

수편용 장식사의 주관적 감각과 감성평가 및 선호도

김미진 · 박기윤* · 박명자⁺
한양대학교 대학원 의류학과 박사과정
부천대학 의상디자인학과 교수*
한양대학교 대학원 의류학과 교수⁺

Subject Sense, Sensibility and Preference Evaluation of Fancy Yarns for Hand Knitting

Mi-Jin Kim · Key-Yoon Park* · Myung-Ja Park⁺
Dept. of. Clothing and Textiles, Hanyang University
Dept. of. Clothing Design, Buchon University*
Dept. of. Clothing and Textiles, Hanyang University⁺
(2010. 10. 25. 접수; 2010. 11. 22. 수정; 2010. 11. 26. 채택)

Abstract

The yarn company needs to conform to the consumers' sensibility, which has become diverse, in developing its yarn, which fixes the matter property and the sensibility in knit product. In particular, the development of fancy yarn, which is expected to have great influence upon the sensibility of material due to being a diverse form of knit yarn, may increase activation of the knit industry. Eight different fancy yarns were chosen: loop, Ratine, tam tam, fur 1, fur 2, chenille, ladder and tape yarn. The manufacturing methods of these yarns are all different. The sensibility was evaluated through a questionnaire targeting 60 women in their 20s of the expert group. Factor analysis, reliability, correlation analysis, ANOVA, Duncan, and regression analysis were carried out by using SPSS 12.0. First, according to the results of analyzing the sense factor, three factors were extracted: 'inflexibleness/rugged', 'lightweight' and 'smooth'. 'Activity', 'grace' and 'purity' were extracted in regard to the sensibility factor. H3(tam tam) sample showed high value in all of preference, purchase intention and word-of-mouth intention. To increase consumers' preference, purchase intention, and word-of-mouth intention, its effect is thought to be likely to be possibly seen only when increasing the factor of pure and simple grace and when reducing the hard and stiff inflexibleness/ruggedness sense. It is expected to be likely to possibly secure marketability as knit product, which has product competitiveness, given the product planning in a company of producing knit.

Key Words: Fancy yarns for hand knitting(수편용 장식사), Sense evaluation(감각평가), Sensibility evaluation(감성평가), Preference(선호도)

+Corresponding author ; Myung-Ja Park
Tel. +82-2-2220-1192, Fax. +82-2-2297-1190
E-mail : mjapark@hanyang.ac.kr

I. 서론

고부가가치 상품으로 해마다 소비량이 증가하고 있는 니트의류제품은 최근 패션 브랜드의 전략상품으로 급부상하고 있다. 웰빙 트렌드와 주 5일제 근무의 도입으로 인해 레저문화가 확산되면서 소비자들은 좀 더 편안하고 활동적인 측면 뿐 만 아니라 스타일면에서도 부드럽고 세련된 이미지를 선호하고 있다. 이렇게 다양한 소비자의 높은 감성을 충족시키기 위한 니트제품의 차별화는 중요한 요소로 대두되고 있다.

현재 니트산업은 원사기획에서부터 제조업까지 수행해야 하기 때문에 원사업체를 포함한 모든 구성원의 유기적인 관계는 매우 중요하다. 그 중 원사업체는 니트제품의 물성과 감성을 결정짓는 원사개발을 통해 다양해진 소비자의 감성에 부합해야한다. 특히 니트원사의 형태가 다양하여 소재감성에 많은 영향을 미칠 것으로 예상되는 장식사의 개발은 니트산업의 활성화를 증가시킬 수 있다.

장식사는 실의 형태를 고의적으로 변화시켜 (Gong & Wright, 2002) 새로운 질감을 만들어 낼 수 있는 아주 효과적인 방법이다. 섬유의 종류, 실의 꼬임, 실의 굵기, 색상, 연사방법, 편직방법, 실의 절단, 이물질의 첨가 등의 방법을 이용하여 다양한 표면효과를 가진 실을 만들어 낼 수 있으며 앞의 두세 가지 방법들을 조합하여 새로운 형태와 질감을 표현해 낼 수도 있다. 현재는 니트제품 및 홈텍스타일 분야에서 장식사의 용도가 크게 증가하고 있어(한국섬유기술연구소, 2004, 2005) 차별화된 니트제품 개발을 위해서는 장식사에 대한 연구가 필요하다. 그러나 현재까지 진행된 장식사 연구는 장식사의 현황(전경호, 1981), 생산가능성(한국섬유기술연구소, 2004)에 관한 기술보고서가 전부였다. 또한 국외의 장식사 관련연구는 장식사의 조직(Ruiyun, 2000) 장식사의 형태(Banu, 2002; Grabowska, 2000, 2001; Tatsuharu, 2003; Zhuge, 2005), 장식사의 생산(Feustel, 2003) 및 장식사의 물리적 특성(Banu, 2003)등 장식사의 형태와 생산에 관한 연구들이 대부분으로, 수편용 장식사의 감성평가는 매우 미흡한 실정이다.

따라서 본 연구에서는 다양한 수편용 장식사

를 사용하여 소비자의 주관적 감각 및 감성을 평가하고, 그에 따른 소비자들의 선호도, 구매의도 및 구전의도를 알아보고자 한다. 또한 수편용 장식사에 따른 소비자들의 주관적 감각 및 감성이 선호도, 구매의도 및 구전의도에 어떠한 영향을 미치는지에 대해서도 살펴보고, 동일한 수편용 장식사를 사용하여 편직한 니트소재의 시촉감 평가의 선행연구(박기윤, 박명자, 2007)와는 어떠한 차이를 보이는지도 비교해 보고자 한다. 이를 통해 소비자들이 요구하는 감성을 고려한 수편용 장식사의 개발에 도움이 되고자 하고, 니트 생산 업체에서의 상품기획 시 제품 경쟁력을 갖춘 니트상품으로 시장성을 확보할 수 있을 것으로 기대한다.

II. 연구방법 및 절차

1. 시료제작

1) 편사

장식사 제조 방식과 형태가 각각 다른 루프사(loop), 라티네사(Ratine), 탐탐사(tam tam), 펄사(fur) 1, 펄사(fur) 2, 셔닐사(Chenille), 레더사(ladder), 테이프사(tape)의 8종을 선택하였다. 색상은 흰색으로 통일하였고 모두 합성섬유로 구성되어 있다. 수편용 장식사 시료의 종류와 특징은 <표 1>에서 보는 바와 같고 <그림 1>은 수편용 장식사의 형태 사진이다.









2. 연구방법

1) 조사대상 및 평가방법

본 조사의 대상자로는 전문가집단(의류관련 대학원생, 강사, 니트 디자이너, 의류관련 연구원, 의류업체 디자이너) 20대 여성 60명을 대상으로 실시하였고, 시기는 2007년 4월 9일에서 4월 13에 걸쳐 실시하였다. 측정도구로는 선행연구에서 얻어진 문항들을 수정, 첨가하여 감각을 나타내는 형용사 18문항, 패션 트렌드를 표현하는 감성형용사를 포함해 28문항(김미진, 박명자,

〈표 1〉 수편용 장식사 시료의 종류와 특징

| No. | Yarn | Fiber Content (%) | Texture |
|-----|---------------|--------------------------|--------------------------|
| H1 | Loop Yarn | Acrylic/Polyester (98/2) | Gentle soft |
| H2 | Ratine Yarn | Acrylic 100% | Super bulky |
| H3 | Tam Tam Yarn | Acrylic/Nylon (49/51) | A delightfully soft yarn |
| H4 | Fur Yarn(1) | Nylon 100% | Bulky |
| H5 | Fur Yarn(2) | Polyester 100% | A fabulous fox fur |
| H6 | Chenille Yarn | Acrylic/Rayon (91/9) | Thick |
| H7 | Ladder Yarn | Nylon 100% | A great embellishment |
| H8 | Tape Yarn | Acrylic/Nylon | Plain (5mm) |

| | H1 | H2 | H3 | H4 | H5 | H6 | H7 | H8 |
|---------------------|--|--|--|--|--|--|--|--|
| 수편용 장식사의 형태사진 |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 장식사명 | Loop Yarn | Ratine Yarn | Tam Tam Yarn | Fur Yarn (1) | Fur Yarn (2) | Chenille Yarn | Ladder Yarn | Tape Yarn |

〈그림 1〉 수편용 장식사의 형태 사진

2007; 주정아, 2005)을 선정하였다. 또한 소비자들의 선호도(태도)와 구매의도(행동), 구전의도(추천), 제품의 용도 등의 7문항(박기윤, 박명자, 2007)을 추가하여 총 35개의 문항을 7점 Likert 척도를 사용하였다. 평가방법은 시료를 직접 보고 손으로 만져보게 한 후 느껴지는 감각 및 감성을 표시하게 하였다.

2) 자료 분석

SPSS 12.0을 사용하여 요인분석을 실시하고 신뢰도를 검증하였다. 요인간의 상관성을 분석하기 위해 Pearson 상관계수를 구하였고 사용된 시료의 변수에 따른 감각, 감성요인의 차이를

살펴보기 위해 ANOVA와 Duncan의 다중범위검정을 실시하였다. 또한 감각 및 감성요인이 선호도, 구매의도 및 구전의도에 미치는 영향을 알아보기 위해 회귀분석을 실시하였다.

III. 결과 및 고찰

1. 주관적 감각 및 감성 요인 분석

수편용 장식사에 대한 주관적 평가를 분석하기 위해 요인분석을 실시하였고, 그 결과 감각 3개, 감성 3개 요인을 추출하였다.

〈표 2〉 수편용 장식사의 주관적 감각 요인 분석

| 요인 | 척도 | 요인부하량 | 고유값 | 누적변량(%) | Cronbach' α |
|--------|------------|-------|------|---------|--------------------|
| 강연/요철감 | 뻗뻗하다 | .84 | 4.03 | 25.20 | .86 |
| | 딱딱하다 | .84 | | | |
| | 까슬까슬하다 | .80 | | | |
| | 사각사각하다 | .72 | | | |
| | 부드럽다 (R) | .64 | | | |
| | 차갑다 | .63 | | | |
| 경량감 | 얇다 | .87 | 3.83 | 49.14 | .85 |
| | 두껍다 (R) | .79 | | | |
| | 비쳐보인다 | .75 | | | |
| | 하늘하늘하다 | .69 | | | |
| | 핑핑하다 | .60 | | | |
| | 폭신폭신타다 (R) | .59 | | | |
| | 포근하다 (R) | .57 | | | |
| 평활감 | 촉촉하다 | .72 | 2.36 | 63.89 | .60 |
| | 광택이 있다 | .68 | | | |
| | 매끄럽다 | .64 | | | |

(R): 역으로 환산된 문항

1) 주관적 감각 요인 분석

형용사 18개 문항을 Varimax 회전을 통해 요인분석을 실시한 결과, 1차 분석에서 독립 요인으로 분리된 '오돌도돌하다', '유연성이 있다' 문항이 제거되었다. 이는 본 연구가 다양한 장식사의 형태에서 느껴지는 감성이 컸을 것으로 판단되어 두 요인을 의미있게 인식되지 않은 것으로 생각된다. 나머지 16개 문항으로 다시 2차 요인분석을 실시하여 총 3개 요인이 추출되었다. 요인에 의해 설명되는 전체변량은 64%이다(표 2). 요인 1은 '뻗뻗하다', '딱딱하다', '까슬까슬하다', '사각사각하다', '부드럽다', '차갑다'로 구성되어 「강연/요철감」이라 명명하였다. 「강연/요철감」은 직물의 굵힘특성과 전단특성과 관련된 형용사로 구성되었으며, '뻗뻗하다', '딱딱하다'가 .84로 높은 요인 부하량을 나타냈으며, 설명변량은 25.20%이며, 신뢰도는 86%이다. 요인 2는 '얇다', '두껍다', '비쳐보인다', '하늘하늘하다', '핑핑하다', '폭신폭신타다', '포근하다'로 구성되어 「경량감」이라 명명하였다. 「경량감」은 직물의 두께와 관련된 형용사로 '두껍다', '폭신폭신타다', '포근하다'는 값을 나타내어 부적 상관관계를 나타냈다. 설명 변량은 23.94%이며, 신

뢰도는 85%이다. 요인 3은 '촉촉하다', '광택이 있다', '매끄럽다'로 구성되어 「평활감」으로 명명하였다. 「평활감」은 직물의 표면 상태에서 느낄 수 있는 형용사들로 구성되었고, 설명변량은 14.75%이며, 신뢰도는 60%이다. 감각요인분석 결과, 「강연/요철감」은 뻗뻗, 딱딱, 까슬, 사각사각하고 차가운 것, 「경량감」은 얇고, 하늘하늘하며 비쳐보이면서 폭신폭신타지 않은 것, 「평활감」은 촉촉하고 광택이 있으며 매끄러운 것을 표현하였다.

2) 주관적 감성 요인 분석

감성 형용사 10개 문항을 Varimax 회전을 실시하여 요인분석 한 결과 3개 요인이 추출되었다. 전체변량은 64%이다(표 3). 요인 1은 '매니쉬하다', '모던하다', '스포티하다', '도시적이다'로 구성되어 「활동감」이라 명명하였다. 「활동감」은 활동적이며 도시적인 이미지를 표현하는 형용사로 각 형용사의 요인 부하량은 .81, .73, .72, .67로 나타났으며, 설명변량은 24.70%이고, 신뢰도는 74%이다. 요인 2는 '우아하다', '고급스럽다', '여성스럽다', '트렌디하다'로 구성되어 「품위감」이라 명명하였다. 「품위감」은 여성스럽고

〈표 3〉 수편용 장식사의 주관적 감성 요인 분석

| 요인 | 척도 | 요인부하량 | 고유값 | 누적변량(%) | Cronbach' α |
|-----|-------|-------|------|---------|--------------------|
| 활동감 | 매니쉬하다 | .81 | 2.47 | 24.70 | .74 |
| | 모던하다 | .73 | | | |
| | 스포티하다 | .72 | | | |
| | 도시적이다 | .67 | | | |
| 품위감 | 우아하다 | .83 | 2.43 | 48.96 | .73 |
| | 고급스럽다 | .77 | | | |
| | 여성적이다 | .76 | | | |
| | 트렌디하다 | .53 | | | |
| 순수감 | 보수적이다 | .83 | 1.54 | 64.35 | .59 |
| | 순박하다 | .82 | | | |

고급스러운 이미지를 표현하는 형용사로, 설명 변량은 24.26%이며, 신뢰도는 73%이다. 요인 3은 '보수적이다', '순박하다'로 구성되어 「순수함」이라 명명하였다. 「순수함」은 보수적이고 순박하며 순수한 이미지를 표현해주는 형용사로서, '보수적이다'가 .83, '순박하다'가 .82로 비교적 높은 요인 부하량을 나타냈다. 설명변량은 15.39%이며, 신뢰도는 59%이다. 감성요인분석 결과, 「활동감」은 매니쉬하고 모던하며 스포티한 이미지, 「품위감」은 고급스럽고 우아하며 여성스러운 이미지, 「순수함」은 보수적이며 순박한 이미지를 표현하였다.

2. 주관적 감각 및 감성요인 간 상관관계

수편용 장식사의 주관적 감각과 감성과의 관계를 분석하기 위해 Pearson의 상관관계 분석을 실시하였다(표 4). 분석결과, 강연/요철감은 활동감과 정적상관을, 품위감과 순수함에서 부적상관을 보였다. 즉 시료가 뻗뻗하며 딱딱할수록 모던하고 도시적이며 매니쉬한 이미지를 표현

〈표 4〉 수편용 장식사의 감각 및 감성요인 간 상관관계

| | 활동감 | 품위감 | 순수함 |
|--------|--------------------|--------------------|--------------------|
| 강연/요철감 | .33 ^{**a} | -.29 ^{**} | -.10 [*] |
| 경량감 | .32 ^{**} | -.12 ^{**} | -.33 ^{**} |
| 평활감 | .20 ^{**} | .40 ^{**} | .06 |

* $p < .05$, ** $p < .01$

a: Pearson correlation coefficient.

하였다. 또한 까슬까슬하고 사각사각하며 차가울수록 우아하거나 여성스럽지 않은 이미지를 보였다.

경량감 역시 활동감에서 정적상관을, 품위감과 순수함에서 부적상관을 보였다. 즉 얇고, 하늘하늘하며 비쳐보이는 시료일수록 스포티하며 활동적인 이미지를 표현하였고, 우아하거나 고급스럽지 않은 것으로 나타났다. 평활감은 순수함을 제외한 나머지 요인에서 상관관계를 나타내었다. 활동감과 품위감에서 정적상관을 보여 광택이 있고, 매끄럽고, 촉촉한 시료일수록 우아하고 고급스럽고, 모던하며 트렌디한 이미지를 표현하였다. 이를 통해 수편용 장식사의 감각요인인 강연요철감, 경량감, 평활감의 3요인 모두 활동감과 깊은 정적 상관관계가 있음을 알 수 있었다. 이는 실제 편직한 니트소재(박기운, 박명자, 2007)를 이용하여 감성을 평가한 결과와 일치하였다.

3. 수편용 장식사 종류에 따른 주관적 특성의 차이

수편용 장식사 종류에 따른 주관적 특성의 차이를 살펴보기 위하여 일원분산분석(ANOVA)과 Duncan-test를 실시한 결과는 <표 5>와 같다. 분석결과, 감각 및 감성의 모든 요인에서 유의한 차이가 나타났다. 특히 경량감 요인은 수편용 장식사 종류에 따른 유의적인 차이가 가장 컸다 ($F=171.64$, $p < .001$). Duncan-test결과, 강연/요철감

<표 5> 수편용 장식사 종류에 따른 주관적 특성의 차이

| | | H1 | H2 | H3 | H4 | H5 | H6 | H7 | H8 | F |
|----------|-------------|-------------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-----------|-----------------------|
| 감각 요인 | 강연 / 요철감 | 2.74 ^a B ^b | 2.83 B | 1.87 A | 2.93 B | 4.41 D | 3.46 C | 3.42 C | 4.44 D | 40.62 ^{***} |
| | 경량감 | 2.82 B | 2.45 A | 3.40 C | 3.07 B | 4.90 D | 2.30 A | 3.53 C | 5.87 E | 171.64 ^{***} |
| | 평활감 | 3.30 AB | 3.16 A | 4.18 C | 3.58 AB | 3.76 BC | 3.32 AB | 3.28 AB | 3.19 A | 4.93 ^{***} |
| 감성 요인 | 활동감 | 2.92 A | 3.03 B | 3.37 BC | 3.71 C | 3.44 BC | 3.45 BC | 3.68 C | 4.49 D | 10.80 ^{***} |
| | 폼위감 | 4.02 BC | 4.08 BC | 5.03 D | 3.71 AB | 3.55 A | 3.58 A | 4.22 C | 3.50 A | 13.12 ^{***} |
| | 순수함 | 4.01 BC | 4.32 C | 3.73 B | 3.86 BC | 2.88 A | 4.23 C | 2.71 A | 3.08 A | 15.00 ^{***} |

a: 표준화된 요인점수의 평균값. *** $p < .001$

b: Duncan test 결과를 문자로 표기한 것.

요인은 수편용 장식사 종류에 따라 유의한 관계가 있으며($F=40.62$, $p < .001$), 그 중 H8(tape)을 가장 뽀뽀하고 딱딱하며 까슬까슬한 시료로 지각하였고, H3(tam tam)은 유연하면서 부드러운 시료로 지각하였다. 또한 경량감 요인에서도 H8(tape)을 가장 높게 인식하여 가볍고 얇으며 평평한 시료로 인식하였다. 평활감 요인도 수편용 장식사 종류에 따라 유의한 관계가 있으며($F=4.93$, $p < .001$), H3(tam tam)을 가장 촉촉하고 매끄러우며 광택이 있는 시료로 지각하였다.

감성요인 중 활동감 요인은 수편용 장식사 종류에 따라 유의한 관계가 있으며($F=10.80$, $p < .001$), H8(tape)을 가장 매니쉬하고, 스포티, 도시적이고 모던한 시료로 지각하였다. 폼위감 요인은 수편용 장식사 종류에 따라 유의한 관계가 있으며($F=13.12$, $p < .001$), H3(tam tam)을 가장 여성스러우며 우아한 시료로 지각하였고, H4(fur)는 고급스럽지 못한 시료로 인식하였다. 순수함 요인은 수편용 장식사의 종류에 따라 유의한 차이가 있으며($F=15.00$, $p < .001$), H2(ratine)를 가장 보수적이고 순박하고 순수한 시료로 지각하였다. 이러한 Duncan-test 결과는 실제 편직한 니트소재를 이용하여 주관적 특성을 알아본 결과(박기운, 박명자, 2007)와도 일치함을 보여주었다.

4. 수편용 장식사 종류에 따른 선호도, 구매 의도, 구전의도의 차이

수편용 장식사의 종류에 따른 선호도, 구매의도, 구전의도 차이를 살펴보기 위하여 일원분산분석(ANOVA)과 Duncan-test를 실시한 결과는 <표 6>과 같다. 분석결과, 모든 요인에서 유의한 차이가 나타났다. 선호도는 수편용 장식사의 종류에 따라 유의한 차이가 있으며($F=20.51$, $p < .001$), H3(tam tam)를 가장 선호하는 시료로 지각하였고, H5(fur)는 낮은 값을 보여 그다지 선호하지 않는 것으로 나타났다. 구매의도는 수편용 장식사의 종류에 따라 유의한 차이가 있으며($F=9.40$, $p < .001$), H3(tam tam)을 수편용 장식사로 구매할 의사가 있는 것으로 지각했다. 구전의도에서는 수편용 장식사의 종류에 따라 유의한 차이가 있으며($F=8.99$, $p < .001$), H3(tam tam)이 가장 높은 값을 보여 추천할 의향이 있는 시료로 지각되었다. 반면 H5(fur)는 구전의도가 낮은 시료로 지각되었다. 이상의 결과, H3(tam tam)은 선호도, 구매의도와 구전의도 모두에서 가장 높은 시료로, H5(fur)를 가장 낮은 시료로 평가하였다. 이는 동일한 수편용 장식사를 사용하여 실제 편직한 니트소재의 결과와도 일치함을 보여준다.

〈표 6〉 수편용 장식사 종류에 따른 선호도, 구매의도, 구전의도의 차이

| | H1 | H2 | H3 | H4 | H5 | H6 | H7 | H8 | F |
|------|--------------------------------------|------------|-----------|------------|-----------|------------|------------|------------|----------------------|
| 선호도 | 5.00 ^a DE ^b | 5.37 E | 6.68 F | 4.53 CD | 2.95 A | 3.92 BC | 4.12 BC | 3.43 AB | 20.51 ^{***} |
| 구매의도 | 4.40 CD | 4.05 BC | 4.93 D | 3.73 B | 2.85 A | 3.73 B | 3.53 B | 3.45 B | 9.40 ^{***} |
| 구전의도 | 4.33 CD | 4.07 BC | 4.77 D | 3.60 B | 2.78 A | 3.55 B | 3.47 B | 3.59 B | 8.99 ^{***} |

*** $p < .001$

a: 표준화된 요인점수의 평균값.

b: Duncan test 결과를 문자로 표기한 것.

〈표 7〉 주관적 감각요인이 선호도, 구매의도, 구전의도에 미치는 영향

| | 강연 / 요철감 | 경량감 | 평활감 | R ² | F |
|------|----------------------|-------------------|--------------------|----------------|----------------------|
| 선호도 | -.55 ^{***a} | -.20 [*] | .20 ^{**} | .16 | 31.08 ^{***} |
| 구매의도 | -.39 ^{***} | -.13 [*] | .24 ^{***} | .16 | 31.46 ^{***} |
| 구전의도 | -.40 ^{***} | -.06 | .21 ^{***} | .15 | 28.18 ^{***} |

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

a: 표준화된 회귀계수

5. 주관적 감각 및 감성요인이 선호도, 구매의도, 구전의도에 미치는 영향

1) 주관적 감각요인이 선호도, 구매의도, 구전의도에 미치는 영향

주관적 감각요인이 선호도, 구매의도, 구전의도에 미치는 영향을 알아보기 위해 감각요인을 독립변수로, 선호도, 구매의도, 구전의도를 종속변수로 보고 회귀분석을 실시하였다(표 7). 그 결과 선호도($F=31.08$, $p<.001$), 구매의도($F=31.46$, $p<.001$), 구전의도($F=28.18$, $p<.001$) 모두에서 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 감각 요인 중 강연/요철감 요인은 선호도 및 구매의도, 구전의도 모두에서 높은 부적영향을 보였고, 평활감 요인에서는 정적인 영향을 미쳤다. 따라서 강연/요철감이 작고 평활감이 높을수록 소비자들에게 더욱 선호되며, 구매할 가능성과 이를 긍정적으로 구전할 의사가 있는 것으로 나타났다. 이는 실제 편직한 니트소재를 이용한 감성평가(박기윤, 박명자, 2007)에서 강연/요철감 요

인이 선호도, 구매의도와 구전의도에 부적영향을 보인 결과와도 일치한다.

2) 주관적 감성요인이 선호도, 구매의도, 구전의도에 미치는 영향

주관적 감성요인이 선호도, 구매의도, 구전의도에 미치는 영향을 알아보기 위해 감성요인을 독립변수로, 선호도, 구매의도, 구전의도를 종속변수로 보고 회귀분석을 실시하였다(표 8). 그 결과 선호도($F=38.16$, $p<.001$), 구매의도($F=82.63$, $p<.001$), 구전의도($F=62.87$, $p<.001$) 모두에서 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그 중 품위감 요인은 선호도, 구매의도, 구전의도 모두에서 유의한 영향을 미쳤다. 이는 고급스럽고 여성스러우며 우아한 품위감 요인을 높일수록 소비자들에게 더욱 선호하고, 구매할 가능성 및 구전할 의사가 높을 것으로 생각된다. 이러한 결과는 실제 편직한 니트소재를 이용한 감성평가(박기윤, 박명자, 2007)의 결과와도 같게 나타났다.

〈표 8〉 주관적 감성요인이 선호도, 구매의도, 구전의도에 미치는 영향

| | 활동감 | 품위감 | 순수감 | R ² | F |
|------|-------------------|--------------------|------------------|----------------|----------------------|
| 선호도 | -.16 ^a | .86 ^{***} | .11 | .19 | 38.16 ^{***} |
| 구매의도 | -.02 | .83 ^{***} | .10 [*] | .34 | 82.63 ^{***} |
| 구전의도 | -.01 | .74 ^{***} | .07 | .28 | 62.87 ^{***} |

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

a: 표준화된 회귀계수

3) 주관적 특성이 선호도, 구매의도, 구전의도에 미치는 영향

주관적 특성이 선호도, 구매의도, 구전의도에 미치는 영향을 알아보기 위해 감각 및 감성요인을 독립변수로, 선호도, 구매의도, 구전의도를 종속변수로 보고 회귀분석을 실시하였다(표 9). 그 결과 선호도($F=28.67$, $p < .001$), 구매의도($F=51.03$, $p < .001$), 구전의도($F=39.95$, $p < .001$) 모두에서 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그 중 가장 큰 영향요인은 품위감이고, 다음으로 강연/요철감은 부적인 영향을 보였다. 이러한 결과에서 알 수 있듯이, 소비자의 선호도와 구매의도, 구전의도를 높이기 위해서는 순수하고 순박한 품위감 요인은 높이고, 딱딱하며 뻣뻣한 강연/요철감 요인은 적게 해야 그 효과를 볼 수 있을 것으로 생각된다. 반면 평활감 요인은 아무런 영향을 주지 못했다.

6. 수편용 장식사 종류에 따른 제품용도 빈도

수편용 장식사 종류에 따른 제품용도를 알아본 결과, 니트제품으로 머플러를 가장 적당하다

고 응답하였고 그 중 H5(fur)를 가장 선호하였다(표 10). 다음으로 스웨터 제품을 H3(tam tam)로 만드는 것이 가장 적당하다고 응답하였다. 반면 슬리퍼 제품은 가장 낮은 값을 보여 니트제품으로 비선호하는 것으로 나타났다. 이것은 실제 편직된 니트소재를 이용한 감성평가의 결과와도 일치함을 보여준다. 따라서 수편용 장식사의 형태를 평가한 결과만으로도 적당한 제품의 용도를 가늠할 수 있을 것으로 생각된다.

IV. 요약 및 결론

본 연구에서는 전문가집단의 20대 여성 60명을 대상으로 다양한 수편용 장식사를 사용하여 주관적 평가를 알아보았다. 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 감각요인 분석 결과, 총 3개 요인이 추출되었다. 요인 1은 ‘뻣뻣하다’, ‘딱딱하다’, ‘까슬까슬하다’, ‘사각사각하다’, ‘부드럽다’, ‘차갑다’로 구성되어 「강연/요철감」이라 명명하였다. 요인 2는 ‘얇다’, ‘두껍다’, ‘비쳐보인다’, ‘하늘하늘하다’, ‘평평하다’, ‘폭신폭신타다’, ‘포근하다」로

〈표 9〉 주관적 특성이 선호도, 구매의도, 구전의도에 미치는 영향

| | 감각요인 | | | 감성요인 | | | R ² | F |
|------|----------------------|---------------------|------|-------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------------|
| | 강연/요철감 | 경량감 | 평활감 | 활동감 | 품위감 | 순수감 | | |
| 선호도 | -.42 ^{***a} | -.20 ^{***} | -.06 | .13 | .66 ^{***} | .22 | .27 | 28.67 ^{***} |
| 구매의도 | -.26 ^{***} | -.12 [*] | -.05 | .16 ^{**} | .71 ^{***} | .05 | .40 | 51.03 ^{***} |
| 구전의도 | -.30 ^{***} | -.06 | -.05 | .16 | .61 ^{**} | .03 ^{***} | .34 | 39.95 ^{***} |

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

a: 표준화된 회귀계수

〈표 10〉 수편용 장식사 종류에 따른 제품용도 빈도

| | 블레로 | 스웨터 | 모자 | 머플러 | 슬리퍼 | 실내장식품 | 기타 |
|----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|-----|
| H1 | 23 | 32 | 29 | 35 | 22 | 18 | 17 |
| H2 | 25 | 27 | 26 | 35 | 22 | 19 | 18 |
| H3 | 23 | 36 | 19 | 34 | 17 | 19 | 17 |
| H4 | 22 | 28 | 29 | 32 | 23 | 22 | 18 |
| H5 | 21 | 16 | 19 | 37 | 19 | 22 | 26 |
| H6 | 24 | 25 | 27 | 25 | 27 | 25 | 19 |
| H7 | 20 | 25 | 18 | 34 | 15 | 31 | 24 |
| H8 | 24 | 29 | 18 | 21 | 17 | 23 | 26 |
| 합계 | 182 | 218 | 185 | 253 | 162 | 179 | 165 |

주) 총 60명의 다중 복수 응답

구성되어 「경량감」이라 명명하였다. 요인 3은 ‘촉촉하다’, ‘광택이 있다’, ‘매끄럽다’로 구성되어 「평활감」으로 명명하였다.

둘째, 감성요인 분석 결과, 3개 요인이 추출되었다. 요인 1은 ‘매니쉬하다’, ‘모던하다’, ‘스포티하다’, ‘도시적이다’로 구성되어 「활동감」이라 명명하였다. 요인 2는 ‘우아하다’, ‘고급스럽다’, ‘여성스럽다’, ‘트렌디하다’로 구성되어 「품위감」이라 명명하였다. 요인 3은 ‘보수적이다’, ‘순박하다’로 구성되어 「순수함」이라 명명하였다.

셋째, 수편용 장식사의 종류에 따른 주관적 특성의 차이를 살펴본 결과, 감각 및 감성의 모든 요인에서 유의한 차이가 나타났다. 강연/요철감 요인은 H8(tape)을 가장 뽀뽀하고 딱딱하며 까슬까슬한 시료로 지각하였고, 경량감 요인도 H8(tape)을 가장 높게 인식하여 가볍고 얇으며 평평한 시료로 인식하였다. 평활감 요인은 H3(tam tam)을 가장 촉촉하고 매끄러우며 광택이 있는 시료로 지각하였다. 활동감 요인은 H8(tape)을 가장 매니쉬하고, 스포티, 도시적이고 모던한 시료로 지각하였고, 품위감 요인은 H3(tam tam)을 가장 여성스러우며 우아한 시료로 지각하였고, 순수함 요인은 H2(ratine)를 가장 보수적이고 순박하고 순수한 시료로 지각하였다.

넷째, 수편용 장식사의 종류에 따른 선호도, 구매의도, 구전의도 차이를 살펴본 결과, 모든 요인에서 유의한 차이가 나타났다. 선호도는 수편용 장식사의 종류에 따라 유의한 차이가 있으

며($F=20.51, p<.001$), H3(tam tam)를 가장 선호하는 시료로 지각하였고, H5(fur)는 낮은 값을 보여 그다지 선호하지 않는 것으로 나타났다. 구매의도는 수편용 장식사의 종류에 따라 유의한 차이가 있으며($F=9.40, p<.001$), H3(tam tam)을 수편용 장식사로 구매할 의사가 있는 것으로 지각했다. 구전의도에서는 수편용 장식사의 종류에 따라 유의한 차이가 있으며($F=8.99, p<.001$), H3(tam tam)이 가장 높은 값을 보여 추천할 의향이 있는 시료로 지각되었다.

다섯째, 감각 및 감성요인이 선호도, 구매의도, 구전의도에 미치는 영향을 알아본 결과, 선호도($F=28.67, p<.001$), 구매의도($F=51.03, p<.001$), 구전의도($F=39.95, p<.001$) 모두에서 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그 중 가장 큰 영향요인은 품위감이고, 다음으로 강연/요철감은 부적인 영향을 보였다. 이는 소비자의 선호와 구매의도, 구전의도를 높이기 위해서는 순수하고 순박한 품위감 요인은 높이고, 딱딱하며 뽀뽀한 강연/요철감 요인은 적게 해야 그 효과를 볼 수 있을 것으로 생각된다.

여섯째, 수편용 장식사 종류에 따른 제품용도를 알아본 결과, 니트제품으로 머플러를 가장 적당하다고 응답하였고 그 중 H5(fur)를 가장 선호하였다. 다음으로 스웨터 제품을 H3(tam tam)로 만드는 것이 가장 적당하다고 응답하였다.

이상의 연구결과를 통하여 얻은 결론은 다음과 같다.

다양한 수편용 장식사를 사용하여 소비자의 감성을 평가한 결과는 동일한 수편용 장식사를 사용하여 실제 편직한 니트소재의 시촉감 평가 결과와 거의 일치하였다. 이를 통해 소비자들이 요구하는 감성을 고려한 수편용 장식사의 개발에 도움이 되고자 하고, 니트업계에서도 발달된 장식사 제조기술을 바탕으로 소비자들이 요구하는 감성을 반영시킨 장식사를 개발할 수 있다면 더욱 더 부가가치가 높은 상품으로 거듭날 수 있으리라 기대된다. 그러나 본 연구에서는 수편용 장식사와 이를 실제로 편직한 니트소재의 감성평가가 다를 것이라고 예상했던 결과와 달리 일치하는 결과를 보였다. 이는 본 연구가 전문가집단을 중심으로 조사하였기 때문에 예상 가능한 결과를 어느 정도 예측하여 평가했을 것으로 생각된다. 또한 장식사는 보통 두세 가지의 색을 쓰는데 반해 본 연구에 사용된 장식사는 색을 배제하고 흰색만을 사용하여 감성을 평가하였으므로 실제로 편직한 니트소재의 감성과 비슷하게 인식한 것으로 생각된다. 따라서 후속연구에서는 다양한 색상의 장식사를 사용하여 비전문가 집단을 중심으로 한 감성평가가 이루어져 보다 정확한 감성을 평가하는데 무리없음을 밝혀야 할 것이다.

참 고 문 헌

- 김미진, 박명자. (2007). 혼방 및 연사방법에 따른 춘하용 아크릴 니트소재의 주관적 감성평가. *한국의상디자인학회지*, 9(1), 35-50.
- 박기윤, 박명자, 이준형. (2006). 니트용 장식사의 개발동향과 트렌드 분석. *패션정보와 기술지*, 3, 39-47.
- 주정아. (2005). *니트소재의 구성특성과 주관적 질감, 감성 및 선호도의 관계*. 서울대학교 대학원 박사학위논문.
- 전경호 (1981). 웨타시장의 새로운 소재: Fancy Yarn. *무역진흥*, 144, 73-76.
- 한국섬유기술연구소. (2004). 정방 공정에서의 장식사의 생산 가능성. *섬유기술*, 33(3), 24-27.
- 한국섬유기술연구소. (2005). 새로운 개념의 장식사 생산. *섬유기술*, 34(4), 22-25.
- Banu. (2003). Properties of Plain Knitted Fabrics from Chenille Yarns. *Textile Reserch Journal*, 72(12), 1052-1056.
- Feustel. (2003). Multi-Component Fancy Yarn Systems with Functional Properties. *Melliand Textilberichte International Textile Reports*, 84(3), 25-26.
- Gong, R. H., & Wright, R. M. (2002). *Fancy Yarns: Their Manufacture and Application*. New York: CRC Press.
- Grabowska, K. E. (2000). Characteristics of Loop Fancy Yarn. *Fibers and Textiles In Eastern Europe*, 8(1), 26-28.
- Grabowska, K. E. (2001). Characteristics of Slub Fancy Yarn. *Fibers and Textiles In Eastern Europe*, 9(1), 28-30.
- Nergis, B. U. (2002). Factors Influencing the Properties of Ladder-Knit Fancy Yarns. *Textile Reserch Journal*, 72(8), 686-688.
- Ruiyun, Z. (2000). Computer Simulation of Fancy Yarn Weave. *Journal of Textile Reserch*, 21(5), 34-36.
- Tatsuharu, I. & Kouichi, O. (2003). *Effect of Twisting Parameters on the Characteristics of Fancy Yarn*. Owari Textile Research Center.
- Zhuge, Z. R. & Zhuge, F. W. (2005). Numerical Simulation of Fancy Yarn. *Journal-Zhejiang University Engineering Science*, 39(10), 1529-1531.