

인터넷 웹사이트 평가모형을 이용한 사용자 만족도의 영향 요인에 관한 연구

- 가격비교사이트를 대상으로

노규성(선문대학교 경영학부 e-비즈니스전공) ksnoh@omega.sunmoon.ac.kr

김민철(제주대학교 경영정보학과) mckim4602@hanmail.net

요 약

인터넷 사용인구가 급증하고 이들의 웹사이트 방문빈도가 많아짐에 따라 인터넷 비즈니스의 성공 척도로서 웹사이트의 질적 정도의 중요도가 높아지게 된다. 특히 최근에 여러 공공기관이나 객관적인 평가기관들이 인터넷 웹사이트에 대한 평가를 시도하고 이에 대한 중요성을 강조함에 따라 인터넷 웹사이트의 평가에 관한 관심과 연구가 증가하고 있는 실정이다.

본 연구의 목적은 이와같이 증가하고 있는 인터넷 웹사이트 평가모형을 제시하고 국내 웹사이트들을 중심으로 이 모형을 평가·검증하는 데에 있다. 본 연구는 쇼핑관련 사이트 중 새로운 중개상(intermediary) 기능을 수행하면서 새로운 비즈니스 모델 및 사이트로 인정받고 있는 가격비교쇼핑(price comparison shopping) 사이트를 대상으로 전개하고자 한다. 오늘날 누구나 쉽게 인터넷을 통해 재화나 서비스를 구매할 수 있게 된 것은 다양한 비즈니스 모델과 쇼핑몰이 개설되었기 때문이다. 오히려 이러한 현상은 소비자로서 하여금 어느 사이트에서 어떤 물건을 얼마의 가격에 구매하여야 하는지를 결정하기가 어려운 상황이다. 이에 대한 해결책으로 제시된 것이 비교쇼핑을 가능하게 해 주는 가격비교 사이트들이다.

그러나 이러한 사이트에 대해서는 아직 이렇다할 만한 평가모형과 그 적용 연구가 없는 실정이다. 따라서 본 연구는 가격비교 사이트를 대상으로 연구의 평가모형을 적용하고자 한다. 여기서는 2001년 상반기에 한국능률협회에서 제시한 웹사이트 인증 평가모형을 중심으로 사용자들의 웹사이트에 대한 이용 만족도에 영향을 미치는 요인을 찾고자 한다.

즉 본 연구는 웹사이트 이용자가 유용하게 이용하고 있는 대표적 사이트로서 가격비교 사이트를 선정하고 사이트 방문자들을 대상으로 한 표본조사를 통해 평가모형의 타당성과 사용자들의 만족도에 영향을 주는 요인을 찾아봄으로써 가격비교 쇼핑사이트의 설계 및 구축 의사결정에 중대한 지표를 제공하고자 하였다.