

여성 운전자를 위한 자동차 인테리어 발전 방향에 관한 연구 - 자동차 편의장비를 중심으로
A Study on the Path of Car Interior Development for Women Drivers - Focused on the Facilities in Car

최혁진, 김철수, 김관배
국민대학교 테크노디자인 전문대학원 산업디자인전공

Choi, Hyuck-Jin, Kim Chul-Soo, Kim Kwan-Bae
Dept. of Industrial Design,
Graduate school of Techno Design, Kookmin University
Park, Jong-Suh
Hyundai Motor Company Inc.

박종서
주) 현대자동차

• Key words: ITS, Telematics, Mobile, Facility

1. 연구배경

산업사회에서 지식과 정보의 사회로 이행해감에 따라 사회전반에 하드(hard)한 특성보다는 소프트(soft)한 특성이 중요시되고 있다. 유연한 적응력과 섬세한 기획력을 필요로 하는 네트워크 시대의 도래는 여성의 감성과 능력을 부각시켰으며, 여성의 사회진출 기회는 크게 늘고 있는 추세다. 아울러 소비주체로서의 여성의 힘이 커지고, 마케팅 전반에 여성시장의 중요도가 크게 강조되고 있다.

자동차 구매에 있어서도 여성의 결정권이 크게 작용되고 있는데, 아직까지 자동차의 모습은 크게 남성중심의 설계에서 벗어나지 못하고 있다. 여성이 자신의 차를 운행하기보다는 타인의(특히 남성의) 차를 운행하는 듯한 인상은, 단순히 여성운전자 수적 증가로만 봐도 이제 개선되어야 할 부분일 것이다.

2. 연구목적

본 연구는 소비주체로서의 여성의 중요도를 가늠하고, 여성운전자를 위한 자동차 인테리어 개발을 위한 행위분석을 목적으로 한다. 선행적으로, 효과적 행위분석을 위한 톨의 개발과 주요 대상을 선정, 구체적 문제점을 도출하고 그에 따른 자동차 인테리어 발전 방향에 대해 논한다

3. 연구과정 및 내용

소비시장에서 여성의 위치와 구체적 특성을 조사하고, 자동차 구매뿐만 아니라 사회 전반에 여성의 소비 경향은 어떤지 분석한다.

그리고 자동차 관련 기술의 동향을 분석한다. 아울러 여성운전자를 위한 여러 가지 기술의 발전 가능성과 필요성을 모색한다.

마지막으로 행위분석을 위한 톨의 개발과 구체적 분석으로 문제점을 도출하고, 여성을 위한 자동차 인테리어의 발전 방향에 대해 논한다.

3-1. 소비주체로서 여성의 위치

여기서는 여성을 크게 전업주부, 취업주부, 그리고 취업 미혼 여성으로 구분하고 각각의 특성을 논하기로 한다.

전업주부의 경우, 가장 큰 변화는 가사노동시간의 격감으로 자유재량 시간이 많아진 것이다. 이들은 다양한 문화생활을 즐긴다거나 봉사활동에 참여하는 등의 자기개발의 시간을 가

지며, 주로 소비를 통해 타인과의 교류를 추구한다. 생활의 효율화를 강조하며 합리적인 소비를 지향한다. 가정내 소비재 및 가전제품의 가장 큰 결정권자이며, 자동차의 구매에 있어서도, 직접적인 사용이 아니더라도 그 영향력은 크게 작용한다. 남편이 주로 사용하는 자동차이지만, 가족을 위한 세심한 배려와 여성적 감성을 만족시켜주는 자동차가 요구되고 있다. 취업주부의 경우, 개인의 경제력이 커지면서 가계 구매의사결정권의 대부분을 차지하게 되었으며, 소비시장에서의 영향력이 증대되었다. 시간절약과 편의성 중심의 상품을 지향하며, 의복비와 외식비의 지출이 크다. 그리고, 고품질의 상품이나 고품격의 서비스를 중시하는 경향이 늘고 있다. 가정내 2대 이상의 차량을 보유하고 있는 경우가 늘고 있으며, 이 경우 여성이 소유한 차량은 자녀의 통학과 여러 가지 소비활동, 그리고 직업적인 측면에 주로 사용 가능한, 다용도 차량이 주로 이용된다.

미혼 취업여성의 경우, 여성소비자 중에서도 대표적 시장 선도 그룹이라 하겠다. 대부분을 자신을 위해서 소비하며, 실질적, 신분지향적 소비행태가 강하다. 자신의 신분과 격에 맞는 제품을 선호하며, 건강이나 아름다움의 추구에 강한 의지를 나타낸다. 무엇보다 자기자신의 개발에 적극적 투자를 아끼지 않는다. 요즘 핑크칼라(Pink Collar)라 지칭되는 부류가 많이 부각되고 있는데, 이들은 미혼 취업여성의 부류에 포함되며, 여성 중에서도 강한 소비욕구와 자기개발로 대표되는 선두 그룹이라 하겠다. 미혼으로 자신의 인생에서 주인공으로 사는 시기로, 높은 자긍심과 주목받고 싶어하는 심리가 강하다. 자동차 구매에 있어서 중요하게 생각하는 부분은, 직업적 측면에서 편리하게 사용할 수 있고, 레저나 스포츠를 즐기기에 불편하지 않으며, 무엇보다 자신을 나타내는 수단으로 고급 지향적인 면을 강조하고 있다.

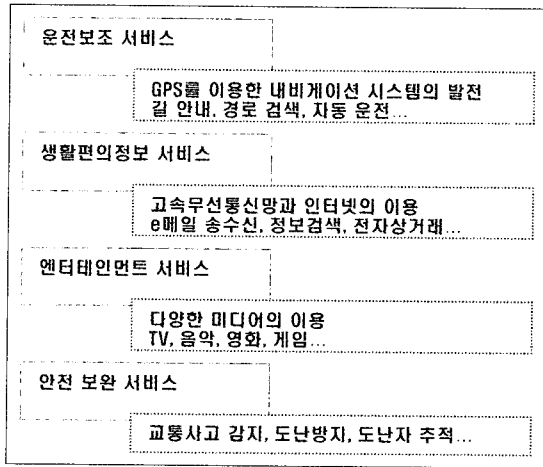
3-2. 자동차관련 기술의 동향과 적용 가능성

최근에 자동차 관련 기술 중 가장 부각되는 기술로는 텔레매틱스(Telematics)를 들 수 있다.

텔레매틱스(Telematics)는 통신(Telecommunication)과 정보과학(Informatics)을 합친 신조어로서 이미지와 영상, 비디오와 음성 등의 디지털 정보를 유무선 네트워크에 연결시켜 다중 미디어 커뮤니케이션이 가능하게 해주는 정보 하부구조 및 서비스를 통칭한다.

주요 기능으로는 '운전보조 서비스', '생활편의정보 서비스', '엔터테인먼트 서비스', '안전보완 서비스'가 있다.

운전보조 서비스는 여성운전자의 경우 운행 중 지리적, 공간적 취약점을 보완할 수 있어 발전 가능성 높다. 그리고 여러 가지 모바일 생활편의 정보 및 통신시설로, 여성의 잦은 의사소통을 해결할 수 있을 것이다.

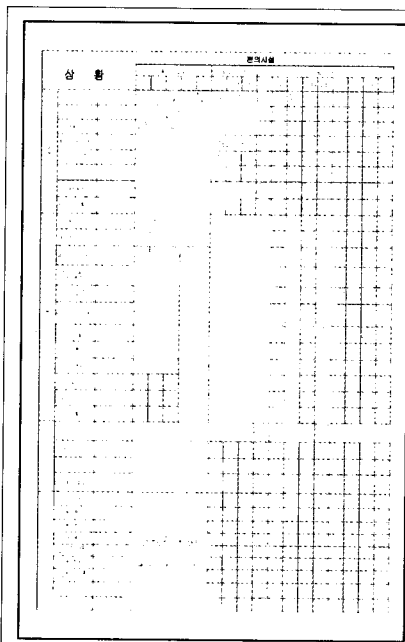


[표1] 텔레매틱스(Telematics)의 주요 기능

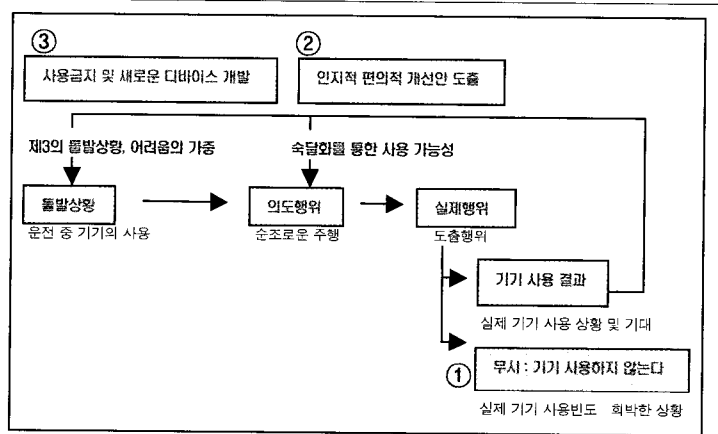
3-3. 행위분석 틀의 개발 및 분석

아래의 [표2]와 같이 여성운전자의 순차적 주행 중 차내 편의시설의 사용에 따른 행위분석을 하였고, 적절한 해석을 위한 틀을 개발하였다.

먼저 행위분석 매트릭스에서 순차적 주행은 세로 항목으로, 출발시, 주행시, 정차시, 주차시로 크게 네가지 항목으로 나뉘며, 각 항목에 구체적 운전행위가 포함된다. 그리고 가로 항목에서는 운전편의시설을 비롯해서 휴대폰, 텔레매틱스의 주요 기능이 포함한다.



[자동차의 순차적 운행에 따른 행위분석]



[행위분석 틀의 개발]

자동차 운행과 관련해서
편의장비의 사용에 따른 행위 분석

[표2] 자동차의 순차적 운행에 따른 행위분석 및 틀의 개발

작성된 행위분석표는 적절한 해석 틀로 개선방향을 정하고 구체적 해결안을 모색하게 된다. 여기서 개발된 틀은 순조로운 주행이란 의미에 다양한 편의장비의 사용에 있어, 운전 중 도출되는 행위를 크게 [무시]와 [사용결과로 숙달화가 어느 정도 가능한 부분]과, [제3의 상황을 야기하는 위험행위]로 크게 3가지로 구분정리하고 개선점을 찾게 된다.

4. 결론 및 향후 연구 과제

사회의 변화와 소비흐름의 변화는 여성을 배려한 보다 적극적인 자동차의 개발을 필요로 하고 있다. 기존의 남성 중심으로 개발된 자동차의 모습에서 고정관념을 버린 과감한 개선과 보다 여성적 관점에서 개발될 필요가 커지고 있다. 이에 따라 여성의 소비 특성과 자동차관련 기술의 현황을 분석하고 적절한 해결책을 위한 방법론을 제시할 필요가 있다.

앞으로도 사회전반에서 여성의 사회활동 비중이 커질 것이며, 적극적인 여성의 활동을 고려한 자동차의 개발이 중요하다. 여성의 편의와 요구를 적절히 수용할 수 있는 자동차 개발을 위한 보다 구체적 연구가 수행되어야 할 것이다.

참고문헌

- 문숙재/여운경, 소비자트렌드 21세기, 시스마프레스, 2001
- 사회통계조사보고서, 통계청, 1999
- 임은모, 이제 텔레매틱스가 자동차 문화를 바꾼다, 진한도서, 2002
- 카버전 "자동차 텔레매틱스, 어디까지 왔나", 2001. 11

※ 본 연구는 ㈜현대자동차와 국민대학교 테크노디자인 전문대학원의 산학협동 2차년도 연구결과 내용 중 일부 내용으로 작성되었습니다.