

관광정보안내체계의 문제점 및 개선방안

한상겸* · 전창석**

요 약

본 연구는 우리나라 관광정보안내체계의 전반적 현황을 살펴보고 관광정보의 전달에 있어서 중요한 위치에 있는 관광안내소의 문제점을 안내요원의 인적 서비스 차원과 제공되는 정보 차원에서 검토하면서 문제점을 도출하고 이에 대한 개선방안을 제시하고자 한다.

1. 서론

1. 연구 목적

인류의 역사와 함께 발전하기 시작한 관광은 20세기 후반을 거치면서 모든 국가의 국민들에게 생활필수품으로 인식되고 있다. 더욱이 급변하는 사회 현상의 변화에 따라 사람들의 기본적인 가치관과 생활양식, 소득 수준의 향상, 교통수단의 발달, 통신 수단과 언론 매체의 발전 및 새로운 국제 질서와 규범의 창출 등으로 관광에 대한 욕구는 엄청난 영향을 받게 되었다(채용식, 1997).

21세기 현 시점에서 국제간의 교류는 더욱 빈번해지고 있으며 이는 국제간 교통수단의 획기적 발전, 경제성장에 따른 업무 목적의 방문 증가, 각종 대형 국제회의 개최등과 같은 요인에 따라 그 추세가 더욱 두드러져 가고 있다. 이러한 물리적이고 심리적인 시간의 단축은 세계 각

지역의 차별화된 문화적 가치를 돋보이게 부각시켜 경쟁력 있는 관광상품으로 조성할 수 있는 기회로 작용을 하고 있다(한국관광공사, 1997). 관광산업의 중요성은 사회적 인식확산으로 98년에는 대통령이 모델로 출연한 한국관광홍보 광고 등이 해외 여러 나라 TV로 방영하는 등 정부의 관광산업에 대한 지대한 관심과 지원이 높아지고 있고, 남북관광협력이 더욱 진전되면서 남북연계 관광상품개발, 일본에 이어 제2의 거대 시장이라 불리는 중국이 한국여행 전면 자유화됨에 따라 국제경쟁력을 향상시킬 수 있고, 특히 WTO(세계관광기구)총회, 2001년 한국방문의 해, 2002년 월드컵 및 부산 아시안게임, 대형 국제행사 등 관광진흥을 위한 제2의 도약을 기할 수 있는 계기를 마련하고 있다. 더욱이 우리나라 관광산업은 외래관광객 유치 증대를 위한 다양한 노력의 결과로 2000년에는 500만명이 넘는 외래 관광객이 찾아와 여행수지 37억불 흑자를 기록하였고 앞으로는 더욱 더 증가할 것으로 예측되고 있다. 이러한 여건 하에서 관광안내소를 비롯한 관광 안내체계의 정립은 활성화가 예상되는 국민관광 및 인바운드 시장을 공고히 다

* 남서울대학교 국제경영학부 호텔관광경영전공 조교수
** 남서울대학교 국제경영학부 호텔관광경영전공 전임강사

저놓기 위한 방편이자 국내·외 관광객들에 대한 편의 제공이라는 측면과 관광홍보의 진작이라는 면에서 매우 중요하고도 시급한 일이라 할 것이다.

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. 관광객에 대한 정보제공은 방문 횟수에 관계없이 관광객에게 목적지 선택과 만족도 이 두 가지 측면에서 유의한 영향을 끼치며(Perdue, 1985), 관광객의 여행지에 대한 손쉬운 정보접근은 관광객의 만족도와 관광지 시설 이용의 극대화에도 중요한 것으로 나타나고 있다(Guy, Curtis, and Crotts, 1987).

외국인개별여행자(Foreign Independent Traveller), 자가용 이용 관광객 등이 지속적으로 늘어남에 따라 관광안내 정보의 제공이 매우 중요하게 대두되고 있으며, 전통적인 안내 기능 및 더 나아가 예약시스템을 갖춘 보다 효율적인 관광안내정보 시스템을 구축할 필요성에 대한 세계적 관심이 커지고 있다(Sheldon, 1993).

이와 같이 관광정보에 대한 관광안내의 중요성이 부각됨에 따라 관광안내체계에 대한 정부 및 지방자치단체와 관광공사 등의 역할 분담을 통하여 관광 안내소의 효율적인 관리·운영체계를 구축하여야 하고 외국인 관광객을 위한 안내 기능이 더욱 강화된 종합 관광 안내소의 설치를 확충하고 이에 대비하고 있다. 그러나 대다수의 관광안내소에서 제공되는 안내는 단순한 지역관광 안내와 지도 배부 등의 수준을 벗어나지 못하여 국제화, 정보화, 지방화추세에 적극적으로 부응하지 못하고 있으며, 특히 외국인 관광객을 위한 다양하고 상세한 관광정보 제공이 원활히

이루어지지 못하고 있는 실정인 것이 사실이다. 또한 외국인 개별 관광객, 가족·친지단위 관광객, 자가용 이용 관광객 등 여행형태에 따른 다양한 여행정보욕구에도 효과적으로 대응하지 못하는 실정이다(김향자, 손정환, 1999). 우리나라에서 관광안내소의 중요성이 부각되기 시작한 것은 '80년대 후반 '86아시아게임 및 '88 서울 올림픽등 대규모 국제 행사에 대비하여 수용태세 개선의 측면에서 관광안내소가 설립 운영되면서 부터였다.

이와 동시에 안내소 관련 연구들이 꾸준히 명맥을 유지하며 진행되고 있었으나 양적으로는 많은 선행연구가 수행되었다고 볼 수는 없다. 다행히 21세기 정보화 시대의 인터넷 활성화로 관광정보와 관련된 연구는 많이 진행되고는 있지만, 관광객들에게 실질적으로 필요한 여러 가지 관광정보를 제공해야 할 관광안내소의 운영·관리에 대한 연구는 사실상 미흡하다.

따라서 본 연구는 첫째, 국내 관련 문헌을 중심으로 하여 관광안내소에 대한 이론을 정립하고, 둘째, 현재 우리나라 관광안내소의 운영·관리 현황 및 문제점을 파악하여, 셋째, 우리나라 관광안내소 활성화 방안을 연구하는데 목적이 있다.

II. 관광정보와 관광안내의 이론적 배경

1. 관광정보의 이론적 고찰

1) 관광정보의 개념

오늘날 관광형태의 변화에 따라 관광객의 정

보 수요는 과거의 단편적인 정보에서 보다 포괄적이고 구체적인 부분까지 요구하게 되었으며 이러한 추세는 관광정보의 확대 심화와 더불어 정보 제공매체의 다양화를 낳게 되었다(Sheldon, 1993). 관광정보의 제공은 관광안내소의 핵심적인 서비스 기능중 하나이기 때문에 관광안내원과 관광안내소 운영관리자는 고객의 니즈 변화 추세를 신속히 파악하여 보다 정확하고 적시적인 정보 제공을 위해 노력하여야 한다. 실제로 한국관광공사 관광안내전시관의 경우 관광객의 문의 사항 중 여행코스의 추천, 여행일정 수립 및 상담(consulting) 수요가 점증하는 추세를 보이고 있는바 이러한 고객의 기대에 부응하기 위해서는 안내서비스 제공자가 고객보다 한발 앞서서 관련 정보를 수집, 파악하고 있어야 한다(한국관광공사, 2001). 훌륭한 관광정보는 혼란 없이 이용케 함으로써 관광객의 여행 만족도를 제고시키는데 결정적으로 기여하게 된다(한국관광공사, 1999). 지적 욕구가 강하고 관광경험이 풍부한 현대의 관광객들은 여행하고자 하는 관광지에 대해 상세하고 정확한 관광정보를 알고자 한다. 훌륭한 관광정보는 관광경험을 풍부하게 해 주고, 관광자원의 훼손을 방지시켜 주며, 관광객과 관광지주민들과의 갈등을 감소시켜 주는 역할을 수행하기 때문이다. 일반적으로 여행자들은 여행시작 전에 여행계획이 갖는 내·외적인 우발사태의 가능성에 대한 대비로서 다양한 형태의 그리고 보다 많은 양의 여행정보를 얻고자 한다(Fodness, Brian Murray, 1999).

관광정보는 관광객들이 목적지향적인 선택행동을 하는 데 유용한 일체의 알림 사항이라고 할 수 있다. 관광체계 내에서 관광정보란 교통수단과 함께 관광주체인 관광객과 관광객체인 관광대상(관광자원, 관광시설 및 서비스 등)을

연결시켜 주는 관광매체(또는 매개물)로써 관광체험 욕구를 충족시키는 역할을 한다(김천중, 1998).

2) 관광정보의 기능 및 분류

관광정보의 기능은 관광객의 관광의사결정에 따른 불확실성을 감소시켜주고, 관광수요를 유발시키는 주 기능과 경영의 측면에서 관광 관련 조직의 활성화, 관광관련 산업의 경영합리화, 관광지 및 해당지역의 경제활성화를 도모하는 부수적 기능이 있다.

한편으로 관광정보는 정보의 가치와 이용자의 필요성에 의해 그 중요도에 차등이 있을 수 있고, 정보의 범위가 명확하고 균형이 있어야 하며, 정보의 누락을 방지하기 위해 전체적으로 다루어야 한다. 즉 이용자가 그 정보를 가치 있게 활용할 수 있어야 한다. 이런 원칙을 바탕으로 관광정보의 특성과 기술적인 측면으로 관광정보를 분류해 보면 <표 2-1>과 같다(박종찬, 2000).

3) 관광안내와 관광정보의 구분

관광안내정보는 관광객들이 관광활동을 원활히 하는데 필요한 제반정보 중, 인적 안내수단을 이용하여 제공되는 관광정보와 관광객들이 관광활동을 하는 과정에서 나타날 위험과 불확실성을 최소한으로 제거하고 감소시켜 합리적인 의사결정을 하고 자발적으로 얻는 정보이고 관광안내소는 관광객들에게 관광안내정보를 제공하기 위한 목적으로 인적, 시설 등의 안내수단과 정보 등의 안내내용이 결집되어 있는 곳이다(한국관광공사, 1997). 관광안내와 관광정보의 구분을 <표 2-2>에서 보면 다음과 같다.

〈표 2-1〉 관광정보의 분류

분류기준	구분	내용
정보 갱신유무	동태정보 정태정보	일·월·연간 등의 주기적 정보 관광지 소재지, 관광시설종류
제공방식	직접정보 간접정보	직접적 안내, 안내책자, 공고나 홍보물 구전, 일반적인 문헌
이용주체	관광관련공공기관 관광학계 관광업계 일반인용	관광객출입국통계, 1인당 도시공원 비율등 관광관련교통비, 접근소요시간, 연간휴가일수 객실판매율, 평균체재일, 시설이용자수 등 관광지안내, 숙박시설, 편의시설 소개 등
공간적 분류	국내정보 해외정보 전일정보 전출정보	국내관광지 소재지, 국내관광참여율등 해외관광동향, 국제행사안내, 각국별 관광통계 외래객입국 및 관광수입현황 해외관광자수, 내국인해외여행 경비
관광객의 정보 활용여부	지향정보 비지향정보	관광지를 위한 소개, 안내 등 관광자 지향자료 관광자에게 영향을 미치는 문헌이나 구전

자료출처 : 박종찬(2000), 『관광정보통신』, 서울: 학문사, p.188.

〈표 2-2〉 관광안내와 관광정보의 구분

구분	개념	성격	생산자/조직	제공자	이용자
관광안내	관광객을 관광자원과 연결하여 이해시키는 인적 서비스 행위	최종소비자	관리자, 안내자, 안내소, 여행관광업체	안내자, 관리자	관광객
관광정보	관광객을 관광자원과 연결하여 이해시키는데 필요한 내용	중간소비자	조사연구자, 조사연구기관	해당 주제관련 전문가, 관련서적, 자원조사	계획가, 사업자, 안내자, 관광객

자료출처 : 한국관광공사(1997), 관광안내소 체계화 시행대책 보고서, p.36.

2. 관광안내의 이론적 고찰

관광안내는 다음과 같은 기능을 포함하고 있다.

1) 관광안내의 개념

관광안내란 관광객에게 관광자원과 그 매력을 소개하고 정보를 제공하여 여행자에게 편의를 주고 낯선 지역에 대한 불안을 해소하여 최대한 안락한 관광을 즐길 수 있도록 돕는 인적서비스이다.

관광안내의 목적은 관광객을 관광자원과 보다 효율적으로 연결시켜 관광이 지나는 경제, 사회, 문화적 효과를 극대화시키려는 것으로 관광객의 관광편의 증진을 통해 관광대상지에 대한 긍정적 이미지를 각인시킴으로써 궁극적으로 외래관광객의 유치증진을 도모하려는 것이다.

(1) 안내기능

관광안내의 주 기능으로서 관광객이 요구하는 관광지 혹은 관광자원에 대한 안내, 이용 및 편의시설에 대한 안내, 기타 관광객이 요구하는 사항에 대한 안내기능을 말한다.

(2) 보호기능

낯선 지역의 방문에서 오는 심리적 불안감 해소뿐만 아니라 현지 주민과의 마찰을 사전에 방지하고 위험한 관광루트, 관광지에서의 도난 및 사기 등 각종 위험요소로부터 관광객을 보호하는 기능을 말한다.

(3) 해설기능

관광객에 대해 관광자원의 매력, 역사, 설화, 사적가치, 식생 등 다방면에 걸친 해설뿐만 아니라 '관광지 혹은 관광대상 국가의 국민성, 사회 문화적 풍토 등에 관하여 이해를 돕는 기능이다.

(4) 예약기능

관광안내, 관광정보 제공에만 그치지 않고 필요시 관광객을 대신하여 숙박, 교통, 지역 산업 시설, 음식점 등 각종 편의시설에 대한 예약을 대행하는 기능이다.

2) 관광안내소의 개념 및 역할

한국관광공사의 외래관광객실태조사에 의하면 최근 방한 외래객의 여행형태는 개별여행(F.I.T)이 94년 47.2%, 96년 56.4%, 98년 57.5%로 반수 이상을 차지하고 있으며 이러한 추세는 관광의 개성화와 더불어 더욱 증가할 것으로 전망된다. 개별 여행객은 관광행동에 관한 전반적인 의사 결정을 스스로 하기 때문에 상대적으로 관광정보에 대한 수요가 높으며 따라서 관광안내소에 대한 의존도 역시 높다. 미국내 국내여행자들의 관광정보 탐색행태를 연구한 논문에서도 관광안내소를 이용하는 전체 비율은 10% 정도이지만, 정보의 유용성 차원에서는 매우 높은 점수를 나타냈으며 주로 가족여행객이 이용하는 것으로 나타났다(Fodness, B. Murray, 1999).

일반적으로 개별여행객은 관광대상지의 상세 정보 입수를 위해 일차적으로 관광안내소를 찾는 경향이 강하기 때문에 관광안내소는 지역방문객을 최초로 맞는 관문으로서 그 역할이 지대하며 또한 관광대상지의 최초 이미지 형성에도 결정적이 영향을 미친다.

관광안내소란 안내원, 각종 안내장비, 안내자

료 등이 갖추어진 장소로서 전문적으로 관광안내를 할 뿐만 아니라 비전문적으로도 관광안내 기능을 담당하는 곳을 칭한다.

따라서, 관광안내소는 외래관광객을 위하여 관광자원 및 각종 편의시설에 대한 안내, 관광안내지도 등 홍보간행물의 배포, 관광지의 관습, 문화 등에 관한 해설 등 통상적인 서비스 이외에도 국제관광지일 경우 최소한 주요 목표시장 고객에 대해서는 통역안내소로서의 기능을 할 수 있어야 한다. 또한 호텔, 모텔, 렌트카, 기타 주요 관광명소의 예약 사무소로서 그 기능을 배가할 수도 있으며 보다 적극적으로는 외래관광객에 대한 영접, 휴식 공간 제공, 지역 토산품 및 여행상품의 판매, 관광 수용태세 개선 및 대외 마케팅 전략 수립을 위한 고객 니즈 파악 창구로서의 역할도 수행해야 한다.

미국의 경우 각 주마다 운영하는 Welcome Center가 여행자들에게 제공하는 정보의 영향력을 파악한 결과 이들 관광안내센터가 제공하는 정보가 관광객의 여행목적지 선택과 미래의 재방문 영향요인으로서 유의한 영향을 미친다고 한다(Fesenmaier, Vogt, Stewart, 1993). 이러한 중요성은 그 이전 연구(Tierney, Haas, 1988)에서도 나타났는데 관광안내센터가 여행자가 얻게 된 유효한 정보는 그 여행지에 대한 체재일수, 체재시간 및 지출경비에도 유의한 영향을 미친다고 한다.

3) 관광 안내소의 구성 및 분류

관광 안내소의 구성요소는 관광안내원, 관광안내장비, 관광안내자료 등으로 구분되며 위치, 상설여부, 기능, 안내원 유무, 제공정보의 범위 등에 따라 분류되며 관광안내소의 유형은 서비스 지역범위에 따라 전국 단위 서비스를 제공하는 '중앙관광안내소', 광역 지자체 단위의 지역

종합 안내서비스를 제공하는 '시·도 종합관광안내소', 기초지자체 또는 해당 관광(단)지에 대한 세부 안내를 담당하는 '시·군 지역관광안내소<관광(단)지 관광안내소>' 등으로 대별 할 수 있다(한국관광공사, 1997).

1) 중앙관광안내소는 한국관광공사 사장이 설치·운영하는 관광공사 관광안내전시관 (TIC: Tourist Information Center)으로 국내외 관광객을 대상으로 전국범위 관광정보 안내 및 부대서비스를 제공하며 주요 역할 : 전국범위 관광정보 및 부대서비스 발굴·제공, 안내원 교육, 안내편람 발간/배포 등을 통한 지방관광안내소 운영 지원, 서울 지역 관광안내전화(1330)운영을 한다.

2) 시·도 종합관광안내소는 특별시장·광역시장 및 도지사가 해당 시·도지역 및 타 시·도지역의 관광안내를 위하여 설치·운영하는 안내소를 말하며 내외국인 관광객에 대한 당해지역 및 타 시·도지역 관광정보안내 및 부대서비스 제공하며 지역내 관광정보·부대서비스 발굴 및 전국 시·도종합관광안내소에 제공, 관할 지역 관광안내전화(1330)운영을 한다.

3) 시·군 지역관광안내소<관광(단)지 안내소>는 시장·군수·구청장 및 관광(단)지 관리주체가 해당 지역 관광안내를 목적으로 설치·운영하는 안내소를 말하며 내외국인에 대한 해당 지역 상세 관광정보 안내와 지역내 관광정보 발굴 및 해당 시(도)종합관광안내소에 제공한다.

III. 관광안내소의 현황 및 문제점

1. 관광안내소 현황 및 문제점

1) 관광안내소의 현황 및 문제점

우리나라 관광안내소는 80년대 후반부터 관광안내소의 중요성을 인식하면서 계속적인 시행착오를 겪어 왔다. 그러나 아직도 전국 또는 지역의 국내·외관광객들에게 각종 편의를 제공하는 안내소는 외국과 비교했을 때 미약한 점이 많이 나타나고 있다.

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(Tirol Information System)의 경우도 관광안내정보제공체로서 벤치마킹 할만하다. 수요자 중심의 운영체계를 갖는 TIS에서 제공하는 정보는 일반 관광정보로서 여러 관광지에 대한 세세 정보와 행사, 여가활동정보 등을 제공하고 있으며, 경영정보로서 관광사업 활성화를 위한 판촉프로그램, 관광지, 관광객에 대한 각종 통계자료, 회사의 경영에 도움을 주는 정보 등을 제공하고 있다. 이러한 목적지 정보 시스템(DIS; Destination Information System) 중 공급자(호텔, 식당, 여행사, 여행지 등) 중심의 운영체계를 가진 Appenzellerland System 역시 주목할 만한 도구이다. 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(Sheldon, 1993). 국가는 국가대로, 각 지방은 지방대로, 민간은 민간대로 자기 지역을 홍보할 수 있는 웹사이트

를 만들어 인터넷에 올리고 다양한 정보를 가지고 외지인들에게 정보를 제공하고 방문과 구매를 유도하고 있다. 특히 과거의 정보만을 제공하던 DIS는 이제는 예약기능을 함께 제공하는 것이 변화된 큰 특징으로 나타나고 있다(김홍범, 2001). 현재 사용되는 대부분의 DIS 데이터베이스는 관광객의 문의(직접문의, 전화, 우편 등)에 응답하기 위해 관광안내소 직원에 의해 운영되도록 디자인되어 있다. 즉, 목적지의 관광상품에 대한 특정의 상세한 문의에 응답하기 위한 도구이다. 이들 자료에서 중요한 것은 이들 DIS가 성공하기 위해서는 제공하는 정보의 정확성(accuracy)과 현재성(currency)에 달려있다고 해도 과언이 아니다(Sheldon, 1993). 다음의 <표 3-1>은 1997년 기준 우리나라 관광안내소 현황을 보여주고 있다.

관광 정보는 시간의 문제와 매우 긴밀한 관계를 갖는 특징을 가지고 있기에 정보정확성과 정

보의 현재성 매우 중요하다. 가격, 스케줄, 이벤트 및 영업시간은 일별, 주간별, 월별 및 계절별로 바뀐다. 게다가 관광상품은 무형성을 가지고 있으며, 상품을 구매자에게 묘사하기 위해서는 상품 묘사(description)에 상당한 복잡성을 요구한다.

따라서 이러한 관광정보의 문제점을 극복하고 의사 결정력(decisive) 있는 정보제공이 되기 위해서는 하드웨어 및 소프트웨어 측면에서의 개선이 요구되어지며 따라서 제공되는 자료의 시기 적절함, 다양성, 전문적 지역정보 포함여부 등이 중요한 문제가 된다.

또한 한국관광공사에서 제공하는 인터넷 관광안내정보는 '96년 8월부터 제공하기 시작하였으며(영문부터 제공, 한글은 97년 5월부터 제공), 지난해 말에는 기존에 PC를 통하여 제공되어 온 KOTOUR를 인터넷 연동 시스템으로 전환하여 인터넷상의 관광정보DB를 보강하여 현재 국

<표 3-1> 관광안내소현황

구분	안내소 (개수)	규모 (평균평수)	배포물	안내시설
한국관광공사	6	·	서울특별시. 관광공사 업체발행 간행물	·
지방자치단체	82	·	부산 관광지도. 가이드북. 안내지도. 브로슈어	·
서울특별시	8	3.3	대구관광회보외10종	전화. PC(전시관. 비디오 자료실. 상영관. 관광정보 D/B 등)
부산광역시	6	37.8	인천안내서. 관광안내지도. 기타	전화. PC 등
대구광역시	4	1.5	광주 안내서. 지도. 팸플렛	전화. PC 등
인천광역시	5	3.1	관광 안내서	전화
광주광역시	2	4.5	관광 안내서	전화
대전광역시	1	7.5	시·도·군의 관광 홍보자료	전화
경기도	5	8	관광 안내서	전화. PC 등
강원도	8	12.4	관광 안내서	전화. PC 등
충청북도	6	13.3	관광안내서 10종	전화
충청남도	7	6.1	경북. 경주. 경북관광개발공사. 관광공사 관광 홍보물	전화
전라북도	2	4.5	경남 안내지도 및 팸플렛	터치스크린PC및팩스등
전라남도	7	56.3	팸플렛. 제주도 관광 안내물	전화
경상북도	7	9.1	강원 시·도·군관광 홍보물. 속초시 및 설악산 홍보물	전화. PC 등
경상남도	10	7.7	전국 주요 관광지 안내 홍보물	전화. PC 등
제주도	2	13	관광안내 책자	전화. PC. 팩스 등

자료출처 : 한국관광공사(1997), 관광안내소 체계화 시행대책 보고서, p.102.

내외 네티즌들에게 관광관련 정보서비스를 종합적으로 제공하고 있다.

각 시·도 종합관광안내소의 안내정보 네트워크 시스템으로서 가칭 '한국종합관광안내 정보 시스템'의 구축 추진은 2000년을 준비단계로 설정하고 2001년을 구축 및 구축완성단계, 2002년부터 이용확산 단계로 구분하였다. 업무내용은 네트워크 시스템 구축, 관광안내정보 데이터베이스 구축, 관광편의 서비스 개선 등으로 구분하여 단계별로 추진하여야 할 사항과 주체별로 추진하여야 할 사항을 제시하였다(<표 3-2> 참조).

또한 종합관광안내정보시스템 구축 및 정보편의 서비스 개선을 위한 각 주체별로 담당해야 할 업무는 다음 <표 3-2>와 같다.

심의 교통과 관광중심지에 설치하고 있어, 관광지에 따라 별도의 관광안내소가 있다.

둘째, 관광안내소의 체계를 보면 우리나라 관광안내소에 비해 호텔, 교통기관, 여행사 등의 관광관련 업체와의 안내와 예약이 이루어지고 있다.

셋째, 관광안내소의 설치 수 부족과 지역편중현상의 문제점이다. 지역편중현상은 매해 나아지고는 있지만 외국 관광안내소에 비하면 국내 관광안내소는 절대적으로 부족하다.

넷째, 관광안내 시설의 부족과 안내홍보물 부족을 들 수 있다. 관광안내소의 대부분이 안내 팜플렛을 제공하고 있으나 지역에 대한 상세한 정보가 부족하고, 안내시설은 전화와 PC정보만

<표 3-2> 관광안내정보 시스템 구축을 위한 업무별 추진

업무	추진주체	2000	2001		2002
			전반기	후반기	
1. 네트워크 시스템 구축					
-종합관광안내정보 시스템 모델 설계 및 구축	운영주체	■			
-종합관광안내정보 시스템 구축 지원(재정지원)	문화관광부	■			
-기존 관광관련 자료의 전환	운영주체, 지방자치단체		■	■	
-종합관광안내정보 시스템의 지속 관리	운영주체				■
-운영을 민간으로 이관: 신규 운영주체 구성	운영주체, 문화관광부				■
2. 관광안내정보 데이터베이스 구축					
-관광안내정보 데이터베이스 개발	운영주체, 문화관광부	■			
-관광안내정보 제공 표준화 작업 추진		■	■		
-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				■

자료출처 : 한국관광공사(2001), 관광안내메뉴얼

상기의 자료를 분석한 결과 다음과 같은 문제점을 제시해 볼 수 있다.

첫째, 관광안내소의 위치를 비교해보면 우리나라는 공항, 대로변, 도심에 있는 반면에 외국 의 경우, 공항은 물론이고 종합관광안내소는 도

가지고 있어, 종합안내소의 역할을 할 수 없는 실정이다.

그리고 관광안내업무를 보면 교통, 숙박, 관광지 에 국한되어 있으며, 외국어 안내물은 영어와 일본어가 대부분이다. 선진국의 관광안내소는 4

개국어의 안내서와 교통, 숙박, 관광안내는 물론이고, 음식과 공연 등의 관광안내물도 제공하고 있으며, 관광객을 위한 전화카드 판매와 대중교통 이용권을 판매하고 있다. 제일 시급한 문제는 관광안내소의 운영비이다. 선진국의 관광안내소는 자체적인 운영비(회원비, 유·무료 안내물)를 마련하고 있는데 우리나라는 관광관련 협회들의 재정능력이 약한 중앙정부나 지자체에게 전적으로 의존하기 때문에 환경이 열악할 수밖에 없다.

2. 관광안내원의 현황 및 문제점

관광안내소의 관광안내원의 근무인원을 보면, 총 229명으로 지역관광종합안내소에 103명, 관광안내소에 123명, 겸목적 안내소에 3명으로 파악되었다.

자격 유형별로는 지역관광안내소에 근무안내원의 경우 총 103명 중 관광통역 안내원 자격증 소지자가 38명이고, 국내 관광안내원 자격증 소지자는 25명, 관광안내원 미소지자는 40명이고, 안내소별 근무인원은 평균 2-3명으로 나타나고 있다.

관광안내원의 문제점은 다음과 같다.

첫째, 관광안내원 자격증 소지하지 않은 관광안내원이 근무하거나, 임시직으로 인해 전문성이 결여된다는 점을 들 수가 있다. 관광안내소에서 자격증을 소지한 안내원을 고용하지 않는다는 것은 원활한 안내에 문제가 있을 수 있음을 의미한다.

둘째, 안내원수의 절대부족과 이로 인한 업무가 많아 안내의 전문성을 기하지 못하는 점이다. 관광안내소내의 안내인원이 최소인원으로

〈표 3-3〉 관광안내원 현황

구분	안내원(명)	안내소(개소)	자격증 보유현황(명)
한국관광공사	22	6	통역 22
지방자치단체	137	82	통역 22, 국내 12
서울특별시	22	8	통역 13, 국내 1
부산광역시	16	6	국내 1
대구광역시	6	4	국내 5
인천광역시	4	5	통역 1
광주광역시	2	2	통역 1
대전광역시	2	1	.
경기도	4	5	통역 3
강원도	8	8	.
충청북도	22	6	국내 3
충청남도	12	7	통역1, 국내 1
전라북도	12	2	.
전라남도	3	7	통역 2
경상북도	5	7	통역 4, 국내 3
경상남도	4	10	국내 1
제주도	15	2	통역 1
전국총계	211	107	통역 47, 국내 15

자료출처 : 한국관광공사(1997), 관광안내소 체계화 시행대책 보고서, 재구성

많은 관광객이 찾아올 때 신속한 안내가 이루어지지 못하는 경우가 있어 효율성이 떨어지는 경우가 많다.

셋째, 안내 교육이 미흡한 실정이다. 정기적인 교육 훈련 프로그램과 효율적인 안내 기법 등의 교육 프로그램이 없다. 또한 근무 조건이 너무 열악하여 안내의 질이 낮은 실정이다.

3. 관광안내소 개선방안

현재는 1997년 보다는 많은 개선대책이 나오고 시행되었으나 관광안내소의 문제점은 지속적으로 나오고 있다. 현 관광안내소의 개선방안은 다음과 같다.

첫째, 관광안내소내에 관광객의 휴식공간을 만들어야 할 것이다. 관광안내소는 관광정보만이 아니라 각종 편의시설 및 특산물 판매 등이 이루어지는데 이에 반하여 관광객이 쉬어갈 공간은 없다. 관광객이 휴식할 휴식공간을 충분한 공간을 만들어야 할 것이다.

둘째, 관광안내소의 다양한 서비스를 들 수 있다. 관광안내소에서 제공되어야 하는 기본적인 팸플렛과 관광지도 그리고 브로셔 등이 충분하게 다양한 외국어로 갖추어져 있어야 하고, 컴퓨터를 이용한 각종 정보를 제공은 물론이고 관광객이 인터넷을 이용할 수 있는 공간도 종합안내소만이 아닌 지역관광안내소에도 확보해서 관광객의 편의를 도모 할 수 있어야 한다.

셋째, 관광정보자료의 다양화 및 전문성을 강화 시켜야 한다. 전국단위 정보를 담고 있는 자료와 상세함을 달리하여 관광객들에게 좀더 구체적인 정보를 제공할 수 있게 해야 할 것이다. 그리고 관광행동을 유발할 수 있는 테마가 있고 전문적인 관광안내정보자료를 배포할 필요가 있고 지역 연계성을 이용한 지역홍보도 필요하다.

넷째, 관광객에게 보다 친절하고 전문성 있는 관광안내원을 확보하고 운영하기 위한 방안은 기존의 관광안내원제도를 세분화하고, 전문화 시켜야 할 것이다. 기존 관광안내원과 신규채용 안내원들을 대상으로 보다 효과적인 안내서비스 방법과 언어전달방법, 관광실무, 정보처리 등 교육·훈련을 지속적, 정기적으로 실시하여야 할 것이다.

다섯째, 관광정보에 대한 관리 운영이 전문적인 기관을 통해 보다 효과적으로 관광정보를 신속하고 정확하게 이루어져야 할 것이다. 관광정보를 전문적으로 하는 기관이 관광객의 욕구 다양화에 맞추어 보다 구체적이고 전문적인 관광정보가 필요할 것이다.

여섯째, 관광안내소의 홍보를 강화하여야 한다. 국내외 관광객의 이용 편의를 제공하기 위해 각종 관광안내소의 위치 및 서비스 내용을 수록하여 이용을 하고자 하는 이들에게 쉽게 이용할 수 있도록 안내소의 외관이나 안내표지판, 관광안내유도표지판 등 지역의 특성을 반영한 개성 있는 형태로 디자인이 되어야 할 것이다.

마지막으로 관광안내소의 상징로고, 위치 및 디자인, 운영시간, 운영장비, 운영요원 배치 기준 등 운영 요령이 있는데 관광관련 기구들은 보다 좋은 운영 요령을 제정하거나 관리 감독을 철저히 하여야 할 것이다.

IV. 결론

1. 요약

오늘날 관광은 이미 일상생활의 일부분을 차지하게 되었고, 세계 각국에서는 관광산업에 대

한 적극적인 지원과 육성책을 마련하여 관광진흥에 발벗고 나서고 있는 추세이다.

국내에서도 관광산업은 국가전략산업으로 인식되고 있지만, 실제로 이러한 지속적인 관심과 배려에도 불구하고 관광객을 유치하는데 중요한 요소라 할 수 있는 관광안내소의 준비는 매우 열악한 실정이다.

본 연구는 관광객에게 각종 관광편의를 직접 제공하고 있는 관광안내소의 운영 및 관리에 관한 연구로서 국내 관련 문헌을 중심으로 관광안내소의 대한 이론을 정립하고 우리나라 관광안내소의 운영실태와 문제점을 파악하여 우리나라 관광안내소의 활성화 방안을 모색·제시하는데 연구의 목적이 있다.

우리나라의 관광안내소의 위치와 안내소 수를 선진국의 경우와 비교했을 때 관광객들의 편의성을 고려한 반면 우리나라는 공항, 대로변, 도심지에만 설치 운영하고 있었고, 97년도까지만 해도 관광관련 업체와의 안내와 예약 등이 이루어지지 않았으나 2001년 현재는 항공권·철도 발매, 여행상품과 유료 관광정보, 토산품, 기념품 등 다양한 서비스가 이루어지고 있으나 관광객들에게 구미가 맞는 다양한 서비스를 개발하여야 한다.

이제는 관광형태가 정적인 관광에서 동적인 관광형태로, 또한 단체관광에서 개별관광으로 유형이 바뀌고 있는데, 개별관광객의 수가 증가됨에 따라 안내소에 의존할 가능성이 높고 정보에 대한 요구를 점점 증대시킬 것으로 보여진다. 이러한 환경에 대처할 수 있는 여건이 조성되어져야 할 것이다.

특히 관광지의 증가, 교통기관의 변화, 네트워크의 발달, 숙박시설의 다양화 등의 관광환경 변화로 인해 개별관광객들이 필요로 하는 개별 관광정보의 양도 늘어날 것이고 관광객들이 원

하는 정보에 따라 좀더 구체적이고 상세한 정보를 확보하고 있어야 할 것이다. 전국단위 정보를 담고 있는 자료와 상세함을 달리하여 관광객들에게 좀더 구체적인 정보를 제공할 수 있게 해야 할 것이다. 지역 연계성을 고려한 관광지를 홍보도 해야 할 필요성이 있다.

관광안내소내의 관광안내원들은 외국인들에게 깊은 인상을 남기게 됨으로 재방문을 유도할 수 있도록 정확한 안내와 친절함이 배어 있어야 할 것이다. 이를 위해서는 계속적이고 정기적인 교육과 훈련을 하여 전문인력이 되도록 노력을 해야 한다. 기존 관광안내원과 신규채용 안내원들을 대상으로 보다 효과적인 안내서비스 방법과 언어전달방법, 관광실무, 정보처리 등 교육·훈련을 지속적, 정기적으로 실시하여야 할 것이다.

관광안내소는 안내소라는 개념에서 벗어나 관광객이 휴식을 할 수 있는 공간도 확보해야 할 것이다. 관광객이 편안한 마음으로 각종 편의시설 및 특산물 판매 등이 이루어지면 좋은 결과를 얻을 수 있을 것이다.

무엇보다 중요한 것은 관광안내소의 홍보를 강화해야 한다는 점이다. 홍보물에 안내소 위치를 표시를 하거나 안내소의 외관을 지역적인 특색에 맞추어 독특하고 차별화된 안내소로 관광안내소의 홍보를 할 필요성이 있다.

관광안내소의 상징로고, 위치 및 디자인, 운영시간, 운영장비, 운영요원 배치 기준 등 운영요령에 의한 관광기관의 관리 감독과 효율적인 운영요령 보완 하여야 할 것이다.

또 앞으로 국제적 행사인 2002년 월드컵 축구를 앞두고 원활한 진행을 위하여 2001년 현재 227개소의 관광안내소가 설치 운영 중이고 임시 관광안내소도 운영할 예정이라고 하지만 장기적인 안목으로 관광안내소의 운영·관리를 하는 것이 중요하다.

2. 시사점

최근 들어 관광포탈사이트에 대한 연구가 진행되면서 관광 사이버 공동예약망이라는 개념으로 시스템 운영모드, 의사결정모드, 내용모드, 기능모드 등에 대한 방향을 제시하고 있다(김홍범, 2001). 따라서 이들 포탈사이트가 실제적으로 운영되기 위해서도 먼저 지역 관광안내소를 중심으로 지역 공급자의 데이터가 수시로 연결되는 분산식 포탈사이트 시스템이 구축될 필요가 있다. 이는 분산식 시스템이 중복투자를 피하는 것뿐만 아니라 관광상품 정보제공에서 중요한 현재성과 정확성의 문제를 해결하는 지역 공급자와의 관계에서도 매우 효율적이기 때문이다. 이런 의미에서도 지역 관광안내소의 역할은 중요한 시점에서 있다고 생각된다.

본 연구결과 관광안내소 활성화 방안으로 다음과 같은 시사점을 제시하고 있다.

첫째, 관광안내소의 홍보의 강화를 하여야 한다. 관광안내소가 훌륭한 시설과 좋은 환경을 갖추고 있어도 관광안내소를 쉽게 찾아올 수 없다면 관광안내소의 기능을 제대로 발휘하지 못할 것이다. 또한, 국내·외 방문객에게 다양한 관광정보 서비스를 제공할 수 있도록 좋은 위치를 선정하고 안내 유도 표지설치를 하여 역이나 공항 등 유동인구가 많은 지역은 외래관광객의 방문이 용이하도록 세심한 주의를 기울여야 한다.

둘째, 정확하고 신속한 관광정보의 홍보물이 다양하게 준비 제공되어야 한다. 한국관광공사 및 타지역 지자체 등과의 유기적인 협조체제로써 서울, 경주 등의 홍보 팸플릿은 물론 각 지역 축제 등이 안내될 수 있도록 다양한 홍보물 비치와 필요하며, 지역의 관광지도 또한 실질적으로 활용되며 내외국인의 관심이 많은, 여행객의 눈높이에 맞춘 내용이 충분히 제작될 수 있

도록 검토하여야 한다.

셋째, 관광안내원의 지속적인 교육·훈련과 외국어 구사능력이 강조된다. 인적서비스에 의존하는 관광안내소는 관광안내원들에게 관광서비스 마인드와 전문지식, 외국어 능력 등을 지속적인 교육·훈련을 통하여 배양하고, 안내원 채용시는 외국어 능력을 감안한 통역안내원을 각 관광안내소에 배치 충원되어야 할 것이다.

넷째, 관광안내소의 운영비를 자체적으로 마련하는 방안을 검토 제시하여야 한다.

주로 정부 및 지자체의 예산에 의존 운영되고 있음을 볼 때 방문객에게 무리를 주지 않는 한도 내에서 관광지도 및 안내책자, 기념품, 토산품 등의 실비판매는 긍정적으로 검토되어야 할 것이다.

참고문헌

- 김천중(1998), 『관광정보론』, 서울: 대왕사, p.21
- 김향자, 손정환(1999), 관광안내정보시스템 구축 방안, 한국관광공사.
- 김홍범(2001), 관광산업에 있어서 사이버 공동예약망 구축을 통한 전자상거래 활성화 방안, 『관광학 연구』 25권(2호), pp.115-134
- 박종찬(2000), 『관광정보통신』, pp.187-188
- 채용식(1997), 『국제관광정책론』, 서울: 학문사, p.3.
- 한국관광공사(1997), 관광안내소 체계화 시행대책 보고서, pp.11-102.
- 한국관광공사(1999), 관광안내편람, p.46.
- 한국관광공사(2001), 관광안내메뉴얼, pp.7-8.
- Fesenmaier, Daniel R., Christine A. Vogt, and

- William P. Stewart(1993), "Investigating the Influence of Welcome Center Information on Travel Behavior", *Journal of Travel Research*, Winter, pp.47-52.
- Fodness, Dale, B. Murray(1999), "A Model of Tourist Information Search Behavior", *Journal of Travel Research*, Vol.37, pp. 220-230.
- Guy, Bonnie S., William W. Curtis, and John C. Crofts(1987), "Environmental Learning of First-Time Travellers", *Annals of Tourism Research*, Vol.17, pp.419-431
- Perdue, Richard R.(1985), "Segmenting State Travel Information Requires by Timing of the Destination Decision and Previous Experience", *Journal of Travel Research* Vol.23(3), pp.6-11.
- Sheldon, Pauline(1993), "Destination Information Systems", *Annals of Tourism Research*, Vol.20, pp. 633-649.
- Tierney, P., G. Haas(1998), "Colorado Welcome Centers: Their Users and Influence on Length of Stay and Expenditures", Colorado State University.

The Role of Tourist Information Centers and Tourism Information Systems

Sang-Kyum Han* · Chang-Suk Chun**

Abstract

Tourist Information Center has been played an important part of role in the promotion of tourism for both inbound and domestic market.

The purpose of this paper is to examine the situation of our tourist information centers in context with information and personnel service. As a result we suggested some findings.

According to studies, tourism information provided by TIC is critical and decisive for specific travel type and leisure travelers visit TIC more often than the other types of travelers. The specific aspects of tourism information is accuracy and currency which based on the characteristics of intangibility and perishability. According to this encouragement, tourism information system should have to shifted to internet basis. This movement enabled tourism industry to make the atmosphere for portal or hub site for the effective operation of this system. The regionally networked system can make it possible to cope with some characteristics of tourism products. Reservations and information retrievals are major function of portal site.

The data from suppliers (hotels, restaurants, event organizers, transportation, attractions etc) must be up-dated, controled by regional TIC and the connections should be extended among the regional TICs.

* Nam-Seoul University