

# 사용자 선호 휴대폰 디자인의 심미성 요인 분석

## Analysis of aesthetic factors for users' preference mobile phone design

정수경

전북대학교 디자인제조공학과

진위연, 홍정표

전북대학교 산업디자인학과

김승찬

주식회사 팬택 & 큐리텔

Jeong, Su-Kuoung

Dept. of Design Manufacture, Chonbuk Univ

Jin, Yu-an / Hong, Jung-Pyo

Dept. of Industrial Design, Chonbuk Univ

Kim, Seung-Chan

Curitel Communications, Inc.

• Key words: Aesthetic, Users' preference, Mobile phone

### 1. 서론

#### 1-1. 연구배경

현대 사회를 살아가는 사람들은 휴대폰은 '반드시 있어야 할 물건', '없어서는 안 될 물건'으로 인식하고 있다. 매년 초고속 성장을 지속해온 국내 휴대폰 산업은 국내 경제에 미치는 비중이 매우 크고, 앞으로도 상당 기간 한국 경제를 책임져야 하는 핵심 아이템으로 자리 잡았다.<sup>1)</sup> 이렇듯 휴대폰의 시장이 거대해지면서 휴대폰을 사용하는 연령층이 넓어졌으며, 가입자 수가 늘어나 소비자 계층, 다양한 연령층 별 선호하는 기능이나 디자인 등이 더욱 다양해지고 있다. 이제 휴대폰의 음성통화라는 핵심기능은 소비자들에 있어 중요한 관심사항이 아니며, 단순한 음성통화 차원을 넘어 편리하고 보다 친근한 정보 입출력, 처리, 저장 등의 기능과 보다 세련되고 사용자 환경에 최적화 된 디자인을 요구하고 있다.

#### 1-2. 연구목적

현대 디자인은 일상적으로 소비하는 대상들의 전통적인 고급 예술(high art)의 대상들과 비슷해져 감에 따라 제품들의 심미성화(aestheticize)가 증가하고 있다.<sup>2)</sup> 이러한 현상은 제품에 있어서 기술적 기능은 과거보다는 그 중요성이 떨어지는 반면, 제품의 심미성은 제품 디자인에 중요한 특성이 되고 있다는 사실을 말해주고 있다. 결국 소비자의 제품 구매의사 결정 과정을 디자인 측면에서 보면 제품의 구매과정은 소비자가 선호하는 디자인제품을 가지고 싶다는 디자인 인식 문제로 볼 수 있으며, 이러한 소비자의 인지 지향적 디자인 평가로서 선택된 제품의 대상 집단내의 선호도를 결정하는 과정을 예상할 수 있다. 그리고 가장 선호하는 제품의 디자인을 구매하려는 의도가 형성되어 구매결정을 하게 된다.<sup>3)</sup> 본 연구에서는 디자인 과정에서 가장 중요한 요소라고 할 수 있는 소비자 선호요인을 심미성분석을 통하여 규명하여 소비자 선호에 영향을 미치는 휴대폰 디자인의 심미성 요소의 가이드라인을 제시하고자 한다.

1) 홍순영 외, 삼성경제연구소, 한국경제리포트, 북토피아, 2003.

2) Maffesoli, M, Au Creux des Apparences : Pour une Ethique de l'Estetque. Paris : Plon. 1990, Brunel, Frederic Francois, The Psychology of Product Aesthetics, Unpublished dissertation, University of Washington, 1998.

3) Kotler.p, Marketing management Analysis, Planning, Implementation and Control, 6thed, 197, 1988.

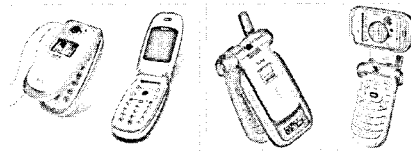
#### 1-3 연구방법 및 범위

본 연구는 이론적 고찰부분, 실증연구 그리고 결과 해석으로 구분하여 진행한다. 먼저 이론적 고찰부분에서는 우리나라의 휴대폰 디자인의 트렌드를 살펴보고, 제품디자인에 대한 소비자 선호 반응을 고찰한다. 그리고 실증연구에 사용될 심미성 요소 9가지에 대한 이해를 돕는다. 다음 실증연구에서는 휴대폰을 대상으로 심미성 분석을 실행한다. 실험 프로세스는 먼저 휴대폰의 표본 추출을 한 후, 모델로 선정하여 소비자 선호도 조사를 통해 최종 선호모델을 추출한다. 그리고 선호 휴대폰의 심미성요소를 조사분석하여 결과를 도출하는 순으로 진행하였다. 이러한 연구프로세스를 통하여 소비자가 휴대폰 구매 시 선호도에 영향을 미치는 심미성요소와 휴대폰 디자인 시 영향을 미치는 심미성 요소를 파악할 수 있다.

### 2. 이론적 고찰

#### 2-1. 국내 휴대폰의 디자인

국내 휴대폰 디자인은 휴대의 간편화를 강조하기 위해 소형화의 경향이 강조되고 있으며, 2000년 이후의 제품부터 폴더 화면에 소형의 LCD 디스플레이가 등장하고, 부가 기능의 강화로 형태가 조금씩 부피감을 갖게 되었으며 전면 부 디스플레이가 창의 다양한 기능을 가지기 시작한다. 2002년 이후로는 형태가 커지면서 전문화 제품이 되어가는 과정을 알 수 있다. 그리고 휴대폰의 최근 트렌트를 살펴보면 정석을 거부하는 파격적인 스타일로, 고정관념을 버린 휴대폰 디자인이 새로운 변화를 주도하고 있다.



[그림1] 혁신적 스타일의 휴대폰 디자인

#### 2-2. 제품 디자인의 소비자 선호반응

본 연구는 Bloch(1995)의 소비자 반응이론에 근거하고 있다. Bloch의 소비자반응 모델 프레임워크<sup>4)</sup>에 따르면 디자인에 대한 소비자의 선호도가 기본적으로 디자인의 요소로부터 출발한다

4) Bloch, Peter H, Seeking the ideal form: Product design and consumer response Journal of Marketing; 1995(Jul), p.16.

는 것을 알 수 있으며 건축디자인에 대한 Bitner의 연구에서 언급되었듯이<sup>5)</sup> 이 심리적 반응은 인지적, 감정적 요소로 구성 되어 있다.



[그림2] 제품디자인에 대한 소비자 반응모델

### 2.3. 심미성 요소

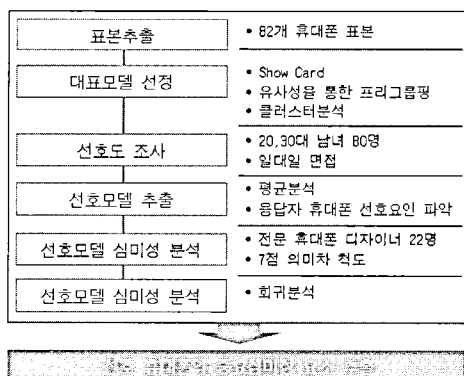
본 논문에서는 기존에 발표된 심미성 논문<sup>6)</sup>을 근거로 심미성에 대한 내용은 생략하고 실험에 사용된 심미성 평가 요소에 대해서만 간략하게 설명하였다.

단순	배열의 불규칙성의 정도, 구성요소의 수와 상이성 정도
균형	디자인의 형태와 상대적 위치에 의해 영향을 받을 수 있는 평형감
움동	자극의 디자인에 운동감과 긴장감이 존재하는 정도
통일	디자인의 단일성 정도, 요소들의 전체적인 통합된 정도
독특성	새로운 느낌
시대성	현재 유행하는 경향의 정도
전형성	제품이 속한 범주를 대표하는 정도
비례	한 번을 두개의 선분으로 나눔으로써 얻어질 수 있는 비율
조화	모든 요소들이 잘 어울리는 정도

[표1] 9가지 심미성 요소

### 3. 실증연구

다음 실증연구프로세스는 먼저 국내 판매되고 있는 휴대폰을 대상으로 표본 추출하여, 프리그룹핑을 통한 결과자료를 군집 분석기를 통해 대표모델을 선정하고, 선정된 대표모델은 소비자 선호도 조사를 통해 최종 선호모델을 추출하였다. 그 다음 휴대폰 전문디자이너들로 구성된 전문가 집단에 의한 선호 휴대폰의 심미성요소를 조사·분석하여 결과를 도출하는 순으로 진행하였다. 위 실험을 통하여 소비자가 휴대폰 구매 시 선호도에 영향을 미치는 심미성요소와 휴대폰 디자인 시 영향을 미치는 심미성 요소를 파악할 수 있다.



[표2] 실증연구 프로세스

5) Bitner, Mary Jo. Servicescapes: The impact of Physical Surroundings on Customers and Employees, *Journal of Marketing*, 1992(April), pp.57-71.

6) 김은주(2000), 조광수(2001), 홍정표(2003)

7) 군집분석(cluster analysis)은 관측 대상 간에 정해지는 유사성(similarity)을 기초로 해서, 소위 비슷한 것 끼리를 하나의 그룹으로 해서 전체를 기초로 그룹간의 분리의 정도를 기준으로 해서 분류하는 것이다.

### 4. 결과 분석 및 결론

본 연구는 소비자들이 선호하는 휴대폰 디자인의 심미성 요소가 무엇인지에 대한 조사 분석한 결과

선호 휴대폰 모델	사용자 선호요인
	조화(6), 독특성(5.6), 시대성(5.2), 균형(5.2)
	전문가 심미성요인 분석
	조화, 전형성

[표3] 선호휴대폰 디자인 심미성 요인분석

첫째, 선호도 설문 분석방법은 7점 척도에 의한 평균분석으로 그 분석결과로 소비자들이 중요하게 생각하는 심미성요소는 조화, 독특성, 시대성, 균형으로 나타났다. 둘째, 휴대폰 디자인이 이루어진 전문가 집단에 의한 심미성요소 회귀분석 결과 조화와 전형성이 중요 심미성 요소로 나타났다.

따라서, 휴대폰 디자인을 할 때는 휴대폰을 구성하는 모든 요소들이 잘 어울리는 조화가 가장 중요하다고 할 수 있다.

이 연구의 결과는 소비자들이 어떤 심미성 요소를 제공하는 휴대폰 디자인을 선호하며, 선호하는 휴대폰 디자인이 제공하는 심미성 요소는 무엇인지에 대한 결과를 통해 디자이너들이 좀 더 객관적이고 신뢰 할 수 있는 디자인요소를 선택하여 디자인 할 수 있는 심미성 요소의 가이드라인을 제공하리라 본다.

### 5. 향후연구

향후연구로는 사용자 선호요인인 심미성요소와 전문가들이 분석한 심미성요소의 상관관계를 규명하여, 실제 휴대폰 디자인에 적용하여 그 디자인 결과물에 대한 사용자 선호 분석을 통하여 연구의 신뢰도와 정확도를 높여야 할 것이다.

그리고 다른 국가의 소비자를 대상으로 심미성 요소의 차이에 대한 확장 연구가 필요하리라 본다.

### 참고문헌

- Maffesoli, M, Au Creux des Apparences : Pour une Ethique de l'Estetque. Paris : Plon. 1990
- Brunel, Frederic Francois, The Psychology of Product Aesthetics, Unpublished dissertation, University of Washington, 1998
- Kotler, p, Marketing management Analysis, Planning, Implementation and Control, 6th ed, 197, 1988
- Bloch, Peter H, Seeking the ideal form: Product design and consumer response *Journal of Marketing*; 1995(Jul), p.16
- Bitner, Mary Jo. Servicescapes: The impact of Physical Surroundings on Customers and Employees, *Journal of Marketing*, 1992(April), pp.57-71
- Hong jung-pyo, User's Aesthetic Response to Direct, Mediating and Interactive Effect of Content Aesthetics and Form Aesthetics in Product Design, Chiba University Doctorial Thesis, 2003, 7.
- 노형진, SPSS 12.0에 의한 조사방법 및 통계분석, 형설출판사, 2001
- 홍순영 외, 삼성경제연구소, 한국경제리포트, 북토피아, 2003