

인바운드 관광 활성화를 위한 경주 TIS 구축방향에 관한 연구*

Constructing of Gyeong-ju Tourism Information System
for Activation of Inbound Tour

노 정 철**

Roh, Chung-Chul

ABSTRACT

With development of information technology, information technology in the tourism industry became an important component. This author evaluates Tourism Information System(TIS) on the construction of Gyeong-ju TIS for activation of inbound tour in Korea. To evaluate the discrepancy between user's expectation and satisfaction degree in TIS, infer general solutions to compute the intersection area applying to fuzzy number, then the weak and strong attributes of TIS are clarified. This article disclosed that fuzzy number model approach is greatly useful to evaluate user's attribute. To establish the validity of decision-making in construction of Gyeong-Ju TIS, the fuzzy set and fuzzy relation model were employed to evaluate user's attribute because these methodologies have been verified very effective in the previous similar studies. The results of this study identified that establishing a proper standard about evaluation and construction of TIS in Korea.

핵심용어(Key words) : 인바운드 관광(Inbound tour),
관광정보시스템(Tourism information system),
퍼지수(Fuzzy number),
퍼지관계모형(Fuzzy relation model),
퍼지집합(Fuzzy set),

* 이 논문은 2005학년도 한국학술진흥재단의 지원에 의하여 연구되었음(KRF- 2005-003-B00402)

** 경주대학교 관광학부 관광경영전공 교수. e-mail: gogokorea@gyeongju.ac.kr

I. 서 론

관광산업은 21세기 체험경제시대의 신성장동력 산업으로 발돋움하고 있으며, 삶의 가치가 여가·문화·관광 등 체험 및 감성소비를 중요시하는 패러다임으로 변화함에 따라 세계 각국은 전통적인 제조업중심에서 문화, 관광 등 소프트산업의 경쟁력 강화에 집중하고 있다(문화관광부, 2006). 국내에서도 정부차원에서 관광산업을 21세기 국가전략산업 및 국가균형발전전략산업으로 선정·육성하기 위해, 관광진흥정책을 수립, 적극적으로 추진하고 있으며(문화관광부, 2003), 지방자치제 실시이후, 지역간에도 경쟁적으로 관광개발이 적극 추진되면서, 관광객 유치경쟁이 심화되고 있는 상황이다. 그러나 이러한 노력에도 불구하고, 국내의 관광산업은 매년 약 20%의 폭발적인 성장을 하고 있는 아웃바운드 관광산업에 비해, 최근 몇 년간 월드컵 등과 같은 국제적인 행사개최에도 불구하고, 관광수지는 매년 적자가 지속적으로 확대되는 추세를 보이고 있으며(현대경제연구원, 2007), 2006년 한해동안 전년도에 비해 14.6% 증가한, 사상 최고치인 84억 8천만 달러의 관광수지 적자를 기록하는 등, 관광수지의 적자규모가 더욱 확대되는 심각한 상황에 직면해 있다(www.knto.or.kr).

이와 같이 국내의 인바운드 관광산업이 많은 어려움을 겪고 있는 이유는 TIS(Tourism Information System: 관광정보시스템)를 비롯한 관광안내체계와 관광객을 유인할 수 있는 다양한 이벤트의 부재(변우희 외, 2005; 손락조, 2004)와 차별화된 관광상품의 부족(노정철, 2006b; 박종희, 2000)에서 그 원인을 찾을 수 있다. 따라서 현재 직면하고 있는 인바운드 관광산업의 위기를 극복하기 위해서는 인바운드 관광객의 욕구를 충족시킬 수 있는 새로운 관광상품의 개발이 절실히 요구되고 있는 상황이다.

그러나 아무리 우수하고, 차별화된 관광상품이 존재한다고 하더라도 이러한 정보를 공유하고자 하는 관광객에게 유익한 정보들이 효율적으로 전달되지 않을 경우, 관광산업의 국제 경쟁력은 그만큼 약화될 수밖에 없을 것이다(노정철, 2003). 특히 서비스를 속성으로 하고 있는 관광산업에 있어서 정보전달의 신속성과 정확성에서 경쟁적 우위를 확보한다는 것은 매우 중요한 요소이므로(Buhalis, 1998), 호주나 뉴질랜드를 비롯한 각국에서도 관광산업의 경쟁력을 강화하기 위하여 TIS의 구축과 운영에 많은 지원과 투자를 하고 있다(노영, 2007; 송두석 ·

박태수, 2004). 한편 이에 자극을 받은 국내에서도 지방자치단체들이 주체가 되어 관광객 유치와 지역경제 활성화를 위해 적극적으로 인터넷을 활용한 TIS를 구축·운영하고 있지만(노정철, 2006a), 이들이 제공하는 관광정보 서비스는 공급자 위주의 운영으로 인하여 관광객이 원하는 서비스를 제공하지 못하고 있는 실정이다(백용창·김나희, 2002).

따라서 사이버 시대를 맞이하여 인바운드 관광객의 욕구를 만족시키고, 관광산업의 경쟁력을 확보하기 위해서는 이용자 지향적인 TIS의 구축·운영이 매우 시급한 과제이다. 그러나 그 중요성에도 불구하고, TIS에 대한 국내 학계의 연구는 주로 공급자중심의 시스템 기능이나 콘텐츠 평가에 국한되어 있어, 수요자를 중심으로 한, 심층적인 연구가 매우 절실하게 요구되고 있다. 이상과 같은 문제를 바탕으로 본 연구에서는 인바운드 관광객을 대상으로 관광정보를 제공하고 있는 TIS에 대한 이용자 관점에서의 분석과 이에 대한 이용자들의 평가를 분석하고, 이를 통하여 이용자 지향적인 TIS의 구축을 위한 전략적 시사점을 제공하고자 한다.

본 연구에서 대상지역을 경주로 한정된 것은 과거 경주가 석굴암, 불국사와 같은 세계적인 문화유산을 보유하고, 도시 전체에 문화재 및 사적지가 분포되어 있는 한국을 대표하는 국제적인 관광도시로서 명맥을 유지하여 왔지만, SIT(special interest tour)와 DIY(do it yourself)형과 같은 참여형 관광패턴의 등장(Beedie & Hudson, 2003; Callander & Page, 2003)과 3Es결합 테마관광상품의 부상(Stamboulis & Skayannis, 2003) 및 첨단 정보통신 기술을 활용한 관광산업의 변화(문화관광부, 2006)에 미처 대처하지 못함으로써 관광산업을 기반으로 한, 지역경제가 흔들리는 총체적인 위기를 맞고 있는 상황이 국내 인바운드 관광산업의 총체적 위기와 일맥상통하고 있기 때문이다. 따라서 한국을 대표하는 문화관광도시인 경주 관광산업의 부활이 곧 정부가 2008년 목표로 하고 있는 '외래관광객 1000만명'시대의 조기 개막을 가능하게 할 수 있을 뿐만 아니라, 만성적인 적자를 보이고 있는 국내 인바운드 관광산업의 발전과 일맥상통하다는 관점에서 본 연구의 대상을 경주로 선정하였다.

II. 경주지역의 관광 개관

한국을 대표하는 문화관광도시인 경주는 유네스코에 등록된 불국사, 석굴암과 같은 세계적인 문화유산과 국가지정 문화재를 전국의 7.4%, 경북의 38.2%를 보

유하고 있다(노정철, 2006a). 또한 세계 문화유산을 주축으로 하는 8개 지구의 국립공원과 경주세계문화엑스포를 비롯한 다양한 이벤트 및 특급호텔, 콘도 등 기반시설을 갖추고 있는 한국을 대표하는 문화관광 도시로서 매년 700만명 이상의 국내외 관광객들이 경주를 방문하고 있다(경주시, 2007). 이외에도 2034년까지 3조 2천억원이 투입되는 대형 국책사업인 '경주역사문화도시 조성사업'의 진행과 저준위 방사성 폐기물 관리센터 및 양성자가속기 사업의 유치에 이어, 2011년 경주고속철도 역사의 개통으로 경주의 관광산업은 새로운 전기를 맞이하고 있다.

그러나 방한 인바운드 관광객이 610만명을 돌파한 현재, 경주는 인바운드 관광객의 방문비율에 있어서 1999년 13.2%에서 2006년 5.7%로 급격히 감소하고 있으며(한국관광공사, 2007), 국내 인바운드 관광산업의 양적성장에도 불구하고, 오히려 경주를 방문하는 인바운드 관광객의 규모는 최근 몇 년간 감소 혹은 정체 상태에 있는 실정이다.

〈표 2-1〉 경주방문 관광객 현황

(단위 : 명)

연도	합 계	내 국 인	외 국 인						
			계	미국	영국	유럽	일본	중국	기타
99	6,555,201	6,053,360	501,841	35,506	9,799	44,078	325,396	36,223	50,839
00	8,084,273	7,511,135	573,138	41,623	11,249	48,954	374,378	39,129	57,805
01	6,797,687	6,292,399	505,288	38,615	11,294	48,261	294,027	51,717	61,374
02	6,866,147	6,327,344	538,803	44,607	12,507	62,489	281,488	60,569	77,143
03	7,947,909	7,441,722	506,187	43,341	12,065	61,148	255,072	59,173	75,388
04	7,389,016	6,853,298	535,718	45,190	12,542	64,701	263,488	69,656	80,141
05	7,481,351	6,954,872	526,479	45,458	12,483	65,343	252,652	70,439	80,104
06	7,196,379	6,711,617	484,762	44,722	12,123	64,192	216,062	70,215	77,448

자료 : 경주시 내부자료(2007)

경주를 방문하는 인바운드 관광객의 규모는 〈표 2-1〉에 나타나 있는 것처럼, 2000년의 57만명 방문 이후, 격년제로 개최되는 경주세계문화엑스포가 많은 관광객들을 경주로 유인하고 있음에도 불구하고, 최근 몇 년간은 감소 혹은 정체 상태에 있는 실정이다. 이는 경주세계문화엑스포가 지향하고 있는 인바운드 관광 활성화 측면에서는 큰 성과를 거두지 못했음을 잘 나타내고 있다. 특히 경주방문 인바운드 관광객의 60% 이상을 차지했던 일본인 관광객의 급속한 감소는 지역의 관

광산업뿐만 아니라, 지역경제 전반에 큰 영향을 미치고 있는 실정이다(손락조, 2004). 한편 일본인 관광객의 감소에 비해, 매년 중국계 관광객의 수가 증가하는 것으로 나타나, 일본인 관광객과 함께 이들 관광객들을 경주로 유인하기 위한 전략이 시급하게 요구되고 있다.

III. TIS의 선행연구

현대의 관광객은 다양한 유형의 관광욕구를 느끼고 있으며, 그에 부합하는 보다 전문적이고, 다양한 관광정보의 입수를 원하고 있다. 이러한 관광정보는 관광객의 의사결정에 따른 불확실성의 감소와 관광수요의 유발 및 관광목적지의 인지된 이미지에 직접적인 영향을 미치며(Cano & Prentice, 1998), 해당지역의 경제를 활성화시킬 수 있다. 이와 같이 다변화된 관광정보를 요구하는 관광정보 이용자의 관광욕구를 충족시킬 수 있도록 하는 것이 바로 TIS를 구축·운영하는 이유이다. 특히 현대의 관광객들은 시간적·공간적 위치에 관계없이 인터넷을 활용하여 전 세계의 관광정보를 입수할 수 있게 됨으로써, 어느때보다도 차별화된 TIS에 대한 욕구가 강하게 나타나고 있다(김향자, 2002; Bonn, Furr & Susskind, 1999; Buhalis, 1998).

관광정보는 관광객이 관광지 선택이라는 의사결정을 내리는데 필수적으로 수반되는 관광욕구나 관광동기를 불러일으키는 중요한 매체역할을 수행하기 때문에 관광공급자의 입장에서는 관광객이 가장 필요로 하는 정보를 정확하고, 신속하게 제공하는 것이 선결과제이다(박종찬, 1999; Fodness & Murray, 1999). 특히 인터넷을 통한 관광정보는 관광객에게 최신의 정보를 신속하게 제공하며, 다양한 정보를 쉽게 이용할 수 있는 장점을 지니고 있다(송두석·박태수, 2004). 또한 상대적으로 많은 관광객들에게 관광지에 관한 소개, 숙박업소, 교통안내 등 다양한 관광관련 안내 및 기본 지식을 제공하고 있는 것은 물론, 다양한 마케팅, 전자상거래의 수단으로서도 그 수요는 폭발적으로 증가하고 있는 추세이다. 이와같이 인터넷을 통한 관광정보의 중요성은 인바운드 측면에서 관광객 유치에 매우 중요하게 생각되고 있다(변정우·이영욱, 2000). 이러한 중요성 때문에 전 세계의 주요 관광국과 관광지역은 효과적인 관광정보의 안내를 위해 인터넷과 첨단 정보기술을 이용하고 있다.

한편 학자에 따라 TIS에 대한 정의는 보는 관점과 연구영역에 따라 다양하게

나타나고 있지만, 선행연구에 의한 TIS의 개념을 살펴보면 온라인을 통해서 관광지에 대한 정확하고, 폭넓은 최신 관광정보와 서비스를 제공하는 시스템으로서 (Proll and Retschitzegger, 2000), 관광객과 정보이용자에게 필요한 관광지, 교통, 숙박, 예약, 여행일정, 가격, 문화, 기후, 환율 등에 관한 총체적 정보를 데이터베이스로 구축한 컴퓨터 시스템이라고 할 수 있다(노정철, 2003).

이러한 TIS는 관광수요의 고도화, 다양화에 능동적으로 대처하기 위해서 이용자에게 관광환경과 관련된 관광현상에 대한 적응력을 향상시키고, 새로운 관광수요를 유도하여 관광지의 지역경제 활성화를 도모하는데 그 목적을 두고 있다. 향후 TIS의 기능은 인터넷을 통해 관광정보를 입수하는 인바운드 관광객의 수가 지속적으로 증가하게 되면서(서울시·한국갤럽조사연구소, 2002), 교통편, 관광지, 숙박시설, 이벤트 등에 관한 정보를 정리하여, 제공하기만 하는 단순한 기능에서 탈피하여 화상, 음성, 영상을 총망라한 멀티미디어 종합정보서비스를 제공함으로써 다양화되고, 개성화되고 있는 관광객의 욕구를 충족시키게 될 것이다.

IV. 실증분석 결과 및 해석

1. 표본의 특성

본 연구의 설문조사는 2006년 12월 1일부터 2007년 2월 30일까지 보문단지와 호텔 및 시외버스터미널에서 실시하였으며, 일본과 중국을 비롯한 아시아권 인바운드 관광객을 대상으로 경주의 관광정보를 얻기 위해 TIS를 이용한 후, 경주를 방문한 관광객을 설문대상자로 선정하였다. 설문지 응답자는 자기기입식으로 설문지를 작성하고, 설문지 회수시 조사원이 주요 항목의 작성여부 및 추가응답 필요 여부를 확인하여 보완하였다. 설문지는 정량적인 라이커트 5점 척도법을 지양하고, 종래의 연속적 데이터가 가지고 있는 단편적 요소평가의 한계를 극복하기 위해 설문 응답자의 평가를 '전혀 중요하지 않다, 중요하지 않다, 보통이다, 중요하다, 매우 중요하다'와 같은 언어적 척도를 적용함으로써 보다 객관적인 의사결정을 내릴 수 있도록 하였다. 총 325명의 관광객을 대상으로 설문을 실시하였으며, 이 중에서 본 설문의 전제조건을 충족시키는 270매의 유효설문지를 회수하여 분석을 실시하였다. <표 4-1>은 설문 응답자의 인구통계적 특성을 나타낸 것이다.

〈표 4-1〉 응답자의 인구통계학적 특성

항 목	응답자수(비율)	항 목	응답자수(비율)
성 별	남 154(57.0)	국 적	일 본 153(56.7)
	여 116(43.0)		중 국 61(22.6)
연 령	20~29 95(35.2)		홍 콩 36(13.3)
	30~39 86(31.9)		대 만 17(6.3)
	40~49 51(18.9)		기 타 3(1.1)
	50~59 27(10.0)		인터넷 사용 빈도
	60세이상 11(4.0)	1주일에 2~3번 105(38.9)	
직 업	학 생 81(30.0)	1주일에 한번 65(24.1)	
	회사원 79(29.3)	1개월에 한번 22(8.1)	
	주 부 61(22.6)	학 력	
	자영업 26(9.6)		대졸(대학재학 포함) 141(52.2)
	전문직 8(3.0)		대학원이상 20(7.4)
	기 타 15(5.5)		기 타 40(14.8)
	총 인 원 : 270명		

2. 분석 결과

본 연구에서는 인바운드 관광객을 대상으로 경주지역의 관광정보를 제공하고 있는 문화관광부(www.mct.go.kr), 한국관광공사(www.knto.or.kr) 및 경주시(www.gyeongju.go.kr)에서 운영중인 TIS를 대상으로 선행연구(노정철, 2006a, 박현지, 2000; 오익근·최재화, 2000; Carmichael, 2002; Wilkinson, 2002)를 바탕으로, 가치평가대상변수(Va1~Va3)에 “관광지정보”, “축제·이벤트정보”, “교통·숙박·쇼핑·예약정보”를 선정하였다. 이와 같이 선정된 각 가치평가대상변수들은 실질적으로 TIS를 통해 관광정보를 획득하고, 한국을 방문중인 인바운드 관광객을 대상으로 현재 운영중인 TIS에 대한 평가를 시행하게 될 것이다. 또한 이 평가값을 토대로 TIS의 주요 표적시장인 인바운드 관광객, 즉 이용자 지향적인 TIS의 구축·운영을 위한 중요변수로 활용되게 될 것이다.

또한 본 연구에 있어서 속성평가변수는 TIS 운영시 구체적이고, 내재된 속성으로서 가치평가대상변수와 통합평가함으로써 상대적 평가점수를 구현하게 될 것이며, 동시에 이러한 속성변수는 퍼지이론을 통해 매체속성으로 이용되는 관계변수로서 비교기준 평가지표로도 활용될 것이다. 따라서 속성평가변수는 선행연구(김재석, 2006; 문화관광부·한국관광공사, 2005; 홍일유·임세현, 2002; Caro et. al., 2002; Rayport, 2002; Enz & Siguaw, 1999; Abel et. al., 1999)를 바탕으로 콘텐츠(Ea1), 사용자편의성(Ea2), 디자인(Ea3), 상호작용성(Ea4)을 선정하였다. 구체적인 평가항목으로는 콘텐츠 평가를 위해 “정보의 충실성(fa1)”, “정보의 신뢰성(fa2)”, “언어표현의 적절성(fa3)”을 사용자편의성 평가를 위해서는 “접근용이성(fa4)”, “링크의 다양성(fa5)”, “검색 편의성(fa6)”을 선정하였다. 또한 디자인 평가를 위해 “디자인의 고유성(fa7)”, “디자인의 일관성(fa8)”, “디자인의 명쾌성(fa9)”을 선정하였으며, 상호작용성 평가를 위해 “게시판의 활성화(fa10)”, “상호작용의 충실성(fa11)” 변수를 선정하여, 속성평가변수 (fa1 ~ fa11)별로 인바운드 관광객을 대상으로 가치평가를 실시하였다.

$$\begin{aligned} \tilde{Aa} &= Aaave = \frac{\tilde{Aa}_1 + \tilde{Aa}_2 + \dots + \tilde{Aa}_n}{n} \\ &= \frac{(\sum_{i=1}^n Aa_1^{(i)}, \sum_{i=1}^n Aa_2^{(i)}, \sum_{i=1}^n Aa_3^{(i)})}{n} = (Aa_1, Aa_2, Aa_3) \quad (\text{식 4-1}) \end{aligned}$$

〈표 4-2〉 가치 속성별 중요도 평균 퍼지수

속성평가변수	가치평가대상변수	관광지정보 (Va1)	축제/이벤트정보 (Va2)	교통/숙박/쇼핑/ 예약정보(Va3)
콘텐츠(Ea1)	정보의 충실성(fa1)	(4.9 5.8 6.9)	(5.6 6.8 7.9)	(4.6 5.8 6.9)
	정보의 신뢰성(fa2)	(4.6 6.5 7.2)	(5.1 6.2 7.2)	(5.3 6.7 8.2)
	언어표현의 적절성(fa3)	(5.0 5.9 6.2)	(4.5 6.2 6.9)	(4.1 5.3 6.5)
사용자편의성 (Ea2)	접근용이성(fa4)	(4.6 5.5 6.7)	(4.8 6.1 6.7)	(5.0 6.4 7.1)
	링크의 다양성(fa5)	(4.9 6.1 7.1)	(5.0 6.3 7.2)	(4.8 5.4 6.2)
디자인(Ea3)	검색 편의성(fa6)	(4.3 5.4 6.3)	(6.0 6.8 7.7)	(5.4 6.1 6.9)
	디자인의 고유성(fa7)	(5.0 5.7 6.8)	(5.3 6.1 6.9)	(4.8 5.7 6.5)
	디자인의 일관성(fa8)	(6.0 6.9 7.6)	(5.0 5.9 7.0)	(4.5 5.5 7.2)
상호작용성 (Ea4)	디자인의 명쾌성(fa9)	(4.2 5.8 6.7)	(4.0 5.2 6.2)	(6.5 7.0 7.9)
	게시판의 활성화(fa10)	(5.2 6.1 7.2)	(4.3 5.2 5.9)	(3.9 4.5 5.6)
	상호작용의 충실성(fa11)	(5.0 6.9 7.8)	(5.0 6.3 7.4)	(4.5 5.2 6.1)

다음의 <표 4-2>는 인바운드 관광객이 TIS를 이용하여, 관광정보를 검색하기 전, 평가한 사전 중요도와 실질적으로 정보를 검색한 후, TIS에 대해서 인식한 사후 만족도를 평가한 결과값을 제시한 것이다. <표 4-1>의 각 행렬값은 TIS에 대한 관광객($i=1, 2, 3, \dots, n$)의 언어적 척도에 의한 평가값을 (식 4-1)에 따라 퍼지수로 전환되면서 상호 크기와 방향을 비교할 수 있는 기준지표가 설정되는 것이다. <표 4-3>은 이러한 평가값을 α -수준집합을 이용하여 의사결정값으로 환산한 값들을 나타낸다. 또한 <표 4-4>는 인바운드 관광객이 TIS를 통해 관광정보를 획득한 후, TIS에 대한 사후 만족도를 평가한 결과값이며, <표 4-5>는 이를 α -수준집합을 이용하여 의사결정값으로 환산한 값들을 나타낸다.

<표 4-3> α -수준집합에 의한 중요도 가치평가

속성평가변수	가치평가대상변수	관광지정보 (Va_1)	축제/이벤트정보 (Va_2)	교통/숙박/쇼핑/예약정보(Va_3)
	정보의 충실성(fa1)	(0.9a+4.9,-1.1a+6.9)	(1.2a+5.6,-1.1a+7.9)	(1.2a+4.6,-1.1a+6.9)
컨텐츠(Ea1)	정보의 신뢰성(fa2)	(1.9a+4.6,-0.7a+7.2)	(1.1a+5.1,-1.0a+7.2)	(1.4a+5.3,-1.5a+8.2)
	언어표현의 적절성(fa3)	(0.9a+5.0,-0.3a+6.2)	(1.7a+4.5,-0.7a+6.9)	(1.2a+4.1,-1.2a+6.5)
	접근용이성(fa4)	(0.9a+4.6,-1.2a+6.7)	(1.3a+4.8,-0.6a+6.7)	(1.4a+5.0,-0.7a+7.1)
사용자편의성	링크의 다양성(fa5)	(1.2a+4.9,-1.0a+7.1)	(1.3a+5.0,-0.9a+7.2)	(0.6a+4.8,-0.8a+6.2)
(Ea2)	검색 편의성(fa6)	(1.1a+4.3,-0.9a+6.3)	(0.8a+6.0,-0.9a+7.7)	(0.7a+5.4,-0.8a+6.9)
	디자인의 고유성(fa7)	(0.7a+5.0,-1.1a+6.8)	(0.8a+5.3,-0.8a+6.9)	(0.9a+4.8,-0.8a+6.5)
디자인(Ea3)	디자인의 일관성(fa8)	(0.9a+6.0,-0.7a+7.6)	(0.9a+5.0,-1.1a+7.0)	(1.0a+4.5,-1.7a+7.2)
	디자인의 명쾌성(fa9)	(1.6a+4.2,-0.9a+6.7)	(1.2a+4.0,-1.0a+6.2)	(0.5a+6.5,-0.9a+7.9)
상호작용성	게시판의 활성화(fa10)	(0.9a+5.2,-1.1a+7.2)	(0.9a+4.3,-0.7a+5.9)	(0.6a+3.9,-1.1a+5.6)
(Ea4)	상호작용의 충실성(fa11)	(1.9a+5.0,-0.9a+7.8)	(1.3a+5.0,-1.1a+7.4)	(0.7a+4.5,-0.9a+6.1)

한편, 퍼지수로 표현된 평가값을 α -수준집합을 이용하여 변환한 것으로 분해이론을 통해 원래의 일반집합으로 변환하는 것이 가능하며, 의사결정의 유연성을 확보할 수 있다. 한편 (식 4-2)에서 \bigcup 은 각 α -수준집합들의 합집합을 의미한다.

$$\bar{A} = \bigcup_{\alpha \in [0, 1]} \bar{A}_\alpha$$

$$\overline{A}(\lambda x_1 + (1 - \lambda)x_2) \geq \min[\overline{A}(x_1), \overline{A}(x_2)]$$

(단, $x_1, x_2 \in R$ 이고, $\lambda \in [0,1]$) (식4-2)

〈표 4-4〉 가치 속성별 만족도 평균 퍼지수

속성평가변수	가치평가대상변수	관광지정보 (V_{a1})	축제/이벤트정보 (V_{a2})	교통/숙박/쇼핑/예약 정보(V_{a3})
컨텐츠(Ea1)	정보의 충실성(fa1)	(5.2 6.0 7.0)	(4.1 5.7 6.2)	(4.0 4.9 5.6)
	정보의 신뢰성(fa2)	(5.6 6.4 7.2)	(4.8 6.2 7.0)	(4.0 5.1 6.3)
	언어표현의 적절성(fa3)	(5.4 6.5 7.4)	(4.0 5.8 6.5)	(5.5 6.2 7.3)
사용자편의성 (Ea2)	접근용이성(fa4)	(4.2 6.3 7.1)	(4.0 6.1 7.6)	(3.5 4.3 5.5)
	링크의 다양성(fa5)	(5.3 6.0 6.9)	(4.2 5.9 7.1)	(3.9 4.6 5.8)
디자인(Ea3)	검색 편의성(fa6)	(4.8 6.9 7.5)	(4.8 5.6 6.3)	(4.0 4.9 5.3)
	디자인의 고유성(fa7)	(5.6 6.7 7.8)	(4.8 5.5 6.4)	(5.2 6.4 7.1)
	디자인의 일관성(fa8)	(3.8 4.5 5.3)	(4.3 5.6 6.9)	(5.3 6.5 7.2)
상호작용성 (Ea4)	디자인의 명쾌성(fa9)	(5.3 6.2 7.5)	(5.1 6.5 7.6)	(3.2 4.3 5.6)
	게시판의 활성화(fa10)	(3.8 4.7 5.3)	(4.5 5.8 6.7)	(4.8 5.9 6.6)
	상호작용의 충실성(fa11)	(3.8 4.8 6.0)	(3.4 4.1 5.2)	(4.5 5.0 6.5)

〈표 4-5〉 α 수준집합에 의한 만족도 가치평가

속성평가변수	가치평가대상변수	관광지정보 (V_{a1})	축제/이벤트정보 (V_{a2})	교통/숙박/쇼핑/ 예약정보(V_{a3})
컨텐츠(Ea1)	정보의 충실성(fa1)	(0.8a+5.2, -1.0a+7.0)	(1.1a+4.1, -0.5a+6.2)	(0.9a+4.0, -0.7a+5.6)
	정보의 신뢰성(fa2)	(0.8a+5.6, -0.8a+7.2)	(0.4a+4.8, -0.8a+7.0)	(1.1a+4.0, -1.2a+6.3)
	언어표현의 적절성(fa3)	(1.1a+5.4, -0.9a+7.4)	(1.8a+4.0, -0.7a+6.5)	(0.7a+5.5, -1.1a+7.3)
사용자편의성 (Ea2)	접근용이성(fa4)	(2.1a+4.2, -0.8a+7.1)	(2.1a+4.0, -1.5a+7.6)	(0.8a+3.5, -1.2a+5.5)
	링크의 다양성(fa5)	(0.7a+5.3, -0.9a+6.9)	(1.7a+4.2, -1.2a+7.1)	(0.7a+3.9, -1.2a+5.8)
디자인(Ea3)	검색 편의성(fa6)	(2.1a+4.8, -0.6a+7.5)	(0.8a+4.8, -0.7a+6.3)	(0.9a+4.0, -0.4a+5.3)
	디자인의 고유성(fa7)	(0.9a+5.6, -1.1a+7.8)	(0.7a+4.8, -0.9a+6.4)	(1.2a+5.2, -0.7a+7.1)
	디자인의 일관성(fa8)	(0.7a+3.8, -0.8a+5.3)	(1.3a+4.3, -1.3a+6.9)	(1.2a+5.3, -0.7a+7.2)
상호작용성 (Ea4)	디자인의 명쾌성(fa9)	(0.9a+5.3, -1.3a+7.5)	(1.4a+5.1, -1.1a+7.6)	(1.1a+3.2, -1.3a+5.6)
	게시판의 활성화(fa10)	(0.9a+3.8, -0.6a+5.3)	(1.3a+4.5, -0.9a+6.7)	(1.1a+4.8, -0.7a+6.6)
	상호작용의 충실성(fa11)	(1.0a+3.8, -1.2a+6.0)	(0.7a+3.4, -1.1a+5.2)	(0.5a+4.5, -1.5a+6.5)

〈표 4-6〉의 퍼지수에 의한 중요도·만족도 가치평가의 행렬값은 퍼지관계모형을 바탕으로 (식 4-3)의 퍼지관계 최대·최소합성을 통해 다음과 같이 계산된다.

$$A = \{(x, \mu_A(x)); x \in U, \mu_A(x) \in [0, 1]\}$$

$$\overline{A} = \{(x, \mu_{\overline{A}}(x)); x \in U, \mu_{\overline{A}}(x) \in [0, 1]\} \quad (\text{식 4-3})$$

(식 4-3)에서 A 는 일반집합을 나타내고, \overline{A} 는 퍼지집합을 의미하며, $\mu(x)$ 는 원소 x 의 특성함수 또는 멤버십함수를 뜻한다. 이러한 퍼지집합중 정규성과 불록성 등의 특수한 조건을 만족하는 퍼지집합을 이용하여, 인간의 애매모호성이나 미래의 불확실성을 표현하게 되며(Zadeh, 1973), 본 연구에서도 TIS 이용자 가치평가에 내재된 애매모호성과 불확실성을 계량적으로 나타내는데, 퍼지집합을 유용하게 사용할 수 있다.

$$E(x, z) = [A \circ C](x, z) = \max \circ \min_{y \in Y} [A(x, y), C(y, z)]$$

$$e_{jk} = \max_j \min_i (a_{ij}, c_{jk})$$

$$F(x, z) = [B \circ D](x, z) = \max \circ \min_{y \in Y} [B(x, y), D(y, z)]$$

$$f_{jk} = \max_j \min_i (b_{ij}, d_{jk}) \quad (\text{식 4-4})$$

〈표 4-6〉 퍼지수에 의한 중요도·만족도 가치평가

속성평가변수	가치평가대상변수	관광지정보 (Va_1)	축제/이벤트 정보(Va_2)	교통/숙박/쇼핑/예 약정보(Va_3)
	정보의 충실성(fa1)	(25.5 34.8 48.3)	(23.0 38.8 49.0)	(18.4 28.4 38.6)
컨텐츠(Ea1)	정보의 신뢰성(fa2)	(25.8 41.6 51.8)	(24.5 38.4 50.4)	(21.2 34.2 51.7)
	언어표현의 적절성(fa3)	(27.0 38.4 45.9)	(18.0 36.0 44.9)	(22.6 32.9 47.5)
	접근용이성(fa4)	(19.3 34.7 47.6)	(19.2 37.2 50.9)	(17.5 27.5 39.1)
사용자편의성	링크의 다양성(fa5)	(26.0 36.6 49.0)	(21.0 37.2 51.1)	(18.7 24.8 36.0)
(Ea2)	검색 편의성(fa6)	(20.6 37.3 47.3)	(28.8 38.1 48.5)	(21.6 29.9 36.6)
	디자인의 고유성(fa7)	(28.0 38.2 53.0)	(25.4 33.6 44.2)	(25.0 36.5 46.2)
디자인(Ea3)	디자인의 일관성(fa8)	(22.8 31.1 40.3)	(21.5 33.0 48.3)	(23.9 35.8 51.8)
	디자인의 명쾌성(fa9)	(22.3 36.0 50.3)	(20.4 33.8 47.1)	(20.8 30.1 44.2)
상호작용성	게시판의 활성화(fa10)	(19.8 28.7 38.2)	(19.4 30.2 39.5)	(18.7 26.6 37.0)
(Ea4)	상호작용의 충실성(fa11)	(19.0 33.1 46.8)	(17.0 25.8 38.5)	(20.3 26.0 39.7)

(식 4-4)를 통해, 경주의 관광정보를 인바운드 관광객들에게 제공하고 있는 TIS에 대하여 이용자측면에서의 사전 중요도와 사후 만족도 평가가 모두 고려된 결과값을 얻을 수 있다. 따라서 <표 4-6>의 행렬값을 통해 객관적이고, 공통된 가치평가대상변수를 활용하여 현재 운영되고 있는 TIS의 장·단점을 비교함으로써 정보시스템간의 비교우위 및 보완점을 발견할 수 있을 뿐만 아니라, 이용자 지향적인 TIS를 구축할 수 있게 될 것이다.

그러나 <표 4-6>의 행렬값은 하나의 값이 아니라, 퍼지수로 표현된 구간이기 때문에 평가값의 상호비교가 항상 명확하게 나타나지는 않는다. 따라서 이를 다음의 (식 4-5)를 이용하여 퍼지수의 대표값으로 전환하는 과정이 필요하며, 이러한 과정을 거친 결과값이 <표 4-7>의 최종 가치평가값이다.

$$G = \frac{\alpha_1 \tilde{E}_{1kl} + \alpha_2 \tilde{E}_{2kl} + \alpha_3 \tilde{E}_{3kl}}{3} \quad (\text{식 4-5})$$

<표 4-7> TIS 최종가치 평가

속성평가변수	가치평가대상변수	관광지정보 (Va_1)	축제/이벤트정보 (Va_2)	교통/숙박/쇼핑/ 예약정보 (Va_3)
	정보의 충실성 (fa1)	36.2	36.9	28.5
컨텐츠(Ea1)	정보의 신뢰성 (fa2)	39.7	37.8	35.7
	언어표현의 적절성 (fa3)	37.1	33.0	34.3
	접근용이성 (fa4)	33.9	35.8	28.0
사용자편의성	링크의 다양성 (fa5)	37.2	36.4	26.5
(Ea2)	검색 편의성 (fa6)	35.1	38.5	29.4
	디자인의 고유성 (fa7)	39.7	34.4	35.9
디자인(Ea3)	디자인의 일관성 (fa8)	28.7	34.3	37.2
	디자인의 명쾌성 (fa9)	36.2	33.8	31.7
상호작용성	게시판의 활성화 (fa10)	28.9	29.7	27.4
(Ea4)	상호작용의 충실성 (fa11)	33.0	27.1	31.4

이와 같이 퍼지수의 대표값으로 환산함으로써 <표 4-8>과 <표 4-9>와 같이 각 가치변수별 또는 속성변수별로 TIS의 우선순위를 결정할 수 있을 뿐만 아니라, 현실적이고 유연한 의사결정과 전략적 대안도출이 가능할 수 있게 되었다. 즉 <표

4-8)에서는 TIS의 각 가치평가대상변수에 대한 우선순위 결과값을 제시하였으며, <표 4-9>에서는 각 속성평가변수에 대한 우선순위 결과값을 제시하였다. 또한 <표 4-8>와 <표 4-9>의 행렬값중 각 2행의 값 (\tilde{f}_a, \tilde{v}_a) 은 각 1행의 값 (f_a, v_a) 의 총합 ($\sum_{V_{a_3}}^{V_{a_3}}, \sum_{f_{a_1}}^{f_{a_1}}$)으로 나누어 산출한 것으로, TIS 구축·운영시 예산분배 및 이용자 지향적인 TIS 개발을 위한 의사결정에 활용할 수 있을 것이다.

<표 4-8> 가치평가대상변수 우선순위 결과값

가치평가대상변수 속성평가변수	관광지정보 (V_{a1})	축제/이벤트정보 (V_{a2})	교통/숙박/쇼핑/ 예약정보(V_{a3})	$\sum_{V_{a_3}}^{V_{a_3}}$ $\sum_{f_{a_1}}^{f_{a_1}}$
$\sum_{f_{a_1}}^{f_{a_1}}$	385.7	377.7	346.0	1,109.4
\tilde{E}_a	0.348	0.341	0.311	1

한편, 경주를 방문중인 일본, 중국을 비롯한 아시아권의 인바운드 관광객들은 TIS의 “관광지정보(V_{a1})”에 대해서 가장 높은 평가를 하고 있는 반면, “축제/이벤트정보(V_{a2})”에 대해서는 377.7을 “교통/숙박/쇼핑/예약정보(V_{a3})”에 대해서는 346.0으로 가장 낮은 평가를 내리고 있는 것으로 나타났다. 특히 “교통/숙박/쇼핑/예약정보(V_{a3})”에 대해서는 거의 대부분의 속성평가변수에서 낮은 평가를 내리고 있는 실정이다.

특히 교통/숙박/쇼핑/예약정보는 국내 인바운드 관광시장의 60% 이상을 차지하고 있는 개별 여행객들에게 매우 중요한 정보임에도 불구하고, 선행연구(노정철, 2006a; 변우희, 2004)와 동일한 결과가 아시아권 관광객들에게서도 여전히 나타나고 있다는 점은 현재 총체적인 위기를 맞이하고 있는 경주 인바운드 관광산업의 침체이유를 역설적으로 시사해주고 있다. 왜냐하면, 개별적으로 경주를 여행하고 있는 인바운드 관광객들은 TIS에서 제공되는 정보에 대한 의존도가 매우 높기 때문에 실질적이고, 매우 구체적인 정보를 요구하고 있는 것에 비해서(Teye, *et. al.*, 2002), 세계적인 IT강국으로 인정받고 있는 국내에서 현재 운영중인 TIS에서는 관광객들이 원하고 있는 실질적인 정보 및 예약기능을 제공하지 못하고 있으며, 이로 인해 관광객들의 불편을 오히려 심화시키고 있는 것이다. 즉, 현재 운영중인 TIS는 경주를 방문하고자 하는 잠재관광객 및 경주를 방문중인 관광객의 욕구에 적절하게 대응하지 못하고 있는 안타까운 상황이다.

특히 방한 인바운드 관광객의 50% 이상이 인터넷을 통해 관광정보를 획득하고 있는 상태에서 이제 TIS의 역할은 단순히 정보이용자의 관심을 끄는데 그칠 것이 아니라, 이용자로 하여금 실제 방문객으로 전환시키도록 하는 데 있다. 따라서 정보내용으로 관광객의 관심을 유도하고, 재방문을 유도하기 위해서는 최신의 정보를 제공하고, 다른 정보시스템과의 링크가 원활하게 이루어져야만 될 것이다. 또한 이들 속성을 신속히 개선하기 위해서는 다양한 정보의 제공과 함께 다른 TIS와의 활발한 링크 및 숙박예약의 경우, 원스탑(one-stop)으로 숙박시설의 종류, 등급, 위치, 가격대별 검색이 이루어져야만 하며, 검색된 정보는 통일된 형식으로 제공되어 예약까지 마칠 수 있는 시스템 환경의 제공이 필수적이다. 이외에도 시스템을 통해 항공사나 철도청, 여행사 등과 연계되어, 정보검색이 용이하고, 정확한 최신의 정보를 제공받을 수 있도록 시스템의 신속한 재정비가 요구된다.

〈표 4-9〉 속성평가변수 우선순위 결과값

속성평가변수	컨텐츠			사용자편의성			디자인			상호작용성		$\sum_{f_{a_1}}^{f_{a_n}}$
	f_{a_1}	f_{a_2}	f_{a_3}	f_{a_4}	f_{a_5}	f_{a_6}	f_{a_7}	f_{a_8}	f_{a_9}	$f_{a_{10}}$	$f_{a_{11}}$	
$\sum_{V_{a_1}}^{V_{a_3}}$	101.6	113.2	104.4	97.7	100.1	103.0	111.0	100.2	101.7	86.0	91.5	1,109.4
\bar{V}_a	0.092	0.102	0.094	0.088	0.090	0.093	0.100	0.090	0.092	0.077	0.082	1

한편 〈표 4-9〉에 나타난 것처럼, 속성평가변수에 있어서 아시아권 인바운드 관광객들은 TIS의 컨텐츠, 사용자편의성, 디자인에 대해 비교적 긍정적인 평가를 내리고 있는 반면, 상호작용성에 대해서는 매우 낮은 평가를 내리고 있는 것으로 나타났다. 이는 온라인을 활용한 TIS가 기존의 오프라인 브로슈어의 홍보매체 차원을 넘어, 21세기 뉴밀레니엄 시대의 생존전략으로까지 부상하고 있는 현 시점에서(박희석, 2006), 현재 국내 TIS에 내재되어 있는 근본적인 한계점을 보여주고 있다. 즉 상호작용성은 인바운드 관광의 활성화와 직결되는 변수로서(성준호·엄서호, 2002; Evans & Vanessa, 1999), 실질적으로 사이버상에서 이루어지는 TIS의 성격상, 온라인 커뮤니티의 활성화는 매우 중요한 요소임에도 불구하고, 전문인력의 부족과 실시간 외국어 서비스 제공의 어려움 및 그 중요성을 낮게 평가하는 관계로 온라인 커뮤니티가 활성화되지 못하고 있는 실정이다. 따라서 시스템내에서 정보이용자인 관광객의 피드백을 얻을 수 있도록 쌍방향 커뮤니케이션이 가능한 시스템의 설계와 함께 현재 형식적으로

운영되고 있는 온라인 게시판 등을 적극적으로 활용하여, 이용자의 의견을 수렴하여, 이를 TIS의 정비에 활용하는 적극적인 노력이 시급하게 요구된다.

한편, 본 연구에서는 기존의 TIS관련 연구(남인용, 2002; 김나희, 2001)와는 달리, 콘텐츠에 대한 평가가 매우 높은 것으로 나타났다. 이는 최근 정부기관 및 지방자치단체의 노력으로 TIS에서 영어를 비롯한 일본어·중국어 서비스를 기본적으로 제공하게 되면서, 외국인 정보이용자가 언어상의 어려움없이 정보를 공유할 수 있게 되었기 때문으로 생각된다. 또한 사용자 편의성도 비교적 높은 평가를 받고 있는 것으로 나타나고 있다.

V. 결 론

정보기술의 발달로 지금 세계는 디지털 혁명의 중심에 있다. 이러한 디지털 혁명은 가상공간을 통한 시공간의 제약극복과 정보확산 방식의 대대적인 변혁을 가져다 줌으로써, 기존의 사회경제적 패러다임을 급격하게 변화시키고 있다. 이와 같은 정보기술의 발전 및 사이버 공간의 출현은 관광산업에 있어서 새로운 도전의 기회를 제공하고 있다. 특히 세계 주요 관광선진국의 경우, 관광안내정보의 제공에 있어서 최근 급속하게 발전하고 있는 첨단 정보통신기술을 적극적으로 활용하여, 관광객에게 고품질의 정보를 제공하고 있다. 이에 따라 국내에서도 국제화, 정보화 추세에 부응하여 지역 관광부문의 정보화를 효율적으로 추진함으로써, 지역 관광산업 부문의 부가가치 창출과 지역으로의 국내외 관광객의 유치증대 효과를 기대하고, 지역관광부문에 경쟁적으로 투자를 하고 있다. 그러나 현재 국내에서 운영중인 TIS는 과거에 비해 많은 개선이 이루어졌다고는 하지만, 아직까지도 관광정보화측면에서는 최종 정보이용자의 요구를 충족시키기에는 미흡한 실정이다.

따라서 본 논문에서는 현재 국내에서 인바운드 관광객을 대상으로 경주지역의 관광정보를 제공하고 있는 TIS가 하드웨어와 소프트웨어와 같은 기초 인프라시설이 잘 구축되어 있음에도 불구하고, 효율적인 운영이 되지 못하고 있는 문제점을 근본적으로 해결하기 위해서, 국내외적으로 정보시스템 평가의 대표적인 변수로 인정받고 있는 사용자 만족도(Delon & Mciean, 1992; Ein-Dor & Segev, 1982)를 파악하여, 외국인 이용자의 욕구를 충족시킬 수 있는 TIS를 구축·운영하기 위하여 외국인 이용자의 가치평가를 통해 가치평가대상변수와 속성평가변수별 강점과 약점을 분석하였다. 이를 토대로 이용자 지향적인 TIS를 구축·운영함

으로써 위기를 맞이하고 있는 경주 관광산업의 활성화뿐만 아니라, 한국관광이 안고 있는 관광수지 적자라는 구조적인 문제를 해결하기 위한 효과적인 마케팅전략 수립을 위한 시사점을 제시하고자 하였다.

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 인바운드 관광객들은 TIS의 “관광지정보(Va1)”와 “축제/이벤트정보(Va2)”에 대해서는 긍정적인 평가를 내리고 있는 반면, “교통/숙박/쇼핑/예약정보(Va3)”에 대해서는 낮은 평가를 내리고 있는 것으로 나타났다. 이는 인바운드 관광시장의 60% 이상을 차지하고 있는 개별 여행객들의 정보이용에도 불구하고, 선행연구(노정철, 2006a; 변우희, 2004)와 동일한 결과가 아시아권 관광객들에게서도 나타나고 있다는 점은 현재 국내 인바운드 관광산업의 문제점을 잘 나타내주고 있다. 따라서 개별 여행객뿐만 아니라, 향후 이용자 지향적인 TIS의 구축·운영을 위해서는 신속한 개선과 정비가 요구된다.

둘째, 속성평가변수의 경우, TIS의 콘텐츠, 사용자편의성, 디자인에 대해서는 높은 평가를 내린 반면, 상호작용성에는 매우 낮은 평가를 내리고 있는 것으로 나타났다. 이는 언어상의 문제 및 전문인력의 부족으로 인해 인바운드 관광객을 위한 온라인 게시판이나 커뮤니티가 활성화되지 못하고 있기 때문이다. 따라서 지금이라도 상호작용성의 중요성을 인식하고, 신속한 개선과 정비가 이루어져야 할 것이다.

한편, 본 연구에서 나타난 아시아권 인바운드 관광객이 평가한 TIS의 가치평가 결과값을 철저히 분석하고, 이를 기초로 인바운드 관광객의 요구에 부응할 수 있는 TIS를 구축·운영함으로써, 고객중심주의의 철학이 실천되어 불황을 맞이하고 있는 국내의 인바운드 관광시장을 활성화시킬 수 있는 계기가 될 수 있을 것이다.

특히 아직도 인터넷상으로 한국에 관한 왜곡된 정보들이 세계적으로 흩어져 있는 현실에서 TIS를 방문하는 정보이용자의 입장에서 유용한 정보가 적절한 형식과 내용으로 제시된다면, 국제관광 발전에 치명적인 제약조건들이 해결될 수 있는 대응전략이 될 수 있을 것이다. 또한 인바운드 관광객을 유인할 수 있는 관광관련 정보가 지속적으로 관광수요자에게 실시간으로 전달될 때, 국내의 인바운드가 활성화되면서 국내 관광도 동시에 발전하는 시너지 효과를 창출할 수 있을 것으로 기대한다.

참고문헌

- 김나희(2001). 관광정보 웹사이트의 평가와 효과적 활용방안에 관한 연구. 세종대학교 대학원 박사학위논문, 15-69.
- 김재석(2006). 강원관광 웹사이트 평가 항목개발을 위한 탐색적 연구. 『학술연구발표 논문집』, 한국관광학회 제 60차 학술논문발표대회, 28-45.
- 김향자(2002). 국가 관광정보화 전략계획의 방향. 『한국관광정책』, 3(14), 17-23.
- 남인용(2002). 한국 지방자치단체 외국어 홈페이지의 문화관광 홍보기능 분석. 『학술연구발표 논문집』, 한국문화관광학회 한·일 공동주최 국제학술대회, 231-246.
- 노영(2007). 웹기반 GIS를 활용한 관광정보시스템의 아키텍처에 관한 연구. 『지식연구』, 5(1), 159-177.
- 노정철(2003). 관광정보시스템 가치평가에 관한 연구. 『관광·레저연구』, 14(3), 267-286.
- _____(2006a). 경주TIS 구축을 위한 이용자 가치평가. 『관광학연구』, 30(1), 211-231.
- _____(2006b). 인바운드 관광 활성화를 위한 TIS 구축방향에 관한 연구. 『건설·환경연구』, 5(4), 49-69.
- 박종찬(1999). 인터넷을 활용한 관광목적지 정보시스템 구축에 관한 연구. 세종대학교 대학원 박사학위논문, 9-64.
- 박종희(2000). 전통무예 관광자원화를 위한 마케팅전략. 『관광호텔연구』, 2(1), 122-125.
- 박희석(2006). 강원지역 관광분야 지자체 홈페이지의 상호작용성 매커니즘에 대한 내용 분석. 『학술연구발표 논문집』, 한국관광학회 제 60차 학술논문발표대회, 89-106.
- 박현지(2000). 관광정보 웹사이트 메뉴항목의 중요도 분석. 『호텔경영학연구』, 9(2), 311-323.
- 백용창·김나희(2002). 지방자치단체 관광정보웹사이트 메뉴 항목의 활성화 방안에 관한 연구. 『관광·레저연구』, 14(2), 197-214.
- 변우희(2004). 퍼지관계모형 적용에 의한 국제문화관광정보시스템 가치평가. 『관광·레저연구』, 16(2), 49-70.
- 변우희·노정철·김기태(2005). 고속철도시대의 경주관광 발전을 위한 관광발전을 위한 관광루트 개발전략에 관한 연구. 『관광학연구』, 29(1), 69-87.
- 변정우·이영옥(2000). 외래관광객의 관광정보 활용방안에 관한 연구. 『호텔관광연구』, 4, 169-191.
- 손락조(2004). 고속철도시대의 경주관광 활성화를 위한 신관광루트 개발 전략. 경주대학

교 대학원 박사학위논문, 2-5.

송두석·박태수(2004). 지자체 관광목적지 정보시스템 웹사이트의 성숙도에 관한 연구. *호텔관광연구*, 5(3), 139-149.

성준호·엄서호(2002). 관광 웹사이트와 여행정보 탐색자 관계형성의 선행변수. 『관광학연구』, 26(1), 279-280.

오익근·최재화(2000). 인터넷 관광정보 구성분석-광역자치단체의 홈페이지를 중심으로. 『관광학연구』, 23(2), 31-47.

홍일유·임세현(2002). 3C-D-T 프레임워크에 근거한 유형별 웹사이트 전략의 개발. 『학술연구발표 논문집』, 한국경영정보학회 춘계학술대회.

경주시(2007). 내부자료.

문화관광부·한국관광공사(2005). 『지자체 관광분야 홈페이지 평가를 위한 평가기준 및 평가모형』.

문화관광부(2003). 『관광동향에 관한 연차보고서』.

_____ (2006). 『관광동향에 관한 연차보고서』.

서울시·한국갤럽조사연구소(2002). 『외국인 관광객 설문조사』.

한국관광공사(2007). 『2006년 외래관광객 실태조사』.

현대경제연구원(2007). 『한국경제주평』, 244호.

<http://www.mct.go.kr>

<http://www.gyeongju.go.kr>

<http://www.knto.or.kr>

Abels, E., White, M., & Hann, K.(1999). A user-based design process for website. *OCLC Systems & Services*, 15(1), 35-44.

Beedie, P., & Hudson, S.(2003). Emergence of mountain-based adventure tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(3), 625-643.

Bonn, M., Furr, H., & Susskind(1999). Predicting a behavioral profile for pleasure travelers on the basis of internet use segmentation. *Journal of Travel Research* 37, 333-340.

Buhalis, D(1998). Strategic use of information technologies in the tourism industry. *Tourism Management*, 19, 409-421.

Callander, M., & Page, S.(2003). Managing risk in adventure tourism operations in New Zealand: a review of the legal case history and potential for litigation. *Tourism Management*, 24(1), 13-24.

Carmichael, B.(2002). Destinations cultural landscapes of tourism. *Annal of Tourism Research* 29(1), 119-132.

Cano, V., & Prentice, R.(1998). Opportunities for endearment to place

- through electronic visting, *Tourism Management*, 19(1), 67-73.
- Caro, J., Guevara, A., Aguayo, A., & Galvez, S.(2002). Workflow management applied to information systems in tourism. *Journal of Travel Research*39(2), 220-226.
- Delon, W., & Mclean, E.(1992). Information system success: the quest for the dependent variable. *Information System Research*, 3(1), 60-95.
- Ein-Dor, P., & Segev, E.(1982). Organizational context and MIS structure: some empirical evidence. *MIS Quarterly*, 6(3), 55-68.
- Enz, C., & Siguaw, J.(1999). Best practices in information technologies. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 58-71.
- Evans, R., & Vanessa, K.(1999). Business-to-business marketing and the world wide web. *Industrial Marketing Management*, 28, 343-358.
- Fodness, D., & Murray, B.(1999). A model of tourist information search behavior. *Journal of Travel Research*, 37(30), 428-435.
- Proll, B., & Retschitzegger, W.(2000). Discovering next generation tourism information systems: a tour on TIScover. *Journal of Travel Research*, 39(2), 182-191.
- Rayport, J., & Jaworski, B.(2002). Introduction to e-commerce. New York, McGrawhill.
- Stamboulis, Y., & Skayannis, P.(2003). Innovation strategies and technology for experience-based tourism. *Tourism Management*, 24(1), 35-44.
- Teye, V., Sonmez, S., & Sirakaya, E.(2002), Residents' attitudes toward tourism development. *Annals of Tourism Research*, 29(3). 668-688.
- Wilkinson, P.(2002). Information and communication technologies in tourism 2000. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 275-276.
- Zadeh, L.(1973). Outline of new approach to the analysis of complex systems and decision processes. *IEEE Trans. Syst. Man. Cybern*, 3(1), 28-44.

2007년 4월 21일 접수

2007년 12월 18일 최종 수정본 접수

3인 익명 심사 룹