

## 6차산업 농어촌관광마을 선택속성 세분시장에 따른 체험프로그램 선호도 및 행동의도 연구\*

윤유식<sup>a</sup> · 양정임<sup>b\*\*</sup> · 장양례<sup>b</sup>

<sup>a</sup>경희대학교 호텔관광대학(서울특별시 동대문구 회기동)

<sup>b</sup>송의여자대학교 관광학과(서울특별시 중구 예장동)

### 국문요약

본 연구는 6차산업 박람회에 참관한 방문객을 대상으로 농촌체험관광 방문시 중요요구 요인에 대하여 시장세분화를 시도하고 이러한 세분화된 시장에 대하여 향후농촌관광 행동의도에 대한 차이를 분석하였다. 농촌체험마을 선택시 중요속성 6개 요인을 도출하여 군집분석을 실시하였고, 군집분석결과 2개의 군집으로 세분화하여 만족도 및 선호체험프로그램, 체험관광행동의도, 및 체험관광개발 지지도의 차이를 분석하였다. 본 논문은 농촌체험관광에 대한 시장 특성별 상품 개발과 마케팅 전략에 유용한 정보가 될 것이라고 사료된다.

주요어: 6차산업, 농촌체험관광, 방문중요속성 세분화, 농촌관광행동의도, 군집분석

\* 본 논문은 농촌진흥청 연구사업 (과제번호 PJ009888032013)의 지원에 의해 이루어진 것임

\*\* 교신저자(양정임) 전화: 02-3708-9226; email: yangji@sew.ac.kr  
100-751) 서울특별시 중구 소파로2일 10(예장동)

## 1. 서론

지역의 발전과 성장을 위하여 최근 6차산업이 강조되고 있는데 6차산업은 농업생산의 1차산업을 중심으로 농산물 가공이나 특산물 개발 등 2차산업과 직판장이나 음식업 숙박업 관광업 등 3차산업이 농촌지역에서 이루어지는 것이다 (김태곤·허주명, 2011). 즉, 6차산업은 농업의 생산과 가공 서비스의 단순한 집합 (1차+2차+3차)의 결합이아니라 이들 산업의 유기적이고 종합적인 융합(1차산업×2차산업×3차산업)을 의미한다고 할 수 있다.

농어촌지역에서 대표적인 6차사업의 대상은 농어촌 관광마을이며 이러한 농어촌 관광마을에서 가공, 생산, 서비스가 동시에 이루어짐에 따라 지역의 가치창조(Value Creation)가 이루어지며 부가가치 상승을 통한 지역의 발전이 이루어지는 것이다. 기존에는 농어촌 지역에서 1차 생산과 2차 가공이 이루어 진후 도시 등 소비자가 존재하는 시장에 공급을 하였으나 이제는 농어촌 지역에서 생산과 가공 소비가 모두 이루어지게 함에 따라 더욱 다양한 부가가치를 획득할 수 있다고 볼 수 있다.

이러한 현상의 대표적인 방법과 사례가 농어촌 관광마을에서 이루어지고 있으며, 농어촌 관광마을의 1차적인 생산과 2차적인 가공이 이루어지면 이를 구매하고 경험하고 소비하는 소비자를 현지 농어촌관광마을로 유도하여 현지에서 생산과 가공, 소비가 동시에 이루어지는 것이 농어촌 관광마을이라고 할 수 있다.

지역 농어촌 지역의 발전과 성장을 추구하고 도농교류의 형태로서 도시민이 농어촌 지역을 방문하여 직접 농특산물을 구매하기 시작하면서 농어촌의 어메니티 자원이 도시민들에게는 관광경험의 자원으로 활용되어 지역의 부가가치를 유발하게 되었다. 이는 정부의 농어촌체험마을(전통테마마을, 녹색농촌체험마을) 등의 육성에 따라 지역발전의 중심이 되

있으며 현재 도시의 많은 관광객들이 도시를 벗어나 휴식을 취하고 가족들과 함께 농어촌 체험과 학습을 하면서 다양한 경험을 추구하는 형태로 발전하고 있다.

최근까지 전국에 약 1,900여개 농촌관광마을이 구성되어 있으며 농가민박은 약 12,000여개, 농어촌교육농장 약 300여개, 농어촌관광시장 현재 국민의 국내관광의 약 3.2%(선진국 20-25%)로 나타나고 있다 (박덕병, 2012). 따라서 이러한 농촌관광마을은 앞으로 더욱 조성될 것으로 보이며 더 많은 방문객이 있을 것으로 보인다.

그러나 6차산업의 관점에서 농어촌 관광마을을 방문하는 소비자들의 의사결정과 태도에 대한 연구는 부족한 실정이며, 6차산업의 성공과 완결은 더 많은 관광객을 유인하여 생산과 가공이 이루어지는 농어촌 지역에서 각 단계별 경험과 체험을 통하여 현지에서 소비가 이루어지도록 해야 하며 결국, 지역관광마을에서 종합적인 체험관광소비가 지역의 부가가치로 연결될 수 있도록 다양한 상품과 서비스를 제공해야하는 것이다.

결과적으로 6차산업의 대표적인 형태인 농어촌관광마을의 성공과 발전이 6차산업의 성공과 발전이라고 할 수 있으며 이를 경험하고 소비하는 관광객들의 의사결정과 그 영향요인을 면밀하게 분석할 필요가 있다고 할 수 있다. 이에 본 연구는 지역관광마을의 경제적 활성화와 발전을 위하여 최근 강조되는 6차산업의 관점에서 체험관광마을 선택속성에 대한 중요도를 분석하고 이러한 중요도에 대한 군집분석을 통하여 세분시장을 파악한 후 각 세분시장별 선호하는 체험프로그램과 농어촌관광마을 참가행동의도 및 추천의도와 지속적인 6차산업 발전을 위한 농어촌 관광마을 개발에 대한 지지도를 파악하고자 한다.

이러한 연구는 6차산업을 위한 농어촌관광마을 자원 및 상품개발과 홍보 및 마케팅 전략 수립에 유용한 자료로 활용될 것으로 이해되며 향후 지속적인 농어촌관광마을 6차산업 발전에 기여할 것으로 사료된다.

## 2. 이론적 배경

### 2.1. 6차산업 농어촌 관광마을

농업의 6차 산업화가 등장하는 배경에는 시장개방의 압박 속에서 동아시아적인 영세하고 분산된 농업구조가 있으며, 영세 고령 농가를 지역단위로 조직화하여 농촌지역에서 일자리를 창출하고 소득을 향상하여 농촌지역을 활성화하는 전략으로(김태곤·허주명, 2011) 전개되고 있다.

일본의 6차산업 정책을 촉진시킨 배경에는 ‘농상공 연대 사업’으로 ‘중소기업자와 농림어업자의 연대에 의한 사업활동의 촉진에 관한 법’에 의해 구체화 되기 시작하였으며, 농업의 경영다각화 노력과 농업 부문과 상공업자의 연대 융합에 의한 노력 모두를 포함하는 것으로 6차 산업이 전개되고 있다(서윤정, 2013). 그러나 농업·농촌의 6차 산업화는 농산 가공과 판매라는 산업중시 관점에서의 편중이 많으며 지역농업의 관점에서 파악되고 실천되어 있지 않는 경향이 있다(황영모, 2011). 우리나라의 6차산업은 농업을 통해 생산되는 생산형 1차 산업과 특산물을 이용한 다양한 상품화의 가공, 유통형 2차 산업과 관광프로그램등의 각종서비스를 창출하는 체험형 3차 산업이 어우러지는 것으로 농어촌자원을 관광과 연결시켜 농촌관광을 이해하고 새로운 소득원을 만들기 위한 융복합 산업공간으로의 농어촌 관광마을개발이 필요하다.

농림축산식품부의 6차산업화 우수사례(2013)를 살펴보면, 농가주도형 8개 마을로 여주 은아목장, 횡성 에덴양봉원, 보성 우리원 농장, 제주 한라산청정촌, 해남에 다녀왔습니다, 양평 다물한과, 남양주 대가농원, 영동 도란원 농장(샤토미소)가 있으며, 마을 중심형 화천 토고미마을, 창원 감미로운 마을, 파주 산촌 생태관광마을, 서천 달고개모시마을, 임실 치즈마을, 양양 송촌 떡마을, 진안 와룡마을, 횡성 금나루 무지개마을,

나주 화담마을, 양양 해당마을의 10개 마을이 선정되어 있다. 그 외 법  
인주도형 7개마을과, 지역주도형 10개 마을등이 선정되었다.

6차산업화 우수사례의 마을들은 농촌을 단순한 관광지가 아닌 소중한  
가치를 지닌 우리의 터전으로 인식하고 자연과 생명의 소중함을 일깨우  
는 참된 교육의 장으로 인식시킬 수 있는 교육농장(Edu-Farm)과, 수  
확한 수확체험 뿐만 아니라 수확한 농작물을 이용해가공식품을 만드는  
것 까지 체험활동을 확대하였다(농림축산식품부, 2013).

농촌관광의 정의와 개념은 국가와 지역, 시대와 학자마다 다르게 사용  
되며 다양하게 정의되고 있지만, 본 연구에서는 6차산업 농어촌관광마을  
은 농어촌의 자연경관과 농어촌전통문화, 생활과 산업을 매개로 한 도시  
민과 농어촌 주민간의 체류형 교류 활동을 할 수 있으며, 도시민에게는  
휴식·휴양과 새로운 체험공간을 제공하고 농촌에는 농산물 판매(1차),  
가공(2차), 숙박 음식물 서비스(3차) 등을 통해 소득원을 제공할 수 있  
는 지역 활성화 마을로 정의하고자 한다.

## 2.2. 농어촌관광마을 선택속성

2012년 농촌관광 경험 자수는 약 444만명(18세 이상 대도시 주민수  
기준)에 이르는 것으로 추정되며, 농촌 관광을 경험한 사람들의 경우 이  
들 대부분은 휴식과 휴양, 농업체험, 농산물 구입, 자녀교육등을 목적으  
로 하며, 농촌 관광을 하게 된 동기는 농촌관광을 왜 하는지에 대한 목  
적을 나타낸다(김용렬·류경선·박시현, 2012). 지역 농특산물은 농촌  
관광객을 유인할 수 있는 중요한 흡인 요인이 될 수 있는데 체험, 직거  
래장터등이 도시민을 유인하고 농촌관광을 활성화 할 수 있는 매력물이  
될 수 있다(김경희·박덕병, 2013). 농어촌 관광마을 선택속성에 대한  
선행연구를 살펴보면, 윤유식·박덕병·이민수(2009)는 농촌관광목적지

속성을 관광기반, 관광매력, 관광체험으로 구분하였으며, 농촌관광선택 속성 시장세분화연구에서는 단순 휴식 및 여가를 즐기기 위해, 농촌의 자연과 경관을 즐기고, 자연 휴양림을 방문하며, 농촌지역의 사찰 또는 문화유적을 답사하기 위함과, 향토음식을 만들거나 먹기 위해, 생태 체험과 자연채취체험, 농가 민박, 자연학습, 농경체험, 민속놀이체험을 위한 동기로 구성하였다(김현·김성조, 2006).

민양기·이윤섭(2012)은 농촌관광선택 속성을 편의성, 매력성, 체험성, 관리운영으로 구분하였으며, 편의성에는 숙박시설, 전통음식, 관광편의시설, 접근성으로, 매력성에는 다양한 볼거리, 전원적 분위기, 자연경관, 지역특산물로, 체험성은 농사참여, 야생동식물관찰, 전통놀이, 축제이벤트, 독특한 문화활동으로 측정하였다. 장양례·윤유식(2010)은 어촌관광에 대한 선택속성을 주변적요인과, 체험학습적 요인, 시설적 요인으로 구분하였다. 농촌관광선택 중요도에 대한 연구에서는 교통접근성이 가장 중요하며, 주민들의 친절한 서비스, 휴식할 수 있는 환경자원, 주민들의 호의적인 태도, 자연학습장, 농기구박물관, 주차장, 화장실, 휴게실 순으로 중요한 것으로 나타났다(정찬성, 2012).

강성진(2013)은 제주농업에 맞는 6차산업모델로 3차산업과의 연계를 위해 흥미로운 프로그램과 쾌적한 인프라의 숙식, 교통등 기본적인 인프라가 중요하다고 하였다. 이와 같이, 6차산업 농어촌 관광마을의 선택속성의 경우는 일반 관광지 선택속성보다 농어촌 고유의 특성인 농어촌의 자연환경, 전통적인 환경등의 자연적 속성과 사회문화적인 속성이 중요하며 이로 인한 농어촌 체험과 관련된 프로그램이 잘 갖추어진 곳이 관광객들에게 목적지를 선택하는 중요매력속성으로 간주된다는 점을 알 수 있다.

### 2.3. 체험프로그램 선호도 및 행동의도에 관한 선행연구

고객 체험의 5가지 요소에는 감각(Sense), 감성(Feel), 인지(Think), 행동(Act), 관계(Relate)적 체험으로 나누어 전략적 체험모듈(Strategic Experiential Modules: SEMs)이라 명명하고 체험마케팅의 핵심은 고객들을 위한 다양한 종류의 체험을 강조하는 것이라고 강조하고 있다 (Schmitt, 1999). 인제군을 중심으로 농촌자원을 활용한 농촌의 체험 프로그램연구에서는 하천을 이용한 레프팅 체험, 뗏목체험등과 농촌체험 (감자캐기, 옥수수따기), 황태 축제, 빙벽체험, 불교문화체험을 소개하였으며(김경량·김지용·최윤숙, 2010), 이성일·전인철·오형근·김용근(2012)의 연구에서는 체험프로그램유형 중 농산물 수확, 농촌음식, 농촌생활, 자연관찰, 전통공예, 레포츠, 영농, 전통놀이, 동식물체험, 문화예절, 농촌미술, 경관감상 순으로 선호도를 보였다. 윤유식·박덕병·이민수(2009)는 가장 선호하는 농촌 체험 프로그램에 대하여 가족/친적 단체 여행집단이 다른 유형의 집단보다 수렵채집, 농촌토속음식 만들기, 전통놀이, 공예품제작, 건강관리, 문화유적답사등에 더욱 선호한다고 하였으며, 정찬성(2012)은 전통놀이 체험 프로그램, 자연웰빙, 휴식 프로그램, 자연생태학습체험, 농사생활풍습 순으로 중요하게 인식하는 것으로 나타났다.

행동의도란 어떤 대상에 대한 태도를 형성한 후 미래행동으로 나타내려는 개인의 의지와 신념이며, 소비행동에 대한 예측요인이며, 행동의도에 대한 다수의 연구에서 측정된 변수는 탐색의도(Menon & Kahn, 2002; Hu & Jasper, 2006), 재방문의도, 구전의도(Zeithaml, 2006)로 구분할 수 있다. 김희정·김시중(2012)은 행동의도란 관광객이 관광경험을 하면서 형성된 신념이나 태도를 바탕으로 해당관광지에 대한 미래의 행동계획 및 후속행동으로 정의하였다.

### 3. 연구방법

#### 3.1. 자료수집

본 연구의 자료수집은 킨텍스에서 개최된 6차산업박람회 참관객을 대상으로 설문조사를 실시하였으며, Park & Yoon (2009) 등의 선행연구를 중심으로 체험관광선택 속성을 정리하고 농어촌 6차산업의 특성에 맞게 수정하여 설문지를 작성하였다. 설문조사요원은 총 6명이 매일 2일씩 각각 50부를 배포하여 총 300부의 설문조사를 실시하여 응답이 적절하지 않은 설문지를 제외하고 총 294부의 유효표본수를 분석에 활용하였다.

#### 3.2. 측정변수

6차산업 농어촌관광마을 선택속성 25가지에 대한 측정은 리커트 5점 척도법(1=전혀 중요하지 않다. 5=매우 중요하다)을 활용하여 측정하였으며, 선호체험프로그램은 14개의 변수를 활용하여 1=전혀 선호하지 않다. 5=매우 선호한다 로 측정하였다. 그리고 농어촌 체험마을 방문추천의도는 3개의 변수를 활용하여 측정하였고 또한 농어촌 체험마을 개발지지도도 3개의 측정변수를 활용하여 측정하였다. 그 밖에 인구통계학적인 특성과 일반적인 관광특성(여행기간, 숙박장소, 방문시기, 정보원천)을 조사 하였다.

#### 3.3. 통계자료 및 분석방법

본 연구의 분석방법은 6차산업 농어촌체험관광마을 선택속성 25개에 대한 요인분석을 실시하고 도출된 요인을 활용하여 응답자의 특성을 파악하기 위하여 군집분석을 실시하였다. 군집분석을 투입된 변수에 따라



각 응답자의 의견이 동일한 집단까지 묶어 주는 것으로 요인분석을 변수의 상관관계를 기준으로 변수의 수를 줄이는 목적이 있는 반면, 군집분석은 주어진 변수에 대한 유사한 패턴의 응답자들로 군집화하는 특징이 있다.

군집분석을 통하여 세분화된 집단에 따라 농어촌체험관광마을 행동의도 및 개발 지지도에 대한 차이분석을 실시하였다.

## 4. 분석결과

### 4.1. 응답자의 인구통계학적 특성

〈표 1〉 응답자의 인구통계적 특성

구 분		빈도(%)	구 분		빈도(%)	
성별	남성	142 (48.3)	월평균 가구소득	100만원 미만	35 (13.6)	
	여성	152 (51.7)		100~200 만원 미만	36 (14.0)	
결혼 여부	미혼	94 (32.0)		200~300 만원 미만	58 (22.6)	
	기혼	191 (65.0)		300~400 만원 미만	53 (20.6)	
연령	20대 미만	62 (21.1)		400~500 만원 미만	25 (9.7)	
	20대	57 (19.4)		500~600 만원 미만	31 (12.1)	
	30대	65 (22.1)		600 만원 이상	19 (7.4)	
	40대	70 (23.8)		직업	농축산업	9 (3.0)
	50대	38 (12.9)			건설업	25 (8.4)
	60대 이상	2 (0.7)			자영업	14 (4.7)
학력	고졸	61 (21.8)	사무직		65 (22.1)	
	대학교 재학	33 (11.8)	전문직		34 (11.5)	
학력	대학교 졸업	165 (58.9)	직업		주부	64 (21.7)
	대학원 졸업	21 (7.5)		주부	64 (21.7)	
				학생	37 (12.6)	
			기타	9 (3.0)		

성별 분포를 살펴보면 여성이 51.7%로 남성보다 많았고, 기혼자가 65.0%로 미혼자의 비중보다 월등히 많았다. 연령은 40대가 43.8%로 가장 높게 나타났으나, 30대와 20대 이하의 비중도 비슷한 수준으로 높게 나타나는 것으로 보아 대다수의 방문객이 자녀들을 동반하여 농어촌 체험관광마을에 오는 것임을 알 수 있다. 학력은 4년제 대학교 졸업자가 58.9%로 가장 높은 비율을 나타냈으며, 월평균 소득은 2-300만원대가 가장 많음을 알 수 있다. 직업별로는 사무직(22.1%)과 주부(21.7%)가 가장 높은 비중을 차지하였다.

#### 4.2. 응답자의 일반적 특성

농어촌 체험 관광마을을 방문하는 응답자를 대상으로 체험관광마을 방문의 일반적인 특성을 살펴본 결과, 여행기간은 당일(34.0%), 1박 2일(33.0%)로 2일 이내로 방문하는 비중이 전체의 절반 이상을 차지하였다. 주로 주말(45.9%)에 방문하는 비율이 높으며, 시간이 날 때마다 방문(32.7%)하는 비율도 꽤 높게 나타났다. 또한 7-8월(27.5%)에 가장 많이 방문하며, 체험 관광마을에서 지출 가능한 소요비용으로는 16-30만원(40.9%)가량 지출할 의사가 가장 높은 것으로 나타났다. 농어촌 체험관광마을에서 숙박할 경우 펜션(37.1%)을 가장 선호하며, 마을 내 민박(25.6%)을 선호하는 경우가 그 뒤를 이었다. 농어촌 체험관광마을에 대한 주요 정보원천은 관광안내지/팸플렛(24.7%)의 비중이 가장 높았으며, 인터넷/블로그/SNS(22.3%)도 높은 비중을 차지해 신문/라디오/TV 등의 미디어 매체보다 더욱 영향력이 있는 것을 알 수 있다.

〈표 2〉 응답자의 일반적 특성

구 분		빈도(%)	구 분		빈도(%)
여행 기간	당일	100 (34.0)	지출 가능한 소요비용	1-5만원	20 (7.2)
	1박 2일	97 (33.0)		6-10만원	79 (28.6)
	2박 3일	47 (16.0)		11-15만원	34 (12.3)
	3박 4일	20 (6.8)		16-30만원	113 (40.9)
	4박 5일	7 (2.4)		31-50만원	23 (8.3)
	6일 혹은 그 이상	9 (3.1)		51만원 이상	7 (2.5)
주요 관광 요일	주중	21 (7.1)	선호 숙박장소	마을 내 민박	75 (25.6)
	주말	135 (45.9)		펜션	109 (37.1)
	공휴일	33 (11.2)		산장/게스트하우스	48 (16.3)
	시간날때마다	96 (32.7)		호텔/모텔/리조트	24 (8.2)
주요 방문 시기	1월	30 (3.4)		캠핑	20 (6.8)
	2월	14 (1.6)		친척/지인의 집	11 (3.8)
	3월	27 (3.1)		기 타	6 (2.0)
	4월	36 (4.1)		주요 정보원천	신문/잡지
	5월	55 (6.2)	라디오/TV광고		33 26.8
	6월	44 (5.0)	관광안내지/팸플렛		72 24.7
	7월	111 (12.6)	스마트폰 어플		30 10.3
		여행사/여행정보센터	13 4.5		
주요 방문 시기	8월	131 (14.9)	주요 정보원천	여행사/여행정보센터	13 4.5
	9월	79 (9.0)		행사참여를 통한 안내	18 6.2
	10월	64 (7.3)		인터넷/블로그/SNS	65 22.3
	11월	25 (2.8)		지인소개	9 3.1
	12월	26 (2.9)		기 타	6 1.7

### 4.3. 농어촌 관광마을 선택시 중요 속성에 대한 요인분석

농어촌 관광마을 선택시 중요 속성에 대한 차원을 파악하기 위하여 요인분석을 실시하였다. 총 25개의 농어촌관광마을 선택시 중요 고려을 이용하여 베리맥스 회전방식과 아이젠 값 1 이상을 기준으로 요인분석을 실시하였다. 요인분석결과 총 분산 설명력은 65.5%로 나타났고 요인분석의 적절성을 보여주는 KMO 값(KMO = 0.897, Bartlett의 구형성 검정 근사  $\chi^2 = 3594.559$ (d.f=300, Sig<0.001)등은 유의적인 결과를 보였다.

요인분석결과 총 6개의 요인이 도출되었으며 각각의 변수를 고려하여 요인 1은 숙박 및 식음료품질, 요인2는 다양한 마을 주변 환경, 요인 3은 체험프로그램, 요인 4는 지역주민 태도 및 서비스, 요인 5는 접근용이성 등으로 명명하였다. 이와 같은 변수를 활용하여 응답자의 세분시장을 시도하기 위하여 군집분석을 실시하였다.

〈표 3〉 농어촌 관광마을 선택시 중요 속성 요인분석 결과

요인	factor loading	eigen values	% of variance	$\alpha$	mean
요인 1: 숙박 및 식음료품질					
숙박품질(침구류 등 서비스 품질)	.84	9.09	36.36		4.05
숙박 시 화장실/샤워시설	.80				4.17
숙박 장소	.78				3.99
숙박 가격	.73				4.08
식음료 위생 및 청결성	.72				4.20
식음료 가격	.57				3.92

요인 2: 다양한 마을 주변 환경					
특산물 구매	.80				3.57
산책 등산 등 가벼운 레저활동	.72				3.71
인근지역 볼거리/체험거리 연계	.60	2.30	9.19		3.77
다양한 농어촌 활동 경험	.55				3.65
인근 관광지역 접근성	.54				3.77
마을소재 생산 및 가공 특산물/식품 견학	.53				3.59
요인 3: 체험프로그램					
어린이와 어른이 함께하는 체험프로그램	.74				3.60
체험프로그램 콘텐츠 및 스토리텔링	.72	1.49	5.97		3.79
체험프로그램의 다양성	.70				3.73
관광마을 방문 시 학습과 교육효과	.66				3.62
체험프로그램 품질 및 수준	.50				3.97
요인 4: 지역주민 태도 및 서비스					
지역주민 안내 서비스	.75	1.28	5.14		3.88
지역주민 태도 및 친절성	.71				4.06
지역주민과의 교류 및 대화	.67				3.63
요인 5: 접근용이성					
관광마을 대중교통 접근성	.75	1.22	4.86		3.80
관광마을 접근성 (자가운전)	.60				3.87
관광마을 방문 시 전반적인 경비	.56	1.22	4.86		3.82
요인 6: 전통문화체험					
관광마을 전통생활문화자원	.78	1.05	4.18		3.73
관광마을 역사문화자원	.71				3.79

설명분산의 누적값 = 65.702%, KMO = 0.897

Bartlett의 구형성 검정 근사  $\chi^2 = 3594.559$ (d.f=300, Sig=.000)

#### 4.4. 농어촌관광마을 선택속성 중요요인에 대한 군집분석

요인분석으로 도출된 요인 6개를 활용하여 군집분석을 실시한 결과, 2개의 군집으로 세분화 되었다. 군집1은 각각의 농어촌관광마을 선택속성에 대하여 비교적 중요하게 생각하는 집단이며 군집 2는 다소 선택속성에 대해 보통 중요한 것으로 인식하고 있는 집단이라고 설명할 수 있다. 또한 이러한 군집분석의 타당성을 검증하기 위하여 판별분석을 실시한 결과 98.1%가 올바르게 분류되었다고 설명하고 있다.

〈표 4〉 군집분석 결과

요 인	군집분류		전체 평균	F-value
	Cluster I (n=176)	Cluster II (n=117)		
<b>요인1: 숙박 및 식음료품질</b>	4.33	3.67	4.07	100.770***
<b>요인2: 다양한 마을 주변 환경</b>	4.00	3.21	3.69	157.642***
<b>요인3: 체험프로그램</b>	4.10	3.21	3.75	183.118***
<b>요인4: 지역주민 태도 및 서비스</b>	4.24	3.29	3.86	182.469***
<b>요인5: 접근용이성</b>	4.17	3.33	3.83	139.830***
<b>요인6: 전통문화체험</b>	4.05	3.33	3.76	100.834***

#### 4.5. 6차산업 농어촌관광 시장세분별 체험프로그램 선호도 분석

요인분석으로 도출된 요인 6개를 활용하여 군집분석을 실시하였고, 군집분석결과 2개의 군집으로 세분화하여 각 군집별 선호하는 농어촌 체험관광 프로그램에 대한 선호도분석을 실시하였다. 〈표 5〉에서 그 차이가 높은순서부터 정리하였는데 농특산물 생산가공 견학 프로그램이 각 집단별 선호도가 가장 큰차이가 나타나는 것으로 보였고, 농어촌 자연학습

프로그램, 전통놀이, 치유 명상 프로그램, 건강관리, 농가생활풍습, 레저 스포츠 순으로 그 차이가 나타나나는 것으로 보였다. 또한 세분시장 1과 2 모두에서 문화유적이나 건강관리가 선호하는 프로그램 나타났고 으로 나타났다.

〈표 5〉 시장세분별 선호 체험프로그램 차이

구분	Cluster I (n=176)	Cluster II (n=117)	t-value
1. 농특산물 생산가공 견학 프로그램	3.84	3.13	6.33***
2. 농어촌 자연학습 프로그램	3.88	3.35	5.22***
3. 전통 놀이	3.66	3.21	4.91***
4. 치유 명상 프로그램	3.76	3.24	4.81***
5. 건강관리	3.98	3.52	4.65***
6. 농가생활풍습	3.58	3.14	4.59***
7. 레저 스포츠	3.91	3.48	4.27***
8. 수렵채집	3.39	2.95	4.17***
9. 자연 생태체험	3.81	3.43	4.02***
10. 공예품 제작	3.67	3.27	3.92***
11. 문화유적 답사	3.96	3.58	3.59***
12. 축제 및 이벤트	3.80	3.41	3.56***
13. 농촌 토속음식 만들기	3.83	3.48	3.55***
14. 농사체험	3.33	2.97	3.25***

\* p < 0.1 \*\* p < 0.05 \*\*\* p < 0.01

#### 4.6. 6차산업 농어촌관광 세분시장별 행동의도 및 지지도 차이분석

농어촌 관광 세분시장별 농어촌체험관광을 하거나 타인에게 추천할 의사가 있는 지에 대한 차이분석을 실시한 결과, 농어촌 체험관광마을 선

택시 중요하게 고려하는 집단이 1년 이내 농어촌 체험관광을 하거나 타인에게 추천의도가 높게 나타나는 것을 알 수 있다. 이는 농어촌 체험관광마을 선택을 신중하게 고려하는 집단이 더욱 강한 충성도를 보이고 있어 선택속성에 대한 중요성을 더욱 강조할 필요가 있다고 할 수 있다.

〈표 6〉 시장세분별 향후 행동의도 차이

구분	Cluster I (n=176)	Cluster II (n=117)	t-value
1년 이내 농어촌체험관광 할 의도	3.88	3.49	3.79***
타인에게 농촌관광 추천의도	3.93	3.49	4.90***
타인에게 긍정적으로 말할 의사	4.94	3.51	4.79***

\* p < 0.1 \*\* p < 0.05 \*\*\* p < 0.01

또한 농어촌 관광마을 세분시장별 체험관광개발 지지도 차이를 분석한 결과 2집단 모두 지지도가 높게 나타나고 있으나 선택속성에 대하여 중요하게 고려하는 집단 1이 더욱 높은 지지도를 보이고 있었다. 특히, 지속가능한 농어촌 체험관광개발에 매우 강한 지지도를 보이고 있었다.

〈표 7〉 시장세분별 농어촌 체험관광개발 지지도 차이

구분	Cluster I (n=176)	Cluster II (n=117)	t-value
농어촌 체험관광개발에 대하여 지지한다	4.19	3.78	4.62***
지속가능한 농어촌 체험관광개발에 지지한다	4.30	3.82	5.70***
농어촌 체험관광개발에 대하여 협조나 도울 것이다	4.14	3.66	5.34***



## 5. 결론 및 시사점

지역 농어촌관광마을에서 6차산업은 농어촌지역에서의 생산, 가공과 함께 도시민들의 방문을 유도하고 농어촌의 다양한 어메니티자원에 대한 소비를 촉진시켜 농촌지역의 경제적 발전과 활성화에 중요한 산업이라고 할 수 있다. 따라서 6차산업의 완결은 도시 소비자의 농어촌 지역방문을 통한 소비진작이 가장 중요한 핵심이며, 이를 농어촌 체험관광의 형태로 상품과 서비스를 제공하며 가치창조(Value Creatioin)를 이룩하는 것이 실질적인 농어촌 지역경제와 사회문화발전에 유용할 것으로 보인다.

따라서 농어촌 6차산업 관광마을의 핵심사항인 소비자의 의사결정과 의사결정에 영향을 주는 요인들에 대한 면밀한 검토가 필요하며 이를 기초로 적절한 상품개발과 마케팅 전략 수립이 반드시 요구된다고 할 수 있다. 이는 도시민들의 농어촌 관광마을 방문시 중요하게 고려하는 요소들에 대한 이해가 선행되어야 하며 이러한 소비자들 중에서 농촌관광마을 방문에 대하여 중요하게 고려하는 집단과 그렇지 않은 집단에 대한 의사결정요소 들을 파악하는 것이 의미있는 작업이라고 할 수 있다.

본 연구에서는 농어촌 관광마을 방문시 중요하게 고려하는 요소에 대하여 선행연구와 전문가 의견을 중심으로 25가지 요소를 도출하였으며, 이를 기초로 요인분석을 통한 6가지 농어촌 관광마을 방문 중요요인을 도출하였다. 즉 숙박 및 식음료 품질, 다양한 마을 주변 환경, 체험프로그램, 지역주민 태도 및 서비스, 접근 용이성, 전통문화체험 등의 6가지 차원이 도출되었다. 이러한 차원들은 도시민들이 농어촌 관광마을 방문시 우선적으로 고려하는 중요 요인들로 농어촌 관광마을에서는 이러한 요인들에 대한 기본적인 사항들을 반영하여 상품개발과 마케팅 전략을 수립해야 한다.

그리고 이러한 6가지 요인들에 대하여 의견이 동질한 집단이 몇 개로

나누어지는가에 대한 군집분석을 실시하였으며 결과적으로 2개의 세분시장으로 나눌 수 있었다. 군집 1은 농어촌 관광마을 방문시 중요고려요인에 대한 대부분 중요하게 고려하는 신중한 집단이며, 군집 2는 이러한 요소에 대하여 보통의 태도를 보이는 집단이라고 할 수 있다.

특히, 이러한 2개의 세분집단에 따라 농어촌 체험관광 프로그램에 대한 선호도 차이를 분석한 결과, 농특산물 생산·가공 프로그램과 농어촌 자연학습 프로그램, 전통놀이에 대한 선호도 차이가 크게 나타났으며, 농사체험과 농촌 토속 음식 만들기에서는 비교적 선호도 차이가 높지 않았다. 또한 건강관리와 문화유적 답사에 대한 선호도는 2집단 모두 높은 선호도를 보이고 있어 농어촌체험관광 프로그램에 대하여 건강관리와 지역의 문화유적 답사에 대한 상품개발이 필요하다고 할 수 있다.

그리고 농어촌관광마을 선택시 중요하게 고려하는 집단과 보통인 집단에 대해서 농어촌관광마을 방문의사 및 추천의사, 지속적인 농어촌관광마을 개발에 대한 지지도에 대한 차이분석을 실시한 결과, 두 집단 모두 방문의사 및 추천의사 뿐만 아니라 지속적인 농어촌 관광마을 개발에 대한 지지도가 높게 나타났으며, 특히 농어촌관광마을 선택시 중요하게 고려하는 집단이 더욱 높게 나타나고 있었다. 이는 농어촌관광마을에 대한 신중하게 고려하는 집단은 앞으로 실질적인 농어촌 관광마을 6차산업의 소비자가 될 수 있다고 보며, 집단구성 비율을 고려하면 도시시장의 약 60%가 이에 해당한다고 할 수 있다. 앞으로 더욱 농어촌체험관광에 대한 시장확대가 예상된다고 할 수 있다.

결과적으로 6차산업에 있어서 농어촌관광마을의 중요도가 더욱 높아질 것으로 보이며, 특히 이를 방문하는 도시민들의 수효를 더욱 늘리는 것이 중요하다고 할 수 있다. 본 연구는 이러한 관점에서 도시민들의 농어촌 관광마을 방문시 중요고려요소에 대한 유용한 정보를 제공하고 있다고 할 수 있다.

## ■ 참고 문헌 ■

- 강승진. (2013), *제주지역 농업의 다각화를 위한 6차산업화 방안*. 제주발전 연구원.
- 김경량, 김지용, & 최윤숙. (2010), 농촌지역자원을 활용한 농촌관광 활성화 방안연구. *농촌관광연구* 17(1), 41-56.
- 김경희, & 박덕병. (2013). 농촌관광객의 지역 농특산물 구매 선택속성, 만족, 충성도의 구조관계. *관광학연구* 37(1), 279-301.
- 김용렬, 류경선, & 박시현. (2012). 2012년 도시민 농촌관광 수요조사 결과. 한국농촌경제연구원.
- 김태곤, & 허주명. (2011). 농업의 6차산업화와 부가가치 창출방안. 한국농촌경제연구원.
- 김희정, & 김시중. (2012). 관광지 선택속성과 경험적 가치가 행동의도에 미치는 영향. 백제역사유적지구를 대상으로. *국토지리학회지*, 46(2), 147-159.
- 김현, & 김성조. (2006). 농촌관광객의 참여동기에 따른 시장세분화. *한국농촌관광학회*, 13(1), 29-47.
- 농림축산식품부. (2013), *6차산업화 우수사례집*.
- 민양기, & 이윤섭. (2012). 농촌관광선택속성이 만족, 재방문의도, 추천의도에 미치는 영향연구, *여행학연구* (33), 73-92.
- 서운정. (2013). *6차산업 융복합 혁명. HNCOM*
- 이성일, 전인철, 오형근, & 김용근. (2012), 농어촌 체험학습프로그램 개발연구-제7차 초등학교 교육과정 적용을 중심으로-, *농촌관광연구* 19(1), 19-39.
- 윤유식, & 지경배. (2008). 농촌관광마을 방문객 선호체험프로그램과 방문만족도 및 성과에 관한 연구, *호텔관광연구* 10(1), 327-351.
- 장양례, & 윤유식. (2010), 어촌관광선택 속성에 따른 체험 만족도와 추천의도에 관한 연구. 한국관광학회 제68차 학술 발표대회.
- 정찬성. (2012). 농촌관광 체험프로그램이 농촌관광 선택 속성과 만족에 미치는 영향. 경기대학교 관광전문대학원 석사학위 논문.
- 황영모. (2011), *농업, 농촌 6차 산업화의 이해와 사례-일본의 논의와 전북의 사례를 중심으로* 충남농어업 6차 산업화 포럼 발표자료(2011, 11, 29).
- Schmitt, B. H. (1999). Experiential Marketing. *Journal of Marketing Management*, 15: 53-67.

## A Segmentation of Rural Tourism Village's Selection Attributes which affects Experience Programs Preferences and Behavior Intention in 6th Industry

Yoo Shik Yoon<sup>a</sup> · Jong im Yang<sup>b</sup> · Lae Yang Jang<sup>b</sup>

<sup>a</sup>College of Kyunghee University, Seoul 130-072, South Korea,

<sup>b</sup>Dept. of Tourism in the Soong Eui Women's College, Seoul, 100-751 South Korea.

### Abstract

The study aims to segment rural tourism villages' selection attributes that affect experiences programs preferences and behavior intention in 6th industry. Based on the literature review, the measurement scales were developed and the data collected from on-site survey in 6th industry trade. Cluster analysis with rural tourism villages' selection attributes were conducted and MDA was run to verify segmented group rate. T-tests were conducted to see if there were any differences between segmented groups in terms of experiences programs preferences and behavior intention. More detailed discussion were provided in the conclusion..

**key words** : tourism village selection attributes, segmentation, experiences programs preferences, behavior intention



Yoo Shik Yoon is a Associate Professor of College of Hotel and Tourism at Kyunghee University. His research interest is regional tourism development, destination marketing and management, and MICE industry.

Address: College of Hotel and Tourism, Kyunghee University. #1Hoegi-Dong Dongdaemoon--Gu, Seoul 130-072, South Korea, [ysyn@khu.ac.kr](mailto:ysyn@khu.ac.kr), phone) 82-2-961-9274



Jong Im Yang is a Assistant Professor of Department of Tourism in the Soongui Women's College. Her research interests is on rural tourism and tourist' behavior.

Address: Department of Tourism, Soongui Women's college, Soparo 2road, Jung-Gu, Seoul 100-751, South Korea

e-mail) [yangji@sewc.ac.kr](mailto:yangji@sewc.ac.kr) phone) 82-2-3708-9226



Lae Yang Jang is a Associate Professor department of Tourism in the Soong Eui Women's College, Seoul, South Korea. She is research interests on rural development, rural policy, and green tourism.

Address: (100-751) #10, SoPa-Ro 2-Gil, Jung-Gu Seoul, Korea

e-mail) [jjangspring@sewc.ac.kr](mailto:jjangspring@sewc.ac.kr), phone) 82-3708-9279