

원피스 드레스의 디자인 구성요소에 따른 소비자 감성평가에 관한 연구

정은영* (섬유패션기능대학 패션디자인과 조교수)

박윤아 (대구산업정보대학 패션디자인과 겸임교수)

이연순 (영남대학교 의류학과 교수)

미래지향적인 상품 개발의 개념은 기존의 양적, 품질 및 다양성의 면을 초월하여 개인의 기호나 감성에 대응할 수 있는 감성적 상품으로 그 인식이 전환되고 있다. 따라서, 본 연구에서는 소비자의 감성을 고려한 원피스 드레스(one-piece dress) 디자인을 개발하고, 또한 기업의 상품 디자이너나 소비자에게 원피스 드레스의 디자인에 대해 필요한 정보를 제공하기 위하여, 감성공학적 방법에 의해 소비자의 감성을 정량적으로 평가·분석하고자 한다.

이를 위하여 원피스 드레스의 디자인 구성요소에 따라 추출된 8개 아이템과 35개 카테고리의 조합에 의해 40개의 모델을 디자인한 후 실물로 직접 제작하였고, 여성복 관련 종사자와 의류학과 전공자로 구성된 50명의 평가단을 선정하여 감성평가 실험을 실시하였다. 평가지는 전 연구에서 원피스 드레스의 감성어휘로 추출된 71개 어휘를 사용하여 SD 척도로 구성하였고, 인대에 착장시킨 실험 모델을 직접 보고 응답하도록 실험하였다. 또한, 회수된 자료는 SPSS V.10.1 Package를 사용하여 통계 분석하였으며, 의미미분분석과 다변량해석(수량화이론 I 류)을 실시하였다.

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

1. 원피스 드레스에 대한 소비자 감성을 감성어휘별로 파악하기 위하여 71개 감성어휘에 대해서 실험 모델 40벌을 의미미분분석한 결과, 모든 어휘에서 0.001 수준의 유의차를 나타내었다.
2. 원피스 드레스에 대한 소비자 감성을 감성요인별로 파악하기 위하여 6개의 감성요인에 대해서 실험 모델 40벌을 의미미분분석한 결과, 모든 요인에서 0.001 수준의 유의차를 나타내었고, 평균 평가값이 3.5 이상을 획득한 요인수가 많은 평가 모델들은 공통적으로 「여성적 요인」이 우세한 것으로 나타났다.
3. 원피스 드레스에 대한 소비자 감성을 군집유형별로 파악하기 위하여 3개의 군집 유형으로 분류하여 분석한 결과, I 군집은 「현대성 요인」, II 군집은 「감촉성 요인」, III 군집은 「여성적 요인」이 가장 큰 특성을 나타내었고, 이 중에서 III 군집에 속하는 평가 모델의 구성비율이 가장 큰 것으로 나타났다.
4. 소비자 감성을 원피스 드레스의 디자인 구성요소별로 분리하여 그 특성을 파악하기 위하여 아이템/카테고리별 중상관계수 및 편상관계수를 분석한 결과, 감성어휘별 중상관계수는 대부분 0.5 이상으로 적절한 상관관계를 나타내었고, 감성어휘별 편상관계수는 그 값에 따라 각 아이템에 대한 상관 순위를 나타내었다. 또한, 아이템별 카테고리 점수를 분석한 결과, 카테고리 점수는 각 카테고리에 대한 이미지 특성을 나타내었다.

이상과 같이 본 연구는 소비자의 감성평가를 통하여 원피스 드레스에 대한 정성적인 이미지를 정량적 데이터 값으로 변환시키고자 하였으며, 그 결과는 원피스 드레스의 감성적 상품 개발을 위한 정보 값으로 활용할 수 있을 것으로 기대된다.