

동대문 패션시장의 기술 활용 의도에 따른 QR시스템 효과에 대한 인식 연구

Recognizing the Importance of Quick Response Systems in Conjunction with the Utilization of Technology in the DongDaeMoon Fashion Market

중앙대학교 의류학과
교 수 홍 병 숙
학술연구교수 이 은 진
플하우스
디자이너 진 선 희

Department of Clothing & Textiles, Chung-Ang University

Professor : Byung Sook Hong

MOE-KRF Research Professor : Eun Jin Lee

Full House

Designer : Sun Hee Jin

◀ 목 차 ▶

- | | |
|----------------|---------------|
| I. 서론 | IV. 연구결과 및 논의 |
| II. 이론적 배경 | V. 결론 및 제언 |
| III. 연구방법 및 절차 | 참고문헌 |

<Abstract>

The purpose of this study was to analyze how the appreciation or recognition of quick response systems, with the utilization of technology, can improve operations for businesses in the DongDaeMoon fashion market. A survey was conducted from April 25 to May 10 in 2007, among owners and designers of wholesale shops in the DongDaeMoon fashion market. Data was collected from 270 subjects, and general descriptive and comparative statistical analysis was applied to acquire various parameters.

Firstly, the product types within the DongDaeMoon fashion market were small and medium quantity batch production systems. The majority of businesses adopted the production strategy of outsourcing through subcontracted factories. To re-order, a fashion merchandising required 2 to 3 days. Secondly, the design sources of fashion merchandises were national fashion brands, popular items within the same industries, and also fashion magazines. New products was made within 4 days after a sample item was received. Business acquaintances were fashion retail shops of DongDaeMoon, and internet or home shopping companies. Thirdly, the recognition of

importance and effects of quick response systems was difference between high and low group of the utilization of technology in the DongDaeMoon fashion market.

주제어(Key Words) : 동대문 패션시장(DongDaeMoon fashion market), QR시스템(quick response system), QR 시스템 기술요소(technology factors of quick response system), QR시스템 효과(effects of quick response system).

I. 서론

패션산업은 최종 생산단계인 소비제품을 생산하는 어패럴 산업과 유통과 관련된 패션유통산업, 원사, 직물, 염색, 부자재 등의 섬유 및 직물 산업을 포함하며, 재봉기, 편직기, CAD/CAM 등 기계 및 전자산업과도 연계성이 높은 산업이다(박광희, 배미경, 2000). 따라서 패션상품이 최종 소비자에게 전달되기까지 관련 산업 간의 유기적인 관계를 통한 신속한 정보교류가 필수적이며, 패션상품의 기획에서 판매까지의 리드타임을 효과적으로 단축시킬 수 있는 기술의 도입이 필요하다. 이러한 기술의 도입은 유행주기가 단축되고 소비자욕구가 다양화하며, 빠르게 변화하는 유통환경에 대응할 수 있는 기업의 핵심경쟁력이 될 수 있다.

기업성과를 달성할 수 있는 기술도입의 중요성을 인지한 패션업계에서는 신속하게 유행상품을 제공하고, 소비자요구에 즉각적으로 반응하기 위하여 신속대응시스템(QRS, quick response system)을 구축하는 등 문제 해결에 노력하고 있다(김영철, 2002). 그러나 패션기업의 대부분이 소규모 형태이고, 자체공장보다는 하청공장을 통하여 상품이 생산되기 때문에 QR시스템의 도입효과가 가시적으로 나타나지 않고 있다. 하청생산은 전문화된 생산업체를 활용하기 때문에 제품생산이 탄력적인 반면 제품의 기획, 디자인과 생산이 분리됨으로써 각 부문간의 효율적인 연계가 중요하다. 그런데, 패션기업과 하청공장 간에는 지리적인 거리 차이가 있어 기획과 생산단계의 정보단절을 일으키거나, 생산지연으로 판매시점 관리가 제대로 이루어지지 않아 재고문제가 심각해질 수 있다.

이러한 상황에서 동대문 패션시장의 QR시스템이 일반 패션기업의 생산시스템에 비하여 신속하게 이루어지고, 기획에서 생산, 판매까지의 리드 타임이 빠르다는 점에서 세계적으로 주목받고 있다. 동대문 패션시장의 생산 시스템은 패션에 관련된 모든 원부자재와 봉제공장 등 필요한 부품이나 서비스가 동대문 시장과 주변 지역에 집중되어 클러스터를 이루고 있기 때문에 거래자간 접촉 및 정보교류가 용이하고, 이를 통한 생산 활동이 편리하다. 뿐만 아니라 생산단계가 세분화되어 있고 유통 과정이 축소·전문화되어 있어 시장 변화에 유연하게 대처할 수 있는 장점을 가지고 있다.

하지만, QR시스템은 단순히 빠른 생산만이 아니라 정보화, 자동화된 기술을 활용하여 기획-생산-판매의 흐름을 보다 효율적으로 함으로써 재고 및 리드타임 감소, 판매기회 증대, 소비자 만족의 극대화 등의 효과를 얻는 것이다. 이런 점에서 볼 때 동대문 패션시장이 QR시스템의 기술적 요소를 얼마나 활용하고 있는지에 대한 의문이 제기된다. 왜냐하면, 동대문 패션시장의 경우 보다 체계적이고 효과적으로 QR시스템을 구축할 수 있는 구조적 혹은 기술적 측면의 제반기술과 시설 정비가 미비하기 때문이다.

한편, 동대문 패션시장의 QR시스템에 관해서는 가치사슬 구조(SCM)나 구매자-공급자 관계 측면에서 논의되고 있으며(정지옥, 추호정, 정인희, 2007), 신기술 활용 측면에서 패션산업 전체의 QR시스템을 다루면서 동대문의 QR시스템에 대한 사례 연구가 이루어지고 있다(신상무, 장성환, 1999; 우미경, 심규희, 1998). 대부분의 연구는 동대문 시장의 실태 조사나 소비자 분석, 유통 활성화 방안 등을 거론하고 있으며, 동대문 QR시스템의 기술요소나 도입효과에 대한 연구는 수행되지 않고 있다. 따라서 본 연구는 동대문 패션시장의 QR 현황을 알아보고, 기술 활용 의도에 따라 QR시스템 기술요소의 중요성 및 효과를 인지하는데 차이가 있는지를 분석하고자 한다. 이 결과는 동대문 패션시장에서 QR시스템을 이용한 경쟁력 있는 마케팅전략을 수립하는 자료로 활용될 것이다.

II. 이론적 배경

1. 동대문 패션시장의 QR시스템

일반 패션업체는 기획-생산-도매-소매의 과정이 3개월~4개월 정도 소요되나 재래시장의 경우 평균 12일이 걸린다. 특히 동대문 시장 직거래 체제는 총 기간이 4일~5일로 줄어들어 매우 빠르게 진행되며, 제품기획에서 생산까지 2일~3일밖에 안 걸리는 초스피드 생산시스템을 이룬다(박은정, 2002).

동대문 시장의 신속한 생산시스템은 유통단계를 축소시켜 중간마진을 줄여줌으로써 소매가격을 낮출 수 있고 가격 경쟁력에서 우위를 차지하게 한다. 또한 패션의 유행이 브랜

드 상품보다 빨리 소개되고, 신상품 출시 후 2일~3일 이내에 소비자 반응을 얻지 못하면 바로 재고처리하며, 수요에 대응하여 팔리지 않는 상품의 공급 중단과 잘 팔리는 상품의 보급을 실시간(real time)으로 확인하여 재고가 거의 없는 생산 체제를 유지할 수 있다(강희정, 고은주, 1997). 이는 패션과 관련된 모든 원부자재와 생산 공장, 서비스 등이 동대문과 그 주변 지역에 집중되어 있고, 다양한 거래조정양식으로 인해 시장 거래 시 소요되는 시간과 비용을 획기적으로 줄일 수 있기 때문이다.

동대문 패션시장의 경우 업체마다 장기적인 거래관계를 유지할 뿐 아니라 네트워크가 형성되어 있다는 점도 QR시스템을 신속하게 만드는 요소이다. 오늘 생산된 동대문시장 상품이 내일 동경의 시부야나 대만의 가게에서 소비자에게 팔리는 신속성 뒤에는 수송에 관여하는 위탁업자, 포장업체, 그리고 매일 해외를 드나들며 짐을 나르는 사람들의 역할이 크다. 이처럼 패션에 관련된 모든 업종과 서비스가 클러스터를 이루고 있는 시장거래중심의 생산시스템으로 인해 동대문 패션시장은 경기변동에 따른 조정이 유연하다.

동대문 패션점포 시각에서 구매자(점포)-공급자(생산공장)의 관계를 연구한 정지욱(2006)은 패션시장의 구매자-공급자 관계는 일반 산업재 시장과 차이가 있고, 패션 변화가 빠르게 일어나기 때문에 경쟁력 있는 공급자를 선호하는 양상을 보인다고 하였다. 동대문 패션시장의 고유한 특성인 지리적 근접성, 디자인 능력, 품질, 저 가격, 빠른 납기 중에서 동대문 패션점포가 가장 중요하게 지각하는 요소는 빠른 납기였고, 도매위주일수록 구매자-공급자 관계 요소들을 더 중시한다고 주장하였다.

2. QR시스템의 정보기술요소

QR의 개념은 1984년 ARC(The Apparel Research Committee)에서 미국 패션산업의 경쟁력 제고를 위해 제기된 것으로, Hunter(1990)는 QR을 소비자가 원하는 상품을 적절한 장소(right place), 적절한 시간(right time), 적절한 가격(right price)에 제공하는 단순한 시스템이나 기술이 아닌 부가가치 경영으로 정의하였고, Kincade(1995)는 공급자와 소비자 간의 커뮤니케이션, 리드타임의 단축 및 소비자 요구에 부응하는 것으로 QR을 언급하였다. 한국섬유산업연합회(1996)에서는 생산, 유통 관계의 거래 당사자가 협력하여 소비자에게 적절한 상품을 적절한 장소에, 적시에, 적량을, 적정가격으로 제공하는 것을 목표로 하여 생산 유통기간의 단축과 재고 절감, 판매상품이나 반품의 감소 등 생산유통의 각 단계에서 합리화를 실현하여 그 이익을 생산자, 유통관계자, 소비자가 함께 나누는 것이라 하였다(금영철, 2002).

이를 요약하면, QR은 섬유산업(up-stream), 의류산업

(mid-stream), 유통산업(down-stream) 간의 협력적인 관계를 구축하고, 정보화와 자동화 기술을 활용하여 생산과 유통의 낭비적 요소를 제거해 상품의 흐름을 빠르고 정확하게 함으로써 패션업체의 재고수준을 낮추고, 자본 흐름의 효율성을 높이며 소비자의 만족도를 극대화하는 전략을 의미한다.

이러한 QR시스템을 효율적으로 구축하기 위해서는 다양한 기술요소들이 필요하며, 여기에는 자동화된 봉제공정, 컴퓨터를 이용한 패턴제작과 디자인, 단위생산 시스템, 바코딩, POS데이터 활용, 전자문서교환, 자동발주시스템, 생산의 소 로트화 등이 포함된다(Kincade, 1995; Hunter, 1990; Sullivan, 1990). 자동화된 봉제공정(auto sewing system)은 부속공정이나 복잡한 공정을 자동화된 재봉 장비로 처리할 수 있게 하는 봉제공장의 자동화 기기나 설비를 의미하며, 컴퓨터를 이용한 패턴제작과 디자인(CAD, computer aided design)은 컴퓨터로 패턴이나 디자인을 설계하는 것을 일컫는다. 이를 활용할 경우 컴퓨터를 이용한 생산(CAM, computer aided manufacture)이 가능하고, 테스트 마케팅(test marketing)을 통하여 시준상품을 정확하게 예측할 수 있다.

단위생산시스템(UPS, unit product system)은 제조과정에서 수동으로 작업물을 이동시키는 전통적인 번들 시스템을 대신하여 생산과정 중간 생성물이 프로그램된 지시에 따라 컨베이어를 타고 공정 간을 자동으로 움직이게 하는 시스템이다. 이를 통해 2주~3주 소요되는 봉제공정을 1일~2일로 단축할 수 있으나, 설치비용이 많이 들어 대량생산에 주로 쓰인다. 바코딩(bar-coding)은 스캐닝 장비와 함께 판매 시점에서의 제품 유통정보를 자동으로 기록함으로써 상품의 추적과 관리를 쉽게 해주며, POS(point of sale) 데이터는 상품정보와 고객정보를 데이터베이스로 구축하여 단위별 판매 동향과 같은 정보 분석이 가능하고, 매출 증대와 로스의 삭감, 정산처리 생략 등의 효과를 낼 수 있다.

전자문서교환(EDI, electronic data interchange)은 구매 주문서 송장, 명세표, 수취통보서 등을 전자 서류로 교체하여 많은 양의 정확한 정보를 거의 동시에 교환할 수 있어 생산에서 판매에 이르기까지 재주문 사이클을 단축시켜 준다. 그리고 자동발주시스템(EOS, electronics ordering system)은 발주 단말기를 사용하여 발주처(도매업)의 컴퓨터회선을 통해 직접 전송함으로써 도매업에서 납품, 매입전표를 발행하여 납품하는 방식이며, 생산의 소 로트화(small lot orders)를 통해서는 소량 생산 및 재고문제 해결이 가능하다.

3. QR시스템의 도입효과

패션산업에서 QR시스템의 도입은 수주로부터 생산, 납품까지의 리드타임을 최소화하는 것을 목표로 하며, QR 프로

세스에는 상품기획업무와 생산관리업무, 물류 및 판매업무 등이 모두 포함된다. 상품기획업무의 핵심은 정보의 압축과 정리, 의사결정, 정보 전략의 신속성 등으로, 상품기획에 필요한 정보수집과 분석을 명확히 하고, 샘플제작 시 적절한 소재의 선정, 가공의 용이성 등을 파악하여 생산계획에 유연하게 대처하게 한다. 생산관리업무에서는 추가 주문에 빠르게 대응할 수 있는 유연생산체제를 확립하며, 물류업무에서는 재고관리정보를 기획, 생산, 판매 등 각 부문으로 신속히 전달하여 원활한 판매활동과 생산준비를 할 수 있다. 판매업무의 경우 수주 전 데이터 분석을 통해 물량 조절이 가능하고, 매출, 재고상황을 SKU단위로 파악하며, 소매점 POS 단말기와 제조업체를 연결하여 정보네트워크를 이룬다(한국섬유산업연합회, 1996).

이런 점에서 QR시스템은 기획-생산-유통-판매 간에 상품과 정보흐름을 공유함으로써 패션산업의 경쟁력을 강화하고 소비자 만족을 극대화시키는 전략이다. 섬유업체는 정확한 시장수요예측과 생산기획력, 원자재 재고감소 효과를, 어패럴업체는 기획의 단사이클화, 리드타임 단축, 코스트 절감 효과를, 그리고 유통업체는 정확한 판매예측을 통한 상품 회전율 향상과 재고절감 효과를 얻을 수 있다. 그러나 우미경, 심규희(1998)는 패션산업에서 QR시스템을 도입하기 위해서는 KAN코드의 사용으로 섬유, 의류, 유통업계의 통일된 용어사용이 필수적일 뿐 아니라 POS의 구축과 EDI, EOS의 표준화를 통한 정보기술 네트워크가 이루어져야 하며, 기업간에 파트너십이 구축되어 시장변화와 소비자욕구에 신속대응하는 공조체제 확립이 선행되어야 한다고 하였다.

QR시스템의 효과로는 리드타임 감소, 신속한 생산으로 인한 판매기회 증대, 재고부담 감소, 생산비 절감 등을 통한 경쟁력 강화, 시장점유율 증가 등을 들 수 있으며, 동대문 패션시장에서 기술에 대한 활용도가 그렇게 높지 않지 때문에 본 연구는 QR시스템의 효과에 대한 인식이 기술 활용 의도에 따라 차이가 있는 지를 확인하고자 한다.

Ⅲ. 연구방법 및 절차

1. 연구문제

연구문제 1 : 동대문 패션시장의 QR 현황을 알아본다. 구체적으로, 생산방식과 생산형태, 생산업체 선정기준, 반응생산주문 소요기간, 디자인 기획 정보원, 샘플 작업지시서 방식, 일주일 단위 샘플 수, 샘플 투입 후 완성까지의 소요기간, 주요 판매처와의 거래관계 및 지불방식 등을 알아본다.
연구문제 2 : 동대문 패션시장의 기술 활용 의도에 따라 QR

시스템 기술요소의 중요성을 인지하는데 차이가 있는지를 알아본다.

연구문제 3 : 동대문 패션시장의 기술 활용 의도에 따라 QR 시스템의 효과를 인지하는데 차이가 있는지를 알아본다.

2. 측정도구

본 연구를 위해 작성된 설문지는 QR 현황에 관한 문항과 QR시스템 기술요소에 관한 문항, QR시스템의 효과에 관한 문항으로 구성하였다. QR 현황에 관한 문항은 강현수(1995), 강희정, 고은주(1997), 오세정(2000) 등의 연구와 예비조사 결과를 참조하여 생산방식과 생산형태, 생산업체 선정기준, 반응생산주문 소요기간, 디자인 기획 정보원, 작업지시서 방식, 일주일 단위 샘플 수, 샘플 투입 후 완성까지의 소요기간, 주요 판매처 등의 항목을 명목척도 혹은 5점 리커트 척도로 측정하였다.

QR시스템 기술요소에 관한 문항은 Kincade(1995), Hunter(1990), 박은정(2002) 등의 연구와 예비조사 결과를 토대로 자동화된 봉제공정, 컴퓨터를 이용한 패턴제작과 디자인, 바코딩, POS데이터 활용, 전자문서교환, 자동발주시스템, 생산의 소 로트화 등의 총 8항목을 5점 리커트 척도로 측정하였고, QR시스템의 효과에 관해서는 금영철(2002), 신상무, 장성환(1999), 우미경, 심규희(1998) 등의 연구와 예비조사 결과를 참고하여 리드타임 감소, 신속생산으로 판매기회 증대, 재고부담 감소, 생산비 절감을 통한 경쟁력 강화, 시장점유율 증가 등의 총 5항목을 5점 리커트 척도로 측정하였다.

3. 자료 수집 및 분석

본 연구는 동대문 패션시장의 QR시스템에 관한 연구가 부족하다는 점에 착안하여 동대문 도매점포를 대상으로 설문지법을 통해 자료를 수집하였다. 측정도구의 적절성을 밝히고 수정 혹은 보완될 항목을 선별하기 위하여 첫째, 2007년 3월에 의류학을 전공한 전문가 그룹(교수 및 강사, 대학원생)의 반복적인 평가와 토의를 통하여 적합한 항목들을 선별, 추가하였고, 둘째, 2007년 4월 1일에서 15일까지 동대문 도매점포의 경영자 30명과 디자이너 20명을 대상으로 예비조사를 실시하였다.

예비조사 결과에 따라 설문 문항을 수정, 보완함으로써 설문지를 완성하였고, 2007년 4월 25일에서 5월 10일 사이에 임의표집방식으로 본조사를 실시하였다. 자료는 도매를 중심으로 하는 평화시장과 동대문 종합시장, 아트플라자, 디자이너클럽 등에서 5년 이상 점포를 운영하고 있는 경영자와 이들 점포에 고용된 디자이너를 대상으로 수집하였다. 총

300부의 설문지를 배포하여 결측값이 있는 30부를 제외한 270부(경영자 186부, 디자이너 84부)를 자료 분석에 사용하였으며, 자료의 통계처리는 SPSS 12.0을 이용하여 빈도분석, 평균, t-test 등을 실시하였다.

IV. 연구결과 및 논의

1. 동대문 패션시장의 QR 현황

색상, 사이즈 구분 없이 한 품목당 총생산투입량을 기준으로 하여 한 달 동안 진행하는 디자인이 1개~10개는 소품종, 11개~20개는 중품종, 20개 이상은 다품종으로 구분하고, 처음 진행하는 디자인 한 품목당 총 생산수량이 상의 100장 이하, 하의 200장 이하는 소량생산, 상의 101장~300장 이하, 하의 201장~500장 이하는 중량생산, 상의 301장 이상, 하의 501장 이상은 대량생산으로 분류하여 동대문 패션시장의 생산방식에 대하여 알아보았다. 그 결과 다품종 소량생산(33.4%), 중품종 중량생산(31.1%), 다품종 대량생산(28.9%) 등이 주를 이루고 소품종 소량생산(4.4%), 소품종 대량생산(2.2%)은 극히 일부에 불과하였다. 생산형태는 68.9%가 국내 하청공장을 이용하고 있었으며, 그 다음으로 자체공장 생산(20.0%), 국외하청공장 생산(8.9%), 국내의 하청공장생산(2.2%) 등의 순이었다. 즉, 동대문 패션시장은 고객의 수요에 빠르게 대응하기 위하여 다품종 소량생산이나 중품종 중량생산을 많이 하였고, 해외 아웃소싱이 증가하는 패션 브랜드와 달리 아직도 대다수가 국내 아웃소싱 및 자체공장을 통한 생산체제를 유지하고 있었다.

생산업체 선정 시 작업의 신속성(4.52), 저렴한 공임(4.30), 패턴·봉제의 완성도(4.30), 생산업체의 규모 및 생산량(4.21) 등의 순으로 중시하고 있어 작업이 신속하게 이루어지고 공임이 저렴하며 완성도가 높은 생산업체를 선호하고 있었다(〈표 1〉).

반응생산주문(re-order)시 매장출고까지의 소요기간은 〈표 2〉와 같이 1일~2일(48.9%), 3일~4일(33.3%), 7일~8일

(8.9%) 등의 순으로 나타나 동대문 패션점포의 80% 이상이 4일 이내에 출고가 가능하였다. 이는 원부자재와 생산 공장 등이 동대문 종합시장을 기점으로 주변 지역에 집중되어 있기 때문에 나타난 결과로서, 동대문 시장의 직거래 체제로 인하여 재주문 기간이 2일~3일밖에 안 걸리는 초스피드 생산시스템으로 진행된다는 박은정(2002)의 연구 결과와 일치하였다.

디자인 기획 시 정보원에 대하여 5점 리커트 척도로 알아본 결과, 인지도 있는 국내브랜드(3.71)를 가장 많이 활용하였고, 동일업종 히트상품(3.40), 패션잡지(3.40), 유명 연예인의 패션(3.31), 인터넷 패션정보(2.51) 등을 참조하고 있었다. 또한 샘플 디자인의 경우 브랜드상품 복제 의존도 40%~60%가 24.4%, 60%~80%는 22.2%, 80% 이상이 20.0%로 나타나 브랜드 상품의 복제 의존도가 매우 높은 편이었다. 그로 인해 샘플제작 작업지시서는 브랜드상품을 생산 공장에 그대로 보내는 방식(3.80)에서 가장 높은 점수를 나타냈으며, 다음으로 일반적인 샘플 작업지시서 방식(3.57), 동일업종 히트상품을 직접 보내는 방식(3.17) 등의 순으로 점수가 높았다. 이에 반해 패션잡지 사진(2.22)이나 인터넷 판매상품 사진(1.80), 매장 디스플레이 상품의 촬영사진(1.62)을 보내는 방식에서는 낮은 점수를 보였다(〈표 3〉).

일주일 단위 샘플 수는 6개 이상이 44.5%, 5개~6개가 31.1%로 75% 이상이 일주일에 5개 이상의 샘플을 진행하였고, 샘플을 완성하는데 드는 기간은 1일~2일(53.4%), 3일~4

〈표 2〉 반응생산주문 시 소요기간 (N = 270)

구분	빈도수	백분율(%)
1일~2일	132	48.9
3일~4일	90	33.3
7일~8일	24	8.9
5일~6일	12	4.5
9일~10일	6	2.2
11일 이상	6	2.2

〈표 1〉 생산업체 선정기준

구분	M	SD
작업의 신속성	4.52	0.72
저렴한 공임	4.30	0.86
패턴·봉제의 완성도	4.30	0.89
생산업체의 규모 및 생산량	4.21	0.89
이동의 편리성	3.37	1.21
상가와 근거리위치	3.25	1.31

〈표 3〉 샘플제작 작업지시서 방식

구분	M	SD
브랜드상품을 직접 보내는 방식	3.80	1.42
샘플 작업지시서를 보내는 방식	3.57	1.19
동일업종 히트상품을 직접 보내는 방식	3.17	1.49
패션잡지의 사진을 보내는 방식	2.22	1.18
인터넷 판매사진을 보내는 방식	1.80	1.02
매장 디스플레이 상품의 촬영사진을 보내는 방식	1.62	1.07

〈표 4〉 일주일 단위 샘플 수 및 샘플 완성 소요기간 (N = 270)

구분	소구분	빈도수	백분율(%)
샘플 수	6개 이상	120	44.5
	5개~6개	84	31.1
	3개~4개	54	20.0
	1개~2개	12	4.4
샘플완성	1일~2일	144	53.4
	3일~4일	84	31.1
소요기간	5일~6일	30	11.1
	기타	12	4.4

일(31.1%) 정도로서 대부분의 점포가 4일 내에 샘플을 완성하는 신속한 생산체제를 유지하고 있었다(〈표 4〉). 이러한 빠른 생산체제에 대하여 김영철(2002)은 판매시점 14주 전에 제품에 대한 기획이 시작되어 7주전부터 대량생산에 들어가고, 시즌 2주전부터 배송이 시작되는 일반적인 패션상품의 생산체제와 비교할 때 획기적이라고 언급하였다.

생산된 상품의 주요 거래처는 유행에 민감하고 유동인구가 많은 동대문 주변 패션 소매점(45.4%), 인터넷이나 홈쇼핑업체(31.4%), 지방 도시 소매점(12.8%) 등이었으며, 명동, 이대 등의 로데오 매장(8.1%)이나 일본, 대만 등의 수출(2.3%)은 낮은 비중을 차지하고 있었다. 이들 업체와의 거래시 중요하게 생각하는 것은 결제방식(4.55), 주문 물량(4.31), 친분(2.74) 등이었으며, 지불방법은 현금이 45.1%로 가장 높았고 판매처의 주문 물량과 신용에 따라 유동적인 경우가

33.8%, 외상거래가 21.1%였다. 따라서 동대문 도매업체의 경우 현금거래가 가능하고 주문량이 많은 거래처를 선호한다고 볼 수 있다.

2. 기술 활용 의도에 따른 QR시스템 기술요소의 중요성에 대한 인식차이

QR시스템 기술요소(8항목)에 대한 활용 의도를 5점 리커트 척도로 측정한 결과 소 로트화(2.78), POS(2.74), 패션 CAD(2.59) 등의 순으로 중요하게 인지하고 있었으나, EOS(2.16), 자동화된 봉제공정(2.37), 바코딩(2.40), EDI(2.43), 디자인 CAD(2.48) 등에서 평균 이하의 점수를 보여 상대적으로 중요도가 낮게 나타났다. QR시스템 기술요소의 활용 의도에 관한 8항목 중 4항목 이상에서 평균 점수보다 높은 점수를 나타낸 경우 기술 활용 의도가 높은 업체로, 낮은 점수를 나타냈을 때는 기술 활용 의도가 낮은 업체로 구분하였다. 그 결과 기술 활용 의도가 높은 업체는 126개, 낮은 업체는 144개로서 아직은 QR시스템의 기술요소를 활용하지 않으려는 업체가 많았다.

이들 업체 간 QR시스템 기술요소의 중요성에 대한 인식 차이를 알아보기 위하여 t-test를 실시한 결과, 〈표 5〉에서 알 수 있듯이 기술 활용 의도가 높은 업체와 낮은 업체 간에 패턴 CAD($t = 2.384^*$, $p < .05$), POS($t = 3.597^{**}$, $p < .01$), EDI($t = 2.535^*$, $p < .05$), 소 로트화($t = 2.278^*$, $p < .05$)에서 차이가 나타났다. 즉, 기술 활용 의도가 높은 업체가 낮은 업체에 비하여 QR시스템 기술요소 중 컴퓨터에 의한 패턴 작업, 판매시점관리, 전자문서교환, 생산의 소 로트화 등을

〈표 5〉 기술활용의도에 따른 QR 기술요소의 중요성 인식차이 (n = 270)

QR 기술요소	기술활용의도	M	SD	t
자동화된 봉제공정	고(n = 126)	2.28	1.23	-0.524
	저(n = 144)	2.45	0.97	
패턴CAD	고(n = 126)	2.92	1.53	2.384*
	저(n = 144)	2.25	0.89	
디자인CAD	고(n = 126)	2.42	1.36	-0.303
	저(n = 144)	2.54	1.14	
바코딩	고(n = 126)	2.38	1.17	-0.115
	저(n = 144)	2.41	0.97	
POS	고(n = 126)	3.28	1.09	3.597**
	저(n = 144)	2.20	0.95	
EDI	고(n = 126)	2.86	1.04	2.535*
	저(n = 144)	2.00	1.16	
EOS	고(n = 126)	1.90	0.99	-1.782
	저(n = 144)	2.41	0.92	
소 로트화	고(n = 126)	3.09	0.99	2.278*
	저(n = 144)	2.46	0.96	

* $p < .05$, ** $p < .01$.

〈표 6〉 기술활용의도에 따른 QR시스템의 효과 인식차이

(n = 270)

QR시스템 효과	기술활용의도	M	SD	t
리드타임감소	고(n = 126)	3.54	1.11	2.975**
	저(n = 144)	2.33	0.97	
신속한 생산으로 판매기회증가	고(n = 126)	3.63	1.16	0.021
	저(n = 144)	3.62	0.76	
재고부담감소	고(n = 126)	3.45	1.05	0.554
	저(n = 144)	3.28	1.02	
생산비절감을 통한 경쟁력강화	고(n = 126)	3.16	1.09	2.282*
	저(n = 144)	2.30	1.02	
시장점유율증가	고(n = 126)	2.90	1.06	2.109*
	저(n = 144)	2.23	0.96	

* $p < .05$. ** $p < .01$.

더 중요하게 인식하고 있었다.

3. 기술 활용 의도에 따른 QR시스템의 효과에 대한 인식차이

QR시스템의 효과(5항목)에 대하여 5점 리커트 척도로 측정한 결과 모든 항목에서 평균 점수 이상으로 나타났다. 특히 신속생산으로 인한 판매기회의 증대(3.63), 재고부담 감소(3.37), 리드타임 감소(2.94), 생산비 절감을 통한 경쟁력 강화(2.73), 시장점유율 증가(2.57) 등의 순으로 높은 점수를 보여 QR시스템을 도입함으로써 판매기회가 증가되고 재고부담 및 리드타임이 감소되며, 생산비를 절감하여 경쟁력을 강화할 수 있다고 여기고 있었다.

기술 활용 의도에 따라 QR시스템의 효과에 대한 인식에 차이가 있는 지를 알아본 결과, 〈표 6〉에서처럼 리드타임 감소($t = 2.975^{**}$, $p < .01$), 생산비 절감을 통한 경쟁력 강화($t = 2.282^*$, $p < .05$), 시장점유율 증가($t = 2.109^*$, $p < .05$)에서 차이가 나타났다. 다시 말해, 기술 활용 의도가 높은 업체가 낮은 업체에 비하여 QR시스템을 도입함으로써 리드타임을 줄일 수 있고, 생산비 절감을 통해 경쟁력을 강화할 수 있으며, 시장점유율을 증가시킬 수 있다고 인식하고 있었다. 이 결과는 QR시스템이 가격인하와 저재고유지, 저재고관리, 신속한 배달공급관리, 제품개발의 단사이클화, 공급사슬의 신속체계를 구축함으로써 생산비용의 획기적 절감 효과를 가져와 기업의 수익성 증대에 크게 기여한다는 금영철(2002)의 결과와 일치하였다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 동대문 패션시장의 QR 현황을 알아보고, 기술 활용 의도가 높은 업체와 낮은 업체 간에 QR시스템 기술요소의 중요성 및 효과에 대한 인식에 차이가 있는 지를 분석

하였다. 본 연구의 결과에 따른 결론 및 제언은 다음과 같이 나타낼 수 있다.

첫째, 동대문 패션시장의 경우 디자인 개발 시 제도권 브랜드나 동일업종 히트상품을 그대로 복제하고 있어 상품의 디자인 차별성이 없고 디자인 개발에 대한 노력이 부족하였다. 디자인 복제는 시즌별 유행상품의 제공으로 일시적인 판매율을 높일 수 있겠지만, 장기적인 관점에서 동대문 패션상품의 경쟁력을 저하시키는 원인이 될 수 있다. 따라서 동대문 시장에서는 유행상품의 개발에만 급급한 상품개발시스템에서 벗어나 전문 디자이너를 고용하거나, 디자이너의 창의성이 발휘될 수 있는 환경을 조성함으로써 디자인 품질을 높이는데 주력해야 할 것이다.

둘째, 동대문 도매시장의 주 판매처 중의 하나인 인터넷 업체는 유통 환경 및 소비자 구매방식이 변하면서 새롭게 등장한 판매처이다. 인터넷업체의 경우 다양하게 변화하는 인터넷 패션 소비자의 욕구를 충족시키기 위해 상품개발주기가 빠른 동대문 패션상품을 선호한다고 볼 수 있다. 그러나 동대문 패션상품을 취급하는 인터넷업체가 많아지면서 상품 차별화 문제가 심각해질 것으로 고려되므로 동대문 패션시장에서는 인터넷업체만을 위한 차별화된 상품을 개발하거나, QR시스템의 강화를 통하여 더욱 신속하게 상품을 제공하도록 노력해야 할 것이다.

셋째, 동대문 패션시장은 다품종 소량생산, 중품종 중량생산이 주를 이루고, 작업이 신속하며 저렴한 공임에 완성도가 높은 국내 하청공장을 통하여 상품을 생산하고 있었다. 그로 인해 소비자가 원하는 상품을 적절한 장소에서 적정 시간에, 적정 가격으로 제공함으로써 부가가치경영을 달성하려는 QR전략이 적용되는 패션특구로 성장하였다. 특히 패션상품의 기획-생산-판매에 관한 모든 활동이 동대문과 그 주변 지역에 집적되어 있어 재주문 기간이 2일~3일 정도인 빠른 생산체제를 유지하고 있지만, 소 로트화와 POS, 패턴

CAD를 제외하고는 QR시스템 기술요소에 대한 인지도가 낮은 편이었다. QR시스템 기술요소는 동대문 패션시장의 생산 체제를 보다 신속하고 과학적으로 관리할 수 있게 하므로 기획에서 생산, 판매에 이르는 모든 과정에 실시간으로 정보를 확인할 수 있는 자동화된 기계 및 기술의 도입이 요구된다. 이는 동대문 시장에서 자체적으로 실시할 수 있는 것이 아니기 때문에 정책적인 차원에서 기계나 프로그램 구입 시 자금을 지원하거나 공동으로 정보기술을 활용할 수 있는 방안을 검토해야 할 것이다.

넷째, 동대문 패션시장에서는 QR시스템을 도입함으로써 판매기회가 증대되고 재고부담 및 리드타임이 감소되며, 생산비를 절감하여 경쟁력을 강화할 수 있다고 여기고 있었다. 이러한 QR시스템의 도입에 따른 효과를 극대화하기 위해서는 동대문 시장이라는 특수한 시장 환경에 맞는 QR시스템 기술요소들을 보다 적극적으로 활용해야 할 것이다. 예를 들어, 자동화된 판매시점관리를 통하여 상품의 판매정보를 실시간으로 확인할 경우 인기상품의 원단 확보 등이 용이해질 수 있으며, 소규모의 봉제공장 및 점포에서 활용할 수 있는 공동 봉제실이나 CAD실 등을 만들어 디자인 개발 및 생산의 자동화를 꾀한다면 보다 과학적이고 체계적인 QR시스템을 구축할 수 있을 것이다. 뿐만 아니라 QR시스템의 실행효과를 극대화하기 위해서는 경영자와 중간 관리자의 역할을 하는 디자이너들의 기술 활용에 대한 관심과 의지가 필요하다.

본 연구는 조사과정에서 응답을 기피하는 현상이 나타나 조사에 어려움이 있었고, 동대문 패션시장의 생산 공장과 도매점포 간의 관계를 확인하는데 중점을 두었기 때문에 패션 산업 전체의 QR시스템으로 확대해석할 수 없다.

■ 참고문헌

강현수(1995). 유연성 이론의 비판적 검토와 서울 의류산업의 유연화에 대한 연구. 서울대학교 박사학위 청구논문.

강희정, 고은주(1997). 패션산업의 신속대응시스템 도입현황 및 도입사태에 관한 연구. *생활과학연구*, 1, 65-79.

김영철(2002). *패션산업의 QR시스템*. 서울: IFIS 패션산업 전략연구소.

박광희, 배미경(2000). Factors Effecting on Clothing Expenditure in Korea. *과학논집*, 26, 119-125.

박은정(2002). 산업 가치 사슬을 활용한 성공적인 전략적 제휴에 관한 연구: 섬유산업의 QR SYSTEM을 중심으로. 한국외국어대학교 세계경영대학원 석사학위 청구논문.

신상무, 장성환(1999). 한국 의류산업의 QR Technology 도입과 효과에 관한 연구. *복식*, 44(2), 169-179.

오세정(2000). 국내 의류산업의 생산방식에 따른 QR시스템 도입에 대한 연구. 연세대학교 석사학위 청구논문.

우미경, 심규희(1998). 의류산업의 QR시스템에 관한 연구. *부천대학논문집*, 19, 213-228.

정지욱(2006). 패션재래시장의 구매자-공급자 관계에 대한 연구: 동대문 상가를 중심으로. 금오공과대학교 석사학위 청구논문.

정지욱, 추호정, 정인희(2007). 동대문 시장에서 구매자-공급자 관계에 관한 탐색적 연구: 패션점포의 구매자적 시각을 중심으로. *마케팅과학연구*, 17(1), 51-75.

한국섬유산업연합회(1996). QR과 패션 비즈니스의 미래. 섬유·의류 유통정보화를 위한 QR전략 세미나, 58-70.

Hunter, N. A.(1990). *Quick response in apparel manufacturing*. The Textile Institute, Manchester.

Kincade, D. H.(1995). Quick Response management system for the apparel industry: Definition through technologies. *Clothing and Textiles Research Journal*, 13(4), 245-251.

Sullivan, P. C.(1990). *A study of the adoption of Quick Response in the United States apparel manufacturing industry*. Unpublished Doctoral Dissertation. N.Y.: New York University.

(2007년 11월 22일 접수, 2008년 1월 3일 채택)