



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

중국 관광객의 농촌관광 동기와
선택속성이 만족도에 미치는 영향

濟州大學校 大學院

觀光經營學科

馬云

2018年 8月

중국 관광객의 농촌관광 동기와 선택속성이 만족도에 미치는 영향

指導教授 홍성화

마운

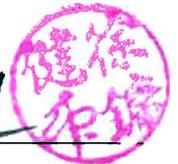
이 論文을 觀光學 碩士學位 論文으로 提出함

2018年 6月

马云의 觀光學 碩士學位 論文을 認准함

審査委員長

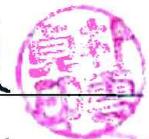
서용진



委

員

朴雪貞



委

員

洪熙和



濟州大學校 大學院

2018年 6月



The effects on the participation motivation and the selection attributions of Chinese Rural tourism on the satisfaction

Yun Ma

(Supervised by professor Hong Sung-Hua)

A thesis submitted in partial fulfillment of the requirement for the degree
of Master of Tourism Science

2018. 6.

This thesis has been examined and approved.

Suh, Yong Kun
Park, Ounjaung
Hong, Sung-Hua



Department of Tourism Management

GRADUATE SCHOOL

JEJU NATIONAL UNIVERSITY

목 차

I. 서 론	1
1. 연구의 배경	1
2. 연구의 목적	4
3. 연구의 범위와 방법	5
II. 이론적 고찰	7
1. 농촌관광	7
2. 관광동기	13
1) 관광동기의 개념	13
2) 관광동기의 대표 이론	17
3) 관광동기의 선행연구	24
3. 관광지 선택속성	26
1) 관광지 선택속성의 개념	26
2) 관광지 선택속성의 구성요소	30
3) 관광지 선택속성의 선행연구	33
4. 관광객 만족도	36
1) 만족도와 관광객 만족도	36
2) 관광객 만족도의 측정	39
5. 관광동기, 선택속성과 만족도간의 관계	40
1) 관광동기와 만족도간의 관계	40
2) 선택속성과 만족도간의 관계	41
6. 중국 농촌관광	42
1) 중국 농촌관광 현황과 특징	42
2) 중국 농촌관광 유형	44
III. 연구 설계	47
1. 연구가설의 설정	47
1) 연구가설	47
2) 변수의 조작적정의	48

2. 설문지 개발	49
3. 자료수집 및 분석 방법	51
IV. 실증분석	53
1. 표본의 일반적 특성	53
1) 인구통계학적 특성	53
2) 관광특성	55
2. 측정항목의 타당도 및 신뢰성 검증	57
1) 측정항목의 타당도 검증	57
2) 측정항목의 신뢰성 검증	61
3. 가설 검증	65
1) 관광동기와 관광객 만족도 간의 관계검증	65
2) 선택속성과 관광객 만족도 간의 관계검증	66
4. 추가분석	67
1) 인구통계학적 특성에 따른 관광동기의 차이분석	67
2) 인구통계학적 특성에 따른 선택속성의 차이분석	71
5. 분석결과의 요약	75
V. 결론	77
참고문헌	81
1. 국내문헌	81
2. 국외문헌	85
설문지	90

표 차례

<표 2-1> 농촌관광의 개념	11
<표 2-3> 관광동기의 개념	16
<표 2-4> Mill & Morrison의 7단계 관광욕구와 동기요인	21
<표 2-5> 다나까(田中喜一)의 관광욕구와 동기의 분류	22
<표 2-6> 관광지 선택속성의 개념	29
<표 2-7> 관광지 선택속성의 구성요소	32
<표 2-8> 만족도와 관광객 만족도의 개념	38
<표 3-1> 설문지 구성	50
<표 3-2> 설문조사 개요	51
<표 3-3> 분석방법	52
<표 4-1> 인구통계학적 특성	54
<표 4-2> 표본의 관광특성	56
<표 4-3> 관광동기에 관한 요인분석	58
<표 4-4> 선택속성에 관한 요인분석	60
<표 4-5> 관광객 만족에 관한 요인분석	61
<표 4-6> 관광동기에 관한 신뢰도 분석	63
<표 4-7> 선택속성에 관한 신뢰도 분석	64
<표 4-8> 관광객 만족에 관한 신뢰도 분석	65
<표 4-9> 관광동기와 관광객 만족도 간의 관계검증	66
<표 4-10> 선택속성과 관광객 만족도 간의 관계검증	67
<표 4-11> 성별에 따른 관광동기의 차이분석	68
<표 4-12> 결혼여부에 따른 관광동기의 차이분석	69
<표 4-13> 연령, 직업, 학력, 월 평균소득에 따른 관광동기의 차이분석 ..	70
<표 4-14> 성별에 따른 선택속성의 차이분석	71
<표 4-15> 결혼여부에 따른 선택속성의 차이분석	72
<표 4-16> 연령, 직업, 학력, 월 평균소득에 따른 선택속성의 차이분석 ..	73
<표 4-17> 동반자에 따른 선택속성의 차이분석	74
<표 4-18> 가설검증 요약	75

그림 차례

<그림 1-1> 연구의 흐름도	6
<그림 2-1> Maslow의 욕구계층이론	18

I. 서론

1. 연구의 배경

농촌관광이란 농어촌지역의 자연환경과 지역 특산물 등을 활용하여 농어촌 관광시설, 판매, 직판시설체험, 관찰시설, 편의 및 휴양시설, 체육운동시설 등 농업 관련 시설 등을 갖추어 이를 이용하도록 하거나, 이용객에게 숙박 및 음식 등을 제공하는 활동으로 농어촌지역에서 행하여지는 모든 관광활동이라고 정의하고 있다.

중국에서는 1995년부터 주5일 근무 제도를 시행했으며, 1999년부터는 ‘황금주(黄金周) 휴가’제도를 시행하고 있다. 현재 중국의 법정휴일은 1년에 114일에 달하며, 이는 1년 중 1/3에 해당하는 기간이다. 최근 중국인들에게는 ‘휴식은 더 나은 업무를 위한 것’이라는 생각이 깊이 각인되고 있다. 휴가 일수의 증가 및 유급휴가와 포상휴가의 시행에 따라, 바쁜 도시인들에게 편리하고 융통성 있는 농촌관광이 인기를 끌고 있다. 최근 몇 년 동안 사회주의 신농촌(新農村)을 건설하자는 슬로건에 따라 도시주민의 일상탈출, 여가, 체험 등의 욕구를 충족시켜 주는 수단으로 농촌관광이 크게 발전하게 되었다.

중국의 정보 기술 발달과 급격한 경제 성장에 힘입어 각 기업체들도 성장을 거듭하고 있다. 이러한 경제 발전과 함께 노동의 강도도 높아지면서 사람들은 자연스럽게 관광에 관심을 갖게 되었다. 최근 중국 국내관광업은 사람들의 수입증가 및 레저시간의 증가에 따라 급격히 성장하고 있다. 바쁜 도시인들에게 있어서 농촌관광은 소비욕구를 충족시키는 관광의 새로운 방식이 되었다. 중국의 도시주민들은 오랫동안 도시생활을 하면서 긴장과 압박 속에서 바쁘게 살아가고 있기 때문에 많은 주민들이 갈수록 자연을 숭상하고 자연에 회귀하여 자연을 즐기려는 욕구를 가지고 있다. 농촌관광은 사람들이 자연을 느끼고 감상하며 체험하기에 적합한 관광형태가 되고 있다. 농촌관광은 새로운 관광 레저 방식으로 도시사

람들에게 정신적 즐거움과 만족을 주고 있다.

19차 당대회(党大會) 보고서에서 밝힌 바와 같이 농업(農業), 농촌(農村), 농민(農民) 문제는 국가경제와 국민 생활에 관계되어 있는 근본문제이므로 '삼농'(三農) 문제의 해결을 전당업무중의 가장 중요한 임무로 삼아야한다. 삼농문제가 갈수록 많은 관심을 받고 있는 오늘에 농촌관광 서비스는 농촌인력자원의 전환을 위하여 새로운 방법을 제공했기 때문에 사회각계의 농후한 관심과 정부부문의 큰 지지를 얻었다.¹⁾ 최근 농촌관광은 중국에서 신속하게 발전하고 있으며 이미 도시사람들이 주말 등 휴일을 보내는 특별한 오락관광 형식이 되었다. 도시주민들이 농촌에서 자연과 가까워지고 농촌생활을 체험할 수 있으면서 농촌 관련 사업의 발전에도 도움을 주고 있다.

중국의 농업은 대규모 농장 형태가 아닌 소농 위주의 농업이기에 기계화가 어렵고 농업 생산성이 낮다는 구조적 문제를 가지고 있다. 중국에서의 농촌(農村) 문제란 농촌에 살고 있는 농민이 도시로 이주하기 어렵고 도시 호구를 받지 않으면 도시에서 살아도 여러 가지 불이익을 받게 되는 문제를 말한다. 농민(農民) 문제란 농민들이 안고 있는 저소득, 복지, 자녀 교육 등의 문제를 말한다. 이상의 문제들로 인해서 도시민들은 농촌발전을 무시하며 농민 출신의 노동자는 농촌을 떠나 도시에 진출하려 하고 있으며 다시 농촌에 귀환하는 것을 원하지 않는다.²⁾ 이로 인해 도시의 발전은 농촌의 발전을 견인하지 못하고 있다.

하지만 최근 농촌관광은 농업과 관광업의 발전에서 긍정적인 역할을 하고 있다. 우선, 농촌관광의 발전은 농촌산업 구조에 도움이 될 수 있고 농민 소득과 삶의 질의 향상 및 농촌, 도시 간 교류를 촉진할 수 있다. 또한 농촌관광은 신농촌(新農村) 건설을 촉진할 수 있어, 농촌과 도시의 격차를 축소할 수 있고 농촌의 발전에 이바지 하고 있다. 이로 인한 농촌관광의 발전은 관광업 발전에 도움이 되고 있으며, 관광자원의 종류를 확대했고 관광제품 및 관광소비를 촉진하면서 관광업의 발전에 이바지 하고 있다.

농촌관광사업이 발전되면 도시민의 소비를 통한 자금이 농촌에 유입되고 이를 통해 농민의 소득 증가 및 도시와 농촌의 균형 발전에 이바지 할 수 있다. 또한

1) 19차 당대회 보고서(2017년) . 19大党大會報告書 12월28일-29일

2) 賈俊明, 葛文光(2013) . 中國農村觀察-關於三農問題和三農提法的考察 P86

국민의 관광수요를 만족시킬 수 있으며, 중국 내수 확대에 도움이 될 수 있다. 다시 말해 농촌관광 사업은 농촌에 대한 투자와 도시민의 소비를 동시에 증가시킬 수 있는 방안이다. 농촌관광 객수의 증가는 농촌에서의 직접 소비를 가져오고 관광객이 도시에서 농촌까지 이동하는 과정 중 간접 소비도 발생시키며 보다 발전적인 농촌건설에 이바지 할 수 있다. 이에 따라 농촌관광사업은 농민의 소득을 제고시킬 수 있으며 그들의 소비능력 또한 성장시킬 수 있다.

농촌지역은 도시와 다른 독특한 문화, 생활 그리고 자연 분위기를 가지고 있다. 오랫동안 도시에 거주하는 사람들은 생활이 폐쇄적이고, 업무를 통한 스트레스를 받고 있으며, 도시의 공기, 소음, 오염이 심각하여, 조용하고 공기가 깨끗하며, 대자연과 가까운 환경을 갈망하게 된다. 기존의 전통적인 여행지는 여행객이 북적이고 비용이 비싸, 이런 여행지에 대한 사람들의 관심이 점차 수그러들고 있다. 다른 유형의 여행 프로그램과 비교해 볼 때, 농촌관광은 자연을 더욱 가까이 할 수 있고, 편안하게 휴식을 취할 수 있다는 특징을 가지고 있으며, 여행비용이 저렴하여 도시인들의 사랑을 받고 있다.

국가여행국은 각지에서 농촌관광지원을 강화하여 농촌관광개발 프로그램과 각종 농촌지원자금 제휴를 추진하고 있다. 또한 국가 여행국은 농촌발전을 지지하는 소액대출을 통해 농촌관광업 가구에 쓰이도록 노력하고 있으며, 다양한 루트와 방식으로 자금을 모아 농촌관광에 사용하도록 하고 있다. 이를 통해 농촌관광 서비스 체계의 건설을 촉진하고, 정부의 관련 공공정책이 농촌관광까지 연장되도록 하고 있다. 따라서 국가여행국은 농촌관광 시장 개척 업무를 수행하고, 성숙하고 현대화된 건전한 농촌관광의 새로운 관광프로그램을 적극적으로 개발하여 국내외 서로 다른 그룹의 관광 수요를 만족시키고자 노력하고 있다.³⁾

박동진·손관영(2004)의 선행 연구에 따르면 관광객들이 관광목적지를 선택하려고 할 때 그들이 가지고 있는 관광동기, 관광지의 이미지, 관광객의 관광지방문에 대한 기대 등에 의해 영향을 받으며, 관광객들은 관광을 통해 만족 혹은 불만족을 경험하게 되고, 이러한 관광만족은 불평행동, 재방문의도 및 구전 등에 영향을 미친다고 한다.⁴⁾

3) 中國文化旅游网 <http://www.cnta.gov.cn/>

4) 박동진 · 손관영(2004). 관광동기, 이미지, 기대, 만족 및 충성도간의 구조적 관계: 안동지역 방문자를

따라서 관광동기, 목적지 이미지, 관광자의 기대 등 관광만족의 선행요인들을 파악하고, 마케팅에 활용하는 것은 관광지 목적지 관리의 우선순위가 되어야 할 것이다. 중국 농촌관광은 최근 몇 년 동안 새로운 관광방식으로 각광을 받고 있으며, 농민들이 빈곤상태에서 벗어나 이익을 창출 할 수 있는 새로운 방법이 되었다. 그러나 전문지식과 지도의 부족으로 인해 어떻게 하면 수준 높고 품위 있는 농촌관광업으로 발전할 것인가는 해결해야 할 시급한 문제로 남아있다.

최근 몇 년간 중국에서 농촌관광객의 비중이 계속 증가함에 따라 내국인을 대상으로 농촌관광에 대한 연구가 진행되었지만 아직까지는 중국도시민의 관광동기, 선택속성 및 만족도 간의 관계에 관한 연구가 미흡하게 진행되고 판단된다.

2. 연구의 목적

본 연구에서는 중국 상하이시 관광객이 농촌관광을 선택함에 있어서 중국 농촌관광객 관광동기가 무엇인지 알아보고, 어떠한 기준으로 농촌관광지를 선택하며 만족하는지를 규명하고자 한다. 관광동기와 관광지 선택속성이 관광객 만족 간의 어떠한 영향을 미치고 있는가를 대해 실증분석을 통해 확인 후 농촌관광의 긍정적인 관광이미지를 구축하고자 한다. 본 연구는 중국 상하이시 농촌관광객들이 농촌관광지를 선택함에 있어서 중요하게 생각하는 속성이 무엇인지, 농촌관광지 선택속성 만족도에 어떻게 영향을 미치는 분석하는데 연구의 목적이 있다. 본 연구를 통해서 상하이 도시민 맞춤형 농촌관광지 개선 및 서비스 개선의 방향을 선정하며 관광객들이 만족도를 향상시키고자 한다. 본 연구는 다음과 같이 구성되어 있다.

첫째, 농촌관광객의 관광동기, 관광지 선택속성 및 만족에 관한 이론적 고찰을 바탕으로 농촌관광객 관광동기, 관광지 선택속성의 구성요인과 만족도 개념을 정리 한다.

둘째, 이론적 고찰을 바탕으로 관광동기와 선택속성 차원을 파악하고, 관광동

대상으로 「관광학연구」 pp.65~83

기와 선택속성 요인별이 만족도에 미치는 영향관계를 설명하는 가설을 설정하고 실증적으로 검증한다.

셋째, 이론적 연구 및 실증적 분석의 결과를 통해서 학문적인 의의를 찾고, 이를 토대로 농촌관광객의 만족 증진을 위해서 유용한 시사점을 제공하고자 한다.

3. 연구의 범위와 방법

본 연구는 중국 상하이시 농촌관광객들이 농촌관광지를 선택함에 있어서 중요하게 생각하는 속성이 무엇인지, 선택속성별 중요도가 만족도에 어떻게 영향을 미치는 분석하고자 한다. 따라서 본 연구의 목적에 맞춘 내용적 범위는 다음과 같다. 본 연구는 5개의 장으로 구성되어 있다.

제1장 서론에서는 연구의 배경, 연구의 목적, 그리고 연구 범위와 방법 등을 제시하였다.

제2장 중국농촌관광의 현황, 농촌관광에 대한 이론적, 관광동기에 대한 이론, 관광지 선택속성에 대한 이론, 관광객 만족도에 대한 이론 연구를 고찰하고자 한다.

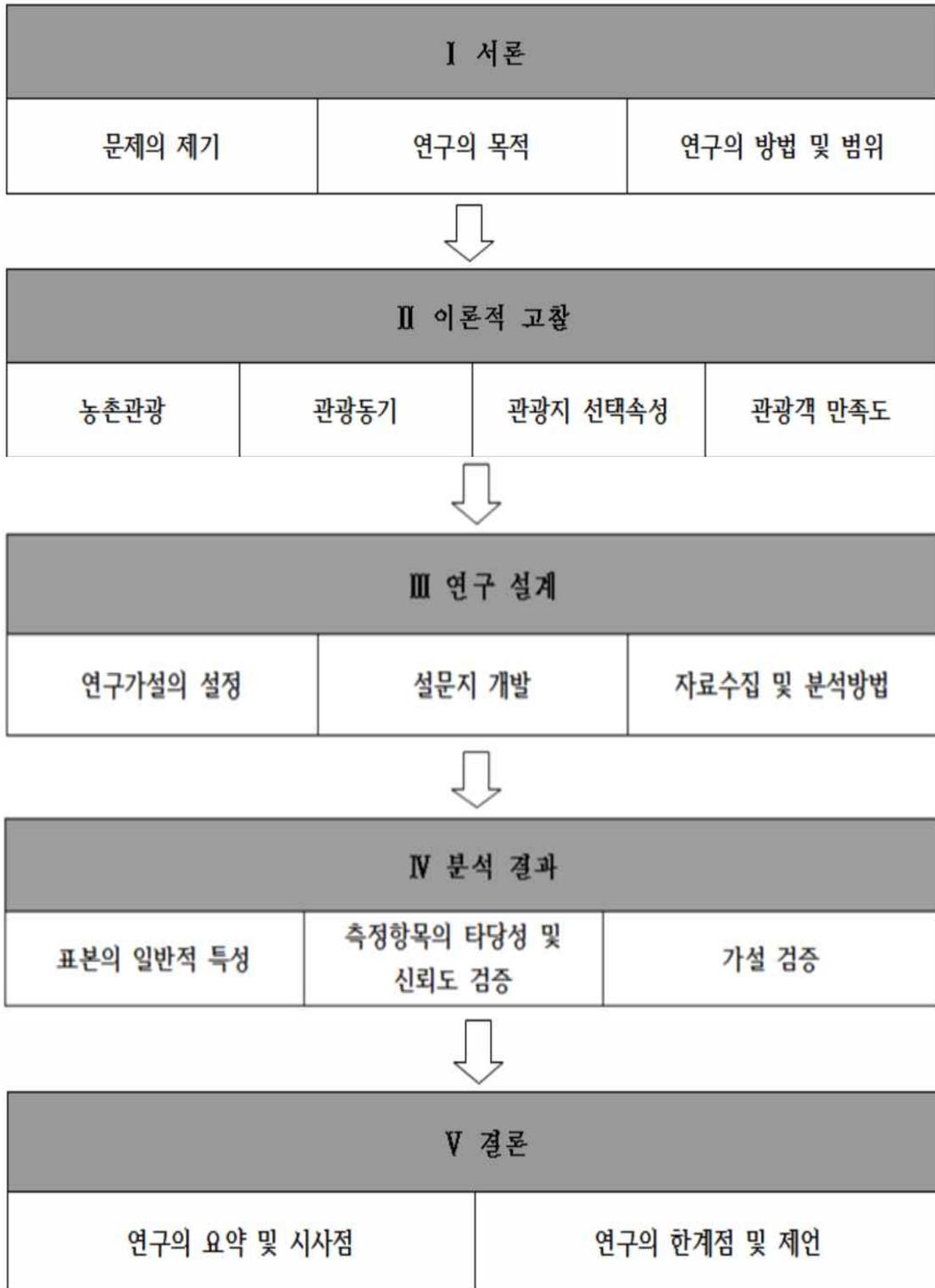
제3장 선행연구를 바탕으로 가설과 연구 모형을 설정하였으며, 설문지 개발과 측정방법을 기술하였다.

제4장 조사결과를 분석하여 그리고 가설 검증 결과를 제시하고자 한다.

제5장 연구의 결과를 요약하고 시사점과 한계점을 제시하여 결론을 도출하고자 한다.

본연구의 목적을 달성하기 위하여 사회과학의 연구방법론에 기초하여 문헌적 연구방법과 실증적 연구방법을 통해 연구를 진행하고자 한다. 실증분석을 위한 자료 수집은 편의표본추출법을 통해 자기기입식법 설문조사 방법을 사용하였으며 조사 기간은 2018년 4월 11일부터 4월 20일까지 10일간으로 실시하였다. 수집된 자료는 SPSS 20.0을 이용하여 분석하였다. 본 연구의 흐름을 각 장별로 나타내면 <그림 1-1>과 같다.

<그림1-1> 연구의 흐름도



Ⅱ. 이론적 고찰

1. 농촌관광

농촌관광은 대중적 관광에 대한 대안적 형태의 관광을 의미한다. 대규모 관광 시설을 조성하고 외지의 대자본을 유치하여 관광산업을 진흥시키는 형태의 대중적 관광은 대규모 시설 설치와 대량의 관광객 유입으로 인한 환경파괴나 관광자원 고갈 등의 문제점들을 낳고 있다. 반면 농촌관광은 이에 대한 대안으로서 농촌환경, 자연생태계, 농촌생활, 농촌의 전통문화 등을 관광의 소재로 삼아 소규모 관광객들을 대상으로 지속가능한 관광을 추구하고 있다.⁵⁾ 농촌관광은 그림투어리즘(Green Tourism), 대안관광(Alternative Tourism), 생태관광(Ecotourism), 지속가능한 관광(Sustainable Tourism), 환경관광(Environment Tourism), 농업관광(Agri-Tourism), 농장관광(Farm Tourism)등 여러 개념으로 이해되어 있다.⁶⁾

19세기에 유럽에서 처음 생겨났다. 1855년 프랑스 파리에 있는 귀족들이 농촌에 가서 관광을 하면서 휴가를 지내기 시작했다. 1865년 이탈리아 "농업과 관광전국 협회"의 성립은 농촌관광의 시작으로 볼 수 있다. 100여 년 동안 농촌관광은 전 세계적으로 사회적 경제적 이익을 창조하였다. 농촌관광은 농업과 관광업을 서로 융합시켜 형성된 하나의 특수한 관광형식이다. 농촌관광이 발전하기 위해서는 현지의 농업 및 농촌자원과 효과적으로 결합을 해야 하며 또한 현지 소비자의 관광 여가의 필요에 부합 되어야 한다. 그러므로 농촌관광은 국가와 학자마다 다양하게 정의하고 있다. 학자들의 구체적인 연구목적 및 연구 대상과 상관되어 서로 간에 정의를 달라질 수 있다.

농촌관광(Rural Tourism) 도입초기에는 농촌지역을 대상으로 하는 관광활동이라는 정의로 사용되었으나 최근에는 농촌지역의 역사, 문화, 관습을 포괄하는 개

5) 농업용어사전: 농촌진흥청

6) 윤유식·박덕병(2008). 농촌관광마을 지역주민의 사회자본이 농촌관광개발 효과인지에 미치는 영향 분석, 관광학연구, 32(2),pp.193-211

념으로 개념이 확장되고 있다. 농촌관광의 발상지인 유럽에서는 그린투어리즘을 “농촌경관을 최대한 보존하면서 최소의 투자로 농촌지역을 도시민의 관광수요에 대응하게 하는 관광” 혹은 “농민이 참여하는 농촌 본연의 농업활동을 전제로 한 소득증대 사업을 위한 관광활동”이라 정의하고 있다. 농촌관광을 어떻게 정의할 것인가에 대해 국내외 학자들의 견해를 살펴보면 다음과 같다.

농촌, 자연, 모험, 스포츠, 건강, 교육, 예술 그리고 문화유산에 대한 관심과 활동을 포함하며,⁷⁾ ‘농장을 기반으로 하는 단순한 체험활동이 아닌 다면적인 체험 활동으로 농촌, 자연, 모험, 스포츠, 건강, 교육, 예술, 문화유산, 일부지역의 민족 관광을 포함하는 관심과 활동이다.’⁸⁾ 스페인 학자 Gilbert & Tung(1990)은 농촌관광 (Rural Tourism)은 농가가 관광객들에게 숙박, 식사 등을 제공하여 농장, 목장, 어장 등 전형적인 마을 환경에서 여가 활동이 이루어지는 일종의 관광형식이라고 정의하였다.⁹⁾

경제협력개발기구(OECD1994)에 따르면 농촌관광을 시골·지방에서 발생하는 관광이라고 정의하면서, 농촌성(rurality)이 농촌관광의 핵심적인 부분이라고 하였다.¹⁰⁾ 농촌 공간, 농촌지역사회의 주민, 농업활동을 기반으로 함을 강조하며, 농촌관광과 같은 개념으로 쓰이고 있는 Green Tourism은 White tourism, Blue Tourism과 대비되는 개념에서 나온 용어로, 농산물, 농촌경관, 농촌자원을 활용하고 농촌지역을 바탕으로 하는 농촌관광을 공급자인 농촌주민의 관점에서 볼 때 농촌관광으로 부르는 것이다.¹¹⁾

농촌관광의 개념을 물리적 참여와 친환경적인 여가 행동을 강조하는 관광으로서 예를 들면 하이킹이나 등산을 하는 것을 농촌관광이라 하며, 농촌관광은 역사적 장소나 사건에 초점을 맞추어서 하는 문화 유적 관광 또는 교육적 목적의 관광이다.¹²⁾

7) Bramwell, B(1994). and Lane B, Rural tourism and sustainable rural development. proceeding from the second international school of rural development London: Channel View Books.

8) Lane ,B(1994). What is rural tourism? Journal of Sustainable Tourism,2:

9) Gilbert D.(1999). Rural Tourism and marketing, synthesis and new ways of working. 『Tourism Manafement』 , 10(1), 39-50.

10) OECD(1994). The Contribution of Amenities to Rural Development , aris : OECD. Cultivating Rural Amenities: An Economic Development erspective, aris: OECD.

11) 박호균(2002). 농촌관광과 지원체계: 이스라엘 사례, 한국 농촌지도학회지,9(2),p161-171

12) Pearce, D .G.& R. W. Butler (1993). Tourism Research: Critiques and Challenges, Routledge

농어촌지역의 자연환경과 지역 특산물 등을 활용하여 농어촌 관광시설, 판매, 직판시설체험, 관찰시설, 편익 및 휴양시설, 체육운동시설 등 농업 관련 시설 등을 갖추어 이를 이용하도록 하거나, 이용객에게 숙박 및 음식 등을 제공하는 활동으로 농어촌지역에서 행하여지는 모든 관광활동”이라 정의하고 있다.¹³⁾ 농림부(2004)에 따라 “농촌의 자연경관과 전통문화, 생활과 산업을 매개로 한도시민과 농촌주민간의 체류 형 교류활동이며, 도시민에게는 휴식과 휴양, 새로운 체험공간을 제공하고, 농촌에는 농산물판매, 가공 산업, 숙박, 음식물, 서비스 등 소득원을 제공하는 지역 활성화 운동”이라 정의하고 있다.¹⁴⁾

중국에서 농촌관광의 개념에 대한 연구는 1990년대 중반에 처음으로 연구가 시작되었으며 농촌관광의 개념을 정립하기 위한 농촌관광관련 연구를 시도하였고, 농촌관광업을 관광객이 농업과 농촌을 매개로하여 휴가, 오락, 쇼핑 등 기능의 총칭을 관광업이다.¹⁵⁾

농촌관광은 농사 생산 활동 전통 민속 풍습 농촌 생태환경과 농업 문화 경관을 관람 학습 시찰 참여 쇼핑 휴가 오락을 즐길 수 있는 관광활동이라고 정의했다. 杜江, 向萍(1999)은 농촌관광은 농업 문화 경치, 농업 생태환경, 농사생활 활동 및 전통의 민족풍속을 자원으로 하여 구경, 시찰, 학습, 참여, 오락, 쇼핑, 휴가를 하나로 아우르는 관광활동으로 보았다.¹⁶⁾

중국의 농촌관광을 정식으로 제시하였다. 국가여유국(2001)에 따르면 농촌관광은 농작물 생산 농촌풍습 농민의 농작활동에 대하여 체험하려는 관광활동이다. 吳必虎(2001)은 농촌관광을 농촌과 자연환경에서 발생하는 관광활동을 총체적으로 일컫는다고 정의하였으며,¹⁷⁾ 劉承良, 呂軍(2006)은 농촌관광의 관광은 농촌지역에서 종사하는 모든 관광활동이라 하며 농촌의 자연과 문명을 느끼고 체험함으로써 정신적인 승화를 실현하는 것으로 보았다.¹⁸⁾

농촌지역 및 농사와 관련된 풍토, 풍물, 풍속, 풍경이 조합된 것으로 관광객을

13) 한국관광공사 <http://www.visitkorea.or.kr/intro.html>

14) 농림부 홈페이지 <http://www.maf.go.kr>

15) 王仰麟(1999). 景觀生態系統的空間結構：概念、指標與案例. 《地球科學進展》, 1999 (3), 43-45.

16) 杜江、向萍(1999). 關於鄉村旅遊可持續發展的思考. 《旅遊學刊》, 14 (1), 15-18. 黃成林(2003). 黃山市鄉村旅遊初步研究. 《人史地理》, 2003 (1), 24-28.

17) 吳必虎(2001). 大城市環城游憩帶 (ReBAM) 研究——以上海為例. 《地理科學》, 2001 (4), 25-27

18) 吳必虎(2001). 大城市環城游憩帶 (ReBAM) 研究——以上海為例. 《地理科學》, 2001 (4), 25-27大學學報, 28 (1), 31-33.

끌어들여 휴식, 관광, 체험학습을 하는 것이며,¹⁹⁾ 농업, 농촌, 농민의 독특한 생산, 생활, 생태 환경을 근거로 삼아 농촌의 풍부한 자연, 경관, 문화 및 농업생산 자원의 다양한 기능을 충분히 발굴 개발하여 특색이 있는 관광여가, 풍토인심의 느낌, 문화감상, 농사체험, 과학 보급 교육 등 여가서비스 및 농산품의 신모델 농업을 사회에 제공하는 것이다.²⁰⁾

농촌관광을 도시생활자가 농촌 관광상품을 체험하고 느끼는 관광방식이다. 그 중에 농촌관광 상품은 농촌 환경 (농촌의산, 하천, 호수, 삼림 등), 농촌유산 (농촌의 전통 건축, 자연유산, 사당, 마을 등), 농촌생활(공예기술 및 공예품, 축제, 향토음식, 농업관광, 전통음악 등), 농촌활동(승마, 사격, 배타기, 낚시, 자전거 타기 등)을 포함한다.²¹⁾

19) 劉德謙(2006). 關於鄉村旅遊、農業旅遊與民俗旅遊的幾點辨析. 《旅遊學刊》, 21 (3), p16-18.

20) 原梅生(2008). 鄉村旅遊業對農戶生計的影響分析——以山西三個景區為例. 《經濟問題》, p119-123.

21) 唐德榮, 楊錦秀, 劉藝梅(2010). 鄉村旅遊重游決策影響因素實證研究——基於重慶市510位城市遊客的調查數據. 農業技術經濟.

<표 2-1> 농촌관광의 개념

연구자	개념
Gilbert & Tung(1990)	농가가 관광객들에게 숙박, 식사 등을 제공하여 농장, 목장, 어장 등 전형적인 마을 환경에서 여가 활동이 이루어지는 일종의 관광형식
Pearce & Butler(1992)	농촌관광은 역사적 장소나 사건에 초점을 맞추어서 하는 문화 유적·교육적 목적의 관광
Bramwell & Lane(1994)	농촌관광은 농촌, 자연, 모험, 스포츠, 건강, 교육, 예술 또는 문화유산에 대한 관심과 활동
OECD(1994)	농촌관광을 시골·지방에서 발생하는 관광이라고 정의하면서, 농촌성(rurality)이 농촌관광의 핵심적인 부분이라고 하였다
한국관광공사(1996)	농어촌지역의 자연환경과 지역 특산물 등을 활용하여 농업 관련 시설 등을 갖추어 이용객에게 농어촌지역에서 행하여지는 모든 관광활동
Lane(1997)	농장을 기반으로 하는 단순한 체험활동이 아닌 다면적인 체험활동으로 농촌, 자연, 모험, 스포츠, 건강, 교육, 예술, 문화유산, 일부지역의 민족관광을 포함하는 관심과 활동
박호균(2002)	농촌공간, 농촌지역사회의 주민, 농업활동을 기반으로 함을 강조하다
농림부(2004)	농촌의 자연경관과 전통문화, 생활과 산업을 매개로 한도시민과 농촌주민간의 체류형 교류 활동이며, 도시민에게는 휴식과 휴양, 새로운 체험공간을 제공하고, 농촌에는 농산물판매, 가공 산업, 숙박, 음식물, 서비스 등 소득원을 제공하는 지역 활성화 운동

자료: 연구자가 선행연구를 토대로 재구성

<표 2-2> 농촌관광의 개념

연구자	개념
王仰麟 (1999)	농촌관광업을 관광객이 농업과 농촌을 매개로하여 휴가, 오락, 쇼핑 등 기능의 총칭을 관광업
杜江, 向萍(1999)	농업 문화 경치, 농업 생태환경, 농사생활 활동 및 전통의 민족풍속을 자원으로 하여 구경, 시찰, 학습, 참여, 오락, 쇼핑, 휴가를 하나로 아우르는 관광활동
吳必虎(2001)	농촌관광을 농촌과 자연환경에서 발생하는 관광 활동을 총체적으로 일컫
劉承良, 呂軍(2006)	농촌지역에서 종사하는 모든 관광활동이라 하며 농촌의 자연과 문명을 느끼고 체험함으로써 정신적인 승화를 실현하는 것
劉德謙 (2006)	농촌지역 및 농사와 관련된 풍토, 풍물, 풍속, 풍경이 조합된 것으로 관광객을 끌어들여 휴식, 관광, 체험학습을 하는 것
原梅生(2008)	농업, 농촌, 농민의 독특한 생산, 생활, 생태 환경을 근거로 삼아 농촌의 풍부한 자연, 경관, 문화 및 농업생산자원의 다양한 기능을 충분히 발굴 개발하여 특색이 있는 여가서비스 및 농산품의 신모델 농업을 사회에 제공하는 것
唐德榮(2010)	농촌관광을 도시 관광객이 농촌 관광상품을 체험하고 느끼는 관광방식

자료: 연구자가 선행연구를 토대로 재구성

2. 관광동기

1) 관광동기의 개념

동기(motivation)의 어원은 ‘움직이다’라는 뜻을 가진 라틴어 ‘mover’에서 유래되었으며 사전적 의미로는 ‘어떤 일이나 행동을 일으키는 하는 계기’라 한다. 인간은 관광에 참여하는데 다양한 이유 및 동기를 가지고 있다.²²⁾ 동기란 인간의 내부적 긴장(internal human tension)을 줄이기 위한 적극적이고 강력한 추진력(strong driving force)으로 정의 될 수 있다.²³⁾

관광동기는 관광학이 학문으로서 정착되기 훨씬 이전부터 다른 학문 분야에서 이미 연구의 한 분야로서 많은 관심을 받아왔으며 따라서 경제학적,사회학적,심리학적,문화인류학적등 다양한 관점에서의 연구가 진행되어 왔다. 따라서 관광동기에 대한 개념적 정의는 연구자들의 관점과 그들의 학문적 배경에 따라 상이한 차이들이 있으나 ‘사람들을 관광행동에 참여하게 만드는 원인’이라는데 공통적인 의견을 보이고 있다.²⁴⁾

인간을 행동하게 하는 감정, 욕망 또는 어떤 일을 일으키게 하는 동기는 모든 행동을 추진하는 힘이다. 어떤 목적을 위하여 개인의 행동을 일정한 방향으로 이끄는 내적 심리상태이며, 개인의 행동이 실제로 작용되는 과정 또는 작용되도록 하는 과정이다.²⁵⁾

동기를 소비자 자신의 욕구를 충족하기 위한 욕망과 충동이다.²⁶⁾ 인간의 몸과 마음에 긴장을 발생시키는 내적요소(필요, 바람, 목적)가 해소되는 과정이다.²⁷⁾ 또한 Prentice는 동기를 개인이나 집단행동을 적절하게 배분하고 연속적으로 각

22) 오민재·이승곤·이후석(2006). 드라마 촬영지 관광객 동기유형별 관광이미지 포지셔닝 연구, 『관광학연구』, 30(4), 293-315

23) Loudon,D.L.,D. Bitta & J. Albert(1984). 『Consumer Behavior』 2nd. ed. New York: Mc Graw-Hill pp.172~173

24) 여영숙(2011). 관광동기에 따른 사전기대가 관광경험의 진정성에 미치는 영향- 매스미디어에 의한 관광이미지의 매개효과를 중심으로 -박사 논문

25) 정규엽·이창호(1998). 韓國人 海外旅行者의 動機와 滿足度에 관한 研究. 관광학 연구,22(2), 503-510.

26) Morrison A. M.(1989). "Hospitality and travel marketing", NY: Delmar Publishers

27) Fodness, D.(1994). Measuring tourist motivation. Annals of Tourism Research21,no.3:555-581.

의사결정에 대한 유효한 표현으로써 다른 사람들에게 이야기 할 수 있는 내적심리상태라고 주장하였고,²⁸⁾ 하종완(2005)은 어떤 행동의 원인을 설명하기 위한 하나의 추론적 개념으로 행동의 방향, 힘, 강도, 시작, 정지, 지속성 등과 관련되어 있는 지극히 개인적이고 내적인 개념이라고 설명하였다.²⁹⁾

Dann는 ‘관광객을 움직여 관광행동을 하게 하는 충동, 감정, 욕망’이라 하며,³⁰⁾ ‘인간의 행동과 활동을 자극하고, 방향을 결정하고 통합하는 절대적인 힘을 포함하는 심리적·생리학적 요구나 욕구’라고 정의를 한다.³¹⁾

인간의 내면과 관련이 있기 때문에 실제 행동에 있어서는 매우 복잡적이고 다양하게 존재하며,³²⁾ 행동과 연관되어 있으며 만족을 유도한다.³³⁾ 관광동기는 가치에 영향을 받고 여행 선택방향을 결정짓게 되며 그 결과로서 행동과 경험을 가져다주는 생물학적·문화적 힘인 통합적 네트워크라 할 수 있다.

관광동기를 관광객이 관광행동에 참여하거나 참여하려는 사회·심리적 또는 문화·시대적, 내적·외적 환경 등힘이다.³⁴⁾ Owens(1987)는 ‘인간의 욕구가 행동으로 나타나도록 작용하는 매개변수’를 동기라고 칭하였다.³⁵⁾ 또한 Loudon& Bitta는 ‘행동을 유발하는 개인의 내적 동인(動因)이나 신체에너지를 활력화 시켜 외부환경의 목표를 달성하도록 지시하는 내적상태’로 동기를 설명하였다.³⁶⁾ 윤대순(1997)은 관광행동을 이끄는 심리적인 원동력을 관광욕구라 하며, 관광욕구를 행동으로 나타내는 힘을 관광동기라고 정의하면서, 관광동기는 관광행동을 일으키게 하는 중요한 요인으로서 인간이 관광을 통해서 만족을 얻고자할 때 발생한다고 하였다.

28) Prentice, R.(1993). Motivations of the heritage consumer in the leisure market: an application of the manning Haas demand hierarchy Leisure Sciences15:273-290.

29) 하종완(2005). 농촌관광동기·태도가 관광의도에 미치는 영향. 박사학위논문, 계명대학교.

30) 김영우(2004). 아웃바운드 관광객의 관광유형에 따른 여행상품 구매행동, 『호텔경영학연구』, 13(4), 185-204

31) Dann, G. M. S.(1981). Tourist motivation: An appraisal, Annals of Tourism Research, 8(2), 187-219.

32) 이후석·오민재(2005). 드라마 촬영지 관광동기 유형에 따른 시장세분화에 관한 연구 -부천 판타스틱 스튜디오 관광객을 사례로. 관광연구저널, 19(1), pp. 297-311

33) 이은미·이계희(2006). 관광지로서의 영화촬영지에서 Push-pull 동기모형의 유효성. 소비문화연구, 9(2), 187-204.

34) Iso-Ahola, S.(1982). Towards a social psychology of tourism motivation: Are joiner, Annals of Tourism Research, 9(2), 256-262.

35) Owens, R. G.(1987). Organizational behavior in education, Englewood Cliffs,N.J.: Prentice Hal

36) Loudon D.L.& Bitta A.J.D(1984). "Consumer behavior"2nd ed. New York: Mc Graw -Hill

따라서 관광동기를 파악하는 것은 관광객의 기대에 부응하는 관광상품을 개발하여 관광객을 만족하게끔 하는 다양한 대책과 방법을 세울 수 있고, 관광객의 재방문을 유도하여 관광 목적지 수익을 극대화시키기 위해 큰 역할을 하기 때문에 관광동기에 대한 관광학 분야의 이론적·경험적 연구들이 지속적으로 진행되어 오고 있다.

<표 2-3> 관광동기의 개념

연구자	개념
Morrison(1989)	소비자가 자신의 욕구를 충족하기 위한 개인적인 욕망과 충동
Fordness(1994)	인간의 몸과 마음에 긴장을 발생시키는 내적요소(필요, 바람, 목적)가 해소되는 과정
Iso-Ahola(1982)	관광객이 관광행동에 참여하거나 참여하려는 사회·심리적 또는 문화·시대적, 내적·외적 환경 등합
Loudon& Bitta(1984)	행동을 유발하는 개인의 내적 동인(動因)이나 신체에너지를 활력화 시켜 외부환경의 목표를 달성하도록 지시하는 내적상태
Prentice(1993)	개인이나 집단행동을 적절하게 배분하고 연속적으로 각 의사결정에 대한 유효한 표현으로써 다른 사람들에게 이야기 할 수 있는 내적심리상태
Dann(1981)	인간의 행동과 활동을 자극하고, 방향을 결정하고 통합하는 절대적인 힘을 포함하는 심리적·생리학적 요구나 욕구
하종완(2005)	어떤 행동의 원인을 설명하기 위한하나의 추론적 개념으로 행동의 방향, 힘, 강도, 시작, 정지, 지속성 등과 관련되어있는 지극히 개인적이고 내적인 개념

자료: 연구자가 선행연구를 토대로 재구성

2) 관광동기의 대표 이론

동기는 모든 행동을 추진하는 힘이기 때문에 관광행동을 이해하고 목적지 선택과정에서 중요한 개념으로 받아들여지고 있다.³⁷⁾ 관광연구에서 관광동기는 매우 중요하고 기본이 되는 관심 주제이며 이러한 관심을 가지는 이유는 관광동기는 관광자의 관광행동에 있어 의사결정을 내리고 관광자의 만족도 및 목적지의 충성도와 같은 결과를 분석하는데 있어 유용하게 이용되어지기 때문이다.³⁸⁾

따라서 관광동기는 관광 행동을 일으키게 하는 중요한 요인으로서 인간이 여행을 통해 만족을 얻거나 향유하고자 할 때 일어나며 관광 행동에 주요한 역할 Maslow의 욕구 5단계 모델을 하였다.³⁹⁾

(1) Maslow의 욕구계층이론

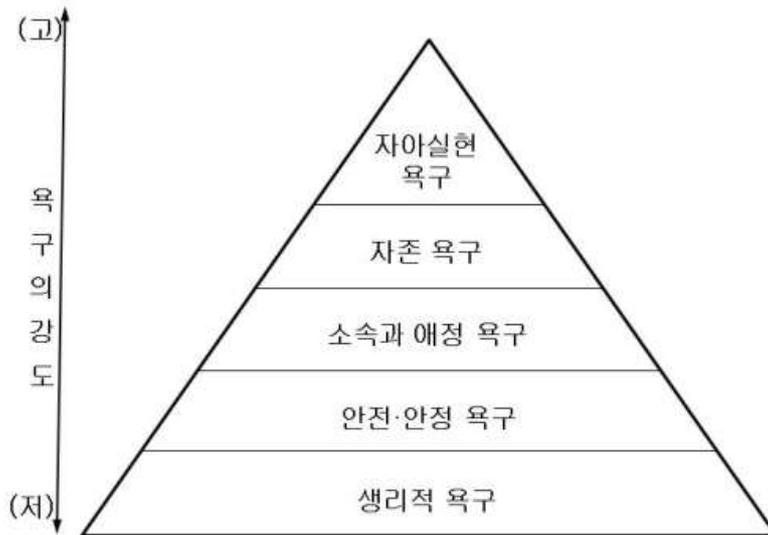
인간의 동기에 관한 이론 중에서 가장 잘 알려져 있는 것 중의 하나가 Maslow의 욕구계층이론 이다. 그 중에 인간의 다섯 가지의 기본욕구를 다음<그림 2-1>과 같이 제시하였다.

37) Uysal, M., and L.R. Hagan.(1993). Motivation of pleasure travel and tourism. M.A.Khan, M.D.Olsen and TurgutVar ,eds. New York: Van Nostr and Reinhold.

38) Yoon, Y. & Uysal, M.(2005). Examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model, *Tourism Management*, 26(1), 45-56

39) 이귀옥(2000). 생태관광자의 개인 특성에 따른 관광 활동참여와 만족에 관한 연구. 박사학위논문, 대구대학교. 2002. 관광객의 특성에 따른 환경인식에 관한 연구. *Tourism Research*16:141-161.

<그림 2-1> Maslow의 욕구계층이론



자료: 김위인(1995), "관광학원론", 대구: 학문사,p.198

첫 번째 욕구는 생리적 욕구이다. 생리적 욕구는 모델에 기초하고 있는 개인적 욕구 중에서 근본적인 욕구이다. 즉 인간의 원초적인 욕구인 의·식·주에 대한 욕구이므로 생리적 욕구가 충족되지 않으면 더 이상의 고차원적인 욕구단계로 이동할 수 없다. 반면에 생리적 욕구가 대체로 잘 충족되어 더 이상 신경 쓸 필요가 없는 풍요로운 사회에서는 보다 고차원적인 행동에 의해 지배를 받게 된다.

두 번째 개인의 안전과 관련되어 물리적 위협에서 보호받고자 하는 안전·안정의 욕구이다. 생리적 욕구가 충족되면 다음으로는 안전의 욕구로 분류되는 육체적 위협으로부터의 보호, 경제적 안정, 질서, 예측 가능한 환경의 선호 등과 같은 새로운 욕구 군이 나타나는데 Maslow는 신체적인 안전뿐만 아니라 정서적 안전도 강조했다. 특이한 신체적 안전과 심리적 안정에 대한 욕구로서 기초적인 생리적 욕구의 지속적인 유지를 위한 욕구이다. 인간이 환경의 재해로부터 벗어나 안전한 장소로 이동하거나 이방인의 침입으로부터 방어하고 영역확대를 위해 옮겨 다닌 것과 물과 음식을 찾아 방랑을 하는 등의 행동하는 것은 일종의 안전의 욕구가 작용한 초기형태의 여행으로도 볼 수 있다.

세 번째 생리적 욕구와 안전·안정 욕구가 어느 정도 충족되면, 동반자와 가족

에 대한 욕구가 생겨 남들과 어울리고 애정을 나누고 싶은 소속과 애정의 욕구가 생겨난다. 가족이나 친구, 자녀 등이 필요해지고 이웃이나 등에도 소속되고 싶어지는 것이 이에 해당한다. 이 욕구는 사회적 욕구로서 가족 및 다른 사회 성원들에게 받아들여지고 싶은 소속욕구이다. 이러한 사회적 욕구의 충족을 위해 많은 사람들이 가족과의 연대감 강화를 위한 가족여행을 하거나 집단 내의 사회적 친밀감을 높이는 방안으로 가까운 지인들과의 여행을 희망하게 된다.

네 번째 자존에 대한 욕구는 사회적 욕구가 어느 정도 충족되었을 때 존경 또는 자존의 욕구로서 타인으로부터 존경받을 수 있는 사회적 신분을 추구하고 싶은 욕구이다. 예를 들어 관광욕구를 충족시키기 위한 해외여행과 같은 관광은 자신 스스로 명예스럽고 타인에게 자랑스러운 것으로 여겨짐으로써 그 사람의 존경욕구를 만족시키는 데 기여한다.

다섯 번째 개인적인 목표성취를 통해 자기만족을 추구하는 단계로서 자아실현 욕구이다. Maslow는 자아실현욕구를 가리켜 “인간이 될 수 있는 가능한 모든 것이 되어 보려는 욕망.” 자기실현은 자기완성에 대한 갈망을 뜻하는 것이 정의했다. 현대인들은 삶의 질은 높이는 것에 많은 관심을 가지고 있으며, 개인의 생활양식이나 가치관의 변화를 모색하면서 품위 있는 삶을 추구하고자 한다. 특히 자아실현의 방법으로 여행을 통해 자신을 통찰해 보거나 미지의 세계를 탐험하는 등 새로운 일에 도전하는 방법으로 잠재력을 실현시키고자 한다.⁴⁰⁾

(2) Mill & Morrison의 7단계 관광욕구와 동기

Maslow의 욕구계층이론을 바탕으로 한 5가지 동기에 지식추구와 아름다움 추구의 2가지 동기를 추가하여 휴식동기, 안전동기, 사랑동기, 자존동기, 진실성 동기, 지식추구 동기, 지식추구 동기, 미적 동기로 구성된 7단계의 관광동기를 제안하면서 관광동기를 보다 쉽게 설명할 수 있다고 하였다.⁴¹⁾

첫 번째 휴식동기는 생리적 욕구로서 일상의 탈출을 통해 긴장과 스트레스를 해소하며 휴식을 취하는 동기이다.

40) 하중완(2005). 농촌관광동기·태도가 관광의도에 미치는 영향. 박사학위논문, 계명대학교.

41) 강미희(1999). 생태 관광객의 여행 동기 및 태도: 척도구축과 관광객유형별 비교분석. 박사학위 논문. 서울대학교

두 번째는 안전동기로 안전욕구이며 관광을 하게 된 동기가 건강욕구를 충족하고자 하는 것을 의미한다.

세 번째는 사랑동기로 귀속욕구로서 사교적인 측면에서 관광하는 것을 의미한다.

네 번째는 진실성의 동기로 자기실현의 동기로서 고차원적인 욕구로 볼 수 있다. 관광을 통해 자아의 발견을 추구하거나 자아의 개발을 통해서 내적인 요구 충족을 하는 동기이다.

다섯 번째는 자존의 동기로 자존욕구 동기로서 고차원적인 욕구이며 이는 관광을 통해 사회적으로 인정을 받고 싶어 하며 자기 위치를 과시하고 신분상승을 위해 욕구를 충족시키려는 것이다.

여섯 번째로는 지식추구동기이며 관광을 통해 타 지역의 문화를 이해하고 지식을 습득하여 욕구충족을 하는 것이다.

일곱 번째로는 미적 동기는 심미적 욕구를 의미하는 것이다.

Mill & Morrison의 7단계 관광욕구와 동기 다음<표 2-4>과 같이 제시하였다.

<표 2-4> Mill & Morrison의 7단계 관광욕구와 동기요인

욕구의 유형	동기	동기요인
생리적 욕구	휴식동기	일탈, 휴식, 기분전환, 긴장완화, 햇빛추구
안전욕구	안전동기	안전, 건강, 위락, 활동성
소속욕구	사랑동기	가족화합, 가족에 대한 애정, 친족 및 동족 방문, 개인적 유대감, 대인관계, 동료의식, 사교, 사회적 접촉유지
자존의 욕구	자존의 동기	수행능력 확인, 직업개발, 신분 상승, 품위·위신, 신분·지위, 사회적 인정, 타인에 대한 자기 과시, 자아확대
자아실현욕구	진실성의 동기	탐구를 통한 자기평가, 자아발견, 내적욕구의 충족
지적욕구	지식추구의 동기	문화, 교육, 방랑성, 타지역에 대한 관심,
미적욕구	미적 동기	환경, 경관 미

자료 : 이장주(2003), “지역축제 참여동기 모형에 관한 연구”, 전남대박사학위논문, p.29.

(3) 다나까(田中喜一)의 관광동기

다나까(田中喜一)는 글럭스만(Glücksman, 1935)의 관광동기 분류체계를 발전시켜 관광의 결정요인을 분석하면서 관광욕구를 관광자원 및 관광매체(교통수단, 여행업 등)와 함께 내생적 요인이라 하였다. 또는 정치·경제·사회적 요인을 외생적 요인으로 설명하고 있다. 그는 자극된 욕구에 의해서 여행하려는 관광자의 동기에는 여러 가지가 있을 수 있다고 하였다.⁴²⁾ 이를테면 일상생활에 변화를 주

42) 田中喜一(1950). 觀光事業論, 觀光事業研究會編 p.53: 조명환(1994). “관광동기연구에 관한 재고찰”, 관광·레저연구, 6, 1994 p.100에서 재인용.

거나 생활의 내용을 풍부하게 하려는 개인적 욕구에서 관광동기가 발생하는 일이 많다고 기술하면서 다음 표와 같이 제시하였다.

<표 2-5> 다나카(田中喜一)의 관광욕구와 동기의 분류

동기의 유형	관광동기	욕구의 유형	관광욕구
심리적 동기	사향심(思郷心)	신체적 욕구	치료욕구
	교류심(交流心)		요양욕구
	신앙심(信仰心)		운동욕구
정신적 동기	지식욕구	경제적 욕구	쇼핑목적
	견문욕구		사업목적
	환락욕구		

자료 : “관광사업 경영론”, 서울: 관광사업연구회편, 1999, p.53

(4) Iso-Ahola의 관광동기

Uysal과 Jurowski(1994)의 연구에 의하면 관광객의 관광목적지 선택에 있어서 관광동기는 중요한 요인으로 강조되고 있는데,⁴³⁾ 이와 관련하여 Iso-Ahola(1982)는 일상적 환경(everyday environment)에서 탈출(escape)하고자 하는 동기와 심리적·내적 보상(psychological·intrinsic rewards)을 추구(seek)하는 동기를 제시하며 인간이 여행을 하게 하는 힘을 본질적으로 규명하고자 하였다. 인간은 개인의 고통과 문제, 복잡함, 실패 등으로부터 벗어나고자 하며, 동료와 가족, 친구로부터 떠나고자 하는 욕망을 가진다. 그리고 인간은 개인적인 보상 얻고자 하고, 대인적인 보상, 예를 들어 사회적 관계를 다양하고 확장하는 것, 여행 동반자 또는 지역주민들과의 관계, 새로운 곳에서 친구 또는 익숙한 곳에서 새 친구와의 상호작용이 이루어진다고 하였다.

43) Uysal, M. & Jurowski, C.(1994). Testing the push and pull factors, Annals of Tourism Research, 21(4), 844-846

(5) Dann(1997)의 추진(push)요인과 유인(pull)요인

관광동기의 추진(push)요인과 유인(pull)요인으로 나누어 생각해 보는 것이다. Dann(1997)에 의하면 추진요인은 관광객의 내적심리에서 관광욕구를 자극하여 관광행동을 일으키게 하는 관광동기 그 자체이고, 흡인요인은 관광객을 관광지로 끌어들이는 것으로써 목적지에 존재하는 모든 것을 의미한다. 즉 인간은 건강, 호기심, 일상탈출, 새로움의 추구와 같은 내적인 힘에 의해 추진되고 관광지의 흥미로운 시설, 자연경관, 이벤트 등의 외적인 힘에 의해 유인되어 여행을 떠난다고 한다. 추진요인은 사회경제적 변수, 인구통계학적 변수, AIO(attitude, interest, opinion)를 포함하고 유인요인은 가시적 자원 목적지에 대한 지각과 기대를 포함한다.

(6) Thomas의 관광동기

Thomas는 관광동기를 주요 사회 문화적 관광동기를 교육·문화적, 휴양·오락적, 망향적 그리고 기타의 동기로 분류하였고, 기타 동기로 기후, 건강, 스포츠, 모험을 포함한 9개의 요소를 나열하고 있는데, 이 분류는 관광자의 모험과 탐험, 다양성 추구의 욕구를 기타 동기에 포함시킴으로서 그 중요성을 간과하고 있다는 점에서 비판의 여지가 있다.⁴⁴⁾

(7) Murphy의 관광동기

Murphy는 관광 동기를 시대별로 구분하고 있는데 전 산업사회는 탐험, 순례, 교육, 건강을 목적으로 산업사회 때는 도시로부터의 탈출, 식민지국 여행으로 소비자사회는 의사소통, 일상적인 일로부터의 탈피를 목적으로 관광을 했으며, 미래사회에는 하나의 권리 및 필요로서의 휴가, 상용 및 학습과의 결합의 목적으로 관광 동기를 구분하고 있다.⁴⁵⁾

44) J.A.Thomas(1984). What Makes People Travel, ASTA Travel News, August1984,pp.64-65.

45) Peter E. Murphy(1985). Tourism :A Community Approach, Methuen,1985,pp.21-27.

3) 관광동기의 선행연구

관광동기에 복잡하며 관광객의 개인적과 심리적인 특성뿐만 아니라 경제적, 문화적 등에 따라 다양한 점이 있어 선행연구를 통해서 살펴보고자 한다.

McIntosh(1977)는 인간의 기본적 관광동기를 신체적(physical)동기, 문화적(cultural)동기, 대인적(interpersonal)동기, 지위·위시적(status and prestige)동기의 4가지로 분류하였다. 신체적 동기는 신체적 휴식, 스포츠 참여, 해변에서의 위락, 오락 그리고 건강의 고려에 대한 요구를 나타내고, 문화적 동기는 국의 음악, 미술, 민속, 춤, 조각 그리고 종교에 대한 지식을 쌓고자 하는 요구를 나타낸다. 대인적 동기는 새로운 사람을 만나고 친구와 방문하여 일상생활과 가정과 이웃에서 벗어나고 싶은 마음이나 새로운 우정을 쌓고자 하는 요구를 나타내고, 지위와 명예적 동기는 인지, 관심, 이해와 평판의 욕망을 나타낸다.⁴⁶⁾

Stabler(1988)는 관광객들은 사회-심리적인 다양한 이유와 동기에 의해 관광에 참여한다고 보고, 사회-심리적인 동기는 관광객들의 관광행동과 관광지선택행동을 이해하기 위한 중요한 개념이고, 동기요인으로는 신체적 동기, 신분, 지위, 사회적 접촉, 문화적 동기, 지적 동기, 도피와 휴식 등과 같은 사회-심리적인 동기를 제시하였다.⁴⁷⁾

강성일·이계희(2011)는 제주 올레 관광자와 대중관광객의 특성 비교 연구 중에서는 관광동기를 4개로 구분하였고, 즉, 일상탈출, 자연과 교감, 지적욕구의 충족, 새로운 경험과 만남이 었다.⁴⁸⁾ 변수녀·최병길(2007)은 발표한 관광의 동기, 만족 및 관광지 충성도 간의 관계 구조모델에서 관광동기의 추진요인을 휴식, 일상탈출, 신기성, 자긍심, 체험성, 가족관계 강화 6가지로 구분하고 유인동기를 관광서비스, 관광자원 매력성, 부가적 매력성, 편의성, 접근성 5가지로 구분하였다.⁴⁹⁾

양길승·이경수(2012)는 담양대나무축제에 참가한 관광객을 대상으로 지역축제

46) McIntosh, R. W.(1990). Tourism Principles, Practice Philosophies,5,p.52.

47) Stabler,J.M.(1988). The Image of Definition Regions: Theoretical and Empirical Aspects. Marketing in the Tourism Industry: The Promotion of Destination Regions, A shworth G, and B. Gooddal, London: Routledge Kegan Paul.

48) 강성일·이계희(2011). 제주 올레 관광자와 대중관광객의 특성 비교 : 방문동기, 환경친화적 여행태도, 웰빙인식을 중심으로. 『한국관광경영학회』,25(6),pp.23-40

49) 변수녀·최병길(2007). 관광의 동기, 만족 및 관광지 충성도간의 관계 구조모델. 『관광레저연구』.19(3).71-85.

의 참가동기와 지각가치, 충성도 간의 구조관계에 대해 연구하였다. 연구결과 대나무축제 참가동기에 대한 요인은 화합성, 일탈성, 친교성, 문화성, 유희성 등 5개 요인이 도출되었고 동기와 지각가치간의 구조관계에서 화합성, 일탈성, 친교성 요인이 유의한 영향을 미쳤으며 지각가치와 충성도간 구조관계에서는 지각가치가 충성도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 동기와 충성도간의 구조관계에서는 일탈성만이 지각가치와 충성도 모두에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.⁵⁰⁾

송재영(2012)은 대한민국 대표문화관광축제인 ‘김제지평선축제’에 참가한 방문객들의 동기요인을 체험관람성, 교육성, 일탈성으로 분류하였다.⁵¹⁾

이재근·한금희·김정아(2013)는 관광자의 내재적 요인인 추진동기와 관광지에 대한 매력적 요소로 인해 관광자를 끌어들이는 외재적 요인인 유인동기를 동시에 고려하여 관광동기를 측정 한 결과 추진동기와 유인 동기는 각각 일상탈출·휴식, 유희성, 친목도모, 자긍심과 자연·문화, 활동·체험성, 편의성, 접근·비용성으로 측정을 진행하였고, 관광목적지로서의 매력에서 좋은 감정을 가지고 긍정적인 행동의도를 나타냈다고 밝혔다.⁵²⁾

중국관광객의 관광동기에 관한 연구를 보면, 박인호(2011)는 서울을 방문한 중국관광객을 중심으로 도시 관광의 동기와 매력성에 관한 연구에서 도시 관광동기를 자아발견, 위락, 문화체험, 사교, 일상탈출, 도시체험 6개로 분류하였고, 분석결과는 모든 관광동기의 요인이 도시 관광 매력요인 만족도에 통계적으로 유의한차이가 있다.⁵³⁾

김성혁·김용일·오재경(2012)은 해양관광지에 대한 관광동기를 세분화하여 관광에 대한 만족과 관광지에 대한 이미지에 긍정적인 영향관계가 있는 것을 밝혔으며 가족화합을 중심으로 일상탈출, 관광지 문화체험, 관광지 경관체험 등의 다양한 목적을 충족하기 위하여 방문하는 성향이 높다고 추론하였다.⁵⁴⁾

50) 양길승·이경수.(2012). 지역축제의 참가동기, 지각가치, 충성도 간의 구조관계 연구. 관광연구저널, 26(1), 199-215

51) 송재영(2012). 축제 방문객 동기요소에 따른 시장세분화 연구 : 김제지평선축제를 중심으로, 배재대학교 대학원, 석사학위논문.

52) 이재근·한금희·김정아(2013). 관광자의 방문경험에 따른 관광동기 및 관광자행동의도 비교 연구:최초 방문자와 재방문자의 비교를 중심으로. 『관광연구』,28(3),269-289.

53) 박인호(2011). 도시 관광의 동기와 매력성에 관한 연구 : 중국인의 서울방문을 중심으로. 제주대학교 대학원 박사학위논문.

손지균(2011)이 ‘중국 하얼빈 국제빙설축제’의 참가자 대상으로 방문동기를 가족 친목성, 문화 탐색성, 신기성, 오락성, 사교성, 일탈성의 6개 요인으로 도출하였으며⁵⁵⁾, 중국관광객의 한국관광동기와 만족에 관한 연구에서 관광도기를 5개로 구분하였고, 즉, 일상탈출, 가족 및 친구 친화, 오락성, 호기심, 관광지 감상 관광상품 속성별 만족도가 관광에 대한 만족도에 미치는 영향이 관광동기 차이에 따라 다르다.⁵⁶⁾

또한 오상훈과 이유라(2012)는 서울에 방문한 중국관광객을 중심으로 도시 관광동기와 만족속성에 관한 연구에서 관광동기를 일상탈출, 한국문화체험, 위락, 신기성 추구, 자아실현, 도시체험, 친족도모로 7개로 분류하였다. 연구결과에 따른 중국관광객의 여행목적에 따라 관광동기에는 차이가 있는 것으로 나타났다.⁵⁷⁾

3. 관광지 선택속성

1) 관광지 선택속성의 개념

속성이란 대상에 속하는 성질을 말하며, 선택에 미치는 영향 요인으로서 비교 집단별서로 다른 선택의 결과를 요인으로 추출한 것을 의미한다.⁵⁸⁾ 관광지 속성은 관광지내에서 관광객이 보고, 느끼고, 경험하는 것으로써 관광과 관련된 물리적, 사회적 그리고 행동적 특성이며,⁵⁹⁾ 관광활동을 참여하는 동안에 관광객의 마음을 끌어들이는 유인요인(pull factor)으로써 속성은 고객의 상품 선택에 있어서

54) 김성혁·김용일·오재경(2012). 해양관광 방문동기 시장세분화에 따른 해양관광활동 차이와 관광만족 및 관광지 이미지에 미치는 영향 연구: 부산지역을 방문한 관광객들을 대상으로. 『관광연구』, 27(1), 17-36

55) 손지균(2011). 방문객에 대한 방문동기로서 시장세분화에 관한 연구 : 중국 하얼빈 국제빙설축제사례를 중심으로. 배재대학교 대학원 석사학위논문.

56) 단경화(2009). 중국 여행객의 한국관광 동기와 만족에 관한 연구. 인천대학교대학원 석사학위논문

57) 오상훈·이유라(2012). 도시 관광 동기와 만족속성에 관한 연구 : 서울 방문 중국관광객을 중심으로. 『관광연구저널』, 26(4), 207-228.

58) 박용면.(2010). 골프관광 이용객의 참여 동기에 따른 골프관광지 선택중요도와 만족도에 관한 연구. 석사학위논문, 경희대학교 테크노 경영대학원.

59) Yokoyama, Fumito(1991). Casual Modeling of Tourist Satisfaction: Application to Michigan's Northwestern Coastal TourismRegion,Ph.D.dissertaion,MichiganStateUniversity.p.62.

중요한 요소로 작용한다.⁶⁰⁾

Inskeep E.(1991)은 관광지 속성을 기초로 하여 관광 계획적 측면에서 응용할 수 있는 범주화를 제시하였다. 이는 자연적 매력물, 문화적 매력물 및 특별한 매력물로 구분된다. 자연적 매력물은 기후, 경관의 아름다움, 해변과 바다, 동·식물군 등의 자연적 환경에 기초하고, 문화적 매력물은 건축화적, 역사적, 문화적 장소와 독특한 문화적 전통과 관습, 예술과 수공예품, 흥미 있는 경제적 활동 및 도시지역 등 인간의 활동에 기초한다. 특별한 매력물은 주제공원, 위락공원, 쇼핑, 각종 회의(meeting, conference and convention), 특별한 이벤트, 카지노 등 인위적인 창조된 매력물을 말한다.⁶¹⁾

속성이란 일반적으로 상품이나 서비스가 가진 유형 및 무형의 특성을 의미하며,⁶²⁾ Day(1990)은 선택속성이란 구매결정과정에서 소비자가 차이로 지각하는 상품속성에 대한 태도와 선호를 의미하며 이들이 어떻게 형성되고 상품의 다른 속성들과 어떻게 구별될 수 있는지를 설명하였다.⁶³⁾ 진양호(2000)는 선택속성은 소비자가 상품과 서비스를 선택할 때 중요시 여기는 속성의 중요도와 선택하여 이용하고 난 이후 지각하는 만족도로 정의하였다.⁶⁴⁾

선택속성은 소비자의 행동을 이해하는데 있어서 중요한 요인으로 속성을 사람들이 보다 나이지기 위하여 추구하는 최선의 목표이다.⁶⁵⁾ 박성용, 오태현(1999)은 관광지 선택속성은 관광지에서 관광객이 감상하고, 체험하는 것으로 관광과 관련된 관광객 행동특성을 말하며, 관광객은 관광지를 선택하는데 있어서 제반 관광지의 속성들을 비교하여 평가하고 관광지에 대한 선호도에 따라 관광지를 결정한다고 하였다.⁶⁶⁾ 또는 곽노엽(1999)은 관광지는 여러 가지 요소들이 자원의 특

60) 공기열(2003). 방한 일본인 관광객의 개인가치에 따른 호텔속성선택의 차이연구, 한국관광·레저연구,14(3):213-227.

61) Inskeep Edward(1991). Tourism Planning : An Integrated & Sustainable Development Approach, New York : V.N.R.

62) Kotler ,P ,Bowen, J. and Makens, J.(1996). Marketing for Hospitality& Tourism, New Jersey, Prentice-Hall, Inc.

63) Day, R. L.(1990). A Comprehensive study of satisfaction with Consumer Services, Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and complaining Behavior.

64) 진양호(2000). 패밀리 레스토랑의 선택속성과 재방문가능성에 관한 연구, 한국조리학 회지,6(2),pp.157~173.

65) Keeney, R.L and Raiffa, H.(1976). Decisional with multiple objectives Preference Tradeoffs, Trumpington Street, Cambridge: Cambridge University Press.

66) 박성용·오태현(1999). 강원도 관광지 선택과 만족요인에 관한 연구. 산학경영연구,12,83-102

성과 사업주체의 특성에 맞게 적절히 구성되어 있는 것으로 이들 요소의 결합에 의해 특정 관광자에게 제공하는 다차원의 많은 속성들로 이루어진다.⁶⁷⁾

따라서 관광지 선택속성이란 관광객이 보고 느끼며, 경험하는 것으로서 관광과 관련한 물리·사회적 특징으로, 관광지를 방문한 관광객들의 욕구 가운데 관광객에게 만족을 주고 동기를 유발하는 작용을 하는 요인이다.⁶⁸⁾ 특히, 관광지 선택 행동과 구매는 관광객의 욕구충족과 관련하여 이루어지며,⁶⁹⁾ 관광지를 선택하는 의사결정과 관광지 선택행동은 관광객의 연구에 중요한 핵심요소가 되고 있다.⁷⁰⁾

인간의 모든 활동이 관련과 선택이 있는 것처럼 대부분 관광행동은 선택을 포함한다. 중국관광자는 관광의 전부 과정에 걸쳐 선택을 위한 결정을 하게 되며 이러한 결정을 통해 관광목적지를 선택하는데, 목적지특성·환경적인 요인 등 요인에 의해 영향을 받는다.⁷¹⁾ 이상의 선택속성의 개념을 정리하면 다음 <표 2-6>과 같다.

67) 박노엽(1999). 관광지 속성의 선호도에 관한 연구, 박사학위논문, 경기대학교.

68) 김민철, 부창산, 김영훈(2008). 제주지역 내 중국 및 일본 관광객의 선택속성의 차이분석, 한국지역지리학회, 한국지역지리학회지 Vol.14No.2, p.126-140

69) 박수완, 한승엽(1998). 관광동기와 관광지 매력속성과의 관계에 관한 연구, 한국호텔경영학회, 호텔경영학연구 Vol.7No.2, p.35-51

70) 김이향(2006). “방한 중국인의 한류태도, 관광목적지 이미지, 관광지 선택속성, 만족”, 동아대학교 석사학위 논문

71) 이창춘.(1998). 『최신관광자원학』, 대왕사

<표 2-6> 관광지 선택속성의 개념

연구자	개념
Yokoyama(1991)	관광지내에서 관광객이 보고, 느끼고, 경험하는 것으로써 관광과 관련된 물리적, 사회적 그리고 행동적 특성
공기열(2003)	관광활동을 참여하는 동안에 관광객의 마음을 끌어들이는 유인요인(pull factor)으로써 속성은 고객의 상품 선택에 있어서 중요한 요소
Inskeep E.(1991)	관광지 속성을 기초로 하여 관광 계획적 측면에서 응용할 수 있는 범주화를 제시
Day(1990)	매결정과정에서 소비자가 차이로 지각하는 상품 속성에 대한 태도와 선호
진양호(2000)	소비자가 상품과 서비스를 선택할 때 중요시 여기는 속성의 중요도와 선택하여 이용하고 난 이후 지각하는 만족도
Keeneyand Raiffa(1976)	사람들이 보다 나이지기 위하여 추구하는 최선의 목표
오태현(1999)	관광지에서 관광객이 감상하고, 체험하는 것으로 관광과 관련된 관광객 행동특성을 말하며, 관광객은 관광지를 선택하는데 있어서 제반 관광지의 속성들을 비교하여 평가하고 관광지에 대한 선호도에 따라 관광지를 결정한다
곽노엽(1999)	관광지는 여러 가지 요소들이 자원의 특성과 사업주체의 특성에 맞게 적절히 구성되어 있는 것으로 이들 요소의 결합에 의해 특정 관광자에게 제공하는 다차원의 많은 속성들로 이루어진다.
김민철, 부창산, 김영훈(2008)	관광객이 보고 느끼며, 경험하는 것으로써 관광과 관련한 물리·사회적 특징으로, 관광지를 방문한 관광객들의 욕구 가운데 관광객에게 만족을 주고 동기를 유발하는 작용을 하는 요인

자료:선행연구를 바탕으로 연구자 정리

2) 관광지 선택속성의 구성요소

관광지선택 의사결정 영향요인은 내생요인과 외생요인으로 구분할 수 있으며, 내생요인은 관광객 자신에 속해 있는 요인으로 성격, 동기, 욕구, 지각, 태도, 가치, 관여수준 등의 개인적인 요인과 참여준거집단 등의 인적 내생요인으로 구성되어 있다. 이러한 관광객의 내생요인은 소극적 정보탐색에서 얻어진 일반적 의사결정 정보를 강화 또는 희석시키게 된다. 즉, 관광객의 이상적인 관광지에 알맞은 정보는 관광지선택을 강화시키게 되고, 적합하지 않는 정보는 관광지선택을 희석시키게 되어 촉진요인과 억제요인으로 나누어지게 된다.

관광객의 관광지 선택은 개인의 특성, 목적지의 특성, 환경적 요인과 같은 세 요인에 의해서 영향을 받게 된다고 하였다.⁷²⁾ 뛰어난 정치, 역사적 장소, 위락 공원, 시설과 서비스, 각종 이벤트 등 관광지속성의 유형은 매우 다양하다. 이러한 여러 속성을 유형화하는 방법은 학자들의 연구목적과 방법에 따라 매우 다양하다.

국제관광의 혜택에 대한 실증연구로 Goodrich(1997)는 관광지를 선택하는 관광객들이 가장 높은 평가하는 속성은 경치·지역주민의 태도·적절한 숙박시설·휴식 및 긴장해소·음식·문화에 대한 흥미·수상스포츠·쇼핑시설·유흥·골프 및 테니스 등으로 구성되어 있다고 주장하였다.⁷³⁾

Hahti(1986)는 화폐가치·접근성·스포츠 시설·심야 유흥 및 위락·평화롭고 조용한 휴가 등의 10개 관광지 속성변수를 연구에 사용하였다.⁷⁴⁾

한국 학자들의 연구에서 관광지 선택속성의 구성요인을 살펴보면 다음과 같다. 김원인(1994)은 위락관광지 선택에 관한 연구에서 위락관광지의 관광매력속성에 대한 선호도와 인지도를 실증적으로 분석한 결과에 따르면 관광지 선택속성에 영향을 미치는 주요 변수를 귀속애·새로운 경험·경제적 기분전환·교육 등의 4가지 요인으로 분류하였다.⁷⁵⁾

72) 한경수(1992). *관광객행동론*, 형설출판사

73) Goodrich J. N.(1997). Benefit bundle analysis : An Empirical Study of International Traveler, *Journal of Travel Research*, 16(Fall), : 1-3.

74) Haahti, A. J.(1986). "Finland's Competitive Position as a Destination", *Annals of Tourism Research*, 13, pp.11-35.

75) 김원인(1994). "관광지 선호에 관한 실증적 연구", *관광학연구*, 18(1), pp.1-22.

권오주(2001)는 한국을 방문하는 중국인 관광객들이 한국에 위치한 관광명소를 선택하는 데 있어서 이미지, 전통문화, 관광기본시설의 3가지요인을 자신의 연구에 사용하였다.⁷⁶⁾

김이향(2006)은 방한 중국인의 한류태도, 관광지 선택속성, 관광목적지 이미지, 만족 및 재방문 의도에 관한 연구에서 관광지 선택속성으로 다양한 문화, 역사유적 및 경관, 여흥 및 안전, 환경 및 비용, 위생 및 편의시설을 설정하였다.⁷⁷⁾

최용훈(2008)은 관광지 선택속성을 한국의 매력성·접근성, 숙박시설의 편리상태·서비스·가격, 식음료의 환경성·적절성, 쇼핑시설의 유명도·가격 및 품질, 서비스의 정보성·시간성·안정성·경제성, 교통수단의 서비스·안정성과 같이 15가지로 분류하였다.⁷⁸⁾

이경하·문혜영·김홍범(2002)은 관광지 선택과 관광지 속성의 관계에서 관광지 선택행동은 관광지의 속성을 구성하고 있는 매력성, 시설, 서비스, 접근성 등에 대하여 물리적 거리, 심리적 거리, 여행비용, 여행시간 등의 판단에 의하여 달라질 수 있다고 주장하였다.⁷⁹⁾

76) 권오주(2001). “방한 중국인 관광객의 관광행동에 관한 연구”, 세종대학교 대학원, 석사학위논문

77) 김이향(2006), 방한 중국인의 한류태도, 관광목적지 이미지, 관광지 선택속성, 만족도 및 재방문 의도에 관한연구, 동아대학교 경영대학원, 석사학위논문.

78) 최용훈(2008). 관광지선택속성이 관광자 만족과 재방문의도에 미치는 영향 : 관광자유형과 관광자 국적별 비교 경기대학교 일반대학원 관광경영학과 박사학위논문

79) 이경하, 문혜영, 김홍범(2002). “관광지 속성과 공간마찰변수가 관광지선택에 미치는 영향”, 관광학연구,17,2,pp.1-22.

<표 2-7> 관광지 선택속성의 구성요소

연구자	구성요인
Hahti(1986)	화폐가치, 접근성, 스포츠 시설, 심야 유흥 및 위락, 평화롭고 조용한 휴가, 친근하고 친절한 사람들, 자연공원 및 캠핑, 문화적 경험, 아름다운 풍경, 새로운 목적지
Goodrich(1997)	경치, 지역주민의 태도, 숙박시설, 휴식 및 긴장 해소, 문화에 대한 흥미, 음식, 수상스포츠, 쇼핑시설, 유흥, 골프, 테니스
김원인(1994)	새로운 경험, 경제적 기분전환, 교육
권오주(2001)	자연경관, 수상 스포츠, 친절, 교통시설, 숙박시설, 역사적 유물, 민속행사 및 축제, 기후, 쇼핑시설, 비용, 지리적 위치, 음식 등
최용훈(2008)	한국의 매력성·접근성, 숙박시설의 편리상태·서비스·가격, 식음료의 환경성·적절성, 쇼핑시설의 유명도·가격 및 품질, 서비스의 정보성·시간성·안정성·경제성, 교통수단의 서비스·안정성
이경하·문혜영·김홍범(2002)	경치, 서비스, 숙박시설, 교통편리성, 안전성, 교통비용, 문화제 및 축제, 쇼핑, 접근성, 유흥 및 스포츠 시설, 유명도 등

자료: 선행연구를 바탕으로 연구자 정리

3) 관광지 선택속성의 선행연구

Lew(1987)는 뛰어난 정치, 위락 공원, 역사적 장소, 시설과 서비스, 이벤트 등 관광지 선택속성의 유형은 매우 다양하다고 하였다. 이러한 여러 관광지 속성을 유형화하는 방법은 학자들의 연구목적과 방법, 대상에 따라 다양하다.⁸⁰⁾

Haahiti(1986)는 관광목적지를 선택하는 결정인자와 관광지 속성에 대한 관광객의 지각과 선호의 관계를 연구하면서, 관광지 선택속성은 화폐가치, 접근성, 스포츠시설, 심야유희 및 위락, 평화롭고 조용한 휴가, 친절하고 친근한 사람들 등 10개 관광지 선택속성을 이용하여 연구하였다.⁸¹⁾

김향자(1996)는 휴가목적지 선택행동에 영향을 주는 요인으로 산과 바다 모두 접합, 위락시설, 볼거리, 특색 있는 먹거리, 쇼핑거리, 해수욕가능, 수려한 자연경관, 피서하기 좋음, 비혼합, 동행자의 원함, 주변에서 추천, 주변에 친지거주, 어울릴만한 사람들이 있음, 현지경비가 적음, 취사가능 숙박시설, 숙박시설 쉽게 구함, 휴가기간 동안의 거리, 교통접근성 용이, 잘 알고 있는 길, 소요시간 적음, 교통체증 적음, 이동비용 적음 등을 제시하였다.⁸²⁾

김계섭(1998)은 여행목적지의 매력속성을 교통의 편리성, 유희성, 숙박시설의 편의성, 피서 매력성, 기후특성, 유희오락성, 볼거리, 바다감상, 항구구경의 11개 요인으로 구분한 후 인구통계학적 특성 및 매력속성별 차이를 파악하였다.⁸³⁾

서운원(1999)은 중국인 관광객의 행동특성에 따른 만족도 연구에서 관광지 선택속성으로 숙박시설의 요금, 서비스, 청결도, 식·음료시설의 요금, 맛, 청결도, 지역주민과 안내원이 환대 성, 위락시설, 편의 시설, 스포츠, 휴양, 자연경관, 문화자원, 접근 용이성, 비용 등 16개 속성을 적용하여 만족도를 측정하였다.⁸⁴⁾

박성용·오태현(1999)는 관광지는 다양한 관광시설과 서비스들로 구성된 다차원적 속성을 지니고 있기에 관광지 속성의 유형은 다양하며, 관광객의 거주지와는 다른 것들로 구성된다. 이러한 관광지 속성은 소비자 측면, 관광지가 가지고

80) 鄒 穎(2011). 한양대학교 석사논문 관광동기에 따른 농촌관광지 선택속성에 관한 연구

81) A. J. Haahiti (1986). "Finland's Competitive Position as a Destination," *Annals of Tourism Research*,13,pp.11-35.

82) 김향자(1996). 휴가목적지 선택행동의 지각조절요인에 관한 연구. 경기대학교 대학교. 박사학위논문

83) 김계섭(1998). 관광지 개발의 목표계층화에 관한연구 박사학위논문 경기대학교

84) 서운원(1999). 중국인 관광객의 행동특성에 따른 만족도 연구 .경희대학교대학원 석사학위 청구논문

있는 시설적 측면, 정보적 측면 등으로 구분될 수 있다. 또한 이미지 측면, 서비스 측면, 시설 측면, 관광이 주는 혜택측면, 교통 측면, 가치(가격)측면의 6가지측면이 관광지 선택에 영향을 미친다.⁸⁵⁾

이경하(2002)는 관광지 속성이 관광지 선택에 미치는 영향연구에서 관광지의 구성요소(관광지 속성)를 매력물, 기반·편의 시설, 숙박시설, 레크레이션 등의 시설, 서비스와 접근성 등의 4개 요인으로 연구를 하였다. 연구결과 보면 관광지 속성 요인에 따라 관광지의 매력성, 관광지의 시설, 서비스, 접근성의 네 가지로 나누고 이를 다시 세분화였다.⁸⁶⁾

이소한(2001)은 관광지의 안전성, 교통수단의 다양성, 교통시설의 편리성, 교통시설의 효율성, 문화와 자연경관을 즐김, 감상과 참여의 공존, 주야로 관광서비스, 오감을 느낌, 쇼핑의 다양성, 고품질의 제품구비, 좋은 음식 맛, 좋은 호텔서비스, 다양한 음식 메뉴, 음식점 종업원의 친절성 호텔시설 설비의 충분성, 시민들의 친절성, 상점판매원들의 친절성, 호텔 종업원들의 친절성, 안내원들의 도움, 신기함, 관광비용 등 24개 관광지 선택속성을 이용하여 실증분석을 하였다.⁸⁷⁾

Fallon & Schofield(2006)는 관광지의 선 방문(pre-visit)과 후 방문(post-visit)의 전반적인 만족도와 중요도·성과도 분석을 진행한 연구도 있었다. 분석을 위하여 개인안전·청결성·활동과 볼거리의 다양성·숙박설비·모든 사람이 즐길 수 있는 것·테마파크·고객서비스·합리적인 가격의 식당·쇼핑시설·날씨·특가상품·휴양·지역주민들의 친절성·식당이 다양함·따라가기 쉬운 도로 표지판·물가·유흥·자연적, 야생적 장소와 산길·스포츠 시설 등 22개의 선택속성을 채택하였다.⁸⁸⁾

최용훈(2008)은 관광지 선택속성이 관광객의 만족도와 재방문의도에 미치는 영향에 관한 연구에서 외래 관광객의 유형과 국적이 관광지 선택속성의 성과에 어떠한 차이를 가지고 있는가의 연구를 수행하였으며 관광지 선택속성을 서비스의 안정성, 교통 안전성, 교통수단 서비스, 서비스의 경제성, 서비스의 시간성, 서비

85) 박성용·오택현(1999). 강원도 관광지 선택과 만족요인에 관한 연구 p83-102, 20pages

86) 이경하(2002). 관광객의 의사결정기준과 효용특성이 관광지 선택에 미치는 영향. 세종대학교 대학원 박사학위논문.

87) 이소한(2001). 관광만족에 관한 한·중 비교 연구.원광대학교 대학원 석사학위청구논문

88) Fallon, P & Schofield, P.(2006). The dynamics of destination attribute importance. Journal of Business Research,59(6),709-713.

스의 정보성, 숙박시설의 서비스, 식음료의 환경성, 숙박시설의 편리상태, 숙박시설의 가격 등 15개 항목을 도출하였다.⁸⁹⁾

김오성(2010)은 관광지속성은 관광객의 목적지 선택 평가기준, 관광지 선택결정요인으로 작용하기 때문에 관광지 선택속성은 관광지를 구성하는 다양한 요소들의 개별속성에 대해 개인이 지니는 선택정도를 의미한다고 하였다.⁹⁰⁾

이소환(2001)은 관광지의 안전성, 교통수단의 다양성, 교통시설의 편리성, 교통시설의 효율성, 문화와 자연경관을 즐김, 감상과 참여의 공존, 주야로 관광서비스, 오감을 느낌, 쇼핑의 다양성, 고품질의 제품구비, 다양한 음식 메뉴, 좋은 음식 맛, 좋은 호텔서비스, 호텔시설설비의 충분성, 시민들의 친절성, 상점판매원들의 친절성, 음식점 종업원의 친절성, 호텔 종업원들의 친절성, 안내원들의 도움, 신기함, 관광비용 등 24개 관광지 선택속성을 이용하여 실증분석을 하였다.⁹¹⁾

최설매(2004)는 중국관광객의 관광지 선택속성은 문화, 역사, 인적서비스, 쇼핑, 비용, 기후, 스포츠 등 요인으로 측정하기 위한 구성차원은 숙박 관련, 관광서비스관련, 교통관련, 식사 및 쇼핑관련, 관광지 관련 요인이 측정되고 있다.⁹²⁾

한호성(2005)은 중국현지에서 중국인을 대상으로 한국방문경험자와 비경험자들의 여행상품 선택속성에 어떠한 차이가 나타나는지를 비교하기 위하여 설문조사를 통해 실증연구를 실시하였다. 연구결과 중국관광자의 인구통계학적 특성, 한국여행경험 유·무 및 중국관광자의 여행행동 특성에 따라 한국 여행상품선택속성 간에는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 그리고 중국인관광자의 한국 여행상품선택속성으로 여행목적지, 여행상품가격, 쇼핑, 숙박음식, 여행인솔자, 여행사 등 6개 요인을 도출하였다.⁹³⁾

89) 최용훈.(2008). 관광지 선택속성이 관광객 만족과 재방문의도에 미치는 영향. 석사학위논문, 경기대학교 일반대학원

90) 김오성(2010). 스포츠관광자의 참가동기, 선택속성, 인지된 가치, 관광만족, 재참가의도 및 구전의도의 구조적 관계. 석사학위논문, 강원대학교.

91) 이소환(2001). 관광만족에 관한 한·중 비교 연구.원광대학교 대학원 석사학위청구논문

92) 최설매. (2004). IPA분석에 의한 방한 중국인 관광객의 관광지 선택속성과만족에 관한 연구. 석사학위논문, 동아대학교 대학원.

93) 한호성(2006). 중국인관광자의 한국여행상품선택에 관한 연구, 경기대학교 대학원 석사학위논문

4. 관광객 만족도

1) 만족도와 관광객 만족도

만족도의 개념은 연구자들에 따라 다양하게 주장되고 있고, Oliver(1980)는 일반적으로 고객만족은 고객의 실제 경험과 기대간의 불일치로 인해 발생하게 되는 감정과 구매경험 전의 감정이 결합하여 발생하는 종합적인 심리상태를 의미하였고⁹⁴⁾ 만족이란 행동과학에서는 일반적으로 인간의 기본적인 필요나 욕구에 의하여 동기목표를 달성하는 정도를 나타내는 복합적인 용어 또는 개념이다.⁹⁵⁾

만족이란 제공받고 있는 과정에 대한 고객의 전반적인 평가이며,⁹⁶⁾ 고객이 예측하고 무엇을 받을 것인가 사이의 차이에 대한 감정적 반응이다.⁹⁷⁾ 관광객만족이란 관광 참여자 자신이 관광경험 전체에 대한 사후이미지를 이해하는 것으로서 관광체득총체에 대한 일종의 경향이다.⁹⁸⁾

Pizam & Newman, Reichel(1979)는 관광지에 대해 관광객이 가졌던 기대와 관광객 경험과의 상호작용 결과를 만족이라고 하였다.⁹⁹⁾

관광객 만족에 대해서 관광객이 관광상품을 구매하고 나서 그 관광상품에 대해서 직접경험을 한 후 그 관광상품을 잘 샀다는 반응을 보였을 때 관광객은 만족한다는 것이다. 학문적으로는 이러한 만족여부의 상태를 관광상품에 대한 기대와 경험의 비교로 표현하고 있으며 기대와 경험이 일치하거나 경험이 기대보다 큰 경우에 관광객이 만족했다고 하였으며, 반면에 기대가 경험보다 작은 경우를 관광객이 불만족한다고 하였다.¹⁰⁰⁾ 또한 Kozak & Rimmington(2000)는 관광객의

94) Oliver, R. L.(1980). A cognitive model of antecedents and consequences of satisfaction decision. *Journal of Marketing Research*, Vol.17 1980, pp.460-469.

95) 문순영(1994). 일본관광자의 관광동기와 만족도에 관한 실증적 연구. 석사학위논문, 세종대학교.

96) Kumar, P., Dass, M., & Topaloglu O.(2014), Understanding the Drivers of Job Satisfaction of Frontline Service Employees, *Journal of Service Research*, 17(4), 367-380

97) David M. & Baker A.(2013). Service quality and customer satisfaction in the Airline Industry: a comparison between legacy airlines and low-cost airlines, *American Journal of Tourism Research*, 2(1), 67-77.

98) Lounsbury, J. W. & Polik, J. R.(1992). Leisure needs and vacation satisfaction, *Leisure Science*, Vol.14(2), 1992, pp.105-106

99) Pizam, Y. N.(1978). The effects of advertising on high and low loyalty consumer segments. *Journal of Consumer Research*, 9, 77-89.

만족도는 제품과 서비스의 소비, 목적지의 선택에 영향을 주기 때문에 관광 산업에서 경쟁력을 유지하기 위한 주요 변수 중 하나로 간주되고 있다.¹⁰¹⁾

따라서 관광객만족은 관광객이 기대했던 관광지과 방문성과 측면에서 방문의 투자비용과 편익을 비교한 결과라고 할 수 있으며, 조작적으로는 여러 평가속성에 대한 편익의합으로 측정 될 수 있는 태도이다.

100) 박옥희.(2000). 관광체험이 관광자 태도에 미치는 영향에 관한 연구. 석사학위논문, 동아대학교.

101) Kozak,M.& Rimmington,M.(2000). Tourist Satisfaction with Mallorca, Spain, asan Off-Season Holiday Destination, Journal of Travel Research,38(3),260-269

<표 2-8> 만족도와 관광객 만족도의 개념

연구자	개념
Oliver(1980)	고객의 실제 경험과 기대간의 불일치로 인해 발생하게 되는 감정과 구매경험 전의 감정이 결합하여 발생하는 종합적인 심리상태
문순영(1994)	행동과학에서는 일반적으로 인간의 기본적인 필요나 욕구에 의하여 동기목표를 달성하는 정도를 나타내는 복합적인 용어 또는 개념
Kumar,et.al.(2014)	제공받고 있는 과정에 대한 고객의 전반적인 평가
David & Baker(2013)	고객이 예측하고 무엇을 받을 것인가 사이의 차이에 대한 감정적 반응
Lounsbury & Polik(1992)	관광 참여자 자신이 관광경험 전체에 대한 사후 이미지를 이해하는 것으로서 관광체득충체에 대한 일종의 경향
Pizam & Newman, Reichel(1979)	관광지에 대해 관광객이 가졌던 기대와 관광객 경험과의 상호작용 결과
박옥희(2000)	관광객 만족에 대해서 관광객이 관광상품을 구매하고 나서 그 관광상품에 대해서 직접경험을 한 후 그 관광상품을 잘 샀다는 반응
박창규 · 엄서호(1998)	관광객이 기대했던 관광지와 방문성과 측면에서 방문의 투자비용과 편익을 비교한 결과라고 할 수 있으며, 조작적으로는 여러 평가속성에 대한 편익의 함으로 측정 될 수 있는 태도

자료:선행연구를 바탕으로 연구자 정리

2) 관광객 만족도의 측정

만족에 대한 측정은 학자들마다 다양한 방법을 사용하고 있다. 보통 특정거래 접근방법 과 총 만족 혹은 누적만족의 측정으로 이루어지고 있다. 총 만족(overall satisfaction) 혹은 누적만족(cumulative satisfaction)은 특정상품과 기업의 다양한 면모의 축적된 평가에서 고객의 만족을 생각하는 방법이다.¹⁰²⁾ Giese& Cote(2002)는 소비자 만족도는 세 가지 기본 구성 요소를 포함한다고 하였다. 첫째, 감정이나 인지적인 반응을 말하며, 둘째, 기대치, 상품, 소비체험 등에 대한 반응이며, 셋째, 전반적인 체험을 기초하여 선택 후 특정 시간에 발생하는 반응을 말한다고 하였다.¹⁰³⁾

또는 관광객 만족의 측정은 관광객의 사회경제적 특성, 문화적 영향, 태도, 선호, 동기 등 다르기 때문에 측정에 많은 어려움이 있다. 관광객 만족도의 측정은 직접측정방법과 간접 측정방법으로 구분할 수 있다.

직접 측정방법은 직접적으로 관광객한테 경험에 대한 느낌, 선호, 만족 등을 질문해서 측정한다. 관광객 만족은 관광활동을 통해서 욕구를 충족하는 정도를 말하며 관광객 자신이 체험하는 관광활동, 관광지, 관광서비스 등에 대한 평가라고 할 수 있는 ‘전반적 관광 만족’이다. 반면, 간접 측정방법은 관광객에게 불평이나 반복구매에 대한 자료 수집을 통한 간접으로 조사한다. 관광활동 등에 대한 만족하지 않은 요소, 관광지를 다시 방문할 욕구를 느끼며 재방문의도와 타인에게 긍정적으로 구전하고 싶은 정도를 의미하는 추천의도를 통해서 만족도를 측정한다. 송미경·이지연(2011)과 이영진·송영인(2012)의 관광만족도에 관한 연구에서 직접 측정방법을 이용하여 각 항목별의 만족정도를 측정하였다.

직접 측정방법은 간편하고 목적이 명확하고 관광객한테 쉽게 응답할 수 있는 장점이 있는 반면에 응답자가 질문자에서 영향을 쉽게 받아서 조사의 타당성문제가 생길 수 있다. 간접 측정방법은 불평이나 반복구매 의향을 조사를 통해서 여행사 등 관광기관에게도 큰 의미가 있는데 혼돈효과 때문에 개념과 측정치 사

102) Oliver, Richard L.(1997). Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer, New York: Irwin/Mc Graw-Hill.

103) Giese, J. L.,& Cote, J .A.(2002). Defining Consumer Satisfaction, Academy of Marketing Science Review,2000(1),1-24.

이의 관계가 모호할 수 있다는 단점도 있다.¹⁰⁴⁾

직접적 측정방법과 간접적 측정방법의 장단점을 서로 보완해서 전반적인 만족도를 ‘전반적인 관광만족도’, ‘재방문 의도’ 및 ‘추천의도’로 측정하는 연구도 많이 진행되어 왔다.¹⁰⁵⁾ 따라서 본 연구 상하이시 농촌관광객 대상으로 만족을 측정할 때 ‘전반적인 관광만족도’, ‘재방문 의도’ 및 ‘추천의도’로 설정하고자 한다.

5. 관광동기, 선택속성과 만족도간의 관계

1) 관광동기와 만족도간의 관계

연구의 주요 관심사인 관광동기, 관광객 만족도간의 관계와 관련하여 선행연구의 결과를 살펴보면 다음과 같다.

이후석·오민재(2004)는 제주도 방문객을 대상으로 한 관광객의 시선이 관광동기 및 만족도에 미치는 영향에 관한 탐색적 연구에서 신비성 동기, 탈일상성 동기, 문화성 동기 요인 중 탈일상성과 문화성요인이 만족도에 유의한 영향을 미친다고 하였다.

적반반·홍경완(2015)는 방한 중국인들의 의료관광동기, 만족도, 재방문의사의 관계에 관한 연구에서의료관광동기를 문화체험, 의료 보건, 만족감, 환자 재방문 등 4 가지 요인으로 분류해서 도출된 결과는 고객만족도에 가장 영향력이 큰 변수는 문화체험이며 그다음은 의료 보건의 순으로 나타났다.

왕수정(2016)는 중국의 관광객 라이프스타일에 따른 관광동기가 만족도 및 행동의도에 미치는 영향의 연구에서 관광동기는 만족도에 유의 영향을 미치는 것으로 입증되었다.

또한 김성섭(2004)는 관광목적지를 방문하는 해외관광객들이 같은 외국인으로

104) 김동훈(2005). 관광지 속성이 지각된 관광가치, 관광만족 및 재방문의도에 미치는 영향. 제주대학교 박사학위논문.

105) 장정정(2014). 방한 중국인 관광객의 관광태도, 관광활동 선호도 및 관광객 만족도간 영향관계 순천향대학교 대학원 석사학위논문

서 동질적인 또는 유사한 집단인 것 같지만, 사실상은 문화권에 따라서 기대하는 태도나 행동이 상이하며, 이들의 문화적 맥락에서 관광동기에 대한 국적별 차이가 있으며, 관광만족에 미치는 영향에도 차이가 있을 것이며, 이런 결과를 참고한다면 한국을 방문한 시니어관광객의 관광동기가 관광만족에 미치는 영향 간에도 국적에 따른 차이가 있을 것이라고 유추해 볼 수 있을 것이다.

2) 선택속성과 만족도간의 관계

관광지선택속성은 관광지에 선택하는 동기를 결정하는 것이다. 그리고 관광지선택속성은 관광객들이 관광지에 대한 기대치라도 과언이 아니다. 그런데 만족은 기대치를 넘어야 느낄 수 있는 감정이 때문에 관광지 선택 속성과 만족도가 아주 긴밀한 관계가 있는 반면에 한 관광지가 고객들이 만족도이 높을수록 더 많은 관광객들이 방문이나 재방문의 의도와 이유가 될 수 있다.

Pizam(1978)는 해변 관광객을 대상으로 관광지 선택속성 요인을 환대, 해변, 비용, 숙박시설, 식음료시설, 주변 환경, 상업지역 범위, 캠핑시설로 정의하였다. 이 연구에서 "관광객 만족은 관광지에 대해 그가 가졌던 기대와 관광객 경험의 상호작용결과라고 설명하면서 경험의 총체가 기대와 비교되어 희열의 느낌으로 나타날 때 관광객이 만족하고, 관광객의 실제 활동이 기대와 비교하여 불쾌한 감정으로 나타나면 관광객이 불만을 느끼는 것이라고 말했다.

김이향(2006)은 관광목적지의 유형의 수용태세와 기반시설은 유형적인 관광 만족을 또한 국가 생활 편의 시설을 비롯한 청결성은 중국관광객의 무형적인 관광 만족을 극대화하는 원인으로 적용하는 것이고 또한 관광지의 유형적인 선택속성을 높게 지니고 있을수록 이들의 관광만족은 높게 나타나고, 관광만족은 이들의 재방문 의도에 긍정적인 기여를 하는 것이다.

또한 관광활동과 관련해 Reisinger과 Turner(2003)는 가치관, 사회적 행동규칙, 인식, 사회적 상호작용을 국가 문화적 차이의 연구에서 한국, 일본, 중국, 태국, 인도네시아 5개국의 아시아인 관광객은 사회적 행동규칙과 가치관에서의 차이가 관광만족에 영향을 미친다고 하였다.

6. 중국 농촌관광

1) 중국 농촌관광 현황과 특징

중국 농촌관광사업은 중국 개혁개방(改革開放1978년)부터 활기차게 발전해왔다. 최근 몇 년 동안, 전국 도시 주민의 주말 레저와 휴일 여행을 70%이상 주변의 농촌관광을 선택하며 특히 황금주(黄金周) 동안, 전국 도시 주민들을 농촌관광을 선택해서 비율은 약 6000만 명 넘었다. 중국에서 농촌관광은 벌써 국내 관광산업에서 새 성장점이 되었다. 2011년, 농촌관광은 860억 원(인민폐)의 경영수입을 초과하며, 200만 명 성향 인구 취업에 이끌려, 그 중은 농민은 159만 명, 농민의 257억 원을 수입증가 농산품 판매는 352억 원(인민폐)을 증동시켰다. 2012년까지 중국 농촌관광은 연접 관광객 8억 명 가까이 연간 영업 수입은 2,400억 원(인민폐) 초과했다. 2009년부터 2013까지, 중국 농촌관광 수입은 평균 43%로 증가했다. 2014년 중국 전국 농촌관광인수는 12억 연인원을 초과하여 중국 국내관광인수의 1/3을 차지하고 농촌관광사업의 수입은 3200억 원(인민폐)을 초과했다. 농촌관광사업의 발전에 덕분에 전국 약 3300만 명의 농민들이 일자리를 찾았다. 농촌관광사업은 중국관광사업을 구성한 중요한 부분일 뿐만 아니라 농민을 위해 수많은 일자리를 창출하고 농업의 발전을 촉진할 수 있다. 또한 농촌관광사업은 도시와 농촌을 통일적으로 발전시켜 도시와 농촌의 일체화를 가속하는데 도움이 된다.¹⁰⁶⁾

중국의 관광 서비스 시설은 외국인 직접 투자가 적기 때문에 외국인 투자의 측면에서 개방적이고 일부는 개방되어 있지 않고 서비스 시설이 일치하지 않는 경우가 많으며 일반적으로 외국인 투자는 주로 호텔과 게스트 하우스 및 기타 보조 시설로 제한된다. 교통 및 쇼핑과 같은 프로젝트는 비록 관련되어 있지만 상대적으로 작은 비율을 가지고 있으며 관광지 내의 시설이 뒤떨어져 위생 상태가 좋지 않다.¹⁰⁷⁾

106) 출처: 「2015년 중국 농촌관광시장 조사 보고서」 (「2015年中國鄉村旅遊市場調查報告」).

107) 中國旅遊業發展趨勢及存在的問題 p4

중국의 관광 소비 수준은 낮은 수준에서 높은 수준으로 발전하고 선진국의 관광 소비 구조에 점차 가까워지고 있으며, 국내 관광 소비 구조에서는 음식, 숙박 및 교통의 비율이 75%-95 %에 달하며 관광, 쇼핑 및 엔터테인먼트가 소비 비율이 15%-25% 차지하고 있다. 관광 제품의 다양화와 관광 시설에 대한 투자에 따르면 국내 소비자 관광의 미래는 영적 소비 데이터의 비율도 상승하겠따.¹⁰⁸⁾

湯東英(2016)는 도시민들의 농촌관광에 대한 수요가 급이고 지속적인 증가하고 있다. 또 하나의 장점은 바로 상하이의 아름다운 시골이다.¹⁰⁹⁾ 농촌의 기반 시설과 생태환경을 개선하고, 농촌산업의 발전을 촉진하고, 농촌 산업의 발전을 촉진하고, 농촌 민중의 생활을 발전시킬 뿐만 아니라 도시 주민들의 생활을 더욱 즐겁게 할 것이다. 그러나 그는 기존의 농촌 관광산업의 규모와 능력은 인민 대중의 소비 업그레이드 수요를 충족시킬 수 없다고 밝히고, 상하이 농촌 관광업은 더 발전 할 필요가 있으며, 기초 시설과 공공서비스 시설의 투입도 한층 강화해야 한다고 밝혔다. 음식료 · 숙박 · 주차장 등 관광객 서비스 시설과 하수관 등 건설은 대체로 부족하고, 접대 능력이 부족해 품질이 좋지 않다”고 말 했다. 농촌관광에 존재하는 문제와 관련하여 많은 국내 전문가들이 부적절한 인프라, 불편한 조건 및 중국의 농촌관광 관리 불량과 같은 문제를 제기했다. 농촌관광은 아직 초기 단계에 머물러 있으며 많은 문제가 남아 있다. 연구 결과 다음과 같다: 1) 불균형 개발 2) 개성 부족 및 심층적 개발 3) 흩어져있는 관광 명소 4) 농촌 관광 관리 인력의 부족, 가난한 사업 관행, 전문 관리 인력의 부족.¹¹⁰⁾ 중국의 숙박 품질은 과거에 비해 향상 되었지만 여전히 많은 문제가 있다. 숙박 업계에서는 공기의 질을 향상시켜야하며, 침대 시트 등의 문 열림이나 식중독 등의 문제도 있지만 개선의 여지가 많이 남아 있다. 성장률, 규모, 수익성 및 품질의 관점에서 향후 성장 여지가 있다. 우리의 미래 초점은 이전의 규모와 성장에서 품질에 초점을 맞출 것이다. 이것은 큰 변화이다.¹¹¹⁾

중국 농촌관광의 발전 특징을 요약하면 다음 4가지와 같다. 첫째, 현재 중국 농촌 관광은 시작 단계에 처하고 관광 프로그램은 농업 관광을 위주로 한다. 농

108) 謝權(2017). 旅遊業的發展現狀狀況淺析論文

109) 상하이 정부홈페이지 上海政務網 <http://shzw.eastday.com/>

110) 陸美英(2007). 淺談上海郊區鄉村旅遊發展現狀及對策

111) 楊宏浩(2018). 中國旅遊和住宿業發展趨勢 http://www.sohu.com/a/233752262_316950

업 관광과 민속 문화 관광을 결합해 '농업과 관광의 합일'과 '사람과 자연의 조화' 라는 특징을 드러낸다. 둘째, 관광을 위주로 하고 레저를 부처하는 농촌 관광은 주로 감상, 시식, 쇼핑, 노동, 오락, 농업 기술 습득, 시골 문화 감상, 농민 생활 체험 등을 포함한다. 관광 기능은 비교적으로 단일하다. 셋째, 농촌 관광은 주로 선진 도시의 교외, 특색 농경 지역 및 관광지에 분포하고 농촌 관광은 대도시와 시장에 가까이하는 특징을 드러낸다. 넷째, 농촌 관광은 따로 관리하고 일반 농업 관광은 농업 부문을 맡고 관광 부문을 협동한다. 농촌 민속 문화 관광은 관광 부문을 맡고 농업 부문을 협동한다.¹¹²⁾

2) 중국 농촌관광 유형

국가마다, 농촌관광 유형 차이가 있으며, 현재 중국 농촌관광 발전의 유형라면 다음 7가지와 같다.

(1) 전원 농업 관광

전원 농업 관광이라면 즉 농업 전원 경치, 농업 생산 행사를 이용해 관광객을 이끌어내며 관광객들이 농업을 체험하고 자연을 돌아가려는 마음을 만족시킬 수 있도록 농업관광, 과일관광, 꽃을 관광, 어항관광, 수향관광 등 다양한 주제의 관광 행사를 개발한다. 종류는 주로 다음과 같다. 1. 전원 농업 관광: 대전 농업을 중심으로 농업을 체험하는 목표를 이룰 수 있도록 전원 경치를 감상하고 농업 생산 행사를 보고 친환경 음식을 맛보고 사고 농업 기술 지식을 배우는 관광 행사를 개발한다. 2. 원림 관광: 과일 나무와 원림을 중심으로 과일 따기, 경치 감상, 나들이, 과일 구매 등 관광 행사를 개발한다. 관광객은 친환경 경치를 보고 아름다운 자연을 다가가는 것은 목표로 한다. 3. 농업 과학 기술 관광: 현대 농업 과학 기술 단지를 중심으로 관광객은 현대 농업 지식을 배울 수 있도록 단지의 하이테크 농업 기술과 종류, 온실 시설 농업과 생태 농업을 보는 행사를 개발한다. 4. 농업 체험관광: 관광객은 실제로 농업 생산, 농경문화와 특별한 향토 향기를 느낄 수 있도록 농업 생산 행사로 농민들과 함께 먹고 자고 일한다.

(2) 민속 관광

112) 郭煥成, 韓非(2010). 中國鄉村旅遊發展綜述, 中國科學院地理科學與資源研究所 P1599

농촌 민속과 민속 문화를 이용해 관광객을 이끌어내며 농경문화, 향토 문화와 민속 문화의 특색을 살려 농경 전시, 민간 기예, 계절 민속, 명절 행사와 민간 가무 등 관광 행사를 개발하고 농촌 관광의 함축적인 문화 의미를 붙인다. 종류는 주로 다음과 같다. 1. 농경문화 관광: 농경 기예, 작업 도구, 계절, 제품 가공 행사 등을 이용해 농업 문화 관광을 전개한다. 2. 민속 문화 관광: 거주 민속, 의상 민속, 음식 민속, 예의 민속, 계절 민속, 유예 민속 등을 이용해 민속 문화 관광을 전개한다. 3. 향토 문화 관광: 민속 가무, 민간 기예, 민간 희극, 민간 공연 등을 이용해 향토 문화 관광을 전개한다. 4. 민속 문화 관광: 민족 민속, 민속 습관, 민속 부락, 민속 가무, 민속 명절, 민속 종교 등을 이용해 민속 문화 관광을 전개한다.

(3) 농가락(農家樂) 관광

농민을 자기 집, 생산하는 농업제품과 주변에 전원 경치, 관광지를 이용해 저렴한 가격으로 고객들을 유도하여 먹거리, 즐길거리, 살거리 등을 관광 행사이다. 종류는 주로 다음과 같다. 1. 농업 관광 농가락 (農家樂) : 전원 농업 생산과 농가 생활을 이용해 관광객을 이끌어내며 와서 관광하고 체험하는 행사다. 2. 민속 문화 농가락 (農家樂) : 현지 민속 문화를 이용해 관광객을 이끌어내는 행사다. 3. 거주형 농가락 (農家樂) : 현지 고대 마을과 주택을 이용해 관광객을 이끌어내는 행사다. 4. 레저 오락 농가락 (農家樂) : 아름다운 환경, 준비된 시설, 편한 서비스로 관광객에게 먹고 자고 노는 관광 행사를 제공한다. 5. 먹고 자는 농가락 (農家樂) : 편하고 깨끗하고 안전한 거주 환경과 맛있는 현지 음식으로 관광객을 이끌어내는 행사다. 6. 농업 행사 농가락 (農家樂) : 농업 생산 행사와 농업 공예 기술로 관광객을 이끌어내는 행사다.

(4) 고대 마을

건물로 관광객을 이끌어내 관광을 개발한다. 종류는 주로 다음과 같다. 1. 고대 건물 관광: 대부분은 명(明) 나라와 청(淸) 나라의 마을 건물을 이용해 관광을 개발한다. 2. 민족(名族) 마을 관광: 중국 56개 민족이고 민족 특색이 있는 마을을 이용해 관광을 개발한다. 3. 고대 건물 관광: 고대 건물, 거리, 상점, 사묘, 원림을 이용해 관광을 개발한다. 4. 새로운 마을 관광: 현대 마을 건물, 전원, 거리, 마을 식물, 공농업 기업을 이용해 관광을 개발한다.

(5) 레저 휴가 관광

아름다운 마을 풍경과 좋은 기후 조건, 독특한 지열 온천, 친환경 공간으로 주변의 전원 경치와 민속 문화를 결합해 레저 오락 시설을 건설하고 관광객에게 휴식, 휴가, 오락, 음식, 헬스 등 서비스를 제공한다. 종류는 주로 다음과 같다. 1. 레조 리조트: 산수, 삼림, 온천으로 완비하고 고급스러운 시설과 서비스를 이용한다. 2. 레저 마을: 우수한 자연 환경, 독특한 전원 풍경, 풍부한 농업 제품, 혜택이 있는 음식과 숙박을 이용한다. 3. 마을 호텔: 음식과 숙박을 위주로 하고 주변 자연 풍경과 인문 경치를 이용한다.

(6) 과학 지식과 교육 관광

농업 관광 단지, 농업 과학 생태 단지, 농업 제품 전시관, 농업 박물관을 이용해 관광객에게 농업 지식과 기술을 배우는 기회를 제공하는 관광 행사다.

(7) 자연 컴백 관광

아름다운 자연 경치, 독특한 산수, 삼림, 호수를 이용해 등산, 삼림 관광, 스키, 수상 스키 등 관광 행사를 발전하며 관광객은 자연을 느끼고 친근해지고 컴백하게 된다. 종류는 주로 다음과 같다. 1. 삼림 공원 2. 습지 공원 3. 워터파크 4. 캠프 5. 자연보호구역.¹¹³⁾

113) 郭煥成, 韓非(2010). 中國鄉村旅游發展綜述, 中國科學院地理科學與資源研究所 P1600-1602

Ⅲ. 연구 설계

1. 연구가설의 설정

1) 연구가설

연구가설(hypothesis)은 일반적으로 변수와 변수간의 관계를 나타낸 선언적 문장형식을 취하는 것으로 변수간의 관계에 대한 진술이 있어야 하고, 진술된변수간의 관계가 경험적으로 검증될 가능성이 있어야 한다. 이론과 경험적 사실과의 사이에 다리를 놓아주는 역할을 한다.¹¹⁴⁾

진애니(2008)는 방한 중국관광객의 관광동기, 관광지 선택속성 및 만족도 간 관계 규명을 위해 연구하여 방한 중국관광객의 관광동기가 만족도에 긍정적인 영향을 미친다고 규명하였다.

녕수연(2012)은 문화유산관광지 선택속성이 만족도 및 행동의도에 미치는 영향에 관한 연구에서 문화유산관광지 선택속성이 만족도가 유의한 영향을 미치는 것을 나타나고 지각가치를 매개변수를 가진다고 주장하였다. 이러한 선행연구를 바탕으로 관광동기와 만족도간의 영향관계, 선택속성과 만족도간의 영향 관계를 증명하기 위하여 다음과 같은 가설을 설정하였다.¹¹⁵⁾

본 연구에서는 중국 농촌관광객의 관광동기(휴양, 지식, 문화체험)가 관광객 만족에 미치는 영향, 선택속성(음식, 쇼핑, 숙박, 교통)이 관광객만족에 미치는 영향 실증적으로 검정하자고 한다.

본 연구에서는 이론검토와 선행연구 검토결과를 근거하여, 중국 농촌관광객의 관광동기와 선택속성이 관광객 만족에 미치는 영향에 관한 실증분석을 위하여 밑에 연구모형을 설정하였다. 농촌관광객의 관광동기(휴양, 지식, 문화체험)가 관

114) 김광웅(1999). 방법론강의, 박영사

115) 녍수연(2012). 문화유산관광지 선택속성이 만족도 및 행동의도에 미치는 영향: 지각가치를 매개변수로, 호남대학교 대학원, 박사학위논문.

관광객 만족에 미치는 영향, 농촌관광지 선택속성(음식, 쇼핑, 숙박, 교통)이 관광객 만족에 미치는 영향을 실증적으로 검정하고자 한다. 이러한 연구의 목적에 따라 기존의 여러 선행연구의 이론적 근거를 바탕으로 같이 연구 모형을 제시하였다. 농촌관광객의 관광동기와 관광객 만족의 직접효과를 검정한다. 농촌관광지 선택속성과 관광객 만족의 직접효과를 검정한다. 농촌관광객의 휴양동기와 관광객 만족 간의 긍정적인 영향력 관계(H1-1), 농촌관광객의 지식추구동기와 관광객 만족 간의 긍정적인 영향력 관계(H1-2), 농촌관광객의 문화체험추구동기와 관광객 만족 간의 긍정적인 영향력 관계(H1-3)를 확인한다. 또한 농촌관광지 음식속성과 관광객 만족 간의 긍정적인 영향력 관계(H2-1), 농촌관광지 쇼핑속성과 관광객 만족 간의 긍정적인 영향력 관계(H2-2), 농촌관광지 숙박속성과 관광객 만족 간의 긍정적인 영향력 관계(H2-3), 관광지 교통속성과 관광객 만족 간의 영향력 관계(H2-4)를 확인한다.

H1 : 농촌관광객의 관광동기가 관광객 만족에 영향을 미칠 것이다.

H1-1: 농촌관광객의 휴양동기가 관광객 만족에 영향을 미칠 것이다.

H1-2: 농촌관광객의 지식동기가 관광객 만족에 영향을 미칠 것이다.

H1-3: 농촌관광객의 문화체험동기가 관광객 만족에 영향을 미칠 것이다.

H2 : 농촌관광지 선택속성이 관광객 만족에 영향을 미칠 것이다.

H2-1: 농촌관광지 음식선택속성이 관광객 만족에 영향을 미칠 것이다.

H2-2: 농촌관광지 쇼핑선택속성이 관광객 만족에 영향을 미칠 것이다.

H2-3: 농촌관광지 숙박선택속성이 관광객 만족에 영향을 미칠 것이다.

H2-4: 농촌관광지 교통선택속성이 관광객 만족에 영향을 미칠 것이다.

2) 변수의 조작적정의

본 연구에 적용된 각 변수의 조작적 정의는 다음과 같다.

(1) 관광동기

일반적으로 관광동기는 관광의 추진요인만을 의미하나, 본 연구에서는 관광의

추진요인이 된 것을 관광동기로 보고 있다. 추진요인은 관광객이 어떤 의지로 자신이 선택한 관광목적지로 떠나는데 대한 이유를 말해주는 것으로서 관광객의 내적심리에서 관광욕구를 자극하여 관광행동을 일으키는 것으로 설명할 수 있다. 예를 들며, 휴식이나 휴양, 자기과시, 건강, 일상탈출, 모험, 사회적 상호작용, 가족과 함께 시간 보냄, 흥미 등으로 구분된다.

(2) 관광지 선택속성

유인요인은 관광목적지의 어떤 속성들이 관광객을 매료시켜 관광객을 끌어들이는 힘으로 작용하는지를 설명해주는 것으로서 관광목적지에 존재하는 모든 것을 의미한다. 예를 들면, 자연자원, 문화자원, 인공자원, 관광객편의시설, 청결성이나 안전성, 쇼핑 등과 같은 관광목적지 매력속성과 같은 의미이다. 본 연구에서는 유인요인이 된 것을 관광지 선택속성으로 보고 있다.

(3) 관광객 만족도

관광만족은 관광객이 방문 전 기대했던 것과 실제 방문하여 지각된 성과를 비교할 때 평가될 수 있는데, 본 연구에서 관광하고 나서 관광경험 후에 평가된 전반적인 만족할 수 있다.

2. 설문지 개발

본 연구의 설문지는 다음과 같이 세부분으로 구성하였다.

첫째, 일반적인 관광 특성에 대한 사항에 관한 4개 항목들을 명목척도로 구성한다.

둘째, 선행연구에서 관광동기를 13개 항목을 선정하여 리커트 5점 척도(1=전혀 동의하지 않는다, 2=동의하지 않는다. 3=보통이다, 4=동의한다, 5=매우 동의한다)로 구성하였다.

셋째, 선행연구 바탕으로 관광지 선택속성의 중요도에 관한 평가는 17개 항목

을 선정하여 리키드 5점 척도(1=전혀 중요하지 않는다, 2=중요하지 않는다. 3=보통이다, 4=중요한다, 5=매우 중요하다)로 구성하였다.

넷째, 관광객 전반적인 만족도에 관한 항목을 3개를 선정하여 리키드 5점 척도(1=전혀 만족하지 않는다, 2=만족하지 않는다. 3=보통이다, 4=만족한다, 5=매우 만족한다)로 구성하였다.

다섯째, 인구통계학적 특성에 대한 6개 항목을 명목척도로 구성하였다.

본연구의 설문지 구성과 관련된 내용을 요약하면 다음<표 3-1>과 같다.

<표 3-1> 설문지 구성

구분	문항	측정척도	선행연구
관광특성	4	명목척도	관광객 실태조사(2016)
관광동기요인	13	등간척도(5점 척도)	박인호(2011) 송재영(2012) 변수녀, 최병길(2007) 양길승, 이경수(2012)
관광지 속성요인	17	등간척도(5점 척도)	Fallon & Schofield(2006) 김계섭(1998) 최용훈(2008) 소한(2001) 한호성(2005) 최설매(2004)
관광객의 만족	3	등간척도(5점 척도)	Oliver(1981) Dann(1981)
인구통계학적 특성	6	명목척도	-
합계	43	-	-

3. 자료수집 및 분석 방법

본 연구의 목적을 달성하기 위해 2018년 4월11일부터 4월 20일까지 총 10일간 동안 다른 농촌관광지 가본 적이 있는 상하이 시민 대상으로 실시하였다. 자료 수집은 자기기입식 설문지응답법을 이용하였다. WeChat (微信) 를 통해서 1대1로 설문지 QR코드를 보낸 방식으로 진행하였다. 총 350부의 설문지를 배포하였고, 전부 회수되었으며, 그 가운데 불성실한 응답을 한 49부를 제외하도 총 301부를 유효 표본으로 확정하고 분석에 사용하였다. 본 연구의 실증적 연구는 설문조사 및 통계분석을 통해 이루어졌다. 통계분석은 사회학에서 많이 사용되고 있는 SPSS (Statics Package For Social Science)20.0 프로그램을 사용한다. 구체적인 설문조사 개요와 분석방법은 다음<표 3-2>,<표 3-3>과 같다.

<표 3-2> 설문조사 개요

설문지 조사 개요	
조사대상	상하이시 시민
조사장소	중국 상하이시
표본추출방법	편의표본추출법
설문기법	자기기입법
조사기간	2018년 4월11일- 4월20일
총 표본의 수	총 350부
부실한 응답	49부
유효 표본	301부

<표 3-3> 분석방법

내용	분석방법
인구통계학적 특성	빈도분석
관광특성	빈도분석
변수의 타당도	요인분석
변수의 신뢰성	신뢰도 검증
가설검증	다중회귀분석
인구통계학적으로 따른 차이분석	t-test, one-way Anova

IV. 실증분석

1. 표본의 일반적 특성

1) 인구통계학적 특성

본 연구 설문조사는 주장을 상하이시 인근 농촌관광지 방문객 350명을 대상으로 조사하였고 49부를 제외하여 총 301부를 분석에 사용하였다. 응답자의 성별, 연령, 학력, 직업, 교육수준, 월평균 소득 인구통계학적 특성을 파악하기 위해 빈도분석을 실시하였고, 빈도분석을 실시한 결과가 다음<표 4-1>에 제시 되어 있다.

표본의 인구통계학적 특성을 구체적으로 살펴보면 성별의 경우 전체 여성이 149명(49.5%)이며, 남성 152명(50.5%)으로 남자가 여자보다 많은 분포를 차지하고 있는 것으로 조사되었다. 연령은 20대 45명(15.5%), 30대 73명(24.3%), 40대 39명(13%), 50대 92(30.6%), 60대 51명(16.9%), 20세 이하 및 60세 이상 1명(0.3%) 및 51명(16.9%)로 나타났다.

기혼여부를 살펴보면 기혼자가 257명(85.4%)이고, 미혼자가 44명(4.6%)로 나타났다. 표본의 직업 분포를 살펴보면 서비스업이 25명(8.3%), 주부가 20명(6.6%), 학생이 6명(2.0%), 상업이 12명(4.0%), 전문직이 19명(6.3%), 공무원이 47명(15.6%), 회사원이 93명(30.9%), 기타가 79명(26.2%)로 나타났다. 교육수준에서는 중졸이 23명(7.6%), 고졸이 51명(16.9%), 전문대 및 대졸재학생포함이 197명(65.4%), 대학원 및 이상 30명(10%)로 나타났다. 월평균소득 면에서는 3000위안 이하가 33명(11%), 3000-5000위안이 94명(31.2%), 5000-7000위안이 77명(25.6%), 7000-9000위안이 48명(15.9%), 9000위안 이상이 49명(16.3%)로 나타났다.

<표 4-1> 인구통계학적 특성

구분		빈도수	구성비율(%)
성별	남	152	50.5%
	여	149	49.5%
연령	20대 이하	1	0.30%
	20대	45	15.0%
	30대	73	24.3%
	40대	39	13.0%
	50대	92	30.6%
	60대 및 이상	51	16.9%
결혼여부	미혼	44	14.6%
	기혼	257	85.4%
직업	서비스업	25	8.3%
	주부	20	6.6%
	학생	6	2.0%
	자영업	12	4.0%
	전문지업	19	6.3%
	공무원	47	15.6%
	회사원	93	30.9%
	기타	79	26.2%
최종학력	중졸	23	7.6%
	고졸	51	16.9%
	전문대 및 대학	197	65.4%
	석사 및 석사이상	30	10.0%
월 평균 소득	3000위미만	33	11.1%
	3000-5000미만	94	31.2%
	5000-7000미만	77	25.6%
	7000-9000미만	48	15.9%
	9000이상	49	16.3%
합계		301	100%

2) 관광특성

조사된 표본의 여행특성을 살펴보기 위해 빈도분석을 실시하였다. 실시한 결과가 다음<표 4-2>에 제시되어 있다.

지난1년에 농촌관광 1회 방문한 응답자 105명(34.5%), 2-3회 방문한 응답자133명(44.2%), 4-5회 방문한 응답자 27명(9.0%), 6-7회 방문한 응답자 17명(5.6%),8회 및 8회 이상 방문한 응답자 19명(6.3%)로 나타났다.

체류기간은 1박2일 118명(39.2%), 2박3일 28명(9.3%), 3박4일 12명(4.0%), 당일 방문 143명(47.5%)가장 높은 비율로 나타났다.

동반자형태는 혼자 12명(4%), 가족 143명(47.5%)가장 높은 비율로 나타났고, 친구/동료 135명(44.9%), 기타 11명(3.7%)로 나타났다. 농촌관광을 위한 전보원천은 TV광고 4명(1.3%), 인터넷 정보검색 58명(19.3%), 신문/잡지 7명(2.3%), 여행 APP 22명(7.3%), 기타 22명(7.3%), 친구의 추천 185명 (61.5%)가장 높게 나타났고 라디오 3명 (1.0%)가장 낮게 나타났다.

<표 4-2> 표본의 관광특성

구분		빈도수	구성 비율(%)
방문 횟수	1회	105	34.9%
	2-3회	133	44.2%
	4-5회	27	9.0%
	6-7회	17	5.6%
	8회 이상	19	6.3%
체류기간	당일	143	47.5%
	1박2일	118	39.2%
	2박3일	28	9.3%
	3박4일	12	4.0%
동반자	혼자	12	4.0%
	가족	143	51.5%
	친구/동료	135	96.3%
	기타	11	3.7%
정보원천	TV	4	1.3%
	인터넷	58	19.3%
	신문/잡지	7	2.3%
	라디오	3	1.0%
	다른 사람 추천	185	61.5%
	각종 여행APP	22	7.3%
	기타	22	7.3%
합계		301	100.0%

2. 측정항목의 타당도 및 신뢰성 검증

측정도구의 타당성은 검정은 탐색적 요인분석과 신뢰성 분석을 통해 이루어졌다. 우선 타당성을 검증하기 위해서 본 연구에 포함 모든 변수들을 동시에 투입한 탐색적 요인분석을 실시하였으며, 변수들의 판별타당성을 검증하였다. 요인추출을 위하여 요인수를 결정하는 고유치는 요인을 설명해 줄 수 있는 분산의 정도를 의미하는 것으로 고유값이 1이상인 경우를 기준으로 요인수를 결정하였다. 요인 적재량은 각 변수와 요인 간의 상관관계 정도를 나타내며, 보통 이상이 되면 유의하다고 보고 있다. 그런데 연구의 측정변수는 척도 순화 과정을 통하여 일부 항목을 제거하였다. 먼저 타당도 검증하기 위하여 탐색적 요인분석을 실시하였다. 모든 측정변수는 구성요인을 추출하기 위해서 주성분 분석을 사용하였으며, 요인 적재치(factor loading)의 단순화를 위하여 직교회전방식을 채택하였다. 요인 적재치는 각 변수와 요인 간의 상관관계의 정도를 나타낸다. 연구에서의 문항의 선택 기준은 고유값(eigen-value)은 1.0 이상, 요인 적재치는 0.4 이상을 기준으로 하였고, 0.5가 넘으면 아주 중요한 변수로 본다. 따라서 본 연구에서는 요인수의 결정은 고유치가 1이상을 기준으로 하였으며, 관찰변수의 타당성은 요인 적재치가 0.5이상, 공통성이 0.4 이상 기준으로 하였다.

1) 측정항목의 타당도 검증

(1) 관광동기에 관한 요인분석

중국 농촌관광객의 관광동기에 관한 요인 분석결과는 다음<표 4-3>과 같이 요약 되었다. 관광동기 모든 요인의 수는 휴양동기, 지식동기, 문화체험동기 3개로 분류되었다. 특히 선행연구와 동일하게 3개의 요인으로 구분되었으며 총 17개 문항 중 4개 문항이 이론 구조에 맞지 않게 적재 되어 제거하고 최종적으로 13개 문항을 분석에 이용하였다.

관광동기에 대한 요인분석의 결과를 제시하고 있으며, 13개 항목 중 고유값(eigen-value)이 1.0이상인 3개의 요인으로 추출되었다. 또한 13개 항목들의 요인

적재치(factor loading)은 0.5이상으로 나타났다.

KMO측도는 0.878로 수치를 보여주고 있고, Bartlett의 구형성 검정역시 유의 확률.000으로서 요인분석으로 사용하기에 적합한 것으로 나타나고 있다.

<표 4-3> 관광동기에 관한 요인분석

변수	구분 항목	공통성	성분			
			요인 적재치	분산 설명력 %	누적분산	고유값
휴양 동기	휴식 및 휴양을 위해서	.641	.772	23.889	48.794	3.106
	일상생활에서 탈출하기 위해서	.788	.874			
	스트레스 해소하기 위해서	.781	.870			
	건강 증진을 위해서	.744	.775			
지식 동기	자아 발견 및 개발을 위해서	.619	.651	20.252	69.046	2.633
	지식을 확대하기 위해서	.809	.862			
	흥미를 확대하기 위해서	.761	.812			
	새로운 것을 발견하기 위해서	.641	.680			
문화 체험 동기	전통 문화를 체험하기 위해서	.554	.667	24.905	24.905	3.238
	향토 음식을 체험하기 위해서	.606	.724			
	농가 민박을 체험하기 위해서	.755	.846			
	농촌 생활을 체험하기 위해서	.652	.782			
	농촌 프로그램을 체험하기 위해서	.525	.746			
KMO= .878, Bartlett의 구형 검증치= 2073.775 유의확률= .000						

(2) 관광지 선택속성에 관한 요인분석

농촌관광지 선택속성에 관한 요인분석 결과는 다음<표 4-4>과 같이 요약 되었다. 농촌관광지 선택속성 모든 요인의 수는 음식속성, 특산물 쇼핑속성, 숙박속

성, 교통속성 4개로 분류되었다. 선행연구와 동일하게 4개의 요인으로 구분되었으며 총 23개 문항 중 6개 문항이 이론 구조에 맞지 않게 적재 되어 제거하고 최종적으로 17개 문항을 분석에 이용하였다.

관광지 선택속성에 대한 요인분석의 결과를 제시하고 있으며, 17개 항목 중 고유값(eigen-value)이 1.0이상인 4개의 요인으로 추출되었다. 또한 17개 항목들의 요인 적재치(factor loading)은 0.5이상으로 나타났다.

KMO측도는 0.907로 수치를 보여주고 있고, Bartlett의 구형성 검정역시 유의 확률.000으로서 요인분석으로 사용하기에 적합한 것으로 나타나고 있다.

<표 4-4> 선택속성에 관한 요인분석

변수	항목	공통성	성분			
			요인 적재치	분산 설명력%	누적분산	고유값
음식	음식 맛	.759	.849	18.236	18.236	3.100
	음식 가격	.720	.786			
	음식 종류	.651	.761			
	농촌지역 특색 있는 음식	.701	.716			
	음식점의 서비스	.593	.534			
쇼핑	특산물 가격	.653	.782	16.014	68.381	2.722
	특산물 신뢰성	.778	.845			
	특산물 디자인	.578	.724			
	특산물 품질	.625	.658			
숙박	숙박 부대시설	.668	.618	17.258	35.495	2.934
	숙박 서비스	.623	.661			
	숙박 객실의 청결성	.702	.733			
	숙박 관리상태	.714	.760			
교통	교통수단의 편리성	.562	.603	16.014	52.366	2.868
	교통수단의 안정성	.696	.696			
	농촌지역 도로 표시 정확성	.802	.873			
	주차장 등 편리 이용시설	.799	.820			
KMO= .907, Bartlett의 구형 검증치= 2727.381 P= .000						

(3) 관광객 만족에 관한 요인분석 결과

농촌관광지 관광객 만족에 관한 요인분석 결과는 다음<표 4-5>과 같이 요약되었다. 농촌관광지 관광객 만족에 대한 요인분석의 결과를 제시하고 있으며, 3개 항목 중 고유값(eigen-value)이 1.0이상인 추출되었고, 3개 항목들의 요인 적재치(factor loading)은 0.5이상으로 나타났다.

KMO측도는 0.697로 수치를 보여주고 있고, Bartlett의 구형성 검정역시 유의확률.000으로서 요인분석으로 사용하기에 적합한 것으로 나타나고 있다.

<표 4-5> 관광객 만족에 관한 요인분석

구분 항목		공통성	성분			
			요인 적재치	분산 설명력 %	누적분산	고유값
관광객 만족	이번 농촌관광은 만족했다.	.650	.806	72.705	72.705	2.181
	다음에도 농촌관광을 방문하겠다.	.767	.876			
	주위 사람에게 농촌관광을 추천하겠다.	.764	.874			
KMO= .697 Bartlett의 구형 검증치= 314.556 P= .000						

2) 측정항목의 신뢰성 검증

신뢰성(Reliability) 분석은 측정도구의 내적일관성(Internal Consistency)을 측정되었는가를 확인 하는 것이다. 신뢰성은 측정항목의 타당성 검정을 통한 하나의 개념에 대해 응답자를 다시 측정하였을 경우, 시간이나 상황에 따라 영향을 받지 않고 유사한 결과를 나타낼 때 이 결과는 믿을 수 있으며, 일관성이 있다고

볼 수 있다. 일반적으로 신뢰도의 척도인 Cronbach's 알파 값이 0.6이상이면 신뢰도가 높다고 보며, 전체 항목을 하나의 척도로 종합하여 분석하는 데에 이용할 수 있다. 일반적으로 신뢰성 분석은 요인 분석으로 추출된 각각 요인들이 동일한 변수로 구성 되어 있는가를 확인 하는 것으로 활용되고 있는 Cronbach'a 값을 통해 이루어지고 있다. 일반적 연구에서는 Cronbach'a 계수가 0.6 이상이면, 신뢰도가 높다고 할 수 있으며, 좀 더 정교화한 연구에서는 그 기준을 0.7 이상으로 작용한다. 따라서 본 연구의 측정도구의 신뢰성 검증은 Cronbach'a 값을 활용하였으며 0.7을 기준으로 이루어졌다. 본 연구에서 신뢰성 분석 결과는 다음 <표 4-6>, <표 4-7> 및 <표 4-8>과 같다.

(1) 관광동기에 관한 신뢰도 분석

관광동기에 관한 신뢰도 분석의 결과를 제시하고 있으며, 3개 요인의 신뢰도 계수는 휴양 동기가 0.878로 가장 높은 것으로 나타났다. 지식 동기가 0.834, 문화 동기가 0.852로 나타났다.

<표 4-6> 관광동기에 관한 신뢰도 분석

신뢰도			
변수	항목	AID Cronbach α	Cronbach α
휴양	휴식 및 휴양을 위해서	.869	.878
	일상생활에서 탈출하기 위해서	.826	
	스트레스 해소하기 위해서	.833	
	건강 증진을 위해서	.845	
지식	자아 발견 및 개발을 위해서	.824	.834
	지식을 확대하기 위해서	.744	
	흥미를 확대하기 위해서	.760	
	새로운 것을 발견하기 위해서	.828	
문화체험	전통문화를 체험하기 위해서	.834	.852
	향토 음식을 체험하기 위해서	.824	
	농가 민박을 체험하기 위해서	.794	
	농촌 생활을 체험하기 위해서	.820	
	농촌 체험을 체험하기 위해서	.830	

(2) 선택속성에 관한 신뢰도 분석

관광지 선택속성에 관한 신뢰도 분석의 결과를 제시하고 있으며, 4개 요인의 신뢰도 계수는 음식이 0.860, 쇼핑이 0.807, 숙박이 0.840, 교통이 0.854로 나타났다.

<표 4-7> 선택속성에 관한 신뢰도 분석

신뢰도			
변수	항목	AID Cronbach α	Cronbach α
음식	음식 맛	.827	.860
	음식 가격	.817	
	음식 종류	.834	
	농촌지역 특색 있는 음식	.817	
	음식점의 서비스	.858	
쇼핑	특산물 가격	.783	.807
	특산물 신뢰성	.692	
	특산물 디자인	.782	
	특산물 품질	.766	
숙박	숙박 부대시설	.783	.840
	숙박 서비스	.820	
	숙박 객실의 청결성	.799	
	숙박 관리상태	.787	
교통	교통수단의 편리성	.846	.854
	교통수단의 안정성	.825	
	농촌지역 도로 표시 정확성	.804	
	주차장 등 편리 이용시설	.781	

(3) 관광객 만족에 관한 신뢰도 분석

관광객 만족에 관한 신뢰도 분석 결과를 제시하고 있으며, 신뢰도 0.805로 나타나 0.7기준에 적합한 것으로 나타났다.

<표 4-8> 관광객 만족에 관한 신뢰도 분석

신뢰도			
항목		AID Cronbach α	Cronbach α
관광객 만족	이번 농촌관광 방문은 전반적으로 만족했다.	.808	.805
	다음에도 농촌관광을 방문하겠다.	.700	
	주위 사람에게 농촌관광 방문을 적극적으로 추천하겠다.	.698	

3. 가설 검증

본 연구에서 제시한 가설을 검증하기 위하여 SPSS 20.0 프로그램을 활용하여 회귀분석을 실시하여 결과를 도출하였다.

1) 관광동기와 관광객 만족도 간의 관계검증

H1, 즉 농촌관광객의 관광동기가 관광객 만족에 유의한 영향을 미칠 것이다. H1를 검증하기 위하여 다중회귀분석을 통해 검정한 결과 <표 4-9>과 같다.

H1-1: 농촌관광객의 휴양동기가 관광객 만족에 영향을 미칠 것이다.

H1-2: 농촌관광객의 지식추구동기가 관광객 만족에 영향을 미칠 것이다.

H1-3: 농촌관광객의 문화체험동기가 관광객 만족에 영향을 미칠 것이다.

독립변수 관광동기(휴양, 지식, 문화체험)가 종속변수인 관광객 만족을 26.8% 설명하고 있다는 것으로 나타났다. F값은 42.469, 유의확률은 0.000으로 나타났으므로, 회귀선이 모델에 적합한 것으로 나타났다.

<표 4-9> 관광동기와 관광객 만족도 간의 관계검증

종속변수	독립변수	비표준화 계수	표준화 계수	t값	유의 확률	채택여부
		베타	표준오차			
관광객 만족	휴양	.043	.013	3.462	.001	채택
	지식	.123	.050	2.464	.014	채택
	문화체험	.338	.057	5.930	.000	채택
R= .518 R2 = .268 F= 42.469 P= .000						

2) 선택속성과 관광객 만족도 간의 관계검증

H2, 즉 농촌관광지 선택속성이 관광객 만족에 유의한 영향을 미칠 것이다. H2를 검증하기 위하여 다중회귀분석을 통해 검정한 결과 <표 4-10>과 같다.

H2-1: 농촌관광지 음식선택속성이 관광객 만족에 영향을 미칠 것이다.

H2-2: 농촌관광지 쇼핑선택속성이 관광객 만족에 영향을 미칠 것이다.

H2-3: 농촌관광지 숙박선택속성이 관광객 만족에 영향을 미칠 것이다.

H2-4: 농촌관광지 교통선택속성이 관광객 만족에 영향을 미칠 것이다.

독립변수 음식속성, 쇼핑속성, 숙박속성 및 교통속성 종속변수인 관광객 만족을 21.3% 설명하고 있다는 것으로 나타났다. F값은 23.609, 유의확률은 0.000으로 나타났으므로, 회귀선이 모델에 적합한 것으로 나타났다.

<표 4-10> 선택속성과 관광객 만족도 간의 관계검증

종속변수	독립변수	비표준화 계수	표준화 계수	t값	유의확률	채택여부
		베타	표준오차			
관광객 만족	음식	.134	.038	3.545	.000	채택
	쇼핑	.066	.048	1.364	.174	기각
	숙박	.165	.038	1.425	.155	기각
	교통	.215	.043	2.810	.005	채택
R= .462 R2 = .213 F= 23.609 P= .000						

3. 추가분석

1) 인구통계학적 특성에 따른 관광동기의 차이분석

(1) 성별에 따른 중국 농촌관광객의 관광동기의 차이분석

성별에 따른 중국 농촌관광객의 관광동기의 차이 살펴보기 위해서 관광동기의 3개 요인을 종속 변수로 설정하고 성별을 독립 변수로 하여 t-test 분석을 실시한 결과는 <표 4-11>과 같다.

<표 4-11> 성별에 따른 관광동기의 차이분석

구분		휴양	지식추구	문화체험
성별	남성(n=152)	3.7336	3.5181	3.8697
	여성(n=149)	3.9211	3.5285	3.9302
	t값(p값)	-2.312(.021)*	-.139(.890)	-.972(.332)

주:* p<.05 ** p<.01

분석결과, 휴양동기 중속 변수는 성별에 따라 관광동기 차이가 있는 것으로 나타났다. 성별에 따라 지식추구동기와 문화체험동기 차이가 없는 것으로 나타났다.

(2)결혼여부에 따른 중국 농촌관광객의 관광동기의 차이 분석

결혼여부에 따른 중국 농촌관광객의 관광동기의 차이 살펴보기 위해서 관광동기의 3개 요인을 종속변수로 설정하고 결혼여부를 독립변수로 하여 t-test 분석을 실시한 결과는 다음<표 4-12>과 같다.

<표 4-12> 결혼여부에 따른 관광동기의 차이분석

구분		휴양	지식	문화체험
결혼여부	미혼(n=44)	3.9773	3.5398	3.8273
	기혼(n=257)	3.8006	3.5204	3.9121
	t값(p값)	1.531(.127)	.182(.856)	-.965(.336)

주:* p<.05 ** p<.01

분석결과, 관광동기 중속 변수는 결혼여부에 따라 관광동기 차이가 없는 것으로 나타났다.

(3)연령, 직업, 학력, 월 평균 소득에 따른 중국 농촌관광객의 관광동기의 차이분석

연령, 직업, 학력, 월 평균 소득에 따른 중국 농촌관광객의 관광동기 차이를 살펴보면 관광동기 3개의 요인을 종속변수로 연령, 직업, 학력, 월 평균 소득을 독립변수로 하여 일원 배치 분산 분석을 실시한 결과는 <표 4-13>과 같다.

<표 4-13> 연령, 직업, 학력, 월 평균 소득에 따른 관광동기의 차이분석

구분		휴양	지식	문화체험
연령	20대(n=45)	4.0056(a)	3.5444	3.7733
	30대(n=73)	3.9795(b)	3.4932	3.8548
	40대(n=39)	3.9551(c)	3.5256	3.9282
	50대(n=92)	3.7473(d)	3.5761	3.9413
	60대 및 이상(n=51)	3.4706(e)	3.4216	3.9608
	F값(P값)	5.20(.000)**	1.456(.204)	1.425(.215)
직업	서비스업(n=25)	3.4500(g)	3.2600	3.7520
	주부(n=20)	3.9500(d)	3.6875	3.9900
	학생(n=6)	4.0417(b)	3.7500	3.9333
	자영업(n=12)	3.8750(e)	3.7917	3.9500
	전문직(n=19)	4.0658(a)	3.5395	4.0421
	공무원(n=47)	3.9309(e)	3.6011	3.9830
	회사원(n=93)	3.9624(c)	3.5242	3.8473
	기타(n=79)	3.6108(f)	3.4557	3.8911
	F값(P값)	3.343(.002) **	1.398(.206)	.841(.554)
교육수준	중졸(n=23)	3.3261(d)	3.5109	3.8957
	고졸(n=51)	3.4559(c)	3.5049	3.8863
	대학(n=197)	3.9416(b)	3.5406	3.8924
	대학원(n=30)	4.0833(a)	3.4500	3.9733
	F값(P값)	12.881(.000) **	.189(.904)	.208(.891)
월평균 소득 (단위 위안)	3000위안미만(n=33)	3.4697(d)	3.4167	3.9333
	3000-5000위안미만 (n=94)	3.7207(c)	3.5691	3.8638
	5000-7000위안미만 (n=77)	3.9545(a)	3.5682	3.9039
	7000-9000위안미만 (n=48)	3.8333(b)	3.4323	3.8417
	9000위안이상(n=49)	4.0612	3.5255	3.9959
	F값(P값)	4.819(.001)**	.663(.618)	.663(.618)

주:* p<.05 ** p<.01 Duncan's 사후검증결과 a>b>c>d>e>f>g>h

분석결과, 연령, 직업, 학력, 월 평균 소득에 따른 중국 농촌관광객의 관광동기 차이를 살펴보면, 연령, 직업, 학력, 월 평균 소득에 따른 휴양동기가 차이 있는 것으로 나타났다.

2) 인구통계학적 특성에 따른 선택속성의 차이분석

(1)성별에 따른 선택속성의 차이 분석

성별에 따른 선택속성의 차이 살펴보기 위해서 선택속성의 4개 요인을 종속변수로 설정하고 성별을 독립변수로 하여 t-test분석을 실시한 결과는 다음<표 4-14>과 같다.

<표 4-14> 성별에 따른 선택속성의 차이분석

구분		음식	쇼핑	숙박	교통
성별	남성(n=152)	3.7777	3.4556	3.8849	4.0099
	여성(n=149)	3.9195	3.6426	4.1661	4.3809
	t값(p값)	-2.047(.042)*	-2.355(.019)*	-4.181(.000)**	-5.634(.000)**

주:* p<.05 ** p<.01

분석결과, 성별에 따라 관광지 선택속성 4개요인 전부 차이가 있는 것으로 나타났다. 여성들이 향토음식, 쇼핑, 숙박, 교통 남성보다 더 중요하게 생각한다.

(2)결혼여부에 따른 선택속성의 차이분석

결혼여부에 따른 선택속성의 차이 살펴보기 위해서 선택속성의 4개 요인을 종속변수로 설정하고 결혼여부를 독립변수로 하여 t-test분석을 실시한 결과는 과 <표 4-15>과 같다.

<표 4-15> 결혼여부에 따른 선택속성의 차이분석

구분		음식	쇼핑	숙박	교통
결혼여부	미혼(n=44)	3.7545	3.3750	3.8239	3.8807
	기혼(n=257)	3.8615	3.5778	4.0584	4.2471
	t값(p값)	-1.055(.292)	-1.798(.073)	-2.417(.016)*	-3.829(.000)**

주:* p<.05 ** p<.01

분석결과, 결혼여부에 따라 관광지 선택속성 4개요인 중 숙박과 교통 차이가 있는 것으로 나타났고 향토음식과 쇼핑차이가 없는 것으로 나타났다. 기혼자들 숙박, 교통 더 중요하게 생각한다.

(3)연령, 직업, 학력, 월 평균 소득에 따른 선택속성의 차이 분석

연령, 직업, 학력, 월 평균 소득에 따른 선택속성의 차이를 살펴보며 선택속성 4개의 요인을 종속변수로 연령, 직업, 학력, 월 평균 소득을 독립변수로 하여 일원 배치 분산 분석을 실시한 결과는 다음<표 4-16>과 같다.

<표 4-16> 연령, 직업, 학력, 월 평균 소득에 따른 선택속성의 차이분석

구분		음식	쇼핑	숙박	교통
연령	20대(n=45)	3.7956	3.4111(d)	3.8389	3.9444
	30대(n=73)	3.8959	3.6712(b)	4.1233	4.2808
	40대(n=39)	3.8410	3.7372(a)	4.0962	4.2179
	50대(n=92)	3.8239	3.5815(c)	4.0489	4.2473
	60대 및 이상(n=51)	3.8510	3.2941(e)	3.9314	4.1667
	F값(P값)	.333(.893)	2.925(.014)*	1.973(.083)	2.135(.061)
직업	서비스업(n=25)	3.5760	3.3500	3.7100(h)	4.1400
	주부(n=20)	3.8400	3.5875	4.2375(a)	4.4125
	학생(n=6)	3.7667	3.2500	4.0833(d)	4.2083
	자영업(n=12)	3.8167	3.3542	3.7292(g)	3.9375
	전문직(n=19)	3.9895	3.5000	4.0658(e)	4.3553
	공무원(n=47)	3.9915	3.5851	4.1223(b)	4.2021
	회사원(n=93)	3.8882	3.6667	4.0968(c)	4.1962
	기타(n=79)	3.7722	3.5032	3.9557(f)	4.1456
	F값(P값)	1.442(.188)	1.060(.389)	2.376(.022)*	.993(.436)
교육 수준	중졸(n=23)	3.6696	3.3152(d)	3.8696	4.1848
	고졸(n=51)	3.7922	3.4461(c)	3.8971	4.2010
	대학(n=197)	3.8467	3.5571(b)	4.0508	4.1853
	대학원(n=30)	4.0667	3.8417(a)	4.1833	4.2417
	F값(P값)	2.029(.110)	3.093(.027)*	2.133(.096)	.080(.971)
월평균 소득 (단위 위안)	3000위안미만(n=33)	3.6848	3.6061	3.9318	4.2727
	3000-5000위안미만 (n=94)	3.7638	3.4654	3.9202	4.1569
	5000-7000위안미만 (n=77)	3.9636	3.6071	4.1688	4.2435
	7000-9000위안미만 (n=48)	3.8000	3.5104	4.0469	4.1719
	9000위안이상(n=49)	3.9714	3.6122	4.0357	4.1531
	F값(P값)	2.260(.063)	.667(.615)	2.075(.084)	.433(.785)

주:* p<.05 ** p<.01 Duncan's 사후검증결과 a>b>c>d>e>f>g>h

연령, 직업, 학력, 월 평균 소득에 따른 선택속성의 차이를 살펴보면, 연령과 교육수준에 따라 선택속성 4개요인 중 쇼핑 차이가 있는 것으로 나타났고, 직업에 따라 숙박 차이가 있는 것으로 나타났다. 월 평균 소득에 따라 차이가 없는 것으로 나타났다.

(4) 동반자에 따른 선택속성의 차이분석

동반자에 따른 선택속성의 차이를 살펴보면 선택속성 4개의 요인을 종속변수로 동반자를 독립변수로 하여 일원 배치 분산 분석을 실시한 결과는 다음<표 4-17>과 같다.

<표 4-17> 동반자에 따른 선택속성의 차이분석

구분		음식	쇼핑	숙박	교통
동반자	혼자 (n=44)	3.9167	3.8333	3.7917(c)	4.0625
	가족 (n=257)	3.8965	3.6259	4.1556 (a)	4.2587
	친구/동료 (n=135)	3.7985	3.4500	3.9296(b)	4.1352
	기타 (n=11)	3.6909	3.4318	3.7273(d)	4.1935
		.857 (.464)	2.305(.077)	5.116(.002***)	1.184(.316)

주:* p<.05 ** p<.01 Duncan's 사후검증결과 a>b>c>d

동반자에 따른 선택속성의 차이분석 결과 보면 쇼핑속성 중의 가족 4.1556, 친구/동료 3.9296, 혼자 3.7917, 기타 3.7273으로 나타났다.

4. 분석결과의 요약

본 연구는 연구목적을 달성하기 위하여 다음 2가지 가설을 설정하고, 실증 분석하였다. 따라서 연구 가설 결과 요약 다음<표 4-18>과 같다.

- H1** : 농촌관광객의 관광동기가 관광객 만족에 영향을 미칠 것이다.
- H1-1**: 농촌관광객의 휴양동기가 관광객 만족에 영향을 미칠 것이다.
- H1-2**: 농촌관광객의 지식동기가 관광객 만족에 영향을 미칠 것이다.
- H1-3**: 농촌관광객의 문화체험동기가 관광객 만족에 영향을 미칠 것이다.
- H2** : 농촌관광지 선택속성이 관광객 만족에 영향을 미칠 것이다.
- H2-1**: 농촌관광지 음식속성이 관광객 만족에 영향을 미칠 것이다.
- H2-2**: 농촌관광지 쇼핑속성이 관광객 만족에 영향을 미칠 것이다.
- H2-3**: 농촌관광지 숙박속성이 관광객 만족에 영향을 미칠 것이다.
- H2-4**: 농촌관광지 교통속성이 관광객 만족에 영향을 미칠 것이다.

<표 4-18> 가설검증 요약

가설		내용	채택여부
H1	H1-1	농촌관광객의 휴양동기가 관광객 만족에 영향을 미칠 것이다.	채택
	H1-2	농촌관광객의 지식동기가 관광객 만족에 영향을 미칠 것이다.	채택
	H1-3	농촌관광객의 문화체험동기가 관광객 만족에 영향을 미칠 것이다.	채택
H2	H2-1	농촌관광지 음식속성이 관광객 만족에 영향을 미칠 것이다.	채택
	H2-2	농촌관광지 쇼핑속성이 관광객 만족에 영향을 미칠 것이다.	기각
	H2-3	농촌관광지 숙박속성이 관광객 만족에 영향을 미칠 것이다.	기각
	H2-4	농촌관광지 교통속성이 관광객 만족에 영향을 미칠 것이다.	채택

또는, 추가분석 결과 요약하면, 성별에 따른 여성들이 음식, 쇼핑, 숙박, 교통 남성보다 더 중요하게 생각한다. 기혼자들 숙박, 교통 더 중요하게 생각한다. 연

령에 따른 40대 주로 쇼핑 중요하게 생각하며 직업에 따른 숙박 더 중요하게 생각한다. 교육수준 중 고학력 쇼핑 더 중요하게 생각하고 월 평균소득에 따른 큰 차이 없는 것으로 나타났다.

V. 결론

1. 연구의 요약

중국에서는 농촌관광 시장이 확대 되고, 농촌을 방문하는 도시민들이 증가함에 따라 중국 농촌관광시장의 성장 가능성이 중요한 관심사로 떠오르고 있다. 이에 따라 중국 도시민들 농촌관광 방문하는 동기와 농촌관광지의 선택속성에 대한 연구가 더욱 필요한 것으로 보인다.

본 연구는 중국 상하이 시민을 대상으로 농촌관광객의 관광동기를 분석함으로써 전체적인 만족도를 높일 수 있는 속성이 무엇인지 찾아내고 인구통계학적 특성에 따른 차이점을 파악하고자 하였다. 본 연구는 중국 도시민 관광객의 특성에 맞고 더 실용적인 마케팅전략의 시사점을 도출하는데 목적이 있다.

본 연구의 실증분석을 위해 설문조사를 실시하였다. 조사는 2018년 4월 11일부터 4월 20일 총10일간 중국 상하이 시민을 대상으로 응답자가 직접 기입하는 자기기입식 설문조사방법으로 진행되었다. 총 350부의 설문지를 배포하였고 회수된 설문지 중 불성실한 답변을 제외한 총 301부를 유효 표본으로 활용하여 실증분석에 이용했다.

통계분석은 SPSS 20.0프로그램을 이용하여 빈도분석, 타당도 및 신뢰도 분석, 다중회귀분석, t-test 및 ANOVA분석을 실시하였다.

실증 분석으로 통하여 얻는 결론이 다음과 같이 있다. 본 연구에서 설정된 'H1 농촌관광객의 관광동기가 관광객 만족에 영향을 미칠 것이다'에 대한 검증 결과 관광동기 3가지 요인 휴양동기, 지식동기 및 문화체험동기가 모두 관광객 만족에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 'H2 농촌관광지 선택속성이 관광객 만족에 영향을 미칠 것이다.'에 대한 검증 결과 선택속성 4가지 요인 중 음식속성과 교통속성이 관광객 만족에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 반면에 쇼핑속성과 숙박속성이 관광객 만족에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

인구통계학적 특성에 따른 차이분석 결과를 살펴보면 성별에 따라 휴양동기, 음식, 쇼핑, 숙박, 및 교통이 차이가 있는 것으로 나타났으며, 연령에 따라 휴양동기와 쇼핑속성 차이가 있는 것으로 나타났다. 직업에 따라 휴양동기와 차이가 있는 것으로 나타났다. 교육수준에 따라 휴양동기와 쇼핑 차이가 있는 것으로 나타났다. 하지만 결혼여부에 따라서는 관광객 관광동기와 선택속성이 모두 차이가 없는 것으로 나타났다. 월 평균 소득에 따라 휴양동기만 차이가 있는 것으로 나타났다.

인구통계학적 특성에 성별에 따른 집단 간 차이검증에서는, 관광지 선택속성에서 관광지 음식, 쇼핑, 숙박, 교통의 경우에는 모두 남성보다 여성이 상대적으로 높은 평균값을 보이고 있는 것으로 나타났다. 대부분 남성보다 여성이 농촌관광을 좋아하는 경향을 볼 수 있고 관광지의 선택속성을 고려해서 관광지를 결정하는 경향을 볼 수 있다. 결혼여부에 따른 집단 간 차이검증에서는, 관광지 선택속성에서 관광지 숙박, 교통의 경우에는 모두 미혼보다 기혼 집단이 상대적으로 높은 평균값을 보이고 있는 것으로 나타났다. 연령에 따른 관광지 선택속성 차이검증을 실시한 결과, 40대의 경우는 쇼핑 상대적으로 높은 평균값이 나타났고, 이들은 타겟으로 농촌관광에 유인하기 위해서는 보다 더 합리적인 특산품/기념품 가격과 연령층에 따라 맞춤 신상품 개발이 필요하다고 생각한다. 교육수준의 경우는 저학력보다 고학력자들이 쇼핑에 있어서 높은 평균값을 보이는 것으로 나타났다. 동반자의 경우는 숙박 선택속성 중에서 가족과 친구/동료 상대적으로 높은 평균값이 나타났다.

2. 시사점

본 연구결과에 따른 시사점으로는 중국 농촌관광 쇼핑속성에 대한 중국 농촌관광객 그들의 성향, 니즈, 그룹별 하위문화를 분석하고 그에 맞는 상품과 서비스를 제공하는 전략이 필요하다. 예를 들어 고급화 전략이라든가 하위문화(sub culture)별 관광과 관련 상품 개발하여 상품 다르게 제공하는 전략을 먼저 사용

해보는 것이 필요할 것이다. 숙박시설 부분에서는 고객의 입장에서 새로운 가격 정책을 단행할 필요가 있다고 생각한다. 또한 깨끗하고 편리한 시설을 제공하여 방문객의 불편함을 해결해야 한다고 생각한다. 전통숙박시설 및 관련기관에서는 세분화되고 전문적인 경영전략을 통해 차별화된 서비스를 제공하여 다양화되고 있는 고객들의 욕구를 충족시켜 나가야 할 때라 생각한다.

아울러 휴양동기가 강한 관광객을 대상으로 유명한 브랜드, 쇼핑장소의 편리성, 음식점 품질, 숙박 부대시설 등이 포함된 상품 구성이 필요하다. 지식동기가 높은 관광객들은, 농촌관광지의 이미지를 강화하는 마케팅과 그에 일치하는 전문적인 정보를 제공할 수 있는 관광상품 개발이 필요하다. 문화체험 동기가 강한 관광객을 대상으로 농촌관광지 가지고 있는 매력적인 체험에 대한 홍보와 긍정적인 이미지 제공할 수 있는 관광상품 개발이 추천된다.

3. 연구의 한계점 및 향후 연구 방향

본 연구는 위와 같은 학문적과 실무적 의미를 가지고 있음에도 불구하고 아직 많은 한계점을 가지고 있다. 본 연구의 한계점과 이에 따른 향후 연구방향을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 연구대상을 수집하는 과정에서 상하이 도시민만 조사하게 되어 다른 지역 도시민 설문대상에 반영하지 못한 한계점을 지니고 있다.

둘째, 관광만족도는 복잡한 개념으로 본 연구에서 전반적 만족 측정해서 관광동기와 선택속성에 대한 세부적인 만족에 반영하지 못한 한계점을 지니고 있다.

셋째, 본 연구에서는 중국 관광객들을 대상으로 연구를 진행하였다. 그러나 향후 외국인 관광객들의 수요가 증가함에 따라 외국인 관광객을 대상으로 한 연구도 필요할 것으로 판단된다.

넷째, 본 연구에서 도출한 음식, 쇼핑, 숙박, 교통 선택속성 이외에 또 다른 속성이 존재 할 수 있다. 따라서 추후연구에서는 충분한 이론적 검토와 전문가집단 및 고객들에 대한 인터뷰를 통하여 더 다양한 선택속성을 추출하여 검증하는 것

이 필요하다.

향후 연구과제는 중국 여러 도시 도시민을 대상으로 농촌관광객의 관광동기와 선행연구 도출한 다양한 선택속성 집단별 구분해서 차이 분석을 할 필요가 있다고 생각한다.

참고문헌

1. 국내문헌

1) 서적

- 강성일·이계희(2011). 제주 올레 관광객과 대중관광객의 특성 비교 : 방문동기, 환경친화적 여행태도, 웰빙인식을 중심으로. 『한국관광경영학회』, 25(6), pp.23-40
- 공기열(2003). 방한 일본인 관광객의 개인가치에 따른 호텔숙성선택의 차이연구, 한국관광·레저연구, 14(3):213-227.
- 김광웅(1999). 방법론강의, 박영사
- 김민철, 부창산, 김영훈(2008). 제주지역 내 중국 및 일본 관광객의 선택속성의 차이분석, 한국지역지리학회, 한국지역지리학회지 Vol.14No.2, p.126-140
- 김성혁·김용일·오재경(2012). 해양관광 방문동기 시장세분화에 따른 해양관광활동 차이와 관광만족 및 관광지 이미지에 미치는 영향 연구: 부산지역을 방문한 관광객들을 대상으로. 『관광연구』, 27(1), 17-36
- 김영우(2004). 아웃바운드 관광객의 관광유형에 따른 여행상품 구매행동, 『호텔경영학연구』, 13(4), 185-204
- 김영우(2004). 아웃바운드 관광객의 관광유형에 따른 여행상품 구매행동, 『호텔경영학연구』, 13(4), 185-204
- 김원인(1994). “관광지 선호에 관한 실증적 연구”, 관광학연구, 18(1), pp.1-22.
- 박동진·손관영(2004). 관광동기, 이미지, 기대, 만족 및 충성도간의 구조적 관계: 안동지역 방문자를 대상으로 「관광학연구」 pp.65~83
- 박성용·오테현(1999). 강원도 관광지 선택과 만족요인에 관한 연구 p83-102, 20pages

- 박성용 · 오태현(1999). 강원도 관광지 선택과 만족요인에 관한 연구. 산학경영 연구,12,83-102
- 박수완 · 한승엽(1998). 관광동기와 관광지 매력속성과의 관계에 관한 연구, 한국호텔경영학회, 호텔경영학연구 Vol.7 No.2, p.35-51
- 박호균(2002). 논문, 농촌관광과 지원체계: 이스라엘 사례, 한국 농촌지도학회 지, 9(2), p161-171
- 변수녀 · 최병길(2007). 관광의 동기, 만족 및 관광지 충성도간의 관계 구조모델. 『관광레저연구』.19(3).71-85.
- 양길승 · 이경수.(2012). 지역축제의 참가동기, 지각가치, 충성도 간의 구조관계 연구. 관광연구저널, 26(1), 199-215
- 오민재 · 이승곤 · 이후석(2006). 드라마 촬영지 관광객 동기유형별 관광이미지 포지셔닝 연구, 『관광학연구』, 30(4), 293-315
- 오상훈 · 이유라(2012). 도시 관광 동기와 만족속성에 관한 연구 : 서울 방문 중국관광객을 중심으로. 『관광연구저널』,26(4), 207-228.
- 윤유식 · 박덕병(2008). 농촌관광마을 지역주민의 사회자본이 농촌관광개발 효과인지에 미치는 영향 분석, 관광학연구,32(2),pp.193-211
- 이경하 · 문혜영 · 김홍범(2002). “관광지 속성과 공간마찰변수가 관광지선택에 미치는 영향”, 관광학연구 17,2,pp.1-22.
- 이은미 · 이계희(2006). 관광지로서의 영화촬영지에서 Push-pull 동기모형의 유효성. 소비문화연구, 9(2), 187-204.
- 이재곤 · 한금희 · 김정아(2013). 관광자의 방문경험에 따른 관광동기 및 관광자 행동의도 비교 연구: 최초방문자와 재방문자의 비교를 중심으로. 『관광연구, 28(3), 269-289.
- 이창춘(1998). 『최신관광자원학』, 대왕사
- 이후석 · 오민재(2005). 드라마 촬영지 관광동기 유형에 따른 시장세분화에 관한 연구 -부천 판타스틱 스튜디오 관광객을 사례로. 관광연구저널, 19(1), pp. 297-311

- 정규엽·이창호(1998). 韓國人 海外旅行者의 動機와 滿足度에 관한 研究. 관광학 연구, 22(2), 503-510.
- 진양호(2000). 패밀리 레스토랑의 선택속성과 재방문가능성에 관한 연구, 한국조리학 회지, 6(2), pp.157~173.
- 한경수(1992). 관광객행동론, 형설출판사

2) 논문

- 강미희(1999). 생태 관광객의 여행 동기 및 태도: 척도구축과 관광객유형별 비교 분석. 박사학위 논문. 서울대학교
- 곽노엽(1999). 관광지 속성의 선호도에 관한 연구, 박사학위논문, 경기대학교.
- 권오주(2001). “방한 중국인 관광객의 관광행동에 관한 연구”, 세종대학교 대학원, 석사학위논문
- 김계섭(1998). 관광지 개발의 목표계층화에 관한연구 박사학위논문 경기대
- 김동훈(2005). 관광지 속성이 지각된 관광가치, 관광만족 및 재방문의도에 미치는 영향. 제주대학교 경영학과 박사학위논문.
- 김오성(2010). 스포츠관광자의 참가동기, 선택속성, 인지된 가치, 관광만족, 재참가의도 및 구전의도 간의 구조적 관계. 박사학위논문, 강원대학교.
- 김이향(2006). “방한 중국인의 한류태도, 관광목적지 이미지, 관광지 선택속성, 만족”, 동아대학교 석사학위 논문
- 김향자(1996). 휴가목적지 선택행동의 지각조절요인에 관한 연구. 경기대학교 대학교. 박사학위논문
- 녕수연(2012), 문화유산관광지 선택속성이 만족도 및 행동의도에 미치는 영향: 지각가치를 매개변수로, 호남대학교 대학원,박사학위논문.
- 단경화(2009). 중국 여행객의 한국관광 동기와 만족에 관한 연구. 인천대학교대학원 석사학위논문
- 문순영(1994). 일본관광자의 관광동기와 만족도에 관한 실증적 연구. 석사학위 논문, 세종대학교.

- 박옥희(2000). 관광체험이 관광자 태도에 미치는 영향에 관한 연구. 석사학위논문, 동아대학교.
- 박용면(2010). 골프관광 이용객의 참여 동기에 따른 골프관광지 선택중요도와 만족도에 관한 연구. 석사학위논문, 경희대학교 테크노 경영대학원.
- 박인호(2011). 도시 관광의 동기와 매력성에 관한 연구 : 중국인의 서울방문을 중심으로. 제주대학교 대학원 박사학위논문.
- 서운원(1999). 중국인 관광객의 행동특성에 따른 만족도 연구 .경희대학교대학원 석사학위 청구논문
- 손지군(2011). 방문객에 대한 방문동기로서 시장세분화에 관한 연구 : 중국 하얼빈 국제빙설축제사례를 중심으로. 배재대학교 대학원 석사학위논문.
- 송재영(2012). 축제 방문객 동기요소에 따른 시장세분화 연구 : 김제지평선축제를 중심으로, 배재대학교 대학원, 석사학위논문.
- 여영숙(2011). 관광동기에 따른 사전기대가 관광경험의 진정성에 미치는 영향-매스미디어에 의한 관광이미지의 매개효과를 중심으로 -박사 논문
- 이경하(2002). 관광객의 의사결정기준과 효용특성이 관광지 선택에 미치는 영향. 세종대학교 대학원 박사학위논문.
- 이귀옥(2000). 생태관광자의 개인 특성에 따른 관광 활동참여와 만족에 관한 연구. 박사학위논문, 대구대학교. 2002. 관광객의 특성에 따른 환경인식에 관한 연구. Tourism Research16: 141-161.
- 이소한(2001). 관광만족에 관한 한·중 비교 연구.원광대학교 대학원 석사학위 청구논문
- 이소한(2001). 관광만족에 관한 한·중 비교 연구.원광대학교 대학원 석사학위 청구논문
- 장정정(2014). 방한 중국인 관광객의 관광태도, 관광활동 선호도 및 관광객 만족도 간 영향관계 순천향대학교 대학원 석사학위논문
- 최설매(2004). IPA분석에 의한 방한 중국인 관광객의 관광지 선택속성과만족에 관한 연구. 석사학위논문, 동아대학교 대학원.
- 최용훈(2008). 관광지 선택속성이 관광자 만족과 재방문의도에 미치는 영향. 박사학위논문, 경기대학교 일반대학원

- 최용훈(2008). 관광지선택속성이 관광객 만족과 재방문의도에 미치는 영향 : 관광객유형과 관광객 국적별 비교 경기대학교 일반대학원 관광경영학과 박사학위논문
- 추 영(2011). 한양대학교 석사논문 관광동기에 따른 농촌관광지 선택속성에 관한 연구
- 하종완(2005). 농촌관광동기·태도가 관광의도에 미치는 영향. 박사학위논문, 계명대학교.
- 하종완(2005). 농촌관광동기·태도가 관광의도에 미치는 영향. 박사학위논문, 계명대학교.
- 한호성(2006). 중국인관광자의 한국여행상품선택에 관한 연구, 경기대학교 대학원 석사학위논문

2. 국외문헌

- A .J. Haahti(1986). "Finland's Competitive Position as a Destination," Annals of Tourism Research, 13, pp.11-35.
- Bramwell, B. and Lane B(1994). Rural tourism and sustainable rural development. proceeding from the second international school of rural development London: Channel View Books.
- Dann, G. M. S.(1981). Tourist motivation: An appraisal, Annals of Tourism Research, 8(2), 187-219.
- David M.& Baker A.(2013). Service quality and customer satisfaction in the Airline Industry: a comparison between legacy airlines and low-cost airlines, American Journal of Tourism Research, 2(1), 67-77.
- Day, R. L.(1990). A Comprehensive study of satisfaction with Consumer Services, Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and

complaining Behavior.

- Fallon, P & Schofield, P(2006). The dynamics of destination attribute importance. *Journal of Business Research*,59(6),709-713.
- Fodness, D(1994). Measuring tourist motivation. *Annals of Tourism Research*21,no.3:555-581.
- Giese, J. L & Cote, J .A.(2002). Defining Consumer Satisfaction, *Academy of Marketing Science Review*,2000(1),1-24.
- Gilbert D.(1999). Rural Tourism and marketing, synthesis and new ways of working. 『*Tourism Management*』 , 10(1), 39-50.
- Goodrich J. N.(1997). Benefit bundle analysis : An Empirical Study of International Traveler, *Journal of Travel Research*. 16(Fall) : 1-3.
- Haahti, A. J.(1986). “Finland’s Competitive Position as a Destination”, *Annals of Tourism Research*, 13, pp.11-35.
- Inskip Edward(1991). *Tourism Planning : An Integrated & Sustainable Development Approach*, New York : V.N.R.
- Iso-Ahola. S.(1982). Towards a social psychology of tourism motivation: Are joinder, *Annals of Tourism Research*, 9(2), 256-262.
- J. A. Thomas.(1984). What Makes People Travel, *ASTA Travel News*, August1984,pp.64-65.
- Keeney, R. Land Raiffa, H.(1976). *Decisional with multiple objectives Preference Tradeoffs*, Trumpington Street, Cambridge: Cambridge University Press.
- Kotler, P ,Bowen, J. and Makens, J.(1996). *Marketing for Hospitality& Tourism*, New Jersey, Prentice-Hall, Inc.
- Kozak, M.& Rimmington, M.(2000). Tourist Satisfaction with Mallorca, Spain, as an Off-Season Holiday Destination, *Journal of Travel Research*, 38(3), 260-269

- Kumar, P. Dass, M. & Topaloglu O.(2014). Understanding the Drivers of Job Satisfaction of Frontline Service Employees, Journal of Service Research,17(4),367-380
- Lane, B(1994). What is rural tourism? Journal of Sustainable Tourism,2:
- Loudon D. L.& Bitta A. J. D(1984). "Consumer behavior"2nd ed. New York: Mc Graw -Hill
- Loudon. D. L. D. Bitta & J. Albert(1984). 『Consumer Behavior』 2nd. ed. New York: Mc Graw-Hill pp.172~173
- Lounsbury, J. W. & Polik, J. R.(1992). Leisure needs and vacation satisfaction, Leisure Science, Vol.14(2), 1992, pp.105-106
- McIntosh, R. W.(1990). Tourism Principles, Practice Philosophies, 5, p.52.
- Morrison A. M.(1989). "Hospitality and travel marketing", NY: Delmar Publishers
- OECD(1994). The Contribution of Amenities to Rural Development , aris : OECD. Cultivating Rural Amenities: An Economic Development ersective, aris: OECD.
- Oliver, R. L(1980). A cognitive model of antecedents and consequences of satisfaction decision. Journal of Marketing Research, Vol.17 1980, pp.460-469.
- Oliver, Richard L.(1997). Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer, New York: Irwin/Mc Graw-Hill.
- Owens, R. G.(1987). Organizational behavior in education, Englewood Cliffs, N. J.: Prentice Hal
- Pearce, D .G.& R. W. Butler(1993). Tourism Research: Critiques and Challenges, Routledge
- Peter E. Murphy(1985). Tourism :A Community Approach, Methuen, 1985, pp.21-27.
- Pizam ,Y. N.(1978). The effects of advertising on high and low loyalty

- consumer segments. *Journal of Consumer Research*, 9, 77-89.
- Prentice, R. (1993). Motivations of the heritage consumer in the leisure market: an application of the Manning-Haas demand hierarchy. *Leisure Sciences* 15: 273-290.
- Stabler, J. M. (1988). The Image of Definition Regions: Theoretical and Empirical Aspects. *Marketing in the Tourism Industry: The Promotion of Destination Regions*, Ashworth G, and B. Goodall, London: Routledge Kegan Paul
- Uysal, M. & Jurowski, C. (1994). Testing the push and pull factors, *Annals of Tourism Research*, 21(4), 844-846
- Uysal, M. and L. R. Hagan. (1993). Motivation of pleasure travel and tourism. M. A. Khan, M. D. Olsen and Turgut Var, eds. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Yokoyama, Fumito (1991). Casual Modeling of Tourist Satisfaction: Application to Michigan's Northwestern Coastal Tourism Region, Ph. D. dissertation, Michigan State University. p.62.
- Yoon, Y & Uysal, M. (2005). Examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model, *Tourism Management*, 26(1), 45-56
- 杜江、向萍(1999). 關於鄉村旅游可持續發展的思考. 《旅游學刊》, 14 (1) , 15-18.
- 黃成林(2003). 黃山市鄉村旅游初步研究. 《人史地理》, 2003 (1) , 24-28.
- 郭煥成, 韓非(2010). 中國鄉村旅游發展綜述, 中國科學院地理科學與資源研究所 P1599
- 郭煥成, 韓非(2010). 中國鄉村旅游發展綜述, 中國科學院地理科學與資源研究所 P1600-1602
- 賈俊明, 葛文光(2013). 中國農村觀察-關於三農問題和三農提法的考察 P86
- 劉德謙(2006). 關於鄉村旅游、農業旅游與民俗旅游的幾點辨析. 《旅游學刊》, 21 (3), p16-18.
- 唐德榮, 楊錦秀, 劉藝梅(2010). 鄉村旅游重游決策影響因素實證研究——基於重慶

- 市510位城市游客的調查數據. 農業技術經濟.
- 田中喜一(1950). 觀光事業論,觀光事業研究會編, p.53: 조명환. “관광동기연구에 관한 재 고찰”, 관광·레저연구,6,1994, p.100에서 재인용.
- 王仰麟(1999).景觀生態系統的空間結構：概念、指標与案例.《地球科學進展》,1999 3, 43-45.
- 吳必虎(2001).大城市环城游憩帶(ReBAM) 研究——以上海爲例.《地理科學》, 2001 (4), 25-27
- 吳必虎(2001).大城市环城游憩帶(ReBAM) 研究——以上海爲例.《地理科學》,2001 (4), 25-27報, 28 (1), 31-33.
- 謝樺(2017). 旅游業的發展現狀狀況淺析論文
- 原梅生(2008). 鄉村旅游業對農戶生計的影響分析——以山西三个景區爲例. 《經濟問題》,p119-123.
- 仲穎(2017). 如何解決鄉村旅游業配套不足問題 代表建議納入上海產業整体規劃

3. 기타문헌

- 농업용어사전: 농촌진흥청
- 한국관광공사 <http://www.visitkorea.or.kr/intro.html>
- 농림부 홈페이지 <http://www.maf.go.kr>
- 바이두 百度百科<http://baike.baidu.com>
- 中國文化旅游官网 <http://www.cnta.gov.cn/>
- 상하이 정부홈페이지 上海政務网 <http://shzw.eastday.com/>
- 19차 당대회 보고서(19大党大會報告書2017년 12월28일-29일)
 「2015년 중국 농촌관광시장 조사 보고서」(「2015年中國鄉村旅遊市場調查報告」).
- http://www.sohu.com/a/233752262_316950

안녕하십니까?

바쁘신데도 불구하고 본 설문조사에 응해주셔서 감사합니다.

본 설문지는 중국 관광객의 농촌관광동기와 선택속성이 관광객 만족도에 미치는 영향을 조사하기 위한 목적으로 작성되었습니다.

질문을 읽으신 후 귀하의 의견을 빠짐없이 답변해 주시면 감사하겠습니다.

귀하의 응답내용은 통계처리에 의한 연구목적으로만 사용할 것을 약속드립니다.

응답 중 의문사항이 있으시면 아래 연락처로 연락주시면 성실히 답변해 드리겠습니다.

다시 한번 본 조사에 협조해 주신데 대하여 진심으로 감사드립니다.

I. 다음은 귀하의 **관광특성**에 관한 질문입니다.

1. 귀하께서는 지난해에 농촌관광 **몇 번** 방문하셨습니다?

- ① 1회 ② 2-3회 ③ 4-5회
④ 6-7회 ⑤ 8회 이상

2. 귀하께서는 방문 시 **체류기간**은?

- ① 당일 ② 1박2일 ③ 2박3일 ④ 3박4일

3. 귀하께서는 방문 시 **동반자**는?

- ① 혼자 ② 가족 ③ 친구/동료 ④ 기타

4. 귀하께서는 농촌체험을 위한 **정보원천**은?

- ① TV광고 ② 인터넷 ③ 신문 및 잡지 ④ 라디오
⑤ 다른 사람 추천 ⑥ 각종 여행 APP ⑦ 기타

II. 다음은 귀하의 농촌관광동기에 대한 질문입니다.

구분	항목	전혀 그렇 지 않다	그렇 지 않다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
휴양	1.휴식 및 휴양을 위해서	①	②	③	④	⑤
	2.일상생활에서 탈출하기 위해서	①	②	③	④	⑤
	3.스트레스 해소하기 위해서	①	②	③	④	⑤
	4.건강 증진을 위해서	①	②	③	④	⑤
지식	5.자아 발견 및 개발을 위해서	①	②	③	④	⑤
	6.지식을 확대하기 위해서	①	②	③	④	⑤
	7.흥미를 확대하기 위해서	①	②	③	④	⑤
	8.새로운 것을 발견하시 위해서	①	②	③	④	⑤
문화 체험	9.전통문화를 체험하기 위해서	①	②	③	④	⑤
	10.향토 음식을 체험하기 위해서	①	②	③	④	⑤
	11.농가 민박을 체험하기 위해서	①	②	③	④	⑤
	12.농촌 생활을 체험하기 위해서	①	②	③	④	⑤
	13.농촌 체험을 체험하기 위해서	①	②	③	④	⑤

III. 다음은 농촌관광지 선택 시에 선택속성에 관한 질문입니다.

구분	항목	전혀 그렇 지 않다	그렇 지 않다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
음식	1.음식 맛	①	②	③	④	⑤
	2.음식 가격	①	②	③	④	⑤
	3.음식 종류	①	②	③	④	⑤
	4.농촌지역 특색 있는 음식	①	②	③	④	⑤
	5.음식점의 서비스	①	②	③	④	⑤
쇼핑	6.특산물/기념품 가격	①	②	③	④	⑤
	7.특산물/기념품 신뢰성	①	②	③	④	⑤
	8.특산물/기념품 디자인	①	②	③	④	⑤
	9.특산물/기념품 품질	①	②	③	④	⑤
숙박	10.숙박 부대시설	①	②	③	④	⑤
	11.숙박 서비스	①	②	③	④	⑤
	12.숙박 객실의 청결성	①	②	③	④	⑤
	13.숙박 관리상태	①	②	③	④	⑤
교통	14.교통수단의 편리성	①	②	③	④	⑤
	15.교통수단의 안정성	①	②	③	④	⑤
	16.농촌지역 도로 표시 정확성	①	②	③	④	⑤
	17.주차장 등 편리 이용시설	①	②	③	④	⑤

IV. 다음은 귀하의 농촌관광의 전반적인 만족도에 관한 질문입니다.

항목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1. 이번 농촌관광은 만족했다.	①	②	③	④	⑤
2. 다음에도 농촌관광을 방문하겠다.	①	②	③	④	⑤
3. 주위 사람에게 농촌관광을 추천하겠다.	①	②	③	④	⑤

V. 다음은 인구통계에 대한 질문입니다.

1. 귀하의 성별은? ① 남 ② 여
2. 귀하의 연령은? ① 20대 이하 ② 20대 ③ 30대 ④ 40대 ⑤ 50대 ⑥ 60대 이상
3. 귀하의 결혼 여부가 있습니까? ① 미혼 ② 기혼
4. 귀하의 직업은?
 - ① 서비스업 ② 주부 ③ 학생 ④ 상업(자영업) ⑤ 전문직(의사, 변호사, 교구,
 - 등) ⑥ 공무원(군인, 국가 공무원 등) ⑦ 회사원 ⑧ 기타
5. 귀하의 교육 수준은?
 - ① 중졸 ② 고졸 ③ 고졸전문대 및 대졸재학생포함 ④ 대학원재학생포함
6. 귀하 월평균소득은?
 - ① 3000위안 미만 ② 3000-5000위안 미만 ③ 5000-7000위안 미만
 - ④ 7000-9000위안 미만 ⑤ 9000위안이상

※ 본 설문에 응답해 주셔서 대단히 감사합니다 ※

您好！

非常感谢您在百忙之中，抽出时间来做我们的问卷调查。

本问卷调查是针对中国农村观光客观光动机和观光地属性对游客满意度研究为目的设置的。

希望您能认真的回答我们的每一个问题。

您回答的内容，以无记名的方式处理，调查结果只用于学术研究和统计。

您在回答时，如果有什么问题，请联系我们，我们会给予您真诚的回答。

对您的合作，我们再一次表示真诚的感谢。

I. 下面是关于观光特性的一般问题。

1. 閣下去年參與了几次農村觀光?

- ① 1次 ② 2-3次 ③ 4-5次
④ 6-7次 ⑤ 8次 以上

2. 閣下訪問的停留時間?

- ① 当天 ② 兩天一夜 ③ 三天兩夜 ④ 四天三夜

3. 閣下訪問的同伴者?

- ① 自己 ② 家族 ③ 朋友或同事 ④ 其他

4. 閣下對農村觀光的情報來源?

- ① TV广告 ② 網絡 ③ 新聞或雜誌 ④ 收音机
⑤ 朋友推荐 ⑥ 各种旅游APP ⑦ 其他

II. 下面是关于阁下参与农村观光的观光动机的问题。

类别	内容	完全不同意	不同意	一般	同意	非常同意
休养	1.为了休息和休养身心	①	②	③	④	⑤
	2.为了远离日常生活	①	②	③	④	⑤
	3.为了减少压力	①	②	③	④	⑤
	4.为了健康	①	②	③	④	⑤
知识	5.为了实现自我	①	②	③	④	⑤
	6.为了增长知识	①	②	③	④	⑤
	7.为了扩充兴趣	①	②	③	④	⑤
	8.为了发现新事物	①	②	③	④	⑤
文化体验	9.为了体验传统文化	①	②	③	④	⑤
	10.为了体验乡土美食	①	②	③	④	⑤
	11.为了体验农家住宅	①	②	③	④	⑤
	12.为了体验农村生活	①	②	③	④	⑤
	13.为了体验农家活动	①	②	③	④	⑤

III. 下面是关于阁下选择农村观光地的观光属性的问题。

类别	内容	完全不重要	不重要	一般	重要	非常重要
美食	1.美食的味道	①	②	③	④	⑤
	2.美食的价格	①	②	③	④	⑤
	3.美食的种类	①	②	③	④	⑤
	4.农村地区特色美食	①	②	③	④	⑤
	5.美食店的服务	①	②	③	④	⑤
购物	6.特产品的价格	①	②	③	④	⑤
	7.特产品的信赖度	①	②	③	④	⑤
	8.特产品的设计	①	②	③	④	⑤
	9.特产品的质量	①	②	③	④	⑤
住宿	10.住宿的附属设施	①	②	③	④	⑤
	11.住宿的服务质量	①	②	③	④	⑤
	12.房间的整洁度	①	②	③	④	⑤
	13.民宿的管理状态	①	②	③	④	⑤
交通	14.交通的便利度	①	②	③	④	⑤
	15.交通的安全性	①	②	③	④	⑤
	16.农村地区道路指示牌的准确确定	①	②	③	④	⑤
	17.停车场等设施	①	②	③	④	⑤

IV. 下面是对阁下所参与农村观光的满意度的问题。

内容	完全不同意	不同意	一般	同意	非常同意
1. 对所参与的农村观光很满足	①	②	③	④	⑤
2. 下次还会进行农村观光活动	①	②	③	④	⑤
3. 会向周围朋友推荐农村观光	①	②	③	④	⑤

V. 下面是关于人口统计的一般问题。

1. 阁下的性別? ① 男 ② 女

2. 阁下的年齡? ① 20歲以下 ② 20代 ③ 30代 ④ 40代 ⑤ 50代 ⑥ 60代 以上

3. 阁下的婚姻狀況? ① 未婚 ② 已婚

4. 阁下的職業?
 - ① 服務業 ② 家庭主婦 ③ 學生 ④ 商家(自營業) ⑤ 專門職業(医生, 辯護士, 教授, 等)
 - ⑥ 公務員(軍人, 國家公務員 等) ⑦ 公司職員 ⑧ 其他

5. 阁下的學歷?
 - ① 初中 ② 高中 ③ 職業高中或大學生 ④ 碩士畢業或以上

6. 閣下月平均收入?
 - ① 3000元未滿 ② 3000-5000元未滿 ③ 5000-7000元未滿
 - ④ 7000-9000元未滿 ⑤ 9000元或以上

※ 感謝閣下的答卷 ※

ABSTRACT

The effects on the participation motivation and the selection attributions of Chinese Rural tourism on the satisfaction

Yun Ma

Department of Tourism Management
GRADUATE SCHOOL of JEJU NATIONAL UNIVERSITY

As China's rural tourism market is expanding and the number of urban residents visiting China's rural tourism is increasing, the prospect of future growth of China's rural tourism market is becoming a major concern. Therefore, it is necessary to study on the motivation to visit the rural people in the city of China and the selection attributes of rural areas. The purpose of this study is to analyze the tourism motivation of rural visitors and to find out the attributes that can enhance the overall satisfaction, to find the difference according to the demographic characteristics, The purpose of the strategy is to derive implications.

A survey was conducted for the empirical analysis of this study. The survey was conducted from April 11, 2018 to April 20, 2018, for a total of 10 days, using a self - filling questionnaire surveyed by residents of Shanghai, China. A total of 350 copies were distributed. A total of 301 copies were used as an effective sample for the empirical analysis, except for those with low reliability and validity.

Statistical analysis was performed using frequency analysis, validity and reliability analysis, multiple regression analysis, t-test and ANOVA using SPSS for Window 20.0 program. The conclusions from the empirical analysis are as follows. In this study, 'H1 rural tourist' s tourism motive will affect tourist 's satisfaction. The results showed that three factors of tourism motive were recreational motivation, knowledge motivation and culture motivation motive influencing tourist satisfaction .The results of this study showed that the food attributes and the traffic attributes influenced the

satisfaction of tourists among the four attributes of optional attributes. Shopping attributes and accommodation attributes did not affect tourist satisfaction. According to demographic characteristics, differences in leisure motivation, food, shopping, accommodation, and traffic differed according to gender. There were differences in shopping motivation and shopping motivation according to age. According to marital status, there was no difference between tourists' motivation and preference. There were differences according to occupation according to recreation motive. According to the level of education, there was difference in shopping motivation and shopping. There was a difference only in recreation motive according to monthly average income. According to the demographic characteristics, there was a relatively higher average value of female tourists than male respondents in tourist destination food, shopping, accommodation, and traffic. Women tend to like rural tourism more than men, and they tend to decide tourist attractions considering the optional attributes of tourist sites. In the group difference test according to marriage, the married group showed a higher average value than the unmarried group in the case of the tourist attraction and the traffic attraction. As a result of examining the difference of the property selection attribute according to age, the average value of shopping in the 40s was relatively high, and it is also important to develop more customized products according to age group and more reasonable special product / souvenir price to activate the target market. I think. In the case of education level, the average value of shopping of higher educated people was lower than that of low education. In the case of the companion, the average value of family members and friends / colleagues was higher in the accommodation choice attributes.