

차량대여업체 웹사이트 활용방안에 관한 연구

(A Study on The Application of WEB-Site to Rent-a-car)

강 태 석*
(Kang Tac-Seok)

요 약

관광산업은 정보의 의해 관광서비스 공급자와 여행자간의 연계가 이루어지고 있으며 적절한 정보의 제공과 획득은 관광산업에서 성공의 핵심적 요소가 할 수 있다. 본 논문은 제주지역에 있는 차량대여업체를 중심으로 하여 웹사이트활용도를 알아보았다. 실시간 온라인예약이 많이 부족하여 고객의 사용의 편의성에 더 중점을 두어 웹사이트를 활용하여야 하며 대부분의 업체들은 고객의 서비스 접촉의 편의성에는 아주 좋은 반응을 나타내어 고객관리가 잘 되고 있는 편이었다. 그러나 한국어웹사이트만 가지고 있어 앞으로 다국어 웹사이트를 적용하는 것도 바람직하다.

ABSTRACT

Internet system is now essential part of modern human life to get useful information totally by network. Moreover, in terms of travel agency business, the application of electronic commerce system using Internet is extremely important, because that providing and getting proper information is the focus to success in the business. They don't provide enough sub tools like keyboard searching function, sitemap and real-online reservation system. The bulletin board usually has a big role to gather visitors opinion, provide new information and Promotion their company to everyone.

1. 서론

인터넷은 현대를 살아가는 사람들에게 없어서는 안될 생활필수품으로 자리를 잡아가고 있다. 다양한 정보에 쉽게 접근할 수 있는 환경을 만들어 주고 있으며 기존의 매스미디어 수용자들의 미디어 이용행태를 변화시키고 있다. 특히 정보상품의 자본주의화가 급격히 진행되고 있는 현실에서는 사회경제적 지위가 높을수록 그 수용의 정도도 더욱 심화되는 경향을 보이고 있다.[1]

특히 관광산업은 정보의 의해 관광서비스 공급자와 여행자간의 연계가 이루어지고 정보의 효율적 이용을 통해 생산성에 영향을 미치는 정보 집약적인 산업이기 때문에 정보는 관광산업의 근원이라고 할 수 있으며 적절한 정보의 제공과 획득은 관광산업에서 성공의 핵심적 요소라 할 수 있다.[2]

* 정희원 : 제주한라대학 정보통신계열 겸임전임강사

논문접수 : 2001. 11. 6.

심사완료 : 2001. 11. 13.

본 연구는 관광산업의 하나라 할 수 있는 차량대여 업체의 웹사이트 활용현황을 파악, 분석하고 그에 따른 문제점과 효율적인 활용방안을 제시하고자 한다.

2. 선행연구

2.1 여행업과 인터넷에 관한 연구

김혜경(1997)은 여행사의 웹사이트 구축을 위한 기본방안으로 주요사항별로 영역을 나누어 조사하였는데 운영적인 면, 경영적인 면, 내용적인 면에 있어서 비교·분석하였다.[3]

문영자(1997)는 제주지역 관광산업의 인터넷 활용과 개선에 관한 연구에서 제주지역과 하와이 지역 관광산업을 비교 분석 하였는데 정보의 품질 특성들 중에서, 인터넷서비스를 통한 정보의 질을 측정하기 위한 변수로 다음과 같은 특성을 선정하였다.[4]

<표 3> 이호승 여행정보시스템의 이용만족도 척도

<Table 3> using satisfaction measure of tour information system

특 성	분 석 항 목
컴퓨터통신과 인터넷이용자의 만족도	- 컴퓨터 통신 이용 시 정보의 신속성 - 컴퓨터 통신 이용 시 정보의 신뢰성 - 컴퓨터 통신 이용 시 정보의 다양성 - 이용요금 관련 이용자의 만족도 - 고객상담부서 요원들의 친절함 - 인터넷 이용 시 정보의 신속성 - 인터넷 이용 시 정보의 신뢰성 - 인터넷 이용 시 정보의 다양성

이호승(1997)은 여행정보 시스템의 이용만족도 제고방안에 관한 연구에서 연구를 위한 척도로 인터넷 및 컴퓨터 통신 이용시 정보의 신속성, 정보의 신뢰성, 정보의 다양성, 이용요금, 요원들의 친절성, 국내 연결 서비스 제공업체 등으로 구성하여 여행정보 시스템의 이용자 만족도 제고 방안을 제시하였다.[5]

<표 1> 여행사 웹사이트구축을 위한 비교항목

<Table 1> The comparison item of Travel Agency-Website

주요사항	운영적인 면	경영적인 면	내용적인 면
비교항목	관리부서, 직원 수, 구축업체, 개설 연도, 업데이트 시기	이용계층, 경영성과, 온라인 상의 혜택, 마케팅적 효과, 인터넷 활용의 어려운 점, 인터넷 활용의 개선점	홈페이지별 주소 및 검색엔진, 구조 및 서비스 링크, 구성내용 및 구성요소, 이미지자료, 예약 및 문의방법

<표 2> 정보의 품질 특성과 관련한 홈페이지 상의 분석항목

<Table 2> Analysis item on Information Quality of Homepage

특성	분 석 항 목
접근가능성	인덱스사이트, 검색엔진의 등록, 관광전문사이트에의 등록여부, 예약대행서비스 사이트 유무
반응성	E-mail, 게시판(What's New 포함), 방문록, 설문지, FAQ문의시, 응답시간의 길이
적시성	최후의 갱신주기, 채팅, 예약
용이성	자체검색기능, 주메뉴 선택 Bar 가 화면상에 항상 상주, 모든정보를 간략히 소개한 text 버전, 사이트 맵, 제공언어
신뢰성	접속횟수, 홈페이지의 수정의 최종일자, 홈페이지의 관리자 또는 작성자의 대외명칭
다양성	자사소개, 약도, 교통편, 상품의 가격, 기타업종별 특성, 관광지 소개, 관광지 정보 사이트로의 링크, 관련정보로의 링크

2.2 인터넷 홈페이지 활용방안에 관한 연구

Tom, Masotto(1995)는 웹의 효과성 평가에 관한 연구에서 평가분야를 Corporate-Wide, Marketing & Sales, Public Relation & Corporation Communication, Customer Support, Internal Communication 그리고 Corporate procurement로 구분하였고 각각의 평가항목을 정하였다. [7]

Cockbum and Wilson(1996)은 웹의 상업적 활용 조사에 야후에 웹을 가지고 있는 기업체를 대상으로 300개의 표본을 추출하여 조사하였다. 이 연구에서 기업소개와 상품광고가 인터넷의 기업활용으로 가장 많이 이용되고 있는 것으로 나타났다.[8]

Ho, J.(1997)의 웹의 평가에 관한 연구에서는 웹의 효과측정을 위하여 고객의 가치중대 측면에서 분석하였다. 이는 두 가지의 분류를 통해 매트릭스적인 접근을 하였다. 먼저 상업적 웹사이트목적으로는 상품과 서비스의 촉진, 정보제공, 거래처리로 나누었다. 또한 가치창출 측면에서는 시간성, 고객성, 물류성, 감각성으로 구분하였다. 이 두 가지의 분류를 통해 12가지의 분야로 나누었으며 12개 분야별 인터넷 활용의 산업별, 국가별 분석을 하였다.[9]

Liu 외 3인(1997)은 포춘지가 선정한 500대 기업의 웹사이트 현황에 대한 조사로 매출액과 산업별로 인터넷의 활용에 대한 분석을 실시하였다. 이 연구에서 상품구매 전, 상품구매 후의 순으로 웹으로 고객과 어떻게 접근하는가를 조사하였다.[10]

김길천(1997)은 '인터넷 홈페이지를 이용한 기업 홍보 방안에 대한 연구'에서 인터넷 홈페이지의 문제점 및 지향점으로 다음과 같이 다섯가지를 언급하였다.[6]

- ① 이용자에게 필요한 정보
- ② 오락과 기술적 요소간의 결합
- ③ 사용자 위주의 인터페이스
- ④ 쌍방향 커뮤니케이션의 구현
- ⑤ 주기적 업데이트와 유지보수

온라인 쇼핑몰의 활성화 요인에 관한 연구에서 온라인 쇼핑에 영향을 미치는 독립변수로 크게 시스템 사용의 편리성, 정보의 고객 니즈 적합도, 서비스 접촉의 용이성으로 구분하였다. 종속변수로는 재구매

자의 비율과 평균반복 구매 회수를 상세변수로 선택하였다. 또한 조정변수로 실제 상거래 행위에서 상점 충성도의 중요한 요소로서 인식되고 있는 가격 및 촉진정책 등을 주 요소로서 설정하였다.

3. 웹사이트 활용현황 분석

3.1 비교분석 항목의 선정

본 연구에서는 전통적인 기업 운영방법에 있어서도 일반기업과는 다른 독특한 특징을 지니고 있는 여행산업 중 하나인 차량대여업이 인터넷을 이용한 홈페이지 운영에 있어서도 일반기업과의 다른 특성을 지니고 있기에 선행연구를 바탕으로 새로운 분석항목을 선정하였다. 그리고 차량대여업이 집중되어 있는 제주지역을 바탕으로 선정하였다.

<표 4> 차량임대업 홈페이지 평가를 위한 분석항목

<Table 4> The Analysis item for Rent-a-car Homepage

특 성	분석항목
서비스 접촉 용이성	게시판 문의 가능여부 이메일 문의 가능여부 FAQ 제공여부
시스템 사용의 편의성	실시간 예약기능 사용여부 주메뉴 선택 bar 상주여부 keyword 검색기능 제공여부 Site Map 제공여부 제공언어여부
홈페이지의 다양성	관광정보 제공여부 관련정보로의 링크여부 회원제여부
홈페이지에 대한 신뢰성	자사소개 회사위치 및 지도 접속횟수(count 기능) 여부

가. 서비스 접촉 용이성

Parasuraman(1988)은 서비스의 중요 요소 중의 하나로 고객의 신속한 대응(Responsiveness)라는 개념을 제시했고, 서비스 제공자의 운영시간 및 고객이 서비스를 받기 위해 기다려야 하는 시간, 고객이 담당자와 약속하기까지 기다려야 하는 시간 등은 서비

스 제공자를 바꾸는 원인으로 Keaveney(1995)가 제시한 불편함(Inconvenience)에 포함된다. 따라서 신속한 서비스 응답이 효율적인 홈페이지 운영을 위한 중요한 요인이다.[11][12]

나. 시스템 사용의 편리성

상점을 선택하는데 있어서 편리성, 특히 지리적 편리성이 중요하다는 연구가 많이 수행되어 왔는데 (Monroe & Giltinan 1975)지리적 편리성의 개념은 전자상거래에서는 의미가 없으므로 일반적 편리성으로 생각할 수 있다. 따라서 online상에서의 예약기능

사용여부, 주메뉴를 상시 선택할 수 있도록 선택 Bar의 상주여부, Keyword를 통한 검색기능 제공여부, Sitemap 제공여부 그리고 제공언어의 종류를 비교항목으로 선정되었다.[13]

다. 홈페이지의 다양성

홈페이지 내에 포함하고 있는 정보내용은 얼마만큼 다양한가, 관련정보로 링크할 수 있는 기능이 구비되어 있는가를 평가하는 기준이다.

<표 5> 제주지역 온라인 병행 차량대여업체 현황

<Table 5> The Rent-a-car of online & offline operation in Jeju

차량대여업체	URL	제작업체
가니렌트카	http://www.ganarent.com/	자체제작
가자렌트카	http://www.gajarent.co.kr/	갤럭시게이트
경인렌트카	http://jejurentcar.hihome.com/	자체제작
그린렌트카	http://www.greenrent.co.kr/	EZnet
금호렌트카	http://www.yescall.com/kumhorc/	자체제작
기린렌트카	http://www.kirinrent.co.kr/	프로시스템
대한통운렌트카	http://www.jejukerentcar.com/	제주넷
동아렌트카	http://www.dongarent.co.kr/	NEXTez
동양대정렌트카	http://www.cheju.go.kr/cybertown/id.cgi?48600&	자체제작
아리랑렌트카	http://www.arirangrent.com/arirang.htm	자체제작
제주드림렌트카	http://www.dreamrent.co.kr/default.asp	커뮤니티
제주렌트카	http://www.chejurentcar.co.kr/	NEXTez
이신렌트카	http://www.car7.co.kr/	자체제작
대신렌트카	http://www.chejudrive.co.kr/	커뮤니티
성신렌트카	http://www.jejusungsan.com/	자체제작
우리렌트카	http://www.vivari.co.kr	자체제작
월드렌트카	http://www.worldrent.co.kr/	NEXTez
클로버렌트카	http://www.cloverrentcar.co.kr/	자체제작
한국렌트카	http://hankookrent.co.kr/	커뮤니티
한리렌트카	http://www.chejutour.co.kr/	자체제작
한성렌트카	http://www.hansungrent.co.kr/	NEXTez
신전국렌트카	http://www.sinjunkookrentacar.com/	자체제작
나나렌트카	http://www.nanarent.co.kr/	커뮤니티
길렌트카	http://www.kilrent.co.kr/	프로시스템

라. 홈페이지에 대한 신뢰성

사이트 방문자들이 자사의 정보를 얻을 수 있게 하려는 노력의 정도를 평가하는 기준으로 자사의 소개, 회사 위치 및 약도, 접속 횟수 기능사용여부 등을 포함한다.

차량대여업체의 경우는 차량소개, 실시간 온라인 예약, 관광정보제공, 제휴업체, 패키지 상품소개가 주류를 이루고 있다. 다른 지역의 차량대여업체의 웹사이트보다는 훨씬 더 나은 웹사이트를 운영하고 있었다. 대부분의 업체가 홈페이지전문 제작업체에 용역을 주고 관리하고 있는 것으로 나타나 관광정보의 제공같은 경우 비슷한 사이트가 많았고 사이트구성 또한 비슷한 점이 많이 있었다.

3.2 차량대여업 홈페이지 구축현황

<표 5>와 같이 현재 24개의 차량대여업체가 온라인을 병행하고 있는 것으로 나타났다.

<표 6> 서비스 접촉 용이성

<Table 6> The Stupid of Service contact

차량대여업체	게시판	이메일	FAQ
가나렌트카	○	○	○
가자렌트카	○	○	○
경인렌트카	×	○	×
그린렌트카	○	○	○
금호렌트카	×	×	×
기린렌트카	○	○	×
대한통운렌트카	○	○	○
동아렌트카	○	○	○
동양대장정렌트카	○	×	○
아리랑렌트카	×	×	○
제주드림렌트카	○	○	○
제주렌트카	○	○	○
아산렌트카	○	○	○
대신렌트카	○	○	○
성산렌트카	○	×	○
우리렌트카	○	○	○
월드렌트카	○	○	○
클로버렌트카	○	○	○
한국렌트카	○	○	○
한리렌트카	○	○	○
한성렌트카	○	○	○
신전국렌트카	○	○	○
내나렌트카	○	○	○
길렌트카	○	○	○

<표 8> 홈페이지의 다양성

<Table 8> The Variety of Homepage

차량대여업체	관광정보제공	관련정보링크	회원제
가나렌트카	○	×	○
가자렌트카	○	×	○
경인렌트카	○	×	×
그린렌트카	○	×	○
금호렌트카	×	×	×
기린렌트카	○	○	×
대한통운렌트카	○	○	×
동아렌트카	○	×	○
동양대장정렌트카	×	×	×
아리랑렌트카	×	×	×
제주드림렌트카	○	×	○
제주렌트카	○	×	○
아산렌트카	○	×	×
대신렌트카	○	×	○
성산렌트카	×	×	×
우리렌트카	○	×	×
월드렌트카	×	×	×
클로버렌트카	○	×	×
한국렌트카	○	×	○
한리렌트카	○	×	○
한성렌트카	○	×	○
신전국렌트카	○	×	×
내나렌트카	○	×	○
길렌트카	×	○	×

<표 7> 시스템 사용의 편의성
 <Table 7> The Facility of Using System

차량대여업체	실시간 예약	메뉴바 상주	키워드 검색	사이트맵	제공언어
가나렌트카	x	o	x	x	한국어
가자렌트카	x	o	x	x	한국어
경인렌트카	x	x	x	x	한국어
그린렌트카	x	o	x	x	한국어
금호렌트카	x	x	x	x	한국어
기린렌트카	x	o	x	x	한국어
대한통운렌트카	x	o	x	x	한국어
동아렌트카	o	o	x	x	한국어
동양대장정렌트카	x	o	x	x	한국어
이리랑렌트카	x	x	x	x	한국어
제주드림렌트카	o	o	x	x	한국어
제주렌트카	o	o	x	x	한국어
아산렌트카	x	o	x	x	한국어
대산렌트카	o	o	x	x	한국어
성산렌트카	x	o	x	x	한국어
우리렌트카	o	o	x	x	한국어
월드렌트카	x	o	x	x	한국어
글로벌렌트카	x	o	x	x	한국어
한국렌트카	o	o	x	x	한국어
한라렌트카	x	o	x	x	한국어
한성렌트카	o	o	x	x	한국어
신전국렌트카	x	o	x	x	한국어
나나렌트카	o	o	x	x	한국어
길렌트카	x	o	x	x	한국어

3.3 차량대여업체의 웹사이트 비교분석

가. 서비스 접촉 용이성

<표 6>을 보면 대부분의 차량대여업체들이 방문자들의 의견을 수렴하고 새로운 정보를 제공하거나 고객에게 홍보활동을 할 수 있는 게시판기능을 많이 사용하고 있어 서비스 접촉의 용이성을 잘 지키고 있는 것으로 나타났다. 이메일도 많이 사용하고 있으나 이메일이 없는 회사인 경우는 대부분이 타지방에서 들어와 영업소를 개설한 업체가 많았다.

나. 시스템 사용의 편의성

<표 7>과 같이 대부분의 차량대여업체들은 키워드 검색이나 사이트맵이 없는 것으로 나타났다. 그리고 실시간으로 즉각적인 예약정보를 방문자에게 보여주는 업체는 그다지 많지 않아 예약의 편의성이 부족하였다. 주메뉴바를 항상 상주하고 있어 방문자의 편리성에는 유의하고 있었다.

제공언어가 한국어만 제공하고 있어 앞으로 국제자유도시가 되는 제주에 있어서 다국어 홈페이지의 필요성이 있을 것으로 보인다.

다. 홈페이지의 다양성

홈페이지 내에 포함하고 있는 정보내용은 얼마만큼 다양한가, 관련정보로 링크할 수 있는 기능이 구비되어 있는가를 평가하는 기준이 되는 홈페이지의 다양성 측면에서는 관광정보제공 여부에 있어 대부분의 차량대여업체들이 관광정보를 제공하고 있었으나 관련정보로의 링크는 아주 미흡하였다. 회원제를 운영하는 업체들이 별로 없어 방문자에게 자사에 대한 소속감 부여가 미흡하였다. 회원제를 바탕으로 한 업체에 대해 동호회를 운영하는 업체는 전무하였다.

라. 홈페이지에 대한 신뢰성

Offline 영업에 비하여 Online을 이용한 영업에 있어서 가장 중요한 것은 신뢰성을 확보하는 것이다. 대부분의 업체들이 자사소개는 하고 있으나 회사의 위치나 약도 등은 배치하지 않아 신뢰성을 높이기 위한 노력이 부족한 것으로 조사되었다.

<표 9> 홈페이지에 대한 신뢰성

<Table 9> The Reliability about Homepage

차량대여업체	자사 소개	회사 위치 및 약도	접속횟수
가나렌트카	○	×	×
가지렌트카	×	×	×
경인렌트카	×	×	○
그린렌트카	○	×	×
금호렌트카	○	○	×
가린렌트카	○	×	×
대한통운렌트카	○	×	×
동아렌트카	○	○	×
동양대장정렌트카	○	×	×
이리랑렌트카	○	○	×
제주드림렌트카	○	○	○
제주렌트카	○	○	○
이신렌트카	×	×	○
대신렌트카	○	○	○
성산렌트카	○	○	×
우리렌트카	○	×	○
월드렌트카	○	×	○
클로버렌트카	○	×	×
한국렌트카	○	○	○
한리렌트카	○	×	○
한성렌트카	○	○	×
신전국렌트카	○	×	×
내내렌트카	○	○	○
길렌트카	○	○	×

4. 결론

서비스접촉 용이성에서 대부분의 업체들이 제공되고 있어 고객의 의견수렴이나 홍보활동이 되고 있다는 것을 알았다. 자체적으로 관광정보를 제공하고 있어 홈페이지의 다양성확보에 노력하고 있었다. 그러나 대부분 업체들은 실시간예약을 통한 한번에 예약할 수 있는 환경이 아니라 웹메일 형식을 이용한 예약방식을 선호하는 업체들이 아직도 많이 있어 예약의 번거로움을 덜 해소 시키고 있었다. 제공언어가 한국어만 제공되고 있어서 외국인의 차량의 사용에 어려움이 많을 것으로 보여 다국어 홈페이지 구축을 제고하였으면 한다. 키워드 검색기능이나 사이트맵을 사용하고 있는 업체가 없어 관광정보 검색을 할 때 일일이 찾아가야 하는 번거로움이 보여 검색 시스템을 도입하였으면 한다. 대부분의 업체들이 전문제작업체에 위탁하고 있는 실정이라서 관광정보나 부가정보 제공에 있어서 동일성을 나타내고 있으며 웹사이트의 스타일이 비슷하다. 현재 점점 오프라인 예약방식(전화, 방문, 팩스)보다 온라인 예약방식을 점점 더 선호하고 있는 가운데 온라인 예약의 증가율이 현저히 보여지고 있는 것으로 나타나 앞으로 온라인에서의 예약방식을 방문자 위주의 편의성으로 갈 수 있도록 하는 것이 더 바람직할 것이다.

※ 참고문헌

[1] 임경철, 인터넷 이용자의 정보이용 충족에 관한 실증적 연구, 청주대학교, 석사, 1998
 [2] 주장건, 관광정보시스템, 일신사, 1994
 [3] 김혜경, 여행사 인터넷 마케팅에 관한 연구, 세종대학교, 석사 1997
 [4] 문영자, 제주지역 관광산업의 인터넷 활용과 개선에 관한 연구, 제주대학교, 석사, 1997
 [5] 이호승, 여행정보 시스템의 이용만족도 제고방안에 관한 연구, 경희대학교, 석사, 1997
 [6] 김길천, 인터넷 홈페이지를 이용한 기업홍보방안, 중앙대학교, 석사, 1997
 [7] Tom Masotto, Understanding the Effectiveness Your WWW Site : Measurement Methods and Technology" Commercenet, HotWired, 1995

[8] Cockburn, C and Wilson, T.D., "Business Use of the World-Wide-Web", International Journal of Information Management, Vol.16, Iss 2, 1996
 [9] Ho, J., "Evaluation the World Wide Web: A global study of Commercial Sites", Journal of computer Mediate-Communication[on-line], 3(1), 1997
 [10] Liu, Chang and Arnett, Kirt P. and Capella, Louis M. and Beatty, Robert C., "Web sites of Fortune 500 companies: Facing Customers through homepages", Information and Management, Vol.31, 1997
 [11] Parasuraman A., Zeithaml, V.A., Berry, I.I., "SERVOIAL : A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality" Journal of retailing,(64:1), 1998
 [12] Keaveney, Susan M., "Customer Switching behavior in Service Industries : An Exploratory Study", Journal of Marketing, VOL.59, April, 71-82, 1995

강 태 석



1997. 세명대학교
 정보처리학과
 정보처리학전공(학사)
 1999. 제주대학교 경영대학원
 경영정보학과 석사(MIS전공)
 1998.~ (주)우리국제여행사
 정보기획팀장
 2001.~ 제주한라대학
 정보통신계열 겸임전임강사
 관심분야 : 전자상거래,
 웹사이트기획, Webcasting
 E-mail :
 lenigade@cheju.halla-c.ac.kr