

연구보고 R518 | 2005. 12.

농촌관광 수요확대 방안 연구

유 승 우 연 구 위 원
이 희 찬 세종대 교수

한국농촌경제연구원

연구 담당

유 승 우 연 구 위 원 연구총괄, 제1장, 제3장, 제4장 집필
이 희 찬 세종대학교수 제2장, 제3장 집필

머 리 말

농촌관광이 산업으로서 정착되기 위해서는 공급 측면에서의 제반 노력 못지않게 수요 측면에서의 여건 성숙이 필요하다. 한 사회에서의 농촌관광 수요는 개개인의 수요량의 총합으로 결정되는 것이지만 이는 그 사회의 소득 수준, 여가 시간, 관광 행태, 사회적 가치관, 정부의 농촌관광정책 등 거시적인 차원에서의 경제적·사회적 조건에 의해 영향을 받는다고 할 수 있다.

그동안 농촌관광에 관한 논의와 정책은 주로 공급 측면에 초점을 맞추어 왔다. 농촌관광 마을 조성, 농촌관광 경영자 육성, 시설수준 향상 등이 그것이다. 이 보고서에서는 수요 측면에 초점을 두고 농촌관광 활성화 방안을 제시하였다. 이를 위해 이 연구에서는 농촌관광 수요와 지출의 결정요인과 추정을 살펴보고, 농촌관광 서비스 품질요인 분석을 통해 농촌관광 수요 확대를 위한 추진 전략과 정책 지원 방안을 모색하였다.

이 연구를 위하여 설문에 응해 주신 서울 및 수도권, 6개 광역시 도 시민 그리고 조사원 여러분에게 감사드리며 아울러 연구에 참여하여 주신 세종대학교 이희찬 교수에게 감사드린다. 아무쪼록 이 연구 결과가 우리나라 농촌관광 정책의 수립과 추진에 유용하게 활용되기를 기대한다.

2005. 12.

한국농촌경제연구원장 최 정 섭

요 약

농촌관광의 활성화는 수요 측면에서의 여건 성숙이 매우 큰 영향을 미치는 것이라 할 수 있다. 선진국에서 농촌관광이 활성화되고 있는 것은 정책적인 노력도 있지만 이들 제반 조건이 성숙되었기 때문으로 판단된다.

그러나 그동안 우리나라의 경우는 농촌관광에 관한 논의와 정책은 공급 측면에 초점을 맞추어 왔다. 수요 측면을 무시한 채 공급 측면만을 중시하는 정책은 농촌관광 경영자나 수요자인 도시민에게 성급한 기대감을 불러일으켜 정책에 대한 신뢰감을 저하시킬 우려가 있다.

따라서 이 연구의 목적은 수요 측면에 초점을 두고 농촌관광 활성화 방안을 모색하는 것이다. 이를 위해 농촌관광 수요와 지출의 결정요인을 추정하고 농촌관광 서비스 품질요인 분석을 통해 농촌관광 수요확대 방안을 제시하였다.

특히 이 연구에서는 농촌관광 서비스 품질요인을 파악하기 위하여 서울 및 수도권지역과 6개 광역시, 기타 주요 중소도시에 거주하는 성인 남녀를 대상으로 2005년 10월부터 11월까지 무작위 면담조사를 실시하여 총 954개의 유효표본수를 수집하여 분석하였다.

농촌관광은 다른 유형의 관광과 비교할 때 비교적 높은 참여율로 인해 대중적 지지도는 어느 정도 확보하고 있다. 그러나 재방문 비율이 낮음에 따라 관광 상품으로서의 충성도는 낮은 수준에 머물고 있다. 따라서 농촌관광에 대한 수요를 확대하기 위해서는 농촌관광 경험자의 재방문 비율을 높이는 노력이 우선 이루어져야 하겠다. 재방문

비율을 높이는 방안은 농촌관광자의 방문량 결정에 영향을 미치는 요인과 관련이 많은데 농촌관광자의 방문량 결정에 영향을 미치는 것은 농촌 어메니티와 농촌체험 장소 등인 것으로 나타났다.

농촌관광 지출모형에서 농촌관광 지출에 영향을 미치는 것으로는 숙박일수의 증가와 숙박비 비중의 증가 등이 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과로부터 농촌관광 수요확대를 위해서는 농촌에서의 숙박을 유인할 수 있는 방안들이 적극 모색되어야 함을 알 수 있다. 농촌에서의 숙박 유도를 위해서는 무엇보다도 숙박서비스의 질적 향상이 중요하다. 이는 농촌관광 중요도-실행도 분석 결과에서도 확인된다. 숙박시설 수준을 높이기 위해서는 우선 농가에서 제공하고 있는 숙박시설이 관리 될 수 있는 제도적인 장치를 마련해야 할 것이다.

중요도-실행도 분석에서 수요 확대를 위해 지속적으로 유지해야 하는 속성들로서 농촌 여행정보가 높은 순위로 제시되고 있다. 이 속성에 대해서는 현재도 만족도가 비교적 높은 편이지만 농촌관광의 지속적 발전을 위해서는 더욱 더 만족도를 강화시켜야 할 부문이라 할 수 있다. 특히 농촌관광의 공급자와 소비자, 이 둘을 매개하는 기관 사이에 농촌관광과 관련되는 정보가 쉽게 유통되고 낮은 비용으로 농촌관광 상품이 거래 될 수 있는 환경이 마련되어야 한다.

농촌관광 참여자가 느낀 농촌관광 서비스 품질에 대한 요인 분석에는 농가 경영인의 성실성, 농가 경영인의 약속된 서비스 이행, 농가 경영인의 첫인상 등 농가 경영인의 자세가 다른 항목보다 높은 점수를 나타내고 있다. 이는 기업가 정신을 가진 농촌관광 경영자 육성이 농촌관광 수요확대를 위해 중요하다는 것을 보여 주는 것이라 할 수 있다.

마지막으로 개별 경영자가 농촌관광 상품의 질을 높이하고자 할 때 활용할 수 있는 정책 지원 방안을 마련해야 할 것이다. 예를 들면 농촌관광을 시작하고자 하는 농가가 숙박시설을 꾸미고자 할 때 좋은 조건으로 자금을 지원하는 것이다. 개별 경영체에 대한 지원은 저리의 융자도 좋지만 보조가 이루어질 필요가 있다. 우리나라 농림정책에서 개별 경영체에 대한 보조지원은 가급적 시행하고 있지 않은 것이 현실이다. 그러나 유럽에서 개별 경영체에 대한 직접 보조를 통하여 농촌관광이 활성화될 수 있는 것처럼 우리나라도 이제는 개별 경영체에 대한 보조지원 방안을 마련해야 할 것이다.

ABSTRACT

A Study on Expanding Demand for Rural Tourism

The social conditions from view point of demand side have a big impact on rural tourism. It needs to develop policies for high added value such as development of new tour commodities and programs. Rural tourism has a role in improving income for farmhouses and in improving leisure utility for consumers. Until recently, discussions and policies on the rural tourism have been focussed on the supply side, although demand analyses for rural tourism are more important.

This study focusing on demand side is to search policy alternatives to vitalize for rural tourism. For these purposes, this study analyzes demand for rural tourism and clauses of expenditure decision-making, and suggests strategies for expanding demand for rural tourism through analysis of quality factors for services on rural tourism. For the analysis, total data was 954 collecting from individual interviews from October to November in 2005. Its covered areas were Seoul and Gyeonggi areas, 6 cosmopolitans, and small-medium cities.

The results of analysis turned out that the participation rate of consumers to rural tourism was relatively high compared to other tourisms. However, the royalty to rural tourism was staying very low, because of the low rate of re-visit of consumers. It needs efforts to raise the rate of revisit preferentially. Therefore, because the factors affecting the revisit rate turned out to be rural amenity and rural experience place, one of the strategies for rural tourism is to prepare various rural amenities and to make many rural experience places.

It was lodging dates and lodging expense ratio that influence in total expenditure of rural tourism from modeling rural tourism expenditure. It needs efforts to induce lodging of consumers in rural areas to expand demand for rural tourism. For inducing lodging from consumers, it is more important first of all that improve quality of

lodging services. From the results of analysis, visitors are thinking that lodging facilities, cleanliness of toilet, bathing equipment, cleanliness of guest room, and sanitation of kitchen are very important. Therefore, it needs an institution system to manage lodging facilities provided by farm houses to raise the degree of facilities in rural areas.

It also needs to strengthen activities about rural travel information in order to develop continuously rural tourism. These activities can increase satisfaction of tourists by informing various amenities of rural areas with low cost.

In the analysis of factors on service quality, visitors joining to rural tour indicate that sincerity of manager, performance of promised service, and attitude of manager such as first impression are more important factors compared to other factors which are facilities. The rural tourism managers' upbringing shows that it is more important to expand demand for rural tourism.

Lastly, it needs a policy support method to be used efficiently, when individual managers want to improve their quality of rural tourism to consumers. For example, it needs an appropriate fund with good conditions to a farm household, who wants to make facilities for rural tourism. The government has hardly have assistant supports to individual management in the agricultural policy. However, EU is promoting rural tourism through direct supports for individual management. Therefore, the Korean government also needs to search an assistant support like direct payment to individual farm household for rural tourism.

Researchers: Ryu Seung-Woo, Lee Hee-Chan

E-mail address: sewryu@krei.re.kr

leeheech@sejong.ac.kr

차 례

제1장 서 론

1. 연구 필요성 및 목적 1
2. 연구 범위 및 방법 3

제2장 농촌관광 수요와 지출의 결정요인

1. 농촌관광 수요에 관한 선행연구 5
2. 농촌관광 수요 결정요인 8
3. 농촌관광 수요 모형 및 관광량 12
4. 농촌관광 지출 결정요인과 추정 23

제3장 농촌관광 서비스 품질요인 분석

1. 조사 개요 38
2. 설문 내용의 일반적인 현황 40
3. 농촌관광 서비스 품질 중요도-실행도 분석(IPA) 47
4. 농촌관광 서비스 품질에 따른 요인분석 50
5. 농촌관광 서비스 품질요인이 만족도와 구전의도에 미치는 영향 53
6. 농촌관광 참여이유의 요인화와 농촌관광 시장 세분화 55

제4장 농촌관광 수요확대 방안

1. 농촌의 어메니티 가치 증진 74

2. 숙박 관련 시설 및 서비스의 개선	75
3. 농촌관광 정보 제공 활동 강화	76
4. 기업가 정신을 갖춘 농촌관광 경영자의 육성	77
5. 개별 경영체 지원제도 개선	79
6. 도농교류 방식의 확대	80
부록: 농촌관광 서비스 품질요인 파악을 위한 소비자 선호도 조사표	81
참고 문헌	90

표 차 례

제2장

표 2- 1. 조사 대상의 모집단 규정	11
표 2- 2. 농촌관광 경험률 및 관광량	12
표 2- 3. 농촌관광활동 유무별 변수의 기술통계	14
표 2- 4. 농촌관광 수요모형 추정결과	16
표 2- 5. 농촌관광 수요량 추정	18
표 2- 6. 농촌관광 수요의 시장규모	19
표 2- 7. 농촌관광 참여자 지출 유형별 방문그룹당 지출/회	25
표 2- 8. 농촌관광 1인 1일당 지출	26
표 2- 9. 관광 유형별 지출(방문그룹)	27
표 2-10. 농촌관광 참여자 관광 유형별 지출(1인 1일당)	28
표 2-11. 관광 유형별 지출 구성비	29
표 2-12. 지출모형 설정을 위한 변수설명	33
표 2-13. 설명변수의 기술통계	34
표 2-14. 농촌관광활동 참여자 지출 추정 결과	36
표 2-15. 농촌관광 총지출액 추정	37
표 2-16. 농촌관광 지출의 시장규모	37

제3장

표 3- 1. 조사 대상의 모집단 규정	38
표 3- 2. 표본의 지역별 분포	39
표 3- 3. 응답자의 인구통계적 특성	40
표 3- 4. 응답자의 주5일 근무제 실시 현황	41

표 3- 5. 농촌관광 참여자의 서비스 품질에 대한 요인분석	52
표 3- 6. 서비스 품질요인이 농촌관광행동에 미치는 영향 추정결과	54
표 3- 7. 농촌관광 참여이유에 대한 요인분석	56
표 3- 8. 농촌관광 참여자와 비참여자 간 선택속성 요인의 차이분석	57
표 3- 9. 농촌관광 참여자의 참여이유에 대한 요인분석	59
표 3-10. 농촌관광 참여자의 선택속성을 통한 군집 간 분산분석	61
표 3-11. 농촌관광 참여자의 인구통계학적 변수와 군집 간 차이분석	62
표 3-12. 농촌관광 참여자의 사회/심리적 변수에 따른 군집 간 비교분석	63
표 3-13. 농촌관광 비참여자의 농촌관광 선택속성에 따른 요인화	65
표 3-14. 농촌관광 비참여자의 선택속성을 통한 군집 간 분산분석	67
표 3-15. 농촌관광 비참여자의 인구통계적 변수에 따른 군집 간 비교분석	68
표 3-16. 농촌관광 비참여자의 사회/심리적 변수에 따른 군집 간 비교분석	69
표 3-17. 농촌관광 참여자와 비참여자의 농촌관광 선택속성에 따른 요인화와 군집의 차이	70
표 3-18. 세분시장에 따른 농촌관광 참여자와 비참여자의 인구통계 및 사회/심리적 변수들 간의 차이비교	71

그 립 차 례

제2장

그림 2- 1. 관광 유형별 관광 참여율(월별)	20
그림 2- 2. 관광 유형별 관광횟수(관광참여자)	21
그림 2- 3. 관광 유형별 관광횟수(전체)	23
그림 2- 4. 농촌관광 지출 구성비	26
그림 2- 5. 관광 유형별 지출 공간분포	31

제3장

그림 3- 1. 중요도-실행도 분석 결과	48
------------------------------	----

제 1 장

서 론

1. 연구의 필요성 및 목적

농촌관광의 발전은 사회·경제적 요인과 함께 개인의 가치관과 관련되는 측면이 많다. 최근 우리나라 농촌관광은 공급 측면에서의 양적 증대 단계에서 질적 다변화와 다양화의 단계로 변화하고 있다. 따라서 국내 농촌관광을 활성화시키기 위해서는 수요 측면의 특성 변화에 따른 대응 방안이 모색되어야 한다.

농촌관광은 농촌주민의 대안적 소득원으로서의 역할 이외에, 도시민의 여가효용 증진을 위한 유용한 수단이다. 따라서 농촌관광에 대한 수요분석은 농촌 내부 부존자원의 고부가가치화를 위한 정보 제공의 유용한 도구로서 뿐만 아니라 일반 소비자의 여가효용 증진을 통한 사회적 발전에도 기여할 수 있는 유용한 수단으로 볼 수 있다.

농촌관광을 주제로 한 연구는 국내에서도 적지 않게 발견되고 있으나, 공급자 측면에서 국지적으로 접근한 것들이 주류를 이루어 왔다 (박시현 외, 2003; 박호균 외, 2001; 류선무, 1999; 박석희, 1998; 송미령, 2003; 조록환, 2002). 이들 연구는 농촌의 공익기능자원의 유형과

분포를 고려한 농촌관광 자원개발 및 상품화전략에 유용한 정보를 제공할 수 있다는 점에서 의의가 있으나 주로 공급적인 측면에 연구의 초점을 두고 있다.

이 연구는 농촌관광 활성화를 통한 소비자의 여가효용 증진과 공급자의 안정된 소득원 확보를 위해서는 농촌관광에 대한 수요분석 및 이를 통한 수요확대 방안을 모색할 필요가 있다는 인식에서 출발하였다. 따라서 이 연구의 목적은 모형을 통해 농촌관광 수요(관광량 및 지출)에 영향을 미치는 결정요인을 파악하며, 농촌관광의 주요 서비스 품질요인을 규명함으로써 농촌관광 수요를 확대할 수 있는 방안을 도출하는 것이다. 모형 개발에 있어 주요 착안점은 소비자행동론적 각도에서 볼 때, 농촌관광 수요의 본질을 수요자의 관광참여결정 및 소비량결정으로 구분하는 것이다.

참여결정이라 함은 농촌관광활동에의 참여유무와 관련된 결정을 말하며, 소비량결정은 농촌관광활동에 이미 참여한 소비자들의 방문수요량 또는 지출수요와 관련된 결정을 의미한다. 수요확대 방안을 위한 서비스 품질요인 분석은 농촌관광 참여자의 서비스 품질인식에 대한 중요도 및 만족도 측정항목을 이용하여 중요도-실행도 분석(Importance-Performance Analysis)을 통해 수행하며, 서비스 품질의 만족요인이 농촌관광행동에 미치는 영향을 파악함으로써 이루어진다.

2. 연구 범위 및 방법

2.1. 연구 범위

연구 범위는 연구 내용에 따라 각각 다음과 같이 구성하였다. 첫째, 농촌관광 수요(수요 및 지출)모형 개발 및 서비스 품질요인 분석을 위한 설문항목 개발 및 설문 조사를 실시하였다.

둘째, 농촌관광 수요의 주요 결정요인을 분석하기 위하여 농촌관광 참여자 및 잠재수요자를 대상으로 설문 조사를 실시하여 농촌관광 참여모형 및 농촌관광 소비량모형으로 구분하여 모형을 설정하고, 농촌관광 참여유무의 결정요인과 참여자의 소비량 결정요인을 파악하였다. 또한 일반적 지출조사와 구조적 차이를 나타내는 특수목적의 지출인 농촌관광 참여자에 대한 지출의 결정요인과 총지출을 수요자 조사를 통해 추정하였다.

셋째, 농촌관광 시장 규모를 추정하기 위하여 몇 가지 분석 모형을 설정하였다. 농촌관광 참여모형으로부터 추정된 농촌관광 참여율 및 참여자의 소비량 결정모형으로부터 추정된 농촌관광 수요량, 그리고 농촌관광 지출 결정모형으로부터 추정된 지출을 이용하여 농촌관광 시장 규모를 예측하였다.

넷째, 농촌관광을 통해 소비자에게 제공되는 서비스 품질이 농촌관광행동에 미치는 영향관계를 파악하기 위하여 기존의 서비스마케팅이론을 원용하여 농촌관광의 서비스 품질요인 측정을 위한 항목을 개발하고, 서비스 품질요인이 농촌관광행동(즉, 방문 횟수, 만족도, 재방문 의사, 구전의도)에 미치는 영향관계를 분석하였다.

마지막으로 농촌관광 수요 및 서비스 품질요인 분석 결과를 바탕으로 농촌관광 수요확대 방안을 모색하였다.

2.2. 연구 방법

이 연구에서 활용한 주요 연구 방법은 두 가지이다. 문헌 조사와 설문 조사로서, 문헌 조사는 농촌관광 관련 연구 자료와 각종 정부 정책 자료의 검토를 통해 주로 농촌관광의 수요·지출 결정요인을 파악하기 위한 자료를 중심으로 실시했다.

설문 조사는 농촌관광 서비스 품질요인을 파악하기 위하여 서울 및 수도권지역, 6개 광역시, 기타 주요 중소도시에 거주하는 성인 남녀를 대상으로 2005년 10월부터 11월까지 무작위 면담조사를 하였다. 주요 조사 내용은 2005년 1월부터 조사시점 동안 발생한 농촌관광활동에 관한 것으로 총 954개의 유효 표본 수를 수집하여 계량분석을 실시했다.

제 2 장

농촌관광 수요와 지출의 결정요인

이 장에서는 농촌관광 수요에 관한 기본 실태를 파악한다. 농촌관광 수요량, 참여율, 지출규모 등과 같은 기본적인 사항을 파악하고 농촌관광 수요에 영향을 미치는 요인이 무엇인지를 살펴본다. 이러한 연구 목적을 위해서 이 장에서는 비교적 최근에 행해진 이희찬(2005)의 연구 결과를 인용하였다.

1. 농촌관광 수요에 관한 선행연구

농촌관광의 정의와 개념은 국가와 지역, 시대와 학자마다 다르게 사용되며 다양하게 정의되고 있는 것이 현실이다. 농림부(2005)에 따르면 농촌관광은 농촌의 자연경관과 전통문화, 생활과 산업을 매개로 한 도시민과 농촌주민 간의 체류형 교류활동이며 도시민에게는 휴식 휴양과 새로운 체험 공간을 제공하고 농촌에는 농산물 판매(1차), 가공(2차), 숙박 음식물 서비스(3차) 등을 통해 소득원을 제공하는 지역 활성화 운동으로 정의하고 있으며, OECD(1994)에 따르면 농촌관광은 시골, 지방에서 발생하는 관광으로 정의하고 있다.

국내의 농촌관광은, 외국의 경우와 같이, 대부분 낙후된 농업과 농촌의 개발에서 시작되어 국토와 유휴농지의 효율적인 활용을 위한 대안으로 발전되어 왔다(이호철, 2000). 그리고 지속적 교통망 확충과 사회적 제도 변화, 정보통신기술의 혁신에 따른 전반적인 관광산업의 발달과 환경에 대한 관심의 고조가 농촌관광산업의 발전에 영향을 미치고 있다. 우리나라의 경우 농촌의 새로운 역할론으로서 부각되기 시작한 농촌의 다원적 공익기능(국토보전, 수자원함양, 생태계보전, 자연경관, 그리고 전통문화보전 등과 같은 공익기능을 의미함)의 제공이 비농업 부문으로부터의 소득이전(즉, 직접지불)에 대한 명분을 얻으면서 농촌관광에 대한 관심이 높아지고 있다.

농촌 내부의 공익기능자원의 효과적 활용이란 곧 이용 가치의 증진을 의미하며 이용의 주체는 공익기능자원의 소비를 통해 효용을 구하고자 하는 소비자이다. 따라서 농촌관광은 농촌 공익기능자원과 연계하여 정의되어야 마땅하다. 녹색관광으로도 표현되는 농촌관광은 훼손되지 않은 농촌지역의 경관이나 전통가치를 관광자원화함으로써 이를 찾는 소비자에게 여가효용을 제공하고 그 대가를 통해 대안적인 소득원을 구축하며 이는 지속적으로 고유의 관광자원을 보전 또는 부가가치화하기 위한 동인을 제공하는, 이른바 농촌 공익기능자원의 선순환적(善循環的) 활용을 일컫는다. 농촌관광은 이들 공익기능자원의 구체적 활용을 통한 도·농 간 교류 및 이해 증진의 계기를 의미하며, 수요자의 여가효용과 공급자의 소득효용의 교환을 통한 도·농 간 경제적 불균형의 완화를 의미하기도 한다.

기능적 측면에서 보았을 때, 농촌관광의 범위는 일반적으로 농업과 관련된 관광활동 및 농촌지역을 관광목적으로 방문한 경우로 정의를 내릴 수 있다(Roberts & Hall, 2001). 농촌관광이 농촌 내부의 다양한

공익기능자원의 활용을 전제로 한다는 점에서 농촌관광의 범위를 농업과 관련된 관광활동 및 농촌지역을 관광목적으로 방문한 경우, 그리고 농촌지역 거주자와의 인적 교류 및 행사에 참여한 경우까지를 포함할 수 있다. 하지만 이 연구에서 농촌관광의 범위는 기능적 측면을 보다 강조함에 따라 농촌지역 거주자와의 교류 또는 행사 목적으로 농촌지역을 방문하는 경우는 배제하였다.

농촌관광 수요를 설명하는 주요변수로서 주5일 근무제 및 관련변수, 다른 유형의 관광수요, 농촌의 다양한 공익기능자원에 대한 중요도 인식, 농촌관광 참여의 이유 등이 통상적으로 이용되는 설명변수들과 함께 수요모형에 포함될 수 있다. 농촌관광 수요는 여가 시간의 외연적 확대를 의미하는 주5일 근무제, 그리고 타 관광활동과의 보완 및 대체관계라는 정형 내에서 직·간접적으로 영향을 받을 수 있기 때문이다. 또한 농촌관광은 농촌의 다양한 공익기능자원의 활용과 밀접하게 연계되어 있어 이들 자원에 대한 인식이 농촌관광 수요에 영향을 미치며, 농촌관광 참여이유로서 소비자의 선택속성 역시 농촌관광 수요에 영향을 미치는 요인일 수 있기 때문이다. 하지만 이들 설명변수가 농촌관광 수요에 있어 참여결정 및 소비량결정에 미치는 영향력의 정도는 상이할 수 있다. 최근 농촌관광 수요에 대한 연구가 일부 이루어지고 있는데 수요 측면에서의 농촌관광에 대한 연구는 상대적으로 소수이다(조재환 외, 2003; 김용근 외, 2001; 조록환, 2004). 이들 연구는 도시민을 대상으로 농촌관광에 대한 인지도와 선호하는 관광활동에 대한 설문 조사를 통해 수요를 분석함으로써 공급자와 공공부문에 하여금 농촌관광 프로그램 개발에 필요한 정보를 제공하였다는 점에서 의의가 있다. 하지만 이들 연구들은 수요이론에 입각한 분석적 접근이 결여되어 있으며, 농촌관광 수요와 농촌관광의 특수성을 고려

한 다양한 결정요인들 간의 인과적 관련성에 대한 분석을 간과하였다. 그 결과, 공공시책개발과 마케팅 전략수립을 위해 필요한 시장세분화의 전제인 측정성과 내용성에 있어서 문제를 지니고 있다.

농촌관광 참여율 및 소비량을 추정한 비교적 최근 연구로는 이희찬(2005)의 연구가 있다. 이 연구에서는 소비지 조사 자료를 바탕으로 Poisson hurdle 모형과 Tobit 모형을 사용하여 농촌관광 수요를 분석하였다. 이 연구는 기존 연구에 비해 표본 수가 비교적 많으며, 사용 모형도 적당하고 분석 결과도 농촌관광 수요 실태를 비교적 잘 나타내고 있다고 평가된다. 따라서 여기에서는 이 연구 결과를 바탕으로 농촌관광 수요 실태를 파악하기로 한다. 이하에서 정리한 이희찬(2005)의 연구 결과는 제3장의 농촌관광 서비스 품질요인 분석결과와 종합되어 정책 대안을 제시하는 유용한 자료로서 활용될 수 있을 것이다.

2. 농촌관광 수요 결정요인

2.1. 농촌관광 수요 실태

농촌관광 수요 실태를 분석하기 위하여 서울 및 수도권 지역과 6대 광역도시, 기타 지방의 중소도시에 거주하는 18세 이상 성인 남녀를 대상으로 2004년 1월부터 10월까지 면담조사를 실시하여 총 1,912개의 유효표본수를 수집하여 분석하였다. 농촌관광 참여자를 방문 유형에 따라 체험중시형과 방문교류형으로 구분하였다.

농촌관광 참여자들 대부분은 가족 혹은 친구/친지와 함께 농촌관광

을 동행하였으며, 교통 수단은 승용차(73.6%)가 가장 많은 비중을 차지하였다. 농촌 관련 자료의 수집을 위해 주변사람들(40.1%)과 인터넷(29.8%)이 주로 이용되었다. 농촌관광 참여자들이 이용한 숙박 형태는 부모·형제의 집(31.4%)이 가장 많은 것으로 나타났으며, 펜션(15.0%)과 친구/친척집(14.5%) 순으로 나타났다. 농촌관광 참여인원은 3~4(39.6%)명으로 구성된 여행그룹이 주류를 이룬 것으로 나타났다.

농촌관광 참가자 중 약 69%가 농촌관광 후 전반적으로 만족한다고 대답함으로써 대부분의 농촌관광 참여자들은 농촌관광 경험에 대해 비교적 긍정적으로 평가하고 있다. 농촌방문 시 고려되는 사항에 대하여 농촌관광 참여자들이 중요성을 매우 높게 인식하고 있는 반면에 만족도는 대체로 중요도에 비해 낮게 인식하고 있는 것으로 나타났다.

농촌관광 참여자를 방문 유형에 따라 체험중시형과 방문교류형으로 구분하여 지출유형을 살펴보았다. 체험중시형의 경우 지출한 금액은 방문그룹당 239,585원으로 나타났으며, 지출유형별로 식음료가 가장 높은 구성비를 나타냈으며 교통비, 숙박비, 기타비용, 오락비, 쇼핑비의 순을 보였다. 방문교류형의 경우 지출한 금액은 방문그룹당 174,080원으로 나타났으며, 지출, 숙박비, 오락비 순으로 나타났다. 체험중시형의 경우 1인 1일당 지출액은 29,745원(목적지 90.6%, 경유지가 9.4%)이고, 방문교류형의 경우 23,512원(목적지 87.6%, 경유지 12.4%)을 지출하였다.

관광 유형별 지출은 역사/문화관광이 256,046원으로 가장 많은 지출을 한 것으로 나타났다. 다음은 자연/생태관광으로 255,674원, 위락관광은 242,833원, 산업/사회관광 유형은 171,619원을 지출한 것으로 나타났다. 모든 관광 유형의 평균 총지출은 240,310원으로 나타났다. 관광 유형별 1인 1일당 지출을 살펴보면 역사/문화관광이 가장 많은 지

출을 한 것으로 나타났으며 다음으로 위락관광, 산업/사회관광, 자연/생태관광 유형 순으로 지출한 것으로 조사되었다. 유형별 관광의 1인 1일당 평균 지출액은 27,818원이었으며 목적지에서 25,624원, 경유지에서 2,195원을 지출하였다. 관광 유형별 지출의 평균 구성비율은 식음료비가 30.7%로 구성 비율이 가장 높고 교통비 24.1%, 숙박비 18.0%, 오락비 11.1%, 기타비용 9.3%, 쇼핑비 6.8% 순으로 나타났다. 각각의 관광 유형별로는 자연/생태관광과 역사/문화 관광은 식음료비의 지출 구성비율이 가장 높고 산업/사회관광은 교통비의 구성비가 가장 높다. 위락관광의 경우 식음료비가 구성비율이 가장 크며 오락비의 비중이 다른 유형보다 높게 구성되어 있다.

전체 응답자의 89.8%는 ‘향후 농촌관광에 참여할 의사가 있다’라고 하였으며, 농촌관광에 참여한 응답자들은 94.4%가 향후 농촌관광에 참여할 의사를 보였다. 그리고 농촌관광 참여예정 횟수는 1~2회 참가가 60.4%, 3~5회가 32.5%로 나타났다. 마지막으로 응답자의 일반적인 사항으로 유년기 성장지역은 도시지역이 63.4%였으며, 가족 및 가까운 친척중 농업 종사자가 있는 응답자가 61.4%였다. 성별은 여성이 52.2%로 남성보다 조금 많은 것으로 나타났으며, 결혼 여부에 있어서는 기혼자가 49.8%로 미혼자 비율과 비슷하였다. 응답자들의 학력은 대졸 이상이 58.6%로 가장 많았으며, 고졸이 28.1%, 대학원 이상 응답자들이 11.0%로 나타났다. 가구당 월 평균 소득은 36%가 200~350만원의 소득을 가지는 것으로 나타났다. 직업분포를 살펴보면 사무직과 서비스직이 가장 많았으며 직장에서 주5일 근무제를 실시하는 응답자는 28.5%였다.

2.2. 자료 분석 및 모형개발

이희찬(2005)의 연구에서는 서울 및 수도권, 6개 광역시, 기타 주요 중소도시에 거주하는 일반가구 1,030호를 대상으로 농촌관광 활동에 대하여 조사하였다. 조사시점은 2004년 1월~3월이며, 조사 대상 기간과 주요 조사 내용은 2003년 한 해 동안 발생한 농촌관광활동에 관한 것이다<표 2-1>.

설문서는 크게 지난 1년 동안의 농촌관광활동과 관련된 질문, 농촌관광 지출에 관한 질문, 타 관광 방문수요와 관련된 질문, 농촌의 공익기능자원에 대한 인식 및 가치와 관련된 질문, 그리고 응답자의 인구통계적 특성과 관련된 질문 등 5개 부분으로 나뉜다.

농촌관광 수요와 관련하여 농촌관광의 범위를 농업과 관련된 관광활동, 농촌지역을 관광목적으로 방문한 경우, 농촌지역 거주자와의 인적 교류 등 크게 3가지로 분류하고 각 구분에 대하여 구체적 예를 제시

표 2-1. 조사 대상의 모집단 규정

항목	세부 사항
조사내용	2003년도의 농촌관광활동
조사 대상 및 범위	서울·수도권지역 및 6대 광역시(인천, 부산, 대구, 대전, 광주, 울산), 기타 주요 중소도시 거주 일반가구
조사기간	2004년 1월~3월
조사방법	지역별 가구 수 비례 층화추출표본에 대한 무작위 면담조사
총 유효표본수	1,030개

자료: 이희찬(2005).

표 2-2. 농촌관광 경험률 및 관광량

구 분	응답자 수(%)	농촌관광횟수/인	숙박일수/인	참가일수/인
농촌관광 참여	288(29.5%)	2.73	3.17	5.90
농촌관광 미참여	688(70.5%)	-	-	-
계	976(100%)	0.81	0.94	1.74

자료: 이희찬(2005).

한 후 농촌관광활동 참여유무 및 참여했을 경우 계절별 방문 횟수에 대하여 물었다.

관광량과 관련하여 결측치가 없는 총 976개의 표본 중 지난 2003년 동안 농촌을 관광목적으로 방문한 경험이 있는 표본의 수는 288명으로서 29.5%를 차지하였다<표 2-2>.

농촌관광 유경험자의 일인당 농촌관광 횟수는 2.73회이며, 일인당 농촌관광 숙박일수는 평균 3.17로 나타났다. 따라서 농촌관광 유경험자의 농촌관광 횟수와 숙박일수를 합한 참가일수는 일인당 5.9일로 조사되었다. 이를 전체 표본에 대한 평균으로 환산했을 때, 일인당 농촌관광 참여 횟수는 0.81회, 숙박일수는 0.94일, 그리고 참가일수는 1.74일로 나타났다.

3. 농촌관광 수요 모형 및 관광량

3.1. 수요모형

이희찬(2005)의 연구에서는 농촌관광의 특수성을 고려한 농촌관광

수요모형을 개발하고, 모형분석을 통해 농촌관광 수요에 영향을 미치는 결정요인을 파악하였다. 이용된 모델은 관련재화에 대한 수요분석에 있어서 소비자행동론과 관련해서 참여와 소비량결정의 구분이 중요한 이슈일 경우 표본선택모형 중에서 유용한 방법인 Poisson hurdle 모형과 참여와 소비량 결정 간의 구분에 특별한 의의를 두지 않는 Tobit모형이다.

이 연구에서 사용한 변수에 대한 기술통계는 <표 2-3>과 같다. 제시된 설명변수에 대한 통계치를 통해 분석에 이용된 표본의 특성을 파악할 수 있다. 그뿐만 아니라 농촌관광 참여유무에 따라 주요 관련변수가 상이한 경향을 보이고 있어 농촌관광 수요와 이들 변수간의 인과관계가 어떠한 형태로든 형성되고 있을 것임을 유추할 수 있다.

주5일 근무제와 관련된 응답은 주5일 근무제, 격 주5일 근무제, 주5일 근무제 미실시, 그리고 주5일 근무제 무 관련 등 모두 4개로 구분되었다. 전체적으로 볼 때, 주5일 근무제 미실시 집단이 아직은 다수로서 41%를 차지하고 있으며, 주5일 근무제 실시 및 격 주5일 근무제 실시 집단은 각각 24%, 15%를 나타내고 있다. 또한, 자영업 및 서비스업 종사자의 비율이 높은 주5일 근무제 무 관련 집단의 비율은 19%로 조사되었다. 농촌관광목적 방문자의 주5일 근무제 비율은 27%로서 비경험자의 23%에 비해 다소 높은 수치를 보이고 있다. 지난 1년 동안 농촌관광을 제외한 타 관광활동에 참여한 횟수로서 전체 표본의 자연생태관광 참여 횟수는 개인당 1.2회, 문화관광 0.5회, 산업관광 0.4회, 위락관광 1.1회로 나타났다. 농촌관광 유무별로 구분했을 때, 농촌관광 비경험자그룹의 타 관광활동이 모든 영역에서 높은 경향을 보이고 있다.

농촌의 공익기능자원에 대한 응답자의 인식을 파악하기 위한 접근

방법은 공익기능에 대한 지불의사를 알아보는 것과 농촌 공익기능을 유지보전하기 위해 지원금이 사용될 경우 각 공익기능에 대해 지원의 우선순위를 매기는 것이다. 각 공익기능자원에 대하여 중요도를 파악하였는데 예시된 5개 공익기능자원 중 지역사회 유지 및 전통문화 계승·보전 기능이 3.41로 가장 높은 평균점수를 차지하고 있으며, 국토

표 2-3. 농촌관광활동 유무별 변수의 기술통계

변수명	평균 (표준편차)					
	경험 n=284		비경험 n=682		합계 n=966	
주5일 근무제	0.27	(0.44)	0.23	(0.42)	0.24	(0.42)
격 주5일 근무제	0.17	(0.38)	0.14	(0.35)	0.15	(0.35)
주5일 근무제 미실시	0.37	(0.48)	0.42	(0.49)	0.41	(0.49)
주5일 근무제 무관련	0.17	(0.38)	0.21	(0.41)	0.19	(0.39)
자연생태관광 참여횟수	1.03	(1.75)	1.32	(3.63)	1.23	(3.19)
문화관광 참여횟수	0.41	(0.88)	0.52	(1.39)	0.49	(1.26)
산업관광 참여횟수	0.35	(0.92)	0.47	(1.12)	0.43	(1.06)
위락관광 참여횟수	0.94	(1.69)	1.20	(2.64)	1.12	(2.40)
공익기능에 대한 지불의사	0.64	(0.47)	0.60	(0.49)	0.61	(0.48)
자연경관 제공기능	2.46	(1.41)	2.68	(1.39)	2.61	(1.40)
생태계 보전기능	2.62	(1.25)	2.89	(1.30)	2.80	(1.29)
전통문화 보전기능	3.31	(1.33)	3.45	(1.34)	3.41	(1.34)
국토보전기능	3.32	(1.420)	3.04	(1.46)	3.12	(1.45)
안전한 농산물 생산기능	3.10	(1.53)	2.76	(1.58)	2.86	(1.57)
서울 및 수도권	0.46	(0.49)	0.42	(0.49)	0.43	(0.49)
6대광역시	0.26	(0.44)	0.35	(0.48)	0.33	(0.46)
중소도시	0.28	(0.44)	0.23	(0.42)	0.24	(0.42)
가계소득(만원)	311	(134)	289	(134)	295	(134)
화이트칼러(직업군)	0.56	(0.49)	0.58	(0.49)	0.57	(0.49)
결혼여부	0.54	(0.49)	0.49	(0.50)	0.50	(0.50)
성장배경지 농촌지역비율	0.36	(0.48)	0.40	(0.49)	0.38	(0.48)
가족, 친지 농촌거주비율	0.62	(0.48)	0.63	(0.48)	0.62	(0.48)
관광성향	0.51	(0.50)	0.43	(0.50)	0.45	(0.49)
지출	26.74	(22.74)	-	-	13.24	(20.670)

자료: 이희찬(2005).

보전 기능이 3.12로 두 번째로 그 뒤를 잇고 있다. 다음으로 안전한 농산물 생산 기능이 2.86이고, 생태계 보존 기능이 2.80으로 비슷하며, 자연경관 및 농촌체험 장소로서의 기능이 2.61로 가장 낮은 중요도를 나타내고 있다. 하지만 농촌관광 참여유무에 따라 농촌 공익기능에 대한 중요도 인식은 다소 상이한 경향을 보이고 있다.

즉, 농촌관광 경험 그룹이 가장 중요하게 인식하는 농촌의 공익기능은 국토보전 기능이 3.32이며, 비경험자그룹의 경우 지역사회 유지 및 전통문화 계승·보전 기능이 3.45로 가장 중요하게 나타났다.

지역구분에서는 서울 및 수도권 거주자가 전체 응답자의 43%를 차지하고 있으며, 6대 광역시는 33%를 차지하고 있다. 농촌관광 참여유무별로 보았을 때, 그룹 간 지역 분포에 있어서는 차이가 없는 것으로 보인다. 인구통계적 특성으로서 전체 응답자의 평균 가계소득은 295만원이고, 직업구분으로서 화이트컬러비율은 57%, 기혼비율은 50%, 유년시절의 성장배경지로서의 농촌지역비율은 38%, 가족이나 친지 중에서 농촌지역에 거주자가 있는 비율은 62% 등으로 나타났다.

농촌관광 참여 그룹은 가구당 월별 소득과 기혼자 비율이 높은 경향을 보이고 있다. 응답자의 관광성향이 휴식 및 체험혼합형을 선호하는 비율은 45%로 나타났으며, 이러한 양상은 농촌관광 참여 그룹에서 더욱 높은 경향을 보이고 있다. 한편, Poisson hurdle의 방문량결정 모형에만 포함되는 변수로서 수요함수에 필요한 가격변수인 총지출은 농촌관광 참여그룹에서 방문 1회에 수반된 총비용으로서 방문그룹 당 26.7만원을 지출한 것으로 나타났다.

이희찬(2005)의 연구에서 관광목적의 농촌관광 참여자 조사 자료에 Poisson hurdle모형과 Tobit모형을 적용하여 추정된 결과는 <표 2-4>에서 보는 것과 같다.

추정 결과에 의하면 주5일 근무제 관련변수는 격 주5일 근무제 실시가 농촌관광 참여결정에 긍정적 영향을 미치는 것으로 추정되었다(10% 유의수준). 그리고 소득과 혼합형관광 선호성향이 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다(5% 유의수준).

표 2-4. 농촌관광 수요모형 추정결과

변수명	Poisson-Hurdle				Tobit	
	참여		소비		소비	
	상관계수	t-값	상관계수	t-값	상관계수	t-값
주5일 근무제	0.2218	1.163	0.3274***	3.474	0.9228*	1.745
격 주5일 근무제	0.3934*	1.816	-0.1698	1.381	0.7349	1.212
주5일 근무제 무관련	-0.0811	0.388	0.1211	1.064	-0.1986	0.342
자연/생태관광 참여횟수	-0.0220	0.691	0.1487***	10.013	0.0730	0.949
문화관광 참여횟수	-0.0643	0.869	0.0941**	2.231	-0.1644	0.805
산업관광 참여횟수	-0.0938	1.205	0.0325	0.764	-0.2266	1.082
위락관광 참여횟수	-0.0550	1.303	0.0329	1.443	-0.1429	1.307
농촌 공익기능 지불의사	0.1768	1.145	-	-	0.4672	1.088
자연경관 제공기능	0.0496	0.764	0.0631**	2.153	0.2202	1.246
생태계 보전기능	0.0978	1.443	0.1142***	3.432	0.4599**	2.474
전통문화 보전기능	0.0385	0.601	-0.0328	1.107	0.0304	0.174
국토 보전기능	-0.0881	1.410	0.0592**	2.004	-0.0911	0.534
안전한 농산물 생산기능	-0.1069*	1.761	0.0484*	1.735	-0.2027	1.222
서울 및 수도권	-0.1295	0.693	0.0250	0.257	-0.3914	0.751
6대광역시	-0.5038**	2.502	0.1965*	1.857	-1.1614**	2.082
중소도시	0.0012**	2.227	-0.0005	1.634	0.0026*	1.676
화이트 컬러(직업군)	-0.1261	0.803	-0.0561	0.697	-0.3030	0.712
결혼여부	0.2383	1.562	0.0029	0.038	0.5712	1.351
성장배경 농촌지역	-0.2593	1.617	0.0406	0.474	-0.5923	1.334
가족 및 친척 농촌거주자	0.0172	0.110	-0.0073	0.088	0.0471	0.108
관광성향	0.3452**	2.323	0.0535	0.686	0.9126**	2.206
지출	-	-	-0.92E-07	0.525	-	-
CONSTANT	-1.3017*	1.758	1.3793***	4.534	-2.8270	1.409
Sigma					4.9512***	21.058
Log likelihood func.					-1158.74	
Likelihood ratio test					122.08***	

주: t-값은 절대치임. *, **, ***는 각각 10, 5%, 1% 수준에서의 유의도를 의미함.

반면에 농촌의 다양한 공익기능자원에 대한 중요도 인식에 있어서 안전한 농산물 생산 기능과 거주지구분에서 6대광역시 거주자들은 ‘농촌방문’ 참여유형에 있어서 참여결정에 부정적인 영향을 미친다(각각 10%와 5% 유의수준). 비록 통계적 유의성은 낮지만 타 관광활동은 일반적으로 농촌관광 참여결정에 부정적 영향을 미치는 경향을 보이고 있다.

지역구분으로서 서울 및 수도권 거주자의 경우와 광역시 거주자의 경우 중소도시 거주자에 비해 농촌관광시장 진입장벽이 다소 높을 수 있으나 통계적으로 유의할 만한 수준은 아니다. 직업구분에 있어 화이트컬러의 농촌관광 참여율은 통계적 유의성은 낮지만 일반적으로 낮은 경향을 보이고 있다.

농촌관광목적 방문객의 방문량 결정에 유의한 영향을 미치는 변수는 다음과 같다. 주5일 근무제를 실시하는 경우 농촌관광 방문량은 증가하는 것으로 나타났다(1% 유의수준). 농촌관광 이외의 관광활동으로서 자연생태 및 역사 문화관광의 수요는 농촌관광과 보완적인 관계를 보이고 있다. 이러한 해석이 가능한 이유는 이들 관광활동의 증가에 따라 농촌관광 방문량 역시 증가하고 있기 때문이다(각각 1%, 5% 유의수준). 농촌의 다양한 공익기능 중 생태계 보전기능과 자연경관 및 농촌체험 장소로서의 기능, 국토보전기능, 안전한 농산물 생산 기능에 대한 중요도 인식이 강할수록 농촌관광 방문량에 긍정적인 영향을 미치고 있다(각각 1%, 5%, 5%, 10% 유의수준). 지역별로는 6대 광역시 거주자들이 농촌관광 방문량에 있어서 긍정적 요인으로 작용하고 있다(10% 유의수준).

한편 이희찬(2005)의 연구에서는 농촌관광 수요모형에 있어서 참여결정과 방문수요량 결정에 영향을 미치는 결정요인을 살펴보았다. 그

결과는 농촌관광 수요의 결정 과정에 있어서 참여와 방문량 결정이 동시에 이루어지지 않음을 의미하는 것이며, 따라서 두 개의 결정과정을 분리하여 결정원인을 추정하는 것이 바람직한 것으로 나타났다. 하지만 ‘농촌방문’ 목적 참여유형은 참여결정과 방문량 결정의 분리가 중요하지 않다는 것을 나타내고 있다.

3.2. 농촌관광 수요량 및 시장규모

이희찬(2005) 연구에서는 두 개의 분리 모형으로부터 농촌관광 참여율과 소비량을 추정하였다. 위의 결과에 의하면 농촌관광 참여율은 28.068%, 농촌관광 횟수는 2.6898회로 추정되었다.

한편, Poisson hurdle의 두 번째 모형인 소비량 결정모형으로부터 참여자의 농촌관광 소비량은 다음 식에 의해 추정된다.

$$\hat{q}_1 = \exp(\beta_0 + \sum_{j=1}^{21} \beta_j x_j) = 2.6898$$

위의 식에서 $\hat{q}_1$ 은 참여자의 농촌관광 횟수 추정치를, β_j 과 x_j 은 농촌관광 수요모형의 소비량 결정모형으로부터 추정된 농촌관광 횟수는 2.6898회로 추정되었다.

이 연구에서는 우리나라 국민의 연간 총 농촌관광량을 추정하였다.

표 2-5. 농촌관광 수요량 추정

	농촌관광 참여자		국민 전체	
	참여율	횟수/인	횟수/인	총 횟수(천회)
농촌관광	28.07%	2.73	0.766	36,846

자료: 이희찬(2005).

이는 국민 1인당 농촌관광량에 국민 총 수를 곱함으로써 계산된다. 일인당 농촌관광량은 농촌관광 참여자의 1인당 농촌관광량에 농촌관광 참여율을 곱한 값이다. 결과에 의하면, 2004년도 국민 1인당 농촌관광량은 0.766회이며, 우리나라 국민이 농촌관광 목적으로 여행한 횟수는 연간 총 36,846천회로 추정되었다. 농촌관광량, 참여율, 그리고 국민 1인당 및 총 농촌관광량 추정 결과를 정리하면 <표 2-5>에서 보는 것과 같다.

한편, 이희찬(2005)의 연구에서는 농촌관광의 시장 규모를 파악하기 위해 국내 관광시장의 규모를 추정하였다. 그 결과에 의하면 총 농촌관광일수는 79,576천일로 추정된다. 총 농촌관광일수가 총 국내관광일수에서 차지하는 비중은 13.9%로 추정된다<표 2-6>.

표 2-6. 농촌관광 수요의 시장 규모

	농촌관광 또는 방문(B)				국내관광(A)				방문 횟수	방문 일수
	방문횟수(B)		방문일수(b)		방문횟수(A)		방문일수(a)		B/A (%)	b/a (%)
	횟수/인	총횟수 (천회)	일수/인	총일수 (천일)	횟수/인	총횟수 (천회)	일수/인	총일수 (천일)		
농촌관광	0.766	36,846	1.655	79,576	5.22	250,997	11.872	570,834	14.7	13.9

자료: 이희찬(2005).

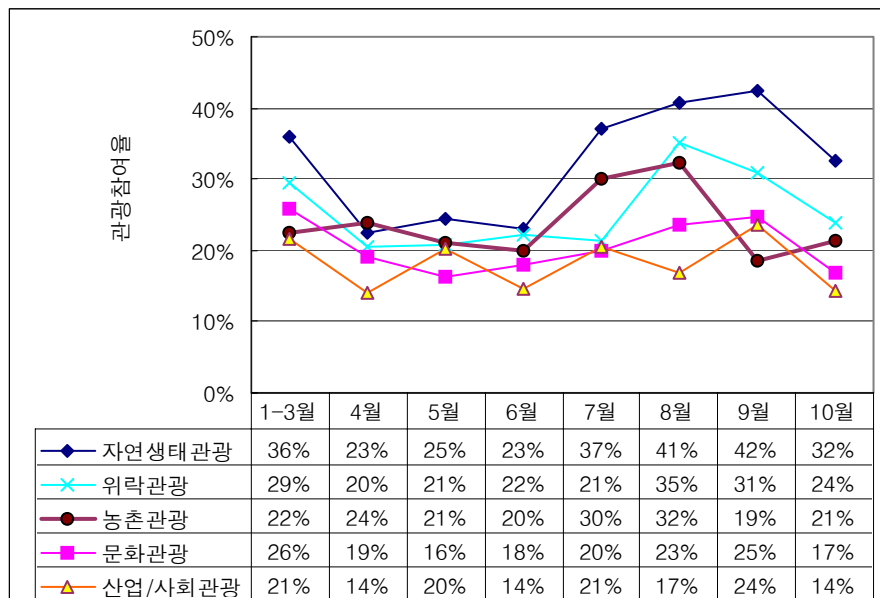
3.3. 농촌관광과 타 관광 수요의 비교

이희찬(2005)의 연구에서는 농촌관광을 타 관광수요와 비교하였다. 이를 위해 농촌관광을 포함하여 대표적인 관광의 유형을 자연/생태관광, 역사/문화관광, 산업/사회관광, 위락관광 등으로 구분하여 조사기간 중 각 관광 유형에 따라 월별 참여도, 참여 횟수, 그리고 누적 참여

횟수 등을 조사하였다.

연구 결과에 의하면 대표적인 관광 유형으로서 자연/생태관광의 참여율은 4월을 제외하고는 모든 구간(특히 7월~9월)에서 가장 높게 나타났다. 반면에 농촌관광 참여율은 계절별로는 여름인 7월~8월에 피크를 이루고 있다<그림 2-1>.

그림 2-1. 관광 유형별 관광 참여율(월별)



주: 1-3월은 이 기간 중의 누적참여율을 나타냄(이하 같음).

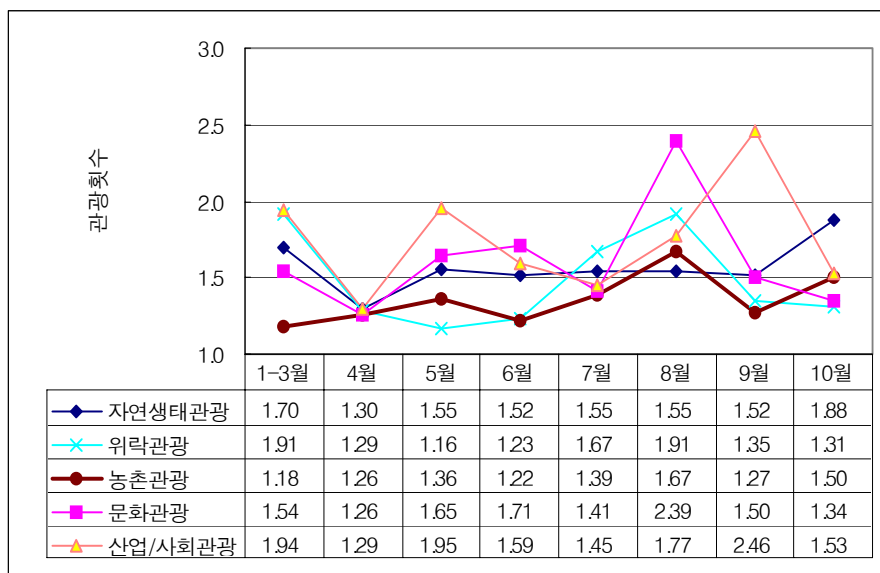
자료: 이희찬(2005).

성수기의 농촌관광 참여율은 자연/생태관광 다음으로 높은 수준이다. 하지만 9월의 농촌관광 참여율은 타 관광 유형에 비해서도 현격히 떨어지는 수준이며 10월 들어 다소 회복되는 추세다. 위락관광의 참여율은 8월~10월에 높으나 그 밖의 월별 참여율은 상대적으로 낮은 수준에서 뚜렷한 변화는 없다. 그 밖에 역사/문화관광 및 산업/사회관광

은 월별로 뚜렷한 변동을 나타내고 있지는 않으며, 참여율에 있어서도 비교적 낮은 수준을 보이고 있다. 일반적으로 4월~6월 동안은 관광 유형 간 참여율에 있어 큰 차이는 보이지 않으나 7월~9월에 이르러서는 관광 유형 간 참여율의 차이는 뚜렷하게 진행되고 있다.

관광참여율이 해당 관광 유형의 대중성을 의미하는 것이라면 참여자의 관광량은 해당 관광 유형에 대한 충성도를 의미하는 것으로 볼 수 있다. 관광유형별 참여 횟수는 해당 관광 유형의 참여율과는 다른 양상으로 전개되고 있다<그림 2-2>. 참여율면에서 대중성이 다분했던 자연/생태관광 참여자의 관광량은 타 관광 유형에 비해 높게 나타나는 10월을 제외하고는 전체 관광 유형의 평균 수준에 머물고 있다. 반면에 참여율면에서 하향 안정성을 보였던 산업/사회관광과 역사/문화관광

그림 2-2. 관광 유형별 관광횟수(관광참여자)



자료: 이희찬(2005).

참여자의 관광량은 월별로 비교적 뚜렷한 차이를 보이고 진행되고 있다.

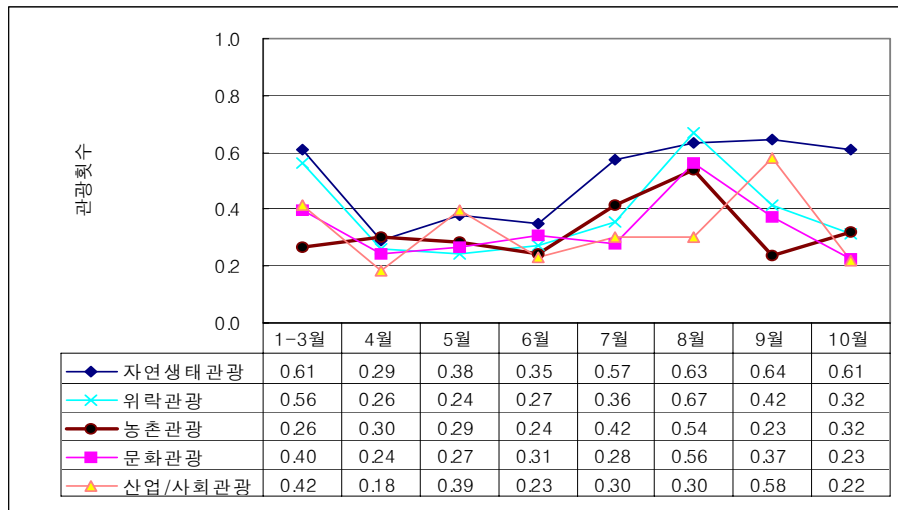
특히 8월의 역사/문화관광과 5월 및 9월의 산업/사회관광 참여자의 방문량은 다른 관광 유형에 비해 높은 수준을 보이고 있다. 반면에 위락관광 참여자의 관광량은 7월과 8월에 상대적으로 높으나 그 외는 타 관광 유형에 비해서 낮은 수준에 머물고 있다.

한편, 농촌관광 참여 경험자의 농촌관광량은 5월, 8월, 10월을 제외한 모든 구간에서 가장 낮은 수준을 보이고 있다. 참여율에 비해 상대적으로 낮은 농촌관광 참여자의 관광량으로 미루어 보건대, 농촌관광의 대중적 지지도는 갖추어졌으나 충성도(재방문)면에서 아직은 진입 단계에 있음을 유추할 수 있다.

관광참여자의 관광량과 그에 대응하는 참여율을 곱한 것이 전체적으로 파악한 해당 관광 유형의 (평균)관광량이다. 따라서 평균관광량은 참여율에 의한 대중성과 참여자의 관광량에 의해 대변되는 충성도를 동시에 감안한 것으로 볼 수 있다.

<그림 2-3>은 관광 유형별 평균관광량을 월별로 나타낸 것이다. 대중성과 충성도를 대표성으로 표현한다면 우리나라의 관광 유형 중 가장 대표적인 것은 자연/생태관광이다. 자연/생태관광은 5월의 산업/사회관광, 그리고 8월의 위락관광과 같은 수준의 평균관광량을 보인 것 외에는 모든 월에서 가장 높은 참여량을 보이고 있다. 위락관광은 정점인 8월에 타 관광 유형과 비교했을 때에도 가장 높은 수준의 참여량을 보이다가 두 번째 수준인 9월을 제외한 나머지 구간에서는 하향하는 경향을 보이고 있다. 역사/문화관광 역시 정도는 미약하나 위락관광의 경우와 비슷한 양상으로 전개되고 있다.

그림 2-3. 관광 유형별 관광횟수(전체)



자료: 이희찬(2005).

산업/사회관광은 5월과 9월에 피크를 이루나 그 밖의 구간에서는 하향 안정적으로 전개되고 있다. 한편, 농촌관광의 평균 참여량은 7월과 8월에 타 관광 유형과 비교해서도 비교적 높은 수준을 유지하고 있으며, 모든 유형의 관광활동이 뜸한 4월에도 상대적인 강세를 보이고 있다. 하지만 그 외의 구간에서는 하향 수준에 머무르고 있다.

4. 농촌관광 지출 결정요인과 추정

4.1. 농촌관광 참여자 지출 실태

이희찬(2005)의 연구에서는 농촌관광 지출에 영향을 미치는 결정요

인을 파악하였다. 이 연구에서는 서울 및 수도권, 6개 광역시, 기타 주요 중소도시에 거주하는 일반가구를 대상으로 조사를 실시하였다. 조사시점은 2004년 4월~11월이며, 조사 대상 기간과 주요 조사 내용은 2004년 3월부터 10월까지 8개월 간 발생한 농촌관광활동에 관한 것이다. 조사 방법은 지역별 가구 수에 비례한 층화추출표본에 대하여 무작위 조사로 수행되었다. 할당된 조사 대상 지역 층화별 표본 수에 맞추어 매달 초에 가구 또는 공공장소 방문 등을 통해 무작위 추출된 표본에 대하여 조사시점을 기준으로 전월 한 달간의 조사 내용에 대해 면담조사를 실시하여 총 1,912개의 유효표본을 수집하였다.

설문지는 크게 지난 한 달 동안의 농촌관광 활동과 관련된 질문(참여이유 및 동기포함), 농촌관광 지출에 관한 질문, 타 관광수요 및 관광지출에 관련된 질문, 농촌의 공익기능자원에 대한 인식 및 가치와 관련된 질문, 그리고 응답자의 인구통계적 특성과 관련된 질문 등 5개 부분으로 나뉜다. 농촌관광 수요와 관련하여 농촌관광의 범위를 농업과 관련된 관광활동, 농촌지역을 관광목적으로 방문한 경우, 농촌지역 거주자와의 인적 교류 등 크게 3가지로 분류하고 각 구분에 대하여 구체적인 예를 제시한 후 농촌관광활동 참여유무 및 참여했을 경우 구체적인 관광활동에 대하여 물었다. 누적 농촌관광량 및 다른 관광 유형의 누적관광량을 응답하는 월의 말을 기준으로 명기하도록 하였다.

이희찬(2005)연구에서의 조사 결과에 의하면 관광목적의 농촌관광을 위해 방문그룹이 지출한 비용은 회당 239,585원으로 계산되었다 <표 2-7>. 지출유형별로 볼 때, 식음료구입을 위해 사용한 지출이 85,801원(35.8%)으로서 가장 높은 구성비를 나타내고 있으며, 교통비와 숙박비가 각각 54,302원(22.7%), 52,320원(21.8%)으로서 비슷한 수준을 보이며 그 뒤를 잇고 있다. 농촌관광형 참여자 지출에 대한 공간

분포로서 목적지에서 발생한 방문그룹의 총 지출은 216,992원이며, 경유지에서 발생한 지출은 22,593원으로 나타났다. 목적지와 경유지 간에 있어 지출항목별 지출의 구성비는 숙박비와 쇼핑비를 제외하고는 비슷한 패턴을 보이고 있다.

방문그룹의 지출을 그룹 내 인원(3.69명)와 체재일수(2.18일)로 나눈 1인 1일당 총 지출은 29,745원으로 계산되었다. 지출유형별로 식음료비 10,652원, 교통비 6,742원, 숙박비 6,496원 등으로 나타났다<표 2-8>. 지출의 공간분포로서 총지출 중 목적지에서 사용된 지출의 비중이 90.6%이며, 경유지는 9.4%를 차지하고 있다. 이때, 그룹내 인원의 수는 1인 1일당 지출계산을 위해 조정된 계수로서 실제 지출활동에 관련된 인원만을 고려한 수치이다. 따라서 실제 방문그룹당 관광참여자의 수와는 다르다. <그림 2-4>은 농촌관광 참여자의 지출 유형별 지출 구성비를 정리한 것이다.

표 2-7. 농촌관광 참여자 지출 유형별 방문그룹당 지출/회

지출 유형	목적지		경유지		합계	
	금액(원)	구성비(%)	금액(원)	구성비(%)	금액(원)	구성비(%)
식음료비	76,950	35.5	8,850	39.2	85,801	35.8
교 통 비	49,210	22.7	5,092	22.5	54,302	22.7
오 락 비	15,858	7.3	2,181	9.7	18,039	7.5
숙 박 비	50,323	23.2	1,997	8.8	52,320	21.8
쇼 핑 비	8,554	3.9	1,499	6.6	10,053	4.2
기타비용	16,097	7.4	2,974	13.2	19,071	8.0
합 계	216,992	100.0	22,593	100.0	239,585	100.0

자료: 이희찬(2005).

그림 2-4. 농촌관광 지출 구성비

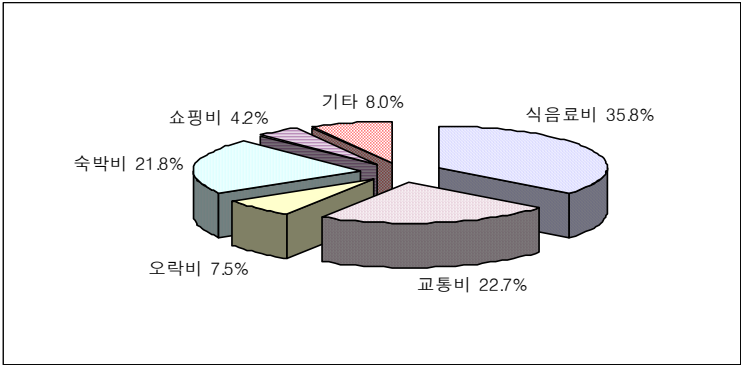


표 2-8. 농촌관광 1인 1일당 지출

지출 유형	목적지		경유지		합계	
	금액(원)	구성비(%)	금액(원)	구성비(%)	금액(원)	구성비(%)
식음료비	9,554	89.7	1,099	10.3	10,652	100.0
교통비	6,110	90.6	632	9.4	6,742	100.0
오락비	1,969	87.9	271	12.1	2,240	100.0
숙박비	6,248	96.2	248	3.8	6,496	100.0
쇼핑비	1,062	85.1	186	14.9	1,248	100.0
기타비용	1,998	84.4	369	15.6	2,368	100.0
합계	26,940	90.6	2,805	9.4	29,745	100.0

자료: 이희찬(2005).

4.2. 관광 유형별 관광지출

한편 이희찬(2005)의 연구에서는 농촌관광에 따른 지출의 규모를 타 관광 유형의 관광지출과 비교하기 위해 관광 유형별 지출을 추정하였다. 관광 유형은 자연/생태관광, 역사/문화관광, 산업/사회관광, 그리고 위락관광으로 구분된다. 관광 유형 중 역사/문화 관광 참여자의 지출이 방문그룹당 총 256,046원으로서 가장 많은 지출하였다<표 2-9>.

공간분포별로는 목적지에서 225,151원, 경유지에서 30,895원을 지출하였다. 다음으로 자연/생태관광 참여자는 총 255,674원을 지출하였으며 공간분포에 따라 목적지 232,359원, 경유지는 23,314원을 지출한 것으로 나타났다.

산업/사회관광 참여자의 지출은 총 171,619원으로서 목적지에서 161,072원, 경유지에서 10,546원을 지출하였다. 위락관광의 경우

표 2-9. 관광 유형별 지출(방문그룹)

공간 분포		관광 유형				
		자연/생태	역사/문화	산업/사회	위락	관광 유형 평균
목적지	식음료비	72,263	61,739	39,794	74,061	66,693
	교통비	58,406	57,708	47,814	46,986	53,338
	오락비	19,416	19,052	18,742	40,205	25,660
	숙박비	45,918	42,696	28,247	39,511	41,020
	쇼핑비	10,843	26,774	12,619	12,114	14,049
	기타비용	25,512	17,183	13,856	19,055	20,593
	합 계	232,359	225,151	161,072	231,933	221,352
경유지	식음료비	8,571	7,412	6,464	5,361	7,107
	교통비	5,646	7,395	3,041	2,470	4,592
	오락비	1,161	1,316	113	1,279	1,079
	숙박비	3,536	2,895	0	858	2,124
	쇼핑비	1,750	9,395	0	447	2,337
	기타비용	2,650	2,482	928	484	1,720
	합 계	23,314	30,895	10,546	10,900	18,958
전체	식음료비	80,835	69,151	46,258	79,422	73,800
	교통비	64,052	65,103	50,856	49,457	57,929
	오락비	20,577	20,368	18,856	41,484	26,739
	숙박비	49,454	45,590	28,247	40,370	43,144
	쇼핑비	12,593	36,169	12,619	12,562	16,386
	기타비용	28,162	19,665	14,784	19,539	22,312
	합 계	255,674	256,046	171,619	242,833	240,310

자료: 이희찬(2005).

242,833원을 지출하였으며, 목적지와 경유지에서 각각 231,933원, 10,900원을 지출하였다. 네 가지 관광 유형의 평균 총지출은 240,310원이며, 목적지의 평균지출은 221,352원, 경유지의 평균지출은 18,958원으로 나타났다.

지출 유형에 따른 관광 유형별 지출의 크기는 자연/생태 관광이 식음료비(80,835원)와 숙박비(49,454원)에서 가장 많이 지출 한 것으로 나타났으며, 역사/문화관광은 교통비(65,103원)와 쇼핑비(36,196원)에

표 2-10. 농촌관광 참여자 관광 유형별 지출(1인 1일당)

공간 분포		관광 유형				
		자연/생태	역사/문화	산업/사회	위락관광	관광 유형 평균
목적지	식음료비	7,283	7,614	6,130	9,022	7,720
	교통비	5,887	7,117	7,366	5,724	6,174
	오락비	1,957	2,350	2,887	4,898	2,970
	숙박비	4,628	5,266	4,352	4,813	4,748
	쇼핑비	1,093	3,302	1,944	1,476	1,626
	기타비용	2,571	2,119	2,134	2,321	2,384
	합 계	23,419	27,768	24,813	28,255	25,624
경유지	식음료비	864	914	996	653	823
	교통비	569	912	469	301	532
	오락비	117	162	17	156	125
	숙박비	356	357	0	105	246
	쇼핑비	176	1,159	0	55	270
	기타비용	267	306	143	59	199
	합 계	2,350	3,810	1,625	1,328	2,195
전체	식음료비	8,147	8,529	7,126	9,675	8,543
	교통비	6,456	8,029	7,834	6,025	6,706
	오락비	2,074	2,512	2,905	5,054	3,095
	숙박비	4,984	5,623	4,352	4,918	4,994
	쇼핑비	1,269	4,461	1,944	1,530	1,897
	기타비용	2,838	2,425	2,277	2,380	2,583
	합 계	25,769	31,578	26,438	29,582	27,818

자료: 이희찬(2005).

서, 그리고 위락관광은 오락비(41,484원)부분에서 가장 많은 지출을 하였다. 관광 유형별 1인 1일당 지출을 살펴보면 역사/문화 관광이 31,578원으로 가장 많은 지출하였으며, 공간 분포에 따라 목적지 27,768원, 경유지 8,529원을 지출한 것으로 나타났다. 다음으로 위락관광이 29,528원을 지출하였으며 공간 분포에 따라 목적지에서 28,255원, 경유지에서 1,328원을 지출한 것으로 나타났다. 산업/사회 관광의

표 2-11. 관광 유형별 지출 구성비

공간 분포		관광 유형				
		자연/생태	역사/문화	산업/사회	위락관광	관광 유형 평균
목적지	식음료비	31.1	27.4	24.7	31.9	30.1
	교통비	25.1	25.6	29.7	20.3	24.1
	오락비	8.4	8.5	11.6	17.3	11.6
	숙박비	19.8	19.0	17.5	17.0	18.5
	쇼핑비	4.7	11.9	7.8	5.2	6.3
	기타비용	11.0	7.6	8.6	8.2	9.3
	합 계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
경유지	식음료비	36.8	24.0	61.3	49.2	37.5
	교통비	24.2	23.9	28.8	22.7	24.2
	오락비	5.0	4.3	1.1	11.7	5.7
	숙박비	15.2	9.4	0.0	7.9	11.2
	쇼핑비	7.5	30.4	0.0	4.1	12.3
	기타비용	11.4	8.0	8.8	4.4	9.1
	합 계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
전체	식음료비	31.6	27.0	27.0	32.7	30.7
	교통비	25.1	25.4	29.6	20.4	24.1
	오락비	8.0	8.0	11.0	17.1	11.1
	숙박비	19.3	17.8	16.5	16.6	18.0
	쇼핑비	4.9	14.1	7.4	5.2	6.8
	기타비용	11.0	7.7	8.6	8.0	9.3
	합 계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: 이희찬(2005).

경우 26,438원을 지출한 것으로 나타났으며 목적지와 경유지에서 각각 24,813원, 1,625원을 지출하였다. 자연/생태관광 유형은 총 25,769원으로 관광 유형중 1인 1일당 지출액이 가장 작았으며, 목적지 23,419원, 경유지 2,350원을 지출한 것으로 나타났다. 네 가지 관광 유형의 1인 1일당 평균지출액은 27,818원이었으며 목적지에서 25,624원, 경유지에서 2,195원 지출한 것으로 나타났다.

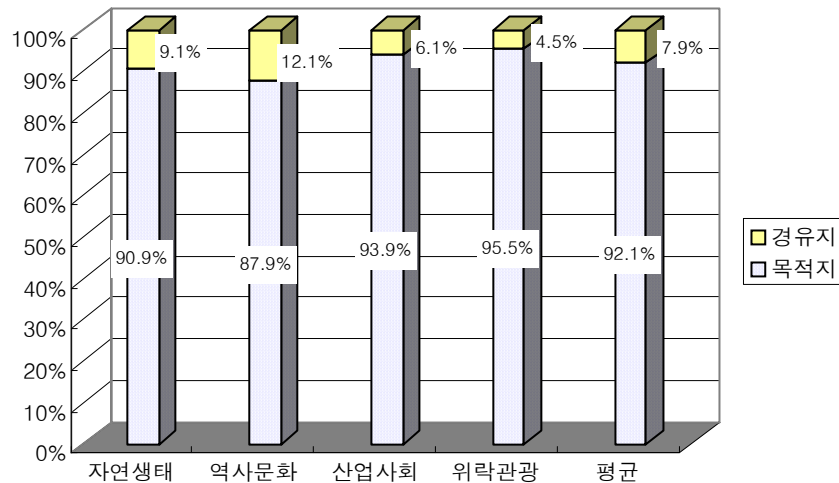
지출 유형에 따른 1인 1일당 지출 금액에 있어 위락관광이 식음료비(9,675원)와 오락비(5,054원)에서 가장 많은 지출을 나타냈으며 역사/문화관광은 교통비(8,029원), 숙박비(5,623원), 쇼핑비(4,461원)에서 가장 많이 지출한 것을 보이고 있다. 자연/생태 관광은 기타비용이 2,383원으로 지출 유형 중에서 가장 많은 지출 형태를 보이고 있다.

관광 유형별 지출의 구성비를 살펴보면 <표 2-11>과 같다.

관광 유형에 따른 지출 유형의 평균 구성 비율은 식음료비가 30.7%로 구성 비율이 가장 높고 교통비 24.1%, 숙박비 18.0%, 오락비 11.1%, 기타비용 9.3%, 쇼핑비 6.8% 순으로 나타났다.

각각의 관광 유형별로 지출 유형의 구성비를 살펴보면 자연/생태관광은 식음료비가 31.6% 교통비 25.1%, 숙박비 19.3%, 기타비용 11.0%, 오락비 8.0%, 쇼핑비 4.9% 순이며 역사/문화관광은 식음료 27.0%, 교통비 25.4%, 숙박비 17.8%, 쇼핑비 14.1%, 오락비 8.0%, 기타비용 7.7% 순으로 구성되어 있으며 다른 유형보다 쇼핑비의 구성비율이 높음을 알 수 있다. 산업/사회관광은 교통비가 29.6%로 구성비가 가장 높고 식음료비 27.0%, 숙박비 16.5%, 오락비 11.0%, 기타비용 8.6%, 쇼핑비 7.4%이다. 마지막으로 위락관광의 경우에는 식음료비가 32.7%로서 가장 높으며 오락비(17.1%)의 비중이 다른 유형의 관광 보다 높게 구성되어 있다는 것을 알 수 있다.

그림 2-5. 관광 유형별 지출 공간분포



관광 유형별 지출 공간의 분포비율은 평균적으로 목적지가 92.1%의 구성비율을 나타내고 있으며 경유지의 경우 7.9%의 구성비를 보이고 있다<그림 2-5>. 네 가지 관광 유형에서 역사/문화관광 유형이 12.7%로 다른 유형보다 경유지의 지출비율이 높은 것을 알 수 있다.

4.3. 농촌관광과 타 관광 유형별 지출의 비교

이희찬(2005)의 연구에서는 관광목적 농촌관광형 참여자의 지출을 타 관광 유형의 지출규모와 비교하였다. 방문그룹당 총지출에 있어서 농촌관광 지출 239,585원은 네 가지 관광 유형의 평균치인 240,310원에 근사한 수치이다. 하지만 각 유형과의 비교에 있어서 농촌관광 지출은 역사/문화, 자연/생태, 위락관광에 이어 네 번째에 위치하며, 산업/사회관광보다는 많은 수준이다. 관광 유형에 따른 지출항목별 비교

에 있어서 농촌관광 지출 구성항목 중 식음료 및 숙박비의 지출규모는 타 관광의 어느 유형보다 높은 수준을 보이고 있다. 반면에 쇼핑비와 오락비의 규모는 타 관광의 어느 유형에 비해서도 작게 나타났다. 교통비지출의 경우 농촌관광은 위락 또는 산업/사회관광에 비해서는 다소 높으나 자연/생태 및 역사/문화관광에 비해서는 큰 폭으로 낮은 수준에 있다.

그룹당 방문인원과 체재일수를 고려한 1인 1일당 지출에 있어서 농촌관광 지출 29,745원은 네 가지 관광 유형의 평균지출인 27,818원에 비해 높은 수준이며, 타 관광 유형 중 위락관광과 비슷한 수준으로서 가장 높은 지출을 보인 역사/문화관광 다음에 있다. 타 관광 유형과 비교해 볼 때, 농촌관광의 그룹당 지출규모에 비해 1인 1일당 지출규모가 상대적으로 큰 것은 농촌관광의 그룹당 방문인원 또는 체재일수가 타 관광에 비해 적다는 의미를 내포하는 것이기도 하다. 농촌관광의 1인 1일당 지출의 항목별 구성을 타 관광 유형과 비교했을 때, 역시 그룹당 지출의 경우와 마찬가지로 식음료비와 숙박비의 지출규모는 높으나, 오락비와 쇼핑비의 지출규모는 작은 것으로 나타났다.

목적지와 경유지 간 지출의 공간분포로서 농촌관광 지출 중 90.6%가 목적지에서 소비되었는데 이는 타 관광 유형의 평균치인 92.1%에 비해 다소 낮은 수준이다. 관광 유형별로 공간분포에 따른 농촌관광의 지출구성은 자연/생태관광의 그것과 매우 흡사하며, 산업/사회 및 위락관광의 그것에 비해서는 목적지 지출의 비중이 낮게 나타났다.

4.4. 지출모형의 설정

이희찬(2005)의 연구에서는 관광활동에 참여하는 소비자의 지출 패

턴을 알기 위한 모형을 추정하였다. 이때 사용된 모형은 正의 소비지출로부터 관찰되는 표본만을 대상으로 한 사절두(truncated)모형이다.

이 연구에서 농촌관광 지출모형을 설정하기 위해 선택된 설명변수로서 농촌관광 활동과 관련된 변수와 지역구분으로서 수도권지역과 광역시를 나타내는 변수가 있다.

표 2-12. 지출모형 설정을 위한 변수설명

변 수 명	변수정의
수도권지역(LCAPITAL)	거주지역중 서울, 경기 지역 거주자=1; 기타=0
광역시권역 거주(LGCITY)	거주지역중 6대 광역시(인천, 대전, 울산, 부산, 대구, 광주) 거주자
그 밖의관광 유형 참여횟수(OTVISIT)	자연/생태·역사/문화·산업/사회·위락관광 참여횟수
휴식형 관광선호집단(PREFACT)	휴식 위주의 관광선호 집단=1; 기타=0
활동적 관광선호집단(PREFPASS)	활동과 체험적 관광 선호집단=1; 기타=0
가구당 월별 소득(NEWINC)	응답자의 가구소득 (만원/월)
결혼여부(MARRY)	응답자의 결혼 여부 기혼=1; 미혼=0
직업구분에 따른 화이트컬러층(WHITE)	응답자의 직업 사무직(전문직, 사무직, 공무원·교직원)=1; 기타=0
연령(AGE1)	응답자의 연령
성별(GENDER)	응답자의 성별 남자=1; 여자=0
교육수준(EDU)	응답자의 교육수준 대졸 이상=1; 대졸이하=0
농촌관광 참여자의 방문유형(FAMILY)	가족 단위 농촌관광 참여자=1; 기타=0
숙박일수(LENGTH)	농촌관광 참여자의 숙박일수
그룹내 방문자수(NEWPARTY)	농촌관광 참여자의 방문그룹내 방문자수
식·음료비 비중(RFOOD)	농촌관광 참여자의 지출 중 식·음료비 비중
교통비 비중(RAUTO)	농촌관광 참여자의 지출 중 교통비 비중
오락비 비중(RPLAY)	농촌관광 참여자의 지출 중 오락비 비중
쇼핑비 비중(RSHOP)	농촌관광 참여자의 지출 중 쇼핑비 비중
숙박비 비중(RLODGE)	농촌관광 참여자의 지출 중 숙박비 비중
총지출(TOTEXP)	농촌관광 참여자의 총지출(만원/회)

자료: 이희찬(2005).

또한 그 밖의 유형의 관광에 대한 참여도와 관광성향을 의미하는 변수가 모형에 포함되었다. 인구통계적 특성(소득, 결혼 여부, 직업구분, 연령, 성별, 교육수준 등)과 농촌관광객의 전체지출액에 대한 각 지출항목별 비중을 설명변수로 사용하였다<표 2-12>.

이 연구에서 농촌관광 지출함수에 포함된 설명변수에 대한 기술통계는 <표 2-13>에서 보는 바와 같다. 각 변수의 평균값은 농촌관광 참여자와 비참여자를 구분하여 제시하였다.

표 2-13. 설명변수의 기술통계

변수명	평균(표준편차)		합계 n=1,629
	참여자 n=381	비참여자 n=1,248	
수도권 지역	0.43(0.49)	0.48(0.50)	0.46(0.49)
광역시권역 거주	0.44(0.49)	0.44(0.49)	0.44(0.49)
그 밖의관광 유형 참여횟수	2.25(3.14)	1.13(1.92)	1.59(2.75)
휴식형 관광 선호집단	0.16(0.36)	0.14(0.34)	0.14(0.35)
활동적 관광 선호집단	0.33(0.47)	0.28(0.44)	0.29(0.45)
가구당 월별소득	331(138)	311(138)	316(138)
결혼여부	0.54(0.49)	0.51(0.50)	0.52(0.49)
화이트칼러(직업군)	0.49(0.50)	0.47(0.49)	0.47(0.49)
연령	34.8(9.07)	34.4(9.17)	34(9.14)
교육수준	0.74(0.43)	0.72(0.44)	0.72(0.44)
참여자의 방문유형	0.39(0.48)	-	0.21(0.41)
숙박일수	1.18(1.08)	-	0.55(1.12)
그룹내 방문자수	3.69(4.06)	-	1.36(2.78)
식음료비 비중	0.35(0.20)	-	0.33(0.22)
교통비 비중	0.27(0.19)	-	0.33(0.23)
오락비 비중	0.07(0.12)	-	0.06(0.11)
쇼핑비 비중	0.04(0.99)	-	0.06(0.13)
숙박비 비중	0.14(0.18)	-	0.10(0.16)
총지출	23.95(23.50)	-	21.14(21.26)

자료: 이희찬(2005).

우선 ‘농촌관광’에 해당하는 방문객들의 설명변수의 기술통계로서 수도권지역 거주자는 43%이며, 6대 광역시 거주자는 44%로 나타났다. 그 밖의 관광 유형의 평균방문 횟수는 2.25회였으며, 활동적 관광 성향을 선호하는 그룹은 16%, 휴식형 관광성향을 선호하는 그룹은 33%를 차지하였다. 가구당 월평균 소득은 331만원으로 조사되었으며, 기혼자는 54%, 전문·사무·공무원/교직원으로 구성된 화이트컬러 직업군은 49%로 나타났다. 방문객들의 평균연령은 34.8세로 나타났다. 대졸 이상의 학력을 가진 응답자들은 74%였고, 방문유형 중 가족 단위 방문객들은 39%인 것으로 조사되었다.

한편, 이들 농촌관광 참여자의 평균 체재일수는 1.18일로 나타났고, 그룹내 평균 방문자수는 3.69명이었으며, 총지출의 평균은 23.45만원으로 조사되었다. 전체 지출에서 식음료비의 비중은 35%, 교통비의 비중은 27%, 오락비의 비중은 7%, 쇼핑비는 4%, 숙박비의 비중은 14%로 나타났다.

이희찬(2005)의 연구에서 농촌관광활동에 대해 조사된 자료에 正의 소비량(농촌지역 방문객)으로 관찰되는 표본을 추출하여 사절두(truncated)모형에 따른 분석 결과 소비량결정(지출함수)에 대해 추정된 결과는 <표 2-14>에서 보는 것과 같다.

농촌관광 방문객의 지출은 가족 단위 방문객, 숙박일수, 전체 지출 중에서 차지하는 숙박비의 비중, 그리고 그룹내 방문자수에 의해 유의한 정의 영향을 받는 것으로 추정되었다(이상 1% 유의수준). 반면에 전체 지출 중에서 교통비의 비중이 높을수록 농촌관광의 지출규모에 부정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다(1% 수준). 인구통계적 특성 중 농촌관광 지출에 영향을 미치는 변수는 성별로서 남자가 더 많은 지출을 하는 것으로 추정되었다(5% 수준).

표 2-14. 농촌관광활동 참여자 지출 추정 결과

변수명	농촌관광 참여자(n=380)	
	계수	t-값
수도권지역 거주	5.7632	0.567
광역시권역 거주	11.3938	1.100
그 밖의관광 유형 참여횟수	0.8295	0.899
휴식형 관광선호집단	-5.6597	0.626
활동적 관광선호집단	-2.8731	0.456
가구당 월별소득	0.0336	1.545
결혼여부	-8.7072	0.927
화이트칼러(직업군)	-0.8976	0.150
연령	-0.2047	0.419
교육수준	3.3937	0.461
참여자의 방문유형	28.3450***	3.633
숙박일수	16.6025***	5.211
그룹내 방문자수	4.5874***	6.583
식음료비 비중	27.7695	1.380
교통비 비중	-66.1482***	2.641
오락비 비중	38.7499	1.431
쇼핑비 비중	35.7668	0.962
숙박비 비중	94.5840***	4.183
총지출	-92.2793***	3.193
Sigma	30.8947***	
Log Likelihood Function	-1497.912	

주: t-값은 절댓값을 나타냄. *, **, *** 는 각각 10%, 5%, 1% 유의수준을 나타냄.
 자료: 이희찬(2005).

이 연구에서는 설정된 지출모형을 이용하여 농촌관광 지출을 추정하였다. 결과에 의하면 농촌관광 참여자의 농촌관광 지출은 방문그룹당 239,187원으로 추정되었다. 이를 바탕으로 이 연구에서는 농촌관광 지출액을 추정하였다.

이는 농촌관광 참여자의 1인 1일당 지출, 관광참여자의 총 농촌관광 일수, 농촌관광 참여율, 그리고 총 국내 인구수(2004년 인구)를 곱하여

표 2-15. 농촌관광 총 지출액 추정

	지출/그룹 (원)	지출/1인/1일 (원)	체재일수/인 (일)	참여율 (%)	총 농촌 관광일수 (천일)	총지출 (백만원)
농촌관광	239,187	29,696	6.034	28.07	79,576	2,363,089

주: 그룹당 지출은 지출함수로부터 추정된 값임.

자료: 이희찬(2005).

얻은 것이다.

추정 결과에 의하면 2004년에 농촌관광을 위해 지출된 총 금액은 약 2조 3,631억원으로 추정된다. 총 농촌관광 지출 중 90.6%는 관광목적지에서, 그리고 나머지 9.4%의 금액은 경유지에서 지출되었다. 이상의 결과를 정리하여 나타내면 <표 2-16>에서 보는 것과 같다.

한편, 이희찬(2005)의 연구에서는 국내 총 관광지출에서 차지하는 농촌관광 지출의 비중을 파악하기 위해 국내 총 관광지출을 추정하였다. 국내 총 관광지출은 각 관광 유형에 따른 1인 1일당 지출의 가중 평균에 총 국내 관광일수를 곱함으로써 도출되었다. 국내 총 관광지출액은 2004년도에 약 15조 6,000억원으로 추정되었다. 따라서 관광목적의 농촌관광 참여자의 총 지출이 국내 관광시장에서 차지하는 비중은 15.2%에 이른다.

표 2-16. 농촌관광 지출의 시장규모

단위: 백만원

	목적지	경유지	합계(B)	총 국내 관광지출액(A)	B/A(%)
농촌관광	2,140,959	222,130	2,363,089	15,596,116	15.2

자료: 이희찬(2005).

제 3 장

농촌관광 서비스 품질요인 분석

이 장에서는 농촌관광 서비스 품질에 영향을 미치는 요인이 무엇인지를 파악하고자 한다. 이를 위해 수요에 대한 설문 조사를 하고 그 결과를 바탕으로 각종 분석을 행한다. 이 장의 연구 결과는 제2장에서 검토한 내용과 종합되어 정책 대안 마련의 기초 자료로서 활용될 수 있을 것이다.

1. 조사 개요

설문 조사는 농촌관광 서비스 품질요인을 파악하기 위한 목적으로 수행되었다. 조사 대상 모집단은 서울 및 수도권, 6개 광역시, 기타 주

표 3-1. 조사 대상의 모집단 규정

항목	세부 사항
조사내용	2005년 1월~11월의 농촌관광활동
조사 대상 및 범위	서울·수도권지역 및 6대 광역시(인천, 부산, 대구, 대전, 광주, 울산), 기타 주요 중소도시거주 일반가구
조사기간	2005년 11월
조사방법	지역별 가구 수 비례 층화추출표본에 대한 무작위 면담조사
총 유효표본수	954개

요 중소도시에 거주하는 일반가구이다. 조사시점은 2005년 11월이며, 조사 대상 기간과 주요 조사 내용은 2005년 1월부터 11월 동안 발생한 농촌관광활동에 관한 것이다<표 3-1>.

조사 방법은 원칙적으로 지역별 가구 수에 비례한 층화추출표본에 대한 무작위 조사이지만 일부 지역의 경우 과대 혹은 과소 표집 되기도 했다. 할당된 층화별 표본 수에 맞추어 가구 또는 공공장소 방문 등을 통해 무작위 추출된 표본에 대하여 면담조사를 하였다. 총 954개의 유효표본을 수집하였다<표 3-2>.

설문서는 크게 지난 11개월 동안의 농촌관광 활동과 관련된 질문, 농촌관광 지출에 관한 질문, 농촌관광 서비스 품질 관련 질문(농촌관광 선택속성에 대한 중요도 및 만족도, 농촌관광의 참여이유 등), 그리고 응답자의 인구통계적 특성과 관련된 질문 등 4개 부분으로 나뉜다. 농촌관광 수요와 관련하여 농촌관광의 범위를 농업과 관련된 관광활동, 농촌지역을 관광목적으로 방문한 경우, 농촌지역 거주자와의 인적 교류 등 크게 3가지로 분류하고 각 구분에 대하여 구체적 예를 제시한 후 농촌관광활동 참여유무 및 참여했을 경우 방문 횟수에 대하여 물었다.

표 3-2. 표본의 지역별 분포

지역 구분	표본수(개)	구성비(%)
서울	237	24.8
경기	215	22.5
부산	81	8.5
대구	65	6.8
대전	74	7.8
인천	95	10.0
광주	77	8.1
울산	70	7.5
중소도시	40	4.2
합계	954	100.0

2. 설문 내용의 일반적인 현황

조사에 의해 수집된 954개의 표본으로부터 응답자의 일반적 특성 및 농촌관광 참여와 관련된 실태를 파악하였다. 각 변수에 따라 결측값의 크기가 다르므로 해당 변수의 기술통계분석에 사용된 표본의 수 또한 다를 수 있다.

인구통계적 특성으로 유년시절의 성장지역과 가족 및 가까운 친척의 농업 종사 유무를 조사하였다. 유년기 성장지역에 대해 도시지역에서 성장한 응답자는 63.5%였으며, 농촌지역에서 성장한 응답자는 36.5%로 나타났다. 가족 및 가까운 친척의 농업 종사자가 있다고 대답한 응답자는 62.5%였고, 없다고 대답한 사람이 36.0%였다.

표 3-3. 응답자의 인구통계적 특성

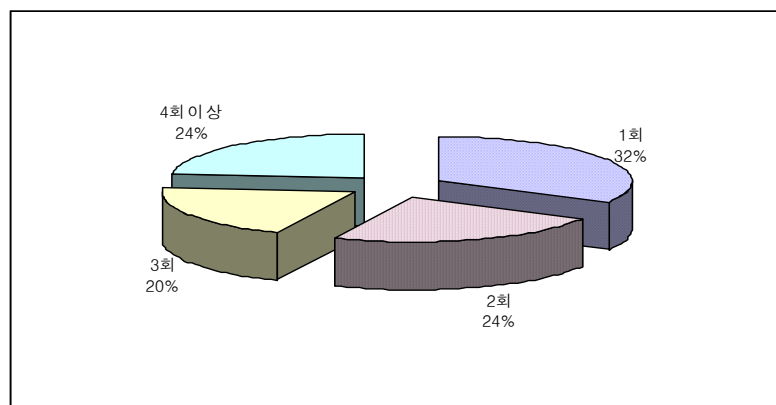
구 분		빈도수	비율(%)	구 분		빈도수	비율(%)
유년시절 성장지역	도시지역	595	63.5	성 별	남성	466	49.0
	농촌지역	342	36.5		여성	485	51.0
농업종사 유무	있 다	591	62.5	학 력	중졸이하	12	1.3
	없 다	341	36.0		고졸	259	27.3
	모 름	14	1.5		대졸	562	59.3
결혼여부	기 혼	537	56.5		대학원	114	12.0
	미 혼	407	42.8	직 업	전문직	118	12.5
	기 타	6	0.6		사무직	217	23.0
소 득	150만원 미만	108	11.5		생산·기술직	46	4.9
	150-200만원 미만	101	10.8		서비스직	176	18.7
	200-250만원 미만	127	13.6		공무원·교직원	91	9.7
	250-300만원 미만	138	14.8		자영업	82	8.7
	300-400만원 미만	157	16.8		학생	57	6.1
	400-500만원 미만	113	12.1		퇴직·무직	9	1.0
	500-700만원 미만	106	11.4		주부	100	10.6
	700만원 이상	82	8.8		기타	46	4.9

표 3-4. 응답자의 주5일 근무제 실시 현황

구분	빈도수(명)	비율(%)
주5일제 실시	411	44.5
격주 실시	98	10.6
실시하지 않음	267	28.9
관련 없음	148	16.0
합 계	924	100.0

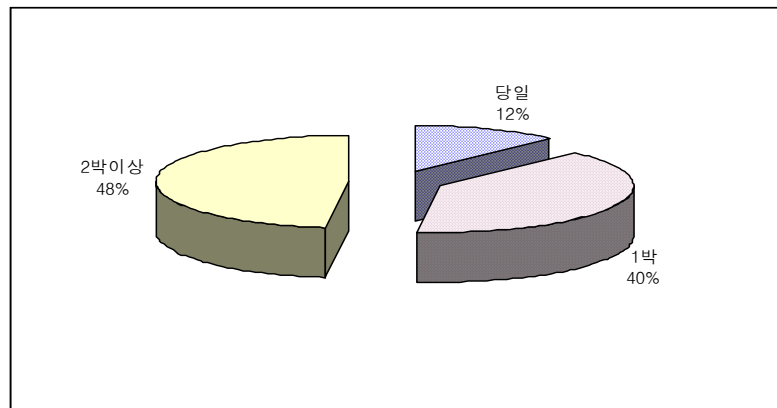
성별은 여성이 51.0%로 남성과 비슷하게 조사되었으며, 결혼 여부에 있어서는 기혼자가 56.5%로 나타났다. 응답자들의 학력은 대졸이 59.3%로 가장 많았으며, 고졸이 27.3%, 대학원 이상 응답자들이 12.0%로 나타났다. 가구당 월평균 총소득으로서 응답자의 약 45.2%가 200-400만원의 소득을 가지는 것으로 나타났다. 직업분포를 살펴보면 사무직(23.0%)과 서비스직(18.7%), 전문직(12.5%)의 순을 보였다<표 3-3>. 한편, 응답자의 44.5%가 주5일 근무제에 해당되는 것으로 조사되었다<표 3-4>.

2.1. 농촌관광 참여자의 농촌관광횟수(n=310)



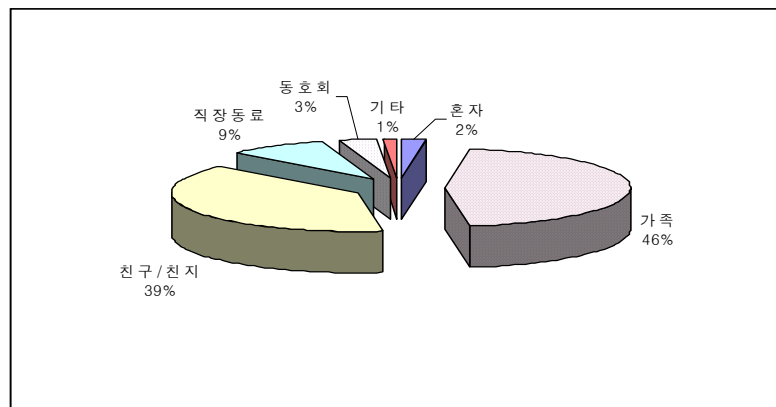
농촌관광 참여자의 2005년 1월에서 11월까지의 농촌관광 횟수는 한번 참여한 응답자가 100명(32%)이었으며, 2회 방문한 응답자는 74명(24%), 4회 이상 방문한 응답자도 75명(24%)으로 나타났다.

2.2. 농촌관광 참여자의 관광 유형(n=349)



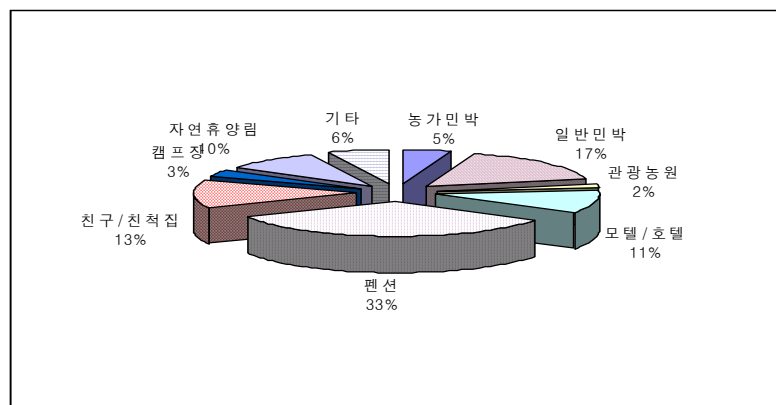
농촌관광 참여자의 농촌관광 참여 시 숙박일수는 당일 방문객들은 약 43명(12%), 1박은 137명(40%), 2박 이상의 응답자들은 169명(48%)으로 나타났다. 2박 이상에 응답한 이들이 의외로 많아 농촌관광 수요 확대를 통한 경제적 효과를 높이는 데 기여할 수 있을 것으로 보인다.

2.3. 농촌관광 참여자의 동반자 유형(n=374)



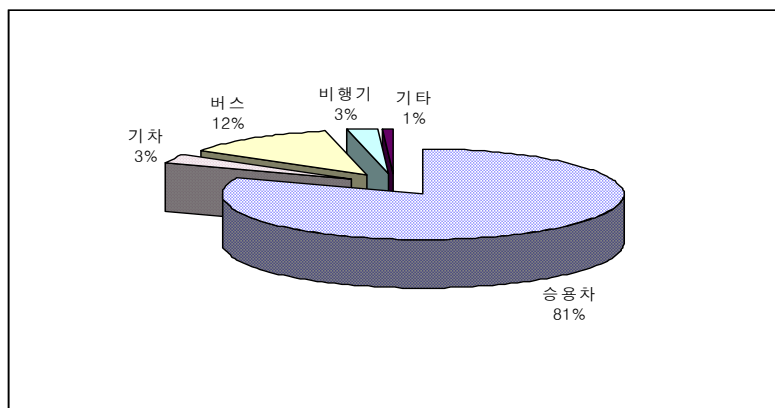
농촌관광 참여자의 동반자 유형을 살펴보면 위의 그림에서 보는 바와 같이 가족 단위 방문객이 172명(46%), 친구와 친지를 동반한 방문객이 146명(39%)으로 농촌관광 참여자의 동반자 유형은 가족 단위 방문객과 친구와 친지를 동반한 방문객이 주류를 이루는 것으로 나타났다.

2.4. 농촌관광 참여자의 주요 숙박유형(n=327)



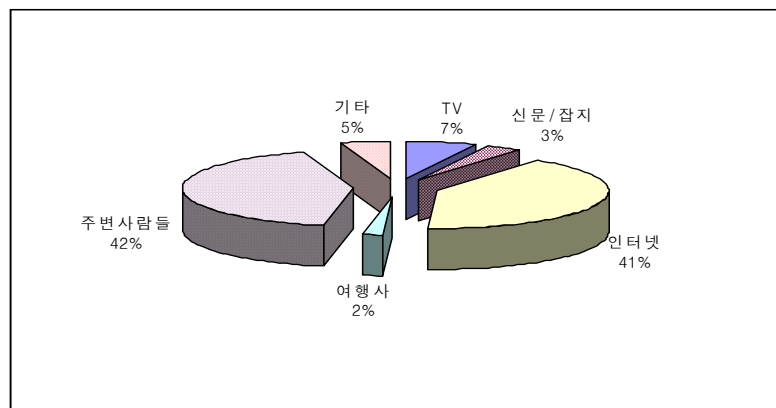
농촌관광 참여자의 숙박유형을 살펴보면 다음과 같다. 우선 농가민박은 16명(5%)이었으며, 일반민박이 54명(17%), 펜션이 113명(33%), 자연휴양림이 29명(9%)으로 나타났고 관광농원은 6명(2%)으로 다른 숙박유형보다 매우 낮게 조사되었다. 농촌관광의 경우에도 펜션에 대한 수요가 가장 높다는 점을 알 수 있는바, 이는 농가민박이나 일반민박의 시설수준에 대한 필요성을 나타낸다고 해석할 수도 있다.

2.5. 농촌관광 참여자의 주요 교통 수단(n=373)



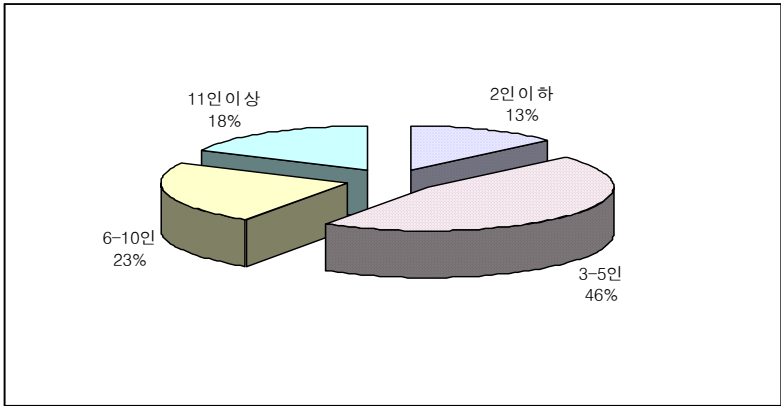
농촌관광 참여자의 주요 교통 수단을 살펴보면 승용차를 이용하는 응답자들이 302명(81%)으로 그 밖의 교통 수단에 비해 월등히 많은 것으로 나타났다. 대부분의 농촌관광 장소가 대중교통 접근성이 제약되는 때문이기도 하며 승용차 이용률이 높아지는 사회·경제적 여건 때문이기도 하다.

2.6. 농촌관광 참여자의 주요 정보원천(n=373)



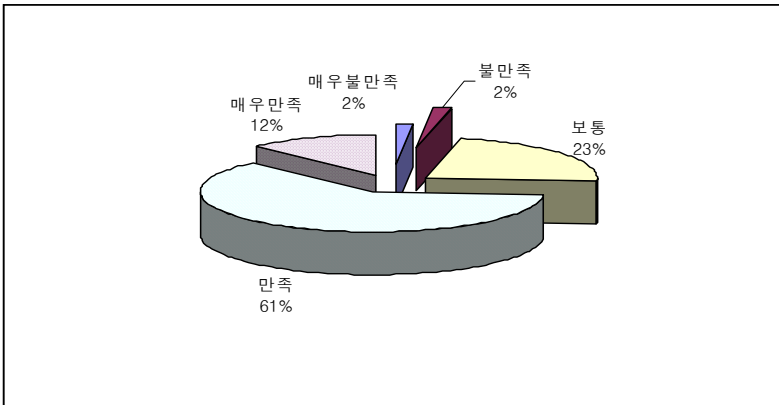
농촌관광 참여자의 농촌관광에 대한 정보의 원천은 주변사람들로부터 정보를 습득한 응답자가 가장 많은 156명(42%)으로 나타났으며, 다음으로 인터넷을 이용한 정보습득이 154명(41%)으로 조사되었다. 아직은 구전에 의한 정보 유통이 많지만, 젊은 세대일수록 인터넷 이용률이 높음을 고려할 때 효과적인 정보유통 방안도 고려해야 할 것으로 보인다.

2.7. 농촌관광 참여자의 그룹인원(n=374)



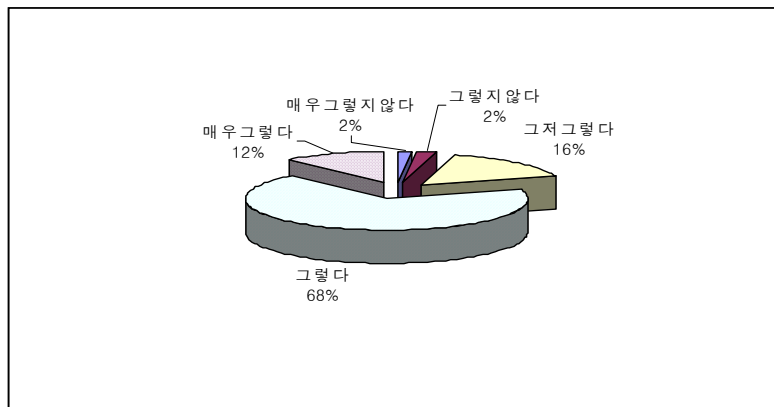
순수목적 농촌관광 방문자들의 방문그룹 참여인원을 살펴보면 50명 (13%)으로 조사되었고, 3-5인이 가장 많은 175명(46%)이었고, 6인 이상 10인 이하는 85명(23%)으로 나타났다. 가족 단위 방문객이 많다는 점과 같은 맥락으로 이해할 수 있는 대목이다.

2.8. 농촌관광 참여자의 농촌관광 만족도(n=374)



농촌관광 참여자의 전반적인 만족도는 ‘매우 만족한다’가 46명(12%), ‘만족한다’가 229명(61%)으로 농촌관광에 참여한 응답자들은 참여한 농촌관광에 대해 전반적으로 만족하는 것으로 나타났다.

2.9. 농촌관광 참여자의 농촌관광 구전 의사(n=365)



순수목적 농촌관광 참여자의 농촌관광에 대한 구전 의사는 ‘그렇다’가 249명(68%), ‘매우 그렇다’가 43명(12%)으로 농촌관광에 대한 전반적인 만족도와 마찬가지로 농촌관광에 대한 구전의 의도도 높은 것으로 조사되었다.

3. 농촌관광 서비스 품질 중요도-실행도 분석(IPA)

농촌관광 서비스 품질의 중요도와 실행도를 바탕으로 중요도-실행도 분석을 실시하였다. 중요도-실행도 분석은 20여 년 전 Martilla and James(1977)에 의해 소개된 이래 관광, 마케팅, 교육, 스포츠 심리학

첫째, 제1사분면(좋은 성과 지속유지: keep up the good work): 이용자들도 평가속성에 대해 중요하게 생각하고 있고, 실제로 평가속성에 대한 실행도 또한 비교적 잘 이루어지고 있는 상태로 계속 유지해 나가는 것이 바람직하다: 농촌여행정보, 교통편/접근성, 숙박시설, 음식의 질, 주민의 친절도, 농산물 품질, 농산물 생산체험, 농가의 냉난방시설, 낚시터 운영, 주변관광지와 연계, 주차시설, 객실 안정성, 고객요구에 대한 신속한 반응, 경영인의 성실성.

둘째, 제2사분면(과잉노력 지양: possible overkill): 이용자들이 중요하게 생각하고 있지 않는 평가속성에 대해 실행도가 과잉되게 나타난 상태로 실행도를 줄이거나 투입된 노력을 다른 평가속성에 투입해야 할 속성들이다: 마당 및 운동장, 캠프장의 크기, 약속된 서비스에 대한

1. 농촌에 대한 여행정보	22. 농가 가구설비의 편의성
2. 교통편/접근성의 용이함	23. 농가 주방시설의 위생
3. 숙박시설의 편리함(편안함)	24. 농가 주방시설의 편의성
4. 농가에서 제공되는 음식의 질	25. 객실인테리어
5. 농촌지역의 자연환경	26. 마당 및 운동장, 캠프장의 크기
6. 농촌지역 주민의 친절	27. 민속자료관, 농기구박물관의 유무와 운영상태
7. 화장실 시설의 청결과 위생	28. 특산물 판매장의 운영상태
8. 농산물의 품질 및 종류	29. 체육놀이 시설의 운영
9. 가능한 체험활동의 종류	30. 마을 하천의 조성상태 / 31. 낚시터운영
10. 예약시스템의 편리함	32. 산책로의 조성과 운영상태
11. 농가의 서비스 품질	33. 농촌생활, 문화체험 종류의 다양성
12. 인터넷 전용컴퓨터의 유무와 운영상태	34. 농산물 생산체험 종류의 다양성
13. 농가의 객실가격 수준의 적정성	35. 주변의 관광지와의 연계
14. 객실의 크기	36. 주차시설의 구비
15. 어린이를 위한 활동프로그램	37. 객실의 안전성
16. 자녀들을 위한 학습프로그램	38. 조용한 주변환경
17. 샤워·욕실 시설의 쾌적함	39. 음식메뉴의 다양성
18. 안대인쇄물의 구비 및 내용의 적절성	40. 농가 경영인의 고객 요구에 대한 신속한 반응
19. 객실의 청결상태	41. 농가 경영인의 성실성
20. 농가의 냉·난방시설	42. 농가 경영인의 약속한 서비스에 대한 이행
21. 농가 가구상태의 전통성	43. 농가 경영인의 첫인상

이행.

셋째, 제3사분면(낮은 중요도: low priority): 이용자들의 평가속성에 대한 중요도가 낮게 평가하고 있고 실행도 또한 낮은 상태로 현재 이상의 노력이 불필요한 상태의 속성들이다: 인터넷 전용컴퓨터, 객실크기, 어린이를 위한 활동 프로그램, 학습 프로그램, 안내인쇄물 구비, 농가의 가구, 객실 인테리어, 민속자료관 및 농기구 박물관, 특산물 판매장, 체육놀이시설, 마을하천의 조성, 농촌생활, 문화체험 종류의 다양성, 조용한 주변환경, 음식메뉴의 다양성.

넷째, 제4사분면(노력집중화의 지향: concentrate here): 이용자들이 평가속성에 대해 중요하게 생각하고 있는 반면 이 평가속성에 대한 실행도에서는 낮게 평가된 상태로 향후 시급히 개선해야 하는 속성들이다: 화장실시설의 청결과 위생, 가능한 체험활동의 종류, 농가객실 가격수준의 적절성, 욕실시설, 객실의 청결상태, 주방시설의 위생, 산책로 조성과 운영.

4. 농촌관광 서비스 품질에 따른 요인분석

이 연구에서는 농촌관광 서비스 품질에 따른 시장세분화를 위해 농촌관광 서비스 품질에 관한 43개 측정항목을 이용하여 요인 분석을 실시하였다. 각 측정변수는 1(매우 그렇지 않다)에서부터 5(매우 그렇다)까지 5점 척도로 표현되었다. 농촌관광의 서비스 품질에 대한 질문은 농촌관광에 참여한 응답자만을 대상으로 적용하였다. 이는 농촌관광을 경험한 응답자들이 농촌관광의 서비스 품질요인에 대해 만족도를 나타낼 수 있기 때문이다.

요인 분석을 실시하는 데 있어 변수들의 상관관계를 이용하여 본래의 변수들이 갖고 있는 의미를 최대한 보존하면서 보다 적은 수의 요인으로 요약하는 R-type 요인 분석을 적용하였으며, 주성분 분석을 통하여 직각회전의 varimax 방법을 사용하였다. 요인추출 과정에 있어서는 고유치(eigenvalue) 기준을 적용하여 값이 1보다 클 경우에 대해 요인을 적출하였다. 앞의 결과를 반영하여 농촌관광 참여자만을 대상으로 요인 분석을 실시하였으며, 그 결과는 <표 3-5>에서 보는 것과 같다. 요인 분석 결과, 9개의 요인으로 나뉘었으며, 내적 일관성 검정에서는 모든 요인의 Cronbach α 값이 60% 이상으로 나타남에 따라 비교적 높은 내적 일관성을 가지고 있는 것으로 분석되었다.

각 요인에 대해 요인을 구성하고 있는 측정항목을 고려하여 이름을 명명하였다. 먼저 요인 1은 ‘샤워·욕실 시설의 쾌적함’, ‘객실 인테리어’, ‘숙박시설의 편리함’, ‘예약시스템의 편리함’, ‘화장실 시설의 청결과 위생’, ‘객실의 청결상태’, ‘안내 인쇄물의 구비 및 내용의 적절성’, ‘농가의 냉·난방시설’로 8개 속성에서 높은 적재량을 보이고 있어 “농가시설 상태”라고 명명하였다. 요인 2는 ‘체육놀이 시설의 운영상태’, ‘특산품 판매장의 운영상태’, ‘민속자료관, 농기구 박물관의 유무와 운영상태’, ‘마을 하천의 조성상태’, ‘낚시터 시설 운영’, ‘마당 및 운동장, 캠프장의 크기’의 6개 항목에서 높은 적재량을 나타내어 “부대시설 상태”라고 명명하였다. 요인 3은 ‘농가 경영인의 성실성’과 ‘농가 경영인의 약속된 서비스 이행’, ‘농가 경영인의 첫인상’, ‘농가 경영인의 신속한 반응’, ‘음식메뉴의 다양성’의 다섯 가지 항목으로 구성되어 “농가경영인의 자세”로 명명하였다. 요인 4는 ‘농가 가구 시설의 편의성’, ‘농가 주방 시설의 위생’, ‘농가 주방 시설의 편의성’, ‘농가 가구 상태의 전통성’의 4개 항목에서 높은 적재량을 나타내어 “농가가

표 3-5. 농촌관광 참여자의 서비스 품질에 대한 요인분석

요인명a (factor)	요인변수 (variable)	요인적재량 (factor loading)
요인 1 농가시설상태 (11.1% ; $\alpha=0.867$)	- 샤워·욕실 시설의 쾌적함	.704
	- 객실 인테리어	.658
	- 숙박시설의 편리함	.649
	- 예약시스템의 편리함	.638
	- 화장실 시설의 청결과 위생	.574
	- 객실의 청결상태	.571
	- 안내 인쇄물의 구비 및 내용의 적절성	.542
	- 농가의 냉·난방시설	.506
요인 2 부대시설 상태 (8.8% ; $\alpha=0.776$)	- 체육놀이 시설의 운영상태	.774
	- 특산물 판매장의 운영상태	.722
	- 민속자료관, 농기구 박물관의 유무와 운영상태	.683
	- 마을 하천의 조성상태	.605
	- 낚시터 시설 운영	.559
	- 마당 및 운동장, 캠프장의 크기	.453
요인 3 농가경영인의 자세 (8.8% ; $\alpha=0.823$)	- 농가 경영인의 성실성	.815
	- 농가 경영인의 약속된 서비스 이행	.773
	- 농가 경영인의 첫인상	.753
	- 농가 경영인의 신속한 반응	.670
	- 음식메뉴의 다양성	.450
요인 4 농가가구·주방시설 상태 (8.2% ; $\alpha=0.806$)	- 농가 가구 시설의 편의성	.713
	- 농가 주방 시설의 위생	.704
	- 농가 주방 시설의 편의성	.668
	- 농가 가구 상태의 전통성	.613
요인 5 먹거리 (5.6% ; $\alpha=0.636$)	- 농가에서 제공되는 음식의 질	.635
	- 농촌지역의 자연환경	.633
	- 농촌지역 주민의 친절	.579
	- 농산물의 품질 및 종류	.498
요인 6 프로그램의 다양성 (5.4% ; $\alpha=0.724$)	- 농산물 생산체험의 다양성	.787
	- 농촌생활, 문화체험 종류의 다양성	.701
	- 주변의 관광지와의 연계	.544
요인 7 교육·체험형 (4.9% ; $\alpha=0.821$)	- 자녀들을 위한 학습 프로그램	.821
	- 어린이를 위한 활동 프로그램	.810
요인 8 이용편리성 (4.7% ; $\alpha=0.623$)	- 농촌에 대한 여행정보	.649
	- 주차시설의 구비	.602
	- 교통편/접근성의 용이함	.570
요인 9 객실의 수준 (3.7% ; $\alpha=0.647$)	- 농가의 객실 가격의 적절성	.773
	- 객실의 크기	.581

구·주방시설 상태”로, 그리고 요인 5는 ‘농가에서 제공되는 음식의 질’, ‘농촌지역의 자연환경’, ‘농촌지역 주민의 친절’, ‘농산물의 품질 및 종류’의 4개 속성에서 높은 적재량을 나타내어 “먹거리”로 명명하였다. 요인 6은 ‘농산물 생산체험의 다양성’, ‘농촌생활, 문화체험 종류의 다양성’, ‘주변의 관광지와의 연계’의 세 개의 항목에서 높은 적재량을 보이므로 “프로그램의 다양성”으로 요인명을 결정하였다.

그리고 요인 7은 ‘자녀들을 위한 학습 프로그램’과 ‘어린이를 위한 활동 프로그램’의 두 가지 서비스 품질항목으로 구성된 “교육·체험형”요인이며, 요인 8은 ‘농촌에 대한 여행정보’, ‘주차시설의 구비’, ‘교통편/접근성의 용이함’ 항목으로 구성되어 농촌관광시 편리함을 제공하는 “이용편리성”으로 요인명을 명명하였다. 마지막으로 9번째 요인은 농가의 객실과 관련되어 있는 ‘농가의 객실 가격의 적절성’ 그리고 ‘객실의 크기’로 구성된 “객실의 수준”요인으로 각각의 요인명이 결정되었다. 그러나 요인을 구성하면서 문항의 신뢰도나 부적절한 항목은 분석에서 제외되었으며, 분석 과정에서 몇몇 문항은 삭제되었다.

5. 농촌관광 서비스 품질요인이 만족도와 구전 의도에 미치는 영향

조사된 자료에 서열 프로빗 모형(Ordered Probit Model)을 적용하여 각각의 농촌관광 서비스 품질요인이 농촌관광 참여자의 만족도 및 구전 의도에 미치는 영향을 추정하였다. 서열 프로빗 모형(OPM)은 종속 변수가 리커트스케일 등과 같은 순차적 다분(polychotomous)변수일 경우에 사용된다(Greene, 1995; Davidson & Mackinnon, 1993; Maddala,

1983). 종속변수가 서열척도와 같은 질적 변수인 경우에 선형회귀분석은 독립변수들의 효과의 크기를 심각하게 잘못 평가할 수 있는 단점이 있으므로, 이러한 단점을 보완할 수 있는 모델인 서열 프로빗 모형을 이용하여 추정하였다<표 3-6>.

농촌관광 경험 후의 전반적인 만족도에 영향을 미치는 서비스 품질요인은 FAC1(시설요인), FAC3(경영인의 자세요인), FAC5(먹거리요인), 그리고 FAC9(객실수준요인) 등으로 나타났다. 영향의 크기로 보았을 때, 특히 먹거리요인이 농촌관광 경험의 만족도를 제고시키는 데 있어 중요한 요인인 것으로 판명되었으며, 객실을 비롯한 편의시설과 농촌관광 공급자의 (서비스)자세 역시 농촌관광 경험의 만족도에 유의하게 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

표 3-6. 서비스 품질요인이 농촌관광행동에 미치는 영향 추정결과

변수명	만족도		구전의도	
	계수	t-값	계수	t-값
FAC1(농가시설요인)	0.321**	2.439	-0.077	-0.580
FAC2(부대시설요인)	0.126	0.967	0.207	1.540
FAC3(경영인의 자세요인)	0.254**	1.962	0.477***	3.528
FAC4(가구 및 주방시설요인)	0.079	0.609	-0.018	-0.133
FAC5(먹거리요인)	0.369***	2.683	0.372***	2.625
FAC6(프로그램의 다양성요인)	-0.174	-1.579	-0.186*	-1.658
FAC7(교육체험요인)	-0.157	-1.532	0.024	0.228
FAC8(이용편리요인)	0.171	1.471	0.191	1.608
FAC9(객실수준요인)	0.197*	1.734	0.069	0.596
Constant	-1.500***	-2.698	-1.144**	-2.029
Log-L	-285.04		-265.98	
Rest. Log-L	-321.39		-291.86	
Chi squared	72.69(p<0.000)		51.75(p<0.000)	
No of Obs.	311		311	

주: *, **, *** 는 각각 10%, 5%, 1% 수준에서의 유의도를 의미함.

농촌관광 후 자신의 경험을 타인에게 긍정적으로 전함으로써 타인의 방문의사를 진작시키는데 영향을 줄 수 있는 구전의도에 영향을 미치는 서비스 품질요인으로는 FAC3(경영인의 자세요인), FAC5(먹거리요인), 그리고 FAC6(프로그램의 다양성요인) 등으로 나타났다. 특히, 경영인의 서비스 자세와 먹거리요인이 구전의도에 미치는 긍정적 요인이 큰 것으로 나타났다. 하지만 프로그램의 다양성은 농촌관광경험에 있어 다소 부정적 요소가 될 가능성이 있음을 시사하고 있다.

그 밖에 통계적 유의도는 떨어지나 이용의 편리성 요인 역시 농촌관광행동에 긍정적 요인으로 작용하고 있는 것으로 나타났다. 기타 서비스 품질요인으로서 부대시설, 가구 및 주방시설, 교육체험요인 등이 농촌관광행동(만족도 및 구전의도)에 미치는 영향은 통계적으로 유의하지 않는 것으로 추정되었다.

6. 농촌관광 참여이유의 요인화와 농촌관광 시장 세분화

농촌관광 선택속성에 따른 시장세분화를 위해 농촌관광 참여이유(선택속성)에 관한 38개 측정항목을 이용하여 요인 분석을 실시하였다. 각 측정변수는 1(매우 그렇지 않다)에서부터 5(매우 그렇다)까지 5점 척도로 표현되었다. 농촌관광의 선택속성에 대한 질문은 농촌관광 참여유무와 관계없이 모든 응답자에게 적용되었다. 다만 방문 경험이 없는 비참여자에 대해서는 만약 농촌을 방문할 경우를 가정하여 각 선택속성을 평가하도록 하였다.

참여자와 비참여자를 통합하여 요인 분석을 한 이유는 요인 분석 후 각 선택속성의 유사성에 의해 묶인 요인에 대해 양자 간에 차이가

있는지를 알아보기 위해서이다. 만약 양자 간 차이가 없다면 농촌관광의 경험유무가 농촌관광의 선택속성에 대해 다른 평가를 내리게 하는

표 3-7. 농촌관광 참여이유에 대한 요인분석

요인명a (factor)	요인변수 (variable)	요인적재량 (factor loading)
요인 1 교육추구 (12.3% ; $\alpha=0.810$)	- 지식 습득 및 탐구를 위해서	.802
	- 역사 및 문화탐방을 위해서	.788
	- 연구 및 교육 목적을 위해서	.674
	- 자기 계발을 위해서	.571
	- 지역행사에 참석하기 위해서	.515
	- 자녀들의 농촌생활에 대한 학습을 위해서	.490
	- 미래에 대한 새로운 도전과 도약을 위해서	.422
요인 2 활동추구형 (10.1% ; $\alpha=0.798$)	- 모험심을 충족하기 위해서	.788
	- 스릴과 흥분을 찾아서	.787
	- 재미와 오락을 추구하여	.734
	- 유흥을 즐기기 위하여	.630
	- 자기 과시를 위해서	.489
요인 3 휴식 추구 (9.6% ; $\alpha=0.780$)	- 정신적·육체적 휴식을 위해서	.842
	- 긴장과 스트레스를 풀기 위하여	.810
	- 삶의 재충전을 위해서	.685
	- 편안함과 심리적 안정을 가지기 위해서	.669
	- 평범한 일상생활에서 탈출하기 위해서	.614
요인 4 다양한 경험추구 (8.2% ; $\alpha=0.760$)	- 새로운 장소를 경험하기 위하여	.733
	- 여행지에서의 특별한 경험을 간직하기 위해	.656
	- 다른 지역의 문화와 생활양식을 알기 위해	.638
	- 유명한 곳을 방문하기 위해	.598
	- 토속문화의 체험을 위해서	.491
요인 5 고향방문형 (7.6% ; $\alpha=0.816$)	- 고향을 방문하기 위해서	.883
	- 친구 및 친지방문을 위해서	.883
	- 동창회, 명절, 관혼상제에 참석하기 위해서	.705
요인 6 지적호기심 추구 (7.2% ; $\alpha=0.818$)	- 농촌지역에 대한 동경 때문에	.825
	- 농촌지역에 대한 호기심 때문에	.788
	- 농촌지역에 대한 상식과 지식을 얻기 위해서	.609
요인 7 새로움 추구 (6.7% ; $\alpha=0.640$)	- 새로운 음식을 먹어보기 위해서	.753
	- 새롭고 다른 라이프스타일을 찾기 위해서	.670
	- 구전을 통한 소문을 통해서	.446

것은 아니라는 결론을 유추할 수 있으며, 요인 분석 결과를 이용하여 시장세분화를 수행함에 있어 양자를 모두 통합한 자료에 의해 진행해도 됨을 의미하는 것이다. 반면에 주어진 요인에 대하여 두 집단 간 차이가 검증된다면 모든 절차는 농촌관광 경험유무에 따라 분리하여 연구의 진행이 이루어져야 함을 의미한다.

요인 분석을 실시하는 데 있어 변수들의 상관관계를 이용하여 본래의 변수들이 갖고 있는 의미를 최대한 보존하면서 보다 적은 수의 요인으로 요약하는 R-type 요인 분석을 적용하였으며, 주성분 분석을 통하여 직각회전의 Varimax 방법을 사용하였다. 요인추출 과정에 있어서는 고유치(Eigenvalue) 기준을 적용하여 값이 1보다 클 경우에 대해 요인을 적출하였다. 요인 분석 결과, 7개의 요인으로 나뉘었으며 결과는 <표 3-7>에서 보는 것과 같다.

농촌관광 선택속성에 따른 요인 분석 결과에 대해 농촌관광 참여자와 비참여자간의 비교 분석을 실시하였다<표 3-8>. 농촌관광 참여자와 비참여자간의 참여이유에 대한 7개의 요인 중 4개 요인에서 두 집

표 3-8. 농촌관광 참여자와 비참여자 간 선택속성 요인의 차이분석

구분	참여자		비참여자		t-값	p
	평균	표준편차	평균	표준편차		
요인 1	2.75	.72	2.84	.70	-1.859	.063
요인 2	2.56	.71	2.46	.72	-1.997	.046*
요인 3	3.83	.66	3.86	.62	-.406	.685
요인 4	3.35	.68	3.49	.65	-2.978	.003*
요인 5	3.04	1.02	2.90	.86	2.048	.041*
요인 6	2.55	.82	2.69	.84	-2.425	.016*
요인 7	3.06	.73	3.09	.79	-.576	.565

주: *는 $p < 0.05$.

단 간에 차이가 있는 것으로 나타났으며 이러한 차이가 두 집단 간에 있어 농촌관광 선택속성에 대한 인식의 차이를 가져올 것으로 판단하였다. 따라서 농촌관광 참여자 그룹과 비참여자 그룹에 대해 각각 요인 분석을 실시하고 그에 따른 농촌관광 세분시장별 프로파일을 작성할 필요성이 제기되었다.

6.1. 농촌관광 선택속성에 따른 요인화(농촌관광 참여자)

앞의 결과를 반영하여 농촌관광 참여자만을 대상으로 요인 분석을 실시하였으며, 그 결과는 <표 3-9>에서 보는 것과 같다. 농촌관광 참여자의 참여이유에 대한 요인 분석 결과 고유치가 1이상인 8개의 요인이 추출되었으며, 내적 일관성 검정에서는 모든 요인의 Cronbach α 값이 60% 이상으로 나타남에 따라 비교적 높은 내적 일관성을 가지고 있는 것으로 분석되었다.

각 요인에 대해 요인을 구성하고 있는 측정항목을 고려하여 이름을 명명하였다. 먼저 요인 1은 ‘지식 습득 및 탐구를 위해서’, ‘역사 및 문화탐방을 위해서’, ‘연구 및 교육 목적을 위해서’, ‘지역행사에 참석하기 위해서’, ‘자녀들의 농촌생활에 대한 학습을 위해서’, ‘토속문화의 체험을 위해서’의 6개 속성에서 높은 적재량을 보이고 있어 “교육 추구형”이라고 명명하였다.

요인 2는 ‘모험심을 충족하기 위해서’, ‘스릴과 흥분을 찾아서’, ‘재미와 오락을 추구하여’, ‘유흥을 즐기기 위하여’, ‘자기 과시를 위해서’의 속성들로 구성되어 “활동추구형”이라고 명명하였다.

요인 3은 ‘농촌지역에 대한 동경 때문에’와 ‘농촌지역에 대한 호기심 때문에’, ‘농촌지역에 대한 상식과 지식을 얻기 위해서’의 세 가지

항목으로 구성되어 높은 적재량을 나타내었기에 “지적호기심 추구형”으로 명명하였다.

요인 4는 ‘정신적·육체적 휴식을 위해서’, ‘긴장과 스트레스를 풀

표 3-9. 농촌관광 참여자의 참여이유에 대한 요인분석

요인명a (factor)	요인변수 (variable)	요인적재량 (factor loading)
요인 1 교육추구형 (11.2% ; $\alpha=0.815$)	- 지식 습득 및 탐구를 위해서	.783
	- 역사 및 문화탐방을 위해서	.777
	- 연구 및 교육 목적을 위해서	.592
	- 지역행사에 참석하기 위해서	.579
	- 자녀들의 농촌생활에 대한 학습을 위해서	.498
	- 토속문화의 체험을 위해서	.492
요인 2 활동추구형 (9.6% ; $\alpha=0.795$)	- 모험심을 충족하기 위해서	.793
	- 스릴과 흥분을 찾아서	.777
	- 재미와 오락을 추구하여	.728
	- 유흥을 즐기기 위하여	.640
	- 자기 과시를 위해서	.504
요인 3 지적호기심 추구형 (9.0% ; $\alpha=0.810$)	- 농촌지역에 대한 동경 때문에	.769
	- 농촌지역에 대한 호기심 때문에	.732
	- 농촌지역에 대한 상식과 지식을 얻기 위해서	.677
요인 4 휴식 추구형 (8.9% ; $\alpha=0.811$)	- 정신적·육체적 휴식을 위해서	.878
	- 긴장과 스트레스를 풀기 위하여	.859
	- 평범한 일상생활에서 탈출하기 위해서	.711
요인 5 다양한 경험추구형 (8.0% ; $\alpha=0.755$)	- 새로운 장소를 경험하기 위하여	.789
	- 여행지에서의 특별한 경험을 간직하기 위해	.680
	- 다른 지역의 문화와 생활양식을 알기 위해	.675
	- 유명한 곳을 방문하기 위해	.566
요인 6 고향방문형 (7.7% ; $\alpha=0.831$)	- 친구 및 친지방문을 위해서	.900
	- 고향을 방문하기 위해서	.895
	- 동창회, 명절, 관혼상제에 참석하기 위해서	.700
요인 7 일상탈출형 (5.6% ; $\alpha=0.650$)	- 편안함과 심리적 안정을 가지기 위해서	.606
	- 미래에 대한 새로운 도전과 도약을 위해서	.601
	- 삶의 재충전을 위해서	.594
	- 자기계발을 위해서	.549
요인 8 새로움 추구형 (5.4% ; $\alpha=0.598$)	- 새로운 음식을 먹어보기 위해서	.741
	- 구전을 통한 소문을 통해서	.572
	- 새롭고 다른 라이프스타일을 찾기 위해서	.460

기 위하여’, ‘평범한 일상생활에서 탈출하기 위해서’의 3개 속성에서 높은 적재량을 나타내어 “휴식추구형”으로 명명하였다.

요인 5는 ‘새로운 장소를 경험하기 위하여’, ‘여행지에서의 특별한 경험을 간직하기 위해’, ‘다른 지역의 문화와 생활양식을 알기 위해’, ‘유명한 곳을 방문하기 위해’의 4개 속성에서 높은 적재량을 나타내어 “다양한 경험추구형”으로 명명하였다.

6번째 요인은 ‘친구 및 친지방문을 위해서’, ‘고향을 방문하기 위해서’, ‘동창회, 명절, 관혼상제에 참석하기 위해서’의 항목으로 구성된 “고향방문형”으로 요인명을 결정하였다.

7번째 요인은 ‘편안함과 심리적 안정을 가지기 위해서’, ‘미래에 대한 새로운 도전과 도약을 위해서’, ‘삶의 재충전을 위해서’, ‘자기계발을 위해서’ 항목으로 구성되어 “일상탈출형”으로 요인명을 명명하였다.

마지막으로 8번째 요인은 ‘새로운 음식을 먹어보기 위해서’, ‘구전을 통한 소문을 통해서’, ‘새롭고 다른 라이프스타일을 찾기 위해서’의 세 가지 속성으로 구성된 “새로움 추구형”으로 각각의 요인명이 정해졌다.

6.2. 농촌관광 선택속성에 따른 군집분석(농촌관광 참여자)

다섯 가지 요인으로 추출된 농촌관광 선택속성을 통해 군집분석을 실시하였다. 비계층적 군집분석의 K-means 군집기법을 사용하여 각각의 군집을 형성하였다.

이러한 과정을 거쳐 추출한 군집을 추구편익 속성에 대한 8가지 요인으로 분산분석을 실시하여 DMR Test(Duncan's Multiple Range Test)를 통해 대표성을 가지는 군집명을 부여하였다. 농촌관광 참여자의 군집분석 결과는 <표 3-10>과 같다.

농촌관광 참여자 군집으로서 군집1은 분산분석을 통한 사후검증 결과 교육추구형과 활동추구형 등 모든 유형에서 높은 평균값을 가지는 것으로 나타나 “적극적 참여형”군집으로 군집명을 명명하였다.

군집2는 농촌관광 방문객들이 ‘고향방문형’ 요인에만 높은 평균을 보이고 있기에 “고향방문형”으로 군집명을 결정하였다.

군집 3은 모든 요인에 대해 전반적으로 낮은 평균값을 나타내었기에 “소극적 참여형”으로 명명하였다.

군집 4는 휴식추구형에만 높은 평균을 나타내고 있으므로 요인명을 따라 “휴식추구형”으로 군집명을 명명하였다.

표 3-10. 농촌관광 참여자의 선택속성을 통한 군집 간 분산분석

	군집1(n=146) 평균(표준편차)	군집2(n=147) 평균(표준편차)	군집3(n=68) 평균(표준편차)	군집4(n=155) 평균(표준편차)	F값	p값
교육추구형	3.47(.47) VHa	2.89(.55) H	1.88(.59) VL	2.47(.54) L	162.573	.000*
활동추구형	3.19(.53) VH	2.28(.52) L	1.81(.50) VL	2.54(.61) H	116.437	.000*
지적호기심 추구형	3.31(.53) VH	2.48(.62) H	1.63(.55) VL	2.27(.65) L	143.511	.000*
휴식 추구형	3.94(.65) H	3.99(.65) H	3.40(.77) L	4.14(.56) VH	21.497	.000*
다양한 경험추구형	3.80(.49) VH	3.41(.54) H	2.44(.74) L	3.45(.58) H	87.182	.000*
고향방문형	3.45(.65) H	3.74(.65) VH	2.82(1.18) L	2.00(.54) VL	171.838	.000*
일상탈출형	3.65(.59) VH	3.08(.61) L	2.26(.55) VL	3.34(.60) H	87.487	.000*
새로움 추구형	3.60(.49) H	3.03(.60) L	2.16(.72) L	2.99(.61) VL	92.767	.000*
	적극적 참여형	고향방문형	소극적 참여형	휴식 추구형		

주¹: DMR-test(Duncan multiple range test: $p < 0.05$)에 근거한 평균의 차이를 VL(very low), L(low), H(high), VH(very high)로 구분하여 표기함.

주²: * $p < 0.01$.

6.3. 농촌관광시장 세분화(농촌관광 참여자)

표 3-11. 농촌관광 참여자의 인구통계학적 변수와 군집 간 차이분석

인구통계적 특성		군집1 적극적 참여형(%)	군집2 고향 방문형(%)	군집3 소극적 참여형(%)	군집4 휴식 추구형(%)	χ^2	p값
성별	남	37.7	45.2	64.2	52.3	14.835	.002
	여	62.3	54.8	35.8	47.7		
연령	20대	26.8	22.3	19.7	32.9	11.606	.236
	30대	50.7	50.4	45.5	41.4		
	40대	19.0	23.7	30.3	19.1		
	50대 이상	3.5	3.6	4.5	6.6		
결혼여부	기혼	64.1	70.7	61.2	52.9	10.533	.015
	미혼	35.9	29.3	38.8	47.1		
학력수준	대졸 이상	62.6	63.4	76.9	79.2	8.626	.035
	대졸 이하	37.4	36.6	23.1	20.8		
직업	전문직	12.4	12.5	3.0	11.0	34.118	.083
	사무직	17.9	24.3	26.9	25.8		
	생산/기술직	2.1	4.9	10.4	5.2		
	서비스직	17.9	15.3	11.9	16.8		
	공무원/교직원	6.9	13.2	11.9	11.0		
	자영업	9.0	7.6	10.4	8.4		
	학생	4.8	6.9	4.5	8.4		
	주부	21.4	11.1	13.4	7.1		
	기타	7.6	4.2	7.5	6.5		
소득	100만원 미만	1.4	2.0	3.1	1.9	23.941	.157
	100-200만원	14.6	21.8	26.2	16.2		
	200-300만원	32.6	27.9	24.6	22.1		
	300-400만원	19.4	15.6	26.2	15.6		
	400-500만원	11.1	10.2	7.7	18.8		
	500-700만원	11.8	15.0	6.2	13.6		
	700이상	9.0	7.5	6.2	11.7		
지역	서울	24.6	20.5	21.2	22.4	49.859	.001
	경기	16.9	28.1	25.8	27.0		
	부산	12.7	4.8	3.0	6.6		
	대구	4.9	3.4	10.6	10.5		
	대전	5.6	9.6	9.1	10.5		
	인천	20.4	12.3	6.1	8.6		
	광주	7.0	6.8	15.2	7.9		
	울산	4.9	11.0	9.1	6.6		
	기타	2.8	3.4	-	-		

농촌관광 참여자들의 농촌관광 선택속성에 따른 군집과 인구통계적인 특성과의 비교 분석은 <표 3-11>에서 보는 바와 같다. 세분시장에 따라 성별, 결혼 여부, 직업, 학력과 지역에 따라 차이가 있는 것으로 나타났다.

각 세분시장의 비교 분석에서 성별에 따른 차이는 적극적 참여와 고향방문형에서 여자의 비율이 높고, 소극적 참여와 휴식추구형에서는 남자의 비율이 높은 것으로 나타났다. 결혼여부에서는 모든 군집에서 기혼자의 빈도가 많은 것으로 나타났다. 그리고 학력에서도 모든 군집에서 대졸 이상의 응답자들 비율이 높은 것으로 나타났다.

직업별로는 적극적 참여집단에서는 주부의 비율이 높은 것으로 조사되었고, 나머지 군집에서는 사무직의 비율이 가장 높은 것으로 나타났다. 지역별로는 모든 군집에서 서울과 경기 지역 거주자들이 많은 것으로 나타났다.

사회/심리적 변수에 따른 구분은 가족이나 친지 중 농업종사자 유무에서 모든 군집에서 농업에 종사하는 가족이나 친지가 있는 집단이

표 3-12. 농촌관광 참여자의 사회/심리적 변수에 따른 군집 간 비교분석

사회/심리적 특성		적극적 참여형(%)	고향 방문형(%)	소극적 참여형(%)	휴식 추구형(%)	χ^2	p값
주5일 근무제 실시	주5일 근무실시	58.7	49.7	50.0	57.0	3.338	.342
	주5일 근무미실시	41.3	50.3	50.0	43.0		
농업종사 가족/친지	있음	67.6	76.0	72.7	59.1	10.646	.014
	없음	32.4	24.0	27.3	40.9		
유년기 성장지역	도시지역	59.0	53.8	54.7	66.0	5.230	.156
	농촌지역	41.0	46.2	45.3	34.0		
선호 관광성향	휴식위주	33.8	36.4	37.9	32.7	30.362	.000
	활동/체험	13.1	7.7	12.1	5.9		
	혼합형	46.2	43.4	22.7	51.0		
	유동적	6.9	12.6	27.3	10.5		

높은 빈도수를 보였고, 선호관광성향은 휴식형 군집 이외의 모든 군집에서 혼합형 관광을 선호하는 것으로 나타났다.

6.4. 농촌관광 선택속성에 따른 요인화(농촌관광 비 참여자)

농촌관광 비참여자들에 대한 농촌관광 선택속성에 따른 요인화는 응답자가 만약 향후 농촌관광에 참여한다는 가정하에 농촌관광 참여이유에 대한 요인 분석을 하였고, 그 결과는 <표 3-13>에 나타나 있다. 농촌관광 비참여자들이 참여할 경우 참여이유에 대한 요인 분석 결과 고유치가 1이상인 7개의 요인이 추출되었으며, 내적 일관성 검정에서는 Cronbach α 값이 60% 이상으로 비교적 높은 내적 일관성을 가지고 있는 것으로 분석되었다.

요인 1은 ‘역사 및 문화탐방을 위해서’, ‘지식 습득 및 탐구를 위해서’, ‘연구 및 교육 목적을 위해서’, ‘자기 계발을 위해서’, ‘지역행사에 참석하기 위해서’, ‘자녀들의 농촌생활에 대한 학습을 위해서’, ‘미래에 대한 새로운 도전과 도약을 위해서’의 항목 중 10개 속성에서 높은 적재량을 보이고 있어 “교육추구형”이라고 요인명을 명명하였다.

요인 2는 ‘스릴과 흥분을 찾아서’, ‘모험심을 충족하기 위해서’, ‘재미와 오락을 추구하여’, ‘유흥을 즐기기 위하여’, ‘자기 과시를 위해서’의 5개 속성에서 높은 적재량을 나타내어 “활동추구형”이라고 요인명을 명명하였다.

요인 3은 ‘정신적·육체적 휴식을 위해서’, ‘긴장과 스트레스를 풀기 위하여’, ‘삶의 재충전을 위해서’, ‘편안함과 심리적 안정을 가지기 위해서’, ‘평범한 일상생활에서 탈출하기 위해서’의 5개 속성에서 높은 적재량을 나타내어 “휴식 및 일상탈출형”으로 요인명을 명명하였다.

요인 4는 ‘새로운 장소를 경험하기 위하여’, ‘여행지에서의 특별한 경험을 간직하기 위해’, ‘다른 지역의 문화와 생활양식을 알기 위해’, ‘유명한 곳을 방문하기 위해’의 4개 속성에서 높은 적재량을 나타내어 “다양한 경험추구형”으로 요인명을 제시하였다.

표 3-13. 농촌관광 비참여자의 농촌관광 선택속성에 따른 요인화

요인명a (factor)	요인변수 (variable)	요인적재량 (factor loading)
요인 1 교육추구형 (11.7% ; $\alpha=0.802$)	- 역사 및 문화탐방을 위해서	.801
	- 지식 습득 및 탐구를 위해서	.798
	- 연구 및 교육 목적을 위해서	.697
	- 자기 계발을 위해서	.474
	- 지역행사에 참석하기 위해서	.473
	- 자녀들의 농촌생활에 대한 학습을 위해서	.468
	- 미래에 대한 새로운 도전과 도약을 위해서	.404
요인 2 활동추구형 (11.1% ; $\alpha=0.801$)	- 스릴과 흥분을 찾아서	.796
	- 모험심을 충족하기 위해서	.780
	- 재미와 오락을 추구하여	.737
	- 유흥을 즐기기 위하여	.671
	- 자기 과시를 위해서	.484
요인 3 휴식 및 일상탈출형 (9.1% ; $\alpha=0.771$)	- 정신적·육체적 휴식을 위해서	.831
	- 긴장과 스트레스를 풀기 위하여	.803
	- 삶의 재충전을 위해서	.713
	- 편안함과 심리적 안정을 가지기 위해서	.696
	- 평범한 일상생활에서 탈출하기 위해서	.476
요인 4 다양한 경험추구형 (7.9% ; $\alpha=0.723$)	- 새로운 장소를 경험하기 위하여	.759
	- 여행지에서의 특별한 경험을 간직하기 위해	.703
	- 다른 지역의 문화와 생활양식을 알기 위해	.605
	- 유명한 곳을 방문하기 위해	.580
요인 5 새로움 추구형 (7.7% ; $\alpha=0.751$)	- 새로운 음식을 먹어보기 위해서	.811
	- 새롭고 다른 라이프스타일을 찾기 위해서	.634
	- 구전을 통한 소문을 통해서	.583
	- 토속문화의 체험을 위해서	.521
요인 6 고향방문형 (7.5% ; $\alpha=0.782$)	- 친구 및 친지방문을 위해서	.872
	- 고향을 방문하기 위해서	.859
	- 동창회, 명절, 관혼상제에 참석하기 위해서	.686
요인 7 지적호기심 추구형 (7.3% ; $\alpha=0.828$)	- 농촌지역에 대한 동경 때문에	.832
	- 농촌지역에 대한 호기심 때문에	.794
	- 농촌지역에 대한 상식과 지식을 얻기 위해서	.594

요인 5는 ‘새로운 음식을 먹어보기 위해서’, ‘새롭고 다른 라이프스타일을 찾기 위해서’, ‘구전을 통한 소문을 통해서’, ‘토속문화의 체험을 위해서’의 4개 속성에서 높은 적재량을 나타내어 “새로움 추구형” 요인으로 요인명을 부여하였으며, 6번째 요인은 ‘친구 및 친지방문을 위해서’, ‘고향을 방문하기 위해서’, ‘동창회, 명절, 관혼상제에 참석하기 위해서’의 3개 항목으로 구성된 “고향방문형”으로 요인명을 정하였다.

마지막으로 7요인은 ‘농촌지역에 대한 동경 때문에’, ‘농촌지역에 대한 호기심 때문에’, ‘농촌지역에 대한 상식과 지식을 얻기 위해서’의 3개 문항에서 높은 적재량을 보이므로 “지적호기심 추구형”으로 모든 요인에 대해 각각 요인명을 결정하였다.

6.5. 농촌관광 선택속성에 대한 군집분석(농촌관광 비 참여자)

농촌관광 비참여자의 선택속성에 따른 군집의 형성은 “적극적 참여형”(군집1)은 대부분의 요인에서 높은 수치를 나타내어 군집명을 명명하였다. “휴식 추구형”(군집2)은 휴식 및 일상탈출을 추구하는 요인에서 높은 평균을 나타내어 군집명을 부여하였다. 그리고 “복합적 참여형”(군집3)은 다수의 요인에서 높은 수치를 나타내어 군집명을 부여하였다. “고향방문형”(군집4)은 고향방문형 요인에 대해 높은 수치를 보이고 있어 요인명을 따라 군집명을 명명하였다<표 3-14>.

표 3-14. 농촌관광 비참여자의 선택속성을 통한 군집 간 분산분석

	군집1(n=67) 평균(표준편차)	군집2(n=75) 평균(표준편차)	군집3(n=114) 평균(표준편차)	군집4(n=63) 평균(표준편차)	F값	p값
교육추구형	3.62(.47) VHa	2.20(.49) VL	3.02(.42) H	2.36(.50) L	136.224	.000*
활동추구형	3.13(.60) H	2.10(.66) VL	2.58(.55) L	2.00(.53) VL	52.438	.000*
휴식 및 일상탈출	4.14(.50) VH	4.04(.51) VH	3.61(.58) H	3.66(.70) H	17.280	.000*
다양한 경험추구	4.14(.48) VH	3.33(.55) L	3.55(.55) H	3.07(.71) VL	41.791	.000
새로움 추구	3.02(.44) H	2.20(.59) L	2.67(.42) H	2.15(.55) L	47.276	.000*
고향방문형	3.62(.51) H	1.84(.47) VL	2.73(.55) L	3.54(.64) H	163.683	.000*
지적호기심 추구	3.54(.59) H	2.02(.62) VL	2.93(.58) L	2.07(.55) VL	106.437	.000*
	적극적 참여형	휴식 추구형	복합적 참여형	고향 방문형		

주¹: DMR-test(Duncan multiple range test: $p < 0.05$)에 근거한 평균의 차이를 VL(VERY LOW), L(LOW), H(HIGH), VH(VERY HIGH)로 구분하여 표기함.

주²: * $p < 0.01$.

6.6. 농촌관광시장 세분화(농촌관광 비 참여자)

농촌관광 비참여자의 군집간 인구통계적 변수와의 차이를 살펴보면 <표 3-15>에서 나타나는 바와 같이 학력과 지역별로 차이를 보였다. 농촌관광 비참여자들의 학력에 대한 군집간 비교를 살펴보면 모든 군집에서 대졸 이상의 집단이 높은 빈도를 나타내었고, 지역별로는 거의 모든 군집에서 서울과 경기 지역 거주자가 많은 것으로 드러났다.

농촌관광 비참여자의 사회/심리적 변수에 따른 군집간 비교는 <표 3-16>에서 보는 것과 같다. 농업에 종사하는 가족이나 친지유무변수와

유년기 성장지역, 그리고 선호관광성향에서 차이를 보였다. 농업에 종사하는 친척이나 친지가 있는 응답자들은 “적극적 참여형”과 “휴식

표 3-15. 농촌관광 비참여자의 인구통계적 변수에 따른 군집 간 비교분석

인구통계적 특성		적극적 참여형(%)	휴식 추구형(%)	복합적 참여형(%)	고향 방문형(%)	χ^2	P값
성별	남	47.8	48.0	58.4	55.6	2.981	.395
	여	52.2	52.0	41.6	44.4		
연령	20대	38.1	39.7	36.1	35.6	7.772	.562
	30대	41.3	47.9	35.2	39.0		
	40대	14.3	9.6	21.3	18.6		
	50대 이상	6.3	2.7	7.4	6.8		
결혼여부	기혼	50.0	45.3	44.2	49.2	.777	.855
	미혼	50.0	54.7	55.8	50.8		
학력수준	대졸 이상	80.6	78.7	77.5	59.7	9.762	.021
	대졸 이하	19.4	21.3	22.5	40.3		
직업	전문직	13.6	16.2	18.8	11.3	23.207	.508
	사무직	21.2	29.7	19.6	17.7		
	생산/기술직	4.5	4.1	8.9	1.6		
	서비스직	25.8	18.9	15.2	30.6		
	공무원/교직원	9.1	6.8	10.7	11.3		
	자영업	6.1	8.1	8.9	9.7		
	학생	7.6	8.1	5.4	3.2		
	주부	3.0	5.4	8.0	9.7		
	기타	9.1	2.7	4.5	4.8		
소득	100만원 미만	3.1	1.4	2.8	1.6	12.758	.806
	100-200만원	27.7	19.4	19.4	22.6		
	200-300만원	21.5	26.4	31.5	33.9		
	300-400만원	18.5	13.9	11.1	16.1		
	400-500만원	6.2	18.1	13.9	9.7		
	500-700만원	10.8	13.9	12.0	8.1		
	700이상	12.3	6.9	9.3	8.1		
지역	서울	25.0	36.5	27.0	36.5	40.556	.019
	경기	20.3	20.3	18.9	27.0		
	부산	20.3	5.4	11.7	4.8		
	대구	4.7	13.5	8.1	1.6		
	대전	-	4.1	9.9	4.8		
	인천	9.4	6.8	2.7	7.9		
	광주	9.4	8.1	6.3	7.9		
	울산	6.3	4.1	12.6	4.8		
	기타	4.7	1.4	2.7	4.8		

추구형”, “활동 추구형” 세분시장을 추구하는 것으로 나타났고, 농업에 종사하는 친척이나 친지가 없는 집단은 “복합적 참여형” 군집에서 높은 비율을 나타내었다. 농촌관광 비참여자들의 유년기 성장지역에 대해서는 모든 군집에서 도시지역 응답자들이 높은 빈도를 나타냈다. 그리고 선호관광성향에 따른 농촌관광 비참여자들이 추구하는 세분시장은 휴식 위주의 관광을 선호하는 응답자들이 “고향 방문형” 군집과 “휴식 추구형” 군집에서 높은 응답률을 보였고, 휴식과 체험의 혼합형 관광을 선호하는 응답자들은 “적극적 참여형” 군집과 “복합적 참여형” 군집에서 높은 빈도를 나타내었다.

표 3-16. 농촌관광 비참여자의 사회/심리적 변수에 따른 군집 간 비교분석

사회/심리적 특성		적극적 참여형(%)	휴식 추구형(%)	복합적 참여형(%)	고향 방문형(%)	χ^2	P값
주5일 근무제 실시	주5일 근무실시	57.1	60.8	58.6	50.8	1.534	.674
	주5일 근무미실시	42.9	39.2	41.4	49.2		
농업종사 가족/친지	있음	49.3	42.7	47.8	64.5	7.072	.070
	없음	50.7	57.3	52.2	35.5		
유년기 성장지역	도시지역	66.7	85.1	77.9	59.7	13.966	.003
	농촌지역	33.3	14.9	22.1	40.3		
선호 관광성향	휴식위주	32.3	53.3	35.1	38.7	23.829	.005
	활동/체험	9.2	2.7	10.8	8.1		
	혼합형	46.2	36.0	45.0	27.4		
	유동적	12.3	8.0	9.0	25.8		

6.7. 농촌관광 세분시장별 차이비교

농촌관광 선택속성에 따른 시장세분화에 있어 요인화와 인구통계적 특성변수와 사회·심리적 변수들 간의 비교에서 농촌관광 참여자와 비참여자 집단 간의 차이가 있는 것으로 나타났다. 우선 농촌관광 참여자와 비참여자간의 요인화와 군집형성에 있어서의 차이를 <표 3-17>

에 나타내었다.

농촌관광 참여자의 경우 요인은 ‘교육추구형’, ‘활동추구형’, ‘지적 호기심 추구형’, ‘휴식 추구형’, ‘다양한 경험추구형’, ‘고향방문형’, ‘일상탈출형’, ‘새로움 추구형’의 8가지 요인으로 구성되었다. 이에 비해 농촌관광 비참여자의 경우 ‘교육추구형’, ‘활동추구형’, ‘휴식 및 일상탈출형’, ‘다양한 경험추구형’, ‘새로움 추구형’, ‘고향방문형’, ‘지적 호기심 추구형’의 7가지 요인으로 구성되어 두 집단 간의 요인화에 있어 다소 차이가 있는 것으로 나타났다.

군집을 형성하는 데 있어서 농촌관광 참여자의 경우 “적극적 참여형”, “고향 방문형”, “소극적 참여형”, “휴식 추구형”의 4가지 군집으로 형성 되었다. 이에 비해 농촌관광 비참여자의 경우 “적극적 참여형”, “휴식 추구형”, “복합적 참여형”, “고향 방문형”의 4가지 군집으

표 3-17. 농촌관광 참여자와 비참여자의 농촌관광 선택속성에 따른 요인화와 군집의 차이

구분	요인	군집
농촌관광 참여자	○ 교육추구형 ○ 활동추구형 ○ 지적호기심 추구형 ○ 휴식 추구형 ○ 다양한 경험추구형 ○ 고향방문형 ○ 일상탈출형 ○ 새로움 추구형	○ 적극적 참여형 ○ 고향방문형 ○ 소극적 참여형 ○ 휴식 추구형
농촌관광 비참여자	○ 교육추구형 ○ 활동추구형 ○ 휴식 및 일상탈출형 ○ 다양한 경험추구형 ○ 새로움 추구형 ○ 고향방문형 ○ 지적호기심 추구형	○ 적극적 참여형 ○ 휴식 추구형 ○ 복합적 참여형 ○ 고향 방문형

로 형성되어 군집의 형성에 있어서도 군집이 다소 다르게 형성되었다.

농촌관광 참여자와 비참여자의 인구통계 및 사회/심리적 변수 간의 각 세분시장별 비교를 살펴보면 농촌관광 참여자의 “적극적 참여형”의 경우 서울 지역에 거주하는 기혼 여성(주부)으로 대졸 이상의 학력을 가지며, 농업에 종사하고 있는 친지나 친구가 있으며, 혼합형 관광을 선호하는 군집이다.

“고향 방문형” 군집은 경기 지역에 거주하는 기혼 여성으로 대졸 이상의 사무직이며, 농업에 종사하고 있는 친지나 친구가 있으며, 혼합형 관광을 선호하는 군집이다.

“소극적 참여형” 군집은 경기 지역에 거주하는 기혼 남성으로 대졸

표 3-18. 세분시장에 따른 농촌관광 참여자와 비참여자의 인구통계 및 사회/심리적 변수들 간의 차이비교

구분		성별	결혼 여부	학력 수준	직업	소득	지역	농업 종사유무	성장 지역	선호 관광성향
참 여 자	적극적 참여형	여성	기혼	대졸이상	주부	-	서울	있음	-	혼합형
	고향 방문형	여성	기혼	대졸이상	사무직	-	경기	있음	-	혼합형
	소극적 참여형	남성	기혼	대졸이상	사무직	-	경기	있음	-	휴식형
	휴식 추구형	남성	기혼	대졸이상	사무직	-	경기	있음	-	혼합형
비 참 여 자	적극적 참여형	-	기혼	-	-	-	서울	없음	도시	혼합형
	휴식 추구형	-	미혼	-	-	-	서울	없음	도시	휴식형
	복합적 참여형	-	미혼	-	-	-	서울	없음	도시	혼합형
	고향 방문형	-	미혼	-	-	-	서울	있음	도시	휴식형

이상의 학력을 가지고 사무직에 종사하는 집단이다. 그리고 농업에 종사하고 있는 친지나 친구가 있으며, 휴식형 관광을 선호하는 군집이다.

“휴식 추구형” 군집은 경기 지역에 거주하는 기혼 남성으로 대졸 이상의 학력을 가지고 사무직에 종사하는 집단이다. 그리고 농업에 종사하고 있는 친지나 친구가 있으며, 혼합형 관광을 선호하는 군집이다.

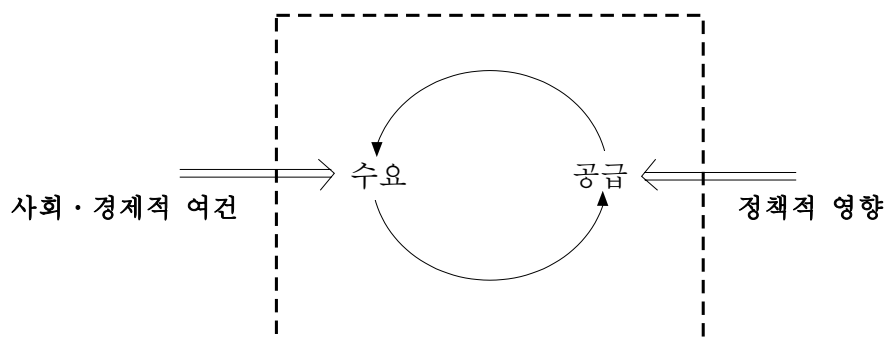
농촌관광 참여집단에 비해 농촌관광 비참여집단은 인구통계적 변수와의 비교를 통한 시장세분화에는 어려움이 따르며, 사회/심리적 변수에 따라 세분시장이 도출될 수 있다.

이러한 세분시장별 프로파일의 수립은 농촌관광 사업자나 공급자들에게 각각의 세분시장별로 마케팅 전략을 수립하는 데 있어서 기초자료로 활용할 수 있을 뿐만 아니라 방문객에 대한 사후관리를 통해 마케팅 방안을 확립하는데 도움을 줄 수 있을 것이다.

제 4 장

농촌관광 수요확대 방안

이 장은 이 연구의 결론 부문에 해당하는 것으로서 본격적으로 농촌관광 수요 확대 방안을 제안한다. 농촌관광 수요확대는 소득 증대, 여가 시간 확대, 라이프 스타일(Life-style)의 변화 등과 같은 사회·경제적 여건과 밀접하게 관련되어 있다. 또한 공급 측면과도 밀접히 연계되어 있어 사실상 정책적으로는 수요와 공급을 분명히 구분하기는 쉽지 않다. 다만, 여기서는 앞의 제2장과 제3장의 분석 결과에 비추어 볼 때 중요한 의미를 갖는 수요확대 방안에 한정하여 몇 가지를 제안하고자 한다.



1. 농촌의 어메니티 가치 증진

제2장에서 살펴본 바와 같이 농촌관광은 다른 유형의 관광과 비교할 때 비교적 높은 참여율로 인해 대중적 지지도는 어느 정도 확보하고 있다. 그러나 재방문 비율이 낮음에 따라 관광 상품으로서의 충성도는 낮은 수준에 머물고 있다.

따라서 농촌관광에 대한 수요를 확대하기 위해서는 농촌관광 경험자의 재방문 비율을 높이는 노력이 우선 이루어져야 한다. 재방문 비율을 높이는 방안은 농촌관광자의 방문량 결정에 영향을 미치는 요인과 관련이 많은데 농촌관광자의 방문량 결정에 영향을 미치는 것은 농촌 어메니티와 농촌체험장소 등인 것으로 나타났다. 따라서 농촌의 어메니티를 증진시키고 농촌체험 프로그램을 개발하는 노력이 꾸준히 이루어져야 하겠다.

농촌 어메니티 증진 노력은 장기적으로 꾸준히 이루어져야 하는 것으로서 단기적인 노력으로 달성될 수 있는 성질이 아니다. 가령, 지역마다의 어메니티 자원을 파악·발굴하고, 어메니티 가치를 높이기 위한 전략을 실행하며, 어메니티를 상품화하는 구체적인 노력이 병행되어야 한다. 국민적 인식이 농촌의 어메니티는 매력적인 것이고 그래서 가보고 싶다는 인식으로까지 변화되어야 한다. 따라서 농촌관광 수요 확대는 단기적인 정책보다는 장기적인 노력을 통해서 지속적으로 이루어져야 함을 시사한다.

2. 숙박관련 시설 및 서비스의 개선

제2장의 농촌관광 지출모형에서 농촌관광 지출에 영향을 미치는 것으로는 숙박일수의 증가와 숙박비 비중의 증가 등이 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과로부터 농촌관광 수요확대를 위해서는 농촌에서 숙박을 유인할 수 있는 방안들이 구체적으로 모색되어야 함을 알 수 있다. 농촌에서의 숙박 유도를 위해서는 무엇보다도 숙박서비스의 질적 증대가 중요하다. 이는 제3장에서 농촌관광 중요도-실행도 분석 결과에서도 확인되고 있다. 농촌관광 방문객은 숙박시설과 화장실 시설의 청결과 위생, 욕실시설, 객실의 청결상태, 주방시설의 위생 등과 같은 숙박과 관련한 시설에 대해서 중요도를 높게 생각하고 있다.

숙박시설 수준을 높이기 위해서는 우선 농가에서 제공하고 있는 숙박시설이 관리 될 수 있는 제도적인 장치를 마련해야 할 것이다. 이와 관련하여 2005년 11월부터 시행한 농가숙박업 등록제도는 농촌관광 진흥을 위한 매우 중요한 조치라고 판단된다. 그러나 농촌관광 수요확대를 위해서는 현재의 등록 제도보다는 한 단계 수준 높은 제도적인 장치가 필요할 것이다. 선진국에서 채용하고 있는 것과 같은 농가 숙박의 표준화, 등급화 제도 등이 장기적인 관점에서 도입되어야 할 것이다.

농가 숙박의 표준화와 등급화 도입은 농촌관광에 어느 정도의 규제가 필요하다는 것을 뜻한다. 최소한의 숙박서비스를 제공하기 위해서는 화장실, 샤워시설, 침구류, 재난에 대비한 안전장치 등에서 최소한의 요구 수준이 지켜져야 한다. 또한 각종 체험시설에서의 안전장치, 안전사고에 대한 사후처리 조치 등도 규제의 대상에 포함되어야 한다. 그런데 이러한 규제가 반드시 행정규제를 말하는 것은 아니다. 업계

스스로의 규제, 지침에 의한 권유 등도 폭넓게 규제의 범주에 속한다고 할 수 있다.

한편 중요도와 실행도 분석에서 농가 객실단가의 적정성은 중요하지만 실행도는 낮은 것으로 나타났다. 이는 펜션과 같은 일부 호화 숙박시설에 대한 방문자의 반응이지 일반 농가에서 제공하는 객실에 대한 반응은 아니라고 판단되지만, 농촌관광 수요확대를 위해서 객실단가의 적정성도 무시할 수 없는 요인이므로 적정 수준의 요금체계를 유지하는 것도 필요하다.

3. 농촌관광 정보 제공 활동 강화

제3장의 중요도-실행도 분석에서 농촌관광 수요확대를 위해 지속적으로 유지해야 하는 속성들로서 농촌여행정보가 높은 순위로 제시되고 있다. 이 속성에 대해서는 현재도 만족도가 비교적 높은 편이지만 농촌관광의 지속적 발전을 위해서는 더욱 더 만족도를 강화시켜야 할 부분이라 할 수 있다. 농촌관광의 공급자와 소비자 그리고 이 둘을 매개하는 기관 사이에 농촌관광과 관련되는 정보가 쉽게 유통될 수 있어야 하며 낮은 비용으로 농촌관광 상품이 거래 될 수 있어야 한다.

정보의 전달은 다양한 매체를 통해 촉진된다. 공공기관이나 자치단체 등에서 발행하는 농촌관광 안내책자, 인터넷상의 농촌관광 포털사이트, 여행사의 여행상품 카탈로그, 매스컴에서의 홍보, 경험자의 입소문 등 다양한 정보 전달 매체가 존재한다. 그러나 더욱 바람직한 것은 이를 전문적으로 취급하는 정보전달업체가 존재하는 것이다(박시현, 2004). 농촌관광의 산업화가 이루어진 유럽의 경우 보통 공급자

조직에서 이를 담당하는 경우가 많다. 공급자 조직은 농촌관광 상품정보를 수요자에게 다양한 매체를 동원하여 전달하며 반면 수요자의 수요 동향을 조직에 가입한 공급자에게 다양한 경로를 통해 전달한다.

정보 제공활동과 함께 농촌관광 상품 거래 비용의 절감이 요구된다. 소비자는 보다 저렴한 가격으로 농촌관광 정보를 입수하며, 예약 등을 쉽게 할 수 있어야 한다. 공급자 역시 더욱 낮은 가격으로 상품을 선전하며 보다 낮은 비용으로 방문객을 유치할 수 있어야 한다. 농촌관광이 산업화되면 될수록 거래비용은 낮아지고 반대로 낮은 거래비용은 농촌관광의 산업화를 촉진하는 선순환이 이어질 수 있다. 거래비용을 낮추기 위해서는 원활한 정보유통과 함께 신속하고 편리한 대금 결제방식, 예약 및 환불 시스템이 갖추어져야 할 것이다.

4. 기업가 정신을 갖춘 농촌관광 경영자의 육성

제3장의 농촌관광 참여자가 느낀 농촌관광 서비스 품질에 대한 요인 분석에는 농가 경영인의 성실성, 농가 경영인의 약속된 서비스 이행, 농가 경영인의 첫인상 등 농가 경영인의 자세가 다른 항목(예를 들면, 시설)보다 높은 점수를 나타내고 있다. 이는 기업가 정신을 가진 농촌관광 경영자의 육성이 농촌관광 수요확대를 위해 중요하다는 것을 보여 주는 것이다.

농촌관광이 활발하게 추진되면서 현재 다양한 농촌관광 경영자가 출현하고 있다. 농가를 포함한 개별 경영자, 작목반 등 민간조직체, 마을공동경영체, 공공기관, 지방자치단체 등 각양각색의 농촌관광 주체가 등장하고 있는데 이들 경영자가 모두 기업가 정신을 갖춘 경영자

라 할 수 없다. 농촌관광 경영자는 농촌관광의 목적이 소득창출에 있다는 것을 충분하게 인식하고 자기 책임하에 새로운 시장과 상품을 개발하며 산업을 조직하는 행동을 할 수 있어야 한다. 두말할 것도 없이 이것은 시장 여건에 달려 있지만 다음과 같은 정부의 정책으로 촉진 될 수 있을 것이다(박시현 2004).

첫째, 정책 대상으로서의 농촌관광 경영자는 반드시 농가이어야 할 필요는 없다. 자본력과 경영능력을 가진 도시로부터의 은퇴자, 농촌에 거주하는 비농가, 이들로 구성된 조직체 등에까지 정책 대상을 확대할 필요가 있다. 현재 정부에서 추진하고 있는 농촌관광 정책은 주로 마을을 단위로 하기 때문에 개별적으로 농촌관광을 영위하는 사람들 혹은 외부에서 농촌에 들어와 농촌관광을 경영하고자 하는 사람들은 정책 대상에서 소외 되는 경우가 많다. 하지만 농촌관광의 산업화는 오히려 이들의 노력에 의해서 달성될 가능성이 높다. 이들을 포함하려는 노력이 정책적으로 필요하다.

두 번째, 농가가 아닌 다른 농촌관광 경영자에게도 교육기회를 폭넓게 제공하는 것이다. 정부 지원에 의한 농촌관광 교육 프로그램이 다양하게 진행되고 있지만 교육 대상자는 농촌관광 마을에서 선발된다. 즉 마을 지도자(leader), 관련 공무원 등이 이에 속한다. 교육 대상을 농가 혹은 관광마을에 한정하지 말고 농촌관광에 관심을 가지고 있는 다양한 사람들에게 개방하여야 할 것이다.

세 번째, 다양한 형태의 농촌관광 경영자 조직이 활동 할 수 있도록 하여야 할 것이다. 정부가 일부러 경영자 조직으로 육성할 필요까지는 없겠지만 당사자 스스로가 조직을 만들고 활동을 하고자 할 때, 그것을 어렵게 할 필요는 없다고 판단된다. 다양한 형태의 경영자 조직이 만들어지고, 이들이 다양한 활동을 펼쳐 나갈 때 농촌관광의 수요확대

가 이루어질 수 있을 것이다.

5. 개별 경영체 지원제도 개선

개별 경영자가 농촌관광 상품의 질을 높이하고자 할 때 활용할 수 있는 정책 지원 방안을 마련해야 할 것이다. 예를 들면 농촌관광을 시작하고자 하는 농가가 숙박시설을 꾸미고자 할 때 좋은 조건으로 자금을 지원하는 것이다.

현재 정부의 농촌관광 정책은 마을 단위 지원에 초점을 맞추고 있다. 이러한 정책으로 농촌 어메니티가 개선되고 공동주차장, 마을공동 화장실과 같이 농촌관광 기반이 확대되는 긍정적인 측면이 있다. 그러나 마을 단위 농촌관광 정책은 필요 이상으로 공동 운영시설의 농촌 마을 내 입지를 점유하는 부정적인 측면도 아울러 가지고 있다. 공동 시설 운영으로 인한 소득 증대보다는 주민 간의 갈등을 유발하는 측면이 오히려 많다고 지적되기도 한다(송미령, 성주인 2004).

그럼에도 불구하고 숙박시설, 체험시설의 설치·운영은 농촌관광 경영의 가장 기본이 되는 시설이다. 이러한 시설을 어떻게 얼마나 설치하는가는 경영 전략상 매우 중요한 판단이다. 따라서 이러한 시설은 그 결과에 책임을 질 수 있는 개별 경영자의 몫이라 할 수 있다. 농촌관광의 수요가 확대되기 위해서는 이러한 판단에 책임을 지는 다수의 경영자를 육성하는 것이 절실하다. 따라서 경영시설지원 등은 가급적 개별 경영자를 대상으로 해야 한다(박시현 2004).

개별 경영체에 대한 지원은 저리의 융자도 좋지만 보조가 이루어질 필요가 있다. 우리나라 농림정책에서 개별 경영체에 대한 보조지원은

가급적 시행하고 있지 않은 것이 현실이다. 그러나 유럽에서는 개별 경영체에 대한 직접 보조를 통하여 농촌관광이 활성화될 수 있는 것처럼 우리나라도 이제는 개별 경영체에 대한 보조지원 방안을 심각하게 고려해 볼 필요가 있다 하겠다. 예를 들어 농촌관광 경영체가 작성한 사업계획서를 심사하여 타당성이 인정된다면 사업비의 일부를 지원해 주는 방안도 모색할 수 있을 것이다.

6. 도농교류 방식의 확대

소비자들이 농촌관광을 하는 이유는 여가효용 증진에 있다. 말하자면 저렴한 비용으로 타 관광이나 일상생활에서 경험하기 어려운 농촌의 가치를 사기 위한 것이다. 농촌의 가치는 환경, 경관, 전통, 역사, 문화, 농업 등 여러 가지가 있지만 신뢰에 바탕한 사람과의 교류가 중요한 요소이다. 따라서 농촌관광 수요확대는 이러한 소비자의 욕구를 만족시키는데 일차적인 초점을 맞추어야 한다.

이러한 측면에서 최근 사회적 붐을 형성하고 범국민운동차원에서 농촌사랑운동이 활발히 전개되고 있는 1사1촌운동의 방식을 보다 확대한 형태의 다양한 방식의 도입과 홍보 등을 전개할 필요가 있다고 판단한다. 가령, 1가정1농장 갖기, 세컨드홈, 세컨드학교 등과 같은 개념도 농촌관광 수요확대에 기여할 수 있을 것이다.

부 록

농촌관광 서비스 품질요인 파악을 위한 소비자 선호도 조사표

다소 어려운 국내 경제 여건임에도 불구하고 우리나라의 여가 및 관광수요는 빠른 증가 추세를 보이고 있습니다. 특히 주5일 근무제의 도입뿐만 아니라 주5일 수업제, 휴가분산제, 완전노령연금제 등 향후 예정된 복지정책 도입은 이러한 증가 추세를 더욱 가속시킬 것으로 예상됩니다.

여가 및 관광효용의 증진을 통하여 삶의 질을 향상시키고 업무의 능률을 제고시키는 일은 이제 개인적 주요 관심 사안과 함께 국가의 중요한 현안으로 등장하였습니다. 여가 및 관광활동의 양상도 소비자의 변화하는 욕구에 발맞추어 다양한 형태로 변모하고 있습니다.

본 설문 조사는 국민관광실태 및 수요를 파악하고 새로운 대안관광을 모색함으로써 시대적 조류에 부응하는 관광정책 수립에 필요한 정보를 제공하기 위해 계획되었습니다. 설문 조사결과는 위의 연구 목적 이외에는 다른 용도로 사용되지 않습니다.

귀하께서 답변하시는 내용에는 맞고 틀리는 것이 없습니다. 조사된 내용은 통계 숫자로만 처리되어 개인의 비밀은 완전히 보장됩니다. 질문내용을 숙지하시고 해당되는 사항에 √표를 해주시거나 직접 기입해 주시기 바랍니다. 본 설문 조사의 결과는 여가효용의 증진과 관련된 정책 결정에 유용한 자료로 쓰일 것입니다. 감사합니다.

연구책임자: 유 승 우 연구위원

연구기관: 한국농촌경제연구원

☎ 02-3299-4350, FAX: 02-960-0163

조사일자: 2005년 월 일

조사 대상 지역: ()시·도 ()동·군

조사자: _____

이 연구는 농촌이 직면한 어려움을 타개하고 도시에 대해서는 더욱 양질의 여가효용을 제공하기 위한 정책 개발을 목적으로 기획되었습니다. 농촌관광에 참여해보신 분 또는 참여하지 않으신 분 모두가 본 설문 대상입니다. 바쁘시지만 심사숙고 하신 후 각 질문에 빠짐없이 응답해 주시기를 간곡히 부탁드립니다.

2005년 1월부터 현재까지 관광활동에 관한 질문입니다

1. 2005년 1월 1일부터 현재까지 농촌관광을 다녀오신 적이 있습니까?

농촌관광의 예:

- ① 농업과 관련된 관광활동에 참여한 경우: 농가민박, 체험농장, 주말농장, 농업·농산물 축제, 전통문화체험, 농수산물 채취
- ② 농촌지역을 관광목적으로 방문한 경우: 일반민박, 자연휴양림, 등산, 야영, 캠핑, 트래킹, 하이킹, 낚시, 자연학습, 갯벌체험, 명승지, 펜션
- ③ 농촌지역에 있는 가족, 친구, 친지를 방문한 경우

- ① 예 ② 아니오 (☞ “12번” 문항으로)

2. 귀하께서 다녀오신 농촌관광(두 번 이상 농촌관광에 참여하신 경우에는 최근에 다녀오신 농촌관광)은 위의 예시 중 어느 유형에 가장 가깝습니까(✓)?

- ①
②
③

*** 귀하께서 다녀오신 농촌관광 중에서 가장 “대표적인 농촌관광” 하나를 골라
3번 문항에서 11번 문항까지 대답하여 주십시오. ***

3. 가장 대표적이라고 선택하신 농촌관광에 대해서: 어느 지역을 여행하십니까?

(같은 여행 기간에 농촌관광 이외의 장소를 병행해서 여행하신 경우 농촌관광에 해당하는 사실에 대해서만 답해 주십시오)

11. 농촌지역을 관광하신 후의 느낌은 전반적으로 어떻습니까?

- ① 매우 불만족스럽다 ② 불만족스럽다 ③ 그저 그렇다
④ 만족한다 ⑤ 매우 만족한다

12. 주위 사람들에게 농촌관광 참여를 권유할 의향은 어떻습니까?

- ① 매우 그렇지 않다 ② 그렇지 않다 ③ 그저 그렇다
④ 그렇다 ⑤ 매우 그렇다

13. 귀하는 향후(올해 연말까지)에도 농촌관광에 참여할 의사가 있습니까?

- ① 예 (몇 회?) ② 아니오

14. 다음은 농촌을 방문할 때 고려되는 사항입니다. 귀하께서 생각하시는 정도에 ✓하여 주십시오. <농촌관광에 참여하지 않으신 분께서는 “얼마나 중요...”에 해당하는 항목에 대해서만 ✓>

	얼마나 중요하다고 생각하십니까?					실제 얼마나 만족하십니까?				
	전혀 중요 하지 않음	중요 하지 않음	보통	중요 함	매우 중요 함	매우 불만 족	불만 족	보통	만족 함	매우 만족 함
1. 농촌에 대한 여행정보	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
2. 교통편/접근성의 용이함	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
3. 숙박시설의 편리함(편안함)	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
4. 농가에서 제공되는 음식의 질	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
5. 농촌지역의 자연환경	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
6. 농촌지역 주민의 친절	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
7. 화장실 시설의 청결과 위생	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
8. 농산물의 품질 및 종류	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
9. 가능한 체험활동의 종류	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
10. 예약시스템의 편리함	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
11. 농가의 서비스 품질	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
12. 인터넷 전용컴퓨터의 유무와 운영상태	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
13. 농가의 객실가격 수준의 적절성	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
14. 객실의 크기	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
15. 어린이를 위한 활동프로그램	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
16. 자녀들을 위한 학습프로그램	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
17. 샤워·욕실 시설의 쾌적함	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
18. 안내인쇄물의 구비 및 내용의 적절성	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
19. 객실의 청결상태	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
20. 농가의 냉·난방시설	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
21. 농가 가구상태의 전통성	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
22. 농가 가구설비의 편의성	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
23. 농가 주방시설의 위생	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
24. 농가 주방시설의 편의성	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
25. 객실인테리어	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
26. 마당 및 운동장, 캠프장의 크기	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
27. 민속자료관, 농기구박물관의 유무와 운영상태	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
28. 특산품 판매장의 운영상태	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
29. 체육놀이 시설의 운영	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
30. 마을 하천의 조성상태	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
31. 낚시터 시설 운영	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
32. 산책로의 조성상태	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
33. 농촌생활, 문화체험 종류의 다양성	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
34. 농산물 생산체험 종류의 다양성	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
35. 주변의 관광지와의 연계	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
36. 주차시설의 구비	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
37. 객실의 안전성	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
38. 조용한 주변환경	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
39. 음식메뉴의 다양성	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
40. 농가 경영인의 고객 요구에 대한 신속한 반응	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
41. 농가 경영인의 성실성	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
42. 농가 경영인의 약속한 서비스에 대한 이행	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
43. 농가 경영인의 첫인상	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤

15. 귀하께서는 올해 참여하신 “가장 대표적인 농촌관광”장소에 대해 농촌관광의 참여이유를 적절히 설명한 곳에 ✓하여 주십시오.<농촌관광에 참여하지 않으신 분께서는 만약 농촌관광에 참여하신다면 참여이유에 대해 적절히 설명한 곳에 ✓하여 주십시오.>

농촌관광 참여이유	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통	그렇다	매우 그렇다
1. 긴장과 스트레스를 풀기 위하여	①	②	③	④	⑤
2. 정신적·육체적 휴식을 위하여	①	②	③	④	⑤
3. 평범한 일상생활에서 탈출하기 위하여	①	②	③	④	⑤
4. 스릴과 흥분을 찾아서	①	②	③	④	⑤
5. 모험심을 충족하기 위하여	①	②	③	④	⑤
6. 재미와 오락을 추구하여	①	②	③	④	⑤
7. 유명한 곳을 방문하기 위해	①	②	③	④	⑤
8. 여행지에서의 특별한 경험을 간직하기 위해	①	②	③	④	⑤
9. 새로운 장소를 경험하기 위하여	①	②	③	④	⑤
10. 다른 지역의 문화와 생활양식을 알기 위하여	①	②	③	④	⑤
11. 드라마 촬영지를 답사하기 위하여	①	②	③	④	⑤
12. 추억을 회상하기 위하여	①	②	③	④	⑤
13. 유흥을 즐기기 위하여	①	②	③	④	⑤
14. 새롭고 다른 라이프스타일을 찾기 위해서	①	②	③	④	⑤
15. 새로운 음식을 먹어보기 위해서	①	②	③	④	⑤
16. 도속문화의 체험을 위해서	①	②	③	④	⑤
17. 구전을 통한 소문을 통해서	①	②	③	④	⑤
18. 신체적 활동을 위해서	①	②	③	④	⑤
19. 고향을 방문하기 위해서	①	②	③	④	⑤
20. 친구 및 친지방문을 위해서	①	②	③	④	⑤
21. 가족과 함께 시간을 보내기 위해서	①	②	③	④	⑤
22. 지역행사에 참석하기 위해서	①	②	③	④	⑤
23. 동창회, 명절, 관혼상제에 참석하기 위해서	①	②	③	④	⑤
24. 역사 및 문화탐방을 위해서	①	②	③	④	⑤
25. 지식습득 및 탐구를 위해서	①	②	③	④	⑤
26. 편안함과 심리적 안정을 가지기 위해서	①	②	③	④	⑤
27. 연구 및 교육목적을 위해서	①	②	③	④	⑤
28. 삶의 재충전을 위해서	①	②	③	④	⑤
29. 자기과시를 위해서	①	②	③	④	⑤
30. 자기계발을 위해서	①	②	③	④	⑤
31. 미래에 대한 새로운 도전과 도약을 위해서	①	②	③	④	⑤
32. 농촌지역에 대한 상식과 지식을 얻기 위해서	①	②	③	④	⑤
33. 농촌지역에 대한 동경 때문에	①	②	③	④	⑤
34. 농촌지역에 대한 호기심 때문에	①	②	③	④	⑤
35. 자녀들의 농촌생활에 대한 학습을 위해서	①	②	③	④	⑤
36. 농촌의 경관을 즐기기 위해서	①	②	③	④	⑤
37. 농촌의 맑은 물과 신선한 공기를 즐기기 위해서	①	②	③	④	⑤
38. 농사일손을 돕기 위해서	①	②	③	④	⑤

일반적인 관광활동에 관한 질문입니다

16. 귀하의 관광성향은 주로 어떠한 편이라고 생각하십니까?
- ① 휴식 위주의 편안한 관광을 선호한다.
 - ② 활동적이고 체험적인 관광을 선호한다.
 - ③ 휴식 위주의 편안한 관광과 활동적이고 체험적인 관광이 혼합된 것을 선호한다.
 - ④ 특별히 선호하는 관광이 없이 때나 상황에 따라 관광선호가 바뀐다.
17. 귀하께서는 올해 들어 총 몇 번의 국내관광(참여한 농촌관광 포함)에 참여하셨습니까? () 회
18. 귀하께서는 올해 들어 총 몇 번의 해외관광에 참여하셨습니까? () 회
19. 귀하가 선호하는 주요관광 유형(농촌관광 제외)을 다음의 문항 중에서 하나만 선택하여 주십시오.
- ① 자연/생태관광: 산악형 관광(설악산), 해양관광(섬, 바닷가, 호수), 온천
 - ② 역사/문화관광: 역사유원지(고궁, 사찰), 민속공예 전시관람, 문화행사, 축제, 스포츠관람
 - ③ 산업/사회관광: 공업단지, 박람회(EXPO), 가족·친지 방문
 - ④ 위락관광: 놀이시설, 유원지, 레저타운(호텔), 스포츠(골프), 카지노, 민속촌
20. “가장 최근에” 다녀오신 농촌관광에서의 총지출과 숙박일수에 대해서 답해 주십시오. <만약 농촌관광에 참여하지 않으신 분께서는 농촌관광에 참여하신다는 가정하에 예상지출과 숙박일수에 대해 답해 주십시오>
- * 가족, 친지, 친구, 연인 등과 함께 여행하신 분은 대표자의 입장에서 같이 여행하신 그룹을 위해 지출된 그룹의 모든 경비를 적어 주십시오.
(그룹의 비용을 모르면 개인지출만 응답)

지출유형 (지출이 발생하지 않았으면 '0'을 기입)	지출금액과 숙박일수
식료비 (외식, 주류, 식품, 음료 등)	원
교통비 (자가운전의 경우 주유비, 톨게이트비 등)	원
오락비 (노래방, 관람, 게임, 체험 등)	원
숙박비 (민박, 호텔, 여관, 콘도, 펜션, 캠프장 등)	원
쇼핑비 (기념품, 토산품, 기타쇼핑 등)	원
기타 (그밖에 위 항목에 포함되지 않은 비용)	원
숙박일수	일

21. 위의 지출내역은 방문그룹 전체 또는 개인에 해당하는 것입니까?

- ① 방문그룹 전체 ② 개인

마지막으로 본인과 관련된 질문입니다

22. 귀하(전업 주부이신 경우 남편)의 직장은 주5일 근무제를 실시하고 있습니까?

- ① 예 ② 격주실시 ③ 아니오 ④ 관련 없음

23. 귀하의 가족/가까운 친척 중 농업에 종사하는 분이 있습니까?

- ① 있다 ② 없다 ③ 모름

24. 귀하가 어릴 때 주로 성장한 지역은 어디입니까?

- ① 도시지역 ② 농촌지역

25. 귀하의 현 주소는? ()시·도 ()구·군

26. 귀하의 연세와 성별은 ()세 / ① 남성 ② 여성

27. 귀하의 결혼 여부는? ① 기혼 ② 미혼 ③ 기타

28. 귀하의 학력은?

- ① 중졸이하 ② 고졸 ③ 대졸 ④ 대학원

29. 귀하의 직업은 어느 범주에 속하십니까?

- ① 전문직 ② 사무직 ③ 생산·기술직 ④ 서비스직 ⑤ 공무원·교직원
⑥ 자영업 ⑦ 학생 ⑧ 퇴직·무직 ⑨ 기타() ⑩ 주부(가장의 직업:)

30. 귀하를 포함한 모든 가족의 월평균 소득은 대략 어느 정도입니까?

- ① 200만원 이상~100만원 미만 ② 100만원 이상~150만원 미만
③ 150만원 이상~200만원 미만 ④ 200만원 이상~250만원 미만
⑤ 250만원 이상~300만원 미만 ⑥ 300만원 이상~400만원 미만
⑦ 400만원 이상~500만원 미만 ⑧ 500만원 이상~700만원 미만
⑨ 700만원 이상

☺ 수고 많으셨습니다. 본 조사에 응해 주셔서 대단히 감사합니다 ☺

참고 문헌

- 김용근 · 유기준 · 조중현 · 장혜진. 2001. “도시민 의식조사를 통한 그린투어리즘의 활성화 방안.” 『관광농업연구』. 8(2): 17-31.
- 류선무. 1999. “농촌자원의 활용과 건강휴양마을 조성방법에 관한 연구.” 『관광학연구』. 22(2): 162-166.
- 박석희. 1998. “농산촌지역 수변공간의 관광개발 전략모색에 관한 연구.” 『관광학연구』. 21(2): 257-271.
- 박시현 외. 2003. 『우리나라 농촌관광 발전 방향 및 방안』. 한국농촌경제연구원.
- 박시현. 2004. “농촌관광 산업화를 위한 소고.” 『농촌관광연구』. 11(1): 1-9. 한국농촌관광학회.
- 박호균 외. 2001. “한국 관광농원 실태 조사 분석과 농촌관광 발전 전략 연구.” 『地域社會開發研究』. 26(1): 45-73.
- 송미령 · 성주인. 2004. 『주민참여형 마을개발사업의 성과와 모형 정립』. 한국농촌경제연구원.
- 송미령. 2003. “그린투어리즘 마을의 경영전략.” 한국농업정책학회.
- 이호철. 2000. “그린투어리즘에 의한 지역사회 개발방안: 대구시의 약초 시민농원 개발을 중심으로.” 『농촌사회』. 10: 167-203.
- 이희찬. 2005. 『농업 · 농촌의 공익기능자원활용과 연계한 농촌관광 수요예측모형 개발』. 농림부.
- 조록환. 2002. “녹색관광을 통한 농촌 활성화.” 『농촌생활과학』. 23(2): 68-74.
- 조재환 외. 2003. “농촌관광에 대한 도시민 선호분석.” 『농업경영 · 정책연구』. 30(3): 387-401.
- 한국관광공사. 2002, 2001. 『국민여행실태조사』.
- Davidson. R., & J. Mackinnon. 1993. Estimation and Inference in Econometrics. New York.

- Greene. W. 1995. *Econometric Analysis*. Macmillan Publishing Company. New York.
- _____. 1995. LIMDEP. Econometric Software. Inc.
- Maddala. G. S.. 1983. *Limited dependent and qualitative variables in econometrics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Martilla. J. A. & J. C. James. 1977. "Importance-Performance Analysis." *Journal of Marketing*. Vol.41(1): 77-79.
- OECD. 1994. *Tourism policy and international tourism in OECD countries: 1991-1992*. Organization for Economic Co-Operation and Development.
- Roberts. L.. & D. Hall. 2001. *Rural Tourism and Recreation: Principles to Practice*. CABI Publishing.
- 농림부 (<http://www.maf.go.kr>)
- 통계청 (<http://www.nso.go.kr>)
- 한국관광공사 (<http://www.knto.or.kr>)

유승우

sewryu@krei.re.kr

고려대학교 대학원 농업경제학과,
충북대학교 대학원 농업경제학 박사

주요 연구실적 및 저서

- 『청원군 농업·농촌발전계획수립연구』(2005)
- 『지역축제가 농촌지역 활성화에 미치는 영향』(2004)
- 『밀양시 농업·농촌발전계획수립연구』(2004)

이희찬

leeheech@sejong.ac.kr

고려대학교 대학원 농업경제학과,
미국 미시간주립대학교 자원 및 관광경제학 박사

주요 연구실적 및 저서

- 『농촌사회 적정인구 유지를 위한 방안 연구』(2005)
- 『농업·농촌의 공익기능자원활용과 연계한 농촌관광 수요 예측모형 개발』(2005)
- 『농촌관광 수요의 결정요인 분석』(2004)

연구보고 R518 | 2005. 12.

농촌관광 수요확대 방안 연구

등 록 제6-0007호(1979. 5. 25)

인 쇄 2005. 12.

발 행 2005. 12.

발행인 최정섭

발행처 한국농촌경제연구원

130-710 서울특별시 동대문구 회기동 4-102

전화 02-3299-4000 팩시밀리 02-959-6110

<http://www.krei.re.kr>

인쇄처 (주)문원사 02-739-3911  4

ISBN 89-6013-013-3 93520

- 이 책에 실린 내용은 출처를 명시하면 자유롭게 인용할 수 있습니다.
- 무단 전재하거나 복사하면 법에 저촉됩니다.