

# 웹사이트 평가 모델 개발과 적용에 관한 연구

## A Study on Development and Implementation of Website Evaluation Model

문형남(Hyung-Nam Moon)\*

### 초 록

국내 웹사이트 수가 빠른 속도로 증가하고 있으며, 2000년 12월말을 기준으로 '.kr' 도메인 수만도 51만개를 넘어섰다. 이처럼 웹정보 홍수 속에서 합리적으로 유용한 정보를 손쉽게 얻기 위해서는 우선 각 분야별로 웹사이트를 평가한 후에 상대적으로 좋은 평가를 받은 사이트를 이용하면 정보 이용과 관리에 효율적일 것으로 사료된다. 웹사이트에는 다양한 산업정보가 존재하고 있으며, 그 중에서 관련 업계에서 활용할 만한 유익한 정보를 선별하여 분류하여 주는 것은 정보관리자에게 매우 의미 있고 중요한 일이라고 사료된다.

웹 상의 산업정보를 평가하기 위해서는 일반적인 웹사이트 평가이론 뿐만 아니라 해당 산업에 대한 전문성도 겸비해야만 한다. 이에 본 연구는 웹사이트 평가에 대한 여러 가지 사례와 건설산업 전문가들의 의견을 반영하여 평가모형을 개발하여 건설산업 관련 웹사이트들에 대한 순위와 등급 평가를 시도하였다. 이에 따라 건설산업관련 10개 분야에 대해 모두 100개 사이트를 우수 사이트로 선정했다. 여기에 적용한 평가 모델을 조금씩 수정하면 다른 산업 분야도 웹사이트 평가에 의한 합리적인 웹정보의 활용과 관리가 가능할 것이다.

### ABSTRACT

The number of websites in Korea is increasing rapidly as demonstrated by more than 510,000 websites registered under the ".kr" domain as of the end of December 2000. In order to effectively cope with the deluge of web information and maintain ready access to useful information on the web, utilization and management of web information through websites that have been evaluated and rated favorably is becoming increasingly important. As websites now increasingly provide industry-specific information, information managers are now finding it essential to meet their specific information needs through separation and ranking of useful information from the rest.

However, evaluation of industry-specific information requires industry-specific expertise as well as general website evaluation tools. This paper develops a website evaluation model and attempts to rank industry-specific websites through case studies of previous website evaluation and consultation with experts in specific industries. Based on the model developed, this paper selects 100 outstanding websites in 10 areas of construction industry. The research also hypothesizes that, with appropriate modifications, the rating models used for the construction industry can also be applied to other industries for more efficient information management.

키워드: 웹사이트 평가, 인터넷 비즈니스, 산업정보, 기업정보

website evaluation, internet business, industry information, business information

\*. 숙명여자대학교 정보통신대학원 조교수(moonhn@sookmyung.ac.kr)

- 논문 접수일: 2001년 3월 27일
- 게재 확정일: 2001년 6월 8일

## 1 서론

인터넷 이용자와 웹사이트 수가 빠른 속도로 늘어나고 있다. 2001년 3월 현재 인터넷 이용자 수는 2,000만 명을 넘어섰으며(동아일보 2001), '.kr' 도메인 수는 2000년 12월말을 기준으로 51만개를 넘어서고 있다(한국인터넷 정보센터 2000). 한편 2000년 7월 현재 국내 기업 중 홈페이지를 보유하고 있는 곳은 전체 기업의 32%로 나타났다(한국전산원 2001). 또 같은 시점에서 국내기업의 87%가 인터넷 접속이 가능한 것으로 조사됐다.

하지만 이러한 높은 인터넷 접속 수치에도 불구하고 인터넷과 웹정보 이용이 비즈니스로 연결돼 경쟁력을 강화하거나 수익으로 연결하지 못하고 있으며, 개개인의 인터넷 활용도는 매우 높은 반면 기업에서의 인터넷을 활용한 e비즈니스 수준은 아직 초보 수준에 불과하다. 이것은 아직 국내에서는 웹정보가 체계적으로 관리되고 있지 않다는 것을 의미한다. 특히 웹정보 중에서도 각 산업정보와 기업정보는 e비즈니스와 연계되어 활용도가 크게 높아질 수 있다.

따라서 주요 산업 관련 웹정보를 평가하고 분류해서 관리한다면 웹정보의 질을 높일 수 있을 뿐만 아니라 활용도도 높여 정보 제공자와 이용자 모두에게 이득을 줄 것으로 사료되며 다양한 산업 정보와 관련 업계에서 활용할 만한 유익한 정보를 선별하는 노력이 필요하다고 생각되었다. 따라서 연구자는 업종별로 인터넷 접속 가능 비율이 90% 이상을 나타낸 석유화학산업·건설업·금융보험업 중에서 건설업을 택해 관련기업들의 웹정보에 대한 평가를 시도했다.

본 연구의 목적은 건설업에 관련된 웹사이트 평가모델을 개발하고 건설산업 관련 웹사이트들에 대한 순위와 등급 평가를 시도하여 국내 건설업이 좀더 체계적인 정보를 생성 축적하고, 관계자들에게 유익한 정보를 제공하는데 있다. 국내에서의 기존 웹사이트 평가는 여러 기관이나 단체 또는 전문 사이트 등에서 이뤄지고 있지만, 그 대상은 인터넷 비즈니스에 직접 관련이 있는 사이트 또는 전자상거래 관련 사이트에 한정돼 있었다.

특히 어떤 연구자나 연구기관이 단독으로 건설과 같은 특정산업 관련 사이트를 평가하기는 매우 어렵다고 판단된다. 왜냐하면 건설 관련업에 대한 전문성과 웹사이트 평가에 대한 충분한 노하우가 있어야만 가능하기 때문이다. 또한 많은 웹 사이트들의 인터넷 자원의 질적인 평가에서는 진보와 그 이상의 발전을 위한 웹사이트 평가 노력, 모델과 약간의 제안에 대한 상태 보고서 등이 필요한데 이러한 평가자료는 더 상세하고 유익한 비평 과정을 만드는 데 운영되어지기도 하며 전자 자원의 발전에 기여하기도 한다.

따라서 연구자와 숙명여대 전자상거래연구실은 사이트 평가 전문기관으로서 여러 차례 수행된 인터넷 쇼핑몰과 인터넷 बैं킹 등에 대한 사이트 평가와 정보관리 전문가들과 선행 연구에서 제시된 평가 기준을 참고하여 건설 관련 국내 전문가 집단인 업체와 공동 작업을 통해 평가모델을 개발하였다.

여기에 정보관리 전문가들이 연구자가 건설업에 적용한 사이트 평가 방법론을 응용하여 사이트를 평가 구분하여 준다면, 도서관 등 정보센터 이용자에게도 매우 유익한 정보가 될

수 있을 것으로 기대된다. 도서관의 디지털화가 진전됨에 따라 향후 도서관 사서 등 정보관리자의 업무는 단순히 정적인 자료만을 분류하는 것이 아니라 동적인 정보라 할 수 있는 각종 웹사이트를 일정 시점을 기준으로 평가하여 그 정보를 정보 이용자에게 제공하는 것이 바람직할 것이다.

## 2 건설 관련 웹사이트의 평가 방법 및 웹사이트 선정방법

### 2.1 평가방법

웹사이트 평가작업은 평가 모델 개발, 대상 선정, 평가, 평가후 검토 등의 순으로 이뤄진다. 먼저 평가 모델을 개발하기 위해 저자는 먼저 문헌연구를 통해 기존의 웹사이트 평가방법론을 제시한 포레스터 리서치(Forrester Research 1997)와 셀츠 & 슈베르츠(Selz and Schubert 1999) 및 정부현(1999)과 김동신(2000) 등의 논문에서 공통되는 평가 항목을 추출하여 평가표를 재구성하였다. 이를 바탕으로 2000년 4월에 '숙명인터넷쇼핑몰평가모델 I (SISEM 1.0)' (문형남 2000)을 개발했으며, 다시 두 차례 개선한 '숙명인터넷쇼핑몰평가모델 III (SISEM 3.0)' 을 응용하고 수정·보완해서 만든 '숙명건설사이트평가모델 I (SCoSEM 1.0)' 에 의해 이뤄졌다.

'숙명건설사이트평가모델 I (SCoSEM 1.0)' 은 건설업의 특수성을 고려하여 연구자 및 숙명여대 전자상거래연구실은 세계적인 건설사업관리(Construction Management;

CM)회사인 미국 파슨스(Parsons)사와 합작하여 국내에 설립된 한미파슨스(<http://www.hanmiparsons.com>) e비즈니스팀과 여러 차례 회의를 거쳐 건설업의 전문성이 충분히 고려한 <표 1>과 같은 건설 관련 사이트 평가모델을 국내 최초로 개발하여 적용했으며, 평가 대상을 선정하기 위한 분야 분류 작업을 공동으로 진행했다.

본 평가 모델은 건설업의 특성을 고려하여 오프라인 비즈니스와 웹사이트가 연결되는 것을 평가 항목에 삽입하였으며 그 외에도 건설 관련 정보가 사이트에서 얼마나 정확하고 신뢰성있게 제공되는지 평가할 수 있도록 하였으며 건설 웹사이트 대부분은 국내외 시장을 대상으로 하므로 국외 고객을 배려하고 있는지에 대하여 평가할 수 있도록 제시하였다. 마지막으로 건설관련 사이트를 종합건설(상장회사)과 건설전문컨설팅 및 기타 등 10개 분야로 구분해서 해당 분야 사이트만이 갖는 목적·서비스·정보 등에 대한 내용을 평가할 수 있도록 하였다.

### 2.2 웹사이트 선정방법

3차에 걸친 절대 평가와 마지막 한 차례의 상대 평가 등 모두 4차에 걸친 평가를 거쳐 '건축관련 사이트 100' 을 선정했다.

- (1) 1차 : 검색엔진과 랭킹사이트 등을 통해 평가 대상으로 건설 관련 분야 10개를 선정하고, 각 분야에 대해 약식 평가를 거쳐 평가대상 사이트 140개를 선정함.
- (2) 2차 : 전문성과 관심 분야를 고려해 분

야별로 담당 연구원을 배정해 평가표에 의해 정밀 재평가를 실시함(수평적인 평가).

- (3) 3차 : 분야별로 평가 담당자가 다르기 때문에 분야 간 비교에 객관성이 결여될 수 있으므로 연구원들을 다시 평가 항목 별로 담당자를 정해 수직적인 평가를 통해 분야간의 격차를 조정함(이상은 모두 절대 평가에 의함).
- (4) 4차 : 3차에 걸친 평가에 의해 나온 결과(점수)를 상대 비교해서 AAA(트리플에이)에서부터 AA(더블에이) · A · BBB · BB · B 등으로 상대 평가를 함. 1등을 AAA로 하고 100등을 BB로 한 것은 100등도 비교적 양호한 사이트를 의미하기 때문이다.

평가기간은 2000년 10월 12일부터 11월 30일까지 50일 간에 걸쳐 건설관련 사이트 140개를 종합 평가했으며, 그중 1위부터 100위까지를 '건설관련 우수 사이트 100'으로 선정 발표했다.

- (1) 평가기준과 모델 설정 ; 2000년 10월 12일-10월 21일(10일간)
- (2) 평가 대상 선정 ; 2000년 10월 22일-10월 31일(10일간)
- (3) 평가작업 ; 2000년 11월 1일-11월 15일(15일간)
- (4) 평가 종합 및 분석 ; 2000년 11월 16일-11월 30일(15일간)
- (5) 발표 ; 2000년 12월 13일(전자신문 2000b, 내외경제 2000)

### 3 건설 관련 웹사이트 구체적인 평가요소

평가 기준을 도출하기 위해 여러 가지 웹사이트 성공요인을 고찰하였으며, 이를 통해 선정한 평가의 기본 원리(한국전자거래진흥원 2000, 삼성경제연구소 2000)는 13개의 큰 카테고리로 그룹화 한 후 그 밑에 세부 평가 항목을 덧붙였다. 13개의 카테고리는 "시스템 안정성, 구성 및 디자인, 콘텐츠의 충실도, 접근 용이성, 정체성, 사업성(수익성), 고객 서비스, 맞춤 서비스, 고객 흡인력, 사용 편의성, 고객 보호, 발전 가능성, 분야별 특수성" 등이다. 이를 통하여 각 건설 기업의 사이트 구성 내용의 충실성과 대 고객 서비스, 고객 보호수준, 사용의 편리성 등을 측정할 수 있도록 하였다.

#### 3.1 시스템 안정성

시스템 안정성에 대한 평가차원은 이용자들이 지각하는 시스템의 안정여부와 이용속도, 화면 전송속도와 백업장치 유무 및 복구 여부를 측정하는 차원이다. 시스템의 안정과 새로운 정보기술(IT)의 도입은 웹사이트를 보다 풍부하게 표현할 수 있다. 시스템 안정성이 만족된 후에는 이용자들은 빠른 로딩 속도 및 다운로드 하는데 걸리는 시간이 단축될 것을 요구하게 된다. 이를 평가하기 위해서 동일 환경에서 해당 사이트 접속이 잘 되는지 여부와 해당 페이지로 넘어가는데 걸리는 시간 등을 체크하고 이용시의 접속 단절 여부, 시스템 로그 관리와 시스템 중지시의 복구시간 등의 장애대처 여부 등을 조사한다(CommerceNet Inc. 2000).

1. 시스템의 안정성(총 3점)
  - ① 이용 시 접속이 단절되거나 끊어지지 않는가?(2점)
  - ② 화면 전송 속도와 다운로드 시간이 빠르나?(1점)
2. 백업장치 유무 및 복구여부(총 3점)
  - ① 시스템 완전 폐해 발생 후 재해 복구 가능 기간은?(2점)
  - ② 백업이 주기적으로 실시되고 있는가?(1점)
3. 로그인과 로그아웃(총 2점)
  - ① 해당사이트에 접속(log in & log out)이 잘 되는가?(2점)

### 3.2 구성 및 디자인

구성 및 디자인에 대한 평가 차원은 이제는 예전과 달리 중요한 항목이 되었다. 구성 및 디자인이 그 사이트 만의 특성을 살리지 못하여 전체적인 조화를 이루지 못하고 텍스트 보다는 지나치게 디자인에 치중하여 페이지가 늦게 열려 사용하기 불편할 경우 이용자의 편리성이 떨어지는 사이트로 평가된다(한국전산원 1999).

1. 창의성(배치, 색상, 표현방법) (총3점)
  - ① 사이트만의 독특한 색상을 사용하는가? (3점)
2. 차별성(정체성) (총3점)
  - ① 아이템의 차별성이 나타나있는가?(3점)
3. 배너의 배치 및 기타 효과 (총1점)
  - ① 배너의 위치가 적당한가?(1점)
4. 디자인의 갱신 여부 (총2점)
  - ① 디자인이 자주 업데이트되는가?(1점)
5. 디자인 통일성(main과 sub의 조화)(총 2점)

- ① main 과 sub의 디자인이 조화를 이루고 있는가?
6. 디자인 체계성(hierarchy의 이해도)(총 2점)
  - ① 불필요한 플래시 및 이미지를 사용하거나 여러 화면이 중복되는가?
7. 신기술 활용도(Perl, Java, DB 등)(총 2점)
  - ① 신기술을 도입하여 이용이 편리한가?(2점)

### 3.3 콘텐츠 충실도

콘텐츠는 이용자가 사이트 내에서 누릴 수 있는 서비스와 정보의 양적 질적인 측면을 측정하는 차원이다. 접속이 정상적으로 이루어져 이용자가 사이트를 방문하게 될 때 정기적으로 콘텐츠가 업데이트 되면서 최신의 정보를 제공할 수 있어야 자연스럽게 재 방문을 유도할 수 있다.

또한 제공되는 콘텐츠는 사이트의 목적성에 부합하여야 하며 제공되는 콘텐츠의 양적인 측면 뿐만 아니라 독창성과 다양성과 같은 질적인 측면이 고려되어야 한다. 그래서 이를 평가하고자 서비스 되고있는 정보가 얼마나 유용한가, 제공되는 정보가 신뢰할만한가, 특화된 부분이 얼마나 잘 나타나 있는가, 취급하는 제품 카테고리가 찾기 쉽게 분류되어 있는가, 타 관련된 사이트를 잘 선정해서 연결시켜 놓았는가와 제품 정보 외에 개인에게 제공되는 특화된 서비스가 있는가 등을 평가한다(Collins 1996).

1. 정보의 유용성(총 2점)
  - ① 정보가 유용한가?(1점)
  - ② 그 사이트만의 장점이 있는가?(1점)

2. 정보의 신뢰성(총 2점)
  - ① 정보의 내용을 신뢰할 수 있는가?(1점)
  - ② 양질의 정보를 제공하는가?(1점)
3. 정보의 다양성(총 2점)
  - ① 최신 정보를 제공하는가?(1점)
  - ② 정보가 다양한가?(1점)
4. 특화된 정보의 유무(총 2점)
  - ① 특화성이 얼마나 있는가?(2점)

### 3.4 접근 용이성

접근 용이성에 대한 평가는 로딩 속도에 중점을 둔다. 이용자들의 웹에서 얼마나 빠른 로딩 속도가 이루어지는가는 이용자들을 다른 사이트로 이동하는 것을 막을 수 있으며, URL은 인터넷상에서의 브랜드로서 어렵고 긴 URL은 잘못 칠 수도 있고 기억하기 힘들다. 먼저 다른 사이트와 경쟁에서 이길려면 짧고 독특하며 기억하기 쉬운 것을 사용하여 이용자들의 재방문 기회를 가질 수 있도록 한다(송길영 1997).

1. 사용자 접속(로딩)속도(총 2점)
  - ① 로딩 속도가 빠른가?(2점)
2. URL(총 2점)
  - ① URL이 기억하기 쉬운가?(2점)

### 3.5 정체성(Entity)

정체성에 대한 평가는 사이트만 보고도 이 기업이 전달하려는 목적이 무엇인지 이용자들이 쉽게 알 수 있는지, 또한 회사를 소개하여 이용자들에게 홍보 효과를 줄 수 있는지를 평가한다(Kirkwood 1998).

1. 사이트 개설 목적의 명확한 전달 여부(총 2점)
  - ① 사이트 개설 목적의 전달 여부(2점)
2. 회사소개(총 2점)
  - ① 사업자의 상호표시와 소재지가 표시되어 있는가?(2점)

### 3.6 사업성(수익성)

사업성에 대한 평가는 곧 수익성과 연결되어 생각할 수 있다. 오프라인에서 별도의 광고가 필요 없이 사이트 자체만으로도 충분한 광고 효과를 볼 수 있기 때문에 사이트를 통해서 사업소개를 하고 온라인에서 검색을 하고 오프라인을 이용하는 사람들을 고려하고 사업과 연계된 콘텐츠 개발과 정보를 다양하게 하여 많은 이점을 얻을 수 있다(한국전산원 2000).

1. 사업소개(총 1점)
  - ① 사업소개 유무(1점)
2. 오프라인과의 연계성(총 3점)
  - ① 오프라인으로 할 수 있는 연락처가 제공되었는가?(3점)
3. e비즈니스를 위한 콘텐츠 및 품목의 다양성(총 3점)
  - ① e비즈니스에 대한 콘텐츠 유무(2점)
  - ② 품목이 다양한지?(1점)
4. 사업관련 정보의 다양성 및 갱신 횟수(총 3점)
  - ① 사업관련 정보가 다양한지?(2점)
  - ② 업데이트가 주기적으로 이루어지는지?(1점)
5. 수익성 배너광고의 유무(총 2점)
  - ① 배너광고의 유무(2점)

### 3.7 고객서비스

오프라인 사업 못지 않게 온라인에서도 간과할 수 없는 사항은 대고객 서비스이다. 특히나 비슷한 업종이 많으므로 이용자에 대한 서비스는 고객을 유지하는 데 가장 중요한 요건이라 할 수 있다. 앞서 언급했듯이 더욱 더 이용자의 편리성을 도모하고 만족스러운 서비스를 제공하여 이용자를 고정 고객으로 만들어야 할 것이다.

그러므로 이 항목에서는 고객이나 이용자의 견 반응을 위한 다양한 창구가 마련되어 있는가, 게시판 등을 통해 접수된 고객 불만이나 질문에 신속한 대응이 이루어지고 있는가, 고객을 묶어두기 위한 커뮤니티 서비스를 제공하고 있는지 평가하는 항목이다.

1. 검색엔진 등록 서비스(총 1점)
  - ① 검색엔진 등록 서비스 유무(1점)
2. 게시판 활용(총 2점)
  - ① 고객의 의견을 반영하기 위한 게시판이 잘 되어 있는가?(2점)
3. 고객대응의 신속성(총 3점)
  - ① 고객의 불만이나 질문에 대한 응답에 신속히 대응하는가?(3점)
4. 응답의 충실성(총 2점)
  - ① 고객의 불만이나 질문에 대해 얼마나 성의 있는 대답을 하는가?(2점)
5. 응답에 대한 다양한 매체 활용성(총 1점)
  - ① 매체를 통한 응답의 유무(1점)
6. 문의에 대한 담당자 확보 여부(총 2점)
  - ① 문의를 위해 담당자와 연락처 표시되어 있는가? (2점)

### 3.8 맞춤형서비스와 고객관계관리(CRM)

맞춤서비스와 고객관계관리(CRM)는 마케팅 분야에서 매우 중요하게 여기지고 있다. 재 방문 회원이나 고객에 대한 맞춤형서비스가 가능한가, 배너광고 외 이메일 마케팅 등 여러 가지 마케팅 기법을 도입하고 있는가 등을 조사한다(Yuan, Rose, and Archer 1998).

1. 개별화된 서비스 제공여부(총 3점)
  - ① 이용자 각각에게 부합하는 맞춤형서비스가 제공되는가?(3점)
2. 고객에 맞는 이메일 마케팅 실시 여부(총 3점)
  - ① 이메일 서비스 유무(3점)

### 3.9 고객흡인력

고객흡인력은 이용자를 끌어 모으기 위한 기업의 전략적 측면을 측정하는 것이다. 사이트를 방문한 고객을 구매로까지 연결시킬 수 있어야 하며 지속적인 구매로 유도하기 위한 고객의 요구(needs) 파악 및 전략개발 등의 비즈니스 적 기능이 요구된다. 이를 측정하기 위해 이용자를 끌어들이고 구매력을 높이기 위한 다양한 기획과 이벤트가 마련되고 있는가 등을 조사한다(경향신문 2000).

1. 이벤트(총 2점)
  - ① 다양한 기획과 이벤트를 통해 고객을 끌어들이고 있는가?(2점)
2. 콘텐츠 변화 및 갱신의 회수 정도(총 3점)
  - ① 회원이나 고객에 대한 관리나 정보제공이 잘 이루어지는가?(2점)
  - ② 이 사이트를 방문한 고객 만족도는 얼

마나 되는가?(1점)

3. 회원가입을 통한 회원/비회원간의 정보 제공의 차별화(총 2점)

① 회원간의 정보 제공의 차별화가 이루어지는가?(2점)

4. 해당정보이외의 다른 유용한 정보제공 여부 (총 3점)

① 해당정보이외의 정보를 제공하는가?(3점)

### 3.10 사용 편의성

사용 편의성에 대한 평가는 기본 구조(Structure)와 항해(Navigation) 지원도구가 해당사이트의 이용자를 고려하여 얼마나 잘 설계되어있는가를 측정하는 항목이다. 사이트에 처음 들어가서 접하게 되는 많은 시각적인 요소들과 사이트의 메뉴구성, 예측 가능한 메뉴설계 등은 방문자의 재방문 의지와 머물고자 하는 욕구 등에 크게 영향을 미치게 된다.

이를 살펴보기 위해 원하는 정보에 대한 검색의 용이성, 사이트 맵의 유무, 초보자 위주의 편리한 구성여부, 연결의 오류유무, 필요 이상의 중복된 절차유무 등을 평가한다. 또한 각 사이트마다 가지고 있는 특성을 이용자들이 보기 쉽고, 정황을 알기 쉽게 멀티미디어 적 요소를 사용하고 있는가를 분석한다 (매경 ECONOMY 2000).

1. 사이트맵 유무(총 1점)

① 사이트맵의 유무(1점)

2. 검색 용이성(총 2점)

① 사이트 내에서 검색이 편리한가?(1점)

② 고객이 이용하기 편리하게 분류되어

있는가?(1점)

3. 타 메뉴로의 이동편이성(총 2점)

① 사이트 내에서 이동이 편리한가?(2점)

4. 가입절차의 불편 여부(총 2점)

① 고객의 관점에서 가입절차의 편리한가? (2점)

5. 도움말, 색인 등의 유무(총 1점)

① 도움말, 색인 등이 있는가?(1점)

### 3.11 고객 보호

이용자 보호에 대한 평가는 개인정보나 거래 기록의 보호라는 측면을 통해 얼마나 이용자들의 권익을 보호해주고 있는가를 평가하는 차원이다. 이용자보호에 관한 부분은 인터넷상에서는 반드시 고려해야 될 요소이다. 회원 가입 시 요구되는 과도한 정보는 고객개인의 정보를 독점하게 된다는 점과 해킹과 같은 불의의 사고에 의해 의도하지 않게 개인 정보가 유출될 수 있다는 가능성은 매우 심각한 사항이다(김은희 1998).

이런 경우를 살펴보기 위해 회원 가입 시 기본 정보 외 과도한 정보를 요구하고 있지는 않는가, 입력받은 개인 정보의 보호를 위한 조치가 약관상에 명확히 명시되어 있는가, 개인 정보보호를 위해 다양한 노력을 기울이고 있는가 등에 대해 평가한다. 보안은 안전장치를 통해 얼마나 신뢰감을 주는가를 평가하고자 했다.

1. 개인정보보호에 대한 배려(규칙, 회칙)(총 2점)

① 이용약관에 개인정보보호에 대해 명시되어 있는가?(1점)

② 개인정보에 대한 직접 수정 또는 소거



가능한가?(1점)

2. 서버에 방화벽(firewall)설치에 따른 해킹 위험여부(총 2점)

① 보안을 위한 설비(방화벽 등)가 갖추어져 있는가?(1점)

② 피해보상 조건과 범위가 웹사이트에 명시되어 있는가?(1점)

### 3.12 발전가능성

이 사이트를 통해 비즈니스 기회를 창출하여 또 다른 수익 모델이 있는지를 평가해보는 항목이다. 영어 및 기타 외국어 사이트를 운영하는지, 다양한 제휴 회사와 배너와 링크를 통해서 연결이 되어있는지 알 수가 있다(Scott 1997).

1. 외국어 사이트 유무 및 충실도(총 1점)

① 외국어 사이트가 있는가?(1점)

2. 웹사이트 활성화를 위한 노력 여부(총 2점)

① 사이트를 통해 비즈니스를 수행하는가? (2점)

3. 타 업체와의 연계 여부(배너, 링크)(총 2점)

① 다양한 사이트와 연결되어 있나?(2점)

### 3.13 분야별 특수성

건설관련 사이트를 종합건설(상장회사)과 건설전문건설 및 기타 등 10개 분야로 구분해서 해당 분야 사이트만이 갖는 목적·서비스·정보 등에 대한 내용을 평가하는 항목이다. 기타로 분류한 아파트 분양 사이트의 경우 목적에 맞게 분양정보 및 상담, 분양 계획과 중도금안내와 오프라인에서만 가능했던 모델 하

우스를 온라인 상에서 보여주는 것도 좋은 예이다. 이 항목의 경우 분야마다 다른 평가 기준을 적용했으며, 다음 예는 그 중 하나이다.

1. 분양 정보의 다양성(총 3점)

① 분양 계획이나 상담이 잘 이루어지고 있는가?(2점)

② 시세가 자주 갱신 되는가?(1점)

2. 모델 하우스 유무(총 2점)

① 자세한 내부 구조를 볼 수 있는 동영상 제공하는가?(2점)

이상 13개 요소를 평가 항목으로 하였으며, 추후에는 평가 발표 이후의 최근 연구 결과를 반영하여 평가 모델을 개선하고자 한다. 그 구체적인 방법으로는 평가 항목을 주기준과 세부 기준으로 분류하여 AHP(Analytic Hierachy Process) 분석을 해 보는 것이다(변대호 2001). 또한 퍼지인식도(FCM ; Fuzzy Cognitive Map) 시뮬레이션을 이용해서 웹사이트 평가 모델을 개선할 수도 있을 것으로 판단된다(이건창, 정남호 2001). 한편 인터넷서점 사이트 설계(이란주 2001)와 인터넷 드레스셔츠 판매사이트 디자인 설계(김현아, 천중숙 2001)에 관한 연구에서는 특정 업종 사이트 평가에 대하여 많은 시사점을 얻을 수 있었다.

## 4 건설 관련 사이트 평가 결과

건설 관련 사이트 평가는 1. 시스템안정성, 2. 구성 및 디자인, 3. 콘텐츠의 충실도, 4. 접근용이성, 5. 정체성, 6. 수익성, 7. 고객서비스, 8. 맞춤서비스, 9. 고객 흡인력, 10. 사용 편의성, 11.고객 보호, 12. 발전가능성, 13. 분

〈표 1〉 건설 관련 웹사이트 평가기준표

평가항목		배점	단계				점수
			A	B	C	D	
1. 시스템안정성 8점	① 프로그램 및 시스템의 안정성	3	3	2	1	0	
	② 백업장치 유무 및 복구여부	3	3	2	1	0	
	③ 로그인 & 로그아웃	2	2	1	0		
	소 계	8					
2. 구성 및 디자인 15점	① 창의성(배치, 색상, 표현방법)	3	3	2	1	0	
	② 차별성(정체성)	3	3	2	1	0	
	③ 배너의 배치 및 기타 효과	1	1	0			
	④ 콘텐츠 및 디자인의 갱신 여부	2	2	1	0		
	⑤ 디자인 통일성(main과 sub의 조화)	2	2	1	0		
	⑥ 디자인 체계성(Herarchy의 이해도)	2	2	1	0		
	⑦ 신기술 활용도(Perl, Java, DB 등)	2	2	1	0		
	소 계	15					
3. 콘텐츠의 충실도 8점	① 정보의 유용성	2	2	1	0		
	② 정보의 신뢰성	2	2	1	0		
	③ 정보의 다양성	2	2	1	0		
	④ 특화된 정보의 유무	2	2	1	0		
	소 계	8					
4. 접근 용이성 4점	① 사용자 접속(로딩) 속도	2	2	1	0		
	② URL	2	2	1	0		
	소 계	4					
5. 정체성(Entity) 4점	① 사이트 개설 목적의 명확한 전달 여부	2	2	1	0		
	② 회사소개	2	2	1	0		
	소 계	4					
6. 사업성(수익성) 12점	① 사업소개	1	1	0			
	② off-line의 연계성	3	3	2	1	0	
	③ E-Biz를 위한 콘텐츠 및 품목의 다양성	3	3	2	1	0	
	④ 사업관련 정보의 다양성 및 갱신 횟수	3	3	2	1	0	
	⑤ 수익성 배너광고의 유무	2	2	1	0		
	소 계	12					

〈표 1〉 건설 관련 웹사이트 평가기준표(계속)

	평가항목	배점	단계				점수
			A	B	C	D	
7. 고객서비스 11점	① 검색엔진 등록서비스	1	1	0			
	② 게시판 활용	2	2	1	0		
	③ 고객대응의 신속성	3	3	2	1	0	
	④ 응답의 충실성	2	2	1	0		
	⑤ 응답에 대한 다양한 매체 활용성	1	1	0			
	⑥ 문의에 대한 담당자 확보 여부	2	2	1	0		
	소 계	11					
8. 맞춤형서비스 (CRM) 6점	① 개별화된 서비스 제공여부	3	3	2	1	0	
	② 고객에 맞는 E-Mail Marketing 실시 여부	3	3	2	1	0	
	소 계	6					
9. 고객흡인력 10점	① 이벤트	2	2	1	0		
	② 콘텐츠 변화 및 갱신의 회수 정도	3	3	2	1	0	
	③ 회원가입을 통한 회원/비회원간의 정보제공의 차별화	2	2	1	0		
	④ 해당정보이외의 다른 유용한 정보제공여부	3	3	2	1	0	
	소 계	10					
10. 사용편의성 (User Friendly) 8점	① Site Map	1	1	0			
	② 검색 용이성	2	2	1	0		
	③ 타 메뉴로의 이동 편의성	2	2	1	0		
	④ 가입절차의 불편 여부	2	2	1	0		
	⑤ 도움말, 색인 등의 유무	1	1	0			
	소 계	8					
11. 고객보호 4점	① 개인정보보호에 대한 배려(규칙, 회칙)	2	2	1	0		
	② 서버에 방화벽(firewall)설치에 따른 해킹위험여부	2	2	1	0		
	소 계	4					
12. 발전가능성 5점	① 영문사이트의 유무 및 충실도	1	1	0			
	② 웹사이트 활성화를 위한 노력 여부	2	2	1	0		
	③ 타 업체와의 연계 여부(배너, 링크)	2	2	1	0		
	소 계	5					
13. 분야별 특수성5점	*각 분야별로 별개의 항목이 적용됨	5					
	총 점	100					

〈표 2〉 건설관련 웹사이트 종합 순위

순위	등급	사이트명	U R L
1	AAA	삼성래미안	www.samsungapt.co.kr
	AAA	대림산업	www.dic.co.kr
3	AAA	리노플러스닷컴	www.enoplus.com
4	AAA	한국토지공사	www.koland.co.kr
	AAA	삼성건설	www.secc.co.kr
6	AAA	현대산업개발	www.hyundai-dvp.com
	AAA	ARICK	www.arick.or.kr
8	AAA	주식회사 신성	www.sscorp.or.kr
	AAA	콘스트라넷닷컴	www.constranet.com
	AAA	건설연구정보센터	www.cric.or.kr
11	AA	archidata	www.archidata.co.kr
	AA	해외건설종합정보서비스	www.icak.or.kr
13	AA	ArchiYA	www.archiya.com
14	AA	건설법령정보넷CIAN	www.cian.or.kr
	AA	(주)지오존	www.geozone.net
	AA	팬스터	www.fenster.co.kr
17	AA	현대건설	www.hdec.co.kr
	AA	세우리건설정보	www.seoori.co.kr
	AA	쉐르빌	www.samsungchereville.co.kr
20	AA	코오롱건설	kec.kolon.co.kr
21	AA	대한주택공사	www.iugong.co.kr
22	AA	빌트원닷컴	www.built1.com
23	AA	두산건설	www.dsland.co.kr
	AA	일간건설	www.ilgankunsul.co.kr
	AA	국토연구원	www.krihs.re.kr
26	A	주식회사 삼호	www.samho.co.kr
	A	한국건설정보시스템	www.cn.co.kr
	A	대한건설협회	www.cak.or.kr
	A	한국주택협회	www.housing.or.kr
31	A	세이프넷	www.safe-net.co.kr
	A	LG건설	www.lgenc.co.kr
33	A	서울시 건설안전관리본부	csmseoul.kr
	A	홈메이트	www.homemate.net
35	A	대한전문건설협회	www.ksca.or.kr
	A	공돌이	www.O2e.co.kr
	A	GSinet	www.gsi.co.kr
	A	빌딩메이트	www.buildingmate.net
	A	한국전자재시험 연구원	www.kicm.re.kr

〈표 2〉 건설관련 웹사이트 종합 순위(계속)

순위	등급	사이트명	U R L
39	A	경남건설	www.kne.co.kr
	A	고려개발주식회사	www.kdc.co.kr
	A	삼성타워팰리스	www.towerpalace.co.kr
42	A	건설종합정보 C.I.P	www.cip.co.kr
	A	재건축연구원	www.recon.co.kr
	A	한국건설기술인협회	www.kocea.co.kr
	A	한국목구조 기술인협회	www.kwsea.or.kr
46	A	동아건설	www.tbm.co.kr
	A	건설기술건설팅연구회	www.ceca.co.kr
	A	삼성엔지니어링	www.samsungengineering.com
49	A	중앙건설	www.heights.co.kr
	A	cycon21	www.cycon21.co.kr
	A	시설안전기술공단	www.kistec.or.kr
52	A	풍림산업	www.poonglim.co.kr
	A	코리아 2000	www.k2k.co.kr
	A	iconstech	www.iconstech.com
	A	ARCHplaza	www.archplaza.co.kr
	A	건설넷	www.gunsul.net
	A	한국건축가협회	www.kia.or.kr
	A	인터넷안전세계	www.safetygo.com
59	BBB	계룡건설산업	www.krcon.co.kr
	BBB	한라건설	www.halla.com
	BBB	고려산업개발	www.hdkid.com
	BBB	신영	www.shinyoung21.co.kr
	BBB	대한토목학회	www.ksce.or.kr
64	BBB	상아매니지먼트컨설팅	www.sangah.com
	BBB	한국건설품질연구원	www.kcor.co.kr
66	BBB	icbs	www.icbs.co.kr
	BBB	한국건설산업연구원	www.cerik.re.kr
	BBB	건설경제연구소	www.iccp.co.kr
	BBB	대한측량협회	www.kas.or.kr
70	BBB	한일건설	www.hanilcon.co.kr
	BBB	반도인테리어	www.bandodeco.co.kr
	BBB	삼성건설 사업개발실	www.development.co.kr
73	BBB	벽산건설	www.becco.co.kr
	BBB	CMkorea	www.cmi.co.kr
	BBB	한국소방안전협회	www.kfsa.or.kr
76	BBB	(주)우방	www.woobang.co.kr

〈표 2〉 건설관련 웹사이트 종합 순위(계속)

순위	등급	사이트명	U R L
76	BBB	한신평영	www.hanshinc.com
	BBB	건설뉴스넷	www.cin21.co.kr
	BBB	building clinic	www.buildingclinic.co.kr
80	BBB	SGS CONTECH	www.scortech.co.kr
	BBB	ArchiBBS	www.archibbs.co.kr
	BBB	안전사이트	www.safetysite.co.kr
83	BBB	주식회사 청구	www.1009.co.kr
	BBB	(주) 건영	www.kunyoung21.co.kr
85	BBB	동양고속, 건설	www.dongyangex.co.kr
	BBB	건설정보연구소	www.cia.pe.kr
87	BBB	(주) 한양	www.hycorp.co.
	BBB	우성건설	www.woosung.co.kr
	BBB	서울특별시 도시개발공사	www.smolc.co.kr
90	BB	삼부토건	www.sambu.co.kr
91	BB	사단법인 대한건축학회	www.aik.or.kr
92	BB	(재)한국건설방식기술연구소	www.kicat.re.kr
93	BB	(주)세종 E&C	www.sejongenc.com
	BB	ISOS 하트포드 컨설팅	www.isosisos.co.kr
	BB	BETHEL	www.bethelcon.co.kr
96	BB	경향건설	www.khec.co.kr
	BB	JCMCS	www.jcmc.co.kr
	BB	빌딩닥터그룹	www.buildingdoctor.co.kr
	BB	O.S건설구조안전연구소	www.osarchi.com
	BB	한국설비기술협회	www.karse.or.kr

야별 특수성을 기준으로 100점을 만점으로 절 대평가를 한 후 다시 AAA~C로 등급을 나누 어 상대평가를 했다. 평가결과 대림산업 (www.dic.co.kr)과 삼성래미안(www.samsungapt.co.kr)이 종합평가에서 1위를 차지했다.

〈표 2〉는 평가결과에 따라 선정된 건설 관련 종합 순위를 나열하였다. (분야별 순위 및 항목

별 순위 등은 부록 참고) 먼저 종합 순위에서 1 위에서부터 100위까지를 나타냈으며, 다음으 로 100개 기업을 종합건설(상장회사)과 건설 전문컨설팅 및 기타 등 10개 분야로 구분해서 평가 결과를 제시했다. 마지막으로 시스템 안 정성에서부터 분야별 특수성에 이르기까지 13 개 평가 항목에 대해 우수한 평가를 받은 웹사 이트를 열거하였다(문형남 2001).

## 5 평가 결과 분석

건설산업 관련 사이트 평가 결과를 전반적으로 평하자면 일반인들이 많이 방문하는 사이트가 아닌 관련 종사자와 전문가 등 한정된 사람만이 주로 방문하는 전문 사이트라는 점 때문에 사이트의 외적·내적 측면에서 소홀히 다루어지고 있고, e비즈니스를 위한 콘텐츠 면에서도 아직 부족한 점이 많다는 평가를 내릴 수 있다.

상위권에 들지 못한 사이트들 대부분이 사이트 개설 목적을 회사 홍보 차원으로만 생각해 회사소개 정도로 그치거나 디자인 측면에서도 개인 홈페이지를 벗어나지 못하는 경우가 허다했다. 또한 고객의 소리를 직접 듣고 다른 사람의 의견도 볼 수 있는 게시판의 경우에도 답변이 제대로 이루어지지 않거나, 비공개로 관리자에게만 전달되는 형식을 띠거나 심지어는 게시판 자체를 폐쇄하는 경우도 있었다.

건축 관련 사이트 평가는 총 10개 분야 140개 업체 사이트를 평가해서 각각의 순위를 매겼다. 평가항목은 시스템 안정성(8점), 구성 및 디자인(15점), 콘텐츠의 충실도(8점), 접근 용이성(4점), 정체성(4점), 사업성(12점), 고객서비스(11점), 맞춤서비스(6점), 고객흡입력(10점), 사용편의성(8점), 고객보호(4점), 발전 가능성(5점), 분야별 특수성(5점) 등 13개 평가 항목에 대해 100점 만점으로 평가했다. 평가 항목 중 분야별 특수성은 건축 관련 사이트를 다시 세부 분야별로 나눠 각각의 분야별로 평가항목을 다르게 두어 최대한 그 분야만의 특수성을 인정하려 했다.

6개 분야가 평균치 이하의 점수를 받았고 5

개 분야만이 평균 이상의 점수를 받았다. 여기서 특이한 점은 건설의 중추적 역할을 하는 종합건설회사나 리노베이션·리모델링 컨설팅 분야가 정보관련 분야보다 낮은 평가를 받았다는 점이다.

종합건설회사(상장건설회사) 총 45개 업체 평가 결과 규모나 하고있는 분야의 중요성에 비추어 볼 때 잘 된 사이트도 있었으나 전체 평균에 못 미치는 업체가 24개로 그 업체 대부분은 콘텐츠나 디자인면에서 상당히 빈약했다. 분야별 순위와 전체 순위에서 1위를 한 대림산업의 사이트는 여러면에서 우수한 평가를 받았다. 특히 아파트분양 입주자(공사현황사진, 진척도 등을 제공), 건설관련 종사자(건설관련 연구논문과 최신 동향), 주주(IR자료) 등을 위해 다양한 콘텐츠를 마련해 내실을 기한 점이 돋보였다. 또한 인터넷 구매시스템과 각 업체의 의뢰를 받아 건설재료를 검사 해 주는 사업의 대부분을 인터넷상에서 이루어지도록 하는 등 e비즈니스를 위한 콘텐츠 및 품목의 다양성에서 높은 점수를 받았다.

공동 1위를 한 삼성래미안과 대림산업은 분양정보, 인테리어, 정책법규, 주택용어, 청약, 대출정보, 재개발·재건축 투자정보와 맞춤서비스, 이벤트 등을 두루 운영하고 있어 높은 점수를 받았다. 3.4위를 한 삼성건설과 현대산업개발의 경우 대학생건설 교육커뮤니티(ENGINEER BAY) 운영과 건설사이트로서는 파격적인 디자인이 돋보이는 점이 돋보였다.

건설전문컨설팅은 전체적으로 높은 점수 없이 50-60점대의 평가를 받았다. 1위는 테크노폴리스의 공들이 사이트로 콘텐츠의 충실도(정보의 유용성, 신뢰성, 다양성, 특화된 정보

의 유무)에서 만점을 받았다. 건설에 관한 다양한 정보와 자료를 제공하고 있다. 전문위원실 메뉴에서 분야를 클릭 할 경우, 전문위원들의 이력이 상세히 나와 있어 이용자에게 신뢰감을 준다. 건설전문건설팅회사로서 토목, 건축, 기계, 전기에 관한 법률/품질ISO/안전/감리에 관한 다양한 정보를 제공하고 있다. 2위는 건설기술건설팅연구회는 1위인 공돌이 사이트와 마찬가지로 콘텐츠의 충실도에서 만점을 받았으나, 구성 및 디자인에서 점수를 낮게 받아 4점 차이로 2등을 차지하였다. 3위는 코리아 2000과 아이콘스테크(iconstech)이다.

건축인터넷서비스에서 1위는 (주)지오존으로 사업성에 있어서는 쇼핑몰과 역경매, 입찰 정보를 제공하고 있으며 건설에 필요한 다양한 상품을 쇼핑몰에서 구매할 수 있도록 정보를 제공하고 있다. 고객서비스 측면에서 보면 게시판과 Q&A로 나누어지는데 빠른 시일내에 신속한 답변이 이루어지고 있는 점이 좋은 평가를 얻게 되었다.

건축종합정보는 총 18개 사이트 중 12개가 전체 평균 이상의 점수를 받는 등 건설 관련 공단/공사 분야 다음으로 높은 점수를 받은 분야이다. 1위는 콘스트라넷닷컴과 건설연구정보센터가 같은 점수를 받았는데 구성 및 디자인과 접근 용이성에서는 콘스트라넷닷컴이, 고객흡입력과 사용편의성에서는 건설연구정보센터가 약간씩 앞섰다.

리노베이션 리모델링 건설팅은 리노플러스닷컴이 2위보다 9점이나 높은 점수 차를 보였다. 타 사이트와 차별되는 이벤트를 실시하고 일반인도 쉽게 접근 할 수 있게끔 자세하고 쉽게 내용을 설명하고 부동산 200% 활용법, 즉

은 점포 살리기 등 실생활에서 쉽게 접할 수 있는 내용들을 제공하여 고객흡입력과 콘텐츠의 충실도에서 만점을 받았다.

건축관련 연구소는 총 9개 사이트 중 상위 4개를 제외하면 평균 미달의 점수를 받았다. 1위인 ARICK은 회원구분을 5개로 나누어 가입하게 되어있으며, 회원종류에 따라 서비스 이용시 제한을 받는 경우가 있는 게 특징이다. 검색엔진과 고객을 위한 게시판의 활용이 많았다. 질문에 대한 응답이 신속, 정확하고 더욱 많은 정보를 다운로드받을 수 있게 관련사이트를 링크할 수 있게 해 놓았다.

건축관련 협회/학회에서 대한건설협회와 한국주택협회가 나란히 1위를 차지하였다. 대한건설협회는 제공되는 정보가 데이터베이스를 활용하여 무척 다양하다. 특히 관련도서 자료 검색은 체계적으로 검색할 수 있다. 오프라인 상에서 교육활동, 세미나활동 등의 내용으로 활발히 이루어지고 있고, 회원가입을 하면 회원전용정보 페이지가 있어 회원에게만 제공하는 정보를 따로 얻을 수 있다. 한국주택협회는 사이트 디자인의 창의성이 매우 우수하며 구성 및 디자인 항목에서 높은 점수를 받았다.

전 분야에 있어 1위를 차지한 건설 관련 공단/공사는 총 6개 사이트 중 1개를 제외하고는 모두 평균보다 높은 점수를 받았다. 한국토지공사는 전체순위 4위를 차지했는데, 콘텐츠의 충실도, 정체성, 사업성, 맞춤서비스, 분야별 특수성에서 만점을 받았다. 전국 각지의 토지 관련 정보가 잘 갖추어져 있고 각 년도별 지가 변동사항을 지역별로 조회가능 한 서비스를 제공하고 있다. 각 담당 부서의 연락처가 잘 명기되어 있고, 문의시 회신방법을 팩스·이메일·



전화 등 선택 할 수 있게 해냈다. 방대한 자료를 쉽게 찾을 수 있게 검색창이 있다.

대한주택공사는 다양한 정보가 많고 특히 건축용어를 쉽게 설명해 나서 일반인이 이해하기 쉽게 배려해 냈다. 검색엔진이 제공된다. 아쉬운 점은 직원용 게시판은 있으나 고객이 이용할 수 있는 게시판은 없었다. 문의는 받으나, 공개는 하지 않는다는 것이다.

건축안전 관련업체는 세이프넷이 1위를 했다. 회원가입을 통한 개별 서비스가 가능하고 안전 관련업체에는 드물게 기업간 전자상거래를 시행하고 있고, 노무·회계·보험 등의 전문 상담을 시행하고 있다.

온라인 건축웹진으로는 아키누드와 아키인포가 공동 1위를 차지했고, 아크포럼은 3위를 했다. 아키누드는 건축에 관한 거의 모든 내용을 다루고 있다. 건축공간, 학술정보, 전문가에게 직접 질의 할 수 있는 코너와 건축영어까지 다룬다. 또한 건축제도용품과 미술재료용품을 온라인상에서 판매하고 있다. 아키인포는 구성 및 디자인에서 좋은 점수를 받았다.

건설관련 잡지/신문사에서 일간건설이 1위를 차지했다. 자료 업데이트가 잘 이루어지고 있어 콘텐츠의 충실도에서 높은 점수를 받았다. 국내 뿐 아니라 해외정보도 많이 다루고 있으나, 접속속도가 느리다는 점이 단점으로 지적됐다.

## 6 결론 및 분석 결과 활용 방안

본 연구에서 제시한 평가모델을 통하여 건설 관련 사이트를 평가한 결과 중하위권에 랭크된

업체들은 웹디자인이나 콘텐츠 등이 상위권 업체에 비하여 격차가 큰 것을 지적할 수 있다. 또한 전반적으로 종합건설/상장건설회사 사이트의 경우 e비즈니스를 위한 콘텐츠의 부족과 고객과 주주와의 커뮤니케이션을 위한 게시판 응답이나 메일 답변등 채널관리가 이루어지지 못하는 점이 인터넷 비즈니스 사이트들과의 차이점으로 지적할 수 있다. 이는 e비즈니스에 대한 마인드의 전환을 통하여 건설산업에 특화된 콘텐츠 개발 및 고객응대개선 등이 필요하다는 것을 의미한다고 할 수 있다.

연구자는 2000년 4월 국내에서는 처음으로 인터넷 쇼핑몰에 대한 순위와 등급을 평가해 발표(전자신문 2000a)한 바 있으며, 지난해 12월 인터넷 쇼핑몰에 대한 2차 평가 결과를 발표(경향신문 2000, 매경ECONOMY 2000)했다. 이와 더불어 건설관련 사이트들에 대해 평가해서 발표하는 작업도 6개월 단위로 진행할 계획이다.

사이트 평가에 대한 기존 연구는 대부분 인터넷 쇼핑몰이나 전자상거래 관련 사이트에 대한 평가가 대부분이다. 이번 건설 관련 사이트 평가는 특정 산업에 대한 첫 평가라는 점에서 그 의미가 크고 평가 결과의 활용과 공헌도가 높을 것으로 판단된다. 한미퍼센스와 숙대 전자상거래연구실은 이번 평가를 위해 최선을 다했으나, 첫 시도였기 때문에 아직 미흡한 점이 있다. 두 기관은 6개월마다 재평가를 통해 데이터를 축적하고, 웹 상의 산업정보 생성과 활용의 촉진에 기여하고자 한다.

본 연구를 통해 제안하고자 하는 것은 도서관 사서 등 분야별, 업종별, 정보관리 전문가들이 연합하여 각 산업 등 전문 분야 관련 사이트들

을 평가하여 순위와 등급을 매겨 정보를 제공한다면 해당 분야정보 이용자에게 매우 유용한 정

보가 될 수 있을 것으로 판단된다.

## 참고 문헌

- 『경향신문』, 2000. 베스트쇼핑사이트 100개사 선정, 12월 7일.
- 김동신. 2000. 『인터넷쇼핑몰 평가에 관한 연구』. 석사학위논문, 숙명여자대학교 정보통신대학원.
- 김은희. 1998. 『인터넷 전자상거래에 관한 연구』. 석사학위논문, 숙명여자대학교 대학원.
- 김현아, 천종숙. 2001. 인터넷 드레스셔츠판매사이트 디자인설계를 위한 남성 소비자 특성 연구. 『전자상거래학회지』, 1(1): 111-125.
- 『내외경제』, 2000. 건설사이트 대림·삼성 1위; 국내 100여개社 평가, 12월 13일.
- 『동아일보』, 2001. 인터넷인구 이달들어 2000만명 넘어, 3월 20일.
- 『매경ECONOMY』, 2000. 인터넷 쇼핑몰 평가: 매경이코노미·숙명여대 정보통신대학원 공동 조사, 4월 26일.
- 문형남. 2000. 인터넷쇼핑몰 평가와 그 결과의 활용에 대한 연구. 『전자상거래학회지』, 1(1): 127-145.
- 문형남. 2001. e-비즈니스 차원에서 바라본 건축 전문 사이트 분석. 『월간 플러스』, 166호.
- 변대호. 2001. AHP를 이용한 가상쇼핑몰 평가. 『경영과학』, 18(1): 55-68.
- 삼성경제연구소. 2000. 『인터넷비즈니스 모델의 성공요건』, CEO Information, 제 245호.
- 송길영. 1997. 『추진기업의 특성차이에 따른 사이버 쇼핑몰 운영전략 분석연구』, 석사 학위논문, 한양대학교 대학원.
- 이건창, 정남호. 2001. 적응적인 웹 사이트 설계를 위한 퍼지인식도 시물레이션에 관한 연구. 『경영학연구』, 30(2): 623-640.
- 이관주. 2001. 인터넷 서점의 효과적인 웹사이트 설계에 관한 연구. 『정보관리학회지』, 18(1): 43-64 .
- 『전자신문』, 2000a. 100개 쇼핑몰 순위 첫 평가; 숙명여대 EC연구소 조사, 4월 18일.
- 『전자신문』, 2000b. 대림산업-삼성래미안 건설 '최우수 사이트'; 한미파슨스-숙명여대 공동 평가, 12월 13일.
- 정부현. 1999. 『인터넷웹사이트 평가모델에 관한 연구』, 석사학위논문, 중앙대학교 국제경영대학원.
- 한국인터넷정보센터. 2000. 『인터넷통계 홈페이지』. <<http://stat.nic.or.kr>>.
- 한국전자거래진흥원. 2000. 『전자거래 활성화 방안 마련을 위한 설문조사』.
- 한국전산원(NCA). 1999. 『소비자대상 전자

- 상거래의 성공요인 분석을 통한 전자상거래 시장 활성화 전략 수립—인터넷 쇼핑몰을 중심으로』.
- 한국전산원, 2000. 『2000 한국인터넷백서』.
- 한국전산원, 2001. 『2001 한국인터넷백서』.
- Collins, Boyd R. 1996. "WebWatch." *Library Journal*, (Feb 1) : 32-33.
- CommerceNet Inc. 2000. "eCo system: CommerceNet's Architectual Framework for Internet Commerce."
- Forrester Research. 1997. "Forrester Power Ranking". <<http://www.forrester.com>>
- Kirkwood, Hal P. 1998. "Beyond Evaluation: A Model for Cooperative Evaluation of Internet Resource." *Online*, 22(4): 67-72.
- Scott, Hamilton. 1997. "E-commerce for 21st Century." *IEEE Computer*.
- Selz, D. and Schubert, P. 1999. "Web Assessment-A Model for the Evaluation and the Assessment of successful Electronic Commerce Applications." <<http://www.businessmedia.org>>
- Yuan, Y., Rose, J.B., and N. Archer. 1998. "A Web Based Negotiation Support System." *Journal of Electronic Markets*, 8(3) : 13-17.

# 부 록

## 〈부록 1〉 분야별 순위

1. 종합건설(상장회사)					
순위	등급	사이트명	순위	등급	사이트명
1	AAA	대림산업	2	AAA	삼성건설
3	AAA	현대산업개발	4	AAA	주식회사 신성
5	AA	현대건설	6	AA	코오롱 건설
7	AA	두산건설	8	A	주식회사 삼호
9	A	LG건설	10(공동)	A	경남건설
10(공동)	A	고려개발주식회사	12(공동)	A	동아건설
12(공동)	A	삼성엔지니어링	14	A	중앙건설
15	A	풍림산업	16(공동)	BBB	계룡건설산업
16(공동)	BBB	한라건설	16(공동)	BBB	고려산업개발
19	BBB	한일건설	20	BBB	벽산건설
21(공동)	BBB	(주)우방	21(공동)	BBB	한신공영
23(공동)	BBB	주식회사 청구	23(공동)	BBB	(주)건영
25	BBB	동양고속·건설	26(공동)	BBB	(주)한양
26(공동)	BBB	우성건설	28	BB	삼부토건
29	BB	경향건설	30	B	성원건설
31(공동)	B	성지건설주식회사	31(공동)	B	일성건설
31(공동)	B	주식회사 삼환까뮤	31(공동)	B	주식회사 신한
35	B	(주)대호	36	B	동성종합건설
37(공동)	B	동부건설	37(공동)	B	삼익건설
39	B	삼환기업주식회사	40	CCC	범양건영(주)
41	CC	신화건설(주)			
2. 건설전문컨설팅					
순위	등급	사이트명	순위	등급	사이트명
1	A	공돌이(02e)	2	A	건설기술건설연구원(CECA21)
3(공동)	A	코리아 2000	3(공동)	A	iconstech
5	BBB	신영	6	BBB	상아매니지먼트컨설팅
7	BBB	SGS CONTECH	8	BB	(주)세종 E&C
8(공동)	BB	ISOS 하트포드 컨설팅	10(공동)	BB	JCMC
3. 건설인터넷서비스					
순위	등급	사이트명	순위	등급	사이트명
1	AA	(주)지오존	2	AA	빌트윈닷컴
3(공동)	BBB	ArchiBBS	3(공동)	B	아키넷솔루션

4. 건설종합정보					
순위	등급	사이트명	순위	등급	사이트명
1	AAA	콘스트라넷닷컴	1	AAA	건설연구정보센터
3	AA	archidata	3	AA	해외건설종합정보서비스 ICAK
5	AA	건설법령정보넷 CIAN	6	AA	새우리건설정보
7	AA	일간건설	8	AA	한국건설정보시스템
9	AA	GSinet	10(공동)	A	건설종합정보 C.I.P
11	A	cycon21	12(공동)	A	ARCHplaza
12(공동)	A	건설넷	14	BBB	icbs
15	BBB	CMkorea	16	BBB	건설뉴스넷

5. 리노베이션 리모델링 컨설팅					
순위	등급	사이트명	순위	등급	사이트명
1	AAA	리노플러스닷컴	2	AA	ArchiYa
3	AA	펜스터	4	A	홈에이트
5	A	빌딩메이트	6	A	재건축연구원
7(공동)	BBB	반도 인테리어	7(공동)	BBB	building clinic
9	BB	BETHEL	10	BB	빌딩닥터그룹
11	BB	수목리노베이션	12	BB	리젠건설
13	B	예가건설	14	B	네오리폼
15	B	리노엔지니어링	16	B	KRC
17	B	새집닷컴	18	B	미래플러스닷컴
18(공동)	CCC	A&A 건설			

6. 건설관련연구소					
순위	등급	사이트명	순위	등급	사이트명
1	AAA	ARICK	2	AA	국토연구원
3	A	한국건자재 시험연구원	4	BBB	한국건설 품질연구원
5	BBB	한국건설산업연구원	6	BBB	건설경제연구소
7	BBB	건설정보연구소	8	BB	(재)한국건설방식기술연구소
9	BB	os건설구조안전연구소(주)			

7. 건설관련 협회/학회					
순위	등급	사이트명	순위	등급	사이트명
1(공동)	A	대한건설협회	1(공동)	A	한국주택협회
3	A	대한전문건설협회	4(공동)	A	한국건설기술인 협회
4(공동)	A	한국목구조기술인협회	6	A	한국건축가협회
7	BBB	대한토목학회	8	BBB	대한측량협회
9	BB	사단법인 대한건축학회	10	BB	한국설비기술협회
11	B	한국기술사회건설사업관리전문가(CMP) 협의회			

8. 건설관련공단/공사

순위	등급	사이트명	순위	등급	사이트명
1	AAA	한국토지공사	2	AA	대한주택공사
3	A	서울시 건설안전관리본부	4	A	시설안전기술공단
5	BBB	서울특별시 도시개발공사			

9. 건설안전관련업체

순위	등급	사이트명	순위	등급	사이트명
1	A	세이프 넷	2	A	인터넷안전세계
3	BBB	한국소방안전협회	4	BBB	안전사이트

<부록 2> 항목별 순위

1. 시스템안정성(8점 만점)

순위	총점	등급	사이트명	전체순위
1	8	AAA	대림산업, 삼성래미안	1
		AAA	삼성건설	4
		AAA	주식회사 신성	8
		AAA	대한전문건설협회	33
		AAA	건설기술건설팅연구회(CECA21)	46
		AAA	중앙건설	49
		AAA	한국건축가협회, 인터넷안전세계	52
		AAA	쉐르빌	17

2. 구성 및 디자인(15점 미만)

순위	총점	등급	사이트명	전체순위
1	15	AAA	현대산업개발	6
		AAA	주식회사 신성	8
		AAA	현대건설	17
		AAA	코오롱건설	20
		AAA	두산건설	23
		AAA	LG건설	31
		AAA	경남건설	39
		AAA	한국목구조기술인협회	42

3. 콘텐츠의 충실도(8점 만점)

순위	총점	등급	사이트명	전체순위
1	8	AAA	대림산업	1
		AAA	리노플러스닷컴	3
		AAA	한국토지공사, 삼성건설	4
		AAA	현대산업개발, ARICK	6

	AAA	주식회사 신성, 콘스트라넷닷컴, 건설연구정보센터	8
	AAA	archidata, 해외건설종합정보서비스 ICAK	11
	AAA	ArchiYa	13
	AAA	팬스터	14
	AAA	현대건설	17
	AAA	코오롱건설	20
	AAA	대한주택공사	21

4. 접근용이성(4점 만점)

순위	총점	등급	사이트명	전체순위
1	4	AAA	대림산업, 삼성래미안	1
		AAA	ARICK	6
		AAA	ArchiYa	13
		AAA	대한주택공사	21
		AAA	두산건설	23
		AAA	주식회사 삼호, 대한건설협회, 한국주택협회, 세이프넷	26
		AAA	홈메이트, 대한전문건설협회	33
		AAA	빌딩메이트, 한국 전자재 시험 연구원	35
		AAA	고려개발주식회사	38
		AAA	재건축연구원, 한국건설기술인 협회, 한국목구조기술인협회	42

5. 정체성(4점 만점)

순위	총점	등급	사이트명	전체순위
1	4	AAA	대림산업	1
		AAA	리노플러스닷컴	3
		AAA	한국토지공사, 삼성건설	4
		AAA	ARICK	6
		AAA	주식회사 신성	8
		AAA	콘스트라넷닷컴	8
		AAA	archidata	11
		AAA	건설법령정보넷CIAN, (주)지오존, 팬스터	14
		AAA	새우리건설정보	17
		AAA	대한주택공사	21
		AAA	빌트윈닷컴	22

6. 사업성(수익성)(12점 만점)

순위	총점	등급	사이트명	전체순위
1	12	AAA	대림산업	1
		AAA	한국토지공사	4
		AAA	현대건설	17
		AAA	LG건설	31
5	11	AA	리노플러스닷컴	3

		AA	두산건설	23
		AA	대한건설협회	26
8	10	A	현대산업개발	6
		A	한국주택협회	26
		A	한국목구조기술인협회	42

7. 고객센터(11점 만점)

순위	총점	등급	사이트명	전체순위
1	11	AAA	삼성래미안	1
		AAA	ARICK	6
4	10	AA	대림산업	1
		AA	리노플러스닷컴	3
		AA	한국토지공사	4
		AA	콘스트라넷닷컴, 건설연구정보센터	8
		AA	해외건설종합정보서비스 ICAK	11
		AA	건설법령정보넷CIAN	14
		AA	현대건설	17

8. 맞춤서비스(6점 만점)

순위	총점	등급	사이트명	전체순위
1	6	AAA	삼성래미안	1
		AAA	한국토지공사, 삼성건설	4
		AAA	현대산업개발	6
		AAA	ArchiYa	13
		AAA	쉐르빌	17
7	5	AA	대림산업	1
		AA	대한주택공사	21
		AA	주식회사 삼호	26
		AA	고려개발주식회사	39

9. 고객흡인력(10점 만점)

순위	총점	등급	사이트명	전체순위
1	10	AAA	삼성래미안	1
		AAA	리노플러스닷컴	3
		AAA	삼성건설	4
		AAA	쉐르빌	17
5	9	AA	대림산업	1
		AA	현대산업개발	5
		AA	건설연구정보센터	8
		AA	해외건설종합정보서비스 ICAK	11
		AA	대한토목학회	59
10	8	A	한국토지공사	4



10. 사용편의성(8점 만점)				
순위	총점	등급	사이트명	전체순위
1	8	AAA	주식회사 신성	8
		AAA	archidata	11
		AAA	새우리건설정보	17
		AAA	일간건설	23
		AAA	한국 전자재 시험 연구원	35
		AAA	삼성엔지니어링	46
7	7	AA	삼성래미안	1
		AA	리노플러스닷컴	3
		AA	삼성건설	4

  

11. 고객보호(4점 만점)				
순위	총점	등급	사이트명	전체순위
1	4	AAA	건설법령정보넷CIAN	14
		AAA	대한주택공사	21
		AAA	동양고속·건설	85
4	3	AA	리노플러스닷컴	3
		AA	콘스트라넷닷컴, 건설연구정보센터	8
		AA	해외건설종합정보서비스 ICAK	11
		AA	팬스터	14
		AA	새우리건설정보	17
		AA	일간건설	23
		AA	홈메이트	33

  

12. 발전가능성(5점 만점)				
순위	총점	등급	사이트명	전체순위
1	5	AAA	대림산업	1
		AAA	한국토지공사, 삼성건설	4
		AAA	주식회사 신성	8
		AAA	코오롱건설	20
		AAA	대한주택공사	21
		AAA	두산건설, 국토연구원	23
		AAA	대한건설협회	26
		AAA	LG건설	31
		AAA	경남건설	39
		AAA	풍림산업	52
		AAA	SGS CONTECH	80

  

13. 분야별 특수성(5점 만점)				
순위	총점	등급	사이트명	전체순위
1	5	AAA	대림산업, 삼성래미안	1

	AAA	한국토지공사	4
	AAA	콘스트라넷닷컴, 건설연구정보센터	8
	AAA	archidata	11
	AAA	건설법령정보넷CIAN	14
	AAA	새우리건설정보, 웨르빌	17
	AAA	대한주택공사	21
	AAA	두산건설	23
	AAA	LG건설, 서울시 건설안전관리본부	31
	AAA	GSinet	35