



4차산업의 빅데이터 기반 경영회계와 실천적 전략

2021년

한국전산회계학회 / 실천경영학회 / 대한경영정보학회 / 한국경영실무학회
준계공동학술대회

2021년 4월 24일 (토) 13:00~16:00

동의대학교 국제관 306호

주 최: (사)한국전산회계학회/(사)실천경영학회/대한경영정보학회/한국경영실무학회

주 관: 동의대학교 글로벌경영학과/신라대학교 글로벌경영대학/실천경영연구소

후 원: (사)한국경영기술지도사회, (사)부산벤처기업협회

조직위원장: (사)한국전산회계학회 학술조직위원장 김창태(동의대)

(사)실천경영학회 학술조직위원장 박상현(충북대)

대한경영정보학회 학술조직위원장 송영렬(부산과학기술대)

한국경영실무학회 학술조직위원장 박상봉(동의대)



2021년 춘계공동학술대회 일정

- 일시: 2021년 4월 24일(토) 13:00~16:00
- 장소: 동의대학교 국제관306호
- 주최: (사)한국전산회계학회/(사)실천경영학회/대한경영정보학회/한국경영실무학회
- 개최방법: 대면/비대면 중(zoom) 화상학술대회

시간	행사명	행사내용			
11:00~11:30	이사회	동의대학교 국제관 306호 Zoom 회의ID : 878 2999 2014 [암호 : 메일로 발송]			
13:00~13:30	사회	김창태(한국전산회계학회 학술위원장, 동의대)			
	개회사	송영렬(대한경영정보학회 학술위원장, 부산과기대)			
	인사말	이경구(한국전산회계학회, 실천경영학회 회장, 동의대)			
	환영사	박재용(한국경영실무학회, 대한경영정보학회 회장, 신라대)			
	축사	김오연((사)한국경영기술지도사회 회장)-영상			
	시상식	표창장: (사)한국경영기술지도사회 회장상 2명 (사)부산벤처기업협회 회장상 2명 공로패: 한국전산회계학회 박재용(신라대) 감사패: 한국전산회계학회 박경희(한국해양대)			
13:30~14:00	Break Time				
14:00~16:00	Session A 제5세대 산학협력력모형	Session B 빅데이터 기반의 실천경영	Session C 지속경영을 위한 경영환경 변화 대응	Session D 환경변화에 따른 컨슈머의 행동변화유형	
	Zoom : 688 993 0141	실천경영학회 유튜브채널	Zoom : 814 3512 5196	Zoom : 828 1069 2980	
	좌장: 성을현 (충남대)	좌장: 이정원 (동의대)	좌장: 송영렬 (부산과기대)	좌장: 장희숙 (동의대)	
16:00~16:30	학술상 시상/폐회식 Zoom 회의ID : 814 3512 5196				

대한경영정보학회 이사회 : <https://us02web.zoom.us/j/87829992014?pwd=T2ROOWtNNjBHaeRxeRmMDR3UzRUdz09>

Session A 접속링크 : <https://cnu-ac-kr.zoom.us/j/6889930141?pwd=Zmt4c0tiT0xPMiNnQW5lb0t1OUNOdz09>

Session B 접속링크 : https://youtube.com/channel/UC-QM5_i4EtrkZKQIZZUxQPg

Session C 접속링크 : <https://us02web.zoom.us/j/81435125196>

Session D 접속링크 : <https://us02web.zoom.us/j/82810692980>

※ 상기 일정은 코로나바이러스감염증(COVID-19) 방역지침에 따라 일부 변경될 수 있습니다.



회장 박재용
(신라대 교수)

존경하는 한국경영실무학회, 대한경영정보학회 회원 및 기업경영인 여러분 안녕하십니까?

희망과 신록의 계절 4월을 맞이하여 '2021 춘계공동학술발표대회 및 학술상 시상식'을 개최하게 된 것을 매우 기쁘게 생각합니다. 한국경영실무학회와 대한경영정보학회는 코로나바이러스감염증(COVID-19)의 감염추세가 지속되는 동안에도 회원님들의 적극적 애정과 성원 속에서 그동안 쌓아온 활발한 연구와 학술활동의 결과를 함께 공유하는 장을 만들며 날로 발전을 거듭하고 있습니다.

특히, 올해로 창립 30주년을 맞이하는 대한경영정보학회와 한국경영실무학회는 각각 약 1,500여명의 회원들과 함께 학술연구 교류는 물론 혁신적인 경영교육의 질 향상을 도모하고, 회원들이 만족하는 학회로서 자리매김하기 위하여 노력하고 있습니다. 특히, 한국경영실무학회는 21세기 융복합 경영실무분야의 창조적인 혁신리더로 자리매김하면서 기업실무계를 선도적으로 이끄는 학회로서 동북아 중심의 국가발전과 경제발전에 기여하는 학회로 날로 성장, 발전하고 있는 국내의 대표적인 기업경영실무 전문학술단체입니다.

본 학회가 전 구성원의 축제로서 매년 주최하는 학술발표대회는 기업경영에서의 혁신적인 정보화, 디지털화, 지능화와 더불어 경영혁신 및 경영실무 분야의 다양한 학문영역에서 새로운 지식과 학술정보 교류를 통해 한국경제와 지식산업부문의 발전에 실질적으로 기여하는 중요한 행사로 자리매김하고 있습니다. 금번 학술발표대회는 '4차산업의 빅데이터 기반 경영.회계와 실천적 전략'이라는 주제를 가지고 코로나-19 이후에 다가올 기업경영 패러다임과 이러한 환경변화 속에서 기업경영의 새로운 방향설정과 실천적 전략적 대응방안을 모색하는 행사로 준비하였습니다.

이번 대한경영정보학회와 한국경영실무학회의 춘계학술발표대회는 4차산업 혁명시대에 따른 디지털 산업혁명과 관련한 주제분야를 더하기 위하여 한국전산회계학회와 (사)실천경영학회와 공동으로 개최함으로써 학술발표대회의 근본취지를 최대한 살리고자 기획하였습니다. 이에 회원여러분들의 심도있는 연구발표와 토론의 장이 되기를 바랍니다.

아울러 오늘의 이러한 영광된 자리가 개최될 수 있도록 많은 후원과 격려를 보내주신 (사)한국경영기술지도사회 김오연 회장님과 (사)부산벤처기업협회 김병국 회장님에게 이 자리를 빌어 감사의 인사를 전합니다. 그리고 오늘 교육계와 산업계에 헌신적인 노력으로 그 공로를 인정받아 수상하시는 수상자분들과 불철주야 학술연구에 매진한 결과 학술상을 수상하는 모든 연구자들에게 축하의 말씀을 드립니다.

마지막으로 본 학술발표대회가 성공적으로 개최될 수 있도록 협조하여 주신 한국전산회계학회 이경구 회장님을 비롯한 한국경영실무학회 및 대한경영정보학회 공동학술조직위원회 송영렬 교수님과 김유리 사무국장님 등 본 사이버학술발표대회가 차질없이 진행될 수 있도록 음지에서 많은 기술적 지원과 봉사를 해주신 여러분들께 감사의 말씀을 드립니다.

항상 학회 회원 및 임원 그리고 기업경영인 여러분 모두의 가내에 건강과 행복을 기원드립니다.

감사합니다.

2021년 4월 24일

한국경영실무학회|대한경영정보학회 회장 박재용
한국전산회계학회|(사)실천경영학회 회장 이경구

Conference Schedule

Session A: 제5세대 산학연협력모형

(Zoom 회의 ID : 688 993 0141)

Session A	14:00~16:00	Chairman: 성을현(충남대), 국제관 303호
-----------	-------------	------------------------------

Presenters	Title	Commentators
이벽규((주)코맥) 영명배(충남대)	혁신 프로세스에 내재된 혁신시스템의 세대 별 특징: 거버넌스 측면의 비교분석을 중심으 로	배기봉(충남대)
배기봉(충남대) 황경연(충남대 과학기술지식연구소)	산학연협력과 3D 프린팅	강재열(충남대)
정철호(목원대) 강재열(충남대) 안호성(충남대 과학기술지식연구소)	산학연협력과 온택트시스템	황경연(충남대 과학기술지식연구소)

Break time

성을현(충남대 과학기술지식연구소) 우승현(충남대 경제학과)	산학연협력과 AI	홍은영(충남대 과학기술지식연구소)
황경연(충남대 과학기술지식연구소) 한은수(목원대)	산학연협력과 Big Data	유진만(충남대)
홍은영(충남대 과학기술지식연구소) 홍승범(KAIST)	산학연협력과 블록체인: 팬데믹 시대, 블록체인 기술을 사용하여 산학협력을 조직화하는 새로운 방법	김희경(가톨릭대)
성을현(충남대 과학기술지식연구소) 이희덕(충남대)	4 차산업혁명기술을 활용한 산학연협력플랫폼	정철호(목원대)

Session B: 빅데이터 기반의 실천경영

(실천경영학회TV 유튜브채널)

Session B	14:00~16:00	Chairman: 이정원(동의대),	국제관 306호
------------------	--------------------	----------------------------	-----------------

Presenters	Title	Commentators
박상현(충북대) 박상봉(동의대)	스마트팩토리화된 생산공정이 제조기업 리쇼어링에 미치는 영향 관계: 철강산업을 기업을 중심으로	이정은(동의대)
왕윤(충북대) 정진섭(충북대)	소상공인 창업자의 창업동기와 사회적 자본이 창업 성과에 미치는 영향: 디지털전환, 창업지원플랫폼, 자기효능감의 조절효과를 중심으로	이동철(동의대)
하형(충북대) 정진섭(충북대)	스마트홈 서비스의 특성이 사용의도에 미치는 영향에 관한 연구: 디지털 트랜스포메이션의 조절효과를 중심으로	박상봉(동의대)
김도희(동의대) 이정원(동의대)	병원종사자의 비언어 의사소통이 고객만족에 미치는 영향	정진섭(충북대)
심민보(동의대) 이경구(동의대)	패션헤어의 활용성이 자존감과 라이프스타일에 미치는 영향	박상현(충북대)
문선배(동의대) 이동철(동의대)	골프장 서비스 품질이 고객만족과 재이용의도 및 추천의도에 미치는 영향	장휘(동명대)
박재형(동의대)	중소기업의 종합적 품질경영활동(TQM)이 기업역량 및 경영성과에 미치는 영향	이정원(동의대)

Break time

김오곤(동의대)	양산지역공단의 중소기업 고용환경이 직무만족에 미치는 영향	왕윤(충북대)
제개(동의대)	중소기업의 핵심역량이 기업경쟁력 및 기업의 경영 성과에 미치는 영향	하형(충북대)
장휘(동명대) 이정은(동의대)	대학의 중국어 교육에서 교육환경과 학습목적이 지적성과에 미치는 영향	김창태(동의대)

Session C: 지속경영을 위한 경영환경 변화 대응

(Zoom : 814 3512 5196)

Session C	14:00~16:00	Chairman: 송영렬(부산과학기술대), 국제관 305호
------------------	--------------------	---

Presenters	Title	Commentators
이종화(동의대) 이현규(부경대)	경영학 관련 직무 스펙 지수 연구	서용한(울산과학대)
최석봉(고려대) 정기백(고려대)	파괴적 리더십, 팀 내 관계갈등, 조직다양성과 혁신성과: 3차항 상호작용효과	최병우(건국대)
서용한(울산과학대) 이연주(울산과학대)	영업사원의 그릿(grit)이 직무만족과 경력성공에 미치는 영향	이종화(동의대)

Break time

김원진(동아에스티(주)) 최병우(건국대)	영업관리자의 리더십 스타일이 조직효과성에 미치는 영향 -윤리적 성실성의 조절효과를 중심으로-	최석봉(고려대)
양성일(한국경영기술지도사회)	중장기 전략 수립과 핵심가치 리뉴얼	조윤재(창원대)
주정윤(동서대) 조윤재(창원대)	중소기업의 ESG(지속가능경영) 컨설팅 사례 연구	이용삼(대구한의대)
박영태(동의대)	4.0 국내외 스마트항만 추진 사례 분석과 시사점	양성일(한국경영기술지도사회)

Session D: 환경변화에 따른 컨슈머의 행동변화유형

(Zoom : 828 1069 2980)

Session D	14:00~16:00	Chairman: 장희숙(동의대),	국제관 313호
------------------	--------------------	----------------------------	-----------------

Presenters	Title	Commentators
왕비우(신라대) 김병대(신라대)	유튜브 동영상광고의 내용분석 -건강기능식품을 중심으로-	양승호(충남대)
소자서(신라대) 김병대(신라대)	한·중 프랜차이즈 분석 연구	서용석(목원대)
이진흥(신라대)	중국의 어린이마사지가가 한국에서 운영가능성이 탐구연구	윤대홍(부산카톨릭대)

Break time

이관재(공주대) 심혜은(공주대) 정락채(공주대)	고객공감이 판매원속성과 재구매의도에 사이에 미치는 영향에 관한 매개효과	심원미(부산과기대)
이초양(신라대)	IPA기법을 활용한 코로나-19 이후 온라인 교육 서비스품질 평가에 관한 연구	강석민(계명대)
조기(신라대) 최향(신라대)	중국 고궁 문화상품 연구에 대한 내용분석	김유리(신라대)
강석민(계명대)	경영성과에 미치는 비기술혁신의 영향에 대한 연구: 서비스산업을 중심으로	빈기철(동의대)

Session A: 제5세대 산학협력력모형

좌장: 성을현(충남대), 장소: 국제관 303호

- A-1 이벽규((주)코맥), 염명배(충남대), 혁신 프로세스에 내재된 혁신시스템의 세대별 특징: 거버넌스 측면의 비교분석을 중심으로
- A-2 배기봉(충남대), 황경연(충남대 과학기술지식연구소), 산학협력력과 3D 프린팅
- A-3 정철호(목원대), 강재열(충남대), 안호성(충남대 과학기술지식연구소), 산학협력력과 온택트시스템
- A-4 성을현(충남대 과학기술지식연구소), 우승현(충남대 경제학과), 산학협력력과 AI
- A-5 황경연(충남대 과학기술지식연구소), 한은수(목원대), 산학협력력과 Big Data
- A-6 홍은영(충남대 과학기술지식연구소), 홍승범(KAIST), 산학협력력과 블록체인
: 팬데믹 시대, 블록체인 기술을 사용하여 산학협력을 조직화하는 새로운 방법
- A-7 성을현(충남대 과학기술지식연구소), 이희덕(충남대), 4차산업혁명기술을 활용한 산학협력력플랫폼

혁신 프로세스에 내재된 혁신시스템의 세대별 특징: 거버넌스 측면의 비교분석을 중심으로

이벽규((주)코맥), 염명배(충남대)

초 록

혁신프로세스의 개념적 틀에 대한 논의를 역사적으로 분석하여 혁신프로세스의 1세대 모델에서 5세대 모델까지 구분한 주요 저자 중 한 명은 Roy Rothwell이다. 본 논문은 이러한 혁신프로세스의 세대별 모델에 맞물려 있는 혁신시스템의 세대별 특징을 도출하고자 하는 시도이다. 이는 프로세스에는 시스템이 내재한다는 점을 전제로 한다. 특히 근대 시장경제체제에서 핵심 혁신주체는 기업이며, 근대성의 관점에서 이 기업의 혁신프로세스에는 일정한 혁신시스템이 내재한다는 점을 전제한다. 이를 통해 혁신프로세스 논의에 조응하는 혁신 시스템의 세대별 모델도출이 가능함을 제시한다. 동시에 이해와 가치를 둘러싼 혁신시스템의 구성요인간의 갈등과 대립의 사회적 조정 양식인 거버넌스 측면을 모델별로 비교, 조명함으로써 혁신시스템의 세대별 특징을 도출하였다.

주제어: 혁신시스템, 혁신프로세스, 거버넌스, 산학연협력

산학협력과 3D 프린팅

배기봉(충남대), 황경연(충남대 과학기술지식연구소)

초 록

지난 수십 년 동안 대학들은 산업계 기업들과 협력하여 지식기반 경제발전을 이루는데 기여하여 왔다. 최근에는 대기업뿐만 아니라 중소기업, 전자분야에서 금융분야에 이르기까지 개방형 혁신전략에 동참하고 있다. 학계도 교육적 기업가로 진화하고 있으며, 대학의 개방형 혁신 능력을 이용하여 산학협력의 성과를 증대시키고 있다. 그러나 4차 산업혁명 시대에 제조업의 대 변혁을 가져올 3D 프린팅 분야에서의 산학협력은 그 활용분야와 시장규모 전망에 비하면 아직은 미미한 수준이다. 본 연구의 배경은 국가의 3D 프린팅 산업분야의 국제경쟁력을 선도하기 위해서 대학이 3D 프린팅 산업 발전을 가속시키기 위한 추진동력 요인을 찾는 데 있다. 3D 프린팅 산업의 부가가치를 밸류체인은 물론 에코시스템으로 접근하여 평가하여 볼 때 에코시스템의 중심에서 대학의 중추적인 역할이 요구된다. 대학의 개방형 혁신 능력이 네트워크 중심성과의 관계가 있으며, 중심성과 산학협력 성과와 관계의 논의를 이끌어 내는 것은 대학의 역할을 새로운 시각에서 능동적인 산학협력 미션을 제시한다. 대학을 중심으로 둘러싼 생태계의 파트너들이 어떤 연계성을 가지고 있고 지식흐름과 혁신성과를 이루는데 상호작용하며 시너지를 나타내는지 정부와 산학 모두의 이해가 필요하다. 중심성 비율이 높은 대학은 지식확산을 빠르게 하고 지식교환을 촉진시키는 개방형 혁신주체로 분류될 수 있다. 본 연구에 이용된 분석 자료는 6개 광역시도에 위치한 대학과 각 대학의 산학협력단 성과를 대상으로 하였으며 중심성 분석은 매개중심성을 기반으로 하였다. 그럼에도 불구하고 중심성의 측정이 개방형 혁신자로서 대학의 수준과 성격을 고려하는 새로운 수단으로 간주되는 것은 경계할 필요가 있다.

주제어: 산학협력, 3D 프린팅, 개방형 혁신, 매개중심성, 에코시스템

산학연협력과 온택트시스템

정철호(목원대), 강재열(충남대), 안호성(충남대 과학기술지식연구소)

초 록

온택트(Ontact)는 온라인을 통해 대면하는 것을 의미하는 표현으로 기존의 언택트(Untact)와 On의 결합 단어이다. Ontact와 Untact를 구별하는 기준은 체험 미디어가 있느냐 없느냐이다. Ontact 시대의 대표적인 사례로 온라인 전시회, 공연, 페스티벌 등이다. 이러한 Ontact 시대를 실현하는 기술이 Ontact 시스템이라고 할 수 있으며, 이러한 Ontact 시스템은 코로나19상황과 같은 상황에서 온라인상에서 대면하면 할 수 있는 기회를 제공한다. 이러한 시스템을 활용하면 시간과 장소에 구애받지 않고 산학연간 원활한 소통이 가능해지고 이를 통해 산학연협력이 활성화될 수 있다. 본 연구에서는 산학연협력에서 Ontact 시스템을 어떻게 활용할 수 있을 것인가를 제안해 보고자 한다.

주제어: 산학연협력, 온택트, 언택트, 온택트산학협력시스템

산학연협력과 AI

성을현(충남대 과학기술지식연구소), 우승현(충남대 경제학과)

초 록

본 논문은 4차 산업혁명에 따라 급격하게 진화하는 지식기반 경제 속에서 산·학·연 주체들 간의 지속적인 상호작용을 통해 협력을 이끌어 낼 수 있는 인공지능(AI : Artificial Intelligence) 기반 산학연협력 시스템의 구축방안을 제시하고 있다.

인공지능의 역사적 발전과정을 살펴보면 인공지능의 비약적 발달은 비교적 최근에만 이루어진 일이다. 기술의 발전에 따라 구체화시킬 수 있는 인공지능의 범주가 확장되고 있으며 그에 따른 인공지능의 발전과 지식의 성장은 지금도 계속되고 있다. 인공지능을 통해 컴퓨터가 상황을 인지하고 판단할 수 있게 되면서 주어진 특정 조건이 충족된다면 인간 못지않은 합리적인 의사결정 통해 정형화된 문제를 해결할 수 있게 되었다. 최근에 연구가 활발하게 진행되고 있는 머신러닝(machine learning)이나 딥러닝(deep learning) 인공지능 기술을 응용하여 보다 효율적이며 자동화된 산학연 협력 플랫폼 모형의 구축을 시도하였다.

주제어: 산학연협력, 인공지능(AI), 머신러닝, 딥러닝, 산학연협력시스템

산학연협력과 Big Data

황경연(충남대 과학기술지식연구소), 한은수(목원대)

초 록

지식기반 경제시대에서 기업이 경쟁력을 유지하기 위해서는 대학, 연구기관, 기업과 같은 외부 조직과의 협력이 중요하다. 산학연협력은 최신 기술 지식을 얻고, 새로운 시장에 대한 접근 기회를 확보할 수 있고, 공동 R&D가 가능하며, 생산의 규모의 경제를 통해 이익을 얻을 수 있고, 위험을 공유할 수 있다. 그런데 기업은 정보부족, 담당자 찾기 어려움, 원하는 협력파트너 찾기에 드는 거래 비용 등으로 인하여 연구기관과의 연계가 어려운 것이 현실이다. 기업의 이러한 문제를 해결하기 위한 한 방안으로 4차산업혁명에서 핵심기술의 하나인 빅데이터의 활용을 제안하고자 한다. 산학연협력에서의 빅데이터 플랫폼 활용은 기업이 원하는 요구기술 현황을 분석해 주고, 필요 기술을 검색해 줄 수 있으며, 원하는 연구자를 검색하여 산학 간의 연계 및 산연 간의 연계가 원활히 이루어질 수 있도록 지원해 줄 수 있다. 이를 통해 산학 간 및 산연 간의 기술이전, 기술자문, 공공연구개발 등과 같은 산학 및 산연협력을 촉진시킬 수 있다. 산학연협력에서 양질의 빅데이터 플랫폼을 구축하고 활용할 수 있기 위해서는 정부가 보유한 공공데이터의 공개가 필요하다. 특히, 대학을 포함한 공공 연구기관이 보유한 연구데이터의 공개가 요구된다.

주제어: 산학연협력, 빅데이터, 공공데이터, 빅데이터 플랫폼

산학연협력과 블록체인 : 팬데믹 시대, 블록체인 기술을 사용하여 산학협력을 조직화하는 새로운 방법

홍은영(충남대 과학기술지식연구소), 홍승범(KAIST)

초 록

COVID-19로 인한 팬데믹시대에 산학연 협력의 구축 방식 변화가 요구되고 있다. 특히, 협력의 중요한 키워드인 '신뢰(Trust)'를 구축하기 위해 그동안 운영되어온 대면방식은 그 한계에 직면하였다. 본 연구는 견고한 신뢰구축을 위해 상호 파트너간 안전한 상호 운용성 확보가 중요하다는 점에서, 비대면사회의 성공적인 협력을 위한 '블록체인' 기술의 필요성과 적용가능성을 논한다. 블록체인은 탈중앙화, 무결성, 위변조어려움 등의 특성을 갖추고 있어 신뢰구축시 비공식적인 민감한 정보를 처리할 때 유효할 것이다. 특히, 신뢰가 부족한 협력의 초기단계에 효율적인 거버넌스 메커니즘으로서 블록체인이 작용할 때 '사전 및 사후 거래비용'을 낮춰 '협력'과 '조정'을 촉진할 수 있을 것이다. 또한, 블록체인의 탈중앙화로 인해 중앙집권적인 정부주도의 트리플헬릭스 구조를 벗어나 시민사회 등 제4주체가 참여하는 쿼드러플 헬릭스 모델에도 유용하게 작용할 것으로 기대한다.

주제어: 산학연협력, 신뢰, 블록체인, 쿼드러플 헬릭스 모델

4차산업혁명기술을 활용한 산학협력플랫폼

성을현(충남대 과학기술지식연구소), 이희덕(충남대)

초 록

4차 산업혁명은 사회전반에 영향을 미치고 있으며, 산학협력시스템도 예외가 아니다. 덕분에 보다 효율적인 산학협력시스템의 설계가 가능하게 되었다.

본 논문은 4차 산업혁명기술을 활용하여 R&D분야에서 산학연이 기술적 협력을 이룰 수 있는 산학협력 플랫폼 모형의 개발을 시도하고 있다.

빅데이터, 블록체인, AI 등의 4차 산업혁명기술이 데이터의 수집, 분류, 분석, 생성, 보안의 관점에서 어떻게 활용되어 스마트하게 작동하는 산학연플랫폼을 구현할 수 있는 지에 대해 개념적인 수준에서 모형이 제시 되었다.

주제어: 산학협력, 인공지능, 스마트산학협력플랫폼, 빅데이터, 블록체인, AI, 4차 산업혁명기술

Session B: 빅데이터 기반의 실천경영

좌장: 이정원(동의대), 장소: 국제관 306호

B-1 박상현(충북대), 박상봉(동의대), 스마트팩토리가된 생산공정이 제조기업 리쇼어링에 미치는 영향 관계: 철강산업을 기업을 중심으로

B-2 왕윤(충북대), 정진섭(충북대), 소상공인 창업자의 창업동기와 사회적 자본이 창업 성과에 미치는 영향: 디지털전환, 창업지원플랫폼, 자기효능감의 조절효과를 중심으로

B-3 하형(충북대), 정진섭(충북대), 스마트홈 서비스의 특성이 사용의도에 미치는 영향에 관한 연구: 디지털 트랜스포메이션의 조절효과를 중심으로

B-4 김도희(동의대), 이정원(동의대), 병원종사자의 비언어 의사소통이 고객만족에 미치는 영향

B-5 심보민(동의대), 이경구(동의대), 패션헤어의 활용성이 자존감과 라이프스타일에 미치는 영향

B-6 문선배(동의대), 이동철(동의대), 골프장 서비스 품질이 고객만족과 재이용의도 및 추천의도에 미치는 영향

B-7 박재형(동의대), 중소기업의 종합적 품질경영활동(TQM)이 기업역량 및 경영성과에 미치는 영향

B-8 김오곤(동의대), 양산지역공단의 중소기업 고용환경이 직무만족에 미치는 영향

B-9 제개(동의대), 중소기업의 핵심역량이 기업경쟁력 및 기업의 경영성과에 미치는 영향

B-10 장휘(동명대), 이정은(동의대), 대학의 중국어 교육에서 교육환경과 학습목적이 지적성과에 미치는 영향

스마트팩토리화된 생산공정이 제조기업 리쇼어링에 미치는 영향 관계: 철강산업을 기업을 중심으로

박상현(충북대), 박상봉(동의대)

초 록

과거 제조기업은 본국중심 제조 환경을 탈피하고 동남아 지역을 중심으로 생산의 국제화(Internationalization)가 활발하게 진행되어왔다. 또한 이를 기반으로 제품 생산비용에 대한 제품 원가우위(Cost Leadership)와 현지시장을 바탕으로 입지특유 우위(Location Specific Advantage)를 확보해 올 수 있었다. 이러한 관점에 철강산업 기업 또한 동일 형태를 보여왔다. 특히 기업이 개발도상국을 중심으로 해외진출을 하려는 공통된 사유로는 생산 효율을 극대화 시켜 본국 중심 생산운영 경쟁력과 비교하여 우위를 확보하기 위함이다.

한편 최근 들어 4차 산업혁명 도래에 따른 생산기술의 발전이 이어지고 있는 추세를 보여오고 있으며 이러한 관점에 생산공정 라인에 스마트팩토리를 통한 제조경쟁력 확보를 꾀하고 몇몇 기업 사례의 경우는 본국으로의 리쇼어링을 추진하는 사례가 발생되고 있다. 따라서 본 연구는 철강산업 기업을 중심으로 스마트팩토리화된 생산공정이 제조기업 리쇼어링에 미치는 영향 관계는 실증하고자 한다.

연구설계된 모형에 대한 표본을 추출하고자 충청남도를 철강 업을 중심으로 해외법인이 있는 기업 임직원을 대상으로 판단표본추출 방법으로 표본을 수집하고자 하였다. 실증결과, 첫째, 생산공정에 스마트팩토리는 기업 리쇼어링에 통계적으로 유의한(+) 영향 관계가 있었다. 둘째, 생산공정에 스마트팩토리는 제조경쟁력에 통계적으로 유의한(+)을 미칠 뿐만 아니라, 제조경쟁력은 리쇼어링에도 통계적으로 유의한(+) 영향관계를 미치는 점을 최종 실증하였다.

주제어: 스마트팩토리, 철강 기업, 리쇼어링, 제조경쟁력, 실전경영학

소상공인 창업자의 창업동기와 사회적 자본이 창업성과에 미치는 영향: 디지털전환, 창업지원플랫폼, 자기효능감의 조절효과를 중심으로

왕윤(충북대), 정진섭(충북대)

초 록

우리나라 전체사업자 중 소상공인 및 중소기업이 차지하는 비중이 높기 때문에 소상공인의 수익과 성장, 경영의 성패는 국민경제의 안정 및 활성화, 경제침체와 회복에 큰 영향을 주는 요인이 된다. 또한 소상공인 창업은 새로운 기회를 창출하여 일자리를 만들고 지역경제를 활성화시키는 원동력이 되고 있다. 한편, 4차 산업혁명 시대의 도래와 코로나 19 사태로 인해 대기업 중심의 미래혁신전략으로 다루어 온 디지털 전환이 전체 사업자 중 80%이상(강원도의 경우 93%이상)을 차지하는 소기업, 소상공인들에게는 새로운 비즈니스 기회를 위한 전략적 선택이자 생존을 위한 필수 선택으로 인지되고 있는 상황이다.

본 연구는 소상공인의 창업자의 창업동기, 사회적 자본이 창업의지 및 창업성과에 미치는 영향과 더불어, 디지털 전환, 창업지원플랫폼, 그리고 (소상공인 창업의 성공을 위해서 필요한 자기 자신과 일의 성취에 대한) 자기효능감의 조절효과를 실증연구를 통해 규명함으로써, 소상공인의 창업육성에 필요한 시사점 및 정책대안을 제시하고자 한다.

실증분석은 경기도 안양시, 안산시, 평택시 및 대전광역시의 약 200명의 소상공인 창업자를 대상으로 시행하였다.

주제어: 창업동기, 사회적 자본, 창업의지, 창업성과, 디지털 전환, 자기효능감, 창업지원플랫폼, 지속가능개발목표(SDGs)

스마트홈 서비스의 특성이 사용의도에 미치는 영향에 관한 연구: 디지털 트랜스포메이션의 조절효과를 중심으로

하형(충북대), 정진섭(충북대)

초 록

현재의 스마트 홈(smart home)은 주거 공간에 정보기술이 도입되어 가사활동뿐만이 아니라 다양한 분야의 서비스를 제공하고 있다. 스마트홈 서비스는 그 가치에 비해 확산이 매우 더디며, 특히 국내 스마트홈 관련 시장의 경우 도입기에 정체되어있다.

이와 같은 연구를 통해 스마트홈 서비스의 특성이 스마트홈 서비스의 이용 의향에 영향을 미치는 것을 발견하고, 스마트홈 서비스에 관한 다섯 가지 변수(신뢰성, 보안성, 편리성, 편재 접근성, 쾌락성)를 유도하고 있다. 또한 기술수용모형을 활용하여 인지된 유용성과 유의성을 도출한 다음에 디지털 전환이 스마트홈 서비스특성과 유용성, 용의성 사이에 긍정적인 조절효과가 있는지 검증하기도 한다.

이 연구에서는 이러한 변수들의 관계를 기술할 수 있는 연구 가설을 연구하기 위해 현재 스마트홈 서비스를 사용되고 있거나 사용할 의도가 있는 일반 소비자를 대상으로 설문조사를 실시하였다. 210부를 회수하여 그중에서 부실한 데이터 30부를 빼고 180부를 활용하여 회귀분석을 실시한다.

실증 분석을 통해 스마트홈 서비스 사용 시의 편리성, 보안함, 쾌락성이 사용의도에 현저한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그러나 쾌락성은 인지된 사용용이성에 영향을 미치지 않는다. 사용자는 신뢰성 이외의 특성이 인지된 유용성에 현저한 영향을 미치는 것을 발견한다. 스마트홈 서비스 특성(신뢰성, 편재 접근성, 쾌락성) 와 인지된 유용성사이에서 디지털 트랜스포메이션이 조절효과가 나타났다. 스마트홈 서비스특성(쾌락성)와 인지적 사용 용이성 사이에서 디지털 트랜스포메이션이 조절효과가 나타났다.

주제어: TAM모형, 디지털 트랜스포메이션, 신뢰성, 보안성, 편리성, 편재 접근성, 쾌락성

병원종사자의 비언어 의사소통이 고객만족에 미치는 영향

김도희(동의대), 이정원(동의대)

초 록

최근 소득수준의 증가와 지속적인 경제발전에 따라 삶의 질이 향상되었고, 평균 수명도 계속해서 늘어남에 따라 의료산업도 급격한 성장을 하였다. 이에 따라 의료산업에도 무한 경쟁이 시작되었고, 고객과의 관계를 중심으로 한 관계마케팅의 중요성이 부각되었다. 특히 서비스 접점에서 상호 관계 수준을 높이기 위해서는 서비스 제공자가 고객에게 행하는 의사소통능력을 향상시키는 것이 중요시되고 있다. 따라서 병원직원의 비언어 의사소통(신체언어, 공간적행위, 의사언어, 신체적외양)을 초점으로 하여 고객만족에 어떻게 영향을 미치는지 연구하고자 한다.

부산 및 경남에 거주 중이며 병원을 이용해본 고객 157명을 대상으로 서면 설문조사를 시행하였고, SPSS 프로그램을 통하여 빈도분석, 기술통계, 신뢰도분석, 회귀분석을 실시하였다.

독립변수와 종속변수의 신뢰도(Cronbach's α)값은 각각 0.889, 0.906이다. 회귀분석 결과 독립변수 신체언어($B=0.337$ $p<0.001$), 공간적행위($B=0.147$ $p=0.037$), 의사언어($B=0.160$ $p=0.017$), 신체적외양($B=0.264$ $p<0.001$) 네가지 모두 만족도에 유의하게 영향을 주는 것으로 나타났다.

병원 고객만족도는 직원의 비언어적 의사소통에 따라 영향을 미치며, 향후 고객 서비스 향상을 목표로 할 때 비언어적 요소도 중요한 부분임을 인지하여 직원 직무 교육을 하는 것이 바람직하다고 생각된다.

주제어: 비언어, 의사소통, 병원 종사자, 고객만족

패션헤어의 활용성이 자존감과 라이프스타일에 미치는 영향

심민보(동의대), 이경구(동의대)

초 록

본 연구는 패션헤어의 활용성이 자존감과 라이프스타일에 미치는 영향을 알아봄으로써, 패션헤어의 다양한 활용성이 패션헤어 사용자의 자존감과 삶의 질을 향상시키기 위한 라이프스타일 만족도의 개선방안을 모색하고자 하는 것이 목적이다.

실증조사는 2021년 3월 1일부터 4월 4일까지 한 달 간 전국을 조사 대상으로 현재 가발을 착용하고 있거나, 가발을 착용한 경험이 있는 고객을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 350부를 배부하여 311부를 회수하여 이중 불성실한 응답자를 제외한 254부를 최종분석에 사용하였다.

본 연구의 연구결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 조사대상의 인구통계적 특성을 알아본 결과 성별은 30대에서 40대의 남성으로, 대졸이상의 학력을 가진 월 평균 300만 원 이상에서 400만원 미만의 전문직 종사자가 많은 것으로 조사되었으며 가발 이용실태를 알아본 결과 자신감을 갖기 위해 가발을 착용하고, 가발의 헤어스타일 결정방법은 디자이너가 추천하는 스타일에 나의 생각을 더하여 결정, 가발의 개선되어야 할 점은 한정된 스타일과 착용감 개선, 가발 착용 후 주변사람들의 반응은 어느 정도 영향을 받음, 가발 샵 방문주기는 3~4주가 가장 많은 것으로 조사 되었다.

둘째, 패션헤어의 활용성, 자존감, 삶의 질, 라이프스타일 만족도의 신뢰도 측정 및 타당도를 검토한 결과, 신뢰도는 모두 0.805 이상으로 나타나 양호한 값을 보였으며, 패션헤어 활용성은 반응성, 공감성, 유형성, 신뢰성, 확신성의 순서대로 5가지 요인으로, 자존감은 자아존중감과 삶의 질의 2가지 요인, 라이프스타일은 정신건강만족도로 단일차원으로 구성되었다.

셋째, 가설을 검증한 결과 패션헤어 활용성의 반응성, 공감성, 신뢰성, 확신성은 자아존중감에 정의 영향을 미치는 것으로 나타났고, 패션헤어 활용성의 공감성, 유형성, 확신성은 삶의 질에 정의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 자존감에서 자아존중감과 삶의 질은 라이프스타일의 단일변수 정신건강만족도에 정의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그리고, 자아존중감과 삶의 질에 대한 가설 검증으로 변수 간 상호 연관성이 없는 것으로 확인되었고 그 결과에 따른 결론은 다음과 같다. 패션헤어 활용성은 반응성, 공감성, 유형성, 신뢰성, 확신성은 자존감과 라이프스타일에 정의 영향관계가 있음이 검증되었다. 이러한 결과로 미루어 볼 때 자아존중감과 삶의 질 상승은 라이프스타일에서 정신건강만족도 상승을 높임으로서 고객과의 장기적인 관계를 유지하기 위한 전략들이 가발업계의 성장에 매우 중요한 시점임을 알 수 있다.

골프장 서비스 품질이 고객만족과 재이용의도 및 추천의도에 미치는 영향

문선배(동의대), 이동철(동의대)

초 록

대중의 골프에 대한 관심과 이용객이 증가함으로 국내와 해외 또한 골프장의 이용이 늘어남에 따라 골프장의 서비스 요구도 더욱이 높아졌으며, 골프장의 경쟁을 불러일으켜 서비스 품질에 대한 질적인 면에서 상당히 향상되었다.

골프장 수의 증가로 공급자의 중심에서 수요자의 중심으로 골프장 산업은 변화하였고, 골프장 이용객들은 골프장에서 제공하는 서비스의 만족도에 따라 골프장의 선호도에 영향력을 미치게 되었다. 골프 산업은 서비스품질을 향상시켜 고객만족을 달성하는 마케팅 전략을 최우선 과제로 내세우고 있다. 고객만족도를 증가시키는 것은 신규고객을 창출과 더불어 기존 고객을 유지하는데 중요한 요인이기 때문에 서비스품질의 향상을 통한 고객만족 노력은 소비자의 재방문을 유도하는 수단이 된다.

이에 본 연구에서는 제시된 선행연구의 한계점을 고려하여 골프장 서비스품질 특성을 3가지 요인으로 도출하고서 고객만족과 재이용의도 및 추천의도에 영향관계를 고려한 통합연구모형을 제시하고, 또한 실증분석을 통하여 분석된 결과를 바탕으로 골프장 산업이 지속적인 성과 질적인 성장을 달성할 수 있는 가이드라인을 제시하고자 한다.

중소기업의 종합적 품질경영활동(TQM)이 기업역량 및 경영성과에 미치는 영향

박재형(동의대)

초 록

본 연구는 중소기업의 종합적 품질경영활동(TQM)이 기업역량 및 경영성과에 미치는 영향 관계를 실증하고자 하였다. 독립변수인 품질경영활동을 지지하는 하위요인으로 최고경영진의 리더십, 고객중심적 사고, 공급업체 관리, 종업원 참여, 품질정보 분석 및 활용으로 구성하였다. 이후 매개변수인 기업역량을 지지해주는 하위요인으로 가격역량, 품질역량, 납기역량, 기술역량으로 구성하였다. 마지막으로 종속변수로는 경영성과를 선정하고 종속변수를 지지하는 하위요인으로 비재무적성과, 재무적 성과로 최종 구성하였다.

자료 수집의 경우 서베이 뭉키 전자 설문지 시스템을 활용하여 조사하고자 하였으며, 설문 완료된 문답지를 활용하여 데이터 코딩과정을 거쳤다. 이후 구조방정식 모형으로 분석을 실시하였다. 분석결과, 중소기업의 종합적 품질경영활동은 기업역량과 경영성과에 영향을 미쳤으며 수립된 가설에 대하여 부분 채택되었다.

주제어: 품질경영, 중소기업, 경영성과, 혁신, 기업역량

양산지역공단의 중소기업 고용환경이 직무만족에 미치는 영향

김오곤(동의대)

초 록

본 연구는 경상도 양산시 양산지역 공단을 중소기업을 중심으로 연구를 수행하고자 하였다. 특히 해당 지역중심 기업의 고용환경 구축이 임직원 직무만족에 미치는 영향을 실증해 보고자 하였다.

본 연구는 양산지역 중소기업을 기업에 종사하고 있는 임직원을 대상으로 종업원 고용환경 구축이 직무만족에 미치는 영향을 알아보기 위해 설문지 조사를 진행하였다. 본 연구의 자료수집 기간은 2020년 9월 20일부터 12월 5일까지 진행하였으며 경상도 양산시를 거점으로 재직 중인 기업 임직원들을 대상으로 연구조사를 실시하였다.

자료 수집의 경우 서베이 몽키 전자 설문지 시스템을 활용하여 조사하고자 하였다. 고안된 설문지를 작성하여 조사에 착수시 응답자가 핸드폰에서 자유로이 설문에 답할 수 있는 환경적 조성하였고 이에 설문지 조사 참여는 3자의 의견 개입 없이 순전히 본인의사가 충분히 반영되어진 조사가 이루어졌다. 설문지의 배포는 초기 2900여명에게 설문지 배포를 실시하여 설문지에 대한 불성실 또는 응답의 누락이 있는 항목은 제외하였다. 이후 SPSS 프로그램을 활용하여 연구모형에 대한 다중회귀 분석을 실시하였고 연구결과, 기업의 고용환경 구축은 임직원 직무만족 간의 관계는 부분 채택되었다.

주제어: 중소기업, 양산시, 고용환경, 직무만족

중소기업의 핵심역량이 기업경쟁력 및 기업의 경영성과에 미치는 영향

제개(동의대)

초 록

본 연구는 해외 활동하고 있는 중소기업들을 대상으로 네트워크 역량, 마케팅역량, 관리역량이 경영성과에 미치는 영향과 기업핵심 경쟁력에서 연구개발 및 기술혁신 전략이 이들 관계에 미치는 매개효과를 실증분석을 통해 살펴보는 것이다. 이를 위해 우선 기업의 네트워크 역량, 관리 역량, 마케팅 역량과 대한 성과 간의 관계를 살펴보고 그 다음으로 연구개발 전략과 기술혁신 전략이 이들 간의 관계 각각에 미치는 영향을 연구하자 한다.

첫째, 네트워크 역량이 기업의 경영성과에 중요한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 중소기업은 해외 네트워크 구축을 통해 사외의 다양한 정보와 지식을 빠르게 습득하고 내부 인력을 활용하여 이러한 정보와 지식을 습득하고 해외시장의 요구와 회사 직원을 통해 신기술을 창출하고 있다.

둘째, 기업의 마케팅 역량은 기업 성과를 제고시키는 것으로 나타났다. 이를 통해 기업은 국제화 과정에서 축적한 경험을 통해 현지 시장에서 필요한 자원과 역량을 확보하고 그 결과 경쟁 우위를 유지할 수 있음을 알 수 있었다.

셋째, 기업의 관리 역량은 기업 성과를 제고시키는 것으로 나타났다. 기업은 관리 역량을 통해 기업 내 관리 비용을 절감시켜 효과적인 운영을 할 수 있다는 것을 알 수 있었다.

넷째, 기업의 네트워크 역량과 성과 간의 관계에 연구개발 및 기술혁신 전략의 매개효과는 것으로 나타났다. 기업 네트워크 역량은 기술 연구 및 개발과 기술 혁신에 긍정적인 영향을 미친다.

다섯째, 기업의 마케팅 역량과 경영성과 간의 관계에 연구개발 및 기술혁신 전략의 매개효과는 나타났다. 마케팅 역량의 강화는 수출한 중소기업에 있어서 경영성과를 향상시키며, 마케팅역량 중에서 특히나 연구개발과 기술혁신 관련 전략 집중적인 강화가 필요하다.

주제어: 네트워크 역량, 마케팅역량, 관리역량, 경영성과

대학의 중국어 교육에서 교육환경과 학습목적이 지적성과에 미치는 영향

장휘(동명대), 이정은(동의대)

초 록

2022년 한중 수교 30주년에 따라 양국관계에 중요한 의미를 두고 있으며 올해 '한중 문화교류의 해'로 시작하여 양국은 소통과 협력을 강화 시킬 수 있을 것이다. 이에 따라 중국어도 한국에서 광범위로 영향도 미치게 될 것이다. 오늘날 중국어 교육 수요가 증가함으로써 한국 대학 교육에서 중국어 교육이 중요하게 떠오르게 되었다. 본 연구의 목적은 대학교 중국어 교육에서 학생들의 교육환경과 학습목적이 지적성과에 미치는 영향이다.

본 연구에서는 대학교 중국어 교육에서 교육환경과 학생들 학습목적이 지적성과에 미치는 영향에 대하여 알아보았다. 교육환경요인으로 대학교 중국어 교육과정, 교수의 자질, 학생의 자아효능감으로 설정하고, 학습자의 학습목적요인으로 학생의 수업몰입성, 활동지향성으로 설정하였다.

연구의 결과를 요약하면, 다음과 같다.

첫째, 교육환경은 수업몰입성에 미친 영향 관계는 교육과정, 교수의 자질, 자아효능감의 3요인을 통해 수업몰입성에 유의한 영향을 미칠 것이다.라는 가설은 채택되었다.

둘째, 교육환경은 활동지향성에 미치는 영향 관계는 교육과정, 교수의 자질, 자아효능감의 3요인을 통해 활동지향성에 유의한 영향을 미칠 것이다.라는 가설은 부분 채택되었다. 교육과정이 학생들의 활동지향성에 유의한 영향을 미칠 것이다.라는 가설은 채택되었고, 교수자질, 자아효능성에 유의한 영향을 미칠 것이다. 라는 가설은 기각되었다.

셋째, 학습목적과 지적성과의 영향 관계는 수업몰입성, 활동지향성의 2요인을 통해 지적성과에 유의한 영향을 미칠 것이다. 라는 가설이 채택되었다.

주제어: 중국어 교육, 교육환경, 학습목표, 지적성과

Session C: 지속경영을 위한 경영환경 변화 대응

좌장: 송영렬(부산과학기술대), 장소: 국제관 305호

C-1 이종화(동의대), 이현규(부경대), 경영학 관련 직무 스펙 지수 연구

C-2 최석봉(고려대), 정기백(고려대), 파괴적 리더십, 팀 내 관계갈등, 조직다양성과 혁신성과: 3차항 상호작용효과

C-3 서용한(울산과학대), 이연주(울산과학대), 영업사원의 그릿(grit)이 직무만족과 경력 성공에 미치는 영향

C-4 김원진(동아에스티(주)), 최병우(건국대), 영업관리자의 리더십 스타일이 조직효과성에 미치는 영향 -윤리적 성실성의 조절효과를 중심으로-

C-5 양성일(한국경영기술지도사회), 중장기 전략 수립과 핵심가치 리뉴얼

C-6 주정윤(동서대), 조윤재(창원대), 중소기업의 ESG(지속가능경영) 컨설팅 사례 연구

C-7 박영태(동의대), 4.0i 국내외 스마트항만 추진 사례 분석과 시사점

경영학 관련 직무 스펙 지수 연구

이종화(동의대), 이현규(부경대)

초 록

클라우드와 새로운 기술의 출현으로 기업이 방대한 양의 데이터를 신속하게 처리하여 경영 전략의 의사결정에 활용한다. 세부적인 개인정보, 사용패턴, 소셜 미디어 포스트 등 고객에 대한 정보를 인터넷에 연결된 제품 및 서비스를 통해 직접 수집할 수 있다. 이러한 데이터는 인공지능에 의해 분석되어 기업의 제품과 서비스에 반영되며 개인별 맞춤 전략의 틀로 사용하고 있다. 새로운 정보 기술 수용은 4차 산업혁명의 주요 기술의 특성에 의하여 더욱 가파른 변곡점에 놓여 있다. 이러한 기업 환경의 변화는 채용시장의 변화, 업무 프로세스, 조직 등 연쇄적인 변화를 이끌고 있다. 특히, 기업은 기술 변화를 수용할 수 있는 인재를 찾아 조직의 대응력을 높이기 위해 기술 변화에 따른 채용 정보의 분석 가치를 확인할 필요가 있다.

본 연구는 산업의 변화 속에서 기업의 생존에 필요한 인재 등용 변화에 대하여 연구하고자 한다. 특히, 데이터 기반 디지털 트랜스포메이션이 급속히 진행되는 기업 관점에 실제 기업이 비즈니스에 필요한 직무 리스트를 확보하여 해당 직무가 요구하는 우대조건들에 대한 분석을 통하여 스펙 지수를 개발하고자 한다. 본 연구의 비즈니스 스펙 지수는 TF-IDF 과정을 통하여 행렬로 변환하여 NMF 알고리즘을 활용하여 각 문서의 특성을 추출한 후 코사인 거리 측정 방법으로 직무별 스펙 조건의 유사도를 결정하고자 한다. 취업 희망자의 스펙 활동 순위 결정에 도움이 될 것으로 기대된다.

주제어: Text Mining, TF-IDF, Non-negative Matrix Factorization, Specification, Job Competency

파괴적 리더십, 팀 내 관계갈등, 조직다양성과 혁신성과: 3차항 상호작용효과

최석봉(고려대), 정기백(고려대)

초 록

혁신에 관한 많은 선행연구들은 혁신성과를 높이기 위한 리더십 유형, 개인 및 조직수준의 다양한 선행요인을 발굴하는데 집중하였다. 그러나 팀 수준의 영향 요소와 팀 혁신성과에 관한 연구는 상대적으로 부족하였다. 본 연구는 이러한 점에 착안하여 팀 혁신성과를 저해하는 리더십 유형과 맥락에 대해 연구하고자 하였다. 구체적으로 본 연구에서는 먼저 파괴적 리더십이 팀 혁신성과에 미치는 직접적인 영향을 실증분석 하였다. 또한 파괴적 리더십이 팀 혁신성과에 이르는 과정은 팀 구성원의 관계와 조직 환경에 영향을 받을 것으로 가정하고 팀 내 관계갈등과 조직다양성이 이들 관계를 어떻게 조절하는지 확인하였다. 마지막으로 파괴적 리더십, 팀 내 관계갈등, 조직다양성의 3차항 상호작용효과(3-way interaction)를 분석하였다.

실증분석을 위하여 국내 기업의 팀 단위 구성원을 대상으로 설문조사를 실시하고 87개 팀의 데이터를 활용하여 분석하였다. 실증분석 결과, 첫째, 파괴적 리더십은 팀의 혁신성과에 부정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 팀 내 관계갈등이 높은 경우 파괴적 리더십이 팀 혁신성과에 미치는 부정적인 영향을 더욱 악화시키는 것으로 나타났다. 셋째, 파괴적 리더십과 팀 혁신성과 간의 관계에서 조직다양성은 유의미한 조절효과를 보이지 않는 것으로 나타났다. 마지막으로 파괴적 리더십, 팀 내 관계갈등 및 조직다양성의 3차항 상호작용효과를 분석한 결과 파괴적 리더십의 부정적인 효과는 팀 내 관계갈등과 조직다양성이 모두 높은 경우에 가장 높은 것으로 나타났다. 이러한 연구결과는 그간의 리더십 연구에서 잘 다루어지지 않은 파괴적 리더십의 효과를 조명하고 팀 수준의 혁신성과의 결정요인을 확인하였다는데 의의가 있다. 또한 파괴적 리더십의 부정적 효과를 극대화시키는 다양한 맥락을 제시하였다는데 의의가 있다. 이러한 결과는 혁신성과와 리더십 연구에 중요한 이론적, 실무적 함의가 있다고 할 수 있다.

영업사원의 그릿(grit)이 직무만족과 경력성공에 미치는 영향

서용한(울산과학대), 이연주(울산과학대)

초 록

본 연구는 장기적인 목표를 추구하는 인내가 영업 사원의 성과와 직무 만족도에 미치는 영향을 밝히는데 목적이 있다. 그릿은 심리학 및 교육 분야에서 연구되지만, 판매원과 같은 비즈니스 관련 맥락에서 그 중요성이 강조되고 있는 상황에서 그릿이 직무 만족과 경력성공에 핵심 요인인지를 실증한다.

실증분석을 위해 영업직에 근무하는 직원을 대상으로 온·오프라인으로 설문조사를 통해 수집된 192부의 설문 중 불성실 응답을 제외한 182부를 최종분석에 사용하였다.

분석결과, 첫째, 영업사원의 그릿이 직무만족과 경력성공에 긍정적인 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 둘째, 영업사원의 그릿수준이 높은 영업 사원이 그렇지 않는 영업사원간에 임금차이가 있는 것으로 나타났다.

본 연구결과는 영업사원의 성과와 직무만족도를 결정하는데 그릿이 중요한 역할을 규명하였다는 점에서 이론적 시사점이 있다. 또한, 기업의 영업사원에 대한 인적자원관리 측면에서 선발기준으로 그릿을 활용할 수 있는 방안을 고려할 필요가 있으며, 개인적인 특성인 그릿을 향상시키는 프로그램 개발이 필요하다는 점에서 실무적 시사점을 제공한다.

영업관리자의 리더십 스타일이 조직효과성에 미치는 영향 -윤리적 성실성의 조절효과를 중심으로-

김원지(동아에스타(주)), 최병우(건국대)

초 록

기업경영의 측면에서 윤리성은 기업의 도덕적 선택사항의 수준을 넘어 무한경쟁의 시대에 서 살아남기 위한 원천적인 경쟁력으로 자리잡고 있다. 수많은 기업들 중 제약기업 또한 윤리경영과 사회적 책임을 바탕으로 한 경영체제적 전환이 중요한 현안으로 자리매김 하고있다. 한편, 제약기업에서 윤리경영의 미 준수는 곧 영업실적의 저하로 이어진다는 인식이 팽배한 가운데, 영업관리자의 리더십 스타일로 인한 효과가 조직효과성에 영향을 미치는지와 제약회사 영업관리자들의 리더십 스타일이 조직효과성에 미치는 영향 속에서 윤리성의 조절효과를 탐색하려는 목적 하에 연구가 수행되었다.

상기 연구 목적의 달성을 위해 본 연구는 국내 서울시, 경기도, 광역시, 기타지방에 근무하는 제약회사 영업사원 447명에 대한 응답 자료를 바탕으로 설문을 수행하였으며, 영업관리자의 리더십 유형을 상황적 리더십 이론에 따라 과업지향적 리더십 스타일과 관계지향적 리더십 스타일로 나누어 이들의 관계를 규명하였다.

제약회사 내의 불법 리베이트와 같은 비윤리적 행동은 끊이질 않고 있으며 새롭게 입사한 조직 구성원들과 리더들을 따르는 기존의 구성원들은 영업관리자의 행동에 의해 가장 영향을 많이 받는다고 할 수 있기에 본 연구에서는 이들에 대한 윤리경영, 즉 윤리교육의 실천이 가장 시급한 문제점임을 지적하고자 한다.

중장기 전략 수립과 핵심가치 리뉴얼

양성일(한국경영기술지도사회)

초 록

기업가정신과 기업가의 가치관이 창조적이고 자각적 정신의 최고 단계를 향한, 미션/전략과 조직구조, 경영관리 시스템과 프로세스 그리고 조직문화가 결합되고 통합되어, 경영의 효율성을 극대화 할 수 있다.

이러한 조직 및 기업의 운영체계 중에서 미션/전략, 즉 미션 가치와 비전 가치, 핵심가치(공감 가치), 목표 가치 및 전략 가치가 매우 중요하다. 왜냐하면 중장기 경영전략을 포함한 핵심가치 혹은 공유 가치는 20~30년의 경영의 방향과 철학의 총체적 설계도가 되기 때문이다.

하지만, 대기업과 깨어 있는 중소기업은 반드시 중장기 계획과 공유가치(핵심가치)를 구상하여, 연도별 실행계획 아래 업무를 추진하는 반면, 대부분의 중소기업과 경영관리자들은 미션/전략에 대한 의식과 인식의 중요성이 미약한 실정이다. 따라서, 이번 발표(사례)를 통하여 간략하게나마, 그 사례를 통해 기업과 가문, 그리고 국가의 중장기 전략 수립과 핵심가치를 정립하는 계기가 되기를 바란다.

내용으로는 회사의 컨설팅 추진배경과 목적, 경영컨설팅 수행 목표와 추진했던 구체적 내용 요약, 그리고 경영컨설팅 성과 및 기대효과를 사례로 제시하였다. 더 나은 경영 체계를 확립하고 미션/전략 측면의 중장기 계획을 수립하는데 참고가 되시기 바란다.

중소기업의 ESG(지속가능경영) 컨설팅 사례 연구

주정윤(동서대), 조윤재(창원대)

초 록

중소기업의 경영진단 차원에서의 지속가능경영에 대한 기본적인 내용을 점검하고 그 사례를 중심으로 솔루션을 알아보려고 한다.

패러다임의 변화를 통하여 기존의 공급자 중심에서 수요자 중심으로의 사고 전환에 따른 환경, 사회, 이해관계자와의 관계에서 고객의 선택을 받으려면 제품의 우수성뿐만 아니라 사회 및 환경에 미치는 영향과 지배구조와 이해관계자를 고려해서 구매행위가 일어난다.

중소기업도 대기업에서 진행중인 ESG 경영을 도입해서 확산해야만 생존할 수가 있다. 중소기업에서도 자사중심의 IR을 해왔지만, 향후에는 경제적가치, 환경적가치를 고려하여 정기적으로 지속가능경영(ESG)보고서를 작성해서 정기적으로 이해관계자들에게 보고함으로써 연대관계에 신뢰성을 담보받을 수 있고 더욱더 사회적 자본이 축적돼서 경영성과에 지대한 영향을 미칠 것으로 보기 때문에 중소기업에서도 반드시 ESG 경영을 실천해야 할 것이다.

본 연구는 이러한 컨설팅 사례를 중심으로 살펴보고자 한다.

4.0i 국내외 스마트항만 추진 사례 분석과 시사점

박영태(동의대)

초 록

- 국내 항만물류산업의 총 매출은 18조 4483억 원이며, 이 중 부산항의 항만물류산업 매출은 총 13조 3,872억 원으로 국내 항만물류산업 매출액의 약 54.6%에 해당
 - 부산항은 한진해운 파산 이후 경영현황 변화 조사에서 항만물류기업에 심각한 영향을 미치고 있는 것으로 파악됨
 - 실제 전 세계 컨테이너터미널 처리능력은 2015년 1,014.8백만 TEU에서 2020년 1,172.1백만 TEU 이상으로 증가하였음
 - 이러한 컨테이너터미널 증가 추세를 이용하여 항만물류분야 IoT 기술 시장규모를 추정해보면 2016년 1조 2,250억 원에서 2020년 1조 2,480억 원 이상으로 조사되었음
 - 현재 운영 중인 국내 컨테이너터미널에 대한 IoT 시장은 약 1,155억 원 규모로 추정
 - 이에 본 논문에서는 사물인터넷(IoT), 인공지능(AI), 정보통신기술(ICT)등 신기술을 융복합하여 물류 최적화, 효율적 에너지 사용, 친환경, 항만배후단지 개발 등을 효율적으로 운영하기 위한 항만을 “4.0i 스마트항만”이라 정의하고 항만의 하역서비스와 같은 기존의 물리적 역할과 데이터 서비스 제공자로서 항만의 디지털 통합을 더욱 가속화하는 4세대 항만(Deloitte, 2017)인 “4.0i 스마트항만”의 사례 분석을 통하여 부산항신항의 스마트항만 구축을 위한 주요 방안을 제시하고자 함이 주요 목적임
-

Session D: 환경변화에 따른 컨슈머의 행동변화유형

좌장: 장희숙(동의대), 장소: 국제관 313호

- D-1 왕비우(신라대), 김병대(신라대), 유튜브 동영상광고의 내용분석 -건강기능식품을 중심으로-
- D-2 소자서(신라대), 김병대(신라대), 한·중 프랜차이즈 분석 연구
- D-3 이진흥(신라대), 중국의 어린이마사지가게 한국에서 운영가능성이 탐구연구
- D-4 이관재(공주대), 심혜은(공주대), 정락채(공주대), 고객공감이 판매원속성과 재구매 의도에 사이에 미치는 영향에 관한 매개효과
- D-5 이초양(신라대), IPA기법을 활용한 코로나-19 이후 온라인 교육 서비스품질 평가에 관한 연구
- D-6 조기(신라대), 최향(신라대), 중국 고궁 문화상품 연구에 대한 내용분석
- D-7 강석민(계명대), 경영성과에 미치는 비기술혁신의 영향에 대한 연구: 서비스산업을 중심으로

유튜브 동영상광고의 내용분석 -건강기능식품을 중심으로-

왕비우(신라대), 김병대(신라대)

초 록

본 연구는 건강기능식품의 연간 약 3조 규모로 추산될 만큼 국면을 맞고 있으며, 다수 미디어를 통해 건강 및 건강기능식품 관련 정보가 불특정 다수에게 상시 전달되고 있다. 현재 모바일에서 유튜브의 시청률은 전 세계 1위를 차지하고 시청자에게 영향력을 미칠 수 있다. 본 연구는 “건강기능식품”을 검색어로 설정하여 2020년 12월 31일까지 과거 1년 동안 동영상 총 326개였다. 326개 동영상은 건강기능식품의 유형, 동영상 클립의 출처, 동영상 조회수, 언어적 속성 등에 대한 내용분석을 실시하였다. 본 연구는 광고홍보학과 박사과정 코딩을 참여하였고 신뢰도를 높이기 위해 Krippendorff's Alpha를 사용하였다.

주제어: 건강기능식품, 건강기능식품광고, 유튜브, 동영상, 내용분석.

한·중 프랜차이즈 분석 연구

소자서(신라대), 김병대(신라대)

초 록

본 연구는 2015년부터 2019년까지 한국과 중국에서 게재된 프랜차이즈 관련 학술전문지 논문을 대상으로 총 289편(한국 185편; 중국 104편) 논문을 분석하여 연구 연도별 추이(중국; 한국), 학술지 논문 편수(한국; 중국), 참여자 수(단독연구; 2명 공동연구; 3인 이상), 연구방법(양적연구; 질적연구)을 연구하였다. 한국과 중국의 프랜차이즈 관련 학술적 발전 동향을 살펴보고 향후 프랜차이즈 연구에서 기초자료로 사용되길 기대한다.

주제어: 프랜차이즈, 내용분석, 비교연구, 연구동향.

중국의 어린이마사지가게 한국에서 운영가능성이 탐구연구

이진홍(신라대)

초 록

지금 중국에서 사람들이 점점 주목하고 있는 사업을 생각한다. 이사업은 중국 전통의학 중에推拿(推拿) 요법의 토대로 설립하고 어린이 대상으로 마사지 요법을 통해 어린이 흔한 질병이 완화나 치료를 하고 체질을 강화시키는 효과로 많은 사람들이 인증하고 있는 마사지 요법이다. 우연히 어린이 마사지요법을 알게 되어서 인터넷에서 검색해보니까 마사지 요법 이론을 있지만 어린이에 위한 운영한 마사지가가 없다. 그래서 중국의 어린이마사지가게 운영모델이 근거로 한국에서 어린이마사지가게를 운영가능성이 탐색하려고 본 연구를 작성하였다.

본 논문의 작성 과정은 마사지가게 운영자와 실시간 소통하고 논문의 합리성, 유용성을 확보하여 동시에 가게 몇 년간에 실제 다니는 고객들이 조사대상으로 설문 조사를 통해 총 200부의 설문지를 배포했으며, 유효한 설문지 191부 회수가 되었다. 따라서 설문조사를 통해 어린이마사지는 어린이 건강의 실제 효과, 부모가 어린이마사지 가게에 대한 신뢰 정도, 매월 어린이마사지가게에 이용비용과 집안 총 수입의 비중을 확인했다. 그리고 어린이마사지 가게 고객 실제이용경험을 근거로 한국의 어린이 마사지 시장에 운영가능성을 추측할 것이다. 아울러 중국 어린이 마사지 가게를 모델로 한국의 어린이 마사지 시장 개발과 시사점을 제시하기를 바란다.

고객공감이 판매원속성과 재구매의도에 사이에 미치는 영향에 관한 매개효과

이관재(공주대), 심혜은(공주대), 정락채(공주대)

초 록

본 연구는 화장품 판매원의 속성 (전문성, 고객지향성, 윤리성)이 고객공감 (인지적공감, 정서적공감)의 매개역할을 통하여 재구매의도에 미치는 영향을 규명하기 위한 논문이다. 연구의 목적을 달성하기 위하여 개념적 연구 모형을 제안하여 가설을 설정하였으며 이 가설들을 검증하기 위하여 PROCESS Macro Model 4와 구조방정식모형(SEM)을 사용하였다.

연구 결과는 첫째, 화장품 판매원의 속성 중에서 고객지향성과 윤리성은 고객공감의 관계에서 중요한 요인이라는 사실을 확인하였으나, 화장품 판매원의 전문성은 고객의 인지적공감 면에서 많은 영향을 주지 않았다. 둘째, 공감 측면에서 인지적공감 및 정서적공감 요인은 재구매의도에 영향을 미친다는 결과를 얻었다. 마지막으로, 고객공감이 화장품 판매원 속성과 재구매의도 사이에 매개역할을 하는지의 영향 관계를 분석한 결과 정서적공감 요인은 판매원의 세 가지 속성과 재구매의도 사이에서 모두 부분 매개역할을 하였다. 또한, 인지적공감 요인에 대한 판매원의 속성 중 고객지향성은 부분매개를 하였으나, 전문성과 윤리성에 대한 인지적공감의 매개역할은 거의 없었다. 이는 화장품 판매원의 판매 행위에서 판매 경로와 무관하게 고객과의 소통 중 정서적공감은 판매원의 제품과 서비스의 구매에 중요한 역할을 한다는 사실을 발견하였고, 기업은 화장품 판매원이 고객과의 정서적공감을 통하여 제품 및 서비스 구매를 실현시키는 체계적인 이론과 현장실습의 교육이 필요할 것이다.

본 연구의 시사점으로는 화장품 판매원의 속성으로 다른 업종의 판매원들과 같은 전문성, 고객지향성, 그리고 윤리성의 특징도 있지만, 특별한 것은 다른 업종에서는 제품의 정확한 지식과 고객의 성향 판단으로도 상품 또는 서비스를 판매할 수 있지만, 화장품 판매원은 고객의 기분 정도와 공감 등을 파악할 수 있어야 고객의 제품 구매와 재구매에 영향을 미칠 수 있을 것이다. 그러므로 화장품 판매원은 고객과의 정서적공감 정도가 무엇보다도 중요하다고 할 수 있다.

윤리성 부분으로는 잘못된 의식과 비도덕적인 생각을 하여 판매하는 판매원이라면, 화장품 특성상 즉시 반품 혹은 클레임이 들어오는 상황에 처 할 것이다. 이에 올바른 피부의 진단과 복잡하지만 미묘한 성향 등을 파악하여 접객을 하여 구매 혹은 재구매 단계에 이를 수 있다.

화장품 판매원의 속성과 공감이 연구 결과에서 나타나듯이 매우 중요하다고 할 수 있으며, 고객과의 공감대 형성으로 고객과의 소통이 매개 변인으로서 중요한 역할을 한다고 볼 수 있다. 시장 상황의 변화가 매우 빠른 현대사회에서 고객의 다양한 니즈에 기업의 발 빠른 정책 및 대응책이 필요한 시점에서 화장품 업계에서도 판매원의 속성을 바탕으로 고객과 정서적공감대를 형성하여 구매와 재구매를 실현시키는 것은 기업과 판매원 그리고 고객에게도 의미가 매우 크다고 할 수 있고, 기업의 성과에도 많은 기여할 것으로 보인다.

IPA기법을 활용한 코로나-19 이후 온라인 교육 서비스품질 평가에 관한 연구

이초양(신라대)

초 록

이 연구는 일반 학생들을 대상으로 인식하는 온라인 교육 서비스품질 결정요인을 파악하여 이들에 대해 학생들이 어떤 요소를 중요하게 생각하거나 만족하는 지를 분석하는데 그 목적이 있다. 코로나-19로 인해 모든 학생들이 온라인으로 수업을 들을 수밖에 없기 때문에 특정되지 않아서 일반 학생들을 대상으로 각 문항에 대한 중요도 및 만족도에 설문조사를 실시하였다. 조사기간은 2021년 2월1일부터 2월15일까지(2주동안)에 총 230부의 설문을 배포하였으며 회수된 설문 중 불확실하게 응답한 것을 제거한 후 총 227부를 분석하였다. 수집된 자료들을 SPSS23.0으로 빈도분석, 요인분석 및 IPA분석을 실시하였고 도출된 결과를 보면 다음과 같다. 제 I 사분면은 현상유지 영역으로 이에 해당하는 것이 없으며 제 II 사분면은 과잉노력지향 영역으로 유형성과 공감성이 포함되어 있고 제 III 사분면은 낮은 우선 순위 영역으로 이에 해당하는 것이 없으며 제 IV 사분면은 집중 관리 지향 영역으로 혁신성, 신뢰성, 반응성이 포함되어 있는 것으로 나타났다.

이런 결과를 따라 실무자에게 효율적인 관리 방안을 제시해 준다.

중국 고궁 문화상품 연구에 대한 내용분석

조기(신라대), 김병대(신라대)

초 록

본 연구는 2018년부터 2020년 동안 고궁 문화상품 관련 학술지 중 발행되는 101편의 논문을 중심으로, 최근 몇 년간 고궁문화상품의 연구 현황을 파악하기 위하여 본 연구분야의 주요 학자를 정리하여 논문의 연구방향에 대해 간행물에 대한 "연구대상", "연구방법", "연구주제", "연구자 소속"의 현황을 통해 유목별로 자세히 정하였다. 질적연구법과 내용분석법으로 문헌을 분석하였다. 문화상품 분야는 다학과 교차하는 연구 분야로 문화의 다양성을 인식하고 이를 현대기술에 결합한다는 것을 여기다. 마케팅은 문화상품 분야에서 이미 어느 정도 성과를 거두었다. 고궁문화상품의 마케팅 방안에 대해 디자인과 개발에 대한 연구가 끊임없이 나와 향후 문화상품 분야와 관련된 연구를 보완하기 위해 기반을 다지고 있다.

경영성과에 미치는 비기술혁신의 영향에 대한 연구: 서비스산업을 중심으로

강석민(계명대)

초 록

일반적으로 혁신은 기술혁신과 비기술혁신의 두 가지 형태로 나누어진다. 혁신의 중요성이 강조된 이후로 기업의 기술혁신이 기업성과에 어떠한 영향을 미치는가는 전통적인 연구 주제가 되어왔지만, 최근의 혁신 관련연구는 조직혁신 및 마케팅혁신과 같은 비기술혁신을 반영한 연구가 진행되고 있는 것이 사실이다.

본 연구는 일반적으로 기술혁신에 비해 연구의 주제로 소외되었던 비기술혁신의 중요성을 규명하고자 조직혁신과 마케팅혁신이 경영성과에 미치는 영향을 규명하고자 하였다. 또한, 서비스기업을 대상으로 연구를 진행하여 혁신이 제조업이 아닌 서비스업에서도 경영성과를 창출하기 위한 중요한 요소로 인식될 수 있는지를 알아보하고자 하였다. 기존의 연구방법과는 달리, 표본 선택편의에서 발생할 수 있는 문제점을 극복하고자 성향점수매칭을 사용하여 연구를 진행하였다.

실증분석 결과를 살펴보면, 조직혁신이 기업 경영성과에 미치는 영향의 유의성이 발견되지는 않았지만, 마케팅혁신은 경영성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 범정규모에 의해 표본의 대상을 나누어 분석한 결과에서는, 대기업의 경우에는 조직혁신이 경영성과에 긍정적인 영향을 미치지만, 중소기업의 경우에는 유의성이 발견되지 않았다. 그러나 마케팅혁신은 대기업과 중소기업 모두에서 경영성과에 긍정적인 영향을 미치고 있는 것을 알 수 있다.

[Zoom 회의 참가 방법]

1. 컴퓨터를 이용하여 Zoom 회의 참가

1) 준비물

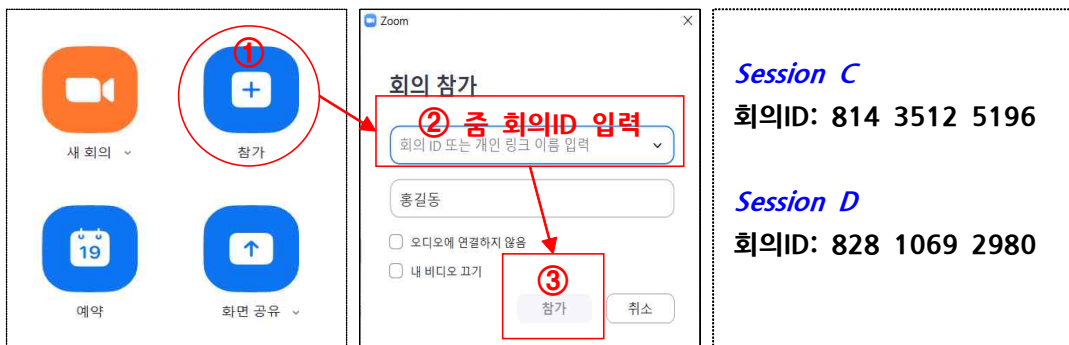
- 웹캠이 달려 있는 노트북 또는 웹캠이 갖추어진 PC
- 마이크 기능이 있는 이어폰 또는 헤드셋(되도록 유선)
- 안정적인 인터넷 환경 / 크롬 웹브라우저 설치

2) Zoom 프로그램 설치하기



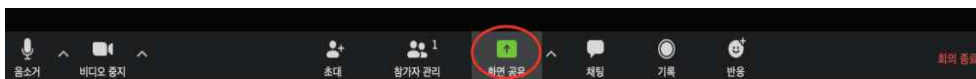
[컴퓨터에 Zoom 프로그램 설치 방법]

3) Zoom 프로그램 사용하기



[Zoom 프로그램 회의 참가 방법]

4) 발표자료 화면 공유하기 : "화면 공유"메뉴 사용



2. 스마트폰은 구글 플레이스토어(안드로이드), 앱스토어(iOS)에서 "Zoom Cloud Meetings" 앱 설치하여 사용함.