

H
326.39
D7342

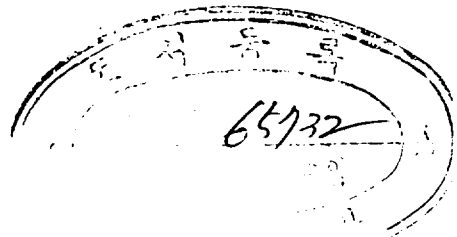
碩士學位論文

濟州地域 觀光産業의 인터넷 活用과 改善에 관한 研究

濟州大學校 大學院

經營學科

文 映 子



1997年 12月

濟州地域 觀光産業의 인터넷 活用과 改善에 관한 研究

指導教授 千 瑛 秀

文 映 子

이 論文을 經營學 碩士學位 論文으로 提出함

1997年 12月

文映子の 經營學 碩士學位 論文을 認准함

審査委員長_____ 印

委 員_____ 印

委 員_____ 印

濟州大學校 大學院

1997年 12月

A Study on the Use and Improvement of Internet
Service of the Tourism Industry in Cheju Island

Youngja, Moon

(Supervised by Professor Youngsoo Chun)

A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF
MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION

DEPARTMENT OF BUSINESS ADMINISTRATION
GRADUATE SCHOOL
CHEJU NATIONAL UNIVERSITY

1997. 12.

제 목 차 례

I. 서 론	1
1. 연구의 목적 및 내용	1
2. 연구 방법	3
3. 논문의 구성	3
II. 인터넷에 관한 일반적 고찰	5
1. 인터넷의 개요	5
2. 인터넷 관련 주요 용어	7
3. 인터넷의 발전사	15
4. 인터넷의 이용 현황	19
5. 기업의 정보기술 활용에 관한 기존 연구 결과	27
III. 제주 지역과 하와이 지역 관광 산업의 인터넷 활용 실태의 비교 분석	39
1. 비교 분석 항목 및 비교 대상 선정	39
1) 비교 분석 항목의 선정	39
2) 비교 대상의 선정	42
2. 인터넷 활용 수준의 비교	45
1) 웹사이트 개설 현황 총괄	45
2) 관광 업종 및 지원 기관별 웹사이트 개설 현황	46

3. 관광 업종 및 지원 기관별 웹사이트 운영 실태 비교	49
1) 호텔업의 웹사이트 운영 실태 비교	49
2) 여행업의 웹사이트 운영 실태 비교	57
3) 운수업의 웹사이트 운영 실태 비교	61
4) 지원기관의 웹사이트 운영 실태 비교	67
IV. 제주 지역 관광 산업의 인터넷 활용에 관한 문제점 및 개선 방안	75
1. 문제점	75
2. 개선방안	81
V. 결론	84
참고문헌	87
설 문 지	90

표 차례

<표 2-1> 인터넷 서비스 종류	7
<표 2-2> 세계 인터넷 호스트, 도메인 현황	20
<표 2-3> Top-Level 도메인별 호스트의 분포	21
<표 2-4> 세계 경제/인구규모와 호스트컴퓨터 수의 상관 관계	22
<표 2-5> 국내 인터넷 호스트, 도메인 현황	23
<표 2-6> 국내 인터넷 가입자(유/무료) 수	24
<표 2-7> 국내 인터넷 가입기관(유/무료) 수	24
<표 2-8> 정보기술활용과 관련한 조직의 경쟁적 우위에 대한 선행 연구	29
<표 2-9> 정보시스템의 인간적 효과 측정 항목	35
<표 2-10> 정보시스템의 품질 특성	37
<표 3-1> 정보의 품질 특성과 관련한 홈페이지 상의 분석항목	40
<표 3-2> 제주 지역과 하와이 지역의 웹사이트 개설 현황	45
<표 3-3> 관광 업체 및 지원 기관의 웹사이트 개설 현황	47
<표 3-4> 관광 도시 안내 사이트에의 등록현황	48
<표 3-5> 제주 지역 호텔업의 웹사이트 개설 현황	49
<표 3-6> 하와이 지역 호텔업의 웹사이트 개설 현황	52
<표 3-7> 제주 지역과 하와이 지역의 호텔업 웹페이지의 특성별 비교	55
<표 3-8> 제주 지역 여행업의 웹사이트 개설 현황	57
<표 3-9> 제주 지역과 하와이 지역의 여행업 웹페이지 특성별 비교	61
<표 3-10> 제주 지역 운수업의 웹사이트 개설 현황	62
<표 3-11> 하와이 지역 운수업의 웹사이트 개설 현황	65
<표 3-12> 제주 지역과 하와이 지역 운수업의 웹사이트 특성별 비교	66
<표 3-13> 제주 지역 지원 기관 웹사이트 개설 현황	67
<표 3-14> 하와이 지역 지원 기관의 웹사이트 개설 현황	70
<표 3-15> 제주 지역과 하와이 지역 지원 기관 웹사이트의 특성별 비교	74

그림 차례

<도 2-1> TCP/IP 프로토콜 동작 과정도	9
<도 2-2> 클라이언트와 서버와의 관계	15
<도 2-3> 인터넷의 역사와 호스트의 증가	16
<도 2-4> 인터넷의 연결 개념도	17
<도 2-5> 국내 인터넷의 역사와 호스트의 증가	18
<도 2-6> 국내의 인터넷 연결도	19
<도 2-7> kr 2nd Level 도메인의 구성비율	25
<도 2-8> 연도별 호스트 가입 증가 추세	25
<도 2-9> 1997년 월별 지역 도메인 현황	26
<도 2-10> Porter의 경쟁세력모형	30
<도 2-11> 정보시스템의 효과	34
<도 3-1> 1996년도 월별 관광객 비교	44
<도 3-2> 제주 그랜드 호텔 홈페이지	50
<도 3-3> 제주 그랜드 호텔의 사이트 맵	51
<도 3-4> OUTRIGGER호텔의 전화를 통한 예약서비스 안내 페이지	53
<도 3-5> SEASIDE호텔의 사이트 맵	54
<도 3-6> OUTRIGGER호텔의 사이트 맵	54
<도 3-7> 제주 지역 여행업체의 사이트 맵	58
<도 3-8> 하와이 지역의 여행업체의 사이트 맵	59
<도 3-9> 한라렌트카의 컨트롤 바	63
<도 3-10> 한라렌트카 웹사이트의 홈페이지 중 일부	64
<도 3-11> AVIS Galaxy사의 홈페이지	65
<도 3-12> 제주도의 종합관광정보시스템 웹사이트의 사이트 맵	68
<도 3-13> 한국관광공사 웹사이트의 컨트롤 바 모습	69
<도 3-14> 하와이 관광청의 홈페이지	71
<도 3-15> 하와이 관광청의 사이트 맵	72

S U M M A R Y

A Study on the Use and Improvement of Internet Service of the Tourism Industry in Cheju Island

Youngja Moon
Dept. of Business Administration
The Graduate School of
Cheju National University

This study has been conducted in order to draw up improvement plans for the Internet service of the tourism industry in Cheju Island. For this purpose, the use of Internet service by the tourism industry in Cheju Island and Hawaii has been investigated in depth and compared against each other.

The comparative analysis is made in terms of the variables by which the effect of the information system can be measured. Especially, the variables that can estimate the quality and quantity of the information provided on the Internet. The selected variables are;

- Accessibility: the variable which estimates the property that the desired web site can be found and accessed easily.
- Reactivity: the variable which estimates the degree to which a web site can react to the user's information need.
- Timeliness: the variable which estimates whether a user can obtain accurate and updated information in time.
- Conveniency: the variable which estimates the degree to which a user can find the needed information through the help of the functions provided on the web site.
- Reliability: the variable which estimates the property that the information provided on a web site could be relied on.
- Diversity of contents : the variable which estimates the property that a web site can meet the user's diverse information needs.

The problems found out through analysis are;

- ① Many people in the tourism industry do not even understand the necessity

of Internet service.

- ② There is no index site which helps users in finding out desired web site by grouping web sites, providing relevant information and hyperlinks.
- ③ Poor accessibility: Few sites are registered on the internationally-known search engines and the web sites which specialize in tourism industry. No active advertisement is conducted on popular web sites. Cheju's local office does not operate its own site. File transmission takes too much time due to the excessive use of graphics. The function to connect to the desired web site is not provided satisfactorily.
- ④ Poor reactivity: Facilities of two-way communication are not fully utilized. Marketing activity to promote the web site is not active.
- ⑤ Poor timeliness: The URL addresses are not well managed. Renewal period of information is relatively long. Reservation function is not provided or poorly advertised.
- ⑥ Poor convenience: It is difficult to search for the desired information in many web sites. Especially, it is not convenient to use the menu because the menu part and content part are not separated, and thus does not permanently remain on the display.
- ⑦ Poor diversity of contents : Home pages and subpages are not well organized. The design of web pages are not user-friendly. Too much of needed information are not provided.

As a remedy for these problems, the following improvements are recommended;

- To enhance the understanding about the necessity of Internet service by providing education programs to the people working in the tourism industry.
- To encourage tourism firms and institutions concerned to open web sites of their own
- To provide various ways of access by registering on the search engines or web sites specialized in providing tourism information, and by opening index sites.
- To utilize various functions of Internet service such as E-mail, electronic bulletin board, FAQ, and so on.
- To shorten the renewal period of web pages.
- To strengthen the navigation function.
- To enrich the contents of information by providing specific information regarding the firm's specialties, the tours offered, and so on.

I. 서론

1. 연구의 목적 및 내용

세계는 지금 산업혁명의 시대를 거쳐 정보혁명의 시대, 네트워크의 시대에 들어서 있다. 특히 지난 몇 년간 그 규모가 기하급수적으로 성장하고 있는 인터넷의 전세계적 확산은 정치, 경제, 교육, 오락 등 사회 전 분야에 걸쳐 막대한 영향을 미치면서 큰 변화를 일으키고 있다.

1997년 7월 현재 전세계의 1천 9백만 대 이상의 컴퓨터가 인터넷에 연결되어 있고¹⁾, 인터넷 이용자는 1996년 말 현재 6천만 명을 넘어서고 있어서²⁾, 인터넷은 이미 거대한 통신 네트워크를 형성하고 있는 실정이다. 인터넷의 미래에 대해서도, 시장조사업체인 볼프웰티사는 2000년에 인터넷 이용자 수가 5억 5천만 명에 달할 것이라고 예측하고 있으며, 인터넷 이용자의 확산과 더불어 인터넷 관련 비즈니스 규모도 폭발적인 증가를 보일 것이라고 예측하고 있다. 또 다른 미국의 시장조사업체인 IDC사도 2010년에는 PC판매대수의 80%가 가계에 의한 수요일 것으로 예상하고 있고, 컴퓨터통신 이용자는 세계적으로 10억에 이를 것이라고 예상하고 있다. 이 같은 예측에 의하면, 컴퓨터통신의 주도권이 서비스 제공업체에서 소비자로 넘어가고, 인터넷이 상업화되어 세계를 하나로 묶는 커다란 시장을 형성하게 될 것이다.

인터넷의 상업화는 이미 초창기부터 telnet, BBS 등의 서비스를 이용하여 실현할 수 있는 가능성을 보여주었다. 특히 World Wide Web 서비스(간단히 “웹 서비스”라고 함)의 보급은 그 가능성을 더욱 가속화 시켰다. 그것은 경제성 있는 시장의 확보라든가 상품의 효과적 촉진, 그리고 고객에게의 쾌적한 시장환경 제공 등 기업의 중요한 목표인 이윤획득을 위한 조건들이 인터넷 상에서 보다

1) Network Wizards(<http://www.nw.com/zone/WWW/dist-bynum.html>)

2) Blake Ives, “The Internet, The Web, and The Academic,” 1996., <http://www.smu.edu/mis/blakebio.html>.

더 만족스럽게 구현될 수 있는 가능성을 보여주었기 때문이다. 이처럼 인터넷은 이제 뉴스, 쇼핑, 원격교육, 원격진단 등을 통하여 일상생활을 윤택하게 하는 수단으로 뿐만 아니라 새로운 비즈니스 수단으로 등장하고 있다. 따라서, 기업은 인터넷의 급속한 확산이라는 새로운 변화가 주는 다양한 기회와 위협에 대응하여, 경쟁적 우위를 확보하기 위해 무한한 잠재력을 가지고 있는 인터넷을 비즈니스의 주요 경쟁수단으로 이용하는 전략이 필요하다.

한편, 상용 인터넷 서비스의 출현은 GII(Global Information Infrastructure)의 구성을 가능하게 했다. 그리고, GII가 확대됨에 따라 국경선이 없는 사이버스페이스상의 비즈니스라는 과거에 없던 비즈니스 형태가 나타나고, 이에 따라 기업간의 경쟁에서도 국경 없는 무한경쟁이 더욱 촉진되고 있다. 이러한 환경 변화는 21세기의 고도 성장산업으로 각광받는 관광 산업에도 마찬가지로, 국가간 또는 기업간 경쟁이 치열하게 될 것이다.

이미 외국의 관광지에 대한 정보가 인터넷과 같은 정보통신망을 타고 우리의 안방에까지 파고드는 실정인데도 우리는 단순히 여행사 및 항공사를 통한 고객 유치 활동 수준에 머물러 있다 해도 과언이 아니다. 현재 우리 나라 관광 산업의 현실은 우수한 관광상품이 부족하고, 가격수준이 높은 편이며, 외국인 관광객을 수용할 수 있는 시스템이 미비하다는 점등으로 인하여 인접 경쟁국들보다 불리한 상황에 처해 있다. 성장잠재력이 높은 관광 산업을 통해 다가오는 21세기에 지역경제를 발전시키기 위해서는 더 많은 대응노력이 필요하다.

본 논문은 이러한 노력의 일환으로 제주 지역 웹 서비스를 중심으로 제주 지역 관광 산업의 인터넷 활용실태를 조사하고, 이를 인터넷 활용 면에서 벤치 마킹의 대상이 될 수 있다고 생각되는 하와이 지역 관광 산업의 활용 실태와 비교 분석함으로써 제주 지역 관광 산업의 인터넷 활용상의 개선 방안을 모색하는 데에 목적을 두고 수행되었다.

이러한 연구 목적을 달성하기 위하여 다음과 같은 연구 내용을 포함하였다.

첫 째, 제주 지역과 하와이 지역 관광 산업의 인터넷 활용에 관한 전반적 특성을 비교한다.

둘 째, 제주 지역과 하와이 지역 관광 업체의 인터넷을 통하여 제공하는 정보의 특성을 비교한다.

셋째, 제주 지역과 하와이 지역의 관광 산업을 지원하는 지원 기관들의 인터넷을 통하여 제공하는 정보의 특성을 비교한다.

넷째, 위 세 가지 비교 분석결과를 토대로 하여 제주 지역 관광 산업의 인터넷 활용상의 문제점을 파악하고,

다섯째, 제주 지역 관광 산업의 인터넷 활용에 관한 개선방안을 제시한다.

2. 연구 방법

본 연구는 인터넷 관련 산·학·연 기관의 연구자료를 종합하여 국내 및 해외의 인터넷 활용 현황과 문제점을 조사하였다. 그리고 주요 검색엔진을 통해 검색된 제주 지역 관광 산업과 하와이 지역 관광 산업의 홈페이지를 업종별로 분류하여 그 개설 현황과 홈페이지 상에서 제공하는 정보 서비스의 여러 특성을 비교 분석하였다.

또한 제주 지역 관광 산업에 대해서는, 홈페이지 상에서 조사하기 어려운 사항은 E-mail을 통한 설문조사를 실시하였으며, 인터넷 서비스를 실시하지 않는 업체에 대한 참고자료는 전화로 문의를 하였다.

조사 대상으로는 제주 지역 관광 업체와 지원 기관, 그리고 하와이 지역 관광 업체와 지원 기관 중 인터넷 서비스를 실시하고 있는 업체와 기관만을 포함하였다. 관광 산업은 호텔업, 여행업, 운수업으로 한정하였으며, 지원 기관은 지방자치단체와 관련기관을 분석 대상으로 하였다.

3. 논문의 구성

본 논문은 다음과 같이 구성되어 있다.

우선 제1장 서론에서는 정보혁명의 시대, 네트워크의 시대를 맞아 비즈니스의

경쟁수단으로서 인터넷을 활용하는 것이 필연적이라는 당위성을 제시하면서 본 연구의 목적과 내용을 기술하였다. 그리고 본 논문의 연구 방법과 조사대상에 대하여 간략히 설명하였다.

제2장의 인터넷에 관한 일반적 고찰에서는 개념 정립을 위하여 인터넷의 개요를 설명하고 주요 용어에 대하여 간략히 서술하였다. 그리고 인터넷의 발전사를 조감한 후, 인터넷 이용 현황을 정리하였다. 마지막으로 기업의 정보 기술 활용에 관한 기존의 연구결과를 종합·분석하였다.

제3장에서는 기존의 연구결과를 토대로 하여 정보시스템 및 정보의 질을 평가하기 위한 특성들을 선정한 후, 각 특성별로 웹사이트를 비교할 수 있는 세부 항목들을 선정하였으며, 비교 대상으로 하와이를 선정하게 된 이유를 설명하였다. 그리고, 제주 지역과 하와이 지역의 전반적인 인터넷 활용 실태를 분석한 후, 제주 지역의 관광 업체와 하와이 지역 관광 업체의 인터넷 활용현황을 업종별로 분석하고, 관광지원 기관의 인터넷 활용 실태에 대해서도 분석을 하였다.

제4장에서는 선정된 특성별로 제주 지역과 하와이 지역의 인터넷 활용 실태의 비교분석을 종합하여 인터넷 활용 면에서 제주 지역 관광 산업이 안고 있는 문제점과 개선방안을 도출하였다.

마지막으로, 제5장에서는 지금까지의 조사와 분석결과를 요약하고, 연구의 한계점을 지적한 후, 본 연구를 보완하고 발전시키기 위하여 향후 바람직하다고 판단되는 연구과제 내지 연구방향을 제시하였다.

II. 인터넷에 관한 일반적 고찰

본 장에서는 인터넷의 개념을 정립하기 위하여 인터넷의 개념과 주요 용어에 대하여 간략히 서술하고, 인터넷에 대한 이해의 수준을 높이기 위하여 인터넷의 발전사를 조감한 후, 인터넷 이용 현황의 전반에 대하여 정리하였다. 그리고 본 논문의 이론적 배경을 제시하기 위하여 기업의 정보 기술 활용에 관한 기존의 연구결과를 살펴보았다.

1. 인터넷의 개요

인터넷은 전세계를 연결하는 컴퓨터 통신망으로서 네트워크들을 잇는 네트워크(Inter-Network)라는 뜻에서 명명된 것이다. 여기에서 네트워크는 데이터 통신을 위한 네트워크를 의미한다. 데이터 통신은 컴퓨터와 컴퓨터간의 통신이나 컴퓨터와 단말기간의 통신을 의미하는데, 데이터 통신이 가능하려면 망에 연결된 통신 기기들이 같은 통신규약을 사용하여야 한다. 종래에는 기기 제조업자나 이용자에 따라 다양한 통신규약이 사용되었기 때문에 데이터 통신이 제한된 범위 내에서만 가능하였었다. 그런데, 다양한 기종사이의 통신을 지원하기 위하여 개발된 통신규약인 TCP/IP가 1983년에 표준 프로토콜로 채택됨으로써 기존의 고립된 통신망들이 서로 통신을 할 수 있게 되었다. 이 통신 프로토콜에 의하여 통신을 할 수 있는 망들의 집합을 인터넷이라 부른다. 인터넷을 위하여 별도의 선로와 기기로 구성된 하드웨어가 존재하는 것이 아니므로 인터넷이란 망의 소유자가 별도로 존재하지 않는다.

인터넷은 단순히 TCP/IP라는 통신 프로토콜을 채택한 망들의 집합이기 때문에 다음과 같은 특징을 갖는다.

- 저 비용; 무상의 공공재 성격과 유사하며 단지 접속비용만이 요구된다.
- 범세계적 성격; UN회원국의 86%이상, 8,000개의 네트워크, 6,000만 명의 사

용자가 인터넷을 사용하고 있다³⁾.

- 분산된 통제; 구성원간의 협력에 의해 운영되며 누구도 인터넷 전체를 독점적으로 소유할 수 없다. 중앙통제가 없음은 책임감의 관점에서 상업화에 문제점이 될 수 있으나 구성체계의 개방성은 확산에 효과적인 것으로 증명되었다.
- 개방적인 구조, 표준, 문화; 일상적인 프로토콜과 표준을 따르면 누구나, 어느 기업이든 접속하여 사용할 수 있는 개방환경이다.
- 대화형 통신; 인터넷은 TV, 라디오, 출판물과 달리 쌍방향 통신이 가능하며, 멀티미디어 기능과의 조합으로 고객에게 적시에 필요한 정보를 제공하고 반대로 고객으로부터 정보를 받을 수도 있는 새로운 통신 수단이다.
- 대규모 이용자; 인터넷 사용자 수를 정확히 알 수 있는 방법은 없으나 대개 3,000만 명 이상 6,000만 명까지 정도로 추정된다. 사용자의 인구구성은 젊고 중산층의 교육받은 계층이다⁴⁾.
- 사용자 인터페이스; 웹을 이용한 Point-and-Click 인터페이스는 초보자들도 쉽게 인터넷을 사용할 수 있게 한다.
- 보안; 인터넷의 약점으로 상업화로 가는 걸림돌이 되어 왔으나 Public-key 암호 등의 보안기술의 개발로 해결방안이 시도되고 있다.

이러한 특징으로 인하여 인터넷은 다음과 같은 장점을 갖는다.

- 개방성(Openness): 인터넷 기반의 개방형 구조
- 편의성(Easy of use): World Wide Web 이용
- 저렴한 비용(Low cost): 망 사용료, 기술 사용료 무료, 클라이언트 설치 비용 저렴
- 유연성(Flexibility): 필요에 의해 모든 솔루션 제공이 가능
- 확장성(Scalability): 기업 규모의 확대에 적용 용이
- 혁신성(Innovation): 계속되는 신 기술의 적용

3) Blake Ives, Ibid.

4) GUPTA, "Hermes : A Research Project on The Commercial Use of World Wide Web 1995," 1995., <http://www.cgi.com/ibc/demo/hermes.html>.

현재 인터넷 상에서 제공되고 있는 서비스는 매우 다양하지만 이를 크게 3가지로 나누면 <표 2-1>과 같다.

<표 2-1> 인터넷 서비스 종류

종 류	서 비 스
기본서비스	<ul style="list-style-type: none"> - 원격 연결 (telnet) 서비스 - 파일 전송 (FTP) 서비스 - 전자우편 (E-Mail) 서비스 - 전자게시판 (USENet NEWS) 서비스
정보검색서비스	<ul style="list-style-type: none"> - 파일 검색 (ARCHIE) 서비스 - 메뉴형 정보 검색 (GOPHER) 서비스 - 고퍼 정보 검색 (VERONICA) 서비스 - 하이퍼텍스트 정보 검색 (WWW) 서비스
오락 및 기타 서비스	<ul style="list-style-type: none"> - 인터넷 대화방(IRC) - 인터넷 BBS - 온라인 게임(MUD, 바둑, 체스)

2. 인터넷 관련 주요 용어

인터넷과 관련된 주요 용어들을 정리하면 다음과 같다.

① 프로토콜(Protocol)

통신규약이라고 번역되는 프로토콜이란 데이터 통신을 위하여 통신 기기들이 따라야 할 절차나 통신 제어 코드들에 대한 약속을 의미한다. 이러한 약속이 없이는 네트워크를 통해 컴퓨터끼리 디지털 데이터를 서로 주고받을 수 없다. 예를 들면 어떤 컴퓨터가 통신을 시작해야 하는지, 응답이 어떻게 처리되는지, 데이터는 어떻게 표현되고 어떻게 송수신되는지, 통신 중에 발생하는 에러는 어떻게 처리되는지 등에 대하여 기기들이 공동의 절차와 통신제어 코드에 따라 작동되어야만 하기 때문이다.

② TCP/IP

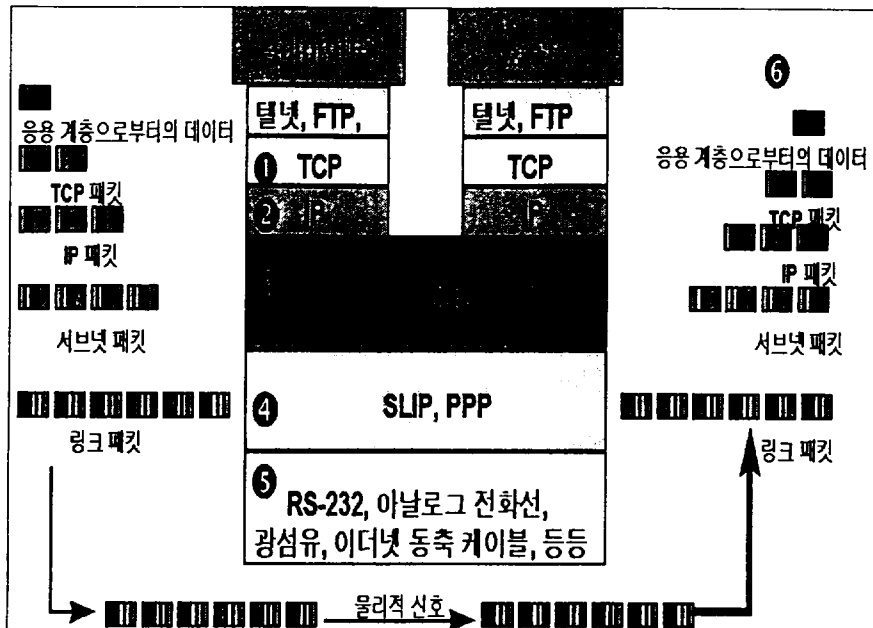
TCP/IP는 컴퓨터와 네트워크를 접속하기 위해 사용되는 100가지 이상의 프로토콜을 모아 놓은 규약집을 통칭하는 이름이다. TCP/IP는 이 중에서 가장 중요한 역할을 하는 두 가지 프로토콜인 TCP와 IP를 의미한다.

인터넷에 연결된 컴퓨터를 호스트(host)라 하는데, 호스트에서 호스트로 전송되는 정보는 연속적으로 이어져서 전송되지 않는다. 보통 데이터를 패킷(packet)이라는 작은 단위로 나누어서 전송한다.

긴 메시지를 보내려고 할 때, TCP는 이 메시지를 패킷으로 나누는 일을 한다. 이 메시지 패킷에는 연속적인 일련 번호와 수신 측의 주소, 에러 검출용 정보가 추가된다. 패킷으로 변환된 메시지는 네트워크를 통해 멀리 떨어진 호스트로 보내지게 된다. 이 역할을 IP가 담당한다. 패킷을 받은 상대방의 TCP는 전송되어 온 패킷이 올바른지 에러 검사를 한다. 만약 에러가 발생했으면, 그 부분을 다시 보내라고 요청하고 이상이 없으면 원래 메시지로 재구성한다.

즉, TCP는 데이터의 흐름을 관리하고 데이터가 정확한지를 검사하는 것이고, IP는 데이터 패킷을 전송하는 것이다. 이와 같이 TCP/IP는 인터넷상의 두 호스트간에 데이터 흐름의 정확성을 보장한다. <도 2-1>은 TCP/IP 프로토콜 동작 과정을 보여주고 있다. 그리고 인터넷에서 주로 사용되는 상위 프로토콜의 종류는 다음과 같다.

- HTTP(hypertext transfer protocol): WWW에서 하이퍼텍스트 문서를 주고 받기 위한 프로토콜
- SMTP(Simple Mail Transfer Protocol): E-mail 전송 프로토콜
- FTP(File Transfer Protocol): 다른 컴퓨터에 저장된 파일을 전송하기 위한 프로토콜
- Telnet: 클라이언트를 호스트컴퓨터의 단말기처럼 동작하게 하는 프로토콜



※ 자료: 창원대학교(<http://www.changwon.ac.kr/information/help/interwww/1-3.htm>), 1997. 9.

<도 2-1> TCP/IP 프로토콜 동작 과정도

TCP/IP 인터넷 구조와 프로토콜 기준은 인터넷의 표준화를 담당하고 있는 비영리 국제 기구인 인터넷 Society에 의해서 관리된다. 인터넷 프로토콜 표준화와 관련된 단체와 역할은 다음과 같다.

- ISOC(Internet Society): 인터넷 총괄 기구
- IAB(Internet Architecture Board): 기술적 전망 등을 담당하며 15개국의 자원으로 구성된 ISOC의 산하 기구
- IETF(Internet Engineering Task Force): 인터넷 표준안(RFC)제정을 위한 9개의 그룹

③ E-Mail 서비스

E-mail이란 네트워크를 통하여 컴퓨터 사용자간에 편지를 주고받는 기능이다. E-mail은 현재 웹 서비스 다음으로 가장 많이 쓰이는 인터넷 응용이며, 전

세계를 대상으로 하는 개인적인 의사소통의 최상의 방법이기도 하다. 우리는 인터넷을 통하여 전세계 어디에나 E-mail 주소를 갖는 사람에게 전자우편을 보낼 수 있으며, 걸리는 시간은 대개 몇 분이다. E-mail은 원래는 텍스트로 되어 있는 문서를 주고받는데 사용하도록 설계된 것이지만 실행 파일과 같은 이진 파일들도 보낼 수 있도록 확장되어 있다.

④ 전자게시판 (usenet news) 서비스

usenet news는 국제적인 게시판으로서 사용자들이 시간이나 지역에 관계없이 관심 있는 토픽에 대하여 토론하는 장으로서의 역할을 한다. 사용자는 남들이 관심 있을 것이라고 생각하는 자신의 글, 그림 또는 소프트웨어 등을 게시판에 게재한다. 전세계적으로 usenet 서버들의 연결망이 존재하며, 사용자들은 주로 자신이 소속된 기관의 서버에 접속하여 게시판을 읽게 된다. 또한, 한 사용자가 게재한 글은 서버들의 연결망을 통해 하루 이내에 전세계로 퍼져나가게 되므로 뉴스의 전달 기능도 한다.

⑤ FTP 서비스

FTP 서비스는 인터넷으로 연결된 컴퓨터간에 파일을 주고받는 기능이다. FTP 서비스를 이용하면 전세계의 컴퓨터에 접속하여 파일을 보내거나 반대로 받을 수 있다. 일반적으로 이용자는 FTP 서비스를 제공하는 상대 컴퓨터에 계정을 갖고 있어야 하나, anonymous FTP는 계정이 없이 접속한 사용자에게도 제한된 디렉토리나 파일의 송수신을 허용한다.

⑥ Telnet 서비스

Telnet 서비스는 다른 컴퓨터 시스템에 접속하여 그 시스템에 있는 소프트웨어를 사용할 수 있게 해주는 기능이다. Telnet 서비스를 사용하기 위해서는 그 시스템의 이름이나 주소를 알아야 한다. 예를 들면 한국과학기술원 인공지능연구센터에서 운영하는 시스템인 cair는 cair.kaist.ac.kr이란 이름과 143.248.186.2

라는 주소를 갖는다. 일부의 시스템에서는 Telnet 서비스를 위한 포트(port)를 지정해 줄 필요가 있다.

⑦ 웹 서비스(World Wide Web 서비스)

웹 서비스는 인터넷이 제공하는 많은 서비스 가운데 하나에 불과하지만, 오늘날 웹은 인터넷과 같은 의미로 쓰이고 있다 해도 과언이 아닐 정도로 자주 이용되고 있다. 인터넷의 역사가 1969년 ARPANET에서 시작되는 것과 비교할 때 웹은 그 기본 아이디어가 1989년에 나왔을 만큼 아주 새로운 도구이다. 웹을 만든 곳은 유럽의 CERN(스위스의 입자 물리 연구소)이었다. 당시의 목적은 입자 물리 실험에서 나오는 방대한 양의 데이터를 효율적으로 공유하는 도구를 개발하는 것이었다. 이를 바탕으로 미국의 NCSA(National Center for Supercomputing Applications)에서는 모자이크(Mosaic)이란 프로그램으로 웹을 사용하는 편리한 환경을 제공하였고, 이때부터 사용자가 폭발적으로 늘기 시작했다. 모자이크를 만들었던 멤버 몇 명이 따로 독립하여 회사를 만들었는데 이들이 만든 것이 넷스케이프(Netscape)이다. 넷스케이프는 모자이크보다 빠른 속도와 편리한 환경을 제공하여 현재는 이 분야에서 거의 독주를 하고 있다. 넷스케이프는 웹을 이용하는 브라우저 중 점유율 60%로 단연 점유율 1위를 지키고 있다.

다른 여러 인터넷 도구와 비교해서 웹이 갖는 최고의 장점은 텍스트뿐만 아니라 그림, 음성, 오디오, 동영상 등을 동시에 제공하여 준다는 것이다. 이것은 마치 텍스트 중심의 MS-DOS와 아이콘으로 이루어진 Windows를 비교하는 것과 같다. DOS가 Windows '95로 대체 되었듯이 텍스트 중심의 여타의 인터넷 도구들이 웹에 의해 대체 되어 가는 것은 어쩔 수 없다. 따라서 적어도 가까운 장래에 웹이 다른 인터넷의 기능을 모두 통합해 갈 것으로 보인다.

⑧ 홈페이지 (Homepage)

인터넷의 웹사이트에 접속하였을 때 나오는 첫 페이지뿐만 아니라 그 곳을

통해서 제공되는 모든 페이지를 말한다. 하지만 일반적으로 홈페이지와 웹페이지를 분리하여 사용하고 있는데, 개인이나 그룹의 시작 페이지를 홈페이지라 칭하고 있으며, 그 이하 나머지의 페이지를 웹페이지라고 부르고 있다. 본 논문에서도 후자의 의미로 홈페이지와 웹페이지의 개념을 분리하여 사용하기로 하겠다.

⑨ 계정(User ID)

계정(사용자 ID)이란 컴퓨터에서 한 사용자를 위하여 할당된 디렉토리의 이름을 말하는데, 사용자에게는 마치 컴퓨터에 자기 자신만의 방을 만들어 자신만이 접속할 수 있는 공간을 확보한 것과 같은 의미를 갖게 한다. 즉, 계정을 가진 사용자는 비밀번호(password)를 사용하여 비밀번호를 모르는 타인은 자기 계정에 접근하지 못하게 할 수 있다. 계정은 컴퓨터 시스템에서 다른 사용자와 자신을 구별시켜 주는 역할을 한다.

⑩ 전자주소(E-mail address)

인터넷에서의 주소는 항상 전자주소를 말한다. 이 전자주소는 개인이 속한 기관의 시스템 이름과 시스템 내에서 사용하는 개인의 이름인 사용자 계정으로 이루어진다. 인터넷의 E-mail 주소도 역시 “사용자 계정”@“도메인 이름”형식으로 표현된다. 예를 들면, honggildong@cheju.cheju.ac.kr이라는 E-mail주소가 있을 수 있는데, 여기에서 honggildong은 사용자 계정이고 cheju.cheju.ac.kr은 도메인 이름이다.

⑪ 도메인(Domain)

인터넷에 연결된 컴퓨터들을 식별하기 위하여 부여된 이름을 도메인 이름이라고 한다. www.cheju.ac.kr의 예에서 볼 수 있는 바와 같이 도메인 이름은 점으로 구분된 서브도메인 이름으로 구성된다. 도메인 이름은 보통 4개의 서브도메인 이름으로 구성되지만 3개인 것도 있다. 서브 도메인이 2개인 경우도 있지

만 매우 드물다.

서브 도메인의 의미는, 오른쪽에서 왼쪽으로 읽어 나가면 국가(kr), 기관(ac), 네트워크(cheju), 컴퓨터(www)로 해석된다. 여기서 가장 오른쪽에 있는 서브 도메인을 최상위 도메인 또는 존(Zone)이라고 부른다. 이 최상위 도메인은 서브 도메인이 4개일 경우에는 국가 코드를 나타내고, 3개일 경우에는 기관의 종류를 나타낸다. 미국 외의 국가를 위한 최상위 서브 도메인인 국가코드로는 현재 ISO316에 정해진 236 개국의 코드가 있다. 미국은 주로 3개의 서브 도메인을 사용하는데 이 경우 최상위 도메인은 기관을 나타내고 그 외의 국가는 주로 4 자리를 사용한다.

⑫ URL(Uniform Resource Locator)

URL은 접속하고자 하는 인터넷 호스트에 대한 접속방법과 파일의 위치를 알려 주는 주소의 개념이다. URL의 기본형식은 맨 앞부분에 접속방법을 명시하고 “://”로 구분한 다음 접속하고자 하는 사이트 이름을 제시한 후 “/”로 구분한 다음 디렉토리 경로를 제시하고 마지막으로 파일 명을 제시한다. 경로명과 파일 명이 생략되면 사이트의 홈페이지가 연결된다. (예: <http://www.wired.com/>, <FTP://oak.oakland.edu/SimTel/>)

URL은 단지 웹 서비스와 관련된 http 프로토콜만을 지원하는 것은 아니다. 인터넷에서 이용하고 있는 대부분의 프로토콜을 허용하고 있다. 특히 넷스케이프나 FTP 서비스나 Telnet 서비스에 접속했을 때는 마치 윈도우즈의 파일관리자에서 파일을 관리하는 것처럼 GUI환경에서 인터넷 서비스를 이용하는 편리함을 제공한다. 전자우편의 경우에도 전용 에디터에서 편지를 작성하여 전송할 수 있어서 편리하다. 이 범용적인 URL의 기능 때문에 웹이 갈수록 인기를 더하고 있는 것이다.

⑬ IP 주소와 DNS(Domain Name System)

인터넷에 접속된 모든 컴퓨터는 자기 자신만의 고유한 이름 즉, 도메인 이름

을 가진다. 하지만 도메인 이름은 어디까지나 인터넷을 사용하는 사람의 기억을 돕기 위한 이름일 뿐이며 인터넷 상에서 각 컴퓨터를 식별하기 위한 별도의 고유번호를 가지고 있다. 이것을 IP 주소(IP Address)라 부른다. 제주대학교의 도메인은 www.cheju.ac.kr로서 203.253.197.1이라는 인터넷 세계에서 유일한 IP 주소를 가진다. 사용자가 도메인 이름을 사용하면 DNS는 숫자로 구성된 IP 주소로 변환시킨다.

이 IP주소의 번호는 32(4 * 8비트)비트 숫자인데, 점으로 구분된 4개의 숫자를 사용하며 각 숫자는 0에서 255사이의 값을 가진다. 이와 같이 IP 주소는 점으로 나누어진 부분들로 구성되어 있다는 점에서 도메인 이름과 비슷하다. 그러나 IP 주소의 각 부분과 도메인 이름의 각 부분끼리 직접 대응되지는 않으며 도메인 이름 전체와 IP 주소 전체와 대응된다.

⑭ 클라이언트/서버(Client/Server)

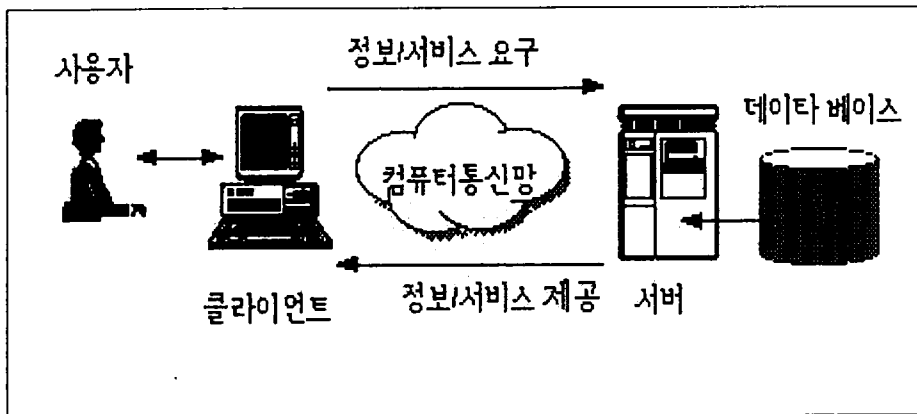
초창기의 컴퓨터는 한 대의 메인 컴퓨터가 모든 일을 처리했지만 근래에는 여러 대의 컴퓨터가 작업을 기능별로 분담하여 처리하고 있다. 이러한 환경을 분산처리환경이라 하며 네트워크를 이용하여 컴퓨터끼리 자원을 공유하거나 정보를 주고받을 수 있게 한다.

네트워크를 통한 자원의 공유나 정보의 교환은 각기 다른 컴퓨터에서 실행되는 두 가지 프로그램에 의해서 수행된다. 즉, 서버라고 하는 프로그램(또는 기계)은 정보를 제공하고, 클라이언트라고 하는 프로그램(또는 기계)은 정보를 요구하고 이용한다.

여기서 클라이언트/서버라는 것은 컴퓨터 사이의 기능에 따른 구분이다. 다른 컴퓨터에 네트워크를 통해 WWW, E-mail, FTP, Telnet과 같은 각종 서비스를 제공하는 컴퓨터를 서버라 하며, 서버에 서비스를 요청하는 컴퓨터를 클라이언트라 한다.

<도 2-2>는 클라이언트와 서버와의 관계를 나타낸 것이다. 여기에서는 사용자가 접속한 컴퓨터가 클라이언트이다. 클라이언트에서는 서버에게 정보나 서비

스를 요구한다. 서버는 여러 가지 정보를 데이터베이스에 저장하여 사용자의 요청에 따라 이를 제공한다.



※ 자료: 창원대학교(<http://www.changwon.ac.kr/information/help/interwww/1-3.htm>), 1997. 9.

<도 2-2> 클라이언트와 서버와의 관계

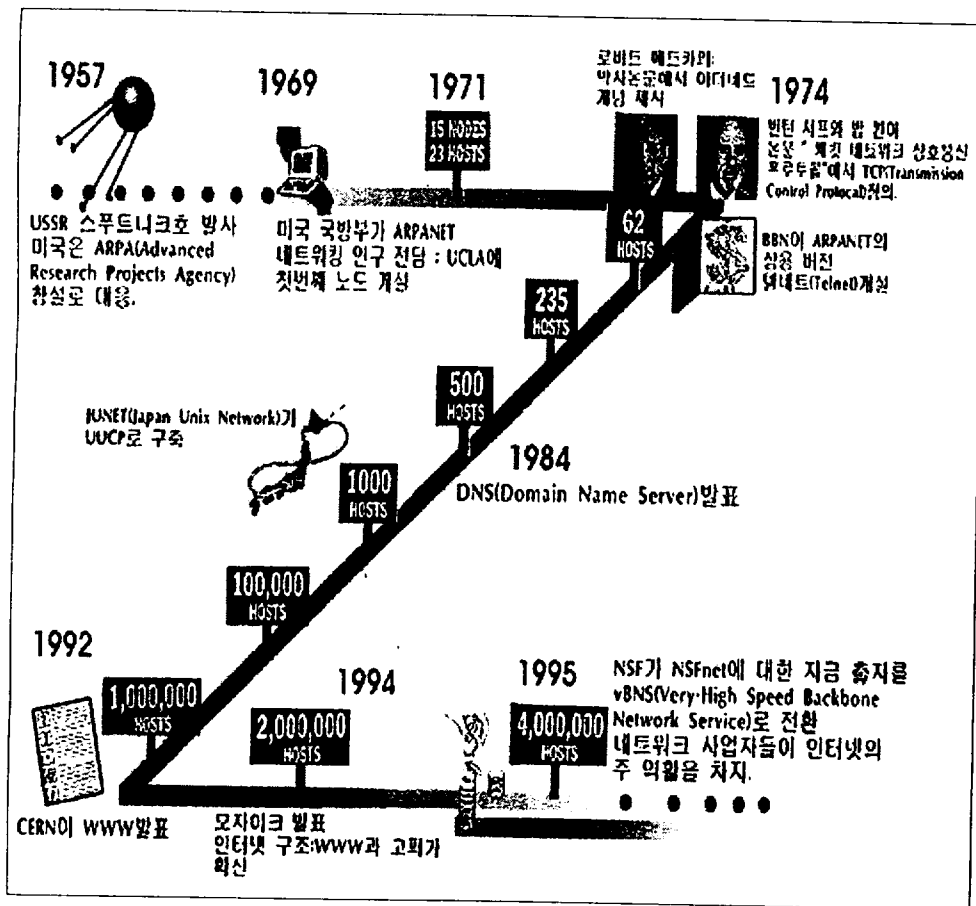
3. 인터넷의 발전사

인터넷은 IBM PC가 등장하기 13년 전인 1969년에 단 4대의 컴퓨터를 연결한 미국 국방성의 알파넷(ARPANET: Advance Research Projects Agency Network)으로 시작하였다. 알파넷은 군사전문 기관과 국방성간의 안전한 통신을 위해 실험적으로 진행된 프로젝트였다.

1972년에는 국방 프로젝트에 관련된 50개의 대학과 연구 기관이 알파넷에 연결되었다. 알파넷의 목적 중 하나는 군사 목적의 분산 컴퓨터 시스템의 연구였다. 즉, 어느 한 지역의 컴퓨터 시스템이 폭격에 의해 고장이 나더라도 다른 경로를 통해 통신이 가능한 네트워크를 원했다. 그래서 알파넷은 메시지가 융통성 있고 견고한 방법으로 한 컴퓨터에서 다른 컴퓨터로 전달되도록 설계되었다.

1970년대에 접어들면서 점점 사용자가 늘고, 접속을 원하는 컴퓨터 기종이 다

양해했다. 따라서 이를 지원하기 위한 TCP/IP 프로토콜을 개발하여 사용하면서 네트워크가 활성화되었다. 그리고 통신되는 정보량이 증가하게 되자 1983년에 이를 2개의 네트워크인 ARPANET(연구용), MILNET(군사용)으로 분리하게 되었다. 1986년에 미국과학재단의 5대의 슈퍼컴퓨터를 연결하기 위한 NSFNET이 구축되어 56Kbps속도로 미국 전역을 연결하는 백본을 구축하였다. 그리고 1990년에 ARPANET이 공식 해체되고 주된 기능이 NSFNET으로 이관되었다. 1991년에 NSFNET의 전송속도를 T3 (초당 45Mbps) 속도로 상향시켜 오늘날의 인터넷으로 발전하게 되었다.

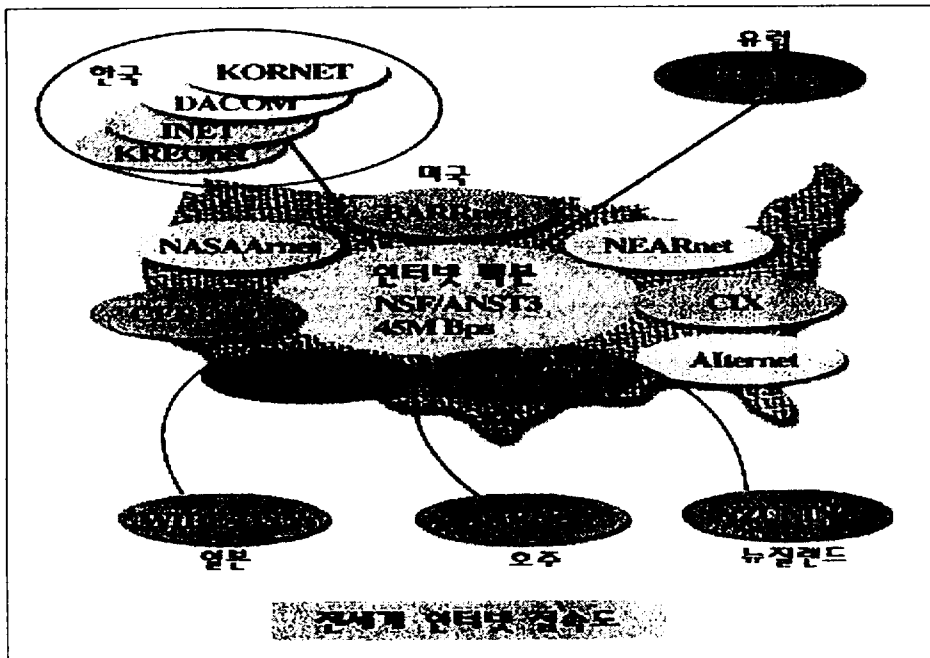


※ 자료: 한국전산원 (ftp://rs.krnic.net/krnic/gif), 1997. 9.

<도 2-3> 인터넷의 역사와 호스트의 증가

<도 2-3>은 인터넷의 역사와 성장도를 나타낸 그림이다. 이 그림에서 보듯이 인터넷의 역사를 한 눈에 알 수 있을 뿐만 아니라, 연도별로 호스트의 증가 추세를 알 수 있다. 무엇보다도 주목할 만한 것은 1992년 CERN(유럽입자물리 연구소)에서 웹을 발표했고, 1993년에는 NCSA에서 모자익을 발표함으로써 웹이 폭발적으로 전 세계적으로 확산되기 시작하였다는 점이다.

<도 2-4>는 NSFNET이 증가되는 전세계 인터넷 연결도이다.



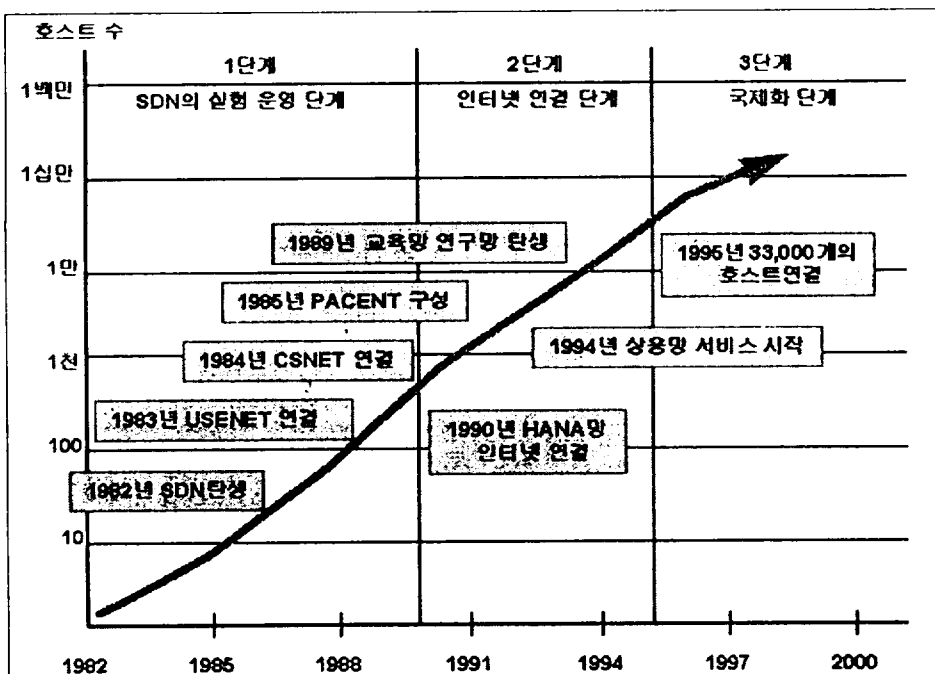
※ 자료: 한국전산원 (<http://rs.krnic.net/krnic/gif>), 1997. 9.

<도 2-4> 인터넷의 연결 개념도

우리 나라의 인터넷 역사는 1982년에 시작되었다. 당시에 서울대학교와 구미 전자통신연구소의 컴퓨터를 1200bps 모뎀을 사용하여 연결한 SDN(System Development Network)을 한국 인터넷의 효시로 보고 있다. 이 네트워크가 TCP/IP 프로토콜을 사용했기 때문에 한국 인터넷의 시작으로 보고 있는 것이

다. 그 후 1983년에 UUCP(Unix-to-Unix Copy Program)를 이용하여 미국과 다이얼업 연결을 하였으며, 1984년에는 X.25 회선을 통해 UUCP를 이용하여 유럽과 연결하였다. 그 후 1987년부터 교육망과 연구망을 통한 교육연구망 프로그램이 시작되었고 1990년에 HANA/SDN이 전용선으로 인터넷에 연결되면서 인터넷이 본격적으로 사용되기 시작하였다. 현재의 국내 접속망은 미국과 256Kbps의 전용선으로 연결한 하나(HANA)망과 연구망(Kreonet)이 있고, 일본과 56Kbps의 선으로 연결된 교육 전산망(KREN)이 있다. 그리고 한국통신에서 1994년 6월부터 상용 인터넷 서비스를 시작하였고, 데이콤도 1994년 10월부터 시작하였다. 현재는 데이콤, 아이네트, 나우콤, 유니텔 등의 여러 회사에서 상용 인터넷 서비스를 제공하고 있다.

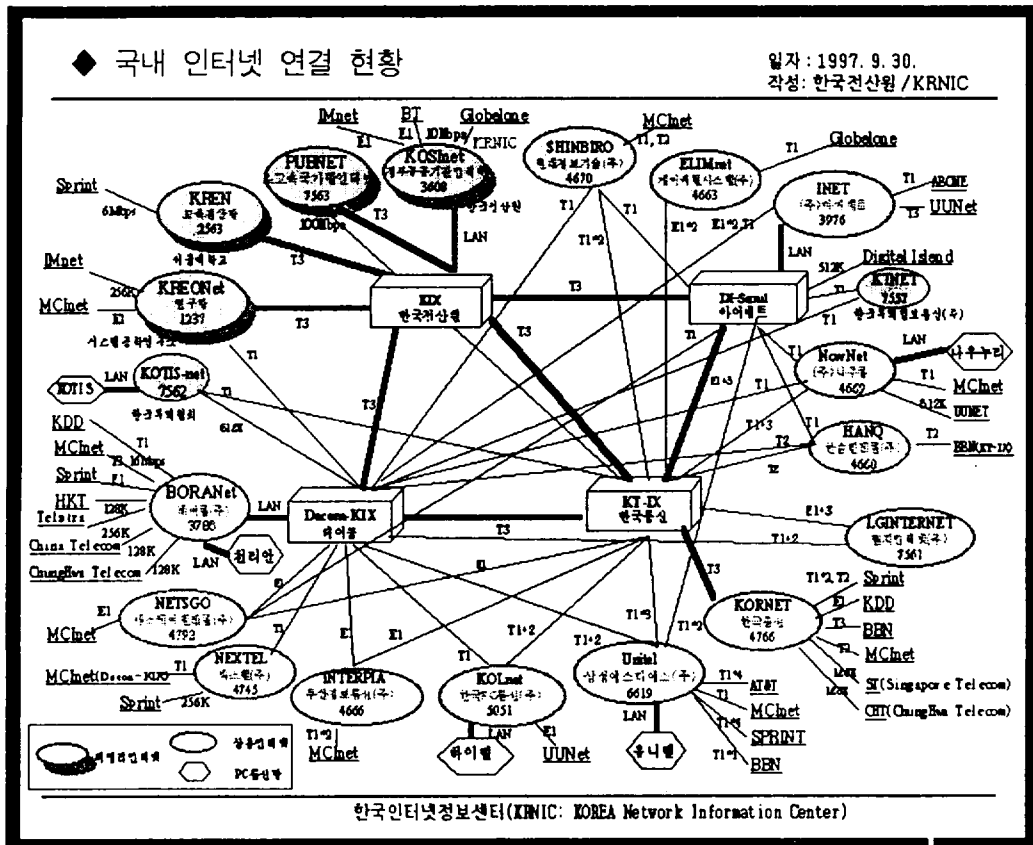
<도 2-5>는 국내 인터넷의 역사와 호스트의 증가를 나타낸 것이다.



※ 자료: 창원대학교(http://dblab.changwon.ac.kr/education/education1_3.html), 1997. 9.

<도 2-5> 국내 인터넷의 역사와 호스트의 증가

그리고, <도 2-6>은 국내 인터넷의 연결도이다.



※ 자료: 한국전산원 (ftp://rs.krnic.net/krnic/gif), 1997. 9.

<도 2-6> 국내의 인터넷 연결도

4. 인터넷의 이용 현황

(1) 세계의 인터넷 이용 현황

인터넷이 세계를 하나로 묶는 새로운 인프라로 부상하면서 인터넷 이용자도 급증하는 추세에 있다. <표 2-2>는 세계 인터넷의 연도별 호스트 및 도메인

증가 추세를 나타내 주고 있다. 1993년과 1997년 사이 각 연도별 호스트의 증가율은 연평균 약 74.12%를 웃돌고 있으며, 도메인의 증가는 연평균 약 137.5%의 높은 증가율을 보이고 있다.

<표 2-2> 세계 인터넷 호스트, 도메인 현황

(단위 : 천대)

연도 구분	1993.1	1994.1	1995.1	1996.1	1997.1	1997.7
호스트	1,313	2,217	4,852	9,472	12,881	19,540
도메인	21	30	71	240	488	1,301

※ 자료: 한국전산원(http://www.krnic.net/stats/inet_use.html), 1997. 9.

또한 <표 2-3>에 제시되어 있는 Network Wizards의 자료를 보면 1997년 7월 현재 INTERNIC에 등록된 호스트의 수는 19,540,325개인데 이중 Top-Level 도메인별로 비교하면 약 23%가 .com 도메인으로 가장 많이 나타났다. 대부분의 도메인이 .com, .edu, .net.으로 전체 50% 정도를 차지하고 있으며, 국가 도메인 중에는 국가 도메인이 생략되는 미국을 제외하면, .jp인 일본이 전체의 4.89%(955,688대)로 가장 앞섰다. 그리고 .kr로 등록된 한국의 도메인 수는 전체의 0.68%(132,370대)로 22위를 차지하고 있다.

한편, 한국전자통신연구소가 전세계의 공개자료를 수집, 분석하여 발간한 자료에 따르면 1996년 1월 기준으로 세계 각국의 GNP 10조 달러당 호스트 수와 인구 백만 명당 호스트 수는 다음 <표 2-4>에 제시한 바와 같다. 각국의 GNP 10조 달러 기준으로 국가의 호스트 수를 비교하면 뉴질랜드, 오스트레일리아, 미국, 캐나다 순이며, 한국은 12위이다. 또한 인구 백만 명당 호스트 수는 미국, 오스트레일리아, 뉴질랜드, 캐나다 순이며, 한국은 11위이다.

〈표 2-3〉 Top-Level 도메인별 호스트의 분포

Host Distribution by Top-Level Domain Name				
순	Domain	Hosts	비율	비 고
	TOTAL	19,540,325	100.0%	
1	com	4,501,039	23.03	Commercial
2	edu	2,942,714	15.06	Educational
3	net	2,164,815	11.08	Networks
4	jp	955,688	4.89	Japan
5	uk	878,215	4.49	United Kingdom
6	de	875,631	4.48	Germany
7	us	825,048	4.22	United States
8	au	707,611	3.62	Australia
9	ca	690,316	3.53	Canada
10	mil	542,295	2.78	US Military
11	org	434,654	2.22	Organizations
12	gov	418,576	2.14	Government
13	nl	341,560	1.75	Netherlands
14	fi	335,956	1.72	Finland
15	fr	292,096	1.49	France
16	se	284,478	1.46	Sweden
17	it	211,966	1.08	Italy
18	no	209,034	1.09	Norway
19	nz	155,678	0.80	New Zealand
20	h	148,028	0.76	Switzerland
21	dk	137,008	0.70	Denmark
22	kr	132,370	0.68	Korea
23	es	121,823	0.62	Spain
24	za	117,475	0.60	South Africa
25	at	87,408	0.45	Austria
26	be	86,117	0.44	Belgium
27	ru	81,104	0.42	Russian Federation
28	br	68,685	0.35	Brazil
29	il	61,140	0.31	Israel
30	sg	60,674	0.31	Singapore
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※ 자료: Network Wizards(<http://www.nw.com/zone/WWW/dist-bynum.html>), 1997. 9

〈표 2-4〉 세계 경제/인구규모와 호스트컴퓨터 수의 상관관계

(단위: 대/10조 달러, 대/백만명)

국가명	호스트 수 (천대)	호스트 수/GNP	호스트 수/인구
미국	6,055	668	23,458
독일	453	238	5,580
영국	452	433	7,800
캐나다	373	649	12,885
오스트레일리아	310	999	17,527
일본	269	69	2,163
프랑스	138	107	2,293
뉴질랜드	54	1,200	15,335
남아공화국	48	409	1,217
한국	29	87	665
대만	25	112	-
싱가포르	23	411	7,922
홍콩	18	269	-
멕시코	14	42	151
태국	4	34	69
인도네시아	2	17	12
중국	2	4	2
인도	1	3	1

※ 자료: 한국전자통신연구소, 「정보통신산업속보」, 1996.

※ 참고: 호스트 컴퓨터 수는 1996년 1월, GNP는 1993년 데이터를 기준으로 작성.

(2) 국내의 인터넷 이용 현황

인터넷이 대중화된 이후 지금까지 국내의 인터넷 사용 환경은 놀랍게 발전해 왔다. 전문가들에 따르면 1997년 9월 현재 국내에 개설된 홈페이지 수는 약 5만 여개, 인터넷 사용자 수도 약 120만 명에 이른다고 한다. 이러한 인터넷의 양적 팽창은 곧 질적 변화를 가져올 것으로 예측된다.

〈표 2-5〉 국내 인터넷 호스트, 도메인 현황

구분 \ 연도	1993.12	1994.12	1995.12	1996.7	1996.12	1997.9
호스트	7,650	14,681	38,644	58,350	73,189	117,231
도메인	47	192	563	1,377	2,664	6,326
I S P	3	11	11	15	16	21

※ 자료: 한국전산원 (http://www.krnic.net/stats/inet_use.html), 1997. 9.

위의 <표 2-5>는 국내 인터넷 호스트 및 도메인 개설 현황을 나타낸 것으로, 1997년 9월 현재 117,231개의 호스트가 개설되어 있다. 이는 <표 2-2>에서 제시된 세계의 호스트 수 19,540,000개의 0.6%에 해당하는 수치로서 국내의 인터넷 활용 수준이 저조한 실정임을 보여주고 있다. 그러나, 1997년 9월 현재의 접속 호스트 수는 1996년 7월에 비하여 100.9% 신장한 117,231대이며, 가입기관의 수를 나타내는 도메인 수는 1996년 7월의 1,377개에서 1997년 9월 현재 6,326개로 증가하여 359.4% 이상의 증가율을 보이고 있다.

또한 ISP(인터넷 서비스 공급업체)를 대상으로 조사한 바에 의하면 <표 2-6>에서 보는 바와 같이 국내의 인터넷 서비스 가입자 수는 40만 명 이상으로 나타났다. 이 중 신규 진출업체의 무료서비스에 가입한 가입자 수가 유료 서비스에 가입한 가입자 수보다 59.9%가 많은 318,173명이기는 하나, 국내 인터넷 이용자의 급증추세가 잘 반영되고 있다. 또한 <표 2-7>에서 알 수 있는 바와 같이 인터넷 서비스 가입기관도 7,510기관으로 급격히 증가하고 있는데, 이는 국내 기업이 인터넷을 활용한 마케팅 홍보, 해외 정보 검색, 해외 지사와의 업무 연락 등에 본격적으로 인터넷을 활용하기 시작했기 때문이라고 보여진다.

<표 2-6> 국내 인터넷 가입자(유/무료) 수

(단위 : 명)

구분	유료	무료
가입자 수	84,836(21.05%)	318,173(78.95%)
합계	403,009(100%)	

※ 참고: 유료가입자중 (주)데이콤은 데이콤보라넷 가입자수만 포함, 1996. 11.

※ 참고: 무료가입자 중 30,000명은 한국무역협회가 회원사 등에 무료제공 하는 가입자임, 1996. 11.

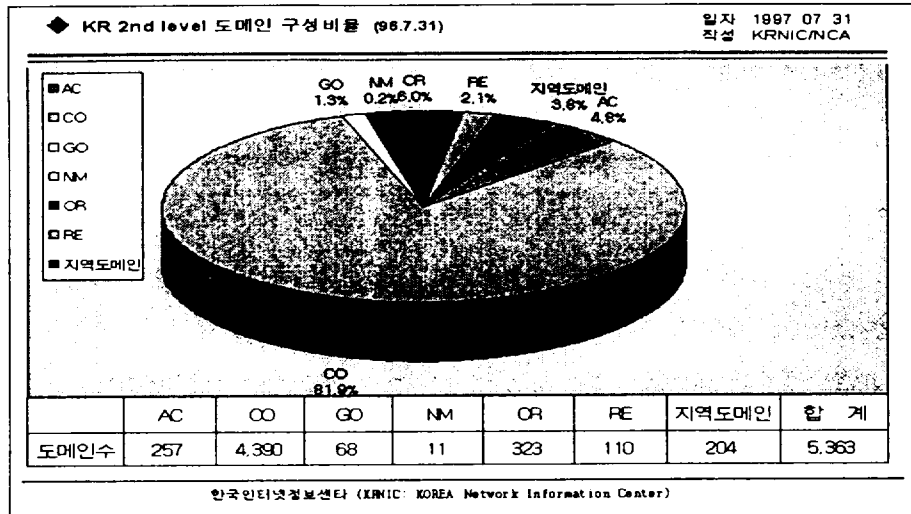
<표 2-7> 국내 인터넷 가입기관(유/무료) 수

(단위 : 명)

구분	유료	무료
기관수	2,453(32.7%)	5,057(67.3%)
합계	7,510기관(100.0%)	

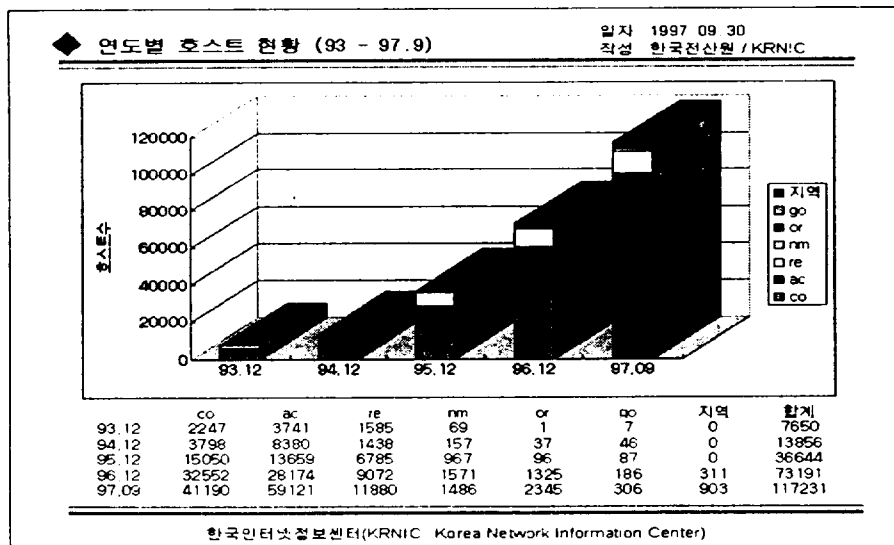
※ 참고: 무료가입자 중 5,000기관은 한국무역협회가 회원사 등에 무료제공 하는 가입기관임, 1996.11.

일반 이용자들의 인터넷 접속이 워낙 폭발적인 신장세를 보이고 있어 <표 2-6>과 <표 2-7>를 비교해 보면 기업(기관)의 가입률이 상대적인 열세를 보이고 있지만, 상당수 기업이 정보검색이나 해외거래처 및 지사와의 연락 등을 목적으로 개인 또는 법인 자격으로 인터넷에 가입하고 있다. 삼성물산의 경우는 올해 초 인터넷 가입사원을 중심으로 인터넷동호회까지 결성했다. 삼보컴퓨터는 지난해 하반기부터 해외 사업부 등에서 인터넷을 이용하여 외국 바이어 등 거래선과 거래관련 전자우편 및 소프트웨어를 교환하고 있다. 대우그룹도 사원 해외 연수과정의 일부로 인터넷을 활용하고 있다. 인터넷을 통한 전자우편은 팩스보다 많은 정보를 빠른 시간에 저렴하게 송·수신한다는 이점이 있기 때문이다.



<도 2-7> kr 2nd Level 도메인의 구성비율

<도 2-7>은 Top-Level이 .kr인 도메인 중에서 2nd-Level 도메인의 구성비율을 .ac, .co, .go, .nm, .or, .re와 15개 지역도메인으로 나누어 살펴본 것이다. 1997년 7월 현재 국내 도메인 중 81.9%가 .co도메인이며, 다음으로 .or이 6.0%, .ac가 4.8%이다.



<도 2-8> 연도별 호스트 가입 증가 추세

한편 <도 2-8>은 연도별 호스트 현황을 제시하고 있는데 상기 도메인의 분포와는 다른 분포를 보여주고 있다. 호스트란 인터넷에 연결된 컴퓨터로서 학술적 목적으로 네트워크에 연결된 클라이언트가 많기 때문에 .ac의 호스트가 전체의 50%를 넘고 있으며, 다음으로 .co가 약 30%를 차지하고 있다.

다음으로, 국내의 지역별로 살펴본 1997년 월별 지역 도메인 현황은 <도 2-9>에 보인 바와 같다. 1997년 9월 현재 등록된 15개의 지역 도메인의 수는 213개로서 이중 28%인 60개가 서울의 지역 도메인이다. 제주의 지역 도메인 수는 5개인데, 이는 전체 213개의 도메인의 2.3%에 해당한다.

◆ 1997년 월별 지역 도메인 현황

일자 1997 09 30
작성 한국전산원 / KRNIC

	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
서울	40	42	46	53	53	57	58	58	60			
경기	17	18	20	27	27	26	27	27	27			
인천	10	12	13	16	16	16	16	16	19			
강원	7	7	7	9	9	10	11	11	12			
충북	1	1	1	3	3	3	3	3	3			
충남	6	7	7	7	7	7	7	7	7			
대전	5	5	5	7	7	7	7	8	8			
경북	8	10	11	13	13	13	13	13	13			
대구	7	7	7	7	7	7	7	7	7			
경남	4	5	6	7	7	7	8	8	8			
부산	14	16	18	19	19	19	19	19	19			
전북	4	5	5	8	8	8	8	8	8			
전남	4	6	6	8	8	8	8	9	10			
광주	2	4	6	7	7	7	7	7	7			
제주	3	3	3	3	3	4	5	5	5			
합계	132	148	161	194	194	199	204	206	213			

한국인터넷정보센터(KRNIC : Korea Network Information Center)



한국인터넷정보센터(KRNIC : Korea Network Information Center)

<도 2-9> 1997년 월별 지역 도메인 현황

5. 기업의 정보기술 활용에 관한 기존 연구 결과

컴퓨터가 처음 비즈니스에 적용된 분야는 단순 반복적인 수작업 분야이었다. 그 후, 데이터베이스를 중심으로 하여 컴퓨터를 좀더 전략적으로 사용하게 되었다. 예를 들면 고객들의 구매정보를 축적하여 덩으로써 이를 구매에 대한 예측 등에 활용할 수 있게 된 것이다. 그러나 이러한 데이터베이스 중심의 컴퓨터 사용도 해당 부서에 국한된 것이므로 전사적인 사용은 아니었다.

결국 컴퓨터의 응용은 공통의 데이터베이스를 여러 부서에서 온라인으로 활용하는 분산계 업무형태로 확대되었다. 현재 많이 사용되고 있는 클라이언트/서버환경은 이러한 응용에 적합한 환경을 제공해 주고 있다. 그러나 최근에는 컴퓨터가 네트워크 중시의 업무방식에도 응용되고 있다. 네트워크 중시의 업무방식이란 통신 네트워크를 통해 서로 정보를 주고받으며 공통의 데이터베이스를 운용하는 업무방식이다. 인터넷 서비스는 이러한 네트워크 개념을 바탕으로 한 정보 기술 중의 하나인데, 근래에 기업들의 주목을 받으면서 그의 채택이 점차 빠른 속도로 확산되고 있다.

본 절에서는 이러한 정보 기술의 활용이 기업의 경쟁적 우위확보에 미치는 영향에 관한 선행 연구 결과를 검토하였다. 또한 정보 기술의 활용이 조직의 성과에 미치는 효과를 측정할 수 있는 변수들에 대한 연구 문헌들을 종합함으로써, 인터넷 서비스 활용실태의 분석에 적용할 비교항목을 선정하기 위한 기초 자료를 확보하였다.

(1) 정보 기술의 활용과 관련한 조직의 경쟁적 우위에 관한 연구

오늘날 기업들은 급격하게 변화하는 경영환경에 대응하고 경쟁적 우위를 확보하기 위해 새로운 정보 기술(Information Technology)의 활용에 많은 관심을 기울이고 있다. 이미 정보 기술을 활용하고 있는 기업들도, 최근에 기업의 업무

방식이 변화되고 정보기술의 발전이 더욱 가속화됨에 따라 새로운 정보기술을 받아들이기 위해 노력하고 있다.

이에 따라, 정보시스템 관리자는 기업의 환경을 고려하여 기업이 당면한 문제를 해결하는 한편 장기적으로 기업의 경쟁우위를 획득하기 위해 정보시스템과 관련된 여러 가지 정보기술을 파악하고 관리할 필요가 있다⁵⁾. 또한 포터(M. E. Porter)와 밀러(V. E. Miller)⁶⁾의 주장에 의하면, 정보 기술이 경쟁 자체의 성격 뿐만 아니라 제품, 공정, 기업, 산업의 성격까지도 변화시키고 있기 때문에, 경영자가 정보기술의 의미와 효과를 이해하고 그들을 경쟁 우위확보의 수단으로 활용하려는 의지를 갖는 것은 매우 중요하다.

김효근의 연구⁷⁾와 로저 클라크(Roser Clarke)의 연구⁸⁾ 중에서 정보 기술의 활용과 조직의 경쟁적 우위와의 관련성에 대한 선행 연구 결과의 주요 내용을 요약하면 <표 2-8>과 같다.

이 표에서 제시된 연구결과를 압축하면, 정보기술의 활용을 통한 조직의 경쟁적 우위 확보에 대해서는 두 가지 견해가 있다고 할 수 있다. 첫째는 정보기술 활용이 조직의 경쟁적 우위를 가져다주는 중요한 수단으로 평가될 수 있다는 견해와, 둘째는 경쟁적 우위의 확보보다는 경쟁적 열세를 초래할 수 있는 요인이 되기 때문에 필수 조건이라는 견해이다.

5) F. W. Mcfarlan & J. L. Mckenney & P. Pyburn, *Corporate Information System Management : The Issues Facing Senior Executives*, Homewood, IL Richard D. Irwin. 1983.

6) M. E. Porter and V. E. Miller, "How Information Gives You Competitive Advantage," *Harvard Business Review*, 1985. July~August, pp. 149~160.

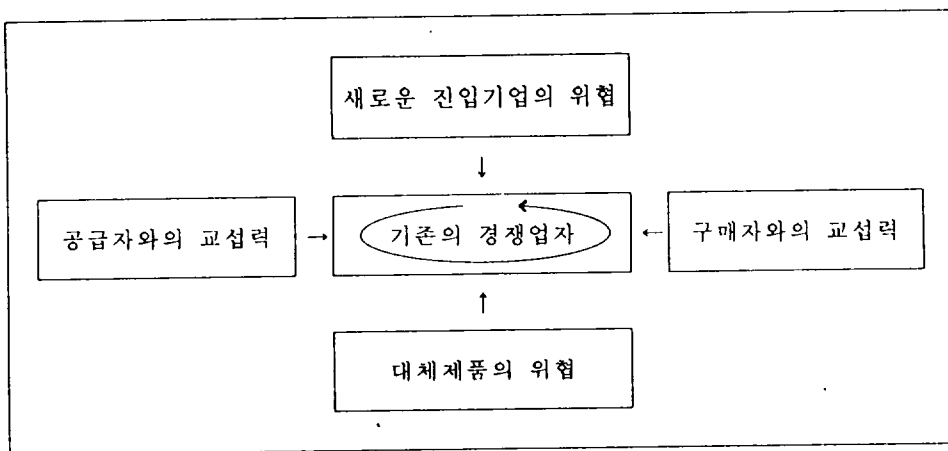
7) 김효근, "정보기술의 전략적 이용에 관한 제 연구의 평가와 방향," 1993년도 경영정보학회 추계학술대회, pp. 355~378.

8) Roser Clarke, 'The Path of Development of Strategic Information Systems Theory,' Australian National University, Version of 14. 재인용, 정석기, "인터넷 활용현황 분석에 의한 전자상거래의 의미와 비즈니스 영향에 관한 연구", 한국과학기술원, 석사학위논문 1997.

〈표 2-8〉 정보기술활용과 관련한 조직의 경쟁적 우위에 대한 선행 연구

연구자	내용
Parsons(1983)	정보 기술을 3가지 전략적 수준인 산업차원, 기업차원, 기업의 전략 차원에서 조명하여 Porter의 경쟁 세력 모형(Competitive Forces Model)과 관련하여 정보기술의 활용을 통한 조직의 경쟁적 우위를 설명하였다.
McFarlan et al.(1983)	정보시스템 및 목표 정보시스템의 전략적 중요성을 평가하는 전략격자모형(Strategic Grid Model)을 제시하였고, 그 후 Porter의 경쟁세력 모형에 대응하여 정보시스템을 전략적으로 활용할 수 있는 기회 혹은 가능성을 탐사하는 틀을 제시하였다
Porter and Miller(1980, 1983, 1985)	경쟁 세력 모형(Competitive Forces Model)을 통해 기업의 경쟁력을 결정짓는 요소로 5가지 세력을 들었고, 그러한 경쟁세력에 대응할 수 있는 전략으로 비용우위, 차별화, 집중화를 들었다. 또한 기업의 가치활동을 분해하여 정보기술이 어떻게 가치 창조에 공헌하여 경쟁력의 원천이 되는지를 보여주는 가치 체인 모형(Value Chain Analysis)을 개발하였다.
Clemons, E. K. and S. O. Kimbrough(1986)	정보기술이 기회를 제공하는 것이 아니고 오히려 미활용으로 인한 위험이 되어 전략적 경쟁 열세를 가져올 수 있기 때문에 경쟁의 우위 조건이라기 보다 필수조건이라고 주장하였다.
Feeny(1987)	두 가지 측면에서 우위를 줄 수 있는 사항을 제시하였다. -저장과 전송방식: 기업간의 업무에 있어 적시성 향상, 정보흐름의 비용절감, 재고감축, 시장의 변화에 대한 반응시간 단축 -대화형 방식: 가격, 제품 사양 등을 즉시 제공함으로써 비즈니스 검색비용 절감
Seethe and King(1994)	정보기술의 활용을 통한 조직의 경쟁적 우위를 측정할 수 있는 변수 및 조작적 정의를 실증적으로 검증하여 제시하였다. (주활동 효율성(primary activity efficiency), 보조활동 효율성(support activity efficiency), 자원관리가능성(resource management functionality), 위협(threat), 공격(preemptiveness), 통합(synergy)의 7가지 차원)
Clark & Hammond(1995)	경쟁이 심화되는 환경에서 공급체인관리(SCM:Supply Chain Management)는 기업 경쟁의 핵심요소로 등장하게 되고, 기업간의 정보시스템을 통한 프로세서 통합이 전개된다고 주장하였다.

전자의 견해에 대한 대표적인 예로 포터와 밀러의 연구를 들 수 있다. 포터는 가치 체인 모형에 앞서, 경쟁 세력 모형(Competitive Forces Model)⁹⁾을 통해 기업의 경쟁력을 결정짓는 요소로 5가지 세력을 제시하였다. 5가지 세력이란 기업이 산업 내에서 장기적인 이윤을 창출할 수 있는지와, 산업 내에서 최선의 위치를 차지할 수 있는지를 측정하는 변수로서, 공급자와의 교섭력, 새로운 진입기업의 위협, 구매자와의 교섭력, 대체제품의 위협, 기존의 경쟁업자이다(<도 2-10>참조). 이 때 경쟁력이란 기업이 상대적 세력 관계에서 자신의 위치를 알고 경쟁 세력을 제어하는 능력으로서, 앞에서 말한 5가지 세력에 의하여 결정된다는 것이다.



※ 자료 : M. E. Porter, ¹⁾ibid.

<도 2-10> 포터의 경쟁 세력 모형

포터는 이러한 경쟁 세력에 대응하는 3가지 본원적 전략을 다음과 같이 제시하였다¹⁰⁾. 첫째는 비용우위(overall cost leadership) 전략이다. 기업은 규모의 경

9) M. E. Porter, *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*, Free Press, New York, 1980., p. 4.

10) M. E. Porter, *Competitive Advantage of Nations*, Free Press, New York, 1990.

제, 고유한 기술, 공급자와의 관계를 통해 산업 내에서 가격 경쟁력이 있는 회사가 될 수 있다. 기업이 낮은 비용을 실현하고 소비자가 산업평균 가격을 지불할 용의가 있을 때 기업은 보다 큰 이익을 누릴 수 있다. 둘째는 차별화(differentiation) 전략이다. 기업은 구매자가 중요하다고 느끼는 제품의 특성에 대해 초과 가격을 부여할 수 있다. 이 특성은 제품이 유일하거나 구매자에게 가치가 있을 때 유효하다. 단 이 제품의 생산비용은 산업의 평균 수준 이하이어야 한다. 셋째는 집중화(focus) 전략이다. 이는 비용과 차별화를 기초로 하여 경쟁 범위를 한정하는 전략이다.

그 후, 포터는 정보 기술의 활용을 통한 조직의 경쟁적 우위에 관련된 연구는 문에서 가장 많이 인용되는 모형인 가치 체인 모형(Value Chain Analysis)¹¹⁾을 제시하였다. 여기서 포터는 가치 체계(Value System)를 기업이 제품이나 서비스를 생산하여 최종 소비자에게 유통시키는 전 과정을 통해 상호 의존하는 활동으로 구성된 시스템으로 정의하였다. 가치 체인 모형은 기업의 가치 창출 활동을 분해하여 정보 기술이 어떻게 가치의 창조에 공헌하는지를 보여준다.

포터는 기업 전체를 하나의 단위로 보지 않고 기업의 활동을 분리하여 살펴보면 각 활동이 비용 절감이나 차별화 등을 통하여 기업의 가치에 공헌하는 정도를 파악할 수 있다고 하였다. 이와 같이 각 활동이 가치의 창조에 공헌하는 과정의 연쇄 과정이 가치 체인이다.

가치 체인 모형에서 주장하고 있는 바는 다음과 같다. 모든 제품은 물질적 형상과 정보를 포함하고 있다. 따라서, 소비자들은 물질적 형상인 제품에 대해, 이 제품의 작동 특성이나, 작동요령, 서비스 계획 등에 관한 정보를 필요로 하게 된다. 기업은 정보 기술의 활용을 통해 공급자와 소비자를 네트워크로 연결함으로써 이러한 정보를 보다 효율적으로 제공할 수 있고, 산업 전반의 가치 체인을 최적화시키면서 경쟁력을 확보할 수 있는 것이다.

인터넷 환경에서 이러한 가치 활동의 각 요소들이 경쟁 우위에 어떤 영향을

11) M. E. Porter and V. E. Miller(1985), op. cit.

미치는지에 대한 연구는 아직 미비하다. 그러나, 인터넷이 최근 변화되는 기업의 업무방식에 중요한 영향을 미치는 정보 기술의 하나이고, 인터넷이 갖고 있는 특징으로 인해 기업의 가치 활동에 많은 영향을 미칠 것이라는 점은 쉽게 예상할 수 있다.

한편 정보기술이 필수조건이라는 견해는 클레먼스(E. K. Clemons)와 킴브로프(S. O. Kimbrough)나, 모리스(Maurice)와 토마스(Thomas)의 연구에서 잘 나타나 있다. 이 연구들이 이루어지기 이전에, 델론(W. H. Delone)과 맥린(E. R. McLean)¹²⁾은 정보 기술의 성과에 대해 방대하고 체계적인 문헌연구를 바탕으로 하여, 정보 기술을 통한 조직의 경쟁적 우위가 조직의 전략 내지는 기업 전체의 차원에서 실현된다고 주장하였다. 한편, 벤바셀(Ixak Benbasat)과 텍스터(A. S. Dexter)¹³⁾는 조직적 영향 차원의 성과 측정치는 이익 내지는 수익과 관련된다고 보았고, 벤티(D. H. Bender)¹⁴⁾는 조직적 영향 차원의 성과를 자산회전율, 자본회수율, 비용대 효과분석, 내부 수익율 등과 같이 재무적인 비율로 측정할 수 있다고 보았다. 그러나, 이러한 이익이나 수익 같은 각종 재무적인 비율을 가지고 조직적 영향 차원에서 정보시스템의 성과를 측정하는 것은 아직 미흡하다고 판단된다.

하지만 정보 기술과 기업의 경쟁력 사이의 관계를 평가하는데 있어서 중요한 문제는 기업이 정보 기술을 통하여 장기적으로 정상이윤보다 높은 이익을 실현할 수 있는가 하는 점이다.

모리스와 토마스(Maurice and Thomas)¹⁵⁾는 자유로운 진입이 가능한 경쟁 시장에서 기업은 단기적으로는 초과 이익을 누릴 수 있으나 장기적으로는 균형상태에 도달함으로써 정상 이윤만을 얻을 수 있다고 주장하였다. 즉, 한 기업만이

12) W. H. Delone and E. R. McLean, "Information Systems Success : The Quest for the Dependent Variable," *Information Systems Research*, 3, 1, 1992., pp. 60~95.

13) Ixak Benbasat and A. S. Dexter, "An Investigation of the Effectiveness of Color and Graphical Information Presentation under Varying Time Constraints," *MIS Quarterly*, 10, 1, 1986., pp. 59~83.

14) D. H. Bender, "Financial Impact of Information Processing," *Journal of MIS*, 3, 2, 1986., pp. 22~32.

15) Maurice and Thomas, *Managerial Economics*, 5th Edition, 1995., pp. 227~228.

독특한 정보 기술을 활용하고 있거나 처음 시장에 도입했을 경우 그 기업은 높은 이익을 얻을 수 있지만, 그 기술이 산업 내에서 누구나 사용할 수 있는 기술이라면 경쟁자들이 유사하거나 보다 나은 시스템을 도입함으로써 곧 이익을 침식당하게 된다는 점에서 정보 기술은 기업에서 지속적인 경쟁 우위에 의한 초과 이익을 허용하지 않는다는 것이다. 이런 관점에서, <표 2-8>에 기술된 클레몬스와 킴브로흐도 정보 기술의 활용이 경쟁의 우위확보를 위한 조건이라기보다 필수 조건이라는 주장을 대표하고 있다.

이러한 기존의 연구들은, 견해의 차이가 있기는 하지만, 정보기술이 최소한 경쟁전략의 필수조건(Competitive Necessity)임을 보여주고 있다. 이러한 논리의 연장선상에서 본다면, 인터넷 서비스는 정보 기술을 비즈니스에 응용하는 것이므로, 향후 기업환경에서 최소한 경쟁의 필수조건이 될 것임을 알 수 있다.

(2) 정보시스템 효과의 평가 방법에 관한 연구

정보 기술이 경쟁 전략의 필수 조건으로 인식됨에 따라 그 중요성에 대한 관심이 점차 고조되고 있고, 기업들의 정보기술에 대한 투자도 급속히 증대되고 있다. 그에 따라 기업들은 정보기술에 대한 투자가 조직의 성과에 어떠한 영향을 미치는가에 대하여 의문을 가지기 시작했고, 학문적으로도 정보 시스템의 효과를 평가하려는 노력이 계속되어 왔다. 그러나, 정보 기술의 활용이 기업의 성과에 미치는 효과와 관련한 선행 연구들은 상당한 이견을 보이고 있는 실정이다.

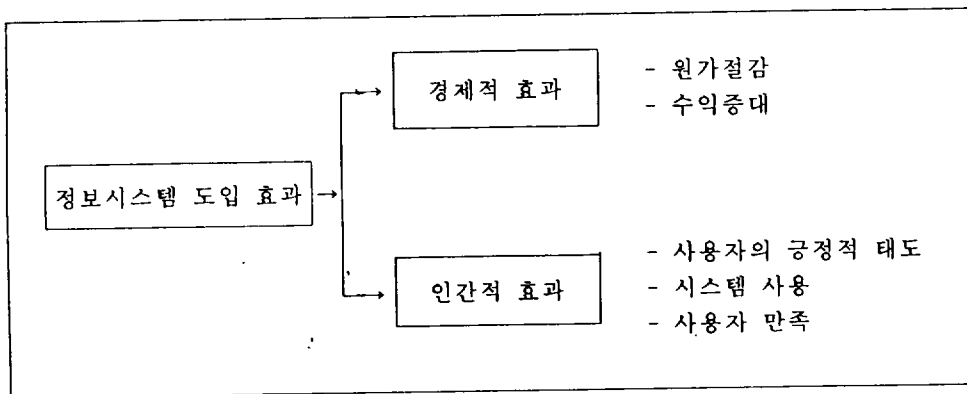
우선, 정보기술의 활용과 기업의 성과와의 관련성은 조직성과를 측정하는 척도에 따라 다르게 나타날 수 있다. 그런데, 조직적 영향 차원의 성과를 무엇으로 측정할 것인가 하는 문제에 대해서도 이익 내지는 수익으로 측정할 것인지, 아니면 각종 재무적인 비율로 측정할 것인지 결정되지 못한 실정이다.

또한, 정보 시스템의 효과는 조직의 성과에 영향을 미치는 수많은 외생 변수들의 영향을 통제된 후에 측정해야 하는데 이것이 매우 어렵다는 문제가 있다. 이러한 이유로, 현재 정보 기술의 활용이 조직성과에 얼마나 공헌하였는가 하는

기업의 성과와의 관련성에 대해서는 연구 결과가 일관적이지 않다.

겔라거(C. A. Gallager)¹⁶⁾는 정보 시스템의 효과 평가를 경제적 효과와 인간적 효과, 두 가지의 측면에서 다루었다(<도 2-11> 참조). 경제적 효과는 정보 시스템으로 인하여 기업의 경제 활동이 효율적으로 수행되고, 결과적으로 원가 절감이나 수익 증대라는 경제적 효용이 발생하는 것을 의미한다. 인간적 효과는 정보 시스템을 사용하는 사용자의 만족도가 향상되고, 이에 따라 사용자의 태도가 적극적으로 변하거나 정보 시스템의 사용도가 높아지는 것을 의미한다.

기업이 이윤을 추구하는 경제적 실체인 점을 감안한다면 경제적 효과 측정이 가장 바람직하다. 그러나, 실험실 연구 환경이 아닌 현실에서는 일반적으로 정보 시스템의 효과만을 분리해 내기가 어렵고, 정보의 효과가 장기간에 걸쳐 발생하거나, 인과 관계가 분명하지 않은 경우가 많기 때문에 경제적 효과를 측정하는 것이 어려운 경우에는 인간적 효과를 측정하여 정보 시스템의 효과를 평가하기도 한다.



※ 자료: C. A. Gallager, Ibid.

<도 2-11> 정보시스템의 효과

16) C. A. Gallager, "Perceptions of the Value of a Management Information System," *Academy of Management Journal*, 1974., pp. 46~55., 재인용, 김경규·한석원, "정보 시스템 사용자 만족에 관한 실증 연구", 「경영학연구」, 한국경영학회, 제26권 제1호, 1997. 2. pp. 93~112.

정보시스템의 인간적 효과를 평가하는 척도 중 가장 널리 사용되는 것은 “사용자 만족”이다¹⁷⁾. 기존의 연구에서 사용자 만족도를 평가하기 위하여 사용한 측정 항목들을 요약하면, <표 2-9>와 같다.

<표 2-9> 정보시스템의 인간적 효과 측정 항목

연구자	측정 항목
Gallager(1974)	보고서 양 양식의 적정성 신뢰도 적시성 정보의 화폐가치 등
Jenkins & Ricketts(1985)	입력의 용이성 시스템 반응 시간 문제 발견 능력 문제 해결 능력 등
Larker & Lessig(1980)	중요성 사용 가능성
Bailey & Pearson(1983)	전산부서 요원의 질 정보 산출물의 질 교육 및 훈련 사용자 참여도 등
Doll & Torkzadeh(1988)	내용 정확성 양식 사용의 용이성 적시성 등
Kim(1990)	시스템 분석 차이 시스템 설계 및 실행 차이 정보 서비스 전달 차이

※ 자료: 김경규·박석원, 전제서

17) 김경규·박석원, “정보시스템 사용자 만족에 관한 실증 연구”, 『경영학연구』, 한국경영학회, 제26권 제1호, 1997. 2. pp. 93~112.

이외에도, 델론과 맥린¹⁸⁾은 정보기술이 조직에 제공하는 성과나 기여도를 측정하기 위하여 정보기술의 성과를 시스템의 질(systems quality), 정보의 질(information quality), 활용도(use), 사용자 만족(user satisfaction), 개인적 영향(individual impact), 조직적 영향(organizational impact) 등 6가지로 분류하였다. 그리고, 정보기술을 통한 조직의 경쟁적 우위가 조직의 전략 내지는 기업 전체의 차원에서 실현된다는 점을 고려하면서, 정보기술의 활용을 통한 조직의 경쟁적 우위는 조직적 영향 차원에서 측정하는 것이 적합하다고 주장하였다.

델론과 맥린의 이러한 주장은 전체적인 관점에서 정보 시스템의 성공 요인에 관한 통합 모델을 제시한 것으로, 주된 내용은 정보 시스템의 질과 정보의 질이 활용도와 사용자의 만족에 영향을 미치고, 활용도와 사용자의 만족이 개인에 영향을 미치게 됨으로써 결국 조직의 성과에 영향을 주게 된다는 것이다.

<표 2-10>은 델론과 맥린의 정보 시스템 성공 모델에서 제시되고 있는 변수인 정보 시스템의 질과 정보의 질에 초점을 맞추어, 조직의 성과에 영향을 주는 특성들과 관련한 선행연구를 발췌하여 요약한 것이다.

이와 같이 여러 학자들이 정보의 품질 차원을 논의하고 있다. 그러나, 정보의 품질은 객관적 자료로 측정될 수 없고 특정 정보 원천에서 도출된 정보가 어느 정도 정확하고 신뢰할 수 있는가에 대한 지각을 나타내는 것이므로 의사결정자의 경험, 목표, 개인적 선호에 따라 달라질 수 있다¹⁹⁾.

본 논문에서는 앞에서 제시된 정보 시스템의 효과를 평가하는 측정 항목과 정보의 품질 특성들 중에서 인터넷 서비스를 통해 제공되는 정보의 내용, 질, 양을 평가할 수 있는 특성들을 선정하였다. 선정된 특성들은 다음과 같다.

18) W. H. Delone and E. R. McLean, op. cit.

19) J. Pfeffer and G. Slancik, "Administrator Effectiveness: The Effects of Advocacy and Information on Achieving Outcomes in an Organizational Context", *Human Relations*, Vol30, 1977, pp. 641~656.

〈표 2-10〉 정보시스템의 품질 특성

연구자	내 용
Andrus(1971) ²⁰⁾	정보의 정확성과 정보사용율 촉진, 또는 지연시키는 효용의 관점에서 정보를 평가해야 한다고 제안하면서, 4가지 정보효용을 밝혔다. 첫째 의사결정자의 요구와 정보형태가 어느 정도 밀접하게 대응되고 있는가를 나타내는 형태 효용(form utility), 둘째 필요할 때 정보를 사용할 수 있는가를 나타내는 시간효용(time utility), 셋째 정보에 어느 정도 쉽게 접근할 수 있거나 전달될 수 있는가를 나타내는 장소 효용(place utility), 넷째 정보를 소유한 자가 타인에게 정보전달을 통제함으로써 생길 수 있는 소유효용(possession utility)이다.
Zmud(1978) ²¹⁾	정보시스템의 성공에 영향을 미치는 요인으로 관련성, 정확성, 사실성, 완전성, 신뢰성, 적시성, 정렬성, 이해가능성 등과 같은 요인으로 구분하였으며, 그 중 정확성과 적시성의 중요성을 강조하였다.
Davis & Olson(1985) ²²⁾	정보의 품질은 정보가 얼마나 인간행동에 동기를 부여하고 또 얼마나 효과적인 의사결정에 공헌하는가에 따라 결정된다고 주장하였다. 정보시스템의 품질 특성으로는 완전한 데이터, 정확한 데이터, 정밀한 데이터, 이해 가능한 출력, 적시 출력, 관련성 있는 출력, 의미 있는 출력, 사용자에게 우호적인 운영, 허가된 사용, 시스템과 운영의 보호 등을 들고 있다.
Doll & Torkzadeh(1988) ²³⁾	정보의 품질과 관련한 측정도구로 정보의 내용, 정확성, 사용의 용이성, 형태성, 적시성을 제시하고 있다. 이들은 정보 만족도를 이러한 측정도구의 구성의 개념으로 파악하고 있다

20) R. R. Andrus, "Approaches to Information Evaluation," MSU Business Topics, Summer 1971., pp. 40~46.

21) R. W. Zmud, "An Empirical Investigation of the Dimensionality of the Concept of Information," *Decision Sciences*, Vol. 9, No. 2, 1978, pp. 187~195.

- 접근가능성²⁴⁾: 어느 정도 정보에 쉽게 접근할 수 있거나 전달될 수 있는가를 측정하는 특성
- 반응성: 의사결정자의 요구에 얼마나 대응할 수 있는가를 측정하는 특성
- 적시성: 필요할 때 정보를 사용할 수 있는가를 측정하는 특성
- 사용의 용이성: 의사결정자가 얼마나 편리하게 정보를 사용할 수 있는가를 측정하는 특성
- 신뢰성: 정보에 대한 사용자의 신뢰감을 측정하는 특성
- 내용의 다양성: 의사결정자의 다양한 정보 요구를 충족시킬 수 있는지를 측정하는 특성

22) G. B. Davis and M. H. Olson, *Management Information System: Conceptual Foundations, Structure and Development*, 2nd(ed), McGraw-Hill, 1985.

23) W. J. Doll and G. Torkzadeh, "The Measurement of End-User Computing Satisfaction," *Mis Quarterly*, Vol. 12, June 1988., pp. 259~274.

24) O'Reilly, C. A., "Variations in Decision Makers' Use of Information Sources: The Impact of Quality and Accessibility of Information", *Academy of Management Journal*, Vol.25, No.4, 1982, pp. 756~771.

III. 제주 지역과 하와이 지역 관광 산업의 인터넷 활용 실태의 비교 분석

제주 지역 관광 산업의 인터넷 활용실태를 분석함에 있어서, 하와이 지역의 관광 산업을 비교 대상으로 선정하였다. 특히 제주 지역과 하와이 지역의 관광 업체 및 지원 기관 중 웹사이트를 개설한 업체인 호텔업, 여행업, 운수업과 지원 기관을 대상으로 비교 분석하였다. 비교할 항목으로는 앞장에서 제시한 정보 시스템의 질과 정보의 질적 특성인 접근성, 반응성, 적시성, 용이성, 다양성 중에서 웹 서비스를 비교할 수 있는 항목들을 선정하였다.

1. 비교 분석 항목 및 비교 대상 선정

1) 비교 분석 항목의 선정

정보의 품질 특성들 중에서, 인터넷 서비스를 통한 정보의 질을 측정하기 위한 변수로 다음과 같은 특성을 선정하였다. 이 기준은 앞장에서 제시한 선행연구결과를 토대로 논자가 임의로 선정한 것이다. 홈페이지 상에서 조사할 분석 항목은 <표 3-1>과 같다.

○ 접근성 : 개설한 웹사이트로의 접속경로가 어느 정도 제공되고 있는지는 중요하다. 인덱스 사이트의 유무, 검색엔진 및 관광전문사이트에의 등록여부, 예약대행서비스 사이트의 개설여부를 비교항목으로 선정하였다.

○ 반응성 : 각 홈페이지 내에서 사이트 방문자의 요구에 대응할 수 있는 기능이 어느 정도 구비되어져 있는지와, 대응속도는 어느 정도인지를 평가하는 기준이다. 선정항목으로 E-mail기능, 게시판(What's New포함)기능, 방명록기능, 설문지 실시 여부, FAQ기능이 들어 있는가의 여부가 포함되며, 설문항목에는 응

답시간의 길이를 포함하였다.

<표 3-1> 정보의 품질 특성과 관련한 홈페이지 상의 분석항목

특 성	분 석 항 목
접근가능성	<ul style="list-style-type: none"> • 인덱스사이트 • 검색엔진에의 등록 • 관광전문사이트에의 등록여부 • 예약대행서비스 사이트 유무
반응성	<ul style="list-style-type: none"> • E-mail • 게시판 (What's New포함) • 방명록 • 설문지 • FAQ • 문의시, 응답시간의 길이
적시성	<ul style="list-style-type: none"> • 최후의 갱신 주기 • 채팅 • 예약
용이성	<ul style="list-style-type: none"> • 자체 검색기능 • 주메뉴 선택 bar가 화면상에 항상 상주 • 모든 정보를 간략히 소개한 text버전 • 사이트맵 • 제공언어
신뢰성	<ul style="list-style-type: none"> • 접속횟수 • 홈페이지 수정의 최종일자 • 홈페이지의 관리자 또는 작성자의 대외 명칭
다양성	<ul style="list-style-type: none"> • 자사소개 • 약도 • 교통편 • 상품의 가격 • 기타업 종별 특성 • 관광지소개 • 관광지 정보 사이트로의 링크 • 관련 정보로의 링크

○ 적시성 : 새로운 정보를 적절한 시기에 지속적으로 제공하여, 사이트 방문자의 의사결정에 시의 적절하게 이용될 수 있도록 하고 있는가를 평가하는 기준으로서 갱신주기 및 채팅, 예약기능을 비교항목으로 선정하였다.

○ 사용의 용이성 : 홈페이지 내에서 사이트 방문자가 원하는 정보를 얼마나 편리하게 사용할 수 있는가를 평가하는 기준으로서, 포함된 항목은 개설한 웹사이트 내에 자체 검색기능이 있는가, 주요메뉴를 선택하는 bar가 화면상에 항상 상주하는가, 모든 정보를 간략히 소개한 text버전이 제공되는가, 관련정보로의 링크가 가능한가, 제공언어는 어느 정도 다양한가이다.

○ 신뢰성 : 사이트 방문자들이 자사의 정보를 믿을 수 있게 하려는 노력의 정도를 평가하는 기준이다. 세부 항목으로는 접속횟수, 홈페이지 수정의 최종 일자, 그리고 홈페이지의 관리자나 작성자의 대외 명칭을 알려주고 있는가하는 항목을 선정하였다.

○ 내용의 다양성 : 웹사이트 내에 포함하고 있는 정보내용은 얼마만큼 다양한가, 그리고 각 홈페이지 내에 제공하는 관광과 관련한 정보는 어떠한 것들이 있는가, 관광사이트로 링크할 수 있는 기능이 구비되어 있는가를 평가하는 기준이다. 세부 항목으로는 자사소개, 약도, 교통편, 상품의 가격, 기타 업종별 특성 그리고 주변 유명관광지정보, 날씨정보, 교통정보를 포함하고 있는가 등을 포함한다.

이러한 항목을 기준으로 제주 지역과 하와이 지역의 웹사이트 활용 실태를 비교할 것이다. 한편, 앞서서도 언급한 바와 같이 전세계적으로 인터넷을 중앙 통제하는 특정한 기구는 없다. 제공되는 정보 또한 대단히 많아서 모든 자료를 하나의 목록에 포함시킬 수 없기 때문에 필요한 정보에 접근할 수 있도록 도와주는 프로그램인 검색엔진의 사용이 필수적이다. 현재 각 나라에 검색엔진이 발달되어 있고, 또한 전세계적으로 유명한 검색엔진은 50개가 넘는다.

본 논문에서는 웹사이트의 개설 현황을 파악하기 위한 수단으로, 검색엔진 중에서 오랫동안 가장 널리 사용되고 있으며 전 세계의 10만 이상의 웹사이트에 대한 주소를 보유하고 있는 야후(Yahoo) 검색엔진을 택하였다. 야후 검색엔진

은 한번 등록된 홈페이지는 하루 간격으로 변화여부를 점검해 정보를 갱신하기 때문에 틀린 링크가 거의 없다는 점에서 최고의 신뢰성을 가지고 있고, 주제별로 계층적 인덱싱이 가장 잘 되어져 있다고 평가되고 있는 검색엔진이다.

하와이 지역의 경우, 야후 검색엔진의 Top:Regional:U.S. States:Hawaii²⁵⁾ 카테고리에 등록된 웹사이트를 중심으로 분석을 실시하였으며, 제주 지역의 경우는 야후 코리아(Yahoo Korea) 검색엔진의 처음:지역정보:한국:제주²⁶⁾ 카테고리에 등록된 웹사이트와, 타 검색엔진에서 검색되는 모든 웹사이트를 대상으로 분석을 실시하였다.

2) 비교 대상의 선정

본 연구는 제주 지역의 관광 산업을 위하여 인터넷 서비스를 경쟁 수단으로 이용하는 방안을 모색하기 위하여 시도된 것이다. 따라서 연구 대상은 현재 인터넷 서비스를 실시하고 있는 관광 산업 중에서 호텔업, 여행업, 운수업으로 한정하였다. 또한 비교 대상 지역으로는 관광자원이나 관광여행 목적지로서 제주 지역과 여러면에서 유사성을 띄고 있는 하와이를 선정하였다.

하와이를 비교 대상으로 선정한 또 다른 이유는 하와이 지역 관광 산업이 인터넷 활용 면에서 벤치마킹의 대상으로 가치가 있을 것이라는 점이다. 미국은 인터넷의 발전이 가장 활발하게 이루어지고 있는 나라이다. 전세계의 다른 국가에서와 마찬가지로 미국의 빠른 정보통신 발달은 정책적 지원과 선도적인 기술 개발을 통해 이루어지고 있다. 하와이 지역의 관광 산업은 이러한 분위기 속에서 정보통신기술의 발전을 관광 산업에 발빠르게 도입하여 활발히 응용하고 있을 것이라고 예상되기 때문에 축적된 노하우를 조사 분석하여 제주 지역 관광 산업 활성화에 도움이 되는 방안을 모색해 보고자 한 것이다.

제주 지역과 하와이 지역의 유사성을 요약하면 다음과 같다.

25) 야후 검색엔진(http://www.yahoo.com/Regional/U_S_States/Hawaii/), 1997. 10. 25.

26) 야후 코리아 검색엔진(http://www.yahoo.co.kr/Regional/South_Korea/Cheju_Island/), 1997. 10. 25.

○ 관광자원의 유사성

하와이 제도는 8개의 큰 섬과 130개의 작은 섬으로 이루어져 해변과 바다가 펼쳐져 있으며, 가장 큰 섬인 하와이 섬의 중앙부에는 4,000m가 넘는 마우나 케아 산과 마우나 로아 산이 솟아 있으며, 지금도 활동중인 활화산으로는 칼라우에 야산이 있다. 또한 하와이 주정부가 자리잡고 있는 오후아섬을 비롯하여 마우이 섬 및 카우아이섬 등 사람이 살고 있는 섬들도 해저 화산의 폭발로 인해 생긴 섬들이기 때문에 평야나 호수 및 하천이 적고, 산과 구릉지와 계곡이 많은 편이다. 하와이 섬의 역사는 오래되어 폴리네시아인들이 최초로 상륙하여 정착하였기 때문에 현재까지 폴리네시아인의 고유한 유적과 전통적인 풍습들이 곳곳에서 간직되고 있다.

한편, 제주 지역은 10개소가 넘는 해수욕장과, 360여개의 기생화산, 10개소의 동굴, 영주십경 등²⁷⁾ 자연자원을 주된 관광자원으로 삼고 있다. 또한 내륙과 멀리 떨어져 있기 때문에 언어, 관습 등에서 많은 고유성을 유지하고 있는 상태이다.

이처럼 두 지역이 공통적으로 섬이라는 점으로 인하여 바다와 해변 등의 자연환경이 주요 관광지가 되고 있고, 레저스포츠, 이벤트 등이 활발히 진행되고 있는 점등에서 관광자원의 유사점을 찾을 수 있다.

○ 여행형태 및 여행주기의 유사성

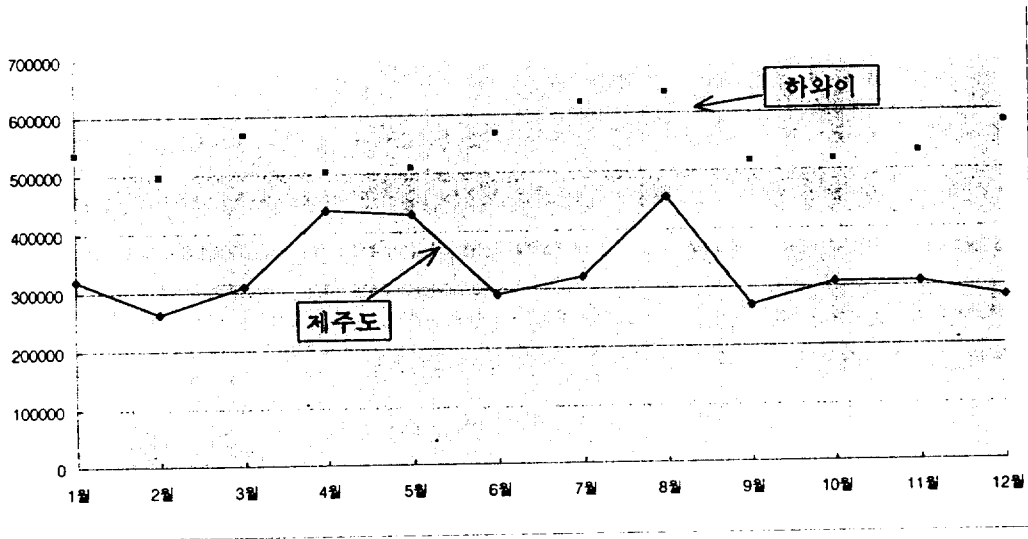
하와이 지역의 경우, 여름에는 6월~9월에 걸쳐 미국 본토에서 휴가를 즐기는 가족과 학생들이 찾아와 초만원에 이루며, 겨울에는 12월의 크리스마스 시즌부터 3월까지 추위를 피하려는 관광객들이 많이 온다. 연말연시나 흔히 말하는 황금연휴 기간, 특히 봄과 가을의 결혼 시즌에는 신혼 여행객 등 연평균 750만명 정도의 관광객들이 몰려든다.

제주 지역의 경우 연평균 약 400만명 정도의 관광객들이 다녀가는데, 1995년의 경우 내국인 관광객 3,754,960명중 가족관광이 1,724,831명으로 가장 많고, 수학여행 학생은 352,056명이다. 특히 수학여행의 경우, 전년에 비하여 32.1%가 증가하여 가장 큰 성장률을 보이고 있다. 신혼여행인 경우에는 381,658명으로

27) 관광홍보물, 제주도관광협회, 1996.

성장률이 감소추세에 있기는 하나 아직까지 높은 비중을 차지하고 있다.

또한 <도 3-1>에서도 나타나고 있지만 4~6월간을 제외하고 하와이와 제주 지역의 관광주기가 비슷하다. 서로 주기별 관광경쟁지역이 되고 있는 것이다.



※ 자료 : 하와이 - Hawaii Visitors & Convention Bureau, 1996.
 제주 - 제주도관광협회 통계자료집, 1996.

<도 3-1> 1996년도 월별 관광객 비교

○ 관광 산업이 지역 경제에서 차지하는 비중의 유사성

하와이 지역의 3대 산업으로는 관광, 설탕, 파인애플을 들고 있다. 최근에는 설탕과 파인애플의 생산이 인건비의 상승으로 인하여 국제 경쟁력에서 뒤떨어지고 있는 실정이며, 3대 산업 중에서 가장 많은 수입을 올리는 것은 관광이다.

제주 지역의 경우도, 지역경제의 구성을 보면, 광공업의 비중이 매우 빈약한 반면에 관광 산업은 상대적으로 높은 비중을 차지하고 있다.

두 지역 공통적으로 현재 관광 산업이 도의 주산업으로서 역할을 맡고 있지만 앞으로는 경쟁산업으로서 관광 산업에 더욱 박차를 가하게 될 것이다. 따라서 관광 산업의 발전이 미래의 제주 지역 경제발전의 원동력이 될 것이다.

2. 인터넷 활용 수준의 비교

1) 웹사이트 개설 현황 총괄

제주와 하와이 두 지역에 개설된 웹사이트의 전체적인 현황은 <표 3-2>에 서 보는 바와 같다. 조사시점의 웹사이트 개설 현황을 비교해 보면 제주 지역에는 총 50개의 사이트가 개설되어 있으며, 하와이에는 1,094개의 사이트가 개설 되어 있어 현격한 차이를 보이고 있다.

<표 3-2> 제주 지역과 하와이 지역의 웹사이트 개설 현황

제 주 도		하 와 이	
교육	20	Area Guides	9
기관, 단체	3	Business	372
비즈니스	9	City Guides	5
사회와 문화	1	Classifieds	1
숙박시설	4	Community	22
여행	10	Education	148
역사	1	Entertainment and Arts	35
정부	1	Environment and Nature	2
지도	1	Events	16
		Government	8
		Health	5
		History	1
		Internet Services	34
		Lodging	247
		Maps and Views	3
		Museums	2
		News and Media	11
		Organizations	26
		Outdoors	1
		Real Estate	93
		Recreation and Sports	20
		Science	2
		Transportation	4
		Travel	19
		Weather	4
		<div> Aloha From Hawaii Hawaii'i [hawaii.com] Hawaii Main Index Hawaii NewsList Registry </div> <div> 인덱스 사이트 </div>	
50		1,094	

※ 참고: 1997. 10. 25. 기준으로 Yahoo에 등록된 목록으로서, 사이트 개설은 되어있지만 등록을 하지 않았을 경우가 있으므로 누락되어 있는 사이트가 있을 수 있음.

제주 지역의 경우 좀더 자세한 현황을 파악하기 위하여 Yahoo Korea 뿐만 아니라 다른 검색엔진에서 검색을 실시한 결과 숙박업에서 2개의 사이트를 발견했으며, 운수업에서 1개의 사이트를 더 발견하였다. 따라서 현재 총 53개의 사이트가 개설되어 있다고 할 수 있다.

이중에서도 순수하게 제주 지역에 호스트를 두고 있는 것은 48개의 사이트이며, 또한 같은 기관이 여러 개의 사이트를 지닌 것을 제외하면 44개의 기관만이 사이트를 개설하고 있다. 관광 산업의 규모와 다양성 면에서 두 지역이 지니고 있는 차이 때문에 정당한 비교는 어렵지만, 하와이 지역에 비하여 제주 지역이 개설 숫자면이나 사이트를 개설한 업종의 다양성 면에서 뒤져 있는 상태임에는 분명하다.

한편 검색엔진에 등록되어 있지 않은 사이트를 조사하기 위하여 관광 업체에 직접 전화설문을 하였지만 발견할 수는 없었고, 다만 인식정도를 파악하는데 도움이 되었다. 제주 지역 관광 업체 중 숙박업체와 렌트카 업체는 상당부분 그 필요성을 인식하고 있으나 특정한 계획을 세우고 있는 상태는 아니라고 응답을 했고, 기타 업체는 인터넷 서비스의 필요성을 인식하지 못하고 있거나 인터넷에 대한 이해가 부족한 실정이었다.

또한, 하와이 지역의 웹사이트 개설 현황에서 제주 지역과의 차이점 중 하나가 하와이 지역의 경우 다양한 분야에 걸쳐 많은 수의 사이트가 개설되어 있어서, 하와이내에 개설된 웹사이트를 목록화하여 주는 인덱스 사이트²⁸⁾와 예약대행사 사이트가 있다는 것이다. 제주 지역의 경우 두 가지 모두가 아직까지 없으며 다만, 제주관광정보시스템 내에 제주페이지에 목록을 나열해 주고 있는 것뿐이다.

2) 관광 업종 및 지원 기관별 웹사이트 개설 현황

상기한 개설 현황 중에서 제주 지역과 하와이 지역 관광 업체 및 관광 지원 기관의 사이트 개설 현황만을 살펴보기로 하겠다.

28) 인덱스 사이트란 내용 전개상 편의를 위하여 지정한 용어로서, 관련정보 또는 일정한 범위내의 사이트를 목록화 하여 검색자로 하여금 쉽게 접근할 수 있도록 인덱스화 시켜놓은 사이트를 이른다. 따라서 검색엔진의 한 종류라고 할 수 있다.

(1) 관광 업체 및 지원 기관의 웹사이트 개설 현황

<표 3-3> 관광 업체 및 지원 기관의 웹사이트 개설 현황

항 목	제주도	하와이
숙 박 업	4	247
여 행 업	3	45
운 수 업	2	53
기 타	2	50
지 원 기 관	3	4
계	14	399

※ 자료: 하와이; Yahoo, 1997. 10. 25.

제주; Yahoo Korea 및 다른 검색엔진 종합, 1997. 10. 25.

<표 3-2>에서도 살펴보았지만 하와이에는 전반적인 산업에서 인터넷 서비스의 활용이 활성화되어 있다. 관광 산업도 마찬가지로서 그 중 숙박업이 인터넷 서비스를 가장 활발히 활용하고 있다. 특히 제주 지역과 다른 것은 <표 3-3>의 기타항목에 포함된 수치로서 관광상품별 웹사이트가 많이 개설되어 있다는 점이다. 즉 교통편에 따른 관광상품의 웹사이트와 이벤트별 웹사이트, 관광지별 웹사이트 등을 말한다.

(2) 유명 관광 전문사이트에의 등록 현황

많은 기능과 내용을 수록한 양질의 사이트를 개설했다고 해서 고객들이 접속하는 것은 아니다. 고객은 주로 검색엔진을 통해 원하는 정보에 접근한다. 따라서 개설된 웹사이트가 많은 검색엔진에 등록되어 있을 때 비로소 고객의 빈번한 접속을 기대할 수 있다.

다음 <표 3-4>는 세계의 관광 도시 정보를 알려주는 관광관련 전문사이트 중 접속횟수가 가장 많은 2개의 사이트에 등록된 현황을 보여주고 있다.

〈표 3-4〉 관광도시 안내 사이트의 등록 현황

관광도시 안내 사이트		Hawaii 등록 업체수	Cheju 등록 업체수	검색방법
City Net	www.city.net	다수	3	검색어 = hawaii = cheju
ITN	http://www.itn.net/cgi/get?itn/index:XX-STARTINGPOINT	다수	1	검색어 = hawaii = cheju

선정한 2개의 관광도시 안내 사이트는 전세계의 도시에 대한 정보를 알려주고 또한 그 지역에 개설된 웹사이트로 링크될 수 있도록 지원하는 사이트로서 모두 미국의 관광 전문 사이트이다. 유명 관광 전문 사이트의 대부분이 미국 사이트이기 때문에 하와이에 대한 정보는 구체적이고 다양하면서도 제주 지역에 대한 정보는 극히 드물다. 제주 지역에 대한 지역정보를 알려주는 웹페이지가 작성되어 있지도 않는 상태이며, 제주 지역에 개설된 웹사이트로 링크될 수 있는 기능을 제공하는 별도의 웹사이트도 없는 실정이다. 현재 City net에 등록된 제주 지역 등록 업체수는 호텔업 3곳뿐이며, 지원 기관으로는 한국관광공사 사이트가 등록되어 있다. ITN에는 1곳만이 등록되어 있는 실정으로 하와이와 비교하여 상당히 저조한 상태이다. 더군다나, 한국의 관광관련 자료를 망라하고 있다고 할 수 있는 한국관광협회의 웹사이트에조차 제주 지역 관광 업체의 웹사이트가 등록되어 있지 않은 실정이다.

또한 검색엔진에 광고를 게재함으로써 관심이 있는 고객에게 자사의 사이트에 접근하는 수단을 제공할 수 있는데, 제주 지역의 관광 산업은 이 점에 대해서도 무관심한 실정이다. 본 연구에서 선택한 검색엔진인 Yahoo에서 키워드를 사용하여 검색을 하다 보면, 검색 결과로 나타나는 페이지에는 유명 관광 업체들이 배너(banner)나 버튼(button) 형식을 이용하여 광고를 게재하고 있음을 볼 수 있다. 그러나 제주 지역 관광 업체의 광고는 찾아보기가 어려웠다. 그 만큼 인터넷 광고에 대한 인식이 뒤떨어져 있고, 활성화되지 않았음을 알 수 있다.

3. 관광 업종 및 지원 기관별 웹사이트 운영 실태 비교

1) 호텔업의 웹사이트 운영 실태 비교

(1) 제주 지역 호텔업의 웹사이트 개설 현황 및 사례 분석

1997년 9월 현재 관광협회의 내부자료에 의하면 제주 지역에는 총 44개의 관광호텔이 있다. 아래의 표에서 볼 수 있는바와 같이, 이 중에서 6개의 업체만이 웹사이트를 개설하였다.

<표 3-5> 제주 지역 호텔업의 웹사이트 개설 현황

구분	업체명	URL	비고
특 1 급	제주오리엔탈호텔	http://cheju.oriental.co.kr/	
	제주그랜드호텔	http://www.grand.co.kr/	
	제주신라호텔	http://www.shilla.samsung.co.kr/cheju/cheju1.html	
	하얏트리젠시	http://www.travelweb.com/TravelWeb/init.html?p_page_type=START&p_brand=HY&p_pid=999	외국본사에서 지원하는 사이트
	제주롯데호텔	http://hotel.lotte.co.kr/cheju/cheju.html	준비중
특 2 급	제주그린빌호텔	http://www.daemyung.co.kr/daemyung/html/condo/cheju/	

이 중에서 제공정보가 1페이지뿐이고 준비중인 사이트를 제외하면 총 5개 사이트이며, 또한 하얏트리젠시는 미국 본사에서 직접 지원하는 사이트로서 제주 지역의 특성을 알려주거나 지원하는 성격이 없어 제외하였다. 따라서 국내 사이트로는 4개 업체가 사이트를 개설하고 있으며, 그 중 특1급 호텔은 3개 업체이고, 특2급 호텔은 1개 업체이다. 이 4개의 관광호텔을 대상으로 분석하였다.



Welcome to

CHEJU GRAND HOTEL



GOLF COURSE



RESTAURANT

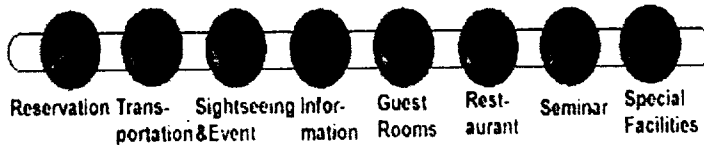
제주국제공항에서 10분거리의
위저인 제주 최대의 특1급
제주 그랜드 호텔이 여러분을
최상의 서비스, 최고급 감동으로
모시겠습니다.

END

JAP



Web Master



Copyright 1997 ORA RESORT all rights reserved.

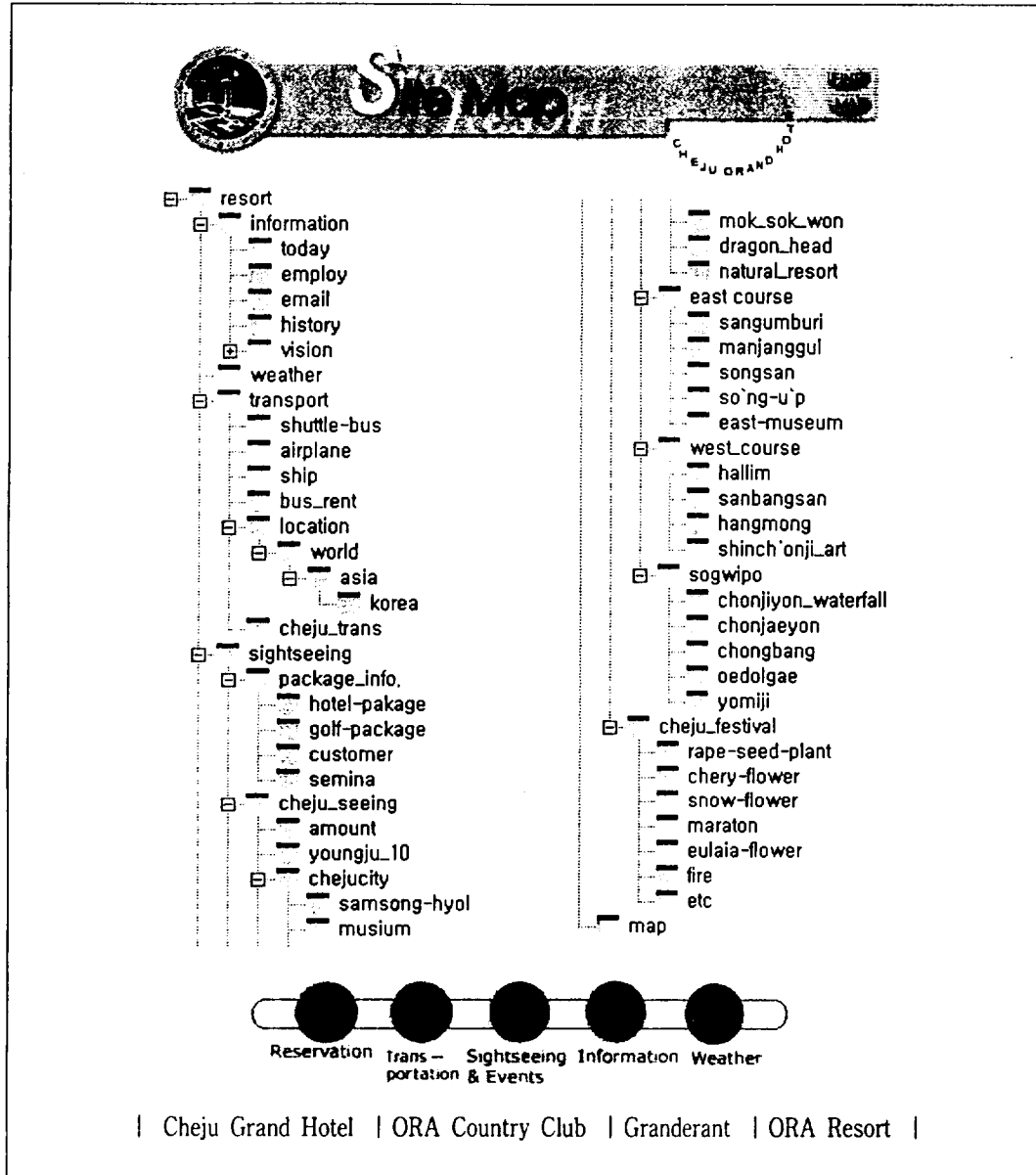
※ 자료: 제주 그랜드 호텔 (<http://www.grand.co.kr/>), 1997. 10. 25.

<도 3-2> 제주 그랜드 호텔 홈페이지

<도 3-2>는 1997년부터 인터넷 서비스를 실시한 제주 그랜드 호텔의 홈페이지이다. 상당히 많은 내용의 서비스와 편리한 인터페이스를 갖추고 있는 사이트로서, 제공하는 주요 서비스는 예약, 교통편, 관광, 정보, 객실정보, 식당부, 연회장, 부대시설 안내이며, 고객의 의견을 수렴할 수 있는 E-mail서비스도 홈페이지 상에 두고 있다. 한국어를 포함하여 3개 국어를 사용하고 있기 때문에 넓은 접속 층을 확보하고 있으며, 계열회사로의 접근을 쉽게 할 수 있도록 링크를 제공하고 있다.

설문조사 결과 전산 부서의 총인원은 7명으로서, 인터넷 전담자, 웹페이지 작성자, 그래픽디자이너를 두어 인터넷 서비스에 관하여 상당한 전문화를 실시하고 있다.

타 사이트의 홈페이지 구성과 비교하여 볼 때 미흡한 점이라면, 사이트 방문자에게 신뢰감을 줄 수 있는 최종접속횟수와, 최종 수정일자를 제공하지 않는다는 점과, 사이트 맵으로 링크될 수 있는 기능을 홈페이지에 두지 않고 있다는 점이다.



※ 자료: 제주 그랜드 호텔(<http://www.grand.co.kr/>), 1997. 10. 25.

<도 3-3> 제주 그랜드 호텔의 사이트 맵

대부분의 사이트가 많은 정보를 포함하고 있지만 그러한 제공정보가 체계적으로 사이트 방문자에게 제공되지 못한다면 혼란을 줄 수 있다. 대부분의 웹페이지는 짧은 길이로 많은 페이지를 구분시켜 놓았기 때문에 각 페이지를 이동할 때마다 사이트의 어느 위치에서 정보를 보고 있는지 알기 어렵기 때문이다.

사이트 방문자가 현재 링크한 디렉토리는 사이트의 어느 위치인지를 전체구조에서 나타내 줄 수 있다면 좀더 많은 정보를 체계적으로 제공하여 접속에서 누락되는 페이지가 없도록 할 수 있으며, 사이트 방문자 입장에서 중간 디렉토리를 거치지 않고 한번에 원하는 정보로 직접 접근할 수 있는 편리함을 제공할 수 있다.

<도 3-3>은 제주 그랜드 호텔의 웹사이트에서 제공하는 사이트 맵으로서 서비스 내용을 한눈에 파악할 수 있도록 일목요연하게 알려주고 있으며, 각 서비스별로 하위 서비스도 보여주고 있다. 하위 서비스를 클릭했을 때 중간 단계를 거치지 않고 직접 원하는 페이지로 링크될 수 있도록 지원하고 있다.

(2) 하와이 지역 호텔업의 웹사이트 개설 현황 및 사례 분석

<표 3-6>은 하와이 지역 숙박업체의 웹사이트 개설 현황을 요약하고 있다. 관광 산업 중 인터넷 서비스가 가장 활발히 활용되어지는 업종이 호텔업으로서 총 247개 사이트가 개설되어 있다. 특징으로는 예약서비스를 대행해주는 사이트가 별도로 개설되어 있어 웹사이트가 개설되어 있지 않은 호텔의 예약 서비스도 가능하다는 점이다.

<표 3-6> 하와이 지역 호텔업 웹사이트개설 현황

구분	개설수
Bed & Breakfasts	76
Condominiums	68
Hotels & Resorts	54
Outdoor Backpacking/Hostelling	1
Vacation Rentals, Homes & Cottages	48
	247
Reservation & Booking Services	8

대체적으로 하와이 지역 호텔의 웹페이지는 업체정보와는 직접적인 관련이 없는 지역정보, 관광정보 등의 관련 정보는 담고 있지 않다. 그 이유는 이러한 정보를 전문적으로 제공하는 별도의 사이트가 많이 개설되어 있기 때문에 따로 지원할 필요가 없다는 점이다. 여하튼, 웹페이지들이 자사에 관한 정보 이외의 지원정보는 많이 제공하지 않으므로 디렉토리가 단순하게 된다.

그러나 하와이 지역 호텔의 웹페이지는 제주 지역 호텔의 웹페이지에 비하여 긴 경향이 있다. 또한 E-mail기능을 활용하여 예약 기능을 적극적으로 제공하고 있다. 제주 지역의 경우 E-mail을 통하여 예약을 접수받고 있다는 정보를 제시해주고 있지 않아서 사이트 방문자들이 이 사실을 알기가 어려울 것으로 보인다.

ex: (723) 456-7890

This call made possible

by AT&T interactiveAnswersSM Service

1. Enter a phone number where you can be reached right now.
2. If you are unable to receive calls while connected to the web, please check this box. ☐
3. Call Me Toll-Free Cancel Help

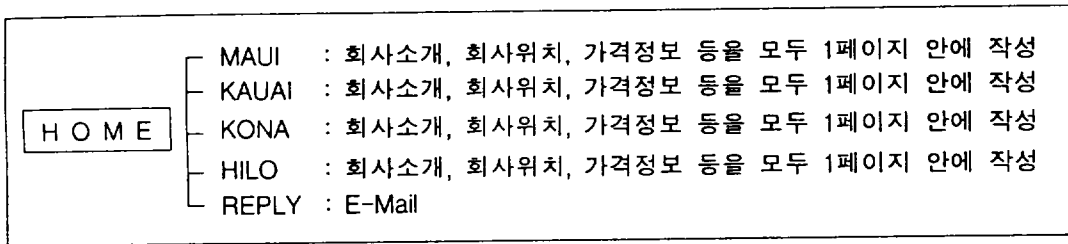
AT&T interactiveAnswers Service enables you to connect with information provided by a third party. AT&T does not control and assumes no responsibility for the information provided through the use of this service. Please read the disclaimer.

<도 3-4> OUTRIGGER호텔의 전화를 통한 예약서비스 안내 페이지

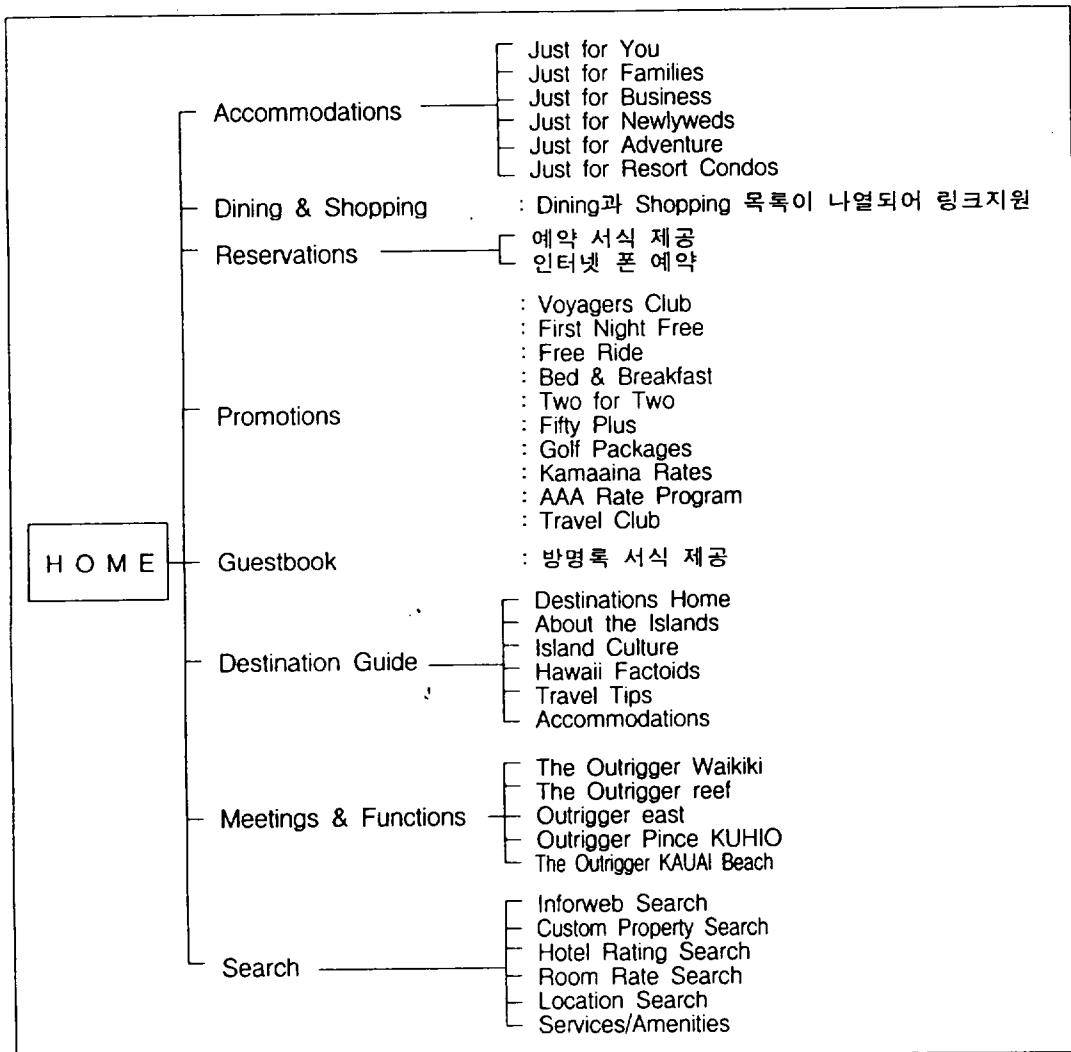
<도 3-4>는 하와이 지역의 OUTRIGGER호텔의 웹페이지 중 인터넷 폰으로 예약서비스를 제공하는 웹페이지이다. 이 페이지에서 볼 수 있는 바와 같이, 하와이 지역 호텔은 예약에 중점을 두는 웹페이지를 적극적으로 활용하고 있다.

또한, 웹페이지 구성 형태는 두 가지로 구분된다. 첫 번째는 웹페이지의 길이를 길게 하여 구성하는 형태이고, 두 번째는 그래픽을 많이 넣거나 글을 짧게 사용하여 보통 A4용지 1매 정도의 짧은 길이로 구성하는 형태이다. 전자의 경우 긴 파일을 사용하므로 디렉토리 또는 웹페이지 수가 적어져서 웹사이트의 구조가 단순한 반면, 후자의 경우 많은 디렉토리나 파일을 사용하므로 웹사이트의 구조가 복잡하게 된다. 즉 사이트 방문자로 하여금 디렉토리의 이동을 많이 하게 한다. 하와이 지역 호텔의 웹사이트를 살펴본 결과 대부분이 길게 표현하는 전자의 형태를 취하고 있었다. 따라서, 디렉토리의 구조는 단순하게 된다.

<도 3-5>와 <도 3-6>은 하와이 지역에 개설된 두 호텔의 웹사이트를 조사하여 작성한 사이트 맵이다.



<도 3-5> Seaside Hotel 사이트 맵



<도 3-6> OUTRIGGER호텔의 사이트 맵

(3) 제주 지역과 하와이 지역 호텔의 웹페이지의 특성별 비교

제주와 하와이 두 지역 모두 관광 산업 중에서 호텔업이 가장 활발히 인터넷 서비스를 활용하고 있다. <표 3-7>은 제주 지역에 웹사이트가 개설된 제주 오리엔탈 호텔, 제주 그랜드 호텔, 제주 신라 호텔, 제주 그린빌 호텔 4개 업체에 대해 웹페이지를 직접 조사하고, 설문 조사를 실시하여 얻은 결과를 요약한 것이다.

<표 3-7> 제주 지역과 하와이 지역의 호텔업 웹페이지의 특성별 비교

비교특성	비교항목	제주도내 호텔업	하와이 호텔업
접 근 성	인덱스 사이트 예약 대행 서비스 사이트	× ×	○ ○
반 응 성	E-mail 게시판(What's New 포함) 방명록 설문지 FAQ	3 1 2 1 ×	○ ○ ○ ? ×
적 시 성	갱신주기 채팅 예약	약2개월 × 1	? × ○
용 이 성	자체검색기능 Menu bar 상주 사이트 맵	1 3 1	△ △ ×
신뢰성	접속횟수 최종 갱신 일자 작성자에 대한 정보 제공	1 1 1	△ △ ○
내 다 양 용 성	자사 소개 약도 교통편 가격 객실 내부 시설 부대 시설 관광지 소개 관광지 정보 사이트로의 링크 관련 정보로의 링크	2 2 2 2 1 3 3 2 2	○ △ △ ○ ○ ○ × △ △

※ 하와이 지역의 경우 모든 사이트 조사가 불가능하여 논자가 종합하여 제시함
○:대부분 활용 △:어느 정도 활용 ×:거의 활용 안됨 ?:파악곤란

하와이 지역의 경우 개설된 사이트의 수가 많아 모든 사이트를 대상으로 조사하기가 어려웠고, E-mail을 통한 설문 조사에도 응답이 없었기 때문에 여러 사이트를 접속하여 직접 조사하였다.

제주 지역과 하와이 지역 호텔의 웹사이트를 비교한 결과를 종합하면 다음과 같다.

접근성 면에 대하여 살펴보면, 하와이 지역의 경우 인덱스 사이트가 다수 개발되어 있기 때문에, 일단 인덱스 사이트에 접속하여 원하는 관광 업체의 사이트를 찾아내는 것이 쉽다. 그러나 제주 지역의 경우에는 인덱스사이트가 개설되어 있지 않고, 많은 사이트들이 검색엔진에 등록되어 있지 않았기 때문에 접근이 용이하지 않은 편이다. 그리고 하와이 지역의 경우에는 예약을 대행해 주는 사이트가 잘 발달되어 있으나 제주 지역의 경우에는 이러한 사이트가 없다.

반응성 면에서는, 두 지역의 사이트들이 모두 많은 기능을 포함하고 있다. 그러나 제주 지역 사이트의 경우 3곳의 사이트가 새로운 소식을 전하는 게시판 기능을 가지고 있지 않고, 1개 업체만이 설문지를 활용한 실적이 있다. 그러나 설문조사결과 방명록을 통한 고객의 정보가 확보되어 있다고 나타났다. 따라서 언제든지 고객에의 홍보활동, 의견수렴 등이 이루어질 수 있는 상태이다.

적시성의 경우, 갱신주기의 비교는 어려웠으나 제주 지역 업체의 웹페이지 갱신주기가 평균 8주 정도로 길게 나타났고, 두 지역의 사이트들이 모두 채팅 기능은 활용하지 않고 있다. 하와이 지역의 웹페이지들은 대부분 E-mail을 통한 예약기능에 관한 문구를 삽입하고 있기 때문에 예약 기능을 갖추었다고 볼 수 있다. 이러한 점으로 보아 E-mail이 지속적으로 체크되고 있다고 알 수 있으며, 따라서 웹 서비스가 비즈니스 수단으로 보다 활성화되어 있고 고객의 의견수렴도 즉각적으로 가능하다고 결론지을 수 있다.

사용의 용이성에 대하여 살펴보면, 하와이 지역의 경우 웹페이지들이 일반적으로 전문화되어 있고 자사의 정보만 담고 있어서 디렉토리가 간단하고 따라서 필요한 정보를 찾기 쉽다는 장점을 가지고 있다. 제주 지역 호텔의 웹페이지의 경우는 정보를 다수의 짧은 웹페이지들에 나누어 제공하고 있기 때문에, 디렉토리 구조가 복잡하다. 따라서 원하는 정보를 찾기 위하여는 여러 페이지를 불러

와야 한다는 단점이 있다. 그러나, 한 페이지가 짧아서 대부분이 한 화면에 나타나는 것은 편리한 점이다.

신뢰성 면에서는 접속횟수, 최종 갱신일자, 작성자에 대한 정보 제공 여부를 비교하여 본 결과 제주 지역의 경우에는 각각 1개 업체만이 제공하고 있으며, 하와이 지역의 경우 대부분 제공하고 있다.

2) 여행업의 웹사이트 운영 실태 비교

(1) 제주 지역 여행업의 웹사이트 개설 현황 및 사례 분석

제주 지역의 여행업의 현황을 보면, 10개의 일반 여행사, 19개의 해외 여행사, 160개의 국내 여행사가 영업을 하고 있고 일반 여행사의 제주 영업소가 17개 있다²⁹⁾. 이 중에서 3개의 일반 여행사만이 웹사이트를 개설하고 있는데 이 웹사이트들은 모두 본사에서 개설된 것들이기 때문에, 제주 영업소와는 무관하게 운용되고 있어서 제주 영업소의 영업 정보나 제주 지역의 특성에 관한 정보가 웹페이지에 나타나지 않고 있다.

〈표 3-8〉 제주 지역 여행업 웹사이트 개설 현황

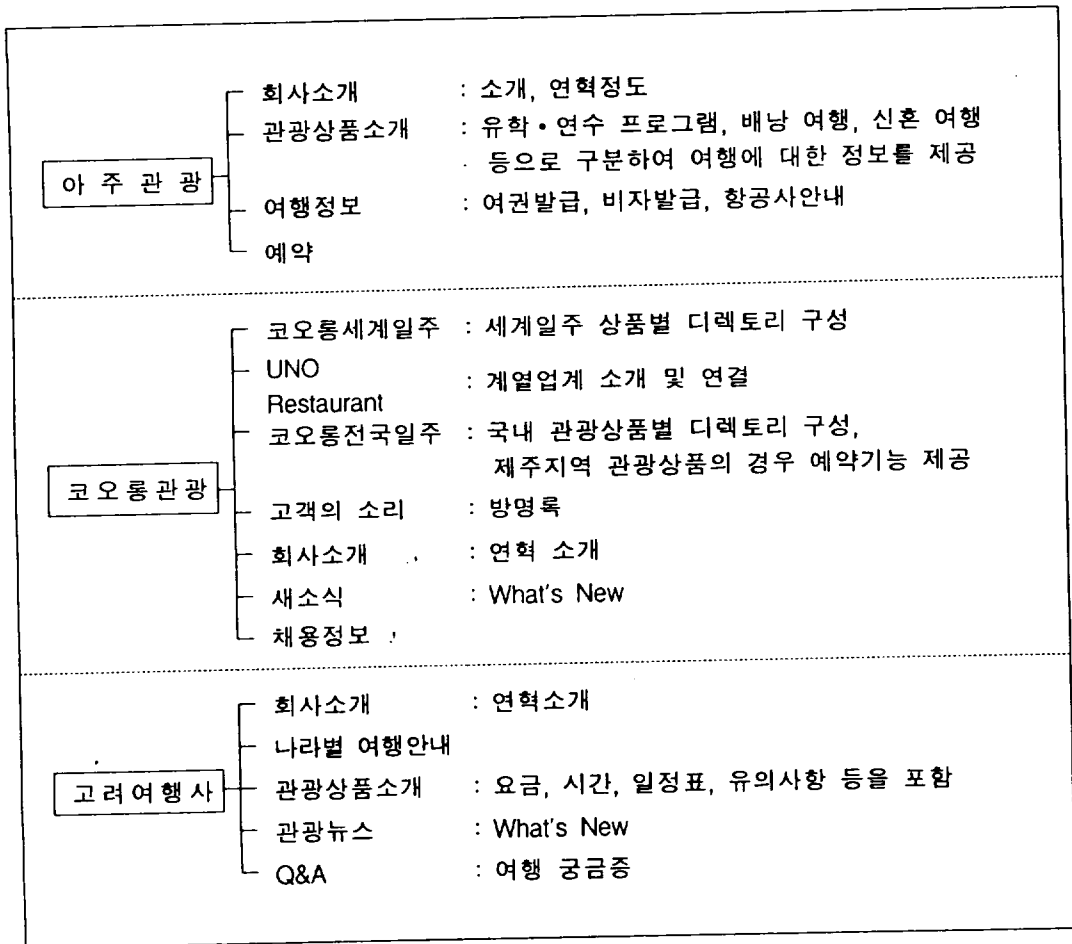
구분	업체명	URL	비고
영업소	아주관광	http://www.ajutours.com	본사 사이트
	코오롱관광	http://www.kolontour-uno.co.kr	본사 사이트
	고려여행사	http://www.cntg.co.kr/suntour/	본사 사이트

설문조사 결과, 3곳의 여행사 모두가 1996년도부터 인터넷 서비스를 시작하였음을 알 수 있었다. 최소한 1년이 경과된 사이트인데, 웹사이트 내에서 제공되

29) 「통계자료집」, 제주도관광협회, 1996.

는 정보를 살펴보면, 모두 기본적인 정보뿐이며 다양하지가 못하다. 새로운 정보의 추가와 갱신이 그 동안 활발히 이루어지지 않았다는 것을 알 수 있다. 자사 소개, 여행 상품 소개, 여행 상품 가격 소개, 여행 안내가 주를 이루고 있고, 제주 영업소에 관한 정보는 제주 영업소의 연락처 정도이다.

위의 3개 여행업 대부분은, 메뉴들이 하위메뉴가 하나내지는 둘로 끝나는 단조로운 디렉토리 구조를 갖고 있다. 따라서, 별도의 항법안내 기능이 없고 사이트 맵도 제공되지 않고 있다. 3곳의 웹사이트에서 제공하는 정보의 내용을 조사한 결과 <도 3-7>과 같은 사이트 맵을 나타낼 수 있었다.



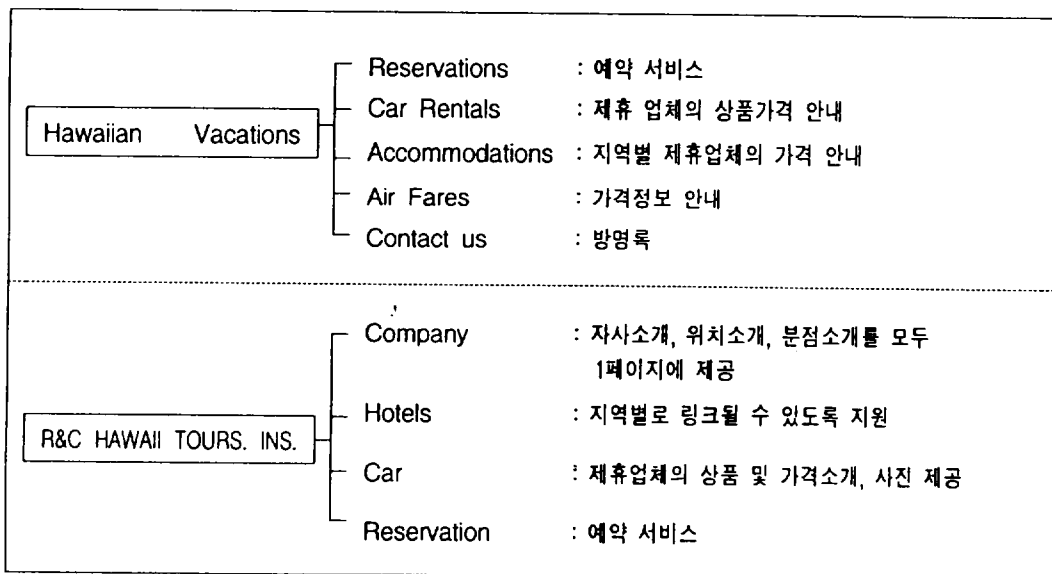
<도 3-7> 제주 지역 여행업체의 사이트 맵

일반적으로, 웹사이트가 단순한 디렉토리 구조를 사용하면 메뉴들이 하위메뉴 하나로 끝나기 때문에, 원하는 정보를 초기 화면에서 바로 선택해 볼 수 있으며, 브라우저의 'back'버튼을 사용하여 다시 원래 위치로 되돌아갈 수 있다. 따라서 사이트 방문자가 보다 빠르게 원하는 정보를 찾을 수 있다. 그리고 하위메뉴가 많은 경우처럼 페이지를 이동하다가 미궁 속으로 빠지게 되는 일이 없게 된다.

상기 여행업체의 사이트 맵은 이러한 점에서 우수하다고 할 수 있다. 그러나 제공되는 정보가 매우 한정되어 있어서 사이트 방문자의 욕구를 충족시킬 수 있겠는가 하는 의문이 제기된다.

(2) 하와이 지역의 여행업 웹사이트 개설 현황 및 사례 분석

하와이 지역의 경우, 현재 45개의 여행사가 웹사이트를 개설하였다. 하와이 지역 여행사의 웹사이트도 하와이 지역의 다른 사이트들과 마찬가지로 웹페이지 길이가 긴 형태와 짧은 형태로 나눌 수 있다.



〈도 3-8〉 하와이 지역의 여행업의 사이트 맵

그러나 대부분 하와이 지역 여행업의 웹사이트 중에는 웹페이지를 길게 하여, 사이트의 방문자로 하여금 스크롤 바를 사용해야 하는 불편을 주는 사이트가 많다. 대신에 <도 3-8>에서 보는 바와 같이 웹사이트의 디렉토리가 1단계내지 2단계로 단순하게 구분되어 웹페이지의 구성이 복잡하지 않은 이점이 있다. 또한, 웹사이트 내에 사진을 제공한다거나, 음악을 제공하는 사이트가 많이 있지만 접속속도에서 그다지 느리지 않은 점으로 보아, 모뎀 사용자들을 감안한 홈페이지 디자인이 이루어지고 있는 것으로 추측된다.

(3) 제주 지역과 하와이 지역 여행업의 웹페이지 특성별 비교

제주 지역과 하와이 지역의 여행사가 개설한 웹사이트에서 제공되는 기능을 특성별로 분류하여 요약하면 <표 3-9>에서 보는 바와 같다.

제주 지역 여행사의 웹사이트는 전반적으로 제공하는 기능이나, 정보의 내용이 하와이 지역 여행사의 웹사이트와 비교하여 다양하지 못하다. 반응성 면에서 보면, 기본적인 E-mail기능과 게시판 기능을 제외하고는 상당히 미흡한 편이다. 적시성 면에서도 인터넷 서비스를 시작한 후 1년 가량 지나는 동안 제공하는 정보의 내용이나 기능을 많이 추가하지 않은 점으로 미루어 보아 갱신 주기가 길다고 짐작된다. 또한 현재 2곳의 사이트가 예약기능을 제공하고 있지만, 코오롱관광에서는 제주 주중여행과 제주 신혼여행에 대한 예약 서비스만을 제공하고 있는 등 아직 미흡한 편이다. 또한, 용이성 면에서도 웹사이트의 디렉토리 구조가 단순하여 정보를 찾는 데 불편한 점은 없으나, 검색 기능이나 컨트롤 바, 사이트 맵이 제공되지 않고 있는 실정이다. 내용의 다양성 면을 보면, 자사소개, 상품 가격 소개, 상품 소개가 이루어지고 있으나, 기본적인 소개 정도에 그치고 있어서 내용이 부족하다.

〈표 3-9〉 제주 지역과 하와이 지역의 여행업 웹사이트 특성별 비교

비교특성	비교항목	제주도내 여행업	하와이 여행업
접 근 성	인덱스 사이트 예약 대행 서비스 사이트	× ×	○ ○
반 응 성	E-mail 게시판(What's New 포함) 방명록 설문지 FAQ	3 2 1 × 1	○ ○ ○ ? ×
적 시 성	갱신 주기 채팅 예약	대략 7주 × 2	? × ○
용 이 성	자체 검색 기능 Menu bar 상주 사이트 맵	× 1 ×	△ ○ ×
신뢰성	접속 횟수 표시 최종 갱신 일자 작성자에 대한 정보 제공	2 1 2	△ △ ○
내 다 양 용 성	자사 소개 약도 교통편 가격 상품 소개 관광지 소개 관광지 정보 사이트로의 링크 관련 정보로의 링크	2 × 1 3 3 1 2 2	○ × △ ○ ○ △ ○ ○

※ 하와이 지역의 경우 모든 사이트 조사가 불가능하여 논자가 종합하여 제시함
○:대부분 활용 △:어느 정도 활용 ×:거의 활용 안됨 ?:파악곤란

3) 운수업의 웹사이트 운영 실태 비교

(1) 제주 지역 운수업의 웹사이트 개설 현황 및 사례 분석

제주 지역에 있는 운수업은 항공사 2개 업체, 일반운수업 19개 업체, 렌트카업 15개 업체와 다수의 해상교통, 육상교통 업체들로 구성되어 있다. 이들 중에서, <표 3-10>에서 보는 바와 같이, 2개의 항공사와 2개의 렌트카업체만이 웹사이트를 개설하여 운영하고 있다. 이 중 항공사의 경우는 제주 지역의 자체 사이트가

아닌 본사의 웹사이트이고, 웹페이지에 제주사업체의 영업정보나 지역의 특성에 관한 정보가 나타나있지 않아서 분석 대상에서 제외하였다. 따라서 제주 지역의 운수업에 대해서는 2개사의 렌트카 업체를 분석 대상으로 선정하였다.

〈표 3-10〉 제주 지역 운수업 웹사이트 개설 현황

구분	업체명	URL
항공편	대한항공	http://www.koreanair.co.kr/
	아시아나항공	http://www.asiana.co.kr/
렌트카	한라렌트카	http://www.interpia.net/~halla/
	제주렌트카	http://www.chollian.net/~jjrent/

<도 3-9>는 한라렌트카의 컨트롤 바이다. 컨트롤 바의 목적은 마우스 클릭 횟수를 최소화하여 검색 경로를 줄임으로써 보다 빠르게 원하는 정보로 접근하기 위함이다. 예를 들어, 좋은 정보는 많지만 사이트 깊숙이 박혀 있는 경우 사이트 방문자가 정보를 찾아내기가 힘들다. 결국 필요한 정보를 보기 위해 수없이 많이 마우스를 클릭해야 한다. 따라서 사용자들이 편하게 사용할 수 있는 항법 안내 시스템이 필요하게 되는데, 컨트롤 바와 사이트 맵이 이러한 항법 안내 기능을 가장 잘 실현할 수 있다.

한라렌트카의 컨트롤 바를 보면 한라렌트카에서 제공하는 정보의 다양성을 알 수 있다. 그러나 아이টে를 지나치게 길게 나열해 놓아 보기가 좋지 않을뿐더러 복잡하게 보인다. 또한, 방문자의 눈을 끌어야 할 자사 정보와, 단지 부가적인 지원 정보가 구분되어 있지 않아 업체의 특성을 강력하게 표현하지 못하고 있다.

그리고, 자사 정보와 지원 정보가 구분되지 않은 점은 빠른 접근을 어렵게 하고 있다. 한라렌트카의 자사정보 아이টে는 렌트카 안내 및 차량요금, 데스크 안내, 제휴업체이고, 나머지 아이টে는 모두 지역정보 및 관광안내 등 지원정

EMAIL

halla@interpia.net



- 렌트카안내
- 차량요율
- DESK안내
- HOTEL
- 연세
- 제휴업체

게시판 방문록



- 제주 100년
- 관광코스안내
- 제주시립
- 서부길
- 서귀포시립
- 동부길



Copyright
December 13, 1997
Halla Rent -A- Car

보 웹페이지들이다. 이 두 가지의 큰 아이টে를 분리해 놓음으로써 자사정보의 강력한 전달 및 사이트 방문자의 빠른 접근을 유도할 수 있을 것이다.

한편, 한라렌트카와 제주렌트카의 웹페이지들을 살펴보면, 게시판이나 What's new, 자사소개 및 여행정보에 포함될 내용이 홈페이지 상에 나열되어 있어서 아이টে화 되어있지 못하다. 컨트롤 바에 이러한 항목을 넣는 것이 사이트 방문자로 하여금 사이트 내에서 다른 페이지로의 이동을 용이하게 할 것이다.

또한, 웹페이지의 길이를 길게 표현하였기 때문에 스크롤 바를 이용하여야 하는 어려움이 있다. 그리고 <도 3-10>에서 보는 바와 같이 전반적으로 슬로건 등의 문구를 강조하는 색상이나, 블링크 처리를 너무 많이 사용하여, 실제로는 강조의 역할을 하는 것이 아니라 혼란스러운 느낌을 주도록 구성되어 있다.

<도 3-9> 한라렌트카의 컨트롤 바

저희 한라렌트카 **Homepage** 를 방문하여 주셔서 감사합니다.
로서 많은 자료를 확보하여 고객 여러분에게
조금이라도 제주관광에 도움을 주고자 노력 하겠습니다.
많은 사랑 부탁드립니다.

본 사 : (064)55-5000 . FAX-(064)24-1007

**H.page - <http://www.interpia.net/~halla/>
Email - halla@interpia.net**

**서귀포영업소:(064)32-9111
중문영업소:(064)38-4488 신제주영업소:(064)47-4449**

제주도 렌터카업계 최초로 **Email** 예약 서비스를 개시합니다.

〈도 3-10〉 한라렌트카 웹사이트의 홈페이지 중 일부

















(2) 하와이 지역의 운수업 웹사이트 개설 현황 및 사례 분석

〈표 3-11〉은 하와이 지역 운수업의 웹사이트 개설 현황을 나타낸 것이다. 총 53개의 사이트가 개설되어 있는데, 가장 큰 특징은 교통수단 별로 관광상품이 많이 개발되어 있고 그와 관련된 웹사이트들이 개설되어 있다는 점이다. 현재 제주 지역과 하와이 지역에도 교통편별 관광상품으로 유람선 관광상품 5종이 있으나 웹사이트는 개설되어 있지 않다.

〈표 3-11〉 하와이 지역 운수업 웹사이트 개설 현황

구 분		개 설 수
항 공		9
렌 트 카		5
육상교통		1
교통 수단별 관광	Airline Tours	3
	Cruises & sailing Tours	17
	Eco-Tours	4
	Ground Tours	6
	Helicopter Tours	8
계		53

아래의 <도 3-11>은 하와이 지역의 렌트카 업체인 AVIS Galaxy사의 홈페이지이다. 제공 정보를 특성에 따라 4개의 아이템으로 구분해 놓았고 하위 아이템들도 체계적으로 분리해 놓아 사이트 방문자가 필요한 정보로 쉽게 접근할 수 있도록 하고 있다.

The World of Reservations		The World of Information	
	The Worldwide Fleet		Find Us (Global Locations)
	Reservations and Rates		Talk to Us (Global Contacts)
	RIDL (Rental Info Details by Location)		Travel Agents
			Avis Local Homepages
			Employment Opportunities
			Negotiated Rate Plans (Corporate, Association, Government, Meetings and Conventions)
The World of Offers		Cosmic Trails	
	Special Offers		Driving Maps
	Special Services		Fun Features
	Travel Partners (Airlines & Hotels)		Awards & Reviews
			Site Index

〈도 3-11〉 AVIS Galaxy사의 홈페이지 중 메뉴 모음

(3) 제주 지역과 하와이 지역 운수업의 웹페이지 특성별 비교

제주렌트카 업체의 경우 신뢰성과 연계성 면에서 하와이에 비하여 우수하게 나타났다. 설문조사 결과 아직까지 웹사이트를 통한 예약 건수는 거의 없는 것으로 나타났으며, 한라렌트카의 경우 인터넷 서비스 업체에 의뢰하여 웹 서비스를 실시하고 있고, 제주렌트카의 경우는 웹 서비스 전담자가 없이 일반 사원이 관리하는 실정이다.

〈표 3-12〉 제주 지역과 하와이 지역 운수업의 웹사이트 특성별 비교

비교특성	비교항목	제주도내 운수업	하와이 운수업
접 근 성	인덱스 사이트 교통편별 관광상품사이트	× ×	O O
반 응 성	E-mail 게시판(What's New 포함) 방명록 설문지 FAQ	2 2 × × ×	O O △ ? ×
적 시 성	갱신 주기 채팅 예약	약 8주 × 2	? × O
용 이 성	자체 검색기능 Menu bar 상주 사이트 맵	× 1 ×	△ O ×
신뢰성	접속 횟수 표시 최종 갱신 일자 작성자에 대한 정보 제공	2 2 1	× × O
내 용 다양성	자사 소개 약도 교통편 가격 관광지 소개 관광지 정보 사이트로의 링크 관련 정보로의 링크	2 × × 2 2 2 2	O × × O × △ △

※ 하와이 지역의 경우 모든 사이트 조사가 불가능하여 논자가 종합하여 제시함
O:대부분 활용 △:어느 정도 활용 ×:거의 활용 안됨 ?:파악곤란

4) 지원 기관의 웹사이트 운영 실태 비교

(1) 제주 지역 지원 기관의 웹사이트 개설 현황 및 사례 분석

현재 제주 지역의 지방자치 단체로는 제주도, 제주시, 서귀포시, 북제주군, 남제주군, 제주도의회, 시의회, 군의회 등이 있고, 이 중에 웹사이트를 개설한 곳은 제주도와 서귀포시뿐이다. 그리고 관광 관련 단체로는 한국관광공사, 제주도관광협회, 제주도 숙박업협회, 제주도 식음료협회 등이 있으나, 이 중에서 한국관광공사만이 웹사이트를 개설하고 있다. 따라서 제주 지역 관광 산업을 지원하는 기관의 웹사이트는 3개가 개설되어 있다(<표 3-13> 참조).

<표 3-13> 제주 지역 지원 기관의 웹사이트 개설 현황

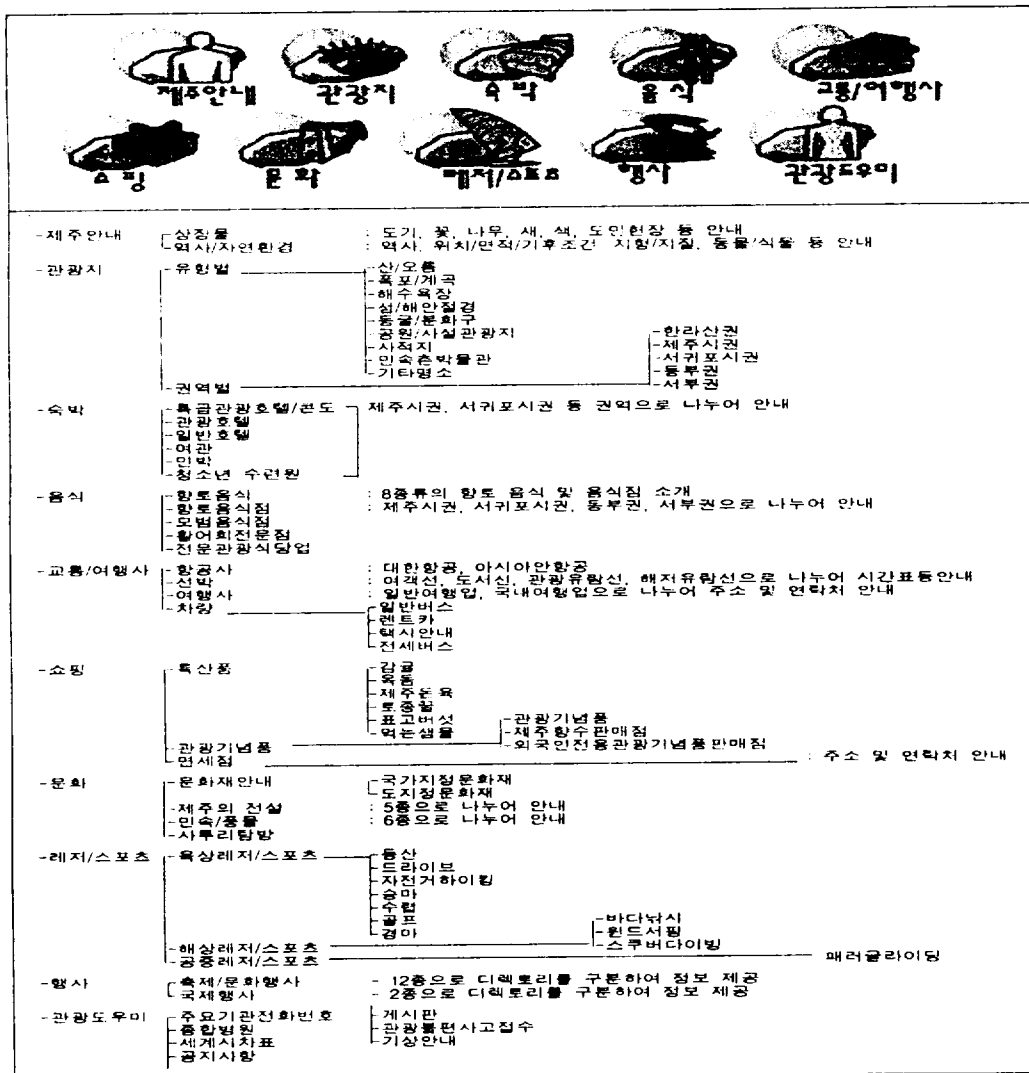
구분	단체 명	URL
지방자치 단체	제주도	http://203.251.15.66/ctis/owa/ctishome?para_lang=KOR
지방자치 단체	서귀포시	http://www.sogwipo.cheju.kr/sogwipo.htm
관련 단체	한국관광공사	http://www.knto.or.kr/

제주도의 종합관광정보시스템은 1997년부터 웹 서비스를 통하여 제주 지역 관광에 대한 다양한 정보를 제공하기 시작하였다. 이 시스템에서 제공하는 정보들을 디렉토리별로 분류하면 <도 3-12>에서 보는 바와 같다. 정보를 10개의 상위 디렉토리로 나누어 제공하고 있는데, 사이트의 방문자가 원하는 정보에 좀 더 빠르고 쉽게 접근할 수 있도록 하려면 관련된 정보끼리 구분해 놓는 것이 바람직하다. 예컨대, 관광 안내 항목들과 관광 업체 안내 항목들로 분류할 수 있다. 관광 안내에는 지역 안내 및 관광지 안내, 관광상품 안내를 포함시킬 수 있으며, 관광 업체 안내에는 제주 지역에 위치한 관광 업체를 숙박업, 음식점 등의 업종별로 분류하여 나타낼 수 있을 것이다.

종합관광정보시스템의 또 다른 장점은 동화상을 지원하는 기능이다. 그래픽만으로 정보를 제공하는 것보다는 멀티미디어를 이용하여 정보를 제공함으로써

사이트의 방문자에게 제주 지역을 홍보하는 데 좀더 큰 효과를 내고 있을 것이다. 동화상 기능은 전송 시간을 고려해 옵션으로 지원하고 있다.

한편, 이 종합관광정보시스템은 제공하는 정보의 양이 많은 만큼 디렉토리도 많이 가지고 있기 때문에 항법 안내 기능을 제공하지 않으면 원하는 정보로 접속하기가 어려울 수 있다. 이 웹사이트에서 채용하고 있는 항법 안내 기능은 최상위 디렉토리간의 이동만을 지원하고 있어서, 자주 접속하지 않는 사이트 방문자의 경우 원하는 정보를 찾기 위하여 많은 경로를 검색해야 할 것이라고 생각된다.



<도 3-12> 제주도의 종합관광정보시스템 웹사이트의 사이트 맵

[illegible]

- 69 -

또한, 이 웹사이트는 한글, 영어, 일어, 중국어 등 4개 언어로 정보를 제공하고 있어서 넓은 사용자 층을 확보하고 있다. 그리고, 많은 정보를 제공하는 만큼 항법 안내를 위하여 검색 기능, 컨트롤 바 기능, 사이트 맵 기능을 모두 동원하여 사이트 방문자가 원하는 정보로 쉽게 접근할 수 있도록 지원하고 있다. 그러나, 검색 기능과 사이트 맵 기능은 외국어 페이지의 경우에만 지원되고 있는데, 한글 페이지에도 추가되어야 할 것이라고 생각된다.

(2) 하와이 지역 지원 기관의 웹사이트 개설 현황 및 사례 분석

하와이 지역의 경우 검색엔진 Yahoo의 'Government' 항목 하에 등록된 웹사이트의 수는 8개이며, 그 중에 관광 관련 웹사이트는 2개이다. 이외에 'Organization' 항목에도 관광 관련 단체의 웹사이트가 등록되어 있으며, 도시 정보와 관련된 웹사이트와 날씨 정보를 안내하는 웹사이트도 다양하게 등록되어 있다. 그러나 관광 지원만을 위한 목적으로 개설된 정부기관 및 관련 단체의 웹사이트는 3곳으로 <표 3-14>에서 보는 바와 같다.

<표 3-14> 하와이 지역 지원 기관의 웹사이트 개설 현황

개설 단체	웹사이트 이름	URL
하와이주	Hawai'i Tourism Office (Hawai'i State Government)	http://www.hawaii.gov/tourism/ (http://www.hawaii.gov/)
하와이관광청	Hawai'i Visitor Bureau	http://www.visit.hawaii.org/
호놀룰루시	City and County of Honolulu, Hawaii	http://www.co.honolulu.hi.us/

'Hawai'i Tourism Office'라는 페이지는 하와이 주정부가 개설한 사이트내의 한 디렉토리로서 관광과 관련된 각종 보고서 및 통계 자료를 중심으로 단순하게 구성되어 있다.



The Islands of Aloha
Order your FREE 122 page full color vacation planner.

Video
You can order our 8 minute video for a \$5.95 shipping and handling charge.



Accommodations
From intimate Bed & Breakfasts to world class Resort Properties, there are accommodations to fit every budget.

Activities
Besides Hawaii's 283 beautiful beaches there's a lot to see and do. Check it out!



Businesses, Organizations, Publications, Education & Products
From Macadamia Nuts to handmade Hawaiian quilts, let us help you bring memories of Hawaii home.

Calendar of Events
Find out what will be happening while you are in Hawaii, or make plans to attend a specific event!



Island Highlights
Hawaii has six beautiful islands to choose from, and each one has its own unique personality. Plan to visit more than one!

Meetings, Conventions & Incentives
With the Hawaii Convention Center opening next year, Hawaii is ready to welcome your group for a meeting in paradise.



School Reports
Are you doing a school report. Here is the latest information to help you, with a few extras...just for fun.

Transportation
How to get here, how to get around while you are here, and some fun and exciting transportation options!



Travel Professionals
Are you looking for a travel agent to help you plan your trip? Or are you a travel professional assisting your clients? Let us help you.

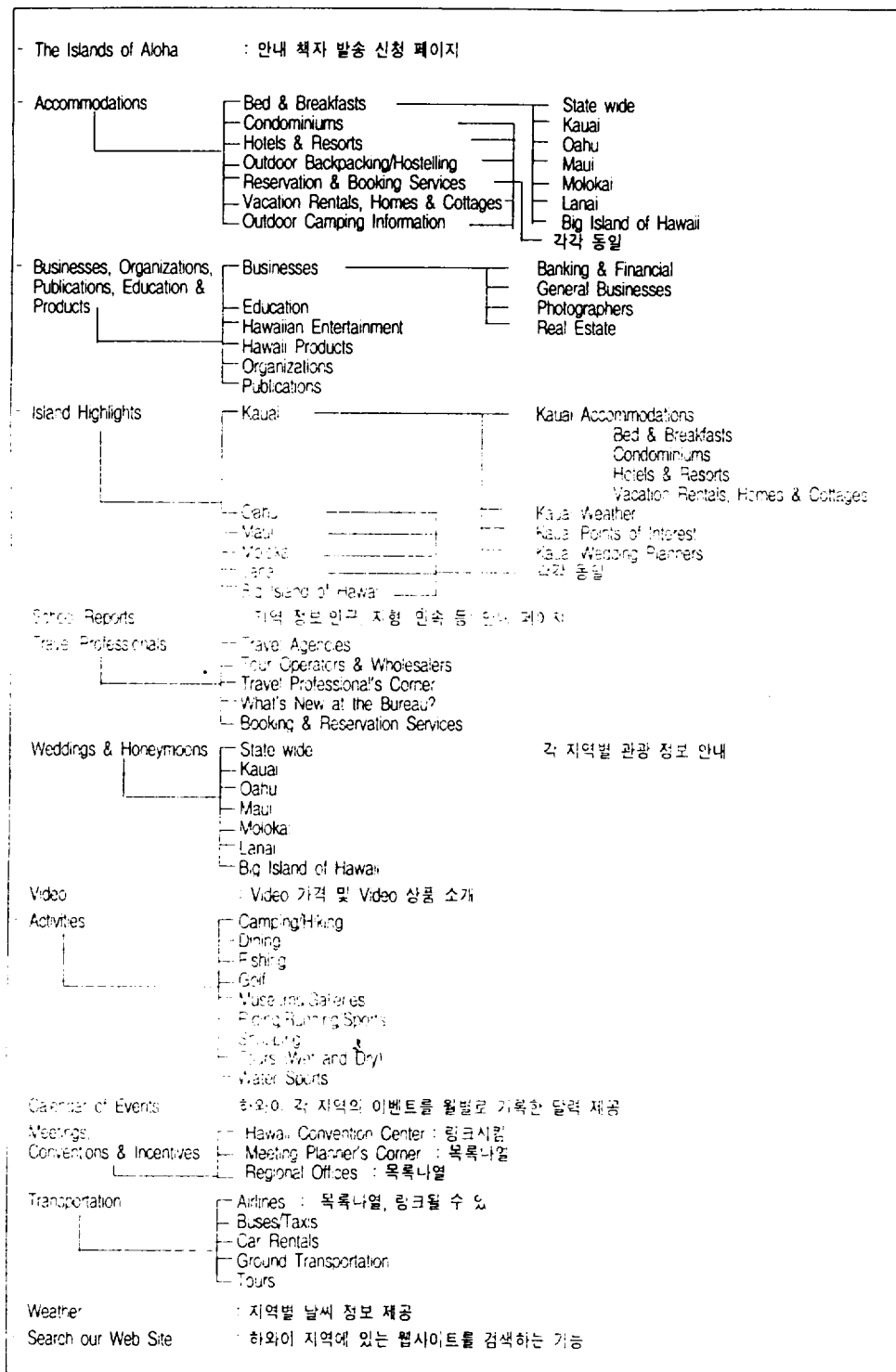
Weather
Hawaii has near perfect weather year round. Check here for seasonal weather patterns on each of the islands.



Weddings & Honeymoons
What more beautiful spot could there be to get married, renew your vows or spend a special (or special second) honeymoon?

Search our Web Site
If you know what you are looking for you can perform a search.

<도 3-14> 하와이 관광청의 홈페이지



<도 3-15> 하와이 관광청의 사이트 맵

‘Hawai’i Visitor Bureau’ 사이트는 지역 정보를 비롯하여 관광 업체의 정보 및 관광 상품에 대한 정보를 제공하고 있고, 하와이 지역에 개설된 웹사이트를 검색할 수 있는 기능과 관광 관련 정보를 제공해주는 웹사이트로의 연결도 지원해주고 있다. <도 3-14>는 하와이 관광청 웹사이트의 홈페이지이다. 한국관광공사의 웹사이트와 비교하여 하와이 관광청 웹사이트에서 제공하는 전체 정보를 파악하기 쉽게 구분해 놓았다. 그리고, <도 3-15>는 하와이 관광청의 웹사이트를 조사하여 나타낸 사이트 맵이다. 한국관광공사의 웹사이트에서 제공하는 정보가 통계정보 및 포토갤러리 등 너무 다분화 되었다면, 하와이 관광청 웹사이트는 각 지역별 관광 정보에 치중하여 더욱 상세하게 안내되고 있음을 알 수 있다.

‘City and County of Honolulu, Hawaii’라는 사이트는 자사 소개와 지역 정보 제공에 치중하고 있으며, 관광과 관련하여서는 지역의 이벤트를 전문적으로 소개하는 관련 사이트로의 연결을 지원해주는 정도이다.

(3) 제주 지역과 하와이 지역 지원 기관 웹사이트의 특성별 비교

지원 기관의 웹사이트가 가장 중요시해야 하는 것은 정보를 다양하고 상세하게 제공한다는 ‘내용의 다양성’ 측면이다. 제주 지역과 하와이 지역에 개설된 지원 단체의 웹사이트 모두가 관광 안내 및 관광 업체 안내 등 매우 다양한 내용을 포함하고 있으며, 관련 정보로의 링크 기능도 제공하고 있으므로 내용의 다양성 면에서 두 지역 모두 우수하다고 할 수 있다.

〈표 3-15〉 제주 지역과 하와이 지역 지원 기관 웹사이트의 특성별 비교

특성	비교 항목	제주도의 지원 기관	하와이의 지원 기관
접 근 성	인덱스 사이트	×	0
반 응 성	E-mail	3	3
	게시판(What's New 포함)	3	3
	방명록	2	3
	FAQ	×	1
용 이 성	자체 검색 기능	1	3
	Menu bar 상주	3	3
	사이트 맵	1	0
신뢰성	접속 횟수	2	0
	최종 갱신 일자	2	0
	작성자에 대한 정보 제공	3	3
내 용 다 양 성	기관 소개	1	3
	약도	1	0
	교통편	1	0
	관광지 소개	2	3
	관광 업체로의 링크	2	3
	관련 정보로의 링크	2	3

그러나 용이성의 측면에서 보면, 제공되는 정보가 많을수록 웹사이트 내에서 원하는 정보로 좀더 쉽게 접근할 수 있는 항법 안내 기능이 충분히 지원되어야 한다. 제주 지역의 지원 기관 중에 한국관광공사의 웹사이트는 사이트 맵과 컨트롤 바를 이용한 항법 안내 기능을 충분히 제공하지만, 제주도의 제주종합정보 시스템 사이트나 서귀포시 사이트는 이 점에 대하여 미흡한 실정이다.

반응성 면에서는 큰 차이가 없으며, 신뢰성 면에서는 제주 지역의 웹사이트가 우수한 것으로 나타나고 있다.

IV. 제주 지역 관광 산업의 인터넷 활용에 관한 문제점 및 개선 방안

본 장의 제1절에서는 앞에서 제주 지역과 하와이 지역의 관광 산업에서 개설한 웹사이트를 비교 분석한 결과를 종합함으로써 인터넷 서비스의 활용 면에서 제주 지역의 관광 산업이 안고 있는 문제점을 도출하였다. 제2절에서는 이를 토대로 하여 개선 방안을 제시하였다.

1. 문제점

(1) 인터넷 활용의 필요성에 대한 인식 부족

제3장 2절에서 언급한 바와 같이, 제주 지역의 경우 약 440개의 관광 업체가 있는데 이 중에서 숙박 업체 5개, 여행 업체 3개, 운수 업체 3개 등 13개 업체가 웹사이트를 개설하여 약 3%에 불과한 업체만이 웹사이트를 개설한 실정이다. 숙박 업체와 렌트카 업체는 상당수가 인터넷 활용의 필요성을 인식하고 있으나 아직 구체적인 계획을 세우지 않은 상태이며, 기타 업종의 업체의 경우에는 인터넷 서비스의 필요성을 인식하지 못하고 있거나, 인터넷에 대한 이해 또한 부족한 실정이다.

지원 기관의 경우에도 제주도, 서귀포시를 제외한 제주시, 북제주군, 남제주군, 도·시·군의회, 제주도관광협회 등이 웹사이트를 개설하지 않은 상태이어서 인터넷 활용이 미진하기는 마찬가지이다.

(2) 제주 지역의 웹사이트를 종합적으로 안내해 주는 인덱스 사이트의 부재

제주 지역에 개설된 웹사이트가 많지 않아 현재에는 문제가 되지 않지만, 앞으로 많은 사이트가 개설이 될 경우 이를 주제별로 목록화해 주는 인덱스 사이

트가 필요하다.

하와이 지역의 경우 인덱스 사이트의 개설은 주로 인터넷 서비스 업체를 중심으로 이루어지고 있다. 제주 지역에도 현재 4곳의 인터넷 서비스 업체가 있지만, 제주 지역의 웹사이트를 링크할 수 있는 웹페이지를 두었을 뿐으로 검색할 수 있는 기능은 제공하지 않고 있다.

(3) 접근성

① 세계적인 검색 엔진 및 관광 전문 웹사이트에의 등록 저조 및 유명 사이트에의 광고 저조

많은 기능과 내용을 포함하는 훌륭한 사이트를 개설했어도 고객이 이를 알 수 없으면 무용지물이다. 인터넷 상의 정보들은 수많은 곳에 산재한 상태로 존재하고 있으며, 과다 상태이기 때문에 고객으로 하여금 쉽게 접근할 수 있도록 경로를 제공해 놓지 않으면 안 된다. 검색 엔진 및 관광 전문 사이트, 유명 인덱스 사이트는 그 경로를 제공해 주는 수단이 되므로 관광 업체와 지원 기관은 이러한 사이트에 등록해야 하며, 더 나아가 광고를 게재하여 잠재적인 이용자들이 쉽게 자사의 사이트를 찾을 수 있도록 하여야 한다.

그러나, 이미 언급한 바와 같이 제주 지역의 웹사이트 중에서 세계적으로 유명한 관광 전문 사이트에 등록된 사이트는 전무한 실정이며, 국내의 관광 관련 웹사이트 중에서 대표적인 사이트라 할 수 있는 한국관광공사의 웹사이트에조차 등록되지 않은 업체가 있다. 또한 설문 조사 결과, 인터넷 광고를 실시하고 있는 업체도 제주 그랜드 호텔과 신라호텔뿐인 것으로 나타났다.

② 제주 지역 지점의 자체 사이트 부재

하와이 지역의 경우 사이트의 개설이 적극적으로 이루어지고 있어서 본사에 사이트를 가진 지점일 경우에도 별도의 사이트를 개설하는 경우가 많다. 그러나 제주 지역의 경우는 아직까지 본사에서 인터넷 관리를 일괄적으로 처리하고 있어서, 관광 산업의 경우에 절실히 필요로 하는 지역의 특성이나 지점 자체의 영업에 관한 정보가 충분히 제공되지 않고 있다.

③ 그래픽의 과다로 인하여 느린 전송 속도

전송 속도의 차이는 여러 가지 요인에 기인하나, 일반적으로 전송 시간이 많이 소요되는 이유 중의 하나가 그래픽이나 사진, 동화상을 많이 넣기 때문이다. 사이트를 방문하는 대부분의 접속자가 가정에서 모뎀을 통해 인터넷을 이용한다는 점을 감안하여 그래픽이나 사진 등의 크기를 제한할 필요가 있다. 그리고 웹페이지마다 제공되는 배경 화면을 수시로 바꾼다거나, 웹페이지의 길이를 너무 길게 하면서 글씨에 색깔과 크기를 너무 자주 바꾼다거나 강조를 하기 위해 깜박거리는 기능을 부여하는 등 너무 많은 기능을 부여하는 것도 전송 시간이 많이 소요되는 이유 중의 하나이다.

제주 지역의 사이트 중에서 일부 사이트가 너무 많은 사진을 제공하거나 글씨 등을 너무 복잡하게 장식하여 전송 시간이 많이 소요되게 하고 있다.

④ 관련 사이트로 연결하는 기능이 미흡

관광 업체와 지원 기관의 인터넷 서비스의 주된 내용은 서로 다르지만, 상호 밀접한 관계를 유지할 때 관광객에게 보다 나은 서비스를 제공할 수 있다. 그러나, 관광 업체의 웹사이트의 경우 제주 지역 내의 관광 안내를 목적으로 하는 사이트로 연결하는 기능을 잘 활용하고 있지 않으며, 지원 기관의 사이트 또한 관광 업체의 사이트를 부실하게 등록하고 있어서 안내 역할을 충분히 하지 못하고 있다.

(4) 반응성

① 쌍방향 통신 기능의 활용 부족

앞에서 살펴본 바와 같이 인터넷 서비스는 범세계적 성격, 개방 구조, 대화형 통신과 같은 특징을 지닌다. 제주 지역 사이트의 대부분이 많은 쌍방향 통신 기능을 가지고 있으나, 그 기능을 충분히 활용하여 고객에게 적극적으로 서비스를 제공하지는 못하고 있다. 즉, E-mail을 통한 예약, 설문지를 활용한 고객 의견의 수렴, 게시판 기능을 활용한 새소식의 전달 등의 면에서 실적이 부진하다.

② 강력한 마케팅 활동 미흡

하와이 지역 관광 업체의 경우 자사 상품과 관련한 정보지를 요구하는 경우 이를 발송해 주고 있으며, 또한 전세계의 유명 사이트에 자사의 웹사이트나 상품을 광고하는 사례가 많다. 제주 지역 관광 업체의 경우 이러한 활동을 소홀히 하고 있다.

(5) 적시성

① 주소 관리 부실

E-mail을 통한 설문 조사를 실시했을 때 제주 지역에 개설된 사이트 중에서 우편이 반송된 사례가 있었다. 원인은 E-mail 주소가 변경되었거나, 가입한 인터넷 서비스 업자를 변경했거나, 또는 탈퇴하는 경우 등 여러 가지가 있다. E-mail뿐만 아니라 홈페이지 자체의 주소도 마찬가지인 바, 잘못된 주소를 변경하지 않기 때문에 사이트 방문자가 불편을 겪는 일이 자주 발생할 것으로 보인다.

② 긴 정보 갱신 주기

사이트 방문자의 습성에 대한 조사에 의하면, 일반적으로 자주 바뀌지 않는 사이트는 몇 번 접속해 보고 식상해지고 다시 접속하는 횟수가 줄게 된다고 한다. 접속하였을 때마다 변화된, 모습의 홈페이지를 보여줄 때 새로운 느낌을 갖게 되며 계속 찾게 된다는 것이다.

따라서 잘못된 정보는 빨리 수정하여야 하며, 가능한 한 갱신 주기를 짧게 함으로써 고객들로 하여금 최신의 정보를 취득하고 있다고 믿도록 할 수 있다. 또한 정보의 변화가 없더라도 배경 화면이나, 그림의 위치 등을 계속적으로 변화시킴으로써 새로운 느낌이 들도록 하여야 할 것이다. 정보의 변화가 없을 경우 최종 갱신 일자만을 변경하더라도 그 동안 변경 사항이 없었음을 알려주는 기능을 하기 때문에 정보에 대한 신뢰감을 높여줄 수 있을 것이다.

그러나, 홈페이지 상의 갱신 일자와 E-mail을 통한 설문지에 대한 응답을 보면, 제주 지역의 관광 업체가 개설한 사이트의 경우 갱신 주기가 매우 다양하

다. 수시로 갱신한다는 답변이 1개 업체, 1개월 정도가 1개 업체, 2개월 정도가 4개 업체였다. 이외에 5개월이 넘는 업체도 발견되었다.

③ 예약기능 미비

하와이 지역의 경우 상당수의 사이트가 E-mail을 예약의 수단으로 사용하고 있는 반면, 제주 지역의 경우 E-mail을 개설은 하였지만 예약이 가능하다는 설명이 없어 예약 기능을 수행하고 있지 않는 것으로 판단된다.

(6) 용이성

① 사이트 내에서 필요한 정보를 찾기가 어려움

웹사이트에서 제공하는 정보가 많을 경우나 페이지 분할을 많이 한 경우, 사이트 방문자는 원하는 정보를 찾기 위해 많은 페이지를 찾아 다녀야 하는 문제가 발생한다. 이를 해결할 수 있는 것이 사이트 맵의 기능이므로 사이트 맵을 가능한 한 홈페이지 안에 두어 사이트 방문자로 하여금 제공하는 정보의 전체적인 내용을 쉽게 이해할 수 있도록 도와야 할 것이다. 그러나, 제주 지역 관광 업체의 사이트 중에서 사이트 맵을 제공하는 사이트가 적은 것으로 나타났다.

또한 E-mail 기능이 주소 또는 우체통 아이콘 등으로 표현되는 대신 대화, 신문고 등의 다양한 용어로 표현되고 있기 때문에 쉽게 발견이 되지 않는 경우가 있고, 홈페이지 상에 있지 않고 하위 페이지에 있는 경우도 있는데 이 경우에도 E-mail 기능이 있는지 알기 어렵다.

② 메뉴 화면과 내용 화면의 미분리

가능한 한 메뉴 화면과 내용 화면을 분리하여 메뉴 화면을 화면에 항상 상주 시킴으로써 언제든지 경로를 바꿀 수 있도록 하는 것이 사이트 내에서 제공되는 정보에 쉽게 접근할 수 있게 하는 방법이다.

제주 지역 웹사이트의 경우, 메뉴 화면이 제공되고는 있으나 화면에 상주하지 않는 경우가 많다. 이 경우 메뉴를 이용하려면 웹페이지의 이동 막대를 사용하여 메뉴 부분으로 다시 이동하여야 하는 번거로움이 있다.

(7) 내용의 다양성

① 홈페이지 및 하위 페이지 구성의 부실

홈페이지의 구성 면에서 하와이와 비교하면, 제주 지역의 사이트가 다소 간략하면서도 많은 정보를 제공하고 있다. 그러나 예약, 고객 의견의 수렴, 적극적인 마케팅 활동 등에 보다는 홍보에 치우치는 경향이 있다. 홈페이지 내에 많은 기능과 많은 정보를 제공하는 것도 중요하지만 업체의 특성을 분명하게 전달하면서도 영업과 연결시킬 수 있는 구성이 필요하다.

② 페이지 화면의 방문자 친화성 결여

웹페이지의 배경 화면으로 지역의 특성이나 회사의 이미지를 전달할 수 있고 사이트 방문자의 흥미를 끌 수 있는 그래픽을 사용하면 이용자들이 단순히 필요때문만이 아니라 흥미 있기 때문에 찾고 머물게 할 수 있다. 그러나, 많은 사이트가 배경 화면이나 장식을 위한 그래픽으로 자사의 건물이나 내부 시설의 사진과 같이 크기나 모양이 비슷한 사진을 사용하고 있어서 이용자의 흥미를 유발하지 못하고 있다.

③ 제공되는 정보 내용의 미흡

일반적으로 홈페이지는 업체의 목적에 따라 다른 내용의 정보를 포함한다. 그러나 일반적으로 다음과 같은 내용을 포함하여야 할 것이다.

- 회사소개 : 대표인사, 회사 소개, 연혁, 사업 분야, 계열사 현황 등
- 제품소개 : 제품 종류, 취급 브랜드, 가격 등
- 공지사항 : 회사 동향, 신제품 소식 등
- 설문조사, 온라인 판매(예약 포함), 방명록, E-mail, 접속횟수, 갱신일자 등

이와 같은 기본적인 내용도 상당 부분 제공하지 않는 홈페이지가 다수 있는바, 이는 웹사이트 개설의 의의를 반감시키고 있다.

2. 개선 방안

앞 절에서 분석한 바와 같이, 현재 제주 지역의 관광 산업이 인터넷을 활용하는 수준은 많은 면에서 미흡한 실정이다. 본절에서는 이러한 분석을 바탕으로 하여 이미 사이트를 운영하고 있거나 신규로 사이트를 개설할 관광 업체와 지원 기관이 인터넷 서비스를 활용함에 있어서 개선해야 할 사항을 특성별로 구분하여 제시하였다.

(1) 인터넷 서비스 활용의 필요성에 대한 인식 제고

제주 지역의 관광 업체들은 현재 인터넷 서비스의 필요성에 대한 인식이 부족하고, 그로 인해 사이트의 개설에 적극적이 아닌 실정이다. 따라서 가장 시급히 해결해야 할 과제는 인터넷 서비스의 활용에 대한 관광 업체의 인식을 제고하는 것이다. 이러한 점에서 관광 지원 기관이나 교육 기관을 주체로 하여 제주 지역 관광 업체를 대상으로 인터넷 서비스의 효과에 대하여 홍보하고 실무 지식을 교육하는 프로그램의 제공을 확대하여야 할 것이다.

(2) 다양한 웹사이트의 개설

관광 산업이 인터넷을 이용한 마케팅 활동을 강화하기 위해서는 무엇보다도 회사의 특성을 잘 홍보할 수 있도록 자사의 사이트를 개설하여야 한다. 그리고 업체의 사이트뿐만 아니라 자사의 상품별로 전문적인 사이트를 다양하게 개설하여 운영할 때 보다 강력한 마케팅 효과를 얻을 수 있다. 또한, 지원 기관의 인터넷 서비스 활용도 매우 미진한 상태이므로 지원 기관의 사이트도 다양하게 개설되어야 할 것이다.

그리고, 하와이 지역의 인터넷 서비스 업체들이 인덱스 사이트와 서비스 대행 사이트를 운영하고 있는 것처럼, 제주 지역의 경우에도 기존의 인터넷 서비스 업체 4개사가 중심이 되어 인덱스 사이트와 서비스 대행 사이트를 개설하는 방안도 제주 지역 관광 업체들의 인터넷 활용에 크게 도움이 될 것이다.

(3) 다양한 접근 경로를 제공하여 접근성 제고

사이트가 개설되어 있어도 이에 접근할 수 있는 경로가 다양하게 제공되지 않으면 그 가치가 제대로 실현될 수 없다. 인터넷 이용자가 관광에 관한 정보를 원할 경우 우선 검색 엔진에서 검색어로 관련 정보를 얻으려 할 것이다. 따라서 어느 사이트에 대한 접근 경로를 제공하는 가장 효과적인 방안은 우선 그 사이트를 검색 엔진에 등록하는 것이며, 다음으로 관광 전문 사이트에 등록하는 방안이라고 할 수 있다. 또한, 인터넷 이용자가 많이 접속하는 유명 사이트에 광고를 게재함으로써 자사의 웹사이트로 유인하는 방안도 효과적이다.

또한 관광 업체의 웹사이트는 지원 기관의 사이트로 연결하는 링크를 포함하고, 지원 기관의 사이트는 관광 업체의 사이트로 연결하는 링크를 포함함으로써 인터넷 이용자들이 관광 업체와 지원 기관의 사이트 사이를 편리하게 이동할 수 있게 하면 접근성이 크게 향상될 것이다.

(4) 인터넷 서비스의 다양한 기능을 적극적으로 활용하여 반응성 향상

제주 지역의 웹사이트들은 많은 기능을 갖추고 있으나 이들을 적극적으로 활용하지 못하고 있다. 인터넷 서비스의 E-mail, 게시판, 방명록, 설문지, FAQ 등의 기능을 보다 적극적으로 활용하여 인터넷 서비스의 효과를 극대화하려는 노력을 기울여야 할 것이다. 또한 인터넷 폰 등 계속 개발되는 신 기술을 적용하여 즉각적인 서비스 매체로 활용하는 등의 노력도 기울여야 할 것이다.

(5) 갱신 주기의 단축으로 적시성 제고

사이트를 개설한 후, 제공하는 정보에 대한 관리를 소홀히 하거나 잘못된 정보를 제공하는 경우가 없어야 할 것이다. 부정확한 정보나 변경된 정보가 생기는 경우 빠른 시간 내에 정보를 갱신하여야 하며, 또한 잘못된 정보가 없더라도 배경 화면이나 그림의 위치 등을 계속적으로 변화시킴으로써 새로운 느낌이 들도록 하여야 할 것이다. 정보의 변화가 없을 경우 최종 갱신 일자만이라도 변경함으로써 그 동안 변경 사항이 없었음을 알려주어 정보에 대한 이용자의 신뢰

감을 높여야 할 것이다.

(6) 항법 기능의 강화를 통한 사용의 용이성 제고

근래에는 짧고 단순하게 웹페이지를 디자인하는 추세이다. 따라서 많은 디렉토리가 생기게 되는데 사이트 방문자를 원하는 정보로 보다 쉽고 빠르게 접근할 수 있도록 하기 위해서는 항법 기능을 강화시켜야 한다.

이러한 항법 기능을 강화시키기 위한 방법으로는 컨트롤 바를 이용하여 항상 화면에 메뉴가 상주할 수 있도록 지원하는 방법이 있다. 그리고 사이트 맵을 제공하여 사이트의 구조를 이해하는데 도움을 줄 수 있으며, 검색기능을 부여함으로써 원하는 정보와 가까운 정보까지도 접근할 수 있도록 도울 수 있다.

(7) 내용의 다양성 강화

제주 지역의 관광 업체와 지원 기관이 개설한 사이트에서 제공되는 정보는 그 내용이 홍보에 불과하거나, 자사와는 직접적인 관련이 없는 일반적인 정보에 치우치는 경향이 있다. 자사의 특성을 분명하게 전달할 수 있는 회사 소개 정보는 물론, 자사가 제공하는 관광 상품에 대한 구체적인 정보, 새로운 동향에 대한 최신의 정보를 제공하여야만 웹 서비스를 적극적인 마케팅 수단으로 이용할 수 있을 것이다.

V. 결론

본 연구에서 제주 지역의 관광 업체와 지원 기관의 웹사이트에 대하여 하와이 지역의 것들과 비교 분석한 결과를 문제점 위주로 요약하면 다음과 같다.

우선 제주 지역의 관광 업체들은 인터넷 활용에 대한 인식이 부족하고, 제주 지역 내의 웹사이트를 종합적으로 안내해 주는 인덱스 사이트가 없으며, 세계적인 검색 엔진이나 관광 전문 웹사이트에 등록하거나 유명 사이트에 광고를 게재하고 있는 사이트가 없다. 서울이나 외국에 본사를 둔 제주 지역 지점의 경우 자체 사이트를 운영하는 사례가 없어서 지역적 특성이 있는 관광 정보를 제공하지 못하고 있으며, 웹페이지를 받아오는 속도가 느린데 그래픽의 과다 사용이 그 이유 중에 하나인 것으로 판단된다. 인터넷의 장점인 쌍방향 통신 기능의 활용이 부족하고, 웹사이트의 주소나 가입 ISP가 변경되었을 경우 검색 엔진에서 주소가 적시에 갱신되지 않아 접속이 불가능한 경우가 있다. 홈페이지의 정보를 갱신하는 주기가 대체적으로 길어서 정보에 대한 신뢰감을 주기에 부족하고, 예약 기능이 없거나 있어도 이를 홈페이지 상에서 찾아 이용하는 것이 어렵게 배치되어 있다. 사이트 내에서 필요한 정보를 쉽게 찾을 수 있도록 하는 사이트 맵을 제공하지 않는 사이트가 상당수 있으며, 메뉴 화면과 내용 화면이 구분되지 않아 메뉴의 활용이 어렵고 결과적으로 경로의 변경이 어렵게 설계된 홈페이지가 다수 있었다. 웹페이지의 배경 화면이 단조로와 사이트 방문자의 흥미를 끌기에 부족하고, 제공되는 정보의 내용이 미흡하고, 제주 지역의 사이트들이 다른 사이트로 연결하는 링크를 적절히 활용하지 않고 있어서 부족한 정보를 다른 사이트에서 얻을 수 있도록 하는 길이 막혀 있다는 점도 지적된다.

이러한 문제점들이 시사하는 바는 다음과 같다.

첫째, 급변하는 사이버 환경 하에서 인터넷의 활용은 기업의 성과에 큰 영향

을 미칠 것이다. 그러나 제주 지역의 경우 사이트의 개설 및 운영 측면에서 후진성을 면치 못하고 있다. 정보 기술의 활용을 활성화하기 위하여 최고 경영자의 의지가 절대적으로 중요하므로 인터넷에 대한 경영자의 인식을 전환시키기 위하여 그들에게 인터넷의 필요성에 대하여 홍보하고 교육하는 것이 절실하게 필요하다.

둘째, 현재 제주 지역의 관광 산업과 지원 기관의 웹사이트들이 잘 연결되어 있지 않고 상호 지원이 미비한 상태이다. 그 결과 각 홈페이지가 유명 관광지에 대해 간략한 정보를 소개하는 수준에 머무르고 다양한 정보와 필요한 서비스를 제공하지 못하고 있다. 따라서, 따라서 관광 산업과 지원 기관은 자사의 목적에 맞는 전문적 정보를 제공하면서도 다른 사이트로의 경로를 제공하여 정보의 제공에 있어서 모든 사이트들이 상호 지원하는 시스템을 형성하여야 할 것이다.

셋째, 전반적으로 인터넷 활용 기술이 급변하는 환경 하에서 종업원들이 동태적으로 대응할 수 있도록 하기 위하여 사내 및 사외 교육을 통한 인터넷 서비스 운용교육이 절실하게 요구된다.

그러나 인터넷의 활용이 초기 단계에 머무르고 있는 현 시점에서 마무리를 할 수밖에 없는 상황하에서 본 논문은 다음과 같은 한계점을 갖고 있다.

당초 비교 분석 내용에 인터넷 활용 수준과 기업 성과와의 상관관계를 포함하고자 하였으나 이는 연구 과정에서 제외되었다. 왜냐하면 많은 웹사이트의 운용 기간이 1년 정도밖에 되지 않아 성과를 비교하기가 어려웠고, 성과 측정 변수의 미개발로 본 논문에서 당초에 의도한 상관관계의 분석은 불가능하였기 때문이다.

정보 기술의 활용과 성과와의 관계에 있어 정보 시스템 및 정보의 질에 초점을 맞춘 특성을 비교 분석 대상으로 선정하였으나, 선정한 특성과 인터넷 서비스의 품질에 관한 세부 항목을 연결시켜주는 이론적 근거가 부족하여 다소 임의적으로 선정하였다는 점이다.

따라서 향후의 연구를 위한 과제나 연구방향으로 다음과 같이 제시한다.

첫째, 인터넷을 이용한 정보 시스템 및 정보의 질을 측정할 수 있는 변수의 개발

둘째, 정보 기술의 활용과 성과와의 관계를 설명할 수 있는 성과 측정 변수의

개발, 좀더 구체적으로는 인터넷 서비스의 활용을 통한 성과와의 관계를

설명할 수 있는 성과 측정 변수의 개발.

셋째, 인터넷을 통하여 제공되는 정보의 질과 성과와의 관계를 검증할 수 있는

모형의 개발

參考文獻

<國內文獻>

I. 書 籍

1. 류지창·정길락, 「Internet 무작정 따라하기」, 1995.
2. Joshua Eddings 저·장지환 외 역, 「인터넷은 어떻게 움직이는가」, 1994.
3. Richard J. Smith & Mark Gibbs 저·조원희 역, 「인터넷의 모든 것」, 1994.
4. Ohmae Kenichi 저·채정자 역, 「인터넷과 비즈니스 혁명」, 1994.
5. 이봉수 외 3인, 「21st Century Global Management」, 명경사, 1997.

II. 論 文

1. 김경규·박석원, “정보시스템 사용자 만족에 관한 실증 연구,” 경영학연구, 한국경영학회, 제26권 제1호, 1997. 2.
2. 김효근, “정보 기술의 전략적 이용에 관한 제 연구의 평가와 방향,” 1993년도 경영정보학회 추계학술대회
3. 방혜경, “인터넷 월드와이드웹을 활용한 기업의 사이버마케팅에 관한 연구,” 서강대학교 대학원 석사학위논문, 1995.
4. 성태경, “정보 기술과 조직구조의 관련성에 대한 재고찰,” 경영정보학연구, 5, 1, 1995.
5. 성태경, “조직의 전략과 정보기술의 활용을 통한 조직의 성과 향상에 관한 연구,” 경영학연구, 한국경영학회, 26. 1., 1997. 2.
6. 손경수, “인터넷을 이용한 군홍보 방안에 관한 연구,” 연세대학교 대학원 석사학위논문, 1996.
7. 송관호 외 3인, “한국 인터넷의 고도화 전략 및 발전 방안,” 한국전산원, 1996. 11.
8. 이광희·김덕기, “외래관광객 유치정책 개선방안,” 관광연구원발간보고서, 1996. 12.
9. 이유진, “한국 기업의 인터넷 채택에 관한 실증 연구,” 이화여자대학교 대학원 석사학위논문, 1997.
10. 정국환 외 3인, “우리나라 인터넷 동향, 전망 및 발전방안 연구,” 한국전산원, 1996. 12.

11. 정석기, "인터넷 활용현황 분석에 의한 전자상거래의 의미와 비즈니스 영향에 관한 연구," 한국과학기술원 석사학위논문, 1996. 12.
12. 한 재민 외 2인, "조직의 정보기술관리 이슈선택에 관한 상황적 결정요인 연구," 경영학연구 제25권 2호, 1996. 5.

<國 外 文 獻>

I. 書 籍

1. Davis, G. B. & M. H. Olson, *Management Information Systems, Conceptual Foundations, Structure and Development*, 2nd(ed), McGraw-Hill, 1985.
2. Mcfarlan, F. W., J. L. Mckenney & P. Pyburn, *Corporate Information System Management: The Issues Facing Senior Executives*, Homewood, IL Richard D. Irwin. 1983.
3. Maurice & Thomas., *Managerial Economics*, 5th Edition, 1995.
4. Porter, Michael E., *Competitive Advantage of Nations*, Free Press, New York, 1990.
- 5 Porter, Michael E., *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*, Free Press, New York, 1980.

II. 論 文

1. Benbasat, Ixak and Albert S. Dexter, "An Investigation of th Effectiveness of Color and Graphical Information Presentation under Varying Time Constraints," *MIS Quarterly*, 10, 1, 1986.
2. Bender, Donald H., "Financial Impact of Information Processing," *Journal of MIS*, 3, 2, 1986.
3. Blake Ives, "The Internet, The Web, and The Academic," *How Some Move and Why Some Do Not*, 1996., <http://www.smu.edu/mis/blakebio.html>.
4. Gallager, C. A., "Perceptions of the Value of a Management Information System," *Academy of Mangement Journal*, 1974.
5. Clemons, E. K. and M. Row, "Sustaining IT Advantage : The Role of Structural Differences," *MIS Quarterly*, 15, 3, 1991.

6. Delone, William H. and Ephraim R. McLean, "Information Systems Success : The Quest for the Dependent Variable," *Information Systems Research*, 3, 1, 1992.
7. Doll, W. J., and G. Torkzadeh, "The Measurement of End-User Computing Satisfaction", *Mis Quarterly*, Vol.12, No.2, June 1988.
8. GUPTA, "Hermes: A Research Project on The Commercial Use of World Wide Web 1995," 1995., <http://www.cgi.com/ibc/demo/hermes.html>.
9. O'Reilly, C. A., "Variations in Decision Makers' Use of Information Sources: The Impact of Quality and Accessibility of Information", *Academy of Management Journal*, Vol.25, No.4, 1982.
10. Porter, M. E. and V. E. Miller, "How Information Gives You Competitive Advantage," *Harvard Business Review*, 1985. July ~ August.
11. Pfeffer, J., and G. Slancik, "Administrator Effectiveness: The Effects of Advocacy and Information on Achieving Outcomes in an Organizational Context", *Human Relations*, Vol.30, 1977.
12. Andrus, Roman R., "Approaches to Information Evalution," *MSU Business Topics*, Summer 1971.
13. Roser Clarke, 'The Path of Development of Strategic Information Systems Theory,' Australian National University, Version of 14.

< 기타 >

1. (주)정보시대, 「PcLine」, 1996. 12. ~ 1997. 7.
2. (주)정보시대, 「인터넷」, 1996. 7. ~ 1997. 9.
3. 「관광홍보물」, 제주도관광협회, 1996.
4. 「통계자료집」, 제주도관광협회, 1996.
5. 「정보통신산업속보」, 한국전자통신연구소, 1996.
5. Hawaii Visitors & Convention Bureau 통계자료
6. Network Wizards, <http://www.nw.com/zone/WWW/dist-bynum.html>
7. 야후, http://www.yahoo.com/Regional/U_S_States/Hawaii/
8. 야후 코리아, http://www.yahoo.co.kr/Regional/South_Korea/Cheju_Island/
9. 창원대학교, http://dblab.changwon.ac.kr/education/education1_3.html,
<http://www.changwon.ac.kr/information/help/interwww/1-3.htm>
10. 한국전산원, <ftp://rs.krnic.net/krnic/gif>, http://www.krnic.net/stats/inet_use.html

제주지역 관광산업의 인터넷 활용과 개선에 관한 설문지

I. 다음 문항에 대해 ()안에 해당번호를 기입하여 주십시오.

1. 귀사는 언제부터 웹서비스를 개설하였습니까? ()

(1)1997년 (2)1996년 (3)1995년 (4)1994년 (5)1994년 이전

2. 귀사의 웹서비스 형태는 어떤 것입니까? ()

- (1) 인터넷 서비스 업체의 웹사이트에 홈페이지 설치 (ISP셀 서비스)
- (2) 관광정보를 전문으로 제공하는 사이트에 홈페이지 설치
- (2) 자사에 웹서버 설치

3. 귀사는 홈페이지 상에서 설문조사를 실시했던 적이 있습니까? ()

(1) 없다 (2) 1-3회 (3) 4-6회 (4) 7-9회 (5) 10회 이상

4. 귀사는 방명록이나 E-mail을 이용한 접속자들의 정보를 보관하십니까? ()

(1) 예. (2) 아니오.

5. 귀사의 홈페이지에서 제공하는 정보의 양이 경쟁사에 비해 많다고 생각하십니까? ()

(1)매우 많다 (2)조금 많다 (3)비슷하다 (4)약간 적다 (5)매우 적다

6. 귀사는 경쟁사에 비해 홈페이지의 정보를 자주 갱신하고 있다고 생각하십니까? ()

- (1) 매우 그렇다 (2) 조금 그렇다 (3) 비슷하다
- (4) 조금 아니다 (5) 매우 아니다

7. 최근 6개월간 귀사의 홈페이지가 접속되는 횟수가 증가한 편입니까? ()

① 매우 증가했다 ② 조금 증가했다 ③ 변동 없다

8. 귀사의 경우 인터넷을 통한 예약건수가 최근 6개월간 증가했다고 생각하십니까? ()

① 매우 증가했다. ② 조금 증가했다. ③ 변동 없다

9. 귀사는 인터넷에 홈페이지를 개설한 후 매출액이 증가하고 있다고 생각하십니까? ()

① 매우 증가했다 ② 조금 증가했다 ③ 변동 없다

II. 다음의 설문 항목에 대해서는 해당사항에 모두 O표 하여주십시오.

10. 귀사에는 웹서비스와 관련한 다음의 전문가가 있습니까?

(기타의 경우 내용을 적어주십시오.)

- (1) 인터넷 전담자 ()
- (2) 웹페이지 작성자 ()
- (3) 그래픽 디자이너 ()
- (4) 보안 전문가 ()
- (5) 기타 ()

11. 귀사의 웹사이트에서는 다음의 관광관련 정보를 제공합니까?

(기타의 경우 내용을 적어주십시오.)

- (1) 관광지 정보 ()
- (2) 날씨 정보 ()
- (3) 교통 정보 ()
- (4) 지역 정보(역사, 문화) ()
- (5) 기타 ()

12. 귀사는 다음의 인터넷 서비스를 사용하십니까?

(기타의 경우 내용을 적어주십시오.)

- (1) 전자우편 ()
- (2) FTP ()
- (3) 뉴스그룹 ()
- (4) Telnet ()
- (5) WWW ()
- (6) 기타 ()

13. 귀사에서 인터넷 홈페이지를 운영하는 다음의 목적 중에서 무엇을 우선하십니까?

(제일 중요한 3항목에 대해서만, 중요도의 순서를 ()안에 1,2,3으로 표시하여 주십시오.)

- (1) 자사의 홍보를 위하여 ()
- (2) 예약을 받기 위하여 ()
- (3) 상세 정보를 소비자에게 제공하기 위하여 ()
- (4) 소비자의 요구를 파악하기 위하여 ()
- (5) 다양한 정보를 쉽게 얻기 위하여 ()
- (6) 기타 ()

III. 다음 설문은 ()안에 수치를 기입하는 항목들입니다.

수고스럽지만 기억을 더듬어 기재하여 주시면 고맙겠습니다.

14. 귀사의 홈페이지는 하루에 평균 몇 회 접속되니까?

약 () 회

15. 귀사는 홈페이지를 평균 몇 주에 한번씩 갱신하십니까?

약 () 주

16. E-mail, 설문조사 등을 통해 접수된 문의에 대해, 응답할 때까지 소요되는 기간이 어느 정도입니까?

약 () 일

17. 귀사의 웹사이트는 몇 곳의 검색엔진 또는 관광정보를 전문으로 제공하는 사이트에 등록시켰습니까?

약 () 곳

18. 귀사의 홈페이지에서는 한국어를 포함하여 몇 개의 언어를 사용하고 있습니까?

() 개 언어

19. 귀사의 경우 인터넷을 통한 예약은 성수기와 비수기를 구분하여 1개월에 대략 몇 건이 이루어집니까?

비수기 : 1개월당 약 () 건

성수기 : 1개월당 약 () 건

IV. 다음은 귀사에 관한 일반적인 질문입니다.

20. 귀사의 업종은? ()

(1)숙박업 (2)운수업 (3)여행업 (4)관광이용시설업
(5)레저, 스포츠업 (6)기타()

21. 귀사의 종업원 수는 대략 몇 명 정도입니까?

약 () 명

22. 귀사에는 전산 전담 부서(혹은 전담자)가 있습니까? ()

(1) 있다. (2) 없다.

23. 있다면, 전산 부서의 종업원 수는 몇 명입니까?

() 명

제주 지역 관광 지원 기관의 인터넷 활용과 개선에 관한 설문지

I. 다음 문항에 대해 ()안에 해당번호를 기입하여 주십시오.

1. 귀 기관은 언제부터 웹서비스를 개설하였습니까? ()
(1)1997년 (2)1996년 (3)1995년 (4)1994년 (5)1994년 이전
2. 귀 기관의 웹서비스 형태는 어떤 것입니까? ()
(1) 인터넷 서비스 업체의 웹사이트에 홈페이지 설치 (ISP셀 서비스)
(2) 관광정보를 전문으로 제공하는 사이트에 홈페이지 설치
(2) 자사에 웹서버 설치
3. 귀 기관은 홈페이지 상에서 설문조사를 실시했던 적이 있습니까? ()
(1) 없다 (2) 1-3회 (3) 4-6회 (4) 7-9회 (5) 10회 이상
4. 귀 기관의 방명록이나 E-mail을 이용한 접속자들의 정보를 보관하고 있습니까? ()
(1) 예. (2) 아니오.
5. 귀 기관의 홈페이지에서 제공하는 정보의 양이 외국이나 타기관에 비해 많다고
생각하십니까? ()
(1)매우 많다 (2)조금 많다 (3)비슷하다 (4)약간 적다 (5)매우 적다
6. 귀 기관은 외국 혹은 타기관에 비해 홈페이지의 정보를 자주 갱신하고 있다고
생각하십니까? ()
(1) 매우 그렇다 (2) 조금 그렇다 (3) 비슷하다 (4) 조금 아니다 (5) 매우 아니다
7. 최근 6개월간 귀 기관의 홈페이지가 접속되는 횟수가 증가한 편입니까? ()
(1) 매우 증가했다 (2) 조금 증가했다 (3) 변동 없다

II. 다음의 설문 항목에 대해서는 해당사항에 모두 O표 하여주십시오.

8. 귀 기관에는 웹서비스와 관련한 다음의 전문가가 있습니까?

(기타의 경우 내용을 적어주십시오.)

- (1) 인터넷 전담자 ()
- (2) 웹페이지 작성자 ()
- (3) 그래픽 디자이너 ()
- (4) 보안 전문가 ()
- (5) 기타 ()

9. 귀 기관의 홈페이지에서는 다음의 관광관련 정보를 제공합니까?

(기타의 경우 내용을 적어주십시오.)

- (1) 관광지 정보 ()
- (2) 관광업소 정보 ()
- (3) 지역 정보(역사, 문화) ()
- (4) 날씨 정보 ()
- (5) 교통 정보 ()
- (6) 기타 ()

10. 귀 기관은 다음의 인터넷 서비스를 사용하십니까?

(기타의 경우 내용을 적어주십시오.)

- (1) 전자우편 ()
- (2) FTP ()
- (3) 뉴스그룹 ()
- (4) Telnet ()
- (5) WWW ()
- (6) 기타 ()

11. 귀 기관에서 인터넷 홈페이지를 운영하는 다음의 목적 중에서 무엇을 우선하십니까?

(제일 중요한 3항목에 대해서만, 중요도의 순서를 ()안에 1,2,3으로 표시하여 주십시오.)

- (1) 자사의 홍보를 위하여 ()
- (2) 상세 정보를 관광객에게 제공하기 위하여 ()
- (3) 관광객의 요구를 파악하기 위하여 ()
- (4) 다양한 정보를 쉽게 얻기 위하여 ()
- (5) 기타 ()

III. 다음 설문은 ()안에 수치를 기입하는 항목들입니다.

수고스럽지만 기억을 더듬어 기재하여 주시면 고맙겠습니다.

12. 귀 기관의 홈페이지는 하루에 평균 몇 회 접속됩니까?

약 () 회

13. 귀 기관은 홈페이지를 평균 몇 주에 한번씩 갱신하십니까?

약 () 주

14. E-mail, 설문조사 등을 통해 접수된 문의에 대해, 응답할 때까지 소요되는 기간이 어느 정도입니까?

약 () 일

15. 귀 기관의 웹사이트는 몇 곳의 검색엔진 또는 관광정보를 전문으로 제공하는 사이트에 등록시켰습니까?

약 () 곳

16. 귀 기관의 홈페이지에서는 한국어를 포함하여 몇 개의 언어를 제공하고 있습니까?

() 개 언어

IV. 다음은 귀 기관에 관한 일반적인 질문입니다.

17. 귀 기관에는 전산 전담 부서(혹은 전담자)가 있습니까? ()

(1) 있다. (2) 없다.

18. 있다면, 전산 부서의 종업원 수는 몇 명입니까?

() 명