

제주도의 농촌관광 이미지 유형별 선호 체험활동에 관한 연구

강하나·이진희*

제주특별자치도 농촌활성화지원센터 · *제주대학교 관광개발학과

A Study on the rural Tourism Image Types based Segmentation on Preference Activities : A case of Rural village in Jeju Province

Kang, Ha-Na · Lee, Jin-hee *

Jeju Rural Revitalization Support Center

**Professor, Dept. of Tourism Development., Jeju Nat'l Univ*

ABSTRACT : The role of rural towns as a leisure space has recently been increasing with changes in the consumption trends in domestic tourism. Based on the tourists visiting the town of Sunheul-ri, Jocheon-eup, a rural Village in Jeju Island, this study categorized the market according to the images formed by the tourists of rural towns, and analyzed the preferred mode of participation in rural field activities for each category. We analyzed the characteristic factors of the images of rural tourism formed by the tourists, extracted three factors for cluster analysis, and then formed three groups: “Group of Rural Experience Activity” “Group of Rural Environment and Service” and “Group of Rest in the Rural” After analyzing the preferred activity in each image-category group, we found no significant differences among the groups in ordinary activities such as viewing the scenery, experiencing and learning about the natural environment, and culinary experiences. However, there were significant differences among the groups regarding participation in experiential tour programs with the purpose of active tourism. The “Group of Rural Experience Activity” sought to actively participate in various activity programs, whereas the “Group of Rest in the Rural” comparatively had a weaker preference for such active programs. We thus learnt that tourists’ preferred activities are different according to the types of images formed by the tourists visiting rural towns. Therefore, to strengthen the competitive advantage of the rural tourist destinations of Jeju Island, it is necessary to provide various activity programs that are appropriate for the rural regions of Jeju and to accord with the expectations associated with each market segment category by positioning the programs according to the characteristics of the images held by the tourists.

Key words : Rural Tourism, Rural Tourism Image, Rural Experience Activity

1. 서론

최근 국내의 관광 소비 트렌드를 살펴보면 ‘즐거움 불편함을 선호하는 Outdoor Recreation’, ‘여유로움과 행복을 추구하는 슬로우 트래블’, ‘지역의 숨겨진 매력을 찾아 떠나는 여행’, ‘스스로 결정하고 떠나는 DIY 여행’, ‘관광의 新소비층으로 부상하는 중장년층’, ‘칩시크(Cheap Chic)를 추구하는 실속형 관광소비 정착’ 등으로

요약된다(Choi and Ahn, 2014). 이를 통하여 관광객들의 관광 경험이 증가하면서 유명한 명소 중심의 대중관광보다는 관광 대상지 주민들의 일상 생활공간을 관광 목적으로 하고, 조금 불편하더라도 새로운 경험을 중요하게 여기는 경향을 살펴볼 수 있다. 이렇듯 점점 색다르고 차별화된 관광 상품과 목적지를 요구하는 관광 수요시장의 변화는 관광공급시장이 이에 대한 대응책을 마련해야 함을 시사해 준다.

다양한 자연환경과 문화적 가치를 비교적 저렴한 비용으로 체험할 수 있는 여가생활공간인 농촌은(Park, 2005) 이러한 관광소비 트렌드와 그 성격을 같이한다. 즉,

Corresponding author : Lee, Jin-Hee

Tel : 064-754-3172

E-mail : Jinhei@jejunu.ac.kr

관광객의 관광동기의 측면에서 살펴봤을 때 농촌은 새로운 여가공간으로서 경쟁력이 높다고 할 수 있다. 그러나 그동안 양적확대에만 집중했던 국내의 농촌관광은 획일화된 사업내용과 프로그램 등으로 인하여 실패한 사례도 적지 않다. 도시민으로 대표되는 농촌관광객이 무엇을 기대하는지 파악하고 이에 대한 적절한 시설과 프로그램을 제공할 수 있어야 농촌관광으로 인한 도농교류가 증가하고, 비로소 환경과 사회문화적 측면뿐만 아니라 경제적으로도 지속가능한 농촌관광을 실현할 수 있게 된다.

농촌관광은 농촌의 자연, 농사, 문화, 농산물 수확, 음식 만들기 등 농촌 어메니티 자원을 소비하여 활동할 수 있는 다양한 체험적 요소를 포함한다(Kim and Um, 2011). 농촌공간은 다양한 활동 유형을 제공할 수 있는 잠재적 가치를 가지고 있으며, 따라서 농촌을 찾는 관광객이 선호하는 활동도 다양한 유형으로 나타날 수 있다. 뿐만 아니라 농촌관광객은 다양한 연령대와 직업, 흥미 등 특성에 따라 다양한 요구와 기대수준을 가지는 복잡한 시장으로, 이들 전체시장에 대한 이해를 위해서는 시장세분화를 통한 미시적 수준의 연구가 필요하다(Lee et al., 2006).

본 연구에서는 이러한 농촌관광 시장을 농촌관광객들이 형성하는 이미지를 통하여 살펴보고자 한다. 관광이미지는 관광지에 관련하여 떠오르는 다양한 연상들이 서로 관계를 갖고 형성된다. 이러한 관광이미지는 관광지를 선택하는 데에 영향을 미치는 요소로 작용하며, 관광공급자가 마케팅 및 판매촉진 활동을 전개하는 데에 많은 기회를 제공한다(Erbacher and Francis, 1989; Baloglu and McCleary, 1999). 따라서 농촌관광객이 농촌관광 경험 후 형성하는 이미지를 통하여 농촌관광 수요시장을 이해하고, 세분시장별 선호하는 활동을 파악한다면 이들이 만족할 만한 활동 프로그램 및 서비스를 제공할 수 있는 기반이 될 것으로 기대할 수 있다. 이를 위해 농촌관광을 경험하기 위해 농촌지역을 찾은 농촌관광객을 대상으로 하여 그들이 형성하는 농촌관광의 이미지 유형별로 시장을 세분화하고, 각 세분시장별 선호하는 농촌체험활동 참여유형을 파악하였다. 이를 토대로 향후 농촌관광객의 이미지 속성에 따른 포지셔닝과 이에 적합한 농촌관광 활동 프로그램 개발에 대한 기초자료로 제시하고자 한다.

II. 이론적 고찰

1. 농촌관광 및 농촌관광지

농촌관광은 일반적으로 농촌지역에서 발생하는 관광(Lane, 1994)으로 이해할 수 있다. 국내에서 농촌관광에 대한 관심과 관광에의 활용이 나타나기 시작한 것은 1980년대부터이다(Lee, 2004). 1990년 말부터 2003년까지는 농촌관광 정책 모색에 대한 연구가 주로 행해졌으며, 농촌관광 개념 정의와 함께 농촌관광 정책 도입이 왜 필요한지, 어떠한 방향으로 이루어져야 할지에 대하여 논의되어져 왔다(Park et al., 2012). 여가활동 공간으로써의 농촌에 대한 관심이 증대되면서 이에 대한 국내의 연구는 2000년대 초반까지 ‘그린투어리즘(Green Tourism)’의 개념으로 연구되어졌으며, 이후 2004년부터 ‘농촌관광’의 개념이 확실히 정립되기 시작하였다(Jo et al., 2010). Park(2002)은 정책적 측면에서 Rural Tourism(농촌관광)으로 명명하고 농촌관광의 지원체계의 논의 전개 방향을 명확하게 구분할 필요가 있다고 하였다. 이러한 농촌관광은 초기에는 농촌지역을 대상으로 하는 관광활동의 개념에서 최근에는 농촌지역의 역사·문화·자연을 포괄하는 개념으로 확대되고 있다(Kang, 2014).

농촌관광은 농촌의 자연환경과 전통적으로 행해온 농업 및 지역전통문화를 매개로 농촌 방문객에게 독특한 향토서비스를 제공하는 농촌개발사업이자 관광사업이다(Yoon and Park, 2008). 농촌 공동체가 농촌관광의 운영주체가 되어 농촌이 가지는 자연, 문화, 농업, 환경 등의 농촌의 공익적 기능을 도시민에게 체험 및 관광활동으로 제공하는 도농교류형 여가활동이라 할 수 있다(Jo, 2003). 이러한 농촌관광은 수요적 측면에서 도시민의 여가욕구에 부합하고, 공급적 측면에서는 농촌사회의 사회·경제적 발전의 중요한 수단이다. 이는 지역주민의 삶의 질을 높이고 통합적 지역 활성화를 지원하는 개발 전략으로(X Greffe, 1994; Kang, 2013), 기존의 농촌관광과 관련한 연구들을 살펴보면 이는 농촌지역 농가의 생활수준을 높여주는 동시에 농촌지역 전체의 경제부문에 중요하게 기여하고 있음을 알 수 있다(A Fleischer and A Pizam, 1997).

농촌관광은 농촌지역에서 행해지는 관광행위를 통칭하는 용어로 사용되고 있으나, 유원지나 시설관광지 등 농촌공간에 수용될 수 있는 대중관광 외에 농촌의 특성(rurality)을 바탕으로 농촌지역사회 주민들이 도시민들과 교류·체험 등을 상품으로 소득을 올리는 관광행태를 농촌관광으로 본다(Han, 2009). 관광지는 관광객의 욕구를 충족시킬 수 자연·인문 관광자원 및 관광시설이 결합되어 있는 공간으로 이에 대한 이용가치를 제고시키기 위한 숙박·식음편의시설을 갖추고, 관광자원과의 접근을 위한 교통시설과 정보제공 서비스가 이루어지는 일정한

지역공간이라 규정할 수 있다(Park, 2007). 이러한 관광지의 공간적 특성을 농촌관광을 즐기고자 하는 관광객에게 관광활동을 제공하기 위한 농촌관광지에 반영하여 설명하면, 농촌관광지는 농촌이라는 사회·문화적, 자연적 공간을 토대로 이를 활용하고, 개선 및 개발을 통하여 완성된다(Kim and Yoo, 2008). 농촌관광지는 농촌의 자연·역사·문화 등 어메니티 자원뿐만 아니라 이에 대한 이용가치를 제고시키기 위한 숙박 및 편의시설, 교통, 정보제공 공간 등 다양한 요소를 복합적으로 제공하는 다차원적인 속성들로 이루어져있다(Kang, 2005).

2. 농촌관광 이미지

관광이미지는 학자들에 따라 관광지 속성에 대한 전반적인 인상도라 설명되기도 하는 반면, 정보처리의 마지막 단계에서 형성되는 ‘인상’ 자체라고 설명되기도 한다(Seo and Ko, 2013). Crompton(1979)은 이미지를 “어떤 장소나 목적지에 대하여 가지는 일련의 반응, 인상, 생각, 인식의 총체”라고 하였다. 관광이미지는 관광객의 태도, 행동 등의 관광객 행동을 설명하는 주요한 개념으로 간주되고 있다(Kim et al., 2013).

관광이미지는 관광객의 목적지 선택과정의 이해와 마케팅 전략을 위해 중요한 개념으로 관광이미지 형성과정에 영향을 미치는 요인에 관심을 갖는 연구와 이러한 요인들의 상호관계를 나타내는 결정모형을 개발하는 다양한 연구들이 진행되어 왔다(Lee and Jo, 2003; Lee et al., 2005).

관광지 이미지 형성이론은 Gunn(1972)에 의해 개념화가 이루어지기 시작한 이후 최근에는 주로 관광지 이미지를 인지적 이미지와 정서적 이미지로 구분하여 이미지 구성요소를 설명하고 있다. Baloglu and McCleary(1999)는 관광이미지 형성에 영향을 미치는 요인을 정서적 요인과 인지적 요인으로 구분하여 설명하였다. 인지적 요인은 관광목적지나 자원에 대한 정보나 지식 등에 관련된 것이고, 정서적 요인은 관광지에 대한 개인의 감정적 반응이나 느낌에 대한 것들과 관련된다.

한편, Park(2011)의 부여를 대상으로 한 관광동기 및 이미지에 대한 연구와 Kim and Kim(2012)의 관광지 선택속성이 만족 및 행동의도에 미치는 영향관계에서의 관광지 이미지 조절효과에 대한 연구에서는 인지적 이미지와 정서적 이미지가 아닌 ‘가시성’을 중심으로 하는 ‘기능적 요인’과 ‘심리적 요인’으로 구분하여 이미지를 측정하였다. ‘기능적 요인’은 가시적 항목에 의하여 설명되는 요인이며, ‘심리적 요인’은 비가시적 항목에 의해 설명되는 요인을 말한다.

이미지는 개인이 중요하게 여기는 관점에서의 평가이므로 개인의 기호나 경험, 개인이 가지고 있는 정보 등에 따라 달라질 수 있으며, 개인의 행동을 결정짓는 심리적·물리적·문화적, 사회적·경제적인 요인에 따라 개인이 지각하는 관광이미지는 달라질 수 있다. 즉 개인마다 차이가 있으며, 내·외적 영향요인에 따라 변화하기도 하며, 관광객 행동에도 영향을 미치게 된다(Lee, 1997).

이러한 관광이미지는 관광객의 의사결정에 중요한 영향요인으로 해당 관광지는 물론 그 지역과 국가의 이미지를 결정하고 평가하는 척도가 된다(Kim, 2006). 또한, 관광객은 학습으로 일반화된 이미지를 통한 대안목적지의 평가를 통하여 최종목적지를 선택하게 된다(Crompton, 1977; Jo and Kwon, 2004). 많은 연구들이 특정지역이나 관광지의 이미지 속성을 찾아내는 데에 관심을 갖는 것은 관광지의 선택에 작용하는 역할이 크며, 점차적으로 다양화되는 관광 대상지들 사이에서 경쟁력을 갖추기 위해서는 차별화된 어떤 속성을 찾아내고 이를 강화시키는 노력이 필요하기 때문이다.

농촌관광 이미지는 잠재관광객들이 농촌지역에서 경험할 수 있는 휴식, 체험, 서비스 등의 관광행위에 대해 가지고 있는 전체적인 인상이다(Kim, 2015). 관광 이미지 형성과 관련한 기존의 선행연구들을 통하여 관광이미지 구성요소 및 이미지가 관광행동에 미치는 영향에 대하여 살펴볼 수 있으나 관광 목적지로서의 농촌관광에 한정된 이미지와 관련한 선행연구는 많지 않다. Chen and Kerstetter(1999)는 연구에서 펜실베이니아주의 농촌관광 이미지 측정을 위하여 관광기반시설, 분위기, 농촌 어메니티, 농촌생활 등 4가지 요인 39개의 속성을 도출하였으며, 이미지 차원은 여행행동에 영향을 미친다는 결과를 제시하였다.

국내에서는 Kim(2010)의 연구에서 농촌 어메니티에 대한 평가가 아닌 관광목적지로서의 농촌관광이미지를 직접적으로 다루어지기 시작하였다. 농촌관광의 인지적 이미지의 측정척도는 주성분 요인분석을 실시하여 상징성, 매력성, 편리성 등 3가지 요인 16개의 속성으로 도출하고, 이에 대한 각 측정항목에 대하여 농촌마을 방문 전과 방문 후의 이미지를 비교하였다.

Kim et al.(2013)의 연구에서는 농촌관광의 인지적 이미지를 활동성, 체험성, 환경성, 경관성, 편의성 등 5가지 요인 24개의 속성으로 도출하였는데, 농촌관광의 인지적 이미지 및 감정적 이미지와 만족도의 상관관계를 분석한 결과 감정적 이미지 보다는 지적 요소가 만족도에 더욱 중요하게 영향을 미친다는 결과를 제시하여 관광지의 정서적 이미지와 만족 간에 높은 상관관계를 보이던 선행연구와 차이가 있음을 밝혔다. 이는 농촌관광지에 대한

관광객의 이미지가 일반 관광지와는 다르게 형성된다는 것을 보여준다. 또한 위의 선행연구들은 농촌관광 이미지 형성 요인을 농촌경관 등의 농촌 어메니티 뿐만 아니라 분위기, 관광기반시설, 체험 등 다양하게 도출하고 있다.

3. 농촌관광 체험활동

일반관광과 비교했을 때 농촌관광은 체험관광이나 활동관광의 특성이 강하며, 이러한 활동은 기존 상품과의 차별성을 강조하는 차원에서 설명되어 진다(Lee et al., 2006). 농촌관광 체험활동은 농촌과 농업이라는 공간에 존재하는 다양한 농촌 어메니티를 체험대상으로 관광객의 욕구를 충족시키는 활동이다(Kim and Yoo, 2008). 따라서 공급자 중심의 개발과 관광객 유치에 이루어지는 일반관광지와는 다르게 농촌관광 수요자인 도시민의 농촌관광 동기 및 욕구에 알맞은 농촌의 어메니티 자원을 농촌관광 체험프로그램으로 상품화하여 개발해 나갈 필요성이 있다(Choi et al., 2014).

농촌관광객들은 대체로 수동적, 일상적, 비계획적인 특성을 갖고 있으며, 이들은 농촌관광에서 다양한 체험활동을 경험한다(Frochot, 2004; Han, 2009). 농촌체험활동을 통해 농촌체험에 대한 긍정적 태도가 형성되는지, 부정적 태도가 형성되는지에 따라 농촌체험을 제공하는 농촌마을에 대해 참여 이전에 형성되어 있던 태도는 더욱 긍정적 또는 부정적으로 변화될 수 있다(Kim and Um, 2011). Hwang and Um(2005)는 탈일상성과 재미의 2가지 요인으로 구분되는 농촌관광체험은 농촌 어메니티 이미지 형성에 유의한 관계가 있어 긍정적인 체험이 농촌어메니티 이미지 형성을 위한 중요한 요인임을 증명하였다.

Butler and Jenkins(1999)는 농촌관광 체험활동을 걷기, 피크닉, 둘러보기, 보트타기, 유적지 방문, 축제 참여, 승마, 농장 방문 등으로 구분하고 있다. Lee et al.(2006)는 우리나라 농촌관광마을에서의 체험활동 유형을 농사체험, 자연생태체험, 농가생활풍습, 농촌전통음식제조, 수렵채집활동, 전통놀이, 공예품 제작, 축제 및 이벤트, 스포츠, 건강관리, 문화유적, 소규모 박물관 등의 12개의 유형으로 나타내고, 각 유형의 세부 체험활동들을 제시하였다. 또한, 이러한 농촌관광마을 개발에 있어서 마을 특성에 맞는 프로그램의 개발이 필요함을 제시하였다. Oh(2007)는 농촌 체험활동을 보양체험(치료, 건강증진, 미용, 휴식), 농업체험(영농체험, 수확체험, 자연채취), 놀이체험(모험·레포츠체험, 친수체험, 민속놀이체험), 교육체험(자연학습, 역사체험, 제작체험)으로 구분하였다.

Moon et al.(2009)은 제주도 내의 농촌관광 방문객의 농촌체험프로그램 선호도에 대한 조사를 하였으며, 자연휴양체험, 공예체험, 요리체험, 건강레포츠체험, 생태학습체험, 농업체험, 농촌생활체험 순으로 농촌체험 보다는 활동적이고 창의적인 체험을 선호한다고 하였다. Yoo and Kim(2009) 농촌관광지는 타인과의 교류보다 가족단위 휴식이 중요해지는 장소로 이러한 다양한 농촌체험프로그램은 양육자녀 유무와 자녀의 성장에 따른 변화 등 가족생활주기에 따라 선호하는 체험활동 역시 달라지며 이에 따른 시장세분화 전략이 요구됨을 시사하였다. Kim(2012)은 농촌체험 관광활동을 자연생태체험, 건강체험, 문화체험, 농촌생활체험, 야외활동체험의 5개 요인으로 도출하였으며, 농촌체험 관광활동은 농촌관광에 대한 만족도와 지속적 참여의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 분석결과가 제시되었다.

Moon et al(2009)의 연구에서는 제주도를 방문한 농촌관광객을 대상으로 관광객의 일반적 특성 및 행태에 따라 선호하는 농촌체험프로그램의 특성을 비교 분석하였는데, 제주의 경우 제주 특유의 아름다운 자연자원이 중요한 선택요인이 됨으로써 이를 활용한 농촌관광 체험프로그램의 개발이 필요하다고 제언하면서 단순한 체험프로그램 그 자체만으로는 부족하며, 고객대상에 따른 체험프로그램 개발을 다양화 할 필요가 있다고 하였다.

III. 연구방법

1. 설문지 구성

실증분석을 위한 측정도구 개발을 위해 선행연구를 통하여 농촌관광에 대한 인지적 이미지 및 참여활동에 대한 항목을 수집하였다. 제주 농촌지역의 농촌관광으로 인해 형성된 인지적 이미지에 관한 설문문항 작성은 Chen and Kerstetter(1999), Kim(2010), Kim et al.(2013) 등의 연구에서 사용된 이미지 측정항목을 근거로 총 13개의 항목을 구성하여 사용하였다.

농촌마을에서의 선호참여활동에 대해서는 Song and Park(2006), Lee and Oh(2007), Kim and Yoo(2008), Kim(2012) 등의 연구를 바탕으로 하여 본 연구의 특성을 고려한 9개의 측정항목을 구성하여 사용하였다.

농촌관광에 대해 형성된 인지적 이미지 및 선호참여활동에 관한 측정항목의 응답 형태는 리커트(Likert) 5점적도(1점 = '전혀 그렇지 않다' / 5점 = 매우 그렇다)를 사용하였다.

2. 조사 및 분석방법

본 연구의 실증분석을 위한 모집단은 제주도 내의 농촌마을인 조천읍 선흘리를 방문한 농촌관광객으로 하였다. 선흘리 마을을 농촌관광 대상지로 선택한 농촌관광객에 형성된 농촌관광 이미지에 따라 선호하는 활동을 알아보고자 하는 연구로 마을 내의 사설관광지를 찾은 방문객은 조사대상에서 제외하였다.

조사는 2013년 7월 25일부터 8월 30일까지의 기간 중 매주 3회의 빈도로 총 14회 마을을 방문하였으며, 자기 기입식 설문방식을 실시하였다. 총 304부의 설문지를 회수하였으며, 이 중 응답에 충실하지 않은 설문지를 제외한 292부를 유효 표본으로 사용하였다.

실증조사를 통하여 얻어진 유효표본을 대상으로 통계분석 프로그램 SAS 9.3 window version을 이용하여 분석하였다.

IV. 실증분석 결과

1. 표본의 인구통계적 특성

본 연구에 사용된 유효표본은 총 292으로 표본의 특성을 살펴보기 위하여 빈도분석(frequency analysis)을 실시한 결과는 Table 1과 같다. 성별은 남성이 140(47.9%), 여성이 152명(52.1%)로 고르게 분포하고 있다. 연령은 30대와 50대 이상 순으로 많았으며, 학력은 대학교 졸업(이상)이 절반 이상 차지하였다. 직업별로는 행정·사무직이 가장 많았고, 그 다음은 전문연구직, 서비스직, 주부 순으로 많았다. 응답자의 월 평균소득은 300~500만원 미만과 200~300만원 미만이 각각 28.8%, 28.1%로 가장 많이 나타났다.

2. 농촌관광 인지적 이미지에 대한 요인분석

본 연구는 농촌관광 인지적 이미지 속성을 측정하는 표본자료의 변이계수, 신뢰도계수 및 MSA 값에 대한 적합도 검증을 거쳐 13개의 이미지 속성이 평가항목으로 적합함을 확인하고, 이미지 속성을 바탕으로 시장을 세분화하기 위하여 요인분석을 실시하였다.

요인분석은 변수들간의 관계를 찾아낼 때 사용하는 다변량분석 방법의 하나로서 요인추출방법은 주성분분석을 선택하였다(Kim, 1992). 요인의 회전방법은 요인들 간의 독립성을 최대한 유지할 수 있도록 Varimax 방법을 사용하였다.

요인분석결과 총 분산설명력은 58.72%이며, Eigen value가 1.0 이상인 3개의 하위요인으로 농촌관광 인지적 이미지에 대한 각 문항들은 중복 없이 각각의 요인에 적재되었다. 인지적 이미지 속성을 측정하기 위한 변수의 내적 일관성을 살펴보기 위하여 Cronbarch's α 값을 사용하였으며, 신뢰도 분석 결과 요인별 Cronbarch's α 값은 모두 0.7 이상으로 나타났다. 고유값(eigen value)은 변수들의 분산을 요인이 설명하는 양으로 보통 1.0 이상의 요인을 선택하며, 요인적재값(factor loading)은 0.3을 최소값으로 사용하며, 일반적으로 0.4 이상이면 유의한 변수로 본다(Choi and Kim, 2001).

요인 1은 농촌체험프로그램이 유익·다양하게 구성되어 있고, 다양한 레크레이션 활동을 즐길 수 있으며, 농촌마을의 전통 역사문화를 배울 수 있다 라는 이미지를 형성하였으므로 '농촌체험활동'으로 명명하였다. 요인 2는 마을 주민 및 직원들이 친절성과 관광정보제공 및 예약시스템 등의 편리성, 이용가격의 적정성 등의 서비스 부분과 자연환경·농촌경관의 보존 및 향유에 대한 이미지를 형성하였으므로 '농촌환경 및 서비스'로

Table 1. Demographic characteristic of sample

Classification		N(%)	Classification		N(%)
Sex	Male	140(47.9)	Occupation	Administration, Office	76(26.0)
	Female	152(52.1)		Service	46(15.8)
Age	under 20s	66(22.6)		Profession, Research	48(16.4)
	30s	86(29.4)		Housewife	37(12.7)
	40s	67(23.0)		Student	29(9.9)
	over 50s	73(25.0)		Others	56(19.2)
level of education	graduated from high school (and less)	68(23.3)	occupied area	Seoul	31(10.6)
	graduated from college	48(16.4)		Gyeonggi, Incheon	46(15.8)
	graduated from University (and more)	176(60.3)		Gyeongsang Provinces	53(18.1)
Income (month)	Less than 1 million won	29(9.9)		Jeju Provinces	123(42.1)
	1 to 2 million won	58(19.9)		Others	39(13.4)
	2 to 3 million won	82(28.1)			
	3 to 5 million won	84(28.8)			
	More than 5 million won	39(13.3)			

Table 2. Factors Analysis on the image of rural tourism

factor order	Variable factors	factor loading	communality	eigen value	confidence interval
Factor1 (Rural Experience Activity)	Rural Experience program is beneficial .	0.83	.763	3.185	.830
	Rural Experience program is diverse.	0.81	.750		
	To enjoy a variety of recreation.	0.78	.667		
	Can learn a traditional history, and culture of rural villages.	0.58	.485		
Factor2 (Rural Environment and Service)	Village residents and staff are friendly	0.80	.660	2.320	.723
	Tourism information and reservation systems are convenient.	0.66	.480		
	The natural environment is well preserved.	0.56	.438		
	To enjoy the rural landscape.	0.54	.588		
	The prices used are appropriate.	0.51	.471		
Factor3 (Rest in the Rural)	Equipped with amenities.	0.74	.693	2.127	.707
	Appropriate accommodation facilities available in rural community experience.	0.68	.511		
	To enjoy a traditional food.	0.58	.608		
	The quality of local produce sold is excellent.	0.52	.511		
Total variance explanatory power : 58.72% , Kaiser's Measure of Sampling Adequacy(Overall MSA) : 0.857					

명명하였다. 요인 3은 잘 갖추어진 편의시설과 농촌마을 체험에 알맞은 숙박시설, 향토 먹거리를 즐길 수 있고, 판매되는 지역 특산물의 품질이 우수하다는 이미지를 형성하였으므로 ‘농촌휴양’으로 명명하였다(Table 2).

3. 농촌관광 이미지 유형에 따른 군집분석

농촌관광에 대한 이미지 유형별로 농촌관광 참여유형에 있어 어떤 차이가 있는지를 파악하기 위하여 요인분석을 통해 도출된 3개의 요인을 바탕으로 인지적 이미지 유형에 따른 집단을 분류하기 위한 군집분석을 실시하였다. 군집분석을 통하여 3개의 군집을 결정하였으며, 이에 대한 적절성을 검증하기 위하여 판별분석(Discriminant Analysis)을 실시하였는데 통계적으로 유의한 결과가 도출되었다(Table 3).

Table 3. Significance test of cluster

Statistic	Value	F Value	Pr>F
Wilk's Lambda	0.2322	102.85	0.0001
Pillai's Trace	1.0353	103.03	0.0001

군집분석은 PROC FASTCLUS procedure를 사용하였다. 이는 많은 양의 관찰치를 갖는 자료에 대한 두 세 번의 처리를 통하여 해석이 쉬운 군집을 찾는 유용한 최적분

리 방법이다(Kim, 1992).

군집 1은 농촌체험활동에 대한 선호가 높은 유형으로 ‘농촌체험활동군’으로 명명하였다. 군집 2는 농촌의 자연 환경과 경관, 서비스 부분에 대한 선호가 높은 유형으로 ‘농촌환경 및 서비스 활동군’으로 명명하였다. 군집 3은 편의시설, 숙박시설, 먹거리 등 농촌 휴양 활동에 대한 선호가 높은 유형으로 ‘농촌휴양 활동군’으로 명명하였다(Table 4).

Table 4. Cluster Mean of tourism behavior on clusters by Image Types

Classification	Factor1 (Rural Experience Activity)	Factor2 (Rural Environment and Service)	Factor3 (Rest in the Rural)
Cluster 1	0.772	-0.627	-0.134
Cluster 2	-0.202	0.744	-0.541
Cluster 3	-0.677	-0.205	0.867

4. 농촌관광객 관광행태에 따른 군집별 차이검증

3개의 군집별 관광행태 특성을 분석하기 위하여 분산분석을 통하여 차이검증(P<0.05)을 실시한 결과 관광지에서 1인당 지불한 방문비용(교통비 제외)에 관해서는 군집 간에 유의한 차이가 있었으나 방문횟수, 동반자 및 동반자 수, 체류시간에 관해서는 군집 간에 유의한 차이가 없었다(Table 5).

Table 5. One-way ANOVA of tourism behavior on clusters by Image Types

Classification		Cluster 1 Group of Rural Experience Activity (n=101)	Cluster 2 Group of Rural Environment and Service (n=108)	Cluster 3 Group of Rest in the Rural (n=83)	F	P
Number of visits	Mean	3.396b	3.611ab	3.904a	2.60	0.0760
	SD	1.607	1.528	1.331		
Companions	Mean	3.010a	3.102a	2.964a	0.32	0.7252
	SD	1.187	1.282	1.184		
Number of companion	Mean	3.644a	3.444a	3.422a	0.82	0.4423
	SD	1.301	1.383	1.308		
visit expense	Mean	2.594a	2.102b	2.567a	3.95	0.0204*
	SD	1.450	1.332	1.458		
residence time	Mean	2.911a	2.611a	2.928a	1.81	0.1650
	SD	1.365	1.222	1.430		

* p < .05, ** p < .01

5. 이미지 유형 군집별 농촌체험활동 참여유형 분석

농촌관광의 인지적 이미지 유형 군집별 선호하는 농촌체험활동 참여유형을 분석하기 위하여 분산분석을 사용하여 차이검증(P<0.05)을 실시하였다. 농업관련 체험, 전통음식 만들기 등의 요리관련 체험, 공예체험, 특산물 및 기념품 구입, 역사체험, 축제이벤트 참여 활동에 관

해서는 군집 간에 유의한 차이가 있었으나 농촌자연경관감상, 자연학습체험, 먹거리 체험에 관해서는 군집 간 유의한 차이가 없었다(Table 6).

농업체험 활동에 대해서는 ‘농촌체험 활동군’에서 참여 선호도가 높게 나타났으며, ‘농촌휴양 활동군’에서 낮은 참여 선호도를 나타냈다. 요리 관련 체험, 공예체험, 축

Table 6. One-way ANOVA of Preferred activity on clusters by Image Types

Classification		Cluster 1 Group of Rural Experience Activity (n=101)	Cluster 2 Group of Rural Environment and Service (n=108)	Cluster 3 Group of Rest in the Rural (n=83)	F	P
Agricultural Experience	Mean	3.416a	3.296a	2.940b	5.50	0.0045*
	SD	0.983	0.988	1.028		
rural natural Scenery appreciation	Mean	3.644a	3.917ab	3.760b	2.78	0.0639
	SD	0.878	0.738	0.919		
Natural learning experiences (Animals, plants of observation, collecting etc.)	Mean	3.653a	3.565a	3.410a	1.79	0.1693
	SD	0.842	0.835	0.963		
Cooking Experience (Making traditional food etc.)	Mean	3.614a	3.306b	3.289b	3.45	0.0331*
	SD	0.979	0.901	1.065		
Craft Experience (dyed goods, woodcraft etc.)	Mean	3.644a	3.370b	3.325b	3.40	0.0346*
	SD	0.878	0.892	1.001		
Food eating experiences (Traditional food to eat etc.)	Mean	3.941a	3.806a	3.795a	0.95	0.3872
	SD	0.772	0.779	0.934		
Local produce and souvenir shopping	Mean	3.624a	3.361ab	3.301b	3.20	0.042*
	SD	0.968	0.922	0.934		
History Experience (Visit historical sites etc.)	Mean	3.762a	3.481ab	3.723b	3.09	0.0472*
	SD	0.777	0.922	0.941		
Participation in festivals and events	Mean	3.871a	3.583b	3.470b	4.69	0.0099**
	SD	0.924	0.856	1.028		

* p < .05, ** p < .01

제이벤트 참여 활동 등 적극적으로 동적인 체험활동에 대해서는 ‘농촌체험 활동군’에서 높은 참여 선호도를 나타냈으며, 역사체험의 경우 ‘농촌체험 활동군’, ‘농촌휴양 활동군’ 두 집단 모두에서 참여 선호도가 높게 나타났다. ‘농촌휴양활동군’은 ‘농촌체험활동군’이나 ‘농촌환경 및 서비스활동군’과 비교할 때 적극적 체험활동 참여에 대한 선호가 비교적 약한 편으로 나타났다.

농촌관광의 인지적 이미지 유형별 차이검증 결과를 통하여 농촌자연경관감상, 자연학습체험, 먹거리 체험 등은 이미지 형성에 관계없이 대부분의 농촌관광객들이 기본적으로 농촌관광지에 기대하는 활동임을 알 수 있다. 대부분의 제주 농촌지역을 방문하는 관광객들은 제주만의 아름다운 자연을 즐기고 학습하고자 하는 기대가 있기 때문에 이러한 자연자원을 보존하고 관리하여 자연적 가치를 훼손시키지 않는 것이 중요하다. 또한 향토음식은 농촌이 가지는 고유한 문화적 자원의 하나로 지역에서 생산한 로컬푸드를 활용한 향토음식을 관광자원화 하기 위한 노력이 필요하다.

‘농촌체험 활동군(군집 1)’의 경우 ‘농촌환경 및 서비스 활동군(군집 2)’이나 ‘농촌휴양 활동군(군집3)’에 비해 농촌공간에서 경험할 수 있는 농촌체험활동에 다양하게 참여하고자 하는 것으로 나타났다. ‘농촌체험 활동군’의 경우 농촌은 유익하고 다양한 농촌체험과 전통 역사문화 배움을 배우고, 다양한 레크레이션 활동을 즐길 수 있는 공간이라는 이미지를 형성하고 농촌관광에 참여하는 군집으로 제주지역 농촌의 특성을 반영한 특색 있는 체험활동 프로그램을 개발을 통하여 농촌관광객의 여가 및 교육 공간으로 역할을 해야 한다. 이들은 농촌에서만 즐길 수 있는 다양한 경험을 하기 위해 농촌관광지를 선택하기 때문에 농촌관광의 경쟁력 제고를 위하여 제주지역 농촌이 갖고 있는 어메니티 자원의 잠재력과 차별화된 가치를 발굴하고 농촌관광 콘텐츠의 양적·질적 수준을 향상시키도록 한다.

‘농촌환경 및 서비스 활동군’은 농촌관광지에서의 친절성이나 편리성, 이용가격의 적정성 등 서비스 부분과 자연환경·농촌경관의 보존 및 향유에 대한 이미지를 형성하고 있는 군집으로 농촌의 자연환경 및 농촌경관을 잘 보존할 뿐만 아니라 서비스 부분의 수준향상을 위하여 노력해야 한다. 지역주민과 종사원의 수용태세 개선을 위한 교육을 강화하고, 농촌의 향수를 느낄 수 있는 감동이 있는 환대 서비스를 제공할 수 있어야 한다. 또한 농촌관광에 대한 물리적 접근성뿐만 아니라 심리적 접근성을 향상시키기 위해서 정보제공 및 예약체계를 개선하고, 관광활동을 위한 기반시설을 개선하도록 한다. 농촌관광 활동에 대한 가격의 책정은 적절한 수준으로

책정하고, 가격에 합당한 감동을 느끼고 돌아갈 수 있도록 해야 한다. 농촌관광지에서 제공하는 시설과 서비스의 질적 수준을 향상시키기 위해서는 전반적인 시설과 서비스에 대한 표준화·등급화를 위한 제도적 장치가 필요하다.

‘농촌휴양 활동군’은 적극적인 체험 프로그램에 참여하기보다는 일상생활을 벗어나 아름답고 한적한 농촌 공간에서 휴식과 여가를 즐기기 위해 농촌관광을 하는 군집으로 농촌지역 특유의 분위기를 연출하는 숙박시설과 잘 갖추어진 편의시설을 통하여 만족도를 높일 수 있다. 또한 치유와 관련된 프로그램이나 친환경 농산물과 같은 건강한 지역 먹거리 등 육체적·정신적 회복을 위한 농촌관광 콘텐츠 개발을 통하여 농촌관광 대상지로서 매력을 향상시키도록 한다.

V. 결 론

본 연구는 제주지역 농촌을 방문하는 농촌관광객들이 형성하는 인지적 이미지의 유형별로 시장을 세분화하고 각 세분시장별 선호하는 농촌체험활동 참여유형을 분석하였는데, 농촌관광 참여자들의 이미지 속성에 따른 포지셔닝을 통하여 경쟁력 있는 농촌관광지로 개발하는 데에 유용한 자료가 될 수 있을 것으로 기대할 수 있다.

제주지역 농촌마을인 조천읍 선흘리를 방문한 농촌관광객을 대상으로 하여 농촌관광 이미지 유형별 시장세분화를 위하여 요인분석을 한 결과 농촌체험활동(요인 1), 농촌환경 및 서비스(요인2), 농촌휴양(요인 3)으로 3개의 그룹이 선정되었다. 이러한 농촌관광 인지적 이미지에 대한 최적 군집수를 결정하기 위하여 PROC FASTCLUS procedure를 사용한 군집분석을 하였으며, 3개의 군집이 결정되었다. 각 군집은 ‘농촌체험활동군(군집 1)’, ‘농촌체험활동군(군집 2)’, ‘농촌휴양 활동군(군집 3)’으로 명명하였다.

관광행태 특성에 따라 인지적 이미지 유형에 따른 군집별 차이가 있는지 살펴보기 위하여 차이검증($P < 0.05$)을 한 결과 방문비용에 대해서만 유의한 차이가 있었으며 방문횟수, 동반자 및 동반자 수, 체류시간 등은 유의한 차이가 없었다. 농촌관광지에서의 비용은 농촌관광지의 인지적 이미지 형성에 영향을 미치는 요인으로 적절한 비용을 책정하고, 비용에 적합한 활동을 제공하는 것은 농촌관광에 대한 긍정적 이미지를 형성하는 역할을 할 수 있다.

농촌관광 인지적 이미지 유형에 따라 결정된 군집별

로 선호하는 농촌체험활동 참여유형을 분석하기 위한 차이검증($P < 0.05$)을 실시한 결과 농업체험, 요리관련 체험, 공예체험, 특산물 및 기념품 구입, 역사체험, 축제·이벤트 참여 활동에 관해서는 군집 간에 유의한 차이가 있었으나 농촌자연경관감상, 자연학습체험, 먹거리 체험에 관해서는 군집 간 유의한 차이가 없었다.

‘농촌체험활동군’의 경우 ‘농촌환경 및 서비스 활동군’이나 ‘농촌휴양활동군’과 비교하였을 때 다양한 농촌 체험활동에 참여하고자 하는 것을 알 수 있었으며, 특히 농촌마을 고유의 역사문화를 경험할 수 있는 적극적 체험활동을 좀 더 선호하는 것으로 나타났다. 이에 비해 ‘농촌휴양활동군(군집 3)’은 ‘농촌체험활동군(군집 1)’이나 ‘농촌환경 및 서비스활동군(군집 2)’과 비교할 때 적극적 체험활동 참여에 대한 선호가 비교적 약한 편으로 나타났다.

본 연구에서는 제주지역 농촌관광객에 형성된 인지적 이미지의 유형에 따라 집단을 구분하고, 이에 따라 농촌 체험활동의 참여유형이 어떻게 달라지는지에 대하여 살펴보았다. 이를 통하여 농촌의 물리적 환경이 형성하는 인지적 이미지 형성에 따라 농촌체험활동 참여에도 영향을 미친다는 것을 알 수 있었다.

개인의 감정적 반응이나 느낌과 같은 정서적 이미지 역시 이러한 농촌체험활동 참여에 영향을 미치는지에 대해서는 향후 연구에서 연구되어 질 필요가 있다.

또한 제주지역 농촌관광에 참여하는 농촌관광객은 지역적 특성상 타 지역의 농촌관광에 참여하는 농촌관광객과는 다른 독특한 특성을 지니고 있을 수 있으므로 연구의 공간적·시간적 범위를 다양하게 하고, 지속적인 연구를 통하여 비교·분석하여 제주지역 농촌관광 활성화에 기여할 수 있는 체계적인 이론정립이 필요할 것이다.

이 논문은 2016학년도 제주대학교 교원성과지원사업에 의하여 연구되었음

References

1. Baloglu, S., McCleary, Ken, W., 1999, A model of destination image formation, *Annals of Tourism Research* 26(4) : 868-897.
2. Butler R, Hall CM, Jenkins J(eds), 1998, *Tourism and Recreation in Rural Areas*, Wiley: Chichester.
3. Chen, P. J., Kerstetter, D. L., 1999, *International Students' Image of Rural Pennsylvania as a Travel Destination*, *Journal of Travel Research* 37(3) : 257-266.
4. Choi, H. Y., Yoon, Y. S., Park, J. D., 2014, The Effects of Selection Attributes of Agritourism as a Sextic Industry and the Preference Levels of Experience Programs on Behavior Intentions and Support Levels, *International Journal of Tourism and Hospitality Research* 28(2) : 185-198.
5. Choi, K. E., Ahn, H. J., 2014, A recent tourism trend analysis and prospects, *Korea Culture & tourism Institute*.
6. Choi, T. S., Kim, S. H., 2001, *Social science data analysis*, Seoul : Dasan.
7. Crompton, J., 1977, A systems model of the tourist destination selection decision process with particular reference to the role of image and perceived constraints, *Texas A & M University*, Ph. D.
8. Crompton, J. L., 1979, An assessment of the image of Mexico vacation destination and influence of geographical location upon the image, *Journal of Travel Research* 17(4) : 18-23.
9. Embacher, J., Francis B., 1989, A Repertory Grid Analysis of Austria's Image as a Summer Vacation Destination, *Journal of Travel Research* 27(3) : 3-7.
10. Fleischer, A., Pizam, A., 1997, Rural tourism in Israel, *Tourism management* 18(6) : 367-372.
11. Frochot, I., 2004, Benefit Segmentation of Tourist in Rural Areas: a Scottish Perspective, *Tourism Management*, April.
12. Greffe, X., 1994, Is rural tourism a lever for economic and social development?, *Journal of Sustainable Tourism* (2) : 22-40.
13. Gunn, C. A., 1972, *Vacationscape-Designing Tourist Regions*. Austin, Texas: University of Texas.
14. Han, S. G., 2009, The Effect of the Selection Attributes for Rural Tourism and Its Satisfaction, Revisiting Opportunity and Recommendation, *Journal of the Aviation Management Society of Korea* 7(2): 3-16.
15. Hwang, K. S., Um, S. H., 2005, The Effects of On-site Experience upon Tourist's Rural Amenity Image, *Journal of Rural Tourism* 12(2) : 97-115.
16. Jo, E. J., Jo, J. H., Kim, Y. G., 2010, Analyzing the Rural Tourism Research Trends via Review of the

- Thesis Subjects, *Journal of Rural Tourism* 17(3) : 163-202.
17. Jo, J. H., Kwon, J. H., 2004, The Evaluation of Expectation Level/Actual Satisfaction Level of European Attraction Attribute and its Relationship to Re-visitation/Recommendation, *Korean Journal of Tourism Research* 19(2): 19-34.
 18. Jo, R. H., 2003, (The) Effects of social capital of green tourism project areas on community people's participation in the project in rural Korea, Seoul University doctorate thesis.
 19. Kang, P. N., 2005, A Study on the Rural-Tour Destination Preference of Resident in Gwangju, *Journal of The Korean Urban Management Association* 18(3) : 3-21.
 20. Kang, S. G., 2013, Status and Problems of rural tourism, *Planing and policy*, (384) :36-42.
 21. Kang, S. G., 2014, *Rural Tourism*, Seoul : Daewangsa.
 22. Kim, B. K., Kim, Y. G., Park, S. H., 2013, Effects of Images of Rural Tourism on Tourists' Satisfaction and Revisit Intention: Case of Changpo and Woiam villages, *Journal of Tourism Sciences*, 37(1): 303-324.
 23. Kim, B. M., 2015, Development of An Image Scale relating to the Rural Tourism Using Sensibility Vocabulary, Daegu University doctorate thesis.
 24. Kim, C. R., 1992, Statistical box called SAS, Seoul : Date Reaserch.
 25. Kim, G., 2012, The effect of rural experience activity tourism on satisfaction and continuous participation, *Journal of Hotel & Resort* 11(2) : 239-257.
 26. Kim, H. J, Kim, S. J., 2012, Impact of Daejeon ppuri park tourist attraction selection attribute on tourist satisfaction and behavioral intentions: Image of tourist attraction as a moderated effect, *Journal of the Economic Geographical Society of Korea*, 15(4): 735-751.
 27. Kim, J. G., 2006, Research on the impact destination image has on tourists' choice of attractions, *Journal of Travel Study* (24) : 91-114.
 28. Kim, K, R., 2009, The Impacts of Rural Ecological Resources on the Tourist Destination Selection and Satisfaction : Focused on Rural Experience Tourism, Chatholic Kwandong University doctorate thesis.
 29. Kim, S. H., Um, S. H., 2011, Articles : The Effects of Rural Tourists On-site Experiences on Satisfaction of Service Quality and Attitude Change Related to Rural Village, *International Journal of Tourism and Hospitality Research* 25(3) : 91-108.
 30. Kim, Y. G., 2010, A Study on the Cognitive Image of on Rural Tourism Villages in Changpo, Wanju-Gun, Jeonbuk Province : The Case of the Urban Residents before and after Image, *Leisure Tourism Research* 16(0) : 25-43.
 31. Kim, Y. G., Park, S. H., 2011, Image Scale Development of Rural Tourism-village, *Journal of Rural Tourism* 18(2) : 1-22.
 32. Lane, B., 1994, What is Rural Tourism, *Journal of Sustainable Tourism*, 3 : 7-21.
 33. Lee, H. H., Park, D. B., Lee, M. S., 2006, Investigating Rural Tourist's Activity Preferences Hye Hyun Lee-Duk-Byeong Park-Minsoo Lee Rural Resource Development Institute, RDA, *The Journal of Culture & Tourism Research* 8(1): 305-326.
 34. Lee, I. J., Jo, K. I., 2003, Toward a Dynamic Model of Destination Image Formation: Examination of the Role of Expectation and Direct Experience on Image Formation, *Journal of Tourism Sciences* 27(1): 45-62.
 35. Lee, J. H., 2005., A Study on the Tourism Product Demand of Seogwipo Harbour based on the Concept of Life Style, *Journal of Tourism Sciences* 28(4) : 173-191.
 36. Lee, K. H., 2004, A Critical Study of Previous Literatures on Rural Tourism, *The Journal of Culture & Tourism Research* 6(1) : 333-343
 37. Lee, M. S., Park, D. B., Yoon, Y. S., 2006, A Benefit Segmentation of Tourists in Rural Areas, *Journal of Tourism Sciences*, 30(6) : 219-240.
 38. Lee, S. G., Oh, M. J., 2007, Articles : The effect of rural amenities and experience activities on rural tourism participation intention, *International Journal of Tourism and Hospitality Research* 21(3): 213-226.
 39. Lee, T. H., 1997, A Development of Korean Destination Image Measurement Scale, *Journal of Tourism Sciences* 20(2) : 80-95.
 40. Moon, S. H., Park, D. B., Kim, G. H., 2009, Analysis of Tourist Types Motivations and Experiences according to the Rural Tourism Destination, *International Journal of Tourism and Hospitality Research* 21(4) : 19-22.

41. Oh, M. J., 2007, Articles : The effect of rural amenities and experience activities on rural tourism participation intention, *International Journal of Tourism and Hospitality Research* 21(3): 213-226.
 42. Park, H. K., 2002, Rural Tourism and Extension Service System : The Israeli Case, *Korea Society of Agricultural Extension, Korean journal of agricultural extension* 9(2) : 161-171.
 43. Park, S. H., 2005, A Philosophical Study on the Concept and Type of Tourism, Experience and Transformation, *Journal of Rural Tourism* 12(1): 17-49.
 44. Park, S. H., 2007, *New Theory of Tourism Resources*, Seoul ; Ilsinsa.
 45. Park, S. H., Kim, Y. R., Kwon, I. H., Ryu, K. S., 2012, *Rural tourism Development Strategy in Korea*, Korea Rural Economic Institute.
 46. Park, S. W., 2011, A Study on the Impact of Tourist Motivation and Destination Image on Revisit Intention, *Journal of Hospitality and Tourism Studies*, (42): 57-71.
 47. Seo, C. H., Ko, H. S., 2013, The comparative studies on the effect of the Local festival image about visitors' behavioral intentions : Focused on 2007 Boseong Green Tea Festival & Hadong Wild Tea Cultural Festival, *Korean Journal of Hospitality and Tourism* 22(6): 175-191.
 48. Song, H. S., Park, S. H., 2006, The effect of lifestyle on the preference for rural amenity resources and participation in rural tourism activity, *Journal of Rural Tourism* 13(2) : 85-106.
 49. Yoon, J., Lim, K. U., 2009, The Influence of a Marketing Mix of Tourist Spot and a Tourism Image on a Visitor's Intention to Make a Second Visit, *Korean Journal of Hospitality and Tourism* 18(4): 261-285.
 50. Yoo, K. M., Kim, K. W., 2009, An Analysis of the Difference on Motivation and Rural destination choice factors and Preference of experiencing program on Rural tourism according to Family Life Cycle, *Journal of Tourism Sciences* 33(4): 403-426.
 51. Yoon, Y. S., Park, D. B., 2008, An Analysis of Residents' Social Capital Affecting Perceived Tourism Development Impacts in Rural Tourism Villages, *Journal of Tourism Sciences* 32(2) :193-211.
-
- Received 15 April 2016
 - First Revised 5 May 2016
 - Second Revised 25 May 2016
 - Finally Revised 30 May 2016
 - Accepted 30 May 2016

부록 - 인지적 이미지 및 체험활동에 대한 설문항목

1. 인지적 이미지 설문항목 구성

Classification	Chen & Kerstetter (1999)	Kim (2010)	Kim et al (2013)
Rural Experience program is beneficial .			
Rural Experience program is diverse.	●		●
To enjoy a variety of recreation.	●	●	
Can learn a traditional history, and culture of rural villages.	●		●
Village residents and staff are friendly	●		●
Tourism information and reservation systems are convenient.	●		
The natural environment is well preserved.	●	●	
To enjoy the rural landscape.		●	●
The prices used are appropriate.			
Equipped with amenities.	●	●	●
Appropriate accommodation facilities available in rural community experience.	●		
To enjoy a traditional food.		●	●
The quality of local produce sold is excellent.		●	●

2. 농촌 체험활동에 대한 설문항목 구성

Classification	Song & Park (2006)	Lee & Oh (2007)	Kim & Yoo (2008)	Kim (2012)
Agricultural Experience	●	●	●	●
rural natural Scenery appreciation	●	●		
Natural learning experiences (Animals, plants of observation, collecting etc.)	●	●		●
Cooking Experience (Making traditional food etc.)			●	●
Craft Experience (dyed goods, woodcraft etc.)	●	●		
Food eating experiences (Traditional food to eat etc.)	●	●		●
Local produce and souvenir shopping		●		
History Experience (Visit historical sites etc.)	●	●	●	●
Participation in festivals and events			●	

※ 'Rural Experience program is beneficial '항목은 체험 프로그램의 다양성과는 구분하여 유익성에 대하여 측정하는 것이 필요할 것으로 사료되어 연구자가 설문항목에 포함하였음.