

## 농촌관광마을 체험객의 친환경농산물 구매영향요인분석\*

서환석\*\* · 황재현\*\*\*

### A Study on Attribution of Purchasing Environment-Friendly Agricultural Products in Villages for Rural Tourism

Seo, Hwan-Seok · Hwang, Jae-Hyun

Environment-friendly agricultural products in villages for rural tourism not only are very crucial as a pull factor that attracts tourists but also can serve as a way out for the development of rural areas. Experiences of agricultural products and local dishes can revitalize rural tourism and act as attractors that draw tourists to farm villages for tourism consistently. This study examines factors affecting rural experience tourists' purchase of environment-friendly agricultural products, thereby suggesting marketing strategies for promoting the consumption of environment-friendly agricultural products of villages for rural tourism.

Key words : *rural tourism, environment-friendly agricultural products, attribution of purchase, intrinsic attributes, extrinsic attributes*

## I. 서 론

세계 농산물 시장은 UR 협상타결과 WTO 농업협상으로 인하여 개방화가 가속화되고 있으며, 국내 농업생산은 급속한 시장개방으로 인해 존립의 위협을 받고 있다. 특히 수입농산물의 급증과 일부 농산물의 공급과잉으로 인한 가격하락 및 계속되는 FTA 추진 등으로 국내 생산농가의 가격경쟁력은 갈수록 취약해지고 있는 실정이다. 이와 같은 대외 환경변화

---

\* 이 연구는 농촌체험관광마을 친환경농산물 구매영향요인분석(서환석, 동국대학교 석사학위 논문, 2013. 8) 내용 중 일부분을 발췌하여 대폭 수정·보완한 내용임.

\*\* 동국대학교 식품산업관리학과 대학원(E-mail : im2b4u@dongguk.edu)

\*\*\* Corresponding author, 동국대학교 서울캠퍼스(Dongguk University-Seoul) 식품산업관리학과 교수 (E-mail : hwang0627@dgu.edu) “이 논문은 2012년도 동국대학교 연구년 지원에 의하여 이루어졌음.”

에 대한 대응으로 농산물의 안전성 등 품질경쟁력을 강화하는 친환경농업이 새로운 대안으로 강조되고 있다.

친환경농산물의 경우 일반 농산물과 달리 신뢰제이기 때문에 신뢰정도에 따라 소비수준이 결정된다고 할 수 있다(Kim and Lee, 2009). 최근 친환경농산물의 생산과 관련한 다양한 연구들이 진행되고 있지만, 친환경농산물의 직거래에 관한 연구는 아직까지 초보단계라 할 수 있다. 친환경농산물의 생산과 소비 확대를 위해서는 기존의 판매 방식뿐만 아니라 다양한 방식의 유통채널이 필요하며, 이를 통해 새로운 소비시장이 개척될 수 있다. 친환경농산물의 소비확대를 위한 방법으로 농촌관광마을과 같은 생산자와 소비자가 직접 소통 가능한 소비시장의 활용 방안이 필요한 시점이다. 친환경농산물을 활용한 생산, 가공, 수확 체험 및 지역향토음식 체험 등은 농촌관광시장을 차별화시키고 농외소득을 증가시키며, 도시 소비자들이 지속적으로 농촌을 방문하게 하는 요인이 될 수 있다.

최근 농촌관광마을의 농산물 직거래와 관련된 연구는 다음과 같다. Jeong(2010)은 농촌관광이 농산물 직거래에 미치는 영향을 파악하고자 하였다. 농촌어메니티 체험만족도를 측정하는 변수로 하드웨어적인 측면과 소프트웨어적인 측면으로 구분하여 체험관광의 만족이 농특산물 구매에 어떠한 영향을 미치는가를 분석하였으며, Han(2011)은 농촌체험만족도의 측정척도로 체험프로그램, 농촌어메니티, 시설서비스, 농특산물 안전성을 도출하여, 관광객들의 만족도가 구매·직거래 의향에 미치는 요인을 제시하고자 하였다. 본 연구에서는 친환경농산물을 구매할 때 구매에 실제로 미치게 되는 구매 속성의 분석을 통하여 소비자의 농산물 구매의도를 명확히 파악하고자 한다. 그 결과를 기초로 하여 농촌관광마을 체험객을 통한 친환경농산물 소비 촉진 방안을 제시하고자 한다.

## II. 이론적 배경

### 1. 선행연구 검토

농촌관광 농특산물 구매와 관련한 기존의 선행연구를 살펴보면 지역활성화 방안에 대한 연구와 농촌체험프로그램 개발 및 농촌관광 선호와 관련한 연구가 주류를 이루고 있다. Park(2003)은 농촌관광을 지역소득 증대와 연계시키기 위해서 마을에서 생산되는 특산품 판매를 통한 소득증대와 농촌관광을 통한 친환경농산물의 안정적인 판로 확보가 중요하다고 제안하면서, 사업이 지속성을 갖기 위해서는 마을 공동으로 농촌사업을 하면서 그것을 마을주민 개개인의 이익에 최대한 연계할 수 있도록 하는 것이 중요하다고 말하고 있다. Park, S. K. and Park, S. H.(2011)는 농촌관광의 요인 중 하나인 농산물 직거래 활성화에 대한 과학적인 정책 평가를 시도하였으며, Jeong(2010)은 농촌관광마을 개발에 있어 하드웨어

측면의 만족도도 중요하지만 프로그램 운영자와 숙박관계자 등의 종사자나 주민들의 서비스를 향상시키고, 농특산물 품질 향상 등 소프트웨어 측면의 만족도와 판매 농특산물의 안전을 높여야 한다고 주장하였다. Han(2011)은 교류활동의 중심이 되는 농촌자원(자연, 문화, 인적자원, 농특산물 등) 또는 활용시설(농특산물 직판장, 홈페이지, 인터넷 쇼핑몰 등)과 서비스가 유기적으로 연결된다면 유통경비의 절감뿐만 아니라 도시민이 신선하고 안전한 농특산물을 싼 값에 구매할 수 있으며, 공급자인 농가는 농외소득을 올릴 수 있다고 주장하면서, 도시소비자들의 니즈에 맞는 지역농특산물의 개발과 편리한 구매시스템의 구축을 주장하였다. Kim and Park(2013)은 지역 농특산물 구매 선택속성으로 서비스, 상품선택 용이성, 맛과 상품신뢰, 접근성을 제시하였으며, 구조방정식을 통한 분석결과 농촌관광객의 지역 농특산물 구매 선택속성의 맛과 상품 신뢰요인이 구매만족에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

친환경농산물에 관련된 구매속성에 대한 선행연구를 살펴보면, 우선 Keum(2011)은 친환경농산물 구매에 있어서 유통형태를 가장 중요한 요인으로 보고 있으며, 전체 속성의 중요도는 유통형태 > 신뢰 > 가격 > 인증의 순으로 나타났다. Yoo and Cho(2007)는 소비자의 돈육 선택요인으로 영양표시, 가격, 상표, 포장디자인, 맛, 육질, 원산지표시, 판매신용처 등 16가지 변수를 선정하여 각각의 영향요인을 분석하였다. Han and Choi(2002)는 소비자의 구매시 영향을 미치는 요인으로 맛, 품질, 위생안전성, 표시제, 포장디자인, 가족건강, 신뢰성 제시하였으며, Yoon(2002)은 소비자들이 농산물 구매시 신선도를 가장 중요시하고 다음으로 유효기간, 잔류농약, 유해문구, 가격, 첨가물 등의 순으로 관심을 기울이는 것으로 분석하였다. Jeon(1999)은 소비자의 구매행동에 영향을 미치는 요인으로 농산물가격, 품질, 편리성, 포장수준 등을 제시하였다.

농촌관광마을과 관련된 선행연구를 살펴보면, 정책평가에 대한 연구와 농촌관광의 농특산물 구매효과 및 지역농특산물 구매 중요성에 관한 연구가 주류를 이루고 있다. 또한 친환경농산물의 구매 속성에 대한 연구에서는 안전성 및 신뢰성, 포장디자인, 영양표시 등의 중요성을 제시하고 있다.

## 2. 구매속성에 대한 이론적 고찰

### 1) 내재적 속성과 외재적 속성의 이론적 고찰

제품은 다양한 속성들로 구성되어 있으며, 이러한 속성들은 제품에 대한 지각과 평가에 영향을 주는 결정적인 단서를 제공하는데 일반적으로 소비자는 이런 속성들 중에서 내재적 속성과 외재적 속성을 기준으로 하여 제품을 평가하거나 구매를 결정한다(Cox, 1962; Olson and Jacoby, 1972). Zeithaml(1988)에 따르면 소비자는 일반적으로 내재적 속성과 외재적 속성에 의해 품질을 지각한다. 내재적 속성이란, 소비자의 품질에 대한 객관적인 판단으

로 기능적, 물리적 측면을 의미한다. 이는 소비하면서 사라지는 것으로 제품의 본질이 바뀌지 않는 한 변하지 않는 속성을 가지고 있다(Fandos and Flavian, 2006). 반면 외재적 속성이란, 제품과 관련되어 있기는 하지만 어떤 물리적인 변화는 수반하지 않는 속성을 나타낸다. 제품의 가격, 브랜드, 포장, 원산지 등이 외재적 속성이라 할 수 있다(Jacoby and Olson, 1972). 농촌관광마을의 내재적 속성과 외재적 속성을 선행연구를 토대로 하여 정리하자면 Table 1과 같다.

Table 1. Attribution of purchasing environment-friendly agricultural products in villages for rural tourism

Attributes	Definition	Factors
Intrinsic attributes	Consumer's objective judgment on quality; functional and physical aspect; a quality which disappears as the product is consumed and does not change unless the essence of the product is not changed.	Color, taste, scent, elasticity, shape, texture, freshness, nutrition of environment-friendly agricultural products
Extrinsic attributes	Abstract factor of a product, not a physical quality; evaluation of a product through the clue with which a product can be evaluated.	Service, things to experience, things to see, expenses, things to eat, things for rest

\* Revision based on Lee, S. Y, 2010, A Study on the Influence of the External Attributes of a Jewelry Store on Purchase Intent, Kyonggi Univ. Master's Thesis.

일반적인 소비자의 경우 내재적 속성과 외재적 속성은 제품의 품질을 지각하는데 영향을 미치며, 내재적 속성에 대한 정보가 부족할 경우 외재적 속성이 품질을 지각하는데 큰 영향을 미친다고 할 수 있다. 따라서 농촌관광마을 이용객들에 의한 친환경농산물 제품평가에도 외재적 속성은 중요한 요인으로 작용할 것이다.

## 2) 농촌관광지의 외재적 속성

본 연구에서 농촌관광마을 이용객을 대상으로 친환경농산물 구매에 미치는 요인을 도출하기 위해 선행연구에서 사용된 농촌관광지의 속성을 재구성하여 외재적 속성으로 연구에 활용하였다. Kwak(1998)은 '관광지속성 선호도 연구'에서 관광지 선호속성의 구조를 '좋은 경치', '적절한 숙박', '풍부한 볼거리', '다양한 먹거리', '다양한 할거리/놀거리', '용이한 접근', '저렴한 비용', '친절한 서비스'로 정의하였다. 기존 선행연구에서 사용된 농촌관광지의 속성을 부분적으로 활용한 이유는 농촌 어메니티와 체험의 구성요소 및 속성을 중심으로 구매요인을 도출하기 위해서이다. Jeong(2010)은 '농촌 어메니티 체험관광과 농특산물 구매에 관한 실증적 분석'에서 좋은 경치와 볼거리는 '볼거리'로, 다양한 할거리/놀거리는

‘체험거리’로 다양한 먹거리는 ‘먹거리’로, 저렴한 비용은 ‘비용’으로 각각 명명하여 농촌마을 관광 구성요소로 분류하였다. 본 연구에서는 Jeong(2010) ‘농촌 어메니티 체험관광과 농특산물 구매에 관한 실증적 분석’을 토대로 하여 농촌관광지 속성을 농촌관광지의 외재적 속성으로 조작적 정의하였으며, 이를 토대로 친환경농산물 구매에 미치는 요인을 도출하고자 하였다.

### 3) 지각된 품질, 가치, 구매의도

Zeithaml(1988)은 지각된 품질(perceived quality)이란 제품의 전반적인 우월성 또는 탁월성에 대한 소비자의 판단이라고 하였다. Aaker(1991)는 품질과 신뢰에 관한 연구에서 지각된 품질이 소비자의 제품 구매 결정에 직접적인 영향을 준다고 하였으며, 구매자의 동기부여가 낮은 경우 그 영향력이 더 크며, 어떠한 경우에는 결정적인 요인으로 작용한다고 주장하였다.

지각된 가치(perceived value)는 가치의 개념을 고객의 입장으로 제한한 것으로서, 일반적으로 지각된 가치란 제품과 서비스의 전반적인 능력이 고객의 욕구를 충족시키는 것에 대한 고객의 평가를 의미한다. Hoffman(1984)은 소비자들이 제품의 가격을 가치와 동일시한다고 주장하였으며, Zeithaml(1988)은 지각된 가치란 받은 것과 준 것에 대한 지각에 바탕을 둔 제품의 유용성에 관한 소비자의 전반적인 평가라 정의하였으며, 소비행동과 관련하여 Peter와 Olson(1990)은 가치를 소비자들이 달성하려는 가장 기본적이고 근본적인 욕구와 목표의 인지적 표현이라고 하였다.

제품평가의 마지막 단계인 소비자 구매의도(Purchase Intention)는 소비자의 예상된 또는 계획된 미래행동을 의미하는 것으로, 이는 신념과 태도가 행위로 옮겨질 가능성을 말한다. Fishbein(1975)은 행동에 대한 태도는 이전의 제품 사용에 대한 평가로 신념의 강도가 되며, Kim(2008)은 소비자가 상품을 구매하려는 의도로써 어떤 특정 행동에 대한 개인이 보여주는 생각이나 계획을 의미한다. 이러한 구매의도는 소비자 개개인의 기질적 요인과 상황적 요인의 영향을 받는다. 따라서 의도와 행동 간의 관계에 영향을 미치는 여러 요인을 통제하면, 구매행동을 예측하기 위해 구매의도를 사용할 수 있다.

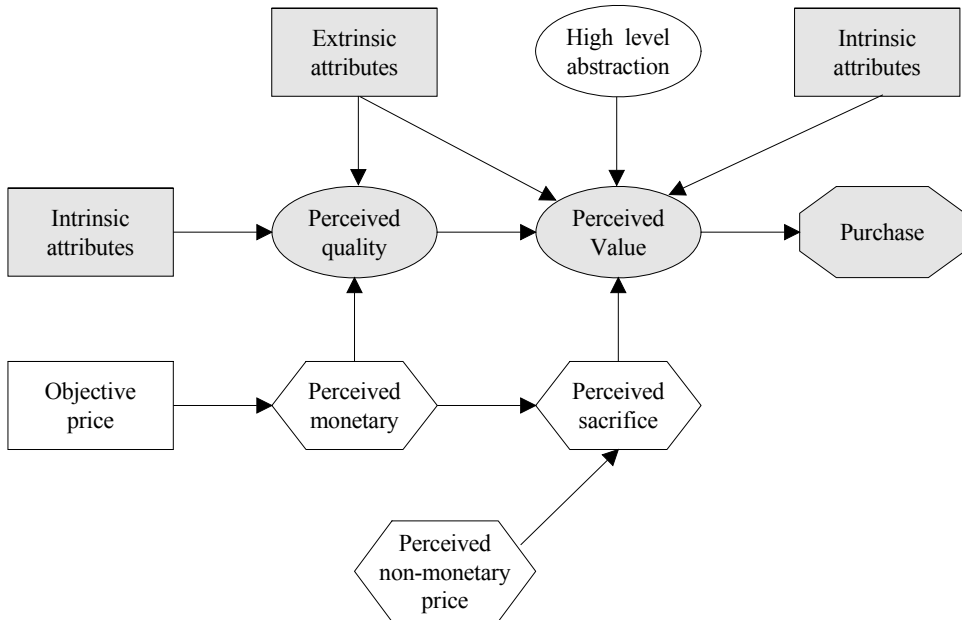
## Ⅲ. 연구방법

### 1. 연구범위 및 방법

이 연구의 범위는 친환경농산물을 구매한 경험이 있는 농촌관광마을 체험객을 대상으로 하였다. 이들이 농촌관광마을에서 친환경농산물을 구매할 때 구매요인이 무엇인지를 살펴

보는데 있다. 특히, 본 연구는 체험객들에게 농촌관광마을의 외재적 속성 중 어떠한 요인이 구매에 유의한 영향을 미치는 지를 밝히고, 향후 농촌관광마을에서 친환경농산물을 생산, 판매하는데 있어 필요한 실증적인 제안을 하는데 있다.

본 연구에서는 농촌관광마을에 대한 선행연구 분석을 하였으며, 직접 농촌관광마을을 방문하여 친환경농산물에 관한 기초자료를 수집하였다. 이를 통해 수집된 기초 자료와 선행 연구에서 사용된 Zeithaml(1988)의 상품선택모형을 바탕으로 친환경농산물 구매에 관한 연구 모형을 설정하였으며, 이 연구모형을 토대로 설문지를 작성, 배포하였다. 설문내용에 대해서는 기술통계분석, 요인분석, 신뢰도분석, 회귀분석을 실시하였으며, 이 분석을 통해 친환경농산물 구매에 미치는 영향에 관한 요인을 도출하였다. 본 연구는 친환경농산물을 판매하는 농촌관광마을을 대상으로 실증분석을 실시하였다.



\* Revision based on Zeithaml, Valarie A., 1988, Journal of Marketing 52(3)

Fig. 1. A means-end model relating price, quality and value

## 2. 연구 설계

### 1) 연구모형의 도출 및 가설설정

본 연구는 농촌관광마을 친환경농산물의 구매요인을 알아보기 위하여 Zeithaml(1988)의 제품평가단계를 바탕으로 내재적·외재적 속성이 지각된 품질과 지각된 가치에 유의한 영향을 주는지에 대하여 분석하고, 지각된 품질, 지각된 가치, 구매의도로 구성된 속성들이

친환경농산물의 구매의도에 유의한 영향을 미치는지 검증하고자 하였다.

(1) 내재적 속성 및 외재적 속성이 지각된 품질에 미치는 영향을 규명하기 위한 가설은 다음과 같이 설정하였다.

H1: 농촌관광마을 친환경농산물의 내재적 속성은 지각된 품질에 유의한 영향을 미친다.

H2: 농촌관광마을 친환경농산물의 외재적 속성은 지각된 품질에 유의한 영향을 미친다.

(2) 내재적 속성 및 외재적 속성이 지각된 가치에 미치는 영향을 규명하기 위한 가설은 다음과 같이 설정하였다.

H3: 농촌관광마을 친환경농산물의 내재적 속성은 지각된 가치에 유의한 영향을 미친다.

H4: 농촌관광마을 친환경농산물의 외재적 속성은 지각된 가치에 유의한 영향을 미친다.

(3) 지각된 품질과 구매의도 관계에서 지각된 가치의 매개효과를 규명하기 위한 가설은 다음과 같이 설정하였다.

H5: 친환경농산물의 지각된 품질이 구매의도에 미치는 영향에 있어서 지각된 가치는 매개역할을 할 것이다.

가설에 대한 연구모형은 Fig. 2와 같이 외재적 속성과 내재적 속성이 지각된 품질에 유의한 영향을 미치며, 지각된 가치에도 유의한 영향을 미치는 것으로 설정하였다.

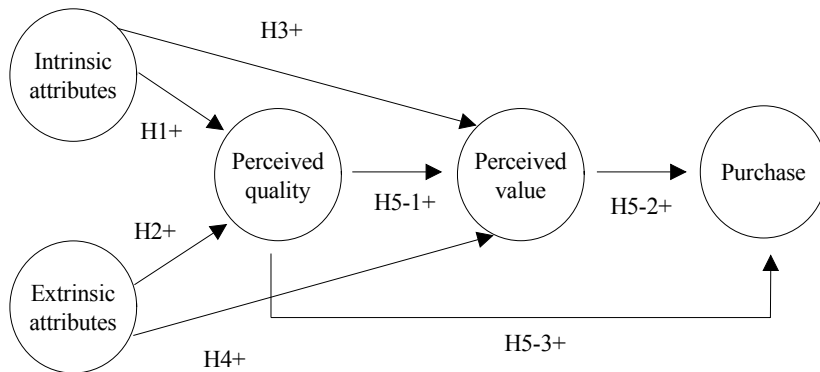


Fig. 2. Research model

## 2) 표본의 설계 및 측정변수의 설정

본 연구는 농촌관광마을 체험객을 대상으로 내재적 속성과 외재적 속성이 친환경농산물 구매에 미치는 영향을 측정하였다. 구체적인 설문 대상으로는 친환경농산물을 판매하는 농촌관광마을(삼각주막마을·양평유기농마을·홍성거북이마을·운길산유기농마을)의 체험객을 모집단으로 설정하였다. 표본추출은 비확률표본추출의 편의표본추출법을 사용하였으며, 농촌관광마을을 현장방문 또는 이메일을 통하여 설문지를 회수하였다. 조사기간은 2012년

12월 10일에서 2013년 2월 24일까지 실시하였다. 총 300부의 설문지를 배부하여 273부(91%)의 설문지를 회수하였고, 오기 또는 누락된 설문지 30부를 제외시킨 나머지 243부를 자료 분석에 사용하였다.

독립변수로는 친환경농산물의 내재적 속성요인과 농촌관광마을의 외재적 속성을 선택하였다. 종속변수는 구매요인을 설정하고, 매개변수는 친환경농산물의 지각된 품질과 지각된 가치로 설정하였다. 본 연구에서는 가설 검정을 위해 Table 2, Table 3과 같이 연구 목적에 부합하는 조작적 정의로 정리하였고, 이를 측정하기 위해 다양한 연구변수를 설정하였다. 본 설문에서 사용한 척도는 7점 등간 척도를 사용하였으며, 일부는 명목척도를 사용하였다.

Table 2. Operational definition and measurement variable

Conceptual definition	Operational definition	Measurement variable
Intrinsic attributes	A quality that brings about the change of the physical quality of environment-friendly agricultural products by the change of its own quality.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Color, taste, scent, elasticity, shape, texture, freshness, nutrition of environment-friendly agricultural products</li> </ul>
Perceived quality	Consumer's judgment of on overall superiority or on excellence of environment-friendly agricultural products	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluation on overall quality</li> <li>• Evaluation on quality as high as expected</li> <li>• Confidence on quality</li> <li>• Evaluation on product</li> </ul>
Perceived value	Consumer's subjective value judgment on the expectation to get something for what was given	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluation on price</li> <li>• Evaluation on nutrition</li> <li>• Evaluation of value on purchase</li> </ul>
Purchase intention	Meaning expected or planned future behavior of consumers	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Purchase recommendation</li> <li>• Intention to make direct transaction</li> <li>• Intention to maintain purchase</li> </ul>

본 연구에서는 농촌관광마을 친환경농산물 구매에 미치는 영향에 대한 자료 분석을 위하여 SPSS 18.0 ver. 프로그램을 사용하였다. 설문조사 결과의 자료 분석방법은 다음과 같다. 응답자에 대해서는 인구 통계적 특성을 파악하기 위해 빈도(N), 퍼센트(%) 등의 분석을 실시하였고, 설문지 문항의 신뢰도를 측정하기 위해 Cronbach's  $\alpha$  계수를 사용하였다. 또한 외재적 속성의 문항들은 요인분석을 실시하여 분류하였으며, 내재적 속성과 외재적 속성이 품질지각과 가치지각을 통해 구매 의도에 영향을 미치는지 여부를 검정하기 위해 회귀분석(Regression)을 실시하였다.



Table 3. Extrinsic attributes of villages for rural tourism

Attributes/concept	Component of villages for rural tourism		Measurement of extrinsic attributes
	Large scale	Middle scale	
Extrinsic attributes (A quality that does not cause the change of physical quality of environment-friendly agricultural products even with the change of its own quality)	Things to see	Amenity resources	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beautiful scenery</li> <li>• Clear air</li> <li>• Clean villages for rural tourism</li> </ul>
	Things to eat	Local dishes, agricultural specialty products	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Delicious local dishes</li> <li>• (people) tried local dishes and trusted environment-friendly agricultural products</li> <li>• Various food</li> </ul>
	Things for rest	Accommodations experience centers	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Clean accommodations in villages for rural tourism</li> <li>• Convenient experience facilities</li> <li>• Well-equipped with convenient facilities</li> </ul>
	Things to experience	Life in rural communities	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interesting experience programs</li> <li>• Acquired new knowledge through experience</li> <li>• Unique experience</li> </ul>
	Expenses	Participation expense, price of agricultural specialty products	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inexpensive participation expense</li> <li>• Affordable price of environment-friendly agricultural products</li> <li>• Reasonable price of accommodations</li> </ul>
	Service	Program operators, residents	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kind and warm local residents</li> <li>• Local people explained agricultural produce in detail</li> <li>• Kind experience program hosts</li> </ul>

\* Revision based on Kwak. R. Y. 1998. Stated Preferences of Vacation Destination Attributes by Attitude toward Pleasure Travel, Kyonggi Univ. Ph.D. diss, p. 42.

구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

가. 조사대상자의 일반적 특성과 인구 통계적 특성을 알아보기 위하여 빈도, 백분율 등을 산출하였다.

나. 농촌관광마을의 외재적 속성에 대한 요인분석을 실시하였으며, 문항간의 신뢰도 (Cronbach's  $\alpha$ )를 측정하였다.

다. 농촌관광마을 이용객의 친환경농산물 구매에 미치는 영향을 분석하기 위해 회귀분석 (Regression)방법을 실시하였다.

본 연구의 실증분석은 모두 유의수준  $p < .05^{**}$ 에서 검증하였다.

## IV. 실증분석결과

### 1. 표본의 특성

조사대상자의 일반적 특성을 분석한 결과 거주지의 경우 ‘경기도’가 85명(35.0%)로 가장 많았으며, 성별은 ‘여자’가 148명(60.9%)의 비율이 높았다. 연령은 ‘30대’ 90명(37.0%)과 ‘40대’ 77명(31.7%)의 순으로 나타났으며, 학력은 ‘대학교 재학 또는 졸업자’가 151명으로 62.1%의 비율을 나타냈다. 직업은 ‘회사원’이 70명(28.8%)로 가장 많았으며, 그 다음으로는 ‘무직/기타’가 60명(24.7%), ‘자영업’이 34명(14.0%) 순으로 나타났다. 결혼유무는 ‘기혼’이 172명으로 전체의 약 70%를 차지했으며, 연평균소득(개인)은 ‘3,001만원~4,000만원’이 72명(29.6%), ‘1,001만원~3,000만원’이 62명(25.5%)의 순으로 나타났다.

Table 4. Demographic characteristics of the tourists in villages for rural tourism

Division		N	%	Division		N	%
Region	Seoul	62	25.5	Gender	Male	95	39.1
	Incheon	8	3.3		Female	148	60.9
	Daejeon	3	1.2	Age	20 or less	4	1.6
	Daegu	6	2.5		Twenties	43	17.7
	Ulsan	3	1.2		Thirties	90	37.0
	Busan	2	0.8		Forties	77	31.7
	Gyeonggido	85	35.0		Fifties or above	29	11.9
	Gangwondo	2	0.8	Education level	High school or less	50	20.6
	Chungcheongbukdo	1	0.4		University	151	62.1
	Chungcheongnamdo	31	12.8		Graduate school or above	42	17.3
	Jeollabukdo	3	1.2	Marriage	Married	172	70.8
	Jeollanamdo	3	1.2		Unmarried	71	29.2
	Gyeongsangbukdo	33	13.6	Job	Office worker	70	28.8
	Gyeongsangnamdo	1	0.4		Public officer	31	12.8
Average annual income (Thousand won)	Less than 1,000	30	12.3		Freelancer	32	13.2
	1,001~3,000	62	25.5		Self-employed	34	14.0
	3,001~4,000	72	29.6		Agriculture/Forestry/Fisheries	5	2.1
	4,001~5,000	38	15.6		Student	11	4.5
	5,001 and over	41	16.9	Others	60	24.7	
Total	243	100.0	Total	243	100.0		

## 2. 외재적속성의 요인분석 및 신뢰도 검증

농촌관광 체험객을 대상으로 수집된 설문자료를 탐색적 요인분석과 신뢰성을 검증하기 위하여 SPSS 18.0 ver. 프로그램을 활용하였다. 측정변수의 개념타당성을 검증하기 위하여 탐색적 요인분석을 실시하였다. 요인분석에는 주성분 분석방법을 활용하였으며, Varimax 직각회전방법을 활용하여 분석하였다. 그리고 요인적재량(Factor loading)이 0.4이상을 요인으로 선정하였다. 각 변수와 요인간의 상관관계를 나타내는 요인적재량은 일반적으로 0.4 이상이면 유의한 변수로 간주한다. 먼저 측정 자료들의 전체변수에 대한 표본 적합도를 나타내주는 KMO의 표본적절성검사를 실시하였는데, .922로 나타나 요인분석이 적절함을 보여주었다. 외재적 속성을 측정하기 위하여 18개 변수를 이용하여 요인분석을 실시하였다. 분석 결과, 총 6개 요인이 도출되었고, 총 분산설명력은 81.718%로 나타났다. 각 요인의 고유값은 일반적인 기준인 '1'이상을 이용하지만, 기존 선행연구를 토대로 하여 6개 요인을 도출하였다. 요인분석결과 본 연구에서 의도한 6개 요인은 '서비스', '체험거리', '볼거리', '비용', '먹거리', '살거리'로 도출되었다. 변수의 측정치에 대한 신뢰성 평가를 위해서 Cronbach's  $\alpha$  계수를 측정하여 신뢰성을 검증하였다. 분석 결과 모두 0.8이상으로 높은 내적 일관성을 가진 것으로 나타났으며, 측정변수간의 신뢰도는 높은 것으로 나타났다.

Table 5. Reliability and factor analysis of extrinsic attributes in villages for rural tourism

Extrinsic attributes variable	Factor loading	Eigenvalue	% of variance	A	Mean
Factor 1: service		9.641	53.564	.900	5.566
Kind experience program hosts	.849				
Local people explained agricultural produce in detail	.754				
Kind and warm local residents	.737				
Factor 2: things to experience		1.725	9.586	.873	5.183
Unique experience	.797				
Acquired new knowledge through experience	.753				
Interesting experience programs	.681				
Factor 3: things to see		1.055	5.860	.824	5.663
Clear air	.777				
Beautiful scenery	.750				
Clean villages for rural tourism	.735				

Extrinsic attributes variable	Factor loading	Eigenvalue	% of variance	A	Mean
Factor 4: expenses		.814	4.524	.876	5.026
Reasonable price of accommodations	.769				
Inexpensive participation expense	.753				
Affordable price of environment-friendly agricultural products	.714				
Factor 5: things to eat		.784	4.356	.848	5.363
(people) tried local dishes and trusted environment-friendly agricultural products	.801				
Delicious local dishes	.740				
Various food	.658				
Factor 6: things for rest		.689	3.829	.865	4.923
Convenient experience facilities	.736				
Well-equipped with convenient facilities	.698				
Clean accommodations in villages for rural tourism	.531				
Cumulative % =81.718%, kmo = .922					
Bartlett test of sphericity $\chi^2 = 3381.735$ (df=153, p=.000)					

### 3. 가설검증결과

본 연구의 모형의 가설 검증을 위해 회귀분석을 실시하였으며, 유의수준 5%에서 검증하여 연구모형의 연구결과를 아래와 같이 정리하였다.

#### 1) 내재적 속성이 지각된 품질에 미치는 영향

가설 1을 검증하기 위해 단순회귀분석을 실시하였다. 친환경농산물의 내재적 속성에 따른 지각된 품질에 대한 영향관계를 분석한 결과, R<sup>2</sup> 값은 .133으로서 총 분산의 13%를 설명하고 있으며, 회귀식에 대한 F값은 36.968로 p<.05에서 유의한 영향관계가 있음을 판명되었다.

Table 6. The effects of the intrinsic attributes on the perceived quality

Independent variable	Regression coefficient	t-value	p-value
Constant	3.130	8.136	.000**
Intrinsic attributes	.365	6.080	.000**

R<sup>2</sup>=.133, F=36.968 (p=.000)

a. Dependent Variable: Perceived Quality

b. Independent Variable: Color, Taste, Scent, Elasticity, Shape, Texture, Freshness, Nutrition of Environment-Friendly Agricultural Products

\*\* : p<0.05

2) 외재적 속성이 지각된 품질에 미치는 영향

가설 2를 검증하기 위해 다중회귀분석을 실시하였다. 농촌관광마을의 외재적 속성에 따른 지각된 품질에 대한 영향관계를 분석한 결과, R<sup>2</sup> 값은 .394으로서 총 분산의 39%를 설명하고 있으며, 회귀식에 대한 F 값은 25.593으로 P<.05에서 유의한 영향관계가 있음을 판명되었다. 제품의 구조나 특성이 복잡하거나 쉽게 지각될 수 있는 내재적 속성이 없는 경우 외재적 속성이 제품평가 자체에 영향을 미치기도 한다(Olsen, 1978)는 기존의 연구와 동일한 결론을 도출하였다.

Table 7. The effects of the extrinsic attributes on the perceived quality

Independent variable	Regression coefficient	T-value	P-value
Constant	1.714	5.312	.000**
Service	.254	3.337	.001**
Things to experience	.139	1.712	.088
Things to see	.081	1.084	.280
Expenses	.126	1.584	.115
Things to eat	.282	3.586	.000**
Things for rest	-.129	-1.424	.156

R<sup>2</sup>=.394, f=25.593 (p=.000)

A. Dependent variable: perceived quality

B. Independent variable: extrinsic attributes(service, things to experience, things to see, expenses, things to eat, things for rest)

\*\* : p<0.05

외재적 속성을 요인별로 분류하여 각 요인이 지각된 품질에 미치는 영향을 회귀분석한 결과 Table 7과 같이 나타났다. 친환경농산물 구매에 있어 농촌관광마을의 외재적 속성의 6개 요인 중 서비스, 먹거리를 제외한 다른 모든 요인들은 유의적이지 않게 나타나고 있다.

### 3) 내재적 속성이 지각된 가치에 미치는 영향

가설 3을 검증하기 위해 단순회귀분석을 실시하였다. 친환경농산물의 내재적 속성에 따른 지각된 가치에 대한 영향관계를 분석한 결과,  $R^2$  값은 .252으로서 총 분산의 25%를 설명하고 있으며, 회귀식에 대한 F 값은 81.381로  $P<.05$ 에서 유의한 영향관계가 있음을 판명되었다.

Table 8. The effects of the intrinsic attributes on the perceived value

Independent variable	Regression coefficient	T-value	P-value
Constant	2.399	6.729	.000**
Intrinsic attributes	.062	9.021	.000**

$R^2=.252$ ,  $f=81.381$  ( $p=.000$ )

A. Dependent variable: perceived value

B. Independent variable: color, taste, scent, elasticity, shape, texture, freshness, nutrition of environment-friendly agricultural products

\*\* :  $p<0.05$

### 4) 외재적 속성이 지각된 가치에 미치는 영향

가설 4를 검증하기 위해 다중회귀분석을 실시하였다. 농촌관광마을의 외재적 속성에 따른 지각된 품질에 대한 영향관계를 분석한 결과,  $R^2$  값은 .510으로서 총 분산의 51%를 설명하고 있으며, 회귀식에 대한 F 값은 40.995로  $P<.05$ 에서 유의한 영향관계가 있음을 판명되었다.

Table 9. The effects of the extrinsic attributes on the perceived value

Independent variable	Regression coefficient	T-value	P-value
Constant	1.348	4.654	.000**
Service	.276	4.023	.000**
Things to experience	.220	3.023	.003**
Things to see	.111	1.646	.101
Expenses	.135	1.885	.061

Independent variable	Regression coefficient	T-value	P-value
Things to eat	.325	4.594	.000**
Things for rest	-.215	-2.655	.008**

R<sup>2</sup>=.510, f=40.995 (p=.000)

A. Dependent variable : perceived value

B. Independent variable: extrinsic attributes(service, things to experience, things to see, expenses, things to eat, things for rest)

\*\* : p<0.05

외재적 속성을 요인별로 분류하여 각 요인이 지각된 가치에 미치는 영향을 회귀분석한 결과 Table 9와 같이 나타났다. 친환경농산물 구매에 있어 농촌관광마을의 외재적 속성의 6개요인 중 서비스, 체험거리, 먹거리, 쉴거리 요인이 유의한 것으로 나타났으며, 볼거리와 비용 요인은 유의적이지 않은 것으로 나타났다.

5) 지각된 품질과 구매의도 관계에서 지각된 가치의 매개효과

가설 5를 검증하기 위해 1) 지각된 품질, 지각된 가치, 구매의도에 대한 간접효과 여부, 2) 지각된 품질, 구매의도에 대한 직접효과 여부를 확인하기 위해 각각의 변수에 대해 매개 회귀분석을 실시하였다.

Table 10. Testing mediator effects of perceived value

Step	Independent variable	Dependent variable	B	T-value	P-value	R <sup>2</sup>	F(sig.)
Step 1	Perceived quality	Perceived value	.727	16.449	.000**	.529	270.562
Step 2	Perceived quality	Purchase	.708	15.552	.000**	.501	241.860
Step 3	Independent		.246	4.708	.000**	.691	267.769
	Mediator		.634	12.128	.000**		

\*\* : p<0.05

Baron과 Kenny(1986)가 제시한 절차에 따라 지각된 품질, 구매의도에 대한 지각된 가치의 매개효과를 검증한 결과는 다음과 같다.

1단계에서는 지각된 품질이 지각된 가치에 유의한 영향을 미치며( $\beta=.727, p<.05$ ), 2단계에서는 지각된 품질이 구매의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다( $\beta=.708, p<.05$ ). 마지막 3단계에서는 지각된 품질의  $\beta$  값이 2단계에서보다 감소하였다( $\beta=.708(2단계) > \beta=.246(3단계)$ ). 즉, 친환경농산물의 지각된 품질은 지각된 가치에 부분매개되어 구매의도에 영향을 미치는 것으로 볼 수 있다. 지각된 품질은 구매의도 변량의 50%를 설명해주는 것으로 나타났다. 3단계에서 독립변수에 의해 설명되는 구매의도의 설명력( $R^2$ )은 69%로 2단계와 비교하여 19% 증가하였다. 지각된 가치가 추가됨으로써 구매의도의 설명력이 19% 증가하였고, 이러한 증가는 통계적으로 유의하였다( $F=267.769, p<.05$ ).

## V. 결 론

본 연구는 농촌관광이 소비자의 친환경농산물 소비촉진 및 직거래 활성화를 위해 매우 효과적이며 필요하다는 논리를 바탕으로 농촌관광마을 체험객의 친환경농산물 구매영향요인에 대하여 분석을 시도하였다.

농촌관광마을 체험객들의 친환경농산물 구매에 미치는 요인에 대한 분석결과, 친환경농산물의 내재적 속성과 외재적 속성 모두 친환경농산물 구매에 대해 유의적인 변수로 나타났다. 외재적 속성 중 구매의도 상승에 가장 큰 영향을 미치는 변수는 먹거리였으며, 그 다음으로는 서비스, 체험거리, 쉼거리의 순으로 나타났다.

농촌관광마을에서 친환경농산물의 제품평가 시 제품자체의 내재적 속성뿐만 아니라 관광지에서의 외재적 속성 또한 중요한 요인으로 작용하고 있음을 알 수 있었다. 특히, 외재적 속성 중 먹거리 요인에 대한 의존도가 높은 만큼, 그 지역에서 생산된 신선하고 안전한 식재료를 활용하여 그 지역만의 독특한 향토음식개발이 이루어져야 하며, 농촌관광마을 방문유형의 경우 가족단위나 직장동료와 같이 단체고객이 주를 이루는 만큼 단체고객을 위한 단체급식 메뉴의 개발이 필요할 것이다. 친환경농산물의 소비촉진을 위해서는 체험객들에게 그 지역에서 생산된 친환경농산물의 효능과 가치를 알리는 노력이 필요하다. 그 방법으로는 지속적인 홍보와 교육을 통하여 친환경농산물의 장점을 설명하고, 다양한 향토음식을 제공함으로써 친환경농산물에 대한 효용성과 신뢰도를 높일 필요가 있다.

현재 운영되고 있는 농촌관광마을 체험프로그램의 경우 농촌생활, 생태, 공예 등이 주를 이루고 있으며, 대부분이 비슷한 유형의 농촌체험 프로그램을 운영하고 있어 차별성이 미흡하다. 본 연구결과에 의하면, 그 지역의 친환경농산물을 활용한 전통향토음식 등을 농촌체험과 연계한다면 훌륭한 농촌관광자원이 될 것이다. 이를 위해서 농촌관광마을은 친환경농산물의 생산과정뿐만 아니라 친환경농산물 체험마을로서 가공, 수확, 요리, 시식 등 다양한 체험을 제공해야 할 것이다. 이를 통해 농촌관광마을은 농민과 도시민의 신뢰 확보의



장, 직거래 활성화의 장이 될 수 있을 것이며, 소비자와 생산자가 직접 만나 네트워크를 형성할 수 있는 여건을 조성할 수 있을 것이다. 농촌관광마을과 친환경농산물의 연계성을 강화시킴으로써 소비자는 농촌체험과 더불어 안전한 농산물을 구매할 수 있고, 생산자는 안정적인 판로의 확보 및 농가소득의 증가를 기대할 수 있을 것이다. 이러한 노력이 뒷받침된다면 친환경농산물의 소비촉진 뿐만 아니라, 도시민들에게는 농촌체험을 통한 즐거움을 줄 수 있을 것이다.

이와 더불어 농촌관광마을을 활성화시키기 위해서는 체험객들이 불편하지 않도록 화장실과 숙박시설, 체험관 시설, 편의시설 등을 청결하고 깨끗하게 관리하는 것이 중요하며, 농가민박도 농촌의 문화와 스토리텔링, 웰빙이 녹아 있는 품격 있는 형태로 발전해야 할 것이다. 숙박시설 제공자와 체험프로그램 운영자의 서비스마인드를 향상시킬 수 있도록 교육프로그램의 마련과 주민교육의 강화를 통하여 농촌체험관광객의 만족도를 높일 필요가 있다. 서비스품질의 제고를 위한 노력으로는 체험객의 욕구 파악과 체험객들이 선호하는 프로그램 및 시설의 개발, 모니터링 등을 통하여 서비스의 질을 높일 수 있도록 해야 할 것이다. 또한 친환경농산물을 중심으로 지역 특성에 맞는 체험프로그램의 개발이 이루어져야 할 것이다.

본 연구에서는 4곳의 농촌관광마을 이용객을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 향후 추가연구에서는 소비자뿐만 아니라 생산자 측면에서의 보완연구 및 친환경농산물의 재구매율과 체험마을 특성을 세분화하여 살펴볼 필요가 있을 것이다. 이는 본 연구결과를 활용하여 농촌관광마을 친환경농산물의 소비활성화를 위한 마케팅 전략 수립 시 체험마을 특성별로 구체적인 정보를 제공할 것이다. 이러한 연구가 뒷받침된다면, 향후 농촌관광과 연계한 친환경농산물의 소비 촉진에 대한 보다 효율적인 연구가 될 수 있을 것이다.

[논문접수일 : 2014. 1. 3. 논문수정일 : 2014. 2. 5. 최종논문접수일 : 2014. 2. 28.]

## Reference

1. Aaker, D. A. 1991. Managing Brand Equity; Capitalizing on the Value of a Brand Name. New York. The Free Press.
2. Fandos, C. and C. Flavian. 2006. Intrinsic and Extrinsic Quality Attributes, Loyalty and Buying Intention : An Analysis for a PDO product. British Food Journal. 108(8): 646-662.
3. Fishbein, M. and I. Ajzen. 1975. Belief, Attitude and Intention and Behavior: Introduction to Theory and Research Reading. MA: Addison Wesley: pp. 335-383.
4. Han, D. Y. 2011. The Influence of Satisfaction Factors of Farm Experience Programs on the

- Purchase of Local Agricultural Special Products. Kyonggi Univ. Ph.D. diss.
5. Jeong, G. J. 2010. An Empirical Study on the Relationship between the Experiential Tour of Farm Village Amenity and the Purchase of Agricultural & Special Products. Choongang Univ. Ph.D. diss.
  6. Kim, K. H. and D. B. Park. 2013. Structural Relationships among Selection Attribute, Satisfaction, and Loyalty of Local Specialty Products for Rural Tourists. *Journal of Rural Tourism*. 37(1): 279-301.
  7. Kim, C. S. and S. H. Lee. 2009. The Comparison Analysis Between Consumers and Dealers' Willingness to Purchase Environmentally Friendly Agricultural Products. *Korea Journal of Organic Agriculture*. 17(3): 291-306.
  8. Keum, S. H. 2011. An Analysis for Factors upon Consumer's Purchasing Decision of Eco-friendly Foods. Choongang Univ. Master's Thesis.
  9. Kwak, R. Y. 1998. Stated Preferences of Vacation Destination Attributes by Attitude toward Pleasure Travel. Kyonggi Univ. Ph.D. Diss.
  10. Lee, S. Y. 2008. A Study on the Influence of the External Attributes of a Jewelry Store on Purchase Intent. Kyonggi Univ. Master's Thesis.
  11. Olson. 1978. Theories of Information Encoding and Storage: Implications for Consumer Research, The Effect of Information on Consumer and market Behavior. *American Marketing Association*. pp. 49-60.
  12. Park, J. A. 2008. Study on the Evaluation of Seafood for School Food Service, Pukyong National Univ. Master's Thesis.
  13. Park, S. K. and S. H. Park. 2011. The Effects of Rural Tourism on Farm-to-Consumer Direct Transaction: An Empirical Test of the Endogeneity of Rural Tourism. *The Tourism Sciences of Korea*. 35(2): 189-206.
  14. Park, S. H. 2003. An Activation Plan of Local Economy based on the Green-Tourism, Korea Research Institute for Human Settlements. 263: 18-30.
  15. Peter, J. P. and J. C. Olson. 1990. *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. 2nd ed., Homewood. IL: Irwin.
  16. Preacher, K. J. and A. F. Hayes. 2004. SPSS and SAS Procedures for Estimating Indirect Effects in Simple Mediation Model. *Behavior Research Methods, Instruments & Computers*. 36: 717-731.
  17. Yoo, D. K. and J. U. Cho. 2007. The Study on the Factors Influencing Pork Brand Loyalty. *Korean Journal of Food Marketing Economics*. 24(2): 39-57.
  18. Yoo, D. K. 2011. A Study on Strategy Development for Stabilization of Developing New

- Markets for Organic Products. *Social Science Research*, 18(1): 5-39.
19. Yoon, J. I. 2002. The Structure of Products and Consumption for Environment-friendly Agricultural and A study on the Enhancement of reliability. Dongguk Univ. Ph.D. Diss.
  20. Zeithaml, V. A. 1988. Consumer Perception of Price, Quality and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, 52(3): 2-22.