

# 외국인 농촌관광 중요도속성에 따른 농촌관광 인지도 및 경험여부, 행동의도 판별분석

한송희 · 윤유식\*

경희대학교 호텔관광대학(서울특별시 동대문구 회기동)

## Important Variables of Rural Tourism Destination that Discriminate Rural Tourism Perception, Experiences, and Intention to Behavior

Song-Hee Han · Yoo-Shik Yoon

College of Hotel and Tourism, Kyunghee University, Korea.

### Abstract

This study was to investigate if there are important variables of rural tourism destination for foreign tourists that discriminate rural tourism perception, experience, and intention to behavior. of the experience activity among the regions and the villages. From the literature review, the survey questionnaires was developed to measure important variables of rural tourism destination, rural tourism perception, experiences and intention to behavior. A total of 799 useful samples were collected and analyzed in SPSS. Factor analysis showed that there are four underlying dimensions (program, preparation to receive, service and regional products, and human service). the results of discriminate analysis showed that service and regional products are important variables in rural tourism perception and experiences. And also service and regional products and human service are important variables in intention to behavior. More detailed discussion and implications are provided in conclusion.

**Key words:** rural tourism, intention to behavior, discriminant analysis

### 1. 서 론

국내 농촌관광은 농촌의 독특한 자연경관과 전통적 문화, 생활과 산업을 매개로 도시민과 지역주민 사이의 체류형 교류활동으로 도시민에게 휴식·휴양의 목적지를 제공하며 농촌에는 농산물 판매, 가공, 숙박 및 식·음료서비스 등을 통해 소득원을 제공하여 지역 경제 활성화를 창출하고 있다(한국농촌경제연구원, 2005).

최근 창조경제 정부는 농촌관광 활성화 정책으로 농업·농촌에 창조를 담는 6차 산업화를 본격 추진하며 농촌의 활력

증진과 부가가치를 높이기 위한 노력을 전개하고 있다(윤유식, 양정임, & 장양례, 2013; 한국농촌경제연구원, 2012). 이러한 농촌관광 활성화를 위한 정부의 정책적 지원에 힘입어 최근 농촌관광 시장의 규모는 '12년 기준 2,953억 원 수준으로 증가하였으며, 전국에 약 1,900여개 농촌관광 마을이 조성되었다. 또한 지속적 지역문제 출현에 따른 도시지역과 소득격차의 발생과 낙후지역 및 침체지역 발생을 극복하기 위한 방안으로 새로운 패러다임을 통한 농촌지역 활로 모색이 이루어지고 있으며, 2003년부터 시작된 농촌관광개발사업은 2011년 기준 5개 부처의 8개 사업이 진행되고 있으며 농촌전통테

주요어: 농촌관광, 행동의도, 판별분석

\* 교신저자(윤유식) 전화: 02-961-9274 e-mail: ysyn@khu.ac.kr

마마을(170개 마을), 어촌체험마을(107개 마을), 산촌생태마을(242개 마을) 등은 대표적인 정부 정책 사업으로 지역발전을 위한 새로운 상생의 모델을 제시하며 지역경제 활성화와 더불어 농촌관광객에게 여가 혹은 휴양의 기회를 제시하고 있다(한국농촌경제연구원, 2012; 농촌진흥청, 2012).

기존 선행연구에서는 농촌관광 선택속성(강인원, 2009; 민양기 & 이운섭, 2012; 한상겸, 2009; Lo, Mohamad, Songan, & Yeo, 2011), 농촌관광동기(박덕병, 문선희, & 윤유식, 2010; 이승곤 & 오민재, 2007), 농촌관광 서비스품질(강신겸, 2010; 박덕병 & 이해현, 2005; 장경수, 2010; Reichel, Lowengart, & Milman, 2000) 등의 다양한 접근을 통한 연구가 이루어지고 있으나, 방한 외국인수의 증가와 확대되는 농촌관광시장의 확대에 불구하고 내국인 농촌관광객 대상의 제한적 측면의 연구가 이루어지고 있다.

최근 농촌관광에 대한 6차 산업적 측면의 접근을 통한 농촌관광 서비스적 측면을 강화한 연구가 활발히 진행되고 있으며, 이는 기존 농촌관광이 생산 중심적 접근에서 생산과 가공, 서비스의 동시적 발생이 이루어짐에 따른 목적지로서 농촌관광의 가치가 증가하고 있음을 이야기 한다. 이러한 맥락에서 정부정책과 기존 학계의 연구를 고려한 현 시점에 부합하는 국내 농촌관광의 발전을 위한 연구의 필요성이 제기되며(윤유식, 양정임, & 장양례, 2013; 최해용, 윤유식, & 박재덕, 2014),

따라서 본 연구는 농촌관광 방문외국인을 대상으로 향후 농촌체험마을의 프로그램, 수용태세, 서비스, 인적자원 등의 개선을 위한 시사점을 제공하고, 국내 농촌관광의 발전에 기여할 수 있는 연구를 실시하는데 목적이 있다. 구체적으로, 농촌체험관광의 중요도속성에 대하여 판별분석을 활용한 인지도, 경험과 행도도에 중요한 영향을 미치는 속성을 구분하여 외국인농촌관광 자원 및 콘텐츠 개발을 위한 기초자료로 활용하는 한편, 연계상품개발에 시사점을 제공하고자 한다.

## 2. 이론적 배경

### 2.1. 농촌관광 중요속성

농촌관광은 시골지역에서 발생하는 관광으로, 농촌지역에서의 모든 관광행위를 통칭하고 있으며(OECD, 1999), 농촌관광 중요속성은 농촌관광 방문객의 구매의사, 재방문 등과 성

과에 밀접한 연결되는 속성이라 할 수 있다(한상겸, 2009; Molera & Albaladejo, 2007; Park & Yoon, 2009). 이러한 맥락에서 관광객의 목적지 방문 기본전제가 되는 중요요소에 대한 파악은 관광목적지의 관리 및 마케팅을 위한 기본적 핵심사항이라 할 수 있다(김경희 & 박덕병, 2013; 김기현, 최연화, & 윤유식, 2015; Lewis, 1981; Sirakaya & Woodside, 2005).

최근 힐링(Healing)과 휴식은 복잡한 일상 속 현대인의 새로운 활력소로 작용하고 있으며 이를 반영하듯 농촌에서는 다양한 힐링 비즈니스가 출현하고 있다. 특히, 일상을 치유하는 농촌관광 지역 특산물을 활용한 로컬 푸드(local food), 체험관광, 캠핑 등과 연계되는 사업이 본격화 되고 있다(농촌진흥청, 2013). 그러나 아직까지 국내 관광활성화에 중요한 역할을 담당하는 농촌관광 방문객의 의사결정에 중요한 영향을 미치는 요소에 대한 파악은 체계적으로 파악되지 않고 있다. 특히, 외국인 관광객의 행태에 대한 파악은 매우 부족한 사항이다. 또한 기존 관광목적지의 중요속성에 관한 선행연구에서는 관광지 속성에 따른 다양한 속성들이 나타나고 있기 때문에 농촌관광목적지의 특성을 고려한 중요속성의 파악을 필요로 한다(김보균, 손호기, 이명숙, & 박인환, 2011; 김경희 & 박덕병, 2013; 김경희 & 이선민, 2014).

이승곤 & 오민재(2007)는 전남지역 농촌관광 체험마을 방문객 만족에 중요한 영향을 미치는 농촌관광 목적지 속성을 관광기반 속성, 매력 속성, 체험 속성으로 구분하였으며, 민양기 & 이운섭(2012)은 서울, 경기지역의 농촌관광 참여 경험이 있는 관광객을 대상으로 만족과 재방문, 그리고 추천의도에 영향을 미치는 속성을 편의성, 매력성, 체험성, 관리운영속성으로 분류하였다. 김경희 & 이선미(2014)는 농촌관광지의 프로그램·서비스, 시설 및 환경을 구축함으로써 목적지에 대한 만족도를 높이는 방안을 제시하였다. 또한 김보균, 손호기, 이명숙, & 박인환(2011)은 전국 농촌체험마을 방문 경험이 있는 방문객을 대상으로 만족 및 재방문의사에 영향을 미치는 속성을 실증적 검증을 통해 제시하며 농촌관광 활성화를 위해서는 인프라, 접근성의 개선과 독특한 프로그램, 상품 등의 개발 필요성에 대하여 제기하였다.

선행연구를 종합하면 농촌관광마을의 차별화된 서비스와 프로그램 제공은 농촌방문객에게 만족과 재방문의사 및 충성도에 영향을 미침에 따라 콘텐츠 개발의 필요성을 강조하고 있다. 이러한 맥락에서 본 연구는 외국인 농촌관광 방문객을 대상으로 중요속성을 파악하기 위해 서비스, 시설, 프로그램, 인적자원으로 측정 요인을 구성하였다.

## 2.2. 농촌관광 인지도, 경험 및 행동의도

농촌관광 인지도 및 경험여부는 일반적으로 농촌관광에 대한 인식과 그리고 농촌관광에 대하여 경험여부를 의미하는 것이라고 할 수 있다. 또한 행동의도는 제공받은 서비스에 대한 태도 형성이 미래행동으로 나타내려는 개인의 의지 혹은 신념으로, 경험에 근거한 재방문, 타인에게 추천 및 구전 의향 정도를 의미한다(윤유식, 양정임, & 장양례, 2013; 장경수, 2010; 최해용, 윤유식, & 박재덕, 2014; 한송희, 윤유식, & 최운지, 2012). 이는 목적지 차원의 긍정적 태도 형성은 활성화와 충성고객 창출을 위한 필연적 요소임을 제시하고 있다(Paunovic, 2014; Valle, Silva, Mendes, & Guerreiro, 2006).

기존 농촌관광객 인지와, 경험여부, 행동의도와 관련된 선행연구에서 한상겸(2009)은 농촌관광의 경험이 있는 청소년 및 대학생 방문객의 경우, 다양한 농촌체험과 관련된 프로그램을 제공하여 만족도를 향상시키고 결과적으로 행동의도와 연결성을 만드는 것이 필요하다고 이야기하고 있다. 또한 장경수(2010)는 농촌관광지에서의 높은 질의 체험, 안내, 농촌지역의 특성, 정보성제공이 재방문의도와 추천의도에 영향을 미치는 주요 요소로 목적지의 효율적 서비스 제공을 통한 관리 전략 필요성을 제기하고 있다. 또한 Som, Marzuki, Yousefi, & AbuKhalifeh(2012)는 말레이시아 코타키나발루(Kota Kinabalu) 지역 방문객을 사례로 재방문을 위한 목적지의 속성을 이미지, 환경, 날씨·자연으로 제시하고 있다.

따라서 선행연구를 바탕으로 본 연구에서는 농촌관광 행동의도를 참가의향, 추천의사, 긍정적 구전의사 등 3개의 문항을 측정하였으며, 판별함수측정을 위한 2개의 척도(1:없음/2:있음)로 정하였다. 또한 농촌관광 인지도 여부(1:없음/2:있음), 농촌관광 경험 여부(1:없음/2:있음)에 따른 중요속성을 구분하여, 국내 농촌관광의 외국인 관광객 활성화 방안을 위한 마케팅 전략을 수립하는데 기여하고자 한다.

## 3. 연구방법

### 3.1. 표본조사방법 및 자료수집

본 연구의 모집단은 농촌관광을 경험한 외국인 관광객으로 주요 조사지역은 전국 농촌체험마을(청평 의야지바람마을, 인제 넷강마을, 장성 자라피마을, 여주 은아목장 등)을 방문하

는 외국인을 대상으로 조사하였다. 조사 대상 외국인 관광객은 여행을 통하여 마을을 방문하여 사전에 예약된 체험을 하는 관광객이었으며, FIT(Free Independent Tour) 방문객은 없었다. 조사를 실시하기 위한 사전에 마을 관계자에게 조사 목적과 더불어 농촌관광활성화를 위한 연구의 취지를 설명하고 조사협조를 받았으며, 해당지역을 방문하는 여행사와도 사전 협의 및 설명을 통하여 조사를 실시하였다. 설문지는 자기 기입식 방법으로 작성되었으며, 본 연구를 위해 총 839부의 설문을 배포 수거하였으며, 이 중 불성실한 응답을 하였거나 신뢰성이 떨어지는 40부를 제외한 총 799부 유효표본수를 획득하여 분석에 활용하였다.

### 3.2. 측정항목 도출 및 자료분석

본 연구 측정항목의 도출을 위한 농촌관광마을에 대한 기존 선행연구를 중심으로 설문지를 작성하였고, 농촌관광 중요속성은 선행연구(김보균, 손호기, 이명숙, & 박인환, 2011; 김경희 & 박덕병, 2013; 김경희 & 이선민, 2014; 한상겸, 2009; Lo, Mohamad, Songan, & Yeo, 2011; Park & Yoon, 2009)를 바탕으로 도출하였으며, 등간척도(1=전혀 그렇지 않다, 5=매우 그렇다)를 활용하여 측정하였다. 또한 인지도 및 경험여부는 명목적도를 활용하여 측정하였으며, 행동의도는 선행연구(윤유식, 양정임, & 장양례, 2013; 최해용, 윤유식, & 박재덕, 2014; Valle, Silva, Mendes, & Guerreiro, 2006)를 바탕으로 추천의사, 재방문의사, 구전의사에 대하여 2분형 명목적도(1:없음/2:있음)를 분석에 활용하였다.

본 연구를 위해 수집된 자료의 분석은 SPSS 21.0 통계 패키지를 이용하였다. 분석기법은 농촌관광 중요도에 대한 요인분석을 실시하였으며, 도출된 요인에 대하여 중화평균을 활용하여 종속변수인 농촌관광 인지도, 경험여부 및 행동의도에 대하여 판별분석을 실시하였다.

## 4. 결과분석

### 4.1. 인구통계학적 특성

본 연구 조사대상자의 인구 통계학적 특성을 살펴보면 전체 응답자 중에서 성별은 남성 350명(43.8%), 여성 449명(56.2%), 연령은 20대 미만 45명(5.2%), 20대 287명(35.9%), 30대 250명

〈표 1〉 인구통계학적특성

	구분	빈도	유효퍼센트
성별	남	350	43.8
	여	449	56.2
소득	1000미만	173	22.1
	1000불대	122	15.6
	2000불대	131	16.7
	3000불대	104	13.3
	4000불대	88	11.2
	5000불대	78	9.9
	6000이상	39	5.0
	소득없음	49	6.3
결혼 여부	미혼	441	57.6
	기혼	325	42.4
연령	20대 미만	45	52.2
	20대	287	15.4
	30대	250	11.0
	40대	130	5.8
	50대	61	7.4
	60대 이상	23	6.7
	국적	중국	250
한국		159	19.9
대만		6	.8
홍콩		10	1.3
미국		29	3.6
싱가포르		2	.3
일본		255	31.9
프랑스		18	2.3
태국		1	.1
독일		14	1.8
이스라엘		1	.1
벨기에		2	.3
룩셈부르크		1	.1
이탈리아		1	.1
스위스		3	.4
호주		11	1.4
러시아		8	1.0
이집트	2	.3	
폴란드	2	.3	
영국	10	1.3	
아랍에미리트	2	.3	
멕시코	3	.4	
말레이시아	1	.1	
덴마크	2	.3	
노르웨이	1	.1	
스위스	1	.1	
인도네시아	2	.3	
가나	1	.1	
아일랜드	1	.1	

(11.0%)로 나타났다. 과 입학유형에 따른 학습만족도의 차이는 없는 것으로 나타났다.

평균소득은 1000불미만이 173명(22.1%), 1000불대 122명(15.6%), 2000불대 131명(16.7%), 3000불대 104명(13.3%), 4000불대 88명(13.9%), 5000불대 78명(9.9%), 6000불 이상 39명(5.0%), 소득 없음 49명(6.3%)으로 1000불미만이 가장 많은 비중을 나타냈다. 결혼여부는 미혼이 441명(57.6%), 기혼이 138명(32.5)으로 나타났다.

국적은 중국 250명(31.3%), 일본 255명(31.9%), 한국 159명(19.9%), 대만 6명(.8%), 홍콩 10명(1.3%), 프랑스 15명(2.3%), 독일 14명(1.8%), 호주 11명(1.4%), 러시아 8명(1.0%), 영국 10명(1.3%), 멕시코 3명(.4%), 미국 29명(3.6%) 등으로 나타났다.

#### 4.2. 농촌관광 중요도 요인분석 결과

농촌관광 중요도에 대한 총 15개 변수를 활용하여 요인분석을 실시하였으며, 요인적재량 0.5이상을 기준으로 유의한 변수를 도출하였다. 구체적으로 요인의 고유값(Eigen value)은 1.0이상의 요인을 추출하였으며, 총 변량의 60% 이상의 설명력을 기준으로 설정하였다(Hair, Black, Babin, Anderson, &

〈표 2〉 농촌관광중요도 요인분석 결과

요인명	변수	요인 적재값	고유값	분산 설명력
프로그램	프로그램	.796	5,065	33,769
	농촌관광체험	.779		
	이용가격	.698		
	소요시간	.598		
수용태세	숙박시설	.751	1,849	12,324
	식음료	.675		
	화장실편의시설	.634		
	시설만족도	.556		
	관광지접근성	.465		
서비스/특산품	주차시설	.834	1,182	7,877
	대행업체 서비스	.791		
	특산물 및 기념물건	.680		
인적자원	종사원의 언어소통	.834	1,004	6,694
	관광안내 내용 및 설명	.791		
	종사원의 태도	.680		

KMO=.847, Bartlett 구형성 검정 근사 카이제곱 값= 3978.484(df=105, p<.001)

설명분산의 누적값= 60,664

Tatham, 2006).

요인분석결과의 적절성을 판단하기 위한 Bartlett의 구형성 검정과 KMO의 표본 적절성 검사를 실시한 결과 Bartlett의 구형성 검정  $X^2$  값은 3978.484( $p < .001$ )로 나타났으며, KMO값은 .847로 나타나 요인분석 결과의 적용이 가능한 것으로 나타났다. 4개 요인의 총 분산 설명력은 60.664%로 나타났으며, 일반적으로 사회과학연구에서 총 분산의 60%를 설명하면 좋은 결과로 받아들여진다(Hair et al, 2006). 각 요인적재값은 15개 변수 모두 0.5이상으로 나타나 요인분석이 적절함을 보여준다. 요인의 명칭은 각 요인에 적재된 변수의 특성을 중심으로 요인 1 '프로그램'(4문항, 분산설명력=33.769%), 요인 2 '수용태세'(5문항, 분산설명력=12.324%), 요인 3 '서비스 및 특산물'(3문항, 분산설명력=7.877%), 요인 4 '인적자원'(3문항, 분산설명력=6.694%)으로 명명하였다.

### 4.3. 농촌관광 중요도속성에 따른 인지도, 경험, 행동의도의 판별분석

농촌관광 중요도속성에 따라 농촌관광의 인지도 유무를 적절하게 변별해주는 변인을 찾기 위한 판별분석(discriminant function analysis)을 실시한 결과는 <표 3>에 제시되어있다. Wilks Lamda 방식으로 유의미성을 검증한 결과, 판별함수 값이 유의미한 것으로 나타났다(Wilk's Lamda 값 = .921,  $p < .001$ ). 고유 값은 .86 이고 정준상관은 .282로 나타났다. 또한 추출된 판별함수계수에 의한 인지도 유무의 분류는 65.2%의 정확도를 보였다. 표준화 정준 판별함수계수를 살펴보면, 농촌관광 중요도 속성 중 서비스 및 특산물(.988)와 프로그램(-.362)가 인지도 유무 집단을 변별하는데 영향을 주는 가장 효과적인

<표 3> 외국인 농촌관광 중요도속성에 따른 인지도 판별분석결과

예측변인	선형판별함수	
	함수1	구조행렬
프로그램	-.362	.938
수용태세	-.038	.330
서비스 및 특산물	.988	.275
인적자원	.098	-.143
고유값	.086	정준상관 .282
Wilk's Lamda	.921	

유의수준  $p < .001$ , F value= 3,563, Hit ratio = 65.2%

특성으로 확인되었다.

농촌관광 중요도속성에 따라 농촌관광의 경험 유무를 적절하게 변별해주는 변인을 찾기 위한 판별분석을 실시한 결과는 <표 4>에 제시되어있다. Wilks Lamda 방식으로 유의미성을 검증한 결과, 판별함수 값이 유의미한 것으로 나타났다(Wilk's Lamda 값 = .917,  $p < .001$ ). 고유값은 .091, 정준상관은 .282로 나타났다. 또한 추출된 판별함수계수에 의한 인지도 유무의 분류는 59.0%의 정확도를 보였다. 표준화 정준 판별함수계수를 살펴보면, 농촌관광 중요도 속성 중 서비스 및 특산물(.967)와 프로그램(-.449)가 경험 유무 집단을 변별하는데 영향을 주는 가장 효과적인 특성으로 확인되었다.

<표 4> 외국인 농촌관광 중요도속성에 따른 경험 판별분석결과

예측변인	선형판별함수	
	함수1	구조행렬
프로그램	-.449	.893
수용태세	.233	.324
서비스 및 특산물	.967	-.208
인적자원	-.190	.169
고유값	.091	정준상관 .289
Wilk's Lamda	.917	

유의수준  $p < .01$ , F value= 4.428, Hit ratio = 59.0%

농촌관광 중요도속성에 따라 농촌관광의 참가의사여부 변별해주는 변인을 찾기 위한 판별분석을 실시한 결과는 <표 5>에 제시되어있다. Wilks Lamda 방식으로 유의미성을 검증

<표 5> 외국인 농촌관광 중요도속성에 따른 참가의사 판별분석결과

예측변인	선형판별함수	
	함수1	구조행렬
프로그램	.261	.534
수용태세	-.112	.448
서비스 및 특산물	-.347	.096
인적자원	1.030	.917
고유값	.032	정준상관 .177
Wilk's Lamda	.969	

유의수준  $p < .001$ , F value= 2,960, Hit ratio = 66.8

한 결과, 판별함수 값이 유의미한 것으로 나타났다(Wilk's Lamda 값 = .969, p<.001). 고유 값은 .032 이고 정준상관은 .177로 나타났다.

또한 추출된 판별함수계수에 의한 농촌관광 참여의사여부 집단 분류는 66.8%의 정확도를 보였다. 표준화 정준 판별함수계수를 살펴보면, 외국인의 농촌관광 중요도 속성 중 인적자원(1.030)과 서비스 및 특산품(-.449)가 농촌관광 참여의향여부 변별하는데 영향을 주는 가장 효과적인 특성으로 확인되었다.

농촌관광 중요도속성에 따라 농촌관광의 추천의사 여부에 대한 판별분석결과는 <표 6>에서 제시되었다. 판별함수 값은 유의미한 것으로 나타났다(Wilk's Lamda 값 = .981, p<.001). 고유 값은 .020 이고 정준상관은 .139로서 나타났다.

또한 추출된 판별함수계수에 의한 추천의사여부 분류는 58.5%의 정확도를 보였다. 표준화 정준 판별함수계수는 농촌관광 중요도 속성 중 서비스 및 특산품(-.900)과 인적자원(.802)가 경험 유무 집단을 변별하는데 영향을 주는 가장 효과적인 특성으로 확인되었다.

<표 6> 외국인 농촌관광 중요도속성에 따른 추천의사 판별분석결과

예측변인	선형판별함수	
	함수1	
	표준화정준 판별함수계수	구조행렬
프로그램	.053	.622
수용태세	.324	.399
서비스 및 특산품	-.900	-.394
인적자원	.802	.340
고유값	.020	정준상관 .139
Wilk's Lamda	.981	

유의수준 p<.001, F value= 1.427, Hit ratio = 58.5%

농촌관광 중요도속성에 따라 농촌관광의 긍정적 구전의사 여부에 대한 판별분석 결과는 <표 7>에 제시되어있다. Wilks Lamda 방식으로 유의미성을 검증한 결과, 판별함수 값이 유의미한 것으로 나타났다(Wilk's Lamda 값 = .981, p<.001). 또한 추출된 판별함수계수에 의한 긍정적 구전의사여부의 분류는 58.5%의 정확도를 보였다. 표준화 정준 판별함수계수를 살펴보면, 농촌관광 중요도 속성 중 서비스 및 특산품(-.900)과 인적자원(.802)가 경험 유무 집단을 변별하는데 영향을 주는 가장 효과적인 특성으로 확인되었다.

<표 7> 외국인 농촌관광 중요도속성에 따른 긍정적 구전의사 판별분석 결과

예측변인	선형판별함수	
	함수1	
	표준화정준판별함수 계수	구조행렬
프로그램	.053	.622
수용태세	.324	.399
서비스 및 특산품	-.900	-.394
인적자원	.802	.340
고유값	.017	정준상관 .128
Wilk's Lamda	.984	

유의수준 p<.001 F value= 2.824, Hit ratio = 59.0%

판별함수계수에 의해 분류된 결과 <표 8>에서 보면, 농촌관광에 대한 인지도가 있는 경우 68.5%가, 인지도가 없는 경우 58.9%가 정확히 분류되었다. 전체 765명중 정확하게 분류된 집단은 499명으로 추출된 판별함수계수에 의한 인지도 유무 집단의 분류는 65.2%의 정확도를 보였다.

농촌관광에 대한 경험이 있는 경우 68.5%가, 경험이 없는 경우 58.9%가 정확히 분류되었다. 전체 744명 중 정확하게 분

<표 8> 판별함수계수에 의한 인지도, 경험, 행동의도 분류결과

	실제집단	예측 소속집단		사례수
		1 집단	2 집단	
인지도	유	344(68.5%)	158(31.5%)	502(100%)
	무	108(41.1%)	155(58.9%)	263(100%)
전체		524	313	765
경험	유	408(68.3%)	189(31.7%)	597(100%)
	무	59(40.7%)	86(59.3%)	145(100%)
전체		467	275	744
참가의사	약	45(55.6%)	36(44.4%)	81(100%)
	강	225(32.0%)	479(68.0%)	704(100%)
전체		270	515	785
추천의사	약	58(59.2%)	40(40.8%)	98(100%)
	강	286(41.6%)	401(58.4%)	687(100%)
전체		344	441	785
구전의사	약	49(66.2%)	25(33.8%)	74(100%)
	강	297(41.8%)	414(58.2%)	711(100%)
전체		346	439	785

류된 집단은 494명으로 추출된 판별함수계수에 의한 인지도 유무 집단의 분류는 66.4%의 정확도를 보였다.

농촌관광에 대한 참가의사가 약한 경우 55.6%가, 참가의사가 강한 경우 68.0%가 정확히 분류되었다. 전체 785명 중 정확하게 분류된 집단은 524명으로 추출된 판별함수계수에 의한 인지도 유무 집단의 분류는 66.8%의 정확도를 보였다.

농촌관광에 대한 추천의사가 약한 경우 59.2%가, 참가의사가 강한 경우 58.4%가 정확히 분류되었다. 전체 785명 중 정확하게 분류된 집단은 459명으로 추출된 판별함수계수에 의한 인지도 유무 집단의 분류는 58.5%의 정확도를 보였다.

농촌관광에 대한 추천의사가 약한 경우 66.2%가, 참가의사가 강한 경우 58.2%가 정확히 분류되었다. 전체 785명 중 정확하게 분류된 집단은 463명으로 추출된 판별함수계수에 의한 인지도 유무 집단의 분류는 59.0%의 정확도를 보였다.

## 5. 결론 및 논의

최근에 들어와서 농촌관광에 대한 6차산업적 측면의 접근과 더불어 방한 외국인 관광객의 증가 추세에 농촌관광지를 방문하는 외국인 관광객을 대상으로 우리나라 농촌관광에 대한 이해와 경험 및 향후 행동의도에 대한 연구는 광범위적 측면에서는 낙후지역의 균형적 발전을 위한 제시를 통해 상생방안의 마련을 제시하고, 협의적 측면에서는 외국인 대상 농촌관광의 활성화 연구를 통한 관광객 유입과 서비스 증진을 위한 방안을 제시 가능하다. 이에 본 연구에서는 외국관광객을 대상으로 우리나라 농촌관광에 대한 인지도여부와 경험 및 향후 긍정적인 행동의도에 대한 판별여부를 파악하기 위한 연구를 실시하였다.

연구결과 15개 농촌관광 중요속성을 활용한 요인분석은 총 4개의요인을 도출하였으며, 프로그램, 수용태세, 서비스 및 특산물, 인적자원 등으로 명명하였다. 이러한 농촌관광 중요속성에 대하여 농촌관광인지여부, 경험여부, 향후 추천, 구전, 재방문여부에 영향을 미치는 요인을 파악하기 위한 판별분석을 실시한 결과, 농촌관광인지여부 및 경험여부는 프로그램과 서비스 및 특산물이 주요한 영향요인으로 나타났으며, 향후 행동의도를 판별하는데 있어서는 서비스 및 특산물, 그리고 인적자원이 주요한 판별영향요인으로 나타났다. 이러한 결과는 농촌관광의 인지 및 경험에 있어 농촌관광 프로그램, 체험프로그램, 체험가격 및 소요 시간 등과 주차시설 및 대행업체

서비스, 특산물 및 기념품 등이 중요한 요인으로 작용될 수 있으며, 향후 추천의사 및 구전, 재방문의도를 판별하는 주요한 요인으로 종사원의 언어소통, 관광안내 및 설명과 종사원의 태도 등이 행동의도를 결정하는데 주요한 역할을 하고 있는 것을 알 수 있다.

즉, 외국인을 대상으로 한 농촌관광에 있어 농촌관광에 대한 체험프로그램 및 체험가격, 소요시간 등이 우리나라 농촌관광에 대한 이해와 경험을 제공하는데 중요한 사항으로 해석할 수 있으며, 외국인을 대상으로 한 차별화된 프로그램과 우리나라 문화와 역사, 지역의 고유한 특성을 포함한 프로그램개발과 운영이 중요하다고 볼 수 있다. 또한 체험프로그램에 대한 적절한 설명과 의미와 방법을 설명하는 것도 우리나라 농촌관광에 대한 이해를 높이는데 중요하다고 할 수 있다.

그리고 향후 우리나라 농촌관광 확대 및 발전을 위해서는 외국인 농촌관광 대행업체에 대한 서비스 강화 및 종사원의 관리가 더욱 중요하다고 볼 수 있으며, 농촌체험마을에서의 서비스 및 관리, 적절하고 특색있는 특산물 제시도 중요하다고 볼 수 있다. 한편, 외국관광객을 농촌관광에 인솔하고 설명하는 대행업체에 대한 교육 및 인적서비스 강화와 더불어 농촌관광마을의 서비스 개선노력이 필요하다고 볼 수 있다. 결과적으로 실증적 검증을 통한 본 연구결과는 외국인 농촌관광 활성화를 위한 기초자료로 활용되고, 상품개발 및 서비스 증진에 유용한 자료로 활용되기를 기대한다.

## 참고 문헌

1. 강신겸. (2010). 농촌민박 서비스품질이 고객만족과 재방문의사에 미치는 영향: 평창지역 농촌민박을 중심으로. *관광연구논총*, 22(1), 205-221.
2. 강인원. (2009). 농촌관광 선택속성과 만족이 충성도에 미치는 구조관계 분석. *농촌관광연구*, 16(4), 1-25.
3. 김경희, & 이선민. (2014). 생태체험마을 속성이 방문객의 만족에 미치는 영향: 성인과 초등학교 비교를 중심으로. *농촌지도와 개발*, 21(4), 909-938.
4. 김경희, & 박덕병. (2013). 농촌관광객의 지역 특산물 구매 선택속성, 만족, 충성도의 구조관계. *관광학연구*, 37(1), 279-301.
5. 김기현 · 최연화, & 윤유식. (2015). 외국인 관광객의 농촌관광 선택속성에 따른 만족도 및 충성도 연구. *관광연구*, 30(3), 21-40.
6. 김보균, 손호기, 이명숙, & 박인환. (2011). 농촌체험마을 방문객 선택속성에 대한 만족과 재방문의사에 미

- 치는 영향. *농촌지도와 개발*, 18(3), 531-550.
7. 농림축산식품부. (2013). 농업농촌에 창조를 담은 6차 산업화 본격 추진: 2013.7.26.일 보도자료.
  8. 농촌진흥청. (2013). *키워드로 본 2013년 농산업*. 수원: 농촌진흥청.
  9. 민양기, & 이윤섭. (2012). 농촌관광 선택속성이 만족, 재방문의도, 추천의도에 미치는 영향 연구. *여행학연구*, 33, 73-92.
  10. 박덕병, 문선희, & 윤유식. (2010). 제주 농촌관광 방문객의 관광동기에 따른 시장세분화. *관광학연구*, 34(4), 203-227.
  11. 박덕병, & 이혜현. (2005). 농가숙박 서비스품질의 기대-만족 분석. *문화관광연구*, 7(2), 7-25.
  12. 윤유식, 양정임 & 장양례. (2013). 6차산업 농어촌관광마을 선택속성 세분시장에 따른 체험프로그램 선호도 및 행동의도 연구. *농촌지도와 개발*, 20(3), 755-775.
  13. 이승곤, & 오민재. (2007). 농촌관광 목적지 속성에 따른 관광객 유형별 동기 및 체험 분석. *관광연구저널*, 21(4), 19-33.
  14. 장경수. (2010). 농촌관광의 서비스품질이 방문자만족, 재방문의도, 추천의도에 미치는 영향. *관광연구*, 24(6), 457-472. 15.
  15. 최해용, 윤유식, & 박재덕. (2014). 6차 산업으로서 농촌체험관광의 선택속성과 체험 프로그램 선호도가 농촌관광 행동의도 및 개발 지지도에 미치는 영향. *관광연구저널*, 28(2), 185-198.
  16. 한국농촌경제연구원. (2005). *농촌관광 수요확대 방안 연구*. 서울: 한국농촌경제연구원.
  17. 한국농촌경제연구원. (2012). *농촌관광의 새로운 방향과 정책과제*. 서울: 한국농촌경제연구원.
  18. 한국농촌경제연구원. (2013). *농촌 6차산업화를 위한 농촌관광의 발전 방향*. 서울: 한국농촌경제연구원.
  19. 한상겸. (2009). 농촌관광지 선택속성이 만족도와 재방문 및 추천의도에 미치는 영향. *한국항공경영학회지*, 7(2), 3-16.
  20. 한송희, 윤유식, & 최윤지. (2012). 외래 관광객의 체험지향성이 체험활동 선호도에 미치는 영향연구. *관광연구저널*, 26(1), 181-198.
  21. Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L.(2006). *Multivariate data analysis* (6 ed.), Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
  22. Lewis, R. C. (1981). Restaurant advertising: Appeals and consumers' intention. *Journal of advertising research*, 21(5), 69-74.
  23. Lo, M. C., Mohamad, A. A., Songan, P., & Yeo, A. W. (2011). Rural destinations and tourists' satisfaction. *Journal of Service research*, 11(2), 59-74.
  24. Molera, L., & Alvaladejo, I. P. (2007). Profiling segments of tourists in rural areas of South-Eastern Spain. *Tourism Management*, 28, 757-767.
  25. OECD. (1999). *Cultivation rural amenities: An economic development perspective*. Paris.
  26. Park, D. B., & Y. S. Yoon (2009). Segmentation by motivation in rural tourism: A Korean case study, *Tourism Management*, 30, 99-108.
  27. Paunovic, I. (2014). Satisfaction of tourist in Serbia, destination image, loyalty and DMO service quality. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, Special Issue, 163-181.
  28. Reichel, A., Lowengart, O., & Milman, A. (2000). Rural tourism in Israel: service quality and orientation. *Tourism Management*, 21, 451-459.
  29. Sirakaya, E., & Woodside, A. G. (2005). Building and testing theories of decision making by travellers. *Tourism Management*, 26: 815-832.
  30. Som, A. P. M., Marzuki, A., Yousefi, M., & AbuKhalifeh, A. N. (2012). Factors influencing visitors' revisit behavioral intentions: A case study of Sabha, Malaysia. *International Journal of Marketing Studies*, 4(4), 39-50.
  31. Valle, P. O., Silva, J. A., Mendes, J., & Guerreiro, M. (2006). Tourist satisfaction and destination loyalty intention: A structural and categorical analysis. *Journal of Business Science and Applied Management*, 1(1), 25-44.

Received 10 August 2015; Revised 02 September 2015; Accepted 12 September 2015



Song-Hee, Han is a graduate student of College of Hotel and Tourism at Kyung-hee University. She's research interest is regional tourism development, destination marketing and management.

Address: (130-072) College of Hotel and Tourism, Kyunghee University, 1 Hoegi-Dong Dongdaemoon-Gu, Seoul, South Korea.

E-mail) hsh8318@korea.kr

phone) 82-63-238-2652



Dr. Yoo-Shik Yoon is a Professor of College of Hotel and Tourism at Kyung-hee University. His research interest is regional tourism development, destination marketing and management, and MICE industry.

Address: (130-072) College of Hotel and Tourism, Kyunghee University, 1 Hoegi-Dong Dongdaemoon-Gu, Seoul, South Korea.

E-mail) ysyn@khu.ac.kr

phone) 82-2-961-9274