

# 불공정 정보에 따른 구인구직 플랫폼 사용자 경험 비교 연구 : 잡코리아, 사람인, 원티드 중심으로

## A Comparative Study on User Experience of Job Search Platform Depending on Unfair Information : Focused on Jobkorea, Saramin and Wanted

임정은<sup>1</sup>, 김승인<sup>2\*</sup>

Jung Eun Lim<sup>1</sup>, Seung In Kim<sup>2\*</sup>

### 요약

최근 코로나19 팬데믹의 영향과 MZ 세대의 활발한 구직 활동으로 구인구직 플랫폼 사용자가 증가하고 있지만, 구인구직 플랫폼의 정보는 여전히 구인 기업 중심으로 제공되어 구직자들의 요구는 충족되지 않고 구인구직 미스매칭이 지속해서 증가하고 있다. 이에 본 연구는 국내 구인구직 플랫폼 잡코리아, 사람인, 원티드를 중심으로 불공정 정보에 따른 사용자 경험을 수집 및 분석하여 구인구직 플랫폼의 미스매칭 개선점을 제안하였다. 연구 방법은 구인구직 플랫폼 사용 경험이 있는 MZ 세대를 대상으로 1차 온라인 설문 조사를 수행했으며, 선행 연구 분석과 설문 조사 결과를 기반으로 구인구직 플랫폼의 품질 요인을 추출하고 설문지를 재구성하여 2차 심층 인터뷰를 진행하였다. 실험 결과 구인구직 플랫폼 차원의 체계적인 구직 정보 관리와 애플리케이션 활용을 통한 상호성 증가의 필요성을 확인할 수 있었다. 본 연구를 통해 국내 구인구직 플랫폼 서비스가 미스매칭 개선에 기여하기를 기대한다.

핵심어 : MZ 세대, 구인구직 플랫폼, 구인구직 정보 품질, 미스매칭, 사용자 경험

### Abstract

Although influences of COVID-19 and vigorous job seeking of MZ generation are influencing to increase the number of job platform user, information of the platforms are still provided in view of recruiting companies, demands of job seekers are not satisfied, so that cases of job mismatch is also increasing. This study focused on 'Jobkorea', 'Saramin' and 'Wanted', to collect and analyze user experience depending on unfair information of job search platforms to suggest remedies to reduce the mismatch. For the research methods, by MZ generation, who has experience on job search platforms more than once, the first online survey was conducted, and in-depth-interview, based on results of the first

1 Department of Design Management, IDAS, Hongik University, Seoul, Korea [Graduate Student]  
e-mail: jelim10693@gmail.com

2 Department of Digital Media Design, IDAS, Hongik University, Seoul, Korea [Professor]  
e-mail: r2d2kim@naver.com (Corresponding Author)

Received(May 24, 2022), Review Result(1st: June 19, 2022), Accepted(August 12, 2022), Published(August 31, 2022)



© 2022 The Authors. Published by NCISS.  
This is an open access article licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.  
To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>.

survey and analysis of previous research, was performed. According to the results, it was found that systemic information management by the platforms and utilization of the mobile application for increasing interactivity are necessary. It is looking forward to assist betterment of job mismatch through this study.

Keyword : MZ generation, Job search platform, Job search information quality, Job mismatch, User Experience

## 1. 연구 배경 및 목적

본 연구는 국내 구인구직 플랫폼의 사용자 경험을 토대로 미스매칭 개선점을 제안하는 데 주안점을 두고 연구하였다. 최근 코로나19의 영향으로 얼어붙었던 구직 시장이 회복세를 보이며 구인구직 플랫폼 사용자가 늘어나고 있다. 대한상공회의소가 국내 매출액 1,000대 기업 중 302개 사를 대상으로 ‘2022년 기업의 채용 트렌드’를 조사한 결과, 올해 고용시장 전망에 대해 69.2%의 기업이 ‘고용 규모가 코로나 이전 수준으로 회복될 것이다’라고 답하며 고용시장의 확대를 예상했다 [1]. 또한, 근 몇 년간 주요 그룹사 중심으로 시작된 수시 채용의 증가와 코로나19의 영향으로 산업 및 기업 환경 변화를 겪으며 이직을 고려하는 직장인이 많아지고 2-3년 주기로 직장을 옮기는 ‘잡호핑족(Job hopping 族)’도 MZ 세대의 트렌드로 자리 잡았다 [2].

인터넷의 발달과 함께 구인구직 플랫폼이 등장하면서 기업은 오프라인상에서 구직 정보를 제공하기보다 구직자가 많이 모여있는 구인구직 플랫폼을 통해 구직 정보를 제공하고 있는 추세이다 [3]. 구인구직 플랫폼은 전 세계가 단일 시장으로 묶이지 않는 산업 중 하나로서, 한 나라의 문화, 법규 등의 영향을 받아 국가별로 다양한 기업들이 치열한 경쟁 구도를 형성하고 있으며 [4], 구직 정보에 대한 사회적 욕구가 다양해지면서 정보 제공 범위에 따라 포털형과 전문형로 구분되고 있다. 대표적인 포털형 구인구직 플랫폼은 잡코리아, 사람인, 워크넷, 인크루트 등이 있고 [5], 특정 직종 또는 서비스에 집중하여 전문화된 취업 정보를 제공하는 전문형은 실제 재직 경험을 가진 직원들의 기업 평가를 제공하는 잡플래닛, 채용 보상금 제도를 운영하는 원티드 등이 있다 [6]. 그러나 구인구직 플랫폼의 종류는 다양해지고 있음에도 불구하고 구직 정보는 여전히 구인 기업을 중심으로 정보가 제공되고 있어 미스매칭이 지속해서 증가하고 있다 [7].

구인구직 플랫폼 인크루트에서 실시한 설문 조사에 따르면 구직자가 겪는 기업 정보의 불일치는 미스매칭을 넘어 취업 사기 경험으로 확대되는 것으로 나타났다. 인크루트에서 구직경험자 1,298명을 대상으로 실시한 ‘취업 사기 피해 사례’ 설문 조사에 따르면 응답자의 45.1%가 취업 사기 피해 경험이 있다고 답했으며, ‘회사에서 채용공고에 있는 직무와 다른 일을 권유했다’(44.0%)가 1위를 기록했고, ‘급여조건, 복리후생, 직급, 수습 기간 등이 채용공고와 달랐다.’(40.4%)가 2위로 집계되었다 [8].

이에 본 연구는 국내 구인구직 플랫폼인 잡코리아, 사람인, 원티드를 중심으로 3가지의 플랫폼

이 공정한 정보를 충분히 제공하고 있는지 알아보기 위하여 첫째로 구인구직 서비스 관련 선행 연구를 분석하였다. 이어서 최근 구직시장 내 활발한 구직 활동을 보이는 MZ 세대를 대상으로 온라인 설문 조사를 진행하였고, 선행 연구 분석 결과와 온라인 설문 조사 결과를 기반으로 본 연구에 필요한 구인구직 플랫폼 품질 요인을 최종적으로 추출하였다. 마지막으로, 추출된 품질 요인을 활용하여 설문지를 재구성하였고, 1차 온라인 설문 참여자 중 플랫폼별 4명을 선정하여 총 12명을 대상으로 수행된 심층 인터뷰 결과를 토대로 구인구직 플랫폼을 통한 미스매칭 개선점을 제안하였다.

## 2. 이론적 배경

### 2.1 MZ 세대의 구직 활동

MZ 세대란 1980년대 초반부터 2000년대 초반에 태어난 밀레니얼 세대(Millennials)와 1990년대 중반부터 2000년대 초반 태어난 Z 세대(Generation Z)를 통칭하는 용어로 디지털 환경에 익숙한 이들은 디지털 네이티브(Digital Native) 세대로 불리기도 한다 [9]. 디지털 네이티브란 2001년 미국의 교육학자인 마크 프렌스키가 제시한 개념으로 스마트폰, PC 등 디지털 기기를 자유자재로 활용하는 세대로서, 멀티태스킹에 능숙하고 즉각적인 반응을 추구하는 특징을 보인다 [10]. 이러한 특징을 가진 MZ 세대의 구직 활동을 살펴보면 이전 세대와는 어렵게 입사한 직장을 자발적으로 퇴사하는 등 평생직장이라는 단어는 찾아볼 수 없으며 이들에게 직장은 일종의 경유지라고 봐도 무방하다 [11]. 또한, MZ 세대는 정보 활용에 능하여 기성세대의 말을 쉽게 신뢰하지 않고 검색으로 검증하는데, 이러한 특성으로 인해 불필요한 내용이 포함된 정보에 대한 피로감이 높고 간결하지만 상세하고 명확한 정보를 요구한다 [12].

### 2.2 코로나19로 인한 구직시장의 변화

코로나19 팬데믹의 영향으로 2021년은 모든 소통이 비대면으로 전환됨에 따라 재택 또는 원격 근무 등 기업의 모습이 급속도로 변화하였고, MZ 세대들이 본격적으로 사회에 진출하면서 최근 구직시장은 기업이 인재를 선택하는 것이 아닌 인재가 기업을 선택하는 지원자 중심으로 개편되고 있다 [4]. 이와 더불어 디지털 네이티브인 MZ 세대의 활발한 구직 활동으로 인해 구인구직 플랫폼의 사용자가 증가하고 플랫폼의 역할이 중요해지고 있음에도 불구하고, 이러한 트렌드를 반영하지 못한 현재의 구인구직 정보 시장은 구직자의 다양한 정보 요구를 충족시키지 못하고 있으며 실제 구직자의 행동 프로세스를 고려하지 않은 채 일방적으로 정보를 제공하는 실정이다 [13].

### 3. 연구 방법

#### 3.1 연구 범위 및 방법

본 연구는 구인구직 플랫폼의 불공정 정보 현황 수집을 위해 1차로 온라인 설문 조사를 진행하였다. 온라인 설문 조사는 선행 연구를 통해 제시된 구인구직 플랫폼의 품질 요인을 기반으로 설계되었으며, 조사 대상은 최소 1개 이상의 구인구직 플랫폼을 사용한 경험이 있는 MZ 세대(1984년-2003년 출생자)로 한정하였다. 이어서 설문 조사 결과와 선행 제시된 품질 요인을 분석하여 본 연구에 필요한 최종 품질 요인을 추출하였고, 이를 바탕으로 재구성된 설문지를 활용하여 1차 설문 참여자 중 플랫폼별 4명을 선정하여 총 12명을 대상으로 심층 인터뷰가 수행되었다.

#### 3.2 구인구직 플랫폼 서비스 품질 요인에 관한 선행 연구

구인구직 플랫폼은 일반적인 웹사이트의 특성을 포함하면서도 플랫폼이 지원하는 모든 서비스가 취업이라는 개인의 중대사와 연결되기 때문에 플랫폼의 신뢰성이 개입된다는 점에서 다른 웹서비스와 구별되는 특징을 보인다 [6]. 선행 연구를 통해 제시된 구인구직 플랫폼과 인터넷 서비스 품질 요인은 [표 1]과 같다.

[표 1] 선행 제시된 구인구직 플랫폼 및 인터넷 서비스 품질 요인

[Table 1] Quality factors of job search platforms and Internet services from previous research

연구자	품질 요인
장로사, 김성희 [3]	정확성, 신뢰성, 최신성, 보안성, 상호작용성, 디자인
조철호 [6]	편리성, 심미성, 상호성, 정보 제공
박성식, 박소연, 함유근 [7]	심미성, 편의성, 상호성, 신뢰성, 만족도
오삼석, 정연수, 정대율 [13]	대응성, 안정성, 정보품질
박종천 [14]	정보, 서비스 품질, 시스템 품질, 정보 품질, 편리성
이문규 [15]	정보, 거래, 디자인, 의사소통, 안정성
William H. DeLone, Emhram R. McLean [16]	중요성, 관련성, 유용성, 정보 제공, 사용성, 이해 가능성, 가독성, 명확성, 정밀도, 간결성, 충분성, 신뢰성
정경희, 김형래 [17]	풍부한 정보, 자세한 정보, 정보 신뢰성, 충분한 기재
	편리한 검색, 정확한 검색, 입력 편리성, 도움말, 맞춤형
	정보 노출, 메뉴와 구성, 디자인

선행 제시된 세부 요인 분류에 앞서 본 연구의 목적인 구인구직 플랫폼의 불공정 정보 분석에 초점을 맞추기 위해 ‘심미성’, ‘디자인’과 같은 요인은 제외되었으며, 세부 요인 자체로 ‘정보’ 또는

‘정보 품질’을 나타내는 요인도 제외한 결과 2회 이상 언급된 구인구직 플랫폼 서비스 품질 요인은 하단의 [표 2]와 같이 나타났다.

[표 2] 품질 요인 언급 빈도

[Table 2] Reference frequency of the quality factors

빈도 수	세부 요인
5	상호성, 정확성
4	편리성, 신뢰성
3	안정성
2	풍부성, 유용성, 정밀도

### 3.3 온라인 설문지 구성

온라인 설문 조사는 실험 대상 플랫폼의 사용자 경험 분석에 앞서 구인구직 플랫폼 사용 현황과 구직자가 요구하는 구직 정보를 파악하는 데에 목적을 두고 진행되었다. 따라서 설문지의 구성은 구인구직 플랫폼이 공통적으로 제공하는 서비스와 선행 제시된 품질 요인을 기반으로 구성되었으며, 구글 폼(Google Forms)을 활용하여 2022년 4월 21일부터 2022년 5월 1일까지 총 11일간 수행되었다. 최종적으로 수집된 75매의 응답 중 구인구직 플랫폼을 통한 구직 경험이 없거나 구인구직 플랫폼 사용 현황 응답에 있어 일관되지 않은 응답을 제외하고 총 64매의 응답지를 분석 대상으로 하였으며, 응답자의 인구 통계적 특성은 [표 3]과 같다.

[표 3] 온라인 설문 응답자 인구 통계

[Table 3] Population statistics of online surveys

문항	구분	빈도(N)	비율(%)	문항	구분	빈도(N)	비율(%)
성별	남성	17	26.6	총 재직 경력	경력 없음	7	10.9
	여성	47	73.4		1년 미만	8	12.5
연령	20세~ 24세	1	1.6		1년 이상	13	20.3
	25세~ 29세	26	40.6		3년 이상	13	20.3
	30세~ 34세	27	42.2		5년 이상	12	18.8
	35세~ 39세	10	15.6		7년 이상	11	17.2

### 3.4 온라인 설문 조사 결과 분석

#### 3.4.1 구인구직 플랫폼 사용 현황

온라인 설문 조사 응답자의 구인구직 플랫폼 사용 경험과 면접 경험은 [표 4]와 같이 집계되었으며, 전체 응답자 중 70.3%인 45명은 구인구직 플랫폼을 통한 면접 경험이 있다고 답하였다. 한

명의 응답자당 평균 3.7개의 플랫폼을 사용하였고, 면접 경험은 한 명의 응답자당 평균 2개 이상의 플랫폼을 사용한 것으로 나타났다. 심층 인터뷰 대상 플랫폼은 구인구직 플랫폼 선호도 설문 결과 상위 3위 플랫폼인 사람인, 잡코리아, 원티드로 선정되었으며, 플랫폼별 선호도는 사람인 29명(45.3%), 잡코리아 16명(25.0%), 원티드 6명(9.4%)으로 집계되었다. 5점 척도를 활용하여 설문 된 근 2년간 구인구직 플랫폼 접속 빈도 증가 응답은 표준편차(SD) 1.222, 평균(M) 3.25로 나타났으며, 전체 응답자 중 39명(60.9%)이 1개월 이내 구인구직 플랫폼에 접속한 것으로 확인되었다. 구직자들의 주된 사용 기기는 ‘PC 또는 노트북’이 54.7%, ‘모바일’이 43.8%이고, 애플리케이션 내 정보 수정 편의성은 표준편차(SD) 1.348, 평균(M) 2.66으로 집계되었다.

[표 4] 구인구직 플랫폼 사용 현황

[Table 4] Use status of job search platforms

문항	구분	빈도 (N)	비율 (%)	케이스 비율 (%)	문항	구분	빈도 (N)	비율 (%)	케이스 비율 (%)
플랫폼 사용 경험	잡코리아	54	22.8	84.4	플랫폼 면접 경험	사람인	35	37.6	77.8
	사람인	53	22.4	82.8		잡코리아	31	33.8	68.9
	잡플래닛	40	16.9	62.5		원티드	8	8.6	17.8
	워크넷	30	12.7	46.9		인크루트	3	3.2	6.7
	원티드	25	10.5	39.1		잡플래닛	4	4.3	8.9
	인크루트	25	10.5	39.1		워크넷	6	6.5	13.3
	기타	10	4.2	15.6		기타	6	6.5	13.3
전체		237	100.0	370.3	전체		93	100.0	206.7

### 3.4.2. 구인구직 플랫폼 정보 활용 현황

하단의 [표 5]와 [표 6]에 나타난 것과 같이 구인구직 플랫폼 사용자가 플랫폼 선택 시 가장 중요하게 생각하는 요인은 ‘풍부한 채용정보’, ‘검색의 편리성’, ‘맞춤형 서비스’의 순으로 1-3위를 차지하였고, 채용 정보 외로 활용하는 정보 1위는 ‘맞춤 추천 정보’, 2위 ‘관심 기업 정보’, 3위 ‘동종 업계 동향’으로 나타나 채용과 직접적인 관계가 있는 정보 위주로 활용하고 있음을 알 수 있었다. 이어서 구직자가 구인구직 플랫폼의 채용 공고에서 필수적으로 명확히 제시되어야 한다고 선택한 항목(중복 선택)은 ‘담당 직무 및 업무’와 ‘연봉 및 급여’가 각각 1, 2위를 보였고, 이는 명확하지 않은 정보로 인해 채용 공고에 지원하지 않는 결정적 요인의 응답과 일치하였다.

[표 5] 구인구직 플랫폼 선택 요인

[Table 5] Selection factors of job search platforms

		풍부한 채용 정보	검색의 편리성	정보의 신뢰도	맞춤형 서비스	다양한 취업 정보	활발한 커뮤니티	빠른 피드백
1위	빈도(N)	37	11	7	4	3	1	1
	비율(%)	57.8	17.2	10.9	6.3	4.7	1.6	1.6

2위	빈도(N)	10	22	4	8	14	4	2
	비율(%)	15.6	34.4	6.3	12.5	21.9	6.3	3.1
3위	빈도(N)	7	6	13	21	14	3	0
	비율(%)	10.9	9.4	20.3	32.8	21.9	4.7	0

[표 6] 구인구직 플랫폼 내 정보 활용 현황

[Table 6] Utilizing status of information from job search platforms

		맞춤 추천 정보	취업 도구	관심 기업 정보	동종업계 동향	커뮤니티 정보
1위	빈도(N)	31	9	17	5	2
	비율(%)	48.4	14.1	26.6	7.8	3.1
2위	빈도(N)	12	16	22	11	3
	비율(%)	18.8	25.0	34.4	17.2	4.7
3위	빈도(N)	0	13	15	26	10
	비율(%)	0	20.3	23.4	40.6	15.6

### 3.4.3 구인구직 플랫폼 품질 요인

온라인 설문 조사 결과 MZ 세대 구직자들의 구인구직 플랫폼 사용에 있어 가장 중요한 부분은 풍부한 채용 정보, 편리한 검색, 맞춤형 서비스이고, 구직 활동의 결정적인 요인으로 작동하는 것은 명확한 담당 직무 및 업무와 연봉 및 급여 정보임을 확인할 수 있었다. 이는 앞서 선행 연구 분석을 통해 제시되었던 품질 요인과 일치하였고 최종적으로 추출된 구인구직 플랫폼 품질 요인과 각 품질 요인 정의는 [표 7]과 같다.

[표 7] 구인구직 플랫폼 품질 요인

[Table 7] Quality factors of job search platforms

품질 요인	정의
풍부성	구인구직 플랫폼이 제공하는 정보는 다양하고 풍부하다
상세성	구인구직 플랫폼의 정보는 상세하다
명확성	구인구직 플랫폼의 정보는 명확하다
신뢰성	구인구직 플랫폼의 정보는 구직자에게 도움이 되며 믿을 수 있다
편의성	구인구직 플랫폼을 사용하는 데 편리하다
상호성	사용자를 위한, 사용자 간의 정보 제공 및 교류가 원활하다
보안성	사용자가 개인 정보를 제공하는 데 불안감을 느끼지 않는다

## 4. 심층 인터뷰

### 4.1. 심층 인터뷰 대상 및 구성

성공적인 구직 활동을 수행하여 구직 목표를 달성할 수 있다는 자신에 대한 믿음인 구직효능감

과 구직 활동의 정도인 구직강도가 높을수록 취업 정보 탐색 범위가 넓어지고 [18], 구직효능감이 높을수록 원하는 직무에 대한 명확한 생각의 정도를 나타내는 구직 명료성이 증가하며, 그것은 곧 구직강도에 영향을 끼쳐 적극적으로 구직 활동하게 된다 [19]. 이에 따라 구직 명료성이 높을수록 구인구직 플랫폼에 원하는 바가 명확할 것으로 판단하였고, 구직 명료성이 영향을 끼치는 구직강도를 기준으로 심층 인터뷰 대상자를 선정하였다.

[표 8] 심층 인터뷰 대상자

[Table 8] Population statistics of in-depth-interviewee

플랫폼	성별	연령	직업	플랫폼	성별	연령	직업	플랫폼	성별	연령	직업
잡코리아	남성	26	연구원	사람인	여성	27	아트매니저	원티드	여성	29	PR매니저
	여성	26	대학원생		남성	30	프로그래머		남성	28	회사원
	여성	27	회사원		남성	33	디자이너		여성	31	기획자
	남성	29	연구원		여성	39	디자이너		여성	36	회사원

1차 설문 응답 중 구직강도가 높다고 판단된 조건은 1회 이상 사용한 구인구직 플랫폼이 3개 이상이고, 면접 경험이 있는 플랫폼 2개 이상이며, 최근 6개월간 구인구직 플랫폼 사용 경험이 있는 구직자로, [표 8]과 같이 플랫폼별로 4명씩 총 12명을 선정하였다. 심층 인터뷰를 위한 설문지는 앞서 최종 추출된 7가지의 구인구직 플랫폼 품질 요인을 기준으로 작성된 총 21문항이며, 리커트 5점 척도를 활용해 각 품질 요인을 측정할 수 있도록 구성하였다.

#### 4.2. 심층 인터뷰 결과 분석

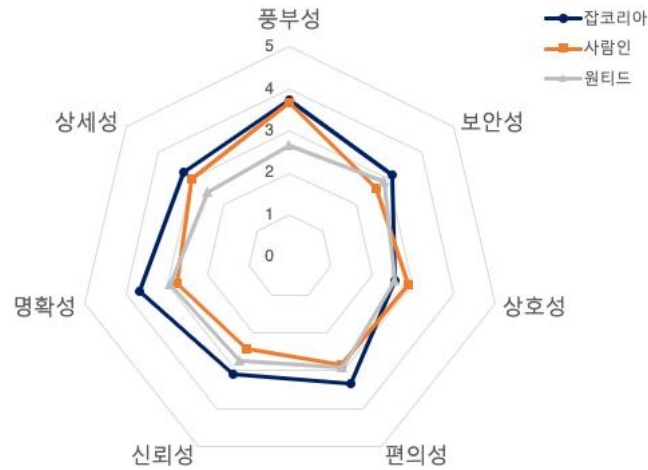
구인구직 플랫폼의 품질 요인이 내적 일관성 신뢰도를 갖는지 확인하기 위해 Cronbach's Alpha 값을 사용하여 심층 인터뷰에 사용된 문항들의 신뢰도 분석을 실시하였다. 일반적으로 Cronbach's Alpha 값이 0.7 이상이면 신뢰도가 높다고 할 수 있는데, 검증 결과 [표 9]와 같이 잡코리아는 0.936, 사람인 0.924, 원티드 0.911로 높은 신뢰도를 보였고, 심층 인터뷰 결과는 [그림 1]의 방사형 차트로 정리되었다.

[표 9] 구인구직 플랫폼 품질 요인의 신뢰도 분석

[Table 9] Cronbach's Alpha about quality factors of job search platforms

플랫폼	Cronbach's Alpha
잡코리아	0.936
사람인	0.924
원티드	0.911





[그림 1] 구인구직 플랫폼에 따른 심층 인터뷰 결과

[Fig. 1] Results of in-depth-interview depending on job search platforms

#### 4.2.1 풍부성

풍부성 요인은 ‘직종 및 경력과 관계없이 다양한 공고’, ‘글자 수나 형식에 제한이 없이 기재할 수 있는 이력서’, ‘직종 및 산업과 관계없이 다양한 분류 필터’와 같은 질문을 통해 인터뷰를 진행하였고, 잡코리아와 사람인의 경우 각각 3.75와 3.67의 평균값을 보여 비슷한 양상을 띠고 있음을 확인할 수 있었다. 반면, 원티드의 풍부성은 평균값 2.67로 비교적 낮게 평가되었는데, 그 원인으로는 원티드의 채용 공고가 ‘스타트업’, ‘최소 3년 이상’, ‘IT’ 등 특정 직종과 경력에 집중되고 있는 것으로 확인되었다.

#### 4.2.2 상세성

상세성 요인에서는 ‘채용 공고에 명시된 정보’의 상세성과 더불어 ‘채용 공고 수정 명시 여부’를 조사하였고, 각 플랫폼의 평균값은 잡코리아가 3.25, 사람인이 3, 원티드가 2.25로 상이하지만 추가 질문을 통해 공통적인 특이사항을 알 수 있었다. 직무 및 업무는 대체로 상세하게 명시하고 있지만 기업에 따라 실제 모집과 공고의 차이가 있어 플랫폼의 문제는 아닌 것으로 보이는 한편 그렇기에 플랫폼의 관리가 필요하다는 공통 의견을 알 수 있었다. 연봉 및 급여 상세성의 경우 ‘협의 가능’, ‘회사 내규에 따름’ 등 대체로 애매하게 표시되고 있음이 확인되었고, 범위가 상세하더라도 면접 시 공고와 다르게 안내받는 상황이 발생하는 것을 알 수 있었다.

#### 4.2.3 명확성

명확성 요인 질문 문항으로는 ‘채용 공고와 면접 시 안내받은 조건의 동일성’을 통해 구인구직

플랫폼의 채용 공고가 명확하게 정보를 전달하고 있는지 확인하고, ‘마감 공고 구분 여부’로 구성되었다. 명확성의 평균값은 잡코리아가 3.67로 타 플랫폼에 비해 월등히 높았으며, 원티드는 2.92, 사람인은 2.75로 가장 낮게 평가되었다. 회사에 따라 다르지만, 직무 및 업무와 연봉 및 급여는 대체로 동일하지 않음을 확인할 수 있었고, ‘마감 공고 구분 여부’의 경우 기업의 채용 완료와 단순 접수 마감을 구분하지 않는 것으로 나타나 구인구직 플랫폼이 채용 공고의 지원 이후 단계에 관여하고 있지 않은 것으로 확인되었다.

#### 4.2.4 신뢰성

신뢰성 요인은 플랫폼에서 제공하는 정보를 ‘구직 중인 기업’, ‘채용 정보’, ‘다른 구직자가 제공하는 정보’로 구분하여 측정되었으며, 각각 플랫폼의 신뢰성 평균값은 잡코리아 3.08, 사람인 2.83, 원티드 2.75로 나타났다. 첫째로 ‘구직 중인 기업’ 정보와 관련해 대다수 피실험자는 기업 정보를 얻기 위해 추가적인 검색이 필수인 경우가 많다는 공통 의견을 내놓았고, 기업 정보가 명확하지 않을 경우 신뢰도가 떨어지는 것으로 나타났다. 이어서 ‘채용 정보’가 플랫폼의 검수를 거쳐 진행되어 실제 공고와 동일한 것으로 믿을 수 있는지 묻는 질문에서는 플랫폼별 의견 차이가 있음을 확인할 수 있었다. 잡코리아와 사람인의 경우 플랫폼 자체가 크기 때문에 플랫폼의 검수가 있으리라 생각하지 않는 의견이 우세하지만, 원티드는 ‘기업 문화가 좋은 회사를 소개한다’라고 홍보하고 있기에 비교적 검수가 진행될 것이라는 의견을 내놓았다.

#### 4.2.5 편의성

편의성 요인 측정을 위한 문항은 ‘메신저 기능의 여부 및 필요성’, ‘실시간 현황 알람’으로 구분되었고, 잡코리아의 편의성 평균값은 3.33, 사람인과 원티드는 각각 2.83, 2.92로 평가되었다. 메신저 기능과 관련된 특이사항으로는 3가지 플랫폼 중 유일하게 메신저 기능을 지원하는 사람인의 피실험자 대다수가 해당 기능의 여부를 알고 있지 않았고, 전체 피실험자의 과반수인 7명이 메신저가 필요하다고 응답하였다. ‘실시간 현황 알람’ 기능은 잦은 광고성 알람으로 해당 기능을 반기지 않거나 꺼놓는다는 공통된 의견을 내놓았다. 구인구직 플랫폼의 편의성 요인에서 가장 주목해야 할 부분은 추가로 구인구직 플랫폼의 애플리케이션 사용 편의성에 관한 의견을 수집한 결과 피실험자 12명 중 10명이 애플리케이션보다 웹사이트를 통한 플랫폼 사용을 선호한다는 점이다. 공통된 의견으로는 정보 편집에 있어 웹사이트가 월등히 안정적이기 때문으로 확인되었다.

#### 4.2.6 상호성

상호성 요인은 ‘맞춤 추천 공고’, ‘커뮤니티 활성화’, ‘사후관리 여부 및 필요성’ 항목을 통해 측정되었고, 각각 플랫폼의 상호성 평균값은 잡코리아 2.56, 사람인 2.88, 원티드 2.56으로 나타나 3가지 플랫폼 모두 ‘보통’ 이하의 평가를 받았다. 잡코리아와 사람인의 ‘맞춤 추천 공고’는 구직자의

직종을 설정하지 않아도 일정 부분 일치하는 것으로 보이나, 원티드의 경우 직종을 설정해야만 직무가 알맞게 추천된다는 의견을 확인할 수 있었다. ‘커뮤니티 활성화’의 경우 모든 플랫폼 결과에서 대체로 커뮤니티의 여부를 인지하지 못하고 있었으며, 과반수의 피실험자가 플랫폼의 사후 관리가 필요하다고 응답하였다. 그 원인으로는 플랫폼 내 기업 및 면접 관련 후기가 부족하고 기업의 피드백이 빠르지 않아 채용 전형 진행에서 불안함을 느끼는 것으로 확인되었다.

#### 4.2.7 보안성

보안성 요인 항목은 플랫폼을 통한 ‘이력서’와 ‘개인 정보’ 두 가지의 노출 안정성으로 구성되었으며, 각 플랫폼의 보안성 평균값은 잡코리아 3.13, 사람인 2.63, 원티드 2.88로 평가되었다. 두 정보 모두 채용을 위한 필수 정보로 여겨지는 한편, ‘개인 정보’ 노출의 부담감이 ‘이력서’ 노출에 비해 월등히 높음을 알 수 있었다. 대체로 플랫폼 밖에서 채용 절차가 진행되고 있어서 개인 핸드폰 번호나 이메일이 노출되는 것을 피할 수는 없지만, 구직을 위해 부담이나 불쾌감을 감수하는 것으로 나타났다.

### 5. 결론

본 연구에서는 구인구직 미스매칭 개선 방안 제안을 위해서 MZ 세대의 구인구직 플랫폼 사용자 경험을 수집하였고, 분석 결과 다음과 같은 개선점을 얻을 수 있었다.

첫째, 구직 중인 기업은 정성적인 정보를 올리기 위해 노력해야 한다. 설문 조사와 심층 인터뷰 결과 구직자들은 채용 공고에서 상세하게 표기된 직무와 연봉이 제시되지 않을 때 이력서를 제출하지 않으며, 기업 정보가 명확하지 않을 때 역시 채용 공고에 대한 신뢰도가 감소해 구직자의 지원으로 연결되지 않았다. 또한, 실제 면접에서 안내받는 사항이 채용 공고와 다른 경험은 최종 입사로 이어지지 않는 것으로 나타나 채용 공고를 올리는 기업의 개선점이 필요하다.

둘째, 구인구직 플랫폼은 채용 공고에 관한 체계적인 관리가 필요하다. 심층 인터뷰 결과에 따르면, 피실험자들은 불성실하거나 실제와 다른 채용 공고와 관련하여 기업에 따라 차이를 보여 플랫폼의 문제가 아닌 것으로 보지만 동시에 플랫폼 차원의 체계적인 가이드라인이 있어야 한다는 의견이 드러났다. 따라서 사용자의 구직 경험 만족도 상승을 위해 구인구직 플랫폼은 채용 공고 관리를 위한 명확한 규제가 필요한 것으로 보인다.

셋째, 애플리케이션을 활용하여 상호성을 증가시켜야 한다. 피실험자들은 PC나 노트북을 통한 웹사이트 사용을 선호하고 있는 것으로 나타나 모바일을 활발하게 사용하는 MZ 세대의 특징과 상반되는 결과를 보여 애플리케이션이 구직자의 요구를 충족시키고 있지 못하는 것으로 확인되었다. 심층 인터뷰 결과, 피실험자의 과반수가 애플리케이션을 활용할 수 있는 메신저 기능과 사후 관리가 필요하다는 응답을 보였고, 현 구인구직 플랫폼 사용에 있어 개인 휴대폰 번호 또는 이메일 주

소가 노출되는 것을 부담과 불쾌감을 상당수 느끼고 있는 것으로 확인되어 플랫폼 내에서 구직 활동이 관리될 수 있도록 시스템적인 지원과 방안이 제시되어야 한다.

본 연구는 구인구직 미스매칭 개선을 위해 풍부성, 상세성, 명확성, 신뢰성, 편의성, 상호성, 보안성을 기준으로 국내 구인구직 플랫폼 정보 품질과 서비스 품질을 측정하고 개선점을 제시했다는 점에 의의가 있다. 그러나 피실험자를 MZ 세대로 한정된 점과 구인구직 플랫폼의 사용자층인 기업과 구직자 중 구직자의 관점에서 연구가 진행되었다는 점에 한계가 있다. 추후 본 연구를 토대로 기업으로서의 사용자 경험과 다양하고 세부적인 연령대의 사용자를 대상으로 진행되는 후속 연구를 기대한다.

## References

- [1] Korea Chamber of Commerce and Industry, “Research of enterprise recruitment trend 2022”, [https://www.korcham.net/nCham/Service/Economy/appl/KcciReportDetail.asp?SEQ\\_NO\\_C010=20120934852&CHAM\\_CD=B001](https://www.korcham.net/nCham/Service/Economy/appl/KcciReportDetail.asp?SEQ_NO_C010=20120934852&CHAM_CD=B001), (accessed March 31, 2022).
- [2] Jobkorea, “2030 office worker 38.8%, 'job hopping' who changes jobs frequently”, [https://www.jobkorea.co.kr/goodjob/tip/view?News\\_No=18203](https://www.jobkorea.co.kr/goodjob/tip/view?News_No=18203), (accessed March 29, 2022).
- [3] R. Chang, S. Kim, “An Analysis of the Factors Influencing the Satisfaction and Intention of Job Information Websites”, *Journal of the Korean BIBLIA Society for Library and Information Science*, vol. 29, no. 2, June 2018, pp. 127-148, doi: 10.14699/KBIBLIA.2018.29.2.127.
- [4] Y. Yoon, *Recruitment Trend 2022*, Vision Korea, 2021.
- [5] J. Yoon, “A Descriptive Study on the Job Information Service Market”, *Journal of the Korea Society of Computer and Information*, vol. 24, no. 11, November 2019, pp. 143-152, doi: 10.9708/JKSCI.2019.24.11.143.
- [6] C. Cho, “An Effect of Service Quality of Job Information site on Brand Image, Customer Satisfaction and Initial Trust”, *The Journal of Employment and Career*, vol. 7, no. 3, September 2017, pp. 37-57, doi: 10.35273/jec.2017.7.3.003.
- [7] S. Park, S. Park, Y. Hahm, “A PLS Path Modeling Approach on the Cause-and-Effect Relationships among Service Quality, Trust, Satisfaction and Royalty in Job Information Site”, *The Journal of Information Technology and Architecture*, vol. 13, no. 2, June 2016, pp. 255-269.
- [8] Y. Jung, “45.1% who job seeking experienced, are harmed by recruitment fraud”, [news.incruit.com, https://news.incruit.com/news/newsview.asp?newsno=435145](https://news.incruit.com/news/newsview.asp?newsno=435145), (accessed March 27, 2022).
- [9] Naver, “MZ generation”, [terms.naver.com, https://terms.naver.com/terms.naver.com/entry.naver?docId=5900733&cid=43667&categoryId=43667](https://terms.naver.com/terms.naver.com/entry.naver?docId=5900733&cid=43667&categoryId=43667), (accessed May 16, 2022).
- [10] Naver, “Digital Native”, [terms.naver.com, https://terms.naver.com/terms.naver.com/entry.naver?docId=5753590&cid=40942&categoryId=31630](https://terms.naver.com/terms.naver.com/entry.naver?docId=5753590&cid=40942&categoryId=31630), (accessed May 16, 2022).
- [11] Y. Yoon, *Recruitment Trend 2021*, Vision Korea, 2020.

- [12] Y. Yoon, Recruitment Trend 2020, Vision Korea, 2019.
- [13] S. Oh, Y. Jeong, D. Jeong, "An Empirical Study on the Web Site Quality Factors Influencing the Intention to Repurchase the Job Information Services", *The Journal of Internet Electronic Commerce Research*, vol. 12, no. 1, March 2012, pp. 167-192.
- [14] J. Park, "A Study on the Re-visit Determinants for Trust and Satisfaction of Internet Portal Site", *The e-Business Studies*, vol. 12, no. 3, September 2011, pp. 85-104, doi: 10.15719/geba.12.3.201109.85.
- [15] M. Lee, "e - SERVQUAL : A Scale for Measuring Consumer Evaluations of Internet Service Quality", *Korean Journal of Marketing*, vol. 17, no. 1, March 2003, pp. 73-95.
- [16] W. H. DeLone, E. R. MaLean, "Information Systems Success: The Quest for the Dependent Variable", *Journal of Management Information System*, vol. 3, no. 4, March 1992, pp. 60-95, doi: 10.1287/isre.3.1.60.
- [17] K. Jeong, H. Kim, "Quality Status Comparison and Analysis for the Service Development Direction of Domestic Job Information Site", *Journal of the Korea Society of Computer and Information*, vol. 13, no. 5, September 2008, pp. 211-218.
- [18] H. Kim, Y. Han, "Younger Job Seekers' Job Search Self-efficacy and Job Search Intensity and Its Effects on Employment Outcomes", *Quarterly Journal of Labor Policy*, vol. 12, no. 4, December 2008, pp. 1-24, doi: 10.22914/jlp.2012.12.4.001.
- [19] G. Kim, "A Relationship Between Predictors of Job Search Intensity and Job Search Clarity Among Job Seekers in Job Center", *Quarterly Journal of Labor Policy*, vol. 9, no. 3, September 2009, pp. 113-141, doi: 10.22914/jlp.2009.9.3.005.