

# 과학기술정보의 이용행태에 관한 연구

## -KOSEN 사례를 중심으로

김상국<sup>o</sup>

<sup>o</sup>한국과학기술정보연구원 미래정책연구부

e-mail:skkim@kisti.re.kr<sup>o</sup>

# A Study on the User's Behavior of the S&T Information - A Case study of KOSEN

Sang-kuk Kim<sup>o</sup>

<sup>o</sup>Dept. of Future R&D Strategy, KISTI

### ● 요약 ●

본 논문에서는 국내에서는 처음으로 이용 고객의 변화를 3년간 추적하여 이용행태를 인지하고 대비하기 위해 적용한 방법으로, 순고객추천지수(NPS : Net Promoter Score) 실사를 통한 고객의 심층 VOC(Voice of Customer)를 기반으로 분석한 방식이다. KISTI의 해외과학기술자네트워크(KOSEN : The Global Network of Korean Scientists & Engineers)의 서비스에 대한 고객만족도를 기반으로 하여 충성고객을 예측할 수 있는 프레임워크를 구축하는 것이다. 이를 위해 서비스를 경험한 500여 명의 의사결정자를 대상으로 해외과학기술자네트워크 서비스에 대한 고객충성도를 분석하였다. 이와 같은 연구결과는 인터넷 등 정보의 발달로 고객의 긍정적 또는 부정적인 구전이 급속도로 노출되는 환경에서 고객의 만족도를 관리함으로써 충성고객을 확보하는데 사전 예측자료로 활용될 수 있다.

**키워드:** 순고객추천지수(NPS), 고객의 소리(VOC), 고객만족경영시스템(CSM), 고객가치경영시스템, 이행표준체계

## I. 서론

한국과학기술정보연구원은 지금까지 활용단계에 있는 고객을 대상으로 만족도 조사나 순고객추천지수(NPS) 조사를 실시하여 개선과제를 수립하고 고객만족 개선 활동을 수행해 왔다. 이 외의 단계에 있는 고객을 대상으로 하는 연구는 수행되지 않았다. 특히 쇠퇴 및 이탈 단계에 있는 고객들을 대상으로 서비스 이탈 및 미이용에 대한 이유 등을 수집하여 고객의 이탈을 대비할 수 있는 관리체계의 마련이 시급하다고 본다. 서비스의 지속적인 발전을 위해서는 전체 고객을 관리할 수 있는 고객관리체계의 마련이 필수적이라고 본다. 또한 NPS를 통한 정량 조사 및 심층 인터뷰(Focus Group Interview/Depth Interview) 등의 정성 조사를 실시하여 고객 서비스의 이용 행태를 모니터링하고 기관의 고객만족 개선 활동에 대한 고객의 의견을 수집하기 위함이다. 그리고 정성조사에서 나타난 고객 관점의 기관 개선 과제를 도출하고 그 결과를 통해 전사적인 고객관리 전략을 수립하는 것이 연구의 목적이다

## II. 고객변화 추적프레임워크 연구

### 1. 고객 조사 대상 설계

고객 조사 대상은 2013년도에 이미 509명을 대상으로 개인정보 활용 동의한 고객 503명을 대상으로 하였다. 조사 방법은 전화 조사이며, 표본 수는 전수조사를 하였다. 이번에 추적조사 연락이 가능한 유효 모집단이 361명이었고, 237명이 참여 하였다. 이 번 조사에서는 2013년 조사에 참여한 고객을 대상으로 현재 서비스 이용 여부, 이용률 변동 사유, 추천사유 등을 함께 조사 하였다.



Fig. 1. 조사 진행 프로세스

## 2. 고객 세분화 적용

지속이용 가능 고객이 응답한 VOC의 분류 기준은 검색, 정보, 공유, 서비스, 사이트, 기타 등으로 크게 6가지로 분류한다. 검색은 검색 전반적인 내용으로 구분하였다. 정보는 양, 수준, 알람으로 세분류한다. 공유 부문도 지식, 자료, 신속성, 네트워크로 분류하고 서비스는 알람, 웹진, 커뮤니티로 나뉘고 사이트는 UI, 회원가입/로그인, 접속/로딩 등 15가지로 세분류 된다. 또한 서비스 미이용 고객의 분류 기준은 Table 1과 같다.

Table 1. 미이용 사용 분류체계

대분류	중분류	내용
타 서비스 이용	소속기관 서비스 이용	소속 기관(학교, 회사 등)에서 제공하는 서비스를 이용함
	단순 이용	KOSEN을 이용하지 않아도 다른 서비스에서 충분히 정보를 얻을 수 있음
	불편 이용	KOSEN보다 더 낫다고 생각하는 다른 서비스를 이용함
서비스 이용의 필요성	직무 변경	직업, 업무 등의 변화로 인해 서비스 이용의 필요성이 사라짐
	최근 필요성 없음	최근(6개월) 논문 등의 자료가 필요하지 않아 이용하지 않음
자료 구비성	자료 구비성	원하는 자료가 없음/요청한 자료의 업데이트가 늦음
	기타	KOSEN 서비스를 알고 있었음, 비해서 이용하지 못함, 이용 절차(등급, ID 등)상의 문제로 이용하지 않게 됨

코드 분류별 심층 분석 결과 검색 부문 전반에 걸쳐 4.2점 상승하여 검색 전반에 걸쳐 긍정적인 것으로 판단되었다. 그러나 정보에 대한 언급은 크게 하락하여 개선과제를 핵심적으로 도출하였다. 정보의 양이나 정보 수준 부문은 전반적으로 변화가 없거나 향상된 것으로 나타났다. 공유의 네트워크 부문도 2013년에 비해 큰 비율로 하락하여 응답자 특성 분석을 집중적으로 하였다. 서비스 부문도 알람 및 웹진에서 전반적으로 하락하였고 사이트 부문의 UI 및 회원가입/로그인, 접속/로딩도 전반적으로 하락하는 현상이 나타났다.

## IV. 결론

이번 순고객추천지수(NPS)를 통한 고객경험 변화에 대한 조사는 2013년도에 비해 변화가 없다고 응답한 고객이 45%로 가장 많았다. KOSEN 서비스의 이용률 증감의 주요 요인은 ‘서비스 이용의 필요성’과 ‘서비스 불편사항 및 장점’이 38.3%로 높게 나타났다. 또한 이용률이 증가한 사유의 주요 요인은 ‘서비스자료의 양과 질 수준이 68.4%로 높게 나타났다. 서비스 이용행태 변화 관점에서 고객 자신의 환경 변화로 인한 이용행태변화가 나타났다. 특히 3년전 학생 신분이 현업종사자로 직업이 바뀌거나 담당 업무의 변경으로 시간적인 여유가 나타나기도 했다. 전반적으로 고객은 서비스 자료의 질적 저하라는 내부 변화를 체감하고 있으나 아직 이용행태의 변화는 나타나고 있지 않다. 이용행태 모니터링의 시사점은 정성조사에서 확인한 고객의 서비스 이용행태 변화 내용과 정량조사에서 확인한 고객군별 언급 VOC를 통해 고객 특성에 따라 주 이용 서비스가 상이하다는 사실을 확인할 수 있었다. 특히 연구원과 회원이 언급한 ‘동향 자료’에 대한 VOC는 강점과 보완점을 고르게 포함하고 있어 해당 고객군이 ‘동향 자료’를 중요하게 생각하고 있다고 판단된다.

KOSEN의 향후 개선과제로 단기적으로는 전문자료에 대한 LEVEL 표기와 관심 분야 관련 PUSH 서비스 확대/홍보, 자료 선별 기준 검토를 해야 한다. 중기적으로는 모바일 이용 환경 개선과 시스템 안정 개선에 초점을 두고 장기적으로는 과학기술 분야별 전문 커뮤니티 및 네트워크 허브로서의 기능을 갖추는 것이다.

## REFERENCES

- [1] Sang-kuk Kim et al, “A study on Predicting Recommendation Intention Based on Customer Satisfaction of Science and Technology Information Services Focused on ASTI users”, Korea IT Service Spring Conference, 2014
- [2] Sang-kuk Kim et al, “A Study on Voice of Customers for Science and Technology Information Services using Net Promote Score”, KISTI R&D Report, KISTI, 2013.
- [3] Sang-kuk Kim et al, “A Study on Planning CSM Strategy of Government-Funded Research Institute - A Case Study KISTI”, EMERGING, 2016.