

A Study on the Revaluation and Coping Strategy of Korean Fashion Products Performance

In-Sook Hong and Moon-Sook Kim

Dept. of Clothing Science, Seoul Women's University

In this paper, we revaluated the performance of Korean products in terms of planning, techniques, information, delivery processes for merchandising. Based on these results, as coping strategies, we studied the methods to enhance the international competitiveness by implementation of total quality management (TQM) encompassing estimation of consumer needs, merchandise development, marketing and inventory management.

First, we reviewed the basic concept, development processes and key factors of TQM from the conventional management theory of TQM according to the recent trend where the necessity and importance for quality management are wide spreading. Then, we examined the correlations between the fashion products performance and TQM by revaluation of Korean fashion goods. We explored the methods to propel TQM in the field of fashion industries. Finally, we investigated the strategies for global marketing, informatization and diversification of delivery channels as the methods to enhance the products performance.

To make Korean goods have international competitiveness, their quality must be improved by expanding the implementation of TQM which is adoptable to all fields such as designs focused on customer satisfactions, the whole manufacturing process and marketing. As a means to change the style of fashion industries into the manners of quality and to create new manners of quality, TQM is ultimately an important management methods not only to survive all competition between fashion industries but also to achieve customer satisfactions and national competitiveness.

한국 패션 상품력의 재평가와 대응 전략에 관한 연구

홍 인 숙 · 김 문 숙

서울여자대학교 의류학과

이 논문에서는 상품기획, 기술, 정보, 마케팅, 물류처리 과정을 중심으로 한국 상품의 상품력을 재평가하고, 이에 대한 대응 전략으로서 소비자 욕구의 파악으로부터 상품개발, 마케팅, 재고 처리에 이르기까지의 종합적인 시스템 품질경영(TQM, Total Quality Management)을 통한 패션산업의 국제경쟁력강화 방안에 대하여 연구하였다.

먼저 품질 경영활동의 필요성과 중요성이 산업계에 확산되고 있는 추세에서 전사적 품질경영이란 경영학적 선행이론을 바탕으로 전사적 품질경영의 기본 개념과 발전과정 및 기본 요소를 살펴보았다. 그 다음 한국 패션 상품에 대한 재평가를 통하여 패션 상품력과 전사적 품질경영과의 상관성에 대하여 알아보았다. 이로부터 패션산업에서의 전사적 품질경영을 위한 추진 방향을 모색하였고, 마지막으로 패션 상품력 증진을 위한 전략 방안으로서 글로벌 마케팅 전략, 정보화 전략, 유통채널 다각화 전략 등에 대해서 살펴보았다.

한국 상품이 국제적인 경쟁력을 가지려면 고객만족에 초점을 둔 디자인으로부터 공정을 포함한 전 제조과정, 마케팅 등 모든 분야에 적용할 수 있는 품질관리 시스템의 도입을 확산시킴으로써 품질을 개선해야 한다. 이러한 전사적 품질경영은 패션기업문화를 품질문화로 전환하고 또 새로운 품질문화를 창출하는 수단으로서 궁극적으로 패션업체간의 경쟁에서 살아남을 수 있는 중요한 경영수단인 동시에 고객만족과 국가경쟁력을 이룩하는 길인 것이다.