

# 국내외 농촌체험관광 포탈사이트 비교 분석을 통한 산촌체험마을 포탈사이트 개선 방안

전준현 · 김종호\* · 이광희 · 이덕재

국립산림과학원 산림경영과 · \*국제임업연구센터(CIFOR)

## Improvement of Internet Portal Sites for Mountain Villages by the Comparison of the Sites for Rural Tourism Villages Nationwide and Overseas

Jeon, Jun-Heon · Kim, Jong-Ho\* · Lee, Kwang-Hee · Lee, Dukjae

*Dept. of Forest Management, Korea Forest Research Institute*

*\*Center for International Forestry Research*

**ABSTRACT** : This study aims to compare internet portal sites for rural tourism, and to suggest the improved contents for homepage information on mountain villages under the Korea Forest Service. Design, interface, information source, and communication as estimation indicators were used to understand the characteristics of portal sites, and sub-items under indicators to analyse the portal sites were established. Nationwide portal sites were compared for rural tourism information. Also, German and Italian portal sites were compared as overseas cases. As a result, an internet portal site for information on mountain villages under the Korea Forest Service has to be improved as compared with other portal sites related to rural tourism. Firstly, it is necessary to modify and improve the category explaining mountain villages. Secondly, homepage for developing mountain villages has to be established and linked to potential visitors. Thirdly, portal sites for developing mountain villages subsequently have to be constructed under the site of the Korea Forest Service.

**Key words** : German rural tourism, Italian rural tourism, Mountain Village Tourism, Website Assessment

### 1. 서론

관광에 있어서 전통적인 미디어 방식은 이제 경쟁력을 갖추고 생존하기 위하여 인터넷 포탈과 같은 새로운 접근 방식으로 변화되고 있는 것이 현실이다(Smith and Jenner, 1998; Buhalis and Licata, 2002). 웹(World Wide Web)은 지역 관광을 증진시키기 위한 많은 잠재성을 갖고 있으며, 다른 광고 미디어에 비하여 상대적으로 저렴한 매체로서 인식되고 있다(Standing and Vasudavan, 2000). 이러한 인터넷과 전자상거래의 발전이 관광산업의 환경을 급변하게 하는 요인으로 작용하였기 때문에,

인터넷 포탈사이트 구축은 농촌관광 공급자와 수요자를 연결하는 효과적 홍보수단으로서 농촌관광을 촉진하는데 많은 기여를 할 수 있게 되었다(조순철, 2004; 엄봉훈, 2006). 농촌관광이 도시민의 농촌에 대한 체험욕구를 수용하여 농촌지역의 활력을 불러일으킬 사업의 하나로 인식되고 있는 점을 감안하면(조록환 등, 2005; 박덕병과 윤유식, 2006), 인터넷 포탈사이트를 통한 정보제공과 홍보는 농촌관광의 중요한 사업적 수단으로 보여 진다.

인터넷 포탈사이트는 인터넷 이용자들이 인터넷에 접속한 후 처음으로 방문하는 출입사이트를 의미하는 것으로 여기서 포탈의 사전적 의미는 관문이다(남윤희, 2002). 제1단계 포탈사이트는 전자우편, 검색, 상품정보, 혹은 뉴스제공 등의 단순 서비스이며, 제2단계는 다양한 분류항목과 기능을 결합하여 정보를 제공하는 형태이다.

Corresponding author : Lee, Duk Jae  
Tel : 02-961-2811  
E-mail : foeco@naver.com

마지막으로 제3단계 포털서비스는 가치와 체계의 결합이 이루어지며 하나의 공동체형을 지향한다(남윤희, 2002). 이러한 인터넷 포털사이트는 장소 마케팅에 있어서 매우 효과적인 수단이지만, 마케팅 이론에 의해 일반적으로 기술되는 방법과는 다른 접근법을 사용한다(Lin and Huang, 2006). 관광산업은 정보소통기술(ICT: Information Communication Technologies)에 의하여 영향을 받는데 특히 시장에 관광 상품을 어떻게 배분하고 알리는 지 그 방식에 의하여 영향을 받게 된다(Buhalis and Licata, 2002).

Stowers(1999)는 웹사이트의 내용, 정책적 활용, 경제 발전에의 기여, 상호작용 및 디자인 등의 측면에서 주정부와 도시정부의 정보기술 활용 상황을 분석하였는데, 여기서 구체적인 사업내용이 웹페이지와 웹디자인을 통해 효과적으로 나타날 필요가 있었다. 그러나 태생적으로 이미 웹디자인과 내용상에서 갈등의 문제를 야기할 소지가 있기 때문에 효율적인 방법을 도출하기가 용이하지 않은 않다(Loban, 1998; Susser and Ariga, 2006). 따라서 웹사이트를 평가하는 측면에서도 다양한 방법론이 제기될 수 있다. Tierney(2000)는 사이트의 효과를 조사하는 다양한 방법에 관해 연구한 결과, 표본의 성격에 따라 고유한 편향성이 있기 때문에 얼마나 효과적인지를 평가할 신뢰 있는 방법은 없다고 주장하였다. 그러나 현재 활용이 확대되고 있는 인터넷 웹사이트를 통한 정보서비스의 제공 확대 측면에서 인터넷 웹사이트의 평가를 위한 연구와, 나아가 고객 지향적 평가를 위한 고객중심의 평가지표와 평가항목의 개발은 필수적이라 하겠다(정재욱, 2002).

근래 들어 관광분야에서 관광관련 기업이나 자치단체에서 운영하는 인터넷 홈페이지 분석을 하면서, 이용자의 고객만족 측면에서 평가지표를 이용한 웹사이트 평가에 대한 연구가 진행되어 왔다. 오익근과 최재화(2000)는 광역자치단체 홈페이지의 관광정보, 즉 관광지 소개, 숙박시설, 교통안내 등 사이트 메뉴별로 체크리스트를 작성하여 각 지역의 광역자치단체별로 비교하였다. 조현준과 이훈(2001)은 문화관광축제의 홍보를 위한 인터넷 마케팅과 관련한 정보, 상품정보, 가격정보, 촉진정보, 유통정보 등으로 분류하고 각 정보 유형에 따른 세부사항들을 객관화된 양적지표로서 표시하여 비교를 수행하였다. 유지영 등(2005)은 충북지역 자치단체의 관광정보 웹사이트에 대하여 정보성, 디자인, 인터페이스, 고객서비스의 대분류 평가영역을 선정하고 각 대분류에 해당하는 세부항목을 선정하여 이용자 만족과의 관계를 확인하였다. 양승필(2006)은 제주지역 일반여행사의 웹사이트 운영체계를 비교평가하면서, 웹사이트 구성요소, 여행상품

구성/온라인 시스템, 관리자 편리성, 여행정보, 관광객 커뮤니케이션의 평가분야로 구성하여 온라인 정보유통의 문제점을 제시하고 효율적인 온라인 마케팅 방안을 제시하였다.

그러나 이렇게 관광정보를 제공하는 관광관련 기업이나 자치단체의 웹사이트에 대한 평가들이 이루어진 반면, 농촌체험관광과 관련하여서는 전반적으로 인터넷과 관련한 연구들이 미진한 실정이다. 농촌자원개발연구소(2004)에서 도시민의 농촌관광에 관한 다방면의 인식 및 실태 조사를 하면서, 농촌관광에 있어서 인터넷 활용의 정도가 부분적으로 기술되었으며, 황대용 등(2003)에 의하여 마찬가지로 농촌관광과 관련한 인터넷 이용도와 이용률 분석이 행하여진 바가 있다. 엄봉훈(2006)은 농산어촌 체험마을의 현황을 기술하기 위하여 인터넷 포털사이트의 체험마을 정보를 활용하였다. 그는 농어촌종합정보포털사이트, 전통테마마을, 팜스테이, 어촌체험마을, 산촌마을, 정보화마을 등 농촌관광 포털사이트들을 대상으로 하여, 농산어촌 체험마을의 현황자료와 체험활동 프로그램 및 마을별 주요시설 현황 등을 조사, 분석하였다.

실질적으로 농촌체험관광과 관련한 웹사이트에 대한 평가는 조순철(2004)이 농촌관광활성화를 위해 농촌관광 관련 포털사이트를 주요 기능별로 파악하고 웹사이트 운영현황과 실태를 비교한 것이 전부이다. 그는 농촌관광 포털사이트가 갖추어야 할 5가지 주요 기능으로서 ① 데이터베이스 기능, ② 검색기능, ③ 예약 및 상거래 기능, ④ 링크 기능, ⑤ 커뮤니케이션 기능 등을 선정하여, 체크리스트를 활용하여 각 기능별로 농촌관광 관련 포털사이트의 운영현황을 비교하였다. 하지만 그의 연구는 농촌관광과 관련한 포털사이트에 대한 관심을 제기하였다는데 큰 의의가 있음에도 불구하고, 포털사이트를 평가하는데 있어서 주요기능에 대한 평가지표로서의 세부항목들이 제시되지 않아, 보다 면밀한 평가지표를 도입, 활용할 필요성이 있는 것으로 판단되었다. 이러한 측면에서 농촌관광과 밀접한 관련이 있는 지역축제 웹사이트를 객관적인 지표를 통해 평가를 시도한 우찬복(2003)의 연구는 그 활용가능성이 높다고 하겠다. 우찬복(2003)은 디자인(Design), 인터페이스(Interface), 정보제공(Contents), 커뮤니케이션(Communication)의 총 4개 평가영역을 제시하여, 지역축제의 내용이 웹사이트 디자인상에서 효과적으로 표현되고 있는지를 측정하는 평가도구로서 적절하게 활용하였다.

현재 산촌개발마을 홈페이지는 산림청에서 운영하고 있는 산림휴양 포털사이트(www.foreston.go.kr) 내에 산촌마을이라는 카테고리 분류되어 있으나, 산촌마을의 내용을 세부 항목별로 제공하는 서비스가 전개되지 않아

방문객들의 다양한 욕구를 충족시키지 못하고 있다. 따라서 산림휴양포털사이트 내 산촌마을 부분의 콘텐츠를 다양화하여 신속하고 편리한 서비스를 제공하고 방문객의 이용과 인지도를 제고하기 위해서는 국내외에서 운영 중인 농촌체험관광 포털사이트를 평가하여 산촌개발마을 사이트를 개선하고 포털사이트 구축에 필요한 콘텐츠를 도출할 필요가 있다. 이에 본 연구에서는 디자인, 인터페이스, 정보제공, 커뮤니케이션 등의 부문으로 구성된 웹사이트 평가지표를 이용하여 자료수집과 정성적 평가 방법으로 국내외 농촌관광 관련 포털사이트를 분석, 비교하고, 이를 통해 산림휴양 포털사이트 내에 구축되어 있는 산촌마을 웹페이지에서 추가, 수정되어야 할 내용을 고찰하고 그 개선방안을 제안하고자 한다.

## II. 연구 방법

국내의 농촌관광 관련 포털사이트를 객관적으로 분석·비교하기 위해 우찬복(2003)이 제시한 웹사이트 평가기준을 활용하였다. 우찬복(2003)이 제시한 웹사이트 평가기준은 기존의 평가기준들이 단순하고 편중되어 있는 단점을 극복하고 국내외의 선행된 웹사이트 평가지표들을 분석하여 도출되었으며, 특히 농촌관광과 관련이 깊은 지역축제 사이트에 적용되었다는 점에서 본 연구를 수행하기에 적합한 평가지표로 판단되었다. 그는 국내외의 웹사이트 평가와 관련된 연구결과를 검토하여 디자인, 접근성, 인터페이스, 기술, 커뮤니티, 콘텐츠 등의 항목들이 공통적으로 나타나고 있음을 알아내고, 이들 중에서 공통적인 것을 하나의 영역으로 그룹화하고 재분류하는 과정을 통하여 디자인(Design), 인터페이스(Interface), 정보제공(Contents), 커뮤니케이션(Communication)의 총 4개의 평가영역을 분류, 제시하였다(우찬복, 2003). 제시된 평가지표는 각 세부항목별로 웹사이트의 기능적인 측면에서 객관화된 평가기준으로서 작용하여, 다른 웹사이트 들 간의 차이를 비교하는 것이 가능하였다. 따라서 본 연구에서는 공통적인 평가영역인 디자인, 인터페이스, 정보제공, 커뮤니케이션의 총 4개 범주에 대하여 농촌체험관광 포털사이트라는 연구주제에 부합하는 세부측정 항목을 설정하여 체크리스트를 작성하였다(표 1). 이 체크리스트를 이용하여, 각 포털사이트별로 세부 측정 항목의 해당 사항을 포함하고 있는 지를 체크하여 비교하였다.

조사대상 포털사이트로는 대상 마을 및 농가 단위의 홈페이지가 아닌 전국적인 범위를 포괄하는 사이트로서 마을정보제공, 예약기능, 쇼핑기능, 검색기능, 전자메일,

커뮤니티 등을 갖춘 종합적인 정보서비스를 제공하는 사이트를 선정하였다. 또한, 가능한 한 국가나 공공단체가 운영하는 사이트로서 지속적인 업데이트와 신속한 정보제공이 가능하고 한 곳에서 다양한 서비스를 제공받을 수 있어 방문객의 활용도가 높은 사이트를 주요 요건으로 하여, 2006년 10월 현재로 조사하였다. 국내에서 추진하고 있는 마을개발사업은 농림부 녹색농촌체험마을, 농촌진흥청 농촌전통테마마을, 해양수산부 어촌체험마을, 산림청 산촌개발마을 등이 있으며 그 외 행정자치부의 정보화마을과 농협의 팜스테이 마을이 있다. 또한 각 지자체와 개인사업자가 운영하는 사이트도 있으나 마을개발사업 추진 시 마을 선정부터 사후관리에 이르는 지원이 가능한 마을개발사업을 기준으로 한 포털사이트를 대상으로 선정하였다.

한편 해외 포털사이트는 1960년대부터 농촌관광을 추진하여 큰 성과를 거두고 있는 독일과 이탈리아를 대상으로 하였다. 우리나라와 달리 특이한 점은 독일과 이탈리아의 경우에는 농촌관광 포털사이트를 정부에서 운영하고 있지 않으며 농민협회 등 민간기구에서 주로 수익창출을 목적으로 운영하고 있는 것이 특징이다(김종호 등, 2007). 따라서 독일의 경우, 비영리 단체이며 연방식품, 농업, 소비자보호부 산하 정보서비스협회와 협력해 ‘농가에서 휴가를’ 캠페인을 이끌고 있는 독일농업협회(Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft)나 독일에서 가장 영향력 있는 농업 관련 이해단체 가운데 하나로 꼽히는 독일농민연맹(Deutsche Bauernverband) 등에서 주도적으로 운영하는 홈페이지를 대상으로 하였다. 이탈리아의 경우에도, 이탈리아 농업관광단체의 주된 홍보활동을 맡고 있는 농업관광협회(Associazione Agritur)나 전국적으로 인터넷을 통해 농촌관광을 홍보하고 있으며 이탈리아 농업협회에서 승인한 투리즈모 베르데(Turismoverde) 등에서 운영하는 홈페이지를 대상으로 하였다(표 2).

## III. 결과 및 고찰

### 1. 국내 농촌체험관광 포털사이트 현황

국내 농촌체험관광과 관련하여 선정된 포털사이트의 개별 현황을 자세히 살펴본 결과 사이트 별로 다음과 같은 결과들을 도출할 수 있었다.

첫째, 산림청의 ‘숲에ON’ 포털사이트는 산촌마을 카테고리에서 산촌체험마을로서 산촌개발마을을 소개하고 있으나, 세부 항목별 내용이 업데이트가 이루어지지 않아 2004년 이후 개발된 산촌개발마을에 대한 정보가 없는

표 1. 국내의 농촌체험관광 포털사이트 평가지표

평가영역		측정항목	번호
상위평가	하위평가		
디자인	SI (Site Identity)	포털사이트를 대표하는 심벌, 캐릭터, 로고가 있다	A1
		심벌, 캐릭터, 로고에 대한 설명이 있다	A2
	일관성	사이트 특성을 나타내기 위한 항목별 색상의 변화는 심하지 않다	A3
		메뉴바 위치의 변화가 없다	A4
		디자인의 통일성을 추구하면서 콘텐츠별로 차별화되어 있다	A5
인터페이스	편의성	포털사이트의 전용 도메인을 보유하고 있다	B1
		URL(Uniform Resource Locator)이 차별화되고 기억되기 쉽다	B2
		외국어를 지원하고 있다	B3
		매뉴얼이 간단명료하고 이해하기 쉽도록 구성되어 있다	B4
		현재의 위치와 전후의 단계가 정확하게 명시되어 있다	B5
		페이지 로딩이 빠르다	B6
		검색창이 구성되어 있다	B7
		검색엔진 등을 통해 해당 사이트로 쉽게 접속할 수 있다	B8
		고객 상담을 위한 게시판, 전화번호, 메일주소가 명시되어 있다	B9
		on-line 예약기능이 제공되고 있다	B10
		농·임산물을 인터넷 구매할 수 있도록 결제시스템을 갖추고 있다	B11
	구조성	사이트맵 기능이 제공되고 있다	B12
	연계성	지자체 및 관련 사이트와 링크되어 있다	B13
		포털사이트와 각 마을 홈페이지가 링크되어 있다	B14
정보제공	정확성	해당 포털사이트 특성 및 운영목적, 이용안내 등을 설명하고 있다	C1
		포털사이트에서 각 마을별 정보를 명시하고 있다	C2
	신속성	현재 마을에서 제공하는 이벤트, 축제 등의 정보가 제공되고 있다	C3
		정기적인 업데이트를 통하여 최신정보를 유지 한다	C4
	전문성	현재 마을에서 운영되고 있는 체험프로그램의 종류, 가격, 참여방법 등을 명시하고 있다	C5
		교통정보가 제공되고 있다	C6
		마을별 날씨 정보가 제공되고 있다	C7
		숙박시설에 대한 정보가 제공되고 있다	C8
		마을별 특산물 및 먹을거리 정보가 제공되고 있다	C9
		지역 및 인근 관광지에 대한 소개가 이루어지고 있다	C10
		텍스트뿐만 아니라 이미지와 동영상 등의 정보를 제공하고 있다	C11
커뮤니케이션	관계성	마을대표 담당자, 연락처 등이 잘 명시되어 있다	D1
		게시판 등을 통해 사이트 관리자와 방문객간의 의사소통이 원활하게 이루어지고 있다	D2
		방문자들의 질의에 관리자들이 3일내 답변을 하고 있다	D3
		메일링 서비스를 제공하고 있다	D4
	행동유발	포털사이트 이용 및 체험프로그램 참여를 증진시키고자 1달에 1회 이상 이벤트가 기획되고 있다	D5
		커뮤니티 및 방문후기를 통해 관련정보를 공유하고 간접경험을 제공하고 있다	D6
		커뮤니티 및 게시판 방문자들이 많고 활발하게 이용하고 있다	D7
		보다 효율적인 사이트 운영을 위해 아이디어 공모 및 의견수렴을 하고 있다	D8

표 2. 국내의 농촌체험관광 포털사이트 대상지 선정

구분	국내	독일	이탈리아
사이트명	- 숲에 ON (www.foreston.go.kr) - 농어촌종합정보포털 (www.nongchon.or.kr) - 농촌전통테마마을 (www.go2vil.org) - 바다여행 (www.seantour.com) - 정보화마을 (www.invil.org) - 팜스테이 (www.farmstay.com)	- 바우어른호프우어라우프도이칠란트 (www.bauernhofurlaub-deutschland.de) - 란트투어리즘스 (www.landtourismus.de) - 바우어른호프우어라우프 (www.bauernhofurlaub.com)	- 어그리투리즘모닷컴 (www.agriturismo.com) - 어그리투리즘모 (www.agriturismo.it) - 투리즘모베르데 (www.turismoverde.it)

것으로 나타났다.

둘째, 농림부의 ‘농어촌 종합정보포털’은 산림청 포털 사이트와 유사하게 농촌관광과 관련된 ‘그린투어’카테고리가 농어촌 종합정보포털사이트의 세부항목으로 포함되어 있으나, 그린투어(www.greentour.or.kr)라는 단일의 URL(Uniform Resource Locator)로 직접 접속이 가능하며 농촌관광과 관련된 다양한 서비스를 제공하고 있었다.

셋째, 농촌진흥청에서 운영하는 ‘농촌전통테마마을’은 각 마을에 대한 소개 및 다양한 테마로 마을 찾기 뿐만 아니라 커뮤니티를 통한 정보 교환, 테마마을 웹진을 통한 신속한 정보 제공 및 홍보·마케팅을 추진하고 있었다.

넷째, 해양관광 포털사이트인 ‘바다여행’은 어촌체험마을 뿐만 아니라 해양 관광을 촉진하기 위해 해수욕장, 바다낚시, 섬여행 등의 정보를 제공하고 있으나, 어촌체험관광은 바다여행정보 카테고리 세부항목으로서 체험프로그램 일정 및 가격 등에 대한 상세한 정보를 제공하지 못하고 있는 것으로 나타났다.

다섯째, 행정자치부의 ‘정보화마을’은 가장 콘텐츠가 풍부하고 관리가 잘 되어 있고, 지역주민의 참여도를 높이기 위한 각종 이벤트를 추진하고 있으며 예약 및 판매 시스템이 잘 갖추어져 있어 지역주민의 소득원 향상에 기여하고 있었다. 또한 정보화마을 홍보대사로 연예인을 위촉하여 정보화마을의 인지도를 제고하고 있으며 신속한 업데이트로 최신정보를 유지하고 있는 것으로 나타났다.

여섯째, 농협에서 운영하는 ‘농촌체험관광’ 사이트는 마을 예약기능과 체험프로그램 등을 소개하고 있으며, 특히 체험사진공모전을 통해 방문자들의 참여도가 높고

농협 e-쇼핑과 연계하여 농특산물 판매를 운영하고 있으나 농촌체험관광 포털사이트와 별도로 회원가입을 해야 이용할 수 있는 불편함이 있었다. 또한 농촌체험관광은 이전 팝스테이로 많이 알려진 사이트로 아직 세부 카테고리 및 콘텐츠가 구축되어 있지 않아 카테고리 중 팝스테이는 이전 홈페이지와 동일하며, 주말농장의 경우 세부내용이 없으며 농업인장터의 경우 팝스테이 안의 농업인장터와 중복되어 있는 것으로 나타났다.

## 2. 해외 농촌관광 관련 포털사이트 현황

### 가. 독일 농촌체험관광 포털사이트 현황

독일 농촌체험관광 포털사이트의 현황을 살펴본 결과 다음과 같은 사이트별 특징을 확인할 수 있었다(표 3). 첫째, 바우어른호프우어라우프도이칠란트(Bauernhofurlaub-deutschland)는 독일농민연맹 산하 농가민박 및 농촌관광 연방협의회(Die Bundesarbeitsgemeinschaft für Urlaub auf dem Bauernhof und Landtourismus in Deutschland e.V.)에서 운영하는 홈페이지이다. 독일의 지역별 농가민박 정보검색이 가능하며, 독일의 농가민박 및 농촌관광업소에 관한 카탈로그 및 뉴스레터도 제공하고 있다. 둘째, 바우어른호프우어라우프(Bauernhofurlaub)는 농촌휴가센터(Zentrale für den Landurlaub)가 운영하는 농가민박 데이터뱅크 홈페이지이다. 이 홈페이지의 가장 큰 기능은 농가민박 종사자와 소비자를 중개하기 위한 온라인 서비스라는 점이다. 주로 독일의 농가민박을 관광휴양지별로 검색할 수 있

표 3. 독일 농촌체험관광 포털사이트 현황

사이트명	카테고리	세부항목
Bauernhofurlaub-deutschland	메뉴	홈, 농가휴가
	정보	보도자료, 소개
	서비스	카탈로그 신청, 뉴스레터
Bauernhofurlaub	소개	소개, 연락처, 오시는 길, 간기(刊記)
	생산물	가이드북, 농가주변 생산물, 농가에서의 쇼핑
	휴가숙소 검색	Lastminute, 패키지 공급, 빈 숙소, 독일지역, 해외지역, 국가선택, 링크, 특별공급, 가장 인기 있는 농가들, 정보, 내가 원하는 숙소
	관리자창	정보, 로그인
Landtourismus	소식	자료실
	홈	-
	검색	지역·카테고리·서비스별 검색
	대회기준	농가운영자, 농가 휴가지 선정대회
	카탈로그	-
	보도자료	www.dlg.org로 이동 *DLG(German Agricultural Society): 독일농업협회
링크	관련 사이트	

으며, 아울러 주변국들(오스트리아, 이태리, 스위스, 프랑스, 스페인, 덴마크, 스웨덴, 네덜란드, 벨기에, 폴란드, 포르투갈, 헝가리)의 정보도 검색이 가능하다. 셋째, 란트투어리스무스(Landtourismus)는 독일농업협회(DLG; Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft e.V.)의 검증을 받은 민박을 비롯한 농촌숙박시설을 소개하고 있으며 농가 휴가지 선정 대회의 기준도 설명하고 있다. 그리고 독일어, 불어, 영어, 네덜란드어 등의 서비스와 주변지역에 대한 설명, 여행안내, 할인 또는 기획 여행상품 및 여행계획 코스 등도 소개하고 있는데, 독일 지역별로 각종 농가 휴가지를 검색할 수가 있고, 각 휴가지의 홈페이지도 링크가

되어 있다.

나. 이탈리아 농촌체험관광 포털사이트 현황

독일과는 달리, 이탈리아 농촌체험관광 포털사이트의 현황을 살펴 본 결과 다음과 같은 사이트별 특징을 확인할 수 있었다(표 4). 첫째, 투리즈모베르데(Turismoverde)는 1981년에 이탈리아 농업협회에서 승인한 단체로서 총 농가 수는 약 2,500여개로 이탈리아농촌관광(Agriturismo in Italia)의 사이트와 제휴하여 농촌관광활동을 돕고 있으며 포털사이트라기 보다는 다른 농가 홈페이지로 이동할 수 있도록 관문역할을 하고 있다. 다른

표 4. 이탈리아 농촌체험관광 포털사이트 현황

사이트명	카테고리	세부항목
Turismoverde	농촌관광이란 무엇인가	-
	투리즈모 베르데는 무엇인가	소개, 사업, 활동, 위치
	국내 지역 사무소	대표 사무소, 지역사무소
	농촌관광에 대한 모든 것	2000년 가이드(소개, 서문, 법률, 농촌관광, 결론)
	농촌관광에 대한 법규	농촌관광 국가법, 각 주의 지방법
	투리즈모 베르데에 가입한 농가에 대해서	농가 운영자들이 지켜야 할 수칙(10가지)
	온라인 농촌관광 가이드	- 가이드 (자연에서 보내는 휴가, 소개, 온천의 역사), - 정보와 법률(농촌관광이란 무엇인가, 투리즈모 베르데는 무엇인가, 투리즈모 베르데에 가입한 농가에 대해서, 농촌관광에 대한 법규) - 각 주별 정보 (지방별 사무소, 온천, 박물관, 이벤트, 특산물, 검색)
농촌관광을 위한 보험증서	민사 책임, 재난, 산불, 절도 및 약탈, 사법적 보호	
Agriturismo.com	이용할 수 있는 농가	각 지역별 검색
	신규 가입 농가	각 지역별로 농가 소개
	이벤트 농가	계절별 이벤트, 질문, 구인, 구직, 기타, 글 올리기
	링크	-
	자료실	-
	사업가이드	어그리투리시모,com의 사업에 대한 소개
	궁금한 점	숲, 화로, 밤나무, 건조실, 식물간략소개, 조리법
	조리법	-
	뉴스레터	-
	자주하는 질문	-
Agriturismo	로그인	-
	홈	-
	검색	지역, 카테고리, 서비스별 검색
	여행기	농촌관광을 하고 난 후 소감
	포럼	각종 게시판(농촌관광, 구인·구직, 법률 등)
	쇼핑	각 지역의 농산물들을 판매
	유용한 정보	농촌관광에 필요한 정보제공
	로그인	-
회원가입	-	

홈페이지와 다른 점은 농촌관광에 대한 법률, 특징 등을 자세히 설명하고 있으며 농촌관광 홍보를 목적으로 하고 있다. 또한 농가단위의 프로그램보다 국가, 주 단위의 프로그램 위주로 정보를 제공하고 있다. 둘째, 어그리투리즘모닷컴(Agriturismo.com)은 투리즈모베르데 사이트의 정보를 기반으로 운영되고 있으나 각 농가의 기본적인 소개만 있을 뿐 농가의 사진, 약도, 예약사항 확인 등의 상세한 정보가 부족하다. 차별화되는 점은 매주 할인 이벤트를 하는 농가를 소개하고 각 주별 독특한 조립법 등을 소개하고 있다는 점이다. 셋째, 어그리투리즘(Agriturismo)은 5년 전에 구축된 사이트로서 이탈리아 농촌관광협회에서 인증을 받아 농가들과 방문자를 연계하여 자체 기준에 따라 고객맞춤형 서비스를 제공하고 있다. 해당 사이트가 이탈리아 모든 농가들을 포괄하고 있지는 않으나 사이트 관리자들이 농가의 서비스와 홈페이지에 게재되는 방문자들의 의견을 평가기준으로 하여 각 농가들을 관리하고 있다. 또한, 농가의 예약 서비스를 대행하고 있지는 않으나 농가 운영자와 방문자를 연계하여 보다 신속한 예약 서비스를 제공하고 여행사를 통한 것이 아니므로 중개수수료가 없고 10% 할인 혜택도 제공하고 있다.

개의 농촌체험관광 포털사이트 중 바다여행과 정보화마을만이 로고와 캐릭터를 사용하고 있었다. 아직 인지도가 높지는 않으나 홍보·마케팅용으로 사용되고 있었다. 해외 포털사이트의 경우에도, 독일과 이탈리아 사이트 모두 로고나 캐릭터를 사용하고 있으나 로고와 캐릭터에 대한 설명은 '어그리투리즘모닷컴'에서만 하고 있었다. '어그리투리즘모닷컴'의 로고는 처음엔 농가의 밭에서 직접 키우는 해바라기 사진을 홈페이지에 올려놓았으나 방문객들의 반응이 좋아 디지털 화하여 이미지를 활용하고 있었다.

#### 나. 인터페이스(Interface)

국내 농촌체험관광 포털사이트 대부분이 전용 도메인을 사용하고 있고 URL(Uniform Resource Locator) 또한 차별화되고 기억되기 쉽도록 구성되어 있으며 영어, 일본어 등의 외국어를 지원하고 있었다. 또한 방문객의 이용편리를 고려하여 정보화마을과 농촌체험관광의 경우 온라인 예약기능 및 농·임산물 구매 결제시스템을 갖추고 있었다. 국내에서는 정보화마을 포털사이트가 인터페이스 부분에서 가장 높은 점수로 평가되었으나 너무 많은 콘텐츠를 포괄하고 있어 메인페이지가 복잡하고 해당 서비스로 찾아가기 어려운 면이 있는 것으로 평가되었다(표 6).

외국 사이트의 언어지원의 경우, '란트투어리즘스'의 경우 프랑스, 영어, 네덜란드어를 지원하고 있으며 '어그리투리즘모닷컴'의 경우 영어, 독일, 불어, 스페인어를, '어그리투리즘'의 경우 영어와 독어를 지원하고 있었다. 고객의견수렴의 경우 독일은 담당자별 연락처가 명시되어 있으며 고객의견수렴 게시판은 없고 이메일을 통해 이용할 수 있고 이탈리아는 3개의 홈페이지 모두 고객의

### 3. 국내외 농촌체험관광 포털사이트 콘텐츠 비교 분석

#### 가. 디자인(Design)

국내의 농촌체험관광 포털사이트의 디자인을 평가한 결과, 모든 사이트가 일관성 측면에서는 양호한 것으로 판단되었으나, 사이트의 정체성을 표현하는 로고 및 캐릭터에서는 차이가 있는 것으로 나타났다(표 5). 국내 6

표 5. 포털사이트 디자인 평가

사이트명	측정항목	SI		일관성		
		A1	A2	A3	A4	A5
국내	숲에ON	X	X	0	0	0
	농어촌종합정보포털	X	X	0	0	0
	농촌전통테마마을	X	X	0	0	0
	바다여행	0	0	0	0	0
	정보화마을	0	0	0	0	0
	팜스테이	X	X	0	0	0
독일	Bauernhofurlaub-deutschland	0	X	0	0	0
	Landtourismus	0	X	0	0	0
	Bauernhofurlaub	0	X	0	0	0
이탈리아	Agriturismo.com	0	0	0	0	0
	Agriturismo.it	0	X	0	0	0
	Turismoverde	0	X	0	X	0

표 6. 포털사이트 인터페이스 평가

사이트명	측정항목	편의성										구조		연계성	
		B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	B8	B9	B10	B11	B12	B13	B14
국내	숲에ON	X	X	O	O	O	O	X	X	O	X	X	O	X	X
	농어촌종합정보포털	O	O	X	O	O	O	O	O	O	X	X	O	O	O
	농촌진흥청테마마을	O	O	O	O	O	O	O	O	O	X	X	O	X	O
	바다여행	O	O	X	X	X	O	O	O	O	X	O	O	O	X
	정보화마을	O	O	O	X	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O
	팜스테이	O	O	X	O	O	O	O	O	O	O	O	O	X	O
독일	Bauernhofurlaub-deutschland	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	X	X	O	O
	Landtourismus	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	X	X	O	O
	Bauernhofurlaub	O	O	X	O	O	O	O	O	O	X	X	X	O	O
이탈리아	Agriturismo.com	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	X	X	X	X
	Agriturismo.it	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	X	X	O	O
	Turismoverde	O	O	X	O	X	O	O	O	O	O	X	X	O	X

표 7. 포털사이트 정보제공 평가

사이트명	측정항목	정확성			신속성		전문성					
		C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11
국내	숲에ON	O	O	X	X	X	O	X	X	X	O	O
	농어촌종합정보포털	O	O	O	O	O	O	X	O	O	O	O
	농촌진흥청테마마을	O	O	O	O	O	O	X	O	O	O	X
	바다여행	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O
	정보화마을	O	X	O	O	O	O	X	O	O	O	O
	팜스테이	O	O	O	O	O	O	X	X	O	O	O
독일	Bauernhofurlaub-deutschland	O	O	X	O	O	O	O	O	O	O	O
	Landtourismus	X	O	X	O	O	O	X	O	X	O	O
	Bauernhofurlaub	O	O	O	O	X	X	X	O	X	X	X
이탈리아	Agriturismo.com	O	O	O	O	O	X	X	O	O	O	O
	Agriturismo.it	O	O	O	O	O	X	X	O	X	O	O
	Turismoverde	O	O	O	X	O	O	X	O	O	O	X

견수령을 하고 있으나 모든 사람이 이용할 수 있는 자유 게시판이 아닌 1:1메일서비스를 통해 이용할 수 있도록 하였다. 온라인 예약기능의 경우 독일과 이탈리아 포털 사이트 모두 인터넷을 통해 결제까지 가능한 온라인 예약기능은 없으며 대부분 예약 신청서를 작성하여 이메일로 보내는 기능만 제공하고 있었다. 농산물 판매의 경우 독일은 농산물을 판매하는 홈페이지가 없으며 이탈리아의 경우 게시판을 통해 판매 상품을 소개하고 링크된 쇼룸에서 구입하도록 되어 있었다.

다. 정보제공(Contents)

국내 포털사이트의 경우, 산림청 '숲에ON' 포털사이트의 경우 마을별 상세한 정보제공, 이벤트 및 축제 정보, 정기적이고 신속한 업데이트, 체험프로그램 종류 및 참

여방법, 숙박시설 정보, 먹을거리 정보 제공 등의 내용이 보장되어야 할 것으로 파악되었다. 한편, 바다여행의 경우 교통정보, 이미지와 동영상을 이용한 정보제공, 지역별 날씨정보까지 제공하고 있어 정보 분야에서 우수 포털사이트로 평가되었다(표 7).

해외 포털사이트의 경우, 정보 제공측면에서 독일은 해당 포털사이트에서 농가 홈페이지로 들어가야만 해당 정보를 얻을 수 있어 불편함이 있었다. 이탈리아 역시 농가단위가 아닌 주(州)와 주도(州都) 단위로 정보를 제공하고 있을 뿐이었다. 체험프로그램의 경우, 독일은 농작물 수확에서 레포츠까지 농가단위에서 다양한 프로그램을 운영하고 있으며 이탈리아는 지역별로 기후 등 자연여건에 따라 다양한 프로그램을 운영하고 있었다. 정보제공 수단의 경우 독일, 이탈리아 모두 텍스트 외에



표 8. 포털사이트 커뮤니케이션 평가

사이트명	측정항목	관계성				행동유발			
		D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7	D8
국내	숲에ON	X	X	X	X	X	X	X	X
	농어촌종합정보포털	O	O	O	O	O	O	O	O
	농촌전통테마마을	O	O	O	O	X	O	X	X
	바다여행	O	O	O	O	X	O	O	O
	정보화마을	O	O	O	O	O	O	O	O
	팜스테이	O	O	O	O	X	O	O	O
독일	Bauernhofurlaub-deutschland	O	X	X	O	X	X	X	X
	Landtourismus	O	X	X	X	X	X	X	X
	Bauernhofurlaub	O	X	X	X	X	X	X	X
이탈리아	Agiturismo.com	O	X	X	O	O	O	O	X
	Agiturismo.it	O	X	X	O	O	O	O	X
	Turismoverde	O	X	X	X	X	X	X	X

사진 정보를 제공하고 있으며 동영상이나 플래시 등을 활용한 사이트는 없었다.

**라. 커뮤니케이션(Communication)**

'숲에ON' 포털사이트의 가장 취약한 부분으로서 방문객과 관리자와의 의사소통이 전혀 이루어지지 않고 있는 것으로 파악되었다. 농어촌종합정보포털과 정보화마을의 경우 게시판을 통한 질의응답은 3일내에 이루어지고 있으며 메일링 서비스를 통해 방문객의 참여도와 인지도를 제고하고 있었다. 또한 한 달에 1회 이상 이벤트를 개최하고 방문후기 게시판을 활발한 이용으로 방문객의 마을 선택수단으로 활용되고 있었다. 특히, 게시판을 이용한 아이디어 공모 및 방문자 의견수렴을 통해 방문자 이용 측면에서 포털사이트가 꾸준히 관리되고 있어 방문자의 이용만족도가 높을 것으로 판단되었다.

해외 포털사이트에서 농가 연락처 명시인 경우 독일은 농가 대표 담당자, 연락처 등을 게재하고 있으나 게시판 관리자와 방문객과의 의사소통은 이루어지지 않고 있었으며, 이탈리아 포털사이트는 농촌관광을 체험한 후 농가 홈페이지 하단에 꼬리말처럼 쓸 수 있는 게시판이 있어 농가를 방문했던 사람들이 각 농가를 평가하여 농가 방문 예정자들의 좋은 정보로 활용되고 있었다(표 8).

**마. '숲에ON' 포털사이트 개선방안**

이상에서와 같이, 디자인, 인터페이스, 정보제공, 커뮤니케이션 등 4개의 부분으로 국내외 포털사이트를 분석한 결과, 독일 및 이탈리아 농촌체험관광 포털사이트가 국내 포털사이트 보다 전반적으로 양호하지 않게 나타났으며 국내의 경우보다 다양하고 상세한 정보를 제공하지 못하고 있어 포털사이트라기 보다는 농가 홈페이지로 들

어갈 수 있는 관문 역할을 하고 있는 경우가 많았다. 특히, 커뮤니케이션 부분에서는 독일의 경우 단순히 담당자 연락처, 메일링 서비스만 제공하고 있어 방문자와 관리자, 지역 주민 간 교류가 거의 없는 것으로 파악되었다. 해외사이트 중에는 상대적으로 독일의 바우어른호프우어라우프도이칠란트(Bauernhofurlaub-deutschland)와 이탈리아의 투리즈모베르데(Turismoverde) 포털사이트가 많은 세부항목들이 표현되어 양호한 것으로 분석되었다.

국내 포털사이트 중에서는 정보화마을(행정자치부), 바다여행(해양수산부) 등이 우수한 것으로 나타났으며, 반면 '숲에ON' 포털사이트는 산촌마을 카테고리과 관련하여 타 포털사이트에 비해 전반적으로 체크 항목이 적어, 다른 우수 포털사이트를 참조하여 구축할 필요성이 있는 것으로 판단되었다. 현재 산촌개발마을 홈페이지는 산림청에서 운영하고 있는 산림휴양 포털사이트 '숲에ON' 내에 산촌마을이라는 카테고리로 분류되어 있으나, 세부 항목별로 제공하는 서비스가 많지 않아 방문객들의 다양한 욕구를 충족시키지 못하고 있다. 더군다나 산촌개발마을에 체험프로그램을 도입하여 '산촌생태마을'로서의 전환을 도모하는 시점에서 인터넷 포털사이트를 통한 홍보는 필수적이라 하겠다. 따라서 각 부분별 평가지표에 따라 '숲에ON' 포털사이트의 산촌마을 관련 웹사이트를 향상시킬 수 있는 구체적인 방안을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 디자인 측면에서는 산촌개발마을만의 로고, 캐릭터 등을 개발하여 홍보·마케팅용으로 사용하고 디자인의 통일성을 고려하여 산촌개발마을만의 동질의 색감을 유지하고 메인페이지에 너무 많은 내용을 담지 않도록 해야 한다.

둘째, 인터페이스 측면에서는 산림휴양포털사이트에서 독립하여 산촌개발마을만의 포털사이트를 구축하고 ‘네이버’와 ‘다음’ 등과 같은 검색 포털사이트와 행정 기관 홈페이지와도 연계하여 방문자의 이용을 활성화 한다. 또한 외국어를 지원하여 외국인도 산촌을 방문할 수 있도록 매뉴얼을 쉽고 간결하게 만들고 방문자의 이해와 선택이 용이하도록 하며 온라인 예약 기능 및 결제 시스템을 갖추어 편의성을 높인다.

셋째, 정보제공의 측면에서는 산촌개발마을 포털사이트에 대해 알기 쉽고 재미있게 구성하고 타 부처 마을개발사업과의 차이점 등 산촌개발마을만의 특성을 강조한다. 특히, 각 마을별 소개, 교통정보, 연락처, 사진, 체험프로그램, 숙박시설, 특산물, 먹을거리, 주변관광정보 등 상세한 정보를 제공하고 마을별 홈페이지가 있다면 링크하도록 한다. 또한 정기적인 업데이트를 통해 최신 정보를 유지하고 사진 및 동영상 등을 통해 방문자의 이해와 관심을 높이도록 하며, 방문자가 신뢰할 수 있는 정보를 제공할 수 있도록 정기적이고 지속적인 갱신(Update)을 담당하는 포털사이트 관리자를 두어 관련 축제 및 이벤트 등 최신정보를 제공한다.

넷째, 커뮤니케이션 측면에서는 방문자와 관리자, 지역주민이 교류할 수 있는 게시판, 커뮤니티 등을 개설하고 문의사항 및 건의사항 등을 적극 수렴한다. 또한 지역별, 주제별로 산촌개발마을 주민들 간 정보교환 및 교류할 수 있는 공간을 제공하여 산촌마을의 관리·운영의 효율성을 높이도록 한다. 현재 도농교류 및 인터넷 판매를 할 수 있는 기반이 미약한 산촌마을이 많으므로 특산품을 판매할 수 있는 직거래 장터를 제공하는 것도 좋을 것으로 판단된다. 특히, 방문자들이 커뮤니티 및 방문후기 등에 적극적인 참여를 할 수 있도록 관련 정기적인 이벤트를 개최하고 산촌개발마을 포털사이트의 이용 및 인지도를 높이도록 해야 한다.

#### IV. 결 론

본 연구의 목적은 디자인, 인터페이스, 정보제공, 커뮤니케이션 등의 부문으로 구성된 웹사이트 평가지표를 이용하여 자료수집과 정성적 평가 방법으로 국내의 농촌관광 관련 포털사이트를 분석, 비교하고, 이를 통해 산림휴양 포털사이트 내에 구축되어 있는 산촌마을 웹페이지에서 추가, 수정되어야 할 내용을 고찰하고 그 개선방안을 제안하는데 있다.

현재 산림휴양포털사이트 ‘숲에 ON’에 소개된 산촌마을은 콘텐츠나 내용, 구성, 참여도 등 정보제공 측면에서

미흡한 편이며 현재 더 많은 콘텐츠를 구성하여 사이트를 개선하여도 열악한 산촌개발마을의 실정으로는 더 많은 정보를 제공할 수 없다. 따라서 단기간에 산촌개발마을 포털사이트를 구축하기 보다는 현재 산촌개발 모델마을이 성공적으로 사업을 추진하거나 마을별 산촌개발사업의 효과가 나타난 후 정보의 내실화와 인지도를 고려하여 단계별로 포털사이트를 개선, 구축해야 할 필요성이 있다. 구체적인 단계별 제안을 하면 다음과 같다.

1단계는 현재 텍스트 위주로 설명되어 있는 산촌개발사업 설명 등을 방문자들이 좀 더 쉽고 재미있게 산촌마을을 이해할 수 있도록 재구성해야 하며 특히, 농촌마을과 산촌마을의 차이점 등 산촌마을만의 특성을 강조할 수 있는 그림이나 사진 등 다양한 시각자료를 활용할 필요성이 있다. 지역별 산촌마을의 경우 2004년 이후 완료된 산촌개발마을이 누락되어 있으므로 업데이트가 필요하며 각 마을별 소개도 개요와 상세정보만으로 구분되어 설명하고 있으므로 특산물, 구매처, 약도(그림위주), 사진, 체험프로그램, 마을 홈페이지 등 좀 더 메뉴를 다양화하여 추가할 필요가 있다. 또한 방문자가 어떻게 찾았는지(약도), 무엇을 할 수 있는지(체험 프로그램), 어디에서 잘 수 있는지(민박), 무엇을 사고 먹을 수 있는지(특산물 및 음식) 등 방문자 맞춤형 서비스를 제공할 수 있어야 한다.

2단계로서는 2006년부터 시작된 산촌개발마을은 홈페이지 구축이 가능하나 기존의 산촌개발마을은 홈페이지가 없는 경우가 많으므로 마을별 데이터베이스 수집 및 홈페이지 구축을 위한 사업비 지원이 필요하며 산촌마을 체험기 등 방문자의 참여도를 활성화하기 위해 관련 이벤트를 개최하고 산촌주민들 간, 방문자와 관리자가 의견 교환을 할 수 있는 게시판이나 커뮤니티를 개설할 필요성이 있다. 또한, 현재 도농교류 및 인터넷 판매를 할 수 있는 기반이 미약한 산촌마을이 많으므로 특산물 판매의 기반을 갖춘 마을과 연계하여 인터넷 직거래 장터를 제공할 수 있어야 할 것이다.

3단계로는 2단계를 거쳐 관련방문횟수가 증가하고 조성된 산촌마을의 체험프로그램 및 관련시설의 기반이 구축되면 산촌개발마을 포털사이트를 별도로 구축할 필요성이 있다. 산촌개발마을 포털사이트의 이름은 공모를 통해 확정하거나 가장 기억되기 쉽고 산촌의 특성을 나타내는 포털사이트명과 URL(Uniform Resource Locator)을 만들고 행정기관 홈페이지와 각종 검색포털사이트와 연계하여 방문자의 이용을 활성화해야 할 것이다. 또한, 방문자들의 다양한 의견과 지역주민의 건의사항을 종합하여 필요한 콘텐츠를 구성하고 산촌 외에 산악, 등산, 휴양 등의 정보를 제공하기 위해 ‘숲에 ON’과도 연계해야

한다. 메인페이지에 너무 많은 내용을 담지 않도록 하고 산촌개발마을만의 로고, 캐릭터 등을 개발하여 홍보·마케팅용으로 사용해야 할 것이다. 이 외에도, 회원가입을 통해 방문객의 지속적인 이용과 관심을 높이고 이벤트 개최 및 마을소식 등의 정보를 담은 메일링 서비스를 제공해야 할 것이다. 마을별 숙박시설 및 체험프로그램 이용이 쉽도록 온라인 예약 기능 및 결제시스템을 구축하고 해당 마을의 날씨, 교통, 인근 명소, 향토음식 등 종합여행정보를 제공해야 한다. 특히, 포털사이트의 특성을 고려하여 마을홈페이지와의 링크는 해놓아도 방문객의 편의성을 고려하여 포털사이트 내에서 얻을 수 있는 정보는 모두 제공하도록 하고 방문객이 신뢰할 수 있는 정보를 제공할 수 있도록 정기적이고 지속적인 갱신(Update)을 담당하는 포털사이트 관리자 등 필요한 인력이나 예산을 확보해야 할 것이다.

본 연구는 농촌관광관련 포털사이트를 평가·비교 하면서, 다음과 같은 한계를 내포하고 있다. 첫째, 관련 포털사이트를 객관적으로 비교하기 위한 평가지표의 적용에 있어서 한계점을 갖는다. 이러한 한계점을 극복하기 위하여 일정한 간격과 범위를 가진 척도를 사용하는 방법을 지양하고, 평가항목에 대한 사이트별 유무만을 확인하는 체크리스트 방식을 적용하였지만, 현실적으로 완벽한 평가지표를 도출하여 적용하기에는 한계가 있었다. 둘째, 조사대상 사이트를 선정하는데 있어서, 특히 해외 포털사이트의 선정에는 언어의 한계가 작용하였다. 이러한 한계점들에도 불구하고, 본 연구는 농촌관광 관련 웹사이트를 객관적으로 입증된 동일한 평가지표 체크리스트를 사용하여 비교하여, 특정 포털사이트의 개선방안을 제시하였다는 데 의의를 들 수 있을 것이다. 향후 관련 연구에 있어서는 농촌관광과 관련한 보다 객관적인 평가지표를 도출하려는 노력과 더불어 농촌관광 수요자 측면에서의 이용자 기반(User-based) 평가가 이루어져서 농촌관광 웹사이트 방문자가 선호하고 만족하는 내용들이 제시되어야 하겠다.

## 참고문헌

1. 김종호, 전준현, 이덕재, 2007, 독일 및 이탈리아의 농산촌관광 정책과 현황, 국립산림과학원 연구자료 제281호.
2. 남윤희, 2002, 유아교육 인터넷 포털사이트 실태분석에 관한 연구, 배재대학교 석사학위논문, pp106.
3. 농촌자원개발연구소, 2004, 농촌관광 실태 및 선호도 조사 연구. 수원: 농촌진흥청, pp200.
4. 박덕병, 윤유식, 2006, 농촌관광개발의 사회경제적인 영향과 성공요인, 호텔관광연구 20 : 131-143.
5. 양승필, 2006, 제주지역 일반여행사의 웹사이트 운영체계 비교평가에 관한 연구, 문화관광연구, 8(1) : 163-181.
6. 엄봉훈, 2006, 그린투어리즘을 위한 농산어촌 체험마을 현황 분석, 농촌계획 12(4) : 125-133.
7. 오익근, 최재화, 2000, 인터넷 관광정보 구성 분석-광역자치단체의 홈페이지를 중심으로, 관광학연구 23(2): 31-46.
8. 우찬복, 2003, 웹사이트 평가지표에 기초한 지역축제 웹사이트 분석, 한국경제지리학회지 6(1) : 193-209.
9. 유지영, 조용길, 이익수, 2005, 관광정보 웹사이트 평가요인, 관광연구저널 19(2): 129-142.
10. 정재욱, 2002, 지방자치단체의 웹사이트 평가에 관한 연구-고객만족도 평가와 지표개발을 중심으로, 청주대학교 박사학위논문, pp150.
11. 조록환, 박덕병, 노용호, 2005, 도시민의 농촌관광 실태 및 선호도 분석, 문화관광연구 7(3) : 203-224.
12. 조순철, 2004, 농촌관광활성화를 위한 인터넷 포털사이트 운영실태 및 개선방안, 한국도시행정학회 도시행정학보 17(2) : 85-110.
13. 조현준, 이훈, 2001, 인터넷마케팅과 관광축제 정보 분석, 문화관광연구 3(1): 7-20.
14. 황대용, 조영숙, 강경하, 2003, 도시민의 농촌관광 인터넷사이트 이용실태 분석. 문화관광연구 5(2) : 329-344.
15. Buhalis, D. and Licata, M. C. 2002, The future eTourism intermediaries, *Tourist Management* 23(3) : 207-220.
16. Lin, Y. and Huang, J. 2006, Internet blogs as a tourism marketing medium-A case study, *Journal of Business Research* 59(10-11) : 1201-1205.
17. Loban, S. R. 1998, Effective documents for tourism information systems, *Information Technology and Tourism* 1 : 59-71.
18. Smith, C. and Jenner, P. 1998, Tourism and the Internet, *Travel and Tourism Analyst* 1 : 62-81.
19. Standing, C. and Vasudavan, T. 2000, The marketing of regional tourism via the Internet lessons from Australian and South African sites, *Marketing Intelligence and Planning* 18(1) : 45-48.
20. Stowers, G. N. L. 1999, Becoming Cyberactive: State and Local Governments in the World Wide Web, *Government Information Quarterly* 16(2) : 111-127.

21. Susser, B. and Ariga, T. 2006, Teaching e-commerce web page evaluation and design: a pilot study using tourism destination sites, Computers and Education 47(4) : 399-413. survey results, Journal of Travel Research 39(2) : 212-219.
22. Tierney, P. 2000, Internet-based evaluation of tourism website effectiveness - Methodological issues and

---

\* 접수일 : 2007년 11월 2일

■ 3인 익명 심사필