

의류브랜드 유형에 따른 패션디자이너 업무의 비교분석:

국내 여성복 브랜드 상품기획 과정을 중심으로

이은아* · 권혜숙

상명대학교 디자인대학원 의상디자인학과

본 연구의 주된 목적은 다양한 규모와 특성을 가진 국내 의류업계에서 패션 디자이너의 업무에 대한 이해를 도모하는 것이다. 국내 여성복 브랜드의 패션디자이너들이 집중적으로 활동하고 있는 세 가지 브랜드 유형·내셔널 브랜드·디자이너브랜드·무브랜드(동대문 의류상가)를 중심으로 상품기획 과정에서 패션디자이너들이 수행하는 업무의 내용과 수행정도의 차이점을 규명하고자 하였다.

이러한 목적을 위한 연구문제는 다음과 같다; 첫째, 상품기획 과정에 있어서 국내 여성복 브랜드의 패션디자이너가 수행하는 업무의 내용은 단계별로 어떻게 구분 되는가; 둘째, 브랜드의 유형에 따라 수행업무에 차이가 있는가; 셋째, 브랜드의 유형 외에 업체의 규모에 따라 수행업무에 차이가 있는가를 알아본다.

연구방법은 국내 93개 여성브랜드, 192명의 패션디자이너들을 대상으로 설문지법을 사용하였고, 자료처리는 기술통계분석, 신뢰도 검증, 분산분석을 실시하였다. 연구결과는 다음과 같다.

1. 국내 여성복 브랜드의 패션디자이너가 수행하는 상품기획 단계는 환경정보, 표적시장기획, 디자인기획, 디자인개발, 가격결정, 품평 및 수주, 생산기획의 7개의 단계로 분류되며, 국내 여성복 브랜드 패션디자이너들은 일반적으로 판매 단계를 제외한 상품기획 과정의 전반에 걸친 업무를 수행하고 있는 것으로 조사되었다.

2. 브랜드 유형별로 패션디자이너가 수행하는 상품기획 단계업무의 범위와 내용, 그리고 수행정도의 차이점을 살펴본 결과 브랜드의 유

형에 따라 차이가 많이 나타났다. 내셔널브랜드 디자이너들은 '디자인기획'과 '품평 및 수주업무'를 많이 수행하고 '환경정보'와 '표적시장 기획' 업무는 보통보다 다소 높거나 보통 정도로 수행하는 반면, '디자인개발'과 '가격결정', '생산기획' 업무는 거의 수행하지 않는 것으로 나타났다. 디자이너브랜드의 디자이너는 '가격결정'업무를 가장 많이 수행하며, '생산기획'과 '디자인개발' 업무도 많이 하는 것으로 나타났고, '디자인 기획'과 '품평 및 수주' '환경정보'업무 등은 보통 이상 혹은 보통 정도로 수행하고 있으나, '표적 시장 기획'업무에는 거의 관여하지 않는 것으로 볼 수 있다. 무브랜드 디자이너들은 '품평 및 수주' 관련 업무는 거의 수행치 않고 그 밖의 업무들은 많이 혹은 보통 이상 정도로 수행하는 것으로 나타났다.

3. 브랜드의 유형 외에 매출액, 보유매장 수, 아이템 수와 같은 업체의 규모와 관련된 변인들에는 영향을 받지 않는 것으로 나타났다.

이와 같은 결과로 국내 여성복 브랜드의 패션 디자이너들의 업무 수행 정도는 그들이 속한 브랜드의 유형별 표적 고객과 브랜드의 체계나 조직 등과 같은 구조, 그리고 마케팅 방향 등에 의해 차이를 보이고 있는 것으로 사료된다. 따라서 복잡하고 다양한 형태로 업무가 진행되어 명확한 업무를 파악하기 어려웠던 국내 여성복 브랜드 패션 디자이너들의 업무를 보다 심도 있게 파악하기 위해서는 브랜드의 유형별로 차별화 된 패션 디자이너의 업무 파악에 관한 다각적이고 타당한 항목 개발이 요구어진다고 할 수 있다.