

## 도시민의 농촌지역 여가선택속성 분석

윤희정\* · 임승빈\*\*

\*서울대학교 대학원 · \*\*서울대학교 조경 · 지역시스템공학부

### Analysis of the Leisure Choice Attributes at Rural Area of Urban People

Yun, Hee-Jeong\* · Im, Seung-Bin\*\*

\*Graduate School, Seoul National University

\*\*Dept. of Landscape Architecture and Rural System Engineering, Seoul National University

#### ABSTRACT

This study intends to analyze urban peoples' leisure choice attributes of rural areas from a rural demand perspective. For this purpose, this study investigates regional attributes considered in decision making processes for rural tourism destinations of urban residents using a conjoint model as a stated preference model. Based on literature reviews, two questionnaire surveys were conducted. The first questionnaire survey was performed in 4 cities including Seoul, Daejeon, Suwon and Chuncheon with 408 urban residents. The Second questionnaire survey was performed in 5 cities including Seoul, Chuncheon, Daejeon, Jeonju and Busan with about 1,060 urban residents. The study results suggest that the most important attribute in selecting rural areas for tourism are activity programs and convenience of facility, according to part-worth and vector model. The fitness level of model is 0.986, which is very significant. Among the 5 attribute's levels, the rural residents' kindness, the traditional and the ecological programs and the facilities about sign and lodging are more critical factors than other levels. Utilities of each levels decreases as cost and arrival time increases. Regarding the result of market segmentations, respondents having intention to visit can be divided into 4 group; (1) facility or program oriented type, (2) resident's kindness oriented type, (3) arrival time oriented type, and (4) negatively participant type. The results of leisure choice attributes can provide insightful information for regional planning strategies, such as selection of the type of market segments and the key factor of facility and space planning.

*Key Words: Rural Leisure, Rural Tourism, Market Segmentation of Rural Leisure*

## I. 서론

1990년대 후반부터 정부부처는 농촌지역 활성화를 위해 녹색농촌 체험마을사업, 농촌전통 테마마을사업 등의 다양한 농촌지역 개발정책을 시행하고 있고, 최근에는 「농림어업인 삶의 질 향상 및 농산어촌 지역개발 촉진에 관한 특별법」 등을 제정하면서 농촌마을 종합개발사업 1,000개 권역 확대추진 계획, 농촌관광 1,000개 지역 육성계획을 수립하였다.

그러나 정부의 농촌지역 개발정책은 양적으로 급속하게 증가하고 있으나, 수요와 공급의 균형이라는 시장의 매커니즘을 고려하지 않고 공급중심, 즉, 농촌지역의 사회·경제적 여건 및 활용 가능한 자원을 위주로 진행되고 있다. 이에 따라 지역개발계획 수립 시 수요자에 대한 실증적·객관적 분석을 간과하고 있어(농림부, 2005), 개발의 타당성 및 효과에 대하여 많은 의문점이 제기되고 있고, 이해당사자들에게 성급한 기대감을 불러 일으키고 있다(한국농촌경제연구원, 2005).

또한 개발계획을 수립하고 사업을 진행하는 농촌지역의 수가 기하급수적으로 증가하여 지역간 경쟁체제가 구축되고 있으나, 어떠한 지역이 경쟁력을 갖추고 있는지, 어떠한 지역이 수요자인 도시민에 의해 선택되는지에 대한 연구가 미흡한 실정이다. 이로 인해 계획 수립 시 적합한 표적시장 선정이 이루어지지 않거나, 마케팅 전략이 제시되고 있지 않아 수익성과 운영·관리, 경제적 파급효과, 사업의 타당성, 지속가능한 발전 등에 있어 부정적 영향이 초래되고 있다.

이에 따라 본 연구는 농촌지역 개발계획 수립 시 그동안 간과되었던 수요자 측면의 접근을 하고자 하며, 특히, 수요자인 도시민들이 여가를 목적으로 농촌지역을 선택할 경우 어떤 속성이 영향을 미치는지 분석하고자 한다. 이를 통해 계획 수립 시 수요자의 선택에 영향을 미치는 요소를 우선적으로 선정할 수 있고, 지역이 보유하거나 지향하는 속성과 수요자들이 선호하는 속성의 교집합을 중심으로 계획방향을 설정할 수 있을 것이다. 또한 도시민들의 농촌지역에서의 여가선택속성 분석을 통해 지역개발계획 수립 시 표적 시장 선정이나 시장 세분화 등의 마케팅 전략으로 활용할 수 있을 것으로 기대한다.

## II. 이론적 고찰

### 1. 농촌관광과 농촌여가

‘관광(tourism)’은 이동성, 탈일상성, 일시성, 자유의지, 비영리성, 불규칙성, 자기개발, 즐거움 등이 결합된 복합행위이며(김사현, 2003), 거주지를 떠나는 ‘일탈성’과 체재기간과 밀접한 ‘일시성’이 가장 주요한 개념이다. 이중 일시성과 관련하여 UNWTO(2006)의 관광위성계정(tourism satellite account)에서는 방문객을 관광객과 당일 방문객으로 명확히 구분하여 제시하고 있으며, 이러한 국제적 합의를 수용하면 관광은 숙박이 포함된 개념이라고 할 수 있다. 반면 ‘여가(leisure)’란 일과 대립되는 개념으로 사회적, 생리적 의무 행위에 귀속된 시간을 제외한 ‘잉여시간’이며(Kaplan, 1960), 행위적 관점이 부각되는 위락(recreation)과 거주지 일탈과 숙박을 전제로 하는 관광의 개념을 포함한다.

1990년대 이래로 농촌을 방문하는 도시민의 행태는 녹색관광(green tourism), 농촌관광(rural tourism, agri-tourism)<sup>1)</sup>으로 언급되고 있다(Unwin, 1996; Murphy and Williams, 1999; Sharpley, 2002; Hong *et al.*, 2003; Fleischer and Tchetchik, 2005; McGehee *et al.*, 2007). 그러나 이상의 여가, 관광의 원칙적 개념 정의에 따라 숙박을 포함한 당일 방문 위주의 농촌방문 행태는 농촌관광보다 농촌여가(Goossen and Langers, 2000)의 개념이 더 적합하다고 판단된다. 이 때, 농촌여가는 농촌관광을 포함하는 개념이다.

농촌여가 관련 연구 중 본 연구의 성격과 유사한 수요연구들을 살펴보면, 농촌방문 수요는 지역을 방문하는 도시민의 수나 방문횟수, 체류기간, 지불의사 등과 밀접한 영향이 있는 것으로 나타났다(Fleischer and Tchetchik, 2005). 박덕병 등(2004)은 농촌민박 수요자에 대한 시장 세분화를 실시하여 군집별 마케팅 전략을 제시하였고, 김남조(2004)는 농촌 방문객의 수요특성과 해설프로그램의 중요성을 언급하였다. 그 외 농림부(2005), 이광익(1996) 등은 농촌방문 수요함수를 개발하거나 비교·분석하였으며, 농촌자원개발연구소(2003; 2004a; 2004b)는 수요자에 대한 실태조사 연구를 수행한 바 있다.

## 2. 도시민의 여가행태 및 선택

도시민의 여가행태는 과거 경험 내용이나 과거 참여 빈도, 만족도, 여가자원에 대한 지식과 여가가치, 문화적 배경에 따라 달라진다(Ragheb, 1980; Riddick, 1986; 김정근, 1998; Seddighi *et al.*, 2001). 향후 도시민의 여가행태에 대해서는 개성 추구형, 기계 문명형, 창조형(자기 계발형), 가족 동반형, 도시 탈피형(자연 밀착형)으로 변화될 것으로 예측되며(국토연구원, 2002), 도시 내에서의 장기간의 여가활동 대신, 단기간 동안 교외지역과 인근 배후지를 선택하는 현상이 두드러질 것으로 예상된다(Wu and Cai, 2006).

이 중 도시를 탈피하여 농촌을 방문하는 도시민들의 주요 특성을 살펴보면, 개인적 성향이 두드러지고, 적극적 체험과 모험을 선호하는 것으로 나타났다. 또한 자연과 문화 혹은 농촌다움(rurality)을 중시하며, 남성보다는 여성의 참여비율이 높은 것으로 분석되었다(Murphy and Williams, 1999). 국내 농촌지역의 방문객들은 30대 후반에서 40대 초반에 초등학교를 둔 가족단위의 도시민으로, 유년시절의 향수를 간직한 부모가 자녀와 추억을 공유할 목적으로 방문하는 부촌자도(父村子都)의 특성을 보이는 것으로 나타났다(농림부, 2003). 또한 과거 경험층을 대상으로 조사한 결과, 관련 용어에 대한 인지도가 높은 경우, 연령대가 낮은 경우, 학력이 높은 경우, 농촌지역 거주경험이 있는 경우 선택확률 및 경험회수가 증가하는 것으로 나타났다(농촌자원개발연구소, 2003; 2004a; 2004b).

## 3. 선택속성 분석을 위한 컨조인트 모형의 고찰

선택속성을 분석하기 위한 대표적인 방법은 로짓모형, 컨조인트모형, 두 모형을 혼합한 컨조인트 선택모형(conjoint choice model)이 있다. 로짓모형은 대표적인 현시선호모형(revealed preference model)으로(홍성권, 2000; OECD, 2000; 윤희정과 김혜민, 2006), 실제 선택 자료를 집합적 수준(aggreated level)에서 분석하지만 구체적인 선택속성을 규명하기에는 한계점이 있다. 컨조인트 선택모형(conjoint choice model)도 자주 이용되고 있으나(홍성권, 2000; 홍성권과 이용훈, 2000; Kelly *et al.*, 2007), 실험설계가 난해하고, 외부변수의 개입 및 변

수간의 상관성 통제가 불가능하여(홍성권, 2000), 컨조인트모형이 가장 적합하다고 판단하였다.

컨조인트모형은 잠재적 선호모형(stated preference model)으로 속성별 각 수준의 효용값(utility)을 추정하여 선호도를 구하고, 이를 통해 소비자의 선택을 예측한다. 이 때 개별 속성의 각 수준에 부여되는 선호도를 효용 혹은 부분가치(part-worth)라고 하며, 이는 각 응답자별로 실시되는 회귀분석을 통해 도출된 계수들의 평균값이다. 이 때 종속변수는 각 프로파일의 선호점수 혹은 순위이며, 독립변수는 속성별 수준이다. 모형의 선호도(효용)를 도출하기 위해 보통 부분가치모형(part-worth model), 벡터모형(vector model), 이상점 모형(ideal-point model)이 사용되고 있으며, 각각의 함수형태는 그림 1과 같다.

부분가치 모형은 질적 속성에 적합하나 각 수준을 더 미화하므로 많은 수의 계수를 추정해야 하는 단점이 있다.<sup>2)</sup> 이를 보완하기 위하여 각 속성별 수준의 효용값이 선형적으로 증가(linear more), 혹은 감소(linear less)하는 비율척도로 구성된 경우, 각 수준의 값을 그대로 사용하는 1차 방정식 형태의 벡터모형을 사용할 수 있다. 벡터모형은 가격(비용)이나 거리 등과 같이 수준이 증가 혹은 감소할수록 효용이 선형적으로 변하는 속성에 적합하다(Green and Srinivasan, 1978). 그 외 수준의 값을 제곱 처리하는 2차 방정식 형태의 이상점 모형도 사용되고 있으나 부분가치 모형과 마찬가지로 계수의 수가 증가하는 단점이 있다.<sup>3)</sup>

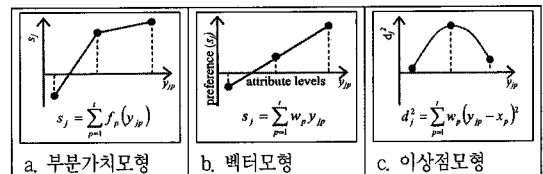


그림 1. 컨조인트의 선호모형

자료: Kotri, 2006: 15. 재인용

여기서,  $t$  = 속성의 수

$j$  = 프로파일의 수

$v_{jp}$  =  $j$  번째 프로파일의  $p$  번째 속성의 수준

$f_p$  =  $p$  번째 속성의 부분가치 함수

$S_j$  =  $j$  번째 프로파일에 대한 응답자 선호도

$W_p$  =  $p$  번째 속성의 부분효용 계수

$X_p$  =  $p$  번째 속성의 이상점 수준

$d_j^2$  =  $j$  번째 프로파일의 응답자 선호도

### III. 연구방법론

#### 1. 속성 선정

컨조인트모형은 다(多) 속성, 다(多) 수준으로 구성된 대상에 대한 상대적인 선호를 도출하므로, 속성 및 수준선정과정은 논리적이어야 한다. 속성 및 수준은 연구자의 주관이나 문헌연구, 전문가 조사, 포커스 그룹 인터뷰, 일반 설문조사 등의 다양한 방법이 적용될 수 있으나(유필화, 1997), 본 연구는 일반인을 대상으로 선택속성을 규명하므로 문헌연구를 통한 일반인 설문조사를 실시하여 속성을 선정하였다. 속성의 수는 보통 3개에서 7개 사이로 제시되고 있으며(Dellaert *et al.*, 1995; 김성진과 안건용, 1995; Mazanec, 2001; 농촌자원개발연구소, 2004b; Pina and Delfa, 2005; 조승국과 신철오, 2005; Suh and McAvoy, 2005), 조사의 용이성을 위해 필요한 속성만을 포함시키는 것이 바람직할 수 있다.

이에 따라 본 연구에서는 관련 문헌연구를 통해 8개 속성을 선정하였다(김사현, 2003; 김현과 이희찬, 2004; 농촌자원개발연구소, 2004a; 2004b). 선정된 8개 속성은 (1) 친절 서비스, (2) 시설 편리성, (3) 주변 경관, (4) 음식의 질, (5) 체험 프로그램, (6) 주변 목적지, (7) 도착시간, (8) 비용으로 나타났다. 이상의 8개 속성에 대하여 도시민을 대상으로 1차 설문조사를 실시하였다. 조사는 2006년 9월 30일(토)부터 10월 8일(월)까지 광역시 및 특별시인 서울·대전, 도별 중심도시인 수원·춘천의 4개 도시의 408명을 대상으로 다중응답방식으로 실시되었다. 분석 결과 8개 속성 중 빈도가 가장 낮은 음식의 질(4.0%), 주변 관광지(8.8%), 주변 경관(9.2%) 3개 항목을 제외하고 (1) 친절 서비스(12.5%), (2) 시설 편리성(16.7%), (3) 체험 프로그램(21.0%), (4) 도착시간(12.2%), (5) 비용(11.9%)의 5개 항목을 최종 선정하였다(표 1 참조).

#### 2. 수준선정

수준은 속성의 특성을 다양화한 것이라고 할 수 있다. 컨조인트 모형에서 각 속성의 상대적 중요도는 수준의 효용값 범위에 의해 결정되므로, 수준이 늘어날수록 해

당 속성의 중요도는 자연히 커지게 된다(Green and Srinivasan, 1990). 따라서 각 속성별 수준의 수는 2~4개 이내로 유사해야 하고(유필화, 1997; 허명희, 2006), 실제로 시장에 나타나는 값들을 제시하는 것이 중요하며, 변별력이 있어야 한다.

먼저 친절 서비스는 변별력을 고려하여 친절과 불친절의 두 개 수준으로 제시하였다. 시설 편리성과 체험 프로그램은 농촌전통테마마을의 현황분석을 통해(<http://www.go2vil.org>), 빈도가 높게 나타난 숙박, 안내, 휴식시설과 농업생산, 자연생태, 전통문화체험으로 제시하였으며, 시설이 불편하거나 체험 프로그램이 없는 지역도 다수 존재하므로 이를 포함하였다. 이 때 시설의 불편함은 시설이 모두 불편한 경우를 의미한다(표 1 참조). 도착시간은 농촌자원개발연구소(2004a)의 연구 결과(1~2시간 29.3%, 2~3시간 29.3%, 4시간 이상 23.2%)와 변별력을 고려하여 1시간 30분, 3시간, 5시간으로 선정하였다. 비용은 농촌자원개발연구소(2004a)의 연구 결과 1인당 평균 58,479원으로 나타났으나, 주변 관광지의 방문비용이 모두 포함되어 값이 상대적으로 높게 나타났다고 판단되어 15,000원, 30,000원, 50,000원으로 선정하였다. 이 때 도착시간은 편도이며, 비용은 1인당 1회 방문비용으로 교통비나 체험참가비, 숙박비 등을 포함하는 총 경비를 의미한다(표 1 참조).

#### 3. 부분요인설계

컨조인트 분석에서 속성과 수준이 결정되면 이들을 결합하여 프로파일(profile)을 설계한다. 이러한 과정을 요인설계라고 하며, '전(全)요인설계(full factorial design)'와 '부분요인설계(fractional factorial design)' 방식이 주로 이용된다. 전요인설계는 변수간의 상관관계가 0이 되는 이상적인 프로파일을 설계하지만, 프로파일의 수가 많아 현실적으로 실험진행이 거의 불가능하다. 이에 따라 전체 프로파일 중 일부를 선택하는 방법인 부분요인설계 방식이 이용된다. 일반적으로 컨조인트 설계에서 프로파일의 수는 10개에서 20개 사이가 적합한 것으로 알려지고 있다(허명희, 2006). 프로파일을 제시하는 방법은 전체 안을 다 제시하고 평가하도록 하는 완전 프로파일방법(full profile methods)을 이용하였다. 이는 모든 속성을 동시에 고려하여 선호를 결정하는 실제 구

표 1. 최종 선정된 속성 및 수준

속성	수준
친절서비스	친절함(1) 불친절함(2)
시설편리성	시설이 불편함(1) 숙박시설이 편리함(2) 안내시설이 편리함(3) 휴식시설이 편리함(4)
체험프로그램	체험프로그램 없음(1) 농업생산체험 위주(2) 전통문화체험 위주(3) 자연생태체험 위주(4)
도착시간(편도)	1시간 30분(1) 3시간(2) 5시간(3)
비용(1인/1회)	15,000원(1) 30,000원(2) 50,000원(3)

( ): 속성별 수준배열 순서

매상항과 더 유사하고, 예측 타당성이 높기 때문이다 (Wittink and Cattin, 1989).

이에 따라 본 연구는 완전요인설계 방식을 적용할 경우 약 288개( $2 \times 4 \times 4 \times 3 \times 3 = 2^1 \times 3^2 \times 4^2$ )의 경우의 수가 생겨 부분요인설계 방식을 이용하였다. 구체적인 프로파일의 수는 수준의 배수인  $18(2 \times 3 \times 3)^4$ 을 이용하여 1/18 설계로 총 16개를 생성하였다. 이 때 프로파일은 속성 및 수준의 상관관계를 최소화하기 위하여 직교배열(orthogonal array) 방식을 통해 도출하였다(표 2 참조).

각 프로파일에 대한 응답자들의 선호도 평가는 순위(rank), 점수(score) 방식이 주로 이용되고 있다. 이 중 순위방식은 중복응답을 배제할 수 있지만, 조사가 매우 난해하여 신뢰도가 낮은 응답자 비율이 높아질 수 있는 결정적인 단점을 가지고 있다. 이에 본 연구에서는 각 프로파일의 평가시 리커트 척도를 이용한 점수방식을 도입하였다. 그러나 리커트 척도를 사용하는 점수방식 역시 조사가 용이하나, 응답의 중심화 경향이 일어나져

표 2. 프로파일의 구성

프로파일 번호	친절서비스	시설편리성	체험프로그램	도착시간 (시간)	비용 (1,000원)
1	불친절함(2)	안내시설이 편리함(3)	농업생산체험 위주(2)	1.5(1)	1.5(1)
2	친절함(1)	안내시설이 편리함(3)	자연생태체험 위주(4)	3(2)	5(3)
3	친절함(1)	휴식시설이 편리함(4)	농업생산체험 위주(2)	5(3)	1.5(1)
4	불친절함(2)	숙박시설이 편리함(2)	체험프로그램 없음(1)	3(2)	1.5(1)
5	친절함(1)	시설이 불편함(1)	농업생산체험 위주(2)	3(2)	3(2)
6	불친절함(2)	휴식시설이 편리함(4)	자연생태체험 위주(4)	1.5(1)	3(2)
7	불친절함(2)	시설이 불편함(1)	자연생태체험 위주(4)	1.5(1)	1.5(1)
8	불친절함(2)	휴식시설이 편리함(4)	전통문화체험 위주(3)	3(2)	1.5(1)
9	불친절함(2)	시설이 불편함(1)	전통문화체험 위주(3)	5(3)	5(3)
10	친절함(1)	안내시설이 편리함(3)	전통문화체험 위주(3)	1.5(1)	1.5(1)
11	친절함(1)	숙박시설이 편리함(2)	전통문화체험 위주(3)	1.5(1)	3(2)
12	친절함(1)	숙박시설이 편리함(2)	자연생태체험 위주(4)	5(3)	1.5(1)
13	불친절함(2)	안내시설이 편리함(3)	체험프로그램 없음(1)	5(3)	3(2)
14	친절함(1)	휴식시설이 편리함(4)	체험프로그램 없음(1)	1.5(1)	5(3)
15	친절함(1)	시설이 불편함(1)	체험프로그램 없음(1)	1.5(1)	1.5(1)
16	불친절함(2)	숙박시설이 편리함(2)	농업생산체험 위주(2)	1.5(1)	5(3)

( ): 속성별 수준배열 순서

나, 프로파일의 수가 척도수보다 많게 될 경우, 응답자들이 유사한 점수를 부여하게 되어 변별력이 낮아질 수 있는 단점을 가지고 있다. 따라서 본 연구는 이러한 리커트 척도의 문제점을 보완하기 위하여 조사자들을 교육하여 응답자들이 다양한 범위로 응답하도록 유도하였다. 구체적으로 각 프로파일의 선호를 측정하기 위하여 가장 선호하지 않을 경우 1점, 가장 선호할 경우 10점을 부여하도록 하는 10점 리커트 척도를 이용하였다(Goossen and Langers, 2000; 윤희정과 임승빈, 2006). 이는 자주 사용되는 5점, 7점 척도와 달리 중앙값이 없는 단점이 있지만, 응답자들이 백분율로 변환하기 쉽고, 기존 척도에 비하여 다양한 값을 수집하여 신뢰성 있는 데이터를 얻을 수 있는 장점이 있기 때문이다.

4. 설문지 검증을 통한 순서효과 고려

컨조인트 분석은 조사가 난해하므로 예비조사를 통해 프로파일의 적정성을 판단하게 된다(Green and Srinivasan, 1990). 이에 본 연구는 도출된 16개 프로파일을 대상으로 설문지 검증을 위한 예비조사(n=12)를 실시하였다. 조사는 농촌관련 연구소 및 회사 근무자 6인, 서울대학교 대학원생 6인을 대상으로 실시되었다.

예비조사 결과, 참고문헌 및 각 수준별 사례제시, 순서효과(order effect)<sup>5)</sup>의 가능성이 제기되었다. 이 중 순서효과에 대해서는 Ashton and Ashton(1988), Tubbs et al.(1990), Alba et al.(1991), Asare(1992), Hogarth and Einhorn(1992), 조화준(1993), Haugtvedt and Wegener(1994), 하영원과 김경미(1995), Baird and Zelin(2000) 등의 연구 결과에 기초하여 정보의 제시순서가 응답자들의 선호에 영향을 미칠 수 있다고 판단하여, 속성의 순서를 다양하게 제시하였다. 이는 하나의 순서로 얻은 결과가 전체 응답자들의 태도를 편향적으로 나타낼 수 있으므로, 다양한 순서로 제시하여 응답자들의 태도를 종합적으로 고려하는데 그 목적이 있다. 이에 따라 순서효과는 속성의 위치가 중복되지 않도록 설문유형을 변형하여 A, B, C 3개 유형으로 작성하였으며, 랜덤배열 방식을 이용하였다(표 3 참조).

5. 표본의 크기 선정

표 3. 프로파일의 속성배열순서

구분	A형	B형	C형
1 순위	친절서비스	도착시간	체험프로그램
2 순위	시설편리성	비용	친절서비스
3 순위	체험프로그램	시설편리성	도착시간
4 순위	도착시간	체험프로그램	비용
5 순위	비용	친절서비스	시설편리성

컨조인트 분석시 세분화가 필요 없는 경우 100부 이상의 응답자를 확보해야 하며, 세분화가 필요한 경우 보통 300~400명 이상의 응답자가 필요하다(유필화, 1997; 허명희, 2006). 응답자가 많을수록 표준오차가 감소하므로 컨조인트 분석에서는 최대한 많은 수의 응답자를 포함시키는 것이 바람직하며, 10~20% 이상의 신뢰도가 낮은 응답자료는 제외하게 된다(허명희, 2006). 따라서 세분화를 위한 적절한 표본크기는 결측치 및 신뢰도가 낮은 응답자 비율 20%를 고려하여 최대 480부 정도로 설계하는 것이 적절하다고 판단하였다.

컨조인트 분석의 모집단은 그 제품 혹은 서비스 범주에 속하는 품목을 가까운 시일 내에 소비할 의도가 있는 응답자로 구성하는 것이 바람직하다. 이 때 소비의도가 있는 응답자의는 향후 소비의도를 질문하거나, 현재의 소비비율을 반영하여 선정할 수 있다. 따라서 본 연구에서는 관련문헌을 분석하여 향후 여가를 목적으로 농촌지역을 방문할 의도가 있는 비율과 현재의 소비비율인 방문비율을 동시에 고려하였다. 향후 방문의도가 있는 비율은 51.6%(농촌자원개발연구소, 2004a), 농촌방문 비율은 43.6%(농림부, 2005)이므로, 이 두 값의 평균값인 47.6%를 적용하여 최소 1,010명<sup>6)</sup> 이상의 응답자가 필요하다고 판단하였다.

6. 자료수집 방법

조사는 사전에 훈련받은 조사자에 의해 일 대 일 면접방식으로 진행되었으며, 응답자들이 프로파일을 이해하지 못할 경우 조사자들이 항목을 설명해가면서 실시하였다. 조사는 시간적인 오차를 줄이기 위해 2006년 10월 27일(금)부터 11월 2일(목)까지 5개 도시별로 동시에

진행되었다. 이 때 5개 도시는 5개 광역권, 즉 수도권, 강원권, 충청권, 전라권, 경상권의 중심도시로 선정하였으며, 도시규모를 감안하여 두 곳의 도별 중소도시(춘천, 전주)와 3곳의 특별시 및 광역시(서울, 부산, 대전)로 선정하였다. 구체적인 조사장소는 다양한 응답자를 확보하기 위하여 각 도시별로 2곳 이상의 공공장소에서 실시되었다. 조사대상은 경제적 능력이 있거나 여가의 개념을 이해하고 있는 20대 이상의 성인남녀로 한정하였다. 이상의 과정을 통해 회수된 설문지는 모두 1,072부이며, 결측치 12부를 제외하고 총 1,060부를 결과에 활용하였다. 이 중 5개 도시별 응답자수는 서울 218명, 춘천 210명, 대전 203명, 전주 207명, 부산 222명이며, A, B, C 3개 설문유형별 응답자수는 353명, 353명, 354명으로 거의 동일하게 나타났다(표 4 참조).

## 7. 분석방법

컨조인트 분석은 소비자들의 선호를 통해 최종의사 결정과정, 즉 선택행동을 추정하게 되므로, 선택행동의 설명력을 높이기 위해서는 신뢰도가 낮은 응답자들을 제외하고, 제품을 소비할 의향이 있는 응답자들로 구성하는 것이 바람직하다. 이에 본 연구에서는 총 1,060명의 응답자 중 신뢰도가 현저히 낮은 91명을 제외한 후, 이 중 농촌지역을 방문할 의사가 있는 유효 응답자 742명에 대하여 효용값을 분석하였다. 이 때 친절 서비스, 체험 프로그램, 시설 편리성의 경우는 부분가치모형을 사용하였고, 시간이나 비용은 벡터모형을 사용하였다. 최

종분석은 A, B, C 3개 유형을 각각 분석한 후 3유형을 통합하여 실시하였고, 각 속성별 효용값은 상호비교를 위하여 최소값을 0으로 재산정하였다.<sup>7)</sup>

시장 세분화를 위해서는 K-평균 군집분석이 주로 사용되며, 이는 변수를 군집화하기 보다 응답자들을 군집화 하는데 유용하게 사용되고 있다. 군집분석 역시 방문 의도가 있는 742명의 응답자를 대상으로 하였다.

## IV. 분석 및 결과고찰

### 1. 응답자 일반현황

응답자 전체의 일반현황을 살펴보면 성별은 남성의 비율이 52.2%로 약간 높게 나타났으며, 연령은 20~30대 69.5%, 40~50대 27.0%로 나타났다. 학력 및 직업은 대학재학·졸업 이상 71.7%, 학생 41.3%이며, 월평균 소득과 여가비용은 각각 200~400만원이 48.3%, 20~50만원이 31.6%로 나타났다. 지역별 성별 차이를 보면 서울의 경우 남성의 빈도가 58.3%, 대전의 경우 여성 54.5%, 전주의 경우 남성 55.4%로 비교적 높게 나타났다. 연령별로는 5개 지역이 모두 20~30대 비율이 가장 높았으며 직업은 대부분 대학생인 것으로 분석되었다. 월평균 소득의 경우, 서울은 400~600만원의 빈도가 47.3%로 나타났으나, 그 외 지역은 200~400만원의 빈도가 더 높게 나타났다. 마지막으로 월평균 여가비용은 서울이 50~100만원의 빈도가 29.3%로 가장 높았고, 그 외 지역은 20~50만원의 빈도가 가장 높게 나타나 서울의 소득과 여가비용이 타 지역에 비하여 더 높은 것으로 나타났다.

### 2. 중요도 및 효용값

전체 응답자를 대상으로 효용값을 분석한 결과 Pearson's R 지수<sup>8)</sup>가 0.986으로 나타나 모형의 내부 타당성이 매우 높은 것으로 나타났다. 이 지수는 각 프로파일의 선호도와 추정된 효용값 사이의 상관관계를 의미하는 것으로, 상관성이 높을수록 추정된 효용값의 설명력이 증가한다고 해석할 수 있어 모형의 내부 타당성을 판단하는데 유용하게 이용된다. 상수값은 제시된 프로파일

표 4. 조사시기 및 장소

구분	도시	주요 조사지점	유효 표본			
			A형	B형	C형	계
수도권	서울	코엑스, 인사동, 종로역	71	73	74	218
강원권	춘천	명동, 공직천, 강원대학교	70	70	70	210
충청권	대전	대전역, 버스터미널, 은행동	68	67	68	203
전라권	전주	덕진공원, 체련공원, 인후교회 전북대학교, 소리문화전당	68	70	69	207
경상권	부산	경남정보대학, 동래구	76	73	73	222
계			353	353	354	1,060

에 대한 평균적 선호를 의미하며 모든 값이 6.5 내외로 유사하게 분석되었다. 각 속성별 중요도<sup>9)</sup>를 살펴보면 체험 프로그램, 시설, 친절 서비스 항목이 24~26% 정도로 나타났고, 그 외 도착시간과 비용이 11~14% 정도로 나타났다(표 5 참조). 이러한 결과는 농촌지역을 방문할 의도가 있는 도시민, 즉 잠재 수요자들은 농업생산이나 전통문화, 자연생태 관련 체험프로그램, 휴식이나 숙박, 안내시설의 시설 편리성, 주민의 친절 서비스를 중요한 선택속성으로 고려한다는 것을 의미한다. 그러나 여타의 관광이나 여가행위에서 중요하게 고려되는 변수인 시간과 비용은 농촌지역의 선택에 큰 영향을 미치지 않는 것으로 분석되었다. 이는 지역을 방문하는 도시민들은 기존의 여가행태와는 다르게 적극적인 체험과 도시에서 경험할 수 없는 독특한 체험을 즐기기 때문이다. 또한 방문의도가 있는 도시민들은 여타 여가공간에서 제공받

기를 바라는 친절 서비스와 편리한 시설 역시 중요하게 생각한다는 것을 의미한다. 그러나 이때의 시설은 기존 여가공간에서 증시하는 것과는 다른 특성을 보인다.

### 3. 시장 세분화

#### 1) 적정 군집수 선정

K-평균 군집분석에서는 미리 군집의 수를 정해야 하는데, 이 때 그 수는 관측대상보다 적어야 한다. 이에 본 연구에서는 5개의 속성에 대하여 응답자별 효용값을 도출하였으므로 군집의 수를 3개, 4개, 5개로 지정하여 각각 군집분석을 실시하고, (1) 분산분석 결과에 의한 변수별 유의수준, (2) 군집별 응답자 수, (3) 각 군집의 유클리디안 거리값의 적정성을 종합적으로 고려하여 최종 군집의 수를 선정하였다. 먼저 변수별 유의수준을 분석한 결과, 3군집의 경우 도착시간과 비용항목의 유의수준이 0.655, 0.121로 나타나 1차적으로 제외하였다. 다음으로 군집별 응답자수를 분석한 결과, 5군집의 경우 타 군집보다 응답자수가 현저히 적은 집단(51명)이 발견되었다. 유클리디안 거리값은 3군집 2.11~2.72, 4군집 1.98~3.39, 5군집 1.82~4.47로 나타나 군집의 수가 늘어날수록 거리값, 즉 오류 역시 증가하는 것으로 나타났다. 따라서 응답자수와 유클리디안 거리값의 분석결과에 기초하여 5군집은 군집별 응답자수의 형평성이나 거리값의 편차가 크므로 제외하였다. 이상의 분석을 통하여 군집의 수를 4개로 선정하고, 초기값을 10회 반복하여 최종 군집 중심값을 도출하였다.

#### 2) 효용값에 의한 군집분석

첫째, 군집 1(시설·프로그램 증시형)은 농촌지역을 방문할 경우, 체험프로그램과 시설의 편리성을 가장 증시하는 그룹이라고 할 수 있다. 이 그룹은 특히 다른 그룹보다 시설에 대한 욕구가 가장 강하며, 체험프로그램 중 전통문화체험과 자연생태체험을 가장 선호하는 것으로 나타났다. 시설 중에서는 지역까지의 안내시설을 가장 선호하며, 다음으로 숙박시설과 휴식시설을 선호하는 것으로 나타났다(표 6 참조). 즉, 이 그룹 내 응답자들은 단순히 기본전환으로 지역을 방문하는 것이 아니라 적극적으로 체험프로그램에 참여하는 그룹이라고 할 수

표 5. 응답자의 중요도 및 효용값 분석

속성	수준	중요도	효용값
친절 서비스	친절함	24.41	2.1460
	불친절함		0.0000
시설 편리성	시설이 불편함	24.40	0.0000
	숙박시설 편리		1.3749
	안내시설 편리		1.4178
	휴식시설 편리		1.0716
체험 프로그램	없음	26.22	0.0000
	농업생산체험 위주		0.5032
	전통문화체험 위주		1.5251
	자연생태체험 위주		0.9013
도착시간 (편도)	1시간 30분	13.81	0.9531
	3시간		0.4766
	5시간		0(B=-0.4766)
비용 (1회/1인)	15,000원	11.16	0.6439
	30,000원		0.3219
	50,000원		0(B=-0.3219)
상수			6.5776

n=742, Pearson's R=0.986( $p < 0.000$ )  
 효용값: 속성별로 최소값을 0으로 계산정한 수치임



있다. 그러나 시간과 비용에 대해서는 다른 군집에 비하여 별 차이가 없는 것으로 나타나 지역의 시설과 프로그램이 우수한 경우 시간과 비용에 관계없이 기꺼이 방문할 수 있는 특성을 보일 것으로 판단된다. 특히 이 그룹 내 응답자들은 경관이나 자연환경이 우수할지라도 지역에서 특별한 체험프로그램을 제시하지 않거나 시설이 편리하지 않을 경우 방문을 꺼리거나 방문하더라도 만족도가 낮을 가능성이 클 것으로 판단된다.

둘째, 군집 2(서비스 중시형)는 군집 1보다 시설편리성과 체험프로그램에 대해서는 상대적으로 낮은 선호를 보이고 있으나, 친절서비스 속성은 타 군집에 비하여 가장 중요하게 고려하는 것으로 나타났다. 따라서 이 그룹 내 응답자들은 농촌지역을 방문할 경우 주민과의 교류를 가장 중시하며, 주민친절 여부에 따라 재방문 여부가 결정되는 그룹이라고 할 수 있다. 그 외 시설편리성 항목은 군집 1보다 선호도가 낮으며 숙박시설을 비교적 더 선호하는 것으로 나타나 반나절 이하의 짧은 방문객이 아니라 지역에서 체류하는 시간이 길거나 숙박하는 그룹일 가능성이 크다. 체험프로그램에 대해서는 군집 1보다 선호도가 낮으나 전통문화체험을 가장 선호하며, 시간과 비용에 크게 구애받지 않는 집단이라고 판단할 수 있다(표 6 참조). 이 군집 내 응답자들에게는 지역과

의 지속적인 유대관계를 형성해 나가는 것이 가장 중요하며, 지역내 주민들이 불친절하거나 서비스가 부족할 경우 만족도가 가장 낮은 집단이라고 할 수 있다.

셋째, 군집 3(시간 중시형)은 친절서비스, 시설편리성, 체험프로그램 속성에 대하여 군집 1, 2보다 낮은 선호를 보이거나 가장 도착시간에 민감하고, 비용에 가장 둔감한 그룹이라고 할 수 있다. 이 그룹의 응답자들은 목적지까지의 시간에 대하여 가장 강한 음의 상관관계를 보이고 있으며, 반면 비용은 가장 중시하지 않는 그룹이라고 할 수 있다(표 6 참조). 이 그룹 내 응답자들은 군집 1보다는 상대적으로 값이 작지만 전통문화체험을 가장 선호하는 집단이며 시간에 민감하기 때문에 안내시설의 편리성을 가장 중시하는 것으로 나타났다. 또한 지역주민의 불친절 및 시설의 불편함에 대하여 가장 둔감한 계층이라고 할 수 있다. 따라서 군집 3의 응답자들은 자신이 속한 거주지 근교의 지역을 방문할 가능성이 가장 크며, 주민과의 교류보다는 기분전환을 목적으로 방문하고, 소극적으로 경관을 감상하는 행태를 보일 것으로 판단된다.

넷째, 군집 4(단순 참가자형)는 친절 서비스, 시설 편리성, 체험 프로그램 모두 거의 고려하지 않거나 최소한으로 고려하는 단순 참가자나 방관자, 혹은 동반자 그룹,

표 6. 군집별 최종 중심값

속성	수준	1군집	2군집	3군집	4군집
친절 서비스	친절함	1.13*	2.02*	0.78*	0.18
	불친절함	-1.13	-2.02	-0.78	-0.18
시설 편리성	시설이 불편함	-1.73	-0.82	-0.95	-0.05
	숙박시설이 편리함	0.61	0.53*	0.44	-0.12
	안내시설이 편리함	0.74*	0.25	0.63*	0.00
	휴식시설이 편리함	0.38	0.04	-0.12	0.17
체험 프로그램	체험프로그램 없음	-1.79	-0.37	-0.40	-0.18
	농업생산체험 위주	-0.27	-0.14	-0.51	0.18
	전통문화체험 위주	1.41*	0.56*	1.06*	-0.25
	자연생태체험 위주	0.66	-0.05	-0.14	0.25
도착시간(평균)		-0.36	-0.30	-0.78*	-0.38
비용(1회/1인)		-0.43	-0.32	-0.23	-0.32

\*: 상위값, n=742

단체방문객, 경유자 등이라고 할 수 있다. 이들은 농촌 지역으로의 여가를 결정하거나 어떤 지역을 방문할 것인지 등에 대한 결정권이 거의 없거나, 결정하여 지역을 방문하더라도 소극적 행태를 보이는 계층이라고 할 수 있다. 이 그룹 내 응답자들은 타 군집에 비하여 약하기는 하지만 휴식시설을 가장 선호하며, 체험프로그램 중에는 자연생태체험, 농업생산체험을 선호하는 것으로 나타났다. 이 군집 역시 타 군집과 마찬가지로 시간과 비용은 거의 유사하게 고려하는 것으로 나타났다(표 6 참조). 이 군집 내 응답자들은 대부분 단체로 지역을 방문하거나, 방문하더라도 단기간 체류했다가 이동하는 경우자들로 지역에 대한 매력을 거의 느끼지 못하거나, 정보를 거의 얻지 못한 계층일 가능성이 있다. 따라서 이들에게는 지역 내 체험프로그램에 적극적으로 참여하도록 유도하고, 다양한 매체를 통하여 정보를 지속적으로 제시하는 것이 중요하다.

### 3) 군집별 응답자 특성

본 연구에서는 이상의 군집별 여가목적지 선택속성 분석과 더불어 각 군집별 응답자 특성을 분석하였다. 시설 및 프로그램을 중시하는 군집 1의 응답자는 지역거주경험이나 지역에 거주하는 가족친지가 있는 경우의 빈도가 58.4%, 87.1%로 나타나 지역연관성이 가장 높은 계층으로 분석되었으며, 과거농촌방문경험 역시 84.6%로 가장 높게 나타났다. 군집 2의 경우 거주경험이 없는 경우가 51.1%로 더 높게 나타나 지역연관성이 가장 낮았다. 성별 특성을 보면 군집 1의 응답자는 여성의 빈도가 55.9%로 다소 높게 나타났으며, 그 외 군집의 경우, 남성의 빈도가 더 높게 나타났다. 연령별로는 서비스 중시형인 군집 2와 시간 중시형인 군집 3의 연령이 31.3세, 31.5세로 가장 낮았으며, 군집 4의 나이 평균이 더 높게 분석되어 연령이 높을수록 소극적 행태를 보이는 것으로 나타났다. 그 외 직업별 특성을 살펴보면 학생들은 군집 2와 3에서 더 높은 빈도를 나타냈으며, 회사원의 경우 군집 2, 전문직일 경우 군집 3의 빈도가 더 높게 나타났다.

이상의 내용 중 군집별로 빈도가 높게 나타난 항목을 요약해 보면, 군집 1은 시설·프로그램 중시형으로 지역연관성과 과거경험 빈도가 높은 적극적 계층으로 여성의 빈도가 높고 나이는 비교적 적은 편이며, 소득 역시

비교적 낮은 것으로 분석되었다. 군집 2는 서비스 중시형으로 거주경험이 없는 젊은 남성의 빈도가 높으며, 직업은 학생이거나 회사원인 경우가 많았다. 군집 3은 시간 중시형으로 지역연관성이나 방문경험은 있으나 연령이 낮고 소득이 높은 남성일 확률이 높은 것으로 분석되었다. 군집 4는 지역연관성이나 방문경험이 있는 남성계층으로 연령이 비교적 높고, 소득이나 여가비용이 높은 계층으로 나타났다.

## V. 결론

본 연구는 농촌지역 개발계획 수립 시 수요자 측면에서, 도시민들이 여가를 목적으로 농촌지역을 선택할 경우 그 선택속성을 분석하는 것을 주요한 연구내용으로 하고 있다. 분석 결과 체험프로그램과 시설편리성, 친절 서비스 속성의 중요도는 높게 나타났으나, 도착시간 및 비용의 중요도는 낮게 나타났다. 속성별 수준에 대한 효용값을 분석한 결과 친절함, 안내시설 및 숙박시설, 전통문화체험위주의 프로그램 등의 효용값이 상대적으로 더 높게 나타났다. 시장 세분화 결과 응답자들은 시설·프로그램 중시형, 서비스 중시형, 시간 중시형, 단순 참가자형의 4개 군집으로 구분되었다. 이상의 연구결과는 농촌지역을 방문하는 도시민들이 가장 중요하게 고려하는 선택속성을 밝혀내었다는 점에 의의가 있다. 이를 통해 지역계획 수립 시 지역에 적합한 표적시장을 선정하고, 표적시장에 부합하는 마케팅 전략을 수립하여, 궁극적으로 지역자원의 다양화 및 차별화에 기여할 수 있을 것으로 기대한다.

그러나 본 연구는 다음과 같은 몇 가지 한계점 및 과제를 가진다. 먼저, 컨조인트 실험은 실험설계 및 조사의 난해함으로 인하여, 제한된 속성과 수준을 선정하여 조사하며, 이는 실제 시장의 선택특성을 완벽하게 반영하지 못하는 주요 원인이 될 수 있다. 둘째, 도시민의 농촌지역 선택속성 분석 시 컨조인트 조사의 난해함으로 인하여 다양한 연령층의 응답자들을 조사하지 못한 점이 아쉽다. 이는 조사 시 50대 이상의 응답자들은 대부분 설문을 포기하거나 설문 자체에 응하지 않거나, 응답을 하였다더라도 대부분 내용을 이해하지 못하여 신뢰도가 낮아져 최종 분석에는 누락되었기 때문이다. 셋째,

농촌을 방문할 의도가 있는 도시민들의 선택속성 분석 결과 중 기존 연구 결과와 다르게 도착시간의 중요도가 낮게 도출되었다. 이는 실험설계 시 도착시간을 편도로 설정하여 표기한 것이 그 원인일 수 있다.

따라서 향후 목적지 선택속성과 관련된 연구에서는 본 연구에서 누락된 경관, 주변 관광지 방문 등에 대한 항목을 종합적으로 고려할 필요가 있다. 또한 컨조인트 실험설계를 간소화하여 다양한 계층을 대상으로 하는 조사방법의 개발이 필요하다. 이를 위해 조사 시 속성과 수준을 응답자들이 쉽게 파악하도록 배치하고, 조사자의 철저한 사전교육, 가독력이 높은 프로파일 및 이미지 제시 등의 방법이 사용될 수 있을 것이다.

- 주 1. 최근에는 녹색관광과 농촌관광이 일반화되면서 용어의 차이가 미묘해지고 있으며, 농촌관광으로 통일해서 사용하자는 주장이 설득력을 얻고 있다(대한국토·도시계획학회, 2006).
- 주 2. 프로파일의 수에 비하여 상대적으로 많은 수의 계수를 추정하게 되면 분석의 예측 타당성이 현저히 저하된다. 일반적으로 프로파일의 수는 계수수의 2배 이상이 되는 것이 바람직하며, 프로파일의 수가 계수수의 1.5배 이하가 되면 예측 타당성이 급속하게 떨어진다(Green and Srinivasan, 1990). 이 때 계수의 수는 질적 수준을 더미화한 수이므로 전체 수준의 수보다 더 많게 된다.
- 주 3. 이상점 모형은 속성별 수준의 고유값을 하나의 변수로 하고, 이를 제곱처리한 변수를 추가하여 사용하므로 벡터모형보다 계수의 수가 증가하는 단점을 가지고 있어 사용빈도가 높지 않다.
- 주 4. 컨조인트 분석시 부분요인설계를 위한 구체적인 기준의 마련은 무의미하다. 보통 부분요인설계의 비율은 조사자가 논리적으로 선정한 변수값, 즉 수준의 배수에 따라서 결정된다. 예를 들어 5개의 변수에 대해 각 3개의 수준으로 설계하였다면, 전체 프로파일 수는 총 3<sup>5</sup>으로 243개의 대안이 생성되게 된다. 이 때 부분요인설계의 비율은 3의 배수, 즉 1/9(81개), 1/27(27개) 등으로 선정해야 한다. 그러나 보통의 경우 프로파일수가 10~20개인 것을 감안하면 이 비율은 적당하지 않을 수 있으며, 이 때는 수준의 수를 달리하여 연구자가 필요한 부분요인설계를 실시해야 한다. 따라서 명확한 부분요인설계를 위해서는 연구자가 논리적인 방법에 의해 변수와 수준을 선정하는 것과 동시에 적절한 프로파일 수가 고려되어야 한다.
- 주 5. 순서효과(order effect)는 동일한 정보라도 그 순서를 달리할 경우 최종적인 의사결정이 달라지는 현상을 의미한다. 순서 효과는 주로 인지심리학적 분야에서 오랫동안 연구되었으며, 문장 등의 복잡한 자극의 경우 정보의 제시순서는 응답자들의 기억뿐 아니라 태도에도 영향을 미칠 수 있다는 연구결과들이 제시되고 있다(Hogarth and Einhorn, 1992; Haugtvedt and Wegener, 1994). 순서효과 중 가장 많이 지적되는 것은 최초의 경험에 의해 더 많은 영향을 받게 된다는 '최초경험효과(primary effect)'와 (Ashton and Ashton, 1988; Tubbs et al., 1990; Asare, 1992; 조화준, 1993), 최종(마지막) 정보에 의해 더 많은 영향을 받게 된다는 '최근경험효과(recency

effect)'이다(Hogarth and Einhorn, 1992).

- 주 6.  $X \times 0.476 = 480$ 명이므로 X값은 최소 1,008명 이상이어야 하며, 첫째 자리에서 반올림하여 1,010명을 최소기준으로 선정하였다.
- 주 7. 인구통계학적 변수(성별, 연령, 거주지, 소득 등)는 응답자의 특성을 설명하는 기초적인 항목으로 이를 기준으로 시장세 분화를 실시할 경우 대상에 대한 응답자의 구체적 선택속성을 반영하는 것이 불가능하다.
- 주 8. 컨조인트 분석시 모형의 타당성 여부를 검증하기 위해 비모수적 상관계수인 Kendall tau 지수와 모수적 상관계수인 Pearson's R 지수가 자주 이용되며 결과는 거의 유사하다. 이 중 본 연구는 선호도 분석 시 리커트척도를 이용하였으므로, 모수적 상관계수인 Pearson's R 지수(0.986,  $p=0.000$ )를 이용하였다. 그러나 리커트척도는 본질적으로 순서척도라고 볼 수 있으므로 Kendall's Tau 지수(0.917,  $p=0.000$ )도 논리적으로 문제가 되지 않는다.
- 주 9.  $U_a = U_{amax} - U_{amin}$

$$U_b = U_{bmax} - U_{bmin}$$

$$I_a = (U_a / U_a + U_b) \times 100$$

여기서,  $U_{amax}$  = 속성 a의 최대 부분가치

$U_{amin}$  = 속성 a의 최소 부분가치

$I_a$  = 속성 a의 중요도

## 인용문헌

1. 국토연구원(2002) 레저행태 변화와 여가공간 조성방안 연구.
2. 김남조(2004) 농촌어메니티 개념과 관광현상 구성요소를 이용한 농촌관광정책의 방향. 관광학연구 28(1): 263-281.
3. 김사현(2003) 관광경제학. 서울: 백산출판사.
4. 김성진, 안건용(1995) 소비자선택행동 모형화: 선택이론/모델의 검토와 적용. 한국조경학회지 23(3): 59-68.
5. 김정근(1998) 여가태도, 여가활동이 여가만족에 미치는 영향-레저의 연구모형 적용을 중심으로-. 관광학연구 21(2): 222-236.
6. 김현, 이희찬(2004) 농촌관광 수요모형 연구. 관광학연구 19(2): 131-146.
7. 농림부(2003) 우리나라 농촌관광 발전 방향 및 방안.
8. 농림부(2005) 농업, 농촌의 공익기능자원활용과 연계한 농촌관광 수요예측모형 개발.
9. 농촌자원개발연구소(2003) 녹색관광 실태 및 선호도 조사. 수원: 농촌진흥청 농업과학기술원.
10. 농촌자원개발연구소(2004a) 농촌관광 실태 및 선호도 조사 연구. 수원: 농촌진흥청 농업과학기술원.
11. 농촌자원개발연구소(2004b) 지속가능한 농촌지역 개발을 위한 환경자원의 가치평가. 수원: 농촌진흥청 농업과학기술원.
12. 대한국토·도시계획학회(2006) 농촌계획의 이론과 실제. 서울: 보성각.
13. 박덕병, 이민수, 김정섭(2004) 농촌관광 시장 세분화 연구. 관광학연구 28(2): 193-212.
14. 유필화(1997) 현대의 마케팅과학. 서울: 법문사.
15. 윤희정, 김혜민(2006) CRM을 이용한 친환경농업의 경관가치 평가. 한국조경학회지 34(1): 37-47.
16. 윤희정, 임승빈(2006) 옥외여가공간의 다중감각 선호 및 이미지

- 영향력 분석. 한국조경학회지 34(3): 23-31.
17. 이광익(1996) 농촌방문의 경제적 편익 추정-여행비용법의 활용-. 농촌경제연구 37: 147-159.
  18. 조승국, 신철오(2005) 한강수질개선의 속성별 경제적 편익: 컨조인트 분석법을 이용하여. 자원·환경경제연구 14(3): 655-672.
  19. 조화준(1993) 정보의 제시순서가 회계감사인의 내부통제위험 판단에 미치는 영향. 회계학연구 16: 383-409.
  20. 하영원, 김경미(1995) 양면적 광고에 있어 부정적 정보의 위치가 설득에 미치는 영향. 소비자학연구 6(2): 67-78.
  21. 한국농촌경제연구원(2005) 농촌관광 수요확대 방안 연구.
  22. 허명희(2006) SPSS 컨조인트 분석. 서울: 한국 SPSS.
  23. 홍성권(2000) Conjoint Choice Model을 이용한 주제공원 이용자들의 선택행동 연구. 한국조경학회지 28(1): 19-28.
  24. 홍성권, 이용훈(2000) 주제공원 이용자들의 선택행동 연구. 한국조경학회지 28(2): 18-27.
  25. Alba, J. W., J. W. Hutchinson, and J. G. Lynch Jr.(1991) Memory and decision making. In T. Robertson and H. Kassarian, eds., Handbook of Consumer Behavior. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, pp. 1-49.
  26. Asare, S.(1992) The auditor's going-concern decision: interaction of task variables and the sequential processing of evidence. The Accounting Review 67(2): 379-393.
  27. Ashton, A. H. and R. H. Ashton(1988) Sequential belief revision in auditing. The Accounting Review 63(4): 623-641.
  28. Baird J. E. and R. C. Zelin(2000) The effects of information ordering on investor perceptions: an experiment utilizing president's letters. Journal of Financial and Strategic Decisions 13(3): 71-80.
  29. Dellaert, B., A. Borgers, and H. Timmermans(1995) A day in the city: using conjoint choice experiments to model urban tourists' choice of activity packages. Tourism Management 16(5): 347-353.
  30. Fleischer, A. and A. Tchetchik(2005) Does rural tourism benefit from agriculture? Tourism Management 26: 493-501.
  31. Goossen, M. and F. Langers(2000) Assessing quality of rural areas in the Netherlands: finding the most important indicators for recreation. Landscape and Urban Planning 46: 241-251.
  32. Green, P. E. and V. Srinivasan(1978) Conjoint analysis in consumer research: issue and outlook. Journal of Consumer Research 5: 103-123.
  33. Green, P. E. and V. Srinivasan(1990) Conjoint analysis in marketing: new developments with implications for research and practice. Journal of Marketing 54: 3-19.
  34. Haugtvedt, C. P. and D. T. Wegener(1994) Message order effects in persuasion: an attitude strength perspective. Journal of Consumer Research 21: 205-218.
  35. Hogarth, R. M. and H. J. Einhorn(1992) Oder effects in belief updating: the belief-adjustment model. Cognitive Psychology 24: 1-55.
  36. Hong, S., S. Kim, and J. Kim(2003) Implications of potential green tourism development. Annals of Tourism Research 30(2): 323-341.
  37. Kaplan, M.(1960) Leisure: Theory and policy. New York: John Wiley & Sons.
  38. Kelly, J., W. Haider, P. W. Williams, and K. Englund(2007) Stated preferences of tourists for eco-efficient destination planning options. Tourism Management (in press).
  39. Kotri, A.(2006) Analyzing customer value using conjoint analysis: the example of packaging company. Faculty of Economics & Business Administration Working Paper Series 46: 3-33.
  40. Mazanec, J. A.(2001) Tourists' acceptance of Euro pricing: conjoint measurement with random coefficients. Tourism Management 23: 245-253.
  41. McGehee, N. G., K. Kim, and G. R. Jennings(2007) Gender and motivation for agri-tourism entrepreneurship. Tourism Management 28: 280-289.
  42. Murphy, A. and P. W. Williams(1999) Attracting Japanese tourists into the rural hinterland: implications for rural development and planning. Tourism Management 20: 487-499.
  43. OECD(2000) Valuing Rural Amenities.
  44. Pina, I. P. A. and M. T. D. Delfa(2005) Rural tourism demand by type of accommodation. Tourism Management 26: 951-959.
  45. Ragheb, M. G.(1980) Interrelationships among leisure participation, leisure satisfaction and leisure attitudes. Journal of Leisure Research 12(1): 138-149.
  46. Riddick, C. C.(1986) Leisure satisfaction precursors. Journal of Leisure Research 18(4): 259-265.
  47. Seddighi, H. R., M. W. Nuttall, and A. L. Theocharous(2001) Does cultural background of tourists influence the destination choice?: an empirical study with special reference to political instability. Tourism Management 22: 181-191.
  48. Sharpley, R.(2002) Rural tourism and the challenge of tourism diversification: the case of Cyprus. Tourism Management 23: 233-244.
  49. Suh, Y. K. and L. McAvoy(2005) Preferences and trip expenditures: a conjoint analysis of visitors to Seoul, Korea. Tourism Management 26: 325-333.
  50. Tubbs, R. M., W. F. Messier, and W. Knechel(1990) Recency effects in the auditor's belief-revision process. The Accounting Review 65(2): 452-460.
  51. Unwin, T.(1996) Tourist development in Estonia: images, sustainability and integrated rural development. Tourism Management 4: 265-276.
  52. UNWTO(2006) Updating Tourism Statistics International Standards: First Set of Changes and Amendments. Madrid: UNWTO.
  53. Wittink, D. R. and P. Cattin(1989) Commercial use of conjoint analysis: an update. Journal of Marketing 53: 91-96.
  54. Wu, B. and L. A. Cai(2006) Spatial modeling: suburban leisure in Shanghai. Annals of Tourism Research 33(1): 179-198.
  55. <http://www.go.2vil.org>

원 고 접 수: 2007년 1월 26일  
 최종수정본 접수: 2007년 2월 15일  
 3인의명 심사필