

녹색관광의 참여의도에 관여하는 영향인자와 제한요소 규명

홍성권* · 김성일**

*건국대학교 원예과학과 · **서울대학교 산림자원학과

Identification of Influential Attributes and Constraints Affecting Green Tourism Participation Intention

Hong, Sung-Kwon* · Kim, Seong-Il**

*Dept. of Horticultural Science, Konkuk University

**Dept. of Forest Resources, Seoul National University

ABSTRACT

This research is a preliminary empirical investigation to segment the green tourism market by intention, which is a major precedent variable determining the behavior(i.e., participation in green tourism). Then, characteristics of each segmented group such as their socio-demographic variables, green tourism attitude, types of attractions they want to be provided in destination, and constraints to participate in green tourism were compared to give information useful for green tourism managers.

Data was collected by a polling agency on a total of 608 residents of Seoul, who would be potential green tourists. Three green tourist groups were identified by intention to participate. The results showed that only gender among socio-demographic variables, two constraint factors, green tourism attitude, and some attractions were statistically significant. It is worth noticing, however, that there was no difference in green tourism attitude between the two groups that have the strongest and the weakest intention to participate in green tourism. This result means that the green tourism attitude does not always influence positively on the formation of intention. Perceived behavioral control construct such as cost may played an important role in lowering intention to visit.

Based on the findings, several marketing strategies were suggested such as identification of target market and inducing potential green tourists to participate.

Key Words : Green Tourism, Intention, Constraint, Attitude, Attraction

1. 서론

프랑스, 스페인, 영국, 독일, 오스트리아에서는 농촌 환경과 상업적 관광요인이 결합된 휴가농장(vacation farm)이 이미 100년 전부터 산업으로 존재해 왔다. 특히 EU 출범 이후, 회원 국가들은 농촌경제의 구조조정 과정에서 발생한 이농현상을 완화시키며 동시에 농촌의 전통문화 및 환경을 보호해야 할 상황에 처함에 따라, 1980년대 중반 이후 농촌관광(rural tourism)을 지역경제를 활성화시키기 위한 주요 수단으로 여기고 있다. 전통적으로 농업이 주산업이었던 미국, 캐나다, 뉴질랜드, 오스트레일리아 역시 농업과 관광간의 결합이 농촌 문제를 해결할 수 있는 대안으로 인식해, 1950년대 이후 농촌관광을 중요 정책과제로 추진하고 있다(Pearce, 1990; Garcia-Ramon *et al.*, 1995; Weaver and Fennell, 1997).

우리나라도 1980년대부터 농촌관광에 관심을 갖기 시작하였다. 서구와 마찬가지로 농촌문제가 심각해짐에 따라, 정부는 농촌지역 경제를 활성화시키기 위한 전략의 하나로 농촌관광의 중요성을 인식하였다. 1984년에 12개의 관광농원을 시범적으로 조성한 이래 연차적으로 사업을 확대하여 1996년 말에는 전국에 407개의 관광농원을 지정하여 850억원을 지원하였다. 이외에도, 1989년부터는 농어촌 관광소득원 개발사업의 일환으로 농촌에 휴양단지를 조성하였고, 1991년도에는 민박마을 사업을 시작하였다. WTO 체제가 출범함에 따라 농촌관광에 대한 정부의 관심은 더욱 증가하였다. 이를 뒷받침하기 위하여 1994년 12월에 농어촌정비법을 제정하여 관광농원을 포함한 농어촌휴양지 개발사업을 명확히 규정하였으며, 한계농지를 개발해 농어촌휴양지를 비롯한 다각적 이용이 가능하도록 하였다(류승우와 김학중, 1998).

최근 우리 나라 농촌관광의 특징적 변화는 1995년부터 일본에서 시행된 녹색관광(Green Tourism : GT) 개념의 적극적 도입이다. 농림부는 일본의 GT 지원정책과 그 성과에 영향을 받아 농촌관광에 '그린'이란 이미지를 강조함으로써 마케팅 효과가 극대화될 것 기대하고 있으며, 산림청은 산촌종합개발사업추진의 일환으로 산촌녹색관광의 도입을 산촌주민 소득증대의 바람직한 방안으로 제안하고 있다. 기존 농촌관광이 도시민에게

대안적인 관광기회의 제공을 통해 경제성장 과정에서 소외된 농촌/농가에게 경제적 편익의 부여가 주된 목표였다면, GT는 지자체와 지역주민이 자발적인 주체가 되어 환경에 부하가 적은 소규모 개발 방식의 도입, 도시와의 교류를 통한 자금심 회복, 적극적인 농산물의 마케팅 기회 확대 등을 주요한 사업으로 하고 있다. 그러나 아직도 위탁시설과 숙박시설 같은 시설 조성 투자가 중심을 이루는 관광단지개발의 개념이 강하게 반영되어 있어 GT가 성공적으로 정착되었다고 판단하는 어려운 상황이다. 여전히 시설 조성과 운영에 많은 자금이 필요하며 사업의도와는 달리 지역주민의 공동참여가 실질적으로 제한되어 있어 농외소득이나 주민의 소득향상을 통한 지역활성화에는 크게 기여하지 못하고 있다(산림청, 1999; 김범수 등, 2001).

농촌관광을 육성한지 20년이 지난 지금까지 연구 측면에서는 농촌관광 지원제도들의 문제점을 보완하기 위한 것들이 주를 이루고 있는 반면(김용수와 임원현, 1998; Ryu, 1998), GT 운영자들이 실제로 적용할 수 있는 연구로는 농촌관광 수요예측(최영문, 1998), 관광농원 이용객의 동기 및 인구통계학적 특성의 파악(박영수, 1993; 박춘성 등, 1995), 일본 GT의 성공사례 소개(유상오 등, 1998) 및 GT 참여에 영향을 주는 주요변수들의 종류와 영향력 정도의 확인(홍성권 등, 2001) 등의 연구가 제한적으로 수행되었을 뿐이다. 최근 노동시간의 감소에 따라 여가수요가 늘고 도시민의 농촌/녹색환경에 대한 요구가 증가하여 농산촌을 관광대상지로 방문하는 수요가 급격히 증대할 것으로 기대되고 있다. 만약 GT 참여자들에 대한 행동과학적 이해 없이 GT 참여가 이루어지고 공급이 조절된다면 이제까지 농촌관광에서 경험하였던 문제들이 지속될 것이 확실하다. 이에 본 연구는 잠재적 GT 참여자들의 행동과학적 특성을 이해하며 이를 바탕으로 GT가 성공적으로 운영되기 위해 필요한 기초자료를 제시하기 위해, GT 참여의도 정도로서 잠재적 참여자들을 구분한 후 집단간에 제한요소, GT 참여에 대한 태도, 매력요소 그리고 인구통계학적 변수간에 차이가 있는지를 파악하기 위해 수행하였다.

II. 문헌연구

1. 농촌관광과 녹색관광

농촌관광은 농장관광과 농업관광의 개념을 포함하는 폭넓은 의미로서, 농촌지역의 자연과 문화 속에서 발생하는 모든 형태의 관광을 총칭한다(Robinson, 1990). 그러나, 농촌 개념규정의 어려움과 관광의 사회경제적 교류적 성격으로 인해 일반적으로 받아들여지고 있는 농촌관광의 정의는 아직 없으며, 이로 인해 많은 연구가 진행되지 못하고 있다(Lane, 1994). OECD(1994)에서는 농촌관광이 다른 유형의 관광과 차별화 될 수 있는 포인트로써 농촌다움과 지속성을 들고 있으며, Bramwell and Lane(1994)는 농촌관광을 농장에서 주말을 보내는 것뿐 아니라 자연 탐방, 생태관광, 생활문화관광(heritage tourism)까지 광범위하게 포함시키고 있다. 유사한 의미로 특정 생태자원의 희소성을 바탕으로 환경보존과 교육적 경험제공에 적극적인 생태관광, 장기적으로 후대까지 관광의 연속성이 보장되는 지속 가능한 관광과 휴가관광, 체험관광의 모든 관광 영역들 중 농촌지역에서 이루어지는 관광을 농촌관광이라 규정할 수 있다(Keane *et al.*, 1992).

GT 역시 유럽에서는 농촌관광과 유사한 뜻으로 사용되고 있다. 이들 국가들은 공통적으로 농촌지역에서의 관광사업 목적을 농외소득증대와 농촌활성화로 삼고 있지만, 농민이 관광사업을 농업과 연계해 시행하면 농업관광으로, 농촌에 거주하는 비 농업인이 민박(bed and breakfast : B & B) 또는 농가식당을 운영하면 농촌관광으로, 농업관광과 농촌관광을 함께 포함해 나타낼 때는 GT라는 견해가 있다(강신겸과 김정연 역, 1997; 류선무 등, 2001). 반면, 일본에서는 GT를 행정적으로 "풍요로운 자연을 가진 농산어촌에서 그 지역의 자연, 문화, 인간적인 만남으로서의 교류를 즐기는 체재형 여가활동"으로 명확히 정의하고 있다(全國自然休養村協議會, 1996). 일본 중앙정부는 농촌지역과 중산간 지역의 자연자원을 환경적으로 건전하게 유지하고 이를 통하여, 기존의 전통적 농림업을 유지·발전시키며 도시민과의 활발한 교류로써 지역 경제의 활성화 및 인구 과소화 같은 농산촌의 사회적 문제를 해결하고자 정책

적으로 GT를 지원하였다(宮崎猛, 1997). 따라서, 일본의 GT는 농촌의 지속 가능한 환경 보전의 의미가 강하게 포함되어져 있어 유럽에서의 GT와 구별되며, 농림업에 기반을 둔 농촌문화와 농촌자원(농림지를 포함)을 활용한 농촌관광이라 할 수 있다. 농산촌의 자연·문화 자원 등에 대한 도시민의 관심 증가와 기존의 대규모 리조트 개발에 대한 반성으로 자연환경 및 경관을 중심으로 한 소규모의 친환경적인 관광개발의 필요성 증가 역시 일본 GT발달의 중요한 요인이었다(김범수, 1999).

본 연구에서의 GT는 일본의 녹색관광 개념이 적용된 농촌관광을 말한다. 일본의 GT개념을 우리나라에 그대로 적용할 경우 농촌민박과 관광농원 등이 해당될 수 있으나 아직 초보적 수준이다. 이들은 농촌지역 관광자원의 활용이 미흡하며 단순히 숙박지나 식사 등의 소비시설의 제공에 치우쳐 있으며, 기본계획 및 설계의 부재하거나 낙후되어 있고, 지방정부 및 농협의 지원이 계속적이고도 체계적이지 못한 실정이다. 특히 농촌관광의 기반자원인 자연환경의 보전·정비에 관한 대책 및 법체계는 전무한 상태이다(김범수, 1999).

2. 농촌관광 선행연구

각국에서 수행된 농촌관광 연구들은 국가별 농촌관광 현황의 소개(Unwin, 1996; Busby and Rendle, 2000; Clarke *et al.*, 2001), 국가별 농촌관광 운영상의 특징 조사, 농촌관광객의 인구통계학적 특성 그리고 농촌관광의 참여에 영향을 미치는 변수들에 관한 연구가 주를 이루고 있다. 국가별 농촌관광 운영상의 특징에 관한 연구로는 독일, 캐나다, 호주 및 이스라엘을 대상으로, 농촌관광 운영의 목적, 운영상의 문제점과 가능성, 숙소 형태별 수익성, 평균 침실개수, 농촌관광 종업원 수와 농촌관광이 전체소득에서 차지하는 비율의 연차적 변화, 그리고 농촌관광객들이 기대하고 있는 서비스의 질과 실제로 경험한 서비스 질간의 차이를 측정함으로써 농촌관광 서비스 향상을 위한 관리 및 마케팅 전략을 고찰하기 위한 연구들이 수행되었다(Oppermann, 1996; Fleischer and Pizam, 1997; Weaver and Fennell, 1997; Getz and Carlsen, 2000; Reichel *et al.*, 2000).

농촌관광객들의 인구통계학적 특성에 관한 연구는

다양한 국가에서 수행되었다. 이스라엘의 B & B 이용자들은 주로 어린 자녀와 함께 여름철, 주말, 방학기간 중에 휴가를 보내는 가족들이며, 대학이상의 학력과 소득이 평균 이상인 가족들이었다(Fleisher and Pizam, 1997). 오스트리아의 농촌관광객 중 66%는 16세 이하의 자녀를 둔 30~40대이였으며(Pevetz, 1982), 미국 농촌관광객의 대부분은 자녀를 둔 30~40대로써 대학이상의 학력과 고소득 집단으로 나타났다(Koth and Norman, 1989). 스페인 농촌관광객들의 대부분은 중·고소득층으로써 자녀를 둔 가족 또는 부부라고 보고 되고 있다(Garcia-Ramon *et al.*, 1995). 독일 농촌관광객들의 집단규모는 대부분 3~6명이였으며 어린이를 동반하였다. 커플도 중요한 집단이어서 전체적으로는 20세 이하와 30~49세가 각각 전체방문자의 34.7%와 38.3%인 것으로 조사되었다(Oppermann, 1996). 이상의 기존 연구들을 종합해 보면, 국가 구별 없이 농촌관광객들은 대부분 주로 30대와 40대이며, 소득수준과 교육수준이 높고, 어린이와 동반하는 것이 보편적이라는 것을 알 수 있다. 단지, 일본 홋카이도 농촌관광 조사에서는 관광객들의 75%가 20~30대이어서(北海道農政部, 1992) 서구와 차이를 보이고 있다.

농촌관광 참여에 영향을 미치는 변수들로는 숙소형태와 음식(accommodations), 계절성, 체험 및 이벤트로 조사되었다. 농촌관광에서의 숙소와 음식 형태는 캠핑, 본인 취사, B & B, 호텔에서의 매식에 이르기까지 종류가 다양하다. 독일은 가족단위 방문자인 경우 농가에서의 숙박을 가장 선호하였으며 평균 체류일은 평균 16일이었다(Oppermann, 1996). 스페인에서는 지역에 따라 평균 체류일이 4.5~11.4일 이었다(Garcia-Ramon *et al.*, 1995). 반면, GT에 대한 일본인의 선호조사에 의하면(農林水産省構造改善事業課, 1992), 응답자들이 바라는 숙소와 식사형태는 전통요리를 먹을 수 있는 2식 민박(53%), 호텔 수준의 숙박(21%), 임대별장(16%), B & B(9%)의 순서이였으며, 여행일수는 3박 4일(39.1%)을 가장 선호하였다. 국가간에 선호하는 숙소와 식사와 체류기간에 차이가 있는 것은 국가간 사회·문화적 특징 차이로 보인다. 계절성은 조사된 3개 국가에서 모두 심각하였다. 독일은 7~8월중의 숙박율이 93~94%에 이르나 11~1월의 숙박율은 각각 13%와 15%로

조사되어 계절성이 심각하였으며(Oppermann, 1996). 스페인에서는 농촌관광이 여름에 집중적으로 이루어 졌다(Garcia-Ramon *et al.*, 1995). 일본 홋카이도에서는 여름철 이용자가 전체의 98.7%이었다(北海道農政部, 1992). Blaine *et al.*(1993)은 농촌관광 수요에 영향을 미치는 요인의 하나로 거주지 위치를 들고 있으며, 목적지까지의 여행거리가 멀수록 수요가 줄어든다고 밝히고 있다. 스페인 농촌관광객 대부분은 인접 도시(50~75km)에 거주하였으며(Garcia-Ramon *et al.*, 1995), 루이지애나주 내 농촌관광지의 참여 확률은 거주지가 다른 주 일 경우 떨어지는 것으로 나타났다(Luzar *et al.*, 1998). 체험 및 이벤트는 농촌관광을 대중관광과 차별화 시킬 수 있는 특징적 요소이다. 홋카이도에서는 남자가 야외 레크레이션, 낚시나 호수에서 놀이, 주변 관광, 아무 것도 하지 않는다는 순서로 선호하였지만 여자는 농산물 가공체험, 농작업 체험, 야외 레크레이션, 수공예 순서로 나타나 성별 차이가 있었다(北海道農政部, 1992). 또한 미나노마찌와 가타시나촌에서는 농촌에서만 가능한 체험들과 계절별 이벤트들을 제공하고 있어 대중관광과의 차별을 꾀하고 있다. 산채나물채취, 밭 가꾸기, 고기 잡기와 하이킹, 버섯채취와 감자 캐기, 포도 따기, 쌀 농사 체험, 바비큐 요리하기 등이 그 예이다(유상오 등, 1998).

III. 연구방법

1. 연구대상지

경기도 양평군은 대표적 도시근교 농촌으로, 농업인구가 1990년 52.0%에서 1998년에 36.8%로 감소해 전반적인 우리나라의 농촌 문제를 보여주는 곳이다. 개발 붐 속에서도 잘 보전된 자연과 문화를 지켜나가는 것을 주요 국정시책으로 삼아 대표적인 녹색관광 목적지(이하 'GT목적지' 라고 한다.)가 되고자 꾸준히 노력하고 있다. 농약과 비료 사용의 최소화를 권장해 군내 일부지역에서는 유기농산물을 생산하고 있으며 농민 교육과정인 '환경농업대학'에서는 유기농산물 생산에 대한 교육을 하고 있고, 깨끗한 물과 자연을 테마로 하는

반딧불이 축제, 허수아비 축제 등을 개최하고 있다. 또한 2000년에는 서울시민을 표적시장으로 하여 처음 개최된 산더덕 캐기 행사에 약 3만5천명이 참여하였다. 특히 서종면 명달리는 최근 환경부, 산림청 및 행정자치부로부터 각각 '생태마을', '산촌종합개발사업지', 및 '아름마을'로 동시에 지정되었으며, 주민자치조직인 명달리 녹색관광 추진위원회를 구성해 GT 도입을 통한 지역 활성화를 위해 다양한 노력을 경주하고 있다.

2. 설문 작성 및 자료수집

1) 제한요소

제한요소(constraints)가 여가에 대한 선호 및 참여에 직접·간접적으로 영향을 준다는 것은 많은 연구로 잘 알려져 있다(Crawford *et al.*, 1991; Jackson and Henderson, 1995). 그러나 연구자들이 알기로는 아직 GT 연구에 적용할 수 있는 제한요소에 대한 연구는 수행되지 않아, 본 연구는 Crompton and Lamb(1986)이 일반적 레크레이션의 제한요소로 분류한 항목 중 GT 참여와 관계가 있는 것으로 판단한 17개를 선별해 사용하였다. 여기에 국내에서 이루어진 제한요소 연구 중 본 연구에서 사용할 수 있는 항목들을 추가하였다(엄서호, 1994; 홍성권, 1998a)(표 1 참조). 제한요소들은 모두 5점 리커트 척도로 측정하였다.

2) 녹색관광 참여에 대한 태도

합리적 행동이론과 계획행동이론에 의하면 태도는 행동의도와 실제 행동의 선행변수이며(Fishbein and Ajzen, 1975; Ajzen, 1985), 실증 연구를 통해 두 이론이 적절성이 검증되었다(Young and Kent, 1985; 홍성권, 1998a). 본 연구목적 중의 하나는 GT 참여의도 정도가 다른 집단간에 중요변수들간에 차이가 있는지를 확인하는 것이므로 GT 참여에 대한 태도(이하 'GT태도'라고 한다.)를 변수로 사용하였다. 그러나, 국내에서는 아직 GT태도를 측정할 수 있는 척도가 개발되어 있지 않아, 생태관광객의 참여 태도를 측정하기 위하여 강미희(1999)가 개발한 척도로서 GT태도를 측정하였다(표 2 참조). 이 척도는 생태관광학회를 비롯해 많은 국제기구들이 제시하는 생태관광 및 지속 가능한 윤리

와 지침에서 항목들 도출한 후, 신뢰성과 타당성 검증을 통해 작성된 척도이다.

3) 인구통계학적 변수 및 매력요소

기존의 농촌관광 및 GT 연구에서 밝히고 있는 주요 인구통계학적 변수인 나이, 소득수준, 교육수준 및 가족 중 초등학생의 유무를 변수로 사용하였다(Pevetz, 1982; Koth and Norman, 1989; 北海道農政部, 1992; Garcia-Ramon *et al.*, 1995; Oppermann, 1996; Fleisher and Pizam, 1997; 강신겸과 김정연 역, 1997). 가족 중 초등학생의 유무는 어린이 동반 여부의 대리변수로 사용하였고, 여기에 성별을 추가하였다.

매력요소로는 국내와 일본에서의 선행 연구를 중심으로 '농산물 판매점', '산책로', '하이킹 코스', '전통요리' 및 '셔틀버스의 제공'으로 결정하였다(강신겸과 김정연 역, 1997; Luzar *et al.*, 1998; 유상오 등, 1998; 산림청, 1999). '셔틀버스의 제공'은 접근성의 대리변수로 사용하였다. 이외, '관광농원'은 농촌관광의 대표적 형태이므로 포함시켰고, 양평군은 콘도와 휴양림으로 서울 시민들에게 잘 알려져 있는 곳이며 생태관광이라 할지라도 대중관광과는 상호의존적이며 서로간의 매력성을 향상시킬 수 있다는 연구에 기초해(Weaver, 2001) '휴양림', '기념품점' 및 '주변 대중관광지'를 변수로 사용해 9개로 구성하였다. 또한 연구자의 주관으로 관광뿐 아니라 모든 상품 구매 시 중요변수인 '소요비용'을 추가하였다. 매력요소와 소요비용은 5점 리커트 척도로 측정하였다.

4) 자료수집

응답자들은 19~59세 사이의 서울시민 608명을 군집 표출해 선정하였다. 첫 번째 단계에서는 서울시 전체洞에서 주민 수에 비해 58개를 표출하였다. 두 번째 단계에서는 표출된 동의 성별과 연령분포에 맞추어 9~12명씩의 응답자를 할당표출하여 선정하였다. 자료는 여론조사기관이 2000년 10월 30일~11월 16일 사이에 개인대면면접해 수집하였다. GT에 대한 응답자의 이해를 돕기 위해, 설문 작성 전에 조사자는 응답자에게 GT의 뜻을 상세히 설명하였다.

IV. 분석 결과

1. 요인분석

집단간 제한요소와 GT태도의 차이를 알아보기 위하여 최우추정법으로써 요인분석한 후 각각의 요인점수를 계산하였다. 제한요소와 GT태도의 전체 Kaiser's MSA는 각각 0.77과 0.92이어서 요인 분석하는데 문제가 없었고, 적절한 요인의 개수는 아이겐 값 1이상과 scree plot을 동시에 고려해 결정하였다. 제한요소는 4개 요인이 적절하였으며 요인들간의 상관관계가 높아($r=0.347, 0.233, -0.261$) 사각회전(promax)하였다(표 1 참조). GT태도는 한 개 요인이 적절하였으며 전체 분산의 47.7%를 설명하였다(표 2 참조). 표본크기가 608이므로 두 경우 모두 요인적재량이 0.3이상인 변수들을 기준으로 하여 요인을 해석하였다(Hair *et al.*, 1995). 제한요

표 1. 제한요소의 요인분석 결과

변수명	요인			
	1	2	3	4
관광 자체에 대한 이미지가 나쁘다	0.688	-0.109	-0.192	0.149
나는 체력적인 문제로 관광하기 어렵다	0.615	-0.015	-0.006	-0.118
나는 관광에 별 관심이 없다	0.591	-0.053	0.066	-0.017
관광으로 내가 얻을 수 있는 이득이 무엇인지 모르겠다	0.520	-0.034	0.052	0.130
같이 갈 사람이 없다	0.478	0.140	0.061	-0.096
관광지에서 만나는 사람들은 내 부류가 아니다	0.394	0.111	0.051	0.053
관광할 시간이 없다	0.119	0.553	-0.041	0.069
관광지는 멀어서 가기 어렵다	0.024	0.467	0.004	0.095
관광지에 대한 정보가 부족하다	-0.037	0.465	-0.176	0.077
해야 할 일이 많다	-0.080	0.424	0.018	0.071
관광할 만큼 마음의 여유가 없다	0.293	0.408	0.046	-0.083
관광지의 종업원들은 친절하다	-0.059	0.068	0.537	-0.104
관광지 근처에는 또 다른 볼거리나 즐길 거리가 있다	-0.024	-0.055	0.491	0.222
관광지에는 각종 편의시설(휴식공간, 식당, 화장실 등)이 있다	0.025	-0.093	0.447	0.151
관광지의 편의시설(휴식공간, 식당, 화장실 등)은 질이 좋다	0.204	-0.052	0.445	-0.122
관광지에는 사람들이 많아 복잡하다	0.080	0.138	0.101	0.589
관광하려면 돈이 많이 든다	-0.084	0.271	0.056	0.353
분산의 비율(%)*	20.87	13.74	9.54	6.59

*: 다른 요인을 무시하였을 때의 분산 비율

소의 첫 번째 요인은 GT 참여 자체를 어렵게 하는 변수들로 구성되어 있어 '일반적 제한요인'으로, 두 번째 요인은 GT를 가능케 하는 필요조건인 개인들의 시간, 정보 및 접근성의 부족으로 인한 문제점들로 구성되어 있기 때문에 '개인적 제한요인'으로 각각 명명하였다. 요인 3은 대중관광지의 서비스 및 매력성과 관련된 변수들 위주이어서 '관광지 매력요인'으로, 요인 4는 '혼잡과 비용요인'으로 명명하였다.

표 2. 녹색관광 참여 태도의 요인분석 결과

변수명	요인 1
나는 여행하면서 그곳의 자연을 배우고 이해하고자 노력하는 것이 좋다고 생각한다	0.690
나는 여행갈 곳의 자연환경을 미리 알고 떠나는 것이 좋다고 생각한다	0.632
나는 여행지의 사회적 규범이나 규칙을 따르는 것이 좋다고 생각한다	0.616
내가 지출한 여행비 중 일부가 자연보호를 위해 쓰이는 것이 좋다고 생각한다	0.613
나는 여행지에서는 자연보호규칙을 지키는 것이 좋다고 생각한다	0.598
나는 여행지 주민들의 생활방식과 문화를 존중하며 여행하는 것이 좋다고 생각한다	0.591
나는 자연이 훼손되기 쉬운 곳에 사람들이 많이 가는 것을 나쁘다고 생각한다	0.580
나는 여행지 주민과 만나 그들의 생활방식과 문화를 이해할 수 있는 기회를 갖는 것이 좋다고 생각한다	0.563
나는 여행하면서 그곳의 문화를 배우고 이해하고자 노력하는 것이 좋다고 생각한다	0.552
내가 지출할 여행비 중 일부가 여행지 주민의 복지를 위해 쓰이는 것이 좋다고 생각한다	0.548
나는 환경을 훼손시키지 않는 여행상품과 시설을 이용하는 것이 좋다고 생각한다	0.544
나는 여행 중에 환경교육프로그램이 있으면 적극적으로 참여하는 것이 좋다고 생각한다	0.491
나는 여행지 주민이 운영하는 식당과 숙박시설을 이용하는 것이 좋다고 생각한다	0.458
나는 여행지 주민들의 생활방식을 미리 알고 떠나는 것이 좋다고 생각한다	0.366
분산의 비율(%)	47.7

2. 판별분석

양평균 GT가 성공적으로 운영되기 위해서는 GT 참여의도 정도에 따라 응답자들을 분류해야 하며 집단별 요구사항들을 파악해야 한다. 1999년도 서울시민들의 연간 관광여행 참가회수는 1회와 2회가 각각 20.5%와

20.1%로 비율이 가장 높아(한국관광공사, 2000), 이를 기준으로 응답자를 세 집단으로 분류하였다. 집단 1은 양평군 GT에 참여할 의도가 없는 집단이며, 집단 2와 집단 3은 각각 1년에 1~2회와 3회 이상 참여할 의도가 있는 집단이다. 이렇게 분류한 세 집단은 어떤 변수 또는 요구사항들의 차이로 구분될 수 있는지 확인하기 위해 판별분석하였다. 판별변수는 운영자가 제공 또는 통제할 수 있는 9개의 매력요소들과 '소요비용'으로 한정하였다. 단계적 판별분석으로 적절한 판별변수 5개를 확인하였으며, 이들로 구성된 판별함수의 윌크스 람다(Wilks' Lambda)값은 0.934이며 유의성이 높아($p=0.0001$) 집단을 분류하기에 적합하였다(표 3 참조). 두 개의 판별함수의 예측력은 전체의 응답자의 47.7%를 올바르게 분류하였다. 특히, GT운영자의 주된 관심 집단인 집단 3의 67.5%를 올바르게 분류하였고, GT 참여에 관심이 없는 집단 1의 경우도 65.3%를 정확히 분류하였다(표 4 참조).

집단별 변수 또는 요구사항들의 차이는 집단 중심치(centroid)와 판별함수 적재량으로 해석하였다(표 3과 그림 1 참조). 전체 분산의 64.8% 설명하는 판별함수 1에서는 하루 평균 '소요비용'과 양평군이 품질을 인정한 '농산물 판매점' 및 '관광농원'의 존재가 큰 판별력을 보였다. 특히 '소요비용'의 판별력이 가장 컸다. 판별함수 2의 경우는 양평군 고유의 '전통요리'와 양평군이 품질을 인정한 '농산물 판매점'의 판별력이 컸다. 이 두 결과 종합해 해석하면, 집단 1은 다른 집단들 보다 GT 참여 시 필요한 비용이 적어야 하며, 농산물 판매점을 포함해 관광농원 자체를 크게 중요시하지 않았다. 이 집단은 GT 참여 자체에 관심이 없는 집단이기 때문이다. 반면, 양평군에 GT목적지가 개장되면 재 방문할 가능성이 가장 높은 집단 3은 집단 1과 상반된 특징을 가지고 있었다. 이 집단은 다른 집단들 보다 GT 참여에 필요한 적정비용을 가장 높게 평가하고 있었으며, 관광농원이 있어야 하며 지역 농산물을 구매할 수 있어야 한다고 평가하였다. 집단 2는 판별함수 1로 해석하면 집단 1과 3의 중간 성격을 띠고 있으나, 판별함수 2에서 큰 차이를 보이고 있다. 즉, 이 집단은 타 집단들 보다 양평군의 전통음식을 먹을 수 있는 기회를 매우 중시하였으며, 농산물의 구매 역시 중시하였다.

표 3. 독립변수별 판별함수 적재량, 람다 값 및 유의도

	판별함수 1	판별함수 2	윌크스 람다	확률
소요비용	0.740	-0.239	0.975	0.0004
전통요리	-0.077	0.804	0.957	0.0001
농산물 판매점	0.425	0.710	0.948	0.0001
기념품점	-0.043	0.075	0.941	0.0001
관광농원	0.405	0.116	0.934	0.0001
설명력(%)	64.8	35.2		

표 4. 판별분석에 의한 분류

	집단 1 ^a	집단 2 ^b	집단 3 ^c
	예측/실제(비율:%)	예측/실제(비율:%)	예측/실제(비율:%)
집단 1	32/49 (65.3)	11/49 (22.5)	6/49 (12.2)
집단 2	164/519(31.6)	231/519(44.5)	124/519(23.9)
집단 3	8/40 (20.0)	5/40 (12.5)	27/40 (67.5)

- a: 양평군 GT에 참여할 의도가 없는 집단
- b: 1년에 1~2회 양평군 GT에 참여할 의도가 있는 집단
- c: 1년에 3회 이상 양평군 GT에 참여할 의도가 있는 집단

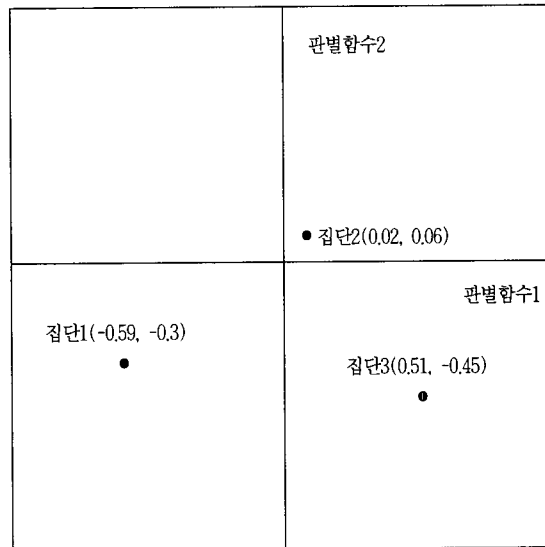


그림 1. 집단별 중심치

3. 변수별 집단간 차이

세 집단의 특성을 이해하기 위해, 집단간 제한요소, GT태도 및 인구통계학적 변수 차이를 분석하였다. 제한요소와 GT태도는 요인점수를 사용하였으므로 분산 분석하였고, 인구통계학적 변수는 측정수준에 따라 분산분석 또는 χ^2 분석하였다.

집단 1의 '일반적 제한요인' 값은 집단 2와 3보다 높았으며, 집단 3의 '개인적 제한요인' 값은 집단 1과 2보다 낮았다(표 5 참조). '일반적 제한요인'은 GT 참여 자체를 어렵게 하는 변수들로 구성되어 있기 때문에 양평균 GT에 참여할 의도가 없는 집단 1은 이 요인의 값이 높았다. '개인적 제한요인'은 GT 참여의 필요조건들로 구성되어 있다. 계획행동이론에 의하면 인식된 행동조절(perceived behavioral control)은 행동에 대한 필요조건 충족 가능성을 뜻하며 의도 형성에 직접적 영향을 주기 때문에, '개인적 제한요인'의 값이 낮다는 것은 이 요인이 GT 의도 형성에 긍정적 영향을 준다는 것을 뜻한다. 이에 따라 GT 참여의도가 가장 높은 집단 3은 '개인적 제한요인' 값이 가장 낮았다. 그러나, 목적지와 관련된 '관광지 매력요인'과 '혼잡과 비용요인'은 집단간에 유의성이 없었다.

GT태도 값은 집단 2가 집단 1보다 높았을 뿐, 집단 2와 3 및 집단 1과 3간에는 차이가 없었다. 통계적으로 유의성은 없었지만 집단 2의 GT태도 값은 집단 3보다 높았다(표 5 참조). 이는 예상치 못한 결과로, GT태도가 긍정적이라고 해서 GT 참여의도가 높아지는 것이 아니라는 것을 뜻한다. 집단 2는 GT에 대한 태도가 호의적이지만 '소요비용' 같은 행동조절요인이 영향을 주어 참여의도를 낮추었다고 판단된다. 판별함수 1의 적재량에서 나타났듯이 집단 2는 GT 참여에 필요한 적정 비용을 집단 3보다는 낮게 보고 있으나, 판별함수 2에서는 비용이 수반되는 '전통요리'와 '농산물 판매점'을 중시하고 있다. 즉 집단 2는 이 두 매력요소를 GT 참여의 중요 목적으로 삼고 있지만 소득수준은 타 집단과 차이가 없어(p=0.672), GT 참여의도가 낮아졌다.

선행연구에서 기술하였듯이, 기존 연구는 공통적으로 나이, 교육수준, 소득수준, 어린이 동반 여부가 농촌관광자들의 특징을 잘 나타내는 인구통계학적 변수임을 밝히고 있으나, 성별을 제외하고는 집단간에 통계적 유의성이 있는 변수가 없었다(표 6 참조). 이런 차이는 분석에 사용한 종속변수의 차이 때문이다. 선행연구는 방문자들을 중심으로 조사·분석하였기 때문에 행동이 분석의 기준이었지만, 본 연구는 의도를 기준으로 분석하였다. 행동은 의도뿐 아니라 인식된 행동조절에 의해서도 직접적 영향을 받기 때문에 기존 연구와 차이가 있

었다. 단, 집단 2에서 여성의 참여의도가 남자보다 더 높게 나타난 것은, 특히 '소요비용'과 '농산물 판매점'이 다른 집단을 이 집단과 구별하는 판별력이 커서 나타난 결과로 해석된다.

표 5. 집단간 제한요인 및 녹색관광 참여 태도 요인의 평균값 차이

구분 \ 집단	집단 1	집단 2	집단 3
일반적 제한요인	0.229a*	-0.010b	-0.156b
개인적 제한요인	0.039a	0.015a	-0.238b
관광지 매력요인	-0.038a	0.018a	-0.183a
혼잡과 비용요인	-0.015a	0.012a	-0.138a
녹색관광태도 요인	-0.374a	0.044b	-0.118ab
응답자 수	49	519	40

*: a=5% 수준에서의 Duncan의 다중범위검증 결과

표 6. 집단간 인구통계학적 변수의 평균값 차이

성별 \ 집단	집단 1	집단 2	집단 3	계
	빈도(%)	빈도(%)	빈도(%)	빈도(%)
남	31(63.27)	246(47.40)	23(57.50)	300(49.34)
여	18(36.73)	273(52.60)	17(42.50)	308(50.66)
응답자수	49	315	40	608

$\chi^2=5.649$; $p=0.059$; $df=2$

V. 결론

우리 나라는 농촌관광을 도입한 지 20년이 넘었지만 기대했던 만큼의 경제적 성과를 올리고 있는 곳은 소수에 불과하다. 이로 인해, 정부 주도 하향식으로 운영되던 기존의 농촌관광을 대신해 지역주민과 지방정부 주도하에 이루어지는 GT를 도입하고 있다. GT 목적의 하나는 기존의 농촌관광과 마찬가지로 농촌경제의 활성화이다. 그러나, 농촌관광 및 GT 연구의 대부분은 국가별 농촌관광의 현황 소개, 농촌관광 운영상의 문제점 및 관광이용자들의 인구통계학적 특징을 조사 및 서술에 그치고 있어, GT목적지 운영에 필요한 구체적 요인과 방법들은 제시되어 있지 않다. 본 연구는 양평균에 개장 예정인 GT목적지를 대상으로 구분된 집단들의 행동과학적 특성을 이해하며, GT가 성공적으로 운영되기 위해 필요한 기초 자료를 제시하기 위해 수행하였다. 도출된 결과는 다음과 같다.

GT운영자들의 관심사는 참여 가능성이 높은 집단을 확인하는 것이므로, 먼저 GT 참여의도를 기준으로 응답자들을 양평균 GT에 참여할 의도가 없는 집단, 1년에 1~2회 및 3회 이상 참여할 의도가 있는 집단으로 구분하였다. 세 집단이 어떤 변수들의 차이로 구분되는지 확인하기 위해 판별분석하였다. 판별변수는 운영자가 제공 또는 통제 가능한 유인요인(pull factor)으로 한정하였다. 첫 번째 판별함수에서는 하루 평균 소요비용, 양평균이 품질을 인정한 농산물 판매점 및 관광농원의 존재가, 두 번째 판별함수에서는 양평균 고유의 전통요리와 양평균이 품질을 인정한 농산물 판매점의 존재가 중요 판별변수이었다. 두 판별함수는 GT에 관심이 없는 응답자와 많은 응답자들의 65.3%와 67.5%를 각각 올바르게 분류하였다.

GT에 적용할 수 있는 제한요소는 없어 일반적인 레크레이션 제한요소를 중심으로 항목을 재구성해 사용하였다. 양평균 GT 참여의도가 있는 두 집단의 '일반적 제한요인'과 '개인적 제한요인' 값은 참여의도가 없는 집단보다 낮았으나, 나머지 '관광지 매력요인'과 '혼잡과 비용요인' 값은 집단간 차이가 없었다.

GT 참여의도가 중간인 집단의 GT태도 값은 참여의도가 없는 집단보다 높았지만, 이 경우를 제외하고는 다른 집단들 간에는 차이가 없었다. 이는 GT 참여의도가 높다고 GT태도가 긍정적인 것은 아니라는 뜻이다. 소요비용과 같은 행동조절요인이 의도형성에 영향을 주었다고 판단된다.

기존 연구에서는 나이, 소득수준, 교육수준, 어린이 동반 여부가 GT 참여자들의 특징을 잘 나타내는 인구통계학적 변수로 밝히고 있으나, 분석 결과 이들 변수들은 집단간에 차이가 없었다. 기존 연구는 GT 참여자들의 인구통계학적 변수를 조사하였지만, 본 연구는 참여의도로 응답자를 분류해 분석하였기 때문이다. 응답자들은 GT에 대한 인지도는 낮아 GT가 주는 편익에 대한 이해가 부족해 나타난 결과일 수도 있다.

이상의 결과에서 양평균 GT는 가능성과 문제점을 동시에 갖고 있다고 판단된다. 첫째, GT에 대한 인지도가 전반적으로 낮았다. 전체 응답자들의 78.5%가 조사당시에 GT에 대해 처음 들었으며 GT의 뜻을 다소 알고 있었던 응답자는 4.3%에 불과하였다. 마케팅 연구에

서 알려져 있듯이, 신상품이 시장에 도입될 경우 극초기 구매자(innovators)와 초기 구매자(early adopters)가 각각 전체의 2.5%와 13.5% 정도란 점을 생각해 보면(Assael, 1984), 응답자들 사이에 GT에 대한 인식이 낮다는 것은 자연스럽다. 그러나, GT란 상품이 빠른 시일 내에 도약 내지 발전단계에 이르러 안정적인 운영을 하기 위해서는 GT가 제공하는 편익 및 대중관광과 차별화 되는 요소들을 중심으로 한 적극적인 촉진책이 강구되어야 한다. 극초기 구매자 또는 초기 구매자에 해당하는 집단을 구별해 낼 수 있는 후속연구가 필요하며, 이들을 표적시장으로 하는 광고 또는 홍보가 필요하다. 감각추구(sensation seeking)는 이들 두 집단을 구별해 낼 수 있는 가능성 높은 변수이다. 감각추구자는 "새롭고, 변화가 많으며 복잡한 경험을 추구하는 사람들로, 그런 경험으로 인한 위험도 부담할 마음이 있는 사람들"로 정의된다(Breen and Zuckerman, 1999). 이 변수는 심리학과 의학분야 뿐 아니라 여가분야에서도 유용성이 검증되었다(Arnett, 1994; Galloway and Lopez, 1999).

둘째, 세분시장별로 관광자의 욕구가 다르다는 것은 기존 연구로 잘 알려져 있다(홍성권, 1998b). 표적시장은 GT란 상품을 알리기 위한 촉진책의 시행을 위해서도 필요하지만, 표적시장이 확인되어야 그들이 바라는 구체적 속성 수준들을 조합해 잠재수요를 현시수요화할 수 있다. 현재 우리 국민들 사이에 일고 있는 환경에 대해 높은 관심수준과 자녀에 대한 교육열을 참고하면 생애주기는 가능성 높은 세분변수이다. 또한 표적시장이 바라는 구체적 형태의 GT가 되기 위해서는 conjoint-model 또는 conjoint choice model을 이용한 후속연구가 수행되어야 할 것이다. 숙소형태와 음식, 체험 및 이벤트가 가능성 높은 속성들이다.

셋째, 본 연구의 경우 GT태도가 긍정적이라고 해서 GT 참여의도가 높은 것은 아니었다. 의도는 태도뿐 아니라 행동조절요인에 의해서도 직접적 영향을 받기 때문이다. 소요비용이 GT 참여의도에 부정적 역할을 하였을 가능성이 있다. 추후 연구에서는 소요비용 이외 본 연구가 반영하지 못한 행동조절요인을 포함시킬 필요가 있다.

넷째, 오랜 농촌관광의 역사를 지닌 유럽의 경우, 농

촌관광은 주로 주말, 여름철, 방학기간 중에 휴가를 보내는 가족들이어서 독일은 평균 체류일은 평균 16일이었으며(Oppermann, 1996), 스페인은 4.5~11.4일로써 상대적으로 대중관광보다는 길다(Garcia-Ramon *et al.*, 1995). 일본에서도 응답자의 약 91%는 2박 3일 이상의 GT를 희망하고 있다(農林水産省構造改善事業課, 1992). 우리는 현재 주 1일 휴무제를 시행하고 있어 휴가나 방학을 제외하면 응답자들이 주중에 낼 수 있는 최대 기간은 1박 2일이다. 그러나, 정부가 추진하고 있는 주 2일 휴무제가 실시된다면, 본 연구의 제한요인에서도 밝혀졌듯이 관광의 필요조건인 '개인적 제한요인'은 크게 완화될 것으로 예상된다. 이럴 경우, 상대적으로 시간적 여유가 필요한 GT의 활성화가 기대된다.

인용문헌

1. 강미희(1999) 생태관광객의 여행동기 및 태도. 서울대학교 대학원 박사학위논문.
2. 강진겸, 김정연 역(1997) 녹색관광. 山崎光博, 小山善彦, 大島順子. 일신사.
3. 김범수(1999) 일본의 그린투어리즘. 산림휴양연구 3(1): 1-13.
4. 김범수, 한상열, 이주희(2001) 한국과 일본의 Green Tourism에 대한 비교연구. 관광연구 16(1): 83-103.
5. 김용수, 임원현(1998) 농어촌관광개발 실태와 개선방향. 한국정원학회지 16(4): 97-110.
6. 류선무, 장용만, 김성기(2001) 그린 투어리즘(Green-Tourism)의 개념에 대한 고찰. 관광농업연구 8(1): 1-15.
7. 류승우, 김학중(1998) 농촌관광개발의 이론과 정책 추진실태 분석. 관광농업학회 학술발표자료. pp. 241-270.
8. 박영수(1993) 한국 관광농원의 현황 및 특성에 관한 조사 연구. 성균관대학교 대학원 박사학위논문.
9. 박춘성, 김정옥, 채영길, 민황기(1995) 강원지역 관광농업 경영 연구: 관광농업 경영관리 개선연구 및 데이터베이스 개발. 강원도 농촌진흥원 시험연구보고서. pp. 82-98.
10. 산림청(1999) 녹색관광과 산촌활성화. 산림청.
11. 유상오, 이영은, 변필성, 조용석, 류선무(1998) 일본형 그린투어리즘 현황에 대한 연구: 관동지방 3개 지역을 중심으로. 관광농업학회 학술발표자료 pp. 53-78.
12. 엄서호(1994) 주제공원 서비스질의 측정 척도 개발에 관한 연구. 한국조경학회지 22(2): 25-38.
13. 최영문(1998) 농촌관광 수요의 추정과 전망. 관광농업학회 학술발표자료. pp. 131-149.
14. 한국관광공사(2000) 1999 전국민여행실태조사. 한국관광공사.
15. 홍성권(1988a) 레크레이션 선택행동의 체계적 연구: 계획행동이론의 적용으로. 한국조경학회지 25(4): 18-29.
16. 홍성권(1988b) 주제공원 이용자의 시장세분화를 위한 '충성도'의 사용가능성 검토. 한국조경학회지 26(1): 1-11.
17. 홍성권, 김성일, 이태희(2001) 컨조인트 선택모델을 통한 녹색관광 선택행동 연구. 관광학연구 25(1): 215-231.
18. 宮崎猛(1997) グリーン・ツーリズムと日本の農村. 農林統計協会.
19. 農林水産省構造改善事業課(1992) グリーン・ツーリズムに關する都市生活者アンケート調査. 農林水産省構造改善事業課.
20. 全國自然休養村協議會(1996) 全國自然休養村現地研究大會資料.
21. 北海道農政部(1992) 都市住民のファームインに對するニーズの方向性: 開かれに農村づくりなめざして. 北海道農政部.
22. Ajzen, Icek(1985) From intentions to actions: A theory of planned behavior. In J. Kuhl, and J. Beckmann, eds., Action-Control from Cognition to Behavior, Heidelberg: Springer. pp. 11-39.
23. Arnett, J.(1994) Sensation seeking: A new conceptualization and a new scale. Personality and Individual Differences 16 (2): 289-296.
24. Assael, Henry(1984) Consumer Behavior and Marketing Action. Boston: Kent Publishing Co.
25. Blaine, T. W., and G. Mohammad, and T. Var(1993) Demand for rural tourism: An exploratory study. Annals of Tourism Research 20: 770-773.
26. Bramwell, A., and T. Lane(1994) Special issue on rural tourism and sustainable rural development. Journal of Sustainable tourism 2: 1-2.
27. Breen, R. B., and M. Zuckermann(1999) Chasing in gambling behavior: Personality and cognitive determinants. Personality and Individual Differences 26(6): 1097-1111.
28. Busby, Graham, and Rendle Samantha(2000) The transition from tourism on farms to farm tourism. Tourism Management 21(6): 635-642.
29. Clarke, Jackie, and Richard Denman, and Gorden Hickman, and Julius Slovak(2001) Rural tourism in Roznava Okres: A Slovak case study. Tourism Management 22(2): 193-202.
30. Crawford, Duane W., and Edgar L. Jackson, and Geoffrey Godbey(1991) A hierarchical model of leisure constraints. Leisure Sciences 13: 309-320.
31. Crompton, John L. and Charles W. Lamb(1986) Marketing Government and Social Service, New York: John Wiley & Sons.
32. Fishbein, Martin and Icek Ajzen(1975) Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research. Reading: Addison-Wesley.
33. Fleischer, Aliza, and Abraham Pizam(1997) Rural tourism in Israel. Tourism Management 18(6): 367-372.
34. Galloway, G., and K. Lopez(1999) Sensation seeking and attitudes to aspects of national parks: A preliminary empirical investigation. Tourism Management 20: 665-671.
35. Garcia-Ramon, and M. Dolores, and Gemma Canoves, and Nuria Valdovinos(1995) Farm tourism, gender and the environment in Spain. Annals of Tourism Research 22(2): 267-282.
36. Getz, Donald, and Jack Carlsen(2000) Characteristics and goals of family and owner-operated businesses in the rural tourism and hospitality sectors. Tourism Management 21: 547-560.
37. Hair, J. F., Jr., and R. E. Anderson, and R. L. Tatham, and W. C. Black(1995) Multivariate Data Analysis, Englewood Cliffs: Prentice Hall.
38. Jackson, Edgar L., and Karla A. Henderson(1995) Gender

- based analysis of leisure constraints. *Leisure Sciences* 17: 31-51.
39. Keane, M. J., and H. Briassoulis, and J. van der Straaten(1992) Rural tourism and rural development, In H. Briassoulis, and J. van der Straaten, eds., *Tourism and Environment: Regional, Economic and Policy Issues, Environment and Assessment*, vol.2. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers.
40. Koth, B. A., and W. C. Norman(1989) *The Minnesota Bed and Breakfast Market: A Guest Profile*. Tourism Center, Minnesota Extension Service, University of Minnesota, Minnesota.
41. Lane, B.(1994) What is rural tourism?. *Journal of Sustainable tourism* 2: 7-21.
42. Luzar, E. Jane, and Assane Diagne, and Christopher Gan, and Brenda R. Henning(1998) Profiling the nature-based tourist: A multinomial logit approach. *Journal of Travel Research* 37(1): 48-55.
43. OECD(1994) *Tourism Policy and International Tourism in OECD Countries: 1991-1992*, Organization for Economic Co-Operation and Development.
44. Oppermann, Martin(1996) Rural tourism in southern Germany. *Annals of Tourism Research* 23(1): 86-102.
45. Pearce, P. L.(1990) Farm tourism in New Zealand: A social situation analysis. *Annals of Tourism Research* 17(3): 337-52.
46. Pevetz, W.(1982) Agriculture and tourism in Austria. Institute of Agricultural Economics of the Federal Ministry of Agriculture and Forestry. In *Symposium of Agriculture and Tourism Report*, Mariehamn, June, pp. 212-244.
47. Reichel, Arie, and Oded Lowengart, and Ady Milman(2000) Rural tourism in Israel: Service quality and orientation. *Tourism Management* 21: 451-459.
48. Robinson, G. M.(1990) *Conflict and Change in the Countryside*. London: Belhaven Press.
49. Ryu, Seung-Woo(1998) The situation and directions for farm tourism development in Korea. *Journal of Rural Development* 19(Winter): 229-242.
50. Unwin, Tim(1996) Tourist development in Estonia: Images, substantiality, and integrated rural development. *Tourism Management* 17(4): 265-276.
51. Weaver, David B.(2001) Ecotourism as mass tourism: Contraction or reality? *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* April: 104-112.
52. Weaver, David B., and David A. Fennell(1997) The vacation farm sector in Saskatchewan: A profile of operations. *Tourism Management* 18(April): 357-365.
53. Young, Robert A., and Anne T. Kent(1985) Using the theory of reasoned action to improve the understanding of recreation behavior. *Journal of Leisure Research* 17(2): 90-106.

원고접수: 2001년 11월 30일

최종수정본 접수: 2002년 2월 14일

3인익명 심사필