

대학 학과홈페이지의 평가요소에 대한 상대적 중요도 분석 -부산지역 수험생들의 인식을 중심으로-

Relative Importance and Priority of Evaluation Elements in University Department Homepage Selection Process

-with Special Reference to College Prep Students in Busan-

강경수*, 이영우**, 이강혁***, 이영숙****

동명대학교 광고홍보학과*, 동명대학교 미디어공학과**, 동명대학교 게임공학과***, 동명대학교 패션디자인학과****

Kyoung-Soo Kang(idea-kang@hanmail.net)*, Young-Woo Lee(leeyw209@tu.ac.kr)**,
Kang-Hyuk Lee(klee@tu.ac.kr)***, Young-sook Lee(young@tu.ac.kr)****

요약

본 연구는 대학 홈페이지의 성공적 관리 및 운영이 대학의 브랜딩 효과를 초래한다는 점에 착목하여 기존의 대학 홈페이지 평가요소들의 문제점을 인식하고 새로운 평가모형을 도출한 후 각 단계별 평가요소에 대한 중요도 및 우선순위를 파악하고자 하였다. 특히 본 연구는 의사결정 방법론 중 계층분석과정(AHP)을 활용함으로써 학과 홈페이지 평가요소에 대한 중요도의 객관성을 높이고자 하였다. 분석결과, 29개의 학과 홈페이지 평가요소 중 모바일 서비스, 교과과정의 구성현황 및 교과목의 설명, 학과특성을 나타내는 전문적인 교육내용, 홈페이지 이용안내 및 사이트맵 접근의 용이성, 학과의 차별화된 교육방식 등의 요소는 비교적 중요도가 높게 나타난 반면, 학과특성에 적합한 슬로건, 학과의 차별화된 이미지 및 아이덴티티, 학과 SNS와의 연동, Q&A게시판 제공, 커뮤니티 활발한 운영, FAQ기능의 제공 등의 항목은 상대적 중요도가 낮게 나타났다. 본 연구는 이상의 연구결과를 바탕으로 대학 학과홈페이지의 성공적 관리 및 운영을 위한 기본적 토대를 제시했을 뿐 아니라, 학과홈페이지의 활성화를 위한 몇 가지 시사점을 제시하였다.

■ 중심어 : | 학과홈페이지 | 정보제공성 | 이용의 편의성 | 상호작용성 | 디자인 | 계층분석과정(AHP) |

Abstract

Form the observation that the successful management and operation of university websites brings about university branding effects, this paper attempts to identify the problems in relation to evaluation elements of university homepages and establish a new evaluation model that allows us to grasp the importance and priority of phased evaluation elements. In particular, we tried to secure the objectivity of the importance of department homepage evaluation elements by using AHP(Analytic Hierarchy Process). Our analysis shows that among 29 evaluation elements of department homepage, mobile service, curriculum, description of department's characteristics, guide to homepage usage/accessibility to site map and differentiated educational method were considered to be relatively important whereas the relative importance of department's slogan, differentiated image and identity, linkage to SNS, Q&A bulletin board, operation of department community, and FAQ was low. Based on the findings from our analysis, we present the basic foundation for successful management and operation of university department homepages along with a few suggestions for vitalizing those hompages.

■ keyword : | Department Homepage | Information offering | Convenience of Use | Interactivity | Design | AHP |

1. 서론

1. 문제제기

미래학자들은 다가올 미래는 고도의 지식정보 산업 사회로 규정하고 지식 정보가 새로운 권력으로 등장할 것이라고 예견한다[1]. 대학에서도 정보화 추진은 필연적으로 집중적 투자가 요구되고 있다. 이에 대학에서는 수험생과 재학생에 대한 정보제공을 위해 학과홈페이지에 매년 수천에서 수억 원에 이르는 투자를 계속하고 있다. 그러나 이러한 투자를 계속적으로 해도 반드시 소기의 성과를 거둘 수 있는 것은 아니다. 이러한 이유로 최근 대학 학과홈페이지 평가에 대한 관심이 증가하고 있다.

대학의 학과홈페이지 기능은 초기에는 단순히 대학을 홍보하는 수단 정도로 인식되었지만 최근에는 학생 정보서비스를 비롯하여 학사행정, Q&A, FAQ 등을 제공하여 재학생은 물론이고 수험생에게 정보제공을 확대하고 있다[2]. 이는 대학이 홈페이지를 통하여 수험생에 대한 마케팅 및 홍보활동으로 입시 경쟁력 확보를 도모하기 위함이다. 대학 학과홈페이지는 재학생에 대한 배려도 중요하지만 예비학습자[수험생]에게 교육서비스를 받고 싶어 하는 충분한 유인효과를 갖추고 있는 것이 더욱 더 중요하다[3]. 최근에는 대학에서 홈페이지의 제작 및 유지 보수뿐만 아니라, 정기적인 평가를 통해 대외홍보 및 신입생 유치를 위한 입시전략의 일환으로 활용되고 있다.

수험생은 대학 선택에 있어 중요성이나 위험도에 대한 책임을 당사자가 저야한다. 물론, 편입학의 기회가 있지만 의사결정을 번복해 다니고 있는 대학을 중도에 바꾸기란 쉽지 않다[4]. 이에 수험생들은 지원하고자 하는 대학 학과홈페이지에서 전공과 관련한 학과정보(교과과정, 교과목, 교수진 등), 취업, 장학 등에 대한 각종 정보를 능동적으로 탐색하게 된다. 따라서 대학 학과홈페이지는 입시활동의 최전선에서 수험생이 필요한 각종 정보를 정확하고 용이하게 제공해야 한다.

수험생들은 대학을 선택하고자 할 때 가장 먼저 방문하여 학교 및 학과에 대한 정보를 알아보는 곳이 바로 대학의 홈페이지이다. 대학 홈페이지는 신입생과 첫 만

남의 장이 되기 때문에 매우 중요한 역할을 하고 있다. 또한 대학 학과홈페이지는 일방과 쌍방향 특성을 동시에 가지고 있을 뿐 아니라 수험생들에게 필요한 정보를 제공하기도 하고 일대일 접촉을 할 수도 있어 입시나 대외 홍보적 측면에서 활용가치가 높다고 할 수 있다[5]. 이러한 연유로 대학에서는 차별적이고 효율적인 학과홈페이지 구축을 시도하고 있지만, 측정 가능한 세부적인 관리지표의 부재로 인해 진행이 순조롭지 못한 실정이다[3].

대학 홈페이지에 관한 기존 연구들에 의하면 이용 동기, 이용목적, 이용만족도, 홈페이지의 제작실태, 관리자의 의식구조 등에 대한 연구들이 대부분이다. 또한 초, 중등 홈페이지에 대한 평가모델 개발은 지속적으로 연구되고 있지만 대학 학과홈페이지 평가 모델에 대한 연구는 극히 찾아보기 힘들며, 나아가 계층분석과정 (Analytic Hierarchy Process: 이하 AHP 표기)을 이용하여 쌍대비교를 통해 학과홈페이지의 평가요소에 대한 중요도 및 우선순위를 분석한 연구는 거의 찾아보기 힘들다.

2. 연구목적

이에 본 연구는 이러한 문제들을 해결하기 위해 국내외 여러 분야에서 선행된 홈페이지 선택속성을 바탕으로 대학 학과홈페이지에 적합한 평가요소를 도출하고 각각의 평가요소에 대한 가중치를 산정하여 중요도를 추출하기 위해 세부평가 영역별 가중치 결정에 AHP를 사용하여 새로운 평가지표 제시를 목적으로 하고자 한다.

연구목적을 달성하기 위해 국내의 홈페이지 평가 관련 문헌자료를 분석하여 대학 학과홈페이지에 적합한 평가요소를 도출하였다. 이러한 평가요소는 의사결정 방법론인 AHP이론을 적용하기 위해 평가요소들을 계층화하고 쌍대비교를 통해 상대적 중요도를 도출하여 평가 모형을 개발하였다. AHP를 이용하여 평가요소들을 3단계(총 29개의 세부 내용들을 Saaty의 9점 척도를 사용)로 계층화하여 각 요소들을 대학 학과홈페이지를 실제 이용하고 있는 수험생을 대상으로 설문 조사하여 쌍대비교를 통해 평가요소의 중요도를 산출하였다.

II. 이론적 배경

1. 홈페이지의 브랜딩 효과

대학의 홈페이지가 인터넷 마케팅 커뮤니케이션 활동의 최전선에서 이용자와의 접점을 늘리고 이용자와의 우호적 관계를 형성하고 유지하는데 필수적인 도구로 인식되면서 이에 대한 대학의 관심이 증대되고 있는 가운데 2000년대 들어서 다양한 연구결과가 제시되고 있다. 대학 홈페이지에 대한 연구는 크게 홈페이지의 내용분석, 홈페이지에 대한 평가, 홈페이지에 대한 태도 등으로 구분된다[6]. 그 중 홈페이지 평가에 관한 연구는 특정한 평가기준에 따라 홈페이지 이용자나 전문가들이 평가를 하여 그 결과를 분석하는 것이다. 대학 홈페이지에 대한 기존의 평가방법은 이용자 대상 실험연구 및 서베이 연구, 전문가 대상 평가 등 다양하다. 그러나 대부분이 이용자 관점에서 연구가 이루어졌다고 볼 수 있다[7]. 이들 선행연구들은 대학 홈페이지의 성공적인 운영이 대학의 브랜딩 효과를 초래한다고 강조한다. 즉, 대학 홈페이지 이용자들은 홈페이지를 이용하면서 대학 및 학과에 대한 다양한 경험을 하게 되며 이를 통해 해당 대학과 학과에 대한 연상과 이미지를 형성하게 된다. 또한, 대학 및 학과홈페이지의 성격과 콘텐츠, 시각적 영상 및 이미지를 통해 이용자들에게 해당 대학과 학과의 아이덴티티를 지속적으로 전달할 수 있으며, 대학 학과홈페이지는 광고처럼 짧은 시간에 브랜드 이미지를 전달하는 것이 아니라 상대적으로 훨씬 긴 시간동안 이용자 스스로의 의지에 따라 이용하게 되므로 브랜드 인지도를 향상시키는데 매우 효과적이라는 점을 강조하고 있다.

2. 홈페이지의 평가요소

일반적으로 기업 웹사이트 선택속성은 고객의 선호도에 대한 기업의 속성을 다른 속성들과 어떻게 구별되는가를 판단하는 기준이다[8]. 본 논문에서 홈페이지의 선택속성은 수험생을 대상으로 웹 사이트에서의 정보 서비스에 대한 평가요소라고 정의하고자 한다.

홈페이지 평가요소에 대한 연구는 공공기관, 일반 기업, 대학, 언론사 등 다양한 분야에서 활발하게 이루어

지고 있으며, 평가요소는 주로 단일차원이 아닌 다차원으로 구분되어 연구가 진행되고 있다. Hughes[9]는 기업 홈페이지의 평가요소를 사용자의 활동(activity)에 따라 활동정보, 방문객 정보, 방문객 상호작용 정보 등 3가지 차원으로 나누어 분석했으며, 김준현[10] 또한 사회복지관 홈페이지 평가모형 개발에서 평가요소를 디자인 & 기술, 인터페이스, 홍보 & 관리 등 3가지 차원으로 구분하여 평가했다. Mateos 등[11]은 대학 홈페이지의 유용성을 증명하기 위해 평가요소로 접근성, 스피드, 네비게이션, 콘텐츠 등 4가지 차원으로 나누어 평가했으며, 김봉철[12] 또한 전문가들을 대상으로 시민단체의 홈페이지를 평가하기 위해 디자인, 콘텐츠, 상호작용성 등 4가지 차원의 평가요소들을 구성하고 전문가 분석을 실시하였다.

이현수, 채영일[4]은 사이버대학의 웹사이트 평가모형 개발 연구에서 평가요소를 교육특성, 디자인, 기술, 인터페이스, 콘텐츠 등 5가지 차원으로 구분하여 평가했으며, 한상필[13]은 한국과 미국의 정부기관과 지방자치단체의 홈페이지 사례분석을 통한 국가 홍보 개선 방안 연구에서 평가요소를 접근성, 콘텐츠, 디자인, 상호작용성, 연계성 등 5가지 차원으로 나누어 분석했다. 한편, 홍일유, 정부현[14]은 디자인, 비즈니스기능, 신뢰감, 인터페이스, 기술, 커뮤니티, 콘텐츠, 기타 등 8가지 차원으로 홈페이지에 대한 포괄적 평가모형을 제시하여 평가모형의 실례적용을 통해 타당성과 유의성을 검증하였다.

이상과 같이 홈페이지에 대한 평가들은 어떠한 모형이나 지표도 절대적인 기준이 제시된 바 없으며, 홈페이지의 목적, 성격, 주체의 특성 등에 따라 평가요소가 다르게 적용되어 왔음을 알 수 있다. 이에 본 연구에서는 위에서 검토한 연구에서 많이 사용되고 있는 웹서퍼에 대한 신뢰성 있는 정보의 제공, 콘텐츠 이용에 대한 편리성 및 접근성, 상호작용성, 디자인 등 4가지 차원의 평가요소들을 구성하고, 그 아래 11개의 하위요소들을 구성하여 평가하고자 한다.

3. AHP 관련 선행연구 검토

AHP기법을 활용하여 대학 학과홈페이지의 평가요

소에 대한 중요도를 분석한 선행연구는 그렇게 많지 않다. 예컨대, 김선주[15]는 지방자치단체의 웹사이트 평가 시스템 모형을 AHP기법을 도입하여 제안하였다. 공공서비스, 커뮤니티 서비스, 웹사이트 운영지원, 기술 및 정보 인프라 등 4가지 차원과 세부적 평가요인들로 세분화하여 계층화한 후 사용자, 웹 마스터, 정보제공자 세 그룹을 대상으로 설문조사하였다. 그 결과, 공공서비스, 웹사이트 운영지원, 커뮤니티 서비스, 기술 및 정보 인프라의 순으로 중요도가 높은 것으로 나타났다.

신자영[16]은 교육용 홈페이지 평가 모델 개발을 위해 여러 분야에서 연구된 선행연구의 고찰을 통해 핵심 프로세스 평가지수(IP), 정보기술인프라 평가지수(IT), 기반환경 평가지수(IB) 등 3가지 차원과 세부적 평가요인들로 세분화하고 AHP기법을 이용하여 평가 영역별 가중치를 도출하여 실제 교육용 홈페이지 평가에 활용할 수 있도록 하였다. 연구결과, 핵심프로세스, 정보기술인프라, 기반환경 순으로 중요도가 높게 나타났다.

최중현[17]은 광역자치단체 웹사이트의 고객 지향적 평가모형을 AHP기법을 이용하여 개발하고 이를 활용하여 웹사이트의 평가를 실시하고 운영 실태를 분석하여 활성화 방안을 도출하였다. 부문별 가중치를 보면 정보제공성, 상호작용성, 이용의 편의성, 대응성, 디자인 순으로 중요도가 높은 것으로 나타났다.

이용봉[18]은 전자도서관 웹사이트 평가 시스템 모형을 AHP기법을 도입하여 제안하였다. 콘텐츠, 디자인, 네비게이션, 상호작용 및 피드백, 검색성, 개인화 등 6가지 차원과 세부적 평가요인들로 세분하여 분석하였다. 그 결과, 콘텐츠, 검색성, 네비게이션, 개인화, 상호작용 및 피드백, 디자인 순으로 중요도 및 우선순위가 나타났다.

이상과 같이 AHP를 이용한 홈페이지 평가 모델 개발에 관한 연구들은 새롭게 개발된 평가모형이 홈페이지에 실질적으로 적용가능성이 높다는 것을 명확히 보여주고 있다.

III. 연구방법

1. 연구문제

본 연구는 대학 진학을 앞둔 고3 수험생들을 대상으로 하여 이들이 대학 학과홈페이지를 방문할 시 주로 어떤 요소에 우선순위를 두고 정보탐색을 하는지를 살펴보고자 한다. 따라서 선행연구 검토를 통해서 본 연구의 목적을 달성하기 위한 연구문제를 아래와 같이 설정하였다.

<연구문제1>

대학 학과홈페이지는 어떠한 요소들로 구성되어 있는가?

<연구문제2>

대학 학과홈페이지 평가요소에 대한 수험생들의 상대적 중요도 및 우선순위는 어떻게 나타나는가?

2. AHP기법의 개요

본 연구에서 대학 홈페이지 평가요인의 중요도를 측정하기 위해 도입된 분석방법은 1972년 미국 펜실베이니아 주립대학교의 Thomas. L. Saaty교수에 의해 개발된 계층분석과정(AHP:Analytic Hierarchy Process)을 사용하였다. AHP는 의사결정의 비능률을 개선하기 위해 개발되었으며 인간의 사고체계와 유사한 접근 방법으로 다양한 분야의 의사결정과정에 많이 활용되고 있다. 또한 AHP의 유용성은 정성적 또는 무형적기준과 정략적 또는 유형적 기준의 척도를 통해 측정하며 대분류에서 점차로 작은 소분류로 분화하여 단순한 이원비교로 판단하게 하여 문제해결을 한다[19]. AHP기법은 평가요인들의 중요도를 계층적으로 나누어 파악하고 각 세부요인들의 중요도를 산정하는 기법이다. 또한 복잡한 의사결정 과제인 경우 분화를 통해 계층적 접근이 가능하므로 유용하게 응용될 수 있다. AHP는 인간의 정보처리 이론을 근거로 개발된 방법으로 다양한 분야에서 우수성이 입증되어 왔다.

3. 연구모형

본 연구에서는 앞서 검토한 다양한 선행연구에서 제

시된 홈페이지 선택속성을 중심으로 대학 홈페이지 평가요소를 3단계로 계층화하여 AHP모형을 구축했다[그림 1]. 1단계 모형은 ‘정보제공성’, ‘이용편의성’, ‘상호작용성’, ‘디자인’ 등 4개로 구성되었고, 이는 다시 2단계 모형에서 ‘교육특성’, ‘콘텐츠’, ‘이용체계’, ‘이동성’, ‘모바일’, ‘민원상담’, ‘커뮤니티 운영’, ‘아이덴티티’, ‘편의성’, ‘가독성’, ‘일관성’ 등 11개 구성요소로 분류되었다. 이러한 11개의 주요 분석차원은 다시 3단계 모형에서 모두 29개의 항목으로 구분되었다.

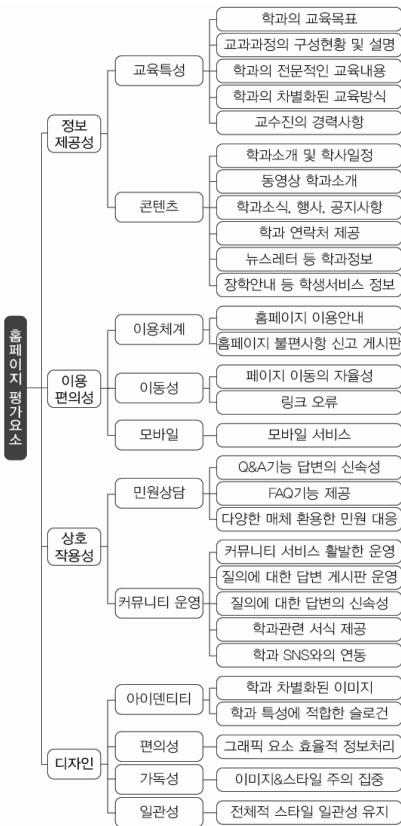


그림 1. 연구모형

4. 설문지 및 표본구성

AHP 기법을 이용하여 대학 홈페이지의 평가요소의 중요도를 분석하기 위한 본 연구의 설문지는 크게 3가지로 구성되었다. 먼저 대학 학과홈페이지의 평가요소에 관한 분석적 계층모형의 개요를 제시하고, 설문 응

답방법에 관하여 상대적 중요도 척도의 구체적인 예시를 들어 설명하였으며, 본격적인 설문은 대학 학과홈페이지의 평가요소들의 상대적 중요성을 파악하기 위해 각 평가기준 및 하위 구성개념별로 쌍대비교 항목으로 구성하였다.

대학 학과홈페이지의 평가요소에 관한 분석적 계층모형은 최상위 목표인 학과홈페이지 평가요소를 중심으로 한 단계 아래 수준으로 내려가면서 하위 항목을 가진다. 본 연구에 사용된 분석적 계층모형은 총 3단계로 이루어져 있고, 각각의 항목은 두 개씩 짝을 이루어 비교할 수 있도록 설문지를 구성하였다. 각 항목은 응답자들이 두 항목의 상대적인 중요성을 9점 척도를 사용하여 평가하도록 하였다[20].

이처럼 대학 학과홈페이지의 평가요소에 관한 항목별 상대적 중요도 평가를 위하여 3단계 수준의 홈페이지 평가요소에 관한 29개 항목으로 구성하였다. 설문조사는 수시원서 접수를 목전에 둔 부산지역 고등학교 3학년 350명을 대상으로 2014년 7월 25일부터 8월 20일까지 약 한달 간 이루어졌다. 설문조사 방법은 부산지역 고교를 직접 방문하여 학생들에게 설문응답 방법을 충분히 설명하고 직접 설문지를 작성하게 하였다.

5. 자료분석

상술했듯이, 본 연구의 데이터 수집은 설문지를 기초 자료로 하였으며, 부산지역 고등학교 3학년 학생들을 대상으로 직접 방문을 통하여 이루어졌다. 설문은 총 350명의 부산지역 고3 수험생들에게 배포하였고, 그 결과 293명(83.7%)이 응답했다. 설문 분석은 AHP분석 프로그램인 Expert Choice 2000을 이용하였고, 이를 통해 가중치와 일관성 비율을 구했다. 중요도 평가과정에서 집단이 참여할 경우, 집단적 동의에 의한 평가에 의해 중요도를 산출할 수 있으나, 개인마다 다른 평가를 할 경우에는 기하평균(geometric mean)을 사용하여 중요도를 산출했다[21].

이는 대칭적 역수행렬의 성격으로 여러 숫자들의 기하평균의 역수는 그 숫자들의 역수를 취한 값들의 기하평균과 같기 때문이다. 하지만 이러한 행렬의 작성 과정으로 보면, 일관성의 성립을 전제로 하고 있지 않음

을 알 수 없기 때문에 행렬의 논리적 모순성의 정도를 살펴보기 위해 일관성비율을 측정하여 데이터의 신뢰도를 측정할 수 있다[22].

IV. 연구결과

1. 표본의 특성 및 일관성 검증

인구통계 분석 결과는 [표 1]과 같다. 성별은 남성이 97명(33.1%), 여성이 196명(66.9%)으로 여성의 비율이 월등히 높았다. 계열별로 살펴보면 인문계가 163명(55.6%)으로 가장 많은 것으로 나타났고, 다음으로 자연계 80명(27.3%), 전문계 45명(15.4%), 예체능계 5명(1.7%)의 순으로 나타났다. 절반 이상이 인문계로 표본이 구성되어 있음을 알 수 있다.

표 1. 인구통계적 특성

인적사항		빈도수(명)	백분율(%)
성별	남	97	33.1
	여	196	66.9
	소계	293	100.0
계열	인문계	163	55.6
	자연계	80	27.3
	예체능계	5	1.7
	전문계	45	15.4
	소계	293	100

계층구조의 단계적 분석에 앞서 수거된 설문을 대상으로 일관성 비율(CR; Consistency Ratio)검증을 실시했다. 일관성 비율이 0의 값을 갖는다는 것은 응답자가 완전한 일관성을 유지하며 쌍대비교를 수행하였음을 의미하며, 0.1 미만이면 쌍대비교는 합리적인 일관성을 갖는 것으로 판단하고, 0.2 이내일 경우 용납할 수 있는 수준의 일관성을 갖고 있으나, 0.2 이상이면 일관성이 부족한 것으로 재조사가 필요하다고 제안한다[23]. 본 연구에서는 일관성 비율이 모두 0.1미만으로 나타나 응답자들의 일관성을 유지하면서 쌍대비교를 수행했음을 알 수 있다.

2. 평가영역의 및 평가요소의 분석결과

1) 제1단계 평가영역의 분석결과

고3 수험생들은 학과 홈페이지 평가영역 제1단계 분석에서 정보제공성(0.442)을 가장 중요하게 요인으로 인식했으며, 다음으로 이용의 편의성(0.276), 상호작용성(0.173), 디자인(0.108)의 순으로 평가했다. 이는 주로 수험생들이 학과 홈페이지를 정보 획득의 수단으로 사용하고 있음을 보여주는 대목이다.

표 2. 학과 홈페이지 평가요소의 1단계 분석결과

평가항목	정보 제공성	이용 편의성	상호 작용성	디자인
중요도	0.442	0.276	0.173	0.108
우선순위	1	2	3	4
CR값	0.02			

2) 제2단계 평가영역의 분석결과

[표 3]에서 볼 수 있듯이, 제2단계 분석결과에서는 정보제공성 요인 중에서 콘텐츠 요인(0.408)보다 교육특성(0.592) 요인을 더 중요시 생각하고 있었다. 이용의 편의성 요인 중에서는 모바일 서비스(0.393)를 가장 중요한 요인으로 인식하고 있었으며, 이어 홈페이지 이용체계(0.343), 홈페이지의 이동성(0.263)의 순으로 나타났다. 학과 홈페이지의 모바일 서비스 체계가 구축되어야 함을 시사하는 대목이다. 다음으로 상호작용성 요인에 대한 평가에서는 민원상담(0.410)과 관련한 요인보다 커뮤니티 서비스(0.590)가 제공되어 활발히 운영하고 있는 점을 더욱 높이 평가했다. 학과 홈페이지 또한 다양한 게시판을 제공하여 질의에 대한 답변을 신속하

표 3. 학과 홈페이지 평가요소의 2단계 분석결과

1단계	2단계		
	평가항목	값	순위
정보제공성 (0.442)	교육특성	0.592	1
	콘텐츠	0.408	2
이용의 편의성 (0.276)	이용체계	0.343	2
	이동성	0.263	3
	모바일	0.393	1
상호작용성 (0.173)	민원상담	0.410	2
	커뮤니티 운영	0.590	1
디자인 (0.108)	아이덴티티	0.276	1
	가독성	0.251	3
	편의성	0.269	2
	일관성	0.205	4

*일관성 비율: 정보제공성(0.00), 이용편의성(0.01), 상호작용성(0.00), 디자인(0.00)

게 하는 등 체계적인 관리가 이루어질 필요가 있음을 시사하고 있다. 마지막으로 디자인의 4가지 하위요소에 대한 평가에서 수험생은 홈페이지의 가독성(0.251)과 일관성(0.205) 요인보다는 학과의 차별화된 이미지 및 아이덴티티(0.276) 요소를 가장 중요하게 생각하고 있는 것으로 나타났다.

3) 제3단계 평가영역의 분석결과

3단계에서는 2단계의 하위요소에 대한 중요도 평가이다[표 4]. 먼저 정보제공 요소 중 교육특성의 5가지 요소에 대한 평가결과를 보면, 많은 수험생들이 교과과정의 구성현황과 교과목에 대한 설명(0.250) 요인을 가장 중시하고 있었으며, 이어 학과특성을 나타내는 전문적인 교육내용(0.239), 학과의 차별화된 교육방식

(0.200) 등의 순으로 나타났다. 다음으로 콘텐츠의 하위 요소에 대한 평가에서는 학과소개 및 학사일정(0.246), 장학안내 등 학생서비스(0.198)에 비교적 높은 관심을 가지고 있었으며, 이어 학과소식, 행사, 공지사항 등의 알림(0.167) 기능도 상대적으로 중요한 요소로 나타났다.

이용의 편의성 요인 중 이용체계의 하위요소에 대한 평가에서 수험생은 홈페이지의 이용안내 및 사이트맵의 접근용이성을 가장 중요하게 평가했다. 이동성 요인의 하위요소의 평가에서는 페이지 이동의 자율성(0.505)이 링크의 오류(0.495)보다는 상대적으로 더 중요한 것으로 인식하고 있었다.

상호작용성 요인 중 민원상담의 3가지 하위요소에 대한 평가에서는 Q&A기능을 제공하면서 신속한 답변(0.415)이 이루어지는 점을 가장 중요한 요소로 꼽았으

표 4. 학과 홈페이지 평가요소의 3단계, 복합중요도 분석결과

1단계 평가항목	2단계 평가항목	3단계		복합 중요도		
		평가항목	값	순위	값	순위
정보 제공성 (0.442)	교육특성 (0.592)	학과의 교육목표	0.175	4	0.046	6
		교과과정의 구성현황 및 설명	0.250	1	0.065	2
		학과특성을 나타내는 전문적인 교육내용	0.239	2	0.063	3
		학과의 차별화된 교육방식	0.200	3	0.052	5
		교수진 경력사항	0.136	5	0.036	9
	콘텐츠 (0.408)	학과소개 및 학사일정에 대한 정보	0.246	1	0.044	7
		동영상 학과 소개 제공	0.139	4	0.025	17
		학과소식, 행사, 공지사항 알림	0.167	3	0.030	13
		학과 연락처 제공	0.122	6	0.022	22
		뉴스레터 등 학과정보 제공	0.128	5	0.023	18
이용 편의성 (0.276)	이용체계 (0.343)	장학안내 등 학생서비스 정보 제공	0.198	2	0.036	9
		홈페이지 이용안내 및 사이트맵 접근의 용이성	0.654	1	0.062	4
	이동성 (0.263)	홈페이지 이용관련 불편사항 신고 게시판 운영	0.346	2	0.033	12
		페이지 이동의 자율성	0.505	1	0.037	8
모바일 (0.393)	링크 오류	0.495	2	0.036	9	
상호 작용성 (0.173)	민원상담 (0.410)	모바일 서비스	-	-	0.109	1
		Q&A기능 답변의 신속성	0.415	1	0.029	14
		FAQ기능 제공	0.266	3	0.019	20
	커뮤니티 운영 (0.590)	다양한 매체 활용한 이용자의 민원 대응	0.320	2	0.023	18
		커뮤니티 서비스 활발한 운영	0.189	2	0.019	20
		Q&A게시판 운영	0.186	5	0.019	20
		질의에 대한 답변 신속성	0.242	1	0.025	17
		학과 관련 서식 제공	0.227	3	0.023	18
학과 SNS와의 연동	0.156	4	0.016	21		
디자인 (0.108)	아이덴티티 (0.276)	학과 관련 서식 제공	0.227	3	0.023	18
		학과 SNS와의 연동	0.156	4	0.016	21
	편의성 (0.269)	학과 소개 및 학사일정에 대한 정보	0.246	1	0.044	7
		학과특성에 적합한 슬로건	0.452	2	0.014	22
가독성 (0.251)	홈페이지의 그래픽 요소들이 사용자의 효율적인 정보처리를 도와줌	-	-	0.029	14	
일관성 (0.205)	홈페이지의 스타일이 선명하여 사용자들의 주의와 집중을 높임	-	-	0.027	16	
	전체적인 스타일의 일관성 유지	-	-	0.022	19	

*C.R값: 3단계(교육특성: 0.01, 콘텐츠: 0.01, 이용체계: 0.00, 이동성: 0.00, 민원상담: 0.00, 커뮤니티 운영: 0.00, 아이덴티티: 0.00)
복합중요도: 0.01

*복합중요도: 1단계와 2단계, 3단계 값을 곱한 값임.

며, 다음으로 이용자의 응대에 대한 다양한 매체(게시판, 전화, 메일 등)가 활용되고 있는지(0.320)에 대한 점을 높게 평가했다. 커뮤니티 운영의 5가지 하위요소에 대한 평가에서도 질의에 대한 답변의 신속성을 가장 중요한 요인으로 꼽았고, 이어서 커뮤니티 서비스가 제공되어 활발히 운영되고 있는지를 두 번째 우선순위로 꼽았다.

마지막으로 디자인 요인 중 아이덴티티의 2가지 하위요소에 대한 평가결과를 보면, 학과특성에 적합한 슬로건보다는 학과의 차별화된 이미지나 아이덴티티가 홈페이지에 얼마나 나타나는지에 대한 점을 더 중요한 요인으로 꼽았다.

4) 복합중요도 분석결과

[표 4]에 나타나 있듯이, 1단계와 2단계, 그리고 3단계의 분석결과를 통합한 최종 분석결과에서는 29개 평가요소 중 모바일 서비스를 1순위(0.109)로 꼽았다. 2,3순위에서는 정보제공공의 하위요소인 교육특성에 대한 관심이 높았다. 구체적으로 보면, 고3 수험생들은 교과과정의 구성현황 및 교과목의 설명(0.065)이나 학과특성을 나타내는 전문적인 교육내용(0.063), 학과의 차별화된 교육방식(0.052) 등에 대한 관심이 높았다. 다음으로는 홈페이지 이용의 편의성 차원에서 이용체계의 하위요소인 홈페이지 이용안내 및 사이트맵의 접근용이성(0.062)이 비교적 높은 평가를 받았다. 반면, 학과특성에 적합한 슬로건(0.014)이나 학과의 차별화된 이미지 및 아이덴티티(0.016), 학과SNS와의 연동, Q&A게시판 제공, 커뮤니티 활발한 운영, FAQ기능의 제공 등의 항목은 비교적 중요도가 낮은 것으로 나타났다.

V. 결론

1. 연구결과의 요약 및 시사점

최근 서울 모 대학에서 수험생을 대상으로 한 설문조사 결과를 보면, 수험생들은 일반적인 학과 입시정보를 기존의 '학과 선생님과의 면담'을 통해 획득하기보다 '대학 학과홈페이지'나 대학이 발송하는 홍보물을 통해

가장 많이 획득하는 것으로 나타났다[24]. 그럼에도 불구하고 많은 대학의 학과 홈페이지는 관리 부실로 인해 제 기능을 못하고 있으며, 최근에는 많은 대학들이 그 중요성을 인식하고 방치된 학과 홈페이지 개선을 위해 외부업체에 관리를 의뢰하는 등 다양한 대책을 강구하고 있지만 적절한 관리지표의 부재로 인해 진척이 순조롭지 못한 실정이다.

본 연구는 이러한 문제인식 하에 출발하였으며, 기존의 대학 홈페이지 평가요소들의 문제점을 인식하고 새로운 평가모형을 도출한 후 각 단계별 평가요소에 대한 중요도 및 우선순위를 파악하고자 하였다. 분석결과는 다음과 같다.

첫째, 학과 홈페이지 평가요소의 상위요소 간 상대적 중요도는 정보제공성이 0.442로 가장 높으며, 이어 이용의 편의성, 상호작용성, 디자인의 순으로 분석되었다. 결국 수험생들은 대학 학과홈페이지 방문 시 홈페이지의 본질에 해당하는 부분인 '학과 정보의 내용'을 가장 중요하게 고려하고 있다는 것을 알 수 있다. 이러한 사실은 복합중요도에서 '정보제공성'의 하위요소들이 전체 홈페이지 평가요소에서 2위, 3위, 5위를 차지하고 있다는 것에서도 잘 나타나고 있다.

둘째, 학과홈페이지 평가요소의 2단계 분석결과를 보면, 정보제공성에서는 교육특성, 이용편의성에서는 모바일 서비스, 상호작용성에서는 커뮤니티 운영, 디자인 차원에서는 아이덴티티가 가장 높은 중요도를 보였다.

셋째, 3단계 분석결과를 보면, 교육특성에서는 교과과정의 구성현황과 교과목에 대한 설명, 콘텐츠에서는 학과소개 및 학사일정에 대한 정보, 이용체계에서는 홈페이지 이용안내 및 사이트맵 접근의 용이성, 이동성에서는 페이지 이동의 자율성, 민원상담에서는 Q&A기능 답변의 신속성, 커뮤니티 운영에서는 질의에 대한 답변의 신속성, 아이덴티티에서는 학과의 차별화된 이미지 및 아이덴티티가 가장 높은 중요도를 보였다.

넷째, 29개의 학과홈페이지 평가요소에 대한 중요도 및 우선순위는 모바일 서비스, 교과과정의 구성현황 및 교과목의 설명, 학과특성을 나타내는 전문적인 교육내용, 홈페이지 이용안내 및 사이트맵 접근의 용이성, 학과의 차별화된 교육방식 등이 상대적으로 높게 나타났

고, 학과특성에 적합한 슬로건, 학과의 차별화된 이미지 및 아이덴티티, 학과 SNS와의 연동, Q&A게시판 제공, 커뮤니티 활발한 운영, FAQ기능의 제공 등의 항목은 상대적 중요도가 낮게 나타났다.

특히 모바일서비스에 대한 평가가 높게 나타났는데 이는 수험생들의 학과 관련 정보획득 매체가 PC에서 모바일로 이동하면서 정보의 접근성을 중시하고 있음을 의미한다. 또한 이는 역으로 현재 대학들의 학과홈페이지의 모바일서비스가 제대로 이루어지지 않고 있음을 반증하는 결과이기도 하다. 오늘날 대부분의 대학이 학과정보를 모바일을 통해 제공하고 있다고는 하지만 홍보 부족으로 인해 수험생들에게 제대로 전달되고 있지 않을 뿐 아니라 내용적 측면에서도 PC버전에 비해 제공되는 정보가 매우 한정적이라는 점에서 많은 문제점을 안고 있다. 따라서 향후 대학들은 효과적인 학과홈페이지 관리 및 운영을 위해 PC버전에 상응하는 양질의 정보를 모바일을 통해 제공할 수 있도록 시스템 보완이 이루어져야 할 것이며, 나아가 이러한 모바일서비스에 대한 적극적 홍보 활동이 필요할 것으로 판단된다.

이와 같이 본 연구에서 제시한 학과홈페이지의 평가요소에 대한 중요도 및 우선순위는 향후 대학들이 학과홈페이지를 관리하고 운영하는데 기본적인 토대를 제공하고 있다는 점에서 의의를 가진다. 즉, 학과 홈페이지의 성공적 관리는 첫째, 기본적으로 학과의 교육특성에 대한 정보가 충실해야 한다는 점, 둘째, 이용자와 원활한 소통을 위해 활발한 커뮤니티 서비스를 운영해야 한다는 점, 셋째, 홈페이지의 전체적 이미지가 학과특성과 일치해야 한다는 점, 넷째, 언제, 어디서, 누구나 학과홈페이지에 접근이 가능하도록 모바일 서비스를 제공해야 한다는 점이다. 다시 말하면, 수험생 유도를 위한 전략적 차원에서 학과홈페이지의 향후 방향은 기본적으로 학과특성에 대한 구체적이고 상세한 정보제공이 필요할 것이며, 나아가 이러한 정보를 모바일을 통해 언제, 어디서, 누구나 접근할 수 있도록 모바일 서비스를 제공해야 할 것이다.

2. 연구의 한계점과 제언

본 연구를 진행하면서 나타난 한계점은 다음과 같다.

첫째, 학과홈페이지 평가요소와 관련한 문제다. 선행연구의 검토를 통해 학과홈페이지 평가와 관련해서 총 4가지 차원에 11개의 하위차원, 그리고 29개의 하위항목을 구조화하였지만, 연구자들의 관점에 따라 평가요소를 달리 구성할 수 있다는 점이다. 둘째, 표본의 문제다. 이 연구에서는 설문대상자들이 부산지역에 한정되었다는 문제를 안고 있다. 지역에 따라서 고3 수험생이 인식하는 학과홈페이지 평가요소에 대한 중요도가 다르게 나타날 수 있기 때문이다. 또한 본 연구에서는 수험생을 대상으로 했지만 향후 연구에서는 학과홈페이지를 평소에 접하면서 사용하고 있는 재학생들의 인식을 함께 조사하여 비교분석해 보는 것도 의미가 있을 것으로 판단된다. 이는 후속 연구가 기대되는 연구이기도 하다.

참고 문헌

- [1] 박인우, "대학정보화 정책의 비판적 검토를 통한 교수-학습활동의 혁신 방향 모색", 한국교육학연구, 제9권, 제1호, p.304, 2003.
- [2] 서영일, *대학홈페이지 이용자의 이용과 충족에 관한 연구*, 원광대학교 대학원 석사논문, p.3, 2007.
- [3] 이현수, 채영일, "사이버대학의 웹사이트 평가모델 개발", e-비즈니스연구, 제6권, 제3호, p.4, 2005.
- [4] 박성배, 박영화, "디자인 분석을 통한 대학 홈페이지의 정체성모색 및 활성화방안 연구", 계명연구논총, 제18권, p.368, 2000.
- [5] 김유정, "사이버커뮤니티 참여와 이용에 대한 이용과 충족 연구", 한국 언론학보, 제49권, 제3호, p.239, 2005.
- [6] 이시훈, "국내 웹 사이트의 만족도 구성요인에 관한 연구", 광고학연구, 특별호, pp.99-115, 2001.
- [7] 홍영일, 이준엽, "온라인 커뮤니케이션 특성이 소비자 반응에 미치는 효과", 디지털디자인연구, 제10권, 제2호, pp.13-22, 2010.
- [8] R. O. Day, G. G. Graham, and G. D. Champion, "Anti-Rheumatic Drug Interactions," Clinics in rheumatic diseases, Vol.10, No.2, pp.251-276,

- 1984.
- [9] R. Hughes Jr., "A Process Evaluation of a Website Family Life Educators," Family Relations, pp.164-170, 2001.
- [10] 김준현, *사회복지관 홈페이지 평가모형의 개발 및 적용에 관한 연구*, 대전대학교 대학원, pp.50-61, 2001.
- [11] Marra Buenadicha Mateos, Chamorro Mera, Francisco Javier Miranda Gonzulez, and Oscar Rodrigo Gonzulez Lopez, "A new Web assessment index: Spanish universities analysis," Internet Research: Electronic Networking Applications and Policy, Vol.11, No.3, pp.226-234, 2001.
- [12] 김봉철, "시민단체(NGO)들의 인터넷 홈페이지 구성요소 평가에 관한 연구", 광고학연구, 제12권, 제3호, pp.81-104, 2001.
- [13] 홍일유, 정부현, "인터넷 웹사이트의 포괄적 평가모형에 관한 연구", 경영과학, 제17권, 제3호, p.160, 2011.
- [14] 한상필, "한국과 미국의 인터넷 홈페이지 비교분석을 통한 국가 홍보 개선방안 연구", 홍보학연구, 제4권, 제2호, pp.170-208, 2000.
- [15] 김선주, *AHP를 이용한 지방자치단체 웹사이트 평가모델 개발에 관한 연구*, 공주대학교 대학원 석사논문, pp.2-3, 2003.
- [16] 신자영, *평가 영역에 가중치를 부여한 교육용 웹사이트 평가 모델 개발*, 공주대학교 대학원 석사논문, pp.1-3, 2004.
- [17] 최종현, *광역자치단체 웹사이트 평가모형의 개발 및 적용에 관한 연구*, 한양대학교 대학원 석사논문, pp.4-40, 2007.
- [18] 이용봉, "전자도서관 웹사이트 평가 모델 개발을 위한 AHP기법 활용에 관한 연구", 한국문헌정보학회지, 제38권, 제3호, pp.103-118, 2004.
- [19] L. G. Vargas, "An overview of the analytic hierarchy process & its applications," European Journal of Operational Research, Vol.48, pp.2-8, 1990.
- [20] T. L. Saaty, "Hierarchical Analysis of Behavior in Competition: Prediction in Chess," Behavioral science, Vol.25, No.3, pp.180-192, 1980.
- [21] T. L. Saaty, "Axiomatic foundation of the analytic hierarchy process," Management Science, Vol.32, pp.841-855, 1986.
- [22] 황규승, "AHP기법의 신뢰성에 관한 연구", 고려대경영논총, 제32권, pp.83-97, 1989.
- [23] 김영수, 강경수, "AHP를 이용한 지역언론인들의 지역성 평가요인의 우선순위 분석", 한국언론학보, 제58권, 제1호, pp.331-355, 2014.
- [24] 서울시립대신문 2014년 9월 15일자.
(<http://press.uos.ac.kr/news/articleView.html?idxno=9281>)

저 자 소 개

강 경 수(Kyoung-Soo Kang)

정회원



- 2007년 3월 : 일본, 주오대학교 상학연구과(상학박사)
- 2007년 4월 ~ 2010년 3월 : 일본, 주오대학교 상학부 겸임교수, 닛케이광고연구소 연구원
- 2011년 3월 ~ 현재 : 동명대학교 광고홍보학과 조교수

<관심분야> : IMC론, 브랜드론, 소비자행동론

이 영 우(Young-Woo Lee)

중신회원



- 2008년 8월 : 일본, 구주대학교 예술공학부(예술공학 박사)
- 2009년 3월 ~ 2011년 2월 : 영우 예술공학 연구소 소장
- 2012년 3월 ~ 현재 : 동명대학교 미디어공학과 조교수

<관심분야> : 홀로그래프, 미디어파사드, 공공디자인

이 강 혁(Kang-Hyuk Lee)

정회원



- 1993년 1월 : 일리노이주립대(박사)
- 1995년 3월 ~ 1997년 2월 : 한국과학기술정보연구원 선임연구원
- 1997년 3월 ~ 현재 : 동명대학교 게임공학과 교수

<관심분야> : 자연어처리, 지식기반 정보검색, 가상현실 기반 게임

이 영 숙(Young-Sook Lee)

종신회원



- 2000년 3월 : 일본, 문화여자대학교 대학원(피복환경학박사)
- 2000년 3월 ~ 현재 : 동명대학교 패션디자인학과 교수

<관심분야> : 디자인 매니지먼트, 이미지전략