

ISSN 1229-8565 (print)

한국지역사회생활과학회지

Korean J Community Living Sci

<http://dx.doi.org/10.7856/kjcls.2016.27.1.67>

ISSN 2287-5190 (on-line)

27(1) : 67~81, 2016

27(1) : 67~81, 2016

농촌 공정관광의 재참여 결정요인

김 경 희 · 이 선 민[†]

농촌진흥청 국립농업과학원

Determinants of Re-participation for Rural Responsible Tourism

Kyung-Hee Kim · Sun-Min Lee[†]

National Institute of Agricultural Science, Rural Development Administration, Wanju, Korea

ABSTRACT

Responsible tourism has become an established area of the tourism industry. This study aims to identify the factors that influence re-participation in responsible tourism in rural Korea. On-site survey was conducted on 436 tourists by seven responsible tourism agencies in Korea. The motivation for responsible tourists was categorized into seven types: family togetherness, escape and relaxation, personal growth, social interaction, various experiences, learning, and natural experience. The estimation of a binary logistic regression model determined the characteristics of responsible tourists who are most likely to opt for re-participation in responsible tourism. Results indicated that important factors for re-participation in responsible tourism were 'age', 'educational level', 'accompany', 'length of stay', and 'motivation'. The results implied that tourists' internal and external factors are important for re-participation in responsible tourism. It is expected that this study will contribute to the market expansion of responsible tourism.

Key words: rural, responsible tourism, re-participation, determinant, binomial logistic regression

I. 서론

소비자들의 관심이 실용성과 낮은 가격 등 합리적 소비에서 윤리적 소비로 변화하고 있다. 윤리적 소비는 전 세계적으로 증가하는 추세로 Nielsen(2012)에 의하면 전 세계 소비자의 66%는 수익을 사회에 환원

하는 기업의 제품이나 서비스를 선호하며, 이 중 46%는 사회적 책임감을 가진 기업의 제품을 구매할 의사가 있는 것으로 나타났다.

관광에 대한 사회적 인식 변화와 함께 공정관광(responsible tourism)에 대한 관심도 증가하고 있다(Dolnicar & Leisch 2008). 공정관광은 윤리적 소비

This work was carried out with the support from the "Research Program for Agriculture Science & Technology Development (Project No. PJ01008202)" of the National Institute of Agricultural Science, Rural Development Administration, Republic of Korea.

Received: 5 January, 2016 Revised: 26 January, 2016 Accepted: 11 February, 2016

[†]Corresponding Author: Sun-Min Lee Tel: +82-63-238-2635 E-mail: tjsals1109@jbnua.ac.kr

This is an Open-Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0>) which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

에 바탕을 두고 있다. 공정관광은 관광지와 지역주민의 삶의 질을 향상시키고 성장할 수 있는 기반을 마련함으로써 관광의 지속성을 가지게 한다(Weeden 2002; Goodwin & Francis 2003). 관광산업은 전 세계적으로 규모가 큰 산업임에도 불구하고 대기업으로의 수익 편중, 환경 파괴와 문화자원 훼손, 인권 침해 등과 함께 지역민들의 소득이나 삶의 질 향상에 기여하지 못하는 경우가 많았다. 공정관광은 기존 관광산업이 가지고 있는 이러한 부정적인 측면에 대한 대안으로 출발하였으며 지역사회 및 관광객 모두에게 혜택이 돌아가도록 하려는 것이다. 이를 통해 지역주민의 삶을 향상시킬 수 있는 지속가능한 형태의 관광이 되는 것이다(Cleverdon & Kalisch 2000; Goodwin & Roe 2001; Kim & Lee 2015a, 2015b). 국내에서는 1990년대 이후 시민단체, 사회적기업, 공정관광 사업체 등에서 공정관광을 도입하여 운영하고 있으나 아직은 공정관광에 대한 인식이 미흡한 실정이다. 공정관광의 효율적인 확대와 지속적인 성장을 위해서는 공정관광으로 관광객을 유인하고 지속적인 재방문을 이끌어 내는 것이 중요하다(Kim & Lee 2015a).

관광에서 재방문객은 최초방문객보다 목적지에 대한 만족이 높기 때문에 후회 방문이나 추천 가능성이 있어 관광마케팅에서 중요한 역할을 하게 된다(Oppermann 1998; Damell & Johnson 2001; Pritchard 2003). 따라서 유명 관광지들은 경제적인 측면에서 재방문객들에게 더 큰 비중을 두고 있다(Gitelson & Crompton 1984; Reid & Reid 1994; Darnell & Johnson 2001). 더욱이 Kozak(2001), Lau & Mc Kercher (2004), Lee et al.(2013) 등의 연구를 보면, 재방문객이 최초방문객보다 재방문 의도가 높은 것으로 나타나 관광에서 재방문객의 중요성을 다시 한 번 보여주고 있다. 관광 동기 등 관광객의 특성이 관광 참여 및 재참여에 어떠한 영향을 미치는지를 살펴보는 것은 관광객의 행동을 이해하는데 매우 중요하다. 모든 소비 행동은 동기와 개인적 특성에 의해 발생하며 관광객의 행동과 관광지 선택 과정 또한 관광객의 동기와 배경에 의해 영향을 받기 때문이다(Um & Crompton 1990; Lue et al. 1993). Mayo & Jarvis(1981)는 관광객의 관광행동 결

정에 영향을 미치는 요인을 내적인 요인(internal factors)과 외적인 요인(external factors)으로 구분하였다. 내적인 요인은 관광행위를 결정하는 심리적 요인으로 개인의 지각, 학습, 성격, 동기, 태도 등이 있으며, 외적인 요인은 사회·경제적인 변수나 문화 집단으로 가족, 집단, 사회계층 등으로 설명할 수 있다. 관광객의 의사결정은 내적인 요인과 외적인 요인이 복합적으로 작용한다. 다시 말해 관광객의 의사결정과정은 인구통계학적 요인, 사회적 요인, 심리적 요인, 관광지 특성 요인 등의 많은 변수에 의해 영향을 받게 되는 것이다(Choi & Kim 2002). 관광객의 의사결정에 영향을 미치는 특성을 파악하는 것은 효과적인 관광 마케팅을 위해 필수적이다.

지금까지 이루어진 공정관광 연구를 살펴보면, 공정관광의 개발 사례에 대한 연구(Berry & Ladkin 1997; Hwang & Lee 2011), 공정관광 운영자의 인식에 대한 연구(Cooper & Ozdil 1992; Fennell & Malloy 1999; Frey & George 2010; Manente et al. 2012; Kim & Kang 2015), 공정관광객의 책임성과 태도를 분석한 연구(Blackstock 2008; Boluk 2011; Mahrouse 2011; Cho & Jeong 2012; Caruana et al. 2014; Kim & Lee 2015a) 등이 이루어 졌으나, 공정관광 수요자의 측면에서 이루어진 연구는 시장세분화 연구(Mody et al. 2014; Kim & Lee 2015b) 등 몇몇 연구를 제외하고는 많지 않다. 따라서 본 연구의 목적은 농촌에서 이루어지는 공정관광에 참여한 관광객의 참여동기와 사회인구학적 특성을 알아보고 이항 로지스틱 회귀분석을 활용하여 농촌 공정관광 재참여에 영향을 미치는 요인을 분석하는 것이다. 본 연구의 결과는 농촌 공정관광객에 대한 기초적인 정보를 제공하고 공정관광객의 유인과 재참여를 유도할 수 있는 마케팅 전략 수립에 활용할 수 있을 것이다.

II. 이론적 배경

1. 농촌 공정관광

그동안 관광산업은 크게 성장하였다. 하지만 그 이면에 있는 여러 가지 부정적 요인들에 대한 인식과

우려도 높아지고 있다. 공정관광은 기존의 관광산업이 낳은 다국적 기업에의 수익 편중, 환경 및 문화자원 파괴, 여행 종사자의 인권 훼손 등의 문제점에 대한 대안에서 출발하였다. 공정관광(responsible tourism)은 대중관광(mass tourism)과 대비되는 개념으로 윤리적인 소비를 바탕으로 한 윤리적 관광, 착한 관광 등과 유사한 개념으로 사용되고 있다. Smith(1990)는 공정관광을 관광지의 자연적, 생태적, 문화적 환경을 존중하고 모든 이해관계자의 이익을 고려하는 형태의 관광이라 하였으며, Spenceley et al.(2002)은 관광으로 인해 증가한 사회경제적 이익과 향상된 자연자원 관리를 통해 지역 공동체가 더 나은 삶을 누리게 하는 것이라 하였다. 2002년 Cape town 선언에서 제시한 공정관광의 핵심 원칙은 지역에 미치는 부정적인 영향 최소화 및 경제적 혜택, 지역민들의 의사결정 참여, 지역의 자연 및 문화 자원 보전, 관광객과 지역민의 연결, 접근성이 높고 문화적으로 민감한 형태의 관광이라 하였다(World Tourism Market Responsible Tourism 2013). 이처럼 공정관광은 공정관광에 참여하는 지역주민들과 관광객 등의 이해주체들이 서로 공정한 관계를 맺으며, 지역사회가 받는 사회·경제적 혜택을 증가시키고 문화자원과 생태자원에 미치는 영향을 최소화하여 지역주민의 삶의 질을 향상시키는 지속가능한 형태의 관광이라 할 수 있다. 공정관광의 목표는 관광으로 인한 혜택이나 이익이 지역주민들과 관광객 모두에게 돌아가도록 하는 것이다(Cleverdon & Kalisch 2000; Goodwin & Roe 2001; Kim & Lee 2015b).

국외에서는 공정관광에 대한 움직임이 일찍부터 있어왔다. 2001년 설립된 영국의 'Responsible Travel'은 3,000여개 이상의 공정관광 프로그램을 운영하고 있으며 대형 여행사들에게 공정관광 지침을 알리고 있다(Responsible Travel 2015). 호주의 'Intrepid Travel'은 1989년부터 현재에 이르기까지 400여개 이상의 공정관광 프로그램을 운영하며 지속가능한 관광 개발에 힘쓰고 있다(Intrepid Travel 2015). 비영리 연구기관인 'Center for Responsible Travel'은 관광산업의 지속가능한 관행 및 원칙을 추구하는 정책 지향적인 연구를 수행하고 있다(Center for Responsible

Travel 2015). 국내에서는 1990년 후반에 공정관광이 약간씩 소개되기 시작하였으며 사회적기업, 지역기반 공정관광업체, 지역기반 중간지원조직, 시민단체 등을 중심으로 공정관광이 운영되고 있다. 이들은 관광에서 발생하는 경제적 혜택이 지역주민들에게 직접적으로 돌아갈 수 있도록 프로그램을 구성하고 있다(Kim & Lee 2015a, 2015b). 공정관광 운영에서 지역주민들은 마을 해설 등의 체험진행, 숙박 및 식사 제공, 농산물 판매 등으로 공정관광에 참여함으로써 공정관광으로 발생한 수익이 농촌 지역에 직접적으로 돌아갈 수 있도록 운영하고 있다. 관광객이 농촌의 고유한 문화를 경험할 수 있도록 하며, 관광으로 인해 자연환경에 미치는 영향을 최소화하며 관광객과 지역 주민이 교류함으로써 농촌 지역 주민들의 삶의 질을 향상시키고 지속가능한 관광이 되도록 하는 것이다.

2. 재방문 관련 선행연구

관광산업에서 적은 비용으로 수익을 증가시키는 최선의 방법 중 하나는 관광객의 재방문을 유도하는 것이다(Gyte & Phelps 1989). 재방문은 관광에 만족한 관광객에게 일어나는 현상으로 관광 마케팅과 직접적으로 연계하며 잠재 관광객을 발생시킨다(Fridgen 1991). 재방문객은 최초방문객보다 목적지에 대한 만족이 높아 차기 방문이나 친구나 친지 등에게 추천할 가능성이 크기 때문에 관광객의 재방문은 관광마케팅 연구에서 중요하게 여겨지고 있다(Oppermann 1998; Pritchard 2003). Gitelson & Crompton(1984)은 관광객들과의 심층 인터뷰를 통해 관광지를 다시 방문하는 이유를 분석하였다. 방문지의 위험과 불확실함 감소, 사회적 교류, 방문지에 대한 정서적인 유대감, 처음 방문했을 때 경험하지 못한 관광 경험, 구전 등 다섯 가지 이유가 나타났다. 또한 재방문객은 최초방문객에 비해 연령이 높으며 최초방문객이 새로운 다양한 문화적 경험을 추구하는 반면 재방문객은 가족이나 친지를 방문하는 것을 추구하는 것으로 나타났다. 재방문과 관련한 Fluker & Turner(2000)와 Hughes & Morrison-Saunders(2002) 등의 연구에

서 최초방문객은 새로운 경험이나 모험을 추구하는 반면 재방문객은 가족과의 여행이나 휴식을 추구하는 것으로 나타났다. Uysal et al.(1993)의 연구에서는 Corn Festival에 참여한 관광객 중 최초 참가객보다 재참여객의 이벤트 신기성 및 사교성 동기가 더 높게 나타났다. Mckercher & Wong(2004)의 연구에서는 홍콩을 처음 방문한 관광객은 문화, 역사에 흥미를 보이는 반면 재방문객은 쇼핑, 친구나 친지 방문 등의 사회적인 활동을 선호하는 것으로 나타났다. Lee et al.(2013)의 연구에서 재방문객이 최초방문객보다 일상탈출·휴식, 유희성, 친목도모, 자긍심 동기를 더 높게 지각 하며 재방문의도 및 추천의도 또한 높게 나타났다. 이외에 Kozak(2001), Petrick & Backman(2002), Lau & Mckercher(2004) 등의 연구에서도 최초방문객보다 재방문객의 재방문의도 및 추천의도가 높게 나타났다. 이처럼 선행연구에서 재방문객은 가족 및 친구와 더 많은 시간을 보내는 등 사회 교류적인 경향을 가지고 있으며, 재방문의도 및 추천의도가 높은 것으로 나타났다. 관광객의 재방문에 영향을 미치는 변수는 참여동기, 사회인구학적 특성 등으로 다양하게 나타나고 있다.

관광동기는 관광을 결정하는 중요한 연구 과제로 다루어져 왔다. 동기는 어떤 개인이 기대하는 요구를 실현하고자 할 때 발생하며 특정한 방식의 행동을 유발시키는 원인이다(Mill & Morrison 1985; Beerli & Martin 2004). 욕구를 행동으로 이끌어내는 심리적인 원동력으로 작용하는 동기는 인간이 행동하게 되는 근본적인 원인을 설명하고 나아가 인간의 행동을 예측할 수 있다. 관광동기는 관광객이 의사결정 및 행동에 작용하는 원인으로 관광활동이나 관광지 선택을 결정하는 데 중요한 역할을 하기 때문에 관광객 유치에 위한 마케팅 전략을 세우기 위한 필수적인 요소로 활용된다(Crompton & McKay 1997; Yoon & Uysal 2005). 관광객의 다양한 관광 유형은 관광지 선택 과정을 거쳐 나타나는 결과이며 관광객의 동기와 배경에 의해 영향을 받는다(Um & Crompton 1990; Lue et al. 1993). 그동안 선행연구에서 관광동기는 관광 결정요인으로 나타났으며, 회귀, 지인과의 관계 향상, 일상탈출, 휴식, 사회적 교류, 교육 및 학

습 등이 관광을 결정하는 중요한 요인으로 분석되었다(Crompton 1979; Mannell & Iso-Ahola 1987). 또한 Pearce & Lee(2005)는 관광 동기와 경험과의 관계를 조사하여 자기 개발, 일상탈출·휴식, 사회적 관계 유지의 핵심동기가 관광 참여의도 형성 및 관광지 선택에 중요하게 작용한다고 주장하였다. 이러한 관광동기는 관광형태, 목적, 지역적 특성 등에 따라 다양하게 형성되고 있다. 공정관광객의 동기는 여러 가지로 측정할 수 있는데, Mody et al.(2014)은 인도에 방문한 외국인 및 내국인 공정관광객의 동기를 자연(nature), 책임감 있는 운영자(responsible operator), 농촌성(rurality), 공정성(responsibility), 일상탈출(escape), 자기개발(personal development), 가족(family), 사회성(socializer) 등으로 나타났다. Kim & Lee (2015b)는 농촌 공정관광객의 참여동기를 가족화합, 일상탈출·휴식, 자아성장, 사회적 교류, 다양한 경험, 학습, 자연체험 등으로 구분하였다. 농촌관광분야에서도 동기에 관한 연구가 이루어졌는데, Park & Yoon(2009)은 농촌 관광객의 동기를 휴식(relaxation), 사회화(socialization), 학습(learning), 가족동반(family togetherness), 진기함(novelty), 흥미(excitement)로 구분하였다. Park et al.(2010)은 농가민박 이용객의 여행 동기를 재충전, 스릴과 흥미, 농촌체험 추구로, Park & Kim(2011)은 농촌관광객의 동기를 재충전, 흥미, 농촌생활, 학습, 사교, 가족으로 구분하였다.

사회인구학적 특성 또한 소비자의 행동에 영향을 미치는 중요한 변수로 나타나고 있다. 관광에서도 관광 상품을 구매하는 의사결정과정은 인구통계학적 특성, 사회적 특성, 심리적 특성, 관광지 특성 등의 영향을 받는다(Choi & Kim 2002). 사회인구학적 특성 및 관광행동 특성과 재방문 행동의 관계를 분석한 선행연구를 살펴보면, Oppermann(1997)의 연구에서는 최초방문객보다 재방문객의 체류기간이 더 길며, 비용지출의 경우 최초방문객이 더 높은 것으로 나타났다. Lee(2004)의 연구에서는 농촌관광 참여 결정에 영향을 주는 인구통계적 특성은 가계소득, 결혼유무 등으로 나타났다. 가계소득이 높을수록, 기혼자일수록 농촌관광에 참여할 확률이 높은 것으로 나타났다. Jeon & Choi(2011)의 연구에서는 외래관광객의 방한

횡수에 영향을 주는 인구통계적 특성은 성별, 교육 수준, 소득 수준, 연령 등으로 나타났다. 남성일수록 방한 횡수가 증가하였으며, 연령, 교육 수준 및 소득 수준이 높을수록 방한 횡수가 증가하는 것으로 나타났다. Gwak(2013)의 연구에서는 국립공원의 방문 횡수에 영향을 주는 인구통계학적 및 사회경제적 특성은 연령, 직업, 동반유형 등으로 나타났다. 연령은 20/30대보다 40/50/60대가 국립공원에 더 자주 방문하는 것으로 나타났다. 직업의 경우 전문직과 자영업은 다른 직업보다 방문 횡수가 더 적게 나타났다. 동반유형은 직장동료나 동호회 형태의 동반유형일 경우 국립공원에 더 자주 방문하는 것으로 나타났다. Choi & Park(2013)의 연구에서는 가구소득이 높을수록 가족관광 경험률, 가족관광 횡수 등이 높아지는 것으로 나타났다. Alegre et al.(2013)의 연구에서는 가구의 월수입, 가장의 연령 및 교육 수준 등이 높을

수록 가족관광 참여 및 관광 비용이 증가하는 것으로 나타났다. 선행연구를 종합해보면, 관광객의 재참여와 관련이 있는 요인은 참여동기, 사회인구학적 특성의 성별, 결혼여부, 연령, 월 소득, 학력, 직업 등과 관광행동 특성의 동반자 유형, 관광일정 등으로 나타났다.

III. 연구방법

1. 변수선정

종속변수의 범주가 두 개로 측정되는 경우 이항 로지스틱 회귀분석(Binary Logistic Regression Analysis)을 통해 독립변수들과 종속변수의 관계를 분석한다(Lee & Lim 2008). 본 연구의 종속변수는 농촌 공정 관광 참여유무에 따라 첫참여객과 재참여객으로 구

Table 1. Summary of variables used in the models

	Variable	Variable description
Independent variables		
	Gender	0 = Male, 1 = Female
	Marital status	0 = Not married, 1 = Married
	Age	
Socio-demographic characteristics	Monthly income	1 = Up to KRW 2 million, 2 = KRW 2~3.9 million 3 = KRW 4~5.9 million, 4 = More than KRW 6 million
	Educational level	1 = Below high school graduate, 2 = High school graduate, 3 = College graduate, 4 = University graduate, 5 = Graduate university or more
	Occupation	1 = White-collar worker/Professional, 2 = Service/Blue-collar worker, 3 = Student, 4 = Housewife
Tourism behavior	Accompany	1 = Family or relatives, 2 = Friends or partner, 3 = Alone, 4 = A group tour or other
	Length of stay	1 = One day, 2 = Two days, 3 = More than three days
Motivation	Family togetherness	
	Escape · relaxation	
	Personal growth	
	Social interaction	Likert 5-Point Scale
	Various experience	1 = 'Strongly disagree', 5 = 'Strongly agree'
	Learning	
	Natural experience	
Dependent variable		
	Re-participation	0 = No, 1 = Yes

분하였다. 즉, 종속변수는 이분형 척도로 측정되어 i 번째 응답자가 생애를 통틀어 국내에서 이루어지고 있는 여러 공정관광 프로그램 중에서 처음 참여한 경우는 0, 2회 이상 참여한 경우는 1이 된다. 본 연구에서는 농촌 공정관광객의 재참여 결정요인을 파악하기 위해 관광객의 관광 참여 및 재방문과 관련한 선행연구(Crompton 1979; Mannell & Iso-Ahola 1987; Oppermann 1997; Choi & Kim 2002; Lee 2004; Pearce & Lee 2005; Jeon & Choi 2011; Alegre et al. 2013; Choi & Park 2013; Gwak 2013)를 바탕으로 내적인 요인과 외적인 요인과 관련된 변수들을 도출하였으며, 이외에 동반자 유형, 관광일정의 관광행동 특성 변수를 추가하였다(Table 1).

본 연구에서 활용한 이항 로지스틱 회귀모형은 이항범주형의 종속변수인 농촌 공정관광 재참여 여부를 분석하기 위함이며, 이항 로지스틱 회귀방정식을 설정해보면 식(1)과 식(2)와 같다. 이 경우 공정관광 재참여는 사건확률형식(event probability form)으로 표현된다. α 는 상수, $\beta_1 \dots \beta_9$ 은 투입한 독립변수의 계수벡터를 의미한다.

$$\Pr(re-participation = 1) = \frac{e^{(\alpha + \sum_{k=1}^9 \beta_k X_k)}}{1 + e^{(\alpha + \sum_{k=1}^9 \beta_k X_k)}} \quad (1)$$

$$\sum_{k=1}^9 \beta_k X_k = \beta_1 age + \beta_2 gender + \beta_3 marital status + \beta_4 monthly income + \beta_5 educational level + \beta_6 occupation + \beta_7 accompany + \beta_8 length of stay + \beta_9 motivation \quad (2)$$

분석 모형에는 내적인 요인인 공정관광객의 참여동기를 측정하기 위해 관광동기와 관련한 선행연구를 바탕으로 문항을 도출하였다. 본 연구에서 참여동기는 농촌지역의 공정관광에 참여하게 된 동기를 의미한다. 가족화합과 관련된 문항(Yoon & Uysal 2005; Park & Yoon 2009), 일상탈출·휴식과 관련된 문항(Oh et

al. 1995; Yoon & Uysal 2005; Beh & Bruyere 2007; Mehmetoglu 2007; Benson & Seibert 2009; Park & Yoon 2009; Ooi & Laing 2010), 자아성장과 관련된 문항(Beh & Bruyere 2007; Benson & Seibert 2009; Ooi & Laing 2010), 사회적 교류와 관련된 문항(Oh et al. 1995; Yoon & Uysal 2005; Beh & Bruyere 2007; Mehmetoglu 2007; Benson & Seibert 2009; Park & Yoon 2009; Ooi & Laing 2010), 다양한 경험과 관련된 문항(Oh et al. 1995; Yoon & Uysal 2005; Beh & Bruyere 2007; Mehmetoglu 2007; Ooi & Laing 2010), 학습과 관련된 문항(Oh et al. 1995; Yoon & Uysal 2005; Beh & Bruyere 2007; Mehmetoglu 2007; Benson & Seibert 2009; Park & Yoon 2009), 자연체험과 관련된 문항(Oh et al. 1995; Yoon & Uysal 2005; Beh & Bruyere 2007; Mehmetoglu 2007) 등 공정관광의 특수성을 반영할 수 있는 28개의 문항으로 구성하였으며, 5점 Likert 척도(1 = '전혀 그렇지 않다', 5 = '매우 그렇다')로 측정하였다. 외적인 요인으로는 사회인구학적 특성인 성별, 결혼여부, 연령, 월평균소득, 학력, 직업 변수를 포함하였으며, 추가로 관광행동 특성인 동반자 유형, 관광일정 변수를 포함하였다. 동반자 유형은 공정관광에 함께 참여한 동반자의 유형, 관광일정은 공정관광에 참여한 총 일정을 의미한다. 구성된 문항들은 관광학자와 공정관광 현장전문가 4인의 검토를 거친 뒤 국내 공정관광객에게 사전조사(pre-test)를 실시하여 의미가 모호한 문항들은 수정·보완하였다.

2. 조사대상 및 자료수집

국내에서 이루어지고 있는 공정관광 프로그램은 마을의 이야기, 전통문화자원 등 지역의 고유성을 체험하고 지역 문화를 가까이에서 느낄 수 있는 프로그램으로 구성되어 있다. 그리고 지역주민들은 체험 해설, 민박 운영, 식사 제공, 농산물 판매 등을 통해 공정관광에 참여하고 있으며, 이로 인한 경제적 혜택이 주민들에게 직접적으로 돌아갈 수 있도록 운영하고 있다.

자료수집에 앞서 설문지 문항의 이해 정도를 파악

하기 위해 공정관광객을 대상으로 예비조사(Pre-test)를 실시하였다. 예비조사 결과 의미가 모호하거나 이해하기 어려운 문항을 수정하였다. 설문조사 기간은 2014년 6월부터 10월 사이이며 전국의 공정관광 단체 및 사업체 7개소에서 운영하는 공정관광 프로그램에 참여한 20세 이상의 공정관광객에게 설문지를 배포하였다. 조사원이 조사대상자에게 연구의 취지를 설명한 다음 설문에 응답할 것을 요청하는 자기기입식으로 이루어졌다. 배포한 483부의 설문지 중 회

수된 설문지는 480부이며 응답이 불충분한 44부를 제외한 뒤 436부를 최종 분석에 사용하였다.

3. 분석방법

수집된 자료는 SPSS 20.0을 이용하여 통계 분석을 실시하였다. 응답자의 사회인구학적 특성과 관광행동 특성은 빈도분석 및 기술통계, 차이분석, 교차분석 등을 사용하였다. 공정관광 참여동기 차원을 도출하기 위해 요인분석을 실시하였으며 주성분 분석방

Table 2. Characteristics of the respondents by group (N=463)

Variable		First-time visitors (n=262)		Repeat visitors (n=201)		t/ X^2
		M	S.D.	M	S.D.	
Age		37	11.44	42	12.06	$t = -4.326$
		N(%)		N(%)		
Gender	Male	100	(38.6)	81	(40.9)	$X^2 = .248$
	Female	159	(61.4)	117	(59.1)	
Marital status	Married	122	(47.7)	122	(61.9)	$X^2 = 10.139^{**}$
	Not married	134	(52.3)	75	(38.1)	
Monthly income	Up to KRW 2 million	137	(53.3)	76	(39.0)	$X^2 = 10.268^*$
	KRW 2~3.9 million	77	(30.0)	83	(42.6)	
	KRW 4~5.9 million	30	(11.7)	27	(13.8)	
	More than KRW 6 million	13	(5.1)	9	(4.6)	
Educational level	Below high school graduate	7	(2.7)	11	(5.6)	$X^2 = 2.858$
	High school graduate	63	(24.3)	44	(22.2)	
	College graduate	25	(9.7)	21	(10.6)	
	University graduate	134	(51.7)	102	(51.5)	
	Graduate university or more	30	(11.6)	20	(10.1)	
Occupation	White-collar worker/professional	77	(29.6)	74	(37.9)	$X^2 = 34.764^{***}$
	Service/blue-collar worker	62	(23.8)	55	(28.2)	
	Student	80	(30.8)	29	(14.9)	
	Housewife	41	(15.8)	37	(19.0)	
Accompany	Family or relatives	41	(15.6)	38	(18.9)	$X^2 = 15.417^{**}$
	Friends or partner	60	(22.9)	38	(18.9)	
	Alone	28	(10.7)	46	(22.9)	
	A group tour or other	133	(50.8)	79	(39.3)	
Length of Stay	One day	88	(33.6)	43	(21.4)	$X^2 = 14.127^{**}$
	Two days	136	(51.9)	105	(52.2)	
	More than three days	38	(14.5)	53	(26.4)	

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

법(principal component analysis)과 베리맥스 회전 방법(varimax rotation method)을 적용하였다. 마지막으로 농촌 공정관광객의 재참여에 영향을 미치는 요인을 알아보기 위하여 이분형 로지스틱 회귀분석(binomial logistic regression)을 실시하였다.

IV. 결과 및 고찰

1. 조사대상자의 사회인구학적 특성 및 관광행동 특성

조사대상자의 사회인구학적 특성과 관광행동 특성을 살펴보면 Table 2와 같다. 농촌 공정관광에 처음 참여한 관광객의 평균 연령은 37세, 재참여객의 평균 연령은 42세로 나타났다. 첫참여객의 성별은 여성의 비율이 61.4%로 남성에 비해 높게 나타났다. 재참여객 또한 여성의 비율이 59.1%로 남성에 비해 다소 높게 나타났다. 첫참여객의 결혼여부는 미혼의 비율이 52.3%로 기혼에 비해 다소 높게 나타났다. 재참여객은 미혼 비율이 38.1%로 기혼에 비해 낮게 나타났다. 첫 참여객의 월평균소득은 200만원 미만이 53.3%, 재참여객은 200만원 이상~400만원 미만이 42.6%로 가장 높게 나타났다. 첫참여객의 교육수준은 대학교 졸업이 51.7%, 고등학교 졸업이 24.3% 순으로 나타났다. 재참여객 또한 대학교 졸업이 51.5%, 고등학교 졸업이 22.2% 순으로 나타났다. 첫참여객의 직업은 학생이 30.8%, 사무직 및 전문직이 29.6% 순으로 나타났다. 재참여객의 경우 사무직 및 전문직이 37.9%, 서비스 및 생산직이 28.2% 순으로 나타났다.

관광행동 특성을 살펴보면, 첫참여객의 동반자 유형은 단체 및 기타가 50.8%, 관광일정은 1박2일이 51.9%로 가장 높게 나타났다. 재참여객 또한 동반자 유형은 단체 및 기타가 39.3%, 관광일정은 1박 2일이 52.2%로 가장 높게 나타났다.

사회인구학적 특성 및 관광행동 특성이 공정관광 재참여에 따라 차이가 있는지 확인하기 위해 차이분석 및 교차분석을 실시했다. 차이분석 결과 연령에 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다. 그리고 교차분석 결과 결혼여부, 월평균수입, 직업, 동반자 유형, 관광일정이 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다.

특히 유의미한 차이 정도가 가장 큰 것은 직업이고, 다음으로 동반자 유형, 관광일정, 월 소득, 결혼여부 순이다.

2. 공정관광 참여동기

공정관광 참여동기를 측정할 항목들이 동일 개념을 측정하였는가를 확인하고자 요인분석을 실시하였으며 그 결과를 Table 3에 제시하였다. 요인 추출은 정보 손실을 최소로 하며 요인 수를 줄이는 방식인 주성분 분석과 요인들 간의 상호독립적인 관계를 유지하며 회전하는 직각회전 방식인 베리맥스(varimax)를 사용하였다. 요인 추출과정에서 변수 및 요인 수 선택은 Hair et al.(2006)이 제시한 요인부하량 0.4 이상, 요인 고유치 1 이상, 원 변량의 60% 이상을 설명하는 것을 기준으로 한다. Lee(1991)에 의하면 총 설명변량이 최소 60% 또는 75%를 설명하는 요인들의 최소고유치가 0.8 또는 1.0 이상 되어야 한다는 기준을 연구자가 수립할 수 있으며, 본 연구에서는 고유치의 기준을 1로 했을 경우 중요한 항목이 누락됨에 따라 0.8로 설정하였다. 분석결과 전체 표본 적합도를 의미하는 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)값은 0.91로 높게 나타났으며, Bartlett의 구형성 검정 χ^2 값은 7765.898($p < 0.001$)로 요인분석에 사용한 변수들이 서로 독립적이지 않으면서 상관관계를 가지고 있는 것으로 나타나 요인분석을 실시하는 데 적합하다는 것을 알 수 있다.

최종적으로 '잘 보전된 환경을 보기 위해' 문항은 공통성이 0.4 이하로 나타나 삭제하였으며, 총 27개의 속성으로 7개의 요인이 생성되었다. 참여동기 7개 요인들의 Cronbach α 는 0.807~0.949로 높은 내적일관성을 가지는 것으로 나타났다. 요인 1은 '가족들과 즐거운 시간을 보내기 위해', '자녀들이 전통문화를 경험 하도록 하기 위해', '가족들이 함께하기 위해', '자녀들의 학습을 위해' 등 4개의 문항을 포함하고 있으며 전체 변량의 35.06%를 설명하고 있다. 이 요인은 자녀를 포함한 가족의 여행과 관련되어 있어 '가족화합'으로 명명하였다. 요인 2는 '바쁜 일상을 탈출하기 위해', '여유로운 생활을 경험하기 위해', '기분전

환을 위해’, ‘내가 느끼는 대로 자유롭게 행동하기 위해’ 등 4개의 문항을 포함하고 있으며 전체 변량의

12.27%를 설명하고 있다. 이 요인은 기분전환과 같은 일상의 탈출과 관련되어 있어 ‘일상탈출·휴식’으

Table 3. Factor analysis of Motivation

Factor	Factor loading	Eigen value	Variance explained	α	Mean ^a
Family togetherness		9.74	35.06	.949	3.19
Have good time with family	.937				3.26
Experience traditional culture for children	.922				3.12
Get together with family	.920				3.30
Educational opportunity for children	.903				3.06
Escape · relaxation		3.31	12.27	.881	3.78
Escape from daily routine	.850				3.82
Experience slow lifestyle	.833				3.82
Refreshment	.773				3.82
To be free to act the way I feel	.748				3.64
Personal growth		2.92	10.82	.889	3.38
Spiritual growth	.827				3.37
For sense of accomplishment	.818				3.28
Self-examination	.763				3.28
For meaningful thing	.707				3.58
Social interaction		1.37	5.08	.821	3.48
Meet various people	.827				3.52
Interact with local people	.761				3.43
Meet people with similar interests	.754				3.49
Spend time with friends	.643				3.46
Various experience		1.29	4.79	.837	3.90
Experience various activities	.739				3.91
Experience local custom and culture	.729				3.96
Having fun	.642				3.88
Various attraction	.601				3.83
Learning		.94	3.48	.831	3.71
Learn new things and increase knowledge	.777				3.67
Travel to historical heritage sites	.767				3.64
Experience new destination	.643				3.86
Experience different lifestyle	.511				3.64
Natural experience		.83	3.09	.807	3.74
Experience natural environment	.824				3.83
Enjoy beautiful scenery	.785				3.77
Learn nature	.412				3.63

Total variance extracted = 75.59%, Kaiser-Meyer-Olkin measure of sampling adequacy = 0.908
 Bartlett's test of sphericity = 7765.898 (*df* = 35, *p* < 0.001)

a: 1 = 'Strongly disagree', 5 = 'Strongly agree'

로 명명하였다. 요인 3은 '정신적인 성장을 위해', '성취감을 위해', '나 자신이 누구인지를 알아보기 위해', '의미있는 일이기 때문에' 등 4개의 문항을 포함하고 있으며 전체 변량의 10.82%를 설명하고 있다. 이 요인은 나 자신의 성장과 관련되어 있어 '자아성장'으로 명명하였다. 요인 4는 '새롭고 다양한 사람들을 만나기 위해', '지역민들과 교류하기 위해', '같은 관심사를 가진 사람들을 만나기 위해', '친구들과 시간을 보내기 위해' 등 4개의 문항을 포함하고 있으며 전체 변량의 5.08%를 설명하고 있다. 이 요인은 지역민이나 친구들과의 교류를 포함하고 있어 '사회적 교류'로 명명하였다. 요인 5는 '다양한 체험활동을 위해', '지역의 색다른 문화와 음식을 경험하기 위해', '즐거움을 찾기 위해', '다양한 볼거리를 위해' 등 4개의 문항을 포함하고 있으며 전체 변량의 4.79%를 설명하고 있다. 이 요인은 다양한 체험활동, 문화와 음식, 볼거리와 관련되어 있어 '다양한 경험'으로 명명하였다. 요인 6은 '새로운 것을 배우고 지식을 늘리기 위해', '역사적인 곳을 여행하기 위해', '새로운 곳을 경험하기 위해', '새롭고 다른 라이프스타일을 경험하기 위해' 등 4개의 문항을 포함하고 있으며 전체 변량의 3.48%를 설명하고 있다. 이 요인은 새로운 것에 대한 경험과 학습과 관련되어 있어 '학습'으로 명명하였다. 요인 7은 '아름다운 자연환경을 경험하기 위해', '뛰어난 경관을 감상하기 위해', '자연을 배우기 위해' 등 3개의 문항을 포함하고 있으며 전체 변량의 3.09%를 설명하고 있다. 이 요인은 자연환경 경험, 감상 등과 관련되어 있어 '자연체험'으로 명명하였다.

공정관광객의 참여동기는 Likert 5점 척도로 측정하였으며, 평균값을 살펴보면 '다양한 경험'이 3.90으로 가장 높은 값을 가지고 있어 공정관광 참여자는 다양한 경험에 대한 동기가 가장 높음을 알 수 있다. 뒤를 이어 일상탈출·휴식(3.78), 자연체험(3.74), 학습(3.71), 사회적교류(3.48), 자아성장(3.38), 가족화합(3.19) 순으로 높게 나타났다.

3. 농촌 공정관광 재참여 결정요인

농촌 공정관광에 다시 참여하는 확률에 영향을 미

치는 요인에 대한 로지스틱 회귀분석 결과는 Table 4와 같다. 로지스틱 회귀분석은 하나 이상의 독립변수들과 범주형의 종속변수 사이의 함수 관계를 설명하는 통계적 분석방법이다. 이때 종속변수가 두 개의 값을 가지면 이항 로지스틱 회귀분석이 된다. 전체적인 모형의 적합도는 -2 로그우도값(-2 LL: -2log likelihood)의 변화량(χ^2)을 통해 검증하였다(Lee & Lim 2008). 독립변수들이 포함되지 않고 상수항만으로 구성된 모형의 -2 LL과 독립변수들이 모두 포함된 모형의 -2 LL의 변화량은 81.467($p < 0.001$)로 나타났으며 통계적으로 유의미하였다. 유사 R^2 (Pseudo R^2)인 Cox and Snell R^2 은 0.183, Nagelkerke R^2 은 0.245로 모형이 어느 정도 적합한 것으로 나타났다. 또한 Hosmer and Lemeshow 검정의 χ^2 은 모형의 전체적인 적합도(fit)를 나타내는 값이다(Hosmer & Lemeshow 1980; Hosmer et al. 1997). 검정결과 χ^2 은 6.246($p = 0.620$)으로 비유의하게 나타나 종속변수의 실제값과 모형에 의한 예측값의 차이가 적으며 본 모형의 적합도가 수용할만한 수준으로 나타났다. 로지스틱 회귀분석의 모형이 실제값을 얼마나 정확하게 예측하고 있는가를 측정하는 예측정확도(predictive accuracy)는 71.0%로 나타났다.

농촌 공정관광에 다시 참여하는 확률에 영향을 미치는 요인들을 살펴보면 다음과 같다. 사회인구학적 특성 차원에서는 연령, 학력이 공정관광에 다시 참여하는 확률에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 연령의 Wald χ^2 은 6.429로 $p < 0.05$ 수준에서 유의하며 정(+)¹의 값을 가지고 있는 것으로 나타났다. 이는 연령이 높아질수록 공정관광에 다시 참여할 확률이 높아진다는 것을 나타낸다. 학력의 경우 대학원 졸업 이상은 $p < 0.05$ 수준에서 유의하며 정(+)¹의 값을 가지는 것으로 나타났다. 이는 학력이 중학교 졸업 이하에 비해 대학원 졸업 이상이 공정관광에 다시 참여할 확률이 높다는 것을 나타낸다.

관광특성 특성 차원에서 동반자 유형, 관광일정이 공정관광에 다시 참여하는 확률에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 동반자 유형의 경우 단체/기타는 $p < 0.001$ 수준에서 유의하며 정(+)¹의 값을 가지는 것으로 나타났다. 이는 가족 및 친지와 함께 공정

관광에 참여하는 것보다 단체/기타일 때 공정관광에 다시 참여할 확률이 높다는 것을 나타낸다. 관광일정의 경우 1박 2일은 $p < 0.001$ 수준에서, 2박 3일 이상은 $p < 0.05$ 수준에서 유의하며 모두 부(-)의 값을 가

지는 것으로 나타났다. 1박 2일의 $\text{Exp}(\beta)$ 는 0.254, 2박 3일 이상의 $\text{Exp}(\beta)$ 는 0.495로 당일 여행에 비해 숙박 횟수가 많을수록 공정관광에 다시 참여하는 확률이 낮아진다는 것을 나타낸다. 공정관광 참여동기

Table 4. Summary of binary logistic regression analysis

Variable		Coefficient(B)	S.E.	Wald χ^2	$\text{Exp}(\beta)$
Intercept		-3.428	1.297	6.985**	0.032
Age		0.039	0.015	6.429*	1.040
Gender		0.221	0.260	0.724	1.247
Marital status		0.123	0.343	0.129	1.131
Monthly income	Up to KRW 2 million	-			
	KRW 2~3.9 million	-0.439	0.547	0.643	0.645
	KRW 4~5.9 million	0.226	0.534	0.179	1.253
	More than KRW 6 million	-0.179	0.589	0.092	0.836
Educational level	Below high school graduate	-			
	High school graduate	1.036	0.773	1.798	2.818
	College graduate	0.334	0.457	0.535	1.397
	University graduate	0.722	0.518	1.939	2.058
Occupation	Graduate university or more	0.766	0.376	4.151*	2.151
	White-collar worker/professional	-			
	Service/blue-collar worker	-0.197	0.404	0.238	0.821
	Student	-0.503	0.404	1.553	0.605
Accompany	Housewife	-0.689	0.445	2.397	0.502
	Family or relatives	-			
	Friends or partner	0.268	0.330	0.662	1.308
	Alone	0.381	0.313	1.480	1.464
Length of stay	A group tour or other	1.460	0.360	16.452***	4.307
	One day	-			
	Two days	-1.289	0.369	12.202***	0.276
Motivation	More than three days	-0.713	0.313	5.204*	0.490
	Family togetherness	0.052	0.125	0.173	1.053
	Escape · relaxation	0.083	0.196	0.179	1.086
	Personal growth	0.057	0.190	0.909	1.059
	Social interaction	0.415	0.194	4.563*	1.514
	Various experience	-0.124	0.249	0.248	0.883
	Learning	-0.244	0.226	1.162	0.784
Natural experience	0.264	0.230	1.325	1.303	

Likelihood ratio test (likelihood ration test): $\chi^2 = 81.467***$ ($df = 25$)

Intercept only, $-2LL = 552.704$, final $-2LL = 471.237$

Pseudo R-Square (Cox and Snell = 0.183, Nagelkerke = 0.245)

Classification accuracy: 68.2%, Hosmer and Lemeshow test: 6.246(sig. = 0.620)

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

를 구성하고 있는 7개 요인 중 사회적 교류에서 유의한 결과가 나타났다. 사회적 교류의 Wald χ^2 은 4.563으로 $p < 0.05$ 수준에서 유의하며 정(+)의 값을 가지고 있는 것으로 나타났다. $\text{Exp}(\beta)$ 는 1.514로 다른 요인의 값을 관광일정하게 놓고 사회적 교류 동기가 1단위로 증가하면 공정관광에 다시 참여할 확률은 1.51배 늘어난다는 것을 의미한다.

즉, 이분형 로지스틱 회귀분석에 의해 도출된 회귀식은 식(3)과 같다.

$$\begin{aligned} \text{Logit}(\text{re-participation}) = & \\ -3.428 + 0.039(\text{age}) & \\ + 0.766(\text{graduate university or more}) & \\ + 1.460(\text{a group tour or other}) & \\ - 1.289(\text{two days}) & \\ - 0.713(\text{more than three days}) & \\ + 0.415(\text{social interaction}) & \quad (3) \end{aligned}$$

전체적으로 보면 연령이 높을수록, 학력이 대학원 이상일수록, 동반자 유형이 단체일수록, 관광일정이 당일 여행일수록, 사회적 교류 동기가 높을수록 농촌 공정관광에 다시 참여할 확률이 높아지는 것으로 나타났다.

V. 요약 및 결론

공정관광은 지역사회 및 관광객 모두에게 사회·경제적 혜택을 증가시키고 지역의 문화를 존중하며, 자연환경에 미치는 영향을 최소화함으로써 지역주민의 삶을 향상시킬 수 있는 지속가능한 형태의 관광이다. 공정관광의 중요성이 강조되고 있는 시점에서 아직 인식이 미흡한 공정관광 시장의 확대를 위해서는 관광객의 유치와 지속적인 재참여 방안에 대한 연구가 필요하다. 이에 따라 본 연구에서는 농촌에서 이루어지는 공정관광에 참여한 관광객을 대상으로 참여동기를 알아보고 농촌 공정관광 재참여에 영향을 미치는 요인을 분석하였다. 이를 위해 국내 공정관광 단체 및 사업체 7개소를 통해 농촌 공정관광에 참여

한 공정관광객 436명을 대상으로 분석하였다.

요인분석 결과 농촌 공정관광 참여동기는 '가족화합', '일상탈출·휴식', '자아성장', '사회적 교류', '다양한 경험', '학습', '자연체험'으로 나타났다. 이는 농촌을 포함한 지역 관광객의 동기와 관련한 선행연구(Yoon & Uysal 2005; Benson & Seibert 2009; Park & Yoon 2009)과 유사한 결과이다. 하지만 농촌 공정관광객을 대상으로 한 본 연구에서는 관광 참여동기 중 다양한 경험 동기의 평균값이 가장 높게 나타나 공정관광객들이 방문한 지역의 고유성을 경험하고 다양한 문화를 경험하고자 하는 동기가 높다는 것을 알 수 있다.

본 연구에서는 사회인구학적 특성, 관광행동 특성, 그리고 참여동기로 구성되는 분석모형을 통하여 농촌 공정관광객의 재참여에 영향을 미치는 요인을 추정하였다. 분석결과 연령이 높을수록, 학력이 대학원 이상일수록, 동반자 유형이 단체일수록, 관광일정이 당일 여행일수록, 사회적 교류 동기가 높을수록 농촌 공정관광에 다시 참여할 확률이 높아지는 것으로 나타났다. 사회인구학적 특성에서 연령과 학력이 높을수록 농촌 공정관광에 다시 참여하는 확률에 영향을 미치는 것으로 나타났으며 이는 선행연구에서 나타난 결과(Jeon & Choi 2011; Alegre et al. 2013; Gwak 2013)와 유사하다. 공정관광은 기존의 대중관광과는 달리 지역에 경제적·문화적·사회적 이익을 증가시키는 것에 목적을 두며, 교육수준이 높을수록 이에 대한 인식이 높기 때문에 공정관광에 다시 참여할 확률이 높은 것으로 사료된다. 관광행동 특성에서는 동반자 유형이 단체이며 당일 여행일수록 농촌 공정관광에 다시 참여하는 확률이 높아지는 것으로 나타났으며 이는 기존의 연구결과(Oppermann 1997; Gwak 2013)와 유사하다. 따라서 농촌 공정관광객의 재참여율을 높이기 위해 운영자는 당일 관광일정으로 운영하는 공정관광 프로그램을 확대할 필요가 있을 것이다. 그러나 농가민박과 같은 숙박은 농촌의 소득과 실질적으로 연계되는 사항이기 때문에 숙박여행객을 증가시키는 방안을 함께 고려하여 공정관광 재참여객을 유입할 수 있도록 해야 할 것이다.

마지막으로 참여동기 중 사회적 교류 동기가 높을

수록 농촌 공정관광에 다시 참여하는 확률이 높게 나타났다으며 이는 선행연구(Uysal et al, 1993; Fluker & Turner 2000; Hughes & Morrison-Saunders 2002; Mckercher & Wong 2004)와 유사한 결과이다. 이를 통해 농촌 공정관광 재참여객은 가족 및 친구들과 더 많은 시간을 보내고 새로운 사람들과 만나 교류하려는 경향을 가진 사람들이라는 것을 알 수 있다. 따라서 농촌 공정관광객의 재참여를 유도하고 사회적 교류 동기를 충족시키기 위한 공정관광 프로그램을 운영해야 할 것이며 가족 및 친구들과뿐만 아니라 지역주민들과도 친밀함을 느끼며 적극적으로 정서적인 교류를 할 수 있는 기회를 제공할 필요가 있다. 나아가 공정관광객들이 지역주민들을 단순히 관광 공급자나 운영자에서 관광을 함께 즐기고 배우는 동반자로 인식한다면 사회문화적인 지속성을 기대할 수 있을 것이다.

본 연구의 결과는 다음과 같은 시사점을 제시하고 있다. 학술적으로, 본 연구에서는 선행연구에서 나타난 관광객의 행동에 영향을 미치는 변수 중 내적인 변수와 외적인 변수 외에도 관광행동 특성 변수들을 추가하여 농촌 공정관광의 재참여 결정요인을 분석하였다는데 의의가 있다. 실무적으로, 농촌 공정관광의 재참여율을 높이기 위해 공정관광객의 요구를 반영한 프로그램을 기획하고 운영해야 할 것이다. 공정관광객의 사회적 교류 동기를 고려하여 지역문화를 경험하고, 관광객과 지역주민들이 적극적으로 교류할 수 있도록 프로그램을 운영해야 할 것이다. 정책적으로, 공정관광객들이 지역 주민들과 사회적으로 교류하고 지역문화를 경험할 수 있도록 공정관광에서 지역주민의 참여와 역할에 대한 인식 확대와 교육이 필요할 것이며, 지역문화를 계승하고 보급하는 지역주민들에 대한 제도적 지원이 필요할 것이다. 본 연구는 농촌 공정관광 재참여에 영향을 미치는 관광객의 사회인구학적 특성, 관광행동 특성, 참여동기를 실증적으로 분석하였다는데 의의가 있다. 향후 농촌 공정관광 프로그램 선호도와 만족도 등 관광객의 선호도를 반영한 농촌 공정관광 개발 전략에 대한 추가 연구가 필요할 것이다.

References

- Alegre J, Mateo S, Pou L(2013) Tourism participation and expenditure by Spanish households: the effects of the economic crisis and unemployment. *Tourism Manage* 39, 37-49
- Berli A, Martin JD(2004) Factors influencing destination image. *Ann Tourism Res* 31(3), 657-681
- Beh A, Bruyere BL(2007) Segmentation by visitor motivation in three Kenyan national reserves. *Tourism Manage* 28(6), 1464-1471
- Benson A, Seibert N(2009) Motivations of German participations in South Africa. *Ann Leisure Res* 12(3-4), 295-314
- Berry S, Ladkin A(1997) Sustainable tourism: a regional perspective. *Tourism Manage* 18(7), 433-440
- Blackstock KL, White V, McCrum G, Scott A, Hunter C(2008) Measuring responsibility: an appraisal of a Scottish National Park's sustainable tourism indicators. *J Sus Tourism* 16(3), 276-297
- Boluk KA(2011) Fair trade tourism South Africa : consumer virtue or moral selving?. *J Ecotourism* 10(3), 235-249
- Caruana R, Glozer S, Crane A, McCabe S(2014) Tourists' accounts of responsible tourism. *Ann Tourism Res* 46, 115-129
- Center for Responsible Travel(2015) Publications. Available from <http://www.responsibletravel.org> [cited 2015 December 1]
- Cho MH, Jeong SJ(2012) A study on values of tourist's and perceived consequence of fair tourism: the mediation effect of ethical consumption. *J Tourism Sci* 36(1), 91-114
- Choi SM, Park JS(2013) A difference analysis of domestic family travel participation by demographics of family. *J Korea Contents Assoc* 13(8), 433-442
- Choi SY, Kim JT(2002) The study on the actual conditions of a tourist visiting a national park. *Korean Soc Leis Sport* 6, 13-26
- Cleverdon R, Kalisch A(2000) Fair trade in tourism. *Int J Tourism Res* 2(3), 171-187
- Cooper CP, Ozdil I(1992) From mass to 'responsible' tourism: the Turkish experience. *Tourism Manage* 13(4), 377-386
- Crompton J(1979) Motivations for pleasure vacation. *Ann Tourism Res* 6(4), 408-424
- Crompton JL, McKay SL(1997) Motives of visitors attending festival events. *Ann Tourism Res* 24(2), 425-439
- Darnell AC, Johnson PS(2001) Repeat visits to attractions: a preliminary economic analysis. *Tourism Manage* 22(2), 119-126
- Dolnicar S, Leisch F(2008) Selective marketing for environmentally sustainable tourism. *Tourism Manage* 29(4), 672-680

- Fennell DA, Malloy DC(1999) Measuring the ethical nature of tourism operators. *Ann Tourism Res* 26(4), 928-943
- Fluker MR, Turner LW(2000) Needs, motivations, and expectations of a commercial whitewater rafting experience. *J Tourism Res* 38(4), 380-389
- Frey N, George R(2010) Responsible tourism management: the missing link between business owners' attitudes and behaviour in the Cape Town tourism industry. *Tourism Manage* 31(5), 621-628
- Fridgen JD(1984) Environmental psychology and tourism. *Ann Tourism Res* 11(1), 19-39
- Gitelson RJ, Crompton JL(1984) Insights into the repeat vacation phenomenon. *Ann Tourism Res* 11(2), 199-217
- Goodwin H, Francis J(2003) Ethical and responsible tourism: consumer trends in the UK. *J Vacation Mark* 9(3), 271-284
- Goodwin H, Roe D(2001) Tourism, livelihoods and protected areas: opportunities for fair trade tourism in and around National parks. *Int J Tourism Res* 3(5), 377-391
- Gwak GH(2013) Core demand market by visitor's characteristics of mountain types of a National park -focused on demographic and social economical factors-. *J Korea Contents Assoc* 13(7), 361-368
- Gyte DM, Phelps A(1989) Patterns of destination repeat business: British tourists in Mallorca, Spain. *J Travel Res* 28(1), 24-28
- Hair JF, Black WC, Babin BJ, Anderson RE, Tatham RL(2006) *Multivariate data analysis*(6th Ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall
- Hosmer DW, Hosmer T, le Cessie S, Lemeshow S(1997) A comparison of goodness-of-fit tests for the logistic regression model. *Stat Med* 16, 965-980
- Hosmer DW, Lemeshow S(1980) Goodness-of-fit tests for the multiple logistic regression model. *Comm Stat Am* 9, 1043-1069
- Hughes M, Morrison-Saunders A(2002) Repeat and first time visitation in an experience specific context: the valley of the Giants Tree Top Walk. *J Tour Stud* 13(1), 20-25
- Hwang HJ, Lee H(2011) Analysis on the concepts of fair tourism: studying for the theorization. *J Tourism Sci* 35(7), 77-101
- Intrepid Travel(2015) Destinations. Available from <http://www.intrepidtravel.com> [cited 2015 December 1]
- Jeon CH, Choi SM(2011) Analysis on foreign tourists visit factors by using tobit model. *J Tourism Stud* 23(3), 151-169
- Kim KH, Kagn SJ(2015) A qualitative study on responsible tour operators' perception and operation status. *J Agricultural Extension Community Dev* 22(1), 15-24
- Kim KH, Lee SM(2015a) Structural relationships between quality, satisfaction, and behavioral intentions in rural responsible tourism: moderating effects of age. *Korean J Community Living Sci* 26(3), 523-540
- Kim KH, Lee SM(2015b) Segmenting responsible tourists by motivation -focusing on domestic tourism-. *J Agricult Extension Community Dev* 22(3), 245- 260
- Kozak M(2001) Repeaters' behavior at two distinct destinations. *Ann Tourism Res* 28(3), 784-807
- Lau AL, McKercher B(2004) Exploration versus acquisition: a comparison of first-time and repeat visitors. *J Travel Res* 42(3), 279-285
- Lee HC(2004) Determinants of demand for rural tourism: estimating participation and consumption. *Korean J Agr Econ* 45(4), 53-78
- Lee HS, Lim JH(2008) SPSS 14.0 Manual. Paju: Bobmunsu
- Lee JK, Han KH, Kim JA(2013) A comparative study on the motivation & behavioral Intentions according to visit experience of tourism -comparison between first-time visitors and repeat visitors. *Tourism Stud* 28(3), 269-289
- Lee YJ(1991) *Multivariate analysis using SPSS PC*. Seoul: Sukjung
- Lue CC, Crompton JL, Fesenmaier DR(1993) Conceptualization of multi-destination pleasure trips. *Ann Tourism Res* 20(2), 289-301
- Mahrouse G(2011) Feel-good tourism: an ethical option for socially-conscious Westerners?. *Int E-J Crit Geograph* 10(3), 372-391
- Manente M, Minghetti V, Mingotto E(2012) Ranking assessment systems for responsible tourism products and corporate social responsibility practices. *Anatolia* 23(1), 75-8
- Mannell R, Iso-Ahola SE(1987) Psychological nature of leisure and tourism experience. *Ann Tourism Res* 14, 314-331
- Mansfeld Y(1992) From motivation to actual travel. *Ann Tourism Res* 19(3), 399-419
- Mayo EJ, Jarvis LP(1981) *The psychology of leisure travel*. Effective marketing and selling of travel services. Boston: CBI Publishing Company, Inc.
- McKercher B, Wong DY(2004) Understanding tourism behavior: examining the combined effects of prior visitation history and destination status. *J Travel Res* 43(2), 171-179
- Mehmetoglu M(2007) Typologising nature-based tourists by activity -theoretical and practical implications. *Tourism Manage* 28(3), 651-660
- Mill Rc, Morrison AM(1985) *The tourism system: an introductory text*. New Jersey: Prenice Hall
- Mody M, Day J, Sydnor S, Jaffe W, Lehto X(2014) The different shades of responsibility: examining domestic and international travelers' motivations for responsible tourism in India. *Tourism Manage Perspect* 12, 113-124
- Moscardo G, Morrison AM, Pearce PL, Lang CT, O'Leary JT(1996) Understanding vacation destination choice through travel motivation and activities. *J Vacation*

- Mark 2(2), 109-122
- Nielsen (2012) The global, socially conscious consumer. Available from <http://www.nielsen.com/us/en/insights/reports/2012/the-global-socially-conscious-consumer.html> [cited 2015 December 16]
- Oh HC, Uysal M, Weaver PA(1995) Product bundles and market segments based on travel motivations: a canonical correlation approach, *Int J Hosp Manage* 14(2), 123-137
- Ooi N, Laing JH(2010) Backpacker tourism: sustainable and purposeful? Investigating the overlap between backpacker tourism and volunteer tourism motivations, *J Sus Tourism* 18(2), 191-206
- Oppermann M(1997) First-time and repeat visitors to New Zealand, *Tourism Manage* 18(3), 177-181
- Oppermann M(1998) Destination threshold potential and the law of repeat visitation, *J Travel Res* 37(2), 131-137
- Park DB, Kim KH(2011) Structural relationships among rural tourism motivation, satisfaction, and loyalty including the moderating effects of gender, *Korean J Community Living Sci* 22(2), 283-298
- Park DB, Kim KH, Yoon YS(2010) Service quality satisfaction according to farm stay visitors preferences and segmentation by motivation, *Korean J Community Living Sci* 21(2), 163-177
- Park DB, Yoon YS(2009) Segmentation by motivation in rural tourism: a Korean case study, *Tourism Manage* 30(1), 99-108
- Pearce PL, Lee UI(2005) Developing the travel career approach to tourist motivation, *J Travel Res* 43(3), 226-237
- Petrick JF, Backman SJ(2002) An examination of the construct of perceived value for the prediction of golf travelers' intentions to revisit, *J Travel Res* 41(1), 38-45
- Pritchard MP(2003) The attitudinal and behavioral consequences of destination performance, *Tourism Anal* 8(1), 61-73
- Reid LJ, Reid SD(1994) Communicating tourism supplier services: building repeat visitor relationships, *J Travel Tour Mark* 2(2-3), 3-19
- Responsible Travel(2015) Travel guides, Available from <http://www.responsibletravel.com> [cited 2015 December 1]
- Smith VL(1990) Alternative/responsible tourism seminar, *Ann Tourism Res* 17(3), 479-480
- Spenceley A, Relly P, Keyser H, Warneant P, McKenzie M, Mataboge A(2002) Responsible tourism manual for South Africa, Department of Environmental Affairs and Tourism
- Um S, Crompton JL(1990) Attitude determinants in tourism destination choice, *Ann Tourism Res* 17(3), 432-448
- Uysal M, Gahan L, Martin BS(1993) An examination of event motivations: a case study, *Festival Manage Event Tour* 1(1), 5-10
- Weeden C(2002) Ethical tourism: an opportunity for competitive advantage?, *J Vacation Mark* 8(2), 141-153
- World Tourism Market Responsible Tourism(2013) About WTM responsible tourism, Available from <http://www.wtmresponsibletourism.com>[cited 2015 December 16]
- Yoon Y, Uysal M(2005) An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model, *Tourism Manage* 26(1), 45-56