

농촌힐링관광 계획수립을 위한 구성요소별 중요도에 관한 연구

정상숙 · 이준설 · 리신호

충북대학교 농업생명환경대학 지역건설공학과

Tour of the Planning for Rural Healing Component A Study on the Importance

Jeong, Sang-Sook · Lee, Jun-Seol · Rhee, ShinHo

Dept. of Agricultural and Rural Engineering, Chungbuk National University

ABSTRACT : This study has been done to have a good grasp at the importance among the constituent elements of the rural healing tourism for working out the rural healing tourism planning. The above constituent elements were produced from the survey targeting the rural area-visiting visitors. For this study, 350 questionnaires were distributed to them and 306 out of them, valid, were collected. For the analysis of correlation among each item in the questionnaires, T-test, ANOVA were carried out. The results of the analysis of the questionnaires show that the consumers of the rural healing tourism have interest in the rural healing tourism regardless of their gender. The results also show that the consumers lay stress on the aspect of the infrastructure(H/W) more than contents-based aspect of the healing tourism(S/W). While especially, regarding healing tourism facilities or infrastructure, this study shows that there is significant difference in every item except gender item, regarding the contents and purpose of the rural healing tourism there is a significant difference among groups only in the item of age.

Key words : Healing, Healing Tourism, Rural Tourism

1. 서 론

우리나라에서 힐링(Healing)이란 낱말이 일상적으로 쓰이기 시작한 것은 1990년대 후반부터이며, 보통 ‘치유하다’, ‘낯게 하다’ 등의 사전적 의미로 사용되어 왔다(Yang, 2012). 여기서 힐링(Healing)의 개념을 ‘치유’라는 광범위한 개념으로 해석한다면, 인격의 성숙을 저해하는 비정상적인 상태에서 회복되는 것이라고 말할 수 있는데(Lim, 2008), 최근 우리나라에서는 ‘치유’의 개념을 내포하는 힐링(Healing) 문화가 전반적으로 확산되어 하나의 사회현상으로까지 자리 잡게 되었다(Lee and Park), 2014. 이러한 사회현상의 원인은 후기 현대사회로 접어들어 현대인이 영위하는 삶의 질 자체는 향상되었지만 사회적, 경제적인 청년 실업난과 조직구성원 및 팀 간에 놓인 무

환경쟁구도 등 정신적, 육체적인 스트레스로 인해 정신적 압박감이 심해지고 있기 때문인 것으로 볼 수 있다(Kim, 2013).

이러한 사회문화적 배경에 자연스럽게 확산된 힐링(Healing)문화는 현대인의 지친 심신을 달래기 위한 힐링관광(Healing Tourism)으로까지 이어졌는데, 도시 도시민의 누적된 스트레스, 식생활의 불안, 여가공간의 부족 등으로 생활의 윤택함이 악화되어 지속적으로 수요가 증가할 것으로 예상되고 있어(Yun, 2006) 관광의 한 측면에서 주요한 콘텐츠로 크게 강조되고 있다.

힐링관광의 수요증가로 관련연구도 활발하게 진행되어 왔는데, Shin(2013)은 힐링관광 서비스 품질과 관광선택속성, 이용형태, 힐링관광의 올바른 개발 방향과 마케팅 전략수립 등, 힐링관광 전반에 걸친 기초연구를 수행하였고, Park(2008)은 선의 관점에서 힐링을 해석한 후 웰빙(Well-Being)라이프라는 개념을 통해 육체적, 정신적, 사회적인 관점으로 나누는 연구를 수행한 바 있다. 또한

Corresponding author : Jeong, Sang Sook

Tel : 043-249-1808

E-mail : sang5397@daum.net

Park et al(2014)은 힐링관광의 구성요소에 따라 방문객이 느끼는 서비스품질에 관한 연구를 수행하여, 힐링관광의 서비스품질은 치유성, 매력성, 공감성, 신뢰성, 반응성, 소비성 등의 요인에 영향을 미친다고 주장하였다.

이렇듯 힐링관광과 관련된 다양한 선행연구가 수행되어 왔으나, 힐링관광이 본격적으로 자리 잡기 위한 힐링관광의 각 요소간 중요도를 파악한 연구는 드물다. 이에 본 연구에서는 농촌힐링관광 계획수립에 기여할 수 있도록 농촌힐링관광 수요자를 대상으로 설문조사를 실시한 후, 각 요소간 관계를 분석하여, 농촌힐링관광 계획 시 중요한 요소를 파악하고자 한다.

II. 이론적 배경

최근 현대인은 사회적 경제적으로 청년실업난과 대인관계에서의 스트레스 등으로 인해 정신적인 압박이 심해짐에 따라(Kim, 2013). 웰빙, 힐링, 심신 치유 등에 높은 관심을 보이고 있다. 이러한 추세에 의해 관광의 형태는 '힐링(healing)'과 '관광(tourism)'이 결합된 형태의 개념으로 대두되고 있으며, 치유서비스와 휴양, 레저, 문화 활동 등 관광활동이 결합된 새로운 관광형태로 변화하고 있다(Shin, 2013). 농촌관광분야에서는 주로 숙박시설을 중심으로 힐링이나 웰니스 콘텐츠를 도입하고 있으며, 휴양림, 삼림욕장이나 슬로시티, 농촌체험 프로그램과 같이 자연경관을 토대로 관광이 지속적으로 확대되고 있는 추세이다(Park, 2013).

농촌관광 확대 시행으로 농촌관광은 2000년부터 농촌의 부존자원을 활용하는 시범사업으로 대두되어(MGAHA, 2002), 농림축산식품부, 농촌진흥청, 산림청 등 유관부서에서 정보화 마을(행정안전부사업), 녹색농촌체험마을, 농촌전통 테마마을이라는 이름으로 확대되어 시행되었다(Choi et al., 2014). 2011년 경제적 효과는 농촌관광사업을 통해 얻은 총 매출액 1,258억원이 우리나라 전체 경제에 직·간접효과로 발생시킨 생산과급효과는 1조 3,872억원, 소득과급효과는 2,872억원, 부가가치 과급 효과는 2,754억 원, 고용과급효과는 41,127명에 이르는 것으로 평가되었으며 이 결과는 농촌관광개발의 목표가 농촌지역 경제의 활성화에 기여하고, 궁극적으로 농촌지역의 복리증진에 기여하는데 있다(Son et al, 2014). 이렇게 각 부처의 사업 추진으로 마을단위 공동사업형태로 새롭게 추진되어 온 농촌관광은 농가를 포함한 농촌지역 주민들에게 일자리 및 소득창출 기회를 제고할 뿐만 아니라, 지역농산물 판매 유통, 가공 등의 고부가가치를 창출하는 6차 산업과의 연계성도 우수하기 때문에 지역 경

제 활성화를 위한 효과적인 대안으로 평가 됩니다.

특히 우리나라는 빠른 속도로 산업화가 진행되어 많은 인구가 도시로 집중되었지만, 도시민을 위한 녹지 공간은 턱없이 부족하고, 극심한 교통체증과 황사, 공해로 인한 대기오염 등으로 인하여 도시민의 삶의 질이 악화되고 있는 현실이다. 이러한 환경 속에서 휴양, 치유 형태의 농촌관광은 도시민에게 누적된 스트레스와 피로를 해소하고, 편안하고 안락한 휴식공간을 제공한다는 측면에서 농촌관광이 제고하는 궁극적인 목표를 지향한다고 할 수 있는데 최근 이를 목적으로 관심을 갖는 인구가 증가하고 있어 그 중요성이 대두되고 있다.

농촌관광은 도농 교류를 통해 도시민의 여가와 웰빙, 힐링의 장소로 활용하고, 농촌체험마을 지역주민 스스로는 자신감을 회복하고 삶의 질을 높일 수 있다. 또한 농촌은 도시민에게 친환경적 농특산물을 생산하여 제공하고, 농촌체험관광으로 스트레스 해소와 친환경으로 건강을 되찾아, 도시와 농촌이 WIN-WIN하는 상생 관계여야 한다(Seong, 2014)

본 연구는 기존의 농촌 치유관광에 접목시키기 위한 농촌치유 및 힐링관광 구성요소에 대한 인식을 파악하고, 농촌체험 프로그램 계획에 반영될 필요가 있는 구성요소 분석과 중요도 평가를 실시하여 농촌 치유 관광 계획시 반영할 수 있는 안을 제시하고자 한다

III. 연구내용 및 방법

본 연구에서는 농촌치유관광을 구성하는 요소를 특별히 분류하고, 농촌 힐링관광 구성요소 중 상대적으로 중요한 요소는 무엇인지 파악하였다. 마지막으로 인구통계적 특성에 따른 농촌 힐링관광 구성요소의 차이를 분석하였다.

이를 위해 서울/경기권의 광릉수목원과 서울대수목원 및 충청권에 위치한 계명산 자연휴양림, 대전 한밭수목원 등의 자연휴양림 방문객을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 본 연구에서 조사대상지를 서울/경기권의 수목원과 휴양림 등으로 결정한 이유는 아직까지 농촌힐링관광 구성요소를 파악하기 위한 수준의 대상지를 선정하기 어렵고, 휴양림 등은 농촌에서 제공하는 어메니티(Amenity)와 매우 유사한 형태의 어메니티(Amenity)를 제공하고 있다는 측면에서 조사 대상지를 결정하였다.

설문조사는 2013년 4월 1일부터 30일까지 한 달간 실시하였으며, 본 연구의 내용을 충분히 교육받은 조사원과 연구자가 직접 방문해 조사대상자에게 협조를 구한 뒤 협조를 긍정적으로 받아들이는 응답자들을 대상으로

조사를 실시하였다.

설문지는 총 350부를 배포하였으며, 이중 총 346부(98.8%)를 회수하였으며 회수된 설문지 중 무응답하거나, 불성실하게 응답한 설문지 총 40부를 제외한 306부(87.4%)를 최종분석에 사용하였다.

조사된 설문지는 PASW 18.0 통계패키지 프로그램을 통하여 분석을 실시하였으며, 조사대상자의 인구통계적 특성을 알아보기 위한 기술통계분석(descriptive statistics)을 실시하고, 힐링관광 구성요소를 파악하기 위한 요인분석(factor analysis)과 신뢰도분석(Cronbach's α)을 실시하였으며 힐링관광의 구성요소별 중요성 차이를 파악하기 위하여 T-test 및 일원분산분석(ANOVA)을 실시하였다.

신뢰도를 측정하는 방법에는 평행검증법(the parallel form method), 검증-재검증법(test-retest method), 내부일치법(internal consistency method), 내적일관성법(Cronbach's α) 등이 있다. 일반적으로 신뢰도를 측정하는 통계적 기법으로는 내적 일관성을 검증하는 Cronbach's α 계수가 많이 사용되고 있다. 따라서 본 연구에서도 측정항목의 내적 일관성을 분석하기 위한 신뢰도 검증을 위해 Cronbach's α 계수를 사용하였다. Cronbach's α 계수는 0에서 1까지의 범위 값을 갖게 되며, 한 척도 또는 요인에 포함되어 있는 변수를 동질성을 갖는 것이라 생각되기 때문에 서로 양(+)의 상관관계를 갖는다고 가정한다. 사회과학 자료의 경우 Cronbach's α 계수가 0.6 이상이면 신뢰성이 높다고 할 수 있다(Choi, 2009).

1. 힐링관광 구성요소

힐링관광의 개념과 마찬가지로 힐링관광 구성 요소에 대한 연구는 거의 이루어지지 않고 있다. 따라서 연관된 연구를 통해 구성요소를 조합하는 것이 타당할 수 있다고 할 수 있으며, 이를 위해 힐링과 관련된 연구자들의 연구를 종합하고자 한다.

Park and Kwon(2009)는 트랜스포메이션 경제시대의 힐링관광 상품화 가능성 연구에서 힐링관광을 구성하는 구성요소로, 힐링 여행체험욕구와 관여도 등을 구성하였다. 그들의 연구에 따르면, 힐링 체험욕구는 힐링관광을 발생시키는 동기요인으로 정리하고 있으며, 관여도는 힐링관광 상품을 결정하는 요인으로 작용한다는 연구결과를 발표하였다.

힐링 여행욕구 탐색적 차원에서 자아존중감 향상에 대한 욕구, 자기효능감 향상에 대한 욕구, 자아통제감 향상에 대한 욕구, 신체적 건강 향상에 대한 욕구, 가족행복감 향상 욕구로 구분하였다. 자아존중감 향상 욕구는 가치있는 사람이 되는 것, 좋은 성품을 가지는 것, 내 자

신에 대하여 긍정적인 태도를 갖는 것 등을 측정하였다. 자기효능감 향상에 대한 욕구는 지식, 기술, 능력을 향상시키는 것에 대한 욕구를 측정하였고, 자아 통제 감 향상에 대한 욕구 및 신체적 건강 향상 욕구는 각 각 자신을 통제할 수 있는 능력을 키우는 것과 건강한 신체를 유지하는 것으로 구분하였다. 가족행복감 향상 욕구는 행복한 가정을 꾸리는 것, 자녀양육 관련 여행 관심도로 구분하였다. 그들의 연구에서 관여도는 힐링관광에 대해 얼마나 많은 관심이 있는지를 알아보기 위한 것으로 PII(Personal Involvement Inventory)의 20개 항목 중 “관심이 많음”, “중요함”, “의미가 큼”, “가치가 큼”, “유익함”, “매력적임”의 6개 항목으로 구분하였으며, 이들 6개 항목이 결국 힐링관광 상품을 선택할 때 고려하게 되는 구성요소로 정리하고 있다. 즉, 힐링관광을 구성하는 요소는 힐링관광에 대한 관심, 중요성, 의미, 가치, 유익함, 매력 성으로 구분하였다. 이는 앞서 살펴본 힐링관광의 분류체계를 위한 특징별 구분에서 살펴볼 때, 힐링관광 목적성을 중심으로 구성했다고 볼 수 있을 것이다.

Yang(2012)은 힐링 체험욕구와 트랜스포메이션 행동의도 연구에서 힐링관광 구성요소를 구분하였다.

그의 연구에 따르면 힐링관광을 체험하고자 하는 욕구를 힐링 체험욕구로 정의하고 있으며, 이를 자아 존중감, 자아 효능감, 자기 통제감의 3가지로 구분하였으며, 이는 힐링관광의 동기로 정리하고 있다. 또한 트랜스포메이션 행동의도가 곧 힐링관광을 구성하고 있는 행동요소로 보고, 이를 건강관련 상품선택의도, 관광관련 상품 선택의도, 관광행동 변화의도로 구분하였다. 건강관련 상품 선택 의도는 유기농 제품, 영양 보조제, 힐링푸드 등의 식이요법, 한방요법 등의 건강증진, 마사지 및 스파 등으로 구성하였고, 관광관련 상품 선택 의도는 생태관광, 공정여행, 힐링콘텐츠 보유, 산림치유 프로그램, 전문치유센터 등으로 구분하였다. 관광행동 변화 의도는 힐링콘텐츠 보유와 리조트 선택, 숙박여행과 힐링 목적성, 힐링체험의 새로움 등으로 구성하였다. 이와 같이 양재연의 연구는 힐링관광을 구성하는 구성요소를 리조트에 초점을 맞추고 분류했다고 할 수 있다.

즉, 앞서 살펴본 힐링관광 분류체계에 따르면, 그의 연구는 힐링관광의 구성요소를 힐링 콘텐츠, 힐링시설, 힐링 목적성으로 구분하였다고 볼 수 있다.

앞에서 살펴본 선행연구에서 알 수 있듯이 현재까지 힐링관광을 구성하는 구성요소를 명확하게 구분한 연구는 거의 전무한 실정이다. 이에 따라 유사한 힐링관광 관련연구의 분석을 통해 살펴본 결과, 힐링관광을 구성하는 요소는, 힐링관광을 구분하기 위한 분류체계의 특징과 연관시켜 볼 때 힐링관광 콘텐츠, 힐링관광 시설,

힐링관광 목적성으로 구성되어 있다는 것을 알 수 있었다. 따라서, 이와 같은 선행연구를 바탕으로 본 연구에서도 힐링관광의 구성요소를 힐링관광 콘텐츠, 힐링관광 시설, 힐링관광 목적성으로 구분하여 구성하고자 한다.

2. 설문지의 구성

힐링관광 구성요소는 Tabl 1과 같다. 연구수행을 위한 설문지는 선행연구에 대한 이론적 고찰을 바탕으로 작성하였으며, 수요자 측면에서 바라본 힐링관광 구성요소, 인구 통계적 특성을 측정하는 2개 부문으로 구분하여 작성하였다. 각 부문별로 도입부 해당부문에 대한 설명을 명시하였고, 해당번호에 체크하도록 기입방법을 명시하였다. 힐링관광 구성요소는 리커트식 5점 척도의 형식을 사용하였으며 총 21문항으로 작성하였다.

Table 1. Composition of questionnaires

Variables		Items	Total
Index of healing tourism	Contents of healing tourism	8	16
	Healing tourism facilities	6	
	Purpose of healing tourism	2	
Statistical characteristics	Gender, age, income, education, job	5	5
Total			21

Table 2. Demographic characteristics of targeted persons

Variables	Item	Frequency	Percentage(%)
Gender	Male	149	48.8
	Female	157	51.3
Age	10's ~ 20's	10	3.3
	20's ~ 30's	69	22.5
	30's ~ 40's	80	26.1
	40's ~ 50's	89	29.1
	Over 50's	58	19.0
Education	Under high school graduate	85	27.8
	Undergraduate	65	21.2
	College graduate	128	41.8
	Over graduate school	28	8.2
Income	Under two million won	93	30.4
	Two to three million won	80	26.1
	Three or four million won	73	23.9
	Four or five million won	24	7.8
	Over five million won	36	11.8
Job	Students	52	17.0
	Office workers	101	33.0
	Professionals	67	21.9
	Self-employed	28	9.0
	Others	58	19.0

IV. 분석결과

1. 표본의 인구통계학적 특성

설문조사 분석결과 조사대상자의 인구통계학적 특성 분석 결과는 Tabl 2와 같다. 성별에서는 총 응답자 306명 중 남자가 48.8%, 여자가 51.3%로 비슷한 것으로 나타났다.

연령별로 10대는 3.3%로 나타났으며, 20대가 22.5%, 30대가 26.1%, 40대가 29.1%, 50대 이상이 19.0%로 나타나, 전체 응답자의 연령별 분포는 10대의 비율이 적은 반면, 다른 연령대는 고르게 분포하는 것으로 나타났다.

교육수준에 있어서는 고등학교 졸업 이하가 27.8%, 대학재학이 21.2%, 대학교 졸업이 41.8%, 대학원 이상이 9.2%를 차지하고 있는 것으로 나타나 대학졸업이 가장

많은 것으로 나타났다.

월 소득수준에 있어서는 200만원이하가 30.4%, 201 ~ 300만원이 26.1%, 301 ~ 400만원이 23.9%, 401~500만원이 7.8%, 501만원이상 11.8%인 것으로 나타나 휴양림을 방문한 방문객의 월 소득은 수준별 비슷한 분포를 보이는 것으로 조사되었다.

직업에 있어서는 학생이 17.0%, 사무직이 33.0%, 전문직이 21.9%, 자영업이 9.0%, 기타가 19.0%를 차지하는 것으로 나타나, 사무직과 전문직이 다소 많은 것으로 나타났다.

2. 힐링관광 구성요소의 특성분류

본 연구에서는 힐링관광을 구성하는 요소를 특성별로 분류하기 위하여 타당도 및 신뢰도 분석을 실시하였다. 타당도란 측정하고자 하는 것을 설문조사를 통해 측정해 내는 정도를 분석하는 것이며 그 평가방법에 따라 내용타당성, 기준타당성, 개념타당성 등 3가지로 나누어진다. 내용타당성은 측정도구 자체가 측정하고자 하는 구성개념의 조작적 정의나 개념의 상태에 대한 측정이 미래 시점에 있어서의 다른 속성이나 개념과 구별되는 것으로 구성타당도라고도 한다. 내용타당도는 측정지표의 실제 측정결과가 본래 의도된 이론적 개념과 부합되는지를 평가하여 검증하는 타당도 측정방법으로 이론연구를 하는데 있어서 일반적으로 요인분석(factor analysis)을 사용한

다(Choi, 2009).

이와 같은 힐링관광 요소에 대한 타당도 및 신뢰도 분석 결과는 다음 Tabl 3과 같다. 힐링관광의 구성요인을 추출하기 위해서 주성분 분석(principle component analysis)을 사용하였으며, 요인 적재치의 단순화를 위하여 직교회전방식(varimax)을 채택하였다.

요인분석 결과 2개의 요인이 추출되었으며, 추출된 요인은 선행연구를 참고하여 콘텐츠 및 목적성과 힐링 시설로 명명되었다. 다만, 전문치유센터와 직원 친 절도는 선행연구와 다른 요인으로 묶이는 것으로 나타나 분석에서 제외하였다. 추출된 2개 요인의 부하값은 모든 문항들이 해당 요인에 0.4 이상의 요인 부하 값을 가지는 것으로 나타났으며, 아이겐 값은 각각 6.559, 2.385로서, 모든 수치가 요인추출의 기준이 되는 아이겐 값 1 이상의 요인만이 추출된 것으로 나타났다. 총 분산 설명력인 누적분산은 55.899%로 높은 것으로 나타났으며, KEO 값은 0.883로 나타났다. Bartlett의 구형 성 검증결과 근사 카이제곱은 2559.234의 값으로 나타났으며, 유의확률은 $p<0.001$ 의 수준에서 유의한 것으로 나타났다. 이러한 요인분석 결과를 종합하면 표본의 내용적 타당성은 대체로 높게 나타났다고 할 수 있다.

요인분석을 실행한 후, 동질적인 개념에 대한 내적일관성과 요인별 신뢰도를 검증하기 위해 Cronbach's α 계수를 이용하였는데 수치가 0.921, 755 비교적 높은 신뢰도를 보였다. 항목 제거 시 척도도 신뢰도 계수보다

Table 3. Analysis of validity and reliability of healing tourism factors

Items		Factor carrying capacity	Eigen Value	Variance(%)	Reliability coefficient
Contents & Purpose	Organic products	.789	6.559	40.992	.855
	Natural, healing food, etc	.769			
	Massage and Spa program	.769			
	Herbal remedies	.768			
	Forest healing program	.758			
	Healing contents	.731			
	Nourishing food	.721			
	Rewarding tour	.701			
	Eco-tourism	.694			
Healing facilities	Rest areas	.799	2.385	14.907	.736
	Taking a walk	.770			
	Family feeling	.768			
	Cleanliness	.719			
	Education facilities	.596			

Accumulative variance : 55.899%

KMO : 0.883, Bartlett The spherical test : $X^2 = 2559.234$, P-value : 0.000

Factor extraction method : Analysis of main constituent

Rotating method : varimax

높은 수치를 보이는 항목은 없었다.

이를 종합하여 생각해 볼 때 힐링관광을 구성하는 요소를 특성별로 구분하여 분류해 보면 콘텐츠 및 목적성을 중심으로 한 소프트웨어(S/W) 부분과 힐링 시설을 중심으로 한 하드웨어 부분으로 양분됨을 알 수 있었다.

3. 힐링관광 구성요소의 선호도 분석

본 연구에서는 힐링관광의 상대적 중요성을 평가하기 위하여 기술통계분석을 실시하였다. 그 결과 Tabl 4에서 나타난 바와 같이 산책가능, 휴식 공간, 가족적 분위기, 깨끗한 분위기를 중요시 하는 것으로 나타났다. 이를 통해 알 수 있듯이 현재 수목원 및 휴양림을 찾는 힐링 관광객들은 힐링관광 콘텐츠 등의 소프트웨어(S/W) 요소보다는 힐링관광 시설 등의 하드웨어 부분을 상대적으로 중요시 하는 것으로 나타났다. 특히 깨끗하고 가족적인 분위기는 매우 중요한 요소로 나타났다.

4. 항목별 힐링관광 구성요소의 인식차이

본 연구에서는 힐링관광 구성요소의 상대적 중요성을 인식하는 것에는 인구 통계적 특성에 따라 어떠한 차이가 있는지 알아보는 것으로 설정하였고, 이를 검증하기 위해 T-test 및 분산분석을 실시하였다. 먼저 성별에 따른 힐링관광 구성요소를 검증하기 위해 T-test를 실시한 결과는 아래의 Tabl 5와 같다. 표5 에서 보는 것과 같이 성별에 따른 힐링관광 구성요소의 인식차이는 없는 것으로 나타났다.

이는 힐링 관광객들은 성별에 관계없이 힐링관광 구성요소의 중요도를 비슷하게 인식하고 있다는 것을 의미하는 것으로, 고도 산업화 및 정보화 사회에서 남여의 역할이 혼재됨에 따른 결과로 생각해 볼 수 있으며, 또한 평균값이 모두 3점 이상인 것에서 알 수 있듯이 힐링관광 수요자들은 남여 구분 없이 힐링관광에 대한 관심이 있다는 것의 의미한다고 할 수 있을 것이다.

Table 4. The results of preference of healing tourism factors

Section	Min.(Max.)Value	Average	Standard deviation
Organic products	1.00(5.00)	3.54	1.09
Natural, healing food etc	1.00(5.00)	3.63	1.05
Health promotion by herbal remedies	1.00(5.00)	3.46	1.10
Massage & spa program	1.00(5.00)	3.53	1.13
Forest-healing program	1.00(5.00)	3.75	1.07
Eco-tourism	1.00(5.00)	3.67	0.99
Rewarding tour	1.00(5.00)	3.54	1.06
Healing contents-owning resorts	1.00(5.00)	3.48	1.05
Nourishing food	1.00(5.00)	3.62	1.05
Educational materials such as museums	1.00(5.00)	3.40	0.99
Taking a walk	1.00(5.00)	4.01	0.97
Rest areas	1.00(5.00)	3.94	1.00
Family styled atmosphere	1.00(5.00)	3.91	0.97
Cleanliness	1.00(5.00)	4.13	0.97

Table 5. Difference in awareness of healing tourism factors by gender

Items	Section	Average(S.D.)	t-value	post-hoc
Healing tourism Contents & purpose	Male	3.55(±0.88)	3.849	n/a
	Female	3.62(±0.75)		
Healing facilities	Male	3.79(±0.68)	1.037	n/a
	Female	3.96(±0.77)		

Note : *P<.05, **P<.01, ***P<.001

연령에 따른 힐링관광 구성요소의 인식차이를 검증하기 위해 일원배치 분산분석(One-way ANOVA)을 실시한 결과는 Tabl 6과 같다. Tabl 6에서 보는 것과 같이 힐링관광 구성요소 중 콘텐츠 및 목적성(p<0.05). 그리고 시설(p<0.01)의 모든 항목 집단 간 차이가 있는 것으로 나타났다. 통계적으로 유의한 항목에 대해 그 차이를 구체적으로 살펴보면 콘텐츠 및 목적성에 있어서는 20대 이하의 젊은층이 40대 이상의 장년층에 비해 힐링관광 콘텐츠 및 목적성에 대해 낮은 인식수준을 나타내고 있었으며, 힐링관광 시설은 20대 이하의 젊은층이 50대 이상의 노년층보다 낮은 인식수준을 나타내는 것으로 나타났다.

이러한 결과는 젊은 층일수록 힐링관광에 대해 다소 관심이 없다는 것을 의미하는 것으로, 이는 젊은 층의 경우 중장년층에 비해, 사회적 스트레스 및 삶과 관련된 역경 등이 아직은 많지 않은 것에서 그 원인을 찾을 수 있을 것이다.

학력에 따른 힐링관광 구성요소의 인식차이는 아래에서 보는 것과 같이 힐링관광 구성요소 중 힐링관광 시설

(p<0.001)의 항목에서 집단 간 차이가 있는 것으로 나타났다. 하지만 힐링관광 콘텐츠 및 목적성의 항목에서는 집단 간 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

통계적으로 유의한 항목에 대해 그 차이를 구체적으로 살펴보면 힐링관광 시설은 대졸이상의 고학력층이 다른 집단에 비해 높은 인식수준을 나타내는 것으로 나타났다.

이러한 결과는 대학 졸업 이상의 고학력 관광객일수록 힐링관광 시설에 대해 관심이 많다는 것을 의미하는 것으로, 이는 고학력층 집단이라는 것은 사회적인 활동이 많다는 것을 의미하는 것일 수 있으며, 이에 따른 스트레스 및 삶의 질 향상에 대한 희망에서 그 원인을 찾을 수 있을 것이다.

월수입에 따른 힐링관광 구성요소의 인식차이는 아래에서 보는 것과 같이 힐링관광 구성요소 중 힐링관광 시설(p<0.01)의 항목에서 집단 간 차이가 있는 것으로 나타났다. 하지만 힐링관광 콘텐츠 및 목적성의 항목에서는 집단 간 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

Table 6. Difference in awareness of healing tourism factors by age

Item	Section	Average(S.D.)	F- value	post-hoc
Healing tourism contents & purpose	Under 10's(a)	3.65(±0.73)	2.698*	b, c < a < d, e
	20's(b)	3.41(±0.82)		
	30's(c)	3.44(±0.85)		
	40's(d)	3.73(±0.83)		
	Over 50's(e)	3.73(±0.69)		
Healing facilities	Under 10's(a)	3.60(±0.54)	4.865**	a, b < c, d < e
	20's(b)	3.61(±0.76)		
	30's(c)	3.86(±0.72)		
	40's(d)	3.97(±0.72)		
	Over 50's(e)	4.12(±0.64)		

Note : *P<.05, **P<.01, ***P<.001

Table 7. Difference in awareness of healing tourism factors by education

Item	Section	Average(S.D.)	F-value	post-hoc
Healing tourism contents & purpose	Under high school graduate(a)	3.46(±0.76)	1.285	n/a
	Undergraduate students(b)	3.55(±0.81)		
	College graduate(c)	3.65(±0.85)		
	Over graduate school(d)	3.76(±0.80)		
Healing facilities	Lower than high school graduate(a)	3.72(±0.84)	7.933***	b < a < c, d
	Undergraduate students(b)	3.58(±0.71)		
	College graduate(c)	4.09(±0.62)		
	Over graduate school(d)	4.16(±0.47)		

Note : *P<.05, **P<.01, ***P<.001

통계적으로 유의한 항목에 대해 그 차이를 구체적으로 살펴보면 힐링관광 시설은 200만원 이하의 저 소득 집단이 다른 집단에 비해 낮은 인식수준을 나타내는 반면, 500만원 이상의 고소득 집단은 다른 집단에 비해 높은 인식수준을 나타내는 것으로 나타났다.

이러한 결과는 저소득 집단의 경우 정신적 안정 및 치유 등의 힐링 보다는 경제적 문제 등의 물리적인 것에 더욱 관심이 높을 수 있는데 반해, 501만 원 이상의 고소득 집단은 경제적 문제 등의 현실적인 문제 보다는 삶의 질과 같은 정신적인 문제에 관심을 가질 수 있다는 것에서 그 원인을 찾을 수 있을 것이다.

직업에 따른 힐링관광 구성요소의 인식차이는 아래에서 보는 것과 같이 힐링관광 구성요소 중 힐링관광 시설 ($p < 0.05$)의 항목에서 집단 간 차이가 있는 것으로 나타났다. 하지만 힐링관광 콘텐츠 및 목적성의 항목에서는 집단 간 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

통계적으로 유의한 항목에 대해 그 차이를 구체적으로

로 살펴보면 힐링관광 시설은 학생 집단이 다른 집단에 비해 낮은 인식수준을 나타내는 것으로 나타났다.

이러한 결과는 학생집단의 경우 다른 집단에 비해 힐링관광에 대한 관심이 적다는 것을 의미하는 것으로, 이는 학생집단의 경우 아직 사회적 의무 등에서 다소 자유로울 수 있기 때문에 힐링 등과 같은 정신적인 치유에 다소 관심이 없을 수 있다는 것에서 그 원인을 찾을 수 있을 것이다.

5. 토의 및 시사점

본 연구는 최근 사회적인 트렌드로 자리 잡고 있는 힐링관광에 대해 알아보고, 그 개념을 농촌 힐링관광에 접목함으로써 향후 농촌 힐링관광 계획수립과 향후 농촌 힐링관광의 방향을 제시하기 위해서 수행되었다.

본 연구는 서울/경기권의 광릉수목원과 서울대수목원 및 충청권에 위치한 계명산 자연휴양림과 대전 한밭수목

Table 8- Difference in awareness of healing tourism factors by income

Item	Section	Average(S.D.)	F-value	post-hoc
Healing tourism contents & purpose	Below ₩2 million(a)	3.52(±0.82)	2.200	n/a
	₩2.01 to 3 million(b)	3.53(±0.80)		
	₩3.01 to 4 million(c)	3.63(±0.79)		
	₩4.01 to 5 million(d)	3.35(±0.81)		
	Over ₩5.01 million(e)	3.91(±0.84)		
Healing facilities	Below ₩2 million(a)	3.66(±0.80)	5.016**	a < b < c < d < e
	₩2.01 to 3 million(b)	3.85(±0.68)		
	₩3.01 to 4million(c)	3.96(±0.66)		
	₩4.01 to 5 million(d)	4.07(±0.56)		
	Over ₩5.01 million(e)	4.22(±0.71)		

Note : * $P < .05$, ** $P < .01$, *** $P < .001$

Table 9- Difference in awareness of healing tourism factors by job

Item	Section	Average(S.D.)	F-value	post-hoc
Healing tourism contents & purpose	Students(a)	3.56(±0.80)	0.744	n/a
	Office work(b)	3.57(±0.75)		
	Professionals(c)	3.51(±0.99)		
	Self-employed(d)	3.82(±0.76)		
	Others(e)	3.57(±0.73)		
Healing facilities	Students(a)	3.57(±0.70)	4.381*	a < b < c, e, d
	Office work(b)	3.84(±0.69)		
	Porfessionals(c)	3.90(±0.81)		
	Self-employed(d)	4.15(±0.61)		
	Others(e)	4.06(±0.68)		

Note : * $P < .05$, ** $P < .01$, *** $P < .001$

원, 자연휴양림을 방문한 방문객을 대상으로 이루어졌다. 분석결과 힐링관광을 구성하는 요소를 특성별로 구분하여 분류할 수 있었으며, 힐링관광 구성요소 중 상대적으로 중요시하는 요소는 무엇인지 알아볼 수 있었고, 마지막으로 인구통계학적 특성에 따라 힐링관광 구성요소의 상대적 중요성을 인식하는 것에는 어떠한 차이가 있는지 알아볼 수 있었다.

첫째, 힐링관광을 구성하는 요소를 특성별로 구분하여 분류한 결과, 힐링관광 콘텐츠 및 목적성과 힐링관광 시설의 두 요소로 구분되었으며, 설문결과의 신뢰성은 모든 변수에 있어 Cronbach's α 계수 0.6 이상으로 신뢰할 만한 수준임을 입증하였으며, 타당성은 요인분석을 통해 $p < 0.001$ 수준에서 타당함을 입증하였다.

둘째, 힐링관광 구성요소 중 상대적으로 중요시하는 요소는 무엇인지 분석한 결과 힐링관광 콘텐츠 등의 소프트웨어 요소보다는 힐링관광시설 등의 하드웨어 부분을 상대적으로 중요시 하는 것으로 나타났다. 특히 깨끗하고 가족적인 분위기는 매우 중요한 요소로 나타났다.

마지막으로 힐링관광 구성요소의 상대적 중요성을 인식하는 것에는 어떠한 차이가 있는지 알아본 결과 성별을 제외한 연령, 학력, 월수입, 직업의 모든 항목에서 부분적으로 인식의 차이가 있는 것으로 나타났다. 특히 힐링관광 시설 항목은 성별을 제외한 모든 항목에서 유의한 집단 간 유의한 차이가 있는 반면, 힐링관광 콘텐츠 및 목적성은 연령의 항목에서만 집단 간 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

V. 결 론

본 연구는 힐링관광객을 대상으로 힐링관광 구성요소의 분류 형태와 상대적 중요성, 집단 간 인식차이를 규명하기 위한 것이다. 이를 위해 설문지를 통한 실증분석을 실시하였으며, 이를 통해 힐링관광의 구성요소의 분류 및 상대적 중요성, 집단 간 인식차이에 대한 결과를 얻을 수 있었다.

이러한 연구 결과를 바탕으로 한 시사점은 다음과 같이 정리할 수 있었다. 첫째, 힐링관광 구성요소의 분류가 콘텐츠 중심의 소프트웨어 부분과 시설 중심의 하드웨어 부분으로 분류되었다는 것은 관광서비스 분류체계와 일맥상통하는 것으로 생각할 수 있다. 따라서 향후 농촌 힐링관광 상품 등을 개발하고자 할 때에는 기존의 관광서비스 분류체계를 차용하여 농촌 힐링관광 상품을 개발하여야 할 것이다. 이와 아울러 소프트웨어 부분과 하드웨어 부분이 동시에 이루어져야 할 것이다.

둘째, 힐링관광 구성요소의 상대적 중요성에 있어 시설과 같은 하드웨어 부분이 상대적으로 중요시된다는 것은 아직까지 국내 힐링관광 콘텐츠 및 상품 등이 차별화하지 못하고 있다고 생각할 수 있으며, 이로 인해 직접적으로 비교 가능한 시설 등의 하드웨어 부분을 중시한다고 생각할 수 있다. 향후 농촌힐링관광 상품 개발 시에는 타 힐링관광지와 차별화 될 수 있도록 농촌자원을 활용한 힐링관광 콘텐츠를 개발해야 할 것이다.

셋째, 성별에 따른 힐링관광 구성요소의 인식차이가 없다는 것은 남·여 모두 힐링관광에 관심을 가지고 있다는 반증이 될 수 있으므로, 남·여의 구분에 따른 힐링관광 차별화가 아니라, 연령, 소득, 학력 등에 따른 차별화 전략을 전개해 나가야 할 것이다.

마지막으로 힐링관광 시설 중심의 하드웨어가 성별을 제외한 모든 항목에서 집단 간 차이가 있다는 것은 앞서 설명한 상대적 중요성과 연관 지어 생각해 볼 수 있을 것이다. 따라서 향후 농촌힐링관광 시설 등의 하드웨어 개발 시에는 연령, 학력, 월수입, 직업에 따라 차별화된 시설의 도입 및 개발이 이루어져야 할 것이다. 특히 고연령, 고학력, 고수입을 가진 집단이 힐링관광에 대한 관심이 상대적으로 높다는 것을 고려하여야 할 것이다.

이상의 연구 시사점을 종합해 볼 때, 농촌 힐링관광은 지역의 특색을 살린 시설과 농촌자원을 활용한 색깔 있는 프로그램의 조화를 중심으로 발전시켜나가야 할 것이다.

위에서 언급한 다양한 연구 성과 및 시사점에도 불구하고 본 연구는 한계점이 있다.

첫째, 실증연구의 표집 대상과 관련된 한계로 2013년 4월 한 달간 서울/경기 및 충청권의 특정한 자연휴양림을 방문한 방문객 대상으로 하였기 때문에, 실제 농촌관광객의 의사를 반영했다고 볼 수 없다. 향후 농촌힐링관광과 유사한 지역의 방문객을 대상으로 한 조사 및 연구가 진행될 필요가 있다.

둘째, 본 연구 주제와 목적에 적합한 설정을 위해 선행연구 및 관련 자료 그리고 전문가 의견들을 참고하고, 유사한 어메니티를 제공하는 대상지를 선정하였음에도 불구하고, 본 연구에 적용된 설문항목들이 자연휴양림이 가지는 일반적인 특성을 반영하는 것에 한계점을 지니고 있다는 점이다. 따라서 향후 연구에서는 이러한 한계점을 극복하고 농촌관광의 새로운 형태로서 농촌 힐링관광 체계를 구축하기 위한 연구가 지속적으로 수행될 필요가 있다.

References

1. Choi, A. S., Jeong, N. S., Jeong, D. Y., Song, I., Em, S. J., Choi, S. H., Lee, S. H., 2014, Development Plans by Life-Cycle of Rural Experience Tourism Village using Positioning Analysis - Focused on Hapjeon-village Chungbuk National University Graduate School Vol, 20(2): 11-22.
2. Choi, H. C., 2009, Activity based life-cycle management for green logistics , Master's Degree in Aerospace University 41-63.
3. Lim, D. H., 2008, Effects of Healing Dance on the Frail Elderly CVA Patients Department, of Dance The Graduate School of Ewha Womans University 1-22.
4. Kim, S. E., 2013, Analyzing Healing Effects of Travel Experiences for Guesthouse Visitors in Jeju Island, Department of Leisure & Tourism Science Graduate School Kyonggi University 1-24.
5. Kim, S. E., 2013, Analyzing Healing Effects of Travel Experiences for Guesthouse Visitors in Jeju Island, Department of Leisure & Tourism Science Graduate School Kyonggi University 1-64.
6. Lee, J. H., Park, J. S., 2014, Healing Fever and Tourism Development in Korea Concepts, Socio Cultural Background and Cases, Northeast Asia Tourism Research, Vol.10(1): 1-17.
7. Ministry of Government Administration and Home Affairs, 2002.
8. Park, J. C., Yoon, Y. B., Lee, G., O., 2014, The Effects of the Service Quality Influence to Hedonic Value and Customer Loyalty Based on Healing Tourism Structural Elements : Focused on Jecheon Resom Forest Resort, International Journal of Tourism and Hospitality Research 28(11): 49-66.
9. Park, J. H., Kwon, Y. M., (2009) Discovering the Power of the Healing as a Tourism Product in the Transformation Economy The Korea academe society of tourism and leisure Vol. 21(2): 357-374.
10. Park, J. S., 2008, A Study on Seon(禪) Mind Healing, Dongguk University Graduate School Dissertation.
11. Park, J. S., 2013, Attitude difference between coping behavior and dispersion method to reduce perceived crowding, according to the type of wellness tourists, Dongguk University Graduate.
12. Seong, G. M., 2015, A Study on the influence of experience types and environmental Characteristics to customer satisfaction in the rural experience village, University Graduate School, Gyeong sang nam-do, Korea 1-14.
13. Shin, H. H., 2013, A Study on the Influence of Healing Tourism Service Product and Service Quality on Tourism Satisfaction and Brand Loyalty, Majorin Tourism Management Graduate School Kwan Dong University 1-3.
14. Shin, H. H., 2013, A Study on the Influence of Healing Tourism Service Product and Service Quality on Tourism Satisfaction and Brand Loyalty, Majorin Tourism Management Graduate School Kwan Dong University 2-13.
15. Son, E. H., Park, D. B., Yoon, J. S., 2014, The Economic Impact Analysis of Rural Tourism Development Projects, Korea Society Of Agricultural Extension Urban Design Hong-Ik University Vol, 21(3): 155-179.
16. Yang, J. Y., 2012, Study on Relationship between Construction of Healing Experience and Behavior Intention for Transformation: Focused on the mediating effects and moderating effects of healing involvement, Dept. of Hospitality and Tourism Management Graduate School, Kyung-Hee University 1-24.
17. Yang, J. Y., 2012, Study on Relationship between Construction of Healing Experience and Behavior Intention for Transformation: Focused on the mediating effects and moderating effects of healing involvement, Dept. of Hospitality and Tourism Management Graduate School, Kyung-Hee University 13-99.
18. Yun, H. J., 2006, Integrated CI Planning and Design of Green Tourism Village for Image Distinction, Journal of the Korean Institute of Landscape Architecture Vol, 34(2): 71-72.

-
- Received 18 August 2015
 - First Revised 12 September 2015
 - Second Revised 23 November 2015
 - Third Revised 10 December 2015
 - Finally Revised 22 December 2015
 - Accepted 22 December 2015

Appendix

I. 다음은 힐링관광 구성요소와 관련된 질문입니다. 힐링관광 구성요소로 중요하게 생각되는 정도에 대해 응답해 주시기 바랍니다.

내 용	전혀 그렇지 않다.	약간 그렇지 않다.	보통 이다.	조금 그렇다.	매우 그렇다.
1. 유기농 제품	①	②	③	④	⑤
2. 자연식품, 힐링푸드 등 힐링식품	①	②	③	④	⑤
3. 한방요법 등을 통한 건강증진 프로그램	①	②	③	④	⑤
4. 마사지 및 스파 프로그램	①	②	③	④	⑤
5. 산림치유 프로그램	①	②	③	④	⑤
6. 전문 치유센터	①	②	③	④	⑤
7. 생태관광	①	②	③	④	⑤
8. 공정여행(착한여행)	①	②	③	④	⑤
9. 힐링 콘텐츠 보유	①	②	③	④	⑤
10. 영양학적 식사	①	②	③	④	⑤
11. 박물관 등 교육적 요소	①	②	③	④	⑤
12. 산책이 가능	①	②	③	④	⑤
13. 휴식 공간	①	②	③	④	⑤
14. 가족적 분위기	①	②	③	④	⑤
15. 깨끗한 분위기	①	②	③	④	⑤
16. 내부직원의 친절성	①	②	③	④	⑤

II. 다음은 귀하의 일반적 사항을 알아보기 위한 질문입니다.

1. 귀하의 성별은?

- ① 남성 ② 여성

2. 귀하의 연령은?

- ① 20세이하 ② 21~30세 ③ 31~40세 ④ 41~50세 ⑤ 51세 이상

3. 귀하의 학력은?

- ① 고졸이하 ② 대학 재학 ③ 대졸 ④ 대학원 이상

4. 귀하를 포함한 귀하 가정의 총 월수입은?

- ① 200만원 이하 ② 201~300만원 ③ 301~400만원
④ 401~500만원 ⑤ 501만원 이상

5. 귀하의 직업은?

- ① 학생 ② 월급직(사무직) ③ 전문직 ④ 자영업 ⑤ 기타

◆ 귀중한 시간을 할애해 주셔서 대단히 감사합니다 ◆