

# 서비스 경제로의 전환에 따른 서비스본질 측정항목 개발 연구

안 세 흥\* · 김 현 수\*\*

## 목 차

요약	3.2 자유응답법
1. 서론	3.3 델파이 기법 1차(개방형)
2. 서비스, 서비스경제, 서비스본질의 문헌연구	4. 서비스본질 표본항목 개발[정량적]
2.1 서비스의 이해와 정의	5. 결론 및 토의
2.2 서비스경제의 이해와 현황	5.1 연구의 결과
2.3 서비스본질의 범주별 개념정리와 문헌연구	5.2 연구의 시사점 및 한계
3. 서비스본질 기초항목 추출[정성적]	Reference
3.1 문헌연구	Abstract

## 요약

서비스경제 시대로의 전환에 따른 서비스 관련 연구는 매우 다양하게 진행되고 있으나 아직 현 시점에 맞는 서비스 관련 척도개발은 미미한 상태이다. 본 연구는 서비스본질을 정의하고 이들에 대한 측정 항목을 개발하는데 그 목적을 두었다. 먼저 서비스본질 4개 범주를 기존 연구에서 채택하였다. 4개의 범주는 ‘관계성’, ‘쌍방향성’, ‘수평성’, ‘조화성’이다. 본 연구에서는 이 4개의 서비스본질 각각의 하위요인과 구체적 항목을 추출하고 측정가능 항목으로 개발하였다. 연구의 방법은 질적 연구로 ‘서비스본질’을 구성하는 4개 범주의 하위요인들을 추출하고, 추출된 요인의 신뢰도와 타당도를 양적연구로 증명하는 방법의 혼합연구를 채택하였다. 문헌연구, 자유응답법, 그리고 델파이 기법을 통해 척도항목을 밝혔으며, 전문가로 구성된 델파이 패널 30명의 2차 설문을 통하여 측정 항목을 정제하였다. 연구의 결과로 관계성은 52개 문항 중 15개, 쌍방향성은 45개 문항 중 11개, 수평성은 33개 문항 중 9개, 조화성은 61개 문항 중 17개의 문항이 2차 정제 후 도출되는 결과를 얻었다. 본 연구를 통해서 서비스 경제시대에 맞는 새로운 본질 항목들을 밝혀낼 수 있었다. SNS, 네트워크, 시너지, 플랫폼, 시스템, 실명성, 갑질타파 등은 기존의 연구에서 얻지 못한 개념들로서 본 연구의 기여라고 볼 수 있다. 하지만 여러 가지 제약으로 인해 본 연구에서는 서비스의 전체적인 측면을 모두 다루지 못하고 서비스의 일부인 사람 중심의 서비스를 주로 다루었다. 향후 서비스경제시대의 진화에 따른 발전된 서비스의 전체적 측면에 대한 서비스 본질 측정항목 개발 연구가 필요하다.

표제어: 서비스본질, 관계성, 쌍방향성, 수평성, 조화성, 델파이 기법

접수일(2021년 3월 15일), 수정일(1차:2021년 3월 29일), 게재확정일 (2021년 3월 31일)

\* (주)덕림 대표, saeyena@naver.com

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

## 1. 서론

현대에는 세계 경제의 기초가 제조업에서 서비스업으로 패러다임의 전환을 이루는 과정 속에 있다 해도 과언이 아니다. 2015년 디지털타임스에 기고된 Kim(2015b)의 ‘서비스경제 패러다임 전환 시급하다’ 라는 칼럼에서는 한국경제역사에 큰 전환이 이뤄진 건 두 번이라 전제하고 그 첫 번째로 1392년 7월17일 조선왕조가 건국하면서 추진한 역사정책은 1인 왕의 중심 국가에서 다수의 사대부들이 중심세력으로 부상한 발전의 역사라고 하였다. 그리고 ‘서비스경제 역사로 볼 때는 서비스업의 중심이 되는 상업의 지위하락으로 서비스경제 역사가 후퇴한 날이었다고 볼 수 있다. 사농공상 위계하에 공업과 상업이 어려운 시기를 보냈다. 그 후 1962년 1월 13일에야 두 번째 패러다임의 전환을 맞이한다. 이 날 정부가 제 1차 경제개발 5개년 계획을 발표하면서 제 2차 산업의 성장에 중점을 두어 산업구조의 정상화를 추진하였다. 공업화의 기반을 만들어 경제발전을 가속화하면서 공업이 경제의 중심으로 부상했다. 그러나 지난 50여 년간 한국경제는 제조업을 중심으로 비약적인 성장을 하였지만, 향후의 경제는 쉽지 않은 상황이 예상된다. 따라서 성장을 지속하고 일자리 창출을 위해서는 또 한 번의 패러다임 전환이 필요한 상황이다.’ 라고 현대 경제사회에 시급한 과제를 피력하였다.

‘서비스(Service)’가 현대경제를 이끄는 중심철학임은 여러 연구를 통해 검증되고 있다. 본 연구는 이러한 “서비스”에 대한 올바른 인식의 고취와 인식의 함양에 그 의미를 찾고 현대 경제에 가장 핵심으로 떠오른 ‘서비스경제’를 설명하고 이해하는데 도움이 되고자 한다. 이에 ‘서비스본질’을 연구하여 본질의 실용적 척도를 개발하는데 본 연구의 목적이 있다.

‘서비스’의 본질적 항목을 연구한 Kim(2018)의 연구를 토대로 본 연구는 진행되었다. 먼저 ‘서비스본질’을 구성하는 4개의 범주는 Kim(2018)의 연구에서 ‘관계성’, ‘쌍방향성’, ‘수평성’,

‘조화성’을 채택하였으며, 본 연구에서는 4개의 서비스본질의 하위요인과 구체적 항목을 추출하고 측정가능 항목으로 개발하는데 연구의 목적을 두었다. 연구의 방법은 질적연구로 ‘서비스본질’을 구성하는 4개 범주의 하위요인들을 추출하고, 추출된 요인의 신뢰도와 타당도를 양적연구로 증명하는 방법의 혼합연구를 채택하였다. 질적연구의 방법으로는 문헌연구(Literature Review), 자유응답법(Free Answer-Method), 그리고 델파이 기법(Delphi Technique)을 통해 척도항목을 밝혔으며, 양적연구는 전문가로 구성된 델파이 패널 30명의 2차 설문을 구성하여 결과분석 하였다.

## 2. 서비스, 서비스경제, 서비스본질 문헌연구

### 2.1 서비스의 이해와 정의

본 절에서는 ‘서비스(service)’의 개념과 정의를 경영학 관점에서 다루었다.

우선, 서비스의 사전적 의미는 ‘재화(財貨)를 생산하지는 않았으나 그것을 운반·배급하거나 생산·소비에 필요한 노무를 제공하는 일’ (고려대한국어대사전) ‘개인적으로 남을 위해 돕거나 시중을 돕’, ‘장사에서 가격을 깎아주거나 덤을 붙여 줌’ (표준국어대사전)등으로 기록하고 있다. 그 외 하위 해석으로는 각 분야별, 조직별로 서비스라는 용어가 다양하게 쓰여지고 있음을 아래와 같이 설명하고 있다. ‘서비스(service)’는 Cambridge Dictionary에서 ‘a system that supplies something that people need’(사람들이 필요로 하는 것을 공급하는 시스템), 또는 ‘the work that people who work in shops, restaurants, hotels, etc. do to help customers’(상점, 식당, 호텔 등에서 일하는 사람들이 고객을 돕기 위해 하는 일)이라고 정의하며 하위의 해석 개념 중 ‘extra money that is added to your bill in a restaurant to pay the waiters’(웨이터에게 지불하기 위해 식당에서 청구서에 추가되는 추가 금액)과 ‘the time you spend

working for an organization ‘(조직에서 일하는데 소비한 시간),’ a religious ceremony ‘(종교 의식) 등과 같이 정부, 음식점, 회사, 종교단체등 각 분야별, 단체별로 서비스라는 단어에 대한 뜻을 여러 가지로 해석하고 있다.

그리고 우리나라 네이버 지식백과에서 또한 ‘service’를 ‘남을 위해 돕거나 여러 가지 심부름을 해 주는 것’, 또 생산·판매 분야에서는 ‘서비스는 제품의 판매전, 판매시, 판매후 각각에 행해지며, 카탈로그나 광고지, DM 등을 비포(before) 서비스, 판매 후의 서비스는 애프터(after)서비스라고 일컫는다. 이처럼 ‘서비스(service)’는 여러 형태의 단체와 일반인들 사이에서 조금씩 다른 광의적이고 포괄적인 개념으로 불리고 있음을 알 수 있다. 그리고 서비스는 여러 개념들 앞에서 혹은 뒤에서 부연 설명을 하는 접두어나 접미어와 같은 부가적 역할을 하는 것으로 인지되어지고 있다. 이렇듯 ‘서비스(service)’라는 용어의 정리가 선행되어야 한다. 서비스라는 단어가 갖는 포괄적이고 다양한 개념들로 인한 분별없는 사용은 우리 문화에 이미 깊이 각인되어 있다. 21세기 사회과학자들이 연구하는 ‘서비스’ 개념과는 분명 차이가 있다.

국내 연구 중 Lee(2010)는 본인의 저서에서 해외 문헌을 빌어 아담스미스(A. Smith)는 서비스 노동이 부를 창출할 수 없기 때문에 ‘비생산적 노동’으로 간주하였고 비물질적인 것은 보존이 용이하지 않아 부가 아니라는 생각이었을 것이라고 당시의 18세기 서비스인식을 소개했다. 그 후 세이(J.B.Say)는 효용이라는 개념을 사용해 소비자에게 효용을 주는 모든 활동을 생산적이라는 논리로 서비스를 ‘비물질적 부(富)’라고 정의하여 설명하였다.

21세기 들어 ‘서비스’는 좀 더 구체화되고 개념적 정리가 이루어진다. IBM Systems Journal에 실린 Lusch et. al (2008)의 연구를 바탕으로 서비스중심 논리를 Kim(2018)이 정리하였다. 서비스중심 논리는 제품중심 논리와 달리 동태적이며, 쌍방향적이며, 무형적이다. 자원에 대한 개념부터 서비스는 제품과 확연히 구분된다. 가장 중요한 것은 자원을 창출할 수 있다는 것이다. 장애를 제거하는 등의 활동으로 새로운 자원을 창출해 낼 수 있다.

즉, 서비스 중심 논리에서는 자원화를 통해 자원을 만들어낸다. 자원화(Resourcing)를 하는 방법으로 자원생성(창조), 자원통합, 장애제거 등이 있다. 서비스 중심논리에서 고객은 공동으로 가치를 창출하는 협력 파트너이다. 기업의 가치를 일방적으로 주입받는 객체가 아니다. 가치를 창출하기 위해 서비스 조직에 자원(input)을 제공하는 주체이며 통합자이다. 기업은 필요한 역할을 발견하고 그 역할을 수행하는 조직이다. 가치 창출의 중심에는 고객이 있다. 서비스 시스템 자체가 바로 대화의 장으로 작용한다(Kim, 2018).

이렇듯 ‘서비스(Service)’는 인류역사상 가장 통섭적이고 광의적인 개념의 언어 중 하나이다.

## 2.2 서비스경제의 이해와 현황

인류는 18세기 중반 증기기관의 발명으로 촉발된 산업혁명을 시작으로 제조/생산, 물류/유통 등 커다란 경제 변화를 맞이한다. 이렇게 시작된 변화로부터 풍요로움과 번영을 접했으나 급격한 공업화로 인한 유형재화의 과잉 공급과 실체재화의 한계로 새로운 경제 환경이 필요한 상황으로 전개되었다. 이에 20세기 후반부터 각 분야별, 국가별로 진행되어온 신기술과 첨단과학은 비(非)공해, 지속가능(sustainable)한 환경 접목 경제 환경으로 발전되고 있다. 그러나 빠르게 변화하는 현대의 기술발전을 뒷받침할 지배논리나 철학적 기반이 부족한 상황이며 신경제 시대에 부합하는 연구가 절실한 상황이다.

Kim(2018)은 ‘경영의 신경영’이란 자신의 저서에서 기존 경제를 대표하는 제조업중심의 산업경제와 신경제를 대표하는 서비스업 중심의 서비스경제의 차이점을 다섯가지로 설명하였으며 세부적으로 살펴보면 다음과 같다.

첫째, ‘자원 및 자본’이다. 산업 경제에서는 유형적 자원이 중심이다. 즉 경작이나 제조에 필요한 토지, 공장 등의 건물, 설비, 원자재 등의 자원들은 크기가 고정되어 있고, 움직이기 어려운 특성을 지니는 정태적 자원이다. 반면에 서비스경제에서는 인적자본과 지식자본이 중심 자원이다. 토지, 건물, 설비 등이 중요한 생산요소의 일부이긴 하나

서비스를 위한 플랫폼을 구축하는 용도로 사용될 뿐 그자체가 부가가치를 창출하지 않는다. 서비스 경제에서는 무형적 자원이 중심이다. 인적 자원이나 지식 자원은 형태가 없으므로 크기와 가치가 고정되지 않는다. 활용방식이나 상황에 따라 가치가 높아지기도 하고 낮아지기도 한다. 따라서 동태적 특성을 보인다.

두 번째로 ‘자원조달’ 방법이다. 기존 산업경제에서는 토지매입이나 설비구축, 원자재 구입을 위해 대규모 자본이 필요했고, 그 자원을 주로 주식과 채권 등의 금융자본으로 조달했다. 그러나 현대의 서비스경제가 성숙하면서 대규모 자본이 필요한 산업은 급격히 감소했다.

세 번째로 ‘수익 원천’도 전혀 다르다. 기존 산업경제에서는 냉장고나 휴대폰 등 유형의 제품을 판매해 수익을 올렸고, 서비스는 판매된 제품의 불량이나 고장에 대한 A/S 개념으로 종속되어 부가가치를 창출하지 못했다. 그러나 서비스경제에서는 유형의 가치는 서비스 플랫폼으로서의 역할을 할 뿐이고 수익의 원천은 플랫폼을 이용하여 고객에게 서비스되는 활동이다.

그리고 네 번째로 ‘주력 산업’은 기존 산업 경제에서는 자동차, 철강, 화학, 전자, 조선 등을 비롯한 대형 제조업이었다. 그러나 서비스 경제에서는 금융, 정보통신, 문화관광레저 및 의료보건 등의 소프트 산업위주이며 첨단 산업군에 속하는 3D프린팅, IoT, 빅데이터, 드론, VR/AR 등의 4차 산업혁명군의 신산업이 중심이다.

마지막으로 ‘경제초점’ 관점으로 기존경제와 현대경제를 비교해 본다. 新경제인 서비스 경제의 큰 특징은 서비스의 서비스산업화 촉진이다. 과거 서비스는 주로 개인이 소규모로 수행하였으므로 기업화되거나 산업으로 인정받지 못했다. 그러나 전통 산업의 생산성이 향상되면서 서비스의 기업화, 산업화가 시작되었다. 서비스 산업을 보는 경제 관점도 크게 변화하였다. 과거 산업경제에서는 서비스가 제조업의 보조 역할을 할 뿐 부가가치를 스스로 생성하지 못한다는 인식이었다. 그래서 독자적인 산업이 아닌 제조업의 경쟁력강화를 위한 수단으로서의 서비스업을 강조하였다. 그러나 서비스산업의 비중이 커지고 산업간 융합이 촉진되면

서 서비스산업이 제조업을 이끄는 ‘先 서비스, 後 제조’의 개념으로 바뀌게 된다(Kim, 2018).

또한 ‘Service Korea Initiative 2016’ 세미나에서 Choo(2016)는 ‘서비스산업의 기업가 정신’이란 주제로 우리나라 서비스산업은 기업화가 진행되지 못하고, 저부가가치 영세 자영업 위주로 과잉 공급된 상황이며, 다양한 서비스 신산업이 출현하는 선진국과는 달리 우리나라는 기존 주력 제조업의 노후화가 진행되고 있어 새로운 성장 동력 마련이 시급한 상태이다. 또 서비스산업 성장을 가로막는 큰 문제는 제조업에 비해 과도하게 많은 서비스산업 규제 문제를 제기하였으며 이처럼 규제로 인해 원격의료, 핀테크, 산악관광 등 다양한 서비스산업에 우리 기업이 진출할 수 있는 가능성이 제한되고 있다고 실례를 들어 설명하였다. 나아가 우리 기업들이 의료, 관광 등 유망 서비스 신산업에 대해 시범사업을 시행할 수 있도록 다양한 법적 장치가 마련되어야 한다.

최근 연구에서 Kim(2020)은 ‘디지털 경제와 서비스 산업’이란 경제칼럼에서 ‘서비스는 미래 산업이다’라는 주제로 디지털 전환으로 인한 ‘제조업의 서비스화’, ‘제품과 서비스의 결합’, ‘온디맨드 경제’, ‘O2O서비스’ 등이 실현되면서 빠르게 산업이 재편되고 있다고 하며 서비스가 미래 경제의 핵심으로 떠오르는 시대, 저성장기에 갇힌 한국 경제의 출로를 모색하기 위해서는 서비스산업의 혁신이 필요하다고 하였다. 또 ‘18세기 산업혁명이후 주요 국가들은 전체 산업에서 제조업의 종사자 비중이 30%를 넘었으며 부가가치 비중도 제조업이 1차 산업을 제치고 1위가 되었다. 그러나 기계의 도입으로 생산성이 높아지면서 제조업의 고용은 감소된 반면 20세기 정보혁명 이후로 서비스 산업의 고용은 크게 증가했다. 현재 미국, 영국의 제조업 종사자는 10% 수준이며 서비스업 종사자는 80%를 넘는다. 한국도 제조업 종사자가 17%이하로 감소했다. 서비스업은 주요국가에서 고용의 70-80%를 차지하며 GDP에서도 70%이상 차지하고 있다. 이는 제조업의 비중을 크게 추월하고 있다. 따라서 경제 성장률 2%대에 머물고 있는 한국 경제의 미래를 개척하기 위해서는 서비스산업에 대한 과학적인 분석과 새로운 전망 수립이 필

요하다.’ 라고 서비스 경제 시대를 맞아 서비스산업의 중요성을 설명하였다. 그리고 이어진 연재 칼럼에서 ‘디지털 경제는 산업의 서비스화를 가져온다.’ 라는 주제로 정보혁명 이후 첨단 디지털 산업의 기술인 사물인터넷(IoT), 빅데이터, 무선통신(5G) 등으로 실현된 온디맨드(On-Demand) 경제가 서비스의 4가지의 특성(무형성, 무재고성, 비분리성, 비일관성)이 갖는 제한성을 상당 부분 해소하고 산업간 융합이 가속화되어 서비스 산업의 영역이 확장되고 있다. 서비스 중심 경제에서는 공급자와 소비자가 공동으로 가치를 창조한다. 그리고 연재 마지막 칼럼에서는 ‘서비스 경제의 민주화가 필요하다’ 라는 주제로 한국의 서비스 산업은 영세하고 부가가치가 낮다고 지적하였다. 디지털 기술 혁신으로 인해 늘어난 여가시간과 소득을 자기계발과 교육, 의료, 문화, 예술, 여행, 오락 등에 쓰게 되는데 이런 영역은 모두 서비스 산업이며, 실제로 선진국일수록 의료와 교육뿐 아니라 행정, 문화, 보육, 돌봄 등의 사회서비스를 공공부문이 포괄해 질 좋은 서비스 제공과 고용 창출을 실행하고 있다고 하였다. 그러면서 저성장과 고령화시대의 대안은 서비스이며, 디지털 시대에 모든 산업은 서비스화 된다고 지적하였다(Kim, 2020).

서비스경제의 개념은 2016년 세계경제포럼(The World Economic Forum)에서 크라우스 슈밥에 의해 세계적으로 이슈화된 ‘제4차 산업혁명’ 으로부터 더욱 광의적이고 포괄적인 개념으로 발전하게 되었다. 그리고 전 세계적으로 ‘서비스혁명’ 이 가속화되면서 혁신 첨단 과학을 뒷받침할 서비스 산업 육성 정책 수립이 각국 정부와 각 산업계에서 중요한 과제가 되었다(An & Kim, 2020).

‘서비스강국 코리아 2015’ (Service Korea Initiative 2015)에서 Kim(2015a)은 세계 주요국의 서비스 산업 GDP 비중이 70%를 상회하고 있고 미국, 영국 등 선진국의 서비스산업 비중은 80%에 이르고 있는 서비스경제시대에서 글로벌 경쟁력을 키우는데 있어 서비스산업의 성장은 가장 중요한 국가과제라고 피력하며, 국가 경제의 지속성장도 서비스산업의 경쟁력에 좌우되며 자칫 전통의 산업군인 제조업 등의 산업도 위태로울 수 있다고 지적했다. 또한 세계 경제의 패러다임이 서비스경제

로 이미 진행되었으며 글로벌 산업 강국으로서의 대한민국은 서비스산업의 경쟁력제고라고 개최사를 통해 밝힌바 있다.

위의 연구 내용들을 정리하면 기존경제와 서비스경제는 신(新)/구(久)로 개념화할 수 있으며, 신경제는 곧 ‘서비스경제’ 라는 결론을 도출할 수 있다.

### ‘新 경제 ≡ 서비스 경제’

## 2.3 서비스본질의 범주별 개념정리와 문헌연구

서비스에 대한 연구에서 주로 사용되는 개념은 서비스의 특징으로 설명되는 ‘무형성’ ‘무재고성’ ‘비일관성’ ‘비분리성’ 이다. 이는 서비스의 속성적 특징이며 극복을 하거나 활용해야 할 속성적 특징이다. 4개 범주의 서비스 특징으로 서비스를 깊이 있게 이해하기에는 한계가 있다. 그래서 본 절에서는 ‘서비스의 본질(Service Nature)’을 중심으로 개념화하는데 중점을 두었다.

서비스는 눈에 보이지도 않고 측정할 수 없는 성질의 포괄적 개념이며 각 분야의 학문에서 다루지는 다학제적 개념이다. 그래서 여러 분야의 문헌연구가 불가피하다. 서비스는 무형재화이면서 노동과도 구분되는 역량 재화이기 때문에 본질적으로 기존 재화와 구분된다. 눈에 보이지도 않는 무형이며, 최근 급속히 성장했기 때문에 서비스가 무엇인지 제대로 알지 못하는 경우가 많다. 현대 경제 사회인 ‘서비스경제’ 를 이해하기 위해서는 서비스의 본질을 깊이 이해해야 한다. 서비스 본질은 ‘관계성’, ‘쌍방향성’, ‘수평성’, ‘조화성’ 이라 할 수 있다(Kim, 2018).

본 절에서는 Kim(2018)의 연구를 토대로 서비스 본질을 이해하고 국내외 해외 연구에서 본 연구와 부합하는 개념의 서비스의 본질 연구를 살펴보고 ‘서비스본질’ 을 정의하는데 그 목적이 있다.

### 2.3.1 관계성

서비스본질의 첫 번째는 ‘관계성’ 이다.

관계성의 사전적 의미는 ‘둘 또는 여러 대상이 서로 연결되어 있는 성질’ 로 해석되며, 영어 표현으로는 ‘Relatedness’ 혹은 ‘Relationship’으로 표현

되어 진다. 서비스 본질의 첫 번째 성질인 관계성은 인류의 역사 전체에 걸쳐 인간(人間)에게 가장 중요한 본질이기도 하다. 한자로 사이 간(間)을 쓰는데서 알 수 있듯이 인간은 관계의 동물이다. 관계를 통해 의미가 부여되고 가치가 발생한다. 또한 사물도 인간과의 관계를 통해 의미를 가진다. 사물과 사물도 관계를 통해 인간에게 의미를 형성한다(Kim, 2017a).

서비스는 관계를 통해 가치가 발생한다. 관계가 성립되지 않는 곳에서는 당연히 서비스가 성립되지 않는다. 관계 속에서 무형재화인 서비스가 발생하고, 인간에게 가치가 구현된다. 이때 유형재화는 서비스를 수행하는 도구나 플랫폼으로 활용한다. 따라서 서비스는 관계 중심 세계관에서 특히 중심 주제가 된다(Kim, 2018).

문명의 발전, 특히 급격한 도시화로 인해 인간의 생활이 복잡 다양해지면서 관계론적 세계관이 현대사회에서 우위를 차지하게 되었다. 현대에 들어 서양사회에서도 관계론적 세계관을 대표하는 철학 서들인 노자의 도덕경이나 주역 등이 많이 읽히고 연구되고 있으며, 서양의 현대인들도 관계론적 세계관을 많이 수용해가고 있다. 따라서 관계성을 본질 특성으로 가지는 서비스는 현대 사회와 경제의 중심이 되었다(Kim, 2017b).

### 2.3.2 쌍방향성

서비스의 두 번째 본질은 ‘쌍방향성’이다. 사전적 의미로는 “말이나 생각 따위가 양쪽으로 모두 전달되거나 소통되는 성질”(雙方向性)이며, 영어적 표현으로는 A binary[2진법의, 2진수의], Interactive[상호적인, 양방향성], Bidirectionality[과파고; 이원적성질, 구글; 양방향성] 등의 다양한 표현이 있으며, 동의어로는 양방향성과 상호작용성 등의 학술적 표현도 있다. 물리적 현상으로 two sides 라는 해석도 가능하다. 내재적인 의미로 Two-way relationship[양방향 관계], Two-way communication[양방향 소통]으로도 다양하게 표현되어지는 개념이다.

서비스의 첫 번째 본질로 설명한 관계성은 일방향에서 성립되지 않는다. 쌍방향이라야 한다. 서비스 하는 무엇과 서비스 받는 무엇간의 쌍방향성은

서비스의 본질이기도 하지만, 인간세계와 자연세계의 본질이기도 하다. 서비스하는 사람의 행위만큼 서비스받는 사람으로부터 반대 방향의 힘이 작용하는 쌍방향성이 성립한다(Kim, 2017a).

특히 쌍방향성은 인터넷의 발달로 인해 지구촌 어디에도 인터넷 연결만 되면 실시간 소통이 가능한 미디어 커뮤니케이션의 속성적 개념으로 의미를 부여하고 있다. 인류는 지속적인 기술의 발달로 인해 아날로그 시대를 지나 디지털 시대로 전환됨에 따라 쌍방향 혹은 다방향의 소통을 지구 어디에서든 실시간 피드백 할 수 있게 되었다. 쌍방향성과 양방향성에 대한 개념을 기계, 전자, 전기 등의 공학 연구에서 주로 사용해 왔으며, 특히 최근에는 인터넷의 범세계화로 인해 방송과 미디어를 비롯해 SNS(Social Network Service)관련 연구에서 흔히 찾아볼 수 있는 개념이 되었다. 이는 쌍방향성이 갖는 ‘상대방 실시간 소통’이란 속성 때문이라 설명되어진다.

### 2.3.3 수평성

서비스본질의 세 번째 개념은 ‘수평성’이다. 수평성의 사전적 의미는 물리적인 현상의 ‘기울지 않고 평평한 상태’를 뜻하는 ‘Horizontal’로 해석하고 있으며, 일반적으로 사용되는 ‘평등(equality)’의 개념은 사회현상 연구에서 주로 사용되는 연구 개념이다. 사회과학보다는 인문학적 연구 소재로 많이 사용되며, 수직성과 함께 수평성을 비견하여 표현하는 것이 일반적이다.

우선 ‘서비스가치를 기준으로 소비를 결정하기 위한 조건’이라고 수평성을 정의하고 있다(Kim, 2018). 이는 서비스본질의 이상적 속성이다.

수평성의 신경제관점에서 서비스 공급자와 수혜자는 대등한 지위에 있어야한다. 그래야만 서비스 가치에 따라 소비 여부를 결정할 수 있다. 양쪽의 힘이 다르면 정당한 가격으로 이상적인 서비스가 공급 또는 소비될 수 없다. 수평성은 이상적인 서비스의 본질이지만 근대에 들어서야 빛을 보기 시작했다. 주인이라는 개념이 없어지고 고객(client)이라는 개념이 탄생했다. 이를 통해 서비스 수혜자(소비자)와 서비스 공급자의 관계가 대등해졌다. 현대에 들어서는 갑을문화를 타파하고 감정 노동에

시달리는 서비스업 종사자들을 존중하지는 움직임이 일면서 수평성이 사회전반으로 확산되고 있다 (Kim, 2018).

### 2.3.4 조화성

서비스의 마지막 본질은 ‘조화성’이다.

조화성의 사전적 의미는 ‘서로 모순됨이나 어긋남이 없이 잘 어울리는 성질’이다. 영어 표현으로는 주로 ‘Harmony’와 ‘Reconcilability’(화해, 조정가능성/조화성, 일치성)등으로 표현되며 다른 영문표현은 ‘Congruency’(일치, 합동, 적합성)의 뜻으로 표현된다. 또 다른 연구에서는 Compatibility(양립, 공존가능성/호환성)의 의미로 사용되기도 했다.

기존 연구 문헌에서는 물리적 선택공간의 어울림의 정도를 조화성으로 해석하였다. 물건과 물건, 물건과 사람, 공간과 공간, 공간과 사람 등의 개념이다. 어떤 물건의 디자인의 조화성이나 어느 공간의 위치와 배치 등에 관한 연구 등이 주로 조화성에 관한 연구들의 주류를 이루었다.

그러나 서비스본질로서의 조화성 연구는 Kim(2018)의 저서에서 찾아볼 수 있다. 서비스는 하나의 시스템이므로 전체적인 조화가 중요하다. 서비스 시스템은 고객과 공급자, 서비스 플랫폼을 구성하는 제품과 기술, 외부 시스템과 내부 시스템을 연결하는 중심가치, 시스템에 공유되는 정보 등으로 구성된다. 이 모든 요소가 전체적으로 조화되어야 서비스 시스템이 성과를 발휘한다. 서비스가 성립하려면 서비스 공급자와 소비자 집단이 모두 자신의 역할을 조화롭게 수행해야 한다. 서비스 공급자와 소비자가 연결되어 있고, 서비스 공급자 집단이 서로 연결되어 있고, 서비스 소비자 집단도 서로 연결되어 있다. 따라서 어느 한부분이 역할을 제대로 하지 못하면 다른 서비스 시스템에 영향을 주어 전체적으로 서비스 실패가 발생할 수 있다 (Kim, 2018).

## 3. 서비스본질 기초항목 추출 [정성적]

서비스본질의 4개 범주인 ‘관계성’, ‘쌍방향성’, ‘수평성’, ‘조화성’은 Kim(2018)의 연구에서 채택하였으며, 4개 범주는 그 쓰임이나 활용의 범위가 넓

고 일반화된 언어이다. 그리고 그 속성 또한 여러 의미로 쓰여지고 있어 본 연구의 목적에 부합한 개념화 과정에서 좀 더 많은 연구자들의 동의를 높이는 과정이 필요하다. 본 연구에서의 목적으로 제시된 ‘서비스본질’의 개념은 현대 경영과 환경의 변화에 맞춰서 여러 산업군과 경영환경에 맞는 측정 가능 항목으로서 실효성 있는 측정도구가어야 한다.

이러한 측면에서 본 연구에서는 ‘서비스본질(Service Nature)’로 정의된 4개 범주의 하위구성요인을 추출해 내기 위해 3가지의 연구방법을 채택하였다.

첫 번째로, 문헌연구로 그 동안 연구되어진 기존 문헌들에서 서비스본질인 4개 범주를 조사하였으며 각 범주에 부합하는 개념의 하위 요인들을 추출하였다.

두 번째로, 문헌연구에서 미처 찾아내지 못했거나 혹은 좀 더 객관성과 일반성을 지표 할 수 있는 방법으로 ‘자유응답법(Free Answer Method)’을 본 연구에 도입하여 연구의 신뢰성을 더욱 높였다.

세 번째로, 문헌연구와 자유응답법을 통해서 추출되어지지 못했거나 본 연구에 부합하지 않는 요인들을 전문가로 구성된 패널과 2차례에 걸친 연구 설문을 통한 델파이 기법(Delphi Technique)을 이용해서 본 연구와 부합하는 개념들을 수렴하였다.

### 3.1 문헌 연구

서비스본질(Service Nature)의 4개 범주는 서로 의미가 비슷하면서 양립되는 상호호환적(inter-compatible) 성질이며 서로의 의미에 보충적 설명이 되는 상호호혜적(mutually reciprocal) 관계의 개념들이다. 서로 각 범주의 뜻과 의미가 비슷하기에 서로의 개념적 정의가 모호할 수 있고, 하위 요인들에 교집합이 형성되어 대립되거나 호환적일 수 있다. 그리고 4개의 범주는 인간과 인간, 인간과 사물, 사물과 사물간의 성질이 있다. 특히 ‘쌍방향성’은 인간과 사물, 사물과 사물의 성질을 설명하는 중요한 개념으로 연구되어진다. 본 연구에서는 ‘인간과 인간’ 혹은 ‘인간과 사물’

의 관계만을 중심으로 서비스본질로 개념화하는데 초점을 두었다.

본 연구에서 정의한 서비스본질 4개 범주인 ‘관계성’, ‘쌍방향성’, ‘수평성’, ‘조화성’의 철학적 고찰과 문헌연구의 결과로 총 144개의 기초항목을 추출하였다.

### 3.1.1 관계성

관계성은 광의적 의미를 지니고 있는 개념이라 여러 형태의 이론이 있으며, 다양한 연구로 진행되고 있다. 주로 연구의 구성 개념은 ‘조직-공중 관계성’과 ‘자기결정이론’, ‘대상이론’, ‘대인 이론’, ‘개별성-관계성’ 이론 등이 있었으며, 그 중 본 연구와 부합하는 개념들로 문헌연구를 진행하였다.

문헌연구로 도출된 개념은 Bloom, Cathy & Ritchey(2000)의 연구에서 ‘상호작용, 계약, 교환 및 연계’와 Huang, Y. H (2001)의 연구에서 ‘호혜의 교환, 체면의 유지’, Woo(1998)가 기존 연구를 토대로 제시한 ‘만족성, 충실성, 신뢰도, 관여도, 커뮤니티투자’ 등의 속성적 개념을 도출하였다. 또 최근 연구 문헌에서 Yang(2020)의 ‘친밀성’을, Kim(2018)의 연구에서 ‘체험중심, 플랫폼 활성화, 덕성’ 등의 개념들을 도출하였다.

### 3.1.2 쌍방향성

쌍방향성은 양방향성(兩方向性)과 동의어이며 실제 연구에서 상호작용이론(Interactive theory)으로 주로 연구 되어졌다. 또는 물리적 개념으로 공학이나 사회과학에서 Two side 혹은 Two-way relationship(쌍방향관계)등의 개념으로 연구되어지기도 하였다. 최근엔 온라인 서비스가 서비스경제를 이끌면서 중요한 연구 개념으로서 쌍방향성이 연구 되어져왔다.

해외연구에서는 ‘복잡성, 노력의 양, 반응성, 모니터링 정도, 정보추가의 용이성, 촉진성’, ‘하이퍼미디어, 커뮤니케이션’ 등의 개념들을 추출하였다. 그리고 국내문헌에서 Kim et, al(2014)에서 ‘감성교감, 상호작용’을, Park(2012)에서 ‘양자적 상호성, 민감성, 정서교류, 격려’ 등의 속성적 요인을 밝혔으며, 또 최근 연구에서 Yoo(2020)의 연구

에서 ‘호혜적 커뮤니케이션, 관계구축, 바람직한 경험, 의도적 행위, 반응’, Kim(2018)의 연구에서 ‘실명성, 주체성, 신뢰성, 공정성, 믿음, 고객피드백, 책임성’ 등의 요인들을 도출해 내었다.

### 3.1.3 수평성

수평성 연구는 주로 평등(Equality)의 개념으로 연구되었다. 다만 대인관계 연구에서는 ‘수평성’이란 표현은 자주 사용되지 않았다. 이에 본 연구에서는 평등과 수평성으로 문헌 조사를 진행한 후 연구목적에 부합한 구성요인들을 정리하였다.

우선 Amartya Sen(1979)의 강의에서 ‘moral goodness, virtues’ 등을 도출했으며 국내문헌에서는 Song(2005)의 연구에서 ‘존엄성, 적합성, 차별성’을, Lee(2009)의 연구에서는 ‘자타 평등성, 출신 평등성’을 도출해 내었다. 그리고 Kim(2018)에서는 ‘대등한 지위, 평등, 주인도덕, 상호주관성, 의사소통, 의사결정’ 등의 구성요인들을 밝혀내었다.

### 3.1.4 조화성

조화성은 해외문헌에서 주로 ‘Harmony’의 개념으로 연구되어졌고 국내는 ‘조화성’이란 표현을 여러 연구에서 각각 다른 개념으로 연구되어졌음을 알 수 있었다. 이에 본 연구에 부합하는 개념의 연구들을 조사하였다.

Kim(2018)의 연구에서 ‘관련성, 연관성, 응집성, 적합성, 개념일치성, 일치성’ 등의 구성 요인을 추출하였고, Sung et, al(2014)의 연구에서는 좋은 형태, 근접성, 유사성, 공동운명 ‘의 속성적 요인들을 밝혀내었다. 그리고 Lee et, al(2020)의 최근연구에서 ‘물리적 조화, 맥락적 조화’를 도출하였고, Kim(2018)의 연구에서는 ‘서비스 시스템, 서비스 플랫폼, 대칭성, 균형성, 항상성’을 구성요인으로 도출하였다.

## 3.2 자유 응답법

본 연구에서는 서비스본질을 좀 더 일반적이고 다양한 의견을 수렴하기 위해 자유응답법을 도입하였다. 자유응답법의 장점은 다양성에 있으며, 또한 객관성과 신뢰성에 있다 할 수 있다.



자유 응답법은 전문대 이상의 학력을 가진 일반인들을 대상으로 실시하였고, 지역과 남녀노소 구분 없이 200명에게 개방형 설문을 진행하였다. 설문 기간은 2020년 11월 15일부터 20일까지이며 그 결과 불성실하거나 본 연구 의도와 다른 대답 등을 제외한 107명의 응답을 얻었다. 그 중 2명이상

의 응답이 나온 요인들만을 연구에 적용하였다. 결과로 관계성 구성요인을 13개, 쌍방향성은 13개, 그리고 수평성은 8개의 요인을 추출하였다. 마지막으로 조화성은 16개의 요인을 추출하여 총 50개의 기초항목을 얻었다. 결과를 아래의 [Tab. 3-1]로 도시하였다.

Tab. 3-1 Summary of Free-Answer Method Results

구분	추출 요인	응답
관계성	연결성	21
	연관성	12
	사회 연결성	8
	상호 연관성, 연관성, 의존성	9
	SNS(Social Network Service)	9
	사물 관계성	7
	유대감	4
	커뮤니케이션	3
	사회성	4
	관련성	3
	공동체, 공통성	3
	관계 지속성	3
	유사성, 필연성	2
쌍방향성	소통	31
	상호 작용성	14
	상호 교류	7
	교환성	7
	SNS/P2P	6
	피드백	5
	합의, 협력	5
	양방향성	4
	커뮤니케이션	3
	상생	2
	균형성	3
	다양성/다방면	3
	상이성	2
수평성	평등	26
	동등/대등/균등	22
	공평성/공정성	6
	갑질타파	5
	균형	7
	동일성/동질성	4
	서비스 필연성	4
	자유	2
조화성	어울림/어우러짐	30
	상호 보완성/상호 존중성	7
	시스템/시너지	6
	플랫폼	5
	만족	3
	모나지않음/어긋나지않음	8
	융화/융합	7
	자연스러움/자유로움	4

	조화로운	5
	밸런스/통합/팀웍	8
	화목함/화합	6
	NEEDS 파악	2
	개성존중	4
	균형	4
	사회성	3
	효율성/평형성	3

### 3.3 델파이 기법(Delphi Technique)

#### 1차 (개방형)

본 연구에서는 서비스본질의 4개 범주의 기초항목들을 추출하기 위해 문헌연구와 자유 응답법을 시행하고 마지막으로 전문가 패널로 구성된 20명의 패널을 선정하여 델파이 기법을 도입하였다. 델파이 1차 설문은 개방형으로 진행 하였으며 2020년 11월20일부터 20일간 이메일을 통해 본 연구의 진

행 사항과 문헌연구와 자유응답법에서 추출된 기초항목 자료들을 공개하였고 연구의 이해를 돕는 자료와 함께 개방형 설문지로 진행하였다. 연구에 참여한 델파이 패널은 모두 박사과정 수료 이상의 학력이었고 전,현직 교수와 서비스분야 전문가들로 구성되었다. 델파이 1차 설문에서 모두 103개의 서비스본질의 4개 범주를 구성하는 기초항목을 추출 하였다. 자세한 내용을 아래 [Tab. 3-2]에 기술하였다.

Tab. 3-2 Summary of Delphi Technique 1st Survey Results

	관계성	쌍방향성	수평성	조화성
P1	상호호혜적 가치교환	상호적 의사소통	상호소통적 지위대등	상호존중적 역할보완
P2	공급과 소비의 연결, 경험	고객의피드백,쌍방향플랫폼	공급과수요의일관화, 서비스지원정책표준화	제품과기술의조화,외부내부시스템의중심가치
P3	유대감,협업력,	소통성, 업무교감	동등성, 상대존중	시너지, 근면, 성실
P4	연결성,유대감,관련성	소통,상호교류,상생	평등,공평성,공정성	시스템,시너지,플랫폼
P5	연결성,상호의존성	커뮤니케이션,상호교류	평등,공평,공정	상호보완성,융합,통합
P6	관계관리,상호작용	양자적상호성,주체성	권리보장,상호주관성	적합성,지지성,연관성
P7	만족도,신뢰성,의존성	커뮤니케이션,상호작용	권리보장,공평성,공정성	시스템,성실성,근접성
P8	상호작용,연결,신뢰	협력,균형,소통	평등,공평,존중,인정	융화,오류없는,안정
P9	신뢰성,친밀도,만족성	상호작용,소통,신뢰성	평등,의사소통,동질성	대칭성,연관성,공동운명
P10	호혜의교환,관계지속성,연결성	개방폐쇄정도,비언어적정보,실명성	동등성,공정성,도덕적선택	관련성,상호보완성,신뢰성,이해의노력정도
P11	성호연결성,SNS,커뮤니케이션	소통,상호작용성,상호교류	공평성,균형,동일성	어울림,상호보완성,융합
P12	친밀도,신뢰도,희생,봉사,경청,	공감능력,수용능력,협상,타협	존중,역지사지,승-승관계패턴	시너지,협업,유연한사고
P13	상호보완성,SNS,공감,커뮤니케이션	유형성,신뢰성,반응성,공감성,확신성	진정성,수평적지위	균형,의존성,상호작용
P14	의존성,유대감,관계지속성	소통,피드백,상생	평등,동질성,상호존중	상호보완성,시너지,개성존중
P15	신뢰성,상호작용,친밀도,네트워크,체험	감성교감,반응성,상호작용,즉각적피드백,응답속도	공평성,갑질타파,서비스표준화	균형성,맥락효과,시스템의간편성
P16	상호작용,비즈니스,필연성	소통,교환성,복잡성	평등,공평성,공정성	균형성,융합,이해

P17	신뢰성, 의존성, 공공성, 유대감	소통, 상생, 토론	공평성, 평등, 균형	어울림, 조화로움, 화합
P18	상호작용, 상호연결성	소통, 피드백, 신뢰성	균형, 평등, 동등	융화, 시너지, 성실성
P19	고객만족, 체험중심, 서비스인프라	SNS, 실명성, 신뢰성	갑질타파, 대등한지위, 평등	시스템, 플랫폼, 균형성, 포용과배려
P20	상호관련성, 네트워크, 사회적연결성(시스템, 인프라)	상호성, 전문성, 수용성	동일성, 가치성, 지속성	전체성, 개별성, 연결성

#### 4. 서비스본질 표본항목 개발 [정량적]

먼저 진행된 문헌연구와 자유응답법 그리고 델파이 1차 설문에서 추출된 191개의 설문을 정제하고 본 연구에 부합한 요인들을 채택하기 위해 델파이 패널구성을 1차 개방형 설문에 참여한 20명과

10명의 전문가를 더 추가하여 30명으로 2차 설문을 진행하였다. 그 중 미 응답자 2명과 불성실 응답자 1명을 제외한 27명의 패널 응답으로 연구를 진행하였다.

2차 설문은 폐쇄형 5점척도로 진행하였으며 전문가 패널구성의 자세한 사항을 아래 [Tab. 4-1]에 기술하였다.

Tab. 4-1 Delphi Panel Status

구분	성별	연령대	최종학위	전공	직업
P1	남	50대	박사	서비스경영	전문직
P2	여	50대	박사	생산관리	교수
P3	남	60대	박사	마케팅	전문직
P4	여	40대	박사	서비스경영	교수
P5	남	50대	박사수료	마케팅	전문직
P6	남	30대	박사	서비스경영	전문직
P7	남	50대	박사	마케팅	교수
P8	남	50대	박사	마케팅	전문직
P9	남	50대	박사	마케팅	교수
P10	남	40대	박사수료	서비스경영	서비스업
P11	여	50대	박사	인사관리	서비스업
P12	여	30대	박사수료	서비스경영	서비스업
P13	남	50대	박사	마케팅	교수
P14	남	40대	박사	서비스경영	서비스업
P15	남	50대	박사	마케팅	교수
P16	여	40대	박사	회계	전문직
P17	남	50대	박사	회계	서비스업
P18	남	40대	박사	서비스경영	전문직
P19	여	30대	박사	인사관리	전문직
P20	남	50대	박사	인사관리	교수
P21	남	50대	박사	생산관리	제조업
P22	여	40대	박사수료	마케팅	서비스업
P23	남	40대	박사	생산관리	제조업
P24	남	50대	박사	마케팅	언론
P25	남	40대	박사수료	서비스경영	서비스업
P26	남	60대	박사	마케팅	전문직
P27	남	60대	박사	서비스경영	서비스업

우선 측정 항목에 대하여 요인별 평균 이하를 제거하였다. 그리고 내용타당도는 Lawshe(1975)가 제시한 내용타당도(content validity ratio; cvr)를 바

탕으로 분석하였다. CVR은 패널수에 따라 최소값을 제시하고 있으며, 최소값 이상이 되었을 때 문항에 대한 내용타당도가 있는 것으로 판단된다

(Kang, 2008). 본 연구는 응답자가 27명이므로 CVR 최소값을 0.35로 진행하였고 0.35 미만의 요인들은 제거되었다.

신뢰도(Reliability)는 일반화 가능도 계수로 추정할 수 있는데 이는 Cronbach's α 계수와 동일하다. 본 연구에서 1차 설문에서 평균과 내용타당도에서 충족한 문항을 대상으로 신뢰도 분석을 하였다. Cronbach's α 최소값인 0.6이상을 모두 충족하여 모

든 요인이 채택되었다.

타당도(Validity) 검증은 탐색적 요인분석을 통해 측정하고자 하는 요인의 타당도를 확인하였다. 공통성이 0.4 미만, 요인적재치가 0.4 미만인 항목은 제거하였다.

패널 인원수에 따른 CVR값은 [Tab.4-2]에 제시하였다.

Tab. 4-2 Minimum Value of Content Validity Ratio (CVR) According to The Number of Respondents

응답자수	CVR 최소값
10	.62
15	.49
20	.42
25	.37
30	.33
40	.29

평균/CVR 과정에서 '관계성'의 총 52개 문항 중 31개 문항이 제거되고 21개 문항이 채택되었다. 그리고 타당성 검증에서 6개의 항목이 더 제거되

었으며 최종 15개의 속성적 요인을 추출하는 결론을 내었다. 자세한 내용을 [Tab. 4-3]에 정리하였다.

Tab. 4-3 Summary of Relationship Research Results

전체 평균	측정문항	개별평균	개별편차	CVR (0.35이상)	Cronbach h'a	공통성	요인 적재치	비고
관계성(평균 - 3.636)	관계성1	4.556	0.577	0.926	.935	.548	.740	채택
	관계성2	3.333	1.000	0.037				CVR제거
	관계성3	3.037	1.091	-0.111				CVR제거
	관계성4	4.407	0.694	0.778				CVR제거
	관계성5	3.444	0.892	-0.185				CVR제거
	관계성6	4.296	0.724	0.852	.935	.492	.702	채택
	관계성7	2.852	0.718	-0.778				CVR제거
	관계성8	3.259	0.944	-0.259				CVR제거
	관계성9	4.111	0.892	0.481	.933	.723	.851	채택
	관계성10	4.222	0.892	0.556	.934	.631	.794	채택
	관계성11	3.593	0.694	-0.037				CVR제거
	관계성12	3.370	0.967	-0.259				CVR제거
	관계성13	3.296	0.993	-0.481				CVR제거
	관계성14	4.704	0.465	1.000	.937	.379	.615	공통성제거
	관계성15	4.519	0.580	0.926	.937	.363	.602	공통성제거
	관계성16	3.259	0.813	-0.333				CVR제거
	관계성17	4.222	0.892	0.704	.933	.691	.831	채택
	관계성18	3.111	0.934	-0.556				CVR제거
	관계성19	4.296	0.724	0.704	.934	.643	.802	채택
	관계성20	2.704	0.775	-0.778				CVR제거
	관계성21	2.778	0.801	-0.704				CVR제거
	관계성22	3.074	0.829	-0.333				CVR제거
	관계성23	3.111	0.751	-0.407				CVR제거

관계성24	4.185	0.786	0.556	.937	.639	.799	채택
관계성25	3.074	0.616	-0.704				CVR제거
관계성26	4.370	0.629	0.852	.934	.605	.778	채택
관계성27	2.963	0.706	-0.704				CVR제거
관계성28	3.889	0.698	0.556	.942	.071	.267	공통성제거
관계성29	4.593	0.636	0.852	.939	.268	.518	공통성제거
관계성30	3.889	0.801	0.407	.942	.118	.343	공통성제거
관계성31	3.148	0.662	-0.407				CVR제거
관계성32	4.593	0.501	1.000	.936	.582	.763	채택
관계성33	4.556	0.506	1.000	.937	.427	.653	채택
관계성34	3.481	0.802	0.037				CVR제거
관계성35	3.148	0.949	-0.333				CVR제거
관계성36	2.815	0.962	-0.630				CVR제거
관계성37	2.741	0.813	-0.704				CVR제거
관계성38	4.407	0.572	0.926	.935	.585	.765	채택
관계성39	2.889	0.751	-0.630				CVR제거
관계성40	2.704	0.669	-0.852				CVR제거
관계성41	4.481	0.580	0.926	.934	.616	.785	채택
관계성42	4.407	0.636	0.852	.936	.659	.812	채택
관계성43	4.296	0.669	0.778	.936	.502	.708	채택
관계성44	3.037	1.126	-0.259				CVR제거
관계성45	3.370	0.839	0.111				CVR제거
관계성46	4.556	0.641	0.852	.935	.461	.679	채택
관계성47	4.593	0.572	0.926	.941	.141	.375	공통성제거
관계성48	2.741	0.656	-0.852				CVR제거
관계성49	3.185	0.736	-0.407				CVR제거
관계성50	3.370	0.839	-0.111				CVR제거
관계성51	3.296	0.669	-0.185				CVR제거
관계성52	2.741	0.944	-0.630				CVR제거

그리고 ‘쌍방향성’은 총 45개 문항 중 평균과 내용타당도 검증에서 28개 문항이 제거되어 17개 문항이 남았다. 그리고 타당도 검사에서 6개의 항목이 제거되어 최종 11개의 문항이 남았다. 자세한 내용을 [Tab. 4-4]에 정리하였다.

Tab. 4-4 Summary of Interactive Research Results

전체 평균	측정문항	개별평균	개별편차	CVR (0.35이상)	Cronbach h'a	공통성	요인 적재치	비고
쌍방 향성 평균3 .603)	쌍방향성1	4.444	0.698	0.778	.933	.502	.708	채택
	쌍방향성2	3.481	0.802	0.037				CVR제거
	쌍방향성3	3.111	0.934	-0.333				CVR제거
	쌍방향성4	2.704	0.823	-0.630				CVR제거
	쌍방향성5	4.481	0.700	0.778	.934	.448	.669	채택
	쌍방향성6	4.407	0.636	0.852	.930	.706	.804	채택
	쌍방향성7	3.222	0.801	-0.407				CVR제거
	쌍방향성8	4.333	0.620	0.852	.929	.789	.888	채택
	쌍방향성9	3.333	0.784	-0.259				CVR제거
	쌍방향성10	4.259	0.764	0.778	.930	.666	.816	채택
	쌍방향성11	3.074	0.874	-0.407				CVR제거
	쌍방향성12	3.333	0.877	-0.037				CVR제거
	쌍방향성13	3.593	0.636	0.333				CVR제거
	쌍방향성14	2.889	0.751	-0.630				CVR제거
	쌍방향성15	3.111	0.801	-0.259				CVR제거

쌍방향성16	4.333	0.620	0.852	.932	.556	.746	채택
쌍방향성17	2.704	0.669	-0.778				CVR제거
쌍방향성18	3.519	0.753	0.037				CVR제거
쌍방향성19	3.222	0.934	-0.111				CVR제거
쌍방향성20	3.778	0.751	0.185				CVR제거
쌍방향성21	4.407	0.572	0.926	.930	.759	.871	채택
쌍방향성22	4.037	0.898	0.704	.940	.244	.494	공통성제거
쌍방향성23	3.593	0.636	0.185				CVR제거
쌍방향성24	4.667	0.480	1.000	.935	.385	.621	공통성제거
쌍방향성25	4.407	0.694	0.778	.935	.379	.615	공통성제거
쌍방향성26	4.593	0.636	0.852	.935	.359	.599	공통성제거
쌍방향성27	2.815	1.145	-0.333				CVR제거
쌍방향성28	3.111	1.013	-0.185				CVR제거
쌍방향성29	3.185	0.736	-0.333				CVR제거
쌍방향성30	3.000	0.877	-0.481				CVR제거
쌍방향성31	4.296	0.669	0.778	.935	.366	.605	공통성제거
쌍방향성32	4.407	0.572	0.926	.931	.675	.821	채택
쌍방향성33	2.889	0.751	-0.630				CVR제거
쌍방향성34	2.963	0.759	-0.630				CVR제거
쌍방향성35	4.333	0.734	0.704	.930	.695	.834	채택
쌍방향성36	3.185	0.962	-0.333				CVR제거
쌍방향성37	2.815	1.001	-0.630				CVR제거
쌍방향성38	4.481	0.580	0.926	.932	.590	.768	채택
쌍방향성39	3.037	1.055	-0.407				CVR제거
쌍방향성40	3.037	0.706	-0.556				CVR제거
쌍방향성41	3.333	0.620	-0.185				CVR제거
쌍방향성42	4.222	0.641	0.778	.931	.599	.774	채택
쌍방향성43	3.370	0.742	-0.111				CVR제거
쌍방향성44	3.741	0.764	0.407	.932	.261	.511	공통성제거
쌍방향성45	2.889	0.801	-0.704				CVR제거

또 ‘수평성’ 은 전체 33개 문항 중 23개가 제거되고 10개 문항이 남았으며 10개 문항으로 타당도 검증에서 1개가 제거되어 최종 9개의 요인이 추출되는 결과를 보였다. 자세한 내용을 [Tab. 4-5]에 정리하였다.

Tab. 4-5 Summary of Horizontality Research Results

전체 평균	측정문항	개별평균	개별편차	CVR (0.35이상)	Cronbach's α	공통성	요인 적재치	비고
수평성(평균 3.544)	수평성1	3.630	0.792	0.333				CVR제거
	수평성2	4.370	0.688	0.778	.891	.605	.778	채택
	수평성3	3.000	0.679	-0.630				CVR제거
	수평성4	4.704	0.542	0.926	.899	.406	.640	채택
	수평성5	3.481	0.935	-0.111				CVR제거
	수평성6	4.259	0.656	0.778	.887	.660	.812	채택
	수평성7	3.296	0.823	-0.259				CVR제거
	수평성8	4.185	0.786	0.556	.885	.712	.844	채택
	수평성9	3.296	0.669	-0.185				CVR제거
	수평성10	3.519	0.893	0.185				CVR제거
	수평성11	4.111	0.751	0.556	.887	.655	.810	채택
	수평성12	3.148	1.027	-0.333				CVR제거
	수평성13	2.963	0.940	-0.481				CVR제거
	수평성14	4.407	0.636	0.852	.888	.640	.800	채택

수평성15	3.111	1.013	-0.259					CVR제거
수평성16	4.444	0.698	0.778	.896	.486	.697		채택
수평성17	3.259	0.859	-0.111					CVR제거
수평성18	3.593	0.888	0.333					CVR제거
수평성19	3.000	0.784	-0.481					CVR제거
수평성20	3.704	0.953	0.185					CVR제거
수평성21	3.926	0.730	0.407	.916	.141	.375		공통성제거
수평성22	2.926	0.874	-0.407					CVR제거
수평성23	2.667	1.000	-0.630					CVR제거
수평성24	3.963	0.940	0.259					CVR제거
수평성25	2.704	0.775	-0.778					CVR제거
수평성26	3.259	0.813	-0.333					CVR제거
수평성27	3.667	0.832	0.037					CVR제거
수평성28	2.889	0.934	-0.556					CVR제거
수평성29	3.296	0.823	-0.111					CVR제거
수평성30	4.519	0.509	1.000	.888	.742	.862		채택
수평성31	2.778	0.847	-0.630					CVR제거
수평성32	2.556	0.751	-0.852					CVR제거
수평성33	4.333	0.784	0.630	.893	.560	.749		채택

마지막으로 조화성은 전체 61개 문항 중 42개 문항이 평균/CVR 최소값에서 제거되었으며 남은 19개 문항 중 공통성에서 1개가 최소값을 충족하지 못하고 제거되어 최종 18개 요인이 추출되었다. 자세한 내용을 [Tab. 4-6]에 정리하였다.

Tab. 4-6 Summary of Harmony Research Results

전체 평균	측정문항	개별평균	개별편차	CVR (0.35이상)	Cronbac h'a	공통성	요인 적재치	비고
조화성(평균 3.5246)	조화성1	4.667	0.555	0.926	.955	.417	.645	채택
	조화성2	3.074	0.874	-0.556				CVR제거
	조화성3	3.148	0.989	-0.185				CVR제거
	조화성4	3.185	0.879	-0.333				CVR제거
	조화성5	3.074	0.829	-0.333				CVR제거
	조화성6	3.074	0.781	-0.481				CVR제거
	조화성7	3.296	0.823	-0.185				CVR제거
	조화성8	4.407	0.694	0.778	.952	.630	.794	채택
	조화성9	4.333	0.734	0.704	.951	.759	.871	채택
	조화성10	2.926	1.107	-0.556				CVR제거
	조화성11	4.037	0.808	0.407	.953	.625	.791	채택
	조화성12	2.185	0.879	-0.926				CVR제거
	조화성13	3.222	1.013	-0.111				CVR제거
	조화성14	2.778	0.698	-0.704				CVR제거
	조화성15	3.296	0.823	-0.259				CVR제거
	조화성16	3.037	0.854	-0.407				CVR제거
	조화성17	2.741	1.023	-0.407				CVR제거
	조화성18	4.630	0.492	1.000	.954	.456	.675	채택
	조화성19	3.407	0.747	-0.185				CVR제거
	조화성20	3.370	0.629	-0.111				CVR제거
	조화성21	4.333	0.620	0.852	.952	.667	.816	채택
	조화성22	3.630	0.565	0.185				CVR제거
	조화성23	4.333	0.620	0.852	.952	.602	.776	채택
	조화성24	4.519	0.580	0.926	.953	.582	.763	채택
	조화성25	3.037	0.940	-0.407				CVR제거

조화성26	3.148	0.718	-0.407				CVR제거
조화성27	3.630	0.742	0.259				CVR제거
조화성28	4.444	0.641	0.852	.953	.711	.843	채택
조화성29	4.556	0.577	0.926	.952	.327	.572	공통성제거
조화성30	4.519	0.700	0.778	.956	.411	.641	채택
조화성31	2.889	0.641	-0.704				CVR제거
조화성32	2.889	0.892	-0.481				CVR제거
조화성33	3.037	0.759	-0.407				CVR제거
조화성34	3.185	0.921	-0.259				CVR제거
조화성35	3.259	0.944	-0.185				CVR제거
조화성36	3.111	0.934	-0.407				CVR제거
조화성37	3.407	0.694	-0.111				CVR제거
조화성38	4.296	0.669	0.778	.952	.715	.846	채택
조화성39	4.370	0.629	0.852	.952	.700	.836	채택
조화성40	3.333	0.555	-0.259				CVR제거
조화성41	2.741	0.903	-0.704				CVR제거
조화성42	3.519	0.893	0.111				CVR제거
조화성43	3.111	0.751	-0.333				CVR제거
조화성44	3.148	0.989	-0.259				CVR제거
조화성45	2.926	0.997	-0.407				CVR제거
조화성46	3.074	0.917	-0.333				CVR제거
조화성47	4.296	0.669	0.778	.951	.691	.831	채택
조화성48	3.481	0.700	-0.259				CVR제거
조화성49	3.889	0.641	0.481	.959	.121	.348	공통성제거
조화성50	3.333	0.920	-0.185				CVR제거
조화성51	2.815	1.039	-0.481				CVR제거
조화성52	2.778	0.892	-0.556				CVR제거
조화성53	4.481	0.643	0.852	.953	.616	.785	채택
조화성54	2.815	0.681	-0.778				CVR제거
조화성55	4.481	0.643	0.852	.953	.603	.776	채택
조화성56	3.481	0.700	-0.111				CVR제거
조화성57	3.556	0.892	0.037				CVR제거
조화성58	3.370	0.839	-0.259				CVR제거
조화성59	3.222	0.801	-0.407				CVR제거
조화성60	4.296	0.669	0.778	.952	.698	.836	채택
조화성61	4.370	0.742	0.704	.954	.496	.704	채택

그리고 전체 분석결과를 [Tab. 4-7]에 요약하였다.

Tab. 4-7 Summary of Analysis Results

구분	문항수	평균	평균/내용타당도 제거 항목	신뢰도 제거항목	타당성 제거항목	최종항 목
관계성	52	3.636	31	-	6	15
쌍방향성	45	3.603	28	-	6	11
수평성	33	3.544	23	-	1	9
조화성	61	3.525	42	-	2	17
합	191		124	-	15	52

본 연구의 결과는 아래 [Tab. 4-8]과 같이 정리 하였으며 2차 정제를 마무리하기 위한 각 범주별 중복요인들의 평균/내용타당도 정제과정이 남았다.



Tab. 4-8 The Results of The Study

구분	코딩번호	항목	코딩번호	항목
관계성	DT1-41	SNS	DT1-44	공감
	LR1-26	공중관계	DT1-47	관계지속성
	DT1-69	네트워크	FA1-7	사물관계성
	DT1-16	상호 연결성	DT1-62	상호작용
	FA1-15	소통	DT1-58	신뢰성
	DT1-67	서비스 인프라	LR1-35	정서적 친밀감
	DT1-52	플랫폼	DT1-54	체험
	DT1-44	커뮤니케이션		
쌍방향성	DT2-68	SNS	DT2-2	피드백
	DT2-45	공감성	LR2-17	관계구축
	DT2-14	균형성	DT2-52	반응성
	DT2-69	실명성	DT2-72	전문성
	DT2-47	진정성	FA2-8	커뮤니케이션
	DT2-25	협력		
수평성	DT3-29	덕성(moral goodness)	DT3-53	갑질타파
	DT3-30	공평성	FA3-4	균형성
	DT3-54	대등한지위	DT3-40	상호존중
	DT3-43	서비스 표준화	DT3-36	진정성
	LR3-18	평등		
조화성	FA4-21	NEEDS 파악	LR4-6	교감
	DT4-65	균형성	DT4-25	근접성
	FA4-13	밸런스	DT4-47	상호 보완성
	FA4-2	상호 존중성	FA4-4	서비스 플랫폼
	DT4-61	시너지	DT4-36	신뢰성
	LR4-28	시스템	DT4-10	융합
	DT4-21	적합성	DT4-13	팀워크
	DT4-64	플랫폼	FA4-19	효율성
DT4-65	포용과 배려			

## 5. 결론 및 토의

### 5.1 연구의 결과

본 연구는 서비스본질 4개 범주의 구성요인을 정성적 연구로서 문헌연구(철학적 고찰), 자유응답법, 델파이 1차 설문(개방형)을 통해 추출하였다. 그리고 정량적 연구로서 1차 델파이 설문에서 보다 10명의 전문가를 더 추가하여 30명의 패널에게 2차 델파이 설문(폐쇄형)을 진행하였다. 도출된 항목의 정제과정은 다음과 같다.

첫째, 단어가 같고 뜻도 같은 단어중복제거와 단어는 다르나 그 의미가 동의어인 경우의 이음동의어(異音同意語)를 의미중복제거 하였다.

둘째, 4개의 서비스본질의 범주 안에서 서로 교차하거나 그 뜻과 의미가 중복되는 항목들을 중요도 비중으로 분류하였다.

셋째, 델파이 기법을 이용한 두 번째 설문(폐쇄형)에서 정량적 방법으로 평균/내용타당도, Cronbach's α값과 공통성/요인 적재치를 검증하여 총 139개의 요인을 제거하였다.

### 5.2 연구의 시사점 및 한계

본 연구는 서비스경제 시대를 맞아 서비스본질을 정의하고 그 하위 구성요인들을 문헌연구와 철학적 고찰을 통해 1차 추출하고 2차로 자유응답법을 도입하여 일반적 서비스본질의 구성요인을 확보하였다. 그리고 본 연구에서는 델파이 기법을 도입하여 전문가 20명으로 구성된 1차 설문 패널과의 연구과정을 통해 서비스본질 하위구성요인들을 추

출했으며 2차 설문은 30명의 전문가 패널과 함께 2차 항목 정제를 실시하여 52개의 항목을 도출하였다.

이에 본 연구는 측정항목 개발 목적으로 진행되었던 바, 내용면에서 장대하고 많은 표식과 서술이 필요하였다. 모두 내용을 삼입할 수 없었기에 후속 연구를 진행하여 연구를 마무리 할 필요가 있다.

연구의 시사점은 첫째, 서비스 경제 시대의 새로운 패러다임 전환을 정의하고 서비스 인식의 고취와 서비스경제의 올바른 의식 함양에 앞장섰다는 점이다.

둘째, 서비스 경제시대에 맞는 새로운 본질 항목들을 밝혀낼 수 있었다. SNS, 네트워크, 시너지, 플랫폼, 시스템, 실명성, 갑질타파 등은 기존의 연구에서 얻지 못한 개념들로서 본 연구의 시사하는 바가 크다.

셋째, 기존의 사회과학연구에서 주로 도입되지 않았던 자유응답법을 사용한 점이다. 자유응답법을 사용함으로써 더욱 객관적이고 일반화된 요인들을 도출해낼 수 있었다.

본 연구의 한계점으로는 첫째, 서비스본질의 4개 범주가 인간/인간관계, 인간/기계(사물)관계, 기계(사물)/기계(사물)관계라는 복잡한 구조상의 개념을 내재하고 있다. 그러나 본 연구에서는 사람중심 서비스의 관계성만을 규명함으로써 한계를 나타냈다. 향후 연구에서는 인간/기계(사물), 기계(사물)/기계(사물) 관계를 규명하는 연구가 폭넓게 이뤄져야 하겠다.

둘째, 일반 서비스기업의 CEO나 관리자를 대상으로 본 연구에서 개발된 항목을 실제 측정하지 못했다. 서비스관련 종사자들에게 폭넓게 적용되는 항목인지의 검증이 필요하다.

셋째, 본 연구는 서비스본질 측정항목 개발에 2차 정제된 52개의 요인만을 도출해 내었다. 사람중심의 서비스를 대상으로 정량적 연구를 통해 검증 단계를 마치고 현대 경제사회에 실측 가능 연구 항목으로 개발할 필요가 있다.

## Reference

- [1] An, Sehong and Kim, H. (2020), A Study on the Effect of Entrepreneurship and Ceo Competency on Management Performance of SME Managers in the Service Economy Era, *Journal of Service Research and Studies*, Vol.10, No.3, pp:81-101. (안세홍, 김현수 (2020), 서비스 경제 시대 중소기업 경영자의 기업가 지향성과 CEO역량이 경영성과에 미치는 영향 연구, 서비스연구, 제10권, 제3호, pp:81-101).
- [2] Broom, G. M., Casey, S., & Ritchey, J. (1997), Toward a concept and theory of organization-public relationships. *Journal of Public Relations Research*, Vol.9, No.2, pp: 83-98.
- [3] Choo, Kwangho(2016), Entrepreneurship should be fully displayed in the service industry, *Service Korea Initiative April 2016*, pp:169. (추광호 (2016) 서비스산업의 기업가 정신이 마음껏 발휘할 수 있도록 해야, Service Korea Initiative 2016, 4월, pp:169).
- [4] Huang, Y. H. (2001), OPRA: A Cross-Cultural, Multi-Item Scale for Measuring Organization-Public Relationships, *Journal of public relations research*, Vol.13, No.1, pp:61-90.
- [5] Kang, Yongjoo(2008), Understanding and Application Examples of the Delphi Technique, Korea Employment Agency for Persons with Disabilities Employment Development Institute, Occasional Task Report, 2008.7.14, Susi 08-20) (강용주(2008) 델파이 기법의 이해와 적용사례, 한국장애인고용공단 고용개발원, 수시과제 보고서, 2008.7.14, 수시08-20).
- [6] Kim. Hyunsoo(2018), New management of management, Kookmin University Press. (김현수. (2018), 경영의 신경영, 국민대학교 출판부).
- [7] Kim, Hyunsoo(2017a), Service R&D Strategies in the Era of Boundless Industries, *Journal of Service Research and Studies*, Vol.7, No.2, pp.79-90. (김현수(2017a), 산업간 경계 해체시대의 서비스R&D전략, 서비스연구, pp.79-90).

- [8] Kim, Hyunsoo(2017b), A Study on Service Industry Development Policy by Service Nature, Journal of Service Research and Studies, Vol.7, No.1, pp.15-26. (김현수 (2017b), 서비스본질 기반의 서비스산업 정책방안, 서비스 연구 제7권, 제1호, pp.15-26).
- [9] Kim, Hyunsoo(2015a), Service korea initiative 2015 Opening Remarks, pp.10-11. (김현수 (2015a), 서비스강국 코리아 2015 개회사 발췌, pp.10-11).
- [10] Kim, Hyunsoo(2015b), The Service Economy Paradigm Shift is Urgent. Digital Times, [http://www.dt.co.kr/contents.html?article\\_no=2015120802102351607001](http://www.dt.co.kr/contents.html?article_no=2015120802102351607001). (김현수(2015b), 서비스 경제 패러다임 전환 시급하다, 디지털타임스, [http://www.dt.co.kr/contents.html?article\\_no=2015120802102351607001](http://www.dt.co.kr/contents.html?article_no=2015120802102351607001)).
- [11] Kim, Sunghyoek(2020), Digital economy and Service Industry 1,2,3 (serial publication), Min Plus, [www.minplusnews.com](http://www.minplusnews.com), (김성혁 (2020), 디지털경제와 서비스 산업 1,2,3(연재), 민플러스, [www.minplusnews.com](http://www.minplusnews.com)).
- [12] Lawshe, C. H. (1975). A quantitative approach to content validity. Personnel Psychology, Vol.28, No4, pp.563-575.
- [13] Lee. Seungmin, Kim, Minjung(2020), The Effectiveness of Mobile In-Game Advertising (IGA): Focusing on the Influence of Coordination and Conspicuousness in Advertising, Journal of Product Research, Vol.38, No.2, pp:35-41. (이승민, 김민정(2020) 모바일 게임내 광고효과: 광고의 돌출성과 조화성을 중심으로, 상품학연구, 제38권, 제2호, pp:35-41).
- [14] Lee. Yoojae(2010), Service Marketing, Hakhyunsa, Co.(이유재. (2010), 서비스마케팅, 학현사).
- [15] Lusch. R. F., Vargo. S. L and Wessels. G (2008), Toward a conceptual foundation for service science: Contributions from service-dominant logic, IBM systems journal, Vol.47, No.1. pp:5-14.
- [16] Park. Sunghee(2012), Development of a tool to measure the interaction between preschool children and mothers, Doctoral Dissertation. Seoul University. (박성희. (2012) 학령전기 아동과 어머니의 상호작용 측정도구 개발, 서울대학교 대학원 박사학위 논문).
- [17] Sen, Amartya(1979), Equality of What?, The Tanner Lecture on Human Values, Delivered at Stanford University, May 22, 1979, pp:195-220.
- [18] Song. Chaijung(2005), Equity and Excellence in HighSchool Education: Demand and Determinant, Doctoral Dissertation. Hongik University. (송채정. (2005) 고등학교 교육에서의 수월성과 평등성: 수요와 결정요인 분석, 홍익대학원 박사학위 논문).
- [19] Sung. Youngsin et, al., 3(2014), The influence of Typicality and Harmony of Product Design on Consumer' s Responses, Korean Journal of Consumer and Advertising Psychology, Vol.15, No.3, pp:383-408, (성영신의 3. (2014) 제품 디자인의 정형성, 조화성 그리고 소비자 반응에 대한 이해, 한국심리학회지:소비자광고, 제15권, 제3호, pp:383-408).
- [20] Woo, Soyoung(2007), A Study of Value of Organization-Public Relationships and Corporate Image, Doctoral Dissertation, Chung-Ang University.(우 소영 (2007), 기업-공중관계성과 기업이 미지의 가치에 관한 연구, 중앙대학교, 박사학위 논문).
- [21] Yang. Uelyoung(2020), A Study on the Influence of Self-determination Theory on Purchasing Behavior when Purchasing Sports Drink, Doctoral Dissertation. Kyunghee University, Seoul, Korea. (양의용. (2020)스포츠음료 구매시 자기결정 이론이 구매행동에 미치는 영향 연구, 경희대학교 석사학위 논문).
- [22] Yoo. Sungsin(2019), A Study on the Components and Effects of Interactivity in SNS, Doctoral Dissertation. Hongik University, (유성신. (2019) SNS의 상호작용성 및 구성에 관한 연구, 홍익대학교 박사학위 논문).

**An, Sehong(saeyena@naver.com)**



An, Sehong is the CEO of Duklim Co. Ltd, He is a Doctoral Candidate of Service Management at the Graduate School of Kookmin University. He acquired Master's degree in Business Administration from the Kookmin University Graduate School. He has led innovation in the service industry with in-depth knowledge and experience for over 20 years. His major research interests are in innovation in the service and industry development in the service economy.

**Kim, Hyunsoo(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 Univeristy 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 Research on the Development of Service Nature Measurement Items in the Service Economic Era

An Sehong\* Kim Hyunsoo\*\*

## ABSTRACT

Service-related research in accordance with the transition to the service economy era has been conducted in a wide variety of ways, but the development of a service-related scale suitable for the present time is still insignificant. The purpose of this study is to define the nature of services and to develop measurement items for them. First, four categories of service nature were adopted in the previous study. The four categories are 'relationship', 'interactivity', 'horizontality', and 'harmony'. In this study, sub-factors and specific items of each of these four service essences were extracted and developed as measurable items. As a qualitative study, the four categories of sub-factors were extracted, and a mixed study was adopted to prove the reliability and validity of the extracted factors through quantitative studies. The scale items were identified through literature study, free response method, and Delphi technique, and the measurement items were refined through a second questionnaire of 30 Delphi panels composed of experts. As a result of the study, 15 out of 52 questions for relationship, 11 out of 45 questions for bilateral direction, 9 out of 33 questions for horizontality, and 17 out of 61 questions for harmonization were derived after secondary refining. Through this study, it was possible to uncover new essential items suitable for the service economy era. SNS, network, synergy, platform, system, real name, and breakthrough are concepts that have not been obtained in previous studies, and can be seen as contributions of this study. However, due to various limitations, this study did not cover all aspects of the service, but mainly dealt with people-centered services, which are part of the service. In the future, it is necessary to study the development of service essence measurement items for the overall aspect of services developed according to the evolution of the service economy era.

*Keywords: Service Nature, Relationship, Interactivity, Horizontality, Harmony, Delphi Technique.*

---

\* CEO Duklim Co., Ltd. saeyena@naver.com,

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