

서비스디자인 속성 및 표현 기법 연구 : 이탈리아 의료복지서비스 사례를 중심으로

김보아*, 이건표**
한국과학기술원 산업디자인학과



Development of a method for representing Service design : With the case of public healthcare service in Italy

Kim, Bo-A*, Lee, Kun-Pyo**

KAIST, Korea

E-mail : boa_kim@kaist.ac.kr, kplee@kaist.ac.kr

요 약

본 연구에서는 서비스디자인의 정의와 속성 및 연구방법에 대해 연구하고, 또 사례를 통해 서비스디자인 표현 기법으로서의 서비스 삼각모형(Service triangle model)과 모형의 구성요소를 연구, 정의하였다. 이를 실제 이탈리아 의료복지서비스 사례에 적용시켜 현장방문, 관찰 및 심층인터뷰 등의 연구 방법으로 서비스경험 및 환경을 연구하고, 이를 정성적으로 분석하여 서비스 내에서 발생하는 유, 무형의 고객접점 및 접점에서 발생하는 참여자의 감정, 가치요인을 도출해내었다. 이를 시나리오 및 서비스 삼각모형으로 구성, 분석함으로써 서비스의 물리적, 비물리적 요인을 고려한 통합적 서비스경험을 재구성하고 그 구성요소 및 핵심가치를 연구, 검증하였다.

1. 서론

서비스는 서비스 내의 자원 및 정보 등을 포함하는 물리적 요소와 참여자 감정과 니즈 등과 관련된 비물리적 요소로 구성된다.[1] 서비스의 질의 질적, 양적 측면의 전반적 향상을 위해서는 서비스의 물리적, 비물리적 요소를 모두 고려한 통합적이고 전체적인 서비스경험에 대한 연구와 이해가 필요하다. 이를 위해 서비스 내에 존재하

는 모든 서비스 참여자의 관점에서 서비스를 바라보고 분석하여 그들이 서비스에서 얻고자 하는 근원적인 욕구와 서비스 과정 안에서 얻게 되는 감정 등을 도출한 후 이들을 서비스 안에 반영시킴으로써 서비스의 질적 향상을 도모할 수 있다.

기존의 서비스 학문 연구를 통해서 서비스의 물리적 요인 및 효과에 관한 연구는 다

양하게 이루어져왔다. 하지만 서비스 참여자의 감성적인 요인을 추출하고 이를 실제 상황에 적용시키기 위한 연구는 좀 더 심화, 개발될 필요가 있다.

디자인 학계에서는 사람의 감성과 니즈를 추출하고 이를 결과물에 접목, 실현시키기 위한 다양한 방법을 연구해왔다. 이러한 방법을 기존의 서비스 연구와 접목시키면 통합적인 관점에서 서비스 경험을 이해하고, 이를 효과적으로 표현, 전달할 수 있는 서비스 결과물을 생산해낼 수 있을 것으로 기대된다.

이에 본 연구에서는 디자인 학계에서 사용되고 있는 연구 방법을 통해 서비스 개발 및 진행 과정에서 서비스 제공자와 수혜자의 가치, 행동 등을 이해하기 위한 서비스디자인 표현기법을 제안하고, 이를 실제 사례에 적용시켜 효용성을 검증하고자 한다.

2. 서비스디자인의 도입 배경 및 현황

2-1. 서비스디자인의 배경

현재 서비스 분야는 효율 및 경제성에 기반한 생산적 관점에서 참여자의 전체 경험을 고려한 감성적 관점으로 변화하고 있다[13]. 이러한 감성적 서비스 개발과 발전을 통해 고객의 서비스로의 접근도 및 재참여도를 높여 서비스의 질적 개선뿐 아니라 양적 개선을 도모할 수 있다.

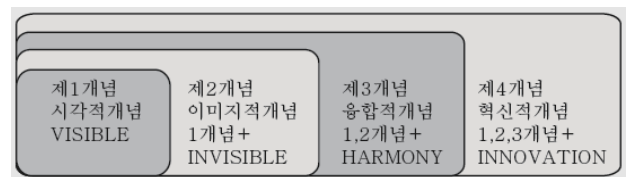
디자인 분야도 과거에는 제품 디자인 중심으로 발전되어 왔지만, 최근에는 타 분야와의 융합을 통해 새로운 가치를 생산해내고, 그 영역을 확장하려는 노력을 계속하고 있다[12].

서비스디자인은 이러한 두 분야의 융합을 통해 서비스 내에서 발생하는 관계와 가치 중심으로 서비스를 개발, 유지 및 개선함으로써 긍정적 결과를 발생시킬 수 있을 것으로 기대된다.

2-2. 서비스디자인의 현황

현재 서비스디자인은 크게 두 가지 방향으로 해

석된다. 하나는 디자인을 서비스에 이용한다는 것이고, 다른 하나는 서비스 자체를 디자인한다는 것이다. 본 연구에서 말하는 서비스 디자인의 의미는 후자에 해당되며, 용어에 사용되는 디자인의 의미는 [그림1]의 개념 중 3번째 단계인 ‘융합, 조화, 통일체의 창조, 조화로운 창조와 비전 제시, 다양한 분야와 유기적으로 협동하는 방향을 의미하는 디자인’을 뜻한다.[9] 그러므로 서비스디자인은 디자인 영역의 확장으로서 타 분야와 협동하여 새로운 가치를 창출해낼 수 있는 서비스에 관한 연구분야로 볼 수 있으며, 현재는 주로 IDEO, LIVE-WORK 등의 디자인 전문 컨설팅 업체에서 주로 연구, 활용되고 있다. 서비스디자인의 결과물은 제품, 공간, 시각물과 같은 사물(object)중심의 디자인결과물뿐 아니라, 고객 경험 및 전체 서비스 시스템 등으로 확대되고 있다[12]. 하지만 아직까지는 주로 산업을 중심으로 실무적 관점에서 연구되고 있기 때문에 타 분야와 비교했을 때 체계적 이론 및 연구 방법 등의 기반이 약하고, 이 때문에 다른 서비스 분야와 혼동될 수 있는 한계가 있다. 이에 학제적 연구를 강화하여 학문으로서의 기반을 다지고 이론과 실제 분야의 괴리를 줄이려는 노력이 필요하다고 볼 수 있다.



[그림1. 디자인 개념의 범위]

3. 서비스디자인 개념 및 특성

본 연구에서는 서비스디자인의 정의 및 타 서비스분야 및 디자인 분야와의 차이점, 서비스디자인의 속성 및 구성요소를 연구하고 서비스디자인에 사용되는 연구방법을 정리하여 타 분야와 서비스디자인을 차별화 할 수

있는 구심점을 마련하고자 한다.

3-1. 서비스디자인의 정의

서비스디자인 관련 산업계에서 회자되고 있는 서비스디자인의 정의는 다음과 같이 정리될 수 있다.

“서비스 디자인은 고객이 다양한 경험을 할 수 있도록, 시간의 흐름에 따라 사람들이 다다르게 되는 다양한 터치 포인트를 디자인 하는 것이다-*livework*[15].”

- “서비스 디자인은 훌륭한 서비스를 개발해 제공하도록 돕는 전문분야다. 서비스 디자인 프로젝트는 환경 디자인, 커뮤니케이션 디자인, 제품 디자인 등 디자인의 여러 분야를 포괄해 고객이 서비스를 쉽고, 만족스럽고, 효율적으로 누릴 수 있도록 각 요소를 개발하는 프로젝트다. 더 중요한 것은 누가 이 서비스를 개발하는지 있지 않도록 각인시키는 것이다-*Engine group*[16].”

- “서비스 디자인은 서비스 혁신을 위해 커뮤니케이션, 공간, 행동, 사람, 사물, 도식 등 서비스를 이루는 유무형의 요소를 총체적으로 배열하고 리서치에 근거해 디자인하는 것이다-*Peer insight*[17].”

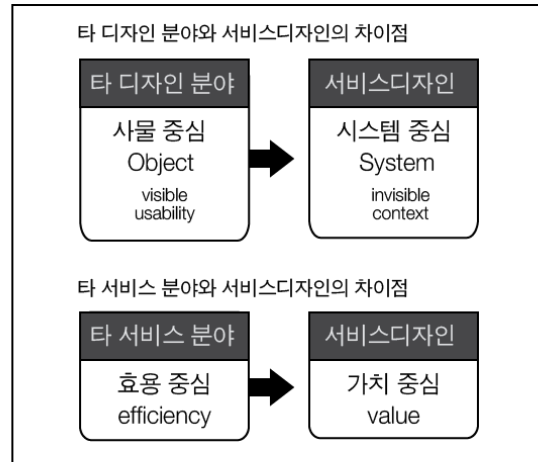
- “서비스 혹은 인공물을 생성하는데 필요한 모든 일련의 도구, 혹은 인공물이나 서비스 그 자체-*Service design org.*[18].”

- “서비스 디자인은 형태가 있을 수도, 없을 수도 있으며, 사물뿐 아니라 커뮤니케이션, 환경과 행동 등을 모두 포함한다. 서비스디자인은 어떤 형태로 구현되든 시간에 끊임없이 진행될 수 있어야 하며 사용하기 용이해야 하며, 전략적으로 여러 분야가 결합되어야 한다-*Service design org.*[18].”

위의 연구를 통해 도출해 낸 본 연구에서의 서비스디자인의 정의는 다음과 같다.

서비스디자인은 유 무형의 다양한 구성요소를 포함하고 있는 지속적이고 체계적인 시스템이다. 서비스 디자인은 디자인에 사용되는 모든 사물과 공간, 정보 및 이벤트뿐 아니라 참여자의 행동, 감성이 전략적으로 결합되어 생성되는 서비스의 전체 경험을 디자인하는 것을 지칭한다.

3-2. 타 분야와 서비스디자인의 차이점



[그림2. 타 분야와 서비스디자인의 차이점]

기존 디자인 분야와 서비스디자인의 차이점은 다음과 같다.

기존 디자인은 제품디자인이나 공간디자인 등 사물중심의 미학적 결과물을 이용하여 현재의 문제점을 개선하는 부분에 집중되어 왔다[13]. 때문에 실제 적용 시 서비스 연구 마지막 단계에서의 문제 해결 도구로만 사용되는 등 그 활용범위가 협소하고 제한되는 한계가 있었다. 하지만 서비스디자인은 현재의 문제점을 해결하기 위한 분야에 치우치지 않고 현재와 미래의 서비스에 모두 적용될 수 있는 근원적인 참여자 가치를 중점적으로 연구하고자 한다.

기존 서비스분야와 서비스디자인의 차이점은 다음과 같다.

기존의 서비스 연구는 산출 가능한 효율성을 바탕으로 서비스를 이해, 표현하고자 하였다. 또 사용되던 기존 도구들 역시 주로 제공자의 관점을 중심으로 고객의 서비스 경험 순서와 그 안에서 발생하는 경제적 효율가치를 중점요소로 사용하였다. 하지만 서비스디자인은 서비스 안에서 형성되는 참여자 및 참여자원 간의 관계와 그 안에서 발생하는 서비스의 가치를 중점요소로 표현하며, 가장 상위 고려

요소에 참여자의 가치를 두고 이를 중심으로 신 서비스를 설계, 개발한다는 점에서 그 차이점을 찾을 수 있다.

3-3. 서비스디자인의 속성

서비스디자인은 가치 중심성, 관계지향성, 지속성이라는 세 가지 핵심요소를 바탕으로 구성된다

첫 번째, 서비스디자인은 가치를 중심으로 구성된다. 기존의 서비스 설계도구들이 이벤트 발생 순서 및 서비스 진행 단계를 중심으로 구성되었다면, 서비스디자인은 서비스 내에서 발생하는 가치의 흐름과 결합을 중심으로 구성, 표현 된다.

두 번째, 서비스디자인은 관계지향적이다. 참여자 및 관련 자원들이 형성하는 관계로 형성되는 서비스 망을 따라 서비스에서 발생하는 가치들이 전달되는데, 타 분야와의 결합을 통해 서비스 망은 더욱 복잡하게 구성되고 그 영역도 넓어지기 때문에 관계를 통해 서비스의 가치가 더욱 넓은 범위로 확장된다. 때문에 서비스디자인에서 발생하는 관계는 매우 중요한 요소로서 다루어지며 표준화된 절차에 의해 철저히 관리된다.

세 번째, 서비스디자인은 지속성을 가진다. 서비스디자인 가치는 단발적으로 발생되고 소멸되는 것이 아니라 서비스의 전 단계에 걸쳐 참여자 및 자원간의 관계를 통해 지속적으로 순환되고 발전된다. 관계를 통해 형성된 서비스의 개방 및 확장형 네트워크 구조 안에서 서비스디자인의 가치와 참여자와 자원이 비교적 자유롭게 이동하여 유연성을 가짐으로써 지속적으로 순환 가능한 가치 사슬을 형성한다.

위의 세 가지 속성이 서비스디자인의 내에서 끊임없이 유지될 수 있도록 서비스 전과정에 걸친 지속적인 관리가 필요할 것이다.

3-4. 서비스디자인의 구성요소

서비스디자인은 물리적(tangible) 요소와 비물리적(intangible)요소로 구성된다.

서비스디자인의 물리적 구성요소는 서비스 제공자와 수혜자를 모두 포함한 참여자(people), 서비스 경험과정에 대한 순차적 흐름을 나타내는 과정(process), 서비스 안에서 소요되는 모든 자원을 의미하는 물리적 자원(physical cue)이다. [1]

서비스디자인의 비물리적 구성요소는 참여자의 의도적 움직임과 상호작용을 의미하는 행동(behavior), 서비스 안에서 발생하는 참여자의 일시적, 지속적 감정을 의미하는 감정(emotion), 그리고 참여자가 궁극적으로 얻고자 하는 대상인 가치(value) 등이다.

3-5 서비스디자인에서의 선형 터치포인트

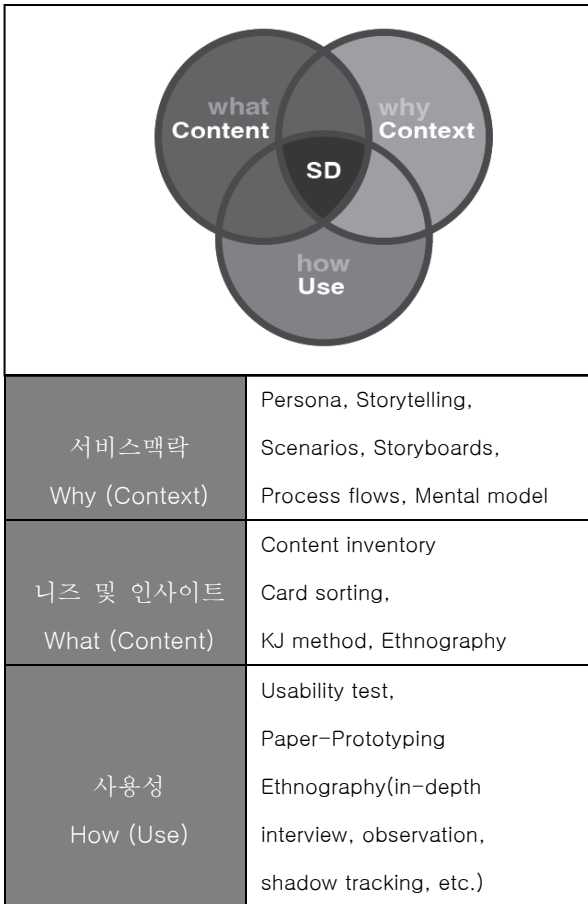
터치포인트는 고객과 접촉하는 순간 및 물리적인 것, 인적 상호작용, 커뮤니케이션 등을 의미[8]하지만 서비스의 모든 진행과정 자체를 터치포인트로 생각할 수도 있다. 그렇게 되면 서비스 전 과정에서 상황에 맞게 터치포인트가 유연하게 발생되어 다양한 고객 가치를 통합[11], 실현할 수 있어 한 서비스 안에서 더 많은 가치를 이끌어 낼 수 있을 것이다.

이 경우, 서비스와 고객이 만나게 되는 특정 접점에서뿐 아니라 서비스진행과정 전체에 터치포인트가 발생하게 되므로 터치포인트가 순간을 의미하는 점(point)형이 아닌 지속적 발생을 의미하는 선형(linear)으로 나타나게 된다. 선형의 고객접점은 서비스의 가치를 끊임없이 발생시키고 전달하는 서비스디자인의 플랫폼 역할을 수행하게 된다. 따라서 터치포인트가 선 형으로 형성될 수록 좋은 서비스를 디자인하고 있다고 할 수 있다.

3-6. 서비스디자인 연구 방법

서비스디자인을 사용되는 연구방법들을 결과물의 목적을 기준으로 분류한 결과 서비스

맥락, 니즈 및 인사이트, 사용성의 세 가지 카테고리 구분됨을 알 수 있었다. 각 영역을 위해 사용되는 연구방법들은 다음과 같다.



[그림3. 서비스디자인 연구방법 구성]

서비스 맥락을 연구하기 위해 사용되는 연구방법으로는 가상의 참여자를 설정하고, 그 참여자의 시각을 통해 서비스를 간접경험 해 봄으로써 서비스 시스템 전체의 맥락을 채우고 디자인할 수 있는 페르소나 기법(Persona) 및 이를 구체적으로 표현, 구성하기 위한 시나리오 기법(scenarios), 고객이 서비스 시스템을 경험하는 프로세스 및 시퀀스를 도식화하여 나타내는 프로세스 플로우(Process Flows) 등이 있다.

서비스 내에서 발생하는 참여자의 니즈 및 이와 관련된 인사이트를 연구하기 위해서는 콘텐츠를 효과적으로 구조화 시키고 평가하는 콘텐츠 목록 기법(Content Inventory), 서베이나 관찰 등을 통해 얻어진 데이터를 구조화하고 개념화하여 보다

명확하게 욕구를 파악하기 위한 카드소팅 기법(Card Sorting), KJ법(KJ method) 등이 사용된다.

마지막으로 서비스 개발 이후의 사용 패턴이나 사용성에 관련된 문제를 파악하고 해결하기 위한 방법으로는 사용성 평가(Usability test), 역할 연극(Role playing) 기법이나 사용자를 심도있게 관찰하고 인터뷰하는 등의 인류학적방법(Ethnography) 등이 사용된다.

4. 서비스삼각모형(Service Triangle model)의 제안

4-1. 서비스디자인 결과물 표현 기법의 개발 필요성

무형적 특징을 지닌 서비스의 특성상, 보이지 않는 가치와 자원, 목표를 가시화 시키고 이를 유지, 개선, 개발하고자 하는 노력이 필요하다. 또한 서비스디자인의 속성인 가치 중심성, 관계지향성, 지속성 등이 지속적으로 서비스 안에서 유지될 수 있도록 관리해야 한다. 또한 이러한 특징을 가진 서비스디자인의 결과물을 표현하기 적합한 모델링기법을 개발하여 적극적으로 활용할 필요가 있다.

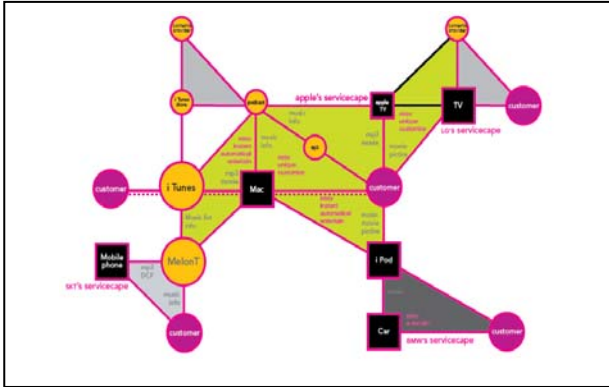
하지만 과거 서비스 및 디자인계에서 사용되던 표현기법들은 가치를 중심으로 표현되어야 하는 서비스디자인 결과물에 적합하지 않은 한계점이 있었다. 이에 서비스디자인 구성요소인 참여자 및 유무형의 자원, 서비스 내에서 형성되는 네트워크, 그리고 그 안에서 발생하는 가치를 중심으로 표현하기 위한 새로운 표현기법이 필요하다고 할 수 있다.

본 연구에서는 서비스디자인 연구에서 발생하는 가치와 구성요소들을 표현하기 위한 방법으로 서비스 삼각모형(Service Triangle model)기법을 제안하고자 한다.

4-2. 서비스 삼각모형(Service Triangle

model)의 개요

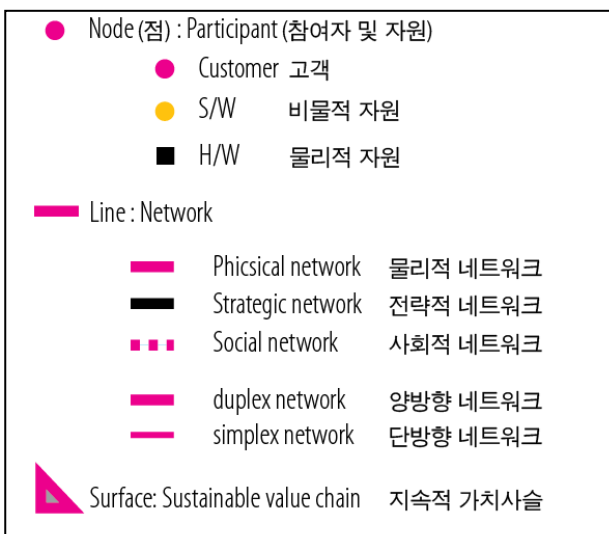
서비스 삼각 모형은 서비스의 물리적, 비물리적 구성요소와 그들 사이에서 형성되는 관계와 가치를 중심으로 표현하기 위한 기법이다. 서비스 내에 존재하는 각 요소들을 가시적으로 표현하기 위하여 점, 선, 면의 요소를 사용하여 서비스디자인 결과물을 간략히 도식화한다.



[그림4. 서비스 삼각모형에서: 애플 iPod의 서비스삼각모형]

4-3. 서비스 삼각모형의 구성

서비스 삼각모형을 구성하고 있는 서비스구성요소는 점, 선, 면으로 표현된다. 점, 선, 면이 연결됨으로써 생성되는 면들의 조합은 서비스 가치를 형성하는 각각의 플랫폼을 의미하며, 각 면에서 발생하는 가치들은 선을 따라 타 서비스 영역으로도 이동, 확장될 수 있다.



[그림5. 서비스 삼각모형구성요소]

각 구성요소의 의미는 다음과 같다.

(1)점(node): 서비스의 구성요소인 참여자와 참여자원을 의미하며 크게 고객, S/W, H/W 등을 포함한다. 구성요소의 중요도에 따라 그 크기가 정해진다.

(2) 선(line): 서비스 구성 요소를 연결하는 관계적요소로서의 네트워크를 의미하며, 서비스 망과 같은 의미로 사용된다. 이 서비스 망을 따라 서비스 내에서 발생하는 가치와 자원이 이동, 연결된다. 서비스에서 발생하는 관계적 요소들은 크게 물리적, 전략적, 사회적 네트워크의 형태를 띠며, 단방향(simplex) 혹은 양방향(duplex) 네트워크의 성격을 가지고 서비스 가치를 운반, 확장시킨다.

(3) 면(surface): 서비스의 각 구성요소(node)들이 연결(networked)됨으로써 가치를 발생시킬 수 있는 서비스 플랫폼(surface)이 형성되었음을 의미한다. 더욱 조밀하고 넓게 면이 형성될수록 더 많은 서비스 요소들이 결합되어 다양한 가치를 발생, 확장시킬 수 있는 서비스 플랫폼이 형성된 것으로 볼 수 있다.

4-4. 서비스 삼각 모형의 활용

서비스 삼각모형은 신 서비스 개발 및 설계 단계에서 사용될 수 있으며, 수행된 서비스를 가치 중심으로 이해하기 위해 사용될 수도 있다. 또한 타 서비스와의 융합을 통한 기존 서비스의 개선 및 검증 시에도 사용 가능하다. 서비스 삼각모형을 통해 서비스 가치를 경험하게 되는 순서에 대한 정보를 이해함과 동시에 확장, 이동되는 가치를 가시적으로 파악할 수 있다. 또 아직 연결되지 않은 가치와 참여자 니즈의 영역을 확인할 수 있어 가치중심의 신서비스 설계 및 개발을 용이하게 만들어준다. 또 서비스 개발 이후에 이전 서비스와의 차별점 및 개선점을 가시적으로 확인할 수 있어 효용 검증 목적으로 사용할 수 있을 것이다.

5. 사례 적용을 통한 서비스 모델의 검증

서비스디자인의 관점에서 서비스를 개발 및 개선한 사례를 통해 서비스디자인의 효과 및 적용 프로세스에 대해 살펴보고, 해당 적용사례를 본 연구에서 제안한 서비스 삼각모형으로 표현, 분석해보았다. 이를 통해 개선 이전 서비스와 개선 이후의 서비스를 비교, 분석함으로써 서비스디자인 연구 및 적용을 통해 서비스의 가치가 얼마나 개선되었는지를 가시적으로 검증해볼 수 있다. 또한 개선된 서비스에서 발생하는 가치를 구체적으로 정리, 표현하여 서비스에서 중점적으로 발생하는 가치에 대해 확인하여 향후 서비스 관리 및 유지에 적용시킬 수 있다.

5-1. 사례 선택

의료서비스는 관련 자원 관계의 복잡도가 높고, 참여자간의 관계 및 서비스과정(service journey)이 복잡하여 서비스디자인 관점으로 연구했을 때 큰 가치를 발생시킬 수 있는 분야 중 하나라고 할 수 있다.[1] 의료서비스의 개선을 위해 산관학이 서비스디자인의 관점으로 협업한 사례로서 2008 WDC(World Design Capital) Torino 행사의 일환으로 행해진 ‘Designing Connected Places-active welfare’ Workshop가 있다. 이 결과물을 설명하고 서비스 삼각모형을 통한 서비스디자인결과물의 표현과 모델의 효용성 검증을 진행하기로 한다.

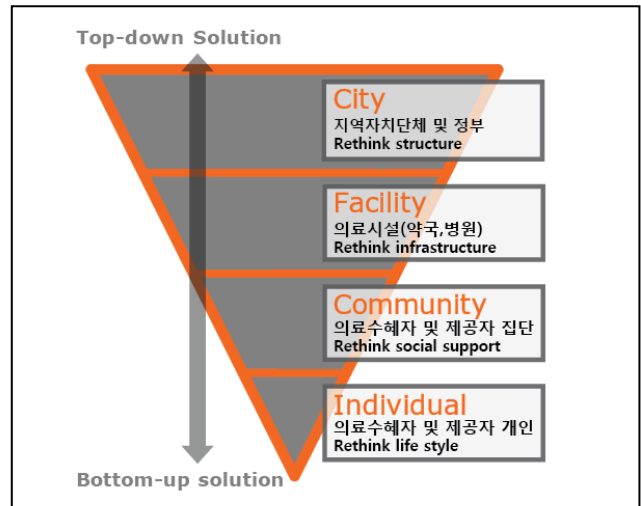
5-2. 적용사례의 개요- Designing Connected Places - Active welfare’

‘Designing Connected Places - Active welfare’ 워크숍은 이탈리아 의료복지서비스를 개선하기 위해 디자인방법을 연구과정에 적용시켜 신 서비스를 설계, 제안한 사례이다.

본 워크숍은 지역의 특성에 기반하여 지속 가능한 디자인 솔루션을 제안하는 것을 목적으로 진행되었으며, 서비스의 개선을 통해 Health care

system사용자의 참여를 증진시키고 생활 환경을 변화시킬 수 있는 긍정적인 대안을 제시하고자 하였다.

워크숍은 [그림6]와 같은 프레임을 따라 진행되었다.



[그림6. 서비스개발을 위한 개념적 프레임]

상세연구진행과정은 다음과 같다.

(1) Intro - 현 서비스의 상황을 이해하기 위해 문헌조사 및 전문가 인터뷰를 통해 향후 연구의 틀을 설정하였다.

(2) Empathy - Ethnography 조사 방법을 적용하여 문제점과 근본적 의료가치 등을 파악하였다.

(3) Synthesis- 조사 결과 통합 후 토론과 아이디어션을 통해 주요 니즈를 정하고, KJ법을 이용하여 서비스의 핵심 가치를 설정하였다.

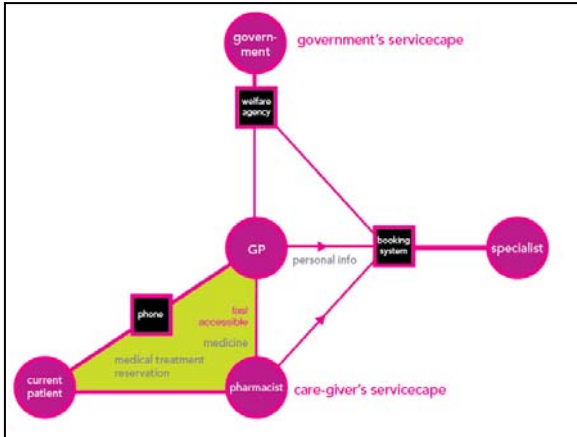
(4) Ideation- 해결안 제시

조사 종합 및 분석 결과 환자의 자발적인 참여와 의료 복지에 관한 흥미를 이끌어 내기 위해 디자인과 관련된 해결안을 도출하였다.

(5) Storytelling- 해결안 제시 및 스토리텔링 서비스에서 추구하는 가치를 중심으로 서비스 개선안을 연결하고, 스토리텔링 기법 및 페르소나(persona)기법을 사용하여 실제 적용시의 문제 해결상황을 보완 및 재현하였다.

5-3. 서비스 삼각모형 적용 및 검증

본 사례가 개선되기 이전의 이탈리아 의료복지 서비스 삼각모형으로 나타내면 [그림 7]과 같이 나타낼 수 있다.

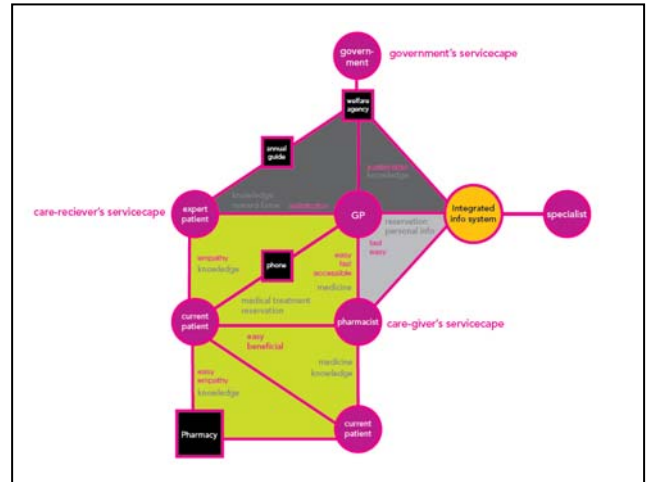


[그림 7. 이탈리아 의료복지서비스 현황]

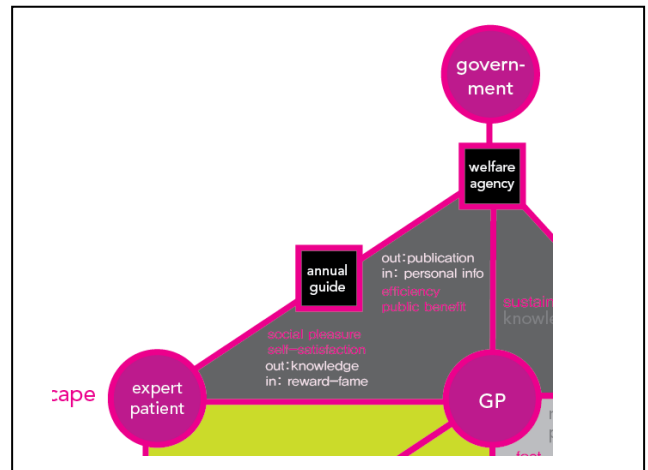
서비스 삼각모형을 적용해본 결과, 개선 전의 서비스 현황은 3개의 면을 가진 단방향 네트워크 중심의 서비스 모델이었음을 알 수 있다. 환자와 의료수혜자가 생성하는 한가지 종류의 서비스로 구성되어 있는 한계점도 발견할 수 있었다. 또 서비스 구성요소의 다양성이 적고 구성요소간의 연결이 어려워 서비스에서 발생하는 가치가 타 분야로 잘 전달되지 않는 폐쇄형 서비스 구조라는 한계가 있었다. 뿐만 아니라 서비스 모델을 통해 본 주요 가치가 의료서비스로의 접근성에 한정되어 있어 서비스 진입 이후 발생할 수 있는 다양한 가치를 생성해내지 못하고 있음을 알 수 있었다.

이를 서비스디자인의 적용으로 개선한 후에, 개선된 결과물을 서비스 삼각모형으로 나타내면 [그림8]와 같이 나타낼 수 있다.

이를 개선하기 위해 새로운 물리적(출판물), 비물리적(의료제공자를 위한 협업소프트웨어) 참여 자원에 해당하는 2개의 점(node)을 추가 하였고, 참여자의 역할을 세분화하여 2개의 참여자 점을 추가하여 보다 다양한 면을 형성할 수 있도록 하였다.



[그림 8. 이탈리아 의료복지서비스 개선안]



[그림 9. 이탈리아 의료복지서비스 개선안 일부]

개선 후 서비스 삼각모형을 적용, 분석한 결과 서비스 모델이 8개의 면을 가진 양방향 네트워크 중심으로 변화했음을 알 수 있다. 이는 서비스 참여자의 역할을 세분화하여 보다 다양한 종류의 참여자를 서비스에 대입시킴으로써 폐쇄형 구조에서 벗어나 3가지 유형의 서비스가 결합된 개방형 구조가 될 수 있도록 서비스를 개선하였기 때문이다.

또한 환자와 환자, 1차 의료 제공자와 환자, 1차 의료제공자와 2차 의료제공자가 형성하는 3가지 종류의 서비스 분야가 생성되어 보다 다양한 서비스 환경이 결합, 구성되었음을 알 수 있었다.

본 서비스 개선안을 통해 전체적 서비스의 범위가 증가하여 보다 다양한 참여자를 서비스에 참여시킬 수 있었으며, 참여자가 요구하는 가치를 충족시킬 수 있는 기회를 보다 많이 제공할 수 있게 될 것으로 예상된다.

6. 결론 및 향후 연구

본 연구에서는 서비스디자인의 정의와 가치 중심성, 관계지향성, 지속성과 같은 서비스디자인 속성에 대한 연구를 진행하였다. 또 타 분야와 서비스디자인의 차이점을 연구하여 향후 서비스디자인이 추구해야 하는 방향이 전체 시스템 내에서 발생하는 관계 및 가치 중심의 연구임을 알 수 있었다. 또 무형의 가치와 참여자원 간에 형성되는 네트워크를 중요하게 다루는 서비스디자인의 특성상 해당 요소를 중심으로 표현하기 위한 표현기법의 개발이 요구됨을 발견하였고, 이를 위해 서비스 삼각모형을 제안하였다.

본 표현 모형은 참여자원의 종류와 자원간의 연결을 통해 발생하는 네트워크, 그리고 연결을 통해 발생하는 가치를 가시적으로 표현, 발견할 수 있는 장점이 있다. 또한 아직 연결되지 않은 점들 사이에 발생할 수 있는 가치에 대해 생각해봄으로써 가치중심의 신 서비스 개발 기회를 증가시킬 수 있다.

향후 연구에서는 서비스디자인의 표현 및 이해를 위한 서비스 삼각모형을 사례연구를 통해 보완, 활용하여 신 서비스 설계 시 용이하게 사용할 수 있는 가치중심 신 서비스 개발도구로서 개선할 것이다. 이를 통해 서비스 개선 전 후의 비교를 통한 검증이 가시적으로 이루어짐으로써 서비스디자인의 효과 및 보완점을 보다 효과적으로 파악, 해결할 수 있을 것으로 기대한다.

[참고문헌]

[1] Servicecapas: The impact of Physical

surrounding on customer and Employees, MJ Bitner, Journal of Marketing, 1992

[2] Measuring the user experience, Tom Tullis, Bill Albert, Elsevier, 2008

[3] Service Blueprinting: A practical Technique for Service Innovation, MJ Bitner, Amy L.Ostrom, Felicia N.Morgan, Unpublished, 2007

[4] Service Quality: multidisciplinary and multinational perspectives, Stephan W.Brown, Lexington Books, 1991

[5] Experience prototyping, M Buchenau, JF Suri - Proceedings of the 3rd conference on Designing interactive systems: processes, practices, methods, and techniques, 2006

[6] User and Task Analysis for Interface Design, JoAnn T.Hackos, John Wiley&Son Inc., 1998

[7] Service Innovation and Storytelling: result from a case study, Roman Aebersold, International Service Innovation Design Conference proceeding, 2008

[8] 디자인 경영, 정경원, 안그라픽스, 1999

[9] 서비스디자인시대, 표현명 외, 안그라픽스, 2008

[10] 서비스운영관리, 김수욱 외, 한경사, 2005

[11] 서비스 사이언스 한국 IT 서비스학회 서비스 사이언스연구회, 매경출판, 2006

[12] 동아 비즈니스 리뷰 special report-design wave, vol. 11, 2008

[13] 동아 비즈니스 리뷰, Special report-service science, vol. 9, 2008

[14] <http://www.service-design-network.org>

[15] www.livework.co.uk

[16] www.enginegoup.co.uk

[17] www.peerinsight.com

[18] www.servicedesign.org