

기본연구 99-02

관광안내정보 시스템 구축방안

김향자 · 손정환

한국관광연구원

Kim, Hyang ja and Jung hwan Shon

*A Study on the Measures Necessary to Establish Tourism Information Network Systems in
Korea*

관광안내정보 시스템 구축방안

김향자 · 손정환

한국관광연구원

서 문

정보통신의 발달은 인간문화의 커다란 변화를 일으켰으며, 특히 인터넷의 상용화는 사이버 공간에서 제공하거나 제공받고자 하는 정보에 일대 변혁을 가져왔다. 관광산업에 있어서도 인터넷은 미래의 관광산업을 이끌어 나가는데 있어서 중요한 역할을 하게 될 것이다. 특히, 인터넷을 기반으로 하는 관광안내정보체계 및 예약체계의 구축이 필요하며, 각 지방에 있는 관광안내소들을 네트워크화하는 것이 어느 때보다도 필요한 실정이다.

이에 본 연구원에서는 정보화 환경의 변화 추세에 적합한 효율적인 종합관광안내 정보시스템 구축방안을 모색하고 지역별 관광안내정보체계를 네트워킹할 수 있는 방안을 제시함과 동시에 국내외 관광객들에 대한 정보제공 서비스를 개선하기 위하여 연구를 수행하였다.

본 연구에서는 보다 효율적인 관광안내정보제공을 위하여 한국관광안내정보를 종합적으로 제공하는 시스템으로서 포털사이트의 개발방안을 제시하였으며, 관광안내정보 데이터베이스 구축을 위한 방안 제시, 그리고 예약편의 서비스 개선방안 등을 제시하였다.

아무쪼록 본 연구에서 제시된 방안들이 관계 당국의 정책에 반영되어 관광안내정보 시스템의 구축 및 전국적 네트워킹 체계가 구축될 수 있기를 바라마지 않는다.

1999년 8월

한국관광연구원
원장 이 연 택

Abstracts

It has been recognized that providing prompt tourism information attracts tourists and raises the level of tourist satisfaction. In Korea, comprehensive tourism information centers will be developed in cities and provinces within the next two years. The purpose of this study is to identify measures that are necessary to develop tourism information systems which are capable of networking the information centers.

This study attempts to find appropriate and effective measures to establish tourism information systems which reflect the trends of the tourism environment, and to improve tourism information services for domestic and overseas tourists.

Other countries began developing regional information systems from the late 1980s to the mid 1990s to provide convenient and prompt information for tourists. There is now the need to provide information from regional systems on-line in order to take advantage of the large audience on the internet.

This study proposes measures to develop a decentralized portal system to provide comprehensive Korean tourism information. This type of portal system would encourage the effective use of regional governments' databases and web-servers so that overlaps in investments could be avoided. Immediate actions to develop the systems must be viewed as a high priority in order to keep up with the rapid pace of technological advancements. Funds for the development of information systems must be considered in calculating the 2000 national budget.

관광안내정보의 신속한 제공은 관광객을 유인할 뿐만 아니라 방문객에게도 관광만족을 높일 수 있는 중요한 요인으로 인식되고 있다. 더욱이 우리나라의 경우는 1~2년내에 각 시·도별로 종합관광안내소가 개발될 예정이다. 이들 종합관광안내소들을 네트워크화할 수 있는 정보체계의 구축 필요성이 대두되어 연구를 수행하게 되었다.

본 연구는 시대적 변화추세에 적합한 효율적인 종합관광안내 정보시스템 구축방안을 모색하고 지역별 관광안내정보체계를 네트워크화할 수 있는 방안을 제시함과 동시에 국내외 관광객들에 대한 정보제공 서비스를 개선하는 데 목적을 두고 있다.

외국의 경우 80년대 말 90년대 중반까지 지역정보시스템을 개발하여 자국내 이용객들에게 편리하고 신속한 안내정보를 제공하여 왔다. 그러나 외국인에 대한 정보제공이 미흡하고 통신환경의 변화에 따라 인터넷을 통한 안내정보 제공이 활발해짐에 따라 지역정보시스템에서 인터넷을 통한 정보제공에 관심을 두고 있다.

본 연구에서는 기존 우리나라 관광안내소가 갖고 있는 취약점을 개선하고 보다 풍부하고 편리한 관광안내정보제공을 위하여 한국관광안내정보를 종합적으로 제공하는 포털사이트의 개발방안을 제시하였다. 포털사이트의 대안으로 집중식과 분산식을 검토한 결과 분산식 포털사이트로 개발하도록 한다. 이는 각 지자체가 보유한 웹서버 및 DB 서버의 효율적 활용으로 장비의 중복 투자를 방지하고 제공정보의 다양화를 위하여 바람직한 방법이다. 또한 본 연구에서는 시스템구축사업과 동시에 관광안내정보 DB 구축이 신속히 추진되어야 함으로 이에 대한 추진방안을 제시하였다.

정보환경의 급격한 변화추세에 발맞추어 시·도 종합관광안내소의 개발, 완공과 더불어 동시에 전국적 네트워크를 추진하기 위해서는 안내정보 시스템 구축사업이 조속 추진되어야 한다. 따라서 2000년도 예산에 정보사업추진관련 예산을 적극 반영하여 추진하도록 함이 필요하다.

목 차

요 약

제1장 서론	1
제1절 연구배경 및 목적	1
1. 연구배경 / 1	
2. 연구목적 / 1	
제2절 연구방법	2
1. 연구방법 / 2	
2. 연구 주요내용 / 2	
3. 연구추진과정 /3	
제2장 관광정보와 관광행동	4
제1절 관광정보화 추세	5
제2절 관광정보의 개념 및 분류	7
1. 관광정보의 개념 / 7	
2. 관광정보의 역할 및 분류 / 9	
제3절 관광행동과 관광정보수집	13
1. 관광행동과정 /13	
2. 관광정보수집 /15	
제4절 관광안내소 서비스 제공	17
제3장 관광안내정보체계 구축 현황 및 문제점	19
제1절 정부의 정보화 추진계획	19
1. 문화관광부 종합문화정보시스템 구축 계획 / 19	
2. 정보통신부 정보화 계획 / 24	

제2절	관련기관 관광안내정보체계 구축	29
1.	한국관광공사 / 29	
2.	지방자치단체 / 30	
3.	한국관광협회중앙회 / 36	
4.	해외홍보원 / 37	
제3절	전문가 설문조사	39
1.	조사개요/ 39	
2.	관광안내정보제공 / 39	
3.	시·도 종합관광안내소 운영 / 45	
4.	일반사항 / 49	
제4절	국내외 관광안내정보 시스템 운영사례	50
1.	여행업계 / 50	
2.	숙박업계 / 59	
3.	외국의 관광안내정보시스템 구축 운영 / 60	
4.	시사점 / 69	
제5절	문제점 종합	71
1.	정보시스템 및 네트워킹 / 71	
2.	안내정보 서비스 / 71	
3.	예약편의 서비스 / 72	
제4장	관광안내 정보시스템 구축방안	73
제1절	관광안내정보 서비스 개선방향	73
1.	개선목표 / 73	
2.	개선방향 / 73	

제2절 관광안내정보 시스템 네트워킹 구축방안	74
1. 시스템 구축 목적 및 기본요건 / 74	
2. 시스템 구성방안 / 76	
3. 시스템 개발 및 운영주체 / 83	
제3절 관광안내정보 데이터베이스 구축방안	85
1. 관광안내정보 데이터베이스 구축 / 85	
2. 관광안내정보의 표준화 추진 / 92	
제4절 이용편의 제고방안	94
1. 관광안내정보 서비스 제공 / 94	
2. 예약서비스 제공 강화 / 101	
제5장 추진방안	106
제6장 결론	109
참고문헌	111
부 록	113
1. 관광정보관련 웹사이트	115
2. 전문가 의견조사 설문지	124

표 차 례

<표 2- 1> 미국의 10대 전자상거래 품목	6
<표 2- 2> 지식 · 정보 · 자료의 구분	7
<표 2- 3> 광의의 정보 특성	7
<표 2- 4> 관광정보의 분류	11
<표 2- 5> 관광정보의 분류와 주된 정보수집방법	15
<표 2- 6> 관광행동 과정에 있어서 정보 전달매체의 유효성	16
<표 2- 7> 관광안내소 현황	18
<표 3- 1> 종합문화정보시스템의 기능 및 특징	20
<표 3- 2> 우리나라의 국가경쟁력 순위(1994~1998년, 국제경영개발연구원)	24
<표 3- 3> 2002년 우리사회의 변화모습(세계 정보화 순위: 10위권 진입)	26
<표 3- 4> 지방자치단체별 인터넷을 통한 관광정보 제공항목('99년 9월 현재) ..	32
<표 3- 5> 지방자치단체별 관광정보 제공 비교	33
<표 3- 6> 관광안내정보 인터넷 사이트 운영에 대한 평가	40
<표 3- 7> 인터넷을 이용하여 관광안내정보 취득시 필요한 정보	40
<표 3- 8> 관광목적지에서 관광정보 취득시 필요한 정보	41
<표 3- 9> 관광안내정보의 효율적 제공을 위한 우선순위	42
<표 3-10> 관광안내정보 제공 대표홈페이지의 필요성	42
<표 3-11> 관광안내 대표 홈페이지가 필요한 이유	43
<표 3-12> 관광안내 대표 홈페이지가 필요 없는 이유	43
<표 3-13> 바람직한 정보교환 또는 공유방법	44
<표 3-14> 대표 홈페이지의 명칭에 대한 의견	44
<표 3-15> 현재 운영중인 관광안내소의 문제점	45
<표 3-16> 관광안내소 운영 효율화를 위한 통합 관리에 대한 의견	46
<표 3-17> 관광안내소의 통합 관리 필요 이유(개방형 질문)	46
<표 3-18> 관광안내소의 통합 관리 조직	47
<표 3-19> 재원조달 방법	47

<표 3-20> 수익사업을 통한 운영비 조달시 가능한 사업	48
<표 3-21> 편리하고 효율적인 관광안내정보 시스템 구축을 위한 의견	49
<표 3-22> 호텔등급별 웹사이트 개설현황	56
<표 3-23> 우리나라 특급호텔 웹사이트의 특징	57
<표 3-24> 인터넷을 통한 호텔예약 건수	58
<표 3-25> 세계 5대 관광사이트 (1998)	63
<표 3-26> 해외 주요도시의 웹사이트	66
<표 3-27> 주요 NTO 웹사이트의 특성 비교	68
<표 3-28> NTO 웹사이트의 주요메뉴 주제	68
<표 4- 1> 분산식 및 중앙집중식 포털사이트의 장단점 비교	78
<표 4- 2> 분산식 및 중앙집중식 포털사이트의 구축 용이성 비교	78
<표 4- 3> 분산형 포털사이트의 내용 구성방향	82
<표 4- 4> 관광안내정보제공 주체별 업무	82
<표 4- 5> 시·도별 관광정보 메뉴 유형 및 빈도	86
<표 4- 6> 시·군·구별 관광정보메뉴 유형 및 빈도	87
<표 4- 7> 관광객 요구 정보: 전문가조사(한국관광연구원, 1999)	95
<표 4- 8> 관광객 요구 정보: 이용객조사(교통개발연구원, 1995)	95
<표 4- 9> 관광정보 이용 유형(TIC 및 김포공항)	96
<표 4-10> 관광안내소 제공 서비스 내용	98
<표 4-11> 관광안내소 정보 제공 방법	99
<표 5- 1> 관광안내정보 시스템 구축을 위한 단계별 업무추진	107
<표 5- 2> 관광안내정보 시스템 구축을 위한 주체별 업무추진	108

그림차례

[그림 2-1] 인터넷 이용확산 속도(사용자 5,000만명 확산)	5
[그림 2-2] 인터넷 온라인 관광서비스 요소	10
[그림 2-3] 이용자별 관광정보의 활용	12
[그림 2-4] 관광정보원의 분류	13
[그림 2-5] 관광행동과정과 관광정보의 관계	14
[그림 3-1] 종합문화정보시스템 소프트웨어 구성	20
[그림 3-2] 사이버코리아21의 비전과 목표	26
[그림 4-1] 분산식 포털 사이트 시스템 구성도	79
[그림 4-2] 중앙집중식 포털 사이트 시스템 구성도	80

요 약

1. 서론

- 한 지역을 홍보하고 관광객을 유인하는데 있어서 관광정보의 역할은 매우 크다고 할 수 있다. 또한 한 나라, 한 지역을 방문한 외국인들에 관광안내 정보를 어떻게 제공하느냐는 그 나라, 그 지역에 대한 관광이미지를 좌우하게 한다.
 - 우리나라를 찾는 외국인들은 관광안내정보 제공에 있어서 불편함을 지적하곤 한다. 어디서 관광안내를 받아야 할 지 잘 모르겠고, 원하는 정보를 제대로 제공해 주지도 않는다는 것이다. 이는 현재 각 지방자치단체에서 운영하는 관광안내소에서 제공하는 관광안내가 단순한 안내와 지도배포의 수준을 벗어나지 못하고 국제화, 정보화 추세에 적극적으로 부응하지 못하고 있기 때문이다.
 - FIT관광객과 자가용 이용 관광객 등이 지속적으로 늘어남에 따라 관광안내 정보의 제공이 매우 중요하게 대두되고 있으며, 안내 및 예약시스템을 갖춘 보다 효율적인 관광안내정보 시스템을 구축할 필요성이 커지고 있다.
 - 더욱이 현재 조성되고 있는 각 지역의 종합관광안내소간 네트워킹의 문제점을 해소하고 지역별 독자적인 투자와 비호환적 시스템 채택 등으로 인해 야기된 관광정보제공 체계의 취약성을 해소시키고 전반적인 정보의 편재현상을 개선하여 궁극적으로 지역 관광산업의 경쟁력 제고와 내외관광객의 관광기회를 증대시켜야 할 필요성이 크다.
- 또한 정보화의 급격한 변화에 따라 인터넷 활용과 안내정보 제공방법이 다원화되고 있다. 따라서 이러한 환경변화에 적극적으로 대처한 장기적이고 미래적인 관광안내정보 시스템 구축이 논의되어야 한다.
- 일반적으로 관광안내정보시스템을 논하기 위해서는 하드웨어적인 문제, 소프트웨어적인 문제, 정보전달체계 등을 종합적으로 검토하여야 하나 본 고에서는 관광안내정보의 네트워킹 시스템을 중심으로 논하고자 한다.

2. 관광안내정보 제공 서비스의 실태

- 우리나라의 관광안내정보 제공방법은 크게 관광안내소에서 제공하는 인적 서비스와

팜플렛, 책자 등을 통한 문헌정보 서비스, 인터넷을 통하여 정보를 제공하는 통신 서비스 등으로 나눌 수 있다. 이중 인터넷을 통한 관광안내정보제공은 한국관광공사, 지방자치단체, 한국관광협회, 민간업체 등 각계에서 이루어지고 있다.

- 특히 한국관광공사에서 제공하는 인터넷 관광안내정보는 '96년 8월부터 제공하기 시작하였으며(영문부터 제공, 한글은 97년 5월부터 제공), 지난해 말에는 기존에 PC를 통하여 제공되어온 KOTOUR를 인터넷 연동 시스템으로 전환하여 인터넷상의 관광정보DB를 보강하여 현재 국내외 네티즌들에게 관광관련 정보서비스를 종합적으로 제공하고 있다.

- 각 지방자치단체들에서 제공하는 인터넷 관광정보는 '97년부터 구축하기 시작한 홈페이지를 통하여 제공하고 있으나 제공하는 정보의 수준에 있어서는 지역에 따라 다소 차이가 있다. 현재 추진중에 있는 각 시·도의 종합관광안내소가 건립된 이후 이들 관광안내소에는 컴퓨터를 통한 통신정보가 관광안내정보 제공에 있어서 주축을 이룰 것이다. 그러나 각 시·도는 해당 지역에 대한 관광정보를 제공하는 것에 국한하고 있고 다른 지역과의 네트워킹 문제와 전국적인 정보 서비스 문제에 대하여는 별다른 대책이 없는 실정이다.

- 한편, 한국관광협회도 올 7월부터 관광사업체의 관광상품 판매를 위한 '인터넷 관광정보시스템'을 구축하여 운영하고 있으며, 민간 차원에서는 항공사, 여행사, 호텔, 예약업체, 개인 등 각 업체별로 관광안내정보를 제공하고 있다. 물론 이들은 관광안내 정보를 제공해주기 위한 목적이라기 보다는 상품 예약 및 판매를 목적으로 하는 것으로서 제공하는 내용에 있어서 공공기관에서 제공하는 것과 차이가 있다.

3. 외국의 관광안내정보 제공방법

- 우리나라에서는 안내정보에 대하여 별다른 정책을 펴지 못하고 있을 때, 이웃 일본에서는 80년대부터 KINGS(Kumamoto Information Network Guiding System), CAPTAIN SYSTEM (Character And Pattern Telephone Access Information Network: 문자도형정보네트워크) 등 지역의 종합정보시스템을 구축하여 행정, 문화, 지역생활, 그리고 관광에 있어서 많은 활용을 해왔다. 오스트리아 티롤 지방의 TIS(Tyrolean Touristic Information System)의 경우도 관광안내정보제공체계로서 벤치마킹할 만하다. TIS에서 제공하는 정보는 일반 관광정보로서 여러 관광지에 대한 세세 정보와 행사, 여가활동정보 등을 제

공하고 있으며, 경영정보로서 관광사업 활성화를 위한 판촉프로그램, 관광지, 관광객에 대한 각종 통계자료, 회사의 경영에 도움을 주는 정보 등을 제공하고 있다.

○ 그러나 이들은 주로 80년대, 90년대 초까지 개발된 것이고 최근 들어서는 정보환경의 변화에 따라 기존 컴퓨터와 통신의 기반에서 전세계적인 네트워크 체계인 인터넷을 기반으로 하는 시스템으로 변해가고 있다. 국가는 국가대로, 각 지방은 지방대로, 민간은 민간대로 자기 지역을 홍보할 수 있는 웹사이트를 만들어 인터넷에 올리고 다양한 정보를 가지고 외국인들에게 정보를 제공하고 방문과 구매를 유도하고 있다.

○ 특히, 각국의 NTO(National Tourism Organization)들은 자국의 관광에 대한 홍보를 위하여 홈페이지를 지속적으로 개선하여 정보를 제공하고 있다. 최근 돋보이는 사이트는 영국관광청에서 제공하는 www.visitbritain.com으로서 관광정보를 짜임새 있고 깔끔하게 제공하고 있어 네티즌들의 사랑을 받고 있다. 또한 싱가포르 관광청에서 제공하는 www.newasia-singapore.com은 여행사, 호텔 등과의 연계 예약이 편리하고 특히 쇼핑은 전자상거래로 바로 이어지게 되어 있어 매우 편리하게 이용되고 있다.

4. 관광안내정보 제공 및 예약시스템 변화 추세

○ 앞서서 지적한 것과 같이 각국의 관광정보의 제공은 인터넷을 통하여 이루어지고 있으며, 이러한 현상은 더욱 확대되어질 전망이다. 미국의 온라인 리서치사인 이마케터(eMarketer)는 2002년 가장 번창할 것으로 예상되는 전자상거래 품목 10가지를 선정, 발표하였는데, 항공권, 숙박, 렌터카, 관광관련 서비스를 포함한 여행상품이 전자상거래 중에서 가장 높은 매출액을 올리며 1위를 차지할 것으로 전망하였다.

○ 일반 민간업체들에 의한 관광정보 서비스에 있어서도 이전에는 항공사를 주축으로 하는 CRS(Computer Reservation System)¹⁾에서 여행사, 호텔, 그리고 다양한 관광관련 업체들과 연계하여 정보제공은 물론 각종 예약을 연계하는 종합정보시스템(GDS: Global Distribution System)으로 변해가고 있다. ENTREE, Travelocity, Expedia, ITN 등의 웹사이트는 CRS에서 제공하는 정보 못지 않은 훌륭한 정보를 인터넷으로 제공하고 있다. 앞으로 이러한 웹사이트가 무수히 생겨나고 그 기능이 확대될 것으로 예상된다. 세계적

1) CRS시장은 SABRE, AMADEUS, WORLDSPAN, GALILEO 등과 같은 세계적인 예약정보시스템(CRS)과 연계되지 않고서는 관광사업자가 업무를 수행할 수 없을 만큼 관광정보시장의 주류를 형성하고 있었다.

인 CRS업체들이 출자하여 인터넷을 기반으로 하는 웹 관광정보시스템을 구축하고 있는 것도 이와 같은 시스템이 기존에 항공사를 중심으로 제공되던 컴퓨터 예약정보시스템(CRS)시장을 대체할 수도 있다고 보기 때문이다.

○ 우리나라의 경우에도 항공업계 및 여행업계의 CRS는 도입 초창기만 해도 항공 전 산발권 업무에만 초점이 맞춰졌었다. 그러던 것이 시간이 흐를수록 세이버, 아마테우스, 갈릴레오, 월드스팬 등 전세계 주요 항공사는 물론 호텔, 렌터카, 리조트 등 여행·레저 관련 주요 업체들을 망라하는 초대형 정보망을 구축해 이를 온라인 통신망으로 연결해 관련 여행·관광업체와 연결시켜 주는 GDS가 도입되고 있다²⁾. 이러한 인터넷을 활용한 거대한 예약시장은 몇 개의 대형 예약시스템이 선두를 지키고 있으나 여행 관련 전자상거래 시장에 대한 잠재성을 보고 대기업의 투자가 이루어지고 있으므로 앞으로 더욱 각축전이 벌어질 것으로 예견되고 있다.

5. 관광안내정보 시스템 개선방안

○ 상기와 같이 세계 각국은 물론 민간 예약시장에서도 인터넷을 기반으로 하는 체계로 변화하고 있음을 볼 때 우리나라의 관광안내정보 제공에 있어서도 인터넷을 기반으로 하는 관광안내 정보시스템의 구축이 매우 필요하다고 본다.

○ 인터넷을 기반으로 하는 관광안내정보시스템은 좁게는 지역내의 이용자들에게 안내 정보 제공이 가능하고 넓게는 세계 각국에 있는 네티즌들에게도 관광안내 정보 제공이 가능하다. 한마디로 지역의 한계를 초월한 초공간적 안내정보 시스템이라 할 수 있다. 또한 각 지역의 관광안내소를 전국적인 네트워크할 수 있을 뿐만 아니라 세계 어느 공간에서나 인터넷이 연결되는 곳이면 어디서나 연계 가능한 방법이다. 이러한 초 지역적 관광안내정보시스템 네트워킹은 기존에 운영중인 관광정보시스템의 일부 개선을 통하여 구축이 가능하다.

이를 실현시키기 위해서는 우선 관광부문의 종합적인 관광안내정보를 제공하는 포털사이트를 개설하여야 한다. 이 포털사이트는 국가적인, 초지역적인 정보의 경우는 시스템 운영주체가 DB를 관리하되, 지역적인 정보의 경우 지방자치단체에서 DB를 관리하고

2) 최근 1년 사이에 국내 CRS시장에서의 변화는 ‘에바카스·세이버’, ‘토파스·아마테우스’, ‘갈릴레오’, ‘월드스팬’ 등 4대 주요 GDS체제를 구축하고 있다. 이들은 여행 및 항공예약은 물론 호텔, 렌터카, 철도, 연극, 영화 예약 등으로 업무영역을 서서히 확대하고 있다.

사이트를 관리하도록 한다. 이러한 방식을 분산식 포털사이트라 지칭할 수 있다. 분산식 포털사이트는 구축비용이 저렴하고, 지역 특성을 살릴 수 있다는 장점이 있으며, 지방자치단체의 웹서버 및 DB서버의 효율적 활용으로 장비의 중복 투자를 방지할 수 있다.

- 이러한 포털사이트는 앞서서 지적한 바와 같이 기존에 운영되고 있는 시스템을 변경만 하면 될 수 있으나 이러한 시스템을 관리하는 주체는 보다 진취적으로 관광정보를 담당하고자 하는 조직에서 관리하여야 한다.

- 구축초기에는 시스템이 갖고 있는 성격을 고려하여 공공관련 기관에서 정부의 지원하에 정보화를 추진하는 것이 바람직하다. 그러나 이러한 종합관광안내정보 시스템에서 제공되는 정보란 단순히 안내정보의 제공뿐만 아니라 예약 및 구매에까지 연계되는 것이 이용자들의 관광편의를 증진시키는 것이라 할 때 예약업무도 반드시 뒤따라져야 한다. 그러나 예약업무도 별도의 시스템을 요구하기 때문에 단기적으로는 사이트의 연계를 통한 방법으로 제한적으로 가능하나 민간기업과 마찬가지로 실시간 예약으로 연계시키도록 한다. 이러한 것이 가능하려면 공공과 민간의 컨소시엄 조직에서 관리하도록 하거나 민간으로 운영을 이관하는 것이 바람직하다고 본다. 또한 보다 효율적인 안내정보 서비스를 제공하기 위해서는 각 지방자치단체의 관광안내정보DB구축이 이루어져야 할 것이다.

6. 추진방안

- 각 시·도 종합관광안내소의 안내정보 네트워크 시스템으로서 가칭 ‘한국종합관광안내 정보시스템’의 구축 추진은 2000년을 준비단계로 설정하고 2001년을 구축 및 구축완성단계, 2002년부터 이용확산 단계로 구분하였다. 업무내용은 네트워킹 시스템 구축, 관광안내정보 데이터베이스 구축, 관광편의 서비스 개선 등으로 구분하여 단계별로 추진하여야 할 사항과 주체별로 추진하여야 할 사항을 제시하였다(<표> 참조).

- 또한 종합관광안내정보시스템 구축 및 정보 편의 서비스 개선을 위한 각 주체별로 담당해야 할 업무는 다음과 같다.

- 문화관광부는 시·도 종합관광안내소의 건립을 적극 지원하는 한편, 종합관광안내정보 시스템 모델 설계를 위한 재원을 지원하도록 함.
- 시스템 운영주체는 종합관광안내정보 시스템 모델 설계 및 시스템 구축의 주요 업

무를 담당하도록 함. 또한 정보의 효율적 제공 및 이용편의를 위하여 관광안내정보 제공방법, 정보내용, 제공 수준 등에 대한 표준화 가이드라인을 수립하여 각 지방자치단체 및 정보를 제공하는 기관에서 이에 따라 정보를 제공하도록 함.

- 지방자치단체는 개별적으로 구축하고 있는 정보시스템 및 데이터베이스를 재검토하여 운영주체가 요구하는 표준화 가이드라인에 의하여 재구성하도록 하며, 관광안내소의 정보제공 서비스가 원활히 수행될 수 있도록 제반 기반환경을 정비하도록 함. 또한 각 지방자치단체의 정보는 지속적으로 직접 갱신이 이루어져야 함으로 별도의 관리 부서를 운영하도록 함.
- 이외에 한국관광공사, 한국관광연구원 및 민간사업자 협회들은 자체적인 시스템의 정비보완을 계속하되 종합관광안내정보시스템과 연계될 수 있도록 함.

<표> 관광안내정보 시스템 구축을 위한 업무별 추진

업무	추진주체	2000	2001		2002
			전반기	후반기	
1. 네트워킹 시스템 구축					
- 종합관광안내정보 시스템 모델 설계 및 구축	운영주체	■			
- 종합관광안내정보 시스템 구축 지원(재정지원)	문화관광부	■			
- 기존 관광관련 자료의 전환	운 영 주 체 , 지방자치단체		■	■	
- 종합관광안내정보 시스템의 지속 관리	운영주체				■
- 운영을 민간으로 이관: 신규 운영주체 구성	운 영 주 체 , 문화관광부				■
2. 관광안내정보 데이터베이스 구축					
- 관광안내정보 데이터베이스 개발	운 영 주 체 ,	■			
- 관광안내정보 제공 표준화 작업 추진	문화관광부	■	■		
- 관광안내정보 데이터베이스 지속관리	운영주체				■
3. 이용편의 서비스 개선					
- 관광안내정보 편의 서비스 제공환경 설비	지방자치단체	■			
- 예약서비스 제공: 관광안내소내 안내원이 제공	지방자치단체	■			
- 예약서비스 제공: 통신망 연계	운영주체		■		
- 예약서비스 제공을 위한 민간사업자 입점	운영주체				■

7. 결론

○ 관광안내정보의 신속한 제공은 관광객을 유인할 뿐만 아니라 방문객에게도 관광만족을 높일 수 있는 중요한 요인으로 인식되고 있다. 더욱이 우리나라의 경우는 1~2년 내에 각 시·도별로 종합관광안내소가 개발될 예정이다. 이들 종합관광안내소들을 네트워크화할 수 있는 정보체계의 구축 필요성이 대두되어 연구를 수행하게 되었다.

○ 본 연구에서는 기존 우리나라 관광안내소가 갖고 있는 취약점을 개선하고 보다 풍부하고 편리한 관광안내정보제공을 위하여 한국관광안내정보를 종합적으로 제공하는 포털사이트의 개발방안을 제시하였다. 포털사이트의 대안으로 집중식과 분산식을 검토한 결과 분산식 포털사이트로 개발하도록 한다. 이는 각 지방자치단체가 보유한 웹서버 및 DB서버의 효율적 활용으로 장비의 중복 투자를 방지하고 제공정보의 다양화를 위하여 바람직한 방법이다. 또한 본 연구에서는 시스템구축사업과 동시에 관광안내정보 DB 구축이 신속히 추진되어야 함으로 이에 대한 추진방안을 제시하였다.

○ 정보환경의 급격한 변화추세에 발맞추어 시·도 종합관광안내소의 개발, 완공과 더불어 동시에 전국적 네트워킹을 추진하기 위해서는 안내정보 시스템 구축사업이 조속 추진되어야 한다. 따라서 2000년도 예산에 정보사업추진관련 예산을 적극 반영하여 추진하도록 함이 필요하다.

○ 본 연구는 연구의 한계상 시스템 구축을 위한 정책방안을 제시하였으므로 구체적인 사업추진계획 수립을 위해서는 정부가 주도적으로 추진하여야 한다. 또한 본 연구에서는 제시되고 있지 않으나 이들 정보시스템 구축과 관련하여 정보인력의 교육, 훈련방법, 정보의 지속적 관리를 위한 정보관리방안에 대한 모색이 필요하다고 본다.

○ 21세기에 전 산업에서 관심을 두고 새롭게 모색하여야 할 분야가 정보화와 인터넷 활용이라 할 수 있다. 관광의 진흥을 위해서도 인터넷의 적극적 활용은 민간업체의 경쟁력 제고 및 국가의 홍보, 안내 정보의 제공 등에서 매우 중요한 사항이다.

○ 인터넷을 기반으로 하는 관광안내정보시스템은 단지 기존의 관광정보를 소극적으로 제공해주는 것에 그치는 것이 아니라 보다 적극적으로 예약, 구매 기능을 포함한 관광 관련 모든 정보를 제공해줄 수 있는 강력한 정보시스템으로서 역할을 하여야 한다.

○ 이를 위해서는 보다 적극적인 정책추진이 필요하다. 물론 정부의 예산여건이나 행정추진의 시기로 볼 때 당장 시행하기는 어려울 것이나 정보환경의 급격한 변화 추세를 볼 때 기존조직을 활용하여 시급히 추진하여야 될 것이다.

제1장 서론

제1절 연구배경 및 목적

1. 연구배경

- 현재 각 지방자치단체의 관광안내소에서 제공하는 지역 관광안내는 단순한 관광안내와 지도배포의 수준을 벗어나지 못하여 국제화, 정보화, 지방화 추세에 적극적으로 부응하지 못하고 있다. 특히 외래관광객을 위한 관광안내정보의 제공이 원활히 이루어지지 못하고 있다.
- FIT외래관광객, 가족·친지단위 관광객, 자가용 이용 관광객 등 국내외 관광수요의 지속적 증대에 따라 관광관련 안내 정보의 제공이 매우 중요하게 대두되고 있으며, 안내 및 예약시스템을 갖춘 보다 효율적인 관광안내정보 시스템을 구축할 필요성이 크다.
- 또한 해당 지역별 독자적인 투자와 비호환적 시스템 채택 등으로 인해 야기된 관광정보제공 체계의 취약성을 해소시키고 전반적인 정보의 편재현상을 개선하여 궁극적으로 지역 관광산업의 경쟁력 제고와 내외관광객의 관광기회를 증대시켜야 할 필요성이 크다.
- 한편, 정보화의 급격한 변화에 따라 인터넷 활용과 안내정보 제공방법이 다원화되고 있다. 따라서 장기적이고 미래적인 관광안내 정보시스템 구축을 위하여 장단기 대책을 수립하고 구체적인 실행방안 제시가 필요하다.

2. 연구목적

- 본 연구의 목적은 각 시·도에서 추진하고 있는 종합관광안내소의 안내정보 네트워크 체계 구축방안을 제시하고 예약서비스를 선진화함으로써 내·외 관광객에 대한 관광정보 이용편의를 제고시키는데 있다.

제2절 연구방법

1. 연구방법

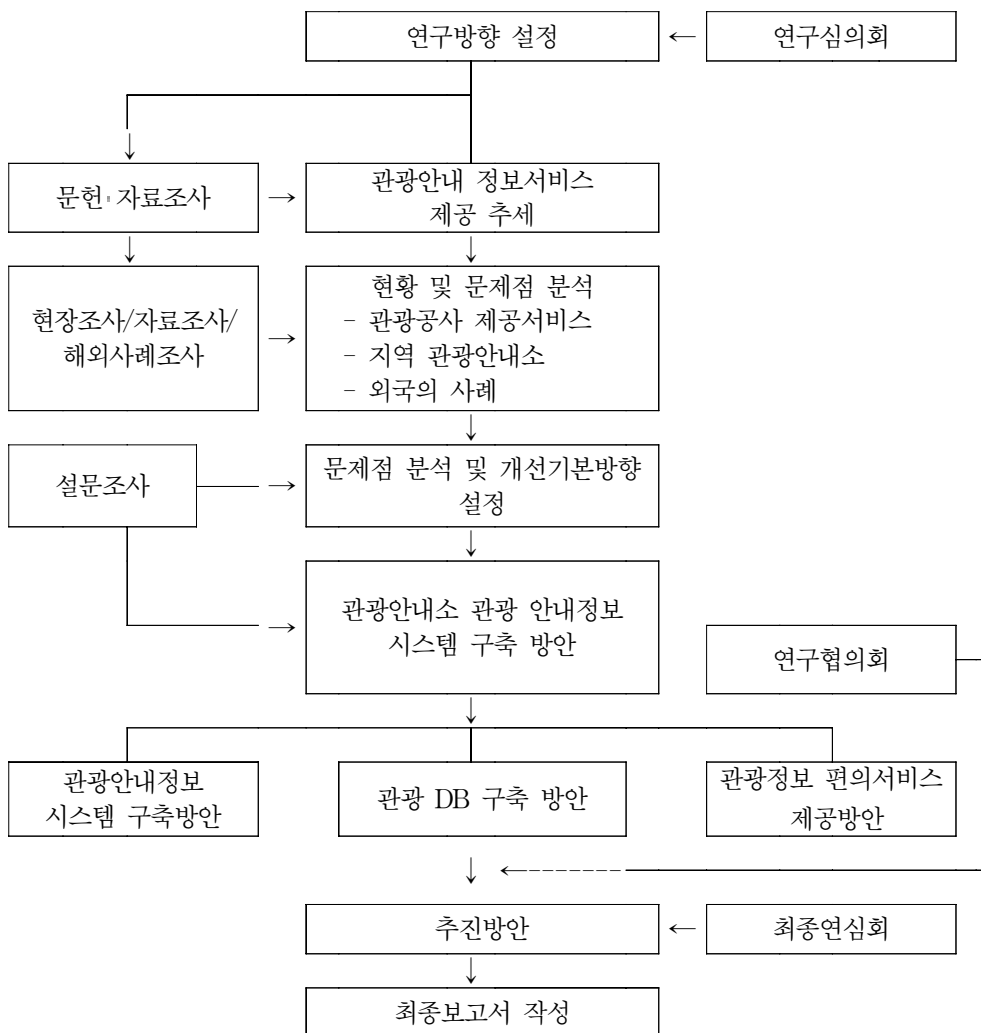
- 국내외 문헌조사 및 자료조사
 - 국내외 안내정보 서비스 변화 추세
 - 정보화 시대의 인터넷의 활용 추이 등
 - 국내 관광산업계의 인터넷 등을 활용한 관광안내정보 제공실태조사
 - 외국의 관광안내 정보제공 실태조사
- 현황 조사
 - 전국의 지역 관광안내소의 관광안내 정보제공 실태 조사
 - 한국관광공사의 관광안내 정보제공 실태조사
- 전문가 의견조사
 - 관광안내정보 제공시스템 구축 대안별 비교
 - 관광안내정보 제공 DB구축을 위한 정보요소 도출 등

2. 연구 주요내용

- 관광안내정보 서비스체계 현황 및 문제점 분석
 - 안내정보서비스 제공 추세
 - 관광안내 정보매체 현황 및 운영실태
 - 관광안내정보 데이터베이스 구축 현황
 - 민간의 관광정보 인터넷 활용 현황
- 외국의 관광안내정보 서비스 제공 실태
 - 관광안내소 관광정보 서비스 제공 실태
 - 인터넷을 통한 관광안내정보제공 현황 등
- 관광안내 정보 시스템 구축 방안
 - 관광안내정보 서비스체계 구축 방향 제시
 - 관광안내정보 시스템 구축 및 네트워크 구축

- 지역별 관광 데이터베이스 구축 및 활용방안
- 관광안내 예약 서비스 제공 방안
- 단계별, 주체별 사업추진방안

3. 연구추진과정



[그림 1-1] 연구추진과정도

제2장 관광정보와 관광행동

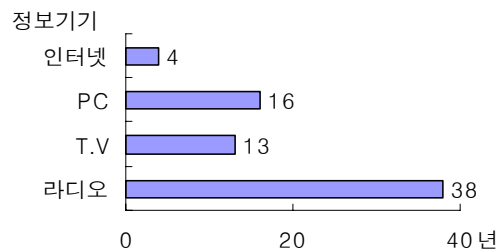
제1절 관광정보화 추세

- 정보통신의 발달은 인간문화의 커다란 변화를 일으켰다. 특히 인터넷의 상용화는 사이버 공간에서 제공하거나 제공받고자 하는 정보에 일대 변혁을 가져왔다. 일반적으로 정보화란 컴퓨터 기기의 확충, 소프트웨어의 개발, 데이터베이스와 정보의 구축을 통하여 멀티미디어 시대의 정보처리 시스템을 갖추어 나가는 것을 의미한다.
- 1969년 미국 국방부의 국방 연구용 컴퓨터 통신망에 출발한 인터넷은 학술정보의 교류가 주류를 이루었으나 현재의 인터넷은 인터넷 쇼핑몰이란 이름으로 사이버은행, 증권사 보험사, 항공사, 전화서비스회사, 전자점, 컴퓨터점, 소프트웨어점, 의류점, 서점, 꽃가게 등 모든 상품이 총망라된 국제적인 초대형 시장을 형성하고 있다.
- 우리나라에 인터넷 상용서비스가 본격적으로 등장한 것은 '95년 중반이었으며, 그때까지 특수계층의 전문가들의 전유물로 인식되던 인터넷이 최근 들어 일반대중도 쉽게 이용할 수가 있게 되었다³⁾. 이러한 인터넷의 등장으로 산업간 '경계'가 모호해져 모든 분야의 영역이 새로운 각도에서 합쳐지고 있다. 더 이상 관광산업과 인터넷으로 상징되는 정보화 시대가 별개의 사항으로 구분되지 않게 된 것이다. '99년 5월말 현재 우리나라 인터넷 이용자는 436만여명(국민의 10%가 인터넷 사용)으로 2003년에는 1,600만명 추산되고 있다(국민의 1/3이 인터넷 사용).
- 이러한 인터넷 활용은 더욱 확대될 예정이다.
 - 컴퓨터와 인터넷 등 과학기술이 발전하더라도 티켓 자동판매기가 여행사를 대체하지 못한 것처럼, 첨단 정보통신은 여행사를 보완하는 역할을 수행하는 정도에 그칠 것이라고 주장하는 학자가 있는 반면, 미국 관광업협회는 인터넷을 통한 여행예약이 점차 증가하고 있다고 보고하고 있다.
 - 미국 여행자의 인터넷이용률은 지난 2년간 급격하게 증가하여, '98년 여행 및 기타

3) '99년 6월 현재, ISP(Information service Provide)만 20군데 가까이 되고, 무료로 인터넷 접속을 제공하거나 가입비만 내면 평생 인터넷을 사용할 수 있도록 한 곳도 있음.

목적에 의해 인터넷을 이용한 여행자는 7,000만명으로 '96년의 2,900만명보다 141% 증가한 것으로 나타났다. 더욱이 3,380만명의 여행자들이 여행계획을 세우는데 인터넷을 이용하여, 2년 동안('96년 310만명, '97년 1,170만명) 1000% 증가한 것으로 나타났다.

- [그림 2-1]은 매체의 확산속도를 인터넷 이용확산속도와 비교한 것으로, 인터넷의 사용이 PC의 확산속도인 16년을 기반으로 이루어졌다고 하나 4년만에 사용자가 5000명을 넘어섰다는 것은 대단한 성장속도임을 보여주고 있다.



[그림 2-1] 인터넷 이용확산 속도(사용자 5,000만명 확산)

- 세계적인 인터넷 시장의 증가와 국내인터넷 사용자수의 증가, 사이버쇼핑몰의 증가 추세는 우리의 인터넷에 대한 관심을 그대로 보여주고 있다. 하지만 현대경제연구원의 조사에 따르면, 정보기기의 활용정도 등을 나타내는 디지털화지수⁴⁾는 우리나라가 미국의 10분의 1정도 수준에 불과한 것으로 나타났다. 우리나라의 디지털화수준은 미국(100)과 일본(27.8)등에 비해 낮은 것은 물론 우리와 같은 선진개도국그룹의 싱가포르(53.1)에 비해서도 훨씬 낮은 것으로 나타났다. 특히 우리나라는 설비지수가 16.1인데 비해 활용지수는 4.1에 불과한 것으로 나타났는데 이는 인터넷에 대한 낮은 인식과 비싼 통신요금을 포함한 설비활용의 제도적 장벽 등 장애요인에 따른 것으로 분석된다.
- 2002년에는 10대 전자상거래 품목중 여행이 제1위를 차지할 것으로 예견된다.
- 미국의 온라인 리서치사인 이마케터(eMarketer)는 '98년 가장 활발히 거래가 이루어진 전자상거래 품목 10가지와 2002년 가장 번창할 것으로 예상되는 전자상거래 품

4) 디지털화 지수란 컴퓨터와 네트워크, 인터넷의 이용가능성(설비지수)과 활용정도(활용지수)를 종합해 수치로 표현한 것으로 미국을 100으로 두고 계산한 상대적 수치임.

목 10가지를 선정·발표하였는데, 상위 세가지 품목의 매출액은 전체 전자상거래 매출액중 약 79%를 차지하였다.

- 2002년에는 항공권, 숙박, 렌터카, 관광관련 서비스를 포함한 여행상품이 전자상거래 중에서 가장 높은 매출액을 올리며 1위를 차지할 것으로 전망된다.

<표 2-1> 미국의 10대 전자상거래 품목

순 위	1998년	2002년
1	컴퓨터	여행
2	여행	식품 및 음료
3	서적	컴퓨터
4	선물용품 및 화초	오락 및 연예
5	오락 및 연예	서적
6	음반	음반
7	식품 및 음료	장난감 및 취미용품
8	의류 및 신발	의류 및 신발
9	보석	선물용품 및 화초
10	장난감 및 취미용품	가정용 전자제품

자료: eMarketer, www.eMarketer.com, '98. 12.

○ 우리나라의 인터넷 관광정보는 관광정보제공의 주체에 따라 한국관광공사, 지방자치단체, 민간업체로 구별할 수 있으며, 한국관광공사와 지방자치단체의 관광정보가 관광지, 관광시설의 소개, 숙박, 교통, 음식 등 개괄적인 정보의 제공이라면 민간업체에서 제공하는 정보는 관광지, 관광시설 등은 개괄적으로 정보를 제공하고, 자회사의 정보 또는 회원사(제휴사)와의 연계를 통하여 실질적인 정보, 교통, 숙박시설의 예약, 가격정보 등을 제공하고 있다.

○ 정보화시대의 관광산업의 무한한 가능성은 한국관광연구원의 조사결과('99하계휴가 여행 설문조사)에서 잘 나타나 있다. 여행지를 결정하는데 참고로 한 여행정보로 인터넷을 이용하였다는 인구가 '98년 1.9%에서 '99년 9.3%로 증가한 것을 볼 때 여행정보의 제공으로 인터넷이 자리 매김을 하고 있는 것을 확인할 수 있다.

제2절 관광정보의 개념 및 분류

1. 관광정보의 개념

가. 정보의 개념

- 정보란 ‘무엇을 안다’는 것의 실체로 정의되고, ‘어떤 事象에 관한 메시지(message)로서 개인이나 조직의 의사결정 또는 행동을 위하여 사용될 수 있는 의미 있는 내용’이라고 정의되어 지고 자료나 지식과는 구별하여 사용된다(<표 2-2> 참조).
- 아울러 넓은 의미에서의 정보는 정보의 내용(의미), 표현양식, 전달매체, 사용자, 가치, 처리 및 가공 등의 구성요소를 지니며 이것은 정보개념이 갖추어야 할 기본요소가기도 하다(<표 2-3> 참조).

<표 2-2> 지식 · 정보 · 자료의 구분

지식	자료+일반적 상황에서의 평가
정보	자료+특정상황에서의 평가
자료	평가되지 않은 내용

자료: 하미승(1996), 행정정보체계론, 일신사

<표 2-3> 광의의 정보 특성

구분	광의의 정보(Intelligence)		
	자료(Data)	첩보(Intelligence)	정보(Information)
의미	단순한 사실, 신호, 소재	목적의식에 의한 수집자료(협의의 의미)	일정한 절차에 따라 처리된 정보
용어	자료	1차 정보, 첩보	2차 정보, 가공처리
활동	입력	수집	평가, 분석, 가공
활용특성	임의적	의미적	의미적
특성	무의미	불확실성	확실성
유용성	적음	보통	큼

자료: 하미승(1996), 행정정보체계론, 일신사, p.93~105를 바탕으로 재구성.

나. 정보시스템의 정의

- 정보시스템은 인적요소, 절차 및 여러가지 무형·유형자원이 결합하여 조직에서 필요로 하는 정보를 수집하고 활용목적에 맞게 변화시켜 정보를 원하는 부서나 적합한 사용자에게 적시에 분배하는 역할을 수행하는 인간과 기계의 통합적 시스템으로 정의할 수 있다.
- 정보시스템은 하드웨어 시스템, 운영 시스템, 통신 시스템, 통신 시스템 및 데이터베이스 시스템 등과 같은 기능적 하위 시스템을 포함한다. 그러므로 응용 하위시스템도 기능적 하위시스템을 사용하게 된다.

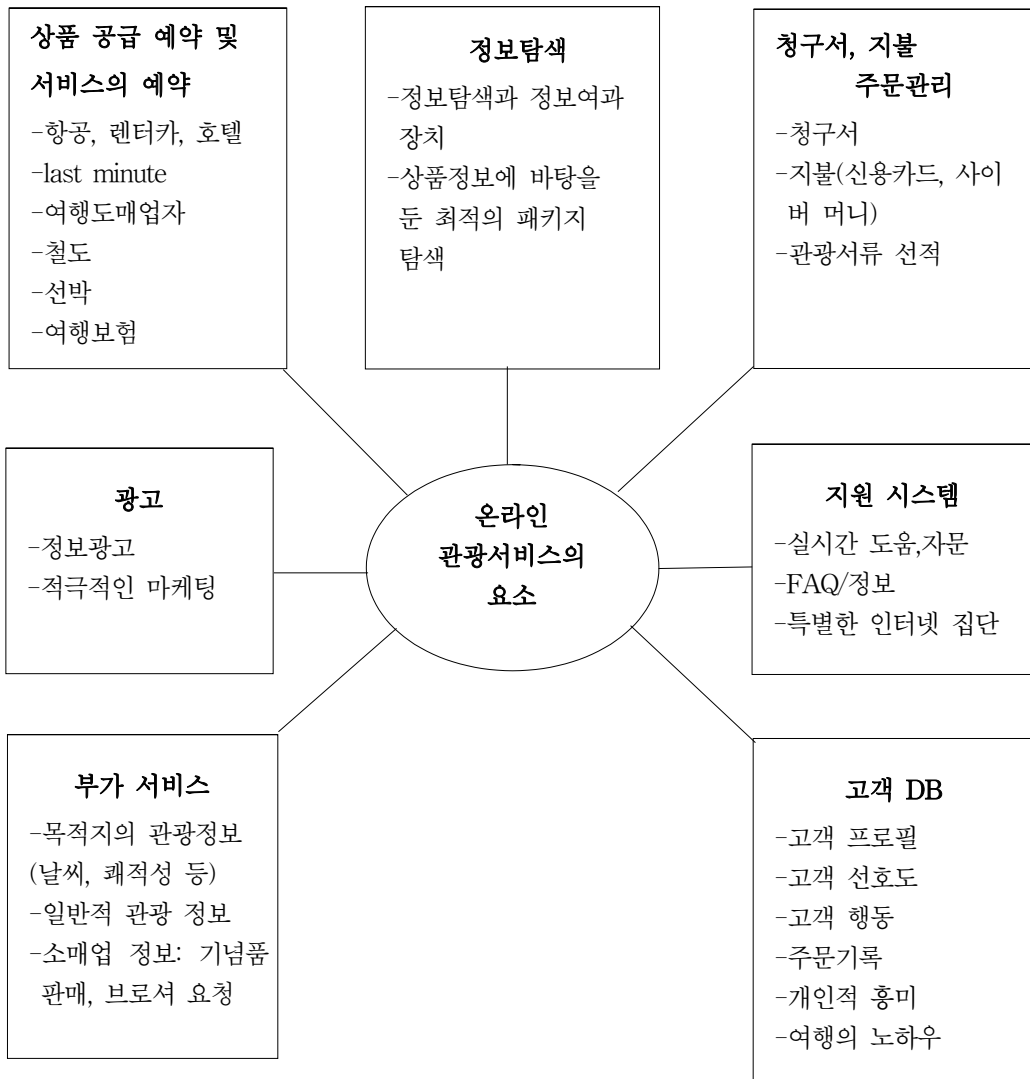
다. 관광정보의 개념

- 관광정보의 개념을 일반적으로 정의하면 ‘관광관련정보를 제공함으로써 이용자(수요자 및 공급자 포함)의 관광욕구를 충족시키며, 목적 지향적인 관광활동을 위해 가치 있는 형태로 수집, 가공, 제공되는 일련의 관광관련정보’라 할 수 있다. 즉, 관광정보란 관광객들의 관광목적에 부합되는 정보로 관광객과 관광대상을 연결하는 매개체라 할 수 있다.
 - 교통개발연구원(1994): 관광정보란 ‘관광현상과 직·간접적으로 관련된 정보’와 ‘관광객과 관광자원, 관광지, 관광산업 등의 수요 및 공급에 관한 통계자료와 동 자료의 결과치로서 객관적으로 계량화된 일체의 자료’로 정의하고 있음.
- 관광정보의 개념을 수요측면과 공급측면으로 나누어 정의할 수 있는데, 수요측면에서의 관광정보란 ‘관광자의 관광욕구를 충족시키고, 목적 지향적인 관광활동을 위해 가치 있는 형태로 처리·생산·전달되는 관광관련 정보’라 정의할 수 있으며, 공급측면에서 관광정보란 ‘관광자들이 관광행동을 선택, 결정하는데 필요로 하는 정보를 제공할 목적으로 관광자들의 관광경험에 관한 정보를 수집하고 가치를 평가하여 이를 근거로 관광지와 관광지내에서의 여가활동에 대한 정확하고 유익한 정보를 제공하고 안내 및 해설을 통해 관광자들의 만족수준을 높임은 물론 관광지의 관리도 용이하게 하는 것’이라 정의 할 수 있다.

2. 관광정보의 역할 및 분류

가. 관광정보의 역할

- 관광정보는 절대적이거나 보편적인 가치를 가지는 것이 아니라 누가, 언제, 어떤 상황에서 사용하느냐에 따라 상대적인 가치를 가진다고 할 수 있다. 그리고 이런 관광정보는 이용자에게 정확하게 전달하기 위해 사전에 제공자와 이용자간의 공통적인 커뮤니케이션수단이 조성되어야 한다. 그리고 정보의 양과 질의 균형적인 측면을 고려해 생산된 정보라야 유용하게 활용될 수 있다.
- 관광정보의 기능은 관광객의 관광의사결정에 따른 불확실성을 감소시켜주고, 관광수요를 유발시키는 주 기능과 경영의 측면에서 관광관련조직의 활성화, 관광관련산업의 경영합리화, 관광지 및 해당 지역의 경제활성화를 도모하는 부수적 기능이 있다.
- 관광정보는 지역의 관광매력물과 관광객을 연결시키는 매개역할을 하는데, 관광정보의 중요성은 다음 두 가지 측면에서 찾아볼 수 있다.
 - 관광정보는 관광객뿐만 아니라 지역 주민들을 특정 관광목적지로 끌어들이는 마케팅 커뮤니케이션 역할을 함. 정보의 이용정도에 따라 관광지를 직접 방문한 사람한테는 풍부한 정보의 제공으로 체재일수를 늘리는 촉매제가 되어 관광상품의 판매를 증가시킬 수 있으며, 관광지를 결정하지 못한 사람에게는 방문을 유도하는 역할을 함.
 - 관광정보를 통하여 관광객은 관광자원을 인지하고 이해하게 되며, 관광자원에 대한 역사, 문화, 사회적 배경과 가치를 전달하는 교육기능을 함. 관광정보는 주로 친구·친척, 관광안내책자, 컴퓨터를 통해 전달되는데 친구나 친척, 동료로부터 입수하는 것이 일반적인 정보입수 행태임. 정보탐색자도 경험이나 탐색된 정보를 타인에게 알려주기 때문에 정보탐색자들에 대한 효율적인 정보 제공은 파급효과(ripple effect)를 이끌어 낼 수 있음.
- 온라인 관광정보는 관광사업의 영역확대에도 매우 중요한 역할을 한다. 특히 인터넷을 통한 정보의 확산은 관광산업체는 물론 타산업 부문에까지 미치는 영향이 크다고 할 수 있다. 온라인 관광정보 서비스는 관광정보 제공자는 물론 이용자에게 정보 선택의 다양성과 비용감소의 효과를 가져온다. 온라인 서비스의 요소는 다음 [그림 2-2]와 같다.



자료: Klaus WEIERMAIR(1998), *Threats and Opportunities of Information Technologies*, OECD-Korea Conference, Ministry of Culture & Tourism Korea, November 1998.

[그림 2-2] 인터넷 온라인 관광서비스 요소

나. 관광정보의 분류

- 정보는 정보 자체의 특성과 기술적인 측면으로 나누어 분류할 수 있는데, 관광정보

에 대한 분류 방식은 매우 다양하고 그 나름대로 특징을 지니고 있어 어느 하나만을 가지고 모든 정보를 수용하기에는 부족하므로 이들의 상호절충식 분류방법이 가장 바람직하다.

<표 2-4> 관광정보의 분류

분류기준	구분	내용
정보 갱신유무	동태정보	갱신주기가 일, 월, 년간 등
	정태정보	관광지 소재지, 관광시설 종류
제공 방식	직접정보	관광기업, 관광기관에서 관광객을 유치하기 위해 혹은 관광행동의 변화를 위해 직접적으로 제공
	간접정보	안내책자, 광고나 홍보물, 구전, 일반적인 문헌
이용주체	관광관련공공기관	관광객출입국통계, 1인당 도시공원 비율 등
	관광학계	관광관련교통비, 접근소요시간, 연간휴가일수
	관광업계	객실판매율, 평균체재일, 시설이용자수 등
	일반인용	관광지 안내, 숙박시설, 편의시설 소개 등
공간적 분류	국내관광정보	국내관광객 이동, 국내관광참여율 등
	국제관광정보	해외관광동향, 국제행사안내, 각국별 관광통계 외래객입국 및 관광수입현황 해외관광자수, 내국인해외여행 경비
관광객 정보 활용여부	관광객지향정보	관광객을 위한 소개, 안내 등 관광객 지향자료
	관광객 비지향정보	관광객에게 영향을 미치는 문헌이나 구전

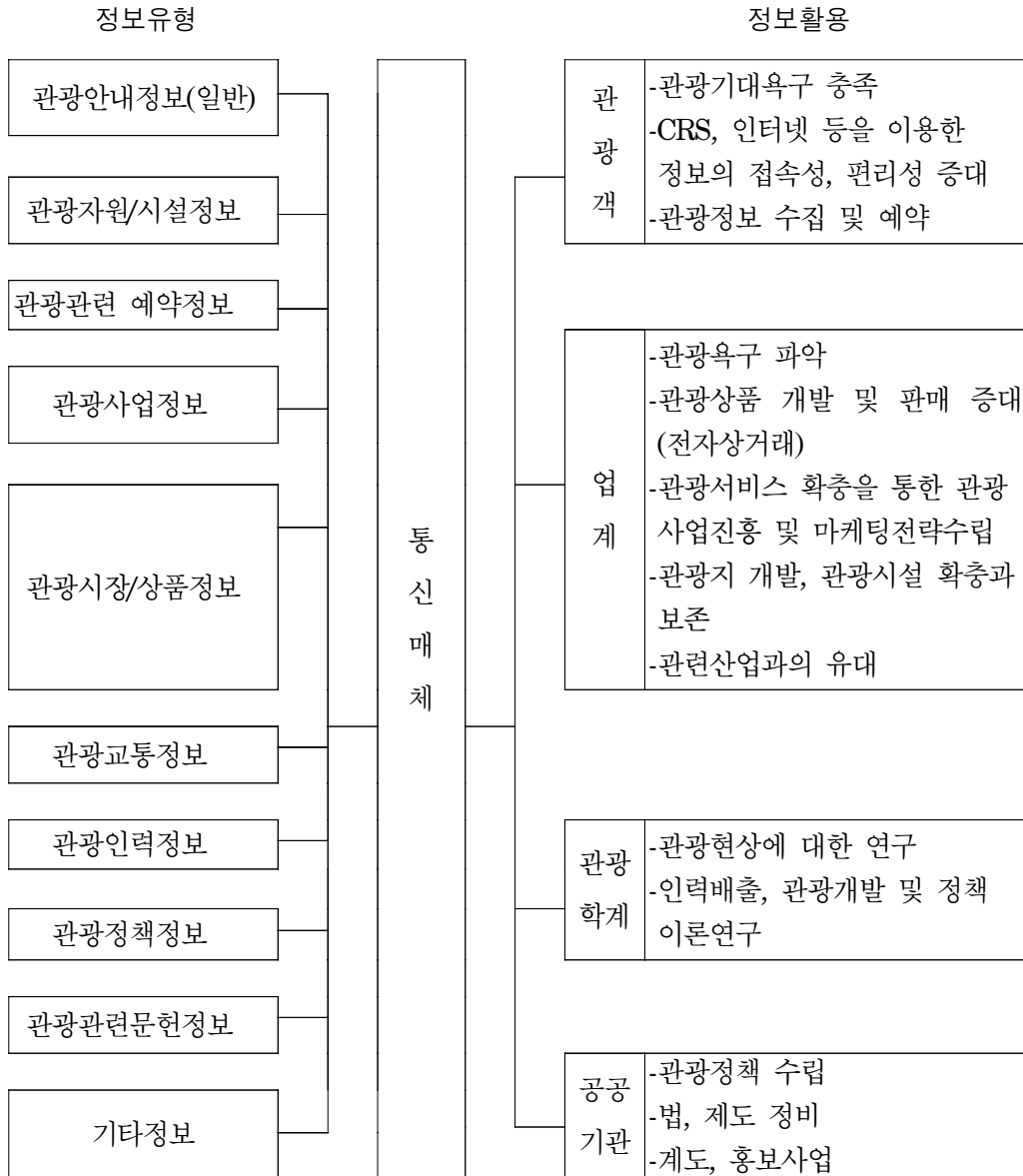
자료: 임성영(1995), 『관광정보전달체계 정립방안에 관한 연구』, 재구성

다. 정보의 특징

○ 관광정보는 일반 생산재나 구매재처럼 일정한 형태를 지니고 있지 않으며, 범위도 다양하다는 등 여러 가지 특성을 가지고 있다. 관광정보가 가지는 개략적인 특성을 일반적인 정보의 특성을 사례로 제시하면 다음과 같다.

- 상대성: 상대적인 개념에서의 정보란 정보 수요와 공급의 일치로 인한 상대성이라 할 수 있다. 즉, 정보의 존재는 이용이 있어야만 가능하다는 것임.
- 복제의 가능성: 정보는 활용될 때 그 가치로 인해 복제가 되며, 공유나 전이가 되더라도 이용주체에 따른 가치는 서로 다를 뿐 존재자체는 변하지 않음.

- 정보의 과잉생산: 이는 정보는 많을수록 좋은 것이지만 정작 찾고자 하는 정보의 수집은 곤란을 겪을 수 있음. 그로 인해 정보검색의 기술이 요구됨.
- 정보의 분류: 정보는 목적 및 특징에 의해 각각의 정보로 분류되어 그에 따른 가치를 가지게 됨.



[그림 2-3] 이용자별 관광정보의 활용

제3절 관광행동과 관광정보수집

1. 관광행동과정

- 관광객들의 정보 탐색 행태의 이해는 관광학자들은 물론 실무자에게도 매우 유용함. 관광시장이 경쟁적인 상황에 있을 때, 관광객들은 관광지와 관광상품에 대한 인식과 선택은 이용 가능한 그리고 사용 가능한 정보에 의해 결정 지워진다고 한다.⁵⁾
- 정보탐색은 구매결정이전에 다양한 원천을 결정하기 위한 고도의 필요에 의한 행위라고 정의되고 있기도 하고 여행계획에서 개인이 정보탐색을 하는 가장 큰 목적은 여행의 질을 높이기 위한 것이다. 실제로 잠재관광객들은 어떤 것이 이용가능한지 그리고 어디가 좋은지 어떤 가격인지 등에 대한 정보를 필요로 하고 있다고 한다.⁶⁾
- Snepenger와 그의 동료들(1990)은 정보탐색에 영향을 주는 네가지 변수를 제시하였는데, 여행모임의 경쟁성, 목적지에서 친구나 아는 사람들의 존재유무, 과거 경험, 그리고 목적지에 대한 인식 정도 등이다.⁷⁾
- 관광정보원은 다음 [그림 2-4]와 같이 상업적, 비상업적 그리고 비인적, 인적 유형에 의하여 구분 가능하다.

정보의 원천	정보유형	
	비인적 유형	인적 유형
상업적	브로셔, 안내책자 지역의 관광관련 기관 지역의 여행안내원	자동차클럽 여행업체
비상업적	잡지 신문	친구와 친지 도로휴게소 개인적 경험

자료: Dale Fodness and Brian Murray(1997), Tourist Information Search, *Annals of Tourism Research* 24(3), 506.

[그림 2-4] 관광정보원의 분류

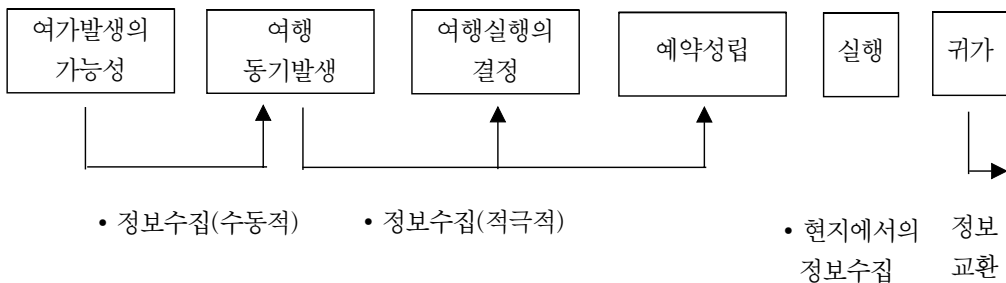
- 5) McIntosh, R. W., and C. R. Goeldner(1990), *Tourism: Principles. Practices, Philosophies*, New York: Wiley.
- 6) Dale Fodness and Brian Murray(1997), Tourist Information Search, *Annals of Tourism Research* 24(3).
- 7) Snepenger, K. J., K. Meged, M. Snelling and K. Worrall(1990), Information Search Strategies by Destination-Naive Tourists, *Journal of Travel Research* 29(2): 13-16.

2. 관광정보수집

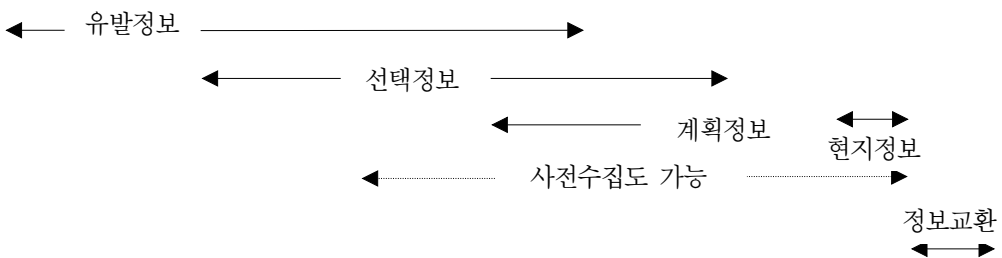
○ 관광행동과 관광정보의 분류

- 관광정보는 많은 여가활동 중에서 ‘여행을 떠나고 싶다’라고 하는 여행의 선택, 결정을 지원하는 여행의 유발 정보, 한발 더 나아가면, ‘○○를 보고 싶다’, ‘○○로 가고 싶다’ 라고 하는 구체적인 욕구를 실현하기 위한 여행실현 결정을 지원하는 선택정보, 구체적인 목적지, 이용 교통기관 등의 선택을 지원하는 계획정보, 현지에 도착하고 나서 필요하게 되는 현지정보로 크게 구별할 수 있다([그림 2-4] 및 <표 2-5>).

□ 관광행동과정



□ 관광행동과 정보분류 및 관계



[그림 2-4] 관광행동과정과 관광정보의 관계

자료: 일본 ‘지역 관광정보 정비조사 보고서(평성 6년 3월)’, (사)일본관광협회
일본 ‘국내여행 진흥을 위한 관광정보종합 시스템(가칭) 기본구상’, 운수성 운수정책국 관광부를 토대로 작성

<표 2-5> 관광정보의 분류와 주된 정보수집방법

구분	유발정보	선택정보	계획정보	현지정보
제공 정보	○관광활동에 있어 서 관광선택을 촉진하는 정보 (관광 잠재 욕구 의 촉진) -관광 이미지를 어필하는 정보 -목표시장별 정보	○관광실행의 결정 을 촉진하는 정보 (관광목적, 목적지, 시간 등을 선택) -해당관광지의 불만 한 곳, 시설정보 -이동방법, 소요시 간 등에 관한 정보	○목적지 결정후의 여 행루트 선택을 지원 하는 정보 -목적지의 추천, 권 장 관광루트 -여행예산, 소요시간 정보 -관광지, 시설의 안 내정보 -숙박시설, 교통기관 의 예약정보	○현지도착 후 관광 지에서 관광지로 의 도달시간, 음 식·토산품점, 산 책코스정보 등 현 지 정보 -관광지, 숙박시설 등의 상세 안내정 보 -지도정보(교통, 주 변안내) -관광시설의 영업· 이벤트 안내 등
주된 정보 수집 방법	-팝플렛, TV 등의 광고매체 -PC통신 및 인터넷 웹사이트 (관광관련 사이트) -구전 커뮤니케이 션 등	-PC통신 및 인터넷 웹사이트 -여행회사 등의 창구 -시판서적(여행정보 서적), 관광가이드북 -시각표, 관광지도, 종합관광안내센터 -구전 커뮤니케이션 등		-관광안내소(안내원, 통신시설) -팝플렛(관광시설, 숙박시설 등) -관광가이드북 -관광지도 등

자료: 일본 ‘지역 관광정보 정비조사 보고서(평성 6년 3월)’, (사)일본관광협회
일본 ‘국내여행 진흥을 위한 관광정보종합 시스템(가칭) 기본구상(평성 7년), 운수성 운수
정책국 관광부를 토대로 작성

○ 관광객의 관광행동 및 행동 과정에 있어서 그 정보제공에 활용되는 정보매체의 유효성을 정리하면 다음 <표 2-6>과 같다.

<표 2-6> 관광행동 과정에 있어서 정보 전달매체의 유효성

행동과정 정보매체	유발정보	선택정보	계획정보	현지정보	정보교환
안내소 (안내원)	-	○ 직접면담을 통하여 정확한 정보제공	○ 소비자에게 가장 적합한 정보의 제공	◎ 1대1면담을 통한 정보교환	
인쇄물	◎ 팜플렛, 포스터 등이 효과적	○ 관광가이드북 여행잡지가 유효	△ 조건 검색이 불가	× 개별정보만 취득가능	
전화(ARS)	× 음성은 적합하지 않음	× 음성은 적합하지 않음	△ 재택예약 일부가능	○ 취득정보량이 제약 특화정보에는 적당(날씨 등)	
PC통신	○ 메뉴에서 우연히 검색할 가능성 있음	○ 개별적으로 접속이 필요	◎ 재택 예약 일부가능 다양한 정보입수 가능	○ 개별적으로 접속이 필요 입수정보 많음	
Fax통신	△ 유발용 미디어로는 부적당	△ 정보단위의 검색이 되기 쉬움	○ 교통접속, 지도정보의 취득이 가능	○ 취득정보량이 풍부	× 기본적으로 1대1 정보교환
인터넷	◎ 동영상을 취할 수 있는 현지정보를 실시간으로 제공 가능	◎ 정보가 축적된 데이터베이스 정비를 통하여 제공	◎ 용이한 조건 검색기능의 제공	◎ 장소·시간의 한계를 초월한 이용이 가능	◎ 이용감상·평 가, 통계· 정보의 축적·검색

주: ◎ 매우 우수 ○ 우수 △ 보통 × 불량

제4절 관광안내소 서비스 제공

○ 관광안내소는 관광객에게 직접 정보를 전달하고 관광안내를 하는 장소로서 관광객들이 쉽게 이용할 수 있도록 되어 있다. '99년 5월 말 현재 전국적으로 191개의 관광안내소가 운영되고 있다(<표 2-7> 참조). 각 시·도에서 관할하고 있는 관광안내소는 79개소이며, 한국관광공사 관할이 6개소, 고속도로 휴게소에 있는 안내소는 도로공사에서 관할하고 있는데 94개소이며, 철도청에서 12개소를 관할하고 있다.

○ 이들 관광안내소가 매우 중요하다고 인식되고 있음에도 불구하고 이들 관광안내소에서 이루어지고 있는 관광안내정보의 제공 실태를 보면 다음과 같다.

- 기존 안내소의 관광안내정보 제공 시설 수준이 매우 낮아 관광안내는 팸플렛과 지도, 안내서의 제공에 그치고 있음. 팩스서비스도 제공되기 어려운 실정에서 컴퓨터의 활용은 관리, 운영비 등의 문제로 전혀 이루어지고 있지 않음
- 기존 관광안내소의 관광안내정보 서비스는 인적 서비스가 전부인 실정이며, 지역의 관광안내소들은 1개소 1인 근무체제로서 수준높은 관광안내 서비스 제공이 어려울 뿐만 아니라 보수체계나 신분보장 체계가 매우 열악하여 경험있는 관광통역안내원의 근무가 어려운 실정임.
- 이들 문제이외에 영어 일어이외에 중국어 안내원의 부족 및 특수외국어 안내원의 부족문제가 제기되고 있을 뿐만 아니라 안내원들에 대한 교육이 거의 이루어지고 있지 않아 안내원들의 지속적인 자질향상을 위한 방법이 없는 실정임.
- 이러한 기존 관광안내소의 문제를 해결하고 보다 종합적으로 관광안내정보를 제공하기 위하여 정부(문화관광부)는 '98년부터 2000년까지 전국 각 시·도에 16개소의 종합관광안내소 설치지원을 위하여 43억2천만원의 예산을 배정해 놓고 있다. '98년에는 8개 지역의 종합관광안내소 건립에 지원이 있었으며, '99년에는 서울, 광주, 전북, 경남 등 4개소 건립에 지원이 이루어지고 있다.

<표 2-7> 관광안내소 현황

단위: 개소, 명

시·도	안내소 (개소)	안 내 원					비고*
		계	영어	일어	중국어	러시아어	
서울	21	64	44	12	6	-	2
부산	6	13	4	5	1	3	-
대구	3	6	5	1	-	-	-
인천	5	5	3	1	1	-	-
광주	1	2	1	1	-	-	-
대전	2	3	1	2	-	-	-
울산	1	1	1	-	-	-	-
경기	3	116	71	38	6	1	-
강원	6	7	3	1	-	-	3
충북	6	6	2	4	-	-	-
충남	6	12	2	3	-	-	7
전북	1	2	1	1	-	-	-
전남	1	4	2	2	-	-	-
경북	7	67	4	5	-	-	58
경남	9	2	-	2	-	-	-
제주	1	18	6	6	3	-	3
계	79	328	140	84	17	4	73
관광공사	6	21	19	8	4	-	-
도로공사	94	94	-	-	-	-	94
철도청	12	12	-	-	-	-	12
총계	191	455	159	92	21	4	179

주*: 시·도별 비고인원은 외국어 미능력자

제3장 관광안내정보체계 구축 현황 및 문제점

제1절 정부의 정보화 추진계획

1. 문화관광부 종합문화정보시스템 구축 계획

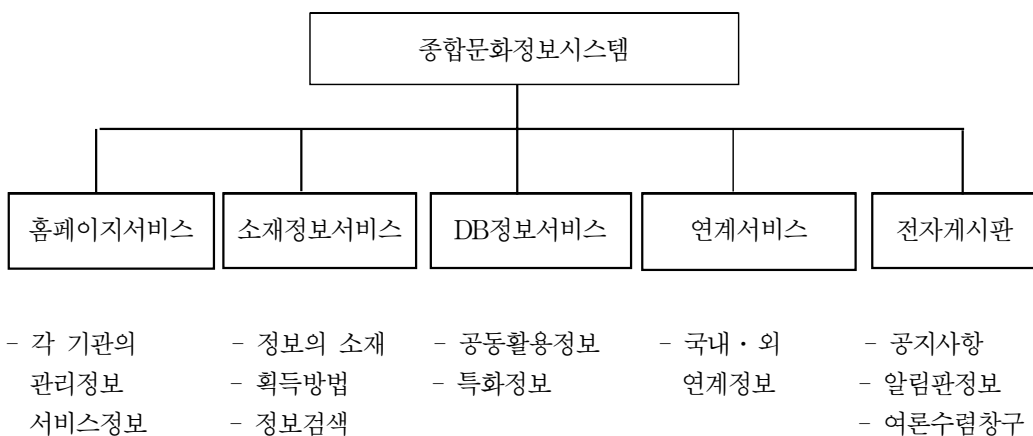
가. 계획배경 및 특징

- 종합문화정보시스템 구축 배경을 보면, 1996년 문화체육부에서 2000년대 본격적 정보화 시대를 맞이하여 문화관련 부문에 대한 정보사업의 일환으로 추진된 것이다.
- 종합문화정보시스템 구축을 위한 전략은 다음과 같다.
 - 종합문화정보시스템은 국가적인 차원에서 종합적인 문화정보관리 및 서비스가 가능하도록 문화정보서비스센터와 각 분야별 세부정보망으로 구성하고 각 세부정보망은 거점기관과 협력기관으로 구성하였음.
 - 문화정보서비스센터는 문화체육부(현, 문화관광부)의 전산실을 의미하며, 표준화, 기술력확보, 정보화교육 등 문화정보화 추진에 따른 전문기술지원 기능을 전담하는 곳으로 문화정보의 종합적인 공동활용정보를 구축하도록 함.
 - 세부정보망은 문화·예술·관광·체육·청소년 등 각 분야별로 10개로 구성되며 각 세부정보망이 분산 데이터베이스를 구축하면서 동시에 각 기관간에 정보를 공동 활용하는 관리체계를 갖추도록 함.
- ※ 10개 분야별 세부정보망: 행정정보망, 문화재정보망, 박물관정보망, 도서관정보망, 미술관정보망, 예술정보망, 관광정보망, 체육정보망, 청소년정보망, 월드컵정보망 등으로 구성되고 총 20여개 기관·단체가 동 시스템 구축에 참여하고 있음.
- 종합문화정보시스템의 문화정보서비스는 인터넷 WWW 서비스를 기반으로 다음과 같은 다양한 형태의 정보서비스를 제공하고자 한다.

<표 3-1> 종합문화정보시스템의 기능 및 특징

기능 및 특징	활용 분야	비고
<ul style="list-style-type: none"> - 인터넷을 통해 문화, 예술, 관광, 체육, 청소년 정보 등 관련기관 정보제공 • 이미지, 동화상, 음성 등 멀티미디어 정보를 하이퍼미디어로 구축하여 다양한 정보제공 	관련기관의 소장정보 서비스 및 관리정보	세부정보망별 관련기관·단체
<ul style="list-style-type: none"> - 필요로 하는 문화정보의 소재지, 주요내용, 획득방법 등에 관한 목록서비스 • 전체 정보의 손쉬운 검색 및 필요로 하는 정보의 빠른 입수가 가능 	국내·외 문화 관련 정보의 그룹핑 제공 및 검색정보	문화정보서비스센터
<ul style="list-style-type: none"> - 문화정보서비스 시스템에 공동활용정보 DB를 구축하고, 해당정보를 제공 • 문체부 차원에서 필요한 정보를 종합적으로 제고 	문화체육행정정보 및 문서유통정보 관련기관에서 제공되지 않는 특화정보 등	문화정보서비스센터
<ul style="list-style-type: none"> - 관련기관간의 정보를 이용할 수 있도록 연계서비스 제공 • 관련기관의 다양한 정보에 대한 일원화된 인터페이스 제공 	문화정보관련기관 등 외부기관 직접 연계 정보	문화정보서비스센터
<ul style="list-style-type: none"> - 정보의 게시 및 열람 서비스 제공과 공지사항 등 대국민 여론수렴창구 기능제공 	공지사항, 알림판 등 문체부 산하기관간, 관련행정기관간의 정보교류 창구	문화정보서비스센터

자료: 문화체육부(1996), 문화정보화 추진기본계획(1997~2010).



[그림 3-1] 종합문화정보시스템 소프트웨어 구성

나. 종합문화정보시스템 구축 추진단계

- 제1단계(∼'97) 기반조성단계
 - 문화정보망 기본계획 수립, 정보화추진체계정비, 각 분야별 원시자료의 체계적 분류 및 정리를 통한 관리정보 기반마련, 시범서비스 과제 발굴 및 개발추진, 문화의식 확산을 위한 홍보체계 구축 등
- 제2단계('98∼2000) 확산단계
 - 종합문화정보서비스 제공체계 구축, 전담지원조직의 설립, 공동활용정보 도출을 통한 분산·공유 데이터베이스 구축·운영, 국민 실생활에 접목시키기 위한 각종 홍보이벤트 활동 활성화
- 제3단계(2001∼2010) 완성단계
 - 고급멀티미디어 문화정보서비스 제공, 초고속 정보통신망과 완벽한 네트워크 구축, 전담지원조직의 기능 활성화

다. 종합문화정보시스템 구축 실적

- 문화예술정보화 사업
 - 문화재보존관리시스템 구축 및 정보서비스 확충: 과학적 보존정보 및 보수실적 정보 DB구축, 원형복원지원 시스템 개발
 - 전자박물관종합정보서비스: 박물관 유물분류표준화에 따른 유물자료 전산화
 - 전자미술관정보서비스: 프로그램개발 및 DB확충
 - 문화예술데이터베이스 구축: 전국문화공간 대관 가이드 인터넷 서비스
 - 문화정책정보 DB구축 사업: DB구축을 위한 환경 구축
- 관광정보화 사업
 - 관광정보 DB와 Web 연동 추진, ARS(영어, 일어)개발
 - 중저가 숙박·음식점 예약시스템 구축(영문, 한글)
 - 관광정보DB 화상정보 PC통신망 서비스 확대
 - 인터넷 홈페이지 정보서비스 확충
- 체육정보화 사업
 - 선수, 체육인, 체육관련 단체 정보 DB 구축

- 각종 체육관련 홈페이지 구축 및 서비스 실시
- 체육문헌정보DB 구축, 체육시설물 안내DB 구축 등
- 운동과 건강정보서비스 실시
- 청소년정보화 사업
 - 사이버상담 홈페이지 구축 및 서비스 실시
 - 상담DB 구축
- 도서관정보화 사업
 - 도서관정보전산망 구축: 국가문헌종합목록 DB 구축, 국립중앙도서관 소장자료 목록 정보 DB 구축
 - 전자도서관 구축: 본문 DB 구축, 국가주요전자도서관 연계사업 추진

라. 관광안내정보시스템 구축 계획

1) 목표 및 필요성

- 목표
 - 국민이 언제 어디서나 필요한 관광정보를 손쉽게 활용할 수 있는 종합관광정보망 구축
 - 지방자치단체와의 연계망 구축으로 정보화 효과의 극대화
 - 인터넷을 통하여 국내 및 전세계에 관광정보 제공
 - 지속적인 정보관리로 대국민 신뢰성 제고
- 필요성
 - 국민의 다양한 정보수요 충족으로 국민복지 실현
 - 국내 학계·업계 등에 대한 정보 제공으로 국가 경쟁력 제고
 - 대외국인 관광정보 제공으로 외래객 유치 증대 및 수용태세 개선
 - 지방자치단체 및 유관정보망과의 연계로 정보제공효과 극대화 필요

2) 추진현황

- 한국관광공사를 중심으로 하여 관광관련 정보서비스 제공 및 확충 중에 있음.
- 관광정보 DB 서비스: 대국민 관광정보서비스를 위하여 종합관광정보 DB 구축 및

서비스

한국관광공사는 기존 KOTOUR를 '98년 말에 인터넷 연동 시스템으로 전환하였음.

- 관광정보 웹(WEB)서비스: 외래관광객 유치촉진 및 한국관광홍보를 위한 인터넷 영문홈페이지 구축 및 서비스
- 관광정보 자동응답서비스: 국내 관광명소 개황, 교통정보, 주변약도 등을 전화 및 팩스를 통해 대국민 서비스
- PC안내시스템: 국내 관광명소, 쇼핑, 숙박 등의 정보를 PC를 통해 제공

3) 추진계획

- 한국관광공사를 중심으로한 정보서비스망 구축
 - 인터넷을 근간으로 하는 관광정보 서비스망 구축
 - 관광정보DB와 인터넷 웹 서비스의 통합시스템 구축 추진
 - 관광정보DB 통신망 확충(주전산기 증설, 회선증설 등)으로 시·군 단위와 관광정보망 연계 추진
 - 인터넷 웹(Web)서비스의 국내·외 각종 예약 정보망(항공, 숙박, 공연 등)과의 연계 추진
 - 중저가 숙박시설 및 음식점 예약시스템 확충
 - 인터넷 기반 무인안내시스템 확충: 무인 안내시스템을 위한 s/w 도입 및 개발, 설치 장소와 확대 및 지방자치단체 관광안내소와 연계 추진
- 「관광정보시스템」 구축
 - 기존의 PC통신을 통한 문자정보서비스 외에 인터넷을 통한 다양한 멀티미디어 정보 서비스로 보다 충실한 관광정보 제공
 - 다만, PC통신과 인터넷 등 이중 서비스로 인한 자료의 중복관리 문제가 발생하고 있으며, 관광관련 기관·단체 및 지방자치단체와의 정보연계 방안이 필요
- 한국관광공사의 관광정보서비스와 관광업계·지방자치단체의 정보 시스템 상호연계 확대로 정보공유 활성화 추진

2. 정보통신부 정보화 계획

가. 사이버코리아21 계획

1) 계획수립 배경

○ 정보와 지식이 부가가치 창출의 원천이 되는 「지식주도경제(Knowledge Driven Economy)」사회에서는 노동·자본의 투입량보다는 지식·정보의 축적과 효과적인 활용이 경제발전의 핵심역할로 떠오르고 있다.

※ OECD국가들의 경우 지식기반산업이 총 GDP의 평균 34%를 차지

○ 정보기술의 광범위한 활용으로 정부, 기업, 개인 등 모든 경제주체의 생활방식, 거래관행 등 사회전반의 시스템이 근본적으로 바뀌고 있으며, 지식정보사회에서 개인과 기업, 국가가 성공하기 위해서는 언제, 어디서나 유용한 정보를 획득하여 필요한 형태로 가공, 활용할 수 있는 환경과 능력을 갖추는 것이 필요하게 되었다. 특히, 개인과 기업의 생산성, 국가경제의 성장, 선진국과 후진국의 소득격차는 「지식격차」와 「정보화 수준」에 의해 결정되게 되었다.

※ 세계은행은 1998년 세계개발보고서 「Knowledge for Development」에서 국가경제발전의 핵심요소가 지식의 창출·확산·활용임을 강조

○ 우리나라는 열악한 경제여건에도 불구하고 1960년대 이후 불과 30여년만에 서구의 산업화기술을 효과적으로 받아들여 압축성장에 성공함으로써 산업국가로 발전하였다. 그러나 1990년대 중반이후 선진국에는 기술이 뒤지고, 후발개도국에는 가격에 뒤지는 등 국가경쟁력이 크게 저하되어 현재의 경제위기에 직면하게 되었다. 세계경제의 글로벌화에 따른 대외여건변화에 대한 미숙한 대응과 과도한 규제, 사회전반의 투명성 부족 등으로 비효율이 누적되어 외환위기를 초래하고 IMF 관리체제를 맞게 되었다.

<표 3-2> 우리나라의 국가경쟁력 순위(1994~1998년, 국제경영개발연구원)

구분	1994	1995	1996	1997	1998
미국	1위	1위	1위	1위	1위
영국	14위	15위	19위	11위	12위
한국	32위	26위	27위	30위	35위

주: 국가투명성은 세계43위(1998년, 국제투명성위원회)

○ 이에 따라 우리나라의 성장잠재력을 회복하고 재도약의 전기를 마련하기 위해서는 지식기반경제의 구현을 통한 새로운 국가경쟁력확보가 매우 시급한 과제가 되었다. 지식기반경제로 이행하기 위해 우선적으로 정보통신망의 고속화·고도화 등을 추진하여 정보인프라를 조기 구축하는 필요하다. 비록 산업화는 늦었지만, 새로운 정보화의 물결이 다가오는 현 시점에서 정보화에는 앞서 나가 21세기 선진국으로 새롭게 도약하기 위하여 사이버코리아21을 추진하게 되었다.

2) 사이버코리아 21의 목표

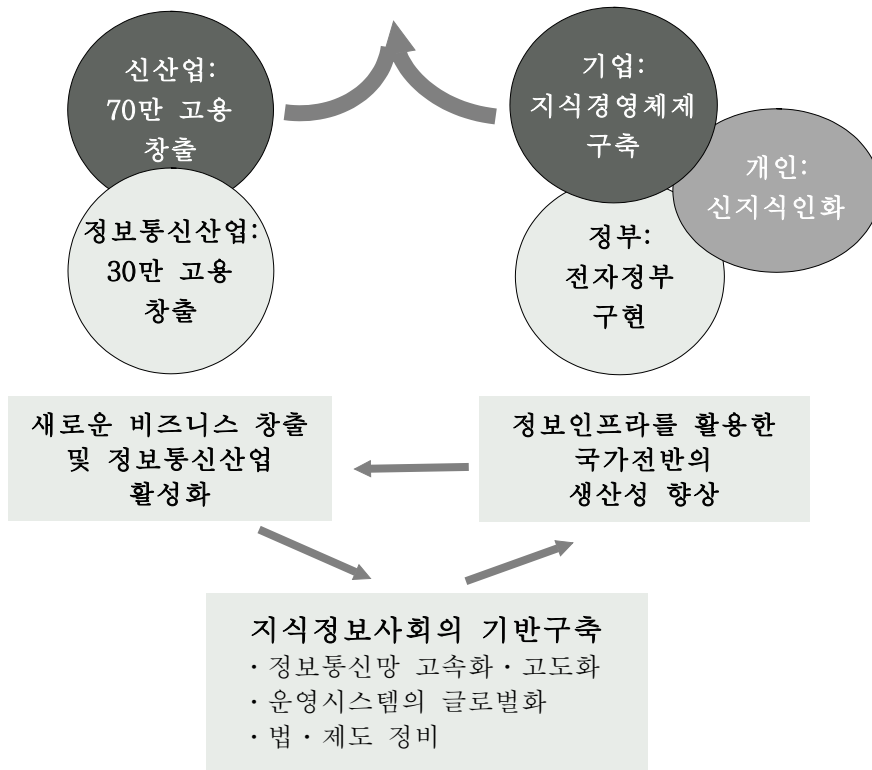
- 사이버코리아 21의 비전은 창조적 지식기반국가 건설에 두고 있다.
 - 정보화를 통해 창조적 지식기반국가 건설의 기틀을 마련하고 국가경쟁력과 국민의 삶의 질을 선진국 수준으로 향상 2002년 지식기반산업의 GDP 비중을 OECD 선진국 수준으로 향상
 - 2002년 세계10위권의 지식·정보화선진국으로 발전
- 사이버코리아의 기본목표는
 - 지식정보사회의 기반인 정보인프라를 조기에 구축
 - 전국민 정보화교육 실시
 - 2001년까지 인터넷 사용자 1,000만명 이상 확산
 - 고속·고도화된 정보통신망과 정보기술을 활용하여 정부, 기업, 개인 등 모든 경제 주체의 생산성과 투명성 제고
 - 정보인프라를 활용하여 새로운 비즈니스를 창출하고 정보통신산업을 활성화하여 새로운 일자리를 획기적으로 마련
- ※ 미국 정부의 "21세기 직업과 기술(1999)" 보고서는 21세기에 가장 빠르게 성장할 직종중 최상위 3개가 정보기술 산업분야(데이터베이스관리자, 컴퓨터엔지니어, 시스템 분석가)일 것으로 전망
 - 아울러 세계시장에서 경쟁력을 가질 수 있는 정보통신품목을 수출전략상품으로 선정하여 기술개발을 집중 지원
- 사이버코리아21 추진에 의한 2002년 우리사회의 모습을 경제분야, 근로분야, 행정분야, 통신분야, 정보분야, 교육·연구분야, 상거래 분야, 문화분야 등 8개 분야로 구분하여 제시하고 있다.

<표 3-3> 2002년 우리사회의 변화모습(세계 정보화 순위: 10위권 진입)

구 분	1998년(현재)	2002년
통신망 속도(보편적 서비스)	33.6Kbps	2Mbps
인터넷 이용자수	300만명	1,000만명
인터넷 연결 학교수	1,163개 학교	10,400개 학교
조달EDI 이용기관	556개 기관	26,000개 기관
전자상거래 시장규모	550억원	3조 8천억원
시·군·구 행정종합정보시스템	4개 시·군·구	전국 232개 시·군·구
PC 보급대수(100인당 PC대수)	663만대(14대)	1,500만대(32대)

창조적 지식기반국가 건설

- 지식기반 산업의 GDP 비중을 OECD수준으로 향상시켜 국민경제의 핵심요소로 정착
- 지식정보 창출, 축적, 활용능력의 선진화로 2002년 세계 10위권의 정보화 선진국 진입



[그림 3-2] 사이버 코리아 21의 비전과 목표

3) 사이버코리아 21 중점추진과제

- 사이버코리아 21 중점추진과제는 크게 창조적 지식기반국가 건설을 위한 정보인프라 구축, 지식정보기반을 활용한 국가전반의 생산성 향상, 정보인프라를 활용한 새일자리 창출 등이 있다.
- 이중 첫 번째 중점추진과제인 ‘창조적 지식기반국가 건설을 위한 정보인프라 구축’ 사업의 일환인 운영시스템의 글로벌화 추진단계에서 국가지식정보자원의 DB구축과 활용이 중요한 과제로 선정되고 있다. 이는 정부와 민간 등이 보유한 지식정보를 디지털화하는 대형 정보화, 뉴딜정책사업을 추진하여 누구나 쉽게 이용할 수 있는 ‘지식정보의 댐’을 조성하고자 하는 것이다. 추진계획을 보면, 1999년과 2000년에는 학술연구정보, 2001년에는 경제산업정보, 2002년에는 일반정보 및 정책정보 등 2002년까지 국가가 보유하고 있는 모든 지식정보를 단계적으로 디지털화 하는 것으로 되어 있다. 특히, 국가적 유산, 역사, 관광정보 등 우리나라를 세계에 널리 알릴 수 있는 핵심정보는 영문으로 디지털화하여 인터넷으로 제공할 계획이다. 이는 전담기관의 주관하에 지식정보자원 관리체계를 확립하여 디지털화를 추진함으로써 기관간 중복투자를 해소할 수 있을 것으로 기대된다.
- 사이버코리아21의 추진체계를 보면, 창조적 지식기반국가 건설을 위한 정보인프라 구축 추진체계중 운영시스템의 글로벌화 추진단계에서 정보통신부 주관으로 ‘국가지식정보자원의 DB구축과 활용’을 하고자 하고 있다.
- 두번째로 ‘지식정보기반을 활용한 국가전반의 생산성 향상’이라는 중점추진과제의 추진을 위하여 작고 효율적인 전자정부 구현 추진단계에서 통합무인정보단말기(KIOSK) 개발·보급을 계획하고 있다. 통합무인정보단말기에서 주로 제공하는 정보는 관광관련 정보로서 이러한 정보의 확보가 가장 중요한 관건이다. 또한 지식경영체계 구축을 통한 기존산업의 생산성 향상을 위한 추진단계에서 국가지리정보시스템(NGIS) 구축과 지능형교통시스템(ITS)구축이 매우 중요한 추진과제라 할 수 있다.
- 세 번째 중점추진과제인 ‘정보인프라를 활용한 새 일자리 창출’에서는 추진단계의 일환인 인터넷 기반의 신산업 육성 추진단계에서 문화산업 육성이 주요한 내용으로 이루어져 있다.

나. 지역정보화 계획

- 정보통신부는 정보화를 통하여 산업사회에서 야기된 지역간 불균형을 해소하는 한편, 지역 차원에서의 신규 고용 창출과 지역산업 육성 등 지역경제의 활성화와 지역주민의 삶의 질을 향상시키기 위하여 다음과 같이 지원할 계획이다.
- 첫째, 생활권 단위 정보화 추진에 가장 적합한 행정구역이며 일선 민원행정의 종합 집행창구인 시·군·구를 지역정보화 실천의 기초 중심센터로 육성해 나갈 계획이다. 이를 위해 시·군에 주민등록·부동산 등 주민생활과 깊은 관련이 있는 지역기초정보를 DB로 구축, 1대의 단말기로 복수의 업무처리가 가능하도록 시스템을 개발하여 행정능률과 민원행정 서비스의 질을 향상시킬 계획이다. 또한 현재 민간 주도로 설립·운영되고 있는 시·군별 지역정보센터를 앞으로는 자치단체가 주도적으로 운영·관리하여, 지역주민이 필요로 하는 정보를 가정에서 언제든지 제공받을 수 있게 할 예정이다.
- 둘째, 지역의 특성에 맞는 지역정보 서비스의 개발 및 제공의 필요에 따라 행정DB, 생활DB, 산업DB, 관광DB 등 지역에 필요한 지역정보 DB를 지역의 현안 문제 및 특성, 발전방향 등을 고려하여 구축해 나가되, 이것의 효과적인 구축을 위해 광역 및 기초자치단체를 대상으로 지역정보화 지원사업을 추진하고 성과를 분석하여 전국으로 확산시킬 것이다.
- 셋째, 균형있는 지역정보화 기반구조의 확충을 위해 동사무소, 우체국, 학교 등 전국의 읍·면·동 단위의 공공기관을 초고속 국가정보통신망에 연결할 방침이다.
- 마지막으로 성공적인 지역정보화 구현의 관건이 되는 지역주민의 정보화 인식확산과 정보 이용능력의 제고를 위해 지방 정보통신 전시회, 강연회 개최 등 지역 정보문화 확산 활동을 활발하게 전개하고, 농어촌 컴퓨터 교실 및 정보화 교육 자원봉사단 운영, 지방자치단체의 상설 교육장을 통한 교육 등 지역주민에 대한 정보화 교육을 지속적으로 추진해 나갈 것이다.

제2절 관련기관 관광안내정보체계 구축

1. 한국관광공사

- 한국관광공사에서 제공하는 관광정보는 안내책자 및 지도, 전화/팩스, PC통신, PC단말기, 인터넷 등 다양한 매체를 통해 전달되고 있다.
 - 외국인을 위해 일어, 영어 및 중국어 등 주요 외국어로 우리나라를 소개한 안내책자와 지도가 제공되며, 지역의 대표적인 음식과 지역별 유명식당에 대한 책자도 제공한다.
 - PC관광안내 서비스는 '87년 12월부터 한국관광공사 안내전시관, 김포·김해·제주 공항에 설치되어 있는데 터치스크린 방식으로 개발하여 쉽게 정보를 입수할 수 있고 국·영문으로 지도와 사진도 제공함.
 - 외국인의 의사소통 불편을 해소하기 위해 영어와 일어통역 서비스를 수신자 부담방식의 전화를 통해 제공하고 있고, 자동응답전화(ARS)와 팩스를 이용하여 정보를 이용할 수 있게 되어 있음.
 - 인터넷 웹서비스는 '96년 10월부터 한국여행에 유용한 일반정보와 주요 관광지 소개, 지역정보, 숙박, 교통, 관광상품, 이벤트, 입출국 정보를 수록했으며, 국내 관광업체, 호텔, 박물관, 해외공보관 등의 웹사이트와 연계되어 있음.
- 한국관광공사 데이터베이스 구축 현황을 보면 다음과 같다.
 - 관광정보 홈페이지 운영현황
 - 서비스개시 : 영문 '96. 8, 한글 '97. 5
 - 통신망 : 초고속 국가망(2MBPS), Web server : SUN 엔터프라이즈 3000
 - 메뉴구성
 - 한글: 여행안내, 행사안내, 갤러리, 관광통계, 국제회의 정보, 공사소개
 - 영문: About Korea, Travel guide, Accomodations, Shopping, Restaurants, Transportation
 - 관광정보 DB운영 현황
 - 서비스개시: 1996. 1. 5(서비스명칭: KOTOUR/천리안, 하이텔, 유니텔, 나우누리, 01410망)
 - 메뉴 및 정보량

한글 DB: 여행안내정보 등 66,566건

영문 DB: Destination 등 13,835건

○ 관광정보 DB에 수록되어 있는 정보를 인터넷 홈페이지와 연동하여 홈페이지 상에서 대량의 상세정보 검색이 가능한 ‘관광정보 DB/WEB 연동시스템’을 1998년 12월 구축하여 운영중에 있다.

- 한·영 홈페이지 메뉴 및 정보 재구성 및 신규정보 수록
- 홈페이지 기능 구성 다양화
- 정보량: DB연동정보(25,000건), 사진정보(3,000매), 지도정보(639개소) 등
- 관광정보데이터베이스 개선을 위하여 관광정보 DB구축사업을 실시하고 있다.
- 정부의 기금지원을 통하여 1999년 6월부터 1999년 12까지 사업 추진
- 사업목적: 외래관광객 유치를 위한 실질적인 관광정보 제공으로 관광산업 활성화 기여, 관광매력물 정보제공의 체계화, 다양화로 외래관광객 유치 증대, 대졸 미취업자 등 실직인력의 고용기회 부여 및 관광분야 일자리 창출

- 사업내용:

• 관광정보DB구축

(한글: 생태관광, 체험관광 등 신규항목 추가, 사진정보 3,714매 추가), 3차원 영상 23개소, 여행안내정보 등 26,963건 정보확인 수정, 여행안내정보·상품정보 하이퍼링크(대상 26, 381건)

(영문: 신규항목추가, 여행안내정보 등 13,835건 정보확인 수정 및 하이퍼링크)

- 인터넷웹(한글 및 영문): 관광지도정보시스템 개발, 관광관련 사이트 Directory 서비스, 사이버 관광포럼 신설(한글), Web 문서 검증·교정, 신규 항목 추가(DB연동), 3차원 영상 23개소 추가, 사진 3,714매 추가

2. 지방자치단체

가. 홈페이지 구축 및 정보제공실태

○ 지방자치단체들은 국내 및 해외홍보를 위하여 인터넷 홈페이지를 개설하여 운영중에 있다. '98년도에 각 지방자치단체의 웹사이트 URL(Uniform Resource Locator)의 3차

도메인을 광역시는 Metro를, 도는 Provin을 공통으로 사용하는 체계로 일원화하였다(각 자치단체들의 homepage 주소는 부록 참조).

○ 지방자치단체의 인터넷 홈페이지는 그 운영목적이 지방자치단체의 홍보에 일차적인 목적을 두고 있으므로 관광정보가 단독으로 존재하는 것이 아니라 다른 일반정보와 함께 수록되어 있어 관광관련 사이트로서 역할을 하기에는 부족함이 있다. 그러나 이들 관광관련 웹사이트가 성공적으로 운영되기 위해서는 이용자 중심으로 운영체계를 마련하여야 하는데, 이용자들은 구조면에서는 예측할 수 있고 기능적으로는 편리하고 디자인은 일관성을 있는 것을 선호하고 있다.

○ 본 연구에서는 관광관련 사이트의 구성내용을 파악하기 위하여 각 지방자치단체(7개 광역시와 9개 도를 대상으로 총 16개)의 홈페이지를 분석한 바 이들 지방자치단체들은 정보의 분류기준이 다르게 되어 있다.

- 대부분은 관광안내나 문화관광이라는 Top Menu에 관광정보가 수록되어 있음. 예를 들어 대구광역시의 홈페이지 경우는 대구소개라는 Top Menu안에 있는 관광안내라는 Sub Menu에서 관광정보를 검색할 수 있게 되어 있음.
- 이러한 경우 원하는 관광정보를 얻기 위해서는 여러 단계를 거쳐야하는 불편이 뒤따르게 됨으로 관광정보의 이용 차원에서는 편리성이 떨어짐.
- 이와 달리 제주도는 홈페이지 전체가 관광정보를 검색하는 Menu들로 구성되어 있어 검색이 용이하고 제공되는 정보 또한 다양하고 풍부함.

○ 일반적으로 홈페이지의 정보를 분류하면 지역소개(자연환경, 문화예술, 역사, 체육시설), 시·군정현황(행정, 도시기반, 통계), 문화·관광(관광명소, 호텔, 쇼핑, 교통관광지도), 산업경제(지역기업과 생산제품, 산업기술, 특산물)로 나뉘어지고 있다(<표 3-4> 참조).

○ 현재 각 지방자치단체들은 관광관련DB구축계획을 수립하여 추진하고 있다.

○ 지방자치단체의 각 관광사이트를 유용성을 평가하기 위하여 정보의 체계성(관광정보 식별 용이성), 정보의 다양성(정보의 풍부성, 정보제공수준 등), 정보의 전달성(정보이용(접속)시간), 정보의 적시성(정보의 제공 시점) 등의 항목으로 비교 분석해 본 결과 다음 <표 3-5>와 같다(정보의 대중성은 평가하기 어려움으로 제외하기로 함).

- 정보의 체계성: 관광에 대한 정보를 한 경로에서 얻을 수 있는가?
기본메뉴(문화, 숙박, 음식, 교통, 쇼핑)가 있는가?

메뉴로 정보내용을 파악할 수 있는가?

- 정보의 다양성: 특화된 메뉴가 있는가?(예를 들면, 전설, 설화 등등)
- 정보의 전달성: 선택된 정보가 화면에 보여질 때까지 걸리는 시간
- 정보의 적시성: 홈페이지 첫 화면에 관광관련 이벤트나 축제에 대한 안내가 있는가?

<표 3-4> 지방자치단체별 인터넷을 통한 관광정보 제공항목('99년 9월 현재)

자치단체	항목
서울특별시	서울구경, 문화유적, 놀이공원, 축제, 쇼핑, 스포츠, 공연전시장, 서울근교, 숙박, 공원, 서울지도, 추천합니다
부산광역시	부산역사, 부산문화, 부산관광, 스포츠, 여행길잡이
대구광역시	앞산, 팔공산, 시내관광, 달성, 박물관/전시장, 명물거리, 공원
인천광역시	문화재, 문화축제행사, 해수욕장/섬, 공원/유원시설, 먹거리, 인천의 특산물, 교통, 숙박, 관광코스, 문화정보, 종합문화예술회관, 주요기념물시설
대전광역시	대전8경, 볼거리, 숙박시설, 먹거리들, 교통안내, 지도안내
광주광역시	관광코스, 문화유적, 문화행사, 문화공간, 숙박/음식, 의향, 가사문학
울산광역시	문화소개, 문화재안내, 관광지안내, 숙박업안내, 쇼핑센터안내, 특산물안내, 향토음식소개, 관광교통안내, 문화예술회관
경상북도	관광코스, 지역별안내, 주제별관광, 지역이벤트, 관광서비스, 지역특산물, Hot News, Q & A
경상남도	경남관광100경, 추천코스, 관광서비스, 지역별행사, 문화재, 민속문화예술, 향토먹거리, 포토갤러리, 경남관광3S, 관광서비스개선헌안
경기도	관광지소개, 패키지관광, 관광지도, 먹거리, 경기특산물, 뉴스&행사, 숙박, 링크페이지
강원도	강원도관광소개, 관광코스, 행사, 스키, 골프, 리프팅, 등산, 낚시, 음식점, 관광지, 문화재, 교통, 숙박, 여행사, 특산품
충청북도	관광명소, 도로교통, 문화공간, 향토축제, 충북민담, 향토음식·숙박, 한국관광, 인물·민요·전설, 보호수, 문화재, 문화행사, 화양구곡
충청남도	관광명소, 전통품물, 박물관/기념관, 레저/스포츠, 여행정보, 관광도우미, 관광마당, 관광기관
전라북도	코스별여행, 교통/지리정보, 숙박시설, 관광업체, 관광안내센터, 볼거리, 관광도우미, 여행관련사이트, 향토음식, 향토음식점, 토속주
전라남도	볼거리, 먹거리, 즐길거리, 관광축제, 문화유산, 관광정보, 테마여행
제주도	제주안내, 숙박, 음식, 교통/여행사, 관광도우미, 레저/스포츠, 문화, 행사, 관광지, 쇼핑

<표 3-5> 지방자치단체별 관광정보 제공 비교

구분	정보의 체계성	정보의 다양성	정보의 전달성	정보의 적시성
서울특별시	△	○	○	○
부산광역시	○	◎	△	○
대구광역시	△	△	○	△
인천광역시	○	○	△	△
대전광역시	△	△	○	△
광주광역시	△	○	△	◎
울산광역시	◎	◎	△	△
경상북도	△	△	○	○
경상남도	○	◎	○	◎
경기도	○	○	○	◎
강원도	○	△	○	◎
충청북도	△	◎	○	△
충청남도	△	○	○	△
전라북도	△	△	○	△
전라남도	○	○	○	△
제주도	◎	◎	○	△

주: ◎ 매우양호, ○ 양호, △ 보통

나. 주요 관광정보제공 항목별 운영 실태

1) 관광지 정보

- 정보를 제공해주는 수준은 지방자치단체들마다 별 차이가 없으나 제공방법에 있어서는 대부분 유형별, 지역별로 나누어 정보를 제공하고 있으며, 지방자치단체별로 약간의 차이가 나타나고 있다.
- 지방자치단체별 특성을 보면 다음과 같다.
 - 서울특별시는 전철과 도보로 이동수단을 세분화하여 관광지를 소개해주고 있음.
 - 부산광역시는 관광지 정보를 테마여행, 축제투어, 코스관광, 알뜰관광, 근교여행, 관광지 소개로 세분화하여 자세한 정보를 제공하고 있음.
 - 대구광역시는 유명지역을 별도 메뉴로 사용하여 정보를 제공하고 자투리정보라 하

여 교통정보와 숙박정보를 동시에 제공해주고 있음.

- 대전광역시는 다른 자치단체들에 비해 관광지별 교통편이나 주요도로현황, 근교에 위치한 큰 건물 등을 상세히 알려줌으로써 관광객의 방문이 용이한 편임.
- 전라남도의 경우는 이미지Map형식으로 유형별 관광정보를 제공하면서 다른 정보도 한눈에 볼 수 있게 해 놓았음.

2) 숙박 정보

- 지방자치단체마다 호텔과 여관 등 숙박시설에 대한 정보는 기본적으로 제공되고 있으며, 휴양콘도미니엄이나 민박, 야영시설 등의 정보를 제공하는 지방자치단체도 있다.
- 정보제공방법으로는 별도의 사이트 항목이 없이 관광지별로 정보를 제공하는 지방자치단체(경상북도, 경상남도, 충청북도, 충청남도, 전라남도)가 있는가 하면 별도의 사이트 항목을 마련한 경우도 있다. 또한 각 시·군별로 정보를 제공하는 방법과 하나의 표로 나열해 놓은 방법으로 나뉜다.
- 정보제공수준에 있어서는 서울특별시와 강원도의 경우 특1급 호텔이나 휴양콘도미니엄 등의 홈페이지주소까지 제공되고 클릭하면 홈페이지로 바로 연결되어 상세한 정보를 제공받을 수 있게 되어 있다. 또한 숙박시설의 외관사진이나 부대시설, 주변 관광지의 정보를 제공해줌으로써 간접예약을 유도하고 있다.
- 반면, 대구광역시, 인천광역시, 대전광역시, 경상북도, 경상남도, 충청북도, 충청남도, 전라남도가 제공하는 정보는 전화번호와 주소가 전부여서 간접예약을 유도하는데 큰 영향을 주지 못하고 있다.

3) 교통 정보

- 지방자치단체들마다 정보의 제공수준은 비슷하나 강원도, 충청북도, 전라남도 등은 직접 항공사나 철도청, 여행사 등과 연계되어 정보검색이 용이하고 정확한 정보를 제공할 수 있도록 되어 있다. 단, 간략한 정보를 원하는 검색자의 경우 몇 단계를 거쳐야 하는 번거로움이 있다.
- 강원도(대한항공, 아시아나항공), 충청북도(KICC, 철도청, 대한항공, 아시아나항공), 전라남도(대한항공, 아시아나항공) 등이 있음.

4) 역사·문화 정보

- 외국인 관광객들은 방문지의 고유문화에 관심을 많이 갖고 있기 때문에 사물이나 자원에 대한 상세한 설명이 필요하고, 내국인에게도 교육 차원에서 필요하다.
- 관광선진국에서는 문화관광의 수요증가 추세에 부응하여 자원설명이나 안내에 관한 관심이 높아지고 이에 대한 연구도 활발히 진행되고 있다. 따라서 역사·문화정보가 다른 정보보다는 제공수준이 나은 편이나 좀 더 보강 시켜야 할 필요성이 있다.

5) 레저·스포츠 활동 정보

- 2002년 월드컵 개최로 인해 Top Menu에서 월드컵과 관련된 정보가 제공되고 있는 경우가 많고, 레저스포츠가 대중화되면서 각 자치단체의 자연환경과 어울리는 레저스포츠들을 소개함으로써 관광을 유도하고 있다.
- 그러나 제공수준이 빈약하여 새로운 정보, 상세한 정보에 대한 수록이 요구되어진다.

6) 사회·산업 정보

- 특산물에 관한 정보제공이 대부분이며 전화로 주문예약이 가능하도록 연락처를 제공하고 있다.
- 또한 공연·전시나 박람회에 관한 정보도 간접예약이 가능하고, 서울특별시의 공연·전시장 Menu에서는 직접예약도 가능하다. 이러한 전자상거래가 다른 자치단체에서도 이루어져야 할 것이다.

7) 음식 정보

- 각 자치단체마다 향토음식, 전통음식에 대한 개괄적인 설명과 이미지 사진, 대표적인 음식점의 전화번호 등의 정보가 제공되고 있으나 음식정보와 음식점정보가 함께 제공되지 않아 검색자나 관광객들에게 불편을 초래하고 있다.

8) 쇼핑 정보

- 정보제공을 하지 않는 자치단체가 많고, 정보제공을 하는 경우라도 제공수준이 매우 빈약하며, 주문예약을 할 수 있는 사이트가 극히 드물다. 직접주문예약이 가능한 자치단체로는 경기도의 사이버마켓, 충청북도의 국제통상지원센터가 있다.
- 국제관광사업에서도 인터넷의 역할은 정보제공을 뛰어넘어 관광서비스 공급자와 관광객을 직접 연결하는 전자상거래가 더욱 활발할 것으로 예상된다.

9) 이벤트 정보

- 제공되고 있는 정보는 이벤트 개요, 개최시기, 개최지역, 주최, 이미지사진, 전화연락처 등으로 대부분의 자치단체들의 제공수준은 비슷하다.
- 그러나 최신정보의 제공이 부족하고 이미 지나간 국제행사나 축제에 관한 안내를 그대로 유지하는 경우도 있어 적시성이 있는 정보제공을 위한 홈페이지의 관리와 유지에 지속적인 투자가 필요하다.

10) Link Site

- 대부분의 자치단체는 문화관광부와 충청남도도 한국관광공사와 연계되어 있어 각 자치단체의 정보 뿐 아니라 우리나라의 전반적인 관광에 대해 검색할 수 있도록 되어 있고, link page가 아닌 다른 검색엔진과 연계되어 정보검색을 할 수 있도록 되어 있는 경우도 있다(대구광역시-Smile Net, 울산광역시-Link Man, 제주도 -Yahoo Korea).

3. 한국관광협회 중앙회

- 한국관광협회 중앙회는 관광사업체의 관광상품 판매를 위한 ‘인터넷 관광정보시스템(www.koreatravel.or.kr)’ 물 구축을 거의 완성한 상태이며 11월부터 시험가동에 들어가 2000년 1월에 공식 가동 할 예정에 있다.
- 이 사이트는 국내외 여행상품을 상품별, 가격별, 지역별 등 검색부터 계약까지 일괄 처리하고 관광호텔 및 콘도 숙박상품 예약 및 판매를 한다. 철도, 항공 등 교통기관의 예약도 가능함.

- 관광사업체 웹호스팅 사업 실시: 관광사업체 상세 정보를 제공하고 업체별 DB SORT기능을 부여하고자 함.
- ON-LINE 관광예약시스템 구축: 2단계의 물 운영과 연계하여 구축하고 예약과 관광 정보를 동시에 제공함. 해당 숙박지를 중심으로 한 수요 관광정보를 제공할 것임.
- 관광정보시스템 구축 사업의 목적은 다음과 같다.
 - 전자상거래 활성화에 의한 관광사업체 활성화 유도
 - 관광사업체와 고객간의 직거래장 및 사이버 관광상품 판매망 구축을 통한 관광업계 질서유지
 - 전국민의 관광에 대한 이해증진 및 관광사업체의 신뢰도 증진
 - 관광산업 활성화를 통한 지역경제 활성화 및 신규 고용창출
- 1차 구축 내용('98년 12월부터 5월까지)
 - 신규 관광사업 투자안내, 관광사업체를 위한 각종 정보제공
 - 일반 이용자에게 관광사업 관련 정보 제공, 전자지도 제공 및 관광지 위치 검색
 - 유명 관광지 정보 제공
 - 관광관련 구인·구직 정보
 - 기타 관광사업 관련 기본 정보 제공 및 각종 관광관련 사이트 링크
- 2차 구축 계획('99년 6월부터 12월까지)
 - 관광사업체의 관광상품 판매를 위한 물 구축
 - 관광사업체 웹호스팅 사업
 - 관광사업체 관련 추가 정보 제공
 - on-lone 관광예약시스템 구축
 - 관광관련 교육 및 사이버 교육 준비

4. 해외홍보원

- 현재 인터넷에서 우리나라를 해외에 홍보하는 사이트로 대표적인 것은 한국관광공사 웹사이트와 해외홍보원의 웹사이트를 들 수 있다.
- 해외홍보원은 지난 '95년부터 한국종합소개 인터넷 웹사이트 '코리아원도(www.kois.go.kr)'를 개설 운영, 인터넷을 활용한 해외홍보활동을 해 왔다. 한국을 영문으로 알리는 종합정보시스템이 없는 것이 시급히 해결해야 할 문제로 지적되면서, 국

정홍보처 해외홍보원(www.korea.net)은 올 연말까지 29억2천5백만원을 투입, ‘포털사이트’를 구축하고 있다. 또한 한국의 문화유적지, 관광지, 축제 등 2천8백 항목에 이르는 정보를 제공하게 될 ‘사이버코리아센터’도 구축 중에 있다. 특히 이 사이트는 한국관련 정보가 필요한 사람들이 쉽게 접속이 가능하도록 “코리아넷(www.korea.net)”을 도메인 네임으로 사용함으로써 많은 네티즌들의 이용이 예상된다.

- 민간업체의 해외홍보사이트로서는 옐로우페이지 코리아를 들 수 있다.
 - 옐로우 페이지 코리아(www.yellowpages.co.kr)는 국내 유일의 외국인 전문 홍보대행사로서 정부기관, 기업체 홍보 기획 및 컨설팅을 하고 있다. 이 사이트는 '98년 7월 영문 웹사이트 구축되었다. 외국인 회사 임직원 및 가족 각국 대사관 직원 등을 마케팅 표적으로 하여 산업 전반에 관한 서비스를 제공하고, 특히 한국 여행에 관한 모든 정보를 제공할 뿐만 아니라 예약까지 가능하도록 되어 있으며, '99년 1월 1일부터 E-mail을 통한 외국인 대상 행사 및 공지사항 배포개시를 하였다.
 - 이외에 관광벤처기업 1호인 3Wtour는 사이버 여행사로 외국인의 한국관광을 위한 영문안내 사이트 ‘웰컴투코리아(www.welcometocorea.com)’를 오픈하였다. 이 사이트는 국내 여행정보 뿐 아니라 주한 외국인의 한국체험기는 물론 일반 여행정보를 알기 쉽게 제공하고 있다. 또한 한국관광을 원하는 외국인을 위한 상품을 안내하고 있으며, 항공 호텔 에어텔 등 다양한 형태의 여행이 가능토록 준비되어 있다. 현재 영어로만 서비스되고 있는 이 사이트는 앞으로 영어, 중국어, 불어, 러시아 등 8개국어로 서비스될 예정이다.

제3절 전문가 설문조사

1. 조사개요

- 시·도 관광안내소 안내정보시스템 체계 구축방안에 관한 전문가 의견 조사
- 조사방법 및 조사시기
 - 조사대상: 전문가 100명(유효표본 67매, 67% 회수)
 - 조사방법: 직접방문조사 및 우편조사 병행
 - 조사시기: 7월 13일 ~ 22일

2. 관광안내정보 제공

가. 관광안내정보 인터넷 사이트 운영에 대한 평가

- 관광안내정보 인터넷 사이트의 운영에 대하여 종합적인 평가를 위해 각 항목에 대하여 어떻게 인식하고 있는가를 조사하기 위해서 5점 척도를(1: 매우나쁨~5: 매우 좋음) 사용하였다.
- 조사결과 정보내용의 양이 평균 3.31로 가장 좋은 평가를 받았고, 각 홈페이지의 분류방법이 평균 3.11, 제공내용의 질과 각 홈페이지의 검색기법이 평균 3.03, 자료제공 속도가 평균 2.73으로 조사되었으며, 제공자료의 중복여부와 제공자료의 갱신주기가 각각 평균 2.55와 2.52로 나타났다(<표 3-6-1> 참조).

나. 관광안내정보 취득시 필요한 정보(정보탐색과정)

- 인터넷이용자들이 정보탐색과정에서 인터넷을 이용하여 관광안내정보를 취득하고자 할 때 각 항목 정보의 필요성을 조사하기 위하여 필요성 정도를 5점 척도로(1: 전혀 불필요 ~ 5: 매우 필요) 질문하였다.
- 조사결과, 교통편 안내가 평균 4.64로 가장 필요한 정보로 나타났으며, 숙박시설이 평균 4.61, 관광지 지도가 평균 4.45, 관광지 소개와 각종 시설 예약관련 정보가 4.39로

나타났다. 또한 관광코스가 평균 4.07, 주변 이용시설이 평균 3.97, 관광관련 이벤트가 평균 3.90, 식음료점이 3.75, 쇼핑에 대한 정보가 3.69 순으로 조사되었다(<표 3-6> 참조).

<표 3-6> 관광안내정보 인터넷 사이트 운영에 대한 평가

구 분	매우나쁨		나쁨		보통		좋음		매우좋음		평균값
	빈도	구성비 (%)	빈도	구성비 (%)	빈도	구성비 (%)	빈도	구성비 (%)	빈도	구성비 (%)	
제공내용의 양	0	0.0	4	6.2	39	60.0	20	30.8	2	3.1	3.31
각 홈페이지의 분류 방법	0	0.0	13	20.3	32	50.0	18	28.1	1	1.6	3.11
제공내용의 질	0	0.0	12	18.5	40	61.5	12	18.5	1	1.5	3.03
각 홈페이지의 검색 기법	0	0.0	16	25.0	32	50.0	14	21.9	2	3.1	3.03
자료제공 속도	3	4.7	20	31.3	32	50.0	9	14.1	0	0.0	2.73
제공자료의 중복여부	2	3.1	28	43.8	31	48.4	3	4.7	0	0.0	2.55
제공자료의 갱신주기	3	4.8	28	44.4	28	44.4	4	6.3	0	0.0	2.52

<표 3-7> 인터넷을 이용하여 관광안내정보 취득시 필요한 정보

구 분	전혀 불필요		불필요		보통		필요		매우 필요		평균값
	빈도	구성비 (%)	빈도	구성비 (%)	빈도	구성비 (%)	빈도	구성비 (%)	빈도	구성비 (%)	
교통편 안내	-	-	-	-	1	1.5	22	32.8	44	65.7	4.64
숙박시설	-	-	-	-	1	1.5	24	36.4	41	62.1	4.61
관광지 지도	-	-	-	-	4	6.1	28	42.4	34	51.5	4.45
관광지 소개	-	-	-	-	5	7.5	31	46.3	31	46.3	4.39
각종시설 예약 관련 정보	-	-	-	-	8	12.1	24	36.4	34	51.5	4.39
관광코스	-	-	-	-	14	20.9	34	50.7	19	28.4	4.07
주변의 이용 시설	-	-	-	-	19	28.4	31	46.3	17	25.4	3.97
관광관련 이벤트	-	-	-	-	19	28.4	36	53.7	12	17.9	3.90
식음료점	-	-	1	1.5	25	37.3	31	46.3	10	14.9	3.75
쇼핑	1	1.5	1	1.5	26	38.8	29	43.3	10	14.9	3.69

다. 관광목적지에서 관광정보 취득시 필요한 정보

- 관광객들이 관광목적지에 도착하여 관광정보를 취득하고자 할 때 각 항목 정보의 필요성을 조사하기 위하여 5점 척도를(1: 전혀 불필요 ~ 5: 매우 필요) 사용하였다.
- 조사결과, 인터넷을 이용하여 관광안내정보 취득시 필요한 정보와 마찬가지로 교통편 안내가 평균 4.52로 관광목적지에서 가장 필요한 정보로 나타났으며, 관광지도가 평균 4.43, 숙박시설이 평균 4.27, 관광코스가 4.18, 주변의 이용시설이 4.09로 조사되었다. 또한 관광관련 이벤트가 평균 3.97, 관광지 소개가 평균 3.95, 식음료점과 각종시설 예약관련 정보가 각각 평균 3.94와 3.80으로 나타났으며 쇼핑에 대한 정보가 평균 3.61로 조사되었다.

<표 3-8> 관광목적지에서 관광정보 취득시 필요한 정보

구 분	전혀 불필요		불필요		보통		필요		매우 필요		평균값
	빈도	구성비 (%)	빈도	구성비 (%)	빈도	구성비 (%)	빈도	구성비 (%)	빈도	구성비 (%)	
교통편 안내	0	0.0	1	1.5	6	9.1	17	25.8	42	63.6	4.52
관광지 지도	0	0.0	3	4.5	4	6.0	21	31.3	39	58.2	4.43
숙박시설	0	0.0	1	1.5	13	19.7	19	28.8	33	50.0	4.27
관광코스	0	0.0	1	1.5	11	16.4	30	44.8	25	37.3	4.18
주변의 이용 시설	0	0.0	1	1.5	12	17.9	34	50.7	20	29.9	4.09
관광관련 이벤트	0	0.0	3	4.5	14	20.9	32	47.8	18	26.9	3.97
관광지소개	0	0.0	2	3.0	16	24.2	31	47.0	17	25.8	3.95
식음료점	0	0.0	0	0.0	19	28.8	32	48.5	15	22.7	3.94
각종시설 예약 관련 정보	0	0.0	5	7.6	23	34.8	18	27.3	20	30.3	3.80
쇼핑	1	1.5	1	1.5	30	44.8	26	38.8	9	13.4	3.61

라. 관광안내정보 제공을 위한 우선순위

- 관광안내정보를 효율적으로 제공하기 위하여 가장 시급한 문제에 대한 의견조사에서 각 관광안내정보의 네트워크화가 가장 시급한 문제점으로 나타났으며, 각 관련기관에서 공통으로 사용 가능한 데이터베이스의 구축이 2위, 3위는 홈페이지의 구성요소(홈페이지를 구성하고 있는 콘텐츠의 수준 등)의 표준화, 홈페이지내 사용되는 메뉴 용어

의 표준화가 4위를 차지하였다.

<표 3-9> 관광안내정보의 효율적 제공을 위한 우선순위

순 위	내 용
1	각 관광안내정보의 네트워크화
2	각 관련기관에서 공통으로 사용 가능한 데이터베이스의 구축
3	홈페이지 구성요소(홈페이지를 구성하고 있는 콘텐츠의 수준 등)의 표준화
4	홈페이지내 사용되는 메뉴 용어의 표준화

마. 관광안내정보 제공 대표 홈페이지에 대한 의견

○ 우리나라 전체의 관광안내정보를 제공하는 대표 홈페이지(관광포털사이트)의 필요성에 대한 의견조사에서 필요와 매우 필요가 각각 43.3%, 40.3%를 점유하였고, 매우 불필요가 6.0%, 불필요가 4.5%, 보통이 4.0%로 나타났다.

<표 3-10> 관광안내정보 제공 대표 홈페이지의 필요성에 대한 의견

구 분	빈 도(명)	구성비(%)
매우 불필요	4	6.0
불필요	3	4.5
보통	4	6.0
필요	29	43.3
매우 필요	27	40.3
계	67	100

○ 관광안내 대표 홈페이지가 필요하다고 대답한 사람들을 대상으로 그 이유를 조사한 결과 이용자 편의와 효율적 정보의 제공을 위해서가 공동 1위로 나타났고, 한국을 알릴 수 있는 홍보효과가 2위, 관리의 효율성과 종합 안내 정보 제공을 위해서가 3위로 조사되었다.

<표 3-11> 관광안내 대표 홈페이지가 필요한 이유

순 위	내 용	빈 도 (명)
1	효율적 정보의 제공 및 종합안내 정보 제공	19
2	이용자 편의 및 접근의 용이성	18
3	한국을 알릴 수 있는 홍보효과	7
4	통일성 및 일관성 확보	6
5	관리의 효율성	5
6	정보의 신뢰성 확보	3

○ 관광안내 대표 홈페이지가 필요없다 라고 대답한 사람들을 대상으로 그 이유를 조사한 결과 기존 홈페이지들간의 연계를 통해 적절히 이용이 1위로 조사되었고, 관광공사 홈페이지를 포털 사이트로 발전시킴이 효율적이다가 2위로 조사되었다.

<표 3-12> 관광안내 대표 홈페이지가 필요 없는 이유

순 위	내 용	빈 도 (명)
1	기존 홈페이지들간의 연계를 통해 적절히 이용	3
2	관광공사 홈페이지를 포털사이트로 발전시킴이 효율적	2
3	기타	2

바. 바람직한 정보교환 또는 공유 방법

○ 우리나라 전체의 관광안내정보를 제공하는 대표 홈페이지(관광포털사이트)의 필요성에 대한 의견조사에서 필요와 매우 필요라고 대답한 사람들을 대상으로 바람직한 정보교환 또는 공유 방법에 대하여 질문하였다.

○ 응답결과, 한국관광공사의 기존 홈페이지중 관광안내정보 내용을 보완하여 이용하는 것이 좋다는 의견이 46.6%로 가장 높게 나타났고, 관광안내정보를 제공하는 대표 홈페이지를 새로 구축하여 이용이 34.5%, 기존의 방식대로 이용하는 것(관광공사, 민간, 지방자치단체별 홈페이지에서 정보제공)과 한국관광협회의 기존 홈페이지를 확대 보완하여 이용하는 것이 6.9%로 같은 비중으로 조사되었다. 민간업체에서 개발된 홈페이지 중 대표적인 사이트를 발굴하여 확대이용하자는 의견은 1.7%에 불과하다.

<표 3-13> 바람직한 정보교환 또는 공유방법

구 분	빈 도 (명)	구성비(%)
한국관광공사의 기존 홈페이지중 관광안내정보내용을 보완하여 이용	27	46.6
관광안내정보를 제공하는 대표 홈페이지를 새로 구축하여 이용	20	34.5
기존의 방식대로 이용(관광공사, 민간, 지방자치단체별 홈페이지에서 정보제공)	4	6.9
한국관광협회의 기존 홈페이지를 확대 보완하여 이용	4	6.9
민간업체에서 개발된 홈페이지중 대표적인 사이트를 발굴하여 확대 이용	1	1.7
기타	2	3.4
계	58	100

사. 대표 홈페이지의 명칭에 대한 의견

○ 관광안내정보를 종합적으로 제공하는 대표홈페이지 구축시 대표 홈페이지의 명칭에 대한 의견을 조사한 결과, TravelKorea(Travel Korea)가 53.1%로 가장 많은 응답률을 나타냈고, SeeKorea(See Korea)가 12.5%, KoTournet(Korea Tour Net)이 10.9%, KotourInfo(Korea Tour Information)이 9.4%순으로 조사되었다.

<표 3-14> 대표 홈페이지의 명칭에 대한 의견

구 분	빈 도(명)	구성비(%)
TravelKorea(Travel Korea)	34	53.1
SeeKorea(See Korea)	8	12.5
KoTournet(Korea Tour Net)	7	10.9
KotourInfo(Korea Tour Information)	6	9.4
기타	9	14.1
계	64	100
무응답	3	-

3. 시·도 종합관광안내소 운영

가. 현재 운영중인 관광안내소의 문제점

○ 현재 운영중인 관광안내소의 문제점에 대한 의견 조사에서 안내정보에 문제가 있다는 의견이 17.5%로 가장 많은 응답률을 나타냈고, 안내소 인력에 문제가 있다는 의견이 17.1%, 안내소 시설이 문제가 있다는 의견이 16.3%, 안내소 수에 문제가 있다는 의견이 12.9%로 조사되었다.

<표 3-15> 현재 운영중인 관광안내소의 문제점

구 분	복수응답(n=67)	구성비(%)
	빈도(명)	
안내정보	42	62.7
안내소 인력	41	61.2
안내소 시설	39	58.2
안내소 수	31	46.3
안내제공 장비	26	38.8
안내소 운영	25	37.3
안내소 위치	22	32.8
안내소 조직	14	20.9
계	240	-

나. 관광안내소 운영 효율화를 위한 통합 관리에 대한 의견

○ 각 시·도, 한국관광공사, 한국관광협회중앙회에서 각각 운영하고 있는 관광안내소의 운영 효율화를 위해 통합 관리가 필요한가에 대한 의견조사에서 ‘그렇다’가 81.8%로 높은 점유율을 나타냈고 ‘아니다’가 18.2%로 조사되었다.

<표 3-16> 관광안내소 운영 효율화를 위한 통합 관리에 대한 의견

구분	빈도(명)	구성비(%)
그렇다	54	81.8
아니다	12	18.2
계	66	100
무응답	1	-

○ 관광안내소의 통합 관리해야한다고 응답한 사람들의 대상으로 이유를 조사한 결과, 정보제공 및 관리의 효율성 제고 필요성이 1위로 나타났고, 제공 정보의 표준화, 제공 서비스 수준 향상 가능 순으로 조사되었다.

<표 3-17> 관광안내소의 통합 관리 필요 이유(개방형 질문)

순 위	내 용	빈 도 (명)
1	정보제공 및 관리의 효율성 제고	27
2	정보제공의 통일성 확보	6
3	제공정보의 표준화	5
4	제공 서비스 수준 향상가능	4
5	정보제공의 신속성 확보	3
6	경비절감	3

○ 또한 관광안내소의 통합관리를 해서는 안된다고 대답한 사람들을 대상으로 그 이유를 조사한 결과, 지역이나 기관의 특성을 일률적으로 통합하기 어렵다고 응답한 사람이 3명, 재정적인 문제가 발생할 수 있다고 응답한 사람이 2명이었다.

다. 관광안내소의 통합 관리 기구

○ 관광안내소를 통합하여 관리한다면 어떤 단체에서 관리하는 것이 바람직한가에 대한 질문에서 ‘한국관광공사’가 전체응답의 57.9%로 가장 높게 나타났고, ‘한국관광협회 중앙회’가 17.5%, ‘각 시·도’가 14.0%, ‘새로운 조직 구성’이 10.5%로 조사되었다.

<표 3-18> 관광안내소의 통합 관리 조직

구 분	빈 도(명)	구성비(%)
한국관광공사	33	57.9
한국관광협회중앙회	10	17.5
각 시·도	8	14.0
새로운 조직 구성	6	10.5
계	57	100
무응답	10	-

라. 재원조달 방법

○ 시·도의 종합관광안내소를 지속적으로 운영·관리하기 위한 바람직한 재원조달 방법에 대한 의견조사결과, ‘중앙정부 + 지방정부’가 30.8%로 가장 높은 응답비율을 차지했고, ‘중앙정부 일부지원(인건비, 시설관리비 등) 및 자체 수익사업 추진으로 일부 조달’이 24.6%, ‘비영리기관 또는 공공성격의 기관운영(한국관광공사, 한국관광협회중앙회 등)’이 21.5%, ‘중앙정부지원(국고 또는 기금)’이 12.3%, ‘지방정부 일부지원(인건비, 시설관리비 등) 및 자체 수익사업 추진으로 일부 조달’이 6.2%, ‘지방정부지원’이 1.5%로 조사되었다.

<표 3-19> 재원조달 방법

구 분	빈 도(명)	구성비(%)
중앙정부 + 지방정부	20	30.8
중앙정부 일부지원(인건비, 시설관리비 등) 및 자체 수익사업 추진으로 일부조달	16	24.6
비영리기관 또는 공공성격의 기관운영 (한국관광공사, 한국관광협회중앙회 등)	14	21.5
중앙정부지원(국고 또는 기금)	8	12.3
지방정부 일부지원(인건비, 시설관리비 등) 및 자체 수익사업 추진으로 일부 조달	4	6.2
지방정부 지원	1	1.5
기타	2	3.1
계	65	100
무응답	2	-

마. 수익사업을 통한 운영비 조달시 가능한 사업

○ 시·도 종합관광안내소에서 수익사업을 통해 일부 운영비를 조달한다면 가능한 사업을 질문한 결과, ‘지도·책자 판매’가 28.6%로 가장 많은 응답률을 보였고, ‘기념품 판매(각 지역별 특산품)’는 22.7%, ‘카드판매(전화카드, 기념엽서 등)’는 19.3%로 나타났다.

<표 3-20> 수익사업을 통한 운영비 조달시 가능한 사업

구 분	복수응답(n=67)	구성비(%)
	빈도(명)	
지도·책자 판매	34	50.7
기념품 판매(각 지역별 특산품)	27	40.3
카드판매(전화카드, 기념엽서 등)	23	34.3
호텔, 음식점 예약을 통한 수수료	21	31.3
민간 관광통역원 알선 및 수수료	6	9.0
여행사 입점으로 인한 입점 수수료	5	7.5
기타	3	4.5
계	119	-

바. 편리하고 효율적인 관광안내정보 시스템 구축을 위한 의견

○ 편리하고 효율적인 관광안내정보 시스템 구축을 위한 의견조사에서 1위는 통합 관광안내정보 시스템 구축 필요로 나타났고, 2위는 국내외 주요 홈페이지간의 연계, 3위는 다양하고 상세한 정보제공과 전문인력 확보 및 유지관리로 조사되었다.

<표 3-21> 편리하고 효율적인 관광안내정보 시스템 구축을 위한 의견

순 위	내 용	빈 도 (명)
1	통합 관광안내정보 시스템 구축 및 관리	12
2	국내외 주요 홈페이지간의 연계	7
3	다양하고 상세한 정보제공	6
	전문인력 확보 및 유지관리	6
5	관광안내정보 시스템의 표준화	4
6	updating이 잘 이뤄져야 함	3
7	유·무료서비스의 복합운영으로 수익 사업화	2
	기존 업체를 활용한 네트워크화	2
	주요 관광지에 무인 관광안내 시스템 운영	2
	선진국형 안내체계 구축	2

4. 일반적 사항

	구 분	빈도(명)	구성비(%)	비고
연 령	30세이하	14	21.9	응답자의 평균 연령 36.77세
	31~40세	31	48.4	
	41~50세	17	26.6	
	51세이상	2	3.1	
	계	64	100	
	무응답	3	-	
소속기관	정부(투자)기관	28	43.1	
	업계	16	24.6	
	학계	8	12.3	
	정보통신관련 공무원	5	7.7	
	협회	4	6.2	
	연구원	3	4.6	
	기타	1	1.5	
	계	65	100	
근무연수	무응답	2	-	평균 근무연수 8.74년
	5년 이하	27	41.5	
	6년~10년	18	27.7	
	11년~15년	9	13.9	
	16년~20년	8	12.3	
	21년 이상	3	4.6	
	계	65	100	
	무응답	2	-	

제4절 국내외 관광안내정보시스템 운영사례

- 웹사이트를 통해 관광안내정보를 본격적으로 제공하기 시작한 것은 외국의 경우도 1997년에 들어서면서 부터라고 할 수 있다. 기존 CRS(Computer Reservation System)를 통해 ID를 부여받은 곳만 이용할 수 있었던 시스템에서 누구든지 인터넷으로 이용할 수 있는 관광예약 웹사이트는 관광정보 제공의 새로운 혁명이라 할 수 있다.
- 본 연구에서는 여행업계와 호텔업계의 정보시스템 구축 및 관광예약 서비스 제공실태에 대하여 개괄하고자 한다.

1. 여행업계

가. 정보시스템 발전과정

- 컴퓨터 예약정보시스템(CRS)은 항공사를 중심으로 발전을 거듭하여왔다. 초기에 채택한 정보시스템은 광역유통시스템(GDS: Global Distribution Systems)으로서 1970년대 중반부터 보급되었다. 세계적으로 여행사가 활용한 시스템으로서 주요한 것은 SABRE, APOLLO/GALILEO, WORLDSPAN, SYSTEM ONE, AMADEUS, ABACAS 등이 있다.

<정보시스템의 발전추이>

- 1930년대 아메리칸 에어라인은 처음으로 예약업무에 활용하고자 “질의 응답 시스템”을 도입하였음. 이 예약시스템은 고객이 전화를 이용해 항공예약을 하면 전보를 통해 고객에게 알려주는 것임.
- 1940년대 중반에는 “티파니(Tiffany)”라고 불리는 각기 다른 색상의 인덱스카드를 이용하는 티파니 시스템을 이용함. 이 경우 뉴욕에서 버팔로로 가고자 하는 항공기 탑승여부가 확인되려면 12명의 각기 다른 사람이 각기 다른 작업과정을 거쳐야만 했기에 약 3시간 정도 소요됨.
- 이런 문제를 해소하고자 아메리칸 에어라인은 항공좌석 예약을 위한 전자식 시스템을 1946년에 세계 최초로 도입하였음.
- 1953년에는 아메리칸 에어라인 회장과 IBM의 간부가 만나는 것을 계기로 LA에서 뉴욕을 오가는 아메리칸 에어라인 구간에 완벽한 예약시스템 구현을 위한 노력이 전개되었음. 1959년, “반자동 업무 연구 환경(Semi-Automated Business Research Environment:

SABRE)”으로 불리는 시스템이 4천만 불을 투자하여 개발되었음.

(<http://www.sabre.com/corpinfo/history.htm>)

- SABRE가 개발된 이후 1975년 유나이티드 에어라인의 APOLLO가 도입되어 항공예약업무에 적극 활용되기 시작했고,
 - 1981년에는 텍사스 에어라인의 SYSTEM ONE, 1982년에는 델타 항공의 DATAsII 등이 일반여행사에 제공되기 시작하였음. PARS와 DATAs II의 합병으로 생긴 WOSRLDSPAN이 SYSTEM ONE을 누르고 APOLLO에 필적하는 CRS로 성장하자, APOLLO는 자사 주식의 50%를 US AIR와 GALILEO에 매각하여 시스템 성능 향상을 도모하였음
- 유럽의 CRS 시장은 미국 항공사들의 CRS 시장 진출에 대비하여 IBM 기종을 사용하는 GALILEO, UNIVAC 체계를 호스트 컴퓨터로 이용하고 텍사스 항공의 SYSTEM ONE의 기술을 이전 받아 개발한 AMADEUS가 주축을 이루고 있음.
- 1989년을 기점으로 세계 CRS 업계는 다국적 CRS 운용단계라는 새로운 국면을 맞이하게 됨. SABRE, APOLLO, SYSTEM ONE, WORLDSPAN 등 미국계 CRS 업체들이 해외로 진출함에 따라, 이들 미국계 CRS에 대항하기 위해 여러 항공사가 연합하여 공동 운영하는 형태인 GDS(Global Distribution System)을 형성하게 되었음. 아시아 지역에서는 대한항공의 TOPAS, 일본항공의 AXESS, ANA의 INFINI와 동남아지역 항공사가 공동 개발하여 운영하는 ABACUS가 있음.

○ 기존의 예약정보시장을 보면, 세계적인 예약정보시스템(CRS)과 연계되지 않고서는 관광사업자가 업무를 수행할 수 없을 만큼, SABRE, AMADEUS, WORLDSPAN, GALILEO 등과 같은 시스템이 관광정보시장의 주류를 형성하고 있었다. 이러한 시스템은 기존의 항공사, 여행사, 호텔, 렌터카 회사 등 자사의 시스템에 회원으로 가입된 경우에 한해 정보를 제공해 주고 있으며, 비회원이 시스템에 접속하여 정보를 구할 수 없도록 되어 있다.

○ 최근 들어 ENTREE, Travelocity, Expedia, ITN 등의 웹사이트가 CRS에서 제공하는 정보 못지 않은 훌륭한 정보를 인터넷으로 제공하고 있다. 앞으로 이러한 웹사이트가 무수히 생겨나고 그 기능이 확대될 것으로 예상된다. 세계적인 CRS업체들이 출자하여 인터넷을 기반으로 하는 웹 관광정보시스템을 구축하고 있는 것도 이와 같은 시스템이 기존에 항공사를 중심으로 제공되던 컴퓨터 예약정보시스템(CRS)시장을 대체할 수도 있다고 보기 때문이다.

나. 국내에서 활동중인 여행정보시스템

○ 우리나라의 경우에도 항공업계 및 여행업계의 CRS는 도입 초창기만 해도 항공 전산발권 업무에만 초점이 맞춰졌었다. 그러던 것이 시간이 흐를수록 SABRE, AMADEUS, GALILEO, WORLDSPAN 등 전세계 주요 항공사는 물론 호텔, 렌터카, 리조트 등 여행·레저 관련 주요 업체들을 망라하는 초대형 정보망을 구축해 이를 온라인 통신망으로 연결해 관련 여행·관광업체와 연결시켜 주는 GDS(Global Distribution System)가 도입되고 있다.

○ 최근 1년 사이에 국내 CRS시장에서의 변화는 ‘ABACAS·SABRE’, ‘TOPAS·AMADEUS’, ‘GALILEO’, ‘WORLDSPAN’ 등 4대 주요 GDS체제를 구축하고 있다. 이들은 여행 및 항공예약은 물론 호텔, 렌터카, 철도, 연극, 영화 예약 등으로 업무영역을 서서히 확대하고 있다. 이러한 인터넷을 활용한 거대한 예약시장은 몇 개의 대형 예약시스템이 선두를 지키고 있으나 여행관련 전자상거래 시장에 대한 잠재성을 보고 대기업의 투자가 이루어지고 있으므로 앞으로 더욱 각축전이 벌어질 것으로 예견되고 있다.

<각 시스템별 특성/ '99년 6월>

- 갈릴레오(GALILEO): 유럽의 GALILEO와 미국의 APOLLO가 통합해 1992년 설립 영국항공(BA)·유나이티드항공(UA)이 중심이 되어 유럽, 북남미, 아시아, 아프리카, 호주 등 38,400개 여행사와 500개 항공사, 45개 렌터카 회사가 가입되어 있음.
- 월드스팬(WORLDSPAN): 노스웨스트 PARS, 델타 DATAS II, 콘티넨탈항공 SYSTEM ONE을 통합하여 1990년 2월 설립. 사용은 북미, 유럽, 아시아, 아프리카, 호주 등으로 여행사 18,000개, 450개 항공사, 3,500여개 호텔, 40개 렌터카가 가입되어 있음.
- 토파스(TOPAS): 1987년에 대한항공에서 개발하여 운영중에 있음. 한국여행업계를 위해 사용이 편리하고 이용률이 높은 시스템 구축을 기본개념으로 하여 증가하는 여행업계의 다양한 요구를 폭넓게 수용한 종합여행정보시스템임. 1998년 10월 아마데우스와 전략적 제휴를 하여 '99년 '토파스-아마데우스' 합작 독립사를 설립하였음. 가입항공사가 기존 80개 사에서 220개사로 증가하였음.
- 세이버(SABRE): 아메리칸항공(AA)주도로 1964년 설립됨. 사용은 북중남미, 유럽, 아프리카, 아시아, 호주 등으로 여행사 30,000개, 13만대 터미널, 35,000개 호텔, 50개 렌터카 회사 등이 가입되어 있음.

- 아마데우스(AMEDEUS): 영국 항공 갈릴레오에 맞서 에어프랑스, 루프트한자 등이 주도해 설립한 것으로서 1990년 설립되었음. 사용은 유럽과 아시아가 주 시장임.
- 애바카스(ABACAS): 아시아·태평양 지역의 최대 컴퓨터예약시스템으로 싱가포르항공, 케세이퍼시픽, 말레이시아항공 등 총 11개 호스트 항공사 참여로 초기에는 노스웨스트 항공의 PARS SYSTEM을 이용해 아시아 각 지역항공사에 단말기를 보급했으나 '98년 3월부터는 아메리카항공 세이버 시스템 이용하고 있음. 아시아나 항공과 제휴를 통하여 한국내 여행업계의 서비스에 기여하고 있음. 애바카스는 전 세계 항공사와 기타 여행업체의 시스템 연결은 물론 미국의 SABRE(AA를 주축으로 하여 설립된 세계 최초의 CRS 전문회사), 유럽의 AMADEUS, 일본의 INFINI와도 제휴하고 있음.

다. 여행관련 업체의 웹사이트

- '97년 야후에 등록되어 있는 사이버 여행사수는 6개에 불과하던 것이 '99년 8월 야후 코리아에 등재된 여행사는 100여개 업체에 달하고 있다(현재 인터넷에 등재된 여행사의 수는 총 250여개에 달할 것으로 추정됨). 이중 두각을 보인 것은 '97년에 본격 서비스를 시작한 투어몰(한화)과 월드투어 등이다.
- 이들 여행사 웹사이트들은 크게 인터넷과 사무실에서 동시에 예약 판매를 하고 있는 여행업체와 인터넷을 통해서만 단지 상품소개만하고(대부분 아직까지는 홍보용 홈페이지 수준을 크게 못벗어남) 사무실을 통하여 예약판매를 하고 있는 여행업체, 그리고 사무실은 없고 인터넷에서만 예약판매를 하고 있는 순수 사이버 여행업체 등으로 구분된다. 이와 같은 사이버 전문여행업체는 현재 초기시장으로 국내에는 10여개 업체 정도가 있는 것으로 추정되고 있다(부록 표 참조).
- 야후코리아에서 확인된 순수사이버여행사는 수아성(www.sooasung.com)과 비트(www3.shinbiro.com/~vite)가 있으며, 국내 최초로 관광벤처기업 1호 선정된 3Wtour(웹월드여행사에서 명칭변경)도 사이버 여행사로서 활동하고 있다.
- 이외에 '98년 11월에 국내 최초의 인바운드 사이버 여행업무를 시작한 ATTIC(www.attic.co.kr)은 인터넷을 통하여 한국의 문화와 생활상을 알리고 다양한 투어상품은 물론 개인적인 여행 스케줄까지 손쉽게 안전하게 예약할 수 있는 서비스를 제공하고 있다.
- 특히 인터넷을 통한 사이버 마케팅의 활성화로 FIT(개인여행)와 소그룹 여행이 더욱 큰 붐을 야기시키게 될 것으로 보고 있다. 인터넷의 확산은 대기업의 사이버여행업

진출과 기존 여행사를 거치지 않는 소비자와 사이버 여행사의 직거래를 초래하게 될 것이다.

○ 여행업체는 아니나 전세계 337개 도시의 무역센터를 총괄하고 53만개 회원사를 확보하고 있는 세계무역센터협회(WTCA)가 최근 건설중인 세계 최대의 사이버 무역시장 글로벌 마트(global mart)에 ‘투어리즘 나우(Tourism Now)’ 아이콘을 별도로 설치, 비즈니스 여행자들이 필요로 하는 항공과 호텔, 렌터카에서부터 환율, 여행지의 날씨, 비즈니스 뉴스 등의 정보를 제공하고 있다. 한마디로 전세계 기업을 하나의 네트워크망으로 구축한 거대 사이버 무역시장에 비즈니스 여행자들을 겨냥한 신 개념의 인터넷 여행시장이 형성될 것으로 보여 업계 관심을 고조시키고 있다.

- 투어리즘 나우의 특징: 클릭과 동시에 필요한 모든 정보를 얻을 수 있는 것과 전세계 예약시스템 아마데우스사와의 제휴로 예약시간에 관계없이 예약 서비스와 최고의 할인폭으로 출장비를 최소화 시킬 수 있다는 장점이 있음.
- WTCA는 무역관광 온라인 서비스망인 WTCBT(World Trade Center Business Tourism)와 연계해 일종의 국제여행 신용카드도 발급해 줄 계획으로 국내에서는 현재 산업은행 자회사인 산은캐피탈이 여행카드발급업무 제휴를 추진하고 있음.

< 여행업체의 주요 웹사이트>

- 하나투어(www.hanatour.co.kr)

- 1996년 3월 설립된 하나투어는 중소 여행사를 대상으로 상품을 기획·판매하는 여행도매업체로 전국에 뻗어 있는 9개 영업소와 중소 여행사간 긴밀한 커뮤니케이션을 강구할 수 있는 방법을 모색하다 웹에 기반을 둔 관광정보 시스템을 개발하였음.
- 지속적인 개선을 통하여 Real-time 여행일정 조회 제공, 가상여행의 제공, 예약에서 정산까지 자동으로 처리

- 배제 항공여행사(www.traveline.co.kr)

- 1997년 3월초 홈페이지 구축, 10월부터 자체 서버 구축
- 1997년 10월 스포츠조선과 공동 기획한 이벤트 개최기간 동안 조회수 1일 1만여건
- 인터넷을 통한 영업수익은 '98년 전체의 5% 정도(지속적 증가 예상)

- 투어몰(www.tourmall.co.kr)

- 한화국토개발, 한화의 전산실, 한화 이글스가 공동으로 관리를 하지만 실질적으로 수익이 제대로 이루어지고 있는 것은 국내의 국내 콘도 정도였으나 영업수익이 지속적으로 확대되고 있음.

- 월드투어(www.worldtour.co.kr)

- 1998년 2월 개설: 전자결제, 최저보상가격제 등 실시, 회원들에게 E-mail 서비스
- 월드투어는 가장 많은 흑자를 기록하고 있는 곳으로 '98년 인터넷 마케팅으로 얻은 순수익이 8천만원~2억원 정도로 추정됨.

라. 제공 서비스 실태

○ 일본항공(JAL)의 경우는 SABRE GROUP에서 운영하는 travelocity.com이라는 사이트 상에서 항공예약과 동시에 구매가 이루어지도록 되어 있다. 이 사이트에서는 항공예약, 호텔 및 렌터카 예약도 가능하며, 결제는 보통 신용카드로 이루어지고 있다. KLM항공사는 KLM royal Dutch와 Northwest Airlines이 공유하는 www.reservation.com이라는 사이트 상에서 항공은 예약과 구매가 동시에 가능하도록 하고 있고, 호텔 및 렌터카는 예약만 가능하도록 되어 있다. KLM 홈페이지에서 바로 이 사이트로 연결되도록 되어 있으며 예약상황을 개별 고객들의 E-mail로 보내주고 있으며, 여행사나 공항에서 이 예약상황을 보여주고 티켓을 받도록 하고 있다.

○ 항공사들은 일반적으로 Booking Engine을 사용해서 예약을 받고 호텔과 렌터카 예약이 가능하도록 하고 있으며 결제는 신용카드로 하고 있으며, 여행사의 경우에는 항공, 호텔, 렌터카 및 자사의 패키지 상품들을 인터넷을 통해 예약을 받고 있다. 이 경우 대부분 먼저 회원등록(무료)을 하도록 하고 있으며, 여행사에 따라 결제 방법이 조금씩 다르긴 하지만, 보통 신용카드로 결제하고 은행계좌이체 방법을 쓰기도 한다. 예를 들면, American International Travel에서는 항공, 렌터카, 호텔 및 여러 가지 패키지 상품을 인터넷을 통해 예약을 받고 있는데 결제수단은 신용카드만 가능하도록 되어 있다.

○ 여행업계의 예약은 주로 항공예약으로 기존에는 배타적으로 운영되어 왔던 CRT와 PC간의 연계가 이루어져서 스케줄의 이용가능성을 조회하고 예약을 할 수 있도록 운영되고 있다. 국적 항공사인 대한항공의 TOPAS와 아시아나의 ABACUS가 이러한 연계가 모두 이루어지고 있다. 따라서 이러한 시스템에서 예약된 예약상황을 점검할 수 있는 서비스를 제공하고 있다.

○ 정보제공의 경우를 보면, 보통 선진국 항공사는 여행의 기본인 취항지에 대한 여권,

비자, 공항, 취항지 등의 정보를 자국의 언어로 자국의 사용자에게 제공하고 있다. 국내의 국적 항공사들의 경우 이러한 기본 정보 수준이 극히 열악한 실정이다.

○ 정보이용방법에 있어서도 일반적인 정보는 인터넷을 이용하는 모든 사람들에게 개방되어 있으나 예약 및 상품구매와 관련된 사항은 별도의 회원관리방식(이 경우는 업체에서 발행한 카드ID나 신용카드에 의하여 이용가능)을 통하여 이용을 제한하고 있다. 특히 항공사는 마일리지카드 관리를 통하여 회원관리를 신속하고 편리하게 제공하고 있다.

○ 관광정보시스템 구축에 있어서 가장 중요한 것이 DB구축이 얼마나 잘 되어 있는가이다. 이는 소비자를 유인하여 판매에 이르게 하는 기본조건으로서 편리한 실시간 예약 및 여행에 대한 불안감을 해소시켜 줄 수 있는 다양한 정보 제공이 이루어져야 한다.

2. 숙박업계

가. 정보시스템 구축실태

○ 호텔의 경우 1999년 6월말 현재 약 447개 업체중 홈페이지가 개설된 곳은 55개 업체로 12.3%에 불과하다. 이중 독자적으로 인터넷을 통하여 실시간 예약을 받고 있는 경우는 몇 안되는 실정이다.

○ 등급별로 보면, 특1급 호텔중 웹사이트를 개설한 호텔은 19개 업체로 67.9%이며, 특2급은 16개 업체로 32.7%, 1급호텔은 16개소로 9%, 2-3급호텔은 4개 업체로 2.1%에 불과하다. 외국의 호텔전문 웹사이트에 나타난 국내호텔의 정보화는 실제보다 낮게 소개되어 예약상의 불편을 초래하고 있다고 한다(<표 3-22> 참조).

<표 3-22> 호텔등급별 웹사이트 개설현황

호텔등급	업체수	웹 사이트 개설 수	E-Mail 가능여부
특1급	28	19(67.9%)	19곳
특2급	49	16(32.7%)	11곳
1급	177	16(9.0%)	14곳
2-3급	193	4(2.1%)	4곳

- 호텔의 인터넷 웹사이트는 호텔 홍보를 위한 수준이며, 주변관광지를 안내하고 있는 경우는 50%미만이며, 웹사이트는 개설하고 있으나 온라인 객실예약이 안되는 경우도 있다. 부대시설까지 예약이 되는 경우는 아직 미흡한 실정이며, 객실 및 부대시설의 예약에 있어서도 실시간 예약이 되지 않고 있다. 제공하는 언어는 대개 영어와 한국어로 제공하고 있으며, 타 외국어로는 제공하고 있지 않다.
- 현재 인터넷 웹사이트를 운영중인 호텔들중 예시적으로 선택하여 인터넷 웹사이트의 특징을 안내, 예약, 지도, 링크, 언어 서비스 등의 항목으로 비교를 해보면 다음과 같다(<표 3-23> 참조).

<표 3-23> 우리나라 특급호텔 웹사이트의 특징

분류	호텔명	안 내		예 약		지도	링크	언어
		호텔	주변 관광지	객실	부대 시설			
특1급	호텔롯데	○	×	○	×	○	○	영어,한국어
	경주힐튼	○	○	○	○	○	×	한국어
	호텔현대(경주)	○	○	○	×	×	×	영어,한국어
	르네상스서울호텔	○	×	○	×	○	○	영어,한국어
	리츠칼튼호텔	○	×	○	×	×	×	영어,한국어
	인터컨티넨탈호텔	○	×	○	○	○	○	영어
	쉐라톤위커힐	○	×	○	×	×	×	영어,일어
	신라호텔	○	○	○	×	○	○	일어,한국어
	제주그랜드호텔	○	○	○	○	○	○	영어,일어
	래디슨서울프라자	○	×	○	×	○	○	영어,한국어
특2급	노보텔 앰버서더	○	×	○	○	○	×	영어,한국어
	세종호텔(서울)	○	○	○	×	×	○	영어
	서울팔래스호텔	○	○	○	○	×	×	영어,한국어
	대구프린스호텔	○	○	○	○	○	×	영어,한국어
	서울로얄호텔	○	×	×	×	○	×	한국어
	호텔그린빌라제주	○	×	×	×	○	×	영어,한국어
	호텔오대산	○	○	○	×	○	×	영어,한국어
1급	신양파크호텔	○	×	×	×	○	×	한국어
	프리마호텔	○	×	×	×	○	×	한국어
	대구크리스탈호텔	○	×	○	○	×	×	영어,한국어
	서교호텔	○	×	○	×	○	○	영어,한국어
	리버파크호텔	○	×	○	×	○	○	한국어
2급	사보이호텔	○	○	○	×	×	○	영어
	대명그린빌관광호텔	○	○	○	×	○	○	한국어

라. 운영 실태

- 인터넷을 통해 호텔을 예약하는 사람들이 점차 증가하고 있으며, 인터넷 호텔 예약은 여행사나 CRS를 이용한 호텔예약보다 호텔업자들의 비용부담이 적고 효과적이기 때문에 이를 통한 호텔 예약은 앞으로 더욱 증가할 전망이다.
- 1998년 초에는 세계의 전체 호텔예약의 30%는 여행사를 통해 이루어지고 있으며, CRS를 통해서도 1%의 예약이 이루어지고 있다. 이처럼 인터넷 웹사이트를 통한 호텔 예약이 전체 호텔예약 중에서 차지하는 비중은 아직 미약한 실정이지만, 그 비율이 급속도로 증가하고 있다.
- Travel Business Analyst에 의하면, '97년 유럽과 북아메리카지역의 온라인 호텔예약은 250만건이었으며, 2000년에 이르면 6,500만건 이상으로 증가하게 될 것이라고 한다. 비록 이 수치는 이 지역 전체 호텔예약중 7% (북아메리카 10%, 유럽 5%) 정도를 차지하는 것이지만 인터넷의 보편화와 각종 여행 관련 사이트의 성장률을 감안할 때 앞으로 5년에서 10년 이내에 인터넷을 통한 호텔예약은 전체 호텔예약의 35%를 웃돌 전망이다.

<표 3-24> 인터넷을 통한 호텔예약 건수

연 도	인터넷을 통한 호텔예약건수		전체 호텔예약중 인터넷을 통한 호텔예약 비율(%)	
	북아메리카	유 럽	북아메리카	유 럽
1996	200,000	-	0.1	-
1997	2,000,000	500,000	0.5	0.1
1998	7,000,000	3,000,000	2.0	0.5
2000	40,000,000	25,000,000	10.0	5.0

주: '98년과 2000년의 수치는 추정치임.

- 인터넷을 통한 예약의 장점은 호텔과 소비자들이 직접 접촉하므로 별도의 수수료나 CRS 이용료를 지불할 필요가 없어 비용이 절감된다는 것이다. 또한 웹사이트를 통해 호텔예약을 하는 경우는 예약할 객실을 사이버공간에서 직접 볼 수 있다는 시각적 효과도 있어 온라인으로 호텔을 예약하려는 사람들이 점차 증가하고 있다.
- 인터넷을 통한 외국의 호텔의 예약 현황을 살펴보면, 보통 회원등록(무료)을 통해서

예약을 받고 있다. 예약과 함께 신용카드 결제가 이루어지며, Radisson Hotel의 경우에는 사전 지불의 방법도 병행 사용되고 있다. 호텔은 보통 객실만 예약이 가능하며, 때로는 meeting solution이라는 프로그램을 운영하여 회의시설 예약도 가능하도록 하고 있다.

○ 세계적인 호텔 예약사이트로는 THE HOTEL GUIDE IN THE WORLD로서 전세계 5만여개의 호텔에 대한 정보를 제공하는 인터넷 최대의 호텔 검색 사이트(hotelguide.ch)가 있으며, 이외에 Accommodation Search Engine(accom.finder.co.uk)과 All the Hotels on the Web(www.all-hotels.com), HOTELS WORLDWIDE(www.traveler.net/htio/hotels), Place to Stay(www.placestostay.com), TravelNow(www.travelnow.com) 등이 있으며, 아시아 지역 호텔에 대한 정보를 지역별로 제공해주는 사이트(www.asiahotels.com)와 유럽을 중심으로 호텔 정보를 검색할 수 있는 사이트로서 Hotel net(www.hotelnet.co.uk)이 있다. 이 중 TravelNow는 종합 온라인 예약 웹사이트로서 호텔 및 항공의 예약 및 구매가 가능하며 또한 철도(eurail, britrail, europass)패스 및 렌터카 예약도 가능하다. 단, 철도 패스의 경우에는 미국에 거주민을 대상으로만 판매하고 있다.

○ 우리나라의 경우는 한솔텔레콤과 다래미디어가 1997년 7월말부터 공식 운영중인 Hotel Guide(www.hotelguide.co.kr), 코리아링크 인터넷 사업부가 운영중인 Tour Guide of Korea(www.korealink.nm.kr)를 통해 홈페이지를 개설하지 못한 호텔에 홈페이지를 작성해 주고 자체 인터넷망을 통해 소개해주는 사업을 하고 있다.

○ (주)여행스케치에서 운영중인 한국숙박예약센터는 국내 호텔 및 여관 등 숙박업소 3만개의 데이터가 서비스되고 있는데, 국내 거의 대부분의 숙박업소의 검색이 가능하다. 사이트는 내국인용 www.toursketch.co.kr 와 외국인용 www.ktell.com 으로 구분되어 있으며 검색 시스템이 편리하게 되어 있어 여행지와 원하는 숙박업소 등급을 입력하면 해당 정보를 바로 얻을 수 있도록 되어 있다.

○ 국내업체로서 전세계 국내호텔 예약센터의 기능을 하고 있는 HDN(Hospitality Development Network: www.HotelPage.com)은 인터넷 사이트와 독자 개발한 호텔예약시스템인 IHRS(International Hotel Reservation System)를 관광업계 경험과 인터넷 비즈니스에 접목, 호텔측에는 매출증진과 이익의 극대화를, 이용자에게는 저렴한 가격과 편리한 서비스를 제공하고자 하고 있다. 영문버전(99년 10월중), 일본어버전, 중국어버전을 추가함으로써 한국을 대표할 수 있는 인터넷사이트로 발전해 나갈 계획을 가지고 있다.

○ 숙박예약 대행전문업체인 (주)호도(www.hodo.co.kr)에서는 PC통신과 인터넷상으로

국내외 호텔과 콘도, 렌터카 등을 간단하게 예약하고 결제까지 한번에 끝낼 수 있는 서비스를 제공해 주고 있다. 호도는 국내 130여개의 호텔, 콘도와 판매대행 계약을 맺고 네티즌과 국내 통신인들에게 할인예약 서비스를 제공하고 있으며, 최근 할인예약 서비스의 범위를 확대하여 해외예약 시스템과 연결을 통해 전세계 약 4만여개 호텔 및 렌터카 등의 예약 서비스도 제공하기 시작했다.

3. 외국의 관광안내정보시스템 구축 운영

가. 오스트리아 TIS(Tyrolean Touristic Information System)

○ 오스트리아 티롤지방의 관광정보를 담은 시스템으로 1992년 중반 티롤지방의 15개 관광명소, 비엔나소재 오스트리아관광청, 오스트리아 및 독일의 자동차여행협회, 그리고 티롤지방관광사무소 등이 일제히 시스템에 가입하였으며, 1992년 9월까지 이 지역 50여개 관광유관단체도 TIS에 가입하였다.

○ TIS는 단순관광정보와 경영정보 등 2개의 모듈로 구성되어 있는데, 관광정보만 제공하며 예약기능은 없다.

- 단순관광정보 모듈: 여러 관광지에 대한 세세한 정보와 갖가지 행사나 여가활동정보를 제공함. 일례로 눈에 관한 각종 정보, 도로 및 교통사정, 수온, 결빙상태, 스키장 리프트 현황, 테니스장, 각종 장비 렌탈정보, 강습 프로그램, 각종 대회, 특별행사 등에 관한 정보를 제공하며, 그밖에 음식점, 호텔, 가족동반으로 즐길 수 있는 행사 등에 대해서도 신속·정확한 정보를 제공함.

- 경영정보 모듈: 관광시장전반에 관한 포괄적인 정보를 담은 것으로, 사업활성화를 위한 판촉프로그램, 관광객이나 경쟁관광지에 대한 각종 통계자료 및 회사의 경영방침결정에 도움을 주는 자료나 정보 등으로 구성됨.

○ 이 TIS의 개발주체는 티롤지방관광청(Tyrolean Tourist Board)의 자회사로 1991년 5월에 TIS사가 설립되었다. 오스트리아 각 지방정부 및 상공회의소, 상공부 등은 TIS를 티롤지방에만 국한시킬 것이 아니라 오스트리아 전역으로 확산시키기 위해 관광청을 축으로 삼아 공동의 노력을 전개하고 있는 중이다.

나. 일본의 CAPTAIN System

- CAPTAIN이란 Character And Pattern Telephone Access Information Network의 머리글자를 취한 것으로, 문자도형 정보네트워크라고 번역된다. CAPTAIN은 전화회선을 사용해서 가정과 사무소에 있는 TV에 자신이 갖고 싶은 정보를 호출해서 볼 수 있도록 되어 있으며, 정보는 문자와 도형에 의해 정지화면으로 표시되고 움직이는 화면은 나오지 않는다.
- 이러한 CAPTAIN은 종래의 TV프로그램 같이 보내는 쪽이 일방적으로 정보를 보내는 것이 아니고 이용자가 자기 스스로 정보를 검색해서 선택할 수 있는 쌍방향성이 커다란 특징이라고 할 수 있다. CAPTAIN개시시의 단말기수는 1800대(사무소1600대, 가정200대), 정보제공자 491개사로 시작하였다.
- 정보의 분류 및 제공
 - 전체 정보의 분류: 15분야(국내관광지 안내) 143항목 총 17만 100화면
 - Captain에서의 관광여행정보의 제공은 여행업 9개사, 운수업 7개사가 중심이 되고 있지만, 이들 기업으로부터 제공되어지는 정보는 거의 패키지 투어 및 전화안내 등 영업안내정보이고, 관광지정보의 제공은 일본교통공사의 ‘전국관광지 HOT NEWS(100개 지구)자료-1’, ‘세계주요도시의 안내(80개 도시)’뿐임.
 - 관광지정보의 대부분은 지방은행, 신문사, 보험회사 및 지방자치단체에서 제공되나 그것들의 내용은 각 사, 각 자치단체마다 다르고 통일되어 있지 않음.

다. 일본의 구마모토 지역정보제공시스템(KINGS)

- 구마모토에서는 고도정보화의 흐름에 가장 빠르게 착수하여, 정보자원도시의 구축을 목표로 하는 텔레토피아 구상 및 뉴미디어 커뮤니티 구상 등의 각종 개발계획을 진행하고 있다.
- NTT가 실시하고 있는 전국을 정보제공의 범위로 하는 CAPTAIN System에 대하여 기업내, 특정 지역내에서 소수 IP에 의한 캡틴서비스를 실시하는 것을 프라이비트 캡틴(Private Captain) 또는 로컬 캡틴(Local Captain)이라고 부르는데 KINGS가 대표적인 예이다.
- 이러한 각 지역의 특색있는 정보를 갖고 있는 센터가 프라이비트 캡틴센터로 구

축되고 나아가 그것들이 직접형 정보센터(DF)로서 전국 Captain에 연결되면, 각 지역의 세세한 정보도 제공해 줄 수 있는 정보네트워크가 전국을 대상으로 형성되게 된다.

- 구마모토 지역정보제공시스템(KINGS : Kumamoto Information Network Guiding System)은 '84년 11월에 제3섹타방식에 의해 (주)구마모토 비디오 텍스가 설치되어 '85년 1월부터 운영을 개시하였다. 이 KINGS의 장점은 비디오 텍스 통신망이 도입되어 있지 않는 지역에서도 독자적으로 구축이 가능하며, 구마모토 시내 지역내 가두에 전용단말기를 설치하면 일반시민은 무료로 이용이 가능하다는 점이다. 또한 미니콘으로 시스템구축을 행하기 때문에 이용자의 수요에 대응하는 하드, 소프트면에서 자유로운 설계가 가능하며 도시정보, 행정정보 등 지역특유의 정보를 제공함에 의해 생활의 이익과 편익을 향상시키고, 지역사회의 발전에 기여한다.

- 발전과정을 보면, 시작당시('84년도)에는 관광을 주로 하는 정보를 제공하였다. 단말 설치장소를 공공장소에 설치하고, 또한 1차적으로 제공하는 정보는 지역의 주민, 지역 주민의 쌍방이 이용할 수 있는 관광관련정보를 중심으로 특산품 정보, 각종 이벤트 정보를 제공하며 한편 제공에 있어서는 알기 쉽게 하기 위해 기초적인 것을 중심으로 제공하였다. 이후 '85년도부터는 관광정보에 충실하면서 지역민을 위한 행정정보를 제공하였는데, 복지정보를 시작으로 환경, 교육 등을 포함한 종합적인 행정정보를 제공하였다.

5. 해외의 공공기관 관광안내정보 웹사이트

- 관광포털사이트격인 Tourism Information Network은 전 세계에 걸쳐 관광정보와 관광관련정보를 제공받을 수 있는 웹서버들의 주소를 제공해 주고 있다. 따라서 다양한 IP의 확보로 제각기 특색 있는 정보를 확보·공급할 수 있고, 제공하는 정보에 대한 감수나 갱신으로 인해 발생하는 시간적 손실을 줄일 수 있어, 빠른 정보의 공유가 가능해진다.

- 또한 이러한 정보의 공유는 시너지 효과도 가져다준다. Tourism Information Network는 종합적인 Directory들이 서로 연계되어 있는데 Aboriginal Tourism(17site), Cultural Tourism(19site), Destination Management(65site),

Educational Travel(37site), Hospitality & Tourism Consultant(60site), Responsible Tourism(50site), Tourism Associations(37site), Tourism Journals & Publications(48site), Tourism Research Resources(55site)라는 Top Menu 아래 알맞은 웹서버의 주소들을 제공하며 Tourism & Leisure Conferences라 하여 웹서버들의 이메일 주소를 한곳에 모아두어 쌍방향의 정보교류가 용이하게 되어 있다.

○ 해외의 공공기관 관광안내정보 웹사이트에 대한 조사는 해외의 도시와 각국의 NTO를 중심으로 살펴보고자 한다.

가. 해외도시의 관광안내정보 사이트

○ 인터넷 웹사이트에서 해외도시를 검색하기 위해서는 일반적으로 해당국가의 사이트나 외국의 도시들을 한곳에서 제공하는 웹사이트를 찾게 된다. 이들 웹사이트들중 세계적으로 널리 사용되는 관광웹사이트는 다음 <표 3-25>와 같다.

○ 이들 대부분의 웹사이트에서는 여행목적지(국가, 도시)의 소개와 관광자원, 지도, 숙박, 교통, 쇼핑 등의 안내를 하고 예약도 할 수 있도록 되어 있다. 그러나 대부분의 경우 이들 포털사이트에서 제공되는 정보는 사이트 자체에서 제공되는 정보로서 각 도시에서 제공하는 웹사이트를 찾기 위해서는 별도로 Yahoo, Netscape 등과 같은 서치엔진을 활용하여야 한다.

<표 3-25> 세계 5대 관광사이트 (1998)

순위	사이트	인터넷 주소
1	Excite city. net	http://city.net
2	Microsoft Expedia	http://expedia.msn.com
3	Travelocity	www.travelocity.com
4	Hotel Discount	http://www.hoteldiscount.com
5	Map Quest	http://www.mapquest.com

자료: Smith & Jenner (1998), Tourism and the Internet

○ 해외 주요도시들의 웹사이트를 에 그중 가장 많이 사용되는 Excite의 City.net을 통해 미국, 일본, 싱가포르 등의 관광선진국들의 관광안내정보 웹사이트를 살펴보고자

한다.

1) 미국

① 아리조나주

○ 아리조나주(www.state.az.us)의 웹사이트는 매우 간단하게 이루어져 있다. 주메뉴는 9개로 이루어져 있으며, 특기할만한 사항은 FAQ's(Frequently asked Questions), Services Communities, Counties, Search 메뉴로서 FAQ's의 경우 세금, ID카드발급 등의 14개 항목으로 구성되어 있으며, 서비스는 교육, 고용, 건강과 사회서비스, 교통, 레크레이션과 관광 등 16개 서비스를 제공하고 있다. 이외에 82개의 Communities, 15개의 Counties를 찾을 수 있도록 구성되어 있다. 주 메뉴가 매우 단순하고 일목요연하게 구성되어 있으며, 지역별, 정보별 검색이 가능하도록 되어 있다.

- 주메뉴: Branches of Government, Doing Business with the State, Education Links Email, Events, Grand Canyon, Kid's Page, Trip Planner, Tex Forms, Weather

○ 주메뉴에서 Trip Planner를 클릭하면 www.arizonaguide.com의 홈페이지로 연계되도록 되어 있고 여기서 관광목적지와 활동, 지도 등을 제공해주고 있다. 이 사이트의 경우는 아리조나주의 관광성에서 제공하는 것으로서 상업적인 사이트로서 활용되고 있다.

- 주메뉴: Destination, Things to See, Activities, Travel Services, Trip Planner, Maps, Guide Extras

○ 숙박시설에 대한 예약서비스는 별도로 사이트 상에서 이루어지고 있지 않으며, 다만 전화번호의 정보를 제공해주고 있다.

② 올랜도시

○ 올랜도시(www.ci.orlando.fl.us)의 웹사이트는 아리조나주의 웹사이트와 유사한 방식으로 운영되고 있다. 웹사이트의 첫화면은 시장의 사진과 함께 8개의 주메뉴, state of the city Adress 1999, Budget Address FY 1999-2000, Current Events 등을 제공하고 있다.

- 주메뉴: What's New?, Job Opportunities, Tourist Information, Economic Development, Centroplex, E-Mail City Officials, Hurricane Preparedness, Orlando at a Glance

○ 관광정보의 경우는 다른 사이트와는 달리 정보를 제공하는 방법이 목적지, 숙박, 활

동 등과 같은 정보유형별로 제공하고 있지 않으며, 어트랙션별로 구분하여 정보를 제공하고 있다.

- 관광정보: Busch & Garden & Sea world, Church Street Station, Cypress Gardens, Harry P. Lew Gardens, Kennedy Space Center, Orlando Science Center, Orlando Museum of Art, Pleasure Island & Walt Disney World, Splendid China

○ 각 어트랙션 정보는 올랜도시에서 제공하는 별도의 정보를 제공해주고 있지는 않으며 직접적으로 개별 홈페이지로 링크시켜 정보를 제공해주고 있다. 따라서 숙박시설 정보나 관련 활동에 대한 정보가 종합적으로 제공되고 있지 않다.

2) 일본 교토(京都)

○ 교토(www.city.kyoto.jp)의 홈페이지는 구성이 단순하며 사이트들의 연계가 잘 되어 있어 검색이 용이하다. 캐릭터를 활용한 점도 하나의 특징으로 볼 수가 있는데 이는 관광뿐 아니라 일본의 이미지와 애니메이션사업에도 많은 영향력을 발휘하리라 여겨진다.

○ 관광정보는 교토시 웹사이트 주메뉴중 Tourism & Events Information에서 제공하고 있는데, 제공되는 정보는 다음과 같다.

- 관광정보: Tourism and Cultural Information System, City Bus Subway Info, Sightseeing Bus Tours(Museum and Galleries), The Non-profit Foundation for Preservation Of Kyoto's Cultural Sightseeing Resources

3) 싱가포르

○ 싱가포르(www.sg)의 경우는 초기화면만 봐도 무슨 정보들을 제공하고 있는지 한눈에 알아볼 수 있도록 되어 있으며(마크화), 정보구분에 있어서도 검색 메뉴가 세분화되어 있어 검색이 용이하고 화려한 느낌까지 전달해 줌으로써 시각적인 효과로 인해 방문이 유도된다. 또한 관련 사이트와의 연계성이 뛰어나 직접 서비스를 제공받을 수 있다.

○ 관광선진국답게 전체 메뉴가 관광관련정보를 중심으로 구성되어 있으며, 관광지나 관광상품을 소개하는데 있어 Link site가 제공되어 정보내용이 심층성과 다양성을 갖는다.

○ 또한 관광서비스의 공급자와 관광객을 직접 연결하는 전자상거래도 일반화되어 있다. 웹사이트의 디자인 면에서도 간략한 도안(마크)을 이용하여 시각적인 효과를 높이고 있으며 영어권이 아닌 이용자들의 편의를 도모하고 있다.

<표 3-26> 해외 주요도시의 웹사이트

도시	주메뉴	관광정보
Arizona (US)	<ul style="list-style-type: none"> · Branches of Government · Doing Business with the State · Education Links Email · Events · Kid's Page · Tex Forms · Grand Canyon · Trip Planner · Weather 	<ul style="list-style-type: none"> · Destination · Things to See · Activities · Travel Services · Trip Planner · Maps · Guide Extras
Orlando (US)	<ul style="list-style-type: none"> · What's New? · Job Opportunities · Tourist Information · Economic Development · Centroplex · E-Mail City Officials · Hurricane Preparedness · Orlando at a Glance 	<ul style="list-style-type: none"> · Busch & Garden & Sea world · Church Street Station · Cypress Gardens · Harry P. Lew Gardens · Kennedy Space Center · Orlando Science Center · Orlando Museum of Art · Pleasure Island & Walt Disney World · Splendid China
kyoto (Japan)	<ul style="list-style-type: none"> · Welcome to Kyoto City · This is Kyoto · Tourism & Events Information · Kyoto internet magazine · Kyoto entertainment club · Hot New · 100 years of self-government · Watchtower in kyoto city web · Links 	<ul style="list-style-type: none"> · Tourism and Cultural Information System · City Bus Subway Info · Sightseeing Bus Tours(Museum and Galleries) · The Non-profit Foundation for Preservation Of Kyoto's Cultural Sightseeing Resources
Singapore (Singapore)	<ul style="list-style-type: none"> · art & entertainment · computer & internet · health · people & chat · sightseeing · business · food · home & community · reference & research · sports & recreation 	<ul style="list-style-type: none"> · careers & education · government · news & media · shopping · travel

나. NTO의 관광정보제공

- 각국의 관광청에서 제공하는 인터넷 웹사이트는 자국의 관광홍보를 위하여 매우 중요한 기능을 하고 있으며, 자국의 국가이미지를 잘 표현하고 있다. 따라서 NTO의 웹사이트들은 동영상, 사진, 색상 등을 달리하여 자국의 이미지를 나타내려 하고 있으며, 기능성과 편리성을 고려하여 구성되고 있다(<표 3-27>와 <표 3-28> 참조).
- 각국 NTO에서 운영하는 웹사이트들은 정보서치의 효율성을 고려하여 주로 text문서로 제공하고 있다.
- 일본, 싱가포르, 태국, 영국의 NTO들은 모두 정보제공시 관련기관으로의 링크를 통하여 편리하게 구체적인 정보를 얻을 수 있도록 하고 있다. 특히 STB의 경우는 여행사, 호텔 등 연계·예약이 가능하며, 특히 전자상거래를 통한 쇼핑이 가능하여 매우 편리하다.

<표 3-27> 주요 NTO 웹사이트 특성 비교

구분	시각적 효과	정보제공방법	정보 제공양	예약 여부
KNTO (한국)	통일성을 갖춘 다양한 색채	주로 text문서 캐릭터, 사진이 多 제공 링크서비스 제공	정보제공량이 많음	일부호텔은 연계. 예약 쇼핑, 여행사는 전 화번호만 제공
JNTO (일본)	단순성 제공 통일성이 적음	주로 text문서 정보제공시 동시에 업체로 링크시켜줌 전체지도에서 직접 각 지방으로 링크 시켜줌	다양함	여행사, 호텔 등 연계. 예약 가능
STB (싱가포르)	심볼의 지속적 등 장 통일성을 갖춘	주로 text문서 정보제공시 동시에 업체로 링크시켜줌	다양함	여행사, 호텔 등 연계. 예약 가능 특히, 쇼핑이 잘되 어 있음(전자상거 래가능)
TAT(태국)	전통성 표현 우수 통일성을 갖춘 다양한 색채	주로 text문서 정보제공시 동시에 업체로 링크시켜줌	다양함	여행사, 호텔 등 연계.예약 가능
BTA (영국)	통일성과 특징적인 색상으로 이미지의 일관성 유지	text문서와 사진정보 를 적절히 활용 정보제공과 링크	정보제공량이 많음 지도가 특징적임	호텔 등 연계, 예약 가능, 쇼핑은 링크시 켜 사이버쇼핑이 가 능하도록 하고 있음

<표 3-28> NTO 웹사이트의 주요메뉴 주제

국가	지역	숙소	매력물	교통	이벤트	쇼핑	관광정보	특별 항목
호주	×	×	×	×	×	×	○	날씨
오스트리아	○	○	×	×	○	×	×	문화
벨기에	○	○	×	×	○	×	×	특별한 흥미
영국	○	○	○	×	○	○	○	밀레니엄
캐나다	○	○	×	○	×	×	×	비즈니스
체코	×	○	○	○	×	×	×	온천
덴마크	○	○	○	○	×	×	○	달력
핀란드	×	○	×	○	○	×	×	채용요건
프랑스	○	×	×	×	○	×	×	회의
독일	○	×	×	×	○	×	○	베를린
그리스	×	×	×	○	○	×	×	캠핑
헝가리	×	×	×	×	×	×	×	브로셔
아이슬랜드	×	×	×	×	×	×	×	인센티브
아일랜드	×	○	×	×	○	×	×	브로셔
이태리	×	×	×	×	×	×	×	잡지
일본	○	○	○	×	○	○	○	여행사
한국	○	○	○	×	×	×	×	관광 프로그램
룩셈부르크	×	○	×	×	○	×	×	스포츠
멕시코	○	×	○	×	○	×	○	해변
네덜란드	○	×	×	×	○	×	×	이벤트
뉴질랜드	○	○	×	×	○	×	○	F.A.Q
노르웨이	○	○	○	○	○	×	○	-
폴란드	○	×	×	×	×	×	×	독특한 사이트
포르투갈	×	○	×	×	○	×	×	여행 관리
스페인	○	○	○	○	○	○	×	관광코스
스웨덴	×	○	○	×	×	×	○	모험
스위스	○	○	×	×	×	×	×	뉴스
터키	○	×	×	×	×	×	○	레스토랑
미국	×	×	×	×	×	×	×	보고

자료: Ick-Keun OH(1998), Approaches to the Development of Effective Travel Web Sites, *A New Era in Information Technology*, OECD-Korea Conference, Ministry of Culture & Tourism Korea, November 1998.

- 한국관광공사 홈페이지인 KNTO은 우리나라의 종합적인 관광안내정보가 제공되는 웹서버로 자료의 접근은 3-5단계로 되어 있으며, 방사형 구조와 계층 구조의 결합형태로 되어 있어 각 정보를 검색할 때 홈페이지로 귀환기능을 지원하고 있어 자료를 전체적으로 검색하기에는 매우 편리한 편이다. 그러나 분산 컴퓨팅된 관광안내정보의 효율적인 제공을 하지 못하고, IP확보의 미약으로 다양한 정보의 확보와 최신정보로의 갱신 등이 원활하게 지원되지 못하고 있는 실정이다.
- 인터넷을 통한 정보교류가 각광을 받는 이유 중 하나가 다양한 정보를 최신으로 입수할 수 있다는 것으로 다양한 IP의 확보가 가장 중요한 요소라 할 수 있다.

4. 시사점

- 인터넷을 활용한 정보제공시스템
 - 1990년대 중반이후 각국의 정보제공시스템은 독자적인 지역정보시스템을 구축하는 방법에서 인터넷을 활용한 정보제공시스템으로 바뀌고 있다.
 - 이러한 인터넷을 활용한 정보제공시스템은 제공장소의 구애를 받지 않을 뿐만 아니라 이용자의 측면에서도 전 세계 어디에서나 이용 가능하다는 측면과 별도의 하드웨어 시스템을 구축하지 않아도 된다는 측면에서 더욱 활용이 많아질 것으로 예견되고 있다.
- 관광안내정보 제공부문에 경쟁심화 예상
 - 인터넷을 통한 전자상거래에 있어서 여행부문의 비중이 점차 높아지고 있다. 특히 예약정보 시장에서 세계 유수의 CRS기업들이 초대형 정보망을 구축하여 온라인 통신망으로 여행관광업체를 연결시켜주는 GDS(Global Distribution System)로 탈바꿈하여 시장을 확대해나가고 있다
 - 우리나라의 경우도 이러한 인터넷을 활용한 예약시장에 외국의 GDS와 국내 대기업들의 경쟁이치열해 질 것으로 예견되고 있다.
- 관광안내정보가 지역의 홍보 및 관광객 유치에 매우 중요
 - 외국의 관광청은 물론 도시의 행정부처들은 자국의 그리고 자기 지역의 홍보를 위

하여 인터넷에 웹사이트를 개설하여 활용하고 있다.

- 특히 관광안내정보의 효율적 제공을 통하여 관광객 유치를 꾀하고 있는데, 관광안내 정보의 양적, 질적 수준이 매우 중요한 역할을 하고 있다.

○ 실시간 예약시스템으로의 변화

- 숙박, 교통 및 여행상품 등등을 한 자리에서 바로 예약 가능한 편리한 사이트들이 계속 많아짐에 따라 대부분은 회원등록(무료)을 한 후에 예약이 가능하도록 하고 있으며, 결제수단으로는 credit card가 가장 많이 사용되고 있다.
- 그러나 현재 업체에서 제공하는 정보들은 대부분 간접예약 시스템을 채택하고 있다. 그러나 예약시스템의 발달로 점차 실시간 예약시스템으로 변화하고 있다.

○ 인터넷을 통한 영업의 증가

- 대부분의 업종들이 이제 인터넷을 이용하지 않고는 세계에 알릴 수도 영업상의 이익을 기대하기도 어려운 시대가 되었다. 따라서 모든 사업체들은 인터넷을 적극 활용하여야 한다.
- 이를 위해서는 웹사이트의 개발이 이루어질 뿐만 아니라 이를 적극적으로 활용한 운영체계를 갖추어야 한다. 전 사업체의 웹사이트의 개발운영이 이루어지면 인터넷을 통한 관광안내정보의 제공이 더욱 강력한 힘을 발휘하게 될 것이다.

○ 데이터베이스의 수준이 관광안내정보시스템에서 중요

- 관광안내정보시스템에 있어서 가장 중요한 것은 데이터베이스의 확보 및 운영에 있다. 적시에 필요한 정보를 보유하고 이를 적절하게 제공하여야 한다. 특히 지속적인 관리운영이 이루어지지 않으면 이용효율성이 떨어진다.
- 따라서 관광안내정보 데이터베이스의 확보 및 운영을 위한 지속적인 투자가 뒤따라야 한다.

제5절 문제점 종합

1. 정보시스템 및 네트워킹

- 관광관련 기관 및 각 지방자치단체가 개별적으로 관광안내정보체계 구축하고 있어 관광안내정보 서비스 및 투자의 중복성이 우려된다.
 - 한국관광공사, 지방자치단체, 한국관광협회 및 민간사업체 등이 각기 독자적인 웹사이트에서 관광안내정보를 제공하고 있어 한국의 대표성있는 관광안내정보의 제공이 미흡한 실정임.
 - 또한 시스템 운영과 관광안내정보DB 구축이 각 기관별로 독자적으로 이루어지고 있어 지속적인 중복투자문제가 발생될 우려가 높음.
- 지역별 종합관광안내소간 정보 네트워킹 체계 미흡으로 이용객들이 편리하게 전국 및 주변 지역의 정보를 이용하기에 용이하지 않다.
 - 현재 각 시·도에서 계획중에 있는 종합관광안내소는 시설과 안내원의 운영에 대한 종합적인 대책이 수립되어 있지 못한 실정으로 상호 연계 네트워킹에 대한 고려가 미흡함.
 - 또한 관광안내정보 내용 및 용어 등에 있어서 표준화가 되어 있지 않아 이용상 혼란을 야기할 수 있음. 특히 지방자치단체의 웹사이트는 제공서비스의 구성 기본항목체계 및 용어의 선정 등에 있어서 개선이 요구되고 있음.
- 외국인들에게 외국어로서 서비스하는 사이트 중 가장 잘되어 있는 것은 한국관광공사 웹사이트이나 외국인들이 정보를 손쉽게 찾기에 미흡하고 예약으로 연계되고 있지 않은 실정으로 한국의 종합관광안내정보 사이트의 역할 강화 혹은 신규 개발이 필요한 실정이다. 특히, 각 지방자치단체의 관광사이트와의 연계성이 부족한 실정으로 이는 각 지역과 민간에서 운영중인 사이트가 외국어로 서비스를 제공하지 않기 때문이다.

2. 안내정보 서비스

- 기존의 관광안내소에서 제공하는 안내정보는 현지를 방문하는 관광객 중심의 서비스가 되고 있어 여행 유발효과를 기대할 수 없다.

- 기존의 관광안내소에 제공하고 있는 업무는 단순 관광안내와 교통안내 수준에 머무르고 있음.
- 또한 해당지역에 대한 정보를 중심으로 제공하고 있음으로 인하여 한국에 찾아온 내방객들을 대상으로 한 타지역으로의 관광촉진 효과가 매우 낮음.
- 각 지방자치단체가 개별적으로 관광안내정보를 제공하고 있어 비효율적인 정보제공이 이루어지고 있다.
- 지방에 한정된 정보 제공 때문에 전국을 망라해 수집한 다수의 정보속에서 검색할 수 있는 시스템으로써의 특성을 살릴 수 없음.
- 각 지방자치단체의 행정서비스 일환으로써, 관광정보를 지역정보 등과 복합해서 정보 제공을 실시하고 있는 예가 대다수임. 이 경우 제공 정보가 관광정보에 특화되어 있지 않기 때문에 타 지역의 이용자에게는 사용이 복잡해짐.
- 각 시스템과 함께 각 지방자치단체의 관광담당부서에서 정보의 등록·갱신, 각종 문의 등의 업무에 대응하고 있지만, 전임체제를 배치할 여유가 없기 때문에 그 대응에 부담이 될 수 있음. 따라서, 정보의 갱신 회수가 저하하고 정보의 신선미가 결여되어 시스템의 매력을 저하시킨다고 하는 악순환이 될 수 있음(정보의 생명은 신속성에 있다고 할 수 있음).
- 기존의 관광지 및 관광시설 정보는 정보제공의 질적 수준이 낮고 구체적인 정보를 제공해주지 못하고 있어 인터넷 이용자들의 이용을 제고시키기 어렵다.
- 정보의 제공이 이용자들이 가장 필요로 하는 정보를 중심으로 이루어지고 있지 않고 정보제공자 위주로 구성되어 있음.
- 관광지 및 관광시설에 대한 정보를 제공해줄 경우 주변관광지, 교통안내, 숙박 및 음식점안내 등에 대한 정보를 제공해줄 수 있도록 연계시켜야 할 것임.

3. 예약 편의 서비스

- 기존의 안내정보시스템에서 직접 예약은 불가능하며, 예약의 방법은 안내소의 안내원을 통하는 방법이나 해당 사업체에 직접 연결하여 신용카드번호를 기입하거나 전화로 예약하는 방법, 그리고 예약전문 사이트에 접속하여 신용카드번호를 기입하여 예약하는 방법 등이 있어 이용에 있어서 불편한 실정이다. 기존과 같이 공공이 운영하는 관광안내정보 제공 사이트에서는 예약의 기능을 동시에 담당하기 어려운 실정이다.

제4장 관광안내정보 시스템 구축방안

제1절 관광안내정보 서비스 개선방향

1. 개선목표

- 국내외 관광객들이 언제 어디서나 원하는 정보를 편리하고 신속하게 취득할 수 있도록 정보서비스 제공체계 개선을 도모하고자 한다.
- 각 산업부문의 정보화는 매우 빠르게 변화하고 있으며, 특히 전자상거래 부문은 지속적으로 확대되고 있다. 따라서 관광산업의 진흥 촉진을 위해서 관광정보화에 적극적으로 부응하고자 한다.
- 지방자치단체에서 관광정보시스템을 구축하는 가장 큰 이유는 관광지, 시설, 상품정보 제공을 통한 관광객의 유치 및 관광산업 진흥임으로 관광안내정보시스템 구축을 통하여 잠재 관광수요를 확대할 수 있도록 한다.

2. 개선방향

- 정보이용편의와 효율적 관리·운영을 위하여 관광안내소간 관광안내정보의 네트워킹 시스템을 구축한다.
 - 각 지방자치단체의 관광사이트를 종합적으로 네트워크화하고 한국의 대표적인 관광정보를 제공하는 종합관광정보시스템 구축(포털(Portal)사이트)
 - 지역별 종합관광안내소와 연계 및 지역안내중심으로 구축
 - 종합안내소 직원의 자료갱신으로 시작하여 향후 광역/기초지방자치단체, 관광관련단체의 직접 자료갱신(DB 액세스 권한 부여)
- 보다 깊이있고 체계적인 정보의 제공을 위하여 관광안내정보 DB의 구축 및 표준화를 실시한다.
 - 이용자의 요구에 정확하게 대응하기 위해서는 정보를 구축하고 지속적으로 새로운

정보로 서비스하도록 함.

- 이용편의 및 관리를 위해서는 제공하는 정보의 기본적인 검색방법이나 예약방법 등의 표준화 추진.
- 전국의 각지에서 수집된 정보를 효율적으로 실시간으로 제공하기 위해서는 제공하는 관광정보 등을 구성하는 정보항목을 일정한 테마마다 계열화하고 정리할 필요가 있음.
- 관광안내정보의 제공과 동시에 예약이 가능하도록 서비스의 개선을 도모한다.

제2절 관광안내정보 네트워크 시스템 구축방안

1. 시스템 구축 목적 및 기본요건

가. 필요성

- 기존에 각 지방자치단체에서 제공되는 정보는 각 자치단체에서 개별적으로 이루어지고 있으며, 이용자가 종합적으로 이용할 수 있는 시스템이 미흡한 실정이다. 또한 통신시설 및 기술의 발달로 인하여 정보서비스 제공방법이 변화하고 있으며, 사용자의 요구도 다양해지고 있으므로 이에 대한 적절한 대응이 필요하다.
- 특히, 2000년내에 시·도별로 종합관광안내소가 설치될 예정에 있으므로 이들 종합관광안내소간 관광안내정보의 교환 및 연계 이용시스템의 구축이 필요하다.

나. 구축 목적

- 우리나라 관광안내소 실정에 맞고 네티즌 및 이용자가 이용하기 편리한 효율적인 관광안내정보 시스템을 구축한다.
- 종합적이고 상세한 관광안내정보를 제공할 수 있도록 함.
- 현지방문 관광객 중심의 서비스 탈피, 시간적, 공간적 한계 극복이 필요함
- 정보의 효율적 생산 및 관리 체계의 도입(중복성으로 인한 인력/경비 절감)

○ 종합관광안내소와 전국의 관광안내소(170여개소)간의 체계적인 안내정보 네트워크 체계를 마련함으로써 관광안내소간의 조직적인 서비스 제공을 도모하고 안내소 및 운영요원의 효율적 관리·운영이 이루어질 수 있도록 한다.

나. 시스템 구축을 위한 기본요건

○ 현지 방문관광객에게 정보를 제공함은 물론 여행전에 관광정보를 제공하여 관광활동을 유발시키기 위한 바람직한 관광안내정보 제공 시스템은 아래와 같은 요건의 구비가 필요하다.

○ 관광안내소의 제반환경이 선진적인 관광안내정보시스템을 운영할 수 있는 환경으로 재정비되어야 한다.

- 팩스, 전화, 터치스크린, CD/V.T.R 자료제공, 인터넷사용 등 장비의 확충 및 사용환경의 정비

○ 장기적으로는 지역의 관광안내소에 LAN을 설치하여, 안내소의 운영자 및 방문자가 정보서비스를 보다 편리하게 이용할 수 있도록 하여야 한다.

○ 시스템 서비스의 이용을 무료화하고 불특정 다수의 많은 사람들이 이용할 수 있게 하여야 하며, 팩스 서비스, 공공 장소 등에도 전용단말기를 설치하여 서비스를 제공하도록 하며 그 이용의 확대를 꾀하여야 한다.

○ 관광정보 제공 시스템은 다음과 같은 요건을 충족할 수 있도록 하여야 한다.

- 쌍방향형(검색성, 정보교환)이 가능해야 함

- 종래의 문자, 도형정보에 추가로 동영상, 음성 등의 다양한 미디어의 취급이 가능해야 함

- 정보제공자의 직접적인 정보갱신이 가능해야 하며, 대량정보의 축적, 가공처리가 용이하여, 데이터 베이스의 구축 및 운영이 용이해야 함

- 네트워크를 이용하여 장소·시간의 제약 없이 이용이 가능해야 한다는 점

- PC의 저가격화, 멀티미디어 자료, 통신 및 인터넷의 상용화로 인해 이용자 요구 충족 및 사용자 증가를 수용해야 함

2. 시스템 구성방안

가. 구성방향

- 관광안내정보 네트워킹 시스템은 인터넷 이용의 상용화에 따라 인터넷 웹사이트를 이용한 방안을 제시함과 동시에 각 지방자치단체에서 제공하는 관광안내정보를 총괄적으로 관리, 이용할 수 있는 방안을 제시하도록 한다.
- 숙박시설, 관광시설 등의 각 시설로부터 제공된 정보의 내용 갱신을 직접 할 수 있도록 하며(지방자치단체의 행정부서 담당자보다 지역의 관광안내소의 안내원들이 수행하는 것이 적합함), 각 공공기관의 기존 시스템이 보유하고 있는 관련 정보도 이 시스템을 통해 제공될 수 있도록 한다.
- 정보제공은 이용자가 쉽게 이용할 수 있도록 인간과 기계의 상호교류가 뛰어난 기능을 보유하고 있어야 하며, 시스템은 단계적으로 확대를 꾀하는 것이 바람직하기 때문에 시스템의 확장에 유연한 대응이 가능하도록 한다.
- 전국을 총망라한 정보가 축적된 시스템으로, 그 정보를 편리하고 통일성있게 검색·제공할 수 있어야 하며, 이러한 관광정보를 통일·균일하게 수집하고 갱신하는 체제 및 조직을 정비하도록 한다.

나. 구성 대안 검토

1) 대안 제시

- 전국 및 지역의 관광안내정보를 총괄적으로 제공하고 홍보할 수 있는 시스템으로서 인터넷 관광안내정보 포털(Potal)사이트의 개발이 제안될 수 있다. 본 연구에서 제안하는 포털사이트는 다음과 같이 두가지 방식으로 구성될 수 있다. 관광안내정보 포털사이트의 명칭은 가칭 ‘한국종합관광안내시스템’(KOTTIS: Korea Total Tourism Information System)으로 하도록 한다.

- 대안1: 분산식 포털사이트의 구축
- 대안2: 중앙집중식 포털사이트의 구축

※ 두가지 형식의 근본적인 차이점은 정보자료가 구성되어 있는 데이터베이스가 지역적으로 분산되어있는가 또는 한곳에 모여있는가 라는 점임.

※ 관광안내정보를 제공하는 대표홈페이지의 필요성에 대한 전문가 의견조사 결과
우리 나라 전체의 관광안내정보만을 특화 하여 제공하는 대표홈페이지의 필요성에 대한
의견조사 결과(n=68), 이용자의 편의, 효율적 정보제공, 홍보효과, 관리의 효율성을 들어
83.6%가 필요하다고 응답. 또한 기존 홈페이지를 적절히 활용, 한국관광공사의 홈페이지를 적극 활용하자는 의견을 들어 **불필요하다는 의견이 10.5%로 조사되었음**

① 분산식 포털사이트의 구성

- 분산식 포털사이트는 종합관광안내를 위한 웹서버 및 DB서버를 현재처럼 각 지방자치단체에서 관리·운영하고 각 지방자치단체의 개별 관광안내 사이트를 묶어 대표적인 포털사이트로 구성하여 전체를 관리·운영하도록 한다. 구성장비와 인력의 중복이 있을 수 있지만 해당지역별 관광정보를 특화시키고, 다양성을 첨가할 수 있으므로 각 지역의 매력적인 관광정보를 충분히 제공할 수 있다.
- 분산식 포털사이트 시스템 구성도는 [그림 4-1]과 같다.

② 중앙집중식 포털사이트의 구성

- 중앙집중식 포털사이트는 종합관광안내와 관련한 웹서버 및 DB서버를 중앙에서 관리하는 체계로서 DB의 정보자료를 중앙DB 한곳에 두고 통제함으로써 통제와 관리가 용이하다는 점이 있지만 장애 발생시 전국의 관광정보를 동시에 제공하지 못하는 불편이 따를 수 있다.
- 중앙집중식 포털사이트 시스템 구성도는 [그림 4-2]와 같다.

2) 분산식/중앙집중식 포털사이트의 비교

- 분산식 및 중앙집중식 포털사이트는 모두 정보제공자가 직접 DB에 접근하여 갱신할 수 있어야 함을 전제로 하며, 분산식과 중앙집중식 포털사이트의 장단점을 비교하면 다음과 같다.

<표 4-1> 분산식 및 중앙집중식 포털사이트의 장단점 비교

구분	분산식 포털사이트	중앙집중식 포털사이트
성격	· 분산식 포털사이트는 각 지역별로 각 각의 시스템을 보유하고 해당지역의 자료가 해당 시스템에 존재하는 형태	· 중앙집중식 포털사이트는 시스템 및 제공 정보자료가 모두 한곳에 위치한 형태
장점	· 현시스템을 보강활용함으로 구축비용이 저렴 · 장애발생시 해당지역만 서비스 불가능 · 지역특색이 살아있는 다양화 화면구성으로 관광매력도 증진	· 자료의 통제/관리가 용이 · 시스템 구축 후 최소의 운영/입력요원으로 유지 가능 · 프로그램 개발시 이식성 용이
단점	· 통제 관리의 어려움 · 프로그램 수정/개발시 각 지역별로 전파/교육이 요구됨 · 구축 초기부터 완료 후에도 입력/운영요원이 필요	· 구축 기간이 김 · 장애발생시 전지역 서비스 불가능 · 신규장비 도입에 따른 초기 구축비용이 비쌈 · 화면구성이 획일적이 될 수 있음
공통 사항	· 체계적인 항목의 분류 및 일정수준의 표준화가 요구됨 · 정보제공자의 직접적인 접근허용으로 정보자료의 갱신이 용이하여야 함	

<표 4-2> 분산식 및 중앙집중식 포털사이트의 구축 용이성 비교

비교항목	분산식 포털사이트	중앙집중식 포털사이트
기술적 구현가능성	○	○
구축경비	○	△
구축 소요 기간	△	△
시스템 구축의 용이성	△	○
단계별 추진의 가능성	○	△
운영경비(운영조직)	○	△
성능	◎	△
정보제공 내용의 다양성	◎	△
시대환경 변화에 적응성	◎	△
자료갱신의 신속성	○	△

주: ◎ 우수, ○ 보통, △ 불량

[그림 4-1] 분산식 포털 사이트 시스템 구성도

[그림 4-2] 중앙집중식 포털 사이트 시스템 구성도

3) 대안선택

- 우리나라의 관광정보제공 실정을 감안할 때 위에서 제시하였던 대안1과 대안2 중에서 ‘대안1: 분산식 포털사이트’의 구축이 바람직하다고 본다.
 - 각 지방자치단체가 보유한 웹서버 및 DB서버의 효율적인 활용으로 장비의 중복투자 방지가 가능하고,
 - 지방자치단체가 정보제공을 하게 됨으로 제공정보를 다양화할 수 있으며,
 - 개발지침을 통하여 각 지방자치단체의 보유자료 변경이 가능하고 신규자료에 대하여는 개발 지침 적용을 통하여 신속히 구축 가능
- 시스템의 구축사업은 2000년에 기본계획 및 개발에 착수하고, 2001년 한국방문의 해를 통해 시범운영 및 홍보활동을 전개하도록 하며, 2002년에는 월드컵 개최와 관련하여 정상 운영이 가능하도록 한다.
 - 2000년: DB의 항목구성, 제공자료의 표준화, 용어의 일정수주의 표준화에 대한 협의 및 연구
 - 2001년: 시스템개발(프로그램 포함) 및 기존자료의 정비, 시범운영
 - 2001년 후반: 시스템 보완 및 정상 가동

다. 구성내용

1) 시스템 내용의 구성

- 상기에서 제시한 바와 같이 분산식 포털사이트인 가칭 ‘한국종합관광안내시스템’은 국가적인 정보만 전체조직에서 관리하고 지역적인 정보는 현재처럼 각 지방자치단체에서 관리·운영하도록 한다.
- 종합적인 운영관리를 위한 구성장비와 인력이 필요하지만 해당지역별 관광정보를 특화시키고, 다양성을 첨가할 수 있으므로 각 지역의 매력적인 관광정보를 충분히 제공할 수 있다.
- 이 시스템의 역할은 한국의 관광안내정보를 제공하기 위한 대표 홈페이지로서 각 안내소와 지방자치단체의 사이트를 연계시키는 역할을 한다. 따라서 시스템의 내용구성은 크게 국가적인 정보와 지역적인 정보로 나누어 제시할 수 있다. 이중에서 지역적인 정보는 지역별 관리체계하에서 이루어지도록 한다(데이터베이스구축 부문 참조).

<표 4-3> 분산형 포털사이트의 내용 구성방향

구분	국가적인 정보	지역적인 정보
역할	<ul style="list-style-type: none"> - 대표홈페이지의 역할 - 국가적인 홍보, 안내정보 제공 - 안내소·지방자치단체가 연결된 사이트의 역할 	<ul style="list-style-type: none"> - 지역의 홍보, 관광 안내정보 제공 - 각 항목별 상세정보 제공 - 개별 사업체의 사이트와의 연계
주체	시스템 운영주체	각 지방자치단체(관광안내소)
구성 방향	<ul style="list-style-type: none"> - 축제, 이벤트, 문화유산 등 국가 전체적인 관광정보를 간략히 소개 - 상세한 내용은 해당 지역의 안내 홈페이지와 연결서비스 제공 - 지역간 사이트의 연결 및 전체적인 관광코스에 대한 정보제공 	<ul style="list-style-type: none"> - DB를 활용한 지역내의 축제, 이벤트, 관광지 등의 소개 - DB를 활용한 지역내의 음식점, 숙박시설, 관광지의 예약서비스 제공 - DB에 연결된 해당지역내의 예약업체에서 정보의 직접갱신으로 최신 정보 유지
주요 항목	<ul style="list-style-type: none"> - 한국의 문화유산, 이벤트, 주요지역축제 - 지역별 목적지, 지도, 문화, 기후 - 주요 명소, 명품, 쇼핑장소 등 - 일반정보, 기상정보, 응급정보, 경제 등 - 숙박, 여행 정보 및 예약 	<ul style="list-style-type: none"> - 관광관련 정보(숙박, 관광지, 쇼핑 등) - 교통정보 - 문화정보 - 일반정보, 기상정보 - 예약정보

2) 시스템 구축후 주체별 업무

○ 시스템 구축후 관광안내정보 제공주체별 담당업무를 시스템운영주체와 각 지방자치단체, 개별 관광안내소, 개별기업체로 나누어 보면 다음과 같다(<표 4-4>참조)

<표 4-4> 관광안내정보제공 주체별 업무

기 능	담당기관 및 역할
시스템 운영주체	<ul style="list-style-type: none"> · 한국관광종합정보의 관리, 새로운 정보 제공 · 각 지방자치단체의 정보를 통합하여 관리 · 민간의 정보를 선별하여 제공 · 국가적 차원에서의 홍보 · 초지역적인 관광정보의 제공
각 지방자치단체	<ul style="list-style-type: none"> · 각 지방자치단체 정보자원/시스템의 관리 · 지역내 정보의 지속 관리(일부 정보의 up-date)
개별 관광안내소	<ul style="list-style-type: none"> · 관광안내정보의 제공, 서비스 · 관련 정보의 up-date
개별 기업체	<ul style="list-style-type: none"> · 정보의 신속 up-date

3. 시스템 개발 및 운영주체

가. 필요성

- 관광안내정보 시스템의 개발 및 효율적 운영을 위해서는 이를 관리할 조직이 필요하다. 관광안내정보 사이트의 경우, 반드시 하나의 포털 사이트가 존재해야 하는 것은 아니나 효율성을 고려하여 하나의 주체가 개발하는 것이 바람직하다.
- 시스템의 개발 및 운영주체는 관광안내정보 사이트(가칭 ‘한국종합관광안내시스템’)를 개발, 운영하며, 관광안내정보DB의 구축 추진 및 관리, 그리고 종합관광안내 시스템 구축을 위한 표준화 추진 등의 업무를 수행하게 된다.

나. 조직구성

- 조직구성 대안
 - 대안1: 기존의 조직에서 개발, 운영하도록 함
 - 한국관광공사, 한국관광연구원, 한국관광협회 중앙회 등
 - 대안2: 새로운 조직을 구성하여 개발, 운영하도록 함: 가칭 ‘한국관광안내정보센터’
- 대안별 비교
 - 비교 항목: 조직성격 적합성 및 조직구성, 업무추진 효율성, 재원조달

구분	대안1: 기존 조직에서 관리	대안2: 신규 조직 구성
조직 성격	<ul style="list-style-type: none"> - 기존 업무와의 연계성이 중요 고려사항으로 작용할 것임 - 기존의 조직을 최대한 활용할 수 있으므로 신속한 추진이 가능함 	<ul style="list-style-type: none"> - 관광사업체 및 사업자 단체가 주도적으로 조직을 구성하여야 함 - 정보 제공 및 예약 업무의 성격으로 볼 때, 민간기업의 참여가 요구됨
업무 추진	<ul style="list-style-type: none"> - 공공성이 지속적으로 요구됨으로 수익성이 보장되는 사업 추진은 어려움 - 계획적으로 추진한다면 계획기간내에 시스템 구축 가능 	<ul style="list-style-type: none"> - 민간성격의 조직으로 구성됨으로 수익성이 보장되는 사업 추진 가능 - 새로운 조직구성 및 계획 추진이 동시에 발생되므로 기간이 많이 소요됨
재원 조달	<ul style="list-style-type: none"> - 기존 조직을 활용함으로서 조직운영비용을 절감할 수 있음 	<ul style="list-style-type: none"> - 새로운 조직 구성을 위한 재원조달이 요구됨. 또한 시스템의 안정 운영시기까지 지속적인 기금지원 필요

○ 최적안 선정

- 현재 추진중인 시·도 종합관광안내소의 개발에 맞추어 관광종합안내정보 시스템 구축 및 네트워킹이 이루어져야 함으로 시스템 구축 업무의 신속한 추진을 위해서는 기존조직을 활용하는 것이 효과적임.
- 시스템의 운영관리의 효율성을 고려할 때, 단기적으로는 기존 조직에서 관광안내정보 시스템 구축 및 운영을 담당하되, 시스템 운영이 안정화되는 2001년부터는 운영을 공공과 민간의 합동으로 구성한 새로운 조직(가칭 ‘한국관광안내정보센터’)에서 운영을 담당하도록 함이 바람직함.

○ 가칭 ‘한국관광안내정보센터’의 구성 및 기능

- 구성
 - 가칭 ‘한국관광안내정보센터’는 관광안내정보 부문을 종합적으로 관리하는 조직으로서 각 지방자치단체의 안내소를 하부 기관으로 통합하여 운영하도록 함.
 - 각 조직별(한국관광공사, 지방자치단체, 협회)로 관리/운영되던 안내시설, 안내원 등을 통합 운영관리
- 기능
 - 안내소관련 제반 행정사항 총괄, 안내원의 인사/복무
 - 업무절차의 표준화, 수익사업의 일괄계약 및 통제
 - 각 지방자치단체와의 업무협조
 - 각 지역별 안내소의 자원봉사(순수한 자원봉사임)자를 지역에서 뿐만 아니라 센터에서도 관리함으로써 자원봉사자의 효율적인 관리 도모(국가적 행사에 동원 및 타 지역 행사 지원가능)

※ 관광안내소의 통합관리 운영의 필요성에 대한 조사결과(전문가 의견조사)
 정보제공 및 관리의 효율성을 높이기 위해서 통합관리 운영해야한다는 의견이 81.8%, 각 지역의 고유특성이 획일화되고, 재정적으로 어려움이 있어 통합할 수 없다는 의견이 18.2%로 조사되었음.

※ 스위스처럼 공사조직에서 관광안내소의 운영을 하고 있는 경우도 있으나, 거의 모든 나라에서 관광안내소는 협회 형태의 민간조직으로 운영되고 있음. 유럽의 경우에는 운영비를 관련단체의 협회비와 회원의 회비 또는 지방자치단체의 분담금으로 충당하고 있으며, 미국의 경우에는 관광관련 단체 협회비와 더불어 호텔 세금의 일정 부분(예: 샌프란시스코는 호텔세금 14% 가운데 6%)을 관광안내소 운영비로 충당하는 경우도 있음. 즉, 지방자치단체가 제도적으로 후원하고 민간(관광관련 단체)이 주체가 되어 관광안내업무를 수행하고 있음.

제3절 관광안내정보 데이터베이스 구축방안

1. 관광안내정보 데이터베이스 구축

가. 관광안내정보 데이터베이스 현황 및 문제점

1) 개념

○ 일반적으로 데이터베이스(Data Base: DB)란 모든 종류의 연관정보를 컴퓨터로 효율적으로 검색하기 위하여 체계적으로 정리, 축적한 것이다. 또한 데이터베이스는 원하는 정보를 신속, 정확하게 찾아 활용하려는 수요자의 욕구를 컴퓨터기술을 이용하여 충족시키려는 것으로서 ‘모든 종류의 연관정보를 컴퓨터로 효율적으로 검색하기 위하여 체계적으로 정리, 축적한 것’을 의미한다.

○ 따라서 관광안내정보시스템의 데이터베이스란 관광환경에서 ‘관광자나 이용자에게 관광환경과 연관된 관광활동의 특정한 목적을 위하여 가치있는 형태로 처리, 가공된 자료나 정보원이 효율적으로 흐르도록 설계된 일련의 총체적 과정’이라 정의할 수 있다.

2) 현황 및 문제점

○ 시·도별 인터넷 웹사이트내 관광정보의 메뉴유형 및 빈도를 분석한 결과, 문화에 대한 내용이 29건으로 가장 많은 부분을 차지하고 있다. 이는 지방자치단체의 관광정보가 문화소개를 최우선으로 하고있음을 시사해주는 것이다. 두 번째로 관광지와 관광자원에 대한 메뉴가 24건, 행사 및 축제가 16건 등으로 나타나고 있다. 그러나 관광객들이 일반적으로 요구하는 정보중 가장 중요한 것으로 나타나고 있는 관광교통 및 숙박시설에 대해서는 적게 나타나고 있다(<표 4-5>참조).

○ 또한 각 사이트의 정보메뉴 명칭은 일관된 명칭으로 사용되고 있지 않고 각 지방자치단체의 특성을 반영하여 사용되고 있다.

○ 기존 관광정보 데이터베이스의 문제점을 보면, 관광정보 수요기반의 취약과 정보가치에 대한 인식 부족을 들 수 있다. 또한 이와 함께 관광정보시스템의 데이터베이스 관련기술과 전문인력의 부족도 관광부문의 정보서비스 개선에 걸림돌이 되고 있다. 따라서 관광정보 데이터베이스 구축을 추진하는 관련정책담당부서 및 전문추진기관의 역할이 매우 중요하다.

<표 4-5> 시·도별 관광정보 메뉴 유형 및 빈도(인터넷 웹사이트/ 99. 9 현재)

구분	정보메뉴	빈 도
문화	문화재(5), 문화유적(2), 문화공간(3), 문화예술회관(2), 박물관/기념관(2), 문화(1), 문화유산(1), 문화소개(1) OO문화(1), 의향(1), 가사문학(1), 민속문화예술(1), 전통풍물(1), OO민담(1), 인물·민요·전설(1), 주요기념물시설(1), OO역사(1), 문화정보(1), 보호수(1), 포토갤러리(1)	29
관광지, 관광자원	관광지(2), 관광명소(2), OO관광(2), 관광지 안내/소개(2), OO소개(2), OO안내(2), OO근교(1), 주제별관광(1), 한국관광(1), OO구경(1), 놀이공원(1), 시내관광(1), 앞산(1), 팔공산(1), 달성(1), 공원(1), 명물거리(1), 화양구곡(1)	24
행사	행사(4), 축제(4), 볼거리(3), 문화행사(2), 즐길거리(1), 지역이벤트(1), 뉴스행사(1)	16
식·음	먹거리(5), 향토음식(2), 음식(2), 음식점(2), 향토음식·숙박(1), 토속주(1)	13
숙박	숙박(5), 숙박시설(2), 숙박업안내(1), 숙박/음식(1)	9
레저/스포츠	레저/스포츠(2), 스포츠(2), 스키(1), 골프(1), 래프팅(1), 등산(1), 낚시(1)	9

<표 계속>

구분	정보메뉴	빈 도
쇼핑	특산물(5), 쇼핑(3)	8
관광교통	교통(2), 교통안내(2), 도로교통(1), 교통/지리정보(1), 교통/여행사(1)	7
여행	여행사(1), 여행정보(1), 여행길라잡이(1), 패키지(1), 관광업체(1), 테마 여행(1)	6
관광코스	관광코스(4), 코스별여행(1)	5
관광지도	관광지도(1), OO지도(1), 지도안내(1)	3
기타	관광서비스(1), 관광도우미(3), 관광마당(1), 추천(3), 관광안내센터(1), OO관광3S운동(1), 관광서비스개선제안(1), 여행관련사이트(1)	12

<표 4-6> 시·군·구별 관광정보메뉴 유형 및 빈도(인터넷 웹사이트/99.9 현재)

구분	정보메뉴	빈 도
관광지, 관광자원	관광지(5), OO관광권(4), 관광안내(2), 공원(2), 가볼만한 곳(1), 국방유적(1), 전통사찰(1), 이용시설(1), 단양팔경(1), 동굴·온천(1), 산·계곡(1), OO도예촌(1), OO사투리(1), 영주십경(1), OO관광단지(1), 사적 및 관광 명소안내(1), 8경8미(1), 시민산책로(1), 볼거리(1), 시내관광권(1),	29
문화	문화재(5), 문화유산(2), 문화유적(2), 문화공간(2), 지명유래(2), 문화예술 회관(1), 문화행사(1), OO백년사(1), OO역사지리(1), 방언·전래민요·전 설(1), 생활상(1), 전통예술(1), 예술단체(1)	21
레저·스포츠	관광레저(1), 낚시정보(1), 놀거리(1), OOO등반(1), 골프(1), 낚시(1), 스 쿠버다이빙·윈드서핑(1), 패러글라이딩·서핑(1)	8
쇼핑	특산품(6), 쇼핑(1),	7
숙박	숙박(2), 숙박시설(2), 숙박·교통(1), 숙박·먹거리((1)	6
식·음	먹거리(2), 음식점(1), 맛자랑 50선(1), 찻집/주점(1)	5
행사	OO축제(2), 축제(1), OO충렬제(1), OO예술제(1)	5
교통	교통안내(2), 교통나침반(1)	3
지도	OO지도(1), 지도·교통(1), 관광안내도(1)	3
여행	관광코스(1), 테마별관광코스(1), 신혼여행코스 및 내가 찌는 패키지여 행(1), 관광여행업체(1)	4
기타	링크페이지(2), 동영상(2), 주요기관(1), 상가(1), 관광도우미(1), 전화번호 (1), 체류시알아야할점(1)	9

주: 각 시·도별 각 1개 시·군·구 선정하여 분석함/ 16개의 기초자치단체

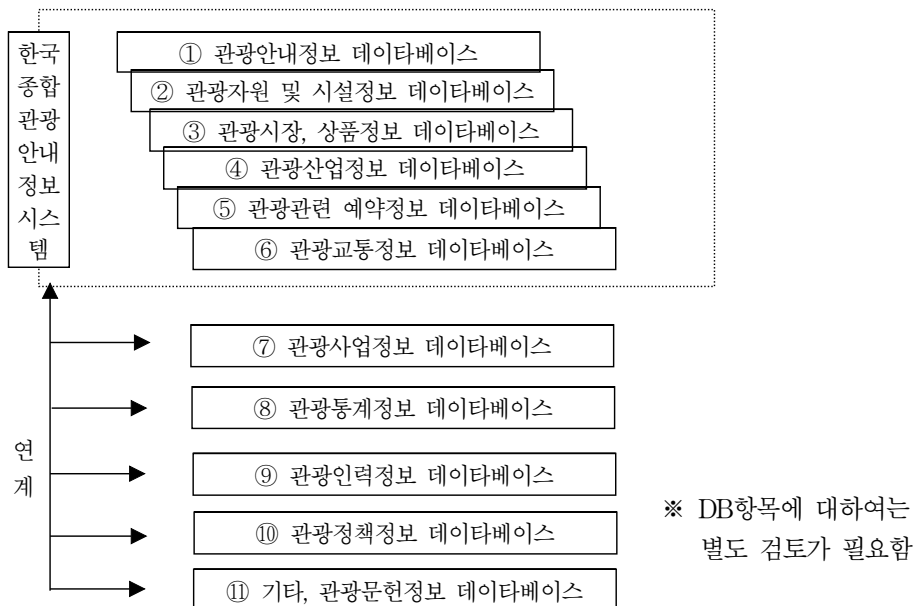
나. 데이터베이스 구축 목적

- 관광정보 이용자의 요구에 능동적으로 부응할 수 있는 정보 확보
 - 관광정보 제공의 적시성 확보
 - 새로운 관광수요의 환기 및 확대와 이를 통한 지역경제의 활성화 도모
 - 환경 변화에 적극적으로 대응할 수 있는 DB구축 체계 마련(정보의 과학화)
 - 관광정보 DB구축을 통하여 관광산업의 발전을 도모
- ※ 본질적으로 관광안내정보시스템의 구축목적과 연계되어 고려되어야 함.

다. 데이터베이스 구축방안

1) 데이터베이스 유형

- 데이터베이스는 여러 측면에서 분류할 수 있으나 가장 일반적인 분류방법은 데이터베이스의 표현형식과 데이터베이스가 담고 있는 정보가 1차정보(원자료)나 2차자료냐에 따른 분류가 대표적이다. 그밖에 데이터의 성질과 구성형태 및 이용자의 범위, 정보의 이용분야와 제공형태 및 공개여부 등으로 분류하는 것이 일반적이다.
- 관광안내정보 데이터베이스는 구성형태와 제공형태, 그리고 이용분야에 따라 다음과 같이 분류될 수 있다.



2) 관광정보 데이터베이스 구축의 기본 요건

○ 관광정보 데이터베이스를 구축하기 위한 기본요건으로 10가지를 제시하면 다음과 같다.⁸⁾

- ① 관광정보 데이터베이스 구축 목표를 신중히 설정하여야 함.
- ② 일시적인 정보제공으로 끝나지 않도록 하기 위해서 중장기적인 정보 수요전망을 하여야 함.
- ③ 관광정보시스템의 구축은 재정적인 문제에서 떠나서 고려되어야 함(장기적인 전략이 필요하기 때문).
- ④ 한번에 하나씩 점진적으로 구축하도록 함.
- ⑤ 새로운 관광정보시스템의 데이터베이스가 구축되었다 하더라도 현재의 체계에서 점진적으로 옮겨가야 함.
- ⑥ 정보의 구축시간, 제공시간 및 이용시간을 절대적으로 고려하여야 함.
- ⑦ 안전하고 보안성있는 시스템을 설계하여야 함.
- ⑧ 지속적인 데이터베이스의 유지관리가 가능하도록 하여야 함.
- ⑨ 정보의 갱신 사이클 등의 제공기준을 정하고, 정기적인 정보내용의 갱신을 제도화 하는 것이 필요함(계속적인 정보제공체제의 유지를 위해서는 정보 수집 및 제공 측에 일정한 메리트를 주는 것도 중요함).
- ⑩ 운영자의 성실성 유지, 운영 노하우의 축적, 계승 등에 대한 지원책 검토가 필요함.

3) 관광정보 확보를 위한 중요사항

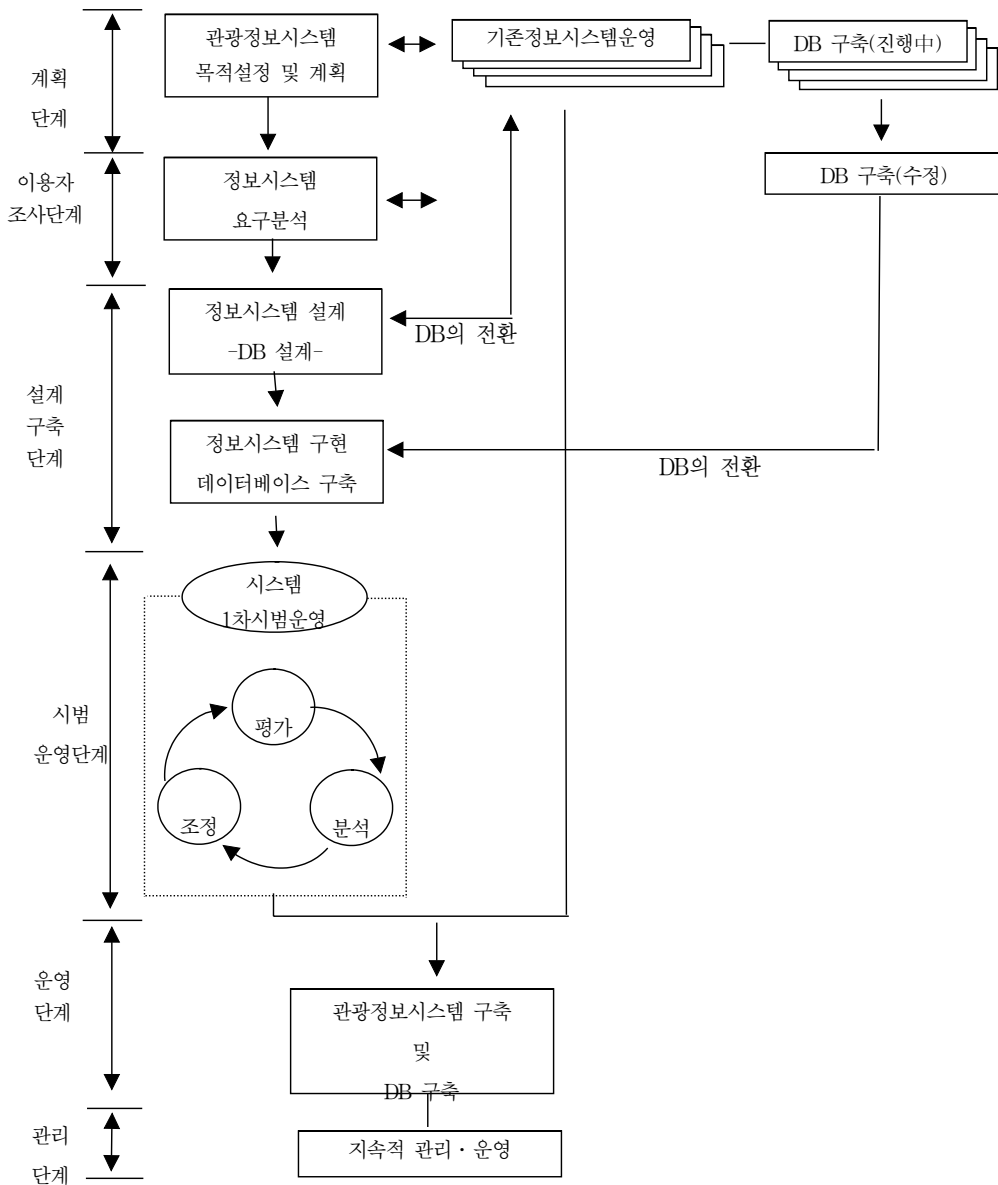
- 정보의 질 및 양의 균일성, 정확성 확보가 중요
 - 정보를 수신하는 쪽의 요구에 정확하게 대응하기 위해서는 제공받는 개개의 정보의 질·양이 균일하고 적당해야 함.
 - 또한 정보의 정확성만이 시스템의 이용 확대, 정착시키기 위해서 중요한 요소임.
 - 정보의 수집기준, 게재기준의 명확화와 더불어 수집체제의 정비, 그 정보의 관리·평가, 점검하는 기관(=한국관광안내정보센터(가칭))의 설치도 검토할 필요가 있음.
- 제공정보의 질에 대한 사회적 평가, 보증이 중요

8) J.N.Axelrod(1970)은 Xeros사에서 프로젝트를 수행했던 경험에 비추어 데이터베이스 구축을 위한 규칙을 14가지 제시한 바 있음(박희석, 1993)

- 제공정보의 질·양 및 정확성에 대한 보증만이 아니라, 정보내용(상품, 서비스내용)에 대해서도 각종 기준의 명기가 필요함.
- 예를 들면, 숙박시설에서는 ‘열쇠가 걸리는가’, ‘대형 목욕탕이 있는가’, ‘룸서비스는 가능한가’, ‘애완동물을 받아줄 수 있는가’ 등임. 또, 위생기준, 조합 및 연맹 가맹기준 등 제공 측의 자체기준 외에, 행정, 주민, 이용자 등에 의한 다각적인 평가를 부가하는 일도 중요함.
- 정기적인 정보수집, 갱신체제의 유지가 중요
- 정기적인 정보수집, 갱신은 관광정보 제공시스템의 계속적인 유지를 위해서 가장 중요한 것임. 지방자치단체들에 의한 정보 제공시스템에서도 요원, 비용 등의 제약요인이 늘 지적되는 문제점임.

4) DB 구축과정

- 관광안내정보 데이터베이스 구축은 계획단계와 이용자조사단계, 설계구축단계, 시범운영단계, 운영단계 및 관리단계 등 6단계를 거쳐 이루어진다([그림 4-3] 참조).
- 계획단계에서는 관광정보 시스템의 목적에 따른 구체적인 계획을 수립하는 단계로서 각 지방자치단체에서 제공하는 기존 정보시스템 운영방법과 한국관광공사, 그리고 민간기업에서 제공하는 정보시스템 운영방법에 대한 검토가 이루어져야 하며, 현재 개별적으로 이루어지고 있는 데이터베이스 구축에 관련된 사항에 대한 분석 및 분류가 이루어져야 한다.
- 이용자조사단계는 관광안내정보 데이터베이스 구축을 위한 기초조사 단계로서 정보시스템을 이용할 이용자들에 대한 요구정보 조사가 이루어져야 한다. 특히 이 단계에서는 기존 시스템에서 제공하는 데이터베이스의 분석 결과를 토대로 새롭게 구축해야 할 데이터베이스의 내용을 도출하여야 한다.
- 설계구축단계란 관광정보시스템의 목적에 의한 데이터베이스를 설계하고 데이터베이스를 구축하는 단계로서 기존 데이터베이스를 신규 시스템에 적합한 형태로 전환하도록 한다.
- 운영단계는 시범운영단계와 본격운영단계로 나눌 수 있는데 시스템 구축이후 평가, 분석, 조정 등을 거친 1차 시범운영을 통하여 데이터베이스를 완벽하게 구축, 운영하도록 한다. 또한 관리단계는 운영이 활성화되고 지속적 관리, 운영이 요구되는 단계이다.



[그림 4-3] 관광안내정보 DB구축 과정도

라. 데이터베이스 관리방안

○ 상기의 관광정보 데이터베이스중 관광안내정보시스템의 구축을 위해서는 ①관광안내정보 데이터베이스, ②관광자원 및 시설정보 데이터베이스, ③관광시장, 상품정보 데

이터베이스, ④관광산업정보 데이터베이스, ⑤관광관련 예약정보 데이터베이스, ⑥관광교통정보 데이터베이스 등이 우선적으로 구축되어야 하며, ⑦관광사업정보 데이터베이스, ⑧관광통계정보 데이터베이스, ⑨관광인력정보 데이터베이스, ⑩관광정책정보 데이터베이스, ⑪기타, 관광문화정보 데이터베이스 등은 관련 사이트와의 연계를 통하여 이용이 가능하도록 함이 필요하다.

- 각종 관광안내정보시스템의 변화발전에 따라 그 수준이 결정되어지며 관련 업계의 지속적인 성장발전이 있어야만 데이터베이스 분야에서의 발전도 기대될 수 있다. 예를 들어 관광지도정보는 GIS기법의 발전에 따라 변화를 가져올 수 있으며, 개별 호텔들의 인터넷 웹사이트 구축을 통하여 관련 관광산업정보의 데이터베이스 구축을 앞당길 수 있다.

- 데이터베이스내의 해당영역을 부여받은 관광관련업체(숙박, 음식, 항공사, 행사 등)는 자신의 영역내로의 접근이 가능하여 DB의 내용을 등록, 수정, 조회, 삭제가 가능하여야 한다.

- 자신의 영역을 할당받지 않았으나 홈페이지를 보유하고 있는 업체, 특히 상품정보 또는 예약관련정보를 보유한 관광관련업체는 그들의 홈페이지를 링크(Link)하여야 한다.

- 이러한 DB의 항목은 각 지방자치단체, 관광관련업체(업종별)와의 협의 및 연구를 통한 항목으로 구성되는 것이 바람직함.

- 효율적인 관광정보 데이터베이스를 구축하기 위하여 먼저 포털사이트를 관리하는 운영주체에서 종합계획을 수립하고 각 지방자치단체와 민간업체에서는 개별적으로 관리하고 있는 시스템의 DB를 구축하여 호환적으로 활용할 수 있도록 전환한다.

2. 관광안내정보의 표준화 추진

가. 필요성

- 관광안내정보 DB 및 시스템을 개별 기관별로 구축을 해왔기 때문에 정보체계, 제공방법 및 이용방법에 있어서 개별적인 방식을 취하고 있어 이용자에게 통일성을 주지 못하고 있다. 또한 각 지방자치단체에서는 관광안내정보를 제공하는 방법에 있어서 표준화된 가이드라인에 대한 요구가 지속적으로 제기되어 왔다.

○ 표준화는 이용편의를 제공하고 동시에 관리운영의 효율성을 높일 수 있으며, 특히 각 지방자치단체에서 개별적으로 관광안내정보DB를 구축하고 종합적으로 총괄 관리하게 되는 분산식 포털사이트의 개발에 있어서 매우 중요하다.

나. 표준화 대상

- 관광안내정보 시스템 구축 및 이용시 기술적인 부분에서의 표준화 대상
 - 입력방법의 표준화
 - 정보제공기본 사항
 - 정보화 추세에 맞는 정보유지관리의 표준화
 - 예약방법의 표준화
 - 영문표기법의 표준화
- 관광안내정보 시스템 운영에 있어서의 표준화 대상
 - 명칭의 표준화
 - 제공내용의 표준화

다. 표준화 방안

1) 표준화 대상별 추진

- 우선 표준화 실시
 - 입력방법 및 예약방법 등과 같은 기술적 부분에서의 표준화가 우선적으로 이루어져야 하며, 영문표기법 및 픽토그램 등의 표준화도 절대적으로 필요함.
- 기본적인 표준화 가이드라인 제시
 - 관광안내정보는 각 지방자치단체별로 특성있는 관광안내정보가 이루어지도록 하여야 함으로 관광안내정보DB구축에 대한 표준화는 제공항목 및 제공내용, 제공수준 등으로 최소화하는 것이 필요함. 특히, 각 지방자치단체에서 구축하는 관광안내정보 DB의 제공수준에 대한 가이드라인이 제시되어야 함.
- 지역특성에 맞는 방법 사용
 - 용어의 표준화에 있어서는 절대적인 용어 표준화는 바람직하지 않으며, 일반적으로 사용하고 있는 용어의 수준에서 즉, 일반인들의 상식에서 받아들일 수 있는 수준에

서 지방자치단체별로 자율적으로 사용하도록 함. 그러나 영문용어는 가장 일반적으로 사용되고 있는 용어를 기본으로 하여 활용하도록 함.

2) 표준화 프로세스

2000년	○ 1단계: 표준화 대상의 조사 분석(각 지방자치단체의 요구 조사)
	○ 2단계: 표준화 대상별 표준화 모델 개발(기술적 표준화 부분과 운영적 표준화 부분) 및 의견수렴을 통한 표준화 모델 보정
2001년 초	○ 3단계: 기술적 표준화 부분 및 운영적 표준화 부분에 대한 보급 및 교육
2001년 이후	○ 4단계: 관광안내정보 DB표준화에 따른 운영

※ 상기의 전 단계는 관광안내정보시스템을 운영하는 주체에서 담당하도록 하며, 각 지방자치단체의 적극적인 참여가 요구됨.

제3절 관광안내정보 편의서비스 개선방안

1. 관광안내정보 서비스 제공

가. 이용객의 요구정보

○ 시·도별로 개발되고 있는 종합관광안내소가 건립된 이후, 많은 방문객들이 이들 종합관광안내소를 통하여 다양한 관광안내정보를 제공받게 된다. 따라서 이들 종합관광안내소에서 필수적으로 제공되어야 하는 관광안내정보서비스의 유형에 대하여 제시할 필요가 있다.

○ 정보 이용자가 필요로 하는 요구정보를 기 조사된 자료를 통해 파악해 보면 다음과 같다.

- 전문가를 대상으로 한 관광객 요구정보 조사(한국관광연구원, 1999)에 의하면, 관광객 요구정보의 상위 3가지는 관광교통, 관광지도, 숙박시설 등으로 나타나고 있으며(<표 4-7>참조), 관광객을 대상으로 한 관광객 요구정보 조사(교통개발연구원, 1995)에 의하면, 관광지, 숙박시설, 관광여행상품 등으로 나타났음(<표 4-8> 참조).

- 관광활동전 안내정보 수집시와 관광목적지에서 필요로 하는 정보는 관광지까지의 소요시간 및 거리, 교통편 요금과 예약, 숙박시설의 종류 및 요금·예약, 기상정보, 향토문화의 생활습관, 안내시설, 인근관광지의 현황, 음식점 및 기념품점 등으로 약간의 비중만 달라질 뿐 동일함.

<표 4-7> 관광객 요구 정보: 전문가조사(한국관광연구원, 1999)

관광안내정보 수집시(계획단계)		목적지에서 정보취득시	
1. 관광교통,	2. 숙박시설,	1. 관광교통,	2. 관광지지도,
3. 관광지지도,	4. 관광지소개,	3. 숙박시설,	4. 관광코스,
5. 각종시설 예약관련 정보	6. 관광코스,	5. 주변의 이용시설,	6. 관광관련 이벤트,
7. 주변의 이용시설,	8. 관광관련 이벤트	7. 관광지소개,	8. 식음료점,
9. 식음료점,	10. 쇼핑	9. 각종시설 예약관련 정보,	10. 쇼핑

<표 4-8> 관광객 요구 정보: 이용객조사(교통개발연구원, 1995)

관광안내정보 수집시(계획단계)		목적지에서 정보취득시	
1. 관광지,	2. 숙박시설,	1. 관광교통,	2. 관광여행상품,
3. 관광여행상품,	4. 관광교통,	3. 숙박시설,	4. 관광지,
5. 관광행사		5. 관광행사	

- 기존에 관광안내소에서 제공하는 정보의 이용 현황을 보면, 다음과 같다.
 - 한국관광공사의 국민여행실태조사(1998)결과, 국민들이 국내여행을 할 때 가장 필요로 하는 관광안내정보는 ‘이용교통정보(37.3%)’가 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 ‘자연경관/명승고적 소개(32.6%)’, ‘숙박시설 정보(12.4%)’, ‘부대 관광시설 소개(9.1)’, ‘음식점(6.1)’ 등의 순으로 나타났다.
 - 한국관광공사내의 TIC 및 김포공항에서 제공되는 관광정보의 유형을 보면 다음<표 4-9>와 같음.
 - TIC의 경우, 외국인은 관광지 정보, 교통정보, 숙박정보, 축제·문화정보, 쇼핑문의, 스포츠·레크레이션 정보, 레스토랑정보, 해외여행정보 등의 순으로 정보를 요구하고 있는 것으로 나타나고 있음. 내국인은 관광지 정보, 교통정보, 숙박정보, 해외여행정보, 축제·문화정보, 식음료시설 정보, 쇼핑정보, 스포츠·레크레이션 정보, 레

스토랑 정보, 국제회의 정보 등의 순으로 나타나고 있음.

- 김포공항의 경우는 특성상 내외국인 모두 관광지 정보보다 교통정보를 더욱 많이 요구하고 있는 것으로 나타나고 있음. 또한 외국인의 경우 교통정보, 관광지정보, 숙박정보를 비슷하게 요구하는 것으로 나타나고 있음.

<표 4-9> 관광정보 이용 유형(TIC 및 김포공항)

단위: %

구 분	TIC		김포공항	
	외국인(%)	내국인(%)	외국인	내국인
관광	31.4	31.7	20.7	14.2
숙박	8.5	7.9	17.9	8.4
교통	23.5	18.2	26.7	32.1
쇼핑	4.1	1.6	5.0	1.2
레스토랑	2.1	0.9	2.2	0.8
스포츠·레크레이션	3.2	1.3	0.1	-
국제회의	0.0	0.4	0.4	-
축제·문화	7.5	4.7	0.2	-
상용	1.2	0.3	0.6	0.2
해외여행	1.1	6.3	0.7	4.0
기타	17.4	26.7	25.5	39.1
계	100.0	100.0	100.0	100.0

주: 1998년 12월 평균

- 외국의 관광안내소에서 제공하는 정보편의 서비스 유형(허갑중, 1998)
 - 정보제공내용: 교통, 숙박, 식음, 공연, 관광지, 쇼핑정보 제공, 안내물 제공
 - 예약: 숙박, 공연(워싱턴 컨벤션 및 비지터 뷰로)
 - 기타: 전화카드 판매, 대중교통이용권 판매(샌프란시스코), 응급구조 연락가능(로마 테르미역), 지도 및 엽서판매(독일 빈터투어)
 - 정보형태: PC-Network(숙박, 교통), 인쇄물(다양한 관광관련 안내물, 다종 외국어 안내서, 호텔 목록), 전시물(관광지사진/토산품)

나. 정보제공 방향

- 다양해지는 국내·외 관광객의 정보 요구에 적극적으로 부응할 수 있는 정보를 제공하도록 한다.

- 관광안내정보DB의 체계적 구축 및 관광안내정보시스템의 체계적 완비를 통하여 관광객이 요구하는 정보를 신속 정확하게 제공하도록 한다.
- 관광객에게 정보제공은 물론 예약편의 서비스를 개선함으로써 안내정보제공 서비스가 원스톱으로 이루어질 수 있도록 한다.

※ 현재 운영중인 관광안내소의 문제점에 대한 전문가 의견조사 결과(n=67), 안내정보의 부족(17.5%), 안내소 인력의 부족(17.1%), 안내소 시설의 문제(16.3%), 안내소의 수의 부족(12.9%), 안내제공 장비의 문제(10.8%), 안내소 운영의 문제(10.4%)로 안내소의 안내정보 부족 및 인력의 부족이 가장 큰 문제점으로 나타나고 있음.

다. 정보제공 내용

- 관광안내소에서 필수적으로 제공되어야 하는 정보들은 안내원에 의하여 충분히 숙지되어야 하며, 신속하게 제공되어야 한다. 또한 개인 여행자들이 직접 정보를 찾도록 하기 위하여 관광안내소내 PC와 터치스크린을 구비하도록 한다. 이러한 환경하에서 관광안내소에서 제공해야 하는 정보 서비스의 내용은 관광관련 정보와 문화정보, 기상정보, 일반정보, 예약정보, 자료제공 등으로 구분할 수 있다.

- 관광관련 정보: 교통편, 숙박시설, 관광지도, 관광지소개, 관광코스, 주변의 이용시설, 관광관련 이벤트, 식음료점, 쇼핑, 문화정보 등
- 문화정보: 문화자원 및 시설, 문화행사 등
- 기상정보: 일기예보, 지역 기후 및 기상 등
- 일반정보: 긴급구난, 생활정보, 여행관련기관 정보, 일반적 국제정보 등
- 예약정보: 단기적으로 교통 및 숙박, 중장기적으로는 여행상품에 대한 예약정보를 제공할 수 있음.

※ 예약정보의 경우는 직접 예약을 대행할 경우는 유료화 가능함. 그러나 안내소의 운영초기단계에서는 단지 예약에 관련된 사항을 제공하여 줌으로 직접 예약을 유도함

- 자료제공: 무료로 제작된 지도, 팸플렛, 선물 등 제공 가능

○ 관광안내소에서 필수적으로 제공하는 정보이외에 제공 가능한 정보는 다음과 같으며, 이들 정보서비스는 안내소의 운영활성화를 위하여 유료화가 가능하다.

- 개별시설 및 상품에 대한 상세 정보(여행스케줄 작성 등)
- 환전
- 예약서비스
- 관광사업 정보
- 관광인력 정보
- 지역경제 및 지역투자환경 대한 정보
- 관광정책에 대한 정보
- 상세지도, 책자 판매

<표 4-10> 관광안내소 제공 서비스 내용

구 분	항목	내 용
관광관련 정보제공	관광교통	교통편 종류, 소요시간, 탑승장소, 운영시간, 교통요금, 주요 경유지점, 주차시설, 렌터카 등
	관광숙박시설	종류, 규모, 위치, 가격
	관광지·자원	종류, 관광지특성, 관광지위치, 입장료, 주변관광시설
	쇼핑상품	쇼핑장소별 특성, 주요 상품의 판매처
	여행상품	여행상품종류, 여행일정, 관광코스, 가격
	식음시설	식음시설, 유형, 위치, 가격
	행사정보	(컨벤션, 이벤트 등) 행사소개, 시간, 위치, 입장료
	안내정보	안내전화, 안내소, 안내판 등
관광관련 예약 및 판매	지도 및 안내물	지도제공, 안내물 제공
	관광교통	예약, 교통티켓판매
	관광시설	숙박시설예약, 관광지 예약, 레스토랑 예약 등
기상정보	관광상품	쇼핑상품 예약 구매, 여행상품 예약 구매,
문화정보		일기예보, 지역 기후·기상 등
일반정보		문화자원 및 시설, 문화행사 등
	긴급구난	약국, 병원, 소방서, 경찰서 등
	생활정보	화폐, 생활·습관 등
	여행관련기관	재외공관, 비자관련정보, 국내관련부처 등
	일반적 국제정보	주변국의 정치, 경제 등

라. 관광안내정보 제공방법

1) 관광안내정보 제공 서비스

○ 관광안내소에서 관광안내정보를 제공하는 방법은 안내원에 의한 직접적인 안내서비스 이외에 다음 <표 4-11>과 같다.

- 안내원에 의한 대민 안내 서비스
- ARS 등을 통한 통신 안내 서비스
- 지도 및 책자를 통한 설명
- 기제작된 CD를 통한 설명
- 지도 및 팸플렛의 제공
- 컴퓨터를 이용한 상세정보 제공
- 개인적으로 검색가능한 컴퓨터 구비 및 터치스크린 구비
- 관광관련정보 내용이 담긴 CD, V.T.R. Tape의 열람 등

<표 4-11> 관광안내소 정보 제공 방법

정보제공 방법	제공내용/방법	사용대상자
ARS	음성 · 현지날씨, 예약(신청, 확인, 취소)관련 등의 비교적 통화 시간이 길지 않은 정보를 위주로 서비스 제공	내·외국인 (지역과 무관)
	팩스 · ARS형식의 팩스서비스로 현지 교통편, 위치, 관광지의 역사(소개)등의 글을 팩스로 전송해주는 서비스	내·외국인 (지역과 무관)
	인터넷 · 종합관광정보의 홈페이지(포털사이트) 정보제공 · 기타 인터넷 사용 가능	내·외국인 (지역과 무관)
터치스크린	· 해당지역의 관광정보제공(default) 및 타지역의 정보 이용 가능(네트워크 상에서 구성) · 터치스크린의 시스템상 특성을 고려하여 기존 인터넷 정보의 일정부분(관광지 소개, 지도 등)을 선별하여 자료 제공 · 터치스크린을 위한 별도의 프로그램 개발	현지 방문 관광객
CD-JukeBox (CD-Net) V.T.R.	· 해당지역의 관광관련정보 내용이 담긴 CD, V.T.R., Tape의 열람 · 특히 CD-JukeBox(CD-Net)의 경우 타지역에서도 연결하여 열람가능(네트워크/인터넷상에서 구성) · CD 저장방법의 통일요구(Tiff, mpeg 등)	CD: 내·외국인 (지역과 무관) V.T.R.: 현지 방문 관광객

※ 기존의 인적서비스는 제외하였음

2) 정보 서비스 제공 효율화

○ 정보제공의 적시성 확보

- 정보는 지속적으로 관리될 때만 그 역할을 할 수 있음. 지속적으로 변화하는 정보를 즉시 즉시 제공할 수 있어야 함. 예를 들어, 지난 정보를 그대로 유지되거나 새롭게 변한 정보가 제공되지 못할 때, 다른 정보에 대한 신뢰성도 떨어지게 됨. 따라서 정보를 적절한 시점에서 제공하는 것이 무엇보다도 중요함.

○ 이용자 요구에 맞는 정보 제공

- 내국인에게는 내국인에 맞는 정보를 외국인에게는 외국인에게 맞는 정보를 제공하도록 함. 특히, 외래관광객을 위한 관광안내정보의 경우, 한국에 대한 정보를 손쉽게 찾을 수 있도록 유도함이 필요함. 또한 외국의 웹사이트에서 제공하는 것과 같이 정보탐색후 예약으로 바로 연결될 수 있도록 관련 사이트와 연계시키는 것이 필요함.
- 구체정보의 경우 관련 웹사이트 제공: 외국인에게 꼭 필요하지 않은 구체적인 정보는 알고자 하는 경우 찾아들어 갈 수 있도록 관련사이트를 알려주도록 함. 특히 특정 시설물에 대한 정보의 경우 각 담당기관에서 각국의 언어로서 서비스하도록 유도함.
- 세계적으로 많이 사용되는 주요 관광웹사이트에 한국에 대한 정보를 정확하게 제공할 수 있도록 유도하고, 또한 한국을 연결한 다음 각 지방자치단체의 홈페이지에 연계되도록 유도함.

○ 이용자들의 정보이용 편리성 강화

- 웹사이트의 연계성 강화: 간단한 정보는 쉽게, 깊은 정보는 사이트Link 방법 등을 활용하여 이용을 편리하게 함.
- 외국어 관광정보의 제공 활성화 추진: 현재 외국어로 한국을 안내하는 사이트는 해외홍보원에서 운영하는 코리아윈도와 한국관광공사 웹사이트, 그리고 지방자치단체의 외국어 제공 사이트, 민간기업의 외국어 사이트 등이 있음. 그러나 이들 대부분은 외국인에게 한국의 관광정보를 제공해주기에 미숙한 실정이며, 이중 한국관광공사의 웹사이트는 영어, 일어, 중국어, 불어, 독일어 등 5개 국어로 서비스하고 있어 여타 다른 사이트에 비하여 가장 많이 활용되고 있는 사이트임.

3) 종합관광안내소 운영방안

- 초기사업의 운영비(안내소 제반시설, 안내소직원의 인건비 등)는 현행 관리운영 조직(관광공사, 지방자치단체)에서 지원하고, 민간으로 이관되는 시점에서는 정부의 지원을 점차 줄여 나가도록 한다. 또한 정부의 지원을 줄이는 대신 수익사업을 발굴하여 운영비 충당하도록 한다.
- 예상할 수 있는 수익사업은 관광업체의 커미션과 판매수익, 광고료 등이 있을 수 있다.
 - 관광업체와의 제휴를 통한 커미션(지역 관광업체와의 예약 수수료 등)
 - 판매수익(공중전화카드, 관광관련 책·신문·CD·Tape, 해당지역 관광기념품 등)
 - 여행업체의 입점 수수료(항공사, 여행사의 안내소 內 입점)
 - 안내소 內의 광고료
 - 종합관광안내 홈페이지(포털사이트)를 통한 광고료

※ 종합관광안내소가 설치될 경우, 재원조달방법에 대한 조사 결과(n=67)

(전문가 의견조사)

- 중앙정부와 지방정부가 부담(30.8%)
- 중앙정부 일부 지원 및 자체 수익사업 추진(24.6%)
- 비영리 또는 공공기관의 형태로 운영(21.5%)
- 중앙정부 지원(국고, 기금형식)(12.3%)

2. 예약서비스 제공 강화

가. 예약서비스 필요성

- 외국의 주요 관광웹사이트에서는 정보제공과 함께 예약서비스를 제공하고 있어 이용자의 편리성을 도모하고 있다. 따라서 선진적이고 편리한 정보체계 구축을 위해서는 예약서비스에 대한 고려가 이루어져야 한다.
- 향후 인터넷을 통한 예약 및 상거래는 일반 상점에서 상품을 구매하는 것과 같이 일반화 될 것이다. 그러나 정부관련 기관에서 제공하는 관광사이트의 경우 이러한 예

약 및 구매와 연계되는 사항이 매우 미흡한 실정이다. 그러나 소비자들의 성향을 볼 때 향후 이러한 예약에 대한 부분을 해결하지 않으면 안될 것이다.

나. 예약서비스 제공방안

1) 예약서비스 대상

- 호텔, 교통수단, 여행상품, 문화시설, 관광시설 등

2) 제공방법

- 통신을 통한 예약 서비스 제공방법은 직접 예약과 간접예약으로 구분될 수 있다.
 - 직접예약은 이용객이 정보탐색 과정에서 직접 예약을 할 수 있도록 하는 방법임.
 - 간접예약은 안내원을 통해서 혹은 이용객이 직접 전화나 팩스 등을 통해서 예약이 가능하도록 하는 방법임.
- 관광안내소에서 제공되는 예약방법은 주로 안내원을 통하여 간접적으로 예약이 이루어지고 있다. 그러나 이 경우 별도의 예약시스템을 갖추고 있지 않아 이용객에게 실시간으로 만족할 만한 예약서비스를 제공하기 어려운 실정이다.

2) 제공대안

- 대안 설정
 - 대안1: 정보시스템구축시 예약시스템은 제외하되, Link 서비스 제공
 - 가칭 ‘한국관광안내정보시스템’내에 예약시스템을 별도로 구축하지 않고 다만 관련 예약업체와 Link, 시설(호텔, 여행사 등)과 Link 시킴으로 예약의 편리성 도모.
 - 관광안내정보시스템을 공공관련 기관에서 운영할 경우는 이러한 방식으로 추진하는 것이 바람직함.
 - 대안2: 정보시스템구축시 예약시스템도 같이 구축
 - 정보서치와 함께 직접적으로 예약도 가능하도록 가칭 ‘한국관광안내정보시스템’내에서 예약시스템을 갖추도록 함.
 - 정보시스템 구축시 예약시스템도 같이 구축하게 되면, 기존 예약업체들과의 경쟁성을 고려하여야 함으로 공공관련 기관에서 운영할 경우 추진이 용이하지 않음.

대안2의 경우는 정보시스템 운영기관이 민간조직의 형태로 추진되는 것이 바람직함.

○ 대안별 비교

- 비교 항목: 이용편리성, 예약의 용이성, 예약시스템 구축 추진 용이성

구분	대안1: Link 서비스 제공	대안2: 정보시스템 내에 예약시스템 구축
이용 편리성	- 정보시스템 내에서 바로 예약되는 시스템보다는 불편하나 관련 사이트와의 연계로 예약은 가능	- 이용자의 측면에서는 정보를 서치하면서 예약으로 바로 연계될 수 있어 매우 편리함
예약 용이성	- 예약은 가능하나 웹사이트가 개설되어 있지 않은 업체에 대해서는 예약이 불가능함 - 예약을 위해서는 최소한 두세 단계를 거쳐야 하기 때문에 정보검색에 시간이 걸림	- 정보시스템에서 예약까지 서비스함으로 예약이 매우 편리함
추진 용이성	- 기존의 정보시스템 방식에서도 Link를 통해서 충분히 예약이 가능함으로 예약시스템 구축 추진이 용이함	- 정보시스템 내에 예약시스템을 새로 구축하기 위해서는 예약으로 인한 이익발생에 대한 배분 등의 문제 발생 - 기존의 예약시스템을 활용하는 것은 업체에 대한 특혜문제가 발생될 우려가 있음.

- 비교표

비교항목	대안1: Link 서비스 제공	대안2: 정보시스템 내에 예약시스템 구축
이용편리성	○	◎
예약용이성	○	◎
추진용이성	◎	△

주: ◎ 매우 양호, ○ 양호, △ 보통

○ 최적안 선정

- 일반 이용자들의 요구변화에 적극적으로 부응하기 위해서는 정보시스템 내 예약시

시스템을 동시에 구축하여 서비스를 제공하는 것이 바람직함. 그러나 이 경우 별도의 예약시스템을 구축하기 위해서는 많은 비용이 발생하게 되며, 공공관련 기관에서 정보시스템을 직접 관리·운영할 경우는 기존 민간예약업체들과의 경쟁성이 약화될 수 있음.

- 따라서 가칭 ‘한국관광안내정보시스템’을 구축하고 관리·운영해야 하는 초기 구축 운영기간에는 기존의 예약시스템 및 업체들과의 사이트 연계를 통하여 예약이 이루어질 수 있도록 함.
- 그러나 중장기적으로는 정보시스템 내에서 예약이 동시에 가능하도록 하여야 함. 이러한 시스템 구축을 위해서 정보시스템 관리 운영기관은 공공주도적인 형태에서 민관이 공동으로 협력하여 추진하는 형태로 바뀌어나가야 함.

3) 예약 서비스 제공방안

① 가칭 ‘한국종합관광안내정보시스템’을 통한 예약 서비스 제공 (인터넷 이용자 대상)

- 초기구축단계에서는 예약을 원하는 시설에 대한 정보를 제공함과 동시에 직접 업체로 링크를 시키도록 한다.
- 독자적으로 예약시스템을 갖추고 있지 않은 중소기업에 대해서는 예약 체계를 구축하도록 한다.
 - ※ 중소기업의 경우, 인터넷이용자가 통신을 통하여 예약여부를 확인하고자 하여 클릭을 하면, 자동적으로 중소기업의 팩스를 통하여 예약요구사항이 전달되고 이에 의하여 업체는 통신주소를 통하여 예약여부를 통지해주도록 함.
 - ※ 또한 본 시스템에서는 개괄적인 예약관련사항(전화, 팩스번호, 예약여부 등)을 제시하기 위해서 중소기업은 통신을 통하여 직접 예약관련 사항을 상시 관리하도록 함.
- 장기적(본 시스템의 운영이 본격화되는 단계)으로는 민관합동방식 혹은 컨소시엄 형태의 시스템 관리 주체에서 민간예약업체를 통하여 직접 예약이 가능하도록 한다(본 연구에서는 4장 2절 관광안내정보 시스템 네트워크 구축방안(관광안내정보 시스템 개발 및 운영 주체)에서 검토한 바 있음).

② 관광안내소의 예약 서비스 제공

- 관광안내소내 예약을 위한 정보의 지속 관리가 매우 중요한 사항으로 이를 위하여 업체와의 예약시스템을 구축하고 있어야 한다.
- 관광안내소에서의 예약업무는 여행사 및 예약관련 민간사업체의 입점을 통하여 서비스를 제공하도록 하는 것이 이용자에게 더욱 편리한 서비스를 제공할 수 있다.
- 또한 민간사업체에서 예약서비스의 제공이 어려운 업체에 대해서는 관광안내소에서 전화 및 팩스서비스를 통하여 예약 서비스를 제공함으로써 예약 편의서비스가 이루어지도록 한다.

제5장 추진방안

○ 관광안내정보 부문의 정보를 종합적으로 제공하는 분산형 포털시스템은 한국의 관광안내를 대표하는 시스템일뿐만 아니라 각 시·도 종합관광안내소의 안내정보를 네트워킹하는 시스템이다. 본 연구에서 제시한 가칭 ‘한국종합관광안내 정보시스템’의 구축 추진 기간은 2000년부터 2002년까지로 설정하였다.

○ 가칭 ‘한국종합관광안내정보 시스템’ 구축을 위하여 2000년을 준비단계로 설정하고 ‘한국방문의 해’인 2001년을 구축 및 구축완성단계, ‘월드컵축구대회’가 열리는 2002년부터 이용확산 단계로 구하였다. 이러한 단계에 따라 업무내용별 추진은 안내소건립, 네트워킹 시스템 구축, 관광안내정보 DB구축, 편의 서비스 개선, 지방자치단체 협조사항 등으로 구분하여 단계별로 추진하여야 할 사항을 제시하였다(<표 5-1> 참조).

- 준비단계인 2000년은 1998년부터 시작된 시·도 종합관광안내소의 건립이 본격적으로 추진이 되는 단계로서 종합관광안내정보 시스템개발과 설계가 완료되는 시기임. 또한 시스템개발과 동시에 관광안내정보DB가 개발되고 표준화작업이 추진되는 시기로서 이시기에는 광역자치단체와 기초자치단체, 그리고 관광공사와 협회 등의 협력이 특히 요구되는 시기임.

- 구축 및 완성단계인 2001년에는 시·도 종합관광안내소의 건립이 완성됨에 따라 이들 안내소에 개발된 종합관광안내정보 시스템을 구축하고 이용자의 편익을 위한 예약서비스의 제공 등을 하는 시기로서 지방자치단체에서 각기 개발된 기존 DB의 전환이 이루어져야 하는 시기임.

- 이용확산단계인 2002년에는 구축된 종합관광안내정보시스템을 운영관리하는 시기로서 민간성격의 기관이 운영주체가 되도록 하는 것이 필요함. 또한 이때부터는 안내정보 제공사업을 이용자의 편익을 위한 수익성 사업으로 추진하는 것이 필요한 시기임.

○ 종합관광안내정보시스템 구축 및 정보 편의 서비스 개선을 위한 각 주체별로 담당해야 할 업무는 다음과 같다(<표 <5-2> 참조).

- 문화관광부는 시·도 종합관광안내소의 건립을 적극 지원하는 한편, 종합관광안내정보 시스템 모델 설계를 위한 재원을 지원하도록 함.

<표 5-1> 관광안내정보 시스템 구축을 위한 단계별 업무 추진

구분	2000년		2001년		2002년
	준비단계		전반기	후반기	이용확산 단계
			구축단계	구축완성단계	
안내소 건립	시·도 종합관광 안내소 건립 초기		일부 시·도 종합 관광안내소 건립완료	-	시·도 종합관광 안내소 건립 완료
네트 워킹 시스템 구축	-종합관광안내정 보 시스템 모델 설계 완료 -운영주체설정		-종합관광안내정보 시스템 구축 -기존 관광관련자료 의 전환 추진 ※ 각 시·도 DB 구축과 연계 -부분 이용 시작	-기존 관광관련자료 의 전환 완료 ※ 각 시·도 DB 구축과 연계 -본격 운영 시작	-지속관리운영 · 시·도의 시스템 운영과 연계 -운영을 민간으로 이관: 운영주체의 신설 필요
관광 안내 정보 DB 구축	-관광안내정보DB 개발 -표준화작업 추진 (표준화 사항 점검)		-관광안내정보DB개 발 및 프로그램 개 발 계속(지자체) -표준화작업추진 (용어/기본구성항목/ 기본검색방법)	-관광안내정보DB 지속관리	-관광안내정보DB 지 속관리
편의 서비스 개선	-관광안내소내 안내원을 통한 예약서비스의 지속		-이용자의 편익을 위한 예약 서비스 제공 · 통신망: 예약관련 사이트와 연계	-안내소내 민간사업 자의 입점 -통신망: 예약관련 사이트와 연계	-예약편의서비스 제공
지방 자치 단체 협조 사항	-광역자치단체: 현 재 관광관련 홈 페이지의 내용 Update 충실 -기초자치단체: 광 역자치단체 홈페이지 적극 활용 ※ 신규 관광 홈페이지 구축 자체		-종합관광안내정보 시스템 DB구축(자 료협조) · 기존자료 일괄적 전환 -종합관광안내소 직 원을 통한 자료의 갱신	-지방자치단체의 자 료 협조(계속) · 기존자료 일괄적 전환 · 이후 발생자료: 지방자치단체 및 관광관련사업자 의 직접 갱신 (관광부문,종합관광 안내 정보 시스템 DB 직접갱신)	-이용자의 편익을 위한 수익성 사업 추진으로 운영주체 변경 · 인터넷광고, 예약, 웹호스팅 사업,

- 시스템 운영주체(단기적으로 기존의 조직에서 담당)는 종합관광안내정보 시스템 모델 설계 및 시스템 구축의 주요 업무를 담당하도록 함. 또한 정보의 효율적 제공 및 이용편의를 위하여 관광안내정보 제공방법, 정보내용, 제공 수준 등에 대한 표준화 가이드라인을 수립하여 각 지방자치단체 및 정보를 제공하는 기관에서 이에 따라 정보를 제공하도록 함. 이외에 운영주체는 기존 관광관련 자료를 신규 시스템에 적합하게 전환하고 관광안내정보 시스템 및 데이터베이스를 운영 관리하도록 함.
- 지방자치단체는 개별적으로 구축하고 있는 정보시스템 및 데이터베이스를 재검토하여 운영주체가 요구하는 표준화 가이드라인에 의하여 재구성하도록 하며, 관광안내소의 정보제공 서비스가 원활히 수행될 수 있도록 제반 기반환경을 정비하도록 함. 또한 각 지방자치단체의 정보는 지속적으로 직접 갱신이 이루어져야 함으로 별도의 관리부서를 운영하도록 함.
- 이외에 한국관광공사, 한국관광연구원 및 민간사업자 협회들은 자체적인 시스템의 정비보완을 계속하되 종합관광안내정보시스템과 연계될 수 있도록 함.

<표 5-2> 관광안내정보 시스템 구축을 위한 주체별 업무 추진

업무	추진주체	2000	2001		2002
			전반기	후반기	
1. 네트워킹 시스템 구축					
- 종합관광안내정보 시스템 모델 설계 및 구축	운영주체	■			
- 종합관광안내정보 시스템 구축 지원(재정지원)	문화관광부	■			
- 기존 관광관련 자료의 전환	운 영 주 체 , 지방자치단체		■	■	
- 종합관광안내정보 시스템의 지속 관리	운영주체				■
- 운영을 민간으로 이관: 신규 운영주체 구성	운 영 주 체 , 문화관광부				■
2. 관광안내정보 DB구축					
- 관광안내정보 데이터베이스 개발	운 영 주 체 ,	■			
- 관광안내정보 제공 표준화 작업 추진	문화관광부	■	■		
- 관광안내정보 데이터베이스 지속관리	운영주체				■
3. 편의 서비스 개선					
- 관광안내정보 편의 서비스 제공환경 설비	지방자치단체	■			
- 예약서비스 제공: 관광안내소내 안내원이 제공	지방자치단체	■			
- 예약서비스 제공: 통신망 연계	운영주체		■		
- 예약서비스 제공을 위한 민간사업자 입점	운영주체				■

제6장 결론

○ 관광안내정보의 신속한 제공은 관광객을 유인할 뿐만 아니라 방문객에게도 관광 만족을 높일 수 있는 중요한 요인으로 인식되고 있다. 더욱이 우리나라의 경우는 1~2년 내에 각 시·도별로 종합관광안내소가 개발될 예정이다. 이들 종합관광안내소들을 네트워크화할 수 있는 정보체계의 구축 필요성이 대두되어 연구를 수행하게 되었다.

○ 본 연구는 시대적 변화추세에 적합한 효율적인 종합관광안내 정보시스템 구축방안을 모색하고 지역별 관광안내정보체계를 네트워킹할 수 있는 방안을 제시함과 동시에 국내외 관광객들에 대한 정보제공 서비스를 개선하는 데 목적을 두고 있다.

○ 관광안내정보 시스템 모형 개발을 위하여 정보 환경 변화추세를 보면, 국내외 인터넷환경은 급속도로 변하고 있다. 기존의 관광안내정보시스템의 구축 현황을 보면, 관련 기관별로 독자적인 정보시스템을 구축하여 운영중에 있음으로 인하여 중복성이 대두되고 있으며, 어느 것도 한국관광의 대표적인 관광안내정보 제공시스템으로서 역할을 하지 못하고 있다.

○ 외국의 경우 80년대 말 90년대 중반까지 지역정보시스템을 개발하여 자국내 이용객들에게 편리하고 신속한 안내정보를 제공하여 왔다. 그러나 외국인에 대한 정보제공이 미흡하고 통신환경의 변화에 따라 인터넷을 통한 안내정보 제공이 활발해짐에 따라 지역정보시스템에서 인터넷을 통한 정보제공에 관심을 두고 있다.

○ 본 연구에서는 기존 우리나라 관광안내소가 얹고 있는 취약점을 개선하고 보다 풍부하고 편리한 관광안내정보제공을 위하여 한국관광안내정보를 종합적으로 제공하는 포털사이트의 개발방안을 제시하였다. 포털사이트의 대안으로 집중식과 분산식을 검토한 결과 분산식 포털사이트로 개발하도록 한다. 이는 각 지방자치단체가 보유한 웹서버 및 DB서버의 효율적 활용으로 장비의 중복 투자를 방지하고 제공정보의 다양화를 위하여 바람직한 방법임. 또한 본 연구에서는 시스템구축사업과 동시에 관광안내정보 DB 구축이 신속히 추진되어야 함으로 이에 대한 추진방안을 제시하였다.

○ 시스템 구축사업 및 DB구축사업은 2000년 기본계획 및 개발에 착수하고, 2001년 구축하여 한국방문의 해를 통해 시범운영 및 홍보활동을 전개, 2002년에는 월드컵 개

최와 관련하여 정상 운영이 가능하도록 한다.

- 정보환경의 급격한 변화추세에 발맞추어 시·도 종합관광안내소의 개발, 완공과 더불어 동시에 전국적 네트워킹을 추진하기 위해서는 안내정보 시스템 구축사업이 조속 추진되어야 한다. 따라서 2000년도 예산에 정보사업추진관련 예산을 적극 반영하여 추진하도록 함이 필요하다.

- 본 연구는 연구의 한계상 시스템 구축을 위한 정책방안을 제시하였으므로 구체적인 사업추진계획 수립을 위해서는 정부가 주도적으로 추진하여야 한다. 또한 본 연구에서는 제시되고 있지 않으나 이들 정보시스템 구축과 관련하여 정보인력의 교육, 훈련방법, 정보의 지속적 관리를 위한 정보관리방안에 대한 모색이 필요하다고 본다.

- 21세기에 전 산업에서 관심을 두고 새롭게 모색하여야 할 분야가 정보화와 인터넷 활용이라 할 수 있다. 관광의 진흥을 위해서도 인터넷의 적극적 활용은 민간업체의 경쟁력 제고를 위해서뿐만 아니라 국가의 홍보, 안내 정보의 제공 등에서 매우 중요한 사항이다.

- 인터넷을 기반으로 하는 관광안내정보시스템은 단지 기존의 관광정보를 소극적으로 제공해주는 것에 그치는 것이 아니라 보다 적극적으로 예약, 구매 기능을 포함한 관광 관련 모든 정보를 제공해줄 수 있는 강력한 정보시스템으로서 역할을 하여야 한다.

- 이를 위해서는 보다 적극적인 정책추진이 필요하다. 물론 정부의 예산여건이나 행정추진의 시기로 볼 때 당장 시행하기는 어려울 것이나 정보환경의 급격한 변화 추세를 볼 때 기존조직을 활용하여 시급히 추진하여야 될 것이다.

참고문헌

- 김일안(1995), 여행정보 시스템 활성화 방안에 관한 연구, 경희대학교 경영대학원 석사학위논문.
- 김천중(1998), 관광정보론: 관광정보와 인터넷, 대왕사.
- 김홍범·고호석(1999), 관광산업에 있어서의 인터넷 전자상거래 이용현황에 관한 사례연구, 제45차 학술발표논문집.
- 박충훈(1997), 대구지역 관광정보 안내시스템 개발에 관한 연구, 계명대학교 경영대학원 석사학위논문.
- 박희경·정승환(1999), 특급호텔 웹사이트 분석을 통한 인터넷 마케팅 전략, 제45차 학술발표논문집.
- 박희석(1993), 관광정보시스템의 데이터베이스 구축방안에 관한 연구, 경기대학교 석사학위논문.
- 박희석(1999), 여행업의 인터넷 활용현황과 실증분석에 관한 연구, 제45차 학술발표논문집.
- 산업기술정보원(1992), 데이터베이스 산업의 동향과 정책.
- 여행사 웹사이트(부록 참조)
- 여행신문(www.traveltimes.co.kr)기사.
- 여행정론(1999. 6), 인터넷 혁명군이 밀려온다.
- 여행정론(1999. 8), 항공 CRS ‘진검’ 승부 ‘공중전’
- 외국관광청 웹사이트(부록 참조).
- 이광희·양광호(1993), 관광안내 정보체계 확립방안에 관한 연구, 교통개발연구원.
- 임성영(1995), ‘관광정보전달체계 정립방안에 관한 연구’,
- 하미승(1996), 행정정보체계론, 일신사.
- 한국과학기술원(1992), 관광정보데이터베이스 구축에 관한 연구, 시스템공학연구소.
- 한국관광저널(1999. 8), 세계 최강의 여행사이트 ‘익스피디아’
- 한국관광연구원(1998), '98한국관광 정보축전 세미나 결과보고서, 연구자료 98-01.
- 호텔 웹사이트

각국 관광청 사이트(부록 참조)

지방자치단체 웹사이트(부록 참조)

www.ci.orlando.fl.us

www.city.kyoto.jp

www.mic.go.kr

www.mct.go.kr

www.state.az.us

www.sg

Dale Fodness and Brian Murray(1997), Tourist Information Search, *Annals of Tourism Research* 24(3), 506.

eMarketer, www.eMarketer.com, '98. 12.

Korean Ministry of Culture and tourism(1998), *A New Era in Information Technology*, OECE-Korea Conference, November 1998.

McIntosh, R. W., and C. R. Goeldner(1990), *Tourism: Principles. Practices, Philosophies*, New York: Wiley.

Snepenger, K. J., K. Meged, M. Snelling and K. Worrall(1990), Information Search Strategies by Destination-Naive Tourists, *Journal of Travel Research* 29(2): 13-16.

부 록

1. 관광정보관련 웹사이트
2. 전문가 의견조사 설문지

1. 관광정보관련 웹사이트

가. 지방자치단체 웹사이트

자치단체	웹사이트
서울특별시	www.metro.seoul.kr
부산광역시	www.metro.pusan.kr
대구광역시	www.metro.taegu.kr
인천광역시	www.metro.inchon.kr
대전광역시	www.metro.taejon.kr
광주광역시	www.metro.kwangju.kr
울산광역시	www.metro.ulsan.kr
경기도	www.provin.kyonggi.kr
강원도	www.provin.kangwon.kr
제주도	www.provin.cheju.kr
경상북도	www.provin.kyongbuk.kr
경상남도	www.provin.kyongnam.kr
전라북도	www.provin.chonbuk.kr
전라남도	www.provin.chonnam.kr
충청북도	www.provin.chungbuk.kr
충청남도	www.provin.chungnam.kr

나. 세계 각국 관광청

국 가	기 관 명	웹사이트
과테말라	Instituto Guatemalteco de Turismo	www.travel-guatemala.org.gt
그리스	Greek National Tourism Organization	www.areianet.gr/infoxenios/GNTO
나미비아	Namibian Ministry of Environment and Tourism	www.iwwn.com.na/namtour
네덜란드	Netherlands Board of Tourism	www.nbt.nl/holland
네팔	Department of Tourism	www.south-asia.com/dotn
노르웨이	Norwegian Tourist Board	www.nortra.no
뉴질랜드	New Zealand Tourism Board	www.nzta.govt.nz
대만	Tourism Bureau	www.tboc.gov.tw
대한민국	한국관광공사	www.knto.or.kr
덴마크	Danish Tourist Board	www.denmark.dt.dk/dtr.html
독일	German National Tourist Board	www.germany-tourism.de
레바논	Lebanese Ministry of Tourism	www.lebanon-tourism.gov.lb
루마니아	Romanian Tourism Promotion Office	www.turism.ro
룩셈부르크	Ministry of Tourism Luxembourg	195.218.0.11/ont/default.htm
마카오	Macau Government Tourist Office	macau.tourism.gov.mo
말레이시아	Malaysia Tourism Promotion Board	tourism.gov.my

국 가	기 관 명	웹사이트
멕시코	Ministry of Tourism	mexico-travel.com
모나코	Monaco Government Tourist and Convention Bureau	www.monaco.mc/usa
모로코	Ministry of Tourism	www.tourism-in-morocco.com
몰디브	Ministry of Tourism, Republic of Maldives	www.visitmaldives.com
바레인	Ministry of Cabinet Affairs & Information, Tourism Affairs	www.bahraintourism.com
바바도스	Barbados Tourism Authority	www.barbados.org
버뮤다	Bermuda Department of Tourism	www.gobermuda.com
베트남	Vietnam National Administration of Tourism	www.vietnamtourism.com
벨기에	Tourist Office for Flanders	www.visitbelgium.com
벨리즈	Belize Tourist Board	www.belizenet.com/btb.html
브라질	Instituto Brasileiro de Turismo	www.embratur.gov.br
사이판	Marianas Visitors Bureau	www.saipan.com/java.htm
사이프러스	Cyprus Tourism Organization	www.cyprustourism.org/cyprus.html
세인트루시아	St. Lucia Tourist Board	www.interknowledge.com/st-lucia
스리랑카	Ceylon Tourist Board	www.lanka.net/ctb
스웨덴	Swedish Travel & Tourism Council	www.sweden.gvg.org
스위스	Switzerland Tourism	www.switzerlandtourism.ch
스페인	Spain Board of Tourism	www.tourspain.es/inicio.htm
시리아	Syria Ministry of Tourism	www.syriatourism.org
싱가폴	Singapore Tourism Board	www.newasia-singapore.com
아르헨티나	Secretary de Turismo	www.sectur.gov.ar/g/menu.htm
아이슬랜드	Icelandic Tourist Board	www.icetourist.is
아일랜드	Irish Tourist Board	www.ireland.travel.ie
에콰도르	Corporacion Equatoriana De Turismo	www.cetur.org
영국	British Tourist Authority	www.visitbritain.com
오스트리아	Austrian National Tourist Office	austria-info.at/index.html.en
우간다	Uganda Tourist Board	www.tomco.net/~jssemwog/utb/utb.htm
우루과이	Ministry Of Tourism Of Uruguay	www.turismo.gub.uy/index-e.html
이란	Iran Touring & Tourism Organization	www.itto.org
이스라엘	Israel Ministry of Tourism	www.goisrael.com
이집트	Egyptian Ministry of Tourism	www.touregypt.net
이탈리아	Italian State Tourism Board	www.enit.it/Eng
인도	India Tourist Office	www.tourindia.com
인도네시아	Indonesia Tourism Promotion Board	www.visit-indonesia.com
일본	國際觀光振興會	www.jnto.go.jp
자메이카	Jamaica Tourist Board	www.jamaicatravel.com
중국	國家旅遊局	www.cnta.com/default.htm
지브롤타	Gibraltar Tourist Board	www.gibraltar.gi
체코	Czech Tourist Authority	www.czech-tourinfo.cz

국 가	기 관 명	웹사이트
칠레	National Board of Tourism	www.segegob.cl/sernatur/inicio2.html
캐나다	Canadian Tourism Commission	www.ctc-ctx.com/tourism
코스타리카	Costa Rica Tourism Board	www.tourism-costarica.com
쿠바	Ministerio de Turismo de Cuba	www.cubatransel.cu/esp/home.htm
탄자니아	Tanzania Tourist Board	www.tanzania-web.com
태국	Tourism Authority of Thailand	www.tat.or.th
터키	Republic of Turkey	www.turkey.org/turkey
튀니지	Office National du Tourisme Tunisien	www.tourismtunisia.com
파키스탄	Pakistan Tourism Development Corporation	www.tourism.gov.pk
포르투갈	Investments, Trade and Tourism of Portugal	www.portugal.org
폴란드	Poland National Tourist Office	www.polandtour.org
프랑스	French Government Tourist Office	www.franceguide.com
피지	Fiji Visitors Bureau	www.fijivb.gov.fj
핀란드	Finnish Tourist Board	www.mek.fi
필리핀	Department of Tourism	www.tourism.gov.ph
하와이	Hawaii Visitors & Convention Bureau	www.visit.hawaii.org
헝가리	Hungarian National Tourist Office	www.hungarytourism.hu
호주	Australian Tourist Commission	www.aussie.net.au
홍콩	Hong Kong Tourist Association	www.hkta.org

다. 여행사

여행사명	웹사이트
나라탐항공(주)	
설악파크여행사(주)	
가가투어	www.gagatour.com
가람여행사	www.karamtour.co.kr
가야여행사(주)	www.kayatour.co.kr
갤럭시투어	www.toursale.co.kr/index.html
경춘관광(주)	www.kctour.co.kr
고고여행사	www.gogotour.co.kr
골드채널여행사	www.goldchannel-tour.com
골드투어	www.goldtour.co.kr
괌 그레이스 투어	user.chollian.net/~gumgrace/index.html
광남여행사	www.kwangjutour.co.kr
교원여행	www.goworld.co.kr
국제박람회여행사(주)	www.icetour.co.kr
국제여행사(주)	www.kukjaetour.co.kr
국제연합여행사(주)	www.besttour.co.kr

여행사명	웹사이트
귀빈관광여행사	www.viptour.co.kr
국진월드투어(주)	kukjin.co.kr
귀빈여행사	www.weddingresearch.co.kr/guebin
그레이스 여행사	grace.corea.to
길여행사(주)	www.newwaytour.co.kr
나라여행사	www.naratravel.com
나의여행(주)	www.mytour.co.kr
남강여행사(주)	www.namkangtour.co.kr
내일 여행사	www.shinbiro.net/~naeil/main2/main5.html
네스트투어	www.sytour.co.kr/default.asp
뉴그린여행사	www.shinbiro.com/~NGTRAVEL
뉴부산관광(주)	www.newpusan.co.kr
뉴질랜드 레저관광여행사	travel.to/nztour
닥터트래블 세계여행 네트워크	WWW.DRTRAVEL.NET
대양여행사	daeyang21.co.kr
대전관광여행사(주)	www.tjtour.co.kr
대주여행사	www.djt.co.kr
대한여행사	www.koreantour.co.kr
도원여행(주)	www.shangrila.co.kr
독일세계여행사	www.segye.euko.de
동국투어라인	www.tourline.com
두루투어	www.truetour.co.kr
드림투어	www.hyundaitour.com
드림플러스	www.dreamplus.net
디도여행사	www.welcome.to/didotour
디에스여행사	www.dstour.co.kr
럭키여행사	webhome.idirect.com/~lucky1
레인보우의 뉴질랜드 여행	www.rainbo.co.nz
로빈슨투어코리아	robinson.co.kr
로얄관광	www.royaltour.co.kr
리워드 에어마트	www.airmart.co.kr
마린투어	www.marinetour.co.kr
마스타 투어	www.mastertour.co.kr
마타하리여행사	www.matahari.co.kr
만트래블	www.mantravel.com
메트로여행	www.metro.co.kr
명문여행사	www.mts.co.kr
모두투어	www.modetour.co.kr
반도고속관광(주)	myhome.thrunet.com/~bdts
발해 투어(주)	valhae.co.kr
배재항공 여행사(주)	www.travelline.co.kr
백패커 월드	www.backpackers-world.com.au/korea
범한여행	www.redcap.co.kr

여행사명	웹사이트
베스트 트래블 서비스	www.besttravel.co.kr
보라넷(주)	www.boronet.com
보물섬 하이킹랜드	user.chollian.net/~gohiking
블루여행사	www.bluetravel.co.kr
블루항공(주)	www.bluetravel.co.kr
비엔엠 세계여행	mongolia.co.kr
비트	www3.shinbiro.com/~vite
빅토리아 월드 투어	www.shinbiro.com/~kwjvwt
사람과여행	www.petra.co.kr
사이버 여행 클럽	myhome.netsgo.com/kulove
사이버 트래블 에이전시	cybertravelagency.com
삼희관광	www.samhee.co.kr
새로나 여행사	www.koreatours.com/Saerona/saerona.htm
샤프여행사	www.sharp-travel.com
서울항공 나드리월드	eurail.co.kr
서울항공여행사(주) 안내.<li	
서진항공여행사	seojin.bz.co.kr
성준여행사	www.frogtour.co.kr
세계로 여행사	www.segyero.com
세계로관광(주)	myhome.netsgo.com/droob
세방여행(주)	www.globaltour.co.kr
세일여행사	www.seiltour.co.kr
세진여행사	webhome.idirect.com/~sejin
세진여행클럽	www.chollian.net/~tourclub
송광관광여행사	www.skagency.co.kr
수아성	www.sooasung.com
스카이투어	www.skytour.co.kr
스타디관광여행사	www.willyou.com/studytravel
스타투어	myhome.netsgo.com/gate2
시티넷 투어	www.citynettour.com
신바람여행사	soback.kornet.nm.kr/~sinbaram
신발끈 여행사	www.shoestring.co.kr
신선여행(주)	www.singsingtour.co.kr
신영관광여행사(주)	www.sytour.co.kr
신평항공여행사	WWW.SPTOUR.CO.KR
신화&킬리만자로(주)	www.africa21.co.kr
싸이버여행사	www.ctn.co.kr
아메리카 여행사	www.amtour.com
아일랜드관광	ccnews.co.kr/travel/main.htm
아주 좋은 여행	www.tourservice.co.kr
아주관광	www.ajutours.com
아폴로여행사(주)	www.apollotravelline.co.kr
알파 리무진	www.hawaii-limo.com/kor.htm

여행사명	웹사이트
알프스 항공 여행사(주)	www.alpstour.co.kr
어드밴스여행사(주)	advance.bz.co.kr
에델여행사(주)	www.edl.co.kr
에스민 여행사(주)	www.smin.co.kr
에어 초이스	users.unitel.co.kr/~airchoic
에이투지 여행사	www.a2ztravel.com
에틱월드(주)	attic.co.kr
엔제이케이투어	www.njk.co.kr
여행길라잡이	www.prosyss.co.kr/chinatour
여행나라	www.tour.co.kr
여행디자인(주)	www.Design21.co.kr
여행시대	www.ttt.co.kr
여행시장	myhome.netsgo.com/dhmoon
여행춘추	www.tournet.co.kr
여행클럽	www.travel-com.net
예음여행사	www.yeeum.co.kr
오라관광(주)	www.oraresort.com
온누리관광(주)	www.onnuritour.co.kr
올란드 관광여행사	www.orlandotour.com
올리브항공여행사(주)	www.oliveair.co.kr
우진항공여행사	myhome.shinbiro.com/~woojindr/index.htm
울산 아리랑 여행사(주)	www.arirangtour.co.kr
원여행클럽(주)	www.wontc.co.kr
월계수 여행사	helptour.co.kr
월드인여행사	myhome.thrunet.com/~worldin
월드투어	www.worldtour.co.kr
월드항공 여행사	www.worldtours.co.kr
웹투어	www.webtour.co.kr
위더스 관광	www.withustour.co.kr
위드여행사(주)	www.tourwithus.co.kr
유니온 랜드 차이나	members.iworld.net/~ulchina
유니온 투어라인(주)	myhome.netsgo.com/uniontour
으뜸문화항공(주)	www.indochina.co.kr
이랜드 관광	www.chollian.net/~etours
이오스 여행사	www.ios.co.kr
이지투어	www.easytour.co.kr
이화여행사	www.tourewa.co.kr
인터 애드	www.guam.co.kr/korean.htm
인터월드	www.iwt.co.kr
일본큐슈여행	www.kyushu.co.kr/main.htm
자유여행사	www.jayootour.co.kr
정우여행사(주)	www.jwtour.co.kr
제이 앤 케이 코리아(주)	www.jnk.co.kr

여행사명	웹사이트
제주사랑여행사(주)	www.jejusarang.co.kr
제주월드컵여행사	www.cjworld.co.kr
조아항공여행사	www.joaair.co.kr
조은탑항공여행사	www.zone-top.com
조일여행사	www.joiltravel.co.kr
조이투어	www.joytour.co.kr
중앙관광여행사(주)	www.joongang-tour.co.kr
지구촌여운개발	myhome.netsgo.com/globaltour
진도 여행사	www.jindotour.com
천도관광	www.maldives.co.kr
청주국제여행사(주)	www.kjtour.co.kr
청지기 여행사	www.stewardtravel.com
코오롱 고속관광	www.kolontour-uno.co.kr
코지투어	www.elim.net/~cozytour
쿼바디스	www.quovadis.co.kr
클립 투어	www.clips.co.kr
키세스항공여행사	www.mywaytour.co.kr
타임머신세계여행(주)	www.timemachine.co.kr
탐라여행	www.tamratour.co.kr
탐항공 영업8부	8bu.toptravel.co.kr
태극여행사	www.citynet.co.kr/cheju
태양관광여행사	www.sunytour.com
태화관광(주)	www.taehwatour.co.kr
토탈항공	www.totalair.co.kr
통영동백관광(주)	www.dongback.co.kr
투어게이트	www.tourgate.co.kr
투어네트 하와이	www.tournet-hawaii.com/korean/index.htm
투어다이렉트	tourdirect.co.kr
투어리스트	www.inuri.co.kr
투어마트 여행사(주)	www.tour-mart.com
투어몰	www.tourmall.co.kr
투어뱅크 여행사	www.tour-bank.co.kr
투어시티	www.tourcity.com
투어재팬	www.tourjapan.co.kr
티엔티월드여행사	user.chollian.net/~tntworld
티엔티클럽	www.tntclub.co.kr
파라솔 투어	www.parasoltour.co.kr
포쉬투어	www.poshtour.com
필투어	www.philtour.co.kr
하나로 항공 여행사(주)	www.hanaro-travel.co.kr
하나로고속관광(주)	www.khana.co.kr
하나투어	www.hanatour.co.kr
하얏트항공여행사	www.hyttour.co.kr

여행사명	웹사이트
하와이 트래블 가이드	www.tournet-hawaii.com/kor.htm
한국여행정보서비스	www.dckorea.co.kr
한남여행	www.hannam.co.kr
한라레저관광여행사	www.hallaleisure.co.kr
한불관광여행사	www.soranet.com/hanbul
한솔여행사	www.hansoltour.co.kr
한우여행사	travel-club.co.kr
한울안관광	www.singapore.co.kr
한주여행사	www.ktt.co.kr
한진관광	www.kaltour.com/kr_main.htm
행운관광 여행사	www.haenguntour.co.kr
허니문여행사	www.honeymoontravel.co.kr
현 투어 여행사	www.hitel.net/~HyunTour
혜초여행사	www.hyecho.co.kr
호산관광 여행사	www.hosantour.co.kr
홀인원 투어	www.holeinonetour.co.kr
히스투어(주)	www.histour.co.kr
21C Honeymoon Travel	www.tourweb.co.kr
21세기관광(주)	www.21ctour.co.kr
80일간의 세계일주	www.eighty.co.kr
88관광여행사	myhome.netsgo.com/palpal00
A&Z Korea Event	www.azkorea.co.kr
A-Lim Tour	www.alimtour.co.kr
ABC 골프 투어	www.abcgolf.com
Acetour(주)	www.ilikettravel.co.kr
Air Tour	galaxy.channeli.net/airtour
CS EVENT 항공 여행(주)	www.cstour.co.kr
ChinaTour 중국여행정보센터	www.chinatour.co.kr
GoodTour	www.goodtour.com
Hotels	hotels.co.kr
KALS	my.netian.com/~kals
KBC 여행사	www.ozl.co.kr
Mike Lee Tours	www.mikelee.com
Q-Travel	www.qtravel.co.kr
SK여행사(주)	www.sktour.co.kr
SaipanSketch	members.namo.co.kr/~hysoo
Sometime Travel Information	www.sometime.co.kr
WTN	www.wtn.co.kr
Worldwide G.S.A.	wgsa.co.kr
e-Travel	www.go2seoul.com
파인드코리아	www.findkorea.com
에티월드	www.attic.co.kr
Tour114	www.tour114.co.kr

여행사명	웹사이트
한솔 CSN	
투어어겐	www.touragain.com
트래블엑스포	www.travelexpo.net
삼성물산(파인드코리아)	www.findkorea.com

<인터넷 전문여행사>

웹투어	www..web.tour.co.kr
3Wtour	www.welcometocorea.co.kr
웹월드투어	www.welcometocore.com
투어몰	www.tourmall.co.kr
투어어겐	www.touragain.co.kr
트래블엑스포	www.travelexpo.co.kr
배제항공여행사	www.travelline.co.kr
월드투어	www.worldtour.co.kr
하나투어	www.hanatour.co.kr
리전드투어	www.legendtour.com
옐로우페이지	www.yellowpages.co.kr
코리아윈도우	www.koreawindow.co.kr

라. 숙박예약

에어텔여행사	www.traveldoctor.co.kr
페가수수	www.travelweb.com
호도	www.hodo.co.kr
호텔페이지	www.hotelpage.com
호텔가이드	www.hotelguide.co.kr
호텔예약	www.grandhotel.co.kr

마. 렌터카 예약

카포유	www.carforyou.co.kr
페가수수	www.travelweb.com
버젯	www.drivebudget.com
컴택시코리아	www.cometaxi.com

2. 전문가 의견조사 설문지

지역 종합관광안내소의 관광안내정보 체계 개선 전문가 의견조사

□□ - □□

안녕하십니까?

우리 연구원은 문화관광부 산하의 정책연구 기관으로서 관광정책 및 관광산업 등에 관한 연구를 전담하여 수행하고 있습니다.

본 설문조사는 당 연구원에서 현재 수행하고 있는 ‘종합관광안내소 관광안내정보시스템 선진화 방안’연구의 일환으로 이루어지는 전문가조사입니다.

응답하여 주신 내용은 연구에 반영되어 우리나라 관광정보체계 발전에 기여하게 될 것이며, 연구목적으로만 이용될 것임을 약속드립니다.

본 조사에 협조해 주시면 대단히 감사하겠습니다.

1999년 7월
한국관광연구원
원장 이 연 택

담당자: 산업정보연구팀 김향자 팀장, 손정환 전문원

주 소: (우)110-062, 서울 종로구 신문로 2가 1-38 내자빌딩

연락처: TEL (02) 3704-0660, 663

FAX (02) 723-3016/5

☺ 응답한 설문지를 반송우편이나 팩스를 이용하여 7월 22일 까지 저의 연구원으로 보내주시면 소정의 답례품을 보내드리겠습니다. ☺

< 답례품 받으실곳 >

1. 성명: _____

2. 회사명: _____

3. 주소 및 우편번호: _____

I . 관광안내정보 제공방법

현재 인터넷을 통한 관광안내정보는 한국관광공사, 각 지방자치단체, 한국관광협회중앙회, 민간기업(여행사, 항공사, 호텔 등), 개인의 홈페이지 등에서 제공하고 있습니다.

1. 귀하께서는 위와 같은 관광안내정보 인터넷 사이트들이 운영에 대하여 종합적으로 아래와 같은 항목에 대하여 어떻게 인식하고 계십니까 ?

(☞ 해당하시는 곳에 √ 표 하여 주십시오.)

항 목	매우 나쁨 (1)	나쁨 (2)	보통 (3)	좋음 (4)	매우 좋음 (5)
1-1. 제공내용의 양					
1-2. 제공내용의 질					
1-3. 제공자료의 중복여부					
1-4. 제공자료의 갱신주기					
1-5. 자료제공 속도					
1-6. 각 홈페이지의 분류 방법					
1-7. 각 홈페이지의 검색 기법					
1-8. 기타()					

2. 귀하께서는 인터넷이용자(관광을 하고자 하는 사람)들이 인터넷을 이용하여 관광안내정보를 취득하고자 할 때 아래의 정보가 어느 정도 필요하다고 생각하십니까 ?

정보구분	전혀 불필요 (1)	불필요 (2)	보통 (3)	필요 (4)	매우 필요 (5)
2-1. 관광지 소개					
2-2. 숙박시설					
2-3. 관광지 지도					
2-4. 식음료점					
2-5. 쇼핑					
2-6. 교통편 안내					
2-7. 관광관련 이벤트					
2-8. 주변의 이용시설					
2-9. 관광코스					
2-10. 각종시설 예약관련 정보					
2-11. 기타()					

3. 귀하께서는 관광객들이 관광목적지에 도착하여 관광정보를 취득하고자 할 때 아래의 정보가 어느 정도 필요하다고 생각하십니까 ?

정보구분	전혀불필요 (1)	불필요 (2)	보통 (3)	필요 (4)	매우 필요 (5)
3-1. 관광지 소개					
3-2. 숙박시설					
3-3. 관광지 지도					
3-4. 식음료점					
3-5. 쇼핑					
3-6. 교통편 안내					
3-7. 관광관련 이벤트					
3-8. 주변의 이용시설					
3-9. 관광코스					
3-10. 각종시설 예약관련 정보					
3-11. 기타()					

4. 귀하께서는 관광안내정보를 효율적으로 제공하기 위하여 가장 시급한 문제는 무엇이라고 생각하십니까? (복수선택가능)

- ① 각 관광안내정보의 네트워크화
 ② 홈페이지내 사용되는 메뉴 용어의 표준화
 ③ 홈페이지 구성요소(홈페이지를 구성하고 있는 콘텐츠의 수준 등)의 표준화
 ④ 각 관련기관에서 공통으로 사용가능한 데이터베이스의 구축
 ⑤ 기타 (☐기입하여 주십시오:)

5. 귀하께서는 우리나라 전체의 관광안내정보를 제공하는 대표 홈페이지(관광포털사이트)가 필요하다고 생각하십니까 ?

	(1) 매우 불필요	(2) 불필요	(3) 보통	(4) 필요	(5) 매우 불필요
관광안내 대표 홈페이지 구축 필요성					

- 5-1. 관광안내 대표 홈페이지가 필요하다면 그 이유는 ?

(☐:)

- 5-2. 관광안내 대표 홈페이지가 필요 없다면 그 이유는 ?

(☐:)

6. (5번에서 매우 필요, 필요라고 대답한 경우) 귀하께서 관광안내정보를 제공하는 포털사이트가 필요하다고 응답하셨다면, 아래의 어떤 형태로 정보를 교환 또는 공유하는 것이 바람직하다고 생각하십니까 ?

- ① 기존의 방식대로 이용(관광공사, 민간, 지방자치단체별 홈페이지에서 정보제공)
- ② 한국관광공사의 기존 홈페이지중 관광안내정보내용을 보완하여 이용
- ③ 한국관광협회의 기존 홈페이지를 확대 보완하여 이용
- ④ 관광안내정보를 제공하는 대표홈페이지를 새로 구축하여 이용
- ⑤ 민간업체에서 개발된 홈페이지중 대표적인 사이트를 발굴하여 확대 이용
- ⑥ 기타 (☐기입하여 주십시오:)

7. 관광안내정보를 종합적으로 제공하는 대표홈페이지가 구축된다면 귀하께서는 아래의 대표홈페이지 이름중 어떤 것이 적합하다고 생각하십니까 ?

- ① SeeKorea(See Korea)
- ② KoTournet(Korea Tour Net)
- ③ TravelKorea(Travel Korea)
- ④ KotourInfo(Korea Tour Information)
- ⑤ 기타 (☐기입하여 주십시오:)

II. 시 · 도 종합관광안내소 운영관련 내용

각 시 · 도에서는 2000년부터는 기존의 관광안내소외에 종합관광안내소를 1개소씩 설치하여 운영할 계획입니다.

이 종합관광안내소에는 첨단 멀티미디어장비를 갖추고 종합적인 관광안내정보를 제공하고 자 합니다.

8. 현재 운영중인 관광안내소의 문제점이 있다면 무엇입니까 ?(4개만 선택해 주세요)

- ① 안내소 시설 ② 안내제공 장비 ③ 안내 정보
- ④ 안내소 인력 ⑤ 안내소 운영 ⑥ 안내소 조직
- ⑦ 안내소 위치 ⑧ 안내소 수

9. 현재 관광안내소의 운영은 각 시·도, 한국관광공사, 한국관광협회중앙회에서 각각 운영하고 있습니다. 운영효율화를 위하여 통합 관리하여야 한다고 생각하십니까 ?

① 그렇다(이유를 적어주시고 9-1번에 응답하여 주십시오.)

(통합 관리하여야 하는 이유 ☞: _____)

② 아니다(이유를 적어주십시오.)

(통합 관리해서는 안되는 이유 ☞: _____)

9-1. 관광안내소를 통합하여 관리한다면 어떤 단체에서 관리하는 것이 바람직하다고 생각하십니까?

㉠ 한국관광공사 ㉡ 한국관광협회중앙회 ㉢ 각 시·도 ㉣ 새로운 조직 구성

10. 시·도의 종합관광안내소를 지속적으로 운영·관리하기 위하여 많은 재원이 필요합니다. 귀하께서는 아래의 재원조달 방법중 어떤 방법이 가장 바람직하다고 생각하십니까 ?

① 중앙정부지원(국고 또는 기금)

② 지방정부지원

③ 중앙정부 + 지방정부

④ 중앙정부 일부지원(인건비, 시설관리비 등) 및 자체 수익사업 추진으로 일부 조달

⑤ 지방정부 일부지원(인건비, 시설관리비 등) 및 자체 수익사업 추진으로 일부 조달

⑥ 비영리기관 또는 공공성격의 기관운영(한국관광공사, 한국관광협회중앙회 등)

⑦ 순수 민간에서 운영

⑧ 기타 (☞기입하여 주십시오: _____)

11. 시·도의 종합관광안내소에서 수익사업을 통하여 일부 운영비를 조달하게 된다면, 귀하께서는 어떤 사업들이 가능하다고 생각하십니까? (2가지를 선택하여 주십시오.)

① 카드판매(전화카드, 기념엽서 등)

② 지도, 책자 판매

③ 기념품 판매(각 지역별 특산품)

④ 호텔, 음식점 예약을 통한 수수료

⑤ 민간 관광통역원 알선 및 알선 수수료

⑥ 여행사 입점으로 인한 입점 수수료

⑦ 기타 (☞기입하여 주십시오: _____)

12. 편리하고 효율적인 관광안내정보 시스템 구축을 위한 귀하의 의견을 기입하여 주십시오.

IV. 일반적 사항

13. 귀하의 연령은 ? (만_____세)

14. 귀하의 직업은 ?

- | | |
|------------|--------------|
| ① 정부(투자)기관 | ② 협회 |
| ③ 업체 | ④ 학계 |
| ⑤ 연구원 | ⑥ 정보통신관련 공무원 |
| ⑦ 기타() | |

15. 귀하께서 해당부문에 근무한 연수는 ? (_____년)

☺ 귀중한 시간을 할애해 주셔서 대단히 감사합니다. ☺

조사내용에 관한 문의사항이 있을 경우 아래의 담당자에게 문의 바랍니다.

◇ 산업정보연구실 산업정보연구팀장 김향자(T: 02-3704-0660, F: 02-723-3016/5)
전문원 손정환(T: 02-3704-0663, F: 02-723-3016/5)

연구진

김 향 자 (金香子)

현 한국관광연구원 책임연구원(산업정보연구팀장)

경기대 대학원 관광개발학과 졸업(관광학 박사)

서울대 환경대학원 조경학과 졸업(조경학 석사)

교통개발연구원 책임연구원

손 정 환 (孫政煥)

현 한국관광연구원 전문원

경기대학교 전자계산학과 졸업(이학 석사)

관광안내정보 시스템 구축방안 연구

발행인	이 연 택
발행처	한국관광연구원 서울시 종로구 신문로 2가 1-38, 내자빌딩 전화: 02-3704-0600 팩스 02-723-3015~6 http://www.ktri.re.kr
인쇄일	1999년 8월 31일
발행일	1999년 8월 31일
인쇄인	계문사

A Study on the Measures Necessary to Establish Tourism Information Network Systems in Korea

Hyang ja Kim, Ph.D.

Jung hwan Shon

Introduction

Tourism Information and Tourist Behavior

The Present Conditions of Tourism Information Systems

Measures for Establishing Tourism Information Systems

Measures for Implementation

Conclusions and Recommendations