

B2B 도매 특성에 기반한 주얼리 도매 앱의 UI/UX 디자인 비교연구

A Comparative Study on UI/UX Design of Jewelry Wholesale App Based on B2B Wholesale Characteristics

주 저 자 : 신 비 (Shin, Bi)

국민대학교 디자인대학원 Product·UX디자인전공 석사과정

교 신 저 자 : 남원석 (Nam, Won Suk)

국민대학교 조형대학 공업디자인학과 교수
name@kookmin.ac.kr

<https://doi.org/10.46248/kids.2025.3.121>

접수일 2025. 08. 19. / 심사완료일 2025. 09. 12. / 게재확정일 2025. 09. 15. / 게재일 2025. 09. 30.

Abstract

This study aims to propose the direction of effective jewelry wholesale app design by comparing and analyzing mobile apps in the jewelry wholesale industry that are rapidly changing in the era of digital innovation. As the existing face-to-face jewelry wholesale business moves to mobile platforms, the need for professional UI/UX design based on B2B wholesale characteristics is increasing. In this study, case analysis and comparative studies were conducted on major domestic and overseas jewelry wholesale apps. The evaluation system was analyzed while comparing the UI/UX characteristics of each platform, focusing on information architecture, visual design, interactive design, content expression, functionality, usability, and brand consistency. It also supported the basis of the study while conducting expert evaluation. As a result of the study, it was confirmed that professional wholesale platforms provide comprehensive product information and wholesale-specific functions, but they need to be improved because they lack user experience, and that general-purpose platforms that can be easily accessed provide excellent accessibility and usability, but professional wholesale functions are limited. This study aims to contribute to the development of the jewelry wholesale industry through effective UI/UX analysis of jewelry wholesale apps.

Keyword

주얼리 도매(Jewelry Wholesale), 모바일 앱 디자인(Mobile App Design,), UI/UX, B2B 전자상거래(B2B E-commerce), 사용성 평가(usability evaluation)

요약

본 연구는 디지털 혁신 시대 속에서 빠르게 변화하는 주얼리 도매 산업의 모바일 앱을 중점으로 비교 분석하면서, 효과적인 주얼리 도매 앱 디자인의 방향성 제안을 목표로 한다. 기존의 대면 중심의 주얼리 도매업이 모바일 플랫폼으로 이동하는 과정에서 B2B 도매 특성에 기반한 전문적인 UI/UX의 디자인에 대한 필요성이 증가하고 있다. 국내 및 해외 주요 주얼리 도매앱을 대상으로 사례 분석 및 비교 연구를 수행하였다. 평가 체계는 정보 아키텍처, 시각적 설계, 상호작용 설계, 콘텐츠 표현, 기능성, 사용성, 브랜드 일관성에 중점을 두어 각 플랫폼의 UI/UX 특성을 비교하면서 분석하였다. 또한 전문가 평가를 진행하면서 연구의 근거를 뒷받침 하였다. 연구 결과, 전문 도매 플랫폼은 포괄적인 상품 정보와 도매 특화 기능을 제공하지만 사용자의 경험 부분에서 부족한 점이 있어 향상이 필요하며, 손쉽게 접할 수 있는 범용 플랫폼은 우수한 접근성과 사용성을 제공하지만 전문 도매 기능이 한정적임을 확인하였다. 본 연구는 주얼리 도매 앱의 효과적인 UI/UX 분석을 통하여 주얼리 도매업계의 디지털 경쟁력 전환과 경쟁력 강화에 실질적으로 기여하고자 한다.

목차

1. 서론

- 1-1. 연구 배경 및 필요성
- 1-2. 연구 방법 및 범위

2. 이론적 배경

- 2-1. UI/UX 디자인의 개념과 원칙

- 2-2. B2B 전자상거래와 도매업의 특성

- 2-3. 주얼리 도매업의 특성

3. 연구 분석

- 3-1. 분석 대상 및 기준
- 3-2. 국내 도매앱 사례분석
- 3-3. 해외 도매앱 사례분석

- 3-4. 전문가 평가 및 사용자 요구 분석
- 3-5. 분석 결과 종합

4. 결론

- 4-1. 연구 결과 요약

- 4-2. 디자인·산업적 시사점
- 4-3. 연구 한계 및 후속 과제

참고문헌

1. 서론

1-1. 연구의 배경 및 필요성

21세기 디지털 혁신의 급속한 전개는 전통 제조업 계뿐만 아니라 주얼리 도매업에도 구조적으로 근본적인 변화를 야기하고 있다. 글로벌 e커머스 시장이 2018년 2조9천억 달러에서 2023년 5조8천억 달러로 5년만에 2배 수준으로¹⁾ 성장하면서, 오프라인 중심의 전통적인 비즈니스 모델은 모바일 및 디지털을 기반으로 하는 새로운 경영 패러다임으로 전환을 가속화하고 있다.

현대 디지털 기술의 혁신적 발전과 모바일 생태계의 확산은 기존 주얼리 도매 산업에 획기적인 변화를 촉발시켰다.²⁾ 특히 코로나19 팬데믹 이후에 비대면으로 거래를 하는 방식의 요구가 급증하면서, 주얼리 도매업계는 전통적인 오프라인을 기반으로한 거래 체계에서 디지털 플랫폼 중심의 혁신적인 거래 방식으로 급속히 변화하고 있다. 국내 주얼리 산업의 현황을 살펴보면, 전국 귀금속 주얼리 사업체 수는 1만 6,783개로 집계되며, 이 중 37.5%에 해당하는 6,300개 업체가 서울에 집중되어 있다.³⁾ 특히 종로구는 전체 제조업체의 39.8%, 도매업체의 62.3%가 집적된 국내 최대 규모의 주얼리 클러스터를 형성하고 있어, 주얼리 도매업계의 중심부적인 역할을 수행하고 있다. 이러한 지리적 집적은 전통적으로 진행해 왔던 대면 거래의 형식과 밀접한 관련이 있으나, 디지털 전환의 필요성이 대두되면서 새로운 도전에 직면하고 있다. 이러한 패러다임 변화 속에서⁴⁾ 모

바일 앱은 단순한 정보 전달 매체를 초월하여 실질적인 비즈니스 플랫폼으로서의 핵심 역할을 담당하게 되었다.

주얼리 도매업은 통상적이고 일반적인 B2C 전자상거래와 구분이 되는 차별적인 속성을 보유하고 있다.

첫째, 상품의 시각적 특수성과 고부가가치성으로 인하여 자세하고 세심한 제품 정보 제공이 중요하다. 둘째, 대량발주, 차별화된 가격 체계, 멤버십 운영 등 B2B 거래 특성을 반영한 시스템이 필수적이다. 셋째, 중량 및 소재, 금의 순도 등 전문적인 정보에 대한 정확한 표현이 중요하다. 넷째, 신뢰성 있는 거래 환경과 안전한 결제 시스템이 요구되어진다.

그러나 현재 국내 주얼리 도매 앱들은 이러한 업계 고유의 특성을 충분히 반영하지 못하고 있는 상황이다. 다수의 앱들이 누구나 사용할 수 있는 전자상거래 플랫폼의 구조를 그대로 활용하거나, 기존 웹사이트를 단순히 모바일 환경에 적용하는 수준에 머물러 있다. 이로 인해 주얼리 도매 업계의 사람들은 효율적인 업무 수행에 어려움을 겪고 있으며, 경쟁력 있는 플랫폼이 되기까지 난항을 겪고 있다.

이를 바탕으로 본 연구는 주얼리 도매업의 특성을 기반으로한 효과적인 모바일 앱 UI/UX 디자인 방향을 탐구하는 것을 목적으로 한다. 이를 위해 주얼리 도매업의 특성과 B2B 전자상거래의 특징을 이해하고, 시장에서 현재 활용되고 있는 주요 주얼리 도매앱들의 UI/UX 디자인을 체계적으로 비교 및 분석한다. 분석 결과를 바탕으로 주얼리 도매업에 특화된 모바일 앱 디자인 가이드라인을 제안하여, 업계의 디지털 변혁과 사용자 경험 개선에 도움이 되고자 한다.

1-2. 연구 방법 및 범위

본 연구는 주얼리 도매업의 UI/UX 디자인 특성을

2012, pp.42~47.

- 1) 한국경제인협회, "글로벌 e커머스 빅5社 현황 분석", 2024.6.17.
- 2) 한국전자상거래협회, 「2021년 국내 전자상거래 시장 현황 조사」, 2022.
- 3) 주얼리신문, "(보도) 전국 귀금속주얼리 제조업의 40%가 종로에 집적", 2024.9.13.
- 4) 이종수, 김상민, 박정현, 김영호, 이현경, 최상우, "모바일 애플리케이션의 사용성 평가 방법론 비교 연구", 「한국정보시스템학회 학술대회 논문집」,

이해하기 위해 이론적 고찰과 사례분석을 진행한다. B2B 전자상거래와 UI/UX 디자인 이론 및 주얼리 도매업 특성에 관한 내용을 전반적으로 활용하기 위하여 학위논문, 학술지, 출판 문헌을 검토하였다.

사례조사를 위한 연구 대상 플랫폼 선정은 국내 및 해외 주얼리 도매업계에서 실제로 활용되고 있는 대표성과 다양성을 기준으로 하였다. 주요 분석 대상으로는 전문 주얼리 도매 플랫폼인 젬코몰과 도매업자들이 커뮤니케이션 및 거래 도구로 활용하고 있는 범용적인 소셜 플랫폼인 네이버 밴드를 포함하여 비교분석하였다. 또한 다양한 비교사례를 확보하기 위하여 주얼리 도매 전문 앱인 주얼토킵과 포링과 같은 주얼리에 특화된 모바일 앱도 연구 범위에 포함하였다. 이들은 각각 상이한 비즈니스 모델과 사용자 접근 방식을 채택하고 있어 다양한 관점에서의 심층 비교 분석이 가능하다. 해외 주얼리 도매 플랫폼으로는 Jewelry, DG Jewelry, YEHWANG를 비교 분석하였다.

분석 기준은 선행 연구를 바탕으로한 인터페이스 설계 품질, 정보 구조 및 내비게이션등과 같은 UI/UX를 중심으로 구성하였다. 디자인의 비교분석은 2025년 최신버전의 모바일앱을 기준으로 이루어졌다.

분석 방법으로는 휴리스틱 평가(Heuristic Evaluation) 방법을 활용하여 각 앱의 사용성과 디자인⁵⁾ 품질을 체계적으로 평가하였다. 데이터 분석 과정에서는 각 플랫폼의 UI/UX 구성과 디자인 전략을 검토하며, 플랫폼 간의 공통점과 차이점을 비교하였다.

본 연구의 범위는 모바일앱의 UI/UX 디자인 영역에 한정하여 설정하였다. 실제 사용자를 대상으로 진행하는 정량적인 설문조사나 사용성 테스트는 연구 범위에서 제외하였다. 전문가 인터뷰를 통한 전문가의 관점에서의 체계적 평가에 중점을 두었다. 또한 기술적인 구현 부분이나 비즈니스 모델에 대한 분석보다는 사용자가 실제로 사용하는 인터페이스와 사용자 경험의 과정에서의 디자인에 따른 효율성을 중점으로 연구를 진행하였다. 이러한 접근을 통해 주얼리 도매업의 특성을 효과적으로 활용한 모바일 앱의 UI/UX 디자인의 최적화 방향을 제시하고, 향후 주얼리 도매앱과 관련된 디자인 개선에 실용적인 디자인가이드라인을 제공하고자 한다.

5) 박주환, 한성호, 박재현, 박원규, 김현경, 홍상우, "모바일 어플리케이션의 사용성 평가 방법 비교 분석", 「한국인간공학회 학술대회논문집」, 2012

2. 이론적 배경

2-1. UI/UX 디자인의 개념과 원칙

UI(User Interface) 디자인과 UX(User Experience) 디자인은 현대 디지털 환경에서 사용자와 시스템 간의 상호작용을 설계하는 핵심 요소이다. ⁶⁾ UI 디자인은 사용자가 직접적으로 서로 상호작용 할 수 있는 인터페이스의 시각적 요소와 기능적인 구성을 의미하며, UX 디자인은 제품이나 서비스를 사용하면서 사용자가 느끼는 전반적인 경험을 설계하는 것을 뜻한다.

Garrett(2010)은 사용자 경험을 "사용자가 제품이나 시스템을 사용하기 전, 사용하는 동안, 사용한 후에 발생하는 모든 측면의 경험"으로 정의했다.⁷⁾ 이는 단순한 인터페이스 디자인을 넘어서 사용자의 감정, 인식, 행동에 영향을 미치는 모든 요소를 포함한다.

모바일 환경에서의 UI/UX 디자인은 또 다른 고려사항을 요구한다.⁸⁾ 터치 인터페이스의 특성, 화면 크기의 제약, 이동 중 사용 상황 등을 고려한 반응형 디자인과 적응형 디자인의 적용이 필요하다. 특히나 도매업과 같이 의사결정이 중요하게 요구되는 비즈니스 상황 속에서는 직관적인 네비게이션과 효율적인 정보 구조가 성공의 핵심 요인이 된다.

2-2. B2B 전자상거래와 도매업의 특성

B2B(Business-to-Business) 전자상거래는 기업 간 거래를 온라인 플랫폼을 통해 수행하는 방식으로, B2C(Business-to-Consumer) 전자상거래와는 구별되는 특성을 갖는다.⁹⁾ B2B 전자상거래 플랫폼은 기업과 기업의 거래인 만큼 상황들과 얽혀있는 가격 체계와 대량 발주 관리, 장기적 거래를 어떻게 관리하는지 등을 주요하게 생각해야 한다.

현재 B2B 전자상거래 시장은 급격한 성장을 이루고 있다. 특히나 개인화 서비스의 고도화, 인공지능과

6) 홍순재, "UI/UX 디자인 교육 활용에 관한 연구: 피그마를 중심으로", 「한국디자인리서치학회 논문집」, Vol.8 No.2, 2023, pp.34-45.

7) 제시 제임스 개럿, 정승녕 역, 『사용자 경험의 요소: 변하지 않는 UX 디자인 원리』, 유엑스리뷰, 2013.

8) 김현정, 박찬우, 'AHP를 통한 모바일 GUI의 사용성 평가 항목 분석', 『한국HCI학회논문지』, 2023. Vol.18, No.2, p.125.

9) 김미숙, '국경간 전자상거래가 글로벌 가치사슬에 미치는 영향', 『대외경제정책연구원 연구보고서』, 2024, p.15.

기계학습 기술의 통합, 모바일 최적화, 구독 기반 서비스 모델, 블록체인 기술 도입, 지속가능할 수 있는 접근 방식, 플랫폼 생태계의 전반적인 확장 등이 주요 발전 경향으로 나타나고 있다.

도매업의 핵심 특성은 제조업체와 소매업체 사이의 중간 유통업체로서의 역할이다.¹⁰⁾ 제조업체와 소매업체 간의 제품 구성 조정, 공간적·시간적·수량적 불일치 해결, 위험 분산, 정보 제공 등의 다면적 기능을 수행한다. 도매업체는 구매자·공급자 간 거래 특성에서 신뢰성, 품질 보증, 가격 경쟁력, 납기 준수 등이 핵심 평가 기준이 된다.¹¹⁾

B2B 특성 중 구매 행동에 대하여 살펴보면, 구매 의사결정의 과정들이 복잡하고 여러명의 이해관계자가 관여한다는 점이 주목할 만하다. 그리고 순수하게 합리적 의사결정뿐만 아니라 감정적 요인도 상당한 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 그외에도 기술 지원, 품질 대비 가격, 공급업체의 신뢰성, 배송 서비스 등이 주요 고려 원인이 되기도 한다.

2-3. 주얼리 도매업의 특성

주얼리 산업은 다면적이고 복합적인 특성을 갖는 산업 분야이다.¹²⁾ 자세하게 살펴보면, 주얼리 산업은 복합적 특성을 갖는다.¹³⁾ 주얼리 도매업의 특성을 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

[표 1] 주얼리 도매업의 특성

제품 특성	고가품으로서의 신뢰성과 품질 보증 중요 디자인의 다양성과 트렌드 반영 필요 금, 다이아몬드 등 원자재 가격 변동에 민감
거래 특성	현금결제, 금결제 위주의 거래 관행 소량 다품종 구매 패턴 시즌별 수요 변동 큰 특성
유통 특성	전통적인 오프라인 중심의 거래 지역별 집적화된 도매시장 구조 개인적 네트워크에 기반한 신뢰관계

10) 김양희, 이현석, 김선희, 『동대문 패션타운의 성공신화와 발전과제』, 삼성경제연구소, 2000.

11) 정자옥, 추호정, 정인희, "동대문 패션타운의 패션 도매업체 현황 및 협력 업체 선정 기준에 관한 연구", 『한국의류학회지』, Vol.31 No.9, 2007.

12) 서울연구원, "서울 중로 귀금속 클러스터의 발전방안", 서울경제브리프, pp.1-2.

13) 서울특별시, "도심산업 지구 지정·운영 및 주얼리산업", 서울시 경제정책과, 2020.

제품 특성 측면에서는 고부가가치 제품으로서 신뢰성과 품질 보증이 중요한 요구사항이다. 직관적이며 이해하기 쉬운 디자인과 트렌드를 반영하는 능력이 중요한 경쟁 요소이다. 금, 다이아몬드 등 원자재 가격 변동이 있는 원자재가 주로 구성됨에 따라 가격에 민감한 구조적인 특성을 갖는다.

거래 특성을 보면, 현금결제나 금결제 위주의 전통적 거래 방식이 일반적으로 유지되고 있다. 적은 종류의 제품을 다양하게 구매하는 패턴이 일반적이며, 시즌별 수요 변동이 크다는 특성을 가지고 있다.

유통 특성은 오프라인 중심의 전통적인 거래 프로세스 및 지역별로 집적화된 도매시장의 구조, 인맥과 개인적 네트워크에 기반한 신뢰관계 등인 특성이 있다.

이와 같이 주얼리 도매업은 고부가가치의 제품, 디자인 경쟁력, 원자재 가격 변동성, 전통적 거래방식, 지역적 유통 구조 등 다양한 특수성을 갖는다. 이러한 특징을 효과적으로 반영하는 맞춤형 플랫폼 디자인과 전략적 UI/UX가 성공적인 디지털 전환과 지속적 경쟁력 확보의 중요한 요소가 된다.

3. 연구 분석

3-1. 분석 대상 및 기준

3-1-1. 분석 대상

본 연구의 모바일 앱 비교분석을 위하여 국내에서 현재 운영되고 있는 주얼리 도매업계의 대표적인 모바일 앱을 비교 조사해보았다. 모바일 앱의 선정은 시장 점유율, 사용자 활성도, 기능적 특성화 수준을 종합적으로 고려하여 진행되었다.¹⁴⁾

주얼리 도매업의 특성을 가지고 있는 전문적인 앱로는 줌코몰, 주얼토크, 포링을 선정했다. 해당 앱들은 특화된 주얼리 도매업 서비스를 제공하고 있으며, B2B 거래의 복잡성을 반영한 일반 모바일 앱과의 기능적 차별화를 구현하고 있다.

비교적 쉽게 접할 수 있는 범용 플랫폼 활용형으로는 네이버밴드와 남도마켓을 조사해보았다. 네이버밴드는 본래 범용 소셜네트워크 서비스이나, 국내 주얼리 도매업자들 사이에서 주문 접수, 상품 소개, 비대면 구매 목적으로 광범위하게 사용이 되고 있어 분석대상에 포함하였다.¹⁵⁾

14) 한국인터넷진흥원, "2024년 전자상거래 이용 현황 조사", 2024.8.

글로벌 주얼리 도매 시장의 디지털 전환 동향을 파악하고 국내 플랫폼과의 비교 분석을 위해 해외 주요 주얼리 도매 플랫폼을 추가로 선정하였다. 선정 기준은 글로벌 시장 접근성, B2B 거래 특화 수준, 그리고 혁신적 UI/UX 구현 사례를 중심으로 하였다.

Jewelxy는 글로벌 주얼리 도매 전문 플랫폼으로, 국제적인 B2B 거래에 특화된 견적 요청 시스템과 다층적 필터링 기능을 구현한 대표적인 해외 사례이다. DG Jewelry는 프리미엄 주얼리 도매에 중점을 둔 플랫폼으로, 고급스러운 브랜딩과 실시간 글로벌 커뮤니케이션 기능을 특징으로 한다. YEHWANG은 "B2B WHOLESALER"를 명시적으로 표방하는 전문 도매 플랫폼으로, 공급 경로 투명성과 즉시 배송 서비스에 특화된 인터페이스를 제공한다.

이러한 다층적 모바일 앱의 구성은 주얼리 도매업계의 디지털 전환 과정에서 나타나는 다양한 접근 방식과 전략적 선택을 다양한 관점에서 이해를 할 수 있는 기회를 제공한다.

[표 2] 분석대상 주얼리 도매업의 종류

분석대상	앱 유형	지역
젬코몰	전문 도매	국내
주얼토크	전문 도매	국내
포링	전문 도매	국내
네이버밴드	범용 플랫폼	국내
Jewelxy	글로벌 전문	해외
DG Jewelry	프리미엄 전문	해외
YEHWANG	전문 도매	해외

3-1-2. 분석 기준

모바일 앱의 사용성 평가를 위한 분석 기준은 기존 연구를 바탕으로 다음과 같이 설정하였다. 인터페이스 설계 품질, 정보 구조 및 내비게이션, 기능성 및 업무 효율성, 브랜드 정체성 및 일관성, 사용자 경험 최적화이다. 각각의 기준은 B2B 전자상거래 앱의 특성을 고려하여 세부적인 요소로 구성하였다.

인터페이스 설계 품질(Interface Design Quality)은

15) 김상욱, 이지현, "소셜네트워크 플랫폼의 B2B 활용 사례 연구", 「경영정보학연구」, Vol.26 No.3, 2023, pp.45-67.

시각적 일관성, 정보 위계 구조, 색채 조화등의 적합성을 중점으로 평가한다. 특히나 고부가가치 제품의 특징을 반영할 수 있는 신뢰성과 고급스러움의 시각적 디자인을 중점적으로 검토하였다.

정보 구조 및 내비게이션(Information Architecture & Navigation)에서는 논리적인 메뉴 구성 및 카테고리 분류의 적절성, 정확한 정보 검색, 사용자가 앱을 사용하는 과정에서의 직관성을 평가하였다.

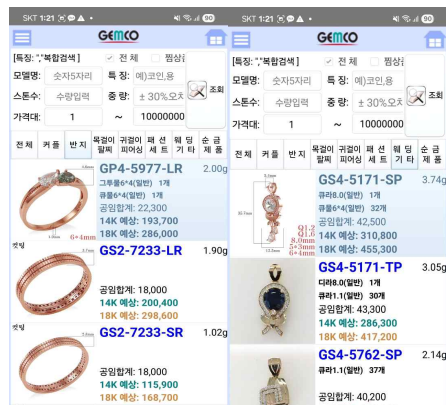
기능성 및 업무 효율성(Functionality & Work Efficiency)은 도매업 특화 기능의 구현 수준, 대량 데이터 처리 능력, 필터링 및 정렬 기능의 정교함, 거래 지원 도구의 완성도를 중심으로 분석하였다. 특히 가격 체계의 복잡성, 재고 관리, 주문 처리 프로세스의 효율성을 세밀하게 검토하였다.

브랜드 정체성 및 일관성(Brand Identity & Consistency)에서는 플랫폼의 고유한 브랜드 가치 전달, 시각적 통일성 유지, 타겟 사용자층에 대한 적합성을 평가하였다. 주얼리 업계의 전문성과 신뢰성을 어떻게 시각화하고 있는지를 중점적으로 분석하였다.

사용자 경험최적화(User Experience Optimization)는 학습 용이성, 작업 완료의 효율성, 오류 복구 지원, 모바일 환경에서의 사용성을 종합적으로 평가한다. 터치 인터페이스의 최적화, 화면 크기 제약에 대한 대응, 이동 중 사용 시나리오에서의 성능을 포함하였다.¹⁶⁾

3-2. 주얼리 도매업 사례분석 및 결과

3-2-1. 젬코몰(GemcoMall) 분석



[그림1] 젬코몰 화면 이미지

16) 정혜원, 김태우, "모바일 환경에서의 사용자 경험 평가 방법론", 「디자인학연구」, Vol.36 No.1, 2024, pp.67-89.

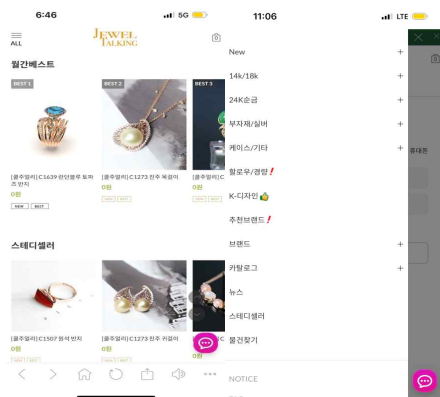
젬코몰은 전문적인 주얼리 도매 플랫폼으로 B2B 특성이 강하게 반영된 앱이다. 상품 목록 화면에서 체계적인 정보 표시가 특징적이며, 흰색 배경에 깔끔한 레이아웃을 사용하여 정보 가독성을 높였다. 상품 이미지와 함께 품목코드, 중량, 가격 정보를 명확하게 표시하고 있으며, 상품별로 공인합격가, 14K 예상가, 18K 예상가를 구분하여 표시함으로써 도매업체의 가격 투명성을 확보하였다.

필터 기능(목걸이, 귀걸이, 반지 등)을 상단에 배치하여 카테고리별 탐색을 용이하게 하였으며, 상품 상세 정보에 큐빅 개수, 중량 등 전문적인 정보를 제공하여 B2B 거래에 필요한 정보를 충실히 담고 있다. 페이지 네이션을 통해 대량의 상품 데이터를 효율적으로 관리하고 있는 것이 특징이다.

[표 3] 젬코몰 UI/UX 분석

분석기준	
인터페이스 설계 품질	흰색 배경, 깔끔한 레이아웃, 높은 가독성
정보 구조 및 내비게이션	품목코드, 중량, 다단계 가격 표시 시스템
기능성 및 업무 효율성	카테고리 필터, 페이지네이션, 전문정보 제공
브랜드 아이덴티티	일관된 상품 정보 표시 방식
사용자 경험	B2B 특화 정보 구조 및 내비게이션, 직관적 탐색

3-2-2. 주얼토크(JewelTalking) 분석



[그림2] 주얼토크 화면 이미지

주얼토크는 현대적인 디자인 감각을 적용한 주얼리 전문 앱으로, 젊은 사용자층을 겨냥한 것으로 보인다.

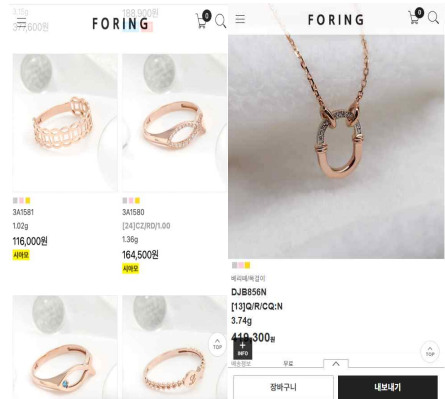
월간베스트' 섹션을 통해 트렌드 제품을 전면에 배치하였으며, 카드형 레이아웃과 시각적 위계구조가 설계되어 있다.

'NEW' 및 'BEST' 태그를 활용한 상품 분류와 함께, '스테디셀러' 카테고리를 별도로 운영하여 상품의 성격을 명확히 구분하였다. 0원 가격 표시는 회원 전용 가격 정책을 암시하며, 상품 이미지의 품질이 높고 백그라운드 처리가 세련되어 모바일 환경에서의 시각적 만족도를 높였다. 하단의 채팅 아이콘을 통해 실시간 고객 상담 기능을 제공하고 있다.

[표 4] 주얼토크 UI/UX 분석

분석기준	
인터페이스 설계 품질	카드형 레이아웃, 트렌드 중심 구성
정보 구조 및 내비게이션	NEW/BEST 태그, 스테디셀러 카테고리 분리
기능성 및 업무 효율성	실시간 채팅, 회원 전용 가격 정책
브랜드 아이덴티티	일관된 이미지 스타일, 현대적 감각
사용자 경험	높은 시각적 만족도, 직관적 인터페이스

3-2-3. 포링(Foring) 분석



[그림3] 포링 화면 이미지

포링은 미니멀한 디자인 철학을 바탕으로 한 주얼리 앱으로, 세련된 사용자 경험을 제공한다. 회색조의 배경과 로즈골드 톤의 제품 이미지가 조화롭게 배치되어 브랜드의 고급스러운 이미지를 구현하였다.

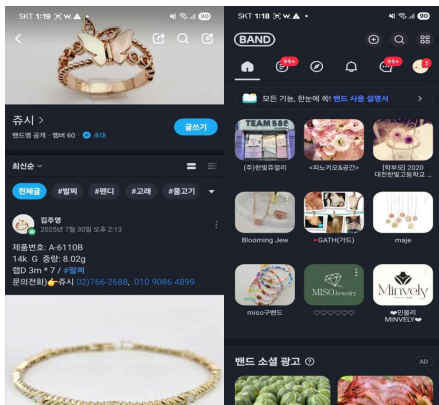
상품별로 중량과 큐빅/다이아몬드 정보를 상세하게 표시하여 전문성을 강조하였으며, '시아모' 태그는 할인

이나 특가 상품임을 나타낸다. 일관된 컬러 팔레트와 타이포그래피를 사용하여 브랜드 아이덴티티를 강화하였고, 상품 사진의 통일된 스타일링과 배경 처리가 전문성을 높인다.

[표 5] 포링 UI/UX 분석

분석기준	
인터페이스 설계 품질	미니멀 디자인, 고급스러운 색채 조화
정보 구조 및 내비게이션	상품코드, 중량, 큐빅/다이아 정보 체계화
가능성 및 업무 효율성	상세 스펙 정보, 할인 태그 시스템
브랜드 아이덴티티	일관된 컬러 팔레트, 통일된 이미지 스타일
사용자 경험	전문성과 심미성의 균형

3-2-4. 네이버밴드(Naver Band) 분석



[그림4] 네이버 밴드 화면 이미지

범용적으로 사용이 되는 네이버밴드는 주얼리 도매 전용앱은 아니다. 그러나 주얼리 도매업계에서 꾸준히 사용되고 있는 어플이다. 그룹 커뮤니케이션에 특화되어 있어 도매업체와 소매업체 간의 소통의 다리역할을 효율적으로 한다.

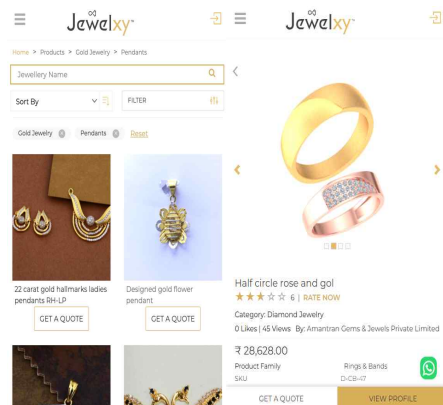
파일 공유, 이미지 업로드, 댓글 가능 등을 통해 상품 정보 공유가 용이하며, 기존 네이버 생태계와의 연동성이 뛰어나 진입 장벽이 낮다. 그러나 전문 도매 기능(가격 관리, 재고 관리 등)이 부족하여 보조적 역할에 머물고 있으며, 상거래 기능이 제한적이어서 별도의 주문 처리 시스템이 필요하다.

[표 6] 네이버밴드 주얼리 도매업 활용 분석

분석기준	
인터페이스 설계 품질	기존 네이버 UI 활용, 친숙한 인터페이스
정보 구조 및 내비게이션	그룹 중심 구조, 파일/이미지 공유 용이
가능성 및 업무 효율성	실시간 소통, 푸시 알림, 파일 공유
브랜드 아이덴티티	네이버 생태계 연동
사용자 경험	낮은 진입 장벽, 높은 접근성

3-3. 해외 도매업 사례분석

3-3-1. Jewellery 분석



[그림5] Jewellery 화면 이미지

Jewellery는 글로벌 주얼리 도매 플랫폼으로, 국제적인 B2B 거래에 특화된 전문 인터페이스를 구현하고 있다. 상품 목록 페이지에서는 체계적인 내비게이션을 통해 사용자의 현재 위치를 명확히 제시하고 있으며, 이는 복잡한 상품 카테고리 구조에서의 효율적인 탐색을 지원한다.

검색 기능은 "Jewellery Name" 플레이스홀더를 통해 직관적인 상품명 검색을 제공하며, Sort By 드롭다운과 FILTER 버튼을 통한 이중 정렬 시스템을 구축하여 대량의 상품 데이터에 대한 세밀한 탐색이 가능하다. 특히 Gold Jewellery, Pendants와 같은 선택된 필터 태그를 별도로 표시하고 Reset 기능을 제공하여 사용자의 검색 상태를 시각적으로 관리할 수 있도록 설계되었다.

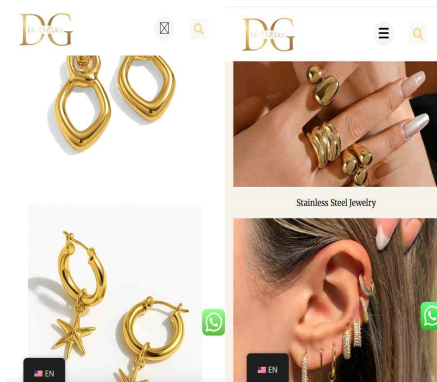
상품 표시 방식에서는 고해상도 제품 이미지와 함께 상품명을 간결하게 제시하며, "GET A QUOTE" 버튼

을 통해 B2B 거래의 핵심인 견적 요청 프로세스를 원 클릭으로 실행할 수 있도록 구성하였다. 이는 일반적인 B2C 쇼핑물의 "구매하기" 버튼과는 차별화되는 도매업 특화 기능이다.

[표 7] Jewelry UI/UX 분석

분석기준	
인터페이스 설계 품질	체계적인 내비게이션, 고해상도 제품 이미지, 간결한 레이아웃
정보 구조 및 내비게이션	직관적 상품명 검색, 선택된 필터 태그 시각화
가능성 및 업무 효율성	Sort By 드롭다운, FILTER 버튼, Reset 기능, 견적 요청 시스템
브랜드 아이덴티티	글로벌 B2B 전문성, 국제 거래 특화 브랜딩
사용자 경험	B2B 거래 핵심인 견적 요청 프로세스 원클릭 실행, 대량 상품 데이터 세밀한 탐색 지원

3-3-2. DG Jewelry 분석



[그림6] DG Jewelry 화면 이미지

DG Jewelry는 프리미엄 주얼리 도매 플랫폼으로, 고급스러운 시각적 브랜딩과 세련된 제품 표현에 중점을 둔 플랫폼이다. 브랜드 로고는 미니멀한 "DG" 타이포그래피와 "JEWELRY" 서브 텍스트를 조합하여 명확한 브랜드 아이덴티티를 구축하고 있으며, 우측 상단의 검색 및 메뉴 아이콘을 통해 기능적 접근성을 확보하였다.

제품 이미지 표현에서는 고해상도의 3D 렌더링 이미지를 활용하여 제품의 디테일과 질감을 정확하게 전달하고 있다. 특히 골드 이어링의 경우 다층적 디자인 구조와 스타 모티프를 선명하게 표현하여 시각적 완성

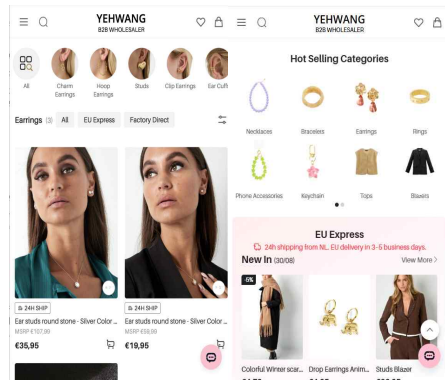
도를 높였다. 배경 처리는 그레이디언트 효과를 적용하여 제품의 입체감을 강조하면서도 브랜드의 고급스러운 이미지를 일관되게 유지하고 있다.

언어 설정 기능("EN" 플래그 아이콘)과 하단의 WhatsApp 연동 기능은 글로벌 B2B 거래 환경에서의 실시간 커뮤니케이션 요구를 효과적으로 충족한다. 이는 국경간 도매 거래에서 필수적인 즉시 상담 및 협상 기능을 제공하는 전략적 설계로 평가된다.

[표 8] DG Jewelry UI/UX 분석

분석기준	
인터페이스 설계 품질	미니멀한 "DG" 타이포그래피, 고급스러운 시각적 브랜딩, 3D 렌더링 이미지 활용
정보 구조 및 내비게이션	검색 및 메뉴 아이콘 우측 상단 배치, 언어 설정 기능("EN" 플래그)
가능성 및 업무 효율성	고해상도 3D 제품 표현, WhatsApp 연동 실시간 커뮤니케이션, 즉시 상담 및 협상 기능
브랜드 아이덴티티	프리미엄 주얼리 도매 전문성, 그레이디언트 배경 처리로 고급스러운 이미지 일관성 유지
사용자 경험	B글로벌 B2B 거래 환경 최적화, 제품 디테일과 질감 정확한 전달, 국경간 도매 거래 특화

3-3-3. YEHWANG 분석



[그림7] YEHWANG 화면 이미지

YEHWANG은 "B2B WHOLESALER"를 명시적으로 표기한 전문 도매 플랫폼으로, B2B 거래에 특화된 차별화된 사용자 경험을 제공한다. 상단 내비게이션에서는 하트 아이콘(위시리스트)과 쇼핑백 아이콘을 배치하여 도매 구매자의 대량 주문 관리 요구를 반영하였다.

YEHWANG은 "B2B WHOLESALER"를 명시적으로

표기한 전문 도매 플랫폼으로, B2B 거래에 특화된 차별화된 사용자 경험을 제공한다. 상단 내비게이션에서는 하트 아이콘(위시리스트)과 쇼핑백 아이콘을 배치하여 도매 구매자의 대량 주문 관리 요구를 반영하였다.

하단 탭 구성에서는 "Earrings (3)", "All", "EU Express", "Factory Direct" 등의 옵션을 제공하여 배송 방식과 공급 경로를 명확히 구분하였다. 특히 "Factory Direct" 옵션은 제조업체 직접 거래를 통한 경쟁력 있는 가격 제공을 암시하며, 이는 도매 구매자의 핵심 관심사인 원가 절감 요구를 직접적으로 해결하는 기능이다.

제품 표시에서는 실제 모델 착용 이미지를 활용하여 제품의 크기감과 착용감을 구체적으로 전달하며, "24H SHIP" 배지를 통해 신속한 배송 서비스를 강조하였다. MSRP(권장소비가격) 표기와 실제 도매가격을 병행 표시하여 수익률 계산을 용이하게 하는 B2B 특화 정보 구조를 구현하였다.

[표 9] YEHWANG UI/UX 분석

분석기준	
인터페이스 품질	실제 모델 착용 이미지 활용, 24H SHIP 배지 강조
정보 구조 및 내비게이션	세분화된 이어링 카테고리, 하트 아이콘(위시리스트), 쇼핑백 아이콘 배치
가능성 및 업무 효율성	EU Express 배송, MSRP와 도매가격 병행 표시, 수익률 계산 용이성
브랜드 아이덴티티	B2B 전문 도매 플랫폼 정체성, 공급 경로 투명성, 즉시 배송 서비스 특화
사용자 경험	대량 주문 관리 요구 반영, 최종 소비자 판매용 시각적 참고자료 효과적 제공, 제품 크기감과 착용감 구체적 전달

3-4. 전문가 평가 및 사용자 요구 분석

본 연구의 객관성과 학술적 신뢰도를 높이기 위해 주얼리 도매업계 전문가 5명과 UI/UX 디자인 전문가 3명으로 구성된 전문가 그룹을 대상으로 포커스 그룹 인터뷰를 실시하였다. 전문가 그룹 구성은 다음과 같다: 종로구 소재 도매업체 대표 2명, 중간 유통업체 운영자 2명, 소매업체 사장 1명, 모바일 앱 디자인 경력 5년 이상, B2B 플랫폼 설계 경험 보유한 UI/UX 디자인 전문가 3명으로 구성하였다.

전문가 평가는 2025년 8월 25일부터 9월 4일까지 개별 심층 인터뷰와 그룹 토론 방식으로 진행되었다. 평가 기준은 Nielsen의 휴리스틱 평가 원칙을 B2B 도

매업 특성에 맞게 수정하여 진행하였다. 기존 UI/UX 평가 요소에 도매업 특화 요소인 '대량 주문 처리 효율성', '가격 투명성', '전문 정보 접근성', '신뢰성 구축' 항목을 추가하여 총 7개 영역으로 구성하였다.

국내외 주얼리 도매 플랫폼 비교분석을 진행하였으나, 전문가 평가 및 사용자 요구사항 분석은 국내 전문가 그룹의 접근성과 실무 경험을 고려하여 국내 4개 플랫폼(젬코몰, 주얼토킹, 포링, 네이버밴드)에 한정하여 실시하였다.

3-4-1. 전문가 평가 결과 및 분석

전문가 평가 결과, 국내 4개 앱에 대한 7개 영역별 세부 평가에서 다음과 같은 결과가 나타났다.

시각적 디자인 품질 영역은 포링이 88점으로 높은 평가를 받았다. 그뒤로 주얼토킹 85점, 젬코몰 82점이였다. 반면 네이버밴드는 65점으로 상대적으로 낮은 점수를 기록했다.

정보 구조 및 내비게이션 측면에서는 젬코몰이 85점으로 최고 점수를 획득했으며, 포링 75점, 주얼토킹 72점으로 전문 도매업체들이 우수한 평가를 받았다. 네이버밴드는 45점에 그쳤다.

가능성 및 사용성 영역에서는 주얼토킹이 81점으로 가장 높은 점수를 받았고, 포링 78점, 네이버밴드 70점, 젬코몰 65점 순으로 나타났다.

대량 주문 처리 효율성에서는 젬코몰이 89점으로 압도적인 우위를 보였으며, 포링 68점, 주얼토킹 55점이 뒤를 따랐다. 범용 플랫폼인 네이버밴드는 각각 30점, 현저히 낮은 점수를 기록했다.

가격 투명성 측면에서는 젬코몰이 95점으로 최고 점수를 획득했으며, 포링 85점, 주얼토킹 72점으로 전문 도매업체들이 높은 평가를 받았다. 반면네이버밴드 35점으로 큰 격차를 보였다.

전문 정보 접근성에서도 젬코몰이 92점으로 최고 점수를 기록했고, 포링 88점, 주얼토킹 68점이 뒤를 이었다. 범용 플랫폼인 네이버밴드는 28점으로 매우 낮은 평가를 받았다.

신뢰성 구축 영역에서는 젬코몰 85점, 포링 82점, 네이버밴드 65점, 주얼토킹 63점 순으로 나타났다.

전체 평균 점수를 살펴보면, 젬코몰이 76.2점으로 최고 점수를 기록했으며, 포링 72.8점, 주얼토킹 69.4점이 뒤를 따랐다. 범용 플랫폼인 네이버밴드는 52.6

이란 평가를 받았다.

전문가들은 전문 도매 앱들이 B2B 특화 기능(대량 주문 처리, 가격 투명성, 전문 정보 접근성)에서는 우수한 성과를 보였으나, 사용성과 시각적 완성도 측면에서는 개선이 필요하다고 평가했다.

반면 범용 앱들은 기본적인 사용성은 확보했지만, 도매업 특화 기능이 현저히 부족하여 전문적인 B2B 거래 환경에서는 한계가 명확히 드러났다고 지적했다.

[표 10] 평가 영역별 상세 분석

평가 영역	주요 평가 기준	최고점	특징
시각적 디자인 품질	색채조화, 타이포그래피, 레이아웃 일관성	포링 (88점)	미니멀 디자인과 고급스러운 색채 활용
정보 구조 및 내비게이션	메뉴구성, 카테고리 분류, 검색 편의성	젠크몰 (85점)	체계적 상품 분류와 직관적 탐색 구조
가능성 및 사용성	학습용이성, 작업 효율성, 오류 방지	주얼 토키 (81점)	현대적 인터페이스와 사용자 친화적 설계
대량 주문 처리 효율성	다중선택, 일괄 처리, 재주문 기능	젠크몰 (89점)	페이지네이션과 효율적 데이터 관리
가격 투명성	다단계 가격 표시, 실시간시세 반영	젠크몰 (95점)	공임가14K·18K 예상이 명확한 구분 표시
전문 정보 접근성	중량, 순도, 소재 정보 제공 수준	젠크몰 (92점)	품목코드, 큐빅개수 등 전문 정보 충실
신뢰성 구축	업체 인증, 보증 정책, 거래 후기	젠크몰 (85점)	일관된 상품 정보 표시와 투명한 거래 환경

3-4-2. 사용성 테스트

전문가 그룹을 대상으로 실시한 사용성 테스트는 다음과 같은 과제로 구성되었다.

T1: 특정 제품 검색 및 가격 확인 (3분 이내)

T2: 5개 이상 제품 장바구니 담기 (5분 이내)

T3: 업체 정보 확인 및 문의하기 (4분 이내)

[표 11] 국내 주얼리 도매업 사용성 테스트 결과

플랫폼	완료율	평균 소요시간	만족도
젠크몰	86.7%	8.2분	4.1/5.0
포링	80.0%	9.1분	4.3/5.0
주얼토키	73.3%	10.4분	3.8/5.0
네이버밴드	46.7%	15.2분	2.9/5.0

사용성 테스트 결과는 전문 도매 앱과 범용 앱 간의 명확한 성능 차이를 보여준다. 젠크몰은 최고 완료율과 최단 소요시간을 기록하여 업무 효율성 측면에서 우수한 성과를 보였으며, 포링은 최고 만족도를 기록하여 사용자 경험의 질적 우수성을 입증하였다.

[표 11] 국내 주얼리 도매업 사용성 테스트 결과

항목 간 관계	상관 계수	유의 수준	해석
정보 아키텍처 ↔ 기능성	$r=0.847$	$p<0.01$	체계적인 정보 구조는 도매 특화 기능의 효과적 구현과 강한 정적 상관관계
시각적 설계 ↔ 사용성	$r=0.723$	$p<0.05$	시각적 일관성과 직관적 디자인은 사용자 경험 향상에 중요한 영향
콘텐츠 표현 ↔ 브랜드 일관성	$r=0.692$	$p<0.05$	전문적이고 상세한 콘텐츠 표현은 브랜드의 전문성 이미지 구축과 밀접한 관련

또한, 분석을 통해 7개 분석 항목 간의 상관관계를 분석한 결과, 주얼리 도매 앱의 UI/UX 설계에서 중요한 설계 원칙들 간의 유의미한 연관성을 발견할 수 있었다.

상관관계의 분석 결과를 통하여 주얼리 도매업의 정보의 기능적인 완성도와 체계가 상호보완적인 관계임을 알 수 있다. 이는 주얼리 도매업이라는 B2B 환경에서 효율적인 정보를 처리하기 위해 논리적인 정보구조와 이를 기반한 기능적 완성도가 동시에 필요하다는 척도가 될수있다는 점을 의미한다.

또한 시각적 설계와 사용성 간의 유의미한 상관관계

($r=0.723$, $p<0.05$)는 주얼리와 같은 시각적 상품의 특성상 미적 완성도가 단순한 장식적 요소가 아닌 실용적 사용성 향상의 핵심 동력임을 입증한다. 이는 기존 B2C 전자상거래 연구에서 보고된 결과와 일치하는 것으로, B2B 환경에서도 시각적 설계의 중요성이 동일하게 적용됨을 확인할 수 있었다.

콘텐츠 표현과 브랜드 일관성 간의 상관관계($r=0.692$, $p<0.05$)는 주얼리 도매업계의 신뢰성 중심 거래 문화를 반영한 결과로 해석된다. 전문적이고 일관된 콘텐츠 표현이 브랜드의 전문성과 신뢰성을 강화하는 핵심 요소로 작용하며, 이는 고가 상품을 다루는 B2B 거래에서 중요한 이점으로 작용된다.

3-4-3. 사용자 요구사항 도출

전문가 인터뷰를 통해 도출된 주얼리 도매업 사용자 요구사항은 다음과 같다.

첫째, 거래 효율성 요구이다. 도매업체 A사 대표는 "하루에 처리해야 할 주문량이 많다보니 앱에서 가장 중요한 것은 빠른 정보 확인과 주문 처리"라고 강조했다. 기존 오프라인 거래에서는 전화나 대면으로 즉석에서 가격 협상과 주문이 이루어졌으나, 모바일 환경에서는 단계별 프로세스가 길어져 업무 효율성이 떨어진다. 이는 문제가 제기되었다. 전문가들은 "클릭 3단계 이내로 주문 완료가 가능해야 하며, 즐겨찾기나 재주문 기능이 필수적"이라고 평가했다.

둘째, 전문 정보 제공 요구이다. 주얼리 업계 전문가 B는 "금 시세, 중량, 순도, 제조 공정 등의 정보가 정확하고 상세하게 제공되어야 거래 신뢰성이 확보된다"고 지적했다. 특히 "18K, 14K 공임가와 예상가를 실시간으로 확인할 수 있어야 하고, 큐빅이나 다이아몬드의 캐럿 수와 컷팅 정보도 필수"라고 강조했다. 이는 일반 B2C 쇼핑물과 차별화되는 핵심 요구사항으로 확인되었다.

셋째, 신뢰성 확보 요구이다. 도매업체 C사 운영자는 "온라인에서는 실물을 직접 확인할 수 없어 상품 이미지의 정확성이 매우 중요하다"며 "여러 각도의 해상도 이미지와 확대 기능이 필수적"이라고 설명했다. 또한 "거래 후기, 반품/교환 정책 등이 명확히 표시되어야 안심하고 거래할 수 있다"고 덧붙였다.

3-5. 분석 결과 종합

분석 결과 쥬얼리, 주얼토크, 포링과 같은 전문적인

주얼리 도매업들은 B2B 특성에 맞는 사용정보와 가격 체계를 제공하고 있다. 다만 사용자 경험적인 측면에서는 개선되어야 할 부분이 있다. 반면, 네이버밴드와 같은 범용 앱의 사용성은 우수하지만 전문성이 부족한 것으로 나타났다. 이는 주얼리 도매 분야의 특수성과 모바일 앱의 사용성 사이의 균형점을 찾는 것이 중요함을 시사한다.

특히나 쥬얼리몰과 포링에서 브랜드 아이덴티티와 전문성을 찾아볼 수 있었으며, 주얼토크는 사용자경험 최적화에서 가장 높은 점수를 기록한 것을 알 수 있다. 이러한 분석결과는 향후 주얼리도매 앱 개발 시 참고할 수 있는 기준점을 제시한다.

4. 결론

주얼리 도매업의 고유한 B2B 거래 구조와 모바일 환경이라는 이중 제약 조건을 동시에 고려하여, 실제 시장에서 운영 중인 4개의 앱의 UI/UX 설계를 체계적으로 비교·분석하였다. 또한 본 연구는 국내 및 해외의 주얼리 도매업을 비교 분석하였다. 분석 결과는 정보 구조 및 내비게이션, 시각·상호작용 디자인, 기능성 및 업무 효율성, 사용성, 그리고 브랜드 일관성 측면에서 상반된 강·약점을 드러냈으며, 이를 바탕으로 도매 특화 앱 설계의 핵심 가이드라인을 도출하였다. 아래에서는 연구 결과 요약, 디자인 실무를 위한 시사점, 연구 한계 및 후속 과제를 중심으로 논의를 정리한다.

4-1. 연구 결과 요약

본 연구는 주얼리 도매업의 특성과 모바일 플랫폼이라는 환경을 고려하여 국내 및 해외 7개의 주요 주얼리도매업의 UI/UX를 비교분석 하였다.

주얼리 전문 도매 모바일 플랫폼의 특성을 분석해본 결과, 포링과 쥬얼리몰은 중량,재질,가격(공임가, 14K 18k 가격 등) B2B거래의 핵심을 내용을 사용자가 이해하기 쉽게 일관되게 제공하였다. 이로인하여 구매결정을 하는데 효과적지원이 되는것으로 나타났다.반면 범용 플랫폼인 네이버밴드는 게시판 기반 서술 구조에 의존하여 대량 탐색 시 정보 검색 부담이 큰 것으로 확인되었다.

해외 플랫폼의 분석 결과 Jewelxy의 견적 요청 시스템, DG Jewelry의 3D 렌더링 이미지, YEHWANG의 Factory Direct 옵션 등과 같이 차별화된 기능들이

있다는것을 확인할 수 있었다. 특히나 실시간 커뮤니케이션 도구(WhatsApp 연동)와 다국어 지원 기능이 글로벌 B2B 거래 환경에 효과적으로 대응하고 있음을 확인하였다.

4-2. 디자인·산업적 시사점

첫번째 주얼리도매 의사결정은 일반적인 도매의사결정과 다른 특징이있다. 무게(g), 시세, 공임가, 변동가 등 수량화된 스펙에 의해서 좌우될 수 있다. 따라서 목록과 상세에서 데이터를 표·색상 단서와 함께 제공하여 사용성을 높여야한다. 이는 행정안전부 '디지털 정부서비스 UI/UX 가이드라인'의 데이터 라벨링 원칙과도 부합한다.

두번째, 화면 하단에 탭 바(TAB), 플로팅 액션(FAB)을 배치하여 이동 중 사용 환경에 맞는 엄지 우선 탐색을 보장해야 한다. 또한 B2B 구매 흐름은 '견적 요청 → 협의 → 주문' 순으로 길게 이어지므로, 진행 상태 피드백(Stepper-Progressive Disclosure)을 제공해 인지 부하를 완화할 필요가 있다.

세번째, 도매업의 특징 중 하나인 고가제품의 거래 리스크를 줄이기 위해 실시간 시세 연동거래 및 보증 배치와 라벨을 UI 차원에서 시각화할 것을 제안한다.

첫째, 도매업 UI 설계 시 '정보 밀도의 최적화'가 중요하다. 일반 B2C 앱과 달리 B2B 사용자는 한 화면에서 더 많은 정보를 처리할 수 있으며, 실제로 이를 선호한다. 점교몰의 경우 한 화면에 상품 이미지, 품목코드, 중량, 3단계 가격 정보를 모두 표시하여 업무 효율성을 높였다.

둘째, '마이크로인터랙션의 전문화'가 필요하다. 일반적인 '좋아요', '공유' 기능 대신 '견적 요청', '재주문', '업체 문의' 등 도매업 특화 액션을 우선 배치해야 한다. 포링의 '시아모' 태그 시스템처럼 업계 전문 용어를 활용한 라벨링이 사용자 이해도를 높인다.

셋째, '신뢰성 시각화'가 필수적이다. 고가 제품 특성상 거래 안전성에 대한 시각적 보장이 중요하며, 이를 위해 인증 배치, 보증서 표시, 실시간 시세 연동 등의 요소를 UI에 적극 반영해야 한다.

4-3. 연구 한계 및 후속 과제

본 연구의 학술적 기여에도 불구하고 몇 가지 제약 사항이 존재한다.

우선적으로 분석 범위가 한정적이라는 부분이 있다.

국내와 해외의 7개 플랫폼을 중심으로 비교연구를 진행하였으나 세계적인 관점에서 지역적 특수성을 포괄적으로 다루지 못하였다. 특히나 아메리카 및 유럽지역의 주얼리 도매 플랫폼에서 볼 수 있는 문화적 맥락의 차이점을 연구하지 못하여 아쉬움으로 남는다.

연구 방법적 측면에서도 개선의 여지가 있다. 휴리스틱평가와 전문가 중심의 제한된 평가에 의존하여, 실제 도매현장에서 일어나는 업무상황과 사용자의 실제 행동 양상을 완전하게 포착하지 못하였다. 대량 주문부터 장기간에 걸친 거래 관계 유지까지, B2B 거래의 과정에서 나타날 수 있는 차이점을 충분히 반영하는데 한계가 있다.

또한 실증적인 데이터의 결여가 제약요인이 되었다. 실제 매출데이터 및 거래전환 지표등 비즈니스를 직접적으로 측정할 수 있는 정량적인 근거가 부족하였다. 이로인하여 UI/UX 개선안이 실제의 사업성과에 미치는 영향력을 입증하는데 어려움이 있다.

이러한 한계점들을 바탕으로 향후 연구 방향을 다음과 같이 제시한다.

첫째, 국제적인 측면에서 비교 연구의 확대가 필요하다. 다양 국가들을 포함하여 유럽, 아시아, 아메리카와 같은 대륙별 도매 플랫폼을 포함해서 비교연구를 해야한다. 이를 통하여 국가별, 지역별 비즈니스 문화가 인터페이스 설계에 미치는 영향을 규명해야 한다. 결제 관습, 언어 체계, 비즈니스 에티켓 등이 UI/UX 설계 전략에 어떤형식으로 반영되는지에 대한 체계적 분석이 요구된다.

둘째 실거래 기반 실증 연구의 수행이다. A/B 테스트를 실제 도매업체와 협력을 하여 실시해야 한다.이를 통하여 UI/UX 개선이 필요한 부분을 파악해야한다. 또한, 도매업 특화 기능의 비즈니스 가치를 객관적으로 검증할 수 있다.

셋째 장기적, 사용자 행동 연구의 필요성이다 도매 . 업체와 소매업체 간의 장기적 거래 관계 형성 과정에서 모바일 앱이 수행하는 역할과 사용자 충성도에 미치는 영향에 대한 종단 연구를 수행해야 한다. 특히나 신뢰 관계 구축 거래 및 만족도 변화 플랫폼 의존도 증가등을 추적 분석할 필요가 있다

넷째 맞춤형 설계 가이드라인의 고도화이다 도매업 .체 규모별 거래 유형별 타겟 시장별로 차별화된 UI/UX 설계 가이드라인을 개발하여 실무진이 활용할수 있는 구체적이고 실행 가능한 설계 프레임워크를구축해야 한다.

참고문헌

1. 한국경제인협회, "글로벌 e커머스 빅5社 현황 분석", 2024.6.17.
2. 한국전자상거래협회, 「2021년 국내 전자상거래 시장 현황 조사」, 2022.
3. 주얼리신문, "(보도) 전국 귀금속 주얼리 제조업의 40%가 종로에 집적", 2024.9.13.
4. 이종수, 김상민, 박정현, 김영호, 이현경, 최상우, "모바일 애플리케이션의 사용성 평가 방법론 비교 연구", 『한국정보시스템학회 학술대회 논문집』, 2012, pp.42-47.
5. 박주환, 한성호, 박재현, 박원규, 김현경, 홍상우, "모바일 어플리케이션의 사용성 평가 방법 비교 분석", 『한국인간공학학회 학술대회논문집』, 2012.
6. 홍순재, "UI/UX 디자인 교육 활용에 관한 연구: 피그마를 중심으로", 『한국디자인리서치학회 논문집』, Vol.8, No.2, 2023, pp.34-45.
7. 제시 제임스 개럿, 정승녕 역, 『사용자 경험의 요소: 변하지 않는 UX 디자인 원리』, 유엑스리뷰, 2013.
8. 김현정, 박찬우, "AHP를 통한 모바일 GUI의 사용성 평가 항목 분석", 『한국HCI학회논문지』, Vol.18, No.2, 2023, pp.123-132.
9. 김미숙, "국경간 전자상거래가 글로벌 가치사슬에 미치는 영향", 『대외경제정책연구원 연구보고서』, 2024.
10. 김양희, 이현석, 김선희, 『동대문 패션타운의 성공신화와 발전과제』, 삼성경제연구소, 2000.
11. 정지옥, 추호정, 정인희, "동대문 패션타운의 패션 도매업체 현황 및 협력 업체 선정 기준에 관한 연구", 『한국의류학회지』, Vol.31, No.9, 2007.
12. 서울연구원, "서울 종로 귀금속 클러스터의 발전방안", 『서울경제브리프』, 2023, pp.1-12.
13. 서울특별시, "도심산업 지구 지정·운영 및 주얼리산업", 서울시 경제정책과, 2020.
14. 한국인터넷진흥원, "2024년 전자상거래 이용 현황 조사", 2024.8.
15. 김상욱, 이지현, "소셜네트워크 플랫폼의 B2B 활용 사례 연구", 『경영정보학연구』, Vol.26, No.3, 2023, pp.45-67.
16. 정혜원, 김태우, "모바일 환경에서의 사용자 경험 평가 방법론", 『디자인학연구』, Vol.36, No.1, 2024, pp.67-89.