

농촌관광 목적지선택 요인에 관한 연구

A study for the choice of destination in Agricultural tourism

최승국*, 임범중**

세명대*, 극동대**

Choi Seung-Kuk*, Lim Beom-Jong**

Semyung Univ.*, Kukdong Univ.**

요약

새로운 관광목적지로서 농촌이 가지는 목적지 선택요인을 규명하고 농촌관광을 촉진하기 위한 방안을 제시함에 당 논문의 목적이 있다. 농촌관광 선택자들은 기존의 다른 목적지 선택자들 보다 여행단위는 작으나 한곳에 오래 체류하고자하며 편안한 휴식을 위하여 예약제를 활발히 이용하고 있고 목적지에 대한 정보도 다양한 채널을 경유하고 있다. 이러한 여러 요인을 고려하여 농촌관광 마케팅에 활용한다면 농촌관광은 분명 21세기 관광목적지 선택에 새로운 대안이 될 것이다.

Abstract

The objective of this research is to define and explain the factors of destination chosen by travel consumers in Agricultural tourism. Their party size are, in general, smaller, and they tend to spend more time planning their trips and to book them further in advance. They also use different information sources when making travel decision. There is also a need to examine in greater depth the proposition that Agricultural Tourism are more compatible with the principles of ecologically sustainable tourism than Non-Agricultural tourism formats.

I. 서론

1. 연구의 배경과 목적

농촌의 전통적 개념은 농산물을 비롯한 축산물과 임산물의 생산 등 재화(product) 생산영역에 초점을 맞추어져 왔다. 그러나 최근 들어 관광활동과 밀접한 관계에 있는 농촌지역의 자연자원을 활용한 서비스농업(agriculture de service : 체험농장, 관광농원 등)이 활성화됨에 따라 농촌 지역은 주요한 관광목적지로 점차 크게 부상하고 있다.

특히 인구, 산업, 경제, 문화 등 모든 것이 도시로 집중되면서 녹지 공간의 부족과 만성적인 교통체증 등 삶의 질 저하로 도시민들은 공기가 맑고 농촌다

움이 보존된 농촌에 머물면서 경제적이고 질 높은 여가생활을 즐기려는 새로운 체험 공간을 필요로 하게 되었고 더불어 자가용 차량의 급속한 보급으로 관광객들의 행동도 1일 이내에 보고 돌아오는 관광에서 1-3일 정도를 체류하며 여가를 여유있게 보내려는 추세로 변화하고 있다. 이에 따라 생태탐구 및 농촌관광 등 녹색공간에 대한 수요가 점차 뚜렷한 증가세로 나타나고 있으며 이와 같은 추세는 주5일 근무제, 주5일 수업제, 완전노령연금 등 국민연금 급여확대, 휴가분산제 등 국내 사회정책의 대전환과 함께 초고속 인터넷 통신망의 구축과 도로정비사업 등 농촌지역에 대한 접근성이 빠른 속도로 개선됨에 따라 더욱 가속화될 것으로 보여진다.

농촌주민들의 입장에서도 농촌관광은 농촌활성화의 대안으로 부상하고 있다. 수입농산물의 급증과 국내농산물의 가격경쟁력하락으로 농업기반이 침하하면서 농가부채가 급증¹⁾하고 都·農간 소득격차가 확대²⁾된 것은 물론 농가수익이 악화되어 폐농가가 점차 증가하는 추세이며 이로 인한 농가인구의 감소와 노령화현상³⁾은 생산활동을 위축시켜 농촌사회가 공동화(空洞化)되는 위기도 맞이하게 되었다.

이러한 상황에서 농어촌의 잠재력을 활용하여 기존의 자연 및 문화와 지역 내 환경을 자원으로 관광객을 유치하고 이를 통해 부가소득을 창출할 수 있는 농촌관광이 대두되었는바 유럽 일본 등지에서는 이미 농가소득확보와 지역활성화를 위한 유력한 대안으로 부각된바 있으며 우리나라에서도 급속히 증가하고 있어 향후 5-10년에 걸쳐 점차 크게 확산될 것으로 보여진다. 이를 위하여 정부의 각부처(농림부, 산림청, 문화관광부, 농협, 등)에서도 2002년부터 농촌관광 시범마을로서 「녹색여가 체험마을」을 조성하고 생활 여가기반시설과 마을 경관을 정비하여 도시민을 유치하고 「도시 농촌교류추진협의회」를 발족하여 농촌관광 붐을 조성⁴⁾을 발표하여 시행하고 있으며 더불어 농가소득의 증대와 환경친화적인 농촌환경의 보존이 이루어진다면 농촌과 관광을 접목하는 이상적 대안이 될 것으로 전망된다.

이러한 변화의 추세에 따라 관광자들도 관광목적지 선택의 폭을 넓히게 되었으며 목적지에서의 여가활동도 점차 달라지게 된 바 이러한 농촌관광을 영위하려는 여행객들의 특성을 파악하여 그들의 욕구에 맞는 환경을 제공할 수 있다면 우리나라에서 농촌관

광은 틀림없이 성공할 수 있을 것으로 판단된다.

따라서 이러한 새로운 관광환경의 변화에 대하여 관광의 주체로서 농촌관광에 입하는 관광자의 태도가 비농촌관광 목적지를 여행하는 관광자의 태도와 어떻게 차이가 있는가를 분석해 보는 일은 농촌관광의 마케팅활동에 이론적 근거가 될 수 있을 것으로 판단된다. 당 논문은 이러한 필요에 의하여 농촌관광 관광객들과 비농촌관광 목적지를 방문하는 두 집단의 여행객들을 구분하여 두 집단간 사회통계학적 차이와 두 집단간 여행특성상의 차이를 도출하였다. 그런 후 두 집단간 여행지에서 추구하는 여행활동, 여행태도, 여행효익에 관한 차이가 있는가를 규명하였는바 이를 통하여 농촌관광 마케팅전략수립에 근거가 되어 농촌지역 소득증대와 관광발전에 기여함에 목적을 두었다.

당 논문의 시간적 배경은 2004년을 위주로 전후 10년이며 동 기간에 대한 문헌연구와 농촌관광 관광자에 대한 실증조사를 함께 병행하여 연구하였고 임의 표본추출방식 수집된 설문지는 spss10.0을 사용하여 분석하였다.

II. 이론적 배경

1. 농촌관광의 개념과 의의

농촌관광의 시발점은 19세기 초 프랑스에서 시작되었다. 일찍이 발달된 산업화로 인하여 심각한 대기오염과 공해의 피해 그리고 복잡한 도시생활과 주 5일 근무제 실시로 늘어난 휴일 수에 더하여 삶의 질 향상을 위한 매 주말 계획되는 도시탈출은 당시 도시민들의 주요한 업무중의 하나이었다.

더욱이 위치상으로 북위 50-60 사이에 위치하여 봄과 가을이 짧고 긴 여름을 보내야 하는 환경에서 여가 레저가 활발하게 되었던바 관광활동이 이루어지는 지역에 따라 푸른 바다가 보이는 해안에서의 관광을 푸른관광(Blue tourism), 눈덮인 산악지역에서의 관광은 백색관광(White tourism)이라고 하

- 1) 농가부채는 2000년 말 기준 27조9,500억원으로서 농가 1가구 당 2,020만원정도이다. 농림부통계 2000년 12월.
- 2) 1994년 농가소득이 도시가구의 99.5%수준이었으나 2000년에는 80.5%로 소득격차가 확대되었다. 일본의 경우 농가소득이 도시근로자 소득보다 20-30% 높다.
- 3) 농가인구의 비율은 1965년 55.1%이었으나 1990년 15.5%로 줄었고 2000년에는 9.7%로 조사되었으며 50세 이상의 고령 농업인구가 전체의 75%이상이다. 농림부 통계 2000. 12.
- 4) 농림부 고시 2002. 6.13자 발표문.

게 되었으며 녹음이 짙은 농촌의 전원지역에서의 관광을 녹색관광(Green tourism)이라고 하였는데 이것이 현대농촌관광의 시작이긴 하였으나 지금의 농촌관광과는 동일한 개념이 아니었다.⁵⁾

농촌관광의 정의에 대하여 학자들과 각 기관마다 개념이 조금씩 다르다. 먼저 농협중앙회에서는 농촌관광을 팜스테이(Farm Stay-농가민박)라고 정의하고 있다. 이는 개별적인 도시민들이 민박농가에 숙박하며 영농체험과 농촌문화를 접하는 기회와 나아가 방문지 인근지역까지 즐기는 프로그램 즉 “농촌·문화·관광”이 결합한 농가민박형 프로그램이라는 것이다. 따라서 호텔이나 콘도 등을 이용하는 것보다 비용이 저렴한 것이 특징이라는 것이다⁶⁾. 기존 농촌민박과의 개념상 차이는 농촌민박은 숙박을 하면서 관광을 주 목적으로 하고 있는 반면, 팜스테이는 농가에 머물면서 영농체험, 계절별 프로그램 행사, 인근명승지 관광등을 할 수 있는 종합프로그램이라고 구분하였다. 이는 도시민들에게 경제적인 숙박조건과 여유있게 농촌문화를 감상하는 기회와 지역 내 깨끗한 농축산물을 구입할 수 있는 이중적 편의성을 주었으며, 농민에게는 직거래를 통한 농의 소득증대에 기여하기도 한다. 그러나 개별적 민박수준에서 이루어지는 일이었던 만큼 현대와 같은 대규모의 농가소득 증대방안으로는 충분한 설명이 부족한 면이 있다.

농림부에서는 농촌관광을 “농촌의 자연경관과 전통문화, 생활과 산업을 매개로 한 도시민과 농촌주민간의 체류형 교류활동”으로 정리하고, 도시민에게는 휴식·휴양과 새로운 체험 공간을 제공하고 농촌에는 농산물판매(1차), 가공사업(2차), 숙박·음식물

서비스(3차) 등 소득원을 제공하여 지역활성화에 기여하는 활동으로 보았다.⁷⁾ 동시에 농촌관광의 세가지 측면을 조화시킬 필요가 있다고 보고 “농촌주민과 도시민간 도농교류활동”과 “농촌주민의 소득증대를 위한 사업(business)” 및 “주민협력을 바탕으로 한 지역활성화 운동”으로서 이를 위해서는 마을과 지역사회를 조직화하고 이끄는 리더의 역할이 대단히 중요하다고 보았다. 따라서 농촌관광의 상품(서비스) 컨셉은 심신의 안락감 즉 농촌경관의 치유기능, 인정과 친절이다. 농촌에만 있는 아름다운 경관, 깨끗한 환경, 신선하고 풍부한 농축산물을 공급하여 5감을 통한 체험을 이루고 풍부한 체험테마로서 농업체험, 지역심층탐방, 도농교류, 문화체험으로 여행의 효율성을 높여서 접근이 용이한 장기여행의 베이스캠프 및 농촌패키지투어를 개발해야 한다는 것이다. 따라서 관광상품내용도 차별화하여 일반관광과는 구별되는 농산촌과 농업업 여가·체험 프로그램과 심층적인 지역탐방프로그램에 중점을 둔다고 하였다.

전북 순창군은 농촌관광을 그린투어리즘과 동일 개념으로 보고 그린투어리즘육성지원 조례⁸⁾를 제정하여 농촌관광을 군정의 목표로 설정한 바 있다. 이에 의하면 “그린투어리즘”이란 “농산촌 주민들의 주도로 농산촌 지역자원(자연경관, 풍습, 영농, 문화, 특산물 등)과 환경을 보전·개발하여 도시주민들에게 제공하면서 도시와 농촌의 상호 교류를 통해서 이루어지는 지역진흥 전략”으로 개념화하였다. 그에 의하면 “농산촌체제형 여가활동”은 주로 도시주민이 여가를 선용하기 위하여 농산촌에 체재하면서 각종 체험과 그밖에 농산촌의 생활과 문화에 대한 이해를 넓히기 위한 활동인바 따라서 “그린투어리즘”이란 농산촌 지역의 다양한 유·무형의 자원을 보고

5) 프랑스에서 사용하기 시작한 농촌관광은 현대의 농촌관광과 차이가 있었다. 당시는 도시민들의 주말 도시탈출의 레저개념뿐이었다. 당시 가장 일반적인 녹색관광형태는 주말농장 활동이었으며 현지농민들의 조직적인 소득 증대사업과는 관련이 적었다.

6) 「농협 팜스테이 육성계획안」, 농협중앙회, 2002년 6월 보도자료

7) 「농촌관광을 새로운 농의소득원으로」, 2001년 6월14일자 농림부 보도자료

8) 「순창군 농촌관광 육성지원조례」, 제정 2000.11.11 순창군조례제1596호, 개정 2001. 6.15 순창군조례제1627호

체험하고 선용하기 위하여 찾아오는 도시주민을 대상으로 지역 활성화와 소득증대를 도모할 수 있는 일체의 사업이라고 제시하였다.

한국관광공사에서는 농촌관광을 “녹색이 풍부한 농어촌 지역에서 인간이 자연 문화와의 교류를 즐기고 체체형의 여가활동을 갖는 것”⁹⁾이라고 보았다.

이장춘은 농촌관광을 농업관광의 형태로 보고 관광자의 측면에서는 체험관광의 한 형태로 영농체험과 농촌문화를 향유하기 위한 여가관광형태인 동시에 관광개발 측면에서는 낙후된 농촌의 환경을 인간위주로 바꾸고 외지 관광객들을 유치하여 소득증대를 이루는 정책적 개념¹⁰⁾이라고 보았다.

강신검은 녹색관광이란 개념으로 접근하였는바 농어촌지역의 자연적, 사회문화적 관광자원의 중요성을 인식하고 이를 관광매력물로 개발하고 이용하려는 것¹¹⁾이라 하고 단편적으로 정의하기에는 어려운 점이 있지만 기본적으로 다음의 세 가지 중요한 측면에서 파악할 수 있다고 하였다. 첫째, 관광목적지로서 농어촌의 잠재력을 활용하는 것으로 일반관광목적지가 기존의 리조트나 관광지를 벗어나 농촌이나 어촌, 문화유적지, 발길이 닿지 않는 오지 등으로 확대되고 있으며 따라서 농어촌에서 체류하면서 무공해 농산물을 직접 재배하고 수확하거나, 농어촌 지역의 문화와 전원생활을 체험하는 것으로 정의하고, 둘째로 농어촌이 주체가 되는 지속가능한 개발 전략이며 마지막으로 농어촌지역 활성화의 새로운 수단으로서 파악하는 것으로 설명하였는데 이는 관광자측면은 거의 고려하지 않은 면이 보인다.

또한 이경진은 “농가민박과 농촌체험시설을 이용하여 농촌지역 내에 체재하면서 농·산촌의 자연환경, 문화, 전통 등을 즐기는 여가의 한 형태로서 농촌이라는 공간적 한계의 의미와 체험이라는 관광의

형태를 취하는 신조어(新造語)’이며¹²⁾, 호텔 리조트 등 이용료가 비싼 도시형 시설물이 아닌 저렴한 민박에서의 여가생활을 즐기면서 체험하는 것이라 하였다.

상기와 같은 여러 의견들을 정리하여 보면 다음 <표-1>과 같이 요약될 수 있는데 그중에서 가장 공통적인 내용을 정리한다면 “농촌관광”이란 관광자측면과 농어가 측면 양측에서 동등한 입장에서 이해하여야 정확한 개념과 의의를 설명한 것이라고 본다. 따라서 관광자측면에서 “도시주민들이 일반 도시근교 농어촌보다 특성화된 소재를 다양하게 갖추고 있는 농·산·어촌 지역에 체재하면서 그곳의 자연환경, 문화, 전통 등을 즐기는 여가의 한 형태”라고 정의할 수 있으며, 농어가의 측면에서는 이러한 “도시민 방문객들의 욕구에 맞추어 농가민박과 영농체험 활동을 제공하며 지역주민들의 실질소득증대와 지역활성화에 기여할 수 있도록 조직적 형태로 발전한 도농간의 상호교류형태”라는 것에서 그 의의를 찾을 수 있을 것이다.

[표 1] 농촌관광 개념

농협 중앙회	팜스테이(Farm Stay- 농가민박)라고 정의하며 이는 개별적인 도시민 등이 민박농가에서 잠자리를 하며 농가에 머물면서 영농체험과 농촌문화를 접하는 기회를 가지며 방문지 인근지역까지 즐길 수 있는 “농촌·문화·관광”이 결합한 농가민박형 프로그램
농림부	농촌의 자연경관과 전통문화, 생활과 산업을 매개로 한 도시민과 농촌주민간의 체류형 교류활동
관광공사	녹색이 풍부한 농어촌 지역에서 인간이 자연 문화와의 교류를 즐기고 체체형의 여가활동을 갖는 것
이장춘	영농체험과 농촌문화를 향유하기 위한 여가관광과 관광농업의 형태
강신검	농어촌지역의 자연적, 사회문화적 관광자원의 중요성을 인식하고 이를 관광매력물로 개발하고 이용하려는 것
이경진	농가민박과 농촌체험시설을 이용하여 농촌지역 내에 체재하면서 농·산촌의 자연환경, 문화, 전통 등을 즐기는 여가의 한 형태로서 농촌이라는 공간적 한계의 의미와 체험이라는 관광의 형태를 취하는 신조어(新造語)’

9) 「농어촌 관광개발 활성화방안연구」, 한국관광공사 1996. 43쪽

10) 이장춘, 「관광자원론」, 대왕사, 1999. 287쪽

11) 강신검, 「tourism research」, www.tourlab.com

12) 이경진, 「농촌관광계획의 농촌관광 도입에 관한 연구」, 「관광정책학회연구」, 한국관광정책학회, 1996.7. 231쪽

2. 농촌관광의 유형과 사례

2.1 국내 사례

농촌관광이 제공하는 환경은 심신의 피로를 치유하는 데 도움이 되는 농촌의 자연경관 자체와 인정과 친절, 바가지 없는 순박함이 주는 편안과 아울러 아름다운 경관, 깨끗한 환경, 신선하고 풍부한 농축산물의 구입이다. 따라서 도시민에게는 휴식 휴양과 새로운 체험 공간을 제공하고 농촌에는 농산물판매, 가공산업, 숙박 음식물 서비스 등 소득원을 제공하는 지역이 갖추어져야 한다.

이러한 시도의 일환으로 '80년대는 농외소득증대 차원의 관광농원, 민박마을, 휴양단지 조성사업이 도입되었으나 하드웨어적 시설투자 위주를 벗어나지 못하였고 농촌경관을 자원화한 휴양과 체험·교류 등 농촌특유의 쾌적성·편안함(Amenity)에 의한 관광자원화 노력부족으로 농촌관광으로 정착되지 못하였다. 이어 '90년대 중반부터는 농업, 자연, 역사, 문화, 지역축제 등을 주제로 한 관광객 유치와 지방자치단체를 중심으로 확산되면서 각 시·도에서는 지자체의 적극적인 노력으로 관광농업형태가 소규모나마 보이기 시작하였으나 역시 대규모 자본과 시설의 유치 및 신규조성 등 물리적인 시설문제에 많이 집착하여 큰 발전이 없었고 비로소 2000년대에 들어 세계적인 문화관광과 체험관광의 추세에 힘입어 다음 <표2>와 같은 여건변화가 일어나게 되었다.

이러한 여건변화로 인하여 농사체험, 농촌휴양, 농촌문화체험, 특산물판매, 농촌민박의 형태가 출현하였으며 1980년대부터 시작된 농원들도 다수 설립되었고 경기도 양평군, 전북 순창군, 충남 금산군, 전남 함평군 등 지자체들도 농촌관광을 지역활성화의 대안으로 선택하게 되었다. 특히 양평군은 "Eco Doctor Town(생태건강마을)"을 모토로 설정하였으며 순창군의 군정지표는 "농촌관광 순창"으로 정하기도 하였다.

[표 2] 농촌 관광의 여건변화

	20세기형	21세기형
도시민의 관광패턴	이동형, 단체중심	체제형, 체험형, 가족중심
농업방식	다수확, 생산중심	다품종 소량생산, 품질중심
환경관점	개발위주 정책	환경보존정책
사업모델	농가별 판촉활동	네트워크구축 공동마케팅
관광대상지 선정	하드웨어 중심	소프트웨어 중심
관광상품 형태	단체관광	개별관광, 소그룹단위

또한 정부에서도 부처별 관광농촌가꾸기 관련정책(2002)을 내놓아 행정자치부는 "아름다운 마을 가꾸기 사업"(6개소), 농림부는 "녹색농촌체험마을사업"(18개소), 농촌진흥청은 "농촌전통테마마을사업"(9개소), 농업기반공사의 "문화마을 조성사업"(40개소), 산림청은 "산촌휴양마을 조성사업"(17개소), 해양수산부는 "어촌체험관광마을 개발사업"(5개소)을 정책사업으로 추진하겠다고 발표하기도 하였는바 년도별 주요 현황은 (표3)과 같다.

[표 3] 농촌관광 시설현황

연도	계 (지원액)	휴양단지		관광농원		민박마을	
		지구수	지원액	지구수	지원액	지구수	지원액
1998	152,432	8	14,600	372	116,759	235	21,073
1999	7,800	-	-	(33)	5,199	17	2,601
2000	4,715	1	2,000	10	11,720	14	1,543
계	164,947	9	16,600	389	133,678	266	24,217

*자료 : 강신겸, 「농촌관광의 가능성과 발전방향」, CEO Information, 2004. 1. 30

이에 따라 (표4)와 같이 농촌관광에서 이용 가능한 프로그램과 지역별 특색프로그램도 다음과 같이 제시되기도 하였는데 실제로 농가를 방문하는 관광객을 대상으로 농산물 판매, 민박, 농사체험 등 농업생산 또는 그와 관련된 것을 관광상품으로 제공하는 고구마 케기 등의 농사체험은 물론 자연생태계를 소재로 관찰과 감상을 중심으로 하는 서비스를 제공

하는 강화도의 갯벌체험 프로그램, 또 철새를 탐조하는 생태관광프로그램 및 농촌에 보존되어 있는 역사문화적 유산들을 소재로 관찰과 학습 체험을 제공하는 아산의 외암민속마을, 보령의 송석어촌체험마을 등이 그것이다.

2.2 외국의 농촌관광 사례

일찍이 농촌관광을 시작한 유럽은 민간주도로 시작하여 현재는 전국적 조직으로 확대되었다. 내용에서도 민박시설의 등급화 및 휴양시설에 필요한 인프라를 구축하는 등 엄격한 농업관광에 대한 품질관리로 도시민의 신뢰 속에 정착하였다.

[표 4] 농촌관광에서 이용가능한 프로그램

구분	프로그램 내용
자연환경과 문화관광	유명산, 명승지, 강, 호수, 낚시터, 온천, 섬 약수터, 축제, 이벤트, 천연기념물, 박물관 등
생태관광	철새도래지, 갈대, 동백, 동굴, 생태축제, 갯벌, 늪지 등
전통민속놀이	농악과 탈춤배우기, 인형극하기, 자치기, 팽이놀이, 제기차기, 마싸움놀이, 널뛰기, 그네타기 등
농사체험	실습농장, 모내기, 벼베기 씨뿌리기, 과일따기, 가지치기, 농작물수확, 교구마케팅, 축산단지 및 농산물 가공공장견학 등
야외놀이 문화	고기잡이, 물놀이, 수영하기, 모닥불놀이, 식물 및 곤충채집, 하이킹, 등산, 각종 레저활동 등
농산가공체험 및 축제 등	김치담그기, 장담그기, 손칼국수 만들기, 두부만들기, 한과만들기, 떡만들기, 지역별 축제행사 참가 등

* 자료. 「농협중앙회 팜스테이 육성계획」, 2003. 6월 보도자료.

프랑스는 '1936년 유급휴가제도가 생기어 농촌체재형 관광이 보급 되었는데 '71년 지트 드 프랑스(Gites de France)등의 단체주축으로 "농촌관광진흥센터(TER)"가 설립되어 농촌관광이 정착되었다. 지트 드 프랑스 등에 가맹한 민박은 엄격한 품질유지 관리를 받았으며 지방정부가 농가민박에 대한 자금 및 세제 혜택 등 지원하여 농장에 있는 주택 개조 및 신축시 보조금 지원, 주민세, 부가가치세 등 감면혜택을 받아 총농가의 3.5%(약2만호)가 농촌체

재형 관광에 참여하였다. 대표적으로 프랑스민박은 유유자적인 활동이 기본이며 농가에 소재한 레스토랑에서의 식사, 포도주시음, 우유짜기, 포도주·치즈 등 구입, 사이클링 승마 등 이 인기를 끌었다.

독일은 '60년대부터 아름답게 가꾼마을에 대한 농촌관광을 홍보실시하였는데 농업조건이 불리한 바이에른주에서 100여년 전에 시작하였다가 연방정부, 지방정부, 독일농업협회가 협조하여 "농촌에서 휴가를"이라는 캠페인 사업을 추진하였다. 독일농업협회는 품질보증마크를 만들어 엄격한 농가민박 심사하였는데 농가민박에 대해 보조금 및 저리융자금 지원하여 총농가의 2.6%(바이에른주 중심으로 2만호, 주로 낙농가)가 참여 하였다. 독일은 자연·식사·술·문화접촉이 기본이며 지역전체를 매력 있는 민박 지역으로 바꾸며 네트워크화로 여가체험메뉴의 다양화 를 이루었다.

영국은 농촌근대화과정에서 식품공급 과잉 및 농산물 가격하락에 대응한 농가소득증대를 위한 경영다각화 일환으로 '80년대 후반부터 추진되었으며 농촌의 레크레이션전흥이 농업정책의 새로운 목표가 되었다.

'83년에 주민 스스로 농장휴가협회(Farm Holiday Bureau)를 조직하여 "농가에서 체류(Stay on a Farm)" 안내제도를 설치하고 숙박시설에 등급(6등급)을 부여하며 시설, 서비스등 품질관리 하고 인 농촌경관 복원시 "전원지역 스투어드쉽(Countryside stewardship)"을 도입하여 보조금을 지급하였으며 농업경영다각화사업 참여시에도 농산물가공·판매, 식당·숙박시설 등에 보조금지급하였다. 따라서 총농가의 약1.4%(1만4천호)가 민박, 오토캠핑장등 농가체재형 농촌관광업 운영되었다. 처음에는 불필요한 농장건물을 숙박시설이나 레스토랑, leisure 시설 등으로 개조하여 이용하다가 수익이 증가하면서 새롭게 시설 확충되어 전원산책, 낚시, 고성·교회순례, 전통농업 부활체험 등이 주류를 이루게 되었다.

일본의 경우는 '93년에 "농산어촌에서 여유있는 휴가를" 캠페인을 벌려 국토종합개발계획의 일환으로 도농교류사업 추진한바 농림성, 건설성, 자치성 등 각 부처에서 경쟁적으로 추진하게 되었다. 농산어촌여가활동을 위한 도시와 농촌교류 및 팜인(Farm inn)등 농촌관광 활동을 전개하였는데 농촌관광시설은 지역전체의 협의회 방식으로 운영하고 시설자금은 중앙, 지자체가 공공기관 단체 등에 지원 하였다.

일본은 농가에서 농작업, 농산물 가공, 향토음식 맛보기등 대표적인 체험관광의 표본을 보여 주었다.

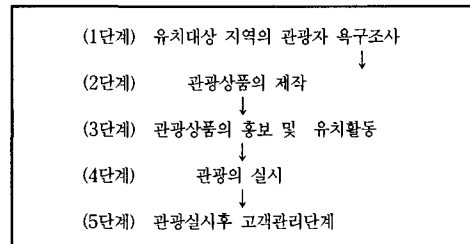
3. 관광 목적지 선택 속성

3.1 관광자 행동 의사결정과정

여행목적지를 결정하는 가장 큰 요인이 여행지의 인지도에 따른 매력이라고 Clawson은 주장하였다. 일반적으로 국내여행은 목적지에 대한 TV, 라디오, 잡지, 신문 등의 매체를 통한 인지와 친구 친지의 추천 혹은 여행사의 추천이 동기가 되며 단체관광의 경우는 여행사의 추천이 가장 큰 요인이 되는 것으로 나타나 있다.¹³⁾ 특히 일반 인 여행목적지를 의뢰하는 경우에는 여행사에 대한 신뢰성과 전문적 지식 및 노하우가 양질의 관광정보를 여행자에게 제공하여야 만족도가 높은 여행을 할 수가 있는 것으로 나타났다. 농촌관광을 목적으로 하는 관광자는 친구 및 친척 등의 인적소개에 의한 목적지 결정이 관광자 행동의 가장 큰 요인으로 나타났다. 일반적으로 관광행동은 관광자가 여행 목적지에 도달하기까지는 정보입수시점(친지 혹은 여행사)부터 목적지의 관련인에게 예약 행위등을 통하여 관광목적지 전달되는 과정을 지낸다. 그러므로 현지목적지 관련인(여행안내소 또는 여행사)의 실시하는 홍보활동이 관광객을 유치하는 가장 1차적인 마케팅 수단이라는 것과 따라서 부품생산자¹⁴⁾와 소매업자가 연결되

던가 도매업자와 고객이 직접 맺어지는 사례 등 특정한 경우를 제외하고는 어떠한 여행형태로도 현지관광을 마케팅하는 여행사나 Tour Organizer를 통한 판매가 가장 현실적¹⁵⁾ 유치촉진 방법이 된다.

이와 같은 과정을 도표로 표시한다면 다음과 같이(그림.1)의 과정으로 이루어진다고 볼 수 있다.



*자료 : Wagons-lit Travel, Paris.의 Manual참조 논자 제작상

▶▶ 그림 1. 관광객 유치활동의 단계

이와 달리 관광객들의 관광활동에 대하여 크로슨(Clawson)은 다음과 같은 다섯 단계의 경험순서¹⁶⁾에 의거하여 관광활동이 이루어진다고 하였다¹⁷⁾.

첫째는 기대/계획단계(anticipation/planning phase)이다. 관광경험의 첫 시작은 기대감에서부터라고 할 수 있다. 관광목적지나 관광활동을 계획하거나 구상하는 단계로 관광객들은 관광에 대한 기대를 가지고 관광지 위치, 특성, 종류, 등의 정보를 수집하게 된다. 이 단계는 구전, 매스컴에 의한 인지 및 이미지, 현지 종합안내 정보센터의 정보 등이 관광목적지 선택에 큰 영향을 미치게 된다.

둘째는 목적지로의 이동단계이다(travel to the site phase). 관광목적지로의 관광을 결정하고 특정 관광지로 이동하는 단계로서 국제관광에 있어서는

14) 여기서는 버스운송업체, 열차안내소, 등 관광주선 매체를 의미하며 인터넷광고매체도 포함한다.

15) 윤대순, 여행사실무론(기문사, 1998), p.84

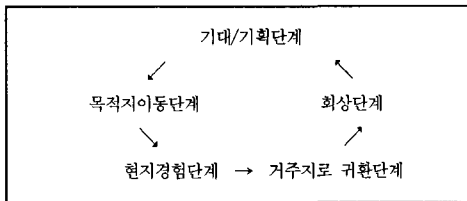
16) 클로슨(Clawson)은 관광경험을 다섯 단계로 구분하고 있으며 칙·칙(Chubb & Chubb)은 이를 좀더 세분화하여 11 단계(자각단계, 초기결정단계, 자료수집단계, 최종결정단계, 기대단계, 준비단계, 가는 단계, 현지단계, 오는 단계, 정리단계, 회상단계)로 구분하고 있다.

17) 외래관광객 유치정책개선방안(한국관광연구원, 1996)

13) 한국관광공사 관광스팟뉴스 제20호 번역본 WITC, "Travel & Tourism Economic Impact" March 1999.

국가간의 경계를 넘을 경우 주로 항공기나 선박 혹은 육상교통을 이용하기도 하나 국내관광지로 이동시는 자가용 및 버스, 열차 등이 그 대상이다.

셋째는 현지경험단계(on-site activity phase)이다. 이 단계는 목적했던 관광지로부터 관광활동을 하는 단계로서 대부분의 사람들은 이단계가 관광경험의 전부라고 생각한다. 관광객들은 관광행사 개최 시간, 구체적인 관광시설 및 자원에 관한 정보, 관광지로의 접근 방법 등에 관한 정보를 원한다. 차량을 이용한 국내관광에 있어서는 집을 떠나는 시점부터 고속도로 등 중간 경유지를 거쳐 다른 농산촌 지역을 지나 최종 목적한 숙박지로 이동하게 된다. 그리고 계획된 일정에 따라서 관광경험을 하게 되는데 이 단계에서 현지의 환영서비스, 수용태세, 관광지의 매력도 등이 주요한 관광지 평가요소가 된다.



▶▶ 그림 2 Clawson의 관광활동 단계

넷째는 거주지로 귀환단계(return travel phase)이다. 특정목적지에서 관광을 마치고 거주지로 귀환하는 단계로서 출발시와의 감정은 여러모로 다를 수 밖에 없다.

다섯째는 회상단계(recollection phase)이다. 관광이 끝난후 관광경험을 회상하는 단계로서 관광객은 일반적으로 관광경험을 긍정적으로 해석하려고 하므로 재방문 유치를 위하여는 메스컴을 통한 이미지 전략이 필요한 단계이다.

이와 같은 다섯 가지 경험단계로 이루어지게 되는 주요관광활동과 그에 따른 관광객 유치단계별 유치 촉진 활동을 당 논문 구성상 4단계로 요약하여 제시해보면 다음 <표 5>와 같다.

[표 6] 외래관광객 유치단계별 관광활동과 유치활동의 비교표

관광유치 단계	관광자 활동	유치 촉진활동
1.유치기획 및 홍보단계	관광정보수집	관광목적지관측대상(해외홍보매체, 신문, 방송 등)목적지관광 안내(한국관광상품소개, 인쇄물배포, 이 미지홍보, 기호도조사), 여행사 및 관련기관 대상 유치관측활동
2.목적지 이동 단계	교통수단내 체류	교통수단내 관광목적지 관광자원 안내 서비스
3.현지경험 단계	관광지이동, 관광 안내, 숙박예약, 현지관광활동	교통서비스, 관광목적지 관광상품, 관광안내정보체계, 주민들의 친절, 청결, 질서의식
4.관광후 이동 및 회상단계	교통수단내 체류, 현지경험의 회상	교통수단내 서비스(관광지 회상자료제공) 매체광고로 재방문 유도

*자료 : Clawson의 유치5단계설을 참고하여 논자 제작성

3.2 관광자 목적지 선택 요인

관광자의 선택은 인구통계적 특성, 태도, 경험과 인지 등이 그 요인이며 중간 매개기능을 하는 요인으로서 목적지까지의 거리, 접근성과 관광비용 등을 들 수 있다. 여행목적지 선정시 영향을 주는 목적지 결정에 대한 검토가 이루어진 후에 여행목적지 선택과 관련된 많은 연구가 있었으며 이러한 연구들은 목적지의 정보에 대한 확신과 상황에 따른 개인적인 구속력간에 상호작용으로 구체화되어 간다는 것을 밝히고 있다¹⁸⁾.

그러나 대부분의 목적지 선택행동은 개인의 물리적 사회적 행동에 대한 인지적 평가(cognitive evaluation)의 결과로 이해되고 있다. 일반적으로 선택행동에 대한 연구는 개인의 선호 형성에 영향을 주는 특성들과 구성요인 등에 초점이 맞추어 지고 있다(Fesenmaier, 1988: 175-191). 미국을 비롯한 구미에서는 관광지 선택행동에 대한 많은 연구가 60년대 이후부터 수행되어왔으나 상대적으로 이에 대한 국내연구는 미흡한 실정으로 점차 연구가 확산될

18) Mayo, E.G. Regional "Images and Regional Travel Development". Travel and Tourism Research Association Proceedings, Vol.8, No.128, 1993. p.165

것으로 전망된다.

이러한 여러 배경을 종합하여 보면 목적지 선택의 결정인자는 객관적인 목적지 속성에 대한 관광자의 태도와 관광지가 유발하는 포괄적인 이미지와의 상관관계에 있는바 농촌관광에 대한 관광자의 선택요인은 목적지인 농촌지역의 매력성에 대한 인자들 예컨대 기존의 비농촌관광 목적지에서 향유할 수 없는 활동이 될 것이 틀림없다.

Ⅲ. 실증분석

1. 조사의 설계

당 연구는 서울지역에 거주하며 국내여행을 경험한 사람들을 대상으로 조사하였다. 이는 농촌관광을 계획하는 관광자들과 일반 목적지를 대상으로하는 관광자들간에 관광의 시작단계에서부터 관광이 실행되고 귀환한 후 경험된 여행으로 인한 효익까지의 소비자행동의 차원에서 조사하고 그 자료를 도출하여 차이를 규명해 보고자하는데 있다.

조사대상은 2003. 7.1-8. 30 까지 농촌관광 여행을 경험하였거나 계획한 관광객들 및 그렇지 아니한 관광객, 두 그룹을 대상으로 구분하여 무작위로 선정, 조사하였으며 주로 서울지역에서 아르바이트 대학생들의 협력을 얻어 실시하였다.

조사서 작성시 전체집단을 소집단으로 나누는 과정에서 사전 조사자들의 의견을 청취 및 참조하여 가장 현실적이라고 생각되는 부분으로 구분하였다. 예를 들면 여행인수를 소집단으로 나누는 경우 등이나 여행준비기간을 하루전, 3-7일, 7-15일 등으로 나눌 때 등이다. 또한 일부 필요한 내용은 복수응답을 받아 카이스퀘어 분석을 실시하였다.

조사방법은 조사원이 별도로 직장으로 방문하여 설문지를 배부하고 즉시 회수하는 방식으로 조사하였으며 일부는 조사후 우편으로 도착하기도 하였다. 설문지 395부를 배포한 결과 총 369부가 회수(회수율 94.6%)되었는데 그중 한쪽에 치우친 응답자와

응답하지 않은 문항이 지나치게 많은 불성실한 응답자 18명을 제외하고, 나머지 총 351명의 설문 응답자를 최종 유효표본집단으로 선정하여 분석에 이용하였다.

본 연구의 설문지 회신내용은 크게 두 그룹으로 나누었는데 첫 번째 그룹 125명은 농촌관광을 경험하였거나 계획중인 그룹으로, 두 번째 그룹 226명은 다른 관광목적지를 투숙한 그룹으로 나누었다.

설문지의 내용은 사회통계적 특성(직업, 남녀, 교육정도, 소득 등 4항목)과 휴가여행타입, 여행시 동반자규모, 여행정보 수집원, 농촌관광중의 활동, 체류기간, 사전예약일시, 여행의 태도, 숙박시설의 만족감 등 모두 12항목을 설정하였고 수집된 자료는 데이터 코딩과정을 거쳐 전체항목에서 CHI-SQUARE 와 분산분석을 실시하였다.

참고로 여기서 농촌관광을 경험 또는 계획중인 첫 번째 그룹 125명은 주로 관광농원이나 시골에서 상업적으로 영업하는 시골의 작은집, 민박 등 농촌관광이 주목적으로 여행한 관광자들이며, 다른 관광목적지를 선정한 두 번째 그룹 226명은 호텔, 모텔, 유스호스텔, 여행사의 패키지 여행자 등 농촌관광이 주목적이 아닌 대상자들이다.

2. 조사결과

2.1 표본의 인구통계적 분석.

전체응답자 351명 가운데 성별에 있어서 남자가 295명(84.1%),여자가 56명(15.9%)이었으며 농촌관광 목적 관광자가 125명(33.6%), 관광목적 관광자가 226명(64.4%)이었다. 그중 전문직이 117명(33.3%), 기술직이 60명으로 (17.1%), 영업직은 (9.1%), 서비스업은 51명으로 (14.5%), 순으로 나타나고 있으며 교육수준 별로는 대졸자가 111명(31.6%), 전문대89명(25.3%) 및 고졸자가 75명(21.4%), 및 중졸이 36명(10.2%)순으로 비교적 균형있게 나타났다. 소득별로는 연소득 3,000- 3,999만원이 109명(31.1%)으로 가장 많았고 2,000만원

-2,999만원대가 89명(25.3%)이며 2,000만원 이하가 65명(18.5%), 4,000-4999만원이 40명(11.4%) 순이었다.

[표 6] 인구통계적 특성분포 (빈도분석)

구 분	농촌관광그룹		비 농촌관광그룹		
	표본수	%	표본수	%	
성 별	남	97	77.6	198	87.6
	여	28	22.4	28	12.4
	total	125명	100	226명	100
직 업	전문직	42	33.6	75	33.1
	기술직	24	19.2	36	15.9
	영업직	16	12.8	26	11.5
	서비스업	19	15.2	32	14.1
	농수산업	3	2.4	10	4.5
	기능공	8	6.4	14	6.2
	노동자	9	7.2	15	6.6
	군인	2	1.6	5	2.2
	기타	2	1.6	13	5.9
total	125명	100	226명	100	
학 력	초등학교 졸업	6	4.8	9	3.9
	중졸	11	8.8	25	11.0
	고졸	25	20.0	50	22.1
	전문대졸	31	24.8	67	29.6
	대졸이상	47	37.8	64	28.3
	대학원이상	5	4	11	4.9
total	125명	100	226명	100	
년 소 득	2,000만원미만	18	14.4	47	20.8
	2,000-2,999만원	34	27.2	55	24.3
	3,000-3,999만원	37	29.6	72	31.8
	4,000-4,999만원	16	12.8	24	10.7
	5,000-5,999만원	14	11.2	25	11.1
	6,000만원이상	6	4.8	3	1.3
	total	125명	100%	226명	100%

3.2 유치단계별 조사결과

1) 동행여행인 관련 조사내용

당 조사에서 여행갈 경우 동행인은 누구와 할 것인가에 대하여 농촌관광그룹의 경우는 31.6%가 아내/연인을, 22.8%가 자녀, 19.6%가 친구라고 대답

하였으며 비농촌관광그룹의 경우 24.2%가 아내/연인 및 22.5%가 자녀 그리고 21.0%가 다른 친인척을 동행대상으로 보았다.

여행인수에 대하여도 양 그룹 공히 2명이라고 대답한 숫자가 가장 많았으며, 다음으로 4명, 3명, 1명 순으로 점차 여행의 패턴이 소그룹단위로 이동하고 있음을 보여주고 있다. (표7) 참조.

2) 여행계획의 준비 및 사전예약일 수

여행을 계획하는데 있어서의 특성과 정보수집 방법에도 중요한 차이를 보였다. 여행의 준비기간에 대하여 농촌관광그룹은 비농촌관광그룹에 비하여 더 오래전에 여행을 계획하며 사전예약일수도 농촌관광그룹이 비농촌관광 그룹보다 훨씬 전에 예약하는 것으로 나타났다. 조사내용에 의하면 농촌관광그룹의 경우 27.8%가 3-6개월 전부터 여행을 준비하며 1-3개월전에 예약하는 인원도 35.8%에 이른다. 이에 비하여 3개월 전부터 여행을 준비하는 비농촌관광그룹의 인원은 17.6%에 불과하며 1개월 이상의 준비기간을 걸쳐 사전예약하는 인원은 32.4%에 불과하였다. 동조사에 의하면 예약 없이 농촌관광여행하려는 그룹도 18.6%에 이르나 비농촌관광그룹의 수요 24.9% 보다는 6.5%이상이 적었다. (표8) 참조.

[표 7] 동행여행인 관련 조사내용

구 분	농촌관광그룹	비농촌관광그룹	
여행인수	1	9.9%	11.0%
	2	41.3	38.2
	3	11.1	13.2
	4	16.2	19.2
	5	7.4	6.7
	6	4.1	3.8
	7-8	4.3	3.5
	9-10	1.1	1.3
	11-15	1.5	1.1
	16-20	0.8	0.7
	21-30	1.1	0.5
	31-50	1.0	0.4
	50이상	0.2	0.4
응답인원수	125명	226명	
chi-square= 25.92 p= .03894 (p<.05)			
동행관계	본인	8.3%	13.0%
	아내/연인	31.6	24.2
	자녀	22.8	22.5
	부모	5.2	4.9
	다른 친인척	12.1	12.3
	친구	19.6	21.0
	사업차	0.4	2.1
	totoal	122명	219명
	chi-square= 22.43 p= .00181 (p<.01)		

3) 여행 정보원의 획득

정보의 원천에 있어서도 차이를 보였는데 농촌관광 그룹은 경험자의 조언(39.6%)의 조언이 가장 결정적이며 다음으로 친구나 친지, 출판물(잡지, 신문, 책자)로부터 정보를 얻는 반면에 비농촌관광그룹은 경험자의 조언을 받긴 하나 훨씬 점유율이 낮았으며 (22.1%) 패키지 전문여행사와 일반여행사 등 여행사의 조언이 22.1%를 차지하고 있는 반면 농촌관광 그룹의 경우 4.2%정도뿐이어서 매우 대조가 되었다. (표.9)참조.

4) 휴양관광지에서 주요관광활동의 종류

휴양관광 목적지에서의 활동을 비교하여 조사하여본 결과 몇 가지 예외를 제외하면 농촌관광목적의 관광객들이 비농촌관광관광자그룹보다 더 적극적으로 참여하였다. (표. 10) 참조.

비농촌관광그룹의 경우 캠핑 낚시 등 활동에 많이 참여하는 반면 농촌관광그룹의 경우 별보기, 천체 관측, 조류관측, 새소리듣기, 눈썰매타기 등에서 비농촌관광그룹보다 훨씬 높은 비율을 보여주고 있다.

[표 8] 여행계획의 준비 및 예약

구 분	농촌관광그룹	비농촌관광그룹	
여행준비기간	6개월이상	4.2%	3.4%
	3-6개월	23.6	14.2
	1-3개월	21.1	20.8
	15일-1개월	18.7	18.2
	7일-15일	15.3	16.3
	3일-7일	10.7	15.6
	하루전	6.4	11.5
	total	123명	215명
	chi-square= 43.27 p= .00000 (p<.01)		
	사전예약일수	6개월전	2.5%
3-6개월전		11.8	6.9
1-3개월전		21.5	24.2
15일-1개월전		13.2	13.2
7일-14일전		16.8	11.7
4-7일전		10.8	10.6
1-3일전		4.8	7.2
예약없이		18.6	24.9
total		123명	219명
chi-square= 98.62 p= .00000 (p<.01)			

[표 9] 여행정보원의 획득

구 분	농촌관광그룹	비농촌관광그룹
일반여행사	3.4%	10.4%
패케지여행사	0.8	11.7
항공사	0.1	1.3
리조트	1.0	1.7
현지 관광기구	1.8	1.5
정부관광안내소	2.8	3.1
T.V.	7.3	8.3
라디오	3.2	3.1
잡지	4.1	5.5
신문	6.7	8.6
여행서적	2.5	4.0
친구 친척	18.0	13.2
경험자의 조언	39.6	22.1
기타	8.7	5.5
Total	100	100
chi-square= 101.57 p= .00000 (p<.01)		

[표 10] 관광지에서의 주요활동참여도

구 분	농촌 관광그룹	비농촌 관광그룹	p-value
캠핑	5.3%	10.0%	0.0093
낚시	13.4	14.3	0.0000
사냥	1.7	5.4	0.0001
등산	4.4	2.1	0.0000
스키	8.2	12.4	0.0000
수영	7.3	8.0	0.0008
산책하기	16.3	11.2	0.0007
별보기, 천체관측	13.1	3.7	0.0000
조류관측	9.1	6.0	0.0000
산악자전거타기	1.1	2.4	0.0071
보트타기	4.3	9.2	0.0061
눈썰매타기	6.8	2.5	0.0001
기타	9.0	12.8	0.0000
응답인원수	122명	223명	
p<.01			

5) 관광지 경험후에 느끼는 여행지에 대한 최종적 인상

당 논문의 조사결과에 의하면 농촌관광 목적의 관광객들은 그렇지 아닌 한 목적의 관광객 그룹에 비하여 사후 휴가여행을 가장 잘 설명한 표현을 고르는데도 여러 점에서 큰 차이를 보여 주었다. 농촌관광 목적의 관광객들은 '가격대비 매우 좋은 시설이었다'(26.5%)라는 내용에 가장 높은 점수를 보여주었으며 '훌륭한 숙박시설이었다'(13.9%), '주위환경이 즐길거리가 많았다'(12.5%) 순인 것을 보면 숙박시설이 깨끗하고 주위에 자연환경을 즐길거리와 먹거리(2.3%)가 많다면 농촌관광은 성공할 것인 것을 보여주었다. 그러나 기존의 일반 여행목적지에 대한 관광객들은 "가격대비매우 훌륭한 시설이었다"(18.4%)와 "훌륭한 숙박시설이었다"(11.2%)에서 농촌관광 관광객그룹보다 더 낮은 빈도수를 보여주었다. 반면 '따분하였다'라는 질문에 대하여도 농촌관광 관광객들은 비농촌관광관광자그룹보다 훨씬 높은 비율의 차이(5.7%)와 실망감(7.6%)도 비농촌관광 그룹보다 높게 나타나는 점도 잊지 말아야할 과제이다.

[표 11] 여행지에 대한 최종적 인상표현

구 분	농촌 관광그룹	비농촌 관광 그룹
편하고 긴장감 해소에 좋았다	1.5%	4.1%
따분하였다.	5.7	0.3
음식이 매우 좋았다.	2.3	0.9
로맨틱한 분위기였다	0.6	1.5
그 지역은 생각만 해도 설레는 기분	0.1	1.7
실망감뿐이었다	7.6	5.3
바가지 쓴 기분이다	6.2	7.8
놀라움 그자체였다.	0.0	0.9
체력적 휴식에 적격이었다.	2.3	1.4
재미있었다.	3.6	6.6
교육적인 지역이었다.	4.7	4.2
주위 환경이 즐길거리가 많았다.	12.5	23.9
모험심을 심어주는 장소이었다.	5.2	5.8
훌륭한 숙박 내부시설이었다	13.9	11.2
가격대비 매우 좋은 시설이었다	26.6	18.4
기타	7.2	6.0
응답인원수	120명	219명
chi-square= 66.68 df=14 p= .00000 (p<.01)		

3. 조사결과에 대한 토론

상기와 같은 연구결과를 요약하여 토론하여보면 아래와같이 몇 가지 시사점을 던져주고 있다. 우선 분산분석을 이용하여 분석한 결과 두 그룹간에 중요한 차이를 보였는데 전반적으로 농촌관광 목적의 관광객들은 비 농촌관광그룹의 관광객보다 독립적인 것을 좋아하며 여행사의 권유나 패키지관광형태의 여행은 선택하지 않는 경향이 있음을 보여주었다. 또한 농촌관광관광자들은 깨끗한 숙박시설을 매우 중시하여 가격대비 시설에 가장 관심을 갖고 있는 것으로 나타났고, 활동에 있어서도 개인적 휴양 활동과 모험여행의 기회를 즐기는 것으로 조사되었으며, 가격대비 좋은시설이란 대형호텔과 같은 시설이 전혀 아닌 농촌 민박수준의 깨끗한 시설을 의미하는 것으로 보여진다. 그러한 시설이란 주변의 생태환경을 중시하는 것으로 나타났으며 그 과정에 자녀와 가족과 함께하는 관광인바 교육적인 내용과 체력적 휴식을 중시하는 내용도 보여주었다.

더불어 관광내용에서 특별한 관계를 중시하는 경향이 있는 것으로 보인다. 농촌관광 목적의 관광객들은 일반 목적의 관광객과 숙박시설의 관광객과 비교해보면 교육수준이 높고, 고소득을 갖고 있으며 직장에서 전문직, 고위 관리직의 위치에 있는 사람이 더 많은 것으로 분석되었다. 여행목적에서도 차이가 있으며 동반자 규모는 작다. 그들은 계획과 예약에 좀더 많은 시간을 소비하는 경향이 있고 의사결정시 다른 종류의 정보를 사용한다. 활동에 있어서도 그들은 해변가에서 하는 활동이 아닌 천체관측, 조류관측같은 자연 생태관측 행사를 즐기는 것으로 나타났다. 또한 농촌관광 방문자들은 관광목적지의 숙박시설보다 높은 돈의 가치를 지각하며 훌륭한 숙박시설을 즐긴 것으로 지각하여 좀 더 긍정적인 지각형태를 보였다. 이와 관련, 성공적인 농촌관광을 위하여 다음과 같은 내용이 검토되어야 할 것으로 보여진다.

첫째, 농촌관광지역으로서의 이미지 메이킹

(Image Making)이 필요하다. 전북 순창군은 농촌관광을 조례로 선포하여 대내외적으로 환경과 관광이 어우러진 관광목적지임을 대내외적으로 천명하였다. 강화도지역도 철새와 갯벌이 어우러진 환경투어지역으로 전국적인 인지도를 얻었다. 강원도 평창지역은 바이올린과 된장담그기라는 주제로 신문과 잡지 등을 위주로 마케팅을 벌여 도시민들에게 현지 문화체험관광의 이미지를 심어준 성공한 케이스이다.

둘째, 현지특성에 맞는 환경조성이 필요하다.

21세기 관광의 추세는 대형적 고급시설의 하드웨어적 환경보다는 깨끗한 잠자리와 입에 맞는 먹거리 및 경제적이고 교육적인 자연을 필요로 하는 곳으로 도시탈출을 희망하는 도시민들이 몰려들기 시작하였다. 따라서 자연과 함께하는 생태체험의 장소와 이에 적합한 소프트웨어적 프로그램이 절실한 때가 되었다. 한때 한국인들이 동절기에 가장 많이 여행하는 뉴질랜드의 대표적인 관광상품이 양털깎기 시합 관광하는 것과 개1-2마리가 수십 마리의 양들을 몰고다니는 농장구경 및 젖소 사육 농가에서 젖소짜기 시범 보여주는 것 및 호텔대신 농가에 1박숙박하는 프로그램임을 생각한다면 한국적 상품을 장안해 낼수 있을 것으로 보여진다.

셋째, 관광객유치를 위하여는 각 지역의 여행사(旅行社)들을 적극 활용하고 지원하여야 한다. 관광유치를 위한 관광목적지의 최일선 현지 마케팅은 현지를 가장 잘 알고 있는 현지여행사일 것이다. 따라서 이러한 여행기업들은 상업적 측면에서 벗어난 문화적 첨병역할을 할 수 있도록 여러 가지 지원과 협력을 최우선적으로 고려하여야 한다. 관광상품제작에 필요한 경비는 물론 자료와 고객유치를 위한 프로그램 개발에서 관광지의 원활한 활동에 대한 모니터링시스템부여, 관광체험자들에 대한 사후고객관리에 대한 내용 등 문화비즈니스 내용이 포함되며 나아가 각 지자체에서 벌이고 있는 여러 가지 활동에 대하여 우선적 적극동참의 기회를 부여함이 필요

하다. 왜냐하면 이들 여행사의 고유업무가 현지 관광마케팅이기 때문이다.

넷째, 농촌관광을 농어가의 입장에서 이해해 보는 노력도 필요하다.

관광은 지성과 이성의 방문이 아니고 감성과 감동의 만남이다. 따라서 농촌관광을 관광객의 입장에서만 이해하고 계획한다면 농어가 주민에게는 관광객들의 행동에 대한 갈등과 실망이 있을 수 있으며 이로 인하여 농어가에는 자긍심의 상실과 심적 괴리를 유발 할 수가 있다. 관광이란 관광활동을 제공하는 측이나 제공받는 양측 모두가 대화하고 경험하며 느낄 수 있는 무엇이 있어야 계속되고 유지될 수 있다. 수익 때문만을 위한 농어가의 농촌관광은 관광객들에게 감동을 주지 못한다. 따라서 농촌관광이 이루어지는 환경자체에 농어가 자신들의 정서를 담아야 하고 농어가 자신들이 견고 싶어하는 동네거리와 분위기를 먼저 만들어야한다.

이제 21세기 노령화와 공동화(空洞化)로 허물어져가는 농촌의 농가소득증대에 기여함과 동시에 도시민들에게는 휴식의 공간으로서 깨끗한 공기와 환경의 고향의 맛을 느끼고 가족들에게 교육의 기회를 제공하는 농촌관광이야말로 좀더 깊게 연구해볼 필요가 있으며, 좀더 이주제를 세분화하여 각 시장의 고객에 관한 연구가 필요한 것으로 파악 되었다.

IV. 결론

21세기 들어 주5일 근무제가 법적으로 공식시행되면서 우리나라 국내관광시장은 급속히 확대될 것으로 전망된다. 농어가에서는 도시민들의 유입으로 인한 소득의 향상과 환경의 개선을 기대할 것이고 도시민들은 편안한 휴식과 안전한 먹거리 그리고 농촌의 전통문화와 생태환경을 찾아서 떠날 것이다. 이러한 양자의 이익이 합치되는 농촌관광은 관광객들로 하여금 기존의 일반 관광목적에서 벗어나 경제적인 가격으로 최대의 휴양관광효과를 누리고 그러

한 수요에 부응하는 매력적인 관광상품이 되는 동시에 농촌지역의 발전에 크게 기여할 기회가 될 것으로 이해하고 있다.

당 논문은 이러한 다가올 대안적 관광목적지에 대한 관광객들의 활동을 비교함으로써 계속 발전할 지방자치단체활동의 근간이 되는 관광개발의 마케팅 활동의 방향을 제시하고자 준비되었다.

그러기 위하여 농촌관광의 개념과 관광목적지 선택에 관한 선행연구들을 정리하여 이론적 배경으로 삼았고 농촌관광자와 비농촌관광자가 관광지에서의 행동들을 비교 조사 분석하여 목적지를 선택하기 위한 요인들을 제시하여 보았다.

농촌관광 관광객들의 관광활동을 요약한다면 농어촌 수준에서 깨끗한 숙박시설 및 생태자연의 보존으로 인한 휴식공간 그리고 농어촌의 교육적인 체험관광이라고 할 수 있다. 따라서 이들의 욕구에 농어촌에서 어떻게 준비하고 수용할 것인가가 관점이 될 것이다.

그러나 이처럼 앞으로 농촌관광의 수요도 대폭적인 증가가 예견되고 있지만 이를 준비하고자 하는 노력은 아직 충분치 않은 것으로 파악되고 있다. 1980년대 중반 이후로 '농어촌발전 특별조치법'이나 '농어촌정비법' 등을 통해 2000년까지 491개소의 관광농원과 266개의 민박마을, 8개소의 농어촌휴양단을 조성하는 등의 정책적 노력이 있었으나 대부분 과잉 시설투자로 인한 경영 불안정, 획일적이고 개성 없는 서비스 등으로 큰 결실을 거두지 못하였기 때문이다.

이러한 여러 문제점들이 내포되어 있음에도 불구하고 농촌관광의 적극추진을 위하여 지방자치단체는 물론 농어가 자체 민간영역에서도 도시민들의 유치를 위한 적극적인 노력이 추진되어가고 있다. 이와 관련 자신들의 환경을 도시민들에게 개방하고 농어가 활동을 체험할 수 있도록 준비하며 교육적 목적으로 역사문화자산과 생태환경을 직접 탐방하고 관찰할 수 있도록 하는 체험 프로그램들이 곳곳에서

만들어지고 있음은 관광객과 농어가 양측을 위하여 매우 바람직한 일이다. 이와 관련 농촌관광이 지속 가능한 환경관광으로 연결될 수 있도록 추후 연구가 계속되어야 할 것이다.

■ 참고문헌 ■

- [1] 김선기(1994), 지역활성화의 발상, 한국지방행정연구원
- [2] 농림부(1988), 농촌관광휴양자원개발사업, 205-231
- [3] 농어촌연구원(1993), 관광농원의 개발운영에 관한 연구, 농어촌진흥공사
- [4] 한국관광공사(1996), 농어촌관광개발 활성화 방안 연구
- [5] 김범수(1999), 일본의 농촌관광, Vol.3(1,2) 1-14, 한국산림휴양학회
- [6] 김창곤(1994), 한국 관광농업개발 정책과정에 관한 연구, 한양대 대학원 학위논문(박사)
- [7] 이장춘(2001), 최신 관광자원론, 대왕사
- [8] Mayo, E.G. Regional "Images and Regional Travel Development".
- [9] Travel and Tourism Research Association Proceedings, Vol.85, No.128, 1973. p.165
- [10] Mathieson, A. & G. Well. "Tourism and consumer behaviors" Tourism Research 1988: 21
- [11] Fesenmaier, D. R. Integrating Activity Patterns into Destination Choice
- [12] Model. Journal of Leisure Research Vol. 20, 1998
- [13] 「농협 팜스테이 육성계획안」, 농협중앙회, 2002년 6월 보도자료
- [14] 「순창군 농촌관광 육성지원조례」, 제정 2000.11.11 순창군조례제1596호, 개정 2001. 6.15 순창군조례제 1627호