

국내외 여행 플랫폼을 통한 맞춤형 전문 가이드 서비스 제안

김승인^{1*}, 이가하²

¹홍익대학교 국제디자인전문대학원 디지털미디어디자인 전공 교수

²홍익대학교 국제디자인전문대학원 디자인학 박사과정

Suggestion of Customized Professional Guide Services through Domestic and Foreign Travel Platforms

Seung-In Kim^{1*}, Kaha Lee²

¹Prof. of Digital Media Design, Hongik University, International Design School for Advanced Studies

²Ph.D. Candidate, Hongik University, International Design School for Advanced Studies

요 약 본 연구는 국내외 여행에서 일어날 수 있는 기존의 문제점 해결과 함께 여행을 기반으로 테마 여행뿐만 아니라 헬스 케어, 전시 공연, 맛집 쇼핑, 비즈니스, 일상생활 등 6가지 전문 안내가 필요한 서비스 군을 포함하며, 사용자들에게 검증된 전문 가이드를 연결해주는 서비스를 제안하는 것이다. 선행 연구 결과, 해외여행 중 가장 필요한 서비스로는 항공권, 숙박, 교통, 가이드 순으로 조사되었으나, 우리나라의 경우 고령화 사회로 진입하면서 전문 가이드 서비스는 필수적 서비스로서 그 수요는 날로 증가할 것으로 예상된다. 이를 토대로 서비스의 기술과 사용자 시나리오 그리고 브랜드 개발을 제시하였다. 본 서비스 제안을 통해 사용자는 기존에 알지 못하던 지식이나 경험을 맞춤형 가이드를 통해 제공받게 되어, 더 풍부한 경험을 할 수 있다. 또한, 가이드로서는 새로운 전문분야를 익히는 데 도움이 되어 전문 가이드의 역량을 향상하는데 도움을 줄 수 있다. 마지막으로 이 플랫폼 서비스는 사용자가 편의를 받을 수 있는 동시에 자신이 가지고 있는 역량을 통해 서비스를 제공할 수 있으므로 누구나 경제활동을 가능케 함으로써 일자리 창출이 가능하다는 데 의의가 있다.

주제어 : 맞춤형, 가이드 서비스, 여행 플랫폼, 애플리케이션, 고령화 사회

Abstract This study includes services that require six professional guides - health care, exhibition performance, restaurant, shopping, business and daily life - as well as a trip-based tour, along with solving existing problems that may occur on domestic and overseas trips, and proposes services that connect users with proven professional guides. As a result of previous research, the most needed services among overseas travel were air tickets, accommodation, transportation, and guides, but as Korea enters an aging society, professional guide services are expected to increase daily demand. Based on this, the service technology, user scenarios and brand development were presented. This Service Proposal provides users with a personalized guide to knowledge or experience that they have not previously known, providing them with a wealth of experience. In addition, guides can help develop new fields of expertise and help improve professional guides' capabilities. Finally, the platform service is meaningful in that it enables the creation of jobs by enabling everyone to engage in economic activities, as it allows users to provide services through their own capabilities while at the same time being convenient for them.

Key Words : Customized, Guide Service, Travel Platform, Application, Aging Society

*Corresponding Author : Seung-In Kim(r2d2kim@naver.com)

Received July 25, 2019

Accepted September 20, 2019

Revised August 27, 2019

Published September 28, 2019

1. 서론

1.1 연구배경과 목적

본 연구는 전문성이 검증된 전문 가이드와 사용자의 매칭을 지원하는 맞춤형 매칭 서비스 방법에 관한 플랫폼 서비스로서, 여행 외에도 특별한 안내가 필요한 사용자에게 전문 가이드를 매칭해주며, 전문 가이드의 전문성을 플랫폼 자체적으로 검증하여 사용자가 제공되는 서비스를 신뢰할 수 있는 전문 가이드 중개 서비스 플랫폼에 관한 연구이다.

삶의 질이 향상되면서 세계적으로 여행을 즐기는 인구가 많이 증가하면서 여행 시장은 매년 성장하여 2020년, 약 60조원까지 성장할 것으로 예상된다[1]. 특히 세계적으로 국가 간의 문화가 공유하여 성장함에 따라 보다 전문적인 여행을 즐기고자 하는 수요가 증가하고 있다[2]. 예를 들어, 국내에서는 K-POP이 인기를 끌게 되면서 선호하는 연예인이나 콘텐츠와 관련된 지역으로 여행을 즐기고자 하는 젊은 세대의 여행객이 많이 증가하고 있다[3]. 또한, 국내의 성형외과 기술이 탁월함이 널리 알려지면서, 성형수술을 받고자 의료관광을 지원하는 여행객 수도 증가하고 있다[4].

앞서 연구한 김승인 외(2019) “플랫폼을 통한 맞춤형 테마 여행 전문 가이드 서비스 연구”에서 여행자가 해외 여행에 필요한 것은 무엇인지에 대한 설문 결과 항공권, 숙박, 교통, 가이드 순으로 조사되었다. 우리나라는 앞으로 고령화 사회로 진입하는 과정에서 전문 가이드 프로그램은 필수적인 서비스이며, 여행 산업에서 그 수요는 날로 증가할 것으로 예상된다[5]. 이처럼 전문성이 필요한 여행을 즐기기 위해서는 현지 사정에 밝은 전문 가이드가 필요하지만, 이러한 전문 가이드를 소개해줄 수 있는 시스템이 마련되지 않아 각 여행자가 필요한 정보를 인터넷이나 지인을 통하여 불편적으로 수집하는 형편이다. 이 때문에 일부 여행자는 사기를 당하여 실패하던 국가에 실망하는 경우가 자주 발생되고 있다[6].

이에 본 연구는 위와 같은 종래의 제반 문제점을 해소하기 위해 플랫폼 서비스를 제안하는 것으로, 본 연구의 목적은 여행을 기반으로 테마 여행 이외에도 헬스케어, 전시 공연, 맛집 쇼핑, 비즈니스, 일상생활 등 특별한 전문 안내가 필요한 서비스를 포함하여 사용자들에게 검증된 전문 가이드를 매칭해주며, 사용자에게 신뢰할 수 있는 전문 가이드 중개를 제공하는 것이다. 이 플랫폼 서비스는 사용자 누구나 편의를 받을 수 있는 동시에 자신이

가지고 있는 전문성을 통해서 서비스를 제공할 수 있다. 즉 이 플랫폼을 통해서 경제활동을 가능케 함으로써 일자리 창출이 가능하다는 의의가 있다.

1.2 연구 방법

앞선 연구의 문헌 조사와 설문조사를 토대로 본 연구의 필요성을 파악하였다. 본 연구에서는 웹 사이트 구축에 필요한 인포메이션 아키텍처(Information Architecture: 이하 IA로 총칭)의 일반적인 개념을 설명한 John Shipley의 이론에 따라, 첫째, 제안하고자 하는 서비스의 목적과 기술적 특징을 상세히 나열하고 둘째, 사용자 시나리오를 통해서 서비스 이용하는 대상의 요구에 대해 분석한 후 셋째, IA를 통해 필요한 콘텐츠의 구성과 내비게이션을 정의하였다. 마지막으로 이를 바탕으로 서비스 구조를 결정하여 전반적인 프로토타입(Prototype)과 브랜드 디자인을 진행하였다[7].

2. 기술적 특징

위와 같은 목적을 달성하기 위하여 본 연구의 기술적 문제 해결에 의한 테마 여행 서비스의 특징은 다음과 같다.

2.1 등록부

본 연구의 기술적 특징에 의한 테마 여행 서비스 방법은 우선 여행자와 전문 가이드를 등록하는 단계로써, 등록부가 여행자 또는 전문 가이드의 등록 신청을 수신하는 단계이다. 전문 가이드의 경우, 등록부가 전문 분야 및 관심 분야가 포함된 정보를 수신하고, 검증부가 전문 가이드의 전문분야에 관한 객관증명과 활동증명을 수집하여 전문분야가 검증되면, 사용자 저장부가 전문 가이드를 저장하게 된다. 이후 여행자가 테마 여행을 신청하면 전문 가이드가 지원하는 것으로서 여행자와 전문 가이드가 매칭되며, 여행자의 성향을 분석하여 성향에 대응하는 여행 정보를 제공한다.

2.2 사용자 저장부

사용자 저장부는 여행자의 전문분야와 전문 가이드의 관심 분야를 더 저장한다. 매칭부는 테마 여행에 지원한 전문 가이드 중 여행자의 전문분야와 대응되는 관심 분야를 포함하는 전문 가이드를 상기 여행자에게 추천한다. 예를 들어, 여행자의 전문분야가 요리이면, 전문 가이드

중에서 관심 분야가 요리인 전문 가이드를 강조하여 표시할 수 있다. 여행자가 추천받은 전문 가이드를 선택하면, 여행자는 전문 가이드에게 도움을 받으면서, 동시에 전문 가이드에게 그가 가진 관심사에 관해 전문가로서의 정보를 제공할 수 있다. 단지 여행자와 가이드의 관심사가 같으면 대화만 즐거운 수준에 그치겠으나, 여행자의 전문 분야와 전문 가이드의 관심 분야가 같으면, 전문 가이드가 여행자에게서 전문분야의 지식을 습득할 수 있게 되어 전문 가이드로서의 역량을 더욱 향상시킬 수 있게 된다.

2.3 검증부

검증부는 전문 가이드의 전문분야를 검증하는 단계로서 전문 가이드에게서 전문분야와 관련된 자격증, 전문가 코드, 논문, 재직 증명서, 체류지 또는 체류 기간 증명서 중 하나 이상의 객관증명을 수신하고, 검증하는 단계를 거친다. 만일 객관증명이 유효하지 않으면, 전문분야와 관련된 커뮤니티에서 상기 전문 가이드의 활동과 관련된 유효정보를 활동증명으로 수집하고, 검증하는 단계를 거치게 된다.

예를 들어 전문분야가 역사분야인 경우, 자격증은 역사 지식검증 시험의 증명서, 논문은 관련 역사와 관련된 주제가 될 수 있다. 이처럼, 자격증은 해당 전문분야와 관련된 시험을 통과하거나 수료할 경우 받을 수 있는 확인서가 된다. 전문가 코드는 의사코드, 과학자 코드 등 일부 전문가에게 부여되는 고유 식별 코드가 된다. 논문은 전문분야와 관련된 주제인 것으로 한정되며, 전문 가이드가 보유한 학력을 증명하기 위해서도 필요하다. 재직증명서는 전문 가이드가 전문분야와 관련된 분야의 현업에서 종사하고 있음을 증명할 수 있다. 체류지 및 체류기간 증명서는 전문 가이드가 문화 분야로 지원한 경우, 해당 지역에서 실제 거주한 기간을 확인하기 위한 용도로 수신한다. 대한민국의 경우 주민등록등본이 될 수 있다. 활동 증명에는 전문분야와 관련된 커뮤니티에서 해당 전문 가이드가 포함된 데이터의 존재 여부가 포함된다. 의료분야, 디자인 분야, 건축 분야 등의 전문분야는 대부분 해당 전문가들이 의견을 교환하고 정보를 획득하는 커뮤니티가 존재하므로 해당 커뮤니티에서 전문 가이드의 활동이 포함된 게시물, 댓글, 기고문 등을 탐색하여 해당 전문 가이드의 활동 여부를 확인한다. 문화 분야에서도 유명 연예인에 관한 문화 전문가인 경우, 해당 팬클럽 커뮤니티에서 정보를 수집할 수 있다. 나아가, 커뮤니티가 명확하지 않은 전문분야의 경우, 전반적인 포털 탐색 및 빅데이

터 분석을 하여 해당 전문 가이드가 포함된 뉴스, 홈페이지 등을 탐색할 수 있다.

검증단계를 거친 전문 가이드는 매칭부에 등록된 테마 여행을 조회할 수 있다. 전문 가이드는 테마 여행에 기재된 정보를 참고하여 원하는 경우 또는 자격이 해당하는 경우 해당 테마 여행에 지원할 수 있다.

2.4 여행 정보부

여행 정보부는 여행자의 여행 질을 향상시키기 위하여 처음 가는 지역에 대한 다양한 정보를 제공함으로써 여행자가 가장 유익한 여행을 즐길 수 있게 지원한다. 여행 정보부가 여행자에게 제공한 관광지 및 공간형 콘텐츠 정보 중 여행자가 조회한 정보를 이용하여 성향 데이터를 생성한다. 여행 정보부는 성향 데이터에 기반하여 다른 지역의 관련된 관광지 및 공간형 콘텐츠 정보를 선정하고, 선정된 관광지 및 공간형 콘텐츠 정보와 대응하는 전문 가이드의 정보를 이용자에게 제공한다. 예를 들어, 여행자가 자연의 화산지형에 대한 전문지식이 필요한 테마 여행을 하는 경우, 성향 분석부는 여행자의 성향 데이터를 화산분야로 설정한다. 여행자의 성향 데이터가 설정되면 여행 정보부는 다수의 여행 정보 중에서 국내 화산 지역, 일본 화산 지역, 인도네시아의 화산 지역 등 화산지역에 대한 정보를 선별하여 여행자에게 제공한다.

특히, 여행 정보부는 단지 유사 여행지의 정보만을 제공할 뿐만 아니라, 여행자가 여행 예정지역과 전문분야와 관련된 인근의 공간형 콘텐츠, 즉 박물관, 축제, 테마파크 등의 정보를 제공한다[8]. 따라서 여행자는 여행 정보부에서 제공해주는 여행지의 다양한 공간형 콘텐츠를 확인하고, 더욱 만족할 수 있는 여행계획을 수립할 수 있게 된다.

2.5 매칭부

여행자가 신청한 여행에 전문 가이드의 지원을 수신하고, 여행자에게 가이드의 전문분야를 공개하며, 여행자에게 원하는 전문 가이드를 선택받는 것이다. 여행에 전문 가이드의 지원이 없는 경우, 전문 분야가 동일하거나 또는 유사한 전문 가이드에게 테마 여행의 정보를 전달하여 성사조건을 수신하고, 성사조건을 여행자에게 전달하여 이용자에게서 성사조건을 선택받은 후 여행자와 전문 가이드를 매칭시켜 주는 것이다.

여행자는 매칭부에서 테마 여행에 가이드로 지원한 전문 가이드들의 개인 정보, 경험, 평판 및 전문 분야 등의 정보를 조회할 수 있다. 여행자는 원하는 수준의 자격을

보유한 전문 가이드가 있으면 해당 전문 가이드를 선택한다. 매칭부는 테마 여행과 전문분야가 동일 또는 유사한 전문 가이드에게 테마 여행의 정보는 주로 애플리케이션을 통하여 전달 가능하나 기타 이메일, SNS 메시지, MMS 메시지, 메신저 등의 수단을 이용하여도 전달할 수 있다[9].

테마 여행의 정보를 수신한 전문 가이드는 여행자가 제시한 조건 중 개선이 필요한 조건이 포함된 성사조건을 매칭부에 회신한다. 성사조건에는 수수료 상향, 기간 조정, 인원 조정, 방문 희망 장소 정정 등이 포함될 수 있다. 매칭부는 수신된 성사조건을 여행자에게 전달한다. 이용자는 성사조건을 확인하고, 수용이 가능한 성사조건을 선택한다. 이용자가 성사조건을 선택하면 여행자와 전문 가이드의 매칭이 성사된 것으로 간주한다. 여행자와 가이드의 매칭이 성사된 전문테마 여행은 종료되며, 다른 전문 가이드가 더 지원할 수 없다.

2.5.1 특수서비스

매칭 시 특수 서비스에는 의료관광의 경우, 특수 의약품 투여 지원, 수술 후 요양을 위한 의료 환경이 갖추어진 숙소 제공, 정기 병원 내방 지원 등이 포함될 수 있다. 장애인 관광의 경우, 지체장애인을 위한 특수차량 보유, 발작 환자를 위한 응급 서비스 지원 등이 포함된다[10].

2.6 수수료 결제

여행자는 애플리케이션을 통해서 선택된 전문 가이드에게 수수료를 결제한다. 수수료 결제는 여행 전 또는 여행이 종료된 후 실시되거나, 분납 하는 방법이 바랍직하다[11]. 예를 들어, 여행자가 테마 여행 신청 시 수수료를 25만 원으로 설정하면, 전문테마 여행 신청 단계 또는 전문 가이드 선택 단계에서 25만 원을 결제한다. 이때, 이용자가 결제한 25만 원은 전문 가이드에게 직접 전달되지 않고, 플랫폼에 예치된다. 여행 종료 후, 여행자가 전문 가이드에게서 충분한 서비스를 받은 것으로 판단하면 플랫폼에서 수수료 전달을 실행한다. 전문 가이드는 서비스의 품질이 좋지 않으면 여행자로부터 수수료를 받지 못할 가능성이 있으므로 서비스 관리에 더욱 정성을 기울이게 된다. 또한, 여행자는 가이드의 평가 정보를 여행 중 또는 여행 종료 후 평가부에 등록할 수 있다.

평가부도 매칭부와 같이 별도의 웹사이트를 제공할 수 있다. 블록체인은 일정 주기에 따라 네트워크상에 구성된 노드들에 정보를 정렬하여 블록(block)에 저장하고, 블록들을 네트워크를 이용하여 체인(chain) 형태로 연결한

다[12]. 하나의 정보가 다수의 노드에 분산되어 존재함에 따라 어느 한 개인의 위변조로는 이미 저장된 정보가 수정되지 않는다. 블록체인 네트워크는 여행자와 전문 가이드의 전자기기를 노드로 하여 구성될 수 있다[13]. 가이드의 평판이 블록체인 네트워크에 저장됨에 따라, 가이드는 좋지 않은 평판이 등록되지 않게 서비스에 최선을 기울이게 된다.

2.7 감시부

여행자와 가이드의 휴대기기 위치를 모니터링하는 위치 감시부는 여행자와 가이드에게 상대방의 위치를 제공하여 서로의 만남을 지원하고, 여행 중 서로를 잃어버리는 문제를 방지한다. 여행자와 가이드가 최초로 만나는 경우, 위치 감시부는 여행자와 가이드가 인접할 때 각 휴대기기에서 알람이 발생시킬 수 있다. 이때, 휴대기기는 GPS 및 무선 네트워크 연결이 가능한 전자기기인 것이 바람직하며, 대표적으로 스마트폰이 될 수 있다.

2.8 번역부

현지 언어를 여행자의 언어로 자동 번역하여 제공하는 번역부는 여행자의 휴대기기의 마이크로 수신되는 언어의 내용을 문자열로 변환하고, 해당 문자열을 여행자의 언어로 번역한다. 또한, 휴대기기의 카메라로 수신되는 영상에서 문자열을 인식하고, 해당 문자열을 여행자의 언어로 번역한다[14]. 서버와 같은 컴퓨터 장치에 언어번역 기능이 포함되고, 서버가 네트워크에 연결되어 여행자의 휴대기기 및 가이드의 휴대기기와 연결될 수 있다. 휴대기기는 서버로 연결되는 웹사이트를 이용하여 서버에 접속할 수 있고, 서버에 접속되는 기능을 포함하는 애플리케이션이 휴대기기에 설치 및 실행된다.

3. 사용자 시나리오

선행 연구, 김승인 외(2019) "플랫폼을 통한 맞춤형 테마 여행 전문 가이드 서비스 연구"의 설문조사를 토대로 20대에서 60대까지 다양한 니즈를 가진 페르소나를 설정하였다[15].

3.1 고객 시나리오

라이프 스타일과 각 유형에 따른 고객 시나리오는 다음 Table 1부터 Table 5와 같다.

Table 1. Persona Scenario A

Persona	Kim, Won Kyung 60s Male Health care
Background	Diabetes is treating insulin for 4 years. His body weight has increased recently, and he is also suffering from depression.
User Behavior	He would like to travel in beautiful country Switzerland with a personal guide in comfort with his wife.
Needs	It is necessary to screen good restaurants for diabetes while traveling. In addition, professional guides are needed to expedite emergency care in emergency situations.

Table 2. Persona Scenario B

Persona	Park, Ho Jin 50s Male Business Man
Background	He operates a special application business for promotional materials. Recently, sales volume has surged to create a new list of items and plan to travel to China with employees.
User Behavior	He currently supply his products in China. The production unit price is not suitable and it is searching for another person.
Needs	He needs a professional guide to visit companies that can supply orders for new items in China and arrange meetings with stakeholder.

Table 3. Persona Scenario C

Persona	Yoon, Hee Jin 40s Female Spatial content
Background	She is a full – time housewife with a first – year university student. After college entrance examination of his son, she want to travel to European museum with friends who meets from her son’s volunteer work in high school.
User Behavior	It is planned to visit various shopping facilities that local housewives often visit and enjoy shopping.
Needs	She want to see various historical art objects mainly from England, Germany and France and also want guide to hear the explanation.

Table 4. Persona Scenario D

Persona	Song, Yu Na 30s Female Foods & Shopping
Background	She pursues Work & Life Balance, work as an insurance agent.
User Behavior	Planning a single Hong Kong trip this weekend.

Needs	She would like to take a look at the places she have studied and surveyed, rather than the usual trips she usually take on package trips. Especially, She have made food tours and various shopping lists, and she expect good tasting tour.
--------------	--

Table 5. Persona Scenario E

Persona	Choi, Soo Bin 20s Female University visit
Background	She is a senior in college and majoring in marketing at an excellent university in Korea. When she graduates, with a friend, she is thinking about going to the MBA course in the American Ivy League university.
User Behavior	Planning a tour with my friend and American college student this summer vacation.
Needs	Going to visit universities and college campuses, and She want a native college student guide.

3.2 서비스 제공자 시나리오

전문 가이드 서비스를 제공할 사용자의 시나리오는 다음 Table 6부터 Table 10과 같다.

Table 6. Persona Scenario F

Persona	Max Herman 50s Male / Sales Man Health care
Background	He currently works as a car salesman in Bern, Switzerland. He majored in nursing at the university and has a career in hospital radiology.
User Behavior	Max provides comfort and comfort to those who have traveled here, especially for the elderly, providing information on dietary supplements that are well known in Switzerland.

Table 7. Persona Scenario G

Persona	Li Weifeng 50s Male / Restaurant operation Business
Background	He runs a women's clothing store in Tianjin, China. He has worked in a clothing manufacturing company in the past and he speaks Korean well. Born and raised in Tianjin, he is famous for his good network of local people.
User Behavior	He is rewarding to link Asian business people and Chinese manufacturers to business trips here.

Table 8. Persona Scenario H

Persona	Camille Bennett 40s
----------------	------------------------

	Female / Housewife Curator
Background	She is a 40 - year - old housewife living in London, England. She majored in Western painting during her school days. She has been working as an illustrator of publishing companies, and now she is concentrating on housework with her marriage.
User Behavior	As she wanted to be a curator of art museum, she has deep knowledge and expertise in exhibitions not only in England but also in Germany and France. Also, she is a good to guide housewives' favorite markets.

Table 9. Persona Scenario I

Persona	Michelle Chu 30s Female / Designer Foods & Shopping
Background	She tends to do a lot of brochure work. When she does not work, she teaches her nephew studies by going back and forth to Hong Kong Island and Lord Rush Island. Knowing Hong Kong well, she has the advantages of a personal guide to food, shopping, Hong Kong's historic cultural heritage as well as the alleys.
User Behavior	Michelle will provide customized guides for Hong Kong travel customers by enhancing their convenience.

Table 10. Persona Scenario J

Persona	Scott Edward 20s Male / Student University Visit
Background	He is currently an MBA student at Columbia University. He is familiar with the MBA curriculum and know a lot about New York and Boston.
User Behavior	He can explain the Ivy League students' culture, university life, and the cost of their studies. In addition, it has a great advantage of being able to grasp employment trends of students here after graduation.

사용자와 가이드의 시나리오를 통해 사용자는 어떤 요구가 있고 가이드로서는 어떤 활동을 할 수 있는지 파악하였다.

4. 브랜드 디자인 개발

Fig. 1의 브랜드 로고 Followway는 follow와 way의 합성어로서 “방도를 따르다”라는 길라잡이의 뜻을 담고 있다. 다양한 볼거리와 문화, 그리고 전문적 지식에 이르기까지 전문 가이드의 안내를 편리하게 받을 수 있다는

의미를 전달한다. 브랜드 정체성(Brand Identity)은 슬라브 세리프체를 사용함으로써 전통과 신뢰성을 강조하였다. 이에 맞추어 컬러는 신뢰를 상징화하는 블루계열과 여행에서의 맑은 스카이 블루를 대조적으로 사용함으로써 대비를 이루었다. 애플리케이션에서 사용하는 아이콘은 Followway의 첫 글자가 아닌 follow와 way의 중복 알파벳인 ‘W’를 사용하였다. 태그 라인은 Choose the expert for yours 즉, “당신에게 맞는 맞춤형 전문 가이드를 선택하라”라는 의미를 담고 있다.



Fig. 1. Brand Logo

4.1 인포메이션 아키텍처(Information Architecture)

정보 구조는 Fig. 2에서 보이는 바와 같이 수직으로 적게 나열되게 하여 나이가 많은 사용자들도 쉽게 사용할 수 있도록 하였다. 각 골격을 구성하는 단계는 다음과 같다. 먼저 로그인은 기존의 타 사이트와 연계하여 회원 가입할 수 있도록 한다. 이를 통해서 사용자 기존의 정보를 좀 더 쉽게 파악할 수 있고 사용자로서는 많은 절차 필요 없이 쉬운 방법으로 로그인할 수 있다. 로그인 시 프로필을 등록하고 가이드를 하고자 하는 사람은 ‘전문 가이드 상세 등록’을 한다. 메인화면은 프로필에 등록된 정보에 의한 추천 장소가 나오게 되며 장소를 선택하면 사용자가 등록한 관심사에 따른 활동 등이 나오게 된다. 활동 선택 시 해당 장소와 활동에 맞는 가이드가 추천된다.

1차 메뉴에는 ‘메시지’, ‘매칭 기록’, ‘개인 프로필’이 있다. ‘메시지’에서는 매칭된 가이드와 대화 및 수수료를 결제할 수 있는 곳이다. 메시지는 카메라와 마이크 항목을 두어 가이드와 사용자가 쉽게 대화할 수 있도록 했다. 또한, 가이드와 만남 시 가이드의 위치를 알 수 있는 항목이 있다. 이 항목은 ‘개인 프로필’의 ‘세팅’에서 비공개로 설정하여 위치를 공개하고 싶지 않을 때 설정할 수 있다. ‘매칭 기록’에서는 이전에 매칭되었던 항목들을 볼 수 있고 가이드에 대한 평점 및 후기를 작성할 수 있다. 이 항목에서의 평점으로 가이드의 신뢰도가 결정된다.

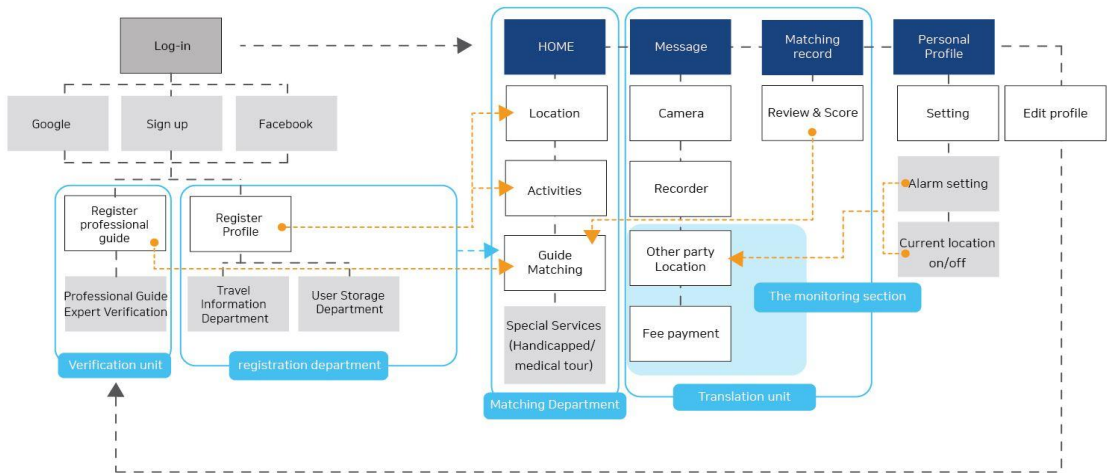


Fig. 2. Information Architecture

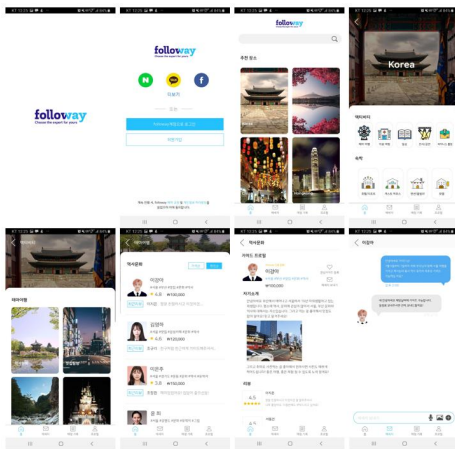


Fig. 3. Prototype

4.2 프로토타입(Prototype)

본 서비스의 IA와 기술적 특징을 반영하여 Fig. 3과 같이 프로토타입을 제작하였다. 주메뉴는 하단에 위치시키고 메인 서비스인 가이드 매칭을 첫 화면에 배치함으로써 사용자가 바로 원하는 지역과 활동을 선택해 전문 가이드를 만날 수 있도록 설계하였다. 전체적인 선택 메뉴는 카드 형식으로 고안하여 남녀노소 누구나 쉽게 인지할 수 있고 선택할 수 있도록 하였으며, 한 화면 내의 정보를 최대한 상세히 제공하여 불필요한 이동 단계를 줄였다. Fig. 4에서 보면 가이드들의 관심사와 애플리케이션 내의 인증을 거친 개인정보를 한눈에 볼 수 있다. 인증된 항목은 파란색으로 표시되며 이를 클릭 시 상세 정보 확인이 가능하다.

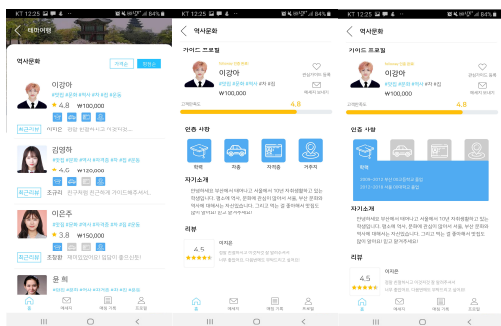


Fig. 4. Prototype - Guide

5. 결론

전문성이 검증된 전문 가이드와 사용자 매칭 서비스는 다음과 같은 효과를 기대할 수 있다.

첫째, 사용자가 원하는 전문적인 활동에 필요한 전문 가이드를 쉽게 찾을 수 있게 됨에 따라, 전문 지식을 필요로 하는 사용자의 욕구를 만족시킬 수 있다. 둘째, 본 서비스가 전문 가이드의 전문성을 객관적으로 검증함에 따라, 사용자가 본 서비스의 정보를 신뢰하고 가이드를 선택할 수 있다. 셋째, 사용자의 취향에 따른 공간형 콘텐츠가 선별되어 제공됨에 따라, 사용자가 모르는 정보나

경험을 제공받아 더욱 풍부한 경험을 누릴 수 있다. 넷째, 사용자의 전문분야와 전문 가이드의 관심 분야 정보를 이용하여 서로의 매칭을 추천하므로, 여행 외에도 서로 같은 관심 분야를 갖게 되어 보다 즐겁게 지낼 수 있게 되고, 전문 가이드가 새로운 전문분야를 익히는 데 도움을 줄 수 있다. 마지막으로 앞서 밝힌 바와 같이 이 플랫폼 서비스는 사용자 누구나 편의를 받을 수 있는 동시에 자신의 전문성을 통해서 서비스를 제공할 수 있어 경제 활동을 가능케 함으로써 일자리 창출이 가능하다는 데 의의가 있다.

REFERENCES

- [1] OpenAds. (2018). *Online Marketing Trends: Travel* <http://www.openads.co.kr/nTrend/article/2827/on-line-marketing-trends-travel>
- [2] D. Y. Kim. (2019). *Climbing suit overseas trip NO!... Korean travelers on theme tours such as gourmets and art galleries*, Donga, <http://www.donga.com/news/article/all/20190412/95025311/1>
- [3] S. B. Yoon. (2019). *1.84 million tourists to visit in May. "35.2% increase in Chinese tourists"*, news1, <http://news1.kr/articles/?3653090>
- [4] M. Y. Jeon. (2019). *Mongolian tourists increase steeply*, Kukinews, <http://www.kukinews.com/news/article.html?no=662790>
- [5] S. I. Kim & K. H. Lee. (2019). Study on Customized Theme Travel Guide Services through the Platform. *Journal of the Korea Convergence Society*, 10(8), 97-103.
- [6] W. Y. Kim. (2019). *Airbnb Camouflage... 8,000 tourists ringing a month*, Herald corp, <http://www.inews24.com/view/1183588>
- [7] S. K. Oh. (2001). An Evaluation of University Sites in Korea Based on Information Architecture Criteria. *Journal of the Korean Society for Information Management*, 18(3), 115-137.
- [8] D.Y. Moon, (2018). *Content World with Space*, Hankyoreh, http://www.hani.co.kr/arti/economy/economy_genera/873883.html
- [9] K. B. Kim, J. Y. Yun, (2015). Comparison and Analysis on Mobile Payment in terms of Security : Survey, *Journal of IT Convergence Society for SMB*, 5(3), 15-20.
- [10] H. Lee. (2008). Analysis of the actual situation and overseas case of Korean disabled tour, *Korea Culture & Tourism Institute*, (34), 31-37.
- [11] J. T. Oh. (2018). *What is a platform*, Di today, http://www.ditoday.com/articles/articles_view.html?idno=22482
- [12] S. T Kim, S. H. Moon. S. Y. Jung, S. J. Jeon. & S. K. Jung. (2017). A Design of EPCIS Block-chain System for Food Safety Service, *Proceedings of Symposium of the Korean Institute of communications and Information Science*, 853-854.
- [13] Ministry of Science, Technology & Information, (2018), *Strategy for developing a block chain technology to realize a reliable fourth industrial revolution*, Gwacheon: Ministry of Science, Technology & Information.
- [14] S. H. Yuh & H. S. Chae. (2011). Development of Korean to English and English to Korean Mobile Translator for Smartphone, *Journal of the Korea Society of Computer and Information*, 16(3), 229-236.
- [15] S. I. Kim. & K. H. Lee, (2019). Study on Customized Theme Travel Guide Services through the Platform. *Journal of the Korea Convergence Society*, 10(8), 97-103.

김 승 인 (Seung-In Kim)

[중년취임]



- 2001년 3월 ~ 현재 : 홍익대학교 국제 디자인전문대학원 교수
- 2006년 3월 ~ 현재 : 홍익대학교 디자인혁신센터 센터장
- 관심분야 : 사용자 경험 디자인, 서비스 디자인, 시각디자인
- E-Mail : r2d2kim@naver.com

이 가 하 (Kaha, Lee)

[학생취임]



- 2019년 2월 : 홍익대학교 국제디자인전문대학원 디지털미디어디자인 석사
- 2019년 3월 ~ 현재 : 홍익대학교 국제 디자인전문대학원 디자인학 박사과정
- 관심분야 : 사용자 경험 디자인, 서비스 디자인, 시각디자인
- E-Mail : kahalee@naver.com