중소기업의 무역포탈사이트 이용만족도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구

A Study on the Determinants of User's Satisfaction at e-Trade Portal Site in Korean Small and Medium Enterprises.

문희철, 임성범*
충남대학교*

Moon, Hee-cheol, Lim, Seong-beom*
Chungnam National Univ*

요약

무역포탈사이트는 중소기업들이 최신의 정보와 통신기술을 통해 효율적으로 국제무역활동을 할 수 있게 하는 도구중 하나라고 할 수 있다. 따라서 중소기업들의 수출경쟁력 제고를 위해서는 무역포탈사이트를 적극적으로 활용할 필요가 있다. 이와 관련하여 본 논문은 기존의 서비스품질에 관한 문헌과 정보기술 이용만족도에 관한 연구 검토를 통해 무역포탈사이트를 사용하는데 있어 이용자들의 만족 요인을 분석하였다. 실증 연구를 위해 서비스품질, 정부정책, 기술, 기업, 비용이 이용만족도에 영향을 미치고 이용만족도는 향후 지속적 이용의도에 영향을 미치는 것으로 연구모형을 설정하였다. 대표적인 무역포탈사이트 이용자들에 대한 실증분석 결과 서비스품질, 정부정책, 비용이 이용자 만족에 유의한 영향을 미치고, 이용자 이용만족은 지속적 사용의도에 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 분석 결과는 기업의 무역포탈사이트 관리자, 전자무역시스템개발자, 정부정책자 등에게 여러 가지 시사점을 제공하고 있다.

Abstract

Trade portal site is one of the tools which makes it possible for small and medium-sized enterprises(SMEs) to manage international trade activities more efficiently by using the newest information and telecommunication technology. So Korean SMEs should utilize trade portal sites more actively to promote global competitive power.

Based on the theory of service quality and an existing research related to using information technology. this research analyzed the primary factors which affect user's utilization satisfaction in using trade portal sites. According to the results of the empirical study on actual users of the representative trade portal sites by using multiple regression analysis, The primary factors, such as service quality, government policy and cost have affected user's utilization satisfaction in using trade portal site. and user's utilization satisfaction have positive effect on continuous using intention. These research results will provide many useful insights to the managers of trade portal sites, e-trade system developers and government policy makers.

Ⅰ. 서 론

최근 컴퓨터와 정보통신기술의 획기적인 발전은 기업의 경영전략과 경쟁방식, 그리고 더 나아가 거래관행에 커다란 변화를 초래하고 있다. 특히 전세계를 하나로 연결하는 컴퓨터 통신망인 인터넷(Internet)을 이용한 전자상거래(Electronic Commerce : EC)는 자유무역원칙을 내건 WTO 체제하에서 국가경쟁력 제고라는 명제와 결부되어 더욱 중요한 이슈로 부각되고 있다.

이에 따라 미국 등 선진국의 경우 중소기업들이 자신의 취약한 해외홍보와 마케팅 능력을 보완하기 위해 월드와이드웹(WWW)으로 대표되는 인터넷을 이용하는 경우가 눈에 띄게 증가하고 있다. 이러한 경향은 국가간 거래로 크게 확산될 것이고 결국에는 전체 무역에서 전자상거래가 차지하는 비중이 확대될 것이다.

실제로 이미 한국에서는 전자상거래 시대의 무역을 지칭하는 신조어로 전자무역(e-Trade)에 대한 관심이 고조되고 있다. 전자무역이란 마케팅·상담·계약·원자재조달·운송·대금결제 등 제반 무역업무를 가상공간을 통해 시간과 공간의 제약없이 처리하는 새로운 무역거래형태를 말한다.

아직까지 전자무역의 활성화에는 여러 가지 기술적, 제도적, 물리적 장애요인이 상존하고 있다. 그럼에도 불구하고 무역비용의 획기적인 절감을 가져올 것으로 기대되는 전자무역은 거래규모 측면에서도 향후 10년 내에 전세계의 30%를 점유하게 될 것으로 예측될 만큼 잠재력을 가진 새로운 흐름으로 평가되고 있다.[1)]

우리나라는 부존자원이 빈약하고 시장규모가 협소하여 무역은 지난 40년간 우리 경제성장의 견인차적 역할을 수행해 왔다. 그러나 2000년 기준 세계 12위의 무역국이라는 양적 성장에도 불구하고 무역구조에 있어서 고비용구조에 따른 부가가치 저하라는 근본적인 문제에 직면하고 있다.

이런 고비용구조에 따른 부가가치 저하라는 근본적인 문제를 해결하는데 효과를 가져올 것으로 국내외적으로 기대되고 있는 전자무역에 대해 산업자원부와 정보통신부 등 정부유관부처와 지방정부는 중소기업의 무역 활동을 지원하기 위해 다양한 정책적 노력을 기울이고 있다. 또한 대한무역투자진흥공사(KOTRA), 한국무역협회(KITA),한국무역정보통신(KTNET) 등 관련기관들도 인터넷을 기반으로 하는 솔루션 개발 및 무역포탈사이트 구축 등을 통해 중소기업의 전자무역을 지원하고 있다.[2)]

그러나 전자무역에서 기대했던 효과를 거두고 있는 업체들은 삼성전자·POSCO 등 대기업이 대부분이다. 중소기업은 약 80%가 전자무역을 적극적으로 활용하지 못하고 있다. 또한 전자무역 활용은 계약 전단계에 활용이 치중되어 있다. 이처럼 실질적으로 중소기업들은 영세성, 전자무역 이용인력 부족, 부대비용 절감 효과 미비, 바이어 정보 신뢰 미비 등의 다양한 이유로 전자무역사이트 이용자들의 이용률이 낮은 편이다.[3)]

따라서 본 연구는 중소기업의 수출활동에 효과를 갖는 전자무역통합솔루션의 하나인 무역포탈사이트(Internet Trade Portal Site)에 대해 이용자들의 이용만족도에 영향을 미치는 요인을 규명하여 무역포탈사이트를 보다 지속적이고 적극적으로 이용하게 하는데 그 목적이 있다. 나아가 중소기업의 전자무역 활성화를 통해 국가 경쟁력를 제고하는데 본 연구의 궁극적인 목적이 있다.

무역포탈사이트에 대한 올바른 이해를 위해서는 전자무역의 의의와 현황, 전자무역 관련정책 등에 대한 이해가 선행되어야 하나 이러한 문제들은 기존의 연

1) 문희철, "한·중 전자무역 현황과 협력방안", 「환황해경제권 벤처협력」, 충남대학교 경영경제연구소, 2002.11. 자료와 "2010년 G8 무역대국 진입을 위한 중장기 무역정책(안)", 산업자원부, 2002.8. 자료를 참조함.

2) 1)과 동일.

3) 이와 관련된 자세한 내용은 한국무역협회 "무역업계의 전자무역 활용실태 조사결과" 2002.8, pp.1-18. 참조.

구들에서 중점적으로 다루어진 주제이므로 본 연구에서는 무역포탈사이트 이용만족에 영향을 미치는 요인들에 대해서 실증적으로 규명하는데 연구의 범위를 한정하고자 한다.

Ⅱ. 문헌연구

2.1. 무역포탈사이트의 개념

포탈사이트에 대한 개념적인 정의는 아직까지 명확히 이루어지지 않고 있지만 그 용어 자체는 인터넷에 접속하여 처음 거쳐야 하는 관문이라는 의미를 가지고 있다.

신성문(1999)는 인터넷서비스의 분류 체계상 인터넷상의 구매자와 판매자의 거래를 촉진시킴으로써 전자상거래 시장의 효율을 증진시키는 컨텐츠 서비스이며, 이미 구축된 인터넷 네트워크의 접속을 전제로 하여 이용자를 모집하여 부가가치를 발생시키는 대표적인 인터넷 중계 계층서비스이라 하였으며, Jerry Yang(1998)은 컨텐츠(contents), 상거래(commerce), 공동체(community), 접속(connection) 등의 4가지 구성요소(이하 4C's)들이 유기적으로 결합하여 인터넷 사용자들을 자사사이트에 계속 머물게 해 수익률을 확대해 나가는 서비스의 수단이라 말하였고, 김계수(2000)는 인터넷의 관문 이상의 역할로서 가치사슬 체계를 재편성하고 가치 통합을 촉진하는 종합사이트라 하였다.

이런 포탈사이트의 개념에 국제무역을 포함하는 사이트인 무역포탈사이트에 대하여 개념적인 정의를 내리고 있는 몇 학자들의 정의를 살펴보면 문희철외(2000)는 B2B 상거래, 특히 국제무역을 위한 포탈사이트로 기업간 국제적 상거래가 사이버공간에서 원활히 수행될 수 있도록 무역업무에 필요한 컨텐츠를 종합적으로 체계화시킨 네트워크 서비스라 정의하였으며, 황경연·김이태(2002)는 무역거래알선, 무역관련 정보제공, 사이버전시, 해외바이어명단제공, 수출업무 대행 등 각종 무역관련 서비스를 제공하는 사이트라 하였고, 조원희(2001)는 무역계약체결 이전과 이후 EDI 등을 통한 무역을 실제 이행하는 전과정과 관련된 정보(Contents)를 제공하고, 거래알선 및 계약/지불이 발생(Commerce)하고 동호회 활동, 게시판, 메일, 채팅 등의 기능과 함께 효율적인 커뮤니케이션수단으로서 거래 쌍방간의 인터넷을 이용한 온라인협상공간을 제공하여(Community) 사용자가 사이버무역과 관련하여 제일 처음 접속하는 관문(Portal)의 역할을 하는(Connection)사이트라 하였고, 윤광운·장명진(2000)는 무역거래알선 관련 정보뿐만 아니라 무역통상 관련 정보 및 해외바이어 명단 등과 같은 정보서비스, 사이버전시, 수출업무대행 등 각종 무역관련 서비스를 제공하는 사이트라 주장하고 있다.

이를 종합하여 볼 때 무역포탈사이트란 「무역거래에 대한 정보수집과 마케팅, 거래협상 및 계약체결, 대금결제, 물류, 사후서비스 등 무역거래의 전반적인 절차에 따라 온라인상에서 4C's를 통합하여 수출거래 이용자들에게 무역통합서비스를 제공하고, 수출거래 이용자들이 무역토탈서비스를 받을 수 있도록 구축된 Site」라 할 수 있을 것이다.

2.2. 기존 연구 검토

수출기업의 전자무역 활용은 계약 전 단계에 활용이 치중되어 있고 대기업의 경우는 통관 및 운송과 신용조회 부분에서 중소기업보다 높은 활용율을 나타내고 있으며 중소기업은 기업 요인(중소기업의 영세성, 경영자마인드 부족, 전자무역 활용 인력 부족, 이용방법 미숙지 등)과 서비스품질요인(정확한 시장정보 미약, 바이어 신용상태, 구매진성여부 등 오퍼정보의 신뢰성이 미약 등), 기술성 요인(EDI 사용범위가 L/C개설, 외환 및 통관에 치우침 등), 비용 요인(EDI사용으로 인한 수출부대비용 절감효과를 보는 기업이 미비한 상태, 결제부분은 거의 이용 미비 등), 정부지원 요인(사이버무역중개기관과 사이버무역인증기관의 설치 법제화, 인터넷전담무역종합상사 구축

등)의 네가티브 요인 영향으로 실질적으로 무역포탈사이트를 사용하는 중소수출업체들은 실효를 거두고 있지 못하는 상태이어서 무역포탈사이트 이용자들의 만족도가 낮아 이용율이 낮은 편이다.(한국무역협회, 2002)

무역포탈사이트의 이용만족에 영향을 미치는 요인에 대해 서비스품질요인, 기술성 요인, 정부지원 요인, 기업 요인, 비용 요인으로 나누어 5가지 요인별로 고찰해 보고자 한다.

1) 서비스품질 요인에 관한 연구

대표적인 학자로는 Parasuraman, Zeithaml, Berry (1985; 이하 PZB)를 들 수 있다. PZB (1988, 1991)의 서비스품질 측정모형은 고객과 종업원사이에서 종업원의 서비스품질 측정에 대해 갭이론을 개발하여 고객이 서비스를 받기 전에 기대했던 것과 서비스를 받으면서 지각된 것의 차이로서 측정하였는데 유형성, 신뢰성, 응답성, 공감성, 보장성으로 모형을 개발하였다. 이 측정모형에 대해서 여러 학자들 사이에서 찬반론이 계속 반복되어 오고 있으나 폭넓은 영역을 갖고 있어 많은 학자들 사이에 서비스품질 측정모형으로서 활용되어 오고 있다.

박기남 · 이장형(2001)은 웹쇼핑몰에 대한 서비스품질 측정변수로 정보제공서비스품질과 광고제공서비스품질로 구분하여 서퍼의 기업태도에 변수들이 영향을 미치고, 서퍼의 태도는 재방문의도와 구매의도에 영향을 미치며, 재방문의도도 구매의도에 영향을 미침을 분석하였다. 웹서비스외관, 정보완전성, 기업신뢰성, 고객지향성, 응답성, 정보성, 오락성, 성가심을 제시하였다.

정기한 · 오재신(2000)은 인터넷쇼핑몰의 서비스품질에 대한 실증분석을 통해 채택변수외에 상품의 질(성능)과 쇼핑에 따른 시간적 손실량에 따라 서비스품질에 영향을 주고, 재구매의도에 영향을 미침을 분석하였고 유의변수로 오락성, 보장성, 보안성, 공감성, 편리성,신뢰성을 제시하였다.

정경수 · 박용재(2001)는 인터넷쇼핑몰의 서비스품질이 소비자 만족에 미치는 영향요인은 서비스수준의 만족정도에 영향을 미치고 거래에 대한 추천에 영향을 미침을 분석하여 유형성, 응답성, 문제해결성, 보안성을 제시하였다.

나광윤(1999)은 인터넷쇼핑몰 사용자들이 느끼는 지각된 서비스품질과 업무의 정확성과 일관성에 대한 지각된 신뢰성이 유의하였고, 지각된 유용성, 지각된 편리성, 재무적 위험은 기각되었다. 사용자특성에서 이용의 관심의 정도나 중요도 등을 나타내는 관여도가 유의했으며, 준거집단에 대한 지각과 사용경험은 기각되었음을 분석하였다.

이문규(2002)는 종합쇼핑몰, 인터넷서점, 인터넷음반물에 대한 실증분석을 통하여 정보, 거래, 디자인, 의사소통, 안정성으로 E-SERVQUAL 평가모형을 제작하였다.

유일 · 나광윤 · 최혁라(1999)는 PZB이론의 5가지 요인중에 신뢰성, 공감성, 요인이 지지되고 사용자만족은 재사용의도에 영향을 미침을 분석하고 신뢰성, 공감성, 관여도를 제시하였다.

2) 기술 요인에 관한 연구

이문규(2002)는 종합쇼핑몰 192개, 서점몰 144개, 음반몰 153개를 조사하여 인터넷서비스품질 평가에 관련된 33개 항목에 대한 요인분석을 실시하여 요인적재량이 높은 변수들을 근거로 정리하여 정보, 거래, 디자인, 의사소통, 안정성 5개의 요인을 추출하여 e-SERVQUAL 모형을 개발하였다.

David Siegel(1997)는 "Secrets of Successful Web Sites" 의 저서에 고객지향성, 전송속도, 모든 브라우져에서의 구동성, 저성능시스템에서의 작동성, 흥미유발성, 정보제공정도, 네비게이션의 용이성, 탐색 장려성, 거래의 안정성과 양질, 이메일 응답정도를 웹사이트 평가요인으로 고려하여 각각의 요인별로 가중치를 부여하고 이들 값을 합산하여 사이트를 평가하였다.

Misic & Johnson(1999)은 웹의 질 속성 가운데 다운로드속성, 웹인터페이스, 검색기능, 보안성, 인터넷표준 등의 요소들이 중요하다고 하였다.

이종호·주상호(2001)은 ERP시스템의 사용자 만족에 대한 연구를 통해 정보시스템에서 사용자만족도는 사용자의 효용이 결정되는 시점을 정확하게 파악하는 것이 중요하며, 효용에 영향을 미치는 요인을 규명하며, 적절한 변수의 통제가 이루어져야 한다고 하면서 여러 학자들의 문헌연구를 통해 연구모형에 대해 조사를 하여 ERP시스템의 사용자 만족요인은 사용의 용이성, 정보의 정확성, 정보의 적시성, 시스템의 호환성, 데이터/정보관리의 통합의 정보시스템 요인과 의사결정 지원, 종업원의 사기진작, 업무프로세스 향상, 경영층 지원, 사용자 교육·훈련의 조직요인이라 제시하였다.

김하균·박철형(2000)은 정보시스템의 사용자만족도(User Information Satisfaction : UIS)를 정보시스템이 사용자의 정보요구에 부합되는 정도로 보고 사용자만족도를 영향요인과 성과요인으로 나누었다. 영향요인으로는 사용자참여도, 사용자전산능력, 최고경영자의 지원정도이며, 성과요인으로는 시스템신뢰도, 시스템사용도, 근무환경의 변화이다. 다중회귀분석을 통해 시스템신뢰도에 대해서는 사용자참여도, 사용자전산능력, 최고경영자의 지원 모두 채택되었고, 시스템사용도에 대해서는 사용자참여도만 채택되고 근무환경의 변화에서도 사용자참여도만 채택되었다. 이는 사용자참여도가 모든 성과요인에 유의관계가 있어 적극적인 사용자의 참여가 유도되어지며 성과요인 중에는 시스템신뢰도가 모든 영향요인과 유의관계에 있어 사용자가 시스템을 사용할 때 최우선적으로 시스템신뢰도를 고려하는 것으로 나타났다.

3) 정부정책 요인에 관한 연구

EDI 사용으로 인한 L/C개설 및 통지 등 수출부대비용절감효과는 10% 이하가 79.1%로 아직 경미한 상태이다. 이는 아직 EDI를 사용하지 않는 업체가 많은데 따른 것으로 중소기업에 대한 EDI 보급 확대가 요구된다.(한국무역협회, 2002) 또한 무역업체가 웹사이트를 이용해 거래를 하면서 관련법이나 거래인증(한국무역협회, 2002), 웹사이트 이용 거래시 세제지원(장명진·윤광윤, 2000), 물류시스템(한국전산원, 1999) 구축 등 온라인 거래에 따른 제반 인프라가 구축되어 지원된다면 무역포탈사이트를 이용하려는 이용자는 증가할 것이다.

4) 기업 요인에 관한 연구

웹사이트 이용 만족 요인으로는 이용자가 인터넷을 적절히 사용할 수 있는 인터넷사용교육이 있어야 하며(한국전산원, 1999) 무역포탈사이트가 아니라고 해도 이용자들이 웹쇼핑몰과 같은 웹사이트를 이용해 본 경험과(나광윤, 1999) 전자무역 활용에 대한 경영자의 정보화 마인드(장명진·윤광윤, 2000) 등이 필요하다.

한국무역협회의 조사(2002)를 살펴보면 전자무역 활용이 부진한 가장 많은 사유로 무역규모상 효율성이 없는 경우가 40.6%로 가장 높았다. 이는 전자무역 효과를 생각하기에는 수출규모가 매우 작거나 전자무역이 아직 생소하여 그 효용에 대한 인식이 부족한 경우라 볼 수 있으며, 전문인력부족이 20.8%로 두 번째를 차지하고 있다. 또한 무역포탈사이트의 이용방법에 대한 홍보 부족으로 이용자들이 이용방법을 숙지하지 못해 이용이 저조하다고 하였다.

5) 비용 요인에 관한 연구

홍선의(2001)는 인터넷활용도가 높은 기업일수록 업무시간이 단축되었으며, 거래비용이 절감되는 효과를 제시하였다. 인터넷무역거래알선사이트의 활용의 정도는 순수무역업체와 수출·수입을 병행하는 일반업체와 별 차이를 발견하지 못하였으나, 수입업체보다는 활용정도가 높았다. 또한 규모가 큰 기업일수록 활용도가 높게 나타났다. 이는 순수무역업체나 일반업체 등 모든 기업체는 무역거래알선사이트을 적극

활용하여야 함을 나타내며, 큰 규모의 기업일수록 인터넷무역사이트를 적극 이용해야 함을 나타내고 있다.

또한 무역포탈사이트를 사용하면 수출입관련 비용 등이 절감되며(문희철외, 1996; 심상비, 2000; 조원길, 2001) 전자상거래 구현수준과 도입시기가 빠를수록 비용·효율성 성과가 높았다.(심상열·문희철, 2000)

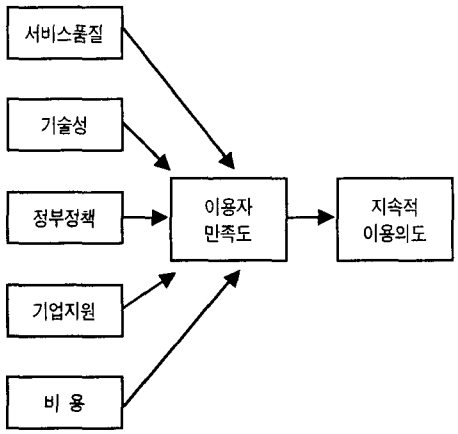
6) 이용자 이용만족과 지속적 이용의도에 관한 연구

인터넷쇼핑몰에 대한 연구에서 사이트 이용 만족이 높을수록 재구매의도는 높아지고(유일·나광윤·최혁라, 1999; 송광석·유한주, 2001; 배병렬·김종채, 2001), 이용자 만족도와 지속적 이용 의도 간의 관계에서 5% 유의수준하에서 만족도가 지속적 이용의도에 긍정적인 영향을 미치고 있음을 분석하였다(황경연·김이태, 2002).

Ⅲ. 연구모형과 가설설정

3.1. 연구모형의 개발

소비자 만족에 대한 마케팅분야의 서비스품질 요인과 기술 요인, 정부정책 요인, 기업 요인, 비용 요인 5가지 차원의 실증연구를 기초로 무역포탈사이트에 대한 이용만족도에 영향을 미치는 요인을 분석하고 무역포탈사이트 이용자 만족과 무역포탈사이트 지속적 사용 의도 간의 관계를 밝히고자 한다. 기존 실증연구를 기초로 무역포탈사이트 이용자 만족에 영향을 미치는 요인, 이용자 만족, 이용자의 지속적 사용의도간의 관계를 설정해 보면 [그림1]와 같다.



3.2. 연구가설의 설정

1) 서비스품질 요인과 만족간의 관계

■ 유형성(tangibles)

유형성은 물리적 시설, 종업원의 외모, 서비스 제공에 필요한 장비 등과 같은 부분으로(PZB, 1988, 1991) 웹사이트의 경우로 보면 웹디자인(이문규, 2002), 네비게이션의 용이성(David Siegel, 1997; Misic&Johnson, 1999), 웹서비스외관(박기남·이장형, 2001) 등으로 무역포탈사이트의 경우로 살펴보면 사이트의 웹디자인, 웹구성체계의 편리성, 홈페이지 주소 정도 등이라 할 수 있다.(황경연, 2002) 따라서 유형성이 높을수록 이용자의 만족도는 높아질 것이므로 다음과 같이 가설을 설정할 수 있을 것이다.

가설1 무역포탈사이트의 유형성이 높을수록 이용자 만족이 높을 것이다.

■ 신뢰성(reliability)

신뢰성은 약속된 서비스를 믿을 수 있고 정확하게 수행할 수 있는 능력 등과 같은 부분으로(PZB, 1988, 1991), 웹사이트의 경우로 보면 정보 완전성, 기업 신뢰성(박기남·이장형, 2001), 제품 신뢰성(정기한·오재신, 2000), 시스템 신뢰성(김하균·박철형, 2000), 업무의 일관성과 정확성(유일·나광윤·최혁

라, 1999) 등으로서 무역포탈사이트의 경우로 살펴보면 바이어정보의 신뢰성, 오퍼정보의 정확성, 업무약속이행의 신용 등이라 할 수 있다.(한국무역협회, 2002) 따라서 신뢰성이 높을수록 이용자의 만족도는 높아질 것이므로 다음과 같이 가설을 설정할 수 있을 것이다.

가설2 무역포탈사이트의 신뢰성이 높을수록 이용자 만족이 높을 것이다.

■ 응답성(responsibility)

응답성은 고객을 도와주고 즉각적인 서비스를 제공하려는 의지로서 서비스를 제공하는 종업원의 의지와 준비성으로(PZB, 1988, 1991) 웹사이트의 경우로 보면, 정보의 충실성과 정확성, 적시성, 회신속도 등(박기남 · 이장형, 2001; 정경수 · 박용재, 2000)이 해당 될 수 있다. 무역포탈사이트 경우로는 질문 회신속도, 응답정보의 충실성과 정확성, 업무처리 속도 등이라 할 수 있다.(황경연 · 김이태, 2002) 따라서 신뢰성이 높을수록 이용자의 만족도는 높아질 것이므로 다음과 같이 가설을 설정할 수 있을 것이다.

가설3 무역포탈사이트의 응답성이 높을수록 이용자 만족이 높을 것이다.

■ 공감성(empathy)

공감성은 고객을 개별화시켜 이해하려는 노력으로 접근의 용이성과 효율한 커뮤니케이션을 포함하는 것으로 서비스가 쉽게 접근할 수 있고 의사소통이 잘되며 고객을 얼마나 이해하고 있는가와 관련된 것(PZB, 1988, 1991; 정경수 · 박용재, 2000)으로 웹사이트의 경우로 보면 고객지향성(박기남 · 이장형, 2001), 문제해결성(정경수 · 박용재, 2000), 의사소통(이문규, 2002) 등이 해당될 수 있다. 무역포탈사이트의 경우로 보면 수출기업 이용자의 개인 의견에 대해 개인맞춤서비스 제공, 업무 문제 해결노력 , 이용자들간의 커뮤니티 지원 등이라 할 수 있을 것이다. 따라서 공감성이 높을수록 이용자의 만족도는 높아질 것이므로 다음과 같이 가설을 설정할 수 있을 것이다.

가설4 무역포탈사이트의 공감성이 높을수록 이용자 만족이 높을 것이다.

■ 보장성(assurance)

보장성은 종업원들의 지식 및 공손함, 신뢰와 안정성을 유발시키는 능력으로 서비스의 능력, 예의, 믿음성에 대한 것으로(PZB, 1988, 1991) 개인의 프라이버시와 대금결제에 대한 보안의 정도(정경수 · 박용재, 2000), 고객이 안심하고 거래를 할 수 있게 안전을 확보하고 있는지(정기한 · 오재신, 2000) 등이라 할 수 있다. 무역포탈사이트의 경우로 보면 이용자가 안심하고 개인(회사)정보를 제공할 수 있는 사이트의 믿음성, 무역거래 진행시 직원 서비스 행위의 보장성 등이 해당될 수 있다. 따라서 공감성이 높을수록 이용자의 만족도는 높아질 것이므로 다음과 같이 가설을 설정할 수 있을 것이다.

가설5 무역포탈사이트의 보장성이 높을수록 이용자 만족이 높을 것이다.

2) 기술성 요인과 만족간의 관계

무역포탈사이트에서 제공되는 다양한 기술적 특성이 이용자의 만족수준을 높일 수 있을 것이다. 기존 실증연구에 기초할 때 무역포탈사이트의 질을 결정하는 주요 기술적 특성으로 네비게이션의 편리성(Misic&Johnson,1999), 다운로드속도 · 시스템구동성(David siegel, 1997), 시스템 안정성(이문규, 2002)등 무역포탈사이트의 이용이 보다 편리하게 되어 있고 사이트가 안정적이고 보안이 잘되어 있고 웹사이트의 다운로드속도나 전송속도, 접속속도 등의 구동성, 여러 유용 프로그램과 상호 작용되는지의 호환성이 높을수록 이용자의 만족도는 높아질 것이다. 따라서 무역포탈사이트의 기술적 특성과 이용자의 만족도간의 관계를 다음과 같은 가설로 설정할 수 있을 것이다.

가설6 무역포탈사이트의 기술성 요인이 높을수록 이용자 만족이 높을 것이다.

3) 정부정책 요인과 만족간의 관계

EDI 사용으로 인한 L/C개설 및 통지 등 수출부대비용 절감효과는 10% 이하가 79.1%로 아직 경미하고 아직 EDI를 사용하지 않는 업체가 많다. 무역업체가 웹사이트를 이용해 거래를 하면서 관련법 제정이나 거래인증제(한국무역협회, 2002) 웹사이트 거래 이용시 세제 지원(장명진 · 윤광윤, 2000) 물류시스템 지원(한국전산원, 1999) 사이트의 명성(Gronroos, 1990) 등 사이트 이용에 대한 사회적 인프라가 구축 · 지원된다면 무역포탈사이트를 이용하려는 이용자는 증가할 것이며 이는 이용만족도로 이어질 것이다. 따라서 무역포탈사이트의 정부정책요인과 이용자의 만족에 대해 다음과 같이 가설을 설정할 수 있을 것이다.

가설7 무역포탈사이트의 정부지원 요인이 높을수록 이용자 만족이 높을 것이다.

4) 기업 요인과 만족간의 관계

전자무역 활용이 부진한 가장 많은 사유로 무역규모상 효율성이 없는 경우가 전자무역 효과를 생각하기에는 기업의 수출규모가 매우 작거나 전자무역이 아직 생소하여 그 효용에 대한 인식 부족과 전문인력부족(한국무역협회, 2002), 무역포탈사이트의 이용방법의 미숙지 및 홍보부족, 이용자들의 이용방법 교육(한국전산원, 1999), 경영자의 정보화 마인드(장명진 · 윤광윤, 2000) 등 이런 기업적 요인들이 개선 될 시 이용자 만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다. 따라서 기업적요인과 만족간의 관계에 다음과 같은 가설을 설정할 수 있을 것이다.

가설8 무역포탈사이트의 기업 요인이 높을수록 이용자 만족이 높을 것이다.

5) 비용 요인과 만족간의 관계

무역포탈사이트를 운영하고 있는 업체는 정부유관업체가 많은 편이다. 이는 국제전자상거래시대의 맞는 글로벌 보안성, 국제적 표준, 국내외 법률, 언어, 시스템 안정성 등 최첨단지식산업으로 많은 투자와 비용, 기간이 소요되기 때문에 아직 인프라가 활성화되지 않은 상태에서 민간업체가 주도하기에는 아직 어려운 점이 있기 때문이다. 무역포탈사이트가 활성화되기 위해서는 이용자의 이용에 따른 이용료을 증가시키는 것이 중요한데 정부유관기업체가 이끌고 있는 상태이어서 무역포탈사이트는 회원가입이 유료로 운영되고 있는 업체는 많지 않은 상태이다. 이처럼 대부분 무료로 운영하고 있는 상태하에서도 중소기업체의 이용자 이용율이 낮은 수준이므로(한국무역협회, 2002) 유료로 전환할시 이용자들의 이용 만족도는 더욱 낮아질 것은 분명하다.

그러나 무역포탈사이트에서 제공되는 다양한 컨텐츠 및 이용 툴 등을 이용하는 것이 오프라인을 이용할 때 지출되는 비용보다 낮다면 이용자의 만족수준은 높아질 것이다. 인터넷무역거래알선사이트를 이용하면 거래비용을 절감할 수 있다.(홍선의, 2001; 문희철외, 1996; 심상비, 2001; 조원길, 2001) 따라서 무역포탈사이트의 비용적 요인을 "무역포탈사이트를 이용해서 발생되는 무역관련 비용의 지출 정도" 라 하면 인건비절감여부, 무역업무시간 절감여부, 물류비용 절감여부, 마케팅비용 정도, 무역업무비용 절감정도, 은행관련비용 정도 등 거래비용이 낮아질수록 이용자의 만족도는 높아질 것으로 가정할 수 있다. 따라서 무역포탈사이트의 거래비용성과 이용자 만족도간의 관계를 다음과 같이 가설로 설정할 수 있을 것이다.

가설9 무역포탈사이트의 비용 요인이 낮을수록 이용자 만족도가 높을 것이다.

6) 이용만족과 지속적사용 의도와의 관계

인터넷쇼핑몰에 대한 연구에서 사이트 이용 만족이

높을수록 재구매의도는 높아진다(유일 · 나광윤 · 최혁라, 1999; 송광석 · 유한주, 2001; 배병렬 · 김종채, 2001). 이용 만족도가 지속적 이용의도에 긍정적인 영향을 미친다(황경연 · 김이태,2002). 이를 기초할 때 무역포탈사이트에 대한 이용자 만족이 높을수록 사이트를 지속적으로 이용하려는 의도가 높아질 것이다. 따라서 다음과 같은 가설을 설정할 수 있을 것이다.

가설10 무역포탈사이트의 이용만족이 높을수록 지속적 사용의도는 높아질 것이다.

3.3. 변수의 측정

1) 서비스품질요인

■ 유형성(tangibles)

유형성은 "무역포탈사이트이용자가 무역포탈사이트를 이용하는데 사이트가 표면적으로 잘 되어 있다고 인식하는 정도"라 정의하고 3개의 리커트형 5점척도를 개발하였다. 즉, "홈페이지가 매력적이어서이다(DES1)", "웹화면구성이 잘되어 있다(DES2)", "검색도구가 편리하게 되어있다(DES3)"이다.

■ 신뢰성(reliability)

신뢰성은 "사이트를 통한 무역업무의 서비스에 대한 믿음의 정도"라고 정의하고 3개의 리커트형 5점척도를 개발하였다. 즉, "정보 및 서비스가 적시에 업데이트 된다(REL1)" "제공되는 정보 및 서비스가 정확해서이다(REL2)", "약속한 시간에 서비스를 제공한다(REL3)."이다.

■ 응답성(responsibility)

응답성은 "사이트의 담당자들이 이용자의 질문 및 요청에 대한 답변의 속도 및 내용등이 충실하다고 인식하는 정도"라 정의하고 3개의 리커트형 5점척도를 개발하였다. 즉, "도움을 요청할 때 신속하게 응답한다(RES1)", "요구에 대해 즉각적으로 응답한다(RES2)", "응답내용이 충실하다(RES3)"이다.

■ 공감성(empathy)

공감성은 "수출기업의 무역포탈사이트 이용자에 대해 공감하려고 노력한다고 인식하는 정도"라고 정의하고 3개의 리커트형 5점척도를 개발하였다. 즉, "자발적으로 이용자를 도우려고 한다(EMP1)", "이용자의 욕구를 알려고 노력한다(EMP2)", "여러 통로로 이용자의 제안을 받아들인다(EMP3)"이다.

■ 보장성(assurance)

보장성은 "이용자가 사이트를 이용하는데 안전하다고 인식하는 정도"라고 정의하고, 3개의 리커트형 5점척도를 개발하였다. 즉, "신뢰할수 있는 시스템을 갖추고 있다(ASS1)", "거래할 때 안전하다고 생각한다(ASS2)",, "철저하게 보안을 유지한다(ASS3)"이다.

2) 기술성 요인

기술성은 정보검색의 용이성, 네비게이션의 용이성, 다운로드속도, 접속속도 등의 구동성, 시스템의 안정성, 보안성, 타프로그램 등과의 호환성 등 "이용자가 사이트를 이용하는데 편리하게 항상 잘 작동되고 있다고 인식 하는 정도"로 정의하고 5개의 리커트형 5점척도를 개발하였다. 즉, " 다운로드 및 전송속도가 빠르다(TEH1)", "홈페이지 접속이 용이하고 빠르다(TEH2)", "홈페이지가 항상 잘 작동되고 있다(TEH3)", "시스템이 안정적이다(TEH4)", "시스템이 보안적이다(TEH5)"이다.

3) 정부정책 요인

정부정책 요인은 EDI 시스템 구축 지원, 전자상거래 관련법 제정 및 지원, 거래인증기관 및 인증중개기관 구축, 웹사이트 거래에 세제 지원, 물류시스템 등 인프라 에 관한 것으로 "정부정책 및 인터넷무역기관 등 사회적으로 인터넷무역 이용을 원활하게 하는 인프라의 정도"로 정의하고, 4개의 리커드형 5점척도를 개발하였다. 즉, "법률적 제정이 필요하다

(GOV1)", "정부세제지원이 필요하다(GOV2)", "정부인터넷무역거래 책임 인증기관이 필요하다(GOV3)", "물류시스템 구축이 필요하다(GOV4)"이다.

4) 기업 요인

기업적 요인은 전자무역 이용이 기업 무역규모상 효율성이 없는 경우나 전자무역이 아직 생소하여 그 효용에 대한 인식부족과 전문인력 부족, 이용방법에 대한 홍보 부족, 이용자들의 이용방법을 미숙지, 경영자의 정보화 마인드부족 등 "전자무역 활용에 대한 기업 자체적 요인"으로 정의하고, 직원경험적요인 5개와 사내지원요인 4개, 기업규모요인 3개의 리커드형 5점척도를 개발하였다. 즉, "나는 인터넷을 사용하는데 능숙하다(EXP1)", "나는 인터넷에서 정보를 찾는데 익숙하다(EXP2)", "나는 인터넷에 관한 많은 지식을 갖고 있다(EXP3)", "나는 무역포탈사이트 이용방법을 쉽게 배울 수 있다(EXP4)", "나는 무역포탈사이트 이용방법을 이해하는데 전혀 어려움이 없다(EXP5)", "상급자는 내가 무역포탈사이트를 이용해야 한다고 생각한다(SUP1)", "인터넷을 이용할 수 있는 컴퓨터, 네트워크등을 갖추고 있다(SUP2)", "최고 경영자는 신기술을 적극적으로 수용한다(SUP3)", "최고 경영자는 업무전산화에 대한 관심이 높다(SUP4)", "우리회사는 동종산업내에서 전반적인규모가 큰편에 속한다(SIZ1)", "우리회사는 동종산업내에서 매출액 규모가 큰편에 속한다(SIZ2)", "우리회사는 동종산업내에서 종업원수가 많은 편에 속한다(SIZ3)"이다.

5) 비용 요인

비용성은 은행업무 비용 절감, 무역거래 사무비용 절감, 물류비용 절감, 마케팅비용 절감, 무역업무시간 단축 정도등 "무역과 관련된 비용의 절감 정도"라 보고 3개의 리커트형 5점척도를 개발하였다. 즉, "수출입관련 거래비용이 절감되어서이다(EFF1)", "수출입관련 업무시간이 단축되어서이다(EFF2)", "수출입관련 인건비가 절감되어서이다(EFF3)"이다.

6) 이용자 만족과 지속적 이용 의도 요인

이용자 만족요인은 무역포탈사이트를 전체적으로 이용하는데 있어 만족도와 계속 무역업무를 무역포탈사이트를 이용할 의향이 있는 것을 지속적 이용 의도라 보고 각2개의 리커트형 5점척도를 개발하였다. "무역포탈사이트를 이용하는데 전체적으로 만족한다(SAT1)", "무역포탈사이트에서 제공하는 정보 및 서비스에 대해 만족한다(SAT2)", "앞으로도 무역포탈사이트를 계속 이용할 것이다(BI1)", "앞으로도 무역포탈사이트를 통해 각종 무역업무를 처리할 생각이다(BI2)"이다.

Ⅳ. 실증분석

본 연구의 자료분석은 SPSS 10.0 Window를 이용하였으며 사용한 분석방법은 빈도분석, Cronbach's α Test, 요인분석, 회귀분석이다. 표본의 인구통계적 특성을 알아보기 위해 빈도분석을 실시하였으며 측정도구의 신뢰성을 검증하기 위해 Cronbach's α Test를 실시하였다. 또한 측정도구의 타당성 검증을 위해 요인분석을 실시하였으며 가설을 검증하기 위해 회귀분석을 사용하였다.

4.1. 자료의 수집

본 연구는 무역포탈사이트이용자를 대상으로 이들의 무역포탈사이트 이용만족를 결정하는 요인에 대하여 분석하고자 하였다. 따라서 분석대상이 무역포탈사이트에 등록된 업체의 이용자인 관계로 우편이나 전화를 이용한 설문조사보다는 전자우편을 이용한 설문조사가 바람직하다고 판단되어 전자우편 및 웹을 이용한 인터넷설문조사를 실시하였다.

무역포탈사이트를 이용하는 대부분 기업들(조사대

상기업 86.7%)은 주로 무역유관기관에서 운영하는 사이트를 이용하고 있지만(윤광운 · 장명진, 2000) 본 연구는 무역유관업체와 민간업체 무역포탈사이트를 이용하고 있는 중소기업체를 함께 조사하였다.

무역유관업체는 silkroad21, smipc, kobo, kotis등과 민간업체는 tpage, e-trader, tradearea, ec21, ecplaza 등을 대상으로 하였다. 그리고 이들 사이트에 Selling offer를 등록한 이용자들이 실질적인 무역포탈사이트 이용자일 것으로 판단되어 이들을 대상으로 설문조사를 실시하였다.

인터넷설문조사는 전자우편으로 무역포탈사이트 이용에 관한 설문조사 안내문과 웹사이트 주소를 발송하고, 이들 업체의 응답자가 인터넷설문조사 사이트에 접속하여 응답할 수 있도록 설문조사시스템을 구축하여 수행하였다. 조사기간은 2002년 11월 21일부터 12월 5일까지 이었으며, 전자우편은 총 1000여통을 발송하였고 이 가운데 85명의 응답자가 응답하였다. 설문응답율은 일반적인 전자우편 설문조사에서 나타나는 응답율 6%를 상회하는 8.5%이었다.

[표 1] 설문발송 및 회수현황

이메일 발송수	설문 방법	회수 결과	설문 기간	회수율	분석 이용수
1,000통	홈페이지 접속응답	85통	2002.11.21~12.5	8.5%	82통

4.2. 표본의 특성

인터넷설문조사를 통하여 85명의 응답을 얻었는데 ec21.net 23명, silkroad21.com과 kotis.net이 각각 11명, kobo.org 9명, e-trader.com 8명, tpage.com 7명, ecplaza.net 4명, 기타 8명으로 정부유관업체가 31개업체였고, 민간업체는 42개업체였다. 민간업체중 한국무역협회에서 분리된 ec21.net 23명, ecplaza.net 4명임을 감한다면 민간업체가 운영하는 무역포탈사이트의 이용 수는 저조하였다.

[표 2] 무역포탈사이트 이용 분포

정부유관업체 무역포탈사이트		
www.silkroad21.com www.smipc.or.kr www.kobo.org www.kotis.net	빈도	%
	31	37.8
민간업체 무역포탈사이트		
www.tpage.com www.e-trader.com www.tradearea.com www.ec21.net www.ecplaza.net	빈도	%
	42	51.2

업종별 분포는 농림어업, 광업과 서비스업은 0.0로 수출을 하는 업체는 없었으며, 스스로 제품을 생산하여 수출하는 제조업체가 52.4%로 가장 높았고, 상품을 취급하는 순수무역업체가 36.6%로 다음이었다. 이는 제조업체와 순수무역업체들이 수출에 적극 임하고 있음을 알 수 있다

[표 3] 업종별 분포

업종	농어업 · 광업	제조업	건설업	운수창고업	도소매업	무역업	통신업	서비스업	기타	계
빈도	0	43	2	0	5	30	1	0	1	82
백분율	0	52.4	2.4	0	6.0	36.6	1.2	0	1.2	100

기업의 총매출액 중 수출매출액비중이 어느 정도 되는가의 물음에 대해 74.4%가 20%미만이었다. 이는 제조업체와 순수무역업체들이 수출보다는 내수에 치중되어 있었다. 그러나 매출액의 100% 비중도 3.7%로 나왔으며 내수매출액 비중이 상대적으로 높음에도 불구하고 무역포탈사이트를 이용하고 있는 것으로 보아 업체들이 내수에 만족하지 않고 세계시장에 강한 의욕을 보이고 있음을 알 수 있다.

[표 4] 수출매출액 비중 분포

수출 매출액비중	20 %	30 %	40 %	50 %	60 %	70 %	80 %	90 %	100 %	계
빈도	61	7	3	1	4	2	0	1	3	82
백분율	74.4	8.5	3.7	1.2	4.9	2.4	0	1.2	3.7	100

기업체의 사업기간을 2002년 11월-창업년도로 측정하였는데, 10년 이상이 29.2%로 가장 높았으며 5~10년 사이가 37.8%이었고 3년 이하 25.6%, 1년 이하는 7.3%로 사업기간과 관계없이 보통 평준하게 무역포탈사이트를 이용하고 있는 것으로 나타났다.

[표 5] 사업기간 분포

사업기간	1년이하	3년이하	5년이하	10년이하	10년이상	계
빈도	6	21	10	21	24	82
백분율	7.3	25.6	12.2	25.6	29.2	100

직위는 대표이사(사장)가 26명으로 가장 많았고 그 다음은 부장(팀장)이 21명, 대리(계장, 과장)가 18명, 이사(전무, 상무) 10명이고, 사원은 7명이었다. 결과적으로 실무경험이 풍부한 대리급 이상 응답자가 91%로 업체의 무역포탈사이트에 관한 견해가 설문응답에 보다 정확히 반영된 것으로 볼 수 있다.

[표 6] 기업내 직위 분포

직위	사원	대리 (계장,과장)	부장 (팀장)	이사 (전무,상무)	사장 (대표이사)	계
빈도	7	18	21	10	26	82
백분율	8.5	21.9	25.6	12.2	31.7	100

종업원수는 9명이하가 43.9%였으며, 다음으로 31-99명이 20.7%였고, 100명 이상의 기업도 11%로 나타났다. 이는 무역포탈사이트를 적극 이용하고 있는 업체들이 가내수공업 형태로 상시종업원수가 10여명내외의 업체라 생각해 볼 수 있다. 즉 기업의 상태가 열악하므로써 해외정보 및 마케팅에 보다 유리한 무역포탈사이트를 적극 이용하고 있는 것으로 판단해 볼 수 있다. 그러나 종업원 수가 100여명 이상의 기업들도 이용하고 있음으로 봐서 무역포탈사이트의 이용자는 분포가 넓게 펴져 있음을 알 수 있다.

[표 7] 종업원수 분포

종업원수	0-9명	10-19명	20-30명	31-99명	100 -249명	250명 이상	계
빈도	36	12	8	17	4	5	82
백분율	43.9	1.5	9.8	20.7	4.9	6.1	100

무역포탈사이트를 이용하는 전담인력이나 전담부서가 기업 내에 있느냐는 질문에 전담인력이 있다는 47.6%였고 없다가 46.3%였으며, 전담부서(팀)은 19.5%가 있다 70.7%가 없다고 답했다. 이는 중소기업체들이 인터넷를 적극 활용하고 또한 한국은 인터넷 보급율이 세계 3위로서 인터넷사용에 대한 인프라 및 교육 경험이 어느 정도 있어 인터넷을 이용하는데 이용기술에 대한 애로점을 별로 느끼지 못하는 것으로 볼 수 있을 것이다. 그런데 전담부서(팀)은 없다가 70.7%인 것으로 봐서 아직 온라인을 통해 전체적인 무역업무을 소화해 나가지는 못하고 있음을 추측해 볼 수 있다.

[표 8] 무역포탈사이트 전담인력(부서) 유무

구 분	있다		없다		채용(만들)계획	
	빈도	%	빈도	%	빈도	%
전담인력	39	47.6	38	46.3	5	6.1
전담부서	16	19.5	58	70.7	8	9.8

응답자들이 무역단계별로 어떤 이용의 목적으로 무역포탈사이트를 이용하고 있는지에 대해 질문하였는데 [표1] 표본의 무역단계별 이용 분포와 같이 해외시장 정보 수집, 오퍼등록 및 검색, 회사 및 제품 홍보(마케팅), 바이어발굴을 위해 무역포탈사이트를 자주 이용하고 있었다. 신용조회에 대해서는 보통이며 거래 협상 및 계약체결, 통관 및 운송, 대금결제, 분쟁해결, 커뮤니티에서는 자주이용하지 않거나 거의 이용

하지 않고 있음을 알 수 있다.

한국무역협회 조사(2002.8)에서 중소기업체들은 계약전 단계에 무역포탈사이트를 주로 이용하고 있으며, 통관 및 운송, 신용조회 등에서 대기업에서 주로 이용하고 있다는 조사와 같은 응답율을 보이고 있다.

전자무역시스템을 위한 유지비용에 대한 질문에서 47.6%가 많이 든다고 대답하였는데 이는 중소기업들은 전자무역시스템을 구비하는데 자금이 많이 들고 또한 시스템을 관리 유지비용에 대해 부담을 안고 있기 때문에 적극 사용하고 있지 않은 것으로 판단된다.

[표 9] 무역단계별 무역포탈사이트 이용 분포

무역 단계별	매우 자주 이용		자주이용		보통		자주이용 하지않음		전혀이용 하지않음	
	빈도	%	빈도	%	빈도	%	빈도	%	빈도	%
해외시장정보수집	23	28.0	40	48.8	15	18.3	2	2.4	2	2.4
오퍼등록및검색	24	29.3	34	41.5	19	23.2	5	6.1	1	1.2
회사및제품홍보(마케팅)	14	17.1	37	45.1	26	31.7	5	6.1	0	0
바이어발굴	24	29.3	35	42.7	20	24.4	2	2.4	1	1.2
신용조회	3	3.7	11	13.4	23	28.0	31	37.8	14	17.1
거래협상및계약체결	3	3.7	9	10.9	36	43.9	23	28.0	11	13.4
통관및운송	1	1.2	10	12.1	21	25.6	33	40.2	17	20.7
대금결제	0	0	10	12.1	17	20.7	30	36.6	25	30.5
분쟁해결	0	0	7	8.5	17	20.7	33	40.2	25	30.5
커뮤니티	3	3.7	19	23.2	23	28.0	26	31.7	11	13.4

4.3. 신뢰성과 타당성 검정

1) 신뢰성 분석

각 구성개념을 측정한 항목들에 대하여 Cronbach's α를 이용하여 신뢰도를 측정하였다. 신뢰성 분석결과 α값이 유형성(3개항목) 0.8009, 신뢰성(3개항목) 0.8660, 응답성(3개항목) 0.9000, 공감성(3개항목) 0.8627, 보장성(3개항목) 0.8185, 기술성(5개항목) 0.7742, 정부정책(4개항목) 0.7555, 기업요인의 사용경험(5개항목) 0.9354, 경영자마인드(4개항목) 0.7017, 기업규모(3개항목) 0.9538, 비용(3개항목) 0.9427, 이용자 이용만족(2개항목) 0.9411, 지속적 이용의도(2개항목) 0.9073으로 신뢰성이 높은 것으로 나타났다. 이와 같이 모든 변수의 신뢰성이 입증되었다.([표10]참조)

[표 10] 신뢰성 분석 결과

변수명		최초항목수	최종항목수	Cronbach's α Test
서비스품질	유형성	3	3	0.8009
	신뢰성	3	3	0.8660
	응답성	3	3	0.9000
	공감성	3	3	0.8627
	보장성	3	3	0.8185
기술성		5	5	0.7742
정부정책		4	4	0.7555
기업	사용경험	5	5	0.9354
	경영자마인드	4	4	0.7017
	기업규모	3	3	0.9538
비용		3	3	0.9427
이용만족		2	2	0.9411
지속적이용의도		2	2	0.9073

2) 타당성 분석

타당성 검증을 위해 요인분석을 실시하였으며 요인추출 방법은 주성분 분석을 이용하고 고유값 1.0을 기준으로 요인을 추출하였다. 또한 베리맥스(Varimax) 방법에 따른 직각 회전법을 이용하여 회전하였다.

독립변수에 대한 요인분석을 서비스품질, 정부정책, 기업, 기술성, 비용요인으로 나누어 실시하였으며, 종속변수에 대한 요인분석은 이용만족, 지속적 이용의도 요인으로 나누어 실시하였다.

요인을 분리하여 측정한 이유는 항목들의 성격이 달라서 개발된 측정도구가 측정하고자 하는 개념을 나타내는가의 요인분석을 충족하고자 하였다.

서비스품질요인에 대한 요인분석 결과 신뢰성과 보장성에 대한 변수값이 0.6이상으로 함께 묶여 서비스품질 요인을 4가지차원으로 추출되었다. 신뢰성(보장

성)은 7.019의 고유값을 보이고 있고 전체 분산중 46.8%를 설명함으로써 가장 설명력이 높은 요인으로 나타났다. 또한 응답성, 공감성, 유형성은 각각 1.816, 1.530, 1.111의 고유값을 보이고 있으므로 독립된 요인으로 분석에 이용될 수 있는 것으로 판명되었다. 각 요인의 요인적재량을 살펴보면 요인별 모든 측정변수가 0.632를 상회하고 있어 집중타당성을 충족시키고 있다. 또한 모든 요인에서 타요인의 적재량이 낮기 때문에 판별타당성도 양호하게 나타났다. 이와 같이 요인 분석결과 집중타당성과 판별타당성이 높은 것으로 나타났다.

[표 11] 서비스품질에 대한 요인분석 결과

서비스 품질 요인	성분			
	신뢰성(보장성)	응답성	공감성	유형성
REL3	.829	2.477E-02	.287	.168
ASS2	.786	.415	-.179	8.797E-03
REL2	.736	.187	.228	.308
REL1	.704	-3.872E-03	.291	.372
ASS4	.657	.445	.199	-.176
ASS1	.645	.316	.362	.181
RES2	8.913E-02	.839	.236	.340
RES1	.221	.784	.289	.215
RES3	.345	.735	.225	.226
EMP2	.214	.252	.865	9.783E-03
EMP3	.218	.190	.826	5.079E-02
EMP1	.221	.529	.632	9.469E-02
DES2	3.590E-02	.145	5.839E-02	.876
DES3	.267	.201	.292	.809
DES1	.170	.207	-.156	.701
고유값	7.019	1.816	1.530	1.111
설명된 분산	46.794	12.103	10.198	7.406

*주) REL:신뢰성,ASS:보장성,RES:응답성,DES:유형성,EMP:공감성

기업요인에 대한 타당성 분석 결과 이용경험은 고유값 4.795, 설명된 분산 39.96%를 설명함으로써 가장 설명력이 높은 요인으로 나타났다. 그리고 기업규모, 경영자마인드는 각각 고유값이 2.777, 1.650으로 독립된 요인으로 분석에 이용될 수 있는 것으로 판명되었다. 각 요인적재량을 살펴보면 경영자마인드의 SUP1(0.460)과 SUP2(0.591)이 0.6에 미치지 못하고 있으나 다른 모든 측정변수가 0.6를 상회하고 있고 모든 요인에서 타요인의 적재량이 낮기 때문에 타당성에 큰 무리가 없다고 사료된다.

[표 12] 기업 요인에 대한 요인분석 결과

기업적 요인	성분		
	이용경험	기업규모	경영자마인드
EXP1	.921	3.791E-02	.122
EXP2	.907	3.497E-02	.175
EXP3	.903	5.642E-02	.163
EXP4	.877	2.229E-02	8.266E-02
EXP5	.818	7.764E-02	.180
SIZ2	-9.184E-03	.961	-6.691E-02
SIZ1	5.975E-03	.955	5.688E-02
SIZ3	.181	.929	-1.309E-02
SUP3	6.230E-02	3.125E-02	.903
SUP4	.182	.254	.824
SUP2	.451	-8.139E-02	.591
SUP1	9.537E-02	-.238	.460
고유값	4.795	2.777	1.650
설명된분산	39.961	23.143	13.753

*주) EXP ; 이용경험, SUP ; 경영자마인드, SIZ ; 기업규모

기술성요인은 5가지 변수로 측정하였는데 고유값 2.691과 전체 분산중 53.816%를 보이고 있고 성분값이 모두 0.576 이상으로 측정에 대한 타당성이 높은 것으로 나타났다.

[표 13] 기술성 요인에 대한 요인분석 결과

기술적요인	성분
	기술성
TEH4	.864
TEH2	.794
TEH1	.717
TEH3	.684
TEH5	.576
고유값	2.691
설명된분산	53.816

정부정책 요인도 4가지 변수로 측정하였는데 고유값 2.359와 전체 분산중 58.979%를 보이고 있고 성분값이 모두 0.602 이상으로 측정에 대한 유의한 값을 나타냈다.

[표 14] 정부정책 요인에 대한 요인분석 결과

정부정책요인	성분
	정부지원
GOV3	.886
GOV4	.859
GOV2	.687
GOV1	.602
고유값	2.359
설명된분산	58.979

비용 요인도 3가지 변수로 측정하였는데 고유값, 설명된분산이 각각 2.697, 89.884%를 보이고 있고, 성분값이 모두 0.9이상으로 측정에 대한 유의한 값을 나타냈다.

[표 15] 비용적 요인에 대한 요인분석 결과

비용적요인	성분
	비용
EFF2	.971
EFF3	.964
EFF1	.907
고유값	2.697
설명된분산	89.884

이용만족도 요인도 2가지 변수로 측정하였는데 고유값이 1.889, 설명된 분산이 94.461%이고 성분값이 모두 0.9이상으로 측정에 대한 유의한 값을 나타냈다.

[표 16] 이용만족에 대한 요인분석 결과

이용만족	성분
	이용자 만족
SAT2	.972
SAT1	.972
고유값	1.889
설명된분산	94.461

지속적 이용의도 요인도 2가지 변수로 측정하였는데 고유값 1.833, 설명된 분산 91.647%이고, 성분값이 모두 0.957으로 측정에 대한 단일변수로 높게 이용될 수 있게 나타냈다.

[표 17] 지속적 이용 의도에 대한 요인분석 결과

지속적 이용 의도	성분
	지속적 이용 의도
BI1	.957
BI2	.957
고유값	1.833
설명된분산	91.647

4.4. 가설검증

무역포탈사이트의 이용자 만족도에 영향을 미치는 요인은 서비스품질(유형성, 신뢰성, 공감성, 응답성), 기술성, 정부정책, 기업(이용자사용경험, 기업규모, 경영자마인드), 비용으로 구성된다.

이들 요인이 무역포탈사이트 이용자 이용 만족도에 영향을 미치는 관계를 다중회귀분석을 이용하여 검정하였다. 이때 독립변수로 이용되는 각 변수는 요인분석결과 산출된 요인점수를 회귀분석에 투입된다. 회귀분석결과 [표18], [표19]에 정리된 바와 같다.

회귀분석결과, 결정계수(R^2)는 0.538로 양호한 것으로 나타났으며, F값이 6.645이고 p값이 0.000으로 회귀식의 유의성이 양호한 것으로 나타났다. 따라서 본 연구모형의 서비스품질, 기술성, 정부정책, 기업, 비용 속성이 무역포탈사이트 이용자 이용만족도에 영향을 미칠 수 있다는 것이 확인 되었다.

유형성에서 이용 만족도로의 표준화된 회귀계수는

0.204이고, t값은 1.861이며, p값은 0.068로 10% 유의수준에서 유형성이 이용 만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이라는 가설1를 채택한다. 이는 무역포탈사이트 홈페이지를 매력적이고, 웹화면구성과 검색도구가 편리하게 되어 있으면 이용만족도는 높아질 것이라는 것을 의미하는 결과이다. 이러한 결과는 기존연구를 지지한다.

신뢰성(보장성)에서 이용 만족도로의 표준화된 회귀계수는 0.194이고, t값은 1.820이며, p값은 0.074로 10% 유의수준에서 신뢰성이 이용 만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이라는 가설2, 가설5를 채택한다. 이는 무역포탈사이트 홈페이지의 정보 및 서비스가 적시에 업데이트 되고 제공되는 정보 및 서비스가 정확하며 약속한 시간에 서비스를 제공하고, 신뢰할 수 있는 시스템을 갖추며, 거래할 때 안전하다고 생각할 수 있게 하며, 철저하게 보안을 유지하면 이용 만족도는 높아질 것이라는 것을 의미하는 결과이다. 이러한 결과 또한 기존 문헌연구와 같다.

응답성에서 이용 만족도로의 표준화된 회귀계수는 0.127이고, t값은 1.380이며, p값은 0.173으로 10% 유의수준에서 유의적이지 못한 것으로 나타났다. 따라서 응답성이 이용 만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이라는 가설3를 기각한다. 이는 무역포탈사이트에서 이용자가 도움을 요청할 때 신속하게 응답하고, 요구에 대해 즉각적으로 응답하며, 응답내용이 충실하는 것이 무역포탈사이트를 이용 만족도에 크게 영향을 미치지 않는다는 것을 의미한다. 이러한 결과는 기존연구의 결과와 모순된 결과를 보이고 있다. 이는 과거와 달리 이메일 등 이용자들의 욕구에 즉시 응답을 표현할 수 있는 인프라가 형성되어 있기 때문인 것으로 판단된다.

공감성에서 이용 만족도로의 표준화된 회귀계수는 0.325이고, t값은 3.320이며, p값은 0.002로 1% 유의수준에서 공감성은 무역포탈사이트 이용 만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이라는 가설4를 채택한다. 이는 무역포탈사이트에서 이용자에게 이용의 문제점 등이 발생할 경우 자발적으로 도우려고 하고, 이용자의 욕구를 알려고 노력하며, 여러 통로로 이용자의 제안을 받아들이면 무역포탈사이트 이용자의 이용만족도는 매우 높아질 것이라는 것을 의미하는 결과이다. 이는 가상공간에서 이루어지는 무역포탈사이트 서비스라 할지라도 오프라인 상태와 차이가 없는 것으로 고객중심적인 운영이 필요함을 나타내고 있다. 이러한 결과는 기존연구의 결과를 지지한다.

기술성에서 이용 만족도로의 표준화된 회귀계수는 -0.010이고, t값은 -.086이며, p값은 0.932로 10% 유의수준에서 유의적이지 못하다. 따라서 기술성이 이용 만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이라는 가설6를 기각한다. 이는 무역포탈사이트에서 다운로드 및 전송속도가 빠르며, 홈페이지 접속이 용이하고, 홈페이지가 항상 잘 작동되고, 시스템이 안정적이며, 시스템이 보안적인 것이 무역포탈사이트 이용 만족도에 영향을 미치지 않는다는 것을 의미한다. 이러한 결과는 기존연구의 결과와 모순된 결과를 보이고 있다. 이는 한국의 인터넷 이용 환경 및 인프라 정도가 상당히 발달되어 인터넷을 이용하는데 속도, 시스템 안정성, 접속 등에 대한 어려움이 없는 것으로 보여 진다.

정부정책에서 이용 만족도로의 표준화된 회귀계수는 0.194이고, t값은 1.849이며, p값은 0.070로 10% 유의수준에서 정부지원정책이 무역포탈사이트 이용자 이용만족도에 정의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 정부정책이 이용 만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이라는 가설7를 채택한다. 이는 무역포탈사이트를 이용하는데 있어 정부의 무역포탈사이트에 대한 법률적 제정과 세제지원, 인터넷무역거래책임인증기관설치, 물류시스템 구축이 있으면 무역포탈사이트 이용만족도가 높아질 것이라는 것을 의미하는 결과이다. 이러한 결과는 기존연구의 결과를 지지한다.

기업요인(사용경험, 기업규모, 경영자마인드)에서 무역포탈사이트 이용 만족도로의 p값은 각각 0.938, 0.260, 0.114로 10% 유의수준에서 모두 유의적이지 못하다는 결과로 나타났다. 따라서 기업요인이 이용

만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이라는 가설8를 기각한다. 이는 이용자의 인터넷사용능숙, 인터넷지식, 이용방법, 상급자지원, 사무실인터넷인프라, 경영자 신기술수용, 경영자관심, 전반적인규모, 매출액규모, 종업원수는 무역포탈사이트 이용 만족도에 영향을 미치지 않는다는 것을 의미한다. 이러한 결과는 기존 연구 결과와 모순된 결과를 보이고 있다.

이는 인터넷 사용에 대해서 직원들이 생활화 되어 있음을 짐작해 볼 수 있다.

이용자만족이 지속적 이용의도로의 표준화계수는 0.350이고 t값은 3.256이며, p값은 0.002로 1% 유의수준에서 이용 만족도는 지속적 이용의도에 정의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 이용만족도는 지속적 이용의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이라는 가설10를 채택한다. 이는 무역포탈사이트 이용자가 무역포탈사이트를 이용하는데 전체적으로 만족하고, 무역포탈사이트에서 제공하는 정보 및 서비스에 대해 만족하면 앞으로도 무역포탈사이트를 계속 이용할 것이고, 앞으로도 무역포탈사이트를 지속적으로 이용할 의도가 있다는 것을 의미한다. 이러한 결과는 기존의 연구를 지지한다.

[표 18] 회귀분석결과(종속변수:이용자만족)

모 형		표준화 계수 베타	t	유의 확률	R^2	F (p값)
(상수)			-.140	.889	.538	6.645 (.000)
서비스 품질요인	신뢰성	.194	1.820	.074		
	응답성	.127	1.380	.173		
	공감성	.325	3.320	.002		
	유형성	.204	1.861	.068		
기술성		-.010	-.086	.932		
정부정책		.194	1.849	.070		
기 업	사용경험	-.008	-.078	.938		
	기업규모	-.112	-1.138	.260		
	경영자마인드	-.162	-1.603	.114		
비 용		.483	4.178	.000		

[표 19] 회귀분석결과(종속변수:지속적이용의도)

모형	표준화 계수 베타	t	유의 확률	R^2	F (p값)
이용자 만족	.350	3.256	.002	.122	10.601 (.002)

회귀분석을 통하여 가설을 검정한 결과를 요약하면 [그림2]와 같다.

가설	가설경로		채택 여부
H1	유형성 → 이용만족		채택
H2	신뢰성 → 이용만족		채택
H3	응답성 → 이용만족		기각
H4	공감성 → 이용만족		채택
H5	보장성 → 이용만족		채택
H6	기술성 → 이용만족		기각
H7	정부지원 → 이용만족		채택
H8	기업 지원	사용경험 → 이용만족	기각
		기업규모 → 이용만족	기각
		경영자마인드 → 이용만족	기각
H9	비용 → 이용만족		채택
H10	이용만족 → 지속적이용의도		채택

▶▶ 그림 2. 연구모형의 가설검정 결과

V. 결 론

무역포탈사이트 이용자의 이용만족에 영향을 미치는 요인과 지속적 이용 의도간의 관계에 대한 가설을 검증하기 위해 회귀분석을 실시하였다. 본 연구는 무역포탈사이트의 서비스품질 요인과 비용적 요인, 기술적 요인, 정부정책 요인, 기업적 요인이 무역포탈사이트 이용자 만족에 미치는 영향에 관한 실증연구로서 무역포탈사이트에 적합한 결정 요인을 파악하여 이용자 만족에 영향을 미치는 품질 요인이 무엇인지를 분석하였다.

연구결과 이용자 만족에 직접적인 영향을 미치는 서비스품질 결정 요인은 서비스 제공자가 제품과 서비스를 제공하는데 시각적으로 편리하게 표현하는

정도인 유형성, 서비스 제공자가 솔선수범하여 이용자의 욕구와 필요점을 찾아 제공하려고 노력하는 서비스인 공감성, 웹사이트를 이용하는데 있어 안심하고 사용해도 되겠다는 웹사이트에 대한 신뢰성(보장성)에 유의하였다. 그리고 무역포탈사이트를 이용하면서 가상공간에서 이루어지는 무역거래에 대해 이용자들의 믿음이 서지 않고 있어 정부의 국가확인 인증책임기관 설치 및 거래에 대한 확실한 보장이 될 수 있는 법적 제도 제정이 유의하였으며 무역포탈사이트를 이용하면 무역포탈사이트를 이용하지 않고 무역업무를 보는 것보다 비용절감을 이룰 수 있음이 유의 하였다.

그러나 무역포탈사이트를 이용하는데 있어 다운로드, 접속의 속도 등 기술적인 문제와 이용자들의 이메일 질문 및 요구에 대해 서비스제공자들의 응답의 적시성의 정도, 그리고 기업 내에서 무역포탈사이트에 이용에 대한 무역 직원의 사전 이용 경험이나 경영자들의 지원 마인드 등은 기각되었다.

서비스품질 요인 중 응답성이 기각되었는데, 이는 운영자들이 이메일 사용이 생활화되어 필요한 질문에 대한 답변이 신속하게 이루어지고 있기 때문이라고 생각된다. 그리고 기술적 요인이 기각되었는데 이는 한국의 인터넷사용 인프라 및 소프트웨어 시설이 발전되어 인터넷을 이용하는데 속도 및 장비 등에 대해 불편을 느끼고 있지 않기 때문인 것으로 사료된다. 기업적 요인이 기각된 것은 대부분의 이용자들이 무역포탈사이트를 사용해본 경험이 많지 않고 기업체의 규모와 관계없이 인터넷사용에 대한 경영자 마인드와 인터넷교육에 대한 사내지원이 없기 때문일 것으로 판단된다.

본 연구의 연구결과를 통해 무역포탈사이트 운영업자, 시스템개발자, 정부관련기관, 중소기업에게 다음과 같은 시사점을 제공할 수 있다고 판단된다.

무역포탈사이트 운영업체와 시스템개발자는 첫째, 이용자 지향적인 무역포탈사이트의 설계와 운영이 필요하다. 이용자 이용 만족도를 높이기 위한 이용자 요구와 문제에 대한 적극적인 해결과 이용자의 불평에 대한 관심에 대응하기 위하여 실시간 커뮤니티 시스템 등의 설계와 운영을 통하여 즉각적으로 이용자의 문제를 공감하여 최적의 서비스를 제공하려는 공감성 노력이 필요하다.

둘째, 무역포탈사이트의 시각적 및 이용의 편리성 측면을 고려한 웹 네비게이션 디자인이 필요하다. 무역포탈사이트를 구성하고 디자인할 때 정보와 서비스의 특성을 잘 알 수 있도록 구성하고 시각적으로 보기 좋게 디자인할 뿐 아니라 이용자의 이용 편리성을 강조한 유형성 설계가 필요하다.

셋째, 철저한 이용자의 프라이버시 보호와 무역거래에 대한 대금결제 및 거래내역 등에 대하여 강력한 보안시스템을 구축하는 것이 필요하다. 강력한 보안시스템의 신뢰성 구축은 이용자의 프라이버시 보호와 대금결제 및 거래내역 보안에 대한 이용자의 확신을 증가시킬 것이고 이용자들은 안심하고 인터넷무역거래를 통하여 더 많은 무역업무 및 무역거래를 하게 될 것이다.

정부관련기관은 무역포탈사이트를 이용하는 대부분 중소기업체는 정부유관업체에서 운영하는 사이트를 이용하고 있는 것으로 나타난 바와 같이 가상공간에서 거래가 이루어지는 만큼 믿음이 가는 안정된 웹사이트를 선호하는 것으로 볼 수 있다. 정부는 적극적인 무역거래에 대한 책임인증기관 설치와 온라인 무역거래에 대한 법적제도 제정, 온라인 무역거래에 대한 세제 지원, 이용자 서비스 이용 요금 혜택 등을 통해 무역포탈사이트 이용자들이 오프라인을 통해 이루어지는 무역거래보다 더 안정되고 믿음이 갈 수 있게 해 나가야 할 것이다.

더불어 중소기업은 무역포탈사이트 서비스업체와 시스템개발자, 정부관련기관들의 지원 및 정책방향을 잘 살펴 지식정보화시대의 시대의 흐름에 적응하도록 힘써야 할 것이다. 경영자 스스로 IT 신기술에 대한 활용에 대해 적극적인 관심을 가져야 할 것이며 직원들의 무역포탈사이트 이용에 대한 교육과 인터

넷에 대한 기본적 학습에 지원을 아끼지 말아야 할 것이다.

본 연구는 세계적으로 일고 있는 전자무역의 일부에 관한 연구로 기존의 무역포탈사이트의 연구는 대부분 개념적 접근법에 의하여 이루어 졌고, 무역포탈사이트에서 이용자의 이용 만족도에 대한 실증적인 연구는 희소한 실정이다. 국내에 소개된 무역포탈사이트의 이용자에 대한 만족요인에 대한 실증연구는 거의 찾아보기 힘들다.

이같은 상황에서 본 연구는 국내의 무역포탈사이트 이용 기업체를 대상으로 실증적 모형에 입각한 분석이 이루어 졌다는 점에서 일차적 의의를 찾을 수 있다.

두 번째 의의로는 이용자들의 만족요인 뿐만 아니라 이용자들이 만족도에 영향을 미치는 요인을 기존 연구는 웹사이트에 대한 기술적 측면과 디자인 등 웹사이트 자체를 분석 하였으나 본 연구는 웹사이트 품질, 기술성, 정부정책, 기업요인, 비용적 요인 측면에서 접근함으로써 한정되기 쉬운 이용자 만족요인에 대해 구체적인 자료로 규명하였다는 점이다.

본 연구를 수행하는 과정에서 무역포탈사이트 이용자를 대상으로 인터넷설문조사를 실시하는데 업체별·업태별·품목별 등으로 구분하여 평준하게 필요한 e-mail 주소를 확보하는데 어려움이 있어 무역포탈사이트에 등록되어 있는 이용자를 무작위 선택하여 수집 했다는 한계를 갖고 있다. 또한 무역포탈사이트 각각 웹사이트 별로 비교 분석해 보지 못한 한계를 갖고 있다. 향후 연구에서는 각각의 무역포탈사이트별로 분석이 이루어져 이용자들의 이용에 대한 편의를 위한 이용매뉴얼에 참조할 수 있는 자료로도 연구되어야 할 것으로 생각한다.

▌참고문헌▐

1. 국문

권명중, "창업중소기업의 생존 및 성장에 관한 연구", 「중소기업연구」, Vol.22, No.2, 한국중소 기업학회, 2000, pp.186-188.

권영직·조현준·김창법, "전자상거래 활성화를 위한 주요 성공요인 분석", 「춘계공동학술대회발표논문집」, 한국정보시스템학회, 1998, pp.243-253.

김계수, "인터넷무역포탈사이트의 서비스품질전략에 관한 연구", 「경영학연구」, 제31권제1호, 2002.2, pp.191-209.

김하균·박철형, "정보시스템 사용자만족도의 영향요인 및 성과요인에 대한 실증 연구", 「정보시스 템연구」, 제9권제1호, 한국정보시스템학회, 2000, pp.45-60.

나광윤, "전자상거래에 대한 사용자 만족요인 연구", 「한국정보전략학회지」, 제2권제1호, 1999, pp.222-241.

나도성, "한국무역업체의 사이버무역 구현에 관한 연구", 「무역학회지」, Vol.26 No.2,한국무역학 회, 2001, pp.177-198.

문희철·송우용, "한국 중소 수출업체의 인터넷 활용실태", 「1999 추계학술연구 발표회」, 한국중소기업학회, 1999,pp.261-284.

문희철·심상열외, "실크로드21의 평가와 발전방향", 대한무역투자진흥공사, 2000.

박기남·이장형, "인터넷 상거래에서 웹서비스 품질의 효과에 관한 연구", 「정보시스템연구」, 제 10권 제1호, 한국정보시스템학회, 2001, pp.303-322.

배병렬·김종채, "가상시장에서의 소비자 재구매의도에 관한연구", 「한국마케팅저널」, 제3권 제1호, 2001, pp.30-47.

산업자원부, "2010년 G8 무역대국 진입을 위한 중장기 무역정책 방향(안)", 무역정책자료, 2002.8.

산업자원부, "e-Trade 확산전략", 정책보고, 2002. 8.

송광석·유한주, "전자상거래 서비스품질이 고객만족에 미치는 영향에 관한 연구", 「품질경영학회지」, 제29권 제4호, 2001, pp.116-132.

신성문, "인터넷 관련 시장 규모", 「정보통신정책」, 제11권 21호 통권244호, 정보통신정책연구원, 1999.

심상렬·문희철, "한국수출기업의 인터넷을 이용한 사이버무역 구현 및 성과에 관한 연구", 「전국무역학자대회」, 2000. 6, pp.111-133.

심상비, "사이버무역에 관한 무역업계 실태 조사", 「통상정보연구」, 제2권 제1호, 2000, pp.149-158.

유일·나광윤·최혁라, "인터넷쇼핑몰의 서비스품질이 전자상거래 성과에 미치는 영향", 「추계공 동학술대

회집」, 한국산업정보학회, 1999, pp.65-80.
윤광윤 · 장면진, "우리나라 무역업체의 인터넷무역알선 사이트의 활성화 방안", 「통상정보연구」, vol.2 No.2, 한국통상정보학회, 2000, pp.69-97.
이문규, "e-SERVQUAL : 인터넷서비스 품질의 소비자 평가 측정 도구", 「마케팅연구」, 제17 권 제1호, 2002, pp.73-95.
이종호 · 주상호, "ERP 시스템의 사용자만족 평가요인에 관한 연구", 「춘계학술대회발표논문집」, 한국정보시스템학회, 2001, pp.243-258.
정경수 · 박용재, "인터넷 쇼핑몰의 서비스품질이 소비자 만족에 미치는 영향", 「정보시스템연구」, 제10권 제1호, 한국정보시스템학회, 2001.6, pp.173-195.
정기한, 오재신, "인터넷쇼핑몰의 서비스품질차원에 관한 연구", 「산업경제」, 제11집, 2000, pp.37-55.
제리양(Jerry Yang), 야후창립기자회견, 중앙일보, 1998. 3.
조원길, "인터넷 전자무역의 마케팅전략에 관한 연구", 「창업정보학회지」, 제4권 제1호, 2001. 3, pp.61-77.
조원희, "무역포탈사이트 평가모형에 관한 연구", 충남대학교 대학원 석사논문, 2001. 2.
한국무역협회, "무역업계의 전자무역 활용실태", 2002.8.
한국전산원, "소비자대상 EC의 성공요인 분석을 통한 EC시장 활성화 전략수립 - 인터넷 쇼핑몰을 중심으로", 1999.
홍선의, "한국 무역업체의 인터넷 활용도와 그에 따른 거래비용 효과에 관한 연구", 「창업정보학회지」, Vol.4 No.1, 한국창업정보학회, 2001.3, pp.79-100.
황경연 · 김이태, "무역포탈사이트 서비스 이용자의 만족요인에 관한 연구", 「2002 무역학자 전국 대회 발표논문집국제상무분과(Ⅱ)」, (사)한국무역학회, 2002. 8, pp.147-160.
황경연 · 문희철, "무역포탈사이트이용에 영향을 미치는 요인 분석", 「국제경영연구」, 제13권 제1호, 2002. 6, pp.181-205.

2. 영문

David Sigel, "Secrets of Successful Web Sites", 1997.
Gronroos, C., "A Service Quality an Its Marketing Implications", *EuropeanJournal of Marketing*, 1984, pp.36-44.
Misic, M.M. and K. Johnson, "Benchmarking : a tool for web site evaluation and improvement", *Internet Research*, Vol.9, No.5, 1999, pp.383-392.
Parasuraman, A., L.L. Berry, and V.A. Zeithaml, " SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality", *Journal of Retailing*, Spring, 1988, pp.12-40.
Parasuraman, A., L.L. Berry, and V.A. Zeithaml, "A Conceptual Model of Service Quality and its implications for Future Research", *Journal of Marketing*, Fall 1985, pp.41-50.
Parasuraman, A., L.L. Berry, and V.A. Zeithaml, "·Moving Forward in Service Quality Research : Measuring Different Level of Customer Expectations, Comparing Alternative Scales, and Examing the Performance-behavioral intention link", *Marketing Science Institute Working Paper*, 1994, Report No.94-114, September.