

碩士學位論文

觀光農園 訪問動機와 選擇屬性과의
關係에 관한 研究
- 濟州地域을 中心으로 -



濟州大學校 經營大學院

觀光經營學科 觀光經營學專攻

梁 昌 仲

碩士學位論文

觀光農園 訪問動機와 選擇屬性과의
關係에 관한 研究

- 濟州地域을 中心으로 -

指導教授 趙 文 秀



濟州大學校 經營大學院

觀光經營學科 觀光經營學專攻

梁 昌 仲

2003年 12月

觀光農園 訪問動機와 選擇屬性과의
關係에 관한 研究

- 濟州地域을 中心으로 -

指導教授 趙 文 秀

梁 昌 仲

이 論文을 碩士學位 論文으로 提出함



梁昌仲의 觀光經營學 碩士學位 論文을 認准함.

審查委員長 _____ 印

審 查 委 員 _____ 印

審 查 委 員 _____ 印

濟州大學校 經營大學院

2003年 12月 日

목 차

제1장 서론	1
제1절 문제의 제기	1
제2절 연구의 목적	2
제3절 연구의 방법과 범위	3
제2장 이론적 고찰	6
제1절 관광과 관광농원과의 상관성	6
1. 관광농원의 유형과 기능	6
2. 관광농원의 입지와 관광과의 상관성	15
3. 관광농원 관련 선행연구	19
1) 국내 연구동향	19
2) 국외 연구동향	21
제2절 관광동기와 선택행동	23
1. 관광동기와 의사결정모델	23
2. 관광농원 방문동기 및 선택속성 관련 선행연구	32
제3절 관광농원 현황	35
1. 국내 관광농원 현황	35
2. 제주지역 관광농원 현황	39
제3장 연구설계	43
제1절 연구모형과 가설의 설정	43
1. 연구모형의 설정	43
2. 연구가설의 설정	44

제2절 변수의 조작적 정의	45
제3절 조사 설계와 분석방법	47
1. 조사설문의 구성	47
2. 조사방법	49
3. 자료분석 방법	49
제4장 실증분석	50
제1절 표본의 인구통계적 특성	50
제2절 변수의 신뢰성 및 타당성 검증	52
1. 변수의 신뢰성 분석	52
2. 변수의 타당성 분석	54
제3절 관광농원 이용형태 분석	58
제4절 연구가설 검증	66
1. 연구가설 1의 검증	66
2. 연구가설 2의 검증	68
3. 연구가설 3의 검증	70
4. 연구가설 4의 검증	71
5. 가설검증의 요약과 분석결과의 시사점	73
제5장 결 론	76
제1절 연구의 요약과 성과점	76
제2절 연구의 한계와 향후 방향	77
참 고 문 헌	79
ABSTRACT	85
설 문 지	87

표 차 례

〈표 2-1〉 경영형태에 따른 분류	8
〈표 2-2〉 관광활동을 중심으로 한 관광농원의 유형	8
〈표 2-3〉 경영형태와 관광활동을 중심으로 한 관광농원의 유형	9
〈표 2-4〉 관광농업의 변화	12
〈표 2-5〉 관광객 동기관련 선행연구 정리	27
〈표 2-6〉 관광농원 방문객 행동과 관련한 선행연구의 변수 정리	34
〈표 2-7〉 지역별 관광농원 개발현황	35
〈표 2-8〉 관광농원 운영 사례조사	36
〈표 2-9〉 관광농원 내 설치가능 시설물 범위(예)	37
〈표 2-10〉 지역 관광농원의 시설물 현황	38
〈표 2-11〉 제주지역 관광농원 조성현황	41
〈표 3-1〉 가설의 이론적 배경	45
〈표 3-2〉 조사설문의 구성	48
〈표 4-1〉 표본의 인구통계적 특성	50
〈표 4-2〉 관광농원 방문동기 변수의 신뢰성 검증	53
〈표 4-3〉 관광농원 선택속성 변수의 신뢰성 검증	54
〈표 4-4〉 관광농원 방문동기 변수의 요인분석	56
〈표 4-5〉 관광농원 선택속성 변수의 요인분석	57
〈표 4-6〉 관광농원 방문 경험 만족·추천의사·재방문 의사의 평균 분포	58
〈표 4-7〉 동행자에 따른 관광농원 방문동기 인식 차이	63
〈표 4-8〉 동행자에 따른 관광농원 선택요인 지각 차이	64
〈표 4-9〉 체류시간에 따른 관광농원 방문동기 요인의 지각 차이	65
〈표 4-10〉 체류시간에 따른 관광농원 선택요인 지각 차이	65
〈표 4-11〉 관광농원 방문동기가 선택속성에 미치는 영향	67
〈표 4-12〉 정보원천이 관광농원 방문동기에 미치는 영향	69
〈표 4-13〉 외적 변수가 방문동기에 미치는 영향	71
〈표 4-14〉 관광농원 선택속성이 관광농원 이용 후 경험에 미치는 영향	72
〈표 4-15〉 가설검증 결과 요약	74

그 립 차 례

〈그림 1-1〉 연구의 전개 틀	5
〈그림 2-1〉 관광, 농림어업, 관광농원과의 관계	17
〈그림 2-2〉 관광동기의 유형	25
〈그림 2-3〉 자극-반응 구매자 행동 모델	28
〈그림 2-4〉 관광분야에서의 선형 의사결정 과정	29
〈그림 2-5〉 여행의사결정에서의 Schmöll 모델	29
〈그림 2-6〉 여행 구매 행동	30
〈그림 2-7〉 소비자 의사결정 프레임 워크	31
〈그림 3-1〉 연구모형의 설계	43
〈그림 4-1〉 관광농원 만족, 추천의도, 재방문 의사의 평균	58
〈그림 4-2〉 관광농원 신뢰도와 체류시간/소요비용 적절성	59
〈그림 4-3〉 관광농원 방문 교통수단	60
〈그림 4-4〉 관광농원에서 구입한 농산물 가격	60
〈그림 4-5〉 관광농원 방문 동행자	61
〈그림 4-6〉 관광농원 체류시간	62

제1장 서론

제1절 문제의 제기

미래학자 허만 칸(Herman Kahn)은 “21세기는 관광여가의 시대”라고 예견하였다. 국민소득의 향상, 여가시간의 증대, 관광여행에 대한 욕구 증대, 노인인구의 증가, 국민복지관광 정책의 확대, 가족동반여행의 증대 등 일련의 사회현상은 필연적으로 새로운 관광·여가 문화의 행태로 나타날 것이다. 농경사회를 문화의 바탕으로 하는 우리 민족은 휴에 대한 애착이 어느 민족보다 강하며 향토지향적인 성향을 띠고 있다. 이러한 사회현상과 향토지향적인 국민 정서는 관광농업이 관광자원으로서 각광받을 수 있게 하고 있다.¹⁾

본 연구의 연구대상인 관광농원은 농촌관광의 대표적인 사업형태로, 농촌관광이란 도시민들이 농촌다움이 보존된 농촌에 머물면서 그곳의 생활을 체험하고 여가를 즐기는 것을 의미한다. 이런 농촌관광의 목표는 농촌주민의 삶의 질 증대, 농촌환경의 보전 관광객 만족 등으로서 농촌과 도시에 주는 부정적 영향을 최소화하면서 긍정적 편익을 극대화할 수 있는 지속가능한 개발전략이다.

농촌관광은 당초 휴가기간이 긴 유럽지역에서 저비용 여가형태로 출발하였다. 유럽의 산업화가 정착된 1960년대 이후 휴가가 정착되자, 저비용 숙박시설에 대한 수요가 급증하였다. 일본에서는 1990년대 경기침체가 장기화되자 낙후된 농촌의 활성화 대책으로서 농촌관광에 본격적으로 관심을 기울이기 시작하였고, 유럽의 숙박시설 중심의 접근과는 달리 종합적인 지역활성화 수단으로 인식되었다.

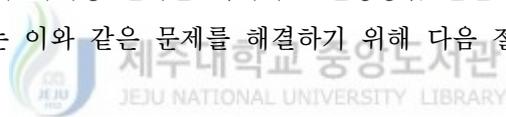
그러나, 국내의 농촌관광은 1980년대부터 정부 주도로 관광농원, 휴양단지, 농촌민박마을, 주말농원 등 농촌관광사업을 추진했으나 크게 활성화되지는 못했다. 1984년부터 추진된 관광농원은 2000년까지 1,340억원의 국고를 지원, 400여개소가 지정되었으나 절반이상이 휴·폐업한 상태이다.²⁾ 이런 문제는 양적인 규모면에서는 농촌관광이 성장했으나

1) 조문수, “관광농업의 바람직한 개발 방향에 관한 연구“, 한국관광지리학회, 「관광지리학」 제 3호, 1993, pp.39-64.
2) 강신겸, “농촌관광의 가능성과 발전방향”, 삼성경제연구소 CEO Information 제222호, 2002. 1. 30. pp.1-24.

운영주체의 경영능력부족, 과도한 시설 투자 등으로 인한 경영 부실화, 체험프로그램 및 마케팅 등 소프트웨어 부족 등의 원인에서 기인하고 있다. 그리고 교통의 발달로 농원에 묶으면서 여가를 즐기는 도시민들이 많지 않아 관광농원들이 농-특산물 판매와 숙박기능을 잃고 단순한 식당으로 변한 점도 큰 원인이다.³⁾

이런 문제점을 해결하기 위해서는 관광농원 사업체들이 경영마인드를 갖고 변화하는 경영환경과 소비자들의 방문패턴에 부응해야 한다. 농촌관광의 여건수요와 농촌을 방문하는 여행 형태는 변화되고 있고, 도시민의 관광패턴이 체재형 및 체험형, 가족중심으로 변화하고 환경보전에 대한 관심이 증대되고 있으며, 농업의 방식 역시 다수확 생산중심에서 다품종소량생산 중심으로 변화하고 있다.

이런 변화하는 환경은 관광농원이 방문객을 대상으로 정확하고 과학적인 마케팅 전략을 수립하고 그 프로그램을 진행해 나갈 때 대처가 가능하다. 그러나 관광농원에 대한 지금까지의 연구는 방문객들의 이용실태나 운영전략을 기술적으로 제시하는 수준에 머물고 있어, 보다 실증적인 접근이 시급한 실정이다. 즉, 관광농원을 방문하는 방문객의 방문동기와 선택속성과 같은 관광농원 방문객의 심리·행동적 특성을 파악함으로써 관광농원 운영 사업체에 마케팅 전략을 제시하고 관광농업 발전에 기여할 필요성이 제기되고 있다. 본 연구는 이와 같은 문제를 해결하기 위해 다음 결과 같은 연구의 목적을 수립하였다.



제2절 연구의 목적

본 연구의 주요 목적은 관광농원을 방문동기와 선택속성의 관계를 규명함으로써 관광농원 관련 연구의 진행에 기여하고, 이와 같은 관계 규명과 방문자들의 행동 특성을 실증적 분석을 통해 실제 관광농원 운영에 도움이 될 수 있는 마케팅 전략을 수립하는데 유용한 시사점을 도출하는데 있다.

이와 같은 주요 목적에 따라 설정된 구체적인 연구 목적은 다음과 같다.

첫째, 관광농업 및 녹색관광(Green Tourism)의 등장배경과 발전과정, 역할과 기능, 관광농원의 입지여건과 관광과의 상관성 등 관광농원에 대한 기존의 연구를 고찰하고, 한국 관광농원과 제주지역 관광농원의 현황분석을 통하여 경영상의 문제점을 파악한다.

3) 세계일보, “농촌관광농원 부실운영”, 2002년 12월 27일.

둘째, 관광농원 방문객이 실제 관광농원을 방문하는 과정을 소비자 행동론을 중심으로 한 관광동기 관련 연구, 소비자 의사결정 모델 관련 연구를 고찰하고, 관광농원 선택 속성을 규명하기 위해, 지금까지 제시되고 있는 관광농원 선택 속성에 대한 국·내외 선행 연구를 고찰한다.

셋째, 관광소비자 의사결정 모델과 선행연구에서 고찰한 동기와 선택속성 이론에 입각하여, 관광농원 방문객의 동기가 관광농원 선택에 어떤 영향을 미치고, 관광농원 방문 동기에 미치는 변수에 대한 관계를 연구모형으로 설정하고, 각 변수들간의 경로를 연구가설로 또한 설정하여 실증적인 통계분석으로 검증한다.

넷째, 가설검증과 설문조사를 통해 분석된 결과를 바탕으로 그 결과가 갖는 통계적 의미를 제시함으로써 관광농원 사업체가 관광농원 방문객의 심리와 행동을 이해할 수 있도록 분석결과의 시사점을 제시한다. 분석결과의 시사점은 실제 방문객을 유치하는데 필요한 정보 뿐만 아니라 관광농원의 선택속성과 관련한 시사점 제시를 통해 관광농원의 자원, 프로그램, 시설 관리에서도 유용한 시사점을 제시해 줄 것이다.

제3절 연구의 방법과 범위

본 연구는 관광농원 방문객의 방문동기와 선택속성을 이해하기 위해 관광소비자 의사결정 모델, 관광동기 및 관광농원과 관련된 선택속성에 대한 문헌연구(literature study)를 통해 관광농원 방문동기와 선택속성을 설정할 것이다. 그리고 개발된 관광농원 방문동기 및 선택속성 변수는 실증적인 탐색적 요인분석을 거쳐 통계적으로 의미가 있는 방문동기 변수, 선택속성 변수로 개발될 것이다.

관광농원 선택속성에 대한 선행연구는 국·내외적으로 활발히 진행되지 않은 실정이기 때문에, 국내에서 관광농원 방문객의 선택속성을 설문조사로 연구한 바 있는 박은주(1999)⁴⁾, 신동식(2002)⁵⁾의 변수를 이용하여 관광농원 선택속성을 측정하였다.

통계적인 분석방법으로는 관광농원 방문객들의 인구통계적 특성 및 이용 행태를 파악하기 위해 빈도분석(frequency analysis)을 실시하였고, 관광농원 방문동기와 선택속성을 도출하기 위해 탐색적 요인분석(exploratory factor analysis)을 실시하였다. 그리고 연구설계

4) 박은주, “대구근교권 관광농원의 실태조사 및 활성화에 관한 연구”, 한양대학교 환경대학원 석사학위논문, 1999. pp.1-72.

5) 신동식, “관광농원 이용객의 선택속성에 관한 연구”, 관광정책학연구 제8권 제2호, 2002. pp.113-131.

에서 설정한 방문동기 및 선택속성 변수의 신뢰성을 검증하기 위해 크론바흐 알파 (Cronbach's α)를 이용한 신뢰성 분석을 실시하였다.

그리고 관광농원 방문동기가 관광농원 선택속성에 미치는 영향, 관광농원 방문동기에 영향을 주는 변수들과의 관계 등으로 구성된 연구가설을 검증하기 위해 다중 회귀분석 (multiple regression analysis)을 실시하였다.

연구의 실증 분석을 위한 설문조사를 위해서 제주지역에 위치한 관광농원을 방문하는 방문객을 비확률표본추출방법 중 하나인 편의적 표본추출(convenience sampling)을 사용하여 제주지역의 5개 관광농원을 방문한 방문객 300명을 표본으로 선정하였다.

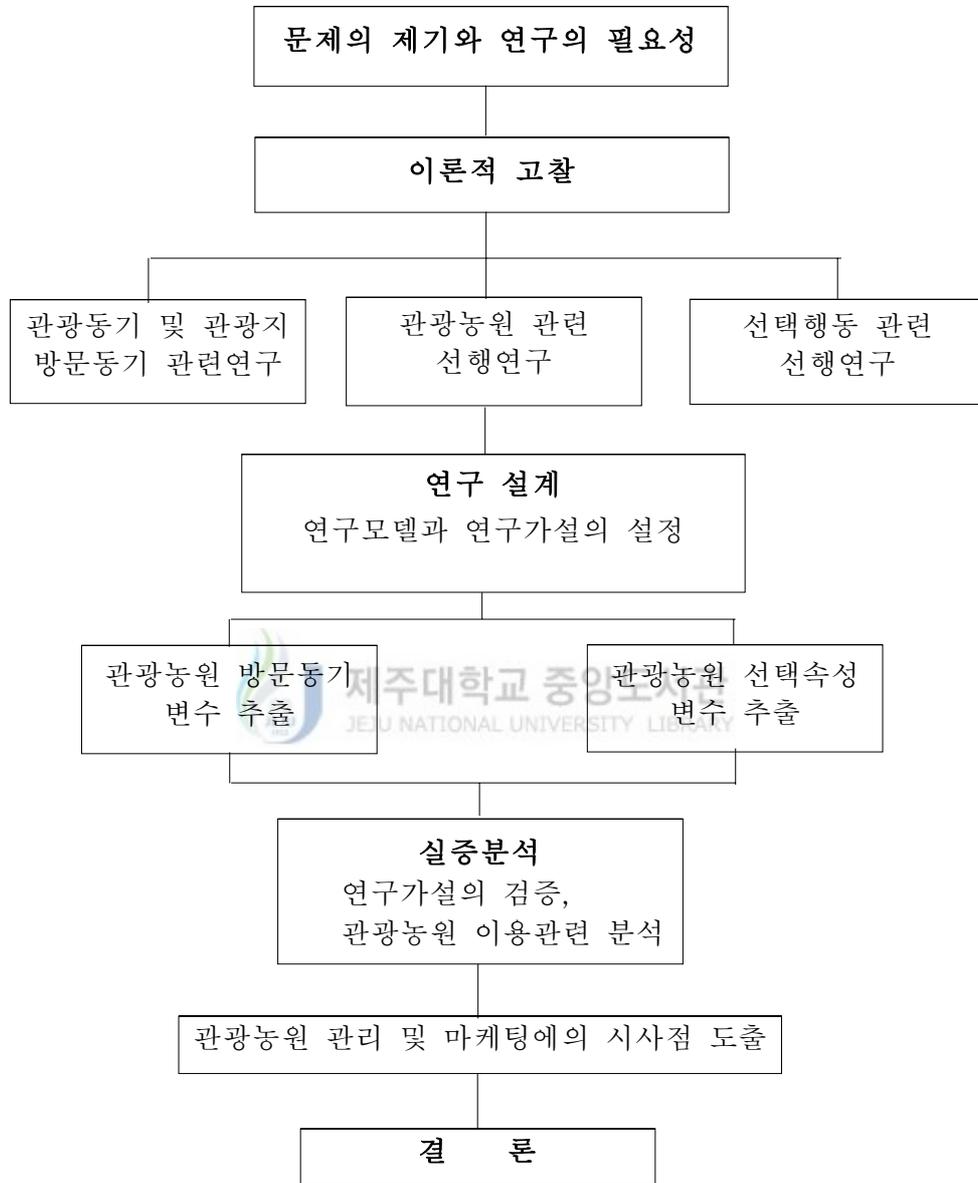
설문조사는 2003년 9월 8일부터 9월 27일까지 3주간 진행되었고, 설문 조사방법은 관광농원을 방문한 방문객에게 설문지 작성 목적을 충분히 설명한 후에 설문지를 배포하여 작성하도록 하는 방법을 사용하였다.

본 연구의 통계 처리는 통계패키지 중 하나인 SPSS 10.0 version for window를 이용하여 실시하였다.

본 연구의 연구 흐름을 정리하면 다음 <그림 1-1>과 같이 나타낼 수 있다.



〈그림 1-1〉 연구의 전개 틀



제2장 이론적 고찰

제1절 관광과 관광농원과의 상관성

1. 관광농원의 유형과 기능

1) 관광농원의 정의

관광농업이란 도시 사람들이 농원, 목장 등의 농·림·수산의 장소를 방문하여 자연을 즐기면서 과실을 따기도 하고, 토지를 경작하도록 하는 것을 의미한다. 즉, 1차 산업이 서비스와 결부하여 3차 산업적 성격을 가지는 것이라 할 수 있다.⁶⁾ 그러나 이와 같이 관광농업에 대한 정의는 보는 관점에 따라 다소 차이가 있을 뿐만 아니라 1990년대 들어오면서부터 환경보전의 중요성이 강조되면서 부각되기 시작한 녹색관광, 생태관광을 포괄하고 있어서 명확하게 정의를 내리기는 어렵다. 관광농원은 관광농업과 녹색관광의 발전과정에서 생겨난 사업형태로서, 그 정의를 파악하기 위해서는 관광농업과 녹색관광의 맥락에서 이해해야 한다.

농업의 입장에서 본 관광농업의 기본적인 조건으로는 농업 또는 농촌지역과 관광이 결합되어야 하며 농가와 지방자치단체가 해당지역의 지역환경, 문화자원, 농산물 등 각종 자원을 관광자원화하고 이를 기반으로 민박, 판매 등 경영을 다각화하여 농가의 소득 향상과 지역활성화에 기여할 수 있어야 한다.

농촌지역은 농업공간으로서 1차산업적 공간(생산의 장), 도시민의 정신적 고향으로서 의미를 갖는 역사·문화·민족적 자연공간, 그리고 산업화에 따른 복합적 공간기능으로서의 특성을 가지고 있다. 또한 농촌지역 공간체계는 1차산업적 농림농업생산기능(농림산물 생산기반으로서의 공간적 기능), 국토보전기능(수원함양, 방재, 토양보전, 환경생태유지기능), 후생 및 여가기능(녹지환경, 경관의 제공), 지역사회형성기능(거주공간으로서의 취락 커뮤니티 기능), 사회복지기능(고령자, 은퇴자의 노후생활공간), 교육적 기능(농업 및 농촌의 체험을 통한 교육적·역사적·전통적 공간기능) 등의 다면적인 기능이 있다.⁷⁾

6) 이철현, 「관광농업개발론」, 아세아문화사, 1986, pp.1-36.

7) 정철모·유응교, “농촌정주체계의 확립을 통한 농촌취락의 정비방안에 관한 연구”, 한국지역개

이러한 다면적 기능을 가진 농촌 관광을 일본에서는 지역개발과 도·농간의 교류 증대, 농촌에 대한 이해, 자녀들의 자연학습과 농사체험, 도시민들의 여가공간 확보 등으로 농민에게는 그린비즈니스, 도시민에게는 녹색관광의 개념을 가지고 있다. 다시 말해 녹색관광은 녹색이 풍부한 농촌지역에서 인간이 자연, 문화와의 교류를 즐기고 체재하는 형태의 여가활동이라고 정의하고 있다. 결국 농촌관광은 농어촌을 관광하기 위한 여행형태로서, 협의로는 농촌을 대상으로 하는 관광활동이며, 광의로는 농촌 지역에서 이루어지는 관광활동이라 할 수 있다.

농촌 관광은 관광객을 대상으로 하는 관광농원이나 주말농원 등 농장시설이 있어야 하고, 관광객으로 하여금 일정한 기간동안 운영하는 농업행위로서 직접 참여하는 조건이 마련되어야 하며, 부수적으로는 휴양시설을 갖추어야 한다. 따라서 농촌 관광이란 자연이 풍부한 농촌에서 농산물을 생산·판매하고 도시민에게 장소를 제공하여 관광활동이 농촌에서 농업을 중심으로 이루어지게 함으로서 농촌소득을 증대시키려는 행위라 할 수 있다.⁸⁾

농가의 새로운 소득원이며, 도시민의 다양한 관광욕구를 충족시키기 위해 등장한 관광농원을 관광의 본래적 개념으로 본다면 자연이 풍부한 농촌에서 농산물을 생산·판매하고 도시민들의 여가활동에 필요한 장소를 제공하며, 농업의 경영기술을 관찰, 연수시켜 도시민들의 관광활동이 농업을 대상으로 이뤄지게 함으로서 농가소득을 증대시키려는 활동이라 할 수 있다.⁹⁾

이와 같은 관광농원개발사업은 2002년 농어촌정비법 제2조(정의)8항의2에 따르면 ‘농어촌의 자연자원과 농림수산생산기반을 이용하여 지역특산물판매시설, 영농체험시설, 체육시설, 휴양시설, 숙박시설, 음식 또는 용역을 제공하거나 그 밖에 부수되는 시설을 갖추어 이를 이용하게 하는 업’이라 정의되고 있다.

2) 관광농원의 유형

관광농원은 낙후되어 가는 농촌지역의 경제를 활성화시켜 지역주민의 생활 및 환경수준을 향상시키며¹⁰⁾ 새로운 관광기회 창출효과를 유발하여 도시민을 위한 자연녹지공간을 제공하고 관광 및 여가수요를 충족시켜주어 도·농간의 유대를 강화시키고 상호이해

발학회지, 제6권 제11호, 한국지역개발학회, 1994, p.3.

8) 한국관광공사, 「농어촌관광개발 활성화연구」, 1996, p.43.

9) 한익환, “국민여가선용을 위한 주말형 관광농원의 활성화에 관한 연구, 청주대학교 대학원, 석사학위논문, 1994, p.4.

10) 정하성·황택주·김영주, 「농촌지역사회개발론」, 백산출판사, 1995, pp.10-18.

증진의 기회를 부여한다.¹¹⁾

〈표 2-1〉 경영형태에 따른 분류

유 형	내 용
농산물판매형	농림축수산물, 지역특산물, 부업제품, 향토식품 등 지방 특유의 각종 산물을 관광객에게 직·간접적으로 판매하는 상품공급형
생산수단 대여형	일정한 토지, 작물, 농기구, 비료 등의 생산수단을 제공하여 직접 경작하도록 함으로써 생산의 보람을 느끼게 하는 형태
장소제공형	농촌의 자연경관을 이용하여 여가를 보낼 수 있는 공간을 확보하고, 농원을 개방하고, 적합한 시설을 설치하여 운동, 휴양, 휴식, 오락, 자연학습, 감상, 견학 등을 위한 장소를 제공
농산물채취형	농장내에 농민들이 재배한 각종 농산물을 외래 관광객들이 직접 채취하도록 하고, 이들이 과일따기, 감자캐기, 딸기따기, 채소뽑기, 밭줍기 등의 노동의 즐거움을 맛보고 채취한 각종 생산물을 직접 구매하게 하는 형태
종합관광형	운영방식에 있어서 위 4가지 형태를 병합하는 형태

자료 : 김시중·이웅규, “대전·충남지역 관광농원 이용객의 이용행태분석을 통한 활성화방안”, 관광·레저연구 제11권 제1호, p.10.

이러한 기능을 가지고 있는 관광농원은 일정규모 이상의 특색있는 농장(과수원, 초지, 특수작물재배 등), 농특산물 판매시설을 기본으로 갖추고 농원의 특색에 맞게 다양한 형태로 분류되고 있다. 관광농원의 유형은 관광활동 중심, 경영형태 중심, 교양기능 활동 중심, 일반적 기능을 중심으로 하는 등의 방법으로 분류될 수 있다.

〈표 2-2〉 관광활동을 중심으로 한 관광농원의 유형

유 형	내 용	기 본 시 설
스포츠형	체육시설 및 체력단련실	<ul style="list-style-type: none"> · 관광목장 · 관광과수원 등 · 판매장(직판장) · 휴게소
자연학습형	동·식물원 수목원	
피크닉형	야영장, 세면장, 수목원, 놀이시설	
전통학습형	관람시설, 동·식물, 민속자료관	
수련회중심형	야영장, 민박, 체육시설	
보양형	민박, 휴양레크레이션, 건강센터	
종합형	체육시설, 놀이시설, 관람시설, 민박	

11) 박영수, “한국 관광농원의 현황 미 특성에 관한 조사연구”, 성균관대학교 대학원, 박사학위논문, 1993, pp.102-121.

자료 : 농어촌진흥공사, 「지방화시대의 농어촌 종합전략」, 1995, pp.18-52.; 김시중·이응규, 전개논문, p.10
 관광농원 개발 특성은 관광농원의 위치에 따라 나타나며, 국민관광의 경우 관광객을 유인하는 중요 관광자원은 자연자원을 중심으로 하여 이루어지고 있다. 따라서 관광개발은 이 광대한 자연지역인 농촌을 대상으로 전개되어야 하지만, 지금까지의 상황은 농촌 지역이 가장 낙후된 지역으로 잔존하면서 개발과 이용을 기다리고 있다.

그러나 최근에 이르러 농촌진흥시책의 일환으로 관광개발을 중시하기에 이르렀고, 지역진흥의 관점에서 다각적이면서도 실질적인 효과가 매우 크다는 것을 재인식하게 되어 지역진흥을 위한 전략적 자원으로 인식되어 적극적인 관광개발이 이루어지고 있다.

〈표 2-3〉 경영형태와 관광활동을 중심으로 한 관광농원의 유형

	목적 단일형	통과 체재형	주유 체재형	관광산책형	목적 숙박형
농림수산물 채취형					
야채원	○	×	△	×	○
과실따기 농원	○	△	○	×	○
작물캐기 농원	○	△	○	×	○
유료 낚시, 유어	○	×	×	○	○
생산수단 대여형					
임대농원	○	×	×	×	△
임대과수원	○	×	×	×	△
임대선박	○	×	△	×	○
생산공간 개방형	○	×	△	×	○
관상시설 제공형	△	○	○	○	○
생활공간 제공형	△	×	×	△	○
기타					
도로 직관점	△	○	△	×	×
향토 요리점	○	○	○	○	○
야외 야취요리	○	○	○	○	○

자료 : 유승우, “한국관광농업의 경영실태와 유형 분석”, 충북대학교 박사학위논문, 1992, p.12.

3) 관광농원의 역할과 기능

(1) 역할

부존자원이 부족하고 가용면적이 협소한 우리나라는 농촌휴양관광자원을 농촌주민의

소득과 연계하여 개발·육성함으로써 농촌지역의 개발을 촉진하고 도·농간 교류증진을 위해서 농촌관광사업의 기틀을 마련해야 한다. 그러므로 농촌관광개발 사업으로서 관광농원은 도·농 통합에 따른 지역균형개발 차원에서 단계적으로 개발계획을 추진하여 도시민들의 이용횟수를 증가시킴으로써 농촌지역균형개발 및 지역경제 활성화에 큰 영향을 미칠 것이다.

관광농원은 자연경관이 뛰어난 곳에서는 노동력을 흡수하고 농산물 판매 등을 통하여 지역발전의 기틀을 마련하는 경우도 있다. 농산물의 출하단위가 적고 시장경쟁이 미미한 소규모 지역에서는 직관형태 운영으로 시장문제를 해소하고 있으며 특히 농산물 재배·수확 및 과일따기 등은 좋은 효과를 가져오고 있다.

관광농원은 유휴지에 지역 특성에 맞는 농업관련시설과 농작물을 개발하여 이용함으로써 도시민의 여가생활 활동을 높이고 농민의 소득증대에도 기여할 수 있다. 따라서 농산물 외에 농원식당, 민박운영, 놀이장소의 제공, 농장, 목장, 과수원 등을 유료 개발하여 새로운 농촌관광활동을 할 수 있게 해야 한다.¹²⁾

(2) 기능

① 도시민의 측면

관광농원 경영은 민간기업의 활동을 통해서 도시민에게 자연적 레크리에이션 장소를 제공한다. 자연적 레크리에이션을 추구하는 도시민에게 자연공원, 자연도로, 국민숙박 등은 공공투자에 의해 정비하며, 낚시터, 농산물 채취 등 자연과 직접 접촉할 수 있는 레크리에이션 분야는 관광농원 사업자가 분담하여 개발함으로써 관광수요에 대응하고 있다. 이러한 관광농원의 도시민에 대한 기능을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 도시민의 여가 생활을 건전하게 농촌으로 흡수한다. 둘째, 보다 저렴한 가격으로 농산물을 구입한다. 일반적으로 관광농원에서 이뤄지는 농산물 가격은 생산지와 소비지 가격의 중간선인 만큼 도시민에게 그 만큼의 잉여 소득을 안겨준다. 셋째, 도시 어린이의 산 교육장으로서의 역할을 한다.

② 농촌주민의 측면

첫째, 농가경제의 증대를 꾀할 수 있다. 농촌주민의 입장에서 관광농원 사업은 수입원

12) 백영훈, “농어촌 관광개발 활성화방안 연구”, 한국관광공사, 1996, pp.43-44.

이 다각적으로 시도되기 때문이다. 즉, 농산물의 판매가격 측면에서 볼 때, 소비자에게 직판되기 때문에 그에 따른 출하경비, 수수료, 운송비만큼 소득을 더 올릴 수 있고, 농의 소득도 얻게 되어 농가경제의 증대 및 경영 합리화에 도움을 준다.

둘째, 부족한 자원과 노동력을 확보할 수 있다. 하천, 계곡, 약수터 등 관광과 결부되는 자원을 관광농원 사업에 적극적으로 도입·개발하여 도시민에게 제공하고 황폐화하는 농경지를 과수원, 식물원으로 바꾸어 자원을 이용할 수 있다.

③ 관광기업의 측면

산업혁명 이후 급속히 진행된 도시화 현상은 도시민의 의식구조 및 행태에 다양한 변화를 초래하였다. 특히 생활구조, 생활리듬의 단순성, 생활환경의 변화 등으로 인하여 도시민의 관광욕구와 행태 역시 단순히 즐기기를 위한 오락과 쾌락 위주의 관광패턴에서 복잡한 도시를 벗어나 쾌적한 자연으로의 귀환을 원하는 감상 및 휴양위주의 활동으로 변하게 되었다.

따라서 관광농원과 같은 농촌지역에 위치한 관광기업은 도시 주민들의 다양한 방문욕구를 충족시키기 위해 여행 중심의 상품에서 벗어나 자연을 감상하고, 건전한 국민관광 활동을 위한 방법을 모색하여야 한다.

이러한 관광농원사업의 관광기업으로서의 기능은 다음과 같다.

첫째, 관광객이 다양한 관광욕구충족을 위한 사업의 대상을 관광농원사업이란 새로운 형태의 상품개발로 충족시킬 수 있다는 점에서 기업의 사업활동 분야의 확대를 가져온다. 둘째, 관광농원 사업은 새로운 대상에 투자를 확대함으로써 기업의 궁극적인 이윤추구를 도모할 수 있다. 셋째, 관광사업의 사회적 공익성을 실현시킴으로써 기업의 사회적 책임달성이라는 이미지를 쇄신시킬 수 있으며 기업발전에 기여하게 할 수 있다¹³⁾.

4) 관광농원의 등장배경

1990년대 이르러 관광농업에 대한 이해의 폭이 넓어지면서 관광농업을 이해하기 위한 새로운 시도가 이루어졌다. 경북대학교 농업과학기술연구소(1991)는 제1차 산업과 제3차 산업과의 복합적인 성격을 지적하면서, 도시민을 농촌으로 유치하여 농민이 생산한 1차

13) 김선례, "한국의 관광농업 개발에 관한 연구", 경기대학교 대학원 석사학위논문, 1987, pp.21-25.

상품을 농민의 따뜻한 마음으로 서비스와 함께 파는 소위 2,3차 산업으로 정의한 바 있다.¹⁴⁾ 한국관광공사(KNTO) 역시 관광농업을 도시인들이 농원, 목장, 양식장 등 농림수산업의 현장을 방문하여 과일, 야채, 임산물을 채취하거나, 가축을 직접 기르고 목장, 식물원 등을 관찰하면서 자연을 즐길 수 있게 시설과 서비스를 제공하는 산업으로 정의했다.¹⁵⁾ 이처럼 새로운 연구들은 ‘보고, 사고, 파는 것’만이 아닌 ‘함께 참여하고 직접 체험하는 것’을 관광농업의 주요내용으로 파악하였던 것이다.

한편, 이처럼 새로운 개념의 관광농업은 농업의 서비스적 기능을 강조한 것이다. 그러나 이는 여전히 다양한 관광농업의 전체상을 담아내지 못할 뿐만 아니라 지역농업의 서비스적 기능을 모두 담아내지는 못하였다는 점에서 비판된다.¹⁶⁾ 왜냐하면 다음 <표 2-4>와 같이 기존개념은 이용자 측면에만 지나치게 치중되어 관광과 레크리에이션을 일방적으로 강조함으로써, 농업의 다양하고 새로운 서비스의 창출이란 측면을 경시하고 있다. 이처럼 관광농원이란 용어가 담고 있는 협의성을 벗어나기 위해서는 ‘녹색관광(Green Tourism)’이란 새로운 개념들이 적극 모색될 필요가 있다.

<표 2-4> 관광농업의 변화

기존의 관광농업	새로운 관광농업-녹색관광
· 획일성	· 다양성
· 대자본	· 소자본
· 인위적 개발형	· 자연자원 활용형
· 수동형	· 능동형
· 이용자 중심형	· 생산자와 이용자 일체형
· 농업중심	· 농업과 타산업의 연계
· 먹거리 중심	· 먹거리+ 교류+ 체험

자료 : 이호철, 전계서, p.255.

녹색관광의 역사는 지역과 국가의 차이, 그리고 그 경제적, 문화적 특성에 따라 그 기

14) 경북대학교 농업과학기술연구소, 「경북지역의 관광농원 육성방안」, 1991, p.3.

15) 한국관광공사, 「지방화시대의 관광정책」, 1992.

16) 이호철, “그린 투어리즘과 지역사회: 대구시민을 위한 농원개발 전략구상”, 최병두 외, (사) 대구·경북환경연구소, 대구대학교 사회과학연구소 譯, 「현대환경문제의 재인식: 학제적 접근」, 한울아카데미, 2003. pp.252-281

원을 달리하고 있다. 그렇지만 농업이 생산·판매가 아니라 관광 자원으로서 크게 주목 받게 된 것은 1965년 경부터였다. 먼저 유럽의 경우 이는 레저·관광·레크리에이션 등의 한 형태로 출현하였던 리조트에서 유래된 것이다. 그러나 1970년대 중반의 오일 쇼크 때문에 이러한 레저 붐은 한때 붕괴되었지만, 그 후에도 여전히 지속적인 인기를 얻은 리조트는 자연을 테마로 한 농업·농촌 리조트였다.

한편, 일본에서는 녹색관광을 앞세운 관광자원개발이 매우 활발했었다. 특히 농촌지역을 총망라하는 새로운 형태의 관광개발은 공업화에 따른 농업부문의 상대적인 정체, 그것이 빚은 농촌의 급격한 인구감소와 고령화가 빚은 지역의 정체화, 공동화에 그 역사적인 배경을 두고 있다. 젊은이들을 농촌에 정주시켜 지역농업을 활성화하려면 바로 그들이 살고 싶은 매력적인 지역개발이 필요하다는 차원에서 지금 일본에서는 적극적인 녹색관광을 전개하고 있다.

이처럼 유럽과 일본의 녹색관광은 낙후된 농촌과 농업을 개발한다는 차원을 넘어, '전통문화와 복지향상', '도시와 농촌의 교류' 및 유휴 농지의 활용'이란 보다 높은 차원의 과제를 해결하기 위하여 적극적으로 추진된 것이라 할 수 있다.¹⁷⁾

한편, 녹색관광 및 관광농업의 한 형태라 할 수 있는 관광농원의 등장배경은 다음과 같다. 첫째, 고밀도 사회가 출현한 점이다. 이로 인해 도시의 인구급증, 농촌의 노동력부족, 도시의 환경악화, 도시 공해, 따라서 도시인들은 관광농원을 방문하여 레크리에이션을 구하려 하는 현상을 보이고 있다. 둘째, 소비구조의 변화가 관광농업을 증가시키고 있다. 도시 이탈의 욕구는 자연 추구 욕구. 생활환경의 변화의 보상심리, 즉, 기초생활지출비 증대와 교육오락비 지출 증대, 특히 여가지출비 증대, 소비지출구조 증대 등의 현상이 나타나고 있다. 셋째, 여가시간이 증가하고 있다. 이런 여가시간 증가에는 기업의 자동화작업, 근무시간 단축, 가전제품의 발전, 가사 시간의 단축, 주5일 근무제도, 개별여행 증가의 원인이 되고 있다. 넷째, 도로교통조건이 발달되었다. 대절버스, 마이카 족, 고속도로망, 전철의 고속화로 전국의 1일 생활권화, 교통 및 운송기술의 발전이 관광농업의 개발에 원동력이 되고 있다. 다섯째, 농촌 농업이 변화되고 있다는 점이다.

첫 번째부터 네 번째 요인은 관광농업의 수요 측면으로서 수확 인건비 절약을 위한 과일따기 관광농원, 임대과수원, 임대 목장, 노동력 부족으로 인한 이농으로 노동력이 적게 드는 밤나무 숲 조성 후 밤줍기 관광농원 및 목장 등으로 운영되고 있다. 도시주변 주택지역의 농업은 고지가의 균형에 맞추고 생활환경을 나쁘게 하지 않는 시설원에 및

17) Ibid, pp.255-256.

집약적 농업으로 변화. 꽃마을이나 수목원 형태로 변화되고 있다.

그리고 관광농원이 성립될 수 있는 조건은 도시사람들이 농원, 목장 등의 농림·수산의 장소를 방문하는 것이 첫째 조건이 된다. 그래서 자연을 즐기면서 과실을 따기도 하고 토지를 경작하기도 하는 레크리에이션(recreation)을, 또 목장과 시설을 보면서 자연 속에서 여가시간을 지낼 수 있는 장소가 둘째 조건이다. 이런 두 가지 조건을 구비한 경우 관광농원이 지향하는 관광농업과 녹색관광이 성립될 수 있을 것이다. 즉, 농·림·수산물을 생산하는 제1차 산업이 서비스와 결합하여 제3차 산업의 성격을 가지는 것이라고 말할 수 있다.¹⁸⁾

5) 국내 관광농원의 발전과정

관광농원은 도시생활에서 벗어나 전원의 아름다움과 여가생활을 즐기기 위해 농촌을 찾고자 하는 붐급생활자들이 서로 단체를 결성, 회원이 되어 공동으로 농장을 만들면서 시작되었는데 이것이 발전하여 1978년 7월에 최초로 평택 어린이 관광농원이 개원하게 되었다. 그러나 이 당시 산지직관형 관광농원의 형태로 운영되어오던 상당수의 관광농원이 부동산 투기와 호화별장 위장건설 등과 같은 부조리와 병폐를 수반하면서 강한 법적인 제한에 직면하게 되었다.

이러한 가운데 1984년 농수산부에 의해 처음 본격적으로 시작된 관광농원은 1983년 강원도에서 처음으로 강촌유원지(춘성군 남면 강촌리), 설악산 주변(속초시 도문동) 등 7개소에서 농가 58가구가 참여하는 관광임대농업사업을 계획하여 1983년 4월 대통령연두순시에 보고된 것이 계기가 되어 국민의 여가수요를 농촌공간에서 수용함으로써 농촌 소득과 지역개발을 촉진하고자 관광사업 개발이 본격적으로 추진되었다.

1984년 농수산부에 의해 시작된 관광농원은 농촌경제의 어려움을 해결하고 사회문화적 환경을 개선하며, 도시민의 위락시설을 농촌 속으로 유도하여 도시와 농촌간 상호이해 증진과 건전한 국민생활의 추진을 위해 농수산부의 주도로 개발되었다. 1988년 기존에 시행되어 오던 정책의 일부가 보완되었으며 1989년에는 농어촌 관광휴양단지개발 시험사업이 시설 추가되었고,¹⁹⁾ 1991년에는 민박마을 지원사업이 시작되면서 1998년까지 관광농원개발 및 조성을 위해 약 167억원이 지원되었다.²⁰⁾

18) 류선무, 「관광농업의 개설과 경영」, 형설출판사, 1989, pp.19-23.

19) 김시중·이용규, “대전·충남지역 관광농원 이용자의 이용행위분석을 통한 활성화전략”, 관광·레저연구 제11권 제1호, pp.7-26.

2002년 12월 개정된 농어촌정비법에서 관광농원사업은 농어촌관광휴양단지사업, 주말농원사업, 농어촌민박사업과 같은 농어촌휴양사업의 일환으로서 '농어촌의 자연자원과 농림수산생산기반을 이용하여 지역특산물판매시설, 영농체험시설, 체육시설, 휴양시설, 숙박시설, 음식 또는 용역을 제공하거나 그밖에 부수되는 시설을 갖추어 이를 이용하게 하는 업'으로 정의되고 있다.

관광농원개발사업은 농촌지역의 풍부한 자연환경자원을 농업과 연계·개발하여 증가하는 국민의 여가수요를 농촌공간으로 유치함으로써 도시와 농촌의 교류를 촉진하고 농업인의 소득증대와 지역개발을 도모하기 위하여 추진하는 사업이다.

농원조성이 되기 위해서는 일정규모(지구면적의 40%)이상을 작목 입식하여 농장을 조성하고, 지역특성 등을 고려하여 적정규모의 숙박, 식당, 운동, 휴양시설 등 편의시설을 설치·운영할 수 있으며, 농원의 여건에 따라 경운기 운전, 농작물 심기, 토끼 등 가금 기르기, 고구마 등 농작물 캐기, 영농체험, 멧돌이용 순두부 제조 등 전통음식 만들기, 연날리기, 민속놀이, 전통예절 익히기, 농촌문화 체험, 야생화 등 생태계 조사, 반딧불, 메뚜기 잡기 등 자연학습(생태관광), 운동, 휴양·휴식하면서 인근 유적지, 관광지 등을 할 수 있는 테마 있는 농원이 되도록 유도하고 있다.

농원으로 지정되면 정부는 4억5천만원 범위 내에서 작목 입식, 기반조성, 부대·편의시설 설치 사업비의 70%까지를 융자지원하였으나 1999년부터는 신규지원은 억제하고 기존농원의 내실화에 중점지원하고 있으며, 앞으로도 시설자금 지원보다는 다양한 프로그램 개발 등 소프트웨어와 지역의 축제 등과 연계·추진하도록 중점 추진할 계획이다.²¹⁾

2. 관광농원의 입지와 관광과의 상관성

1) 입지여건

관광농원 개발에 있어서 먼저 고려해야 할 사항은 다음과 같다. 첫째, 특성있는 대상 품목을 잘 선정해야 한다. 어디에서나 흔히 볼 수 있는 작물이나 품목을 관광대상으로 한다는 것은 무의미하다. 레크리에이션의 대상으로 삼기 위해서는 진귀한 내용 및 특산

20) 유승우 외, "농촌지역사회의 지속가능성: 선린촌(1967-1999)을 중심으로," 지역사회개발연구, Vol.25, No.1, 1999. pp.227-242.

21) 문화관광부, 「2002 관광동향에 관한 연차보고서」, pp.199-200.

물을 내용으로 하는 것이 적당하다. 따라서 특수농작물이나 희귀한 동식물로서 희소성이 큰 것을 개발 대상으로 하여 관광농원을 계획해야 한다.

둘째, 지역의 자연조건을 활용할 수 있어야 한다. 농작물 재배나 대상품목의 육성에 대한 자연적 조건으로서 토양, 기온, 지형 등의 요소가 고려되어야 하고 동시에 관광 레크리에이션의 측면에서 어우러질 수 있는 자연조건들이 신중히 고려되어야 한다.²²⁾ 셋째, 사계절성을 고려해야 한다. 극한지 일지라도 겨울동안 관광농원을 운영할 수 있는 부대시설 능력이나 접근성이 고려되어야 한다. 넷째, 지역적 조건을 고려해야 한다. 지형은 개발의 규모와 내용을 결정짓는 요소이기도 하지만 개발종류의 설정도 극히 기본적인 고려사항이다. 예를 들어 강이나 하천유역에는 내수면을 활용한 관광농원, 해안지역은 임해자원을 활용한 관광농원, 산악고원지역은 산악자원을 이용한 관광농원을 개발해야 한다.²³⁾

다섯째, 사회경제적 조건을 고려해야 한다. 개발계획 대상지역 내의 사회, 산업, 인문 등을 비롯한 농가경영 및 가족구성의 현황 예측, 농가의 태도조사 등이 검토되어야 한다. 내부적 조건과 더불어 시장, 교통 등 외부적 경영 환경적 조건에 대해서도 검토하는 것이 바람직하다.²⁴⁾

여섯째, 관광시장의 입지조건을 고려해야 한다. 관광농원은 농촌의 희소가치를 충분히 활용하여 관광 대상으로 한 것이기 때문에 도시주민이 주요한 수요자가 된다. 특히 자연과 농업으로부터 격리된 대도시일수록 그 수요는 더욱 크다. 따라서 계획대상지역이 대도시와 지리적으로 어떠한 상관성을 가지고 있는지, 시간적인 거리 등에 대한 계획 내용이 관광농원 사업결정에 큰 영향을 미치게 된다. 일반적인 대도시 주변 관광농원에 있어서는 관광자의 활동시간을 고려하여 대도시로부터 2시간(150km 정도) 이내 구역이 가장 적당한 지역이다.²⁵⁾ 그러나 제주지역은 항공기나 선박을 이용해야 하는 특수한 상황 이어서 관광농원 방문이나 선택에 시간 및 거리는 큰 고려사항이 되지 않을 것으로 여겨진다.

일곱째, 교통조건을 고려해야 한다. 관광시장과 계획구역 즉, 관광농원을 연결하는 교통조건이 대단히 중요하다. 계획지역이 어떠한 교통기관·시설을 갖추고 있는지가 관광농원의 성격을 바꿀 수 있는 요소가 되기도 한다. 도시 근교에서 철도·국도가 있는 지

22) 김재민, 「관광계획·개발론」, 대왕사, 1996, pp.265-266.

23) 이장춘, 「관광계획·개발론」, 대왕사, 1994, pp.304-305.

24) 최재원 외, 「지역사회개발론」, 백산출판사, 1993, pp.233-235.

25) 이종원, “관광농업개발의 기본 방향 설정에 관한 연구: 대도시 근교 관광농원을 중심으로”, 경기대학교 대학원 석사학위논문, 1986, pp.73-74.

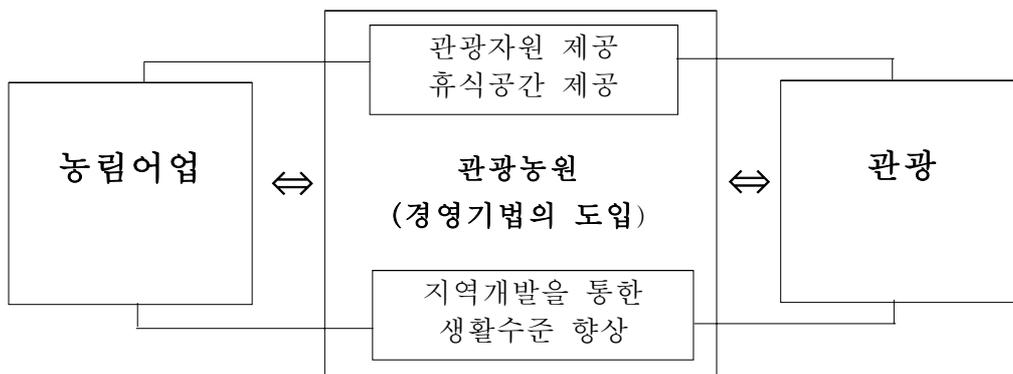
역은 복합적인 관광농원개발로 경영이 수월하다. 교통량이 많은 국도 인접에서는 직매점 및 경유형이 가능하고, 교통량이 적거나 사정이 나쁘면 숙박체제를 전제로 한 목적지 유형별 관광농원개발이 가능하다.²⁶⁾

2) 관광과 관광농원간의 상관성

현대사회는 농업과 관광이 서로 밀접한 유기적 관계로 등장하고 있다.²⁷⁾ 농업의 농산물 판로 개척과 부족한 노동력의 확보, 농어촌의 낙후에 대한 개발의지는 관광을 통해서 농외소득을 올리고 농어촌의 생활환경의 질을 높이고자 하고 있다. 한편 현대인의 탈도시화 심리가 갖는 전원생활의 욕구가 관광농원의 배후요인이 되고 있다. 즉, 관광의 측면에서는 관광객의 관광욕구를 충족시킬 수 있으며, 관광공급 측면에서는 포화상태의 관광지 과밀이용을 분산시키고자 새로운 관광상품의 수요를 개발하여 농림어촌을 관광자원화 하는데 있다.

관광농원, 농어촌 휴양단지, 주말농원, 농어촌 민박사업 등 농어촌 휴양자원 개발은 1차산업에 바탕을 두고 일상생활 밖에서의 레크리에이션 활동대상을 개발하여 관광자원화 하는 것이다. 따라서 이들의 유기적인 보완관계가 조화롭게 이루어질 때, 도시와 농어촌간의 교류가 활성화되면, 농촌과 같은 낙후지역의 개발로 국토의 불균형 발전을 해소시킬 수 있다.

〈그림 2-1〉 관광, 농림어업, 관광농원과의 관계



자료 : 박희일, "관광 농장업설에 관한 연구", 경기대학교 대학원 석사학위 논문, 1993, p.3

26) 교통개발연구원, 「관광진흥중장기계획에 관한 연구」, 교통개발연구원, 1991, pp.214-217.

27) 이항구, "관광농장업이라는 용어의 정의에 관한 연구", 관광연구논집, 제5집, 경기대학교, 1988, pp.19-25.

(1) 관광측면

이농현상에 따른 노동력 부족, 농촌인구의 고령화, 농산물 가격의 불안정, 농업시장 개방 압력 등으로 현재 농어촌은 대체산업 육성이 절실히 필요한 실정이다. 농촌 관광개발은 도·농간 개발로 도시민에게 휴양장소를 제공하여 욕구를 해소하여 주고, 농민에게는 소득증대의 기회로 연계되어 도시와 농촌의 소득 격차 해소는 물론 지역 균형 개발 및 지역경제 발전과의 연관성이 있다.

(2) 산업측면

관광농원은 도시 근교지역에서 농산물을 시장에 출하하는 경우보다 농촌지역에서 판매하는 경우가 소비자에게 단순히 농산물 판매 뿐만 아니라 자연과 직접 접할 수 있는 기회를 제공해 준다는 것과 관련되어진다. 그리고 불완전한 시장경쟁에서 소비자가 직접 농촌지역에서 필요로 하는 농산물을 공급받기 위한 시장 형성과 안정적인 가격을 결정할 수 있으며, 관광농원은 기존 농산물의 생산방식을 달리하거나 아직 생산해 본 경험이 없는 농산물을 생산함으로써 수요를 유발할 수 있다. 경영자의 연구시험의 예가 일반농업보다 많이 이루어지고 생산기능이나 생산 조직의 재구성, 새로운 시장의 개발이나 경영방식의 도입이 이뤄지게 된다.

(3) 환경측면

관광농원은 환경의 오염을 최대한 줄이며 지역주민의 경제적 이득을 증대시킬 수 있는 대체 관광산업으로 주목받고 있다. 과거에는 특정 관광지에 관광객 수를 최대한 많이 유인하는 것이 경제적으로 크게 이득을 가져올 수 있다고 추정되어 왔으나, 최근의 연구들은 그러한 정책이 반드시 높은 경제적 이득과 사회환경에 도움이 되지 않는다는 것을 지적하고 있다.²⁸⁾

(4) 소득측면

낙후된 지역의 자연자원과 농업여건을 토대로 도시민의 여가 수요를 농산촌에 유치해

28) 박영래, “한국의 관광농업의 개발방향에 관한 연구”, 중앙대학교 사회개발대학원 석사학위논문, 1998, p.25.

서 궁극적으로 농가의 부업 소득을 늘리고자 하는 노력은 최근 여러 방면으로 나타나고 있다. 그 중 하나가 관광농원개발사업으로 관광농업사업에서 가장 많은 비중을 차지하고 있다. 그러나 관광농원이 갖는 가치성에도 불구하고 농업이 갖는 경제규모의 영세성, 자연매력의 부족으로 인한 도시민의 호응 결여 등으로 인해 이미 그 한계를 드러내고 있는 실정이다.²⁹⁾

실질적으로 관광농원 잠재이용자들의 기대활동은 농산물의 직접 경작·재배활동 참가에만 있는 것은 아니며, 도심생활에 지친 심신의 피로를 풀어주고 자녀들과 함께 뛰어놀 수 있는 여가공간이 필요한 것이다.

3. 관광농원 관련 선행연구

1) 국내 연구동향

류선무(1992)는 관광농원의 입지는 자연경관이 풍부한 도시근교나 관광지 주변지역, 진입로나 주차장 등 교통이 편리한 지역, 지역특산물로 관광객의 관심을 끌 수 있는 지역, 규제법에 접촉되지 않는 지역 등에 입지해야 함을 주장하였다.³⁰⁾

김창곤(1993)은 관광농원개발정책의 논의에서 관광농업 개발의 합리적인 방안으로 관광농업 경영자와 이용자를 위한 교육 프로그램의 개발과 운영, 지역주민의 이해와 관심 유도 및 환경보호 대책 마련, 이용자들의 동기조사와 현대적 마케팅 전략 구상, 전반적인 시설과 상품의 다양화, 관광농업 경영자들의 단체 구성과 전국적 조직화, 관광농원 홍보와 진흥전략 강화, 시설개발 촉진을 위한 법적 근거 마련 등을 대안으로 제시하였다.³¹⁾

김홍운(1994)은 관광농원과 관련해서 종래의 농업경영에서 경험한 적이 없었던 것이어서 운영에 많은 문제가 발생하는데, 이의 해결을 위한 관광농원의 운영방향은 첫째, 새로운 경영을 도모하기 위한 과학적인 경영분석에 의한 수익창출방법을 연구해야 한다. 둘째, 고정시설의 건설에 상당한 투자가 필요하고 또 계속해서 설비투자가 활발하게 행해져야 하므로, 이런 투자가 경제적 채산이 맞도록 계획되어 있는지 투자효율 분석이 있

29) 장용운, “한국관광농업 경영의 현황과 발전방향에 관한 연구”, 건국대학교 행정대학원 석사학위논문, 1996, p.9.

30) 류선무, “한국관광농업의 운영실태분석과 소득증대방안에 관한 연구”, 한국관광학회, 관광학연구 제16집, 1992, p.111.

31) 김창곤, “한국관광농업개발 정책과정에 관한 연구”, 한양대학교 박사학위논문, 1993, p.212.

어야 한다. 셋째, 신규경영이기 때문에 시설물들이 다양하고 매력이 있어야 한다. 넷째, 효율적인 경영관리가 중요하다고 제시하고 있다.³²⁾

이효기(1994)는 개발계획 수량의 한정 및 지정절차의 불합리, 지정조건의 경직성, 농원조성 규모 및 개발 제한, 농업중심 관광농원 개발의 과소, 관광농원의 고객유치 홍보 활동 미흡 등을 지적하였다.³³⁾

강승진(1994)은 제주지역 농업의 관광자원화에 관한 연구에서 지역농업의 관광자원화에 대한 새로운 인식과 더불어 관광농원의 기능과 평가를 이론적으로 정리하고 관광농원의 수요 및 편익분석 모형을 검증하였으며, 관광농원의 발전가능성을 찾기 위하여 관광농원의 관광자원적 가치를 평가할 필요성을 재인식하고 여행비용분석을 관광농원에 적용시켜 관광농원의 편익을 분석하였다.³⁴⁾

유승우(1994)는 인자분석과 군집분석을 통한 한국관광농업의 특성과 유형분석에서 관광농업을 중심으로 한 농어촌 휴양지에 대한 관광수요의 잠재력을 조사·평가하고 여기서 나타난 문제점에 대한 개선방안을 제시하고 관광농원은 일반 관광단지와 차별화된 개발과 인근 관광지와 보완적 연계성을 가지고 조성되고 운영되어야 하며, 농원 운영의 다양한 개발전략 모색과 지역단위 관광농업 개발의 거점으로 활용하는 방안 등의 발전방안을 제시하였다.³⁵⁾

김희만(1996)은 관광농원개발의 문제점을 첫째, 사업계획수립 및 신청절차가 매우 복잡하다는 점, 둘째, 관광농원 경영자의 자격요건 개선, 셋째, 관광농원 세부면적의 합리적인 조정, 넷째, 농어촌휴양자원 개발유자금 확대지원, 다섯째, 관광진흥법상 농어촌 휴양업 신규 도입, 마지막으로, 농어촌정비법 및 시행령, 시행규칙의 일부 개정을 지적하였다.³⁶⁾

이경진(1996)은 농촌관광의 문제점을 첫째, 청결하지 못한 침구류, 샤워실 미비 등으로 편의시설이 잘 갖추어 있지 못하다는 점, 둘째, 단순한 숙박 또는 음식위주로만 운영되고 있어 여름철 휴가성수기(단기간 이용)에만 이용이 집중되고 있다는 점, 셋째, 전원

32) 김홍윤, 「관광자원론」, 일신사, 1994, pp.248-273.

33) 이효기, “한국의 관광농업 개발정책에 관한 연구: 관광농원·농촌민박을 중심으로”, 관광농업연구, 창간호, 한국관광농업학회, 1994, pp.5-64.

34) 강승진, “제주지역 농업의 관광자원화에 관한 연구”, 전남대학교 박사학위논문, 1994, pp.81-94.

35) 유승우, “한국관광농업의 개발추이와 경영실태 분석”, 관광농업연구 제1집, 1994, p.95.

36) 김희만, “농어촌관광 활성화방안 연구”, 여가생활연구, 제7호, 경기대학교 부설 여가산업연구소, 1996, pp.91-118.

적 휴양지로서의 차별성을 가지지 못한다는 점, 넷째, 지역농산물과의 판매가 연계성이 부족하여 지속적인 내방객 유치에 어려운 점, 마지막으로 농원 운영자의 자금부족이 심각하다는 점을 지적하였다.³⁷⁾

허명선(1997)은 제주도 지역의 관광농원개발의 현황과 문제점 분석을 경영실태 분석과 이용자 실태분석을 통해 개발방향을 제시했다.³⁸⁾

삼성경제연구소(1998)는 관광농원의 운영주체는 농업인으로 한정하여 농업인과 지역주민의 소득증대에 기여할 수 있도록 하였으나, 지나치게 사업성을 추구하다보니 숙박, 식당 중심으로 운영됨으로서 농업 및 농촌관광의 발전에 크게 기여하지 못한 측면도 있다. 또한 초기의 과도한 투자로 인하여 부채의 증가, 서비스의 부족 등으로 경영상의 어려움을 겪고 있다는 점을 지적하였다.³⁹⁾

이호철(2003)은 대구시에 약초를 테마로 한 그린 투어리즘의 가능성을 검증해 보려는 시도를 전개하면서 관광농원을 포괄하는 개념으로 관광농업 차원 이상으로 그린 투어리즘 개념의 적용이 필요함을 역설하고, 그 의미와 세계적 동향을 제시하였다. 그리고 한국의 관광농원의 문제점을 해결책으로 대구에 적용할 수 있는 방법은 대구의 전통 약령시의 오랜 전통을 살린다는 문화적 측면과 세계적으로 널리 유행되고 있는 약초의 생활사는 현실적인 측면을 하나로 결합시키고, 국산 한약재의 한정적 공급과 약령시의 원조로서 명성을 지속하기 위해 토종약초 생산 기반 유지·발전, 연구·기술 개발을 위한 여건 조성 등처럼 약초를 테마로 한 시민관광농원 개발을 제시하고 있다.⁴⁰⁾

2) 국외 연구동향

Shaw와 Williams(1992)는 관광농업 경영은 일반적으로 다른 관광산업과 차이가 있으며 관광농업에서는 관광객들의 관광활동이 농업활동 및 농가소득과 밀접하게 관련되어 있다고 주장하였다. 수요와 공급 측면에서 관광농업의 수요는 대중 관광과 대규모 관광 조직들로부터 탈피하고자 하는 관광객의 증가와 단기휴가의 증가로 인하여 지속적으로 증가할 것으로 보고 있다.

37) 이경진, “농촌관광계획의 그린 투어리즘 도입에 관한 연구”, 관광정책학연구, 제2권 제1호(통권2호), 한국관광정책학회, 1996, pp.231-244.

38) 허명선, “제주도 관광농원의 개발방안에 관한 연구”, 세종대학교 경영대학원, 석사학위논문, 1997.

39) 삼성경제연구소, 「IMF시대 저비용 여가시설의 개발방안」, 1998, p.48.

40) 이호철, 전제서, pp.252-280.

공급적인 측면에서 농업생산의 세계적인 위기가 유럽과 북아메리카에 있어서 농업경영의 변화와 다양화를 가져왔고 관광과 농업의 접목한 관광농업이 대안관광으로 등장하게 되었다. 관광농업은 비편의시설과 편의시설로 이루어지는데 비편의시설은 오솔길, 농촌박물관과 사냥과 승마와 같은 오락시설로 완전한 농촌생활 이미지와 자연자원을 상품화시키는 것임을 밝히고 있다.

편의시설은 민박시설과 캠프 및 야영장을 위한 부대시설 등을 말한다. 그러므로 관광농원을 초기에 경영하고자 할 때 비편의시설과 편의시설의 비율을 조정하여 농원을 운영해야 하며, 편의시설이 많을 경우 수익은 보장되나 관광농원의 특성을 잃어버릴 수 있으며, 비편의시설을 위주로 경영할 경우에는 관광농원의 특성을 잘 유지할 수 있으나 경영난을 해소할 수 있는 다양한 프로그램을 개발하여야 한다고 주장하였다.

Inskip(1991)은 농업 수입의 수준과 보충 수입의 필요성, 관광자원의 존재, 관광객의 접근성 등의 3가지 요소에 의해 관광농원의 위치가 영향을 받는다고 주장하였다.⁴¹⁾ Gordon(1991)⁴²⁾은 농촌지역 관광농업의 개발시 접근성 측면에서 농촌지역의 세 부분으로 나누어 고찰하였는데, 도시에서 접근성이 유리한 입지에서는 대규모 도시민을 위한 공원, 박물관, 휴양단지를 집중적으로 개발하고, 접근성은 더 떨어지지만, 자연경관이 보다 수려한 입지에서 산책, 운동을 위한 휴양림이나 산림 지역개발과 셋째, 한정된 관광객을 위한 원거리 개발방안을 제시하였다.

Boudy(1991)는 프랑스를 연구대상지로 하여 농업에 있어 관광의 긍정적·부정적 영향과 농업의 유지 및 개발에 기여하는 관광으로서 관광과 농업의 상호관계를 기술하였고, Pearce(1990)는 뉴질랜드 관광농원에서의 민박과정에서 주인과 방문객 사이에 발생하는 여러 가지의 사회적 영향을 분석하였다.⁴³⁾

이상에서 살펴본 바와 같이 지금까지의 국내외 선행연구는 관광농원의 경영실태 분석과 개발정책 등이 주류를 이루고 있다. 경영실패 분석 외에 관광농원 입지에 대한 논의는 과거의 관광농원들이 경영상의 부분을 강조하여 관광농원 입지를 도외시함으로써 보다 많은 경영수익을 극대화할 수 있는 기회를 갖지 못하였다는 점을 지적하고 있다. 앞으로 보다 많은 경영수익을 얻기 위해서는 관광농원의 입지 유형에 입각하여 관광자원

41) E. Inskip, *Tourism Planning, An intergrated and sustainable development approach*, New York: Van Nostrand Reinhold Ind., 1992, pp.76-93.

42) C. Gordon, "Sustainable Leisure", *Ecos.*, Vol.12, 1991, p.12.

43) Pearce, P.L., "Farm Tourism in New Zealand", *Annals of Tourism Research*, Vol.17, No.3, 1990.

으로서의 기능성과 관광자원성을 고려하여야 하며, 경영수익을 활성화할 수 있는 프로그램과 도입시설 방안이 모색되어야 할 것이다.⁴⁴⁾

제2절 관광동기와 선택행동

1. 관광동기와 의사결정모델

1) 동기

관광마케팅 관련 연구를 하기 위해서는 여행결정 및 관광소비자 행동에 영향을 주는 동기(motive)를 이해해야 한다. 동기는 심리학의 중요한 개념으로써 어원적으로 라틴어 “movere”, 즉 움직인다는 “to move”에서 파생된 것이며, 철학적으로는 이동을 뜻하는 말로서 이 이동은 인간의 가장 큰 관심거리 중 하나이다.⁴⁵⁾

20세기에 동기관련 이론은 Taylor의 과학적 관리의 단순동기이론에서, 1920년대의 메이요(E. Mayo)의 인간관계론, 1940년대 매슬로우(A. Maslow)의 욕구단계설(needs hierachy), 1950년대 허즈버그(F. Herzberg)의 위생이론, 그 후 브룸(V. Vroom)의 유인가이론으로 발전했다.

동기는 학자에 따라 의견이 다르지만, 일반적으로 행동을 강요하는 개인 내부의 추진력 또는 신체의 에너지를 활성화하여 이를 외부환경에 존재하는 목표를 달성하도록 지시하는 내적 상태라고 할 수 있다. 여기서 추진력과 에너지는 긴장상태에 의해 발생한 것이며 이런 긴장은 욕구에 기인하고 있다.⁴⁶⁾

모리슨(Morrison)⁴⁷⁾은 소비자들이 욕구를 충족시키기 위한 행동에서 동기가 발생하며, 이 동기는 “소비자들이 그들의 욕구를 충족하기 위한 개인적 욕망과 충동”이라고 정의하고 있다. 루돈과 비타(Loudon & Bitta)⁴⁸⁾는 동기를 ‘행동을 강요하는 개인 내부의

44) 김정수, “관광농원 방문객의 행동특성의 만족 및 재방문에 미치는 영향에 관한 연구”, 전주대학교 대학원 박사학위논문, 2001, pp.30-45.

45) E. J. Mayo and L.P. Jarvis, The Psychology of Leisure Travel: effective Marketing and Selling of Travel Service: 손대현·장병권 역, 관광심리학, 백산출판사, 2000. p.81.

46) 한경수 편저, 「관광객 행동론」, 형설출판사, 1997, pp.308-309.

47) A.M. Morrison, Hospitality and Travel and Travel marketing, Delmar Publishers Inc., 1989. p.62.

48) D.L. Loudon and A.J.D. Bitta., Consumer Behavior, 2nd ed. New York: Mcgraw Hill Book Co., p.384.

추동력(driving force) 또는 신체의 에너지를 활성화하여 그것을 외부환경에 존재하는 목표를 달성하도록 지시하는 내적 상태(inner state)'라고 정의했다.

2) 관광동기

관광동기는 관광의 다양한 분야에서 접근이 시도되어왔었고, 그 구성개념의 규명만으로도 연구 가치가 인정되고 있지만, 관광동기 이외의 또 다른 관광행동 변수와의 관계를 함께 고려함으로써 기존의 관광이론을 보완·축적하는데 기여할 수 있다. 관광동기가 중요한 이유 중 하나는 그것이 관광행동이 추구하는 편익이 관광객들마다 서로 다른 이유를 설명해 줄 수 있는 변수 중 하나라는 점이다.⁴⁹⁾

관광은 개인의 내면적 및 심리적 여건과 외부적 여건이 사회문화적 여건에 따라 다양하다. 그러나 시간과 경제적 조건 및 사회적 제약 하에서 자신의 욕구가 만족되어질 것을 예상할 때 비로소 이루어 질 수 있다. 따라서 관광동기는 사람이 관광행동을 유발하는 자극으로서 실제 행동의 용인이 될 수 있는 여러 가지 힘 또는 관광행동을 지배하는 궁극적인 원동력이다.

관광동기에 대한 정의는 여러 학자들에 의해 주장되었는데, Prentice(1993)는 “동기는 개인이 행동함에 있어 연속적으로 일어나는 각 의사결정에 대한 의미있는 내적 심리상태”라고 주장하였다.⁵⁰⁾ 차석빈(1997)⁵¹⁾은 ‘관광동기’란 관광객이 그들의 관광욕구를 충족시키기 위한 개인적 욕망과 충동으로 관광동기는 관광객이 관광행동을 일으키게 하는 중요한 요인으로써 인간이 여행을 통해 만족을 얻거나 향유하고자 할 때 일어난다. 그러므로 이러한 관광동기에 대한 지식은 사람들의 여행 습관과 목적지 결정은 물론 그들의 미래 여행패턴을 예견하는데 매우 중요하다.

한편, 관광객의 동기에 대해 정의를 내린 연구자들은 관광과 관련한 동기 리스트를 개발하였다. 관광동기는 많은 학자들이 지적하듯이 관광하는 사람 자신도 잘 이해하지 못하거나 노출시키기 꺼려하는 문제를 가지고 있다.

관광에서 동기를 부여하는 요인들은 크게 두 가지로 나누어진다. 첫째, 휴가를 즐기는 것을 자극하는 동기와 둘째, 특정한 시간에 특정 장소에서 특별한 휴가를 즐기라고

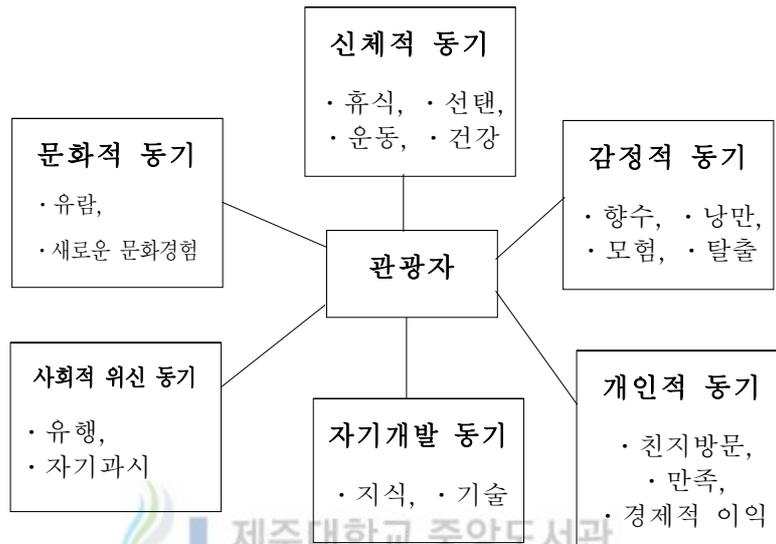
49) 한승협·박수완, “관광동기와 관광지 매력속성과의 관계에 관한 연구”, 『호텔경영학연구』, Vol.7. No.2, 1996, pp.35-37.

50) R. Prentice, "Motivation of the Heritage Consumer in the Leisure marketing: An Application of the Manning Hass Demand Hierarchy", Leisure Science, 15(3), 1993, p.273.

51) 차석빈, “한국인 해외여행객들이 호주와 뉴질랜드를 찾는 이유”, 디스, 1997, 8월호, pp.16-17.

자극하는 동기이다. 이런 동기에는 다수의 변수들이 있고 이들을 유형화할 수 있는 많은 방법이 있다. 관광 분야에서 동기요인을 유형화하는 방법에는 일반적인 것이 없긴 하지만, Swarbrook와 Horner(1999)⁵²⁾는 다음 <그림 2-2>과 같이 정리한 바 있다.

<그림 2-2> 관광동기의 유형



자료 : J. Swarbrook and S. Horner, *Consumer Behavior in Tourism*, Butterworth Heinemann, 1999, p.54.

그리고 Plog(1973)는 관광동기에 따른 관광객 행동의 차이를 설명하면서, 내성적 관광객(psychocentric tourist)과 외향적 관광객(allocentric tourist)로 나누어 설명하며, 관광동기에 대한 이론을 제공하였다. Crompton(1979)은 “동기는 문화적, 사회적, 심리적 불안정 연속체에 따라 위치되는 것으로 개념화될 수 있다”고 설명하면서, 첫째, 지각된 평범한 환경으로부터의 탈출, 둘째, 탐구 및 자신의 평가, 셋째, 휴양, 넷째, 명성, 다섯째, 회귀(回歸) 여섯째, 친척간의 관계개선, 일곱째, 사회적 상호작용의 용이와 같은 7가지 사회·심리적 여행동기를 확인하였다. Iso-Ahola(1988)는 이후 “동기가 레크리에이션 여행의 가장 중요한 결정요인 중 하나”라고 설명하면서 모든 행동의 근원은 욕구(needs)로서 이 욕구가 내·외적인 자극을 받아 동기로 변한다⁵³⁾고 제시하였다.

52) J. Swarbrook and S. Honer, *Consumer Behavior in Tourism*, Butterworth Heinemann, 1999, p.54.

53) S.E. Iso-Ahola, *The Social Psychology of Leisure and Recreation*, Dubuque, La : Wm. C.

관광동기는 관광연구의 중심적인 관심주제로서 관광분야 연구자, 마케터 및 업계 종사자가 인간의 관광동기와 특정 목적지의 선택에 관심을 가지는 것은 관광행동의 참가 결정과 참가결과를 파악하는데 도움을 줄 뿐만 아니라 관광동기에 관한 정보는 이용자와 편익간의 갈등을 최소화할 수 있는 프로그램에 도움을 주기 때문이다.

Leiper(1984)는 “휴가여행의 이유와 동기가 여가 및 레크리에이션 활동에 참가하는 이유와 유사하다”고 제시하면서, 기분전환을 위한 레크리에이션 여가와 새로운 것을 창조하려는 창조적 여가를 구별하여 휴식(신체적, 정신적 회복) 기능, 휴양(긴장으로부터 회복) 기능, 여흥(지루함으로부터의 회복)의 기능과 같은 레크리에이션의 세 가지 기능을 규명하였다.⁵⁴⁾

Mill과 Morrison(1985)은 “여행 동기부여는 개인이 욕구를 충족하고자 할 때 발생한다”고 하였으며,⁵⁵⁾ Schreyer와 Pearce(1986)는 “인간의 관광동기와 레크리에이션 활동참가를 이해하는 것은 관광행동의 가치를 보다 더 규명하고, 궁극적으로는 연구자와 업계 종사자가 미래의 여행형태를 예측하는데 영향을 미친다”고 하였다.⁵⁶⁾

McIntosh와 Goeldner(1990)는 기본적인 관광동기를 신체적(physical), 문화적(cultural), 대인적(interpersonal), 지위-명예적(status and prestige) 동기 등과 같이 4가지로 범주화하였다.⁵⁷⁾



Brown Company, 1988. pp.566-567.

54) N Leiper, "Tourism and Leisure: The Significance of Tourism in the Leisure Spectrum", Proceedings of 12th New Zealand Geography Conference, N.A., Geographic Society, 1984, pp.249-253.

55) R.C. Mill and A.M. Morrison, The Tourism System, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1985.

56) R. Schreyer, "Motivation for Participation in Outdoor Recreation and Barriers to that Participation: A Commentary on Salient Issues", A Literature Review: The President's Commission on Americans Outdoors, 1986, pp.1-9.

57) W.R. McIntosh and C.R. Goeldner, Tourism: Principles, Practices, Philosophies, 6th ed., New York: John Wiley & Sons, 1990, .pp.142-149.

〈표 2-5〉 관광객 동기관련 선행연구 정리

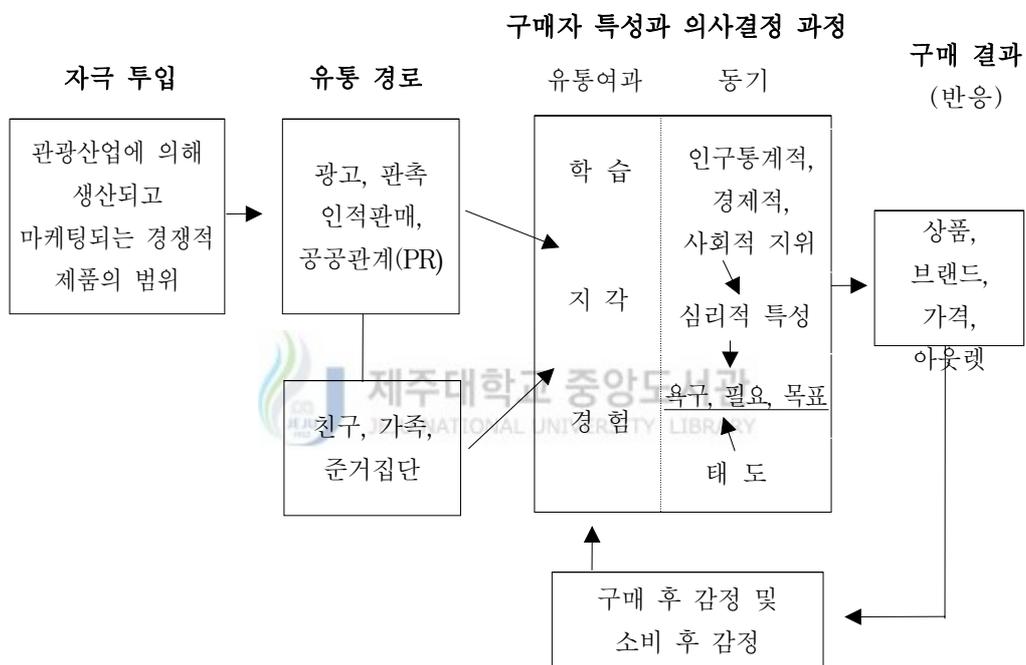
연구자	동기 분류	변 수
McIntosh (1990)	신체적/물리적 동기	신체·정신충전, 건강, 스포츠행사참여, 즐거움·낭만·오락
	문화적 동기	외국에 대한 호기심, 미술·음악·민속에 대한 관심, 역사유적지에 대한 관심, 규제 행사 체험
	대인적 동기	친인척 방문, 새로운 사람 만남, 새롭고 다른 체험 추구, 자신의 사회적 환경으로부터 탈출, 성지방문
	지위/위광 동기	취미활동추구, 교육 및 학습, 자아향상, 쾌락적 탐닉, 사업상 만남
Dann(1981)	탈출동기	벗어남, 스트레스 탈출, 타인으로부터 해방, 규범에서 해방
	사회적 동기	타인과 함께 있음, 친족, 사회적 탐험, 혼자있고 싶음
	비교 동기	도전/모험, 위광/지위, 육체적 모험, 내적 만족
	신기성 동기	탐험, 자극/흥분, 호기심, 깨우침
Krippendorff (1981)	회복 및 재생산, 보상, 자신의 환경으로부터 탈출, 커뮤니케이션, 식견을 넓힘, 자결권(self-determination), 자아실현, 행복	
Schreyer와 Driver(1989)	자연환경 향유	경관 감상, 일반적 자아체험, 저개발 지역 관광
	긴장 완화	긴장 해소, 정신적 이완, 일상생활 탈출
	독립	자유 향유, 자율성 확보, 자기통제
	유사한 가치관 공유	친구와 함께 함, 유사 가치관 공유
	회고/회상	영적 회고, 개인적 가치관 회고
	신체 단련	치료, 요양
	교육/선도	교육/기술 공유
	야외학습활동	지식습득, 탐구, 자연학습, 일반적 학습
Uysal(1994)	휴식, 건강, 탈출, 생존, 교육, 이주, 영적가치, 전쟁, 경제적 이득, 자아탐닉	

자료 : 박시사, 「관광소비자행동론」, 대왕사, 2002, pp.236-249. 참고하여 작성

3) 관광소비자 의사결정모델

Middleton(1994)은 구매자 행동의 자극-반응 모델(stimulus-response model)이란 소비자 행동 모델을 관광분야에 적용시켰다. <그림 2-3>와 같은 이 모델은 '구매자 특성과 의사결정 과정'으로 규정되는 중앙에 위치한 구성요소와 함께 네 가지 구성요소에 기초하고 있다.

<그림 2-3> 자극-반응 구매자 행동 모델

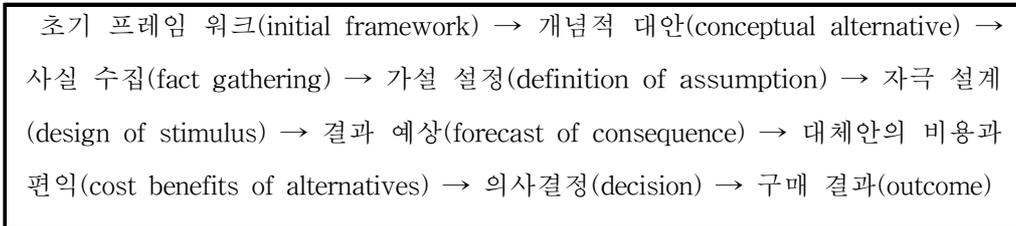


자료 : V.T.C. Middleton, *Marketing for Travel and Tourism*. 2nd edn. Butterworth-Heinemann, London, 1994.

이 모델에 따르면, 외부의 동기요인과 소비자 구매행동 결정요인은 분리되어 있으며 마케팅 조직은 유통경로를 이용해 소비자 구매과정을 확보할 수 있다.

관광분야에서 소비자 구매 행동을 설명하는 나머지 모델들 역시 많이 연구되어 왔다. Wahab, Crompton, Rothfield(1976)는 관광분야 의사결정 과정에 대한 선형 모델(linear model)을 <그림 2-4>과 같이 제시한 바 있다.

〈그림 2-4〉 관광분야에서의 선형 의사결정 과정

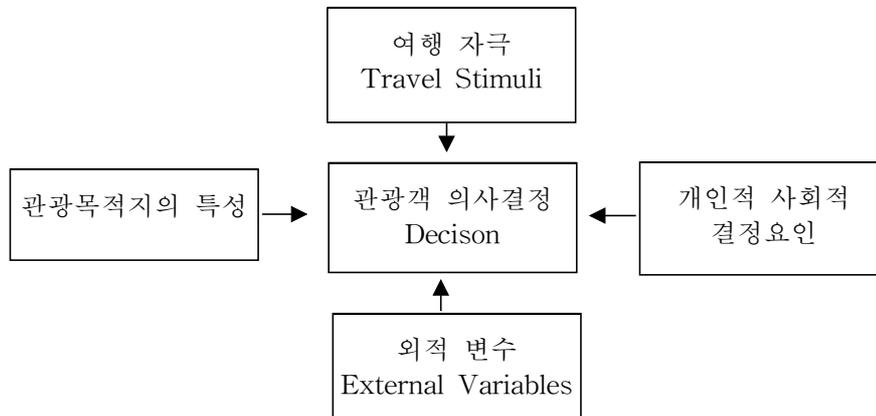


자료 : S. Wahab, L.J. Crompton and L.M. Rothfield, *Tourism Marketing* Tourism International Press, London, 1976; J. Swarbrook and S. Horner, *op.cit.*, pp.50-65. 에서 재인용

관광에 적용되고 있는 이들 모든 모델들은 구매 행동과 구매 후 행동 기간에 연관되면서 소비자 행동 과정에 몇 가지 시사점을 제공하고 있다. 이들 모델의 문제점은 실제 소비자 행동을 입증하는 실증적인 연구가 거의 수행되지 않고 있다는 점이다. 이와 같은 모델들은 실증적 연구를 통해 보다 심화될 필요가 있다. 이 논의는 본 교재의 후반부에서 보다 자세히 관광 소비자 행동 모델을 고려하면서 설명하고자 한다.

Cooper et al.(1993)⁵⁸⁾는 Schmöll(1977)의 여행의사결정 이론을 인용하면서 소비자 의사결정은 아래 〈그림 2-5〉과 같이 4개 요소의 작용을 받는다고 제시하였다.

〈그림 2-5〉 여행의사결정에서의 Schmöll 모델



자료 : J. Swarbrook and S. Honer, *op.cit.*, p.76.

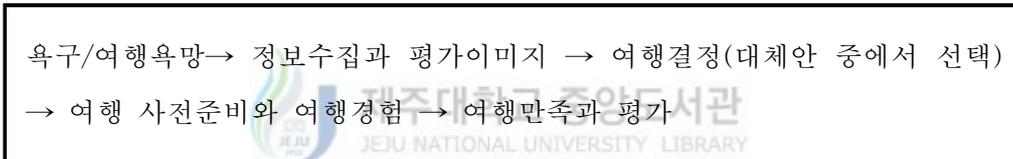
58) C.P. Cooper, et al., *Tourism: Principles and Practice*. Pitman, London.

- 가이드 북, 여행기, 광고 및 판촉활동으로 인한 여행 자극(travel stimuli)
- 동기, 욕망, 기대 등을 포함하는 여행 행동의 개인·사회적 결정요인(personal and social determinant)
- 관광지 이미지, 여행 중계 업체들의 신뢰성, 비용과 시간 같은 제약요인을 포함한 외적 변수(external variables)
- 비용과 가치 사이, 그리고 매력물의 범위와 제공되는 시설 사이에 인지된 연결고리(perceived link)와 같은 서비스 대상물(the service destination)의 성격과 특성(characteristics and features)

위 <그림 2-5>의 모델은 동기, 욕망, 기대와 같은 내적변수와 광고 및 판촉 등과 같은 외적변수를 모두 포함하고 있다.

그리고, Mathieson과 Wall(1982)은 <그림 2-6>과 같은 여행 구매 행동 모델을 선형적인 다섯 단계로 제시했다.

<그림 2-6> 여행 구매 행동

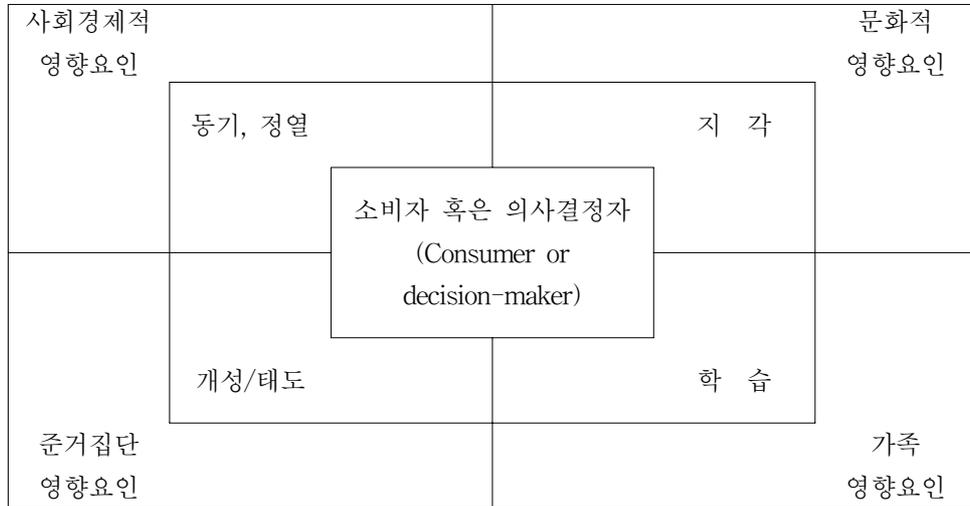


자료 : A. Mathieson and G. Wall, *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. Longman, Harlow. 1982; J. Swarbrook and S. Horner, *op.cit.*, pp.50-65.에서 재인용

Gilbert(1991)는 관광분야의 소비자 의사결정 모델을 <그림 2-7>과 같이 제시하였다. 이 모델에서는 소비자에게 영향을 미치는 두 가지 차원의 요인들이 제시되고 있다. 그 중 하나는 인적 요인에 가까운 지각(perception)과 학습(learning)과 같은 심리적 영향요인을 포함하고 있고, 나머지 하나는 준거집단(reference group)과 가족과 같이 사회화 과정 동안 개발되는 요인들이다.⁵⁹⁾

59) D.C. Gilbert. "An examination of the consumer decision process related to tourism". in C.P. Cooper(ed.) *Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management*. Vol.4, Belgaven Press, London. 1991.

〈그림 2-7〉 소비자 의사결정 프레임 워크



자료 : D.C. Gilbert. "An examination of the consumer decision process related to tourism". 1991, J. Swarbrook and S. Horner, *op.cit.*, pp.50-65.에서 재인용

관광목적지 선택에 따른 관광객의 의사결정과 관련한 대표적인 연구로서 Timmermans (1980)의 연구가 있는데, 그의 연구에서는 목적지 선택을 개인의 의도, 선호, 그리고 목표가 고려되는 함축적인 인식과정(cognitive process)으로서 다루고 있다.

Mill(1982)은 관광객 의사결정 과정을 호워드-세드(HS) 모델을 수용하여 설명하고 있다. 즉 관광구매는 "관심-이해-태도-의도-구매"라는 일련의 과정으로 형성된다고 보며, 반 라이지(Vanraaij, 1986) 역시 자신의 모델이 앵겔(Engel)-블랙웰(Blackwell)의 소비자 행동 모델에 근거한 것이라 전제하고 의사결정과정은 "문제의 인식-정보의 수준-대안의 평가-대안의 선택-선택후의 경험" 등 5단계로 구성하는 연속모델(Sequence model)로 설명하고있다.

Louviere(1992)는 정보통합이론을 논리적으로 발전시켜 위계적 정보통합이론(Hierarchical Information Integration theory: HIIT)을 제시하고 있다.⁶⁰⁾ 이 이론에 의하면 소비자는 각 대안의 지각된 속성을 평가한 후 이 평가치를 통합하여 각 대안에 대한 전체적인 효용이나 선호를 형성하고, 가장 큰 효용을 갖는 대안을 선택하여 행동한다는 것이다. 한

60) J.J. Louviere & H. Timmermans. "Testing the External Validity of Hierarchical Conjoint Analysis Models of Recreational Destination Choice," *Leisure Science*, Vol.14, 1992, pp.179-194.

편, Fesenmaier(1988)도 특정 목적지 선택은 개인의 심리적 의사결정과정에 의하여 이루어진다고 보았다.⁶¹⁾

Van Raaji와 Franken(1984)의 관광지 선택행동 모델은 일반적 의사결정(generic decision), 정보의 탐색(information search) 의사결정(joint decision-making), 관광행동(vacation activities), 소비자 만족/불만족(satisfaction/complain) 5 단계로 구성하게 된다고 서술하였다. 이러한 관광지 선택행동 과정에 개인적, 사회적 요소가 영향을 줄 수 있으며, 개인적 요소, 사회·인구통계적 요소 및 가계적 요소가 행동과정에 어떻게 영향을 주는가를 설명하고 있다. 특히 가정을 구성하고 있는 구성원의 성격 및 가정적 특징은 설득, 교섭 등의 의사결정통합과정에 영향을 주고 있는데, 이런 통합과정의 결과는 관광목적지 선택행동 각 과정마다 영향을 줄 수 있으나, 특히 3단계인 의사결정에 영향을 주는 것으로 나타났다.⁶²⁾

이상과 같은 고찰을 종합해 보면 첫째, 관광의사결정은 소비자 행동모델에 이론적 근거를 두면서도 관광의 특성을 고려함으로써 관광행동은 소비자 행동의 한 유형임을 보여주고 있다. 둘째, 관광목적지의 선택 등 관광행동 형성의 영향요인에는 직접적인 것과 간접적인 것이 있는데, 관광의도(behavioral intention)가 직접적인 관계에 있고, 이미지, 태도, 신념 등은 중요한 변수이면서도 대체로 간접적인 관계에 있다. 셋째, 이들 주요 변수간의 인과관계(casual relationships)는 신념-태도-관광의도-관광행동(목적지 선택 및 방문)과 같이 설명할 수 있다.⁶³⁾

이와 같은 관광소비자 의사결정모델은 의사결정 단계 동안에 관광객 행동과 관계를 맺으며 시사점을 제공해 주고 있으나 실제 소비자 구매 행위를 증명하는 실증적인 연구가 미진하게 이뤄지고 있는 점은 향후 보완 될 필요가 있다.

2. 관광농원 방문동기 및 선택속성 관련 선행연구

관광객 행동(tourist behavior)은 경제적 재화와 서비스를 구매하고 사용함에 직접적으로 관련된 의사결정단위의 행위와 이에 선행되는 의사결정과정을 포함하는 소비자 행동

61) D.R. Fesenmaier, "Integrating Activity Patterns into Destination Choice Model," Journal of Leisure Research, Vol.20, No.3, 1988, pp.175-191.

62) W.F., Van Raaji, & D.A. Francken, "Vacation Decisions, Activities and Satisfaction," Annals of Tourism Research, Vol.11, 1984, pp.101-102.

63) 오상훈, "관광객의 성격과 관광목적지의 관계에 관한 연구", 한양대학교 대학원 박사학위논문, 1992.

이 하나로써 관광객의 내적 심리상태를 파악할 때 행동의 성격을 파악할 수 있다. 그러므로 관광농원을 방문하는 관광객의 행동은 소비자 행동과 연관지어 생각해야 하고⁶⁴⁾, 관광농원 방문동기와 관광농원 선택속성은 각각 (관광)동기 및 관광지 선택 속성 등의 기존 연구 분야를 참고해야 한다.

관광농원 방문동기와 선택속성에 대한 연구는 국·내외적으로 활발히 진행되지 못한 상황이다. 특히 1990년대 중반까지의 주된 연구의 흐름은 관광농원의 입지 분석, 경영실태 조사, 정책적 개선방향에 대한 조사와 연구가 주류를 이루고 있다. 그러나 1990년대 후반부터는 관광농원의 합리적인 경영전략 및 마케팅 전략을 실질적으로 수립해야 한다는 차원에서 관광농원 이용객들에 대한 행동과 그들의 심리적 변수에 관심을 갖게 되면서 몇 편의 연구논문들이 발표된 바 있다.

〈표 2-5〉에서 보는 것과 같이 관광농원 방문동기와 관련된 변수를 실증적으로 조사한 연구에는 김시중·이응규(1999)⁶⁵⁾의 연구, 신동식(2002)⁶⁶⁾, 박은주(1999)⁶⁷⁾의 연구가 있고, 관광농원 방문목적은 관광농원 이용자를 대상으로 조사한 연구로는 김시중·이응규(1999)의 연구, 최태길·최세현(1998)⁶⁸⁾의 연구, 박은주(1999)의 연구가 있으며, 관광농원 방문객이 관광농원을 방문하고 관광농원을 선택할 때 중요하게 고려하는 변수에 대한 연구는 신동식(2002)의 연구와 박은주(1999)의 연구가 있다.

그리고 관광농원 이용객의 만족도는 '자연환경, 편의시설 이용, 접근성, 부대시설, 종사원 친절, 시설과 판매상품의 안전성, 이용비용, 교육적 효과, 판매 상품'과 같은 9개 항목으로 김시중·이응규(1999)의 연구에서 조사된 바 있다.

64) 김경호, 「관광마케팅론」, 제주대학교 경영대학원 관광경영학과 3학기 강의노트, 미출판, 2002.

65) 김시중·이응규, 전계논문, 1999.

66) 신동식, 전계논문, 2002.

67) 박은주, 전계논문, 1999.

68) 최태길·최세현, "지역관광농원 이용실태 및 선호도 분석", 한국농업경제학회, 농업경제연구 제39권 제2권, 1998.

〈표 2-6〉 관광농원 방문객 행동과 관련한 선행연구의 변수 정리

내 용(요인)	변 수	연 구 자
인구통계적 변수	성별, 연령, 학력, 직업, 월평균소득	김시중 외(1999), 신동식(2002), 최태길 외(1998)
관광농원 방문행동 관련 변수	교통수단, 소요시간, 경비, 이용횟수, 이용시기, 정보원천, 체류시간, 동반형태	김시중·이용규(1999), 신동식(2002)
	관광시기, 교통수단, 정보매체, 동반자, 선호숙박시설,	박은주(1999)
관광농원 방문동기	주변경관, 전원적 풍경, 자녀교육, 특산물 구입, 숙박, 기타	김시중·이용규(1999)
	자녀교육, 무공해농산물, 농사체험, 조용한 휴식, 회식 및 수련회	최태길 외(1998)
	농어촌 경관 즐기며 휴식, 농산물 구입, 친목활동, 자녀학습, 농작물 재배 체험, 특별한 외식	박은주(1999)
관광농원 선택속성	교통편리성, 합리적 가격, 숙박시설, 부대시설, 주차시설, 이벤트 프로그램, 거리, 농원의 전반적 시설, 농산물획득, 건강과 보양, 일상생활 탈피, 기분전환, 스포츠 활동, 수집 및 채집활동, 자연교육, 고향의 향수 채취	신동식(2002)
관광농원 선택시 고려사항	시간, 거리, 교통, 비용, 관광자원, 숙박시설, 놀이 및 오락시설, 편익시설, 기타	박은주(1999)
관광농원 이용만족도	자연환경, 편의시설 이용, 접근성, 부대시설, 종사원 친절, 시설과 판매상품의 안전, 이용비용, 교육적 효과, 판매상품	김시중·이용규(1999),

자료 : 선행연구를 참고하여 연구자 정리.

제3절 관광농원 현황

1. 국내 관광농원 현황

1) 현황

2001년 운영결과를 보면 도시민 등의 농원방문객은 4,337천명(농원당 평균 12천명)에 총매출액은 428억원을 기록, 농촌소득증대 뿐만 아니라 도시민에게 농촌에 대한 이해의 공감대를 제공하는 휴식, 휴양의 공간으로 점차 자리잡아 가고 있다.

〈표 2-7〉 지역별 관광농원 개발현황

2001년말 기준

구 분	광주	울산	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주	계
농원수	1	2	19	52	30	50	25	67	40	49	18	353

자료 : 농림부 농촌개발국 농촌진흥과(<http://www.maf.go.kr>)

그러나 정부 주도로 관광농원, 휴양단지, 농촌민박마을, 주말농원 등 농촌관광사업을 추진하여 양적인 성장을 가져왔으나, 운영주체의 경영능력 부족, 과도한 시설투자 등으로 경영이 부실화되었고, 시설 확충에 치우친 나머지 체험프로그램, 마케팅 등 소프트웨어가 부족한 한계로 인해 2000년까지 1,340억원의 국고지원 속에 400여 개소가 지정되었으나 절반이상이 휴업 및 폐업을 한 상태이다.⁶⁹⁾

농촌생활연구소(www.rlsi.go.kr)은 1998년 도시민의 농촌·농어관광에 대한 요구도를 분석하기 위해 1998년 5월부터 11월까지 전국 특별·광역시민 206명(민박농가, 주말농장, 관광농원 내방자 206명)을 대상으로 조사한 바 있다. 그리고 1999년에는 농촌·농업관광 자원을 수집하기 위하여 농업관광 운영농가에 대한 사례조사를 위해 행정권역별 6개 지역에 각 지역 농협의 협조를 받아 관광농원을 1개씩 선정하여 1999년 8월부터 11월에

69) 강신겸, 전개논문, pp.1-24.

결친 방문면접 설문조사를 실시하였다.

〈표 2-8〉 관광농원 운영 사례조사

조사지역	나이	경력(년)	운영형태	연소득(천만)	비율(농:관)	도시거리(시간)
수도권	50	3	장소제공	5	1:9	1:00
강원권	53	7	"	4	5:5	0:30
충청권	57	5	"	-	6:4	2:30
경상권	50	3	"	15	1:1	0:30
전라권	45	2	"	-	4:6	0:30
제주권	53	2	"	12	2:8	0:30

자료 : 농촌생활연구소 홈페이지, <http://www.rlsi.go.kr>

2) 운영상의 문제점

첫째, 관광농원들은 자금부족 때문에 시설투자가 미흡하다.⁷⁰⁾ 관광농원에 설치할 수 있는 시설은 다음 〈표 2-9〉와 같이 크게 기반시설과 생산 및 판매 시설, 휴양시설 및 편의시설, 기타 시설로 구분된다. 이러한 시설의 설치에는 많은 자금이 소요될 뿐 아니라 정부지원에도 불구하고 운영자금이 적기에 투입되지 못하고 있기 때문에 경영자들은 이 자율이 상대적으로 높은 사채를 이용하는 경우가 많다.

70) 김상기·이호철 외, “경북지역 유휴·한계농지의 활용방안에 관한 연구”, 경상북도·경북대 농업과학기술연구소, 1994, p.136.

〈표 2-9〉 관광농원 내 설치가능 시설물 범위(예)

구 분		시설 및 작목명
시설	기반시설	관리사무소, 상·하수도, 전기통신, 관배수시설, 오물처리장 등
	생산 및 판매시설	축사, 양어장, 하우스시설, 분재원, 가축사육장 등 저장고, 농업창고, 집하장, 농특산물 판매장 등
	휴양·편의 시설	농원여관, 민박, 야영장, 식당, 휴게소, 매점, 휴식시설, 예식장, 목욕탕, 건전오락실, 공중화장실, 잔디광장, 낚시터, 원두막, 수영장, 테니스장, 골프연습장, 체력단련장, 롤러스케이트장, 탁구장, 볼링장, 썰매장, 운동장, 어린이 놀이터 등
	기타 시설 및 녹지	영농체험학습관, 농업전시관, 자연조경지, 조경시설지 등
입식작물	작물	식량작물, 채소, 과수, 특용작물, 약용버섯, 화훼, 기타 작물
	임산물	유실수(밤나무 등), 버섯(단, 자연림 제외)
	축산물	초지, 조류, 가축(조류, 가축을 사육장에서 관광용으로 사육하는 경우)
	수산물	어류(양어장 등 생산시설의 양식의 경우)

자료 : 최태환, “관광농원개발사업지침”, 「관광농원 운영 활성화를 위한 세미나 자료집」, 1997, p.56.

둘째, 관광농원들이 전문화 및 특성화되어 있지 못하다. 〈표2-10〉과 같이 지역의 대다수 관광농원들은 휴양 및 편의시설을 중심으로 설치되었고 그나마 식당, 휴게소 등의 소비시설에만 집중함으로써 이용자들의 욕구를 충족시키지 못하고 있다. 그 때문에 이용자들은 유원지의 식당과 관광농원의 식당이 갖는 차이점을 전혀 인식하지 못하게 마련이다. 이는 결국 천편일률적인 시설설치 뿐만 아니라 어려움을 극복하기 위한 변태영업 등의 악순환까지 자초하고 있는 것이다.

셋째, 관광농원들은 농업·농촌의 다기능성(multi-functionality)을 제대로 살려내지 못하고 있다. 관광농원은 농촌환경이 지닌 고유한 자원들을 제공·체험할 수 있어야 하나, 실제로는 도시의 위락시설을 그대로 농촌에 옮겨 놓은 것에 불과하다. 이런 관광농원의 다기능성은 관광농원 경영진이 반드시 이해해야 할 사항이다. 그럼에도 불구하고 관광농원의 경영활성화를 위한 노력이 부족하다. 관광농원의 활성화를 위해서는 새로운 경영기법을 동원하여 특성화하는 전략뿐만 아니라 지방정부 및 민간기업과 연계된 독특한 흥

보전력과 기획능력의 배양이 필수적이다. 특히 관광농원 스스로의 이벤트뿐만 아니라 지역축제 등과 같은 외부행사와 연계하는 전략도 필요하다.

〈표 2-10〉 지역 관광농원의 시설물 현황

편의시설(%)		생산시설(%)		레크리에이션시설(%)	
식당(간이포함)	100	과수원	30	수영장	17
휴게소	45	목장(축사 포함)	21	동물원	13
주차장	38	양어장(낚시터)	21	놀이터	9
야영장	25	농장	13	정구장	26
원두막	13			석공장	5
방갈로	6			운동장	2
연수원	4				
간이천막	2			기타: 골프연습장,	
기타 : 야외예식장, 전망대, 연회장				자연학습장, 보트낚시, 식물원	

주 : %는 전체 농원가운데 실제 제공하고 있는 농원의 비율임

자료 : 경상북도·한국관광농원협회경상북도지회, 「관광농원운영 활성화를 위한 세미나 자료집」, 1997.

넷째, 경영주위 경영능력이 부족하다. 특히 지금까지의 관광농원 설립요건은 토지를 소유한 농업인 3인 이상을 원칙으로 삼고 있는데, 그 때문에 책임지고 경영능력을 발휘할 수 있는 경영주의 확보가 매우 어렵다. 또 낙향인사나 지역유지가 운영하고 있는 경우는 비록 의욕이 있으나 감독소홀로 경영부실이 많다. 관광농원에 대한 경영진단이나 경영인 교육 등도 극히 부족한데다, 이 문제를 해결하겠다는 지방정부의 의지조차 부족한 경우도 적지 않다.⁷¹⁾

3) 제도적인 문제점

첫째, 관광농원에 대한 지원사업에 형평성의 문제가 제기되고 있다. 관광농원에 대한 정책지원은 4억 5,000만원까지 용자되고 있다. 규모에 비해 자금지원이 적을 뿐 아니라 다른 정책사업에 비해 지원조건이 좋지 못하다. 비록 10호 이상의 생산자단체가 공동 참

71) 이호철, 전계서, pp.265-267.

여하는 관광농원의 경우에도 농업박물관, 자연학습 관찰장 등을 설치할 때 총 사업비의 70% 범위 내에서 10억 원까지 지원 받을 수 있도록 규정되어 있다. 그러나 이와 같은 지원금액은 상향조정하여 보다 탄력적으로 운용할 필요가 있다. 그 동안 운영자금은 전혀 지원되지 않아 경영상의 어려움을 제기하는 사례가 매우 많았다.

둘째, 시설설치에 대한 규제가 매우 많다. 현재 관광농원을 새로 조성할 경우 농원규모는 50,000m² 미만이어야 하고 지정면적의 40% 이상을 지구 내 농장으로 개발하여야 한다. 나머지 면적에 대해서는 고객을 위한 도로, 조경, 숙박시설 등을 설치하도록 규정되었다. 농산물 판매시설 면적은 30m² 이상이어야 하며, 숙박 및 식당시설은 각각 10%와 5% 이내여야만 한다. 그러한 포지티브(positive) 규제 방식보다는 '이런 시설을 하지 말아야 한다'는 네거티브(negative) 방식의 최소한의 규제만 가함으로써 특색 있는 모습의 농원을 유도하는 것이 바람직하다.

셋째, 기존의 관광농원의 선정방식은 작목, 시설, 주위 관광여건, 특산물 생산 등을 종합적으로 고려한 것이 아니었다. 선정과정에서 심의위원이 기준을 무시하고 편의로 정한 곳이 많기 때문에 이것이 결국 만원발생과 경영악화를 초래하게 된다. 무엇보다 기준을 엄격하게 적용하고, 적정수의 지역특성에 맞는 관광농원만을 지원하는 차별화 전략을 구사해야 한다.

이와 같은 제도적 바탕 위에서 다양한 욕구가 실현될 수 있는 개선방안이 수립될 수 있고, 관광농원이 성공할 수 있다.⁷²⁾

2. 제주지역 관광농원 현황

1) 관광농원의 현황

제주지역의 관광농원은 1984년 수농원을 시작으로 2002년 말까지 지정된 관광농원은 25개소이며, 현재 정상운영중인 것은 17개이고, 나머지 8개소는 일부운영 또는 휴업중인 것으로 나타났다. 소재지별로 보면 현재 제주시에 3개소, 서귀포시에 5개소, 북제주군에 9개소, 남제주군에 8개소가 있으며 2002년 제주지역 관광농원의 총 조성면적은 <표 2-11>과 같이 46.7ha이다⁷³⁾.

72) Ibid, pp.267-268.

73) 제주도청 홈페이지(농업특작과) <http://www.provin.jeju.kr>

1999년의 조사에 의하면 평균 관광농원의 조성면적은 약 2ha이고 국고지원 용자액은 자부담 4개소 관광농원을 제외하면 총 5,481백만원으로 평균 238.3백만 원이 지원되었다.⁷⁴⁾

주요 입식작목으로는 감귤, 유자, 화훼, 열대과수, 일반채소류, 분재류, 바나나, 키위, 약초, 조경수, 유채, 메일 등과 말, 사슴, 오리, 토종닭, 젓소 등 재래가축이며, 편의시설로는 판매장 및 직판장, 숙박시설, 예식장, 야영장, 전통찻집, 전시실, 휴게실, 노래연습장, 저장고, 레저시설, 매점, 원두막, 회의장 등이 설치되었다.



74) 제주시 농업기술센터·제주대학교 아열대농업연구소, 「제주시 지역의 관광활성화를 위한 관광농원의 개발방향에 관한 연구」, 도서출판 오디콤, 1999. pp.15-18.

〈표 2-11〉 제주지역 관광농원 조성현황

(’02년 현재)

시군별	조성년도	농원명	소재지	조성면적(ha)	조성(추진) 내역		현황
					입식작목	편의시설	
합계		25개소		46.7			
소개		3개소		5.7			
제주시	’96	오라자연	오라동 산62	1.8	감귤, 유자, 희귀조류	판매장, 식당, 숙박시설	일부운영
	’98	봉개회천	회천동 산1	3.0	분재원, 잔디광장	숙박시설, 야외예식장, 식당, 야영장	운영중
	’02	탐라성	오등동 935	0.9	분재원	판매장, 식당, 운동시설	"
	소개	5개소		6.1			
서귀포시	’86	갈산	토평동 930	1.9	화훼, 열대과수	판매장, 휴게소	운영중
	’92	영보	강정동 1259	0.9	감귤, 화훼, 열대과수	판매장, 전시장, 식당,	"
	’94	남서	하례동 93	1.0	감귤	직판장, 여관, 식당	"
	’97	굴림성	호근동 569-1	1.1	감귤	민박, 조경, 직판장	"
	’01	팜빌리지	호근동 1641-2	1.2	감귤	직판장, 민박, 조경	미개원
소개	9개소		16.8				
북제주군	’86	한일	조천 함덕 산7	3.0	감귤, 키위, 약초	판매소, 휴게소,	운영중
	’91	서원	애월 고성 148	2.9	감귤, 키위, 가축	판매장, 난전시장, 토속음식, 민박	"
	’93	초운	애월 상가 산 106	2.9	고랭지채소, 화훼, 목장	직판장, 식당, 여관	"
	’94	삼정	구좌 한동 12	1.2	화훼, 양어장, 난	직판장, 불링장, 식당	일부운영
	’95	현대	구좌 행원 2857	2.3	감귤, 유자, 사슴	직판장, 휴게실, 식당, 여관	운영중
	’96	유수암	애월 유수암 1983	1.7	분재, 조경수, 경주마	직판장, 식당, 휴게실, 매점	"
	’96	한	구좌 덕천 200-4	1.3	가축사육, 과수원	민박, 휴게실	휴업
	’97	탐라	애월 광령 2578	0.4	과수, 신서란, 가축사육	판매장, 식당	일부운영
’97	동제주	조천 와산 1052	1.1	유자, 감귤, 오리사육	민박, 식당, 직판장	운영중	
소개	8개소		18.2				
남제주군	’84	수	남원 신흥 114-1	3.6	감귤, 망고, 양란	판매장, 휴게소, 식당	운영중
	’91	수산	성산 수산 108	1.2	감귤	휴게실, 식당,	"
	’92	제왕	대정 안성 610	3.2	감귤, 유실수, 재래가축	판매장, 회의장, 식당, 예식장, 여관, 골프연습장	일부운영
	’93	한라	대정 영락 1606	0.8	유채, 메밀, 소철	판매장, 식당	운영중
	’96	늘푸른	표선 성읍 450	1.7	감귤, 농특산물	농원여관, 판매장, 휴게실	"
	’97	논오름	안덕 상창 2770	2.6	감귤, 단감, 가축사육	식당, 직판장, 휴게실	휴업
	’97	민속마을	표선 성읍 2425-1	0.9	유자, 유채, 메밀	판매장, 민박, 휴게실, 매점	운영중
’00	남국	안덕 상창 250	4.2	과수	농원여관, 휴가	일부운영	

자료 : 제주도청 홈페이지, <http://www.provin.jeju.kr>

2) 제주지역 관광농원의 운영상 문제점

지역의 균형발전은 물론이고 농외소득을 증대시키기 위해 관광농원을 운영하는 과정에서 나타난 문제점을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 다수 농가의 농외소득 증대에 기여하지 못하고 있다. 시·군 지정 관광농원의 참여 호소를 보면 지정 최소자격기준만을 충족시키는 농원이 대부분이다. 더욱이 이들 농원들이 외형적으로는 이 기준을 지키는 것 같지만, 이미 조성된 농원의 경우 개발 농가의 자금조달능력과 경제능력이 상당히 제한되므로 다수 농가의 동시적 참여가 현실적으로 어려워 대표자 1인에 의해 운영되고 있는 실정이며, 나머지는 이름을 빌려주거나 단순한 농업취업 또는 농지임대 등의 형태로 농원경영에 참여하고 있다.

둘째, 관광농원의 입식작목이 대부분 과실류로서 별 차이가 없다. 지역의 특색을 살린 입식작목의 선택이 이루어지지 않는 이유는 이들 농원들이 식당, 휴게소 등 편의시설의 운영과 일반 관광상품의 판매에만 관심을 갖고 있으며, 관광농원으로서의 특색을 살린 농원 조성을 통해 관광객을 유치해야 한다는 본래의 취지와는 거리가 멀게 농원을 운영하고 있기 때문이다.

셋째, 참여농가가 생산한 농축산물의 판매를 통한 소득증대에 기여하지 못하고 있다. 이곳에서 판매되는 것들은 상인을 통해서 조달된 물품이 대부분이며, 참여농가의 생산품을 판매하는 경우는 거의 드물다. 다시 말해서 관광농원이 본래 취지인 1차 생산물 판매장으로서의 장소제공 역할을 하지 못하고 있는 것이다.

마지막으로 시·군 및 제주도 관광협회에서 지정한 관광농원이 아닌 비지정 관광농원에서 지불하는 음성 수수료 문제이다. 이들 비지정 농원의 경우는 음성 수수료를 앞세워 여행사 또는 운수회사가 알선한 단체 관광객을 쉽게 유치할 수 있다. 그러나 이들 농원에서는 안내한 대가로 판매액의 상당한 비율에 해당하는 금액을 음성 수수료로 기사와 안내양에게 지불한다. 이런 이유로 비지정 관광농원에서 판매되는 제품들의 가격은 매우 높고, 또한 단가를 맞추기 위해 품질이 떨어지는 상품을 판매함으로써 관광객들에게 바가지를 씌우고 있다. 특히 이들 비지정 관광농원에서 판매되는 특산물의 일부는 제주산이 아닌 타지방 제품들이어서 관광객들에게 관광의 이미지를 크게 훼손시키고 있다.⁷⁵⁾

75) 상계서, pp.15-18.

제3장 연구설계

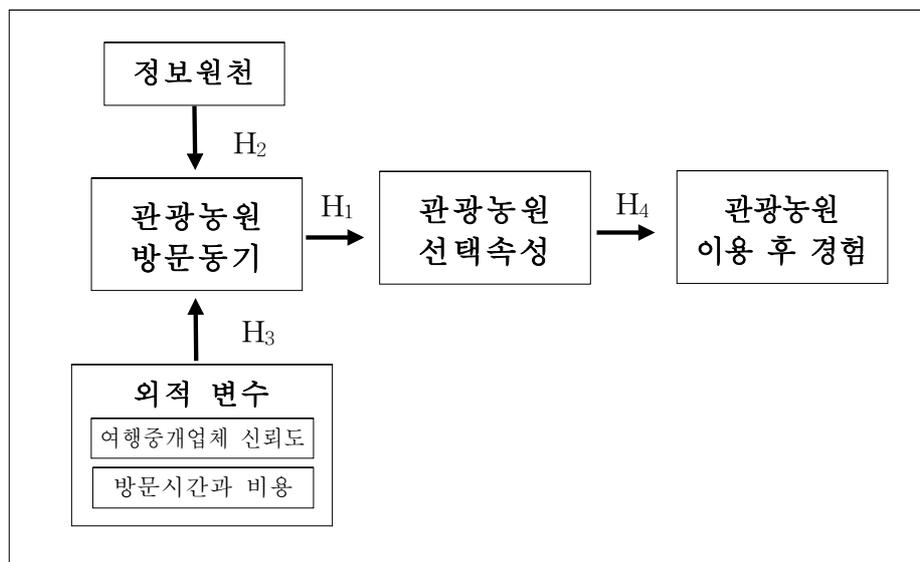
제1절 연구모형과 가설의 설정

1. 연구모형의 설정

Cooper et al.(1993)은 Schmöll(1977)의 여행의사결정 이론을 인용하면서, 여행자극, 관광목적지의 특성, 외적변수, 개인·사회적 결정요인이 관광객 의사결정에 영향을 미친다고 하였고, Middleton(1994)는 관광동기는 구매의사결정의 결과(반응)를 가져온다는 모델을 앞선 이론 고찰을 통해 확인하였다.

본 연구의 연구모형 설계는 Cooper et al.(1993)의 모델에서 외적변수와 함께 동기와 영향관계에 있는 촉진·자극변수를 동기에 영향을 미치는 정보원천으로 파악하였고, 방문동기는 관광농원 선택속성과 영향관계가 있고, 관광농원 선택속성은 관광농원 방문만족과 영향관계가 있을 것이라는 가설적 경로를 개념화하여 <그림 3-1>과 같이 연구모형을 설정하였다.

<그림 3-1> 연구모형의 설계



2. 연구가설의 설정

본 연구가 주목하고 있는 관광농원 이용객들의 방문동기가 선택속성에 영향을 미칠 것이라는 연구가설은 위 <그림 3-1>과 같은 연구모형의 경로를 구성하는 것으로서 다음과 같이 설정되었다.

<연구가설 1> 관광농원 방문동기는 관광농원 선택속성에 영향을 미칠 것이다.

<연구가설 2> 관광농원의 정보원천은 방문동기에 영향을 미칠 것이다.

(세부가설 2-1) 신문·잡지·책과 같은 비인적 정보매체는 관광농원 방문동기에 유의한 영향을 미칠 것이다.

(세부가설 2-2) 여행사직원과 같은 인적 정보원천은 관광농원 방문동기에 유의한 영향을 미칠 것이다.

(세부가설 2-3) 가족·친구는 관광농원 방문동기에 유의한 영향을 미칠 것이다.

(세부가설 2-4) 관광농원의 팸플렛과 홈페이지 같은 업체의 판촉활동은 관광농원 방문동기에 유의한 영향을 미칠 것이다.

<연구가설 3> 외적변수는 관광농원 방문동기에 영향을 미칠 것이다.

(세부가설 3-1) 관광농원의 신뢰도는 관광농원 방문동기에 영향을 미칠 것이다.

(세부가설 3-2) 관광농원 방문 시간과 비용은 관광농원 방문동기에 영향을 미칠 것이다.

<연구가설 4> 관광농원 선택속성은 관광농원 이용 후 경험에 영향을 미칠 것이다.

(세부가설 4-1) 관광농원 선택속성은 관광농원 만족에 영향을 미칠 것이다.

(세부가설 4-2) 관광농원 선택속성은 관광농원 재방문의도에 영향을 미칠 것이다.

(세부가설 4-3) 관광농원 선택속성은 관광농원 추천의도에 영향을 미칠 것이다.

위와 같은 가설의 구성은 관광소비자 의사결정모델의 가장 첫 번째 단계인 관광업체들의 '소비자 자극'과 관광소비자의 '문제인식'부터 정보탐색, 대안평가, 구매, 구매후 평가로 이어지는 구매의사결정 과정에서는 일련의 인과관계가 존재하고,⁷⁶⁾ 앞선 단계의

76) 오상훈, 전제논문, 1992.

의사결정과정은 그 다음 단계에 영향을 미친다⁷⁷⁾는 소비자 행동 이론에 입각해서 볼 때, 원인을 유발하는 독립변수가 결과변수의 변량(variation)을 예측(prediction)하고 설명할 수 있는 회귀분석을 통해서 분석이 가능할 것으로 여겨진다. 본 연구가 설정한 가설에 대한 이론적 배경은 다음 <표 3-1>과 같다.

<표 3-1> 가설의 이론적 배경

구 분	내 용	이론적 배경
연구가설 1	방문동기→ 선택속성	Mathieson & Wall(1982), Van Raaji & Franken(1984), Fessenmairer(1988) 등
연구가설 2	관광농원 정보원천→ 관광농원 방문동기	Mathieson & Wall(1982)
	비인적정보원천 → 관광농원 방문동기	Cooper et al.(1993)
	인적정보원천 → 관광농원 방문동기	Middleton(1994)
	가족·친구 → 관광농원 방문동기	Gilbert(1991)
연구가설 3	관광농원 외적변수 → 관광농원 방문동기	Cooper et al.(1993)
	관광농원 선택속성 → 관광농원 이용 후 경험	Mathieson & Wall(1982), Middleton(1994)

자료 : 이론고찰에서 검토한 선행연구를 참고하여 연구자 작성

제2절 변수의 조작적 정의

사회과학 연구에서 개념과 변수를 한정짓고, 변수에 대하여 실제로 측정할 수 있도록 정의하는 것은 연구문제를 더욱 분명하게 하기 위해 필요한 작업으로서, 이렇게 변수를 측정하기 위해 수행하는 것을 조작적 정의(operational definition)이라 한다.⁷⁸⁾ 본 연구에서 사용하고 있는 변수 및 용어에 대한 조작적 개념 정의는 다음과 같다.

77) Van Raaji, W.F., & D.A. Francken, op.cit., pp.101-102.

78) 박석희, 「관광조사연구기법」, 일신사, 2000. p.119.

1. 정보원천

본 연구의 모델에서 설정한 정보원천은 앞선 이론 고찰에서 살펴본 것과 같이 관광동기에 영향을 주는 신문·잡지·책과 같은 비인적정보원천, 여행사 및 여행사 직원을 통한 인적정보원천, 가족·친구·직장동료, 관광농원의 홍보책자와 인터넷 홈페이지와 같은 업체에 의한 판촉활동과 같은 4가지 변수를 정보원천으로 고려하였고, 각 변수는 관광농원을 방문할 때 중요하다고 생각하는 항목을 '전혀 중요하지 않음(1점), 중요하지 않음(2점), 보통(3점), 중요함(4점), 매우 중요함(5점)'과 같이 리커트 5점 척도(Likert scale)로 1점부터 5점까지 점수화(scoring)하여 측정하였다.

2. 외적 변수

외적변수는 Cooper et.al.(1993)이 제시한 여행의사결정 이론에 있어서 관광지 이미지, 여행 중개업체들의 신뢰성, 비용 및 시간과 같은 제약요인을 포함하는 변수이다. 본 연구의 연구설계에서 설정한 외적 변수는 관광농원 방문동기에 영향을 미치는 관광농원에 대한 신뢰도, 방문시 소요되는 시간과 비용을 설정하였다. 외적변수에 대한 정도를 리커트 5점 척도로 점수화하여 측정되었다.

3. 관광농원 방문동기

관광농원 방문동기는 앞선 이론적 고찰에서 살펴본 것을 바탕으로 탈출동기, 사회·대인적 동기, 자연 경험 동기, 학습·쇼핑 동기와 같이 4개의 요인으로 설정하고 각 요인에 해당하는 문항을 선행연구를 통해 구성하였다. 이와 같은 관광농원 방문동기는 응답자가 관광농원을 방문할 때 중요하다고 생각하는 항목에 대해 1점부터 5점까지 점수화(scoring)하여 측정하였다.

4. 관광농원 선택속성

관광농원 선택속성은 박은주(1999)⁷⁹⁾, 신동식(2002)⁸⁰⁾의 연구를 참고하여 '방문시간', '거

79) 박은주, 전개논문, pp.1-72.

리', '교통 편의', '가격', '입지', '쾌적한 분위기', '놀이(오락)시설', '편의시설', '건강관련 식품', '명성 및 유명세', '학습·체험 프로그램', '규모·작물'과 같이 12개 변수로 파악하였다. 이와 같은 관광농원의 선택속성은 응답자의 관광농원 선택시 중요하게 고려하는 정도를 리커트 5점 척도로 1점부터 5점까지 점수화하여 측정되었다.

5. 관광농원 이용 후 경험

관광농원 이용 후 경험은 김시중·이응규(1999), 윤태정(2000)⁸¹⁾의 연구를 참고하여, '관광농원을 방문에 대한 만족정도', '관광농원 방문 이후 타인에게 추천하고 싶은 의도', '다시 관광농원을 방문하고 싶은 재방문 의사'와 같은 3개 변수로 구성하였으며, 리커트 5점 척도로 1점부터 5점까지 점수화하여 측정하였다.

제3절 조사 설계와 분석방법

1. 조사설문의 구성

본 연구의 실증조사를 위한 설문은 총 45문항으로, <표 3-2>와 같이 관광농원 방문동기로 15개 문항, 관광농원 방문동기의 정보원천으로 설정한 4개 문항, 관광농원 선택속성으로 12개 문항, 관광농원 이용 후 경험에 대한 3개 문항, 관광농원 이용행동관련 변수 4개 문항, 관광농원 방문동기의 외적 변수로 2개 문항, 인구통계적 변수로 성별, 연령, 직업, 학력, 월평균소득과 같은 5개 문항으로 구성하였다.

80) 신동식, 전개논문, pp.113-131.

81) 윤태정, "관광농원의 공간구성 및 경관요소에 관한 연구", 공주대학교 대학원 석사학위논문, 2000, pp.1-49.

〈표 3-2〉 조사설문의 구성

구 분	문항번호	설문 문항	이론적 배경
관광농원 방문동기	x1-x4 (휴식)	신체적 휴식, 정신적 휴식, 도시생활 탈출, 스트레스 해소	McIntosh(1990), Dann(1981)
	x5-x7 (사교)	새로운 사람(농민 등)을 만나기 위해, 새로운 경험, 한적함 즐김	McIntosh(1990), Dann(1981), 김정수(2001)
	x8-x11 (자연)	농원 경관감상, 자연 체험, 농촌지역 경험, 자연 접촉	Schreyer와 Driver(1989), 김정수(2001)
	x12-x15 (경험)	농촌 문화·전통 체험, 자녀의 자연학습, 농업 관련 기술을 습득, 신선하고 저렴한 농산물 구입	Schreyer & Driver(1989), 김정수(2001)
정보원천	y1-y4	신문·잡지·책, 여행사, 가족·친구, 홈페이지·팜플렛	Middleton(1994), Schmöll(1977), 박은주(1999)
관광농원 선택속성	z1-z12	시간·거리, 교통, 입지, 농산물 가격, 장수도움 식품, 재배·판매 농산물, 휴식(놀이)시설, 편의시설, 쾌적한 분위기, 학습·체험 프로그램, 명성·유명세, 자녀교육	신동식(2002), 박은주(1999)
관광농원 이용 후 경험	a1-a3	이용만족, 재방문의도, 추천의도	김시중·이용규(1999), 윤태경(2000),
이용 행동 관련 변수	b1-b4	교통수단, 구입가격, 동반자, 소요시간	김시중·이용규(1999), 신동식(2002), 박은주(1999)
방문동기의 외적변수	b5	관광농원과 상품 신뢰성	Schmöll(1977)
	b6	체류시간과 소요비용의 적절성	
인구통계적 변수	D1-5	성별, 연령, 직업, 학력, 월평균소득	김시중 외(1999), 신동식(2002), 최태길 외(1998)

2. 조사방법

설문으로 구성된 관광농원 방문객의 방문동기와 선택속성 등을 조사하기 위해 비확률 표본추출방법 중 하나인 편의적 표본추출(convenience sampling)을 사용하여 제주지역의 5개 관광농원을 방문한 방문객 300명을 표본으로 선정하였다.

설문조사는 2003년 9월 8일부터 9월 27일까지 3주간 진행되었고, 설문 조사방법은 관광농원을 방문한 방문객에게 설문지 작성 목적을 충분히 설명한 후에 설문지를 배포하여 작성하도록 하는 방법을 사용하였다.

3. 자료분석 방법

수집된 자료의 통계적 분석을 위하여 통계분석 프로그램인 SPSS 10.0 Version for Window를 사용하여 코딩작업(coding)과 통계분석(statistical analysis)을 실시하였다.

표본의 일반적 특성을 분석하기 위해 단순빈도(frequency), 유효 비율(validity percentage), 평균(mean), 표준편차(standard deviation)를 활용하여 빈도분석(frequency analysis)을 실시했다.

그리고 변수의 신뢰성을 파악하기 위한 신뢰성분석은 본 연구의 이론고찰 부분에서 살펴본 관광농원 방문동기 및 선택속성으로 구성된 설문문항의 신뢰성을 검증하기 위해 Cronbach's alpha 계수를 이용하여 신뢰성을 파악하였으며, 방문동기 15개 항목과 선택속성 12개 항목의 크론바흐 알파계수를 살펴보고, 전체 신뢰성 계수를 현저히 떨어뜨리는 변수가 있는지를 살펴보았다.

설문문항의 타당성(validity)을 검증하기 위한 분석방법으로는 이론적으로 입증되지 않은 요인들을 탐색적으로 추출하고, 설문문항으로 구성된 변수들의 개념·구성 타당성을 검증할 수 있는 탐색적 요인분석(exploratory factor analysis)을 실시하였다. 요인추출 모델로서는 주성분분석법(Principal Components Analysis, PCA) 방식을 이용하였고, 요인회전 방법으로는 직교회전방법(orthogonal rotation) 중 하나인 배리맥스(varimax)를 선택하였으며, 요인추출기준으로는 eigen value 1.00 이상의 값을 기준으로 사용하였다.

그리고 연구가설 1, 2, 3, 4의 검증을 위해 선형회귀분석(linear regression analysis)을 이용하였다. 또한 관광농원 방문시 동행자와 체류시간에 따라 관광농원 방문동기와 선택속성에 대한 지각에 차이가 있는지를 검증하기 위해 일원배치분산분석(One-way ANOVA)를 이용한 회귀분석을 실시하였다.

제4장 실증분석

제1절 표본의 인구통계적 특성

본 연구의 설문조사는 제주지역에 위치하고 있는 5개의 관광농원을 방문한 관광객을 대상으로 60부씩 총 300부의 설문지를 배포하여, 이중 불성실하게 응답했다고 판단된 설문 39부를 제외하여 총 261부의 유효 표본을 얻어 87%의 설문회수율을 나타냈다.

응답자의 인구통계적 특성을 파악하기 위하여 빈도분석을 실시한 결과는 다음 <표 4-1>과 같으며, 무응답과 결측값을 제외한 응답자 중 68.6%인 179명이 남성이었고 여성은 31.4%인 82명을 차지하고 있었다. 응답자의 평균연령은 34.02세로, 연령별 분포는 10대가 14.6%(38명), 20대가 28.4%(74명), 30대가 21.8%(57명), 40대가 24.9%(65명), 50대 이상이 10.3%(27명)로 비교적 고른 분포를 나타내었다.

<표 4-1> 표본의 인구통계적 특성

인구통계적 변수	구 분	빈 도	유효 퍼센트	누적 퍼센트
성 별	남성	179	68.6	68.6
	여성	82	31.4	100
연 령	10대	38	14.6	14.6
	20대	74	28.4	42.9
	30대	57	21.8	64.8
	40대	65	24.9	89.7
	50대 이상	27	10.3	100

인구통계적 변수	구 분	빈 도	유효 퍼센트	누적 퍼센트
직 업	학생	65	25.3	25.3
	자영업	53	20.6	45.9
	1차산업(농/수/축산업)	9	3.5	49.4
	전문직	23	8.9	58.4
	사무직(회사원)	49	19.1	77.4
	판매/서비스직	18	7.0	84.4
	공무원	15	5.8	90.3
	주부	23	8.9	99.2
	무직	0	0	99.2
	기타	2	0.8	100.0
학 력	고졸 이하	80	31.4	31.4
	초대(재)졸	35	13.7	45.1
	대(재)졸	123	48.2	93.3
	대학원(재)졸	17	6.7	100
소 득	100만원 미만	54	23.2	23.2
	100만원 이상 200만원 미만	89	38.2	61.4
	200만원 이상 300만원 미만	52	22.3	83.7
	300만원 이상 400만원 미만	30	12.9	96.6
	400만원 이상	8	3.4	100
거 주 지 역	제주도내	72	27.6	27.6
	제주도 이외	189	72.4	100

주) 무응답 수와 비율은 표에서 제외하고 계산함.

응답자의 직업은 학생이 65명으로 25.3%, 자영업은 53명으로 20.6%, 1차산업(농/수/축산업)은 9명으로 3.5%, 전문직은 23명으로 8.9%, 사무직(회사원)은 49명으로 19.1%, 판매/서비스직은 18명으로 7.0%, 공무원은 15명으로 5.8%, 주부는 23명으로 8.9%, 무직은 없었으며, 기타 직업은 2명으로 0.8% 분포하고 있었다.

응답자의 학력은 고졸 이하가 80명으로 31.4%, 초대(재)졸이 25명으로 13.7%, 대(재)졸이 123명으로 48.2%, 대학원(재)졸이 17명으로 6.5%로 나타났다. 응답자의 소득은 100만원 미만인 54명(20.7%), 100만원 이상 200만원 미만이 89명(34.1%), 200만원 이상 300만원 미만이 52명(19.9%), 300만원 이상 400만원 미만이 30명(12.9%), 400만원 이상이 8명(3.4) 분포하고 있었다. 그리고 261명 전체 응답자의 27.6%(72명)은 제주지역에 거주하고 있었고 나머지 72.4%(189명)는 제주지역 이외에 거주하고 있는 것으로 나타났다.

제2절 변수의 신뢰성 및 타당성 검증

1. 변수의 신뢰성 분석

신뢰성이란 일관성(consistency), 예측가능성(predictability), 정확성(accuracy), 안정성(stability) 등의 의미를 함축하는 개념으로, 비교가능한 측정방법에 의해 대상을 측정하는 경우 결과가 비슷한 정도를 말한다. 즉, 신뢰성의 의미는 어떤 조사결과에 대하여 결과가 비슷하게 되는 것을 말하며, 조사결과가 부정확한 측정자료에 의해서 우연히 발견된 것이 아니라는 확신을 주는 것이다.⁸²⁾

관광농원 방문동기 변수들의 신뢰성을 확인하기 위해 수집된 자료에 대한 신뢰성 분석을 실시하였다. 신뢰성은 동일한 개념에 대해 측정을 되풀이하였을 때 동일한 측정값을 얻을 가능성으로 본 연구에서는 크론바흐 알파(Cronbach's alpha) 계수를 이용하여 신뢰성을 파악하였다. 크론바흐 알파 계수를 이용한 신뢰성 검증방법은 내적일관성(internal consistency reliability)을 고려하여 신뢰도를 검증하는 것으로 여러 개의 항목으로 구성된 척도를 이용한 경우에 검증하는 방법이다. 그리고 크론바흐 α 계수는 0에서 1까지 변하며 1에 가까울수록 신뢰도가 높다는 것을 의미한다. 일반적으로 집단을 측정 대상으로 할 때는 α 계수가 0.6이상일 때 신뢰도가 높다고 말한다.⁸³⁾

82) 채서일, 「사회과학조사방법론」, 법문사, 1990, p.234.

83) 김사현, 「관광학 연구방법론」, 일신사, 2000, p.92.

관광농원 방문동기로 연구설계에서 설정한 15개 항목의 전체 alpha 계수는 <표 4-2>와 같이 0.8380으로 높은 수준으로 나타났고, 15개 관광동기 항목 각각의 항목제거시 알파계수(Alpha if item deleted)는 전체 항목의 알파계수 보다 높은 값이 없는 것으로 나타나 신뢰성이 낮아 삭제해야 할 변수는 없는 것으로 나타났다.

이와 같은 관광농원 방문동기 변수의 신뢰성 분석 결과, 연구설계에서 설정한 15개의 관광농원 방문동기 변수는 모두 신뢰할 수 있는 것으로 나타났다.

<표 4-2> 관광농원 방문동기 변수의 신뢰성 검증

조 사 변 수		mean	S.D	Alpha if Item Deleted	Total α	
관광농원 방문동기	x1	신체 휴식	3.1271	1.1227	.8259	.8380 (.8395)
	x2	정신 휴식	2.2924	1.0039	.8269	
	x3	도시생활 탈출	3.3136	.9560	.8320	
	x4	스트레스 해소	3.3475	1.0011	.8329	
	x5	새로운 사람 만남	2.8686	1.1088	.8258	
	x6	새로운 경험	3.3941	.9986	.8335	
	x7	한적함 즐김	2.7585	1.2085	.8375	
	x8	농원 경관감상	3.2458	1.0268	.8333	
	x9	자연 체험	3.2754	.9830	.8274	
	z10	농촌지역 경험	2.9407	1.0542	.8261	
	x11	자연 접촉	3.0805	.9708	.8220	
	x12	농촌 문화·전통 체험	2.7203	1.0305	.8280	
	x13	자연 학습	2.9237	1.0889	.8218	
	x14	농원관련 기술습득	2.2458	1.1331	.8321	
	x15	저렴한 농산물	2.6737	1.0556	.8300	

주) ()는 표준화된 신뢰도 알파계수임.

그리고 관광농원 선택 속성에 대해 <표 4-3>과 같이 신뢰성 분석을 실시한 결과 전체 12개 항목의 크론바흐 알파(Cronbach's α)값은 0.7880으로서 전체 항목의 내적 일관성은 신뢰할 수 있는 수준으로 분석되었고, 항목제거시 알파값을 살펴 본 결과 전체 항목의 크론바흐 알파 값 보다 높은 값이 없는 것으로 나타나 신뢰성이 낮아 삭제할 변수는 없는 것으로 보인다.

〈표 4-3〉 관광농원 선택속성 변수의 신뢰성 검증

조 사 변 수		mean	S.D	Alpha if Item Deleted	Total α	
관광농원 선택속성	z1	시간·거리	2.9802	1.0707	.7786	.7880 (.7872)
	z2	교통편리	3.1542	1.109	.7649	
	z3	경관·입지	3.5573	.8738	.7851	
	z4	농산물 가격	2.9328	1.0576	.7741	
	z5	장수 식품	2.7668	1.0713	.7786	
	z6	재배·판매 작물	3.0356	1.1490	.7714	
	z7	휴식·놀이 시설	3.2095	.9551	.7717	
	z8	편의시설	3.3202	.9324	.7769	
	z9	쾌적한 분위기	3.5573	.9686	.7651	
	z10	학습·체험	3.0593	1.0160	.7733	
	z11	명성·유명세	2.9763	1.0981	.7595	
	z12	자연 교육	3.2490	.8758	.7753	

주) ()는 표준화된 신뢰도 알파계수임.

2. 변수의 타당성 분석

타당성 분석은 실증조사를 위해 사용된 질문의 동일개념에 대한 조작적 정의를 통한 질문의 개념이 얼마나 정확한지를 알아보기 위한 것이다. 본 연구의 설계에서 설정한 관광농원 방문동기에 대한 설문조사 자료를 몇 개의 공통요소로 단순화하여 그 타당성을 분석하는데 요인분석(Factor analysis)을 사용하였다. 요인분석은 상관관계를 계산한 후 요인추출 모형을 결정하고, 요인 수를 결정하여 요인 부하량을 산출한 후 요인 부하량이 어느 요인에 높게 적재되는지 용이하게 파악하기 위해 요인회전방식을 결정하여 결과를 해석해 나간다.

본 연구에서의 요인 분석은 가장 널리 이용되고 있는 주성분 분석법(Principal Components Analysis, PCA)을 사용하였으며, 요인 적재량의 단순화를 위한 요인회전 방법으로는 직교회전방법(orthogonal rotation) 중 하나인 배리맥스(varimax)를 실시하였다. 요인의 수는 아이겐 값(eigen value)의 크기를 우선 고려하여 아이겐 값이 '1'이상인 되는 요인의 수와 요인의 설명변량(explained proportion) 등을 고려하여 요인의 수를 결정하였다.⁸⁴⁾

요인분석에서 적합성을 나타내는 지수로 내부상관관계의 정도를 살펴볼 수 있는 Kaiser의 표본적합도는 0.9 이상이면 상당히 좋은 값이며, 0.8 이상은 좋은 것이고 0.7 이상은 적당하며, 0.6 이상이면 보통수준이고 0.5 이상이면 빈약한 값이고 0.5 이하이면 요인분석을 시행하기 곤란한 값으로 알려져 있다.⁸⁵⁾

15개 문항 관광농원 방문동기 변수의 요인분석 결과 전체표본적합도(MSA: Kaiser's Measure of Sampling Adquacy)는 0.688로 비교적 보통 수준의 적합성을 나타내었고 15개 변수 각각의 MSA 역시 x7의 0.565을 제외한 모든 변수가 0.6이상을 상회하고 있어 적합한 수준임을 나타내고 있다. Bartlett의 구형성 검정(근사 카이제곱)으로 살펴본 요인의 적절성이 유의한 값($\chi^2=1499.977$, sig. =.000)으로 산출되었다.

〈표 4-4〉와 같은 분석결과 관광농원 방문동기 요인은 4개 요인으로 추출되었고, 요인의 총 분산설명력(total variance explained)은 62.592%로 비교적 높은 편이다. 사회과학에서는 자료가 덜 단순하기 때문에 전체분산의약 60%를 설명하는 것이 보통의 기준이다.⁸⁶⁾

이와 같은 탐색적 요인분석은 타당성과 적용성의 확보가 중요하기 때문에 측정척도의 정제가 중요하다. 그런 이유로 본 요인 분석에서는 첫째, 관광농원 방문동기 척도의 타당성을 높이기 위해 각 척도에 포함된 항목들 가운데 관련 요인 적재값(factor loading)이 0.40 이상인 문항들만 가려내었다. 둘째, 0.40 이상의 요인 적재값이 하나의 요인에만 적재되지 않고 다른 요인에도 함께 적재되어 있으면, 표본의 수가 추가되거나 기타 이유가 발생한다면 다른 요인에도 적재될 가능성이 크고 개념적으로 타당도가 불투명하기 때문에 이러한 항목들도 있는지 살펴보았다. 셋째, 각 변수의 공통성(communality)의 값도 0.4 미만이면 각 요인을 설명하는 해당항목의 설명력이 부족한 것으로 판단하여 이러한 변수가 있는지 고려하였다.⁸⁷⁾

넷째, 각 요인의 척도 신뢰도는 Cronbach alpha 계수로 산출하여 alpha 값이 0.60 이상인 척도들을 구성개념 측정척도로 사용하였다.

〈표 4-4〉와 같은 요인 분석 결과 제1요인으로 묶인 'x10 농촌지역 경험', 'x11 자연 접촉', 'x12 농촌 문화·전통 체험', 'x13 자연 학습', 'x14 농업관련 기술습득', 'x15 저렴한 농산물' 항목을 '경험'요인으로 명명하였다.

84) 이순목, 「요인분석 I」, 학지사, 1995.

85) 박석희, op.cit., 2000. p.151.

86) 원태연·정성원, 「한글 SPSS 10 통계조사분석」, SPSS 아카데미, 2001. pp.380-384.

87) 윤동구, "관광객만족 구조모형의 개발에 관한 연구", 경기대학교 대학원 박사학위 논문, 2000. pp.112-114.

제2요인으로 묶인 'x1 신체 휴식', 'x2 정신 휴식', 'x3 도시생활 탈출', 'x4 스트레스 해소' 항목을 '휴식'요인으로 명명하였고, 제3요인으로 묶인 'x8 농원 경관감상'과 'x9 자연 체험' 항목은 '자연'요인으로 명명하였다. 그리고 제4요인으로 묶인 'x5 새로운 사람 만남'과 'x6 새로운 경험', 'x7 한적함 즐김' 항목은 '사교' 요인으로 명명하였다.

〈표 4-4〉 관광농원 방문동기 변수의 요인분석

구 분	요인명				MSA	communality
	F1	F2	F3	F4		
	경험	휴식	자연	사교		
x10. 농촌경험	.637	.044	.222	.183	.798	.490
x11. 자연접촉	.621	.055	.394	.218	.850	.591
x12. 문화체험	.759	-.010	.125	.065	.756	.596
x13. 자연학습	.682	.122	.299	.083	.867	.576
x14. 기술습득	.665	.131	-.231	.222	.767	.562
x15. 농산물	.687	.173	-.032	-.021	.793	.504
x1. 신체휴식	.132	.761	.054	.226	.747	.651
x2. 정신휴식	.055	.853	.123	.111	.737	.758
x3. 탈출	.091	.722	.156	-.075	.717	.560
x4. 긴장해소	.114	.793	-.001	-.060	.687	.645
x8. 경관감상	.086	.081	.826	.059	.613	.699
x9. 자연체험	.278	.077	.822	.040	.697	.760
x5. 사람만남	.385	.332	-.004	.490	.773	.498
x6. 경험즐김	-.001	.004	.388	.762	.691	.733
x7. 한적즐김	.306	.002	-.124	.788	.565	.731
eigen-value	4.777	2.314	1.739	1.185	-	-
분산 %	29.854	14.464	10.866	7.408	-	-
누적분산 %	29.854	44.318	55.184	62.592	-	-
Cronbach's α	.7846	.8228	.7545	.6230	-	-
KMO(Kaiser-Meyer-Olkin).					.743	
Bartlett χ^2					1499.977(sig. = .000)	

그리고 관광농원의 선택속성으로 설정한 12개 변수들의 타당성 분석을 위해 요인분석을 〈표 4-5〉와 같이 실시하였다. 분석결과 eigen-value 1.0이상의 요인이 4개 추출되었고, 4개 요인의 총분산 설명율(total variance explained)은 66.296%로 수용할 수 있는 수준으로 나타났다.

그리고 전체표본의 표본적합도(표준형성 적절성의 Kaiser-Meyer-Olkin 측도, KMO) 값은 0.735로 비교적 적합한 수준으로 산출되었고 12개 각 변수의 표본적합도 역시 모두

0.6을 상회하고 있는 것으로 나타났다. Bartlett의 구형성 검정(근사 카이제곱)으로 살펴본 요인의 적절성 값 역시 유의한 결과($\chi^2=915.054$, sig. =.000)로 산출되었다. 그리고 각 변수의 공통성(communality) 역시 0.4 이상으로 요인분석에서 최저 기준치로 제시되는 설명력 기준을 상회하고 있다.

'z4 농산물 가격', 'z5 장수식품', 'z6 재배·작물판매', 'z11 명성·유명세'는 제1요인으로 추출되었으며 'eigen-value'는 3.643이고 전체 개념의 20.261%를 설명해주고 있으며 '농산물'요인이라 명명하였다.

제2요인으로 묶인 'z3 경관·입지', 'z7 놀이·휴식 시설', 'z8 편의시설', 'z9 쾌적 분위기' 항목은 '시설·경관'요인으로 명명하였고, eigen-value는 1.975로 16.461%의 설명력을 갖고 있었으며, 제3요인으로 묶인 'z1 시간·거리', 'z2 교통편리'는 '시간·거리'요인이라 명명하였으며 eigen-value 1.235, 분산설명력은 10.293%로 나타났다.

제4요인으로 추출된 'z10 학습·체험'과 'z12 자연 교육' 항목은 '학습·체험' 요인이라 명명하였고 eigen-value는 1.102, 분산설명력은 9.180%로 분석되었다.

〈표 4-5〉 관광농원 선택속성 변수의 요인분석

구 분	요인명				MSA	communality
	F1	F2	F3	F4		
	농산물	시설·경관	시간·거리	학습·체험		
z4. 농산물 가격	.702	.092	.173	.029	.757	.532
z5. 장수식품	.801	-.064	.019	.167	.732	.673
z6. 재배작물	.844	.117	-.061	.140	.714	.749
z11. 명성	.484	.384	.117	.327	.815	.502
z3. 경관·입지	-.246	.498	.247	.334	.739	.481
z7. 놀이시설	.340	.756	-.074	-.038	.761	.694
z8. 편의시설	.009	.702	.375	-.116	.727	.646
z9. 쾌적분위기	.054	.766	.125	.266	.774	.676
z1. 시간·거리	.058	.064	.894	.103	.678	.818
z2. 교통편리	.101	.275	.824	.129	.730	.782
z10. 학습·체험	.191	.042	.222	.740	.705	.635
z12. 자연교육	.176	.104	-.021	.852	.680	.768
eigen-value	3.643	1.975	1.235	1.102		
분산 %	30.361	16.461	10.293	9.180		
누적분산 %	30.361	46.822	57.116	66.296		
Cronbach's α	.7447	.6901	.7849	.6085		
KMO(Kaiser-Meyer-Olkin).					.735	
Bartlett χ^2					915.054(sig. = .000)	

제3절 관광농원 이용형태 분석

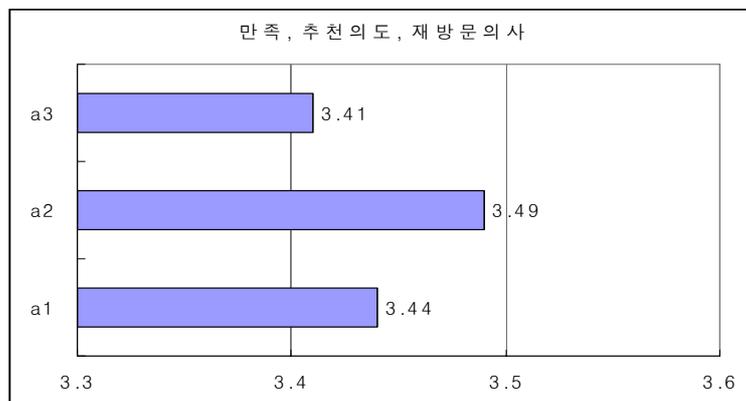
1. 관광농원 방문 경험 만족·추천의사·재방문 의사

〈표 4-6〉과 〈그림 4-1〉과 같이 관광농원 방문 경험에 대한 만족을 5점 척도로 응답자들에게 질문한 결과 평균값은 3.44로 산출되었고, 해당 관광농원에서의 방문경험을 다른 사람에게 추천할 의도를 묻는 문항에는 3.49의 평균값이, 해당 관광농원을 다시 방문하고 싶은지를 질문한 재방문 의사 문항의 평균값은 3.41로 나타나 5점 척도의 중간값이 2.5를 상회하는 것으로 나타났다.

〈표 4-6〉 관광농원 방문 경험 만족·추천의사·재방문 의사의 평균 분포

항 목	평균	표준편차	N
a1 이번 방문한 관광농원에서의 경험에 전반적으로 만족한다	3.44	.91	261
a2 이번 방문한 관광농원에서의 경험을 추천할 생각이다	3.49	.86	261
a3 기회가 있다면 관광농원을 다시 방문하고 싶다	3.41	.92	261

〈그림 4-1〉 관광농원 만족, 추천의도, 재방문 의사의 평균



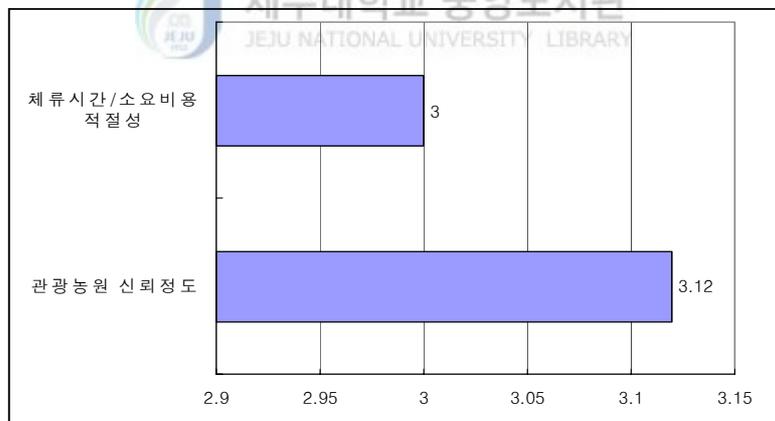
2. 관광농원 신뢰정도와 체류시간 및 소요비용의 적절성

방문한 관광농원에서의 활동과 상품을 전반적으로 만족하는지를 묻는 질문에 대한 빈

도분석 결과 <그림 4-2>와 같이 '전혀 신뢰하지 않는다'가 4.2%(11명), '신뢰하지 않는다'가 19.22%(50명), '보통이다'가 41.4%(108명), '신뢰한다'가 31.0%(81명), '매우 신뢰한다'가 4.2%(11명)와 같은 분포로 나타났다. 이 문항은 관광농원을 신뢰하는 정도를 5점 척도 식으로 정량화하여 질문하였기 때문에 신뢰성 정도에 대한 평균점수를 계산 할 수 있는데, 그 값은 3.12(S.D =0.91)로 나타나 중간 이상의 신뢰성을 보이는 것으로 분석되었다.

그리고 관광농원에서의 체류시간과 소요비용에 대한 적절성에 대한 질문 항목에 대해서는 <그림 4-2>과 같이 '전혀 적당하지 않다'고 응답한 경우가 7.3%(19명), '적당하지 않다'고 응답한 경우가 16.6%(43명), '보통이다'라고 응답한 경우가 48.6%(126명), '적당하다'라고 응답한 경우가 23.6%(61명), '매우 적당하다'라고 응답한 경우가 3.9%(10명)와 같이 분포하고 있었다. 응답 결과 보통 정도의 적절성을 지각한 응답자들이 가장 많았으나, 이 문항 역시 시간과 소요비용에 대한 적절성 정도를 정량화하여 5점 척도 식으로 질문하여 평균을 산출한 결과 3.00(S.D =0.92)로 중간 이상의 적절성을 지각하고 있는 것으로 나타났다.

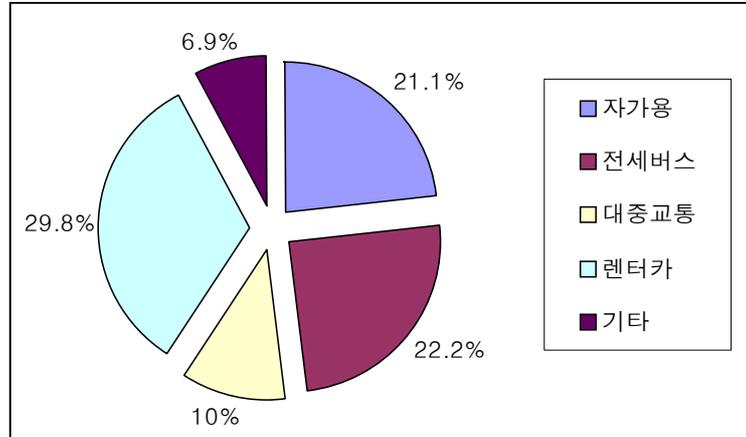
<그림 4-2> 관광농원 신뢰정도와 체류시간/소요비용 적절성



3. 교통수단, 구입농산물, 동행자, 체류시간

관광농원을 방문한 교통수단을 묻는 질문에는 <그림 4-3>과 같이 자가용이 55명(21.1%), 전세관광버스가 58명(22.2%), 버스나 택시 같은 대중교통이 26명(10.0%), 렌터카가 104명(39.8%), 기타가 18명(6.9%)로 나타나 렌터카를 가장 많이 이용하는 것으로 나타났다.

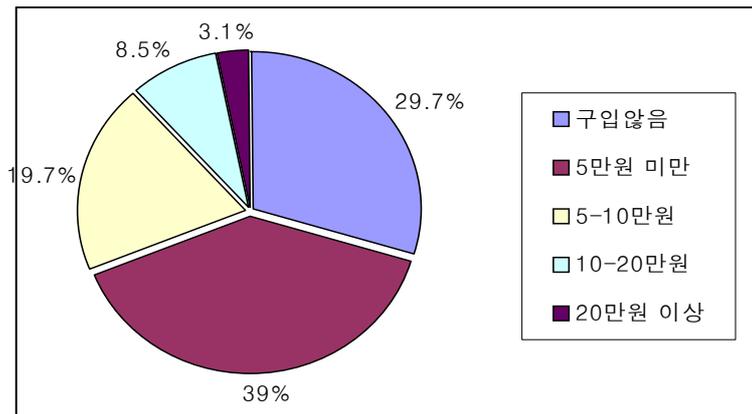
〈그림 4-3〉 관광농원 방문 교통수단



4. 관광농원에서 구입한 농산물 가격

관광농원에서 구입한 농산물 가격을 묻는 질문에는 〈그림 4-4〉와 같이 ‘구입하지 않았다’로 응답한 경우가 29.7%(77명), 5만원 미만이 39%(101명), 5만원 이상 10만원 미만이 19.7%(51명), 10만원 이상 20만원 미만이 8.5%(22명), 20만원 이상이 3.1%(8명)였다. 빈도분석 결과 5만원 이하의 농산물을 가장 많이 구매하고 있었고 그 다음으로 구입하지 않는 경우, 5만원 이상 10만원 미만인 경우 순으로 구매하는 것으로 나타났다.

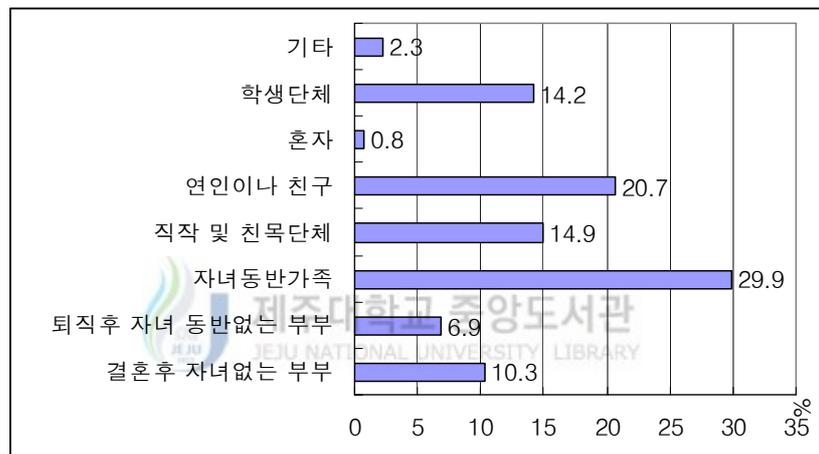
〈그림 4-4〉 관광농원에서 구입한 농산물 가격



5. 관광농원 방문 동반자

관광농원에 함께 동반한 사람들이 누구인지를 묻는 질문에는 <그림 4-5>와 같이 '결혼 후 자녀없는 부부(신혼부부)'가 10.3%(27명), '퇴직 후 자녀 동반없는 부부'가 6.9%(18명), '자녀 동반 가족'이 29.9%(78명), '직장 및 친목단체'가 14.9%(39명), '연인이나 친구'가 20.7%(54명), '혼자서'가 0.8%(2명), '학생단체'가 14.2%(37명), 기타 유형이 2.3%(6명) 분포하고 있었다. 빈도 분석 결과, 자녀동반 가족이 가장 많았고, 그 다음으로 연인이나 친구와 학생단체 순으로 분포하고있는 것으로 나타났다.

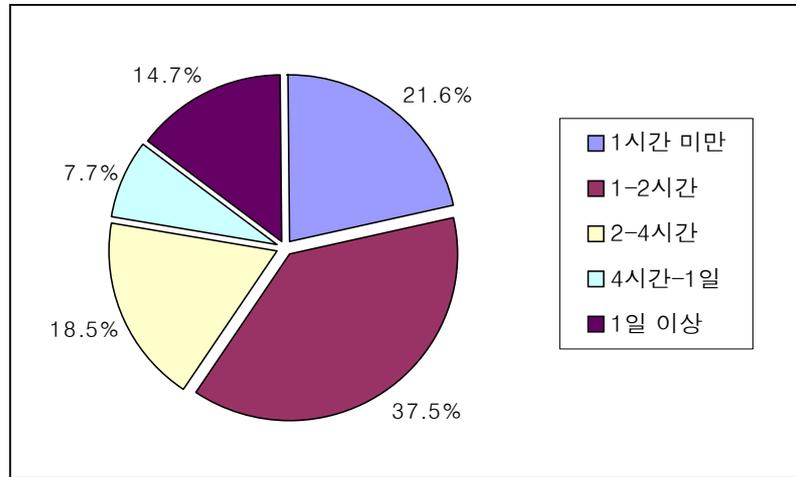
<그림 4-5> 관광농원 방문 동행자



6. 관광농원에서 체류한 시간

<그림 4-6>과 같이 관광농원에서 체류한 시간은 1시간 미만이 21.6%(56명), 1시간에서 2시간 사이가 37.5%(97명), 2시간에서 4시간 사이가 18.5%(48명), 4시간 이상 1일 미만 이 7.7%(20명), 1일 이상이 14.7%(38명)으로 나타나, 본 설문조사에 응답한 응답자들이 관광농원에 체류한 시간은 1시간에서 2시간 사이가 가장 많았고, 그 다음으로 1시간 미만, 2시간에서 4시간 미만, 1일 이상의 순으로 나타났다.

〈그림 4-6〉 관광농원 체류시간



7. 동행자에 따른 관광농원 방문동기 및 선택요인 지각 차이

일원배치분산분석은 한 요인(변수) 내에 있는 두 독립표본 이상의 종속변수의 평균 차이가 유의미한지를 비교할 때 사용하는 분석방법으로 종속변수는 등간 또는 비율척도로 측정된 변수여야 한다. 이와 같은 원리를 바탕으로 분석되어진 자료에서 집단간 분산 ÷ 집단내 분산의 비율인 F값(F ratio, F비, 모집단이 2개인 경우 같은 방법으로 t값을 산출함)과 자유도(degree of freedom)에 의하여 유의도를 결정하게 된다. 즉, 집단간 평균의 차이가 없다는 귀무가설을 기각시킬 수 있는 유의도(significance, p)가 유의수준 $\alpha=0.1, 0.05, 0.01$ 에서 유의한지 그렇지 않은지를 두 집단간 평균의 차이를 검증하게 되는 것이다.⁸⁸⁾

응답자의 동행자에 따라 관광농원 방문동기 및 선택요인에 관한 응답에 차이가 발생하는지를 일원배치분산분석(one-way ANOVA)을 실시한 결과 〈표 4-7〉, 〈표 4-8〉과 같이 분석되었다.

88) 박석희, 관광조사연구기법, 일신사, 2000, p.67.

〈표 4-7〉 동행자에 따른 관광농원 방문동기 인식 차이

동행자	방문동기			
	mx_1 경험	mx_2 휴식	mx_3 자연	mx_4 사고
결혼후 자녀없는 부부	2.703(H)	3.305	3.037(H)	2.876
퇴직 후 자녀동반 않은 부부	3.270(H)	3.700	3.593(H)	3.270
자녀동반 가족	2.814(H)	3.240	3.421(H)	2.948
직장/친목	3.242(H)	2.290	3.763(H)	2.982
연인 및 친구	2.440(M)	3.263	2.980(H)	2.846
혼자	1.666(L)	3.000	2.500(L)	3.333
학생단체	2.743(H)	3.014	3.148(H)	3.333
기타	2.333(M)	3.083	2.833(M)	2.666
F-Value	6.639	1.165	4.038	1.663
Sig.	.000***	.323	.000***	.119
Post-hoc(L-M-H)	L-M-H	-	L-M-H	-

주) * p<0.1, ** p<0.05, *** p<0.01

분석결과, 동행자 유형에 따라 방문동기 중 경험요인(F=6.639, p=.000)과 자연요인(F=4.038, p=.000)에 대해서는 유의수준 0.1수준에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 경험요인에서는 퇴직 후 자녀동반 없는 부부가 가장 높은 평균값을 보였고, 직장/친목과 동행한 응답자의 평균값 역시 높은 분포를 보였다. 자연요인에 대해서는 직장/친목과 동행한 응답자의 평균값이 가장 높게 나타났고, 자녀동반없는 부부와 자녀동반 가족이 높은 평균값을 나타냈다.

응답자의 동행자 유형별 관광농원 선택요인에 대한 지각의 차이를 아래 〈표 4-8〉과 같이 일원분산분석으로 분석한 결과, 농산물, 학습·체험요인에는 유의수준 0.1수준에서, 시설·경관 요인에는 유의수준 0.5수준에서, 시간·거리 요인에는 유의수준 0.1수준에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 퇴직 후 자녀없는 부부는 농산물 요인과 시설·경관요인에서 가장 높은 평균값을, 자녀동반 가족인 경우는 시간·거리 요인에서, 직장/친목 동반 응답자는 학습·체험 요인에서 가장 높은 평균값을 나타내고 있었다.

〈표 4-8〉 동행자에 따른 관광농원 선택요인 지각 차이

동행자 \ 선택속성	mz_1 농산물	mz_2 시설·경관	mz_3 시간·거리	mz_4 학습·체험
결혼후 자녀없는 부부	2.814(M)	3.314(M)	2.807(H)	3.173(M)
퇴직 후 자녀동반 않은 부부	3.375(H)	3.700(H)	2.916(H)	3.027(M)
자녀동반 가족	3.111(M)	3.573(M)	3.314(H)	3.301(H)
직장/친목	3.320(M)	3.192(L)	2.846(H)	3.371(H)
연인 및 친구	2.421(L)	3.388(M)	3.083(H)	2.722(L)
혼자	1.125(L)	2.500(L)	1.500(L)	1.000(L)
학생단체	2.921(M)	3.337(M)	2.945(H)	3.283(H)
기타	2.750(M)	3.250(M)	3.500(H)	3.333(H)
F-Value	7.623	2.201	1.830	4.227
Sig.	.000***	.044**	.094*	.000***
Post-hoc(L-M-H)	L-M-H	L-M-H	L-H	L-M-H

주) * p<0.1, ** p<0.05, *** p<0.01

8. 체류시간에 따른 관광농원 방문동기 및 선택요인 지각 차이

체류시간에 따른 관광농원 방문동기 요인에 대한 응답자들의 지각차이가 존재하는지 분석하기 위하여 〈표 4-9〉와 같이 일원배치분산분석을 실시한 결과, 경험 요인과 휴식요인에서는 유의한 차이가 발생하지 않았고, 자연요인(F=6.229, p=.000)과 사교요인(F=3.525, p=.008)에서는 유의수준 0.1 수준에서 체류시간별 응답자간에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 자연요인에서는 1시간 미만 응답자가 가장 높은 평균값을, 2~4시간 체류시간 응답자가 가장 낮은 평균값을 나타냈고, 사교요인에서는 1일 이상 체류 응답자가 가장 높은 평균값을, 1시간 미만 체류 응답자가 가장 낮은 평균값을 보이고 있었다.

이와 같은 결과는 1시간 미만의 짧은 시간동안 관광농원을 방문하는 방문객들은 경험이나, 휴식에 따른 동기보다, 자연을 즐기고 접하는 그 자체에 보다 많은 중요도를 가지고 있으며, 1일 이상 관광농원에 마련된 숙박시설에서 체류하는 방문객은 경험이나 자연, 휴식과 같은 동기 보다 사교적인 요인의 변수인, '새로운 사람과의 만남'과 '새로운 경험'을 강하게 추구하는 것으로 해석될 수 있다.

〈표 4-9〉 체류시간에 따른 관광농원 방문동기 요인의 지각 차이

체류시간 \ 방문동기	mx_1 경험	mx_2 휴식	mx_3 자연	mx_4 사고
1시간 미만	2.878	3.096	3.750(H)	2.702(L)
1 ~ 2 시간	2.811	3.330	3.202(M)	3.143(H)
2 ~ 4 시간	2.771	3.255	3.021(L)	2.891(M)
4시간 이상 1일 미만	2.894	3.200	3.475(M)	3.000(M)
1일 이상	2.526	3.222	3.058(L)	3.240(H)
F-Value	1.545	.716	6.229	3.525
Sig.	.190	.581	.000***	.008***
Post-hoc(L-M-H)	-	-	L-M-H	L-M-H

주) * p<0.1, ** p<0.05, *** p<0.01

관광농원 체류시간에 따른 관광농원 선택요인의 지각차이를 〈표 4-10〉과 같이 일원배치 분산분석을 통해 분석한 결과, 1일 이상 체류 응답자는 시설경관 요인에 높은 중요도를 나타내고 있고, 1시간에서 2시간 체류하는 응답자는 시간·거리 요인을 다른 요인들보다 중요하게 인식하는 것으로 나타났다.

시설·경관요인은 유의수준 10%수준에서(F=2.166, p=.073) 체류시간별 응답자 간에 차이를 나타냈고, 시간·거리요인에서는 유의수준 1%수준에서 유의한 차이(F=6.567, p=.000)가 있는 것으로 분석되었다.

〈표 4-10〉 체류시간에 따른 관광농원 선택요인 지각 차이

체류시간 \ 선택속성	mz_1 농산물	mz_2 시설·경관	mz_3 시간·거리	mz_4 학습·체험
1시간 미만	3.000	3.214(L)	2.982(M)	3.303
1 ~ 2 시간	2.847	3.468(M)	3.412(H)	3.030
2 ~ 4 시간	3.046	3.364(M)	2.916(M)	3.072
4시간 이상 1일 미만	2.825	3.462(M)	2.394(L)	3.263
1일 이상	2.955	3.597(H)	2.842(M)	3.184
F-Value	.688	2.166	6.567	1.229
Sig.	.601	.073*	.000***	.299
Post-hoc(L-M-H)	-	L-M-H	L-M-H	-

주) * p<0.1, ** p<0.05, *** p<0.01

제4절 연구가설 검증

1. 연구가설 1의 검증

〈연구가설 1〉 관광농원 방문동기는 관광농원 선택속성에 영향을 미칠 것이다.

위 〈연구가설 1〉을 검증하기 위하여 두 개 이상의 독립변수의 변화에 따라서 한 개의 종속변수가 어떻게 변화하는가를 예측(prediction)하고 설명(explanation)하는 인과관계 분석기법⁸⁹⁾인 다중회귀분석(multiple regression analysis)을 〈표 4-11〉과 같이 실시하였다. 다중회귀분석의 독립투입 방법으로는 독립변수들 간의 상관관계가 매우 높을 때 추정된 회귀계수의 통계적 의미를 상실하게 할 수 있는 다중 공선성(multi collinearity)을 처리할 수 있는 방법으로 단계선택법(stepwise method), 상관분석을 통해 상관계수가 0.7 이상인 경우를 파악하는 방법, 요인별 상관관계를 0으로 전제로 하여 표준화된 요인 점수(factor score)를 투입하는 방법 등이 있다.⁹⁰⁾ 연구가설 1의 검증을 위한 다중회귀분석의 투입방법으로는 요인점수 투입방법을 사용하였다.

독립변수인 관광농원 방문동기가 종속변수인 관광농원 선택속성을 설명해 주는 검정력(power)은 결정계수(R Square, coefficients of determination)의 정도로 파악할 수 있는데 분석결과 독립변수로 투입한 경험, 휴식, 자연, 사교 요인은 종속변수에 대해 전체 31.1%(R^2 는 .311) 설명해 주고 있다. 그리고 독립변수와 종속변수의 상관관계(R)은 0.557이고 자유도를 고려한 수정된 R제곱(Adjusted R square)은 0.229로 나타났다.

그리고 회귀분석 결과 회귀식에 의해 설명된 변동(S.S.R)은 7.496이고 설명되지 않은 변동(S.S.E)은 52.690으로서 이 값들을 자유도로 나눈 평균제곱은 7.496과 0.226으로 산출되어 두 값의 비율인 F값은 25.921로 산출되었다(sig. = .000). 이는 곧 회귀방정식이 통계적으로 유의미한 결과를 갖음을 시사하고, 독립변수들의 기울기가 모두 0이 아님을 F분포에서 유의수준 0.01에서 검증한 것이다. 이와 같은 분석 결과 〈연구가설 1〉은 채택할 수 있고(Fail to reject H_1), 아래와 같은 회귀방정식으로 예측될 수 있다.

89) 차석빈 외, 「다변량 분석의 이론과 실제: 관광학 사례를 중심으로」, 학현사, 2003. pp.23-67.

90) 정충영·최이규, 「한글 SPSS 10.0 SPSSWIN을 이용한 통계분석」, 2001 pp.203-218.

〈표 4-11〉 관광농원 방문동기가 선택속성에 미치는 영향

모 형	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
	B	표준오차	베타		
(상수)	-.001	.028		-.021	.983
fac_x1(경험)	.174	.028	.344	6.285	.000***
fac_x2(휴식)	.121	.028	.240	4.387	.000***
fac_x3(자연)	.135	.028	.264	4.829	.000***
fac_x4(사교)	.123	.028	.242	4.429	.000***
R = .557, R ² = .311, Adjusted R ² = .299, F = 25.921, Sig. = 0.000***					

주) * p<0.1, ** p<0.05, *** p<0.01

$$Z = 0.174x_1 + 0.121x_2 + 0.135x_3 + 0.123x_4$$

Z: 관광농원 선택, x1: 경험, x2: 휴식, x3=자연, x4=사교

독립변수에 대해서 T 분포를 이용한 것도 유의도 검정에 필요한 T 통계량과 독립변수의 기울기가 모두 0이라는 귀무가설이 기각될 수 있는 유의확률값이 제시되어야 하는데, 독립변수의 회귀계수는 모두 유의수준 0.01에서 볼 때 모두 통계적으로 유의미하므로, 모든 독립변수는 종속변수에 유의미한 영향을 미칠 것이라 예측될 수 있다.

또한, 회귀분석에서 독립변수가 여러 개인 경우는 변인간의 상관관계(correlation)에 기초한 상대적 중요도를 비교하기 위한 표준회귀계수(standard regression coefficients, Beta)의 값을 비교해야 한다.⁹¹⁾ 그 값을 비교해 본 결과 관광농원 방문동기 중 경험요인(Factor 1)이 0.344로 독립변수 중 가장 좋은 설명력을 가지고 있고, 그 다음으로 자연요인(Factor 3)이 0.264, 사교요인(Factor 4)이 0.242, 휴식요인이 0.240 정도의 상대적 설명력을 갖는 것으로 나타났다.

그리고, 독립변수간의 다중공선성 유무는 요인점수를 독립변수 투입방법으로 선택했기 때문에 다중공선성에 의한 문제가 없고, 회귀방정식에서 y 절편에 해당하는 상수항

91) 오택섭, 「사회과학데이터분석법」, 나남출판, 1998, pp.299-300.

(Constant)은 유의하지 않은 것으로 나타났다.

가설검증 결과, 관광농원 방문동기 중에서 관광농원 선택에 가장 많은 영향을 미치는 것은 경험요인임을 알 수 있었고, 이는 관광농원에서의 활동이 휴식이나 자연체험, 사교적 활동과 같은 동기보다 직접 관광농원에서의 체험프로그램을 경험하는 것이 관광농원 방문객들이 가장 중요시 여기는 점임을 파악할 수 있다. 그러므로 관광농원 업체는 농원의 자연경관이나 편의시설 확충에 중점을 두고 경영하는 것을 지양하고, 체험프로그램 및 체험상품 개발을 농원 경영의 핵심으로 두어야 할 것이다.

2. 연구가설 2의 검증

〈연구가설 2〉 관광농원 정보원천은 관광농원 방문동기에 영향을 미칠 것이다.

(세부가설 2-1) 신문·잡지·책과 같은 비인적 정보매체는 관광농원 방문동기에 유의한 영향을 미칠 것이다.

(세부가설 2-2) 여행사직원과 같은 인적 정보원천은 관광농원 방문동기에 유의한 영향을 미칠 것이다.

(세부가설 2-3) 가족과 친구는 관광농원 방문동기에 유의한 영향을 미칠 것이다.

(세부가설 2-4) 관광농원의 팸플릿과 홈페이지 같은 업체의 판촉활동은 관광농원 방문동기에 유의한 영향을 미칠 것이다.

독립변수로 설정된 4개의 정보원천이 종속변수인 관광농원 방문동기에 영향을 줄 것이라는 〈연구가설 2〉와 4개의 세부가설을 검증하기 위해 다중회귀분석을 〈표 4-12〉와 같이 실시했고, 독립변수 투입방법으로는 단계선택방법(Stepwise method)을 선택한 결과 4개의 모든 독립변수가 투입되었고, 투입된 순서는 Y1(신문·잡지·책)-Y3(가족·친구)-Y4(팸플릿·홈페이지)-Y2(여행사) 순이었다. 단계선택법은 독립변수간 다중 공선성이 존재한 경우 선택하는 방법 중 하나로 설명력이 높은 변수가 우선 투입되도록 하는 방식이다.

〈표 4-12〉 정보원천이 관광농원 방문동기에 미치는 영향

모형	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률	공선성 통계량	
	B	표준오차	베타			공차한계	VIF
(상수)	1.807	.155		11.665	.000***		
y1 신문·잡지·책	.133	.029	.267	4.550	.000***	.968	1.033
y2 여행사 직원	.083	.031	.158	2.717	.007***	.979	1.022
y3 가족·친구	.116	.031	.220	3.793	.000***	.990	1.010
y4 팸플렛·홈페이지	.100	.028	.212	3.628	.000***	.972	1.029
R = .474, R ² = .225, Adjusted R ² = .212, F = 16.917, Sig. = .000***							

주) * p<0.1, ** p<0.05, *** p<0.01

$$X = 1.807 + 0.133y_1 + 0.038y_2 + 0.116y_3 + 0.1y_4$$

x1: 신문·잡지·책, x2: 여행사직원, x3: 가족·친구, x4: 팸플렛·홈페이지

회귀분석 결과 종속변수를 설명해 주는 검정력(power)은 결정계수(R Square, coefficients of determination)로 나타나는데 그 값은 0.225로 22.5%의 설명력을 갖는 것으로 예측되었고, 독립변수와 종속변수의 상관관계(R)은 0.474이고 자유도를 고려한 수정된 R제곱(Adjusted R square)은 0.212로 나타났다.

그리고 회귀분석 결과 회귀식의 F값은 16.917로 산출되었다(sig. = .000). 이는 곧 회귀방정식이 통계적으로 유의미한 결과를 갖음을 시사하고, 독립변수들의 기울기가 모두 0이 아님을 F분포의 유의수준 0.01에서 검증한 것이다. 이와 같은 분석 결과 〈연구가설 2〉은 채택할 수 있고(Fail to reject H₂), 아래와 같은 회귀방정식으로 예측될 수 있다.

(세부가설 2-1), (세부가설 2-2), (세부가설 2-3), (세부가설 2-4)를 검증하기 위해서는 각 세부가설을 이루는 변수(4개의 독립변수)의 회귀방정식에서의 기울기가 0이 아님을 밝혀야 하는데, 독립변수의 회귀계수는 모두 유의수준 0.01에서 볼 때 모두 통계적으로 유의미하므로, 모든 독립변수는 종속변수에 유의미한 영향을 미칠 것이라 예측될 수

있어 4개의 세부가설은 모두 채택될 수 있다.

독립변수의 상대적 중요도를 비교하기 위한 표준회귀계수는 '신문·잡지·책'이 0.267로 가장 좋은 설명력을 가지고 있고, 그 다음으로 '가족·친구'(0.220), 팜플렛과 홈페이지(0.212), 여행사 직원(0.158) 순으로 설명력을 나타냈다. 그리고, 독립변수간의 다중공선성 유무는 다중공선성을 처리할 수 있는 방법으로 단계선택법을 선택했기 때문에 다중공선성에 의한 문제가 없고, 회귀방정식에서 y 절편에 해당하는 상수항(Constant)은 1.807로 유의수준 0.01에서 유의한 값을 나타냈다.

위와 같은 가설 검증 결과, 관광농원 방문에 있어서는 신문이나 잡지와 같이 대중적으로 알려져 신뢰할 수 있는 정보원천이 다른 정보원천보다 중요한 영향을 미치고 있어, 농원경영자는 언론매체와의 우호적 관계를 형성하고 유지하여 홍보(publicity)될 수 있는 기회를 최대한 활용해야 할 것이다.

3. 연구가설 3의 검증

〈연구가설 3〉 관광농원의 외적변수는 관광농원 방문동기에 영향을 미칠 것이다.

(세부가설 3-1) 관광농원의 신뢰도는 관광농원 방문동기에 영향을 미칠 것이다.

(세부가설 3-2) 관광농원 방문 시간과 비용은 관광농원 방문동기에 영향을 미칠 것이다.

독립변수로 설정한 외적변수는 관광농원의 신뢰도와 관광농원 방문시간과 비용으로 구성되었고, 이런 독립변수들이 종속변수인 관광농원 방문동기에 영향을 미칠 것이라는 〈연구가설 3〉과 (세부가설 3-1), (세부가설 3-2)를 검증하기 위해 〈표 4-13〉과 같이 다중회귀분석을 실시했고, 독립변수 투입방법으로는 입력방법(Enter method)을 이용하였다.

회귀분석 결과 결정계수 R^2 는 0.119로 종속변수의 변동을 11.9% 정도 설명하는 것으로 예측되었고, 독립변수와 종속변수의 상관관계(R)은 0.344이고 자유도를 고려한 수정된 R제곱(Adjusted R square)은 0.111로 나타났다.

그리고 회귀식의 F값은 15.657로(sig. = .000) 산출되어 회귀방정식이 통계적으로 유의미한 결과를 갖음을 시사하고, 독립변수들의 기울기가 모두 0이 아님을 유의수준 0.01에서 검증할 수 있다. 그러므로, 〈연구가설 3〉과 (세부가설 3-1), (세부가설 3-2)은 채택할 수 있고 아래와 같은 회귀방정식으로 나타낼 수 있다.

그리고 연구가설 3은 독립변수의 투입을 입력방식(Enter method)을 이용하였기 때문에 독립변수들 간에 상관관계가 높을 경우 발생하는 다중공선성 여부를 진단해야 한다.

공차한계(Tolerance)는 0.3이하일 경우, VIF(분산확대인자, Variance Inflation Factor)는 10.0 이상일 경우 다중공선성이 발생하기 쉬운데⁹²⁾ 본 분석에서는 독립변수의 공차한계가 0.708, VIF가 1.412이하 이므로 다중공선성에는 문제가 없는 것으로 분석되었다.

〈표 4-13〉 외적 변수가 방문동기에 미치는 영향

모 형	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률	공선성 통계량	
	B	표준오차	베타			공차한계	VIF
(상수)	2.287	.140		16.282	.000***		
b5 신뢰도	.177	.046	.279	3.814	.000***	.708	1.412
b6 시간/비용 적절성	.063	.046	.101	1.388	.007***	.708	1.412
R = .344, R ² = .119, Adjusted R ² = .111, F = 15.673, Sig. = .000***							

주) * p<0.1, ** p<0.05, *** p<0.01

$$X = 2.287 + 0.177b_5 + 0.063b_6$$

X: 관광농원 방문동기, b5: 관광농원 신뢰도, b6: 시간·비용 적절성

이와 같은 가설 검증 결과는, 방문객의 방문유도를 위해서는 방문객이 농작물을 받고 구입할 수 있게 농작물 및 판매상품에 대한 자세한 정보를 해설하고, 체험프로그램과 연계시키면서 그 작물 및 상품의 가치를 인식시키게 하는 방법이 필요하다. 그리고 관광농원에서 판매되는 상품의 가격 역시 합리적인 선에서 형성되어야 방문객에게 유인력을 가질 수 있음을 알 수 있다.

4. 연구가설 4의 검증

〈연구가설 4〉 관광농원 선택속성은 관광농원 이용 후 경험에 영향을 미칠 것이다.

(세부가설 4-1) 관광농원 선택속성은 관광농원 만족에 영향을 미칠 것이다.

(세부가설 4-2) 관광농원 선택속성은 관광농원 재방문의도에 영향을 미칠 것이다.

(세부가설 4-3) 관광농원 선택속성은 관광농원 추천의도에 영향을 미칠 것이다.

다음 〈표 4-14〉의 a) 같이 관광농원 선택속성이 관광농원 만족에 미치는 영향을 검증

92) 채서일, 「마케팅조사론」, 학현사, 1998, p.372.

한 결과 선택속성 중 제1요인인 '농산물'요인은 종속변수에 유의한 영향을 미치지 않았고 나머지 시설·경관($\beta = .279, t = 5.311$), 시간·거리($\beta = .138, t = 2.626$), 학습·체험($\beta = .252, t = 4.784$) 요인은 종속변수에 유의한 영향을 미치는 회귀계수를 갖는 것으로 분석되었다. 이와 같이 3개의 독립변수는 종속변수의 변동을 18.9% (R^2) 설명하는 회귀방정식을 성립시키고 있다($F = 14.441, sig. = 0.000$).

〈표 4-14〉 관광농원 선택속성이 관광농원 이용 후 경험에 미치는 영향

모 형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
		B	표준오차	베타		
a) a1 만족	(상수)	3.431	.052		65.355	.000***
	fac_z1 농산물	-.0002	.053	.000	.006	.996
	fac_z2 시설·경관	.279	.053	.303	5.311	.000***
	fac_z3 시간·거리	.138	.053	.150	2.626	.000***
	fac_z4 학습·체험	.252	.053	.173	4.784	.000***
R = .435, R ² = .189, Adjusted R ² = .176, F = 14.441, Sig. = 0.000***						
b) a3 재방문의 의도	(상수)	3.403	.054		62.713	.000***
	fac_z1 농산물	.059	.054	.064	1.094	.275
	fac_z2 시설·경관	.231	.054	.247	4.240	.000***
	fac_z3 시간·거리	.012	.054	.013	.230	.818
	fac_z4 학습·체험	.276	.054	.296	5.081	.000***
R = .392, R ² = .153, Adjusted R ² = .140, F = 11.227, Sig. = 0.000***						
c) a2 추천의 도	(상수)	3.486	.049		71.606	.000***
	fac_z1 농산물	-.038	.049	-.044	-.785	.996
	fac_z2 시설·경관	.252	.049	.290	5.158	.000***
	fac_z3 시간·거리	.111	.049	.128	2.275	.024**
	fac_z4 학습·체험	.287	.049	.332	5.893	.000***
R = 0.461, R ² = 0.213, Adjusted R ² = .200, F = 16.755, Sig. = 0.000***						

주) * p<0.1, ** p<0.05, *** p<0.01

그리고 위 표의 b)에서 보는 것과 같이 관광농원 선택요인이 재방문 의도에 미치는 영향을 회귀분석을 통해 검증한 결과 시설·경관요인($\beta=231, t=4.240$)과 학습·체험요인($\beta=.276, t=5.081$)만 유의한 회귀계수를 보이며 종속변수에 영향을 주는 변수로 분석되었다. 위 표의 b)와 같은 회귀모형은 $R^2 = 0.392, F=11.2275$ (sig.=.000)로 유의한 회귀방정식을 성립시키고 있다.

선택속성이 추천의도에 미치는 영향을 검증한 결과, 위 표의 c)에서 보는 것과 같이 시설·경관 요인($\beta=.252, t=5.158$)과 학습·체험요인($\beta=.287, t=5.894$)은 유의수준 0.01에서 유의한 회귀계수를 갖고 있었고 시간·거리요인($\beta=.111, t=2.257$)은 유의수준 0.05에서 유의한 회귀계수를 나타내고 있다. c)와 같은 회귀모형은 $R^2=0.213, F=16.775$ (sig.=.000)로 유의한 회귀방정식을 성립시키고 있다.

가설검증 결과, 관광농원 선택속성 중 농산물 요인은 관광농원 이용 후 경험으로 파악한 관광농원 만족, 추천의도, 재방문의도 모두에 영향을 주지 않았고, 재방문의도에는 농산물요인과 시간·거리 요인이 영향을 주지 않는 것으로 나타나, <연구가설 4>와 (세부가설 4-1)과 (세부가설 4-2)는 부분적으로 채택될 수 있는 것으로 나타났다. 이 결과는 관광농원 방문객은 농산물 요인을 전반적으로 만족하고 있지 않고 있어서 해당 관광농원의 농산물 때문에 그 관광농원을 재방문하거나, 타인에게 추천하지는 않는다는 것이다.

오히려, 그 관광농원의 시설이나 경관, 학습 및 체험 프로그램이 어떠한가가 관광농원 이용 후 경험에서 중요한 영향을 미치고 있어, 이는 앞에서 살펴본 <연구가설 1>에서 관광농원 방문동기 중에서 자연에 관련된 동기보다 경험에 관련된 동기가 관광농원 선택에 더 많은 영향을 미친다는 결과와 같은 맥락에서 이해될 수 있다.

5. 가설검증의 요약과 분석결과의 시사점

1) 가설검증의 요약

본 연구의 가설검증 결과는 <표 4-11>과 같이 요약할 수 있다. 관광농원 방문동기가 관광농원 선택속성에 영향을 미친다는 <연구가설 1>은 요인분석을 통해 추출된 4개의 방문동기 요인이 모두 종속변수인 선택속성에 유의한 영향을 미치고 있음을 다중회귀분석을 통해 검증하였고, 검증결과 채택할 수 있었다. <연구가설 2>와 4개의 세부가설은

관광농원의 4가지 정보원천을 독립변수로, 관광농원 방문동기를 종속변수로 회귀방정식에 투입하여 분석한 결과 4개 독립변수의 기울기가 모두 0.1 유의수준에서 유의한 값을 갖고 있는 것으로 나타나 채택할 수 있었다.

〈표 4-15〉 가설검증 결과 요약

구 분	내 용	채택여부
연구가설 1	방문동기→ 선택속성	채택
연구가설 2	관광농원 정보원천→ 관광농원 방문동기	채택
2-1	비인적정보원천 → 관광농원 방문동기	채택
2-2	인적정보원천 → 관광농원 방문동기	채택
2-3	가족·친구 → 관광농원 방문동기	채택
3-4	관측활동 → 관광농원 방문동기	채택
연구가설 3	관광농원 외적변수→ 관광농원 방문동기	채택
연구가설 4	관광농원 선택속성 → 관광농원 이용 후 경험	부분 채택

〈연구가설 3〉은 관광농원에 대한 신뢰도와 관광농원에서의 비용과 시간의 적정성과 같은 외적변수가 관광농원 방문동기에 미치는 영향관계로, 이 역시 다중회귀분석결과 외적변수를 구성하고 있는 신뢰성과 시간·비용적정성은 모두 종속변수인 방문동기에 0.1 유의수준에서 유의한 회귀계수를 나타내면서 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 〈연구가설 4〉는 변수의 타당성 검증을 위한 요인분석결과 추출된 4개의 관광농원 선택속성이 만족, 추천의도, 재방문 의도와 같은 이용 후 경험에 미치는 영향관계로서 3회의 다중회귀분석결과, 농산물 및 시간·거리 요인을 제외한 요인들이 만족, 추천의도, 재방문 의도에 유의한 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다.

2) 분석결과의 시사점

본 연구의 연구설계에서 선행연구를 바탕으로 설정한 관광농원 방문동기 변수는 설문조사 후 요인분석을 통해 경험요인, 휴식요인, 자연요인, 사교요인으로 추출되었고, 이들 요인들이 관광농원 선택에 미치는 영향은 모두 통계적으로 유의한 결과로 나타났다. 4개

의 요인 중 경험 요인은 선택이 가장 많은 영향력을 갖는 것으로 연구가설 1의 검증 결과에서 분석된 것으로 볼 때, 관광농원 사업자는 방문객들의 체험 동기를 충족시켜 줄 수 있는 프로그램 개발에 더욱 관심을 쏟아야 할 것이다.

또한, 관광농원 이용과 관련된 행동에 대한 빈도분석 결과 방문 관광농원의 방문경험에 대한 만족과 추천의도, 재방문 의도는 평균값 3.4의 값으로서 중간 값인 2.5를 상회하고 있으나 이 점수는 100점 환산시 70점 정도의 값으로 만족 정도, 추천 및 재방문 의도는 매우 높지 않은 수준으로 나타났다.

관광농원 방문만족과 관련된 회귀분석 결과, 만족에 미치는 선택속성은 농산물 요인을 제외한 시설·경관, 시간·거리, 체험·학습 요인이 영향을 주고 있었고, 시설·경관 요인이 만족에 가장 많은 영향(표준화 계수Beta=.303)을 주는 것으로 나타났다. 이는 아직까지 조사 대상지인 제주지역의 관광농원을 선택하는 방문객들은 관광농원을 방문하는 시간이나 거리(Beta=.150) 또는 관광농원에서 체험하거나 학습할 수 있는 프로그램(Beta=.173) 보다 관광농원의 시설의 상태와 농원의 입지가 경관이 좋은 지역에 위치하는가를 보다 중요하게 여기고 있다는 것을 의미한다.

이 결과는 또한 관광농원 사업자 측면에서는 농원의 편의시설을 보다 정비해야 하는 시사점과 함께, 체험이나 학습 프로그램이 방문객들이 농원을 선택할 수 있는 매력성(appeal)을 가질 수 있도록 이를 개발해야 하는 과제를 던져주고 있다. 하지만, 이 분석에서 나타난 것과 같이 관광농원 선택속성에서 농산물 요인이 만족, 추천의도, 재방문 의도 모두에게 유의한 영향력을 갖는 회귀계수가 산출되지 않았다고 해서 관광농원의 농산물이 중요하지 않다고 해석해서는 안되며, 이는 통계적으로 유의미한 영향관계가 없을 뿐, 농업관광과 녹색관광 관련 이론과 국·내외 사례를 고찰할 때, 관광농원의 성공에 핵심적인 요인이 됨을 상기해야 할 것이다.

제5장 결 론

제1절 연구의 요약과 성과점

본 연구는 관광농원에 대한 전반적인 이론고찰과 현재의 운영현황을 살펴보고, 현재 어려움을 겪고 있는 관광농원의 경영상황을 개선할 수 있는 방법으로써 관광농원 방문객들의 방문동기와 관광농원 선택속성에 주목하고, 소비자 행동론을 비롯한 선행연구를 검토하였다. 이런 선행연구의 고찰을 통해 관광농원의 방문동기와 선택속성 간의 관계를 연구모형으로 설정한 뒤 가설을 검증함으로써, 관광농원이 실제 관광농원 경영에 참고할 수 있는 시사점이 제시될 수 있도록 전개하였다.

관광농원 방문동기는 선택속성에 유의한 영향을 미치고 있었고, 관광농원 방문정보원천(책·잡지·신문, 여행사, 친구·가족, 팸플렛·홈페이지)과 관광농원 외적변수(관광농원 신뢰도, 소요시간 및 비용의 적절성)도 관광농원 방문동기에 영향을 미치고 있음을 검증하였다. 그리고 관광농원 선택속성은 만족, 재방문 의도, 추천의도로 파악한 관광농원 이용 후 만족경험에 부분적으로 영향을 미치고 있음을 알 수 있었다. 이와 같은 결과, 관광농원 경영자는 방문객 관리를 통한 관광농원 시설 정비, 체험 및 학습 프로그램 개발, 효과적인 광고 및 홍보 수단 및 전략 등을 수립할 때 다음과 같은 시사점을 참고할 수 있다.

첫째, 관광농원 방문동기 중에서 관광농원 선택에 가장 많은 영향을 미치는 것은 경험요인으로 밝혀졌기 때문에, 관광농원의 활동이 휴식이나 자연체험, 사교적 활동과 같은 동기를 자극하는 것 보다 관광농원에서의 체험프로그램을 운영하고 방문객들이 경험하게 하는 것이 중요한 점임을 파악할 수 있다. 그러므로 관광농원 업체는 농원의 자연경관이나 편의시설 확충에 중점을 두고 경영하는 것을 지양하고, 체험프로그램 및 체험상품 개발을 농원 경영의 핵심으로 두어야 할 것이다.

둘째, 관광농원 방문동기에 영향을 미치는 정보원천으로 설정한 '신문·잡지·책', '여행사 직원', '가족·친구', '팸플렛·홈페이지'와 같은 4개의 변수가 통계적으로 유의한 수준에서 관광농원에 영향을 주고 있었다는 점이다. 정보원천 중에서 신문·잡지·책이 가장 많은 영향을 주고 있었고, 여행사 직원은 가장 낮은 영향을, 나머지 두 개 매체는 비

슷한 수준이었다. 이와 같은 결과는, 관광농원의 경우 효과적인 홍보 수단으로 인적 정보원천을 활용한 인적판매 형태의 프로모션 믹스 보다 신문·잡지 등에 직·간접적으로 홍보(publicity)되게 하거나, 인터넷 홈페이지를 통해서 홍보·광고되는 것이 보다 효과적임을 나타내는 결과라 할 수 있다.

셋째, 관광농원의 신뢰성과 시간 및 비용의 적절성과 같은 '외적 변수'가 관광농원의 방문동기에 영향을 미칠 것이라는 가설을 검증하면서 관광농원의 신뢰성(표준화계수 $Beta=3.814$)이 시간 및 비용의 적절성($Beta=.101$)보다 방문동기에 미치는 영향이 큰 것을 확인할 수 있었다. 이는 관광농원 방문에는 방문에 드는 시간이나 비용 측면보다는 그 농원을 신뢰할 수 있는가 하는 신뢰성이 해당 관광농원을 방문하게 하는데 보다 더 큰 유인력을 갖는 것으로 해석될 수 있다. 그러므로 관광농원 사업자는 방문객들과의 신뢰를 구축할 수 있도록 판매하는 농산물의 생산과 유통을 투명하게 하고, 방문객의 기호에 맞도록 다양화함으로써 만족한 방문객들의 구전효과(word of mouth)와 언론매체에 좋은 보도를 받을 수 있도록 하는 홍보전략을 실행하는 것이 바람직하다.

넷째, 관광농원 방문객은 해당 관광농원의 농산물 때문에 그 관광농원을 재방문하거나, 타인에게 추천하지는 않는다는 결과는 관광농원 운영자에게 우선적으로 농원의 재배작물과 판매작물 재배·관리 수준이 취약하는 점을 나타내고 있다. 이 결과를 바탕으로 이런 농산물의 재배와 관리, 농산물을 중심으로 한 테마 프로그램 등 세심한 관리와 상품개발을 시도하는 관광농원은 그 만큼 경쟁적 장점을 다른 농원들 보다 선점할 수 있고, 방문객들의 농원 이용 후 만족도 충족시켜 줄 수 있다는 시사점을 제시해 주고 있다.

제2절 연구의 한계와 향후 방향

본 연구는 관광농원 표본 선정에 있어서 무작위편의표본추출 방법을 사용함으로써 분석결과가 모집단을 대변하는 대표성을 갖게 하는데 한계를 갖으며, 분석대상 지역도 관광객이 관광농원 방문 목적 이외의 다양한 관광 방문목적으로 방문하는 제주지역으로 한정함으로써 관광농원의 방문동기 및 선택속성 도출에 있어서도 제주지역 관광농원 방문과 관련한 행동을 분석한 것으로 한정되어야 할 것이다.

향후, 본 연구는 관광농원 방문동기와 선택속성이 보편적 타당성을 갖도록 하기 위해 연구사례지역을 두 개 이상으로 확장하면서, 표본 선정에 있어서도 관광농원의 다양한

유형을 반영하고, 다양한 농원 방문객의 특성이 반영된 표본선정방법을 실시하는 방향으로 전개될 경우 우리나라 관광농원 경영에 활용할 수 있는 유용한 시사점들을 제시할 수 있을 것으로 전망된다.



참 고 문 헌

1. 국내 문헌

1) 도서 및 보고서

- 경북대학교 농업과학기술연구소, 「경북지역의 관광농원 육성방안」, 1991.
- 교통개발연구원, 「관광진흥증장기계획에 관한 연구」, 교통개발연구원, 1991.
- 김사현, 「관광학 연구방법론」, 일신사, 2000.
- 김재민, 「관광계획·개발론」, 대왕사, 1996.
- 김홍운, 「관광자원론」, 일신사, 1994.
- 농어촌진흥공사, 지방화시대의 농어촌 종합전략, 1995.
- 류선무, 「관광농업의 개설과 경영」, 형설출판사, 1989.
- 문화관광부, 「2002 관광동향에 관한 연차보고서」, 2002.
- 박석희, 「관광조사연구기법」, 일신사, 2000.
- 박시사, 「관광소비자행동론」, 대왕사, 2002.
- 백영훈, “농어촌 관광개발 활성화방안 연구”, 한국관광공사, 1996.
- 삼성경제연구소, 「IMF시대 저비용 여가시설의 개발방안」, 1998.
- 손대현·장병권 역, 관광심리학, 백산출판사, 2000.
- 오택섭, 「사회과학데이터분석법」, 나남출판, 1998.
- 원태연·정성원, 「한글 SPSS 10K 통계조사분석」, SPSS 아카데미, 2001.
- 이순목, 「요인분석 I」, 학지사, 1995.
- 이장춘, 「관광계획·개발론」, 대왕사, 1994.
- 이질현, 「관광농업개발론」, 아세아문화사, 1986.
- 최병두 외(著, 사)대구·경북환경연구소, 대구대학교 사회과학연구소 譯, 「현대환경문제의
재인식: 학제적 접근」, 한울아카데미, 2003.
- 정충영·최이규, 「한글 SPSS 10.0 SPSSWIN을 이용한 통계분석」, 2001
- 정하성·황택주·김영주, 「농촌지역사회개발론」, 백산출판사, 1995.
- 제주시 농업기술센터·제주대학교 아열대농업연구소, 「제주시 지역의 관광활성화를 위

- 한 관광농원의 개발방향에 관한 연구」, 도서출판 오디콤, 1999.
- 차석빈 외, 「다변량 분석의 이론과 실제: 관광학 사례를 중심으로」, 학현사, 2003.
- 채서일, 「사회과학조사방법론」, 법문사, 1990.
- 최재원 외, 「지역사회개발론」, 백산출판사, 1993.
- 한경수, 「관광객 행동론」, 형설출판사, 1997.
- 한국관광공사, 「지방화시대의 관광정책」, 1992.
- _____ , 「농어촌관광개발 활성화연구」, 1996.

2) 연구논문 및 기타 자료

- 강승진, “제주지역 농업의 관광자원화에 관한 연구”, 전남대학교 박사학위논문, 1994.
- 강신겸, “농촌관광의 가능성과 발전방향”, 삼성경제연구소 CEO Information 제222호, 2002.1.30.
- 경상북도·한국관광농원협회경상북도지회, 「관광농원운영 활성화를 위한 세미나 자료집」, 1997.
- 김경호, 「관광마케팅론」, 제주대학교 경영대학원 관광경영학과 3학기 강의노트, 미출판, 2002.
- 김상기·이호철 외, “경북지역 유희·한계농지의 활용방안에 관한 연구”, 경상북도·경북대 농업과학기술연구소, 1994.
- 김선례, “한국의 관광농업 개발에 관한 연구”, 경기대학교 대학원 석사학위논문, 1987.
- 김시중·이용규, “대전·충남지역 관광농원 이용자의 이용행위분석을 통한 활성화전략”, 관광·레저연구 제11권 제1호, 1999.
- 김정수, “관광농원 방문객의 행동특성의 만족 및 재방문에 미치는 영향에 관한 연구”, 전주대학교 대학원 박사학위논문, 2001.
- 김창곤, “한국관광농업개발 정책과정에 관한 연구”, 한양대학교 박사학위논문, 1993.
- 김희만, “농어촌관광 활성화방안 연구”, 여가생활연구, 제7호, 경기대학교 부설 여가산업연구소, 1996.
- 류선무, “한국관광농업의 운영실태분석과 소득증대방안에 관한 연구”, 한국관광학회, 관광학연구 제16집, 1992.

- 박영래, “한국의 관광농업의 개발방향에 관한 연구”, 중앙대학교 사회개발대학원 석사학위논문, 1998.
- 박영수, “한국 관광농원의 현황 미 특성에 관한 조사연구”, 성균관대학교 대학원, 박사학위논문, 1993.
- 박은주, “대구근교권 관광농원의 실태조사 및 활성화에 관한 연구”, 한양대학교 환경대학원 석사학위논문, 1999.
- 박희일, “관광 농장업설에 관한 연구”, 경기대학교 대학원 석사학위 논문, 1993.
- 신동식, “관광농원 이용객의 선택속성에 관한 연구”, 관광정책학연구 제8권 제2호, 2002.
- 오상훈, “관광객의 성격과 관광목적지의 관계에 관한 연구”, 한양대학교 대학원 박사학위논문, 1992.
- 유승우 외, “농촌지역사회의 지속가능성: 선린촌(1967-1999)을 중심으로.” 지역사회개발연구, Vol25, No.1. 1999.
- _____, “한국관광농업의 개발추이와 경영실태 분석”, 관광농업연구 제1집, 1994.
- _____, “한국관광농업의 경영실태와 유형 분석”, 충북대학교 박사학위논문, 1992.
- 윤동구, “관광객만족 구조모형의 개발에 관한 연구”, 경기대학교 대학원 박사학위 논문, 2000. .
- 이경진, “농촌관광계획의 그린 투어리즘 도입에 관한 연구”, 관광정책학연구, 제2권 제1호(통권2호), 한국관광정책학회, 1996.
- 이종원, “관광농업개발의 기본 방향 설정에 관한 연구”, 경기대학교 대학원 석사학위논문, 1986.
- 이항구, “관광농장업이라는 용어의 정의에 관한 연구”, 관광연구논집, 제5집, 경기대학교, 1988.
- 이호철, “그린 투어리즘과 지역사회: 대구시민을 위한 농원개발 전략구상”, 최병두 외(著, 사)대구·경북환경연구소, 대구대학교 사회과학연구소 譯, 「현대환경문제의 재인식: 학제적 접근」, 한울아카데미, 2003.
- 이효기, “한국의 관광농업 개발정책에 관한 연구: 관광농원·농촌민박을 중심으로”, 관광농업연구, 창간호, 한국관광농업학회, 1994.
- 장용운, “한국관광농업 경영의 현황과 발전방향에 관한 연구”, 건국대학교 행정대학원 석사학위논문, 1996.
- 정철모·유응교, “농촌정주체계의 확립을 통한 농촌취락의 정비방안에 관한 연구”, 한국

- 지역개발학회지, 제6권 제11호, 한국지역개발학회, 1994.
- 조문수, “관광농업의 바람직한 개발 향향에 관한 연구”, 한국관광지리학회, 관광지리학 제3호, 1993.
- 차석빈, “한국인 해외여행객들이 호주와 뉴질랜드를 찾는 이유”, 디스, 1997, 8월호.
- 최태길·최세현, “지역관광농원 이용실태 및 선호도 분석”, 한국농업경제학회, 농업경제 연구 제39권 제2권, 1998.
- 최태환, “관광농원개발사업지침”, 「관광농원 운영 활성화를 위한 세미나 자료집」, 1997.
- 한승협·박수완, “관광동기와 관광지 매력속성과의 관계에 관한 연구”, 호텔경영학연구 Vol.7, No.2, 1996. pp.35-37.
- 한익환, “국민여가선용을 위한 주말형 관광농원의 활성화에 관한 연구, 청주대학교 대학원, 석사학위논문, 1994.
- 허명선, “제주도 관광농원의 개발방안에 관한 연구”, 세종대학교 경영대학원, 석사학위논문, 1997.
- 농림부 농촌개발국 농촌진흥과(<http://www.maf.go.kr>)
- 농촌생활연구소 홈페이지, [thhp://www.rlsi.go.kr](http://www.rlsi.go.kr)
- 제주도청 홈페이지(농업특작과) <http://www.provin.jeju.kr>
- 세계일보, “농촌관광농원 부실운영”, 2002년 12월 27일.

2. 국외 문헌

- Cooper, C.P. et al., *Tourism: Principles and Practice*. Pitman, London. 1993.
- Fesenmaier, D.R. "Integrating Activity Patterns into Destination Choice Model," *Journal of Leisure Research*, Vol.20, No.3, 1988.
- Gilbert, D.C. "An examination of the consumer decision process related to tourism". in C.P. Cooper(ed.) *Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management*. Vol.4, Belgaven Press, London. 1991.
- Gordon, C. "Sustainable Leisure", *Ecos.*, Vol.12, 1991.
- Inskip, E. *Tourism Planning. An intergrated and sustainable development approach*. New York: Van Nostrand Reinhold Ind., 1992.

- Iso-Ahola, S.E. *The Social Psychology of Leisure and Recreation*, Dubuque, La : Wm. C. Brown Company, 1988.
- Leiper, N. "Tourism and Leisure: The Significance of Tourism in the Leisure Spectrum", Proceedings of 12th New Zealand Geography Conference, N.A., *Geographic Society*, 1984.
- Loudon D.L. and A.J.D. Bitta., *Consumer Behavior*, 2nd ed. New York: Mcgraw Hill Book Co., p.384.
- Louviere, J.J. & Timmermans, H. "Testing the External Validity of Hierarchical Conjoint Analysis Models of Recreational Destination Choice," *Leisure Science*, Vol.14, 1992.
- Mathieson, A. and Wall, G, *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. Longman, Harlow. 1982
- McIntosh R.W and Goeldner, C.R. *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*, 6th edition, John Wiley & Sons, Inc. 1990.
- Mill, R.C. and Morrison, A.M. *The Tourism System*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1985.
- Morrison, A.M. *Hospitality and Travel and Travel marketing*, Delmar Publishers Inc., 1989. p.62.
- Morrison, A. *Hospitality and Industry Marketing*, New York: Demar Publisher, 1989: P. L. Pearce, "Fundamentals of Tourist Motivation", *Tourism Research*, London and New York: Routledge, 1993.
- Pearce, P.L., "Farm Tourism in New Zealand", *Annals of Tourism Research*, Vol.17, No.3, 1990.
- Prentice, R. "Motivation of the Heritage Consumer in the Leisure marketing: An Application of the Manning Hass Demand Hierarchy:", *Leisure Science*, 15(3), 1993.
- Schreyer, R. "Motivation for Participation in Outdoor Recreation and Barriers to that Participation: A Commentary on Salient Issues", *A Literature Review: The President's Commission on Americans Outdoors*, 1986.
- Swarbrook J. and Honer S., *Consumer Behavior in Tourism*, Butterworth Heinemann,

1999.

- Uysal, M. and Jamrozy, U. Travel Motivations of Overseas German Visitors, Uysal M. ed.
Global Tourist Behavior, International Business Press, 1994.
- Van Raaji, W.F., & Francken, D.A. "Vacation Decisions, Activities and Satisfaction."
Annals of Tourism Research, Vol.11, 1984.



ABSTRACT

The Relation about the Motivation of Visiting and the Choice Variables on the Tourist Farms

- the case of Jeju, Korea -

Yang, Chang Jung

Department of Tourism Management

Graduate School of Business Administration

Cheju National University

Supervised by Professor Moon Soo, Cho

Tourist farms in Jeju, Korea are undergoing the problems that haven't create the profitability on its operation effectively. However researches related business and marketing of tourist farm haven't studied enough. So it's raised a necessity to study on what features consider the first when visitor select tourist farm and what factors influence on the motivation.

This thesis suggested the solution way of this problems could be found in the implementation of more scientific marketing strategy, in more distinctive words, more depth-understanding of tourist farm organization about the visitors' motivation and choice related variables.

Data used in the analysis was collected by the random convenience sampling on a total 261 tourist farm visitors. And utilizing the SPSS/10.0 for Window package, factor analysis, reliability analysis using Cronbach's alpha, frequency analysis, multiple regression analysis and one-way ANOVA were executed on the study. The main summary of study was follows :

1) 15 variables on tourist farm motivation, 12 variables about visitors' choice behavior were developed through the literature study related to tourist motivation and

choice on the tourist farm and then a questionnaire was composed of these variables.

2) in the result of the motivation, 4 factors were extracted and the name of each factors were named as 'experience', 'rest', 'nature', 'social relation'. The variables of Choice behavior related farm visit were extracted from 4 factors and each factors were named as 'farm product', 'facility and view', 'time and distance', 'learning and experience'.

3) the motivation of tourist farm visitation was related to the choice behavior of tourist farm(experience factor β =.174, rest factor β =.121, nature factor β =.135, social relation β =.123) and then H_1 was fail to reject.

4) the information source of tourist farm visitation was related to the motivation of it(newspaper · magazine · book β =.133, staffs of travel agency β =.083, family and friend β =.116, broucher and internet homepage β =.100) and then H_2 was also fail to rejected.

5) the external variables of tourist farm visitation(confidence of tourist farm and resonable visit time and cost) were related to the motivation of it(confidence β =.177, time and cost β =.063) and then H_3 was fail to reject.

6) the choice behavior of tourist farm visitation was related to the experience after tourist farm usage(satisfaction after usage, intention of revisit and intention of recommendation) and then H_4 was fail to reject.

Consequently, as the suggestion of this analysis for management activation, managers of tourist farm should develop the enough program to meet the experience motivation among various motives on the tourist farm visitation. And the managers should manage the convenience facilities of the farm and learning program that could appeal the attractiveness of farm.

<설 문 지>

(일련번호 □ □ □)

관광농원 방문동기와 선택속성과의 관계에 관한 연구

안녕하십니까?

바쁘신 중에도 본 설문조사에 응하여 주신데 대하여 진심으로 감사를 드립니다.

본 설문조사는 **관광농원 방문동기와 관광농원의 선택속성** 등을 파악하여 관광농원의 발전에 기여할 수 있는 석사학위논문들을 위해 필요한 자료 수집과정입니다.

귀하께서 협조해 주신 자료는 학술적인 연구목적 이외에는 어떤 용도에도 사용하지 않을 것임을 약속드립니다.

본 설문지는 총 **3페이지**이며, **약 3분 정도**가 소요됩니다. 응답하시는 질문은 단지 여러분의 의견을 수렴하여 연구 목적에 사용하기 위한 것이므로 정답이 없습니다. 다소 많은 질문 항목이지만 읽어보시고 솔직하게 응답하여 주시면 감사하겠습니다.

아무쪼록 귀하의 가정에 행복이 가득하시기를 기원하며, 귀하의 도움에 진심으로 감사를 드립니다.

2003년 9월

제주대학교 경영대학원 관광경영학과 석사과정

지도교수 : 조 문 수 (Tel : 064-754-3135)

연구자 : 양 창 중 (CP : 017-693-3577 / e-mail : ycj5800@hanmail.net)

조 사 원 : _____

조사일시 : 2003. 9. .

♣ 다음은 귀하께서 관광농원을 방문하시게 된 동기를 묻는 질문입니다. 각 항목에 귀하께서 매우 동의하면 '⑤'에, 전혀 동의하지 않으면 '①'에 √표를 해주십시오.

	질 문 문 항	전혀 그렇지 않다	그렇 지 않다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
1	신체적으로 휴식하기 위해 관광농원을 방문했다	①	②	③	④	⑤
2	정신적으로 휴식하기 위해	①	②	③	④	⑤
3	도시생활로부터 벗어나기 위해	①	②	③	④	⑤
4	스트레스로부터 탈출하기 위해	①	②	③	④	⑤
5	새로운 사람들과 만나고 싶어서	①	②	③	④	⑤
6	새로운 경험을 즐기기 위해	①	②	③	④	⑤
7	한적함을 즐기기 위해서	①	②	③	④	⑤
8	농원의 경관을 감상하기 위해	①	②	③	④	⑤
9	농원에서 자연을 체험하기 위해	①	②	③	④	⑤
10	농촌지역을 경험해 보기 위해	①	②	③	④	⑤
11	자연과 접촉하고 그 속에서 나를 경험하기 위해	①	②	③	④	⑤
12	농촌의 문화와 전통을 배우기 위해	①	②	③	④	⑤
13	자연을 배우기 위해	①	②	③	④	⑤
14	농원에서 농업 관련 기술을 습득하기 위해	①	②	③	④	⑤
15	신선하고 저렴한 농산물을 구입하기 위해	①	②	③	④	⑤

♣ 다음은 귀하께서 관광농원을 방문하시게 된 경로에 대한 질문입니다. 각 항목에 귀하께서 매우 동의하면 '⑤'에, 전혀 동의하지 않으면 '①'에 √표를 해주십시오.

	질 문 문 항	전혀 그렇지 않다	그렇 지 않다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
1	신문, 잡지, 책에서 관광농원 관련 정보를 얻고 방문했다	①	②	③	④	⑤
2	여행사 직원을 통해서 관광농원 관련 정보를 얻고 방문했다	①	②	③	④	⑤
3	가족, 친구, 직장 동료로부터 정보를 얻고 방문했다	①	②	③	④	⑤
4	관광농원의 홍보 책자(팸플렛) 및 관광농원 홈페이지에서 관련 정보를 얻고 방문했다	①	②	③	④	⑤

♣ 다음은 귀하께서 관광농원을 선택하실 때 고려하신 사항에 대한 질문입니다. 각 항목에 귀하께서 매우 동의하면 '⑤'에, 전혀 동의하지 않으면 '①'에 √표를 해주십시오.

	질 문 문 항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	방문시간과 거리가 적절한지 중요하게 고려하였다	①	②	③	④	⑤
2	교통이 편리한지 중요하게 고려하였다	①	②	③	④	⑤
3	아름다운 경관에 입지해 있는지 중요하게 고려하였다	①	②	③	④	⑤
4	농원에서 구입하는 농산물의 가격이 합리적인지 중요하게 고려하였다.	①	②	③	④	⑤
5	건강과 장수에 도움이 되는 식품(음식, 농수산물)	①	②	③	④	⑤
6	그 농원에서 재배·판매하는 작물(농산품)이 무엇인지 중요하게 고려했다	①	②	③	④	⑤
7	관광농원의 휴식·놀이시설을 중요하게 고려하였다	①	②	③	④	⑤
8	관광농원의 주차장·매점·화장실 등 편의시설을 중요하게 고려했다	①	②	③	④	⑤
9	관광농원의 쾌적한 분위기를 중요하게 고려하였다	①	②	③	④	⑤
10	농원에서 영농학습 및 체험을 할 수 있는 프로그램이 있는지 중요하게 고려했다	①	②	③	④	⑤
11	농원의 명성 및 유명세를 중요하게 고려하였다	①	②	③	④	⑤
12	자연 교육에 도움이 되는지 중요하게 고려했다	①	②	③	④	⑤

♣ 다음은 귀하께서 관광농원을 이용하신 후 경험에 대한 만족 정도에 대한 질문입니다. 각 항목에 귀하께서 매우 동의 하면 '⑤'에, 전혀 동의하지 않으면 '①'에 √표를 해주십시오.

	질 문 문 항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	이번 방문한 관광농원의 경험에 전반적으로 만족한다.	①	②	③	④	⑤
2	이번 방문한 관광농원에서의 경험을 다른 사람에게 추천할 의도가 있다.	①	②	③	④	⑤
3	다시 기회가 찾아온다면, 이번 방문한 관광농원을 다시 방문하고 싶다.	①	②	③	④	⑤

♣ 다음은 귀하의 관광농원 이용에 관한 질문입니다. 해당되는 곳에 √표를 해 주십시오.

1	이 곳에 어떤 교통수단으로 오셨습니까?	① 자가용 ② 전세관광버스 ③ 대중교통(버스, 택시) ④ 렌터카 ⑤ 기 타 ()
2	이 농원에서 구입하신 농산물이 있다면 가격은 어느 정도입니까?	① 구입하지 않았다 ② 5만원 미만 ③ 5만원 이상 10만원 미만 ④ 10만원 이상 20만원 미만 ⑤ 20만원 이상
3	이곳에 함께 오신 분들은 어떤 분들입니까?	① 결혼 후 자녀없는 부부만 ② 퇴직 후 자녀 동반없는 부부만 ③ 자녀 동반 가족 ④ 직장/친목단체 ⑤ 연인이나 친구 ⑥ 혼자서 ⑦ 학생단체 ⑧ 기타 ()
4	이 농원에서 체류하신 시간은 어느 정도입니까?	① 1시간 미만 ② 1시간 ~ 2시간 ③ 2시간 ~4시간 ④ 4시간 이상 1일 미만 ⑤ 1일 이상
5	귀하는 관광농원에서의 활동과 상품을 전반적으로 신뢰하십니까?	① 전혀 신뢰하지 않는다 ② 신뢰하지 않는다 ③ 보통이다 ④ 신뢰한다 ⑤ 매우 신뢰한다
6	관광농원에서의 체류시간과 소요비용은 적당하다고 생각하십니까?	① 전혀 적당하지 않다 ② 적당하지 않겠다 ③ 보통이다 ④ 적당하다 ⑤ 매우 적당하다



♣ 다음은 귀하의 개인적인 사항에 관한 질문입니다. 해당되는 곳에 √표를 해 주십시오.

1	성 별	① 남 () ② 여()
2	나 이	()세
3	직업	① 학생 ② 자영업 ③ 1차산업(농/수/축산업) ④ 전문직 ⑤ 사무직(회사원) ⑥ 판매/서비스직 ⑦ 공무원 ⑧ 주부 ⑨ 무직 ⑩ 기타()
4	학 력	① 고등학교 졸업 () ② 초대졸(재학) () ③ 대졸(재학) () ④ 대학원졸(재학) ()
5	월평균 소득	① 100만원 미만 ② 100만원 이상 200만원 미만 ③ 200만원 이상 300만원 미만 ④ 300만원 이상 400만원 미만 ⑤ 400만원 이상

설문에 응해주셔서 대단히 감사합니다