

## A Descriptive Study on the Job Information Service Market

Jongwook Yoon\*

\*Professor, Dept. of Business Administration, Hyupsung University, Hwasung, Korea

### [Abstract]

In this study, the author seeks to identify the status of the online job information service market and present strategic guidelines to maintain the market ecosystem based on it. The research method was carried out as a descriptive study to identify the online job information service market by utilizing various secondary data. Specifically, the market analysis identified the high potential growth rate of the job information service market and key issues. Industry trend analysis analyzed key service features, job seeker types and features, service use trends, promotion and marketing methods. Finally, through SWOT analysis of the market, strategic guidelines were proposed to lead the market ecosystem into a virtuous circle. In the first place, these findings will help us gain a comprehensive view of the market by identifying the status of the job information service market with a focus on the main issues. It may also provide companies in the industry with the necessary clues to their continued survival within the industry. Furthermore, the government and public organizations are expected to contribute to boosting the job information service market with the aim of creating and improving jobs.

▶ **Key words:** job information service market, employment portal, descriptive research

### [요 약]

본 연구에서는 온라인 취업정보 서비스 시장의 현황을 파악하고, 이를 토대로 시장 생태계를 유지하기 위한 전략적 가이드라인을 제시하고자 한다. 연구 방법은 다양한 2차 자료를 활용하여 온라인 취업정보 서비스 시장을 파악하는 기술적 연구로 수행되었다. 구체적으로 시장 분석에서는 취업정보 서비스 시장의 높은 잠재적 성장성과 주요 이슈들을 파악하였다. 산업 트렌드 분석에서는 주요 서비스 형태, 구직자들의 유형 및 특징, 서비스 사용 트렌드, 관측 및 마케팅 방법을 분석하였다. 마지막으로 이 시장의 SWOT 분석을 통해 시장 생태계를 선순환 구조로 이끌 수 있는 전략적 가이드라인을 제안하였다. 이러한 연구 결과는 일차적으로 취업정보 서비스 시장을 주요 이슈 중심으로 현황을 파악함으로써 시장에 대한 폭넓은 이해를 하는 데 유용할 것이다. 또한 산업에 속한 기업들에게는 산업 내에서 지속적으로 생존하기 위한 단서를 제공할 수도 있다. 나아가 정보 및 공공기관에서는 취업정보 서비스 시장을 활성화 함으로써 일자리 창출 및 개선에 기여할 수 있을 것으로 평가된다.

▶ **주제어:** 취업정보 서비스 시장, 취업 포털, 기술적 연구

- 
- First Author: Jongwook Yoon, Corresponding Author: Jongwook Yoon
  - \*Jongwook Yoon (jwoon@uhs.ac.kr), Dept. of Business Administration, Hyupsung University
  - Received: 2019. 09. 23, Revised: 2019. 11. 19, Accepted: 2019. 11. 19.

## I. Introduction

### 1. Research Background

통계청의 「경제활동인구조사」(2018)에 따르면, 2018년 상반기 취업자 수(1~6월 평균)는 전년 동기 대비 14만2천명 증가하여 2017년 상반기 36만 명에 비해 둔화된 양상을 보이고 있다. 이는 15~64세 생산가능 인구의 빠른 감소, 생산직을 중심으로 한 제조업 고용 감소, 건설업 고용 둔화 등의 기저효과로 인해 고용이 감소한 것으로 평가하고 있다[1].

동 자료에서는 실업자가 전년 동기 대비 2만5천명 증가한 것으로 나타났지만, 실업자 규모 및 실업률은 2013년 이래 꾸준히 증가해 각각 114만명, 4.1%로 집계되었다. 산업별 취업 수준의 특징은 제조업 고용 감소, 서비스업 취업 둔화, 건설업 고용 둔화로 등으로 인한 산업 전반에 걸친 고용 감소로 요약될 수 있다.

한편 글로벌 취업 시장의 거시적 트렌드를 살펴보면, ORACLE(2018)의 '2018 HR 동향 보고서'에는 구직자들의 최근 동향을 몇 가지 제시하고 있다[2]. 먼저, 구직 시장에서 수요기업의 고민은 유능한 인재 채용 및 직원 몰입인데 반해, '탈몰입 시대'에 들어선 젊은 구직자들은 직업적 만족과 마음의 평화를 모두 제공할 수 있는 소위 '워라밸(work-life balance)' 일자리를 추구하면서 양자의 갭(gap)이 존재하는 것이다. 둘째, 전통적인 프로필이나 언변이 아닌 구직자의 업무 경험과 인터뷰 수행능력 등의 기준을 소셜 미디어 프로필이나 디지털 흔적과 함께 분석함으로써, 다방면의 구직자 프로필을 확보하는 것이 가능한 시대라는 점에 주목하고 있다. 셋째, 인간과 기계의 업무효율성 간 균형을 맞추는 역할이 강조되고 있다. 최적의 접근법은 개별 기업 상황에 따라 상이하겠지만, 기업은 정규직, 시간제, 계약직 직원의 효과적 협업방안에 대한 모색이 절실히 필요한 시점이다. 넷째, 전통적인 재무적 보상에서 탈피하여 신세대 직원들이 관심을 갖고 있는 비재무적 보상(최고의 인재 유치, 유지, 동기부여)의 중요성이 대두되고 있다.

이러한 수요 시장에서의 고용 감소 트렌드와 공급 시장에서 구직자들의 가치관 변화로 인해 취업정보 서비스(취업 포털) 시장은 역설적으로 꾸준한 성장세를 보이고 있다[3-4]. 이런 배경에는 온라인 취업정보 사이트가 접근성이 용이하며, 구직 정보 취득에 소요되는 시간 절감, 풍부한 취업 정보 제공 등의 다양한 장점이 있기 때문으로 파악된다[5].

본 연구에서는 특히 온라인 취업정보 서비스 시장의 현황을 다각도로 살펴보고자 한다. 특히 시장에서 대다수를 차지하는 민간 취업 포털을 주요 대상으로 하며, 시장 현황 분석을 토대로 취업 포털들이 지향해야 할 전략적 가이드라인을 기술적 연구(descriptive study)를 통해 도출하고자 한다.

### 2. Research Methods and Expected Effects

취업정보 서비스 시장에 대한 최근 국내의 연구들은 주로 취업정보 웹사이트의 품질, 만족도, 이용 의도 등의 종속적 개념(construct)에 영향을 미치는 다양한 요인들 간의 인과관계 분석(예: [5-9]), 또는 종속적 개념과 구직자 특성 간의 인과관계 분석(예: [10-12])이 주류를 이루고 있다. 외국의 연구들도 마찬가지로 웹사이트 품질에 관한 연구(예: [13-15]), 또는 이용자 특성에 관한 연구(예: [16-17])와 같은 인과관계 연구가 대부분이다. 이러한 인과관계 연구는 취업 포털들의 성공에 대한 개념적 모델을 제시하는 데에는 유용하지만, 시장의 전반적인 현황 및 특징을 포괄적으로 이해하는 목적으로는 다소 부적절한 측면이 있다[18].

따라서 본 연구에서는 취업정보 서비스 시장에 대해 다양한 관점에서 파악하는 기술적 연구(descriptive research)를 통해 시장 현황을 좀 더 현실적으로 파악하였다. 또한 시장의 주요 트렌드 분석 및 SWOT 분석을 통해 취업정보 서비스 시장이 추구해야 할 전략적 지향점을 도출하였다. 이러한 기술적 연구는 인과관계 연구(causal research)에서처럼 어떤 문제에 대한 원인 규명 및 예측은 어렵지만, 특정 현상에 대해 자세한 이해를 돕는 데에는 매우 유용한 측면이 있다[19].

연구 범위는 우선 2장에서 취업정보 서비스 시장의 전반적인 현황을 고찰해 본다. 3장에서는 산업의 주요 트렌드를 살펴보고, 4장에서는 산업의 SWOT 분석을 통해 취업정보 서비스 기업들이 취해야 할 전략적 가이드라인을 도출하였다. 끝으로 5장에서 결론과 시사점을 제시한다.

본 연구의 잠재적 기대효과는 저성장고 고용 감소 추세, 그리고 구직자들의 가치관 변화라는 다양한 요인에 둘러싸인 취업정보 서비스 산업 생태계의 특징을 다차원적으로 파악하고, 시장에 효율적으로 대응하기 위한 전략적 단서들을 제시했다는 점을 들 수 있다.

## II. The Status of Job Information Service Market

### 1. The Scale and Growth of the Job Information Service Market

SMIC 2018년 6월 보고서에 따르면, 국내 온라인 취업정보 서비스 시장 규모는 2,100억 원 정도로 추산된다[20]. 또한 이 시장은 최근 3년간 평균 17%의 성장세를 지속하고 있다[21]. 평생직장의 개념이 평생직업 개념으로 대체되는 추세와 기업의 수시채용 확대 추세로 인해 향후 취업정보 시장의 성장세는 낙관적으로 기대된다.

온라인 취업정보 서비스 시장은 민간업체 4곳과 정부 운영 1곳이 전체 시장의 70% 이상을 점유하는 구조이며, 이들은 최근 10년간 4배의 급성장 추세를 보이고 있다[22]. 정부가 운영하는 취업 포털 워크넷(work.go.kr)도 시장 주도에 참여하고 있다. 웹사이트의 인기를 측정하는 미국 알렉사(Alexa)에 따르면, 한국 취업 포털들의 인기 순위는 대기업 포털보다도 앞서는 수준으로 평가한다. 2000년 이후 인터넷의 발달과 청년 실업을 상승의 상호작용으로 구직자들이 온라인에서 취업 정보를 탐색한 것이 시장의 급성장을 초래한 것으로 평가된다[4][22]. 실제로 취업정보 사이트는 2018년 기준으로 매월 약 1,000만명의 이용자 규모를 유지하는 보편적인 서비스로 자리하였으며, 이중 한달 10일 이상 구인구직 서비스를 이용하는 헤비유저만 해도 약 116만 명에 달한다[4].

취업정보 서비스 시장의 성장성 평가라 할 수 있는 구인기업(수요)과 구직자(공급) 간의 수요/공급 분석 결과는 이 시장의 지속적 성장 추세를 시사하고 있다. 경기 활황 국면은 물론 경기 하강 국면에서도 취업정보 시장 성장세(구인기업 채용 공고 수)는 크게 감소하지 않는 특징이 내재되어 있다[23]. 즉, 경기 활황 국면에서는 구인기업의 채용 공고 수가 증가하므로 취업정보 포털 서비스에 대한 수요도 증가한다. 반면 경기 불황 국면에서도 구인기업의 수시 채용 공고가 한층 더 확대되어 채용 공고 수가 증가한다.

## 2. The Competitive Structure of the Job Information Service Market

취업정보 시장의 경쟁 구도를 분석하는 방법으로는 산업 내 주요 취업정보 서비스 제공업체를 대상으로 '키워드 조회수' 분석을 활용하였다. 네이버에서 검색광고 메뉴에서 제공하는 '키워드 분석' 도구(<https://searchad.naver.com/>)를 이용하여 상위 5개 취업 포털 사이트의 '최근 일년간 월평균 검색 수'를 분석(2018년 11월 8일 기준)하였다. PC 및 모바일 뿐 아니라 합계 모두 산업 내 순위가 일치하는데, <표 1>처럼 사람인과 잡코리아가 각각 산업 순위 1위와 2위로 파악되었다.

Table 1. Keyword Views of Major Job Portals in the Industry  
(Unit: Average number of searches per month over the past year)

job information portal	Number of searches per month		
	PC	Mobile	Sum
Saramin	2,099,100	1,860,400	3,959,500
Jobkorea	1,568,300	1,233,000	2,801,300
Jobplanet	284,500	293,900	578,400
Incruit	26,800	14,900	41,700
Career	9,010	10,900	19,910

Data: direct analysis by the researcher(2018. 11. 08)  
Note: 'Worknet'(www.work.go.kr) is excluded - not accessible through Naver keyword analysis

이러한 결과는 한국소비자원의 보도자료[24]에서 사람인, 잡코리아, 커리어, 인크루트 등 4곳이 구직자들이 가장 많이 이용하는 포털로 평가된 결과와 유사하다. 사람인과 잡코리아는 2017년 기준으로 취업정보 포털 시장에서 나란히 최대 실적을 경신하면서 취업포털 '양강 체제'를 구축하였다[25]. 이들 업체는 국내 취업포털 시장의 성장을 견인하면서 각각 AI(인공지능) 기술개발 및 알바포털 사업과 시너지 효과를 창출하는 데 주력하고 있다. 그 결과 잡코리아는 2017년 매출액이 940억원으로 전년 대비 21.8% 증가했으며, 사람인은 2017년 기준 매출액 813억 원을 기록하며 전년 대비 10.3% 성장하였다[3].

금융감독원(2018) 자료를 인용한 보도에 따르면, 취업정보 포털 시장의 선두인 사람인과 잡코리아의 성장세에 비해, 경쟁 기업들인 커리어와 인크루트는 상대적으로 부진한 형국이다. 커리어의 2017년 기준 매출액은 188억 원으로 전년 대비 4.4% 성장하는 데 그쳤으며, 동 기간 영업이익과 당기 순이익은 9억6,100만 원과 5억3,600만 원으로 각각 61.9%, 72.4% 감소하였다. 1세대 취업포털로 꼽히는 인크루트는 2017년 당기순손실 34억 원을 보이며 전년(당기순손실 33억 원)에 이어 적자 행보를 계속하고 있다[3].

한편 취업포털 시장의 급성장으로 인해 잡플래닛 등 차별화를 내세운 신규 업체들의 시장 진입이 활발히 이루어지고 있다. 구체적인 예로 '잡플래닛'은 2015년 10월부터 국내 기업 10만여 개의 평가를 기반으로 상위 5% 우수 기업에 대한 채용 정보 서비스를 시작하였다[22]. 현재 근무 중이거나 근무했던 임직원이 작성한 내부 평가 및 콘텐츠를 공유하는 특화된 서비스로, 관련 자료는 익명으로 작성되며 사용자 정보는 암호화 처리를 한다. 반면, 주관적인 견해가 반영된 자료라서 리뷰 수가 적은 기업의 경우 객관적 평가가 어렵고, 기업의 의도적 개입을 막기 어려운 점이 단점으로 지적된다.

공공기관의 취업정보 서비스로는 한국고용정보원에서 지원하는 '워크넷(www.work.go.kr)'을 들 수 있다[26]. 전국 대학에서 대학생의 자기탐색 및 진로방향설정 지원 시 활용 가능한 9종의 무료 직업심리검사를 제공하고 있으며, 대학생의 취업역량 강화를 위한 취업지원 교육프로그램, 직업진로지도 정보 뉴스레터, 진로정보활용가이드, 취업지원 가이드북, 해외 취업의 꿈 등의 서비스를 제공한다.

이상에서 살펴본 온라인 취업정보 시장구조를 요약해 보면 민간 기업의 경우 사람인, 잡코리아, 잡플래닛, 인크루트, 커리어 순으로 선호도가 나타났다. 이 중 시장 강자는 사람인과 잡코리아이며, 커리어와 인크루트는 상대적으로 부진한 형국이다. 반면 후발주자임에도 급성장한 대표적인 포털은 잡플래닛인데, 이 사이트는 후발주자의 약점을 보완하기 위

해 임직원이 작성한 내부 평가 정보 서비스 등의 차별화된 콘텐츠들을 전략적 무기로 내세우면서 시장에서 부상한 경우로 평가된다. 반면 공공기관의 취업 포털은 워크넷이 시장에서 자리를 잡았으며, 다양한 콘텐츠 구성을 통해 민간 포털과 대등한 승부를 벌이는 형국으로 평가할 수 있다.

### 3. Major Issues in the Job Information Service Market

온라인 취업정보 서비스 시장 관련 자료들에서는 반복적으로 언급되거나 주요한 주제로 지적하는 주요 이슈들이 있는데, 이같은 주요 이슈들은 네 가지 정도로 요약된다. 첫째 온라인 취업정보 서비스 시장의 핵심 경쟁 요인은 '트래픽(traffic)'이다. 트래픽 증가는 온라인 취업정보 서비스 포털의 주 수익원인 수요기업들의 유료 채용 광고(온라인 매출 중 80.1%가 광고 수익) 증대로 연결되기 때문이다[20]. 트래픽이 많은 취업 포털일수록 기업들의 채용 광고 유인력이 증가하고, 풍부한 채용 공고는 더 많은 트래픽을 유발하는 선순환 구조를 형성하게 된다.

둘째는 모바일 플랫폼의 성장이다. 스마트폰의 대중화로 인해 취업정보 서비스 시장에서 모바일 플랫폼의 성장과 모바일 서비스 이용 급증하고 있다[27]. 이는 최근 연령별 스마트폰 보급률은 지속적으로 증가하고 있으며, 취업정보 서비스의 주 이용자인 2030 세대 대부분이 스마트폰을 사용하기 때문이다. 취업정보 포털에서 모바일 앱을 통해 제공되는 '모바일 간편 이력서' 서비스는 구직자들에게 매력적인 요소로 부각되고 있다. 20대 고객이 전체 19.5%를 차지하는 벼룩시장도 최근 모바일 서비스 증가세에 발맞추어 계속 모바일 서비스를 강화하고 있다. 구인-구직자들이 채용공고를 보는 비율이 웹보다 앱의 비중이 월등히 높아지는 추세에 따라 모바일 최적화 서비스가 지속적으로 증가될 것으로 평가된다[20] [28].

셋째, 모바일에 최적화된 '사용자 인터페이스(UI)' 개발과 개인화된 맞춤형 서비스의 증대이다. 잡코리아는 모바일 개인 맞춤형 채용정보 서비스를 제공하고자 앱 개편을 통해 신입/경력/뉴스/검색 서비스를 강화했다. 사람인 역시 지역별/직종별 채용정보 안에서 원하는 카테고리를 통합한 서비스 및 맞춤형 추천 채용정보(채용정보 추천 서비스 '아바타서치')를 제공한다. 사람인의 경우, 2015년 개인 맞춤형 서비스를 통해 입사 지원을 한 지원자 비중은 27%였지만, 2017년의 비중은 2년 만에 57%로 크게 상승하였다.

넷째, 제4차 산업혁명의 기조에 발맞추어 빅데이터 분석 및 인공지능 기술의 도입으로 취업정보 서비스 품질이 제고되었다. 구인구직 미스매치 해소를 위한 대안으로 빅데이터의 중요성에 주목한 사람인은 2014년 업계 최초로 사람인 매칭

연구소를 설립하였고, 인공지능을 적용한 '아바타서치', '인재검색' 서비스 등이 시장에 선보이며 4차 산업혁명 시대에 대응하고 있다. 최근 취업정보 시장에 인공지능(AI)의 핵심기술인 딥러닝 알고리즘을 접목해 매칭율을 한층 더 끌어올리는 서비스가 제시되고 있다. 검색 및 공고 조회 서비스 등에도 인공지능 기술을 접목하여 서비스 품질을 제고하고, 차별화된 기술력 및 서비스 경쟁력 확보를 강화하는 것이다.

### 4. Entry Barriers and Hazards

진입장벽은 시장 진입 시 존재하는 장애물로, 취업정보 서비스 시장의 대표적인 척도는 네트워크 효과, 브랜드 파워, 전환비용 등을 들 수 있다[20]. 취업정보 서비스 시장의 '네트워크 효과'는 특정 수요가 타인의 수요에 의해 영향을 받는 효과를 지칭한다. 네트워크 효과의 주요 척도는 높은 트래픽이며 이는 곧 광고효과의 우위를 의미하므로 유료 채용 공고 수 증가 및 매출로 귀결되고, 나아가 이는 다시 구직자의 방문을 늘리는 선순환 구조를 형성하게 된다[29].

무형자산의 일종인 '브랜드 파워'는 기업에 대한 소비자의 인지도를 1백점 만점을 기준으로 수치화한 것이다. 취업정보 서비스 시장에서 브랜드 파워를 갖는 포털의 특징은 순방문자수, 채용공고수, 임사지원수, 매출액 등의 지표로 연계된다. 브랜드 파워는 시장에서 가격결정력에 주도권을 확보하므로 경쟁사 대비 높은 광고료 책정이 가능하다. 또한 브랜드 파워는 기존 고객 유지는 물론 신규 고객 유인에 결정적인 기여를 하는 것으로 분석된다[30].

취업정보 포털 사이트에 이력서를 등록한 고객이 다른 포털을 이용하려면 신규등록 불편 등의 '전환비용(switching cost)'이 발생한다. 높은 전환비용은 구직자들의 이탈을 방지하는 효과(lock-in effect)로 인해 재방문율과 트래픽을 제고하는 것으로 알려져 있다[29].

한편 취업정보 서비스 산업의 위험요인으로는 플랫폼 시장의 안주, 고객 니즈 등 환경 변화에 대한 대응능력 미비 등으로 요약된다. 최근 정보 서비스 산업의 대세인 '플랫폼 사업'의 위험요인은 플랫폼 보유 자체만으로 네트워크 효과를 가질 것이라는 착각이다. 플랫폼 사업은 초기 투자 규모가 비교적 크지 않고 서비스 이용자의 전환비용이 낮은 편이므로 타 기업으로의 이탈 위험이 상시적으로 존재하기 때문이다. 취업정보 포털이 '지속가능 조직(sustainable organization)'이 되려면 시장-고객 및 신규 ICT 등의 외부 환경에 기민하게 대응하는 상시적 혁신 노력이 필요하다. 실제로 취업정보 서비스 시장의 후발주자인 잡플래닛은 직장인, 취업준비생, 기업이 공동으로 생성하는 소셜 네트워크 기반의 콘텐츠로 시장에서 급부상한 바 있다.

Table 2. Main Menu Structure by Service Area of Job Information Portals(Names are ascending)

Job Portal		Saramin	Incruit	Jobkorea	Career
Main Service					
employment information	employment information	<ul style="list-style-type: none"> <li>employment information</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>employment information</li> <li>new open recruitment of top 100 companies</li> <li>headhunting</li> <li>part-time job</li> <li>dispatch agent</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>employment information</li> <li>new open recruitment</li> <li>headhunting</li> <li>dispatch agent</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>full employment</li> <li>hiring schedule for key companies</li> <li>small and medium-sized businesses</li> <li>hidden Champion</li> </ul>
	corporate status	<ul style="list-style-type: none"> <li>salary information</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>salary</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>salary</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>direct salary</li> </ul>
	personal service	<ul style="list-style-type: none"> <li>personal member service</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>resume management</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>employment rate</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>personal member</li> </ul>
	auxiliary service	<ul style="list-style-type: none"> <li>data box</li> <li>Open API BETA</li> <li>family site</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>data room</li> <li>education</li> <li>employment school</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>employment news</li> <li>education</li> <li>employment rate</li> <li>career path</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>employment data</li> <li>education information</li> <li>career tool</li> <li>family site</li> </ul>
corporate member service	talent search	<ul style="list-style-type: none"> <li>talent information</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>talent search</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>talent search</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>talent information</li> </ul>
	corporate member service	<ul style="list-style-type: none"> <li>corporate member service</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>corporate member</li> <li>notice registration</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>corporate member Home</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>corporate member</li> </ul>

Materials: site content analysis and reconfiguration(2018.11.14)

### III. Industrial Trend Analysis

본 연구에서는 국내 4대 취업정보 포털 서비스 업체의 ‘홈페이지 사이트맵 분석’을 통해 취업 관련 주요 서비스 현황을 <표 2>와 같이 파악하였다.

국내 4대 취업정보 포털 선정기준은 ‘한국소비자원’의 보도자료(2017.11.20.)에서 제시된 4개 취업정보 포털 사이트(사람인, 잡코리아, 커리어, 인크루트)이다. 인크루트 사이트의 경우, 본 연구 수행 기간 중인 2018년 11월 중순 경에 사이트맵이 변경되어 신규 사이트맵으로 분석을 수행하였다.

#### 1. Status of Key Products(Services) and Characteristics of Job Seekers

4대 취업정보 포털의 전체 메뉴는 크게 ‘구직자를 위한 서비스’와 ‘기업회원을 위한 인재발굴 서비스’라는 두 가지 유형으로 분류한 것이 공통적인 특징이다. 구직자 서비스는 채용 관련 정보, 기업 현황 관련 정보, 그리고 개인회원 서비스와 기타 부대 서비스로 구분된다. ‘기업회원 서비스’는 기업에서 채용 목적으로 구직자 풀을 검색하는 서비스와 기업회원을 위한 다양한 응용 서비스로 구분된다.

한편 취업정보 서비스의 고객인 구직자들의 유형 및 특성 정보는 기업 수익성과 직결되므로 시장에 노출되지 않아서 분석이 불가능한 상황이다. 따라서 구직자들의 특성을 파악할 수 있는 대안으로 구직자 대상 설문조사 등을 포함한 2차 자료를 이용하는 방안을 택하는 것이 불가피하다.

2017년 인적자원개발위원회에서 대전·세종지역의 졸업예정자들을 대상으로 취업에 관련된 다양한 조사를 수행한

바 있는데[31], 이 자료는 구직자 특성 분석을 위한 2차 자료로 의미를 가질 것으로 평가된다. 이 조사의 대상은 취업준비자이므로 이들의 부분집합(subset)인 취업포털 이용자와 유사한 패턴을 보일 것으로 가정한다. 조사 결과 나타난 구직자들의 특징을 <표 3>과 같이 응답 1, 2위 순으로 요약하였다.

Table 3. the characteristics of job seekers \* (1st and 2nd in response ranking)

Questionnaires	Response 1, 2 ranking items	Response rate(%)
Job-seeking method	employment portal	24.0
	college employment center	20.5
Important basic skills in employment	responsibility	34.5
	adaptability	18.4
	aptitude	25.2
the most important factor in employment decisions	annual income	23.0
Important selection requirements in employment	job experience such as internships	29.4
	certificate	24.8
desired average annual salary	less than 24 to 30 million won	36.1
	less than 20 to 24 million won	21.2
cause of miss match in recruitment	miss match of compensation	73.1
	miss match of information	9.0
the biggest cause of youth employment problems	demanding standard of employment	32.9
	a shortage of jobs suitable for young people	24.7

\* Excerpts and reconstructions of Human Resources Development Committee’s report(2017)

<표 3>에 나타난 청년 구직자들의 응답을 보면 구직자들의 상당수가 취업정보 포털 등 외부의 플랫폼에서 취업 관련 정보를 취득하고 있다. 나아가 ORACLE(2018)의 '2018 HR 동향 보고서[2]'에 제시된 이슈들과 상당히 일치하는 측면이 많다. 예를 들어 '탈몰입 시대'에 들어선 젊은 구직자들은 직업적 만족과 삶의 질을 모두 제고할 수 있는 일자리를 추구하면서, 기존의 프로필과 인터뷰에 기반한 전형일률적인 채용 방식에 대한 반감 등을 들 수 있다.

코리아안클릭(2018)의 조사에서도 구직자들의 특성에 대해 부분적으로 제시하고 있다[4]. 최근 5년 간 구인구직 서비스의 이용자 연령 구성비를 분석해보면, 20~30대의 비중은 57%에서 50%로 감소한 반면, 같은 기간 40~50대의 비중은 34%에서 40%로 증가하였다. 이제는 청년층만이 아니라 중년층 또한 구인구직 서비스의 주이용자로 부상하였다는 것이다.

반면에 '아르바이트 포털'은 5년 전과 비교하여 20대와 50대 위주로 증가세가 나타났다. 20대의 경우, 기존에는 20대 초반 위주였던 아르바이트 시장에서 정규직 취업난으로 인해 20대 후반 이용자가 유입되었다. 50대의 경우, 급변하는 시장 속 조기퇴직이나 구조조정의 여파로 실직한 중년층의 재취업 관심도가 높아지면서 이들의 '아르바이트 포털' 이용이 증가한 것으로 조사되었다.

## 2. Usage Trends of Job Information Services

취업정보 서비스 산업의 두드러진 추세는 첫째, 모바일 서비스의 증대 현상이다. 최근 구직자들이 PC보다는 스마트폰으로 구인·구직 서비스를 이용하는 시장 추세 변화로 인해, 취업포털이 온라인에서 모바일 중심으로 서비스를 전환해 왔다. 잡코리아 집계에 따르면, 최근 구직자 10명 중 7명이 모바일로 채용 공고를 조회했으며, 10명 중 약 6명이 모바일로 이력서를 제출한 것으로 분석했다[32]. 2017 3월 잡코리아 전체 채용공고 조회수 중 모바일 조회 비율이 73.0%로 집계되어, 전년 동월(68.5%) 대비 4.5%p 증가한 것으로 나타났다. 같은 시기, 50대 이상 구직자 중 모바일 이력서 제출 비율이 45.3% 수준(2017년 동월 대비 13.9%p 증가)으로 나타났다[33]. 특히 아르바이트 포털은 주 고객층이 10~20대로 낮아서 모바일 구직활동 비율이 더욱 많이 증가하였다. 일례로 아르바이트 포털 알바몬의 2017년 1월 기준 모바일을 통한 아르바이트 모집공고 조회 비율은 84.3% 수준이다.

둘째로, 모바일 앱의 활성화에 따라 취업정보 포털 시장

도 이에 대응하기 위한 취업포털 앱, 직장정보 제공 앱, 번역 앱 등 다양한 앱을 제공하고 있다. 국내 취업 포털 1, 2 위인 잡코리아와 사람인은 물론 대부분의 취업 포털에서 모두 구직자들을 위한 '모바일 앱'을 제공한다.

셋째, 취업포털 업계 상위 기업은 수요자 특성에 부합하는 맞춤형 정보를 제공하기 위해 빅데이터·AI 기반 서비스로 차별화 경쟁에 돌입하고 있다. 사람인, 잡코리아, 인크루트는 각각 '스마트 필터', '커리어패스', '알바콜'을 전면 표방하며 빅데이터 기반 매칭 서비스를 제공한다. 사람의 대표적인 매칭 서비스 '아바타 서치'는 딥러닝 기법을 적용, 구직자에 적합한 채용 공고를 선별적으로 제공한다. 잡코리아는 빅데이터 기반으로 대학 동문이나 선배들의 직무를 확인할 수 있는 '커리어패스' 서비스를 제공한다. 인크루트는 알바 구인구직 전문 앱 알바콜을 통해 '알바채용 9900원, 콜' 서비스를 출시, 빅데이터 기반의 매칭 서비스를 특화시키고 있다.

넷째, 서비스 경영 이론에 의거[34], 시장 태동기의 경쟁방식인 '핵심 서비스' 경쟁 추세에서 성숙시장의 특징인 '부가 서비스' 경쟁으로 전환하는 추세이다. 사람의 부가 서비스는 각종 서식을 제공하는 자료통 서비스와 취업 관련 데이터를 외부에 공개하는 '오픈API BETA' 서비스로 구성된다. 또한 구직자에게 개인 맞춤형 채용정보를 추천하는 '아바타 서치'가 이력서 작성 및 맞춤형 취업정보 추천 서비스를 보유하고 있다. 인크루트는 이력서 및 자소서 샘플, 취업성공 프로그램, 면접족보, 공채합격 핵심자료 등의 서비스 제공하는 자료실 서비스를 제공한다. 잡코리아 역시 부가 서비스로 취업뉴스, 교육, 취업물, 커리어패스 등의 다양한 서비스를 제공한다. 잡코리아의 '커리어패스 서비스'는 구직자의 선호기업 탐색, 기업에서 선호하는 학교 및 전공 탐색 기능을 제공한다. 잡코리아는 카카오톡으로 실시간 공채정보를 받아볼 수 있는 '카카오톡 채용정보 알림 서비스'를 실시하여 SNS 활용도를 제고하고 있다.

다섯째, 구직 유형 및 분야에 따라 다양한 취업정보를 제공하는 세분시장 및 유통채널이 자리를 잡고 있다([35]. 취업정보 전문 포털 외에도 여성 취업, 기업정보 분석, 자격증, 공모전, 창업, 아르바이트 등 다양한 세분시장이 존재하는 것이다. <표 4>는 다양한 세분시장의 대표적인 사례를 요약한 자료이다.

Table 4. Examples of various markets providing employment information services

job classification	site name	internet address
employment information by job	employment in public institutions	http://job.alio.go.kr
women-specific employment information	women-net	http://www.women.go.kr
corporate information	electronic public offering system	http://dart.fss.or.kr
career information	Careernet	http://www.careernet.go.kr
foreign language /qualification information	English(TOEFL)	http://www.ets.org
credentials and training information	q-net	http://www.q-net.or.kr
self-improvement	hunet	http://www.hunet.co.kr
employment information for public enterprises	employment information system of public institutions	http://job.alio.go.kr
start-up information	small business support center	http://www.sbdc.or.kr
contest information	thinkuniv	http://www.thinkuniv.com
various part-time jobs	albamon	http://www.albamon.com

Data: direct analysis by the researcher(Nov. 2018)

### 3. PR and Marketing

취업정보 포털 주요 사용자층이 20~30대 구직자이므로 ‘인터넷 PR’과 ‘온라인 광고’가 취업정보 포털의 주요 홍보·마케팅 수단인 것으로 분석되었다. ‘인터넷 PR’은 불특정 다수의 일반 대중을 대상으로 이미지 제고나 제품 홍보 등을 목적으로 전개하는 온라인 커뮤니케이션 활동을 의미한다[36]. 보편적인 ‘인터넷 PR’ 방식은 자사와 관계된 뉴스성의 정보를 온라인 매체(신문 잡지 및 방송)에 게재·방송되도록 유도하는 형태이다. 반면 ‘온라인 광고’는 인터넷을 이용하는 홍보의 한 형태로, 고객들을 끌어들이기 위해 마케팅 메시지를 전달하는 방식이다[36]. 구체적으로 검색 엔진 결과 페이지, 웹 배너, 블로그, 리치 미디어 광고, 소셜 네트워크 광고, 전자 우편 광고 등에 온라인 광고를 삽입하는 형태이다.

먼저 인터넷 PR 수준 평가 척도로는 네이버 검색창에서 주요 취업정보 포털별 최근 1년 이내의 ‘뉴스 기사 건수’를 검색하여 <표 5>로 정리하였다.

Table 5. Number of Internet news articles by employment portal

(Unit: number of cases)

employment portals \ period	within a month	within six months	within a year
Saramin	1,213	7,315	14,343
Jobkorea	1,152	5,768	11,438
Incruit	464	2,899	5,826
Jobplanet	139	548	738
Worknet (public portal)	314	1,770	3,274
Career *	2,803	17,740	40,150

Data: direct analysis by the researcher (2018.11.14)

\* Exclude ‘Career’ from comparison

<표 5>에서 커리어 포털의 경우 최근 1년간 검색 건수가 40,150건으로 매우 높게 나타났지만, 이를 직접 활용하기에는 한계가 있다. 왜냐하면 포털 ‘커리어’ 검색 외에도, ‘직장 경력’ 관련 검색 건수(예: 커리어 관리, 나의 커리어, 직장 내 커리어 등)가 혼재된 탓이다. 물론 사람인 등 다른 포털의 경우에도 이런 문제는 여전히 배제할 수 없으므로, <표 5>의 결과가 오류가 없는 완전한 검색 건수라고 주장하기에는 무리가 있다. 다만 이런 오류가 키워드별로 유사한 수준으로 개입되어 있을 것이라는 가정 하에 참고 수준으로 파악하는 것이 바람직하다고 하겠다. 추가로 커리어 대신 공공 취업정보 서비스와의 비교를 위해 공공 취업 포털인 워크넷을 비교 대상으로 조사를 수행하였다. 뉴스 건수에서 사람인과 잡코리아가 높은 건수를 보여, 두 포털이 ‘인터넷 PR’에 기울이는 노력이 높을 것으로 추정이 가능하다. 상대적으로 인크루트와 워크넷은 선두 두 개의 취업정보 포털에 비해 훨씬 적게 뉴스에 오르내리는 것으로 평가된다.

둘째로, ‘온라인 광고’ 수준 평가 척도로는 네이버 제공 ‘키워드 검색’ 기능을 활용하여 취업 포털의 ‘키워드 조회 수’를 <표 6>과 같이 분석하였다(‘키워드 검색’ 기능은 <표 1> 자료를 분석할 때 언급했던 네이버 사이트 참조).

Table 6. Keyword views of major employment portals (Unit: Average number of searches per month over the past year)

employment portal	Total number of searches per month
Saramin	3,959,500
Jobkorea	2,801,300
Jobplanet	578,400
Incruit	41,700
Career	19,910

Data: direct analysis by the researcher (2018.11.08)

PC·모바일을 통해 유입된 ‘키워드 조회 건수’를 사용하면 대응특성으로서의 대략적인 온라인 광고 효과를 추정

하는 것이 가능하기 때문이다. 사람인과 잡코리아가 키워드 조회수에서도 압도적인 우위를 갖고 있는 것으로 분석되었다. 이 결과가 온라인 광고로 인한 것인지, 또는 구직자들에게 인지된 브랜드 파워에 의한 결과인지에 대한 인과관계 파악은 불가능하다. 잡플래닛의 상대적으로 높은 키워드 조회수는 SNS 기반의 기업정보 리뷰 서비스 제공으로 인한 구직자 유인 효과 때문으로 평가된다.

#### IV. An Analysis of SWOT in the Job Information Service Market

취업정보 서비스 시장의 환경 분석을 위한 수단으로 SWOT 분석을 수행하였다. 취업 포털들의 강약점과 환경의 위기 및 기회요인들의 구체적인 항목들은 본 연구의 앞에서 기술한 다양한 특징들을 분석한 결과이다.

취업정보 서비스 업체들의 강점으로는 신규 ICT의 공격적 도입(3장 2절), 취업정보 서비스 시장의 다양성 및 유용성 증가(3장 3절) 등으로 정리된다. 반면 취업정보 서비스 업체들의 약점으로는 기업정보의 검증 필요성(2장 2절), 플랫폼 시장에서의 안주(2장 4절) 등으로 요약된다.

취업정보 서비스 시장 환경의 기회요인은 시장의 꾸준한 상승(1장 1절; 2장 1절), 제4차 산업혁명 관련 요소기술 등장(2장 3절) 등으로 요약된다. 반면, 취업정보 서비스 시장 환경의 위협요인은 인구 감소(1장 1절), 깃(Gig) 근로자의 등장(1장 1절), 취업정보 포털 시장의 2강 구도 지속(2장 2절) 등으로 요약될 수 있다.

SWOT 분석 결과, SO전략의 주요 대안으로는 세분시장 개척 및 확대, ICT 잠재력 적극 활용 등으로 요약되며, ST전략의 주요 대안으로는 깃(Gig) 근로자의 비재무적 보상, 탈·몰입 및 워라벨 니즈에 대한 통찰 등으로 요약된다. WO전략의 주요 대안은 채용정보 검증체계 구축, 경쟁우위 원천으로서 부가 서비스 강화, 세분시장 대상 서비스 개인화 등으로 파악되었으며, WT전략의 주요 대안으로는 채용 정보 검증체계, 개인화 서비스, 비재무적 보상 대안 마련 등으로 요약되었다.

SWOT 분석 결과를 토대로 취업정보 서비스 시장 생태계 전반의 선순환 사이클을 구축하고 경쟁력을 강화하기 위한 전략적 대안들을 도출하였다. 시장에서의 경쟁력을 제고하기 위한 여러 가지 유용한 접근법 중 하나는 마이클 포터(M. Porter)가 제안한 ‘가치 시스템(value system)’이다[37].

가치시스템 개념은 취업정보 서비스 시장의 전략적 방향성에 관한 영역별 대안 모색에 유용한 단서를 제공한다. 구체적으로 주요 전략적 범주는 시장 중개자(market

agent)인 ‘취업 포털의 경쟁력 강화’, 전방사슬(forward chain)인 ‘고객 시장의 통찰력 강화’, 후방사슬(backward chain)인 ‘채용기업의 공조체계 구축’ 등으로 요약할 수 있다. <표 7>에서는 취업정보 서비스 시장 활성화를 위한 전략적 가이드라인을 제시하였다.

Table 7. Strategic direction of employment information services companies

Value System	Alternatives of strategic direction
Strengthening forward chain insight	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Enter major niche markets</li> <li>▪ Identifying and responding to Gig worker needs</li> </ul>
Strengthening the competitiveness of the corporate value chain	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Developing new ICT-based services such as big data, AI and SNS</li> <li>▪ Focusing on the specialization of additional services as competitive sources</li> <li>▪ Increase efforts in personalization services</li> <li>▪ Government efforts to establish 'Worknet' as a market stimulator</li> </ul>
Establishing a Cooperation System of backward chain	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Collaboration for the establishment of the Employment Information Verification System</li> <li>▪ Collaboration to respond to non-financial rewards</li> </ul>

#### V. Conclusions and Implications

본 연구에서는 취업정보 서비스 시장에 관한 전반적인 현황과 특성을 파악하였으며, 이러한 목적을 달성하기 위해 기술적 연구(descriptive research)를 수행하였다.

구체적으로 2장 시장의 현황 분석에서는 취업정보 서비스 시장의 높은 잠재적 성장성을 파악하였으며, 사람인과 잡코리아의 양강 체제와 공공 취업 포털 워크넷의 등장이다. 양강 체제의 지속은 취업정보 서비스 시장의 자양분을 공급하는 측면이 있지만, 시장의 활성화 측면에서는 약점으로 지적할 수 있다. 아울러 취업 정보 시장의 진입장벽은 네트워크 효과, 브랜드 파워, 전환비용으로 요약되는데, 단순히 플랫폼 시장에 안주하는 경향은 환경 변화에 대한 대응력 미비로 이어질 개연성이 있어서 이는 산업의 위협요인으로 지적할 수 있다.

3장에서는 산업 트렌드 분석을 수행하였다. 국내 4대 취업정보 포털의 주요 서비스 현황은 명칭이나 메뉴 구조의 상이함에도 불구하고 매우 유사성이 높은 것으로 파악되었다. 이는 시장이 초기의 태동기를 거쳐 성장기에 진입하면서 핵심 서비스(core service)에서의 차별화는 어려운 측면이 있고 부대 서비스(peripheral service) 경쟁으



로 전이된 것으로 파악할 수 있다. 구직자 특성 분석에서는 ORACLE 보고서(2018)에서 제시된 '탈몰입 시대'에 들어선 구직자들이 직업적 만족과 삶의 질을 모두 제고 할 수 있는 일자리 추구 경향과 일치되는 관점을 볼 수 있다. 이는 기업이 구직자에 대한 관리 포인트의 변화 뿐 아니라 천편일률적인 채용 방식에 대한 변화를 도모해야 한다는 시사점을 남긴다. 취업정보 서비스 이용의 주요 트렌드는 모바일 서비스 증대 및 모바일 앱의 활성화, 맞춤형 서비스의 확장을 위한 빅데이터와 인공지능 기반 구축, 부가 서비스 영역의 경쟁 추세, 다양한 세분시장의 확대 등으로 요약된다. 아울러 '키워드 검색 도구'를 활용한 검색 건수 분석에서는 사람인과 잡코리아가 구직자들이 선호하는 포털임을 재확인했으며, 비록 간접적인 추론이기는 하지만 이들 두 개 포털이 인터넷 PR 등의 홍보에도 주력하고 있음을 추정할 수 있다.

4장의 SWOT 분석에서는 앞에서 논의된 현황들에 기반하여 취업정보 서비스 시장의 전략 수립에 도움을 줄 수 있는 가이드라인을 제시하였다. SWOT 분석 결과를 요약해 보면 취업 정보 서비스 기업을 둘러싼 전방사슬(forward chain)과 후방사슬(backward chain)의 결합이 더욱 공고해지고 있음을 알 수 있으며, 이는 결국 다보스 포럼에서 제시된 바와 같이 취업정보 서비스 산업이 '초연결(hyper-connection)'의 플랫폼으로 진화하고 있음을 알 수 있다.

본 연구에서 제시된 연구 결과들은 일차적으로 취업정보 서비스 시장 현황을 주요 이슈 중심으로 파악함으로써, 시장을 포괄적으로 파악하는 데 유용할 것이다. 또한 취업정보 서비스 산업에 속한 기업들에게는 산업 내에서 지속적으로 생존하는데 필요한 단서를 제공할 수도 있다. 나아가 정부나 공적 기구에서 일자리 창출 및 개선을 목적으로 취업정보 서비스 시장을 활성화 하는 데에도 기여를 할 수 있을 것으로 판단된다.

본 연구를 추진하는 과정에서 가장 큰 장애요소는 산업 내부의 정보 부재로 요약될 수 있다. 취업정보 서비스 시장의 생태계를 파악하기 위해서 이 산업에 속한 해당 기업(취업 포털)들의 현황 및 분석 자료가 필요했으나, 대부분 내부적으로 보안을 요하는 자료이며 이들 자료가 곧 기업의 가치를 반영하는 IT 산업의 특성 탓에 관련 자료를 파악하는 데 어려움을 겪었다. 따라서 연구에 필요한 자료의 많은 부분을 2차 자료를 활용하였으며, 외부의 분석 및 평가 보고서, 기사 등에 의존해야만 했다. 산업 내 현황 및 특징 분석을 위해 일부는 2차 자료를 가공하거나 검색 엔

진 등을 활용한 직접 분석 방식을 취하였다. 이러한 연구 접근법은 연구 결과에 대한 신뢰성을 낮출 수 있다는 단점이 내재하는 반면, 산업 현장의 실태를 폭넓게 이해하는데에는 강점을 갖는 양면성을 지니고 있을 것으로 평가된다.

## REFERENCES

- [1] Statistics Korea, "Survey of the Economically Active Population, Gender Employment, and Employment Rate," 2018.
- [2] ORACLE, "2018 HR Trends Report," pp. 1-15, 2018.
- [3] Moneytoday, "Establishment of 'Two-Top System of Employment Portal Saramin·Jobkorea' for Maximum Performance," Mael Business News Korea, 2018. 04. 16.
- [4] KoreanClick, "A Change on the Trends of the Employment Market through the Usage Pattern of Employment Service," Nielsen Koreanclick, Vol. 286, No. 2, 2018. 11. 20.
- [5] Wang Kwang Young, "Differences in South Korea and China's Perceptions on Quality Factors of Job Information Website," Master's Degree, Graduate School of Information and Communication Management, Konkuk University, 2014.
- [6] Cho Chul Ho, "The Effect of Quality of Web Services on Value, Customer Satisfaction, and Re-visit Intention in the Employment Information Site - Modification Effect of Job Search Type," Journal of the Korea Service Management Society Vol. 13, No. 5, pp. 1-29, 2012.
- [7] Oh Sam-seok, Jung Yeon-soo, and Jung Dae-yul, "A Study on the Influence of Quality Factors on Re-purchase Intention of Job Information Service in Web Site," The Journal of Internet Electronic Commerce Research, Vol. 12, No. 1, pp. 167-192, 2012.
- [8] Oh Naim, "The Effect of Quality of Service and Content in Employment Web site on Job Application Intention of Job-seekers," Master's Degree, Department of Business Administration, Sungkyunkwan University, 2013.
- [9] Park Sung-sik, Park So-hyun, and Ham Yoo-geun, "A Causal Relationship Analysis between Service Quality and Trust, Satisfaction and Loyalty of Job Information Site by PLS Verification," Journal of Information Technology and Architecture, Vol. 13, No. 2, pp. 255-269, 2016.
- [10] Joo Young-joo, Seol Hyun-nam, and Yun Na-yeon, "An Analysis on the Effect of Cyber University Students' Self-Efficiency and Subjective Norms on the Acceptance of Mobile Web Services," The Journal of Korean Association of Computer Education, Vol. 16, No. 3, pp. 1-12, 2013.
- [11] Ryu Seung Yeon, "The Effect of Perceived Usefulness, Ease of Use, Entertainment, and Subjective Norms on the Intent of

- In-house SNS Expansion - Focusing on Extended Technology Acceptance Model (TAM),” Master’s Degree, Graduate School of Communication, Yonsei University majoring in journalism, 2014.
- [12] Koo Hee-jin, Park Sung-yeol, and Kim Soo-young, “The Influence of Innovation Attributes, System Quality, Self-Efficiency and Subjective Norms on the Adequacy of Innovation Resistance and Mobile Running in College Students,” *Journal of Agricultural Education and Human Resource Development*, Vol. 48, No. 4, pp. 165-182, 2016.
- [13] M. J. H. van Birgelen, M. G. M. Wetzels, and W. M. van Dolen, “Effectiveness of corporate employment web sites: How content and form influence intentions to apply,” *International Journal of Manpower*, Vol. 29, No. 8, pp. 731-751, 2008.
- [14] J. Kuppusamy, and J. Ganesan, “A Study of Factors Contributing toward the Effectiveness of E-Recruitment among Generation Y Job Seekers,” *International Journal of Advanced and Applied Science*, Vol. 3, No. 12, pp. 106-112, 2016.
- [15] C. Priyadarshini, S. Sreejesh, and M. R. Anusree, “Effect of Information Quality of Employment Website on Attitude toward the Website: A Moderated Mediation Study,” *International Journal of Manpower*, Vol. 38, No. 5, pp. 729-745, 2017.
- [16] D. Y. K. Tong, “A Study of E-Recruitment Technology Adoption in Malaysia,” *Industrial Management & Data System*, Vol. 109, No. 2, pp. 281-300, 2009.
- [17] K. Y. Huang, and Y. R. Chuang, “A Task-Technology Fit View of Job Search Website Impact on Performance Effects: An Empirical Analysis from Taiwan,” *Cogent Business & Management*, Vol. 3, No. 1, pp. 1-18, 2016.
- [18] Kang Byung-seo, Cho Chul-ho, “Research Investigation Methodology,” *MuyokPub*, 2013.
- [19] Shin Min Chul, “Social Research Method,” *Changminsa*, 2018.
- [20] SaraminHR, “Saramin, People Come First,” *SMIC*, pp. 1-39, 2018. 06. 01.
- [21] Shinhan Investment Corp., “The Size of the Domestic Job Information Service Market (2012~2019),” 2017.
- [22] Chosun Media, “Difficulty in Finding a Job… The Job Information Market is Booming,” 2015. 10. 16.
- [23] Incruit, “2017 Distribution of New College Employee Employment by Enterprise Size,” *SMIC 2 Team Report*, 2017.
- [24] Korea Consumer Agency, “Job Information Service Satisfaction Level, 'Usefulness of Employment Information' High, and 'Added Information Service' Low,” 2017. 11. 20.
- [25] Samsung Securities, “SaraminHR - A Market Leader in Full-Time Job Portals,” pp. 1-6, 2018. 06. 20.
- [26] Worknet, *Employment Information Service in Public Institutions*, Korea Employment Information Service, [www.work.go.kr](http://www.work.go.kr).
- [27] Gallup Korea, “2012-2017 Using a Smartphone, Reading and writing in Cyberspace,” pp. 1-10, 2017, [www.gallup.co.kr](http://www.gallup.co.kr).
- [28] NH Investment & Securities, “SaraminHR,” pp. 1-5, 2018.
- [29] Hong Dong-pyo, Lee Seon-ha, Jang Bo-yoon, Lee Mi-ji, and Kwon Jung-won, “Characteristics of Digital Market and Application of Competition Law: Theory and Case Analysis,” 2018 Legal and Economic Analysis Group (LEG) Research Report, Korea Fair Trade Mediation Agency, pp. 1-111, 2018.
- [30] Daehaknaeil, “Job Information Site Selection Criteria,” 2018, <https://univ20.com/>.
- [31] Human Resources Development Committee of Daejeon and Sejong Region, “Job Attitudes and Regional Corporate Recognition Survey Report,” pp. 1~98, 2017.
- [32] Datasom, “Seven out of Ten Job Seekers Use Mobile Recruitment Announcements,” 2016. 05. 02, <http://www.datasom.co.kr/>.
- [33] Jobkorea, “Extends Mobile Job Search to the Entire Age Range,” 2018. 04. 18, <http://m.jobkorea.co.kr/default.asp>.
- [34] Lee Yoo Jae, “Service Marketing (5th Edition),” *Hakhyunsa*, 2013.
- [35] Jobdam, “Job information. Find it here,” 2018, <http://www.jobdam.net/jobData/28.html>.
- [36] Han Sang-man, Ha Young-won, and Jang Dae-ryeon, “Competitive Advantage Marketing Strategy (4th Edition),” *Pakyoungsa*, 2018.
- [37] M. E. Porter, “Competitive Advantage,” *Free Press*, 1985.

## Authors



Jongwook Yoon received the B.S., M.S. and Ph.D. degrees in Management Information System from Inha University, Korea, in 1988, 1991 and 1997, respectively. Dr. Yoon joined the faculty of the Department of Management

Information Science at Hyupsung University, Hwasung, Korea, in 1995. He is currently a Professor in the Department of Business Administration, Hyupsung University. He is interested in Business Intelligence, Big-Data Analysis, and Machine Learning.