



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

2023년 2월

박사학위 논문

# 폐의류 리디자인의 지속가능한 요인이 디자인 품질에 미치는 영향

-서비스 품질 평가(SERVQUAL) 모델 중심으로-

조선대학교 대학원

디자인학과

진 아 흔

# 폐의류 리디자인의 지속가능한 요인이 디자인 품질에 미치는 영향

-서비스 품질 평가(SERVQUAL) 모델 중심으로-

The Effect of Sustainable Factors in Waste Clothing Redesign on  
Design Quality

-Focusing on SERVQUAL model-

2023년 2월 24일

조선대학교 대학원

디자인학과

진 아 흔

# 페이류 리더디자인의 지속가능한 요인이 디자인 품질에 미치는 영향

-서비스 품질 평가(SERVQUAL) 모델 중심으로-

지도교수 손 영 미

이 논문을 디자인학 박사학위 논문으로 제출함

2022년 10월

조선대학교 대학원

디자인학과

진 아 흔

## 진아흔의 박사학위논문을 인준함

위원장	조선대학교 교수	윤 갑 근 (인)
위 원	조선대학교 명예교수	한 선 주 (인)
위 원	조선대학교 교수	이 진 욱 (인)
위 원	호남대학교 교수	진 성 (인)
위 원	조선대학교 교수	손 영 미 (인)

2023년 1월

조선대학교 대학원

# 목 차

## ABSTRACT

### 제1장 서론

1.1 연구의 배경 및 목적 .....	2
1.1.1 연구배경 .....	2
1.1.2 연구목적 .....	4
1.2 연구내용 및 연구방법 .....	6
1.2.1 연구내용 .....	6
1.2.2 연구방법 .....	7
1.3 연구의 흐름도 .....	8

### 제2장 이론적 배경

2.1 폐의류 리디자인 .....	10
2.1.1 폐의류 리디자인 개념 .....	10
2.1.2 폐의류 리디자인의 유형 및 특성 .....	13
2.1.3 폐의류 리디자인에 대한 선행연구 .....	26
2.2 지속가능성 요인 .....	28
2.2.1 지속가능성 요인의 개념 및 구성요소 .....	28
2.2.2 지속가능성 요인에 대한 선행연구 .....	31
2.3 서비스 품질 평가(SERVQUAL) 모델 .....	32
2.3.1 서비스 품질 평가 모델 개념 .....	32
2.3.2 서비스 품질 평가 모델의 구성 차원과 평가 척도 .....	38

2.3.3 서비스 품질 평가 모델에 대한 선행연구 .....	42
2.4 디자인 품질 .....	44
2.4.1 디자인 품질의 개념 .....	44
2.4.2 기대 품질 .....	45
2.4.3 지각된 품질 .....	46
2.4.4 패션 분야 디자인 품질에 대한 선행연구 .....	47

### 제3장 연구모형의 설계 및 가설설정

3.1 연구모형의 설계 .....	50
3.2 가설의 설정 .....	51
3.2.1 지속 가능 요인과 서비스 품질 평가 구성 차원 간의 관계 .....	51
3.2.2 서비스 품질 평가 구성 차원과 디자인 품질 간의 관계 .....	52
3.2.3 서비스 품질 평가 구성 차원의 매개효과 .....	52
3.3 자료수집 및 분석 방법 .....	54
3.3.1 자료수집 .....	54
3.3.2 분석 방법 .....	54
3.4 변수의 조작적 정의 .....	55
3.4.1 폐의류의 지속 가능 요인 .....	55
3.4.2 서비스 품질 평가 구성 차원 .....	55
3.4.3 디자인 품질 .....	56

### 제4장 실증 분석

4.1 기초통계 분석 .....	66
4.2 타당성, 신뢰도 및 상관관계분석 .....	67
4.2.1 요인 분석 .....	67

4.2.2 신뢰도 분석 .....	72
4.2.3 상관관계분석 .....	73
4.3 가설검증 .....	76
4.3.1 지속 가능 요인과 서비스 품질 평가 구성 차원 간의 회귀분석 ...	76
4.3.2 서비스 품질 평가 구성 차원과 디자인 품질 간의 회귀분석 .....	79
4.3.3 지속 가능 요인과 디자인 품질의 관계에서 서비스 품질 평가 구성 차원의 매개효과...	18
4.4 가설검증의 결과 요약 .....	92

## 제5장 결론

5.1 연구 결과 요약 및 시사점 .....	96
5.1.1 연구 결과 요약 .....	96
5.1.2 시사점 및 대안 제시 .....	98
5.2 후속 연구의 제안점 .....	100

## 참고문헌

## 부록

## 국문초록



## 표 목 차

[표1-1] 연구내용 및 수행단계 .....	8
[표2-1] 리디자인의 개념 요약 .....	12
[표2-2] 폐의류 리디자인의 유형에 관한 선행연구 요약 .....	41
[표2-3] 선행연구에서 나타난 폐의류 리디자인의 특성 .....	42
[표2-4] 폐의류 리디자인의 특성과 빈도수 .....	3
[표2-5] 지속 가능 요인의 선행연구 요약 .....	3
[표2-6] 서비스 품질 평가 모델의 구성 차원 변화표 .....	53
[표2-7] 서비스 품질 평가 모델 구성 차원의 정의 .....	3
[표2-8] 서비스 품질 평가 모델의 평가항목 .....	6
[표2-9] 서비스 품질 평가 모델의 구성 차원과 평가 척도 항목 .....	93
[표2-10] 서비스 품질 평가 모델의 선행연구 요약 .....	34
[표3-1] 측정 항목 개요 .....	56
[표3-2] 설문지 문항 구성 내용 .....	57
[표3-3] 리디자인 서비스품질 평가 모델의 평가항목 .....	26
[표4-1] 인구통계학적 특성 .....	67
[표4-2] 독립변수와 종속변수의 요인 분석 결과 .....	66
[표4-3] 매개변수의 요인 분석 결과 .....	71
[표4-4] 측정 도구의 신뢰도 분석 .....	73
[표4-5] 상관관계분석 결과 .....	75
[표4-6] 경제성 요인과 서비스 품질 평가 구성 차원 간의 회귀분석 결과 .....	67
[표4-7] 환경성 요인과 서비스 품질 평가 구성 차원 간의 회귀분석 결과 .....	77
[표4-8] 사회성 요인과 서비스 품질 평가 구성 차원 간의 회귀분석 결과 .....	87
[표4-9] 서비스 품질 평가 구성 차원이 기대 품질 간의 회귀분석 결과 .....	97
[표4-10] 서비스 품질 평가 구성 차원이 지각된 품질 간의 회귀분석 결과 .....	08

[표4-11] 서비스 품질 평가 구성 차원이 경제성과 기대 품질 간의 매개효과 분석 결과	28
[표4-12] 서비스 품질 평가 구성 차원이 환경성과 기대 품질 간의 매개효과 분석 결과	38
[표4-13] 서비스 품질 평가 구성 차원이 사회성과 기대 품질 간의 매개효과 분석 결과	58
[표4-14] 서비스 품질 평가 구성 차원이 경제성과 지각된 품질 간의 매개효과 분석 결과	68
[표4-15] 서비스 품질 평가 구성 차원이 환경과 지각된 품질 간의 매개효과 분석 결과	88
[표4-16] 서비스 품질 평가 구성 차원이 사회성과 지각된 품질 간의 매개효과 분석 결과	98
[표4-17] 가설3 검증 요약 .....	99
[표4-18] 분석 결과 요약 .....	99
[표4-19] 가설검증 결과 종합 .....	99

## 그림 목 차

[그림2-1] 2018년 자원 순환 마켓 전시회 .....	6
[그림2-2] 스튜디오_그린팻 .....	16
[그림2-3] 2019년 자원 순환 마켓 전시회 .....	6
[그림2-4] 브랜드_인테리어 .....	16
[그림2-5] 브랜드_캠핑 .....	16
[그림2-6] 패션 재사용 디자인 사례 .....	7
[그림2-7] 폐 장갑을 리디자인 한 사례 .....	8
[그림2-8] 니콜 맥라글린 리디자인 잔스포츠 상품 사례 .....	8
[그림2-9] 아디다스의 폐플라스틱 유니폼 사례 .....	9
[그림2-10] 바다를 위한 원자재 프로그램 사례 .....	9
[그림2-11] 재순환 패션 사례 .....	21
[그림2-12] 평천왕 리워크 시리즈 상품 .....	2
[그림2-13] ‘렌징’과 ‘밀크’의 구조 재활용 리디자인 작품 .....	22
[그림2-14] 지속가능성 요인의 3가지 구성요소 .....	22
[그림2-15] 서비스 품질 평가 모델 .....	3
[그림2-16] 서비스 품질 평가 모델의 도식화 .....	4
[그림2-17] 디자인 품질의 개념 도식화 .....	8
[그림3-1] 연구 모형 .....	50
[그림3-2] 서비스 품질평가항목과 연구 결과의 연계성 .....	46

## ABSTRACT

### The Effect of Sustainable Factor in Waste Clothing Redesign on Design Quality

—Focusing on SERVQUAL model—

Chen Ya-xin

Advisor : Prof. Shon Young-mi, Ph.D.

Department of Design,

Graduate School of Chosun University

In the era of unlimited competition in the 21st century, as consumers' desire for ethical value consumption increases, the social demand for 'sustainability' and 'sustainable marketing' has become a strategy applied to the entire market. In addition, as the consumption culture of the millennial generation emphasizes value consumption, eco-friendly consumption, and ethical consumption, the fashion industry is addressing the 'sustainable fashion design' using natural or recycled materials. Based on this trend, it is determined that there is a need for research on the design of sustainable fashion products with subdivided materials. Therefore, aiming at the millennials who value consumption, this study uses the configuration dimension of the SERVQUAL model to study the influence of sustainability factors in the design of waste clothing on the design quality, so as to improve the design quality of waste clothing and find ways to improve it. In this study, the sample target was Chinese millennials, and the collection period was from August 1<sup>st</sup> to August 15<sup>th</sup>, 2022, and the questionnaire distribution and survey method was a mobile response survey. 85 copies

were collected and 59 of them were invalid. Finally, 326 copies were used for the final analysis (effective sample rate 85.34%). Influencing factors were analyzed through factor analysis and reliability test based on variables derived from literature research, and through factor analysis and reliability verification based on the sustainability factors of waste clothing, SERVQUAL model configuration dimensions, and design quality proposed in the research hypothesis. The entire model was verified using the obtained variables. Meanwhile, the data collected in this study were analyzed using IBM SPSS statistics version 25.0 for windows and AMOS 25.0 through a coding process. As a result of the empirical analysis, first, the result of analyzing the hypothesis that the sustainability factor of waste clothing design will affect the configuration dimension of the SERVQUAL model was found to be adopted. Among the sustainability factors, economic feasibility, environment, and sociality were found to have a significant effect on the satisfaction level of the SERVQUAL model configuration dimension. Therefore, it can be seen that the value of sustainability that meets the needs of the millennial generation can be sought and sincerity for social responsibility at the level of constructing the SERVQUAL model can be shown. To this end, redesigned fashion products minimize waste, promote profits in a fair way, and contribute to economic feasibility, resource protection, pollution reduction, circular use, environmental response to climate change, and ethical, environmental It is concluded that it is an improvement plan that draws trust, confidence, empathy, response, and tangibility of consumers' products only when it is possible to contribute to society through campaigns, and sociality that protects workers' human rights and guarantees safety is supported. .

Secondly, the result from analyzing the hypothesis that the configuration dimension of the SERVQUAL model would affect design quality was accepted. It was found that the SERVQUAL model configuration dimension had a significant effect on the expected quality and perceived quality of design quality. In Park Hyo-hyun's (2021) study, the higher the service quality value, the higher the service quality experienced than the expected service quality, so customers are satisfied with the service. At this time, the sum of the result

values of each item is the total size of service quality, and the larger this value, the higher the service quality. Therefore, according to the analysis results in this study, it was found that the perceived quality was higher than the expected quality, and the analysis results were the same.

Thirdly, the analysis of the hypothesis that the SERVQUAL model configuration dimension would have a mediating effect in the relationship between sustainability factors and design quality showed that there was a partial mediating effect. The hypothesis that the SERVQUAL model configuration dimension will have a mediating effect in the relationship between economic feasibility, environmental quality, sociality and expected quality of design quality of sustainability factors was analyzed to have a significant effect on the level of satisfaction. Accordingly, it can be seen that the configuration dimension of the SERVQUAL model has a mediating effect in the relationship between economic feasibility, environmental and social performance of sustainability factors and expected quality among design quality. In addition, the hypothesis that the SERVQUAL model configuration dimension will have a mediating effect in the relationship between economic feasibility, environmental, social performance and perceived quality of design quality of sustainability factors was analyzed to have a significant effect on the satisfaction level. Therefore, it can be considered that the configuration dimension of the SERVQUAL model has a mediating effect in the relationship between economic feasibility, environmentality, and sociality of sustainability factors and perceived quality among design quality.

Sustainability has always been an important issue in apparel design. The implications derived from the results of empirical analysis on the influence of sustainability factors on the design quality of waste clothing redesign through this study are as follows.

First of all, sustainability factors should be emphasized in waste clothing redesign. Among them, it was found that economic, environmental, and social aspects affect the reliability, certainty, empathy, responsiveness, and tangibility of the SERVQUAL model. Therefore, waste clothing redesign should pay attention to design cost, and only when design cost is controlled can waste

clothing design continuously develop. Therefore, economic feasibility is very important for waste clothing redesign. Waste clothing redesign enables recycling of waste clothing, directly protects the environment, and can achieve sustainable goals, so it should be used in more waste clothing designs to maintain the purpose of environmental protection. Waste clothing redesign can bring consumers a good social reputation and can also promote other consumers to use the waste clothing design to achieve the purpose of promoting environmental protection. Therefore, the social character of waste clothing redesign should be emphasized in the design.

Secondly, the economic, environmental, and social characteristics of sustainability factors were found to affect the reliability, certainty, empathy, responsiveness, and tangibility of the SERVQUAL model. The study subjects were selected as highly educated millennial consumers, and they will recognize and understand the redesigned products of waste clothing. Empirical analysis can prove that consumers have confidence in the redesigned products of waste clothing. Therefore, attention should be paid to the important roles of reliability, certainty, empathy, responsiveness, and tangibility of the SERVQUAL model.

Thirdly, reliability, certainty, empathy, responsiveness, and tangibility of the SERVQUAL model were found to affect design quality, and consumers' expected quality, perceived quality of service, and purchase behavior. Perceived quality evaluates the overall quality of a product. Therefore, the characteristics of the SERVQUAL model are important factors that directly affect consumers' purchase and product recognition. In the future redesign of waste and used clothing, attention should be paid to consumers' experiences about the service, and since experiences will directly affect sales, inducing good consumer experiences will bring direct financial benefits.

Last but not the least, in Hypothesis 3, the SERVQUAL model shows that millennial consumers accept waste clothing redesign as a mediating effect. Therefore, waste clothing redesign is a developing trend in clothing design and an important way to achieve sustainable clothing. Adhering to sustainability as a design element and raising the quality of service can have the effect of

improving the final design quality.

Keywords: Sustainable Factor, Waste Clothing, Waste Clothing Redesign,  
Design Quality, SERVQUAL Model



# 제1장

---

## 서론

1.1 연구의 배경 및 목적

1.2 연구의 방법 및 범위

1.3 연구의 흐름도

# 제1장 서론

## 1.1 연구의 배경 및 목적

### 1.1.1 연구의 배경

급변하는 오늘날 산업사회에서 기계문명의 발달은 물질적 풍요를 가져다주었다. 반면, 생산, 소비, 폐기의 대량화에서 오는 환경오염과 자원 낭비라는 부작용으로 인해 인류의 생존을 위협하는 심각한 생태계 파괴 현상에 직면하게 되었다. 삶의 질 향상이 물질적 풍요로 이어지면서 친환경 개념이 본격적으로 등장했고, 지구 환경을 보호하기 위한 지속가능적 해결책을 찾는 것은 인류에게 선택이 아닌 필수가 되었다.

정보통신 기술의 발달에 따라 인터넷 및 미디어의 보급이 일반화되면서 패션이 하나의 트렌드를 따라가던 과거와는 달리 개성화, 다양화가 급속히 이루어지고 있다. 현대 사회에서 패션은 아름다움과 더불어 개성도 중요한 키워드인데, 대량 생산에 의한 획일적인 패션에서 점차 토털 패션화 추세로 변화하고 있다(안연, 2011).

의류 역할의 변화, 사람들의 소비 개념의 변화, 패스트 패션(fast fashion) 브랜드의 유행과 편리한 소비 방식은 의류 소비를 증가시켰으나 이것으로 인하여 사람들의 옷장에 점점 더 많은 폐의류가 늘어나고 있다. 버려지는 의류는 공간 점유, 자원 낭비, 환경오염과 같은 사람들의 삶에 부작용을 낳았다(Wang, 2016). 특히 매 시즌 새로운 유행에 따라 생산되고 소비되는 패션은 환경오염 문제를 일으키는 주요 산업 분야로 지정되었다. 섬유를 생산하고 폐기하는 과정에서의 분진과 소각과정에서 화학 물질의 배출로 지구 환경의 지속가능성과 자원 재활용에 대한 심각한 문제를 발생하고 있기 때문이다. 현재 폐의류에 대한 처리방식은 매립 및 소각 방식이 일반적이지만 오늘날 의류에 대량 사용되는 화학 소재는 매립 후 쉽게 분해되지 않고 소각 시 유해 성분을 생성한다. 이러한 소각 후 유해 성분은 토양과 공기 오염의 원인이 되며 수질 오염에도 영향을 미친다. 또한, 소비자가 폐의류를 버

리는 원인이 옷의 파손이나 사이즈 불일치 등이 아니라 단순히 소비자 개인의 심리적 변화 때문인 경우가 많다(이송주, 2011).

제품을 생산하고 서비스하는 전 과정에서 환경 문제를 고려하는 지속가능한 디자인은 이제 환경적, 사회적, 경제적인 관점에서 방안이 모색되어 실천되고 있다(Doo, 2021).

환경 문제가 사회적 가치의 관점으로 확산이 되면서 패션디자인 분야에서도 사회적 책임감과 지속가능성에 대한 관점에 입각한 디자인을 해야 한다는 인식이 강조되고 있다. 이러한 인식에 힘입어 최근 패션업계는 친환경 소재, 재활용 브랜드 등 환경 보호를 위한 새로운 시도를 하고 있다.

디자인행위는 제품의 전체 주기에 걸쳐 어떠한 요소가 환경적으로 영향을 주는지를 결정하기 때문에 패션디자인 분야에서도 환경에 대한 사회적 책임과 순환 경제적 관점에서 환경 문제 해결을 위한 지속가능성의 핵심 요인을 모색해야만 한다. 패션디자인 분야에서의 지속가능성은 경제성, 환경성, 사회성을 모두 고려해야 하므로 이를 실천할 방안들도 다양하게 모색되고 있다. 2019년 이루어진 지속가능한 패션을 위한 UN 연합의 출범은 UN 산하 기관과 국제 단체들이 참여하여 섬유 패션 산업의 디자인, 생산과정 그리고 폐기에 이르는 전체 공급망의 지속가능한 발전에 노력하고 있다(이호재, 2022).

이러한 환경친화적 디자인(Environment Friendly Design)개념은 생태 디자인(Eco design 또는 Ecological Design), 그린 디자인(Green Design), 지속가능한 느린 디자인(Sustainable Slow design), 리디자인(Re-design) 등 유사한 개념의 여러 가지 명칭으로 사용되고 있다. 예를 들어, 리디자인은 폐의류의 가치를 재인식하며 창의적이고 참신한 형태로 폐의류의 품질과 수명 주기를 높여주고 폐의류에 새로운 생명을 부여하는 것인데, 이는 소비자의 트렌드가 개인화와 사회적 가치 실현이라는 이중적 가속화 현상이 나타나면서 생겨난 개념이다. 이러한 개념은 패션산업과 의류 소비 형태에서 나타나는 환경적 스트레스를 완화하기 위하여 오랫동안 착용한 의류나 폐기된 의류를 재활용하는 새로운 디자인 패턴으로 이동했지만, 이 디자인 패턴은 개인화, 특성화, 차별화, 개성화라는 관점에서 여전히 결함이 있다. 오래된 의류 재활용의 관점에서 자원의 재순환이라는 개념은 환경오염의 속도만 늦출 뿐 대기, 수질, 토양 오염이라는 문제를 근본적으로 해결하지 못하기 때문에 폐기된

의류의 재활용과 재사용을 고려해 환경오염 방지를 통한 패션산업의 지속가능성에 대한 대안을 제시해 보고자 하는 것이 본 연구의 배경 중 하나이다.

의류 상품이 내포하고 있는 서비스에 대하여 소비자가 인식하는 개별적 가치는 그들의 선호도와 구매 의도에 영향을 미칠 것이다. 일단 개별적 가치가 형성되면 소비자들의 태도는 전보다 지속적이고 안정적인 소비 행태를 띄게 된다. 이러한 행태는 브랜드 충성도나 반복 구매의 행태에서 쉽게 찾아 볼 수 있다. 따라서 소비자가 패션산업을 인식하는 태도와 같은 소비자 행동 연구는 마케팅의 초점이 되어 왔다. 폐의류 재활용 패션 상품은 긍정적이든 부정적이든 그것의 디자인 품질에 대한 소비자의 태도에 따라 구매가 결정되며 이러한 디자인 품질은 구매행태에 직접적인 영향을 미칠 것이다. 폐의류를 ‘리디자인’하거나 ‘리폼’했을 때 소비자가 느끼는 품질은 소비자가 지각한 기대심리의 정도 차이로 품질의 만족도를 평가하게 된다. 광의의 의미로 폐의류를 재활용하여 디자인했을 때 상품이 내포하고 있는 서비스(Service)의 품질(Quality)로 소비자가 느끼는 디자인 품질을 평가하게 되는 것이다. 그러므로 본 연구는 폐의류 디자인의 지속가능한 요인이 디자인 품질에 미치는 영향을 파악하기 위하여 서비스 품질 평가 모델(SERVQUAL= Service + Quality)<sup>1)</sup>을 활용하고 소비자가 느끼는 디자인 품질 속 기대 품질과 지각된 품질 간의 인과관계를 분석하여 소비자의 만족도가 높아질 수 있는 품질관리 방안을 제시하고자 하는 것이 본 연구의 주된 배경이다.

### 1.1.2 연구목적

21세기의 가장 중요한 키워드 가운데 하나이자 발전 방향인 '지속가능성'은 전 세계인들에게 실질적인 과제다. 산업부문 2위인 패션산업은 '패스트 패션' 트렌드에 따라 대량 생산·소비·폐기하는 산업체제로 환경오염의 주범으로 꼽혀왔다. 이에 패션업계에서는 환경적·사회적 책임과 경제적 이익의 균형을 유지하는 발전을 추구하고, 디자인에서 환경적·사회적 책임을 강조하는 '지속가능한 패션디자인'이 중요한 키워드로 자리 잡고 있다. 또한, 세계적인 소비문화가 환경친화적이며 윤리적이고 자원 낭비를 억제하는 소비로 변화해 감에 따라 지속가능한 패션 상품 디자

---

1) 서비스 품질을 측정하는 도구로서 고객 만족도 평가에 널리 활용되고 있는 일반적인 분석 방법이다.

인의 필요성이 증가하고 있다. 특히 세계 소비인구의 35%를 차지하는 밀레니얼 세대를 중심으로 확대되고 있는 '가치소비'라는 트렌드에 적용할 수 있는 지속가능한 패션 상품 디자인을 위한 구체적인 마케팅 전략 개발이 필요하다고 판단된다. 밀레니얼 세대는 일반적으로 대학 진학률이 높고 소셜 네트워크서비스(SNS) 등을 능숙하게 사용하며 자기표현 욕구가 강하고, 온라인 쇼핑을 즐기면서 게임을 하고 동시에 과제까지 하는 등 멀티태스킹(Multi-tasking)에 강점이 있는 세대들이다. 이러한 멀티태스킹에 능숙한 밀레니얼 세대의 몇 가지 특징이 있다. 건강 유지와 특별한 경험을 제공하는 식생활에 투자를 아끼지 않으며 이전 세대와 달리 소유보다는 공유를 추구하는 특징이 그것이다. 또한, 정보통신 기술(IT)에 능숙하며 일자리에 대한 민감한 반응을 보이는 특징과 함께 소비의 주류를 구성하고 있는 세대이다. 정보통신 기기를 다루는 능력이 탁월한 만큼 의사소통의 확장성이 매우 빠른 보편적 특징을 가지고 있다. 이러한 밀레니얼 세대는 1980년대 초부터 2000년 사이에 출생한 세대를 일컫는다.<sup>2)</sup>

본 연구의 맥락은 폐의류 디자인의 지속 가능 요인이 서비스 품질 평가의 구성 차원을 매개로 하여 디자인 품질을 만족시키는가가 주요 맥락인데, 디자인 품질을 만족시키는 요인으로 '리디자인'이나 '리폼'에 대한 신뢰성, 확신성, 공감성, 대응성, 유형성은 매우 중요하게 작용한다. 이와 같은 디자인 품질에 미치는 영향을 연구함으로써 폐의류의 디자인 품질을 향상시키기 위한 개선방안을 찾고 그 대안을 제시하는 것이 연구의 주요 목적이다. 폐의류의 지속 가능 요인, 서비스 품질 평가 구성 차원을 매개하여 디자인 품질에 미치는 영향을 알아보기 위하여 첫째, 지속 가능 요인이 서비스 품질 평가 구성 차원에 어떤 영향을 미치는지를 알아보자고 한다. 둘째, 서비스 품질 평가 구성 차원이 디자인 품질에 어떤 영향을 미치는지를 알아보자고 한다. 셋째, 서비스 품질 구성 차원이 지속 가능 요인과 디자인 품질 간의 관계에서 유의미한 매개효과의 상관성이 있는지 분석하고자 한다.

---

2) 밀레니얼스(Millennials): 1980년대 초부터 2000년대 초 사이에 출생한 세대이다. 한경 경제용어사전.  
 출처: <https://terms.naver.com/entry.naver?docId=2454439&cid=42107&categoryId=42107>, (2022.11.12.)

## 1.2 연구내용 및 연구방법

### 1.2.1 연구내용

본 연구의 연구내용은 다음과 같이 구성되었다.

제1장은 서론 부분으로 본 연구의 배경과 연구목적 및 연구 방법, 연구내용, 연구의 흐름도로 이루어진다.

제2장은 이론적 배경으로서, 본 연구의 논거가 되는 폐의류 리디자인, 지속 가능 요인, 서비스 품질 평가 구성 차원, 디자인 품질에 관해 논한다. 이를 세분화하면 첫째, 폐의류 리디자인 개념, 폐의류 리디자인의 유형 및 특성, 폐의류 리디자인에 대한 선행 연구 등에 기초하여 이론적으로 요약하여 기술한다. 둘째, 지속 가능 요인의 개념 및 구성요소, 지속가능성 요인에 대한 선행연구로 구성되어 있다. 셋째, 서비스 품질 평가 모델의 개념, 서비스 품질 평가 구성 차원, 서비스 품질 평가 모델에 대한 선행연구로 구성되어 있다. 넷째, 디자인 품질의 개념, 디자인 품질에 대한 선행연구로 구성되어 있다.

제3장은 본 연구의 실증 분석을 위한 연구 모형의 설계 및 가설설정으로서, 본 연구의 연구 모형, 가설의 설정, 변수들의 정의, 측정을 도출한다. 또한, 실증연구와 관련된 설문지 문항과 조사 방법 및 실증 분석을 위한 통계적 경로분석 등을 서술한다. 구체적으로는 연구 모형의 설정, 가설의 설정, 자료수집 및 분석 방법, 변수의 조작적 정의 등으로 이루어져 있다.

제4장은 실증 분석 결과이다. 연구대상자의 인구통계학적 특성, 가설검증을 위한 예비분석으로써 주요 변수의 탐색적 요인 분석과 확인적 요인 분석, 신뢰도, 타당성, 상관관계분석으로 구성되어 있다. 경로분석은 가설검증에 관한 것으로, 연구 모형의 적합성 분석, 가설검증 및 분석 결과에 관한 내용이다.

결론적으로 5장에서는 본 연구 결과의 요약과 시사점, 본 연구의 한계, 향후 연구의 방향에 대해 기술한다.

## 1.2.2 연구 방법

본 연구는 가치소비를 중시하는 밀레니얼 세대를 대상으로 폐의류 디자인의 지속 가능 요인이 서비스 품질 평가 구성 차원을 매개로 디자인 품질에 미치는 영향에 관한 연구로서 폐의류 디자인의 지속 가능 요인들과 서비스 품질 평가 구성 차원 그리고 디자인 품질 간에 각각의 어떤 영향을 미치는지를 실증 분석한다. 그리고 서비스 품질 평가 구성 차원이 지속 가능 요인과 디자인 품질 간의 관계에서 매개효과가 나타나는지를 분석한다.

이를 위하여, 본 연구에서는 표본 대상인 중국 밀레니얼 세대를 대상으로 2022년 8월 1일부터 8월 15일까지의 기간 동안 최종적으로 326부의 설문지를 확보하였다. 문헌 연구를 통해 도출된 변수들을 토대로 요인 분석 및 신뢰도 검증을 통해 영향 요인을 분석하였으며, 연구가설에서 제안한 폐의류의 지속 가능 요인, 서비스 품질 평가 구성 차원, 디자인 품질을 기초로 요인 분석 및 신뢰성 검증을 통해 얻은 변수들을 이용하여 전체 모델을 분석하였다.

한편, 본 연구에서 수집된 자료는 코딩 과정을 거쳐 IBM SPSS statistics version 25.0 for windows와 AMOS 25.0을 이용하여 다음과 같은 프로세스를 진행하였다.

첫째, 설문지를 통해 수집된 자료를 바탕으로 응답자의 일반적 특성과 각 설문 문항별 대략적인 통계량을 확인하기 위하여 빈도분석과 조사항목에 관한 기술통계를 실시하였다.

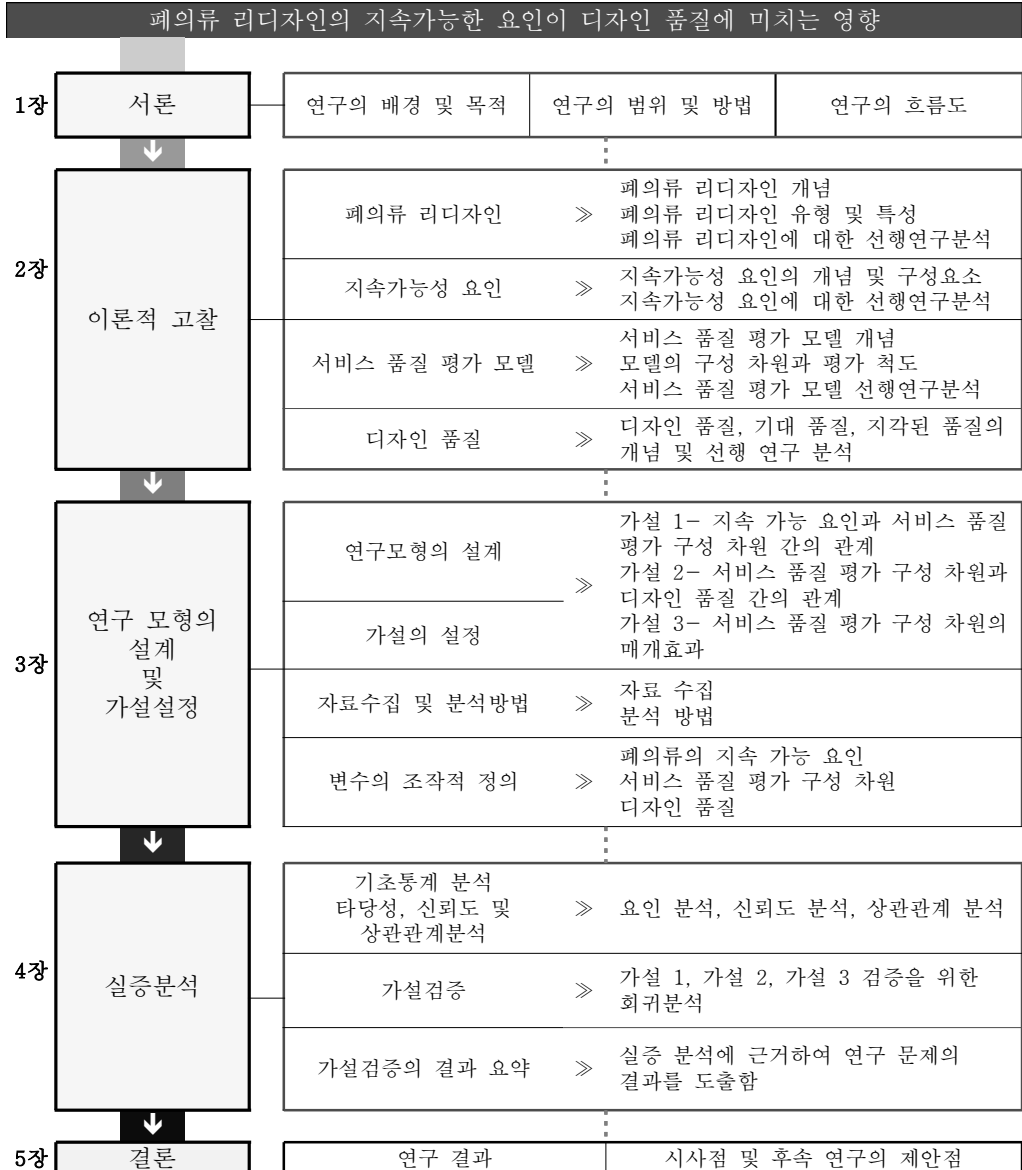
둘째, 의류의 지속가능성 요인인 서비스 품질과 관련하여 제시된 다양한 항목을 제시하기 위해 탐색적 요인 분석을 실시하였다. 적절한 변수의 요인으로서 구성요소 차원, 설계품질, 탐색적 요인 분석을 통해 확인된 집중 타당성과 판별 타당성을 통계적으로 재검증하고 구조모형 자료와의 적합성을 검증하기 위해 확인적 요인 분석을 실시하였다.

셋째, 변수의 내부 일관성을 검증하기 위해 Cronbach's  $\alpha$ 를 이용한 신뢰성 분석을 수행하였다.

넷째, 본 연구에서 도출된 가설들을 검증하기 위하여 다중변수 간의 구조적 관계를 확인하기 위하여 회귀분석을 이용한 경로분석을 실시하였다.

### 1.3 연구의 흐름도

[표 1-1] 연구내용 및 수행단계





## 제2장

---

### 이론적 배경

- 2.1 폐의류 리디자인
- 2.2 지속가능성 요인
- 2.3 서비스 품질 모형
- 2.4 디자인 품질

## 제2장 이론적 배경

### 2.1 폐의류 리디자인

#### 2.1.1 폐의류 리디자인 개념

최근 몇 년간 패션디자인 산업에서도 환경친화적, 지속가능한 에코 디자인이 중요한 화두가 되고 있다. 이러한 변화에 따라 패션업계의 디자이너들은 의류 제작 과정에서 발생하는 환경 파괴의 문제와 자원 낭비 등의 문제에 대한 사회적 책임을 인식하기 시작하였고, 점차 많은 패션디자인 브랜드와 디자이너들이 더 적극적으로 지속가능한 리디자인을 실천하고자 하고 있다.

리디자인이란 단어의 뜻을 살펴보면, 이는 사전적으로 리(Re)라는 접두사와 디자인(Design)이란 단어의 합성어로 ‘재설계하다, 다시 디자인하다.’라는 의미이다. 즉, 기존 제품의 기능, 재료, 또는 형태적 변경의 필요에 따라 디자인을 개량하거나 조형을 변경하는 행위를 뜻한다. 더하여 리디자인은 디자인 분야에서 광범위하게 적용 가능한 용어로, 단지 형태적인 것뿐만이 아닌 정체성(Identity) 요소에도 동일하게 적용할 수 있다(김유진, 2012). 일본 그래픽 디자이너 켄야 하라(Kenya Hara)는 다음과 같이 말한 바 있다. “리디자인이란 우리의 일상에서 흔히 만날 수 있는 디자인을 가지고, 이를 처음부터 다시 구상하여 어떤 사람이나 잘 아는 새로운 형태를 통하여, 디자인의 존재성을 찾아보는 것을 뜻하며, 리디자인이라는 것에는 이미 우리에게 공유되고, 인지되고 있는 사물을 주제로 한다는 뜻이 담겨있다(Kenya,H, 2018).” 또한 리디자인과 함께 트래쉬(trash)와 패션(fashion)의 합성어인 트래션(Trashion)<sup>3)</sup>이라는 용어가 쓰이기도 한다. 패션에 있어 리디자인의 표현 기법으로는 재사용(reuse), 리폼(reform), 재생(regeneration)의 3가지 방법이 주요하게 사용되고 있다. 여기서 재사용이란 소재의 원래 형태를 유지하며 콜라주(Collage), 원단 구기기, 직조 등의 기법을 통해 만드는 것이다. 리폼은 소재의 일부만을 재사용하며, 일부를 가공, 수선을 통해 만드는 것을 뜻한다. 재생은 재료의 가공을 통해 하

3) <https://renoon.com/blog/what-is-trashion>, 자료검색일: 2022.12.6.

나의 새로운 작품을 만드는 것을 뜻한다. 재료, 디자인 특성에 따라 다양한 다른 리디자인 방법들이 존재하며, 최근 패션 브랜드와 디자이너들의 새로운 리디자인 방법에 대한 다양한 시도가 이루어지고 있다. 환경 보호와 자원의 절약, 지속가능한 발전이 대두되고 있는 현재, 이와 같은 패션산업의 리디자인 적용은 환경 보호와 지속가능성을 실천하는 중요한 실질적 방법으로 패션 디자이너들과 브랜드들의 큰 관심을 받는 디자인 방법 가운데 하나이다.

대한민국 환경부 발표에 따르면 패션 트렌드 및 패션의류의 라이프사이클이 갈수록 단축됨은 물론, 매년 생산된 의류의 30% 정도가 팔리지 않고 폐기되는 등으로 2018년 기준, 폐의류의 하루 발생량은 1,239톤에 이르고 있으며, 이는 2017년 224톤의 6배 수준으로 급등했다(김진일, 2022). 이처럼 매년 발생하는 막대한 양의 폐의류에 대한 처리 문제가 최근 환경 보호 분야의 이슈가 되고 있다. 패션 분야에는 폐의류를 리디자인하는 것이 최근 몇 년간 전 세계 사람의 관심을 불러일으켰다. 다음에는 폐의류 리디자인의 개념을 파악하기 위한 자료조사 내용이다.

우선, 대한민국 <폐기물관리법 시행규칙>에서 폐의류에 대한 구분에 따르면 폐의류는 사업장에서 발생하는 폐의류(51-27-03)와 시민들이 수거함 등으로 배출하는 폐의류(91-08-00) 2종으로 구분되었다. 따라서, 폐의류는 사업장이나 사람들이 구매한 옷을 입다가 필요 없어지거나 낡아서 버린 옷으로 파악할 수 있다.

다음으로, 리디자인은 기존의 디자인을 수정, 개량하는 것이라고 정의하였으며 시간이 흐름에 따라 시대 감각에 차이가 생긴다거나, 소비자의 선호도가 변했다거나, 새로운 경쟁 상품의 출현, 자매 제품과의 관련 등 갖가지 조건 때문에 종래의 디자인으로는 판매가 불리하다고 판단했을 때, 리디자인을 행한다. 또한, '옥스퍼드 사전(2012)'에서 리디자인을 '다시' 혹은 '다르게' 디자인하는 행동 혹은 과정, 형태, 기능, 내용을 수정하는 과정이라고 밝혔다(김소영 외, 2013).

선행연구자들이 재정의한 리디자인의 개념들을 살펴보면, 리디자인은 원형을 수정이나 재설계하여 다시 디자인하는 것을 의미하며 사용 및 폐기된 재료를 재사용한다는 측면에서 지속가능성을 위한 디자인 방법이 될 수 있다(곽가빈 외, 2021).

기존 제품의 기능, 재료, 형태적 변형을 통해 디자인을 변경하고 조형을 새롭게 형성하는 행위와 기술로 이해할 수도 있으며(박용규, 2022), 또한, 경쟁 상품, 시대

---

4) <폐기물관리법 시행규칙>, <https://www.law.go.kr/법령/폐기물관리법시행규칙>

의 추세, 소비자의 변화 등을 고려하여 기존의 디자인을 적절히 변경 또는 개량하는 것을 의미하기도 한다(박수민 외, 2008). 이상의 내용을 바탕으로 리디자인의 개념을 요약하면 아래 [표 2-1]과 같다.

[표 2-1] 리디자인의 개념 요약

번호	저자/사전/백과	내용
1	옥스퍼드사전(2012)	기존의 디자인을 수정, 개량하는 것 다시 혹은 다르게 디자인하는 행동 혹은 과정, 형태, 기능, 내용을 수정하는 과정
2	박용규(2022)	기존 제품의 기능, 재료, 형태적 변형을 통해 디자인을 변경 하고 조형을 새롭게 형성하는 행위와 기술
3	곽가빈 외(2021)	원형을 수정이나 재설계하여 다시 디자인하는 것, 지속가능 성을 위한 디자인 방법
4	박수민, 유영선(2008)	경쟁 상품, 시대의 추세, 소비자의 변화 등을 고려하여 기존 의 디자인을 적절히 변경 또는 개량하는 것

앞서 밝힌 바와 같이, 폐의류 리디자인의 개념은 사업장이나 사람들이 구매한 옷을 입다가 필요 없어지거나 낡아서 버린 옷을 수정이나 재설계하여 다시 디자인하는 행위 혹은 기법으로 파악할 수 있다. 변경이나 재해석을 통해 새로운 형태를 개발함으로써 원래 없었던 독창적인 성과를 얻을 수 있으며 지속가능한 이념과 부합된다. 개념 측면으로 보면 폐의류 리디자인은 새로운 디자인 가치를 창출할 수 있으며, 디자인 과정부터 지속가능성을 고려하여 친환경 효과를 최대화할 수 있는 디자인 방법 가운데 하나이다.

## 2.1.2 폐의류 리디자인의 유형 및 특성

### (1) 폐의류 리디자인의 유형

폐의류 리디자인은 패션산업 전반에 걸쳐 지속가능성의 실천이자 폐의류 가치의 확대이다. 본 연구는 폐의류 리디자인의 유형 및 특성을 파악하기 위하여 아래와 같은 선행연구를 조사하였다.

폐의류 리디자인의 유형에 관련한 선행연구를 고찰한 결과, 유럽연합(EU)의 재활용 정책에서 재활용의 유형을 감량(reduce), 재사용, 보충(refill), 재생성으로 정의하고 있다(양진숙, 2012).

또 다른 연구 사례는 감축(reduce) 기법으로 퓨전 한복의 리디자인 방안을 제시하여 한국의 전통 복식과 서양 현대 복식의 디자인 요소를 결합한 사례가 있었다(안인숙 외, 2016). 지속가능을 위한 리디자인의 유형을 리사이클, 재사용, 감축의 3가지로 분류한 사례도 있었으며(Doo, 2021), 재생성, 재배치(replace), 재사용, 재순환(recycling), 재활용(upcycling), 개량, 감량 등의 용어와 같이 사용되고 리디자인을 크게 개량, 재생성, 재배치, 재사용으로 구분하기도 하였다(곽가빈 외, 2021). 리디자인의 유형을 자원의 재사용을 의미하는 리유즈, 재활용 측면의 리사이클, 비용 절감이나 감소의 리듀스의 3가지로 분류한 사례(김선영, 2022)도 있었으며 또한, 기존 리디자인의 유형에 관한 연구를 개괄적으로 재순환, 재활용, 감량 등 3가지로 분류한 연구도 있었다(박용규, 2022).

위의 내용과 같이 폐의류 리디자인의 유형에 관한 선행연구를 고찰한 결과는 다음 [표 2-2]와 같이 요약할 수 있다.

[표 2-2] 폐의류 리더디자인의 유형에 관한 선행연구 요약

구분	양진숙 (2012)	안인숙 외 (2016)	Doo 외 (2021)	곽가빈 외 (2021)	김선영 (2022)	박용규 (2022)	총
감량	●	●	●		●	●	5
재사용	●		●	●	●	●	5
재생성	●			●			2
보충	●						1
재순환			●		●	●	3
재배치				●			1
개량				●			1

따라서, 본 연구에서는 선행연구에서 언급한 빈도에 따라 폐의류 리더디자인의 유형을 재사용·감축·재순환으로 구분하였고 이에 대한 설명은 다음과 같다.

1) 재사용

리디자인에서 재사용은 이미 한 번 이상 사용한 제품을 화학적 변화 없이 있는 그대로 사용하는 것으로, 재사용 디자인으로 정의할 수 있다. 이것은 제품의 사용 수명이 지난 뒤에도 부가적으로 사용되는 것으로 일회성으로 소모되는 자원을 지양하고 소비를 축소하는 경제적인 영향력을 확대하는 것이다(김선영, 2022).

재순환이 물리적이고 화학적인 변형을 통해 기존과 다른 새로운 원료로 만들어 사용하는 방법이라면, 재사용은 산업 폐기물 전체나 혹은 일부분을 그대로 다시 사용하는 방법이다(신혜영, 2011). 이러한 재사용은 별도의 가공을 하지 않고 다시 사용하는 것으로써, 재사용의 방법은 재가공하는 과정을 포함하지 않는다. 이는 대량 생산이나 소비에 따른 문명사회에서 재사용이 가능한 자원을 최대한 재사용할 수 있도록 하는 것이다(엄경희 외, 2013).

2018년에 열린 자원 순환 마켓 전시(Resource circulation market, 2018.10.09~10.14)는 조선대학교 미술대학 디자인학부 섬유 트랙에서 4년 전(18년도 기준)부터 시행되어 온 도시재생 프로젝트이다. 당시 ACC(아시아문화전당) 메이커 스페이스 커뮤니티 라운지에서 진행되었던 전시는 ‘Up-cycle, Re-cycle, Value-cycle’과 같은 키워드를 가지고 버려진 것들을 다양한 방식으로 재활용하였다. 2018년 ‘자원 순환 마켓’ 전시회에 참여한 조선대학교 예술대학 학생들의 작품은 버려진 자원들을 재활용해 새로운 가치를 더한다는, 기존의 것에 새로운 가치와 관계를 맺어주는 아주 이상적이고 우수한 ‘리디자인’의 사례로 볼 수 있다 [그림 2-1~3]. 조선대학교 섬유 디자인전공 재학생들이 ‘인테리어(36.5k) · 가방(Tybeg) · 캠핑(Tryvel)’이라는 3가지 컨셉으로 제품들을 제작하여 광주 아시아문화전당 라이브러리 파크에서 섬유 조형전 2019 '자원 순환 마켓' 전시(2019.11.26~12.01)를 진행하였다. 해당 섬유 조형전은 지속가능성에 대한 학생들의 진지한 고민과 연구로부터 시작되었다. 환경오염을 근본적으로 해결하기 위해서는 이러한 것들을 생산 단계에서부터 줄여나가야 한다는 것이다. ACC에서 1년 동안 사용했던 자연친화적 소재인 타이백으로 제작된 현수막(placard & banner)을 모아서 조선대학교 섬유디자인 전공 학생들에게 전달되었고 그 소재들을 사용하여 세 가지 브랜드 (인테리어 · 가방 · 캠핑)를 젊은 감각으로 새롭게 탄생시켰다[그림 2-4~5].

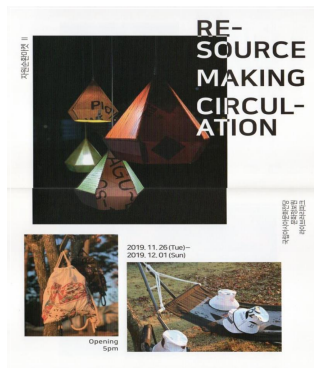
아래 이미지에서 볼 수 있듯이 사람들은 대부분 보편화된 소재로 만들어진 가방이나 소품들을 사용하지만, 참가 학생들은 특수한 소재인 타이백을 재활용하여, 과거의 추억을 회상한다는 의미를 담고자 하였다.

이처럼 패션 분야에서 말하는 재사용은 과거에 유행이 지나서 사용하지 않게 되었던 의복이나 패션용품들을 새롭게 디자인을 변형하거나 가공하지 않고 화학적인 방법으로 변형하지 않으며 기존에 있는 그대로의 제품을 활용하는 것을 의미한다.



[그림 2-1] 2018년 자원순환 마켓 전시회  
 그림출처: <https://www.instagram.com/p/BorJNeGF3IY/>

[그림 2-2] 스튜디오\_그린팻  
 그림출처: <https://www.instagram.com/p/BorJNeGF3IY/>



[그림 2-3] 2019년 자원 순환 마켓 전시회  
 그림출처: <https://www.instagram.com/p/B5Sokcq3Cn/>

[그림 2-4] 브랜드\_인테리어  
 그림출처: <https://www.instagram.com/p/B5Sokcq3Cn/>



[그림 2-5] 브랜드\_캠핑  
 그림출처: <https://www.instagram.com/p/B5Sokcq3Cn/>





[그림2-6] 패션 재사용 디자인 사례  
 그림출처: <https://search.naver.com>

## 2) 감량

리디자인에서 감량은 생태적인 효율성을 높이고자 한 것으로 생산부터 폐기가 되는 모든 과정의 에너지 사용량을 최소한으로 줄이며 환경을 오염시키는 물질을 감소시키기 위한 실천을 의미한다(안인숙 외, 2016). 감량 디자인이란 감소나 감량화하는 방법으로 에너지 사용을 축소하며, 폐기물 발생을 줄여서 일차적으로 발생하는 자원을 절약하는 것을 목적으로 한다. 나아가 생산과정에서 자원과 에너지 사용을 최소화하여 부가가치를 추구하는 것이다(박용규, 2022).

즉, 감량은 제품 제작 과정에 있어서 제품의 무게를 줄이거나 기존보다 사이즈를 작게 하는 디자인을 적용하는 것이다. 그리하여 제품 제작 시 사용되는 자원의 사용을 줄이는 방법을 통하여 자원 고갈의 기한을 연장하고 소모되는 에너지의 양을 줄임으로써 환경오염 물질의 배출을 감소시키는 것이다. 그리고 제품을 폐기하는 과정에서 발생하는 환경오염 물질을 최소화하며, 땅속에 매립하여 폐기하는 과정에서 분해가 빠른 재료를 사용하여 생태적인 효율성을 극대화하는 방안이다.

이와 같이 감량 디자인은 자원 절감을 위해 생산할 때 사용하는 에너지를 줄이는 것은 물론 폐기물들을 처리하는 데 필요한 자원 및 에너지를 줄여나가는 시도이다[그림 2-7].



[그림 2-7] 패 장갑을 리디자인한 사례  
 그림출처: <https://search.naver.com>

잔스포츠(JanSport)는 유명 가방 전문 브랜드로, 2021년 지속 가능 디자이너와 업사이클 아티스트 니콜 맥라글린과 협업하여 리디자인을 진행하였다. 잔스포츠의 클래식한 백팩 스타일의 해체와 재조합을 통해 독보적인 니콜 맥라글린 리디자인 잔스포츠 시리즈 상품을 만들었다[그림 2-8].



[그림 2-8] 니콜 맥라글린 리디자인 잔스포츠 상품 사례  
 그림출처: <https://malaysianow.net/>

스포츠 브랜드 아디다스는 팔리 포 더 오션(Parley for the Oceans)과 함께 바다에서 수집한 폐기 플라스틱을 재활용하여 ‘팔리 오션 플라스틱 TM(Parley Oceans Plastic TM)’을 설립하였다. 이들은 고성능 스포츠 제품을 제공하는데 아래의 사진은 레알 마드리드(스페인 축구팀)의 유니폼으로, 하나의 셔츠를 제작을 위해 인도양에 버려진 플라스틱 병 28개가 사용되었다. 유니폼의 뒤쪽 부분에는 ‘바다를 위해(for the ocean)’ 라는 문구가 적혀 있다. 이는 재활용 리디자인의 한 특성인 재가공성을 잘 보여주는 사례라 할 수 있다[그림2-9].



[그림 2-9] 아디다스의 폐플라스틱 유니폼 사례

그림출처: <https://wavelengthmag.com>

또한 폐기물 재활용 부문에서는 의류업체 바이오닉 얀(Bionic Yarn)이 또 다른 브랜드 지스타(G-STAR)와 함께 만든 친환경 패션 협업 프로젝트 'RAW for the Oceans'가 눈길을 끈다. 바이오닉 얀 사는 다량의 해양 플라스틱 폐기물을 인양, 수거하여 운반한 뒤 세척을 하고, 독자적 기술을 이용하여 플라스틱 폐기물을 친환경 섬유 원단으로 만든다. 이후 이렇게 생산된 친환경 원단을 네덜란드 유명 데님 브랜드 지스타 사의 제작공장으로 보내 시즌용 데님 의류 원료로 활용한다. 해양 수거 플라스틱 폐기물로 만든 이 친환경 원단은 매우 일반적이고 특별할 것 없어 보이지만 만져보면 그 원단이 매우 유연하고 마모에 강하다는 특징이 있다[그림 2-10].

이 생활폐기물 재활용 방식으로 언젠가는 전통적인 데님 소재가 대체되어 데님 원단의 심각한 물 낭비와 환경오염의 문제를 바꿀 수 있을 것으로 전망된다. 아래는 위 설명한 의류업체 바이오닉 얀 사가 브랜드 지스타와 함께 만든 친환경 패션 협업 프로젝트 '바다를 위한 원자재(RAW for the Oceans)'의 사진이다. 이 또한

형태 리디자인의 한 특성인 재가공성을 잘 보여주는 사례라 할 수 있다.



[그림 2-10] 바다를 위한 원자재 프로그램 사례  
 그림출처: <https://www.partofabiggerplan.com/work/>

### 3) 재순환

재순환은 리디자인에서 가장 많이 활용되는 유형으로 사용하지 않는 폐기물을 재활용하는 것이다(Doo, 2021). 재순환 디자인은 자원을 재활용한 디자인으로 사용된 재료에 물리적, 화학적으로 변형을 가하여 완전히 다른 제품으로 탈바꿈시키는 디자인 방법이다(곽가빈 외, 2021).

미국 환경 보호국(EPA)에서 정의한 재순환은 폐재료를 재가공, 재처리하거나 공정 과정에 재사용하는 것을 말하며, 수집, 분리, 가공의 일련의 행동 체계이며, 이것에 의해 제품이나 다른 재료들이 재생되거나 원재료를 사용하기 위해 재가공되는 것을 의미한다.

패션브랜드 래;코드(RE;CODE)는 업사이클링 리디자인 컨셉을 바탕으로 한 지속가능성을 추구하는 패션 기업이다. 래;코드는 2012년 업사이클링 리디자인 패션 개념이 유행하기 시작한 시기에 설립되었으며, 패션브랜드 코오롱이 팔리지 않고 남은 자사의 재고의류 문제를 해결하기 위해 설립하였다. 코오롱은 재고의류의 소각처리 시 발생하는 환경오염과 자원 낭비를 최소화하기 위해, 지속가능 패션 브랜드 래;코드를 설립하게 되었다. 브랜드 코오롱은 매년 한국돈 60억원어치에 달하는 옷을 버린다. 이렇게 버려지는 옷을 적절히 재순환 사용하지 못한다면, 이는 그야말로 엄청난 자원 낭비를 가져온다 할 수 있다. 패션브랜드 래;코드는 이러한 자원

낭비를 막아야 한다는 무거운 책임을 가지고 탄생하게 되었다. 해당 브랜드의 목표는 재고로 창고에 3년간 있으며 소각 처리 되어야하는 회사의 상품들을 다시 업사이클링 리디자인하여, 의상에 새로운 생명을 불어넣는 것이었다. 브랜드 래;코드라는 이름은 ‘RE’ 생각의 전환이라는 기초와 ‘CODE’라는 사람들이 함께 소비가치를 초월하는 지속가능한 사회를 만들어 가자는 의미를 담고 있다. 패션브랜드 래;코드는 버려지는 옷을 이용해 트렌디한 패션 아이템으로 새롭게 탄생시키는 솔루션을 찾았다. 새로운 원단을 사용하지 않고 기존에 창고에 재고로 있던 의상을 분리 및 해체하여 의상을 만들었다 [그림 2-11].



[그림 2-11] 재순환 패션 사례  
 그림출처:<https://search.naver.com>

‘펑첸왕(FENG CHEN WANG)’은 2020년 런던 패션 위크 기간에 환경 영향을 줄이는 데 초점을 맞춘 지속가능한 라인인 리워크(Rework) 시리즈를 선보였다. 리워크 컬렉션은 브랜드 펑첸왕의 재고 의류와 원단을 이용하여 재활용 리디자인을 진행하였고, 브랜드의 대표적인 2in1 디자인 기술로 새로운 작품을 만들어냈다. 이 기술은 해체와 조합의 원리를 잘 이해하고 있는 기술이다. 재활용 리디자인을 통해 브랜드가 환경에 미치는 영향을 줄이고 재고로 남아있는 의류에 새로운 생명을 부여하여 소비자들의 사랑을 받게 한다[그림2-12].



[그림 2-12] 평천왕 리워크 시리즈 상품  
 그림출처: <https://fengchenwang.com/collection/rework>

오스트리아의 브랜드 ‘렌징(Lenzing)’과 비엔나의 브랜드 ‘밀크(MILCH)’가 재활용 리디자인 작업으로 아래 이미지와 같은 새로운 디자인의 셔츠, 드레스, 상의 등을 제작하였다. 자사의 재고품 ‘텐셀 셔츠(tensel shirt)’를 분해, 해체 및 재구성의 과정을 통하여 새로운 디자인으로 재탄생 시킨 것이다. 기존에 존재하던 형태를 버리고 기능과 역할을 재해석하였다. 새로운 모양, 새로운 조합으로 새롭게 탄생하는 재활용 리디자인의 특성은 해체와 재구성으로 기존의 가치를 뛰어넘는 새로운 가치를 가져온다(오유진, 2015). [그림2-13]



[그림 2-13] ‘렌징’과 ‘밀크’의 구조 재활용 리디자인 작품  
 그림출처: <https://www.woman.at/milch-upcycling-hemd-kleid>

## (2) 폐의류 리디자인의 특성

기존 선행연구를 살펴보면 이미 폐의류 리디자인의 특성에 대한 다수의 자료를 발견할 수 있다. 또한, 앞서 밝힌 바와 같이 폐의류 리디자인은 친환경적 그리고 지속가능한 디자인 분야에 속하기 때문에, 본 절에서는 유사 관점을 포함해서 특성을 정의하였다.

재활용의 미적 가치를 친환경성, 실용성, 변화성, 희소성이라고 정의할 수 있다(김동현, 2012). 빅터앤롤프의 특정 시즌 컬렉션 작품을 대상으로 분석한 연구 결과에 따르면, 리디자인 패션의 의미는 지속가능한 쿠티르 구축, 예술성 강화의 표현 수단으로 전환, 창의적 개념 패션의 확장이라고 볼 수 있다. 따라서 리디자인 패션의 특성은 지속가능성, 예술성, 창의성으로 유추할 수 있다(김선영, 2012).

또한, 설문조사를 통한 재활용 디자인 특징을 원자재 효율성, 제품의 안정성, 자원 보존성, 친환경성으로 분류한 사례도 찾을 수 있었으며(최민숙, 2012), 재활용 리디자인 의상을 개발 후 사례분석을 통한 재활용 리디자인의 특성을 경제성, 환경성, 희소성, 전통성, 독창성으로 도출한 결과도 있었다(박지연, 2014). 패션 브랜드 마린 세레(Marine serre)의 컬렉션을 대상으로 디자인 특징을 분석하여 리디자인의 특성을 친환경성, 독창성, 가변성, 경제성, 수공예성, 시간성, 가용성 등으로 유추한 사례가 있었다(엄유민, 2021).

중국의 대표적인 연구 사례를 살펴보면, 환경친화적인 의류 제조에 대해 연구하여 친환경 리디자인의 특성이 독창성, 희소성 기능성, 지속성이라고 지적한 사례(Wang, 2015)와 중국 친환경 패션 브랜드에 대한 고찰을 통해 친환경 패션디자인의 특성이 친환경성, 실용성, 희소성이라고 정의 내린 사례도 있었다(황효동, 2015).

윤리적 친환경 패션을 연구하여 진보된 패션 브랜드의 지속가능성을 관찰하며 패션산업의 지속가능성을 모색한 사례도 있었다. 진보된 패션 브랜드의 지속가능성 특징은 사회·경제·환경의 지속가능성으로 구분되는데, 중국 재활용 패션 브랜드의 지속가능성은 사회적 가치, 경제적 이익의 창출을 통해 실현된다고 분석하였다. 또한, 윤리적 친환경 패션디자인의 특징 및 사례를 분석하고, 각각의 지향점 별 가치 범주를 제시하였다. 윤리적 패션디자인으로 인해 변화 중인 패션 분야 사례를 중심으로 기업윤리, 디자인 윤리, 소비윤리 등 3가지 측면에서 친환경 패션디자인의 특

징을 친환경성, 독창성, 다원성, 실용성, 심미성이라고 제시한 사례도 있었다(Lee, 2019).

선행연구에서 볼 수 있듯이 현재 친환경 디자인에 속한 폐의류 리디자인에 대한 선행연구는 주로 리디자인 패션 사례와 제품 분석이나 친환경적 리디자인 기법을 활용한 패션 제품 개발 등의 측면에서 진행되었다. 이를 정리하면 다음[표2-3]과 같다.

[표 2-3] 선행연구에서 나타난 폐의류 리디자인의 특성

저자	년도	내용
안연숙	2011	친환경성, 변화성, 실용성, 희소성
김동현	2012	친환경성, 실용성, 변화성, 희소성
김선영	2012	지속가능성, 예술성, 창의성
최민숙	2012	원자재 효율성, 제품의 안정성, 자원보존성, 친환경성
박지연	2013	경제성, 환경성, 희소성, 전통성, 독창성
Wang,H	2015	독창성, 희소성 기능성, 지속성
Hwang,H	2016	친환경성, 실용성, 희소성
Zhang	2018	지속가능성, 사회성, 경제성
Lee, J	2019	친환경성, 독창성, 다원성, 실용성, 심미성
엄유민	2021	환경성, 독창성, 가변성, 경제성, 수공예성, 시간성, 가용성

이상과 같이 연구자들이 밝힌 폐의류 리디자인의 특성이 너무 다양하며 이를 노출 빈도별로 정리하면 결과는 다음 [표2-4]와 같다.



[표2-4] 페이류 리더디자인의 특성과 빈도수

특성	엄유민	Lee, J	Zhang	Hwang	Wang	박지연	최민숙	김선영	김동현	안연숙	총
친환경성 (환경성)	●	●		●		●	●		●	●	7
독창성(창의성)	●	●			●	●		●			5
회소성				●	●	●			●	●	5
실용성		●		●					●	●	4
지속가능성(지속성)			●		●			●			3
경제성	●		●			●					3
변화성									●	●	2
기능성					●						1
사회성			●								1
가변성	●										1
전통성						●					1
수공예성	●										1
다원성		●									1
효율성							●				1
안정성							●				1
자원보존성							●				1
심미적 가치		●									1
예술성								●			1
시간성	●										1
가용성	●										1

[표 2-4]와 같이, 가장 높은 빈도로 나타나는 특성은 '친환경성'(환경성)이며 그 다음으로 '독창성' 및 '회소성'이고 각각 5회로 나타났다. '실용성'은 4회, '지속가능성(지속성)'과 '경제성'은 3회로 나타났으며, '변화성'은 2회로 분석된다. 마지막으로 기능성·사회성·가변성·자원 보존성·심미적 가치·시간성·가용성·전통성·수공

예술성· 다원성· 효율성· 안정성· 예술성은 각각 1회만 언급되었다.

선행연구를 종합한 결과에 근거하여 본 연구는 선행연구에서 5회 이상으로 나타나는 친환경성· 독창성 희소성을 대표적인 폐의류 리디자인 특성으로 도출하였다.

### 2.1.3 폐의류 리디자인에 대한 선행연구

사람들의 환경 보호 인식이 높아지면서 친환경 패션에 관한 관심 또한 높아지고 있다. 특히 폐의류 리디자인은 독특한 개성과 친환경적 가치로 사랑받고 있다. 따라서 국내외 패션업계의 친환경 패션디자인에 대한 개발은 계속 진행되고 있으며 학계에서도 지속가능한 패션디자인 연구가 이어지고 있다. 아래는 폐의류 리디자인에 관한 선행연구를 정리한 결과이다.

패션 제품의 재활용을 위한 리디자인 연구에서 오늘날 실행되고 있는 패션 제품 처리방식의 장단점을 비교한 연구 사례가 있었다. 이 연구에서 패션디자인의 관점, 패션 제품의 처리방안과 재활용 디자인을 이용하여 여러 기대효과에 대한 연구 결과를 확인할 수 있었다(교수연, 2020). 재활용 패션 소품 디자인 개발의 사례로 “커피 자루와 페테넴 활용을 중심으로 한 연구”에서 재활용 패션디자인의 개념과 디자인 특성에 대한 개념을 정리하고, 국내·외 사례의 분석으로 재활용 소재가 가진 특성을 도출해 낸 사례도 있었다. 이 경우, 커피 자루, 페테넴을 활용하여 패션 소품을 개발, 재활용 패션 제품의 활용방안의 실현 가능성을 제시하였다(이다혜, 2018). 현대 패션에 나타난 재활용 디자인 특성에 따른 사례 연구에서 현대 패션에서 재활용을 통하여, 폐기물도 재활용 가능하다는 가치를 보여주는 사례들을 연구, 세계적으로 하나의 추세로 급부상하고 있는 재활용 디자인의 특성들을 고찰한 결과도 찾을 수 있다(신초현, 2018).

재활용 패션디자인의 방법 및 특성 연구에서 패션 제품의 재활용에 제일 중요한 요소라 할 수 있는 디자인에 대한 이론적인 정립을 시도하고, 재활용 패션 브랜드와 디자이너들의 작품을 살펴보고, 이를 통해 재활용 패션디자인의 표현 기법 및 방법을 연구한 사례도 있었다. 이 경우 기능성과 경쟁력을 갖춘 디자인 특성을 찾는 것이 특징이다(오유진, 2015). 재활용 리디자인 의상 개발 연구에서 심미적, 정신적 가치에 중점을 두고, 헌 옷들을 활용하여 재활용 리디자인 작품을 제작한 사

레도 있었다. 이를 구성 요소별로 분류 및 조형적으로 분석을 진행하여 반복적인 실험적 시도와 다각적인 아이디어를 통해 디자인을 전개하였다(박지연, 2013).

그리고 재사용, 재활용 패션산업을 중심으로 지속가능한 패션의 유형과 특성을 도출한 사례(윤수인, 2013)와 지속 가능 재활용 가방 브랜드의 제품을 대상으로 사례 분석을 실시한 사례(최혜란, 2014), 재활용 패션디자인 사례를 분석하여 소재, 표현 기법 그리고 표현 방법 등을 살펴봄으로써 친환경 리디자인 특성을 도출한 사례(오유진, 2015)를 찾을 수 있었다.

또한, 지속가능한 폐의류 리디자인 개발에 관한 연구를 보면, 의류 폐기물을 사용해 리디자인 패션 개발과 관련한 연구를 진행한 사례와(류영란, 2018) 재활용의 필요성을 인식하고 리디자인 작품을 개발하여 의류 폐기물을 최소화하는 지속가능한 패션디자인 방향을 제시한 사례(이연지, 엄소희, 2018)도 있었다.

중국의 대표적 연구 사례를 조사해 본 결과, 지속가능한 디자인 이념에 기초한 패션 혁신 디자인 연구에서 재생이 가능한 의류 소재를 지속가능한 디자인의 수단으로 활용하고, 낡은 의류 소재와 재고 소재를 전통적인 원단 리디자인 기법과 결합하여 의류 생애주기 연장의 타당성 응용에 관한 연구를 진행한 사례가 조사되었다(Tian, 2020). 헌 옷 재활용의 전략 연구에서 중국의 헌 옷의 수거경로와 헌 옷의 재고 적체에 따른 오염현황, 낡은 옷의 수거 가치를 조사·연구하고, 독자적인 디자이너와 기업의 재활용 모델을 설계했으며, 전통 원단 리디자인 방법과 의류/섬유 리폼 방식을 주로 연구한 사례도 있었다(Lu, 2014).

또한 재활용 리디자인을 표방하는 패션디자인의 응용분석 연구 중 하나로 브랜드 스텔라 매카트니(Stella McCartney)의 재활용 메커니즘을 탐구하고 정리했으며, 해양 폐기물과 낡은 옷을 수거한 후 순환이 가능한 의류 소재를 개발하여 식물성 염색을 진행해 새로운 의류 제품을 제공하는 등의 연구 사례도 찾아볼 수 있었다(Zhang, 2022).

이처럼 최근 몇 년간 발표된 폐의류 패션디자인에 관한 연구는 리디자인 패션 사례 분석, 폐기물을 활용한 재활용 패션디자인, 리디자인에 대한 개발 등으로 나타났다. 그러나 폐의류를 리디자인 방법을 통해 제작된 제품의 디자인 품질평가, 그리고 리디자인의 지속가능성 요인이 디자인 품질에 대해 어떤 영향을 미치는지에 관한 연구가 부족하여 이는 리디자인 품질을 높일 수 있는 유의미한 연구 가치가

있다고 판단된다.

## 2.2 지속가능성 요인

### 2.2.1 지속가능성 요인의 개념 및 구성요소

사전적 의미에 따르면 지속가능성(sustainability)은 환경 파괴 없이 지속될 수 있음을 의미한다. 패션 분야의 지속가능한 패션(sustainable fashion)은 미래 세대를 위해 현존 자원의 기능을 떨어트리지 않는 패션 제품의 생산, 사용, 폐기 과정을 말한다. 또한, 더 큰 생태적 온전함과 사회 정의를 향한 패션 제품 및 패션 시스템의 변화를 촉진하는 운동 및 과정이며, 패션 직물이나 제품에 대한 부분적 논의를 넘어 전체 패션 시스템을 다루는 것이다(이해선, 2021).

지속가능한 패션이란 환경친화적이고 미래 공동체의 사회적 책임을 다하는 패션 철학이라고 정의하며 친환경 패션 제품을 생산하는 과정에서 사회적, 윤리적 측면의 공정무역 영역, 생산 인력의 인권, 사용자의 가치관 및 생활양식을 비롯한 문화적 측면까지 범위가 확장되고 있다(나영주 외, 2013).

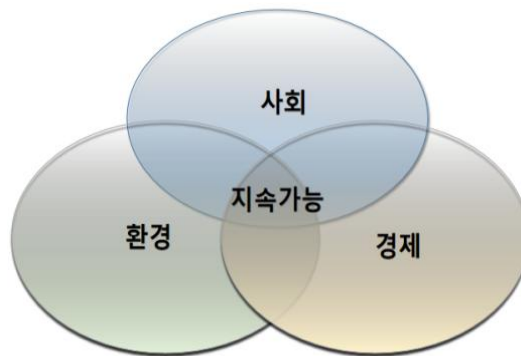
패션의 지속가능한 패러다임은 제품기획, 제품생산, 제품 소비, 제품 폐기 등 4단계로 구분되고 이러한 과정은 지속가능한 패션 디자인 프로세스로 정의될 수 있다. 또한 유행이 아닌 가치의 문제로 확산이 되는 추세인 만큼 패션기업은 이윤 추구와 사회적 책임 실천을 병행해야 한다고 볼 수 있다.

지속가능한 패션은 사회적, 경제적, 환경적 범주에서 지속가능성을 보호하는 방식으로 수행되는 패션 활동이다. 따라서 생산자들은 생산해야 할 3가지 핵심 사항을 준수하고, 소비자들은 지속가능한 패션 제품을 구매하여 사용하는 계기가 된다고 말할 수 있다(유홍식, 2012).

패션디자인 과정에서 환경적, 경제적, 사회적, 윤리적 요인의 상관관계를 고려한 미래지향적 디자인이라고 평가할 수 있는데, 제품이 사회와 환경에 미칠 영향과 책임을 고려하여 제품이 기획되고 생산되는 시점부터 제품 수명이 끝날 때까지 제품 개발이 지속됨을 의미한다(남훈암, 2010). 패션산업에서 발전된 지속가능성을 환경, 사회, 경제, 문화적인 지속가능성으로 분류하고 지속가능한 패션디자인에 대한 다양한 요구사항을 언급한 사례(신혜영, 2010)도 있었던 만큼 지속가능한 패션디자인

은 양적 성장에서 질적 성장으로의 전환을 추구하며, 생태 환경보전을 통한 인간 삶의 질 향상과 삶의 가치변화에 따른 환경보전 가능성을 확보함으로써 주기적인 발전이 가능하다.

현재는 지속가능성의 의미가 생물학적, 사회 체계와 관련하여 주로 쓰인다 (Sachs.C.E, 2018). 지속가능성은 처음에는 환경 보호와 환경 요소를 고려한 생태학 분야의 개념이었다. 그러나 지속가능한 경영에 초점을 두고 원래 지속가능성의 개념에서 더 나아가 경제적, 환경적, 사회적 등의 측면을 고려함으로써 지속가능성의 개념을 새롭게 정의하였다(Elkington, 1997). 즉 지속가능성이란 복합적 개념으로 기업이 경제적 생존이 가능하고(economical benefit), 환경적으로 견딜 수 있고 (environmental benefit), 사회적으로 책임 (social benefit)이 있도록 균형 잡힌 노력을 의미하는 트리플 바텀라인(The Triple Bottom Line, TBL)을 의미한다(신혜선, 2015). 따라서 지속가능성의 개념에 따른 3가지 하부 구성요소를 도식화 한 것은 아래[그림 2-14]와 같다.



[그림 2-14] 지속가능성 요인의 3가지 구성요소

### 1) 사회적 요소

지속가능한 디자인에서 사회성은 환경과 인간 그리고 사회의 연대적 관계의 윤리의식을 말한다(김은아, 2020). TBL의 사회적 측면에서의 지속가능성은 사회적 이익을 의미하며 기업을 둘러싼 이해 관계자들과 건전한 관계를 형성하기 위해 사회적 책임 경영과 윤리경영을 실행하는 것이다(남지형, 2021).

지속가능성이란 사회적기업이 유지되면서 본래의 목적을 달성할 수 있을지에 대

한 가능성의 정도로서 사회적기업이 지속가능한 일자리를 창출하며 또한 사회서비스를 제공할 수 있는지를 의미하기도 한다(장영란, 2012).

기업은 친환경적인 지속 가능 전략을 통해 값싸고 질 좋은 제품을 제공함으로써 제품의 접근성을 높이고 기업의 긍정적인 이미지 창출에 도움이 된다(나동규 외, 2014). 제품생산 과정에서 기업은 공정성 원칙을 전제로 착취, 열악한 노동환경, 저임금 등 인권 문제를 줄이고 노동환경의 질적 향상을 위해 노력한다(이주형 외, 2015). 또한 기업이 시대에 발맞춰 친환경적이고 지속가능한 발전의 선구자로서 기업의 좋은 사회적 이미지를 제품이나 서비스에 대한 소비자의 긍정적인 인식으로 전환을 시킬 수 있다.

## 2) 환경적 요소

생태계 파괴로 인한 일련의 환경 문제가 불거질수록 환경에 대한 소비자들의 관심은 계속 높아지고 있다. 특히 패션 제품 소비자의 친환경 제품 선호도가 높아지고, 기업은 환경적 요소를 고려해야 한다. 최근 지속가능성에 대한 실천은 환경적 책임 활동 분야에서 가장 활발하게 이루어지고 있고, 환경적 활동은 경제적인 부분을 해치지 않으면서 환경을 보존하는 친환경적인 활동이다(한지영, 2021).

지속가능한 폐의류 리디자인의 환경성은 디자인 혹은 생산과정에서 폐기물의 발생과 배출을 감소하는 것을 추구한다. 이는 화학 염료 대신 친환경 소재나 염료로 이루어질 수 있다. 또한 환경 보호의 주제로 폐의류를 리디자인하여 자연의 색상과 이미지를 모방함으로써 친환경적 이념을 표현할 수 있다. 패스트 패션에 인해 갈수록 증가하고 있는 폐의류를 대상으로 리디자인의 수단을 통하여 새로운 제품을 생산하는 것이 지속가능성의 환경적 요소에 맞는다.

## 3) 경제적 요소

경제적 요소는 기업의 1차 적 책임이자 지속가능한 발전을 위한 기본 전제 조건이라고 할 수 있다. 지속가능한 디자인에서 경제성은 재사용 및 재활용, 에너지 효율성을 추구하는 것으로 경제적 비용을 최소화하는 것을 말한다. 이는 단일화된 재료를 사용해 단순한 형태를 이루거나, 재료의 재사용재활용으로 원자재의 비용을 줄이는 것을 의미한다(김은아, 2020). 기업은 혁신을 통해 사회 발전에 기여하고

최대한의 이윤을 남기기 위해 끝없이 노력하며 기술혁신을 통하여 사회적 삶의 질을 높일 수 있는 제품과 서비스를 제공해야 한다(한지영, 2021). 기업의 질적 성장이 환경 보호의 욕구를 만족시키고 지역경제의 발전을 촉진한다면 기업에 대한 사회적 정체성을 높일 수 있을 것이다. 따라서 폐의류 리디자인에 있어서 기업은 환경오염을 최소화하며 제조할 수 있는 수단을 찾아야 하며 경제적인 생산 전략을 통해 환경과 경제 효율성을 높여야 한다.

### 2.2.2 지속가능성 요인에 대한 선행연구

다음은 지속가능성 요인에 대한 선행연구를 연대별로 고찰, 요약한 결과이다.

먼저 사회 구성원들을 직업군별, 활동 분야별, 그리고 선호 분야별 그룹 등 3그룹으로 구분하여 지속가능 발전에 대한 인식 및 입장 차이 분석과 더불어 지속가능 발전의 제약 요소가 무엇인지 파악한 사례(이정삼, 2015)가 있었다. 다음으로 문헌 연구를 통해 사회적기업의 지속가능성 요인을 사회적 목적 달성과 경제적 기반 형성, 환경적 수용성의 3개 요인으로 선정하여 사회적 기업가 정신과 지속가능성의 상관관계 또는 조직성과 등에 한정되었던 ‘사회적기업의 지속가능성에 영향을 미치는 요인’에 대한 연구 사례(신광하, 2016)도 확인할 수 있었다.

사회적기업의 지속가능성 요인이 경제성, 사회성, 환경성에 영향을 미치는 다양한 요인들을 탐색하였으며 탐색된 요인들이 지속가능성에 어떻게 영향을 미치는지, 각각의 요인별 영향력 우선순위 및 요인들 간의 영향 관계를 알아보는 사례(이승용, 2017)가 있는가 하면, ESG(Environment, Social and Governance)요인, 지속가능 미래요인을 독립변수로, 경제적 성과와 사회적 성과를 매개변수로, 지속가능 경영을 종속변수로 설정하여 ‘사회적기업의 지속가능경영을 결정하는 요소에 관한 연구’에서 경제적 성과와 사회적 성과 모두 지속가능경영에 영향을 미치지 않는다고 주장한 사례(남상각, 2018)도 있었다. 직무자원을 상사지원의식, 인지된 참여적 의사결정, 자율성, 과업 중요성으로 구분하여 각각의 요인들이 직무 열의에는 어떠한 영향을 미치며, 그 결과로 직무 열의는 사회적기업의 지속가능성 요소인 지속가능성, 경제적 기반 형성, 환경적 수용성에 대해 어떠한 영향을 미치는가에 대한 실증 분석을 한 사례(정홍균, 2019)도 있었다.

임태경, 엄경희(2021)의 선행 연구에서는 지속가능한 패션 제품 디자인이 환경적, 경제적, 윤리적 가치로 분석되기도 하였다.

이상의 선행 연구를 요약하면 다음 [표 2-5]와 같다.

[표 2-5] 지속 가능 요인의 선행연구 요약

연구자(년도)	내용
이정삼(2015)	직업군별, 활동 분야별, 그리고 선호 분야별 그룹
신광하(2016)	사회적 목적 달성과 경제적 기반 형성, 환경적 수용성
이승용(2017)	경제성, 사회성, 환경성
남상각(2018)	경제적 성과, 사회적 성과
정홍균(2018)	지속가능성, 경제적 기반 형성, 환경적 수용성
임태경, 엄경희(2021)	환경적, 경제적, 윤리적 가치

## 2.3 서비스 품질 평가(SERVQUAL) 모델

### 2.3.1 서비스 품질 평가 모델의 개념

서비스 품질 평가 모델은 서비스 품질을 측정하는 도구로서 고객 만족도 평가에 널리 활용되고 있는 일반적인 분석 방법이다.

Parasuraman, Zeithaml and Berry에 의해 1988년 개발된 이 모형은 서비스의 품질(Service Quality)을 평가하는 방법 중 가장 보편적으로 사용되고 있는 서비스 품질평가 방법이며 서비스 마케팅 분야에서 신뢰성이 입증된 서비스 평가 방법이다(이유재 외, 2001).

학자들은 서비스 품질 평가 체계와 관련한 연구가 지속적이고 심도 있게 진행되는 것 외에, 어떻게 효과적인 방법 및 경로를 운용하여 과학적인 서비스 품질 평가 모델을 개발할 것인가에 대해 끊임없이 탐구하였다.

비교적 연구의 초창기 시절인 1982년 Gronroos는 ‘고객 감지 서비스 품질 모델’



을 발표하였고, Parasuraman, Zeithaml, Bitner는 Gronroos의 연구를 바탕으로 1985년 서비스 품질 평가 모델(SERVQUAL-Gaps Model)을 개발하게 된 것이다.

서비스 품질 평가는 Service와 Quality의 합성어로 마케팅 분야의 서비스 품질 측정이 매우 중요함을 인식하는 데 기인하고 있다.

이처럼 서비스 품질 평가는 소비자의 서비스 인식과 기대감에 대한 이해도를 높일 뿐 아니라 서비스 품질 향상과 관리에 유용한 도구로 인식된 멀티 아이템 규모다. 이후 이 모형은 서비스 품질 측정 방법으로 처음 상용화되었으며, 이후 서비스 산업에 널리 적용될 수 있는 일반적인 방법으로 서비스 마케팅 분야에 널리 적용되고 있다. 그러나 시간이 지나 이 모델에 문제점들이 발견되었고 다음과 같은 몇 가지 이유로 인해 학계로부터 비판의 대상이 되어 왔다. 그 이유는 첫째, 기대의 해석과 조작 문제이다(Tears, 1993). 이 모델이 가지고 있는 기대 개념이 중요한 의미를 내포한 이면에, 이것이 예상되는 기대를 의미하는 것인지, 기대를 측정할 당시 바랄만한 가치가 있는 기대를 의미하는 것인지, “해야 한다”로 작성해야 하는지, “할 것이다”로 질문을 작성해야 하는 것인지 등 그 개념적 모호성에 대하여 비판이 끊임없이 지속되었다. 이러한 기대 개념의 느슨한 정의는 다양한 해석을 가능케 하는 결과를 초래하였다(강희일, 정용길, 2002).

둘째, 첫 번째 문제에서 지적된 기대 개념의 한계가 명확하지 않아 시작된 문제들로 인해 각 점수는 서비스 품질의 본래 5차원 구성에 사용된 방법의 이론적 결합과 특성에 사용되었다. 각각의 점수로 인한 구성 유효성, 예측 유효성 및 신뢰성에 문제가 있는데, 각각의 차원들이 정적이지 않다고 지적된 바 있다.

셋째, 타당성의 문제로서 모든 서비스 조직에 적합한 서비스 품질 측정 방법이어서 아니지만 선행연구 결과, 전문 서비스, 즉 법률 및 의료 서비스에는 적합하지 않다. 넷째, 이 모델의 핵심 측면인 인식과 기대의 차이를 이용한 서비스 품질 측정은 유효성과 낮은 신뢰성을 보여줄 수 있다.

다섯째, 예측력의 문제로서 사용자의 구매 의도를 예측할 수 있는 능력이 부족하다. 서비스 품질 평가 모델에 대한 기대와 인식의 차이를 이용하는 것보다 성별과 결혼 유무만을 이용하여 서비스 품질을 측정하는 것이 구매 의도를 더 잘 예측한다는 연구 결과가 있다.

Parasuraman(1991)은 다음과 같은 4가지 개정된 서비스 품질 평가 모델을 제안

했다. 상기 기존의 문제점을 보완하면서 비판적인 의견들을 다음과 같이 제시하였다. 첫째, 기존 모델은 고객의 경험적 또는 사실적 기대와 반대되는 규범적 기대를 측정하려고 노력했다. 둘째, 부정적인 항목의 문구를 긍정적인 문구로 변경하였다. 이는 응답 고객 간 모종의 혼란 가능성을 낮추고 신뢰 계수를 높이기 위해 수정되었다. 셋째, 확실성과 유형성 항목에서는 논란이 되는 두 항목을 새로운 항목으로 대체하였다. 넷째, 서비스 품질 평가 모델의 5가지 차원이 얼마나 중요한지 확인하였다. 이는 응답자들의 상대적 중요성 측정을 고려하여 확인된 바 있다.

개정된 모델 치수 간에 동일한 정보 중복성이 다소 크지만, 특정 유형에 속하는 유형성 치수가 두 개의 하위 치수(통신·설비/직원·자재 설비)로 분할된다는 점을 제외하면 차원 구조(신뢰성·유형성·대응성·확신성·공감성)가 유지된다고 하였다. 또한, 기존 모델의 차원 정의와 항목에 대한 수정이 제기되어 다단계 반복적이고 체계적인 프로세스를 통해 도출된 모든 서비스 산업 또는 기업 전반에 적용될 수 있게 되었다.

이상의 내용을 기반으로 Parasuraman과 우정훈의 연구에서 확인할 수 있는 서비스 품질 평가 모델의 구성 차원의 변화를 [표 2-6] 와 같이 요약하였다.

서비스 품질 평가 모델의 유형성은 서비스 과정에서 고객이 감지할 수 있는 실체 부분으로 서비스 시설, 직원의 외모 등을 포함한다. 신뢰성은 서비스 기업이 신뢰할 수 있고 정확하게 서비스 약속을 수행하는 능력이다. 이것은 서비스 기업이 제때 효율적이고 실수 없이 모든 약속의 서비스 내용을 완성한다는 것을 의미한다. 대응성은 서비스 기업이 자발적으로 고객을 돕고 신속하게 서비스를 제공하려는 의지이다. 확신성은 직원이 자신감, 믿을 만한 지식, 예의와 능력을 표현하는 것이다. 공감성은 기업이 소비자에게 특별한 관심을 주는 것이다. 정리하면 다음 [표 2-7] 과 같다.

[표 2-6] 서비스 품질 평가 모델의 구성 차원 변화표

초기 모형 (Parasuraman et al.(1985))	수정 후 모형 (Parasuraman et al.(1988))
유형성	유형성
신뢰성	신뢰성
대응성	대응성
신뢰도	확신성
안전성	
능력성	
공손성	
이해성	공감성
입장성	
의사소통	

출처: Parasuraman et al.(1985/1988)

[표 2-7] 서비스 품질 평가 모델 구성 차원의 정의

품질 차원	정의
유형성	물리적 시설, 장비, 서비스 요원, 직원의 외모 등의 외형
신뢰성	약속된 서비스를 안정적이고 정확하게 제공할 수 있는 능력
대응성	필요할 때 고객에게 신속한 서비스를 제공할 수 있는 능력
확신성	직원 지식 및 에티켓, 서비스 성과 예측
공감성	고객에게 제공하는 배려와 관심

출처: Parasuraman et al.(1988)

초기 모델의 척도는 포커스 그룹과 관리자들을 대상으로 인터뷰하여 10개 차원, 97개 하위항목으로 구성된다. 이후 신뢰성 분석, 요인 분석을 통해 부적절한 항목을 제거하고 통합하여 유형성, 신뢰성, 대응성, 확신성, 공감성 등 5개 구성 차원,

22개 항목으로 구성이 변경되었다. 이것이 우리가 현재까지 일반적으로 활용하고 있는 척도이다(우정훈, 2015). 각 품질 차원의 평가항목은 다음 [표2-8]과 같다.

[표 2-8] 서비스 품질 평가 모델의 평가항목

품질 차원	평가항목
유형성	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 최신의 기술과 장비</li> <li>2. 가시적, 물리적 설비와 시설</li> <li>3. 깨끗하고 정중한 직원 상태</li> <li>4. 서비스를 원활히 수행하기 위한 시설</li> </ol>
신뢰성	<ol style="list-style-type: none"> <li>5. 시의 적절한 서비스</li> <li>6. 고객 불만에 대처하는 정도</li> <li>7. 기업에 대한 신뢰성</li> <li>8. 예약과 약속 이행능력</li> <li>9. 정확한 기록 유지</li> </ol>
대응성	<ol style="list-style-type: none"> <li>10. 서비스 내용에 대한 설명</li> <li>11. 훌륭한 서비스</li> <li>12. 고객 서비스에 헌신적인 직원</li> <li>13. 고객요구에 신속한 대응</li> </ol>
확신성	<ol style="list-style-type: none"> <li>14. 고객의 직원에 대한 신뢰성</li> <li>15. 종업원의 안전한 업무처리</li> <li>16. 예의 바른 직원</li> <li>17. 능숙한 직원과 기업의 지원</li> </ol>
공감성	<ol style="list-style-type: none"> <li>18. 고객에 대한 개인적 배려</li> <li>19. 고객 개인에 대한 관심</li> <li>20. 직원의 고객 필요사항 파악</li> <li>21. 고객의 관상 사항 파악</li> <li>22. 이용하기 편리한 영업시간</li> </ol>

출처: Parasuraman et al.(1988)

서비스 품질 평가 모델은 설정된 측정 항목을 기반으로 한 설문지를 통해 서비스 품질을 측정한다. 요약하자면, 서비스 품질을 성능에 대한 고객의 인식과 기대 사이의 차이로 정의한다. 과거 경험, 개인적 욕구, 외부 소통, 입소문 등을 변수로 들었으며, 서비스 품질의 결정요인을 5차원으로 평가하였다. 이는 다음 [그림2-15]로 나타낼 수 있다.



[그림 2-15] 서비스 품질 평가 모델

출처: parasuraman et al.(1990)

## 2.3.2 서비스 품질 평가 모델의 구성 차원과 평가 척도

### (1) 서비스 품질 평가 모델의 구성 차원

앞서 [표2-7]에서 밝힌 바와 같이 서비스 품질 평가 모델의 유형성·신뢰성·대응성·확신성·공감성 등 5개 구성 차원의 개념을 정의한 바 있다. 이들 개념을 다시 한번 서술하면 아래와 같다.

유형성은 물리적 시설, 장비, 직원의 외형 등 외부적인 것을 말한다.

신뢰성은 약속된 서비스를 정확하게 제공할 수 있는 능력을 의미한다. 예를 들어, 약속된 서비스를 제때 제공하거나 정확한 서비스를 제공하는 능력이다. 즉, 약속된 서비스를 안정적이고 정확하게 제공할 수 있는 능력이다.

대응성은 고객의 요구에 신속하게 대응하고 신속한 서비스 제공 등 고객을 돕고 신속한 서비스를 제공하겠다는 의지를 말한다. 고객을 돕고 서비스를 제공하려는 적극적인 자세인 셈이다.

확신성은 고객에 대한 신뢰를 높이기 위해 직원들의 예의, 지식 및 능력을 말한다. 즉, 직원들의 지식과 정중한 매너, 그리고 신뢰와 자신감을 고취시키는 능력이다.

공감성은 고객에게 제공하는 보살핌과 고객에 대한 개인의 관심을 말한다.

위에 언급한 5개 구성 차원은 이후 제3장 4절에서 선행 사례를 보완 수정한 조작적 정의를 함으로써 패의류 리디자인 영역에 재정의되게 된다.

### (2) 서비스 품질 평가 모델의 평가 척도

본 모델의 평가 척도는 22개 항목을 각각 기대 품질과 지각된 품질 2가지로 변형하여 총 44개의 항목으로 구성이 된다. 즉, 22개 항목을 서비스 제공 전과 후로 두 번에 걸쳐 답을 받는 것으로 구성된다(우정훈, 2015).

본 모델의 설문지는 크게 두 부분으로 구성된다. 이는 22개 항목으로 구성된 고객의 기대 수준에 관련한 질문과 22개 기대 부분의 각 항목에 대응하는 고객의 지각 수준을 측정하기 위한 설문으로 구성되며, 각 설문 항목에 대해서는 먼저, 이상

적인 기업의 서비스에 대한 기대의 정도를 질문하고 다음으로 현재 대상 기업이 수행하고 있는 서비스 수준에 대한 경험을 질문한다(김학균, 2017).

Parasuramane tal과 우정훈의 연구를 기반으로 한 서비스 품질 평가 모델의 평가 척도 항목을 정리하였으며 다음 [표 2-9]와 같다.

[표 2-9] 서비스 품질 평가 모델의 구성 차원과 평가 척도 항목

구성 차원	기대 서비스 품질 (Expected Service Quality)	지각된 서비스 품질 (Perceived Service Quality)
유형성 (Tangibles)	최신 장비를 가지고 있어야 한다.	XYZ에는 최신 장비가 있다.
	물리적 시설은 시각적으로 매력적이어야 한다.	XYZ의 물리적 시설은 시각적으로 매력적이다.
	직원들은 옷을 잘 입고 단정하게 보여야 한다.	XYZ의 직원들은 옷을 잘 입고 단정해 보인다.
	기업의 물리적 시설의 외관은 제공되는 서비스 유형과 일치해야 한다.	XYZ의 물리적 시설의 외관은 제공되는 서비스 유형과 일치한다.
신뢰성 (Reliability)	기업이 일정한 시간까지 무언가를 하겠다고 약속하면, 그들은 그렇게 해야 한다.	XYZ가 일정한 시간까지 무언가를 하겠다고 약속하면 그렇게 한다.
	고객이 문제를 해결할 때, 이 회사들은 동정적이고 안심시켜야 한다.	문제가 있을 때 XYZ는 동정적이고 안심된다.
	기업은 신뢰할 수 있어야 한다.	XYZ는 신뢰할 수 있다.
	약속한 시간에 서비스를 제공해야 한다.	XYZ는 약속한 시간에 서비스를 제공한다.
	기록을 정확하게 유지해야 한다.	XYZ는 기록을 정확하게 유지한다.
대응성 (Responsiveness)	고객들에게 언제 서비스가 수행될 것인지 정확하게 말해줄 것으로 기대되어서는 안 된다.	XYZ는 고객에게 언제 서비스가 수행되는지 정확하게 알려주지 않다.

	고객들이 이들 회사의 직원들로부터 신속한 서비스를 기대하는 것은 현실적이지 않다.	XYZ의 직원들로부터 신속한 서비스를 받지 못했다.
	직원들이 항상 고객을 기꺼이 도울 필요는 없다.	XYZ의 직원들이 항상 고객을 기꺼이 돕지는 않는다.
	그들이 바빠서 고객의 요청에 신속하게 대응하지 못하더라도 괜찮다.	XYZ의 직원들은 너무 바빠서 고객의 요청에 신속하게 대응할 수 없다.
확신성 (Assurance)	고객은 이러한 회사의 직원을 신뢰할 수 있어야 한다.	XYZ의 직원을 신뢰할 수 있다.
	고객들은 이러한 회사의 직원들과의 거래에서 안전함을 느낄 수 있어야 한다.	XYZ의 직원들과의 거래는 안전하다고 생각한다.
	직원들은 공손해야 한다.	XYZ의 직원들은 공손하다.
	직원들은 그들의 일을 잘 하기 위해 이 회사들로부터 적절한 지원을 받아야 한다.	직원들은 업무를 잘 수행하기 위해 XYZ로부터 적절한 지원을 받는다.
공감성 (Empathy)	고객들에게 개별적인 관심을 줄 것이라고 기대해서는 안 된다.	XYZ는 개별적으로 주의를 기울이지 않는다.
	직원들은 고객들에게 개인적인 관심을 줄 것으로 기대할 수 없다.	XYZ의 직원들은 당신에게 개인적인 관심을 주지 않는다.
	고객의 요구가 무엇인지 알기를 기대하는 것은 비현실적이다.	XYZ의 직원들은 당신의 요구가 무엇인지 알지 못한다.
	고객의 최대 이익을 염두에 두길 기대하는 것은 비현실적이다.	XYZ는 마음속으로 당신의 최고 관심을 가지고 있지 않다.
	모든 고객들에게 편리한 영업 시간을 가질 것이라고 기대해서는 안 된다.	XYZ는 모든 고객에게 편리한 영업 시간을 제공하지 않는다.

출처:Parasuraman et al.(1985), 우정훈 정리



고객들의 기대 수준과 기업의 서비스 품질 평가에 대한 측정은 7점 척도를 이용한다. 1점을 강한 부정으로 시작해서 7점인 강한 긍정으로 구성되어 있다. 평가 모델의 점수는 고객의 기대 문항과 지각 문항에 대한 점수 간의 차이로서 계산되며, 각 항목 당 점수는 다음의 계산식에 의해 산출된다.

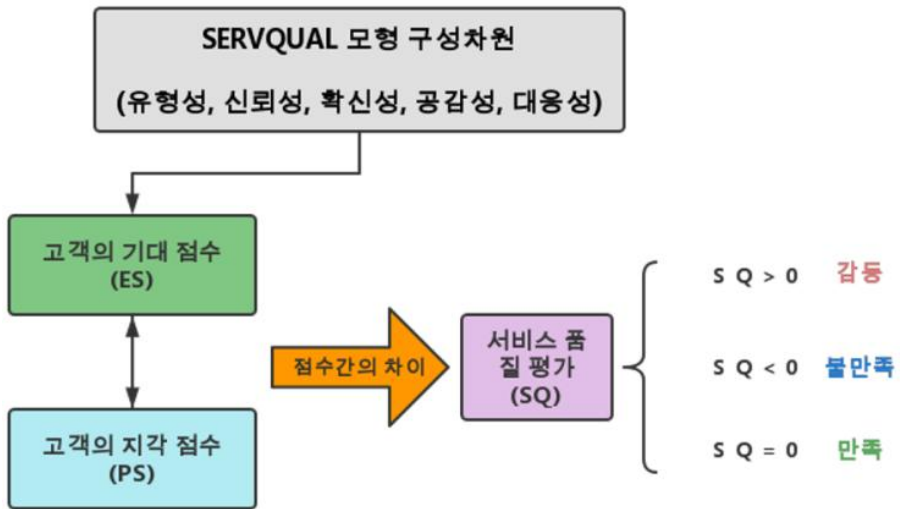
$$[\text{서비스 품질 평가점수}] = [\text{고객의 지각 점수}] - [\text{고객의 기대 점수}]$$

SQ=0의 경우는 고객의 기대 품질이 지각된 품질과 유사하며 서비스 품질이 적절하다는 것을 의미한다.

SQ>의 경우는 고객의 지각된 품질이 기대 품질보다 좋고 서비스 품질이 높다.

SQ<0의 경우는 고객의 지각된 품질이 기대 품질을 만족시키지 못하여 서비스 품질이 낮다.

이상의 고찰한 내용을 요약하여 평가 모델을 도식화하면 다음과 같다.



[그림 2-16] 서비스 품질 평가 모델의 도식화

### 2.3.3 서비스 품질 평가 모델에 대한 선행연구

본 장에서는 중국과 한국의 선행연구자들이 서비스 품질 평가 모델에 관한 연구 결과를 요약하여 본 연구의 주된 논거로 삼는다.

먼저, 선행연구를 연대별로 열거하자면, 서비스 품질 평가 모델이 제안하는 서비스 품질에 대한 개념이 불명확하며, 대인 관계 상호작용 품질에 집중된 단점이 있다고 주장한 연구가 있다. 이러한 단점을 보완하기 위한 서비스 품질 개념으로 물리적 시설 및 서비스 프로세스, 종업원의 행동적 측면, 전문적 판단을 서비스 품질 속성으로 제안하였다. 더불어 지나친 서비스 품질 집중은 다른 문제를 일으킬 수 있으며, 소비자의 유형을 종합적으로 분석하여 소비자 중심의 서비스를 설계하는 것이 중요하다고 보고된 바 있다(Haywood-Farmer, 1988).

서비스 품질 평가 모델에 기초한 물류 서비스 품질 평가 모델을 제시하고, 서비스 품질 평가 기준은 기술 품질 측면뿐만이 아니라 기능 품질 측면도 포함해야 한다고 분석한 사례가 있었다(Zhou, Shi, 2012). 패션 및 주얼리 품질과 서비스 품질 평가 척도를 재구성하고, 소비자의 지각을 바탕으로 제품 품질 및 서비스 품질과 고객 만족에 관련된 변수 간의 관련성을 연구한 사례도 있었다(황선주, 2012). 서비스 품질 평가 모델을 기반으로 유형성을 제거하고 편리성을 증가시켜 B2C 네트워크 쇼핑의 물류 서비스 품질을 평가하고 중국의 당당망(当当网)을 대상으로 실사례 분석을 한 연구도 확인되었다(Lee, 2013).

서비스 품질 평가 모델을 물리성, 신뢰성, 인적 작용, 문제해결, 점포정책의 세부 요인으로 다시 구성하여 고객 만족과 사회적 연결감이 점포 충성도에 미치는 영향을 탐구한 사례(이동형, 2015)가 있는가 하면, 제3 자 물류 서비스 품질 평가 체계를 수립하고 대응성, 신뢰성, 정보성 및 전문성 관점에서 H사의 서비스 품질을 평가하고 H사의 발전에 대해 제언한 사례(Wang, 2016)도 있다.

보완성, 상호 작용성 및 보장성을 서비스 품질에 대한 고찰 차원에 추가하고, 무인 소매점의 서비스 품질에 대한 실제 사례 연구(Zhang, 2018)를 진행하는가 하면, 프로세스 기반 서비스 평가를 연구하여 핵심 역량, 솔루션, 구현 능력과 비용 지표를 설계하고 물류 기업 WSD를 평가한 사례(Xiao, 2018)도 있었다.

서비스 품질 평가 모델을 기반으로 유형성과 신뢰성을 제거하고 유용성을 추가

하고 서비스 품질의 각 요인과 지각된 가치 및 브랜드 신뢰, 고객 만족과 구매 의도의 관계를 실증 분석한 연구도 존재한다(Tian, 2021).

상기 선행 연구들의 핵심을 요약하면 다음 [표2-10]과 같다.

[표 2-10] 서비스 품질 평가 모델의 선행연구 요약

연구자(년도)	내용
Haywood-Farmer(1988)	유형성, 신뢰성, 대응성, 확신성, 공감성
황선주(2012)	유형성, 신뢰성, 대응성, 확신성, 공감성
이진진(2013)	신뢰성, 대응성, 확신성, 공감성
이동형(2015)	물리성, 신뢰성, 인적 작용, 문제해결, 점포정책
왕후이성(2016)	대응성, 신뢰성, 정보성, 전문성
장리츠(2018)	보완성, 상호 작용성 및 보장성
샤오허잉(2018)	핵심 역량, 솔루션, 구현 능력과 비용 지표
Tian(2021)	대응성, 확신성, 공감성, 유용성

앞서 밝힌 바와 같이, 한국과 중국 학자들의 연구를 수집, 요약한 결과에 따른 서비스 품질 평가 모델의 개념은 소비자의 시각에서 디자인 품질에 영향을 미치는 핵심 문제를 직관적으로 분석할 수 있음을 파악할 수 있었다. 또한, 기존 페의류 리더디자인의 디자인 품질에 대한 선행연구가 드물어 ‘서비스 품질 평가 모델을 활용하여 페의류 리더디자인의 지속가능성 요인이 디자인 품질에 미치는 영향’에 대한 연구가 유의미하게 타당할 것으로 판단된다.

## 2.4 디자인 품질

### 2.4.1 디자인 품질의 개념

디자인은 특정한 목적을 달성하기 위해서 실행 과정에서 문제를 해결하여 사람들의 어떤 요구를 만족하는 창의적인 행위라고 할 수 있다. 또한 “디자인”은 어떠한 목적성을 가지고 여러 조형 요소들을 합리적으로 구성하여 조화로운 통일성을 이루어내는 창조 활동이자, 결과물을 만들어내는 행위로도 정의된다(Zhang, 2016).

‘품질(品質, quality)’의 사전적 정의는 공장에서 생성된 제품 혹은 서비스 산업에서 제공하는 서비스가 지니는 성질과 바탕을 말하며, 산업 및 제조 부분에서의 품질은 어떤 것의 우월성, 또는 ‘추구하는 목적에 부합하는가’의 여부로 정의된다.

품질은 크게 제품 차원의 품질과 서비스 차원의 품질로 구분할 수 있으며 본 연구는 패션에 관한 연구이므로 제품 차원의 품질에 초점을 두어 디자인 품질을 고찰하였다. 또한, 품질(quality)은 제품이나 서비스가 사용 목적 혹은 사용자의 요구를 만족시키고 있는지 어떤지가 결정될 경우, 평가의 대상이 되는 고유의 성질 및 성능의 총칭이라고 정의하였다. 이외에도 디자인 품질의 정의에 관한 선행연구에 따르면, 국제 표준 기구 (ISO-8402: 1994)는 품질(quality)을 '고객의 명시적, 묵시적 요구를 충족시킬 수 있는 전반적인 특성의 총체'로 정의하였으며<sup>5)</sup>, 품질을 '요구사항에 대한 일치성'으로서 요구사항이 얼마나 적합한지에 따라 품질의 좋고 나쁨이 판단되기도 한다.

품질을 소비자의 니즈를 만족시키는 특성으로서 정의하며, 소비자가 해당 제품을 사용함으로써 느끼는 ‘고객 만족(customer satisfaction)’ 또는 ‘용도에 대한 적합성(fitness for use)’으로 정의되기도 한다(이종석 외, 2005).

때로는 디자인과 품질은 같은 의미로 볼 수 있으며, 이들의 목적이 달성되었을 때, 좋은 결과물이 창출될 수 있다고 지적하기도 한다(이민영, 2021). 디자인 혹은 제품 품질이란 소비자의 요구(needs)를 충족시켜 소비자에게 만족을 제공하는 제품의 특성이며 소비자가 제품의 특성에 대해 만족을 느끼는 일련의 과정을 소비자가

5) International Organization for Standardization (ISO). Quality management and quality assurance – Vocabulary. ISO 8402, 1994.

제품 품질을 지각하는 과정이라는 주장도 있다(정주리, 2021).

언급한 바와 같이, 디자인과 품질 두 단어는 모두 '목적' 혹은 '요구'에 초점을 두고 있는 것을 파악할 수 있다. 따라서 디자인 품질은 '어떤 목적으로 디자인한 제품이나 서비스가 사용자의 요구를 만족시킬 수 있는지를 결정하는 품질'로 파악할 수 있다.

최근 대부분의 디자인은 서비스 또는 제품 등을 이용하는 사용자를 대상으로 행해지고 있다. 그리고 디자인 품질이 사용자 또는 고객의 니즈를 얼마나 충족시켜주는지의 여부 또한 디자인 품질을 높이기 위한 하나의 평가 요인으로 볼 수 있다.

제품 디자인적 측면에서 제품 속성에 대해 기능적 속성과 감성적 속성으로 유형을 나눌 수 있는데, 기술적 속성은 제품의 기술적인 면을 말하고, 감성적 속성은 사용자가 제품을 사용하면서 느끼는 즐거움과 유쾌함 등의 감정을 말하는데, 기능적 속성에 비해 주관적인 성격을 띤다(여수미, 2007).

## 2.4.2 기대 품질

기대는 어떤 일이나 대상이 원하는 대로 되기를 바라고 기다림을 뜻한다. 일반적으로 기대는 제품이나 서비스를 이용하기 전의 신념이라고 정의되고 있다.

Barbeau(1985)는 기대를 예측적 차원과 규범적 차원으로 나누었다. Olson과 Dover(1979)는 서비스 기대를 '구매 대상의 사용 전 신념'이라 정의 하였으며, Berden과 Teel(1983)은 어떤 사건에 대하여 일어날 가능성 또는 확률이라고 주장한 바 있다.

소비자의 기대는 상품과 서비스에 대한 의사결정과 구매 행위에 영향을 미칠 수 있다. 기대는 소비자 측면으로 볼 때 제품 품질 평가표준이 된다. 좋은 기대는 소비자의 구매 행위를 유도할 수 있으며 기대와 지각된 성과의 차이가 소비 과정에서 서비스 혹은 제품 품질을 평가하는 표준 역할을 한다(AI Tan Zul, 2014). 기대되는 서비스란 소비자의 니즈를 의미하며, 제품이나 서비스의 평가를 높이기 위해 기업은 생산 설계 단계부터 소비자의 기대 요소를 고려해야 한다.

패의류 리디자인에 대한 소비자들의 기대는 주로 앞서 밝힌 디자인 요소인 소재, 색상, 문양 등에서 이뤄진다. 재설계된 제품에 대한 기대는 구매 행위가 일어나기

전부터 생겨나 구매 행위가 끝날 때까지 계속되며 지각된 품질을 통해 제품을 평가한다.

### 2.4.3 지각된 품질

과거에는 품질은 표준화된 기준을 설정하기 위해 만들어진 객관적 개념이었지만, 최근에는 새로운 소비경제 환경에 접어들면서 주관적 개념으로 바뀌었다(송은주, 2013). 지각된 품질은 고객의 애착, 브랜드 선호, 호감, 선호 성향이 특정 브랜드와 밀접한 관련이 있고 마케팅의 핵심 개념이기 때문에 구매 결정과 브랜드 충성도에 중요한 역할을 한다(Jacoby & Kyner, 1973). 서비스에 대한 지각된 품질은 고객의 기대와 연관되어 있으며, 고객들의 주관적인 인식에 의해서 평가된다(Gronroos, 1984).

지각된 품질은 소비자들의 종합적인 경험에 따라 특정 제품에 대해 느끼는 지각이나 평가로서 다양하게 정의되고 있지만, 제품 자체의 실제 품질이라기보다는 해당 제품의 우수성 또는 우월성에 대한 소비자의 전반적인 판단이라는 정의가 일반적으로 받아들여지고 있다(Aaker, 1991; Zeithaml, 1988).

또한, 지각된 품질은 소비자가 인지하는 특정 서비스나 제품의 전반적인 품질을 말한다. Garvin(1987)은 지각된 품질은 가격, 성능, 제품 디자인, 편의성, 브랜드, 제품 이미지, 광고 등에 의한 간접 평가 측면에서 품질이며, 각 소비자가 느끼는 주관적 품질이라고 언급한 바 있다.

지각된 품질의 선행조건은 외부 또는 내재적인 단서이며, 소비자는 이러한 단서를 사용하여 품질을 인식하므로 어떤 단서가 인식되는지가 매우 중요한 요소라고 할 수 있다(Kirmani & Zeithaml, 1993). 이러한 지각된 품질은 지극히 개인적인 것이며 각 특성에 따라서 주어진 무게 또는 중요성은 소비자에 따라 다르므로, 상대적인 중요성도 주어진 제품에 대해 여러 요인의 영향을 받는다(예종석·전소연, 2010; 조미영, 2019).

지각된 품질을 제품의 전반적인 우월성 혹은 우수성에 대한 소비자의 평가라고 정의한 사례(Zeithaml, 1988)도 있으며, 지각된 품질은 객관적 또는 실제 품질과는 다를 수 있고 특정한 제품 속성보다 더욱 추상적인 개념이다(조주현, 2016). 지각

된 디자인 품질은 소비자들이 구매하는 서비스 과정의 설계나 제품의 디자인 성질에 대한 인식으로 파악할 수 있다. 소비자에게 지각된 품질은 기업이 소비자에게 제공하는 서비스나 제품의 기대와 실제 제공하는 서비스 성과를 비교함으로써 정의할 수 있다(김혜진, 2002). 즉, 지각된 품질은 소비자들이 추상적인 시각에서 일부 제품이나 서비스에 대해 전면적이고 주관적 판단으로 파악할 수 있다. 지각된 품질의 개념과 관련한 초창기 연구 가운데 다음과 같이 3가지의 맥락을 이해하고 넘어갈 필요가 있다고 판단된다. 첫째, 지각된 품질은 주관적인 개념이며 객관적인 품질과 구별된다. 객관적 품질과 지각된 품질의 차이는 인간의 품질과 기계적 품질의 차이이다. 인간적 품질은 사물에 대해 사람들의 주관적인 반응을 포함하며 기계적 품질은 어떤 사건이나 사물의 형상이나 객관적 측면을 포함하는 것으로, 인간의 판단에서 나타나는 상대적 현상이다(Holbrook & Corfman, 1985). 둘째, 지각된 품질은 제품의 단순한 특성과 이러한 특성에서부터 복잡한 수준에 이르기까지 추상적이고 복잡한 개념이며, 제품 정보 측면에서 가장 단순한 수준의 제품 속성이다. 또한 제품의 구체적으로 제시되는 속성보다는 기대하는 수준의 추상적 개념이라고 할 수 있다(Olson & Reynolds, 1983). 셋째, 지각된 품질은 제품이나 서비스의 제품 고려군에서 상대적 우월성을 소비자들이 평가하는 개념이며 특정 제품에 대한 소비자의 전반적인 평가이다(Holbrook & Corfman, 1985).

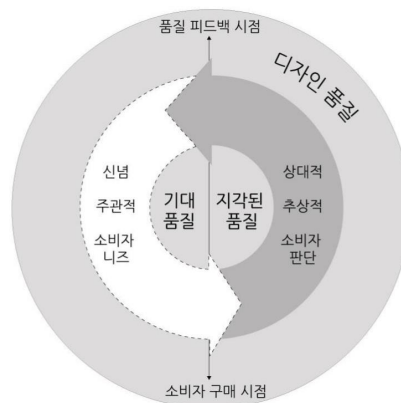
요약하면, 지각된 품질은 ①객관적 품질이 아니며, ②제품 속성보다 높은 추상적 개념이며, ③소비자의 제품 고려단계에서 이루어지는 판단이며, 전반적인 품질에 대한 평가로 요약될 수 있다. 이상의 내용을 바탕으로 디자인 품질, 기대 품질, 지각된 품질의 관계를 아래 [그림 2-17]로 도식화하였다.

#### 2.4.4 패션 분야 디자인 품질에 대한 선행연구

패션디자인 품질은 패션 구매 행동 과정에서 중요한 역할을 한다. 소비자들은 패션을 구매할 때 디자인, 소재 등을 비교하고 고려하며 소비자 관점에서 보면 디자인 품질이 소비자의 행동을 결정하게 되는 것이다. 소비자가 패션을 구매하고 사용해보면서 구매 만족도를 평가하게 된다. 디자인 품질이 패션 구매에 중요한 고려요소이므로 구매 후 평가하는 데에 중요한 역할을 하게 된다. 또한, 패션의 용도,

환경, 그리고 소비자의 나이, 학력, 성격 등에 따라 패션디자인을 평가할 때 차이가 있다(Zhang, 2016). 소비자가 의상을 구매할 때 구매 만족도에 영향을 미치는 요소로 이종 소재, 색상, 크기, 미적 감각, 문양 등이 있는데 이들 요소가 패션디자인의 품질과 연관이 있다(Hong, 1991). Eckman(1990)은 소비자 제품구매 행위의 결정 요소를 16가지 제시하였으며 이 중에서 색상, 문양, 스타일, 소재 등 요소가 패션디자인 품질과 관련이 있다고 지적하였다. 또한, 패스트 패션 브랜드 소비자 만족도에 미치는 영향 요인을 연구한 결과, 패션디자인의 문양과 색상은 소비자의 구매 행동을 결정하는 중요한 요소이며, 패션의 소재는 소비자의 구매 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다(Guo, 2015). 패션트렌드를 기반으로 패션디자인 요소를 활용할 때, 패션디자인의 색상, 문양, 소재는 디자인 품질에 유의미한 영향을 미치는 결정적 요인이 될 수 있다(Zhang, 2018).

이상의 선행연구 분석에 따라, 폐의류 리디자인의 품질에 영향을 미치는 디자인 요소를 색상, 소재, 문양으로 유추할 수 있다. 이러한 요소들은 이후 분석의 주요한 논거로 활용된다.



[그림 2-17] 디자인 품질의 개념 도식화



## 제3장

---

### 연구 모형의 설계 및 가설설정

3.1 연구 모형의 설계

3.2 가설의 설정

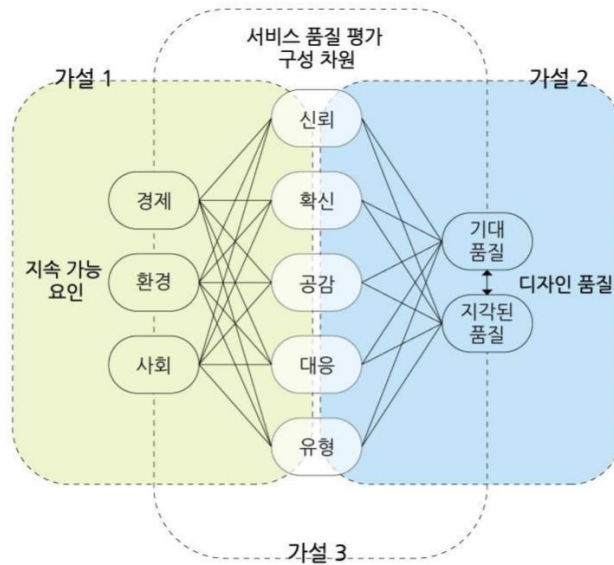
3.3 자료수집 및 분석방법

3.4 변수의 조작적 정의

## 제3장 연구 모형의 설계 및 가설설정

### 3.1 연구 모형의 설계

본 연구에서는 폐의류 리디자인의 지속 가능 요인이 서비스 품질 평가 구성 차원을 매개로 디자인 품질에 어떠한 영향을 미치는지 알아보고자 하였다. 폐의류 리디자인의 지속 가능 요인을 외생변수(Exogenous Variable)로 하였으며, 서비스 품질 평가 구성 차원, 디자인 품질을 내생변수(Endogenous Variable)로 하였다.



[그림 3-1] 연구 모형

선행연구를 바탕으로 연구 모형은 다음 [그림 3-1]과 같이 요약할 수 있다. 예비분석을 통해 지속 가능 요인은 경제성, 환경성, 사회성의 3개 요인 군으로 나뉘었고, 서비스 품질 평가 구성 차원은 신뢰성, 확신성, 공감성, 대응성, 유형성의 5개 요인 군으로 나뉘었고, 디자인 품질은 기대 품질, 지각된 품질의 2개 요인 군으로 나뉘었다.

## 3.2 가설의 설정

본 연구는 폐의류의 지속 가능 요인, 서비스 품질 평가 구성 차원을 매개하여 디자인 품질에 미치는 영향을 알아보자 함에 그 목적이 있다.

선행연구에 따라 연구목적을 달성하기 위하여 다음과 같이 3가지 연구가설을 도출하였다.

### 3.2.1 지속 가능 요인과 서비스 품질 평가 구성 차원 간의 관계

본 연구에서 폐의류의 지속 가능 요인이 지속가능한 경영에 초점을 두고 있기에, 원래 지속가능성의 개념에서 더 나아가 경제적, 환경적, 사회적 측면을 고려함으로써 지속가능성의 개념을 새롭게 정의하였다. 즉, 지속가능성이란 기업이 경제적 생존이 가능하고, 환경적으로 지속이 가능할 수 있고, 사회적으로 책임이 있도록 균형 잡힌 노력을 의미하는 트리플 바텀라인(The Triple Bottom Line, TBL)으로 축약할 수 있다.

엄태경, 엄경희(2022)는 재생 소재 패션 제품 디자인의 지속 가능 요인이 제품 디자인 속성에 미치는 영향과 관련한 연구에서 지속 가능 요인과 경제적 요인이 기능성(확신성), 심미성(유형성)에 미치는 유의미한 영향이 있는 연구 결과를 보였다. 그리고 지속 가능 요인의 환경적 요인이 기능성(확신성), 심미성(유형성)에 미치는 영향과 환경적 요인이 심미성에 미치는 영향이 기각되었고 반면에 지속 가능 요인 가운데 환경적 요인이 기능성에 미치는 영향은 채택되는 것으로 나타났다. 또한, 지속 가능 요인의 사회적 요인이 심미성에 미치는 영향이 기각되었고 반면에 지속 가능 요인 가운데 사회적 요인이 기능성에 미치는 영향은 채택되는 것으로 나타났다.

이상과 같은 선행연구의 결과를 바탕으로 다음과 같이 연구가설을 설정하였다.

#### 가설 1.

**지속 가능 요인이 서비스 품질 평가 구성 차원에 긍정적 영향 미칠 것이다.**

1-1 경제적 요인이 서비스 품질 평가 구성 차원에 긍정적 영향 미칠 것이다.

- 1-2 환경적 요인이 서비스 품질 평가 구성 차원에 긍정적 영향 미칠 것이다.
- 1-3 사회적 요인이 서비스 품질 평가 구성 차원에 긍정적 영향 미칠 것이다.

### 3.2.2 서비스 품질 평가 구성 차원과 디자인 품질 간의 관계

우정훈(2015)의 선행연구에서 서비스 품질 평가 모델을 활용한 ISMS 성과측정 결과, 서비스 품질 평가 구성 차원의 대응성이 ISMS 성과에 미치는 영향이 채택되었고, 신뢰성, 유형성은 ISMS 성과에 미치는 영향이 기각된 것으로 나타났다. 윤영미(2011)의 선행연구에서 서비스 품질 평가 모델을 이용한 약국 서비스에 대한 소비자 만족도 분석 연구에서는 서비스 품질 평가 구성 차원의 대응성, 공감성이 기대 품질과 지각된 품질에 미치는 영향이 기각된 것으로 나타났다.

이상과 같은 선행연구를 바탕으로 다음과 같이 연구가설을 설정하였다.

#### 가설 2.

**서비스 품질 평가 구성 차원이 디자인 품질에 긍정적 영향 미칠 것이다.**

- 2-1 서비스 품질 평가 구성 차원이 기대 품질에 긍정적 영향 미칠 것이다.
- 2-2 서비스 품질 평가 구성 차원이 지각된 품질에 긍정적 영향 미칠 것이다.

### 3.2.3 서비스 품질 평가 구성 차원의 매개효과

이론적 배경에서 언급한 바와 같이 디자인은 서비스 또는 제품 등을 이용하는 사용자를 대상으로 행해지고 있다. 그리고 디자인 품질이 사용자 또는 고객의 니즈를 얼마나 충족시켜주는지의 여부 또한 디자인 품질을 높이기 위한 하나의 평가요인으로 정의하였다. 서비스 품질과 인식 가치의 관계를 분류할 때 소비자가 인식하는 서비스 품질이 높을수록 인식 가치가 높고 재구매 의도에 미치는 영향이 크다는 것이 정론이다(Parasauraman, 1988).

서비스 품질과 고객만족도를 연구하기 위한 서비스 품질 평가 모델로서 이미 편의성, 신뢰성, 전문성, 반사성, 혁신성 등 5가지 수준에 따라 서비스 품질을 구분한 바 있다.

Gao(2018)은 애플리케이션 서비스 품질이 지각된 가치에 미치는 영향 연구에서 유용성이 지각된 가치에 긍정적인 영향을 미치는 것을 밝혔다. 박세운, 김희호(2018)의 교육 서비스 품질에 관한 연구에서는 유형성, 신뢰성, 응답성, 확산성, 공감성의 5가지 요인을 사용하였고, 그 가운데 확산성, 공감성, 응답성은 지각된 가치에 정(+ )의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

Tian(2021)의 선행연구, 패션 큐레이션 커머스 서비스 품질의 특성이 소비자 구매 의도에 미치는 영향에서 고객 참여와 의견 선도력의 조절 효과를 중심으로 분석한 결과 확산성, 공감성이 지각된 품질에 미치는 영향이 기각된 것으로 나타났다.

이상과 같은 선행연구를 바탕으로 다음과 같이 연구가설을 설정하였다.

### 가설 3.

**서비스 품질 평가 구성 차원이 지속 가능 요인과 디자인 품질 간의 관계에서 매개 효과가 있을 것이다.**

3-1 서비스 품질 평가 구성 차원이 경제성 요인과 기대 품질 간의 관계에서 매개효과가 있을 것이다.

3-2 서비스 품질 평가 구성 차원이 환경성 요인과 기대 품질 간의 관계에서 매개효과가 있을 것이다.

3-3 서비스 품질 평가 구성 차원이 사회성 요인과 기대 품질 간의 관계에서 매개효과가 있을 것이다.

3-4 서비스 품질 평가 구성 차원이 경제성 요인과 지각된 품질 간의 관계에서 매개효과가 있을 것이다.

3-5 서비스 품질 평가 구성 차원이 환경성 요인과 지각된 품질 간의 관계에서 매개효과가 있을 것이다.

3-6 서비스 품질 평가 구성 차원이 사회성 요인과 지각된 품질 간의 관계에서 매개효과가 있을 것이다.

### 3.3 자료수집 및 분석 방법

#### 3.3.1 자료수집

본 연구는 폐의류의 지속 가능 요인이 서비스 품질 평가 구성 차원을 매개하여 디자인 품질에 어떠한 영향을 미치는 영향을 알아보기 위하여 자가 보고식 설문조사법을 이용한 서술적 조사를 실행하였다.

본 연구의 자료수집은 2022년 8월 1일부터 8월 15일까지 가치소비를 중시하는 중국 밀레니얼 세대를 대상으로 하였다. 설문조사는 밀레니얼 세대를 대상으로 구글 설문지와 원첸썩(问卷星)을 이용한 전자 설문조사로 비대면 설문조사 방법을 실시하였다.

설문조사는 총 385부를 회수하여 이중 무효 59부를 제외한 326부를 최종 분석(유효 표본율 85.34%)에 사용하였다. 문헌 연구를 통해 도출된 변수들을 토대로 요인 분석 및 신뢰도 검정을 통해 영향 요인을 분석하였으며, 연구가설에서 제안한 폐의류의 지속 가능 요인, 서비스 품질 평가 구성 차원, 디자인 품질을 기초로 요인 분석 및 신뢰성 검정을 통해 얻은 변수들을 이용하여 전체 모델을 검증하였다.

#### 3.3.2 분석 방법

본 연구에서 수집된 자료는 코딩 과정을 거쳐 IBM SPSS Statistics Version 25.0 for Windows와 AMOS 25.0을 이용하여 다음과 같은 분석을 진행하였다.

첫째, 설문지를 통해 수집된 자료를 바탕으로 응답자의 일반적 특성과 각 설문 문항별 대략적인 통계량을 확인하기 위하여 빈도분석과 조사항목에 관한 기술통계를 실시하였다.

둘째, 의류의 지속가능성 요인인 서비스 품질 평가와 관련하여 제시된 다양한 항목을 제시하기 위해 탐색적 요인 분석을 실시하였다. 적절한 변수의 요인으로서 구성요소 차원, 설계품질, 탐색적 요인 분석을 통해 확인된 집중 타당성과 판별 타당성을 통계적으로 재검증하고 구조모형 자료와의 적합성을 검증하기 위해 확인적 요인 분석을 실시하였다.

셋째, 변수의 내부 일관성을 검증하기 위해 Cronbach's  $\alpha$ 를 이용한 신뢰성 분석을 수행하였다.

넷째, 본 연구에서 도출된 가설들을 검증하기 위하여 다중변수 간의 구조적 관계를 확인하기 위하여 회귀분석을 이용한 경로분석을 실시하였다.

### 3.4 변수의 조작적 정의

본 연구의 가설검증을 위한 설문 항목을 설정하였다. 응답자에 대한 일반적인 질문과 인구통계학적 질문을 제외한 모든 측정에 5점 리커드 식 척도(1-전혀 그렇지 않다. 5-매우 그렇다)를 이용하였다. 본 연구에서 사용된 변수는 관련 선행연구에 근거하여 본 연구내용에 적합하도록 보완 후 확정하였다.

#### 3.4.1 폐의류의 지속 가능 요인

앞선 이론적 배경에서 언급한 바와 같이 폐의류의 지속 가능 요인인 경제성, 환경성, 사회성을 측정하기 위해 Gui(2013), 국혜승(2014), 남지형(2020), 엄태경, & 엄경희(2022)가 사용한 도구를 본 연구의 목적에 맞게 수정, 보완하여 사용하였다. 문항은 경제성(4문항), 환경성(4문항), 사회성(4문항)으로 구성되어 있다. 각 문항은 “전혀 그렇지 않다” 1점에서 “매우 그렇다” 5점으로 점수가 높을수록 폐의류를 활용한 리디자인의 지속 가능 요인의 점수가 높은 것을 의미한다.

#### 3.4.2 서비스 품질 평가 구성 차원

서비스 품질 평가 구성 차원의 신뢰성, 확신성, 공감성, 대응성, 유형성을 측정하기 위해 문병인 외(2013), 정우진 외(2013), 광민석 외(2014) Yousapronpaiboon, K(2014)가 사용한 도구를 본 연구의 목적에 맞게 수정, 보완하여 사용하였다. 총 4문항으로 구성되어 있으며, 각 문항은 “전혀 그렇지 않다” 1점에서 “매우 그렇다” 5점으로 점수가 높을수록 신뢰가 높은 것을 의미한다.

### 3.4.3 디자인 품질

디자인 품질의 기대 품질을 측정하기 위해 Parasuraman, Zeithaml, V.A. Berry, L.L.(1988), 이길구(2020), 남지형(2020)이 사용한 도구를 본 연구의 목적에 맞게 수정, 보완하여 사용하였다. 기대 품질 관련 3문항으로 구성되어 있으며, 각 문항은 “전혀 그렇지 않다” 1점에서 “매우 그렇다” 5점으로 점수가 높을수록 기대 품질이 높은 것을 의미한다.

디자인 품질의 지각된 품질을 측정하기 위해 Bendaravičienė, R., & Vilkytė, B. (2019), Tian(2021)가 사용한 도구를 본 연구의 목적에 맞게 수정, 보완하여 사용하였다. 지각된 품질 관련 3문항으로 구성되어 있으며, 각 문항은 “전혀 그렇지 않다” 1점에서 “매우 그렇다” 5점으로 점수가 높을수록 지각된 품질이 높은 것을 의미한다.

[표 3-1] 측정 항목 개요 (출처- 연구자 작성)

변수명		항목수	척도	출처
지속 가능 요인	경제성	4	Likert 5점 척도	Gui(2013) 국혜승(2014) 남지형(2020) 엄태경, 엄경희(2022)
	환경성	4		
	사회성	4		
서비스 품질 평가 구성 차원	신뢰성	3	Likert 5점 척도	문병일, 김백윤, 박익렬, 한정선 (2013) 정우진, 김장환, 엄대영(2013) 곽민석, 원도연(2014) Yousapronpaiboon, K.(2014)
	확신성	3		
	공감성	3		
	대응성	3		
	유형성	3		
디자인 품질	기대 품질	3	Likert 5점 척도	Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. Berry, L.L.(1988) Bendaravičienė, R., & Vilkytė, B.(2019) 이길구(2020) 남지형(2020) Tian(2021)
	지각된 품질	3		



[표 3-2] 설문지 문항 구성 내용 (출처- 연구자 작성)

변수명		문항내용
지속 가능 요인	경제성	폐의류 리디자인 가능하다.
		폐의류 리디자인 시 폐기물 최소화된다.
		공정한 방식으로 이익을 도모한다.
		지역사회 발전에 기여한다.
	환경성	폐의류 활용으로 환경오염을 감소시킨다.
		자원을 보호한다.
		제품의 순환적 활용이 가능하다.
		기후 변화에 대응이 가능하다.
	사회성	환경에 관한 캠페인을 통해 사회에 공헌한다.
		윤리적인 정직한 제품이다.
		노동자의 인권을 보호한다.
		사용자 이용에 안전성을 보장한다.
서비스 품질 평가 구성 차원	신뢰성	리디자인 제품을 신뢰한다.
		리디자인 제품에 대해 긍정적 태도를 가진다.
		리디자인 제품에 대해 긍정적 평가를 한다.
	확신성	내구성을 고려한다.
		편리성을 고려한다.

		효율성을 고려한다.
	공감성	리디자인 개념을 공감한다.
		리디자인 행위를 공감한다.
		리디자인 가치를 공감한다.
	대응성	리디자인이 전달한 정보와 일치한다.
		리디자인 제품에 대해 지지한다.
		리디자인 제품에 대해 홍보한다.
	유형성	문양/패턴을 고려한다.
		색상을 고려한다.
		소재를 고려한다.
디자인 품질	기대 품질	페의류 활용한 리디자인에 대해 궁금하다.
		페의류 리디자인의 품질에 대해 궁금하다.
		지속가능한 리디자인 품질에 대해 궁금하다.
	지각된 품질	리디자인의 지각된 품질이 높다.
		페의류 리디자인의 지각된 품질이 높다.
		자속가능한 리디자인의 지각된 품질이 높다.

패션 제품의 생산, 사용, 폐기 과정에서 폐의류의 리디자인에 의한 지속가능한 패션의 의미 분석을 바탕으로 현존 자원의 기능을 떨어트리지 않는 방법의 신뢰성을 검증하기 위한 설문지 조항을 개발하기 위한 연구를 진행하였다(신혜영, 2010). 리디자인 된 상품에 대한 소비자의 만족도는 매우 중요한데 서비스 사용자가 서비스에 대해 느끼는 만족의 정도로서 서비스 품질을 측정하여 그 품질이 훌륭하다는 것은 고객이 기대하는 바를 충족시키거나 기대 이상의 서비스를 제공하는 것을 말하며, 서비스 품질 측정이란 고객의 기대나 요구수준과 소비자들이 지각한 것 사이에 존재하는 차이를 측정하는 것을 말한다.

기대한 서비스가 지각된 서비스와 일치하면 만족한 서비스 품질이라 할 수 있고, 서비스에 대한 기대에 부응하지 못 할 경우 서비스는 수용 불가능한 것으로 판단되며, 지각한 서비스가 기대했던 정도보다 더 크다면 그 서비스는 특별한 품질로 인식된다.

폐의류의 리디자인에 의한 패션산업의 패러다임의 전환은 제품기획, 제품생산, 의류 소재 선택, 제품 폐기 등의 선택과 재사용으로 구분되고 이러한 과정은 새롭게 제작된 의류 제품 서비스에 대한 품질의 만족도와 밀접한 관계가 있다. 본 연구의 주제인 패션산업의 지속가능한 패션디자인은 리디자인에 의한 자원의 재활용과 생태 환경보전을 통한 인간 삶의 질 향상과 변화된 삶의 가치를 실현하는 측면에서 서비스의 품질향상에 중점을 두고 있다(김수현, 2007). 지속가능한 폐의류 리디자인의 정착으로 인한 환경성은 디자인 혹은 생산과정에서 폐기물의 발생과 배출을 감소시키고 화학 염료 대신 친환경 소재나 염료 사용도 포함한다. 폐의류의 리디자인에 의한 경제성은 재사용 및 재활용, 에너지 효율성을 추구하여 경제적 비용을 최소화하는 것으로 단일화된 재료를 사용해 단순한 형태를 이루거나, 재료의 재사용, 재활용으로 원자재의 비용을 줄이는 것을 의미하기 때문에 그 결과에 대한 만족도는 패션산업의 지속가능성의 중요한 척도가 된다.

리디자인은 폐의류를 사용하여 새로운 가치를 부여함과 동시에 자원 재활용을 통한 환경오염을 최소화하는 과정인 만큼 소비자가 느끼는 서비스의 품질 만족도가 무엇보다 중요하다. 패션의 리디자인에 의한 만족이나 불만족은 결정적으로 고객의 재구매 의도에 크게 영향을 미치며 기업의 매출과 회사의 수익, 나아가 기업의 존립의 지속가능성의 여부에 관계되는 매우 중요한 요소이기 때문이다. 만족한 고객

은 리디자인에 의한 재구매를 통해 기업의 수익과 발전에 지대한 영향을 미치고, 또한 구전효과를 통해 주변의 지인에게 긍정적인 영향을 제공함으로써 미래의 고객들을 창출해 낼 수 있으나, 반면에 불만족한 고객은 본인의 패션의 리디자인에 대한 중단뿐 아니라 지인에게도 악영향을 끼쳐 잠재고객을 잃게 만들 수 있기 때문에 고객 만족은 패션산업의 지속적인 성장과 발전에 없어서는 안 될 중요한 요소로 작용한다. 과거에는 제품의 품질과 가격이 제조 기업 역량 판단의 기준이 되어 왔다면, 현재는 품질과 가격 외 브랜드와 디자인, 리디자인이 갖는 환경적 측면이나 자원 활용에 따른 서비스품질 경쟁력까지 확대되고 있다. 리디자인 제품의 품질뿐만 아니라 서비스의 품질 또한 기업의 경쟁우위 확보를 위한 중요한 요소로 작용하고 있는 것이다.

리디자인으로부터 오는 서비스 품질에 대해 고객의 니즈를 보다 효과적으로 파악하고 개선하기 위해서는 기존 서비스 품질평가법의 한계를 도출하고 이를 보완하여 적합한 품질평가 시스템을 도입하여 설문조사의 틀을 개발하고 적용해야 한다. 이와 같은 관점에서 서비스품질의 평가 시스템은 모든 서비스 품질 속성을 일원적으로 간주하고 서비스를 받기 전 고객이 기대하고 있는 품질의 정도인 기대 품질과 고객이 서비스를 지각한 지각된 품질 간 차이 값인 차이의 크기만을 고려한 방법으로 패션산업에서 리디자인에 의한 서비스 품질 속성을 평가하는 방법으로 서비스 품질을 평가하였다.

서비스 품질 평가 모델은 기본적으로 서비스 품질에 대한 지각된 품질을 측정해야 하므로 소비자가 경험했던 기존의 리디자인에만 적용이 가능하고 그동안 경험해보지 못한 새로운 서비스에 대한 평가가 어려운 점을 해소해야 한다. 설문에서 긍정 질문과 부정 질문을 이용하여 물리적 충족도와 주관적 만족도의 관계를 분석한 모델로 다양한 품질 속성에 대한 평가가 가능하고 경험하지 못한 새로운 서비스 품질에 대한 평가가 가능해야 한다. 서비스 품질 평가 모델은 서비스 품질을 평가할 때 소비자의 기대치와 지각된 품질의 차이인 차이를 측정하고 기대치 대비 지각된 품질의 차이가 작거나, 차이가 큰 항목을 중심으로 개선 활동을 제안하는 평가방법이다.

즉, 소비자가 인식하는 서비스의 품질은 소비자의 기대 수준을 조사하고, 실제로 서비스 이용 후 느끼는 지각 수준과의 차이를 통해 측정할 수 있다. 수집된 자료를

통계적 방식으로 평균값을 계산한 다음 지각 값(P: Perception)에서 기대 값(E: Expectation)의 차이(P-E)를 계산한다. 여러 가지 서비스 품질을 구성하는 항목(차원)의 기대수준과 실제 성과와의 차이인  $Q=P-E$ (Perception-Expectation)의 합이 서비스 품질의 크기이며, 이 값이 클수록 서비스 품질 수준은 높다고 판단할 수 있다. 기대치가 큰 품질 속성은 당연한 것으로 인식되므로 최소 경쟁사 수준 또는 그 이상으로 충족시켜 소비자의 불만을 최소화해야 하는 서비스 품질로 판단하고 개선해야 한다. 기대치가 작은 서비스 품질은 매력적 또는 무관심하게 인식되므로 비록 지각된 품질과의 차이가 작더라도 소비자에게 경험 제공 강화와 적극적인 홍보를 통해 소비자 만족도를 크게 향상 시킬 수 있는 중요한 서비스 품질로 판단할 수 있다.

서비스 품질은 서비스의 무형성, 이질성, 비분리성, 소멸성이라는 특징을 갖기 때문에 본 연구에서 패의류의 리디자인에 대하여 소비자가 서비스에 대한 기대 품질과 제공한 서비스에서 지각된 품질의 차이를 규명하여 서비스 품질을 개선하기 위하여 설문조사를 진행하였다. 정기적인 서비스 품질의 고객 만족도 조사를 통해 소비자 불만 요소를 파악하여 개선하고 차별화 서비스 제공을 제공하여 본 연구의 목적인 지속 가능성과 환경보호 자원의 재순환을 통한 자원 절약에 관련된 전략을 수립하여 경쟁우위를 확보할 수 있는 대안을 제시하고자 한다. 이와 같은 목적을 달성하기 위해 패션산업에서 리디자인에 의한 서비스품질평가를 위해 [표 3-3]의 평가항목을 본 연구 목적의 선명성을 위해 다음과 같이 수정 보강하였다.

[표 3-3] 리디자인 서비스품질 평가 모델의 평가항목

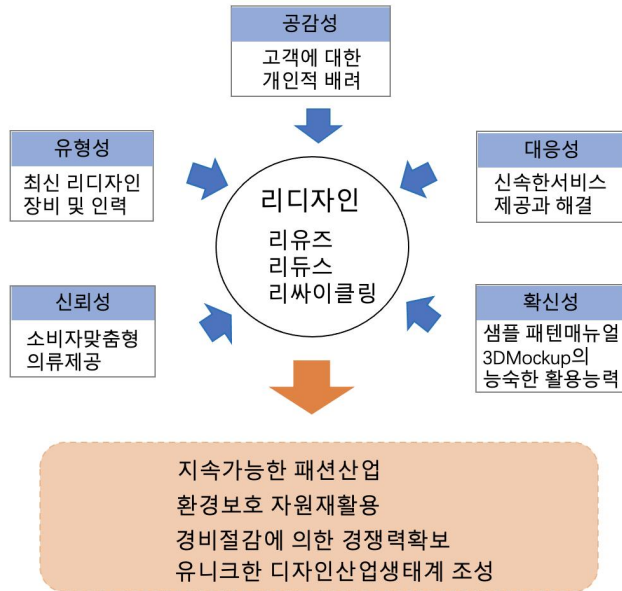
품질 차원	평가항목
유형성	1. 최신의 기술과 장비가 구축된 디자인실 2. 가시적, 물리적 설비와 시설을 갖춘 일러스트 작업 툴 3. 정중한 스타일리스트 수준 4. 서비스를 원활히 수행하기 위한 재단대 및 특수 재봉기
신뢰성	5. 소비자 요구 맞춤 제품 제공 6. 품평회 등으로 고객 신뢰성 제공 7. 제품에 대한 기술적 기능과 상품 정보 제공 8. 의상 제조 원단 구입 절차의 투명성 제공 9. 상품 전시회 패션쇼 공개
대응성	10. 신속한 서비스 내용과 의욕 설명 11. 소비자의 불만족 사항에 대한 신속한 대응 응답 서비스 12. 의류의 부품, 모듈, 소재, 부속품 DB 구축 제공 13. 리디자인 서비스 실패에 대한 빠른 회복 대응
확신성	14. 샘플 작업 가상 데이터베이스 제공 15. 패턴작업 메뉴얼에 따른 종업원의 안전한 업무처리 16. 예의 바른 브랜드 메이커 17. 3D 테크놀로지의 능숙한 직원과 기업의 지원
공감성	18. 고객에 대한 개인적 배려 19. 고객 개인에 대한 친밀감 20. 직원의 고객 필요사항 파악 21. 고객의 관심 사항 배려 22. 이용하기 편리한 영업시간

지속가능성에 대한 대안으로 제시되고 있는 리디자인 패션은 동일한 제품이 생산될 수 없으나 독특한 소재와 부품 사용으로 디자이너의 창의적인 감각이 더해져서 하나뿐인 독창적인 디자인을 나타낼 수 있다. 버려진 폐의류와 재고의 해체와

재구성을 통한 의도되지 않은 의외의 요소들은 보는 이에게 흥미를 갖게 하는 차별적 특성을 가진다. 버려진 재활용품 재료들은 버려지기 전의 기능과 시간적 가치 그리고 의미를 바탕으로 재창조 하기 때문에 새로운 디자인 가치를 창조하는 특성을 나타낸다. 지속가능한 패션을 위한 방안 모색에서 리디자인은 유형적인 관점에서는 리사이클, 리유즈, 리듀스의 특성을 나타내며 그 가치 실현을 위해 각 각의 실천이 가능하다. 하지만 패션의 관점에서는 폐재료의 리사이클, 중고제품의 리유즈, 자원 절감을 통한 리유즈 과정이 융합되었을 때 제품으로 그 가치가 완성된다. 특히 융합은 각각의 요소들을 합쳐서 통합하거나 결합하는 것이 아니라 새로운 것을 창조하는 하는 개념으로 디자인 영역을 확장하여 창의성과 혁신성을 갖게 할 수 있으며 방안 모색을 위한 도구가 될 수 있다.

리디자인은 앞에서 여러 번 강조하여 기술한 것처럼 자원 낭비와 환경오염을 줄이고 버려진 폐자원에 새로운 가치를 부여하는 대책이라 할 수 있다.

패션에서 리디자인은 폐기되는 의류나 재고를 재활용하여 옷을 만드는데 필요한 원단과 부자재를 절약하고 폐기물을 줄이는 방법으로 환경을 보호할 수 있다. 이와 같은 기본개념의 디자인은 해체된 폐원단과 부품 등을 재사용하여 하나뿐인 독특하고 유일한 새로운 용도를 창출할 수 있는 특성이 있다. 이와 같은 공정으로 생산한 제품은 환경을 보호하고 재활용된 재료 사용과 제품 판매는 자원의 재활용이라는 측면에서 경제적 이익으로 연결된다. 이와 같은 의류 생산 방식은 사회적 가치를 실현한다는 측면에서 지속가능한 의류산업에 매우 긍정적으로 작용할 것이다. 패션에서 리사이클링은 버려지는 옷을 수집하고 해체, 재가공, 재처리하는 공정을 필요로 한다. 리디자인으로 사용하는 폐의류의 레이블에도 상품설명, 제품 생산 날짜와 장소도 표기되어 있어 남다른 가치를 부여하여 소비자의 만족도를 차별화된 방법으로 만족시켜야 할 당위성이 반드시 존재하게 된다. 리디자인에 의한 서비스품질평가에서 소비자 만족도를 높이기 위한 [표 3-3]을 기준으로 한 평가로 각 변수들간의 연계성을 요약하면 아래 [그림 3-2]와 같다.



[그림 3-2] 서비스 품질평가항목과 연구 결과의 연계성



## 제4장

---

### 실증 분석

제1절 기초통계분석

제2절 타당성, 신뢰성 및 상관관계분석

제3절 연구가설의 검증

제4절 연구가설 검증의 결과 요약

## 제4장 실증 분석

### 4.1 기초통계 분석

설문조사 가운데 인구통계학적 정보는 조사대상자의 성별, 직업, 학력, 월지출 총 4가지 기본 정보로 구성되어 있다. 이번 조사에서는 중국 밀레니얼 세대를 대상으로 326개의 유효한 설문지를 수집하였다. 구체적인 표본 인구통계학적 분석 결과는 [표4-1]과 같다.

첫째, 성별은 남성이 150명으로 전체의 45.89%, 여성은 176명으로 54.11%로 구성되어 있다.

둘째, 직업은 학생이 199명으로 60.96%를 차지했고, 공무원이 16명으로 4.79%, 사무직 40명으로 12.33%, 기타 71명으로 21.92%를 구성하고 있고 응답자의 과반수 이상이 학생이다.

셋째, 학력은 전문대학 이하 54명으로 16.44%를 차지했고, 대학교 203명으로 62.33%, 대학원 이상 69명으로 21.23%를 구성하고 있다.

넷째, 월 지출 수준으로 매월 20만 원 미만이 127명으로 39.04%를 차지하고 있고, 20만 원~40만 원이 96명으로 전체의 29.45%, 40만 원~60만 원이 63명으로 19.18%, 60만 원~80만 원이 22명으로 6.85%, 80만 원 이상은 18명으로 5.48%의 분포를 보인다.

[표 4-1] 인구통계학적 특성

항목	구분	빈도(명)	퍼센트(%)
성별	남성	150	45.89%
	여성	176	54.11%
연령	18-25세	205	62.88%
	25-30세	62	19.02%
	30-35세	31	9.51%
	35-40세	28	8.59%
직업	학생	199	60.96%
	공무원	16	4.79%
	사무직	40	12.33%
	기타	71	21.92%
학력	전문대학 이하	54	16.44%
	대학교	203	62.33%
	대학원 이상	69	21.23%
월 지출	200,000원 이하	127	39.04%
	200,000~400,000원	96	29.45%
	400,000~600,000원	63	19.18%
	600,000~800,000원	22	6.85%
	800,000 이상	18	5.48%

## 4.2 타당성, 신뢰도 및 상관관계분석

### 4.2.1 요인 분석

연구가설을 검증하기 전에 변수의 타당성부터 검증하였다. 타당성(Validity)이란 측정 대상의 실제 내용인 개념이나 속성을 정확히 측정하였는가를 의미하며, 측정 대상의 실제 내용인 개념이나 속성을 측정하기 위하여 개발한 측정 도구가 그 속

성을 정확히 반영하였는가를 나타내는 것이다.

요인 수의 결정은 아이겐 값 1.0 이상으로 설정하여 분석하였다. 표본의 적정성을 측정하는 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin, 표준 형성 적절성)은 변수 간의 상관관계 수가 다른 변수에 의해 설명되는 정도를 나타내는 값으로, 일반적으로 KMO 값이 0.90 이상이면 상당히 좋은 것이고, 0.80~0.89사이면 꽤 좋은 지수, 0.70~0.79이면 적당한 지수, 0.60~0.69사이면 평범한 지수, 0.50~0.59사이면 바람직하지 못한 지수이고, 0.50 이하면 받아들일 수 없는 수치로 판단된다.

요인 분석은 변수 간의 관계를 찾아낼 때 사용하게 되는데, 탐색적 요인 분석 방법으로는 주성분 분석(Principal Component Analysis)을 실행하였으며, 요인의 회전은 베리맥스 로테이션(Varimax Rotation)을 사용하였다.

요인적재량은 각 변수와 요인 간의 상관관계의 정도를 나타내는 것으로 각각의 변수들은 요인적재량이 가장 높은 요인에 속하게 된다. 또한 고유치(Eigenvalue) 1.0 이상, 요인적재량은 0.4 이상이면 유의미한 변수로 간주한다. 이와 같은 이유로 본 연구에서는 이들의 기준에 따라 고유 값이 1.0 이상, 요인적재량이 0.4 이상을 기준으로 선정하였다.

### (1) 독립변수와 종속변수의 요인 분석

독립변수와 종속변수 요인 분석의 결과를 살펴보면 다음과 같다. 본 연구에서 제시된 독립변수와 종속변수 요인들은 경제성, 환경성, 사회성, 기대 품질, 지각된 품질로 나뉘며, 모두 5개의 요인이 상호 유기적인 연관성이 있는 것으로 나타났다.

독립변수와 종속변수의 고유치(Eigenvalue) 값을 관찰하면 2.492부터 3.106까지 모두 1 이상으로 나타났으며 KMO 값이 .903(sig=.000)로 나타났다. 측정변수들의 문항들을 구체적으로 살펴보면 경제성을 측정하는 문항은 총 4문항을 활용하였으며 이를 측정하는 문항들은 .723에서 .821까지로 나타났다. 환경성을 측정하는 문항은 총 4문항을 활용하였으며 이를 측정하는 문항들은 .735에서 .821 까지이고, 사회성을 측정하는 문항은 총 4문항을 활용하였으며 이를 측정하는 문항들은 .657에서 .809 까지이고 기대품질을 측정하는 문항은 총 3문항을 활용하였으며 이를 측정하는 문항들은 .851에서 .870 까지였고, 사회성은 총 6개 문항으로 구성되었고 이를 측정하는 문항들은 .812에서 .865의 값을 가진다.

따라서 위와 같은 데이터 분석의 결과를 근거로 판단하면 독립변수와 종속변수들 간의 요인 분석을 하는데 적절하다고 판단된다. 독립변수와 종속변수 요인 분석의 구체적인 결과는 [표 4-2]와 같다.

[표4-2] 독립변수와 종속변수의 요인 분석 결과

변수	성분					공동성
	1	2	3	4	5	
경제성1	.173	.806	.193	.167	.139	.765
경제성2	.220	.821	.164	.181	.094	.790
경제성3	.193	.723	.268	-.050	.111	.647
경제성4	.318	.772	.183	.098	.165	.768
환경성1	.781	.296	.211	.139	.067	.765
환경성2	.814	.245	.190	.173	.124	.803
환경성3	.821	.181	.178	.153	.111	.774
환경성4	.735	.213	.308	.154	.127	.721
사회성1	.218	.281	.657	.286	.157	.664
사회성2	.242	.187	.809	.134	.176	.797
사회성3	.214	.226	.801	.124	.044	.755
사회성4	.236	.217	.783	.139	.183	.769
기대품질1	.137	.223	.134	.115	.868	.852
기대품질2	.149	.209	.207	.130	.851	.849
기대품질3	.132	.089	.158	.123	.870	.822
지각된 품질1	.214	.237	.249	.812	.127	.839
지각된 품질2	.215	.129	.216	.860	.112	.862
지각된 품질3	.211	.076	.161	.865	.151	.848
고유치	3.106	3.060	2.937	2.497	2.492	
설명비율(%)	17.254	17.000	16.316	13.870	13.847	
누적비율(%)	17.254	34.254	50.570	64.440	78.287	

KMO=.903(sig=.000)

## (2) 매개변수의 요인 분석

매개변수 요인 분석의 결과를 살펴보면 다음과 같다. 본 연구에서 제시된 매개적 요인들은 유형성, 신뢰성, 대응성, 확산성, 공감성으로 나뉘며, 모두 5개의 요인이 상호 유기적인 연관성이 있는 것으로 나타났다.

매개변수들의 고유치(Eigenvalue) 값을 관찰하면 1.277부터 3.625까지 모두 1 이상으로 나타났으며 KMO 값이 .899(sig=.000)로 나타났다. 매개변수들의 문항들을 구체적으로 살펴보면 유형성을 측정하는 문항은 총 3문항을 활용하였으며, 이를 측정하는 문항들은 .829에서 .868 까지이고, 신뢰성을 측정하는 문항은 총 3문항을 활용하였으며, 이를 측정하는 문항들은 .648에서 .793 까지이다. 대응성은 총 3문항으로 구성되었고 이를 측정하는 문항들은 .781에서 .891 까지이었고, 확산성은 총 2문항으로 구성되었고 이를 측정하는 문항들은 .671에서 .749 까지이었으며, 공감성은 총 3문항으로 구성되었고 이를 측정하는 문항들은 .668에서 .822까지의 값을 나타냈다.

따라서 위와 같은 데이터 분석의 결과를 근거로 분석해 보면 매개변수들 간의 요인 분석을 하는데 적절하다고 판단된다. 매개변수 요인 분석의 구체적인 결과는 [표 4-3]과 같다.

[표4-3] 매개변수의 요인 분석 결과

변수	성분					공동성
	1	2	3	4	5	
유형성1	.172	.864	.193	.190	.055	.853
유형성2	.179	.868	.085	.221	.087	.849
유형성3	.166	.829	.098	.277	.064	.805
신뢰성1	.230	.421	.150	.648	-.073	.678
신뢰성2	.240	.367	.070	.761	.091	.785
신뢰성3	.175	.300	.103	.793	.045	.762
대응성1	.843	.094	.221	.087	-.133	.794
대응성2	.891	.111	.153	.088	-.009	.837
대응성3	.781	.102	.216	.169	.176	.726
확신성2	.328	.207	.360	.052	.749	.844
확신성3	.424	.133	.424	.059	.671	.832
공감성1	.295	.183	.822	.090	.108	.816
공감성2	.346	.161	.804	.098	.131	.820
공감성3	.456	.111	.668	.107	.165	.705
고유치	3.625	2.795	2.295	1.879	1.277	
설명비율(%)	24.164	18.634	15.303	12.525	8.510	
누적비율(%)	24.164	42.797	58.100	70.626	79.136	

KMO=.899(sig=.000)

[표 4-2]와 [표 4-3]의 분석 결과를 정리하여 분석하면, 독립변수인 지속 가능 요인의 경제성·환경성·사회성/ 매개변수인 서비스 품질 평가 구성 차원의 유형성·신뢰성·대응성·확신성·공감성/ 종속변수인 기대 품질·지각된 품질의 타당성이 확보되는 것으로 검증되었다.

## 4.2.2 신뢰도 분석

신뢰도란 분산에 대한 체계적인 정보를 반영하고 있는 정도를 나타내는 것으로서, 측정 결과에 오차가 들어가지 않은 정도를 뜻하며, 신뢰성으로 측정된 값인 신뢰도 계수에서는 안정성·일관성·정확성·의존성·예측성 등의 개념이 관련되어 있다. 따라서 오차가 크면 클수록 신뢰도는 '0'에 가까워지며, 오차가 전혀 없다면 신뢰도는 '1'에 가까워진다. 다시 말하면 신뢰도가 높다는 말은 측정오차가 작은 상태를 말한다.

일반적으로 Cronbach's Alpha의 계수를 사용하여 변수의 신뢰도를 검증한다. Nunnally(1978)에 따르면 일반적으로 사회과학에서의 Cronbach's Alpha 계수의 기준치가 0.7 이상이면 신뢰할 수 있기 때문에, 본 연구에서는 Cronbach's Alpha의 계수가 0.7 이상인 척도를 구성 개념의 측정값으로 사용한다.

본 연구의 각 변수의 신뢰도 분석 결과는 다음과 같다. 독립변수 기속 가능 요인의 경제성은 .876/ 환경성은 .894/ 사회성은 .881/ 매개변수 서비스 품질 평가 구성 차원인 유형성 .901/ 신뢰성 .817/ 대응성 .864/ 확신성 .821/ 공감성 .859/ 종속변수 기대품질 .903/ 지각된 품질은 .909로 나타났다. 변수의 신뢰도를 검증하여 확인한 결과 Cronbach's Alpha 계수 값이 모두 0.8 이상으로 신뢰할 수 있는 범위에 있음을 확인하였다.

또한, 본 연구에서 분석하고 있는 기술 통계치의 결과 값은 다음과 같다. 평균과 관련하여 경제성 5.926/ 환경성 5.881/ 사회성 5.813/ 매개변수 서비스 품질 평가 구성 차원인 유형성 5.925/ 신뢰성 5.506/ 대응성 5.762/ 확신성 5.914/ 공감성 5.957/ 종속변수 기대 품질 5.847/ 지각된 품질은 5.643으로 나타났다. 그리고 표준편차와 관련하여 경제성 1.049/ 환경성 1.024/ 사회성 1.093/ 매개변수 서비스 품질 평가 구성 차원인 유형성 1.062/ 신뢰성 1.158/ 대응성 1.055/ 확신성 1.066/ 공감성 1.039/ 종속변수 기대 품질 1.106/ 지각된 품질은 1.272로 나타났다. 변수들의 신뢰도 분석 결과를 [표 4-4]에 정리하여 나타내었다.



[표 4-4] 측정 도구의 신뢰도 분석

구분	변수 명	문항 수(삭제)	평균	표준편차	Cronbach's Alpha	
독립변수	경제성	4	5.926	1.049	.876	
	환경성	4	5.881	1.024	.894	
	사회성	4	5.813	1.093	.881	
매개변수	SERVQUAL	유형성	3	5.925	1.062	.901
		신뢰성	3	5.506	1.158	.817
		대응성	3	5.762	1.055	.864
		확신성	2(1)	5.914	1.086	.821
		공감성	3	5.957	1.039	.859
종속변수	기대 품질	3	5.847	1.106	.903	
	지각된 품질	3	5.493	1.272	.909	

### 4.2.3 상관관계분석

상관관계분석은 변수 간의 밀접 정도를 측정하는 분석 방법으로 변수의 관계를 명확히 한다. 본 연구의 각 변수에 대한 상관관계분석 결과는 다음과 같다. 지속 가능 요인인 경제성은 서비스 품질 평가 구성 차원인 유형성( $r=.279, p <.001$ ), 신뢰성( $r=.345, p <.001$ ), 대응성( $r=.350, p <.001$ ), 확신성( $r=.345, p <.001$ ), 공감성( $r=.396, p <.001$ )과 긍정적인 정(+)의 상관관계를 보였다. 환경성은 서비스 품질 평가 구성 차원인 유형성( $r=.365, p <.001$ ), 신뢰성( $r=.340, p <.001$ ), 대응성( $r=.355, p <.001$ ), 확신성( $r=.342, p <.001$ ), 공감성( $r=.377, p <.001$ )과 긍정적인 정(+)의 상관관계를 나타내고 있다. 사회성은 서비스 품질 평가 구성 차원인 유형성( $r=.364, p <.001$ ), 신뢰성( $r=.458, p <.001$ ), 대응성( $r=.444, p <.001$ ), 확신성( $r=.347, p <.001$ ), 공감성( $r=.398, p <.001$ )과 긍정적인 정(+)의 상관관계가 있다

는 것을 알 수 있다.

서비스 품질 평가 구성 차원인 유형성( $r=.380, p <.001$ ), 신뢰성( $r=.437, p <.001$ ), 대응성( $r=.332, p <.001$ ), 확신성( $r=.335, p <.001$ ), 공감성( $r=.384, p <.001$ )은 기대 품질과 정(+)의 상관관계가 있는 것으로 나타나고 있다. 서비스 품질 평가 구성 차원인 유형성( $r=.181, p <.001$ ), 신뢰성( $r=.339, p <.001$ ), 대응성( $r=.340, p <.001$ ), 확신성( $r=.328, p <.001$ ), 공감성( $r=.331, p <.001$ )은 지각된 품질과 정(+)의 상관관계가 있음을 알 수 있다. 변수 간의 상관관계분석 결과는 <표 4-5>로 요약할 수 있다.

[표 4-5] 상관관계분석 결과

	평균	표준 편차	경제성	환경성	사회성	SERVQUAL 유형성	SERVQUAL 신뢰성	SERVQUAL 대응성	SERVQUAL 확신성	SERVQUAL 공감성	기대 품질	지각된 품질
경제성	5.926	1.049	1									
환경성	5.881	1.024	.581***	1								
사회성	5.813	1.093	.568***	.592***	1							
SERVQUAL 유형성	5.925	1.062	.279***	.365***	.364***	1						
SERVQUAL 신뢰성	5.506	1.158	.345***	.340***	.458***	.674***	1					
SERVQUAL 대응성	5.762	1.055	.350***	.355***	.444***	.353***	.423***	1				
SERVQUAL 확신성	5.914	1.086	.345***	.342***	.347***	.376***	.307***	.533***	1			
SERVQUAL 공감성	5.957	1.039	.396***	.377***	.398***	.398***	.382***	.606***	.665***	1		
기대품질	5.847	1.106	.412***	.376***	.432***	.380***	.437***	.332***	.335***	.384***	1	
지각된 품질	5.493	1.272	.386***	.488***	.502***	.181***	.339***	.340***	.328***	.331***	.362***	1

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

### 4.3 가설검증

본 연구는 폐의류 리디자인의 지속 가능 요인이 디자인 품질에 미치는 영향을 밝혀내며 서비스 품질 평가 모델의 구성 요인인 유형성과 신뢰성, 대응성, 확산성, 공감성의 매개 변수로서의 역할을 탐색하는 것을 주된 목표로 한다. 가설검증을 위해 변수 간의 상관관계를 기초로 하여 다중 회귀분석을 실시하였다. 또한, 상관관계분석에서 모델의 주요 변수와 영향이 있는 것으로 나타났다.

#### 4.3.1 지속 가능 요인과 서비스 품질 평가 구성 차원 간의 회귀분석

##### (1) <가설 1-1> 경제성 요인과 서비스 품질 평가 구성 차원 간의 회귀분석

가설 1-1 ‘경제성 요인이 서비스 품질 평가 구성 차원에 영향을 미칠 것이다.’를 검증하기 위하여 지속 가능 요인의 경제성 요인을 독립변수로, 서비스 품질 평가 구성 차원을 종속변수로 설정하여 다중 회귀분석을 실시하였다. 그 분석 결과는 [표 4-6]에 나타내었다. 회귀분석 결과를 살펴보면 지속 가능 요인의 경제성 요인이 서비스 품질 평가 구성 차원에( $\beta=.450, p < .001$ ) 정(+ )의 영향을 미치는 결과로 나타났다. 이 결과에 따라 가설 1-1은 지지할 수 있는 가설이 된다. 이는 리디자인 된 패션 상품이 폐기물을 최소화하며 공정한 방식으로 이익을 도모하고 지역 사회 발전에 기여하기 위해서는 소비자의 상품에 대한 신뢰, 확산, 공감, 대응, 유형성이 뒷받침되어야 함을 의미한다.

[표 4-6] 경제성 요인과 서비스 품질 평가 구성 차원 간의 회귀분석 결과

구분	변수명	서비스 품질 평가 구성 차원	
		$\beta$	$t$
통제 변수	(상수)		6.975***
독립 변수	경제성	.450	9.070***
$R^2$		.202	
$\Delta R^2$		.200	
$F$		82.267***	

주) \*  $p < .05$ , \*\*  $p < .01$ , \*\*\*  $p < .001$

## (2) <가설 1-2> 환경성 요인과 서비스 품질 평가 구성 차원 간의 회귀 분석

가설 1-2 ‘환경성 요인이 서비스 품질 평가 구성 차원에 영향을 미칠 것이다.’를 검증하기 위하여 지속 가능 요인의 환경성 요인을 독립변수로, 서비스 품질 평가 구성 차원을 종속변수로 설정하여 다중 회귀분석을 실시하였다. 그 분석 결과는 [표 4-7]에 나타내었다. 회귀분석 결과를 살펴보면 지속 가능 요인의 환경성 요인이 서비스 품질 평가 구성 차원에( $\beta=.468, p < .001$ ) 정(+ )의 영향을 미치는 결과로 나타났다. 이 결과에 따라 가설 1-2는 지지할 수 있는 가설이 된다. 이는 폐의류 리디자인 상품의 자원 보호, 오염 감소, 순환적 활용, 기후변화에 대응하는 지속 가능적 요인인 환경성이 확보되기 위해서는 소비자의 상품에 대한 신뢰, 확신, 공감, 대응, 유형성이 뒷받침되어야 함을 의미한다.

[표 4-7] 환경성 요인과 서비스 품질 평가 구성 차원 간의 회귀분석 결과

구분	변수명	서비스 품질 평가 구성 차원	
		$\beta$	t
통제 변수	(상수)		6.950***
독립 변수	환경성	.468	9.534***
$R^2$		.219	
$\Delta R^2$		.217	
F		90.896***	

주) \*  $p < .05$ , \*\*  $p < .01$ , \*\*\*  $p < .001$

### (3) <가설 1-3> 사회적 요인과 서비스 품질 평가 구성 차원 간의 회귀 분석

가설 1-3 ‘사회적 요인이 서비스 품질 평가 구성 차원에 영향을 미칠 것이다.’를 검증하기 위하여 지속 가능 요인의 사회적 요인을 독립변수로, 서비스 품질 평가 구성 차원을 종속변수로 설정하여 다중 회귀분석을 실시하였다. 그 분석 결과는 [표4-8]에 나타내었다. 회귀분석 결과를 살펴보면 지속 가능 요인의 사회적 요인이 서비스 품질 평가 구성 차원에( $\beta=.535, p <.001$ ) 정(+의 영향을 미치는 결과로 나타났다. 이 결과에 따라 가설 1-3은 지지할 수 있는 가설이 된다. 이는 페의류 리디자인 상품이 윤리적이며, 환경 캠페인을 통한 사회 공헌을 할 수 있고 노동자의 인권을 보호하며 안전성을 보장하는 지속 가능적 요인인 사회적이 확보되기 위해서는 소비자의 제품에 대한 신뢰, 확신, 공감, 대응, 유형성이 뒷받침되어야 함을 의미한다.

[표 4-8] 사회적 요인과 서비스 품질 평가 구성 차원 간의 회귀분석 결과

구분	변수명	서비스 품질 평가 구성 차원	
		$\beta$	t
통제 변수	(상수)		4.593***
독립 변수	사회적	.535	11.385***
$R^2$		.286	
$\Delta R^2$		.284	
$F$		129.629***	

주) \*  $p < .05$ , \*\*  $p < .01$ , \*\*\*  $p < .001$

### 4.3.2 서비스 품질 평가 구성 차원과 디자인 품질 간의 회귀분석

#### (1) <가설 2-1> 서비스 품질 평가 구성 차원과 기대 품질 간의 회귀분석

가설 2-1 ‘서비스 품질 평가 구성 차원이 기대 품질에 영향을 미칠 것이다.’를 검증하기 위하여 서비스 품질 평가 구성 차원을 독립변수로, 기대 품질을 종속변수로 설정하여 다중 회귀분석을 실시하였다. 그 분석 결과는 [표4-9]에 나타났다. 회귀분석에서 결과를 살펴보면 서비스 품질 평가 구성 차원이 기대 품질에 ( $\beta=.496$ ,  $p < .001$ ) 정(+)의 영향을 미치는 결과가 나타났다. 분석 결과 가설 2-1은 지지할 수 있는 것으로 판단된다. 이는 폐의류 리디자인 상품에 대한 신뢰, 확신, 공감, 대응, 유형성이 소비자들의 폐의류 리디자인 상품의 품질에 대한 궁금증과 기대에 유의미한 영향이 있다는 의미이다.

[표 4-9] 서비스 품질 평가 구성 차원과 기대 품질 간의 회귀분석 결과

구분	변수 명	기대 품질	
		$\beta$	t
통제 변수	(상수)		17.138***
독립 변수	SERVQUAL	.496	10.270***
$R^2$		.246	
$\Delta R^2$		.243	
$F$		105.473***	

주) \*  $p < .05$ , \*\*  $p < .01$ , \*\*\*  $p < .001$

## (2) <가설 2-2> 서비스 품질 평가 구성 차원과 지각된 품질 간의 회귀 분석

가설 2-2 ‘서비스 품질 평가 구성 차원이 지각된 품질에 영향을 미칠 것이다.’를 검증하기 위하여 서비스 품질 평가 구성 차원을 독립변수로, 지각된 품질을 종속변수로 설정하여 다중 회귀분석을 실시하였다. 그 분석 결과는 [표 4-10]에 나타났다. 회귀분석에서 결과를 살펴보면 서비스 품질 평가 구성 차원이 지각된 품질에 ( $\beta=.398, p < .001$ ) 정(+)의 영향을 미치는 결과가 나타났다. 분석 결과, 가설 2-2는 지지할 수 있는 것으로 판단된다. 이는 곧 폐의류 리디자인 상품의 신뢰, 확산, 공감, 대응, 유형성이 높을수록 소비자들이 지각하는 폐의류 리디자인 상품의 품질이 높아질 수 있다는 것을 의미한다.

[표 4-10] 서비스 품질 평가 구성 차원과 지각된 품질 간의 회귀분석 결과

구분	변수명	지각된 품질	
		$\beta$	t
통제 변수	(상수)		23.668***
독립 변수	SERVQUAL	.398	7.806***
$R^2$		.078	
$\Delta R^2$		.075	
F		60.937***	

주) \*  $p < .05$ , \*\*  $p < .01$ , \*\*\*  $p < .001$



### 4.3.3 지속 가능 요인과 디자인 품질의 관계에서 서비스 품질 평가 구성 차원의 매개효과

#### (1) <가설 3-1> 경제성 요인과 기대 품질의 관계에서 서비스 품질 평가 구성 차원의 매개효과

가설 3-1, 폐의류 리디자인의 지속 가능 요인인 경제성과 디자인 품질인 기대 품질의 관계에 있어서 서비스 품질 평가 구성 차원의 매개효과 검증을 실시하였다.

그 분석 결과는 다음 [표 4-11]과 같다. 이전 항의 분석 결과, [표4-6]에서 경제성이 서비스 품질 평가 구성 차원에 긍정적인 정(+)의 영향을 미친다는 것이 검증되었다. <표 4-9>는 서비스 품질 평가 구성 차원이 기대 품질에 긍정적인 정(+)의 영향을 미친다는 것을 입증하고 있다.

따라서 본 연구에서 독립변수인 지속 가능 요인의 경제성과 기대 품질 간의 관계에 있어 서비스 품질 평가 구성 차원의 매개효과 검증 결과는 [표 4-11]로 요약할 수 있다.

다음의 [표4-11]에서의 모형1에서 나타난 바와 같이 지속 가능 요인인 경제성이 기대 품질에 긍정적인 정(+)의 영향을 미치는 것이 검증됐다. 또한 모형2에서는 매개변수인 서비스 품질 평가 구성 차원을 투입한 후 지속 가능 요인인 경제성이 기대 품질에 미치는 영향이  $\beta=.412, p <.001$ 에서  $\beta=.251, p =.000$ 로 감소하였다.

이는 지속 가능 요인인 경제성이 기대 품질에 약한 영향을 미치고 서비스 품질 평가 구성 차원의 매개효과를 통하여 그 영향이 어느 정도가 약화함을 의미한다.

지속 가능 요인인 경제성에 대해 추가적으로 매개효과 검증을 확인하기 위해 Sobel test를 사용하였다. 분석 결과,  $z=4.931, p <.001$ 로써 매개효과가 유의미한 것으로 판단되었다. 이는 폐기물을 줄이고 공정한 방식으로 이익을 도모하며 지역 사회 발전에 기여한다는 경제성의 개념이 폐의류 리디자인 된 상품의 품질에 대한 궁급증을 유발할 수 있는 요인이나, 이러한 상품이 신뢰, 확신, 공감, 대응, 유형성의 서비스 요인들을 갖춘다면 소비자들의 상품에 대한 의구심이 낮아진다고 해석할 수 있다.

따라서 상기 검증된 결과를 통하여 서비스 품질 평가 구성 차원은 지속 가능 요인인 경제성과 기대 품질 간의 관계에 있어서 부분 매개효과가 있다고 검증되었으므로 가설 3-1은 지지가 되었다.

[표 4-11] 서비스 품질 평가 구성 차원의 경제성과 기대 품질 간 매개효과 분석 결과

구분	변수명	기대 품질			
		모형1		모형2	
		$\beta$	t	$\beta$	t
통제 변수	(상수)		12.750***		5.651***
독립 변수	경제성	.412	8.146***	.251	4.523***
매개변수	SERVQUAL	-	-	.326	5.870***
$R^2$		.170		.250	
$\Delta R^2$		.167		.245	
$F$		66.359***		53.832***	
Sobel-test		$z=4.931, p < .001$			

주) \*  $p < .05$ , \*\*  $p < .01$ , \*\*\*  $p < .001$

## (2) <가설 3-2> 환경성 요인과 기대 품질의 관계에서 서비스 품질 평가 구성 차원의 매개효과

가설 3-2, 폐의류 리디자인의 지속 가능 요인인 환경성과 디자인 품질인 기대 품질의 관계에 있어서 서비스 품질 평가 구성 차원의 매개효과 검증을 실시하였다.

그 분석 결과는 다음 [표 4-12]와 같다. 분석 결과, [표 4-12]에서 환경성이 서비스 품질 평가 구성 차원에 긍정적인 정(+)의 영향을 미친다는 것이 검증됐다. 앞서 [표4-9]는 서비스 품질 평가 구성 차원이 기대 품질에 긍정적인 정(+)의 영향을 미친다는 것을 입증하고 있다.

따라서 본 연구에서 독립변수인 지속 가능 요인인 환경성과 기대 품질 간의 관계에 있어 서비스 품질 평가 구성 차원의 매개효과 검증 결과는 [표 4-12]로 요약

할 수 있다.

다음의 [표 4-12]에서의 모형1에서 나타난 바와 같이 지속 가능 요인인 환경성이 기대 품질에 긍정적인 정(+ )의 영향을 미치는 것이 검증됐다. 또한 모형2에서는 매개변수인 서비스 품질 평가 구성 차원을 투입한 후 지속 가능 요인의 환경성이 기대 품질에 미치는 영향이  $\beta=.376$   $p <.001$ 에서  $\beta=.190$ ,  $p =.000$ 로 감소하였다.

이는 지속 가능 요인인 환경성이 기대 품질에 약한 영향을 미치고 서비스 품질 평가 구성 차원의 매개효과를 통하여 그 영향이 어느 정도 약화함을 의미한다.

지속 가능 요인인 환경성에 대해 추가로 매개효과 검증을 확인하기 위해 Sobel test를 사용하였다. 분석 결과,  $z=5.516$ ,  $p <.001$ 으로써 매개효과가 유의미하게 있는 것으로 판단되었다. 이는 환경오염을 감소시키고 자원을 보호하며 순환적 활용이 가능하고 기후 변화에 대응이 가능하다는 환경성의 개념이 폐의류 리디자인 된 상품의 품질에 대한 긍금증을 유발할 수 있는 요인이나, 이러한 상품이 신뢰, 확산, 공감, 대응, 유형성의 서비스 요인들을 갖춘다면 소비자들의 상품에 대한 의구심이 낮아진다고 해석할 수 있다.

따라서 상기 검증된 결과를 통하여 서비스 품질 평가 구성 차원은 지속 가능 요인인 환경성과 기대 품질 간의 관계에 있어서 부분 매개효과가 있다고 검증되었으므로 가설 3-2는 지지가 되었다.

[표 4-12] 서비스 품질 평가 구성 차원의 환경성과 기대 품질 간 매개효과 분석 결과

구분	변수 명	기대품질			
		모형1		모형2	
		$\beta$	t	$\beta$	t
통계 변수	(상수)		13.571***		5.843***
독립 변수	환경성	.376	7.293***	.190	3.422***
매개변수	SERVQUAL	-	-	.374	6.721***
$R^2$		.141		.246	
$\Delta R^2$		.138		.242	
$F$		53.184***		52.803***	
Sobel-test		$z=5.516$ , $p <.001$			

주) \*  $p <.05$ , \*\*  $p <.01$ , \*\*\*  $p <.001$

### (3) <가설 3-3> 사회성 요인과 기대 품질의 관계에서 서비스 품질 평가 구성 차원의 매개효과

가설 3-3, 폐의류 리디자인의 지속 가능 요인인 사회성과 디자인 품질인 기대 품질의 관계에 있어서 서비스 품질 평가 구성 차원의 매개효과 검증을 실시하였다.

그 분석 결과는 다음 [표 4-13]과 같다. 분석 결과, [표 4-13]에서 사회성이 서비스 품질 평가 구성 차원에 긍정적인 정(+)의 영향을 미친다는 것이 검증되었다. [표 4-13]은 서비스 품질 평가 구성 차원이 기대 품질에 긍정적인 정(+)의 영향을 미친다는 것을 입증하고 있다.

따라서 본 연구에서 독립변수인 지속 가능 요인인 사회성과 기대 품질 간의 관계에 있어 서비스 품질 평가 구성 차원의 매개효과 검증 결과는 [표 4-13]으로 요약할 수 있다.

다음의 [표 4-13]의 모형1에서 나타난 바와 같이 지속 가능 요인인 사회성이 기대 품질에 긍정적인 정(+)의 영향을 미치는 것이 검증됐다. 또한 모형2에서는 매개 변수인 서비스 품질 평가 구성 차원을 투입한 후 지속 가능 요인인 사회성이 기대 품질에 미치는 영향이  $\beta=.432, p <.001$ 에서  $\beta=.222, p =.000$ 로 감소하였다.

이는 지속 가능 요인인 사회성이 기대 품질에 약한 영향을 미치고 서비스 품질 평가 구성 차원의 매개효과를 통하여 그 영향이 어느 정도가 약화됨을 의미한다.

지속 가능 요인인 사회성에 대해 추가로 매개효과 검증을 확인하기 위해 Sobel test를 사용하였다. 분석 결과,  $z=6.600, p <.001$ 로써 매개효과가 유의미한 것으로 판단되었다. 이는 환경에 관한 캠페인을 통한 사회공헌과 윤리적으로 정직한 제품이며, 노동자의 인권 보호와 함께 사용자가 이용함에 있어 안전성을 보장한다는 환경성의 개념이 폐의류 리디자인 된 상품의 품질에 대한 궁금증을 유발할 수 있는 요인이나, 이러한 상품이 신뢰, 확신, 공감, 대응, 유형성의 서비스 요인들을 갖춘다면 소비자들의 상품에 대한 의구심이 낮아진다고 해석할 수 있다.

따라서 상기 검증된 결과를 통하여 서비스 품질 평가 구성 차원은 지속 가능 요인인 사회성과 기대 품질 간의 관계에 있어서 부분 매개효과가 있다고 검증되었으므로 가설 3-3은 지지가 되었다.

[표 4-13] 서비스 품질 평가 구성 차원의 사회성과 기대 품질 간 매개효과 분석 결과

구분	변수 명	기대품질			
		모형1		모형2	
		$\beta$	t	$\beta$	t
통제 변수	(상수)	.	11.254***		3.364**
독립 변수	사회성	.432	8.629***	.222	4.209***
매개변수	SERVQUAL	-	-	.425	8.055***
$R^2$		.187		.323	
$\Delta R^2$		.184		.319	
$F$		74.460***		77.014***	
<i>Sobel-test</i>		$z=6.600, p < .001$			

주) \*  $p < .05$ , \*\*  $p < .01$ , \*\*\*  $p < .001$

#### (4) <가설 3-4> 경제성 요인과 지각된 품질의 관계에서 서비스 품질 평가 구성 차원의 매개효과

가설 3-4, 폐의류 리디자인의 지속 가능 요인인 경제성과 디자인 품질인 지각된 품질의 관계에 있어서 서비스 품질 평가 구성 차원의 매개효과 검증은 실시하였다.

그 분석 결과는 다음 [표 4-14]와 같다. 분석 결과에서 경제성이 서비스 품질 평가 구성 차원에 긍정적인 정(+)의 영향을 미친다는 것이 검증되었다. 또한, 서비스 품질 평가 구성 차원이 지각된 품질에 긍정적인 정(+)의 영향을 미친다는 것을 입증하고 있다.

따라서 본 연구에서 독립변수인 지속 가능 요인인 경제성과 지각된 품질 간의 관계에 있어 서비스 품질 평가 구성 차원의 매개효과 검증 결과는 [표 4-14]로 요약할 수 있다.

다음의 [표 4-14]의 모형1에서 나타난 바와 같이 지속 가능 요인인 경제성이 지각된 품질에 긍정적인 정(+)의 영향을 미치는 것이 검증되었고, 모형2에서는 매개

변수인 서비스 품질 평가 구성 차원을 투입한 후 지속 가능 요인인 경제성이 지각된 품질에 미치는 영향이  $\beta=.412, p <.001$ 에서  $\beta=.251, p =.000$ 로 감소하였다.

이는 지속 가능 요인인 경제성이 지각된 품질에 약한 영향을 미치고 서비스 품질 평가 구성 차원의 매개효과를 통하여 그 영향이 어느 정도가 약화함을 의미한다. 지속 가능 요인인 경제성에 대해 추가로 매개효과 검증을 확인하기 위해 Sobel test를 사용하였다. 분석 결과,  $z=5.402, p <.001$ 으로써 매개효과가 유의미한 것으로 판단되었다. 이는 폐기물을 줄이고 공정한 방식으로 이익을 도모하며 지역사회 발전에 기여한다는 경제성의 개념이 폐의류 리디자인 된 상품의 품질에 대한 긍정적인 평가를 유발할 수 있는 요인이나, 이러한 상품이 신뢰, 확신, 공감, 대응, 유형성의 서비스 요인들을 갖춘다면 소비자들의 상품에 대한 긍정의 평가는 더욱 높아진다고 해석할 수 있다.

따라서 상기 검증된 결과를 통하여 서비스 품질 평가 구성 차원은 지속 가능 요인인 경제성과 지각된 품질 간의 관계에 있어서 부분 매개효과가 있다고 검증되었으므로 가설 3-4는 지지되었다.

[표 4-14] 서비스 품질 평가 구성 차원의 경제성과 지각된 품질 간 매개효과 분석 결과

구분	변수 명	지각된 품질			
		모형1		모형2	
		$\beta$	$t$	$\beta$	$t$
통제 변수	(상수)		17.523***		5.960***
독립 변수	경제성		7.540***	.246	4.701***
매개변수	SERVQUAL	-	-	.352	6.717***
$R^2$		.149		.254	
$\Delta R^2$		.147		.249	
$F$		56.856***		54.863***	
Sobel-test		$z=5.402, p <.001$			

주) \*  $p < .05$ , \*\*  $p < .01$ , \*\*\*  $p < .001$

## (5) <가설 3-5> 환경성 요인과 지각된 품질의 관계에서 서비스 품질 평가 구성 차원의 매개효과

가설 3-5, 폐의류 리디자인의 지속 가능 요인인 환경성과 디자인 품질인 지각된 품질의 관계에 있어서 서비스 품질 평가 구성 차원의 매개효과 검증을 실시하였다.

그 분석 결과는 다음 [표 4-15]와 같다. 분석 결과에서 환경성이 서비스 품질 평가 구성 차원에 긍정적인 정(+)의 영향을 미친다는 것이 검증되었다. 또한, 서비스 품질 평가 구성 차원이 지각된 품질에 긍정적인 정(+)의 영향을 미친다는 것을 입증하고 있다.

따라서 본 연구에서 독립변수인 지속 가능 요인의 환경성과 지각된 품질 간의 관계에 있어 서비스 품질 평가 구성 차원의 매개효과 검증 결과는 [표 4-15]로 요약할 수 있다.

다음의 [표 4-15]의 모형1에서 나타난 바와 같이 지속 가능 요인인 환경성이 지각된 품질에 긍정적인 정(+)의 영향을 미치는 것이 검증되었다. 또한 모형2에서는 매개변수인 서비스 품질 평가 구성 차원을 투입한 후 지속 가능 요인인 환경성이 지각된 품질에 미치는 영향이  $\beta=.488, p <.001$ 에서  $\beta=.359, p =.000$ 로 감소하였다.

이는 지속 가능 요인의 환경성이 지각된 품질에 약한 영향을 미치고 서비스 품질 평가 구성 차원의 매개효과를 통하여 그 영향이 어느 정도가 약화함을 의미한다. 지속 가능 요인인 환경성에 대해 추가로 매개효과 검증을 확인하기 위해 Sobel test를 사용하였다. 분석 결과,  $z=5.402, p <.001$ 로써 매개효과가 유의미한 것으로 판단되었다. 이는 환경오염을 감소시키고 자원을 보호하며 순환적 활용이 가능하고 기후 변화에 대응이 가능하다는 환경성의 개념이 폐의류 리디자인 된 상품의 품질에 대한 긍정적인 평가를 유발할 수 있는 요인이나, 이러한 상품이 신뢰, 확신, 공감, 대응, 유형성의 서비스 요인들을 갖춘다면 소비자들의 상품에 대한 긍정의 평가는 더욱 높아진다고 해석할 수 있다.

따라서 상기 검증된 결과를 통하여 서비스 품질 평가 구성 차원은 지속 가능요인인 환경성과 지각된 품질 간의 관계에 있어서 부분 매개효과가 있다는 것이 검증되었으므로 가설 3-5는 지지되었다.

[표 4-15] 서비스 품질 평가 구성 차원의 환경과 지각된 품질 간 매개효과 분석 결과

구분	변수 명	지각된 품질			
		모형1		모형2	
		$\beta$	t	$\beta$	t
통제 변수	(상수)		16.906***		5.668***
독립 변수	환경성	.488	10.069***	.359	7.212***
매개변수	SERVQUAL	-	-	.325	6.541***
$R^2$		.238		.327	
$\Delta R^2$		.236		.323	
F		101.375***		78.614***	
Sobel-test		$z=5.402, p < .001$			

주) \*  $p < .05$ , \*\*  $p < .01$ , \*\*\*  $p < .001$

### (6) <가설 3-6> 사회적 요인과 지각된 품질의 관계에서 서비스 품질 평가 구성 차원의 매개효과

가설 3-6, 패의류 리디자인의 지속 가능 요인인 사회성과 디자인 품질인 지각된 품질의 관계에 있어서 서비스 품질 평가 구성 차원의 매개효과 검증을 실시하였다.

그 분석 결과는 다음 [표 4-16]과 같다. 분석 결과에서 사회성이 서비스 품질 평가 구성 차원에 긍정적인 정(+)의 영향을 미친다는 것이 검증됐다. 또한, 서비스 품질 평가 구성 차원이 지각된 품질에 긍정적인 정(+)의 영향을 미친다는 것을 입증하고 있다.

따라서 본 연구에서 독립변수인 지속 가능 요인의 사회성과 지각된 품질 간의 관계에 있어 서비스 품질 평가 구성 차원의 매개효과 검증 결과는 [표 4-16]으로 요약할 수 있다.

다음의 [표 4-16]에서의 모형1에서 나타난 바와 같이 지속 가능 요인인 사회성이 지각된 품질에 긍정적인 정(+)의 영향을 미치는 것이 검증됐다. 또한 모형2에서는 매개변수인 서비스 품질 평가 구성 차원을 투입한 후 지속 가능 요인인 사회성



이 지각된 품질에 미치는 영향이  $\beta=.502$   $p <.001$ 에서  $\beta=.344$ ,  $p =.000$ 로 감소하였다.

이는 지속 가능 요인인 사회성이 지각된 품질에 약한 영향을 미치고 서비스 품질 평가 구성 차원의 매개효과를 통하여 그 영향이 어느 정도가 약화함을 의미한다. 지속 가능 요인인 사회성에 대해 추가로 매개효과 검증을 확인하기 위해 Sobel test를 사용하였다. 분석 결과,  $z=6.775$ ,  $p <.001$ 로써 매개효과가 유의미한 것으로 판단되었다. 이는 환경에 관한 캠페인을 통한 사회공헌과 윤리적으로 정직한 제품이며, 노동자의 인권 보호와 함께 사용자가 이용함에 있어 안전성을 보장한다는 사회성의 개념이 페이류 리디자인 된 상품의 품질에 대한 긍정적인 평가를 유발할 수 있는 요인이나, 이러한 상품이 신뢰, 확신, 공감, 대응, 유형성의 서비스 요인들을 갖춘다면 소비자들의 상품에 대한 긍정의 평가는 더욱 높아진다고 해석할 수 있다.

따라서 상기 검증된 결과를 통하여 서비스 품질 평가 구성 차원은 지속 가능 요인인 사회성과 지각된 품질 간의 관계에 있어서 부분 매개효과가 있다는 것이 검증됐으므로 가설 3-6은 지지되었다.

[표4-16] 서비스 품질 평가 구성 차원의 사회성과 지각된 품질 간 매개효과 분석 결과

구분	변수 명	지각된 품질			
		모형1		모형2	
		$\beta$	t	$\beta$	t
통제 변수	(상수)		14.776***		3.194***
독립 변수	사회성	.502	10.458***	.344	7.239***
매개변수	SERVQUAL	-	-	.398	8.363***
$R^2$		.252		.385	
$\Delta R^2$		.250		.382	
$F$		109.379***		101.300***	
Sobel-test		$z=6.775$ , $p <.001$			

주) \*  $p <.05$ , \*\*  $p <.01$ , \*\*\*  $p <.001$

다음 [표 4-17]은 서비스 품질 평가 모델의 구성 차원을 매개변수로 한 세분화 검증의 결과이다. 지속 가능 요인인 경제성이 디자인 품질인 기대 품질에 미치는 영향에서는 유형성을 매개변수로 하는 효과가 더 두드러지고, 그 외도 부분 매개효과가 있는 정(+ )의 영향이 있다. 이는 소비자들이 패의류 리디자인 시 사회적인 경제적 이익을 도모하는 지속가능적 요인인 경제성이 고유의 디자인적 특징, 즉 문양, 패턴, 색상, 소재를 포괄하는 유형성에 의해 기대 품질이 유의미하게 작용하고 이를 고려하여 구매를 할 수 있다는 분석 결과이다.

[표 4-17] 가설3 검증 요약

*매개효과	독립변수	매개변수	종속변수	모형1		모형2		
				$\beta$	t	$\beta$	t	
가설3	(1)	경제성	기대 품질	유형성	.412	8.146***	.358	6.601***
				신뢰성			.143	2.644**
				대응성	.412	8.146***	.324	5.862***
				확신성			.203	3.684***
				공감성	.412	8.146***	.333	6.393***
						.239	4.590***	
				.412	8.146***	.334	6.404***	
				.233	4.467***			
				.412	8.146***	.305	5.800***	
				.279	5.290***			
	(2)	환경성		유형성	.376	7.293***	.277	5.141***
				신뢰성			.260	4.826***
			대응성	.376	7.293***	.280	5.006***	
			확신성			.218	3.887***	
			공감성	.376	7.293***	.290	5.491***	
					.258	4.899***		
	(3)	사회성	유형성	.376	7.293***	.294	5.545***	
			신뢰성			.244	4.595***	
대응성			.376	7.293***	.271	5.039***		
확신성					.273	5.077***		
공감성			.432	8.629***	.344	6.525***		
				.233	4.434***			
		.432	8.629***	.287	5.460***			
		.332	6.314***					

		대응성	지각된 품질	.432	8.629***	.320	6.434***		
						.337	6.774***		
				.432	8.629***	.356	6.883***		
		확신성				.228	4.417***		
				.432	8.629***	.328	6.281***		
						.272	5.222***		
	(4)	경제성	유형성	지각된 품질	.386	7.540***	.347	6.836***	
							.216	4.259***	
					.386	7.540***	.305	5.763***	
			신뢰성				.241	4.568***	
					.386	7.540***	.302	5.725***	
							.247	4.670***	
		대응성	확신성		지각된 품질	.386	7.540***	.306	5.819***
								.245	4.648***
						.386	7.540***	.287	5.542***
			공감성					.301	5.813***
						.488	10.069***	.436	9.333***
								.286	6.113***
(5)	환경성	유형성	지각된 품질	.488	10.069***	.421	8.355***		
						.198	3.918***		
				.488	10.069***	.416	8.269***		
		신뢰성				.213	4.241***		
				.488	10.069***	.421	8.401***		
						.204	4.060***		
	대응성	확신성		지각된 품질	.488	10.069***	.408	8.217***	
							.242	4.864***	
					.502	10.458***	.451	9.737***	
		공감성					.282	6.088***	
					.502	10.458***	.392	8.205***	
							.325	6.790***	
(6)	사회성	지각된 품질	.502	10.458***	.397	8.245***			
					.308	6.396***			
			.502	10.458***	.435	8.766***			
	신뢰성				.205	4.119***			
			.502	10.458***	.416	8.513***			
					.260	5.328***			

주) \*  $p < .05$ , \*\*  $p < .01$ , \*\*\*  $p < .001$

## 4.4 가설검증의 결과 요약

본 연구에서 설정한 모형에 대한 분석 결과를 요약하면 [표 4-18]과 같고, 이를 바탕으로 한 가설검증 결과는 [표 4-19]와 같다.

[표 4-18] 분석 결과 요약

연구가설		독립변수	종속변수	상관관계	회귀분석	
가설1	(1)	경제성	서비스 품질 평가 구성 요인	○	○	
	(2)	환경성		○	○	
	(3)	사회성		○	○	
가설2	(1)	서비스 품질 평가 구성 요인	기대 품질	○	○	
	(2)		지각된 품질	○	○	
*매개효과	독립변수	매개변수	종속변수	회귀분석	Sobel Test	
가설3	(1)	경제성	서비스 품질 평가 구성 요인	기대 품질	○	○
	(2)	환경성			○	○
	(3)	사회성			○	○
	(4)	경제성	지각된 품질	○	○	
	(5)	환경성		○	○	
	(6)	사회성		○	○	

[표 4-19] 가설검증 결과 종합

연구가설	내용	분석결과	
가설1	지속 가능 요인 → 서비스 품질 평가 구성 차원	채택	
가설1-1	지속 가능 요인 중 경제성 → 서비스 품질 평가 구성 차원	채택	
가설1-2	지속 가능 요인 중 환경성 → 서비스 품질 평가 구성 차원	채택	
가설1-3	지속 가능 요인 중 사회성 → 서비스 품질 평가 구성 차원	채택	
가설2	서비스 품질 평가 구성 차원 → 디자인 품질	채택	
가설2-1	서비스 품질 평가 구성 차원 → 디자인 품질 중 기대 품질	채택	
가설2-2	서비스 품질 평가 구성 차원 → 디자인 품질 중 지각된 품질	채택	
가설3	서비스 품질 평가 구성 차원, 지속 가능 요인 → 디자인 품질	채택	
가설3-1	서비스 품질 평가 구성 차원, 경제성 → 디자인 품질 중 기대 품질	부분 매개	채택
가설3-2	서비스 품질 평가 구성 차원, 환경성 → 디자인 품질 중 기대 품질	부분 매개	채택
가설3-3	서비스 품질 평가 구성 차원, 사회성 → 디자인 품질 중 기대 품질	부분 매개	채택
가설3-4	서비스 품질 평가 구성 차원, 경제성 → 디자인 품질 중 지각된 품질	부분 매개	채택
가설3-5	서비스 품질 평가 구성 차원, 환경성 → 디자인 품질 중 지각된 품질	부분 매개	채택
가설3-6	서비스 품질 평가 구성 차원, 사회성 → 디자인 품질 중 지각된 품질	부분 매개	채택

[표 4-19] 가설검증 결과를 다시 한번 요약하자면 다음과 같다.

첫째, ‘폐의류 디자인의 지속 가능 요인이 서비스 품질 평가 구성 차원에 영향을 미칠 것’이라는 가설을 분석한 결과는 채택되는 것으로 나타났다. 지속 가능 요인 중의 경제성, 환경성, 사회성이 서비스 품질 평가 구성 차원의 만족 수준에 대해 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이에 이러한 밀레니얼 세대의 요구에 부응하는 지속가능성의 가치를 모색하고 서비스 품질 평가 구성 차원의 사회적 함의에 대한 진정성에 한 걸음 다가갈 수 있을 것으로 분석된다.

둘째, ‘서비스 품질 평가 구성 차원이 디자인 품질에 영향을 미칠 것’이라는 가설을 분석한 결과는 채택되는 것으로 나타났다. 서비스 품질 평가 구성 차원이 디자인 품질 중의 기대 품질, 지각된 품질을 통계적으로 유의하게 만족시키는 것으로 나타났다.

셋째, 서비스 품질 평가 구성 차원이 지속 가능 요인과 디자인 품질 간의 관계에서 매개효과가 있을 것이라는 가설을 분석한 결과는 부분매개효과가 있는 것으로 나타났다. 서비스 품질 평가 구성 차원이 지속 가능 요인의 경제성, 환경성, 사회성과 디자인 품질 중의 기대 품질 간의 관계에서 매개효과가 있을 것이라는 가설은 만족 수준에 통계적으로 유의한 상관성이 있는 것으로 나타났다.

## 제5장

---

### 결론

제1절 연구 결과 요약 및 시사점

제2절 향후 연구 방향

## 제5장 결론

### 5.1 연구 결과 요약 및 시사점

#### 5.1.1 연구 결과 요약

현대 사회를 구성하는 대부분 분야의 공통된 패러다임이 된 '지속가능성'은 대기·토양 오염 등 환경오염의 주범으로 꼽히는 패션업계의 가장 중요한 키워드 중 하나로 자리 잡았다. 여기에 밀레니얼 세대가 소비시장을 주도하면서 '착한 소비와 윤리적 소비'라는 트렌드에 맞춰 천연 소재와 재활용 소재로 만든 패션 제품 디자인이 속속 선보이고 있다. 따라서 밀레니얼 세대를 중심으로 소재에 따른 세부적인 지속가능한 패션 상품 디자인 계획을 수립할 필요가 있다. 따라서 본 연구는 폐의류 디자인의 지속 가능 요인이 서비스 품질 평가 구성 차원을 매개로 디자인 품질에 미치는 영향을 실증 분석함에 그 목적과 의의가 있다.

본 연구의 자료수집은 2022년 8월 1일부터 8월 15일까지 중국 밀레니얼 세대를 대상으로 하였다. 설문조사는 385부를 회수하여 이 가운데 무효 59부를 제외한 최종적으로 326부를 최종 분석(유효 표본율 85.34%)에 사용하였다. 수집된 자료는 코딩 과정을 거쳐 IBM SPSS statistics version 23.0 for windows 와 AMOS 23.0 을 이용하여 분석하였다. 연구가설 검증을 통한 결과와 그에 따른 결론은 다음과 같다.

첫째, 폐의류 디자인의 지속 가능 요인이 서비스 품질 평가 구성 차원에 영향을 미칠 것이라는 가설을 분석한 결과는 채택이 되는 것으로 확인이 되었다. 지속 가능 요인 가운데 경제성, 환경성, 사회성이 서비스 품질 평가 구성 차원의 만족 수준에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그러므로 이러한 밀레니얼 세대의 요구에 부응하는 지속가능성의 가치를 모색하고 서비스 품질 평가 구성 차원의 사회적 책무에 대한 진정성을 찾는 것이 중요한 개선방안이 될 것으로 판단된다. 이를 위해서는 리디자인 된 패션 상품이 폐기물을 최소화하며 공정한 방식으로 이익을 도모하고 지역사회 발전에 기여를 할 수 있는 경제성과 자원 보호, 오



염 감소, 순환적 활용, 기후 변화에 대응하는 환경성 그리고 윤리적이며, 환경 캠페인을 통한 사회 공헌을 할 수 있어야 하고 노동자의 인권을 보호하며 안전성을 보장하는 사회성이 뒷받침되어야 소비자의 제품에 대한 신뢰, 확신, 공감, 대응, 유형성을 끌어내는 개선방안이 될 수 있다는 결론이다.

둘째, ‘서비스 품질 평가 구성 차원이 디자인 품질에 영향을 미칠 것’이라는 가설을 분석한 결과는 채택되는 것으로 나타났다. 서비스 품질 평가 구성 차원이 디자인 품질 중의 기대 품질, 지각된 품질의 만족 수준에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 분석이 되었다. 이에 하나의 개선방안으로, 서비스 품질 가치가 높을수록 기대 품질보다 소비자가 경험하는 지각된 품질이 높아 고객이 서비스에 만족한다는 선행연구 결론에 주목해야 할 것이다(박효현, 2021). 이때 각 항목의 결과의 값은 서비스 품질의 총 크기이며, 이 값이 클수록 서비스 품질이 높아진다. 이에 본 연구에 분석 결과에 따라 지각된 품질이 기대 품질보다 수치가 더 높은 것으로 확인되었으며, 분석 결과는 선행연구 사례와 유사한 것으로 나타났다. 이는 폐의류 리디자인 상품에 대한 신뢰, 확신, 공감, 대응, 유형성의 요인이 소비자들의 폐의류 리디자인 상품의 품질에 대한 궁금증과 기대에 유의미한 영향이 있다는 결론이다. 즉, 폐의류 리디자인 상품의 신뢰, 확신, 공감, 대응, 유형성이 높을수록 소비자들이 지각하는 폐의류 리디자인 상품의 품질이 높아질 수 있다는 결론이 도출된다.

셋째, ‘서비스 품질 평가 구성 차원이 지속 가능 요인과 디자인 품질 간의 관계에서 매개효과가 있을 것’이라는 가설을 분석한 결과는 부분매개효과가 있는 것으로 나타났다. 서비스 품질 평가 구성 차원이 지속 가능 요인의 경제성, 환경성, 사회성과 디자인 품질 중의 기대 품질 간의 관계에서 매개효과가 있을 것이라는 가설은 만족 수준에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 이에 따라 서비스 품질 평가 구성 차원이 지속 가능 요인의 경제성, 환경성, 사회성과 디자인 품질 중의 기대 품질 간의 관계에서 매개효과가 있는 것으로 확인되었다. 이는 폐기물을 줄이고 공정한 방식으로 이익을 도모하며 지역사회 발전에 기여를 한다는 경제성의 개념과 환경오염을 감소시키고 자원을 보호하며 순환적 활용이 가능하고 기후 변화에 대응이 가능하다는 환경성의 개념 그리고 환경에 관한 캠페인을 통한 사회 공헌과 윤리적으로 정직한 제품이며, 노동자의 인권 보호와 함께 사용자가 이

용함에 있어 안전성을 보장한다는 환경성의 개념이 폐의류 리디자인 된 상품의 품질에 대한 긍증증을 유발할 수 있는 요인이나, 이러한 상품이 신뢰, 확신, 공감, 대응, 유형성의 서비스 요인들을 갖춘다면 소비자들의 상품에 대한 의구심이 낮아진다는 결론이다. 또한, 서비스 품질 평가 구성 차원이 지속 가능 요인의 경제성, 환경성, 사회성과 디자인 품질 중의 지각된 품질 간의 관계에서 매개효과가 있을 것이라는 가설은 만족 수준에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 이에 따라 서비스 품질 평가 구성 차원이 지속 가능 요인의 경제성, 환경성, 사회성과 디자인 품질 중의 지각된 품질 간의 관계에서 매개효과가 있는 것으로 확인되었다. 이는 폐기물을 줄이고 공정한 방식으로 이익을 도모하며 지역사회 발전에 기여한다는 경제성의 개념과 환경오염을 감소시키고 자원을 보호하며 순환적 활용이 가능하고 기후 변화에 대응이 가능하다는 환경성의 개념 그리고 환경에 관한 캠페인을 통한 사회 공헌과 윤리적으로 정직한 제품이며, 노동자의 인권 보호와 함께 사용자가 이용함에 있어 안전성을 보장하는 사회성의 개념이 폐의류 리디자인 된 상품의 품질에 대한 긍정적인 평가를 유발할 수 있는 요인이나, 이러한 상품이 신뢰, 확신, 공감, 대응, 유형성의 서비스 요인들을 갖춘다면 소비자들의 상품에 대한 긍정의 평가는 더욱 높아진다고 해석할 수 있다. 또한 소비자들이 폐의류 리디자인 시 사회적으로 경제적 이익을 도모하는 지속 가능 요인인 경제성이 고유의 디자인적 특징, 즉 문양, 패턴, 색상, 소재를 포괄하는 유형성에 의해 기대 품질에 유의미하게 작용하고 이를 고려한 구매가 이루어질 수 있다는 결론이 도출되었다.

### 5.1.2 시사점 및 대안 제시

지속가능성은 의류 디자인에서 항상 중요하게 여겨져 온 문제이다. 본 연구를 통해 폐의류 리디자인의 디자인 품질에 대한 지속가능한 요인의 영향에 대한 실증적 분석 결과를 토대로 도출된 시사점 및 대안은 다음과 같다.

첫째, 폐의류 리디자인에서 지속 가능 요소가 강조되어야 한다. 그 가운데에서도 경제적·환경적·사회적 측면이 서비스 품질 평가 구성 차원의 신뢰성·확신성·공감성·대응성·유형성에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 폐의류 리디자인 시 디자인 비용에 주목해야 하며 디자인 비용을 조절해야만 폐의류 디자인이 지속

적으로 발전할 수 있다. 그러므로, 폐의류 재설계를 위해서는 경제성이 매우 중요하다. 폐의류 리디자인은 폐의류 재활용을 가능하게 하고 직접적으로 환경을 보호하며, 지속가능한 목표를 달성할 수 있으므로 환경 보호라는 목적을 유지하기 위해 더 많은 폐의류 디자인이 행해져야 한다. 폐의류 리디자인은 소비자에게 좋은 사회적 평판을 줄 수 있으며, 또한 다른 소비자들이 환경 보호를 촉진하는 목적을 달성하기 위해 폐의류의 디자인을 사용하도록 홍보할 수 있다. 따라서 폐의류 리디자인의 사회적 성격이 디자인에서 강조되어야 한다.

둘째, 지속 가능 요인의 경제적, 환경적, 사회적 성격은 서비스 품질 평가의 신뢰성·확신성·공감성·대응성·유형성에 영향을 미칠 것으로 나타났다. 연구의 피험자로 밀레니얼 세대를 선정하였고, 이들 가운데 고학력 소비자들은 폐의류로 리디자인 된 제품의 가치를 인식하고 이해하는 것으로 확인된다. 경험적 분석의 결과로 소비자들이 폐의류의 리디자인 된 제품을 신뢰한다는 것을 증명할 수 있다. 그러므로, 서비스 품질 평가 모델의 신뢰성·확신성·공감성·대응성·유형성의 중요한 역할에 주목해야 한다. 즉, 폐의류 리디자인 시 디자이너 및 이해관계자들이 고려해야 할 대안은 소비자들로 하여금 리디자인 상품에 대한 신뢰와 긍정적 평가를 유도할 수 있어야 하며 상품의 내구성, 편리성, 효율성을 고려하여 디자인하여야 한다. 이로써 소비자들은 리디자인 상품의 개념, 행위, 가치를 공감하고 상품이 전달하는 정보와 서비스가 소비자의 관념과 일치함을 느끼게 될 것이다. 그리하여 상품에 대한 지지와 홍보를 스스로 행하게 되는 것이다. 이러한 모든 제반 사항들이 이루어지기 위한 가장 근본적 대안으로 리디자인 상품 자체의 소재와 색상 그리고 문양 및 패턴에 대한 신중한 접근이 필요한 것으로 판단된다.

셋째, 서비스 품질 평가 모델의 신뢰성·확신성·공감성·대응성·유형성은 디자인 품질에 영향을 미치며, 소비자의 기대 품질과 서비스의 지각된 품질 그리고 구매 행동에 영향을 미칠 것으로 분석된다. 지각된 품질은 제품의 전반적인 품질을 평가한다. 따라서 서비스 품질 평가 모델의 특성은 소비자의 구매와 제품 인식에 직접적인 영향을 미치는 중요한 요소이다. 향후 폐의류 및 중고 의류의 리디자인에 있어서 서비스에 대한 소비자의 감정에 주목해야 하며, 감정은 매출에 직접적인 영향을 미칠 것이다. 좋은 소비자의 감정은 직접적인 경제적 이익을 가져올 것으로 판단되는 대목이다. 감정과 감성에 관련된 디자인 방법은 본 연구에서는 지면 관계

상 자세히 다루지 않았으나 너무나 방대한 선행 연구가 행하여지고 있기에 사안의 중요성을 강조하고 싶다.

넷째, 가설 3에서 서비스 품질 평가 구성 차원이 밀레니얼 세대의 소비자들이 폐의류 리디자인을 수용할 수 있는 매개 요소임을 보여준다. 따라서, 폐의류 리디자인은 의류 디자인의 발전 추세 가운데 하나이며, 지속가능한 패션디자인을 실현하는 중요한 방법 가운데 하나이다. 디자인 요소로서 지속가능한 요소를 고수하고, 서비스 품질향상을 시킬 수 있다면 최종 디자인 품질이 향상되는 효과를 얻을 수 있다.

이상의 폐의류 리디자인 시 반영될 수 있는 시사점 및 대안 제시 외에 추가적인 사항들을 아래와 같이 요약하였다.

- ① 폐의류 디자인에 대한 고정관념을 탈피하여 지속가능한 서비스 품질 평가 구성 차원에 대한 의지를 표명하는 점이다.
- ② 시간을 초월한 모든 것, 효용가치의 유무를 떠나 존재하는 모든 것들을 창조 의 발판이자 표현 수단으로 전환하여 예술적 가치를 강화할 수 있다는 점이다.
- ③ 새로운 개념과 가치를 창조한다는 정체성은 지속가능성을 모색하는 리디자인 사고와 융합됨으로써 창의적 개념 패션의 영역을 확장할 수 있다고 말할 수 있다.

## 5.2 후속 연구의 제안점

전언한 바와 같이, 본 연구에서는 폐의류 디자인의 지속 가능 요인이 서비스 품질 평가 구성 차원을 매개로 디자인 품질에 미치는 영향을 실증 분석해 보았으며, 이에 따라 연구 결과 요약과 시사점을 제시하였으나 다음과 같은 연구의 한계점을 가지고 있고 이를 보완할 수 있는 후속 연구의 제안 사항들을 제언한다.

첫째, 본 연구는 코로나 상황을 고려하여 온라인 설문지를 이용하여 자료를 수집하였다. 따라서 응답자의 설문 태도에 따른 측정 오류가 발생할 수 있으므로 본 연구의 결과에 대한 해석의 한계는 분명히 존재한다. 이러한 한계를 극복하기 위해서는 향후 코로나 사태가 좋아지면 대면 설문이나 인터뷰 방식 등 보다 객관적인 접근 방법이 필요할 것이다.

둘째, 실증적 분석을 위해 밀레니얼 세대를 대상으로 설문을 진행한 바, 그들이

전 세대를 아울러 본 연구에 대한 의견을 대변할 수는 없다. 이러한 한계 때문에 결과에 대한 일반화에 신중할 필요가 있으며, 향후 연구에서는 여러 계층과 지역을 아우르는 인구통계학적 표본 선정이 필요하다.

셋째, 본 연구에서 사용한 조사에서는 한 응답자가 독립변수, 모수, 종속변수에 다중 응답하였으므로, 동일인자 측정에 오류가 발생할 수 있다. 또한, 종단적인 연구가 아닌 횡단적인 연구이기 때문에 연구 결과에 대한 수용과 해석은 제한적일 수 있다. 이를 해결하기 위해 분석 틀의 구체화와 다각적인 연구 프로세스를 고민하여야 할 것이다.

끝으로 본 연구에서 주된 논거로 연구의 맥락을 이끌었던 매개 변수로서 서비스 품질 평가 모델을 다른 매개변수로 대체하여 연구를 진행해 나갈 것을 연구자 스스로 제안해 볼 수 있다. 예를 들면, 본문에서 지면상 깊이 있게 다루지 못한 품질과 소비자 감성과 관련된 감성 디자인의 매개변수나 유형성에서 강조하였던 패션디자인 본연의 심미성을 견인할 수 있는 요소들과 관련된 다양한 매개 변수들이 그것이다.

## 참고문헌

### 단행본

- Sachs, C. E. Gendered fields: Rural women, agriculture, and environment. Routledge. 2018.
- 왕혜, 저탄소, 환경 친화적인 의류 제조. 중외 봉제 설비, 2015.

### 학위논문

#### 박사학위

- 국혜승, “지속 가능한 제로 웨이스트 패션디자인 연구”, 이화여자대학교 박사학위논문, 2014.
- 김학균, “Kano-SERVQUAL 통합 접근법을 이용한 자동차 서비스 품질에 대한 고객인식 연구”, 성균관대학교 박사학위논문, 2017.
- 남상각, “사회적기업의 지속가능경영 결정요인에 관한 연구”, 전북대학교 박사학위논문, 2018.
- 신광하, “사회적 기업가정신의 전략운영요소가 지속가능성에 미치는 영향 연구”, 목포대학교 박사학위논문, 2016.
- 신수미, “노인 생활체육프로그램 서비스 기대와 품질에 따른 만족이 삶의 질에 미치는 영향”, 조선대학교 박사학위논문, 2016.
- 신혜선, “지속가능성 유형의 패션트렌드 분석과 패션디자인 기획”, 성균관대학교 박사학위논문, 2015.
- 윤수인, “지속가능한 패션의 산업현황과 소비자 소비형태 연구: 재사용과 재활용 패션산업 중심으로”, 단국대학교 박사학위논문, 2013.
- 윤영미, “SERVQUAL모형을 이용한 약국서비스에 대한 소비자 만족도 분석”, 성균관대학교 박사학위논문, 2011.
- 이길구, “아웃도어 패션기업의 CSV활동과 소비가치, 서비스 품질이 소비자의 구매의도에 미치는 영향”, 서울벤처대학원대학교 박사학위논문, 2020.
- 이승용, “사회적기업의 구조화와 지속가능성 요인에 관한 실증 연구”, 경기대학교 박사학위논문, 2017.
- 이정삼, “지속가능발전 구성요소에 대한 입장차이 분석 및 환경요소 강화방안 연구”, 전남대학교 박사학위논문, 2015.
- 이혜선, “지속가능성의 실천으로서 업사이클링 패션디자인 연구: 페텐트의 활용을 중심으로-”, 이화여자대학교 박사학위논문, 2021.
- 장영란, “사회적기업의 성과 및 지속가능성에 영향 요인연구”, 경원대대학원 박사학위논문, 2012.
- 정소진, “소비자 중심의 패션제품 지속가능성”, 서울대학교 박사학위논문 서울대학교, 2013.
- 주유정, “과거 서비스 경험이 유사 서비스 품질 경험에 미치는 영향”, 한성대학교 박사학위논문, 2015.

## 석사학위

- Al Tan Zul, “은행 서비스품질에 대한 소비자의 기대불일치가 만족과 태도, 신뢰, 애호도에 미치는 영향”, 강원대학교 석사학위논문, 2014.
- TIAN, YUROU, “패션 큐레이션 커머스 서비스 품질의 특성이 소비자 구매의도에 미치는 영향”, 이화여자대학교 석사학위논문, 2021.
- 김동현, “재활용품을 활용한 패션 장신구 제작 연구 : 업사이클링 디자인을 중심으로”, 공주대학교 석사학위 논문, 2012.
- 김은아, “DFD를 적용한 지속 가능한 패션디자인 연구”, 경희대학교 석사학위논문, 2020.
- 김수현, “현대 패션에 나타난 지속가능한 디자인 연구: 영국사레를 중심으로”, 국민대학교 테크노디자인전문대학원 박사학위논문, 2007.
- 김혜인, “서비스 품질 경험 분석에 따른서비스 디자인 전략 제안:멀티플렉스 CGV영화관 중심으로”, 홍익대학교 석사학위논문, 2017.
- 김혜진, “점포유형별 지각된 서비스품질이 쇼핑가치와 쇼핑만족에 미치는 영향”, 전남대하가고 석사학위논문, 2002.
- 까오양, “항공 애플리케이션 서비스 품질이 지각된 가치, 사용자 만족, 재사용의도에 미치는 영향”, 군산대학교 석사학위논문, 2018.
- 남지형, “지속 가능한 패션 명품이 지각된 소비 가치와 구매 의도에 미치는 영향 - 가치기반 수용 모델을 중심으로-”, 국민대학교 석사학위논문, 2020.
- 류영란, “의류 폐기물의 업사이클(Upcycle) 패션 활성화 방안: 지속가능 디자인의 관점에서”, 이화여자대학교 석사학위논문, 2018.
- 박용규, “지속가능한 패션을 위한 3D 프린팅 활용 리디자인 연구”, 중앙대학교 석사학위논문, 2022.
- 박지연, “업사이클링 리디자인 의상 개발 연구,” 국민대학교 석사학위논문, 2014.
- 신혜영, “패션산업의 메가트렌드로 나타난 지속가능성에 대한 연구“, 홍익대학교 박사학위논문, 2010.
- 안연숙, “재활용 패션디자인에 의한 패션 스타일링 연구”, 이화여자대학교 석사학위논문, 2011.
- 양진숙, “섬유패션에 나타난 재활용 소재 및 조형적 특성 연구”, 한양대학교 석사학위논문, 2012.
- 엄유민, “지속가능한 관점에서 마린 세트에 나타나는 업사이클링 패션디자인에 관한 연구”, 중앙대학교 석사학위논문, 2021.
- 오유진, “업사이클링 패션디자인의 방법 및 특성”, 한양대학교 석사학위논문, 2015.
- 우정훈, “SERVQUAL을 활용한 ISMS 성과측정 모형 개발에 대한 실증연구”, 충북대학교 석사학위논문, 2015.
- 이동형, “고객만족과 사회적 연결감이 점포충성도에 미치는 영향”, 중앙대학교 석사학위논문, 2015.
- 이민영, “콘텐츠트형 클라우드소싱 플랫폼의 디자인 품질에 관한 연구”, 홍익대학교 석사학위논문, 2021.
- 이송주, “페의류 리디자인 발전 현황 및 동향에 관한 연구”, 동화대학교 석사학위논문, 2016.
- 이유진, “소셜커머스 사용여부에 따른 스포츠센터의 서비스 품질, 기대충족, 지속사용의도의 영향

- 관계 분석”, 성균관대학교 석사학위논문, 2017.
- 장디, “한국 의류의 디자인 품질이 구매만족도와 구매후 행동에 미치는 영향”, 경상대학교 석사학위논문, 2016.
  - 정주리, “인지된 디자인 주체에 따른 패션 디자이너 역량 및 제품 품질 지각”, 서울대학교 석사학위논문, 2021.
  - 정홍균, “직무자원이 사회적기업 지속가능성에 미치는 영향”, 한성대학교 석사학위논문, 2019.
  - 조주현, “지역 문화관광 공예품의 디자인 품질과 브랜드 요인 간 구조적 관계”, 조선대학교 박사학위논문, 2016.
  - 최혜란, “성공적 업사이클링 지속가능디자인 가방 브랜드의 디자인 분석을 통한 사례연구: 리유즈(reuse) 제품의 디자인 요소를 중심으로”, 이화여자대학교 석사학위논문, 2014.
  - 한지영, “지속가능한 패션마케팅 활동이 브랜드 신뢰도와 태도 및 구매의 도에 미치는 영향”, 건국대학교 석사학위 논문, 2021.
  - 황선주, “패션주얼리시장에서 제품품질과 서비스품질이 고객만족에 미치는 영향에 관한 연구”, 부경대학교 석사학위논문, 2012.
  - 李珍珍, “B 2 C 网络购物物流服务质量评估实证研究”, 大连理工大学, 2013.
  - 汪慧星, “H公司第三方物流供应商服务质量评价研究”, 暨南大学, 2016.
  - 周正嵩, 施国洪, “物流企业服务质量评价模型构建及应用研究”, 江苏大学 硕士学位论文, 2012.

## 학회논문

- Bendaravičienė, R., & Vilkytė, B., “Measurement of customer satisfaction with service quality: Study of fashion chain stores in Lithuania. International journal of management”, accounting and economics, 2019, Vol.6.
- GUI XIAOHUI, “Research on Influencing Factors of Consumers Attitude Toward Greed Garment”, Beijing Institute Of Fashion Technology, 2013.
- Haywood-Farmer, J., “A conceptual model of service quality”, International Journal of Operations and Production Management, 1988, Vol.8, No.6.
- International Organization for Standardization (ISO). Quality management and quality assurance – Vacabulary. ISO 8402, 1994.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L., “SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring customer perceptions of service quality”, Journal of Retailing, 1988, Vol.6, No.41.
- Yousapronpaiboon, K., “SERVQUAL: Measuring higher education service quality in Thailand”, Procedia-Social and Behavioral Sciences, 2014, Vol.116.
- 광가빈, 서영입, 김세진, “문화적 지속가능성의 리디자인 패션 연구- 남성 한복을 이용한 여성복 개발 -”, 服飾文化研究, 2021, Vol.29, No.4.
- 광민석, 원도연, “SERVQUAL 모형의 효과성에 대한 메타분석”, 체육과학연구, 2014, Vol.25, No.03.
- 김선영, “융합적 리디자인 사고에 의한 빅터 앤 롤프의 패션 작품 특성과 의미”, 한국 과학예술융



- 합학회, 2022, Vol.40, No.2.
- 김소영, 윤숙원, “의복 디테일을 활용한 리디자인 유형 분석과 패션 디자인 개발”, 한국의상디자인 학회지, 2013, Vol.15, No.1.
  - 김수현, 이재성, “지속가능한 패션디자인의 개념과 원리”, 한국조형학회. 2006, Vol.7, No.3.
  - 나동규, 이정원, 나영주, “의류업체의 지속가능경영 TBL 구성 요소와 기업평가 및 브랜드이미지”, 한국의류산업학회지, 2014, Vol.12, No.2.
  - 나영주, 이현규, “섬유의류산업의 지속가능성 증진을 위한 의복종류별 방안 모색”, 한국의류산업학회, 2013, Vol.15, No.2.
  - 두원원, 김미현, “지속가능한 패션을 위한 융합적 리디자인 연구”, 한국과학예술융합학회, 2021, Vol.39, No.1.
  - 문병일, 김백운, 박익렬, 한정선, “골프연습장 서비스품질이 고객관계품질에 미치는 영향”, 한국스포츠학회지, 2013, Vol.11, No.3.
  - 박수민, 유영선, “2000년대 그린디자인에 나타난 로하스(Lohas)의 패션특성 분석”, 한국의류학회지, 2008, Vol.32, No.2.
  - 신혜영, “패션 산업의 업사이클링을 위한 리디자인 연구”, 기초조형학연구, 2011, Vol.12, No.3.
  - 안인숙, 배성현, “리디자인을 통한 퓨전한복 디자인 제안”, 일러스트레이션포럼, 2016, Vol.47.
  - 엄경희, 김국원, “텍스타일 제품에 나타난 리디자인 사례연구”, 디지털디자인학회지, 2013, Vol.13, No.3.
  - 엄태경, 엄경희, “재생소재 패션제품디자인의 지속가능요인이 제품디자인 속성에 미치는 영향 - 밀레니얼 세대를 중심으로 -”, 한국디자인문화학회, 2022, Vol.28, No.2.
  - 왕옌루, 왕리빙, “폐의류 재설계 방법에 관한 연구”, 의류, 2016, Vol.16, No.1.
  - 원윤정, 진보라, 김동윤, “지속가능성의 관점으로 본 리사이클 디자인에 대한 고찰”, 한국실내디자인학회 학술대회논문집, 2014, Vol.14, No.5.
  - 유홍식, “패션산업에서의 윤리적 패션: 지속가능한 패션의 실천 사례를 중심으로”, 한국패션디자인학회, 2012, Vol.12, No.2.
  - 이연지, 엄소희, “업사이클 데님 패션의 특성 및 디자인 개발 연구”, 한국패션비즈니스학회, 2018, Vol.22, No.2.
  - 이유재, 이준엽, “서비스 품질의 측정과 기대효과에 대한 재고찰: KS-SQI 모형의 개발과 적용”, 마케팅연구, 2001, Vol.16, No.1.
  - 이종석, 신수길, “제품의 품질확보를 위한 디자인 프로세스 개선에 관한 연구-AHP기법을 통한 디자인 의사결정 효율화를 중심으로-”, 디자인학연구, 2005, Vol.18, No.3.
  - 이주형, 김수경, 최승리, “호텔의 사회적 책임활동이 공중 관계성과 호텔이미지에 미치는 영향”, 관광경영연구, 2015, Vol.19, No.4.
  - 이호재, 고은주, “럭셔리 패션 브랜드의 지속 가능 매크로 트렌드 분석”, 패션비즈니스, 2022, Vol.26, No.1.
  - 장남경, 김윤정, 주잔나, “패션 산업에서의 친환경디자인”, 복식문화연구, 2007, Vol.15, No.6.
  - 정우진, 김장환, 엄대영, “골프지도자의 매력성과 서비스품질 만족도가 구매행동에 미치는 영향”, 한국사회체육학회지, 2013, Vol.53.
  - 최민숙, “업사이클링 디자인 특성 연구”, 기초조형학연구, 2012, Vol.13, No.5.

- 황효동, “환경친화적 개념의 의복의 디자인과 혁신성에 관한 연구”, 테크핀, 2016, Vol.07.
- 郭惠玲, “快时尚品牌顾客满意度影响因素实证研究——以快时尚服装为例”, 中国流通经济, 2015, Vol.23, No.02.
- 张立驰, 姜彦彦, 吴君民, “无人零售店服务质量评价实证分析”, 商业经济研究, 2018, Vol.23.
- 张宁宁, “结合流行趋势探讨服装设计元素的优化“, 知识文库, 2018, Vol.8, No.8.
- 肖和英, “基于过程化的第三方物流企业服务质量评价指标体系研究”, 物流技术, 2018, Vol.05.

## 웹사이트

- <폐기물관리법 시행규칙>, <https://www.law.go.kr/법령/폐기물관리법시행규칙>
- 네이버 지식백과, 검색어: 밀레니얼스(Millennials), <https://terms.naver.com/entry.naver?docId=2454439&cid=42107&categoryId=42107>, 자료검색일: 2022.11.12.
- 네이버 국어사전, 검색어: 폐의류, <https://ko.dict.naver.com/#/entry/koko/e16b49870c9048caa2884a9a8572cf96>, 자료검색일: 2022.8.21.
- 네이버 영어사전, 검색어: 지속가능성(sustainability), <https://en.dict.naver.com/> 자료검색일: 2022.05.20.
- 네이버 지식백과, 검색어: 기대, <https://terms.naver.com/search.naver?query=>, 자료검색일: 2022.8.30.
- 네이버 지식백과, 검색어: 지속가능한 패션, <https://terms.naver.com/>, 자료검색일: 2022.08.30.
- 네이버 지식백과, 검색어: 품질, <https://terms.naver.com/entry.naver?docId=1619805&cid=50332&categoryId=50332>, 자료검색일: 2022.8.30.
- 네이버 지식백과, 검색어: 리디자인, <https://terms.naver.com/entry.naver?docId=391061&cid=50335&categoryId=50335>, 자료검색일: 2022.8.21.
- 폐의류 리사이클 건설자재로 ‘탄소중립’ 실현에 나선 에이치피씨(주), <한국 섬유경제 신문>, 김진일 기자, 2022, 8.22, <http://www.ktenews.co.kr/>, 자료검색일: 2022.8.21.
- 검색어: 트래션(Trashion), <https://renoon.com/blog/what-is-trashion>, 자료검색일: 2022.12.6.

## 부록

---

1. 설문지
2. 국문초록

## 설문지

### 설문지

이 설문지는 폐의류 리디자인의 지속가능한 요인이 디자인 품질에 미치는 영향-서비스 품질 평가(SERVQUAL) 모델 중심으로-를 파악하고자 한 설문입니다.

안녕하십니까?

본 설문은 ‘폐의류 리디자인의 지속가능한 요인이 디자인 품질에 미치는 영향 -서비스 품질 평가 모형 중심으로’를 알아보고자 하는 목적으로 작성하였습니다.

귀하께서 느끼신 대로 진솔하게 답변해주시면 귀중한 자료가 될 것입니다.

귀하께서 답변해주신 모든 내용은 익명으로 전산처리하여 조사 결과의 분석을 위한 통계자료로만 사용될 것을 약속드립니다.

2022년 8월  
조선대학교 대학원 디자인학과 패션디자인전공  
연구자: 진아흔  
지도교수: 손영미

I. 귀하의 일반적 특성에 관한 질문입니다.

1. 귀하의 성별은 어떻게 되십니까?

- ① 남자 ② 여자

2. 귀하의 연령은 어떻게 되십니까?

- ① 18세-25세 ② 25세-30세 ③ 30세-35세 ④ 35세-40세

3. 귀하의 직업은 무엇입니까?

- ① 학생 ② 공무원 ③ 사무직 ④ 기타( )

4. 귀하의 학력은 어떻게 되십니까?

- ① 전문대학 이하 ② 대학교 ③ 대학원 이상

5. 귀하의 한 달 평균 지출은 어떻게 되십니까?

- ① 20만원 미만 ② 20만원~40만원 ③ 40만원~60만원  
④ 60만원~80만원 ⑤ 80만원 이상

II. 다음은 지속 가능 요인에 관한 질문입니다. 아래의 문항을 읽고 귀하의 생각과 가까운 번호에 ✓ 표시하여 주십시오.

구분	측정항목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	대체로 그렇다	매우 그렇다
경제성	폐의류 리디자인 가능하다.	①	②	③	④	⑤
	폐의류 리디자인 시 폐기물 최소화 된다.	①	②	③	④	⑤
	공정한 방식으로 이익을 도모한다.	①	②	③	④	⑤
	지역사회 발전에 기여를 한다.	①	②	③	④	⑤
환경성	폐의류 활용으로 환경오염을 감소시킨다.	①	②	③	④	⑤
	자원을 보호한다.	①	②	③	④	⑤
	제품의 순환적 활용이 가능하다.	①	②	③	④	⑤
	기후 변화에 대응이 가능하다.	①	②	③	④	⑤
사회성	환경에 관한 캠페인을 통해 사회에 공헌한다.	①	②	③	④	⑤
	윤리적인 정직한 제품이다.	①	②	③	④	⑤
	노동자의 인권을 보호한다.	①	②	③	④	⑤
	사용자 이용에 안전성을 보장한다.	①	②	③	④	⑤

III. 다음은 서비스 품질 평가 구성차원에 관한 질문입니다. 아래의 문항을 읽고 귀하의 생각과 가까운 번호에 ✓ 표시하여 주십시오.

구분	측정항목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	대체로 그렇다	매우 그렇다
유형성	디자인실에서 제공한 문양/패턴을 고려한다.	①	②	③	④	⑤
	일러스트 작업틀로 제공한 색상을 고려한다.	①	②	③	④	⑤
	스타일리스트가 권장한 소재를 고려한다.	①	②	③	④	⑤
신뢰성	품평회 통해 제공한 리디자인 제품을 신뢰한다.	①	②	③	④	⑤
	리디자인 제품에 사용한 기술적 기능과 상품정보에 긍정적 태도를 가진다.	①	②	③	④	⑤
	리디자인 제품에 사용한 원단 및 소재에 대해 긍정적 평가를 가진다.	①	②	③	④	⑤
대응성	제공한 리디자인 제품과 전달한 정보가 일치한다.	①	②	③	④	⑤
	발생한 문제점을 신속히 처리한 리디자인 제품에 대해 지지한다.	①	②	③	④	⑤
	의류 부품, 모듈, 소재, 부속품의 데이터베이스를 이용해서 신속히 대응하여 만든 리디자인 제품에 대해 홍보한다.	①	②	③	④	⑤
확신성	리디자인 제품의 내구성을 고려하여 브랜드 이미지 메이킹을 한다.	①	②	③	④	⑤
	3D 테크놀로지의 능숙한 지원으로 리디자인 제품의 편리성을 느낄 수 있다.	①	②	③	④	⑤
	패턴작업 매뉴얼에 따른 안전한 업무 프로세스로 리디자인 제품의 효율성을 고려한다.	①	②	③	④	⑤
공감성	고객에 대한 개인적 배려를 고려한 리디자인 개념을 공감한다.	①	②	③	④	⑤
	친밀감 있는 리디자인 제품의 전달 행위를 공감한다.	①	②	③	④	⑤
	리디자인 제품에 대한 사회적 가치를 공감한다.	①	②	③	④	⑤

IV. 다음은 디자인 품질에 관한 질문입니다. 아래의 문항을 읽고 귀하의 생각과 가까운 번호에 ✓ 표시하여 주십시오.

구분	측정항목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	대체로 그렇다	매우 그렇다
기대 품질	페의류 활용한 리디자인에 대해 궁금하다.	①	②	③	④	⑤
	페의류 리디자인의 품질에 대해 궁금하다.	①	②	③	④	⑤
	지속 가능 리디자인 품질에 대해 궁금하다.	①	②	③	④	⑤
지각된 품질	리디자인의 지각된 품질이 높다.	①	②	③	④	⑤
	페의류 리디자인의 지각된 품질이 높다.	①	②	③	④	⑤
	지속 가능 리디자인의 지각된 품질이 높다.	①	②	③	④	⑤



## 국문 초록

# 패의류 리디자인의 지속가능한 요인이 디자인 품질에 미치는 영향

-서비스 품질 평가(SERVQUAL) 모형 중심으로-

진아흔

지도교수 : 손영미

디자인학과

조선대학교 대학원

21세기 무한경쟁 시대를 맞아 윤리적 가치소비에 대한 소비자들의 욕구가 높아지면서 '지속가능성'과 '지속가능한 마케팅'에 대한 사회적 수요가 산업 전반에 적용되는 전략으로 자리매김했다. 또한 밀레니얼 세대의 소비문화가 가치소비, 친환경 소비, 윤리적 소비를 중시함에 따라 패션업계에서도 천연 소재나 재활용 소재를 활용한 '지속가능한 패션디자인'에 주목하고 있다. 이러한 추세에 따라 소재가 세분화된 지속가능한 패션 제품 디자인에 관한 연구가 필요하다고 판단된다. 이에 따라 본 연구는 가치소비를 중시하는 밀레니얼 세대를 대상으로 패의류 디자인의 지속가능 요인이 서비스 품질 평가 모델 구성 차원을 매개로 디자인 품질에 미치는 영향을 연구함으로써 패의류의 디자인 품질을 향상시키기 위하여 개선방안을 모색하는 것이 목적이다.

본 연구에서는 표본 대상을 중국 밀레니얼 세대를 대상으로 수집 기간은 2022년 8월 1일부터 8월 15일까지이며 설문지 배포 및 조사 방법은 모바일에 의한 응답 조사이며, 85부를 회수하여 이 가운데 무효 59부를 제외한 최종적으로 326부를 최종 분석(유효표본율 85.34%)에 사용하였다. 문헌 연구를 통해 도출된 변수들을 토대로 요인 분석 및 신뢰도 검정을 통해 영향 요인을 분석하였으며, 연구가설에서 제안한 패의류의 지속 가능 요인, 서비스 품질 평가 모델 구성 차원, 디자인 품질을 기초로 요인 분석 및 신뢰성 검증을 통해 얻은 변수들을 이용하여 전체 모델을 검

증하였다. 한편, 본 연구에서 수집된 자료는 코딩 과정을 거쳐 IBM SPSS statistics version 25.0 for windows와 AMOS 25.0을 이용하여 분석하였다.

실증 분석 결과로 첫째, 폐의류 디자인의 지속 가능 요인이 서비스 품질 평가 모델 구성 차원에 영향을 미칠 것이라는 가설을 분석한 결과는 채택이 되는 것으로 나타났다. 지속 가능 요인 중의 경제성, 환경성, 사회성이 서비스 품질 평가 모델 구성 차원이 만족 수준으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이에 이러한 밀레니얼 세대의 요구에 부응하는 지속가능성의 가치를 모색하고 서비스 품질 평가 모델 구성 차원의 사회적 책무에 대한 진정성을 나타낼 수 있는 것으로 알 수 있다. 이를 위해서는 리디자인 된 패션 상품이 폐기물을 최소화하며 공정한 방식으로 이익을 도모하고 지역사회 발전에 기여를 할 수 있는 경제성과 자원 보호, 오염 감소, 순환적 활용, 기후 변화에 대응하는 환경성 그리고 윤리적이며, 환경 캠페인을 통한 사회 공헌을 할 수 있어야 하고 노동자의 인권을 보호하며 안전성을 보장하는 사회성이 뒷받침되어야 소비자의 상품에 대한 신뢰, 확신, 공감, 대응, 유형성을 끌어내는 개선방안이 될 수 있다는 결론이다.

둘째, 서비스 품질 평가 모델 구성 차원이 디자인 품질에 영향을 미칠 것이라는 가설을 분석한 결과는 채택되는 것으로 나타났다. 서비스 품질 평가 모델 구성 차원이 디자인 품질 중의 기대 품질, 지각된 품질에 만족 수준의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 박효현(2021) 연구에서 서비스 품질 값이 높을수록 기대했던 서비스 품질보다 경험한 서비스 품질이 높다는 것이므로 고객은 서비스에 만족하게 된다. 이때 각 항목의 결과치의 합이 서비스 품질의 총 크기이며, 이 값이 클수록 서비스 품질이 높다고 볼 수 있다고 하였다. 이에 본 연구에 분석 결과에 따라 지각된 품질이 기대 품질보다 수치가 더 높은 것으로 나타났으며 분석 결과는 같은 것으로 알 수 있다.

셋째, 서비스 품질 평가 모델 구성 차원이 지속 가능 요인과 디자인 품질 간의 관계에서 매개효과가 있을 것이라는 가설을 분석한 결과는 부분매개효과가 있는 것으로 나타났다. 서비스 품질 평가 모델 구성 차원이 지속 가능 요인의 경제성, 환경성, 사회성과 디자인 품질 중의 기대 품질 간의 관계에서 매개효과가 있을 것이라는 가설은 만족 수준으로 유의한 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 이에 따라 서비스 품질 평가 모델 구성 차원이 지속 가능 요인의 경제성, 환경성, 사회성과 디자인 품

질 중의 기대 품질 간의 관계에서 매개효과가 있는 것으로 알 수 있다. 또한, 서비스 품질 평가 모델 구성 차원이 지속 가능 요인의 경제성, 환경성, 사회성과 디자인 품질 중의 지각된 품질 간의 관계에서 매개효과가 있을 것이라는 가설은 만족 수준으로 유의한 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 이에 따라 서비스 품질 평가 모델 구성 차원이 지속 가능 요인의 경제성, 환경성, 사회성과 디자인 품질 중의 지각된 품질 간의 관계에서 매개효과가 있는 것으로 알 수 있다.

지속가능성은 의류 디자인에서 항상 중요하게 여겨져 온 문제이다. 본 연구를 통해 폐의류 리디자인의 디자인 품질에 대한 지속 가능 요인의 영향에 대해 실증적 분석 결과를 통하여 도출된 시사점을 다음과 같다.

첫째, 폐의류 리디자인에서 지속 가능 요소가 강조되어야 한다. 그 가운데에서도 경제적, 환경적, 사회적 측면이 서비스 품질 평가 모델 구성 차원의 신뢰성·확신성·공감성·대응성·유형성에 영향을 미칠 것으로 나타났다. 따라서 폐의류 리디자인은 디자인 비용에 주목해야 하며 디자인 비용을 조절해야만 폐의류 디자인이 지속적으로 발전할 수 있다. 그러므로, 폐의류 재설계를 위해서는 경제성이 매우 중요하다. 폐의류 리디자인은 폐의류 재활용을 가능하게 하고 직접적으로 환경을 보호하며, 지속가능한 목표를 달성할 수 있으므로 환경보호라는 목적을 유지하기 위해 더 많은 폐의류 디자인에 사용하여야 한다. 폐의류 리디자인은 소비자에게 좋은 사회적 평판을 가져다 줄 수 있으며, 또한 다른 소비자들이 환경 보호를 촉진하는 목적을 달성하기 위해 폐의류의 디자인을 사용하도록 홍보할 수 있다. 따라서 폐의류 리디자인의 사회적 성격이 디자인에서 강조되어야 한다.

둘째, 지속 가능 요인의 경제적·환경적·사회적 성격은 서비스 품질 평가 모델의 신뢰성·확신성·공감성·대응성·유형성에 영향을 끼칠 것으로 나타났다. 연구대상자는 고학력 밀레니얼 세대 소비자들로 선정하였고, 폐의류 리디자인된 제품을 인식하고 이해할 것이다. 경험적 분석은 소비자들이 폐의류의 리디자인된 제품에 신뢰를 가지고 있다는 것을 증명할 수 있다. 그러므로, 서비스 품질 평가 모델의 신뢰성·확신성·공감성·대응성·유형성이 중요한 역할에 주목해야 한다.

셋째, 서비스 품질 평가 모델의 신뢰성·확신성·공감성·대응성·유형성은 디자인 품질에 영향을 미치며, 소비자의 기대 품질과 서비스의 지각된 품질과 구매 행동에 영향을 미칠 것으로 나타났다. 지각된 품질은 제품의 전반적인 품질을 평가한다.

따라서 서비스 품질 평가 모델의 특성은 소비자의 구매와 제품 인식에 직접적인 영향을 미치는 중요한 요소이다. 향후 폐기물 및 중고 의류의 리디자인에서 서비스에 대한 소비자의 감정에 주목해야 하며, 감정은 매출에 직접적인 영향을 줄 것이므로 좋은 소비자의 감정을 유도하는 것은 직접적인 경제적 이익을 가져올 것이다.

넷째, 가설 3에서 서비스 품질 평가 모델이 매개효과로서 밀레니얼 세대의 소비자들이 폐의류 리디자인을 수용한다는 것을 보여준다. 따라서, 폐의류 리디자인은 의류 디자인의 발전 추세이며 지속가능한 의류를 실현하는 중요한 방법이다. 디자인 요소로서 지속 가능 요소를 고수하고 서비스 품질을 올린다면 최종 디자인 품질을 향상시키는 효과를 얻을 수 있다.

주제어 : 지속가능성 요인, 폐의류 리디자인, 디자인 품질, 서비스 품질 평가 모형