

지역문화관광 웹사이트의 분석 및 개선 방안에 관한 연구 : 부산광역시의 문화관광정보시스템을 중심으로

A Study on the Analysis and Improving Plan of the Local Culture & Tourism Website :
Focusing on the Culture & Tourism Information System of Busan Metropolitan City

김 희 경*
Hee-Kyung Kim

차 례

- | | |
|---------------------------------|---------------------------------|
| 1. 서론 | 4. 지역문화관광 웹사이트의 사례 분석 |
| 2. 지역문화관광의 일반적 의미와
웹사이트의 필요성 | 5. 지역문화관광 웹사이트의 개선 방안
• 참고문헌 |
| 3. 지역문화관광 웹사이트에 관한 선행연구 | |

초 록

본 연구의 목적은 지방정부에서 제공하는 문화관광정보 웹사이트가 콘텐츠와 서비스적인 면에서 충실하지 못하므로 지역문화관광 웹사이트의 분석을 통해 문제점을 분석하고 개선 방안을 모색하는 것이다. 연구의 방법은 지역문화관광 웹사이트를 분석 및 평가하기에 적합한 요인들을 도출한 한국관광공사 지자체 관광분야 홈페이지 평가지표인 콘텐츠 평가, 사용성 평가, 디자인 평가, 상호작용성 평가의 4개 항목을 근거로 분석을 실시하였다. 연구결과 지역문화관광 웹사이트의 가장 큰 문제점은 사용자중심의 콘텐츠와 서비스가 부족하다는 것이었다. 따라서 자유로운 관광경로 설정, 예약시스템의 보완, 다양한 검색 기능의 강화 등 지역문화관광 웹사이트는 사용자의 요구를 반영한 맞춤형 정보를 제공하여야 한다.

키 워 드

관광정보, 지역문화관광, 테마관광정보, 문화관광정보시스템, 사용자 맞춤형 서비스

* 한국외국어대학교 문화콘텐츠학과 박사과정
(Dept. of Cultural Contents, Graduate School of Hankuk University of Foreign Studies,
nigajota5@hanmail.net)
• 논문접수일자 : 2007년 8월 17일
• 게재확정일자 : 2007년 11월 27일

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze the problems of regional culture and tourism websites and to seek for the ways to improve those websites since the culture and tourism information websites of local government do not provide enough contents and service. This research is based on following 4 indicators, content evaluation, usability evaluation, design evaluation and interactivity evaluation which are used to evaluate tourism homepages of municipality by Korea Tourism Organization. The result of this research came out with the issue that regional cultural tourism websites lack user-oriented contents. Therefore, regional culture and tourism websites need to provide the custom-made information such as setting a free tourist route, complementing reservation system and diversifying the range of search.

KEYWORDS

Tourism Information, Local Culture & Tourism, The Theme Tourism Information, Culture & Tourism Information System, User-personalized Service

1. 서론

1.1 연구 목적

지방자치단체의 출범은 지방정부의 역할을 강화시켰고, 주 5일제의 확산은 많은 사람들이 문화관광을 접할 수 있게 하였다. 문화관광은 산업기반이 갖춰지지 않은 지방정부가 가장 쉽게 접근할 수 있고, 인간을 여유롭게 하

는 수단이다.

이에 많은 지방정부가 웹사이트를 통해 문화관광정보 서비스를 제공하고 있다. 2006년 기준 통계에 의하면 문화관광정보를 입수한 경로는 ‘인터넷 웹사이트’가 52.1%로 가장 많았고, 두번째로는 ‘친구, 친지, 동료’가 51.7%, 세번째로는 ‘TV, 라디오, 신문, 잡지 등의 보도’가 17.6%였다(〈표 1〉). 연도별 여행정보 입수경로를 보면 ‘인터넷’을 통해서 2005년보

〈표 1〉 문화관광정보 입수경로 (단위: %)

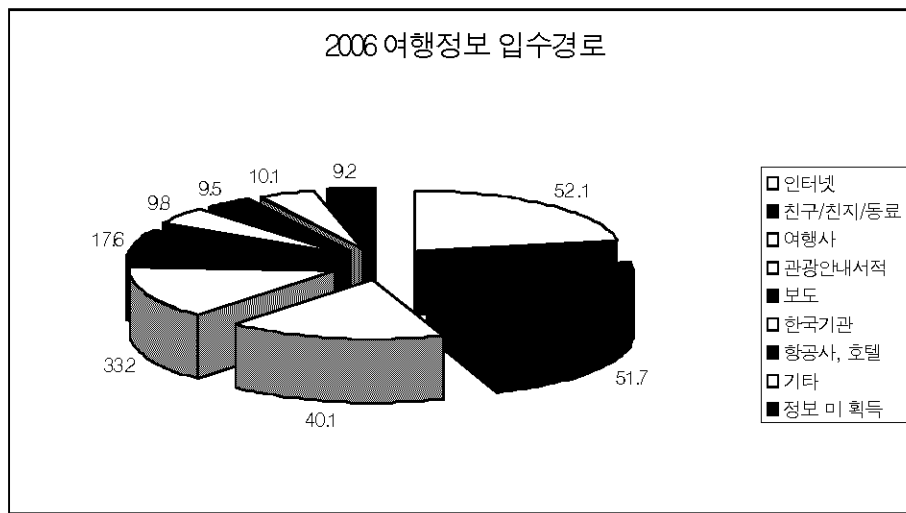
입수경로	인터넷	친구/친지/동료	여행사	관광 안내서적	보도	한국기관	항공사, 호텔	기타	정보미획득
중복응답	52.1	51.7	40.1	33.2	17.6	9.8	9.5	10.1	9.2

출처 : 한국관광공사. 2006. 『2006년 외래관광객 실태조사』, 3(5):76. 〈표3-23〉재구성

다 다소 하락하였지만, 2003년 이후 많은 증가율을 보이고 있다(〈그림 1〉, 〈표 2〉).

인터넷을 이용하여 문화관광정보를 입수하는 횟수는 해마다 증가세를 보이고 있으나 이용자의 만족도는 그에 비례하지 않는다. 그 이유는 문화관광 웹사이트의 접근 경로가 중복되거나 찾기가 어려운 경우가 많고, 독립적이

고 종합적인 문화관광 포털사이트의 역할보다는 시나 군 단위 행정 사이트의 일부로서 존재하는 문제, 지방자치단체마다 경쟁적으로 문화관광 웹사이트를 만들다 보니 지역별 차별성을 띠지 못하는 문제, 그리고 무엇보다 제일 큰 문제는 사용자를 고려하지 않은 정보시스템 등의 문제가 있기 때문이다. 따라서 본 연



〈그림 1〉 2006 여행정보 입수경로

〈표 2〉 연도별 문화관광정보 입수경로 (단위: %)

	2006년	2005년	2004년	2003년
인 터 넷	52.1	57.4	22.8	27.5
친구/친지/동료	51.7	37.8	36.4	36.2
여 행 사	40.1	24.3	28.9	26.0
관 광 안 내 서 적	33.2	25.8	24.2	18.4
보 도	17.6	27.7	25.8	26.8
한 국 기 관	9.8	5.3	6.3	5.8
항 공 사 / 호 텔	9.5	4.6	4.6	4.2
기 타	10.1	8.4	6.7	9.2
정보 얻지 않음	9.2	7.2	9.6	8.1

출처 : 한국관광공사, 2006. 『2006년 외래관광객 실태조사』, 3(5):76. 〈표3-24〉

구의 목적은 지역문화관광 웹사이트를 콘텐츠·사용성·디자인·상호작용성 평가의 4개 영역으로 구분하여 구체적인 분석을 실시함으로써, 지역문화관광 웹사이트의 개선 방안을 찾고자 하는 것이다.

1.2 연구 방법

일반적인 국내의 웹사이트의 평가요인을 살펴보고, 거기에서 지역문화관광 웹사이트를 분석 및 평가하기에 적합한 요인들을 도출한 한국관광공사 지자체 관광분야 홈페이지 평가지표를 근거로 한 평가항목에 따라 분석한다.¹⁾

평가지표는 개괄적인 평가지표와 세부적인 평가지표로 나뉜다. 전자는 대분류, 중분류, 소분류, 평가항목 분류로 구분하고 가중치를 부여하였다. 대분류는 콘텐츠 평가, 사용성 평가, 디자인 평가, 상호작용성 평가의 4개 항목을 가진다. 소분류는 콘텐츠 평가의 경우 충실성·흥미성·차별성·전문성·신속성·신뢰성·정확성·홍보성·기능성의 9가지로, 사용성 평가의 경우는 구조성·사용자 편의성의 2가지로, 디자인 평가에 있어서는 가독성·일관성·독창성·은유성·감성의 5가지로, 상호작용성 평가에 있어서는 사용자 참여·운영자 참여의 2가지로 분류하였다.

분석할 사이트의 선정은 웹사이트의 순위 전문 사이트인 100hot²⁾과 랭키닷컴³⁾을 기준으로 하였다. 방문자 수로 순위가 매겨지는 두 사이트에서 3년간 방문율이 높은 지역문화관광 웹사이트인 부산광역시 문화관광정보시스템⁴⁾을 선정하였다.

2. 지역문화관광의 일반적 의미와 웹사이트의 필요성

2.1 관광정보의 정의

지역문화관광 웹사이트를 정의하기 전에 관광정보라는 큰 범위의 정의를 먼저 알아본다.

2.1.1 일반적 정의

관광정보란 관광 관련 정보를 제공함으로써 이용자(수요자 및 공급자 포함)의 관광 욕구를 충족시키며, 목적 지향적인 관광활동을 위해 가치 있는 형태로 수집·가공·제공되는 일련의 관광 관련 정보를 말한다. <표 3>은 연구자별 관점에 따른 관광정보에 관한 정의다.

2.1.2 종합적 정의

<표 3>에서 본 바와 같이 관광정보의 개념

1) 한국관광공사, 2006년. 『한국관광공사 지자체 관광분야 홈페이지 평가지표』

2) <http://www.100hot.co.kr>

3) <http://www.rankey.com>

4) <http://visit.busan.kr/kor/index.html>

〈표 3〉 관광정보에 관한 일반적 정의

연구자	개 념	관점
교통개발 연구원 (1989)	관광현상과 직·간접적으로 관련된 정보와 관광객과 관광지원, 관광지, 관광산업 등의 수요 및 공급에 관한 통계자료와 자료의 결과치로서 객관적으로 계량화된 일체의 자료	경제적 관점
박희석 (1993)	관광자에게 관광환경과 관련된 관광활동의 특정한 목적을 위하여 가치 있는 형태로서 처리 및 가공된 자료나 정보원	정보관점
최병길 (1993)	국내외의 관광관련 업체에서 관광자 또는 여행자를 위해 제공되는 자료	관광매체 관점
이명진 (1994)	관광자들이 관광행동을 선택 및 결정하는 데 필요로 하는 정보를 제공할 목적으로 관광경험에 대한 정보를 수집하고 가치를 평가하여 이를 근거로 관광지와 관광지 내에서의 여가활동에 대한 정확하고 유익한 정보를 제공하고 안내 및 해설을 통하여 관광자들의 만족 수준을 높임은 물론, 관광지의 관리도 용이하게 하는 것	정보관점
김흥운 (1995)	관광지의 목적 지향적인 행동에 요구되는 유익한 일체의 소식	관광지 관점
체예병 (1998)	수요 측면으로는 관광정보는 관광육구 충족과 관광객의 관광활동을 지원하기 위해 요구되는 정보이며 공급 측면에서의 관광정보는 경영의 관점으로 관광기업 경영에서 의사결정 시 요구되는 관광 관련 정보	경제적 관점
황경진 (1998)	관광대상에 대하여 관광자의 관광육구 충족을 위한 관광 행위의 수준으로서 관광자가 얻고자 하는 사전 및 사후의 총체적인 지식획득	정보관점
주장건 (1999)	여행자, 관광자들이 목적 지향적인 행동을 선택하는 데 유익한 일체의 알림사항	관광자 관점
한국관광 연구원 (1999)	관광자들의 관광육구 충족을 위한 관광 관련 정보의 수집된 자료	관광자 관점

을 수요측면과 공급측면으로 나누어 볼 수 있는데, 수요측면에서의 관광정보란 관광자의 관광육구를 충족시키고, 목적 지향적인 관광 활동을 위해 가치 있는 형태로 처리·생산·전달되는 관광 관련 정보라 정의할 수 있으며, 공급측면에서 관광정보란 관광자들이 관광행동을 선택, 결정하는 데 필요로 하는 정보를 제공할 목적으로 관광자들의 관광경험에 관한 정보를 수집하고 가치를 평가하여 이를 근거로 관광지와 관광지 내에서의 여가활동에 대한 정확하고 유익한 정보를 제공하고 안내 및 해설

을 통해 관광자들의 만족수준을 높임은 물론 관광지의 관리도 용이하게 하는 것을 말한다.

2.1.3 관광정보의 특징

관광정보의 정의를 바탕으로 무형성, 가치 특정성, 매체 의존성, 지역연계성의 4가지 특징을 가진다. 무형성은 관광정보는 관광지의 상황이나 현황에 대한 소식이나 자료로서 일반 소비재와는 달리 손에 잡히는 형태를 취하고 있지 않다는 점이고, 가치특정성은 관광정보는 그것을 필요로 하는 사람에게만 가치를

갖는 지식이며, 매체 의존성은 관광정보는 관련 서적, TV, 관광안내소, 관광안내원, 관광안내자료, 웹사이트 등을 통하여 전달되고 제공되어 진다는 것이다. 마지막으로 지역연계성은 관광은 지역과 밀접한 관련을 가지므로 지역의 유래, 산업, 특산물, 입지조건 등을 고려하지 않을 수 없다는 점이다.

2.2 관광정보 웹사이트의 특징

2.2.1 관광정보 웹사이트의 정의

관광정보 웹사이트란 관광정보를 제공하는 웹사이트로서 인터넷의 장점을 살려 타 매체들과 차별화된 관광목적지 및 관광 관련 정보를 제공하는 서비스를 말한다. 사용자들의 자발적인 방문으로 자신들의 요구를 충족하기에 적합하고, 시간적, 공간적, 경제적 제약이 없어서 사용이 용이하다.

2.2.2 관광정보 웹사이트의 특징

우리나라의 관광정보 웹사이트는 한국관광공사, 지방자치단체, 민간업체로 구별할 수 있으며, 한국관광공사와 지방자치단체의 관광정보는 관광지, 관광시설의 소개, 숙박, 교통, 음식 등 개괄적인 정보의 제공이 주가 되어 운영목적이 관광공사와 지자체 홍보에 일차적인 목표를 두고 있다. 민간업체의 경우는 관광지, 관광시설의 소개는 개괄적으로 정보를 제공하고, 자회사의 정보나 회원사와의 연계를 통한 실질적인 정보, 교통, 숙박시설의 예약, 가격

정보 서비스 등을 제공하고 있다.

2.2.3 관광정보 웹사이트의 중요성

첫째, 시·공간을 초월하여 문화관광정보를 얻을 수 있다. 주 5일제 근무 시행 이후 문화관광정보에 대한 수요가 날로 증가하고 있다. 인터넷은 수요를 충족시켜줄 수 있는 가장 빠른 매체이며, 폭넓은 정보를 다양한 미디어를 통하여 전달할 수 있다. 인터넷을 통한 문화관광정보 서비스는 시·공간에 구애받지 않으므로 언제 어디서나 필요한 정보를 얻을 수 있다.

둘째, 웹사이트의 대표적 특징인 상호작용성과 함께 개인화된 서비스를 지향하는 것이 최근의 추세다. 그것은 사람들이 갈수록 자신이 원하는 정보만 취하려는 경향이 높아지고 있다는 것이다. 특히 문화관광정보에 있어서는 천편일률적인 서비스 제공을 지양하고 다양한 고객 집단을 만족시킬 수 있는 서비스의 제공이 필요한데, 그 예로 문화관광코스를 일별, 테마별로 사용자가 직접 설정할 수 있다는 것과 게시판을 통한 원활한 의견 제시와 수렴이 활발해진다는 것이다.

셋째, 문화관광정보 웹사이트는 지역 정보화와 의사소통의 매개체로 활용할 수 있다. 문화관광 관련 정보를 체계화하여 방문을 유도하는 촉진제의 역할과 현재의 관광시장의 특성을 알 수 있게 한다는 점에서 지역 관광의 매력물을 인식하게 한다.

넷째, 문화관광정보 웹사이트는 지역 대표로서의 역할을 할 수 있다. 지방자치단체 문화관

광정보 웹사이트는 해당 지역을 대표하는 사이트로 항상 새로운 모습을 보여줄 수 있어야 하는데, 이것이 바로 경쟁력의 원천이 된다. 사용자들은 지자체의 문화관광정보 웹사이트를 보고 지방자치단체를 평가하게 된다.

3. 지역문화관광 웹사이트에 관한 선행연구

최근 몇 년간의 문화관광 웹사이트 관련 연구동향을 살펴보면 오익근(1998)은 “우리나라 관광정보안내시스템과 韓日 등 주요국의 인터넷 관광정보 분석”에서 관광정보안내 서비스 및 지자체의 인터넷 홈페이지의 이용현황 및 내용을 파악하여 문제점과 개선 방안을 제시하였다. 문제점은 관광객이 필요로 하는 관광정보 내용의 빈약성, 정확한 정보의 미흡, 최신 정보의 수록 부족, 이용자의 편의 부족 등을 지적하여 관광객 지향적인 문화관광 웹사이트 개발되어야 함을 강조하였다.

오익근, 최재화(2000)는 “인터넷 관광정보 구성 분석-광역시자치단체의 홈페이지를 중심으로”에서 광역자치단체 홈페이지의 평가요소를 정보메뉴, 사이트 맵, 검색엔진, 링크, 지도, 제안코너, 정보 수정 일자, 연락처 등 8가지 항목을 제시하였다. 항목에 따른 평가 결과 많은 광역자치단체 홈페이지가 정보메뉴가 체계적이지 못하고, 다양한 검색 조건이 부재하며, 정보 수정이 원활하지 못한 점을 지적하

여 사용자를 고려한 관광정보 웹사이트를 개발하여야 한다고 주장하였다.

홍일유·정부현(2000)은 “인터넷 웹사이트의 포괄적 평가모형에 관한 연구”에서 인터넷 웹사이트의 콘텐츠와 서비스 현황을 디자인, 비즈니스 기능의 지원 여부, 신뢰감, 인터페이스, 기술, 커뮤니티, 콘텐츠, 기타(종합적 만족도, 재방문율, 방문자 수) 등 8개 항목으로 평가하였다. 평가 결과 정보를 제공하는 웹사이트에서 가장 중요한 것은 콘텐츠, 판매를 목적으로 하는 웹사이트에서는 신뢰성, 고객 서비스를 위주로 하는 웹사이트에서는 디자인이 각각 중요함을 소개하여 목적에 맞는 웹사이트를 개발하여야 함을 밝혔다.

홍서영(2001)은 “사용자 중심의 웹사이트 평가모형 개발”에서 웹사이트를 평가하기 위해 고려되어야 하는 요소는 견고함, 편리함, 즐거움의 세 가지 차원을 제안하였다. 견고함은 시스템의 안정성, 신뢰성, 혁신성의 세 가지 요소를 평가하고, 편리함은 내용성, 사용성, 상호작용성에 대해 평가하고, 즐거움에 대한 평가는 디자인의 심미성, 경험성에 대한 평가를 고려하였다. 연구결과 평가요소가 모두 사용자의 만족도에 의존함을 확인하였다.

이성옥(2006)은 “문화관광 웹사이트 평가와 만족에 관한 연구”에서 문화관광 웹사이트의 이용자 만족도와 재이용 의사에 영향을 미치는 요인을 디자인, 정보성, 사용자 편리성, 고객 서비스 등 4가지 항목으로 설정하고 관련 사이트를 분석한 결과 게시판과 커뮤니티

의 효과적 사용, 자료 다운로드 및 이메일을 통한 관광정보제공의 고객센터와 정보의 다양성, 정확성, 유용하고 특색 있는 정보의 제공 등 이용자의 만족도를 높일 수 있도록 다양하고 유용한 문화관광정보의 지속적인 업로드 및 웹사이트의 정기적인 관리 방안이 모색되어야 함을 강조하였다.

이상의 선행연구를 살펴본 결과 각각 몇 가지의 항목을 가지고 평가를 하였고, 그 결과 대부분 사용자 위주의 문화관광 웹사이트가 개발되어야 함을 강조하였다. 그러나 몇 가지 한계점이 있다. 전문적인 지역문화관광 웹사이트 평가에 대한 모델 없이 인터넷 웹사이트의 평가 지표를 차용하여 분석하였으므로 일

반적인 웹사이트 평가와 차별화되지 못하고 있다는 것이다. 따라서 본 논문에서는 한국관광공사 지자체 관광분야 홈페이지 평가지표인 콘텐츠 평가, 사용성 평가, 디자인 평가, 상호작용성 평가의 4개 항목을 근거로 가중치를 달리하여 지역문화관광 웹사이트를 분석하였다.

4. 지역문화관광 웹사이트의 사례 분석

4.1 국내외 웹사이트의 평가요인

일반적으로 웹사이트를 평가할 때 사용되는 기준표를 <표 4>에 제시한다. 각 평가 사이트마다 상이한 평가요인을 가지고 있다.

<표 4> 웹사이트 평가 사이트와 평가요인

구분	평가 사이트	평가요인
국내	한국관광공사(http://www.knto.or.kr)	콘텐츠, 사용성(사용자 편의), 디자인, 상호작용성
	한국인터넷대상 (http://www.contest.co.kr)	정보가치성, 주제충실도, 표현성, 디자인, 구현기술난이도
	삼성경제연구소(http://www.seri.org)	유저인터페이스, 디자인, 콘텐츠, 커뮤니티, 기술, 신뢰성, 전략, 비즈니스
	한국능률협회(http://www.kma.or.kr)	시스템평가(상호작용성, 편리성, 시각디자인 보완성), 상품/정보의 다양성, 상품/정보의 신뢰성, 비용, 정보의 개별성, 종합적 만족
	한국웹사이트평가개발원 (http://www.kwi.or.kr)	3C-D-T(Contents, Community, Commerce, Design, Technology)
	HuNet(http://www.hunet.co.kr)	Contents, Commerce, Communication, Community, Customer, Design, Safety&Technology
국외	PCMagazine(http://www.pcmag.com)	Design, Performance, Security, Usability
	Webjective(http://www.webjectives.com)	Site Contents, Site Design, Site Usability, Online Tactics, Partner Site, Competitor site의 구성요소(Components)
	The Webby Awards (http://www.webbyawards.com)	Contents, Structure and Navigation, Visual Design, Functionality, Interactivity, Overall Experience

4.2 지역문화관광 웹사이트 분석 및 평가요인

〈표 4〉를 분석해 본 결과 대부분의 평가 사이트들은 상업적이거나 홍보적인 성격을 띠는 웹사이트를 평가하기에 적합하였다. 상품이나 거래, 비즈니스, 기술 등 경제재 위주의 평가요인들로 구성되어 있어 지역문화관광 웹사이트만 전문적으로 평가하는 사이트는 극히 드문 실정임을 알 수 있다.

지역문화관광 웹사이트는 상업적이 아니라 공공적인 성격을 나타내므로 크게 콘텐츠, 사용성, 디자인, 상호작용성의 4영역으로 구분하고, 각 영역별 항목을 설정한 한국관광공사의 ‘한국관광공사 지지체 관광분야 홈페이지 평가지표’가 적합하다고 판단하여 다음에서 4

영역의 평가지표와 가중치, 그에 따른 사례분석을 실시하였다.

4.2.1 평가기준 및 가중치

가중치의 순위를 볼 때, 콘텐츠 평가의 가중치가 40%로 가장 높고, 두번째는 상호작용성 평가로 가중치가 30%, 세번째는 사용성 평가로 가중치가 20%, 마지막은 디자인 평가로 가중치가 10%이다(〈표 5〉). 콘텐츠 평가의 가중치가 가장 높은 것과 디자인 평가의 가중치가 가장 낮은 것은 그 동안 많은 웹사이트가 화려한 외형에 집중되어 있어 콘텐츠에 집중하지는 의미로 해석할 수 있다. 상호작용성 평가의 가중치가 두번째로 높은 것은 얼마나 사용자의 참여를 유도하고 있는지, 사용자의 요구를 잘 파악하고 있는지를 판단하는 기준이라고 하겠다.

〈표 5〉 지역문화관광 웹사이트 평가기준 및 가중치

대분류		중분류		소분류		평가항목 분류
항목	비율	항목	비율	항목	비율	평가항목 (가이드라인)
콘텐츠	40%	총실성	40%	교 통	5%	교통수단/교통경로/지도(약도)/교통안내
				관광지	20%	다양한 관광정보/흥미와 질적인 내용
				테마관광	20%	추천관광/계절관광/코스관광
				음식점	5%	추천 음식점/메뉴별 검색/예약
				행 사	10%	축제 정보/문화행사 및 공연 정보
				숙 박	5%	숙박업소 분류/시설안내/예약
				여가레저	20%	다양한 여가레저/흥미와 질적인 내용구성
				사회문화	5%	유무형 문화재/인물정보/고유문화 및 전통정보
				쇼핑/특산품	5%	시양정보/공급 및 유통정보/온라인거래
				부가정보	5%	위급지원/일기예보/여행상식/관광안내

대분류	중분류		소분류		평가항목 분류	
콘텐츠		흥미성	20%	흥미성	100%	칼럼/여행리포트/이벤트/맞춤형여행검색/여행소식/멀티미디어 등
		차별성	5%	차별성	100%	특화서비스/개인화서비스
		전문성	5%	전문성	100%	통계자료/관광 보고서/보도/뉴스
		신속성	5%	신속성	100%	현재성/적시성/업데이트 관리
		신뢰성	5%	신뢰성	100%	콘텐츠 제공의 신뢰성/업소 정보의 신뢰성/개인정보보호
		정확성	5%	정확성	100%	오자/탈자/맞춤법/피드백의 정확성
		홍보성	5%	홍보성	100%	포털사이트 도메인 등록/도메인 관리/e-브로슈어/메일링 서비스/유관기관 홍보
		기능성	10%	기능성	100%	GIS/동영상/VR/검색 기능
사용성	20%	구조성	40%	정보 체계화	40%	정보 깊이의 적절성
				정보 분류	30%	정보의 논리적 구분/분류 체계의 다양성
				레이블링	30%	보편타당성 및 직관성
		사용자 편의성	60%	내비게이션	40%	내비게이션 기능의 적절성, 하이퍼링크 연계성
				사용성	40%	사용자 편의성/기능의 피드백
				위치성	20%	메뉴의 반전/위치경로 표시
디자인	10%	가독성	20%	내용표현	40%	표현의 조화성/주목성/간결성
				레이아웃	60%	여백/사용자 동선/디자인적 독창성
		일관성	20%	일관성	100%	일관된 스타일 적용
		독창성	20%	독창성	100%	메인페이지 독창성/관광정보의 독창성
		은유성	20%	은유성	100%	은유적 표현
		감성	20%	심미성	40%	사이트 콘셉트와 색상의 타당성
				조화성	30%	색상 등 대비효과
				느낌	30%	지자체 특성의 분위기 표현
상호작용성	30%	사용자 참여	60%	매개체	50%	여행체험 및 사용자 참여공간
				활성화	50%	사용자의 매개체 활용
		운영자 참여	40%	매개체	50%	FAQ/질의응답코너/온라인설문조사
				활성화	50%	운영자의 신속하고 친절한 응대

출처 : 한국관광공사. 2006. 『한국관광공사 지자체 관광분야 홈페이지 평가지표』, II(1.가).

4.2.2 세부 평가 지표

1) 콘텐츠 평가(가중치 40%)

중분류	소분류	비율	평가지표
충실성 (40%) (콘텐츠)충실성	교통정보 (5%)	20%	기차, 자가용, 렌터카 등 교통수단을 이용하는 방법에 대해 상세하게 설명하고 있는가
		30%	원하는 목적지까지 이동할 수 있도록 다양한 경로를 제공하고 있는가
		30%	관광지 및 업소 등을 찾아갈 수 있도록 지도 및 약도 정보를 상세하게 설명하고 있는가
		20%	ITS 교통정보 등 지역 내 교통안내 정보를 활용하고 있는가
	관광지정보 (20%)	30%	공원, 산 등 다양한 관광지정보를 제공하고 있는가
		30%	여행 전, 여행 중, 여행 후에 필요한 관광정보를 제공하고 있는가
		20%	사용자의 관심을 높일 수 있을 만큼의 흥미 있는 내용인가
		20%	관광정보 제공 시 부대시설, 주차시설, 요금정보 등 기본적인 내용을 상세하게 설명하고 있는가
	테마관광 (20%)	40%	베스트 관광지, 추천관광, 느낌별 여행, 영화 및 드라마가 있는 여행 등 지역별 특색이 있는 테마관광정보를 상세하게 설명하고 있는가
		20%	계절별 등 시기에 적합한 추천 관광정보를 제공하고 있는가
		40%	당일코스, 1박2일 등 코스관광 프로그램 정보는 사용자의 관심을 높일 수 있을 만큼의 흥미가 있는 내용으로 구성되어 있는가
	음식점정보 (5%)	30%	음식점 전경, 다양한 음식 메뉴, 사진 등을 상세하게 설명하고 있는가
		30%	특정 메뉴별 음식점 검색기능을 갖추고 있는가 (예. 한식요리, 중화요리, 일식요리, 패스트푸드)
		30%	지역 내 추천 음식점 정보를 소개하고 있는가
		10%	전화예약 안내 또는 온라인예약 기능을 제공하는가
	행사정보 (10%)	40%	월별, 계절별 축제 정보를 소개하고 있는가
		40%	최근 문화행사 및 공연 정보를 신속하게 제공하고 있는가 (예. 뉴스, 공지사항 등)
		20%	행사 정보에 필요한 내용을 기본적으로 제공하고 있는가 (예. 행사 요약, 행사내용, 행사장소 등)
	숙박정보 (5%)	20%	민박을 포함하여 숙박업소별 분류는 체계적으로 되어 있는가
		10%	숙박업소로 찾아가는 교통편 혹은 무료 교통편(예. 셔틀 버스)에 대한 정보를 상세히 설명하고 있는가
10%		신설 숙박업소를 소개하고 있는가	

중분류	소분류	비율	평가지표
충실성 (40%) (콘텐츠)충실성		30%	숙박업소 전경, 내부 시설 등 사용자가 신뢰할 수 있을 만큼의 숙박 시설 안내 정보를 상세하게 설명하고 있는가
		10%	숙박업소의 등급이 명시되고 있는가
		10%	전화예약 혹은 온라인예약 기능을 제공하고 있는가
		10%	해당 사이트에서 숙박에 관한 예약 및 취소 등이 가능한가
	여가레저 정보 (20%)	20%	레포츠 등 다양한 여가레저 정보가 제공되고 있는가
		10%	레포츠 장비 대여에 대한 정보가 제공되고 있는가
		20%	레포츠 전문가들의 체험 또는 사용자의 단기 교육 등에 대한 정보가 제공되어 있는가
		10%	다양한 레포츠 이용에 대한 가격정보가 제공되어 있는가
		20%	실제 레포츠 활동을 담은 동영상, 사진 등이 제공되어 있는가
		20%	사용자가 체험을 해보고 싶을 만큼의 흥미 있는 내용인가
	사회문화 정보 (5%)	30%	유무형 문화재 정보를 제공하고 있는가
		30%	유무형 문화재를 직접 체험해 볼 수 있는 기회를 제공하고 있는가
		10%	인물정보(역사인, 인물, 묘지 등)를 제공하고 있는가
		30%	지역 고유문화 및 전통정보를 제공하고 있는가
	쇼핑/ 특산품정보 (5%)	20%	상품/특산품 사양에 대해 상세하게 설명하고 있는가
		20%	상품/특산품의 공급 및 유통정보를 제공하여 공급자의 신뢰도를 높이고 있는가
		20%	온라인 거래 방법을 누구나 알 수 있도록 쉽게 설명하고 있는가
		10%	온라인 거래의 안전성 보장에 대해 설명하고 있는가
		20%	지역의 특색을 나타낼 수 있는 특산품 정보는 사용자의 눈에 잘 띄게 표현되어 있는가
		10%	특산품을 홍보할 수 있는 흥미적인 기능이 제공되는가
	부가정보 (5%)	20%	위급지원 안내정보를 제공하고 있는가
		20%	관광지의 날씨정보를 제공하고 있는가
		20%	그 지역 여행에 관한 상식정보가 있는가
		20%	관광안내소 소개정보가 있는가
		20%	통역/관광안내도우미 등 자원봉사 정보를 제공하고 있는가

중분류	소분류	비율	평가지표
흥미성 (20%) (콘텐츠>흥미성)	칼럼/ 여행리포트 (20%)	100%	여행 관련 전문가 칼럼 혹은 여행 관련 취재정보 등을 제공하고 있는가
	이벤트 (20%)	100%	온라인 이벤트를 주기적으로 실시하고 있는가
	맞춤형여행 검색(10%)	100%	사용자 스스로 사전 여행 계획을 세울 수 있도록 맞춤형 여행 검색 기능을 제공하고 있는가
	여행소식 (10%)	100%	사용자에게 흥미를 높일 수 있는 최근 여행 소식을 제공하고 있는가
	할인쿠폰 (10%)	100%	업소 소개 페이지 등에서 사용자에게 온라인상에서 출력 가능한 특정 음식점이나 숙박업소의 할인쿠폰을 제공하고 있는가
	추천관광지 (10%)	100%	월별 베스트 관광지 혹은 신규관광지를 소개하고 있는가
	사진갤러리 (10%)	100%	지역의 대표적인 관광지를 홍보할 수 있는 사진갤러리 정보를 제공하고 있는가
	동영상 갤러리(5%)	100%	지역의 대표적인 관광지를 홍보할 수 있는 동영상 갤러리 정보를 제공하고 있는가
차별성 (5%) (콘텐츠>차별성)	e-POST (5%)	100%	대표적인 관광지 모습을 담은 동영상 우편엽서를 제공하고, 사용자는 이를 친구나 지인에게 e-post 할 수 있는가
	서비스 (50%)	100%	그 지역의 차별성을 특징적으로 나타내는 관광정보 서비스 혹은 별도의 홈페이지를 운영하고 있는가
전문성 (5%) (콘텐츠>전문성)	개인화 (50%)	100%	멤버십 제도를 통한 사용자들의 연락처 정보의 수집을 바탕으로, 각 사용자에게 맞는 관광정보를 제공 할 수 있는가 (예, 뉴스레터 등)
	통계자료 (50%)	100%	그 지역 관광 통계, 관광 관련 보고서 등 전문성이 높은 자료를 제공하고 있는가
신속성 (5%) (콘텐츠>신속성)	보도/뉴스 (50%)	100%	그 지역 관광지에 관한 방송 내용, 일간지나 신문의 기사 내용을 따로 발췌, 날짜별로 제공하고 있는가
	현재성 (40%)	100%	관련 정보는 최신 상태를 유지하는가
	적시성 (40%)	100%	자료 제공 시 적시성을 고려하고 있는가
신뢰성 (5%) (콘텐츠>신뢰성)	콘텐츠점검 및 관리 (20%)	100%	주기적인 콘텐츠에 대한 점검 및 관리 여부를 알 수 있는가
	콘텐츠 제공의 신뢰성(40%)	100%	홈페이지 콘텐츠 담당자를 투명하게 공개(담당자 이름, 부서명, 전화번호, 이메일 등)하고 있는가
	업소 정보의 신뢰성 (30%)	100%	관광정보와 관련 있는 업소 전화, 업소 담당자, 이메일 등 연락처 정보를 제공하고 있는가

중분류	소분류	비율	평가지표
	개인정보 보호(30%)	100%	숙박업소나 행사 예약 시, 예약자 정보보호 기능을 갖추고 있는가
정확성 (5%) (콘텐츠)정확성	오자/탈자/맞춤법(50%)	100%	오자 및 탈자의 오류, 맞춤법 등이 정확한가
	피드백의 정확성(50%)	100%	잘못된 개인정보 입력 오류 시에, 즉각적인 피드백이 되어 오류가 무엇인지 정확하게 나타나는가
홍보성 (5%) (콘텐츠)홍보성	포털 사이트 도메인 등록(30%)	100%	지자체 홈페이지 도메인 이름이 주요 포털사이트에 등록되어 있어 이용자의 접속률을 높이고 있는가
	도메인 관리(30%)	100%	도메인 검색 결과가 상위 페이지에서 나타날 수 있도록 국내외 주요 포털사이트를 수시로 점검, 확인하고 있는가
	e-브로슈어(20%)	100%	홈페이지에 관광정보를 담은 e-브로슈어(brochure)를 제공하고 사용자가 이를 우편 혹은 다운로드 받아 볼 수 있는가
	메일링 서비스(10%)	100%	좋은 콘텐츠라고 판단되는 경우 뉴스레터 등 메일링 서비스를 통해 홍보를 잘하고 있는가
	유관기관 홍보(10%)	100%	지자체 홈페이지 제작 및 관리에 도움을 준유관기관의 리스트를 제공하는가
기능성 (10%) (콘텐츠)기능성	GIS(40%)	25%	관광정보, 테마관광, 이벤트, 행사, 대중교통 등 관광정보 제공 시 GIS시스템과 연동하였는가
		25%	연동된 GIS는 정확한 위치 값을 관리하고 있는가
		25%	사용자들이 쉽게 이용할 수 있는 GIS 기능인가
		25%	GIS 이용방법에 대해 쉽게 설명되어 있는가
	동영상(20%)	40%	관광정보 제공 시 동영상 기능과 연계되어 있는가
		20%	관광정보 제공시 동영상 외에, 인터넷 방송 등 다른 미디어를 통하여 지자체 관광, 홍보 내용을 제공하고 있는가
		20%	미디어를 통한 정보 제공 시, 유명인이나 전문인의 이야기가 포함되어있는가
		20%	관광정보 제공 시 외국어 전환기능(영어, 일본어, 중국어)을 함께 제공하는가
	VR(20%)	100%	관광정보 제공 시 VR(가상현실) 기능이 제공되고 있는가
	검색 기능(20%)	50%	통합 검색 기능 및 부분 검색 기능을 제공하고 있는가
		50%	다양한 검색 조건서비스를 제공하고 있는가

2) 사용성 평가(가중치 20%)

중분류	소분류	비율	평가지표
구조성 (40%) (사용자편의) 구조성)	정보 체계화 (40%)	100%	사용자가 3번 클릭 시 원하는 정보 검색이 가능하도록 정보 조직은 체계화 되어 있는가
	정보 분류 (30%)	40%	지역별, 주제별 분류의 기준은 일관성이 있으며 논리적인가
		30%	테마별 분류, 주제별 분류, 디렉터리 분류, 지역별 분류 등 사용자의 선호도에 따라 체계적으로 구분되어 있는가
		30%	정보의 분류 체계는 누구나 쉽게 알 수 있는 정보 구조인가
레이블링 (30%)	100%	보편타당하고 직관적인 레이블링인가	
사용자 편의성 (60%) (사용자편의) 사용자편의성)	내비게이션 (40%)	30%	관광정보 제공 시 유관 지자체 관광정보와 연계하였는가 (광역과 지방자치단체 간, 한국관광공사 등)
		10%	관광정보 제공 시 관련 사이트로 이동할 수 있도록 홈페이지 주소는 소개되어 있는가
		10%	각 웹 페이지마다 홈페이지로 이동 할 수 있는 아이콘이 제공되어 있는가
		30%	관광정보 제공 시 주변 음식점, 주변 숙박시설, 주변 관광지 등 관련 정보로 이동할 수 있는가
		10%	이전 페이지로 이동할 수 있도록 사용자의 편의성을 고려하였는가
		5%	하이퍼링크는 Dead Link가 발생하지 않도록 주기적인 점검을 하고 있는가
		5%	하이퍼링크 제공시 텍스트와 링크 구별 기능, Vlink 적용, 링크 적용의 일관성을 고려하였는가
	사용성 (40%)	20%	사이트 이용방법, 서비스 이용방법 등 도움말 안내 정보를 제공하고 있는가
		50%	사용자가 실수를 했을 때 바로 확인할 수 있도록 피드백이 이루어지고 있는가
		15%	자료를 다운로드 받을 때 응용프로그램 뷰어를 제공하는가
15%		프린터 기능을 제공하고 있는가	
위치성 (20%)	100%	현재 위치를 알 수 있는 기능을 제공하고 있는가(글로벌/로컬 메뉴의 반전, 타이틀 명시, 위치 경로 등)	

3) 디자인 평가(가중치 10%)

중분류	소분류	비율	평가지표
가독성(20%) (디자인)가독성	내용 표현 (40%)	10%	내용을 전달하는 데 있어 텍스트와 이미지(사진)를 조화롭게 사용하고 있는가
		10%	너무 많은 텍스트 또는 사진을 포함, 내용전달에 있어 효율성을 떨어뜨리지 않는가
		20%	관광정보의 신뢰성을 높이기 위해 적절한 사진 및 이미지 정보를 제공하고 있는가
		10%	관광정보 제공 시 불필요한 pop-up이나 광고성 배너들이 자주 노출되지 않도록 고려하고 있는가
		20%	주요 내용 및 문맥을 강조할 때 볼드체 혹은 색상 등을 통해 표현하고 있는가
		20%	핵심 내용을 요약해서 표현하고 있는가
		10%	내용을 간결하게 표현하고 있는가
	레이아웃 (60%)	20%	여백을 적절하게 사용하고 있는가
		40%	중요하고 차별화된 정보는 사용자의 동선을 고려하여 배치하였는가
		40%	정보 간의 그룹화가 적절한가
일관성 (20%) (디자인)일관성	일관성 (100%)	100%	디자인적으로 일관된 스타일을 유지하고 있는가
독창성 (20%) (디자인)독창성	독창성 (100%)	60%	지역의 관광 특성을 고려한 독창적이고 차별화된 메인 페이지 설계인가
		40%	테마관광, 관광지 등 각 분야별 코너는 얼마나 독창적으로 표현되어 사용자의 관심과 흥미를 유발시키는가
은유성(20%) (디자인)은유성	은유성 (100%)	40%	해당 지역을 대표하는 은유적인 표현이 나타나는가
		30%	관광지를 대표하는 적절한 아이콘을 설정하였는가
		30%	각 메뉴를 효과적으로 나타내는 적절한 아이콘 사용이 이루어지고 있는가(숙박업소, 음식점, 동영상)
감성(20%) (디자인)감성	심미성 (40%)	100%	사이트 콘셉트가 색상으로 충분히 반영되었는가
	조화성 (30%)	60%	색상 배색의 조화 및 색상 대비를 효과적으로 반영하였는가
		40%	메뉴별 색상의 차별화가 있는가
	느낌 (30%)	100%	현재 계절적 감각, 현재 진행되고 있는 행사 및 축제 등의 분위기를 디자인적으로 충실하게 표현하고 있는가

4) 상호작용성 평가(가중치 30%)

중분류	소분류	비율	평가지표
사용자 참여 (60%) (상호작용성) 사용자 참여	매개체(50%)	20%	여행 체험 정보를 공유할 수 있는 게시판이 있는가
		20%	여행 체험 정보의 유용성에 대한 사용자의 의견을 수렴할 수 있는 평가 기능이 있는가
		20%	관련 정보에 대한 사용자 평가, 사용자의 평 등 사용자가 함께 참여할 수 있는 기능이 제공되고 있는가
		20%	블로그, 미니홈피, 댓글, 토론실, 포토갤러리 등 상호작용 공간이 있는가
		20%	사용자가 여행지에서 촬영한 사진을 등록할 수 있는 공간이 있는가
	활성화 (50%)	100%	네티즌들이 매개체 기능을 잘 활용하고 있는가
운영자 참여 (40%) (상호작용성) 운영자 참여	매개체 (50%)	10%	사용자와 운영자간의 즉각적인 대화를 할 수 있는 방법이 제공되어 있는가 (예, Live chat)
		10%	관광 안내 관련 FAQ 기능을 제공하고 있는가
		30%	관광 관련 질의응답 코너를 운영하고 있는가
		30%	각 게시판 이용 목적에 맞춰 게시판 관리는 잘 이루어지고 있는가
		20%	온라인 설문 기능을 활용하여 사용자의 의견을 주기적으로 수렴하고 있는가
	활성화 (50%)	100%	게시판, 이메일 등을 통한 사용자의 질의에 대해 홈페이지 운영자는 신속하고 친절하게 응대를 하고 있는가

4.3 지역문화관광 웹사이트 사례분석

첫번째로 서울, 부산, 대구, 광주 등 4개 도시의 문화관광 웹사이트의 일반적인 내용 파악을 통해 공통점을 알아보고, 선정한 지역 문화관광 웹사이트의 사례분석을 통해 웹사이트의 현황과 개선 방안을 살펴본다.

4.3.1 지역문화관광 웹사이트의 일반적인 내용

지방자치단체마다 약간씩의 차이는 있지만

크게 관광정보의 내용은 관광지정보, 숙박정보, 교통정보, 역사·문화정보, 레저·스포츠정보, 음식정보, 쇼핑정보, 이벤트정보, 링크 사이트 등으로 분류된다.

1) 관광지정보

유형별, 지역별로 나누어 정보를 제공한다. 서울특별시의 경우에는 ‘문화, 관광, 테마, 영상’의 유형으로 나누어서 정보를 제공한다. 부산광역시의 경우에는 ‘추천관광, 축제/공연,

관광명소, 여행정보, 문화/예술, 참여공간, 부산소개'로 구분하여 문화관광정보를 주는데 사용자들이 내용구성 메뉴만으로도 바로 접근할 수 있도록 구성하였다. 대구광역시의 경우에는 '행사/축제, 문화/관광, 대구의 인물, 생활체육, 음식/쇼핑, 대구관광가이드'로 구성하여 부산과 유사한 구성을 가지고 있다. 광주 경우에는 전라남도과 통합하여 '1000가지 맞춤형코스, 관광명소, 남도문화유산, 웰빙/레저, 관광가이드, 관광커뮤니티, 사이버관광, 남도명품관'으로 나누었는데 사용자맞춤 관광정보를 선택할 수 있게 구성한 것이 특징이다.

2) 숙박정보

호텔과 여관 등 숙박시설에 대한 정보를 기본적으로 제공하고, 콘도미니엄, 민박, 야영시설 등의 정보를 주기도 한다. 미디어를 활용하여 숙박시설의 안과 밖을 사진이나 영상을 통해서 보여주어 예약을 유도한다.

그러나 사이트에서 바로 예약을 할 수 있는 사이트가 있고 그렇지 않은 사이트가 있어서 체계화된 숙박예약시스템 도입이 절실하다.

3) 교통정보

숙박과 마찬가지로 철도, 공항, 버스 등의 정보를 제공하고 있으나 웹사이트에서 바로 예약할 수 있는 서비스는 미비한 편이다. 교통노선이나 시간표, 전화번호 등을 제공하는 수준이다. 광주전남의 관광 웹사이트의 경우에는 각 항공사의 예약시스템과 바로 연결될 수 있도록 하였다.

4) 역사·문화정보

역사·문화정보는 볼거리, 즐길거리와 직결되는 정보이므로 정보의 양이나 질의 수준이 보장되어야 한다. 그리고 외국인들이 정보를 얻을 수 있도록 외국어 사이트가 반드시 구비되어 있어야 한다. 비교적 충실하게 제공되고 있다.

5) 레저·스포츠정보

월드컵 관련 정보가 많고, 레저스포츠의 대중화로 지역 환경에 어울리는 레저 스포츠들을 소개함으로써 관광객을 유도하고 있다. 레저 스포츠는 계속적으로 개발되는 분야이므로 지속적인 업데이트가 요구되는 부분이다.

6) 음식정보

지방의 특색있는 음식에 대한 소개와 이미지, 대표적인 음식점 등의 정보를 제공한다.

7) 쇼핑정보

지역의 특산물을 소개하거나 사이버 마켓으로 운영하고 있다.

8) 이벤트정보

지역의 이벤트의 개최시기, 개최지역, 주최, 관련 이미지나 영상, 연락처 등을 제공한다.

9) 링크 사이트

문화관광부, 한국관광공사, 다른 지자체의 문화관광 웹사이트와 연결되어 있고, 그 외에도 관련 문화관광 웹사이트의 배너 등을 배치

하여 연계할 수 있도록 되어 있다.

4.3.2 지역문화관광 웹사이트 선정

웹사이트 순위 전문 사이트인 100hot (<http://www.100hot.co.kr>)과 랭키닷컴 (<http://www.rankey.com>)을 기준으로 하였다. 방문자 수로 순위가 매겨지는 두 사이트에서 방문율이 높은 지역문화관광 웹사이트를 선정하였다. 100hot은 패널 유저를 성별, 연령, 학력, 지역, 소득별로 분류하여 실생활에서의 인터넷 이용 형태를 분석하여 추출된 데이터를 근거로 하고 있으며, 데이터는 주간 단위별로 순위 랭킹이 분석되어 순위가 발표된다. 순위의 기준은 트래픽이고 질적 평가는 고려되지 않는다. 랭키닷컴은 시간당 방문자 수로 순위를 산정한다. 패널들은 인위적으로 모집된다. 두 사이트에서 3년간 평균 15위권 내에 있었던 부산광역시 문화관광정보시스템 (<http://visit.busan.kr/kor/index.html>) 웹사이트를 선정하였다.

4.3.3 사례분석

1) 개요

부산광역시 문화관광정보시스템(〈그림 2〉)은 부산시 홈페이지에 있는 문화관광정보와 별개로 운영되고 있다. 초기에는 부산광역시의 문화관광정보도 다른 지역의 웹사이트와 마찬가지로 시 홈페이지 메뉴의 한 부분이었으나 정부의 문화관광정보시스템 도입의 일환으로 독립된 형태의 문화관광정보를 제공하고 있다.

‘추천관광, 축제/공연, 관광명소, 여행정보, 문화/예술, 참여공간, 부산소개’의 7개 메뉴로 구성되어 있다.



〈그림 2〉 메인 화면

2) 분석 및 평가

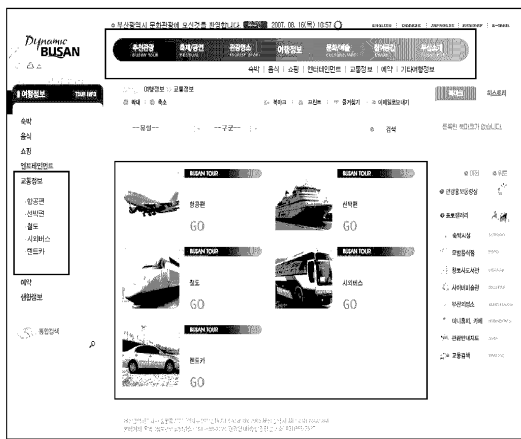
(1) 콘텐츠 평가

① 총실성)교통정보

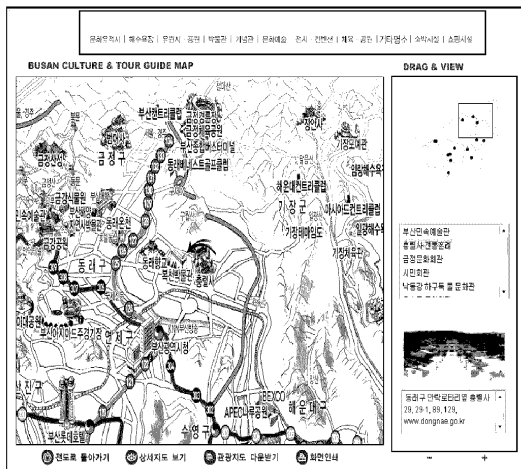
메인 메뉴의 여행정보)교통정보(〈그림 3〉)를 클릭하면 항공편, 선박편, 철도, 시외버스, 렌트카 등의 정보를 소개하고 있다. 각 교통수단을 클릭하면 관련 사이트에 연결될 수 있도록 링크되어 있고, 운행구간, 소요시간, 요금, 연락처를 제공한다.

메인 화면에서 지도를 클릭하거나 각 서브 화면에서 관광안내지도(〈그림 4〉)를 클릭하면 부산광역시 관광안내지도가 나타난다. 관광안내지도는 부산의 문화유적지, 해수욕장, 유원

지·공원, 박물관, 기념관, 문화예술, 전시·컨벤션, 체육·공원, 기타명소, 숙박시설, 쇼핑시설 등을 소개한다. 각 메뉴를 클릭하면 지도와 함께 해당 리스트가 오른쪽에 나타나고 클릭하면 화살표가 회전하면서 원하는 장소를 표시한다. 해당부분을 클릭하면 그 부분이 확대되어 자세하게 살펴볼 수 있다. 간단한 설명과 연락처, 교통편도 함께 제공하여 사용자가 원하는 목적지까지 이동할 수 있도록 다양한 경로를 제시한다.



<그림 3> 교통정보

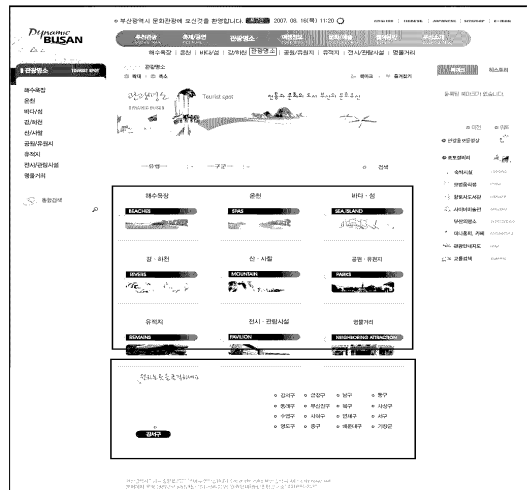


<그림 4> 관광안내지도

• 충실성 > 관광지정보

메인 메뉴의 관광명소를 클릭하면 해수욕장, 온천, 바다/섬, 강/하천, 산/사찰, 공원/유원지, 유적지, 전시/관람시설, 명물거리 등의 다양한 관광지정보를 제공하고 있다(<그림 5>).

특정 명소를 선택하였을 때 기본 정보(위치, 개장시간, 입장료, 부대시설), 관광지정보, 주변명소, 음식, 숙박, 교통정보, 부가정보, 지역 문화행사 등을 상세하게 담고 있고, 동영상, 파노라마, 사진첩 등 다양한 미디어를 활용하여 정보를 제공하여서 여행 전·중·후에 필요한 정보를 얻을 수 있게 한다. 그러나 요금 및 주차에 관한 정보를 제공하고 있지만 모든 명소마다 다 있는 것이 아니고, 자세하지 않다는 단점이 있다. 지역별 명소를 검색할 수 있도록 하단에 지역을 클릭할 수 있는 지도도 서비스한다.



<그림 5> 관광지정보

• 충실성 > 테마관광

메인 메뉴의 추천관광을 클릭하면 시티투

지·공원, 박물관, 기념관, 문화예술, 전시·컨벤션, 체육·공원, 기타명소, 숙박시설, 쇼핑시설 등을 소개한다. 각 메뉴를 클릭하면 지도와 함께 해당 리스트가 오른쪽에 나타나고 클릭하면 화살표가 회전하면서 원하는 장소를 표시한다. 해당부분을 클릭하면 그 부분이 확대되어 자세하게 살펴볼 수 있다. 간단한 설명과 연락처, 교통편도 함께 제공하여 사용자가 원하는 목적지까지 이동할 수 있도록 다양한 경로를 제시한다.



〈그림 3〉 교통정보

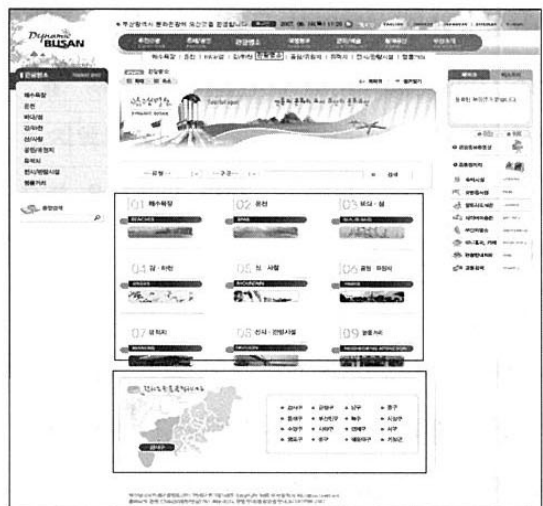


〈그림 4〉 관광안내지도

• 충실성 > 관광지정보

메인 메뉴의 관광명소를 클릭하면 해수욕장, 온천, 바다/섬, 강/하천, 산/사찰, 공원/유원지, 유적지, 전시/관람시설, 명물거리 등의 다양한 관광지정보를 제공하고 있다(〈그림 5〉).

특정 명소를 선택하였을 때 기본 정보(위치, 개장시간, 입장료, 부대시설), 관광지정보, 주변명소, 음식, 숙박, 교통정보, 부가정보, 지역 문화행사 등을 상세하게 담고 있고, 동영상, 파노라마, 사진첩 등 다양한 미디어를 활용하여 정보를 제공하여서 여행 전·중·후에 필요한 정보를 얻을 수 있게 한다. 그러나 요금 및 주차에 관한 정보를 제공하고 있지만 모든 명소마다 다 있는 것이 아니고, 자세하지 않다는 단점이 있다. 지역별 명소를 검색할 수 있도록 하단에 지역을 클릭할 수 있는 지도도 서비스한다.



〈그림 5〉 관광지정보

• 충실성 > 테마관광

메인 메뉴의 추천관광을 클릭하면 시티투

체계적인 분류체계를 가지고 있다. 그러나 숙박업소로 찾아가는 교통편에 대한 정보가 없고, 신설숙박업소에 대한 소개도 없다. 숙박업소의 시설을 확인해 볼 수 있는 사진이나 정보가 아주 미비하고, 숙박업소 등급도 소개되고 있지 않다. 해당 사이트에서 예약할 수 있는 시스템이 구비되어 있지 않고, 홈페이지 링크 서비스가 없는 숙박업소가 대부분이며, 있는 경우에도 링크가 안되는 경우도 많다. 부산광역시 문화관광정보시스템에서 취약한 부분이라고 하겠다.

• 충실성>여가레저정보

메인 메뉴의 추천여행>체험여행에 레포츠 체험 메뉴가 있으나 레포츠체험을 즐길 수 있는 장소에 대한 정보에 집중되어 있고, 각 레포츠에 대한 상세한 설명이 부족하다. 이 부분도 숙박정보와 마찬가지로 부산광역시 문화관광정보시스템에서 취약한 부분이라고 하겠다.

• 충실성>사회문화정보

메인 메뉴의 문화/예술 메뉴에서 정보를 얻을 수 있다. 문화유산, 문화재, 경승지, 문화공간, 전통문화, 문화예술단체 등 부산지역의 문화 및 전통정보를 제공한다. 그러나 유·무형 문화재를 직접 체험해 볼 수 있는 기회를 제공하고 있지 않고, 역사적 인물에 대한 정보도 전무하다.

• 충실성>쇼핑/특산품 정보

메인 메뉴의 여행정보의 쇼핑 메뉴에서 정

보를 얻을 수 있다. 면세점, 명품관, 백화점, 대형쇼핑몰, 재래시장/장터, 서점, 관광기념품, 부산의 대표관광상품, 지역특산물, 아케이드 등으로 다양하게 분류되어 있다. 부산의 대표관광상품의 경우에는 대표상품과 그렇지 않은 상품의 구분이 없고, 자세한 설명이 없이 간단한 정보만 제공하고 있다. 상품/특산품의 공급 및 유통 정보를 제공하고는 있으나 공급자의 신뢰도를 높일 만큼 상세하게 제공되지는 않는다. 상품/특산물 사양에 대한 상세 설명이 없고, 간단한 설명만 나와 있다.

온라인 거래방법이나 안정성 보장에 대한 설명이 없다. 지역의 특색을 나타낼 수 있는 특산물 정보와 홍보가 아주 평이하게 되어 있어 사용자의 주목을 끌지 못한다.

• 충실성>부가정보

메인 메뉴의 여행정보>기타여행정보를 통하여 관광안내전화번호, 관광안내소, 응급의료기관, 교통카드, BBC외국인통역서비스에 관한 정보를 제공한다. 화면의 상단에 날씨 정보를 제공하여 여행객들에게 참고가 된다. 그러나 부산 지역 여행에 관한 기본적인 상식 정보가 없다.

② 흥미성>칼럼/여행리포트

여행관련 전문가의 칼럼이나 취재 정보가 없다. 사용자들이 직접 경험해 본 것들에 관한 정보를 올려놓는 참여공간>추천합니다 메뉴와 참여공간>자유게시판 메뉴가 있다.

• 흥미성>맞춤형여행검색

메인 화면의 우측 상단에 있는 여행맞춤 서비스 메뉴에서 반일, 1일, 2일, 3일, 4일의 기간을 선택하고 풍경, 체험, 유람선·크루즈, 역사문화, 종합의 여행의 종류를 선택하여 검색하면 사용자가 원하는 맞춤 여행 정보를 제공받을 수 있어 사전 여행 계획을 세울 수 있다(〈그림 7〉).



〈그림 7〉 맞춤형여행검색

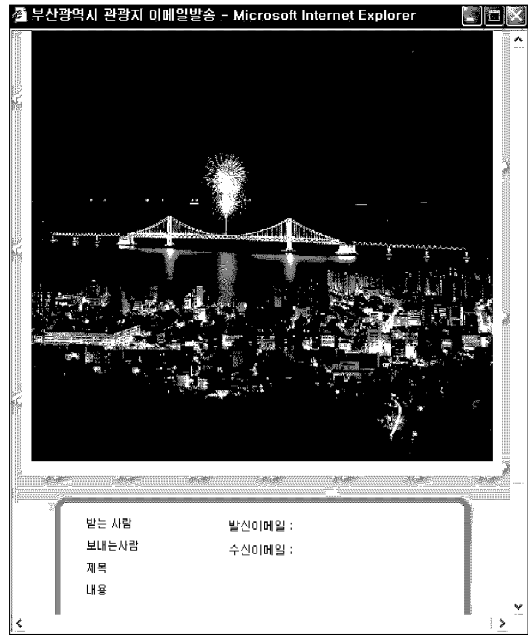
• 흥미성>이벤트, 여행소식, 할인쿠폰, 추천 관광지, 동영상 갤러리

주기적인 온라인 이벤트가 없고, 사용자에게 흥미를 주는 최근 여행 소식도 찾아볼 수 없다. 업소 소개 페이지 등에서 사용자에게 온라인상에서 출력 가능한 특정 음식점이나 숙박업소의 할인쿠폰을 제공하고 있지 않다. 전체적인 부산 지역 추천 관광지에 대한 소개는 있으나 월별 베스트 관광지나 신규 관광지에 대한 소개는 없다.

부산 지역 전체를 홍보하는 동영상이 하나 있으나 대표적인 관광지를 홍보할 수 있는 동영상 갤러리 정보가 없다.

• 흥미성>사진 갤러리

메인 화면의 포토갤러리를 클릭하면 제1회 부터 7회까지의 사진공모전을 통해 수상한 사진들을 올려놓고 있다. 부산의 옛 자취나 부산 관광사진 등을 볼 수 있다.



〈그림 8〉 e-POST

• 흥미성>e-POST

메인 화면의 포토갤러리 중 사진 하나를 클릭하면 사진의 정보와 함께 e-POST기능이 있어 지인에게 카드를 보낼 수 있는 흥미로운 기능이 있다(〈그림 8〉).

③ 차별성>서비스, 개인화

부산지역의 차별성을 특징적으로 나타내는 관광정보서비스나 별도의 홈페이지는 없다.

뉴스레터와 같은 사용자에게 맞는 관광정보 제공이 없다.

④ 전문성>통계자료

메인 화면의 2007년도 관광진흥계획을 클릭하면 E-BOOK 형태의 자료를 열람할 수 있다.

• 전문성>보도/뉴스

부산 지역 관광지에 관한 방송 내용, 일간지나 신문의 기사 내용을 따로 발췌, 날짜별로 제공하지 않으며, 각 관광지에서 부분적으로 찾아볼 수 있다.

⑤ 신속성>현재성, 적시성

관련 정보는 비교적 최신 상태를 유지하고 있으며, 제공되는 자료는 적시성을 고려하고 있다.

• 신속성>콘텐츠 점검 및 관리

주기적인 콘텐츠에 대한 점검 및 관리 여부를 알 수 없다.

• 신뢰성>콘텐츠 제공의 신뢰성

부산광역시 문화관광정보시스템에서는 콘텐츠 담당자를 담당부서, 담당자 이름, 전화번호, 이메일, 정보수정일자 등을 통하여 투명하게 공개하고 있다.

• 신뢰성>업소 정보의 신뢰성

부산 지역 관광정보와 관련 있는 음식, 숙박, 그리고 기타 업소의 전화, 담당자, 이메일 등 연락처 정보를 제공하고 있다.

• 신뢰성>개인정보보호

부산광역시 문화관광정보시스템 자체에는 예약시스템이 없어서 개인정보보호 기능이 없고, 관련 사이트에서 별도의 정보보호 기능이 있다.

⑥ 정확성>오자/탈자/맞춤법

오자 및 탈자의 오류, 맞춤법 등은 정확하다.

• 정확성>피드백의 정확성

건의에 대한 답변은 정확하나 피드백이 짧게는 하루, 길게는 10일이나 걸린다.

⑦ 홍보성>포털 사이트 도메인 등록

부산광역시 문화관광정보시스템은 네이버, 엠파스, 야후 등의 주요 포털 사이트에 등록되어 있어 이용자의 접속률을 높인다.

• 홍보성>도메인 관리

부산광역시 문화관광정보시스템에는 2007년 현재 100hot이나 랭키닷컴의 지역여행사이트 순위에서 10위권 내에 있으므로 주요 포털 사이트를 수시로 점검, 확인하고 있다고 본다.

• 홍보성>E-브로슈어

관광안내책자를 E-BOOK으로 제공하고 있으며, 인쇄는 할 수 있으나 다운로드 기능은 없고 신청하여 우편으로 받아볼 수 있게 하였다.

• 홍보성>메일링 서비스

메일링 서비스 기능은 없다.

• 홍보성>유관기관 홍보

부산광역시, 부산광역시관광협회, 문화관광부, 한국관광공사, 국립공원, 중국상해, 일본 오사카, 베트남 호치민시 등의 링크정보를 제공한다.

⑧ 기능성>GIS

GIS정보가 있어 관광정보, 테마관광, 이벤트, 행사, 대중교통 등과 연동되어 있다. 정확한 위치 값을 관리하고 있고, 사용자들이 몇 번의 클릭과 드래그로 쉽게 이용할 수 있으며, 쉬운 설명으로 되어 있다.

• 기능성>동영상

대부분의 관광지는 동영상으로 볼 수 있게 되어 있고, 파노라마, 사진첩도 함께 제공하고 있다. 인터넷 방송은 서비스하고 있지 않다. 유명인이나 전문인의 이야기가 없고, 외국어 전환기능이 없다.

• 기능성>VR

부분적으로 파노라마 VR이 제공되고 있다.

• 기능성>검색기능

통합 검색 및 부분 검색 기능이 있다. 그러나 다양한 검색 조건서비스가 없다.

(2) 사용성 평가

① 구조성>정보 체계화

사용자가 3번 이내 클릭 시 원하는 정보를

얻을 수 있다.

• 구조성>정보 분류

지역별, 테마별 분류는 일관성이 있고, 논리적이거나 분류의 다양성이 부족하여 디렉터리 분류나 주제별 분류는 없다. 분류체계는 비교적 누구나 쉽게 알 수 있다.

• 구조성>레이블링

보편적이고 직관적인 레이블링을 사용하고 있다.

② 사용자 편의성>내비게이션

부산광역시, 부산광역시관광협회, 문화관광부, 한국관광공사, 국립공원, 중국 상해, 일본 오사카, 베트남 호치민시 등의 링크정보를 제공한다.

주변 음식점, 숙박시설, 관광지 등 관련 정보로 이동할 수 있다.

이전 페이지로 이동하려면 브라우저에 있는 뒤로 버튼을 클릭하거나 오른쪽 클릭하여 뒤로 메뉴를 선택하여야 하고 별도의 이전버튼이 없어 불편하다.

현재 dead link가 없는 것으로 보아 주기적인 점검이 이루어지고 있다고 볼 수 있다. 하이퍼링크는 일관성 있게 적용되었다.

• 사용자 편의성>사용성

사이트 이용방법, 서비스 이용방법 등 도움말 안내 정보가 없고, 사용자가 실수를 했을

때 바로 확인할 수 있는 피드백이 없으며, 자료 다운로드기능도 없다.

자동 플러그인이 실행된다. 프린트, 북마크, 즐겨찾기, 이메일 보내기 기능을 제공한다.

• 사용자 편의성>위치성

현재 위치를 알 수 있는 기능을 제공하고 있다. 글로벌/로컬메뉴의 반전, 타이틀 명시, 위치 경로 등이 있다.

(3) 디자인 평가

① 가독성>내용표현

내용 전달에 있어 텍스트와 이미지가 조화롭게 사용되고 있고, 텍스트나 기타 미디어의 양도 적절하며, 불필요한 팝업이나 광고성 배너들은 거의 노출되고 있지 않다.

주요 내용 및 항목을 소개할 때 볼드체나 색상 등을 달리하여 표현하고 있고, 내용은 비교적 간결하게 표현되고 있다. 그러나 핵심내용에 대한 요약이 미비한 편이다.

• 가독성>레이아웃

여백을 적절하게 사용하여 답답한 느낌이 없고, 그리드를 활용하여 깔끔하게 정돈된 느낌을 준다. 부산지역의 행사나 축제 등의 차별화된 정보는 사용자의 동선을 고려하여 시선이 가장 먼저 머무는 곳에 배치하였다. 정보간의 그룹화도 적절하다.

② 일관성

통일성 있는 스타일을 유지하고 있다. 메인 메뉴에서 해당 서브 메뉴로 넘어갈 때 일관성을 유지한다.

③ 독창성

부산지역의 상징인 바다를 의미하는 파란색을 사용하여 타 지역과의 독창성을 드러내고, 강조하고자 하는 메뉴를 전방에 내세워 설계하였다.

④ 은유성

Dynamic Busan이라는 카피라이트를 반복적으로 사용하여 역동성 있는 도시임을 표현하고 있다. Dynamic의 글자색을 주황색으로 하여 활기찬 도시임을 드러낸다.

아이콘 사용이 많지는 않고 관광지를 대표하는 아이콘이라기보다는 일반적인 아이콘의 모습이다.

⑤ 감성>심미성

색상을 통한 사이트 콘셉트가 반영되고 있다. 메인 컬러는 파랑색과 흰색, 보조색은 초록색과 황토색을 사용하여 활기차면서도 폭넓은 계층의 유지를 고려한 색상을 사용하였다.

• 감성>조화성

색상 배색 및 대비가 효과적으로 반영되었다.

• 감성>느낌

제절적 감각과는 무관하게 일률적으로 디

자인되었지만 기간별 행사 및 축제 등의 분위기는 고려하여 디자인되었다.

(4) 상호작용성 평가

① 사용자 참여)매개체

부산광역시 문화관광정보시스템은 사용자 참여부분이 미약하다. 맞춤정보도 없고, 여행 체험 정보를 공유할 수 있는 게시판이 자유게시판으로 있지만 글의 종류별 분류가 없어서 체계적이지 못하다. 사용자의 의견에 관한 평가기능이 없고, 댓글, 토론실, 사용자가 여행지에서 촬영한 사진을 올릴 수 있는 등의 공간도 마련되어 있지 않다.

미니홈피와 카페⁶⁾가 있지만 많은 사용자가 참여하고 있지는 않다.

• 사용자 참여)활성화

사용자들이 매체를 활용할 만큼 미디어의 종류나 수가 많지 않지만 사용하기에 어렵지는 않다.

② 운영자 참여)매개체

채팅과 같은 실시간 대화방법이 없다. 관련 FAQ가 있지만 항목이 적어서 궁금증을 해결하기에 충분하지 못하다.

건의합니다에서 건의와 질의응답이 동시에 이루어지고 있어서 전문성이 떨어진다.

이용목적에 맞는 게시판의 분류가 없고, 관

리도 소홀하다.

온라인 설문기능이 없어 사용자의 의견수렴이 원활하지 못하다.

• 운영자 참여)활성화

건의합니다와 같은 게시판에 사용자의 질의를 올릴 수 있는데, 우선 게시판을 찾기가 쉽지 않고, 사용자의 질의에 대한 응답의 속도가 비교적 느리고 답변의 질도 낮은 편이다.

5. 지역문화관광 웹사이트의 개선 방안

여기에서는 3장에서 살펴본 부산광역시 문화관광정보시스템을 토대로 장단점을 파악한 후 개선 방안을 찾는다. 부산광역시 문화관광정보시스템의 가장 큰 개선점은 사용자 중심의 서비스가 미비하다는 것이다. 따라서 사용자 관점의 서비스 전략을 구사하기 위하여 콘텐츠(내용) 부분, 기능(서비스) 부분으로 나누어 개선 방안을 모색한다.

5.1. 콘텐츠(내용) 부분에서의 개선 방안

5.1.1 전반적인 내용의 보완

사용자의 요구는 아주 다양하고, 그때그때마다 다르므로 다량의 정보뿐만 아니라 구체적인 정보가 필요하다. 상투적인 정보에서 벗

6) 부산시 커뮤니티 citizen http://mini.busan.go.kr/unity_main.htm

어나서 지역의 특징을 우선적으로 부각시킬 수 있는 정보를 제공하여 재방문율을 높일 수 있도록 해야 한다. 특히 콘텐츠부분의 내용은 부산광역시 공무원의 능력만으로는 부족하므로 관련 단체·학자나 지역 전문가의 협력과 협조로 지속적인 연구가 있어야 하고, 신규 콘텐츠의 개발에도 노력하여 정기적인 업데이트를 실시해야 한다.

5.1.2 테마관광의 구체화

부산광역시 문화관광정보시스템은 다양한 테마관광을 소개하고 있다. 그러나 전반적으로 부산은 여름 도시라는 이미지가 강한데 계절별로 적합한 관광코스를 개발, 소개한다면 여름 외에도 방문하기 좋은 도시라는 이미지를 심어 줄 수 있다. 또한 베스트 관광지를 월별로 선정하여 웹사이트에서 신속하게 부산지역의 베스트 관광지의 정보를 알 수 있도록 해야 한다.

5.1.3 음식, 숙박, 여가레저 정보의 강화

음식과 숙박에 관한 정보는 문화관광에서 꼭 필요한 정보다. 비교적 다채로운 부산지역의 음식과 음식점, 숙박정보를 소개하지만 지역별 추천 장소가 없어서 일일이 사용자가 검색해 봐야 한다는 불편함이 있다. 지역별 추천 장소 메뉴의 추가가 요구된다. 그리고 예약시스템이 제대로 실행되지 않는다는 것이 큰 단점이다. 음식점과 숙박업소와의 연계를 통하여 할인쿠폰을 웹사이트에서 다운로드 받을 수 있는 기능도 필요하다.

부산은 바다의 도시이므로 다양한 수상레포츠를 체험할 수 있는데 일반적인 정보만 많고, 수상레포츠 각각에 대한 설명이 없다. 또한 사용자의 체험기는 굉장히 중요한 요소임에도 부재하므로 추가가 요구된다.

5.1.4 흥미로운 문화관광정보 웹사이트 지향

부산광역시 문화관광정보시스템은 콘텐츠 평가에서 흥미성이 많이 떨어진다. 여행관련 전문가의 칼럼이나 여행관련 취재정보 등이 없고, 사용자의 관광 후기(사진과 영상 포함)를 따로 올릴 수 있는 곳이 마련되어야 한다.

주기적인 온라인 이벤트를 통하여 단순히 정보제공뿐만 아니라 호기심을 자극할 수 있는 웹사이트가 되어야 한다.

관광사진 공모를 통하여 부산의 유명 관광지의 사진이 올라와 있는 사진 갤러리가 잘 구비되어 있지만 일반 사용자들이 자유롭게 사진을 올릴 수 있는 공간도 마련되어 방문을 유도할 필요가 있다.

5.2 기능(서비스) 부분에서의 개선 방안

5.2.1 도움말 기능 추가

부산광역시 문화관광정보시스템의 전체적인 이용을 설명하는 도움말 기능이 없다. 문화관광정보시스템은 다양한 연령대를 겨냥하여 만들어졌으므로 사이트와 서비스의 이용방법을 상세히 설명하는 도움말 메뉴가 추가되어야 한다.

5.2.2 피드백 기능 추가

사용자의 피드백을 통해 웹사이트를 개선하려는 노력이 필요하다. 메인 메뉴의 참여공간에 ‘건의합니다라’는 서브 메뉴가 있지만 대부분의 사이트가 그렇듯 형식적이거나 스팸 광고로 가득 차 있다. 설문조사나 온라인 투표를 통하여 지속적인 사용자 의견을 수렴해야 한다.

5.2.3 다운로드 기능의 강화

사진정보나 부분적으로는 인터넷 고유의 기능으로 저장할 수 있지만 그렇지 않은 경우도 있다. 공공재적 성격을 띠는 문화관광정보 웹사이트인 만큼 필요한 사진정보를 다운로드할 수 있게 해야 하며, 홍보책자나 각종 관련 자료들은 현재 신청을 통해서 우편으로 받게 되어 있는 불편함이 있다. 다운로드를 통하여 신속하게 받을 수 있도록 해야 한다.

5.2.4 블로그, 미니홈피, 카페의 활성화

현재 블로그 서비스는 없지만 미니홈피나 카페는 구비되어 있다. 하지만 사용자의 참여가 저조하여 형식적인 구색 맞추기에 불과하다. 다양한 사용자의 의견과 참신한 문화관광정보의 제공과 공유를 위하여 세 가지를 신설하거나 수정, 홍보할 수 있는 전략이 필요하다.

6. 결론

주 5일제 근무시행 이후 문화관광에 관한

정보의 수요는 나날이 늘어나고 있다. 1장의 통계에서 보듯이 인터넷을 통해 문화관광의 정보를 습득하는 비율이 점점 늘어나고 있으며, 현재 가장 높다. 이것은 인터넷이 사용자의 요구를 충족시켜줄 수 있는 가장 빠른 매체이며, 폭넓은 정보를 담을 수 있다는 것이다. 그러나 사용자의 요구에 맞춰 문화관광정보 웹사이트가 양적으로나 질적으로 비례하고 있는지에 생각해 볼 문제이다. 이에 웹사이트를 평가, 개선책을 연구할 필요가 있다는 것이 본 논문의 연구목적이다.

본 연구에서는 문화관광정보 웹사이트를 4가지 일정한 기준인 콘텐츠, 사용성, 디자인, 상호작용성에 따라 평가하고 각 요인들이 사용자들의 만족도에 어떤 영향을 미치는지를 살펴봄으로써 문화관광정보 웹사이트를 이용하는 사람들의 요구가 무엇이며 그 요구를 충족시키기 위한 개선점은 무엇인지를 제시하고자 하였다. 평가지표에 의하면 4가지의 기준 중에서 콘텐츠 부분의 가중치가 가장 높고 디자인 부분의 가중치가 가장 낮다. 이것은 문화관광정보 웹사이트의 형식보다 그 내용이 중요함을 강조하는 것이다. 특히 최근의 사용자들은 웹사이트에 있는 정보대로 움직이기보다는 펼쳐진 정보 가운데 각자에게 맞는 것을 찾아서 스스로 계획 후에 움직이기를 원한다. 바로 사용자 맞춤형 정보가 필요하다는 것이다. 특히 지역문화관광정보 웹사이트는 지역의 해당 기관에서 운영하는 경우가 많기 때문에 공급자 입장에서 서비스를 제공할 가능성이 크

다. 그렇다면 이제는 다양한 고객 집단을 만족시킬 수 있는 서비스가 무엇인지 지속적인 연구가 있어야 하고, 그 중에서 가장 중요한 것이 사용자가 무엇을 원하는지를 파악하기 위한 다각적인 노력이 수반되어야 한다. 본 논문의 사례인 부산광역시 문화관광정보시스템에서 테마관광의 일정과 경로를 사용자가 자유롭게 설정할 수 있다는 것과 사용자 맞춤형 검색시스템이 도입된 것은 고무적이다. 하지만 관광경로를 설정함에 있어 다채롭고 단계적인 항목의 개발이 필요하고, 검색조건을 다양화해서 사용자의 요구를 한층 더 충족시킬 수 있어야 한다. 또한 지역의 문화관광정보 웹사이트는 단순히 문화관광의 정보를 제공하는 것 외에 해당 지역의 이미지를 재고하는 데도 중요한 역할을 한다. 이것은 재방문에도 지대한 영향을 미치며 한 지역의 문화적 수준과 지방자치단체를 평가하는 소프트한 기준이 될 수 있다.

이에 본 논문이 사용자들에게는 부산의 문화관광정보시스템 뿐만 아니라 타 지역의 문화관광정보시스템을 평가하고 이용도를 높일 수 있는 근거가 되기를 바라며, 지방자치단체에게는 지역문화관광 웹사이트를 어떻게 운영해야하는지에 대한 지침이 될 수 있기를 기대한다.

참고문헌

- 교통개발연구원. 1989. 『觀光마케팅 情報體系의 樹立과 運用』. 서울: 교통개발연구원.
- 김향자, 손정환. 1999. 『관광안내정보시스템 구축방안』. 서울: 한국관광연구원.
- 김홍운. 1995. 觀光資源開發과 保存의 調和; 觀光資源開發에 있어 持續可能한 開發概念의 導入을 中心으로. 『토지연구』.
- 박희석. 1993. 『관광정보시스템의 데이터베이스 구축방안에 관한 연구』. 석사학위논문, 경기대학교 대학원.
- 오익근. 1998. 우리나라 관광정보안내시스템과 韓日等 주요국의 인터넷 관광정보 분석. 『經營經濟』.
- 오익근, 최재화. 2000. 인터넷 관광정보 구성 분석-광역자치단체의 홈페이지를 중심으로. 『관광학연구』.
- 이명진. 1994. 관광지내의 관광정보서비스체계에 관한 연구. 『관광·레저연구』.
- 이성욱. 2006. 『문화관광 웹사이트 평가와 만족에 관한 연구』. 석사학위논문, 제주대학교 대학원.
- 주장진. 1999. 『한국관광산업 육성 전략』. 서울: 문지사.
- 최병길. 1993. 일반시스템이론을 적용한 개념적 관광·여행정보시스템의 접근 방법. 『産經論集』.
- 한국관광공사. 2006. 『2006년 외래 관광객 실태조사』, 3(5).

한국관광공사. 2006. 『한국관광공사 지자체 관광분야 홈페이지 평가지표』. 서울: 한국관광공사.

홍서영. 2001. 사용자 중심의 웹사이트 평가모형 개발. 『경영정보학연구』.

랭키닷컴 <<http://www.rankey.com>>.

부산광역시 문화관광정보시스템
<<http://visit.busan.kr/kor/index.html>>.

삼성경제연구소 <<http://www.seri.org>>.

한국관광공사 <<http://www.knto.or.kr>>.

한국능률협회 <<http://www.kma.or.kr>>.

한국웹사이트평가개발원
<<http://www.kwi.or.kr>>.

한국인터넷대상
<<http://www.contest.co.kr>>.