



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](#)

2016년 2월

석사학위 논문

사용자 요구를 반영한 앱 표출정보의 시각화 방법

조선대학교 대학원

창의공학디자인융합학과

심 미 희

사용자 요구를 반영한 앱 표출정보의 시각화 방법

Visualization Methods of
the Information of App Introduction Reflecting Users' Needs

2016년 2월 25일

조선대학교 대학원

창의공학디자인융합학과

심 미 희

사용자 요구를 반영한 앱 표출정보의 시각화 방법

Visualization Methods of
the Information of App Introduction Reflecting Users' Needs

지도교수 류 시 천

이 논문을 디자인학석사학위 신청 논문으로 제출함

2015년 10월

조선대학교 대학원

창의공학디자인융합학과

심 미 희

심미희의 석사학위논문을 인준함

위원장 조선대학교 교수

김 판 구



위 원 조선대학교 교수

김 병 육



위 원 조선대학교 교수

류 시 천



2015년 11월

조선대학교 대학원

목 차

ABSTRACT

01 서 론

1절	연구 배경 및 목적	1
2절	연구 내용 및 방법	5

02 정보디자인에서 사용자요구 반영의 중요성

1절	다학제적 관점에서 사용자요구의 중요성	9
2절	정보디자인 관점에서 사용자요구 반영의 중요성	15
	1. 사용자 요구에 관한 연구에 대한 흐름	15
	2. 사용자 요구반영의 중요성	17

03 모바일 앱에서 사용자 요구반영의 필요성과 앱 선택결정요소의 정의

1절	모바일 앱 마켓 정보에서 사용자요구 반영의 필요성	23
2절	마켓별 앱 기본정보와 특징 파악	27
	1. 마켓별 앱 기본정보의 구조	27
	2. 마켓별 암묵적정보와 명시적정보의 특징	30
3절	사용자 요구중심의 앱 선택결정요소와 특징	33
	1. 앱 선택결정요소의 정의	33
	2. 앱 선택결정요소의 분류 및 특징	37

04 앱 표출정보별 앱 선택결정요소 반영정도와 경험기반 정보간의 관계

1절	앱 표출정보별 앱 선택결정요소 반영정도 설문조사 개요	40
2절	항목별 앱 선택결정요소 반영정도에 대한 결과	43
	1. 카테고리별 분석결과	43
	2. 항목별 분석결과	51
3절	소결 및 연구과제	56
	1. 소결	56
	2. 연구과제	59

05 앱 표출정보에서 암묵적정보의 시각화 표현방법

1절	웹페이지에서의 암묵적 정보의 특징과 시각적 표현방법	61
	1. 웹페이지에서의 암묵적정보의 유형	61
	2. 암묵적정보의 유형별 특징과 시각적 표현방법	66
2절	앱 기본정보에서 암묵적정보의 시각화 표현방법 제안	72
	1. 모바일 환경에서의 암묵적 정보표현 유형	72
	2. 암묵적정보의 시각적 표현 제안	74
3절	사용자 설문조사-B	82
	1. 설문조사-B 개요	82
	2. 설문조사-B 분석	83
	3. 설문조사-B 결과	89

06 결 론

1절	결론	94
2절	연구의 시사점	96

부록 설문지

표 목 차

[표 2-1] 사용자와 환경고려에 대한 선행연구	11
[표 2-2] 사용자요구를 중심으로 한 정보디자인 분야의 선행연구	15
[표 3-1] 구글 플레이 스토어의 앱 표출정보 항목과 정보구조	27
[표 3-2] 티 스토어(T-store)의 앱 표출정보 항목과 정보구조	29
[표 3-3] 플레이스토어와 티스토어의 정보구조적 특징 비교	30
[표 3-4] 명시적정보와 암묵적정보의 개념 비교	31
[표 3-5] 스토어별 앱 표출정보의 명시적/암묵적정보 분류	32
[표 3-6] 문헌연구를 통해 도출된 사용자 요구 중심의 앱 선택결정요소와 조작적 정의	34
[표 3-7] 앱 카테고리별 우위성이 높은 주요 앱 선택요소	35
[표 4-1] 응답자 인구통계학적 특성	42
[표 4-2] 캘린더 앱의 케이스 처리 요약	43
[표 4-3] 캘린더 앱의 카이제공 검정 결과	43
[표 4-4] 캘린더 앱의 방향성 측도	44
[표 4-5] '캘린더앱' 앱 선택결정요소 기준 주요 앱 표출정보	44
[표 4-6] 카테고리 '캘린더 앱'의 앱 표출정보에서의 앱 선택결정요소 반영도 결과	45
[표 4-7] 게임앱의 케이스 처리 요약	47
[표 4-8] 게임앱의 카이제공 검정 결과	47
[표 4-9] 게임 앱의 방향성 측도	48
[표 4-10] '게임 앱' 앱 선택결정요소 기준 주요 앱 표출정보	48
[표 4-11] 카테고리 '게임 앱'의 앱 표출정보에서의 앱 선택결정요소 반영도 결과	49
[표 4-12] 앱 선택결정요소 분포정도에 따른 분류	52
[표 4-13] 앱 선택결정요소와 성별과의 교차분석 결과	54

[표 4-14] 성별과 앱 선택결정요소간의 카이제곱 검정 결과	55
[표 4-15] 카테고리별 주요 앱 선택결정요소의 영향범주 분석	58
[표 4-16] 원하는 정보를 표출정보 항목에서 얻지 못한 기타의견	59
[표 5-1] 모바일 앱 마켓과 성향이 흡사한 웹 기반 전자상거래의 카테고리 와 사이트	62
[표 5-2] 웹 기반 전자상거래의 카테고리별 암묵적정보의 특징	63
[표 5-3] 웹 기반 전자상거래에서 암묵적정보의 '통합평점형'과 그 특징	66
[표 5-4] 웹 기반 전자상거래에서 암묵적정보의 '항목별 평점형'과 그 특징	68
[표 5-5] 웹 기반 전자상거래에서 암묵적정보의 '다항목 리뷰형'과 그 특징	70
[표 5-6] 모바일 앱 마켓 암묵적정보의 4가지 유형과 그 정보표현 방법	74
[표 5-7] 암묵적정보의 유형별 시각화 표현방법의 특징	74
[표 5-8] 사용자 유형 항목별 평점형의 특징	76
[표 5-9] 앱 평가 항목별 평점형의 특징	78
[표 5-10] 앱 선택결정요소와 성별과의 교차분석 결과 중 상위 4개 요소	79
[표 5-11] 다항목 리뷰형 평점형의 특징	81
[표 5-12] 사용자 테스트 설문문항 설계	84
[표 5-13] 사용자 설문조사 결과 : 분류별 표본수 및 비율	85
[표 5-14] 앱 평가 항목별 평점형의 구현 가능성에 대한 사용자 응답	87
[표 5-15] 다항목 리뷰형의 구현 가능성에 대한 사용자 응답	88
[표 5-16] 유형별 앱 항목별 평가 시스템 사용 유무	91

그림 목 차

[그림 1-1] 연도별 웹페이지와 모바일 전자상거래의 이용자 수 비교	2
[그림 1-2] 연구방법 다이어그램	5
[그림 2-1] 마케팅 비즈니스 도구인 7Cs 나침반 모델 개념도	10
[그림 2-2] 네이트온의 5.0 당시 런처아이콘	12
[그림 2-3] 현재 카카오톡에서 서비스 중인 앱 리스트	13
[그림 2-4] 국내 모바일 메신저 시장 현황과 점유율	14
[그림 2-5] 정보디자인 프레임워크와 정보의미 형성 기준이 되는 사용자의 니즈	16
[그림 2-6] 사용자경험 디자인프로세스와 정보구조 설계	17
[그림 2-7] 멀티미디어디자인 프로세스와 정보구조 설계	18
[그림 2-8] 구조의 기준 설정에 따라 정보표현 방법(형식)이 변경될 수 있다.	19
[그림 2-9] 사용자요구가 반영된 앱 표출정보의 시각화 방법 연구 프로세스	20
[그림 3-1] 사용자에게 영향을 주는 모바일 영향요인과 스마트 디바이스와의 관계	24
[그림 3-2] 모바일 앱 마켓 표출정보에서 정보접근 모델	26
[그림 3-3] 국내 대표 앱 마켓인 SK 티스토어(왼쪽)와 글로벌 대표 앱 마켓인 구글 플레이스토어(오른쪽)의 런처아이콘	27
[그림 3-4] 영향범주별 앱 선택결정요소	37
[그림 4-1] 사용자 대상의 앱 선택의사 반영도 테스트를 위한 연구모델	41
[그림 4-2] 각 항목별 사용자 선택결정요소 분포정도	51
[그림 4-3] 티스토어의 앱표출정보구조와 앱 표출정보의 우선순위 비교	57
[그림 5-1] 웹페이지에서의 암묵적정보의 유형과 시각적 표현방법	63
[그림 5-2] 올가홀푸드의 상품 상세설명 페이지의 상단 정보구성	67

[그림 5-3] 통합평점형의 예시 : 식품쇼핑몰 ‘초록마을’의 상품평과 올가홀푸드의 상품평 게시판	67
[그림 5-4] 화장품쇼핑몰 ‘네이처리퍼블릭’의 상품 상세설명 페이지의 상단 정보구성	69
[그림 5-5] 화장품쇼핑몰 ‘네이처리퍼블릭’의 구매후기 게시판(좌)과 ‘아리따움’의 구매후기 게시판(우)	69
[그림 5-6] 여행상품쇼핑몰 ‘하나투어’의 구매후기 게시판	71
[그림 5-7] 여행상품 쇼핑몰인 ‘아고다’의 상품 상세설명 페이지의 상단 정보구성과 구매후기 게시판	71
[그림 5-9] 모바일 앱 마켓 암묵적정보의 4가지 정보표현 유형	72
[그림 5-10] 모바일에서의 암묵적 정보표현 방법 / 통합 평점형	74
[그림 5-11] 모바일에서의 암묵적 정보표현 방법 / 사용자 유형 항목별 평점형	76
[그림 5-12] 모바일에서의 암묵적 정보표현 방법 / 앱 평가 항목별 평점형	79
[그림 5-13] 모바일에서의 암묵적 정보표현 방법 / 다항목 리뷰형	81
[그림 5-14] 사용자 유형 항목별 평점형의 요소별 선호도 그래프	85
[그림 5-15] 앱 평가 항목별 평점형의 요소별 선호도 그래프	86
[그림 5-16] 다항목 리뷰형의 요소별 선호도 그래프	87
[그림 5-17] ‘앱 평가 항목형’과 ‘다항목 리뷰형’의 시각적 비교	90
[그림 5-18] 후기 게시판의 서술형(좌)형태와 요약형(우)형태	92

ABSTRACT

Visualization Methods of the Information of App Introduction Reflecting Users' Needs

Sim, Mi-hee

Advisor : Prof. You, Sichoen

School of Design and Creative Engineering,
Graduate School of Chosun University

Researchs on the utility of mobile apps in terms of users are being actively done at home and abroad. But most of them are focused on how useful and efficient mobile apps are as a supporting tool for manual labor or work environment. Lately, in the field of IoT, mobile apps are being spotlighted once again as an interface to control where humans live or work. Within the context, this study started to find a way to solve the problem of discordance arising between user demand and app-expressing information in the process of selecting a particular mobile app. In the process of choosing a mobile app, there is an area that forms the first point of contact between the app and the user, and the core information demanded in this area should be visualized in the aspect of users, not developers. The purpose of this study is to find out app-expressing information reflecting user demand in the mobile app market and consider and suggest how to visualize it desirably in the aspects of information design.

This study proceeds largely with four steps: literature review, survey-A, experimental research, and survey-B. Through literature review, this author

drew ‘three domains influencing when choosing an app’ and 13 detailed ‘app selection-determining factors’ included in each domain. In the step of survey-A, how well ‘app-expressing information items’ that have been commonly used in SK T-store conform to ‘app selection-determining factors’ figured out in literature review in advance is examined through an online survey. In the experimental research, ‘ways to visually express tacit information’ is very meaningful to users when selecting an app are suggested as four domains. In the last step of survey-B, subjects’ preferences for ways to visually express four kinds of tacit information suggested in the experimental research beforehand and the reasons are investigated.

Based on the four-step research, the findings have been gained as follows: first, the factors influencing when selecting an app are divided into three domains: ‘The domain of user’s subjective effect’, ‘The category of app/system effect’, and ‘The domain of user experience effect’. ‘The category of user’s subjective effect’ includes the factors of utility, user convenience, economic feasibility, amusement, and aesthetics, and ‘The category of app/system effect’ includes app’s functional spec information, system quality and completion, functional satisfaction, device convertibility, and developer’s feedback. ‘The category of user experience effect’ includes individual experience, other experience, and group experience as detailed factors. Second, the structure of app-expressing information previously used in SK T-store can be largely figured out into three domains: ‘App’s detailed information’, ‘User review information’, and ‘Related goods information’, and this consists of total eleven kinds of detailed information. The total eleven kinds of ‘app-expressing information’ can be largely divided into ‘explicit information’ and ‘tacit information’, and among these, ‘tacit information’ convey much more important meaning to

users. ‘tacit information’ typically used by users when selecting an app includes such information as ‘users’ review board’ and ‘integrated grading and the number of participants in the evaluation’. Third, the ‘users’ review board’ and ‘integrated grading and the number of participants in the evaluation’ used by users when selecting an app can be visualized in a new way by being subdivided into subordinate resources for organizing information. More concretely, this author suggests four ways: ‘integrated grading’ using ‘user’s age and sex’, ‘user review’, and ‘four user demand–reflecting app evaluation items (user convenience, graphic design, price–to–performance, and system quality and completion)’, ‘grading by the types of users’, ‘grading by the items of app evaluation’, and ‘multi–item review’. Fourth, the respondents answered about ‘user review’ that the summary type was more useful than detailed description. About ‘four user demand–reflecting app evaluation items’, they preferred symbolizing and expressing each of the evaluation items into iconic forms to traditional texting. Also, about the app evaluation system, they said that the item–based evaluation system was more helpful than the previous integrated evaluation system based on the 5–point scale when selecting, and in selecting an app, the influence of evaluator’s age or sex influences can be regarded subtle.

The significance of this study is as written below:

First, unlike advanced research mentioning relations between apps and user demand in terms of developers, this study began with user’s perspective. Targeting information having a direct contact point with users, this study intends to suggest solutions for reflecting user demand practically. Second, the focus of study on information design is on visualizing ‘tacit information’ that is subjective, indistinct by its form, and acquired differently by the level of each individual’s cognitive ability. Furthermore,

this study has suggested how to visualize tacit information, verified the usability of its results based on the feasibility test, and found the necessity of more profound research on the expression of tacit information reflecting user demand.

Keywords : Visualization, Tacit Information, Information of App Introduction, Experience, User's Needs, Mobile, Information Design

제 1 장 서 론

제 1절 연구의 배경 및 목적

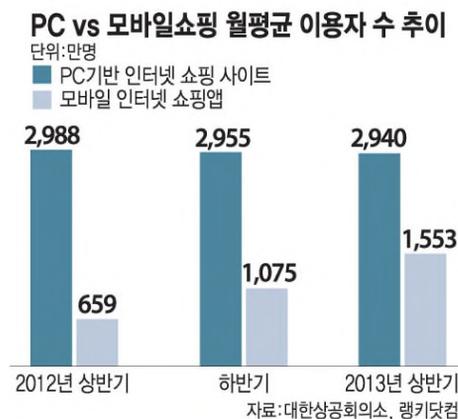
제 2절 연구내용 및 방법

제 1 장 서 론

제 1절 연구의 배경 및 목적

국내외에서 모바일 앱에 대한 사용자 측면의 효용성에 관한 연구가 활발히 진행되고 있다. 이와 관련된 대다수의 선행연구들은 모바일 앱이 인간의 작업 및 작업환경 지원도구로서 얼마나 유용하고 사용과정에서 효율적인가에 초점을 맞추고 있다. 최근에는 사물 인터넷(IoT) 분야를 중심으로 인간의 주거공간과 작업환경을 컨트롤하는 인터페이스로서 모바일 앱의 중요성이 다시 한번 부각되고 있다.

최근 모바일 기기를 통해 전자상거래를 이용하는 사용자에게 비해 PC를 이용한 전자상거래를 이용하는 사용자가 많지만 2012년 대비 2013년에는 사용자 수가 PC 기반은 감소추세, 모바일 기반은 큰 성장세를 보이고 있음을 알 수 있다.



[그림 1-1] 연도별 웹페이지와 모바일 전자상거래의 이용자 수 비교¹⁾

1) 전자신문 etnews, <http://www.etnews.com/chart/index.html?serial=39664>

특히 사용자 요구에 대한 연구는 디지털 시장 경제에서 사용자의 요구에 대한 중요성이 점차 확산되어 가는 추세이므로 앱 시장의 활성화를 위한 사용자 요구 분석, 사용자 요구를 반영한 앱 기획 및 마케팅 전략, 사용자 요구에 맞춘 정보 구조 및 정보제공은 무엇보다 중요하게 작용하고 있다.²⁾

모바일과 사용자 요구에 대해 IT분야, 경영학, 전자거래분야 등에서 활발히 연구 되고 있지만 대다수 모바일 앱 개발, 앱의 기술 수용부분, 사용자의 앱 선택 원인 연구만 이루어 지고 있어 모바일 앱 시장에서 표출되는 정보에 대한 연구나 앱 마켓이 가지고 있는 정보구조, 이에 적합한 시각화 표현 방법에 대한 심층적 연구는 많지 않다. 특히 표출되고 있는 앱 정보와 사용자요구와의 관계에 대한 연구는 매우 부족한 편이다.

정보디자인 측면에서도 사용자요구에 대한 연구는 다각적으로 이루어 지고 있지만 시대 흐름에 따라 변하는 사용자의 요구와 같이 유기적 정보를 어떻게 반영시킬 수 있을 것인가에 대한 연구가 미흡하다. 특히 인지적 관점에서 시각적 표현방법에만 치중되어있어 가장 기본이 되는 정보의 구조, 설계, 가치중심 규정 부분 연구가 부족하다.

앱 마켓에는 다양해진 사용자만큼 늘어난 개발자의 수로 기하급수적으로 앱이 등록되었으며 늘어난 앱들은 앱 마켓을 중심으로 커다란 데이터 덩어리(Big-Data)를 만들었다. 그 결과 앱 마켓에는 동일한 주제를 가지고 유사한 기능과 앱 이름을 가진 콘텐츠가 다수 노출되고 있으며 사용자들은 대동소이한 앱들 중 어떤 앱이 자신의 목적에 맞는 앱인가에 대한 선택적 어려움을 겪게 되었다.

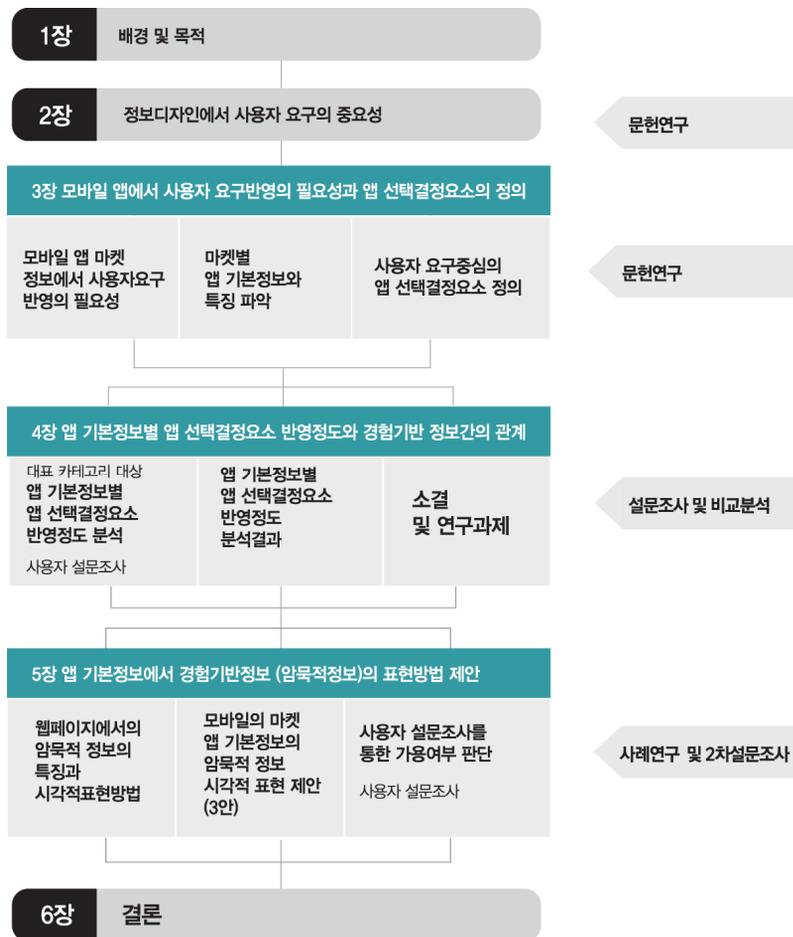
2) 오선주, "사용자 유형에 따른 모바일 앱 구매요인에 관한 연구", 한국경영정보학회, 제 16권 제 1호, 2014, pp.73-188

이상과 같은 맥락에서 본 연구는 특정 모바일 앱의 선택과정에서 사용자 요구와 해당 앱 표출 정보 사이에 발생하는 불일치의 문제를 개선하기 위한 방안을 찾기 위해서 출발하였다. 모바일 앱의 선택과정에는 앱과 사용자 간의 일차적인 접점을 형성하는 영역이 있고, 이 영역에서 요구되어지는 핵심 정보들은 개발자의 관점이 아닌 사용자의 관점에서 시각화할 수 있어야 한다.

따라서 본 연구의 목적은 모바일 앱 마켓에서 사용자 요구가 반영된 앱 표출 정보가 무엇인지 찾아내고 이의 바람직한 시각화 방법을 정보디자인 관점에서 탐색하고 제안하는 것에 있다.

제 2절 연구 내용 및 방법

모바일 앱 시장에서 사용자 요구가 반영된 앱 표출 정보가 무엇인지 찾아내고 이의 바람직한 시각화 방법을 정보디자인 관점에서 탐색하고 제안하기 위해 본 연구는 크게 문헌연구, 설문조사-A, 실험연구, 설문조사-B의 4단계를 거쳐 진행하고자 한다.



[그림 1-2] 연구방법 다이어그램

위 그림은 본 연구에서 진행하고 자 하는 연구방법에 대한 전반적인 프로세스를 개념화 한 다이어그램이다. 문헌연구를 통해서 사용자요구를 도출하고, 설문조사-A 단계에서는 기존의 SK 티-스토어에서 통용되고 있는 ‘앱 표출 정보 항목들’이 앞서 문헌연구에서 파악한 사용자요구들과 얼마나 잘 부합되고 있는지를 온라인 설문조사 방식을 통해 알아보고자 한다. 실험연구에서는 앱 선택 시에 사용자에게 중요한 의미를 갖는 ‘암묵적 정보들의 시각적 표현 방안’을 4가지로 구분하여 제안하고 최종적으로 진행된 설문조사-B에서는 앞서 실험연구에서 제안했던 4가지의 암묵적 정보들의 시각적 표현 방안들에 대한 피험자들의 선호도와 그 원인을 파악하고자 한다.

제 1장 서론

연구의 목적과 연구방법을 기술한다.

제 2장 정보디자인에서 사용자요구 반영의 중요성

정보디자인 관점에서 사용자요구에 관한 선행연구들을 통한 문헌연구를 진행하며 사용자요구의 중요성과 사용자요구 반영의 필요성을 논의한다.

제 3장 모바일 앱에서 사용자 요구반영의 필요성과 앱 선택결정요소의 정의 사용자 요구 중심에서 모바일 앱 마켓에서의 정보가 왜 중요한 가에 대한 논의와 사용자 반영에 대한 필요성 제시, 문헌연구를 통한 앱 선택결정요소들을 탐색적으로 도출하고 정의한다.

제 4장 표출정보별 앱 선택결정요소 반영정도와 경험기반 정보간의 관계

문헌연구를 통해 도출된 앱 선택결정요소와 모바일 앱 마켓에서 제공하고 있는 표출정보간의 관계를 알아보기 위하여 사용자 설문조사를 진행하며, 설문조사의 목적은 표출정보별 앱 선택결정요소의 반영정도를 알아봄에 있다. 이 과정에서 나타나는 문제점들을 파악하고 정보디자인 관점에서의 해결방안을 제시한다.

제 5장 앱 표출정보에서 암묵적정보의 시각화 표현방법

해결방안 제시를 위해 웹 기반의 전자상거래에서 나타나는 현상들을 파악하고 모바일에 적용하고자 하며 3가지의 솔루션 결과물을 사용자들에게 제안하여 선호도를 분석하고 사용 가능성에 대한 여부를 파악 한다.

제 6장 결론

연구의 총괄적인 결론과 연구의 시사점, 그리고 제한점 및 금후 연구과제를 논의한다.

제 2 장

정보디자인에서 사용자요구 반영의 중요성

제 1절 다학제적 관점에서 사용자요구의 중요성

제 2절 정보디자인 관점에서 사용자요구 반영의 중요성

1. 사용자요구에 관한 연구의 시대적 흐름
2. 사용자요구 반영의 중요성

제 2 장

정보디자인에서 사용자요구 반영의 중요성

제 1절 / 다학제적 관점에서 사용자요구의 중요성

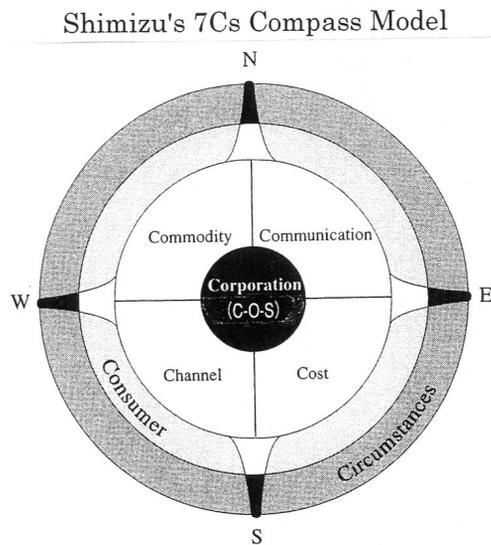
사용자요구는 여러 학문 분야에서 중요하게 다뤄져 왔다. 공학분야, 건축분야, 마케팅 분야 등에서는 사용자요구를 행동패턴과 연관시킨 연구 등이 주를 이루는 반면, 제품디자인이나, UX디자인과 같은 디자인 분야에서는 사용편의성 및 사용자 경험을 중심으로 한 사용편리성에 대한 연구들이 활발히 이루어지고 있다. 특히 사용자요구는 스마트 디바이스가 출현하면서 더욱 다양화되며 구체화되었다.

UX 디자인 분야에서는 디자인 개발을 위해 사용자의 경험을 도출할 때 지각이나 인지적 접근이 가능한 상호 교감적 모델을 창조하거나 개발한다. 이때 사용자 중심 디자인의 원리를 기반으로 사용자의 요구나 목표를 충족시키기 위해서는 조직화된 시스템의 정립이 필요하다.³⁾ 또한 UX디자인 분야에서의 경험은 사용자와 사용자를 둘러싸고 있는 외부 환경적 요인들이 끊임없는 상호작용을 통해 만들어진다. 대표적인 외부 환경요인으로는 제품이나 서비스를 사용하는 사람의 인식이나 행동과 관련이 깊은 ‘사회·문화적 환경요인’, 경기 변동이나 금리와 같은 거시적 변수들이 작용하는 ‘경제적 환경요인’, 기술개발의 가능성 및 발전 등 기술과 관련된 요소들을 포함하는 ‘기술적 환경요인’이 있다.⁴⁾ 이와 같은 맥락에서 인간의 더 나은 경험제공을 위해서는 인간과 외부 환경 요인들 간의 관계를 이해하는 것이 매우 중요하다.

3) 위키백과사전 <http://ko.wikipedia.org>, 사용자경험디자인

4) 김진우, “경험디자인”, 안그라픽스, p.95

마케팅 분야의 경우 사용자를 중심으로 한 다양한 비즈니스 모델들이 개발되고 활용돼 왔는데, 그 모델들은 사회적 시대 흐름에 따라 고려해야 하는 관점들이 반영되어 발전해 왔다. ‘마케팅 믹스’라 명명되는 전통적인 마케팅 도구 4Ps는 상품(Product), 가격(Price), 유통(Place), 촉진(Promotion)의 4가지 요소에 대한 차별적이고 혁신적인 제품의 전략을 수립하기 위해 사용된다. 그러나 시대 흐름의 변화와 미디어의 발전 등으로 인해 온라인 평가 기준, 또는 ‘Interface Design’의 ‘Frame Work’으로써 마케팅 도구의 필요성이 대두되었다.⁵⁾



[그림 2-1] 마케팅 비즈니스 도구인 7Cs 나침반 모델 개념도⁶⁾

전통적인 마케팅 도구로써 상품(Product→Commodity), 가격(Price→Cost), 촉진(Promotion→Communication), 유통(Place→Channel) 4Ps개념만을 사용해 오다가 최근 시대적 흐름이 사용자 중심으로 개발의 초점이 바뀌고 미디어가 다양화 되면서 기업(Corporation), 사용자(Consumer), 환경(Circumstances)의 3가지 개념이 추가되어 그림 2-1과 같은 7Cs모델이 제기되었다.

5) 위키백과사전, <https://ko.wikipedia.org>, 마케팅믹스

6) Koichi Shimizu (2003) Symbiotic Marketing Strategy, 4th edition, Souseisha Book Company.(Japanese)

IT분야에서는 ‘모바일 환경’은 모바일 기반으로 형성되는 상호작용 커뮤니케이션 환경을 의미한다. 커뮤니케이션 환경을 조성하는 상호작용은 ‘인간 상호작용’, ‘기계 상호작용’, ‘사회적 상호작용’으로 구성된다.⁷⁾ 구체적으로 ‘인간 상호작용’은 인간과 인간간의 소통, 대화에 의한 상호작용이 있으며, ‘기계 상호작용’은 모바일 기계와 사용자의 조작적 행동에 의한 상호작용을 의미한다. 마지막으로, ‘사회적 상호작용’은 모바일 기반으로 한 미디어 정보를 생성하는 주체가 개발자만 해당되지 않고 나아가 사용자 중심으로 그 흐름이 변화하는 측면에서 최근 중요하게 적용되는 상호작용이다. 예를 들어 SNS, 블로그 등 다양한 매체를 통해 정보를 생성하는 행동들을 사회적 상호작용의 일안이라 할 수 있다. 즉 모바일 환경은 기존에 ‘인간 상호작용’과 ‘기계 상호작용’으로 모바일 내 커뮤니케이션 환경을 조성해 왔지만 스마트폰의 발달과 그에 최적화 된 소프트웨어 및 앱 개발 등으로 인해 ‘사회적 상호작용’이라는 새로운 개념이 생성되었다.

위에서 예시로 제시한 세 분야의 사용자 고려에 대한 선행연구를 표2-1와 같이 정리하였다.

[표 2-1] 사용자와 환경고려에 대한 선행연구

분야	환경 고려요인	
UX디자인 분야	사회문화적 환경요인	
	경제적 환경요인	
	기술적 환경요인	
마케팅분야	통신 (communication)	기업 (corporation)
	채널 (channel)	비용 (cost)
	환경 (circumstances)	상품 (commodity)
IT(모바일)분야	사용자 (consumer)	
	인간 상호작용	
	기계 상호작용	
	사회적 상호작용	

7) 최종필, 모바일 환경의 사용자 시각정보 인지 연구, 영남대학교, 박사학위논문, pp.14-15

UX디자인 분야에서는 사용자 중심의 디자인 개발이 사회문화적, 경제적, 기술적인 환경요인들을 바탕으로 진행되며, 마케팅 분야에서는 디자인 개발 과정에서 보다는 더 많은 환경적인 요소들을 고려하여 사용자 중심의 전략적 계획을 수립하게 된다. 그리고 IT 모바일 분야에서는 전반적으로 인간과 기계, 정보들 간의 상호작용 속에서 전반적인 사회적 흐름을 파악하는 것이 중요하게 적용된다.

공통점을 살펴보면 사용자를 중심으로 사용자를 둘러싼 환경 및 외부적인 요인들이 많이 작용하고 있음을 파악할 수 있었다. 특히 사용자와 직접적인 접점에 있는 기술이나 기능 보다 간접적으로 영향을 주는 사회문화, 비용, 통신, 채널 등의 요소는 제품 선택결정 시 사용자에게 변수로 작용될 거라 판단된다. 사용자를 제외한 외부 환경들 중 사회, 문화, 환경 등은 명확한 구분선이 존재하지 않아 많은 변수를 내포하고 있을 수 있기에 큰 흐름 파악을 위해 거시적 측면으로 바라볼 필요가 있다.

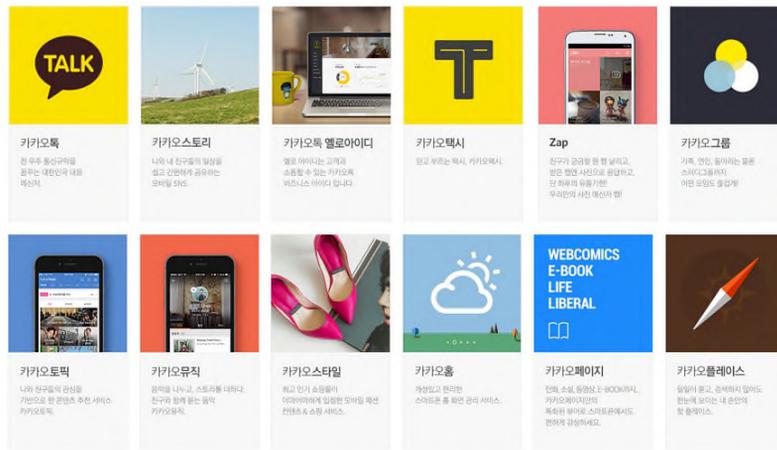
다음은 다양한 환경과 사용자요구를 적극적으로 고려하여 새로운 모바일 시장 개척에 성공한 '카카오톡'과 사용자 요구반영에 실패하여 하향세를 겪고 있는 '네이트온'의 사례이다.



[그림 2-2] 네이트온의 5.0 당시 런처아이콘

20년대 초반에 메신저 서비스 중 시장점유율이 가장 높은 메신저는 네이트온(Nate On)이었다. 네이트온은 PC기반의 메신저로 파일전송, 원격제어, 연락처관리 등 다양한 기능으로 비즈니스 및 업무 활용에 높은 신뢰를 가지고 있는 메신저였다. 또한 싸이월드 미니홈피와의 연동이 가능하여 개인 사용자들에게도

인기가 높았었다. 하지만 스마트폰 어플 시장이 점차 확대 되 가면서 ‘카카오톡’이라는 메신저가 등장하게 되었다. 카카오톡은 초기 런칭이 모바일 기반으로 시작되었기 때문에 업무활용이나 PC를 주로 사용하는 사용자층에서는 지지율이 낮았으나 PC버전이 오픈되면서 국민메신저가 되었다. 이 과정에서 네이트온은 스마트폰의 보급과 페이스북의 개방적 시스템 등 급속도로 변한 사회적 흐름에 대한 빠른 대응이 부족했으며 고객의 소리에 귀 기울이지 않았다는 평을 받았다.⁸⁾



[그림 2-3] 현재 카카오에서 서비스 중인 앱 리스트⁹⁾

반면 모바일 버전만 서비스 했을 당시에도 빠른 보급 속도를 자랑하던 카카오톡은 PC버전 런칭과 함께 카카오톡게임, 무료통화서비스, 파일첨부기능 등 사용자요구에 맞는 기능들을 추가하면서 그림2-3와 같이 다양한 콘텐츠를 런칭하였다.

또한 사업 분야를 온라인에 국한되지 않고 카카오톡이나 카카오톡플레이스처럼 오프라인과의 결합을 통한 시너지를 함께 할 수 있는 서비스 콘텐츠도 함께 제공하고 있다.

8) 네이트온, 그들은 왜 대세에서 지금처럼 하락하게 될까? <http://hslifestory.tistory.com/entry/>

9) 카카오 홈페이지 <http://www.kakao.com>

국내 모바일 메신저 시장 현황

순위	모바일 앱	이용시간 점유율
1	카카오톡	87.84%
2	라인	3.23%
3	위챗	1.83%
4	마이피플	1.62%
5	틱톡	1.44%
6	네이트온	1.03%
7	텔레그램	0.94%
8	스카이프	0.93%
9	행아웃	0.59%
10	페이스북 메신저	0.54%

2015년 4월 현재, 안드로이드 이용자 6만명 설문

[그림 2-4] 국내 모바일 메신저 시장 현황과 점유율¹⁰⁾

그 결과 카카오톡은 2015년 4월 기준, 국내 모바일 메신저 시장에서 2,3위와는 큰 격차로 점유율 1위에 랭크되었다. 카카오톡과 네이트온 사례를 예시로 여러 분야에서 시대적 흐름에 따라 유기적으로 변화하는 사용자요구는 마케팅이나 디자인/제품 개발의 방향에 많은 영향을 줌으로 지속적으로 심도 깊은 연구가 요구된다.

10) 모바일 메신저 시장, '카카오톡' 천하,

http://www.newsis.com/ar_detail/view.html?ar_id=NISX20150510_0013652118&clD=10402&plD=10400

제 2절 / 정보디자인 관점에서 사용자요구 반영의 중요성

1. 사용자요구에 관한 연구에 대한 시대적 흐름

정보디자인 분야에서 또한 사용자요구에 대한 연구들이 끊임없이 진행되어 오고 있다. ID news에서는 사용자의 요구가 정보디자인의 목적 및 표출방법 등을 정의하고 기획하는데 기준점이 된다고 언급하고 있으며, C.G. 스크레븐은 정보디자인의 목적이 사용자의 의지와는 상관없이 주의를 집중 시킬 수 있도록 사용자의 요구와 특성을 반영하는 것에 있다고 언급하였다. 또한 김정희는 서비스디자인에서 정보디자인을 브랜드적 관점으로 적용하여 사용자가 정서적, 정보적으로 만족감을 느낄 수 있는 도구로 활용하였다.

[표 2-2] 사용자요구를 중심으로 한 정보디자인 분야의 선행연구

연구자	연구내용	연구의 관점
ID news (1999) ¹¹⁾	정보디자인은 사용자 니즈와 관련된 특정 목적을 달성하기 위해 메시지와 그것이 표출되는 환경의 내용을 의도적으로 정의하고 계획하고 형상화 하는 것	정보자체, 정보환경
C.G. 스크레븐 12)	정보디자인이란, 사용자가 굳이 집중할 필요나, 무시하거나, 주의를 기울이지 않아도 되는 상황에서 청중의 요구와 특성을 반영하고 주의를 끌어 붙잡아 둘 수 있는 정보 시스템을 디자인 하는 일.	사용자 주의집중
김정희 외 (2012) ¹³⁾	정보디자인이 브랜드 관점에서 적용되기 시작하면서, 고객들의 정서적 만족감과 정보적 충족감을 동시에 제공할 수 있도록 그 역할이 확장됨.	사용자 정서적, 정보적 만족감

위와 같이 시대적으로 사용자요구 중심의 정보디자인 연구가 초기에는 정보디자인의 목적이 되어 정보자체, 정보를 표출하는 환경에 중점을 두었다면, 중기에는 디자인에 사용자의 요구와 특성을 자연스럽게 정보와 어우러지게 하는데 그

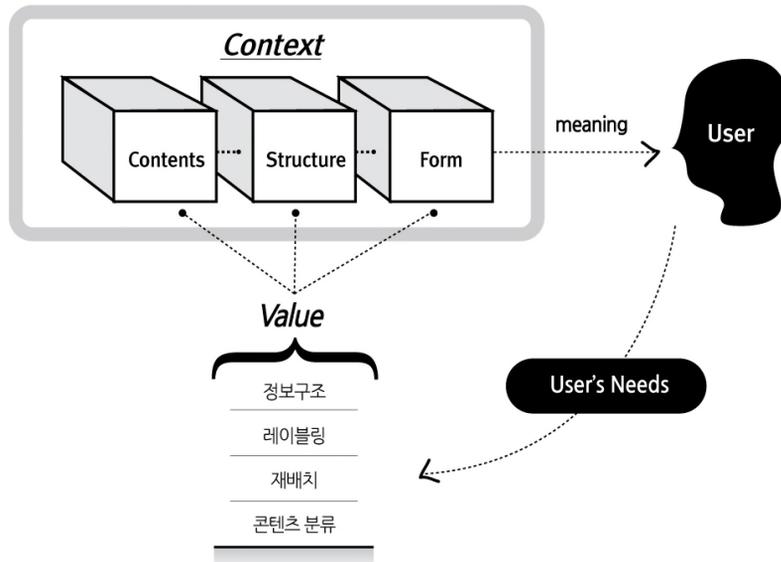
11) 류시천, "정보디자인 유형과 수준에 대한 연구", 2002, 기초조형학연구 vol.5 no.1, pp. 203-213 재인용

12) Robert Jacobson, "Information Design" p. 131

13) 김정희 외 2, "정보디자인의 이해도가 보상감, 기대감 및 상품유지 동기에 미치는 영향", 2012, 디자인학연구 제103호, vol. 25, pp.47-60

의미를 두었으며, 최근에는 요구와 특성의 반영을 넘어 다른 학문과의 융합을 통해 더 나은 사용자 만족감을 충족시키기 위한 하나의 도구의 역할을 하고 있음을 알 수 있다.

정보디자인 프레임 워크를 살펴보면, 정보디자인 분야에서 사용자요구가 크게 작용되어야 하는 이유를 발견할 수 있다. 정보디자인 프레임 워크에서는 내용(contents), 구조(structure), 형식(form) 이 세 가지 요소들이 서로 연관관계를 가지며 콘텐츠가 가지는 맥락(context)를 형성하게 된다.¹⁴⁾ 내용에서는 콘텐츠가 가지는 정보요소를 가지고 구조에서 정보요소간의 배열 및 집단화를 통해 마지막 형식에서 정보설계(information Architecture)를 완성한다.



[그림 2-5] 정보디자인 프레임워크¹⁵⁾와 정보의미 형성 기준이 되는 사용자요구

14) 류시천, op.cit., p.62

15) 류시천, “멀티미디어디자인에서 정보디자인 주요 특성”, 2003

데이터에 의미가 부여되어 정보가 가치를 지니게 되며, 의미를 만드는데 있어 정보구조, 레이블링, 재배치, 콘텐츠의 분류 등 다양한 방법들이 이루어지지만 궁극적인 시작점은 사용자의 요구에서 비롯하게 된다. 리처드 솔 워먼(1998)은 정보설계가 정보와 정보 사이에 존재하는 질서와 관계를 만드는 일이며 정보와 구조, 조직화, 재배치 이 모두를 포괄하는 개념이라 설명한다. 이와 같은 맥락으로 정보설계의 역할은 복잡한 데이터가 가지는 패턴을 구조화 하여 사용자가 인지하기 수월하게 하는데 있으며, 사용자가 필요한 지식을 쉽게 찾을 수 있도록 정보구조를 설계 하는 것에 의미를 갖는다.¹⁶⁾ 따라서, 사용자요구를 파악하지 않고 정보구조를 설계하는 것은 무의미 하며¹⁷⁾ 가치를 부여하는 하나의 기준점으로 작용하기 때문에 정보설계 시 잘 반영 될 수 있도록 하여야 한다.

2. 정보디자인에서 사용자요구반영의 중요성

그림 2-6는 사용자경험을 중심으로 하는 사용자경험디자인(User Experience Design) 분야에서 보편적으로 활용되는 디자인 프로세스다. UXD의 프로세스의 큰 맥락은 사용자 조사를 하고 이를 기반으로 정보구조 설계를 실행, 인터렉션 및 인터페이스 디자인을 개발한다. 이후 사용성 테스트를 통해 사용자 경험과 대조 했을 경우 문제점이 발생하느냐를 분석하게 된다.



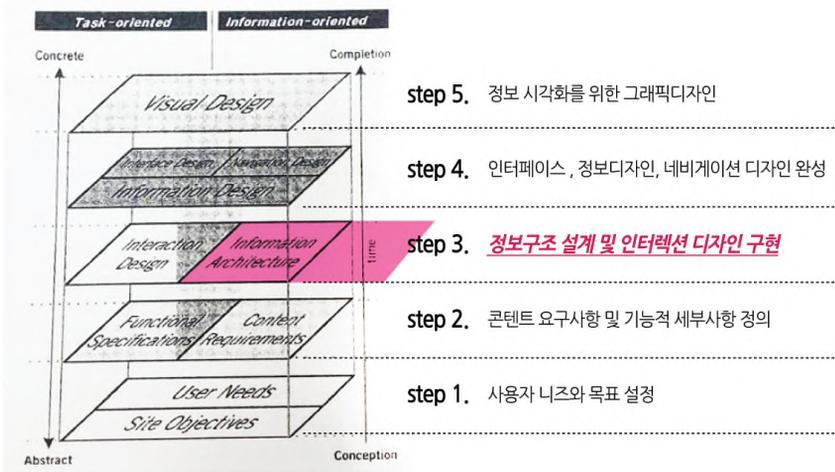
[그림 2-6] 사용자경험 디자인프로세스¹⁸⁾와 정보구조 설계

16) 오병근, “정보디자인교과서”, 안그래픽스, p.91

17) 류시천, “정보디자인 유형과 수준에 관한 연구”, 2002, 기초조형학연구 vol.5 no.1, pp. 203-213

18) 이창욱 외, “스마트환경의 효과적인 UXD를 위한 인지작용 고찰”, 2013, 디지털정책연구 제 11권 제 2호, p.401

그림 2-7는 ‘정보 중심적 디자인’을 위한 멀티미디어디자인 프로세스에 대한 다이어그램이다. 정보 중심적 디자인을 위해 총 5단계에 걸쳐 진행하게 된다. 첫 번째, 사용자 니즈파악과 함께 디자인의 목표를 설정하게 된다. 두 번째, 사용자 니즈파악으로 인한 콘텐츠 요구사항 또는 기능적 세부사항 등을 정의한다. 세 번째, 사용자의 요구 중심으로 전체적인 디자인의 구조가 되는 정보구조설계 및 인터렉션 디자인 구현 단계에 이른다. 네 번째, 인터페이스와 정보디자인, 네비게이션 등 사용편의성을 고려한 디자인 단계를 거쳐 다섯 번째, 정보 시각화를 위한 그래픽 디자인으로 멀티미디어디자인의 개발이 완료된다.



[그림 2-7] 멀티미디어디자인 프로세스¹⁹⁾와 정보구조 설계

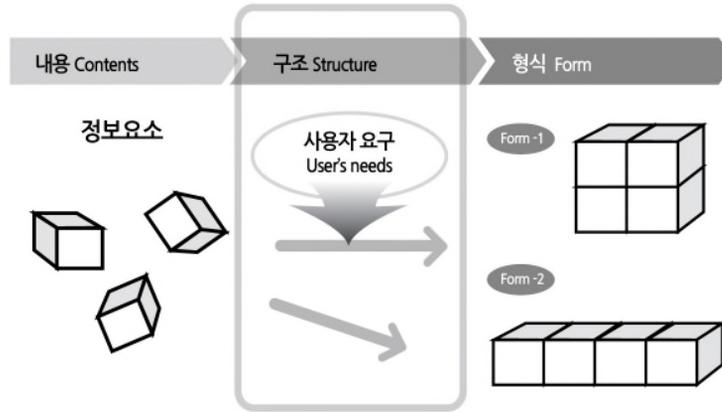
정보 중심의 멀티미디어디자인 프로세스와 사용자 중심의 사용자경험디자인 프로세스를 비교해본 결과 사용편의성 및 사용자요구 조사를 통해 디자인의 목적, 기준을 정의하고 이를 중심으로 디자인 개발의 큰 틀을 제공하는 정보구조 설계의 구현단계가 필요하다. 그 단계를 지나 사용자와의 상호작용 부분의 인터렉션

19) 류시천, op.cit.,p.210

/인터페이스 디자인이 완료가 되면 정보 중심의 멀티미디어디자인은 정보의 시각화를 중점적으로 완료단계에 이르며, 사용자 중심의 UXD은 사용성 테스트를 통해 원하는 결과를 도출해 냈는지 검증단계의 수순을 밟는다. 따라서, 정보구조를 설계하는 단계는 사용자와 관련된 분야의 프로세스에서 사용자와 콘텐츠 간의 상호작용 설정하기 위한 준비단계로 정보구조 설계를 통해 콘텐츠는 사용자의 요구를 반영하고 사용자는 원하는 콘텐츠를 제공받게 된다는 점에서 그 의미가 있다.

앞서 언급한 바와 같이 정보디자인에서 정보설계와 사용자요구는 밀접한 관계를 가지고 있다. 가치의 기준이 되는 사용자요구를 배제해서도 안 되며, 올바른 정보전달을 위해서는 정보설계에 포함되는 개념인 정보요소, 배치, 설계까지 사용자 요구를 고려한 정보디자인 개발의 필요성이 요구된다.

사용자요구를 정보디자인에서 반영한다는 것은 기준의 주체가 되는 사용자만 고려하는 것이 아니라 사용자를 둘러싸고 있는 환경적인 요인, 시대의 흐름, 분야의 트렌드 등 다각적인 접근을 필요로 한다. 이는 정보디자인 설계 시 어떤 환경의 사용자요구를 기준으로 할 것인지 선택함에 따라 정보의 의미와 시각화된 형태는 다르게 나타날 수 있음을 내포한다. 따라서 사용자요구와 같이 유동적인 형태를 가지는 가치기준들은 설정기준에 따라 그 의미를 다르게 내포할 수 있어 통사론적 접근이 필요하다.



[그림 2-8] 구조의 기준 설정에 따라 정보표현 방법(형식)이 변경될 수 있다.

정보디자인에서 통사론적 접근은 정보를 구성하는 요소들간의 형태가 어떤 의미적 관계를 지니느냐²⁰⁾가 가장 핵심문제로 작용된다. 통사론적 접근은 언어학자 페르디낭 드 소쉬르(Ferdinand de Saussure)가 언급한 바와 같이 ‘시대의 변화에 따라 달라지는 어느 시점부터 다른 시점까지의 시간’이라는 언어체계 분야에 기초를 두고 있다. 정보디자인에서는 언어체계학적 개념과 그 의미를 동일하게 적용하여 ‘시대적 흐름에 따라 변화하는 가치기준과 이를 구성하는 정보의 시각적 형태’의 개념으로 해석할 수 있다. 정보디자인 구조설계 단계에서 가장 중점적으로 고려해야 할 것은 통사론적 접근으로 유기적 정보가 가지고 있는 총체적인 의미를 파악하고 현 시점 및 가치기준과 그에 따른 정보설계, 구조, 시각화에 초점을 두어야 한다. 그리고 본 연구에서 초점을 두고 있는 ‘사용자요구가 반영된 정보의 시각화’를 위해서는 다양한 측면에서의 사용자 요구 분석과 사용자를 둘러싼 외부환경 요소들을 파악하여야 한다.

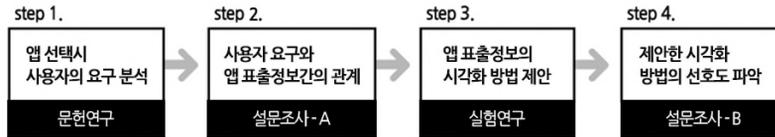
아래 그림 2-9는 사용자 요구를 반영한 정보의 시각화 방법 연구를 위한 디자인 프로세스의 개념을 설명한 다이어그램이다.

20) 두산백과. www.doopedia.co.kr / 통사론(Syntax)

사용자경험디자인(UXD) 프로세스



사용자 요구가 반영된 앱 표출정보의 시각화방법
연구 프로세스



[그림 2-9] 사용자요구가 반영된 앱 표출정보의 시각화 방법 연구 프로세스

본 연구의 1차적인 목적은 모바일 앱 마켓에서 사용자의 요구가 반영된 앱 표출정보 시각화 제안에 있다. 이에 사용자 요구를 분석하고 사용자와 정보 간의 관계여부를 파악하고 솔루션을 제안하며 타당성 검증은 하는 일련의 과정이 사용자 경험디자인 프로세스와 그 맥락을 함께 하고 있다.

따라서 본 연구는 전체적인 맥락적 흐름을 사용자경험디자인 프로세스를 기반으로 ‘문헌연구’, ‘설문조사-A’, ‘실험연구’, ‘설문조사-B’ 의 4가지의 연구영역으로 나누어 진행하고자 한다.

제 3 장

모바일 앱에서 사용자요구 반영의 필요성과 앱 선택결정요소의 정의

제 1절 모바일 앱 마켓 정보에서 사용자요구
반영의 필요성

제 2절 마켓별 앱 기본정보와 특징 파악

1. 마켓별 앱 기본정보의 구조
2. 마켓별 암묵적정보와 명시적정보의 특징

제 3절 사용자요구 중심의 앱 선택결정요소와 특징

1. 앱 선택결정요소의 정의
2. 앱 선택결정요소의 분류 및 특징

제 3 장

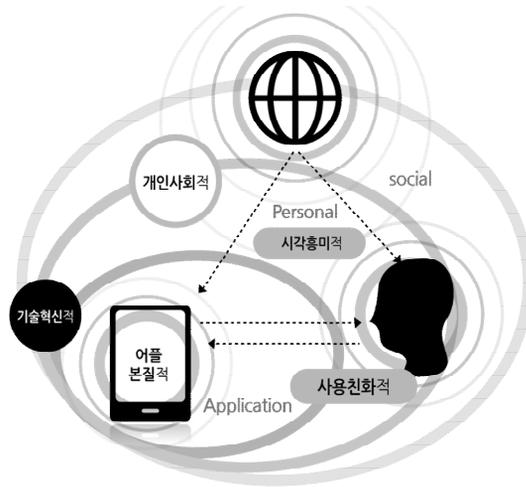
모바일 앱에서 사용자요구 반영의 필요성과 앱 선택결정요소의 정의

제 1절 / 앱 마켓 정보에서 사용자요구 반영의 필요성

앞 장에서는 다양한 분야에서 언급하는 사용자의 중요성과 정보디자인에서 사용자 요구가 반영된 정보의 중요성에 대해 강조하였다. 본 장에서는 모바일에서 앱을 선택·구매하는데 있어 사용자의 요구가 무엇이며, 앱 마켓에서 사용자 요구가 반영된 정보의 중요성에 대해 논하고자 한다.

스마트 미디어가 발달하면서 사용자를 둘러싸고 있는 환경적 요인들은 더욱 다양해지게 되었다. 빠른 시대적 흐름에 환경적 요인이 빠른 속도로 변화하게 되고, 그에 따라 사용자의 다양한 요구들이 유기적으로 변할 뿐만 아니라 새롭게 발생하게 되었다.

그림 3-1은 사용자를 둘러싼 모바일 환경의 영향요인들과 앱 간의 관계성을 나타내주는 다이어그램이다. 사용자가 앱을 선택 하는데 있어 다양한 변수들이 작용할 것이다. 앱을 선택하는 이유는 개인의 취향이나 시각적인 흥미 요소 때문일 수 있고, 앱이 가지고 있는 본질적인 특성 때문일 수도 있으며, 사회적 흐름에서 보이는 기술혁신적인 특성 때문일 수 있다. 또한 앱 선택시 사용자는 개인과 사회와의 상호 작용에 따른 커뮤니케이션 과정에서 다른 외부적인 영향을 받아 앱을 선택할 수 밖에 없는 원인을 제공 받을 수도 있다.



[그림 3-1] 사용자에게 영향을 주는 모바일 영향요인과 스마트 디바이스와의 관계²¹⁾

이렇듯 앱 하나를 선택하더라도 무수히 많은 변수들이 사용자 주위에서 영향력을 행사한다. 이런 환경에서 사용자는 앱 마켓에서 구매하고자 하는 앱을 개발자가 제공하는 ‘앱 표출정보’ 의존해 본인이 구매하고자 하는 앱 인가를 판단하게 된다. ‘앱 표출정보’란 ‘모바일 앱 마켓²²⁾에서 개발자가 앱을 등록 할 경우 필수적으로 작성하는 앱에 대한 기능적, 설명적 정보’를 말한다. 앱 표출정보는 앱 마켓에서 사용자가 해당 앱에 대해 알 수 있는 정보를 최소한으로 제공하고 있는 정보로 앱의 특징을 오버뷰(Overview) 형태 또는 개괄식 형태로 제공된다.

정보디자인 측면에서 모바일에서의 ‘오버뷰 형태의 정보’는 작은 화면 내에 즉각적 인지를 요구하면서 체계화, 모듈화 된 고밀도 정보를 제공한다. 이 정보는 한지애가 정의한 ‘LTM info.(Long-Term Manipulative Information)’로써,²³⁾ 정보설계 중심의 모바일 앱이 가지는 정보의 특징은 정보처리의 깊이가 깊으면

21) Mi-hee Sim et al., "Major Influence Areas and their Relative Predominance according to Factors for Mobile App Selection", SMA 2014

22) 구글 플레이 스토어나 애플의 앱 스토어, SK의 티스토어와 같이 개발자와 사용자 간의 앱 거래가 가능하도록 사고 파는 시장의 형태를 형성하는 공간을 ‘모바일 앱 마켓’이라고 한다.

23) 한지애 외 “노출빈도와 인지도 관계에 따른 정보의 유형과 표현기법”, 2012, 디지털정책연구 제10권 제10호, p.500

서 단계적 정보제공이 가능하며 세분화된 상세정보 노출이 가능하다는 개념이다. ‘오버뷰 형태의 정보’는 즉각적 정보 인지 보다는 정보에 대한 노출 빈도가 높을수록 정보에 대한 인지와 사용이 높아지는 특징을 지닌다.

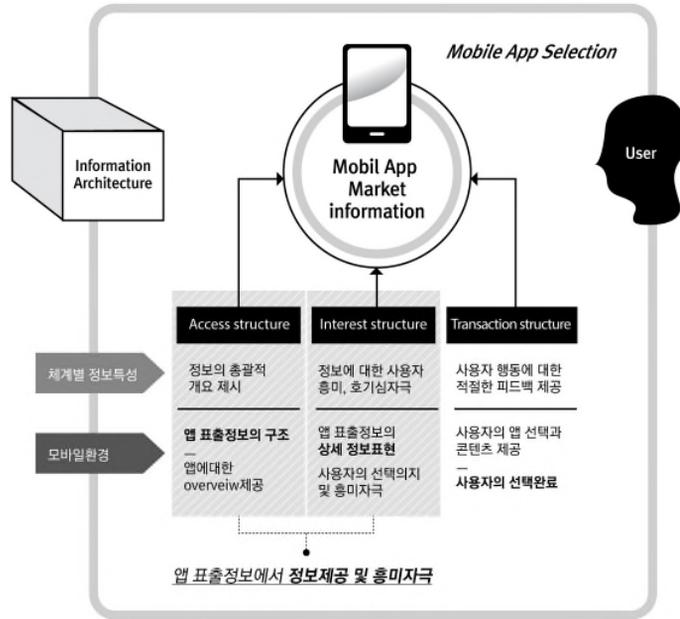
필립(Phillip Duchastel)이 제안한 3단계 정보인지체계 ‘접근체계(Access Structure)’, ‘관심체계(Interest Structure)’, ‘처리체계(Transaction Structure)’²⁴⁾를 바탕으로 모바일 앱 마켓에서 제공해 주는 앱 표출정보의 노출빈도 또는 정도가 사용자의 인지에 얼마나 영향을 끼치는 지에 대해 고찰하였다.

정보인지체계는 접근체계, 관심체계, 처리체계 총 3단계를 거치면서 사용자가 접근하고 인지하고 이해단계에 이르는 과정을 이야기한다. 첫 번째 단계, 정보 제공을 위한 ‘접근체계(Access Structure)’에서는 사용자의 조작을 위한 체계로 정보의 총괄적인 개요를 제시하여 정보가 가지는 구조 파악이 용이하도록 하는 것과 관계가 있어 모바일 앱 마켓에서 전체적인 앱 정보의 개요(overview)를 제공하고 앱 표출정보 중 어떤 정보를 통해 앱을 선택할 것인가 도움을 주어야 한다. 두 번째 단계, ‘관심체계(Interest Structure)’에서는 정보에 대한 관심, 흥미 또는 호기심을 자극하기 위한 체계로 모바일 앱 표출정보에서는 개발자가 등록한 상세정보를 통해 사용자가 관심을 지닐 수 있도록 유도 해야 한다. 앱 마켓이 경제시장의 일부라는 것을 감안했을 때, 사용자의 흥미를 더불어 앱을 선택할 수 있는 의지를 자극 할 수 있어야 한다. 따라서 사용자의 흥미, 관심, 호기심, 앱 선택의지 자극을 위해서는 관심체계를 충족할 수 있는 사용자요구의 반영 필요하다. 세 번째, ‘처리체계(Transaction Structure)’에서 사용자 앱 선택이라는 사용자 행동과 함께 앱 마켓은 콘텐츠를 제공해 줄 수 있는 상호작용성이 발생한다.

특히 모바일 앱 마켓의 표출정보는 접근체계(Access Structure)와 관심체계(Interest Structure) 단계에서 앱에 대한 기본적인 정보제공과 함께 흥미자극 역할을 하는데 의미가 있다. 궁극적으로 앱 마켓에서 최종단계인 ‘앱 선택’이라

24) 한지에 외, op.cit.,pp.497-504, 재인용

는 골(goal)에 도달하기 위해서는 처리체계(Transaction Structure)단계에 영향을 미쳐야 한다. 따라서 이전 단계인 접근체계와 관심체계에서 사용자의 요구가 반영된 정보를 제공해야 만족도 높은 앱 선택을 할 수 있을 것으로 판단된다.



[그림 3-2] 모바일 앱 마켓 표출정보에서 정보접근 모델²⁵⁾

이를 바탕으로 모바일 앱 마켓에서 사용자요구를 반영한 정보표현에서 정보디자인의 역할은 앱의 전체적인 흐름을 함축적으로 보여주는 ‘앱 표출정보’를 사용자 인지적 측면에서 즉각적인 인지와 효율성을 고려하면서 동시에 서비스 개념을 반영한 시각화 방법 연구가 요구된다. 또한 모바일이 가지고 있는 환경을 고려하여 작은 화면에서도 효율적으로 정보를 전달하기 위해 기획 단계부터 사용자 인지적 측면으로 정보설계에 많은 노력을 기울여야 한다.

25) 류시천, “멀티미디어디자인에서 정보디자인 주요 특성”, 2003, 조선대 조형미술연구소지 Vol3. No. 1, p.62
다이어그램의 재 각색

제 2절 /마켓별 앱 기본정보와 특징 파악

1 마켓별 앱 기본정보의 구조와 특징

앱을 구매하기 전에 제공되는 가장 기본적인 정보를 앱 표출정보라 하며 회사별로 앱 마켓이 제공하는 정보에 대한 위계구조나 시각화 방법은 큰 차이점이 없다. 그 사례를 살펴보고자 국내 대표 이동통신사인 SK가 개발한 티스토어(T-Store)와 글로벌 기업인 구글의 플레이스토어(Play Store)의 비교를 통해 앱 표출정보가 각 마켓별로 어떠한 특징들을 가지고 있는지 알아보았다.



[그림 3-3] 국내 대표 앱 마켓인 SK 티스토어(왼쪽)와 글로벌 대표 앱 마켓인 구글 플레이스토어(오른쪽)의 런처아이콘

하단의 표 3-1 와 표 3-2는 보편적으로 많이 활용하고 있는 구글 플레이 스토어와 SK 티스토어의 앱 구매정보의 위계정보와 항목별 정보 내용을 정리하였다.

[표 3-1] 구글 플레이 스토어의 앱 표출정보 항목과 정보구조

정보위치	항목	정보내용
앱 리스트	런처아이콘	시각적 직관성을 가진 브랜드아이덴티티 ²⁶⁾ 의 일종
	앱 타이틀	앱의 아이덴티티, 주제, 성향을 가장 함축적으로 보여주는 텍스트 정보
앱 상세정보	별점 통계	통합 평균 별점 정보
	콘텐츠의 가격	콘텐츠의 가격 및 유무료에 관한 정보
앱 상세정보	검색	스토어에 등록된 앱을 찾는 기능
	홍보동영상	앱 홍보동영상 (단, 홍보 동영상이 없는 경우 일반 이미지로

	대체)	
런치아이콘	시각적 직관성을 가진 브랜드아이덴티티의 일종	
앱 타이틀	앱의 아이덴티티, 주제, 성향을 가장 함축적으로 보여주는 텍스트 정보	
콘텐츠의 가격	콘텐츠의 가격 및 유무료에 관한 정보	
개발사	개발한 회사 명칭	
별점통계와 다운로드 수	다운로드 수 와 몇 명의 유저가 앱을 평가 했는지 정량적으로 보여주는 정보	
해당 카테고리	앱이 포함되어있는 기본 카테고리 정보	
앱의 사양 정보	텍스트 설명	앱의 기능 및 장점 등을 텍스트로 입력한 설명적 정보
	이미지 설명	평균 4~6개 정도 시각적으로 보여주는 설명적 그래픽 정보
	새로운 기능	업데이트된 기능에 대한 상세 정보
	버전, 업데이트날짜	업데이트가 실행된 날짜 및 현재 앱의 버전상태 정보
	앱 용량	앱의 용량을 정량적으로 표기
	콘텐츠 등급	사용 가능한 연령 정보
후기 게시판	실제 사용자들의 후기와 평점, 사용 기기에 대한 서술적 정보	
각종 소셜버튼	위시리스트 등록, 공유버튼 및 '좋아요'를 통한 소셜 네트워크 유도 버튼	
유사한 앱	해당 앱과 비슷한 성향을 가진 앱 리스트	
추가로 설치한 항목	해당 앱을 구매한 사용자들이 추가로 설치했던 앱 리스트	
개발자 피드백 정보	웹페이지 방문	개발자의 웹페이지로 가는 링크
	이메일 보내기	개발자에게 직접 이메일을 보내는 기능
	권한 정보	앱의 기능별 휴대폰 기능권한 여부 정보
	부적합 콘텐츠 신고	구글 플레이 스토어에 부적합한 콘텐츠임을 신고하는 버튼

26) Je Lee, Seuc-ho Ryu, "Analysis of smartphone application development company's brand identity and Revitalized Design Case", 2013, 디지털정책연구 제 11권, 제2호, p.416

[표 3-2] 티 스토어(T-store)의 앱 표출정보 항목과 정보구조

정보위치	항목	정보내용	
앱 리스트	런처아이콘	시각적 직관성을 가진 브랜드아이덴티티 ²⁷⁾ 의 일종	
	앱 타이틀	앱의 아이덴티티, 주제, 성향을 가장 함축적으로 보여주는 텍스트 정보	
	별점 통계	통합 평균 별점 정보	
	콘텐츠의 가격	콘텐츠의 가격 및 유무료에 관한 정보	
앱 상세정보	검색	스토어에 등록된 앱을 찾는 기능	
	상세정보	홍보동영상	앱 홍보동영상
		텍스트설명	앱에 대한 상세정보의 요약 앱에 대한 상세 텍스트 정보
		이미지 설명	평균 4~6개 정도 시각적으로 보여주는 설명적 그래픽 정보
		앱의 가격	유/무료 및 부분 유료에 대한 정보
		앱 사양 (spec.)	다운로드, 출시일, 이용등급, 용량 등의 정보
		판매자 정보	개발자의 상호, 대표, 이메일 등 판매자의 상세정보
	이용후기	평점	앱 평가에 대한 정량적 수치 데이터
		앱 평가 참여인원	평가에 참여한 인원의 수
		척도비율	평가에 대한 척도별 비율을 시각화 한 그래픽 데이터
		이용후기	후기 게시판, 기본적으로 추천에 의한 리스트업 중심
	연관상품	개발자의 다른 상품	동일한 개발자가 등록한 앱의 리스트
		카테고리 인기상품	앱이 포함되어 있는 카테고리의 인기도가 높은 상품 리스트
		이 상품과 함께 구매한 상품	해당 앱을 구매한 경험이 있는 사용자가 구매한 또 다른 앱 리스트
		이 상품과 함께 본 상품	구매는 하지 않았으나 앱 상세정보를 확인한 앱 리스트

27) Je Lee, Seuc-ho Ryu, "Analysis of smartphone application development company's brand identity and Revitalized Design Case", 2013, 디지털정책연구 제 11권, 제2호, p.416

구글의 플레이스토어와 SK의 티스토어는 개발자가 기본적으로 제공해야하는 기본정보와 관련된 정보들간의 구조적 특징에서 미비한 차이를 보일 수가 있어 이 두 앱 마켓을 비교했을 때 나타나는 정보 구조적 특징을 다음과 같이 정리할 수 있었다.

[표 3-3] 플레이스토어와 티스토어의 정보구조적 특징 비교

구글 플레이스토어의 정보구조적 특징	SK 티스토어의 정보구조적 특징
<ul style="list-style-type: none"> - 최대 4depth까지 정보의 위계표현 - 기능/기술적 고밀도 정보 주력 - 불필요 정보는 하위표현 및 숨김 	<ul style="list-style-type: none"> - 정보들간의 레이블링 표현 - 필요정보만 간략히 표현

구글 플레이스토어는 앱 상세정보에 18개의 항목과 그 하위로 최대 4탭스까지 보여주고 있어 넓고 깊은 정보구조를 가지고 있다. 최대 4탭스라는 정보의 깊이를 가지고 있는 듯 보이지만 사용자의 선택에 따라 보여 지는 해당 정보에 대한 흥미, 호기심이 있지 않다면 대부분 2탭스에서 원하는 정보를 얻을 수 있도록 구조화 되어 있다. 반면 SK 티스토어의 경우 보편적으로 대중을 위해 전문가 영역에 해당된다고 파악되는 정보는 과감하게 삭제하였으며 대신 19개의 항목을 3개 ‘상세정보’, ‘이용후기’, ‘연관 상품’ 으로 분류하여 탭(Tab)메뉴를 클릭 할 경우 해당 정보를 바로 확인 가능하도록 설계하였다.

정보적 구조와 함께 앱 기본정보들의 의미적 특징을 살펴보면 일부 정보는 사실적 정보를 제공하고 있는 반면 이용후기나 연관 상품과 같이 선택하고자 하는 사용자를 제외한 다른 제 3의 사용자의 행동특성에 따른 정보나 간접경험과 관련된 정보를 제공해 주는 정보가 있다.

2. 마켓별 암묵적정보와 명시적정보의 특징

두 앱 마켓의 앱 기본정보를 정보들이 가지는 의미를 중심으로 분류하면 ‘명시적정보’와 ‘암묵적정보’로 구분 가능하다. 다음 표 3-4는 명시적 정보와 암묵적 정보의 개념을 정리한 표이다.

[표 3-4] 명시적 정보와 암묵적 정보의 개념 비교

명시적 정보의 개념	암묵적 정보의 개념
<ul style="list-style-type: none"> - 사실적 - 표현, 시각화 가능(문자, 이미지 등) - 여러 사람이 동일한 정보 습득 가능 - 외부로 표출 가능 	<ul style="list-style-type: none"> - 주관적 - 내포되어 있는 의미 중심 - 여러 사람의 동일한 정보 습득 어려움 - 사용자 별 습득 정도가 다름

의미적으로 ‘명시적 정보’는 사실을 기반으로 한 정보가 대다수 이며 문자나 이미지로 표현 가능, 다른 타인과의 공유가 가능하다. ‘암묵적 정보’는 주관적인 판단에 가까워 경험이 기반이 되어 습득되는 정보가 대다수 이며 겉으로 표현되어 있지 않고 안에 내포되어있는 의미적인 개념이 강하므로 개개인의 인지정도에 따라 다르게 습득될 수 있다.

앱 표출정보에서의 명시적 정보는 사실적 정보에 근간하며 개발자들이 중심이 되어 제공하고 있는 정보를 포함한다. 앱 표출정보에서의 암묵적 정보는 개발자 중심의 정보가 아닌 사용자의 참여와 주관적 평가에 의해 생성된 정보를 의미한다. 아래 표는 구글 플레이스토어와 SK 티스토어에서 제공하는 앱 표출정보를 명시적 정보와 암묵적 정보로 분류한 결과이다.

[표 3-5] 스토어별 앱 표출정보의 명시적/암묵적정보 분류

구분	구글 플레이스토어	SK 티스토어
명시적 정보	홍보동영상, 런치아이콘, 앱 타 이틀, 가격, 개발사, 해당 카테 고리, 텍스트설명, 이미지설명, 새로운기능, 버전, 업데이트날짜, 앱 용량, 콘텐츠 등급, 유사앱, 추가로 설치한 항목, 개발자 피 드백 정보, 다운로드 수	홍보동영상, 텍스트 설명, 이미 지 설명, 가격, 스펙정보, 판매 자정보, 앱 평가 참여인원, 개발 자의 다른 상품, 카테고리 인기 상품, 함께 구매한 상품, 함께 본 상품
암묵적 정보	후기 게시판, 별점통계	평점, 척도비율, 이용후기

위 표 3-5에 따르면 구글 플레이스토어와 SK 티스토어에서 암묵적 정보는 두 스토어가 동일하게 ‘후기 게시판’, ‘별점 통계(평점 및 척도비율)’가 해당됨을 보아 앱 표출정보에서 나타나는 암묵적 정보는 크게 ‘후기 게시판’과 ‘별점 통계 시스템’ 이 포함됨을 파악할 수 있었다.

다음 절에서는 모바일 앱 구매의사 결정 시 사용자에게 앱 마켓에서 제공하는 앱 표출정보들 만으로 사용자가 앱을 선택할 때 변수로 작용하는 사용자 요구에 대해 알아보도록 한다.

제 3절 / 사용자요구 중심의 앱 선택결정요소와 특징

1 앱 선택결정요소의 정의

앱을 선택하는 데 있어 많은 이유들이 앱 선택의 변수로 작용할 수 있는데 그럼에도 불구하고 가장 크게 영향을 미치는 요소가 앱을 선택하는 결정 요인이 될 수 있다. 사용자 요구(User needs)는 앱 구매에 가장 큰 영향력을 미칠 수 있는 요인이지만 사용자 개인의 취향과 심리, 이를 둘러싼 사회와 문화적 환경 등 다양한 외부요인에게 영향을 받아 유기적으로 변할 수 있다. 이렇듯 선택에 있어 가장 큰 영향을 미치는 요소를 본 연구에서는 ‘앱 선택결정요소’라 정의한다.

앱 선택결정요소란 ‘사용자가 모바일 앱을 선택하는데 있어 많은 원인들 중 가장 결정적인 영향을 미치는 요소’이며 모바일 앱 선택 과정 중에서 앱의 표출정보 확인 후 앱의 유/무료 구분하지 않고 ‘설치하기’ 버튼을 누르는 순간을 말한다.

따라서 본 장에서는 모바일 앱 마켓에서 사용자가 앱을 선택하고 구매하는데 어떤 요소들이 작용되는지 문헌연구를 통해 알아보았으며 앱 선택결정요소 도출을 위해 사용자 모바일 선택 및 구매와 소비자 요구에 대한 문헌연구를 IT분야, 사회과학분야, 디자인분야, 경영분야 등에서 다학제적 접근을 시도하여 탐색적으로 분석하였다.

아래 표 3-4는 선행연구에 의해 도출한 사용자 요구를 기반으로 한 앱 선택결정요소 결과이며 의미적으로 비슷한 요소들은 하나의 요소로 포함 시켜 다음과 같이 요소별 조작적 정의를 정리하였다.

[표 3-6] 문헌연구를 통해 도출된 사용자 요구 중심의 앱 선택결정요소와 조작적 정의

앱 선택결정요소	조작적 정의	참고문헌
유희성	killing time, 오락성 및 즐거움이 기반이 되는 요소	김희웅(2011),오선주(2013), 박인곤(2010)
심미성	시각적으로 직관적인 흥미를 유발하는 요소	권동은(2012) ²⁸⁾ ,정윤희(2013) ²⁹⁾
사용편의성	직관적인 사용성과 편리성이 부합되는 요소	김희웅(2011), 선주(2013), 김영주(2011)
유용성	개인적인 목적에 도움이 되는 요소	김영주(2011),김경남(2012), 김희웅(2011),오선주(2013)
피드백 여부	앱 사용에 대해 개발자와의 커뮤니케이션 여부	김유정(2012)
경험	유사한 앱 또는 무료버전의 사용 유무	오선주(2013)
경제성	가격 대비 사용자의 앱 만족도와 직결되는 요소	배재권(2010) ³⁰⁾
앱의 정보요소	앱의 본질적인 기능적 스펙정보	김재현(2013),배재권(2010)
시스템 품질	정보 및 서비스, 사용에 대한 안정성, 앱의 완성도	김경남(2012),김유정(2012)
호환성	모바일 이외의 다른 디바이스환경에서의 사용 가능 여부	오선주(2013)
기능성	사용자에게 기능적 만족도를 줄 수 있는 요소	배재권(2010),김유정(2012), 오선주(2013)
바이럴 (viral)	구전이라고도 부르며 타인의 사용 또는 추천	김재현(2013),오선주(2013),
소셜네트워크 크성	소셜 기능 지원으로 다수와의 커뮤니케이션 가능 여부	김유정(2012),김영주(2011),
외부 촉진성	모바일, 개인, 기술 등의 요소가 아닌 외부환경의 영향을 받는 요소	김재현(2013),배재권(2010), 김영주(2011),김경남(2012),

28) 권동은, “기호학적 유형분류를 통한 모바일 디바이스 앱 아이콘의 시시각정보 활용체계 연구”, 2012, 한양대학교, 박사학위논문, p.63

그 결과, 일부 선행 연구자들은 사용자의 앱 선택 기준은 앱의 기능적, 의미적, 내용적 성향에 따라 그 우위성이 다르게 나타나고 있다고 주장하고 있었으며 선행연구자들에 의한 주요 카테고리별 사용자 앱 선택결정요소는 다음과 같다.

[표 3-7] 앱 카테고리별 우위성이 높은 주요 앱 선택요소

연구자	앱의 카테고리	상세 카테고리	우선순위가 높은 주요요소
김영주 외	생산성	거래앱	용이성, 유용성, 소셜네트워크성
		유틸리티	유용성, 외부촉진성
	정보성	뉴스/정보앱	유용성, 외부촉진성, 소셜네트워크성
		위치기반 서비스	유용성
김경남 외	엔터테인먼트	뮤직플레이어	차별성
		성인용	보안성
	생산성		유용성
박인곤 외	엔터테인먼트	게임, 동영상 앱	오락성
	정보성	길찾기, 정보, 이메일, 뉴스앱	시스템품질, 용이성
김희웅 외	생산성	비즈니스/유틸리티 /생산성	유용성, 바이럴
	엔터테인먼트	게임/스포츠/음악/사진	바이럴, 즐거움, 외부촉진성
	정보성	금융/뉴스/여행/도서/교육/의학/날씨/건강 및 피트니스/내비게이션/라이프스타일	유용성, 바이럴
	커뮤니케이션	소셜네트워킹	바이럴, 유용성
	엔터테인먼트		경험, 흥미성, 유용성
오선주	엔터테인먼트		경험, 흥미성, 유용성
	유용앱 (생산성/정보성)		경험, 유용성, 경제성, 기능성

29) 정윤희, “아이콘 디자인이 스마트폰 애플리케이션 선택에 미치는 영향에 관한 연구”, 2013, 부산대학교, 대학원 석사학위 논문, p.121

30) 배재권, “모바일 어플리케이션 마켓(앱스토어)의 수용의도 영향요인에 관한 연구”, 2010, 대한경영학회지 제 23권 제 5호

본 논문에서는 위의 선행연구들을 바탕으로 사용자가 앱을 선택하는데 있어 가장 결정적인 역할을 하는 요소인 ‘앱 선택결정요소’를 다시 재구성 하였다.

선행연구자들에게서 언급 빈도가 높은 요소들과 비슷한 의미를 가진 요소들의 병합, 그리고 명확한 의미전달을 위해 명칭을 변경한 요소를 포함하여 ‘유용성’, ‘사용편의성’, ‘경제성’, ‘유희성’, ‘심미성’, ‘앱의 기능적 스펙정보’, ‘시스템품질 및 완성도’, ‘기능적 만족도’, ‘디바이스간의 호환성’, ‘개발자와의 피드백 여부’, ‘자신의 경험’, ‘타인의 경험’, ‘집단의 경험’ 이렇게 총 13개의 요소로 정의하였다.

‘심미성’의 경우 물리적 사용에 따른 요소들이 선택에 영향을 미칠 수 있지만 디자인 분야의 관점에서 감정적이고 주관적인 시각적 판단이 앱 선택에 영향을 줄 수 있다고 판단하여 포함하였다.³¹⁾

특히 문헌연구는 대부분 IT분야에서 기반을 이루고 있어 ‘피드백여부’, ‘호환성’, ‘기능성’, ‘앱의 정보요소’, ‘시스템 품질’ 등의 단어는 해당분야에서 전문용어적 이면서 포괄적인 의미를 담고 있다. 따라서 명확한 이해가 가능하도록 호환성은 ‘디바이스간의 호환성’, 기능성은 ‘기능적 만족도’, 앱의 정보요소는 ‘앱의 기능적 스펙정보’, 시스템 품질 요소는 ‘시스템 품질 및 완성도’ 그리고 피드백여부는 ‘개발자와의 피드백여부’ 로 정의 한다.

앱 선택결정요소 중 소셜네트워크성은 집단에 대한 경험 공유를 기반으로 하고 있기 때문에 경험이라는 키워드를 중심으로 ‘집단의 경험’ 이라 정의 하였으며, 바이럴은 구전, 추천 등의 비슷한 의미를 가진 단어들을 집합적으로 나타내고 있으나 경험이라는 기준 하에 개인이 아닌 타인에게 자신의 이야기를 하는 것, 또는 자신에게 타인의 이야기를 해 주는 것으로 판단하여 ‘타인의 경험’ 이라 그 개념을 정의하였다. 또한 경험이라 함은 위에 언급한 바와 같이 집단, 타인 등의 주체가 존재하며 앱 선택에 있어 본인의 유사 앱 사용 또는 이전 버전 사

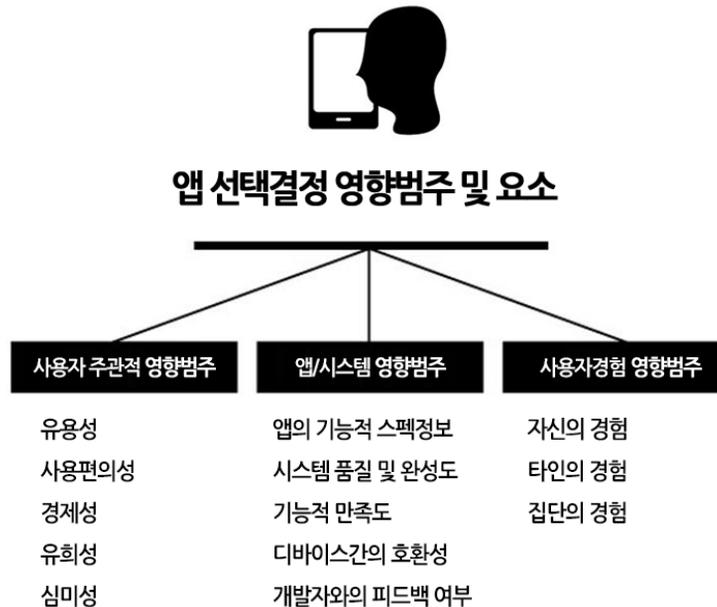
31) 권동은, “기호학적 유형분류를 통한 모바일 디바이스 앱 아이콘의 시지각정보 활용체계 연구”, 2012, 한양대학교, 박사학위논문, p.63

용 유무에 대한 조작적 정의임으로 ‘개인의 경험’ 이라 규정하였다.

외부촉진성 요소의 경우 모바일이나 앱, 개인 및 개발자 등의 영향을 받는 요소가 아닌 별개의 외부환경에서 영향을 받는 요소로 앱 마켓을 벗어난 더 큰 개념의 언급이 필요한 요소로서 연구의 범위에서 벗어날 수 있으므로 제외하도록 한다.

2. 앱 선택결정요소의 분류 및 특징

사용자는 앱 선택 시 다양한 변수들이 작용하고 있고 그들 중 가장 결정적인 영향을 미친 요소에 의해 앱을 선택하게 된다. 변수들이 영향력을 미치는 영역의 성향 및 특징에 따라 ‘사용자 주관적 영향범주’, ‘앱/시스템 영향범주’, ‘사용자경험 영향범주’의 3가지 영향범주로 구분 가능하다. 이를 기준으로 위에 앱 선택결정요소를 영향범주에 따라 다음과 같이 분류 할 수 있었다.



[그림 3-4] 영향범주별 앱 선택결정요소

‘사용자 주관적 영향범주’는 사용자 개인의 주관적인 생각으로 변화할 수 있는 영향범주로 이에 속하는 요소들로는 ‘유용성’, ‘사용편의성’, ‘경제성’, ‘유희성’, ‘심미성’이 있다. 사용자 주관적 영향범주에 속하는 요소들은 문헌연구에서도 많은 선행연구자들이 언급한 요소들이며 특히 카테고리별 주요 앱 선택요소에도 가장 발견 빈도수가 높은 요소들이 다수 포함되어 있다.

‘앱/시스템 영향범주’에 속하는 요소들은 ‘앱의 기능적 스펙정보’, ‘시스템 품질 및 완성도’, ‘기능적 만족도’, ‘디바이스간의 호환성’, ‘개발자와의 피드백 여부’가 이에 해당한다. 이 영향범주에 속하는 요소들의 특징은 개발자 또는 앱의 기능, 시스템적인 부분에 대한 영향을 받는 요소들로 사용자, 앱, 시스템, 디바이스 등 하드웨어적인 부분과 소프트웨어적인 부분이 함께 나타나는 기능, 기술적 개념이 강하다.

‘사용자경험 영향범주’에 속하는 요소들은 ‘자신의 경험’, ‘타인의 경험’, ‘집단의 경험’ 으로 모두 경험에 관련된 요소들이다. 자신의 경험요소와 타인의 경험요소의 경우 문헌연구에서 경험과 구전, 즉 바이럴 이라는 개념으로 언급해 왔다. 이는 기존에 경험하여 습득된 지식이 바탕이 되거나 다른 타인이 자신의 경험을 서술해 놓은 글 또는 이미지를 보고 주관적으로 판단하여 습득한 지식을 기반으로 하고 있다. 집단의 경험의 경우 소셜 네트워크성 이라고 하여 개인의 성향이 아닌 집단이 가지고 있는 주관적 성향으로 개인보다는 더 확장되는 개념을 가진 요소라 할 수 있다.

본 장에서는 모바일에서 사용자 요구가 반영된 정보의 필요성과 앱 선택에 있어서의 사용자요구를 도출 후 앱 선택결정요소 정의, 그리고 그들이 가진 의미적 분류를 통해 모바일에서의 사용자 요구에 대한 연구를 심층적으로 접근하였다. 다음 장에서는 모바일 앱 마켓에서 앱 표출정보와 사용자 요구간의 관계를 알아보기 위해 사용자 설문조사를 진행하고자 한다.

제 4 장

앱 표출정보별

앱 선택결정요소 반영정도와

경험기반 정보간의 관계

제 1절 표출정보 항목에 대한 사용자 앱 선택결정 요소 반영정도 조사 개요

1. 개선 대상 마켓의 앱 표출정보 구조와 특징
2. 항목별 사용자 앱 선택결정요소 반영도 조사
개요

제 2절 표출정보 항목 별 사용자 앱 선택결정요소 반영정도 조사 결과

1. 카테고리별 분석 결과
2. 항목별 분석 결과
3. 요인별 분석 결과

제 3절 기존 앱 표출정보와 앱 선택결정요소 반영 정도 결과 간의 비교분석

제 4 장

앱 표출정보별

앱 선택결정요소 반영정도와

경험기반 정보간의 관계

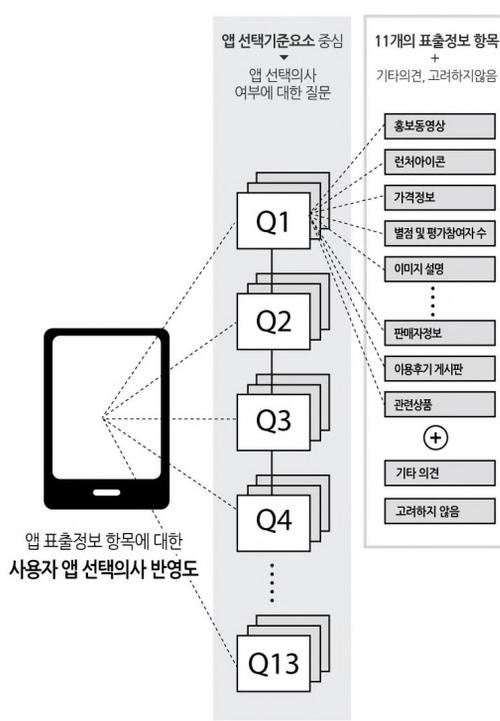
제 1절 / 앱 표출정보별 앱 선택결정요소 반영정도 설문조사 개요

사용자가 ‘앱 표출정보 중 원하는 요구를 어떤 항목에서 반영하고 있는 가’ 또는 ‘어떤 항목에서 사용자 요구를 많이 반영하고 있는 가’ 알아보기 위하여 앱을 사용한 경험이 있는 10~40대 사용자 41명을 대상으로 온라인 설문조사를 진행하였다. 설문 대상으로는 생산성 앱 중 캘린더 앱을, 엔터테인먼트 앱에서 게임 앱을 선택하였다. 생산성 앱의 경우 앱 카테고리 중 사용편의성 및 유용성을 중요하게 여기는 대표 앱 카테고리 중 하나이며, 엔터테인먼트 앱의 경우 생산성 앱과는 반대로 유용성 보다는 시각적인 측면이나 흥미적인 요소를 많이 지니는 카테고리이다. 종속변수 설정은 국내 앱 마켓 티스토어(T-Store)의 앱 표출정보로 그 범위를 정하였다.

- 설문참여자 : 10~40대 앱을 사용한 경험이 있는 사용자 41명
- 설문대상 : 생산성 앱(캘린더 앱)과 엔터테인먼트 앱(게임 앱)
- 목 적 : 표출정보 항목별 앱 선택결정요소의 반영정도 파악
- 범 위 : 국내 앱 마켓 SK 티스토어(T-Store)

모바일 앱 표출정보에 대한 사용자의 앱 선택의사 반영도를 알아보기 위한 테스트로 앱 선택의사 반영정도의 기준점으로는 위 장에서 도출한 앱 선택결정요소를 적용하여 독립변수로 정의하였으며, 종속변수로는 앱 표출정보의 각 항목들

과 ‘고려하지 않는다’와 ‘기타의견’ 2가지의 예외 변수를 포함한 총 13가지로 설정하였다. 이를 통해 앱 표출정보의 항목별로 사용자가 목적을 가지고 앱을 선택 시 어떤 정보항목에 의존하는지 알아보고자 한다.



[그림 4-1] 사용자 대상의 앱 선택의사 반영도 테스트를 위한 연구모델

그림 4-1은 설문조사를 위한 연구모델로 설문 설계 시 활용하였다. 앱 선택의사 반영정도의 기준점으로는 위 장에서 도출한 앱 선택결정요소를 적용하여 독립변수로 정의하였으며, 종속변수로는 앱 표출정보의 각 항목들과 ‘고려하지 않는다’와 ‘기타의견’ 2가지의 예외 변수를 포함한 총 13가지로 설정하였다. 이를 통해 얻고자 하는 결과는 모바일 앱 표출정보에 대한 사용자의 앱 선택의사 반영정도로 추후 이 결과를 가지고 현재 앱 표출정보의 정보적 우선순위를 비교 대조하여 문제점을 도출하는데 사용하였다.

제 2절 / 항목별 앱 선택결정요소 반영정도에 대한 결과

남자 14명과 여자 27명으로 총 41명이 설문에 응해 주었으며, 연령대로는 10대에서 40대까지 다양하게 분포되어 있지만 20~29세 12명, 30~39세 25명으로 앱을 자주 사용하는 20~30대를 중점적으로 설문을 진행하였다.

[표 4-1] 응답자 인구통계학적 특성

요인	분류	표본수	비율(%)
성별	남자	14명	34.1%
	여자	27명	65.9%
나이	16~19세	1명	2.4%
	20~29세	12명	29.3%
	30~39세	25명	61%
	40세 이상	3명	7.3%
생산성(캘린더) 앱 사용여부	사용해 본적 있다	34명	82.9%
	사용해 보지 않았다	7명	17.1%
엔터테인먼트(게임) 앱 사용여부	사용해 본적 있다	35명	85.4%
	사용해 보지 않았다	6명	14.6%
합계		41명	100%

평소 해당 카테고리의 앱에 대한 인식 및 지식이 있는지를 파악하기 위하여 앱 사용여부에 대한 질문도 포함하였더니 생산성 앱에 해당하는 캘린더 앱의 사용여부에 대해서 ‘사용해 본적 있다’라고 대답한 표본 수는 41명 중 34명으로 82.9%가 대답하였으며, 엔터테인먼트 앱에 해당하는 게임 앱의 사용여부는 41명 중 85.4%에 해당하는 35명이 ‘사용해 본적 있다’고 답하였다. 수집된 41개의 표본 중 불성실한 대답을 포함하는 3개의 표본은 무의미하다고 판단하고 총 38개의 표본으로 분석을 진행하였다.

1 카테고리별 분석결과

가. 생산성 앱 카테고리의 대표 앱 인 ‘캘린더앱’

다음은 캘린더 앱 선택 시 사용자가 고려하는 앱 표출정보의 항목별 결과이다. 분석은 독립변수로 설정한 ‘앱 선택결정요소’와 종속변수로 설정한 ‘앱 표출정보의 항목’이 모두 명명척도로 되어 통계학적인 의미보다 빈도에 대한 유의미성을 위하여 교차분석을 시행하였다.

[표 4-2] 캘린더 앱의 케이스 처리 요약

	케이스					
	유효함		결측값		총계	
	N	퍼센트	N	퍼센트	N	퍼센트
앱표출정보 * 앱선택결정요 수	530	100.0%	0	0.0%	530	100.0%
성별 * 앱선택결정요 수	530	100.0%	0	0.0%	530	100.0%

[표 4-3] 캘린더 앱의 카이제곱 검정 결과

	값	df	점근 유의수준(양면)
Pearson 카이제곱	499.007 ^a	132	.000
우도비	453.453	132	.000
선형 대 선형 연결	9.032	1	.003
유효 케이스 N	530		

a. 117 셀(75.0%)에 5 미만의 개수가 있어야 합니다. 예상되는 최소 개수는 .22입니다.

캘린더 앱의 카이제곱 검정 결과에서 pearson 카이제곱 값이 499.007이고 DF(자유도)는 132안에서 유의확률은 .000 이다. 따라서 앱 선택결정요소에 따라 반영된 앱 표출정보의 항목이 차이가 있다는 결론을 낼 수 있었다.

[표 4-4] 캘린더 앱의 방향성 측도

			값	점근표준오차 ^a	근사T ^b	근사수준유의 ^c
명 대 명 목	람 다	대칭	.190	.022	8.248	.000
		앱표출정보 증속	.214	.031	6.394	.000
		앱선택결정요소 증속	.170	.024	6.688	.000
	Goodman 및 Kruskal 타우	앱표출정보 증속	.118	.012		.000 ^c
		앱선택결정요소 증속	.079	.007		.000 ^c

앱 표출정보의 람다 값이 0.214로 다소 낮은 수준이므로 상관관계가 적다는 것을 알 수 있다. 다음 표 4-5는 카테고리 ‘캘린더 앱’의 표출정보에서 앱 선택결정요소 반영정도에 대한 전체적인 결과 값이다.

[표 4-5] ‘캘린더 앱’ 앱 선택결정요소 기준 주요 앱 표출정보

선택결정요소 구분	주요 앱 표출정보	선택결정요소 구분	주요 앱 표출정보
사용편의성	이미지 설명(27.9%), 별점 및 참여수 (37.2%)	앱의 기능적 스펙정보	앱 스펙정보(41.0%)
유용성	이미지 설명(46.2%)	시스템 품질 및 완성도	이용 후기 게시판(32.6%)
유회성	이미지 설명(34.2%), 기타(21.1%)	디바이스간의 호환성	이용 후기 게시판(27.5%) 텍스트 설명(22.5%)
심미성	이미지 설명(55.8%)	기능적 만족도	별점 및 참여수(45.0%), 이용 후기 게시판(30.0%)
개발자와의 피드백여부	이용 후기 게시판 (48.8%)	타인의 경험	별점 및 참여수(50.0%) 이용 후기 게시판(35.0%)
자신의 경험	별점 및 참여수(31.0%)	집단의 경험	홍보 동영상(20.0%)
경제성	이용 후기 게시판(35.7%) 별점 및 참여수(23.8%)		

[표 4-6] 카테고리 ‘캘린더 앱’의 앱 표출정보에서의 앱 선택결정요소 반영도 결과

		앱 선택결정요소													총계	
		사용의성	유용성	유희성	심미성	개발자와의 피드백 여부	자신의 경험	경제성	앱의 기능적 스펙 정보	시스템 품질 및 안정성	바탕화면의 호환성	기능 만족도	타인의 경험	집단의 경험		
앱 표출정보	0	개수	1	1	1	0	0	1	0	1	0	1	1	1	0	8
		앱선택결정요소 내 %	2.3%	2.6%	2.6%	0.0%	0.0%	2.4%	0.0%	2.6%	0.0%	2.5%	2.5%	2.5%	0.0%	1.5%
	홍보동영상	개수	1	4	7	7	0	2	1	0	0	1	0	0	8	31
		앱선택결정요소 내 %	2.3%	10.3%	18.4%	16.3%	0.0%	4.8%	2.4%	0.0%	0.0%	2.5%	0.0%	0.0%	20.0%	5.8%
	런처아이콘	개수	1	0	2	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9
		앱선택결정요소 내 %	2.3%	0.0%	5.3%	14.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.7%
	가격정보	개수	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	3
		앱선택결정요소 내 %	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	7.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	.6%
	별점맞춤여부	개수	16	2	1	0	6	13	10	4	8	1	18	20	6	105
		앱선택결정요소 내 %	37.2%	5.1%	2.6%	0.0%	14.6%	31.0%	23.8%	10.3%	18.6%	2.5%	45.0%	50.0%	15.0%	19.8%
	이미지설명	개수	12	18	13	24	1	7	4	2	2	5	3	1	6	98
		앱선택결정요소 내 %	27.9%	46.2%	34.2%	55.8%	2.4%	16.7%	9.5%	5.1%	4.7%	12.5%	7.5%	2.5%	15.0%	18.5%

	요소 내 %	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
텍스트설명	개수	3	6	2	2	1	6	5	5	4	9	1	0	7	51
	앱선택결정요소 내 %	7.0%	15.4%	5.3%	4.7%	2.4%	14.3%	11.9%	12.8%	9.3%	22.5%	2.5%	0.0%	17.5%	9.6%
앱스펙정보	개수	2	3	1	0	2	4	4	16	8	8	3	1	2	54
	앱선택결정요소 내 %	4.7%	7.7%	2.6%	0.0%	4.9%	9.5%	9.5%	41.0%	18.6%	20.0%	7.5%	2.5%	5.0%	10.2%
업데이트	개수	0	0	1	0	8	3	0	2	5	2	1	1	1	24
	앱선택결정요소 내 %	0.0%	0.0%	2.6%	0.0%	19.5%	7.1%	0.0%	5.1%	11.6%	5.0%	2.5%	2.5%	2.5%	4.5%
판매자정보	개수	1	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	1	0	5
	앱선택결정요소 내 %	2.3%	0.0%	0.0%	0.0%	7.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.5%	0.0%	.9%
이용후기게시판	개수	5	5	2	0	20	6	15	7	14	11	12	14	7	118
	앱선택결정요소 내 %	11.6%	12.8%	5.3%	0.0%	48.8%	14.3%	35.7%	17.9%	32.6%	27.5%	30.0%	35.0%	17.5%	22.3%
기타	개수	1	0	8	4	0	0	0	2	2	2	1	1	3	24
	앱선택결정요소 내 %	2.3%	0.0%	21.1%	9.3%	0.0%	0.0%	0.0%	5.1%	4.7%	5.0%	2.5%	2.5%	7.5%	4.5%
총계	개수	43	39	38	43	41	42	42	39	43	40	40	40	40	530
	앱선택결정요소 내 %	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

나. 엔터테인먼트 앱 카테고리의 대표 앱 인 ‘게임앱’

다음은 게임 앱 선택 시 사용자가 고려하는 앱 표출정보의 항목별 결과이며, 분석방법은 독립변수, 종속변수 모두 명명척도 설정하고 교차분석을 진행하였다.

[표 4-7] 게임앱의 케이스 처리 요약

	케이스					
	유효함		결측값		총계	
	N	퍼센트	N	퍼센트	N	퍼센트
앱표출정보_게임 * 앱선택결정요소_게임	527	98.0%	11	2.0%	538	100.0%

[표 4-8] 게임앱의 카이제곱 검정 결과

	값	df	점근 유의수준(양면)
Pearson 카이제곱	620.367a	132	.000
우도비	549.751	132	.000
선형 대 선형 연결	33.275	1	.000
유효 케이스 N	527		

캘린더 앱의 카이제곱 검정 결과에서 pearson 카이제곱 값이 620.367이고 DF(자유도)는 132안에서 유의확률은 .000 이다. 따라서 앱 선택결정요소에 따라 반영된 앱 표출정보의 항목이 차이가 있다는 결론을 낼 수 있었다.

[표 4-9] 게임 앱의 방향성 측도

		값	점근표준오차 ^a	근사 ^b	근사유의수준	
명목 대 명목	대칭	.222	.021	10.265	.000	
	람다	앱표출정보 종속	.251	.027	8.558	.000
		앱선택결정요소 종속	.198	.022	8.468	.000
	Goodman 및 Kruskal 타우	앱표출정보 종속	.152	.013		.000 ^c
		앱선택결정요소 종속	.098	.008		.000 ^c

- a. 귀무가설을 가정하지 않습니다.
- b. 귀무가설을 가정하는 점근 표준 오차를 사용합니다.
- c. 카이제곱 근사값 기준

앱 표출정보의 람다 값이 0.214로 다소 낮은 수준이므로 상관관계가 적다는 것을 알 수 있어 캘린더 앱과 동일한 값이 추출되었다.

[표 4-10] ‘게임 앱’ 앱 선택결정요소 기준 주요 앱 표출정보

앱 선택결정요소 구분	주요 앱 표출정보	앱 선택결정요소 구분	주요 앱 표출정보
사용편의성	이미지 설명(34.9%), 별점 및 참여수 (27.7%)	앱의 기능적 스펙정보	앱 스펙정보(48.1%)
유용성	이미지 설명(43.8%)	시스템 품질 및 완성도	이용 후기 게시판(34.1%)
유희성	홍보 동영상(23.8%), 이미지 설명(27.5%)	디바이스간의 호환성	앱 스펙정보(33.3%)
심미성	이미지 설명(57.1%)	기능적 만족도	별점 및 참여수(36.3%), 이용 후기 게시판(31.3%)
개발자와의 피드백여부	업데이트 (24.1%)	타인의 경험	별점 및 참여수(48.8%) 이용 후기 게시판(35.4%)
자신의 경험	별점 및 참여수(26.8%), 이용 후기 게시판(37.8%)	집단의 경험	이용 후기 게시판(22.8%)
경제성	앱 스펙정보(48.1%), 별점 및 참여수(26.8%)		

[표 4-11] 카테고리 ‘게임 앱’의 앱 표출정보에서의 앱 선택결정요소 반영도 결과

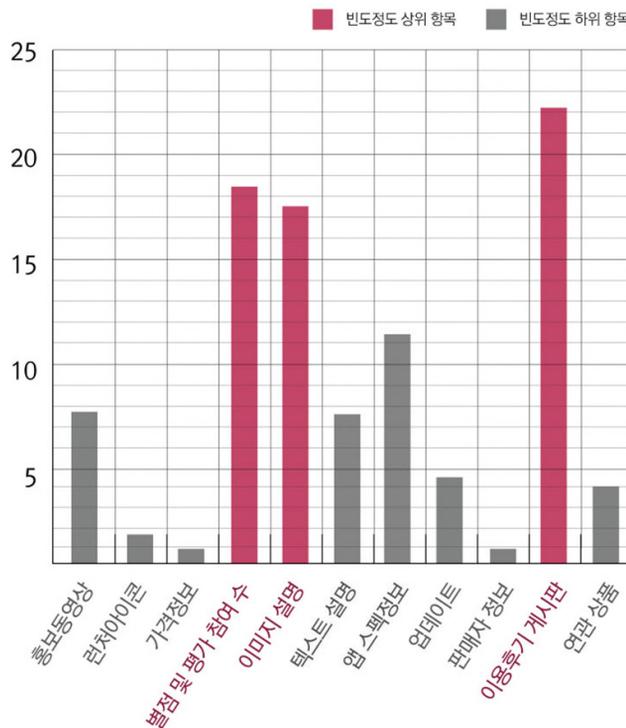
		앱 선택결정요소													총계	
		사용편의성	유용성	유희성	심미성	개발자와의 피백 여부	자신경험	경제성	앱의 기능적 스펙 정보	시스템 품질 및 호환성	디자인의 호환성	기능 만족도	타인 경험	집단의 의견		
앱 표출 정보	0	개수	2	1	1	0	0	1	2	2	1	1	2	1	1	15
		앱선택결정요소 내 %	2.4%	1.3%	1.3%	0.0%	0.0%	1.2%	2.4%	2.6%	1.2%	1.3%	2.5%	1.2%	1.3%	1.4%
	홍보동영상	개수	10	10	24	20	0	5	3	1	1	3	1	1	12	91
		앱선택결정요소 내 %	12.0%	12.5%	30.0%	23.8%	0.0%	6.0%	3.7%	1.3%	1.2%	3.8%	1.3%	1.2%	15.2%	8.6%
	런처아이콘	개수	2	0	2	8	0	1	0	0	0	0	0	2	0	15
		앱선택결정요소 내 %	2.4%	0.0%	2.5%	9.5%	0.0%	1.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.4%	0.0%	1.4%
	가격정보	개수	0	0	0	0	0	0	7	0	0	0	0	0	1	8
		앱선택결정요소 내 %	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	8.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.3%	.8%
	별점 및 참여수	개수	23	3	9	0	9	24	22	6	14	3	29	40	12	194
		앱선택결정요소 내 %	27.7%	3.8%	11.3%	0.0%	10.8%	28.6%	26.8%	7.8%	16.5%	3.8%	36.3%	48.8%	15.2%	18.4%
	이미지설명	개수	29	35	22	48	2	12	5	4	4	7	5	2	10	185
		앱선택결정요소 내 %	34.9%	43.8%	27.5%	57.1%	2.4%	14.3%	6.1%	5.2%	4.7%	9.0%	6.3%	2.4%	12.7%	17.5%

텍스트설명	개수	4	17	4	3	2	6	5	9	5	15	5	0	14	89
	앱선택결정요소 내 %	4.8%	21.3%	5.0%	3.6%	2.4%	7.1%	6.1%	11.7%	5.9%	19.2%	6.3%	0.0%	17.7%	8.4%
앱스펙정보	개수	3	4	1	1	6	9	6	37	16	26	7	4	4	124
	앱선택결정요소 내 %	3.6%	5.0%	1.3%	1.2%	7.2%	10.7%	7.3%	48.1%	18.8%	33.3%	8.8%	4.9%	5.1%	11.7%
업데이트	개수	0	0	1	0	20	7	0	3	12	3	3	1	1	51
	앱선택결정요소 내 %	0.0%	0.0%	1.3%	0.0%	24.1%	8.3%	0.0%	3.9%	14.1%	3.8%	3.8%	1.2%	1.3%	4.8%
판매자정보	개수	1	0	0	0	6	0	0	0	1	0	0	1	0	9
	앱선택결정요소 내 %	1.2%	0.0%	0.0%	0.0%	7.2%	0.0%	0.0%	0.0%	1.2%	0.0%	0.0%	1.2%	0.0%	.9%
이용후기계시판	개수	8	7	7	0	38	18	31	10	29	14	25	29	18	234
	앱선택결정요소 내 %	9.6%	8.8%	8.8%	0.0%	45.8%	21.4%	37.8%	13.0%	34.1%	17.9%	31.3%	35.4%	22.8%	22.1%
기타	개수	1	3	9	4	0	1	1	5	2	6	3	1	6	42
	앱선택결정요소 내 %	1.2%	3.8%	11.3%	4.8%	0.0%	1.2%	1.2%	6.5%	2.4%	7.7%	3.8%	1.2%	7.6%	4.0%
총계	개수	83	80	80	84	83	84	82	77	85	78	80	82	79	1057
	앱선택결정요소 내 %	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

다음 표 4-11는 게임 앱에서 앱 표출정보의 앱 선택결정요소 반영정도를 알아본 최종결과이다. 게임 앱에서 사용자요구를 가장 많이 반영하고 있다고 판단되는 앱 표출정보는 ‘이용후기 게시판’이 22.1%로 가장 많은 반영정도로 분석되며 이후 ‘별점 및 참여 수(18.4%)’, ‘이미지 설명(17.5%)’ 순으로 반영정도가 높게 나타났다.

2. 항목별 분석결과

항목별 앱 선택결정요소의 분포정도를 설문조사를 통해 알아보고자 했으며 이를 정리한 결과는 다음 그림4-2와 같다. 분포정도는 카테고리를 구분하지 않고 통합 합산하여 평균값을 계산하였으며 그 결과 ‘이용후기 게시판’이 가장 사용자요구를 많이 반영한 표출정보의 항목이라 판단되며, ‘별점 및 평가 참여수’, ‘이미지 설명’ 이 그 다음으로 사용자가 앱 선택 시 고려하는 항목으로 결과가 도출되었다.



[그림 4-2] 각 항목별 사용자 선택결정요소 분포정도

항목별 앱 선택결정요소의 분포정도를 분류하면 다음 표 4-10과 같이 분포 정도 상위분류, 중위분류, 하위분류의 3가지로 구분할 수 있었다.

[표 4-12] 앱 선택결정요소 분포정도에 따른 분류

분포정도 상위분류	분포정도 중위분류	분포정도 하위분류
<ul style="list-style-type: none"> - 이용후기 게시판 - 별점 및 평가 참여수 - 이미지 설명 	<ul style="list-style-type: none"> - 앱 스펙정보 - 텍스트 설명 - 홍보 동영상 - 연관 상품 - 업데이트 정보 	<ul style="list-style-type: none"> - 런처 아이콘 - 가격 정보 - 판매자 정보

분포정도가 상위에 있는 항목으로는 ‘이용후기게시판’, ‘별점 및 평가 참여 수’, ‘이미지 설명’ 이 있었다. 특히 이용후기게시판과 별점 및 평가 참여자 수 항목은 암묵적 정보에 해당하며 모두 사용자의 경험 또는 주관적 생각을 바탕으로 사용자 참여형 정보로 볼 수 있다. 분포의 중위에 속하는 항목으로는 ‘앱 스펙정보’, ‘텍스트 설명’, ‘홍보 동영상’, ‘연관 상품’, ‘업데이트 정보’ 가 포함되어 있다. 이들의 특징으로는 대다수가 개발자가 제공하고 있는 명시적 정보에 해당한다. 분포의 하위에 속하는 항목은 ‘런처아이콘’과 ‘가격 정보’, ‘판매자 정보’가 포함된다. 하위분류에 속하는 항목들의 전반적인 특징은 리스트에서부터 앱 상세 표출정보까지 중복적으로 보여진다. 따라서 분포의 하위에 속하는 런처아이콘과 가격정보, 판매자 정보는 정보접근 모델 3가지 체계 중 접근체계(Access Structure)와 관심체계(Interest Structure)에서 사용자에게 영향을 발휘 하는 요소가 되는 것으로 판단된다.

항목별 앱 선택결정요소 반영정도 파악 시 성별에 따라 차이점을 보이는지 알아보기 위해 앱 선택결정요소와 성별과의 교차분석을 진행하였다. 분석의 결과는 다음 표 4-11와 같다.

[표 4-13] 앱 선택결정요소와 성별과의 교차분석 결과

		성별		총계	
		남자	여자		
앱선택결 정요소	사용편의성	개수	17	26	43
		성별 내 %	8.5%	7.9%	8.1%
	유용성	개수	14	25	39
		성별 내 %	7.0%	7.6%	7.4%
	유희성	개수	13	25	38
		성별 내 %	6.5%	7.6%	7.2%
	심미성	개수	16	27	43
		성별 내 %	8.0%	8.2%	8.1%
	개발자와의 피드백 여부	개수	16	25	41
		성별 내 %	8.0%	7.6%	7.7%
	자신의 경험	개수	17	25	42
		성별 내 %	8.5%	7.6%	7.9%
	경제성	개수	15	27	42
		성별 내 %	7.5%	8.2%	7.9%
	앱의 기능적 스펙정보	개수	14	25	39
		성별 내 %	7.0%	7.6%	7.4%
	시스템 품질 및 완성도	개수	18	25	43
		성별 내 %	9.0%	7.6%	8.1%
	디바이스간의 호환성	개수	15	25	40
		성별 내 %	7.5%	7.6%	7.5%
기능적 만족도	개수	15	25	40	
	성별 내 %	7.5%	7.6%	7.5%	
타인의 경험	개수	15	25	40	
	성별 내 %	7.5%	7.6%	7.5%	
집단의 경험	개수	15	25	40	
	성별 내 %	7.5%	7.6%	7.5%	
총계	개수	200	330	530	
	성별 내 %	100.0%	100.0%	100.0%	

앱을 선택할 때 가장 영향을 많이 받는 요소가 남성의 경우 ‘시스템 품질 및 완성도’, ‘자신의 경험’, ‘사용편의성’의 순으로 분석되었으며 여성의 경우

‘경제성’, ‘심미성’, ‘사용편의성’ 순으로 파악되었다. 앱 선택결정요소와 남녀 성별에 대한 교차분석과 앱을 사용한 경험의 유무에 따라서는 유의미한 결과가 도출되지 않았으므로 상관관계도 존재하지 않는다.

[표 4-14] 성별과 앱 선택결정요소간의 카이제곱 검정 결과

	값	df (자유도)	점근 유의수준(양면)
Pearson 카이제곱	.929a	12	1.000
우도비	.927	12	1.000
선형 대 선형 연결	.009	1	.925
유효 케이스 N	530		

성별과 앱 선택결정요소 간의 카이제곱 검정을 분석해 본 결과, 자유도 12 안에서 카이제곱 값 0.929, 유의수준 1.000을 보았을 때 유의미하다고 보기 힘들며, 성별과 앱 선택결정요소간의 관계는 무의미하다고 분석할 수 있다.

이와 같은 맥락으로 남성의 경우 조작적인 부분과 앱의 시스템, 완성도등을 매우 중요시 생각하며 이는 경험과도 직결되어 지금 선택한 앱에 대한 경험이 추후 다른 앱을 선택할 때 영향력을 미칠 것으로 보여진다. 여성의 경우 주관적 평가가 대다수 해당되어 보기 좋으면서도 사용에 편리하며 가격대비 경제성도 갖춘 앱을 선호하는 것으로 파악된다.

제 3절 / 소결 및 연구과제

1. 소결

앱 표출정보와의 관계와 사용자 요구 반영정도 분석 위해 앱 마켓을 자주 사용하는 10~40대 41명을 대상으로 설문조사를 실행하였으며 도출된 주요 발견점은 다음과 같다.

첫째, 카테고리 별 앱 선택결정요소가 다르게 나타났다. 생산성 카테고리에서의 대표 앱인 ‘캘린더 앱’은 사용편의성 및 유용성 등을 중점을 둔 카테고리이며, 엔터테인먼트 카테고리에서 대표 앱인 ‘게임 앱’은 흥미성과 스펙을 중심으로 고려하여 개발하는 앱이다. 따라서 앱들이 가지는 기능적, 성향적인 특징들은 앱 선택에 있어서 각각 다른 변수들에 영향을 받을 것으로 판단하여 성향이 다른 두 카테고리를 대상으로 설문을 설계하였다. 그 결과로 표 4-13은 카테고리별로 주요 앱 선택결정요소와 주요 고려 앱 표출정보를 정리하였다.

[표 4-13] 카테고리별 주요 앱 선택결정요소와 주요 고려 앱 표출정보

구분	캘린더 앱	게임 앱
주요 앱 선택결정요소	사용편의성, 디바이스간의 호환성, 기능적 만족도, 경제성, 타인의 경험	사용편의성, 유희성, 심미성, 기능적 만족도, 타인의 경험, 앱의 기능적 스펙정보
주요 고려 앱표출정보	이용후기 게시판 별점 및 참여자수 이미지설명 앱 스펙정보	이용후기 게시판 별점 및 참여자수 이미지설명 앱 스펙정보

캘린더 앱의 경우 ‘사용편의성’, ‘디바이스간의 호환성’, ‘기능적 만족도’, ‘경제성’, 그리고 ‘타인의 경험’의 5가지 앱 선택결정요소가 가장 많이 나타났으며, 게임 앱은 ‘사용편의성’, ‘유희성’, ‘심미성’, ‘기능적 만족도’, ‘타인의

경험', '앱의 기능적 스펙정보' 의 6가지 요소들이 해당 앱을 선택 할 때 주요 원인이 되어 작용는 것으로 판단된다.

둘째, 앱 표출정보들 중 사용자 선택결정요소의 빈도수가 가장 높게 나타난 항목은 '이용후기 게시판' 이며 '별점 및 평가참여자수', '이미지 설명', '앱 스펙정보', '텍스트 설명' 순으로 우선순위가 나타났다. 또한 앱 선택결정요소의 정보적 우선순위는 카테고리의 영향을 받지 않았다. 고빈도 분류인 이용후기게시판, 별점 및 평가참여자 수는 암묵적 정보에 속하는데 설문조사 결과, 명시적 정보들과 비교 시 빈도정도의 격차가 많음을 보아 앱 선택에 있어 사용자들은 암묵적 정보에 높은 신뢰감을 가지고 있음을 파악할 수 있었다.

셋째, 사용자 요구를 중심으로 정보의 우선순위를 논하였을 때 기존에 앱 표출정보와 사용자 요구간의 불일치가 발견되었다. 기존 앱 표출정보는 앱 상세정보와 이용후기, 연관상품 이라는 3가지 영역으로 이루어져 있었으며 앱 상세정보에는 앱의 구매 기본정보와 설명 정보, 판매자 중심으로 제공하고자 하는 정보를 담고 있고 하단으로는 이용후기와 연관상품이 각각 배열되어 있다. 특히 이용후기의 경우는 사용자가 직접 참여 가능하고 기여한 정보의 일부로 주관적 성향이 강하고 경험기반의 정보를 제공 하고 있다.



[그림 4-3] 티스토어의 앱표출정보구조와 앱 표출정보의 우선순위 비교

넷째, 앱 선택결정요소들이 미비하게 차이가 있지만 영향범주는 유형별로 고루 분포되어 있음을 파악할 수 있었다.

다음 표 4-15는 카테고리별로 상위 5개의 주요 앱 선택결정요소들이 어떤 영향범주에 해당되는가를 정리한 결과이다. 캘린더 앱은 주요 앱 선택결정요소 중 2개가 '사용자 주관적 영향범주'에 속하였으며, 2개는 '앱/시스템 영향범주' 그리고 1개는 '사용자 영향범주'에 포함되었다. 게임 앱의 경우 총 6개의 주요 앱 선택결정요소가 '사용자 주관적 영향범주'는 3개, 앱/시스템 영향범주는 2개, '사용자 영향범주'에 속하는 요소는 1개로 나타났다. 본래 두 카테고리가 가지는 주요 앱 선택결정요소가 캘린더 앱은 5개, 게임 앱은 6개 여서 비교 시 미비한 차이는 있지만 각 카테고리별 영향범주에 대한 비율은 비슷한 것으로 판단된다.

[표 4-15] 카테고리별 주요 앱 선택결정요소의 영향범주 분석

구분	캘린더 앱	영향범주	게임 앱	영향범주
주요 앱 선택결정 요소	사용편의성	■	사용편의성	■
	경제성	■	유희성, 심미성	■
	디바이스간의 호환성	▲	기능적 만족도	▲
	기능적 만족도	▲	앱의 기능적 스펙정보	▲
	타인의 경험	●	타인의 경험	●

영향범주 범례

■ 사용자 주관적 영향범주 | ▲ 앱/시스템 영향범주 | ● 사용자경험 영향범주

또한 경험과 관련된 앱 선택결정요소가 자신의 경험, 타인의 경험, 집단의 경험 이렇게 총 3가지가 있는데 이들 중 카테고리별 주요 앱 선택결정요소로 언급된 요소는 '타인의 경험' 뿐이다. 이를 보아 3가지의 경험기반 요소 중에서도 앱 선택에 있어서 사용자들이 가장 신뢰하는 것은 '타인의 경험'이라는 결과를 얻을 수 있었다.

다섯째, 앱 표출정보 외 기타의견의 대부분은 '경험'의 개념이 포함된 의견들이 다수였다. 그 외 기타의견들이 존재 했으며 기타의견의 경우 사용자가 앱을 선택하는 목적에 있어 이를 충족 시켜줄 수 있는 정보가 없을 경우 나타났다. 그 내용은 다음과 같다.

[표 4-16] 원하는 정보를 표출정보 항목에서 얻지 못한 기타의견

앱 카테고리	기타의견
캘린더 앱	사용해 볼 수 밖에, 무료버전을 다운받아보고(앱 스펙), 베타버전이나 라이트버전 사용 후 선택(기능만족도),
게임 앱	무료판을 실제 사용 후(경제성), 포털 검색 및 게시판 탐독 후 결제 (집단의 경험)

기타의견들은 사용, 무료버전 이후 선택, 검색 등의 내용을 담고 있었으며 1차적인 원하는 정보 항목에 대한 부재 시 개인의 경험이 다수 작용하며 결제 및 심도 있는 다른 정보의 습득을 필요로 함을 알 수 있었다. 또한, 앱을 선택할 때 '타인의 경험'이 주요 변수로 작용 했었지만 경제성이 부각 되고 결제를 해야 하는 시점에서는 '자신의 경험'이 바탕이 됨을 파악할 수 있었다.

2. 연구과제

본 설문조사를 통해 도출된 결과를 종합해 보면 기존 앱 표출정보는 사용자들에게 선택에 있어 정보적 만족감을 제공하지 못하고 있다. 따라서 사용자 요구를 반영한 앱 표출정보의 시각화 방안에 대한 연구의 필요성이 제기된다.

제 5 장

앱 기본정보에서 암묵적 정보의 표현방법 제안

제 1절 웹페이지에서의 암묵적 정보의 특징과 시각적 표현방법

1. 웹페이지에서의 암묵적 정보의 유형
2. 암묵적 정보의 유형별 특징과 시각적 표현방법

제 2절 앱 기본정보에서 암묵적 정보의 시각적 표현 제안

1. 모바일 환경에서의 암묵적 정보표현 유형
2. 암묵적 정보의 시각적 표현 제안

제 3절 사용자 설문조사

1. 설문조사 개요
2. 설문조사 결과

제 5 장

앱 표출정보에서 암목적 정보의 표현방법 제안

제 1절 / 웹 기반 전자상거래에서 암목적 정보의 특징과 시각적 표현방법

1 웹 기반 전자상거래에서 암목적 정보의 유형

앞 장까지 언급한 모바일 앱 선택에 있어 사용자요구는 다양한 변수를 가지고 있었으며 특히 개인의 경험 보다 타인의 경험에 더 신뢰를 가지고 있음을 파악할 수 있었다. 웹에서의 전자상거래 형태는 모바일 기반 전자상거래보다 훨씬 이전부터 활발히 성행하고 있으며 사용자 층이나 상품의 카테고리의 스펙트럼이 넓게 존재하고 있다. 따라서 웹 기반 전자상거래의 암목적 정보를 탐색한다면 모바일 앱 마켓에서의 암목적 정보의 시각적 표현을 제안하는데 그 기반이 될 것으로 사료된다. 본 장에서는 모바일에서 타인의 경험을 적극적으로 활용하여 분별력 있고 신뢰성을 높을 수 있는 암목적 정보의 시각적 표현방법 제안을 위해 웹 기반 전자상거래에서 나타나고 있는 암목적 정보의 형태를 파악하고자 한다.

웹 기반 전자상거래의 암목적 정보의 형태를 알아보기 위해 모바일 앱 마켓과 같이 넓은 유저층을 가지고 있으며 다양한 사용자요구가 있을 수 있는 ‘가전제품’, ‘화장품’, ‘여행’, ‘생활용품’, ‘식품’ 총 5개의 카테고리에서 암목적 정보가 어떤 형태로 나타나고 있는지 살펴보았다. 사이트 검색 방법은 검색포털 사이트 (www.naver.com)에서 ‘가전제품 쇼핑물’ 과 같이 카테고리 명+쇼핑물로 검색, 사이트 리스트에서 상위3위 내의 사이트들을 대상으로 하였다.

[표 5-1] 모바일 앱 마켓과 성향이 흡사한 웹 기반 전자상거래의 카테고리화 사이트

카테고리 구분				
가전제품	화장품	여행	생활용품	식품
롯데아이몰	이니스프리	아고라	천이백엠	올가홀푸드
lotteimall.com	innisfree.co.kr	agoda.com	1200m.com	orga.co.kr
전자랜드프라이스	네이처리퍼블릭	호텔스컴바인	2001아울렛	초록마을
etland.co.kr	naturerepublic.com	hotelscombined.co.kr	2001outlet.com	choroc.com
하이마트	아리따움	하나투어	다이소몰	농협a마켓
e-himart.co.kr	aritaum.com	hanatour.com	daisomall.co.kr	nhamarket.com

* 2015년 11월 11일 기준

위 표 5-1은 웹 기반 전자상거래에서 모바일 앱 마켓과 성향이 흡사 하다고 판단되는 5가지의 카테고리화 사례로 분석할 사이트를 정리한 표이다. 웹페이지 기반 전자상거래에서 암묵적 정보의 영역은 모바일 기반 전자상거래와 동일하게 사용 후기 게시판, 상품평과 같이 나타나고 있었다. 차이점이라고 볼 수 있는 것은 의미적, 표현적, 시각적인 부분에서 표현방법 등이 조금씩 다르게 보여지고 있었다.

따라서 각 카테고리별 상이점을 명확하게 파악하기 위해 표 5-2와 같이 상품평의 위치, 5점 평점의 세분화, 연관 상품 노출 여부, 기타 특이사항 의 4가지 사항을 기준으로 각각의 특징을 기재하였다.

[표 5-2] 웹 기반 전자상거래의 카테고리별 압목적정보의 특징

구분		상품평의 위치	5점평점의 세분화(다항목)	연관 상품 노출	기타 특이사항
가 전 제 품	롯데아이몰	상단에 요약형/ 하단	연령, 성별, 품질, 디자인, 가격, 배송	무	멀티미디어 상품평
	전자랜드프라이 스	하단	없음	유	-
	하이마트	상단에 요약형/ 하단	상품, 가격, 배송, 친절도	유	-
화 장 품	이니스프리	상단에 요약형 / 하단	연령, 성별, 피부타입	유	포토 리뷰
	네이처리퍼블릭	상단에 요약형/ 하단	연령, 성별, 피부타입	유	포토 상품평
	아리따움	상단에 요약형 / 하단	연령, 피부타입, 피부톤, 피부고민, 재구매 의사	유	파워 리뷰
여 행	아고라	상단에 요약형 / 하단	여행자 유형, 가격대비, 위치, 직원들의 태도, 호텔 위생 상태, 객실의 편안함, 음식 및 레스토랑	유	호텔 하이라이트 : 호텔 근처 정보 제공
	호텔스컴바인	상단에 요약형 / 하단	고객 유형, 청결도, 식사, 부대시설, 위치, 객실, 서비스	유	고객 유형 별
	하나투어	상단에 평점 요약형 / 하단	고객 유형, 일정, 항공, 호텔, 식사, 가격	유	-
생 활 용 품	천이백엠	하단	품질, 가격, 디자인, 서비스	유	-
	2001아울렛	상단에 요약형 / 하단	상품, 가격, 배송, 포장	유	-
	다이소몰	상단에 요약형 / 하단	-	무	프리미엄 상품평
식 품	올가홀푸드	하단	-	유	상품 인증마크 여부
	초록마을	상단에 요약형 / 하단	-	유	전문가 상품평
	농협a마켓	하단	-	무	-

위의 표를 분석해 보면 전체적으로 사용자의 경험을 바탕으로 한 후기 게시판의 중요성을 부각하여 상단에 요약형식으로 제공 해 주고 디테일한 내용의 게시판은 하단에 배치하는 모습들이 발견되었다. 또한 상품에 대한 디테일한 항목별 평가는 카테고리별 특징에 맞게 항목을 분류하여 사용자들에게 선택에 있어 구매하는 사람들의 보편적인 의견을 제공하려는 의도라 판단된다.

위의 사이트들을 의미적, 시각화 표현적인 기준으로 구분 할 경우 총 3가지로 분류 가능하였다. 대부분 기본적인 별점시스템에 충실한 사이트가 많은 식품 카테고리에 포함되어 있는 ‘통합 평점형’, 평점시스템에서 연령, 배송에 대한 만족도, 가격에 대한 만족도 등 평가 항목을 3~4가지 정도로 분류하여 평가하도록 하는 사이트가 대다수 인 가전제품과 생활용품 그리고 화장품이 포함되어 있는 ‘항목별 평점형’, 마지막으로 다양한 사용자의 유형, 가격대비, 위생상태, 편안함 등 해당 카테고리에서만 존재할 수 있는 다양한 항목들을 함께 제공하고 있는 여행 카테고리가 포함되어 있는 ‘다항목 리뷰형’으로 분류 가능하였다.

다음 그림 5-2는 웹페이지에서 암묵적 정보의 유형과 유형별 시각적 표현방법 및 의미를 정리한 다이어그램이다.



[그림 5-1] 웹페이지에서의 암묵적 정보의 유형과 시각적 표현방법

통합 평점형과 항목별 평점형의 경우 별점 시스템을 기본 바탕으로 하여 이를 사용자 수 대비 평균값을 측정하는 방식으로 되어 있어 평가에 대한 5점 척도를 아이콘의 채도 높고 낮음으로 표현하였다. 통합 평점형의 경우 제품의 총체적인 평점 평가에 비중을 두었으며 항목별 평점형은 3~4가지로 나뉜 항목들, 즉 품질, 배송 및 가격대비, 서비스 등 세부 항목에 대한 만족 정도를 평가하는데 그 의미를 두고 있다.

반면, 다항목 리뷰형의 경우 항목별 평점형 보다 항목의 개수가 상세하게 나뉘어져 있어 사용자의 유형, 상황 등을 파악 가능하도록 항목들을 배치하였다. 리뷰글이 평가자의 리뷰글, 작성날짜, 국가, 사용자의 유형까지 리스트에서 한눈에 확인 가능한 구조로 되어있어 글을 읽었을 때 하나의 페르소나³²⁾를 보는 듯 구체적으로 파악할 수 있다.

32) 페르소나, 위키백과사전 <https://ko.wikipedia.org/>

페르소나란 마케팅 분야나 디자인 분야에서 제품 및 콘텐츠 제작 시 사용자가 특정 상황과 환경속에서 어떻게 행동할 것인지 예측하고 파악하기 위해 실제 사용자의 자료를 토대로 가상의 개인 인격을 부여하는 것을 말한다. 즉, 다양한 항목 분류와 상세한 리뷰글로 작성자가 어떤 상황에 어떤 행동을 했는지 예측이 가능하다는 의미이다.

2. 암묵적 정보의 유형별 특징과 시각적 표현방법

가. 통합 평점형의 특징과 시각적 표현방법

웹페이지의 암묵적 정보의 ‘통합 평점형’은 대부분 5점별점 형태가 많아 해당 상품의 전체적인 만족도를 평점으로 평가하는 암묵적 정보의 표현유형 이다.

가장 보편적으로 많이 보이는 사례로 기본적인 별점 형식이며 5점 척도 개념이다. 이는 현재 구글 플레이스토어(Google PlayStore), SK 티스토어(T-Store) 모바일 앱마켓들에서 보이는 암묵적 정보의 형태이기도 하다.

[표 5-3] 웹 기반 전자상거래에서 암묵적 정보의 ‘통합 평점형’과 그 특징

통합 평점형	
주요 카테고리	식품
시각적 특징	평가척도 : 5점 척도 시각적 특징 : 5점 척도의 아이콘화 (별 색상 변화에 따른 평가점수 반영 형태)
의미적 특징	해당 상품의 전체적인 통합 평가
기타 특이사항	상품상세페이지의 가장 하단에 구매후기형태의 게시판만 제공

올가홀푸드의 상품 상세설명 페이지의 상단 정보구성은 상품명, 상품사진, 판매가, 배송비 등 상품이 가지고 있는 상세정보를 주를 이루고 있고 저농약 농수산물 인증마크 등 상품에게 신뢰를 줄 수 있는 정보들이 대다수 상단에 위치해 있다. 통합평점에 대한 시각화 표현의 경우 5점 척도의 평균값을 계산하여 5점 만점 또는 10점 만점으로 측정하거나 위 그림 5-2와 같이 별 5개중 어느 정도 만족하느냐를 1인 1평가 결과 형식으로 보여주기도 한다.

제주 노지감귤 (친환경, 2.8kg)



b
f
t

판매가	11,800원
적립포인트	59 P (0.5%)
배송	출기배송 / 상온
배송비	40,000원 이상 무료 배송
관련기획전	[-12.11] 마이스터감귤
제조사/제조국	김현수 생산자 외 / 한국
규격/단위	2.8kg/40개 내외 / EA
수량	<input type="text" value="1"/>

지농약농산물 (제18-02-4-134호)

화원비료는 국외적 질량 시비량의 1/2 이내로 사용하고, 농약 살포는 농작물 재배 초기부터 1/2 이하로 하고, 계통제를 살포할 경우에는 살포량을 살포량의 1/2 이하로 하고, 살포 시 농작물의 농약잔류허용기준의 1/2 이하인 것

인증

지농약농산물

바로구매 장바구니 찜 대량구매문의

전화 주문 안내 : 080-596-0086
 평일 : 09:00 ~ 18:00 / 토요일 : 09:00 ~ 12:00
 일요일, 공휴일은 휴무합니다.

[그림 5-2] 을가홀푸드의 상품 상세설명 페이지의 상단 정보구성

상품번호	상품명	제조업체명	Q&A	배송/반품/교환
번호	제품	책임자	작성일	항목
14	과 무에	CA***	2015.12.01	★★★★
13	과 무에	CA***	2015.12.01	★★★★
12	...	kg****	2015.12.01	★★★★
11	훈순살, 달걀, 닭채, 닭, 닭판, 닭, 닭판	pr****	2015.11.30	★★★★
해당문의가 47건에 달하는 건으로 글자 크기를 늘거나 세로확대하고 좀 수리한 것인데, 제 답변에는 반영이요...				
10	물 달걀, 달걀	pr****	2015.11.27	★★★★

[그림 5-3] 통합 평점형의 예시 : 식품쇼핑몰 ‘초록마을’의 상품평과 을가홀푸드의 상품평 게시판

그림 5-3 을가홀푸드 쇼핑몰의 상품평 게시판과 같이 평점의 아이콘 모양이 별이 아닌 쇼핑물의 특징, 즉 오가닉 전문 쇼핑몰이며 자연주의라는 느낌이 들 수 있는 풀잎 아이콘을 별 아이콘 대신 사용하고 있다. 종합적으로 ‘통합 평점형’ 유형은 해당 상품의 전체적인 통합 평가에 초점을 두었으며 추가적으로 상품에 대한 신뢰감을 높일 수 있는 ‘인증마크’ 등의 정보들이 상단에 위치하였다.

나. 항목별 평점형의 특징과 시각적 표현방법

항목별 평점형은 화장품, 생활용품 및 전자제품과 같이 사용편의성 및 유용성과 관련성이 많은 카테고리에서 많이 나타나는 유형이다. 표 5-4는 웹 기반 전자상거래에서 암묵적 정보의 유형인 항목별 평점형의 시각적, 의미적 특징을 정리한 결과 이다.

[표 5-4] 웹 기반 전자상거래에서 암묵적 정보의 ‘항목별 평점형’과 그 특징

항목별 평점형	
주요 카테고리	화장품, 생활용품, 전자제품
시각적 특징	평가척도 : 항목별 별도의 5점 척도 시각적 특징 : 항목별 별도의 5점 척도의 아이콘화 후 통합 평균평점을 추가로 표출
의미적 특징	해당 상품의 전체적인 통합 평가 3~4가지의 상세 항목별 평가 가능
기타 특이사항	상품상세페이지의 상위에 후기와 평점의 overview 형태의 정보 제공

네이처리퍼블릭의 상품 상세설명 페이지의 상단 정보구성에서는 상품의 기본정보에 해당하는 상품명, 판매가, 용량/사이즈, 상품에 적합한 고객의 피부타입이 명시되어 있고 추가적으로 요약형 사용후기게시판과 고객만족지수 평균평점이 별점과 함께 상단에 배치되어있다. 이는 앞서 언급한 통합평점 유형과는 암묵적 정보의 유무에서 차이점을 보이고 있으며 암묵적 정보가 상위에 노출된다는 것은 그만큼 화장품 및 전자제품과 같은 카테고리에서 쇼핑을 하는 사용자가 암묵적 정보에 많이 의존하고 있다는 것으로 판단된다.



[그림 5-4] 화장품쇼핑몰 ‘네이처리퍼블릭’의 상품 상세설명 페이지의 상단 정보구성

상단에서는 총 평점과 요약형 리뷰를 보여준 반면 하단에 위치한 구매후기 게시판에서는 평가에 참여한 사용자의 더욱 상세한 유형 분류를 하였다. 화장품 쇼핑몰의 경우 상세 항목으로 연령대, 성별, 피부톤, 피부타입으로 분류하였으며 리뷰글을 클릭하지 않아도 리스트 상에 오버뷰(overview)를 보여줌으로서 본 상품을 구매한 사람들의 전반적인 성향 및 상품 후 분위기를 파악 할 수 있도록 하였다. 특히 위의 카테고리들의 경우 사용편의성 및 유용성을 중요하게 생각하는 카테고리들이기 때문에 카테고리들의 성향에 맞는 항목분류를 한 것으로 파악된다.



[그림 5-5] 화장품쇼핑몰 ‘네이처리퍼블릭’의 구매후기 게시판(좌)과 ‘아리따움’의 구매후기 게시판(우)

다. 다항목 리뷰형의 특징과 시각적 표현방법

다항목 리뷰형의 경우 여행카테고리에서 가장 보편적으로 나타나는 유형이었다. 평가의 척도가 타 카테고리에 비해 비교적 상세한 평가를 요구하고 있으며 제품에 대한 평가 전 사용자의 유형을 판단할 수 있는 기본적인 정보³³⁾ 제공을 필수로 요구하고 있다.

[표 5-5] 웹 기반 전자상거래에서 압목적 정보의 ‘다항목 리뷰형’과 그 특징

다항목 리뷰형	
주요 카테고리	여행
시각적 특징	평가척도 : 항목별 별도의 10점 척도 시각적 특징 : 항목별 별도의 5점 척도의 아이콘화 후 통합 평균평점을 추가로 표출
의미적 특징	해당 상품의 전체적인 통합 평가 4가지 이상의 상세 항목별 평가 가능 사용자의 다양한 유형
기타 특이사항	상품상세페이지의 상위에 후기와 평점의 overview 형태의 정보 제공

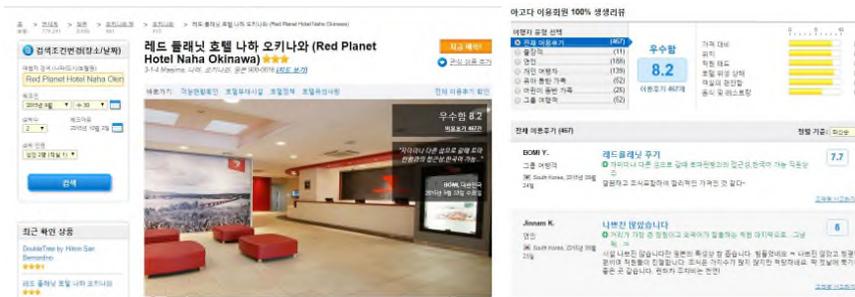
다항목 리뷰형이 다른 유형들과의 차이점을 보이는 부분은 항목별 상징화와 리뷰형 후기 게시판의 형태이다. 기존 다른 유형들의 경우 일반 텍스트와 막대그래프, 5점 평점의 별아이콘 정도 활용하였지만 다항목 리뷰형의 경우 위 유형들 대비 많은 정보를 제공하고 있다. 또한 그림 5-6과 같이 도상적 표현을 통한 아이콘화, 막대그래프에서의 다색상표현 등 다양한 시각화 표현을 시도하였다.

33) 예를들어 여행자의 유형 중에서도 가족, 커플, 혼자 등 다양한 여행객의 형태를 제시하고 그 중 어디에 해당되는지 선택하도록 되어 있다.



[그림 5-6] 여행상품쇼핑몰 ‘하나투어’의 구매후기 게시판

위 그림은 ‘하나투어’의 구매 후기 게시판의 모습이다. 사용자의 유형 항목으로 여행자의 유형을 선택 후 총 5개의 사항에 대한 10점 척도 평가를 하도록 되어있다. 해당 상품이 어떤 여행자 유형에 적합한 지 한눈에 파악 가능하며 호텔 서비스에 대한 세부 사항인 객실시설, 부대/편의시설, 직원서비스, 가격 만족도, 위치/교통 등의 평균 평가점수를 보여 주고 있다. 사용자의 주관적인 평가에 대해 객관성을 부여 했으며 평가하는 개인의 상세 정보(여행자 유형, 투숙일, 국가 등)를 오픈함으로써 신뢰성을 주고자 하는 것으로 판단된다.



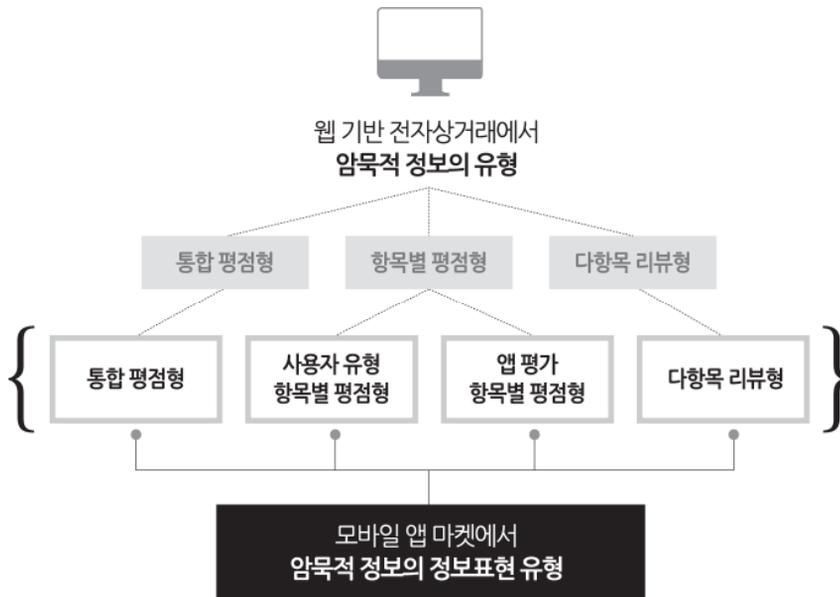
[그림 5-7] 여행상품 쇼핑몰인 ‘아고다’의 상품 상세설명 페이지의 상단 정보구성과 구매후기 게시판

제 2절 / 앱 기본정보에서 암묵적 정보의 시각적 표현 제안

1. 모바일 환경에서의 암묵적 정보 시각화표현

앞 절에서는 웹페이지에서 나타나는 암묵적 정보의 유형과 그 시각화 표현을 탐색하였다. 이는 모바일에서의 암묵적 정보를 어떻게 표현하는 것이 효과적이며 신뢰성 및 객관성을 포함할 수 있는지 알아보고자 함에 그 목적이 있었다. 따라서 본 절에서는 웹 기반 전자상거래에서 나타나는 암묵적 정보의 유형을 바탕으로 모바일 앱 마켓에서 암묵적 정보의 시각적 표현방법을 논하고자 한다.

기존에 웹 기반 전자상거래에서 암묵적 정보의 유형은 통합 평점형, 항목별 평점형, 다항목 리뷰형의 3가지 유형으로 분류가 가능했다. 이들의 시각적 특징, 의미적 특징을 중심으로 모바일 기반 전자상거래에서 나타날 수 있는 암묵적 정보의 시각화 방법을 다음 그림 5-13과 같이 정리할 수 있었다.



[그림 5-9] 모바일 앱 마켓 암묵적 정보의 4가지 정보표현 유형

새로운 형태의 압목적 정보의 시각화 방법과의 비교를 위해 기존 티스토어의 압목적 정보의 형태인 ‘통합 평점형’을 포함하여 항목별 평점형에서 나뉘는 ‘사용자 유형 항목별 평점형’과 ‘앱 평가 항목별 평점형’, 그리고 웹 기반 전자상거래의 유형에서 그대로 받아온 ‘다항목 리뷰형’의 총 4가지 시각적 표현방법을 제안하고자 한다. 아래 표 5-6은 제안하고 자 하는 앱 마켓 압목적 정보의 4가지 유형과 그 정보표현 방법을 정리 한 결과 이다.

[표 5-6] 모바일 앱 마켓 압목적 정보의 4가지 유형과 그 정보표현 방법

구분	정보표현 방법
통합 평점형	기존 앱 마켓 압목적 정보와 동일
사용자 유형 항목별 평점형	앱 평가 시 사용자의 성별과 연령을 기입하여 통계 시 사용자 유형 항목별 통계 수치를 표출
앱 평가 항목별 평점형	앱 평가 시 세부항목에 대한 평가를 각각 선택하게 하여 통합 평균총점 수치를 표출
다항목 리뷰형	정보표현 방법은 앱 평가항목별 평점형과 동일하나 각 항목별로 도상적 표현을 이용한 상징성을 부각함 또한 후기게시판을 리뷰형으로 제공

‘통합 평점형’은 기존 앱 마켓의 압목적 정보와 동일함으로 다른 유형들과 비교할 수 있는 표현적 특징은 없다. 다만 앱에 대한 전체적인 선호도에 대한 평가를 기준으로 하고 있는 유형임으로 설문 시 비교대상으로 포함되는 정도로 그 의미를 부여하였다.

‘사용자 유형 항목별 평점형’은 평가자의 인구통계학적 유형인 연령, 성별을 노출하여 해당 연령 및 성별 비율 대비 평점을 표출하는 유형이다. 이는 사용자가 앱을 평가하는 데 있어 직접적으로 항목이 나타나지 않고 기존에 등록되어 있는 사용자의 연령/성별이 노출되는 형태이다.

‘앱 평가 항목별 평점형’은 앱 평가시 통합적 평가가 아닌 세부 사항 별 평가 후 시스템적으로 합산, 통합 평균 총점을 수치로 표출하는 유형이다. 특히 앱의 세부 항목은 사용자의 요구를 중심으로 하여 앱 표출정보중 다양한 카테고리에서 고려 사항으로 파악되는 앱선택결정요소를 바탕으로 선정 하였다.

‘다항목 리뷰형’은 내용과 표현하고자 하는 정보요소는 ‘앱 평가 항목별 평점형’과 동일하나 시각화 표현에 있어 도상적 표현이나 상징성을 더욱 부각시켜 모바일 환경에서도 직관적으로 정보를 인지할 수 있도록 하였다.

[표 5-7] 암묵적 정보의 유형별 시각화 표현방법의 특징

	5점척도의 대상	사용자 유형 항목	앱 평가 항목	리뷰게시 판의 형태	시각적 표현 특징
통합 평점형	선호도	-	-	서술형	
사용자 유형 항목별 평점형	선호도	○	-	요약형	항목 비율별 막대그래프
앱 평가 항목별 평점형	앱 평가 항목별	○	○	요약형	항목 비율별 막대그래프
다항목 리뷰형	앱 평가 항목별	○	○	서술형	앱 평가 항목의 상징화(아이콘)

위 표 5-7에서는 모바일 앱 마켓에서 암묵적 정보의 유형별 시각화 표현방법의 특징들을 요약하였다. 이를 바탕으로 다음 절에서는 각 유형별 시각화 표현방법에 대한 구체적인 내용을 서술하고자 한다.

2. 암목적 정보의 정보표현 방법 제안

사용자들의 앱 선택과정에서 활용되는 ‘이용후기 게시판’과 ‘통합 별점 및 평가참여자 수’ 정보는 하부의 정보 조직화 자원으로 세분화시켜서 새로운 방식으로 시각화할 수 있었다. 따라서 본 절에서는 제안하고자 하는 총 4가지의 유형 ‘통합 평점형’, ‘사용자 유형 항목별 평점형’, ‘앱 평가 항목별 평점형’, ‘다항목 리뷰형’의 상세한 시각화 방법에 대해 논하고자 한다.

제안하고자 하는 유형 중 첫 번째 유형은 ‘통합 평점형’이다. 그림 5-3은 모바일 앱 마켓의 암목적 정보의 사례인 티스토어의 사용 후기 게시판과 평점시스템 부분이다. 본 유형은 기존 티스토어의 암목적 정보의 시각화 표현을 그대로 사용한다.



이용후기

pericion89**
2012.10.17 ★★★★★

♡ 22

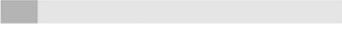
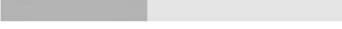
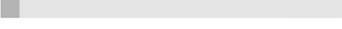
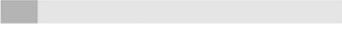
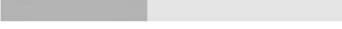
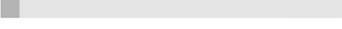
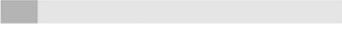
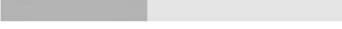
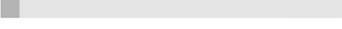
BEST 어플 몇몇백개씩 받으면서 후기 첨 써봅니다 정말 진심 대박이구요 좀더 기능추가와 디자인개선만 되면 대박날것같습니다 유료꼭살게요:D

- 1.메모보기 전체화면 모드추가
- 2.체크리스트양식추가(todolist등으로활용)
실제로 리스트를 터치하면 줄이 그어지는 등의 체크기능포함
- 3.OX캘린더에서 하루당 실행횟수, 시간목표 양식추가
- 4.학생들을위한스터디플래너양식추가

[그림 5-10] 모바일에서의 암목적 정보표현 방법 / 통합 평점형

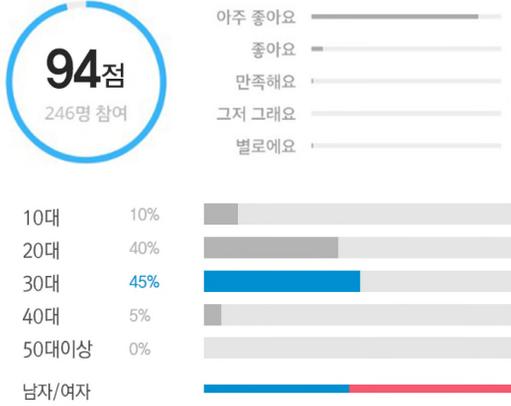
두 번째 제안은 ‘사용자 유형 항목별 평점형’이다. 본 안은 항목별 평점형에 근거하여 사용자의 유형에 대한 항목을 추가 하였다. 연령, 성별 정보를 추가하고 기존에 모든 글이 서술형으로 표출된 후기 게시판을 요약형으로 제안하였다.

[표 5-8] 사용자 유형 항목별 평점형의 특징

사용자 유형 항목별 평점형																			
항목	사용자 성별 및 연령(10대~40대이상)																		
평가 척도	5점척도																		
	<ul style="list-style-type: none"> - 앱에 대한 통합적 평가는 5점척도로 별아이콘으로 표현 - 막대그래프를 활용하여 성별 및 연령대 비율 표현 - 핵심 표현 																		
시각적 표현 특징	<table border="0"> <tr> <td>10대</td> <td>10%</td> <td></td> </tr> <tr> <td>20대</td> <td>40%</td> <td></td> </tr> <tr> <td>30대</td> <td>45%</td> <td></td> </tr> <tr> <td>40대</td> <td>5%</td> <td></td> </tr> <tr> <td>50대이상</td> <td>0%</td> <td></td> </tr> <tr> <td>남자/여자</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	10대	10%		20대	40%		30대	45%		40대	5%		50대이상	0%		남자/여자		
10대	10%																		
20대	40%																		
30대	45%																		
40대	5%																		
50대이상	0%																		
남자/여자																			
리뷰게시판 특징	요약형																		

기존의 평균평점 시스템은 그대로 유지하고 연령과 성별에 대한 비율을 그래프로 보여줌으로서 해당 앱을 선택한 연령 및 성별 비율을 한눈에 보기 쉽도록 하였다. 또한 기존에 길게 서술형으로 표출했던 리뷰게시글을 요약형으로 변경함으로써 모바일 환경이 가지는 한계점을 극복하면서도 다양한 정보를 제공하는데 그 의미를 두었다.

평점



이용후기

pericion89** 여 30대
2012.10.17 ★★★★★ (22)

BEST 어플 몇몇백개씩 받으면서 후기 첨 써봅니다 정말
진심 대박이구요 좀더 기능추가와 디자인개선만 되면 ...

catmon** 여 20대
2012.10.17 ★★★★★ (22)

BEST 좋아요 ! 잘쓸게요 !!
처음써보는 노트어플인데 대박 괜찮은듯, 기능도 맘에 들고 ...

[그림 5-11] 모바일에서의 암묵적 정보표현 방법 / 사용자 유형 항목별 평점형

위의 내용을 바탕으로 ‘사용자 유형 항목별 평점형’의 사례로 위 그림을 설문 조사 시 사용자들에게 제공하였다.

세 번째 안은 ‘앱 평가 항목별 평점형’이다. 첫 번째 안에서 추가한 연령, 성별 정보에 상세 항목별 그래프를 추가 하였다. 상세 항목별에 들어가는 항목들은 ‘사용편의성’, ‘디자인’, ‘가격대비’, ‘시스템품질 및 완성도’ 이며 이들은 앱 선택 결정요소와 남녀성별과의 교차분석 결과에서 총계 빈도수가 많이 나온 앱 선택 결정요소 상위 4개 요소를 근거로 선정되었다.

[표 5-10] 앱 평가 항목별 평점형의 특징

앱 평가 항목별 평점형	
항목	사용편의성, 그래픽 디자인, 가격대비 성능, 시스템 품질 및 완성도
평가 척도	5점 척도
시각적 표현 특징	<ul style="list-style-type: none"> - 앱 평가 항목별로 각각 5점척도 별아이콘으로 표현 - 막대그래프를 활용하여 항목별 평균총점, 성별, 연령을 표현 - 핵심 표현 <p>사용편의성 98% 그래픽 디자인 85% 가격대비 99% 시스템품질 및 완성도 60%</p>
리뷰게시판 특징	<p>이용후기</p> <p>pericion89** 여 30대 2012.10.17 상품평가 ★★★★★ 90점</p> <p>사용편의성 ★★★★★ 가격대비 ★★★★★ 그래픽 디자인 ★★★★★ 시스템품질 및 완성도 ★★★★★</p>

다음 표 5-9는 앱 평가 항목 4가지의 도출근거이다. 사용편의성, 심미성, 시스템품질 세가지 요소는 8.1%로 모두 같은 총 합계가 나왔으며 경제성의 경우 경험과 함께 동일한 7.9%의 총계 백분율이지만 제안하고자 하는 압목적 정보가 경험을 기반으로 하는 정보임으로 경험요소는 제외하고 경제성 요소만 선택하였다. 사용편의성의 경우 의미적으로 기능적인 조작 만족도를 나타내는 반면 심미성, 경제성, 시스템품질의 경우 앱 마켓에 더욱 의미적으로 인지될 수 있도록 심미성은 ‘디자인’ 으로, 경제성은 ‘가격대비’, 시스템품질은 ‘시스템품질 및 완성도’로 정정하였다.

[표 5-9] 앱 선택결정요소와 성별과의 교차분석 결과 중 상위 4개 요소

		성별		총계	
		남자	여자		
앱선택결 정요소	사용편의성	개수	17	26	43
		성별 내 %	8.5%	7.9%	8.1%
	유용성	개수	14	25	39
		성별 내 %	7.0%	7.6%	7.4%
	유희성	개수	13	25	38
		성별 내 %	6.5%	7.6%	7.2%
	심미성	개수	16	27	43
		성별 내 %	8.0%	8.2%	8.1%
	피드백여부	개수	16	25	41
		성별 내 %	8.0%	7.6%	7.7%
	경험	개수	17	25	42
		성별 내 %	8.5%	7.6%	7.9%
	경제성	개수	15	27	42
		성별 내 %	7.5%	8.2%	7.9%
	앱의정보요소	개수	14	25	39
		성별 내 %	7.0%	7.6%	7.4%
	시스템품질	개수	18	25	43
		성별 내 %	9.0%	7.6%	8.1%
	호환성	개수	15	25	40
		성별 내 %	7.5%	7.6%	7.5%
기능성	개수	15	25	40	
	성별 내 %	7.5%	7.6%	7.5%	
바이럴	개수	15	25	40	
	성별 내 %	7.5%	7.6%	7.5%	
소셜네트워크 성	개수	15	25	40	
	성별 내 %	7.5%	7.6%	7.5%	
총계	개수	200	330	530	
	성별 내 %	100.0%	100.0%	100.0%	

다음 그림 5-12는 설문조사 시 사용자들에게 보여줄 ‘앱 평가 항목별 평점형’의 제안 결과물이다.



[그림 5-12] 모바일에서의 암묵적 정보표현 방법 / 앱 평가 항목별 평점형

마지막 ‘다항목 리뷰형’은 앱 평가 항목별 평점형과 동일한 정보, 즉 사용자의 연령, 성별 비율 그래프 와 앱 세부항목에 대한 평가, 그리고 후기 게시판 순으로 정보를 제공한다. 차이점이라 함은 시각화 표현기법에서 나타나는데 위의 유형에서는 텍스트와 그래프를 활용한 시각화표현을 보여줬지만 ‘다항목 리뷰형’의 경우 앱 평가 항목별로 도상적 표현을 활용, 상징성을 잘 반영할 수 있는 아이콘을 텍스트 대신 사용하였다.

[표 5-11] 다항목 리뷰형의 특징

다항목 리뷰형	
항목	사용편의성, 그래픽 디자인, 가격대비 성능, 시스템 품질 및 완성도
평가 척도	5점 척도
시각적 표현 특징	<ul style="list-style-type: none"> - 앱 평가 항목별로 각각 5점척도 별아이콘으로 표현 및 항목별 도상적표현 - 막대그래프를 활용하여 성별, 연령을 표현 - 항목별로 도상적 표현으로 상징화 - 핵심 표현
리뷰게시판 특징	<p>이용후기</p>

이를 바탕으로 아래 그림과 같이 제안하였다.



[그림 5-13] 모바일에서의 암묵적 정보표현 방법 / 다항목 리뷰형

제 3절 / 사용자 설문조사-B

1. 설문조사-B 개요

설문조사-B는 암목적 정보들의 시각적 표현 방안을 제안하고 이들의 상용가능성을 알아보는데 그 목적이 있다. 이를 위해 남녀 20~30대 일반 사용자 52명을 대상으로 이루어졌으며 사용자들이 어떤 형태의 암목적 정보를 선호 하는가 파악하고자 아래와 같이 설문을 진행 하였다.

설문참여자 | 20~30대 일반 사용자 남녀 52명

목 적 | 모바일 앱 마켓에서 암목적 정보의 시각화방법 제안
 및 상용가능성 테스트

설 문 대 상 | 암목적 정보의 시각화방법

- 통합 평점형
- 사용자 유형 항목별 평점형
- 앱 평가 항목별 평점형
- 다항목 리뷰형

‘사용자 유형 항목별 평점형’과 ‘다항목 리뷰형’은 항목별 평가가 추가로 들어가는 안 들로 이 항목들은 앱 선택에 있어 사용자 요구가 반영된 정보들이므로 사용자들이 인지하고 실질적인 도움을 줄 수 있는지 검증할 필요가 있다. 그 과정에서 제안하는 유형들이 기존 앱 마켓의 암목적 정보에 비해 정보가 다양으로 제공되어 이에 대한 부담감이 있을 수 있으며 모바일환경이라는 제한적인 부분에서 상용화에 대한 주관적 의견이 충분히 필요할 것으로 보인다. 따라서 사용자 테스트 설계 시 고려해야 할 사항은 다음과 같다.

1. 정말 디테일한 간접경험들이 시각화 되었을 경우, 사람들이 호감을 느끼는가, 또는 도움을 직접적으로 받는 가
2. 모바일이라는 특수한 환경에서 기존 정보에 비해 다양으로 제공되는

정보에 대한 거부감은 없는가 (모바일 환경에 적합한가)

테스트 설계 시 위 사항들을 중점적으로 고려하여 작성한 설문문항은 다음과 같다. 첫 번째 문항에서는 세 가지 안 중 가장 도움이 될 거라고 생각하는 안을 고르게 한 후, 두 번째 문항에서는 어떤 요소들이 도움이 될 거라고 판단하였는지를 묻는다. 마지막 세 번째 문항에서는 실제 구현되었을 경우 모바일 환경 및 시장에 상용화가 가능한지 그 적합성에 대한 질문을 한다. 본 연구에서 강조하고 있는 사용자 요구 반영에 대한 질문은 직접적으로 문항을 만들어 묻지 않고 제시한 시각화방법의 안에서 항목으로 표현되고 있기 때문에 이를 포함한 안에 대한 분석 시 사용자 요구반영에 대한 만족도도 함께 측정될 거라 판단되었다.

[표 5-12] 사용자 테스트 설문문항 설계

구분	설문문항
정보 만족도	Q1. 세가지 안 중 어떤 안이 앱을 선택하실 때 도움이 될거라고 생각하십니까?
만족도 높은 정보요소	Q2. 선택하신 안의 어떤 부분이 가장 도움될 거라고 생각하십니까?
모바일 환경 적합성	Q3. 선택하신 안이 실제 앱마켓에 적용되어 모바일 환경에서도 앱 선택에 도움이 될거라 생각하십니까?

따라서 본 설문을 통해 알 수 있는 내용은 제안하는 유형들을 마주 했을 때 사용자가 느끼는 정보 만족도, 정보 만족도를 높게 만든 원인이 되는 정보요소, 그리고 그 정보들과 모바일 환경간이 적합성을 파악 할 수 있도록 설계되었다.

2. 설문조사-B 분석

위 설문조사에서 남녀 52명이 설문에 응해 주었으며, 불성실한 대답을 포함하고 있지 않아 총 52개의 표본으로 분석을 진행하였다.

표 5-1에서 보는 바와 같이 가장 만족하는 안을 묻는 질문에서 ‘이전 상품후기가 더 낫다’ 라는 의견을 선택한 표본은 0개에 불과했다. 또한 ‘사용자 유형 항목별 평점형’을 선택한 표본은 3명 이었으며 이들과 큰 격차로 ‘앱 항목별 평점형’은 20명, ‘다항목 리뷰형’은 29명으로 가장 많은 사용자가 선택하였다.

[표 5-13] 사용자 설문조사 결과 : 분류별 표본 수 및 비율

유형 분류	표본수	비율 (%)
통합 평점형	0 명	0.0 %
사용자 유형 항목별 평점형	3 명	5.8 %
앱 항목별 평점형	22 명	42.2 %
다항목 리뷰형	27 명	52 %
총 계	52 명	100%

위의 결과, 사용자는 일반적인 통합 평점형 별점 시스템 보다 상세 항목별 평점을 주는 평가 형식에 선호하고 있으며, 상세 항목 중에서도 사용자 유형에 비해 앱 평가에 대한 상세 항목이 앱 선택에 더 도움이 되는 것으로 파악할 수 있었다.

가. 유형별 상세문항 분석

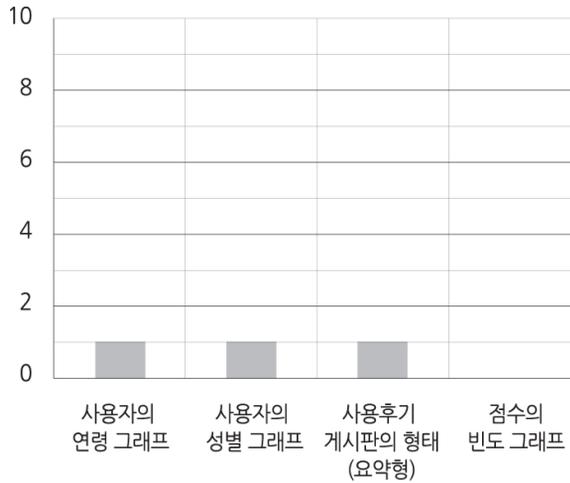
① ‘통합 평점형’ 선호도 분석

통합 평점형은 기존 5점척도를 가진 별점 시스템과 서술형의 후기 게시판 형태의 유형이었다. 기존의 유형과 추가 정보가 제공되는 새로운 유형간의 사용자의

선호도 차이를 알아보기 위해 포함 시킨 항목이었으나 단 한 개의 표본도 선택되지 않았다. 이를 바탕으로 기존에 앱 마켓에서 제공하고 있던 암묵적 정보의 형태는 사용자에게 정보적, 의미적으로 만족감을 주지 못하고 있었을 것으로 판단된다.

② ‘사용자 유형 항목별 평점형’ 선호도 분석

사용자 유형 항목별 평점형의 경우 사용자가 평점은 통합 평점형과 동일한 형태로 이루어지며, 사용자 유형 항목은 기존 시스템 상 등록되어 있는 인구통계학적 특징인 연령, 성별을 표출하여 평균 결과 시 해당 연령/성별의 비율만을 그래프를 활용한 시각화 표현방법을 활용하였다.



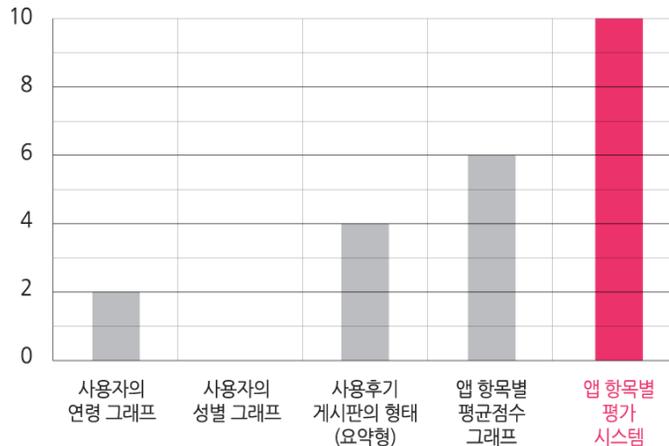
[그림 5-14] 사용자 유형 항목별 평점형의 요소별 선호도 그래프

사용자 유형 항목별 평점형을 선택한 표본 수는 총 3표로 사용자의 연령에 따른 비율 그래프, 사용자의 성별에 따른 비율 그래프, 그리고 요약형 사용자 후기 게시판의 형태를 보고 각각 1표씩 해당되었다. 또한 점수의 빈도 그래프는 한표도 채택되지 않았다. 선호도가 다른 유형 대비 현저히 낮고 선호도를 선택

하게 한 원인요소들 간의 비교 다소 어려움이 있어 전반적으로 본 유형은 사용자에게 흥미를 끌기엔 정보적, 심미적으로 다소 무리가 있을 것이라 판단된다.

③ ‘앱 평가 항목별 평점형’ 선호도 분석

앱 평가 항목별 평점형을 선호한 원인을 제공한 요소로 제시 한 품목은 사용자의 연령 그래프, 사용자의 성별 그래프, 요약형의 사용 후기 게시판 형태, 앱 항목별 평균점수 그래프, 그리고 앱 항목별 평가 시스템이 있다. ‘앱 항목별 평균점수 그래프’와 ‘앱 항목별 평가 시스템’의 개념은 앱 평가를 세부 항목별로 분류 하는 기본 바탕은 동일하게 적용하지만 ‘앱 항목별 평균점수 그래프’의 경우 막대그래프로 표현하는 시각적 형태에 대한 의미하며, ‘앱 항목별 평가 시스템’은 앱을 ‘세부적인 항목에 따라 평가 하는 그 자체를 의미’한다. 총 52명의 표본 수 중 42.2%에 해당하는 22명이 선택한 앱 평가 항목별 평점형의 선호하게 한 원인요소는 다음과 같이 분포되었다.



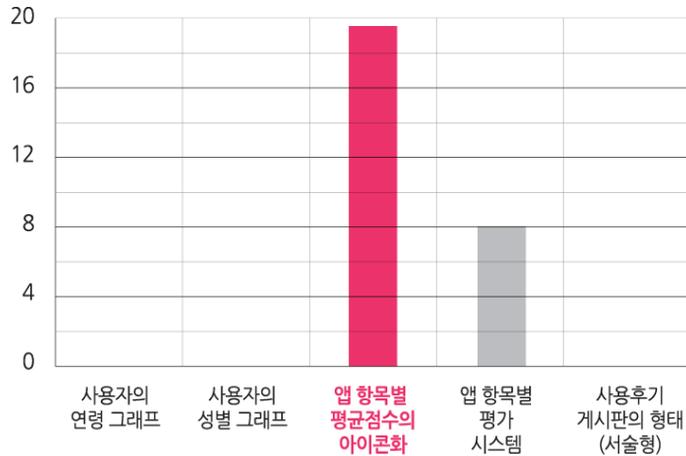
[그림 5-15] 앱 평가 항목별 평점형의 요소별 선호도 그래프

위의 선호도 결과를 보면 앱을 세부 항목별로 평가 하는 시스템에 대한 선호도

가 월등히 높았으며 그 다음으로 ‘전체 앱 항목별 평균점수’, ‘요약형의 사용 후기 게시판’, ‘사용자의 연령 비례 그래프’ 순으로 나타났으며 사용자의 성별 비례 그래프를 선택한 표본 수는 없었다.

④ ‘다항목 리뷰형’ 선호도 분석

위의 앱 평가 항목별 평점형과 다항목 리뷰형의 차이점은 시각화 방법에 그 차이가 있었다. 앱 평가 항목별 평점의 경우 막대그래프들을 이용한 비율 대비 정도를 표현하였으며 다항목 리뷰형의 경우 동일한 앱 평가 항목에 각 항목들이 가지는 특성을 상징화 하여 아이콘으로 표현하였다.



[그림 5-16] 다항목 리뷰형의 요소별 선호도 그래프

다항목 리뷰형 유형을 선택한 표본들이 해당 유형을 선택하게 한 원인 요소는 다음 그림 5-16과 같다. 이는 사용자들에게 더욱 직관적으로 정보를 제공함에 있어 그 도구 역할을 할 수 있을 거라 판단된다.

나. 유형별 구현가능성 여부 분석

다음 표는 앱 평가 항목별 평점형이 실제 모바일 앱 마켓에 적용 됐을 경우 사용 가능성에 대한 결과이다. ‘앱 평가 항목별 평점형’의 상용가능성에 대한 응답은 7점 척도를 활용한 설문의 답에서 총 22명 중 7명이 ‘그렇다’ 로 가장 많이 답했으며 ‘매우그렇다’, ‘그렇다’, ‘조금 그렇다’ 는 각각 5명씩 대답하여 평균 ‘그렇다’에 해당하는 긍정적인 답을 도출하였다.

[표 5-14] ‘앱 평가 항목별 평점형’의 상용 가능성에 대한 사용자 응답

분 류	표본수	비율 (%)
1. 매우 그렇지 않다	-	-
2. 그렇지 않다	-	-
3. 조금 그렇지 않다	-	-
4. 보통이다	5 명	
5. 조금 그렇다	5 명	
6. 그렇다	7 명	
7. 매우 그렇다	5 명	
총 계	22명	100%
평 균 ((분류점수*표본수)/총계)	6	그렇다

다항목 리뷰형이 모바일 앱 마켓에 구현 될 경우 상용 가능성에 대한 사용자의 응답은 ‘매우 그러지 않다’가 1명, ‘조금 그렇지 않다’ 1명, ‘보통이다’ 3명, ‘조금 그렇다’ 10명, ‘그렇다’ 9명, ‘매우 그렇다’ 3명 으로 총 27명이 질문에 응답 하였다.

[표 5-15] '다항목 리뷰형'의 상용 가능성에 대한 사용자 응답

분 류	표본수	비율 (%)
1. 매우 그렇지 않다	1 명	-
2. 그렇지 않다	-	-
3. 조금 그렇지 않다	1 명	-
4. 보통이다	3 명	
5. 조금 그렇다	10 명	
6. 그렇다	9 명	
7. 매우 그렇다	3 명	
총 계	27명	100%
평 균 ((분류점수*표본수)/총계)	5	조금 그렇다

다항목 리뷰형은 선호도 부분에서 가장 높은 선택을 받았지만 상용 가능성에 대한 여부에서는 긍정적인 의견들도 많았지만 중간 의견, 부정적인 의견 들도 포함이 되어 있었다. 반면 앱 평가 항목별 평점형의 경우 선호도 부분에서도 다항목 리뷰형과 대조 시 적은 표본 격차를 보이면서도 상용 가능성 여부에 대해서는 모든 표본이 '보통이다' 이상의 답변을 해 주었다.

3. 설문조사-B 결과

본 설문조사는 암묵적 정보들의 시각적 표현 방안을 제안하고 이들의 상용가능성을 알아보는데 그 목적이 있으며 이를 위해 모바일 앱 표출정보의 암묵적 정보를 4가지의 유형으로 제안하고 총 52명을 대상으로 설문을 진행하였다. 유형별 선호도와 선택하게 한 원인요소, 상용 가능성에 대한 질문을 했으며 그에 대한 분석 결과는 다음과 같다.

첫째, 사용자는 앱 표출정보의 시각화에 있어 그래프 표현보다 상징화한 도상적 표현을 선호한다.

앱 평가 항목형과 다항목 리뷰형은 ‘상세 항목 평가 유형’이라는 점과 ‘설명·시술 형태 유형’이라는 점에서 의미적으로 차이를 두고 제안하였다. 의미적 차이 뿐 아니라 그래픽적 차이가 존재하는데 앱 평가 항목형은 텍스트, 막대그래프, 별점 아이콘을 사용한 반면, 다항목 리뷰형은 항목별 도상적 표현, 텍스트와 아이콘의 병합사용, 별점 아이콘 사용한다.



[그림 5-17] ‘앱 평가 항목형’과 ‘다항목 리뷰형’의 시각적 비교

그림 5-17를 통해 본 앱 평가 항목형과 다항목 리뷰형의 시각적 비교를 살펴보면 내용적인 측면에서 앱 평가 항목 시스템을 기반으로 하고 시각적 표현과 내포하고자 하는 의미만 다르게 설정했다. 그 결과 미비하지만 앱 평가 항목형보다 다항목 리뷰형이 사용자의 선호도 측면에서 더 높게 평가되었다. 또한 다항목 리뷰형의 선택 원인이 ‘앱 항목별 평균점수의 아이콘화’ 였던 점에서 동일한 정보를 제공함에 있어 시각화, 상징화, 도상적 표현 등이 시지각적 효과가 높다는 것을 파악할 수 있었다.

둘째, 앱 항목별 평점은 대부분의 사용자가 필요하다고 생각하는 것으로 판단된다. 앱 항목별 평가 시스템은 앱에 대한 평가 자체를 통합적으로 하지 않고 부항목으로 분류하여 평가하고 이를 합산하는 시스템을 말한다. 따라서 앱 평가 시 세부 항목을 제공 하느냐에 대한 관점인데 모바일 앱 시장의 압목적정보의 시각화 표현 제안에 있어 통합 평점형, 사용자 유형 항목별 평점형은 앱 항목별 평가 시스템을 미사용한 유형이며 앱 항목별 평점형과 다항목 리뷰형의 경우 위의 평가 시스템을 사용한 유형이다.

[표 5-16] 유형별 앱 항목별 평가 시스템 사용 유무

유형 분류	표본수	비율 (%)
통합 평점형	0 명	0.0 %
사용자 유형 항목별 평점형	3 명	5.8 %
앱 항목별 평점형	22 명	42.2 %
다항목 리뷰형	27 명	52 %
총 계	52 명	100%

범례	■ 앱 항목별 평가 시스템 사용 ■ 앱 항목별 평가 시스템 미사용
-----------	--

이렇게 유형을 두가지로 분류해 봤을 때 앱 항목별 평가 시스템을 사용하지 않은 유형은 전체 52개의 표본 수 중 3개에 해당되며 앱 항목별 평가 시스템을 사용한 유형은 49개가 포함되는 것으로 파악되었다. 이를 보아 사용자는 앱을 선택함에 있어 후기 게시판을 활용할 때 단순 통합적인 평점에 비해 세부 항목별 평가 시스템을 더욱 선호하는 것으로 파악할 수 있다.

셋째, 앱 선택에 있어 성별 및 연령 정보는 중요하게 작용하지 않는다.

설문조사의 총 표본 수 52개에서 성별 비율 그래프에 선호하는 표본 수는 사용자 유형 항목별 평점형에서 1개, 앱 항목별 평점형에서 2개가 나타났다. 또한 연령별 분포 비율 그래프에 대한 선호는 단 1개에 지나지 않았다. 이를 보아 앱 선택에 있어서 타인의 경험을 필요로 할 시, 성별 및 연령 정보는 많은 영향을 미치지 않을 것으로 판단된다.

넷째, 후기게시판의 경우 모든 글이 노출되는 서술형 보다 일부 글만 노출되는 요약형을 선호하는 것으로 보여진다.



[그림 5-18] 후기 게시판의 서술형(좌)형태와 요약형(우)형태

가장 많은 선호도를 받은 유형은 ‘다항목 리뷰형’이지만 이 유형을 선택한 원인으로는 ‘항목별 상징화된 아이콘’과 ‘앱 항목별 평가 시스템’ 두가지 요소만 언급되었다. 다항목 리뷰형의 선호도 원인을 분석 할 나타나지 않았던 후기 게시판의 형태가 ‘앱 평가 항목별 평점형’의 경우 고루게 분포된 선호원인요소로 많은 영향력을 미치지 않지만 후기 게시판의 형태가 미비하게 영향력을 행사한다고 볼 수 있다.

본 설문조사를 통해 도출된 결과를 종합적으로 요약하면 사용자는 앱 표출정보의 시각화 표현에 있어 앱 항목별 평점 시스템을 바탕으로 그래프(Graph)표현보다 상징화한 도상적(Icon)표현을 선호 하였으며 후기게시판의 형태의 경우 모든 글이 모두 보여 지는 서술형 방식 보다 일부 글만 요약형으로 보여주는 방식에 더욱 흥미를 가지는 것으로 파악되었다. 의미적으로는 앱이 가지는 통합적인 평가 방식이 아닌 세부 항목별 앱 평가 시스템의 필요성이 대두되었으며 앱 평가 세부 항목에 비해 평가자의 연령 및 성별은 그 중요도가 낮게 파악 되었다.

제 6 장 결 론

제 1절 결 론

제 2절 연구의 시사점

제 6 장 결 론

제 1절 결 론

본 연구의 목적은 모바일 앱 시장에서 사용자 요구가 반영된 앱 표출 정보가 무엇인지 찾아내고 이의 바람직한 시각화 방법을 정보디자인 관점에서 탐색하고 제안하는 것이다.

본 연구는 크게 문헌연구, 설문조사-A, 실험연구, 설문조사-B의 4단계를 거쳐 진행되었다. 문헌연구를 통해서 ‘앱 선택 시에 영향을 주는 3가지 범주’와 각각의 범주에 포함된 세부적인 ‘앱 선택 결정요소’ 13가지를 도출하였다. 설문조사-A 단계에서는 기존의 구글 플레이 스토어에서 통용되고 있는 ‘앱 표출 정보 항목들’이 앞서 문헌연구에서 파악한 ‘앱 선택 결정 요소들’과 얼마나 잘 부합되고 있는지를 온라인 설문조사 방식을 통해 파악하였다. 실험연구에서는 앱 선택 시에 사용자에게 중요한 의미를 갖는 ‘암묵적 정보들의 시각적 표현 방안’을 4가지로 구분하여 제안하였다. 최종적으로 진행된 설문조사-B 에서는 앞서 실험연구에서 제안했던 4가지의 암묵적 정보들의 시각적 표현 방안들에 대한 피험자들의 선호도와 그 원인을 파악하였다.

이상의 4단계 연구 프로세스를 통해 파악된 연구의 주요 발견점은 다음과 같다. 첫째, 앱 선택시에 영향을 주는 범주는 ‘사용자 주관적 영향 범주’, ‘앱/시스템 영향 범주’, ‘사용자경험 영향 범주’ 의 3가지로 구분된다. ‘사용자 주관적 영향 범주’에는 유용성, 사용편의성, 경제성, 유희성, 심미성 요소들이 포함되고, ‘앱/시스템 영향 범주’에는 앱의 기능성 스펙 정보, 시스템

품질 및 완성도, 기능적 만족도, 디바이스간의 호환성, 개발자와의 피드백 여부 요소들이 포함된다. ‘사용자 경험 영향 범주’에는 개인의 경험, 타인의 경험, 집단의 경험이 세부 요소로 포함되어있다.

둘째, 기존의 SK 티-스토어(T-store)에서 활용되고 있는 앱 표출 정보의 구조는 크게 ‘앱 상세 정보’, ‘이용후기 정보’, ‘연관상품 정보’의 3가지 범주로 파악할 수 있고, 이는 전체 11가지의 세부적인 정보들로 구성되어 있다. 전체 11가지로 구성된 ‘앱 표출 정보’ 들은 크게 ‘명시적 정보’와 ‘암묵적 정보’로 구분 가능하고 특히 이 중에서 ‘암묵적 정보’가 사용자에게 훨씬 더 중요한 의미를 전달하고 있음을 파악할 수 있었다. 사용자가 앱 선택 시에 활용하고 있는 대표적인 ‘암묵적 정보’에는 ‘이용후기 게시판’과 ‘통합별점 및 평가참여자 수’ 정보가 포함된다.

셋째, 사용자들의 앱 선택과정에서 활용되는 ‘이용후기 게시판’과 ‘통합 별점 및 평가참여자 수’ 정보는 하부의 정보 조직화 자원으로 세분화시켜서 새로운 방식으로 시각화할 수 있었다. 구체적으로 ‘사용자 연령과 성별’, ‘사용자 이용 후기’, ‘4가지의 사용자 요구 반영 앱 평가 항목 (사용편의성, 그래픽 디자인, 가격대비 성능, 시스템 품질 및 완성도)’을 활용한 ‘통합평점형’, ‘사용자 유형 항목별 평점형’, ‘앱 평가 항목별 평점형’, ‘다항목 리뷰형’의 4가지의 방안을 제안하였다.

넷째, 설문 응답자들은 ‘사용자 이용 후기’와 관련하여 구체적인 서술형식보다는 요약형식이 유용하다고 응답하였으며, ‘4가지의 사용자 요구 반영 앱 평가 항목’과 관련해서는 전통적인 텍스트 표기 방식 보다는 각각의 평가 항목을 도상적 표현으로 상징화시켜 표출시키는 것을 선호하였다. 또한 앱 평가 시스템에 대해서는 기존 5점척도의 통합 평가 시스템 보다 항목별 평가 시스템이 선택에 도움을 준다고 답하였으며, 앱 선택에 있어서 평가자의 연령이나 성별은 영향정도가 미비하다고 볼 수 있었다.

제 2절 연구의 시사점 및 금후 연구과제

본 연구는 사용자요구가 반영된 앱 표출정보를 시각화 하는 것에 그 목적이 있다. 앱 선택에 따른 사용자요구를 도출함에 있어 문헌연구 시 대다수의 선행연구들이 앱을 선택하기 이전의 변수에 대한 언급보다 사용 이후 파악할 수 있는 요소들을 다수 포함하고 있었다. 이는 사용자요구 개념 보다 앱 사용 시 고려할 사항 정도의 개념으로 파악된다.

사용자 요구가 반영된 앱 표출정보의 시각화 방법 제안 시 본 연구에서는 암묵적 정보를 증점적으로 제안하였다. 명시적 정보의 경우 사용자 요구를 중심으로 분석한 결과 사용자요구반영 정도에 따른 정보의 위계와 사용자 요구 사이에 불일치의 문제가 발견 되었기 때문에 이에 대한 솔루션을 제공의 필요성이 제기되었다. 하지만 명시적 정보의 시각화 방법을 제안할 경우 사실을 근간으로 한 정보, 앱 마켓이 가지는 시스템적 구조, 마켓이라는 특정 시장이 가지는 특징 등을 고려해야 되며 연구의 목적과 관점에서 벗어날 우려가 있어 그 과정을 제외하였다.

또한 설문조사 시 1차 설문조사에서 41개의 표본, 2차 설문조사에서 52개의 표본 수로 결과를 분석을 진행하여 다소 부족한 표본수로 통계학적으로 의미를 가지기에 미비했다고 판단된다.

본 연구의 시사점은 크게 다음과 같다.

첫째, 개발자 입장에서 앱과 사용자 요구에 대한 관계성만을 언급한 선행연구와는 다르게 사용자 관점에서 연구가 시작되었다. 사용자와 직접적인 접점을 가지고 있는 정보를 대상으로 실질적인 사용자 요구 반영에 대한 솔루션을 제안하고 하고자 했다.

둘째, 정보디자인의 연구 초점을 주관적이고 형태가 불분명하며, 개인의 인지능력에 따라 습득정도가 달라지는 ‘암묵적 정보’에 대한 시각화 연구로 맞추었다. 더 나아가 암묵적 정보의 시각화 방법에 대한 제안과 구현가능성 테스트를 통해 연구 결과물의 사용 가능성을 검증하였으며, 사용자 요구가 반영된 암묵적 정보의 표현에 대한 심도 깊은 연구의 필요성을 발견하였다.

사용자요구라는 것은 다양한 환경적 변수에 따라 변화하는 개념이다. 따라서 사용자 요구중심의 연구는 지속적인 탐색과 분석을 통해 유기적인 대응이 필요할 것으로 사료되며 이를 위해서는 다양한 환경적 요인에 대한 연구가 함께 진행될 것으로 판단된다. 또한 본 연구에서는 ‘경험’을 기반으로 한 정보인 ‘암묵적 정보’에 대한 시각화 연구를 함께 진행하였다. 기존 연구는 사실적이고 객관적인 정보를 중점적으로 시각화 연구들이 대다수였다. 본 연구를 기반으로 하여 주관적이거나 혹은 경험을 기반으로 한 형태가 불분명한 정보에 대한 연구의 필요성을 제기하였다.

참고문헌

도 서

- 김진우, “경험디자인”, 안그라픽스
- 오병근, “정보디자인교과서”, 안그라픽스, 2008
- 톰 툴리스 외, “사용자 경험측정”, 지앤선, 2009
- 빌 알버트 외, “알기 쉬운 UX 디자인 평가 - Beyond The Usability Lab -, 지앤선. 2013
- 현호형, “UX디자인 이야기”, 프로제, 2014
- Cennydd Bowles, "Undercover User Experience Design", NewRiders, 2011
- Koichi Shimizu Symbiotic Marketing Strategy, 4th edition, Souseisha Book Company, 2003
- Robert Jacobson, "Information Design"
- Ronnie Lipton, "The Practical Guide to Information Design", 2007
- Russ Unger, "A Project Guide to UX Design", NewRiders, 2009
- Colin Ware "Visual Thinking for Design", Elsevier, 2008

학위논문

- 권동은, “기호학적 유형분류를 통한 모바일 디바이스 앱 아이콘의 시지각정보 활용 체계 연구”, 2012, 한양대학교, 박사학위논문
- 유연재, “ (The) Difference of the Digital convergence product perception and judgement on Linguistic categorization Cue and Categorization Method”, 2011, 아주대학교 일반대학원, 박사학위논문
- 이승민, “스마트뱅킹 애플리케이션 UX 인포메이션 아키텍처 모델 연구”, 2012, 서경대학교, 석사학위 논문
- 정윤희, “아이콘 디자인이 스마트폰 애플리케이션 선택에 미치는 영향에 관한 연

- 구”, 2013, 부산대학교, 대학원 석사학위 논문,
- 최종필, “모바일 환경의 사용자 시각정보 인지 연구”, 영남대학교, 박사학위논문

학술논문

- 김경남 외4, “사용자 리뷰를 이용한 모바일 앱의 관심 요소 분석”, 2012
- 김영주 외2, “스마트폰 애플리케이션의 채택과 이용”, 2011, 55권 6호
- 김정희 외 2, “정보디자인의 이해도가 보상감, 기대감 및 상품유지 동기에 미치는 영향”, 2012, 디자인학연구 제103호, vol. 25
- 박인곤, 신동희, “스마트폰 이용자들의 이용과 충족, 의존도, 수용자 혁신성이 스마트폰 이용만족에 미치는 영향에 관한 연구”, 2010, 언론과학연구, 제 10 권 4호
- 배재권, “모바일 어플리케이션 마켓(앱스토어)의 수용의도 영향요인에 관한 연구”, 2010, 대한경영학회지 제 23권 제 5호
- 류시천, “정보디자인 유형과 수준에 관한 연구”, 2002, 기초조형학연구 vol.5 no.1
- 류시천, “멀티미디어디자인에서 정보디자인 주요 특성”, 2003, 조선대 조형미술연구소지 Vol3. No. 1
- 오선주, “사용자 유형에 따른 모바일 앱 구매요인에 관한 연구”, 한국경영정보학회, 제 16권 제 1호, 2014
- 이창욱 외, “스마트환경의 효과적인 UXD를 위한 인지작용 고찰”, 2013, 디지털정책연구 제 11권 제 2호
- 한지애 외 “노출빈도와 인지도 관계에 따른 정보의 유형과 표현기법”, 2012, 디지털정책연구 제10권 제10호
- Mi-hee Sim et al., "Major Influence Areas and their Relative Predominance according to Factors for Mobile App Selection", SMA 2014
- Je Lee, Seuc-ho Ryu, "Analysis of smartphone application development company's brand identity and Revitalized Design Case", 2013, 디지털정책연구 제 11권, 제2호

웹사이트

- <http://www.etnews.com/chart/index.html?serial=39664>
- <http://ko.wikipedia.org>,
- <http://hslifestory.tistory.com/entry/>
- <http://www.kakao.com>
- http://www.newsis.com/ar_detail/view.html?ar_id=NISX20150510_0013652118&cID=10402&pID=10400
- <http://www.doopedia.co.kr>
- <http://lotteimall.com>
- <http://etland.co.kr>
- <http://e-himart.co.kr>
- <http://innisfree.co.kr>
- <http://naturerepublic.com>
- <http://aritaum.com>
- <http://agoda.com>
- <http://hotelscombined.co.kr>
- <http://hanatour.com>
- <http://1200m.com>
- <http://2001outlet.com>
- <http://daisomall.co.kr>
- <http://orga.co.kr>
- <http://choroc.com>
- <http://nhamarket.com>

- 국문초록 -

사용자 요구를 반영한 앱 표출정보의 시각화 방법

Visualization Methods of the Information of App Introduction
Reflecting Users' Needs

국내외에서 모바일 앱에 대한 사용자 측면의 효용성에 관한 연구가 활발히 진행되고 있다. 이와 관련된 대다수의 선행연구들은 모바일 앱이 인간의 작업 및 작업환경 지원도구로서 얼마나 유용하고 사용과정에서 효율적인가에 초점을 맞추고 있다. 최근에는 사물 인터넷(IoT) 분야를 중심으로 인간의 주거공간과 작업환경을 컨트롤하는 인터페이스로서 모바일 앱의 중요성이 다시 한번 부각되고 있다. 이상과 같은 맥락에서 본 연구는 특정 모바일 앱의 선택과정에서 사용자요구와 해당 앱 표출 정보 사이에 발생하는 불일치의 문제를 개선하기 위한 방안을 찾기 위해서 출발하였다. 모바일 앱의 선택과정에는 앱과 사용자 간의 일차적인 접점을 형성하는 영역이 있고, 이 영역에서 요구되어지는 핵심 정보들은 개발자의 관점이 아닌 사용자의 관점에서 시각화할 수 있어야 한다. 따라서 본 연구의 목적은 모바일 앱 마켓에서 사용자 요구가 반영된 앱 표출 정보가 무엇인지 찾아내고 이의 바람직한 시각화 방법을 정보디자인 관점에서 탐색하고 제안하는 것이다.

본 연구는 크게 문헌연구, 설문조사-A, 실험연구, 설문조사-B의 4단계를 거쳐 진행되었다. 문헌연구를 통해서 ‘앱 선택 시에 영향을 주는 3가지 범주’와 각각의 범주에 포함된 세부적인 ‘앱 선택 결정요소’ 13가지를 도출하였다. 설문조사-A 단계에서는 기존의 SK 티-스토어에서 통용되고 있는 ‘앱 표출 정보 항목들’이 앞서 문헌연구에서 파악한 ‘앱 선택 결정 요소들’과 얼마나 잘 부합되고 있는지를 온라인 설문조사 방식을 통해 파악하였다. 실험 연구에서는 앱 선택 시에 사용자에게 중요한 의미를 갖는 ‘암목적 정보들의 시각적 표현 방안’을 4가지로 구분하여 제안하였다. 최종적으로 진행된 설

문조사-B 에서는 앞서 실험연구에서 제안했던 4가지의 암묵적 정보들의 시각적 표현 방안들에 대한 피험자들의 선호도와 그 원인을 파악하였다.

이상의 4단계 연구 프로세스를 통해 파악된 연구의 주요 발견점은 다음과 같다. 첫째, 앱 선택시에 영향을 주는 범주는 ‘사용자 주관적 영향 범주’, ‘앱/시스템 영향 범주’, ‘사용자경험 영향 범주’ 의 3가지로 구분된다. ‘사용자 주관적 영향 범주’에는 유용성, 사용편의성, 경제성, 유희성, 심미성 요소들이 포함되고, ‘앱/시스템 영향 범주’에는 앱의 기능성 스펙 정보, 시스템 품질 및 완성도, 기능적 만족도, 디바이스간의 호환성, 개발자와의 피드백 여부 요소들이 포함된다. ‘사용자 경험 영향 범주’에는 개인의 경험, 타인의 경험, 집단의 경험이 세부 요소로 포함되어있다. 둘째, 기존의 SK 티-스토어(T-store)에서 활용되고 있는 앱 표출 정보의 구조는 크게 ‘앱 상세 정보’, ‘이용후기 정보’, ‘연관상품 정보’의 3가지 범주로 파악할 수 있고, 이는 전체 11가지의 세부적인 정보들로 구성되어 있다. 전체 11가지로 구성된 ‘앱 표출 정보’ 들은 크게 ‘명시적 정보’와 ‘암묵적 정보’로 구분 가능하고 특히 이 중에서 ‘암묵적 정보’가 사용자에게 훨씬 더 중요한 의미를 전달하고 있음을 파악할 수 있었다. 사용자가 앱 선택 시에 활용하고 있는 대표적인 ‘암묵적 정보’에는 ‘이용후기 게시판’과 ‘통합별점 및 평가참여자 수’ 정보가 포함된다. 셋째, 사용자들의 앱 선택과정에서 활용되는 ‘이용후기 게시판’과 ‘통합 별점 및 평가참여자 수’ 정보는 하부의 정보 조직화 자원으로 세분화시켜서 새로운 방식으로 시각화할 수 있었다. 구체적으로 ‘사용자 연령과 성별’, ‘사용자 이용 후기’, ‘4가지의 사용자 요구 반영 앱 평가 항목(사용편의성, 그래픽 디자인, 가격대비 성능, 시스템 품질 및 완성도)’을 활용한 ‘통합평점형’, ‘사용자 유형 항목별 평점형’, ‘앱 평가 항목별 평점형’, ‘다항목 리뷰형’의 4가지의 방안을 제안하였다. 넷째, 설문 응답자들은 ‘사용자 이용 후기’와 관련하여 구체적인 서술형식보다는 요약형식이 유용하다고 응답하였으며, ‘4가지의 사용자 요구 반영 앱 평가 항목’과 관련해서는 전통적인 텍스트 표기 방식 보다는 각각의 평가 항목을 도상적 표현으로 상징화시켜 표출시키는 것을 선호하였다. 또한 앱 평가 시스템에 대해서는 기존 5 점척도의 통합 평가 시스템 보다 항목별 평가 시스템이 선택에 도움을 준다

고 답하였으며, 앱 선택에 있어서 평가자의 연령이나 성별은 영향정도가 미비하다고 볼 수 있었다.

본 연구의 의의는 크게 다음과 같다.

첫째, 개발자 입장에서 앱과 사용자 요구에 대한 관계성만을 언급한 선행연구와는 다르게 사용자 관점에서 연구가 시작되었다. 사용자와 직접적인 접점을 가지고 있는 정보를 대상으로 실질적인 사용자 요구 반영에 대한 솔루션을 제안하고 하고자 했다. 둘째, 정보디자인의 연구 초점을 주관적이고 형태가 불분명하며, 개인의 인지능력에 따라 습득정도가 달라지는 ‘암묵적 정보’에 대한 시각화 연구로 맞추었다. 더 나아가 암묵적 정보의 시각화 방법에 대한 제안과 구현가능성 테스트를 통해 연구 결과물의 사용 가능성을 검증하였으며, 사용자 요구가 반영된 암묵적 정보의 표현에 대한 심도 깊은 연구의 필요성을 발견하였다.

Keywords : 시각화표현, 암묵적정보, 앱 표출정보, 경험, 사용자요구, 모바일, 정보디자인

부 록 설문지

<u>설문조사-A</u>	앱 선택과 항목간의 관계에 대한 사용자 테스트	2
<u>설문조사-B</u>	암묵적 정보의 시각화 표현 제안과 선호도 테스트	12

설문조사 A 앱 선택과 항목간의 관계에 대한 사용자 테스트 - 설문지내용

앱 선택과 항목간의 관계에 대한 사용자 테스트

안녕하십니까,

조선대학교 일반대학원 창의공학디자인융합학과 석사에 재학중인 심미희 입니다.

본 설문조사는 석사 청구 논문 진행 중 모바일 앱을 사용하는데 있어 사용자 요구와 표출정보들 간의 관계를 알아보기 위한 하나의 연구과정입니다.

앱을 선택하는 데는 많은 이유가 있습니다.

그 이유가 앱 선택의 기준이 될 때 어떤 항목을 보고 선택을 해도 되겠다. 라고 생각하는지 질문을 보고 답해주시면 됩니다.

바쁘신 시간 외중에도 설문에 임해 주셔서 대단히 감사드리며, 설문 중 궁금하신 사항은 010-9873-2077또는 simmihee1@naver.com로 메일 보내주시면 됩니다.

다음은 캘린더 앱의 예시입니다.

캘린더는 생산성 앱 부류 중 대표적인 어플리케이션입니다.

캘린더 사용 시 가장 중요하게 생각하는게 어떤것인지 잘 생각해 보시고

답변에 임해주시기 바라며,

아래 나오는 이미지의 경우 기존에 사용하고 계셨던 앱 스토어의 정보들과 다소 다른 점이 있을 수 있으니

꼭 샘플이미지 확인 후 대답 부탁드립니다.

Amazing Note
어메이징노트
★★★★★ 4.8 (246명)
무료

다운로드

상세정보 | 이용후기 | 연관상품

설명
스크린샷의 영어는 참고용입니다. 100프로 한글 지원됩니다.
한자변환, 음력, 에버노트, 드롭박스, SPen, 캘린더, To-do, 반복알람.

정보
다운로드 58,453회 | 출시일 2012.08.29
이용등급 전체 이용가 | 용량 13MB
판매자 조기연

업데이트
2015.02.16
-버그패치
-UI개선

평점
4.8
3.5개 평점

이용후기
pericon89**
2012.10.17 ★★★★★
BEST | 어플 몇몇백개씩 받으면서 후기 칭 베풀습니다 정말 진심 대박이구요 좀더 기능추가와 디자인개선만 되면 대박날것같습니다 유료꼭살게요:D
1.메모하기 전체화면 모드추가
2.체크리스트양식추가(todolist등으로활용) 실제로 리스트를 터치하면 줄이 그어지는 등의 체크기능포함
3.OX캘린더에서 하루당 실행횟수, 시간목표 양식추가
4.학생들위한스터디플래너양식추가

조기연 | 2013.02.11
개발자입니다. 좋은 평가 감사합니다.
1) 전체화면 모드는 기능이 추가 업그레이드 완료
2) 체크리스트 양식 추가 업그레이드 완료
노트 앱의 기능추가와 안정화 작업이 끝나면 워렛 및 일정관리(스케줄) 기능을 보강할 계획 입니다. 많은 애프터서비스 바랍니다.

ngj08**
2012.10.18 ★★★★★
BEST | 광고없는정식판은 없는지요??
드디어... 한개나왔군요...
아이폰유저라.. 어땀쓰고있는데 말이죠...
조기연 | 2012.10.18
개발자입니다. Pro버전이 등록되어있습니다. 광고 제거 버전입니다.
어땀노트 수준이 되기를 위해 노력하고 있습니다.

전체보기

이 상품과 함께 구매한 상품

폰트 사계 | 바둑 공격특강 | 냉장고를 부탁해 28회
생산성 | FUN | 연애/모락

더보기

캘린더 앱을 사용할 때 조작성이 편하고 쉬운 앱을 원해요. 어떤 내용을 보고 알 수 있을까요?

- 캘린더 앱을 사용할땐 별로 고려하지 않아요.
- 두개 이상일 경우 기타를 선택하고 항목을 작성해주세요
- 홍보동영상
- 런처아이콘
- 가격정보
- 별점 및 평가참여자 수
- 이미지 설명 (캡쳐이미지)
- 텍스트 설명
- 앱 스펙정보 (다운로드,이용등급, 출시일,용량,판매자)
- 업데이트 정보
- 판매자 정보
- 이용후기 게시판
- 기타:

내가 꼭 필요한 캘린더기능이 있는 앱이 있으면 좋겠어요. 어떤 내용을 보고 알 수 있을까요?

- 캘린더 앱을 사용할땐 별로 고려하지 않아요.
- 두개 이상일 경우 기타를 선택하고 항목을 작성해주세요
- 홍보동영상
- 런처아이콘
- 가격정보
- 별점 및 평가참여자 수
- 이미지 설명 (캡쳐이미지)
- 텍스트 설명
- 앱 스펙정보 (다운로드,이용등급, 출시일,용량,판매자)
- 업데이트 정보
- 판매자 정보
- 이용후기 게시판
- 기타:

캘린더 앱을 사용할 때 오락성이나 즐거움이 있으면 좋겠어요. 어떤 내용을 보고 알 수 있을까요?

- 캘린더 앱을 사용할땐 별로 고려하지 않아요.
- 두개 이상일 경우 기타를 선택하고 항목을 작성해주세요
- 홍보동영상
- 런처아이콘
- 가격정보
- 별점 및 평가참여자 수
- 이미지 설명 (캡쳐이미지)
- 텍스트 설명
- 앱 스펙정보 (다운로드,이용등급, 출시일,용량,판매자)
- 업데이트 정보
- 판매자 정보
- 이용후기 게시판
- 기타:

캘린더 앱이 딱 봤을때 그래픽이 화려하고 예뻐요. 어떤 내용을 보고 알 수 있을까요?

- 캘린더 앱을 사용할땐 별로 고려하지 않아요.
- 두개 이상일 경우 기타를 선택하고 항목을 작성해주세요
- 홍보동영상
- 런처아이콘
- 가격정보
- 별점 및 평가참여자 수
- 이미지 설명 (캡쳐이미지)
- 텍스트 설명
- 앱 스펙정보 (다운로드,이용등급, 출시일,용량,판매자)
- 업데이트 정보
- 판매자 정보
- 이용후기 게시판
- 기타:

캘린더 앱 이용시 불편한 점이나 버그수정 등 개발자와 신속하게 피드백 가능할지 알고싶어요. 어떤 내용을 보고 알 수 있을까요?

- 캘린더 앱을 사용하면 별로 고려하지 않아요.
- 두개 이상일 경우 기타를 선택하고 항목을 작성해주세요
- 홍보동영상
- 런처아이콘
- 가격정보
- 별점 및 평가참여자 수
- 이미지 설명 (업제이미지)
- 텍스트 설명
- 앱 스펙정보 (다운로드, 이용등급, 출시일, 용량, 판매자)
- 업데이트 정보
- 판매자 정보
- 이용후기 게시판
- 기타:

기존에 쓰던 캘린더 앱에 비해 더 나은 앱이었을 듯했어요. 어떤 내용을 보고 알 수 있을까요?

- 캘린더 앱을 사용하면 별로 고려하지 않아요.
- 두개 이상일 경우 기타를 선택하고 항목을 작성해주세요
- 홍보동영상
- 런처아이콘
- 가격정보
- 별점 및 평가참여자 수
- 이미지 설명 (업제이미지)
- 텍스트 설명
- 앱 스펙정보 (다운로드, 이용등급, 출시일, 용량, 판매자)
- 업데이트 정보
- 판매자 정보
- 이용후기 게시판
- 기타:

캘린더 앱을 비용을 지불하고 살 경우 가격대비 괜찮은 앱인지 어떤 내용을 보고 알 수 있을까요?

- 캘린더 앱을 사용하면 별로 고려하지 않아요.
- 두개 이상일 경우 기타를 선택하고 항목을 작성해주세요
- 홍보동영상
- 런처아이콘
- 가격정보
- 별점 및 평가참여자 수
- 이미지 설명 (업제이미지)
- 텍스트 설명
- 앱 스펙정보 (다운로드, 이용등급, 출시일, 용량, 판매자)
- 업데이트 정보
- 판매자 정보
- 이용후기 게시판
- 기타:

캘린더 앱의 기능적 스펙(spec.)정보가 중요한것 같아요. 어떤 내용을 보고 알 수 있을까요?
 스펙정보란 앱의 사양, 용량, 모바일과의 상호작용이 되는 기능들의 상세 정보등을 말합니다.

- 캘린더 앱을 사용하면 별로 고려하지 않아요.
- 두개 이상일 경우 기타를 선택하고 항목을 작성해주세요
- 홍보동영상
- 런처아이콘
- 가격정보
- 별점 및 평가참여자 수
- 이미지 설명 (업제이미지)
- 텍스트 설명
- 앱 스펙정보 (다운로드, 이용등급, 출시일, 용량, 판매자)
- 업데이트 정보
- 판매자 정보
- 이용후기 게시판
- 기타:



<p>필린더 앱이 완성도가 높고 시스템적으로 안정적인 앱을 원할 경우 어떤 내용을 보고 알 수 있을까요?</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 필린더 앱을 사용하려면 별로 고려하지 않아요 ● 두개 이상일 경우 기타를 선택하고 항목을 작성해주세요 ● 홍보용영상 ● 관리자이름 ● 가격정보 ● 별점 및 평가달려자 수 ● 이미지 설명 (캡쳐이미지) ● 텍스트 설명 ● 앱 스택정보 (다운로드, 이용등급, 출시일, 플랫폼, 판매자) ● 앱어이트 정보 ● 판매자 정보 ● 이용후기 게시판 ● 기타: <input type="text"/> 	<p>기능부문에서 만족도가 높은 앱이네요! 어떤 내용을 보고 알 수 있을까요?</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 필린더 앱을 사용하려면 별로 고려하지 않아요 ● 두개 이상일 경우 기타를 선택하고 항목을 작성해주세요 ● 홍보용영상 ● 관리자이름 ● 가격정보 ● 별점 및 평가달려자 수 ● 이미지 설명 (캡쳐이미지) ● 텍스트 설명 ● 앱 스택정보 (다운로드, 이용등급, 출시일, 플랫폼, 판매자) ● 앱어이트 정보 ● 판매자 정보 ● 이용후기 게시판 ● 기타: <input type="text"/>
<p>협류터나 데블릿, 또는 다른 프로그래머의 조합성이 되는지가 궁금해요 어떤 내용을 보고 알 수 있을까요?</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 필린더 앱을 사용하려면 별로 고려하지 않아요 ● 두개 이상일 경우 기타를 선택하고 항목을 작성해주세요 ● 홍보용영상 ● 관리자이름 ● 가격정보 ● 별점 및 평가달려자 수 ● 이미지 설명 (캡쳐이미지) ● 텍스트 설명 ● 앱 스택정보 (다운로드, 이용등급, 출시일, 플랫폼, 판매자) ● 앱어이트 정보 ● 판매자 정보 ● 이용후기 게시판 ● 기타: <input type="text"/> 	<p>사람들의 반응이 좋은 앱이라고 추천해서 다운받으려고 해요. 어떤 내용을 보고 알 수 있을까요?</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 필린더 앱을 사용하려면 별로 고려하지 않아요 ● 두개 이상일 경우 기타를 선택하고 항목을 작성해주세요 ● 홍보용영상 ● 관리자이름 ● 가격정보 ● 별점 및 평가달려자 수 ● 이미지 설명 (캡쳐이미지) ● 텍스트 설명 ● 앱 스택정보 (다운로드, 이용등급, 출시일, 플랫폼, 판매자) ● 앱어이트 정보 ● 판매자 정보 ● 이용후기 게시판 ● 기타: <input type="text"/>
<p>다수의 사용들과 커뮤니케이션이 가능한 소셜기능이 있으면 좋겠어요. 어떤 내용을 보고 알 수 있을까요?</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 필린더 앱을 사용하려면 별로 고려하지 않아요 ● 두개 이상일 경우 기타를 선택하고 항목을 작성해주세요 ● 홍보용영상 ● 관리자이름 ● 가격정보 ● 별점 및 평가달려자 수 ● 이미지 설명 (캡쳐이미지) ● 텍스트 설명 ● 앱 스택정보 (다운로드, 이용등급, 출시일, 플랫폼, 판매자) ● 앱어이트 정보 ● 판매자 정보 ● 이용후기 게시판 ● 기타: <input type="text"/> 	

다음은 엔터테인먼트 앱의 예시입니다.

게임앱은 엔터테인먼트 앱 부류 중 대표적인 어플리케이션 입니다.

게임앱 사용 시 가장 중요하게 생각하는게 어떤것인지 잘 생각해 보시고 답변에 임해주시기 바라며, 아래 나오는 이미지의 경우 기존에 사용하고 계셨던 앱 스토어의 정보들과 다소 다른 점이 있을 수 있으니 꼭 샘플이미지 확인 후 대답 부탁드립니다.

영웅 for Kakao
4.7 (380명)
무료
다운로드

판매자 정보 [문의하기](#)
상호 네시삼십삼분
대표자 양귀성, 소태환
이메일 433-corp@433.co.kr

평점
4.7
380명 참여
아주 좋아요
좋아요
만족해요
그저 그래요
별로예요

이용후기

- kiarra86**
2015.05.29 ★★★★★
BEST 아주 재미있어요
- 010.***-7709
2015.05.30 ★★★★★
BEST 정말로너무너무재미있네요~ 한번해보시면헤어나오질못할듯..ㅋ
- 010.***-8521
2015.05.29 ★★★★★
BEST 이걸 진짜 해보면 재밌는게임

설명
■■■ 게임 소개 ■■■
시대의 영웅호Girl '씨스타'가 함께한다
시대의 영웅들이 함께 한다!

정보
다운로드 45,810회 출시일 2015.05.29
이용등급 12세 이용가 용량 47MB
판매자 네시삼십삼분

네시삼십삼분의 다른 상품

- 플레이드 for Kakao (RPG)
- 회색도시2 (아케이드)
- 최후의날 for Kakao (RPG)

게임을 사용할 때 조작이 편하고 쉬운 앱을 원해요. 어떤 내용을 보고 알 수 있을까요?

- 게임을 사용할 때 컨트롤러를 사용하지 않아요.
- 두개 이상일 경우 기타를 선택하고 항목을 작성해주세요
- 홍보동영상
- 런처아이콘
- 가격정보
- 별점 및 평가참여자 수
- 이미지 설명 (캡쳐이미지)
- 텍스트 설명
- 업 스펙정보 (다운로드, 이용등급, 출시일, 용량, 판매자)
- 업데이트 정보
- 판매자 정보
- 이용후기 게시판
- 기타:

내가 꼭 필요한 게임기능이 있는 앱이 있으면 좋겠어요. 어떤 내용을 보고 알 수 있을까요?

- 게임을 사용할 때 컨트롤러를 사용하지 않아요.
- 두개 이상일 경우 기타를 선택하고 항목을 작성해주세요
- 홍보동영상
- 런처아이콘
- 가격정보
- 별점 및 평가참여자 수
- 이미지 설명 (캡쳐이미지)
- 텍스트 설명
- 업 스펙정보 (다운로드, 이용등급, 출시일, 용량, 판매자)
- 업데이트 정보
- 판매자 정보
- 이용후기 게시판
- 기타:

게임을 사용할 때 오락성이나 즐거움이 있으면 좋겠어요. 어떤 내용을 보고 알 수 있을까요?

- 게임을 사용할 때 컨트롤러를 사용하지 않아요.
- 두개 이상일 경우 기타를 선택하고 항목을 작성해주세요
- 홍보동영상
- 런처아이콘
- 가격정보
- 별점 및 평가참여자 수
- 이미지 설명 (캡쳐이미지)
- 텍스트 설명
- 업 스펙정보 (다운로드, 이용등급, 출시일, 용량, 판매자)
- 업데이트 정보
- 판매자 정보
- 이용후기 게시판
- 기타:

앱이 막 봤을 때 그래픽이 화려하고 예뻐서 좋겠어요. 어떤 내용을 보고 알 수 있을까요?

- 게임을 사용할 때 컨트롤러를 사용하지 않아요.
- 두개 이상일 경우 기타를 선택하고 항목을 작성해주세요
- 홍보동영상
- 런처아이콘
- 가격정보
- 별점 및 평가참여자 수
- 이미지 설명 (캡쳐이미지)
- 텍스트 설명
- 업 스펙정보 (다운로드, 이용등급, 출시일, 용량, 판매자)
- 업데이트 정보
- 판매자 정보
- 이용후기 게시판
- 기타:

게임업 이용시 불편한 점이나 버그수정 등 개발자와 신속하게 피드백 가능한 지 알고싶어요. 어떤 내용을 보고 알 수 있을까요??

- 게임업들 사용할면 별로 고려하지 않아요.
- 두개 이상일 경우 기타를 선택하고 항목을 작성해주세요
- 홍보동영상
- 관리자이름
- 가격정보
- 별점 및 평가참여자 수
- 이미지 설명 (캡쳐이미지)
- 엑스트 설명
- 업 스펙정보 (다운로드,이용등급, 출시일,용량,판매자)
- 업데이트 정보
- 판매자 정보
- 이용후기 게시판
- 기타:

기본에 쓰면 게임업에 비해 더 나은 점이있을 것 같아요. 어떤 내용을 보고 알 수 있을까요??

- 게임업들 사용할면 별로 고려하지 않아요.
- 두개 이상일 경우 기타를 선택하고 항목을 작성해주세요
- 홍보동영상
- 관리자이름
- 가격정보
- 별점 및 평가참여자 수
- 이미지 설명 (캡쳐이미지)
- 엑스트 설명
- 업 스펙정보 (다운로드,이용등급, 출시일,용량,판매자)
- 업데이트 정보
- 판매자 정보
- 이용후기 게시판
- 기타:

비용을 지불해야 할 경우 가격대비 괜찮은지 어떤 내용을 보고 알 수 있을까요??

- 게임업들 사용할면 별로 고려하지 않아요.
- 두개 이상일 경우 기타를 선택하고 항목을 작성해주세요
- 홍보동영상
- 관리자이름
- 가격정보
- 별점 및 평가참여자 수
- 이미지 설명 (캡쳐이미지)
- 엑스트 설명
- 업 스펙정보 (다운로드,이용등급, 출시일,용량,판매자)
- 업데이트 정보
- 판매자 정보
- 이용후기 게시판
- 기타:

게임업의 기능적인 스펙(spec.)정보가 중요한것 같아요. 어떤 내용을 보고 알 수 있을까요?? 스펙정보란 앱의 사양, 용량, 모바일과의 상호작용이 되는 기능들의 상세 정보등을 말합니다.

- 게임업들 사용할면 별로 고려하지 않아요.
- 두개 이상일 경우 기타를 선택하고 항목을 작성해주세요
- 홍보동영상
- 관리자이름
- 가격정보
- 별점 및 평가참여자 수
- 이미지 설명 (캡쳐이미지)
- 엑스트 설명
- 업 스펙정보 (다운로드,이용등급, 출시일,용량,판매자)
- 업데이트 정보
- 판매자 정보
- 이용후기 게시판
- 기타:

<p>게릴업이 완성도가 높고 시뮬레이션으로 안정적인 업을 원할 경우 어떤 내용을 보고 알 수 있을까요?</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 게릴업을 사용할면 별로 고려하지 않아요. ○ 두개 이상일 경우 기타를 선택하고 항목을 작성해주세요 ○ 홍보동영상 ○ 관리자이름 ○ 가격정보 ○ 별점 및 평가달려자 수 ○ 이미지 설명 (캡쳐이미지) ○ 엑스트 설명 ○ 업 스택정보 (다순포드,이용등급, 출시일,총량,판매자) ○ 업에이르 정보 ○ 판매자 정보 ○ 이용후기 게시판 ○ 기타: [] 	<p>기능부분에서 만족도가 높은 앱이네요! 어떤 내용을 보고 알 수 있을까요?</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 게릴업을 사용할면 별로 고려하지 않아요. ○ 두개 이상일 경우 기타를 선택하고 항목을 작성해주세요 ○ 홍보동영상 ○ 관리자이름 ○ 가격정보 ○ 별점 및 평가달려자 수 ○ 이미지 설명 (캡쳐이미지) ○ 엑스트 설명 ○ 업 스택정보 (다순포드,이용등급, 출시일,총량,판매자) ○ 업에이르 정보 ○ 판매자 정보 ○ 이용후기 게시판 ○ 기타: []
<p>협업이나 테블릿, 또는 다른 프로그래밍과의 호환성이 되는지가 궁금해요 어떤 내용을 보고 알 수 있을까요?</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 게릴업을 사용할면 별로 고려하지 않아요. ○ 두개 이상일 경우 기타를 선택하고 항목을 작성해주세요 ○ 홍보동영상 ○ 관리자이름 ○ 가격정보 ○ 별점 및 평가달려자 수 ○ 이미지 설명 (캡쳐이미지) ○ 엑스트 설명 ○ 업 스택정보 (다순포드,이용등급, 출시일,총량,판매자) ○ 업에이르 정보 ○ 판매자 정보 ○ 이용후기 게시판 ○ 기타: [] 	<p>사람들의 반응이 좋은 앱이라고 추정해서 다운로드하려고 해요. 어떤 내용을 보고 알 수 있을까요?</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 게릴업을 사용할면 별로 고려하지 않아요. ○ 두개 이상일 경우 기타를 선택하고 항목을 작성해주세요 ○ 홍보동영상 ○ 관리자이름 ○ 가격정보 ○ 별점 및 평가달려자 수 ○ 이미지 설명 (캡쳐이미지) ○ 엑스트 설명 ○ 업 스택정보 (다순포드,이용등급, 출시일,총량,판매자) ○ 업에이르 정보 ○ 판매자 정보 ○ 이용후기 게시판 ○ 기타: []
<p>다수의 사람들과 커뮤니케이션이 가능한 소셜기능이 있었으면 좋겠어요. 어떤 내용을 보고 알 수 있을까요?</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 게릴업을 사용할면 별로 고려하지 않아요. ○ 두개 이상일 경우 기타를 선택하고 항목을 작성해주세요 ○ 홍보동영상 ○ 관리자이름 ○ 가격정보 ○ 별점 및 평가달려자 수 ○ 이미지 설명 (캡쳐이미지) ○ 엑스트 설명 ○ 업 스택정보 (다순포드,이용등급, 출시일,총량,판매자) ○ 업에이르 정보 ○ 판매자 정보 ○ 이용후기 게시판 ○ 기타: [] 	

설문에 응해주셔서 감사합니다 ^^

귀한 시간 할애하여 응해주셔서 감사합니다.

마지막 질문까지 부탁드립니다.

설문에 활용된 개인정보는 통계연구 이외에 활용되지 않습니다.

귀하의 성별은?*

- 남자
- 여자
- 기타

귀하의 연령은 어떻게 되나요?*

- 15세이하
- 20-29세
- 16-19세
- 30-39세
- 40세이상

당신은 캘린더 앱을 사용해 보신적이 있나요?*

- 사용해 본적 있다
- 사용해 보지 않았다

당신은 게임 앱을 사용해 보신적이 있나요?*

- 사용해 본적 있다
- 사용해 보지 않았다

설문조사 B 어떤 사용후기 게시판과 평점시스템이 앱 선택에 더 도움을 줄까요?
- 설문지내용

어떤 사용후기 게시판과

평점시스템이 앱 선택에 더 도움을 줄까요?

안녕하십니까,

조선대학교 일반대학원 창의공학디자인융합학과 석사에 재학중인 심미희입니다.

본 설문조사는 석사 청구 논문 진행중 모바일 앱을 선택하는데 있어
경험기반의 정보가 어떤형태로 표출되었을 때 도움이 되는가 알아보기 위한 하나의 연구과정입니다.

기존 사용후기 게시판 및 평점시스템에서 일부 정보를 추가 하거나 혹은
일부 정보를 시각화하여 총 세가지의 안을 제안합니다.

어떤 안이 앱 선택에 도움을 줄거라 생각되시는지 선택해주세요

바쁘신 시간 와중에도 설문에 임해 주셔서 대단히 감사드리며, 설문 중 궁금하신 사항은 010-9873-2077또는 simmihee1@naver.com로 메일 보내주시면 됩니다.

기존 T스토어의 사용후기 게시판

현재 T스토어의 사용후기 게시판입니다.

앱 상품평가를 5점척도로 나타내고 있으며 총 합계와 참여자 수, 그리고 사용자의 리뷰로 이루어져 있습니다.

평점



이용후기


 pericion89**
 2012.10.17 ★★★★★ ♡ 22

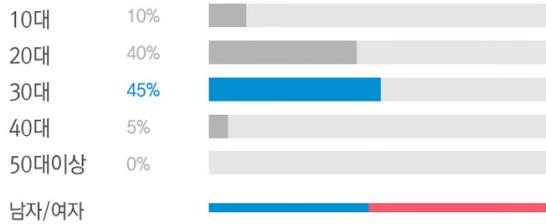
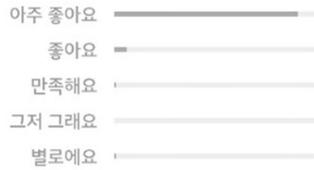
BEST 어플 몇몇백개씩 받으면서 후기 첨 써봅니다 정말 진심 대박이구요 좀더 기능추가와 디자인개선만 되면 대박날것같습니다 유료꼭살게요:D

- 1.메모보기 전체화면 모드추가
- 2.체크리스트양식추가(todolist등으로활용)
실제로 리스트를 터치하면 줄이 그어지는 등의 체크기능포함
- 3.OX캘린더에서 하루당 실행횟수, 시간목표 양식추가
- 4.학생들을위한스터디플래너양식추가

어떤 안이 앱 선택에 도움을 줄거라 생각되시는지 선택해주세요

- 1번째 안

평점



이용후기



pericion89** 여 30대
2012.10.17 ★★★★★

♡ 22

BEST 어플 몇몇백개씩 받으면서 후기 첨 써봅니다 정말
진심 대박이구요 좀더 기능추가와 디자인개선만 되면 ...



catmon** 여 20대
2012.10.17 ★★★★★

♡ 22

BEST 좋아요 ! 잘쓸게요 !!
처음써보는 노트어플인데 대박 괜찮은듯, 기능도 맘에 들고 ...

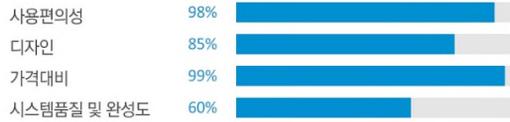
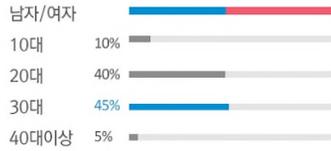
- 2번째 안

상세정보

이용후기

연관상품

평점



이용후기

pericion89** 여 30대
2012.10.17 ♡ 22

상품평가 ★★★★★ 90점

사용편의성 ★★★★★ 가격대비 ★★★★★
디자인 ★★★☆☆ 시스템품질 및 완성도 ★★★★★

BEST 어플 몇몇백개씩 받으면서 후기 첨 써봅니다 정말
진심 대박이구요 좀더 기능추가와 디자인개선만 되면 ...

catmon** 여 20대
2012.10.17 ★★★★★ ♡ 22

상품평가 ★★★★★ 90점

사용편의성 ★★★★★ 가격대비 ★★★★★
디자인 ★★★☆☆ 시스템품질 및 완성도 ★★★★★

BEST 좋아요 ! 잘쓸게요 !!
처음써보는 노트어플인데 대박 관촬은듯, 기능도 맘에 들고 ...

- 3번째 안

상세정보

이용후기

연관상품

평점



98%



85%



95%



60%

이용후기

pericion89** 30대
2012.10.17 ♡ 22

상품평가 ★★★★★ 90점



BEST 어플 몇몇백개씩 받으면서 후기 참 써봅니다 정말 진심 대박이구요 좀더 기능추가와 디자인개선만 되면 대박날것같습니다 유료꼭살게요:D

- 1.메모보기 전체화면 모드추가
- 2.체크리스트양식추가(todolist등으로활용)
실제로 리스트를 터치하면 줄이 그어지는 등의 체크기능포함
- 3.OX캘린더에서 하루당 실행횟수, 시간목표 양식추가
- 4.학생들을위한스터디플래너양식추가

catmon** 20대
2012.10.17 ♡ 22

상품평가 ★★★★★ 90점



BEST 좋아요 ! 잘쓸게요 !!
처음써보는 노트어플인데 대박 괜찮은듯, 기능도 맘에 들고 꾸준히 써보면 더 좋을것같지만 일단은 만족하니 별 다섯개 드리고 갑니다 !
많이 파세요 :)

세가지 안 중 어떤안이 앱을 선택할 때 도움이 된다고 생각하십니까?

- 1번 시안
- 2번 시안
- 3번시안
- 이전 상품후기 시스템이 좋다

- 1번째 시안을 선택하셨습니다.

선택하신 1안의 어떤 부분이 앱 선택시 가장 도움이 될거라고 생각하십니까?

- 사용자의 연령 그래프
- 사용자의 성별 그래프
- 사용후기 게시판의 형태 (요약형)
- 점수의 빈도 그래프 (좋아요, 아주좋아요 등)
- 기타:

선택하신 1안이 실제 앱마켓에 적용될 경우 앱 선택에 도움이 될거라 생각하십니까?

기존 정보에 비해 더 많은 정보를 제공하고 있습니다. 모바일이라는 제약적인 환경에서도 적합하다고 생각하십니까?

1 2 3 4 5 6 7

매우그렇지 않다 매우 그렇다

- 2번째 시안을 선택하셨습니다.

선택하신 2안의 어떤 부분이 앱 선택시 가장 도움이 될거라고 생각하십니까?

- 사용자의 연령 그래프
- 사용자의 성별 그래프
- 사용후기 게시판의 형태 (요약형)
- 앱 항목별 평균점수 그래프
- 앱 항목별 평가 시스템 (사용편의성, 가격대비 등을 각각 별점평가)
- 기타:

선택하신 2안이 실제 앱마켓에 적용될 경우 앱 선택에 도움이 될거라 생각하십니까?

기존 정보에 비해 더 많은 정보를 제공하고 있습니다. 모바일이라는 제약적인 환경에서도 적합하다고 생각하십니까?

1 2 3 4 5 6 7

매우그렇지 않다 매우 그렇다

- 3번째 시안을 선택하셨습니다.

선택하신 3안의 어떤 부분이 앱 선택시 가장 도움이 될거라고 생각하십니까?

- 사용자의 연령별 그래프
- 사용자의 성별 비율 그래프
- 앱 항목별 평균점수의 아이콘화
- 앱 항목별 평가 시스템 (사용편의성, 가격대비 등을 각각 별점평가)
- 사용후기 게시판의 형태 (서술형)
- 기타:

선택하신 3안이 실제 앱마켓에 적용될 경우 앱 선택에 도움이 될거라 생각하십니까?

기존 정보에 비해 더 많은 정보를 제공하고 있습니다. 모바일이라는 제약적인 환경에서도 적합하다고 생각하십니까?

1 2 3 4 5 6 7

매우그렇지 않다 매우 그렇다