

정보시스템 서비스 유형별 품질 측정 모형 개발에 관한 연구

박주석 · 조현민 · 편홍렬 / 경희대학교 경영학부

Abstract

최근 정보기술은 과거처럼 기업의 하부구조로써 지원의 역할을 수행하는 것이 아니라 기업의 핵심역량 강화 또는 경쟁우위 확보를 위한 전략적 도구로써 활용되어 지고 있다. 따라서 기업들은 기업의 정보화 수준을 향상시키기 위해 많은 투자를 하고 있다. 또한 경영자들은 정보화 투자에 대한 성과를 확인해 보고 싶어한다. 이러한 요구에 따라 1980년대부터 학문적으로 이러한 성과 측정에 대한 연구가 지속적으로 이어지고 있다.

그러나, 정보화에 대한 성과 측정에 대한 연구 노력에도 불구하고 아직까지 정확하게 성과를 측정해 주는 도구나 지표의 개발은 미비한 실정이다. 관련된 연구를 살펴보면, 크게 두 방향으로 진행되고 있다. 먼저 정보화를 통한 성과를 재무적 측면에서 평가해보고자 하는 연구가 많이 진행되고 있다. 그러나 정보시스템을 통한 성과를 재무적 또는 회계적 결과치로 표현하는 것은 매우 어렵기 때문에 아직 미흡한 상태이다. 따라서 정보시스템 성과를 사용자 만족도나 제공되는 서비스의 품질 측정을 통하여 확인하고자 하는 연구가 활발하게 진행되고 있다. 품질이나 만족도 측정시 그 대상을 제품과 서비스로 분류할 수 있다. 최근 정보시스템 부서의 역할이 단순하게 정보시스템 기능을 제공하는 부서가 아니라 컴퓨팅과 관련된 종합적인 서비스를 제공하는 서비스 제공자라는 관점에서 바라볼 필요성들이 제기되었으며, 실제 제공되는 내용들이 특정 제품으로 불리기보다는 서비스로 인식되는 것이 합당하다. 따라서 본 연구에서는 정보시스템을 제품이 아닌 서비스로 정의한다. 이러한 근거로 최근 정보시스템의 성과를 평가하는데, 서비스 품질과 관련된 모델을 이용하는 연구들이 많이 진행되고 있다.

본 연구에서는 정보시스템의 성과에 대한 측정 기준으로 최종 사용자를 대상으로 서비스 품질을 측정하고자 한다. 이를 측정하기 위한 모델로써 소비자 만족도 측정 모델인 SERVQUAL 모델을 사용하였다. 그러나, SERVQUAL 모델을 정보시스템 서비스 품질 측정에 반영할 경우 다음의 2가지 관점에서 문제점이 도출된다. 첫 번째 문제점은 기존의 SERVQUAL 모델에서 사용된 차원들과 항목들 중 일부가 정보시스템 서비스의 품질을 측정하기에 적합하지 않다는 것이다. SERVQUAL 모델은 5개의 차원과 22개의 항목들로 구성되어 있는데, 이는 마케팅의 관점에서 서비스를 정의하여 개발되었다. 연구를 통해 보면 정보시스템 서비스와 마케팅 관점에서의 서비스의 정의와 특징 중에서 서로 다른 부분들이 있기 때문에 정보시스템 또는 정보기술 서비스 자체의 특성을 분석하여 사용자의 품질 인식에 필요한 차원이나 항목들을 찾아내 적용시키는 것이 보다 정확하다고 할 수 있다. 두 번째 문제점은 정보시스템의 서비스를 구체화시키지 못했다는 것이다. 즉, 과거에 정의된 정보시스템 서비스들 이외에 네트워크 관련 서비스 등이 최근 많이 추가되었는데, 이러한 서비스들은 서로 제공하는 서비스와 프로세스, 그리고 만족도 측정을 위한 변수들이 다르다. 따라서 제공되는 정보시스템 서비스의 유형별 특성을 증명하고 이를 측정 모델에 적용해야 보다 정확한 측정이 가능하다고 하겠다. 본 연구는 서비스 유형별 프로세스와 평가 항목들을 문헌 연구 및 실제 조사를 통해 기존의 SERVQUAL 모델에 적용시켜 정보시스템 서비스의 품질 측정을 위한 모델을 개발하고자 한다.