

[Editorial Review]

Present and Future of the Journal of Distribution Science

유통과학연구의 현재와 미래

Dong-Ho Kim(김동호)*, Myoung-Kil Youn(윤명길)**

Abstract

The recent announcement of the National Research Foundation of Korea (NRF) to cease journal accreditation operations as of the end of the year 2014 can easily influence the future of many research journals in Korea. Although this plan has not yet been formalized or structured, its facilitation would be the major turning point for the current Korean research and scholarly journals and publications. In addition, the NRF's plan to select and fund top 20 or more research journals over the five year period beginning 2015 suggests that the competition will most likely increase among Korean journals. Each journal would need to develop its unique strategy to improve and strengthen its competitiveness to become or maintain its position as a major research journal in Korea. The association of Korean Distribution of Science (KODISA) and its research journal, Journal of Distribution Science (JDS), has been continuously improving its reputation as a reputable journal in the distribution and related fields since its establishment in 1999. Due to demand, JDS has had to undergo several changes in its publication cycle first from semiannual publication to quarterly, then finally to monthly publications in 2012, and has become one of the major social science journals in Korea. Furthermore, with the redesigning of its webpage with English language in July of 2011, KODISA has made the published journals freely accessible and available to both domestic and foreign researchers, scholars, practitioners, and learners. These changes have resulted in the rapid increase in the bounce rate and the number of journal submissions by foreign scholars, with four research articles having been submitted by foreign scholars just in March of 2012 alone. However, although the changes and outcomes have resulted in a reasonable success so far, the achievement may only become a short-term success without continuously developing, improving, and implementing both effective and efficient strategies through critical, thorough, and frequent examinations and evaluations of both KODISA and JDS. As such, the purpose of this research is to carefully examine both KODISA and JDS to identify problematic factors and to develop appropriate strategies to change or modify those problems for further strengthening and improving their reputation and status. The paper examines and analyzes the past, present, and future of KODISA

and JDS and their managerial, operational, and systematic procedures and operations. The narrow scope of research and inefficiencies in promoting the association and the journal and the improvement of impact factors are identified as the notable problems that could hinder JDS from being included in SCOPUS or SSCI in the near future. This type of examination and exploration has not been previously conducted, so the major limitation of this paper can be identified as not meticulously elaborating on the problems nor proving detailed recommendations based on the existing researches. This article asserted that solving the problem of the narrow scope of research would lead to facilitation of resolving other inefficient problems. Inclusion of international academic disciplines to the distribution and their related fields would be the viable initiation of expanding the research area, and this strategy could promote the journal as well as improve its impact factors. The narrow scope of research seems to be a good research topic and merit further exploration as an individual research project, because this kind of research could yield the creation of new understandings or theories.

Keywords: Distribution Science Research, Journal of Distribution Science, NRF, KODISA.

JEL Classifications : D30, L30, O30.

국문초록

2014년도 12월말부터 시행하는 한국연구재단의 등재지 제도의 폐지는 한국 내에 존재하는 연구논문집 향방에 커다란 지각변동의 요인으로 작용할 것으로 예상되고 있다. 이러한 상황은 한국유통과학회에서 발행하는 유통과학연구를 비롯한 3개의 연구논문집에게는 커다란 기회로 작용할 것이며, 이번 기회를 잘 활용한다면 조속한 성장과 발전을 도모할 수 있을 것이다. 한국유통과학회에서 발행하는 유통과학연구는 1999년을 시작으로 꾸준한 발전을 유지하여 왔고, 초창기 연 2회 발행하던 체제를 개편하여, 연 4회를 발행 하다가, 2012년에는 연 12회 발행하는 사회과학분야에서 가장 선두로 나가는 연구논문집으로 성장했다. 2011년 7월에는 전면 영문으로 홈페이지를 개편하여, 지속적으로 게재논문을 무료로 열람토록 하였고, 그 결과 2012년 들어서서 해외에서 접속하여 유통과학연구 홈페이지를 열람하는 이용자의 숫자가 급속히 증가하였다. 더욱이 최근 들어서서는 해외석학들의 논문 투고가 꾸준한 증가 추세에 있다. 예를 들어서, 2012년 3월에는 종전과 달리 해외석학들의 투고논문이 4편에 이를 정도로 학회의 지명도가 높아지고

* First Author, Dongho Kim, Assistant Professor, SUNY Empire State College, USA, Tel: 315-773-6139; E-mail: Dongho.kim@esc.edu

** Corresponding Author, Professor, College of Health Industry, Eulji University, Korea. Tel: +82-10-2263-7292. E-mail: retail21@hanmail.net.

있다. 이러한 상황은 본 유통과학연구가 한국내에서의 지명도보다 외국에서의 지명도가 높아지고 있다는 점을 의미하는 것이다. 그러나, 현시점에서 반추할 때, 이러한 발전은 현재로서는 긍정적인 요인으로 작용될 수는 있으나, 학회운영 및 연구논문집의 지속적인 상태점검과 특성에 맞는 전략도출 및 실행이 없는 한 미래의 경쟁력을 기약할 수 없는 불투명한 환경에 처해 있다는 점을 인지해야 한다.

따라서, 본 연구의 목적은 한국유통과학회에서 발행하는 유통과학연구가 국내외 위상을 높이고 해외에서 유명저널이 되기 위해서는 당면과제와 문제점을 찾아내고 효율적이고 실용적인 여러가지 해결 대안을 모색 제시하고자 함에 있다. 즉, 본 연구는 한국유통과학회의 연구논문집인 유통과학연구의 과거, 현재, 그리고 미래에 대하여 논하고, 학회운영과 관련하여 편집관리 및 시스템운영을 전반적으로 점검하여 문제점과 해결점을 모색하고 제시하였다.

주제어: 유통과학연구, 연구논문집, 한국연구재단, 한국유통과학회

I. 서론

한국유통과학회에서 발행하는 연구논문집인 유통과학연구(Journal of Distribution Science; JDS)는 1999년을 시작으로 꾸준한 발전을 하여왔고 초창기 연 2회 발행하던 논문집 체제를 개편하여, 연 4회에 걸쳐 발행 하다가, 2012년에는 연 12회 발행하는 사회과학분야에서 가장 선두로 나가는 연구논문집으로 성장했다. 2011년 7월에는 전면 영문으로 연구논문집 홈페이지를 개편하여, 지속적으로 게재논문을 무료로 열람토록 하였다. 그 결과 2012년 들어서서 해외에서 접속하여 유통과학연구 홈페이지를 열람하는 이용자의 숫자가 급속히 증가한다는 점이 고무적이다. 즉, 최근 들어서서는 해외석학들의 논문 투고가 증가 추세에 있다.

예를 들어서서 2012년 3월만 봐도 해외석학들의 투고논문이 4편에 이를 정도로 오히려 한국에서의 지명도보다 외국에서의 지명도가 높아지고 있다는 점은 매우 의미가 있는 결과인 것이다. 참고로, 한국유통과학회에서 발행하는 연구논문집은 유통과학연구(Journal of Distribution Science JDS), 유통산업연구(Journal of Industrial Distribution & Business JIDB)와 동아시아 비즈니스 매니지먼트(East Asian Journal of Business Management EAJBM) 등 3가지 연구논문집이 있다. 이를 살펴보면 다음과 같다.

먼저, 유통과학연구(JDS)는 영문을 제1언어로 채택하고, 국문을 제2언어로 채택하여 유통과학연구(JDS) 홈페이지를 국내외 모든 사람들이 쉽게 접속할 수 있게 하였다. 이를 통하여 접속률을 크게 증가시킨 점이 학회와 학회논문집의 외부 지명도를 높이는 데 큰 영향을 미친 게 중요한 요인이다.

두 번째, 유통산업연구(JIDB)는 윤명길 장학재단의 자금지원을 받아 출판하는 연구논문집이다. 유통과학연구(JDS)가 영문 중심의 논문집으로 해외 유명저널로 발돋움 하게 되면서, 당 학회 소속 국내 연구자들의 소외감을 줄여주고자 만든 새로운 연구논문집으로 발간, 성장하고 있다. 참고로 이 논문집은 연 2회 발행하는데, 국영문 논문집으로 출발하여 2012년 6월 발행 예정인 제3권 제1호부터 순수 영문 논문집으로 개편하였다.

세 번째, 동아시아 비즈니스 매니지먼트(EAJBM)는 2011년 7월

중국의 산둥정법대학교와 당 학회가 세계적인 학술대회를 매년 번갈아가면서 개최하기로 MOU를 체결한 결과를 보다 더 발전시키고자 발행하기 시작한 연구논문집이다. 이 논문집은 영문으로 발간하는데, 연2회 발간하며, 양국의 학자들이 공동학술대회를 개최하면서 발표한 논문을 추려서 연구논문집으로 발행하는 것을 원칙으로 진행하고 있다. 따라서 2011년 9월 30일 제1권 제1호를 발간한 이후 2012년 3월 30일 제2권 제1호를 발간한바 있고, 앞으로 연구영역과 학술대회 참가 국가를 늘릴 계획이다.

이와 같이 당 학회는 3개의 연구논문집을 출판함에 있어서, 가장 대표적인 학술지인 유통과학연구(JDS)를 우선적으로 국제적 저명한 학술지로 성장시키기 위하여 구체적인 전략을 구축하여 실행하고 있는 중이다. 이 와중에 한국연구재단의 발표한 2014년 말 등재지 제도의 폐지는 한국유통과학회 뿐 아니라 한국 내에 존재하는 여러 학회 및 연구논문집 향방에 커다란 지각변동의 요인으로 작용할 것으로 예상되고 있다. 이러한 상황은 한국유통과학회와 더불어 연구논문집인 유통과학연구(JDS)의 커다란 기회가 되고 있으며, 이를 계기로 조속한 성장과 발전을 도모할 수 있을 것으로 기대된다. 그러나, 이러한 변화에 대응하지 못한다면, 즉, 학회운영 및 연구논문집의 지속적인 상태점검과 특성에 맞는 전략도출, 그리고 실행의 지속성을 유지하지 못한다면, 미래의 경쟁력을 기약할 수 없는 불투명한 상태에 처할 수도 있을 것이다. 다시 말해, 등재지 제도 폐지 후 예상되는 국내저명 연구논문집들과의 경쟁에서 뒤처질 가능성도 있다.

따라서, 한국유통과학회에서 발간하는 연구논문집인 유통과학연구(JDS)의 국내외 위상을 높이고 해외에서 경쟁력을 갖춘 유명저널이 되기 위해서는, 당면과제와 문제점을 찾아내어 효율적이고 실용적인 여러 가지 해결 대안을 모색, 제시하여야 한다. 그러기 위하여 유통과학연구(JDS)의 과거, 현재, 그리고 미래에 대하여 논하여야 한다. 즉, 학회운영과 연계하여 편집관리 및 시스템운영을 전반적으로 점검하여야 한다. 이를 통하여, 문제점과 해결점을 모색하여 세계적인 연구논문집으로 발전하도록 해야 할 것이다.

II. 유통과학연구의 출판 동향

1. 한국연구재단의 학술연구 주제 분류

한국연구재단(2012a, 2012b)에 의하면, <표 1>과 <표 2>로 유통과학연구의 연구주제 범위를 도출할 수 있다. 먼저, 한국연구재단의 자료에 나온 교육과학기술부의 국가과학기술표준분류체계는 과학기술에 따른 국가과학기술표준분류체계를 고시하고 있다. 자연/생명/인공물 16개, 인간/사회/인간과학과 기술 17개로 대분류하고 있으며, 동시에 공공 12개, 산업 20개로 대분류하고 있다. 이를 유통과학연구와 관련된 분야를 나타내면 다음과 같다. 즉, SA01 경제일반분야는 SC0101. 경제철학/윤리/사상, SC0102. 경제사, SC0103. 경제정책, SC0104. 계량경제/경제통계, SC0105. 정치경제학, SC0106. 경제체제론, SC0107. 수리경제, SC0199. 달리 분류되지 않는 경제일반이다. SC05 국제경제는 SC0501. 국제무역이론, SC0502. 국제금융/외환, SC0503. 경제통합/국제경제기구, SC0504. 국제통상, SC0505. 해외투자, SC0599. 달리 분류되지 않는 국제경제이다. SC06 분야별 경제는 SC0601. 법경제, SC0602. 에너지/자원경제, SC0603. 환경경제, SC0604. 문화경제, SC0605. 산업/서비스경제, SC0606. 교통경제, SC0607. 기술/디지털경제, SC0608. 농업경제, SC0609. 보건/

<표 1> 국가과학기술표준분류체계 (대분류: SC. 경제/경영)

중분류	소분류
SA01 경제일반	SC0101. 경제철학/윤리/사상, SC0102. 경제사, SC0103. 경제정책, SC0104. 계량경제/경제통계, SC0105. 정치경제학 SC0106. 경제체제론, SC0107. 수리경제, SC0199. 달리 분류되지 않는 경제일반
SC05 국제경제	SC0501. 국제무역이론, SC0502. 국제금융/외환, SC0503. 경제통합/국제경제기구, SC0504. 국제통상, SC0505. 해외투자, SC0599. 달리 분류되지 않는 국제경제
SC06 분야별 경제	SC0601. 법경제, SC0602. 에너지/자원경제, SC0603. 환경경제, SC0604. 문화경제, SC0605. 산업/서비스경제 SC0606. 교통경제, SC0607. 기술/디지털경제, SC0608. 농업경제, SC0609. 보건/의료경제, SC0610. 지역경제 SC0611. 북한경제, SC0699. 달리 분류되지 않는 분야별 경제
SC07 경영전략 /윤리	SC0701. 경영전략/혁신, SC0702. 창업/벤처기업, SC0703. 중소기업경영, SC0704. 기술경영 SC0705. 기업경영윤리/철학, SC0706. 경영사, SC0799. 달리 분류되지 않는 경영전략/윤리
SC10. 마케팅	SC1001. 마케팅전략, SC1002. 서비스마케팅, SC1003. 소비자행동, SC1004. 제품관리/신제품개발 SC1005. 광고/프로모션, SC1006. 물류/유통관리, SC1007. 콜센터/텔레마케팅, SC1099. 달리 분류되지 않는 마케팅
SC11. 경영정보/ e-비즈니스	SC1101. 정보기술관리 및 전략, SC1102. 정보시스템개발, SC1103. DB/지식경영, SC1104. 정보통신경영 SC1105. e-비즈니스/전자상거래, SC1106. 지능형정보기술, SC1107. 엔터프라이즈시스템, SC1108. 정보시스템보안 SC1199. 달리 분류되지 않는 경영정보/e-비즈니스
SC12. 경영과학	SC1201. 최적화, SC1202. 수리/확률통계모형, SC1203. 시뮬레이션 SC1204. 데이터마케팅/CRM, SC1205. 서비스경영, SC1299. 달리 분류되지 않는 경영과학
SC15 국제경영	SC1501. 국제재무, SC1502. 국제마케팅, SC1503. 국제경영전략, SC1599. 달리 분류되지 않는 국제경영
SC16. 무역	SC1601. 무역실무/경영, SC1602. 무역계약/관습, SC1603. 국제결제, SC1604. 상사중재, SC1605. 국제운송/물류, SC1606. 국제상품/관세, SC1607. 전자무역, SC1699. 달리 분류되지 않는 무역
SC99 기타 경제/경영	SC9999. 달리 분류되지 않는 경제/경영

자료 : 한국연구재단(2012a)

의료경제, SC0610. 지역경제, SC0611. 북한경제, SC0699. 달리 분류되지 않는 분야별 경제이다. SC07 경영전략 /윤리는 SC0701. 경영전략/혁신, SC0702. 창업/벤처기업, SC0703. 중소기업경영, SC0704. 기술경영, SC0705. 기업경영윤리/철학, SC0706. 경영사, SC0799. 달리 분류되지 않는 경영전략/윤리이다. SC10. 마케팅은 SC1001. 마케팅전략, SC1002. 서비스마케팅, SC1003. 소비자행동, SC1004. 제품관리/신제품개발, SC1005. 광고/프로모션, SC1006. 물류/유통관리, SC1007. 콜센터/텔레마케팅, SC1099. 달리 분류되지 않는 마케팅이다. SC11. 경영정보/ e-비즈니스는 SC1101. 정보기술관리 및 전략, SC1102. 정보시스템개발, SC1103. DB/지식경영, SC1104. 정보통신경영, SC1105. e-비즈니스/전자상거래, SC1106. 지능형정보기술, SC1107. 엔터프라이즈시스템, SC1108. 정보시스템보안, SC1199. 달리 분류되지 않는 경영정보/e-비즈니스이다. SC12. 경영과학은 SC1201. 최적화, SC1202. 수리/확률통계모형, SC1203. 시뮬레이션, SC1204. 데이터마케팅/CRM, SC1205. 서비스경영, SC1299. 달리 분류되지 않는 경영과학이다. SC15 국제경영은 SC1501. 국제재무, SC1502. 국제마케팅, SC1503. 국제경영전략, SC1599. 달리 분류되지 않는 국제경영이다. SC16. 무역은 SC1601. 무역실무/경영, SC1602. 무역계약/관습, SC1603. 국제결제, SC1604. 상사중재, SC1605. 국제운송/물류, SC1606. 국제상품/관세, SC1607. 전자무역, SC1699. 달리 분류되지 않는 무역이다. 마지막으로 SC99 기타 경제/경영은 SC9999. 달리 분류되지 않는 경제/경영이다.

두 번째로, 한국연구재단의 연구분야 분류표에 의하면 대분류 사회과학, 중분류 경제학과 경영학, 소분류로 경제학 일반(경제철학/윤리, 경제사상, 경제정책, 계량경제/경제통계/비교경제, 경제교육, 경제사/학사, 경제학파, 경제변동, 경제예측/동향, 경제계획, 경제성장/발전/개발경제, 정치경제학, 성별경제학), 소비자/소비경제(가족경제, 공정거래), 분야별 경제(법경제, 자원/환경경제, 인구/문화경제, 산업/서비스경제, 교통경제, 정보통신/기술경제, 부동산경제, 후생복지/보건/후생경제), 권역경제(북한경제 및 통일연구, 지역

경제, 국가별경제, 경제통합), 경영정보시스템(경영전산처리, 정보기술관리, 지능형의사결정시스템), 판매관리/마케팅(국내마케팅, 국제마케팅, 소비자행동, 광고관리, 상품학)과 물류관리(물류일반, 물

<표 2> 학술연구분야 분류표(대분류: 사회과학)

중분류명	소분류명	세분류명
경제학	경제학일반	경제철학/윤리, 경제사상, 경제정책, 계량경제/경제통계/비교경제, 경제교육, 경제사/학사, 경제학파, 경제변동, 경제예측/동향, 경제계획, 경제성장/발전/개발경제, 정치경제학, 성별경제학
	소비자/소비경제	가족경제, 공정거래
	분야별경제	법경제, 자원/환경경제, 인구/문화경제, 산업/서비스경제, 교통경제, 정보통신/기술경제, 부동산경제, 후생복지/보건/후생경제
	권역경제	북한경제 및 통일연구, 지역경제, 국가별경제, 경제통합
경영학	경영정보 시스템	경영전산처리, 정보기술관리, 지능형의사결정시스템
	판매관리 /마케팅	국내마케팅, 국제마케팅, 소비자행동, 광고관리, 상품학
	물류관리	물류일반, 물류정책, 국내물류/유통, 국제물류/유통, 소매유통, 상권/입지분석
	전자상거래	
	중소기업 경영	
	창업/벤처기업	
	기업가	

자료 : 한국연구재단(2012b)

류정책, 국내물류/유통, 국제물류/유통, 소매유통, 상권/입지분석)로 구분하고 있다. 그 외에 전자상거래, 중소기업경영, 창업/벤처기업, 기업이 등으로 구분하고 있다. 본 연구의 범위의 학문 즉, 경제와 경영학분야가 아닌 분야에도 참고적으로 유통(특히 물류 영역)분야가 존재하는데, 중분류 무역학의 국제운송 및 물류, 중분류 해상운송학의 해운경영학에 포함되고 있다.

2. 유통과학연구의 학문 주제 분류

한국유통과학회의 대표 연구 논문집인 유통과학연구는 <표 3>과 같이, 경제분야와 경영분야로 구분하고 이를 중분류로 경제분야는 5개분야, 경영분야 5개분야로 나누었다. 이를 상세히 설명하면 경제분야의 중분류로 유통일반(유통의 기초, 유통학문과 이론, 교육제도 및 자격증제도, 유통 및 경제정책, 유통제도 및 법, 시장

<표 3> 유통과학연구 연구 분류표(2012년 4월 1일 기준)

대분류	중분류	소분류
경제 분야	유통일반	유통의 기초, 유통학문과 이론, 교육제도 및 자격증제도, 유통 및 경제정책, 유통제도 및 법, 시장 구조 등
	유통경제 및 산업	업체발전, 유통산업, 서비스산업, 금융산업, 의약품산업, 부동산 등
	물류	물류일반, 물류관리, 물류정책, 물류산업, SCM, 물류시스템, 수배송 등
	정보	e-비즈니스, 전자상거래, 유통정보, 데이터마케팅, CRM, 정보기술 등
	기타 경제분야	위 분류에 해당하지 않는 거시적인 국민 경제 관점의 연구 주제
경영 분야	유통관리	유통경로, 점포, 업체전략, 입지 및 상권, 프랜차이즈시스템 등
	마케팅 및 비즈니스관리	마케팅전략, 서비스마케팅, 제품 관리, 광고, 성과, 비즈니스관리 및 경영
	MD 및 구매	점포 및 매장관리, 구매관리, VMD, MD, 상품학, 디자인
	소비자행동	고객관리, 점포 차별화, 소비자 지각, 소비심리, 의사결정
	기타 경영분야	위 분류에 해당하지 않는 미시적인 개별 경제 관점의 연구 주제

<표 4> 발행연도별 게재논문 현황

연도별	발행 호수	발행 편수	게재논문	
			국내투고논문	해외투고논문
2012	10(3)	5	Lee et al. (2012), 김영기 등. (2012), Suh et al. (2012) 황희중, 신승호 (2012), 이원호 등. (2012)	
	10(2)	5	최화선, 이광근 (2012), 박기윤, 김현식 (2012), 권영식, 문장실 (2012), 양희창, 주윤황 (2012),	Siddiqui & Shoaib (2012),
	10(1)	5	김상철 (2012), Lee (2012), Yun & Jeong (2012), 이영철, 양희창 (2012), 연광호, 나승화 (2012),	
2011	9(4)	9	우종필, 윤남수 (2011), Chung & Cho (2011), Kang et al. (2011), 김유오 등 (2011), 나혜수, 이광근 (2011), 이의준, 김상덕 (2011), 배준철, 김판진 (2011), 김문정 등 (2011), 박승제 (2011)	
	9(3)	9	이지현 (2011), 강계영 등 (2011), Cho (2011), 양희창 등 (2011), Lee et al. (2011), 박문서 등 (2011), Suh et al. (2011), 조혜덕 등 (2011), 이기원, 이상윤 (2011),	
	9(2)	13	김도현, 김상덕 (2011), Cho (2011), Kim (2011), 황희중, 이선미 (2011), 임진 등 (2011), 장재남 등 (2011), 강계영 등 (2011), 김영기 등 (2011), Cho (2011), 서근하 등 (2011), Lee, et al. (2011), 이순금, 김용만 (2011),	Lee & Mendlinger (2011),
	9(1)	5	최낙환, 박덕수 (2011), 선일석, 이원동 (2011), 박철주, 정태석 (2011), 윤남수 등 (2011), Lee & Cho (2011),	

<표 계속>

구조 등), 유통경제 및 산업(업체발전, 유통산업, 서비스산업, 금융산업, 의약품산업, 부동산 등), 물류(물류일반, 물류관리, 물류정책, 물류산업, SCM, 물류시스템, 수배송 등), 정보(e-비즈니스, 전자상거래, 유통정보, 데이터마케팅, CRM, 정보기술 등), 기타경제분야 (위 분류에 해당하지 않는 거시적인 국민 경제 관점의 연구 주제)로 나누었다. 경영분야의 중분류로는 유통관리(유통경로, 점포, 업체전략, 입지 및 상권, 프랜차이즈시스템 등), 마케팅 및 비즈니스관리(마케팅전략, 서비스마케팅, 제품 관리, 광고, 성과, 비즈니스관리 및 경영), MD 및 구매(점포 및 매장관리, 구매관리, VMD, MD, 상품학, 디자인), 소비자행동(고객관리, 점포 차별화, 소비자 지각, 소비심리, 의사결정), 기타경영분야(위 분류에 해당하지 않는 미시적인 개별 경제 관점의 연구 주제) 등으로 나누었다.

III. 연구동향 및 내용 분석

1. 연구 주제별 동향의 특징

한국연구재단에서는 등재지 제도의 개선과 발전을 위한 여러 가지 전략체제를 적용하여 성과를 거두어 왔었고 현재 등재지제도를 2014년부터 시행되는 등재지제도 폐지를 목표로 단계별로 폐지 절차를 밟고 있다. 따라서 우리나라 등재학술지와 당 학회의 대표 논문집인 유통과학연구지도 새로 시행되는 제도에 직접적 또는 간접적인 영향을 받을 수 있을 것이다. 그러나, 등재지 제도 폐지에 상관없이 학회 연구지로서 경쟁력을 갖출 수 있는 방법은 국내 학계 전문가나 연구자 또는 유통업계의 실무자들에게 인정을 받는 것을 넘어서서 세계적인 유명저널지로 성장하는 것 이외에는 대안이 없다.

따라서, 이와 같은 세계적인 유명저널지로 경쟁력을 갖추려면 하루아침에 되는 것이 아니다. 많은 시간과 투자를 필요로 한다. 이를 위하여 사전 면밀한 대응방안의 마련이 중요하다. 결국, 본 연구에서는 유통과학연구의 창간지부터 제10권 제3호까지 발행한 논문의 특성을 파악하는 것이 중요하다. 물론 이와 관련된 논문으로 김명민 등(2010)이 존재하는데, 세부적인 분석과 문제점 파악 등은 완료된 상태이므로, 이러한 상황은 생략하고, 해외 유명저널로서 성장을 위한 전략을 중심으로 논의하는 것이 중요할 것이다. 따라서, 상기한 바대로 창간호에서부터 제1-권 제3호까지 논문집을 분석하면 다음과 같다.

<표 4> 발행연도별 게재논문 현황

연도별	발행호수	발행편수	게재논문	
			국내투고논문	해외투고논문
2010	8(4)	4	김영민 등 (2010), 김상철(2010), Kim et al. (2010), Shin & Lee (2010),	
	8(3)	5	Kwon et al. (2010), 선일석, 이동욱 (2010), 배재호 (2010), 김기평(2010), Park (2010),	
	8(2)	5	남은우 (2010), 정용우, 김판진 (2010), 양희창 등 (2010), 문장실 (2010), 김영민, 조지현 (2010),	
	8(1)	5	채경희, 김상철 (2010), 이승창, 안성혁 (2010), 김태성, 김판진 (2010),	Lee & Cormier (2010), 슈슈아이 (2010),
2009	7(4)	5	김경조 (2009), 김유오 등 (2009), 강창원 (2009), 이승창 등 (2009), 양희창, 이영철 (2009),	
	7(3)	5	안성우 등 (2009), 이승창 (2009), 서근하 등 (2009), 김성호 등 (2009),	Lee & Kim (2009),
	7(2)	5	Kim (2009), 조경인, 이상윤 (2009), 김상철 (2009), 황화철 (2009), 이수열, 김영이 (2009),	
	7(1)	5	이승창, 안성혁 (2009), 김대윤, 이상윤 (2009), 김판진 등 (2009), 정남호 등 (2009), 신연명, 김판진 (2009),	
2008	6(2)	4	김도현, 김상덕 (2009), Youn et al. (2008), 박수용 (2008), 김문정, 조윤기 (2008),	
	6(1)	7	오영애, 김희정 (2008), 최호규, 윤정근 (2008), 박대석, 장도 (2008), 강창원 (2008), 이원일 (2008), 전타식, 김상철 (2008), 김영환, 김판진 (2008),	
2007	5(2)	6	권오철 등. (2007b), 권오철 등 (2007a), 권영식, 이민권 (2007), 김홍섭(2007), 김문정 (2007), 김정인 등 (2007),	
	5(1)	6	전타식 (2007), 박영근, 김판준 (2007), 김원겸 등 (2007), 권오철, 김상철 (2007), 윤명길, 김유오 (2007), 박영근 등 (2007),	
2006	4(2)	8	박철주 등 (2006), 전타식 (2006), 정남호 등 (2006), 박인수, 박성규 (2006), 오재경 (2006), 이재학, 한정구 (2006), 최봉현, 문영기 (2006), 이장로 등 (2006),	
	4(1)	8	김수환 (2006), 이종근, 배무언 (2006), 김홍섭 (2006), 박영근 등 (2006a), 김상철 (2006), Youn et al. (2006), 박영근 등 (2006b), 황화철 (2006),	
2005	3(2)	7	윤명길, 남궁석 (2005), 오범석, 김상철 (2005), 구영덕 (2005), 이상윤 (2005), 김유오 등 (2005), 박정섭 (2005), 양춘희 (2005),	
	3(1)	6	윤명길, 김유오 (2005), 김용한, 배무언 (2005), 김유오 (2005), 이상윤 (2005), 김홍섭 (2005), 김진환 (2005)	
2004	2(2)	6	박상수, 김영서 (2004), 이상윤, 주광신 (2004), 김남면, 이원일 (2004), 김유오 (2004), 김상철 (2004), 윤명길 (2004),	
	2(1)	7	김성수 (2004), 윤명길, 정등근 (2004), 이장환 (2004), 김홍섭 (2004), 김유오, 김수환 (2004), 박철주 (2004), 윤명길 등 (2004),	
1999	1(1)	8	김남면, 김영대 (1999), 오영애, 김은희 (1999), 송재명 (1999), 한호영 (1999), 조진원 등 (1999), 이위식 (1999), 윤명길, 설성수 (1999), 구근완, 김창균 (1999),	
합계		164		

유통과학연구에서 창간호부터 제10권 제3호까지 발행한 논문을 보면, 총 164편이다. 이중에 해외투고자는 총 4편이다. 이중에 편집위원을 제하면, 외부에서 투고된 논문은 1편에 불과하다. 이러한 사실은 아직 세계적인 저널로 성장하기 위해서는 해외 투고자를 확대하는 정책이 필요하다. 다행인 것은 영문 홈페이지 개설과 해외석학에 대한 이메일 홍보 등에 힘입어 2012년부터 해외투고자가 급격히 증가한다는 점은 긍정적인 신호로 받아들여진다. 해외 투고자가 올해 1월과 2월에 2편이 투고되었고, 3월에는 4편이 투고되는 등 최근 들어서 급속히 증가한다는 점이다.

이러한 사실은 국내에 국한된 논문집의 한계를 극복하는 전환점으로 작용될 수 있을 것으로 기대된다. 한국에는 거의 모든 저널지가 국내 투고자에 전적으로 의존한다. 극소수 저널지 외에는 해외투고자가 투고하지 않는다. 그러한 이유는 홈페이지가 영문으로 되어있지 않고, 해외 투고자에게 해당 연구논문집을 홍보하지 않기 때문이다.

2. 유통과학연구의 현황과 문제점 도출

<그림 1>의 유통과학연구가 해외저널로 지명도를 확보하기 위해서는 현황과 현재 안고 있는 문제점을 해결하는 것이 급선무이다. 이를 위하여 문제점을 도출하면, 유통과학연구 논문집의 연구

범의 한계, 적극적인 홍보부족, Impact Factor 을 위한 전략과 노력 부족, 마지막으로 SSCI 및 SCOPUS 등재의 적극성 부족을 들 수 있다. 따라서 아래와 같이 현황과 문제점을 도출해본다.

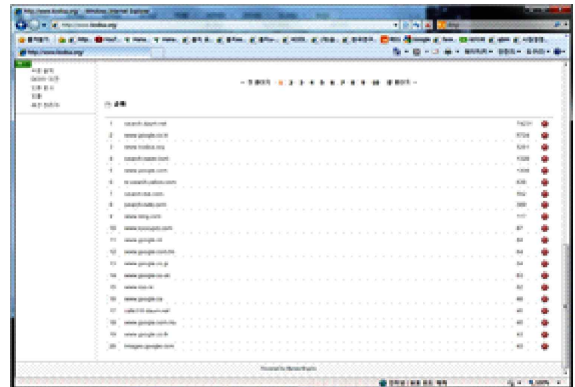
2.1. 유통과학연구 논문집의 연구범의 한계

지금까지 한국유통과학회의 유통과학연구논문집은 제목으로 인한 관념적 영향으로 유통분야에만 연구범위를 한정시키는 결과를 초래했다. 다시 말해서, 유통과 관련된 많은 경제 및 경영 학문 분야에 속한 수많은 해외 투고자에게 논문게재의 기회를 한정시켰다. 즉, 현재 상황으로 본다면, 국내외 투고자들의 우수논문 투고 기회도 박탈하고 있는 것으로 여겨진다. 따라서, 이를 위한 융통성이 필요한 시점에 와 있다. 참고로, 2011년 이래 10명의 해외투고자 중에서 게재된 논문은 4편에 불과하고, 이는 게재율이 50%수준도 못 되는 실정이다. 이러한 사실은 해외투고논문의 질적인 측면이 아니라 연구범위의 한정에 의한 것이 대부분이다.



<그림 1> 유통과학연구 표지 샘플

더욱 긍정적인 사실은 <그림 3>에서와 같이 2012년 들어서 해외에서 접속하여 유통과학연구 홈페이지를 열람하는 조회자의 숫자가 급속히 증가한다는 점이다. 20위까지 접속순위를 보면, 한국 Daum이 1위이고, 2위 한국Google, 3위 당 학회 홈페이지, 4위 미국 Google, 5위 한국 Yahoo 순인데, 이중 해외사이트에서 접속하는 것을 보면, 4위 미국 Google, 9위 미국 Bing, 11위 Google CN, 12위 Google HK, 13위 Google JP, 14위 Google UK, 16위 Google CA, 18위 Google MY, 19위 Google TH, 20위 이미지 Google 미국 등이 있다.



<그림 3> 유통과학연구 국가별 리퍼리 순위

2.2. 적극적인 홍보 부족과 조회수 현황

유통과학연구는 상기한 바대로 해외투고자가 매우 적은 수치를 나타내고 있다. 이러한 이유는 홍보의 부족에서 찾을 수 있다. 예를 들어서, 편집위원 주변의 홍보를 통하여 국내보다는 해외투고자의 숫자를 늘리고자 노력한다면, 보다 더 많은 투고자가 몰려들지 않을까 생각할 수 있을 것이다. 그러나 아쉽게도 아직은 이러한 노력이 다소 부족한 감이 있다. 그러나, 긍정적인 측면도 있다. 예를 들어서, <그림 2>는 유통과학연구 조회수를 나타내고 있는데, 2012년 4월 10일 현재 조회수가 많은 논문은 2,600회를 넘을 정도로 폭발적인 조회수를 기록하고 있다는 점이다. 이러한 수치는 국내의 여타학회가 논문당 조회수가 10회 내외라는 점과 비교한다면 260배 이상 되는 사실은 대단한 사실이다. 여타 연구논문집이 따라올 수 없을 정도의 가치 폭발적인 수치인 것으로, 미래 유통과학연구가 얼마나 발전할 수 있는지를 보여주는 단적인 사례가 될 것이다.

2.3. Impact Factor 위한 노력 부족

유명 연구논문집이 되기 위해선 Impact Factor를 올려야 하는 것은 매우 중요한 과제다. 현재 해외에서는 유명 국제 학술지나 연구논문집에 대한 평가에 Impact Factor가 상당한 비중을 차지한다. 또한, 한국연구재단의 등재지 폐지제도가 시행될 시, 각 대학이나 국내 연구기관에서 국내 학술지에 대한 평가방법에 대해 논란이 있을 수 있고 Impact Factor를 사용한 학술지 평가방법은 불가피할 것이라 보인다. 이런 결과에 대비해 유통과학연구에서는 지금부터 Impact Factor를 높이는 전략을 도출하여 실행하여야 한다고 본다. 그러기 위해선 많은 연구자들에게 논문집이 알려져 학문적 권위를 인정받아 발행편수를 증가시켜야 하며 그로 인해 유통연구논문 인용률을 높이도록 해야 한다는 점이다. 아쉽게도 유통과학연구는 2011년 이전까지 Impact Factor 향상에 매우 미흡했고 2012년부터 시행한 연간 12회 발행하는 연구논문집과 7월에 전면 영문으로 개편한 홈페이지로 게재논문을 무료로 열람토록 한 점 등 Impact Factor 향상을 위해 근래에 시행한 전략이 유효할 것으로 보이며, 장기적인 관점에서도 다양한 전략을 세워 꾸준히 추구해 나가도록 노력해야 한다고 본다.



<그림 2> 유통과학연구 조회수

2.4. SSCI 및 SCOPUS 등재 신청 현황

국내 모든 학회운영과 더불어 연구논문집의 운영 및 관리 시스템에 있어서 가장 큰 단점 중에 하나는 학회의 구조가 외국과 달리 결집력이 약한 사단법인으로 구성되어 있기 때문이다. 사단법인은 특성상 지도부가 매년 바뀌기 쉬운 구조를 갖고 있기 때문이다. 이로 인하여 학회운영과 정책의 시행, 그리고 학술지를 운영 관리함에 있어서 관리자가 매년 바뀔때 따라, 장기적인 관점에서 일관성 있는 학회운영과 학술지 관리운영이 어려운 약점을 갖고 있다. 이와 같이, 현재 국내 대부분의 학회가 안고 있는 문제점을 해결하지 않는 이상 국내 학회에서 운영하는 학술지는 세계 유명저널로 발

전하는 데에 커다란 걸림돌로 작용될 수 밖에 없을 것이다.

물론 우리 학회도 예외가 아니다. 그래서 이를 보완하기 위하여 노력하였다. 그러나 노력의 결과가 미약하여, 다른 학회의 조직 체제와 별반 차이가 없이 운영되었기 때문에 한국연구재단의 등재후보지에도 등재 못 되는 수모를 4차례나 겪었다. 즉, 2010년 이전의 유통과학연구는 국내외에서 권위를 인정받는 저널로 발전할 계획이 전혀 없는 하루하루 지탱하기도 버거운 국내저널의 한 분야에 만족하는 일반저널에 불과했었다. 그로 인해 학회 구성원들 대부분이 등재지 선정에 포함한 해외저널에 대한 인식이 매우 부족하였다.

그래서, 최근 2010년부터 한국유통과학회 운영규정을 바꾸면서, 강력한 추진력을 가진 지도부가 전면으로 나섰다. 그리고 지속적인 운영시스템을 갖출 수 있는 기틀을 마련하였다. 즉, 현재에는 강력한 리더십을 가진 집행진으로 탈바꿈하면서, 유통과학연구가 해외 유명저널로 발전할 수 있는 추진력을 갖추게 되었다. 이와 더불어 유통과학연구는 새로 영입된 해외소재 회원들과 몇몇 국내회원들의 적극적인 노력으로 2010년의 국내 등재후보지를 넘어서서, 2011년 하반기부터는 해외 유명 저널지로 나가고자 학회가 전력을 다하고 있다. 다시 한번 정리한다면, 유통과학연구는 양적인 팽창뿐만 아니라 질적인 내실을 기하고자 전력을 다하고 있으며, SSCI 및 SCOPUS 등재지가 되기 위하여 보다 치밀한 계획을 통하여 이를 달성하기 위하여 정진하기 시작했다는 점이 의의가 있다고 할 수 있을 것이다.

3. 유통과학연구의 미래 성장 동력 도출

위에서 전술한 문제점을 토대로 유통과학연구의 유통과학연구의 미래성장동력을 도출한다면 다음과 같다. 즉, 유통과학연구 논문집의 연구범위의 확대, 적극적인 홍보 적극화, Impact Factor 위한 노력 강화, SSCI 및 SCOPUS 등재의 적극성 강화 등이 필요하다. 이에 대한 자세한 설명을 하면 다음과 같다.

3.1. 유통과학연구 논문집의 연구범위의 확대

지금까지 상기한 바대로 유통과학연구는 유통분야로 연구범위가 한정되어 있을 가능성이 높아 다수의 투고자들에게 기회를 주지 않는 결과를 초래하였을 수 있다. 이를 극복하기 위해서는 편집위원회를 중심으로 융통성이 있는 탄력적인 새로운 연구범위구축에 대한 조속한 논의가 필요하다. 즉, 이를 통하여 융통성있는 연구범위의 확대를 통하여 투고자의 외연확대를 늘리고, 논문거절의 원인이 연구범위를 넘어서서 게재 못하는 일들이 발생하는 것을 최소화 하는 것이 중요하다.

이를 위해 지금까지 게재된 유통과학연구 논문집과 국제 유통관련 연구논문집을 대상으로 한 이론적/연구방법적인 분석연구가 절실히 필요하다. 또한 연구범위의 확대를 대비한 국내외 편집위원 영입 및 증강 전략 또한 함께 시행되어야 할 것이다. 더 나아가서, 세계화를 위하여 장기적인 관점에서 기존의 유통과학연구 논문집의 영문제목을 바꾸는 방안도 연구되어야 할 것이다. 예를 들어 영어로는 논의 후 해야 할 것이지만, 국제유통과학연구(Journal of International Distribution Science)로 변경할 수도 있을 것이다. 그러나 이러한 영문명 변경은 국내실정과 운영상 문제점을 고려하여 신중히 추진해야 할 것으로 여겨진다.

3.2. 적극적인 홍보 적극화

유통과학연구는 상기한 바대로 지금까지 해외투고자가 매우 적은 수치를 나타내고 있다. 그러나 2012년 4월 10일 현재 현재 조회수가 많은 논문은 2,600회를 넘을 정도로 폭발적인 조회수를 기록한다는 점이 중요하다. 따라서 영문홈페이지 홍보와 해외석학의 이메일 홍보와 더불어 해외지인들을 통한 홍보강화를 적극 확대해야 할 것이다. 특히, 해외지인의 데이터베이스를 통한 정기적인 이메일 연락 등 시스템구축방안도 강구해야 할 것이다. 한편으로는 학회 회칙에 준수하여 질적인 향상을 꾀하기 위하여 해외 편집위원의 비중과 인원을 매년 증가시키는 것이 중요하다.

3.3. Impact Factor 위한 노력 강화

상기한 바대로 한국연구재단에서 등재지 제도를 폐지하면, 각 대학이나 국내 연구기관에서 국내 학술지에 대한 평가방법이 Impact Factor 체제로 전환될 가능성이 높을 것이다. 이를 위해서는 편집위원과 심사위원이 중심이 되어서 유통과학연구 인용률을 높일 수 있도록, 유통과학연구의 질적 수준을 자연스럽게 홍보하고, 이를 통하여 이미지개선을 통하여 유도하는 체제 구축이 필요하다. 또한, 정기적으로 유통과학연구 접속 가능한 논문리스트를 이메일 고지해주는 방법도 강화해야 한다. 즉, 해외 및 국내 대학 등 유통과 관련된 모든 학과에 주기적으로 연구 논문집을 무료 배송하는 시스템을 구축하여야 한다. 이를 통하여 유통과학연구의 질적 우수성을 홍보하여 학문적 권위를 인정받을 수 있게 하는 것이 필요하다.

3.4. SSCI 및 SCOPUS 등재의 적극성 강화

SSCI 및 SCOPUS 등재에 대한 적극성의 강화가 필요하다. 이를 위해서는 한국 내에 SCOPUS의 지사를 활용한 홍보가 필요하며 체계적인 전략으로 유통과학연구가 특별학문으로서 인지를 받는 전략과 해외에서도 학문적인 권위를 인정받는 저널로 나갈수 있는 발판을 마련하여 SCOPUS 나 SSCI 에 등재 시일을 앞당겨야 할 것이다. 이를 위하여서는 2011년 등재신청 한 SCOPUS부터 성공하기 위하여 지금까지 나열한 유통과학연구의 미래 성장 동력 도출 방법 및 전략을 동시에 시행해 나가야 할 것이다.

IV. 결론

한국유통과학회는 본 학회에서 발간하는 유통과학연구를 해외 유명저널로 인식되게 하기 위하여 상기한 바대로 2011년부터 본격적으로 SSCI 및 SCOPUS 등재 신청 절차가 진행되고 있다. 이유는 2014년도 12월말부터 시행하는 한국연구재단의 등재지 제도의 폐지가 한국 내에 존재하는 다수의 연구논문집 향방, 즉 기존판도를 뒤엎는 커다란 요인으로 작용할 것임은 자명한 관계로 이를 대비하기 위함이다. 이러한 상황에서 우리 유통과학연구의 성장을 위해서는 종전의 구태의연한 학회운영에 연계한 편집관리 및 시스템운영을 하여서는 미래를 기약할 수 없는 불투명한 경쟁시대에 처해있다.

따라서, 이를 극복하기 위하여 본 학회에서는 새로운 장기적인 관점에서 연구논문집의 특성에 맞는 특화전략을 수립하고, 시행하는 방안이 마련이 필요한 시점에 도달했다. 특히, 국내 대표 연구 논문집으로서 질적 향상을 꾀하여 학계 위상을 높여야 한다. 특히,

해외유명저널이 되기 위해서는 유통과학연구의 당면과제와 문제점을 어떻게 해소할지를 풀기위한 여러 가지 대안을 모색해야 할 것이다.

결국 이러한 관점에서 문제점을 도출하면 다음과 같다. 즉, 유통과학연구 논문집의 연구범위의 한계, 적극적인 홍보부족, Impact Factor 위한 노력 부족, 마지막으로 SSCI 및 SCOPUS 등재의 적극성 부족을 들 수 있다. 따라서 문제점을 통하여 유통과학연구의 미래성장동력을 얻기 위해서는, 유통과학연구 논문집의 연구범위의 확대, 적극적인 홍보 적극화, Impact Factor 위한 노력 강화, SSCI 및 SCOPUS 등재의 적극성 강화 등이 필요하다.

결론적으로, 연구의 방향과 미래를 밝힌다는 것이 어떤 정형화된 연구방법론으로 도출하기는 어렵지만, 학회나 연구논문집의 조직적, 이론적, 연구방법적인 문제는 학문적 연구로서 충분한 가치가 있고 그런 연구를 통해 유통과학연구의 새로운 연구방법이나 이론을 도출해 나갈 수도 있다. 마지막으로, 본 문제점의 도출과 이에 대한 대안을 마련하기 위하여서는 유통과학연구 편집위원회를 중심으로 연구 논문집의 질적 향상이 중요하다는 점을 인식하고, 세계적인 우수논문집이 될 수 있도록 지속적인 연구와 노력이 필요할 것이다.

Received: April 06, 2012.

Revised: May 04, 2012.

Accepted: May 18, 2012

References

- 강계영, 송인암, 황희중 (2011), “교육서비스 관련 상품 판매요인에 대한 교육서비스 만족이 재등록과 구전효과에 미치는 영향”, *유통과학연구*, 9(3).
- 강계영, 송인암, 황희중 (2011), “구전의 정보원천이 교육서비스 판매에 미치는 영향”, *유통과학연구*, 9(2), 73-81
- 강창원 (2008), “증권회사 CEO의 윤리경영이 조직몰입에 미치는 영향 연구”, *유통과학연구*, 6(1), 63-78.
- 강창원 (2009), “농산물 및 농식품 수출 확대를 위한 방안 연구”, *유통과학연구*, 7(4), 27-36.
- 구근완, 김창균 (1999), “IMF 환경하에서 CALS/EC를 통한 중소기업 물류경영전략”, *유통과학연구*, 1(1), 1-24
- 구영덕 (2005), “대형할인점의 물리적 환경에 대한 지각이 고객만족과 의도에 미치는 영향”, *유통과학연구*, 3(2), 29-56.
- 권영식, 문장실 (2012), “유통경로내의 거래비용에 대한 개념적 고찰”, *유통과학연구*, 10(2), 29-41.
- 권영식, 이민권 (2007), “정보기술 프로세스와 조직특성이 CRM 성과에 미치는 영향”, *유통과학연구*, 5(2), 35-54.
- 권오철, 김상철 (2007), “물류정보화 수준이 물류성과에 미치는 영향에 관한 연구”, *유통과학연구*, 5(1), 57-74.
- 권오철, 김진성, 김판준, 김판진, 김홍섭, 남궁석, 박영근, 박철주, 박형진, 윤명길, 이장환, 황화철, 김유오 (2007a), “소매업체 용어 통일화에 대한 소고”, *유통과학연구*, 5(2), 5-16.
- 권오철, 윤명길, 남궁석 (2007b), “한국 제약산업의 통합물류에 관한 연구”, *유통과학연구*, 5(2), 17-34.
- 김경조 (2009), “물적유통시스템 구성요인에 관한 실태분석과 개선방안에 관한 연구”, *유통과학연구*, 7(4), 47-56.
- 김기평 (2010), “중소유통업체의 CRM 도입방안에 관한 연구”, *유통과학연구*, 8(3), 37-47.
- 김남면, 이원일 (2004), “자동차 유통산업에서 고객특성이 기업성과에 미치는 영향”, *유통과학연구*, 2(2), 61-8.
- 김남면, 김영대 (1999), “우리나라 양도소득세제의 개선방안에 관한 연구”, *유통과학연구*, 1(1), 153-174.
- 김대윤, 이상윤 (2009), “영상전화기(비디오폰) 판매활성화 방안연구”, *유통과학연구*, 7(1), 35-54.
- 김도현, 김상덕 (2009), “e-SCM의 성과에 영향을 미치는 요인에 관한 사례연구”, *유통과학연구*, 6(2), 21-40. ISSN: 1738-3110.
- 김도현, 김상덕 (2011), “중소공급업체 공정성 지각의 선행요인과 결과요인”, *유통과학연구*, 9(2), 61-72.
- 김문정 (2007), “RFID를 이용한 물류정보시스템의 구축효과: CJ GLS 사례를 중심으로”, *유통과학연구*, 5(2), 79-100.
- 김문정, 오영애, 김기수 (2011), “유통업체의 기업이미지가 PB제품에 대한 소비자태도에 미치는 영향”, *유통과학연구*, 9(4), 83-91.
- 김문정, 조윤기 (2008), “저관여 상품구매의 소비자 행동특성에 관한 연구”, *유통과학연구*, 6(2), 81-93.
- 김상철 (2004), “재래시장의 경쟁력 강화방안에 관한 연구”, *유통과학연구*, 2(2), 17-32..
- 김상철 (2006), “제품 속성정보 강화에 따른 소비자 대안선택 변화에 관한 연구”, *유통과학연구*, 4(1), 113-120.
- 김상철 (2009), “서비스 목적에 따른 대기관리 영향요인: 병원서비스를 중심으로”, *유통과학연구*, 7(2), 45-62.
- 김상철 (2010), “Kano 모델 및 가중 PCSI를 통한 서비스품질 개선에 관한 연구”, *유통과학연구*, 8(4), 19-25.
- 김상철 (2012), “고객 보상프로그램의 효율적 구성에 관한 연구”, *유통과학연구*, 10(1), 5-10. ISSN: 1738-3110.
- 김성수 (2004), “프랜차이즈본부 및 가맹점 평가척도개발에 관한 연구”, *유통과학연구*, 2(1), 143-170.
- 김성호, 김판진, 나승화 (2009), “벤처기업의 국제화 전략”, *유통과학연구*, 7(3), 101-122.
- 김수환(2006), “국내 유통업체의 지적자본의 측정지표 개발방향”, *유통과학연구*, 4(1), 5-26.
- 김영기, 강현수, 김승희 (2012), “전통시장 아케이드의 설치 및 관리 효율화 방안 연구”, *유통과학연구*, 10(3), 15-30.
- 김영기, 김승희, 임진 (2011), “전통시장 개념 및 분류체계 재정립에 관한 연구”, *유통과학연구*, 9(2), 83-95.
- 김영민, 김영이, 윤명길 (2010), “유통과학연구의 연구 동향 분석 : 창간호부터 제8권 제3호까지를 중심으로”, *유통과학연구*, 8(4), 7-17.
- 김영민, 조지현 (2010), “철도 물류기지 구축을 통한 남북철도 활성화 방안 연구 - 동해선을 중심으로”, *유통과학연구*, 8(2), 5-11.
- 김영환, 김판진 (2008), “소비자들의 대형마트 PB리류 구매행동에 관한 연구”, *유통과학연구*, 6(1), 117-128.
- 김용환, 배무언 (2005), “할인점 서비스 회복과정의 공정성 지각이 고객 만족과 재구매 의도에 미치는 영향”, *유통과학연구*, 3(1), 23-42.
- 김유오 (2004), “체인오퍼레이션을 위한 점포입지의사결정에 관한 연구”, *유통과학연구*, 2(2), 33-60.
- 김유오 (2005), “체인오퍼레이션을 위한 테넌트 전략에 관한 연구”, *유통과학연구*, 3(1), 43-68.
- 김유오, 김수환 (2004), “경영실적분석을 통한 운영방안에 대한 고찰”, *유통과학연구*, 2(1), 39-62.
- 김유오, 변충규, 류태창 (2011), “전통시장 안전성 확보를 위한 개선방

- 안: 화재보험 가입상태를 중심으로”, *유통과학연구*, 9(4), 43-50.
- 김유오, 이민권, 윤명길 (2005), “선진국 중소소매업 정책에 관한 연구 (I)”, *유통과학연구*, 3(2), 77-100.
- 김유오, 지해명, 윤명길 (2009), “전통시장 활성화를 위한 상품권 유통 방안에 관한 소고: 전통시장 상품권 중심으로”, *유통과학연구*, 7(4), 37-46.
- 김원겸, 범경기, 윤명길 (2007), “한·중 소비자의 할인점 점포선택행동 비교”, *유통과학연구*, 5(1), 41-56.
- 김정인, 이재학, 한규백 (2007), “경기지역의 대형할인점 유통업체브랜드(PB) 선호특성에 대한 실증연구”, *유통과학연구*, 5(2), 101-117.
- 김진환 (2005), “국제물류와 NODE 쟁력에 대한 연구”, *유통과학연구*, 3(1), 113-131.
- 김태성, 김판진 (2010), “종합슈퍼마켓의 소비자들의 구매경향별 POP 광고반응에 관한 연구”, *유통과학연구*, 8(1), 35-42. ISSN: 1738-3110.
- 김판진, 김경조, 남궁석, 윤명길 (2009), “재래시장 시설현대화에 따른 소비자 인식도에 관한 연구”, *유통과학연구*, 7(1), 55-70.
- 김홍섭 (2004), “항만마케팅의 운영실태와 미래 전략방향”, *유통과학연구*, 2(1), 63-98.
- 김홍섭 (2005), “우리나라 네트워크 마케팅의 실태와 발전 전략”, *유통과학연구*, 3(1), 91-112.
- 김홍섭 (2006), “한국 국제물류유통서비스의 실태와 전략 방향: 한반도 대륙횡단철도를 중심으로”, *유통과학연구*, 4(1), 53-78.
- 김홍섭 (2007), “한·중 항만의 경쟁실태와 협력방안”, *유통과학연구*, 5(2), 55-78.
- 나혜수, 이광근 (2011), “전통시장에 대한 기업의 지역사회 특화 스폰서십이 브랜드 자산에 미치는 영향: 포스코와 포항 죽도시장의 협력사례를 중심으로”, *유통과학연구*, 9(4), 51-61.
- 남은우 (2010), “블로그 특성이 관계품질과 구매의도에 미치는 영향”, *유통과학연구*, 8(2), 45-54.
- 문장실 (2010), “유통정보기술 활용이 커뮤니케이션 전략과 CRM 성과에 미치는 영향”, *유통과학연구*, 8(2), 13-21.
- 박기윤, 김현식 (2012), “체험형 교육 서비스 품질 측정 항목에 관한 연구: 창의적 체험활동을 중심으로”, *유통과학연구*, 10(2), 43-52.
- 박대석, 장도 (2008), “SCM관점의 복수시설물 입지결정모형에 관한 연구”, *유통과학연구*, 6(1), 47-62.
- 박문서, 김형준, 이상윤 (2011), “효과적인 브랜딩 전략을 위한 소비자 구매의사결정 요인 분석: 소아비만 치료제 유통시장을 중심으로”, *유통과학연구*, 9(3), 121-143.
- 박상수, 김영서 (2004), “대학 창업보육센터의 발전 방안에 대한 연구”, *유통과학연구*, 2(2), 109-118.
- 박수용 (2008), “점포의 혼잡성, 쇼핑감정, 쇼핑가치에 관한 연구”, *유통과학연구*, 6(2), 61-80.
- 박승제(2011), “상권활성화에 있어서 사업자의 역할에 관한 연구”, *유통과학연구*, 9(4), 93-102.
- 박영근, 김판준 (2007), “관계효익이 판매원 및 기업만족과 고객애호도에 미치는 영향에 관한 연구”, *유통과학연구*, 5(1), 23-40.
- 박영근, 김판준, 황태수 (2007), “주거환경이 주거가치, 주거만족, 재구매의도에 미치는 영향에 관한 연구”, *유통과학연구*, 5(1), 89-105.
- 박영근, 김판준, 이봉춘 (2006a), “피부관리 가맹점의 성과결정요인에 관한 연구”, *유통과학연구*, 4(1), 141-160.
- 박영근, 박영봉, 이동해 (2006b), “점포가치와 점포애호의도에 영향을 미치는 점포선택기준에 관한 연구”, *유통과학연구*, 4(1), 79-102.
- 박인수, 박성규 (2006), “지각된 품질이 고객가치 및 고객만족에 미치는 영향에 관한 연구”, *유통과학연구*, 4(2), 65-80. 박정섭(2005), “서비스 기업의 종업원 만족도가 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구”, *유통과학연구*, 3(2), 101-120.
- 박철주 (2004), “혁신적인 소매업태는 어떻게 생성되고 발전하는가”, *유통과학연구*, 2(1), 17-38..
- 박철주, 고윤배, 윤명길, 김원겸 (2006), “대형백화점의 신규출점에 따른 예상매출액 추정”, *유통과학연구*, 4(2)호, 5-20.
- 박철주, 정태석 (2011), “혁신적인 소매업태의 출현과 발전과정에 관한 연구”, *유통과학연구*, 9(1), 29-38.
- 배재호 (2010), “동질도 평가를 통한 실버세대 세분군 분류 및 평가”, *유통과학연구*, 8(3), 27-35.
- 배준철, 김판진 (2011), “백화점 판매사원의 감정노동에 관한 연구”, *유통과학연구*, 9(4), 75-82.
- 서근하, 서미옥, 윤성욱 (2011), “영세 소상공인 조직화에 대한 직업영역별 차이분석과 경영성과”, *유통과학연구*, 9(2), 111-122. 서근하, 윤성욱, 서창수(2009), “한국 재래시장 상인의 창업가 정신과 상품화 전략이 시장 이미지와 경영성과에 미치는 영향과 재래시장 정책에 대한 시사점”, *유통과학연구*, 7(3), 71-100.
- 선일석 (2009), “국내 냉장냉동 창고 현황조사”, *유통과학연구*, 6(2), 5-21.
- 선일석, 이동욱 (2010), “해외농업투자자에 따른 유통체계 개선방안에 관한 연구”, *유통과학연구*, 8(3), 17-26.
- 선일석, 이원동 (2011), “물류센터 선진화를 위한 발전 방안에 대한 소고”, *유통과학연구*, 9(1), 17-28.
- 송재명 (1999), “생산 전략 변수간의 상호관계 및 사업성과 관계”, *유통과학연구*, 1(1), 115-138.
- 슈슈아이 (2010), “국가이미지가 중국 소비자의 구매의향에 미치는 영향에 관한 연구”, *유통과학연구*, 8(1), 43-52. ISSN: 1738-3110.
- 신언명, 김영이 (2009), “Market Risk Management 관점에서 본 PLC”, *유통과학연구*, 7(1), 91-104.
- 안성우, 이상윤, 김판진, 윤명길 (2009), “국내 대형슈퍼의 개량확률모델에 관한 실증 연구”, *유통과학연구*, 7(3), 5-24.
- 양춘희 (2005), “문화적 다양성이 커뮤니케이션에 미치는 영향”, *유통과학연구*, 3(2), 121-143.
- 양희창, 김성일, 박영호, 이상남 (2011), “전통시장 상인들의 저탄소 녹색성장에 대한 인식과 조직몰입의 관계에 대한 연구”, *유통과학연구*, 9(3), 121-143.
- 양희창, 이영철 (2009), “가맹본부의 리더십 유형과 가맹사업자의 매출과의 관계에 관한 실증적 연구: 관계결속의 매개 효과와 동기의 조절효과를 중심으로”, *유통과학연구*, 7(4), 5-14.
- 양희창, 주윤황 (2012), “대학생들이 지각하는 종합슈퍼마켓의 마케팅 커뮤니케이션, 가치, 소비감정이 점포충성도에 미치는 영향”, *유통과학연구*, 10(2), 19-28.
- 양희창, 홍계훈, 이영철 (2010), “안경업 프랜차이즈 가맹본부와 가맹사업자와의 관계특성이 관계성과에 미치는 영향”, *유통과학연구*, 8(2), 23-31.
- 연광호, 나승화 (2011), “환경의식에 따른 산림생태관광객의 심리적

- 반응에 관한 연구”, *유통과학연구*, 10(1), 43-52. ISSN: 1738-3110.
- 오범석, 김상철 (2005), “식품컨셉의 다양화에 따른 일본 식품유통시스템의 변혁에 관한 연구”, *유통과학연구*, 3(2), 15-28.
- 오영애, 김은희 (1999), “전자문서교환시스템과 직간접적 신뢰에 관한 실증연구”, *유통과학연구*, 1(1), 139-152.
- 오영애, 김희정 (2008), “드럭스토어의 국내 시장 진입 타당성 분석에 관한 연구”, *유통과학연구*, 6(1), 5-24.
- 오재경 (2006), “관광객의 선택행동 특성에 관한 연구”, *유통과학연구*, 4(2), 81-106.
- 우종필, 윤남수 (2011), “커피전문점의 시장세분화와 소비자행동 차이 분석: 카페베네 사례를 중심으로”, *유통과학연구*, 9(4), 5-13.
- 윤남수, 김재영, 박영균 (2011), “구매자의 관여도 수준에 따라 가격할인이 지각가치, 구매의향, 탐색의도에 미치는 영향”, *유통과학연구*, 9(1), 39-48.
- 윤명길 (2004), “국내의 할인점과 백화점 매입유형에 관한 비교 연구”, *유통과학연구*, 2(2), 1-16.
- 윤명길, 김유오 (2005), “유통연구에 대한 학문적 연구(II)”, *유통과학연구*, 3(1), 1-22.
- 윤명길, 김유오 (2007), “한국에서의 유통학문 연구 방법론에 대한 소고”, *유통과학연구*, 5(1), 75-88.
- 윤명길, 김유오, 남궁석 (2004), “유통이론에 대한 학문적 개념연구”, *유통과학연구*, 2(1), 1-16.
- 윤명길, 남궁석 (2005), “국내 백화점의 특정매입 시스템에 관한 연구”, *유통과학연구*, 3(2), 1-14.
- 윤명길, 설성수 (1999), “국내전자상거래의 물류택배시스템분석”, *유통과학연구*, 1(1), 25-38.
- 윤명길, 정동근 (2004), “PFC의 비즈니스 모델 운영에 관한 연구”, *유통과학연구*, 2(1), 125-142.
- 이기원, 이상윤 (2011), “공급사슬 관리 구축전략에 관한 연구: LG전자 사례 중심으로”, *유통과학연구*, 9(3), 이상윤(2005), “중국의 유통경로구조와 정책에 관한 연구”, *유통과학연구*, 3(2), 57-76.
- 이상윤 (2005), “프랜차이즈본부의 균형성과지표개발에 관한 연구”, *유통과학연구*, 3(1), 69-90. ISSN: 1738-3110.
- 이상윤, 주광신 (2004), “우리나라 편의점 프랜차이즈 경쟁력 강화 방안”, *유통과학연구*, 2(2), 85-108.
- 이수열, 김영이 (2009), “소비자 트렌드 변화에 따른 VOC구축에 따른 연구”, *유통과학연구*, 7(2), 89-119.
- 이순금, 김용만 (2011), “실버 소비자의 건강기능 제품에 대한 만족과 지식이 웰빙에 미치는 영향”, *유통과학연구*, 9(2), 131-140.
- 이승창 (2009), “온라인 중고차 거래에서 품질위험을 높게 지각한 구매자의 신뢰형성: 구매자와 대리인 양자간의 신뢰”, *유통과학연구*, 7(3), 49-70.
- 이승창, 안성혁 (2009), “인터넷 환경에서 새로운 가치창조를 위한 비즈니스모델과 화웨이통 서비스전략”, *유통과학연구*, 7(1), 5-34.
- 이승창, 안성혁, 이승 (2009), “화웨이소매점의 온라인 유통서비스 진화에 따른 정보기술서비스 전략”, *유통과학연구*, 7(4), 15-27. 이승창, 안성혁 (2010), “화웨이도매 온라인 거래처리 시스템을 통한 유통경로 개선방안 연구: (주)플로마켓 사례”, *유통과학연구*, 8(1), 21-33.
- 이영철, 양희창 (2012), “대학생들이 지각하는 전통시장 선택속성이 관계품질에 미치는 영향: 소비감정의 조절효과와 소비자 가치의 매개효과”, *유통과학연구*, 10(1), 33-42.
- 이원일 (2008), “자동차 유통시스템의 고객만족도가 기업의 재무적 성과에 미치는 영향”, *유통과학연구*, 6(1), 79-98.
- 이원호, 김수옥, 이상윤, 윤명길 (2012), “점포선택속성이 브랜드 태도에 미치는 영향에 관한 연구: 6개 메이저 브랜드 커피전문점을 중심으로”, *유통과학연구*, 10(3), 51-61.
- 이위식 (1999), “복합운송발전에 따른 국제물류관리향상에 관한 연구”, *유통과학연구*, 1(1), 39-62.
- 이의준, 김상덕 (2011), “프랜차이즈에서 리더십스타일의 선행요인과 성과요인에 관한 연구”, *유통과학연구*, 9(4), 63-73.
- 이장로, 이재혁, 박지훈 (2006), “동풍열달기아(DYK) 중국시장 유통채널전략에 관한 사례연구”, *유통과학연구*, 4(2), 145-165.
- 이장환 (2004), “NIE를 활용한 사회실무계 경성계열분야 교수 학습방법”, *유통과학연구*, 2(1), 99-124.
- 이재학, 한정구 (2006), “청주지역 백화점의 고객서비스 품질 결정요인에 관한 연구”, *유통과학연구*, 4(2), 107-122.
- 이종근, 배무연 (2006), “백화점 고객이 가지는 관계가 고객만족과 신뢰 및 충성도에 미치는 영향에 관한 연구”, *유통과학연구*, 4(1), 27-52.
- 이지현 (2011), “체험매장의 지각된 용이성과 유용성이 만족과 충성도에 미치는 영향”, *유통과학연구*, 9(3),
- 임진, 김영기, 이민권, 김유오, 윤명길 (2011), “전통시장 관련법 개정방안에 대한 고찰: 성남 모란시장을 중심으로”, *유통과학연구*, 9(2), 37-47.
- 장재남, 강창동, 안성식 (2011), “업종별 프랜차이즈 선택결정요인이 가맹점 성과의 만족도와 성공·실패에 미치는 영향연구”, *유통과학연구*, 9(2), 49-59.
- 전타식 (2006), “중소형 프랜차이즈 유통시스템에서 가맹점의 갈등에 관한 질적 연구: 토대이론 접근법을 활용하여”, *유통과학연구*, 4(2), 21-40.
- 전타식 (2007), “정보기술 활용과 영업사원의 서비스 공정성이 고객반응에 미치는 영향”, *유통과학연구*, 5(1), 5-22.
- 전타식, 김상철 (2008), “노트북 사용이 영업사원 평가에 미치는 영향: 서비스 공정성과 고객만족을 매개변수로 하여”, *유통과학연구*, 6(1), 99-116.
- 정난호, 김남면, 선일석 (2006), “소매 업체에 대한 소비자 선택요인에 관한 연구: 대전지역 재래시장, 중형마트를 중심으로”, *유통과학연구*, 4(2), 41-64.
- 정남호, 하재혁, 윤남수 (2009), “IPA를 활용한 고속도로 휴게소의 활성화 방안”, *유통과학연구*, 7(1), 71-90.
- 정용우, 김판진 (2010), “국내 중소기업의 정부지원정책에 관한 연구”, *유통과학연구*, 8(2), 33-43.
- 조경인, 이상윤 (2009), “TV홈쇼핑 가정용품 판매가격이 매출에 미치는 영향에 관한 연구”, *유통과학연구*, 7(2), 29-44.
- 조진원, 조한희, 김남면 (1999), “유통시장개방에 따른 대전지역 백화점의 경쟁력 강화전략”, *유통과학연구*, 1(1), 63-86.
- 조혜덕, 황재광, 이상윤 (2011), “스토리텔링을 이용한 명품 브랜드의 미학적 아트마케팅 커뮤니케이션에 관한 연구”, *유통과학연구*, 9(3),
- 채경희, 김상철 (2010), “의사결정나무 기법을 활용한 백화점의 고객세분화 사례연구”, *유통과학연구*, 8(1), 13-19.
- 최낙환, 박덕수 (2011), “기업연상이 소비자의 자아연관성과 개별브랜드의 충성도에 미치는 영향”, *유통과학연구*, 9(1), 5-16.
- 최봉현, 문영기 (2006), “전속중개계약과 부동산거래정보망제도가 중

- 개업자 신뢰성과 고객만족에 미치는 영향 분석”, *유통과학연구*, 4(2), 123-144.
- 최화선, 이광근 (2012), “유기농 식품에 대한 소비자의 구매의도 영향요인 분석: 계획적 행동이론을 중심으로”, *유통과학연구*, 10(2), 53-62.
- 최호규, 윤정근 (2008), “유통환경 변화에 따른 재래시장 발전방향: 대전광역시를 중심으로”, *유통과학연구*, 6(1), 25-46.
- 한국연구재단 (2012a), 국가과학기술표준분류. http://nrf.re.kr/html/kr/business/business_intro_00_06_01.html, 4월 10일자.
- 한국연구재단 (2012b), 학술연구분야 분류. http://nrf.re.kr/html/kr/business/business_intro_00_06_01.html, 4월 10일자.
- 한호영 (1999), “공급체인관리의 실행전략에 관한 연구”, *유통과학연구*, 1(1), 87-114.
- 황화철 (2006), “마케팅과 풍수지리에 관한 고찰”, *유통 과학연구*, 4(1), 161-173.
- 황화철 (2009), “심리적 거리가 지각된 위험과 성과에 미치는 영향”, *유통과학연구*, 7(2), 63-88.
- 황희중, 신승호 (2012), “브랜드 이미지와 광고모델의 일치성이 가격공정성 지각에 미치는 영향:스포츠 광고를 중심으로” *유통과학연구*, 10(3), 51-61.
- 황희중, 이선미 (2011), “온라인 유통채널 확장시 오프라인 채널의 브랜드 명성, 서비스 만족도의 이전 효과에 관한 연구”, *유통과학연구*, 9(2), 31-36.
- Cho, Young-Sang, “Lessons from Haitai Distribution Inc’s experience in Korea”, *Journal of Distribution Science*, 9(3),
- Cho, Young-Sang (2011), “The Knowledge Transfer of Tesco UK into Korea, in Terms of Retailer Brand Development and Handling Processes”, *Journal of Distribution Science*, 9(2), 13-24.
- Cho, Young-Sang (2011), “Who has to take legal responsibility for retailer brand foods, manufacturers or retailers?”, *Journal of Distribution Science*, 9(2), 97-109.
- Chung, Lak-Chae & Cho, Young-Sang (2011), “The effects of store image components on consumers purchasing retailer brands in Korea”, *Journal of Distribution Science*, 9(4), 15-27.
- Journal of Distribution Science (2012), “Guide for Authors”in <http://kodisa.org/7633>
- Kang, Sung-Ju, Kim, Jae-Yeong & Park, Young-Kyun (2011), “The Effects of the Attractiveness of an Internet Shopping Mall and Flow on Affective Commitment”, *Journal of Distribution Science*, 9(4), 29-42.
- Kim, Dae-Yun, Park, Chul-Ju, Jeong, Tae-Seok (2010), “Study on Enhancing the Demand for Non-Timber Forest Products: Focused on Consumer Research of Foods Processed from Jujube”, *Journal of Distribution Science*, 8(4), 27-36.
- Kim, Jin-Hwan (2011), “Studies on Sustainable Policies of European Intermodal Transport System”, *Journal of Distribution Science*, 9(2), 25-30.
- Kim, Pan-Jin (2009), “A Study on the Risk Management of Korean Firms in Chinese Market”, *Journal of Distribution Science*, 7(2), 5-28.
- Kwon, Soon-Won, Kim, Young-Ei, Youn, Myoung-Kil & Jeon, Ta-Sik (2010), “The Relationship between MRO E-Commerce System and Purchase Effects”, *Journal of Distribution Science*, 8(3), 5-15.
- Lee, Hye-Kyoung, Cho, Young-Sang (2011), “Korean consumers’ attitudes towards organic labels and country of origin of organic foods”, *Journal of Distribution Science*, 9(1), 49-59.
- Lee, Hwan-Eui, Cho, Sun-Gu, Hyun & Sung-Hyup (2011), “Perceived Uncertainty and Perceived Usefulness of Intranet in the Restaurant Franchise Industry”, *Journal of Distribution Science*, 9(2), 123-129.
- Lee, Jung-Wan & Cormier, James F (2010), “Effects of Consumers’ Demographic Profile on Mobile Commerce Adoption”, *Journal of Distribution Science* 8(1), 5-11.
- Lee, Jung-Wan & Kim, Young-Ei (2009), “Perceived Interaction in Online Classes and Technology Acceptance Model to Student Satisfaction”, *Journal of Distribution Science*, 7(3), 25-48.
- Lee, Jung-Wan & Mendlinger, Samuel (2011), “Empirical Investigation of the Relationship between the Operational Competence of Service Providers and the Use and Adoption of Mobile Commerce”, *Journal of Distribution Science*, 9(2), 5-12.
- Lee, Lang-Ju (2012), “A Study on VMD for Development of Traditional Markets: Focused on Korean Clothes Shops”, *Journal of Distribution Science*, 10(1), 11-22.
- Lee, Suk-Jun, Youn, Myoung-Kil & Kim, Wan-ki (2012), “Antecedents to Customer Repurchase in Korean Social Commerce Service”, *Journal of Distribution Science*, 10(3), 7-13.
- Lee, Young-Chul, Park, Chul-Ju & Su-Ji “An Exploratory Study on Specialty Stores for Organic Foods”, *Journal of Distribution Science*, 9(3),
- Park, Nam Goo (2010), “A Study on the Meaning and Strategy of Keyword Advertising Marketing”, *Journal of Distribution Science*, 8(3), 49-56.
- Shin, Hyeong-Jin, Lee, Sang-Youn (2010), “Study on Influence of Standardization of Agricultural Product Packages on Cost in Hypermarkets”, *Journal of Distribution Science*, 8(4), 37-43.
- Siddiqui, Muhammad Ayub & Shoaib, Adnan (2012), “Energy Perspective of Sugar Industries in Pakistan: Determinants and Paradigm Shift”, *Journal of Distribution Science*, 10(2), 7-17.
- Suh, Geun-Ha, Hong, Mee-Young, Choi, Cheong-Rak & Suh, Chang-Soo “A Study on the Differences of Performance in Small Businesses by Gender”, *Journal of Distribution Science*, 9(3),
- Suh, Geun-Ha, Hong, Yong-Woong, Jin, Soon-Ae & Jo, Geum-Je (2012), “Foundation of Management Innovation and a Success Model of Micro Enterprise by Increasing Entrepreneurship and Organization Relationship Analysis”, *Journal of Distribution Science*, 10(3), 31-42.
- Youn, Myoung-kil, Kim, Yoo-oh, Lee, Min-kweon & Nam, Kung-suk (2006), “Domestic Restrictions on the Opening of Retail Stores”, *Journal of Distribution Science* 4(1), 121-160.
- Youn, Myoung-Kil, Ryu, Choong-Yeol, Kim, Pan-Jin & Namkung, Suk(2008), “A Study on Distribution System of Pharmaceuticals in the Korea”, *Journal of Distribution Science*, 6(2), 41-60.
- Yun, Jeong-keun & Jeong, Eun-hye (2012), “A Study on Small Business Development and Support Policies”, *Journal of Distribution Science*, 10(1), 23-31.