

# Usability 중심의 웹사이트 평가 프레임워크 개발

이수열, 박중현, 윤명환  
서울대학교 산업공학과

## Website Evaluation Framework Development Using Usability

Soo Yul Lee, Jong Hyun Park, Myung Hwan Yoon

Department of Industrial Engineering, Seoul National University

### Abstract

본 연구는 Usability 중심의 웹사이트 평가를 위한 프레임워크 모델의 구축을 목표로 한다. 이를 위해 기존에 구축된 웹사이트 평가 방법론을 분석하여 평가 요소 별 중요도를 설정하였다. 비교 분석을 통해 나온 문제점들을 기초로 웹사이트 평가를 위한 평가요인(Critical Factor)을 선정하여 새로운 프레임워크 모델 C<sup>3</sup>ISP (Contents, Community, Commerce, Interface, Security, Performance)를 제시하였다. 향후 연구과제로는 프레임워크의 유용성을 분석하기 위한 Running Test를 실시한다

*Keyword* : Usability, 웹사이트 평가 방법론, C<sup>3</sup>ISP

### 1. 서론

인터넷이 중요한 커뮤니케이션 수단이 된 현대 사회에서 인터넷은 단순히 단방향으로 정보를 제공하는 도구가 아니라 유저들 간의 상호작용이 가능한 쌍방향 커뮤니케이션 매체로서 각광받고 있다. 이러한 인터넷의 진화는 다수에게 효과적이고 효율적인 정보의 전달을 가능하게 하였다.

인터넷을 추상적인 대상으로 본다면 웹사이트는 인터넷을 구체화 시켜주는 하나의 객체이다. 따라서 웹사이트에 대한 평가는 인터넷에서 사업을 하는 기업에게는 사업요소의 일부 또는 해당 기업 자체가 될 수 있어, 오프라인에서 기업체를 평가하는 것과 유사하게 웹사이트의 가치를 평가하는 것은 매우 중요한 활동이다.

이러한 웹사이트 평가의 중요성으로 인해

최근 웹사이트를 평가하는 다양한 방법론이 나오고 있고, 그것을 통해 실제로 많은 웹사이트들이 평가되고 있다. 그러나 국내외의 다양한 방법론들은 모든 유형의 웹사이트를 대상으로 차별적으로 평가하지 못하고, 웹사이트에 대한 체계적인 접근이 부족하여 시사점을 도출해 내는데 한계가 있는 것이 사실이다(홍일유, 2000). 또한 대부분의 웹사이트 평가 방법론은 평가 요소가 제한적이고 평가의 기준이 매우 모호하며, 정량적인 데이터만을 평가 대상으로 하여 객관적인 평가에만 치중하고 있다(김영진, 2001).

따라서 본 연구에서는 기존의 웹사이트 평가 방법론에서 나타난 문제점들을 기초로 이를 보완하는 Usability 중심의 웹사이트 평가 프레임 워크 모델을 제시하고자 한다. 이를 위하여 기존 웹사이트 평가 방법론을 정리, 비교 분석 하였고, 각 방법론이 쓰인 실제 사례를

분석하여 그것의 문제점을 찾아내었다. 그리고 마지막으로 분석을 통해 찾아낸 문제점을 보완하는 C<sup>3</sup>ISP로 정의된 Usability 중심의 웹사이트 평가 방법론을 도출하였다.

## 2. 기존의 웹사이트 평가 방법론

<표 1>은 대표적인 웹사이트 평가 방법론 중 본 연구를 위해 분석한 방법론을 정리한 것이다.

표 1. 기존의 웹사이트 평가 방법론

개발자/방법론	평가 내용
Survey Site사 (1998)	웹사이트의 특징, 설계 및 기능, 방문자 경험
3C-D-T (2000)	Contents, Community, Commerce, Design, Technology
WIS(2000)	Policy, Technology, Organizational, Contents
이재관(2001)	Community 요소, 기술 요소
e-CS3Q(2002)	Contents, 정보의 접근성, 상호작용성,

기존의 웹사이트 평가 방법론에서 웹사이트 평가관점은 크게 다음의 세 가지로 나눌 수 있다. 첫째, 디자인 및 인터페이스 관점에서 웹사이트를 평가하는 것이다. 기업의 수익성이나 고객 만족도와 관련시켜 웹사이트의 구성요인을 제시하고 감성공학의 기법을 이용하여 웹평가를 시도하려는 관점이다. 둘째, 콘텐츠 관점에서 웹사이트를 평가하는 것으로 제공한 콘텐츠의 특성과 질을 정성적으로 평가하는 관점이다. 셋째, 비즈니스 모델 관점은 기업 비즈니스 모델의 표현 방식과 유형에 대하여 웹사이트를 평가하는 관점이다. 그러나 이러한 평가 관점을 통한 평가는 웹사이트의 디자인과 콘텐츠만을 평가하기 위한 평가체계와 관련항목의 설정을 통한 제한된 방법론이 대부분이었으며 웹사이트와 연계된 기업의 프로세스에 대한 고려는 이루어지지 않았다. 또한 기업 내부의 웹사이트를 이용하는 이용자 관점에서의 타당성과 전문가 입장에서의 기능적 평가관점에 대한 체계적인 고려가 부족하다는 단점이 있다.

## 3. Usability중심의 평가 방법론 제시 - C<sup>3</sup>ISP

위의 웹사이트 평가 방법론들의 문제점을 보완하기 하고 웹사이트 평가의 효율성을 높이기 위한 새로운 평가 방법론인 C<sup>3</sup>ISP(Contents, Community, Commerce, Interface, Security, Performance)은 다음과 같이 구성된다.

표 2. C<sup>3</sup>ISP의 평가 영역

평가 구분	평가 내용
Contents	웹사이트 제공 콘텐츠 평가
Community	웹사이트 커뮤니티 기능 평가
Commerce	웹사이트 상거래 기능 평가
Interface	웹사이트 디자인 평가
Security	웹사이트 운영 보안 평가
Performance	웹사이트 성능 평가

C<sup>3</sup>ISP는 기존의 Usability 측면에서 재정립한 것이다. 기존의 방법론의 문제를 보완하기 위하여 다음과 같은 평가 체계를 가지고 있다.

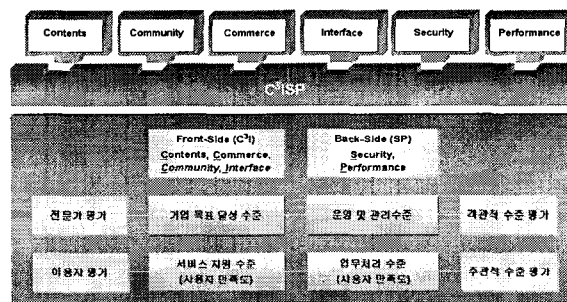


그림 1. C<sup>3</sup>ISP의 평가 체계

전문가평가와 이용자 평가를 병행하여 객관적인 평가와 주관적인 평가가 가능하게 하였다. 이후 방법론을 검증하기 위한 사례분석을 실시할 것이다.

## Reference

- 홍일유, 정부현, 인터넷 웹사이트의 포괄적 평가모형에 관한 연구, 경영과학, 한국 경영과학회 (2000)
- 김영진, 3C-D-T 비즈니스 웹사이트 평가 모델의 활용성에 대한 연구, 석사학위논문, 중앙대학교 국제경영대학원 (2001)