



소셜커머스 어플리케이션 사용성 평가에 대한 연구

A Study on the Evaluation of use of Social Commerce Applications

Nayeon Cho, Jaemin Lee

Department of Design Engineering, Dong-eui University

Introduction

- 최근 모바일 기기 보급의 증가로 소셜커머스 어플리케이션의 사용이 늘어나고 있으며 다양한 어플리케이션 사용의 증가로 인해 각 어플리케이션마다 구성, 정보성, 구매성에 차이가 있고 소비자들이 선호하는 방식에도 차이가 있다.
- 이런 다양한 측면이 있다 보니 사용하는 과정에서 생기는 불편사항들도 다양하다. 이에 많은 어플리케이션의 사용성을 평가하고 개선하기 위한 다양한 연구가 이루어지고 있다.
- 이러한 소셜커머스 어플리케이션 관련 주요 앱들에 대해 사용자 경험 측면에서 편리하게 서비스를 제공하고 있는지에 대한 문제점을 분석하고 개선 방향을 모색하기 위하여 본 연구에서는 해당 앱들의 사용성 평가를 수행하고 그 결과를 정리하여 방향성을 제안한다.

Method

- 연구개요:** 대표적 소셜커머스 어플리케이션인 쿠팡, 티몬, 위메프 3가지 앱을 선정하여 각 앱의 특정 제품을 구입하는 과정에서 수행되는 과제에 대해 만족도, user interface 측면에서의 개선사항을 인터뷰 형식으로 문제점을 도출하고 다양한 의견을 조사함
- 연구참여자:** 20대 초반 성인 남 8명, 여 8명 (총 16명)
- 연구방법:** (1) 기존 연구 및 소셜커머스 어플리케이션들의 특성을 고려하여 사용성 관련 속성을 도출하고, 이런 핵심 속성별 세부항목의 구체적 평가 기준 도출함
 - 사용성 (중요도, 불편한점, 메뉴구성, 화면구성)
 - 심미성 (디자인, 색채사용)
 - 정보성 (상품검색, 상품정보)
 - 구매성(구매절차)
- (2) 1:1 인터뷰에서 기준 제시 없이 자유롭게 사용성 상의 문제점을 도출하고, 이후 기준을 제시하여 기준에 맞게 문제점을 도출하는 2단계를 거쳐 진행함
- (3) 이후 도출된 문제점들을 사용성 기준에 맞게 분석함

Result

1. 사용성/Usability

(1) 중요도/Importance

항목	세부 내용	응답수
가격	가격이 저렴하지 않다면 제품의 질을 모르는 상태로 굳이 앱을 이용해 제품을 구매할 필요가 없기 때문에 가격을 명확히 보여주는 점이 중요하다.	5
편리성	검색이 편하고 결과가 깔끔하게 보여지는지, 앱 사용이 얼마나 간편한지가 중요하다.	5
제품의 품질	제품의 질을 얼마나 잘 파악할 수 있는지가 중요하다.	3
배송	제품 배송이 얼마나 빠른지를 파악하는 것이 중요하다.	2

(2) 불편한점/Inconvenience

항목	세부 내용	응답수
품질 확인의 불가능	앱으로 제품을 구매할 때는 제품의 품질을 확인할 수 없는 부분이 가장 불편하다.	5
제품에 대한 정보 부족	제품에 대해서 잘 알아보기 위해서 다양하고 정확한 정보가 필요한데 정보가 제대로 제공되지 않는 경우가 있다.	4
로그인이 필요한지 혼동되는 서비스	구매하거나 장바구니를 클릭하면 로그인 없이도 실행이 되는데 로그인이 되어 있어서 그런지 아니면 로그인이 필요가 없는 서비스인지 혼동되며 정작 결제할 때는 로그인이 필요할 텐데 처음부터 로그인을 하도록 유도하는 것이 더 좋을 것 같다.	2

(3) 메뉴구성/Menu component

항목	세부 내용	응답수
메뉴구성이 쉽다	첫 화면을 보면 메뉴구성이 쉽게 되어있어 편리하다. 제품이 종류별로 구분이 잘 되어 있어 원하는 제품을 찾기가 쉽고, 카테고리별 분류가 잘 되어 있어 원하는 부분을 쉽게 볼 수 있어 편리하다.	10
메뉴구성이 어렵다	제품의 구분이 잘 되어 있으나 너무 많은 종류의 카테고리들이 있어 원하는 제품을 찾기가 힘들다.	6

(4) 화면구성/Screen component

항목	세부 내용	응답수
화면구성이 쉽다	가격순, 평가순으로 나열해서 볼 수 있어 편리하고 비슷한 제품을 같이 볼 수 있어 좋다, 복잡하지 않고 큼직큼직하게 표시된 정보가 있어 보기 편하다.	9
화면구성이 어렵다	검색창이 제일 위쪽에 있고 터치 영역이 크지 않아 검색할 때 불편함이 있다.	7

2. 심미성/Aesthetic component

(1) 디자인/Design

대상앱	문제점	응답수
쿠팡	상품을 클릭하기 전에는 이미지 버튼의 사이즈가 비교적 커서 손가락으로 누르기 적당했으나 상품을 클릭한 후에는 아이콘의 이미지가 작아져서 누르기 불편했다.	3
티몬	여성과 남성, 아이들 제품을 구분해서 보여주지 않아 원하는 제품을 빠르게 찾기가 힘들고 화면 스크롤시 화면 하단의 창이 사라져 전체적인 제품을 보는데 어려움이 있다.	2
위메프	메인 화면에서 독창적 디자인 요소가 보이지 않았고 상품에 대한 정보를 표시할 때 글이 사진을 가리는 경우가 많아 불편했다.	3

(2) 색채사용/Color usage

대상앱	문제점	응답수
쿠팡	제품의 카테고리별로 다양한 색상을 사용하여 혼선이 생겼고 시각적 피로감이 많이 느껴졌다.	2
티몬	대표적인 주황색으로 포인트를 준 자체적 이미지를 잘 나타내었고 앱의 컬러로 인해 구성이 깔끔하고 안정적으로 느껴졌으나 앱을 장시간 사용할 경우 색상으로 인해 눈의 피로감이 크게 느껴졌다.	3
위메프	대표적인 빨간색으로 포인트를 주었으나 원색과의 배색으로 인해 눈의 피로감이 느껴졌고 강렬한 색상으로 세련미를 감소시켜 상품의 주목성이 떨어진다.	4

3. 정보성/Information

(1) 상품검색/Product search

대상앱	문제점	응답수
쿠팡 티몬 위메프	검색을 할 때 광범위하게 단어만 쳐도 여러가지의 다양한상품이 나와서 오히려 원하는 제품을 찾는데 시간이 오래 걸리거나 찾기 힘든 경우가 있다.	6

(2) 상품정보/Product information

대상앱	문제점	응답수
쿠팡 티몬 위메프	옷이나 신발을 구매할 경우 같은 사이즈지만 제품마다 정확한 규격이나 길이 등이 다른데 정확하게 참고할 만한 내용이 없어 불편함이 있다.	7

4. 구매성/Purchase

(1) 구매절차/Purchase process

대상앱	문제점	응답수
쿠팡 티몬 위메프	네이버 페이로 결제할 수 없는 시스템이나 간편 결제 시스템이 없는 경우 불편함이 있다.	4

Suggestion

- 사용성: 제품에 여러 종류가 있을 때 제일 위쪽에 그 제품들을 한번에 볼 수 있도록 정리하고 검색창의 크기를 키워 손가락이 잘 닿을 수 있도록 가운데 부분이나 아래쪽에 배치시킨다면 이용자들의 불편을 해소시킬 수 있음
- 심미성: 소비자들의 이용을 늘리기 위해 독창적인 디자인 요소를 추가하고 상품 클릭 전후에 아이콘의 이미지를 똑같이 크게 만든다면 이용자들의 증가를 기대할 수 있음. 소비자들의 이목을 집중시키기 위한 강렬한 수단이 색채인데 연구 대상 앱들이 공통적으로 주황색이나 빨간색과 같은 다양한 원색과의 배색으로 소비자들의 관심은 유발하고 있지만 눈의 피로감이 느껴질 뿐 아니라 색감으로만 포인트를 주어 세련미를 감소시키기 때문에 색채사용에 대한 개선이 요구됨
- 정보성: 앱으로 제품을 구입할 경우 제품에 대한 상세한 정보가 부족한 경우가 많아 다양하고 정확한 정보의 제공이 요구됨
- 구매성: 다양한 간편 결제 시스템을 사용할 수 있도록 한다면 이용자들의 불편을 해소시킬 수 있음

Conclusion

- 본 연구는 성인 남녀 16명을 대상으로 소셜커머스 어플리케이션 사용성 평가에 대한 조사를 하였음
- 다양한 소셜커머스 어플리케이션에 대한 현황과 문제점을 파악할 수 있었고 또한 문제에 대한 대안을 제시하고 개선 방법을 찾을 수 있었음
- 어플리케이션 단점들을 개선하여 사용자 경험 차원의 소셜커머스 어플리케이션 개발을 할 수 있을 것이며 사용자 경험 최적화를 위한 연구가 지속될 것임
- 현재 소셜커머스 어플리케이션 사용성 평가를 통해 개선을 위한 다양한 연구가 이루어지고 있으며 각 어플리케이션의 강점을 활용하여 더 나은 앱 개발을 할 수 있을 것임