

## 의류관련정보를 제공하는 웹사이트 평가요인에 관한 연구

박길순·류신아\*

충남대학교 의류학과 교수·충남대학교 의류학과 박사과정\*

### A Study on the Evaluation Factors of Websites that Offer Clothing and Ornament Related Information

Kil-Soon Park · Sin-A Ryu\*

Professor, Dept. of Clothing & Textiles, Chungnam National University  
Doctoral Course, Dept. of Clothing & Textiles, Chungnam National University\*  
(2002. 7. 22 투고)

#### ABSTRACT

The purpose of this study is (1) to research on the diverse evaluation criteria suggested in the existing literatures, selected the contents of the evaluation according to the evaluation factors, and examined whether they are appropriate for the evaluation of websites that offer Clothing and Ornament related information through reliability analysis - all to set the evaluation criteria for the websites that acquire data. In addition, (2) contents of evaluation which are deemed important by the users and developers were compared and recommended as the detailed evaluation contents according to evaluation factors.

The results of this study were as follows.

1. The evaluation factors for the fashion websites that provide Clothing and Ornament related information were selected as follows: contents of the information(11 contents of evaluation), ease of use(12), screen design(10), accessibility(9), sensitive enjoyment(4), scope of information use(3), purpose(1), and target user(1). As result of reliability analysis, Cronbach's  $\alpha$  : contents of the information (0.76), ease of use (0.77), screen design (0.85), accessibility (0.81), sensitive enjoyment (0.71), and scope of information use (0.52).

2. When the level of importance for the detailed evaluation contents was examined from the user and developer point of view, recency of information, rapid speed for the websites access, fast loading of webtext and fast transmission speed topped the list as first, second and third places.

Key Words : Website(웹사이트), Information(정보), Clothing(의류), Evaluation factor(평가요인),  
Evaluation content(평가항목)

## I. 서론

오늘날 전 세계는 컴퓨터 네트워크의 발전으로 연령, 계층, 인종, 가치관, 국가 등을 뛰어넘어 많은 사람들이 인터넷에서 시간과 공간을 초월하여 교류를 할 수 있게 되었다. 이러한 인터넷은 공유로 상징되며 인터넷 공간은 다른 모든 사람들과 정보를 교환할 수 있는 전 세계 차원에서 운영되는 개방형 정보통신의 네트워크(Network)이다(인터넷 비즈니스@I-biznet.com).

빛의 속도로 움직이는 디지털화된 정보가 전세계를 폭발적으로 변화시키고 있으며 그 확산속도는 무서울 만큼 빠르다. 따라서 인터넷상의 웹사이트는 신문이나 잡지 등 기존 매체보다 손쉽게 정보를 획득하는 탁월한 정보원이라고 할 수 있다. 특히 의류관련 웹사이트는 헤아릴 수 없이 많고 관련 정보를 제공하는 인터넷 사이트를 통하여 활발히 이루어지고 있는 상황이므로 수없이 많은 정보를 쉽게 접근할 수 있고 이러한 정보에 대한 잠재적인 효용가치가 크다고 볼 수 있다(고은주, 2001).

최근에 각종 웹사이트 평가기관과 순위기관들이 생겨나면서 각 평가기관의 평가영역과 평가 모형에 따라 웹사이트를 평가하고 우수한 인터넷 홈페이지를 선정하는 대회도 열리고 있다. 이런 기관들은 웹사이트의 가치와 질을 객관적으로 평가하여 사용자들이 잘 구축된 정보를 공유하고 더욱 편리하게 웹사이트를 사용하도록 웹사이트 전체에 대한 평가를 수행한다. 웹사이트 전체 평가란 웹사이트 디자인, 콘텐츠, 마케팅, 투자 및 지원, 전략, 홍보, 소비자 보호, 신뢰성, 인터페이스, 시스템 안정 및 기술, 커뮤니티 형성 등 웹사이트 전반에 관한 평가를 의미한다(한국인터넷정보센터).

지난 몇 년 동안 웹사이트 평가에 관하여 많은 연구들이 수행되었다. 그러나 대부분의 연구들이 이용자의 관점보다는 개발자나 운영자의 관점에서 웹사이트 평가 문제를 다루고 있다(황미현, 2002; 김희숙, 2002; 신수연, 2001; 김수희외, 2001; 박기남외, 2001; 이승신외, 2001; 이문규, 2001; 김승운외, 2000; 강남미, 1999; 황혜경, 1998). 그렇지만 실

질적으로 정보를 획득하고자 웹사이트를 방문하는 대다수의 방문자는 웹사이트의 개발자가 아닌 이용자들이다. 그러므로 일반 이용자들에게 초점을 맞추어 평가 연구를 수행하는 것이 타당하다고 생각된다.

한편 패션에 관련된 인터넷상의 정보는 초기에는 단지 평면적인 패션사진의 제시 및 의류제품의 판매측면이 주류를 이루다가 최근에는 동영상 패션쇼 및 3-D차원의 패션 정보가 빠르고 다양하게 제공되고 있다. 특히 패션분야는 변화에 민감한 특성이 있으므로 인터넷상의 정확하고 신속한 정보 교환의 필요성이 증가하고 있으나 인터넷상의 패션정보의 증가는 인터넷 사용자들이 신뢰성 있고 유용한 정보를 선택하는 것을 어렵게 만들고 있다. 따라서 신뢰성 있는 정보를 선택할 수 있도록 인터넷으로 정보를 제공하는 웹사이트에 대한 평가가 이루어져야 하며 이에 대한 평가기준의 설정은 시급한 과제로 대두되고 있다. 또한 의류분야에서 인터넷에 관련된 연구는 대부분이 인터넷을 통한 패션제품의 구매 행동에 관한 것으로서 의류관련 웹사이트에 관한 평가 및 정보제공 웹사이트의 평가기준 선정 또한 아직 이루어지지 않고 있는 실정이다. 이에 본 연구에서는 정보제공 웹사이트를 평가요인 및 평가항목을 기준으로 의류제공 웹사이트를 대상으로 그 평가항목들간의 중요항목을 이용자와 개발자 측면에서 살펴보고자 한다.

따라서 본 연구에서는 첫째, 정보를 제공하는 웹사이트를 효과적으로 평가하기 위해 기존 문헌 및 연구에서 제시된 다양한 평가 기준을 조사하여 의류관련 정보를 제공하는 웹사이트를 대상으로 평가요인과 이에 따른 세부적인 평가문항을 선정하고, 각각의 평가요인에 따라 적절하게 반영되었는지를 살펴보기 위해 신뢰도 분석을 실시하고자 한다. 둘째, 의류관련 정보를 제공하는 웹사이트에 대하여 개발 시 개발자(웹사이트 개발 및 제공자) 측면에서 중요하게 생각하는 평가 항목과 웹사이트 사용 시 사용자(웹사이트 이용자) 측면에서 중요하게 생각하는 각각의 평가문항을 비교해 보고자 한다.

## II. 이론적 배경

### 1. 웹사이트의 평가요인

웹사이트에 대한 평가는 네트워크화된 정보자원들이 약간의 차이가 있기는 하지만 많은 공통의 특성을 공유하고 있고, 이 특성들이 각각의 세부적인 특징에 대한 점수로 등급이 매겨지거나 평가될 수 있다는 가정에서 출발한다(Ciolek, 1996). 이러한 가정에 입각하여 웹사이트 정보 자원의 평가와 비교에 대한 관심이 증대되면서 최근 들어 웹사이트 평가요인에 대한 연구와 실제 평가가 많은 연구

자들과 전문평가사이트들에 의해 시도되고 있다. 그리고 웹문서를 평가하는 것 이외에 전반적인 웹 사이트를 평가하는 연구도 이루어지고 있다(Karen, 1999; Testa, 1998; Edwards, 1998; Smith, 1997; McClure, 1997; Tillman, 1996; Grassian, 1996; Jacobson&Cohen, 1996; Nancy, 1996; SOSIG).

웹사이트 평가는 크게 일반평가와 특정평가로 나눌 수 있다. 일반평가는 보편적인 평가기준을 설정하고 그 기준에 따라 웹사이트를 평가하는 것이고, 특정평가는 웹사이트의 활용 목적과 상황 등에 초점을 두어 평가기준을 달리하는 것을 말한다. 따라서 일반평가 방식과 그 기준은 검색엔진 사이트

<표 1> 체크리스트에 의한 평가

연구자	평가요인
Karen (1999)	속도(홈페이지), 첫인상(전반적인 외관), 사이트 향해의 용이성, 그래픽/음향/영상의 사용, 내용/정보, 현시성, 보다 깊은 정보의 이용 가능성(저자와의 연락 용이성)
Testa (1998)	권위, 정확성, 현시성, 향해/디자인(향해의 논리성, 사용자에게 친숙한 디자인, 미적 즐거움을 주는 전반적인 디자인), 적용성/내용, 범위, 대상 사용자 수준, 글의 질
Edwards (1998)	접근성(URL의 변경내용 알림, 다양한 웹 브라우저 사용 가능 등), 품질(권위, 내용의 정확성, 문법, 철자의 정확성, 객관성, 최신성, 맞춤정보제공 등), 사용의 용이성(검색의 여부, 시작이나 홈페이지로 복귀가 가능한 링크제공, 링크와 사용자 입력 부분에 대한 설명제시, 시스템 사용법에 대한 도움말 제공, 사이트의 친숙성 등)
Smith (1997)	정보자원의 범위(너비, 깊이, 시간, 형식), 내용(정확성, 현시성, 권위, 독특성, 다른 정보자원에 대한 링크, 글의 질), 그래픽과 멀티미디어 디자인, 목적(대상 이용자), 다른 평가사이트의 평가, 수행성(사용자 친숙성, 탐색용이성, 연결성, 상호작용성), 비용
McClure 등(1997)	사용의 용이성(표현, 향해, 도움말), 정보내용(정보의 질, 유용성, 현시성), E-mail제공여부, 사이트의 내용 및 디자인에 대한 의견제시 기회제공 여부 등
Tillman (1996)	정보자원의 범위결정이 쉬운 정도, 메타자료(저자의 권위, 정보의 현시성, 최근 갱신일, 갱신내용), 확인의 용이성, 정보의 안정성, 편리성과 연결의 속도에 관련된 사용의 용이성
Grassian (1996)	내용과 평가(대상 사용자, 웹페이지의 목적, 제공된 정보 및 링크의 완전성과 정확성, 웹사이트의 상대적 가치 등), 정보원천과 날짜(저자의 이름, 저자의 권위, 편향, 웹문서의 작성일 및 갱신일, 링크의 최신성, 신뢰성, 저자와의 연락정보), 구조(웹문서가 좋은 그래픽 디자인 원리를 따르는지의 여부, 원하는 웹문서 접근에 필요한 클릭 수 등), 기타(상호작용성의 유용성 여부, 보안, 검색엔진의 유무)등
Jacobson 등 (1996)	정보자원의 목적, 원천, 내용(정확성, 포괄성, 현시성, 링크의 적절성 및 적절성), 스타일과 가능성(논리 명확한 사이트의 배치, 향해의 용이성, 검색기능제공 여부, 문체)
Nancy (1996)	현시성(갱신날짜, 갱신빈도명시), 내용/정보(정확성, 완전성 등), 권위, 향해(체계적으로 편성된 링크, 레이아웃의 일관성, 시작이나 홈페이지로 복귀 가능한 링크제공 등), 경험(주목을 끄는 페이지), 멀티미디어, 표현처리(이용 대상자에게 맞는 내용과 어휘의 사용여부), 접근성(Text Only기능, 페이지의 빠른 로딩 등), 기타(사용료, 보안, 검색엔진여부)
SOSIG	내용기준(타당성, 권위, 정확성, 포괄성, 독특성, 구성 및 편성 등), 형식기준(향해의 용이성, 사용자 지원의 제공, 표준 HTML 등의 사용여부, 기술사용의 적절성, 심미성), 과정기준(최신성·영속성·유지관리에 관한 정보의 통합성 및 사이트의 통합성과 사이트의 접근성·시스템의 안정성·시스템의 유지관리에 관한 시스템의 통합성

나 평가 인증 사이트에서 널리 사용되며, 특정한 기업정보, 의료정보 등과 같은 정보의 유형이나 웹 활용 목적 등을 평가하는데 사용되고 있다(백상용, 1999). 웹사이트의 일반평가에 관한 기존 연구들을 살펴보면, 그 접근방법에 따라 체크리스트에 의한 평가와 전문평가사이트에 의한 평가로 분류되어 진다(Ciolek, 1996). <표 1>은 체크리스트에 의한 평가로서 각 연구자와 이들이 제시한 평가 요인들을 요약한 것이다.

<표 1>에서 보는 것처럼 이들 연구자들은 공통적으로 사이트의 목적, 저자의 권위, 정확성, 현실성 등과 같은 웹문서 내용에 대한 평가와 함께 디자인, 구성, 항해성, 접근성 등을 평가요인으로 삼고 있어 단순히 웹문서를 평가하는 것보다 실질적인 평가라 할 수 있다.

다음으로 전문평가사이트에 의해 웹사이트의 평가가 이루어지고 있는데 전문평가사이트들은 대규모 사이트들을 주기적으로 검토하고 점수 혹은 별의 개수로 등급을 매김으로써 위에서 언급한 체크리스트에 의한 평가와 다르다. 이러한 전문 평가사이트로는 Magellan의 Star Rating System, Lycos Top 5%, Argus Clearinghouse, Survey Site, Greatest Hit 등이 대표적이다. <표 2>는 전문평가 사이트에 의한 평가요인을 제시한 것이다.

이외에 Wilkinson 등(1997)은 표준 웹사이트의 평가기준 개발을 목적으로 검색엔진 사이트 및 평가시스템에서 사용되고 있는 평가기준과 효과적인 웹사이트의 설계를 다루고 있는 문헌들을 검토하여 평가요인들을 종합하였다. 이들은 총509개의 평가요인을 조사하여 인터넷 정보자원 전문가들로 패널을 구성하여 구 중요도를 기초로 125개의 평가요인을 선정한 후 11개의 주요 범주로 다시 분류하였다. 즉 사이트의 접근과 용이성에 관한 요인(18개), 정보 자원의 확인 및 문서화에 관한 요인(13개), 정보의 제공자의 확인에 관한 요인(9개), 정보제공자의 권위에 관한 요인(5개), 정보구조 및 설계에 관한 요인(19개), 제공되는 정보의 범위 및 관련성에 관한 요인(6개), 정보의 타당성에 관한 요인(9개), 정보 내용의 정확성 및 균형성에 관한 요인(8개), 문서 내에서의 이동 용이성에 관한 요인(12개), 링크의 질에 관한 요인(13개), 그리고 마지막으로 심미성 측면에 관한 요인(13개)을 제시하였다.

## 2. 국·내외 웹사이트 평가요인

### 1) 국내현황

인터넷상의 정보를 평가하기 위한 연구들은 주

<표 2> 전문평가사이트에 의한 평가

평가 사이트	평가 요인
Magellan	사이트의 깊이(포괄성, 최신성), 탐색의 용이성(사이트의 조직의 체계성, 항해의 용이성), 호소력(사이트의 혁신성, 호소력, 재미 등) < <a href="http://www.webcrawler.com/info.wbcrawl">http://www.webcrawler.com/info.wbcrawl</a> >
Lycos Top 5%	내용(정보의 포괄성, 완전성, 유용성, 정확성, 최신성 등), 설계(사이트의 배치와 표현, 동화상 및 오디오의 사용과 독창적인 그래픽 사용, 사용의 용이성 등), 전반적 평가(즐거움, 개성, 매력도 등을 기준으로 한 전반적인 평가) < <a href="http://www.Lycos.com">http://www.Lycos.com</a> >
Argus Clearinghouse	정보자원설명수준, 정보자원평가수준, 설계, 조직적 구성, 웹사이트 자체 정보 < <a href="http://www.clearinghouse.net">http://www.clearinghouse.net</a> >
Survey Site	웹사이트의 특징(내용, 그래픽, 독특성, 시각적 매력도), 설계 및 기능평가(웹페이지의 구성과 배치, 원하는 정보, 내용을 찾기 쉬운 정도, 사이트의 이동속도와 이동의 용이성) < <a href="http://www.surveysite.com">http://www.surveysite.com</a> >
Greatest Hit	사이트의 후원기관, 사이트에 대한 전반적인 설명, 대상 이용자, 목적, 내용 및 내용의 질, 디자인, 링크, 그래픽, 항해, 상호 작용성 등 < <a href="http://www.greatesthits.com">http://www.greatesthits.com</a> >

로 웹사이트 상에서 많이 이루어져 왔다(http://www.seri.org). 실제로 웹사이트의 사용자를 대상으로 인터넷 조사가 이루어졌으며 기존의 연구는 다음과 같이 세 가지 측면에서 이루어지고 있다(http://www.bzeye.com).

(1) 정보검색엔진의 평가요인

인터넷상의 정보를 얻기 위해서는 먼저 관련 사이트에 대한 접근이 용이해야 할 것이며, 실행이 잘되어야 하고 저장 및 검색이 용이해야 할 것이다. 따라서 이는 검색의 조희율과 정확율과도 관련이 있을 것이다. 이러한 정보검색엔진의 평가요인으로 실행효율, 저장효율, 검색효율, 조희율, 정확율 그리고 사용자에게 제공되는 기능 등 많은 기준에 대해 평가한다(Frakes, Baeza-Yates, 2000). <표 3>은 정보검색엔진의 평가 개념에 따른 평가요인에 관한 내용이다(http://www.bzeye.com).

터넷 상거래에 대한 조사가 많이 이루어지고 있다(이기춘, 2000; 박기남, 2001; 이승신, 2001). 한 예로 (주)비즈아이닷컴에서는 온라인 서점의 가치평가 요인으로는 상품의 정보력, 거래과정, 배송 및 사후서비스, 사이트의 상호작용, 사이트 디자인, 의사소통 메신저 서비스, 시스템 안정성, 소비자보호, 보안 신뢰도 등의 9개 요인이 제시되고 있다(http://www.bzeye.com). 다음의 <표 4>는 인터넷 종합쇼핑몰의 평가개념에 따른 평가요인을 제시한 것이다(http://www.bzeye.com).

2) 국외현황

PC Magazine이 99년 6월에 포털사이트를 중심으로 평가한 테스트 영역을 보면 ①Network ②Applications ③Content ④Creating Community ⑤Shopping 의 5단계를 제시했다. 그리고 Web-jectives사는 웹사이트 평가(Review and Evaluate,

<표 3> 정보검색엔진 평가요인

평가개념	평가요인	세부항목
서비스성과 (Commodity)	정보(Information)	정보의 유용성, 최신성컨텐츠 종류 및 유형
	이용과정(Negotiation)	검색환경, 부가서비스 편의성비금전적 비용대비효과
	검색결과, 문제해결(Settlement)	검색결과 적절성, 문제해결 용이성
사이트 이용과정 (Delightfulness)	사이트 상호작용(Interaction)	사이트구조 복잡성/정확정보제공메뉴구조의 편리성
	사이트 디자인(Interface)	전체화면 조화/정보의 가독성정보제공형식 일관성
	의사소통(Communication)	B2C/C2C 의사소통 수단개입화 서비스
확신성 (Firmness)	시스템 안정성(Robustness)	시스템안정성/이용속도화면전송시간
	소비자 보호(Safety)	개인정보보호서비스이용 약관분석
	보안/신뢰(Security)	거래안전장치, 거래신뢰감

<표 4> 인터넷 종합쇼핑몰 평가개념 및 평가내용

평가개념	평가요인	세부항목
서비스성과 (Commodity)	상품 및 정보(Information)	상품서비스 구색, 정보의 최신성/정확성
	거래과정(Negotiation)	주문단계의 적절성/주문용이성, 상품서비스가격
	배송 및 사후서비스(Settlement)	배송 적절성, 문제해결 용이성
사이트 이용과정 (Delightfulness)	사이트 상호작용(Interaction)	사이트구조 복잡성/정확정보제공메뉴구조의 편리성
	사이트 디자인(Interface)	전체화면 조화/그림, 글의 미정보제공형식 일관성
	의사소통(Communication)	B2C/C2C 의사소통 수단, 개인화 서비스
확신성 (Firmness)	시스템안정성(Robustness)	시스템안정성/이용속도, 화면전송시간
	소비자보호(Safety)	개인정보보호, 서비스이용 약관분석
	보안/신뢰(Security)	거래안전장치, 거래신뢰감

(2) 인터넷 온라인 쇼핑 평가요인

일반적으로 검색의 평가요인에 대한 조사는 인

Benchmark)방법에 ①Site Content ②Site Design ③Site Usability ④Online Tactics ⑤Partner Sites

⑥Competitor Sites의 구성요소가 포함되어 한다고 제시했다(www.webjobjectives.com). 또한 IT관련 시장조사 전문기관인 Forrester는 Consumer site를 대상으로 패널조사와 전문가집단을 통해 웹사이트

를 종합적으로 평가하였는데, 평가영역을 다음 같이 ①Advice & Market Info ②Cost ③Customer Service ④Delivery ⑤Features & Content ⑥Transacting ⑦Usability ⑧Value등 8영역으로 카

<표 5> 외국 웹사이트 평가 기준과 방법

Web Address	www.forrester.com	www.gomez.com	www.bizrate.com
Contents			
Category	Brokerage, Airlines, Apparel, Computing, Health, Flowers, Books/Music & Videos, Etc.	Personal Finance, Shopping, Computers&Office, Travel, Autos, Health, Etc.	Apparel&Accessories, Health&Garden, Travel, Etc.
Evaluation Criteria	Advice and Market Info Coat Customer Service Delivery Features & Content Transacting Usability Value	Ease of Use, Customer Confidence, On-site Resources, Relationship Services	Ease of Ordering, Product Selection, Product Information, product Prices, Web-Site Looks, On-Time Delivery, Product Representation, Level & Quality of Customer Support, Posted Privacy Policies, Product Shipping & Handing
Research (Survey)	· 400,000 Personal Online Panel (PartnerwithGreenfieldOnline) · Vistors' Survey	· 직접적 조사 · Customers' Survey	· Member' Survey (Gold Star) · Expert Panel (Silver Star)
Data Collection Procedure (Incentive)	· Evaluation Criteria (0-100 Points) · Cost, Customer Service, Delivery, Features, Transaction, Usability(0-100 points)	· 150개 이상 Criteria Points 등으로 구성된 Scorecard에 의해 조사 · 회원등록 후 자체 프로그램 (Saving Center)에서 제품 구입시 Cash back borus 받음.	· Member Survey Point-of-Sale Survey Follow-up Survey · 25% Rebate(member 추천시 추가 rebate) · 경품 및 전자복권
Information Integration	· Data Collection의 1차 조사를 바탕으로 0-100점으로 재조정 · Evaluation Criteria 에 따른 개별 Rating도 가능	· Customer Segmentation, 각 Criteria에 대한 차등적 Ranking	· Adding
Special Feature	· 400,000 Personal Online Panel · 평가 Score제공	· Customer Segmentation개념 적용 · 2개 회사 비교 가능 · Category별 best회사 검색 & Link용어	· Point-of-Sale Survey구매만족도 · Follow-up Survey 배달후 만족도 전체 쇼핑 만족도
Extra Service	· Research · Advisory Services · Event 개최	· Industry, E-Biz등의 향후 전망, 대책등의 보고서 발행 · Customer rank된 Site로의 직접 구매가능(Rebate 혜택)	· Consumer reports 온라인 평가자료 · 상품 특가 판매 정보제공

테고리로 분류한 바 있다(http://www.forrester.com). 아래의 <표 5>은 외국 웹사이트 평가 기준과 방법을 설명한 것이다(재인용, 이문규, 2001).

이외에 Alastair Smith는 "인터넷 정보자원 평가기준"에서 범위(outline)를 다음과 같이 ①Scope ②Content ③Graphic and multimedia design ④Purpose ⑤Reviews ⑥Workability ⑦Cost 등 7영역으로 Webby Awards는 ①Content ②Structure and Navigation ③Visual Design ④Functionality ⑤Interactivity ⑥Overall Experience 6영역으로 평가영역을 분류하였다(http://www.webbyawards.com).

### III. 연구방법 및 절차

#### 1. 자료수집 및 연구대상

일반적으로 웹사이트의 관리자들은 정보를 무작위로 올려놓는 경향이 있고 정보 이용자들은 정보수준의 기준 없이 정보를 습득하고 있는 실정이다(김승운 & 강희택 2000). 본 연구에서는 특히 의류 관련 정보를 습득할 수 있는 웹사이트들을 대상으로 평가가 이루어졌다.

먼저 평가요인 및 평가항목 선정은 정보제공관련 웹사이트 평가기준 및 평가요인을 연구한 저서 및 국내·외 논문, 웹사이트(김충석, 2002; 문형남, 2001; 강남미외, 1999; 황혜경, 1998; 김수희외, 2001; 이문규, 2001; 김진, 2001; 현경보, 2001; 손예리, 2000; Alexander 등, 1997; Ambre 등, 1997; Caywood, 1995; Edwards, 1998; Grassian, 1996; Jacobson 등, 1996; Karen, 1999; Kapoun, 1998; Liu, 1997; Larsen, 1996; McClure 외, 1997; Rice, 1997; Smith, 1997; Testa, 1998; Wilkinson 등, 1997; 웹사이트-한국인터넷정보센터; Internet-Business Evaluation & Consulting; 인터넷 통계, 인터넷 메트릭스)에서 제공하는 평가요인을 먼저 조사하고, 이에 대한 평가 요인이 나타난 빈도수를 헤아려 공통적으로 포함되는 요인을 추출하였고, 이에 해당하는 평가 항목들의 분류는 전문가 집단에

의해 토의를 거친 후 세부적인 평가문항을 선정하였다. 또한 각각의 평가요인에 따라 적절하게 반영되었는지를 살펴보기 위해 신뢰도 분석을 실시하였다.

다음으로 의류 관련 컨텐츠 및 정보를 제공하는 웹사이트에 대하여 개발자(웹사이트 개발 및 제작자) 측면과 사용자(웹사이트 이용자) 측면에서 중요하게 생각하는 각각의 평가문항을 비교해 보고자 하는데, 이용자 측면의 연구대상으로는 의류관련 정보를 자주 이용하면서, 의류관련 지식을 갖고 있고, 설문내용에 대하여 충분히 이해할 것으로 판단되는 의류학과 3,4학년 220명을 편의표집 하였다. 이 연구에서는 의류 웹사이트를 개발할 경우 중요하게 생각되는 평가요인에 관해 조사하기 위해 서울과 대전지역에서 웹사이트 개발하는 회사에 종사하는 35명을 편의표집 하여 조사하였다.

설문 조사기간은 2002년 3월 4일부터 3월 22일까지 실시하였다. 사용된 분석자료는 이용자 측면의 설문지 220부 중 200부를, 개발자 측면의 설문지는 35부 중 30부를 통계자료로 사용하였다. 조사대상자의 인구통계적 특성은 <표 6>과 같다.

<표 6> 조사대상자의 인구통계적 특성

[단위 : %(명)]

		이용자		개발자		
학년	3학년	53% (106명)	성별	남	53.3%	(16명)
				여	46.7%	(14명)
	4학년	47% (94명)	평균연령	29세		
				웹사이트 개발경력	1-4년미만	70%
			4년이상		30%	(9명)
성별	남	7.5% (15명)	의류관련 웹사이트 개발경험	있다	26.7%	(8명)
				없다	73.3%	(22명)
	여	92.5% (185명)	정보제공 웹사이트 개발경험	있다	93.3%	(28명)
				없다	6.7%	(2명)
합계	100%(200명)	합계	100%(30명)			

## 2. 분석방법

분석방법은 SPSS10.0을 이용하여 웹사이트의 평가요인을 도출하기 위하여 평가문항으로 고려된 총 51개의 항목들에 대하여 빈도, 백분율, 평균, 표준편차, 신뢰도 분석을 실시하였다.

## IV. 결과 및 논의

### 1. 웹사이트 평가 요인의 선정 및 신뢰도 분석

#### 1) 웹사이트 평가 요인의 선정

본 연구에서는 웹사이트 평가에 관한 기존의 연구결과와 아래와 같은 문헌들을 검토한 결과 의류 관련 정보를 제공하는 패션 웹사이트의 평가요인들을 <표 7>에서와 같이 일반 웹사이트의 평가내용을 기준으로 빈도수에 따라 8요인으로 선정하였다.

이때 평가요인에 따른 평가내용은 의류관련 정보를 제공하는 웹사이트에서 인터넷상에서 전달될 시에 꼭 필요로 하는 특성 즉 의류관련 정보는 용량이 큰 시각적인 자료가 많으므로 자료의 로딩 속도가 빨라야 하며, 패션쇼 관련 정보는 동영상으로 제공되므로 접근속도가 빨라야 한다. 또한 방문 시에 즐거움과 그래픽 적인 요소들이 들어가 주어야 하는 등 특히 의류 관련 정보를 제공하는 웹사이트

평가요인과 평가내용에 적합한 것을 아래 <표 7>과 같이 선정하였다.

#### (1) 정보의 내용

정보의 내용은 웹문서의 권위, 정확성, 적절성, 객관성, 독특성, 최신성을 일컫는다. 정보의 내용에 관한 항목은 웹사이트 평가 문헌(Testa, 1998; Kapoun, 1998; Alexander 외 1997; Wilkinson 외 1997; Smith, 1997; Grassian, 1996)에서 주요 평가항목으로 다루어지고 있다. 본 연구에서는 정보의 내용중 웹문서 내용의 권위(Testa, 1998; Wilkinson 외, 1997; Alexander 외, 1996)에 대한 평가내용으로는 작성자의 이름 명시와 연락처의 명시를, 정확성(Edwards, 1998; Alexander 외, 1996)은 문서의 문법·철자의 정확성·문서 내용의 출처나 참고문헌의 제시를 설정하였다. 적절성(Wilkinson 외, 1997; Caywood, 1995) 평가내용으로는 이용자 수준에 맞는 정보의 제공을, 정보의 최신성(Edwards, 1998; Kapoun, 1998; Alexander 외, 1996)으로는 문서 작성일자의 명시·문서의 최종갱신일 및 갱신빈도·주기적 갱신을 포함하였다. 이 밖의 평가내용으로 정보의 독특성(Edwards, 1998; Smith, 1997)도 포함되어 총 11문항으로 구성하였다.

#### (2) 사용의 용이성

사용의 용이성에 대한 평가는 사용자 인터페이스에 대한 평가와 같은 개념으로 사용된다. 정보의 내용이 아무리 훌륭할지라도 사이트 인터페이스가

<표 7> 일반 웹사이트의 평가내용과 횟수

평가요인(평가문항수)	평가내용	빈도수
정보의 내용(11)	권위, 정확성, 적절성, 객관성, 독특성, 최신성	14번
사용의 용이성(12)	표현, 항해의 용이성, 도움말 기능, 아이콘과 그래픽 사용의 일관성, 웹사이트 구조의 논리성, 간단한 설명, 첫페이지나 홈페이지로 되돌아오는 기능, 검색엔진	12번
화면 디자인(10)	사이트의 친숙성, 전반적인 디자인, 창조성이 보이는 시각적 디자인과 배치, 첫인상(전반적인 외관),	12번
접근성(9)	접근 용이성, 플러그 인, 다운로드의 가능성, 사용가능성, 접근속도, 빠른 로딩, 상시 접근 가능성, URL이나 Domain 변경 시 정보 제공	10번
감성적 즐거움(4)	즐거움, 흥분, 매력적인 요소, 그래픽/음향/영상의 사용	9번
정보의 이용범위(3)	외부링크 제공, 연락 용이성	8번
목적(1)	구축 및 운영의도	4번
이용의 대상자(1)	적합한 이용대상자 명시	4번



용이하지 않을 경우 사용자들은 쉽게 불만을 터트릴 것이다(Edwards, 1998). 웹사이트의 표현과 형태의 용이성(Karen, 1999), 도움말 측면은 사용자들이 웹사이트를 활용하는데 있어 사용의 용이성과 깊은 관련성이 있다(McClure 외, 1997; Edwards, 1998; Wilkinson 외, 1997). 아이콘과 그래픽 사용에 일관성이 있어야 하며, 웹사이트의 구조가 논리적이고 이용자들이 사이트 내에서 이동하기 쉬워야 한다. 링크와 사용자 입력 부분에 대한 간단한 설명은 사용자들이 항해하는데 도움을 준다(Edwards, 1998; McClure 외, 1997). 사이트의 특정 부분의 첫 페이지나 홈페이지로 되돌아가는 기능의 제공은 항해측면에 대한 주요 평가 내용이다(Edwards, 1998). 또한 사이트 내 검색엔진은 방대한 정보를 제공하는 웹사이트의 중요한 구성요소가 된다(Ambre 외, 1997). 따라서 본 연구에서는 이상에서 제시한 항목들을 평가내용으로 선정하였으며 총 12문항으로 구성하였다.

### (3) 화면 디자인

화면 디자인은 웹사이트에서 제공하는 정보를 어떻게 표현할 것인가와 관련된 부분으로 웹사이트의 정보를 문자로 처리할 것인가, 그래픽 요소로 처리할 것인가, 그래픽 요소를 가미했다면 어떤 기술적 방법을 사용하였으며 어떻게 설계되어 있는지를 보는 것이다(Wilkinson 외, 1997). 본 연구에서는 화면디자인에 관한 평가 기준 항목으로 사이트의 친숙성을 평가내용과 미적 즐거움을 주는 전반적인 디자인으로 선정하였다(Testa, 1998; Edwards, 1998). 또한 Wilkinson(1997)의 화면디자인에 관한 평가내용들 중 창조성이 보이는 시각적 디자인과 배치를 평가내용으로 선정하였다. 나머지 하나는 첫인상(전반적인 외관)에 관한 평가내용(Karen, 1999) 등 4개의 평가내용을 선정하였으며 총 10문항으로 구성하였다.

### (4) 접근성

웹사이트의 품질을 평가하기 이전에 사이트의 위치를 찾아 접근할 수 있어야 한다(Wilkinson 외, 1997; Edwards, 1998). 사이트에 대한 접근문제는

이용자들의 첫인상과 직결된다(Wilkinson 외, 1997). 인터넷 정보자원에 쉽게 접근하기 위해서는 네트워크 성능과 하드웨어 및 소프트웨어의 호환성, 사이트가 요구하는 브라우저 및 소프트웨어의 조건이 자유로워야 하며(Wilkinson 외, 1997; Edwards, 1998), 또한 웹사이트에 대한 접근이 하루 중 어느 때라도 항상 가능해야 하고, 무엇보다도 사이트에 대한 접근이 빨라야 한다(Karen, 1999). URL이나 Domain이 변경되었을 경우, 변경된 사항에 대한 안내정보를 제공해야 한다(Edwards, 1998).

본 연구에서는 접근성을 측정하기 위한 항목으로서 선행연구를 바탕으로 하여 표준 컴퓨터 환경에서의 접근 용이성, 플러그 인, Viewer 필요시 다운로드의 가능성, 다양한 웹 브라우저 사용가능성, 웹사이트의 빠른 접근속도, 웹문서의 빠른 로딩, 웹사이트의 상시 접근 가능성, URL이나 Domain 변경 시 변경안내 정보 제공 등 8개 내용으로 선정하였으며 총 9문항으로 구성하였다.

### (5) 감성적 즐거움(그래픽/음향/영상의 사용)

Rice(1997)의 연구에 따르면, 웹사이트 재 방문 가능성을 결정하는 중요한 요인은 감성적 즐거움이다. 웹사이트는 주의를 끌고 이용자들이 온라인 쇼핑 및 다양한 활동을 제공 할 수 있는 특성을 갖추어야 한다는 것이다.

본 연구에서는 즐거움에 관한 평가 항목으로 Liu(1997)의 즐거움에 관한 5개 내용 중 3개 내용 즉 웹사이트 방문동안의 즐거움, 흥분, 웹사이트 방문자의 주의를 끄는 매력적 요소와 그래픽/음향/영상의 사용(Karen, 1999; Smith, 1997)을 내용으로 선정하였으며 총 4문항으로 구성하였다.

### (6) 정보의 이용범위

웹사이트의 범위는 제공되는 웹 문서 내의 정보의 유형과 깊이, 넓이, 그리고 정보 내용이 특정 기간에만 유용한 것인지, 또한 관련 정보로 링크를 통해 범위를 확장할 수 있는지를 평가하는 항목이다(Karen, 1999; Kapoun, 1998; Jacobson 외, 1996; Smith, 1997). 본 연구에서는 범위에 대한 항목은

로 관련정보와 연결된 외부 링크 제공, 보다 깊은 정보의 이용을 가능하게 하는 저자와의 연락 용이성으로 2개의 내용을 선정하였으며 총 3문항으로 구성하였다.

(7) 목적

웹사이트 평가 항목들 중 목적은 해당 사이트의 구축 및 운영의도를 명확히 알 수 있는지에 관한 것이다. 사용자들이 정보를 제공하는 조직이나 개인의 의도를 이해 할 수 있도록 사이트의 목적을 밝혀야 한다. 이는 웹사이트의 구축 및 운영의 목적을 알 수 없는 사이트는 쓸모가 없으며 이용자들은 찾지 않을 것이기 때문이다(Smith 1997; Wilkinson 외, 1997). 많은 연구자들(Jacobson 외, 1996; Smith, 1997; Grassian, 1996; Larsen, 1996 등)과 전문 평가사이트에서도 사이트의 목적을 평가내용으로 사용하고 있다.

(8) 이용대상자

해당 사이트의 구축 목적이나 제공하는 내용을 이용하기에 적합한 이용자층이 있으므로 이들 이

용자 층이 명시되어 있는지도 중요한 평가내용이 될 수 있다.(Grassian, 1996; Larsen, 1996)

2) 선정된 웹사이트 평가요인 신뢰도 분석

이론적 배경을 통한 평가요인에 따른 평가내용 선정은 주관적인 신뢰성이 있다고 사료되나 객관적으로 평가요인에 따른 평가내용들이 어느 정도로 신뢰도를 가지고 구성되어 있는지를 검증해 보기 위해 신뢰도 분석을 실시한 결과는 아래의 <표 8>과 같다.

신뢰도 분석을 실시한 결과 총 6요인 즉 정보의 내용(.76), 사용의 용이성(.77), 화면디자인(.85), 접근성(.81), 감성적 즐거움(.71), 정보의 이용범위(.52)로 나타나 6요인 모두 Cronbach's  $\alpha$  신뢰도 지수가 .50 이상으로 나타나 평가 요인에 대한 문항 구성은 신뢰할 만 한 것으로 나타났다. 그리고 목적과 이용자 대상자에 관련된 평가 요인은 한 문항씩으로 구성되어 있어 신뢰도 분석에 적합하지 않아 삭제되었다.

<표 8> 평가요인에 따른 평가문항의 신뢰도 분석

평가요인	평가문항	Alpha	평가요인	평가문항	Alpha
정보의 내용(11)	정보 내용의 작성자 이름 명시	0.76	사용의 용이성(12)	아이콘과 그래픽 사용의 일관성	0.77
	정보 내용 작성자에 대한 연락 정보의 명시			사이트 구조의 단순성	
	정보 내용의 문법, 철자의 정확성			사이트 내에서 이동의 용이성	
	정보 내용의 출처나 참고문헌 제시			링크와 사용자 입력부분에 대한 간단한 설명	
	이용자 수준에 맞는 정보의 제공			시작이나 홈페이지로 되돌아가는 기능 제공	
	사용된 용어의 일관성			사이트 내 검색 엔진의 제공	
	정보의 최신성			사이트의 전반적인 구조의 이해 용이성	
	정보 내용 작성 일자 명시			사이트 내 현 위치 파악의 용이성	
	정보 내용의 최종 갱신일 및 갱신빈도			사이트 이용에 관한 FAQ 또는 도움말 제공	
	정보 내용의 주기적인 갱신			체계적으로 적절하게 편성된 링크	
	정보 내용의 독특성			낮은 스크롤 바 사용 횟수	
화면디자인(10)	사이트의 친숙성	0.85	접근성(9)	표준 컴퓨터 환경에서의 접근 용이성	0.81
	미적 즐거움을 주는 전반적인 사이트 디자인			웹 문서의 다른 파일형태로 이용 가능성	
	참조성이 보이는 시각적 디자인과 배치			Viewer 필요시 다운로드 가능성	
	첫인상(전반적인 외관)			웹사이트의 빠른 접근속도	
	전체화면의 조화 및 화면의 색채			다양한 웹 브라우저 사용가능성	
	정돈된 시각적 구성 요소			검색 과정의 접근과정의 시스템 안전성	
	화면 구성의 일관성			웹 문서의 빠른 로딩 및 전송시간	
	링크 식별의 명확성			웹사이트의 상시 접근 가능성	
	아이콘, 그래픽, 문자의 필요성			URL이나 Domain 변경시 변경안내 정보제공	
	정보제공 메뉴구조의 편리성				
	감성적즐거움(4)			웹사이트 방문동안의 즐거움	
방문자의 주의를 끄는 매력적인 요소		정보 제공자와의 연락 용이성			
그래픽, 음향, 영상,의 사용		전자메일, 공지사항, 게시판 등 서로 응답할 수 있는 의사소			
이벤트의 정보					

## 2. 인터넷 사용 특성

조사대상자들의 인터넷 사용 특성을 알아보기 위해 이용목적, 하루 이용시간 그리고 정보제공 웹사이트 방문정도, 웹사이트 접속경로를 중심으로 조사하였으며 그 결과는 다음과 같다.

사용자 측면의 설문조사에서 인터넷 이용목적은 조사한 결과 '자료검색 및 열람'이 73.5%(147명), '전자우편' 11.5%(23명), '인터넷 게임' 7.5%(15명), '인터넷 쇼핑' 7.0%(14명), '채팅' 0.5%(1명) 순으로 조사되었다. 한국인터넷정보센터(2002)에서 발표한 결과에서도 '자료정보 검색'이 42.4%로 비중이 가장 높았고, 다음으로 '게임' 23.8% '메일' 18.9%이 비중이 높게 나타났다. 두 가지 조사 결과 비슷한 경향으로 인터넷을 이용하는 목적은 주로 자료검색 및 열람인 것으로 나타나 정보 정보화시대의 특성을 그대로 반영하고 있음을 알 수 있다. 또한 인터넷 하루 이용시간을 분석한 결과 '평균 1-2시간 미만 사용'이 33.0%(66명), '평균 30-1시간 미만 사용'이 26.5%(53명), '평균 2-4시간 미만 사용'이 17.5%(35명), '평균 4시간 이상 사용'이 6.5%(13명), '거의 이용 안함'이 2.0%(4명)으로 조사되었

다. 이를 간략하게 정리해 보면 <표 9>와 같다.

의류정보관련 패션웹사이트 방문 정도를 조사한 결과 '하루에 한번 정도 방문한다'가 30.5%(61명)으로 '하루에 한 두번 정도 방문한다'가 25.0%(50명), '2-3일에 한번 정도 방문한다' 20.5%(41명), '보름에 한번정도 방문한다' 12.0%(24명), '하루에 수시로 방문한다' 11.5%(23명), '거의 방문하지 않는다' 0.5(1명)으로 나타났다. 이러한 결과에서와 같이 많은 사람들은 매일 인터넷을 이용하는 것을 알 수 있으며 패션웹사이트 방문도 하루에 55.5%로 많은 사람들이 이용하고 있는 것으로 나타났다.

패션웹사이트 접속경로는 살펴본 결과 '검색엔진'을 통한 접속이 51.0%(102명), '패션사이트 주소'를 통한 검색 24.5%(49명), '즐거 찾기 등록' 23.5%(47명) 순으로 조사되어 패션사이트는 검색엔진을 통하여 접속하는 경우가 많음을 알 수 있다. <표 10>은 인터넷 웹사이트의 방문정도 및 접속 경로에 대하여 조사한 결과이다.

## 3. 사용자 측면과 개발자 측면의 평가요인에 따른 평가문항의 중요도 비교

사용자 측면에서 인터넷 의류정보 관련 사이트

<표 9> 인터넷 웹사이트의 이용목적 및 이용시간

순서	이용 목적		이용 시간	
	1	자료검색 및 열람	73.5%(147명)	평균 1-2시간 미만
2	전자우편	11.5%(23명)	평균 30-1시간 미만	26.5%(53)
3	인터넷 게임	7.0%(14명)	평균 30분 미만	17.5%(35)
4	인터넷 쇼핑	5.5%(11명)	평균 2-4시간 미만	14.5%(29)
5	채팅	0.5%(1명)	평균 4시간 이상	6.5%(13)
6	기타	2.0%(4명)	거의 이용 안함	2.0%(4)
	합계	100%(200명)	합계	100%(200)

<표 10> 인터넷 웹사이트의 방문정도 및 접속 경로

순위	방문 정도		접속 경로	
	1	하루에 한번 정도	30.5%(61명)	검색엔진
2	하루에 한 두번 정도	25.0%(50명)		
3	2-3일에 한번 정도	20.5%(41명)	패션사이트 주소	24.5%(49명)
4	보름에 한번 정도	12.0%(24명)	즐거 찾기에 등록	23.5%(47명)
5	하루에 수시로 방문	11.5%(23명)	기타	1.0%(2명)
6	거의 방문 안함	0.5%(1명)		
	합계	100%(200명)	합계	100%(200명)

<표 11> 평가문항에 따른 사용자 측면과 개발자 측면의 중요도 비교

(사용자 측면 n=200, 개발자 측면 n=30)

평가문항	사용자 측면			개발자 측면		
	중요도	표준편차	순위	중요도	표준편차	순위
정보의 최신성	9.40	1.31	1	9.33	1.03	1
웹사이트의 빠른 접근속도	9.06	1.33	2	9.33	1.15	2
웹 문서의 빠른 로딩 및 전송시간	8.93	1.39	3	9.27	1.05	3
웹사이트 방문동안의 즐거움	8.22	1.72	4	8.17	1.62	27
정보 내용의 주기적인 갱신	8.21	1.78	5	9.17	1.23	4
사이트 내에서 이동의 용이성	8.17	1.94	6	8.43	1.61	18
첫인상(전반적인 외관)	8.15	1.79	7	9.13	1.37	5
정보 내용의 최종 갱신일 및 갱신빈도	8.10	1.98	8	8.13	1.61	28
전자메일, 공지사항, 게시판 등 서로 응답할 수 있는 의사	8.06	1.72	9	8.30	1.97	22
정보 내용의 독특성	8.05	1.90	10	8.47	1.85	17
체계적으로 적절하게 편성된 링크	8.03	1.61	11	7.87	1.87	34
검색 과정의 접근과정의 시스템 안전성	8.01	1.78	12	9.03	1.22	6
정보제공 메뉴구조의 편리성	8.00	1.58	13	8.50	1.61	16
웹사이트의 상시 접근 가능성	7.96	1.74	14	8.67	1.52	12
시작이나 홈페이지로 되돌아가는 기능 제공	7.95	1.89	15	8.20	1.75	26
Viewer 필요시 다운로드 가능성	7.88	1.88	16	7.10	1.60	41
창조성이 보이는 시각적 디자인과 배치	7.82	1.85	17	8.70	1.37	11
정돈된 시각적 구성 요소	7.78	1.69	18	9.00	1.23	8
사용된 용어의 일관성	7.77	1.85	19	8.24	1.79	24
관련 정보와 연결된 외부 링크 제공	7.76	1.81	20	7.43	1.70	38
그래픽, 음향, 영상의 사용	7.75	1.76	21	6.57	1.87	49
URL이나 Domain 변경시 변경안내 정보제공	7.72	1.78	22	8.27	2.15	23
사이트의 친숙성	7.65	1.80	23	8.00	1.76	32
사이트 이용에 관한 FAQ 또는 도움말 제공	7.65	1.72	24	7.30	2.10	39
웹 문서의 다른 파일형태로 이용 가능성	7.60	1.97	25	7.47	1.33	37
방문자의 주의를 끄는 매력적인 요소	7.56	1.89	26	8.57	1.48	14
정보 내용의 문법, 철자의 정확성	7.52	2.18	27	8.07	2.27	30
미적 즐거움을 주는 전반적인 사이트 디자인	7.51	1.74	28	8.67	1.09	13
정보 내용의 출처나 참고문헌 제시	7.50	1.87	29	8.37	1.73	19
전체화면의 조화 및 화면의 색채	7.48	1.74	30	9.00	1.26	9
표준 컴퓨터 환경에서의 접근 용이성	7.48	1.77	31	8.77	1.41	10
다양한 웹 브라우저 사용가능성	7.43	1.87	32	7.10	2.55	42
링크 식별의 명확성	7.40	1.88	33	8.23	1.68	25
아이콘, 그래픽, 문자의 명료성	7.38	1.73	34	8.03	1.79	31
화면 구성의 일관성	7.36	1.89	35	8.53	1.68	15
정보 내용 작성 일자 명시	7.33	2.01	36	8.00	1.89	33
사이트 내 현 위치 파악의 용이성	7.32	1.74	37	8.13	1.61	29
사이트의 전반적인 구조의 이해 용이성	7.31	1.82	38	8.33	1.56	21
이용자 수준에 맞는 정보의 제공	7.28	2.10	39	9.03	1.16	7
해당 사이트의 구축 및 운영의도, 목적 명시	7.17	1.84	40	7.70	1.76	36
사이트 내 검색 엔진의 제공	7.11	2.21	41	6.83	2.57	46
사이트 구조의 단순성	6.88	2.07	42	7.73	1.74	35
아이콘과 그래픽 사용의 일관성	6.85	2.01	43	8.37	1.54	20
정보 내용 접근에 필요한 마우스 클릭 수	6.68	1.98	44	7.30	1.80	40
링크와 사용자 입력부분에 대한 간단한 설명	6.58	1.78	45	6.90	1.97	44
이벤트의 정보	6.57	2.35	46	6.67	2.44	48
낮은 스크롤 바 사용 횟수	6.55	1.81	47	6.77	1.96	47
정보 제공자와의 연락 용이성	6.50	1.99	48	6.47	2.71	50
정보 내용 작성자에 대한 연락 정보의 명시	6.46	2.01	49	6.90	2.14	45
정보 내용을 이용하기에 적합한 이용대상자 명시	6.31	1.93	50	6.27	2.38	51
정보 내용의 작성자 이름 명시	5.20	2.43	51	6.93	2.27	43

이용 시 중요하게 생각하는 평가문항과 개발자 측면에서 인터넷 개발 시 중요하게 생각하는 평가문항을 각각의 항목마다 1-10점을 부여하도록 하고 사용자 측면과 개발자 측면 비교한 결과는 <표 11>과 같다.

먼저 사용자 측면에서 1위부터 10위까지를 살펴 보면 정보의 최신성, 웹사이트의 빠른 접근속도, 웹 문서의 빠른 로딩 및 전송시간, 웹사이트 방문 동안의 즐거움, 정보 내용의 주기적인 갱신, 사이트 내에서 이동의 용이성, 첫인상(전반적인 외관), 정보내용의 최종 갱신일 및 갱신빈도, 전자메일·공지사항·게시판 등 서로 응답 할 수 있는 의사소통, 정보 내용의 독특성으로 결과가 나타났다. 다음으로 인터넷 의류 사이트를 개발할 때 중요하다고 느끼는 항목을 개발자 측면에서 조사해 보았다. 그 결과 1위, 2위, 3위가 사용자 측면과 같은 순위로 나타났는데, 즉 정보의 최신성, 웹사이트의 빠른 접근속도, 웹 문서의 빠른 로딩 및 전송시간은 사용자와 개발자 모두 의류관련정보를 제공하는 웹사이트에서 중요시하는 내용임을 알 수 있었다.

그러나 4위부터는 서로 다른 차이가 나타나 개발자 측면에서는 정보내용의 주기적인 갱신, 첫인상, 검색·접근과정에서의 시스템 안전성, 이용자 수준에 맞는 정보의 제공, 정돈된 시각적 구성 요소, 전체화면의 조화 및 화면의 색채, 표준 컴퓨터 환경에서의 접근 용이성 순으로 중요하게 생각하였다. 또한 서로 차이가 많이 나는 평가문항은 사용자 측면의 4위인 '웹사이트 방문의 즐거움'은 개발자 측면에서는 27위로 나타났고, 사용자 측면의 6위인 '사이트 내에서 이동의 용이성'은 개발자 측면에서는 18위로 나타났다. 반대로 사용자 측면에서는 39위인 '이용자 수준에 맞는 정보의 제공'은 개발자 측면에서는 7위로 나타났고, 사용자 측면에서는 30위인 '전체화면의 조화 및 화면의 색채'는 9위로 조사되었다.

이런 조사 결과는 개발자 측면에는 웹사이트에서 정보를 제공해주는 입장으로 웹사이트 방문 동안의 즐거움이나 시각적인 즐거움보다는 시스템의 안전, 사용자의 수준, 화면의 색채 등을 우선 고려하여 웹사이트를 개발하고 있음을 알 수 있었다.

그러나 개발자들은 웹사이트 개발 시 개발자의 입장에서만 중요시하는 요인을 고려할 것이 아니라 사용자의 측면에서 중요시하는 요인도 고려하여 개발한다면 개발자나 사용자 모두를 만족시키는 웹사이트의 개발이 이루어질 것으로 여겨진다.

## V. 결론 및 제언

본 연구는 인터넷을 통하여 제공되는 의류관련 정보 웹사이트를 평가 할 수 있는 평가요인에 따른 평가문항을 선정하고자 하였다 그리고 선정된 평가문항들의 신뢰도 정도를 측정해 보고자 하였다. 또한 사용자 측면과 개발자 측면에서 정보를 제공하는 웹사이트 개발 시 중요하게 생각하는 평가문항들을 비교하여 보고자 하였다.

연구 결과는 다음과 같다.

1. 웹사이트 평가에 관한 기존의 연구와 문헌들을 검토한 결과 의류관련 정보를 제공하는 패션 웹사이트의 평가요인으로 8개의 요인과 총 51개의 평가문항이 선정되었다. 즉 정보의 내용(11개), 사용의 용이성(12개), 화면디자인(10개), 접근성(9개), 감성적 즐거움(4개), 정보의 이용범위(3개), 목적(1개), 이용의 대상자(1개) 등이다. 다음으로 선정된 웹사이트의 평가요인에 따른 세부 평가문항들이 객관적으로 잘 구성되어 있는지를 살펴보기 위해 신뢰도 분석을 실시한 결과 총 8항목 중 한 개의 문항을 가진 '목적'과 '이용의 대상자'를 제외한 6개의 요인이 신뢰도 지수 .50 이상으로 나타나 평가내용들이 잘 구성되어있음이 검증되었다. 즉 이들 평가요인들의 Cronbach's  $\alpha$  신뢰도 지수를 살펴 보면 다음과 같다. 정보의 내용이 .76, 사용의 용이성 .77, 화면디자인 .85, 접근성 .81, 감성적 즐거움 .71, 정보의 이용범위 .52로 나타났다.

2. 사용자 측면과 개발자 측면의 세부적인 평가문항들의 중요도를 비교한 결과 사용자 측면에서 1위부터 10위까지를 살펴보면 정보의 최신성, 웹사이트의 빠른 접근속도, 웹 문서의 빠른 로딩 및 전

송시간, 웹사이트 방문동안의 즐거움, 정보 내용의 주기적인 갱신, 사이트 내에서 이동의 용이성, 첫 인상(전반적인 외관), 정보내용의 최종 갱신일 및 갱신빈도, 전자메일·공지사항·게시판등 서로 응답 할 수 있는 의사소통, 정보 내용의 독특성으로 결과가 나타났다. 다음으로 개발자 측면은 1위, 2위 3위는 같았고 4위부터 정보내용의 주기적인 갱신, 첫인상, 검색·접근과정에서의 시스템 안전성, 이용자 수준에 맞는 정보의 제공, 정돈된 시각적 구성 요소, 전체화면의 조화 및 화면의 색채, 표준 컴퓨터 환경에서의 접근 용이성으로 조사되었다. 또한 서로 차이가 많이 나는 평가문항은 사용자 측면의 4위인 '웹사이트 방문의 즐거움'은 개발자 측면에서는 27위로 나타났고, 사용자 측면의 6위인 '사이트 내에서 이동의 용이성'은 개발자 측면에서는 18위로 나타났다. 반대로 사용자 측면에서는 39위인 '이용자 수준에 맞는 정보의 제공'은 개발자 측면에서는 7위로 나타났고, 사용자 측면에서는 30위인 '전체화면의 조화 및 화면의 색채'는 9위로 조사되었다.

이런 조사 결과는 개발자 측면에는 웹사이트에서 정보를 제공해주는 입장으로 웹사이트 방문동안의 즐거움이나 시각적인 요소보다는 시스템의 안전, 사용자의 수준, 화면의 색채 등이 우선으로 고려하여 웹사이트를 개발하는 것으로 생각된다. 또한 사용자 측면에서는 시스템의 안정과 같은 항목은 이미 기본적으로 확보되어야 하는 것으로 인식하므로 많은 중요도 비중을 두고 있지 않을 수 있고 개발자 측면에서는 사이트를 개발할 때 시스템의 사양과 안정성에 맞게 개발을 해야 하므로 매우 중요하게 다루어지는 항목이라고 할 수 있다. 그래서 개발자들은 웹사이트 개발 시 개발자의 입장만을 고려할 것이 아니라 사용자의 측면에서 중요시하는 내용도 고려하여 개발한다면 개발자나 사용자 모두를 만족시키는 웹사이트의 개발이 이루어질 것으로 사료된다.

본 연구는 의류관련정보를 제공하는 웹사이트를 효과적으로 평가하기 위해 타당하고 적절한 평가요인과 평가문항들을 선정하였다는 점에서 그 의의가 있으며, 사용자 측면과 개발자 측면에서 중요

하게 생각하는 평가문항들간에 차이가 있음을 밝힌 본 연구의 결과로 정보제공관련 웹사이트 개발에 기초자료가 되기를 기대해 본다.

## 참고문헌

- 1) 강남미·김진·탁계례·현태선 (1999). 인터넷상의 국내정보사이트의 평가기준. 대한의료 정보학회지, 5(1), pp. 119-124.
- 2) 김수희·백희영·이심열·황윤경·김지혜·지근억·피재은 (2001). 인터넷 식생활 정보 사이트의 질적 평가기준 개발 연구. 대한가정학회지, 39(12), pp. 51-64.
- 3) 김승운·강희택 (2000). 기업 웹사이트 평가요인에 관한 연구. 한국정보전략학회지, 2(1), pp. 262-289.
- 4) 김진·강남미·현태선 (2001). 영양정보를 제공하는 웹사이트에 대한 평가. 한국식생활문화학회지, 16(1), pp. 20-26.
- 5) 김희숙 (2002). 패션관련 인터넷 사이트의 활용실태 및 평가. 한국생활과학회지, 11(1), pp. 69-78.
- 6) 백상용·박경수·김승운 (1999). 한국기업 웹사이트 (website) 활용 실태에 관한 연구: 상장기업을 대상으로. 대한경영학회지, 21, pp. 381-398.
- 7) 손예리 (2000). 건강정보 인터넷 사이트 평가. 보건정보교육학회지, 12(1), pp. 73-79.
- 8) 신수연·김희수 (2001). 패션웹사이트 이용실태와 정보 만족도에 관한 연구. 한국의류학회지, 25(8), pp. 1500-1511.
- 9) 이승신·이수진 (2001). 인터넷 소비자 정보 요구도에 관한 연구. 대한가정학회지, 39(12), pp. 159-176.
- 10) 현경보·이미영 (2001). 인터넷신문 평가요인에 관한 탐색적 연구. 사이버 커뮤니케이션 학보, 2001(7), pp. 268-307.
- 11) 황미현·이승신 (2002). 인터넷 소비자정보사이트의 분류 및 기술적 수준 실태분석. 대한가정학회지, 40(5), pp. 147-158.
- 12) 황혜경 (1998). 정보자원으로서의 웹사이트 평가에 관한 연구. 연세대학교대학원 석사학위논문. pp. 26-31.
- 13) 고은주 (2001). 패션정보산업: 이론과 실습. 서울: 경춘사, pp. 85-89.
- 14) 김충석 (2002). Internet : 정보 활용과 정보제공을 위한 인터넷. 서울: 김앤북, pp. 132-138.
- 15) 문형남·이용기 (2001). 웹사이트 평가를 통한 e비즈니스 성공 전략. 서울: 한경사, pp. 64-80.
- 16) (주)아이비즈넷 (2000). 인터넷 비즈니스@I-biznet.com - 비즈니스 모델링에서 마케팅까지. 서울: 21세기북

- 스(북이십일), pp. 79-85.
- 17) 송영필 · 강신겸 (1999). 인터넷시대의 웹사이트 기능 강화방안. 삼성경제연구소, <[http://www.seri.org/search97cgi/s97\\_cgi](http://www.seri.org/search97cgi/s97_cgi)>.
  - 18) 이문규 (2001). 소비자 조사를 통한 사이트 평가 방법론. 인터넷 비즈니스 연구센터 소비자연구팀, [<http://ibiz.re.kr>]. 인터넷 매트릭스 <<http://www.internetmatrix.com>>
  - 19) 인터넷 통계 <<http://www.i-biznet.com>>
  - 20) 한국인터넷정보센터. <[http://www.nic.or.kr/cgi-bin/EnterBoard/enboard.cgi?ActionID=12&dbname=nic\\_data&index=53&page=1&tempfilename=dataV.html](http://www.nic.or.kr/cgi-bin/EnterBoard/enboard.cgi?ActionID=12&dbname=nic_data&index=53&page=1&tempfilename=dataV.html)>
  - 21) 소비자&마케팅 보고서, 검색포탈보고서, 종합쇼핑몰 보고서.  
Internet-Business Evaluation & Consulting <<http://www.bzeye.com>>
  - 22) Alan Cohen (1999), *Editor's choice : Web portals*. PC magazine, <<http://www.pcmag.com/article2/0,4149,113405,00.asp>>.
  - 23) Alastair S. G. (1997). *Criteria for evaluating internet information resources*. The Public-Access Computer Systems Review 8, <<http://www.vuw.ac.nz>>.
  - 24) Alexander, J., & Marsha A. T. (1997). *Evaluating Web Resources*. <<http://www2.widener.edu/Wolfgang-Memorial-Library/webevaluation/webeval.htm>>
  - 25) Ambre, J., & Roger, G., & Rrances, M., & John, R., & Helga R. (1997), *Criteria for assessing the quality of health information on the internet*.
  - 26) *Argus clearinghouse*, <<http://www.clearinghouse.net/ratings.html>>
  - 27) Caywood, C. (1995). *Library selection criteria for WWW resources*. <<http://www6.pilot.infi.net>>
  - 28) Ciolek, T. M. (1996). The six quest for the electronic grail : Current approaches to information quality in WWW resources. review informatique et statistique dans les sciences humaines. *RISSH*, 1(4), pp. 45-71.
  - 29) Edwards, J. (1998). The good, the bad and the useless: evaluating internet resources. *Ariadne* 16(July), <<http://www.ariadne.ac.uk/issue16/digital/>>
  - 30) Forrester, *forrester power ranking*. <<http://www.forrester.com/Research/List>>
  - 31) Grassian, E. (1996). *Thinking critically about World Wide Web resources*. <<http://www.dap.ucl.ac.uk/RIS/RISWEB.ISA#TOPOFREFLIST>>
  - 32) Greatest Hits, *A brief explanation of the reviews and ratings*. <<http://www.greatesthits.com/review0.html>>
  - 33) Jacobson, T., & Cohen, L. (1996). *Evaluating internet resources*. <<http://library.albany.edu/internet/evaluate.html>>
  - 34) Kapoun, J. (1998). *Reference and instruction librarian at Southwest State University and published in college and research libraries news*. July/August, pp. 522-523. <<http://www.oakton.edu>>
  - 35) Karen, (1999). *WWW cyberguide ratings for content evaluation & WWW cyberguide ratings for web site design*. <<http://www.cyberbee.com/content.pdf>>, <<http://www.cyberbee.com/design.pdf>>
  - 36) Larsen, L. (1996). *Information literacy: The web is not an encyclopedia. ACM SIGUCCS fall user services conference* <<http://info.umd.edu/~lida/>>
  - 37) Liu, C. (1997). *Critical success factors for designing an electronic market on the World Wide Web : an exploratory study*. Mississippi State.
  - 38) McClure, C. R., Steven, K., Wyman, J. C. (1997). *Quality criteria for evaluating information resources and services available from federal websites*. <[http://www.oclc.org/research/publications/arr/1997/mcclure/mcclure\\_frameset.htm](http://www.oclc.org/research/publications/arr/1997/mcclure/mcclure_frameset.htm)>
  - 39) Rice, M. (1997). *What makes users revisit a web sites?*. Marketing News.
  - 40) Smith, A. G. (1997), *Librarians and the Web : a report on a study tour*. <<http://www.vuw.ac.nz/~agsmith/libnweb/>>
  - 41) *Web site evaluation*. <<http://www.surveysite.com/newsite/docs/howwork.htm>>
  - 42) Testa (1998), *ISI web select: Developing web site selection criteria*. <<http://www.isinet.com/cgi-bin/dialogserver>>
  - 43) Wilkinson, G. L., & Bennett, L. T., & Oliver, K. M. (1997). *Evaluating the quality of internet information sources: Consolidated listing of evaluation criteria and quality indicators*. <<http://it2.coe.uga.edu/Faculty/gwilkinson/criteria.html>>