

취업정보센터 웹사이트 이용자의 콘텐츠 특성에 대한 지각이 이용자 반응에 미치는 영향

A Study on the effects of Career Development Center Website Users' recognition on Contents Characteristics on User Responses

서 다 혜^{1*}, 강 혜 영²

¹남서울대학교 취업정보센터, ²한국기술교육대학교 테크노인력개발전문대학원

Da-hye Seo^{1*}, Hye-young Kang²

¹Department of Career Development Center, Namseoul University, Cheonan 331-707, Korea

²Department of Career Counseling, HRD Graduate School, KOREATECH, Cheonan 330-861, Korea

[요약]

이 연구에서는 취업정보센터 웹사이트 이용자의 콘텐츠 특성(사용자 편의성, 정보성, 고객서비스성)에 대한 지각이 이용자 반응(이용자 만족도, 이용자 애호도)에 미치는 영향을 분석하였다. 주요 연구결과로 첫째, 취업정보센터 웹사이트 콘텐츠 특성들은 이용자 만족도를 36.4% 설명하는 것으로 나타났고, 상대적 영향력은 정보성, 사용자편의성, 고객서비스성 순으로 나타났다. 둘째, 취업정보센터 웹사이트 콘텐츠 특성들은 이용자 애호도를 36.2% 설명하는 것으로 나타났고, 상대적 영향력은 정보성, 고객서비스성, 사용자편의성 순으로 나타났다. 이를 통해 취업정보센터 웹사이트 이용자들의 만족도와 애호도를 높이기 위해서는 웹사이트 콘텐츠에 대한 고려가 중요함을 알 수 있었다.

[Abstract]

The purpose of this study aims to examine the effects of Career Development Center website users' recognition on contents characteristics (User Convenience, Information, Customer Service) on user responses (User Satisfaction, User Loyalty). According to the research result, first, Career Development Center of website contents characteristics explained 36.4% User satisfaction, it was affected significantly Information, User Convenience, and Customer Service in order. Second, Career Development Center of website contents characteristics explained 36.2% User loyalty, it was affected significantly Information, Customer Service, and User Convenience in order. Thus, it was important that Web site contents was improved the Users satisfaction and loyalty of Career Development Center Web site.

Key Words: Customer Service, Information, User Convenience, User Loyalty, User Satisfaction

<http://dx.doi.org/10.14702/JPEE.2014.111>



This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/>) which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

Received 10 October 2014; **Revised** 30 October 2014

Accepted 10 November 2014

***Corresponding Author**

E-mail: sdh3615@naver.com

이 논문은 서다혜(2012) 석사학위 논문을 토대로 작성된 것임.

I. 서론

최근 고학력 취업난 속에 대학의 취업률은 곧 대학의 위상과 직결되는 만큼 각 대학의 취업지원부서 즉, 취업정보센터는 다양한 서비스를 제공함으로써 학생들의 취업을 향상 위해 노력하고 있다. 특히, 최근 세계 경제가 위기에 직면하고, 고용 불안이 가시화 되면서 일자리를 찾는 데 있어 더 많은 능력과 노력이 요구됨에 따라 취업정보서비스 또한 그 가치가 증가하고 있으며 최근 취업정보를 제공하는 인터넷 웹사이트들의 탄생과 급성장을 가져 왔다[1]. 이에 취업시장에서 정보를 제공하기 위해 각 학교의 취업정보센터에서는 웹사이트를 통하여 각종 취업에 관련한 정보를 무료로 제공하고 있다.

그러나 취업정보센터 웹사이트를 이용하는 학생들에게 있어 친근하고 편리한 정보원천으로서 우수한 웹사이트를 구축한다는 것은 어려운 일이다. 실제 취업정보센터 웹사이트를 살펴보면 민간 취업전문업체의 취업정보에 의존한 단편적인 정보제공과 함께 학교에 추천 의뢰된 채용공고의 게재, 구인/구직 등록 등의 수준에서만 제공되고 있다. 이에 각 학교별 특성에 맞는 정보제공이 이루어지지 않고, 학생들은 학교의 취업정보센터 웹사이트를 점점 외면하며 일반 취업사이트로 옮겨가고 있는 실정이다. 한 연구에 의하면[2], 각 대학의 취업정보센터는 다양한 취업정보를 제공하는 웹사이트를 운영하고 있음에도 불구하고, 취업정보센터 웹사이트 이용률은 전체평균의 16%정도만이 이용을 하고 있으며, 이용자들의 사이트만족도는 51%정도로 절반수준에 밖에 미치지 못하고 있다.

취업정보센터 웹사이트의 이용률을 높이기 위해서는 일반 취업사이트와 차별화된 특성이 보다 중요하며 웹사이트를 이용하여 취업관련정보를 얻고자 하는 이용자들에게 적절한 정보를 제공할 수 있어야 한다[3]. 이전의 웹사이트의 이용자 만족도와 관련한 선행연구[4]를 살펴보면 콘텐츠에 대한 지각이 높을수록 만족도와 애호도가 높아지는 것으로 연구되었다. 즉, 취업정보센터 웹사이트를 방문한 이용자 만족도는 웹사이트 콘텐츠가 어떻게 구성되느냐에 따라 달라질 수 있다. 이와 관련하여 기존의 선행연구를 살펴보면 취업정보 웹사이트에 대한 연구는 시스템적 측면에 대하여 진행되었으나 콘텐츠 측면에 관한 연구는 거의 없다. 이에 본 연구에서는 이용자와 직접적인 상호작용을 유도하는 정보나 서비스 즉, 웹 사이트 구성요소의 질적 측면에 해당하는 '콘텐츠 특성'에 대한 지각의 중요성에 초점을 맞추고, 웹 사이트 '콘텐츠 특성'이 '웹 사이트에 대한 이용자 반응'에 어떠한 영향력을 갖는지에 대해 알아보하고자 하였다. 또한 이를 통해 취

업정보센터 웹 사이트를 구성과 운영에 대한 기초자료를 제공하고자 하였다.

이러한 목적을 위해 "취업정보센터 웹사이트 콘텐츠 특성에 대한 지각이 '이용자반응'에 미치는 영향은 어떠한가?"하는 연구문제를 설정하였고, 이용자 반응(이용자 만족도, 이용자 애호도)에 따라 하위 연구문제로 '취업정보센터 웹사이트 콘텐츠 특성이 '이용자만족'에 미치는 영향은 어떠한가?', '취업정보센터 웹사이트 콘텐츠 특성이 '이용자 애호도'에 미치는 영향은 어떠한가?'라는 문제를 설정하였다.

II. 이론적 배경

A. 취업정보센터

취업정보센터는 대학생들의 직업, 정치, 활동을 전담하는 기관으로 학생생활연구소와 마찬가지로 대학별 조직구성소속기관 및 명칭이 다양하다. 예를 들어 G대 Y대에서는 취업정보센터, D대에서는 취업개발정보과, S대에서는 취업 및 부업정보센터, A대에서는 사회진출지원팀 등의 명칭으로 다양하게 사용하며 현재 대부분의 취업정보센터는 학생처의 하부기관으로 소속되어 있어 독자적인 인적자원 구성과 전문 서비스 제공이 가장 큰 어려움이다.

취업정보센터의 주요 업무기능으로는 부직·취업알선, 학내 취업박람회 개최, 세미나 및 특강(입사설명회, 유학설명회, 고시설명회 등)개최, 진로 및 취업 관련 상담, 직업능력 개발프로그램 운영(이화여대), 기업체 인맥 형성 및 지역사회 일자리 정보수집 등의 기능을 수행하고 있다. 이러한 취업정보센터의 기능은 on-line서비스와는 차별된 학생과의 직접 대면 취업상담으로 학생의 요구에 부합된 취업정보를 즉각적으로 제공한다는 점에서 그 실효성이 높은 것으로 평가되고 있지만 실제 한국고용정보원[5]에 따르면 대학에서 제공하는 취업지원부서의 서비스를 받아본 경험이 있는지에 대한 질문에 응답자의 77.6%는 '없다'라고 대답했으며, 단지 22.4%만이 '있다'라고 답변하였다.

B. 웹사이트 콘텐츠 특성

1) 웹사이트 콘텐츠 정의

콘텐츠란 사전적 의미로는 내용, 목차 등을 일컫는다. 웹사이트 콘텐츠란 '웹사이트 상에서 사용자에게 제공하는 부가가치가 있는 정보'를 뜻하며, 인터넷이 성장하면서 인터넷을 통한 새로운 비즈니스 기회가 창출되고 있어 콘텐츠는 단

순한 정보차원의 의미를 넘어선다. 최근 들어 웹사이트 콘텐츠가 유료화 되면서 콘텐츠의 중요성이 강조되고 있다.

본 연구의 대상인 취업정보센터 웹사이트의 주요 콘텐츠는 학생들의 취업을 지원하는 기능과 그와 관련된 정보라고 말할 수 있다. 즉, 취업지원을 위한 인터페이스, 정보를 이용한 서비스(맞춤형정보, 멀티미디어 자료, 기타 부가적인 서비스)등과 관련된 구성요소를 일컫는 용어로 사용하였다.

2) 웹 사이트 구성요소의 콘텐츠 특성과 웹사이트 평가

우리나라 김지성[6]의 연구에서도 웹 사이트 콘텐츠의 중요성을 강조하였다. 또한 박은정, 이상규[7]는 소비자 구매 행위에 미치는 e-Learning 콘텐츠의 특징에 관한 연구에서 정보, 인터페이스, 지각위험, 촉진, 놀이성 등이 구매 행위에 미치는 영향에 관한 연구를 하였는데, 각각의 영향 요소들을 바탕으로 회귀분석을 한 결과 '콘텐츠 특성'을 지니는 구성요소들 중에서도 '인터페이스'요소에 해당하는 '탐색 편리성'이 가장 중요한 영향 요소로 나타났다. 이와 같은 선행연구들에 근거하여 '콘텐츠특성'을 지닌 웹 사이트 구성요소는 '사용자편의성(User Convenience)', '정보(Information)', '고객서비스성(Customer services)'이라는 것을 알 수 있다.

'사용자 인터페이스(User Interface)'란 인터넷 이용자의 웹사이트에서 정보획득성과 관련한 정보획득의 용이성, 획득한 정보의 이해성, 작업의 용이성, 유통성, 숙달성 등을 의미한다[8]. '인터페이스' 요소는 '구조적 간결성(Browsability)'과 '탐색편리성(Navigation)'으로 구분된다. '구조적 간결성(Browsability)'은 해당 인터페이스를 전체적인 관점에서 바라보는 것으로 사이트의 구조가 한눈에 파악 가능하도록 가능하게 한 기능이다.

'정보(Information)'란 웹 사이트의 내용을 이루는 '정보'는 웹의 근본적인 목적이라고 할 수 있다. DeLone and McLean[9]는 '정보시스템의 질'과 '정보의 질'이 정보 시스템 성공에 영향을 미치는 최초의 변수가 되어야 한다는 것을 주장하였다. 또한 '정보의 질'은 정보 시스템 성공과 관련하여 매우 중요한 변수임을 밝혔다.

'고객서비스성(Customer services)'은 최근 각종 첨단 기술을 통해 고객에서 부가적인 서비스를 제공하는 사이트가 늘어나면서 중요성이 증대되고 있다. 취업정보센터 웹사이트 콘텐츠 역시 단순히 정보만을 전달하는 것뿐 만 아니라 커뮤니티 지원을 통한 학생들의 커뮤니케이션을 지원할 수 있는 콘텐츠의 속성을 지녀야 한다.

C. 이용자 반응

1) 이용자 만족도

이용자 만족도란 "이용자들이 제품이나 서비스를 구매, 비교, 평가, 선택하는 과정에서 그들이 어느 만큼 호의적인 혹은 비호의적인 감정을 경험하느냐 하는 것"이라고도 하며, 또는 "상품이나 서비스에 대한 사전기대보다 이용 실제감이 크거나 높은 것"이라고도 한다. 즉, 이용자 만족도란 개념은 "사용전의 기대와 사용 후에 느끼는 제품, 서비스 성과간의 지각된 불일치에 대한 이용자의 평가과정"이라고 정의할 수 있다.

이용자 만족도와 관련한 연구를 살펴보면 Ives[10]는 정보시스템의 이용자 만족도에서 정보만족도와 시스템 부서에 대한 만족도라는 2가지 차원으로 파악하여, 특정 정보 시스템에 대한 만족도를 작업의 용이성, 시스템의 신뢰성, 시스템의 중요성, 시스템의 효용성, 시스템에 대한 만족, 새로운 작업에 대한 지원성, 작업수행 능력제고, 시스템 이용의 용이성, 시스템 효용 등의 10가지 항목으로 평가하였다.

2) 이용자 애호도

이용자 애호도는 웹사이트에 대한 종합적인 평가를 바탕으로 직접적으로 행동에 옮기고자 하는 주관적 심리상태를 가진 행위적 차원[11]이라고 정의할 수 있다.

한 연구에 의하면[12], 웹사이트 관광정보에 대한 만족이 신뢰와 이용자 애호도에 미치는 영향을 분석한 결과, 웹사이트에 대한 이용자들의 만족이 높아지면 질수록 이용자들이 관광정보에 대한 신뢰는 높아지고, 해당 웹사이트에 대한 이용자 애호도가 높아질 수 있다고 하였다. 또한 신뢰하는 이용자일수록 해당 웹사이트를 재 방문하는 가능성이 높게 될 것이라고 하였다.

III. 연구방법

A. 연구 대상

본 연구는 충남 지방소재의 4년제 N대학의 취업준비에 관심이 높은 3, 4학년 학생 322명이며, 연구대상의 성별, 학년, 현재까지 총 방문회수, 주 평균 방문회수, 학과 분포 등은 다음과 같다(표 1 참고).

표 1. 응답자의 특성

Table 1. Respondents Characteristics

구분		빈도	%
성별	남	146	45.3
	여	176	54.7
학년	3학년	119	36.9
	4학년	203	63.1
학과	공학계열	22	6.8
	예체능계열	5	1.6
	상경계열	165	51.2
	인문계열	109	33.9
	보건의료계열	21	6.5
방문경험	방문한적 있다	322	100
총 방문회수	2회	1	0.3
	3회	93	28.9
	4회이상	228	70.8
주 평균방문회수	1회	228	70.8
	2회	43	13.4
	3회	20	6.2
	4회이상	31	9.6
	전체	322	100

표 2. 타당성 검증을 위한 회전된 요인 행렬표 <독립변수>

Table 2. The Rotated Factor Matrix Table For Feasibility Validation <The Dependence Variable>

변수명		성분		
		1	2	3
사용자 편의성	구조적간결성1	0.218	0.742	0.008
	구조적간결성2	0.139	0.811	0.040
	구조적간결성3	0.131	0.718	0.174
	구조적간결성4	0.374	0.635	0.174
	탐색의편리성1	0.144	0.663	0.146
정보성	탐색의편리성2	0.292	0.563	0.213
	정보의질1	0.753	0.200	0.121
	정보의질2	0.749	0.112	0.117
	정보의질3	0.712	0.299	-0.029
	정보의질4	0.720	0.195	-0.052
고객 서비스성	정보전달요소 무결성	0.532	0.234	0.184
	기본서비스질1	-0.009	0.132	0.878
	기본서비스질2	-0.023	0.158	0.871
	커뮤니티지원1	0.515	0.225	0.569
	커뮤니티지원2	0.448	0.102	0.575
고유값		5.541	1.808	1.485
분산%		36.938	12.055	9.900
누적%		36.938	48.993	58.893

B. 연구 도구

1) 취업정보센터 웹사이트 콘텐츠 특성

취업정보센터 웹 사이트 콘텐츠 특성을 측정하기 위한 척도는 Smith[13]가 제시한 인터넷 정보평가를 위한 기준항목을 바탕으로 사용자 편의성, 정보성, 고객서비스성의 3개 하위 영역으로 구분하여 총 15문항으로 측정하였다. ‘사용자 편의성’은 사용자의 편의를 위해 구성되는 것으로서 웹사이트의 구조적 간결성, 탐색의 편리성 등 총 6문항, ‘정보성’은 해당 웹사이트가 기본적으로 제공해야 하는 정보의 질, 정보전달기반요소의 무결성 등 총 5문항, ‘고객서비스성’은 웹사이트를 통해 운영주체가 기본적인 서비스를 충실히 이행하는 지에 관한 기본서비스질, 커뮤니티지원서비스 등, 총 4문항으로 측정하였다. 본 연구에서 측정도구의 신뢰도 계수 (Cronbach α)는 0.77로 나타났다. 또한 웹사이트 콘텐츠 특성의 3개 하위요인 요인분석 결과는 표 2와 같이 나타났다.

2) 이용자 반응

이용자 반응을 측정하기 위한 척도는 이용자 만족도와 이용자 애호도 등 2개의 요인으로 구분하여 총 6문항으로 측정하였다. 첫째, 이용자 만족도는 Oliver[14], Hunt[15] 등의 연구를 바탕으로 하여 웹사이트에 대한 전반적인 만족도, 기대 충족 정도 등 총 2문항으로 구성하였다. 둘째, 이용자애호도는 여호근 외 2인[16], 박동진 외[17] 등의 연구를 바탕으로 가장 먼저 애용여부, 지속적 방문, 재방문 가능성 평가, 타인 방문 권유 의향 정도 등 총 4문항으로 구성하여 측정하였다. 본 연구에서 측정도구의 신뢰도 계수 (Cronbach α)는 0.76로 나타났다. 또한 이용자 반응의 2개 하위요인 요인분석 결과는 표 3와 같이 나타났다.

표 3. 타당성 검증을 위한 회전된 요인 행렬표 <종속변수>

Table 3. The Rotated Factor Matrix Table For Feasibility Validation <The Independence Variable>

변수명		성분	
		1	2
이용자 만족도	기대충족정도	0.311	0.758
	전반적인 만족도	0.317	0.800
이용자 애호도	사이트 재방문의향	0.856	0.200
	타인에게 추천여부	0.837	0.027
	타사이트 대비 방문빈도	0.796	0.061
	지속적인 사이트 이용가능성	0.770	0.082
고유값		6.264	3.394
분산%		69.091	34.312
누적%		69.091	84.844

C. 자료 분석

본 연구에서는 연구문제를 검증하기 위하여 SPSS WIN 18.0 프로그램을 이용하였으며 다음과 같은 과정을 거쳐 분석하였다. 첫째, 응답자의 일반적 특성을 분석하기 위한 빈도 분석(frequency analysis)을 실시하였다. 둘째, 각 변수의 타당성 검증을 위하여 요인분석(factor analysis)을 실시하고 신뢰도 검증을 위하여 신뢰성 분석(reliability analysis)을 이용하였다. 셋째, 취업정보센터 웹사이트 콘텐츠 특성과 이용자 반응(이용자 만족도, 이용자 애호도)과의 영향관계를 검증하기 위해 중다회귀분석을 실시하였다.

IV. 연구결과

A. 취업정보센터 웹사이트 콘텐츠 특성에 대한 지각이 ‘이용자 만족도’에 미치는 영향

취업정보센터 웹사이트 콘텐츠 특성의 3가지 하위 요소를 독립변인으로 하여 웹사이트 콘텐츠 특성이 이용자 만족도에 미치는 영향에 대해 회귀분석을 실시하였다. 그 결과, 콘텐츠 특성 전체가 이용자 만족도를 설명하는 양은 36.4%로 나타났고, 이용자 만족도를 상대적으로 가장 영향력 있게 설명해주는 변인은 정보성($\beta = 0.391$), 그 다음은 사용자편의성($\beta = 0.187$), 고객서비스성($\beta = 0.164$)의 순으로 나타났다(표 4 참고).

B. 취업정보센터 웹사이트 콘텐츠 특성에 대한 지각이 ‘이용자 애호도’에 미치는 영향

취업정보센터 웹사이트 콘텐츠 특성의 3가지 하위 요소를 독립변인으로 하여 웹사이트 콘텐츠 특성이 이용자 애호도

에 미치는 영향에 대해 회귀분석을 실시하였다. 그 결과, 콘텐츠 특성 전체가 이용자 애호도를 설명하는 양은 36.2%로 나타났고, 이용자 애호도를 상대적으로 가장 영향력 있게 설명해주는 변인은 정보성($\beta = 0.407$), 그 다음은 고객서비스성($\beta = 0.213$), 사용자편의성($\beta = 0.120$)의 순으로 나타났다(표 5 참고).

V. 결론 및 제언

A. 결론

이 연구에서는 취업정보센터 웹사이트 이용자의 콘텐츠 특성에 대한 지각이 이용자 반응에 미치는 영향을 살펴보았다. 주요 연구 결과를 요약하고, 이에 대한 결론을 내리던 다음과 같다.

첫째, 취업정보센터 웹사이트 콘텐츠 특성들은 이용자 만족도를 36.4% 설명하는 것으로 나타났고, 상대적 영향력은 정보성($\beta = 0.391, t = 7.196 P < 0.001$), 사용자편의성($\beta = 0.187, t = 03.390 P < 0.01$), 고객서비스성($\beta = 0.164, t = 3.269 P < 0.01$) 순으로 나타났다. 이는 윤지현[18] 연구에서와 같이 운영자 측면이 아닌 이용자 측면에서 웹사이트 만족도를 측정하는 것이 중요한 것임을 다시 한 번 확인하였으며, 웹사이트의 성공적 운용을 통해 이용자의 만족도 상승을 이끌어 낼 수 있다는 기존의 연구결과[19]와도 일치한다.

둘째, 취업정보센터 웹사이트 콘텐츠 특성들은 이용자 애호도를 36.2% 설명하는 것으로 나타났고, 상대적 영향력은 정보성($\beta = 0.407, t = 07.471 P < 0.001$), 고객 서비스성($\beta = 0.213, t = 4.231 P < 0.001$), 사용자편의성($\beta = 0.120, t = 2.180 P < 0.05$)의 순으로 나타났다. 이는 조직이 인터넷을 이용하게 된 근본적인 수단인 정보전달과 콘텐츠는 여전히 웹사이트의 주요한 성공요인으로 작용하고 있다[20]는 것을 확

표 4. 취업정보센터 웹사이트 콘텐츠 특성에 대한 이용자 만족도
Table 4. Career Development Center website on contents characteristics on user Satisfaction

웹사이트 콘텐츠특성	B	β	t
정보성	0.510	0.391	7.196***
사용자편의성	0.248	0.187	3.390**
고객서비스성	0.191	0.164	3.269**
adjusted	R ² = 0.364	R ² = 0.370	F = 62.257***

** P < 0.01, *** P < 0.001

표 5. 취업정보센터 웹사이트 콘텐츠 특성에 대한 이용자 애호도
Table 5. Career Development Center website on contents characteristics on user Loyalty

웹사이트 콘텐츠특성	B	β	t
정보성	0.498	0.407	7.471***
고객서비스성	0.233	0.213	4.231***
사용자편의성	0.150	0.120	2.180*
adjusted	R ² = 0.362	R ² = 0.368	F = 61.608***

*P < 0.05, ***P < 0.001

인할 수 있다. 또한 취업정보센터의 웹사이트의 역시 콘텐츠 특성 요인을 선호하는 태도가 형성이 되면 그 자체로 재방문 의도가 형성되어 이용자 애호도가 제고된다고 할 수 있다. 웹 사이트의 콘텐츠 정보 특성이 이용자의 재방문을 유도하여 충성도를 제고할 수 있으며 웹 콘텐츠(Contents)가 인터넷 사이트의 성공의 중요한 요소가 될 수 있다고 보는 김성배[21]의 연구결과와도 일치하는 내용이다. 그리고 단순히 정보를 제공하는 것뿐 만 아니라 이용자들을 자신의 사이트로 끌어들이기 위해서 여러 사용자 편리적인 서비스를 지원해야 하는데, 예를 들면 고객을 지원하는 FAQ기능이나 After Service, 사용자들로부터 Feedback을 수렴하여 웹사이트 개선에 반영하는 고객 지원서비스의 질을 높여야만 충성도가 높다는 김지성[6]의 연구결과를 뒷받침 한다. 아울러 이용자와의 인터넷 접점인 웹사이트를 통하여 지속적으로 이용자와의 정보교환은 물론 충성고객으로의 관계형성을 통하여 학생들의 취업에 실질적인 도움을 줄 수 있는 밑거름이 될 수 있을 것이다[22].

B. 제언

이 연구를 통해 취업정보센터 웹사이트 콘텐츠 특성(사용자편의성, 정보성, 고객서비스성)에 대한 지각이 이용자반응(이용자 만족도, 이용자 애호도)에 중요한 영향을 미친다는 것을 알 수 있었다. 본 연구는 취업정보센터가 정보제공역할을 성실히 수행하기 위해서 웹사이트가 어떤 기준을 두고 이용자를 위하여 개발되고 서비스되어야 할 것인가를 제시하였다는 점에서 그 의의를 들 수 있다.

본 연구의 한계 및 후속연구를 위한 제언은 다음과 같다. 첫째, 본 연구는 N대학 취업정보센터 웹사이트를 이용해 본 경험에 있는 재학생들을 대상으로 실시하였다. 설문지의 지역적 한계를 벗어나지 못하여 본 연구의 표본의 대표성을 확신하기에는 다소 부족하고 또한 결과에 대하여 취업정보센터 웹사이트 이용자를 전반적으로 확대, 일반화 하는데 한계가 있다고 본다. 둘째, 본 연구는 취업정보센터 웹사이트 콘텐츠 특성이 이용자 반응에 영향을 미치는 특성요인을 확인하는데 주요 목적을 둔 실증연구였다. 향후 연구에서는 취업정보센터 웹사이트 이용자들의 이용 전, 후 비교를 통하여 이용자 반응에 영향을 미칠 수 있는 새로운 요인을 추가 도출하고, 취업정보센터 웹사이트 이용자 반응에 대한 측정항목의 정교화와 척도 개발에 있어 지속적 검증을 수행해야 할 것이다.

참고 문헌

- [1] J. B. Yi, "Social change and university education in Korea," *Theory and Practice of Education*, vol. 9, no. 1, pp. 53-75, 2004.
- [2] J. H. Im, "A study of university website promotion," M.S. thesis, Kook-Min University, Seoul, 2005.
- [3] H. Y. Lee and G. N. Park, "Effects of web service quality and purchase intention impact," *Korea and Management Institute*, vol. 1, no. 2, pp. 9-20, 1999.
- [4] J. K. Kim and K. G. Lee, "Determinants of user satisfaction and performance in the hotel web sites," *Tourism Research*, vol. 27, no. 4, pp. 271-287, 2004.
- [5] Y. S. Jeong, Basic research for the development of employment support program evaluation model, *KEIS*, 2008.
- [6] J. S. Kim, N. M. Mun, and H. G. Kim, "Study on the influence of web site and web site content attributes: User-centric internet shopping mall," M.S. thesis, Ew-Ha University, Seoul, 2000.
- [7] E. J. Park and S. K. Lee, "Study on the effects of consumer purchasing behavior characteristics of e-learning content," *Conference Research*, no. 1, pp. 32-40, 2003.
- [8] S. H. Lee, S. H. Jeong, and Y. G. Kim, "The factors affecting the intention to revisit a web site," *Internet Business Research*, vol. 2, no. 1, pp. 73-118, 2001.
- [9] W. H. DeLone and E.R. McLean, "Information systems success: The quest for the dependent variable," *Infotmation Systems Research*, vol. 3, pp. 60-95, 1992.
- [10] J. M. Ives and H B. Posner, "Epinephrine, propranolol, and sucrose-ammonium inhibition of flowering in *lemna paucicostata* 6746," *Plant Physiology*, vol. 70, no. 1, pp. 311-312, 1982.
- [11] D. H. Kim, "Effects of switching barriers and switching behavior trust factors influence the agency website," Ph.D. dissertation, Dong-A University, Busan, 2004.
- [12] G. N. Park, "The study on the capitalization process of cyberbrand through web advertisement," *Journal of Advertising Research*, vol. 11, no. 2, pp. 22-30, 2000.
- [13] A. G. Smith, "Testing the surf: Criteria for evaluating internet information resources," *The Public-Access Computer System Review*, vol. 8, no. 3, pp. 15-25, 1997.
- [14] R. L. Oliver, "Measurement and evaluation of satisfaction process in retail setting," *Journal of Retailing*, vol. 57, pp.

- 25-48, 1981.
- [15] H. K. Hunt, "Consumer satisfaction, dissatisfaction, and complaining behavior," *Journal of Social Issues*, vol. 47, no. 1, pp. 107-117, 1997.
- [16] H. G. Yeo, G. H. Choi, and D. H. Kim, "The different of trust and usefulness on the user satisfaction of website tourism information," *Convention Research*, vol. 4, no. 1, pp. 69-86, 2004.
- [17] D. G. Park and G. D. Je, "Understanding the satisfaction process of festival visitors through the revised ACSI model: The andong mask dance festival," *Tourism Research*, vol. 28, no. 4, pp. 87-105, 2005.
- [18] J. H. Yun, "A research on the measuring dimensions of E-service quality in travel agencies," *Tourism Research*, vol. 9, no. 2, pp. 155-178, 2003.
- [19] S. H. Kim, S. M. Kwon, and Y. E. Seo, "A study on the member's perceived value, satisfaction and commitment for travel product in online travel community," *Tourism and Leisure Research*, vol. 21, no. 3, pp. 7-24, 2009.
- [20] S. Schubert, "Creating, maintaining and using business information networks," *Informations Technic und Technische Informatic*, vol. 1, no. 718, pp. 5, 1996.
- [21] S. B. Kim, "A study of user loyalty and revisit intention influenced by the satisfaction with internetnews," M.S. thesis, Sook-Myung University, Seoul, 2005.
- [22] D. H. Seo, "A study on the effects of career development center website users' recognition on contents characteristics on user responses," M.S. thesis, KOREATECH University, Cheonan, 2012.



서 다 혜 (Da-hye Seo)

2012년 8월 : 한국기술교육대학교 테크노인력개발전문대학원 석사
 2011년 11월 ~ 현재 : 남서울대학교 취업정보센터
 <관심분야> 진로상담, 교육개발, 상담마케팅



강 혜 영 (Hye-young Kang)_종신회원

1990년 2월 : 이화여대 교육심리학과(문학사)
 1995년 2월 : 서울대학교 교육학과(교육학 석사)
 2005년 2월 : 서울대학교 교육학과(교육학 박사)
 2005년 3월 ~ 현재 : 한국기술교육대학교 테크노인력개발전문대학원 교수
 <관심분야> 진로상담, 청소년 상담, 상담기법, 상담마케팅