크를 먼저 제시한 후, 서비스 측정 연구, 서비스 프로세스 분석 연구, 프로세스 개선 방법론 연구 등을 주요 이슈로 제시하였다.

서비스혁신을 위한 IT지원기술 연구를 별도의 주제로 언급하였는데, 서비스개발 단계, 서비스운영단계, 서비스개선 단계의 IT지원기술 연구 주제를 제시하였다. 서비스연구개발 관리 부문의 연구주제로는 서비스연구개발 관리 연구, 서비스연구개발 조직 및 문화연구, 서비스연구개발 프로세스 연구, 서비스연구개발 평가 및 보상 연구 등이 제시되었다.

대표적인 서비스영역별 연구 이슈도 제시하였는데, 예를 들어 의료서비스의 경우, 의료전달시스템 설계 연구, 의료전달시스템 운영연구, 의료전달시스템 관리 및 개선 연구, 의료조직 연구, IT/BT 발전과 서비스혁신 연구 등이 제시되었다.



IBM은 최근에 서비스연구의 범위를 심화 및 확장하고 있는데 아래 교과과정을 중심으로 서비스연구의 확장 추세를 확인할 수 있다(김현수 외 9인, 2011). 서비스연구는 초기의 연구에서 상당히 확장되어, 서비스의 가장 큰 특징이 공동의 가치 창출이라는 점에 주목하고, “서비스의 공동가치 창출”을 기반으로 하여 아래 그림과 같이 10가지 기본개념을 제시하고 있다. 이러한 개념은 기존의 자연과학과 새로운 서비스시스템과학을 기반으로 하고 있으며, 서비스시스템 또한 끊임없이 변화하고 진화하는 역동적인 유기체로 보고 있다. 10가지의 기본 개념은 다음과 같이 서비스시스템의 다양한 종류를 가리키는 “Ecology(전력, 수자원, 교통, 교육 시스템 등)”, 서비스 시스템의 전달하는 주요주체가 되는 “Entities(병원, 대학, 정부 등)”, 상호작용을 기반으로 하는 가치 제안과 이를 관리하는 거버넌스 메커니즘, 공동의 가치 창출을 지향하는 산출물, 가치제안에 대한 평가방법, 공동의 가치 창출을 달성하기 위한 이해관계자, 자원, 권리 등으로 분류되어 있다.

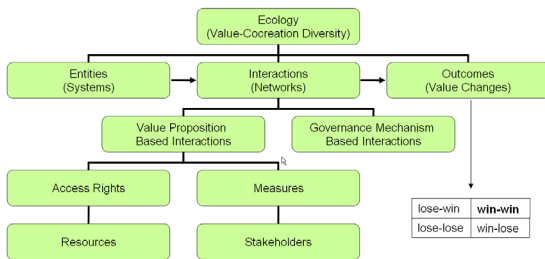


그림 3. 서비스의 10가지 기본 개념  
Fig. 3. 10 Basic Concepts of Services

서비스의 중심에 있는 인간의 경험과 지식으로 구성된 비가시적인 사회시스템에 대한 이해와 정의를 바탕으로 체계적이고 효율적으로 이를 발전시킬 수 있는 다양한 체계와 도구에 대한 연구를 하는 것을 서비스연구라고 보고 있다.

서비스 시스템에 대한 연구도 서비스연구의 주요 부분이다. 서비스 시스템은 사람, 기술, 내외부 시스템

을 연결하는 가치제안, 공유정보 등이 함께 가치를 창출하는 시스템이다(Value-co-creation configurations of people, technology, value proposition connecting internal and external systems, and shared information). 서비스시스템의 4대 요소인 사람, 기술, 내외부 시스템(가치제안, 공유정보(법, 재무 등) 중에서, 사람은 서비스제공자, 서비스 사용자, 내부고객, 외부고객 등 다양한 범주로 구분되므로, 사람에 대한 연구는 보다 복잡해진다. 서비스 시스템 이해에 대한 연구는 아래 표 3과 같이 서비스 중심적 논리의 개선 및 각 세부 주제에 대한 연구가 가장 활성화되어 있다. 아래 모델 및 요소 각각은 서비스연구의 주요 분야이다(Lusch, Vargo, and Wessels, 2008).

표 3. 서비스중심적 논리  
Tab. 3. Service-Dominant Logic

제품중심논리(GDL)	서비스중심논리(SDL)
정태적 자원	동태적 자원
자원 획득	자원화(창조, 통합 및 저항 제거)
제품과 서비스	서비스와 경험
가격	가치 제안
촉진	대화
공급사슬	가치창출네트워크
행동 극대화	교환을 통한 학습
시장/고객에 대한 마케팅	시장/고객과 함께 마케팅

자료: Lusch, Vargo, and Wessels(2008).

즉, 서비스연구는 서비스 자원에 대한 연구, 서비스 경험에 대한 연구, 서비스 가격에 대한 연구, 서비스 창출에 대한 연구, 서비스 마케팅에 대한 연구, 서비스 학습에 대한 연구 등을 포함한다.

서비스 부문의 획기적인 혁신을 통한 서비스 산업의 경쟁력 강화를 위하여 여러 분야의 지식을 종합하여 체계화하고 과학적인 방법(관찰, 실험, 증명, 증명, 수치화 등의 객관적이고 합리적인 방법)으로 융합을 이루어 내는 연구개발 활동은 모두 서비스연구에 포

함된다.

서비스사이언스 연구를 조망한 연구 중 다학제적으로 접근한 Ivanovic and Fuxman(2012)의 서비스사이언스 연구주제 모델은 아래 표 4와 같다.

표 4. 서비스사이언스 연구의 주요 주제

Tab. 4. Major Subjects of Service Science Research

Services Strategic 부문	Service Development 부문	Service Implementation 부문
Service Infusion and Growth	Service Innovation	Branding and Selling Services
Well-Being through Transformative Service	Service Design	Service Experience through Co-Creation
Service Culture	Service Networks and Value Chains	Measurement and Optimization of the Service Value

위 표에서 제시된 바와 같이, 서비스전략 부문에서는 서비스화 관련 연구(Service Infusion and Growth), 서비스를 통한 고객 및 사회 복지 향상 연구(Well-Being through Transformative Service), 서비스 문화 관련 연구(Creating and Maintaining a Service Culture) 등을 주요 주제로 제시하였다.

서비스화 관련 연구로 가장 비중이 큰 연구가 제조업의 서비스화 연구인데, 제조기업이 서비스를 도입하여 사업을 확장하고 성장시키는 새로운 비즈니스 모델에 대한 연구나 제품과 서비스를 융합하거나 조합하여 성공적인 사업 포트폴리오를 만드는 연구 등이 주요 주제가 된다. 제조 기업에서 서비스 도입과 관련한 주요 주제는 서비스-제품 오픈링의 가치 제안 개발, 가치제안을 실행할 사람과 방법 이슈, 일관된 서비스를 제공하기 위한 표준 서비스 모듈 개발, 서비스 가격 결정, 고객 지향적 점점 직원 훈련 등이 제시되었다(Ostrom et al., 2010; Baron et al., 2014).

서비스를 통한 고객 및 사회 복지 향상 연구로는 그동안 개인 차원에서 일부 연구가 있었지만, 이제는

거시적 사회 차원으로 연구주체의 확장이 필요하다. 예를 들어, 서비스를 개발하고 적용하고 창조하는 지속가능한 사회와 개인의 창의성에 대한 연구, 서비스 접근성과 서비스로부터 획득된 가치를 사회에 확산하는 역량 연구, 행복도나 질환율 등 웰빙 결과 연구, 지속가능서비스를 적용하는 비용 지불 의사 연구 등이 향후 연구로 제시된다(Ostrom et al., 2010; 이유재, 이청림, 2014).

서비스 문화에 대한 연구는 오랜 주제이기는 하지만, 피플비즈니스라고 불리는 서비스업의 특성상 향후에도 중심주제가 될 것이다. 예를 들어, 동서양 또는 민족별 문화간 비교 연구, 서비스 조직의 문화에 대한 연구, 조직의 성장에 따른 서비스 문화의 변화 연구 등이 주요 주제가 된다.

서비스개발 부문의 주요 연구 주제는 서비스혁신에 관한 연구, 서비스디자인에 관한 연구, 서비스 네트워크와 가치사슬에 관한 연구 등이 제시되었다.

서비스혁신 연구의 세부 주제로는 지속가능한 서비스 성공 요인 연구, 점진적 또는 혁명적 서비스 혁신 프로세스 디자인 연구, 서비스혁신 프로세스에 창의성을 주입하기 위한 고객의 역할 연구, 서비스혁신과 조직구조, 고객과 공급자관계 등을 일치시키는 연구, 서비스혁신 아이디어를 관리하고 일반화하는 연구 등이 제시되었다.

서비스디자인연구 주제로는 그동안의 많은 관심과 중요성에도 불구하고 여전히 체계적이지 못한 서비스 디자인 분야의 연구를 체계화하는 것이 주된 주제이다. 예를 들어, 그동안 서비스디자인 도구로 사용되어온 서비스청사진기법, 서비스프로토타이핑, 서비스시물레이션모델링 등의 기법도 서비스 디자인과 전달 프로세스상에서의 역할을 명확히 가지기 위해 보완연구가 필요하다.

서비스 네트워크와 가치사슬 연구의 세부 주제로는 서비스가치창출 네트워크의 변화 연구, 가치창출 변화에서 인터넷 등 기술의 역할 연구, 고객의 역할 변화 연구 등이 중요하다. 예를 들어, 환자 정보를 공유

하면, 진단 및 치료 프로세스의 혁신이 가능해진다. 소셜 네트워크 서비스에 의해 고객이 가치 창출 네트워크의 주요 부분으로 부상하였으므로, 관련 연구가 활발해질 것이다. 타 업종의 기업들, 또는 글로벌 공급자들간의 제휴 등으로 서비스 가치창출 사슬의 혁신이 용이해지므로 이에 대한 연구도 활발해 질 것이다.

서비스이행 부문 연구로는 서비스 판매 및 브랜딩 연구, 서비스경험 연구, 서비스 가치 측정 및 최적화 연구 등을 주요 주제로 제시하였다.

판매 및 브랜딩 관련 연구는 서비스가 가지는 무형성 특성으로 인해 매우 다양하고 깊이 있는 세부주제들이 존재한다. 일류 브랜드를 이미 구축한 기업에 대한 연구, 브랜드 구축 영향 요인 연구, 서비스기업에서 브랜드의 의미에 대한 연구, 새로운 서비스에 대한 브랜드 구축 연구를 비롯한 많은 주요 주제들이 있다.

서비스경험 관련 연구는 고객을 서비스의 공동 창조자로 보고, 고객 관점에서 가치 창출 프로세스를 연구하는 것이 주된 주제이다. 고객은 자신의 소비 프로세스에서 가치있는 요소를 가장 잘 알고 있으므로, 고객을 기업의 가치창출 프로세스에 능동적으로 참여하게 하면, 서비스 가치창출 및 서비스 혁신이 용이해질 수 있다. 고객과 공동으로 가치를 창출하는 프로세스를 연구하고, 그 과정관리를 연구하고, 이를 촉진하는 기업 조직과 조직의 운영을 연구하는 것이 주요 주제가 된다. 고객과 공동으로 창출한 가치에 대한 재무적 분배 이슈, 지적재산권 관리 및 보호 이슈, 조직의 장기적 수익성 이슈 등도 주요 주제가 된다.

서비스가치 측정 및 최적화 관련 연구는 기존 서비스 또는 새로운 서비스가 조직에게 주는 가치에 대한 연구, 그러한 서비스의 혁신이 조직에 주는 가치에 대한 연구, 고객 가치에 대한 연구, 가치 기반 패러다임 정착에 대한 연구, 가치 척도에 대한 연구, 최적화 프레임워크에 대한 연구 등을 포함한다. 고객의 입장과 조직의 입장에서 쌍방향에서 가치를 측정하여 최적 서비스 오픈링 수준을 결정하는 연구, 고객충성도나 고객 불만족 같이 돈으로 환산하기 어려운 가치를 측

정하는 모델에 대한 연구, 가치창조를 위한 고객과 종업원과 기술간의 상호기여도 측정에 관한 연구, 전반적 최적화 의사결정 관리 모델 연구 등도 이 범주에 포함된다(Ivanovic and Fuxman, 2012).

위 9개 주요 주제와는 별도로 서비스의 발전을 위해 기술을 활용하는 연구는 매우 중요한 또 하나의 연구주제다. 인터넷기술, 사물통신기술, 자동화기술, 인공지능기술 등이 서비스 발전을 위한 주요 기술이므로, 이 기술과 서비스와 관련된 연구는 서비스연구의 향후 주요 주제가 될 것이다(이유재, 이청림, 2014).

이상과 같은 기존 연구를 통합하여 서비스연구의 프레임워크를 설계하되, 서비스의 본질 중심으로 서비스연구의 프레임워크를 제시하면 아래와 같다.

#### 4. 서비스연구 프레임워크

기존 프레임워크의 연구주제들과 현대경제의 흐름을 반영하여 서비스연구의 신프레임워크를 구성한다. 서비스의 구조 관점에서 기존 연구들을 분석한다.

서비스는 공급자, 수요자, 그리고 양자 간의 관계라는 세 가지 기본 구조를 가지므로, 각각에 대한 연구를 분석한다. 이 기본구조를 광의의 서비스기업 및 경영 연구가 감싸고 있고, 서비스경영의 외연에 서비스산업 및 경제 연구가 있다.

관계라는 서비스의 기본 구조에 대한 연구는 비교적 적다. 그러나 서비스이론 연구, 서비스철학 연구, 서비스 문화 연구 등은 관계 연구의 주요 부분으로 볼 수 있다. 본 연구에서는 이들 연구를 서비스의 본질에 대한 연구로 명명한다.

기본구조 중 수요자 및 공급자 연구는 서비스시스템 연구의 상당부분이 해당된다. 그리고 이 부분은 서비스라는 기능이 작용하는 영역으로서 무형성 등 서비스 특징에 대한 연구를 포함한다. 따라서, 이 부분을 협의의 서비스연구로 명명할 수 있다. 구체적으로는 기능 및 시스템으로서의 서비스연구로 표현한다.

서비스업이 발전하면서 서비스 기본구조를 조직차

원에서 실행하고 있으므로, 서비스기업 및 서비스경영 연구가 서비스연구의 중요 부문이 된다. 서비스전략, 서비스개발, 서비스운영, 서비스품질, 서비스기술 연구 등 전통적인 서비스연구들이 거의 모두 이 부문의 주제들이다.

서비스 부문의 경제 내 비중이 증대되면서 서비스산업 연구, 서비스경제 연구도 활성화되고 있다. 산업구조 연구, 정책연구, 규제혁신연구, 서비스산업 생산성 연구 등이 주요 주제들이다.

이러한 4가지 서비스연구의 부문에 추가하여 본 연구에서는 서비스인에 대한 연구를 별도의 연구부문으로 제시한다. 서비스경영 연구의 부문으로 서비스경영자 연구, 서비스 고객연구 등이 있지만, 서비스 부문에서 사람은 보다 더 본질적인 이슈이다. 피플비즈니스인 서비스비즈니스의 특성을 반영하여 서비스인 연구를 별도의 분야로 정립한다.

이와 같은 다섯 가지 서비스연구의 부문들을 도시하면 아래 그림과 같다.

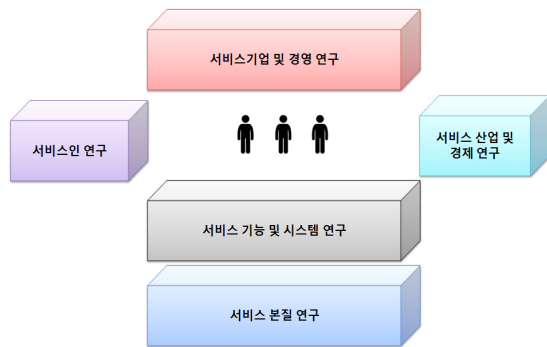


그림 4. 서비스연구의 프레임워크

Fig. 4. The New Framework of Service Research

즉, 위 그림과 같이 도출된 서비스연구 프레임워크는 다섯 개 부문으로 구성된다. 중장기 기초연구로서 서비스본질에 대한 연구가 기반 연구의 맨 아래를 차지한다. 그리고, 서비스 기능 및 서비스 시스템에 대한 연구가 그 위에서 수행된다. 이러한 기반위에서 서비스기업 및 경영 연구가 수행된다. 이 연구들을 옆에

서 지원하는 주제로 서비스인 연구, 서비스산업 및 경제연구가 있다.

프레임워크상의 각 부문에 대한 주요 연구 이슈를 제시하면 다음과 같다.

#### 4.1 서비스 본질 연구

서비스본질 연구에서는 인류문명의 본질적인 주제로서 서비스를 연구한다. 고대로부터의 서비스철학 연구, 즉 관계성, 수평성, 쌍방향성, 조화성 등 서비스본질에 대한 연구이다.

현대 경제에서 융합과 창조를 강조하고 있는데, 이 창조와 융합의 본질이 서비스이므로, 인간사회와 문명사회의 진리 탐구 차원에서 서비스연구를 접근할 필요가 있다. 다시 근원으로 돌아간 세계에 대한 연구, 서비스 철학의 가치, 성공원리에 대한 연구들이 서비스본질 연구에 해당한다. 위대한 기업을 넘어 사랑받는 기업, 존경받는 기업 거의 모두가 서비스철학에 기반한 기업들이므로, 현대적 차원에서 서비스 본질 연구가 필요한 것이다. 예를 들어, 서비스철학 실천으로 성공한 기업들에 대한 연구는 단순한 서비스경영 연구가 아니고, 서비스 철학 재조명 및 본질 발견 차원 연구로 분류된다. 개인 차원에서도 훌륭한 개인은 모두 서비스 정신의 구현자이므로, 본질 연구는 범위가 넓게 정의된다.

서비스의 구조는 서비스공급자와 서비스수요자, 그리고 그 관계, 서비스를 가능하게 하는 넓은 의미의 플랫폼이 기본이 된다. 이 기본구조의 외곽에 공급자 조직 및 산업이 존재하고, 옆으로 서비스를 둘러싼 사회와 연관 산업이 존재한다.

서비스 본질 연구는 서비스공급자와 수요자의 쌍방향성에 대한 연구, 수평성에 대한 연구, 관계의 본질에 대한 연구, 관계의 역할에 대한 연구를 포함한다. 또한 사회와의 관계에 대한 연구도 포함한다.

서비스 패러다임 변화에 대한 연구도 이 범주에 포함된다. 서비스의 신 패러다임, 현대사회와 서비스철

학의 관계 연구 등이 주요 주제이다. 수직사회와 수평 사회의 성과 연구, 유형사회와 무형사회의 특징 연구, 사회적자본과 서비스 성과 연구, 단절경제와 융합경제 연구 등도 이 범주에 포함된다.

## 4.2 서비스 기능 및 시스템 연구

서비스 기능은 산업의 특성과 무관하게 현대경제의 핵심이다. 제조업은 물론이고 농업 등 1차 산업에서도 서비스 기능이 매우 중요해졌다. 기능으로서의 서비스 특징으로 무형성, 비분리성, 비일관성, 무재고성을 들고 있다. 이들 4가지 특성으로 인한 서비스의 제반 이슈들을 연구하는 것이 기능으로서의 서비스에 대한 연구의 중심이 된다. 무형성을 활용하거나 무형성을 극복하는 연구, 비분리성을 활용하거나 극복하는 연구, 비일관성을 극복하는 연구, 무재고성을 극복하는 연구 등이 그동안 많이 수행되었다.

앞으로도 이들 4가지 특징에 대한 연구는 더욱 중요하다. 서비스업의 특성상 성과를 제고하기 위해서는 이들 4가지 특징을 활용하거나 그 한계를 극복해야 하기 때문이다. 예를 들어, 경영컨설팅기업 맥킨지의 경우 무형성을 활용하여 경영컨설팅비즈니스를 고부가가치를 창출하는 대표적 산업으로 발전시켰다. 수요자에게 신뢰와 가치를 제공하는 방법 등을 연구하는 무형성 연구는 계속 중요 이슈가 될 것이다. 비일관성의 한계를 극복하기 위해 수행된 표준화, 자동화, 기계화 연구 등으로 서비스산업은 크게 혁신되었다. 비일관성 연구도 지속적으로 중요 주제가 된다. 비분리성 극복 관련 연구 또한 플랫폼 비즈니스의 증대로 중요 주제가 되고 있다. 무재고성은 IT기술의 발달로 여러 측면에서 보편적인 연구주제가 되고 있다.

시스템으로서의 서비스연구도 중요하다. 예를 들어, 도시는 매우 매력적인 서비스시스템이다. 전세계의 대다수 인구가 도시에 거주하게 되면서, 도시는 서비스시스템 연구의 주요 주제가 되었다. 도시는 교통, 물, 음식, 에너지, 정보, 유통, 은행, 의료, 보건, 교육,

행정과 같은 서비스시스템의 집합체이다. 이러한 서비스시스템의 효율성, 효과성, 지속가능성을 향상시키기 위한 연구가 서비스연구의 주요 주제가 된다(Baron, 2014).

Ostrom et al.(2010)이 제시한 서비스를 통한 고객 및 사회 복지 향상 연구 분야도 서비스시스템 연구 주제에 포함된다. 사회도 하나의 서비스시스템이기 때문이다. 서비스를 통한 지속가능한 사회와 개인의 창의성에 대한 연구, 서비스 접근성과 서비스로부터 획득된 가치를 사회에 확산하는 역량 연구, 행복도나 질환율 등 웰빙과 사회의 지속가능서비스 수준 연구 등이 주요 주제가 된다.

서비스시스템의 각 요소에 대한 연구, 서비스시스템 전체에 대한 연구, 도시와 같은 물리적 서비스시스템에 대한 연구가 모두 이 분야의 중요한 연구주제가 된다.

## 4.3 서비스인 연구

서비스의 기본구조는 서비스 제공자와 서비스 소비자, 그리고 서비스 경영자 3자 간의 관계구조라고 볼 수 있다. 이들 3자, 또는 세 조직 간의 관계가 서비스를 정의하고 설명한다. 이들 세 사람 또는 조직에 대한 연구를 서비스인에 대한 연구로 정의한다. 서비스업 종사자 연구, 서비스고객 연구 등 서비스인에 대한 연구는 그동안 서비스연구의 중심 주제였다. 상대적으로 중요도에 비해 연구가 덜 된 부분은 서비스경영자에 대한 연구이다. 현대 경제에서 경영의 중요성이 커짐에 따라 서비스경영자에 대한 연구는 매우 중요한 주제가 되었다.

서비스경영자는 기본적으로 서비스철학의 실천자로서의 경영자 역할이 있고, 서비스 기능을 잘 활용하거나, 한계를 잘 극복하는 경영자로서의 역할이 있고, 조직의 목표를 달성하고 성과를 극대화해야하는 경영자로서의 역할이 있고, 사회와의 조화를 통한 지속가능 조직의 리더로서의 역할이 있다.

이들 4가지 역할의 수행과 관련한 서비스경영자 연구가 매우 중요한 주제가 된다.

육구 확장 경제하에서 서비스기업 경영자의 주된 역할은 신사업, 신비즈니스, 신가치창출 역할로 변화되고 있으므로, 서비스경영자 연구는 그 범위가 매우 넓고 중요하다고 할 수 있다.

서비스교육에 대한 연구도 이 범주에 포함되는데, IBM에서 수행하는 연구와 같이 기업 교육이 아닌 학교 교육 연구 등도 여기에 포함된다.

#### 4.4 서비스기업 및 경영 연구

서비스기업에 대한 연구는 서비스경영 연구가 중심이고, 서비스기술 연구를 포함한다. 서비스기술연구를 서비스경영 연구의 하부 주제로 분류하기도 한다. 서비스경영 연구는 서비스마케팅연구, 서비스회계연구, 서비스인적자원관리연구, 서비스전략연구, 서비스운영연구, 서비스프로세스연구, 서비스품질연구, 서비스수요공급관리연구 등 전통적인 서비스연구의 핵심주제들이 이 범주에 포함된다.

서비스마케팅 연구가 가장 먼저 활성화되었으며, 가장 빠르게 진화하고 있다. 서비스의 피플비즈니스적인 성격으로 인해, 고객과 가장 가까이 있는 학문 분야인 마케팅이 서비스를 가장 먼저 연구주제로 편입시켰다고 볼 수 있다. 고객만족연구, 서비스품질연구, 셀프서비스, 서비스점점, 서비스디자인, 관계마케팅, 내부마케팅 등이 서비스마케팅의 초기 주제였으며, 최근 주제는 서비스중심로직, 기술과 서비스, 변혁적 서비스연구 등으로 발전되었다(Baron et al., 2014). 최근 10년간 서비스마케팅에 관한 국내 문헌 고찰에서도 주요 주제는 점점마케팅, 내부마케팅, 관계마케팅, 서비스 실패와 회복, 서비스상품, 고객만족, 서비스충성도, 서비스품질, 서비스가격, 서비스의 물리적 증거, 서비스 프로세스 등으로 유사하게 분석되었다(이유재, 이청림, 2014).

서비스기업의 생산성 향상, 신서비스개발 연구 등

도 이 범주에 포함된다.

서비스화하는 1차 산업 기업 및 2차 산업 기업에 대한 연구도 이 범주에 포함된다. 제조업의 서비스화 성숙으로 제조기업에서는 제품서비스 디자인, 제품의 서비스화 연구, 서비스 전환 전략 등이 주요 연구 주제가 된다. 서비스기업에서도 서비스의 제품화가 주요 주제가 된다. 농업 등 1차 산업에서도 제조와 서비스가 결합된 6차 산업화를 중요시하고 있으므로, 6차 산업화 성과 연구 등도 이 범주에 포함된다.

서비스기술에 대한 연구는 여러 차원이 있지만, 주로 서비스기업 연구 범주에 포함될 것이다.

#### 4.5 서비스산업 및 경제 연구

서비스 산업의 혁신이나 발전에 대한 연구도 중요하다. 서비스경제의 본질이나 발전 방향에 대한 연구도 중요하다. 서비스산업 정책연구, 산업의 규제개선 또는 규제 본질 연구도 이 범주에 포함된다. 서비스산업의 구조혁신 연구, 산업 경쟁력 연구도 주요 주제가 된다.

서비스산업의 생산성에 대한 연구, 국제경쟁력에 대한 연구, 수출경쟁력에 대한 연구, 노동생산성 및 일자리창출 관련 연구 등이 이 범주에 포함되는 주제이다.

서비스경제 전반에 대한 연구를 포함하여, 서비스산업 통계 관련 연구, 산업간 구조 변화 연구 등도 이 범주로 분류된다.

공유경제화, 사회 변화, 기술 변화 등으로 서비스산업이 중심 산업, 중심 경제가 되었으므로, 향후의 거시적 변화 관련 연구도 이 범주에 포함된다.

이와 같은 다섯 부문의 개별 연구 또는 융합 연구를 서비스연구라고 할 수 있다. 서비스연구의 발전에 따라 보다 확장된 또는 심화된 프레임워크로 발전이 될 것이다. 본 연구는 서비스학의 학문으로서의 체계 정립을 위해 수행되었으므로, 많은 연구자들의 참여와 새로운 주제들의 등장에 의해 프레임워크는 진화되어가야 할 것이다.

## 5. 토의 및 결론

서비스연구는 진화하고 있다. 서비스의 역사는 오래지만 서비스연구의 활성화 역사는 30여년 정도라고 할 수 있다. 특히 최근 10년간 많이 활성화되었다. 2004년 서비스사이언스 탄생 이후 관련 저널의 창간과 함께 전반적인 서비스연구가 확산되고 있다.

본 연구는 그동안 여러 가지 측면에서 연구되어온 다학제적인 서비스연구를 하나의 학문체계로 정리하기 위한 목적으로 수행되었다. 서비스 관련 연구의 체계를 설명한 관련 문헌들을 분석하고, 서비스 관련 주요 연구들을 점검하여, 서비스연구의 중심 주제와 그 구조를 고찰하는데 일차적인 목적이 있었다. 또한 서비스 분야의 발전을 위해 바람직한 서비스연구의 방향을 제시하는데도 목적이 있다.

그동안의 서비스연구는 서비스 기초 연구, 서비스 응용연구, 서비스 융합 연구의 구조로 분석되기도 하고, 서비스경영 연구, 서비스공학연구, 서비스운영연구, 서비스기술연구, 서비스마케팅연구, 서비스산업연구 등 기능적 구조로 분석되기도 하였다.

본 연구는 이들 관련 프레임워크를 분석하고 통합하여 서비스연구의 본질적인 차원에 기반을 둔 종합적 프레임워크를 제시하였다. 즉, 서비스는 공급자, 수요자, 그리고 양자 간의 관계라는 세 가지 기본 구조를 가지므로, 관계라는 서비스의 기본 구조에 초점을 둔 서비스의 본질에 대한 연구를 하나의 차원으로 제시하였다. 또 서비스의 무형성 등 서비스 특징에 대한 연구를 기능으로서의 서비스연구 차원으로 제시하고 서비스시스템 연구와 통합하여 하나의 부문으로 제시하였다. 서비스마케팅, 서비스전략, 서비스개발, 서비스운영, 서비스품질 등 전통적인 서비스연구들은 서비스경영 연구 차원의 주제로 분류하였으며 서비스기술연구와 묶어서 서비스기업 연구 부문으로 제시하였다. 서비스부문의 경제내 비중이 증대되면서 활성화된 서비스산업 및 경제 연구도 주요 연구 축으로 제시하였다. 이러한 4가지 서비스연구의 부문에 추가하여

본 연구에서는 서비스 부문에서 사람이 본질적인 이슈이므로, 서비스인 연구를 별도의 축으로 구축하였다. 이와 같은 다섯 가지 서비스연구의 부문들이 2차원으로 융합되어 서비스연구의 프레임워크를 구성한다. 즉, 중장기 기초연구로서 서비스본질에 대한 연구가 기반 연구의 맨 아래를 차지하며, 서비스 기능 및 서비스시스템에 대한 연구가 그 위에서 수행된다. 이러한 기반위에서 서비스기업 및 경영 연구가 수행되고, 이들을 옆에서 지원하는 주제로 서비스인 연구, 서비스산업 및 경제연구가 있다.

서비스연구는 매우 융합적인 분야이므로, 여러 전공분야의 다양한 연구자들의 참여가 요망된다. 또한 서비스연구는 실무와 이론의 융합이므로, 학계나 연구계만이 아니라, 산업계 실무자들의 연구 참여가 바람직하다. 산업계, 연구계, 학계의 활발한 참여와 인문학, 사회과학, 자연과학, 경영경제학 여러 분야 연구자들의 공동 참여에 의해 서비스연구는 체계를 잡아갈 것으로 전망된다.

향후 서비스연구의 체계 보완 및 확장에 대한 추가 연구가 요구된다.

## 참고 문헌

### [국내 문헌]

- [1] 김광재 외 9인 (2009), “서비스 혁신 연구: 프레임워크와 연구 이슈”, 대한산업공학회지, 35(4), 226-247.
- [2] 김현수 외 9인 (2011), 지식경제시대의 서비스사이언스, 생능출판.
- [3] 김현수 외 5인 (2010), 국가연구개발서비스 선진화 방안 연구, 한국연구재단 연구보고서.
- [4] 램브레히트 저 (1963), 김태길 외 2인 역, 서양철학사, 을유문화사.
- [5] 이기동 역해 (2010), 주역강설, 성균관대학교 출판부.
- [6] 이유재, 이청림 (2014), “최근 서비스마케팅 연구

에 관한 종합적 고찰 및 향후 연구제언”, 마케팅 연구, 29, 121-166.

- [7] 이유재, 이청림 (2014), “서비스품질 연구에 관한 종합적 고찰: 최근 10년(2004~2013)의 연구를 중심으로”, 마케팅관리연구, 19(2), 1-43.
- [8] 한국IT서비스학회 서비스사이언스연구회 (2006), 서비스사이언스, 매경출판.

**[국외 문헌]**

- [9] Baron, S., Warnaby, G., and Hunter-Hones, P. (2014), “Service(s) Marketing Research: Developments and Directions”, *International Journal of Management Reviews*, 16, 150-171.
- [10] Fynes, B. and Lally, A. M. (2008), Innovation in Services: From Service Concepts to Service Experiences, in *Service Science, Management and Engineering(SSME)*, Bill Hefley and Wendy Murphy(Eds.), Springer, 329-333.
- [11] Ivanovic, A. and Fuxman, L. (2012), Productivity and Innovation in Services: The Multidisciplinary Perspective Offered by Service Science, in N. Delener Eds., *Service Science Research, Strategy and Innovation: Dynamic Knowledge Management Methods*, Business Science Reference, PA., USA.
- [12] Kunz, W. H. and Hogreve, J. (2011), Toward a deeper understanding of service marketing: The past, the present, and the future, *International Journal of Research in Marketing*, 28, Elsevier, 231-247.
- [13] Lusch, R. F., Vargo, S. L., and Wessels, G. (2008), Toward a conceptual foundation for service science: Contribution from service-dominant logic, *IBM Systems Journal*, 47(1), 5-14.
- [14] Moussa, S. and Touzani, M. (2010), “A Literature Review of Service Research Since 1993”, *Journal of Service Science Research*, 2(2), 173-212.
- [15] Ostrom, A. L., Bitner, M. J., Brown, S. W., Burkhard, K. A., Goul, M., and Smith-Daniels, V. (2010), “Moving forward and Making a difference: Research priorities for the Science of service”, *Journal of Service Research*, 13(1), 4-36.
- [16] Rhodes, D. H. and Nightingale, D. J. (2008), Educating Services Science Leaders to Think Holistically about Enterprises, in *Service Science, Management and Engineering(SSME)*, Bill Hefley and Wendy Murphy (Eds.), Springer, 163-168.
- [17] Salminen, V. and Kalliokoski, P. (2008), Challenges of Industrial Service Business Development, in *Service Science, Management and Engineering (SSME)*, Bill Hefley and Wendy Murphy (Eds.), Springer, 41-48.
- [18] Siegel, J., Evenson, S., Hefley, B., and Slaughter, S. (2008), Legitimizing SSME in Academia: Critical Considerations and Essential Actions, in *Service Science, Management and Engineering (SSME)*, Bill Hefley and Wendy Murphy (Eds.), Springer, 3-9.





### 김 현 수 (Hyunsoo Kim)

서울대학교에서 공학사, 한국과학기술원에서 경영과학 석사, 미국 University of Florida에서 경영학박사를 취득한 후, 현재 국민대학교 경영학부 교수로 재직하고 있다. University of California, Berkeley에서 연구교수, University of Florida의 객원교수 경력 등이 있으며, 한국IT서비스학회 회장, 한국정보기술학술단체총연합회 회장을 역임하였으며, 현재는 서비스사이언스학회 회장, 한국서비스산업연구원 이사장 등을 맡고 있다. 저서로는 지식경제시대의 서비스사이언스(2011, 생능출판, 공저), 서비스사이언스(2006, 매경출판, 공저), 프로젝트관리(2005, 전자신문사, 공저), 정보시스템 진단과 감리(1999, 법영사) 등이 있으며, 주요 연구 결과는 Omega, European Journal of Operation Research, Intelligent System in Accounting, Finance and Management 등의 국제학술지와 한국IT서비스학회, 경영정보학 연구, 한국경영과학회지, 경영과학, 정보처리학회 논문지 등의 국내 학술지에 발표하였다.

## A Suggestion on the New Service Research Framework

Hyunsoo Kim\*

### ABSTRACT

The current research suggests a new service research framework for service researchers and practitioners. A comprehensive and streamlined research framework is essential for rapid growth of service industry with support of academic researches. An in-depth analysis on relevant service research frameworks and major research issues on service sector and service nature has been performed. Past and present research frameworks on service sector have been reviewed based on the nature of service and the desirability for service industry development. A new research framework has been derived and a five-section model has been suggested. The results of this research can be used for finding useful research topics in service sector. Future research is needed to develop service research as a solid and major academic field in the new economy.

*Keywords: Service Research, Service Science, Service R&D, Research Framework*

---

\* School of Business Administration, Kookmin University, hskim@kookmin.ac.kr