

중소기업인을 대상으로 한 디자인 중심의 e-Business Planning 교육 사이트에 관한 연구

Design of e-Business Readiness Site for Small Business Audience

이현진

홍익대학교 조형대학

Lee, Hyun-Jhin

College of Design and Art, Hongik Univ.

• Key words: Design Education, Small Business, e-Business, Distance Learning

1. 서 론

중소기업인을 대상으로 한 디자인 중심의 e-business planning 교육 사이트인 e-business readiness site의 제작 목적은 첫째, 사이트를 방문하는 중소기업인들에게 그들의 기존 사업(land business)을 e-business로 확장 전개하는 것이 장점이 있으며, 각 중소기업인들의 경영 상황에서 충분히 실현 가능한 일임을 알리고, 둘째, e-Business의 구체적인 전개 방법을 보여주어 각 방문자들의 사업 환경에 맞는 e-business plan을 작성할 수 있도록 돕고, 셋째, 사이트 방문자로 하여금 e-business를 운영함에 있어서 디자인을 제대로 활용하는 방법과 디자이너와 함께 일하는 방법 등을 교육하여 기업인들에게 디자인을 경영 전략으로 활용할 수 있게 하는 것이다.

본 연구에서는 중소기업인들의 정보 needs의 특성과 정보 활용 방법, 커뮤니케이션 방법을 이해하고 이를 사이트 제작의 주요 전략으로 적용하였다. 이를 위하여 사용자 인터뷰, 중소기업인을 대상으로 하는 타 교육 콘텐츠의 연구, 설문 조사를 실시하였고, 디자인과 e-business에 관련한 문헌과 사이트들을 연구하여 본 사이트를 개발에 적용하였다.

2. Target User의 이해

e-Business readiness 사이트는 사용자가 중소기업인들이라는 특별한 그룹에 한정되므로 본 연구에서는 네 명의 중소기업인들과의 심층 인터뷰, 중소기업들과 많은 프로젝트를 수행하고 있는 세 명의 디자인 회사 경영자와의 인터뷰 실시와 문헌 조사에 의하여 다음의 사용자 특징들을 발견하였다.

2-1. 사용자는 컴퓨터에 익숙하지 않다.

본 사이트의 사용자인 중소기업인들은 20대 중반부터 60대 이후까지의 넓은 연령층으로 구성되어 있으며, 특히 30대와 40대가 다수를 차지한다. 이들은 평소 컴퓨터 활용 시간이 적으며, 활용 범위도 문서 작성과 웹 검색, 이메일 정도로 제한적이다. 인터뷰에 응했던 사용자들은 모두 자신의 업무나 생활에서 컴퓨터의 활용도가 높지 않다고 응답하였고, 컴퓨터 화면을 읽는 것보다 프린트된 정보를 읽는 편을 더 선호하였다.

2-2. 사용자는 매우 실용적인 정보를 원한다.

사이트의 사용자가 일반 학생인 경우는 충분한 시간과 노력을 투자하여 지식의 습득과 학점의 성취를 이루고자 할 것이다. 그러나 중소기업인들은 학점이나 지식의 습득보다는 실제 경영 환경에서 도움이 되며 이윤을 창출할 수 있는 학습(Just-in-time

Learning)을 원한다. 그렇지 않다면 소중한 시간을 투자할 동기를 잃게 된다.

2-3. 사용자는 사회적인 유대 관계를 중시한다.

중소기업인들에게 미팅은 사업을 전개하는 중요한 수단이며, 정보와 도움을 주고받는 채널이다. 기업인들은 일반적으로 사람을 만나는 일에 익숙하며 다른 사람들과 대화하는 방법을 잘 알고 있으므로 책을 읽거나 사이트를 검색하는 것보다는 사람들을 만나서 문제를 해결하려고 하는 경향이 강하다.

2-4. 사용자는 디자인을 잘 이해하고 있다고 생각한다.

중소 기업인들과 업무 경험이 디자인 회사의 디렉터들이 모두 지적하는 사항은 중소기업인들의 대부분이 디자인의 역할을 잘못 이해하고 있다는 것이다. 디자인을 이해하지 못하는 기업인의 경우 디자이너와의 협업은 매우 어렵고 만족스럽지 않은 경험이 되기 쉽다.

3. 콘텐츠 디자인 전략

3-1. 대화형 커뮤니케이션 스타일

마치 짧은 광고의 카피가 독자들의 시선을 모으듯이 잘 정리되고 쉬운 대화형 문장, "You"(사이트 방문자)의 적극적인 사용, 사용자의 실제 응답을 기대하는 질문들을 활용하여 사이트를 방문하는 경험이 사람을 만나 대화를 나누는 듯한 경험처럼 친근하도록 하였다. 특히 대화 스타일에서도 교육자와 학생 사이의 수직적이고 권위적인 대화 관계가 아니라 서로 다른 전문가들 사이의 수평적인 대화의 톤을 제공하여 거부감을 없애고자 하였다.

3-2. 학습 내용의 Unit화와 단계적 학습

본 사이트에서는 학습 내용을 짧은 시간에 성취할 수 있는 세부 Unit들의 조합으로 구성하고 각 Unit들을 단계와 번호에 따라 순차적으로 공부해나갈 수 있도록 디자인하였다. 단계별 학습은 학습의 용이성을 제공할 뿐 아니라 성취감의 부여로 더 높은 단계를 공부하도록 동기를 제공한다.

3-3. 사례 연구의 적극적 활용

본 사이트에서는 콘텐츠의 설득력을 높이는 방법으로 사례 연구를 적극적으로 활용하여 학습한 내용을 현실감 있게 받아들이고 학습자의 기업 환경에 바로 적용해볼 수 있도록 디자인하였다. 특히 기업인들에게 디자인 활용의 성공 사례를 제공함으로써 디자인에 대한 인식을 달리하고 디자인을 활용하는데 실

제적인 기여를 하고자 하였다.

3-4. Work Sheet의 활용

Work sheet들은 각 학습 Unit마다 제공되는 일종의 복습 또는 응용 단계의 결과물로 학습자들이 자신의 기업 상황에 맞는 Work sheet들을 스스로 작성하면서 학습한 내용을 자신의 것으로 만들고, 또 만들어진 work sheet들은 실제 학습자의 e-Business plan의 기본 계획서로 쓰여지게 된다. Work sheet들은 중소기업인들이 실제로 e-business를 계획하는 가장 중요한 도구이다.

3-5. Print Version에 대한 고려

사용자들은 컴퓨터를 사용하는 시간이 상대적으로 많지 않고 프린트하여 읽거나 필기하는 것을 더 편안하게 생각한다. 또한 프린트한 내용은 시간이 있을 때마다 조금씩 볼 수 있다. 본 사이트의 콘텐츠는 온라인을 통하여 언제 어디서나 열람이 가능하고 또한 프린트하였을 때도 가독성이 좋은 자료가 될 수 있도록 디자인하였다. 현재 대부분의 중소기업에서의 정보 관리가 문서 중심으로 행해지고 있는 점을 고려할 때 e-business Plan과 같은 내용들은 문서로서 관리되고 공유되어야 할 필요가 있으므로 각각의 work sheet들은 PDF 형식의 프린트 버전을 제공하여 업무 양식으로 사용할 수 있도록 하였다.

4. e-Business Readiness Site의 구현

4-1. 사이트 콘텐츠 구성과 내용

사이트의 구성은 세 단계로 나누어 e-business에 관한 기초 지식을 다지는 'Ready' phase, 전체적인 사이트 개발 프로세스와 디자인의 역할을 살펴보는 'Set' phase, 그리고 각 기업의 e-business 시작을 위한 준비와 비즈니스 사이트의 디자인 전략 수립을 도울 'Dive in work sheet' phase로 구성하였다. 각 phase는 Ready - Set - Dive in 형식의 전개로 점차 그 내용을 심화하였다.

4-2. 사이트 인터페이스 디자인

본 사이트 인터페이스 디자인의 특징은 수평적 네비게이션과 정보의 시각적인 구조화이다. 사이트의 기본 내용 단위인 각 Unit는 모두 같은 레이아웃으로 구성되어 있으며 모든 Unit로 이동하기 위한 네비게이션 링크를 제공하고 각 내용이 전체 정보 구조에서 어떤 상관 관계 속에 있는지를 시각적으로 보여준다.

4-3. 사이트 그래픽 디자인

사이트 그래픽 디자인에서 특히 고려할 내용은 e-business readiness 사이트가 상위 사이트인 <http://www.designinbiz.org> 사이트의 module임을 고려하여 전체 사이트 내에서의 디자인 일관성을 유지하는 것이다. 또한 주로 텍스트 정보가 많은 사이트이므로 가독성이 좋고 정돈된 이미지를 주는 디자인을 구현하고자 하였다. 완성된 사이트는 http://www.designinbiz.org/disciplines/ebiz_index.html에서 볼 수 있다.

표 1. e-Business Readiness Site의 내용 구성

1. 준비하기 (Ready Phase)
1.1 e-Business의 정의 1.2 e-Business를 내 사업에 어떻게 사용할 수 있나 1.3 나는 e-Business를 시작할 준비가 되어 있을까
2. 점검하기 (Set Phase)
2.1 나의 사업 목표 2.2 e-Business site의 개발 프로세스 알기 2.3 디자인의 파워를 활용하기
3. 뛰어들기 (Dive in Phase)
3.1 Dive in 1: 사업계획안 (Business plan) 체크리스트 3.2 Dive in 2: 사업계획안 만들기 3.3 Dive in 3: 나의 시장을 이해하기 3.4 Dive in 4: 나의 경쟁자를 이해하기 3.5 Dive in 5: 내게 맞는 e-Business model 3.6 Dive in 6: 내 사이트에 필요한 기능들 3.7 Dive in 7: 사이트 디자인 전략 세우기 3.8 Dive in 8: 사이트 구축 회사 고르기와 함께 일하기

4-4. Site 콘텐츠의 검증

본 사이트의 내용에 대한 방문자들의 반응을 조사하기 위해 온라인 설문을 사이트 안에 포함하여 2주 동안 온라인 설문을 실시하였다. 자유 의사에 따라 설문에 참여한 8명의 중소기업인들은 사이트의 내용에 대한 만족 의견을 보였으며 사이트의 학습 내용을 기초로 방문자의 e-business 사이트를 기획하겠다는 의지를 보였다.

5. 결론

본 사이트가 같은 관심을 가진 중소기업인들이 만나 교류할 수 있는 장소가 되고 방문자들에 의하여 계속 새로운 콘텐츠가 생성된다면 온라인 커뮤니티 활동을 통한 e-business 전개가 가능할 것이다. 그러므로 향후 연구 과제로서는 본 연구에서 개발된 기본적 지식외에 중소기업인들 간의 정보 교류, 공동 사업, 상호 협력을 목적으로 하는 온라인 커뮤니티를 사이트에 포함하여 커뮤니티와 사이트의 정보가 함께 성장하는 방법을 모색하고자 한다.

참고문헌

- James Craig, Dawn Jutta, "e-Business Readiness: a customer-focused framework", Addison-Wesley, 2000, pp 2-12.
- Rhonda Abrams. "The Successful Business Plan", Running 'R' Media, 2000, pp 343-361.
- Ron Zermke and Tom Connellan, "e-service", Amacom, 2001, pp 95-115.
- Rob Liflander, "The Everything Online Business Book", Adams Media Corporation, 2000, pp 62-90.