

[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 Korean Distribution Science Association (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 있다. 이러한 상황은 본 유통과학연구가 한국 내에서의 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 유통과

* 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.

학연구가 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 번갈아 가면서 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 연구영역과학술대회 참가 국가를 늘릴 계획이다.

이와 같이 당 학회는 3개의 연구논문집을 출판함에 있어서, 가장 대표적인 학술지인 유통과학연구(JDS)를 우선적으로 국제적 저

명한 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, 학회 운영 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 김영민 등 (2010)과 윤명길 등 (2004)의 기존 연구를 중심으로 박정섭과 김동호 (2009)와 현인규 등 (2009)의 유사 논문집의 연구 동향을 참고하여 미래의 유통과학연구 발전 방향의 논한다. 즉, 한국유통과학회에서 발간하는 연구논문집인 유통과학연구(JDS)의 국내외 위상을 높이고 해외에서 경쟁력을 갖춘 유명저널이 되기 위해서 당면과제와 문제점을 찾아내어 효율적이고 실용적인 여러 가지 해결 대안을 모색, 제시하고자 한다. 그러기 위하여 유통과학연구(JDS)가 지금까지 존재하고 발전해 온 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.

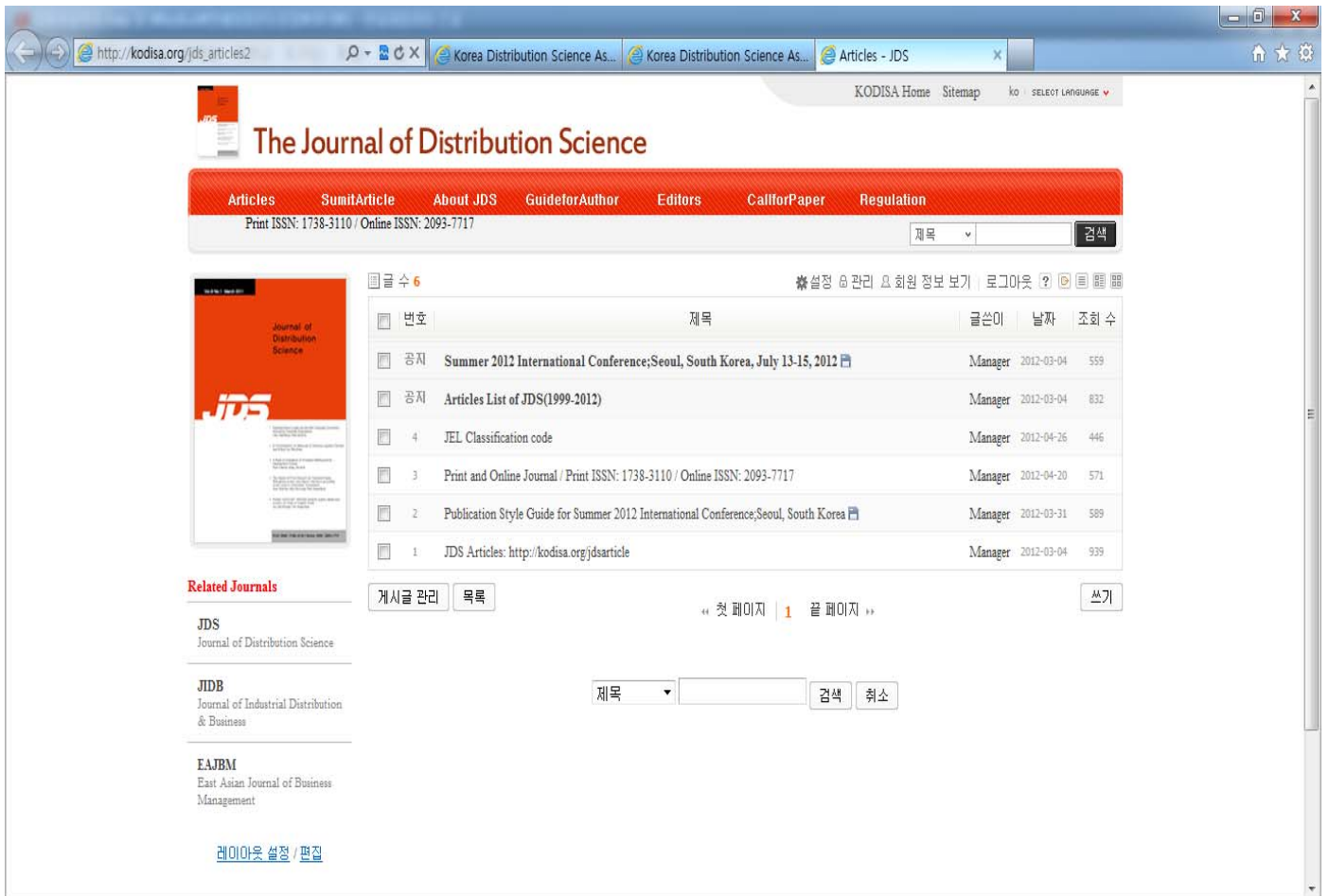
먼저, 한국연구재단의 자료에 나온 교육과학기술부의 국가과학기술표준분류체계는 과학기술에 따른 국가과학기술표준분류체계를 고시하고 있다. 자연/생명/인공물 16개, 인간/사회/인간과학과 기술 17개로 대분류하고 있으며, 동시에 공공 12개, 산업 20개로 대분류하고 있다. 이를 유통과학연구와 관련된 분야를 나타내면 다음과 같다.

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/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,

<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. 데이터마이닝/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)



<그림 1> 유통과학연구 홈페이지

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. 데이터마이닝/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, 지역경제, 국가별경제, 경제통합), 경영정보시스템(경영전산처리, 정보기술관리, 지능형의사결정시스템), 판매관리/마케팅(국내마케팅, 국제마케팅, 소비자행동, 광고관리, 상품학)과 물류관리(물류일반, 물류정책, 국내물류/유통, 국제물류/유통, 소매유통, 상권/입지분석)로 구분하고 있다. 그 외에 전자상거래, 중소기업경영, 창업/벤처기업, 기업가 등으로 구분하고 있다.

<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	경영정보시스템	경영전산처리, 정보기술관리, 지능형의사결정시스템
	판매관리/마케팅	국내마케팅, 국제마케팅, 소비자행동, 광고관리, 상품학
	물류관리	물류일반, 물류정책, 국내물류/유통, 국제물류/유통, 소매유통, 상권/입지분석
	전자상거래	
	중소기업경영	
	창업/벤처기업	
	기업가	

자료 : 한국연구재단(2012b)

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, 시장구조 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, 데이터마이닝, 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.

<표 3> 유통과학연구 연구 분류표(2012년 4월 1일 기준)

대분류	중분류	소분류
경제분야	유통일반	유통의 기초, 유통학문과 이론, 교육제도 및 자격증제도, 유통 및 경제정책, 유통제도 및 법, 시장구조 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, 데이터마이닝, CRM, 정보기술 등
	기타 경제분야	위 분류에 해당하지 않는 거시적인 국민 경제 관점의 연구 주제
경영분야	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

한편, 본 연구에서 유통과학연구의 미래 전략을 수립하기 위하여 한국유통과학회의 연구 분야와 유사한 한국유통경영학회와 한국물류학회에 대하여 살펴볼 필요가 있다. 이를 위하여 <표 4>를 살펴보면 다음과 같다.

먼저, 한국유통경영학회에서는 상적유통, 물류, 금융적 유통 및

인적자원의 대분류를 중심으로 16개 중분류 체계를 갖고 있다(현인규 등, 2009). 상적유통은 마케팅, 경로, 제품 및 가격, 전자상거래 영역을 포함하고 있으며, 물류는 수배송, 물류전략, 물류성과, 재고관리, 표준화, 물류정보, SCM을 포함하고 있다. 또한 결제, 재무, 투자를 포함한 금융적 유통과 인적자원의 중분류 체계를 갖고 있다.

<표 4> 한국유통경영학회의 세부 영역 분류

대분류	중분류	소분류
상적유통	마케팅	고객만족, 성과, 환경, 예측
	경로	점포, 유통경로
	제품 및 가격	제품, 가격
	구매조달	구매, 조달
	전자상거래	전자상거래
물류	수배송	택배, 수배송시스템(방법, 전산), 통관
	물류전략	거점, 3자물류, 공동화, 전망, 예측
	물류성과	BSC, 혁신
	재고관리	보관 및 방법
	표준화	원가, 포장
	물류정보	CRM, ERP, 유통정보, B2B, EDI
	SCM	SCM
금융적 유통	결제	결제
	재무	재무
	투자	투자
인적자원	인적자원	인적자원

자료 : 현인규 등(2009)

<표 5> 한국물류학회의 연구주제 분류표

주제	세부내용
물류일반	물류의 개념, 물류의 역사, 물류교육, 자격증, 기타
물류관리	고객만족, 물류서비스, 물류회계, 물류혁신, 물류 품질, 수요예측, 물류성과
물류정책	물류인증, 물류정책, 물류계획, 표준화, 물류공동화, 물류전략, 3자물류, 4자물류, 물류의사결정
국내외 물류	물류산업(화물운송업, 해운업 등), 산업별 물류, 국제물류, 국내물류/유통, 외국물류
SCM	SCM, VMI, CPFR
무역학	무역정책, 무역실무, 무역보험, 무역서류, 무역 제도, 전자무역, 관세
화물운송	복합운송, 항공운송, 도로운송, 철도운송, 컨테이너 운송, 운송망, 택배
해상운송	항만운송, 해운경영, 컨테이너터미널, 해운법, 해상 운송
거점관리	보관, 하역, 포장, 유통가공, 재고관리, 물류센터 관리, 물류인프라
물류영역	구매·조달, 전자구매, 생산관리, 판매물류, 환경 물류, 반품물류
물류정보	물류보안, RFID, e-Logistics, 물류정보시스템, 전자상거래 물류
기타	위 분류에 해당하지 않는 주제(유통, 생산, 회계 등)

자료 : 박정섭, 김동호(2009)

그리고 한국물류학회의 경우에는 학회지의 주제를 물류일반, 물류관리, 물류정책, 국내외 물류, SCM, 무역학, 화물운송, 해상운송, 거점관리, 물류영역, 물류정보 및 기타로 분류하고 있으며, 각 주제에 대한 세부 내용을 <표 5>와 같이 제시하고 있다 (박정섭, 김동호, 2009).

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.



<그림 2> 유통과학연구 표지 샘플

<표 6> 유통과학연구 발행연도별 게재논문 편수 현황

연도별	발행 호수	발행 편수	게재논문	
			국내투고논문	해외투고논문
2012	10(3)	5	5	
	10(2)	5	4	1
	10(1)	5	5	
2011	9(4)	9	9	
	9(3)	9	9	
	9(2)	13	12	1
	9(1)	5	5	
2010	8(4)	4	4	
	8(3)	5	5	
	8(2)	5	5	
	8(1)	5	4	1
2009	7(4)	5	5	
	7(3)	5	4	1
	7(2)	5	5	
	7(1)	5	5	
2008	6(2)	4	5	
	6(1)	7	5	
2007	5(2)	6	6	0
	5(1)	6	6	0
2006	4(2)	8	8	0
	4(1)	8	8	0
2005	3(2)	7	7	0
	3(1)	6	6	0
2004	2(2)	6	6	0
	2(1)	7	7	0
1999	1(1)	8	8	0
합계		164	160	4

결국, 본 연구에서는 유통과학연구의 창간지부터 제10권 제3호까지 발행한 논문의 특성을 파악하는 것이 중요하다. 물론 이와 관련된 논문으로 김영민 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.

유통과학연구에서 창간호부터 제10권 제3호까지 발행한 논문을 보면, 총 164편이다. 이중에 국내투고자가 총 160편으로 대부분을 차지한다. 반면에 해외투고자는 총 4편이다. 이중에 편집위원을 제외하면, 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 해외투고자수가 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 홈페이지와 여기에서 발행하는 <그림 2>의 유통과학연구가 해외저널로 지명도를 확보하기 위해서는 현황과 현재 안고 있는 문제점을 해결하는 것이 급선무이다. 이를 위하여 문제점을 도출하면, 유통과학연구 논문집의 연구범위의 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 연구범위의 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.

2.2. 적극적인 홍보 부족과 조회수 현황

유통과학연구는 상기한 바대로 해외투고자수가 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. 또한 긍정적인 측면도 있다.

예를 들어서, <그림 3>은 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.



<그림 3> 유통과학연구 조회수

더욱 긍정적인 사실은 <그림 4>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 4> 유통과학연구 국가별 리퍼리 순위

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.

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 발전하는 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 국내 저널의 한 분야에 만족하는 일반저널에 불과했었다. 그로 인해 학회 구성원들 대부분이 등재지 선정을 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 팽창 뿐만 아니라 질적인 내실을 기하고자 전력을 다하고 있으며, SSCI 및 SCOPUS 등재지가 되기 위하여 보다 치밀한 계획을 통하여 이를 달성하기 위하여 정진하기 시작했다는 점의 의의가 있다고 할 수 있을 것이다.

3. 유통과학연구의 미래 성장 동력 도출

위에서 전술한 문제점을 토대로 한국유통과학회의 유통과학연구의 미래 성장동력을 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 해외투고자수가 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 나갈 수 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

- 김영민, 김영이, 윤명길 (2010), “유통과학연구의 연구 동향 분석 : 창간호부터 제8권 제3호까지를 중심으로”, *유통과학연구*, 8(4), 7-17.
- 박정섭, 김동호(2009), “물류학회지의 연구동향 분석”, *물류학회지*, 19(2), 5-26.
- 윤명길, 김유오, 남궁석(2004), “유통이론에 대한 학문적 개념 연구”, *유통과학연구*, 2(1), 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.
- 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.
- 현인규, 박정섭, 박소진(2009), “한국유통경영학회 연구동향 분석”, *유통경영학회지*, 12(5), 25-44.