

지역 관광자원을 연계한 네트워크형 농촌관광상품 참가자의 중요도-수행도 분석 - 전남 담양군 네트워크형 농촌관광상품을 중심으로 -

이희창 · 김선희*

전라북도 순창군청 · *농촌진흥청

A Study on the participant's perception of importance and performance in rural tourism network products with local tourism resources - focused on the rural tourism network products of Damyang Gun -

Lee, heechang · Kim, seonhee*

Jeonbuk Sunchanggun · *RDA(Rural Development Administration) STRONG Support Center

ABSTRACT : The purpose of this study was to analyze the participant's perception of importance and performance of rural tourism network products that are linked with local resources, and propose the implications on the development direction of such products. The focus is on helping rural tourism network products acquire competencies that will help them evolve their business and differentiate themselves. To reach these objectives, a survey was designed through theoretical research on the motive of rural tourism and on agritourism networks. The survey was carried out on visitors to rural communities that produce rural tourism network products from November, 2015, to January, 2016 using 165 copies of a questionnaire after distributing 175 copies. The first quadrant 'continue and sustain', an area of high importance and high performance, included trial program components, stress reduction, getting away from daily routines, gaining new experiences, comfort, experiencing rural culture, travel expenses, and making memories with family. The second quadrant 'requires intensive improvement', an area of high importance but low performance, included having diverse trial programs, refreshment, experiencing agriculture, and education of children. Therefore, continuous interest is required for the area of 'maintenance' just as it is for activating educational farms in rural communities and a more fundamental improvement in the operation should be made for the area of 'intensive management'.

Key words : IPA(ipa), Local Tourism Resources, Network, Rural Tourism.

1. 서 론

최근 관광 트렌드 가운데 하나는 현지의 삶과 문화를 즐기는 지역밀착형 로컬여행(local travel) 증가와 직접 체험을 중시하는 체험관광 확산이다(Korea Culture & Tourism Institute, 2015). 로컬여행과 체험관광은 그 수요

가 증가하는 농촌관광의 주요 상품이다.

실제로 지난 1년 간 농촌관광을 경험한 정도가 2003년 8.1%에서 2012년에는 24%로 크게 증가(Korea Rural Economic Institute, 2012)하였다. 구체적으로 농촌관광을 국내여행 이동총량에 대비해 보면 2009년에 3.5%였으나, 2012년에는 5.7%로 추정되어 3년 만에 1.5배 정도 성장하였고, 국내여행 경험횟수에서 농촌관광이 차지하는 비중도 2009년에 1.8%에서 2012년에는 4.2%로 높아졌다. 국내여행 경험횟수는 감소하는 추세인데 비해, 농촌관광 경험횟수는 증가하는 것으로 나타나 국내여행 중 농촌관

Corresponding author : Kim, Seon-Hee
Tel : 061-330-2798
E-Mail : europe0201@hanmail.net

광의 역할이 커지고 있음을 짐작할 수 있다(Kim et al., 2012).

이처럼 농촌관광이 양적으로 증가하고 있으나 콘텐츠나 프로그램에 대한 참여자의 만족도는 낮은 편이다. 농촌진흥청 국립농업과학원(2014)에서 실시한 「도시민 농촌관광 실태조사」 결과가 이를 방증한다. 이 연구에서 농촌관광 만족도에 대해 농촌관광 인프라, 접근성, 각종 관광콘텐츠 프로그램, 안내 정보, 마을자원매력 등 5개 부분으로 측정한 결과, 농촌관광 종합만족도는 76.1점이었으나 ‘각종 관광콘텐츠 프로그램’에 대한 만족도는 60.6점으로 가장 낮게 나타났다. 특히 2011년에 비해 2014년에는 각종 관광콘텐츠/프로그램에 대한 만족도가 -9.1점 감소하였다.

관광콘텐츠/프로그램에 대한 만족도가 낮은 것은 현재 우리나라의 농촌관광이 농가의 핵심적인 비즈니스라기보다는 농가부업의 측면에서 시작된 경우가 대부분이기 때문에 다양한 욕구를 가지고 있는 농촌관광객 요구에 민감하게 대응하지 못했기 때문이다(Kim et al., 2013). 이러한 다양한 욕구에 부응하기 위해 최근 등장하고 있는 것이 바로 네트워크형 농촌관광 상품이다.

농촌관광 네트워크는 농촌의 자원 또는 마을 등 기존에 흩어져 있는 다양한 관련 요소들을 보다 체계화시키고 연계하는 것(Ryu et al., 2009)으로 농촌관광 공급자 네트워크화를 의미한다. 즉, 농촌관광 공급자 네트워크화는 농촌관광 정착기에 나타나는 특징으로 공급자 및 중개자 조직(Park et al., 2012)을 말하며, 이를 통해 지속 가능한 체험관광 비즈니스 도출이 가능(Kim et al., 2009)하다. 즉, 앞서 「도시민 농촌관광 실태조사」 결과에서 언급한 것처럼 각종 관광콘텐츠/프로그램에 대한 만족도가 지속적으로 낮아지고 있으므로 그동안 단일농장 단위에서 이루어지는 농촌체험관광의 한계를 극복하는 대안으로서 네트워크형 농촌관광을 주목한 것이다.

본 연구는 전남 담양군에 소재하고 있는 농촌체험관광 주체 3곳이 참여한 순수민간단체인 농촌관광네트워크사업단의 농촌관광상품 이용자를 대상으로 관련된 항목들에 대한 분석을 통하여 농촌관광 네트워크 상품의 경쟁력 확보에 기여하고자 하는 목적으로 실시되었다.

II. 이론적 연구

1. 농촌관광 동기

동기는 인간의 행동을 자극하고 지시하며, 통합하는 내부적인 요인으로 인간으로 하여금 관광활동에 참여하

게 만드는 필요와 욕구의 집합체(Lee et al. 2006)이며, 실제로 관광활동으로 옮기게 하는 심리적인 힘(Iso-Ahola, 1982)이다. 이러한 동기는 소비자 욕구나 개인적인 여건이나 사회, 경제, 환경, 시대에 따라서도 달라질 수 있고, 또 여러 가지의 동기요인들이 서로 복합적으로 영향을 미치기도 하기 때문에 학자들도 매우 다양한 관점에서 접근하고 있다(Kim et al., 2009).

농촌관광 분야에서도 동기에 대한 연구가 활발하게 진행되고 있으며, 그 결과도 다양하게 나타나고 있다. 예컨대, Kim et al.(2001)은 농촌관광 동기를 자연경관을 즐기기 위해서, 휴양하기 위해서, 자녀교육을 위해서, 스트레스를 해소하기 위해서 등으로 설명하였으며, Kim(2005)은 다양한 체험 추구, 교육적 체험 희망, 먹을거리 등 체험 희망, 고향방문, 휴식 추구 등 다섯 가지로 구분하였다.

Oh et al.(2005)은 농촌체험마을 주된 방문동기를 휴식과 기분전환, 전통문화와 농촌체험, 자연경관감상으로 분석하였으며, Jo(2006)은 농촌생활경험, 일상생활탈피, 교육적 목적, 나들이를 좋아해서, 향토음식을 먹어보려고, 친환경농산물 구매 등 19가지로 구분하였다. 반면, Kang(2007)은 색다른 경험과 재미, 자녀교육, 휴식·휴가, 농촌의 향수, 저비용 여가생활, 농산물 구입, 친인척 방문으로 구분하였고, Park et al.(2011)은 재충전, 흥미, 농촌생활, 학습, 사고, 가족 등 여섯 가지로 구분하였다.

Kim et al.(2012)은 농촌관광동기를 일상탈출·휴식, 자녀교육, 지역축제 참가, 농업체험, 새로운 경험·지식 획득, 농촌자연경관, 농·특산물 구입, 유대관계 증진·위락 등 10개로 구분하였다. 반면 농촌진흥청 국립농업과학원(2014)에서는 Kim et al.(2012)의 6개 항목(일상탈출·휴식, 유대관계증진·위락, 새로운 경험·지식 획득, 품격·생활여유, 자녀교육·가족화합, 농촌자연경관 감상)을 활용하여 동기를 분석하였다.

2. 농촌관광에서의 네트워크

네트워크의 개념에 대해서는 분야에 따라 다양한 정의가 가능하지만, 일반적으로 지역 간 상호작용(Lee, 2017)으로 정의하고 있다. 즉, 네트워크는 특정 대상들 간의 상호 연결상태를 나타내는 용어(Jung, 2017)로 개인과 개인, 집단과 집단, 지식, 정보, 장소, 조직 등 주체의 의미를 나타내는 노드(node)와 노드와 노드 사이의 관계를 나타내는 링크(link)로 표현된다(Kim et al., 2016).

본 연구에서 농촌관광 네트워크는 농촌의 자원 또는 마을 등 기존에 흩어져 있는 다양한 관련 요소들을 체계화시키고 연계한다는 측면에서 보다 광역화된 의미를 담

고 있다(Ryu et al., 2009). 즉, 네트워크사업의 효율적 운영을 위해 참여주체가 공동으로 사용가능한 리플릿과 포장지(포장박스와 비닐봉투)를 개발하거나 공동으로 운영하는 네트워크 상품을 개발하는 등 지역 내의 경쟁력 있는 농촌자원과 국내외에서 인지도가 높은 지역 관광자원을 상호 연계하여 적극적으로 활용하고자 하는 목적으로 구성된 것이다. 그러므로 농촌관광 주체 세 곳이 노드가 되고, 이들 노드 사이의 관계를 연결하는 역할을 농촌관광네트워크사업단에서 진행하는 형태로 운영되고 있는 것이다.

Kim et al.(2010)은 네트워크 관계는 관광자원과 시설, 인력 등을 공동으로 활용하여 투자의 중복을 방지하고 그 재원을 다른 인프라 구축에 투자하는 등 공동협력을 통한 효율성 추구로 긍정적인 시너지 효과를 기대할 수 있다고 밝히고 있다. Ryu et al.(2009)도 네트워크형 농촌관광 구축은 농촌관광활동을 수행하는 해당 지자체의 개별농가 또는 마을단위 농촌관광 사업체들을 구성원으로 하는 민간조직이 주체가 되어 상호연계성에 입각한 네트워크가 구축되어야 함을 지적하고 있다.

Lee et al.(2010)은 커뮤니티 관광개발 초기단계에서 나타나는 이해관계자 간 협력관계 특성을 파악하고 협력관계를 강화할 수 있는 방안을 연구한 결과, 이해관계자들 간 권한부여와 정보공유를 확대할 필요가 있는 것으로 나타났다.

Park et al.(2014)는 패키지 관광상품에 포함된 관광목적지 간의 사회네트워크 분석에서 다양한 관광목적지의 경험을 할 수 있다는 장점을 가지고 있지만, 시간의 부족과 관광목적지 이동에서 발생하는 스트레스 등으로 인한 관광소비자의 만족도에 부정적인 영향을 미칠 수 있다고 밝히고 있다.

본 연구에서 농촌관광 네트워크는 농촌자원은 물론 지역에 산재하는 다양한 관광자원 등을 연계하여 농촌관광을 활성화한다는 의미를 담고 있다.

III. 조사 설계

1. 측정항목 도출

본 연구에서 사용한 농촌관광 동기항목은 Kim(2014), Park et al.(2011), Kang(2009), Jo(2006), Kim et al.(2010), Kim et al.(2009), Kim et al.(2001)의 연구를 참고하여 구성하였다. 이렇게 구성된 항목들은 각각 문항별로 중요도와 수행도를 조사한 뒤, 최종적으로 중요도-수행도를 분석하였다.

설문문항은 33개로 농촌관광 동기 23개(지역자원과 연계한 농촌관광 프로그램 요인 8개, 접근성 요인 3개, 재충전 요인 5개, 농촌성 요인 4개, 가족교육 요인 3개), 인구통계적 특성 10개(성별, 연령, 학력, 직업, 가계소득, 동행자, 거주지, 목적지까지의 소요시간, 농촌관광 형태, 농촌관광 경험횟수)이다. 농촌관광 동기에 대한 설문항목은 5점 리커트 척도(1=전혀 그렇지 않다, 3=보통, 5=매우 그렇다)로 측정하였다.

2. 연구대상 및 자료수집

본 설문조사는 전남 담양군에 소재하고 있는 농촌관광 주체 3곳(체험마을, 농촌교육농장, 다도 체험농장)이 회원으로 참여한 순수민간단체인 농촌관광네트워크사업단의 농촌관광상품 이용자를 대상으로 실시하였다. 이들이 구성한 네트워크 상품은 당일, 1박 2일, 2박 3일 등 총 8종류이며, 비용은 성인 1인 기준(2시간 기준)으로 12,000원~30,000원으로 구성되었다. 체험객은 보통 당일 상품을 이용하였다. 구체적인 내용은 <Table 1>과 같다.

Table 1. Rural Tourism Network Products with Local Resources

rural experiences	rural experience farm A	See botanical garden, planting, make key chain with pressed flower
	experience village	make boiled rice with a bamboo tube, planting, see animal farm
	rural experience farm B	tea etiquette, take a walk in a bamboo grove, traditional music performance
local tourism resources	Metasequoia road, Juknokwon, Changpyeong slow city, Gwanbangjerim forest, etc.	

설문조사 기간은 2015년 11월 15일부터 2016년 1월 15일까지이며, 조사는 담양군 농촌관광 네트워크 상품의 최종목적지인 용흥리에서 실시되었다. 설문조사는 해당 프로그램을 종료한 시점에서 참가자에게 설문조사의 목적을 설명하고, 설문조사에 참여할 의향이 있는 응답자에게 자기기입식 설문조사방법을 통하여 실시되었다.

3. 자료수집 및 분석방법

설문조사를 통해 총 175부의 설문지를 회수하였으며, 이중에서 불성실한 10부를 제외한 165부를 최종분석에 이용하였다.

본 연구에서 수집된 자료는 SPSS Window 24.0을 이

용하여 분석하였다. 먼저 유효표본의 인구통계적 특성을 파악하기 위하여 빈도분석(frequency analysis)을 실시하였다. 그리고 처음에 33개의 문항으로 설문을 실시하였으나, 신뢰도를 높이기 위해 3개 항목을 제거(프로그램 참여인원, 프로그램 소요시간, 프로그램 진행방법)한 뒤 30개 항목으로 신뢰성(reliability)과 타당성(validity)을 검증하였다. 크롬바흐 알파(Cronbach's α)를 활용하여 요인

분석을 실시하였으며, 중요도와 만족도 차이는 대응표본 T-test를 활용하였다. 마지막으로 지역 관광자원을 연계한 농촌관광 네트워크 상품의 중요도-수행도(IPA: Importance Performance Analysis)를 평가하였다. IPA는 설문응답자가 중요하게 생각하는 속성과 그 속성을 공급자가 어느 정도 수행하였는가를 직접적으로 비교하여, 가독성이 우수한 도표(matrix)를 산출할 수 있다는 이유로 전략적 선택이 필요한 수많은 마케팅적 의사결정의 근거로서 이용되어져 왔다(Jeong et al., 2010).

Table 2. Characteristics of Respondents(n=165)

Category		N	%
Gender	Male	77	46.7
	Female	88	53.3
Age	20's	22	13.3
	30's ~ 40's	129	78.2
	50's ~60's	10	6.1
	60's or above	4	2.4
Education	High School	20	12.1
	University	107	64.8
	Graduate School or above	38	23.1
Residence	Gyeonggi	33	20
	Chungcheong	20	12.1
	Gyeongsang	17	10.3
	Jeolla	87	52.7
	others	8	4.9
Companion	Family	70	42.4
	Friends/Couples	20	12.1
	Group	65	39.4
	Others	10	6.1
The Time Required	Below 1 hours	75	45.5
	1~2 hours	40	24.2
	2~3 hours	16	9.7
	More than 3 hours	34	20.6
Type	One day trip	95	57.6
	Lodging trip	70	42.4
Occupation	Government Employee	12	7.3
	Company Employee	23	13.9
	Private Business	16	9.7
	Housewife	42	25.5
	Teacher	64	38.8
	Others	8	4.8
Income	Below 2million won	74	45.5
	2~3million won	66	40.0
	3~5million won	20	12.1
	Above 5million won	5	2.4
Frequency	1	60	36.4
	2	96	58.1
	More than 3	9	5.5

IV. 분석결과

1. 응답자의 인구통계적 특성

본 설문에 응답한 조사대상자들의 일반적인 특성을 파악하기 위하여 빈도분석을 실시하였다. 결과는 <Table 2>와 같다. 총 응답자 165명 가운데 남성은 77명(46.7%), 여성은 88명(53.5%)이며 거주지는 농촌체험농장이 위치한 전라지역이 52.7%로 가장 많은 비중을 차지하고 있으며, 관광유형은 당일이 95명(57.6%)을 차지하고 있다.

2. 측정도구의 신뢰성 및 타당성 분석

본 연구에 사용된 측정변수의 신뢰성과 타당성을 분석하였다. 신뢰성은 설문문항의 개념을 측정하는데 올바른 도구인가 혹은 정확하게 측정하였는가, 반복적으로 측정해도 비슷한 값을 얻을 수 있는가를 살펴보는 것이다(Kim, 2009). 본 연구의 신뢰성(Cronbach's α)은 0.694에서 0.839로 나타났다. 대체로 0.60이상이면 아쉬운 대로 쓸 만하다고 할 수 있고, 0.8이상이면 상당히 신뢰할 만한 측정이므로(Seo, 2010), 본 연구의 신뢰도는 수용가능한 수준이라고 할 수 있다. 구체적으로 프로그램 콘텐츠 요인은 0.826, 재충전 요인은 0.716, 농촌성 요인은 0.710, 접근성 요인은 0.839, 가족/교육 요인은 0.694로 나타났다.

타당성 검사는 설문문항의 내용이 추상적 개념을 측정하는데 적합한 것인지를 살펴보기 위한 것(Kim, 2009)으로 여기에서는 탐색적 요인분석을 실시하였으며, 주성분분석(Principal Component Analysis)과 배리맥스(varimax) 회전을 활용하였다. 고유값(eigen value)이 '1' 이상이 되는 요인만을 인정하는 방법으로 20개 문항을 동시 투입한 결과, 5개 요인에 69.88% 설명력을 보였다. 신뢰성 및 타당성 분석결과는 <Table 3>에 제시하였다.

Table 3. Result of Factor Analysis

Factors	Variables	Factor Loading	E-value	Variance(%)	Communality	Reliability
program contents	program components	.788			.733	
	uniqueness of program	.731			.619	
	linked with farm village and local resources	.719	7.270	18.207	.723	.826
	local food	.659			.748	
accessibility	have a variety of experiences	.547			.455	
	a place easy to get	.802			.848	
	geographical accessibility	.797	2.661	16.207	.769	.839
recharge	travel expenses	.731			.726	
	stress reduction	.693			.625	
	take a rest in farming area	.608			.697	
	get away from daily routine	.572	1.056	10.286	.644	.710
	recharge	.563			.632	
family/education	new experiences	.544			.611	
	make memories with family	.767			.701	
	create strong bond with family	.681	1.284	10.678	.800	.694
rurality	education of children	.502			.535	
	enjoy the rural scenic landscape	.808			.786	
	amenity	.751	1.707	14.690	.707	.822
	experience the rural culture	.714			.761	
	experiences of an agricultural life	.664			.648	

Total Variance Extracted=69.888%, KMO=.729, Bartlett's Test=847.290, df=171 p<.000

**p<.01, *p<.05(P=program contents, A=accessability, R1=Recharge, F/E=family/education, R2=rurality)

3. 측정변수 간 상관관계분석

본 연구에서 사용된 측정개념 간의 판별타당성 충족 정도와 요인 간 관계의 방향과 정도를 파악하기 위하여 Pearson 상관관계를 분석하였다. Pearson 상관계수는 -1~1의 값을 가지는데, 일반적으로 0.1~0.3 사이는 약한 양(+)의 상관관계를, 0.3~0.7은 뚜렷한 양(+)의 상관관계가 있는 것으로 판단한다.

본 연구에서 가장 낮은 상관관계를 보이고 있는 것은 ‘접근성과 프로그램 콘텐츠’로 상관계수가 0.233이며, 가장 높은 상관관계를 보이고 있는 것은 ‘농촌성과 재충전’으로 상관계수로 0.479로 나타났다. 전체적으로 상관계수가 0.233부터 0.482까지로 나타나 상관관계는 다소 약하지만 측정개념 간 상관성은 유의미한 것으로 볼 수 있다.

Table 4. Correlation Analysis Result

	p	A	R1	F/E	R ²
p	1				
A	.233*	1			
R1	.432*	.343**	1		
F/E	.375**	.264**	.482**	1	
R2	.367**	.327**	.479**	.246*	1

4. 기술통계 분석결과

농촌관광 네트워크 상품에 대한 중요도 항목과 수행도 항목이 어떻게 다른지 비교하기 위하여 대응표본 T-test를 실시하였다. 분석결과는 <Table 5>와 같다. 중요도가 높은 항목은 스트레스 해소(4.39), 쾌적성(4.20), 다양한 체험프로그램 경험(4.19), 일상탈출(4.18), 가족과 추억 만들기(4.15), 농촌생활 체험(4.11), 자녀교육(4.10) 등의 순이었다. 반면 수행도가 높은 항목은 프로그램 독특성(4.32), 농촌과 지역 관광자원 연계(4.31), 스트레스 해소(4.25), 일상탈출(4.23), 여행비용(4.22), 지리적 인접성(4.21) 등의 순이었다. 중요도가 높은 항목과 수행도가 높은 항목은 대체로 다른 것으로 볼 수 있다.

다음으로 중요도와 수행도 차이는 중요도에서 수행도를 빼 값으로 중요도에 대한 수행도를 평가하는 지표이다. 음(-)의 값이 크게 나올수록 중요도에 비해 수행도가 높은 항목으로 볼 수 있으며, 농촌과 지역문화자원 연계(-0.57), 지리적 인접성(-0.54), 교통 편리성(-0.52), 프로그램 콘텐츠 독특성(-0.45), 농촌지역에서의 휴식(-0.45) 등이 해당되는 것으로 나타났다. 중요도에 비해 수행도가 높다는 것은 이 항목에 대한 추가적인 노력이나 투자가 불필요하다는 것을 의미하므로 현재의 상태를 유지하는 것이 바람직하다고 할 수 있다.

그리고 양(+)의 값이 크게 나올수록 중요도에 비해 수행도가 낮은 항목으로 자녀교육(0.28), 지역음식(0.27), 재충전(0.26) 등으로 나타났다. 양(+)의 값이 높은 항목일수록 개선이 시급하다고 할 수 있으므로 자녀교육에 도움이 되는 방안이나 지역음식에 대한 욕구충족 반영방법, 재충전에 도움이 되는 요소가 무엇인지 등에 대한 고찰이 필요한 것이다.

5. IPA 결과

지역자원을 연계한 농촌관광 네트워크상품에 대한 IPA matrix는 <Figure 1>과 같으며, 이를 <Table 6>과 같이 정리하였다. 제1사분면은 중요도와 수행도가 모두 높은 영역으로 8개(40%), 제2사분면은 중요도는 높으나 수행도가 낮은 영역으로 4개(20%), 제3사분면은 중요도와 수행도가 모두 낮은 영역으로 3개(15%), 제4사분면은 중요도는 낮으나 수행도가 높은 영역으로 5개(25%) 항목이 포함되었다.

연구결과는 다음과 같다. IPA 제1사분면 ‘지속유지’ 영역은 중요도와 수행도가 모두 높은 영역이므로 향후 지속적으로 유지·강화시켜야 할 부분이다. 본 연구에서는 프로그램 구성내용, 스트레스 해소, 농촌문화 경험, 가족과 추억 만들기, 지리적 접근성, 교통편리성, 농촌지역에

서의 휴식, 농촌생활 경험 등이 포함되었다.

Ryu et al.(2009)과 Kim(2012)에서도 선호도가 높은 체험관광프로그램은 농촌생활체험으로 나타나 농촌지역에서의 정서적인 휴식과 교류가 중요하다는 점을 밝히고 있다. Jo(2006)도 농촌관광을 계획하는 이유 중 하나로 ‘농촌생활체험’을 들었으며, Kim et al.(2015)도 외국인 관광객의 농촌관광 선택속성에 따른 IPA 결과에서 농촌관광선택 시 가장 중요하게 생각하는 속성에 체험프로그램이 포함되어 있다. Jang(2010)는 농촌관광 방문객 만족 결정요인에서 체험프로그램과 농촌성 등이 영향력을 미

Table 6. Result of IPA Matrix

quadrant	Variables
1st quadrant(8)	program components, stress reduction, experience rural culture, make memories with family, geographical accessibility, a place easy to get, take a rest in farming area, experiences of an agriculture life
2nd quadrant(4)	recharge, education of children, local food, create strong bond with family
3rd quadrant(3)	have a variety of experiences, enjoy the rural scenic landscape, travel expenses
4th quadrant(5)	uniqueness of program, linked with farm village and local tourism resources, amenity, get away from daily routine, new experiences

Table 5. Perception Gap of Importance and Performance

Factor	Variables	Importance		Performance		Gap(I-P)	t(P)
		Mean	ST	Mean	ST		
program contents	program components	3.99	1.28	4.12	1.31	-0.13	5.636(.000)***
	uniqueness of program	3.87	1.12	4.32	0.08	-0.45	6.545(.000)***
	linked with farm village and local resources	3.74	1.01	4.31	1.03	-0.57	5.633(.000)***
	local food	3.86	0.87	3.59	0.67	0.27	8.323(.000)***
accessibility	have a variety of experiences	4.19	1.01	3.79	0.98	0.4	1.065(.000)***
	a place easy to get	3.47	1.09	3.99	1.23	-0.52	6.419(.000)***
	geographical accessibility	3.67	0.87	4.21	1.67	-0.54	5.231(.002)**
refreshment	travel expenses	4.08	0.98	4.22	1.23	-0.14	3.568(.005)**
	stress reduction	4.39	0.78	4.25	1.02	0.14	3.247(.000)***
	take a rest in farming area	3.70	1.02	4.15	1.22	-0.45	4.441(.000)***
	get away from daily routine	4.18	0.76	4.23	0.98	-0.05	3.137(.000)***
	recharge	4.06	1.05	3.8	1.14	0.26	4.664(.000)***
family/education	new experiences	4.05	0.81	4.13	0.93	-0.08	4.751(.000)***
	make memories with family	4.15	1.01	4.02	1.19	0.13	5.658(.000)***
	create strong bond with family	3.70	0.98	3.84	0.78	-0.14	4.923(.000)***
rurality	education of children	4.10	0.75	3.82	0.56	0.28	6.344(.001)**
	enjoy the rural scenic landscape	3.81	0.90	3.75	1.04	0.06	5.732(.000)***
	amenity	4.20	0.75	4.04	0.67	0.16	7.762(.000)***
	experience rural culture	3.94	0.93	3.82	0.89	0.12	2.723(.000)***
	experiences of an agriculture life	4.11	0.79	4.17	1.15	-0.06	3.143(.000)***

***p<.001, **p<.005

치는 것으로 나타났다.

둘째, 집중개선 영역에 관한 내용이다. IPA 제2사분면 ‘집중개선’ 영역은 중요도가 높음에도 불구하고 수행력이 현저하게 낮아 개선대책 수립이 필요한 부분이다. 구체적으로 가족과의 유대감 증진, 재충전, 지역음식, 자녀교육이 포함되었다.

Kim et al.(2009)에서는 자녀를 동반한 가족중심 잠재 방문객의 농촌관광 참여동기는 ‘자녀의 체험학습을 위하여’가 가장 높게 나타났으며, Min et al.(2012)은 농촌관광은 가족 중심으로 진행되고 있으므로 가족화목과 교육적인 측면에서 의미를 가지고 있음을 밝히고 있다. Park et al.(2011)는 관광동기의 재충전요인이 만족에 영향을 미칠 것이라는 가설을 검증한 결과, 재충전요인은 만족이 유의한 부(-)적인 영향을 미치고 있었다. 이는 현재 농촌관광이 방문객의 재충전동기를 충족시켜 주지 못하고 있다는 것을 의미하며, 농촌관광을 통해 자연을 느끼고 아름다운 경관을 감상하며, 색다른 경험을 통해 일상의 긴장과 피로를 풀고 심신을 재충전할 수 있도록 농촌관광의 환경과 프로그램 운영에 세심한 관심을 기울여야 함을 의미한다.

IPA 제3사분면 ‘낮은 우선순위’ 영역은 중요도와 수행

도가 모두 낮은 부분으로 본 연구에서는 다양한 종류의 체험, 농촌경관 감상, 여행비용이 포함되었다.

그러나 본 연구와는 달리 Song et al.(2009)은 농촌체험관광지 요구도에서 자연환경요인이 가장 크게 작용하고 있음을 밝히고 있으며, Yoo et al.(2009)에서도 농촌관광지가 타인과의 교류보다는 가족단위의 휴식이 중요해지는 장소이므로 자연자원 매력성이 무엇보다 중요한 장소임을 보여주고 있다. Oh(2007)도 농촌의 독특한 경관미와 지역적 특성이 담긴 고유한 문화가 농촌으로 관광객을 유인할 수 있는 주요요소라고 밝혀 본 연구와 다른 결과를 보이고 있다. 여기에서 여행비용이 낮은 우선순위에 나타난 것은 대체로 농촌체험비용이 저렴하기 때문인 것으로 판단된다. Kim et al.(2015)에서는 과잉노력 지양 항목으로 나타나 농촌체험비용은 적절하게 판단된다.

IPA 제4사분면 ‘과잉노력 지양’ 영역은 중요도는 낮지만 수행도가 높아 이 항목에 대한 추가적인 개선노력은 불필요함을 의미한다. 본 연구에서는 프로그램의 독특성, 농촌과 지역 관광자원 연계, 일상탈출, 새로운 경험 등의 내용이 포함되었다. 이러한 항목은 현행유지로도 충분하다고 할 수 있다.

V. 토 의

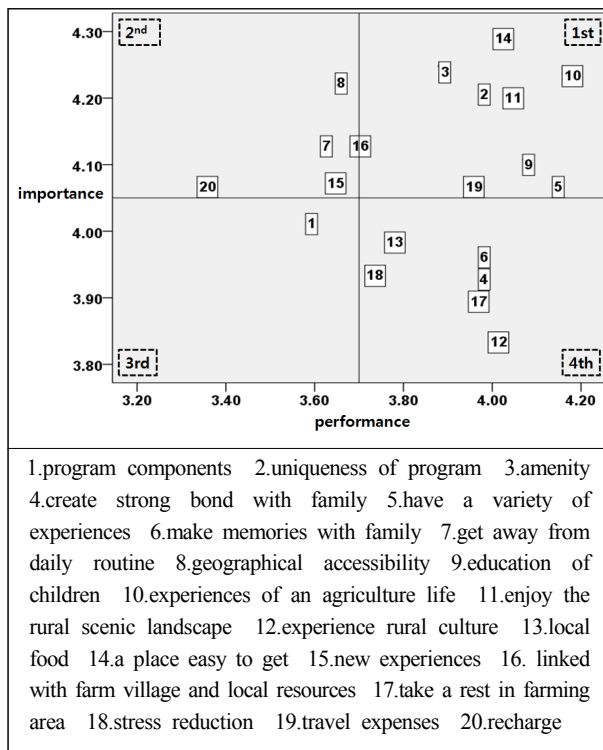


Figure 1. Result of IPA of the Rural Tourism Network Products linked with local tourism resources.

본 연구는 지역 관광자원을 연계한 농촌관광 네트워크상품 참가자의 중요도와 수행도를 분석하고, 농촌관광상품 개발방향에 대한 시사점을 제안하기 위한 것이다.

본 연구를 통해 다음과 같은 실무적 시사점을 찾을 수 있다. 첫째, 중요도에 비해 수행도가 낮은 항목으로 나타난 자녀교육, 지역음식, 재충전, 가족과의 유대감 증진 항목에 대한 개선이 시급하다는 것이다. 예컨대, 체험 프로그램에 초등학교 교과와 관련된 요소를 추가하거나 판넬이나 현수막 등을 활용해 농장 내에 체험과 관련된 다양한 정보를 제공하는 것이다. Ryu et al.(2013)은 농촌 체험 중심형 프로그램은 정규 교육과정이나 학교교육과 연계하는 것이 성공요인임을 밝히고 있고, Lee(2013)도 교과내용과 연계되고, 학년에 적절한 프로그램을 실시하여 학교교육활동을 보완할 필요가 있다는 지적을 하고 있으므로 참고할 필요가 있다.

그리고 지역음식에 대한 중요도가 높으므로 지역의 농·특산물을 활용한 요리체험프로그램을 적극적으로 개발하는 것도 바람직하다. 현재 판매되는 상품에는 담양 지역의 명물인 ‘대통밥 만들기 체험’만 포함되어 있으나, 이 외에 계절별로 죽순 수확 및 죽순 무침 만들기, 딸기 (멜론, 블루베리 등) 수확 및 생과일주스 만들기, 조청

및 창평 쌀엿 만들기 등 지역음식을 경험하도록 구성내용을 변경할 필요가 있다. 재충전을 돕기 위해 체험객을 위한 휴게공간이나 휴게시설도 별도로 마련되어야 할 것이다. 대부분의 체험농장이 생산시설 위주로 구성되어 있어 부족한 휴게공간인 벤치나 그늘막 등의 확충을 위한 노력이 필요할 것이다.

둘째, 중요도와 수행도가 모두 높은 영역에 관한 내용이다. 프로그램 구성내용, 스트레스 해소, 농촌문화 경험, 가족과 추억 만들기, 지리적 접근성, 교통 편리성, 농촌 지역에서의 휴식, 농촌생활 경험 등이 해당되므로 이러한 요구에 부응하기 위해 프로그램의 구성내용을 변경할 필요가 있다. 예컨대, 체험프로그램에 가족 1~2인만이 참여하는 것이 아니라 체험에 동행한 가족구성원 전체가 참여하여 결과물을 만들도록 하는 것이다. 체험프로그램에 부모와 아이가 함께 참여해야 가능한 내용을 추가하거나 혹은 체험 마지막에 가족이 함께 참여한 모습을 촬영한 사진 콘테스트를 하는 방식이다. 그리고 체험객에게 새로운 경험을 주기 위해서는 그동안 일반적으로 보아온 형태인 농작물 수확체험보다는 수확한 농산물을 활용한 추가체험을 진행하는 것이 훨씬 바람직하다. 예컨대, 딸기수확 후 딸기잼 만들기, 블루베리 수확 후 생과 일주스 만들기, 쌈채소 수확 후 샐러드 만들기, 조청 만들고 식빵에 조청 발라먹기, 비누 만들고 비누를 선물할 분께 감사편지 쓰기, 딸기 모종심고 딸기에게 이름표 달아주기 등이다.

셋째, 농촌관광 네트워크 상품이 활성화되기 위해서는 지역 내 개별단위 농촌관광자원 및 체험농가를 하나의 공동단위로 네트워크 하는 것이 가장 시급하며, 이러한 네트워크를 통해 마을과 마을, 지역과 지역 등의 농촌관광 자원의 공유와 고객정보의 공동운용을 통한 합리적인 판매와 수입이 이루어져야 할 것이다. 현재 국내 농촌관광은 다년간의 노력 끝에 기본적인 체험상품 구성과 인력양성에는 소정의 성과를 거두었다고 할 수 있으나, 마을 및 개별 자원간의 유기적인 연계체계가 미흡하여 보다 강력한 시너지 효과를 이끌어내지 못하고 있는 실정(Ryu et al., 2009)이기 때문이다.

넷째, 연구대상이 된 프로그램은 당일과 1박 2일, 2박 3일 등 8종이 있었으나, 일반적으로 당일상품을 선택하여 체험에 참여하였다. 그러므로 다양한 관광목적지의 이동보다는 체류에 적합한 관광목적지를 선정하고 그에 따른 프로그램을 갖춘 상품을 개발해야 할 것(Park et al., 2014)이다. 농촌관광 목적지까지의 소요시간이 1~2시간 23.9%, 2~3시간이 23.9%(RDA, 2014)이므로 노드와 노드 간의 이동시간은 최소화하는 것이 바람직할 것으로 판단된다.

본 연구는 다음과 같은 한계를 갖는다. 첫째, 현재 농촌관광 네트워크 상품에 대한 관심이 증가하면서 전국적으로 관련 상품이 개발·판매되고 있으나, 조사대상 지역을 담양군으로 한정하였다는 점이다. 그러므로 여기에서 도출된 결과를 일반적인 사항으로 이해하기 보다는 농촌관광네트워크사업단의 운영사례로 이해하는 것이 보다 적절한 것으로 판단된다. 둘째, 농촌관광에 영향을 미치는 동기를 분석하기 위하여 설문항목 23개만을 활용하였으나 실제로는 이보다 훨씬 많은 변수들 예컨대, 지역에 대한 호감도나 안전성, 위탁시설 여부, 자연경관 등이 영향을 미치고 있으므로 연구의 한계점으로 볼 수 있다.

References

1. Iso-Ahola, S. E., 1982, Toward a Social Psychology Theory of Tourism Motivation, *Annals Of Tourism Research*, 9, 256-262.
2. Jang, K. S., 2010, Satisfaction Decision Factors of Visitors of Rural Tourism, *Journal of the Korea Contents Association*, 10(7), 398-403.
3. Jeong, C., Seo, Y. S., 2010, Re-Examination of importance-Performance Analysis(IPA) Used in tourism Studies in Korea, *The Journal of Tourism Studies*, 22(1), 120.
4. Jung, J. H., 2017, A Network Analysis of the Research Trends in Biometrics in Korea, *The graduate School of Chung-Ang Univ.*
5. Lee, J. M., 2017, Analysis of Spatial Structures and Central Places of Gwangju and Jeonnam Region using Social Network Analysis, *Journal Of The Korean Society Of Rural Planning*, 23(2), 43-54.
6. Jo, L. H., 2006, A Study on Market Segmentation Based on Motivations of Rural Tourism Village Visitors, *Journal of the Korean Data Analysis Society*, 8(6), 2521-2535.
7. Kang, I. W., 2009, Structural Relationship Analysis of Selection Attributes of Rural Tourism and Satisfaction towards Loyalty, *Journal of Rural Tourism*, 16(4), 1-25.
8. Kim, B. K., Son, H. G., Lee, M. S., Park, I. H., 2001, The Effect of Rural Tourism Village Visitor' Selection Attributes toward Satisfaction and Revisit Intension, *Journal of Agricultural Extension & Community Development*, 18(3), 531-550.

9. Kim, H., 2005, Market Segmentation on Selective Attributes of Rural Tourism, *Journal of Rural Tourism*, 12(1), 51-72.
10. Kim, K. H., Choi, Y. G., Yoon, Y. S., 2015, A Study on Foreign Tourists' Rural Destination Selection Attributes that Affect Travel Satisfaction and Destination Loyalty, *Korean Journal of Tourism Research*, 30(3), 21-40.
11. Kim, M. S., Um, H. M., 2016, A Comparison of First Time and Repeat Visitors' Tourism Destination-Focusing on Seoul City, *Journal of Korea-Industrial Cooperation Society*, 17(1), 650.
12. Kim, S. H., 2015, A Study on the Importance-Satisfaction Awareness of Hands on Rural Tourism using IPA Method, *Northeast Tourism Research*, 10(2), 1-17.
13. Kim, S. Y., Um, S. H., 2009, Analysis on Benefits Sought and Preference of On-site Activities Based on Participation Motives of Rural Tourism, *Journal of Rural Tourism*, 16(1), 19.
14. Kim, Y. H., 2011, *The Analysis of Social Network*, Seoul, Pakyoungsa.
15. Kim Y. L., & Ryu, K. S., Park, S. H., 2012, Demand Survey Result about Rural Tourism of Urban Residents, *Korea Rural Economic Institute*.
16. Kim, Y. S., Park Y. A., 2009, Case Study on Success Factors for Community Business I Korea rural Experience Tourism Village, *The Korea Rural Sociological Society*, 19(2), 167-206.
17. Kim, Y. Y., & Shin, Y. S., 2010, Exploratory Research on Network-Centric Tourism Development as an Alternative to Multi-Regional Tourism Planning, *Seoul Studies*, 11(3), 123-139.
18. Korea Culture & Tourism Institute, 2015, *Lately Travel Trend AND Prospect of Future*.
19. Korea Culture & Tourism Institute, 2014, *Tourism Trend and Forecasts*.
20. Lee, E. M., Lee, G. H., 2006, The Effectiveness of Push-Pull Model in the Movie Location as a Tourism Destination, *Journal of Consumption Culture*, 9(2), 187-204.
21. Lee, J. E., 2013, Management & Practice of Field Experience RDA Rural Educational farm(Advanced), 120.
22. National Academy of Agricultural Science, 2014, *A Fact Finding Survey on Rural Tourism*, 26.
23. Oh, M. J., 2007, The effect of rural amenities and experience activities on rural tourism participation intention, *Korea Journal of Tourism and Hospitality Research*, 21(3), 213-226.
24. Oh, S. H., Kim, T. S., 2005, Investigation of satisfaction on the rural tourist' visit patterns, *Journal of Rural Tourism*, 12(4).
25. Park, D. B., Kim, K. H., 2011, Structural Relationships among Rural Tourism Motivation, Satisfaction, and Loyalty Including the Moderating Effects of Gender, *Korean J. Community Living Science*, 22(2), 283-298.
26. Park, D. H., Lee, G. H., 2014, A Social Network Analysis of Tourism Destinations in Package Tourism Products, *Journal of the Korea Academia-Industrial Cooperation Society*, 15(3), 1414-1423.
27. Seo, E. H., 2010, *SPSS Statistical Analyses*. Seoul: Freedom Academy.
28. Song, E. H., 2005, *Travel Network Basic Plan in Yeongnam Area*, DaeguKyubgbuk Institute, 57.
29. Song, K. I., Kim, J. J., 2009, A study on the influential relations of rural experience tourism according to the lifestyles of tourists, *Journal of Korean Society of Rural Planning*, 15(2), 111-120.
30. Yoo, I. P., Kim, J. J., 2009, The Direction for Development of Green Tourism with Network Type, *Journal of Rural Tourism*, 16(3), 1-13.
31. 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 Science*, 33(4), 403-426.

-
- Received 8 February 2017
 - First Revised 28 March 2017
 - Second Revised 25 August 2017
 - Finally Revised 2 January 2018
 - Accepted 2 January 2018