

외국인 카드 소비 DB 활용한 지역별 외국인 관광객 마케팅 전략

김태경*, 한희창*, 심채영*, 장혜지^o, 문유진*

*한국외국어대학교 Global Business & Technology 학부,

^o한국외국어대학교 스페인어통번역학과

e-mail: 201801177@hufs.ac.kr*, raphael102324@gmail.com*, cyshim@hufs.ac.kr*,

wkdgpw1681@naver.com^o, yjmoon@hufs.ac.kr*

Marketing Strategies for Foreign Tourists by Region, Utilizing of Foreign Card Consumption DB

Taegyong-Kim*, Heechang Han*, Chaeyoung Shim*, Hyechi Chang^o, Yoo-Jin Moon*

*Division of Global Business & Technology, Hankuk University of Foreign Studies,

^oDepartment of Spanish Interpretation and Translation, Hankuk University of Foreign Studies

● 요약 ●

본 연구는 코로나-19 이후로 증가할 것으로 보이는 방한 외국인 관광객의 지역별 소비 경향을 카드 소비 데이터를 데이터베이스화하여 다각적인 방면에서 분석하고 정보를 만들었다. 코로나 이전 ‘K-pop’과 ‘K-drama’의 영향으로 계속해서 증가하던 방한 외국인의 수는 코로나의 영향으로 50%가량 감소했다. 하지만 ‘위드 코로나’로 접어든 지금, 다시금 외국인 관광객을 유치하기 위해선 각 관광객의 니즈에 맞는 서비스를 제공해야 한다. 또한, 각 지자체에서는 외국인 관광객이 선호하는 서비스를 파악하고 각 국적별 관광객에게 맞는 서비스를 제공하는 노력을 통해 지역경제를 활성화시킬 수 있을 것이다. 현재 많은 기업에서 지역별, 업종별로 맞춤 서비스를 제공하는 것처럼, 지자체가 구체적인 데이터를 사용하여 맞춤 서비스를 제공한다면 코로나로 어려운 시기를 슬기롭게 극복할 수 있다고 생각한다.

키워드: 데이터베이스(Database), 코로나-19(Covid-19), 소비 경향(Consumption trend), 외국인(Foreigner), 소비 예측(Consumption prediction)

I. Introduction

본 논문에서 사용한 2020년 외국인 신용카드 국내지출 현황은 코로나-19의 영향으로 2019년에 이어 증가추세를 지키지 못하고 크게 하락하였으나, 최근 2021년과 2022년의 카드 사용액의 경우 카드 지출액이 분기별로 소폭 증가하고 있다.

전 세계 ‘위드 코로나’ 기조를 시작으로 단계적인 일상회복을 위한 발걸음 속에 관광에 대한 수요가 크게 증가할 것이다[1,2]. 이에 대비하여 외국인의 관광형태에 어떤 변화가 일어나고 있는지 외국인의 카드소비행태를 국가, 지역, 업종별로 분석하여 관광형태의 변화 양상을 파악하고 유용한 정보를 도출하였다.

으로 분석한 결과, 거래횟수, 지출 금액, 인프라 정보 등 향후 외국인 관광객 유치에 주요한 영향을 끼칠 수 있는 가능성을 시사하는 데이터들이 도출되었다[1-3].

‘지역별 외국인 카드 소비 샘플데이터’, ‘전국 관광지 표준정보데이터’와 인프라 데이터를 수집하여 연결하는 과정을 거쳤다[4,5]. 소비 분야, 지출 경비, 업종 선호도 등을 분석하여 외국인 관광객에 대한 각 지역별 마케팅 전략을 수립하기 위한다는 목표를 중심으로 분석하였다. 유용한 정보로 활용할 수 있을 것이라 예측한 (1) 국가별 인기 업종 선호도, (2) 국가별 (쇼핑)지출금액, (3) 지역별 인기 업종 선호도, (4) 지역별 지출금액, (5)지역별 관광지 추천 (6) 지역별 관광지 인프라 정보를 데이터베이스 관리시스템을 이용하여 도출하였다. 도출한 데이터를 바탕으로 정보를 제공할 대상 및 활용 방안을 제시하였다.

II. Preliminaries

코로나19 출현 이후 각국의 다양한 규제에 인해 눈에 띄게 감소한 방한 외국인의 관광형태 경향을 분석하기 위해 데이터베이스를 다각적

III. The Proposed Scheme and Useful Representative Informaion

2020년 1월 하나카드와 신한카드의 샘플데이터를 통해 포스트 코로나 시대를 대비한 방향 외국인 소비 패턴을 분석해 보았다[4,5].

Fig.1에서 보이는 바와 같이 DB스키마를 작성했다. DB스키마의 경우 크게 고객, 결제 업종, 지역으로 분류하였고, 추가적으로 고객의 국적, 결제 업종별 소분류, 지역별 관광지과 인프라 등의 테이블을 만들었다.

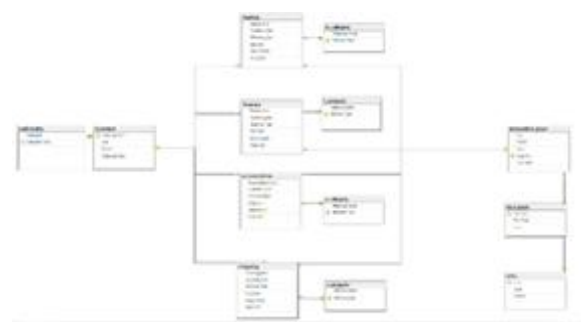


Fig. 1. Architecture of the System

해당 스키마를 통해

1. 국가별 인기 업종 선호도 파악
 2. 국가별 지출금액과 인당 지출금액 파악
 3. 지역별 인기 업종 선호도 파악
 4. 지역별 지출금액 파악
 5. 지역별 관광지 추천
 6. 지역별 관광지 인프라 정보 제공
- 등의 정보를 만들어 낼 수 있었다.

IV. Conclusions

본 연구는 기업과 정부에게 국가, 지역별 인기 업종과 매출액을 파악해, 각 지역에 맞는 관광전략 수립에 도움이 되는 정보를 제작하였다. 또한, 관광객은 연구에서 제공한 관광지 추천, 관광지별 인프라 분석 정보를 통해 원하는 관광지를 찾아볼 수 있었다.

‘코로나19’ 라는 특별한 시국속에서 외국인의 국내 관광소비는 크게 감소했지만, 관광 소비형태와 방향 외국인의 국기는 조금씩 다양하게 나타나고 있다. 사용한 데이터에서 방한 외국인의 체류형태에 따라 소비 특성이 나타나고 있지만, 전체 카드지출액 규모가 크지 않아 국가별 소비특성이라고 하기에는 무리가 있다. 그러나, 적은 데이터 규모에서도 각 관광객이 선호하는 업종은 알 수 있었다.

전 세계적으로 코로나 백신 접종률이 높아지고 백신 접종 선진국 위주로 ‘위드 코로나’로의 방역체계 전환이 이어짐에 따라 주요국 NTO에서는 해외 언론인 및 여행업계 대상 초청 사업을 재개하고 있다. 미국뿐만 아니라 전 세계 곳곳에서 BTS, 오징어 게임, 한식 등 대한민국 문화강국에 대한 위상이 커지고 있는 현실점에, 다가오는 2023년 적절한 데이터를 활용해 방한 외국인 그룹에 맞는 대응을 해야 할 것이다.

REFERENCES

- [1] Lsho and Cshwan, “Analysis of the Impact of Corona19 Occurrence on Regional Commercial Area Using Credit Card Big Data (Example of Suwon City)”, *Space and Society* 30.3, pp.167-208, 2020.
- [2] J. H. Choi, “Effects of Social Risk from Corona-19 (COVID-19) on Consumer Sentiment and HMR Purchasing Patterns”, *Yonsei University Graduate School of Living and Environment*, 2020.
- [3] 전국 관광지정보 표준데이터 <https://www.data.go.kr/data/15021141/standard.do>
- [4] 하나카드 지역별 외국인 소비 분석 샘플데이터 https://www.findatamall.or.kr/fsec/dataProd/generalDataProdDetail.do?cmnx=44&goods_id=f4093370-eb31-11ea-b750-f709623afb72
- [5] 하나카드 지역별 외국인 소비 분석 샘플데이터 https://www.findatamall.or.kr/fsec/dataProd/generalDataProdDetail.do?cmnx=44&goods_id=f4093370-eb31-11ea-b750-f709623afb72