인터넷 소비자 정보의 효율적 구축방안에 관한 연구
-인터넷 소비자정보의 유형체계화 및 실태분석을 중심으로-

황 미 현* (건국대학교 일반대학원 가정학과 석사과정), 이 승 신 (건국대학교 소비자 · 주거학과 교수)

21세기 정보화시대에서 소비자정보제공을 주목적으로 하는 전문사이트들이 등장함에 따라 소비자정보의 다양성 측면에서 매우 긍정적인 효과가 나타나고 있다. 그러나 이러한 소비자정보를 소비자의 입장에서, 소비자들에게 유용할 수 있도록 제공하는 것이 정보화사회에서 중요한 과제라 할 수 있다.

따라서 본 연구는 정보의 양적인 측면에서 매우 방대해져 가고 있는 인터넷 소비자정보의 효과성의 검증을 통해 인터넷소비자정보의 체계화를 꾀하고, 인터넷 소비자정보 제공 활성화를 위한 체계화 및 인터넷 소비자정보 사이트 구축의 방안에 기초자료를 제시 하고자 하는데 그 목적이 있다.

본 연구를 위해 2001년 7월 15일부터 2001년 8월 15일까지 520개의 소비자정보 제공 싸이트 중 126개의 싸이트를 직접 방문하여 1차 조사 후, 2차 조사에 걸친 재조사방법을 사용하였다. 본 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 인터넷 소비자정보제공 싸이트를 정보제공 분류체계에 따라 보면 유형별의 경우 소비생활정보, 내용별에서는 서비스에 관한 정보, 특성별로는 정보제공을 중심으로 하는 사이트, 형태별로는 방문자 이용가능형태, 제공주체별로는 개인사업자가 주체인 사이트가 가장 많은 부분을 차지하는 것으로 나타났다.

둘째, 인터넷 소비자정보의 특성을 보면 최신성, 의사소통성, 연결성이 높은 것으로 나타났으며, 이는 인터넷에서 정보제공을 위해 다양한 게시판을 이용하여 소비자정보제공을 하고 있으며, 이에 최신의 정보만을 제공받을 수 있는 것으로 보인다.

셋째, 인터넷 소비자정보제공 싸이트의 기술적인 평가에서는 대체로 소비자정보 제공시 기술적 지원이 잘되고 있는 것으로 나타났다. 완성도의 경우 다양한 환경의 사용자가 동일형태의 홈페이지를 어렵지 않게 접할 수 있고, 구축 및 운영에서는 웹마스터가 홈페이지를 관리하며, 쌍방향성의 경우에는 사용자 요구 및 의견수렴이 잘되고 있는 것으로 나타났으며, 홍보의 경우 주요 검색엔진에서 홈페이지 검색가능성이 높은 것으로 나타났다. 오류로는 2차오류(구체적 내용 접속시 미접속)가 가장 많은 것으로 나타났다.

넷째, 인터넷 소비자정보제공 분류에 따른 정확성, 다양성, 활용성, 최신성, 신뢰성, 용이성, 지속성, 연결성, 의사소통성등 인터넷 정보특성에는 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며, 인터넷 소비자정보 분류에 따른 완성도, 구축 및 운영, 쌍방향성, 홍보, 오류등 인터넷 소비자 정보의 기술적 평가에서도 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.