

휴대전화의 소비자 감성조사 연구

김대식* · 김태헌**

An Investigation of the Customers' Aesthetics on Cellular Phone

Kim, Dae-Sig* · Kim, Tae Hun**

Abstract

The purpose of this study was to investigate the correlation of aesthetics factors and purchasing contribution for cellular phone(CP), and to forecast the developing possibility of the CP market. In order to conduct this study, SK IM-8100, Anycall SCH-V500, and Cyon SV-520 were selected. Then, 20 aesthetics adjectives of the CP were extracted and analyzed by Semantic Defferential(SD) Method. Also, SPSS was used for the statistic methods.

keyword 감성, 감성어휘, 요인분석, SD법

I. 서론

산업사회에서 정보화 사회로 넘어가면서 시대가 요구하는 새로운 것들이 많이 생겨나게 되었다. 그 중에서도 정보화 시대를 대변할 만한 새로운 도구로 휴대폰을 꼽을 수 있을 만큼 1인 1휴대폰의 시대가 왔다. 이러한 휴대폰은 급변하는 사회만큼 빠른 시장의 성장속도를 구가하고 있으며, 계속되는 새로운 기능 및 디자인의 신제품 출시로 소비자의 구매 욕구를 일으키고 있다. 그러나 단순히 통화의 기능만을 갖춘 휴대폰의 시대는 지나가고, 소비자의 다양한 욕구를 충족시켜주는 휴대폰이 계속 출시되고 있다. 따라서 본 연구에서는 기대한 휴대폰 시장에서 주

* 안산공과대학 산업경영과 부교수

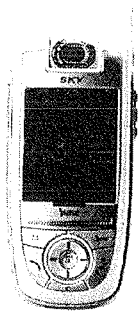
** LS 산전

축을 이루는 소비자인 20대 학생들을 대상으로 휴대폰 구매에 감성적 요소가 끼치는 상관관계와 감성적 요소별 구매 기여도를 파악해보고, 그에 따른 앞으로의 휴대폰 발전방향의 가능성을 예측해보고자 한다.

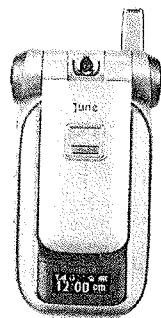
II. 연구방법

2.1 연구대상 제품군 선정

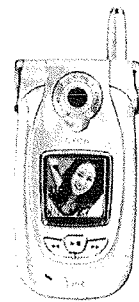
연구대상으로는 가장 많은 인지도 및 구매 소비자를 확보한 SK의 SKY, 삼성의 Anycall, LG의 CYON 중에서 2005년도에 20대에게 휴대폰 판매와 인지도에서 가장 좋은 반응을 얻었던 아래의 3가지 모델을 선정하였다.



SKY IM-8100



Anycall SCH-V500



CYON SV-520

(그림 1) 연구대상 제품

2.2 연구대상 설계제원 선정

현재 휴대폰 시장에서 20대의 소비자가 구매할 때 가장 고려하는 사항이 무엇인지 각종 인터넷 휴대폰 판매 사이트의 통계와 학생들의 개인 성향조사를 통해

그 결과를 토대로 설계 제원 요소를 크게 디자인, 부가기능, Merit 등의 3가지로 선정하였다.

[표 1] 휴대전화 구입시 고려되는 사항

	SKY IM-8100	Anycall SCH-V500	CYON SV-520
디자인	은나노코팅, 반자동 슬라이드, 회전형 카메라, 듀얼스피커	스핀/스윙형 플더, 회전형 카메라	플더형, 17파이 듀얼스피커, 트윈뷰
부가기능	110만 화소 카메라 동영상 촬영, 103mb MP3, FM 라디오 기능	100만 화소 카메라 동영상 촬영, 90mb MP3, GPS, 리모콘 기능	130만 화소 카메라 동영상 촬영, 137mb MP3, M=bank, 손전등 기능
Merit	고급스런 디자인과 다양한 기능, 한정판매의 희소성 가치	뛰어난 안정성과 통화품질, 오랜 기간의 긍정적 제품 인지도	타 제품보다 뛰어난 기능을 갖추고도 저렴한 가격을 유지, 고품격 사운드

제품군 선정에 있어서는 20대에게서 가장 선호되는 제품이면서도 각각의 장단점이나 차이점이 잘 나타나는 제품을 선정하려 노력하였고, 설계 제원의 선정에 있어서는 선정된 제품군을 실제 구매 할 경우 가장 큰 영향을 주는 요소를 찾는 데 주력하였다.

2.3 감성·감각 어휘 추출

휴대폰과 연관된 많은 감성·감각 어휘는 설계 제원(디자인, 부가기능, Merit)과 연관성이 깊은 감성·감각 형용사를 찾는 데 주력하였다. 각종 인터넷 지식 검색과 감성공학 관련서적에서 찾아낸 20개의 감성·감각 형용사 어휘는 [표 2]와 같다.

2.4 SD(Semantic Differential:의미미분)법을 이용한 설문조사

2.4.1 SD법(의미미분)설문

SD법 중 7점 척도를 이용하여, 감성·감정 어휘들을 주변 20대 성인남녀에게 면담식 또는 온라인상으로 조사하였다. 3가지 제품 중 1가지를 실제로 사용하는

대상에게는 그 제품과 비교해 다른 두 가지 제품의 정보와 사진을 보여주며 설문을 실시하였고, 온라인상에서는 세 제품의 사진과 상세정보를 파일로 보내주어 각 문항별로 1~7점 측정으로 조사하였다.

[표 2] 감성·감각 어휘

감성적 어휘	감각적 어휘
예쁜-예쁘지 않은	작은-큰
세련된-투박한	곡선적인-직선적인
고급스런-저급스런	날씬한-뚱뚱한
현대적인-고전적인	밝은-어두운
조화있는-조화롭지 않은	평평한-울퉁불퉁한
규형잡힌-불규형잡힌	가벼운-무거운
실용적인-실용적이지 않은	얇은-두꺼운
편리한-편한	딱딱한-물렁물렁한
친근한-친근하지 않은	선명한-둔탁한
단순한-복잡한	넓은-좁은

2.4.2 설문 정보 및 한계점

(1) 설문정보

일 시 : 2006년 3월 15일~10월 13일

장 소 : 안산공과대학 & on line

대 상 : 대한민국 20대 성인남녀 150명

(2) 설문 한계점

선정된 3가지 제품군을 갖고 있는 사람을 한자리에 모아서 한 번에 보여주기가 어려웠다. 또한, 설문사리에서 소유하고 있는 제품은 현장에서 보여주고 나머지는 직접적인 설명과 상세 자료를 보여주며 설문을 하여 설문의 신뢰도가 사실상 100% 되지 못함을 인정 할 수밖에 없는 한계점을 가지고 있다.

III. 연구결과

3.1 SD(의미미분)설문

다음은 SPSS 10.0을 이용한 자료의 입력이다.

[표 3] 데이터

	설문지	성별	나이	제품	디자인	부가기능	merit	예쁜	세련된	고급스런
1	1	2	23	1	1	1	1	7	7	7
2	1	2	23	2	2	2	2	5	7	7
3	1	2	23	3	3	3	3	4	5	5
4	2	2	25	1	1	1	1	6	6	7
5	2	2	25	2	2	2	2	6	7	5
6	2	2	25	3	3	3	3	5	7	5
7	3	2	25	1	1	1	1	7	5	6
8	3	2	25	2	2	2	2	6	6	6
9	3	2	25	3	3	3	3	6	5	4
10	4	2	24	1	1	1	1	6	6	7
11	4	2	24	2	2	2	2	7	6	6
12	4	2	24	3	3	3	3	6	4	6
13	5	2	24	1	1	1	1	5	7	5
14	5	2	24	2	2	2	2	6	6	5
15	5	2	24	3	3	3	3	4	6	4
16	6	2	23	1	1	1	1	6	6	7
17	6	2	23	2	2	2	2	6	7	7
18	6	2	23	3	3	3	3	5	5	7
19	7	2	21	1	1	1	1	7	7	7

[표 4] 변수

	이름	유형	자리수	소수점이하자	설명	값	결측값
1	설문지	숫자	8	0	설문지 번호	없음	없음
2	성별	숫자	8	0	설문지 응답자의 성별	{1, 남자}...	없음
3	나이	숫자	8	0	설문지 응답자의 나이	없음	없음
4	제품	숫자	8	0	제품의 종류	{1, IM-8100}...	없음
5	디자인	숫자	8	0	제품의 디자인	{1, 반자동 슬라	없음
6	부가기능	숫자	8	0	제품의 부가기능	{1, FM라디오}...	없음
7	merit	숫자	8	0	제품의 merit	{1, 한정판매 희	없음
8	예쁜	숫자	8	0	예쁜-예쁘지않은	{1, 가장 예쁨}...	없음
9	세련된	숫자	8	0	세련된-투박한	{1, 가장 세련됨	없음
10	고급스런	숫자	8	0	고급스러운-저급스러운	{1, 가장 고급스	없음
11	현대적인	숫자	8	0	현대적인-고전적인	{1, 가장 현대적	없음
12	조화있는	숫자	8	0	조화로운-조화롭지 않은	{1, 가장 조화모	없음
13	균형잡힌	숫자	8	0	균형적인-불균형적인	{1, 가장 균형적	없음
14	실용적인	숫자	8	0	실용적인-실용적이지 않은	{1, 가장 실용적	없음
15	편리한	숫자	0	0	편리한-불편한	{1, 가장 편리함	없음
16	친근한	숫자	8	0	친근한-친근하지 않은	{1, 가장 친근함	없음
17	단순한	숫자	8	0	단순한-복잡한	{1, 가장 단순함	없음
18	작은	숫자	8	0	작은-큰	{1, 가장 작음}...	없음
19	곡선적인	숫자	8	0	곡선적인-직선적인	{1, 가장 곡선적	없음
20	날씬한	숫자	8	0	날씬한-뚱뚱한	{1, 가장 날씬함	없음
21	밝은	숫자	8	0	밝은-어두운	{1, 가장 밝음}...	없음

3.2 요인분석

3.2.1 상관계수행렬

SPSS의 분석 중 데이터 축소의 요인분석으로 각각의 감성어휘들에 대해 상관 계수 행렬을 구하였다.

[표 5] 상관계수행렬

	예쁜-예쁘지않은	세련된-투박한	고급스러운-저급스러운	현대적인-고전적인	조화로운-조화롭지않은	균형적인-불균형적인
상관계수						
예쁜-예쁘지않은	1.000	.357	.292	.423	.200	.358
세련된-투박한	.357	1.000	.341	.300	.109	.217
고급스러운-저급스러운	.292	.341	1.000	.454	.409	.236
현대적인-고전적인	.423	.300	.454	1.000	.265	.485
조화로운-조화롭지않은	.200	.109	.409	.265	1.000	.377
균형적인-불균형적인	.358	.217	.236	.485	.377	1.000
실용적인-실용적이지않	.224	-.079	.065	.425	.035	.321
편리한-불편한	-.124	.056	.129	.200	.330	.100
친근한-친근하지않은	.227	.165	.250	.477	.142	.412
단순한-복잡한	.064	-.069	.151	.215	.329	.393
작은-큰	-.216	-.043	-.342	-.237	-.336	-.369
곡선적인-직선적인	-.243	-.364	-.403	-.270	-.419	-.075
날씬한-뚱뚱한	.212	.130	.290	.378	.165	.356
밝은-어두운	-.261	-.003	-.123	-.083	-.176	.139
평평한-울퉁불퉁한	.125	.368	.339	.224	.190	.355
가벼운-무거운	.174	.168	.303	.351	.519	.456
얇은-두꺼운	.129	.109	.317	.250	.455	.478
딱딱한-물렁물렁한	.153	.276	.222	.406	.375	.368
선명한-둔탁한	.058	.168	.182	.323	.259	.216
넓은-좁은	-.368	-.226	-.113	-.258	-.392	-.493

실용적인-실용적이지않은	편리한-불편한	친근한-친근하지않은	단순한-복잡한	작은-큰	곡선적인-직선적인	날씬한-뚱뚱한	밝은-어두운	평평한-울퉁불퉁한
.224	-.124	.227	.064	-.216	-.243	.212	-.261	.125
-.079	.056	.165	-.069	-.043	-.364	.130	-.003	.368
.065	.129	.250	.151	-.342	-.403	.299	-.123	.339
.425	.200	.477	.215	-.237	-.270	.378	-.083	.224
.035	.330	.142	.329	-.336	-.419	.165	-.176	.190
.321	.100	.412	.393	-.369	-.075	.356	.139	.355
1.000	.100	.216	.304	-.254	.304	.134	.029	-.034
.100	1.000	.311	.081	-.252	-.078	.251	.241	.298
.216	.311	1.000	.110	-.256	-.243	.689	.367	.552
.304	.081	.110	1.000	-.254	.034	-.115	.096	.120
-.254	-.252	-.256	-.254	1.000	.169	-.409	-.192	-.354
.304	-.078	-.243	.034	.169	1.000	-.303	.205	-.367
.134	.251	.689	-.115	-.409	-.303	1.000	.268	.633
.029	.241	.367	.096	-.192	.205	.268	1.000	.342
-.034	.298	.552	.120	-.354	-.367	.633	.342	1.000
.312	.489	.383	.180	-.427	-.040	.360	.305	.201
.382	.171	.247	.399	-.501	-.037	.171	.127	.140
.298	.420	.283	.302	-.471	-.175	.311	.195	.406
.199	.479	.388	-.055	-.336	-.169	.416	.205	.273
-.324	-.143	-.105	-.123	.185	-.010	-.065	.268	-.044

가벼운-무거운	얇은-두꺼운	딱딱한-물렁물렁한	선명한-둔탁한	넓은-좁은
.174	.129	.153	.058	-.388
.168	.109	.276	.168	-.226
.303	.317	.222	.182	-.113
.351	.250	.406	.323	-.258
.519	.455	.375	.259	-.392
.456	.478	.368	.216	-.493
.312	.362	.299	.199	-.324
.489	.171	.420	.479	-.143
.383	.247	.283	.388	-.105
.180	.399	.302	-.055	-.123
-.427	-.501	-.471	-.336	.185
-.040	-.037	-.175	-.169	-.010
.360	.171	.311	.416	-.065
.305	.127	.195	.205	.268
.201	.146	.406	.273	-.044
1.000	.577	.379	.466	-.337
.577	1.000	.508	.222	-.310
.379	.508	1.000	.363	-.157
.466	.222	.363	1.000	-.062
-.337	-.310	-.157	-.062	1.000

[표 5]는 변수들 간의 상관 행렬이다. 이를 보면 변수와 변수의 상관계수가 각각 나오는데 이 값이 1.000 or -1.000에 가까울수록 변수들 간의 상관관계가 크다는 것이다. 따라서 이 상관계수가 큰 변수들끼리 집단을 이룰 수 있음을 확인할 수 있었다.

3.2.2 KMO와 Bartlett의 검정

[표 6] KMO와 Bartlett의 검정

KMO와 Bartlett의 검정

표준형성 적절성의 Kaiser-Meyer-Olkin 측도.		.730
Bartlett의 구형성 검정	근사 카이제곱 자유도	379.928
	유의확률	.190
		.000

Kaiser-Meyer-Olkin(KMO)측도는 변수쌍들 간의 상관관계가 다른 변수에 의해 잘 설명되는 정도를 나타내는 것이므로 이 측도의 값이 적으면 요인분석을 위한 변수들의 선정이 좋지 못함을 나타낸다. KMO값이 .700이상이면 변수쌍들 간의 상관관계가 적당한 것이라고 볼 수 있는데, 이 실험에서의 현재 측도 값은

.730으로 실험에 적절함을 알 수 있다. 또한, 변수들의 분석결과 검정치가 379.928이고, 이 값의 유의 확률이 .000이므로 귀무가설이 기각된다. 따라서 요인분석의 사용이 적합하며 공통요인이 존재한다고 할 수 있다.

3.2.3 요인의 추출

[표 7] 회전되지 않은 요인행렬

성분행렬^a

	성분				
	1	2	3	4	5
가벼운-무거운	.715	-2.87E-02	.295	-.161	-.274
균형적인-불균형적인	.689	-.261	8.787E-02	.249	.184
딱딱한-물렁물렁한	.674	2.919E-02	.163	-.165	9.891E-02
현대적인-고전적인	.656	-.171	-.194	.312	-.108
친근한-친근하지 않은	.649	.395	-1.64E-02	.366	2.839E-02
작은-큰	-.636	-1.02E-02	-.170	.146	-.180
얇은-두꺼운	.632	-.301	.328	-.199	.179
날씬한-뚱뚱한	.628	.482	-.137	.281	-3.00E-02
조화로운-조화롭지 않은	.591	-.295	-.117	-.569	-5.31E-02
평평한-굴푼굴푼한	.589	.495	-.207	6.732E-02	.313
선명한-둔탁한	.552	.326	.107	-8.79E-02	-.474
고급스러운-저급스러운	.544	-8.30E-02	-.407	-.176	.144
편리한-불편한	.475	.308	.261	-.360	-.416
밝은-어두운	.205	.604	.507	.125	.241
넓은-좁은	-.417	.566	4.145E-02	-.111	.307
곡선적인-직선적인	-.350	-.158	.703	.322	-.111
세련된-투박한	.374	2.697E-02	-.523	7.167E-02	-1.27E-02
실용적인-실용적이지 않은	.395	-.375	.449	.433	-.139
예쁜-예쁘지 않은	.408	-.388	-.440	.384	-4.82E-02
단순한-복잡한	.343	-.371	.335	-.138	.564

요인추출 방법: 주성분 분석.

a. 추출된 5 성분

[표 7]을 보면 주성분 분석으로 요인성분 5개가 추출된 것을 볼 수 있다. 각 수치들은 각 성분행렬의 요소로서 요인적재값이라 부르는데, 이것은 해당 변수와 해당 요인 사이의 상관계수를 말한다. 따라서 요인적재값의 제곱은 해당 변수가 해당 요인에 의하여 표현되는 분산(정보)의 비율을 나타낸다. 위의 표는 요인 적재 값에 따라 내림차순으로 정렬되었다. 즉, 변수 '가벼운-무거운'은 성분1(요인1)과의 상관계수는 0.715이고, 분산은 요인1에 의하여 51%만큼($0.715^2=0.511$) 표현 된다는 뜻이다.

[표 8] 공통성

공통성

	초기	추출
예쁜-예쁘지 않은	1,000	,661
세련된-투박한	1,000	,419
고급스러운-저급스러운	1,000	,520
현대적인-고전적인	1,000	,607
조화로운-조화롭지 않은	1,000	,776
균형적인-불균형적인	1,000	,645
실용적인-실용적이지 않은	1,000	,705
편리한-불편한	1,000	,690
친근한-친근하지 않은	1,000	,712
단순한-복잡한	1,000	,705
작은-큰	1,000	,487
곡선적인-직선적인	1,000	,758
날씬한-뚱뚱한	1,000	,725
밝은-어두운	1,000	,737
평평한-울퉁불퉁한	1,000	,738
가벼운-무거운	1,000	,700
얇은-두꺼운	1,000	,669
딱딱한-물렁물렁한	1,000	,519
선명한-둔탁한	1,000	,654
넓은-좁은	1,000	,602

추출 방법: 주성분 분석.

위의 결과를 보면 각 변수의 초기 값(initial)과 주성분 분석에 의한 각 변수의 추출값(extraction)이 제시되어 있다. 즉, 변수 '예쁜-예쁘지 않은'의 공통성이 0.661이므로 이들 5요인으로 66%가 설명되고, 나머지 34%는 설명되지 않는다는 뜻이다. 일반적으로 공통성이 0.4 이하이면 낮다고 판정되고, 요인분석에서 제외하는 것이 좋다. 따라서 [표 8]의 의하면, 모든 변수가 0.4보다 크게 나타났으므로 변수 모두가 요인분석에 적합하다고 할 수 있다.

[표 9] 설명된 총 분산
설명된 총분산

성분	초기 고유값			추출 제곱합 적재값			회전 제곱합 적재값		
	전체	% 분산	% 누적	전체	% 분산	% 누적	전체	% 분산	% 누적
1	5,930	29,650	29,650	5,930	29,650	29,650	2,841	14,203	14,203
2	2,257	11,286	40,936	2,257	11,286	40,936	2,775	13,874	28,077
3	2,149	10,747	51,684	2,149	10,747	51,684	2,600	13,001	41,078
4	1,474	7,369	59,053	1,474	7,369	59,053	2,424	12,120	53,199
5	1,220	6,100	65,153	1,220	6,100	65,153	2,391	11,954	65,153
6	,968	4,842	69,995						
7	,906	4,529	74,524						
8	,825	4,126	78,651						
9	,729	3,644	82,295						
10	,581	2,905	85,200						
11	,521	2,603	87,803						
12	,469	2,347	90,150						
13	,404	2,020	92,170						
14	,344	1,722	93,892						
15	,308	1,541	95,433						
16	,235	1,173	96,606						
17	,222	1,112	97,718						
18	,164	,822	98,540						
19	,159	,794	99,334						
20	,133	,666	100,000						

추출 방법: 주성분 분석.

추출된 5성분(요인)의 고유치가 5.930, 2.257, 2.149, 1.474, 1.220 으로 이것은 요인추출 기준으로 지정한 고유치 1 이상인 요인만 추출된 것이다. 고유치는 그 요인이 설명하는 분산의 양을 나타내므로 이 값이 큰 요인이 중요한 요인이다. 따라서 요인 1이 가장 중요한 요인이란 것을 알 수 있다.

3.2.4 회전 후의 요인행렬

[표 10] 회전된 성분행렬

회전된 성분행렬^a

	성분				
	1	2	3	4	5
단순한-복잡한	0.819	-1.08E-02	3.969E-02	-.171	-6.31E-02
얇은-두꺼운	.740	3.926E-02	.214	.272	8.390E-03
작은-큰	-.548	-.279	-9.81E-02	-.282	-.141
균형적인-불균형적인	.522	.312	.520	5.599E-02	5.062E-02
딱딱한-물렁물렁한	.519	.279	.120	.366	.156
조화로운-조화롭지 않은	.514	-.230	.146	.446	.489
친근한-친근하지 않은	9.586E-02	759	.260	.223	9.624E-02
날씬한-뚱뚱한	-4.03E-03	.749	.195	.276	.223
평평한-울퉁불퉁한	.204	.722	-4.75E-02	9.105E-02	.405
밝은-어두운	.197	.647	-.369	.157	-.345
예쁜-예쁘지 않은	2.924E-02	8.899E-02	730	-.144	.314
넓은-좁은	-.198	.222	-.681	-.219	-4.38E-02
현대적인-고전적인	.170	.307	.640	.162	.217
실용적인-실용적이지 않	.316	.114	.591	.138	-.473
편리한-불편한	.117	.150	-9.75E-02	802	3.420E-02
선명한-둔탁한	-2.94E-02	.314	.131	.730	7.114E-02
가벼운-무거운	.400	.166	.265	.665	-5.29E 04
꼭선적인-직선적인	-9.13E-05	-.122	1.304E-02	-6.47E-02	-.860
고급스러운-저급스러운	.286	.134	.224	9.786E-02	601
세련된-투박한	-5.75E-02	.210	.301	1.886E-02	.530

요인추출 방법: 주성분 분석.

회전 방법: Kaiser 정규화가 있는 베리맥스.

a. 8 반복계산에서 요인회전이 수렴되었습니다.

[표 10]은 베리맥스법에 의한 8차례의 반복계산 후에 얻어진 회전 결과이다. 회전되지 않은 요인행렬의 적재 값을 비교하면 각 요인들에 의해 설명되는 변수들이 명확해진 것을 확인할 수 있다. 즉, 변수 '단순한-복잡한'을 비교해보면 요인 적재 값이 0.564에서 0.819로 늘어났으며, 어느 요인에서보다도 요인1에서 가장 설명이 잘 된다. 이와 마찬가지로 요인2에서는 '친근한-친근하지 않은', 요인3에서는 '예쁜-예쁘지 않은', 요인4에서는 '편리한-불편한', 요인5에서는 '고급스러운-저급스러운'의 변수가 각각 가장 잘 설명된다. 일반적으로 요인 적재 값이 0.5 이상이면 '아주 유의하다'라고 하고, 0.4이상이면 '유의하다'라고 하고 0.3이상이면 '유의한 편이다'라고 한다. 즉, 앞에서 꼽은 5가지 변수들은 모두 0.5 이상이므로 아주 유의하다고 할 수 있다.

3.2.5 요인의 해석

위의 [표 10]에서 각 요인별로 변수들인 묶인 것을 확인할 수 있으며, 여기서

각 요인을 가장 잘 설명해 줄 수 있는 변수 하나씩 골라 평가에 사용한다.

[표 11] 요인분석 결과 평가에 사용될 감성-감각 어휘

단순한-복잡한
친근한-친근하지 않은
예쁜-예쁘지 않은
편리한-불편한
고급스러운-저급스러운

3.2.6 편상관분석

앞서 요인분석에서 추출한 가장 적절한 5가지 감성-감각적 어휘를 가지고 상관분석을 하였다. 또한, 설계제원의 수치화가 필요한 경우 명목척도가 아닌 수치로서 데이터를 입력하고 분석하였다.

[표 12] 상관계수

		제품의 디자인	제품의 부가기능	제품의 merit
단순한-복잡한	Pearson 상관계수	.627**	.416**	-.206
	유의확률 (양쪽)	.000	.000	.174
	N	45	45	45
친근한-친근하지 않은	Pearson 상관계수	.339*	.120	.129
	유의확률 (양쪽)	.000	.455	.425
	N	45	45	45
예쁜-예쁘지 않은	Pearson 상관계수	.730**	-.157	.548*
	유의확률 (양쪽)	.000	.301	.000
	N	45	45	45
편리한-불편한	Pearson 상관계수	.596**	.752**	.412*
	유의확률 (양쪽)	.000	.000	.000
	N	45	45	45
고급스러운-저급스러운	Pearson 상관계수	.687**	.409**	.538*
	유의확률 (양쪽)	.000	.000	.000
	N	45	45	45

(1) 단순한-복잡한

‘단순한-복잡한’ 변수는 제품의 디자인과 부가기능에 상관관계가 있었다. 즉, 제품의 디자인이 단순할수록, 부가기능이 단순할수록 소비자에게 더 강하게 어필된다는 것이다.

(2) 친근한-친근하지 않은

‘친근한-친근하지 않은’ 변수는 제품의 디자인에만 상관관계가 있었다. 이것은 제품이 소비자에게 주는 시각적인 요소인데, 20대 소비층은 친근한 느낌의 제품 디자인일수록 선호함을 나타낸다.

(3) 예쁜-예쁘지 않은

‘예쁜-예쁘지 않은’ 변수는 제품의 디자인과 Merit에 상관관계가 있었다. 이 역시 20대 젊은 층이 요구하는 것을 단적으로 보여주는 결과이다. 디자인이 예쁠수록 선호도가 높아지고, 제품이 예쁠수록 그 제품에 대한 Merit가 상대적으로 높아진다는 결과이다.

(4) 편리한-불편한

‘편리한-불편한’ 변수는 제품의 디자인, 부가기능, Merit 모든 것에 상관관계가 있었다. 소비자는 제품이 디자인과 부가기능면에서 편리할수록 선호도가 높으며, 이런 편리함이 곧 제품의 Merit로 연결된다는 결과이다.

(5) 고급스러운-저급스러운

‘고급스러운-저급스러운’ 변수역시 제품의 디자인, 부가기능, Merit 모든 것에서 상관관계를 갖는데, 디자인이 고급스러울수록, 부가기능이 다양할수록, 메리트가 높을수록 소비자는 고급스러운 제품으로 인지한다는 것이다.

3.3 결과분석

연구결과에서는 다음과 같은 특징이 있었다.

(1) 설문조사에서 뚜렷하게 인기가 있는 품목이 있었다.

SK의 SKY IM-8100제품이 설문조사에서 가장 큰 인기가 있었는데, 거의 모든 설문응답자로부터 대부분의 항목에서 타 제품보다 뛰어난 점수를 얻었다. 이는 곧 20대 젊은 소비자는 다소 미싸더라도 희소성의 가치가 있고, 고급스럽고, 예

뿐 디자인을 선호한다는 것이다.

(2) 디자인에 대한 소비자의 강한 욕구

Pearson 상관분석에서 나타났듯이 제품의 디자인은 5가지 변수와 모두 상관관계를 갖고 있었다. 이는 곧 20대 젊은 소비자는 휴대폰 구매시에 반드시 디자인을 고려한다는 것이다.

(3) 소비자는 제품에 대한 뚜렷한 주관을 갖고 있다.

20대 젊은 소비자들이 휴대폰을 통화 기능 외에 하나의 패션도구로 이용한다는 것이다. 즉, 젊은 소비자들은 희소성과 디자인에 중점을 둔다는 것이다.

IV. 결 론

휴대폰을 포함한 신제품을 출시할 때, 반드시 시장의 성향을 고려하여야만 한다. 즉, 고객의 needs를 고려하여 그것들을 충족하는 제품들을 출시해야만 제품이 시장에서 경쟁력을 갖출 수 있다.

연구를 통해서 알 수 있듯이 생산자들이 가장 심혈을 기울여야 할 것은 소비자의 마음을 사로잡을 디자인을 창출하는 것이라 할 수 있겠다. 하루가 다르게 변하는 시대를 맞춰나갈 개성적이고 독특한 디자인의 제품만이 살아남을 것이다. 또한, 다양한 기능과 Merit 그리고 업그레이드에 대한 꾸준한 연구가 뒤따라야 한다.

따라서 소비자의 감성적인 부분과 감각적인 부분을 모두 충족시킨 제품을 만들 수 있도록 노력하는 것이 생산자의 기본 방침이 될 때, 분명 좋은 제품은 탄생할 것이다.

참 고 문 헌

- [1] 박경수, 감성공학 및 감각생리, 영지문화사, 2000.
- [2] 이순요, 양선모, 가상현실형 감성공학, 청문각, 1996.
- [3] 이순요, 양선모, 감성공학, 청문각, 1996.
- [4] Chengalur, S.N., Rodgers, S.H., Bernard, T.E., Kodak's Ergonomic Design for People at Work, Second Edition, John Wiley & Sons, Inc., 2004.
- [5] <http://oak.sangmyung.ac.kr>
- [6] <http://www.postech.ac.kr/ie/hci/index1.html>