

도시민의 농촌관광 인지도 조사 연구

황대용*, 박은식, 조륙환
농촌진흥청 농업과학기술원 농촌생활연구소

1. 서론

농산물수입개방 확대와 WTO 농업협상 이후 붕괴적 위기에 처한 농업·농촌의 새로운 성장동력은 무엇인가? 그에 대한 하나의 대안으로 농촌관광이 제기되고 있다. 따라서 지역공동체와 주민참여를 유도하는 방식의 마을단위 농촌관광이 농촌지역활성화의 키워드로 채택되어 전국적인 차원에서 모색되어지고 있다. 2003년 현재 농림부, 농촌진흥청 등 중앙정부에서 추진되거나 완료된 마을이 221개 마을이며, 이외에도 농협중앙회의 팜스테이, 강원도 새농어촌건설운동을 비롯한 광역 또는 지방자치단체 등이 추진하고 있는 마을단위 사업을 종합하면 300여 마을을 상회하고 있다(이한기, 2003). 그러나 농촌관광의 양적 확대가 곧 성공적인 마을개발로 이어지는 것은 아니다. 양적 성장은 공급확대를 의미하며 이는 곧 경쟁의 치열성을 의미하고 시장에서 살아남기 위해 지역주민의 피나는 노력이 전제되어야 한다.

특히 우리 농업·농촌은 수도작을 중심으로 영세소농 구조를 가지고 있고, 또한 도시민이 장기휴가를 통해 농촌에서 휴가를 보낼 수 없는 사회적 여건하에 있으므로 농촌관광을 시장메커니즘에 의해 운영하기 보다는 행정기관의 정책적 지원하에 시장여건을 개선(박시현, 2003)해야 함으로 주민들의 역량강화(capacity building)가 더욱 요구된다.

한 발 앞서고 있는 농촌관광마을은 선점효과를 통해 보다 나은 지원시스템과 수익모델, 프로그램 운영능력을 축적하고 있지만 아직은 시장내에서 안정된 수요와 공급이 연계되어 있지 않기 때문에 전체 시장내에서 농촌관광의 인지율을 높이는 전략과 마을의 특성을 고려한 차별화전략이 그 어느 때보다 필요한 시기이다.

지금까지 농촌관광의 수요 개발과 잠재수요 발굴(강신겸, 2003)에 대해서 총론적인 의미의 문제제기와 지원시스템이 논의되었고, 최근들어 도시민의 농촌관광 인지도 및 수요예측(농림부 외 2003)에 관한 연구가 이루어지고 있다.

본 연구에서는 농촌관광이라는 전체 시장 확대를 염두에 두고, 도시민이 농촌관광이라는 상품을 재인(recognition)하는 비보조 인지도와 농촌관광 경험률 제고에 미치는 요인을 분석해 보고자 한다. 따라서 도시민의 성별, 연령별, 직업별, 소득별로 농촌관광 인지도, 경험률, 그리고 앞으로의 의향에 대해 분석하여 농촌관광 발전에 대한 방향성을 제시해 보고자 한다.

2. 조사대상 및 연구 방법

가. 조사대상자

본 연구는 서울특별시 및 6대 광역시(읍·면지역 제외)에 거주하는 만18세 이상 남녀 2,000명을 지역(각 구별)·성·연령별 인구비례에 따라 3단계화 무작위추출(Three-Stage Stratified Random Sampling) 했으며, 가장 최근 발행된 전화번호부에서 일정한 표집간격(Sampling Interval)에 따라 체계적으로(Systematic Sampling) 응답자를 선정하였다.

나. 조사내용

조사는 구조화된 설문지(Structured Questionnaire)를 이용한 전화면접조사(telephone Interview)로 조사연구기관 리서치21과 공동으로 수행하였다. 조사내용은 농촌관광 인지도, 농촌관광 경험층 실태 및 선호도 등을 조사하여 농촌관광 수요 및 수요 특성을 분석하여 도시민의 접근성을 제고하기 위한 문항으로 구성되어 있다. 본 조사는 95% 신뢰수준에서 최대 $\pm 2.1\%p$ 이내의 표본오차를 가진다

다. 통계처리

조사된 설문 내용은 SPSS 10.0을 이용하여 빈도와 백분율을 계산하였고, 유의성 검증은 5% 유의수준에서 χ^2 검증을 실시하였다. 그리고 농촌관광 비보조 인지도, 농촌관광 경험, 그리고 농촌관광 의향 등을 예측 또는 설명하는 변인 등을 알아보기 위해 로지스틱 회귀모형(Logistic Regression Model)을 사용하였다.

3. 연구결과

가. 조사대상자의 일반적 특성

본 연구에서 분석된 조사대상의 특징을 보면, 지역별로는 서울, 인천 등 수도권 도시민 비율이 57.3%이며, 지방광역시 도시민이 42.7%로 수도권 도시민 비율이 높다. 성별은 여성 비율이 조금 더 높은 50.6%이며, 연령은 20대 이하가 27.5%, 30대 24.2%로 젊은 층 비율이 51.7%로 이며, 50대 이상은 26.0%로 표집되었다. 학력은 고졸학력층이 34.9%로 가장 높고, 다음으로 대졸 이상 32.9%, 대재 15.5%로 대학재학 이상 학력층이 48.4%로 교육정도는 상대적으로 높은 편이다.

조사대상자의 결혼유무를 보면 기혼 70.4%, 미혼이 29.1%로 기혼자의 비율이 높으

며, 직업은 전업주부층이 28.4%, 사무/기술직, 경영/관리직, 전문/자유직 등의 화이트칼라층이 22.2%, 판매/서비스직, 기능/숙련공, 일반작업직 등 블루칼라층은 9.6%를 점하고 있다. 또한 가구당 월평균소득은 300만원이상 소득층이 38.4%, 200~300만원 미만 소득층이 25.6% 등으로 가구당 월평균소득 평균은 300.3만원으로 '02년 도시근로자가구 소득 279만원보다 높은 편이다.

<표 1> 조사대상자의 일반적 특성 (단위 : 명, %)

구 분		계	구 분		계
지역	서울	929 (46.5)	직업	농/어/임업	20 (1.0)
	인천	215 (10.8)		자영업	252 (12.6)
	대전	122 (6.1)		판매/서비스직	69 (3.5)
	대구	210 (10.5)		기능/숙련공	47 (2.4)
	부산	331 (16.6)		일반작업직	55 (2.8)
	울산	75 (3.8)		사무/기술직	371 (18.6)
	광주	118 (5.9)		경영/관리직	19 (1.0)
성별	남성	987 (49.4)		전문/자유직	54 (2.7)
	여성	1013 (50.6)		전업주부	567 (28.4)
연령	20대이하	550 (27.5)		학생	336 (16.8)
	30대	484 (24.2)	무직	163 (8.2)	
	40대	447 (22.4)	기타	37 (1.9)	
	50대	261 (13.1)	무응답	10 (0.5)	
	60대이상	258 (12.9)	가구당 월평균 소득	200만원미만	410 (20.5)
학력	중졸이하	302 (15.1)		200-300만원미만	512 (25.6)
	고졸	698 (34.9)		300만원이상	767 (38.4)
	대재	309 (15.5)		무응답	311 (15.6)
	대졸이상	657 (32.9)	결혼유무	기혼	1407 (70.4)
	무응답	34 (1.7)		미혼	582 (29.1)
계	2,000(100.0)	무응답		11 (0.5)	
계		2,000(100.0)	계		2,000(100.0)

나. 농촌관광 인지도

1) 농촌관광 비보조 인지도와 인지경로

18세 이상의 도시민에게 농촌관광에 대한 별 다른 설명없이 인지여부를 질문한 비보조 인지도는 알고 있다 1.9%, 들어본 적 있다 8.2%로 응답자의 10.1%가 농촌관광을 인지하고 있다. 그러나 대부분의 응답자들이 농촌관광에 대해 인지하지 못하는 있다. 그러나 선행연구(농림부 외, 2003)에 의하면 도시민의 농촌관광 보조 인지도(사진 등 설

명자료 제시)는 잘 알고 있다 8.4%, 들어본 적 있다 43.2% 등 보조 인지도는 51.6%로 절반 이상 인지하고 있다. 이러한 결과는 도시민이 농촌관광에 대한 최초 상기 인지도는 낮고, 관광시장내에서 농촌관광시장의 차별화 전략을 통한 인지도 제고가 필요함을 말해 준다. 그리고 농촌관광을 인지하고 있다고 응답한 201명을 대상으로 각 매체별로 인지도 취득 경로를 파악한 설문(표 3)에서는 TV 61.7%, 신문 38.8% 등 대중매체를 통한 인지율이 높았으며, 다음으로 주위사람 등을 통한 구전의 형태로 인지하고 있는 응답이 22.4%로 높게 나타났다. 그리고 '라디오 12.4%, 인터넷 10.4%, 잡지 5.0% 등의 순이었다.

<표 2> 농촌관광 인지도 (단위 : 명, %)

구분	알고 있다	들어본 적 있다	모른다	계
응답률	38(1.9)	163(8.2)	1,799(90.0)	2,000(100.0)

<표 3> 농촌관광의 매체별 인지경로 (단위 : 명, %)

구분	TV	라디오	신문	잡지	인터넷	구전	행정기관	기타
전체	124(61.7)	25(12.4)	78(38.8)	10(5.0)	21(10.4)	45(22.4)	5(2.5)	11(5.5)

주 : 농촌관광 인지 응답자 201명을 대상으로 함

2) 성별 및 결혼유무별 농촌관광 인지도

성별 및 결혼유무별 농촌관광 인지도를 보면, 남성은 11.7%, 여성은 8.5%가 농촌관광을 인지하고 있는 것으로 나타나 여성보다는 남성이 인지율이 조금 높게 나타났다. 그리고 결혼유무별로 보면 기혼의 경우가 10.8%, 미혼의 경우가 8.2%로 결혼을 한 경우가 조금 높게 나타났다.

<표 4> 성별 및 결혼유무별 농촌관광 인지도 (단위 : 명, %)

구분	알고 있다	들어본 적 있다	모른다	계
남성	22(2.2)	93(9.4)	872(88.3)	987(100.0)
여성	16(1.6)	70(6.9)	927(91.5)	1,013(100.0)
기혼	28(1.9)	124(8.8)	1,255(89.2)	1,407(100.0)
미혼	10(1.7)	38(6.5)	534(91.8)	582(100.0)

주 : 무응답을 제외시켜 변수별 사례수는 차이가 있음

3) 연령별 농촌관광 인지도

연령별 농촌관광 인지도는 40대층이 12.9%로 가장 높고, 다음으로 60대 이상 12.8%, 50대층 12.2%, 20대층 이하층이 8.0% 등의 순이다. 전체적으로 보면 40대층을 중심으로 그 이상의 연령층에서 상대적으로 인지율이 높고, 20~30대층의 인지율이 낮다. 특히 20~30대층의 인지도가 낮은 이유는 이 시기가 경제적 활동을 시작하거나 초장기인 관계로 사회경제적 여건이 조성되지 못한 결과이거나 농촌관광을 관광의 형태로 인지함에 따라 상대적으로 시간적 여건이 양호한 계층에서 인지도가 높은 것으로 판단된다.

<표 5> 연령별 농촌관광 인지도

(단위 : 명, %)

구분	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	계
인지층*	44(8.0)	34(7.0)	58(12.9)	32(12.2)	33(12.8)	201(10.1)
비인지층	506(92.0)	450(93.0)	389(87.0)	229(87.7)	225(87.2)	1,799(90.0)
계	550(100.0)	484(100.0)	447(100.0)	261(100.0)	258(100.0)	2,000(100.0)

주 : 인지층이란 농촌관광을 알고 있다와 들어본 적이 있다고 응답한 층을 말함

4) 학력별 농촌관광 인지도

학력별 농촌관광 인지도는 고졸 11.2%, 대졸이상 9.1%, 대졸 8.7%의 순으로 나타났다. 통계적 유의성은 없으나 상대적으로 교육정도가 낮은 고졸 계층에서 농촌관광 인지도가 가장 높게 나타났다.

<표 6> 학력별 농촌관광 인지도

(단위 : 명, %)

구분	고졸	대졸	대졸이상	무응답	계
인지층	112(11.2)	27(8.7)	60(9.1)	2(5.9)	199(10.0)
비인지층	888(88.8)	282(91.3)	597(90.9)	32(94.1)	1,789(90.1)
계	1,000(100.0)	309(100.0)	657(100.0)	34(100.0)	2,000(100.0)

5) 직업별, 소득별 농촌관광 인지도

직업별 농촌관광 인지도를 보면 무직/기타 계층이 12.5%, 자영업 11.8%, 블루칼라 10.5% 등의 순이며 상대적으로 화이트칼라층과 주부층의 인지도가 낮다. 이는 농촌관광 경험률과 비교해 보면 인지도와는 상반된 경향이 나타나는 것으로 보아 농촌관광에 대한 차별적인 인지도가 낮음을 의미한다고 볼 수 있다.

<표 7> 직업별 농촌관광 인지도

(단위 : 명, %)

구분	자영업	블루칼라 ¹⁾	화이트칼라 ²⁾	주부	학생	무직/기타	계
인지층	32(11.8)	18(10.5)	44(9.9)	55(9.7)	27(8.0)	25(12.5)	201(10.1)
비인지층	240(88.2)	153(8.9)	400(90.1)	512(90.3)	309(92.0)	175(87.5)	1,789(89.5)
계	272(100.0)	171(100.0)	444(100.0)	567(100.0)	336(100.0)	200(100.0)	2,000(100.0)

주 1) 블루칼라는 판매/서비스직, 기능/숙련공, 일반작업직을 말함

2) 화이트칼라는 사무/기술직, 경영/관리직, 전문/자유직을 말함

그리고 소득별 농촌관광 인지도를 보면 200만원 미만층이 11.7%로 가장 높고, 다음으로 300만원 이상 9.0%, 200~300만원 미만층이 8.6%의 순이다.

<표 8> 소득별 농촌관광 인지도

(단위 : 명, %)

구분	200만원 미만	200~300만원 미만	300만원 이상	무응답	계
인지층	48(11.7)	44(8.6)	69(9.0)	40(12.9)	201(10.1)
비인지층	362(88.3)	468(91.4)	698(91.0)	271(87.1)	1,789(89.5)
계	410(100.0)	512(100.0)	767(100.0)	311(100.0)	2,000(100.0)

6) 농촌관광 사업유형별 인지도

농촌관광의 사업유형별 인지도를 보면 산림청에서 1989년부터 조성되어온, 숲 속에서 휴양/휴식을 즐길 수 있는 '자연휴양림'(69.6%) 비보조 인지도가 가장 높았고, 다음으로 1984년부터 추진되어 가장 많이 조성되어 있는 '관광농원'(44.1%), 2001년부터 농협에서 지정·운영해온, 주말농장이라고 불리기도 하는 '팜스테이(Farm-Stay)' (37.8%) 순이었으며, 2002년부터 마을단위농촌관광으로 조성된 시범사업인 농촌진흥청의 농촌전통테마마을 24.9%, 농림부의 '녹색농촌체험마을 21.8%로 상대적으로 인지도가 낮게 나타났다. 이는 농촌관광 인지여부를 기준으로 살펴보면 농촌관광 인지층에서도 자연휴양림, 관광농원, 팜스테이 등의 순으로 응답하였고, 비인지층에서도 인지층과 거의 동일한 경향을 가지고 있다. 그러나, 인지층과 비인지층의 인지도 차이가 크게 나타나는 것은 '02년부터 행정기관의 시범사업으로 전개되고 있는 농촌관광마을(농촌체험마을, 전통테마마을)에 대한 인지여부이다. 이들 마을에 대해서 인지층은 약 50% 가까운 인지도를 나타내고 있으나 비인지층에서는 약 20% 전후로 인지도가 낮게 나타났다. 따라서 향후 농촌관광마을의 전국 및 도단위 협의회를 바탕으로 정보교류활동을 강화하고, 정부와 연계하여 전국관리지원조직을 구성하여 이에 대한 지속적인 B.I(Brand Identity) 개발 및

홍보전략이 필요할 것이다.

<표 9> 농촌관광 사업유형별 비보조 인지도 (단위 : 명, %)

구 분		녹색농촌 체험마을	농촌전통 테마마을	팜스테이 (Farm-Stay)	관광농원	자연휴양림	계
계		435(21.8)	497(24.9)	755(37.8)	881(44.1)	1,392(69.6)	2,000(100.0)
농촌관광 인지여부	인지	107(53.2)	94(46.8)	102(50.7)	153(76.1)	163(81.1)	201(100.0)
	비인지	328(18.2)	403(22.4)	653(36.3)	728(40.5)	1,229(68.3)	1,799(100.0)

주 : 농촌관광 조사대상 2,000명을 대상으로 함

7) 농촌관광 인지도에 영향을 미치는 요인 분석

농촌관광 인지도 등을 예측 또는 설명하는 변인들을 알아보기 위해 로지스틱 회귀모형을 사용하여, 농촌관광 인지도를 종속변수로 두고 이를 설명하는 독립변수로 성, 연령, 직업, 학력, 월평균소득, 고향, 농촌지역 거주 경험, 결혼 여부, 자녀수, 자동차 운전 여부, 주 5일제 실시 영향 등을 투입하여 농촌관광 인지도에 미치는 예측변인들의 영향력을 종합적으로 판단하였다. 그러나 앞에서 열거한 변인들은 유의확률 0.05에서 모두 통계적으로 유의미하지 않았다.

다. 도시민의 농촌관광 경험률

1) 농촌관광 경험률

앞에서는 농촌관광 비보조 인지도를 파악하였고, 여기서는 농촌관광 경험률을 파악하기 위해 도시민에게 구체적으로 농촌관광이란 “녹색관광, 그린투어리즘 등으로 불리기도 하는 것으로 농촌에 머무르면서 농촌의 자연경관, 생태환경, 농촌생활, 전통문화, 농산물 생산활동 체험, 농특산물 구매 등을 통해 즐거움을 느끼거나 심신을 쉬는 여가활동을 의미하는 것이다”고 설명한 이후에 조사대상자에게 경험률을 응답받았다. 그 결과 아주 많다 1.3%, 다소 있다 8.7% 등 농촌관광 체험률이 약 10% 정도로, 대부분의 도시민은 농촌관광을 경험하지 못한 것으로 나타났다. 이는 향후 농촌관광의 시장 확대 개연성이 큰 것으로 판단되며, 이를 위해 정책적 지원과 차별화 전략을 통해 농촌관광이라는 브랜드 이미지를 제고시킬 필요가 있다.

<표 10> 농촌관광 경험률

(단위 : 명, %)

	아주 많다	다소 있다	모른다	계
계	26(1.3)	173(8.7)	1,785(90.0)	1,984(100.0)

주 : 무응답 16명은 제외함

2) 성별 및 결혼유무별 농촌관광 경험률

농촌관광의 경험률을 성별로 보면 남성과 여성의 차이가 거의 나타나지 않고, 결혼유무별로 보면 기혼의 경우 10.6%, 미혼의 경우 8.6%가 농촌관광을 경험하고 있다.

<표 11> 성별 및 결혼유무별 농촌관광 경험률

(단위 : 명, %)

구분	남성	여성	기혼	미혼
경험층*	97(9.8)	102(10.1)	149(10.6)	50(8.6)
비경험층	890(90.2)	911(89.9)	1,258(89.4)	532(91.4)
계	987(100.0)	1,013(100.0)	1,407(100.0)	582(100.0)

주 : 경험층이란 농촌관광 체험이 “아주 많다”와 “다소 있다”를 포함한 응답비율임

3) 연령별 농촌관광 경험률

도시민의 연령별 농촌관광 경험률을 보면 30대층이 14.9%로 가장 높고, 다음으로 40대층이 10.7%, 50대 7.7% 등의 순이다. 이와 같이 농촌관광을 주된 층은 30~40대층을 중심으로 이루어지고 있으며, 고령층에서는 상대적으로 경험률이 떨어지는 것으로 나타났다.

<표 12> 연령별 농촌관광 경험률

(단위 : 명, %)

구분	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	계
경험층	42(7.6)	72(14.9)	48(10.7)	20(7.7)	17(6.6)	199(10.0)
비경험층	508(92.4)	412(85.1)	399(89.3)	241(92.3)	241(93.4)	1,799(90.0)
계	550(100.0)	484(100.0)	447(100.0)	261(100.0)	258(100.0)	2,000(100.0)

4) 학력별 농촌관광 경험률

학력별 농촌관광 경험률은 대졸이상 14.8%, 대졸 8.4%, 고졸 7.3%로 고학력일수록 농촌관광 경험률이 높게 나타났다.

<표 13> 학력별 농촌관광 경험률

(단위 : 명, %)

구분	고졸	대졸	대졸이상	무응답	계
경험층	73(7.3)	26(8.4)	97(14.8)	3(8.8)	199(10.0)
비경험층	927(92.7)	283(91.6)	560(85.2)	31(91.2)	1,789(90.1)
계	1,000(100.0)	309(100.0)	657(100.0)	34(100.0)	2,000(100.0)

5) 직업별, 소득별 농촌관광 경험률

직업별 농촌관광 경험률을 보면 화이트칼라층이 13.3%로 가장 높고, 다음으로 자영업 12.1%, 주부 10.9% 등의 순이다. 특히 블루칼라층의 경우는 1.8%로 경험률이 매우 낮은 것이 특징이다. 또한 소득별로 보면 300만원 이상 층이 14.0%, 200~300만원 계층이 9.0%, 그리고 200만원 미만층이 7.3% 농촌관광을 경험하고 있다. 이와 같이 농촌관광은 소득이 높고, 화이트칼라나 자영업 등과 같이 일정 정도 사회경제적 조건이 갖추어진 계층을 중심으로 이루어지고 있다고 할 수 있다.

<표 14> 직업별 농촌관광 경험률

(단위 : 명, %)

구분	자영업	블루칼라 ¹⁾	화이트칼라 ²⁾	주부	학생	무직/기타	계
경험층*	33(12.1)	3(1.8)	59(13.3)	62(10.9)	25(7.4)	14(7.0)	199(10.0)
비경험층	239(87.9)	168(98.2)	385(86.7)	505(89.1)	311(92.6)	186(93.0)	1,785(89.3)
계	272(100.0)	171(100.0)	444(100.0)	567(100.0)	336(100.0)	200(100.0)	2,000(100.0)

주 : <표 7>의 주와 동일

<표 15> 소득별 농촌관광 경험률

(단위 : 명, %)

구분	200만원 미만	200~300만원 미만	300만원 이상	무응답	계
경험층*	30(7.3)	46(9.0)	107(14.0)	16(5.1)	201(10.1)
비경험층	380(92.7)	466(91.0)	660(86.0)	295(94.9)	1,789(89.5)
계	410(100.0)	512(100.0)	767(100.0)	311(100.0)	2,000(100.0)

6) 농촌관광 경험 요인 분석

농촌관광 경험에 영향을 미치는 요인을 분석하기 위해 로지스틱 회귀모형을 사용하였다. 농촌관광 인지도, 월평균소득, 주 5일제 실시 및 예정, 자동차 자가 소유/운전이 농촌관광 경험률에 영향을 주는 것으로 나타났다. 가장 설명력이 높은 변인은 '농촌관광 인지도'로서 다른 예측변인들의 조건을 일정하게 놓고, 인지도를 1단위 증가시키면 농

촌관광에 참여할 확률은 참여하지 않을 확률보다 2.74배 늘어나는 것으로 나타났다. 다음으로 '자동차를 소유/운전하는 사람'의 경험 확률 1.42배, '주 5일제를 실시하고 있거나 실시할 예정인 사람이나 가구'의 경험 확률 1.41배, '월평균소득의 경험 확률 1.0배인 것으로 나타났으며, 나머지 예측변인은 농촌관광 경험 여부를 예측하는 데 있어 영향력을 미치지 않는 것으로 검증되었다.

따라서 농촌관광의 참여율을 높이기 위해서는 상대적으로 고소득 계층을 타겟으로 한 차별화전략을 세워야 하며, 또한 향후 주 5일제 실시에 대응하여 농촌관광의 인지도를 제고시킬 수 있도록 해야 할 것이다.

<표 16> 농촌관광 경험 결정식 추정 결과

“농촌관광 경험” (1=있다, 0=없다)					
독립변인	B	S.E.	Wald	유의확률	Exp(B)
농촌관광 인지도 (1=알고있다, 0=처음 듣는다)	1.01	0.21	22.05	0.00	2.74
성 별 (1=남, 0=여)	-0.21	0.18	1.47	0.23	0.81
연 령 (1=20대~5=60대 이상)	-0.07	0.09	0.73	0.39	0.93
학 력 (1=중졸이하 - 4=대졸이상)	0.00	0.01	0.33	0.57	1.00
직 업 (1=화이트칼라, 0=다른 직업)	0.21	0.18	1.35	0.25	1.24
월평균소득 (단위=만원)	0.00	0.00	3.96	0.05	1.00
대도시 출신 (vs. 농어촌 출신)	0.20	0.23	0.73	0.39	1.22
중소도시 출신 (vs. 농어촌 출신)	-0.05	0.25	0.04	0.84	0.95
농촌거주 유무 (1=있음, 0=없음)	0.40	0.22	3.41	0.06	1.50
결혼여부 (1=기혼, 0=미혼)	0.13	0.27	0.23	0.63	1.13
유치원생 자녀 (1=있다, 0=없다)	0.28	0.23	1.48	0.22	1.33
초등학생 자녀 (1=있다, 0=없다)	0.25	0.19	1.72	0.19	1.28
중고등학생 자녀 (1=있다, 0=없다)	0.00	0.20	0.00	0.99	1.00
주 5일제 실시/예정 (1=그렇다, 0=아니다)	0.35	0.17	4.35	0.04	1.41
오너 드라이브 (1=그렇다, 0=아니다)	0.35	0.18	3.84	0.05	1.42
상 수 (constant)	-2.89	0.37	62.18	0.00	0.06

- 분석에 투입된 총 사례수=1,689 / 결측값=311
- 분류정확률= 89.2%
- Nagelkerke R² = 0.06
- 모형적합도 : $\chi^2=5.7$, 자유도=8, 유의확률=0.68

라. 향후 도시민의 농촌관광 의향

1) 농촌관광 의향률

도시민을 대상으로 향후 농촌관광에 참여할 의사에 대해 아주 많다 6.4%, 다소 있다 37.0%로 대도시민의 43.4%가 앞으로 농촌관광을 할 의향을 나타내었다. 이 참여의사는 현재의 경험률보다는 약 4.3배 이상 높은 것으로 농촌관광에 대한 정비와 홍보가 이루어진다면 농촌관광시장은 더욱 더 확대될 것으로 보인다.

<표 17> 농촌관광 의향률 (단위 : 명, %)

	아주 많다	다소 있다	모른다	계
계	128(6.4)	740(37.0)	1,132(56.6)	2,000(100.0)

주 : 무응답 16명은 제외함

2) 성별 및 결혼유무별 농촌관광 의향률

성별로 농촌관광 참여의사를 보면 남성과 여성이 각각 42.9%, 43.9%로의 응답률을 보이고 있으며, 결혼 유무별로는 기혼 보다 미혼의 경우가 참여 의향률이 높게 나타났다.

<표 18> 성별 및 결혼유무별 농촌관광 의향률 (단위 : 명, %)

구분	남성	여성	기혼	미혼
의향층	423(42.9)	445(43.9)	580(41.2)	284(48.8)
비의향층	564(57.1)	568(56.1)	827(58.8)	298(51.2)
계	987(100.0)	1,013(100.0)	1,407(100.0)	582(100.0)
비고	$\chi^2=.935$ p=.334		$\chi^2=39.35$ p=.000	

3) 연령별 농촌관광 의향률

도시민의 농촌관광 의향률을 연령별로 살펴보면, 20대 이하 계층이 50.4%로 가장 높고, 다음으로 30대층 46.9%, 40대층 40.7%, 60대층이 40.2% 등의 순으로 젊은 계층일수록 참여율이 높고 고령 계층일수록 참여율이 낮게 나타났다.

<표 19> 연령별 농촌관광 의향률

(단위 : 명, %)

구분	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	계	χ^2
의향층	277(50.4)	227(46.9)	182(40.7)	105(40.2)	77(29.8)	868(43.4)	139.797*
비의향층	273(49.6)	257(53.1)	265(59.8)	156(59.8)	181(70.2)	1,132(56.6)	
계	550(100.0)	484(100.0)	447(100.0)	261(100.0)	258(100.0)	2,000(100.0)	

4) 학력별 농촌관광 의향률

학력별 농촌관광 의향률은 대졸 계층이 52.4%로 높고, 다음으로 대졸이상 51.4%, 고졸 35.3% 등의 순이다. 이와 같이 비교적 고학력층에서 농촌관광 의향률이 높게 나타났다.

<표 20> 학력별 농촌관광 의향률

(단위 : 명, %)

구분	고졸	대재	대졸이상	무응답	계	χ^2
의향층	353(35.3)	162(52.4)	338(51.4)	15(44.1)	868(43.4)	217.128*
비의향층	647(64.7)	147(47.6)	319(48.6)	19(55.9)	1,132(56.6)	
계	1,000(100.0)	309(100.0)	657(100.0)	34(100.0)	2,000(100.0)	

5) 직업별, 소득별 농촌관광 의향률

직업별 농촌관광 의향률을 보면 학생 52.4%로 가장 높고, 다음으로 화이트칼라층 47.5%, 자영업 41.2%, 주부 40.7% 등의 순이다(p<0.05)

<표 21> 직업별 농촌관광 의향률

(단위 : 명, %)

구분	자영업 ¹⁾	블루칼라 ²⁾	화이트칼라 ³⁾	주부	학생	무직/기타	계
의향층*	112(41.2)	60(35.1)	211(47.5)	231(40.7)	176(52.4)	78(37.1)	868(43.4)
비의향층	160(58.8)	111(64.9)	233(52.5)	336(59.3)	160(47.6)	132(62.9)	1,132(56.6)
계	272(100.0)	171(100.0)	444(100.0)	567(100.0)	336(100.0)	200(100.0)	2,000(100.0)

$\chi^2=135.532, p=.000$

또한 소득별 농촌관광 의향률은 300만원 이상 계층이 51%로 가장 높고, 200~300만원 미만 계층이 43.8%, 200만원 미만 계층이 34.9%의 순이다. 이는 현재의 농촌관광 경험률과 동일한 경향으로 앞으로도 고소득일수록 농촌관광에 더욱 많이 참가할 것으로 보인다.

<표 22> 소득별 농촌관광 의향률

(단위 : 명, %)

구분	200만원 미만	200~300만원 미만	300만원 이상	무응답	계
의향층*	143(34.9)	224(43.8)	391(51.0)	110(35.4)	868(43.4)
비의향층	267(65.1)	288(56.3)	376(49.0)	201(64.6)	1,132(56.6)
계	410(100.0)	512(100.0)	767(100.0)	311(100.0)	2,000(100.0)

$\chi^2=152.964$, $p=.000$

6) 농촌관광 의향에 미치는 변인분석

농촌관광 의향에 영향을 미치는 요인을 분석하기 위해 로지스틱 회귀모형(logistic regression model)을 사용하였다. 그 결과 '농촌관광 경험 여부'와 '농촌관광 만족도'가 앞으로 농촌관광을 할 의향에 가장 큰 영향력을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 농촌관광을 경험한 사람이 그렇지 않은 사람보다 다른 예측변인들의 조건이 똑 같을 경우 앞으로 농촌관광을 할 확률이 8.02배나 높았으며, 농촌관광에 대한 만족도가 높은 사람이 그렇지 않은 사람보다 다른 조건이 똑같은 경우 앞으로 농촌관광을 할 확률이 3.58배나 높게 나타났다. 다음으로 '농촌관광 인지층'의 참여의향 확률(1.91배), '중고등학생 자녀가 있는 사람'의 참여 확률(1.32배), 그리고 '주 5일제 실시/예정'의 참여 확률(1.32배), 연령이 낮을수록 참여 확률(.83배)이 높게 나타났다. 그러나 성별, 학력, 직업, 월평균 소득, 출신지 등의 변인은 농촌관광 참여 의향에 영향력을 미치지 않는 것으로 검증되었다. 따라서 장래 농촌관광은 교육정도나 월평균 가구소득에 구애받지 않고 관광시장의 일부분으로 정착될 가능성은 높으나 농촌관광을 가족단위의 체험학습과 연계시켜 발전시키는 데에는 많은 현실적 장애요인이 있는 것으로 판단된다.

<표 23> 농촌관광 의향 결정식 추정 결과

“농촌관광 의향” (1=있다, 0=없다)					
독립변인	B	S.E.	Wald	유의확률	Exp(B)
농촌관광 인지도 (1=알고있다, 0=처음 듣는다)	0.64	0.18	12.38	0.00	1.91
농촌관광 경험 여부 (1=있다, 0=없다)	2.08	0.23	80.15	0.00	8.02
농촌관광 만족도	1.28	0.45	8.21	0.00	3.58
성 별 (1=남, 0=여)	-0.12	0.11	1.15	0.28	0.88
연 령 (1=20대~5=60대 이상)	-0.18	0.06	10.72	0.00	0.83
학 력 (1=중졸이하 - 4=대졸이상)	0.00	0.01	0.15	0.70	1.00
직 업 (1=화이트칼라, 0=다른 이외직업)	0.06	0.13	0.23	0.63	1.06
월평균소득 (단위=만원)	0.00	0.00	0.07	0.79	1.00
대도시 출신 (vs. 농어촌 출신)	0.21	0.16	1.80	0.18	1.24
중소도시 출신 (vs. 농어촌 출신)	-0.12	0.16	0.56	0.45	0.88
농촌거주 유무 (1=있음, 0=없음)	0.15	0.14	1.10	0.30	1.16
결혼여부 (1=기혼, 0=미혼)	-0.14	0.17	0.67	0.41	0.87
유치원생 자녀 (1=있다, 0=없다)	0.02	0.17	0.01	0.92	1.02
초등학생 자녀 (1=있다, 0=없다)	0.19	0.13	2.02	0.16	1.21
중고등학생 자녀 (1=있다, 0=없다)	0.27	0.13	4.35	0.04	1.32
주 5일제 실시/예정 (1=그렇다, 0=아니다)	0.27	0.11	5.64	0.02	1.31
오너 드라이브 (1=그렇다, 0=아니다)	0.22	0.12	3.58	0.06	1.24
상 수 (constant)	-4.60	1.57	8.56	0.00	0.01

- 분석에 투입된 총 사례수=1,680 / 결측값=320
- 분류정확률= 64.2%
- Nagelkerke $R^2 = 0.15$
- 모형적합도 : $\chi^2=8.5$, 자유도=8, 유의확률=0.38

4. 요약 및 결론

본 연구는 서울 및 6대 광역시에 거주하는 만18세 이상 도시민 2,000명을 대상으로 성별, 연령별, 직업별, 소득별 등의 각 변인이 농촌관광의 인지도, 경험률, 참여(의향)률에 미치는 영향력을 분석하였다.

첫째, 대도시민의 농촌관광 인지도는 10.1%에 불과하고 대부분의 도시민은 농촌관광을 인지하지 못하고 있다. 또한 농촌관광 인지경로는 TV 61.7%, 신문 38.8%로 대중매체에 의존하고 있는 경향이 높고, 40대 이상 연령층에서 상대적으로 높은 인지도를 나타내었다..

둘째, 도시민의 농촌관광 경험률은 10.0%로 대부분 농촌관광을 체험하지 못하고 있다. 경험층은 30~40대를 중심으로 화이트칼라층, 300만원 이상의 고소득층에서 상대적으로 높은 경험률을 나타내었다. 그리고 농촌관광 경험에 영향을 미치는 변인으로는 농촌관광 인지도, 자동차 소유, 주 5일제 등이 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다.

셋째, 도시민의 농촌관광 참여의향률은 43.4%로 현재의 경험률과 비교하여 향후 4배 이상 높은 의향률을 보였다. 의향률이 높은 계층은 학생과 화이트칼라층이며, 고소득층이 더 높은 참여의향률을 나타내었다. 그리고 농촌관광 의향률에는 농촌관광 경험, 만족도, 인지도, 그리고 중고등학생 자녀가 있는 가정이나 주5일제 실시가 영향을 많이 미치는 것으로 검증되었다.

이와 같이 현재의 농촌관광은 도시민에게 정착된 여가 및 체험활동으로 인지되지 못하고 있다. 그러나 향후 농촌관광의 참여의사가 높고, 이러한 잠재수요를 어떻게 유효수요로 내재화시켜 농촌관광시장 저변을 확대시켜 나가야 할 것이다. 농업·농촌의 여건이 고령화·과소화로 내적 역량이 부족하지만, 이를 보완·지지하는 것은 그 내부 구성원의 역할 분담과 지역사회의 네트워크시스템이다. 또한 마을지도자와 관련담당자는 전국협의회나 도협의회 등을 통해 농촌관광 정보의 수신 및 발신의 역할을 수행하여 농촌관광의 이미지를 새롭게 창출하고, 이를 통해 농촌관광이라는 브랜드를 고객(도시민)에게 연상되도록 하여 농촌관광만이 가진 풍요로움과 안락함을 인지시켜나가야 할 것이다.

참고문헌

한국마케팅연구원(2002), 브랜드마케팅

강신겸(2003), 그린투어리즘 수요활성화 방안, 한국농업정책학회 2003 하계 심포지엄 자료집, p39-56

농림부·한국농촌경제연구원(2003), 우리나라 농촌관광 발전방향 및 방안

조록환(2002), 녹색관광 요구 분석, 농촌생활과학 제23권 제2호, p18-25

박시현(2003), 외국의 농촌관광 현황과 시사점, 한국농업정책학회 2003 하계 심포지엄 자료집, p17-38

이한기(2003), 농촌관광 발전을 위한 농촌여성과 노인의 역할, p71-112

宮崎猛(1998), グリーンツーリズムと日本の農村、農林統計協會