



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

碩士學位論文

제주 농촌체험관광 가격탐색에 관한 연구  
- CVM을 이용한 한림읍내 체험상품(안)을 중심으로 -

濟州大學校 大學院

觀光開發學科

申 有 曄

2016 年 08 月

제주 농촌체험관광 가격탐색에 관한 연구  
- CVM을 이용한 한림읍내 체험상품(안)을 중심으로-

指導教授 이 진 희

신 유 림

이 論文을 觀光學 碩士學位 論文으로 提出함

2016 年 08 月

申有琳의 觀光學 碩士學位 論文을 認准함

審査委員長 \_\_\_\_\_ ①

委 員 \_\_\_\_\_ ①

委 員 \_\_\_\_\_ ①

濟州大學校 大學院

2016 年 08 月

# 목 차

<b>제 1 장 서 론</b> .....	<b>1</b>
제 1 절 연구의 배경 및 목적 .....	1
제 2 절 연구의 방법 및 과정 .....	2
<b>제 2 장 이론적 고찰</b> .....	<b>5</b>
제 1 절 농촌체험관광 .....	5
1. 농촌관광의 개념 및 배경 .....	5
2. 농촌체험관광의 개념 및 유형 .....	7
제 2 절 농촌체험관광 상품 지불의사금액 추정의 필요성 .....	12
제 3 절 지불의사금액 추정 방법 .....	16
1. 조건부가치추정법(CVM) .....	18
2. 선행연구 고찰 .....	21
<b>제 3 장 CVM을 이용한 지불의사금액 추정 방법</b> .....	<b>28</b>
제 1 절 조건부 가치추정법의 설계 .....	28
제 2 절 모형 설정 및 분석 .....	32
<b>제 4 장 실증분석</b> .....	<b>37</b>
제 1 절 사례 개발: 제주 농촌 여행 패키지 .....	37
제 2 절 분석 방법 .....	39
1. 설문지 작성 및 표본 설계 .....	39
2. 지불의사금액 함수 설정 .....	45
제 3 절 분석 결과 .....	47
1. 설문 결과 .....	47
2. 지불의사금액 추정 결과 .....	56
제 4 절 제언 .....	62

제 5 장 요약 및 한계 .....	64
제 1 절 연구의 요약 .....	64
제 2 절 연구의 한계 및 향후 과제 .....	66
<input type="checkbox"/> 참고문헌 .....	68
<input type="checkbox"/> 설 문 지 .....	73
<input type="checkbox"/> Abstract .....	78

## 표 목 차

<표 1> 농촌관광 및 유사개념의 정의 .....	6
<표 2> 농촌체험관광의 개념 .....	8
<표 3> 농촌 어메니티자원의 종류 .....	9
<표 4> 농촌 관광자원의 기능별 중요한 자원요소 .....	9
<표 5> 농촌관광 체험활동 유형 .....	10
<표 6> 농촌체험관광 활동의 분류 .....	11
<표 7> 상품의 가격결정 방법 .....	13
<표 8> 농촌체험 상품의 가격 현황 .....	14
<표 9> CVM을 이용한 관광분야 선행연구 .....	22
<표 10> 김학용(2002)의 연구 내용 요약 .....	23
<표 11> 이충기 외(2004)의 연구 내용 요약 .....	24
<표 12> 박정원(2012)의 연구 내용 요약 .....	25
<표 13> 이상재 외(2012)의 연구 내용 요약 .....	26
<표 14> 안소정(2014)의 연구 내용 요약 .....	27
<표 15> 표본 추출 방법의 종류 .....	31
<표 16> 제주 농촌 여행 패키지(안) .....	38
<표 17> 제시금액 설계 .....	43
<표 18> 선행연구의 표본 집단 .....	44
<표 19> 농촌체험관광 상품 지불의사금액 추정 영향변수 설정 .....	46
<표 20> 인구통계학적 특성 .....	48
<표 21> 관광 특성 .....	50
<표 22> 농촌지역 관광·음식관광 관련 경험 및 만족도 .....	52
<표 23> 제시금액별 지불의사 응답률 .....	54
<표 24> 구매의사가 없는 이유 .....	55
<표 25> 변수의 정의 및 특성 .....	56
<표 26> 지불의사금액 추정 결과 .....	57
<표 27> 가격대별 선택 확률 추정(SBDC) .....	58
<표 28> 가격대별 선택 확률 추정(DBDC) .....	59
<표 29> 분석 모형 추정 결과(유의 변수) .....	60
<표 30> 소득수준 변수 척도별 지불의사금액 변화 추정 .....	61

## 그림 목 차

(그림 1) 연구의 과정 .....	4
(그림 2) 경제적 가치 추정 기법의 종류 .....	17
(그림 3) 조건부가치추정법(CVM)을 이용한 재화의 지불의사금액 추정 과정 .....	28
(그림 4) 설문지 작성 및 분석 절차 .....	39
(그림 5) 제주 농촌 여행 패키지 상품(안) .....	41
(그림 6) 양분선택형 질문 방법 .....	42
(그림 7) 제주 농촌 여행 패키지 상품 지불의사금액 함수 추정 결과(SBDC) .....	58
(그림 8) 제주 농촌 여행 패키지 상품 지불의사금액 함수 추정 결과(DBDC) .....	59

## 국문 요지

산업 고도화 과정, 급속한 경제성장을 통해 개인소득이 증대되고 근로시간이 단축되면서, 현대인들은 여가 활동에 점차 많은 시간과 비용을 지출하고 있다. 그 중에서도 관광활동을 위한 소비가 증가하고 있으며, 사회 변화에 따라 관광 형태도 진화하는 양상을 보이고 있다.

과거 대중관광은 많은 사람이 관광활동에 참여할 수 있는 기회와 편리성을 주었지만, 반면 관광지의 자연환경과 사회·문화 환경을 변화 시킬 수 있는 부정적 요소도 내재되어 있었다. 이러한 대중관광 및 대량관광의 부정적인 영향과 현대사회의 가치관 변화가 맞물려 대안관광의 개념이 등장하기 시작하였으며, 이는 생태관광, 농촌관광, 공정여행 등의 개념을 포함하고 있다. 대안관광(Alternative tourism)은 대중관광의 부정적인 부문 즉, 환경 파괴, 자연훼손, 관광개발지의 공동체 해체 등을 최소화하고 지역주민이 지역의 자원과 자연 환경에 바탕을 두어 소규모 관광시설과 소규모 관광객을 대상으로 관광산업을 유치·발전시키는 것을 중요시하는 관광형태이다.

본 연구에서는 이러한 대안관광에 속하는 농촌관광(Rural tourism)을 중심으로 연구를 전개하였다. 농촌관광은 농촌이라는 장소에 대한 보편적 특성인 농촌성을 바탕으로 하는 관광 활동을 칭하는 개념이며, 도시민들이 농촌다움이 보존된 농촌지역에 머물면서 생활을 체험하고 여가시간을 즐기는 것을 의미한다.

농촌관광은 앞서 언급한 바와 같이 현대사회의 변화 흐름에 따라 대두되는 관광형태 중 하나이기도 하지만, 국가적 차원에서 지역균형발전이라는 취지하에 농가소득을 창출하고 지역 활성화를 도모하기 위한 정책사업과도 밀접하게 관련되어 있다. 최근에는 국내의 많은 농촌지역에서 주민 주도의 다양한 지원 사업을 추진함으로써 농촌관광을 지역 산업화할 수 있는 역량이 갖춰지고 있다. 다만 이러한 농촌관광과 관련된 재화 및 서비스는 전문적인 관광사업자가 아닌 지역 주민에 의해 제공되고 있음에 따라, 농촌관광이 지역의 기반 산업으로 자리매김 하기 위해서는 농촌관광 상품의 개발 단계부터 시행·운영, 홍보·마케팅 등의 여러 방면에서 전문성을 강화할 수 있는 방안이 필요하다고 할 수 있다.

이러한 배경에 따라 본 연구에서는 농촌관광의 수익 및 수요를 창출하는데 중요한 기능을 수행하는 농촌체험관광 상품을 연구 대상으로 설정하였다.

대부분의 농촌체험관광 상품은 농촌지역의 자연자원, 인문자원 등 비시장재적 특성을 지니는 관광재를 활용하여 개발됨에 따라, 소비자에게 판매하기 위한 가격을 결정하는데 한계가 발생한다. 특히 농촌지역마다 보유하고 있는 자원의 종류 및 위치(장소)가 다르기 때문에 유사한 상품은 있을 수 있으나 동일한 상품은 없으므로, 가격결정 과정에서 적합한 비교대상을 찾는 데 어려움이 있으며, 비시장재적 특성을 지니는 재화는 일반 시장재와 같이 기존 시장데이터를 활용하여 수요를 파악하는 데에도 한계가 발생한다. 따라서 대부분의 농촌 체험관광 상품은 가격결정 방법으로 원가에 일정률의 마진을 더하는 방법을 활용하는데 그치고 있는 실정이다.

이에 따라 본 연구에서는 농촌체험관광 상품의 가격을 결정할 수 있는 방법론 및 기초자료를 제시하는 것을 연구의 목적으로 두고, 조건부가치추정법(CVM)을 이용하여 비상재적 특성과 복합재적 특성을 함께 지니고 있는 가상의 농촌체험관광 상품에 대해 관광객의 지불의사금액을 도출하였다. 농촌체험관광 상품으로 농촌체험프로그램, 향토음식, 농촌 숙박을 포함하는 제주 농촌 여행 패키지 상품을 가상으로 개발하였으며, 제주방문 내국인 관광객 300명을 대상으로 상품에 대한 지불의사금액을 추정하였다.

실증분석 결과, 제주 농촌 여행 패키지 상품의 평균 WTP는 229,798원 ~ 252,046원(2인기준)으로 분석되었다. 이는 모집단인 제주 방문 관광객이 생각하는 제주 농촌 여행 패키지 상품에 대한 평균적인 구매의사금액이 229,798원 ~ 252,046원(2인기준)임을 의미한다. 실증분석을 통해 도출된 평균 WTP는 제주방문 관광객이 평균적으로 생각하는 제주 여행 패키지 상품에 대한 지불의사금액이며, 이러한 결과는 크게 두 가지 측면에서 시사점을 제시한다. 먼저 제주 여행 패키지 상품에 대한 가격을 결정하는데 기초 자료로 활용될 수 있다. 제주 방문 관광객이 느끼는 본 상품에 대한 지불의사금액이 평균 229,798원 ~ 252,046원(2인기준)이므로 이와 유사한 농촌관광 상품 판매를 위한 가격 결정 시, 이를 기초자료로 활용할 수 있다. 또한 이러한 농촌관광 상품이 행정적 지원에 기반하여 개발될 경우, 지원에 의해 발생하는 편익을 금액으로 수치화할 수 있는 토대를 마련한다는 점에서 의미가 있다. 즉, 농촌지역을 활성화하기 위하여 추진되는 각종 지원 사업에 대한 편익 및 가치를 제시할 수 있다는 점에서 의의가 있다고 할 수 있다.

# 제 1 장 서 론

## 제 1 절 연구의 배경 및 목적

농촌관광은 산업화 이후 강조되고 있는 자연환경 보전, 관광지역과 사업체의 지속 가능한 관광사업, 관광객의 다양한 관광수요를 포괄하는 관광형태로서, 생태관광, 지속가능한 관광 등과 맥락을 같이 하고 있다.

국가적 차원에서는 지역균형발전의 취지하에 농촌지역의 농가소득을 창출하고 지역을 활성화하기 위하여 농촌관광과 관련한 다양한 농촌개발 사업을 지원하고 있다. 이러한 변화에 따라 농촌지역에서는 농촌관광을, 농가소득을 창출하는 지역 산업의 일부로 인식하기 시작하고 주민 주도의 다양한 농촌관광 사업을 전개해 나가고 있다.

농촌관광의 핵심 상품은 지역이 보유하고 있는 다양한 자연자원, 인문자원 등을 활용한 체험프로그램이며, 이는 농촌관광 수요를 창출하는 중요한 역할로 작용하고 있다. 다만 농촌관광 공급 주체는 대개 관광 사업자가 아닌 사업 경험이 미흡한 지역주민 주도로 운영되고 있음에 따라, 농촌관광이 지역 산업으로 자리매김 하기 위해서는 농촌관광 상품 개발, 시행·운영, 홍보·마케팅 등의 여러 방면에서 전문성을 강화할 수 있는 방안이 필요한 실정이다.

이러한 배경에 따라 본 연구에서는 농촌관광의 수익 및 수요를 창출하는데 중요한 기능을 수행하는 농촌체험관광 상품을 연구대상으로 설정하였다. 농촌체험관광 상품은 상품 개발 과정도 중요하지만 개발된 이후 관광객에게 판매되기 위한 가격결정 과정도 매우 중요하다. 상품의 가격은 판매 이익 극대화, 수요 창출, 소비자 만족 등과 직결되는 요인이기 때문에 상품에 대한 합리적인 가격을 결정하기 위해서는 재화의 특성을 반영하는 가격결정 방법이 활용될 필요가 있다. 다만, 대부분의 농촌체험관광 상품은 자연자원, 인문자원 등의 비시장재를 활용하여 개발되고 있기 때문에 일반 시장재와는 달리 상품의 가격을 결정하는 과정에 어려움이 발생하고 있다. 또한 새롭게 개발되는 관광상품이나 복합재 특징을 지니는 관광상품의 경우에는 기존 시장 데이터가 없기 때문에 관광 수요를 추정하는 데에도 한계가 발생

한다. 이러한 한계에 따라 대부분의 농촌체험관광 상품은 가격결정 방법으로 단순히 원가에 일정율의 마진을 더하는 방법 활용에 그치고 있는 실정이다.

이에 따라 본 연구에서는 연구 방법론으로 비시장재에 대한 지불의사금액을 도출하는 조건부가치측정법(CVM)을 이용하여 농촌체험관광 상품에 대한 지불의사금액을 도출하고자 한다. 조건부가치측정법(CVM)은 시장에서 거래되지 않는 무형재화 또는 기존의 방법으로 측정하기 어려운 유형재화의 가치를 금액으로 측정·산출하는 경제학적 방법론으로, 설문을 통해 소비자를 대상으로 재화에 대한 지불의사금액을 도출하는 방법이다. 최근 관광분야에서는 이러한 조건부가치측정법(CVM)등을 포함한 다양한 방법론을 활용하여 관광재에 대한 가치 및 지불의사금액을 추정하는 연구가 이루어지고 있다.

본 연구에서는 농촌체험관광 상품을 대상으로 조건부가치측정법(CVM)을 활용하여 관광객의 지불의사금액을 도출하였다. 지불의사금액 도출을 위하여 가상으로 '제주 농촌 여행 패키지 상품'을 개발하였으며, 설문을 통해 가상 상품에 대한 응답자의 평균 WTP를 분석하였다.

## 제 2 절 연구의 방법 및 과정

조건부가치측정법(CVM)은 비시장재화에 대해 실제 시장이 존재하는 것처럼 가상 시장을 설정하고, 설문을 통하여 재화에 대한 소비자의 지불의사금액(Willingness To Pay; WTP)을 측정하는 방법이다.

실증분석을 위하여 가상으로 농촌체험관광 상품을 개발하고, 상품에 대한 지불의사금액을 추정하기 위하여 양분선택형 질문법을 활용하여 설문을 실시하였다. 양분선택형 질문법은 단일경계 양분선택형 질문법(Single Bounded Dichotomous Choice; SBDC)과 이중경계 양분선택형 질문법(Double Bounded Dichotomous Choice; DBDC)의 두 형태로 분석 가능한 바, 본 연구에서는 두 가지 방법을 모두 이용하여 분석을 실시하였다.

본 연구의 전개 과정은 다음과 같다.

제 2 장에서는 농촌체험관광에 대한 이론적 고찰을 통해 농촌체험관광 상품 지불의사금액 추정의 필요성에 대하여 알아보고, 이를 추정하기 위한 방법론인 조건부가치측정법

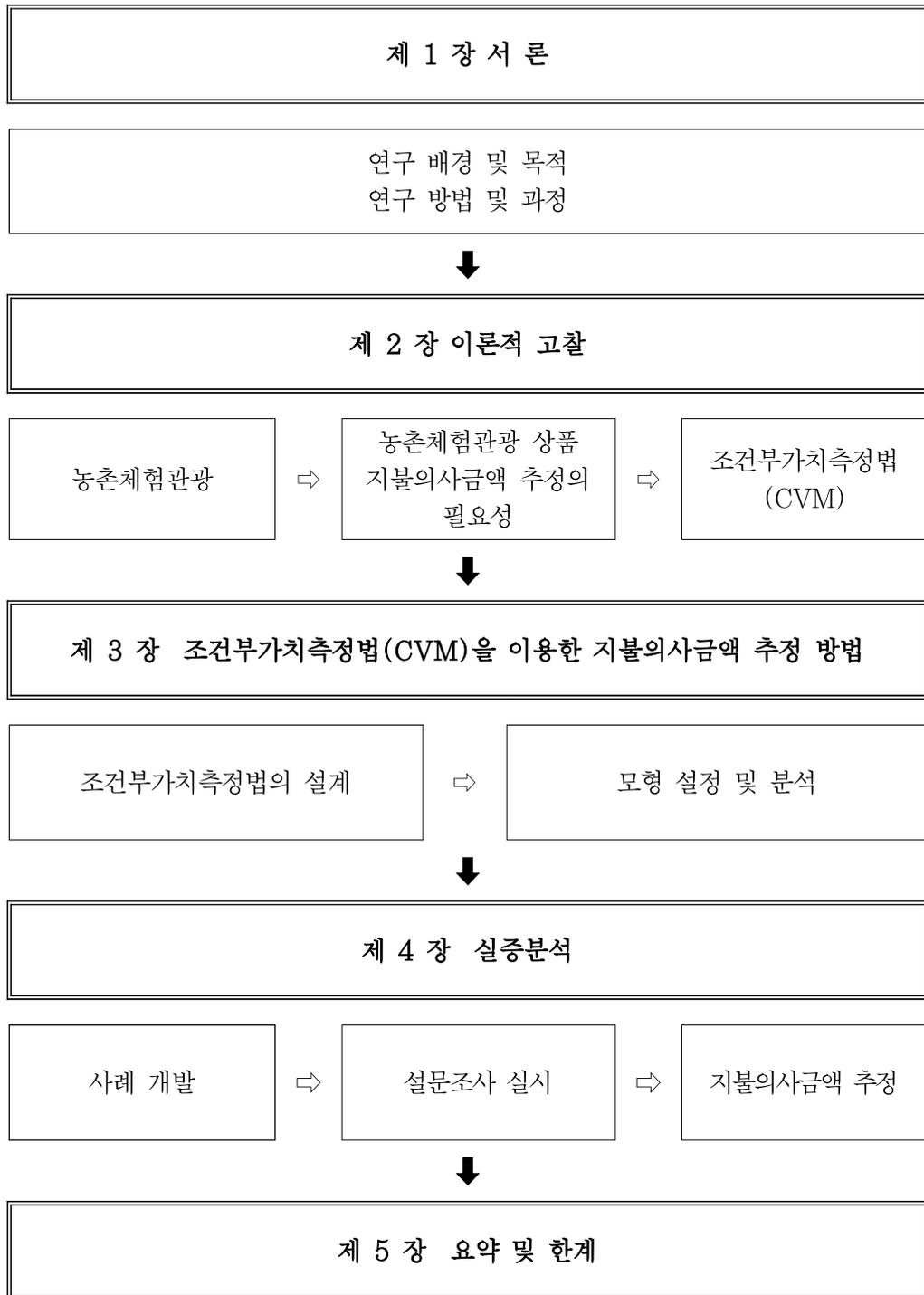
(CVM)에 대하여 구체적으로 살펴보았다.

제 3 장에서는 조건부가치측정법(CVM)을 이용한 지불의사금액 추정 방법에 대하여 단계별로 살펴보았다.

제 4 장에서는 실증분석을 위하여 농촌체험관광 상품을 가상으로 개발하고, 조건부가치측정법(CVM)을 이용하여 상품에 대한 지불의사금액을 추정하였다.

마지막으로 제 5 장에서는 연구의 요약 및 한계를 제시하였다.

본 연구의 전개 과정은 다음 (그림 1)과 같다.



(그림 1) 연구의 과정

## 제 2 장 이론적 고찰

### 제 1 절 농촌체험관광

#### 1. 농촌관광의 개념 및 배경

농촌관광은 국가 및 학자에 따라 그린투어리즘, 농업관광, 생태관광 등으로 다양하게 일컬어지고 있다. 농촌관광이라는 용어는 프랑스에서 사용되기 시작하였으며, 농촌에 대한 이미지를 반영하여 블루 투어리즘, 그린 투어리즘으로 불리기도 하며, 지향하는 바에 따라 대안적 관광, 지속가능한 관광 등으로 불리기도 한다(정찬성, 2012).

농촌관광(Rural Tourism)의 의미는 농촌이라는 장소에 대한 보편적 특성인 농촌성(rurality)을 바탕으로 행해지는 관광 활동을 지칭하는 개념이며, 도시민들이 농촌다움을 보유하고 있는 농촌지역에 머물면서 농촌 생활을 체험하고 여가시간을 즐기는 것을 의미한다(농림부·한국농촌경제연구원, 2003).

대안관광, 지속가능한 관광, 생태관광 등은 농촌관광과 유사한 개념으로 혼용되기도 하나, 각 개념마다 강조하는 요소는 조금씩 다르다. 한국농촌경제연구원(2012)에 의하면 대안관광(Alternative Tourism)은 대중관광의 부정적인 부문 즉, 환경파괴, 자연훼손, 관광개발지의 공동체 해체 등을 최소화하고 지역의 자원과 자연환경에 바탕을 두어 지역주민이 중심이 되어 소규모 관광시설과 소규모 관광객을 대상으로 관광산업을 유치·발전시키는 것을 의미한다. 지속가능한 관광(Sustainable Tourism)은 미래 세대를 위하여 관광기회를 보호·증진시킴과 함께 현 세대 및 지역사회의 욕구를 충족시키기 위해 문화를 보전하고, 생태계 및 생물 다양성을 유지, 경제적·사회적·심미적 욕구를 충족할 수 있도록 자원을 관리하는 관광이라고 정의할 수 있다. 생태관광(Eco Tourism)은 기본적으로 자연에 기반한 관광으로 지역이 지닌 자연환경, 문화 등을 보전하면서 행해지는 관광을 말한다. 생태관광지가 자연, 생태, 경관 등에 대한 인공적인 간섭이 비교적 적은 농촌지역에 위치한다는 점에서 농촌관광과 구분이 모호하다는 의견이 있으나, 농촌관광이 농가, 농촌주민이라는 추

진 주체를 강조하는 반면, 생태관광은 관광목적 자체에 대한 관찰, 학습 및 교육, 보전 등의 목적을 강조한다는 점에서 다소 차이가 있다.

〈표 1〉 농촌관광 및 유사개념의 정의

개념	정의
대안관광 (Alternative Tourism)	대중관광의 부정적인 부문 즉, 환경파괴, 자연훼손, 관광개발지의 공동체 해체 등을 최소화하고 지역의 자원과 자연환경에 바탕을 두어 지역주민이 중심이 되어 소규모 관광시설과 소규모 관광객을 대상으로 관광산업을 유치·발전시키는 것을 의미함
지속가능한 관광 (Sustainable Tourism)	미래 세대를 위하여 관광기회를 보호·증진시킴과 함께 현 세대 및 지역사회의 욕구를 충족시키기 위해 문화를 보전하고, 생태계 및 생물 다양성을 유지하고, 경제적·사회적·심미적 욕구를 충족할 수 있도록 자원을 관리하는 관광을 의미함
생태관광 (Eco Tourism)	자연에 기반한 관광으로 지역이 지닌 자연환경, 문화 등을 보전하면서 행해지는 관광을 의미함 농촌관광이 농가, 농촌주민이라는 추진 주체를 강조하는 반면, 생태관광은 관광목적 자체에 대한 관찰, 학습 및 교육, 보전 등의 목적을 강조함
농촌관광 (Rural Tourism)	농촌이라는 장소에 대한 보편적 특성인 농촌성을 바탕으로 행해지는 관광 활동을 지칭하는 개념이며, 도시민들이 농촌다움을 보유하고 있는 농촌지역에 머물면서 농촌 생활을 체험하고 여가시간을 즐기는 것을 의미함

자료 : 한국농촌경제연구원(2002), 농촌지역의 활성화화를 위한 그린투어리즘 개발모형 정립과 실용화 방안

농촌관광은 각 나라마다 활성화된 계기와 배경에 차이가 있다. 독일의 경우, 농외소득을 향상시킴으로서 이농을 방지하고 농업·농촌을 유지하기 위한 목적으로 농촌관광이 시작되었다. 프랑스는 제2차 세계대전 이후 바캉스 수요가 증가함과 더불어 농촌의 건축물, 문화 등을 보호하기 위한 사회운동의 일환으로 농촌관광이 발달하게 되었으며, 영국은 농촌의 자연과 경관, 농가소득을 보전하기 위한 다차원적 성격으로 농촌관광이 활성화되었다. 우리나라와 가까운 일본은 도시와 농촌의 공존관계를 구축하기 위한 중요 시책으로서 농촌관광이 발달하기 시작하였다(한국농촌경제연구원, 2002).

국내에서는 산업화 시기를 거쳐 1990년 전후에 이르러 자연자원 보존에 대한 인식 및 도시민의 귀향심(nostalgia)과 퇴행심리(regression)가 고조되면서, 이에 대한 대안으로 지속가능한 관광, 생태관광 등이 강조되기 시작하였으며, 관광 목적지는 주로 자연자원을 보유한 농촌지역을 대상으로 전개되었다(송양호, 2002). 아울러 국가적 차원에서 도시·농촌 간 소득 양극화 현상을 해소하기 위하여 국가균형발전이라는 목적 하에 농촌지역을 대상으로 관광과 관련된 각종 지원 정책을 마련·추진하기 시작하였으며, 이에 따라 농촌지역 내에

서도 관광산업을 농가소득 창출을 위해 필요한 지역 산업의 일부로 인식하기 시작하였다. 과거에는 행정주도의 하향식 농촌지역개발사업이 진행됨에 따라 주민의 참여가 소극적이었으며 지역 실정을 반영한 사업을 추진하는데 한계가 있었으나, 점차 주민주도의 상향식 사업으로 추진 방식이 개선됨에 따라 지역 주민이 관광재화 및 서비스를 제공하는 주체가 되어 주도적으로 농촌관광 상품을 개발·판매하고 있다.

이러한 배경에 의해 농촌관광이 점차 발전함에 따라 국내 농촌관광 수요 또한 점차 증가하고 있는 것으로 나타났다. 한국농촌경제연구원(2012)에 의하면 국내 여행총량은 감소하는데 반해, 농촌관광은 증가하는 것으로 나타났다. 또한 2012년 기준 농촌관광 경험횟수는 2003년 대비 약 2.5배 성장하였으며, 농촌관광 지출 규모 또한 증가하고 있는 것으로 나타났다.

이러한 농촌관광에 대한 수요 증가 추세를 지속적으로 유지하기 위한 방안으로 농촌관광 관련 마케팅 전략이 강조되고 있으며, 특히 농촌관광의 주요 관광활동인 체험관광에 대한 연구 및 조사가 활발히 이루어지고 있다.

## 2. 농촌체험관광의 개념 및 유형

농촌관광은 농촌지역에서 그 곳의 자연경관 및 문화경관 등이 지니는 농촌다움을 중요편의적으로 상품화한 관광으로(박석희, 2001), 관광객이 농촌을 직접 방문하여 농촌자원을 보고, 느끼고 만들어 보도록 한다는 측면에서 체험요소를 포함하고 있다(한도연, 2011). 농촌체험관광은 농촌지역의 다양한 어메니티(amenity)를 중심으로 농촌이 지니는 자연과 문화를 토대로 하여 농촌지역 주민들이 제공하는 체험활동을 관광활동이라고 정의할 수 있으며(임하나·조성근, 2008), 농촌지역을 방문하는 관광객의 방문동기는 농촌지역에서 운영하는 프로그램 내용이나 활동에 의해 형성될 만큼 농촌관광에서 체험활동은 매우 중요한 요소라고 할 수 있다(박덕병·이혜현, 2006). 체험활동은 관광객들에게 오래 기억되는 특징이 있으며, 체험활동에 대한 만족도가 높을 경우 이는 다시 충성도에 긍정적인 영향을 미치는 요인으로 작용한다(최현석·박석희, 2007).

특히 농촌관광 선택속성은 일반 관광지 선택속성에 비해 농촌고유의 특성인 자연적 속성과 사회·문화적 속성이 중요함에 따라 농촌체험 프로그램이 농촌관광 선택의 중요 매력 속

성이 된다(박혜준, 2014).

농촌체험관광에 대한 개념은 연구자의 시각에 따라 다양하게 정의되고 있다. 유승우·최동주(2001)는 농촌체험관광을 자연이 우수한 지역에서 다양한 체험활동을 중요시하는 체류형 여가활동으로 정의하고 있으며, 송미령(2003)은 농산어촌의 유·무형 자원을 활용하여 도시민들의 욕구를 충족시킬 수 있도록 상품화하여, 이를 통해 주민의 소득을 높이고 산업을 다양화하여 지역 활성화를 도모하는 농산어촌 지역개발 수단이라고 정의하고 있다. 박덕병·이혜연(2005)은 농촌체험관광을 농촌에서 체험프로그램에 따라 직접 다양한 체험활동을 통하여 이용객의 욕구를 만족시키는 관광형태라고 정의하였으며, 최영창(2007) 농촌의 물리적 특성과 토착 문화를 활용한 관광형태로, 관광객이 단순히 구경하는 것이 아닌 스스로 움직여 체험하는 프로그램을 제공하는 관광이라고 정의하였다. 김경래(2009)는 관광객이 농촌에서 실제로 듣고 체험하면서 여가시간을 보내는 것, 또한 그 과정에서 얻는 지식이나 기능의 총체로 정의하였다.

〈표 2〉 농촌체험관광의 개념

개념	정의
유승우·최동주(2001)	자연이 우수한 지역에서 다양한 체험활동을 중요시하는 체류형 여가활동
송미령(2003)	농산어촌의 유·무형 자원을 활용하여 도시민들의 욕구를 충족시킬 수 있도록 상품화하여, 이를 통해 주민의 소득을 높이고 산업을 다양화하여 지역 활성화를 도모하는 농산어촌 지역개발 수단
박덕병·이혜연(2005)	농촌에서 체험프로그램에 따라 직접 다양한 체험활동을 통하여 이용객의 욕구를 만족시키는 관광형태
최영창(2007)	농촌의 물리적 특성과 토착 문화를 활용한 관광형태로, 관광객이 단순히 구경하는 것이 아닌 스스로 움직여 체험하는 프로그램을 제공하는 관광
김경래(2009)	관광객이 농촌에서 실제로 듣고 체험하면서 여가시간을 보내는 것, 또한 그 과정에서 얻는 지식이나 기능의 총체

자료 : 박혜준(2014), 농촌관광 선택속성의 중요도-만족도에 관한 연구, 재구성

농촌체험관광 프로그램은 지역이 지닌 자원의 종류에 따라 다양하게 개발·제공될 수 있다. 김경량·윤유식·박덕병(2007)은 농촌 어메니티 자원의 종류를 크게 자연자원, 문화자원, 사회자원으로 구분하였으며, 자연자원은 다시 환경자원과 생태자원, 문화자원은 역사자원과 경관자원, 사회자원은 시설자원과 경제활동자원, 공동체활동자원으로 구분하고 다음 〈표 3〉과 같이 제시하였다.

〈표 3〉 농촌 어메니티자원의 종류

구분		종류
자연자원	환경자원	깨끗한 공기, 맑은 물, 소음이 없는 환경
	생태자원	비옥한 토양, 미기후(계절의 변화 등), 특이지형 동물(천연기념물, 보호 및 희귀동물 등) 수자원(하천, 저수지, 지하수 등) 식생(보호수, 노거수, 마을숲, 보호수림 등) 습지 혹은 생물서식지
문화자원	역사자원	전통건조물(문화재, 정자, 사당, 제각 등) 전통주택 및 마을의 전통적인 요소 신앙공간, 마을상징물, 유명인물 풍수지리나 전설(마을유래, 설화 등)
	경관자원	농업경관(다락논, 마을평야, 밭, 과수원 등) 하천경관(갈대, 하천의 흐름, 하천변수림 등) 산림경관(산세, 배후 구릉지 등) 주거지경관(건축미, 주거지 스카이라인 등)
사회자원	시설자원	공동생활시설, 기반시설, 공공편익시설 등 농업시설(공동창고, 공동작업장, 집하장, 관정, 농로 등)
	경제활동자원	도농교류활동(관광농원, 휴양단지, 민박 등) 특산물(유기농산물, 특산가공품 등)
	공동체활동자원	공동체활동, 씨족행사, 마을문화활동, 명절놀이 마을관리 및 홍보활동

자료 : 농촌자원개발연구소(2004), 김경량·윤유식·박덕병(2007), 농촌자원유형별 농촌마을개발 지도도에 관한 연구

전영미 외(2003)는 농촌 관광자원의 기능별 중요 자원요소를 크게 자연환경, 여유로운 휴가 장소 및 시설, 친환경적인 농업 및 농산품, 문화·풍습 및 농산촌 생활체험, 도시와 농촌의 인적교류, 생산체험으로 구분하고 이를 구체적으로 다음 〈표 4〉와 같이 제시하였다.

〈표 4〉 농촌 관광자원의 기능별 중요한 자원요소

농촌 기능	중요한 자원요소
자연환경	계곡, 휴양림, 산, 숲, 온천, 폭포, 공원, 자연호수 등
여유로운 휴가 장소 및 시설	산림휴양시설, 온천휴양지, 산책로/산길, 등산로, 관광농원, 식물원, 전통숙박시설 등
친환경적인 농업 및 농산품	재래 전통식품, 유기농 쌀, 친환경 농업 견학, 과수 채소작물의 구입, 과수 및 원예작물의 생산 가공시설, 버섯 죽순 밤 등 임산물 구입, 특용작물(인삼, 담배 등)

농촌 기능	중요한 자원요소
	구입, 화훼·화목·약포·허브의 구입, 산나물 구입 등
문화·풍습 및 농산촌 생활체험	역사문화유적지, 전통문화행사축제, 지역향토 음식, 전통 마을, 역사적 건축물, 사찰, 전통공예, 체험시설 등
도시와 농촌의 인적교류	주말농장, 직거래 장터, 지역축제, 자연환경 교육 프로그램, 도시·농촌 교류 프로그램, 도시농촌 자매결연 등
생산체험	과수, 원예작물의 수확체험, 감자 및 고구마 캐기, 화훼·화목·약포·허브의 수확체험, 된장·고추장·메주 만들기 체험, 모내기 및 벼베기 체험, 버섯·죽순·밤 등 임산물 수확체험, 재래 전통식품의 제작 체험, 산나물 채취 체험, 목공품·죽제품 생산 체험, 떡과 메밀국수 만들기 체험 등

자료 : 전영미·임상봉·한경수·박윤호·장은숙·김범수(2003), 도시민의 선호를 바탕으로 한 농촌마을의 관광자원 실태와 정비방향

이러한 농촌 관광자원을 토대로 한 농촌체험프로그램은 다음과 같이 다양하게 제공되고 있다. 정찬성(2012)은 농촌관광 체험활동 유형을 농사체험, 자연생태체험, 농가생활풍습, 농촌토속음식제조, 수렵채집활동, 전통놀이, 공예품 제작, 축제 및 이벤트, 스포츠, 건강관리, 문화유적, 소규모 박물관으로 구분하고 각 내용을 다음 <표 5>와 같이 제시하였다.

<표 5> 농촌관광 체험활동 유형

유형	내용
농사 체험	유기·환경농법체험, 모내기, 감자/옥수수/콩 심기, 감자/고구마 캐기, 고추 따기, 버섯채취, 과수 따기, 토종 꿀따기, 농산물 가공 및 판매체험 등
자연생태 체험	농작물 성장과정 관찰, 숲 생태관찰 및 산책, 갯벌체험, 반딧불이, 계곡/물놀이, 꽃/나무 심기, 자연학습학교 운영
농가 생활풍습	전통초가 체험, 아궁이 불때기, 방아찧기, 지게지기, 전통예절 배우기, 서예교실 체험, 봉숭아 물들이기, 가축 먹이주기, 샘물 길어오기
농촌 토속음식 제조	장 담그기/메주/청국장 만들기, 떡/엿 만들기, 솔뚜껑 빈대떡/화전/부침개, 민속주 만들기, 찜/술 담그기, 마을 이색음식 체험 등
수렵채집 활동	야생열매 채집, 산나물 채취, 약초 채취, 수액 채취, 곤충 채집 등
전통놀이	마당놀이, 쥐불놀이/달집태우기, 지신밟기, 원두막체험, 농산물 구워먹기, 구루마/달구지/경운기/나룻배 타기, 썰매 타기, 굴렁쇠 굴리기, 사물놀이, 민요, 장작패기
공예품 제작	짚공예, 대나무 공예, 박공예, 연 만들기, 팽이/옷 만들기, 새총 만들기, 버들피리 만들기, 허수아비 만들기, 나무곤충/대나무 물총 만들기, 흙조형물 만들기, 도자기체험, 천연 염색
축제 및 이벤트	5일장, 백일장/사생대회, 한여름의 음악회, 캠프파이어, 정월 대보름 대축제, 마을 테마 마을 축제, 당산제/성황제, 지역축제 등

유형	내용
스포츠	자전거 타기, 등산, 래프팅, 승마, 씨름, 체육대회, 건강체조 등
건강관리	황토체험, 삼림욕, 참숯체험, 기체험/명상, 황토길 걷기, 온천욕 등
문화유적	역사유적지 탐방, 추억의 시골학교 탐방, 전설듣기, 고가탐방, 마을역사보기
소규모 박물관	연전시관, 농경유물 전시관, 토속 옹기집, 염색박물관, 사진전시회, 마을테마박물관 등

자료 : 정찬성(2012), 농촌관광 체험프로그램이 농촌관광 선택속성과 만족에 미치는 영향

박영일(2007)은 농촌체험관광 활동을 크게 볼거리, 놀거리, 먹거리 쉼거리, 들을거리, 만들거리, 알거리, 살거리, 웰빙거리로 구분하였으며, 이를 더 구체화하여 볼거리는 전원의 풍경을 감상하는 전원감상, 놀거리는 자연탐방, 자연채취, 영농체험, 수확체험, 친수체험, 민속놀이체험, 모험·레포츠 체험, 먹거리는 보양체험, 쉼거리는 삼림욕 등 휴식, 들을거리는 자연소리체험, 만들거리는 천연염색 등 제작체험, 알거리는 자연학습과 역사체험, 살거리는 특·토산품 구입, 웰빙거리는 건강증진, 치료, 미용으로 재분류 하였다. 이는 구체적으로 다음 <표 6>과 같다.

<표 6> 농촌체험관광 활동의 분류

대분류	중분류	소분류
볼거리	전원감상	들길을 걷고 전원의 풍경감상 등
놀거리	자연탐방	오리엔티어링, 자연을 찾아 나섬 등
놀거리	자연채취	산나물 뜯기, 표본채집 등
	영농체험	모내기, 파종하기, 가지치기 등
	수확체험	감자·고구마 캐기, 과일 따기 등
	친수체험	뉘시, 나룻배 타기, 래프팅 등
	민속놀이체험	널뛰기, 윷놀이, 쥐불놀이 등
	모험·레포츠 체험	트래킹, 하이킹, 야영 등
먹거리	보양체험	보양체험 보양식 먹기, 향토음식 먹기 등
쉼거리	휴식	삼림욕, 좌담, 정자에 앉아 쉬기 등
들을거리	자연소리체험	새·물·바람 소리 등 듣기
만들거리	제작체험	도자기 빚기, 흙·목·짚공예, 한지 뜨기, 천연염색, 황토염색 등
알거리	자연학습	관찰학습, 야외교실 및 자연학습시설 방문 등

대분류	중분류	소분류
	역사체험	역사·문화유적 답사 등
살거리	특·토산품 구입	각종 보양·건강식 구입 등
웰빙거리	건강증진	찜질방, 온돌, 썩탕·들국화 탕 등 목욕
	치료	민간요법, 향기요법, 기공체조, 황토길 걷기, 요가 등
	미용	다이어트, 족탕, 마사지, 건강 세안법 등

자료 : 박영일(2007), 체험유형 선호에 따른 농촌체험관광마을태도가 방문의도에 미치는 영향에 관한 연구

## 제 2 절 농촌체험관광 상품 지불의사금액 추정의 필요성

앞서 본 바와 같이 농촌체험 프로그램은 대부분 농촌지역 고유의 자연환경, 전통문화, 향토자원 등 유·무형 자원을 활용하여 개발되고 있으며, 개발된 체험 프로그램은 소비자에게 판매되기 위하여 가격 결정과정을 거치게 된다. 다만 전국의 많은 농촌지역에서는 지역적 특성을 반영한 다양한 농촌체험 프로그램을 개발하고 있음에도 불구하고, 관광객에게 판매하기 위한 적정 가격 설정 과정에서 그 방법 및 기준이 모호하다는 어려움이 있다. 농촌체험 상품은 자연·문화·사회자원 등 비시장재적 특성을 지니는 자원을 토대로 개발되고 있는 바, 가격결정에 어려움이 발생하며, 특히, 숙박, 체험, 음식 등 각각의 개별 관광 상품의 가격을 결정할 경우에는 기존 시장 데이터를 활용하기에 비교적 용이하나, 복합재의 특성을 지니는 패키지상품의 경우에는 가격결정에 한계가 발생한다.

합리적인 소비자는 재화나 서비스를 구매하는 과정에서 가격을 토대로 만족감과 편익을 느끼므로 상품의 가격 결정은 판매량, 판매 수요, 판매 수익 등과 직결되는 요소로 작용한다. 이는 농촌체험관광 상품에서도 동일하게 적용되는 바, 적정 가격을 설정하는 것은 판매자와 이용자 입장에서 모두 중요한 부분이다.

일반적으로 상품의 가격을 결정할 때 활용되는 방법은 크게 원가지향적 가격결정방법과 경쟁자지향적 가격결정방법, 수요지향적 가격결정방법으로 구분되며(유영준·송재일·임진홍 외, 2005), 관광상품의 가격을 결정할 때에도 이러한 방법이 활용된다.

원가 지향적 가격결정방법(Cost-based Pricing)은 제품의 원가를 중심으로 가격을 설

정하는 방법으로, 단위 원가에 일정 비율의 금액을 가산하여 가격을 결정하는 방법과 기업이 설정한 목표이익을 실현하는 매출수준에서 제품가격을 결정하는 방법 등이 있다. 단, 원가 지향적 가격결정방법은 판매량에 영향을 미치는 수요의 탄력성과 경쟁자의 가격을 고려하지 못하는 단점을 지닌다.

경쟁자 지향적 가격결정방법(Competition-based Pricing)은 경쟁업자가 설정한 가격을 기준으로 자사제품의 가격을 설정하는 방법으로, 경쟁자 모방가격전략, 상대적 저가격전략, 상대적 고가격전략, 시장가격에 따른 가격결정 방법 등이 있다. 이 방법은 상품에 대한 수요나 원가를 고려하지 않는다는 단점이 있다.

수요 지향적 가격결정방법(Value-based, Costomer-based Pricing)은 수요의 탄력성이나 소비자의 인식을 기초로 하여 가격을 결정하는 방법으로, 표적고객이 수용 가능한 가격, 소비자들의 구매의도(수요), 가격탄력성, 표적시장의 특성 등을 참고하여 가격을 설정하는 방법이다. 단, 이 방법은 기존의 시장거래 데이터가 없을 경우 소비자의 수요를 추정하기 어렵다는 한계를 지니고 있다.

〈표 7〉 상품의 가격결정 방법

구분	특징
원가 지향적 가격결정방법	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 개요: 단위 원가에 일정 비율의 금액을 가산하여 가격을 결정하는 방법</li> <li>· 장점: 원가에 대한 정확한 내부자료를 가지고 있을 때 용이하게 활용할 수 있음</li> <li>· 단점: 판매량에 영향을 미치는 수요의 탄력성과 경쟁자의 가격을 고려하지 못함</li> </ul>
경쟁자 지향적 가격결정방법	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 개요: 기업간 품질수준이 비슷한 경우 경쟁사들의 가격을 기준으로 자사제품의 가격을 결정하는 방법</li> <li>· 장점: 경쟁자가 현재 구사하고 있는 가격을 토대로 결정하므로 활용이 쉬움</li> <li>· 단점: 상품에 대한 수요나 원가를 고려하지 않음</li> </ul>
수요 지향적 가격결정방법	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 개요: 표적고객이 수용 가능한 가격, 소비자들의 구매의도(수요), 가격탄력성, 표적시장의 특성 등을 참고하여 가격을 설정하는 방법</li> <li>· 장점: 소비자가 인식하는 제품의 가치, 수요 정도를 고려함</li> <li>· 단점: 기존의 시장거래 데이터가 없을 경우 소비자의 수요 추정이 어려움</li> </ul>

자료: 현경석(2002), 다단계 종합적 서비스 가격 결정에 관한 연구, 유영준 외(2005), 관광상품 기획론, 재구성

실제로 판매되는 농촌체험 상품의 가격 현황을 파악하고자 한국농어촌공사에서 운영하는 농촌체험관광 통합사이트 '웰촌포털'에 제시된 체험프로그램을 유형별로 살펴보았다. 농촌 생활체험, 자연생태체험, 문화예술체험, 관광휴양체험, 건강레포츠, 체험패키지의 각 유형별로 체험프로그램의 가격을 살펴본 결과, 유사 체험 프로그램이라고 할지라도 지역의 여건

과 프로그램의 운영 방식 등에 따라 가격이 상이한 것으로 나타났다.

농촌생활체험 중 딸기체험의 경우, 프로그램 구성에 따라 약 10,000원에서 27,000원에 판매되고 있었으며, 김장체험은 10,000원에서 25,000원에 판매되고 있었다. 자연생태체험 중 선상 낚시 체험은 70,000원에서 200,000원까지 이르러 가격 차이가 다소 있었으며, 문화예술체험 중 천연염색 체험은 5,000원에서 20,000원, 관광휴양체험 중 숲체험은 진행방식에 따라 7,000원~40,000원까지 다양하였다. 패키지로 구성된 상품의 경우에는 구성 요소가 제각기 다름에 따라 개별 상품처럼 가격을 비교하기에는 어려움이 있었다.

〈표 8〉 농촌체험 상품의 가격 현황

프로그램명		비용(1인 기준)	농촌마을
농촌생활 체험	딸기 체험	체험+딸기500g	10,000원 구마이곶감정보화마을
		체험+시식+딸기500g	25,000원 모꼬지마을
		쭉개떡만들기+딸기비누만들기+중식+딸기500g	27,000원 용달샘꽃누름마을
	김장 체험	김장체험	10,000원 한밤실 녹색농촌체험휴양마을
		김장체험+중식+트랙터마차타기+고구마 굽기/감자전 체험 택1(+김장 2kg)	20,000원 가루매마을
		김장체험+중식+떡메치기/강정만들기 택1	25,000원 삼거마을
	떡 만들기 체험	떡메치기+시식	6,000원 오복마을
		떡만들기+시식 (지역 농산물 활용/떡종류 선택 가능)	10,000원 고살메 갈꽃 체험마을
	자연생태 체험	고동잡기 체험	고동줍기 체험
구멍낚시+보말잡기 체험			10,000원 온평리 혼인지마을
선상 낚시 체험		70,000원	대야도마을
		200,000원	구엄마을
미꾸라지 잡기 체험		5,000원	황금원송이마을
		8,000원	추어마을
		10,000원	다호리 고분군마을
문화예술 체험	전통혼례 체험	5,000원	삼굿마을
		10,000원	왕인촌마을

프로그램명		비용(1인 기준)	농촌마을
	천연염색 체험	5,000원	이슬촌
		10,000원	유수암마을
		개인 20,000원 단체 15,000원	에코왕곡
	도자기만들기 체험	개인 15,000원 단체 10,000원	개실마을
		20,000원	서경들마을
관광휴양 체험	숲체험	숲 생태 알기(숲 해설가)	별바라기마을
		잣나무숲 삼림욕+꽃차 강의, 차마시기+꽃잎물들이기	쌍겨리마을
		스트레스진단+숲속체험+식사 등	아홉마지기마을
건강 레포츠 체험	래프팅	래프팅 체험	해바라기마을
		내린천 래프팅	보랏빛산채마을
	승마체험	10,000원	자굴산권역
		15,000원	대포한개마을
		20,000원	눈꽃마을
패키지 체험	체험프로그램(1) + 중식 + 트래킹 - 목공예/천연비누/황토염색/농촌문화예술 체험 중 선택1		강원 인제 가족올레하추마을
	체험프로그램(3) + 중식 - 농사+음식체험(유기농딸기따기/인절미떡매치기) -제기차기		경기 양평군 옥천면 용천리 유기농마을 (*20명 이상)
	체험프로그램(6) + 중식 -난타체험/농사체험/자전거하이킹/떡매치기/ 타임캡슐만들기/송어잡기		개미들마을
	체험프로그램(4) + 식사(4) + 숙박(1) - 자연체험(나룻배 체험/나비 체험/울갱이 체험 /반딧불 체험)		충북 괴산군 칠성면 울원리 둔울울갱이마을
	체험프로그램(6~8) + 식사(6) + 숙박(2) -만들기체험(향초 만들기) - 자연체험(계곡 체험/그림자 놀이/냇강 체험/물놀이 등)		120,000원 (2박 3일)

주: 상기 농촌 체험프로그램은 참여 인원 및 프로그램 구성에 따라 가격이 변동될 수 있음  
 자료: 한국농어촌공사 웰촌 홈페이지(<https://www.welchon.com>)

이처럼 농촌체험관광 상품은 농촌지역마다 보유하고 있는 자원의 종류, 위치 및 장소 등 공간적 특성이 다르기 때문에 유사한 상품은 있을 수 있으나 동일한 상품은 없는 것으로 나타났다. 이에 따라 가격을 결정하기 위한 시장 데이터를 확보하는데 어려움이 있으며, 특히

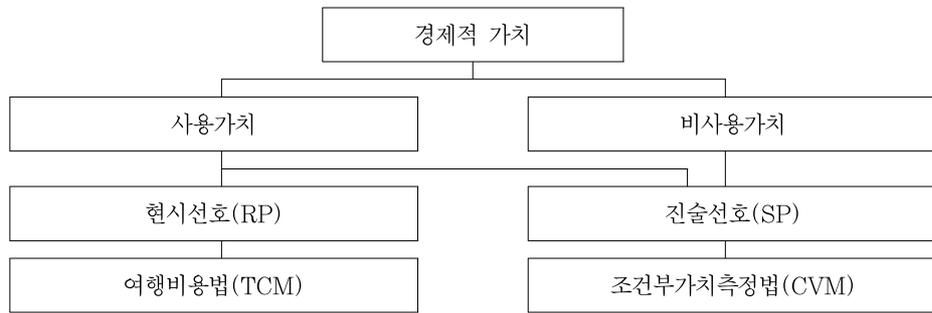
패키지 상품은 상품의 제공 기간, 프로그램 구성 요소가 모두 상이함에 따라, 개별 상품에 비해 유사 시장 데이터를 확보하는데 더욱 어려움이 발생한다.

### 제 3 절 지불의사금액 추정 방법

최근에는 공공재, 환경재 등 비시장재에 대한 가치 및 지불의사금액을 추정하는 방법을 관광분야에 적용하려는 시도가 이루어지고 있다.

비시장재에 대한 경제적 가치 측정 방법은 크게 간접방법인 현시선호 방법과 직접 방법인 진술선호 방법으로 구분할 수 있다. 현시선호 방법(revealed preference method)은 소비자의 선호가 나타난 자료를 이용하는 방법이며, 진술선호 방법(stated preference method)은 설문지를 통해 소비자의 선호를 도출하여 이용하는 방법이다.

현시선호 방법은 기존 시장에서 나타나는 소비행위 관찰에 근거하고 있으므로 사후 추정 방법이라 할 수 있으며, 진술선호 방법은 시장에 존재하지 않는 재화에 대해 가상적 시장을 설정하여 이용하므로 사전 추정방법이라 할 수 있다(박재석·문성철·유승훈, 2011). 현시선호 방법은 사람들의 행동으로 나타난 선호에 기반을 두어 비시장재화의 가치를 추정하는 방법이다. 즉 소비자들의 선택 결과인 기존의 시장자료를 토대로 비시장재에 대한 소비자 잉여 개념을 바탕으로 재화의 가치를 측정하는 것이다. 현시선호 방법의 대표적인 방법론은 여행비용법(Travel Cost Method)이다. 반면 현시된 선호를 관측하기 어렵거나, 그 선호의 정확성을 판단하기 어려울 때에는, 가상적인 시장(hypothetical market)을 제시하여 사람들을 몰입시키고 그 상황에서 거래를 어떻게 할지를 질문한 후, 이에 대해 진술된 선호를 이용하여 비시장재(non-market goods)에 대한 지불의사금액을 유도하여 재화의 가치를 평가하는 방법인 진술선호 방법을 이용한다. 이 방법에는 대표적으로 조건부가치추정법(Contingent Valuation Method)이 있다.



자료 : 류성욱(2014), 관광 및 여가 자원의 경제적 가치 추정법에 대한 비교, 재구성

(그림 2) 경제적 가치 추정 기법의 종류

TCM은 비시장재를 이용하기 위하여 사람들이 어느 정도의 액수를 지불할 의사가 있는가에 대하여, 해당 지역까지 도달하는 데 소요되는 시간 및 비용에 대한 정보를 이용하여 추정하는 방법이다. 따라서 이 방법을 이용하기 위해서는 관광재에 소요되는 시간 및 비용에 대한 데이터가 필요하다. 단, 여행비용법은 여행목적이 여러가지일 경우, 각각의 목적들 간에 시간 및 기회비용 등이 적절히 배분될 필요성이 있으나, 이용자의 시간 등에 대한 기회비용은 동일한 것으로 가정하고 있으며, 관광행위와 관련된 사용가치에 초점이 맞추어져 있어 비사용가치 등을 포함하는 총 가치를 평가하는데 한계가 있다. 또한 비시장재를 실제로 사용한 사람들에 한해서 편익이 측정되기 때문에 그렇지 않은 사람들(잠재적 사용자)은 배제되는 표본선택편의(sample selection bias) 문제를 피할 수 없는 단점 등이 있다(여준호, 2008 ; 노정민, 2009).

CVM은 시장데이터가 없는 비시장재화에 대하여 응답자로 하여금 지불의사금액을 추정하는 진술선호 방법으로서, TCM이 계량경제의 추정방법을 이용하여 가치를 측정하는데 반해 CVM은 태도와 동기를 중요시하는 심리경제학적인 접근방식의 일종으로 비시장재에 부여하는 개인의 가치를 규정하기 위해 사용되는 방법이다(Cameron, 1991). CVM은 실제 시장이 존재하는 것처럼 가상 시장을 설정하고 이러한 조건에서 응답자가 얼마만큼의 비용을 지불할 수 있는지 질문하고 그 지불의사금액(Willingness To Pay; WTP)을 측정한다(박광서, 2003).

본 연구의 대상인 농촌체험관광상품은 실제로 존재하지 않는 가상의 재화이므로 이용 경험이 있는 소비자가 존재하지 않아 시장데이터를 확보·활용하는데 한계가 발생한다. 따라서

본 연구에서는 비사용가치 추정을 통해 지불의사금액을 도출하는 조건부가치추정법(CVM)을 토대로 연구를 전개하고자 한다.

## 1. 조건부가치추정법(CVM)

CVM은 비시장재에 대한 지불의사금액을 추정하기 위해 지금까지 개발된 여러 방법 중에서 가장 넓게 사용되고 있는 방법으로 신뢰성이 높게 평가되고 있다. CVM은 시장에서 거래될 수 없는 무형재화, 또는 기존의 방법으로 측정이 어려운 유형재화의 가치를 수치화된 금액으로 정밀하게 측정·산출하는 방법론으로서 가상수요곡선추정법(hypothetical demand curve estimation method), 설문접근법(survey method) 등의 다양한 이름으로 불리기도 하였다.

CVM은 Davis(1964)가 입찰게임(bidding game) 설문 방법을 창안하면서 이용되기 시작하였으며, 그 후 설문의 형태에 따라 여러 기법들이 개발되었다(Seller, Stoll, and Chavas, 1985 ; 이충기·조윤미, 2004 재인용). CVM은 1989년 유조선이 해협에 좌초하여 약 1천1백만 갤런의 원유를 유출한 사건에서 청구할 보상액을 결정하는데 사용된 이후 세계적으로 신뢰받기 시작하였으며, 이후 국립공원, 자연휴양지, 산림보호, 대기질 등 환경재 가치추정에 널리 이용되었다(박정원, 2012 재인용). 현재는 실험설계, 마케팅, 사회학, 심리학 등 다른 영역과 결합하여 비환경재의 가치추정에 사용되고 있다(최승운, 2005).

미국의 WRC(Water Resources Council)는 1979년부터 여행비용 평가법과 함께 CVM을 수자원 프로젝트 평가기법에 포함시켰으며, ACE(U.S Army Corps of Engineers)도 CVM을 채택하여 20여 개의 관련 연구결과를 발표한 바 있다. 특히, 우리나라의 환경부와 유사한 미국의 EPA도 CVM의 발전에 중요 역할을 하였다. 방법론 이용의 초기에는 주로 환경재에 대한 주민의 효용을 측정하는데 사용되었으나, 방법론의 신뢰성과 타당성이 입증되면서 효용의 측정이 어려운 재화로 그 적용범위를 넓혀가고 있다(임상오·신철오, 2006).

## 1) CVM의 응답자 편익

CVM 활용한 연구가 축적되면서 이론적으로 점차 발전하였으나, CVM은 가상시장을 구축하고 응답자를 대상으로 설문을 통해 지불의사금액을 도출하는 방법임에 따라 경제학자들 사이에서는 논쟁의 대상이 되었다. 즉, 전략적 편익, 지불수단 편익, 출발점 편익, 정보 편익, 가상 편익 등의 오류가 발생할 수 있는 바(오호성, 2006 ; 강정길, 2010) 이러한 편익을 최소화하기 위한 방법을 토대로 분석을 진행할 필요가 있다. CVM에 의해 발생할 수 있는 응답자의 편익을 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

### 전략적 편익

전략적 편익은 응답자가 자신에게 유리한 결과를 도출하기 위하여 응답을 적게 또는 많게 제시할 경우 발생하는 문제이다.

### 지불수단 편익

설문에서 사용되는 지불수단은 세금, 입장료, 사용료, 가격, 기금 등이 있는데, 이러한 지불수단에 대하여 응답자가 거부감을 느끼는 경우에는 정확한 수치를 도출하는데 한계가 발생한다.

### 출발점 편익

출발점 편익은 응답자들에게 지불의사 금액을 제시할 경우, 초기값의 영향을 받아 응답을 할 경우 발생하는 문제점이다. 이는 경매법이나 지불카드법에서 나타나기 쉬운 편익이라고 할 수 있다.

### 정보 편익

정보 편익은 조사대상 재화에 대한 정보가 불충분하거나 부정확한 경우 가치평가에 오류가 발생하는 것을 뜻한다. 정보 편익을 최소화하기 위해서는 응답자 전원에게 동일하고 정확한 정보가 전달되도록 해야 한다.

#### □ 가상 편익

가상 편익은 응답자가 가상적 상황에 대해 발생 가능성 등에 대해 회의적일 경우 발생하는 편익이다. 이에 따라 응답자가 제시한 지불의사가 실제의 상황에서 발생하는 지불의사와 반드시 같다고 볼 수는 없는 것이다.

CVM은 설문지 작성, 설문과정 등 적용과정에서 논쟁이 되었던 응답자의 편익을 최소화하기 위하여 지불의사 유도방법, 설문방법 등에 유의하여 다루어질 필요가 있다. 이러한 응답자의 편익을 최소화하기 위한 방법은 NOAA의 가이드라인에서도 제시되고 있다.

#### 2) NOAA의 가이드라인

노벨 경제학상 수상자(Kenneth Arrow와 Robert Solow)를 의장으로 한 22명의 전문가로 구성된 패널은 NOAA 보고서를 통해 CVM의 유효성과 신뢰성을 입증하였으며, 아울러 CVM을 이용할 시 우선시되어야 할 주요 가이드라인을 제시하였다.

이를 몇 가지로 요약하면 다음과 같다.

#### □ 조사 방법

먼저 정확한 분석을 위한 조사방법으로 일대일 개별 면접을 제시하였다. 우편조사는 신뢰 있는 가치를 추정하기 어려우며, 전화면접이 비용 및 집중화된 감독 등의 이점이 있을지라도 개별 면접을 우선시한다고 하였다.

#### □ 사전조사

제시금액의 범위를 결정하기 위하여 사전조사가 필요함을 언급하고 있다. 사전조사는 응답자들의 이해도를 높이며, 양분선택형 질문법을 활용할 경우 활용되는 제시금액의 범위를 결정하기 위하여 필요한 작업이라고 하고 있다.

#### □ 질문방법

질문방법으로 양분선택형 질문법을 사용하도록 추천하고 있다. 개방형 질문으로 응답자들에게 직접 화폐 가치를 유도하는 것은 응답자로 하여금 대답의 어려움을 느끼게 하며, 또

한 응답자들이 선택할 수 있도록 연구자가 일정 화폐량을 제시하는 것은 고정점(anchoring) 편익 등 응답자의 편익을 유발하는 한계가 있다. 따라서 이러한 한계를 최소화하는 방법으로 양분선택형 질문법을 추천하고 있다.

조건부가치측정법은 이와 같은 사항을 고려하여 설문이 체계적으로 이루어지고, 설문결과에 대한 해석이 잘 이루어진다면, 다른 추정기법에 비해 이론적·실증적으로 보다 적합한 접근방법으로 볼 수 있다(곽승준, 2011 재인용). 따라서 본 연구는 이러한 CVM가이드라인을 반영하여 농촌체험관광 상품의 지불의사금액을 도출하고자 한다.

## 2. 선행연구 고찰

본 논문을 진행하기에 앞서 주요 선행연구를 구체적으로 고찰하고자 한다.

기존에 관광분야에서 조건부가치측정법(CVM)을 적용하여 재화의 가치를 추정한 연구로는 설악산 국립공원을 대상으로 가치를 추정한 ‘관광자원의 비시장가치와 그 결정요인’(한범수, 1996), 수원화성을 대상으로 편익을 분석한 ‘조건부시장가치평가법(CVM)을 이용한 문화유산자원의 경제적 편익 추정’(김학용, 2002) 경포대 관광지의 가치를 측정하는 ‘공공성 관광자원의 가치측정에 관한 연구’(김사현, 2003), 체험관광에 대한 가치를 평가한 ‘CVM을 활용한 체험관광의 가치평가’(이충기·조윤미, 2004), 화암동굴지구를 대상으로 경제적 가치를 평가한 ‘CVM을 이용한 화암동굴지구의 경제적 가치 평가에 관한 연구’(최승운, 2005) 등이 있으며, 이 밖에도 마리나관광, 양양송이축제, 화천 산천어 축제 등 관광과 관련된 여러 가지 재화 및 서비스에 CVM기법을 적용한 연구사례가 많다.

CVM을 이용한 관광재의 지불의사금액 추정에 관한 선행연구를 제시하면 다음 <표 9>와 같다.

〈표 9〉 CVM을 이용한 관광분야 선행연구

연구자	연구명	연구대상 관광재
한범수(1996)	관광자원의 비시장가치와 그 결정요인	설악산 국립공원
김학용(2002)	조건부시장가치평가법(CVM)을 이용한 문화유산자원의 경제적 편익추정	수원화성
김사현(2003)	공공성 관광자원의 가치측정에 관한 연구	경포대 관광지
변성환(2004)	CVM을 이용한 모험관광자원의 가치평가	인제군 내린천 래프팅
이충기·조윤미(2004)	CVM을 활용한 체험관광의 가치평가	체험관광
최승운(2005)	CVM을 이용한 화암동굴지구의 경제적 가치 평가에 관한 연구	화암동굴지구
허중욱(2005)	CVM을 이용한 비시장 관광자원의 가치추정	경포대도립공원
이승길·유창근(2007)	마리나관광에 대한 지불의사결정 요인	마리나관광
소국섭(2010)	해양관광레저도시에 대한 지불의사액 추정	태안관광·레저기업도시
강정길(2010)	CVM기법을 응용한 국립공원 설악산의 관광자원 가치 측정에 관한 연구 -케이블카 설치 가부에 따른 측정을 중심으로	설악산 국립공원
허중욱·김영표(2010)	정보제공에 따른 문화관광축제의 입장료 지불의사 금액 추정	양양송이축제
박정원(2012)	CVM을 이용한 농촌체험관광에 대한 지불의사금액 추정	농촌체험관광
안소정(2014)	제주 향토음식을 활용한 음식관광상품 개발 및 CVM을 활용한 경제적 가치 평가	제주 향토음식 관광상품
송운강·박용민·양희원(2015)	CVM을 이용한 지역축제의 경제적가치 추정	화천 산천어축제
이승곤(2015)	울릉도 자연관광자원의 보존가치 평가 -울릉공항 건설을 중심으로	울릉도

앞에서 제시한 선행연구 중 본 연구와 유사한 연구로 ‘조건부시장가치평가법(CVM)을 이용한 문화유산자원의 경제적 편익추정’(김학용, 2002), ‘CVM을 이용한 체험관광의 가치평가’(이충기·조윤미, 2004), ‘CVM을 이용한 농촌체험관광에 대한 지불의사금액 추정(박정원, 2012)’, ‘CVM을 활용한 관광열차의 지불의사액 추정에 관한 연구(이상재 외, 2014)’, ‘제주 향토음식을 활용한 음식관광상품 개발 및 CVM을 활용한 경제적 가치 평가(안소정, 2014)’의 연구 과정 및 결과에 대하여 구체적으로 살펴보고자 한다.

1) 조건부시장가치평가법(CVM)을 이용한 문화유산자원의 경제적 편익추정(김학용, 2002)

□ 연구 목적

본 연구는 세계문화유산인 수원화성이 갖고 있는 경제적 편익을 추정하는데에 있다. 이는 구체적으로 수원화성에 대한 경제적 총편익을 사용가치와 비사용가치로 구분하여 추정하며, 수원화성의 사용가치와 비사용가치 추정에 영향을 주는 결정요인에는 어떠한 것이 있는지 밝히고자 한다. 또한 문화유산의 보존 및 관리정책에 대한 시사점을 제시한다.

□ 설문 개요

설문조사는 1998년 4월 4일부터 12일까지 시행하였으며, 설문대상은 사용가치에 대한 설문 대상은 수원화성을 관람한 방문객, 비사용가치 설문 대상은 수원시민과 수원화성을 이용할 가능성이 있는 도시민으로 설정하였다. 사용가치에 대한 지불의사 금액은 양분 선택형 질문법을 활용하였으며, 비사용가치에 대한 설문 질문방법으로는 직접질문법을 활용하였다.

□ 분석 결과

수원화성의 사용가치는 로그로짓모형에 의해 산출된 평균 WTP값을 곱하여 추정하였다. 수원시 문화·관광과에서 집계한 2001년 내에 수원화성을 관람한 관광객의 수는 총 1,835,402명(내·외국인 포함)이며, 2002년 9월말 현재 수원시 세대수는 총 341,171 가구임을 감안하여 분석한 결과, 수원화성의 사용가치는 78억, 비사용가치는 132억, 총 가치는 210억으로 추정되었다.

〈표 10〉 김학용(2002)의 연구 내용 요약

설문형태	조사 대상	표본크기	질문형태	가치추정(년간)
설문지	사용가치: 수원화성을 관람한 방문객 비사용가치: 수원시민과 수원화성을 이용할 가능성이 있는 도시민	사용가치: 492명 비사용가치: 650명	양분 선택형 질문, 직접질문법	사용가치 78억 비사용가치 132억 (총가치 210억)

## 2) CVM을 이용한 체험관광의 가치평가(이충기·조윤미, 2004)

### □ 연구 목적

과거의 관람 위주의 관광 형태가 점차 체험하고 활동하는 형태로 변화하고 있으나, 체험 관광에 대한 중요성 및 그 가치는 객관적인 지표로 산출되지 못하고 있는 실정이다. 따라서 본 연구는 체험관광이 어느 정도의 경제적 가치를 갖고 있는지에 대해 제시하는데 목적이 있다.

### □ 설문 개요

설문은 2002년 11월 중순부터 12월 초까지 주요 광역시와 도 주민 800명을 대상으로 인구의 성별·연령별 분포를 분석한 후, 그 비율에 맞게 조사를 실시하였으며, 교육된 조사자들을 통해 자기기입식 설문조사를 실시하였다. 체험관광의 가치를 추정하기 위한 이중선택형 질문형태는 '체험관광을 위한 지출경비가 1회당 1인 기준으로 \_\_\_\_\_원이라면 이를 참여하시겠습니까?'에 대하여 '예/아니오'로 대답하도록 유도하였으며, 제시된 체험관광 금액은 10,000원에서 300,000원 사이의 10개 가격 중 무작위로 제시되었다.

### □ 분석 결과

총 표본 수 800개 중 유효표본 783개를 분석한 결과, 제시금액이 낮을수록 체험관광에 대한 참여의사가 증가하였으며, 교육수준, 연령, 소득이 높을수록 참여의사가 증가하는 것으로 나타났다. 계산결과 지불의사금액은 175,000원으로 나타났다.

〈표 11〉 이충기 외(2004)의 연구 내용 요약

설문형태	조사 대상	표본크기	질문형태	평균 WTP
설문면접	주요 광역시 및 도 주민	총 표본: 800 유효 표본: 783	양분 선택형 질문	175,000원

### 3) CVM을 이용한 농촌체험관광에 대한 지불의사금액 추정(박정원, 2012)

#### □ 연구 목적

최근 전국적으로 농촌체험관광의 양적팽창과 함께 지역간·마을간 경쟁도 심화되고 있으며, 수많은 농촌체험마을이 운영되고 있음에도, 효율적인 운영 및 관리를 위한 비용(체험비 및 숙박비 등)에 대한 표준화된 지침이 없는 실정이다. 이에 따라 도시민을 대상으로 농촌 체험관광에 대한 지불의사금액을 추정하고, 농촌체험관광의 질적 성장 및 활성화를 위한 기초자료를 제공하는 것을 연구 목적으로 설정하였다.

#### □ 설문 개요

설문조사는 2011년 7월에서 10월까지 시행하였으며, 설문대상은 전국의 도시민으로 설정하였다. 평가항목은 4가지(체험비, 식비, 숙박비, 농산물구입비)이며, 각각 5개의 지불의사금액 범위를 제시하여 조사하였다. 조사방법은 개별설문조사와 우편조사를 함께 실시하였으며, 질문법은 양분선택형 질문법을 사용하였다. 조사표본 총 200부 중 유효표본 153부를 활용하여 지불의사금액을 추정하였다.

#### □ 분석 결과

농촌체험관광에 대한 지불의사 추정 결과, 농촌체험관광의 경험이 있을수록 지불의사는 높아지는 것으로 나타났다. 농촌체험관광에 대한 평균 지불의사금액 추정결과는 체험비 5,600원, 식비 5,600원, 숙박비 42,000원, 농산물구입비 13,000원으로 분석되었다.

〈표 12〉 박정원(2012)의 연구 내용 요약

설문형태	조사 대상	표본크기	질문형태	평균 WTP
일대일 면접, 우편	전국 도시민	총 표본: 153	양분 선택형 질문	체험비 5,600원 식비 5,600원 숙박비 42,000원 농산물구입비 13,000원

4) CVM을 활용한 관광열차의 지불의사액 추정에 관한 연구(이상재 외, 2014)

□ 연구 목적

한국철도는 다양한 신개념 관광열차를 운영함으로써 지역경제활성화에 기여하고 있다는 평가를 받고 있음에도 불구하고 경제적 가치측정은 미흡한 실정이다. 본 연구에서는 관광열차 탑승요금에 추가적인 관광열차 서비스 이용자의 지불의사액(WTP, willingness to pay)을 도출하였다. 연구를 통해 추정된 결과는 새로운 관광열차 운영을 위한 탑승요금 결정시 근거자료로 활용할 수 있다.

□ 설문 개요

설문조사는 일대일 개별 면접조사로 실시하였으며, 양분선택형 질문방식을 활용하였다. 설문은 O, V-Train(897명), 경북순환관광열차(443명), 와인&시네마열차(272명) 탑승객을 대상으로 이루어졌다.

□ 분석 결과

관광열차에 대한 지불의사 추정 결과, 중부내륙 O-Train은 15,521원, V-Train은 4,608원, 경북순환열차는 3,612원, 와인&시네마열차는 4,985원으로 추정되었다. 결과적으로 현재의 열차운임에 비해 높은 지불의사를 가지고 있는 것으로 나타났으며, 이는 관광열차에 부여하는 경제적 가치가 현재 열차에 비해 큰 것으로 해석가능하다.

〈표 13〉 이상재 외(2012)의 연구 내용 요약

설문형태	조사 대상	표본크기	질문형태	평균 WTP
일대일 면접	열차 탑승객	O, V-Train: 897명 경북순환관광열차: 443명 와인&시네마열차: 272명	양분 선택형 질문	O-Train 15,521원 V-Train 4,608원 경북순환열차 3,612원 와인&시네마열차 4,985원

5) 제주 향토음식을 활용한 음식관광상품 개발 및 CVM을 활용한 경제적 가치 평가(안소정, 2014)

□ 연구 목적

이 연구의 주요 목적은 제주지역의 음식관광자원화가 가능한 향토음식을 발굴하고 이를 토대로 음식관광 상품을 개발하여 제주 향토음식의 문화적·경제적 가치를 증대시킬 수 있는 방안을 모색하는 것과 음식관광 상품의 실현가능성과 가치를 평가해 음식관광지로서 제주도의 가능성을 확인하고 제주도 관광산업 다변화 방향을 제시하는데 있다.

□ 설문 개요

설문은 2014년 1월 6일부터 2월 9일까지 조사되었으며, 조사 대상은 서울 및 수도권에 거주하는 20대 이상 성인 중, 최근 10년 이내 제주를 방문한 경험이 있는 내국인(350명)으로 설정하였다. 설문 방법은 설문지를 활용하여 1:1면접, 우편 및 e-mail 등을 활용하였다. 설문지 내용은 가상으로 개발된 제주 향토음식을 활용한 음식관광상품 5가지에 대한 정보(상품명, 특징, 소요시간, 세부일정 등)를 제시하고, 양분선택형 질문법을 활용하여 지불의사금액을 도출하여 상품의 경제적 가치를 추정하였다.

□ 분석 결과

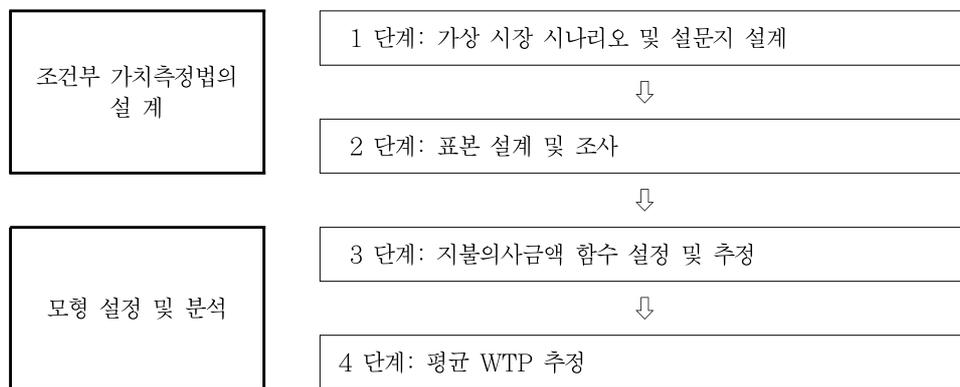
총 표본 수 350개 중 유효표본 295개를 분석한 결과, 상품에 대한 지불의사가 있다고 응답한 응답자는 215명(72.9%)으로 나타났다. 지불의사 금액을 추정한 결과, 최소 지불의사금액은 45,000원, 최대 지불의사금액은 10,500원이며 평균 지불의사금액은 58,534원으로 측정되었다.

〈표 14〉 안소정(2014)의 연구 내용 요약

설문형태	조사대상	표본크기	질문형태	평균 WTP
일대일 면접, 우편, e-mail	서울 및 수도권 거주자 중 20대 이상 성인이며 최근 10년 이내 제주 방문 경험자	총 표본: 350 유효 표본: 295	양분선택형 질문	58,534원

## 제 3 장 CVM을 이용한 지불의사금액 추정 과정

일반적으로 조건부가치추정법은 아래 (그림 3)과 같이 크게 조건부가치추정법의 설계, 모형 설정 및 분석의 2단계로 구분된다. 조건부가치추정법의 설계 단계에서는 가상의 시장 시나리오 및 설문지 설계, 표본 설계 및 조사가 이루어지며, 모형 설정 및 분석 단계에서는 지불의사금액 함수를 설정 및 추정하고, 추정된 함수를 토대로 평균WTP를 도출한다.



(그림 3) 조건부가치추정법(CVM)을 이용한 재화의 지불의사금액 추정 과정

### 제 1 절 조건부 가치추정법의 설계

#### 1. 가상 시장 시나리오 및 설문지 설계

시장이 존재하고 있지 않은 비시장재에 대한 지불의사금액을 측정하기 위해서는 가상 시장을 구축할 필요가 있다. 가상 시장에서는 개발된 관광상품을 상세히 설명하여 응답자가 본인이 평가하는 재화에 몰입할 수 있도록 해주어야 한다.

설문지는 응답의 신뢰성을 높이기 위하여 가상 시장 시나리오를 작성할 때, 응답자가 쉽게 이해할 수 있도록 작성할 필요가 있다. 따라서 설문에는 가능한 전문적 용어 보다는 모

든 사람이 쉽게 이해할 수 있는 용어로 설계할 필요가 있다. 그리고 설문지는 사전조사를 통해 응답자들의 이해 정도를 확인하고 설문지를 수정·보완할 필요가 있다.

또한 개발된 상품에 대한 지불금액을 제시하여야 한다. 이 때 응답자들로부터 정확한 지불의사금액을 도출하기 위한 방법을 결정해야하는데, 이를 위한 방안으로는 대표적으로 경매법, 직접질문법, 지불카드법, 양분선택형 질문법이 있다.

#### □ 경매법

경매법은 경매방식을 사용하여 응답자에게 일정 금액을 제시하고 '예'와 '아니오'의 응답을 유도하면서 최대 WTP가 될 때까지 계속 높은 가격을 제시하는 방법으로서, 이 방법은 표본수가 적더라도 반복과정을 통해 응답자들이 주어진 재화에 대한 가치를 더 신중히 생각해 볼 수 있어 신뢰성이 있다는 장점이 있다. 단, 처음 제시된 가격에 영향을 받아 시작점 편향(starting bias)이 발생할 가능성이 높다는 단점을 지니고 있다(Herriges&Shogren, 1994).

#### □ 개방형 질문법

직접질문법은 응답자에게 직접 본인의 최대 지불의사금액을 묻는 방법으로서, 직접질문법에서는 경매법의 단점인 출발점 편향의 문제는 발생하지 않지만 일반적으로 응답자가 시장에서 거래해본 경험이 없는 비시장재에 대한 화폐가치를 먼저 제시하는 데에는 어려움을 느끼게 된다. 이 경우 응답자들이 비현실적으로 큰 액수나 적은 액수를 제시할 수 있으며, 또한 응답을 회피하는 경향이 나타날 수 있다.

#### □ 지불카드법

지불카드법은 응답자에게 작은 액수에서 큰 액수까지 일련의 가격이 적힌 카드를 제시하고, 그 중 하나의 금액을 지불의사금액으로 선택하게 하는 방법이다. 이 방법은 직접질문법에서 응답자가 질문에 답하기 어려워하는 문제와 경매법의 출발점 편향을 해결해 준다는 장점을 지니고 있으나 고정점 편향(anchor point bias)이 발생한다는 한계가 있다. 고정점 편향은 제시되어 있는 금액을 참고하여 이 값에 근접한 지불의사금액을 본인의 지불의사금액으로 제시하는 것을 말한다.

#### □ 양분선택형 질문법

양분선택형 질문법은 지불의사금액 미리 설정하여 응답자에게 제시하고, 이 금액을 지불할 의사가 있는지를 예/아니오로 선택하게 하는 방법이다. 따라서 응답자는 재화를 주어진 가격에 살 것인지, 아닌지에 대해서만 판단하게 된다. 따라서 응답자 측면에서 이 방법은 자신이 스스로 지불의사금액을 제시하는 것이 아닌, 두가지 선택 중 하나를 선택하는 간단한 판단만 요구되므로 응답의 부담을 줄일 수 있게 된다. 이로 인해 응답자는 자신이 생각하는 실질적인 지불의사금액을 나타낼 확률이 높아지며, 이를 토대로 분석자는 보다 정확한 추정을 할 수 있다는 장점이 있다. 다만 제시되는 금액이 응답자가 고려하는 실제 지불의사금액에서 크게 벗어나 있는 경우에도 그 중 하나만을 선택해야하는 바, 이러한 측면에서 효율성이 떨어질 수 있으며 이로 인해 많은 관측치가 요구된다는 단점이 있다. 또한 응답자가 난해한 질문에 대해서는 긍정적으로 대답하는 경향이 있으므로 지불의사금액이 과다하게 추정될 수 있는 단점이 존재한다. 이에 따라 이러한 단점을 최소화하기 위해 제안된 방법이 이중 양분선택형 질문법이다(Carson et al, 1986). 이중 양분선택형 질문법은 첫 번째로 제시되는 금액에 대한 양분선택적 응답을 기초로, 미리 설계된 특정금액을 다시 한번 제시하는 방법이다. 앞서 제시한 바와 같이 NOAA 보고서에서는 CVM의 신뢰성을 확보하기 위해서는 양분선택형 질문법을 선택하는 것이 바람직하다고 권고하고 있다(김병준, 1997 ; 김승우 외, 2000 ; 이충기, 2006 재인용).

## 2. 표본 설계 및 조사

모집단의 특성을 도출하기 위한 조사 방법은 크게 전수 조사(census survey)와 표본 조사(sample survey)로 구분된다. 전수 조사는 전체 모집단으로부터 직접적으로 정보를 입수하는 방법이며, 표본 조사는 표본의 특징을 기반으로 모집단의 특성을 추정하는 방법이다. 일반적으로 표본 조사는 전수 조사에 비해 시간과 비용이 절약되며, 어떤 상황에서는 조사 과정을 보다 엄격히 통제하여 비표본오차(non-sampling error)를 줄임으로써 정확도가 높은 자료를 얻을 수 있다는 장점이 있다. 이러한 표본 조사에서 전제가 되는 가정은 특정 표본이 모집단을 적절히 대표한다는 것이다. 표본 조사를 위해서는 먼저 모집단과 표본 추출 방법, 그리고 조사 방법이 결정되어야 한다. 이에 대한 설명은 아래와 같다.

□ 모집단의 확정

모집단이란 연구의 대상이 되는 집단으로서, 연구자가 통계적 추정에 의해 정보를 얻어내려는 대상 집단이라고 정의할 수 있으며, 이는 바로 재화 공급에 따라 영향을 받는 집단이라고 할 수 있다. 만일 모집단이 잘못 선정되면 모집단 선택 편의가 발생한다. 그러므로 모집단을 정확히 규정하기 위해서는 연구 대상, 표본 단위, 범위, 그리고 시간의 네 가지 요소를 명확하게 확정지어야 한다. 여기서 표본 단위는 표본 추출 단계에서 표본으로 추출될 수 있는 요소들을 말하는 것으로 개인 또는 가구 등이 될 수 있다.

□ 표본 추출 방법 선정

표본 추출 방법은 크게 확률 표본 추출법과 비확률 표본 추출법으로 구분된다. 확률 표본 추출법은 연구대상들이 표본으로 추출될 확률이 알려져 있고 무작위적(random)으로 추출되는 경우이며, 여기에는 단순무작위 표본 추출법(simple random sampling), 층화 표본 추출법(stratified random sampling), 군집 표본 추출법(cluster sampling) 등이 있다. 비확률 표본 추출법은 연구대상이 표본으로 추출될 확률이 일정하지 않고 조사자의 독단이나 의도에 의해 연구대상이 표본에 포함되거나 제외되는 주관적 방법이다. 여기에는 임의 표본 추출법(convenience sampling), 판단 표본 추출법(judgement sampling), 할당 표본 추출법(quota sampling) 등이 있다.

〈표 15〉 표본 추출 방법의 종류

구분		내용	
확률 표본 추출	단순 무작위 표본 추출법	표본으로 선택될 확률이 알려져 있고 그 확률이 동일할 경우 초보적인 조사, 난수표 등 이용, 실제 사회 조사에서 사용안됨	
	체계적 표본 추출법	모집단을 구성하는 구성 요소들의 순서 내의 매 n번째 요소를 추출하여 표본을 형성 표본의 주기성에 유의해야 함	
	층화 표본추출법	비례	표본 소집단의 크기에 비례하여 단순 무작위 표본 추출
		불비례	표본 소집단의 크기와 분산을 고려하여 단순 무작위 표본 추출
	군집 표본 추출법	표본들을 군집으로 묶어 이들 집단을 선택, 표본 추출 대규모 사회 조사에 널리 사용됨	
비확률 표본 추출	편의 표본 추출법	편리서에 기준을 둔 표본 선정, 탐색 단계·사전 조사에 적합 모집단을 적절히 대표할 수 없음	

구분		내용
비확률 표본 추출	판단 표본 추출법	조사자가 표본에 대해 잘 알고 있을 경우, 그의 판단에 의존 모집단을 적절히 대표할 수 없는 표본 선정 방지 가능
	할당 표본 추출법	정교한 기법으로 널리 사용됨, 특히 인터뷰 조사 모집단에 대한 사전 지식이 있는 경우 1단계: 연구 대사의 범주(category나 할당량(quotas)구분 2단계: 표본 추출(임의, 판단) 실시

자료: 한승준(2006), 『조사방법의 이해와 SPSS활용』

#### □ 표본 조사 방법 선정

표본 조사 방법은 대면조사, 전화조사, 그리고 우편조사 등이 있다. 전화조사는 가상적 시장상황을 충분히 전달하기에는 할당시간이 짧기 때문에 정확한 지불의사금액을 도출하기가 어렵다는 단점이 있다. 우편조사는 회신률이 낮으며 무응답이 많은 것이 단점이며, 대면조사는 자세한 문답을 통해 응답자들로 하여금 가상시장에 대한 정보를 잘 전달할 수 있다는 장점이 있으나, 조사원에 대한 사전 훈련이 필요하며 조사비용이 다른 방법에 비해 높다는 단점을 지닌다. 그러나 조건부 가치 측정법에서 제시되는 질문은 일반적인 설문에 비해 상세한 설명이 필요하고, 때에 따라 시각적 보조물이 사용될 수 있으며, 특히 지불의사금액에 대한 질문은 일반 설문에 비해 노력이 더욱 요구되는 바, 대면조사 방법이 바람직하다. 이에 따라 NOAA 보고서에서도 대면조사 방법을 권고하고 있다.

## 제 2 절 모형 설정 및 분석

### 1. 지불의사금액 함수 설정 및 추정

연구자는 지불의사금액 함수를 추정하기 위하여 설명변수와 함수의 형태를 결정하여야 한다. 이 단계에서는 최소자승법(Ordinary Least Square: OLS) 선형회귀분석 또는 최대우도추정법(Maximum Likelihood Estimation: MLE) 등의 통계적 기법을 이용하여 함수를 추정한다.

지불의사 금액이 양분선택형으로 유도되는 경우가 아니라면 최소자승법을 통하여 계수를 추

정하는 것이 일반적이고 양분선택형 질문법이라면 최대우도추정법을 이용하여 추정하게 된다.

CVM분석에 활용되는 양분선택형(Dichotomous Choice; DC) 질문법은 모집단에서 무작위로 추출된 표본의 응답자에게 미리 정해진 특정 금액을 기꺼이 낼 의사가 있는지, 없는지를 물어보는 형태를 취한다.

이러한 양분선택형 질문법은 한번 질문하는 단일경계 양분선택형(Single-Bounded Dichotomous Choice; SBDC) 질문법과 두 번 질문하는 이중경계 양분선택형(Double-Bounded Dichotomous Choice; DBDC) 질문법으로 구분된다. SBDC 질문법은 단 1회 질문하는 방법으로, 응답자로 하여금 미리 설정된 금액에 대하여 지불의사를 '예/아니오'로 한번 대답하도록 하는 방식이다. DBDC 질문법은 처음 제시된 금액에 대한 응답이 '예'일 경우, 이 보다 큰 금액을 다시한번 제시하고, '아니오'로 응답할 경우에는 처음 제시된 금액보다 작은 금액을 한번 더 제시하여 응답을 요구하는 방식이다.

통계적 효율성을 높일 수 있다는 측면에서 SBDC 질문법 보다는 DBDC 질문법이 널리 사용되고 있다.(Hanemann et al, 1991) 다만, DBDC 질문법과 관련하여 두 측면에 대해 고려할 필요가 있다. 첫 번째 측면은 삼중경계(triple-bounded) 양분선택형 모형과 같은 다중경계 모형의 사용에 관한 것이다. 추가로 제시되는 질문은 응답자의 WTP에 대해 보다 많은 정보를 도출할 수 있어 WTP의 범위를 좁히기 때문에 다중경계 모형이 더욱 효율적일 것으로 보이나, Cooper and Hanemann(1995)의 연구 결과에 따르면 세 번째 질문을 추가함으로써 인하여 발생하는 효율성의 개선은 DBDC 모형과 비교하여 상대적으로 크지 않은 것으로 나타났다. 또한 Hanemann and Kanninen(1999)은 삼중경계 모형의 사용으로 내적 일관성을 해치는 반응효과(response effects)가 발생할 가능성은 커지는 반면 통계적 효율성은 그에 비해 증진되지 않는다는 연구 결과를 제시하였다. 이에 본 연구에서는 삼중경계 모형을 포함하는 다중경계 모형은 사용하지 않고자 한다.

두 번째 측면은 SBDC 모형 대신에 DBDC 모형을 사용할 때, 통계적 효율성 증진이 있다 하더라도 어느 정도의 편의를 초래할 가능성이 커진다는 것이다. Cameron and Quiggin(1994)은 응답자기 고려하는 진실된 지불의사금액이 두 번째 질문에 대해 '아니오'일 경우에도, 설문조사원이 한 번 더 질문을 하는 것에 대해 미안하게 느껴 '예'라고 거짓으로 응답할 가능성을 제시하였다. 또는 두 번째 질문에 '예'라고 응답해야 함에도 불구하고, 설문조사원이 한번 더 질문을 하는 것에 대해 귀찮게 여겨 '아니오'라고 거짓 응답할 가능성이 있다고 보고 있다.

이에 따라 본 연구에서는 각 모형에서 발생할 수 있는 편의를 최소화하기 위하여 SBDC 모형과 DBDC 모형을 모두 이용하여 분석결과를 제시하고자 한다.

양분선택형 기법을 활용하여 지불의사금액 함수를 추정하는 경우는 최대우도추정법(Maximum Likelihood Estimation; MLE)을 이용하여야 한다. 최대우도추정법은 가정한 확률함수 하에서 표본으로부터 얻을 수 있는 가장 큰 확률을 제공하는 추정치를 구할 수 있다. 최대우도추정법을 적용하기 위해서는 먼저 우도함수(likelihood function; )를 설정하고, 이 우도함수를 최대화하는 값으로 미지수를 추정한다. 여기서 우도함수란 미지수에 따른 관찰자료의 가능성을 함수로 표현한 것을 말한다. 우도함수 값은 0에서 1사이이며, 사례 수가 많은 경우에는 매우 작은 값이 되므로 계산의 용이성을 위하여 우도함수에 자연로그를 취한 로그우도함수(Log Likelihood Function)를 계산하여 사용한다.

SBDC 모형을 이용하는 경우, 제시액에 따른 응답자의 반응 형태는 2가지 경우(예, 아니오)이다. 따라서 다음과 같은 형태의 로그우도함수를 설정할 수 있다.

$$\ln L(\theta) = \sum_{i=1}^n [D_i \ln \pi^y + (1 - D_i) \ln \pi^n] \quad \dots(1)$$

$\theta$  : 관측치 수,  $D$  : 지시변수(indicator variables)

$D_i = 1$ : 번째 제시액에 대해 수락,

$D_i = 0$ : 번째 제시액에 대해 거부,

$\pi^y$ : 제시액에 대해 '예'로 응답한 경우의 확률,

$\pi^n$ : 제시액에 '아니오'로 응답한 경우의 확률.

응답자  $i$ 가 제시금액( )에 대해 수락 또는 거부할 경우의 확률은 다음과 같이 표현된다.

$$\pi^y(B_i) = \Pr(B_i \leq WTP_i) = 1 - F(B_i; \theta)$$

$$\pi^n(B_i) = \Pr(B_i > WTP_i) = F(B_i; \theta) \quad \dots(2)$$

$WTP_i$  = 응답자  $i$ 의 내재된 잠재 지불의사금액,  $\theta$ : 모수 벡터,

$F(\cdot)$ : 임의의 누적확률 분포함수.

이중경계 양분선택형 질문법을 이용한 DBDC 모형을 이용하는 경우, 제시액에 따른 응답자의 반응 형태는 2가지 경우(예, 아니오)이다. 따라서 다음과 같은 형태의 로그우도함수를 설정할 수 있다.

$$\ln \theta = \sum^n [D_1 \times D_2 \ln \pi^{yy} + D_1 \times (1-D_2) \ln \pi^{ym} + (1-D_1) \times D_2 \ln \pi^{ny} + (1-D_1)(1-D_2) \ln \pi^{nm}] \quad \dots(1)$$

DBDC 모형에서는 응답자  $i$ 가 제시된 제시금액( $B_i$ )에 대해 수락하게 되면 더 높은 금액( $B_i^u$ )을 제시하게 되며, 거부하게 되면 더 낮은 금액( $B_i^d$ )을 제시하게 된다. 응답자  $i$ 가 초기 금액  $B_i$ 에 대해 '예'로 응답하고 더 높은 금액에 대해서도 '예'로 응답한 경우(예/예)의 확률( $\pi^{yy}(B_i, B_i^u)$ ),  $B_i$ 에 대해 '예'로 응답하고  $B_i^u$ 에 대해서는 '아니오'로 응답한 경우(예/아니오)의 확률( $\pi^{ym}(B_i, B_i^u)$ ),  $B_i$ 에 대해 '아니오'로 응답하고 더 낮은 금액  $B_i^d$ 에 대해서는 '예'로 응답한 경우(아니오/예)의 확률( $\pi^{ny}(B_i, B_i^d)$ ), 그리고  $B_i$ 와  $B_i^d$ 에 대해 모두 '아니오'로 응답한 경우(아니오/아니오)의 확률( $\pi^{nm}(B_i, B_i^d)$ )은 다음과 같이 표현할 수 있다.

$$\pi^{yy}(B_i, B_i^u) = \Pr(B_i^u \leq WTP_i) = 1 - F(B_i^u; \theta) \quad \dots(2)$$

$$\pi^{ym}(B_i, B_i^u) = \Pr(B_i \leq WTP_i < B_i^u) = F(B_i^u; \theta) - F(B_i; \theta) \quad \dots(3)$$

$$\pi^{ny}(B_i, B_i^d) = \Pr(B_i^d \leq WTP_i < B_i) = F(B_i; \theta) - F(B_i^d; \theta) \quad \dots(4)$$

$$\pi^{nm}(B_i, B_i^d) = \Pr(WTP_i < B_i^d) = F(B_i^d; \theta) \quad \dots(5)$$

여기서  $F(B; \theta)$ 는 로지스틱 또는 정규 누적확률 분포함수 등 임의의 누적확률 분포함수이다. 로지스틱 누적확률 분포를 가정할 경우는 로짓모형, 정규누적분포를 가정할 경우는 프로빗모형이라고 한다.  $F(B; \theta)$ 는 일반적으로 다음과 같이 설정된다.

$$F(B; \theta) = F(\alpha + \beta x' + \beta_{bid} B) \quad \text{or} \quad F(B; \theta) = F(\alpha + \beta x' + \beta_{bid} \ln B) \quad \dots(6)$$

$\alpha$ : 상수항,  $\beta$ :  $x$ 의 계수 벡터,

$x'$ : 응답자의 특성을 나타내는 특성변수의 벡터,

$\beta_{bid}$ :  $b$  또는  $\ln B$ 의 계수,  $B$ : 제시금액.

## 2. 평균 지불의사금액(Willingness to Pay; WTP) 추정

로짓모형이나 프로빗모형을 이용하여  $B; \theta$ 의 모수들을 추정할 수 있고, 추정된 모수와 각 속성의 평균치를 이용하면 평균적 응답자의 제시금액  $B$ 에 대한 수락확률을 구할 수 있다. 이러한 수락확률을 적분하면 WTP 평균값을 구할 수 있다. 그러나 이 함수가 '0'에 수렴할 경우에는 WTP 분포가 오른쪽으로 무제한적으로 편향되게 됨으로 평균값이 발산할 수 있는 바, 이러한 이유로 인해 제안된 평균 도출식이 절단 평균값(truncated mean)이다. 절단평균값을 도출하는 식은 다음과 같다.

$$E(WTP) = WTP_{\text{truncated mean}} = \int_0^{TP_{\max}} F(B; \theta) dB \quad \dots(7)$$

## 제 4 장 실증분석

### 제 1 절 사례 개발: 제주 농촌 여행 패키지

본 장에서는 농촌체험관광 상품에 대한 지불의사금액을 추정하기 위하여 가상의 농촌체험관광 상품을 개발하고, 이를 대상으로 조건부가치추정법(CVM)을 이용하여 지불의사금액을 도출하였다. 먼저 이를 위한 사례 개발 배경 및 내용은 다음과 같다.

앞에서 제시한 바와 같이 농촌관광의 가장 중요한 속성은 체험이며, 체험프로그램은 관광객이 농촌체험관광 상품을 선택하는데 중요 영향 속성으로 작용하고 있다. 또한 최근 관광 특성을 살펴보면 단순 관람활동보다는 체험에 대한 선호도가 높으며, 미래 관광트렌드로 체험·학습형 관광, 착한관광(공정·책임관광)등이 제시되고 있다(한국문화관광연구원, 2010).

또한 과거에는 음식관광<sup>1)</sup>이 여행의 보조적인 요소로 작용하였으나, 최근에는 점차 그 중요도가 높아지면서 관광의 목적 및 유인요소가 되고 있는 추세이다. 이에 따라 음식이 관광 목적지를 대표하는 매력물로 작용하고 있으며(Telfer&Hashimoto, 2002), 지역음식(Local food) 및 지역 향토음식(Local specialty food)은 지역의 브랜드 상품으로 인지(강성진·도경록·조록환, 2014)되고 있다. 한국농촌경제연구원(2012)에 따르면 농촌관광 지출 비중을 가장 많이 차지하는 항목은 식비인 것으로 나타났다.

한편, 농촌지역 개발사업이 활발하게 진행되고 있는 제주지역의 경우, 관광객의 지속적인 증가에도 불구하고 도시·농촌간 관광소득 불균형 현상이 심화되고 있는 것으로 나타나고 있다. 도시지역은 체류 기반이 조성된 반면, 농촌지역은 체류를 유도할 수 있는 기반 조성이 미흡하기 때문에 농촌지역은 통과형 관광에 그쳐 관광산업 성장에 의한 혜택을 체감하지 못하고 있는 것으로 나타났다. 따라서 관광소득의 불균형 해소를 위해서는 지역자본 및 농촌 지역 중심의 개발이 이루어질 필요성이 있으며, 특히 체류를 유도할 수 있는 체류형 관광기반 조성이 필요하다고 할 수 있다(고태호, 2014 재인용). 제주특별자치도관광협회(2014)에 의하면 제주방문 관광객이 선호하는 숙박시설은 휴양펜션이며, 지역민이 운영하는 민박

1) 광의의 개념으로 관광객이 관광지에서 경험하는 음식과 관련된 모든 활동(이소영, 2008)

시설에 대한 선호도는 가장 낮은 것으로 조사되었다. 숙박서비스를 포함한 농촌체험관광 상품의 활성화는 제주지역에서 발생하고 있는 도농간 관광소득의 불균형을 일정 부분 해소해 줄 수 있을 것으로 기대할 수 있으나, 단순한 민박시설을 제공하는 것만으로는 체류형 농촌관광 수요를 유도하는데에는 한계가 있을 것으로 보인다. 이에 따라 농촌관광 수요를 창출할 수 있는 매력 요인을 발굴하고 이를 반영하여 체류형 농촌관광 프로그램을 개발할 필요성이 있을 것이다.

이러한 배경에 따라 본 연구에서는 공간적 범위를 제주지역 농촌마을로 설정하고, 농촌체험관광 상품으로 농촌체험프로그램, 향토음식, 숙박을 포함한 ‘농촌 여행 패키지’를 가상으로 개발하였다.

농촌 여행 패키지 상품의 구성 내용은 다음과 같다.

체험프로그램은 제주 농촌지역에서 실제로 진행되고 있는 체험프로그램을 토대로 재구성하여 제시하였다. 또한 제주지역 특산물을 활용한 식사를 상품에 포함하였으며, 농촌지역의 체류형 관광을 유도하기 위하여 숙박서비스를 상품에 포함하였다. 숙박 공간은 단순한 민박시설이 아닌 농촌지역에서 미사용되는 유휴공간 중 하나인 밖거리 공간으로 설정하였다. 밖거리란 바깥채를 의미하는 제주도 방언으로 대부분 농어촌지역에 위치하고 있으며, 제주 방문 관광객이 선호하는 제주의 전통적 건축형태인 돌담, 돌집 등의 경관을 보존하고 있는 경우가 많으므로, 단순한 숙박시설의 기능뿐만 아니라 제주 농촌지역 특유의 경관 및 제주만의 특색있는 전통 주거문화 등의 지역자원 가치를 상품화할 수 있는 장점이 있다. 제주 농촌 여행 패키지의 구성내용은 다음 <표 16>과 같다.

<표 16> 제주 농촌 여행 패키지 상품(안)

구분	내용	세부내용
체험 프로그램	농촌자원 연계 체험프로그램	농사체험(감귤따기 체험), 바다체험(해산물 채취 체험, 데왁체험), 음식체험(감귤 고추장 만들기, 빙떡 만들기 체험), 자연재료 만들기 체험(바다 캔들 만들기) 중 1항목 선택(2인 기준)
식사	지역 토속음식	지역 토속음식(조식) 1회(2인 기준)
숙박	농촌지역 내 유휴시설	제주 전통 주거방식 밖거리(방 1개+주방+욕실) 1박(2인 기준)

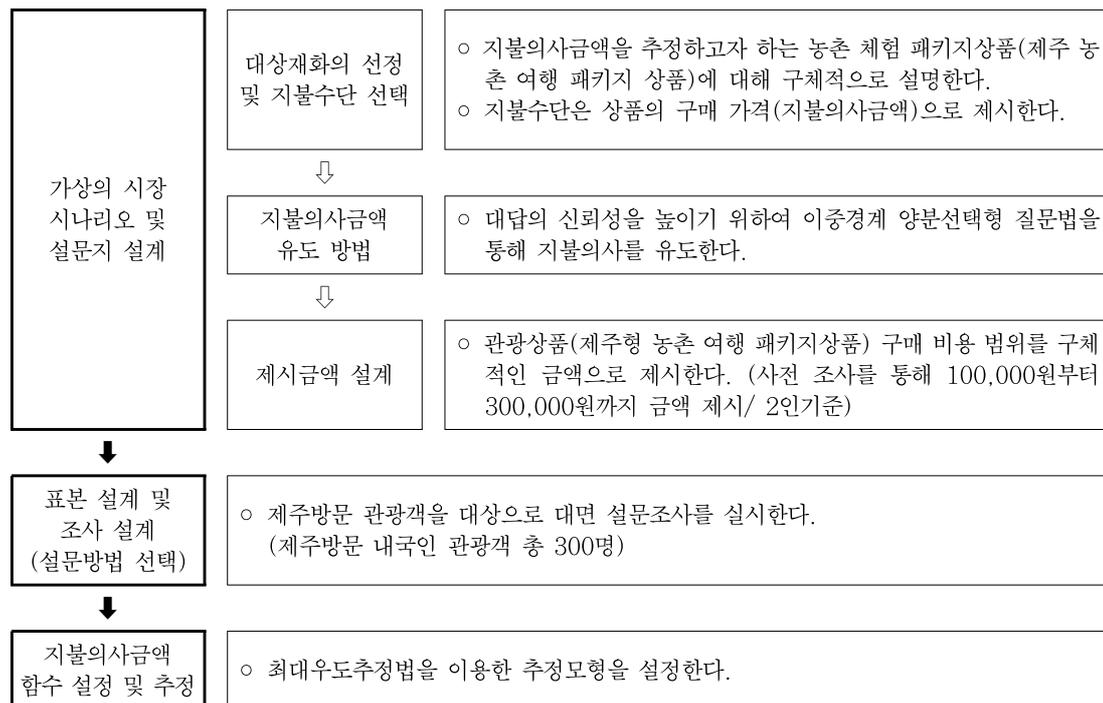
## 제 2 절 분석 방법

### 1. 설문지 작성 및 표본 설계

CVM에 의한 설문조사는 크게 조사기획 단계와 실사 단계로 구분된다. 조사기획 단계에서는 사전조사(pretest)를 실시한 후, 수정을 거쳐 설문지의 내용을 최종 확정하게 된다. 실사 단계에서는 실제 설문을 실시하는 과정으로서 설문조사원을 대상으로 교육을 실시하고, 설문 실시, 자료 입력, 확인 및 수정단계를 거쳐 분석을 실시하는 단계로 넘어간다.

설문지 작성 및 분석 절차는 크게 가상 시장 시나리오 및 설문지 설계, 표본 설계 및 조사 설계, 지불의사금액 함수 설정 및 추정의 절차로 진행되며, 설문지 설계는 다시 대상재화의 선정 및 지불수단 선택, 지불의사금액 유도 방법, 제시금액 설계 순으로 진행된다.

각각의 절차에 대한 구체적인 설명은 다음(그림 4)와 같다.



(그림 4) 설문지 작성 및 분석 절차

## 1) 대상재화 선정 및 지불수단 선택

본격적인 설문조사를 하기 위하여 우선 연구 대상 재화와 재화에 대한 조건부 시장을 설정해야 한다. 제주 농촌 여행 패키지 상품에 대해서 자세히 설명하고, 이해도를 높이기 위하여 관련 이미지를 제시하였다. 또한 대상재화에 대한 지불수단은 상품의 구매 가격으로 제시하였다.

상품이 제공되는 공간은 최근 마을의 밖거리 공간을 활용하여 공동체 사업을 진행하고자 하는 제주시 한림읍으로 설정하였다. 한림읍은 최근 제주특별자치도 지역균형발전 지원 조례에 의거한 지역균형발전지원사업으로 제주밖거리살리기사업을 추진하고 있다. 미사용되고 있는 6개의 밖거리 공간을 리모델링하여 관광객을 대상으로 숙박공간을 제공하고, 농촌 지역의 수익을 창출하기 위한 사업모델을 지속적으로 구상하고 있다. 이에 따라 본 연구에서 설정한 상품과 비교적 유사한 상품이 제공되는 한림읍을 공간적 범위로 선정하였다.

체험상품으로는 제주지역 특유의 농업 문화를 체험할 수 있는 농사체험으로 감귤따기 체험 등을 포함하였으며, 제주 민속체험(테와 체험 등)과 전통음식 만들기 체험(빙떡 만들기 등), 자연재료 만들기 체험(바다 캔들 만들기 체험 등)을 포함하였다. 체험프로그램은 제주 농촌지역에서 실제로 진행되고 있는 체험프로그램을 토대로 재구성하여 상품의 현실성을 높이도록 하였다.

식사로는 지역 토속음식을 조식으로 1회(2인 기준) 제공하는 것으로 제시하였다. 그리고 방 1개, 주방, 욕실로 구성된 제주 밖거리 공간을 1박 숙박 상품(2인 기준)으로 포함하여 제시하였다.

본 연구에서는 개별 상품에 비해 시장데이터 확보가 어려운 가상의 복합재화를 대상으로 지불의사금액을 추정하고자 하는 바, 몇 가지의 개별상품으로 구성된 패키지 상품에 대하여 지불의사금액을 도출하였다.

상품에 대한 구체적인 내용은 다음 (그림 5)와 같다.





하였다. 30명을 대상으로 개방형 질문법을 활용하여 사전조사(pretest)를 시행하여 100,000원부터 300,000원까지 총 6개의 초기 제시금액을 결정하였다.

이 금액은 전체 응답자에게 무작위로 할당되며, 질문 방식은 앞에서 제시한 바와 같이 양분선택형 질문법을 활용하였다.

〈표 17〉 제시금액 설계

제시금액(원)	표본(명)	백분율(%)	누계(%)
100,000	60	20	20
150,000	60	20	40
200,000	60	20	60
250,000	60	20	80
300,000	60	20	100

#### 4) 설문방법 선택

설문방법으로는 우편, 전화면접 등에 비하여 신뢰성이 높은 일대일 개별 면접을 통한 자기입식 설문조사 방법을 선택하였다. 본 설문은 지불의사금액을 유도하는 부문에서 기존 설문과는 다소 상이한 질문방식을 취하는 바, 응답자가 쉽게 이해할 수 있도록 조사원이 일대일로 설문을 설명하고 돕는 방식으로 진행하였다.

#### 5) 표본 설계 및 조사

본 상품에 대한 지불의사금액을 추정하기 위하여 표본 설계 및 설문조사를 실시하였다. 조사 대상은 유사 선행연구의 조사방법을 참고하여 설정하였다.

선행연구를 살펴보면, 조사대상의 실존 여부에 따라 표본 집단을 선정하는 방법이 상이하게 나타났다. 실제로 존재하는 관광자원인 수원화성에 대한 연구의 경우, 기 이용자를 대상으로 '사용가치'를, 잠재 이용자를 대상으로 '비사용가치'를 추정하였으며 경포도립공원, 양양송이축제, 진주남강유등축제의 경우에는 기 이용자를 대상으로 '사용가치'만을 조사하였다. 반면, 실존하지는 않는 가상의 재화에 대한 연구는 재화를 사용할 가능성이 있는 소비

자를 표본 집단으로 설정하여 조사를 실시하였다. 즉, 연구 대상의 실존여부에 따라 조사 대상은 다르게 나타났다. 선행연구에서 설정한 표본 집단은 다음 <표 18>과 같다.

<표 18> 선행연구의 표본 집단

순번	논문명	조사대상	표본 집단
1	조건부시장가치평가법(CVM)을 이용한 문화유산자원의 경제적 편익추정(김학용, 2002)	사용가치: 수원화성을 관람한 방문객 비사용가치: 수원시민과 수원화성을 이용할 가능성이 있는 도시민	실존 재화 기 이용자, 잠재이용자
2	공공성 관광자원의 가치측정에 관한 연구: CVM을 이용한 경포도립공원의 WTP 추정(김사현, 2003)	경포대 관광지 이용자	실존 재화 기 이용자
3	정보제공에 따른 문화관광축제의 입장료 지불의사금액 추정: 양양송이축제의 현장체험 사례를 중심으로(허중욱·김영표, 2010)	양양송이축제 방문객	실존 재화 기 이용자
4	유료화를 위한 문화관광축제의 경제적 가치평가에 관한 연구: 진주남강유등축제를 중심으로(안정하, 2012)	축제 방문객	실존 재화 기 이용자
5	CVM을 이용한 체험관광의 가치평가(이충기·조윤미, 2004)	주요 광역시 및 도 주민	가상 재화 잠재이용자
6	마리나(Marina) 관광에 대한 지불의사 결정요인(이승길·유창근, 2007)	전국 주요 광역시 거주자	가상 재화 잠재이용자
7	해양관광레저도시에 대한 지불의사액(WTP) 추정: 가상시장가치 평가법(CVM)의 적용(소국섭, 2010)	서울시민	가상 재화 잠재이용자
8	CVM을 이용한 농촌체험관광에 대한 지불의사금액 추정(박정원, 2012)	전국 도시민	가상 재화 잠재이용자
9	제주 향토음식을 활용한 음식관광상품 개발 및 CVM을 활용한 경제적 가치 평가(안소정, 2014)	서울 및 수도권 거주자(20대 이상 성인, 최근 10년 이내 제주 방문 경험자)	가상 재화 잠재이용자
10	가상가치평가법을 이용한 지역축제의 경제적 가치추정: 화천 산천어축제를 대상으로(송운강·박용민·양희원, 2015)	전국민(제주도 제외)	가상 재화 잠재이용자

류성욱(2014)에 따르면 관광 및 여가 자원의 경제적 가치 추정 방법은 현시선호와 진술선호 이론으로 구분되며, 현시선호 이론은 재화나 서비스를 실제로 이용하는 과정에서의 의사결정을 관찰한 뒤 이용자가 해당 재화의 소비를 통해 편익을 얻었다는 가정을 토대로 한 방법으로 사용가치만을 추정할 수 있다는 한계를 지니고 있는 반면, 진술선호 이론은 사용

가치뿐만 아니라 비사용가치까지 추정할 수 있다는 장점을 갖고 있다.

본 연구는 진술선호 기법 중 하나인 CVM을 통해 가상의 재화에 대한 가치를 추정하는 것이 목적인 바, 본 상품을 사용할 가능성이 있는 잠재 이용자를 모집단으로 설정할 필요가 있다. 본 설문조사에서는 조사의 편의를 고려하여 표본 집단을 제주 방문 내국인 관광객으로 설정하였다.

## 2. 지불의사금액 함수 설정

일반적으로 상품에 대한 지불의사금액은 개인적 특성, 선호 등에 의해 달라진다. 본 연구에서는 농촌체험관광 상품에 대한 지불의사금액은 응답자의 인구통계학적 특성, 관광 특성, 농촌지역 관광 경험 및 만족도에 따라 다르게 나타날 것이라고 가정하였다.

각 요인을 변수로 설정한 이유는 다음과 같다.

일반적으로 인구통계학적 특성은 인구 특성을 가장 단순화하는 지표로서 소비자를 몇 가지 유형으로 구분하고, 각 유형별 특성을 도출할 수 있다는 점에서 매우 유용한 변수라고 할 수 있다.

관광객의 관광 특성은 관광객에 대한 가장 기본적인 정보이며, 관광 특성에 따라 구매 상품또한 달라지기 때문에 관광 상품 구매의사금액 추정의 중요 영향 변수로 활용될 필요가 있다. 예를 들어 20대 커플이 자유여행으로 1박 2일의 관광을 할 때와 40대 이상으로 구성된 동호회 단체가 3박 4일의 관광을 할 경우, 각각이 소비하는 관광 상품의 종류는 달라질 것이며, 이에 따라 본 상품에 대한 지불의사금액에 영향을 미치게 될 것이기 때문이다.

마지막으로 관광객의 농촌지역 관광, 향토음식 경험 및 만족도는 관광객의 농촌관광 상품에 대한 구매여부와 긴밀한 영향관계를 지닐 것으로 판단되는 바, 이를 변수에 포함하였다. 박동진·손광영(2004)에 따르면 농촌관광에 대한 만족도는 재방문, 타인 추천에 직접적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 최현석(2007)에 따르면 농촌체험관광에 대한 만족도는 충성도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

농촌체험관광 상품에 대한 지불의사금액이 어떠한 요인에 의해 변화하는지를 분석하기 위하여 설문에 최종적으로 포함되는 영향변수는 다음 <표 19>와 같다.

〈표 19〉 농촌체험관광 상품 지불의사금액 추정 영향변수 설정

구분	변수	
인구 통계학적 특성	성별	
	연령	
	거주지역	
	학력(재학 및 졸업)	
	소득수준(월 소득)	
관광 특성	방문횟수	
	방문형태	
	동행인(초·중·고교 자녀 동행 여부)	
	체류기간	
	지출비용(1인1일, 숙박·항공비제외)	
	숙박비용(1인1박)	
농촌지역 관광·향토음식 경험 여부 및 만족도	농촌지역 숙박 경험 여부	숙박시설 유형 숙박시설 만족도
	농촌 체험프로그램 경험 여부	농촌 체험프로그램 유형 농촌 체험프로그램 만족도
	제주 향토음식 경험 여부	경험 장소 향토음식 만족도

농촌체험관광 상품 지불의사금액 추정 모형은 관광객의 인구통계학적특성(응답자 개인의 성별, 연령, 거주지역, 학력, 소득수준), 관광 형태(제주 방문횟수, 방문형태, 자녀 동행 여부, 체류기간, 지출비용, 숙박비용), 농촌지역 관광 경험여부 및 만족도(숙박, 체험, 음식)의 변수를 포함하고 있다.

모형식은 다음과 같다.

$$\alpha + \beta GND + \beta_2 AGE + \beta_3 LIV + \beta_4 EDU + \beta_5 ICM + \beta_6 VNO + \beta_7 VTY + \beta_8 CHD + \beta_9 DAY + \beta_{10} COS + \beta_{11} CHA + \beta_{12} STA + \beta_{13} SSA + \beta_{14} EPR + \beta_{15} ETY + \beta_{16} FOO + \beta_{17} FSA + \beta_{bid} \ln B \quad \dots(8)$$

$Y = 1, 0$

GND : 성별	AGE : 연령	LIV : 거주지역
EDU : 학력(재학 및 졸업)	ICM : 소득수준(월소득)	VNO : 방문횟수
VTY : 방문형태	CHD : 자녀(10대) 동행 여부	DAY : 체류기간
COS : 지출비용(숙박, 항공 제외)	CHA : 숙박비용	STA : 농촌 숙박 경험
SSA : 농촌 숙박시설 만족도	EPR : 농촌 체험 경험	ESA : 농촌 체험 만족도
FOO : 제주 향토음식 경험	FSA : 제주 향토음식 만족도	

### 제 3 절 분석 결과

#### 1. 설문 결과

설문조사는 2016년 5월 9일부터 15일까지 총 7일간 진행되었으며, 제주방문 내국인 관광객 300명(유효표본 274명)을 대상으로 조사를 실시하였다. 조사방법은 설문지를 기입하는 방법으로 진행되었으며, 이 때 가상시장을 자세히 설명하기 위하여 조사원이 일대일 개별 설문을 실시하였다.

다음에서는 인구통계학적 특성, 관광 특성, 농촌지역 관광 경험 및 만족도에 대한 빈도분석 결과를 제시하고자 한다.

##### 1) 인구통계학적 특성

인구통계학적 특성에 대한 빈도분석 결과, 응답자는 여성(60.6%) 응답자 남성(39.4%) 응답자에 비해 많았으며, 연령은 20대가 40.9%, 30대가 31.0%, 40대가 18.6%, 50대가 6.6%, 60대 이상이 2.9%로, 20대~30대 응답 비중이 높게 나타났다.

거주지역은 도심지역이 85.5%, 도심 외곽지역이 9.5%, 농어촌지역이 4.4%, 기타가 0.4%로 도심지역 거주자 비중이 가장 높은 것으로 나타났다.

학력(재학 및 졸업)은 고등학교가 9.5%, 2~3년제 대학이 20.1%, 4년제 대학교가 60.9%, 대학원이 2.9%, 석·박사 이상이 6.6%로 4년제 대학 비중이 가장 높은 것으로 나타났다.

소득 수준은(월 소득) 소득없음이 17.9%, 100만원 미만인 9.1%, 100~200만원 미만이 14.6%, 200~300만원 미만이 24.5%, 300~400만원 미만이 17.5%, 400~500만원 미만이 8.0%, 500~600만원 미만이 3.3%, 600만원 이상이 5.1%로, 200~300만원 미만이 가장 많은 비중을 차지하는 것으로 나타났다.

이는 다음 <표 20>과 같다.

<표 20> 인구통계학적 특성

연번	변수	세부변수	표본 수	구성비(%)
1	성별	남성	108	39.4
		여성	166	60.6
		소 계	274	100.0
2	연령	20대	112	40.9
		30대	85	31.0
		40대	51	18.6
		50대	18	6.6
		60대 이상	8	2.9
		소 계	274	100.0
3	거주지역	도심지역	235	85.8
		도심 외곽지역	26	9.5
		농어촌지역	12	4.4
		기타	1	0.4
		소 계	274	100.0
4	학력 (재학 및 졸업)	중학교 이하	0	0
		고등학교	26	9.5
		2~3년제 대학	55	20.1
		4년제 대학교	167	60.9
		대학원	8	2.9
		석·박사 이상	18	6.6
		소 계	274	100.0

연번	변수	세부변수	표본 수	구성비(%)
5	소득수준 (월 소득)	소득없음	49	17.9
		100만원 미만	25	9.1
		100-200만원 미만	40	14.6
		200-300만원 미만	67	24.5
		300-400만원 미만	48	17.5
		400-500만원 미만	22	8.0
		500-600만원 미만	9	3.3
		600만원 이상	14	5.1
		소 계	274	100.0

## 2) 관광 특성

관광 특성에 대한 빈도분석 결과, 제주지역 방문 횟수는 최초방문이 8.4%, 2~3회가 40.1%, 4~5회가 23.0%, 6~7회가 9.9%, 8~9회가 4.0%, 10회 이상이 14.6%로 2~3회 방문 비중이 가장 많은 것으로 나타났다.

관광 형태는 자유여행이 96.4%, 부문패키지가 2.9%, 여행사패키지가 0.7%로 자유여행 비중이 가장 높았다.

동행인은 혼자자가 6.9%, 연인이 16.8%, 가족/친척이 39.8%, 친구가 29.6%, 친목단체가 1.1%, 직장동료가 5.1%, 여행사패키지 일행이 0.4%로 가족/친척(39.8%) 비중이 가장 높은 것으로 나타났으며, 가족/친척 응답자 중 초·중·고교생 자녀 동행 34.9%인 것으로 나타났다.

체류기간은 무박 1일이 0.7%, 1박 2일이 4.7%, 2박 3일이 41.6%, 3박 4일이 29.9%, 4박 5일이 13.9%, 장기체류가 9.1%로 2박 3일 방문 비중이 가장 높은 것으로 나타났다.

관광지출 비용(숙박비/항공비 제외, 1인 1일 기준)은 5만원 미만이 8.0%, 5~10만원이 35.8%, 10~15만원이 17.5%, 15~20만원이 6.2%, 20~30만원이 13.5%, 30만원 이상이 19.0%로 5~10만원 비중이 가장 많았으며, 숙박지출 비용(1인 1박 기준)은 3만원

미만이 19.0%, 3~7만원이 44.2%, 8~12만원이 24.5%, 13~17만원이 6.6%, 18~22만원이 3.6%, 23만원 이상이 2.2%로 3~7만원 비중이 가장 높은 것으로 나타났다. 이는 다음 <표 21>과 같다.

<표 21> 관광 특성

연번	변수	세부변수	표본 수	구성비(%)
1	방문 횟수	최초방문	23	8.4
		2-3회	110	40.1
		4-5회	63	23.0
		6-7회	27	9.9
		8-9회	11	4.0
		10회 이상	40	14.6
2	관광 형태	소 계	274	100.0
		자유여행	264	96.4
		부문패키지	8	2.9
		여행사패키지	2	0.7
3	동행인	소 계	274	100.0
		혼자	19	6.9
		연인	46	16.8
		가족/친척	109	39.8
		↳ 자녀 동행 여부	↳ 38	↳ 34.9
		친구	81	29.6
		친목단체	3	1.1
		직장동료	14	5.1
		여행사패키지 일행	1	0.4
		기타	1	0.4
4	체류기간	소 계	274	100.0
		무박 1일	2	0.7
		1박 2일	13	4.7
		2박 3일	114	41.6

연번	변수	세부변수	표본 수	구성비(%)
		3박 4일	82	29.9
		4박 5일	38	13.9
		장기체류	25	9.1
		소 계	274	100.0
5	관광 지출비용 (1인당 1일 기준, 숙박비/항공비 제외)	5만원 미만	22	8.0
		5-10만원	98	35.8
		10-15만원	48	17.5
		15-20만원	17	6.2
		20-30만원	37	13.5
		30만원 이상	52	19.0
		소 계	274	100.0
6	숙박 지출비용 (1인 1박 기준)	3만원 미만	52	19.0
		3-7만원	121	44.2
		8-12만원	67	24.5
		13-17만원	18	6.6
		18-22만원	10	3.6
		23만원 이상	6	2.2
		소 계	274	100.0

### 3) 농촌지역 관광 경험 및 만족도 분석

농촌지역 관광 경험 및 만족도에 대한 빈도분석 결과, 농촌지역 숙박시설 이용 경험 여부에 대하여 '예'가 32.1%, '아니오'가 67.9%로 나타났다. 농촌지역 숙박시설 유형은 '펜션'이 37.5%, 콘도/리조트가 14.8%, 모텔/호텔이 3.4%, 농가민박이 5.7%, 게스트하우스가 33.0%, 친척/친구집이 3.4%, 기타가 2.3%로 나타났으며, 농촌지역 숙박시설 만족도는 '불만족(매우 불만족+불만족)'이 4.5%, '보통'이 35.2%, '만족(만족+매우만족)'이 60.2%로 나타났다.

농촌 체험프로그램 경험 여부에 대하여 '예'가 8.8%, '아니오'가 91.2%로 나타났다. 농

촌 체험프로그램 유형은 '농사(농장) 체험'이 37.0%, 생태체험이 40.7%, 전통체험이 3.7%, 음식 만들기 체험이 11.1%, 공예품 만들기 체험이 3.7%, 기타가 3.7%로 나타났으며, 농촌 체험프로그램 만족도는 '불만족(매우 불만족+불만족)'이 0.0%, '보통'이 41.7%, '만족(만족+매우만족)'이 58.3%로 나타났다.

제주 향토음식 경험 여부에 대하여 '예'가 83.2%, '아니오'가 16.8%로 나타났다. 제주 향토음식을 경험한 장소는 향토음식점이 90.8%, 농촌 체험프로그램 일부가 1.3%, 기타가 7.9%로 나타났으며, 제주 향토음식 만족도는 '불만족(매우 불만족+불만족)'이 6.6%, '보통'이 35.5%, '만족(만족+매우만족)'이 57.9%로 나타났다.

〈표 22〉 농촌지역 관광·음식관광 관련 경험 및 만족도

연번	변수	세부변수	표본 수	구성비(%)
1	농촌지역 숙박시설 이용 여부	예	88	32.1
		아니오	186	67.9
		소 계	274	100.0
1-1	농촌지역 숙박시설 유형	펜션	33	37.5
		콘도/리조트	13	14.8
		모텔/호스텔	3	3.4
		농가민박	5	5.7
		게스트하우스	29	33.0
		친척/친구집	3	3.4
		기타	2	2.3
		소 계	88	100.0
1-2	농촌지역 숙박시설 만족도	매우 불만족	0	0.0
		불만족	4	4.5
		보통	31	35.2
		만족	31	35.2
		매우 만족	22	25.0
		소 계	88	100.0
2	농촌 체험프로그램 경험 여부	예	24	8.8
		아니오	250	91.2
		소 계	274	100.0

연번	변수	세부변수	표본 수	구성비(%)
2-1	농촌 체험프로그램 유형 (복수응답 가능)	농사(농장) 체험	10	37.0
		생태 체험	11	40.7
		전통 체험	1	3.7
		음식 만들기 체험	3	11.1
		공예품 만들기 체험	1	3.7
		기타	1	3.7
		소 계	27	100.0
2-2	농촌 체험프로그램 만족도	매우 불만족	0	0.0
		불만족	0	0.0
		보통	10	41.7
		만족	8	33.3
		매우 만족	6	25.0
		소 계	24	100.0
3	제주 향토음식 경험 여부	예	228	83.2
		아니오	46	16.8
		소 계	274	100.0
3-1	제주 향토음식 경험 장소	향토음식점	207	90.8
		농촌 체험프로그램 일부	3	1.3
		기타	18	7.9
		소 계	228	100.0
3-2	제주 향토음식 만족도	매우 불만족	4	1.8
		불만족	11	4.8
		보통	81	35.5
		만족	92	40.4
		매우 만족	40	17.5
		소 계	228	100.0

#### 4) 제시금액별 지불의사 분석

제주 농촌 여행 패키지상품에 대한 제시금액별 지불의사는 기준금액 100,000원에 대해

'YES', 'YES'가 23.2%, 'YES', 'NO'가 55.4%, 'NO', 'YES'가 8.9%, 'NO', 'NO'가 12.5%로 나타났으며, 기준금액 150,000원에 대해 'YES', 'YES'가 9.6%, 'YES', 'NO'가 48.1%, 'NO', 'YES'가 26.9%, 'NO', 'NO'가 15.4%로 나타났다. 기준금액 200,000원에 대해 'YES', 'YES'가 1.8%, 'YES', 'NO'가 61.8%, 'NO', 'YES'가 25.5%, 'NO', 'NO'가 10.9%로 나타났으며, 기준금액 250,000원에 대해 'YES', 'YES'가 9.3%, 'YES', 'NO'가 40.7%, 'NO', 'YES'가 40.7%, 'NO', 'NO'가 9.3%로 나타났다. 기준금액 300,000원에 대해서는 'YES', 'YES'가 5.3%, 'YES', 'NO'가 35.1%, 'NO', 'YES'가 26.3%, 'NO', 'NO'가 33.3%로 나타났다.

〈표 23〉 제시금액별 지불의사 응답률

구 분	제시금액 1	제시금액 2	표본 수	구성비(%)
100,000	YES	YES	13	23.2
	YES	NO	31	55.4
	NO	YES	5	8.9
	NO	NO	7	12.5
소 계			56	100.0
150,000	YES	YES	5	9.6
	YES	NO	25	48.1
	NO	YES	14	26.9
	NO	NO	8	15.4
소 계			52	100.0
200,000	YES	YES	1	1.8
	YES	NO	34	61.8
	NO	YES	14	25.5
	NO	NO	6	10.9
소 계			55	100.0
250,000	YES	YES	5	9.3
	YES	NO	22	40.7
	NO	YES	22	40.7
	NO	NO	5	9.3
소 계			54	100.0

구 분	제시금액 1	제시금액 2	표본 수	구성비(%)
300,000	YES	YES	3	5.3
	YES	NO	20	35.1
	NO	YES	15	26.3
	NO	NO	19	33.3
소 계			57	100.0
합 계			274	

#### 5) 구매의사가 없는 이유

제주 농촌 여행 패키지상품에 대해 구매의사가 없는 응답자는 45명인 것으로 분석되었으며, 구매의사가 없는 이유는 '체험 프로그램'이 6.7%, '식사 프로그램'이 6.7%, '숙박 프로그램'이 6.7%, '본 상품에 대한 무관심'이 68.9%, 기타가 8.9%로 나타났다. 기타의견으로는 홍보의 필요성, 방 구성의 다양화(방 개수) 등을 제시하였다.

〈표 24〉 구매의사가 없는 이유

구 분	표본 수	구성비(%)
체험 프로그램	3	6.7%
식사 프로그램	3	6.7%
숙박 프로그램	3	6.7%
본 상품에 전반적으로 관심이 없음	31	68.9%
기 타	4	8.9%
합 계	45	100.0%

## 2. 지불의사금액 추정 결과

### 1) 설명변수들의 특성

지불의사금액 함수 식(8)의 설명변수들의 평균 및 표준편차를 설문 분석된 자료를 바탕으로 추정하였다. 이는 <표 25>와 같다.

<표 25> 변수의 정의 및 특성

구분	변수	정의	평균	표준편차
인구 통계학적 변수	1) GND	성별	1.61	0.49
	2) AGE	연령	3.00	1.06
	3) LIV	거주지역	1.19	0.52
	4) EDU	학력	3.77	0.91
	5) ICM	소득수준(월 소득)	3.77	1.92
관광 특성 변수	6) VNO	방문횟수	3.05	1.52
	7) VTY	방문형태	1.04	0.24
	8) CHD	(가족/친척 동행인 중) 자녀 동행 여부	1.65	0.48
	9) DAY	체류기간	3.79	1.07
	10) COS	지출비용(1인1일, 숙박비·항공비 제외)	3.38	1.69
	11) CHA	숙박비용(1인1박)	2.38	1.11
농촌 지역 관광 경험 및 만족도 변수	12) STA	농촌지역 숙박 경험	1.68	0.47
	13) SSA	농촌지역 숙박시설 만족도	3.81	0.87
	14) EXP	농촌 체험프로그램 경험	1.91	0.28
	15) ESA	농촌 체험프로그램 만족도	3.83	0.82
	16) FOO	제주 향토음식 경험	1.17	0.37
	17) FSA	제주 향토음식 만족도	3.67	0.88

주: 각 변수의 척도는 다음과 같음

- 1) ①남성 ②여성
- 2) ①10대 ②20대 ③30대 ④40대 ⑤50대 ⑥60대 이상
- 3) ①도심지역 ②도심외곽지역 ③농어촌지역 ④기타
- 4) ①중학교 이하 ②고등학교 ③2-3년제 대학 ④4년제 대학교 ⑤대학원 ⑥석·박사 이상

- 5) ①소득없음 ②100만원 미만 ③100-200만원 미만 ④200-300만원 미만 ⑤300-400만원 미만  
⑥400-500만원 미만 ⑦500-600만원 미만 ⑧600만원 이상
- 6) ①최초방문 ②2-3회 ③4-5회 ④6-7회 ⑤8-9회 ⑥10회 이상
- 7) ①자유여행 ②부문패키지 ③여행사패키지
- 8) ①예 ②아니오
- 9) ①무박1일 ②1박2일 ③2박3일 ④3박4일 ⑤4박5일 ⑥장기체류
- 10) ①5만원 미만 ②5-10만원 ③10-15만원 ④15-20만원 ⑤20-25만원 ⑥25만원 이상
- 11) ①3만원 미만 ②3-7만원 ③8-12만원 ④13-17만원 ⑤18-22만원 ⑥23만원 이상
- 12) ①예 ②아니오
- 13) ①매우 불만족 ②불만족 ③보통 ④만족 ⑤매우 만족
- 14) ①예 ②아니오
- 15) ①매우 불만족 ②불만족 ③보통 ④만족 ⑤매우 만족
- 16) ①예 ②아니오
- 17) ①매우 불만족 ②불만족 ③보통 ④만족 ⑤매우 만족

## 2) 지불의사금액 함수 추정

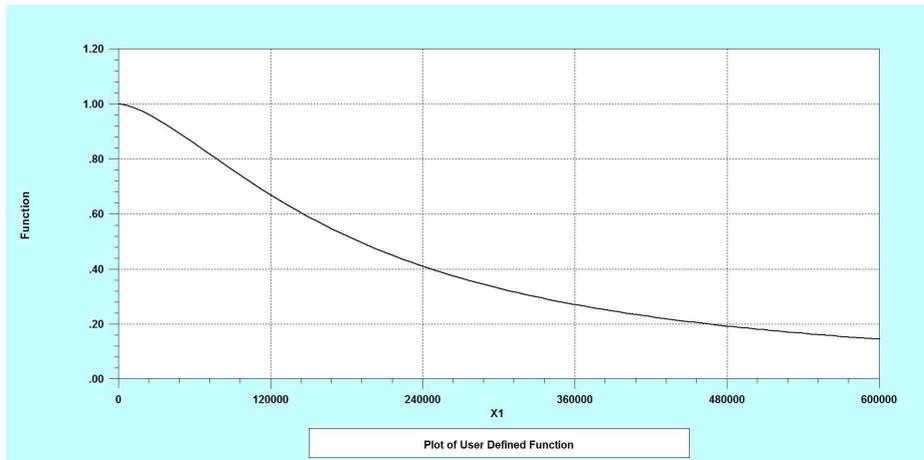
연구모형은 최대우도추정법을 이용하여 단일경계 양분선택형 질문법을 이용한 SBDC 모형과 이중경계 양분선택형 질문법을 이용한 DBDC 모형을 추정하였다.

분석 결과, SBDC 모형을 통해 도출된 제주 농촌 여행 패키지 상품의 평균 WTP는 252,046원(2인기준)이며, DBDC 모형을 통해 도출된 제주 농촌 여행 패키지 상품의 평균 WTP는 229,798원(2인기준)으로 분석되었다. 이는 모집단인 제주 방문 관광객이 생각하는 제주 농촌 여행 패키지 상품에 대한 평균적인 구매의사금액이 229,798원~252,046원(2인기준) 사이임을 의미한다.

〈표 26〉 지불의사금액 추정 결과

구분	평균 WTP
SBDC 모형	252,046원(2인기준)
DBDC 모형	229,798원(2인기준)

SBDC 모형을 통해 도출된 지불의사금액 함수를 그래프로 표현하면 다음 (그림 7)과 같다.



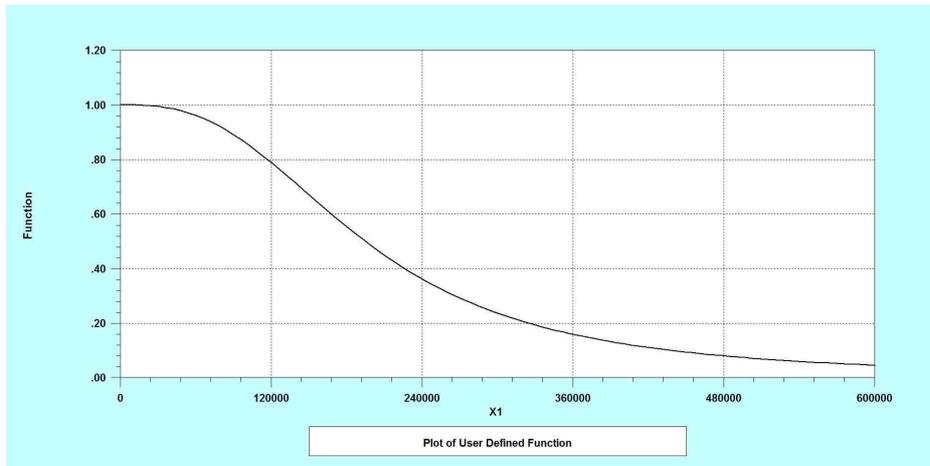
(그림 7) 제주 농촌 여행 패키지 상품 지불의사금액 함수 추정 결과(SBDC)

SBDC 모형 분석 결과를 가격대별 선택확률로 구체적으로 나타내면 다음 <표 27>과 같다.

<표 27> 가격대별 선택 확률 추정(SBDC)

금 액	확 률(%)	금 액	확 률(%)
50,000	88.6%	350,000	27.8%
100,000	72.8%	400,000	23.9%
150,000	58.8%	450,000	20.7%
200,000	47.8%	500,000	18.2%
250,000	39.4%	550,000	16.1%
300,000	32.9%	600,000	14.4%

DBDC 모형을 통해 도출된 지불의사금액 함수를 그래프로 표현하면 다음 (그림 8)과 같다.



(그림 8) 제주 농촌 여행 패키지 상품 지불의사금액 함수 추정 결과(DBDC)

DBDC 모형 분석 결과를 가격대별 선택확률로 구체적으로 나타내면 다음 <표 27>과 같다.

<표 28> 가격대별 선택 확률 추정(DBDC)

금 액	확 률(%)	금 액	확 률(%)
50,000	97.2%	350,000	15.0%
100,000	84.2%	400,000	11.0%
150,000	63.9%	450,000	8.2%
200,000	44.7%	500,000	6.3%
250,000	30.6%	550,000	4.9%
300,000	21.2%	600,000	3.9%

지불의사금액에 영향을 미치는 변수는 다음과 같이 분석되었다.

SBDC 모형 분석 결과, 제주 방문 관광객의 제주 농촌 여행 패키지 상품에 대한 지불의사금액에 영향을 미치는 유의 변수는 농촌지역 숙박시설 만족도, 소득수준인 것으로 나타났다. LBD(제시금액의 LOG치), SSA(농촌지역 숙박시설 만족도), ICM(소득수준) 변수는 유의수준 1%에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. STA(농촌지역 숙박 경험 여부) 변수는 앞의 변수만큼 유의 수준이 높은 것은 아니나, 지불의사금액에 일정 부분 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 제시금액이 높을수록 수락(YES)할 확률은 낮아지며, 관광객의

인구통계학적특성과 관련한 변수 중, 소득수준이 높을수록 상품에 대한 지불의사가 높은 것으로 나타났다. 농촌지역 관광 경험 및 만족도 변수 중에서는 농촌지역 숙박시설 만족도가 높을수록 본 상품에 대한 지불의사가 높은 것으로 나타났다.

DBDC 모형 분석 결과, 제주 방문 관광객의 제주 농촌 여행 패키지 상품에 대한 지불의사금액에 영향을 미치는 유의 변수는 농촌지역 숙박시설 만족도, 농촌지역 숙박 경험 여부, 소득수준인 것으로 나타났다. 이는 구체적으로 LBD(제시금액의 LOG치), SSA(농촌지역 숙박시설 만족도)와 ICM(소득수준) 변수는 유의수준 1%에서, STA(농촌지역 숙박 경험 여부) 변수는 유의수준 5%에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. COS(지출비용) 변수는 앞의 변수만큼 유의 수준이 높지는 않으나, 지불의사금액에 어느 정도의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 제시금액이 높을수록 수락(YES)할 확률은 낮아지며, 관광객의 인구통계학적특성과 관련한 변수 중, 소득수준이 높을수록 상품에 대한 지불의사가 높은 것으로 나타났다. 농촌지역 관광 경험 및 만족도 변수 중에서는 농촌지역 숙박 경험이 없는 관광객일수록, 농촌지역 숙박시설 만족도가 높을수록 본 상품에 대한 지불의사가 높은 것으로 나타났다. 숙박 경험 여부 변수 결과는 농촌 지역에서의 숙박 경험이 없는 비경험자가 경험자에 비해 본 상품의 가치를 높게 평가한다는 의미로 해석할 수 있으며, 이는 경험자가 과거 경험을 반영하여 본 상품에 대한 가치를 평가한데에 기인한 것으로 보인다.

이러한 분석결과를 제주 농촌 여행 패키지 상품이 숙박프로그램을 포함하고 있다는 점에서 유의미한 결과이며, 농촌 여행 패키지 상품에서 숙박프로그램의 중요도가 높다는 의미이기도 하다. 이는 구체적으로 다음 <표 29>와 같다.

<표 29> 분석 모형 추정 결과(유의 변수)

구 분	SBDC 모형		DBDC 모형	
	추정계수	P-value	추정계수	P-value
CONSTANT	16.613	0.000 ***	29.103	0.000 ***
LBD	- 1.545	0.000 ***	- 2.716	0.000 ***
SSA(농촌지역 숙박시설 만족도)	0.323	0.037 ***	0.550	0.025 ***
ICM(월소득)	0.068	0.025 ***	0.123	0.028 ***
STA(농촌지역 숙박 경험 여부)	0.968	0.127	1.692	0.089 **

주1: LBD는 제시액의 LOG치임

주2: \*\*\*, \*\* 은 각각 1%, 5%에서 통계적으로 유의

유의변수 중 소득수준 변화에 따른 지불의사금액 변화를 다음과 같이 추정하였다. 평균 WTP는 DBDC 모형 추정을 통해 분석된 결과값(229,798원/2인 기준)을 기준으로 추정하였다.

소득수준이 척도①(소득없음)일 경우에는 지불의사금액이 212,102원 이하인 것으로 추정되었다. 이는 평균 WTP에 비해 약 7.8% 이상 감소하는 수준이다. 척도②(100만원 미만)일 경우에는 지불의사금액이 212,084원~221,753원(평균 WTP 대비 7.7~3.5% 감소 수준)인 것으로 추정되었으며, 척도③(100~200만원 미만)은 221,916원~231,864원(평균 WTP 대비 3.4% 감소~0.9% 증가 수준), 척도④(200~300만원 미만)는 232,203원~242,664원(1.0~5.6% 증가 수준), 척도⑤(300~400만원 미만)는 242,968원~253,924원(5.7~10.5% 증가 수준), 척도⑥(400~500만원 미만)은 254,232원~265,874원(10.6~15.7% 증가 수준), 척도⑦(500~600만원 미만)은 266,017원~278,053원(15.8~21.0% 증가 수준), 척도⑧(600만원 이상)은 278,283원 이상(21.1% 이상 증가 수준)일 것으로 분석되었다.

〈표 30〉 소득수준 변수 척도별 지불의사금액 변화 추정

변수 척도	지불의사금액 변화값(원)	평균 WTP 대비 증가율(%)
①	~ 212,102	~ - 7.8
②	212,084 ~ 221,753	- 7.7 ~ - 3.5
③	221,916 ~ 231,864	- 3.4 ~ 0.9
④	232,203 ~ 242,664	1.0 ~ 5.6
⑤	242,968 ~ 253,924	5.7 ~ 10.5
⑥	254,232 ~ 265,874	10.6 ~ 15.7
⑦	266,017 ~ 278,053	15.8 ~ 21.0
⑧	278,283 ~	21.1 ~

주1) ICM(월 소득) 변수 척도: ①소득없음 ②100만원 미만 ③100-200만원 미만 ④200~300만원 미만  
⑤300~400만원 미만 ⑥400~500만원 미만 ⑦500~600만원 미만 ⑧600만원 이상

#### 제 4 절 제언

실증분석 결과를 요약하면 다음과 같다.

본 연구는 시장데이터를 토대로 가격결정이 어려운 비시장재적·복합재적 특성을 지니고 있는 ‘농촌 패키지 상품’을 대상으로 분석을 실시하였다. 제주방문 내국인 관광객 300명(유효표본 274명)을 대상으로 제주 농촌 여행 패키지 상품에 대한 지불의사금액을 추정한 결과, 제주 농촌 여행 패키지 상품의 평균 WTP는 229,798원~252,046원(2인기준)으로 분석되었다.

제주 방문 내국인 관광객이 제주 농촌 여행 패키지 상품에 대한 구매의사금액에 영향을 미치는 요인은 농촌지역 숙박시설 만족도, 농촌지역 숙박시설 경험 여부, 소득수준(월 소득)인 것으로 나타났다. 즉, 농촌지역 숙박시설에 대한 만족도가 높은 관광객일수록, 농촌지역 숙박시설 경험이 없는 관광객일수록, 소득수준이 높을수록, 제주 농촌 여행 패키지 상품에 대한 지불의사는 높은 것으로 나타났다.

유의변수 중, ‘농촌지역 숙박시설 만족도’와 ‘농촌지역 숙박시설 경험 여부’ 변수의 유의성이 높게 나타난 것은, 본 상품이 농촌숙박프로그램을 포함하고 있다는 측면에서 유의미하다. 이러한 결과는 본 상품이 기존의 일반적인 농촌체험프로그램과는 달리 제주 특유의 주거공간인 밖거리를 체험할 수 있다는 차별성에 기인한 것으로 보인다.

본 연구의 실증분석 결과를 통해 몇 가지 제언을 제시하면 다음과 같다.

실증분석을 통해 도출된 WTP는 제주방문 관광객이 평균적으로 생각하는 제주 여행 패키지 상품에 대한 편익과 밀접한 관계가 있으며, 크게 두 가지 측면에서 의의를 갖는다.

제주 농촌 여행 패키지 상품과 유사한 상품의 가격 결정 시, 분석에서 도출된 WTP를 활용할 수 있을 것이다. 즉, 제주 방문 관광객이 느끼는 본 상품에 대한 지불의사금액이 평균 229,798원 ~ 252,046원(2인기준)이므로 추후 관광객을 대상으로 유사 상품을 판매하기 위한 가격을 결정할 때, 이를 기초자료로 활용할 수 있다. 두 번째로, 이러한 농촌 관광 상품이 행정적 지원에 기반하여 개발될 경우, 지원에 의해 발생하는 편익을 금액으로 수치화하여 나타낼 수 있다는 점에서 의미가 있다. 즉, 농촌지역을 활성화하기 위하여 추진되는 각종 지원 사업에 대한 편익 및 가치를 제시하는데 활용될 수 있다.

아울러 실증분석을 통해 도출된 영향변수는 본 상품이 실제 판매될 경우 활용할 수 있는

마케팅 방안을 제시한다는 점에서 의의를 지닌다. 실증분석 결과, 지불의사금액에 영향을 미치는 유의 변수에 '농촌지역 숙박시설 만족도' 변수와 '농촌지역 숙박시설 경험 여부' 변수, 즉 농촌지역 숙박시설 관련 변수가 모두 포함되는 것으로 나타났다. 이는 체험 및 음식 프로그램에 비해 숙박프로그램이 중요한 홍보 마케팅 요소이자 이용자의 만족 여부를 좌우하는 요인으로 작용할 것임을 의미한다. 또한 설문조사를 통해 도출된 비구매 원인 등을 토대로 상품을 세부적으로 보완하여 판매할 수 있을 것이다. 이러한 결과들을 토대로 상품의 홍보마케팅 방안을 마련할 수 있을 것으로 판단된다.

## 제 5 장 요약 및 한계

### 제 1 절 연구의 요약

농촌관광이 활성화되면서 국내 농촌지역에서는 지역의 다양한 자원을 활용하여 농촌체험 프로그램을 개발·판매하고 있다. 다만 농촌체험관광 상품은 대체로 전문적인 관광사업자가 아닌 사업 경험이 미흡한 지역주민의 주도로 제공되고 있으며, 대부분의 농촌체험관광 상품이 일반 시장재가 아닌 자연자원, 인문자원 등의 비시장재적 특징을 지니는 관광재를 활용하여 개발됨에 따라, 소비자에게 판매하기 위한 가격을 결정하는데 한계가 발생한다. 특히 농촌지역마다 보유하고 있는 자원의 종류, 위치 및 장소가 다르기 때문에 유사한 상품은 있을 수 있으나, 동일한 상품은 없으므로 가격결정 과정에서 적합한 비교대상을 찾는 데 어려움이 있다. 또한 농촌체험관광 상품은 비시장재적 자원을 활용하므로 기존 시장데이터를 활용하여 가격을 결정하는 데에도 어려움이 있다. 따라서 대부분의 농촌체험관광 상품은 가격결정 방법으로 원가에 일정률의 마진을 더하는 방법을 활용하는데 그치고 있는 실정이다.

이에 따라 최근 관광분야에서는 응답자로 하여금 비시장재에 대한 지불의사금액을 도출하는 방법론인 여행비용법(TCM), 조건부가치측정법(CVM) 등의 방법론을 이용하여 관광재의 가치추정, 지불의사금액 추정 등의 연구를 진행하고 있다. TCM은 소비자들의 선택결과인 기존의 시장자료를 토대로 비시장재에 대한 소비자 잉여 개념을 바탕으로 재화의 가치를 측정하는 현시선호 방법이며, CVM은 가상적인 시장(hypothetical market)을 제시하여 사람들을 몰입시키고 그 상황에서 거래를 어떻게 할지를 질문한 후, 이에 대해 진술된 선호를 이용하여 비시장재(non-market goods)에 대한 지불의사금액을 유도하여 재화의 가치를 평가하는 진술선호 방법이다.

본 연구는 시장데이터를 토대로 가격을 결정하는데 어려움이 발생하는 농촌체험 패키지 상품의 가격을 결정할 수 있는 방법론 및 기초자료를 제시하는 것을 연구의 목적으로 두고, 가상으로 개발된 농촌체험 패키지 상품에 대한 지불의사금액을 추정하기 위하여 진술 선호법인 조건부가치측정법(CVM)을 이용하여 분석을 실시하였다.

농촌체험 패키지 상품은 최근의 관광 트렌드와 관광객 선호도를 반영하여 체험프로그램,

향토음식, 숙박을 포함하는 상품으로 개발하였다. 상품이 제공되는 공간적 범위는 제주시 한림읍으로 설정하였으며, 체험상품(농사체험, 민속체험, 음식만들기 체험)제주 특산물을 활용한 식사, 제주 전통 주거공간인 박거리 숙박프로그램을 패키지로 구성하여 제시하였다.

본 연구에서는 CVM의 응답자 편의를 최소화하고 신뢰성을 높이기 위하여 NOAA의 가이드라인을 토대로 분석을 전개하였다. 조사에 사용한 지불수단은 상품에 대한 지불의사금액이며, 제시금액은 사전 조사를 토대로 100,000원부터 300,000원까지(2인기준) 총 6개의 제시금액이 할당되었다. 질문법으로는 단일경계 양분선택형 질문법과 이중경계 양분선택형 질문법을 모두 활용하였으며, 설문방법은 신뢰성을 높이기 위하여 일대일 개별 면접으로 진행되었다. 조사 대상은 제주방문 내국인 관광객 300명을 대상으로 진행되었으며, 이중 유효표본 총 274개를 토대로 WTP를 추정하였다.

실증분석 결과, 제주 농촌 여행 패키지 상품의 평균 WTP는 229,798원~252,046원(2인기준)으로 분석되었다. 이는 제주 방문 관광객이 생각하는 제주 농촌 여행 패키지 상품에 대한 평균적인 구매의사금액이 229,798원~252,046원(2인기준)임을 의미한다. 또한 제주 방문 내국인 관광객이 제주 농촌 여행 패키지 상품에 대한 구매의사금액에 영향을 미치는 요인은 소득수준, 농촌지역 숙박시설 만족도, 농촌지역 숙박시설 경험 여부인 것으로 나타났다. 이는 구체적으로 소득수준이 높을수록, 농촌지역 숙박시설에 대한 만족도가 높은 관광객일수록, 농촌지역 숙박시설 경험이 없는 관광객일수록 제주 농촌 여행 패키지 상품에 대한 지불의사는 높은 것으로 나타났다. 농촌 지역의 숙박 경험이 없는 비경험자가 경험자에 비해 본 상품의 가치를 높게 평가한다는 것은 비경험자가 오로지 설문에서 제시된 가상 시나리오에 의존하여 상품에 대한 지불의사금액을 제시한데에 비해 경험자는 과거 경험을 반영하여 본 상품에 대한 가치를 평가한데에 기인한 것으로 보인다.

본 연구의 실증분석 결과는 다음의 몇 가지 의의를 지닌다. 먼저 도출된 평균 지불의사금액(WTP)는 크게 두 가지 측면, 즉 상품의 가격결정 과정에서 기초자료를 제시한다는 측면과 관광객의 편익을 수치화한다는 점에서 의의를 지닌다고 할 수 있다. 제주 방문 관광객이 생각하는 본 상품에 대한 지불의사금액이 평균 229,798원~252,046원(2인기준)이므로, 추후 이와 유사한 상품 판매를 위한 가격 결정 시, 이를 기초자료로 활용할 수 있을 것으로 판단된다. 또한 이러한 농촌관광 상품이 행정적 지원에 기반하여 개발될 경우, 지원에 의해 발생하는 편익을 금액으로 수치화할 수 있는 토대를 마련할 수 있다. 즉, 농촌지역을 활성화하기 위하여 추진되는 각종 지원 사업에 대한 편익 및 가치를 제시할 수 있다는 점에서

의의를 지닌다. 이와 아울러 실증분석을 통해 도출된 영향변수를 활용하여 마케팅 방안을 마련할 수 있을 것으로 보인다. 제주 농촌 체험 패키지 상품의 지불의사금액에 영향을 미치는 변수는 '소득수준', '농촌지역 숙박 경험 여부', '농촌지역 숙박시설 만족도'로서, 농촌지역 숙박 관련 변수가 모두 유의한 변수라는 점은 본 상품을 구성하는 요소 중, 체험 및 음식프로그램에 비해 숙박프로그램의 중요도가 높다는 것을 의미한다. 숙박프로그램은 추후 상품 판매의 중요한 홍보 마케팅 요소이자 이용자의 만족 여부를 좌우하는 요인으로 작용할 것으로 예측됨에 따라, 추후 유사한 상품을 판매할 경우 본 연구에서 도출된 유의변수와 상품의 비구매 원인 등을 토대로 홍보마케팅 방안을 마련할 수 있을 것으로 판단된다. 아울러 농촌 지역 숙박시설 경험이 없는 비경험자가 경험자에 비해 지불의사금액이 높다는 것은, 잠재 수요를 실수요로 유도하기 위한 노력이 필요하다는 의미로 해석할 수 있는 바, 이러한 결과를 참고하여 상품의 타겟을 확대하고 홍보를 전개할 필요성이 있을 것으로 판단된다.

## 제 2 절 연구의 한계 및 향후 과제

본 연구는 농촌체험관광 상품에 대한 관광객의 지불의사금액을 도출함으로써 유사 상품의 가격결정 과정에 활용할 수 있는 방법론 및 기초자료를 제시한다는 측면에서 연구의 의의를 갖는다. 다만, 다음의 부분에서 보완·발전이 필요할 것으로 판단된다.

첫 번째로 지불의사금액 추정 과정에서 고려되는 영향요인에 대한 부분이다. 농촌관광을 활성화하기 위해서는 농촌 외 지역을 관광 목적지로 두는 관광수요를 농촌지역으로 유인하기 위한 여러 가지 마케팅 전략이 필요하다. 즉, 농촌관광을 선호하는 원인을 찾는 것도 중요하지만, 농촌관광에 대한 비선호 원인 및 문제점을 도출하고 이를 개선하기 위한 다방면의 노력이 필요하다고 할 수 있다. 이에 따라 관광객을 대상으로 지불의사금액을 추정할 때, 영향 요인으로 여러 가지 변수를 설정하고, 이를 토대로 마케팅 전략을 구체화할 필요가 있을 것이다.

두 번째로 본 연구에서 제시한 패키지 상품의 시나리오에 대한 부분이다. 본 연구에서는 패키지상품의 구성 요소 중 체험프로그램으로 농사체험, 바다체험, 음식체험, 자연재료 만들기 체험을 제시하였다. 단, 실제로 제공되는 농촌 여행 패키지 상품의 가격은 원재료, 수확량, 진행자의 역량 등의 여러 가지 여건에 따라 상이하게 책정될 필요성이 있는 바, 프로

그램에 대하여 보다 구체적인 내용을 제시하여 응답자 편의를 최소화할 필요가 있을 것이다. 또한 식사 메뉴, 숙박 컨디션에 대한 사항은 지불의사금액의 영향을 미치는 요소이기 때문에, 실제 판매 예정인 상품의 지불의사금액을 추정할 경우에는 상품에 대한 현실적인 정보를 제공하여 지불의사금액을 추정하여야 할 것이다. 즉, 몰입도를 높이면서도 보다 현실적인 시나리오를 구성하여 이를 토대로 분석을 실시할 필요성이 있을 것이다.

세 번째로 지불의사금액 분석 시기에 대한 부분이다. 관광상품은 계절의 영향을 받는 재화로서, 관광상품을 이용하는 관광객은 일반적으로 연중 성수기에 활동이 집중됨에 따라 관광업체는 이에 맞게 상품을 개발, 판매하고 있다. 따라서 계절의 변화가 없는 국가(지역)일 경우에는 무관하나, 우리나라처럼 계절변화에 따라 성수기와 비수기가 구분되는 경우에는 분석 시기에 따라 결과값이 다르게 나타날 수 있다. 따라서 추후 연구에서는 상품에 대한 조사 시기를 성수기와 비수기 등으로 구분하여 시행하거나, 계절성을 반영하는 영향요인을 분석모형에 추가적으로 반영할 필요가 있을 것으로 보인다. 다만, 계절성을 영향요인으로 설정하여 분석을 시행할 경우, 설문에 응답하는 관광객에게 실제로 조사되는 시기가 아닌 다른 계절을 가상으로 제시하여 몰입시켜야 하는데, 이러한 분석에 의한 결과는 신뢰도가 낮아지는 한계가 발생할 것으로 판단되는 바, 이에 대한 연구는 별도로 다뤄질 필요가 있을 것으로 보인다.

네 번째로 연구 범위 부분이다. 본 연구의 실증분석에서는 제주 농촌 여행 패키지에 대한 관광객의 평균 WTP를 추정하는 데에서 연구를 마무리하였다. 다만 상품의 가격 결정은 원가, 소비자 수요 등을 토대로 수요-공급 데이터를 고려하여 설정되어야 하는 바, 추후 연구에서는 농촌체험관광 상품의 가격결정 방법을 좀 더 견고화하기 위한 연구방법이 필요할 것으로 보인다.

마지막으로 CVM 방법론에 대한 부분이다. 본 연구는 CVM의 보편적인 연구대상인 환경재 또는 공공재가 아닌 관광상품을 대상으로 연구를 진행하였으며, CVM 방법론이 실제 시장 자료가 아닌 설문지 상에 언급된 가상 시장에 대한 설문자의 가상적 의사결정에 기반을 두기 때문에 다양한 편의(bias)가 존재할 가능성이 있다. 이에 따라 본 연구에서는 CVM 분석과정에서 기본적으로 권고되는 NOAA 지침을 참고하여 CVM에서 발생할 수 있는 응답자 편의를 최소화하였으나, 지침에서 제시되는 부문 외에도 추가적으로 재고되어야 할 부문이 존재할 것이다. 추후 CVM 관련하여 진행되고 있는 다양한 실험연구 결과를 반영하여 연구방법을 보완 해 나갈 필요성이 있을 것이다.

## 참고문헌

---

- 강성진·도경록·조록환(2014), 지역 음식관광 활성화를 위한 외국인 방문객 시장세분화 연구, (사)대한 관광경영학회 관광연구 제29권 제5호
- 고태호(2006), 관광개발정책의 비용-편익 분석, 박사학위청구논문, 고려대학교 경제정책학과
- \_\_\_\_\_ (2014), 제주형 관광숙박사업모델 개발 및 활성화 방안 연구, 제주발전연구원
- 김광임 외(2002), 대규모 개발사업의 환경경제성 분석 도입방안
- 김경량·윤유식·박덕병(2009), 농촌자원유형별 농촌마을개발 지도도에 관한 연구, 한국농촌관광학회 농촌관광연구 16(1)
- 김사현(2003), 공공성 관광자원의 가치측정에 관한 연구: CVM을 이용한 경포도립공원의 WTP 추정, 박사학위논문, 경기대학교 대학원 여가관광개발학과
- \_\_\_\_\_ (2008), 『관광경제학』, 백산출판사
- 김사현·김규호(2012), 『관광경제학』, 백산출판사
- 김성태·신영수(1999), 『경제학원론』, 형설출판사
- 김상훈(1994), 『관광학개론』, 범하출판사
- 김영우(2004), 관광동기 및 위험지각이 관광유형 선택과 관광후 행동에 미치는 영향, 박사학위청구논문, 세종대학교 대학원 호텔관광경영학과
- 김정인(2009), 황사에 의한 사회경제적 영향 조사연구, 환경부
- 김학용(2003), 조건부시장가치평가법(CVM)을 이용한 문화유산자원의 경제적 편익추정, 박사학위논문, 세종대학교
- 김한식(2000), 국제 관광무역상품 선택에 관한 연구, 박사학위청구논문, 경희대학교 대학원 무역학과 국제경영
- 노정민(2009), 환경재의 가치에 영향을 미치는 요인에 관한 연구, 석사학위청구논문, 서울시립대학교 대학원 조경학과
- 농림축산식품부(2014), 향토음식자원을 활용한 음식관광 활성화를 위한 조사연구
- 류성옥(2014), 관광 및 여가 자원의 경제적 가치 추정법에 대한 비교, 한양대학교 관광연구소, 관광연구농촌 제26권 제2호
- 문보영(2000), 철도관광상품 개발에 관한 연구, 호텔관광연구
- 박광서(2003), 조건부가치측정법(CVM)을 활용한 축제의 경제적 가치평가, 석사학위청구논문, 경

- 희대학교 경영대학원 문화예술경영학 전공
- 박덕병·이혜연(2005), 농촌관광 마을별 농촌관광 체험활동의 특성에 관한 비교 연구: 상응분석을 중심으로, 농촌관광연구 제12권 제1호
- 박미숙·이영진·이훈(2009), 관광활동 유형별 관광계약요인 차이분석, 관광연구농촌
- 박영일(2007), 체험유형 선호에 따른 농촌체험관광마을태도가 방문의도에 미치는 영향에 관한 연구, 석사학위청구논문, 상명대학교 대학원 경영학과 마케팅전공
- 박운정(1999), 농촌관광개발의 주민참여 행동에 관한 연구, 석사학위청구논문, 한양대학교 대학원 관광학과
- 박의서(2012), 『관광상품기획관리』, 학현사
- 박정원(2012), CVM을 이용한 농촌체험관광에 대한 지불의사금액 추정, 석사학위청구논문, 경상대학교 대학원 농공학과 농업토목공학
- 박혜준(2014), 농촌관광 선택속성의 중요도-만족도에 관한 연구, 석사학위청구논문, 대구대학교 대학원 관광경영학과
- 소국섭(2010), 해양관광레저도시에 대한 지불의사액 추정, 호텔관광연구 제12권 제1호
- 송운강·박용민·양희원(2015), CVM을 이용한 지역축제의 경제적 가치추정, 한국관광연구학회
- 신동휘(2012), 조건부가치측정법(CVM)을 이용한 스마트그리드 간접편익 추정에 관한 연구, 석사학위청구논문, 서울과학기술대학교 IT정책전문대학원 산업정보시스템 전공
- 안국신(1996), 『신경제학원론』, 울곡출판사
- 안성식·백만기·이현중(2011), 관광산업에 있어서 음식요인이 관광지 만족 및 관광지 충성도에 미치는 영향에 관한 연구, 관광·레저연구제23권 제3호
- 안소정(2014), 제주 향토음식을 활용한 음식관광상품 개발 및 CVM을 활용한 경제적 가치 평가, 석사학위청구논문, 숙명여자대학교 대학원 외식경영학과 외식경영
- 안정하(2012), 유료화를 위한 문화관광축제의 경제적 가치평가에 관한 연구: 진주남강유등축제를 중심으로, 배재대학교 대학원 관광경영학과 관광경영학전공
- 양다순(1998), 전통민속문화제의 관광상품화 방안에 관한 연구, 석사학위논문, 경기대학교대학원 관광경영학과
- 연승호(2002), 관광상품 가치 지각에 관한 연구, 석사학위청구논문, 경기대학교 대학원 관광개발학과
- 여준호(2008), 생태계 비시장가치 추정 사례 및 추정방법의 장단점 분석, 한국산림휴양학회지 제12권 2호
- 육성수(2011), CVM을 이용한 창덕궁입장료 추정의 유효성에 관한 연구, 한국문화경제학회 「문화

- 경제연구」 제14권 제1호
- 유동운(1992), 『환경경제학』, 비봉출판사
- 이소영(2008), 음식관광자원 인벤토리 및 음식관광상품 경쟁력 평가도구 개발, 석사학위청구논문, 연세대학교 대학원 식품영양학과
- 이미혜(2014), 『관광소비자행동』, 대왕사
- 이상재·김현구·김장욱·이주석(2014), CVM을 활용한 관광열차의 지불의사액 추정에 관한 연구, 한국철도학회 추계학술대회 논문집
- 이선희(1996), 『여행업경영개론』, 대왕사
- 이승길·유창근(2007), 마리나(Marina)관광에 대한 지불의사 결정요인, 대한관광경영학회 관광연구 제22권 2호
- 이용만(2008), 헤도닉 가격 모형에 대한 소고, 부동산학연구 제14집 제1호
- 이인환(2012), 도시민의 도시농업 참여 만족도와 농촌체험관광 인식에 관한 연구, 석사학위청구논문, 서울시립대학교 대학원 조경학과
- 이준구(2003), 『미시경제학』, 법문사
- 이진희(2005), 『장소마케팅』, 대왕사
- 이충기(2003), 『관광응용경제학』, 일신사
- 이충기·조운미(2004), CVM을 이용한 체험관광의 가치평가, 관광연구저널 제18권 제2호
- 이태희(1999), 『관광상품기획론』, 백산출판사
- 임상오·신철오(2006), 예술의 가치평가분석: 원주의 박경리 선생을 중심으로, 경영논집 제40권 1·2호
- 임하나·조성근(2008), 농촌체험관광마을에서의 체험프로그램 차별화를 위한 연구
- 전영록·박상훈(2009), 장애인의 관광활동 유형별 자기지각 삶의 질 비교, 대한관광경영학회 학술저널
- 전영미·임상봉·한경수·박윤호·장은숙·김범수(2003), 도시민의 선호를 바탕으로 한 농촌마을의 관광자원 실태와 정비방향, 한국농촌계획학회
- 정오현(2013), 관광객 선택의 경제적 합리성 비판: 관광재 소비의 가정과 전제를 중심으로, 박사학위청구논문, 경기대대학원 여가관광개발학과
- 정찬성(2012), 농촌관광 체험프로그램이 농촌관광 선택속성과 만족에 미치는 영향, 석사학위청구논문, 경기대학교 관광전문대학원
- 조구현(1999), 외래관광객 유치를 위한 관광상품 개발에 관한 연구, 호텔관광연구
- 조명환(1996), 관광상품의 구성요소에 관한 연구, 관광·레저연구
- 조명환·손해식·안영면·정익준·윤정현·배만규·신대중(1996), 부산시민의 여가유형별 행동특성에 관한

연구, 관광레저연구

조진열(2001), 국내 관광 상품의 문제점과 개발 방안, 석사학위청구논문, 단국대학교 산업경영대학원  
무역학과 관광경영

정찬성(2012), 농촌관광 체험프로그램이 농촌관광 선택속성과 만족에 미치는 영향, 석사학위청구논문,  
경기대학교 관광전문대학원 관광사업경영전공

최미선(2011), 시니어세대의 구매성향에 따른 관광상품구성요소 중요도인식 연구, 박사학위청구논문,  
경기대학교 관광전문대학원 관광사업경영전공

최승이·이미혜(1999), 『관광상품론』, 대왕사

최승운(2005), CVM을 이용한 화암동굴지구의 경제적 가치 평가에 관한 연구, 석사학위청구논문,  
삼척대학교 산업대학원 산업경제학과 경제학 전공

최현석(2007), 농촌체험관광의 지각된 서비스품질이 충성도에 미치는 영향, 석사학위청구논문, 경  
기대학교 대학원 여가관광개발학과

최현석·박석희(2007), 농촌체험관광마을의 지각된 서비스품질이 충성도에 미치는 영향, 농촌관광연구

허중욱(2005), CVM을 이용한 비시장 관광자원의 가치추정, 관광연구저널 제19권

허중욱·김영표(2012), 정보제공에 따른 문화관광축제의 입장료 지불의사금액 추정, 관광·레저연구  
제24권 제1호

한국개발연구원(2004), 문화·과학시설의 가치추정 연구

한국농촌경제연구원(2002), 농촌지역의 활성화를 위한 그린투어리즘 개발모형 정립과 실용화 방안

\_\_\_\_\_ (2003), 한국형 농촌관광 중장기 발전 방향

\_\_\_\_\_ (2012), 농촌관광의 새로운 방향과 정책과제

한국문화관광연구원(2010), 최근 관광트렌드 변화와 향후 정책방향

한도연(2011), 농촌체험관광의 만족요인이 농특산물 구매에 미치는 영향, 박사학위청구논문, 경기  
대학교 대학원 외식조리관리학과

한승준(2006), 『조사방법의 이해와 SPSS활용』, 대영문화사

현경석(2002), 다단계 종합적 서비스 가격 결정에 관한 연구, 석사학위청구논문, 경희대학원 경영학과

황장익(2003), 여행사의 상품생산과 판매전략에 관한 연구, 석사학위청구논문, 경기대학교 관광전  
문대학원 관광사업경영전공

Cameron, T. A. and J. Quiggin, (1994), "Estimation Using Contingent Valuation Data from a Dichotomous Choice with Follow-up Question", Journal of Environment of Environmental Economics and Management, 27.

- Cooper, J. and W. M. Hanemann,(1995), "Referendum Contingent Valuation: How Many Bounds Are Enough?", USDA Economic Research Search Service, Food and Consumer Economics Division, Working paper.
- Douglas foster(1985), Travel and Tourism Management, McMillian Education Ltd., London
- Gilbert D. "Rural tourism and marketing, Tourism management, 1989, vol.10
- Hall & Mitchell(2001) Hall, C.M & Mitchell, R.(2001). Wine and food tourism, in N. Douglas, N. Douglas and R.Derrett(eds), Special Interest Tourism: Context and Cases. Brisbane, Australia: John Wile & Sons
- Hanemann, W. M., Loomis, J. B. and Kaninnen, B. J.,(1991). "Statistical Efficiency of Double-Bounded Dichotomous Choice Contingent Valuation", American Journal of Agricultural Economics, 73, pp. 1255-1263.
- Hanemann, W. M., Loomis, J. B. and Kaninnen,(1999), "The Statistical Analysis of Discrete-Response CV Data," in I. J. Bateman and K. E. Willis, ed., Valuing Environmental Preferences: Theory and Practice of the Contingent Valuation Method in the US, EU, and Developing Countries, Oxford: Oxford University Press.
- Holloway, J. C., & Plant, R. V.(1992). Marketing for tourism (2nd ed.).London: Pitman
- Littell, M. A., Balgerman, S., Kean, L., Gharing, S., Niemeyer, S., Reilly, R & Stout, J. A.(1994). Souvenirs and tourism style, Journal of Travel Research
- Mackenzie(1993), 'A Comparison of Contingent Preference Models,' American Journal of Agricultural Economics
- Middleton, & Victor, T. C.(1988). Marketing in Travel & Tourism, Oxford: Heinemann Professional Publishing.
- NOAA(1994). Proposed Rules for Valuing Environmental Damages. Federal Register 59:1061-1191.
- Referendum Contingent Valuation Surveys』, Land Economics 67(4)
- Smith, V. L.(1989). Hosts and Guests, The Anthropology of Tourism. 2ded. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Seller, C., Stoll, J. R., & Chavas, J. P.(1985). Validation of Empirical Measures of Welfare Change: A Comparison of Nonmarket Techniques. Land Economics 61(2)



4. 이번 제주관광의 **체류기간**은 어떻게 되십니까?

- ① 무박 1일                      ② 1박 2일                      ③ 2박 3일  
④ 3박 4일                      ⑤ 4박 5일                      ⑥ 장기체류: 약 \_\_\_\_\_ 일

5. 이번 제주관광의 **1인당 1일 지출비용(숙박비, 항공비 제외)**은 대략 어느정도입니까? (ex. 교통비, 식비, 입장료 등 1일 1인기준)

- ① 5만원 미만                      ② 5~10만원                      ③ 10~15만원  
④ 15~20만원                      ⑤ 20~25만원                      ⑥ 25만원 이상

6. 이번 제주관광에서 **1인당 1박 숙박비용**은 대략 어느정도입니까?  
(ex. 3인가족 기준 1박 15만원인 경우, 5만원 선택)

- ① 3만원 미만                      ② 3~7만원                      ③ 8~12만원  
④ 13~17만원                      ⑤ 18~22만원                      ⑥ 23만원 이상

## II. 농촌지역 관광·음식관광에 대한 경험 및 만족도 질문

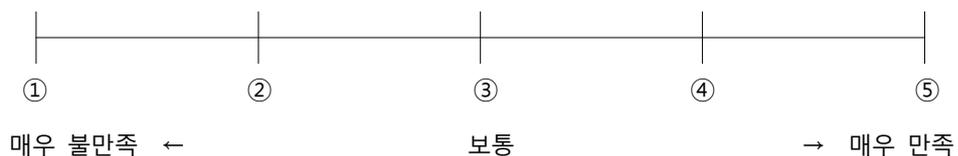
1. 귀하께서는 농촌지역에 위치한 숙박시설을 이용해본 적이 있습니까?

- ① 예 (1-1번으로)                      ② 아니오 (2번으로)

1-1. 농촌지역에서 이용한 숙박시설은 어떠한 유형이었습니까?

- ① 펜션                                      ② 콘도/리조트                      ③ 모텔/호스텔  
④ 농가민박(농가주택 내 별도의 방)    ⑤ 게스트하우스                      ⑥ 친척/친구집  
⑦ 기타(\_\_\_\_\_)

1-2. 숙소에 대한 만족도는 어떠하십니까?









## Abstract

# A Study on Estimation of Willingness to Pay for Rural Experiential Tourism Product using CVM

- The Case of a Rural Travel Package in Jeju -

Yoorim Shin

Major Advisor: Jinhee Lee, Ph. D.

Department of Tourism Development

Jeju National University

The society has become more complex and varied after going through industry acceleration and rapid economic growth. Accordingly, the people has been spending more time and money in leisure activities. Among the leisure activities, consumption of tourism activities is increasing and with this change, tourism pattern is also diversifying.

In the past, mass tourism has given many people the opportunity for participating in tourism activities. However, it also has negative effects on natural, social and cultural environment of the tourist destination. With this negative effects of mass tourism and value shift in modern society, the concept of alternative tourism has started appearing which includes various patterns of tourism such as ecotourism, rural tourism and fair tourism. Alternative tourism minimizes the negative aspects of mass tourism such as environmental disruption, damage of nature, dissolution of local communities and lays emphasis on community-based tourism to develop small scale tourist facilities and to attract small numbers of tourists using local resources and environment.

This study focuses on the rural tourism which belongs to the alternative

tourism as mentioned above. Rural tourism is the activities based on rurality which is an universal characteristic of the rural area. According to the concept of rural tourism, urban residents stay at the rural area with this rurality and experience rural life enjoying their leisure time. Rural tourism is also connected with policies for creating farm household income and revitalizing a local community with the intention of balanced regional development at national level.

Recently, many rural areas are strengthening their abilities to develop rural tourism as their community business through experiencing various kinds of community-lead projects. As rural tourism-related goods and services are being provided not by tourism operators but by local communities, it is necessary to strengthen the specialty of rural residents for developing, operating and marketing their rural tourism products.

With this respect, the subject of this study is rural experiential tourism products which perform important functions in creating income and rural tourism demand.

As most of rural experiential tourism products use natural and cultural resources in rural area which have characteristic of non-market goods, there is a limitation on deciding consumer price of them. Especially, every rural area has different kinds of resources and locations so that there are no same products. Therefore, it is difficult to find an appropriate comparison target and there are limits on estimating demand using existing market data like general market goods since rural experiential tourism products have characteristic of non-market goods. Thus, consumer price of rural experiential tourism products is usually decided with production cost adding certain rate of margin.

Accordingly, this study uses Contingent Valuation Method(CVM) to estimates tourists' willingness to pay(WTP) for rural experience tourism products aiming at providing preliminary data for deciding the price of rural

experience tourism products.

A virtual rural experience tourism product was developed which included rural experience program, local food and rural accommodation. To estimate the WTP for a virtual rural experience tourism product, a survey was conducted with 300 tourists visiting Jeju.

The estimated average WTP for rural travel package was found to be 229,798~252,046won(per 2 person). In other words, it means that tourists visiting Jeju are willing to purchase rural travel package for average 229,798~252,046won(per 2 person). The average WTP from the empirical analysis means an average benefit of rural travel package considered by tourists visiting Jeju. This result has implications in two respects.

Firstly, it can be used as a preliminary data when deciding a price for travel packages in Jeju. That is, the estimated average benefit for the virtual travel package(229,798~252,046won/per 2 person) can be applied when deciding a price for travel packages in Jeju.

Secondly, the significance of this research is that it can demonstrate the actual amount of the benefit from the governments' support, when a tourism product is developed with the governments' support. Namely, this study will contribute to suggesting the amount of benefits and values made by governments' support projects for rural activation.