

인터넷리서치 시스템개발에 관한 연구
A Study on Internet Research System Development

윤봉식, 김태호, 홍정표
 전북대학교 산업디자인학과

Yun Bong-Shik, Kim Tae-Ho, Hong jung-pyo
 Dept. of Industrial Design, Chun-buk Univ.

●Keywords: Internet Research, Consumer's Needs

1. 연구의 목적 및 필요성

방송매체 및 인터넷의 발달등으로 인해 제품수명주기는 과거에 비해 극도로 짧아져 지속적인 제품개발이 이루어지지 않는다면 경쟁시장속에서의 기업생존 및 성장은 보장할 수 없게 되었다. 시간이 더해 갈수록 세분화되고, 다양해지는 소비자의 욕구와 가치척도는 상품 구매시 결정적인 역할을 하는 디자인 속성이기 때문에 많은 기업들에 의해 다양한 조사방법으로 소비자 선호 조형에 근접하기 위한 노력이 실시되고 있다.

그러나, 현재 사용되어지고 있는 리서치 시스템들은 리서치가 실시되고, 결과로 도출되어 디자이너가 실무로 옮기는 과정까지 실로 많은 시간과 비용, 노력들이 소요되며, 제품이 양산되어 출시되는 사이에 소비시장의 소비성향이나 유행이 변화를 가져 신가치를 요구하게 되는 경우가 나타나게 된다. 이러한 현상은 상품의 경쟁력 상실은 물론, 기업을 파국으로 이끄는 결과를 초래할 수도 있다.

이러한 문제점들을 해결하기 위해서는 신속한 리서치와 리서치 결과의 적용에 있어 효과적인 시스템의 제안이 필요시 되며, 본 연구는 인터넷을 이용하여 시간적, 공간적 제약을 해결하고 비용 절감효과를 노림과 동시에 실시간 조사와 결과의 추출이 가능한 리서치 시스템을 제안하고자 한다.

2. 연구방법 및 프로세스

연구를 시작하며 리서치 시스템의 전형 제작을 위한 기존 리서치방법과 리서치시스템에 대한 이해를 돕기 위해 국내, 외 리서치 회사 및 마케팅 관련학회 문헌조사를 통하여 이론적 고찰과 디자인리서치 프로세스개발을 위한 자료조사, 관련 연구단체에서 기 발표한 논문 사례연구를 실시하였다. 인터넷을 이용한 디자인리서치는 그 사례조사는 국내 15개 업체와 국외 10개 업체를 대상으로 실시하였고, 인터넷리서치 및 인터넷컨설팅회사의 실무내용(방법, 결과)에 관한 조사를 병행하여 실시하였다.

본 연구프로세스에 의한 리서치는 기존 리서치 단계에서 오는 시간적, 금전적 제약과 불필요한 투자를 줄여 나갈 수 있는 방법으로 조사기간의 단축과 해석상의 오류방지가 가능한데¹⁾, 리서치방법으로는 인구 통계변수 조사 항목군과 시뮬레이션군(스테리오타입조사, 시뮬레이션 제품의 가상 사용성 실험)을 통한 실제조사를 통하여 조사결과에서의 필요한 대상군의 자유로운 추출이 가능하고, 리서치결과는 단순한 시간과 비용의 절감효과 이외에도 디자인단계 진입이전에 추후 제품으로 출시될 디자인의 사용성 평가를 통한 사용상의 문제점해결이 가능해진다. 또한 인터넷 리서치 프로세스에서는 모든 데이터의 작업이 컴퓨터 상에서 이루어지기 때문에 조사대상자의 조사참여가 진행되면서 동시에 모든 결과의 통계가 산출되게 되어 별도의 통계를 위한 불필요한 작업의 단계가 절삭될 수 있게 되는데, 이러한 조사결과 물가 누적이 되면 차후에 데이터마이닝 기술을 통한 마케팅도 가능하게 된다.

이번 연구로 새로이 제시될 리서치프로세스는 디자인 프로세스 전반에 응용될 것이므로 각기 프로젝트마다에 적절한 프로세스의 설정이 필요하지만, 프로토타입의 설정을 위하여 표1과 같은 프로세스를 도입하였다.

단 계	조 사 내 용
프로토타입의 설계 단계	소비자의 욕구, 세부 시장 분석 및 명세화
디자인컨셉설정단계	제품 디자인 컨셉 설정
반복디자인단계	프로토타입의 진화
디자인결정 단계	최종 프로토타입의 평가, 선택
지속연구단계	제품의 개선 및 향후제품의 기준설정 소비자의 욕구와 세부 시장 분석 단계

(표 1 인터넷리서치를 위한 디자인프로세스)

하지만 상기 프로세스의 효율적인 적용을 위하여 우선적으로 선행되어야 할 것이 기업이나 디자인을 실행할 회사 또는 디자인 리서치 대행회사의 우수한 홈페이지의 제작이며, 홈페이지에서 조사과정에 사용되는 모든 Text와 조사대상자의 모든 응수행위는 데이터의 정량화를 위하여 통계프로그램과의 연결이 매우 중요하기 때문에 Exceltm이나 Spreadsheet등의 통계프로그램으로 바로 연결 가능한 문자언어로 입력되고, 정해진 코딩 프로그램에 의해 응답자가 자신의 응답 자료를 직접 편칭한다.

(표 1)의 디자인프로세스에 의한 디자인 행위 과정에서 사용될 리서치프로세스는 (표 2)와 같다.

단 계	조 사 내 용
소비자기호도 조사단계	상시 조사를 통한 Life style 및 세부 시장 분석
디자인컨셉설정단계	제품디자인컨셉설정을 위한 패널리서치와 기존 데이터의 리마이닝
프로토타입 설정단계	프로토타입의 설정 및 사용성평가
반복디자인단계	프로토타입의 진화과정을 위한 수시 조사
디자인결정단계	최종 프로토타입의 평가 (디자인, 사용성), 선택
지속연구 단계	출시제품에 대한 디자인 및 사용실태조사와 기타의견수렴을 위한 조사실시

(표 2 인터넷리서치프로세스)

각기의 단계별로 진행되는 리서치는 먼저 자료의 수집과 자료의 구체화로 수집될 정보에 대한 개념을 조작화하고, 조사에 합당한 조사대상군의 선정을 실시한 뒤, 응답자의 성향이나 라이프 스타일에 따른 응답자 접촉방법을 선정한다. 이상으로 설정된 근거를 토대로 조사양식을 제작하고, 회원메일을 이용하여 조사에 참여를 유도하고, 제작 기업홈페이지와 유명 사이트 및 관련 연구단체의 홈페이지에 링크하여 리서치를 실시한다.

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

3. 문제점 도출 및 해결안 제시

이론적 고찰과 사례 연구상에서 수용 가능한 장점을 얻을 수 있었으나, 많은 문제점 및 개선되어야 할 사항들이 있었는데 상기의 프로세스를 실시하기 위해서는 연구과정에서 도출 될 몇 가지 문제점의 해결이 선행되어야 한다.

첫째, 조사에 응할 수 있는 조사대상자의 광범위한 선정이 인터넷 리서치의 성공과 직결되기 때문에 효율적인 조사를 기업전반에 깔려 있는 정보화 마인드를 바탕으로 먼저 일관성 있는 구조와 다양하고 전문화된 내용이 담긴 창조적인 홈페이지를 구축하는 것이 중요하며, 이때 홈페이지는 정보제공과 흥미유발이 이루어져야 있어야 한다.²⁾

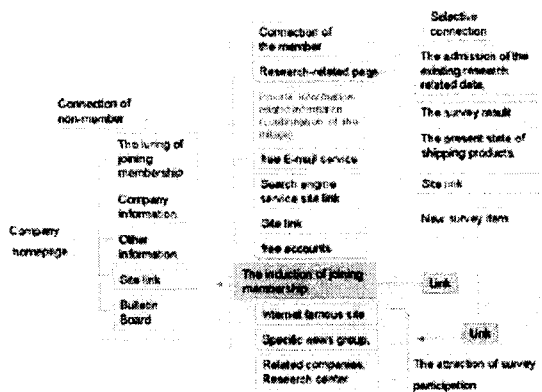
둘째, 본 연구의 커다란 해결대상으로 인터넷상의 범용적 인구통계자료를 이용한 모집단 산출의 근거마련인데, 인터넷 통계조사에서 인터넷의 사용자와 비 사용자 전체를 대변해 줄 수 있는 대표적인 표본 추출 방법을 도입하지 않으면 그 결과의 신뢰도 및 정확도가 저하됨을 의미하며, 심지어는 큰 통계 오차로 인하여 통계결과를 사용하고자하는 사용자에게 그릇된 제공할 수도 있게 된다. 오차율이 적은 대표적 표본 집단의 산출을 위해서는 필요한 조건에 맞는 대상의 수요도 충족되어야 하지만, 많은 수의 표본이 설정되는 것이 선행되어야 필요한 자료의 추출이 수월해진다.

셋째, 인터넷이 무한한 가능성과 잠재력을 가진 마케팅 도구이긴 하지만 보안이나 경쟁자애의 노출, 잘못된 정보로 인한 기업이미지 손상 등의 여러 가지 문제점이 있다.

넷째, 인터넷 이용자 수에 대한 정확한 통계가 곧 인터넷을 통한 많은 종류의 혁신적인 조사가 가능하다.³⁾

이상의 문제점들의 해결을 위하여 본 연구에서는 현재 인터넷 리서치회사들이 사용하고 있는 리서치조사 대상군의 패널회원제 모집방법을 모델로 한 조사대상군의 모집방법을 제시한다. 패널회원제는 단순히 기존회원만이 아닌 비회원에게 패널회원으로 등록실적에 권유회원에 대한 점수의 환산제가 가능하므로 지속적인 조사대상의 증원이 가능하며, 확보된 패널회원을 대상으로 실제 조사가 실시되면 회원자료와 필요에 따라 제시되는 인구통계변수 자료에 의하여 필요한 조사대상의 표본 추출이 가능이 이루어지며, 이는 통계 프로그램상에서 각각의 프로젝트에 맞는 간단한 조건변경작업으로 상황에 맞는 모집단의 산출이 이루어져 대상군이 영역이 정해지게 된다. 리서치모듈로의 접속권 제한은 프로젝트의 기밀정도에 따라 사전 실시된 인구통계분석에 의해 선정된 조사대상자의 개인정보에 근거하여 이루어진다.

4. 시스템프로토타입의 제작



시스템 프로토타입은 사이트맵과 리서치모듈을 예시로 제시하며, 사이트맵 중, 최하위의 모델이 아래의 모듈로 두 모델을 토대로 실제 리서치 시스템이 이루어진다.



모듈상에서의 Task수행은 Task툴과 시뮬레이터, 통신툴을 이용하여 진행되며, 스크린사이즈이상의 조사나 인터랙티브한 조사의 실행을 위하여 Scaler와 Dummy가 사용되며, Painter tool로 다양한 리서치를 실시한다.

4. 기대효과 및 후속연구

연구결과로 제시되는 인터넷리서치를 이용한 리서치시스템을 통하여 조사대상군의 자유로운 활용과 시간적, 공간적 제약 탈피로 신속한 조사 결과를 추출할 수 있고, 무료서비스제에 따른 조사대상자 참여의욕 고취 및 기업홈페이지 방문증가로 기업이미지 홍보효과(무료계정, 대화방, 게시판 무료메일 주소보급등)가 가능하며, 조사대상군의 잠재적 소비자 제품관여도 상승가 상승되어 제품 판매율 상승 및 출시 제품의 간접적 광고효과를 예상할 수 있다. 또한 이러한 데이터의 증가는 연구결과의 누적으로 데이터 리마이닝에 의한 제 3, 4의 정보제작이 가능하다.

하지만 아직 System Prototype의 실제품을 대상으로 한 검증이 이루어지지 않았으므로 System Prototype의 완성이후 실검증 및 개선이 이루어져야 하며, 프로세스별 산출 데이터의 직접적 디자인 응용방향이 모색되어야 할 것이고, 나아가 다양한 디자인분야로의 적용방법을 개발하여야 한다.

참고문헌

1. Medianet Zenith Media com / United Kingdom (1997)
2. 유해진 (1996.12), 인터넷 마케팅을 위한 국내 인터넷 사용자의 특성에 관한 연구
3. Sterne, Jim (1995), World Wide Web Marketing: Integrating the Internet into Your Marketing Strategy, New York: John Wiley & sons, Inc.
4. 한국패널리서치 (1998), Internet & PC통신을 이용한 On-line조사
5. de Brentani, U. (1989), Success and Failure in the Industrial Services, *Journal of Product Innovation*, 6(winter)
6. 한영주 (1996.6), 효율적인 인터넷 마케팅 전략에 관한 연구 : 사례분석적 접근
7. PSB부산방송(온라인 설문조사) - PSB부산방송과 오타스 커뮤니케이션공 동 개발 - QSS를 이용한 온라인 설문조사
8. Baxter, M., Product Design, Chapman and Hall, Brunel University, UK
9. KRNIC (1997.8), 인터넷 사용자수 산정 및 이용현황조사 방법 Korad Viewpoint 1996. 겨울호
10. 이건표 (1998.5), 문화적 사용자 인터페이스 디자인을 위한 방법론 개발에 관한 연구
11. 정석기 (1997), 인터넷 활용분석에 의한 전자상거래의 의미와 비즈니스영 향에 관한 연구
12. 이상화 (1999), 월드와이드웹을 이용한 사용자성 평가 방법에 관한 연구

2) 한영주(1996.6) 효율적인 인터넷 마케팅 전략에 관한 연구 : 사례 분석적 접근, 4.
3) Sterne, Jim (1995), World Wide Web Marketing: Integrating the Internet into Your Marketing Strategy, New York: John Wiley & sons, Inc.