

## 웹캐스팅 사이트 평가모델 개발

서영호\*, 이현수\*

### Developing an Evaluation Model of Webcasting Sites

Suh, Yung-Ho, Lee, Hyun-Soo

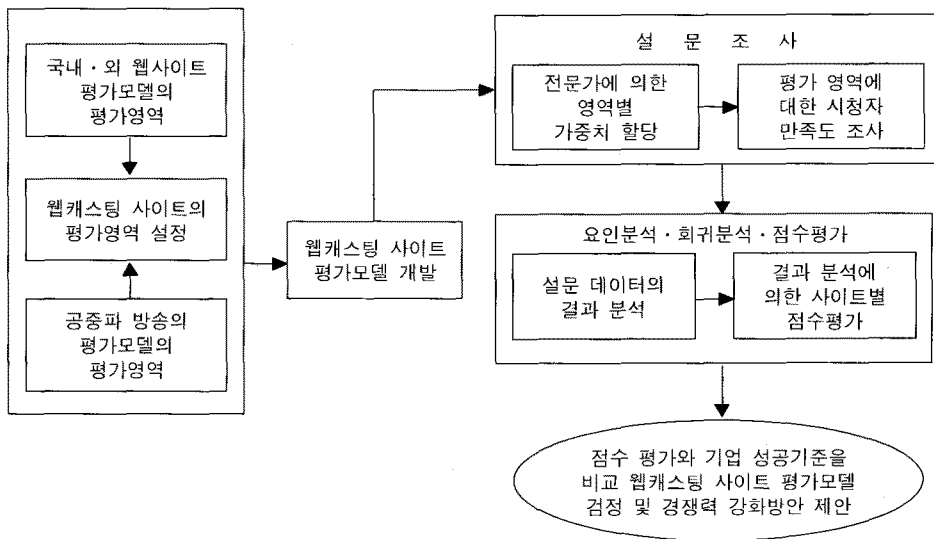
The purpose of this research is to develop a webcasting site evaluation model, to estimate the relative importance of factors affecting the performance of webcasting sites, and to derive the CSFs of the sites. Evaluation model consists of 6 first-level evaluation factors and 23 second-level evaluation factors. This study compares the evaluation scores of website with those of the customer satisfaction. We inspect seven hypotheses. Hypothesis1 (H1) tests correlation of the evaluation scores of website and those of the customer satisfaction. Hypothesis2 (H2) ~ Hypothesis7 (H7) tests if 6 first-level factors(planning, program & form, design, technology, interface, content) have an impact on customer satisfaction. In order to test the hypotheses, correlation analysis and regression analysis are performed. As a result of empirical tests, all Hypotheses (H1) ~ H7) are accepted and its implications are discussed.

## I. 서론

컴퓨터와 정보통신기술의 발전은 기존의 인간 커뮤니케이션의 수단과 방식에 획기적인 변화를 가져오고 있다. 현재까지 인간의 주요 커뮤니케이션 수단으로 사용되고 있는 라디오와 텔레비전은 음성과 영상을 이용한 방식으로 그 형식은 물론, 시간과 공간상의 제약을 받기 때문에 의사소통에 한계점을 갖고 있다. 이러한 의사소통의 불완전성을 컴퓨터와 통신기술의 발달 및 결합이 혁신적으로 보완하면서 웹캐스팅이라는 새로운 커뮤니케이션 수단이 등장하고 있다. 웹캐스팅은 신문의 문자, 라디오의 음성, 텔레비전의 영상을 통합한 쌍방향 멀티미디어 통신방식이며 이러한 수단은 기존 매체의 문제점이었던 형식의 제한 및 시간과 공간의 한계점까지 해결, 인간의 의사소통의 새로운 창을 열고 있다.

웹캐스팅(webcasting)에 대한 정의를 보면 Keyes[1998]는 “개인용 컴퓨터로 수신이 가능한 특정 메시지를 방송(broadcast)하기 위해 컴

퓨터와 시청각적 요소를 결합시킨 모든 시스템”이라고 정의하고 있다. 이것은 인터넷과 방송의 합성어로 이루어진 인터넷 방송과는 사뭇 다른 정의인데 방송(broadcast)은 불특정 다수를 위한 매체로 상호작용성을 표현하기에는 부적절하다. 즉, 웹캐스팅은 컴퓨터로 구현한 모든 기술을 포함한 것이고 인터넷 방송은 그 중 스트리밍 기술에 의해 구현되기 때문에 웹캐스팅이 인터넷 방송의 개념을 포함한 더 넓은 의미라고 할 수 있다. 이에 Miles[1998]는 “상호작용이 가능한 디지털 정보를 사람들이 청취할 수 있도록 인터넷을 통해 전송하는 것”이라 정의하고 있다. 기존의 웹캐스팅의 정의들을 참고하여 본 연구에서 웹캐스팅을 정의하면, “인터넷에서 구현할 수 있는 모든 미디어기술을 이용하여 멀티미디어 콘텐츠를 실시간 또는 저장의 형태로 제공, 시청자가 청취 및 시청할 수 있도록 상호작용을 하는 인터넷의 한 응용(application)분야”라고 할 수 있다. 웹캐스팅이 아직 그 입지를 확실하게 굳히지 못하고 있는 이유는 적은 인적자원과 소자본 그리고 고도의 기술없이 사업을 시작할 수 있어 그 동안 경쟁



<그림 1> 연구방법의 구성도

력이 없는 사업체가 많이 뛰어들었기 때문이기도 하지만, 웹캐스팅 사이트를 평가할 수 있는 평가모델의 부재로 자신들의 사이트 평가를 제대로 할 수 없어 고객을 유인할 수 있는 효율적인 사이트 구축을 할 수 없었기 때문이기도 하다. 웹캐스팅 사이트는 방송과 인터넷이 융합된 형태의 사이트로 기존의 사이트 평가모델로는 적절한 평가가 이루어지기 어렵다. 즉, 방송평가 요소와 사이트평가요소, 그리고 방송과 사이트평가영역이 융합된 공통영역의 평가요소들이 적절히 배합되어야 할 것이다. 본 연구의 목적은 급성장하고 있는 국내 웹캐스팅사의 사이트 평가모델을 개발하고 검증하는 데 있다. 기존의 웹사이트 평가모델은 전자상거래 분야에 많이 치우쳐 있기 때문에 방송과 인터넷이 결합된 웹캐스팅의 사이트를 평가하기에는 부적절하다. 따라서, 웹캐스팅 사이트를 평가할 수 있는 사이트 평가모델을 개발하여 웹캐스팅사에서 사이트의 평가를 용이하게 하고, 각 평가항목들이 사이트에 영향을 미치는 정도를 측정하여 웹캐스팅 사이트 핵심성공요인(CSFs)을 도출해 보는 것은 이 분야의 건전한 발전을 위하여 매우 의미있는 일일 것이다. 다음은 본 논문의 연구방법을 도식화한 구성도이다.

## II. 선행연구 및 핵심성공요인 도출

본 연구에서는 웹캐스팅 사이트를 평가하기 위한 평가모델을 개발하고자 기존의 웹사이트 평가모델을 고찰하고 이를 바탕으로 핵심성공요인(CSFs)을 도출하였다.

### 2.1 기존 웹사이트 평가모델 및 선행연구의 고찰

기존의 웹사이트 평가모델은 크게 전자상거래 분야를 평가하는 모델과 모든 분야의 웹사

이트를 평가하는 모델, 두 가지로 나뉘어 있다. 기존의 웹사이트 평가모델에 대한 고찰은 국내외에서 웹사이트를 평가하여 발표하는 평가기관들을 중심으로 자료를 수집하였다.

기존 웹사이트 평가모델들은 <표 1>에서 보는 바와 같이 평가기관별로 평가기준과 특징, 그리고 평가영역과 평가방법 등에 있어서 상이한 면을 가지고 있었다. 그러나 결과적으로 볼 때, 각각의 평가모델의 궁극적인 목적은 고객의 재방문과 고객의 만족에 영향을 미치는 변수들을 측정하는데 중점을 두고 있음을 알 수 있다. 그 외의 웹사이트 연구는 Jones 외[1999]가 자신들의 98년 연구를 보완하여 환경보고 중심의 웹사이트를 평가하였는데 이들은 기술적 측면보다는 콘텐츠와 디자인 두 가지 영역으로 구분하여 웹사이트를 평가하였다. 콘텐츠 영역에는 상호작용과 멀티미디어, on-line, 교육, 연결성, 포럼, 피드백 등으로 구성되어 있으며 디자인 영역은 내외부로의 하이퍼링크, 그래픽, 네비게이션, 일관성 등으로 구성되어 있다. Singh & Dalal[1999]은 광고로서의 웹을 연구하였는데 정보제공과 설득의 두 분야로 구분하여 웹사이트의 방향을 제시하였다. 정보제공 측면에서는 정보중심과 디자인을 선정하였고 설득 측면에서는 재방문, 피드백, 구매 등의 결과적인 항목을 선정하였다. Chen & Wells[1999]는 전반적인 웹사이트에 대한 태도연구를 하였는데 이들은 기업의 사이트 평가를 위하여 고객으로부터 설문을 실시하였다. 설문항목들은 고객의 만족 측면과 재방문의도, 고객의 사이트 잔류 등으로 항목을 구성하였다. Siu & Chau[1999]는 신기술의 활용을 통한 마케팅 교육측면에서의 효과를 검증하기 위해 교육대상자 설문을 통한 고객만족에 미치는 요인을 파악하였다. 이를 위해 속도, 네비게이션, 적합성, 효과성, 독창성, 공헌의 6가지 측면을 선정하였다. Palmer & Eriksen[1999]은 디지털 신문의 마케팅 효과를 향상시키기 위한 디지털

<표 1> 기존 웹사이트 평가모델의 비교

| 구분    | 국외의 웹사이트 평가모델  |   |  | 국내의 웹사이트 평가모델  |   |
|-------|--|---|--|--|---|
|       | Webjectives Research   | RIS(Reinken Information Solution)   | David Sigel  | 한국능률협회 컨설팅   | KNP(Korea Netizen Profile)  |
| 평가 기관 | Webstie Evaluation Process Model   | Web Evaluation Criteria Method  | Website's Criteria Matrix  | '2000 KMA 인터넷 상거래 대상 심의기준  | WARS(Web Attention Revisit Satisfaction)  |
| 평가 대상 | 모든 유형의 웹사이트  | 모든 유형의 웹사이트   | 모든 유형의 웹사이트  | EC 관련 웹사이트   | CSM(Customer Satisfaction Management)   |
| 평가 목적 | 동일업종 및 경쟁회사의 비교를 통한 웹사이트 분석 및 전략 컨설팅   | 평가요인별 가중치 설정과 웹사이트 평가점수 도출에 의한 웹사이트 평가  | 최종 후보안과 웹사이트 순위목록을 선정하여 웹사이트 평가  | 인터넷 상거래에서의 경쟁적 우위를 확보할 수 있는 Solution의 제공과 Best Practices의 공유   | 웹사이트 만족도가 재 방문 의사에 미치는 영향력 분석   |
| 평가 영역 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 웹사이트 시각적 특징 및 평가</li> <li>• 디자인/기능평가</li> <li>• 방문자 만족도</li> <li>• 장단점 분석</li> <li>• 선두업체와의 비교분석</li> <li>• 방문자 일반사항</li> <li>• 자유기술</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Superstructure</li> <li>• Graphics</li> <li>• Use of Color</li> <li>• Content</li> <li>• Readability</li> <li>• Page Layout</li> <li>• Hyper Links</li> <li>• Promotion</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 고객지향</li> <li>• 전송속도</li> <li>• 브라우저 유통성</li> <li>• 시스템 유통성</li> <li>• 고객흥미 유발</li> <li>• 정보제공 정도</li> <li>• 탐색의 용이성</li> <li>• 탐색장려</li> <li>• 거래 안정성과 질</li> <li>• e-mail 응답정도</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 비 전</li> <li>• 전 략</li> <li>• 내 용</li> <li>• 전략적 제휴</li> <li>• 창의성</li> <li>• 기능/검색</li> <li>• 보안성</li> <li>• 디자인/구조</li> <li>• 구매/조달</li> <li>• 개발/생산</li> <li>• 배송/물류</li> <li>• 고객만족</li> <li>• 고객서비스</li> <li>• 시장성과</li> <li>• 재무성과</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 정보의 양</li> <li>• 디자인 요소</li> <li>• 전송속도</li> <li>• 검색 구조의 용이성</li> <li>• 갱신의 신속</li> </ul> |
| 평가 방법 | <ol style="list-style-type: none"> <li>① Research and Define</li> <li>② Review and Evaluation</li> <li>③ Implement and Improve</li> </ol> 의 3단계로 구성                                      | 8개의 평가요인에 가중치를 설정하고 1~100의 가치와의 곱에 의해 웹사이트 평가점수 도출  | 각 기준마다 가중치를 설정하고 점수를 부여하여 그 점수의 합계로 순위를 결정한다.  | David Sigel의 방법론을 취하고 있으며 웹사이트 평가뿐만 아니라 인터넷 비전과 전략, Key Process Management, Business Result까지 포함하고 있다.   | 웹사이트에 대한 만족도에 영향을 주는 요인 파악  |

신문 디자인을 개발하였다. 디지털 신문 디자인을 위한 요인으로 기술/디지털 문서 측면(상호작용, 다양성, 정보수정, 정보여과)과 마케팅 측면(제품 내용, 명세, 광고, 분배)의 두 분야로 구분하여 디지털 신문의 웹사이트 디자인

을 구성하였다. Bell & Tang[1998]은 효과적인 웹사이트를 구축하기 위해 사용자 대상 설문을 실시하였다. 질문은 10가지로 웹사이트 접근성, 콘텐츠, 그래픽, 구조, 사용자 편의, 네비게이션, 사용성, 독창성, 온라인 거래, 사용료 등으로

구성되어 있다. Masic & Johnson[1999]은 웹사이트 평가도구에 대한 개발을 위해 기능/네비게이션 측면, 콘텐츠/스타일 측면, 정보접촉 측면의 3 분야로 구분하여 조직과 학교의 웹사이트를 평가하였다.

국내 연구로는 김민수 외[1999]가 소비자 대상 전자상거래 성공요인을 확인하기 위해 사이버 쇼핑몰 인터페이스 평가모델을 개발하였다. 이 모델은 사이버 쇼핑몰의 거래 프로세스 단계(market transaction phase)별로 웹문서 구조(web document architecture)의 중요 디자인요소를 추출하여, 각 요소를 객관적으로 측정할 수 있는 변수들로 구성하였다. 이 중 웹문서구조는 내용(content), 구조(structure), 상호작용(interaction), 표현(presentation), 기술적 표현(representation) 등으로 구성되어 거래프로세스 단계별로 사이트를 평가하도록 하였다. 문남미 외[2000]는 웹사이트 성과에 영향을 미치는 요인을 확인하기 위해 User Interface 요인군(구조적 간결성, 네비게이션의 편리성), Information 요인군(정보내용의 충실성, 정보의 질, 정보전달 기반요소의 무결성), Customer service 요인군(대 고객 부가서비스의 질, 기본 지원서비스의 질, 공동체 형성)으로 분류하여 웹사이트 성과를 측정하였다. 김승운과 강희택[1999]은 기업의 사이트를 평가하고자 10개의 웹사이트 평가요인을 선정하였다. 평가요인들은 기업설문을 통한 요인분석의 결과로, 일반 정보유형, 제품/서비스 정보유형, 정보의 최신성, 정보의 신뢰성, 상호작용, 시스템 품질, 시스템 기능, 설계, 항해, 유희성 등이 선정되었다. 장활식 외[2000(a)]는 물리적 제품과 디지털 제품 판매 웹사이트를 비교하기 위해 5개의 요인을 선정하였다. 요인들은 콘텐츠/정보(현재성, 유용성, 객관성, 범위, 권위, 독창성, 정확성, 충실성, 흥미유발, 이해성), 디자인/인터페이스(사용용이, 표현성, 몰입성, 참신성, 은유

성, 일관성, 무 오류, 사용자지원), 고객지향성(상호작용성, 배송관련, 결제편리성, 대 고객서비스, 거래비용, 흥미유발, 응답성, 소비자보호, 고객 정보보호), 사용성(학습, 탐색용이성, 정보입력 지원, 유용성), 기술/시스템(안전성, 최적화, 빠른 로딩, 브라우저 지원) 등의 대분류와 15개의 소분류로 나누어 웹사이트를 비교하였다.

## 2.2 웹캐스팅 사이트의 방송평가모델의 고찰

본 연구에서는 방송평가영역을 도출하기 위하여 TV방송을 중심으로 한 연구들과 방송사 심의기준을 중심으로 선행연구를 고찰하였다.

이기현 외[1999]가 TV방송의 연예 오락 프로그램에 대한 평가모델을 개발한 것이 대표적인 연구로 이 평가모델은 방송 프로그램의 질적 평가 범주를 ① 기획영역(기획의 적절성, 기획의 충실성, 기획의 독창성), ② 내용영역(소재의 적절성, 선정성/폭력성, 언어적 표현의 적절성, 비언어적 표현의 적절성, 오락적 요소), ③ 형식영역(구성의 완결성, 출연진의 적합성, 포맷의 독창성, 영상적 표현의 완성도), ④ 수용영역(수용자의 적합성, 오락적 효과, 문화적 함의) 등의 네 가지 영역으로 나누고 있으며 각 영역별로 총 15개의 세부 평가 항목들을 선정하였다. 또한 국내 TV오락 프로그램 심의기준은 프로그램의 전반적인 기준을 선정하고 있는데 기획, 구성, 편집, 연출 등 적절성과 독창성, 영상 표현의 완성도를 중심으로 기준을 선정하고 있다. 국외의 방송프로그램 심사기준으로 미국 ITA(International Television Association)에서 행한 THE Ohio state Award에서는 ① 메시지 디자인(목적, 디자인 전략, 처리방법), ② 창의력(대본, 미디어의 예술적 사용), ③ 제작요소(카메라, 조명, 오디오, 연출), ④ 내용(중요성, 독창성)을 평가 기준으로 제시한다. 이와 같은 요소들은 특정한 장르에 국한되

는 것이 아니라 방송 프로그램이 기본적으로 갖추어야 할 요소들에 대한 평가 기준이다. 여기서 ①은 기획의 영역을, ②의 대본의 경우도 기획의 영역을, 그리고 미디어의 예술적 사용의 경우는 제작의 영역을 말하는 것이고 ③은 제작의 영역을 ④는 프로그램의 내용 영역에 관련되는 것으로 정리할 수 있다[이기현, 1999]. 김광옥[1991]은 방송 프로그램의 질적 향상을 위한 방안을 연구하였는데 그는 시대성(소재, 대상계층, 시대성), 메시지(균형성, 단명성, 본질성, 이야기성), 포맷(진행속도, 영상성, 출연자, 시스템), 평가/수용자반응(타깃, 시간대, 시청률), 정보성의 재미 등을 중심으로 프로그램의 완성도 예측지수를 개발하였다. 인터넷 방송에 대한 연구로는 장활식 외[2000(b)]가 인터넷 방송의 품질과 관련하여 시청만족도와외의 관계를 연구하였는데 이 연구는 사이트 중심이 아닌 방송의 재생과 관련한 품질측면만을 연구하였으며, 이은미[2000]는 인터넷 방송 콘텐츠에 대한 연구를 하였으나 이 연구 또한 방송 프로그램의 편성과 방송국 유형을 중심으로 연구한 것으로 인터넷 방송사이트 연구와는 거리가 있었다.

### 2.3 웹캐스팅 사이트의 핵심성공요인(CSFs) 도출

기존의 웹사이트 평가모델들은 웹사이트의 기술적 측면, 시각적 측면, 전자상거래 관점에서 평가영역을 설정하여 웹사이트를 평가하고 있으나 웹캐스팅 사이트 평가모델은 방송과 인터넷요소를 고려하여 두 가지의 특징을 모두 포함하여 평가하여야 한다.

본 연구에서는 웹캐스팅 사이트의 평가영역을 크게 방송평가영역, 웹사이트평가영역, 공통영역으로 나눈다. 이는 앞서 기술한 바와 같이 방송과 인터넷이 결합된 웹캐스팅 사이트의 특

성에 의해 양쪽부분의 평가가 동시에 이루어져야 하기 때문이다. 그리고 공통영역은 방송과 인터넷에 해당되는 부분으로 설정하였다. 본 연구에서는 웹캐스팅 사이트의 평가기준 도출을 위해 기존의 웹사이트 핵심성공요인(CSFs)과 방송 핵심성공요인을 검토하였으며, 성공한 웹사이트 구축 사례와 선행연구를 검토하였다. 이를 바탕으로 하여 <표 2>와 같이 본 연구에 적합한 웹캐스팅 사이트 핵심성공요인을 정립하였다.

웹캐스팅 모델은 기존의 연구가 전무하여 방송평가영역은 기존의 공중과 방송에서의 평가요인들을 대부분 수용하여 선정하였으며 웹사이트 평가영역은 <표 1>에서 나타난 평가영역 중에서 공통적인 내용과 기존의 웹사이트 평가연구들을 바탕으로 성공요인을 구성하였다. 공통영역의 경우는 선행연구 중에서 방송과 인터넷의 결합에 적합한 요인들을 선별하여 평가영역을 구성하였다. <표 2>에 나타난 평가영역변수는 본 연구가 웹캐스팅 사이트의 평가영역을 선정하여 이를 바탕으로 웹캐스팅사의 경쟁력을 향상시킬 수 있는 방안을 마련하는데 목적이 있다는 점에서 평가영역변수를 요인변수와 결과변수로 구분하였으며 재방문 의도와 종합적인 만족도를 결과변수로 선정하였다.

## Ⅲ. 새로운 웹캐스팅 사이트 평가모델의 정립

기존 웹사이트를 평가하는 모델은 웹사이트의 특성별로 차별적인 평가를 하지 못하고 있어 웹캐스팅을 중심으로 하고 있는 웹캐스팅 사이트에 대한 체계적인 평가가 어려우며 전자상거래 관련 평가모델인 경우에는 거래와 비즈니스 프로세스를 중시하여 웹사이트를 평가하므로 전자상거래 웹사이트 이외의 대상을 평가하기 어려운 점이 있다. 본 연구는 현재 초기

<표 2> 웹캐스팅 사이트의 핵심성공요인(CSFs)을 고려한 평가영역 선정

| 구분               | 상위평가영역               | 하위평가영역   | 출 처   |  |
|------------------|----------------------|----------|---|--|
| 요<br>인<br>변<br>수 | 방송<br>평가<br>영역       | 기<br>획   | 진 문 성   | 전문가 인터뷰를 연구자가 정리   |
|                  |                      |          | 기획의 적절성   | 한국 TV오락 프로그램 심의기준, 이기현 외[1999]   |
|                  |                      |          | 충 실 성   | 이기현 외[1999]  |
|                  |                      |          | 독 창 성   | Albers[1992], 한국 TV오락 프로그램 심의기준, 이기현 외[1999]   |
|                  |                      | 프로그램 가치성 | 전문가 인터뷰를 연구자가 정리  |  |
|                  |                      | 내용과 형식   | 소재의 적절성   | 이기현 외[1999], 김광옥[1991]   |
|                  |                      |          | 영상적 표현의 완성도   | 한국 TV오락 프로그램 심의기준, 이기현 외[1999], 김광옥[1991]  |
|                  | 포맷의 독창성              |          | 이기현 외[1999], 김광옥[1991]  |  |
|                  | 웹사<br>이트<br>평가<br>영역 | 디 자 인    | 몰 입 성   | Siegel[1997], Webjctives Research, 장활식 외[2000]   |
|                  |                      |          | 은 유 성   | 전문가 인터뷰를 연구자가 정리, 장활식 외[2000]  |
|                  |                      |          | 일 관 성   | Jones 외[1999], 김승운 외[1999], 장활식 외[2000]  |
|                  |                      |          | 명 쾌 성   | Siegel[1997], Davis[1998], 김승운 외[1999]   |
|                  |                      | 기 술      | 최 적 화   | 전문가 인터뷰를 연구자가 정리, 장활식 외[2000]  |
|                  |                      |          | 상호작용성   | Palmer & Eriksen[1999], Jones 외[1999], 장활식 외[2000]   |
|                  |                      |          | 데이터베이스  | Selz & Schubert의 Web Assessment Model [1999]   |
|                  |                      | 인터페이스    | 시스템 안정성   | Selz & Schubert[1999], 장활식 외[2000]   |
|                  |                      |          | 쌍 방 향 성   | Selz & Schubert[1999], Mistic & Johnson[1999]  |
|                  |                      |          | 네비게이션   | Dodson[1999], Bell & Tang[1998], Siu & Chau[1999], 문남미 외[2000], Mistic & Johnson[1999], Jones 외[1999], 장활식 외[2000] |
|                  | 공통<br>영역             | 컨 텐 츠    | 사 용 성   | 김민수[1999], Webjctives Research, Bell & Tang[1998], 장활식 외[2000]   |
|                  |                      |          | 신 속 성   | Mistic & Johnson[1999], 장활식 외[2000]  |
| 이 해 성            |                      |          | Siegel[1997], Chen & Wells[1999], 장활식 외[2000]                 |  |
| 구조 설계            |                      |          | 김진우[1999], Chen & Wells[1999], Bell & Tang[1998], 김승운 외[1999] |  |
| 결<br>과<br>수      | 고<br>객<br>만<br>족     | 구성의 완성도  | 이기현 외[1999], Mistic & Johnson[1999]                           |  |
|                  |                      | 재방문 의도   | Webjctives Research, Chen & Wells[1999] Singh & Dalal[1999]   |  |
|                  |                      | 종합 만족도   | Webjctives Research, Chen & Wells[1999]                       |  |

단계에 있으나 그 수가 급격히 늘어나고 미래의 커뮤니케이션 수단으로 자리잡을 웹캐스팅 사이트에 적합한 평가모델을 개발하여 효율적

인 사이트 개발방법을 제시해 보고자 한다. 본 연구에서는 새로운 평가모델을 정립한다는 점에서 선행연구의 고찰만으로는 부족함이 있으

며 이를 보완하기 위해 웹캐스팅 전문가와 고객으로 하여금 핵심성공요인에 대한 설문을 통해 평가모델을 정립하여 보았다.

### 3.1 웹캐스팅 사이트 평가

웹캐스팅 사이트 평가는 <표 2>의 웹캐스팅 사이트 핵심성공요인(CSFs)도출에서 제시된 요인을 통하여 평가를 실시하였다. 전문가에게는 평가영역에 대한 가중치 부여를 위해 상위평가영역과 하위평가영역에 대해 평가하도록 하였으며 고객에게는 전문가의 평가영역과 동일한 평가영역을 적용하였으나 추가적으로 결과변수로서의 평가영역의 만족도 조사를 실시하였다.

#### 3.1.1 전문가에 의한 평가

전문가에 의한 평가는 웹캐스팅을 직접 운영하고 있는 전문가들에 의해 각각의 평가항목에 대해 가중치를 부여하는 부분으로 평가영역은 상위평가영역과 하위평가영역으로 나뉘어진다. 상위평가영역에서는 전문가들이 웹사이트를 구성하고 있는 각각의 요인에 대해 차별적 가중치를 100점 만점으로 평가하게 된다(단, 고객만족 영역은 제외). 그리고 하위평가영역에서는 각각의 항목이 상위평가영역에 어느 정도의 영향을 미치고 있는가를 요인별로 100점 만점으로 평가하여 각각의 요인에 대한 가중치를 부여하도록 한다.(설문지 1.1, 1.2 참고)

#### 3.1.2 고객에 의한 평가

고객에 의한 평가에서는 전문가에 의한 평가영역과 동일한 평가영역이 적용된다. 평가영역은 전문가에 의한 평가가 상위평가영역을 포함하나 고객에 의한 평가는 하위평가영역만을 평가하며 다만, 하위평가영역별로 고객의 만족도에 대하여 5점척도로 평가가 이루어지고 결과변수로 고객만족(재방문의도, 종합만족도) 평

가항목이 추가된다는 점이 다르다.

### 3.2 웹캐스팅 사이트 평가점수 계산방법

#### 3.2.1 고객만족도(결과변수)

고객만족도는 결과변수인 재방문의도와 종합만족도를 합한 후에 평가 인원수로 나누면 고객만족점수를 도출할 수 있다. 수식으로 표현하면 다음과 같다.

$$CS_t = \frac{\sum_{n=1}^N (I_n + S_n)}{N} \quad (\text{식 3-1})$$

$CS_t$  : t사에 대한 고객만족도(5점 척도, 5점이 매우 만족)

$I_n$  : t사에 대한 고객 n의 웹캐스팅사이트 재방문 의도

$S_n$  : t사에 대한 고객 n의 웹캐스팅사이트 종합만족도

$N$  : 평가인원수(고객)

#### 3.2.2 웹캐스팅 사이트 평가점수

웹캐스팅 사이트 평가점수는 상위평가영역과 하위평가영역의 평균 가중치를 곱해 하위평가항목별 가중치를 도출하고 이 가중치를 각각의 하위평가항목별 고객평가점수와 곱한 것을 평가인원수로 나누면 가중치 적용 웹캐스팅 사이트 평가점수를 도출할 수 있다.

$$WS_t = \frac{\sum_{n=1}^N \left[ \sum_{k=1}^K \{ (U_k \times L_k) \times C_{kt} \} \right]}{N} \quad (\text{식 3-2})$$

$WS_t$  : t사에 대한 웹캐스팅사이트 평가점수

$U_k$  : 항목 k에 대한 상위평가영역 평균 가중치/100

$L_k$  : 항목 k에 대한 하위평가영역 평균 가중치/100

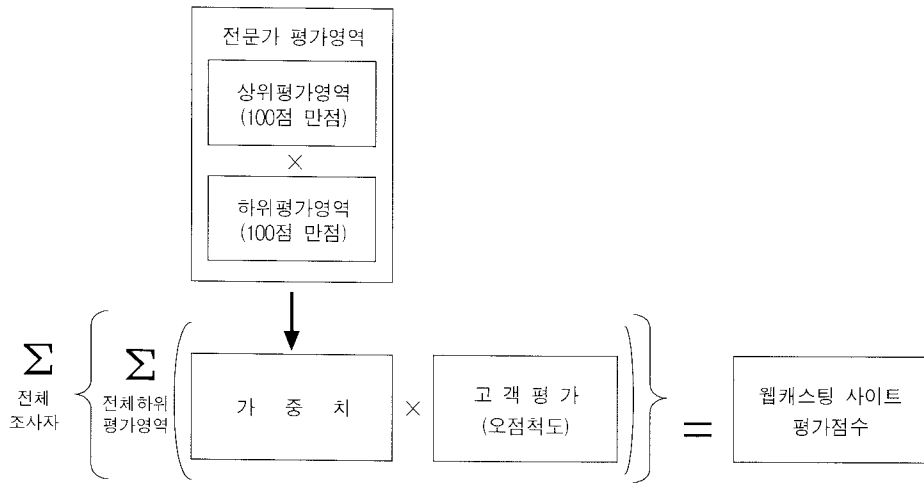
$C_{kt}$  : t사의 항목 k에 대한 웹캐스팅사이트 고객평가점수

$K$  : 하위평가 항목 수

$N$  : 평가인원수(고객)

$n$  : t사에 대한 고객





<그림 2> 웹캐스팅 사이트 평가점수 도출방법의 개념도

### 3.3 웹캐스팅 사이트 평가점수 도출방법의 개념도

본 연구에서 웹캐스팅 사이트에 대한 평가 점수는 하위평가 항목별로 전문가의 가중치 설정과 고객의 평가점수를 통해 도출하게 된다. 즉, 전문가평가에 의한 두개 영역의 가중치와 고객평가 점수를 곱하여 합산하면 웹캐스팅 사이트 평가점수를 구할 수 있다. 본 연구에 사용된 평가점수의 계산방법은 David Sigel의 Website's Criteria Matrix와 RIS(Reinken Information Solution)의 Web Site Evaluation Criteria Method를 통해 정립하였으며 계산방식을 도식화하면 다음과 같다.

## IV. 연구방법과 가설설정

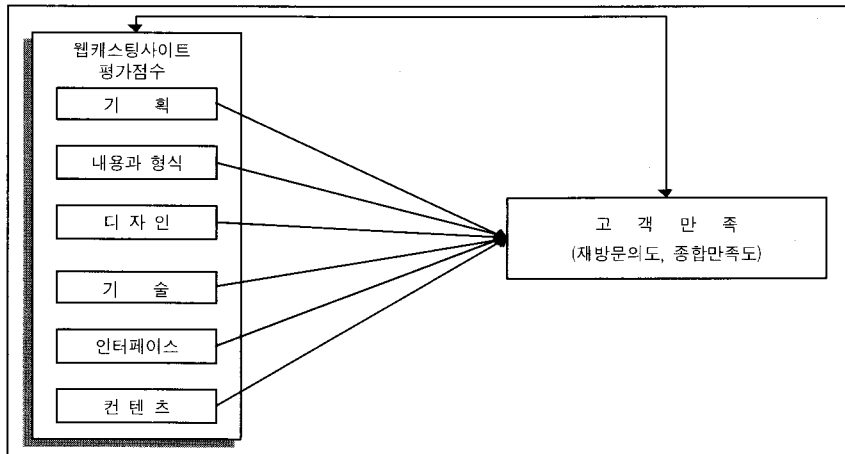
### 4.1 연구의 방법

본 연구에서는 선행연구의 고찰과 전문가, 고객 조사에 의해 개발된 웹캐스팅 사이트 평가모델을 검증하기 위하여 웹캐스팅 사이트 평

가점수와 고객만족점수(재방문의도, 종합만족도)를 중심으로 순위비교를 실시하였다. 순위비교는 웹캐스팅 사이트 평가점수가 높은 사이트가 높은 고객만족도를 얻을 것을 가정하였으며 순위비교를 검증하기 위해 웹캐스팅 사이트 평가점수와 고객만족도 사이에 상관분석을 실시하였다. 상관분석의 결과가 유의하게 나올 경우 하위평가영역을 요인분석을 통해 상위영역과의 상관관계를 도출하며 각각의 요인들이 고객만족에 미치는 영향정도를 회귀분석을 통하여 검증하게 된다. 다음은 <표 2>에서 제시된 웹캐스팅 사이트의 핵심성공요인을 기초로 한 연구모형이다.

본 연구에서는 <그림 3>의 연구모형을 바탕으로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

- 가설 1: 웹사이트 평가점수는 고객만족과 정(+)의 상관관계가 있다.
- 가설 2: 기획 요인은 고객만족에 긍정적 영향을 미친다.
- 가설 3: 내용과 형식 요인은 고객만족에 긍정적 영향을 미친다.
- 가설 4: 디자인 요인은 고객만족에 긍정적 영



<그림 3> 연구모형

향을 미친다.

가설 5: 기술 요인은 고객만족에 긍정적 영향을 미친다.

가설 6: 인터페이스 요인은 고객만족에 긍정적 영향을 미친다.

가설 7: 컨텐츠 요인은 고객만족에 긍정적 영향을 미친다.

가설1은 웹캐스팅 사이트의 평가점수와 고객만족의 상관관계를 분석한 것으로 이는 전문가들의 가중치 부여와 평가모델에 대한 적합성을 검증하는 것이다. 가설 2~7은 하위평가영역에서의 평가요인들이 고객만족에 미치는 영향을 측정하는 것으로 최종 회귀식을 도출하기 위한 가설들이다.

계는 가중치 할당을, 평가자에게는 평가대상이 되는 10개의 웹캐스팅 사이트를 직접 방문하여 평가하게 하는 패널조사 방식을 선택하였다. 평가대상은 인터넷방송협회(KWN)의 회원사 중 10개의 엔터테인먼트 웹캐스팅 업체를 임의적으로 선택하였다. 평가기간은 2000년 9월 1일부터 9월 30일까지이며 회수된 설문지는 전문가 설문 20부, 평가자 설문 300부가 회수되어 분석에 사용되었다. 자료의 분석은 SPSS 통계프로그램을 사용하여 분석되었으며, 설문의 일관성과 요인의 타당성 검증을 위해 신뢰성 분석과 요인분석을 실시하였다. 또한, 사이트 평가점수와 고객만족도와의 상관여부를 알아보기 위해 상관분석을 실시하였고 요인들이 고객만족도에 미치는 영향도를 측정하기 위해 회귀분석을 실시하였다.

## 4.2 자료의 수집

본 연구에 필요한 설문은 웹캐스팅 전문가와 웹캐스팅 사이트 평가자(고객)로 나누어 실시하였으며, 총 20명의 웹캐스팅 전문가와 30명의 평가자에게 설문지를 배포하여 전문가에

## V. 연구의 결과

본 연구는 웹캐스팅 사이트 평가점수와 고객만족도와의 순위비교를 통하여 개발한 웹캐스팅 사이트 평가모델의 적합성을 확인한 후, 이를 바탕으로 위에서 제시한 7개의 가설을 검

정하도록 하였다.

### 5.1 웹캐스팅 사이트 평가점수와 고객만족도의 순위비교

웹캐스팅 사이트 평가점수(가중치 평가점수와 단순 평가점수)와 고객만족도와 순위비교를 통해 가중치 평가점수가 고객만족도를 더 잘 설명해 줄 수 있는지를 판단해 보았다.

<표 3>에서 보는 바와 같이 웹사이트 평가점수와 고객만족도의 순위비교에서 고객만족도와 가중치 적용 평가점수는 그 순위가 8개가 일치한다. 단순평가점수와 고객만족도의 순위는 6개가 일치하는 바, 이는 각 항목의 중요도에 따라 가중치를 달리하여 평가점수를 계산하는 것이 고객만족도를 더 잘 설명해 줄 것이란 해석을 가능하게 해 준다. 이후에 가설 검정을 위한 분석은 가중치를 적용한 웹사이트 평가점수를 이용하도록 하였다.

<표 3> 웹사이트 평가점수와 고객만족도 순위비교

| 웹캐스팅 회사 | 순위 | 고객 만족도 | 순위 | 가중치 적용 웹사이트 평가점수 |
|---------|----|--------|----|------------------|
| ST사     | 1  | 3.28   | 1  | 3.26             |
| LI사     | 2  | 3.23   | 2  | 3.23             |
| M2사     | 3  | 3.10   | 3  | 3.18             |
| IP사     | 4  | 3.02   | 6  | 3.05             |
| SH사     | 5  | 3.03   | 5  | 3.09             |
| VT사     | 6  | 3.07   | 4  | 3.11             |
| LT사     | 7  | 2.91   | 7  | 3.00             |
| NT사     | 8  | 2.82   | 8  | 3.00             |
| CO사     | 9  | 2.77   | 9  | 2.99             |
| IN사     | 10 | 2.68   | 10 | 2.89             |

### 5.2 가설의 검정

가설 1은 웹캐스팅 사이트 평가점수와 고객

만족도와 상관계 분석을 통해 모델의 적합성을 검정하고자 하는 것으로 검정을 위하여 본 연구에서는 웹캐스팅 사이트 평가점수와 고객만족도의 상관계 분석을 실시하였다.

<표 4> 웹캐스팅 사이트 평가점수와 고객만족도의 상관계수

| 구 분              | 고객 만족도 | 유의도 (sig.) |
|------------------|--------|------------|
| 가중치 적용 웹사이트 평가점수 | 0.953  | 0.000      |

상관계 분석 결과를 보면 <표 4>와 같이 웹캐스팅 사이트 평가점수와 고객만족도와 상관계는 0.953으로 매우 강한 양(+)의 상관을 갖으며 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 따라서 가설 1에서 웹사이트 평가점수는 고객만족과 정(+)의 상관계가 있다는 가설이 채택되었다. 이것은 본 연구에서 개발된 웹캐스팅 평가모델이 고객만족도를 예측할 수 있는 도구가 될 수 있다는 것을 의미한다.

<표 5>는 하위평가영역의 변수들을 상위평가영역의 요인으로 묶는 요인분석과 신뢰성 분석으로 소재의 적절성을 제외한 모든 변수들의 요인 적재값이 0.48이상으로 유의하게 나타났다.

가설 2~7은 상위평가영역의 고객만족도에 대한 영향도를 분석한 것으로 이에 대한 검정을 위하여 본 연구에서는 요인분석 결과 추출된 요인값을 이용하여 다중회귀분석을 실시하였다.

분석결과 6개의 요인의 t값의 유의도가 ( $p < 0.001$ )로 모든 요인이 고객만족에 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 따라서 모든 요인은 고객만족도에 정(+)의 영향을 미치며 요인들이 갖는 설명력은 68.1% 나타났다. 또한 F-test를 통한 회귀식의 통계적 유의성도 검정되었다. 고객만족에 영향을 주는 영향력의 순위는 기획, 콘텐츠, 디자인, 기술, 인터페이스, 내용과

<표 5> 요인분석과 신뢰성분석

| 요 인 명  | 변 수 명       | 평 균   | 요인적재값 | 신뢰성계수 |
|--------|-------------|-------|-------|-------|
| 기 획    | 총 실 성       | 3.193 | 0.737 | 0.816 |
|        | 기획의 적절성     | 3.147 | 0.688 |       |
|        | 전 문 성       | 3.247 | 0.663 |       |
|        | 프로그램 가치성    | 3.017 | 0.582 |       |
|        | 독 창 성       | 3.123 | 0.562 |       |
| 기 술    | 상 호 작 용 성   | 2.887 | 0.718 | 0.785 |
|        | 최 적 화       | 2.947 | 0.717 |       |
|        | 데이터베이스      | 2.930 | 0.666 |       |
|        | 시스템안정성      | 2.933 | 0.630 |       |
| 디 자 인  | 명 쾌 성       | 3.123 | 0.815 | 0.756 |
|        | 몰 입 성       | 2.983 | 0.684 |       |
|        | 일 관 성       | 3.070 | 0.559 |       |
|        | 은 유 성       | 2.927 | 0.517 |       |
| 컨 텐 츠  | 이 해 성       | 3.267 | 0.741 | 0.741 |
|        | 신 속 성       | 3.120 | 0.548 |       |
|        | 구성의 완성도     | 3.043 | 0.530 |       |
|        | 구조 설계       | 3.110 | 0.504 |       |
| 인터 페이스 | 네비게이션       | 3.063 | 0.693 | 0.676 |
|        | 사 용 성       | 3.223 | 0.660 |       |
|        | 쌍 방 향 성     | 3.027 | 0.567 |       |
| 내용과 형식 | 포맷의 독창성     | 3.013 | 0.696 | 0.641 |
|        | 영상적 표현의 완성도 | 3.067 | 0.605 |       |
|        | 소재의 적절성     | 3.237 | 0.484 |       |

<표 6> 회귀분석 결과

| 종속변수    | 독립변수   | 회귀계수  | t-유의도 | R     | R <sup>2</sup> | F       | F-유의도 |
|---------|--------|-------|-------|-------|----------------|---------|-------|
| 고 객 만 족 | 기 획    | 0.361 | .000  | 0.825 | 0.681          | 104.143 | .000  |
|         | 기 술    | 0.330 | .000  |       |                |         |       |
|         | 디 자 인  | 0.338 | .000  |       |                |         |       |
|         | 컨 텐 츠  | 0.356 | .000  |       |                |         |       |
|         | 인터페이스  | 0.255 | .000  |       |                |         |       |
|         | 내용과 형식 | 0.161 | .000  |       |                |         |       |

형식의 순서로 분석되었다. 내용과 형식의 영향력이 상대적으로 낮은 이유는 웹캐스팅 사이트가

전문적 방송영역이 아닌 텍스트 형태의 사이트와 방송영역이 혼합된 혼합형 사이트이

기 때문일 것으로 판단된다. 평가영역별로 볼 때 방송평가영역(기획, 내용과 형식), 웹사이트 평가영역(기술, 디자인, 인터페이스), 공통평가영역(컨텐츠)이 고르게 분포되어 있어 웹캐스팅 사이트를 구축시 방송, 웹사이트, 공통의 평가영역을 전체적인 관점에서 고려하여 사이트를 구축하는 것이 바람직하다. 또한, 웹캐스팅 사이트 구축 후 6개 요인의 고객만족도를 조사하여 자사의 상대적 경쟁력을 비교해 보는 것도 바람직한 방안이다.

## VI. 결론 및 추후 연구과제

본 연구는 현재 급격히 성장하고 있는 새로운 커뮤니케이션 수단인 웹캐스팅의 주요 매체인 웹캐스팅 사이트를 평가할 수 있는 사이트 평가모델을 개발하고 모델의 검정을 통해 각 평가항목들이 사이트에 영향을 미치는 정도를 측정하여 웹캐스팅 사이트의 핵심성공요인(CSFs)을 도출해 보았다. 이를 통해 웹캐스팅사가 자신의 사이트를 평가하고 이를 바탕으로 자사의 강약점을 판단하여 본다면 자사의 경쟁력을 강화시킬 수 있는 방안을 도출해 내는 주요한 도구가 될 것이다. 본 연구는 선행연구들을 통해 웹캐스팅 사이트의 핵심성공요인을 도출하였으며, 이를 바탕으로 평가영역을 설정하고 전문가에 대한 설문과 고객에 대한 설문을 통계 분석하여 평가모델에 대한 적합성을 확인하였다. 또한 회귀분석을 통해 평가모델의 적절성과 항목별 중요도를 검정하였다. 연구의 결과를 통해 개발된 평가모델의 의의로 다음과 같이 세 가지를 들 수 있다. 첫째, 웹캐스팅 사이트에 적합한 웹사이트 평가모델 개발을 들 수 있다. 방송과 인터넷이 결합된 특수성으로 인해 평가영역 도출이 어려웠던 웹캐스팅의 평가영역을 선행연구의 고찰, 전문가 인터뷰 그리고 통계적 분석으로 23개의 변수와 6

개의 요인을 도출하였다. 또한 웹사이트 평가점수와 고객만족도와의 양(+)의 상관관계를 도출함으로써 웹캐스팅 사이트 평가모델이 고객만족도를 예측할 수 있는 신뢰성 있는 모델임을 검정할 수 있었다. 둘째, 웹캐스팅 사이트를 운영하고 있는 웹캐스팅사가 자사의 현위치를 파악하여 보다 효과적으로 사이트를 운영할 수 있는 평가 및 비교분석 도구를 개발하였다. 웹캐스팅사는 평가모델을 활용하여 자사의 상대적 위치를 확인하고 고객의 종합만족도를 높일 수 있는 전략을 수립하는데 도움이 되는 정보를 획득할 수 있다. 셋째, 웹캐스팅 사이트를 구축하는 개발자에게 웹캐스팅 사이트 평가모델은 웹사이트 개발 시 체크리스트의 역할을 할 수 있다. 웹캐스팅을 운영하고 있는 기업들은 그들이 현재 운영하고 있는 사이트의 현위치를 점검하고 자신들의 강점과 약점을 파악하여 경쟁업체의 웹사이트와 비교함으로써 그들의 고객과의 관계를 향상시키며 지속적인 유대관계를 갖도록 하는 것이 중요하다.

본 연구의 한계점으로는 첫째, 본 연구의 평가대상이 되었던 웹캐스팅 사이트는 엔터테인먼트 사이트로 한정되었다. 따라서 다양한 분야의 웹캐스팅 사이트를 평가하기 위해서는 평가영역의 일관성을 고려한 자료조사가 요구된다. 둘째, 가중치의 설정단계에서 상위영역과 하위영역으로 두 번의 가중치 할당이 이루어지기 때문에 주관이 두 번 개입될 소지가 있다. 본 연구에서는 이러한 주관적인 요소를 통제하고자 전문가 인터뷰를 거쳤으나 극단적인 값을 제거하고 보다 중위값을 선택할 수 있는 효과를 얻기 위해서는 보다 많은 전문가 집단을 확보하여야 할 것이다. 향후 연구과제로는 다양한 분야에서의 웹캐스팅 사이트를 평가할 수 있는 종합적인 평가 모델개발이 필요하며 평가모델을 이용한 웹캐스팅사의 수익창출모델과 성과평가모델의 개발과 이에 대한 검정이 필요하다.

## 〈참 고 문 헌〉

- [1] 김광옥, "방송 프로그램의 질적 향상을 위한 방안" *방송학연구* 제2권 1991, pp. 19-38.
- [2] 김민수 외, "소비자 대상 EC의 성공요인 분석을 통한 EC 시장 활성화 전략 수립," *한국전산원*, 1999.
- [3] 김승운, 강희택, "기업 웹사이트 평가요인에 관한 연구," *한국정보전략학회*, Vol. 2, 1999, pp. 262-289.
- [4] 김진우, "인터넷 비즈니스.com-고객 중심의 인터넷 비즈니스 시스템 개발 방법론," *영진출판사*, 1999.
- [5] 문남미 외, "웹사이트 콘텐츠 특성이 웹사이트 성과에 미치는 영향요인에 관한 연구," *한국멀티미디어학회지*, 제4권 제1호, 2000, pp. 60-73.
- [6] 이기현 외 3인, "방송 영상물 전문가 평가모델 개발연구: 연예 오락 프로그램 평가체제 설정과 평가결과 분석," *한국방송진흥원*, 1999.
- [7] 장활식 외(a), "물리적 제품과 디지털 제품 판매 웹사이트 특성의 비교분석," 2000년도 춘계학술대회 발표논문집, 한국정보시스템학회, 2000, pp. 153-163.
- [8] 장활식 외(b), "인터넷 방송 재생손실과 시청 만족도와의 관계," 추계학술대회발표논문집, 한국정보시스템학회, 2000, pp. 99-110.
- [9] '2000 Spring KNP 보고서, <http://knp.adic.co.kr>
- [10] 한국능률협회컨설팅, <http://www.kmac.co.kr>
- [11] Albers, R., "Quality in Television from the Perspective of the Professional Program Maker," *Studies of Broadcasting*, NHK Broadcasting Culture Research Institute, 1992.
- [12] Bell, H. & Tang, N.K.H., "The effectiveness of commercial Internet Web sites: a user's perspective," *Internet Research: Electronic Networking Applications and Policy*, Vol. 8, No. 3, 1998, pp. 219-228.
- [13] Chen, Q. & Wells, W.D., "Attitude toward the Site," *Journal of Advertising Research*, Vol. 39, Iss. 5, Sep/Oct 1999, pp. 27-37.
- [14] Dodson, J., "What's Wrong With Your Web Site?," *Target Marketing*, Vol. 23, Iss. 2, February 2000, pp. 135, 139.
- [15] Jones, K., Alabaster, T. and Hetherington, K., "Internet-Based Environmental Reporting," *Greener Management International*, Iss. 26, Summer 1999, pp. 69-90.
- [16] Keyes, J., *Webcasting*, McGrawHill, 1997.
- [17] Miles, P., & Sakai, D., "Internet Age Broadcaster," National Association of Broadcasters, 1998.
- [18] Misic, M.M. & Johnson, K.L., "Benchmarking: a tool for Web site evaluation and improvement," *Internet Research: Electronic Networking Applications and Policy*, Vol. 9, No. 5, 1999, pp. 383-392.
- [19] Palmer, J.W. & Eriksen, L.B., "Digital Newspapers Explore Marketing on the Internet," *Communications of the ACM*, Vol. 42, No. 9, September 1999, pp. 33-40.
- [20] Selz, D., & Schubert, P., "Value Webs-Emerging forms of fluid and flexible organizing," <http://www.businessmedia.org>, 1999.
- [21] Siegel, D., "Secrets of successful web sites," 1997.
- [22] Singh, S.N. & Dalal, N.P., "Web Home

- Pages as Advertisements," *Communications of the ACM*, Vol. 42, No. 8, August 1999, pp. 91-98.
- [23] Siu, W.S. & Chau, L.L.F., "Teaching Marketing Research With the Internet," *Journal of Education for Business*, Vol. 74, Iss. 1, Sep/Oct 98, pp. 44-49.
- [24] Reinken Information Solution, "Web Site Evaluation Criteria Method," <http://www.reinken.com>
- [25] Webjectives Research, "Website Evaluation Process Model," <http://www.surveysite.com>

<부록>

웹캐스팅 사이트 설문조사

1. 웹캐스팅 전문가 조사

1.1 상위평가영역

상위평가영역의 점수평가 부분은 해당 평가영역이 웹캐스팅 사이트에서 어느 정도의 중요도를 갖고있는가를 전문가조사를 통해 가중치를 점수로 부여하는 부분입니다.

- 다음의 7가지 평가영역에 대해 가중치를 100점 만점을 기준으로 점수를 부여해 주십시오.

| 상위평가영역   | 평 가 요 인                           | 점 수   |
|----------|-----------------------------------|-------|
| ① 기 획    | 전문성, 기획의 적절성, 충실성, 독창성, 프로그램 가치성  |       |
| ② 내용과 형식 | 소재의 적절성, 영상적 표현의 완성도, 포맷의 독창성     |       |
| ③ 디자인    | 몰입성, 은유성, 일관성, 명쾌성                |       |
| ④ 기 술    | 최적화, 상호작용성, 데이터베이스, 시스템안정성        |       |
| ⑤ 인터페이스  | 쌍방향성, 네비게이션, 사용성                  |       |
| ⑥ 콘텐츠    | 신속성, 이해성, 프로그램 가치성, 구조설계, 구성의 완성도 |       |
| 합 계      |                                   | 100 점 |

1.2 하위평가영역

하위평가영역의 점수평가 부분은 하위평가영역이 상위평가영역에 영향을 미치는 정도를 전문가 조사를 통해 점수를 부여하는 부분입니다.

- 하위평가영역이 상위평가영역에 미치는 정도를 상위평가 영역별로 100만점이 되도록 점수를 부여해 주십시오.

| 상위 평가 영역 | 하 위 평 가 영 역  | 점 수   |
|----------|--|-------|
| 기 획      | 전문성 있는 프로그램의 기획정도(전문성)   |       |
|          | 문화적인 차원과 미디어적인 속성을 고려하는 복합적인 항목으로 사용자에게 적절한 프로그램 기획정도(기획의 적절성)       |       |
|          | 기획 의도나 제작목표가 실제적으로 표현되는 정도(충실성)                                      |       |
|          | 기존의 구상이나 관행에 의한 제작이 아닌 시청자들의 기호와 바라는 것을 고려하여 창조적인 프로그램을 제작하는 정도(독창성) |       |
|          | 웹캐스팅으로 적합한 차별화 되고 경쟁력 있는 프로그램 (프로그램 가치성)                             |       |
| 합 계      |  | 100 점 |
| 내용과 형식   | 프로그램의 주제를 표현하고 제작목표를 달성하기 위해 적절한 소재의 사용정도 (소재의 적절성)                  |       |
|          | 프로그램의 시각과 청각적인 요소나 효과정도(영상적 표현의 완성도)                                 |       |
|          | 개별 프로그램의 포맷이 창의적이고 참신한 정도(포맷의 독창성)                                   |       |
| 합 계      |  | 100 점 |



| 상위 평가 영역 | 하위 평가 영역   | 점 수   |
|----------|--|-------|
| 디자인      | 독창적이고 흥미를 끄는 디자인에 의해 몰입되는 정도(몰입성)                                    |       |
|          | 인지도를 높이기 위해 사이트를 대표하는 로고나 메타포의 활용정도(은유성)                             |       |
|          | 그룹화나 통일배열 등으로 전체사이트가 통합된 정도(일관성)                                     |       |
|          | 전문적 주제에 맞는 색상선정 및 색상대비, 적절한 공간활용 정도(명쾌성)                             |       |
| 합 계      |  | 100 점 |
| 기술       | 기술적인 요소들이 사이트에 적합하게 적용되는 정도(최적화)                                     |       |
|          | 웹캐스팅사에 알맞는 상호작용적 메시지의 사용정도(상호작용성)                                    |       |
|          | 정보접근이 용이한 데이터베이스 기술과 사용정도(데이터베이스)                                    |       |
|          | 일정한 전송속도, 항시 접속가능 여부 등의 안정성 정도(시스템 안정성)                              |       |
| 합 계      |  | 100 점 |
| 인터페이스    | 버튼 활성화, 세부메뉴 펼침, 에러메시지 등의 고객에 대한 사이트의 반응에 의한 쌍방향지향의 커뮤니티 형성 정도(쌍방향성) |       |
|          | 사용자로 하여금 검색과 탐색 등의 행동을 원활하게 할 수 있도록 네비게이션 도구를 체계적으로 구성하는 정도(네비게이션)   |       |
|          | 용통성이 있고 사용하기 쉬우며 이해하기 쉬운 정도(사용성)                                     |       |
| 합 계      |  | 100 점 |
| 컨텐츠      | 정기적인 업데이트로 최신의 내용과 정보를 담고 있는 정도(신속성)                                 |       |
|          | 방송프로그램의 이해성 및 읽기 쉽고 이해하기 쉬운 정도(이해성)                                  |       |
|          | 사이트 구조, 페이지구조 등의 효율적인 정보의 조직화 정도(구조설계)                               |       |
|          | 웹사이트의 구성과 프로그램 내용이 어울리는 정도(구성의 완성도)                                  |       |
| 합 계      |  | 100 점 |

### 1.3 전반적 배경사항

- 1) 회사명: \_\_\_\_\_
- 2) 귀사의 사이트 주소: \_\_\_\_\_
- 3) 부서명: \_\_\_\_\_
- 4) 업무분야: \_\_\_\_\_
- 5) 인터넷 관련경력: \_\_\_\_\_ 년 \_\_\_\_\_ 개월
- 6) 귀하의 연세는 어떻게 되십니까? \_\_\_\_\_ 만 \_\_\_\_\_ 세
- 7) 귀하의 성별은 무엇입니까? \_\_\_\_\_ 성
- 8) 귀사의 사이트는 회원제 운영입니까? ① 예 \_\_\_\_\_ ② 아니오 \_\_\_\_\_
- 9) 귀사의 월 방문자수는 몇 명입니까? \_\_\_\_\_ 명
- 10) 귀사의 회원자수와 월 가입자 수는 몇 명입니까?(회원제 사이트 만)
  - 회원 수: \_\_\_\_\_ 명
  - 월 가입자수 \_\_\_\_\_ 명
- 11) 귀사의 사이트 open일은 언제입니까? \_\_\_\_\_ 년 \_\_\_\_\_ 월
- 12) 귀하의 e-mail 주소를 적어주십시오(설문결과를 원하는 경우) ● E-mail: \_\_\_\_\_
- 13) 귀하가 생각하는 웹캐스팅의 핵심성공요인(CSF)는 무엇이라고 생각하십니까?
  - ① \_\_\_\_\_ ② \_\_\_\_\_ ③ \_\_\_\_\_ ④ \_\_\_\_\_ ⑤ \_\_\_\_\_

## 2. 웹캐스팅 사이트 만족도 조사(고객대상)

### 2.1 URL(웹캐스팅사)

| 상 위 평가영역 | 하 위 평가 영역   | 만족도 오점평가 |     |    |    |      |
|----------|---|----------|-----|----|----|------|
|          |   | 매우불만     | 불만족 | 보통 | 만족 | 매우만족 |
| 기 획      | 전문성 있는 프로그램의 기획정도(전문성)  | ①        | ②   | ③  | ④  | ⑤    |
|          | 문화적인 차원과 미디어 적인 속성을 고려하는 복합적인 항목으로 수<br>용자에게 적절한 프로그램 기획정도(기획의 적절성)     | ①        | ②   | ③  | ④  | ⑤    |
|          | 기획 의도나 제작목표가 실제적으로 표현되는 정도(충실성)   | ①        | ②   | ③  | ④  | ⑤    |
|          | 기존의 구상이나 관행에 의한 제작이 아닌 시청자들의 기호와 바라는<br>것을 고려하여 창조적인 프로그램을 제작하는 정도(독창성) | ①        | ②   | ③  | ④  | ⑤    |
|          | 웹캐스팅으로 적합한 차별화 되고 경쟁력 있는 프로그램<br>(프로그램 가치성)                             | ①        | ②   | ③  | ④  | ⑤    |
| 내 용 과 식  | 프로그램의 주제를 표현하고 제작목표를 달성하기위해 적절한 소재의<br>사용정도(소재의 적절성)                    | ①        | ②   | ③  | ④  | ⑤    |
|          | 프로그램의 시각과 청각적인 요소나 효과정도(영상적 표현의 완성도)                                    | ①        | ②   | ③  | ④  | ⑤    |
|          | 개별 프로그램의 포맷이 모방과 표절이 창의적이고 참신한 정도<br>(포맷의 독창성)                          | ①        | ②   | ③  | ④  | ⑤    |
| 디 자 인    | 독창적이고 흥미를 끄는 디자인에 의해 몰입되는 정도(몰입성)                                       | ①        | ②   | ③  | ④  | ⑤    |
|          | 인지도를 높이기 위해 사이트를 대표하는 로고나 메타포의 활용 정도<br>(은유성)                           | ①        | ②   | ③  | ④  | ⑤    |
|          | 그룹화나 통일배열 등으로 전체사이트가 통합된 정도(일관성)  | ①        | ②   | ③  | ④  | ⑤    |
|          | 전문적 주제에 맞는 색상선정 및 색상대비, 적절한 공간활용 정도(명쾌성)                                | ①        | ②   | ③  | ④  | ⑤    |
| 기 술      | 기술적인 요소들이 사이트에 적합하게 적용되는 정도(최적화)  | ①        | ②   | ③  | ④  | ⑤    |
|          | 웹캐스팅사에 알맞는 상호작용적 메시지의 사용정도(상호작용성)                                       | ①        | ②   | ③  | ④  | ⑤    |
|          | 정보접근이 용이한 데이터베이스 기술과 사용정도(데이터베이스)                                       | ①        | ②   | ③  | ④  | ⑤    |
|          | 일정한 전송속도, 항시 접속가능 여부 등의 안정성 정도(시스템 안정성)                                 | ①        | ②   | ③  | ④  | ⑤    |
| 인터페이스    | 버튼 활성화, 세부메뉴 펼침, 에러메시지 등의 고객에 대한 사이트의<br>반응에 의한 쌍방향지향의 커뮤니티 형성 정도(쌍방향성) | ①        | ②   | ③  | ④  | ⑤    |
| 고객만족     | 귀하는 지금까지 평가한 사이트의 재방문에 대해 어떻게 생각하십니<br>까?(재방문의도)                        | ①        | ②   | ③  | ④  | ⑤    |
|          | 사용자로 하여금 검색과 탐색 등의 행동을 원활하게 할 수 있도록 네<br>비게이션 도구를 체계적으로 구성하는 정도(네비게이션)  | ①        | ②   | ③  | ④  | ⑤    |
|          | 융통성이 있고 사용하기 쉬우며 이해하기 쉬운 정도(사용성)  | ①        | ②   | ③  | ④  | ⑤    |
| 컨 텐 츠    | 정기적인 업데이트로 최신의 내용과 정보를 담고 있는 정도(신속성)                                    | ①        | ②   | ③  | ④  | ⑤    |
|          | 방송프로그램의 이해성 및 읽기 쉽고 이해하기 쉬운 정도(이해성)                                     | ①        | ②   | ③  | ④  | ⑤    |
|          | 사이트 구조, 페이지 구조 등의 효율적인 정보의 조직화(구조설계)                                    | ①        | ②   | ③  | ④  | ⑤    |
|          | 웹사이트의 구성과 프로그램 내용이 어울리는 정도(구성완성도)                                       | ①        | ②   | ③  | ④  | ⑤    |
|          | 귀하는 지금까지 평가한 사이트에 대해 전체적 이고도 종합적인 만족<br>도에 대해 어떻게 느끼셨습니까?(종합만족도)        | ①        | ②   | ③  | ④  | ⑤    |

## 2.2. 전반적 배경사항

1) 귀하의 성별은?

- ① 남                                      ② 여

2) 귀하의 나이는?

- ① 10대    ② 20대    ③ 30대    ④ 40대    ⑤ 50대

3) 귀하의 인터넷 사용기간은?

- ① 6개월 미만                      ② 6개월 ~ 1년                      ③ 1년 ~ 2년  
④ 2년 ~ 3년                      ⑤ 3년 이상

4) 귀하의 소득은?(연간)

- ① 100만원미만                      ② 100 ~ 500만원미만                      ③ 500 ~ 1000만원미만  
④ 1000 ~ 3000만원 미만    ⑤ 3000만원이상

5) 귀하의 교육수준은?

- ① 고졸이하                              ② 대졸이하                              ③ 대졸이상

6) 귀하의 혼인상태는 어떻습니까?

- ① 기혼                                      ② 미혼

7) 귀하가 주로 사용하는 멀티미디어 플레이어는 어떤 종류입니까?

- ① 리얼 플레이어                      ② 윈도우 미디어 플레이어                      ③ 기타

8) 귀하가 주로 인터넷 접속장소는 어디입니까?

- ① 자택    ② 학교    ③ 직장    ④ PC방    ⑤ 기타

9) 귀하가 사용하는 네트워크의 접속매체는 주로 어떤 종류입니까?

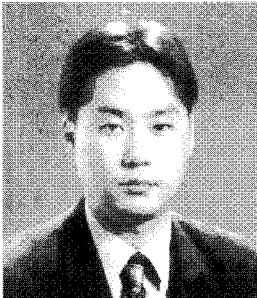
- ① 모뎀    ② ADSL    ③ 케이블 모뎀    ④ LAN    ⑤ 기타

◆ 저자소개 ◆



서영호 (Suh, Yung-Ho)

서울대학교 경영학과에서 학사, KAIST에서 산업공학 석사, 미국 시라큐즈대학에서 경영학 박사학위를 취득하였다. 한국국방연구원(KIDA) 연구원, 미국 위스컨신대학(UW-Eau Claire) 경영정보학과에서 조교수로 근무하였다. 현재 경희대학교 경영학부 교수이다. 주요 관심분야는 경영정보시스템, 전문가시스템, 전자상거래, 품질경영 등이다.



이현수 (Lee, Hyun-Soo)

경희대학교 경영학과를 졸업하고 동 대학원에서 석사학위를 취득하였다. 현재 경희대학교 경영학과 박사과정에 재학중이며 경희대학교 정보센터 연구원으로 재직중이다. 주요 관심분야는 품질경영, 지식경영, 인터넷 비즈니스, CRM, 전자상거래 등이다.

◆ 이 논문은 2001년 2월 14일 접수하여 1차 수정을 거쳐 2001년 8월 31일 게재확정되었다.