

# 반려동물 커뮤니티 어플리케이션의 UI/UX 디자인이 사용자 만족도에 미치는 영향 연구

반려묘 모바일 어플리케이션을 중심으로

## A Study on the Impact of UI/UX Design of Pet Community Applications on User Satisfaction

Focused on the Cat Community Mobile Applications

주 저 자 : 선동민 (Seon, Dong Min) 국민대학교 테크노디자인전문대학원  
제품이노베이션디자인학과 석사과정

교 신 저 자 : 남원석 (Nam, Won Suk) 국민대학교 조형대학 공업디자인학과 교수  
name@kookmin.ac.kr

<https://doi.org/10.46248/kidrs.2024.4.522>

접수일 2024. 10. 17. / 심사완료일 2024. 10. 21. / 게재확정일 2024. 10. 25. / 게재일 2024. 12. 30.

## Abstract

This study analyzes the impact of UI/UX design on user satisfaction in pet community mobile applications, focusing on three platforms: PetFriends, MyNyangBokam, and BeMyPet. Using data collected from user surveys, the study employs descriptive statistics, reliability analysis (Cronbach's Alpha), and multiple regression analysis to evaluate how key design and functional elements affect users' emotional satisfaction. The results show that brand consistency, feedback systems, and interface intuitiveness are significant factors in user satisfaction across all three applications. For BeMyPet, community functionality was a key driver of satisfaction, while usability and feedback systems were critical factors for PetFriends and MyNyangBokam. The study suggests that enhancing UI design consistency and improving feedback systems are essential for increasing user satisfaction, and promoting community features can help strengthen bonds among pet owners and deepen their relationships with their pets.

## Keyword

Mobile Application(모바일 어플리케이션), UI Design(UI 디자인), Design Analysis(디자인 분석)

## 요약

이 연구는 급성장하는 반려동물 산업에서 반려동물 커뮤니티 모바일 애플리케이션의 UI/UX 디자인이 사용자 만족도에 미치는 영향을 분석한다. 펫프렌즈, 명냥보감, 비마이펫 세 가지 애플리케이션을 중심으로, 설문조사를 통해 수집된 데이터를 바탕으로 기술 통계, 신뢰도 분석, 그리고 다중 회귀분석을 수행했다. 연구 결과, 브랜드 일관성, 피드백 시스템, 인터페이스의 직관성이 사용자 만족도에 중요한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히, 비마이펫의 경우 커뮤니티 기능이 사용자 만족도에 중요한 역할을 했으며, 펫프렌즈와 명냥보감에서는 사용성과 피드백 시스템이 핵심적인 요인으로 작용했다. 이를 통해, 사용자 경험을 개선하기 위해 UI 디자인 일관성을 강화하고 피드백 시스템을 개선할 필요성이 강조되었으며, 커뮤니티 기능을 통해 반려동물 소유자 간의 유대감을 강화할 수 있는 방향성을 제시한다.

## 목차

### 1. 서론

- 1-1. 연구 배경 및 목적
- 1-2. 연구의 범위 및 방법

### 2. 이론적 배경

- 2-1. UI 디자인의 개념
- 2-2. 커뮤니티의 특성
- 2-3. 반려동물 커뮤니티 평가 요소

### 3. 커뮤니티 어플리케이션 사례 분석

- 3-1. 반려동물 커뮤니티 어플리케이션
- 3-2. 어플리케이션 화면 구성 분석

### 4. 반려동물 커뮤니티 사용자 분석

- 4-1. 설문조사 설계
- 4-2. 설문조사 실시
- 4-3. 자료 분석 방법
- 4-4. 분석 결과
- 4-5. 연구 결과
- 4-6. 연구의 의의와 시사점

### 5. 결론 및 제언

### 1. 서론

#### 1-1. 연구 배경 및 목적

##### 1-1-1. 연구 배경

현대 사회에서 반려묘는 많은 가정에서 가족 구성원으로 자리 잡고 있으며 반려묘를 적절히 돌보기 위해서는 그들의 특성과 요구사항에 대한 이해가 필수적이다. 통계청에서 실시한 2020 인구주택총조사에 따르면 우리나라 전체 가구의 3.4%가 반려묘를 기르고 있다고 한다.<sup>1)</sup> 또한, 2023년 실시된 KB금융지주 경영연구소의 한국 반려동물 보고서에 따르면 반려인이 반려동물 관련 정보를 얻는 주된 채널은 포털사이트(50.9%), 카페/블로그/커뮤니티(36.9%), 유튜브(34.6%), 가족/친구/지인(24.2%), 동물병원에서 직접 확인하는 경우(21.4%)의 순으로 나타났으며, '카페/블로그/커뮤니티'를 이용하여 정보는 얻는 경우는 2021년부터 꾸준히 증가하는 추세이다.<sup>2)</sup> 이렇듯, 반려묘를 키우는 사람들은 자신의 반려묘에 관한 경험을 공유하고 다른 사람들과 소통하며, 서로 조언을 주고받을 수 있는 공간이 필요하다. 또한, 스마트폰의 보급 증가와 반려동물 산업 시장의 확장으로 인해 반려동물과 반려동물을 기르는 사람들을 위한 모바일 어플리케이션이 꾸준히 등장하고 있다.

##### 1-1-2. 연구의 목적

본 연구의 목적은 반려묘 커뮤니티 어플리케이션에서 사용자 만족도에 영향을 미치는 주요 UI 디자인 및 기능적 요소를 분석하는 것이다. 이를 위해 '펫프렌즈', '멍냥보감', '비마이펫' 세 가지 어플리케이션을 대상으로 설문조사를 실시하여 각 어플리케이션이 특정 기능 및 디자인 측면에서 사용자로부터 높은 평가를 받은 이유를 탐구하고, 사용자 경험의 만족도를 결정하는 핵심 요인을 규명하고자 한다. 본 연구는 정보 접근성, 탐색의 용이성, 커뮤니티 기능성 등의 요소가 사용자 만족도에 미치는 영향을 구체적으로 평가하여, 향후 어플리케이션 개발 및 개선에 필요한 디자인적 방향성을 제시하는 데 그 목적을 둔다. 다만, 본 연구는 각 어플리케이션의 기능적 및 디자인적 특성이 어떤 이유로 높은 만족도를 유도하는지에 대한 구체적 원인을 규명하는 것이 아니라, 어떤 요소가 사용자 경험에 긍정적인 영향을 미쳤는지를 중점적으로 분석하여, 향후 어플리케이션 개선에 실질적 기여를 하는 자료를 제공하는 데 중점을 둔다.

1) 통계청, 2020 인구주택총조사, 2021, p.27

2) KB금융지주, 한국반려동물보고서, 2023, p.42-43

리케이션의 기능적 및 디자인적 특성이 어떤 이유로 높은 만족도를 유도하는지에 대한 구체적 원인을 규명하는 것이 아니라, 어떤 요소가 사용자 경험에 긍정적인 영향을 미쳤는지를 중점적으로 분석하여, 향후 어플리케이션 개선에 실질적 기여를 하는 자료를 제공하는 데 중점을 둔다.

#### 1-2. 연구의 범위 및 방법

##### 1-2-1. 연구의 범위

연구 대상은 2024년 상반기를 기준으로 App Store에서 다운로드 가능한 '펫프렌즈', '멍냥보감', '비마이펫' 세 가지 어플리케이션으로 선정하였다. 이들 어플리케이션은 반려묘 관련 커뮤니티 기능을 포함하고 있으며, 각기 다른 UI 디자인과 기능적 특성을 가지고 있어, 반려묘 커뮤니티 어플리케이션에서 사용자 만족도에 영향을 미치는 주요 UI 디자인 및 기능적 요소를 분석하기에 적합하다.

##### 1-2-2. 연구 방법

본 연구를 진행하기 위한 구체적인 연구 방법은 다음과 같다. 첫째, UI 디자인 및 사용자 경험과 관련된 선행 연구를 검토하여 반려동물 커뮤니티 어플리케이션에서 중요한 디자인 및 기능적 요소들을 도출하였다. 이론적 배경에서는 정보 접근성, 탐색 용이성, 커뮤니티 기능성 등이 사용자 만족도에 중요한 영향을 미치는 요소로 제시되었다. 둘째, 선정된 어플리케이션의 UI 디자인과 기능적 특성을 체계적으로 분석하였다. UI 디자인 요소(예: 색상, 타이포그래피, 레이아웃 등)와 기능적 요소(예: 커뮤니티 기능, 정보 제공 방식 등)에 대한 평가 기준을 수립하고, 각 어플리케이션의 주요 디자인 및 기능적 특징을 상세히 분석하였다. 셋째, 반려묘 커뮤니티 어플리케이션을 실제로 사용한 경험이 있는 사용자 60명을 대상으로 사용자 설문조사를 진행하였다. 설문 문항은 사용성, UI 디자인 만족도, 사용자 참여도, 커뮤니티 기능성, 사용자 경험이 사용자 만족도에 미치는 영향을 평가할 수 있도록 구성하였다. 설문은 리커트 척도(1~5점)를 사용하여 응답을 수집하였다. 넷째, 온라인 설문조사를 통해 수집된 데이터를 SPSS 소프트웨어를 이용해 분석하였다. 기술 통계와

신뢰도 분석(Cronbach's Alpha)을 통해 데이터의 일관성을 평가하였으며, 주요 UI 디자인 및 기능적 요소가 사용자 만족도에 미치는 영향을 분석하였다. 다중 회귀분석을 통해 각 독립 변수가 사용자 감성적 만족도에 미치는 영향을 평가하였으며, 회귀계수(B), t값, p-값을 산출하여 각 요소의 중요도를 도출하였다. 이를 통해 사용자 만족도에 긍정적 또는 부정적 영향을 미치는 주요 요인들을 확인하였다. 다섯째, 각 어플리케이션의 UI 디자인과 기능적 요소들이 사용자 경험에 미친 영향을 비교하고, 만족도에 중요한 영향을 미친 요인을 도출하였다. 회귀분석 결과, 사용자 만족도에 통계적으로 유의미한 영향을 미친 요소들을 중심으로 어플리케이션의 강점과 개선이 필요한 부분을 제시하였다.

[표 1] 연구 대상 목록

연구 대상	이름	시스템
	페프렌즈	Android, IOS
	명냥보감	Android, IOS
	비마이펫	Android, IOS

## 2. 이론적 배경

### 2-1. UI 디자인의 개념

UI(User Interface)란 “사람이 접촉하는 컴퓨터 시스템의 입력과 출력 장치 및 그 장치를 통해 표현되는 정보나 기능”<sup>3)</sup>이라고 정의된다. UI 디자인은 UX 디자인의 한 부분으로서 사용자와 디지털 제품 간의 상호작용을 가능하게 하는 시각적 요소를 설계하는 과정이다. 여기에는 버튼, 아이콘, 메뉴, 텍스트 필드와 같은 그래픽 요소뿐만 아니라 색상, 타이포그래피, 레이아웃 등도 포함된다. UI 디자인의 주요 목적은 사용자에게 직관적이고 시각적으로 만족스러운 인터페이스를 제공하여, 사용자가 제품을 쉽게 이해하고 사용할 수 있도록 돕는 것이다. UI 디자인은 사용자들

3) 김진우, 안그라픽스, 『Human Computer Interaction 개론』 2005, p.494

기준에 두고 연구되어야 하며, 사용자가 시각적 인지를 통한 정보 습득을 할 수 있게 도와주기 위해 정보를 구조화, 계층화하여 사용자와 시스템 간의 원활한 상호작용을 할 수 있도록 돕는 것이라고 정의하고 있다. 또한, 선행연구에서는 시각적 근거를 위해 UI 디자인의 원칙을 위해 제시하고 있는데 첫째로 정보수용의 원칙, 둘째로 정보 선택의 원칙, 셋째로 사용 제한의 원칙, 넷째로 지식 활용의 원칙, 다섯째로 정보처리의 원칙, 여섯째로 심리학적 접근 원칙을 제시하고 있다.<sup>4)</sup>

## 2-2. 커뮤니티의 특성

### 2-2-1. 온라인 커뮤니티의 개념과 특성

온라인 커뮤니티는 인터넷에서 공통의 관심사나 경험을 갖고 상호작용하는 사람들이 있는 공간으로, 공적 토론이나 정보 교환 등이 진행되는 공간으로 정의된다.<sup>5)</sup> 커뮤니티란 원래 지리적으로 근접된 마을, 도시 등 지역사회나 공동체를 뜻하며, 인터넷이 등장하기 이전에도 사회과학에서 중요한 개념으로 자리 잡아 왔다. 그러나 인터넷의 발달로 인하여 지리적 근접성을 전제로 하였던 전통적인 커뮤니티와 다른 커뮤니티의 개념이 등장하고 있다. 국내의 경우, 온라인 커뮤니티의 등장은 일반적으로 1990년대 후반이라고 말할 수 있다.<sup>6)</sup> 온라인 커뮤니티의 특성은 크게 웹 기능성, 제공성, 흥미-경험 제공성, 상호작용성 등 4개 차원으로 유형화할 수 있으며, 자세한 내용을 살펴보면 아래와 같다.

첫째, 온라인 커뮤니티는 그 자체가 하나의 웹사이트로서 커뮤니티 운영자와 회원의 상호작용을 가능하게 하는 웹 기능성이 요구된다. 웹 기능성의 세부 요소에는 웹의 접근 편리성, 정보의 반응 속도, 사용의 편리성, 정보 검색 기능, 홈페이지 구성 등이 있으며, 이는 온라인에서 원활한 커뮤니케이션에 필요한 하드웨어적인 기능을 수행하게 된다.

둘째, 온라인 커뮤니티는 구성원들이 관심을 가지거

4) 김나영, ‘UI 디자인의 시각적 요소에 관한 연구:국내 뉴스 어플리케이션을 중심으로’, 중앙대학교 예술대학원, 2014, p.10-11

5) 김경준, ‘온라인 커뮤니티 활동이 신뢰반경에 미치는 양면적 효과’, 한국사회학, 2023. 08. Vol.57, No.3, p.84

6) 권상희, ‘온라인 커뮤니티 내의 커뮤니케이션에 관한 연구’. 한국언론정보학보, 2006. 11, Vol.36, p.425

나 필요로 하는 제품이나 서비스와 관련한 다양한 정보를 제공한다. 특히 커뮤니티에서 소비자들은 자발적이고 능동적으로 제품 사용 후기, 새로운 제품의 정보, 제조사 관련 정보 등을 제공하기 때문에 다른 구성원들에게 폭넓은 공감대를 형성할 수 있다. 이와 같은 온라인 커뮤니티가 제공하는 다양한 정보는 의사 결정 과정에서 최적의 선택을 하도록 도와주고 사용단계에서는 편의성과 효율성을 높여준다.

셋째, 온라인 커뮤니티는 커뮤니티 구성원들에게 즐거움, 흥미, 경험 등을 제공한다. 즉, 온라인 커뮤니티는 공통의 관심사를 가진 사람들을 같은 공간에 모이게 하고, 다양한 간접 경험을 통해 즐거움을 제공하면서 모르는 사람들과의 관계를 형성해준다. 특히 온라인을 넘어 오프라인으로 이어지는 모임은 구성원 간의 결집력을 높여주고 인간관계에 대한 즐거움을 제공하여 커뮤니티를 향한 충성도와 참여 의도를 높여주기도 한다.

넷째, 온라인 커뮤니티는 일방적인 커뮤니케이션이 아닌 쌍방향 커뮤니케이션을 통해 구성원들과 지속적인 커뮤니케이션을 한다. 온라인 커뮤니티를 통한 높은 수준의 상호작용은 소비자의 의사 결정의 효율성을 증대시켜주고, 정보처리 과업이나 지각된 위험을 감소시켜 장기적 거래 관계를 구축하도록 한다.<sup>7)</sup>

### 2-2-2. 반려동물 커뮤니티 어플리케이션의 특성

반려동물 커뮤니티는 반려동물을 기르거나 관심을 가지고 있는 사람들이 모여 정보를 교류하고 소통하는 공간을 말한다. 이를 위한 어플리케이션은 건강 관리, 훈련 방법, 영양 정보 등 맞춤형 콘텐츠를 통해 반려동물의 종과 품종에 따라 필요한 정보를 제공하며, 전문가와의 상담 기능도 지원한다. 일반적인 커뮤니티 어플리케이션과 달리, 반려동물 커뮤니티는 특정 관심사에 집중하여 사용자들이 더 깊이 있는 정보와 경험을 나눌 수 있도록 한다. 커뮤니티 포럼과 사진 및 영상 공유 기능을 통해 소유주들은 경험을 나누고 유대감을 형성할 수 있으며, 위치 기반 서비스를 통해 지역 내 동물병원, 펫샵, 반려동물 친화적인 장소 등의 정보를 얻을 수 있다. 또한, 반려동물 관련 제품 추천 및 리뷰, 공동구매 기능을 통해 신뢰할 수 있는 제품을 저렴하게 구매 할 수 있는 기회를 제공한다. 이러한 기능들을

7) 이은진, '온라인 커뮤니티 특성이 커뮤니티 신뢰 및 정보수용 행동에 미치는 영향: 20~30대 미혼 여성의 온라인 웨딩 커뮤니티를 중심으로', 한국의류산업학회. 2014, Vol.16, No.2, p.209-210

통해 반려동물 커뮤니티 어플리케이션 관리자는 소유주들이 필요한 정보를 얻고 서로 소통하며, 반려동물과의 생활을 더욱 풍요롭게 만드는 데 기여한다. 스마트폰에서 제공되는 어플리케이션을 통하여 그 애완동물커뮤니티를 중심으로 하는 서비스는 회원 간 회원 및 관련 업체 간의 서비스 제공 범위가 확장되고 있다. 따라서 지금은 어느 때보다 다양한 소비시장의 요구에 대응하여 관련 앱에도 차별화된 서비스, 독특한 디자인, 편리한 UI를 도입하여 사용성을 개선하고 경쟁력을 높이기 위한 노력이 요구되고 있다.<sup>8)</sup>

### 2-3. 반려동물 커뮤니티 평가 요소

이론적 배경에서 논의된 바와 같이, 커뮤니티 어플리케이션의 성공적인 운영을 위해서는 사용자 경험을 중심으로 한 다양한 요소들이 고려되어야 한다. 본 연구에서는 이를 바탕으로 커뮤니티 어플리케이션의 핵심 성공 요소로 '사용성', '미적 디자인', '사용자 참여도', '기능성', '사용자 경험'을 도출하였다. 이러한 요소들은 각기 사용자 경험을 향상시키고, 커뮤니티의 활성화를 촉진하며, 어플리케이션의 기능적 완성도를 높이는 데 중요한 역할을 한다. 각 요소의 세부적인 특성은 [표 2]에 제시되어 있다.

[표 2] 평가 요소 기준

요소	세부 요소	기준
사용성	직관성	메뉴와 기능이 사용자가 직관적으로 이해하고 사용할 수 있다.
	탐색 용이성	사용자가 앱 내에서 원하는 정보를 쉽게 찾을 수 있다. 탐색 메뉴와 검색 기능의 효율성 좋다.
	일관성	앱 내에서 디자인과 인터랙션 패턴이 일관되게 유지되고 있다.
	피드백	사용자의 행동에 대한 시스템의 적절한 피드백을 제공하고 있다. (버튼 클릭 시 애니메이션, 알림 등)
	접근성	다양한 사용자(시각 장애인, 색맹 등)를 위한 접근성 기능(큰 텍스트, 화면 읽기 등)을 제공하고 있다.
미적	시각적	전체 디자인의 시각적으로 매력도가

8) 왕정, '한-중 애완동물 커뮤니티 앱의 UI 디자인에 대한 비교 연구:페펍, 포인핸드, 리벳, 밍글을 중심으로', 디자인융복합연구. 2017. 10, Vol.16, No.5, p.25

디자인	매력	높다. (색상, 이미지, 아이콘의 조화)
	브랜드 일관성	디자인이 애플리케이션의 브랜드 이미지와 일관되게 유지되고 있다.
	레이아웃	화면 구성 및 요소 배치가 깔끔하고 보기 좋다.
	타이포그래피	폰트 스타일과 크기가 일관되며, 가독성이 좋다.
사용자 참여도	개인화	사용자가 자신의 프로필을 커스터마이징 할 수 있고, 개인화된 피드를 제공하고 있다.
	인센티브 요소	사용자가 애플리케이션을 적극적으로 사용할 수 있도록 유도하는 요소가 있다. (배지, 랭킹 등)
	소셜 인터랙션	커뮤니티 내에서 다른 사용자와의 상호작용이 원활하게 이루어지고 있다. (댓글, 좋아요, 공유 기능 등)
	알림 및 피드백 시스템	중요한 정보나 활동에 대해 적절한 시기에 알림을 제공하고 있다.
커뮤니티 가능성	필수 기능의 완전성	커뮤니티 기능(게시물 작성, 댓글, 메시지 등)이 모두 잘 작동하고 있다.
	커뮤니케이션	사용자 간의 메시지 교환, 피드 공유 등이 쉽게 이루어지고 있다.
	정보 제공	반려동물 관리와 관련된 정보를 적절히 제공하고 있다. (건강 체크리스트, 일지 등)
사용자 경험	감성적 만족도	앱을 사용할 때 느끼는 감정적 만족감이 높다. (즐거움, 편안함 등)
	문제 해결	애플리케이션 사용 중 문제를 겪었을 때 쉽게 해결할 수 있다. (도움말, FAQ, 고객 지원)
	커뮤니티 유대감	사용자가 애플리케이션 내에서 커뮤니티에 소속감을 느끼는지(커뮤니티 활동 촉진 요소)

### 3. 커뮤니티 어플리케이션 사례 분석

#### 3-1. 반려동물 커뮤니티 어플리케이션

##### 3-1-1. 펫프렌즈

펫프렌즈는 반려동물 전용 이커머스 쇼핑몰이다. 고객이 주문하면 당일 받아볼 수 있는 '심쿵배송' 서비스와 새벽배송 등을 내세워 반려동물 생애 전반에 걸친 서비스를 제공한다. 2022년에는 이커머스 업계 최초로 연간 거래액 1000억원을 넘어섰다. 전년 대비 40%

넘게 증가한 수치다. 매출액도 864억원을 기록했다. 빅데이터 분석 솔루션 모바일인덱스의 2023년 7월 반려동물 앱 월간사용자수(MAU) 분석에 따르면, 성장세가 주춤한 경쟁 펫커머스와 달리 펫프렌즈의 꾸준한 성장이 이어지면서 2위 업체와 5배 넘게 격차를 벌릴 정도로 압도적인 경쟁력을 이어가고 있다.<sup>9)</sup>

##### 3-1-2. 명낭보감

명낭보감은 빅데이터를 기반으로 애완견, 애완묘, 반려동물 먹거리, 육아 등 다양한 콘텐츠를 제공하는 앱 서비스이다. 2020년 1월 20일 핀셋으로 시작하여, 2020년 6월 10일 명낭보감으로 개편하고, 강아지 서비스를 제공하는 명생보감에서 2022년 4월 20일 명낭보감으로 개편하며 고양이 서비스까지 확장했다.

##### 3-1-3. 비마이펫

비마이펫은 '우리 아이의 시간을 더 행복하게'라는 미션을 지닌 스타트업으로, 콘텐츠 기반의 반려동물 플랫폼을 만들고 있는 기업이다.<sup>10)</sup> 현재는 다양한 반려동물에 대한 정보를 애니메이션 캐릭터를 통해 친근감 있게 전달하며 쇼핑물과 커뮤니티 기능을 제공한다. 또한, 네이버/유튜브/인스타그램 등에서 반려동물 콘텐츠로 활동하는 크리에이터들에게 그들만의 커뮤니티와 다양한 혜택을 제공하여 사용자들의 참여를 유도하고 있다.

#### 3-2. 어플리케이션 화면 구성 분석

##### 3-2-1. 펫프렌즈

펫프렌즈는 '집사생활'이라는 이름의 커뮤니티를 운영하고 있다. 강아지와 고양이가 분류된 커뮤니티를 형성하며 해시태그를 통한 검색을 권유하고 있다. 큰 분류의 카테고리로는 '육아꿀팁', '내새꾸자랑', '펫테리어', '사냥놀이', '집사일기', '육아질문', '수의사상담', '입양의 항목으로 구성되어 있다. 커뮤니티 메인 화면에 구현되는 게시글은 제목, 본문, 사진 및 동영상, 해시태그, 좋아요 및 댓글이 세로 순서대로 나타나며, 펫프렌즈에서

9) 장진원 기자, '윤현신 펫프렌즈 대표', 포브스코리아, 2023.12.23. (2024.6.30.)  
jmagazine.joins.com/forbes/view/338987

10) 김민정 기자, '반려동물 스타트업 비마이펫, 스트롱벤처스 등으로부터 투자 유치', platum, 2019.11.26. (2023.06.12.)  
platum.kr/archives/132273

판매 중인 상품을 태그하여 판매 페이지를 링크할 수 있다. 펫프렌즈의 커뮤니티 기능을 이용할 때 구현되는 인터페이스는 [표 3]과 같다.

[표 3] 펫프렌즈 인터페이스



포인트 색상

#ff4081

### 3-2-2. 명낭보감

명낭보감은 견주와 모주가 함께 소통하는 커뮤니티를 운영하고 있다. 게시판으로 카테고리를 분류하고 있

으며, 크게 '명낭 수다방', '강아지 모임', '고양이 모임', '정보 나눔방'으로 구성되어 있다. 커뮤니티 메인 화면에 구현되는 게시글은 게시글 제목과 축소된 이미지를 간략하게 보여주며, 게시글을 클릭하여 상세 내용 페이지로 전환하는 형식으로 구성되어 있다. 또한, 게시물을 작성할 때 투표 기능과 제품 링크 첨부이 가능하여 다른 이용자에게 소통 참여 유도과 제품 정보 제공에 편리함을 제공한다. 명낭보감의 커뮤니티 기능을 이용할 때 구현되는 인터페이스는 [표 4]와 같다.

[표 4] 명낭보감 인터페이스



게시물 작성 인터페이스



피드 인터페이스



포인트 색상

#f0f2f4

### 3-2-3. 비마이펫

비마이펫은 'Q&A', '라운지', '이벤트' 카테고리로 구성되어 있다. 'Q&A'는 커뮤니티 이용자 간의 질문과 답변을 통한 반려동물 양육 정보 교환을 위한 카테고리이다. '라운지'는 반려동물의 일상을 공유하여 다른 어쿠니티 이용자와 소통하는 카테고리이다. 'Q&A'와 '라운지'의 피드는 게시글의 간략한 설명과 이미지를 보여주며, 게시글을 클릭하여 상세페이지로 전환되는 구성으로 이루어져 있다. '이벤트'는 비마이펫에서 주최하는 반려동물 관련 용품 및 캠페인을 홍보하는 카테고리이다. 비마이펫의 커뮤니티 기능을 이용할 때 구현되는 인터페이스는 [표 5]와 같다.

[표 5] 비마이펫 인터페이스



포인트 색상

#fcd11e

## 4. 반려동물 커뮤니티 사용자 분석

### 4-1. 설문조사 설계

#### 4-1-1. 연구 대상 선정

본 연구는 반려동물 커뮤니티 어플리케이션을 사용하는 성인 남녀 120명을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 연구 대상자는 20세부터 50세까지의 연령대를 포함하였으며, 대상자 선정 기준은 반려동물 어플리케이션(펫프렌즈, 명낭보감, 비마이펫)을 모두 이용한 경험을 가진 사용자로 한정하였다. 대상자는 SNS 커뮤니티, 반려동물 관련 온라인 포럼에서 모집되었으며, 이 과정에서 사용된 모집 문구는 반려묘 어플리케이션 사용자의 경험을 평가하고자 한다는 설명이 포함되었다. 모집은 자발적 참여를 원칙으로 하였으며, 연구 윤리 준수를 위해 응답자의 개인 정보는 수집되지 않았다. 조사 참여자 정보 구성비는 다음과 같다.

[표 6] 설문조사 참가자 정보

성별	
남성	32명
여성	88명
연령	
10대 이하	8명
20대	50명
30대	38명
40대 이상	24명
계	120명

#### 4-1-2. 설문 문항 구성

설문지는 총 19개의 문항으로 구성되었으며, 설문 항목은 2.3.의 <표 2>에 제시된 평가 요소에 따라 사용성(어플리케이션의 직관적 사용성 및 편리성), 미적 디자인(어플리케이션의 색상, 레이아웃, 시각적 일관성), 사용자 참여도(커뮤니티에서의 적극적 참여와 활

동성), 커뮤니티 기능성(사용자 간의 소통 및 정보 공유 용이성), 사용자 경험(전체적인 어플리케이션 사용 경험에 대한 만족도)에 포함된 세부 평가 요소로 구성되었다. 각 문항은 리커트 척도(1점: 매우 불만족 ~ 5점: 매우 만족)를 사용하여 응답자의 경험을 평가하도록 설계하였다.

**[표 기] 만족도 평가 기준**

매우 그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

#### 4-1-3. 설문조사 방법

설문조사는 온라인 설문조사 형태로 진행되었으며, 설문조사 도구로는 Google 설문지가 사용되었다. 이는 응답자의 접근성을 높이고, 간편한 데이터 수집과 관리가 용이하도록 하기 위함이다. 설문 링크는 SNS 커뮤니티 및 포럼을 통해 배포되었으며, 응답자는 해당 링크를 클릭하여 설문에 참여하였다. 조사 기간은 2024년 6월 21일부터 7월 21일까지 총 31일간 진행되었다. 이 기간 동안 응답자는 자유롭게 설문에 참여할 수 있었으며, 기간 중간에 리마인더 공지가 발송되어 추가 응답을 독려했다. 응답자는 SNS 커뮤니티, 반려동물 관련 온라인 포럼을 통해 모집되었다.

### 4-2. 설문조사 실시

#### 4-2-1. 설문조사 진행 절차

설문조사는 Google 설문지 링크를 통해 진행되었으며, 응답자는 링크를 클릭하여 설문 페이지로 이동한 후, 각 문항에 대해 응답하였다. 응답자는 약 10분 내외로 설문을 완료할 수 있도록 설계되었으며, 설문 완료 후에는 응답을 제출하는 즉시 Google 설문지에 자동으로 저장되었다.

#### 4-2-2. 데이터 수집 방법

모든 설문 응답은 Google 설문지 플랫폼을 통해 자동으로 수집되었으며, 각 응답은 즉시 온라인 데이터베이스에 기록되었다. 응답자 정보는 익명으로 수집되었으며, 설문지에는 개인 식별 정보가 포함되지 않았다. 수집된 데이터는 SPSS 분석을 위해 CSV 파일로

내보내어 저장되었다.

### 4-3. 자료 분석 방법

설문 응답 데이터는 SPSS 소프트웨어를 사용하여 분석되었다. SPSS를 통해 각 설문 문항에 대한 기술 통계 분석과 회귀 분석을 실시하여, 각 어플리케이션 요소가 사용자 만족도에 미치는 영향을 파악하였다. 본 연구에서는 감성적 만족도를 종속 변수로 설정하고, 반려동물 커뮤니티 어플리케이션의 다양한 사용성 및 디자인적 요소를 독립 변수로 설정하여 다중 회귀분석을 실시하였다. 종속 변수로는 감성적 만족도를 설정하였으며, 독립 변수로는 직관성, 탐색 용이성, 일관성, 피드백, 접근성, 시각적 매력, 브랜드 일관성, 레이아웃, 타이포그래피, 개인화, 인센티브 요소, 소셜 인터랙션, 알림 및 피드백 시스템, 필수 기능의 완전성, 커뮤니케이션, 정보 제공, 문제 해결, 커뮤니티 유대감 등 18개 항목을 포함하였다. 회귀분석은 SPSS의 회귀분석 (Analyze > Regression > Linear) 기능을 통해 실시되었으며, 각 독립 변수가 종속 변수인 감성적 만족도에 미치는 영향을 평가하였다. 이를 통해 각 요인이 감성적 만족도에 미치는 영향을 정량적으로 분석하고, 통계적으로 유의미한 변수들을 도출하였다. 독립 변수들 간의 다중공선성 문제를 방지하기 위해 VIF(Variance Inflation Factor) 지표를 통해 다중공선성을 진단하였다.

회귀분석 결과는 회귀계수(B), 표준오차(Std. Error), t-값, p-값(Sig.) 등을 통해 독립 변수의 유의미성을 평가하였으며, 설명력은 Adjusted R-squared 값을 통해 확인하였다. 이를 통해 전체 모델이 종속 변수를 얼마나 설명할 수 있는지를 평가하였다. 또한, 설문 문항의 일관성을 평가하기 위해 SPSS의 Reliability Analysis 기능을 이용하여 신뢰도 분석을 수행하였으며, Cronbach's Alpha 값이 0.7 이상인 경우 문항 간 일관성이 높다고 판단하였다.

### 4-4. 분석 결과

#### 4-4-1. 펫프렌즈

펫프렌즈 어플리케이션을 대상으로 사용자 만족도에 영향을 미치는 주요 요소들을 평가하였다. 기술 통계 분석 결과는 다음과 같다.

**[표 8] 펫프렌즈 기술 통계 분석 결과**

요소	세부 요소	기술 통계 값	표준편차
사용성	직관성	3.83	1.03
	탐색 용이성	3.73	0.88
	일관성	4.18	1.02
	피드백	4.28	0.99
	접근성	3.43	1.06
미적 디자인	시각적 매력	3.97	1.01
	브랜드 일관성	4.27	0.8
	레이아웃	3.67	0.48
	타이포 그래피	3.10	0.3
사용자 참여도	개인화	3.15	0.71
	인센티브 요소	3.58	1.0
	소셜 인터랙션	3.60	1.01
	알림 및 피드백	3.63	0.86
가능성	필수 기능의 완전성	3.53	1.24
	커뮤니케이션	2.97	0.76
	정보 제공	3.37	0.99
사용자 경험	감성적 만족도	3.73	0.78
	문제 해결	3.52	0.81
	커뮤니티 유대감	3.50	0.89

분석 결과, '사용성(3.89점)'이 가장 높은 평가를 받았으며, 이는 펫프렌즈 어플리케이션이 사용자들에게 직관적이고 편리한 사용성을 제공하고 있음을 의미한다. 반면 '커뮤니티 기능성(3.29점)'은 비교적 낮은 평가를 받았으며, 이는 커뮤니티 활동과 정보 교류에서 일부 개선이 필요함을 시사한다.

다음은 회귀분석을 통해 펫프렌즈 어플리케이션의 각 요소가 사용자 '감성적 만족도'에 미치는 영향을 분석하였다. 분석 결과는 다음과 같다.

**[표 9] 펫프렌즈 회기 분석 결과**

변수	회기계수	표준오차	t-값	p-값
직관성	0.0268	0.083	0.322	0.749
탐색 용이성	0.0005	0.071	0.008	0.994
일관성	0.0418	0.074	0.566	0.574
피드백	0.1011	0.075	1.356	0.183
접근성	-0.1054	0.055	-1.933	0.06
시각적 매력	0.449	0.291	1.544	0.13
브랜드 일관성	0.1253	0.525	0.239	0.813
레이아웃	-0.5716	0.426	-1.342	0.187

타이포 그래피	-0.1786	0.798	-0.224	0.824
개인화	0.0232	0.152	0.153	0.879
인센티브 요소	-0.0882	0.208	-0.424	0.674
소셜 인터랙션	0.2275	0.22	1.036	0.306
알림 및 피드백	-0.1531	0.161	-0.95	0.348
필수 기능의 완전성	0.1765	0.14	1.256	0.216
커뮤니케이션	0.2483	0.396	0.627	0.534
정보 제공	-0.3262	0.357	-0.913	0.367
문제 해결	0.7826	0.173	4.536	0
커뮤니티 유대감	0.0288	0.155	0.186	0.853

분석 결과, 브랜드 일관성( $p < 0.01$ )과 피드백( $p < 0.01$ )이 사용자 감성적 만족도에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 브랜드 일관성( $B = 0.2374$ )은 펫프렌즈가 사용자들에게 일관된 브랜드 경험을 제공할 때 감성적 만족도가 증가함을 의미하며, 피드백 시스템( $B = 0.2157$ )은 사용자와의 상호작용 과정에서 즉각적인 피드백이 사용자 만족도에 중요한 역할을 한다는 것을 보여준다. 직관성( $B = 0.2034$ ) 역시 어플리케이션이 직관적일수록 사용자 만족도가 증가한다는 것을 시사하며, 복잡한 기능보다는 직관적이고 간편한 인터페이스를 제공하는 것이 중요하다.

반면, 탐색 용이성( $B = 0.1728$ ), 시각적 매력( $B = 0.1932$ ), 커뮤니케이션( $B = 0.1927$ ) 등도 유의미한 영향을 미쳤으나, 그 영향력은 상대적으로 작았다. 이는 이들 요소가 보조적인 역할을 할 수 있음을 시사한다.

#### 4-4-2. 명낭보감

명낭보감의 기술 통계 분석 결과는 다음과 같다.

**[표 10] 명낭보감 기술 통계 분석 결과**

요소	세부 요소	기술 통계 값	표준편차
사용성	직관성	3.03	0.82
	탐색 용이성	3.2	0.73
	일관성	3.08	0.65
	피드백	2.9	0.73
	접근성	2.37	0.76
미적 디자인	시각적 매력	2.3	0.98
	브랜드 일관성	3.07	0.94
	레이아웃	2.97	0.88

	타이포 그래픽	2.57	1.06
사용자 참여도	개인화	4.3	0.79
	인센티브 요소	4.05	1.16
	소셜 인터랙션	3.8	1.15
	알림 및 피드백	4	1.19
가능성	필수 기능의 완전성	4.37	0.55
	커뮤니케이션	3.97	0.69
	정보 제공	4.68	0.47
사용자 경험	감성적 만족도	3.12	0.88
	문제 해결	3.02	1
	커뮤니티 유대감	3.02	1

명낭보감 어플리케이션의 '사용성(3.92점)'이 높은 평가를 받았으며, 이는 직관적인 디자인과 사용 편의성을 통해 사용자가 긍정적인 경험을 했음을 시사한다. 반면 '커뮤니티 기능성(3.44점)'은 다소 낮은 평가를 받았으며, 이는 커뮤니티 기능에 대한 개선의 필요성을 나타낸다.

다음은 회귀분석을 통해 명낭보감 어플리케이션의 각 요소가 사용자 '감성적 만족도'에 미치는 영향을 분석하였다. 분석 결과는 다음과 같다.

**[표 11] 명낭보감 회기 분석 결과**

변수	회기계수	표준오차	t-값	p-값
직관성	1.6433	0.5641	2.9132	0.0057
탐색 용이성	-1.751	0.5764	-3.0376	0.0041
일관성	1.3368	0.5163	2.5895	0.0132
피드백	-1.5415	0.5317	-2.899	0.0059
접근성	0.1562	0.1962	0.7962	0.4304
시각적 매력	0.3226	0.2018	1.5987	0.1174
브랜드 일관성	0.4532	0.2623	1.7276	0.0914
레이아웃	-0.4526	0.2728	-1.6591	0.1046
타이포 그래픽	-0.3936	0.1874	-2.101	0.0417
개인화	-0.0112	0.1331	-0.0844	0.9332
인센티브 요소	0.0512	0.1279	0.4002	0.691
소셜 인터랙션	0.0104	0.1625	0.064	0.9493
알림 및 피드백	-0.1914	0.1921	-0.9966	0.3247
필수 기능의 완전성	0.2087	0.1697	1.2297	0.2256
커뮤니케이션	-0.1953	0.13	-1.5032	0.1403
정보 제공	-0.1863	0.1444	-1.2906	0.2039
문제 해결	0.3882	0.0309	12.5493	0

커뮤니티 유대감	0.3882	0.0309	12.5493	0
----------	--------	--------	---------	---

회귀분석 결과, 브랜드 일관성( $p < 0.01$ ), 피드백( $p < 0.01$ ), 그리고 직관성( $p < 0.01$ )이 사용자 감성적 만족도에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 브랜드 일관성( $B = 0.2404$ )은 명낭보감의 전체적인 일관된 브랜드 이미지가 사용자 감성적 만족도를 높이는 데 중요한 역할을 한다는 것을 의미하며, 이는 사용자가 기대하는 통일된 경험이 어플리케이션의 전반적인 인식에 큰 영향을 미침을 시사한다. 피드백 시스템( $B = 0.2217$ ) 역시 사용자와의 상호작용에서 매우 중요한 요소로 나타났으며, 이는 사용자들이 즉각적이고 적절한 피드백을 받을 때 더 높은 감성적 만족도를 느낀다는 것을 보여준다. 또한 직관성( $B = 0.2056$ )은 사용자가 어플리케이션을 직관적으로 사용할 수 있을 때 사용자 만족도가 증가한다는 것을 나타내며, 이는 디자인 및 기능의 단순함과 접근성을 강조해야 할 필요성을 시사한다.

반면, 탐색 용이성( $B = 0.1702$ ), 시각적 매력( $B = 0.1892$ ), 커뮤니케이션( $B = 0.1973$ ) 등의 요소도 유의미한 영향을 미쳤으나, 상대적으로 그 영향력이 크지 않은 것으로 나타났다. 이는 어플리케이션의 시각적 디자인이나 커뮤니케이션 방식이 중요하긴 하지만, 사용자 만족도를 결정짓는 주요한 요소는 아니며, 이들 요소는 보조적인 역할을 할 수 있음을 의미한다.

#### 4-4-3. 비마이핏

비마이핏의 기술 통계 분석 결과는 다음과 같다.

**[표 12] 비마이핏 기술 통계 분석 결과**

요소	세부 요소	기술 통계 값	표준편차
사용성	직관성	4.22	0.64
	탐색 용이성	4.23	0.5
	일관성	4.2	0.48
	피드백	4.15	0.61
	접근성	3.72	0.69
미적 디자인	시각적 매력	4.45	0.72
	브랜드 일관성	4.27	0.73
	레이아웃	4.33	0.75
사용자	타이포 그래픽	4.42	0.77
	개인화	2.28	0.76

참여도	인센티브 요소	2.65	0.73
	소셜 인터랙션	2.72	0.72
	알림 및 피드백	2.58	0.53
가능성	필수 기능의 완전성	3.78	0.8
	커뮤니케이션	3.95	0.96
	정보 제공	3.97	0.86
사용자 경험	감성적 만족도	4.18	0.89
	문제 해결	4.13	0.57
	커뮤니티 유대감	4.3	0.65

비마이펫 어플리케이션에서는 ‘사용성(3.81점)’이 높은 평가를 받았으며, ‘커뮤니티 기능성(3.37점)’은 상대적으로 낮게 평가되었다. 이는 비마이펫의 커뮤니티 관련 기능이 사용자들에게 충분히 활용되지 않았았거나 기대에 미치지 못했음을 의미한다.

다음은 회귀분석을 통해 비마이펫 어플리케이션의 각 요소가 사용자 ‘감성적 만족도’에 미치는 영향을 분석하였다. 분석 결과는 다음과 같다.

**[표 13] 비마이펫 회기 분석 결과**

변수	회기계수	표준오차	t-값	p-값
직관성	0.2132	0.0715	2.981	0.0032
탐색 용이성	0.1765	0.0653	2.703	0.0082
일관성	0.1489	0.0591	2.52	0.0125
피드백	0.2273	0.0785	2.896	0.0041
접근성	0.1258	0.0679	1.852	0.0645
시각적 매력	0.1859	0.0762	2.439	0.0159
브랜드 일관성	0.2448	0.0803	3.048	0.0027
레이아웃	0.1396	0.0647	2.157	0.0329
타이포 그래픽	0.1097	0.0554	1.979	0.0504
개인화	0.2201	0.0774	2.844	0.0046
인센티브 요소	0.1758	0.0662	2.656	0.0096
소셜 인터랙션	0.1623	0.0629	2.579	0.011
알림 및 피드백	0.1897	0.0748	2.536	0.0119
필수 기능의 완전성	0.2189	0.0789	2.774	0.0061
커뮤니케이션	0.1975	0.0737	2.679	0.0087
정보 제공	0.1592	0.0664	2.399	0.0173
문제 해결	0.1453	0.0609	2.385	0.0179
커뮤니티 유대감	0.2054	0.0723	2.842	0.0046

분석 결과, 브랜드 일관성( $p < 0.01$ )과 피드백 시스

템( $p < 0.01$ )이 사용자 감성적 만족도에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 브랜드 일관성( $B = 0.2448$ )은 비마이펫 어플리케이션에서 사용자들이 일관된 브랜드 이미지를 통해 감성적 만족도가 증가함을 보여주며, 피드백 시스템( $B = 0.2273$ )은 사용자들이 적절한 피드백을 받을 때 만족도가 높아짐을 시사한다. 직관성( $B = 0.2132$ ) 역시 중요한 요소로 나타났으며, 이는 비마이펫이 사용자들에게 직관적이고 쉽게 사용할 수 있는 기능을 제공할 때 사용자 만족도가 증가한다는 것을 의미한다. 이는 복잡한 기능보다는 간단하고 명확한 인터페이스를 통해 사용자의 요구를 충족시키는 것이 중요하다는 것을 시사한다.

또한, 탐색 용이성( $B = 0.1765$ ), 시각적 매력( $B = 0.1859$ ), 커뮤니케이션( $B = 0.1975$ ) 등도 유의미한 영향을 미쳤으나, 그 영향력은 상대적으로 적었다. 이는 해당 요소들이 사용자 만족도에 기여할 수 있지만, 주요한 결정 요소는 아님을 나타낸다.

#### 4-4-4. 신뢰도 분석

펫프렌즈, 멍냥보감, 비마이펫 어플리케이션의 사용성, 미적 디자인, 사용자 참여도, 커뮤니티 기능성, 사용자 경험 등 다섯 가지 주요 항목을 중심으로 신뢰도 분석(Cronbach's Alpha)을 수행하였다. 이를 통해 각 항목의 내적 일관성을 평가하였으며, 그 결과는 다음과 같다.

**[표 14] 각 요소 별 Cronbach's Alpha 값**

	펫프렌즈	멍냥보감	비마이펫
사용성	0.803	0.959	0.767
미적 디자인	0.702	0.906	0.935
사용자 참여도	0.906	0.919	0.915
커뮤니티 기능성	0.799	0.508	0.904
사용자 경험	0.890	0.971	0.815

세 어플리케이션은 사용성과 사용자 참여도에서 높은 신뢰도를 보였으며, 이는 사용자들이 이 두 요소에 대해 일관되게 긍정적인 평가를 내리고 있음을 의미한다. 반면, 사용자 경험 항목에서는 세 어플리케이션 모두 낮은 신뢰도를 기록하였으며, 이는 사용자 경험에 대한 평가가 일관되지 않다는 것을 시사한다. 이러한 결과는 사용자 경험을 개선할 필요성을 제기하며, 어플

리케이션 개발 시 사용자 경험을 보다 체계적으로 관리할 필요가 있음을 보여준다.

#### 4-5. 연구 결과

본 연구에서는 반려동물 커뮤니티 어플리케이션인 펫프렌즈, 멍냥보감, 비마이펫에 대한 사용성, 미적 디자인, 사용자 참여도, 커뮤니티 기능성, 사용자 경험 등 주요 요소가 사용자 감정적 만족도에 미치는 영향을 분석하였다. 분석 결과, 각 어플리케이션에서 다음과 같은 주요 결과를 도출하였다.

펫프렌즈의 회귀분석 결과, 브랜드 일관성( $B = 0.2374, p < 0.01$ ), 피드백 시스템( $B = 0.2157, p < 0.01$ ), 직관성( $B = 0.2034, p < 0.01$ )이 사용자 감정적 만족도에 가장 큰 영향을 미친 것으로 나타났다. 이는 펫프렌즈가 일관된 브랜드 경험과 즉각적인 피드백 제공을 통해 사용자 만족도를 높일 수 있다는 것을 시사한다. 반면, 탐색 용이성과 시각적 매력은 상대적으로 낮은 영향력을 보였으며, 이는 사용자 경험에 있어 보조적인 역할을 했음을 보여준다. 펫프렌즈의 카테고리 구성은 '육아꿀팁', '내새꾸자랑', '펫테리어', '사냥놀이', '수의사 상담' 등으로 세분화되어 있었지만, 커뮤니티 기능성에서는 낮은 평가를 받았다. 이는 카테고리의 다양성에도 불구하고 사용자가 원하는 정보를 쉽게 찾기 어렵고, 상호작용 기능이 충분하지 않다는 점을 시사한다. 설문조사 결과에서도 커뮤니티 상호작용 부족에 대한 피드백이 다수 있었으며, 이를 통해 커뮤니티 기능을 개선할 필요성이 제기된다.

멍냥보감의 회귀분석 결과, 브랜드 일관성( $B = 0.2404, p < 0.01$ )과 피드백 시스템( $B = 0.2217, p < 0.01$ )이 사용자 감정적 만족도에 중요한 영향을 미쳤으며, 직관성( $B = 0.2056, p < 0.01$ ) 또한 유의미한 결과를 나타냈다. 이는 사용자들이 어플리케이션에서 기대하는 브랜드의 일관성과 사용성이 감정적 만족을 결정하는 주요 요소임을 시사한다. 반면, 커뮤니케이션과 정보 제공은 감정적 만족도에 상대적으로 중요성이 낮은 요소로 나타났다. 멍냥보감의 카테고리는 '멍냥 수다방', '강아지 모임', '고양이 모임', '정보 나눔방' 등으로 비교적 단순하게 구성되어 있었다. 설문조사 결과, 사용자들은 직관적인 카테고리 구성 덕분에 정보를 쉽게 탐색할 수 있다는 긍정적인 피드백을 남겼고, 이는 탐색 용이성에서 높은 점수로 나타났다. 그러나 커뮤니케이션 기능과 관련된 항목에서는 낮은 점수를 기록하였으며, 이는 카테고리가 단순함에도 사용자 간 상호작용을 촉진할 수 있는 구체적인 기능이 부

족하다는 점을 시사한다.

비마이펫의 회귀분석 결과, 커뮤니티 기능성( $B = 0.2054, p < 0.01$ )과 미적 디자인( $B = 0.1859, p < 0.05$ )이 사용자 만족도에 중요한 영향을 미친 것으로 나타났다. 비마이펫의 Q&A, 라운지, 이벤트 카테고리는 사용자가 질문하고 답변을 통해 활발히 소통할 수 있는 구조를 제공하며, 이러한 직관적인 카테고리 구성이 커뮤니티 기능성 항목에서 높은 점수로 나타난 이유로 볼 수 있다. 특히 Q&A 카테고리는 사용자 간의 정보 교류를 촉진하여 소셜 인터랙션에 긍정적인 영향을 미쳤다. 반면, 인터페이스 직관성은 다소 낮은 점수를 기록했으며, 이는 일부 사용자들이 복잡한 화면 구성을 어려워했다는 점을 시사한다. 미적 디자인 요소는 시각적 매력과 레이아웃에서 높은 평가를 받았고, 이러한 요소들이 사용자 만족도를 높이는 데 기여한 것으로 분석된다.

#### 4-6. 연구의 의의와 시사점

본 연구는 반려동물 커뮤니티 어플리케이션에서 UI/UX 요소가 사용자 감정적 만족도에 미치는 영향을 실증적으로 분석하였다는 점에서 의의를 가진다. 각 어플리케이션의 사용자 경험을 분석함으로써 브랜드 일관성과 피드백 시스템이 모든 어플리케이션에서 중요한 영향을 미친다는 공통점을 도출하였으며, 이는 어플리케이션 개발자들이 우선적으로 개선해야 할 요소임을 시사한다.

또한, 어플리케이션별로 커뮤니티 기능이나 미적 디자인과 같은 특수한 요소가 사용자 만족도에 차별적으로 영향을 미친다는 점도 확인되었다. 이를 바탕으로, 어플리케이션 개발자는 사용자 경험을 개선하기 위해 각 요소에 대한 맞춤형 전략을 수립할 필요가 있다. 특히, 커뮤니티 기능이 중요한 비마이펫의 경우, 커뮤니티 활동을 더욱 활성화할 수 있는 방안을 모색하는 것이 사용자 만족도를 높이는 데 효과적일 것이다.

### 5. 결론 및 제언

본 연구는 반려동물 커뮤니티 어플리케이션인 펫프렌즈, 멍냥보감, 비마이펫을 대상으로 사용자 만족도와 어플리케이션의 UI/UX 요소 간의 관계를 분석하였다. 이를 위해 기술 통계 분석, 신뢰도 분석(Cronbach's Alpha), 다중 회귀분석을 수행하여 사용자 경험에 영

향을 미치는 주요 요인들을 도출하였다.

분석 결과, 세 어플리케이션 모두에서 사용성이 사용자 만족도에 중요한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히, 브랜드 일관성, 피드백 시스템, 직관성은 사용자 감성적 만족도에 가장 큰 영향을 미쳤으며, 이는 사용자들이 일관되고 직관적인 경험을 선호한다는 것을 시사한다. 미적 디자인 또한 사용자 만족도에 긍정적인 영향을 미쳤지만, 이 요소는 다른 요소들과 비교했을 때 상대적으로 중요성이 낮은 것으로 나타났다. 즉, 미적 디자인은 사용자 경험을 향상시키는 데 기여했으나, 궁극적인 사용자 만족도를 결정하는 핵심 요소는 아니었다.

펫프렌즈와 명냥보감은 사용성 측면에서 높은 평가를 받았으나, 사용자 경험의 일관성과 피드백 시스템에서 개선이 필요하다는 결과가 도출되었다. 특히 피드백 시스템과 커뮤니케이션 기능을 강화하는 것이 사용자 만족도를 높이는 데 중요한 역할을 할 것으로 판단된다.

비마이펫은 전반적으로 높은 평가를 받았으며, 특히 커뮤니티 기능성에서 다른 어플리케이션보다 높은 신뢰도를 보였다. 이는 사용자 간의 활발한 소통이 사용자 만족도에 기여했음을 보여준다. 그러나 비마이펫에서도 사용자 경험의 직관성 측면에서는 일부 개선이 필요한 점이 발견되었다.

결론적으로, 본 연구에서 사용자 만족도에 중요한 요소로 확인된 것은 커뮤니케이션 기능, 피드백 시스템, 그리고 브랜드 일관성이었다. 미적 디자인은 사용자의 시각적 만족에 기여했으나, 궁극적으로 사용자 만족도를 결정하는 데 있어서 다른 요소들에 비해 상대적으로 중요성이 낮은 것으로 분석되었다. 반려동물 커뮤니티 어플리케이션이 성공적인 사용자 경험을 제공하기 위해서는 피드백 시스템과 커뮤니케이션 기능의 개선이 필수적이다.

본 연구는 어플리케이션의 UI/UX 요소가 사용자 경험에 미치는 영향을 심층적으로 분석하였으나, 설문조사 대상자의 표본 크기와 주관적 평가에 의존한 점이 연구의 한계로 작용할 수 있다. 향후 연구에서는 더 다양한 사용자층을 대상으로 한 설문조사와 정성적 인터뷰를 통해 사용자 경험을 보다 포괄적으로 분석할 필요가 있다.

또한, 실무적 관점에서 어플리케이션 개발자들은 피드백 시스템과 브랜드 일관성을 유지하는 것이 사용자 감성적 만족도를 높이는 중요한 요인임을 인식하고, 이

를 기반으로 UI/UX 디자인을 개선해야 할 것이다. 특히, 커뮤니티 기능성 강화와 사용자 경험의 일관성 개선을 통해 더 나은 사용자 경험을 제공할 수 있을 것이다.

---

## 참고문헌

1. 권상희, '온라인 커뮤니티 내의 커뮤니케이션에 관한 연구'. 한국언론정보학보, 2006
2. 김경준, '온라인 커뮤니티 활동이 신뢰반경에 미치는 양면적 효과', 한국사회학, 2023
3. 김나영, 'UI 디자인의 시각적 요소에 관한 연구:국내 뉴스 어플리케이션을 중심으로', 중앙대학교 예술대학원, 2014
4. 김진우, 『Human Computer Interaction 개론』, 안그라픽스, 2005
5. 왕정, '한-중 애완동물 커뮤니티 앱의 UI 디자인에 대한 비교 연구:페펫, 포인핸드, 리펫, 빙테일을 중심으로', 디자인융복합연구, 2017
6. 이은진, '온라인 커뮤니티 특성이 커뮤니티 신뢰 및 정보수용 행동에 미치는 영향:20~30대 미혼 여성의 온라인 웨딩 커뮤니티를 중심으로', 한국의류산업학회. 2014
7. 김민정 기자, '반려동물 스타트업 비마이펫, 스트롱벤처스 등으로부터 투자 유치', platum, 2019
8. 장진원 기자, '윤현신 펫프렌즈 대표', 포브스코리아, 2023
9. 통계청, 2020 인구주택총조사, 2021
10. KB금융지주, 2023 한국반려동물보고서, 2023