

# 인터넷 서점의 효과적인 웹사이트 설계에 관한 연구

## A Study on a Design of Effective Websites for Internet Bookshops

이란주(Lan-Ju Lee)\*

### 초 록

인터넷 상의 상거래는 새로운 유통혁명이라고 일컫고 있으며 소비자의 입장에서 합리적인 소비를 위한 새로운 가능성을 제공하고 있다. 이러한 전자상거래 상에서 가장 적합한 품목중의 하나가 바로 도서이다. 인터넷 서점은 도서를 다룬다는 점과 상품(도서를 포함한)의 효과적인 검색기능 및 서평 제공이 가능한 분야라는 관점에서 문헌정보학 전공자들이 좀 더 많은 기여를 할 수 있는 분야라고 본다. 따라서 본 논문에서는 인터넷 서점 사이트 구축에 경험이 없는 비전문가들이 비교적 간편한 분석방법으로 인터넷 서점을 구축할 수 있는 방법을 제시함으로써 인터넷 서점 사이트를 구축할 수 있는 기초자료를 제공하고자 한다. 이를 위하여 현재 국내외에서 활발하게 운영 중인 인터넷 서점 7개를 선정하여 인터페이스, 정보원 구성, 기능적 측면에 중점을 두고 조사·분석하였다. 본 연구 결과를 바탕으로 1) 이용자중심의 메뉴구성, 2) 효과적인 검색기능, 3) 다양하고 질 높은 서평을 제공할 수 있는 인터넷 서점의 효과적인 웹사이트 모형을 제안하였다.

### ABSTRACT

The purpose of this study is to examine the features of Internet bookshops in order to suggest the most effective website model for them. Seven Internet bookshop websites are analyzed. The evaluating criteria includes: interface layout, contents, function aspects. The results show that a suggested model should include various aspects: 1) user-centered menu structure, 2) effective search method/subject directory, and 3) various and good quality review.

키워드: 인터넷 서점, 가상서점, 사이버 서점, 온라인 서점, 웹사이트 모형

Internet bookshop, cyber bookshop, online bookshop, website model

\* 동덕여자대학교 정보과학대학 문헌정보전공 부교수(lanju@www.dongduk.ac.kr)

■ 논문 접수일 : 2001년 2월 7일

■ 게재 확정일 : 2001년 3월 9일

## 1 서 론

인터넷의 발달로 새로운 정보가 홍수처럼 밀려오고 정보 유통도 빠르게 진행되고 있으며 전 세계의 정보를 실시간으로 공유할 수 있게 되었다. 이러한 인터넷의 발달로 통제 없는 자유무역이라는 표현이 어울리듯 인터넷 상의 상거래는 국경을 초월해 짧은 유통채널, 시간과 공간의 제한 최소화, 판매 거점의 불필요, 고객 정보 획득의 용이함, 효율적인 고객 마케팅 등을 통해 상거래의 중요한 부분으로 부각되고 있다. 전자상거래에서 가장 적합한 품목 중의 하나가 바로 도서이다. 도서는 부피가 작고, 가격이 비교적 저렴하며, 물리적인 상태에 따라 품질이 크게 좌우되지 않는 상품이기 때문이다. 도서가 지닌 특성은 온라인으로 물건을 소개한 후, 주문을 받고, 결제처리를 하며, 물건을 배송해야 하는 전자 상거래의 특성에 잘 부합한다. 또한 서점이라는 물리적 공간을 이용하여 판매되는 체계는 무수히 많은 종류의 도서들을 효과적으로 유통시키기에 비용이 많이 들 가능성을 갖고 있다. 비록 한 권의 책은 부피가 작다고 할지라도 워낙 많은 종류의 제품이 존재하기 때문에 이들을 전시하며, 재고를 관리하는 비용이 만만치 않게 소요된다. 따라서 인터넷은 이러한 비용을 절감하는 효과적인 수단이 된다. 도서의 전시는 웹사이트에 도서에 대한 소개 문서를 삽입함으로써 간단히 이루어질 수 있다. 재고비용도 지가가 싼 지역에 창고를 두고, 여기에서 모든 물류를 수행하는 형태를 지니게

되면, 서점이 있는 모든 지역에 재고를 안고 있어야 하는 것에 비해 훨씬 절감할 수 있게 된다. 소비자 입장에서 인터넷 서점은 여러 가지 장점을 제공한다. 관심 있는 책을 찾기 위해 서적 판매 사이트에서 키워드를 입력하거나 주제 분류를 이용하면 되고, 책을 고르기 위해서는 웹사이트에서 제공하는 책에 대한 다양한 정보를 활용하면 서점에서 수많은 책을 일일이 뒤지는 것보다 효과적이다. 이렇게 인터넷을 이용하여 출판물의 도서정보를 제공하고, 고객에게 주문을 받아 발송까지 담당하는 웹사이트를 인터넷 서점 혹은 가상서점이라고 부른다.

인터넷 서점의 여러 장점에도 불구하고 국내 인터넷 서점의 대부분은 국외의 Amazon 인터넷 서점의 도서정보 형식을 바탕으로 하고 있으며, 고객 불편사항 신고, 회원 예치금 서비스 등 형식적이고 일반적인 고객서비스만 제공하고 있어 고객에게 독창적인 서비스를 제공하지 못하고 있다. 또한, 서평 내용이 없는 도서가 많이 있어 형식적인 도서정보만을 제공하고 있다. 아직은 초기 단계라서, 대부분의 인터넷 서점이 독창적인 서비스를 개발하고 있지 못하며 형식적인 구성에만 치우쳐 있는 경향이 있다.

인터넷 서점이라는 주제에 관련된 연구는 아직 많은 편은 아니며 사이버 마케팅에 관련된 연구와 문헌정보학 측면에서의 연구를 소개하면 다음과 같다. 출판 관련 인터넷 사이트를 조사하여 사이버 서점의 현황, 인터넷 사용 현황 및 전자상거래를

파악하여, 출판 산업에서의 사이버 마케팅에 대해 분석한 연구를 들 수 있다(김정기 1998). 이 연구에서는 인터넷 서점이 활성화되기 위해 소비자 측면에서 국내의 전자상거래 활성화에 대한 개선안과 실물서점과 사이버 서점을 비교하여 사이버 서점의 특성을 살리는 것을 제안하였다. 또 다른 연구로 가상서점의 현황분석 및 활용방안에 관한 연구(최원태, 박미연 1998)로서 우선 우리나라 도서 출판물 유통의 구조를 통해 문제점을 알아보았다. 그 다음 인터넷의 등장으로 인한 전자상거래로 인해 나타난 가상서점의 개념과 특징을 조사함으로써 도서관에서의 자료 구입 시에 가상서점의 활용에 관해서 분석하였다. 여기서 연구 대상은 단행본 도서로 제한하였으며, 유통문제는 출판사에서 도서가 발행되어 인터넷과 다양한 PC 통신망을 이용하여 여러 유형의 이용자에게 전달될 때까지를 다루었다. 국내외 가상서점 분석에서는 온라인 서점 가격 탐색을 제공하는 할인 사이트의 메뉴, 검색, 주문, 결제 방식을 다루었다. 이 연구의 결론에서, 우리나라는 아직 가상서점들이 가상공간에서 운영되는 특징을 살리고 있지 못하고 있으며, 도서 유통에서의 문제점을 지적하였고, 또한 도서관 수서 업무에 가상서점의 활용을 제시하였다. 가장 최근에 발표된 연구로서, 인터넷 서점의 이용자 중심의 정보 분류를 통해 이용자 서비스의 질을 함양시키고자 하는 목적에서 연구가 수행되었다(정연경 2000). 이 연구에서는 국내외 인터넷 서점 7곳의 대분류 항목에 초점을 맞추고 비교

분석한 후 그 공통점과 차이점을 제시하였다. 또한 사용자 중심의 편리한 주제별 자료 검색을 위하여 “적절한 수의 분류 항목의 설정, 이용자 친화적 항목 명칭의 부여, 빠른 접근을 가능하게 해주는 대분류 항목 아래 직접적인 중분류 항목의 나열, 이용률이나 구입률을 바탕으로 하는 분류 항목의 설정, 실제 주제별 검색 이용자의 의견 수렴” (정연경 2000, 138) 등을 제안하였다. 한편, 인터넷 서점에 대한 전문가의 디자인 평가 등에 대한 연구결과가 간략하게 발표되기는 했지만 아직은 인터넷 서점 사이트에 대한 깊이 있는 분석은 이루어지고 있지 않고 있다. 인터넷 서점은 도서를 다룬다는 점과 상품(도서를 포함한)의 효과적인 검색기능 및 서평 제공이 가능한 분야라는 관점에서 문헌정보학 전공자들이 좀 더 많은 기여를 할 수 있는 분야라고 본다.

본 논문에서는 인터넷 서점 경영에 경험이 없는 비전문가들이 비교적 간편한 분석 방법으로 인터넷 서점을 구축할 수 있는 방법을 제시하고 이러한 방법에 의해서 인터넷 서점 사이트를 구축할 수 있는 기초 자료를 제공하고자 하였다. 이를 위하여 인터넷 서점을 구성하고 있는 내용과 웹디자인 측면을 파악하기 위하여 현재 활발하게 운영중인 인터넷 서점 사이트를 분석하였다. 다양한 정보원을 활용하여 분석 대상이 될 인터넷 서점을 선정한 후 크게 세 가지 측면 - 인터페이스 측면, 정보원 구성 측면, 기능적 측면 - 에 중점을 두고 조사·분석하였다. 분석결과에 기초를 두고

효과적인 인터넷 서점 웹사이트 구축 모형을 제시하고자 하였다.

## 2 연구방법

인터넷 서점은 운영주체에 따라 크게 셋으로 나눌 수 있다. 즉 대형서점이 운영하는 인터넷 서점, 출판사가 자사 출판물을 대상으로 운영하는 출판사 운영 인터넷 서점, 인터넷 상에서만 도서를 판매하는 인터넷 전문 인터넷 서점이다. 대형서점이 운영하는 인터넷 서점은 교보문고, 종로서적, 영풍문고, 서울문고 등으로 기존의 서점에서 축적된 마케팅 노하우와 체계적인 데이터베이스, 풍부한 자금과 인력, 현실매장과의 연계성을 십분 활용할 수 있는 장점을 갖고 있다. 출판사 운영 인터넷 서점으로는 다락원, 범우사 등으로 자사의 홈페이지를 통해 도서를 판매하는 경우가 대부분이다. 전문 출판사들이 운영하는 인터넷 서점은 자사 출판물(컴퓨터나 어학 등)을 인터넷 상에서 판매할 수 있기에 개별 도서에 대한 신속하고 심층적인 정보를 제공할 수 있다는 장점을 갖고 있다. 전문 인터넷 서점(YES24, 알라딘, 와우북 등)은 기존매장이나 출판물은 없으나 인터넷 상의 네티즌들을 대상으로 전문도서나 베스트셀러, 추천도서를 위주로 판매하고 있다. 이와 같이 인터넷 서점은 인터넷을 이용한 전자상거래 웹 페이지로 어떤 형태로 시작하였든 이용자들이 인터넷으로 접근하여 도서 정보를 얻고 구입한다는 면은 모두 같다. 따

라서 본 연구에서 이들 모두를 조사 분석 대상으로 하였다. 본 장에서는 분석 대상이 될 인터넷 서점 선정에 도움을 준 정보원에 대한 설명과 인터넷 서점 사이트 분석에 사용된 평가 기준을 제시하였다.

### 2.1 인터넷 서점 선정

현재 활발하게 운영중인 국내 인터넷 서점을 선정하기 위하여 다양한 정보원을 참고하였다. 우선 검색엔진과 추천 사이트 정보를 제공하는 Web100 사이트를 사용하여 인터넷 서점 혹은 온라인 서점 항목에서 추천하는 인터넷 서점 중에서 중복도가 높은 것을 참고하였다. 또한 신문과 잡지에서 추천하거나 신문이 주최한 인터넷 사이트 순위, 네티즌들의 인지도와 접속율, 그리고 전문가들에 의한 평가 등을 선정 기준에 포함시켰다. 인터넷 서점 선정에 도움을 준 정보원의 리스트는 다음과 같다.

1) 검색엔진들과 추천사이트를 소개하는 웹사이트에서 온라인 서점 혹은 인터넷 서점 항목을 사용하여 각 검색엔진에서 추천하는 인터넷 서점에서 중복도를 참조하였다.

2) Book & Books(<http://bookandbooks.pe.kr/>)가 제공하는 인터넷 서점 사이트 모음집을 통해서 인터넷 서점 34개의 웹 페이지의 목록을 조사하였다.

3) (주간)사이버저널 창간 31호 2000년 9월 19일 화요일 [ssyber.com](http://ssyber.com): 인터넷 서점에 대한 전문가의 디자인 평가표에는 YES24, 알라딘, 와우북, 교보문고에 대하여 '로딩

속도는 빠르다' 등을 포함한 9개의 평가 항목에 의하여 A+부터 F까지 평점을 부여했다. 여기서 알라딘이 만점 4.3에서 4점, YES24와 교보문고가 3.78점이고 와우북은 3.55점으로 평가되었다.

4) 네티즌들이 가장 많이 접속하고 인지도가 높은 사이트를 선정하였다.

5) 전문가들이 평가한 순위를 참고하였다.

6) 100hot.co.kr.을 참조하였다.

7) 한국일보 [웹사이트평가], (7)인터넷서점, 2000년 8월 21일자 자료를 참고하였다

국외 인터넷 서점으로는 미국의 Amazon, Barnes & Noble, 및 영국의 iBS(Internet Book Shop)을 선정하였다. 이들은 세계적으로 잘 알려진 사이트들로 앞 선 장점과 특징을 제공할 것으로 기대되어 선정하였다. 그 외에 Sweet Beagle Books 인터넷 서점을 포함하는데 그 선정 이유는 아직 잘 알려지지 않는 않지만 다른 사이트와 비교하여 주로 절판자료와 희귀본을 취급한다는 차별성과 최근에 사업을 시작하였다는 점에서 선정하였다.

## 2.2 웹사이트 분석 기준

웹사이트 분석과 평가에 관련된 연구들이 이미 다수 발표되었다. 최근에 발표된 인터넷 학술연구정보의 포털사이트 구축에 관한 연구에서는 일반적으로 포털사이트는 이용자가 필요로 하는 서비스인 4개의 요소로 구성되어 있어서 선정한 포털사이트를 이러한 4개의 요소인 콘텐츠(contents), 커뮤니티(communitiy), 전자상거래(commerce), 커

뮤니케이션(communication) 측면에서 분석하였다(이명희 2000). 도서관 홈페이지 설계에 관한 연구에서는 선정한 도서관 홈페이지를 크게 인터페이스 측면과 정보자료 구성 측면에서 분석하였다(이란주 1998). 본 연구의 목적 중에 하나가 초보자가 비교적 간단하고 수월한 방법으로 인터넷 서점 사이트를 분석하여 그 성격을 파악하는데 있기에 앞의 두 선행연구에서 사용한 평가 기준을 활용하면서 4가지 측면(기준)인 1) 인터페이스 측면, 2) 정보원 구성측면, 3) 기능적 측면으로 나누고 그 외에 분석된 내용은 4) 기타 측면에서 다루었다. 따라서 인터페이스 측면에서는 메뉴구조, 도움말서비스의 충실성, 시스템 갱신주기, 의사소통 기능, 멀티미디어 가능 여부, 디자인의 색상을 중심으로 분석하였다. 정보원 구성측면에서는 콘텐츠의 체계(전체적인 콘텐츠 체계, 도서에 대한 콘텐츠의 체계), 콘텐츠의 질(도서 정보, 서평 등), 콘텐츠의 갱신주기에 초점을 두고 분석하였다. 기능적 측면에서는 검색기능과 상거래기능을 분석하였다.

## 3 웹사이트 분석

### 3.1 국내 인터넷 서점

#### 3.1.1 교보문고

교보문고(<http://www.kyobobook.co.kr>)는 1997년 9월 인터넷 교보문고를 시작한 후 현재 국내 인터넷 서점 중 가장 큰 규모와

가장 많은 고객 수를 갖고 있다. 인터넷 교보문고는 현재 북클럽운영팀과 콘텐츠팀을 두 축으로 전자는 주로 마케팅과 물류를 담당하고 후자는 신간정보, 서지정보 등 각종 데이터를 신속하게 올려 고객의 쇼핑을 돕는다.

### 1) 인터페이스 측면

교보문고의 홈페이지는 크게 세 프레임으로 구성되어 있다. 제일 위의 테이블에는 국내도서, 서양도서, 일본도서 등의 섹터가 있다. 도움말 기능은 홈페이지의 제일 상단(help, sitemap)에 놓고 회원가입정보 이미지와 텍스트로 구성되어있다. 디자인의 색상은 너무 일반적인 칼라를 사용하고 있으며, 텍스트 사이즈가 크고 행간이 좁아 가독성이 오히려 떨어지는 느낌이 든다.

### 2) 정보원 구성측면

도서의 표지그림, 서명, 저자명, 출판사명, 가격 등과 초록을 제공한다. 단 비디오·프로그램 CD-ROM 등의 할인코너에는 할인율이 표시되지 않아 다소 불편하다. 콘텐츠의 질 측면에서 다양하고 상세한 도서정보가 특징이다. 미국의 서적 도매상인 베이커&테일러와 협력하여 1백70만 권의 외국서적DB도 확보하고 있다.

### 3) 기능적 측면

#### (1) 검색기능

교보문고에서 책을 찾기 위한 분야는 25개의 분야이며 이와 같은 분류 이외에도, 분야를 막론하고 도서명, 저자명, 출판사명으로 검색이 가능하다. 그리고 국내, 서양,

일본도서의 주제별 분류는 모두 비슷하다. 각 페이지마다 도서 빨리 찾기 창이 제공되며, 대분류, 중분류가 제공되고, 광범위한 주제는 소분류도 제공한다. 도서 외에도 기타 매체들에 대한 다양한 접근점을 제공하고 있다.

#### (2) 상거래 기능

이용자가 원하는 도서를 직접 선택하여 회원들의 쇼핑백이란 항목으로 이동시켜 준다. 각종 엽가도서와 할인도서전 등 기획코너도 마련되어 있다. 본 사이트의 특징은 타 사이트와 비교하여, 다양한 결제 방법, 저렴한 우송료, 일본도서의 구입이 가능하다는 점이다.

#### 4) 기타

개인화 서비스로 메일 맞춤 서비스가 있어서 자기의 관심사를 20개정도 선택하여 신간정보를 얻을 수 있다. 자체 발행한 도서 정보지인 '지구촌 책 정보'를 제공한다. 대형 서점의 방대한 데이터베이스를 강점으로 다양한 서비스를 제공하고 있으나 상대적으로 다른 사이트들에 비해 로딩 속도가 느리다.

### 3.1.2 YES24

1998년 6월에 국내 최초의 순수 온라인 e-Book서점 WebFox로 서비스를 시작했다. 다빈치라는 명칭으로 서비스를 해오다가 1999년 6월 법인명을 YES24 주식회사로 변경했다. 국내 최대 도서 할인율을 자랑하는 사이트로서 30%세일 항목을 통해서 할인을 해주며 회원제로 운영하고 있다. 인터넷 상에서 글을 볼 수 있는 전자도서

(컴퓨터 파일 형태)도 판매하고 있는 점이 특징이다.

### 1) 인터페이스 측면

홈페이지 상단에 4개의 메뉴바가 있으며 첫 번째 메뉴바에는 카트보기, 내계정, 로그인/아웃, HELP가 있다. 두 번째 메뉴바에는 도서를 형태별로 나누어 국내도서, 외국도서, e-Book, 웹진, 음반, Software, 영화, eCards로 구성되어 있다. 세 번째 메뉴바에는 베스트셀러, 새책 안내, 주제별 책모음 등의 메뉴를 제공한다. 네 번째 메뉴바의 왼편에는 도서명, 작가명, 출판사로 도서검색을 할 수 있는 검색창이 있고 오른편에는 자세히 찾기, 공지사항, 회원코너 등의 메뉴가 있다.

홈페이지 상단의 오른쪽에 위치한 도움말 기능을 비롯해 각 메뉴의 도움말을 YES24 사이트 이곳 저곳에서 H표시하여 기능 혹은 서비스에 대해 더욱 자세한 도움말을 제공한다. 바탕화면으로 흰색을 사용하고 있어 깔끔하며, 부분적으로 연두색과 파란색, 회색 등의 차분한 색조를 사용하고 있어 비교적 안정감을 느낄 수 있다.

### 2) 정보원 구성측면

도서의 목록을 주제별로 분류하여 목록을 제시해주며, 추천 도서 목록을 제시해주는 기능도 있다. 책을 기획 할인하는 경우에 할인되는 도서의 목록을 제시한다.

도서의 표지그림, 서명, 저자, 출판사, 가격(할인율)이 기본적으로 나타난다. 자세한 정보를 얻고자 하면 표지 그림이나 서

명을 클릭하면 된다. 베스트셀러의 경우는 도서에 관한 정보뿐만 아니라 도서에 관련된 각종 리뷰(출판사 리뷰, 미디어 리뷰, 독자 리뷰 등)를 접할 수 있다.

도서에 대한 상세한 정보와 함께 쉽게 검색기능이 기본적으로 이루어진다. 베스트셀러들에 대해서는 물론 각 분야별 베스트셀러까지 주간 단위로 집계해 상세한 해설을 곁들여 네티즌들에게 제공하고 있다. 각 도서의 리뷰들은 이용자가 책을 선택하는데 도움을 줄 수 있다. 독자 리뷰는 객관성이 떨어지는 점이 있으나 미디어 리뷰는 객관적이라고 할 수 있다. 전문서평은 저명한 출판 평론가의 서평을 통해 좀더 심도 있는 독서를 안내해 주는 역할을 한다. 출판 평론가이자 전문 방송인으로 활동 중인 김갑수의 전문 서평이 매주 2편씩 연재되고 있어 독자들의 깊이 있는 독서를 위해 도움이 될 수 있다. 내용이 매일 갱신되고 있어 최신성을 반영한다.

### 3) 기능적 측면

#### (1) 검색기능

YES24는 20개의 주제 분류를 제공하며 청소년, 인물, 대중문화, 자기관리 등 이용자 위주의 주제가 있는 것이 특징이다. 각 주제로 들어가면 중분류 또는 중분류 아래 소분류로 나누어지는 경우도 있다.

홈페이지의 왼쪽 상단의 입력창을 통해 키워드 검색이 가능하다. 검색항목은 도서명, 저자명, 출판사로서 2자 이상의 키워드를 입력한 후 검색버튼을 누르면 검색을 수행한다. 여러 권의 도서가 있다면 그 검

색결과는 서명의 자모순으로 서명, 저자명, 출판사명, 가격이 출력된다. 도서 검색은 다음과 같은 세 가지 방법을 활용하면 도움이 된다.

가) 도서명, 저자명을 정확히 알고 있는 경우: 상단메뉴에 있는 '찾기'를 이용하여 도서명, 저자명, 출판사명 중 어느 하나를 아는 데까지 입력한 후 '찾기' 버튼을 누르면 입력한 단어를 포함한 모든 책들이 출력된다.

나) 도서명, 저자명 등을 잘 모를 경우: '찾기'의 우측에 위치한 '자세히 찾기'를 이용하여 서명, 작가명, 출판사명, 주제어, 이후 출간의 검색 바에 원하는 검색어를 입력하고 '찾기' 버튼을 누른다.

다) 어떤 분야의 책을 둘러보고 싶을 때: '찾기'의 우측에 위치한 '주제별 책모음'을 이용할 수 있다. 일반적인 주제어를 기준으로 도서를 검색할 수 있도록 좌측에 주제어들을 단계에 따라 나열한다.

## (2) 상거래 기능

이용자가 원하는 도서를 웹 상에서 구입할 수 있는 기능을 제공한다. 대금결제 방법은 신용카드, 온라인입금, ICash 방법이 있다. ICash란 인터넷 상에서 만 사용할 수 있는 전자화폐로서 '버스카드'를 충전하듯 충전해서 ICash 가맹점 어디에서나 쓸 수 있다. 특징으로는 최대 할인폭(30%)에 2%상당의 마일리지 누적과 함께 e-card를 이용하는 고객에게는 5%의 추가 할인이 적용된다. 이외에 전집류의 경우 최고 80%까지 할인을 받을 수 있다.

## 4) 기타

개인화 서비스의 일종으로 Bookian 메일링 리스트에 가입하면 매월 1일과 15일보다 신속하게 Bookian의 이야기를 간편하게 받아볼 수 있다. YES24는 인터넷 고급 문화공간의 역할을 하기 위하여 사이트 내에 도서 관련 정보뿐만 아니라 여러 문화 소식을 제공하는 웹진인 Bookian을 운영하고 있으며, 무료 e-card 등의 부가 서비스를 제공하고 있다.

## 3.1.3 알라딘

알라딘(<http://www.aladdin.co.kr>)은 1998년 11월 설립된 인터넷 서점으로 (주) Aladdin.co.kr이 운영하고 있으며 1999년 7월 정식 서비스를 시작하였다. 책 판매뿐만 아니라 책과 사람과 정보를 잇는 문화 인프라로서의 역할을 지향하고 있다.

### 1) 인터페이스 측면

알라딘의 홈페이지는 크게 세 프레임으로 나누어진다. 왼쪽의 프레임에는 서평이나 본문을 보여주거나 또는 신간, 기획 할인, 베스트 등으로 책을 볼 수 있게 한 'Special'이 있고 책을 주제분류에 의해서 찾아 볼 수 있게 한 'Browse'가 있다.

상위의 프레임은 알라딘의 웹페이지 어디에서나 볼 수 있게 되어 있으며, '책찾기'라는 이름으로 도서 검색을 할 수 있는 검색창이 있다. 상위의 메뉴에는 '책찾기', '주제별찾기', '베스트셀러', '추천도서', '작가파일', '어린이', 'Computer', 'Coming Soon', '마이알라딘'의 메뉴가 있고, 각 메



뉴를 클릭하면 왼쪽의 프레임은 각 메뉴에 맞는 새로운 메뉴를 보여주는 구조로 되어 있다.

모든 페이지에서 페이지 가장 하단에는 해당 페이지의 제일 위로 올라갈 수 있도록 'Back to Top'이 있고, 상단 프레임의 'Aladdin' 로고는 언제든지 홈으로 갈 수 있게 해준다. 홈페이지 상단 오른쪽에 위치한 도움말 기능에서는 알라딘 웹 페이지의 설명뿐만 아니라 서적을 사고 파는 전자상거래상의 설명, 자사에 대한 기사까지 스크랩하여 제공하고 있다. 서평이나 신간 소개 메뉴는 해당 메뉴의 상단에 짝맞춘 메뉴설명이 되어있다. 검색에 대한 설명은 간단한 예시와 함께 제공하고 있다. 의사소통 기능으로 고객의 소리, 전자메일, 대표전화번호를 제공한다. 이용자간의 책(상품)에 대한 평가를 주고받을 수 있다.

본 웹페이지들은 이미지와 텍스트로 구성되어 있으며 전체적으로 파란색과 흰색의 색상을 사용하여 비교적 깔끔하게 정리된 느낌과 시원한 느낌을 준다. 하위 메뉴에서 상위메뉴로의 이동이나 상위메뉴에서 하위메뉴로 이동이 용이하다. 전체적으로 알라딘의 웹 페이지는 결합력이 있고, 일관성있는 외관을 가지고 있다.

## 2) 정보원 구성 측면

도서의 표지그림, 서명, 저자, 출판사, 가격 등이 기본적으로 나타난다. 이용자가 더 자세한 정보를 얻기를 원하면 서명이나 표지그림을 클릭하여, 도서에 관련된 리뷰, 관련도서찾기를 볼 수 있다. 도서에 대한

정보뿐만 아니라 관련된 다른 서적까지 브라우징할 수 있는 이점이 있다. 콘텐츠의 질을 파악할 수 있는 서평이 제공된다. 대중매체의 리뷰나 알라딘 편집부의 리뷰는 어느 정도 인정을 받을 수 있으나 독자들의 서평은 객관성이 확보된 것으로 인정하기 어렵다. 콘텐츠는 매일 갱신되고 있다.

## 3) 기능적 측면

### (1) 검색기능

알라딘에서는 책을 찾아보기 위한 분류는 가정, 건강, 경영/비즈니스, 과학기술, 대중문화, 만화, 문학, 사회과학, 어린이, 여행/취미/레저, 여행, 외국어, 인문학, 자기계발, 잡지, 종교/역학, 좋은 부모, 컴퓨터/인터넷, 휴먼스토리로 되어있다. 이 같은 분류 체계는 모호한 분류에 속하지만 주제 분야에 인접한 다른 도서 정보도 얻을 수 있는 이점이 있다.

도서의 목록을 주제별로 추천별로 제시하는 기능이 있다. 이때에는 제공하는 도서의 가격을 도서의 원가와 비교하여 보여준다. 또한 기간별로 책을 선정하여 기획할인도 제공하며 이 경우 해당 도서의 목록도 제시된다. '책찾기'라는 메뉴에서 키워드검색, 제목검색, 저자검색, 주제어검색, 출판사/출판일검색, ISBN검색이 가능하다. 관련 서적까지 보려면 '주제별찾기'에서 할 수 있다. 알라딘에서 분류한 주제의 영역 설명을 보고 브라우징하며 검색할 수 있다.

### (2) 상거래 기능

할인율은 베스트셀러 25%, 평균 20%의

할인율이 상시 적용된다. 결제 방법은 신용카드, 온라인, ICash를 사용하고 있다. 도서 배송 후 20일 이내에는 교환 및 반품이 가능하다.

#### 4) 기타

알라딘의 개인화 서비스로 '알라딘 메일'이라는 메뉴를 통하여 이용자의 관심 분야의 신간정보를 E-mail로 제공하고 있다. '아도비 아크로바트 리더'(PDF 책꽂이)를 이용하여 책을 미리 볼 수 있는 기능도 제공된다.

### 3.2 국외 인터넷 서점

#### 3.2.1. Amazon

Amazon(<http://www.amazon.com>)이 설립된 것은 1994년 7월이나 책을 판매하기 시작한 것은 그 다음해 1995년 7월이며 본부는 미국 Seattle, Washington에 위치해 있다. 세계 최대의 인터넷 서점으로 보다 신속하고 이용하기 편리함을 표방하고 있다. 이 사이트는 이제 도서뿐만 아니라 우리 일상 생활에 필요한 모든 것, 심지어는 여행 상품까지 자신의 웹사이트를 통하여 구매를 지원하므로써 인터넷 서점과 쇼핑몰의 기능을 하고 있다. 이와 같이 Amazon은 단순히 강력한 서적상을 지향하지 않고 온라인으로 매매될 수 있는 모든 제품과 서비스를 다루는 One-Stop Shopping Site를 지향한다. 다른 쇼핑몰과의 차이점은 단순히 제품을 전시한 후 판매하는 사이트가 아니라 제품에 대한 풍부한 정보를 바탕으로 생산자와 소비자를 연결시키는 정보 중간상

(Infomediary)를 지향한다. 또한 고객기반을 확충시키기 위한 다양한 마케팅 전략을 세우고 있다. Amazon은 세계 160개국의 이상의 나라를 확보하고 있으며 1999년 6월에는 인터넷 상거래 사이트중 최초로 1,000만 명을 돌파하였다. 웹사이트를 개설한 이래 놀라운 성장을 거듭하면서, 1995년 51만 달러에 불과하던 수입이 1999년에는 6억 1,000만 달러까지 증가하여 인터넷 비즈니스 세계에서는 거의 천문학적 성장세를 보였다.

#### 1) 인터페이스 측면

메뉴의 구조는 크게 welcome과 directory라는 두 가지로 제공한다. 웰컴에서는 일반적인 주문방법, 베스트셀러, 선물용품 등으로 이루어져 있으며 디렉토리에서는 일반 주제별 검색엔진과 같은 유형으로 큰 주제로 나뉘어져 있으며 이 주제 분류아래 작은 항목들이 나열되어 있다. 이 디렉토리의 분류는 첫 메인 페이지의 왼쪽에 풀다운 메뉴로 검색할 수 있도록 다시 보여 준다. 도움말서비스는 Help desk라는 페이지가 있어서 이용자는 직접 고객이 자주 질문하는 문항을 참고하여 궁금한 것들을 해결한다. 또한 24시간 운영되는 전화와 E-mail을 통해서 질문을 할 수 있다.

Amazon은 대부분이 텍스트로 이루어져 있어서 멀티미디어는 거의 미약하나 음반 같은 경우에는 미리 들어볼 수 있게 서비스한다. 디자인 설계에서는 적절한 그래픽과 텍스트를 사용하여 이미지는 깨끗하고 산뜻한 느낌을 준다. 이 사이트는 서적, 음악, 비디오, 선물, 경매를 포함하는 초대형

사이트이기에 전반적인 이미지를 통합시키면서 어느 정도의 차별화를 이루기 위하여 메뉴의 배경 색을 활용하고 있다. 즉 서적의 경우에는 녹색, 음악은 파란색, 비디오는 보라색, 경매는 주황색으로 차별화 시킴으로써 사용자의 위치를 확인할 수 있도록 한다.

### 2) 정보원 구성측면

전체적인 콘텐츠 체계에서 볼 때 Amazon에서 특정한 상품을 찾는 것은 수월한 편이다. 키워드검색(Search)과 분류체계를 이용한 검색(Browse)을 통해서 원하는 제품 페이지에 도달하는 데 큰 어려움은 없다. 그러나 방대한 데이터가 제공되다 보니 세부 카테고리를 찾아가기 위해 필요한 클릭 횟수가 늘어나고 리스트가 다소 길어지는 것이 어렵기는 하지만 크게 문제가 되지 않는다. 도서에 대한 콘텐츠의 체계를 살펴볼 때 거의 대부분의 주제에 대한 카테고리를 수록하고 있으며 최대 몇 퍼센트까지 할인되는지의 할인폭까지 제시해주고 있다. 그 외에 원하는 도서와 비슷한 성격을 가진 것도 함께 제공해 준다.

### 3) 기능적 측면

#### (1) 검색기능

도서의 주제별 분야는 32개의 주제로 구분해 놓았다. 그리고 대분류 아래에 중분류가 있으며, 또 그 아래에 소분류를 해 놓았다. 각 페이지 상단에 도서 검색창과 브라우징 창이 마련되어 있다. 그 외에 검색엔진 Yahoo!와 Altavista에서 키워드를 이

용한 검색이 이루어질 경우 Amazon에서 이 키워드와 관련된 서적을 구매할 수 있다는 광고 문안을 볼 수 있다. 이 배너를 클릭하면 Amazon에서 판매되는 이와 관련된 서적이 제시되면서 고객들이 원하면 도서를 구매할 수 있다.

#### (2) 상거래기능

물류관리 측면에서 Amazon의 배송은 UPS나 일반 우편을 통하여 이루어진다. 또한 Premium 서비스를 통해서 빠른 서비스를 제공하고자 하며 미국내와 해외를 막론하고 Premium 서비스를 받는 경우에는 배송된 제품에 대한 UPS의 트랙 번호를 알려줘 UPS 사이트를 통하여 구매자가 언제든 배송상황을 체크할 수 있도록 한다. 주문이 이루어진 후에는 즉시 주문한 내용에 대한 정보를 전자메일로 제공하며, 배송이 시작되면 또 한 번 이를 알리는 전자메일을 띄운다. 만약 고객이 주문신청을 한 후 취소하고 싶으면 웹사이트를 통하여 가능하며 제품이 배달된 후에도 30일 이전에는 포장지를 개봉하지 않은 상태에서 반품되며 전액 환불된다.

#### 4) 기타

Amazon의 온라인 브랜드 구축을 위한 홍보는 대단하다. 시장조사 기관인 Nielsen과 Net Ratings의 조사에 의하면 온라인에서 Amazon의 광고가 노출된 비율이나 횟수는 1999년 3월과 4월에 Microsoft에 이어 두 번째를 차지하고 있을 정도로 홍보에 과감한 투자를 하고 있다. 온라인으로 매매될 수 있는 모든 상품의 거래를 지원하

기 위하여 아마존은 자체적으로 품목을 확장시키기도 하지만 자체적으로 보유하지 못한 강점을 지닌 기업 및 사이트를 인수하는 공격적인 M&A 방법을 사용하고 있다. 또한 전 세계를 대상으로 사업을 확장하기 위하여 1999년 초 영국과 독일에 아마존 사이트를 개설하여 서비스를 시작하였다. 이러한 지역화를 통하여 미국에서 발행되는 책뿐만 아니라 그 지역에서 발행되는 책을 취급하면서, 언어와 지역 장벽을 효과적으로 뛰어넘고자 한다. 또한 단순히 물건을 사고 파는 것뿐만 아니라 제품에 대한 다양하고 풍부한 정보와 함께 사용자가 구입하고자 하는 제품을 추천하는 등의 활동을 전개하고 있다. 그리고 일단 고객으로 등록이 되면 이 고객을 위하여 필요한 정보, 예를 들면 자신의 구매 이력, 주문처리 상태 등의 정보를 웹사이트에서 조회할 수 있도록 한 개인화 서비스를 추구하고 있다.

### 3.2.2 Barnes & Noble

Barnes & Noble(<http://www.bn.com/>)은 대형서점에서부터 출발하여 1997년 5월부터 인터넷 서점 서비스를 시작하였다. 이 서점의 특징은 천 여 개의 서적 소매 판매망을 보유하고 있으며, 미국 서적시장의 13%를 점유하고 1997년 \$25억의 매출을 올린 미국 최대 서적 체인점이다.

#### 1) 인터페이스 측면

세 프레임으로 구성되어 있다. 첫 프레임은 help메뉴를 포함하고 있으며 두 번째 프레임은 홈페이지의 주요 메뉴를 제공한다: Bookstore, eBook, College Textbook, Out

of Print, Music, DVD & Video, Software, Print & Posters, Magazine Subscriptions, eCards, Online Courses. Bookstore의 하위 메뉴에서는 Browse Subjects, Publish Your Book, Bestsellers, Gifts, Kids, Bargains로 이루어져 있다.

디자인 설계에서는 주로 텍스트를 사용하고 있으며 적정한 그래픽을 보여준다. 바탕색은 Out of Print(절판 자료) 페이지 (열은 노랑)를 제외하고 흰색을 사용하고 있으며 다양한 색깔의 글자를 활용하고 있다.

#### 2) 정보원 구성측면

상세 화면을 보면 가격, 형식, 출판사 저자 등 기본적인 정보와 독자비평과 책의 발췌 부분과 목차에 대한 정보를 제공하고 있다. 저자를 통하여 다른 책과 비평이 있는지 알아볼 수 있으며 관련된 키워드를 가지고 다른 책을 찾을 수 있다.

본 사이트는 퍼블리셔스 위클리, Kirkus 비평, 뉴욕 타임즈 북 리뷰, 살롱과 도서관의 서평들을 통해 추천도서를 소개하는 Book Recommendations를 제공한다. 또한 이 달의 행사 일정과 도서 추천, 토론 등의 서비스를 제공하고 있는 Online Community와 Books in the News, Award Winners, Bestseller List도 제공하고 있다.

도서정보에서는 책의 일부분을 발췌하여 보여줌으로써 인터넷 서점의 단점인 책을 직접 브라우징 할 수 없다는 점을 다소 해결해 주고 있다. 다른 사이트와는 달리 풍부한 서평을 제공하고 있지만 회원에게 적극적인 서비스가 없는 것이 단점이다.

### 3) 기능적 측면

#### (1) 검색기능

Barnes & Noble은 Academic & Scholarly, Africana, Art, Architecture & Photography, Audiobooks, Biography, Business, Christian Books 등으로 40개의 대분류로 이루어져 있다. 다른 인터넷 서점과 비교하여 상세한 대분류가 있으며 2단계인 대분류와 중분류를 가지고 있다. 또한 대분류과 중분류를 한 화면에 넣어 한번에 볼 수 있게 하였다. 또한 중고이고 절판된 책에 대한 Barnes & Noble만의 목록을 제공한다. Barnes & Noble의 검색방법은 Quick Search와 Advanced Search가 있으며 찾고자 하는 자료를 정확히 모른다면 Browse Subjects를 이용하면 주제별로 구분되어 있어 주제 선택 시 바로 원하는 주제로 접속된다. Quick Search와 Advanced Search는 전체 책 목록을 검색한다. 전자는 일반 검색으로 풀다운 메뉴에서 서명, 저자명, 키워드를 선택하고 검색어를 입력 박스에 입력하면 된다. 후자에서는 확장된 분야와 검색 여과 장치를 지원한다. 여기서는 하나 또는 여러 가지의 분야로 검색이 가능하다. 서명, 저자명, 키워드 외에 풀다운 메뉴에서 가격, 형태, 연령범위, 주제를 선택함으로써 즉 좀 더 구체적인 정보를 입력함으로써 정확한 검색을 할 수 있다.

#### (2) 상거래 기능

주문은 Shopping Cart를 이용하여 도서를 주문할 수 있으며 대금지불은 신용카드 결제, 전화결제, 온라인 또는 팩스로 결제할 수 있다. 온라인으로 구입한 도서는

Barnes & Noble 도서 분배센터에 반환을 요청해 도착한 것에 한하여 대금을 반환한다. 반환은 직접 Barnes & Noble에게 보내는 것과 고객이 살고 있는 지방의 Barnes & Noble에 돌려주는 방법이 있다. 흥미 분야에서 전자메일 뉴스레터에 서명하면 분야에 따라 책 추천 목록을 보내준다.

탄탄한 배송 체계로 오전 11시안에 주문한 것은 오후 7시까지 당일로 배달해 준다. 홈페이지 메뉴에서는 안전 쇼핑을 보증하기 위한 시스템 소개(safe shopping guarantee)와 그에 따른 개인정보를 지키기 위한 암호 기술 내용 및 사용법 내용 (privacy policy) 등을 통해 사용자에게 신용을 준다.

#### 4) 기타

Barnes & Noble은 서점 체인인 점을 이용하여 온라인과 오프라인으로 나누어 이벤트를 하고 있다. 온라인에서는 기간을 정해두고 한 권의 책에 관한 토론이 이루어지며 오프라인에서는 자신이 살고 있는 주소를 기입하면 그 근처에 있는 체인점에서 이루어지는 이벤트 목록을 볼 수 있다. 특별한 코너 중 하나는 Online Course이며 Barnes & Noble university로 무료코스이다. 주제별로 분류되어 있어 접근이 쉽고 나의 강좌에서는 교수 프로필, 게시판 등의 정보도 제공한다.

#### 3.2.3 iBS

유럽에서 가장 큰 온라인 서점인 영국 iBS (Internet Book Shop & Trade, <http://www.bookshop.co.uk>)의 가상서점으로 1993

년에 설립되었고 지금 140만종에 대한 정보를 제공하고 있다.

### 1) 인터페이스 측면

홈페이지는 크게 두 개의 프레임으로 구성되어 있다. 첫 프레임은 cds, books, videos, games로 메뉴가 나뉘어지고 그 아래 메뉴에서는 home, charts(할인을 하는 책 항목), search, basket(쇼핑한 항목들), help 코너가 있다. 첫 프레임에 있는 메뉴에 색깔 표시를 해주어 각 메뉴를 선택하면 그에 따라 주홍, 빨강, 파랑, 초록 색깔의 두 번째 프레임이 전개되어 사용자가 어느 위치에 있는지 알 수 있도록 하고 있다.

### 2) 정보원 구성측면

iBS는 Author Area에서 저자들에 관한 뉴스, 서평 정보를 제공하고 있으며 고객들이 선호하는 저자들에 대한 부분을 개발하고 있으며 저자는 자신의 책에 관해 더 상세한 정보와 설명들을 부가할 수 있다. 책, 저자들, 뉴스와 최신의 방향에 관한 정보를 가지고 있으며 독자 서평과 토론도 할 수 있다. 기본적인 서지 정보를 제공하고 있으며 데이터베이스 프로바이더 요청 때문에 국제 표준 도서 번호를 표시하지 않고 있다. 저자, 출판사 또는 유사한 주제 위에 체크를 하고 자신의 메일 주소를 기입하면 정보를 제공받을 수 있다.

### 3) 기능적 측면

#### (1) 검색기능

iBS의 대분류는 The Arts, Business,

Childrens, Computing, Fiction, Reference, Science, Technology등 16개로 나뉘어져 있다. 대분류를 선택하면 그 분야에 속하는 Book of the Month, Featured Books, 최근 그 주의 베스트 셀러와 New Publications, 24시간 내에 배달할 수 있는 Bargain Books를 볼 수 있다. iBS는 대분류, 중분류 및 소분류로 3단계 외에도 소분류에서 다시 나뉘어지는 경우도 있다. 본 사이트의 특징은 다른 사이트와 비교하여 대분류의 수가 적지만 중분류, 소분류로 들어갈수록 더 다양하고 세분된 주제분류를 보여준다. 검색방법으로 Quick Search와 Full Search를 제공한다. 전자에서는 서명이나 저자명에 있는 단어로 검색하며 후자에서는 서명, 저자명 외에 ISBN, 출판사 등으로 상세한 검색을 할 수 있다.

#### (2) 상거래 기능

대금 결제는 신용카드만이 가능하며, 영수증/청구서 날짜의 45일 이내에, 모든 포장 상태가 그대로 되어 있는 상태에서 책, CD, 비디오, 그리고 소프트웨어가 환불이 가능하다. 영국과 유럽은 책 가격의 15%이고 비 EC인 유럽은 25%, 극동지역과 USA는 45%를 운송비로 받는다. 평균 배달 시간은 영국이 2-3일, 유럽은 4-5일 극동 지역과 USA는 6-10일이 걸린다. 전자메일 주소와 패스워드를 통하여 배달 여부를 확인 할 수 있다. 그러나 사이트의 구성면에서 이용자를 위한 체계적인 메뉴구성을 가지고 있지 못하며, 베스트셀러나 신간도서 소개에 대한 적극적인 마케팅이 부족하다. 즉, 이용자의 편의를 위한 체계적인 내용구성

이 되어있지 못하다.

### 3.2.4 Sweet Beagle Books

Beagle(<http://www.bloomington.in.us/~beagle/>)이란 다리가 짧고 귀가 늘어진 작은 사냥개의 이름을 딴 이 온라인 회사는 타사와 취급하는 서적으로 차별화 된다. 즉 몇 천의 고전, collector editions, 절판된 자료, 희귀본들을 취급하는 인터넷 서점이다. 다른 사이트와는 좀 다르게 일반 서적이 아닌 구하기 힘든 책들을 이용자에게 제공한다. 서비스를 2000년 6월 18일에 시작하여 일 년이 채 되지 않아서 아직 잘 알려지지 않았으나 발전의 여지가 많다.

#### 1) 인터페이스 측면

메뉴의 구조를 살펴보면 Sweet Beagle Books 홈페이지는 비교적 간단하게 구성되어 있다. Sweet Beagle Books에 대한 간단한 소개를 시작으로 이용자가 원하는 책을 찾아주는 Book Finder Service가 이어지며 브라우징할 수 있는 주제 목록인 Browse Our Catalogs가 27개의 주제로 나누어 검색할 수 있도록 하였다. 그 외에 Terms, Return Policy, U.S. Mail, We also buy books, Email and Telephone으로 구성되어 있고, 맨 밑에 Book list를 마지막으로 갱신한 날을 제시하고 있다.

Search는 Advanced Book Exchange(abebooks.com)로 연결해 놓아 확장 검색이 가능하도록 하고 있다. 나머지는 각 제목에 따른 설명을 하여, 이용에 도움이 되도록 하고 있다. 첫 페이지에는 따로 도움

말이 없이 각 제목에 대한 설명으로 도움 기능을 하고 있다. 검색을 위한 Advanced Book Exchange(abebooks.com)에는 도움말이 상세히 제공되고 있다. Help 메뉴와 각 단계마다 도움기능을 두어 자세하게 안내하고 있다.

이 사이트는 첫 페이지에 비글개 사진 외에는 멀티미디어를 제공하지 않고 텍스트 위주로 구성되어 있다. 특별한 디자인 없이 글자의 크기나 위치, 색깔만을 달리하고 있다.

#### 2) 정보원 구성측면

도서의 목록을 주제별로 제시해 준다. 각 주제로 들어가면 주제에 해당되는 책들이 저자명의 알파벳순으로 나열되어 있는데, 책번호, 저자명, 서명, 책 상태, 발행년도, 크기, 책의 모습, 가격 등이 기록되어 있다. 일반적인 서지 사항 외에 책에 대한 몇 가지 설명을 덧붙이고 있다.

#### 3) 기능적 측면

##### (1) 검색기능

Adventure, Animals and Pets, Art and Music, Biography, Children and Young Adult, 등 27개의 주제로 분류되어 있다. Advanced Book Exchange(abebooks.com)을 통해 저자명, 서명, 출판사, 키워드, 서점, 국가, 재본, Attributes, US\$ Price 등으로 검색이 가능하다.

##### (2) 상거래 기능

해외 주문도 받고 있으며, 도서의 크기가 매우 크거나 무거운 도서는 특별 요금

을 받는다. 신용카드 결제도 가능하며 원치 않은 도서는 반품되며 전액 환불된다.

#### 4) 기타

'Book Finder Service'를 통해 찾기 어려운 책에 대한 요구가 있을 때, 이용자가 전자메일을 보내면 책을 찾아주어 이용자의 수고를 덜어주는 서비스이다. 'We Also Buy Books'는 절판된 책을 가지고 있는 이용자로부터 책을 사는 기능이다.

### 3.3 국내외 인터넷 서점에 대한 논의

본 섹션에서는 국내외 인터넷 서점들의 장단점 및 특징을 중심으로 논의하였다 <표 1>.

교보문고의 특징은 일본도서의 구입이 가능하다는 점과 일본도서를 하나의 섹터로 분리한 것이다. 또한 차별화 되는 점은 '해외학술 논문' 주문 코너로 다소 비싼 가격이지만 상당히 매력적인 서비스이다. 다양한 결제방법과 저렴한 우송료로 이용자의 편의를 제공한다. 회원가입정보의 보안에 특별히 신경을 쓰고 있으며, 자사 사이트 이용안내를 그림을 이용해 상세히 보여주고 있다. 대형 서점으로서 방대한 데이터베이스를 강점으로 다양하고 풍부한 서비스를 제공하고 있으나 상대적으로 다른 사이트들에 비해 로딩 속도가 느리다. 너무 일반적인 칼라를 사용하고 있으며, 텍스트 사이트가 크고 행간이 좁아 가독성이 오히려 떨어진다. Mac 플랫폼 상에서 본문 텍스트의 글자체 변환에 다소 문제점

이 발견된다. 비디오·프로그램 CD-ROM 등의 할인코너에는 할인이 표시되지 않아 다소 불편하다.

YES24는 모닝글로리와 제휴해 e-card의 디자인이 좋으며, 음악과 서체의 칼라 등을 사용자가 교체할 수 있다는 것이 특징이다. e-Book과 웹진 코너가 다른 사이트와의 차별화되는 요소이다. A/S Mail 서비스 기능, 로딩 속도가 빠른 편이며 듀오톤 칼라의 차분한 색조로 비교적 안정감이 있다. 그러나 상단에 4개의 메뉴바가 중첩되어 있어 복잡함이 가중된다. 또한 좌측 프레임의 배너와 우측 프레임의 공지사항들이 박스로 처리되어 메인 화면 전체가 박스들로 가득 찬 느낌을 준다.

알라딘은 도서에 대한 풍부하고 다양한 서평을 제공하고 있다. 다양한 메뉴를 개발하고 적극적인 서비스를 제공하여 독자가 서적을 선택하는데 많은 자료를 제공할 뿐만 아니라 독자에게 새로운 욕구를 자극한다. 전형적인 T-Square 디자인으로 정보 전달이 용이하게 디자인되어 있고 배너를 최소화해 단아한 느낌을 준다. 오자·탈자 지적코너와 준비중인 책 소개 코너도 색다른 서비스이다. PDF 포맷으로 올려져 있는 '책보기' 코너는 다른 서점 사이트에서는 찾아 볼 수 없는 코너이다. 대금결제 방법 중에서 ICASH라는 전자화폐를 사용하고 있다. 그러나 주제 분야에 인접한 다른 도서 정보를 얻을 수 있다는 이점은 있으나, 분류 체계가 모호하다.

Amazon은 인터넷 서점이외에도 종합쇼핑몰의 역할과 한번 이용한 고객에게 다음



〈표 1〉 인터넷 서점 사이트 특징 및 장단점 비교표

사이트	특 징	장 점	단 점
교보문고	· 일본도서 구입	· 일본도서 섹터지정 · 해외학술논문 주문코너 · 다양한 결제방법 · 저렴한 우송료	· 로딩 속도가 느림 · 가독성이 떨어짐 · 할인율이 표시 않된 항목
Yes24	· e-Book과 웹진 코너 · 메일링 리스트	· A/S Mail 서비스 · 로딩 속도가 빠름 · 출판 평론가의 서평 · 국내 최대 도서 할인율	· 상단 메뉴의 복잡성 · 메인 화면의 복잡성
알라딘	· 다양한 서평 · PDF포맷 책보기	· 정보 전달이 용이한 디자인 · 배너의 최소화	· 모호한 분류 체계
Amazon	· 종합쇼핑몰 · 다양한 커뮤니티기능	· 적극적인 서비스와 홍보 · 상품에 대한 상세한 정보	· 가격 경쟁력이 떨어짐
Barnes & Noble	· 개요, 주식, 평론 등 풍부한 서평 · Online Course · 중고, 절판된 도서목록 제공	· 정확한 검색 (다양한 접근점) · 명확한 분류 목록 제공 · 탄탄한 배송체계	· 적극적인 서비스 결여
iBs	· 간단한 프레임 · 일관성 있는 메뉴 색깔	· 상세한 하위 분류 제공	· 비체계적인 메뉴구성 · 베스트셀러나 신간 도서 소개에 대한 마케팅 부족
Sweet Beagle Book	· 고전, 절판된 자료, 희귀본 취급 · 절판된 자료를 이용자로부터 구입	· 도서의 크기, 상태, 모습 등에 대한 구체적 설명 · 다른 서적상과의 연계	· 마케팅 부족

방문 시에 고객이 관심 갖을 만한 도서를 추천해주는 적극적인 서비스를 제공하고 있다. 고객지향적 인터페이스와 뛰어난 지식경영에 기반을 두고 있다. 즉 제품에 대한 정가와 할인가격 구체적인 서지사항들이 표시되며 제품에 대한 서평과 기사거리 등을 제공해 주고 있다. 또한 구입한 구매자들의 만족도를 별표의 개수를 이용해서

선택할 수 있도록 하고 있다. 서적이 아닌 다른 제품에 대해서도 자세한 내용과 그것에 연관되는 기사거리를 제공해주고 있으며 만일 만족을 하지 못하는 고객에게는 다른 관련된 주제를 보여주고 있다. 최근에는 인터넷 경매 서비스를 제공한다. 한편 이용자들이 스스로 만들고 이용할 수 있는 다양한 커뮤니티 기능도 제공한다.

그러나 가격할인폭 측면에서 Barnes & Noble의 40%, 월마트의 45%, 바치콥의 50%와 비교할 때 Amazon의 가격경쟁력은 떨어진다고 볼 수 있다.

Barnes & Noble의 특징은 책의 분류 목록을 한눈에 볼 수 있다는 점이다. 또한 인터넷 서점이 독자들이 책을 구입할 때 직접 살펴보지 못하는 점을 감안하여 개요, 주석, 평론 등을 제공하여 독자의 선택권을 넓혀준다. 중고이고 절판된 책에 대한 Barnes & Noble만의 목록을 가지고 있으며 탄탄한 배송 체계가 또 다른 특징이다.

iBS의 특징은 간단한 두 개의 프레임으로 구성되어 있으며, 첫 프레임에 있는 메뉴의 색깔에 따라서 두 번째 프레임이 같은 색깔로 전개되어 사용자가 자신이 사용하고 있는 페이지에 대한 구분을 쉽게 할 수 있다. 다른 사이트와 비교하여 대분류의 수가 적지만 하위 분류에서 좀 더 다양하고 세분된 주제분류를 제공한다. 그러나 베스트셀러나 신간도서 소개에 대한 적극적인 마케팅이 부족하다.

Sweet Beagle Books는 취급하는 자료로 고전, collector editions, 절판된 서적, 희귀본이며 일반 인터넷 서점과 차별성이 있다. 책의 모습을 이미지로 직접 보여주는 대신 책의 크기, 상태, 모습 등에 대한 설명을 구체적으로 제공하고 있다.

또한 'Advanced Book Exchange'를 통해 다른 서적상을 이용할 수 있다. 이용자가 찾기 어려운 책이 있을 때, 전자메일을 보내면 찾아주는 서비스도 제공한다. 한편 절판된 책을 가지고 있는 이용자로부터

책을 사들이는 기능도 한다. 이 사이트는 절판된 자료 수집에 어려움을 겪고 있는 도서관에서 유용하게 이용할 수 있다. 아직은 상업성을 띤 인터넷 서점의 분위기를 찾기는 어려우나 처음 인터넷 서점을 독자적으로 경영하고자 하는 사람에게 좋은 사례를 보여준다.

### 3.4 인터넷 서점의 효과적인 웹사이트 모형

앞으로 인터넷 서점이 더욱 활성화되고 더욱 발전되기 위해서, 위에서 논의된 사항을 바탕으로 하여 다음과 같은 제안을 한다(그림 1).

#### A. 인터페이스 측면

##### 1) 홈페이지 (첫 페이지)의 명확성

첫 페이지에서 이용자가 웹사이트의 용도에 대한 정보를 얻을 수 있도록 한다. 따라서 공지 내용뿐만 아니라 제공하는 서비스 내용도 프레임 등을 구성하여 제공하는 것이 좋다.

##### 2) 각 페이지의 내용과 구성을 명확하고 체계적으로 구성

각 페이지마다 전달하고자 하는 내용과 제공하고자하는 서비스의 내용과 구성을 명확하고 체계적으로 구성한다. 이는 이용자들로 하여금 자료와 내용을 명확하고 일목요연하게 알아 볼 수 있도록 한다.

##### 3) 체계적인 인터페이스 구성

사이트 맵의 구성과 밀접한 관계가 있다. 사이트 구성시 직렬식이나 병렬식을

활용하는 것이 좋다. 특히 인터넷 서점과 같이 많은 정보를 제공해야 하는 웹 페이지에서는 병렬식의 구조가 효과적이다.

4) 레이아웃의 일관성을 유지

웹 페이지의 바탕, 글자의 색상, 버튼의 모양, 폰트, 바, 이미지 등 모든 것이 일관성을 이루고 있어야 한다: iBS와 같이 첫 프레임의 메뉴 색깔과 해당 페이지의 색깔을 같게 하고 각 웹페이지의 길이도 크게 차이나지 않는 비슷한 길이여야 한다. 길이가 일관성이 없고 페이지마다 다르다면 이용자가 브라우징 할 때 웹페이지에서 제공하는 정보를 놓칠 수 있기 때문이다. 그리고 버튼이나 로고의 위치도 일관성을 유지해야 한다.

5) 일괄적인 HTML 사용

이는 기계적으로 요구되는 사항이다. 일괄적인 HTML의 사용은 다운로드의 속도와 연관되므로 웹페이지의 이동이나 프로그램이나 파일의 다운로드시 이용자들의 시간을 절약하게 해주고 웹 페이지의 이동이 신속히 이루어질 수 있으므로 브라우징 흐름에 방해가 되지 않는다.

6) 방문자를 위한 상호정보제공 기능

커뮤니케이션 기능을 높여야 한다. 게시판이나 E-mail, Q&A, FAQ와 같이 이용자와 인터넷 서점간, 이용자와 이용자간의 커뮤니케이션 기능을 높여야 한다. 인터넷 서점의 특성을 이용하여 책에 대한 서로간의 의견교환을 가능하게 하는 기능을 제공한다던 이상적일 것이다.

B. 정보원 구성측면

7) 내용의 충실성과 차별성

도서에 대한 정확한 정보의 제공, 서평, 베스트셀러의 표시 등 도서 구입에 관련된 내용의 정확성이 필요하다. 또한 갱신은 매일같이 엄청난 출판물이 쏟아지고 있으므로 빠른 정보 전달을 위해 매일 신속하게 이루어져야 한다. 그리고 다른 웹사이트들과는 다른 서비스와 정보의 제공으로 차별성을 두어야 한다.

8) 도서에 대한 풍부하고 다양한 정보를 제공해야만 한다.

현재 국내 가상서점의 경우 어떤 도서는 풍부한 서평을 제공하고 있지만, 그 외에 서평이 빠져 있는 경우가 많다. 인터넷 상에서 책을 직접 읽어 볼 수 없는 고객이 도서를 구입하기 위해서는 독자, 출판사, 작가 등의 다양한 계층의 서평제공이 무엇보다 필요하며, 고객서비스가 훌륭하더라도 풍부하고 다양한 도서 정보가 제공되지 못하면, 가상서점으로서의 기능과 역할을 제대로 수행하지 못할 것이다. 그리고 도서의 한 부분을 발췌해서 제공하거나, 도서 목록을 제공하는 방법도 고객의 관심을 끌 수 있는 좋은 방안이라고 본다. 즉, 인터넷서점의 가장 기본요소는 고객에게 다양하고 풍부한 도서정보를 제공하는 것이다.

C. 기능적인 측면

9) 이용자 중심의 분류 항목

본 논문에서 선정된 인터넷 서점들의 분류 항목의 수는 적게는 16개에서 많게는 40개의 대분류 항목을 갖고 있다. 주제 분류 항목 수와 그 명칭은 도서검색을 위하

여 기본적으로 포괄성, 논리성, 정확성 및 최신 주제를 포함하는 분류 체계의 이론에 기초를 두어야 한다. 학문분류법, 이용자별 분류항목, 복수분류체계 등 적절한 분류체계를 도입한다. 또한 많은 주제 분류보다는 복잡하지 않고, 체계적이고 연관성 있는 분류, 이용자 친화적 항목 명칭의 부여와 함께 빠른 접근을 가능하게 해주는 대분류 항목 아래 직접적인 중분류 항목의 나열을 통해 이용자가 쉽게 원하는 도서에 접근할 수 있도록 해야 한다.

10) 관련성이 높은 도서 검색방법

입력창을 통한 서명, 저자명, 키워드 검색방법을 포함하여 Barnes & Noble과 같이 가격, 형태, 연령범위, 주제를 선택하여 정확성을 높일 수 있는 고급검색기법도 추가되어야 한다. 사서들의 자료 구입을 위해서 출판사 및 ISBN을 포함한 상세한 검

색이 필요하다.

11) 이용자 중심의 상거래 기능

대금결제, 배송 체계, 교환 및 환불정책, 할인 등 상거래 기능을 이용자 중심으로 간편하고 수월하게 제공해야 한다.

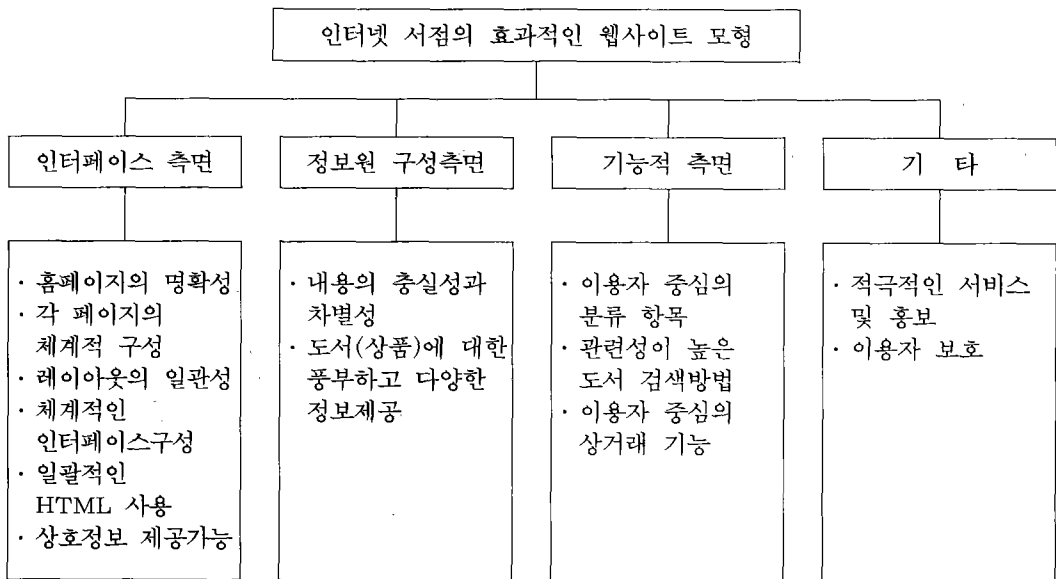
D. 기타

12) 적극적인 서비스 및 홍보

Amazon과 같이 고객이 관심 갖을 만한 도서를 추천해 주는 적극적인 서비스와 다른 사이트를 방문했을 때도 관련 도서를 Amazon으로 연결해 주는 적극적인 홍보가 필요하다.

13) 이용자 보호

청소년 보호차원으로 인터넷 서점에서 제공하는 도서정보에 '19세미만구입불가'와 같은 표시를 해주어야 한다. 물품 구입 시 필요한 최소한의 정보만을 요구한다.



<그림 1> 인터넷 서점의 효과적인 웹사이트 모형

즉 성명, 주민등록번호 등 최소한의 필수 정보만을 요구하며, 고객정보는 오로지 각 사이트 운영만을 위해 사용하고 다른 용도로 사용하지 않는다. 한편 구체적인 탈퇴 방법이나 절차를 표시하여 탈퇴를 제약하는 일이 없도록 한다. 전자상거래에서 가장 중요한 것은 물품을 직접 보고 구입하는 것이 아니기 때문에 반품에 대한 내용을 확실히 표시해 주어야 한다.

#### 4 요약 및 결론

시공간을 초월해 많은 정보를 공유할 수 있는 인터넷의 발달을 통하여 전자상거래는 점점 활성화되고 있다. 이러한 인터넷상의 상거래 발달에 따라 우리는 서점에 직접 가지 않고도 인터넷상의 서점을 통하여 도서정보를 얻고 원하면 도서를 구입할 수 있게 되었다. 본 연구에서는 현재 활발하게 운영되고 있는 국내외 인터넷 서점 웹사이트 7개를 선정하여 인터페이스 측면, 정보원 구성측면, 기능적 측면에 초점을 두고 분석함으로써 효과적인 인터넷 서점의 웹사이트 모형을 제한하였다. 각 웹사이트들은 기본적으로 도서정보의 제공과 전자상거래가 가능하다. 기본적인 서비스가 동일한 만큼 차별성을 두려는 노력들이 엿 보인다. 국내 인터넷 서점의 경우, 교보문고는 다양한 결제방법, 저렴한 우송료, 일본도서의 구입이 가능하며, YES24는 최초의 인터넷 할인서점으로 전자도서, 웹진, 가상 화폐를 사용하고 있다. 그리고 알

라딘은 대금결제 방법 중에서 ICash라는 전자화폐를 사용하고 있으며, PDF 포맷의 책보기, 도서에 대한 풍부하고 다양한 서평을 제공하는 것이 특징이다.

국외 인터넷 서점의 경우 Amazon은 고객지향적인 인터페이스와 뛰어난 지식경영에 기반을 두고 있으며 인터넷 서점의 역할을 넘어서 종합쇼핑몰을 지향하고 있다. 적극적인 서비스로서 'cookies'를 활용하여 한 번 이용한 고객에게 다음 방문 시에 고객이 관심을 갖을 만한 도서를 추천해주고 있다. Barnes & Noble은 미국 최대 체인서점이며 풍부한 서평을 제공하며 탄탄한 배송체계를 갖고 있다. iBS는 타 사이트와 비교하여 매우 세분된 주제 분류를 제공하고 있다. Sweet Beagle Books는 주로 절판된 자료, 희귀본들을 취급한다는 점에서 차별화될 수 있으며 처음 인터넷 서점을 경영하려는 초보자에게 수월하게 시작할 수 있는 가능성을 제공한다고 본다.

기존 웹사이트의 분석을 통하여 도출한 인터넷 서점의 활성화를 위한 제안은 다음과 같다.

1) 이용자의 편의를 고려한 메뉴 구성이다. 즉 체계적인 형식을 갖추며 타 사이트와는 다른 고유의 서비스 제공과 메뉴 개발이 요구된다. 사이트의 목적에 부합되는 정보전달이 용이한 웹디자인이 바람직하다.

2) 주제 분류를 결정할 때는 적절한 분류수로 한정하고 복잡하지 않고 체계적이며 연관성 있는 분류를 통해 이용자가 쉽게 원하는 도서에 접근할 수 있도록 한다. 또한 사용하기 쉽고 정확률이 높은 검색방

법을 제공해야 한다.

3) 도서에 대한 풍부하고 다양한 정보를 제공해야만 한다. 현재 국내 인터넷 서점의 경우 어떤 도서는 풍부한 서평을 제공하지만, 그 외에 서평이 빠져 있는 경우가 많다. 고객센터가 훌륭하더라도 풍부하고 다양한 도서 정보가 제공되지 못하면, 인터넷 서점으로서의 기능과 역할을 제대로 수행하지 못할 것이다.

4) 인터넷 서점의 웹사이트는 전자상거래의 성격을 띄고 있지만 주고받는 정보와 서비스의 주체가 결국은 도서임을 감안할

때 보기 편한 웹사이트이기보다는 읽기 편한 웹사이트로 구성해야 한다. 따라서 이미지보다는 텍스트 위주가 되기 때문에 색상이나 구성에서 이용자가 편안하게 읽을 수 있는 웹사이트를 구성해야 한다.

여기서 제안한 효과적인 웹사이트 모형이 실제 웹사이트 구축에 활용되기 위하여서는 세부적인 후속 연구가 수반되어야 할 것이다. 웹디자인 측면을 포함하여 도서(상품)의 효과적인 검색방법/주제분류 및 고객중심의 상거래 기능에 초점을 둔 후속 연구등이 예가 될 것이다.

### 참 고 문 헌

- 김정기. 1998. 『출판 산업에서의 사이버 마케팅에 관한 연구: 국내·외 사이버 서점을 중심으로』. 석사학위논문, 서강대학교 언론대학원.
- 이명희. 2000. 인터넷 학술연구정보의 포털 사이트 구축에 관한 연구. 『한국도서관·정보학회지』, 31(4): 313-340.
- 이란주. 1998. 도서관 홈페이지 설계에 관한 연구 - 인터페이스와 정보자료 구성을 중심으로. 『한국문헌정보학회지』, 32(4): 141-157.
- 전창호. 1999. 인터넷서점 리뷰 - 'YES24'와 '알라딘'의 도서검색을 중심으로. <<http://user.chollian.net/~chjeon12/>>
- 정연경. 1999. 인터넷 서점의 주제별 분류 체계에 관한 연구. 『제7회 한국정보관리학회 학술대회 논문집』, 135-138.
- 최원태, 박미연. 1998. 가상서점의 현황분석 및 활용방안에 관한 연구. 『도서관』, 53(1): 3-25.
- <<http://www.i-biznet.co.kr/intg/intg20000218024550s.asp>>
- <<http://user.chollian.net/~deek/ec.htm>>