

## 생태체험마을 방문 동기에 따른 시장세분화\*

김경희

농촌진흥청 국립농업과학원(전북 완주군 이서면 농생명로 166)

### 국문요약

본 연구는 생태체험마을 방문객을 방문 동기에 따라 시장세분화 하는 것이다. 이를 위해 전국 6개의 생태체험마을에 방문한 20세 이상의 방문객 254명을 대상으로 분석하였다. 요인분석결과 생태체험마을 방문 동기는 휴식, 모험, 자연체험, 가족여행으로 나타났으며, 군집분석 결과 다목적추구형(45.3%), 휴식추구형(34.6%), 가족체험추구형(20.1%)으로 나타났다. 인구통계학적 특성별로는 연령, 월소득, 직업, 학력, 결혼여부에서 군집별로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며, 관광행동 특성별로는 거주지와 정보획득경로, 지출비용, 동반자에서 군집별로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 가족체험추구형의 경우 40대의 비율이 높게 나타났다. 생태체험마을 방문객의 세분시장별 특성을 바탕으로 한 운영과 마케팅 전략으로 생태체험마을 방문객의 만족을 효율적으로 높일 수 있을 것이다.

주요어: 생태체험, 속성, 만족, 충성도

\* 본 연구는 농촌진흥청 국립농업과학원 농업과학기술 연구개발사업(과제번호: PJ00856201)의 지원에 의해 이루어진 것임.

## 1. 서론

자연친화적인 삶과 자연환경에 대한 인식이 높아지며, 생태관광 시장이 급속히 성장하고 있다(Lu & Stepchenkova, 2012; Mehmetoglu, 2007; Scheyvens, 1999; Tangeland & Aas, 2011). 일상생활을 벗어나 자연 속에서 학습하고, 특별한 것을 경험하고자 하는 소비자들의 욕구가 커지고 있다. 이에 따라 농촌지역에서 자연을 가까이에서 접하며 체험할 수 있는 생태체험에 대한 요구도 증가하고 있다.

농촌마을에는 농경생활과 함께 인간이 생활에 다양하게 활용해 온 전통적인 생태자원 뿐만 아니라 희귀 동식물 등 다양하고 풍부한 생태자원이 있다. 전국의 농촌체험마을에서는 마을의 고유한 생태자원을 활용한 다양한 체험프로그램들을 개발하고 운영하고 있다. 특히 최근에는 단체 체험객들의 증가와 함께 생태체험을 적극적으로 도입하고 운영하는 사례들이 늘고 있다. 농촌마을에서 운영되고 있는 생태체험 프로그램은 일반적인 농촌체험과 함께 이루어지는 경우가 많으며, 동·식물 관찰 및 채집, 철새탐조, 생태박물관 관람, 보트타기, 동굴탐사, 갯벌체험, 트래킹, 공예, 별자리관찰, 습지체험 등의 유형을 중심으로 이루어지고 있다. 생태체험은 지역의 환경과 문화를 존중하고, 영향을 최소화하는 책임 있고, 교육적인 성격을 가지는데, 자연자원을 매력물로 하여 학습, 여가, 모험 등의 활동을 하는 것이다(Laarman & Gregersen, 1996; Wurzinger & Johansson, 2006).

관광 동기는 관광 상품과 서비스의 선택에 영향을 미치는 중요한 내적 욕구이다(Lee, Kang, & Lee, 2013; Schiffman & Kanuk, 1978). 그동안 여러 형태의 관광 분야에서 관광객의 관광 동기를 중심으로 시장세분화한 연구들이 수행되어 왔다(Lee, Lee, Bernhard, & Yoon, 2006; Lee, Kang, & Lee, 2013; Park & Yoon, 2009; 박성희 & 김미경, 2011; 고미영, 고계성 & 양필수, 2011). 국내에서도 농촌지역

을 방문한 관광객을 대상으로 시장세분화한 연구들이 일부 이루어졌으나 (노용호 & 조록환, 2006; 윤유식 & 오홍철, 2008), 생태체험마을 방문객을 대상으로 이루어진 연구는 거의 없는 실정이다.

생태체험은 오랜 세월동안 농경생활과 함께 인간의 생활에 함께 해 온 생태자원을 활용한 체험이다. 생태체험을 통해 자연스럽게 생태자원에 대해 교육하고 그 중요성을 일깨울 수 있으며, 생태자원 보전에 대한 인식을 확대해 갈 수 있다.

농촌마을에서 생태체험을 활성화하기 위해서는 방문객들의 특성과 행동을 이해하는 것이 가장 중요하다. 본 연구의 목적은 생태체험마을 방문객을 방문동기에 따라 시장세분화 하는 것이다. 생태체험객의 세분시장 유형별 특성을 분석함으로써 생태체험마을 방문객을 이해하는데 도움이 될 것이다. 이를 통해 생태체험마을을 활성화하기 위한 정책적 뒷받침 뿐만 아니라 마을 운영자들에게는 생태체험마을에 방문객들을 유인하고 체험객의 만족도와 재방문율을 높이기 위한 전략을 수립하는데 도움이 될 것이다.

## 2. 이론적 고찰

### 2.1. 동기

관광은 많은 측면을 가지고 있지만, 사회심리학적 활동의 하나로 볼 수 있다(Ross & Iso-Ahola, 1991; Wacker, 1996). 동기는 관광행동을 유발할 뿐만 아니라 다양한 관광활동을 결정하게 하며 관광의 이유와 관광지 결정에 영향을 미친다. 또한 관광의 결과나 전반적 만족에 영향을 미친다(Devesa, Launa, & Palacios, 2010).

관광객의 행동을 분석하기 위해 관광동기에 대한 다양한 연구들이 이루어졌다. 동기는 다차원적인 개념으로, 관광객들은 관광지에서 하나 이상의 다양한 경험을 원한다. Crompton(1979)은 관광목적지 선택에 영향을 미치는 관광동기를 '일상에서의 탈출(escape from the mundane)', '탐험(exploration)', '휴식(relaxation)', '위신(prestige)', '회귀(regression)', '친분관계(kinship relationships)', '사회적 교류(social interaction)', '교육(education)', '진기함(novelty)' 등 9가지로 구분하였다. 이 중 7가지는 사회심리학적 측면으로 구분되며, 2가지는 문화적 측면으로 구분된다. Crompton의 초기 연구 이후에 다양한 분야의 연구에서 관광동기를 'push' 요인과 'pull' 요인으로 구분하였다.

Uysal & Jurowski(1994)는 Push 동기(내적 동기)에 '탈출욕구(desire for escape)', '휴식(rest)', '이완(relaxation)', '위신(prestige)', '건강관리(fitness)', '모험(adventure)', '사회적 교류(social interaction)'을 포함하였으며, Pull 동기(외적 동기)는 유형의 자원과 관광객의 인식, 기대 등 목적지의 매력성을 바탕으로 구분하였다.

## 2.2. 생태체험객 시장세분화

생태체험마을은 농촌마을에서 생태자원을 활용하거나 소재로 하여 만들거나 놀이, 관람이나 관찰, 모험, 레포츠, 휴양 등 체험프로그램을 운영하는 마을을 말한다. 비교적 소규모로 이루어지는 생태체험에서 체험객을 대상으로 체험동기에 따라 시장세분화한 연구는 거의 이루어지지 않았지만, 생태관광객을 대상으로 시장세분화 한 연구들이 이루어졌다(Kerstetter, Hou, & Lin, 2004; Loker, 1997; Perera, Vlosky, & Wahala, 2012).

Loker(1997)는 호주의 배낭여행객 690명을 대상으로 여행동기에 따라 시장

세분화하였다. 분석 결과 '사회성/흥미추구형(Social/Excitement seekers)', '일상탈출/휴식추구형(Escapers/Relaxers)', '성취형(Achievers)', 자기개발형(Self-developers)'으로 나타났으며, 세분시장별 특성을 분석한 결과 지출액의 경우 관광비용은 자기개발형이 가장 높고, 일상탈출/휴식추구형이 가장 낮게 나타났다. 기념품의 경우 일상탈출/휴식추구형이 가장 높게 나타났으며, 사회성/흥미추구형은 가장 낮게 나타났다. 음주비용의 경우 성취형이 가장 높고, 자기개발형이 가장 낮게 나타났다. 오락비용의 경우 성취형이 가장 높고, 사회성/흥미추구형이 가장 낮게 나타났다. 선호하는 체험의 경우 영농체험은 사회성/흥미추구형이 가장 높고, 일상탈출/휴식형이 가장 낮게 나타났다. 도시체험, 야외체험, 섬을 기반으로 한 체험 모두 사회성/흥미추구형이 가장 높고, 자기개발형이 가장 낮게 나타났다. Kerstetter, Hou, & Lin(2004)은 대만의 해안 습지지역을 방문한 생태관광객 450명을 대상으로 관광동기에 따라 시장세분화 하였다. 요인분석 결과 관광동기는 '모험(Adventure)', '교육(Education)', '전체(Holistic)'으로 나타났으며, 군집분석 결과 '체험형(Experience)', '학습형(Learning)', 'Eco(생태형)'으로 나타났다. 세분시장별 행동의도의 차이를 분석한 결과 규정준수 의도의 경우 학습형이 가장 높고, 체험형이 가장 낮게 나타났으며, 지역 환경 유지를 위한 도움에 대해서는 학습형과 생태형이 가장 높고, 체험형이 가장 낮게 나타났다. 관광객들의 습지 학습을 돕는 것에 대해서는 생태형이 가장 높고, 체험형이 가장 낮게 나타났다. 자원보전과 봉사활동 참가에 대해서는 생태형이 가장 높고, 학습형이 가장 낮게 나타났으며, 재미를 위해 동물상과 식물군에 손을 대는 것에 대해서는 학습형이 가장 높고, 체험형이 가장 낮게 나타났다.

Perera, Vlosky, & Wahala(2012)는 스리랑카의 산림휴양림 방문객 525명을 대상으로 방문동기에 따라 시장세분화 하였다. 요인분석 결과 산림휴양림 방문 동기는 '자연(Nature)', '동반(Company)', '모험(Adventure)', '교육(Education)', '자존(Esteem)'으로 나타났으며,

군집분석 결과 '생태관광형(Ecotourists)', '소풍형(Picnickers)', '자아중심형(Egoistic tourists)', '모험형(Adventure tourists)'으로 나타났다. 인구통계학적 특성을 바탕으로 세분시장별 특성을 분석한 결과 생태관광형과 자아중심형, 모험형은 18-25세의 비율이 가장 높고, 소풍형은 26-35세의 비율이 가장 높게 나타났다. 자아중심형의 경우 월소득이 가장 높게 나타났으며, 모험형은 소득이 가장 낮은 것으로 나타났다.

국내에서도 생태관광객을 방문동기에 따라 시장세분화한 연구들이 이루어졌는데(박혜윤 & 양현주, 2006; 김희성 & 이재섭, 2010; 김용중, 2013), 박혜윤 & 양현주(2006)는 강화도 일대 갯벌생태관광지의 관광객 200명을 대상으로 방문동기에 따라 시장세분화하였다. 요인분석 결과 방문동기는 학습 및 자연교감, 기분전환, 새로운 것 경험, 자기계발, 친교로 나타났으며, 군집분석 결과 자기계발집단, 낮은동기집단, 기분전환집단으로 나타났다. 인구통계학적 특성을 바탕으로 세분시장별 특성을 분석한 결과 자기계발집단은 26~35세의 비율이 높고, 낮은동기집단은 26~35세, 41~45세의 비율이 높게 나타났으며, 기분전환집단의 경우 31~35세의 비율이 높게 나타났다. 정보원천의 경우 자기계발집단과 기분전환집단은 소개, 추천의 비율이 높았으며, 낮은동기집단은 소개, 추천과 개인경험의 비율이 높게 나타났다.

김희성 & 이재섭(2010)은 여성 트래킹 참여자 336명을 대상으로 참여 동기에 따라 시장세분화하였다. 요인분석 결과 트래킹 참여동기는 여가향유, 자연체험, 자아개발, 일탈·휴양으로 나타났으며, 군집분석 결과 여가향유 추구형, 자아개발 추구형, 일탈·휴양 추구형으로 나타났다.

김용중(2013)은 시화호에 방문한 생태관광객 174명을 대상으로 방문 동기에 따라 시장세분화하였다. 요인분석 결과 방문동기는 관찰 및 학습, 자녀교육 및 신체단련, 휴식, 연구 및 모험, 함께함으로 나타났다. 군집분석 결과 일반 생태관광자, 사회적 관광자, 교육적 자연주의자로

구분되었다. 인구통계학적 특성 및 행동의도를 바탕으로 세분시장별 특성을 분석한 결과 연령의 경우 일반 생태관광자집단과 교육적 자연주의 자집단은 36~45세의 비율이 가장 높게 나타났고, 사회적 관광자집단은 26~35세, 46~55세의 비율이 가장 높게 나타났다. 관광지 보전을 위한 규칙 수용 의도는 교육적 자연주의자집단이 가장 높게 나타났으며, 사회적 관광자 집단은 가장 낮게 나타났다. 지역의 기념품 생태환경 관련 상품 구입 의도는 일반 생태관광자 집단이 가장 높게 나타났고, 사회적 관광자 집단이 가장 낮게 나타났다.

농촌관광객을 대상으로 관광동기에 따라 시장세분화 한 연구가 이루어졌는데, Park & Yoon (2009)는 농촌관광객을 관광동기에 따라 시장세분화 하였다. 요인분석 결과 관광동기는 '휴식(relaxation)', '사회화(socialization)', '학습(learning)', '가족동반(family togetherness)', '진기함(novelty)', '흥미(excitement)'로 구분되었다. 군집분석 결과 '가족동반 추구형(family togetherness seeker)', '수동적 관광객형(passive tourist)', '전반적추구형(want-it-all seeker)', '학습과 흥미추구형(learning and excitement seeker)'으로 구분되었다. '가족동반 추구형'과 '학습과 흥미추구형'은 소득 US\$40,000 이하인 비율이 높고, '수동적 관광객형'은 소득 US\$40,000 초과인 비율이 높은 것으로 나타났다. 생태관광 또는 농촌관광 분야에서 이루어진 방문 동기는 주로 학습이나 가족동반, 사회성, 흥미추구, 휴식, 일상탈출, 모험 등의 동기가 중심을 이루는 것으로 나타나고 있다.

### 3. 연구방법

#### 3.1. 측정항목 도출

생태체험마을 방문객의 방문동기를 측정하기 위해 본 연구는 관광 동기에 대한 선행연구들을 바탕으로 설문항목을 도출하였는데, 휴식과 관련된 문항(Hung & Petrick, 2011; Kim, Borges, & Chon, 2006; Oh, Uysan & Weaver, 1995; Ryan & Glendon, 1998), 모험과 관련된 문항(Beh & Bruyere, 2007; Mehmetoglu, 2007; Oh, Uysan, & Weaver, 1995; Ryan & Glendon, 1998), 자연체험과 관련된 문항(Mehmetoglu, 2007; Swanson & Horridge, 2006), 가족여행과 관련된 문항(Kim, Lee, & Klenosky, 2003; Park & Yoon, 2009) 등을 참고로 하여 생태체험에 맞도록 고려하여 적용하였다. 각 문항은 관광학 분야 3인의 전문가들(focus group)을 대상으로 문항의 적절성을 검증하였다. 검토를 거쳐 의미가 중복된 문항과 표현이 부정확한 일부 문항을 수정하였으며, 리커트 5점 척도(1='전혀 그렇지 않다', 5='매우 그렇다')로 측정하였다. 최종적으로 24개의 항목으로 측정하였다.

#### 3.2. 자료수집

설문조사는 비교적 생태자원을 소재로 체험이 활성화된 생태체험마을 6마을(강원도 1마을, 경상남도 5마을)을 방문한 생태체험객을 대상으로 하였다. 설문조사는 2012년 7월부터 9월 사이에 이루어졌는데, 강원도에 위치한 조사대상 생태체험마을의 경우 대표적인 생태관광지인 동강을



배경으로 생태학습을 할 수 있는 생태관을 운영하고 있으며, 모험이나 레포츠, 관찰, 만들기 등 다양한 프로그램으로 생태체험이 이루어지고 있다. 경상남도에 위치한 조사대상 마을들의 경우 남해의 갯벌을 중심으로 한 전통어업체험, 유자를 이용한 만들기 등 특색 있는 프로그램을 운영하고 있으며, 우포늪을 중심으로 쪽배타기, 습지체험 등이 이루어지고 있다.

조사원 또는 마을대표가 직접 조사대상자에게 연구의 취지를 설명하고 설문에 응답해줄 것을 요청하는 자기기입식 설문방법을 사용하였다. 설문대상은 마을을 방문한 생태체험객 중 20세 이상의 성인 260명에게 설문지를 배부하였으며, 회수한 255부 중에서 응답이 불충분한 1부를 제외하고 최종적으로 254부를 분석에 사용하였다.

### 3.3. 분석방법

시장세분화 연구는 다변량 통계 기법을 사용하여 시장을 세분화하는 것으로 특히 요인분석과 군집분석을 활용한다(Dolnicar, 2002). 생태체험마을 방문 동기 차원을 도출하기 위해 측정된 변수들에 대해 주성분 분석법(principal component analysis)과 배리맥스회전방법(varimax rotation method)을 사용하여 요인분석하였다. 요인분석 시 변수와 요인수의 선택에는 Hair et al.(2006)의 기준을 참고하여 요인부하량 0.4이상, 요인고유치 1이상, 원 변량의 60%이상을 설명하는 것을 기준으로 하였다.

비슷한 생태체험마을 방문 동기를 가진 집단을 도출하기 위해 요인분석을 통해 도출된 각 차원의 변인들의 평균값을 이용하여 군집분석을 실시하였다. 군집분석은 Hair et al.(2006)이 제시한 2단계 방식으로서, 우선 계층적 군집분석을 통해 군집수와 초기값을 결정하고, 이 값을 토

대로 비계층적 군집분석을 통해 군집을 결정하였다. 군집수의 결정은 계층적 군집분석을 통해 도출되는 군집화 일정표를 이용하였다. 계층적 군집분석 후 비계층적 군집분석법의 하나인 K-means를 이용하여 군집분석을 실시하였는데 K-means 분석 시 초기값으로는 계층적 군집분석에서 획득한 군집평균값을 활용하였다. 군집분석의 적절성을 확인하기 위해 판별분석을 사용하였다. 교차분석을 통해 생태체험마을 방문 동기 유형별 특성을 분석하였다.

## 4. 분석결과

### 4.1. 조사대상자의 특성

조사대상자의 특성은 <표 1>과 같다. 성별은 남성이 132명(52.0%)으로 나타났으며, 기혼자가 174명(68.5%)로 나타났다. 직업은 사무직이 59명(23.2%), 서비스직 43명(16.9%) 순으로 높게 나타났으며, 정보획득경로는 소개가 107명(42.1%), 인터넷 검색이 64명(25.2%) 순으로 높게 나타났다. 학력은 대학교졸업이 122명(48.2%)로 가장 높게 나타났으며, 여행의 동반자는 가족 또는 친척이 106명(42.1%), 단체가 92명(36.5%) 순으로 높게 나타났다. 지역농특산물 구입에 대해서는 176명(71.0%)가 구입하지 않았으며, 거주지는 비수도권이 178명(70.9%)으로 나타났다. 연령은 40대가 104명(41.1%)로 가장 높았으며 평균연령은 40세로 나타났다. 소득은 200만원 이하가 88명(37.9%)로 가장 높았으며, 가계의 월평균 소득은 321.53만원으로 나타났다.

〈표 1〉 조사대상자의 특성(N=254)

구분		n(%)	구분		n(%)
성별	남성	132(52.0)	결혼 여부	기혼	174(68.5)
	여성	122(48.0)		미혼	78(30.7)
직업	자영업	30(11.8)	정보 획득 경로	공중파매체(TV/라디오 등)	20(7.9)
	생산직, 판매직	23(9.1)		인쇄물(신문/잡지/전단 지 등)	14(5.5)
	사무직	59(23.2)		인터넷	64(25.2)
	주부	32(12.6)		소개	107(42.1)
	학생	30(11.8)		우연히 방문	20(7.9)
	서비스직	43(16.9)		기타	29(11.4)
	기타	36(14.2)			
학력	고등학교졸 미만	37(14.6)	동반자	혼자	15(6.0)
	고등학교졸업	61(24.1)		가족 또는 친척	106(42.1)
	대학교졸업	122(48.2)		친구 또는 연인	39(15.5)
	대학원졸업 이상	33(13.0)		단체(직장, 학교, 동호회, 여행사 등)	92(36.5)
지역 농특산물 구입	예	72(29.0)	거주지	수도권	73(29.1)
	아니오	176(71.0)		비수도권	178(70.9)
연령	20대	45(17.7)	소득	200만원 이하	88(37.9)
	30대	65(25.7)		201만원~300만원 이하	70(30.2)
	40대	104(41.1)		301만원~400만원 이하	27(11.6)
	50대 이상	39(15.4)		401만원 이상	47(20.3)
구분	Mean(S.D)		구분	Mean(S.D)	
연령(만)	40.23(11.48)		가계의 소득(월)	321.53(319.72)	

## 4.2. 생태체험마을 방문 동기 요인분석

생태체험마을 방문객의 방문 동기 차원을 규명하기 위해 요인분석을 실시하였다. 우선 요인분석이 적절한지를 판단하기 위하여 Bartlett의 구형검사(Bartlett test of sphericity)와 Kaiser-Meyer-Olkin의 표본적절성 검사(measure of sampling adequacy)를 실시하였다. Bartlett의 구형검사(Bartlett test of sphericity)는 상관계수 행렬이 영행렬(zero matrix)인지에 대한 검정으로, 분석결과 상관계수행렬이 영행렬이라는 가설은 1% 수준에서 기각되었다. Kaiser-Meyer-Olkin의 표본적절성 검사(measure of sampling adequacy)도 주어진 자료가 요인분석에 적합한지를 판단하는 도구로서 0에서 1사이의 값을 가지는 지수이다. 일반적으로 이 지수의 값이 0.5 이상일 경우 요인분석이 가능하고 0.7 이상일 경우 요인분석에 적합한 것으로 간주되는데 본 연구에서는 0.84로 높게 나타나 요인분석이 적합한 것으로 나타났다.

최종적으로 18개의 변인으로 4개의 요인이 생성되었으며, 4개 요인은 총 분산의 69.74%를 설명하고 있고, 각 요인부하량은 0.4 이상으로 나타났다.

Cronbach  $\alpha$  값은 모든 요인에서 0.69 이상으로 높은 내적일관성을 가지고 있는 것으로 나타났다. 요인 1은 '쉬고 싶어서', '스트레스 해소를 위해', '혼잡한 곳을 벗어나고 싶어서', '재충전을 위해', '생활의 활력을 위해', '일상탈출을 위해' 등 6개의 변인을 포함하고 있으며, 전체 변량의 22.66%를 설명하고 있음. 이들 변인은 휴식, 재충전과 관련되어 있어 '휴식동기'로 명명되었다.

요인 2는 '새로운 경험을 위해', '모험과 스릴을 위해', '흥미로운 경험을 위해', '성취감을 위해', '생태적인 체험을 위해', '야외활동을 위해' 등 6개의 변인을 포함하고 있으며, 전체 변량의 22.13%를 설명하고 있다.

이들 변인은 새로운 경험, 모험 등과 관련되어 있어 '모험동기'로 명명되었다.

요인 3은 '자연경관을 감상하기 위해', '자연을 느끼기 위해', '오염되지 않은 자연을 체험하기 위해' 등 3개의 변인을 포함하고 있으며, 전체 변량의 13.81%를 설명하고 있다. 이들 변인은 자연경관 감상, 자연 체험 등과 관련되어 있어 '자연체험동기'로 명명되었다. 요인 4는 '가족과 함께 보내기 위해', '자녀교육을 위해', '친목도모를 위해' 등 3개의 변인을 포함하고 있으며, 전체 변량의 11.14%를 설명하고 있다. 이들 변인은 가족과 함께 여행, 자녀 교육 등과 관련되어 있어 '가족여행동기'로 명명되었다.

생태체험마을 방문객의 생태체험동기는 '휴식동기'가 가장 높은 분산설명력(22.66%)을 가지고 있으며, '자연체험동기'는 평균값이 가장 높은 4.06을 나타내고 있고, '가족동기'은 3.61로 가장 낮아 생태체험마을 방문객의 생태체험동기는 자연체험에 대한 동기는 높고, 가족여행동기는 낮은 것으로 나타나고 있다.

〈표 2〉 생태체험마을 방문 동기 요인분석 결과

동기	요인 부하량	아이겐값	분산 설명력	신뢰도 $\alpha$	평균
요인 1: 휴식		4.08	22.66	.89	3.89
쉬고 싶어서	.82				3.78
스트레스 해소를 위해	.81				3.86
혼잡한 곳을 벗어나고 싶어서	.79				3.98
재충전을 위해	.78				3.90
생활의 활력을 위해	.72				3.94
일상탈출을 위해	.71				3.85

동기	요인 부하량	아이겐값	분산 설명력	신뢰도 $\alpha$	평균
<b>요인 2: 모험</b>		3.98	22.13	.89	3.64
새로운 경험을 위해	.86				3.76
모험과 스릴을 위해	.86				3.27
흥미로운 경험을 위해	.81				3.88
성취감을 위해	.78				3.37
생태적인 체험을 위해	.61				3.77
야외활동을 위해	.49				3.83
<b>요인 3: 자연체험</b>		2.49	13.81	.87	4.06
자연경관을 감상하기 위해	.85				4.04
자연을 느끼기 위해	.84				4.07
오염되지 않은 자연을 체험하기 위해	.77				4.08
<b>요인 4: 가족여행</b>		2.01	11.14	.69	3.61
가족과 함께 시간을 보내기 위해	.87				3.60
자녀교육을 위해	.78				3.42
친목도모를 위해	.58				3.81

총 분산설명력 = 69.74 %, KMO = 0.84  
Bartlett's test of sphericity  $X^2 = 2776.33$  (df=153, p<.001)

#### 4.5. 생태체험 동기 군집분석

생태체험 동기에 따라 체험객을 유형화하기 위해 군집분석을 실시하였다. 요인분석을 통해 도출된 4개의 생태체험 동기에 대한 각 요인들의 총합평균을 구한 후 254부의 샘플을 Ward 방식의 제곱한 유클리디안 거리를 이용하여 계층적 군집분석을 실시하였다.

계층적 군집분석은 사례들이 군집화 되어 가는 과정을 상세하게 보여 주므로 군집해를 결정하기에 비교적 용이한 분석방법이다. 최적의 군집해를 결정하기 위해 군집화 일정표에서 응집계수의 변동비율을 계산하였

고 군집의 동질성이 상대적으로 크게 증가하고 있는 지점에서 중단규정 (Stopping Rule)을 적용하여 2개의 군집해(51.87% 증가), 3개의 군집해(19.40%)를 최종 선정하였다. 계층적 군집분석은 변수의 규모 및 Outlier들의 영향을 쉽게 받는다는 단점이 있다. 특히 초기 군집중심에 의해 지속적으로 결합하는 분석과정으로 인위적인 결과를 초래할 수 있기 때문에 이러한 단점을 보완하기 위해서는 비계층적 군집분석을 통해 최종해법을 결정하는 것이 바람직하다. 따라서 본 연구에서는 계층적 군집분석을 통해 얻은 군집해로부터 각각의 최초 군집중심(Initial Seed) 값을 구하여 비계층적인 군집분석인 K-means를 실행하였다.

〈표 5〉 계층적 군집분석 결과

단계	결합군집		계수	처음 나타나는 군집의 단계		다음 단계
	군집 1	군집 2		군집 1	군집 2	
248	3	8	261.832	243	232	249
249	1	3	291.352	245	248	252
250	5	36	327.218	246	247	251
251	2	5	389.601	242	250	253
252	1	6	465.199	249	241	253
253	1	2	706.495	252	251	0
군집의 수		계수	계수의 변화량	계수의 변화율(%)		
4		327.218	62.383	19.06		
3		389.601	75.598	19.40		
2		465.199	241.296	51.87		
1		706.495				

\*\*\* $p < .001$

도출된 군집화 일정표의 단계별 계수 값을 분석한 결과 군집화 계수값이

2개의 군집에서 급격히 증가하였다. 이후 계층적 군집분석에서 도출된 군집평균값을 초기값(initial seed)으로 설정하고, 군집의 수를 2개, 3개, 4개로 하는 K-means 군집분석을 실시하였다. K-means 통해 군집을 도출한 결과 3개의 군집으로 했을 때 요인별 평균차이가 가장 뚜렷하게 나타나 이를 바탕으로 최종적으로 군집의 수를 3개로 정하였다.

3개의 생태체험 동기요인 각각이 군집별로 차이가 나타나는 지를 검정하기 위해 ANOVA를 통해 검정한 결과, 1% 수준에서 3개의 모든 요인이 군집들 간에 차이가 있는 것으로 나타나 3개의 군집이 적절한 것으로 나타났다. 평균값의 차이를 바탕으로 군집을 명명하였는데, 군집 1의 경우 전반적으로 평균값이 높게 나타나 '다목적추구형'으로 명명하였다. 군집 2는 전반적으로 평균값이 낮게 나타나 '휴식추구형'으로 명명하였다. 군집 3은 가족여행 동기의 평균값이 높게 나타나 '가족체험추구형'으로 명명하였다.

군집을 구별하는데 있어서 4개의 생태체험 동기 요인들 중 어떠한 요인이 군집을 판별함에 더 영향을 미치는지를 판별분석을 통해 살펴보았다. 분석결과 총 분산의 80.3%(고유값=2.646)와 19.7%(고유값=0.649)를 설명하는 2개의 판별함수는 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다. 요인 간의 구조행렬을 통해 판별력을 살펴본 결과 판별함수 1에서는 가족여행 동기 요인이, 판별함수 2에서는 휴식동기 요인이 가장 기여도가 높은 것으로 나타났다. 이와 함께 군집이 적절히 분류되었는지를 파악하기 위하여 판별분석의 결과를 이용하여 분류정확도(classification accuracy)를 도출하였다. 이에 해당하는 적중률(hit ratio)과 교차유효성(cross-validation)이 각각 96.1%, 95.7%로 각 케이스가 올바르게 분류되었고, 이러한 결과를 토대로 군집분석의 결과가 타당함을 알 수 있었다.



〈표 6〉 생태체험마을 방문 동기에 대한 군집분석-판별분석 결과

구분	휴식	모험	자연체험	가족여행		
계층적 군집분석						
군집1	4.30	4.20	4.53	4.24		
군집2	3.67	3.12	3.68	2.67		
군집3	3.12	3.38	3.61	4.38		
K-means 군집분석						
다목적추구형 (n=115, 45.3%)	4.32	4.24	4.57	4.18		
휴식추구형 (n=88, 34.6%)	3.76	3.07	3.57	2.56		
가족체험추구형 (n=51, 20.1%)	3.12	3.29	3.74	4.14		
mean	3.89	3.64	4.06	3.61		
F값	80.171***	97.674***	81.869***	180.564***		
			예측 소속집단			
			군집 1	군집 2	군집 3	전체
원래값	빈도(%)	군집 1	109(94.8)	4(3.5)	2(1.7)	115(100.0)
		군집 2	0	86(97.7)	2(2.3)	88(100.0)
		군집 3	1(2.0)	1(2.0)	49(96.1)	51(100.0)
교차 유효값	빈도(%)	군집 1	108(93.9)	4(3.5)	3(2.6)	115(100.0)
		군집 2	0	86(97.7)	2(2.3)	88(100.0)
		군집 3	1(2.0)	1(2.0)	49(96.1)	51(100.0)

\*\*\* $p < .001$

적중률(hit ratio)=96.1%, 교차유효성(cross-validation)=95.7%

## 4.6. 생태체험마을 방문 동기 유형별 특성

생태체험마을 방문 동기의 군집별 인구통계학적 특성을 살펴보면, 연령, 월소득, 직업, 학력, 결혼여부에서 군집별로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 연령의 경우 다목적추구형은 30대와 40대의 비율이 높았으며, 휴식추구형은 30세 이하와 51세 이상 집단의 비율이 높게 나타났다. 가족체험추구형의 경우 40대의 비율이 높게 나타났다. 월소득의 경우 다목적추구형은 200만원 이상의 비율이 높았으며, 휴식추구형은 200만원 이하의 비율이 높았다. 가족체험추구형의 경우 200만원대의 비율이 높게 나타났다. 직업의 경우 다목적추구형은 생산직과 판매직, 사무직, 주부의 비율이 높았으며, 휴식추구형은 자영업과 학생, 서비스직의 비율이 높았다. 가족체험추구형의 경우 사무직의 비율이 높게 나타났다. 학력의 경우 다목적추구형은 대학교졸업 이상의 비율이 높았으며, 휴식추구형은 고등학교졸업 이하의 비율이 높았다. 가족체험추구형의 경우 대학교졸업의 비율이 높게 나타났다. 결혼여부의 경우 다목적추구형은 기혼의 비율이 높았으며, 휴식추구형은 미혼의 비율이 높게 나타났다. 가족체험추구형의 경우 기혼의 비율이 높게 나타났다.

〈표 7〉 생태체험마을 방문 동기 유형별 인구통계학적 특성

구분		다목적 추구형 n(%)	휴식 추구형 n(%)	가족체험 추구형 n(%)	Total	
성별	남자	60(45.5)	49(37.1)	23(17.4)	132(100.0)	X <sup>2</sup> = 1.453
	여자	55(45.1)	39(32.0)	28(23.0)	122(100.0)	
연령	30세 이하	16(34.8)	26(56.5)	4(8.7)	46(100.0)	X <sup>2</sup> = 20.009**
	31~40세	44(54.3)	18(22.2)	19(23.5)	81(100.0)	
	41~50세	43(46.2)	28(30.1)	22(23.7)	93(100.0)	
	51세 이상	11(33.3)	16(48.5)	6(18.2)	33(100.0)	

구분		다목적 추구형 n(%)	휴식 추구형 n(%)	가족체험 추구형 n(%)	Total	
월소득	100만원 이하	5(20.0)	17(68.0)	3(12.0)	25(100.0)	$X^2=$ 35.565***
	101~200만원	22(34.9)	31(49.2)	10(15.9)	63(100.0)	
	201~300만원	31(44.3)	18(25.7)	21(30.0)	70(100.0)	
	301~400만원	16(59.3)	5(18.5)	6(22.2)	27(100.0)	
	401만원 이상	30(63.8)	7(14.9)	10(21.3)	47(100.0)	
직업	자영업	8(26.7)	14(46.7)	8(26.7)	30(100.0)	$X^2=$ 29.308**
	생산직, 판매직	10(43.5)	9(39.1)	4(17.4)	23(100.0)	
	사무직	30(50.8)	17(28.8)	12(20.3)	59(100.0)	
	주부	21(65.6)	2(6.2)	9(28.1)	32(100.0)	
	학생	12(40.0)	17(56.7)	1(3.3)	30(100.0)	
	서비스직	16(37.2)	18(41.9)	9(20.9)	43(100.0)	
	기타	18(50.0)	10(27.8)	8(22.2)	36(100.0)	
학력	고졸미만	12(32.4)	23(62.2)	2(5.4)	37(100.0)	$X^2=$ 33.573***
	고졸	19(31.1)	27(44.3)	15(24.6)	61(100.0)	
	대학교졸	60(49.2)	31(25.4)	31(25.4)	122(100.0)	
	대학원이상	24(72.7)	6(18.2)	3(9.1)	33(100.0)	
결혼 여부	기혼	86(49.4)	42(24.1)	46(26.4)	174(100.0)	$X^2=$ 33.536***
	미혼	28(35.9)	45(57.7)	5(6.4)	78(100.0)	

\* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$

생태체험마을 방문 동기의 군집별 관광행동 특성을 살펴보면, 거주지와 정보획득경로, 지출비용, 동반자에서 군집별로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 거주지의 경우 다목적추구형은 비수도권 거주자기 약간 많았으며, 휴식추구형은 수도권 거주자의 비율이 약간 높게 나타났다. 가족체험추구형의

경우 비수도권의 비율이 높게 나타났다. 정보획득경로의 경우 다목적추구형은 인터넷과 소개의 비율이 높았으며, 휴식추구형은 인쇄물의 비율이 높게 나타났다. 가족체험추구형의 경우 소개의 비율이 높게 나타났다. 지출비용의 경우 다목적추구형은 21만원 이상의 비율이 높았으며, 휴식추구형의 경우 20만원 이하의 비율이 높게 나타났다. 가족체험추구형의 경우 20만원대의 비율이 높게 나타났다. 동반자의 경우 다목적추구형의 경우 가족 또는 친척, 친구 또는 연인, 단체의 비율이 높았으며, 휴식추구형의 경우 혼자의 비율이 높게 나타났다. 가족체험추구형의 경우 가족 또는 친척과 함께 방문하는 비율이 높게 나타났다.

〈표 8〉 생태체험마을 방문 동기 유형별 관광행동 특성

구분		다목적 추구형 n(%)	휴식 추구형 n(%)	가족체험 추구형 n(%)	Total	
거주지	수도권	30(41.1)	37(50.7)	6(8.2)	73(100.0)	$X^2=$ 15.394***
	비수도권	83(46.6)	50(28.1)	45(25.3)	178(100.0)	
정보 획득 경로	TV/라디오	6(30.0)	11(55.0)	3(15.0)	20(100.0)	$X^2=$ 27.191**
	인쇄물	4(28.6)	7(50.0)	3(21.4)	14(100.0)	
	인터넷	38(59.4)	12(18.8)	14(21.9)	64(100.0)	
	소개	48(44.9)	31(29.0)	28(26.2)	107(100.0)	
	기타	19(38.8)	27(55.1)	3(6.1)	49(100.0)	
농특산물 구입여부	구입	38(52.8)	22(30.6)	12(16.7)	72(100.0)	$X^2=$ 2.665
	비구입	73(41.5)	65(36.9)	38(21.6)	176(100.0)	
지출 비용	~10만원	22(32.4)	38(55.9)	8(11.8)	68(100.0)	$X^2=$ 46.871***
	11~20만원	33(42.3)	36(46.2)	9(11.5)	78(100.0)	
	21~30만원	32(51.6)	8(12.9)	22(35.5)	62(100.0)	
	31~40만원	10(55.6)	3(16.7)	5(27.8)	18(100.0)	
	41만원~	17(68.0)	2(8.0)	6(24.0)	25(100.0)	

구분		다목적 추구형 n(%)	휴식 추구형 n(%)	가족체험 추구형 n(%)	Total	
동반자	혼자	3(20.0)	12(80.0)	0	15(100.0)	X <sup>2</sup> = 51.685***
	가족 또는 친척	49(46.2)	18(17.0)	39(36.8)	106(100.0)	
	친구 또는 연인	22(56.4)	14(35.9)	3(7.7)	39(100.0)	
	단체	39(42.4)	44(47.8)	9(9.8)	92(100.0)	

\* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$

## 5. 결론 및 시사점

본 연구의 목적은 생태체험마을 방문객들을 방문 동기에 따라 시장세분화 하는 것이다. 요인분석 결과 생태체험마을 방문 동기는 휴식, 모험, 자연체험, 가족여행으로 나타났으며, 이는 선행연구(Park & Yoon, 2009; Perera, Vlosky, & Wahala, 2012; 김용중, 2013; 박혜윤 & 양현주, 2006)와 유사한 결과이다.

이 중 ‘휴식동기’가 가장 높은 분산설명력(22.66%)을 가지고 있으며, ‘자연체험동기’는 평균값이 가장 높은 4.06을 나타내고 있고, ‘가족동기’는 3.61로 가장 낮아 생태체험마을 방문객의 생태체험동기는 자연체험동기는 높고, 가족여행동기는 낮은 것으로 나타나고 있다. 생태체험마을 방문객들을 방문 동기에 따라 유형화하기 위해 군집분석을 실시하였다. 요인분석을 통해 도출된 4개의 생태체험 동기를 바탕으로 군집분석을 실시한 결과 다목적추구형, 휴식추구형, 가족체험추구형으로 세 개의 군집이 도출되었다. 이는 농촌관광마을 방문객을 대상으로 분석하였던 선행연구(Park & Yoon, 2009)와 유사한 결과이며, 본 연구에서도 마을단

위를 대상으로 조사하였기 때문에 나온 결과라고 생각된다.

교차분석을 통해 생태체험마을 방문 동기 유형별 특성을 분석하였다. 다목적추구형의 경우 30~40대의 연령층으로 소득과 교육수준이 높은 기혼자 층이 많은 것으로 나타났다. 수도권과 비수도권 거주자의 비율이 비교적 비슷하게 나타났다. 가족이나 친구, 또는 단체로 방문하는 경우가 많으며, 41만원 이상 지출하는 비율이 가장 높게 나타났다. 인터넷이나 소개를 통해 방문하는 경우가 많은 것으로 나타났다. 이 유형은 생태체험마을에서 다양한 체험거리와 즐길거리를 추구하고 이와 관련한 소비활동도 활발한 특성이 있다. 따라서 이러한 유형을 위해서는 다양한 볼거리와 즐길거리, 체험 프로그램을 경험할 수 있도록 해야 할 것이다.

휴식추구형의 경우 30세 이하 또는 51세 이상의 연령으로 혼자 방문하는 비율이 다른 집단보다 높았으며, 비교적 소득과 교육수준이 다른 집단보다 낮게 나타났다. 수도권 거주자의 비율이 높았으며, 지출비용의 경우 10만원대 이하의 비율이 많았으며, TV나 라디오, 인쇄물을 보고 방문하는 경우가 많은 것으로 나타났다. 이 유형의 경우 생태체험마을의 자연환경 속에서 조용히 휴식하고자 하는 특성이 있다. 따라서 이러한 유형을 위해서는 자연을 접하며 조용하게 탐방할 수 있는 산책로와 휴식할 수 있는 공간, 편안하고 조용한 숙박시설 등이 필요할 것이다.

가족체험추구형의 경우 40대 기혼의 비율이 높게 나타났으며, 월소득의 경우 200만원대의 비율이 높고, 사무직과 대학교졸업의 비율이 높게 나타났다. 비수도권 거주자의 비율이 높았으며, 소개를 통해 방문한 비율이 높게 나타났다. 지출비용의 경우 20만원대의 비율이 높고, 가족 또는 친척과 함께 방문하는 비율이 높게 나타났다. 이 유형의 경우 가족과 함께 시간을 보내려는 특성이 있으므로, 가족이 함께 참여할 수 있는 체험프로그램의 개발이 필요하다.

본 연구는 생태체험마을 방문객을 대상으로 방문동기에 따라 시장세분

화하고, 세분시장별 특성을 실증적으로 분석하여 생태체험객들의 특성을 세분화하여 이해할 수 있도록 하는 기초자료가 되었다는 점에서 의의가 있다. 정책결정자들은 생태체험마을을 육성할 때 마을의 생태환경과 자원에 따라 목표시장과 프로그램의 유형을 세분화하여 마을별로 특색 있는 체험마을이 되도록 해야 할 것이다. 생태체험마을 운영자들은 세분시장별로 체험객들의 특성에 맞는 프로그램 기획과 운영 전략을 통해 체험객들의 만족을 효과적으로 높일 수 있을 것이다. 특히 방문객들에게 획일적인 프로그램을 제공하지 않도록 체험객의 특성에 따라 선호할 수 있는 프로그램이 중요할 것이다.

그러나 본 연구는 전국의 생태체험마을을 대상으로 한 것이 아닌 강원과 경남지역의 마을을 대상으로 분석하였기 때문에 전체 생태체험객으로 일반화하기에는 한계가 있을 수 있다. 향후 지역별로 고르게 자료를 수집하여 분석한다면 보다 신뢰성 있고 타당성 있는 연구결과를 도출할 수 있을 것으로 생각된다.

■ 참고 문헌 ■

- 고미영, 고계성, & 양필수. (2011). 관광동기에 따른 세계자연유산지구 방문객 시장 세분화 -거문오름 사례를 중심으로-. *관광학연구*, 35(4), 11-30.
- 김용중. (2013). 방문동기에 따른 생태관광 시장세분화. *호텔관광연구*, 15(1), 65-82.
- 김희성, & 이재섭. (2010). 트래킹(trekking) 시장세분화를 통한 상품개발 방안: 여성 트래킹 참여자를 중심으로. *관광·레저연구*, 22(1), 271-287.
- 노용호, & 조록환. (2006). 농촌관광자의 시장세분화 연구. *관광·레저연구*, 18(2), 281-300.
- 박성희, & 김미경. (2011). 한국 의료관광 참여 동기에 따른 시장세분화 -대만의 잠재 관광소비자를 대상으로-. *관광학연구*, 35(5), 299-317.
- 박혜윤, & 양현주. (2006). 생태관광 시장세분화에 관한 연구 -강화 갯벌 생태관광객을 대상으로-. *관광경영연구*, 10(1), 137-159.
- 윤유식, & 오홍철. (2008). 농촌관광마을 방문만족도 세분시장별 농촌관광 행동특성에 관한 연구. *관광·레저연구*, 20(3), 109-124.
- Crompton, J. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408-424.
- Devesa, M., Laguna, M., & Palacios, A. (2010). The role of motivation in visitor satisfaction: Empirical evidence in rural tourism. *Tourism Management*, 31(4), 547-552.
- Dolnicar, S. (2002). A review of data-driven market segmentation in tourism. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 12(1), 1-22.
- Hair J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate data analysis (6th Ed.)*. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall
- Kerstetter, D. L., Hou, J. S., & Lin, C. H. (2004). Profiling Taiwanese ecotourists using a behavioral approach. *Tourism Management*, 25(4), 491-498
- Laarman, J. C., & Gregersen, H. M. (1996). Pricing policy in nature-based tourism. *Tourism Management*, 17(4), 247-254.
- Lee, C. K., Lee, Y. K., Bernhard, B. J., & Yoon, Y. S. (2006). Segmenting casino



- gamblers by motivation, A cluster analysis of Korean gamblers. *Tourism Management*, 27(5), 856-866.
- Lee, C. K., Kang, S. K., & Lee, Y. K. (2013). Segmentation of mega event motivation: The case of Expo 2010 Shanghai China. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 18(6), 637-660.
- Loker, L. (1997) Backpackers in Australia: A motivation-based segmentation study. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 5(4), 23-45.
- Lu, W., & Stepchenkova, S. (2012). Ecotourism experiences reported online: classification of satisfaction attributes. *Tourism Management*, 33(3), 702-712.
- Mehmetoglu, M. (2007). Typologising nature-based tourists by activity - theoretical and practical implications. *Tourism Management*, 28(3), 651-660.
- Park, D. B., & Yoon, Y. S. (2009). Segmentation by motivation in rural tourism: A Korean case study. *Tourism Management*, 30(1), 99-108.
- Perera, P., Vlosky, R. P., & Wahala, S. B. (2012) Motivational and behavioral profiling of visitors to forest-based recreational destinations in Sri Lanka. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 17(4), 451-467.
- Ross, E. L. D., & Iso-Ahola, S. E. (1991). Sightseeing tourists' motivation and satisfaction. *Annals of Tourism Research*, 18(2), 226-237.
- Scheyvens, R. (1999). Ecotourism and the empowerment of local communities. *Tourism Management*, 20(2), 245-249.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1978). *Consumer behavior*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- Tangeland, T., & Aas, Ø. (2011). Household composition and the importance of experience attributes of nature based tourism activity products - a Norwegian case study of outdoor recreationists. *Tourism Management*, 32(4), 822-832.
- Uysal, M., & Jurovski, C. (1994). Testing the push and pull factors. *Annals of Tourism Research*, 21(4), 844-846.
- Wracker, N. (1996). Changing demands. *Journal of Advertising Research*, 36(1), 31-34.

Wurzinger, S., & Johansson, M. (2006). Environmental concern and knowledge of ecotourism among three groups of Swedish tourists. *Journal of Travel Research*, 45(11), 217-226.

*Received 03 August 2014; Revised 01 September 2014; Accepted 20 September 2014*

## Segmenting Ecotourism Village Visitors by Motivation

Kyung Hee Kim

National Academy of Agricultural Science, Rural Development Administration  
(166 Nongsaengmyeong-ro, Iseo-myeon, Wanju-gun, Jeollabuk-do)

### Abstract

The purpose of this study was to examine the motives of tourists who visited ecotourism villages in Korea. A self-administered survey was obtained from 254 visitors in six ecotourism villages. As for the motivations of ecotourism village visitors, four factors ('relaxation', 'adventure', 'experience natural' and 'family togetherness') were extracted. Three distinct segments were identified based on the motivation : multipurpose seekers (45.3%), relaxation seekers (34.6%), family togetherness seekers (20.1%). Socio-demographic characteristics and tourism behaviors of each segmentation were also analyzed. The findings should be of interest to practitioners of ecotourism village marketing and operation.

**key words : Ecotourism Village, Motivation, Segmentation**



Dr. Kyung Hee Kim is a researcher of Department of Agricultural Environment in the National Academy of Agricultural Science, Rural Development Administration, South Korea. Her research interests on rural tourism, consumer behavior, and contents development.

Address: (565-851) 166, Nongsaengmyeong-ro, Iseo-myeon, Wanju-gun, Jeollabuk-do, Republic of Korea.  
e-mail) khkim08@korea.kr