

서비스경제철학으로서의 한국고유사상 정합성연구*

김 현 수**

목 차

요약	4. 서비스경제철학으로서의 한국고유사상
1. 서론	4.1 인(人)의 중심성 부활
2. 서비스경제의 특성과 서비스본질	4.2 천지인 속성과 서비스본질
2.1 현대 서비스경제의 특성	4.3 서비스경제와 한국고유사상 정합성
2.2 서비스의 본질과 특성	5. 토의 및 결론
3. 한국고유사상의 현대적 해석	참고문헌
3.1 천지인 3태극 사상	Abstract
3.2 한국고유사상의 차별성	

요약

본 연구는 서비스경제의 발전을 이끌어갈 기본 철학을 탐구하였다. 한국고유사상이 서비스경제 철학에 부합하며, 한국고유사상의 발현을 통해 서비스문화가 확산되고 서비스경제가 활성화될 수 있음을 제시하였다. 서비스경제는 서비스라는 관계재화가 중심이 되므로, 실제성을 강조하는 서양철학보다 관계성을 강조하는 동양철학이 서비스경제 철학으로서 더 부합한다고 할 수 있다. 음양 또는 천지의 2태극 사상은 서비스경제에서 중심으로 부상된 인간의 역할을 강조하고 있지 않으므로, 인간을 중시하는 새로운 철학이 요구된다. 천지(음양)의 양극 구조 철학을 뛰어넘는 천지인 3태극 구조의 한국 고유 사상이 서비스경제시대, 제4차 산업혁명시대에는 인류사회와 경제의 발전을 견인하는 중심철학이 될 수 있다. 천지인 3재의 본성은 조화성, 수평성, 쌍방향성, 관계성 등의 서비스본질과도 부합하므로 천지인 3태극 사상은 서비스경제시대의 기본 철학이 될 수 있다. 인간이 하늘과 땅의 주관자 및 주도자로서 역할을 하는 사상이 현대 서비스경제에서 경영자와 종업원 및 소비자인 사람이 창조자로서 중심역할을 하는 구조와 부합한다. 따라서, 한국고유사상은 서비스경제를 이끌어갈 사상적 기반으로 정합되며, 서비스경제를 육성시킬 수 있는 철학적 프레임이 된다.

표제어: 서비스경제, 서비스본질, 천지인, 삼태극, 관계성, 무형성, 서비스산업

접수일(2017년 6월 28일), 수정일(1차: 2017년 7월 23일), 게재확정일 (2017년 8월 31일)

* 본 연구는 2017년 국민대학교 교내연구비의 일부 지원으로 수행되었음.

** 국민대 경영대학 경영학부 교수, hskim@kookmin.ac.kr

1. 서론

인류경제가 지난 200여 년간의 고도 성장기를 마감하고, 저성장과 제2차 고성장의 기로에 선 시점에서 현대 서비스경제의 획기적인 발전을 견인할 새로운 철학적 기반이 필요하다. 본 연구는 이러한 상황에서 인류의 신경제인 서비스경제의 발전을 이끌어가기 위한 바람직한 철학적 기반을 탐구하기 위해 수행되었다. 서비스경제시대는 무형재화인 서비스가 중심인 시대이며, 제4차 산업혁명시대의 도래에 따라 산업간 경계가 해체되는 시대이다. 새로운 철학은 무형재화이면서 관계재화인 서비스의 본질과 부합해야 하며, 산업간 경계가 해체되는 서비스경제의 특징과도 부합해야 한다.

그동안 산업경제의 발전을 이끌어왔던 서양철학은 기본적으로 실체론 중심의 철학이다. 유형재화인 제품을 중시하고 과학기술을 중시하며 실용성을 중시하는 철학이 산업경제의 속성과 부합하여 그동안의 산업경제 발전을 견인해왔다고 할 수 있다. 최근에 들어 경제의 중심이 서비스경제로 이전되면서 관계론 중심의 철학에 대한 관심이 높아졌다. 서양사회도 동양철학의 원류인 주역이나, 노자의 도덕경에 관심을 가지고 연구가 증대되고 있다. 관계론 중심의 동양철학이 무형재화 중심인 서비스경제에 보다 부합하기 때문에 이러한 추세는 가속화될 것으로 전망된다.

본 연구는 서비스경제에 부합하는 바람직한 철학적 기반을 찾아내기 위해 수행되었다. 바람직한 철학은 서비스의 본질에 부합하고 서비스경제의 특성을 반영할 수 있어야 한다. 전통 동양철학은 주역과 노자 도덕경 등의 중심 철학이 음양 천지의 2태극 사상이므로, 인간의 역할이 강조되는 현대 서비스경제와 정확하게 부합하지는 않는다. 즉 하늘과 땅의 조화, 음과 양의 조화로서 인간이 탄생하고, 이어서 만물의 생성되는 천과 지의 2태극 사상은 인간을 창

조의 중심에 두고 있지 않기 때문에 현대 서비스경제와의 부합성이 낮다고 할 수 있다.

한국의 고유사상인 천지인 3태극 사상은 천지인 3재를 모두 창조적 지위로 동일하게 인정하는 철학으로서 현대 서비스경제의 특성에 부합한다고 할 수 있다. 또한 서비스의 본질인 조화성, 수평성, 쌍방향성, 관계성이 천지인의 본성과 부합하므로, 천지인 3태극 사상은 서비스경제를 이끌어갈 중심 철학으로서의 적합성이 높다고 할 수 있다.

본 연구는 이와 같은 기본 분석에서 출발하여 서비스경제를 이끌어갈 철학적 기반을 도출하기 위해 수행되었다. 서비스라는 무형재화를 중심으로 운용되는 서비스경제에서는 유형재화인 제품을 중심으로 운용되는 산업경제와는 다른 철학적 기반이 필요하며 서비스경제의 중심에 있는 인간의 중요성을 반영하는 철학적 기반이 필요하다.

제2장에서 현대 서비스경제와 서비스의 본질을 분석하고, 제3장에서 서비스경제를 이끌어갈 후보 철학으로서 한국의 고유사상인 천지인 3태극 사상을 분석하였다. 제4장에서 한국 고유사상이 서비스경제의 발전을 견인할 중심철학으로서 부합됨을 제시하였다.

2. 현대 서비스경제의 특성과 서비스본질

2.1 현대 서비스경제의 특성

현대 경제의 기본재화는 서비스이다. 현대경제를 서비스경제라고 명명하는 이유는 서비스산업이 경제의 70% 이상을 차지하는 압도적인 서비스산업 우위에 있는 경제이기도 하지만, 제조업을 포함한 모든 산업의 중심재화가 무형재화인 서비스이기 때문이다. 서비스는 눈에 보이지 않는 무형재화이며 관계형성에 의해 가치가 부여되는 관계재화다. 또한 토지, 건물, 설비, 제품 등이 현대 서비스경제에서는

서비스제공 인프라로 작용하고 있고, 그 위에서 서비스라는 부가가치가 있는 재화가 창출된다. 서비스 산업은 그 종류가 다양하여 금융서비스나 통신서비스와 같이 대규모 자본이 투입되는 장치산업형 서비스산업도 있지만, 컨설팅이나 연구개발 등 고급 지식과 인적 역량이 중심이 되는 서비스산업이 다수이기 때문에, 대규모 자본이 필요하지 않은 것이 특징이다. 대규모 자본 수요가 있는 경우에도, 기존 산업경제와 달리 자본 조달 방법이 채권이나 주식이 아닌, 프로젝트파이낸싱 (Project Financing: PF)이나 운영수익자가 선투자를 하는 민간시설투자 방식이 활성화 되고 있다. 수익의 원천 측면에서도 제품에서 수익을 창출하지 않고 서비스 활동에서 수익을 창출한다(Kim, 2015c).

제조업이나 농업에 대한 개념도 달라졌다. 순수 제조업이나 순수 농업은 사실상 사라지고, 서비스업화된 제조업과 농업이 중심이 되고 있다. 농업은 제조업과 서비스업의 성격을 가미하여 이미 6차산업화되고 있으며, 제조업은 생산과 소비가 같은 장소에서 발생하는 메이커시대의 도래로 거의 모든 제품이 서비스 기기화 되고 있다. 경제운용의 초점은 생산성 향상으로 인한 실업문제를 해결하기 위해 일자리 창출에 초점이 있으며, 문화와 농업 등을 핵심 산업화하는 활동이 강화되고 있다(The Service Korea Initiative, 2016).

이와 같이 현대 서비스경제는 재화의 중심이 유형재화에서 무형재화로 변화되었고, 자본의 중심이 유형자본에서 사람이나 지식과 같은 무형자본으로 변화되었다. 가치의 원천이 무형적 요소에 있으므로, 서비스경제를 이끌어갈 철학도 무형적 요소를 중시하는 철학이어야 하며, 가장 중요한 자본인 사람과 관계를 중시하는 철학이어야 한다.

또한 제4차 산업혁명의 영향으로 산업의 구조도 기계와 인간이 협업하는 아래와 같은 U 자형 모델로 변화되고 있는 것으로 분석된다(Kim, 2016a; Kim, 2016b). 즉 인간 고유의 역량을 발휘하는 산업들과

기계와 인간의 최적 조합 산업들로 재편되고 있는 것이다.

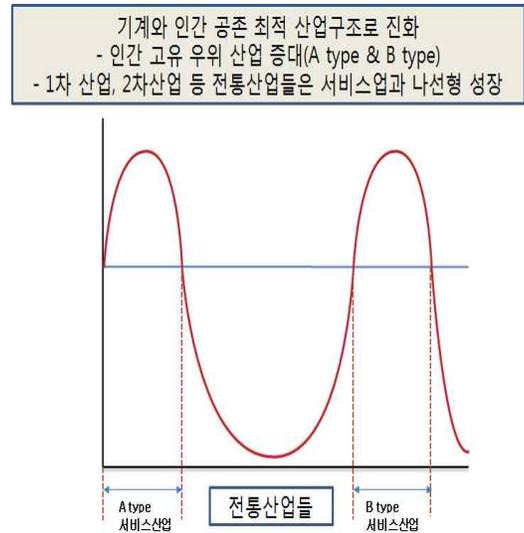


Fig. 2-1 A New Industry Structure Model

위 그림과 같이 산업구조와 일자리 구조는 인적 역량 제공의 비중이 절대적으로 큰 A 타입 산업과, 기계와 인간의 협업 모델인 중간의 전통산업들과 고도의 지식 및 지혜를 공급하는 인간의 창조력 중심의 B 타입 산업의 3가지 유형으로 발전할 것이다. (Kim, 2016b).

신경제 서비스경제시대는 제4차 산업혁명의 영향으로 초지능화, 초연결화가 특징이다. 사람과 사람, 사물과 사물, 사물과 사람이 서로 연결되어 가치를 창출하고, 모든 주체들이 인공지능을 탑재하며 초지능화되는 것이다. 이러한 시대에는 무형적 가치가 더욱 중요해지는 경제가 된다. 과거와 달리 유형재화는 무형가치를 창출하거나 제공하기 위한 서비스 플랫폼으로서의 의미가 강화되고, 창조적 서비스의 가치가 증대된다.

또한 서비스시대에는 인간이 중심이 되고 인간 고유의 감성이 중요해지는 시대가 된다. 인공지능의 발달로 기계가 인간의 이성적 부분을 담당하게 되므

로, 인간은 기계가 모방하기 어려운 고유의 능력인 감성 발휘에 주력하게 될 것이다.

서비스경제에서는 경제의 주체로 부상한 인간이 자신의 욕구를 한껏 발휘하는 인간 욕구의 대폭 확장시대가 된다. 역사 발전에 따라 개인의 자유가 증대되며 인간의 욕구가 지속적으로 확장되어 왔고, 교통 및 방송통신과 인터넷과 광고학 등 욕구확장학문의 발전으로 인간의 욕구는 계속 확장되고 있다. 인간이 중심인 시대, 인간의 욕구 발현이 중심인 시대가 서비스경제시대다.

따라서, 신경제의 경쟁력 원천 요소도 변화되는데, 과거 산업경제에서는 응용력이 중요했으나, 이제는 창조력이 중요해졌다. 새로운 것을 창조하지 못하는 기업이나 개인은 생존이 어려워지게 되었다. 또한 통찰력이 중요해지고 있다. 수많은 현상과 관계 속에서 중요한 지혜를 발견해내는 통찰력이 중요해지고 있으며, 지식은 지혜에게 가치 원천 자리를 내어 주고 있다. 초연결시대를 맞이하여 각종 네트워크 관계를 만들고 활용하는 힘이 중요해지고 있다. 연결과 융합을 통해 새로운 영역을 개척하는 인간의 활동이 중요해졌다(Kim, 2016b).

또한 경제 구조 측면에서 기술혁신 속도가 매우 빠른 제4차 산업혁명시대에는 수직계열화 구조가 불리하다. 새로운 기술과 새로운 수요를 반영하여 혁신적 기술을 개발하거나 혁신제품을 출시하는 창조적 혁신 역량 발휘가 어렵기 때문이다. 서비스경제 시대에 고객의 변화하는 욕구를 신속히 반영하기 어렵다. 네트워크형 구조를 가지고 끊임없이 타 기업, 타 기술과 협업하는 능력이 있는 기업이 서비스경제에서는 경쟁력이 있다. 경제와 산업의 구조가 기존의 수직계열화 중심 구조에서 수평 네트워크형 구조로 전환된다. 따라서, 공급자-수요자 쌍방향 구조로 경제 구조가 변화된다. 산업경제는 공급과잉이 발생하기 전에 형성된 경제이기 때문에, 의식의 기반이 공급자에 있었고, 산업의 발달도 공급자 중심으로 진행되었으나, 서비스경제에서는 공급과잉의 보편화

로 수요자의 힘이 증대되어, 의식의 기반이 수요자-공급자 공동 중심으로 확산되었고, 산업의 구조도 수요자와 공급자가 함께 역할을 하는 쌍방향 구조로 변화되고 있다.

산업경제에서는 가치의 중심이 노동과 기술, 원자재 등이었고, 이들이 각각 생산에 투입되는 객관적인 가격을 가지고 있었기 때문에, 가치의 중심이 이들의 가격에 있었다고 할 수 있는데(즉 생산가격 기반), 서비스경제에서는 수요자에게 인식되는 가치를 창출하는 창의성, 가치제안, 지혜 등이 더 중요해진 경제다(산출가치 기반).

유형재화가 중심이었던 산업경제에서는 재화의 품질을 판단하고, 가격을 산정하는 것이 용이하여 공급자와 고객간의 양자계약이 중심이었는데, 무형재화가 중심인 신경제 서비스경제에서는 무형재화의 품질을 보증하고, 계약의 성실성을 보증하기 위해 제3자가 개입하는 3자 계약이 확산되고 있다. 또한 양자계약의 문제점이었던, 갑의 횡포나, 상식적이지 않은 고객이 주장하는 ‘고객이 왕’ 횡포 문제로 인해 산업의 정상적 발전에 많은 장애가 있었던 산업경제에 비해, 서비스경제에서는 상호신뢰, 파트너십, 3자 계약의 보편화로 선진 수평경제가 형성되고 있다.

정부의 구조도 산업경제에서는 기능 중심의 수직적 구조였으나, 신경제에서는 고객 중심의 수평구조로 전환되고 있다. 즉 기존 산업경제에서는 각 산업을 효율적으로 육성하기 위한 수직적 산업중심, 수직적 기능 중심의 구조가 적합하였으나, 산업간 경계가 해체되고 있고, 산업간 융합으로 신산업 창출이 매우 필요해지는 신경제에서는 융합과 창조가 활성화될 수 있는 수평적 구조로 전환되는 것이다.

기업간 구조도 과거 산업경제에서는 생산 효율성 증대를 위해 대기업과 중소기업이 수직 계열화되어 최대의 효율성을 추구하는 구조가 적합하였지만, 현대 서비스경제에서는 창조와 융합이 활성화되어야 하므로, 기업간 구조가 네트워크형 구조가 되고 있

다(The Service Korea Initiative, 2016). 이를 요약하면 아래 [Tab. 2-1]과 같다.

Tab. 2-1 The New and Old Economy

	구경제(산업경제)에서	신경제(서비스경제)로
산업구조	공급자 중심구조 (산업정책도)	수요자-공급자 공동중심 산업구조
가치중심	가격/자원/노동/기술/지식 (생산가격 기반)	가치제안/지혜/창의 (산출가치 기반)
계약/의식	양자계약(갑을관계) 중심/ '고객이 왕' 의식	3자 계약 중심 서비스공급자-고객간 파트너십, 상호신뢰
정부구조	수직적 정부조직구조 (효율중심/반융합)	수평적 정부조직구조 (가치중심/융합활성화)
서비스시각	비용중심점 (Cost Center)	이익중심점 (Profit Center)
기업간 구조	수직계열화 중시 (생산효율성)	네트워크화 중요 (창조효과성)
정책중심	대기업, 제조업	중소기업, 서비스업

(출처: The Service Korea Initiative, 2016)

산업간 경계가 해체된 서비스경제시대에는 제조업과 서비스업의 구분이 없어지고 아래 그림과 같이 모든 산업이 하나의 산업으로 지칭된다. 핵심 제조 경쟁력과 함께 서비스경쟁력을 겸비하지 못하면 제4차 산업혁명시대에서 제조업이 생존하기 어려우므로, 제조업의 서비스화는 선택이 아닌 필수이며, 서비스업도 제조업 패러다임을 활용하여 혁신을 거듭하지 않으면 경쟁력을 유지하기 어렵기 때문이다.

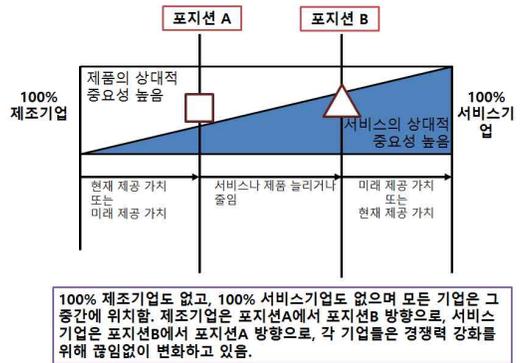


Fig. 2-2 A Borderless Economy

서비스경제시대에는 경제사회 패러다임이 익명성의 노동 중심에서 실명성의 서비스로 이전되면서, 각종 사회 경제 제도의 현대화가 필요하므로, 실명사회 신뢰사회 수평사회 정착이 중요해지며, 이를 위해 인간의 역할이 더욱 중요해진다. 서비스경제에서의 철학을 도출하기 위해 기존의 산업경제와 현재의 서비스경제간의 시대적 차이를 아래와 같이 비교하여 제시한다. 즉 기본적으로 산업경제시대는 실체론 우위의 시대이며, 서비스경제는 관계론 우위의 시대다. 과학기술의 발전도 기존 뉴턴역학 중심에서 불확실성이 개입되는 양자역학 중심으로 패러다임이 전환되어 있어 서비스경제의 성숙을 가속화하고 있다(The Service Korea Initiative, 2016).



Fig. 2-3 A New and Old Philosophy

2.2 서비스의 본질과 특성

서비스의 본질은 Kim(2017a)에 제시된 바와 같이, 관계성, 쌍방향성, 수평성, 조화성으로 요약된다. 관계에 의해 서비스가 성립하며, 서비스하는 자와 서비스 받는 자 간의 쌍방향성이 특징이다. 이러한 특징을 가지는 서비스는 수평성과 조화성 특징을 가질 때 활성화된다. 서비스를 경영할 때, 서비스의 주요 특징으로 거론되는 것은 서비스의 무형성, 비분리성, 비밀관성, 무재고성이다(Kim, 2016a).

서비스의 첫째 본질은 관계성이다. 서비스는 관계를 통해 가치가 발생한다. 관계라는 무형적 재화 창출을 통해 인간에게 가치가 구현된다. 모든 물건, 모든 인간이 관계 속에서 의미를 가진다. 언어도 관계 속에서 의미를 가진다. 급격한 도시화로 인해 인간의 생활이 복잡 다양해지면서, 관계론적 세계관이 현대사회에서 우위를 차지하게 되었다. 현대에 들어 서양사회에서도 관계론적 세계관을 대표하는 철학서들이 많이 읽히고 연구되고 있다.

쌍방향성도 서비스의 본질적 요소다. 관계는 일방향에서는 성립하지 않는다. 쌍방향이어야 한다. 서비스하는 무엇과 서비스 받는 무엇 간의 쌍방향성은 서비스의 본질이기도 하지만, 인간세계와 자연세계의 본질이기도 하다. 서비스하는 사람의 행위만큼, 서비스 받는 사람으로부터 반대 방향의 힘이 작용하는 쌍방향성이 성립한다.

서비스 공급자와 서비스 수혜자는 대등한 지위에 있어야 한다. 양쪽의 힘이 다르면 서비스가 자유롭게 흐르지 못하므로 이상적인 서비스가 공급 또는 소비될 수 없다. 수평성은 이상적인 서비스의 본질이다. 수평성이 흔들리면 가치를 창출하지 못하거나, 창출하더라도 장기간 지속할 수가 없다.

서비스의 네 번째 본질은 조화성이다. 서비스는 하나의 시스템이므로 전체적인 조화가 중요하다. 서비스 시스템은 고객과 공급자, 서비스 플랫폼을 구

성하는 제품과 기술, 외부 시스템과 내부 시스템을 연결하는 중심가치, 시스템에 공유되는 정보 등으로 구성된다. 이 모든 요소가 전체적으로 조화되어야 서비스 시스템이 성과를 발휘한다. 서비스 공급자와 소비자가 연결되어 있고, 서비스 공급자 집단이 서로 연결되어 있고, 서비스 소비자 집단도 서로 연결되어 있다. 따라서 어느 한 부분이 역할을 제대로 하지 못하면, 다른 서비스 시스템에 영향을 주어 전체적으로 서비스 실패가 발생할 수 있다.

서비스와 서비스산업은 무형성, 비분리성, 비밀관성, 무재고성이라는 네 가지 주요 특징을 지닌다. 이러한 특징으로 인해 서비스와 서비스산업을 경영하는 것은 제품과 제조업을 경영하는 것보다 어려워진다. (Kim, 2015c).

제품은 눈에 보이고 만질 수 있으며, 생산 과정이 명확하게 확인되는 유형성이 특징이다. 반면 서비스 결과물은 눈에 보이지도 않고 만질 수도 없다. 서비스가 수행되는 과정도 명확하게 단계를 구분하기 어렵다. 그래서 무형성과 비가시성(非可視性)이 서비스의 첫 번째 특징이다.

제품은 제조공정이 정형화되어 있고, 상당 부분이 자동화·기계화되어 산출물의 품질이나 규격이 일정하게 일관성이 있다. 서비스는 주로 사람이 수행하기 때문에 어제와 오늘 제공되는 서비스의 품질이 다르며, 그 밖에도 서비스 환경이나 서비스 수혜자의 상태에 따라 서비스 내용 및 결과가 달라진다. 따라서 비밀관성은 서비스의 기본 특징 중 하나이다.

서비스의 세 번째 특징은 비분리성이다. 서비스 공급자와 서비스 수혜자를 분명하게 구분하기가 어렵다. 둘이 함께 서비스 품질을 만들어가는 것이다. 강사가 아무리 강의를 잘해도 수강생들이 적극적으로 받아들이지 않으면 좋은 결과를 얻기 어렵다. 비분리성은 자연계의 특성과 많이 닮았다. 양자역학의 불확정성 원리에서와 같이 관련 대상들을 분리하여 명확히 구분하기 어려운 것이 자연의 진리이고, 인

간사회의 본질일 수 있다.

제품은 팔리지 않으면 재고로 보관하다가 나중에 고객 수요가 발생하면 그때 팔면 된다. 그러나 서비스는 지금 당장 팔지 않으면 가치를 잃는다. 숙박서비스의 경우 호텔 방은 유형적 실체이지만, 숙박서비스는 오늘 방을 팔지 않으면 하루치 숙박 수익이 상실된다. 서비스는 재고를 보관하지 못하는 특징이 있다.

이러한 서비스의 본질과 특징에 부합하는 철학이 서비스경제의 사상적 기반이 되어야 한다.

3. 한국고유사상의 현대적 해석

한국의 고유사상은 불교와 유교 및 도교의 전파 이전에 형성된 사상을 의미한다. 중국으로부터 수입된 불 유 도 사상은 삼국시대부터 이므로, 한국 고유 사상은 삼국시대 이전에 형성된 사상이라고 할 수 있다. 종교가 아닌 보편적 철학으로서의 한국의 고유사상을 논의한다.

3.1 천지인 삼태극 사상

한국의 고유사상과 한국문화의 원형에 대해서는 사료의 부족으로 연구가 많지 않다. 신채호와 윤내현 등 다수의 학자들이 한국 고유사상의 원형을 선도(仙道)로 보고 있다. 즉 신과 인간의 결합이 중심 사상이라는 것이다. 한국 고대의 건국 신화들에서 이러한 특징을 유추하고 있다. 단군 고주몽 박혁거세의 탄생 신화들은 공통된 구조를 가지고 있다는 것이다. 첫째는 하느님의 아들이 산이나 숲속에 강림한다. 둘째 땅의 여신이 자기부정 또는 죽음을 매개로 재생함으로서 성화된다. 셋째 강림한 천신과 성화된 지신과의 결합에서 생명이 탄생하고 문화가 창조된다. 즉 천 지 인 의 조화 구조로 건국이 되고 문명이 발전된다는 것이다. 우주도 천지인 구조에

의해 생성 발전되고 국가도 천지인 구조에 의해 건국 발전되고 각 구성원도 천지인 구조에 의해 생성되고 발전되어 간다는 것이다. 또한 천 지 인(天地人)이라는 3재(才)론의 발원지는 중국이 아니라 한반도 만주 북방민족이라는 연구가 있다. 중국 사상의 근원인 주역의 본문에는 삼재론이 나타나지 않고 춘추전국시대를 거쳐 북방문화와 융합된 주역의 부록인 십익(十翼)을 중심으로 삼재론이 나타나고 있는데 근거하고 있다 (Lee, 2011).

천지인 사상이 한국의 고유사상으로 전통이 계승되고 있는 증거는 세종대왕의 훈민정음 제자 원리에 서도 확인할 수 있다. 훈민정음 제자해에서 ‘삼재는 만물의 으뜸이 되고 하늘은 또 삼재의 시초가 되니’ 라고 하여 천지인 사상을 근본으로 하고 있다. 초성 중성 종성 구조가 천지인 사상을 바탕으로 설계된 것이다. ‘초성에는 발동의 뜻이 있으니, 하늘의 일이며, 종성은 그치고 머무는 뜻이 있으니 땅의 일이다. 중성은 초성이 생겨남에 따라 종성의 이름을 지어주니 사람의 일이다. 대개 자음이 중심에 중성이 있으며, 초성과 중성이 서로 어울려서 소리 음절을 이루니, 또한 하늘과 땅이 만물을 생성하더라도 그 재물을 이룩하는 것을 서로 돕는 일은 반드시 사람에게 힘입는 것과 같은 것이다’ 라고 설명하고 모음의 제자 원리도 ‘글자 모양이 둥근 것(.)은 하늘을 본뜬 것, 글자 모양이 평평한 것(-)은 땅을 본뜬 것, 글자 모양이 서 있는 것(|)은 사람을 본뜬 것’ 이라고 하였다. 또한 자음의 경우에도 ‘ㅇ’ 은 하늘을 상징하고, ‘ㄱ’ 은 땅을 상징하며, ‘세모’는 사람을 상징하고 있다.

천지인 사상은 더 구체적으로 삼태극 문양으로 전승되고 있다. 향교나 서원의 대문, 복이나 장고 등의 악기, 종각이나 비각 또는 각종 농의 홍살문, 왕궁이나 사찰의 돌계단, 일상 생활용품의 문양으로 전승되고 있다. 천지인을 상징하는 빨강, 노랑, 파랑의 3태극 문양은 중국이나 일본의 2태극 문양과는 구별된다(Lee, 2011).

이렇게 천지인 3재 사상은 한국 고유 사상으로서 건국 신화들과 한글 창제와 유무형의 생활에 전승되어 왔다.

3.2 한국고유사상의 차별성

중국 사상의 원류인 주역은 음양의 2원론을 중심으로 구성되어 있으며, 노자의 도덕경에서는 3원을 강조하기는 하지만, 2원론을 거쳐서 3원론이 언급되고 있다. 즉 노자 도덕경의 제42장에서 ‘절대적 실체인 도에서 하나의 기(氣)가 나오고, 그 하나인 기가 둘로 나누어져, 음과 양이 생기고, 그 둘인 음과 양이 서로 조화됨으로써 세 번째인 화합체가 생기고, 이 세 번째의 화합체에서 만물이 나오게 된다’고 하였다(Lao-Tzu, 1982). 이는 음양이라는 2극에서 세 번째 극이 생기는 것이므로, 한국 고유의 3태극 사상과는 차이가 있다. 천부경에서 ‘우주 만물의 근원이자 주재자인 일(一)은 시작없이 시작하며, 3극으로 나누어 작용하지만 그 근본은 다함이 없다. 천의 본체가 첫 번째, 지의 본체가 두 번째, 인의 본체가 세 번째로 발생한다’고 하였고, 3태극 문양도 3극이 동등한 자격을 갖춘 주체임을 보여주고 있다(Lee, 2011).

주역과 같이 음양 2극을 중심으로 천지의 운행을 설명하는 것과 천지인 3극을 중심으로 우주의 발전을 설명하는 것은 현대 문명이 발달하면서 큰 철학적 시사점의 차이를 제시한다. 아래에서 현대 경제에 부합하는 철학으로서의 천지인 3재, 즉 3태극 사상을 논의한다.

4. 서비스경제철학으로서의 한국고유사상

서비스경제의 특징과 서비스의 본질에 입각한 사상적 기반을 논의한다.

4.1 인(人)의 중심성 부활

서비스경제는 무형재화 중심의 경제이며, 산업간 경계가 해체되는 경제이며, 생산과 소비가 통합되는 경제다. 무형재화는 인간을 위한 서비스재화이며, 산업간 경계해체는 인간의 욕구를 중심으로 한 산업의 재편을 의미한다. 과거 산업사회에서 분리되어 있던 생산과 소비가 서비스경제에서는 하나로 통합되는데, 통합의 주체는 사람이다. 즉 사람이 생산과 소비를 통합시키는 주체로서 부상하고 있는 것이다.

그동안 산업경제(유형재화 중심의 경제, 제조업 중심의 경제를 지칭함)에서 생산요소의 일부로 격하되어 있던 인간의 존재(인간은 노동력을 제공하는 존재로서 자본과 같은 수준의 생산요소로 취급됨)가 서비스경제에서는 경제시스템 전체의 중심 요소로 승격되고 있다. 시장을 창출하고 새로운 산업을 일으키고, 생산과 소비를 통합시키는 주체로서 사람의 역할이 강화되고 있다.

서비스의 주요 특징은 비분리성이다. 서비스 공급자와 서비스 소비자가 동시에 서비스를 구성하므로 이 둘을 분리하기 어렵다. 따라서 생산과 소비를 연결하는 사람을 독립적인 요소로 추가해야 서비스경제시스템에 대한 체계적인 분석이 가능해진다.

따라서 서비스경제에서는 과거 산업경제와 달리 사람이 생산 자원의 한 요소인 수준을 넘어서서, 경제의 최상위 주체로서 격상되어 있으므로, 사람(人)을 중심으로 하는 철학적 기반이 필요하다. 사람을 중심에 두고 있는 한국고유의 천지인 사상은 서비스경제에 부합하는 철학이라 할 수 있다.

4.2 천지인(天地人) 속성과 서비스본질

서비스는 서비스시스템으로 구현되며 서비스시스템은 각종 서비스인프라와 서비스공급자 서비스수요자 무형의 규칙 등으로 구성된다. 서비스시스템의 각 구성요소가 정해진 규칙과 원리에 따라 각자의 역할을 충실히 수행할 때 서비스시스템은 성립하며

지속성을 가진다. 이러한 조화성은 하늘(天)의 원리와 같다. 우주의 원리가 이러한 시스템적 조화성이므로, 서비스시스템은 조화성이라는 하늘의 원리에 기반하고 있다.

또한 서비스는 공급자와 수요자가 수평적 관계일 때 재화로서 성립하고, 서비스의 수행은 공급자와 수요자간에 쌍방향으로 이루어지므로, 이는 땅(地)의 원리와 부합한다. 서비스공급자와 서비스수요자가 수평적 관계가 되지 못하면, 제공되는 서비스는 공급자에게 과도한 이익이 되거나, 수요자에게 과도한 이익이 되어 경제 재화로서 성립되기도 어렵고 지속가능성도 매우 낮다. 땅처럼 평평한 수평성이 서비스 재화의 성립 조건이며 지속가능한 요건이다. 또한 서비스 공급자와 수요자가 쌍방향으로 서로의 요구와 서로의 역할을 교환해야 서비스가 성립한다. 대지의 각 요소들도 서로의 요구와 기능을 상호 교환하면서 끊임없는 생산과 변화가 이루어지므로, 쌍방향성은 대지의 원리와 같다.

서비스는 서비스공급자와 서비스수요자간의 관계에 의해 성립한다. 관계가 형성되지 않으면 서비스는 성립하지 않으므로 관계성은 서비스의 본질이다. 인간(人間)의 한자어가 나타내고 있듯이 인간의 본질도 관계성이다. 관계를 맺으면서 인간생활이 영위된다. 인간과 인간, 인간과 자연이 관계를 맺으면서 인간의 삶이 영위된다. 서비스경제에서는 관계가 재화가 되면서 경제가 발전한다. 서비스는 관계재화라고 할 수 있다. 관계성은 인간의 속성이며 서비스의 본질이다.

이와 같이, 서비스의 본질인 조화성, 수평성, 쌍방향성, 관계성은 천지인의 중심 속성이다. 따라서 천지인 사상은 서비스의 본질과 정합된다 할 수 있다.

4.3 서비스경제와 한국고유사상 정합성

서비스경제는 서비스라는 무형재화를 중심으로 운영되는 경제다. 서비스의 본질에 부합하는 철학이

서비스경제 철학으로서 자격을 가진다. 앞에서 분석한 바와 같이 한국고유사상인 천지인 3태극 사상은 서비스의 본질과 부합하는 사상이다. 또한 인(人)의 중요성이 강조되고 있어 산업간 경계가 해체되며 사람이 경제의 중심이 되는 서비스경제의 속성과도 부합한다. 따라서 천지인 3태극 사상은 서비스경제의 기반 철학으로서 서비스경제를 발전시키는 중심철학으로서의 요건을 가진다고 할 수 있다.

기존의 음양 또는 천지 2태극 사상은 음양의 조화로서, 즉 천지의 조화로서 인(人)이 탄생하여, 이후 만물이 생겨나는 사상이므로, 인이 2차적인 요소여서 산업경제와 부합하는 사상이라고 할 수 있다. 즉 산업경제에서 사람은 생산자원의 일부이므로, 창조활동의 조력자로서 역할을 할 뿐, 창조자의 반열에 위치하지는 못하고 있다. 천지인 3태극 사상에서는 천지인 3재가 모두 창조자로서의 역할을 하고 있는 것이다. 서비스경제에서 사람이 천과 지와 함께 모든 창조의 중심이 되고 있는데, 이는 천지인 3태극 사상과 부합하는 것이다.

서비스경제를 이끌어가는 철학적 기반으로서 한국고유사상인 천지인 3재 3태극 사상을 채택하면, 서비스경제는 그 발전 속도가 빨라질 것이다. 창조자로서 사람의 역할을 매우 강조하게 되므로, 신사업이나 신산업의 창출이 활성화되어 서비스경제가 비약적으로 발전될 수 있다. 천지인 3태극 사상이 널리 보급되면 서비스경제 관련 제반 구성원들이 자신의 역할을 새로운 창조적 패러다임에서 더욱 강화할 수 있다. 우선 경영자의 역할 패러다임이 변할 것이다. 경영자는 관리자로서의 기존 역할을 축소하고 창조자로서의 역할을 강화하게 될 것이다. 새로운 사업, 새로운 산업을 창조하여 산업을 성장시키고 경제를 발전시키는 창조자로서의 역할이 서비스경영자의 역할이 될 것이다. 종업원의 역할 패러다임도 변화될 것이다. 맡은 바 임무를 충실히 수행하는 기존 역할에서 새로운 업무를 창조하거나 기존 업무를 창조적으로 개선하는 역할을 수행하게 될 것

이다. 종업원이 경영자의 권한을 위임받아 사업을 창조하는 역할도 수행하게 될 것이다. 고객과 소비자의 역할 패러다임도 변화될 것이다. 수동적으로 소비하고 반응을 사후에 피드백하는 기존의 고객역할에서 능동적으로 생산과정에 참여하는 창조적 역할로 변화될 것이다. 생산과 소비가 분리되지 않는 서비스산업의 특성을 반영하여 고객은 생산자로서 창조자로서 역할을 강화하여 수행하게 될 것이다.

서비스시스템의 조화성도 천의 원리에 따라 더욱 강화되며 서비스경제의 발전을 선도할 것이다. 서비스공급자와 서비스수요자, 서비스 인프라와 각종 법제도의 조화성이 강화되어 가치 있는 서비스시스템의 구축과 활용이 활성화될 것이다. 특히 서비스인프라의 구축은 현대 경제의 프레임을 변화시키고 있는데, 정보통신기술인프라를 비롯한 각종 유형 및 무형 인프라의 조화로운 구축을 천(天)의 철학이 유도할 수 있을 것이다.

땅(地)의 수평성과 쌍방향성 원리는 서비스경제 활성화의 촉매제가 된다. 각종 관계에서 우월적 지위에 있는 존재들의 갑질로 표현되는 수평성 파괴 행위들이 서비스경제의 발전을 저해하고 있는 현실을 고려할 때, 대지의 철학은 서비스경제의 결실을 풍요롭게 할 수 있을 것이다. 서비스공급자와 서비스수요자가 대등한 수평적 관계에서 쌍방향으로 서비스 품질향상에 노력하면 무형재화인 서비스의 획기적인 개선으로 연결되고 서비스경제는 급속히 발전될 것이다.

이와 같이 한국 고유사상인 천지인 3태극 사상이 서비스경제 운용 및 발전 철학으로 도입되면 서비스경제의 활성화와 인류경제의 발전에 크게 기여할 수 있을 것이다.

5. 토의 및 결론

본 연구는 서비스경제의 발전을 위한 바람직한

철학적 기반을 탐구하기 위해 수행되었다. 제4차 산업혁명시대를 맞아, 산업간 경계가 해체되면서 고객의 욕구를 충족하는 서비스 중심의 서비스경제로 진화하고 있다. 서비스경제시대가 성숙되려면 바람직한 철학적 기반이 필요하다. 현대 서비스경제에 부합하는 바람직한 철학적 기반을 찾아내고, 그 기반을 강화하는 것이 필요한데, 바람직한 철학은 서비스의 본질에 부합하고 서비스경제의 특성을 반영할 수 있어야 한다. 서양철학은 실용과 실질을 중시하는 철학으로서 서비스경제의 무형성 속성을 잘 반영하지 못한다고 할 수 있다. 즉 실체론을 강조하는 서양철학은 관계론을 강조하는 동양철학에 비해 현대 서비스경제에서의 철학적 기반으로서의 부합성이 낮다고 할 수 있다. 동양철학은 주역과 노자와 공자 등에서 일관되게 관계론이 강조되고 있으므로, 관계재화인 서비스를 중심으로 발전되는 현대 서비스경제의 원리와 부합성이 높다고 할 수 있다.

그런데, 중국에서 주로 발전되어온 동양철학은 음양 또는 천지 2태극 사상이다. 즉 하늘과 땅의 조화, 음과 양의 조화로서 인간이 탄생하고, 이어서 만물이 생성되는 천과 지의 2태극 사상이 중심이다. 현대 서비스경제는 산업간 경계가 해체되고 생산과 소비의 통합이 일반화되고 서비스공급자와 서비스수요자의 구분이 어려운 경제이므로 2태극 사상으로는 설명이 쉽지 않다. 또한 현대경제는 서비스라는 무형재화 중심의 경제인데, 무형재화를 창조하고 소비하는 주체인 사람이 경제의 중심으로 부상하게 되었다. 즉 천과 지와 인이 동등한 창조자로서의 중요성을 가지게 되었다.

한국의 고유사상인 천지인 3태극 사상은 천 지 인 3재를 모두 창조적 지위로 동일하게 인정하는 철학으로서 현대 서비스경제의 특성에 부합한다. 또한 서비스의 본질인 조화성, 수평성, 쌍방향성, 관계성이 천 지 인의 본성과 부합하므로, 천지인 3태극 사상은 서비스경제를 이끌어갈 중심 철학으로 부합한다고 할 수 있다.

서비스경제를 이끌어갈 기반 철학으로 천지인 3태극 사상이 발전되면 서비스경제 활성화는 가속화될 것이다. 서비스를 창조하고 소비하는 주체인 사람의 지위가 격상되고, 경영자로서 종업원으로서 또 소비자로서 인간의 역할이 창조자 수준의 지위를 가지게 됨으로써 무형재화인 서비스의 창출이 활발해지고 우주와 같이 조화롭고 땅과 같이 수평적인 경제사회가 구현될 수 있을 것이다.

본 연구는 서비스경제를 이끌어갈 철학적 기반을 도출하기 위해 수행되었다. 서비스라는 무형재화를 중심으로 운용되는 서비스경제에서는 유형재화인 제품을 중심으로 운용되는 산업경제와는 다른 철학적 기반이 필요하다. 한국의 고유사상인 천지인 3태극 사상이 서비스경제를 이끌어가고 활성화시킬 중심 철학으로서 부합됨을 연구하였다. 향후 보다 심도 깊은 분석에 의해 서비스경제 철학을 정립하는 후속 연구가 필요하다.

References

- [1] Kim, Hyunsoo(2017a), A Study on Service Industry Development Policy by Service Nature, Journal of Service Research and Studies, Vol.7, No.1, Mar. 2017, pp.1-216 (김현수(2017a), 서비스본질 기반의 서비스 산업 정책방안, 서비스연구, 제7권 제1호, 2017.3, pp. 1-216).
- [2] Kim, Hyunsoo(2017b), A Study on Service R&D Policy, Research Report, KISTEP, 2017.1 (김현수(2017b), 서비스R&D 정책방안 연구, 한국과학기술기획평가원 연구보고서, 2017.1).
- [3] Kim, Hyunsoo(2016a), A Structural Change to Service-Centered Economy by the 4th Industrial Revolution: U-Model Industry and Employment Structure, Service Korea Initiative Special Conference, The Society of Service Science, April 2016, pp.43-54 (김현수(2016a), 4차혁명과 서비스 중심경제로의 구조변화: U모델 산업 및 고용구조로의 전환, 서비스강국코리아 특별세미나 자료집, 2016.4.28., pp. 43-54).
- [4] Kim, Hyunsoo(2016b), A Study on Accelerating Service Economy by the 4th Industrial Revolution, Journal of Service Research and Studies, Vol.6, No.3, Sept. 2016, pp.15-28 (김현수(2016b), 4차 산업혁명의 서비스경제화 촉진 연구, 서비스연구, 제6권 제3호, pp. 15-28).
- [5] Kim, Hyunsoo(2015a), A Suggestion on the New Service Research Framework, Journal of Service Research and Studies, Vol.5, No.2, Sept. 2015, pp.199-216 (김현수(2015a), 서비스연구의 프레임워크 제안, 서비스연구, 제5권 제2호, 2015.9, pp. 199-216).
- [6] Kim, Hyunsoo(2015b), Audit Paradigm Shift by Economy and Business Change, Audit Research, Vol.25, 2015.11, pp.1-26 (김현수(2015b), 경제경영 변화에 따른 감사패러다임 변화, 감사논집, 제25호, 2015.11, pp.1-26).
- [7] Kim, Hyunsoo(2015c), A Transition Strategy from Traditional Economy to New Economy, in Proceedings of Service Korea Initiative 2015 Conference, The Society of Service Science, Dec. 2015, pp.175-185 (김현수(2015c), 전통경제에서 신경제로 이행전략, 서비스강국코리아 2015 자료집, 2015.12, pp.175-185).
- [8] Lao-Tzu(1982), Tao Te Ching, Ki Keun Chang Tr., Samsung Publishing Co., 1982 (노자(1982), 도덕경, 장기근 역, 삼성출판사, 1982).
- [9] Lee, Keun Chul(2011), Research on Cheonbugyung Philosophy, 2011.4 (이근철(2011), 천부경 철학 연구, 도서출판 모시는 사람들, 2011.4).
- [10] Lusch, R.F., S.L. Vargo, G. Wessels(2008), Toward a conceptual foundation for service science:

Contribution from service-dominant logic, IBM Systems Journal, Vol.47, No.1, 2008.1, pp.5-14.

- [11] National Science & Technology Council(2017), A Strategy for Service R&D and Investment Plan, July 2016 (국가과학기술심의회, 서비스R&D 중장기 추진전략 및 투자계획, 2017.1.).
- [12] The Korean Government(2016), A Strategy for Korean Service Economy, July 2016 (정부합동, 서비스경제 발전전략, 2016.7.5.).
- [13] The Service Korea Initiative(2016), A Vision Statement for Global Service Korea Initiative, in Proceedings of Service Korea Initiative 2016 Conference, The Service Korea Initiative, Oct. 2016, pp.18-23 (서비스강국코리아(2016), 글로벌 서비스강국코리아 비전, 서비스강국코리아 2016 자료집, 2016.10, pp.18-23).

Hyunsoo Kim(hskim@kookmin.ac.kr)



Hyunsoo Kim is a Professor of Service Management at Kookmin University in Seoul, Korea. He majored in nuclear engineering at Seoul National University and acquired Master's degree in management science from the Korea Advanced Institute of Science and Technology, and received his Ph.D. degree at the University of Florida with business administration major. Currently he serves as the chairman of the Society of Service Science, and the chairman of the Korea Research Institute of Service Industry as well as the chairperson of Service Korea Initiative. Based on

those experiences and knowledge on Service industry and academia, he devotes himself to the researches on Service Science and Service innovation.

A Study on Korean Traditional Philosophy as the Service Economy Philosophy

Hyunsoo Kim*

ABSTRACT

The current research investigates the basic philosophy that would serve as a foundation for the development of the service economy. In particular, the current work suggests that the Korean traditional philosophy fits the philosophy of the service economy because of the relational nature of the Eastern culture (vs. Western culture). Therefore, it is suggested that through manifestation of the Korean traditional philosophy, the service economy would be invigorated. The yin-yang and the Two Taegeuk do not emphasize the role of human, and thus, a new philosophy incorporating this aspect needs closer attention. Therefore, the Korean traditional philosophy, structured in a Three Taegeuk framework could serve as the foundation for the development of the service economy. The Three Taegeuk framework relates to the harmonization, horizontality, bi-directionality, and relational aspects of the service industries. For example, human serving the agent role in the society resembles the current service economy where service workers and customers serve important roles in value creation. Taken together, the current research suggests that the Korean traditional philosophy serve as an important foundation for the development of the service economy.

Keywords: Service Economy, Service Nature, Three Taegeuk, Relationship, Intangibility, Service Industry

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