

주거 관련 정보 사이트의 평가기준 설정에 관한 연구*

A Study on the Establishment of Evaluation Criterion for the Housing Information Related Internet Web Sites

박현옥

청운대학교 인테리어디자인학과

Park, Hyun-Ok

Chungwoon University, Department of Interior Design

Abstract

Currently, obtaining information about the housing studies through the internet web sites is one of the outstanding mediums. Those are of the housings, architecture, interior design, furniture products, hotels and its journals, etc., and out of all those informations are the highly expected value of use. But, it may causes the public users to experience a negative effect, because many of those informations provided on the internet web sites related to the housing studies/informations are not providing an equal quality of information. And measuring the quality is also not easy.

This study focuses on the establishment of evaluation criterion for the housing information-related internet web sites. In such a vein, it proposes a clear model to evaluate the information qualities with the 43 questionnaires / examining items.

To test the questionnaires/rating items, the analysis has been implemented which has shown the reciprocal effect between the 2 major factors. One major factor with 4 variables on the information searches are ① the accuracy/reliability of contents and techniques, ② the design of a picture and communication, ③ the readability and security, and ④ the security of private information, and the other factor with 3variables on the additional services are ① the diversities of contents and ease of orderings, ② the abilities of search and e-mail, and ③ the events and after services. This study/rating model will provide the users with a fundamental material in evaluating the quality of housing information on the internet web sites.

keyword : housing information, internet, rating criteria

I. 서론

세계는 정보통신과 인터넷을 기반으로 급속도

로 발전하는 새로운 질서의 혼란기에 있다고 할 수 있다. 흔히 "디지털 경제"라고 불리는 이 시기는 모든 국가와 기업에게 새로운 기회와 위협으로 다가오고 있으며 이에 대한 준비와 전략을 요구하고 있다. 국내의 경우 1994년 처음으로 인터넷이 상용화되면서 현재는 인터넷 이용자 수가 2000년 8월 현재 1,640만에 이르고 있다(www. Bzmap, 2000). 이렇게 인터넷을 사용하는 인구가 급증한 것

Corresponding author : Park, Hyun-Ok
Tel. 041)630-3222, Fax. 041)634-8700
E-mail : phoindes@cwunet.ac.kr

은 이른바 WWW(World Wide Web)의 개발과 이것을 지원하는 브라우저의 개발이다. 브라우저(Browser)란 웹에서 모든 정보를 볼 수 있도록 해주는 응용프로그램으로 최초의 웹브라우저는 1992년에 개발된 모자이크라는 프로그램이고, 현재 가장 많이 사용되고 있는 프로그램은 MS윈도우에서 기본 포함되어 있는 MS 익스플로러와 넷스케이프사의 커뮤니케이터이다. 오늘날 인터넷은 급속한 기술혁신의 시기를 맞이하여 특별한 것이 아니라 전화나 텔레비전같이 매우 가깝게 느끼게 된 것이다. 실제로 인터넷은 전화나 텔레비전을 앞지를 정도로 진화하고 있고 이것을 실현하는 것이 차세대 인터넷이라 불리는 것으로 초고속화와 정보의 광범위적 보급화(pervasive)이다. 초고속화란 미국을 중심으로 차세대 인터넷의 개발이 시작되어 현행의 1000배의 속도를 가진 인터넷을 구축한다는 것으로 이용자의 환경에서 생각하면 수십 킬로바이트/초에 이용하는 것은 수십 메가바이트/초가 된다는 것이다. 정보의 광범위적 보급화란 모든 것이 네트워크로 연결된다는 것으로 주택이나 차를 중심으로 발전할 것으로 예상되며 퍼스널컴퓨터에서는 이른바 기기에 그 가능성이 숨겨져 있다고 볼 수 있다. 그 대표적인 개념이 바로 정보사전 및 정보주택이라는 것이다. 정보주택은 주택 자체가 인터넷으로 무장하고 가족들의 행동을 지원하는 것으로 MIT미디어의 니콜라스 네그로폰테박사는 앞으로 인형이나 구두 같은 신변 감화가 체온이나 걷는 속도 등을 통해 인간과 커뮤니케이션을 하게 될 것이라고 하였으며 이런 시대가 도래하기 이전에 주택 자체가 인간의 생활을 지원하게 될 것으로 보았다. 이러한 두 가지 조류를 집행하는 인프라스트럭처로서 인터넷의 발달이 더한층 기대되고 있다(백소영 역, 2000).

이렇게 정보가 열려 있고 무한정 쏟아지는 상황 속에서 어떻게 정보를 평가하고 사용해야 하는가 하는 인터넷에 대한 연구는 주로 소비자행태(www.bzeye.com, 2000)와 인터넷 온라인 구매(www.shopmadang, 2000), 경제(www.Bzmap, 2000) 및 의료부문(강남미, 1999)에서 연구가 진행되어왔다.

이에 본 연구에서는 국내에서는 그 동안 연구되지 않았던 주거 관련 사이트의 전문적인 정보를 평가하는 기준을 설정하고자 한다. 구체적인

연구 목적은 다음과 같다. 첫째, 주거 관련 정보 사이트에 대한 평가기준을 추출한다. 둘째, 조사 대상 사이트에 대한 만족정도를 검정한다. 셋째, 조사대상 사이트간의 차이를 검정한다. 이러한 연구는 주거 관련 사이트에 대한 정보는 물론 어떻게 인터넷 관련 사이트를 효과적으로 이용할 것인가에 대한 기초적인 자료를 제공할 것으로 기대된다.

II. 인터넷 정보 사이트 평가에 대한 선행연구

인터넷상의 정보를 평가하기 위한 연구들은 주로 웹사이트 상에서 많이 이루어져왔다. 실제로 웹사이트의 이용자를 대상으로 인터넷 상에서 조사가 이루어지고 있었다. 기존의 연구를 분류해보면 다음과 같이 세 가지 측면으로 나타났다.

1. 정보검색엔진의 평가기준

인터넷상의 정보를 얻기 위해서는 먼저 관련 사이트에 대한 접근이 용이해야 할 것이며, 실행이 잘 되어야 하고 저장 및 검색이 용이해야 할 것이다. 따라서 이는 검색의 조회정도와 정확율과도 관련이 있을 것이다. 이러한 정보검색엔진의 평가기준으로 실행효율, 저장효율, 검색효율, 조회정도, 정확율 등 5개 항목을 제시하였다(www.green.skhu.ac.kr).

2. 소비자 행태 및 인터넷 온라인 쇼핑 평가기준

일반적으로 검색의 평가 기준에 대한 조사가 가장 많은 부문은 인터넷 상거래에 대한 조사이다. 인터넷 상거래는 매출 지표의 경우 전체적으로 113%의 성장률을 보이고 있으며, 매출액은 2000년 1/4분기에 총 2조 1,656억 원으로 2000년 말에는 최소 9조원 규모의 시장을 형성할 것으로 예측된다. 이 중 온라인 서점의 가치평가 기준으로는 상품의 정보력, 거래과정, 배송 및 사후서비스

스, 사이트의 상호작용, 사이트 디자인, 의사소통 매신저서비스, 시스템 안정성, 소비자보호, 보안실패도 등의 9개 항목을 제시하였다(www.bzeeye.com/consumer/index.html). 또한 일반 가구 및 인테리어 제품에 대해서는 사용상 편리성, 주문의 편리성, 지불의 안정성, 배달방법, 고객센터의 다양성, 상세한 제품정보 등의 6개 항목을 제시하였다(www.shopmadang.com).

3. 전문 정보 검색 평가기준

전문 정보는 모든 학문이나 전문적 정보에 대하여 이용자가 신뢰를 가지고 이용할 수 있도록 그 평가의 기준을 제시하는 것으로 각 기업의 소개 정보, 전문정보, 의료부문 등에 대하여 평가기준을 제시하고 있다. 기업의 정보평가 기준으로는 이용의 편리성, 내용의 충실도, 기술의 적합성, 유용성, 사이트 개념, 전체적인 구성 등 6개 항목을 제시하였다(www.tmstop.co.kr). 또한 의료부문에 있어서 건강 관련정보 평가기준으로는 4개 요인으로 신뢰도, 내용, 목적, 디자인 및 기술에 있어서 17개 항목을 제시하고 있다(강남미외 3인, 1999).

4. 평가기준의 분류

기존의 평가기준을 비교 분석해 보면 다음과 같이 6가지 측면에서 평가기준을 파악할 수 있다. 따라서 첫째, 접근과정과 검색과정의 안정성에 관련된 기술적인 측면 둘째, 정보의 양과 질적 수준에 해당하는 내용의 신뢰도 및 정확성의 측면, 셋째, 전자메일이나 개인의 의견을 보낼 수 있고 응답을 들을 수 있는 커뮤니케이션의 정도, 넷째, 명시성과 검색의 지속성을 지원해 줄 수 있는 화면의 메뉴구성과 가독성, 색채에 관련되는 화면의 디자인의 측면, 다섯째, 안내, 이벤트 및 배송에 해당하는 다양한 서비스, 마지막으로 회원가입 및 개인 정보를 보호해 줄 수 있는 보안 및 안전성의 측면으로 분류하였다. 이러한 선행 연구를 요약해 보면 표 1-1과 같다.

III. 연구방법 및 조사절차

1. 연구방법 및 내용

본 연구를 위하여 신문, 잡지, 보고서 등에 대한 자료조사와 인터넷 검색 및 조사연구를 실시하였다. 본 조사용 설문을 구성하기 위하여 선행연구 및 인터넷 검색을 통하여 평가항목의 기준을 설정하였다. 이렇게 선행연구에서 도출된 기술적인 측면, 내용의 신뢰도, 커뮤니케이션의 정도, 화면의 디자인, 서비스, 보안의 6개 요인에 대하여 기술적인 측면에 7개 항목, 내용의 신뢰도 및 정확성에 11개 항목, 커뮤니케이션의 정도에 9개 항목, 화면디자인에 3개 항목, 다양한 서비스에 8개 항목, 마지막으로 보안 및 안전성에 2개 항목으로 총 43개의 항목으로 구성하였다.

이를 다시 전문 정보 검색 항목에 20개, 부가서비스를 제공하는 사이트에 대한 검색에 23항목으로 나누어 구성하였다. 설문 응답은 리커트트의 5점척도로 응답하도록 하였다. 여기에서 전문 정보는 주택, 건축, 디자인 이론 등을 제공하는 사이트이고 부가서비스는 제품을 주문 및 구입하거나, 견적을 받아 볼 수 있는 서비스를 말한다.

2. 조사대상 및 시기와 분석방법

본 연구는 사전조사와 본 조사로 나누어 진행하였다. 사전조사는 인터넷상에서 주거 관련 웹사이트를 찾기 위한 것으로 CW대학교 인테리어디자인학과 학생 1학년 학생 40명을 대상으로 2000년 10월 15일부터 20일까지 6일간 주거 관련 웹사이트를 3개 이상 검색하고 보고서를 내도록 하였다. 이를 대상으로 2회 이상 검색된 사이트 47개를 도출하였다. 주택, 전문 저널 및 건축관련 웹사이트 14개, 인테리어디자인관련 웹사이트 13개, 가구 및 욕실디자인 관련 웹사이트 8개 등 35개 웹사이트를 검색하였다(표 1-2).

본 조사는 인테리어디자인학과 1학년 30명, 2학년 15명, 3학년 학생 10명 등 55명을 대상으로

(표 1-1) 인터넷 사이트 평가에 대한 선행 연구

사이트	평가대상	평가기준
http://www.bzeye.com	온라인서점 가치평가	① 상품정보력 : 풍부한 정보수집, 가공능력 (information) ② 거래과정 : 고객의 방문, 구매경험 다양한 조건검색, 주소확인이나 대금결제 단계가 명확히 구분, 주문 완료전후에 고객주문내용을 다시 한번 상기 ③ 배송 및 사후서비스 (settlement) : 수신자부담전화서비스, 고객불만처리채널 ④ 사이트상호작용 (interaction) : 정보탐색가능, 링크구조 ⑤ 사이트 디자인 (interface) : 메뉴별 색채 디자인 ⑥ 의사소통메신저서비스 (communication) ⑦ 시스템안정성 (robustness) ⑧ 소비자보호 (safety) : 개인정보 보호정책, 피해발생시 보상과 관련된 약관 ⑨ 보안신뢰 (security) : 불편한 검색과정, 속도지연, 가격, 접속오류, 주문결제의 복잡함
	전문정보의 내용 검색결과 가치평가	① 정보 : 이용자에게 다양하고 유용한 콘텐츠 정보의 양과 질 ② 이용과정 : 다양한 검색환경기능, 부가검색기능, 이용편리성 ③ 검색결과 및 문제해결 : 사이트별로 차별화 된 검색결과, 불편사항 해소 ④ 사이트 상호작용 : 사이트구조의 복잡성, 정황정보제공, 메뉴구조의 편리성 ⑤ 사이트 디자인 : 전체적인 화면의 조화, 정보제공형식의 일관성, 화면 정보의 가독성 ⑥ 의사소통의 기능 : 개인화서비스 ⑦ 시스템 안정성 ⑧ 이용자 보호 : 신뢰도 ⑨ 보안성 : 이용자가 감지하는 보안수준
http://www.Bzmap.	인터넷 종합 쇼핑물 평가모형	① 서비스성과 · 상품 및 정보 : 상품서비스구색, 최신 정보, 정확성 · 거래과정 : 주문단계의 적절성, 주문용이성, 상품서비스 가격 · 배송 및 사후서비스 : 배송적절성, 문제해결용이성 ② 사이트 이용과정 · 사이트 상호작용 : 사이트구조의 복잡성, 정황정보제공, 메뉴구조의 편리성 · 사이트 디자인 : 전체화면조화, 그림 및 글의 의미, 정보제공형식 일관성 · 의사소통 : 의사소통수단, 개인화 서비스 ③ 확산성 · 시스템안정성 : 시스템안정성, 이용속도, 화면전송시간 · 소비자보호 : 개인정보보호, 서비스이용 약관 분석 · 보안/신뢰 : 거래안전장치, 거래신뢰감
http://www.shopmadang.com	국민카드/골덴카펫 트/해피하우스신세 계 사이버 쇼핑(가 구/인테리어)	① 사용상 편리성 ② 주문의 편리성 ③ 지불의 안정성 ④ 배달방법 ⑤ 고객서비스의 다양성 ⑥ 상세한 제품정보
http://www.grccn.skhu.ac.kr	정보검색엔진 평가기준	① 실행효율 ② 저장효율 ③ 검색효율 ④ 조회정도 ⑤ 정확성
대한의료정보학 회지	건강정보 사이트 평가기준	① 신뢰도 ② 내용 ③ 목적 ④ 디자인 및 기술
http://www.tmstop.co.kr	트러스타 평가기준	① 정보 ② 속도 ③ 신용 ④ 서비스
nature.chosun.com	기업평가기준	① 이용의 편리성 ② 내용의 충실도 ③ 기술의 적합성 ④ 이용의 용이성 ⑤ 사이트 컨셉 ⑥ 전체적인 구성

〈표 1-2〉 주거 관련 검색 사이트

분류	관련 사이트	
인테리어 (interior)	http://www.interior114.com http://www.cost.co.kr http://www.lampstore.co.kr http://www.homeliving.co.kr http://www.avan.co.kr http://www.livingliving.com http://www.indiworld.com	http://www.infur.com http://www.interiorlg.com http://www.turlbointerior.co.kr http://www.galaxy.channeli.net http://www.myhome.com http://www.livingdesign.net
가구 / 욕실	http://www.nak.won.co.kr http://www.dhssystem.co.kr http://www.design.com http://www.gagu114.co.kr	http://www.sogagu.co.kr http://www.kafma.com http://www.raja.co.kr http://www.bathart.co.kr
주택 / 건축	http://www.arch.hannam.ac.kr http://www.sfi.co.kr http://www.interiors.co.kr http://www.my.dreamwiz.com http://www.adchannel.co.kr http://www.axisoft.co.kr http://www.morehouse.co.kr	http://www.housetopia.co.kr http://www.houzin.jugong.co.kr http://www.archinude.com http://www.hometoday.co.kr http://www.headongsilver.com http://www.shilla.hihome.com http://www.myhome.com

각각 2개의 웹사이트를 대상으로 2000년 11월 1일부터 4일까지 4일간 웹사이트를 검색하면서 응답을 하도록 하였다. 본조사 대상 웹사이트는 가장 많이 검색된 순위에 따라 4위까지로 선정하였는데 주택 및 인테리어디자인 관련 웹사이트에서 interior114, cost, livingliving, indiworld를 추출하였다.

내용 분석에서는 무작위로 관련 사이트명을 영문으로 표기하였다. 본 조사의 조사대상 웹사이트를 주택 및 인테리어디자인 관련에서 선정한 것은 조사대상 학생들의 전공과 일치하기 때문에 조사의 신뢰도와 정확도를 높일 수 있을 것으로 판단했기 때문이다. 또한 사전조사와 본조사의 대상이 중복되는 것은 조사대상 웹사이트에 대하여 사전에 알고 있거나 반드시 검색을 하여야만 설문에 응할 수 있기 때문이다. 조사시간은 1인당 1시간에서 2시간이 소요되었다.

본 조사의 분석방법으로는 SPSS win 8.0을 이용하여 빈도분석과 신뢰도분석 웹사이트별 차이를 파악하기 위하여 일원변량분석(ANOVA), 평

가기준 설정을 위하여 요인분석을 실시하였다.

IV. 조사결과 및 분석

1. 일반사항

조사 대상 학생은 1학년이 30명으로 51.3%, 2학년 학생이 32명으로 27.4%, 3학년 학생은 25명으로 21.4%로 나타났으며, 조사 대상 학생수 보다 표본의 수가 많은 것은 1인당 2개 이상의 사이트를 검색하고 응답하도록 하였기 때문이다. 성별로는 여학생이 69명으로 59%, 남학생이 48명으로 41%로 나타났다. 검색 대상 사이트는 리빙사이트가 30개로 25.6%, 인테리어사이트가 28개로 23.9%, 코스트 사이트가 30개로 25.6%, 그리고 인디월드 사이트가 29명으로 24.8%로 고르게 표집되었다. 총 표본수는 117개이며 유효 표본수는 108개로 나타났다.

2. 신뢰도 분석

전문 정보 관련 사이트에 해당하는 20개 항목과 부가 서비스를 제공하는 23개 항목에 대하여 문항간 신뢰도를 조사한 결과 전문 정보 관련 항목에 대해서는 Cronbach's α 값이 .887, 부가 서비스 제공 관련 항목에 대해서는 Cronbach's α 값이 .836로 나타나 문항간 내적일치도가 상당히 높은 것으로 나타났다(표 1-1). 표 2-1에서 나타난 요인별 신뢰도는 요인 분석 이후에 요인 적재치가 .5이하인 항목을 제거해 조사한 Cronbach's α 값으로 F1과 F5가 가장 높게 나타났다. 전문 정보를 제공하는 사이트에 있어서 첫 번째 요인인 내용의 정확성, 신뢰성 및 기술력에 대해서는 정보내용 유용성, 정보의 출처, 주제정보 풍부, 정보 신뢰도, 관련된 정보, 다양한 정보, 검색용이, 접속용이, 그리고 내용의 차별화 등이다. 또한 부가서비스를 제공하는 사이트에 대한 첫 번째 요인인 내용의 다양성 및 주문의 용이성은 손쉬운 쇼핑, 제품가격제시, 상세한 제품정보, 상품주문의 편리성, 견적서비스, 그리고 회원가입메뉴 등으로 나타났다.

3. 평가 기준 항목 추출을 위한 요인분석

본 설문 구성에 대하여 평가 기준 항목을 추출하기 위하여 요인분석을 실시한 결과 전문정보 검색에 대해서는 18개 항목에 4개 요인으로 추출

되었으며, 부가서비스를 제공하는 사이트에 대해서는 13개 항목에 3개의 요인으로 나타났다. 먼저 전문 정보 검색에 대해서는 내용의 정확성/신뢰성 및 기술력, 화면디자인과 의사소통, 가독성 및 안정성, 개인정보의 안전성으로 나타났으며(표 2-2). 부가서비스를 제공하는 사이트에 대해서는 내용의 다양성 및 주문의 용이성, 검색력과 전자우편, 이벤트와 AS 로 나타났다(표 2-3).

표 2-2와 표 2-3에서 나타난 공통변량은 각 사이트에 대한 해당 요인이 설명할 수 있는 설명력이다. 즉 전문 정보 사이트에 대해서는 요인1인 내용의 정확성, 신뢰성 및 검색력이 전체의 36.58%를 설명해 주는 것이며 부가서비스를 제공하는 사이트에 있어서는 내용의 다양성 및 주문의 용이성이 전체 가치의 25.31%를 설명해 주는 것이다.

4. 전문 정보 검색 내용에 대한 만족정도

전문 정보 검색 항목에 대한 요인 분석 결과 추출된 항목에 대하여 그 만족정도를 평균으로 비교해 보면 표 2-4와 같다.

표 2-4를 살펴보면 F1인 내용의 정확성/신뢰성 및 기술력에 있어서는 9개 항목 중 C사이트가 A1, A5, A4, A8, A10, A7, A11 등 7개 항목에 대하여 가장 만족도가 높은 것으로 나타났다. F2인 화면 디자인 및 의사소통에 있어서는 A사이트가 5개 항목 모두 우위로 나타났으며, F3인 가

〈표 2-1〉 문항간 일치도(신뢰도분석)

분류	요인	Cronbach' α	F값	P값	Cronbach' α	F값	P값
전문정보 사이트	F1 내용의 정확성/신뢰성 및 기술력	.914	5.216	.000***	.887	5.549	.000***
	F2 화면디자인 및 의사소통	.747	12.103	.000***			
	F3 가독성 및 안전성	.652	12.307	.000***			
부가서비스 제공사이트	F5 내용의 다양성 및 주문의 용이성	.919	4.81	.000***	.836	14.896	.000***
	F6 검색력과 전자우편	.774	10.35	.000***			
	F7 이벤트와 AS	.629	5.11	.007**			

*** $p < .001$

독성 및 안정성에 대해서는 3개 항목 모두 C사이트가 가장 높게 나타났다. 마지막으로 개인정보의 안전성에 있어서도 C사이트가 가장 높게 나타나 내용과 가독성, 시스템의 안전성과 개인정보의 보호차원에서 C사이트가 가장 우위에 있으며 화면의 디자인에 있어서는 A사이트가 가장 잘되어 있는 것으로 볼 수 있다. 또한 전문정보 관련 항목에

대하여 4개의 집단간 차이검정을 실시한 결과 5개 항목에 대해서 유의적인 차이가 있는 것으로 나타났다. 그 내용은 정보내용유용, 주제정보풍부, 다양한 정보, 사진확대여부, 이용자 보호장치 등으로 나타났다. 만족정도에서 가장 우위에 나타났던 C사이트가 5개 항목 모두에 대해서 가장 높게 나타났으며, A사이트가 가장 높게 나타났던 화면

〈표 2-2〉 전문 정보 사이트 평가 기준

요인	항목	요인 적재량	고유치	공통변량(%)			
F1 내용의 정확성/신뢰성 및 검색력	A7 정보내용 유용	.847	6.585	36.584			
	A5 정보의 출처	.846					
	A4 주제정보 풍부	.838					
	A6 정보 신뢰도	.769					
	A9 관련된 정보	.760					
	A8 다양한 정보	.758					
	A10 검색 용이	.651					
	A1 접속 용이	.616					
	A11 내용 차별화	.608					
	F2 화면디자인 및 의사소통	A3 섹채디자인			.825	2.404	13.355
		A12 화면디자인			.751		
A2 메뉴디자인		.689					
A17 의사소통		.587					
A13 정보제공형식		.518					
F3 가독성 및 안정성	A19 사진확대여부	.752	1.746	9.699			
	A18 사진크기	.746					
	A15 시스템안정	.568					
F4 개인정보의 안전성	A16 이용자보호	.730	1.000	5.557			

〈표 2-3〉 부가서비스를 제공하는 사이트에 대한 평가 기준

요인	항목	요인 적재량	고유치	공통변량(%)
F5 내용의 다양성 및 주문의 용이성	A22 순위주소표	.816	3.291	25.314
	A27 제품가격제시	.764		
	A30 제품정보상세	.666		
	A31 상품주문편리	.665		
	A23 견적서비스	.664		
	A26 회원가입메뉴	.573		
F6 검색력과 및 전자우편	A36 전자우편	.854	2.356	18.120
	A35 초기화면복귀	.810		
	A33 검색속도	.600		
	A32 조회율	.500		
F7 이벤트와 AS	A24 개인의견난	.760	1.727	13.282
	A28 시사내용정보	.668		
	A25 다양한 메뉴	.562		

〈표 2-4〉 전문 정보 검색 내용에 대한 만족정도

(N=108)

요인	항목	A	B	C	D	F	P	
		평균 (표준편차)	평균 (표준편차)	평균 (표준편차)	평균 (표준편차)			
F1 내용의 정확성 / 신뢰성 및 기술력	A7 정보내용유용	3.86(0.89)	2.89(1.52)	<u>3.89(0.88)</u>	3.83(0.82)	4.228	.0071**	
	A5 정보의 출처	3.36(0.99)	3.00(1.39)	<u>3.93(1.05)</u>	3.63(1.06)			
	A4 주제정보풍부	3.07(1.15)	3.57(1.43)	<u>4.25(0.97)</u>	3.58(0.88)			
	A6 정보 신뢰도	3.54(1.09)	3.32(1.12)	3.57(0.92)	<u>3.71(0.81)</u>	5.127	.002**	
	A9 관련된 정보	<u>3.79(1.10)</u>	3.07(1.46)	3.75(1.24)	3.63(1.13)			
	A8 다양한 정보	3.57(1.00)	3.39(1.17)	<u>4.32(0.90)</u>	3.54(1.10)			
	A10 검색 용이	3.46(1.20)	3.07(1.25)	<u>3.75(1.27)</u>	3.29(1.20)			
	A1 접속 용이	3.45(1.20)	3.86(1.43)	<u>4.07(1.33)</u>	3.88(1.19)	3.357	.022*	
	A11 내용 차별화	3.68(0.68)	3.29(0.94)	<u>3.86(1.18)</u>	3.75(0.99)			
	F2 화면 디자인 및 의사소통	A3 색채디자인	<u>3.61(0.96)</u>	3.21(1.23)	3.21(1.34)			3.21(0.83)
	A12 화면디자인	<u>3.68(0.90)</u>	3.21(0.96)	3.07(0.98)	3.21(0.93)			
A2 메뉴디자인	<u>3.71(0.90)</u>	3.64(0.87)	3.57(0.92)	3.38(0.71)				
A17 의사소통	<u>3.04(1.14)</u>	2.71(1.18)	2.75(1.29)	2.83(1.27)				
A13정보제공형식	<u>3.68(0.82)</u>	3.29(0.98)	3.25(0.84)	3.17(1.05)				
F3 가독성 및 안정성	A19사진확대여부	2.43(1.35)	3.21(1.20)	<u>3.36(1.10)</u>	2.58(1.21)	3.680	.014*	
A18 사진크기	3.18(0.90)	3.36(1.03)	<u>3.43(0.88)</u>	3.17(.01)				
A15 시스템안정	3.46(1.10)	3.36(1.16)	<u>3.89(1.10)</u>	3.25(1.07)				
F4 개인 정보의 안전성	A16 이용자보호	2.46(1.17)	2.97(0.88)	<u>3.68(1.92)</u>	2.92(1.21)	5.184	.002**	

의 디자인 및 의사소통에서는 유의적인 차이가 나타나지 않았다.

및 주문용이성 중 회원가입메뉴에 대해서 C사이트가 가장 높게 나타났으며, 검색력과 전자우편, 이벤트와 AS에 있어서는 집단간 유의적인 차이가 나타나지 않았다.

5. 부가 서비스 제공 검색 내용에 대한 만족정도 및 차이검정

부가 서비스 제공 검색 항목에 대하여 요인 분석 결과 추출된 항목에 대하여 그 만족정도를 평균으로 비교해 보면 표 2-5와 같다.

F5에 있어서는 A22, A27, A23 항목에서 C사이트가 가장 높게 나타났고 F6에 있어서도 3개 항목(A36, A33, A32)에서 C사이트가 가장 높게 나타났다. F7에 대해서는 3개 항목에서 3개 사이트가 하나씩 우위로 나타났다. 또한 부가서비스 관련 항목에 대하여 4개의 집단간 차이검정을 실시한 결과 1개 항목(A23)에 대해서 유의적인 차이가 있는 것으로 나타났다. 즉, 내용의 다양성

V. 결론 및 제언

본 연구는 주거 관련 사이트에 대한 평가기준을 설정하기 위하여 인터넷 검색과 조사연구를 실시하였다. 그 결과를 구체적인 연구 목적에 따라 서술하면 다음과 같다. 첫째, 주거 관련 정보 사이트에 대한 평가기준은 두 가지 측면으로 나타났다. 주거 관련 전문 내용을 다루는 사이트에 대한 평가요인은 4개 요인으로, 내용의 정확성/신뢰성 및 기술력, 화면디자인과 의사소통, 가독성 및 안정성, 그리고 개인정보의 안전성이었다. 또한

〈표 2-5〉 부가 서비스 제공 검색 내용에 대한 만족정도

(N = 108)

요인	항목	A	B	C	D	F	P
		평균(표준편차)	평균(표준편차)	평균(표준편차)	평균(표준편차)		
F5 내용 및 주문의 용이성	A22 손쉬운소핑	2.67(1.18)	2.54(1.14)	<u>2.96(1.04)</u>	2.54(0.88)	6.037	.000***
	A27제품가격제시	2.96(1.37)	2.71(1.38)	<u>3.29(0.98)</u>	2.96(1.23)		
	A30제품정보상세	2.86(.89)	2.64(1.03)	3.14(0.97)	<u>3.25(0.90)</u>		
	A31상품주문관리	2.57(1.00)	<u>2.75(0.75)</u>	2.64(0.99)	2.54(1.02)		
	A23 견적서비스	2.93(1.15)	2.96(1.07)	<u>3.39(1.13)</u>	2.54(1.25)		
F6 검색결과 및 전자우편	A36 전자우편	3.71(1.05)	3.39(1.20)	<u>3.71(1.30)</u>	3.63(1.21)		
	A35초기화면복귀	<u>4.04(0.92)</u>	3.57(1.17)	3.96(1.07)	3.75(1.11)		
	A33 검색속도	2.96(1.26)	3.04(1.32)	<u>3.71(1.18)</u>	3.46(1.18)		
	A32 조회율	2.79(0.63)	2.79(0.92)	<u>3.39(1.03)</u>	2.92(1.10)		
F7 이벤트와 AS	A24 개인의견난	4.00(1.02)	3.57(1.07)	<u>4.04(1.04)</u>	3.75(1.22)		
	A28시사내용정보	3.14(1.33)	2.57(1.35)	3.00(1.25)	<u>3.42(1.21)</u>		
	A25 다양한 메뉴	<u>4.00(0.77)</u>	3.71(0.71)	3.89(0.92)	3.58(0.65)		

부가서비스 관련 항목에 대해서도 만족정도를 살펴보고 차이검정을 한 결과 내용의 다양성 및 주 문용이성에 있어서 회원가입메뉴만이 사이트별 유의적인 차이가 있는 것으로 나타났다.

이러한 연구결과는 인터넷에서 주거 관련 사이트의 질적 가치를 평가할 수 있는 자료가 될 수 있으며 또한 인터넷 상에 사이트를 구성하고자 할 경우 어떠한 부분을 중요시하여야 할 것인가에 대해서도 지침이 될 수 있을 것이다. 이러한 연구결과를 기초로 하여 과연 인터넷 사이트의 전반적인 양과 질은 어떻게 평가할 수 있으며 실제로 인터넷 사이트의 전반적인 질과 양이 사용자에게 어떠한 영향을 주는지에 대한 연구가 필요할 것이다. 즉, 얼마나 질적으로 우수한 사이트가 실제로 접속하고 사용하는지에 대한 관련성과 검색율에 미치는 영향 등에 대한 연구가 필요할 것으로 보인다.

주제어 : 주거 관련 정보, 인터넷, 평가기준

참 고 문 헌

강남미, 김진, 탁계래, 현태선(1999). 인터넷상의 국내 건강정보 사이트의 평가기준, 대한의료정보학회지 5(1), 119-123.

백소영 역(2000). 인터넷보급에 따른 주거생활의 변화, 대한주택공사

한국목재신문. 이영주의 홈페이지 클리닉(7), 2000년 11월 1일 7면

<http://www.interior114.com>

<http://www.cost.co.kr>

<http://www.livingliving.com>

<http://www.indiworld.com>

<http://www.bzeye.com>

<http://www.Bzmap>.

<http://www.shopmadang.co.kr>

<http://www.green.skhu.ac.kr>

<http://www.tmstop.co.kr>