

경영 시나리오와 디자인 시나리오의 비교 연구

Making a comparison study on business scenario between design scenario

최현진, 이혜선

이화여자대학교 디자인 대학원
디자인 매니지먼트학과

Choi, Hyun-jin

Design Marketing & Innovation Lab,
Ewha Woman's Univ.

• Key words: Design Scenario, Framework development, Scenario factors, Design scenario logic

1. 서론

1-1. 연구 배경 및 목적

최근 사용자 중심적 디자인 패러다임이 확대되면서 제품뿐만 아니라 사용자가 제품을 사용하는 환경, 제품을 사용하는 사용자 그리고 사용 상황에서 일어나는 인터랙션까지 제품 사용 상황 전반에 걸친 고려가 필요하게 되었다. 이러한 과정에서 시나리오 기법이 다양한 분야의 디자인 영역에서 적극적으로 도입되어 활용되기 시작했다. 그러나 디자인 시나리오 기법은 개념적으로 체계화 된 역사가 짧고 디자인 영역별 개발 단계에서 주로 실무적으로 활용되어 왔기 때문에, 이론적인 체계가 미흡한 상황이다. 그러므로 이 논문에서는 경영과 디자인에서 차이를 보이면서 활용되고 있는 시나리오 기법을 재조명 해 보고, 각각의 영역에서 접목 가능한 요소 및 구조를 개발하여 통합적인 시나리오 요구 사항을 제안 하는 것을 목적으로 한다.

1.2. 연구 방법

본 연구에서는 기본적인 시나리오 기법에 대한 이해를 바탕으로, 시나리오 기법의 핵심 요소와 중심 구조를 명시하고, 이를 바탕으로 경영 영역에서 사용되고 있는 시나리오 기법과 디자인 영역에서 사용되고 있는 시나리오 기법의 특징을 비교하여 공통 요소와 차이 요소를 추출한다. 결론적으로 두 영역에 있어서 시나리오 기법의 관계성을 비교 분석 함으로써, 디자인 영역에서 활용할 수 있는 효과적인 시나리오 기법의 의미를 이론적으로 체계화하는 것을 목적으로 한다.

2. 디자인 시나리오와 경영 시나리오 비교 연구

2.1. 시나리오의 의미

시나리오란 본래 연극에서 사용되는 용어로 영화나 연극의 대본을 뜻하는 말이다. 시나리오 플래닝에서의 시나리오란 미래에 전개 될 수 있는 상황에 대한 '스토리'이며, 이 스토리는 변하고 있는 현재의 환경을 인지하고 현재 시점에서 미래를 인지함으로써 그에 맞춰 세계관을 바꿀 수 있도록 도와주는 기획의 도구를 의미한다.

2-2. 경영시나리오와 디자인시나리오의 비교 연구

① 목적에 따른 차이 비교

경영 시나리오는 비즈니스 결정을 위해 가능한 미래를 탐구하는 것으로서 변화와 불확실성을 인지하여 불확실성 요소, 위험 요소의 제거를 통해 미래의 전략 대안을 제시하는 것이다.

반면 디자인 시나리오는 디자인의 제품과 개발에 있어서 사용자의 니즈를 이해하고 만족시키기 위한 도구로써 소비자 잠재 needs 및 환경 속의 needs 발견을 통해 소비자 중심/혁신적인 디자인 개발을 위한 방법으로 활용된다.

② 대상에 따른 scale의 비교

다양한 미래의 전제 하에 기획과 결정의 전 과정에 걸쳐 의사 결정을 지원하는 도구인 경영 시나리오와 비교해서 디자인 시나리오는 기존 제품이나 제품/서비스 카테고리에 국한되어 아이디어 발상과 구조화의 도구로서 보다 한정된 scale을 보인다. 그러므로 경영 전략과 관련된 전 과정에서 부분 전략으로까지 대상의 폭이 넓은 경영 시나리오와 비교하여 디자인 시나리오는 특정 상품과 상품 카테고리에 국한된 대상을 갖는다.

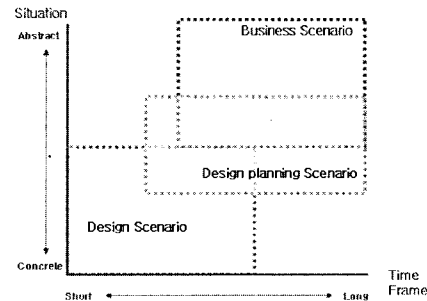


그림 3 디자인 시나리오와 경영 시나리오의 range

③ View point 및 고려 사항 비교

전략 계획의 도구, 불확실성에 대한 의사 결정 지원을 위한 도구의 목적을 가진 경영시나리오는 고객, 자사, 경쟁자와의 관계 축을 기준으로 기업과 조직 관리적인 측면의 view point를 갖고 있다. 반면, 사용자 중심 디자인, 상황 디자인 목적의 디자인 시나리오는 사용자 중심의 view point를 갖고 사용자, 제품, 환경, 그들 간의 인터랙션의 관계 축을 형성한다. 이와 같은 각각의 view point의 차이로 인해 고려 사항도 달라진다. 경영 시나리오는 기업이 관련된 사업 환경의 기본적인 현상들, 핵심적 환경 변수, 그들 간의 상호 연관성 이해에 대해 고려해야한다.

이와 달리 소비자 중심 디자인을 지원하는 디자인 시나리오는 특정 개발 제품과 제품을 사용하는 사용자, 그들 간의 인터랙션이 일어나는 상황을 중심으로 구성하는 것으로서 제품에 따른 task를 기본으로 상황과 환경에 대한 구체적이고도 설명적인 묘사를 고려하여 구성된다.

④경영시나리오와 디자인시나리오의 사용단계 및 프로세스

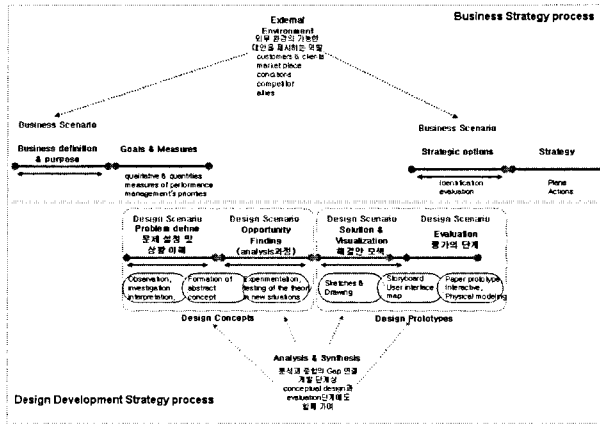


그림 4 경영기획과 디자인 기획의 단계별 시나리오 적용영역

경영 기획 전략 단계에서 시나리오의 활용은 초기의 사업 정의와 목표를 세우는 과정과 여러 전략 대안을 평가하는 과정에서 적용된다. 이와 달리 디자인 개발 과정에서 디자인 시나리오는 전체 디자인 프로세스는 초기 Concept 단계와 Prototype 단계에서 디자인 issue의 수집 및 분석 과정에서 종합과 평가의 디자인 활동 전반에 활용되는 범위를 보인다. 즉 경영 시나리오는 전략 기획의 단계에서 기업의 사업 영역에서 통제 할 수 없는 외부 환경에 대한 통찰을 통해 외부 환경의 대안을 제시해주는 것이 의미가 중심이 되는 것으로 부문의 전략과 관련된 디자인 시나리오의 적용 수준과 비교하여 상위 차원의 적용 영역 범위를 보인다.

3. 디자인 시나리오 체계화를 위한 전제

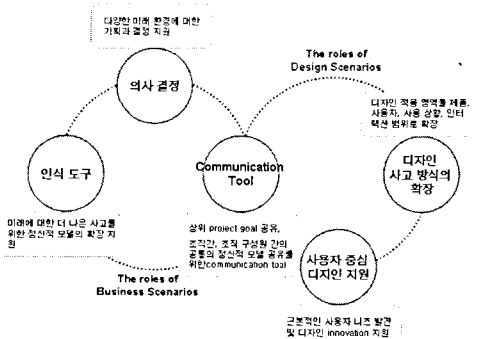


그림 5 시나리오 역할 비교

3.1. 시나리오의 역할

2장에서 살펴 본 경영과 디자인 영역에서 시나리오의 목적, 대상, 범위에 따른 차이를 근거로 시나리오의 중심 역할을 의사 결정 지원, 인식의 도구, 커뮤니케이션 수단으로 볼 수 있다. 이는 경영과 디자인 사고방식의 확장을 지원하고 사용자 중심 디자인을 이끌고 또한 사용자와 디자이너 간 혹은 디자인 조직 간의 커뮤니케이션 도구로 의미를 갖는 역할을 갖는다. 이때 핵심적으로 커뮤니케이션 역할의 중요성을 인지 할 수 있는데, 디자인 시나리오의 기능에 있어서 경영적 측면의 관점을 부가함으로써 디자인 시나리오의 수준을 경영 지원의

도구로서 확장 시킬 수 있는 핵심 요소로 커뮤니케이션 도구로서의 시나리오 기능이 강화 된다.

3.2. Communication Tool로서 디자인 시나리오

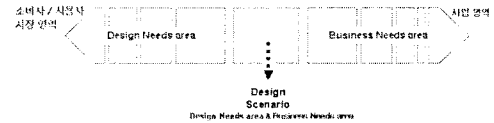


그림 6 Communication Tool로서 디자인 시나리오

디자인 영역은 사용자와의 접점을 이루는 front end 영역으로 비즈니스 니즈와 사용자 니즈의 접점의 부분으로 비즈니스에서 의미가 있는 부문이다. 그러므로 디자인에서 시나리오의 역할은 단순히 소비자 니즈를 구체화하고, 디자인적으로 디자인 이너들 간의 이해와 개발을 도와주는 커뮤니케이션 역할로서 디자인 조직 내에서만 실효가 있는 시나리오에 그치는 것이 아닌, 사용자 니즈를 비즈니스 아이디어에 맞게 경영에 활용할 수 있도록 전달하는 공통의 언어로서 가치 향상의 필요가 요구 된다.

즉 이와 같이 의사 결정 지원 및 경영 및 기타 부서와의 의사 소통과 비즈니스 아이디어의 공유를 촉진 할 수 있는 수단으로서 디자인 시나리오의 의미와 역할의 한계를 넓히기 위하여, 경영 시나리오 요소를 고려함으로써 일반적인 디자인 시나리오의 한계를 보완하고 사업 전반의 전략적 의사 결정에 영향력을 미칠 수 있는 통합적 디자인 시나리오 체계 수립을 위한 요구 사항을 제안한다.

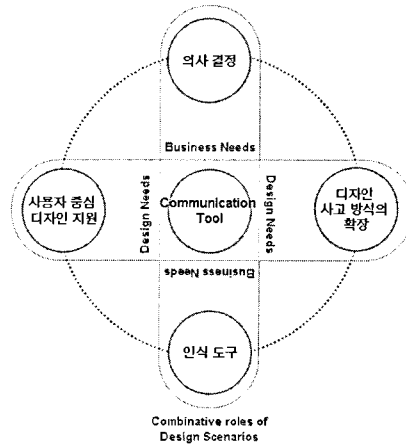


그림 7 통합적 디자인 시나리오 요구 사항

4. 결론 및 향후 연구 과제

본 연구에서는 경영과 디자인에서 차이를 보이면서 활용되고 있는 시나리오 기법을 비교, 분석 해 보고, 기업의 사업 활동에 전략적으로 활용 가능한 디자인 시나리오의 역할과 의미를 확대 할 수 있는 가능성을 발견하여 디자인 시나리오 요구 사항을 제시 하였다. 향후 연구 과제로는 통합적 디자인 시나리오의 체계화를 위한 세부적 요구사항과 방법에 대해 보다 구체적인 체계 수립과 case study를 통한 통합적 디자인 시나리오 의의 검증에 대한 연구가 필요하다.