

포스트 코로나 시대의 추구편익에 따른 농촌관광 시장세분화 연구*

유준완^a · 황대용^{b**}

^a농촌진흥청 국립농업과학원 박사후연구원 (전북 완주군 이서면 농생명로 166)

^b농촌진흥청 국립농업과학원 농업연구관 (전북 완주군 이서면 농생명로 166)

Segmentation of Rural Tourist by Benefit Sought in the Post COVID-19

Joon-Wan Yu^a · Dae-Yong Hwang^b

^aPostdoctoral Researcher, National Institute of Agricultural Sciences, Rural Development Administration, Korea

^bSenior Researcher, National Institute of Agricultural Sciences, Rural Development Administration, Korea

Abstract

This study aims to segment the rural tourists markets according to benefits sought after the COVID-19 outbreak. Data were collected from 284 usable visits in 20 rural tourism village. Results show that it was classified into three clusters from factor-cluster analysis, The first cluster was 'negative participation type', and the overall pursuing benefit factor was low. The second cluster was 'complex pursuit type', and all the pursuing benefit factors were higher than the average. The third cluster was 'experience-seeking type', and the benefits of pursuing rural experiences, special experiences, and intimacy were high. Each cluster showed differences in educational background, age, residential area, type of visit, awareness, satisfaction, and behavioral intention of rural tourism villages.

Key words: rural tourism, post COVID-19, market segmentation, benefit sought

1. 서론

최근 코로나19로 인해 관광업계에서는 전례 없는 위기가 도래했다. 전 세계의 관광시장은 1990년대 수준으로 퇴보했으며(신용석, 2021), 이러한 사태가 앞으로 몇 년간 지속될 것으로 보여지고 있다. 따라서 코로나19가 언제 완전하게 종식될지 예상이 불가능한 상황 속에서 관광업계의 대응전략이 요구되고 있다(박정하, 2022). 코로나19로 인한 거리두기가 완화되면서 관광업계가 점차 되살아나고 있다고는 하지만 인식의 변화로 인해 기존처럼 단체, 대규모 인원이 함께하는 관광보다 캠핑과 같은 소규모, 저밀도 관광이 트렌드로 자리매김하고 있다.

이러한 움직임은 농촌관광에서도 나타나고 있다. 농촌관광은 1984년부터 농외소득 증대를 목표로 한 농촌개발정책의 일환으로 정부주도하에 발전해왔다(강숙영, & 한현숙, 2022). 농촌관광을 운영하고 있는 대표적인 사업체인 농촌체험휴양마을은 도시와 농어촌 간의 교류촉진에 관한 법률 제2조에 따라 마을조직이 마을의 자원을 활용하여 도시민에게 체험 및 휴양 공간 등을 제공하고, 지역의 특산물, 음식, 서비스 등을 제공하는 형태의 업이다. 최근 농촌체험휴양마을은 소규모의 가족단위 관광객보다 여행사, 학교 등의 단체관광객을 위주로 사업을 운영해왔다. 이는 인건비, 체험 준비비 등에 비해 체험비가 상대적으로 저렴하고, 농촌의 특성상 접근이 어려워 언제 방문할지 모르는 관광객

주요어: 농촌관광, 포스트 코로나19, 시장세분화, 추구편익

* 본 연구는 농촌진흥청 국립농업과학원 농업과학기술 연구개발사업(PJ01494102)의 지원에 의해 이루어진 것임

** 교신저자(황대용) 전화: 063-238-2628, e-mail: hdy@korea.kr

을 위해 식당을 상시 운영할 수 없기에 비롯된 특징이다. 하지만 최근 코로나19로 인한 사회적 거리두기와 관광객들의 인식 변화로 인해 대규모 인원의 관광보다는 가족 단위 혹은 지인과의 소규모 관광이 선호되고 있다. 또한 지역 활성화를 위해 마을의 자원 발굴과 체험활동의 가능성을 제외하고, 관광을 위한 시스템들이 적용되면서 마을의 특색있는 체험활동이 아닌 유사한 형태로 구성된 체험활동을 제공하여 경쟁력 또한 상실하게 되었다(한송희, 손진관, 최윤지, & 윤유식, 2015). 이에 따라 농촌체험휴양마을은 경영상의 어려움을 토로하고 있으며, 이에 대응하기 위해 소규모·저밀도 관광, 심지어 비대면 체험을 준비하는 마을들도 증가하고 있는 추세이다.

시장세분화는 어떠한 대상이 경쟁 속에서 신규시장 및 신규고객의 발굴을 위한 전략이다(고성호, 2018). 앞서서도 언급했던 관광업계는 코로나19의 팬데믹으로 인해 이례적으로 빠른 변화를 겪고 있으며, 이는 농촌관광에서도 분명하게 드러나고 있다. 다만, 농촌관광의 특성상 타 분야의 관광업계와는 다르게 관광업 자체가 본업이 아닌, 농외소득 창출, 농촌 공동체 활성화 등의 목적을 지니고, 부업의 개념으로 운영되기 때문에 우수사례라 불리는 몇몇 사업체를 제외하고는 전략적인 대응이 어려운 실정이다. 농촌관광의 시장세분화 연구는 이러한 시장환경에서 농촌관광이 본래의 목적을 충실히 수행하기 위해 다른 관광업계와의 경쟁에서 경쟁력을 확보하고, 목표시장에 따른 마케팅 전략 수립, 서비스 제공 등 전반적인 품질 제고를 도모할 수 있다.

다만 이러한 체험과 운영의 준비에 앞서 관광객의 수요를 반영하기 위해 관광객들이 농촌관광에서 서비스에 대한 기대나 요구하는 주관적인 보상이나 추구편익을 조사해 볼 필요가 있으며(신동호, & 최승욱, 2019), 빠른 속도로 변화하는 관광시장에서 최신 동향을 파악하기 위한 시장세분화가 필요한 시점이다. 과거에도 농촌관광에 대한 시장세분화 연구는 지속적으로 진행되어 왔으나, 단체 위주의 기존 관광을 사례로 진행되었고, 고령화의 문제로 해설, 프로그램운영 등에 어려움을 겪고 있는 농촌과 코로나19로 인해 소규모 중심으로 운영이 변화되고 있는 현황에는 적용하기 어려운 실정이다(조영숙, 이문주, & 조록환, 2009). 따라서 본 연구에서는 기존 많은 농촌관광의 많은 분야에서 진행되어온 시장세분화 연구를 대표적인 농촌체험, 농촌관광을 운영하는 농촌체험휴양마을을 대상으로 하여 현시점에 알맞은 시장세분화를 실시하고자 한다. 이는 코로나19로 인해 관광객 수가 50% 이상 감소한 농촌체험휴양마을이 위기가 해소되는 시점에서 변화된 시장에 따른 새로운 전략을 마련하는데 중요한 자료가 될 수 있을 것이다(황대용, 유준완, 김경희, & 권봉관, 2021).

따라서 본 연구에서는 대표적 농촌관광 사업체인 농촌체험휴양마을을 대상으로 코로나19 발생 이후 관광객들의 추구편익을 활용하여 세분 시장을 분석해 보는 것이다. 특히 세분화된 집단별 관광객의 특성과 참여형태, 농촌체험휴양마을에 대한 인지도, 만족도, 재방문 의향 등의 행동의도를 조사하여 대응 방안을 도출해 보고자 한다.

2. 선행연구

추구편익은 어떠한 제품이나 서비스가 가진 속성에 대해 소비자들이 기대하거나 원하는 주관적인 보상이라고 정의할 수 있다(신동호, & 최승욱, 2019). 이는 치약제품 시장에서 처음 시장세분화를 위해 개발되었으며(Haley, 1968), 이를 활용한 연구는 최근 까지도 다양한 분야에서 지속적으로 진행되고 있다. 최효주, & 성보현(2022)은 축제 관람객의 시장세분화를 통해 마케팅 전략을 도출하고자 했으며, 안경모, & 김주연(2022)은 베이비부머 세대의 여행 추구편익이 여행 행복에 미치는 영향을 분석하여 행복감을 높일 수 있는 여행상품 개발에 활용하고자 하였다. 이를 반영한 농촌관광 관련 연구도 지속적으로 진행되어 오고 있는데 관광시장에서의 추구편익은 관광객의 욕구충족을 위해 관광을 통해 추구하는 활동과 속성을 뜻한다(Morakabati, & Kapuściński, 2016). 김소윤, & 엄서호(2009)는 농촌관광의 참여동기와 추구편익, 체험활동의 유형들 사이에서의 관계를 분석하였고, 김경희, 민재한, & 이해영(2022)은 농촌 치유관광객의 라이프스타일과 추구편익과의 관계를 분석하여 마케팅 전략을 위한 자료를 도출하였다. 이에 본 연구에서는 농촌관광을 통해 관광객들이 욕구를 충족하기 위해 추구하는 활동을 농촌관광객의 추구편익이라 정의하고 연구를 진행하고자 한다.

시장세분화는 서로 다른 특성을 갖는 고객으로 구성된 시장을 동질적인 고객으로 구성하여 다수의 하위시장으로 분류하는 것을 의미한다(Smith, 1956). 이에 구성된 하위시장을 ‘세분시장’이라 칭하며, 세분시장 내에서 공통된 특성을 지니고 있음을 뜻한다(Kotler et al., 2006). 시장세분화는 시장 이해도를 높이고 포지셔닝 전략 수립에 유용한 방법이다(강규상, 2013). 농촌관광에서는 동기, 추구편익, 선호도 등을 바탕으로 K-평균 군집분석 혹은 이단계 군집분석 등을 활용한 시장세분화 연구가 이뤄지고 있다. 박덕병, 이민수, & 김정섭(2004)은 의사결정나무 분석법을 활용하여 관광객을 3개 집단으로 분류하였고, 목표시장에 따른 마케팅 활동의 필요성을 제시하였다. 조록환(2006)은 농촌관

광마을의 관광객을 대상으로 관광동기를 활용하여 3개의 집단으로 분류하였고, 이를 활용한 마케팅 필요성을 제안하였다. 김미경, & 이희찬(2007)은 관광객의 동기를 바탕으로 하여 시장세분화를 실시하고 분류된 3개의 집단을 대상으로 농촌관광 참여빈도와 결정요인을 파악하였다.

박덕병, 문선희, & 윤유식(2010)은 제주도 농촌관광마을의 관광객을 대상으로 동기에 따른 시장세분화를 통해 관광행동의 특성을 규명하고자 관광객을 3개의 집단으로 분류하고 세분시장별 특성을 도출하였다. 박덕병, & 이민수(2016)는 증가하는 로컬푸드의 관심에 따라 음식관광객의 추구편익에 기반한 시장세분화를 농가 레스토랑 방문객을 중심으로 분석하여 5개 집단에 대한 관광객 특성과 음식관광의 선택속성에 대해 분석하였다.

김기현, 윤유식, & 조용진(2017)은 이단계 군집분석을 활용하여 시장의 니즈와 농촌관광 시장 활성화 방안을 마련하고자 관광객을 3개 집단으로 분류하고 마케팅 방안 마련에 활용하고자 하였다. 김경희, & 황대용(2020)은 국민농촌관광 실태조사 결과를 바탕으로 하여 이단계 군집분석을 통한 농촌관광 시장세분화를 실시했으며 이를 통해 관광객을 6개 집단으로 분류하고 농촌관광의 정책과 마케팅 전략 수립을 위한 기초자료를 제공하였다. 김경희, 황대용, & 이해영(2021)은 농촌 치유관광객을 대상으로 시장세분화를 실시하기 위해 범주형 변인과 연속형 변인을 통해 집단을 분류하고자 이단계군집분석을 실시하였고, 4개 집단으로 분류를 통해 치유관광객의 특성에 알맞은 서비스 제공과 마케팅전략 수립을 위한 기초자료를 제공하였다.

해외에서도 이러한 농촌관광 시장세분화 관련 연구들이 지속적으로 진행되어 왔다. Emine, & Rong(2005)은 중남미 국가에 방문한 관광객들에 대응하고자 효과적인 마케팅 전략 수립과 실용적인 운영 정보를 확보하기 위해 추구편익에 따라 시장을 3개 집단으로 세분화하고 집단의 인구통계학적 특성, 행동의도, 서비스, 인프라, 가격, 성격, 관심사에 대해 분석하였으며, Liping, Jingrong, & Zhuowei(2008)는 농촌의 친환경서비스에 대한 관광객 수요에 대응하고, 마케팅 전략을 수립하기 위해 관광객의 이동 패턴을 분류하였다.

Park, & Yoon(2009)은 농촌관광객의 동기의 요인에 따라 시장을 세분화하여 한국 농촌관광의 이해도를 높이고, 4개 요인으로 분류하여 관광객의 특성, 소요예산, 선호 활동, 농촌관광 경험, 여행타입을 분석하였으며, Antonio, Antonia, & Adriano(2014)는 섬에 위치한 농촌의 관광 활성화를 위해 관광객들의 수요 동향 파악하고자 추구편익에 대한 요인을 분석하고, 이에 대한 세분화를 실시하여 군집을 분류를 통해 군집별 관광객 특

성, 체류기간, 비용을 분석하였다. Park, Lee, & Yoon(2014)은 농촌관광 세분화를 통해 한국 농촌지역관광에 대해 분석하고자 추구편익의 요인에 따라 한국 농촌관광객을 4개 그룹으로 세분화하고, 그 특성과 농촌관광 경험, 선호계절, 방문 형태, 정보습득 채널, 목적지 등을 대해 분석하였다. Liping, & Mini(2019)는 거리에 따른 농촌관광객의 세분화를 통해 거리별 관광객의 특성과 관광활동을 분석하였다.

이상의 연구를 종합하면 다음과 같다. 농촌관광 추구편익에 따른 시장세분화 연구는 팜스테이, 숙박, 음식 등의 경험자를 대상으로 해당 프로그램의 개발 및 개선 방안을 모색하거나, 농촌마을과 같은 사업체의 목표시장 설정과 마케팅 전략 수립을 목적으로 진행되었다. 이외에도 온라인을 활용한 불특정다수 패널의 성향을 분석하여, 이를 잠재적 고객으로 설정하고 대응하기 위한 연구도 진행되어 왔다. 이러한 추구편익에 따른 농촌관광 시장세분화 연구에서는 분류된 집단의 특성 분석을 위해 응답자의 연령대, 소득, 거주지, 방문형태, 이동거리 등을 파악했고, 각 집단의 차이를 분석하여 추구편익에 따른 집단별 전략을 제시하고 있다.

3. 연구방법

3.1. 측정도구

농촌관광객의 추구편익에 관한 측정문항은 선행연구(전재근, 2007; 이민수, 박덕병, & 윤유식, 2006; 김소운, & 엄서호, 2009; 노용호, & 조록환, 2006; 김경희, 민재한, & 이해영, 2022)를 참고하였다. 이후 농촌체험휴양마을 조사에 알맞도록 일부 측정문항을 수정하여 20개의 농촌관광 추구편익 측정문항을 개발하였다. 농촌관광 관련 전문가와 연구자 5인을 대상으로 안면 타당도(face validity) 검사를 통해 설문지 문항을 최종적으로 수정하였다. 문항은 리커트 5점 척도로 구성하였으며(전혀 그렇지 않다=1점, 매우 그렇다=5점), 추구편익은 20항목으로 신뢰도 분석 결과 Cronbach의 α 값이 0.920로 매우 신뢰성이 높은 것으로 나타났다.

3.2. 자료수집

본 연구는 농촌관광의 시장세분화를 위해 농촌관광을 10년 이상 수행한 마을 중 농촌체험휴양마을을 20개소를 대상으로 하였다. 대상지 선정은 지역을 안배하여 설정했으며, 그 결과 강원도 3개소, 경기도 2개소, 경상남도 3개소, 경상북도 2개소, 전라

남도 2개소, 전라북도 3개소, 충청남도 3개소, 충청북도 2개소에 방문한 관광객을 대상으로 조사를 실시하였다. 조사대상은 20대 이상의 성인으로 한정하였고, 설문조사는 2022년 10월 초부터 11월 중순까지 약 40일간 수행되었으며, 방식은 자기기입식 설문으로 이루어졌다. 각 마을당 20명씩 총 400명에게 설문지를 배부하였으며, 최종 384부의 설문지를 대상으로 분석을 실시하였다.

3.3. 분석방법

수집된 자료는 세 단계로 분석되었다. 먼저 농촌관광 추구편의의 구조 파악을 위해 요인분석을 실시하였다. 요인분석은 관광객의 추구편의 요인분석에 주로 이용되는 주성분분석법을 사용하였다. 두 번째로 유사한 추구편의 지닌 집단의 도출을 위해 군집 분석을 실시하였다. 이 과정에서 계층적 군집분석을 통해 군집의 수를 판단하였고, K-평균 군집분석을 통해 군집을 분류하였다.

세 번째 단계에서 군집별 특성을 분석하였다. 우선 군집별 인구사회학적 차이를 교차분석을 통해 규명하였다. 이와 함께 군집 간 농촌체험휴양마을의 인지도, 농촌관광 만족도, 농촌관광 행동의도에 차이가 있는지를 평균비교를 통해 분석하였다. 농촌체험휴양마을의 인지도는 이를 얼마나 인지하고 있는지 리커트 5점 척도로 조사하였다. 농촌관광 만족도는 선행연구(김경희, 황대용, 권봉관, 민재한, & 이해영, 2021; 김경희, & 이해영, 2019)를 참고하여, ‘농촌관광지 환경 및 시설에 만족한다’, ‘다른 관광에 비하여 농촌관광(체험)에 만족한다.’ ‘농촌관광(체험)에 대해 전반적으로 만족한다’의 3문항으로 측정하였다. 행동의도는 선행연구(김경희, 황대용, 권봉관, 민재한, & 이해영, 2021; 김경희, & 이해영, 2019; 유동숙, & 홍경완, 2014)를 참고하여 ‘이곳을 다른 사람과 동행하고자 한다’, ‘이곳을 다시 방문하고자 한다’, ‘이곳을 다른 사람에게 추천하고자 한다’의 3문항으로 측정하였다. 농촌관광 만족도와 행동의도는 모두 리커트 5점 척도로 구성하였다.

4. 분석결과

4.1. 응답자의 인구통계학적 특성

응답자의 인구통계학적 특성 중 성별은 여성 226명(59.6%), 남성 153명(40.4%), 학력은 대학교 졸업 235명(62.2%), 고등학교 졸업 80명(21.2%), 대학원 이상 42명(11.1%), 중학교 졸업 이하 19명(5.0%), 연령대는 40대 108명(28.8%), 50대 98명(26.1%),

〈표 1〉 응답자 일반적 특성

구분		빈도(%)
성별	남성	153(40.4)
	여성	226(59.6)
학력	중학교 졸업 이하	19(5.0)
	고등학교 졸업	80(21.2)
	대학교 졸업	235(62.2)
	대학원 이상	42(11.1)
	기타	2(0.5)
연령대	20대	30(8.0)
	30대	66(17.6)
	40대	108(28.8)
	50대	98(26.1)
	60대 이상	73(19.5)
월 소득	100만원 미만	22(7.0)
	100만원 이상 200만원 미만	21(6.6)
	200만원 이상 400만원 미만	163(51.6)
	400만원 이상 600만원 미만	78(24.7)
	600만원 이상	32(10.1)
거주 지역	서울·경기	141(38.3)
	특·광역시·도	183(49.7)
	그 외 지역	44(12.0)

〈표 2〉 농촌체험휴양마을 방문형태

	빈도
혼자	14(3.7)
가족	255(67.3)
학교(유치원, 초/중) 단체	40(10.6)
여행사	11(2.9)
기타	59(15.6)

60대 이상 73명(19.5%), 30대 66명(17.6%), 20대 30명(8.0%), 월 소득 200만원 이상 400만원 미만 163명(51.6%), 400만원 이상 600만원 미만 78명(24.7%), 600만원 이상 32명(10.1%), 100만원 미만 22명(7.0%), 100만원 이상 200만원 미만 21명(6.6%), 거주지역은 특·광역시·도 183명(49.7%), 서울·경기 141명(38.3%), 그 외 지역 44명(12.0) 순으로 나타났다<표 1>.

농촌체험휴양마을의 방문형태를 살펴보면 다음과 같다. 가족 방문 255명(67.3%), 친구, 지인 방문 59명(15.6%), 학교(유치원, 초/중) 단체(10.6%), 혼자 14명(3.7%), 여행사 11명(2.9%) 순으로 나타났다<표 2>.

4.2. 추구편의 요인분석

추구편의 20항목을 대상으로 요인분석을 통해 차원을 축소하

고자 하였으며, 그 결과 20개의 항목이 4개 요인으로 축소되었다. 먼저 첫 번째 요인은 자연의 향기, 아름다운 자연경관 감상, 깨끗한 환경을 경험, 자연과의 교감, 주변과 어울리는 분위기, 아름다운 경관, 심신안정, 일상탈출이 포함되어 ‘농촌 경험’이라고 명명하였다. 두 번째 요인은 흥미, 색다른 체험, 흥분감, 새로운 사실, 즐거움, 유쾌함, 감각 자극이 포함되어 ‘색다른 경험’이라고 명명하였다. 세 번째 요인은 친구 사귀기, 새로운 사람과의 교류, 지역주민 교제가 포함되어 ‘새로운 만남’이라고 명명하였다. 네 번째 요인은 동행자와의 친밀감, 동행자와의 추억이 포함되어 ‘친밀감 형성’이라고 명명하였다. 따라서 추구편익 4개의 요인은 ‘농촌 경험’, ‘색다른 경험’, ‘새로운 만남’, ‘친밀감 형성’으로 구분되었다.

20항목의 평균을 살펴보면 다음과 같다. 아름다운 자연감상(4.17), 동행자와의 추억(4.14), 아름다운 경관(4.11), 깨끗한 환경

을 위한 경험(4.07), 일상탈출(4.06), 자연의 향기(4.04), 심신안정(4.03), 즐거움(4.03), 자연과의 교감(4.01), 색다른 체험(3.97), 동행자와의 친밀감(3.95), 흥미(3.92), 유쾌함(3.89), 주변과 어울리는 분위기(3.89), 새로운 사실(3.85), 감각자극(3.66), 흥분감(3.42), 새로운 사람과의 교류(3.13), 지역주민 교제(2.98), 친구 사귀기(2.96) 순으로 나타났다<표 3>.

4.3. K-평균 군집분석을 활용한 농촌체험휴양마을 관광객 시장세분화

농촌체험휴양마을의 관광객 시장세분화를 위해 K-평균 군집분석을 실시하기에 앞서 군집의 수를 확정하기 위해 계층적 군집분석을 실시하였다. 계층적 군집분석에서는 Ward의 방법을 사용하고, 제곱유클리디안 거리를 측도로하여 군집분석을 실시했

<표 3> 농촌관광 추구편익 요인분석

	factor loading	평균	SD	Cronbach α	eigen value	설명된 변량
요인1: 농촌경험		4.04	0.816			
자연의 향기	0.832	4.04	1.018	0.927	8.691	26.850
아름다운 자연경관 감상	0.830	4.17	0.972			
깨끗한 환경을 경험	0.815	4.07	0.954			
자연과의 교감	0.813	4.01	0.970			
주변소리와 어울리는 분위기	0.803	3.89	1.063			
아름다운 경관	0.745	4.11	0.986			
심신안정	0.617	4.03	0.939			
일상탈출	0.567	4.06	0.997			
요인2: 색다른 경험		3.82	0.717			
흥미	0.763	3.92	0.900	0.880	2.512	19.750
색다른 체험	0.716	3.97	0.966			
흥분감	0.702	3.42	0.959			
새로운 사실	0.668	3.85	0.986			
즐거움	0.663	4.03	0.910			
유쾌함	0.609	3.89	0.878			
감각자극	0.575	3.66	0.979			
요인3: 새로운 만남		3.02	1.010			
친구 사귀기	0.862	2.96	1.162	0.838	1.583	12.075
새로운 사람과의 교류	0.838	3.13	1.179			
지역주민 교제	0.826	2.98	1.134			
요인4: 친밀감 형성		4.04	0.963			
동행자와의 친밀감	0.795	3.95	1.025	0.882	1.034	10.428
동행자와의 추억	0.789	4.14	0.999			
Total variance 69.102%			Kaiser-Meyer-Olkin 0.904			
Bartlett의 구형검정			Chi-Square	4995.624		
			df(p)	190(.000)		

1= 전혀 그렇지 않다, 5=매우 그렇다

다. 결과에 따라 3개 군집 수로 K-평균 군집분석을 실시하였다. 분류된 군집은 모든 추구편의 요인에서 유의미한 차이를 보였다 ($p<.001$).

분류된 군집별 특성을 살펴보면 군집 I 은 전체의 21.1%가 속해있으며, 모든 요인의 평균값이 전체 평균보다 낮게 나타났다. 군집II는 전체의 54.7%가 속해있으며, 모든 요인의 평균값이 전체 평균보다 낮게 나타났다. 군집III은 전체의 24.2%가 속해있으며, ‘농촌 경험’, ‘색다른 경험’, ‘친밀감 형성’ 요인에서 전체 평균보다 높은 값을 보였다. 따라서 군집 I 은 ‘소극적 참여형’, 군집II는 ‘복합적 추구형’, 군집III은 ‘경험 추구형’이라 명명하였다<표 4>.

4.4. 시장별 응답자 특성

도출된 농촌체험휴양마을의 세분 시장에 따른 인구통계학적 특성을 분석해보면, 학력과, 연령, 거주지역, 참여형태에서 유의한 집단간의 유의한 차이가 도출되었다. 먼저 학력의 경우 모든 시장에서 대학교 졸업이 가장 많이 나타났다. 학력별로 살펴보면 중학교 졸업 이하는 ‘복합적 추구형’에, 고등학교 졸업은 ‘소극 참여형’에, 대학교 졸업과 대학원 이상은 ‘경험 추구형’에 가장 많이 분포하고 있었다.

연령대의 경우 ‘소극 참여형’과 ‘경험 추구형’은 40대가 가장 많이 분포하고 있었으며, ‘복합적 추구형’의 경우 50대가 가장 많이 분포하고 있었다. 연령대별로 살펴보면 20대, 30대, 40대는 ‘경험 추구형’, 50대는 ‘복합적 추구형’, 60대 이상은 ‘소극 참여형’에 가장 많이 분포하고 있었다. 거주지역은 그 외 지역에 가장 많이 분포하고 있었으며, 지역별로 살펴보면 서울·경기는 ‘복합적 추구형’, 특·광역시·도는 ‘경험 추구형’, 그 외 지역은 ‘소극 참여형’에 가장 많이 분포하고 있었다.

방문형태는 가족이 모든 시장에서 가장 많이 분포하고 있었다. 방문 형태별로 살펴보면 혼자는 ‘소극 참여형’, 가족은 ‘경험 추구형’, 학교(유치원, 초/중) 단체는 ‘소극 참여형’, 여행사와

기타는 ‘복합적 추구형’에 가장 많이 분포하고 있었다. 방문형태에서 기타의 경우 친구, 지인과 함께 방문한 경우가 대다수를 차지하고 있었다.

농촌체험휴양마을의 인지도와 만족도, 행동의도 또한 유의미한 차이가 발생하였다. 농촌체험휴양마을의 인지도는 ‘복합 추구형’, ‘경험 추구형’, ‘소극 참여형’ 순으로 나타났으며 사후검증(Scheffe) 결과 ‘소극 참여형’a, ‘복합 추구형’b, ‘경험 추구형’ab로 나타났다(a<b).

만족도를 비교하면 다음과 같다. 만족도 비교 결과, ‘농촌 관광지 환경 및 시설에 만족한다’, ‘다른 관광에 비하여 농촌관광(체험)에 만족한다’, ‘농촌관광(체험)에 대해 전반적으로 만족한다’의 세 항목 모두 ‘소극 참여형’, ‘복합 추구형’, ‘경험 추구형’ 순으로 나타났으며, 사후검증(Scheffe) ‘소극 참여형’a, ‘복합 추구형’b, ‘경험 추구형’b로 나타났다(a<b).

행동의도 비교 결과 ‘이곳을 다른 사람과 동행하고자 한다’, ‘이곳을 다시 방문하고자 한다’, ‘이곳을 다른사람에게 추천하고자 한다’의 세 항목 모두 ‘소극 참여형’, ‘복합 추구형’, ‘경험 추구형’ 순으로 나타났으며, 사후검증(Scheffe) ‘소극 참여형’a, ‘복합 추구형’b, ‘경험 추구형’b로 나타났다(a<b).

분석결과를 바탕으로 각 시장에 대한 특징을 알아보면 첫 번째 집단인 ‘소극 참여형’은 80명으로 전체의 21.1% 수준이며, 여성이 많고, 학력은 대학교 졸업, 연령은 40대, 50대, 60대 이상이 비슷한 수준으로 분포하고 있었다. 소득수준은 200만원 이상 400만원 미만이 가장 많았으며, 거주지역은 그 외 지역, 방문형태는 가족과 함께 온 경우가 가장 많았다. 전반적인 인지도, 만족도, 행동의도 또한 다른 집단에 비해 낮게 나타났다.

두 번째 집단인 ‘복합적 추구형’은 208명으로 전체의 54.7% 수준이며, 여성이 많았고, 학력은 대학교 졸업이 많이 분포하고 있었다. 연령은 40대, 50대가 주로 분포하고 있었으며, 소득단위는 200만원 이상 400만원 미만이 가장 많이 분포하고 있었다. 지역은 서울·경기와 그 외 지역이 많았으며, 방문형태는 가족이 가장 많이 나타났다. 인지도, 만족도, 행동의도는 가장 높은 수준

<표 4> 농촌체험휴양마을 관광객 군집분석 결과

	소극 참여형 (n=80, 21.1%)	복합적 추구형 (n=208, 54.7%)	경험 추구형 (n=92, 24.2%)	전체	F
농촌 경험	2.99a	4.26b	4.40b	4.02	139.119**
색다른 경험	2.90a	4.09c	3.92b	3.80	139.802**
새로운 만남	2.53b	3.69c	1.85a	3.00	297.710**
친밀감 형성	1.83a	2.95b	2.88b	2.70	179.558**

*p(0.05) ** p(0.01) a(b) 사후검증 Scheffe 1= 전혀 그렇지 않다, 5=매우 그렇다

을 보였으나, 세 번째 집단인 ‘경험 추구형’과 유사한 수준으로 나타났다.

세 번째 집단인 ‘경험 추구형’은 92명으로 전체의 24.2% 수준이며, 여성이 많았고, 학력은 대학교 졸업이 가장 많이 분포하

〈표 5〉 세분시장별 관광객의 사회경제적 특성

구분		소극 참여형	복합적 추구형	경험 추구형	전체
		n(%)	n(%)	n(%)	n(%)
성별 $\chi^2=0.217$	남성	31(39.7%)	85(41.3%)	35(38.5%)	151(40.3%)
	여성	47(60.3%)	121(58.7%)	56(61.5%)	224(59.7%)
학력 $\chi^2=27.160^{**}$	중학교 졸업 이하	1(1.3%)	16(7.7%)	1(1.1%)	18(4.8%)
	고등학교 졸업	24(31.2%)	45(21.7%)	11(12.2%)	80(21.4%)
	대학교 졸업	45(58.4%)	122(58.9%)	66(73.3%)	233(62.3%)
	대학원 이상	5(6.5%)	24(11.6%)	12(13.3%)	41(11.0%)
	기타	2(2.6%)	0(0.0%)	0(0.0%)	2(0.5%)
연령대 $\chi^2=2.0865^*$	20대	6(7.8%)	16(7.8%)	8(9.0%)	30(8.1%)
	30대	11(14.3%)	31(15.1%)	24(27.0%)	66(17.8%)
	40대	21(27.3%)	53(25.9%)	34(38.2%)	108(29.1%)
	50대	20(26.0%)	58(28.3%)	17(19.1%)	95(25.6%)
	60대 이상	19(24.7%)	47(22.9%)	6(6.7%)	72(19.4%)
소득단위 $\chi^2=5.313$	100만원 미만	6(9.0%)	11(6.7%)	5(6.1%)	22(7.0%)
	100만원 이상 200만원 미만	5(7.5%)	12(7.3%)	4(4.9%)	21(6.7%)
	200만원 이상 400만원 미만	29(43.3%)	90(54.9%)	42(51.2%)	161(51.4%)
	400만원 이상 600만원 미만	18(26.9%)	39(23.8%)	20(24.4%)	77(24.6%)
	600만원 이상	9(13.4%)	12(7.3%)	11(13.4%)	32(10.2%)
거주지역 $\chi^2=9.539^*$	서울·경기	23(29.9%)	88(42.5%)	31(35.6%)	142(38.3%)
	특·광역시·도	5(6.5%)	25(12.1%)	14(16.1%)	44(11.9%)
	그 외 지역	49(63.6%)	94(45.4%)	42(48.3%)	185(49.9%)
방문형태 $\chi^2=26.120^{**}$	혼자	4(5.0%)	8(3.9%)	2(2.2%)	14(3.7%)
	가족	46(57.5%)	133(65.2%)	74(80.4%)	253(67.3%)
	학교(유치원, 초/중) 단체	18(22.5%)	20(9.8%)	2(2.2%)	40(10.6%)
	여행사	0(0.0%)	9(4.4%)	2(2.2%)	11(2.9%)
	기타	12(15.0%)	34(16.7%)	12(13.0%)	58(15.4%)

*p<0.05 ** p<0.01 a<b 사후검증 Scheffe

〈표 6〉 세분시장별 관광객의 인지도, 만족도, 행동의도

구분	소극 참여형	복합적 추구형	경험 추구형	전체
농촌체험휴양마을 인지도	2.92a	3.36b	3.13ab	3.21 F=6.424*
농촌 관광지 환경 및 시설에 만족한다	3.46a	4.32b	4.20b	4.11 F=39.510**
다른 관광에 비하여 농촌관광(체험)에 만족한다	3.54a	4.32b	4.22b	4.13 F=32.332**
농촌관광(체험)에 대해 전반적으로 만족한다	3.57a	4.35b	4.29b	4.17 F=36.552**
이곳을 다른 사람과 동행하고자 한다	3.47a	4.42b	4.33b	4.20 F=51.842**
이곳을 다시 방문하고자 한다	3.59a	4.49b	4.38b	4.27 F=45.716**
이곳을 다른 사람에게 추천하고자 한다	3.69a	4.56b	4.46b	4.35 F=47.117**

*p<0.05 ** p<0.01 a<b 사후검증 Scheffe 1= 전혀 그렇지 않다, 5=매우 그렇다

고 있었다. 연령대의 경우 30대, 40대가 가장 많았으며, 소득단위는 200만원 이상 600만원 미만인 경우가 가장 많이 분포하고 있었다. 거주지역은 서울·경기, 그 외 지역이 많았으며, 방문형태는 가족이 80%이상으로 매우 많이 나타났다. 인지도, 만족도, 행동의도는 전체 집단에서 두 번째 수준으로 높게 나타났으며, 가장 높은 집단인 ‘복합적 추구형’과 유사한 수준으로 나타났다<표 5, 6>.

5. 결론

최근 코로나19로 인해 관광산업은 전례 없는 위기에 직면하였다. 이러한 관광 침체 속에서 제도적인 규제는 완화되었다고 하나, 아직 코로나19 종식되지 않고, 관광객의 인식 등의 문제로 이전의 상태까지 회복되지 않은 상태이다. 이로 인해 관광의 트렌드 또한 빠르게 변화하고 있다. 저밀도, 비대면, 소규모의 키워드가 떠오르고 있으며, 이는 단체관광을 위주로 운영해오던 농촌체험휴양마을에 새로운 숙제를 안겨주고 있다. 본 연구는 코로나19 이후 국민들의 인식 변화에 대응하기 위해 농촌체험휴양마을의 방문객을 대상으로 설문조사를 실시하고, 그 결과를 바탕으로 포스트코로나 시대에 알맞은 시장세분화를 통해 마케팅, 운영전략 수립의 기초자료로 제공하고자 한다.

따라서 농촌체험휴양마을의 시장세분화를 위해 관광객의 추구편의와 방문형태, 농촌체험휴양마을 인지도, 관광 만족도, 행동의도에 대한 조사를 실시하였다. 해당 조사의 결과를 바탕으로 K-평균 군집분석을 통해 관광객의 유형을 ‘소극 참여형’, ‘복합 추구형’, ‘경험 추구형’ 세 가지 집단으로 분류하였다. 추구편의를 활용해 한국 농촌관광의 시장을 세분화했던 Park, Lee, & Yoon(2014)의 선행연구에서는 관광객을 네 가지 집단으로 분류하였다. 해당 연구에서는 ‘학습과 사회화’, ‘일상탈출’, ‘농촌체험과 교육’, ‘가족과 교육적인 시간’으로 분류하였다. 본 연구에서는 모든 집단에서 ‘농촌 경험’, ‘색다른 경험’에 대한 요구가 높게 나타나 집단별 특별히 추구하는 편익들을 구분하기 어렵기에 추구 수준에 따라 분류한 차이가 있다. 선행연구(노용호, & 조록환, 2006; 김소윤, & 엄서호, 2009; Park, Lee, & Yoon, 2014)에서 나타난 집단은 ‘교육’의 목적이 다방면으로 나타났다. 그러나 본 연구에서의 집단은 ‘농촌 경험’, 즉, 농촌에서의 휴식과 농촌의 분위기 자체를 즐기거나 하는 특성이 나타났다. 이는 농촌관광이 과거에는 교육·학습을 위한 공간으로 인식되었으나, 최근 휴양·휴식을 위한 공간으로 인식이 변화되었음을 나타

내는 바이다.

첫 번째 집단인 ‘소극 참여형’은 40대, 50대, 60대 이상이 주를 이루고 있으며, 가족과 더불어 단체로 방문한 응답자가 많게 나타났다. 이는 김경희, & 황대용(2020)의 연구에서 ‘50대 미만 가족친지 여행집단’과 유사한 성향을 보이고 있었다. 선행연구에서 이들은 주로 ‘일상탈출/휴식’을 위해 농촌에 방문했으며, 이외 ‘새로운 경험’, ‘유대관계 증진’, ‘농촌자연경관 감상’의 목적이 낮고 고르게 분포되어 있다. 다만 해당 연구의 경우 농촌체험휴양마을이 아닌 농촌 들레길 걷기, 농촌에서 농·특산물 직거래, 농촌지역 맛집 방문, 농촌체험활동, 농촌지역 캠핑, 농촌 숙박과 같이 전반적인 농촌관광에 참여한 관광객을 다루고 있다는 부분에서 응답자에 대한 차이가 있다. 본 연구의 ‘소극 참여형’은 농촌체험휴양마을에 대한 인지도와 관광만족도, 재방문 등의 행동의도가 상대적으로 낮게 나타나는데, 실제로 농촌체험휴양마을의 정보가 부족한 상태에서 가족과 동행하거나, 두 번째로 많은 참여형태로 나타난 단체 관광의 특성상 목적지에 대한 정보가 부족하더라도 함께 목적지에 이르러 관광을 하는 형태로 방문했기 때문인 것으로 판단된다. 또한 수도권인 서울·경기와 대도시인 특·광역시·도보다 그 외 지역의 거주자가 많아 농촌관광에 대한 추구편의 수준도 낮게 나타난 것이라 여겨진다. 이는 선행연구(김소윤, & 엄서호, 2009) 일치된 연구결과이다. 이들은 농촌관광에 대한 인지도가 낮고 관광 자체에 소극적으로 참여할 것이다. 따라서 적극적인 관광을 독려하기 위해 웰컴키트, 참여를 유도하기 위한 스텝프투어 등의 미션형태의 프로그램 제공을 고려해 볼 필요가 있다.

두 번째 집단인 ‘복합적 추구형’은 40대, 50대, 60대 이상이 주를 이루며, 가족과 더불어 기타 응답자가 주를 이루고 있었다. 여기서 기타 응답자는 대부분 친구, 회사 동료 등 지인들과 함께 방문한 경우이다. 이 집단은 김경희, & 황대용(2020)의 연구에서 ‘40대 가족친지 여행집단’과 유사하게 분류되었으며, 선행연구에서 이들은 ‘일상탈출/휴식’, ‘즐길거리·즐거움을 찾아서’, ‘가족회합’, ‘새로운 경험’ 순으로 상대적으로 고르게 분포한 목적을 가지고 농촌관광에 참여했다. 본 연구의 ‘복합적 추구형’은 농촌체험휴양마을에 대한 인지도와 관광만족도, 재방문 등의 행동의도가 가장 높게 나타났다. 이는 선행연구(이민수, 박덕병, & 윤유식, 2006; 김소윤, & 엄서호, 2009; 박덕병, 문선희, & 윤유식, 2010; Park, Lee, & Yoon, 2014) 일치된 연구결과이다. 이는 단체보다 작은 규모의 인원이 모여 함께 방문한 특성상 인지도가 단체보다 높게 나타난 것으로 판단된다. 만족도와 행동의도는 상대적으로 높은 연령이 분포하여 농촌에 대한 이미지를 이미

가지고 있고, 다른 집단에 비해 서울·경기의 거주자 비중이 높아 이에 대한 욕구가 충족되었기 때문이라고 판단된다. 따라서 이들은 타 집단에 비해 농촌관광에 적극적으로 참여할 수 있는 가능성을 보이고 있으므로, 해당 집단을 목표로하여 가족, 지인들과 함께 참여할 수 있는 소규모 프로그램과 농촌의 향수를 자극할 수 있는 환경 조성, 체험, 음식, 숙박을 포함한 패키지 형태의 관광상품을 제공할 필요가 있다.

세 번째 군집은 30대, 40대, 50대가 주를 이루고 있었으며, 가족끼리 방문한 응답자가 매우 높은 비중을 차지하고 있었다. 이는 선행연구와(노용호, & 조록환, 2006; 박덕병, 문선희, & 윤유식, 2010) 일치된 연구결과이다. 또한 거주지역도 다른 집단에 비해 상대적으로 고르게 분포해 있었으며, 인지도, 만족도, 행동의도는 가장 높은 집단인 ‘복합적 추구형’과 유사한 값을 보였다. 이 집단은 김경희, & 황대용(2020)의 연구에서 ‘30대 가족/친지 여행집단’과 유사한 특성을 보였다. 선행연구에서 이들은 다른 집단에 비해 상대적으로 ‘새로운 경험’에 대한 목적이 높게 나타나고 있었다. 본 연구의 ‘경험 추구형’은 상대적으로 젊은 연령층으로 구성되어 가족끼리의 관광을 추구하는 특징을 지니고 있다. 이는 선행연구와(조록환, 2006; 김소은, & 엄서호, 2009) 일치된 연구결과이다. 이는 최근 요구되고 있는 저밀도, 소규모 관광의 대표적인 사례로 볼 수 있으며, 인지도, 관광만족도, 재방문 등의 행동의도는, ‘복합적 추구형’과 마찬가지로 작은 규모의 인원이 함께 방문한 특성과 가족끼리 방문을 위해 스스로 정보를 찾고 방문했기 때문에 높게 나타난 것으로 판단된다. 추구편익 중 가족끼리의 친밀감 형성도 평균치 보다 높아 현 시점에 특성에 따라 충족될 수 있었던 것으로 여겨진다. 따라서 이들에게는 가족이 함께 참여할 수 있는 프로그램을 제공할 필요가 있다. 다만 소규모 관광객의 특성상 체험운영자가 동반될 경우 수익성 측면에서 효과를 볼 수 없으므로, 최근 몇몇 농촌체험휴양마을에서 시도되고 있는 체험 키트와 가이드를 함께 제공하여 부모와 자녀가 스스로 체험을 해 나갈 수 있는 비대면 체험을 제공해 볼 수 있다.

종합적으로 가족이 함께 방문한 경우가 공통적으로 가장 높게 나타난 것에 주의 깊게 살펴볼 필요가 있다. 단체관광 위주로 진행되어오던 농촌체험휴양마을의 농촌관광에서 가족끼리의 방문이 가장 높게 나타났다. 이는 코로나19로 인해 추구하고 있는 소규모, 저밀도 관광의 트렌드에 부합하는 결과로 볼 수 있다. 최근 농촌에서도 이러한 소규모 관광객의 증가에 대응하기 위한 방안을 적극적으로 모색하고 있는데 이는 이러한 관광객의 행태에 따른 결과로 볼 수 있다. 따라서, 코로나19로 인한 팬데믹이

완전히 해소되기 전까지 지속적으로 소규모 관광에 대한 요구도가 높아질 것으로 보여진다. 이는 단체 위주의 진행으로 이윤을 창출하는 농촌체험휴양마을에는 치명적인 위협이 될 수 있으며, 이에 대한 적극적인 대응이 필요할 것으로 판단된다. 이를 위해서는 기존의 체험을 고정가격이 아닌 인원에 따른 변동가격으로 제공하거나 기존 체험 위주의 진행이었던 운영방식을 숙박 중심 혹은 체험과 음식, 숙박이 모두 포함된 패키지 형태로 제공하는 등의 운영방안을 모색해 볼 필요가 있다.

본 연구에서 나타난 세 집단의 특징을 살펴보면, 추구편익은 ‘농촌 경험’요인과 ‘색다른 경험’요인이 세 집단에서 모두 첫 번째, 두 번째로 높은 평균값을 보이고 있다. 이것은 선행연구와(박덕병, 문선희, & 윤유식, 2010; 이민수, 박덕병, & 윤유식, 2006) 일치된 결과이다. 즉, 해당 요인들은 최근 농촌관광에서 관광객들이 공통적으로 추구하는 편익이라고 생각된다. 또한 코로나19가 발생하기 이전 시기에 추구되던 교육목적의 농촌관광에서 휴식·휴양을 위한 관광으로 변화되고 있는 모습이 나타났고, 이를 통해 농촌체험휴양마을에서도 전반적인 농촌관광에서 이뤄질 수 있는 다방면의 활동들이 추구하고 있음을 알 수 있었다. 따라서 개선 과정에서도 본래의 농촌관광에서 추구되는 농촌 경험과 색다른 경험을 포함하여 다양한 요구를 충족시키기 위한 수단을 마련해야 할 것이다. 이는 최근 제도 완화가 고려되고 있는 농촌체험휴양마을에서 공동시설을 활용한 캠핑장 운영, 트래킹 등 농촌의 자연을 직접적으로 체험할 수 있는 프로그램도 포함될 수 있을 것이다.

인지도와 만족도, 재방문의도는 추구하고는 바가 다양할수록 높게 나타났다고 볼 수 있었다. 이는 반대로 단체 참여 등 큰 규모의 비중이 커질수록 낮게 나타났는데, 현시점에서 다수의 인원이 모여 함께 관광에 참여하기에 어려운 현실이 반영된 결과라고 볼 수 있다.

본 연구는 최근 빠르게 변화하고 있는 관광시장에서 농촌관광에 함께 참여한 방문객에 형태와 추구 편익에 따라 농촌관광시장을 세분화하여 집단에 대한 특징을 알아보고, 그 특징에 따른 대응 전략 등의 기초자료를 제공하고자 수행되었으나, 현시점의 특성상 응답자 중 많은 수가 소규모 관광객으로 구성되었다. 따라서 가족 단위의 방문객이 모든 집단에서 다수를 차지하는 등 방문자와 추구편익에 대한 뚜렷한 집단 분류가 어려웠으나, 이를 통해 현 시점에서의 농촌관광객들이 원하고 있는 형태의 관광과 농촌체험휴양마을에서 이에 대응하기 위한 사항들을 알아볼 수 있었던 부분에서 의의가 있다.

본 조사는 조사 대상지를 지역을 안배하여 대상지를 선정했음

에도 불구하고, 특·광역시·도, 서울, 경기 거주자들이 기타 지역 거주자들보다 확연히 많은 방문을 한 것으로 나타났다. 이 결과도 상대적으로 인구밀집도가 높은 도시에서 저밀도 지역인 농촌을 찾았다고 해석 할 수 있으며, 농촌관광 자체에 대한 수요도 점차 증가해 갈 것으로 여겨진다. 따라서 점점 더 다양한 방식으로 시장을 세분화하고 이들의 욕구를 충족시켜줄 수 있는 대응 방안마련을 위한 연구가 지속되어야 할 것이다.

해당 연구에서는 수많은 분야의 농촌관광 사업체 중 상대적으로 많은 서비스를 제공하는 농촌체험휴양마을을 대상으로 하고 있다. 그 동안의 운영 노하우가 축적된 10년 이상 된 대상지 20개소를 바탕으로 연구를 수행하여, 코로나19에 대한 위기를 극복해 나가고 있는 과정에서 진행되었다. 이는 모든 농촌관광 사업뿐만 아니라 1,000여 개소에 달하는 농촌체험휴양마을의 모든 상황을 아우르지 못하는 한계점을 지니고 있다.

참고 문헌

1. 강규상. (2013). 중동관광 시장세분화 연구. 경기대학교 대학원 박사학위논문.
2. 강숙영, & 한현숙. (2022). 국내 학술지의 6차산업 연구 동향 분석: 농촌관광의 관점에서. *해양관광연구*, 15(1), 187-203. doi:10.22929/jmtr.2022.15.1.010
3. 고성호. (2018). 힐링관광 만족에 따른 시장세분화 연구. *관광레저연구*, 30(5), 191-208. doi:10.31336/jltr.2018.05.30.5.191
4. 김경희, & 이해영. (2019). 농촌 치유관광의 서비스 품질이 관광객의 행동의도와 주관적 웰빙에 미치는 영향. *농촌지도와 개발*, 26(4), 193-203. doi:10.12653/jecd.2019.26.4.0193
5. 김경희, & 황대용. (2020). 이단계 군집분석을 이용한 농촌관광객 시장세분화와 특성 분석 -국민농촌관광 실태조사를 중심으로-. *동북아관광연구*, 16(4), 95-114. doi:10.35173/natr.16.4.05
6. 김경희, 민재한, & 이해영. (2022). 농촌 치유관광객의 라이프스타일과 추구편의의 관계. *농촌지도와 개발*, 29(2), 51-64. doi:10.12653/jecd.2022.29.2.0051
7. 김경희, 황대용, & 이해영. (2021). 농촌 치유관광객 시장세분화 연구. *농촌지도와 개발*, 28(1), 13-23. doi:10.12653/jecd.2021.28.1.0013
8. 김경희, 황대용, 권봉관, 민재한, & 이해영. (2021). 2020 농촌관광 실태조사: 국민부문. 완주: 국립농업과학원.
9. 김기현, 윤유식, & 조용진. (2017). 2단계 군집분석을 통한 농촌체험 관광객 시장세분화 및 특성분석. *관광레저연구*, 29(10), 5-20.
10. 김미경, & 이희찬. (2007). 농촌관광 시장세분화와 수요 결정요인 연구. *관광학연구*, 31(3), 153-170.
11. 김소운, & 엄서호. (2009). 농촌관광 참여동기에 따른 추구편의와 체험활동 선호도. *농촌관광연구*, 16(1), 17-37.
12. 노용호, & 조록환. (2006). 농촌관광자의 시장세분화 연구. *관광레저연구*, 35(2), 281-300.
13. 박덕병, 문선희, & 윤유식. (2010). 제주 농촌관광 방문객의 관광동기에 따른 시장세분화. *관광학연구*, 34(4), 203-227.
14. 박덕병, & 이민수. (2016). 추구편의에 따른 음식관광 시장세분화: 로컬푸드 및 농가 레스토랑 방문객을 대상으로. *농촌지도와 개발*, 23(3), 321-334. doi:10.12653/jecd.2016.23.3.0321
15. 박덕병, 이민수, & 김정섭. (2004). 농촌관광 시장세분화 연구. *관광학연구*, 28(2), 193-212.
16. 박정하. (2022). 코로나19로 인한 관광산업의 위기와 향후 대응방안. *관광연구저널*, 36(1), 19-29. doi:10.21298/ijthr.2022.1.36.1.19
17. 신동호, & 최승묵. (2019). 관람형 스포츠관광객의 추구편의 세분 시장별 연계 관광 선택속성 분석: 제99회 전국체육대회 럭비경기 관람객을 중심으로. *이벤트컨벤션연구*, 15(2), 101-119. doi:10.31927/asec.15.2.6
18. 신용석. (2021). 세계관광기구(UNWTO): 코로나19 국제관광동향, *한국관광정책* 2021, 90-94
19. 안경모, & 김주연. (2022). 베이비부머의 여행 추구편의이 여행행복에 미치는 영향. *MICE관광연구*, 22(3), 235-252. doi:10.35176/jmtr.22.3.12
20. 유동숙, & 홍경완. (2014). 대구시민의 농촌관광인식이 감정적 태도와 행동의도에 미치는 영향. *관광연구논총*, 26(1), 167-190.
21. 전재균. (2007). 농촌관광 활성화를 위한 팜스테이 체험 프로그램 개발: 추구편의의 지방세분화를 중심으로. *관광레저연구*, 19(3), 323-341.
22. 조록환. (2006). 농촌관광마을 방문객 동기분석에 기초한 시장세분화. *한국자료분석학회지*, 8(6), 2521-2535.
23. 조영숙, 이문주, & 조록환. (2009). 농촌체험마을의 관광자원 해설인력의 행태분석. *농촌지도와 개발*, 16(3), 587-614.
24. 최효주, & 성보현. (2022). 축제 관람객의 추구편의에 따른 시장세분화: 2019 충주세계무예마스터십을 사례로.

MICE 관광연구, 22(3), 61-84. doi:10.35176/jmtr.22.3.4

25. 한송희, 손진관, 최윤지, & 윤유식. (2015). 농촌관광마을의 체험활동 분류 및 분석 연구. *농촌지도와 개발*, 22(1), 31-41. doi:10.12653/jecd.2015.22.1.0031

26. 황대용, 유준완, 김경희, & 권봉관. (2021). 코로나19로 인한 농촌관광마을의 대응 방안. *2021 농촌 지도학회 추계학술대회 자료집*, 71-72.

27. António M. M. A., Antónia C., & Adriano P. (2014). Segmentation by benefits sought: The case of rural tourism in Madeira. *Current Issues in Tourism*, 17(9), 813-831. doi:10.1080/13683500.2013.768605

28. Emine, S., & Rong, H. (2005). Benefits segmentation of visitors to Latin America. *Journal of Travel Research*, 43(3), 277-293. doi:10.1177/0047287504272032

29. Heley, R. I. (1968). Benefit segmentation: A decision-oriented research tool. *Journal of Marketing*, 32(3), 30-55. doi:10.1177/002224296803200306

30. Kotler, P., Bowen, J., Makens, J., & Baloglu, S. (2006). *Marketing for hospitality and tourism*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

31. Liping A. C., & Mini L. (2009). Distance-segmented rural tourists. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 26(8), 751-761. doi:10.1080/10548400903356137

32. Liping A. C., Jingrong L., & Zhuowei H. (2008). Identifying rural tourism markets: A practical tool. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 17(3-4), 418-434. doi:10.1080/10507050801985153

33. Morakabati, Y., & Kapuściński, G. (2016). Personality, risk perception, benefit sought and terrorism effect. *International Journal of Tourism Research*, 18(5), 506-514. doi:10.1002/jtr.2068

34. Park, D. B., & Yoon, Y. S. (2009). Segmentation by motivation in rural tourism: A Korean case study. *Tourism Management*, 30(1), 99-108. doi:10.1016/j.tourman.2008.03.011

35. Park, D. B., Lee, H. J., & Yoon, Y. S. (2014). Understanding the benefit sought by rural tourists and accommodation preferences: A South Korea case. *International Journal of Tourism Research*, 16(3), 291-302. doi:10.1002/jtr.1929

36. Smith, W. R. (1956). Product differentiation and market segmentation. *Journal of Marketing*, 21(1), 3-8. doi:10.2307/1247695

Received 23 November 2022; Revised 07 December 2022; Accepted 17 December 2022



Dr. Joon-Wan Yu is a Postdoctoral Researcher at Department of Agricultural Environment, National Institute of Agricultural Sciences, Rural Development Administration, South Korea. His research field is landscape architecture and rural tourism.

Address: (55365) Department of Agricultural Environment, National Institute of Agricultural Sciences, Rural Development Administration, 166, Nongsaeongmyeong-ro, Iseo-myeon, Wanju-gun, Jeollabuk-do, Republic of Korea

E-mail: yjw1215@korea.kr
phone: 82-63-238-2643



Dr. Dae-Young Hwang is a Senior Researcher at Department of Agricultural Environment, National Institute of Agricultural Sciences, Rural Development Administration, South Korea. His research field is rural economics and rural tourism.

Address: (55365) Department of Agricultural Environment, National Institute of Agricultural Sciences, Rural Development Administration, 166, Nongsaeongmyeong-ro, Iseo-myeon, Wanju-gun, Jeollabuk-do, Republic of Korea

E-mail: hdy@korea.kr
phone: 82-63-238-2401