

윤봉식, 한일우

조선대학교 산업디자인특성화사업단,
전남도립 담양대학교 산업디자인학과

Yun Bong-Shik, Han Il-Woo

Special Project Unit of Industrial Design, Chosun Univ.
Provincial College of Damyang

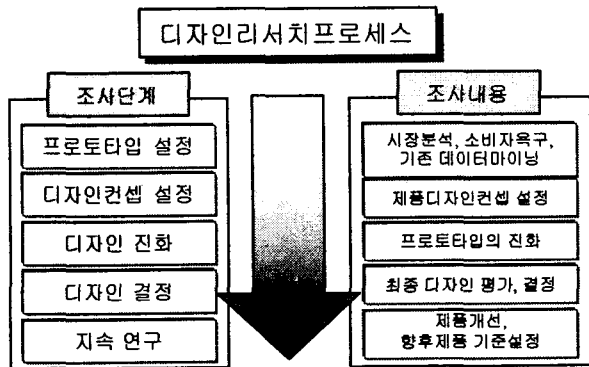
●Keywords: Interactive, Consumer's Needs, Cyber Research

1. 연구의 목적 및 필요성

제품을 디자인함에 있어 정확하고, 신속한 소비자 욕구에 대한 조사는 디자이너의 키치 못지 않게 제품의 성패를 좌우하는 주요한 요소이다. 특히, 각종 매체의 발달이 가져온 정보경제시대의 소비자 욕구변화나, 소비시장의 변화양상은 급속히 그 주기를 좁혀가고 있어 수집된 시장정보의 신속한 제품화는 그 어느때보다 더 절실하게 요구되어지고 있다. 그러나, 현재의 디자인 프로세스는 리서치결과와 직접적인 제품화를 지연시켜 자칫 시장 경쟁력을 약화시킬 수 있는 몇 가지 요소를 지니고 있고, 리서치의 많은 부분을 단순히 언어적 교감에 의한 간접적인 정보 수집에 의존하고 있다. 정보의 홍수 속에 나날이 진화해 가는 소비자의 우수제품에 대한 선별능력과 욕구에 부응하여 기업 및 국가 경제를 성장시키기 위해서는 소비자의 욕구를 직접적인 디자인 데이터로 신속하고 정확하게 수집하여 제품에 반영, 출시하는 기간을 최소화 해야한다. 이에 정보수집의 가속화와 효율적인 리서치결과와 디자인 활용을 위하여 가상공간을 활용한 실시간 조사 모듈과 리서치시스템을 제안한다.

2. 연구방법

효율적인 인터넷리서치 모듈의 개발을 위하여 1차적으로 국내 · 외 리서치 회사 및 마케팅 관련학회 문헌조사를 통하여 실시한 자료조사와 관련 연구단체의 발표 사례연구를 실시하여 리서치시스템의 기본 모형을 추출하고, 인터넷리서치 및 컨설팅회사의 인터넷활용 방법을 분석하여 System Prototype을 설정하였다.



(표 1 디자인리서치프로세스)

1차 연구를 통하여 제시된 모델의 효과적인 운용을 위하여 (표1 디자인리서치프로세스)와 같은 인터넷상의 리서치프로세스를 도출하였고, 제시한 프로세스에 따라 운용될 리서치모듈의 인터페이스를 두 차례의 인터넷 설문조사를 통하여 설정하였다.

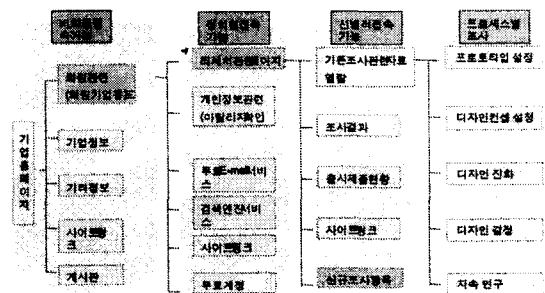
리서치프로세스 단계별로 제시될 모듈은 사례연구를 실시하기 이전에 인터넷리서치 전문회사의 사이트를 통하여 기초자료조사

단계, Concept설정단계, 사용성 평가단계까지를 간략하게 시험 조사하였고, 최종 수정을 통하여 제작된 인터넷리서치모듈의 사례연구를 통하여 인터넷상에서 디자인리서치의 가능성과 효율성 및 향후 지속 연구되어야할 문제점을 제시하고자 한다.

3. 시스템 개발

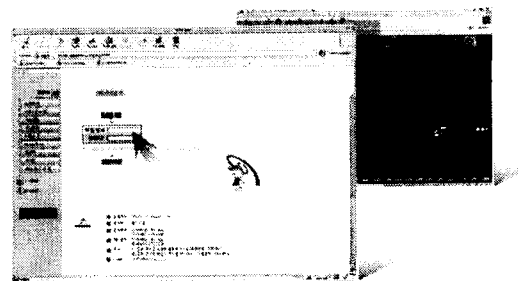
인터넷리서치시스템은 조사기간의 단축과 해석상의 오류방지에 효과적으로 대처하기 위하여 조사과정에 제시되는 Task나 조사대상자의 응수행위는 Exceltm이나 Spreadsheet등의 정해진 코딩 프로그램으로 바로 연결 가능한 문자언어로 조사대상자가 직접 편칭하여 데이터를 정량화 한다.

리서치모듈은 인구 통계변수 조사 항목군과 시뮬레이션군(스테리오타입조사, 시뮬레이션 제품의 가상 사용성 실험)으로 구분되어지며, 시스템의 총체적 구성은 (표 2 시스템 구성도)와 같이 이루어져 있다.



(표 2 시스템 구성도)

리서치사이트 또는 기업의 사이트를 기반으로 제시하는 본 리서치에서는 조사내용의 보안문제를 해결하기 위하여 조사에 참여하는 권한을 세 가지로 나누고 그 내용을 첫 번째는 비회원 접속가능 페이지, 두 번째부터는 (그림1 1차 Fire Wall)과 같이 단



(그림1 1차 Fire Wall)

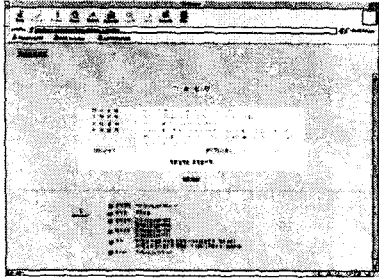
계적 적용으로 리서치 패널에 대한 제한을 두고, 조사내용의 보

1) 강용주, 측정법들의 준거 타당도 연구, 아주대학교, 1997

2) 한국패널리서치 (1998), Internet & PC통신을 이용한 On-line조사

안정도에 따라 2차, 3차 Fire Wall을 제시하여 패널회원의 참여 정도를 추가 배정하는 세 번째 단계로 설정하였다.

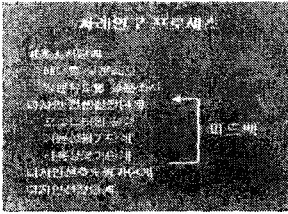
이상의 연구를 종합하여 제작된 시스템의 효율성 및 검증에 위하여 제품디자인 업체의 사이트를 이용하여 1차 사례연구를 실시하였고, 리서치 메뉴의 사용성, Fire Wall의 다양한 방법 요구 등 몇가지 문제로 지적된 사항을 보완하여 시스템의 최종 모델을 제작하였다.



(그림2 시스템 검증을 위한 1차 사례연구)

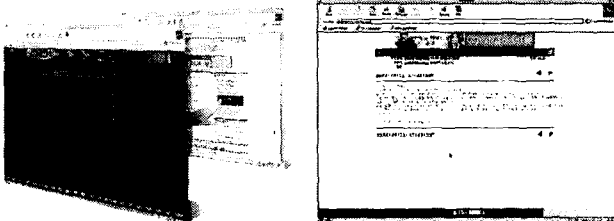
4. 사례연구

인터넷리서치 모듈의 직접적인 검증을 통하여 제작된 최종 모듈의 사례연구는 핸드폰제품(휴대용 전화를 총칭)을 대상으로 수행하였고, 조사에 응할 수 있는 조사대상자의 광범위한 선정이



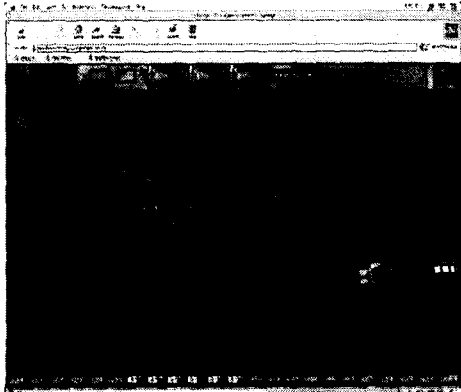
(표3 사례연구프로세스)

각기 단계별로 진행된 리서치는 먼저 핸드폰제품에 관련된 자료 수집과 자료의 구체화로 수집될 정보에 대한 개념을 조작화하고, 조사에 합당한 조사대상군의 선정을 실시한 뒤, 응답자의 성향이나 라이프스타일에 따른 응답자 접촉방법을 선정하였다. 이상의 설정을 토대로 Task을 입력 후, 패널메일을 이용하여 조사에 참여를 유도하고, 제작 기업홈페이지와 유명 사이트 및 관련 연구단체의 홈페이지에 링크하여 리서치를 실시하였다.



(그림3 패널 및 일반인을 대상으로 한 리서치 홍보)

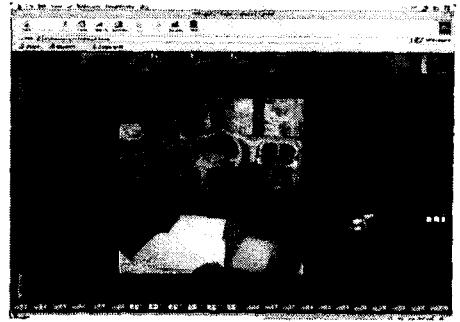
Lifestyle 및 보편적인 정보원에 대한 기초조사를 위한 조사는 패널이 제약이 없이 메일링을 이용한 메일링 리서치 및 타 사이트의 배너형 설문조사와 방문유도형 설문조사로 실시하였고, Concept 설정 단계에서 부터는 조사단계의 기밀정도에 따라 사전 실시된 인구통계분석에 의해 리서치모듈 접속속된 제약의 조사대상자의



(그림4 기능성조사를 위한 사전교육창)

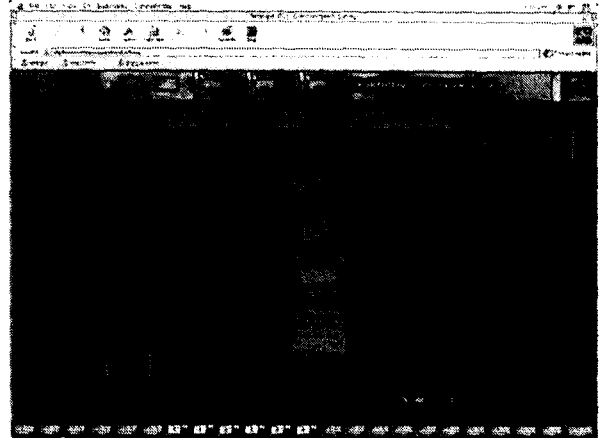
개인정보에 근거하여 추출한 후, 그 모집단을 대상으로 랜덤엔진을 사용하여 무작위 추출하여 실시하였다.

동일한 방법에 의하여 사용성조사, 디자인선호도 조사를 실시하고, 조사실시



(그림4 사용성조사 페이지)

간에는 표본의 설정에 의하여 제시(vrml화일)되는 가상제품을 대상으로 자세한 관찰이나, 페인트를 이용한 본인의 직접적 디자인 제시가 가능하다.



(그림5 시뮬레이션 및 직접조작 설문조사 페이지)

마지막 디자인 결정 단계에서는 단계별 조사를 통하여 제시된 최종안을 디자이너에게 제시하는 방법으로 정성적인 수치상의 자료나 추상적인 소비자의 심상자료 이외에도 최종안으로 제시되는 몇가지 안에 대한 리서치모듈의 직접적 디자인 조합에 의한 결과물로 제시하였고, 디자이너는 조합된 디자인결과를 토대로 최종 랜더링을 실시하였다.

5. 결과

이상의 사례연구를 통하여 가상 제품에 대한 조사는 선형적 심상모델을 전제로 결정되어지는 소비자의 제품선호스타일이 존재함을 알 수 있었으며, 디자인리서치단계 및 기간의 혁신적인 단축과 표본설정, 리서치홍보, 실시등에 수반되는 많은 비용을 절감하여 갈수록 단축되어가는 제품주기에 보조를 맞추어 신속한 디자인결과물의 제시가 가능함을 확인할 수 있었다. 또한 조사대상군의 잠재적 소비자 제품관여도 상승되었으며, 출시 예정제품의 간접적 광고효과를 예상할 수 있었다. 하지만 이에 앞서 인터넷 이용자 수에 대한 정확한 통계가 전제되어야 많은 종류의 혁신적인 조사가 가능3)해질 것이며, 디자이너 및 기업들은 사이버리서치에 의한 통계치를 신빙성 있게 수용할 수 있다.

참고문헌

1. 김용주, 소비자만족 측정법들의 준거 타당도 연구, 아주대학교, 1997
2. 이권표 (1998.5), 문화적 사용자 인터페이스 디자인을 위한 방법론 개발에 관한 연구
3. PSB부산방송(온라인 설문조사) - PSB부산방송과 오타스 커뮤니케이션공동 개발 - QSS를 이용한 온라인 설문조사
- 3) Sterne, Jim (1995), World Wide Web Marketing: Integrating the Internet into Your Marketing Strategy, New York: John Wiley & sons, Inc.