ISSN 1229-8565 (print) ISSN 2287-5190 (on-line)
한국지역사회생활과학회지 32(4): 659~670, 2021
Korean J Community Living Sci 32(4): 659~670, 2021
http://doi.org/10.7856/kjcls.2021.32.3.659

외국인의 한국농촌관광 중요도-만족도 분석을 통한 개선방안 연구

유 준 완 · 황 대 용†1)

농촌진흥청 국립농업과학원 전문연구원 · 농촌진흥청 국립농업과학원 농업연구관

A Study on an Improvement Plan through the Importance-Satisfaction Analysis of Foreigners' Rural Tourism in Korea

Joon-Wan Yu · Dae-Yong Hwang†1)

Resercher, Rural Environment & Resources Division, National Institute of Agricultural Sciences, Wanju, Korea
Senior Resercher, Rural Environment & Resources Division, National Institute of Agricultural Sciences, Wanju, Korea1)

ABSTRACT

There is a growing interest in Korea amongst foreigners, and a rising number of foreign tourists were visiting Korea before the pandemic. However, foreign tourists who visit Korea only encounter the country's unique environment, westernization, and modernization, and do not experience anything new. Therefore, to improve this situation, the importance and satisfaction of the relevant selection attributes were analyzed and efficient improvement measures were sought to be identified through a survey. As a result, the selection attributes of rural tourism were classified into tourism resources, regional characteristics, convenience, something to enjoy, surrounding environment, and market accessibility. It is now necessary to evolve a plan, taking into consideration the regional characteristics that have the greatest influence on satisfaction. This plan should provide tourists with a way to experience the culture of locals in Korean rural areas who value a life lived in harmony with nature and observe the lifestyle of residents such as traditional weddings, play, food, and housing. This study was conducted to prepare the basic data to respond to foreign tourists visiting rural areas and to seek ways to increase revisits and future satisfaction for the age group which has purchasing power. For future studies, it is necessary to research other countries and evolve detailed sample selection criteria to conduct surveys. This will enable implementation of comprehensive improvement measures through surveys of importance and satisfaction.

Key words: foreign tourists, rural tourism, rural tourism performance, rural tourism improvement

This research was supported by grants from the "Research Program for Agriculture Science & Technology Development (Project No. PJ01494101)" National Institute of Agricultural Sciences, Rural Development Administration, Republic of Korea
Received: 20 August, 2021 Revised: 19 October, 2021 Accepted: 2 November, 2021
†**Corresponding Author**: Dae-Yong Hwang Tel: +82-63-238-2628 E-mail: hdy@korea.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.

Ⅰ. 서론

오늘날 방한 외국인 관광객의 수는 2017년 1,333만명, 2018년 1,534만명, 2019년 1,750만명으로 점차 늘어가고 있다(Korea Culture & Tourism Institute 2021). 코로나19의 팬데믹으로 인해 관광시장은 침체되어 있지만, K-pop을 비롯한 국내 문화, 콘텐츠의 확산으로 한국에 대한 외국인들의 관심의 증가하고 있으며, 이는 팬데믹 상황이 개선되는 시기에 새로운 기회가 될 것으로 예측되고 있다(Park 2020).

하지만 한국을 찾은 외국인 관광객들은 한국의 색다른 환경, 새로운 경험이 아닌 서구화, 현대화된 모습만을 접하게 된다(Yoon & Lee 2008).

Korea Culture & Tourism Institute(2021)의 외래관광객 실태조사에 따르면 한국여행 체재기간이 90일 이하인 응답자 중 한국여행에 만족한 응답자가 2019년에 비해 3.4% 감소하였으며, 3년 이내 재방문하고자 하는 응답자는 7.5% 감소한 것으로 나타났다. 또한 체재기간이 1년 이하인 응답자 중 한국여행에 만족한 응답자가 2019년에 비해 0.3% 감소하였으며, 3년이내 재방문하고자 하는 응답자는 3.1% 감소한 것으로 나타났다.

이는 코로나19로 인해 주요 방한 목적이 여가, 위락, 휴식에서 사업/전문 활동으로 변화도 영향을 미쳤다고 볼 수 있지만, 전반적인 만족도와 함께 재방문 의사가 감소한 것이 사실이다.

최근 Opensurvey(2021)의 조사 결과에 따르면 미국인 중 한국문화에 대해 관심을 갖는 분야는 음식(31.4%), 문화유산(29.7%), 대중문화(25.5%) 순으로 높게 나타났으며, 이 중 음식과 문화유산의 경우 농촌관광을 통해 이러한 관심에 대한 욕구를 충족시킬 수 있을 것으로 보여진다.

따라서 외국인 관광객이 만족할 수 있는 요인을 찾고, 이를 발전시켜 다양한 프로그램의 개발과 관광기반을 개선하는 등 장기적인 농촌관광 수요 창출을 위한 지역 자원 활용 방안을 모색할 필요가 있다(Kim & Han 2017). 이는 잠재 방문객, 재방문객의 확대를 도모할 수 있을 것이다. 또한 한국 농촌이 고령화 등의 문제로 인해 인구구조가 변화하고 수입이 감소하는 현 시점에서 농촌관광은 농가소득 증대를 위한 해법이 될 수 있을 것이다(Kang 2018).

현 시점의 팬데믹이 해소되고, 한국을 방문하는 외국인 관광객의 수가 다시 증가했을 때, 한국에서의 관광은 현재와 같은 서울 중심의 관광뿐 아니라 농촌을 포함한 다양한 지역으로 뻗어나갈 수 있을 것이다. 이를 위해서는 외국인 관광객을 위한 충분한 연구와 대응 방안이 마련되어야 할 것이다.

이에 본 연구에서는 외국인 관광객의 만족도를 향상시키고 재방문을 유도할 수 있는 방안 모색을 위한 기초자료를 제공하고자 외국인 관광객 중 한국의 농촌관광 경험이 있는 20 · 30대 외국인 관광객이 느끼는 농촌관광 요소들의 중요도와 만족도를 조사하였다. 또한 외국인 관광객이 느끼는 선택속성의 중요도와 만족도의 차이, 국가별 만족도 차이, 회귀분석을 통해 종합적인 만족도에 영향을 미치는 요인을 파악하여 효율적 개선방안을 모색하고자 한다.

Ⅱ. 이론적 배경

과거부터 관광 활성화를 목적으로 외국인 관광객을 유치하기 위한 연구는 지속적으로 진행되어 왔다. 먼저 외국인 관광객에 대한 연구로 Oh(2010)는 한국의 관광 전 이미지와 관광 후 이미지를 비교하고, 관광 후 이미지와 만족도, 행동의도와의 관계를 분석하여, 관광의 질의 중요성과 이미지 개선방안, 이미지 향상을 통한 외국인 관광객 유치 방안 등을 도출하고자 외국인 관광객을 대상으로

한국관광 전후 이미지를 조사하였다. 조사결과 이미지는 관광 후 긍정적으로 바뀌는 것으로 나타났다. 또한 이미지의 일부 요인은 만족도, 재방문의도, 추천의도에 영향을 미치는 것을 증명하였고, 추후 한국 관광이 부각시켜야 할 한국의 이미지를 제시하였다. Lee et al.(2017)은 한국 대중문화가 소비자에게 수용되는 정도의 성장과 쇠퇴를 반영하는 한류지수를 활용하여 외국인 관광객의 연령에 따라 한류에 영향을 받는 정도를 분석하고자 하였다. 그 결과 20대 이하에서 한류로 인한 방한이 가장 많은 것으로 나타났고, 50대 이상, 30~40대 순으로 나타났으며, 소비활동이 활발한 30~40대 유도를 위한 전략의 필요성을 제시하였다.

외국인 관광객의 농촌관광에 대한 연구도 지속적으로 진행되어왔는데 Kim et al.(2014)은 외국인 관광객의 농촌관광 수용태세 평가요소의 상대적 중요도 분석을 운영전략 수립과 활성화를 위한 기초자료로 제공하고자 AHP를 활용하여 진행하였고, 그 결과 평가영역별, 평가요소별 우선순위를 도출하였다. Kang(2018)은 외국인 관광객을 대상으로 농촌관광의 체험요인이 즐거움과 행동의도에 미치는 영향을 분석하여 농촌관광의 상품성을 향상시키기 위한 방안을 모색하고자 하였고, 그 결과 오락성과 일탈성이 즐거움에 영향을 미치고, 즐거움이 행동의도에 영향을 미치는 것을 증명하였다. 또한 Han et al.(2014)은 농촌관광의 요소들과 선택속성을 도출하고 잠재적인 외국인 관광객의 중요도를 기준으로 세분집단별 특성을 파악하여, 경쟁력을 갖춘 관광상품과 프로그램 개발을 위한 기초자료를 제공하고자 하였다. 이는 외국인 관광객들이 농촌관광을 한다는 가정하에 잠재 농촌관광객을 대상으로 진행한 결과 문화체험과 자연경관 감상의 중요도가 높은 것으로 나타났고, 외국인을 위한 농촌관광지 선택육성의 필요성을 제시하였다.

이외 외국인 관광객의 한국관광, 한국 농촌관광의 이미지, 만족도 등을 측정하기 위해 진행된 연구로 Choi et al.(2018)은 중국, 일본, 미국의 방한 관광객의 한국관광 실태를 파악하고, 국적별 특성, 만족도, 만족도에 영향을 미치는 요인을 파악하여 외국인 관광객 유치 전략을 위한 기초자료를 제공하고자 하였다. 국가별 관광객의 정보습득 경로, 동반자 유형, 선호하는 관광유형, 재방문 여부 등을 조사하였고, 이를 통해 기반 마련이 필요한 영역과 소비자의 구에 따른 차별화 영역을 도출하였다. Kim & Han(2017)은 외국인 관광객의 한국 농촌관광에 대한 전반적인 만족도와 재방문의도에 영향을 미치는 만족요인에 대해 알아보고, 잠재 고객확보를 위한 보존, 개선 요소에 대해 분석하고 재방문 유도를 위한 발전방안을 모색하고자 하였다. 그 결과 한국 농촌관광의 매력요인과 체험요소, 재방문의도에 영향을 미치는 만족요인에 대해 도출하였으며, 재방문과 지출의 촉진을 위해 장기적으로 경험할 수 있는 축제, 이벤트 등의 요소와 한국에서만 경험할 수 있는 경관, 체험 등의 중요성을 강조하였다. 또한 Kim et al.(2015)은 농촌을 찾은 외국인 관광객을 대상으로 체험 만족도와 중요 고려요소를 조사하여 IPA분석을 통해 중요속성과 만족도에 따른 영향관계를 파악하고 효율적 활성화 방안을 마련하고자 진행되었으며, 그 결과 집중적 시정조치가 요구되는 부분, 권역별 농촌관광에 대한 인식의 차이, 만족도에 따른 행동의도를 도출하였다. Kim(2015)은 한국 농촌관광의 이미지 측정을 위해 척도를 개발하고자 하였으며, 문헌조사를 통해 감성어휘를 추출하고, 이를 통해 최종적으로 4가지 차원으로 측정할 수 있다는 것을 증명하였다. Choi et al.(2015)은 도시민의 농촌관광 만족도를 IPA를 통해 분석하고 이를 통해 만족도 제고와 발전 방안을 모색하고자 도시민을

대상으로 전화면접 방식의 만족도조사를 수행하였다. 그 결과 농촌관광을 구성하고 있는 요인들의 중요도와 만족도에 따라 만족도 제고를 위해 우선적으로 개선해야 할 요인들을 도출하였다.

방한 관광객이 아닌 국내에 거주하는 외국인 관광객을 대상으로 한 인바운드 관광에 대해 Lee & Kim(2019)은 한국의 이미지를 규명하고 만족도와 사후행동을 파악하여 이미지가 만족도와 사후행동에 미치는 영향을 파악하고, 만족도가 사후행동에 미치는 영향을 파악하고 이 과정에서 이미지와 사후행동의 관계 중 만족도의 역할을 규명하고자 하였으며, 국내 체류 중인 유학생의 만족도 조사 결과가 일반 국내 관광객을 대상으로 한 연구결과와 일치하는 것을 증명했으며, 이는 유학생으로 인해 국내관광이 활성화 될 수 있음과 더불어 외국인 관광객과 차별되는 또 다른 관광 상품의 개발 필요성을 제시하였다. Kim et al.(2020)은 인바운드 관광 활성화를 위해 외국인 관광객의 요구조사를 수행하여, 인바운드 관광과 관련한 종합적 진단과 함께 관련 연구의 추후 방향 모색을 제언하고자 연구를 진행하였으며, 그 결과 방문의도, 방문지역, 국적 성별 등 특성에 따른 세분화된 연구가 필요하며, 기존의 철학과 방식을 뛰어넘는 관광산업과 정책의 필요성을 제시하였다. Keum & Kim(2014)은 인바운드 관광객의 유치를 위해 만족도 조사 방법의 기초를 재정립하여, 재방문의도에 영향을 미치는 핵심 요소를 알아보고 그 핵심요소와 관련된 사례, 재방문율 향상을 위한 정책적 수단과 방안 수립을 위한 접근방법을 제시하고자 하였으며, 그 결과 기초 관광환경요소의 조사 대상과 체크리스트를 제시하고 이를 활용할 수 있는 방법에 대해 설명하였다.

위와 같이 국내에서 외국인 관광객의 효율적인 대응을 위한 연구들이 지속적으로 진행되어왔다. 최근에는 K-pop의 전파, SNS의 발달 등으로 구매력을 갖춘 20대, 30대 외국인들의 한국에 대한 관심이 높아지고 있는 등 현재는 코로나19의 영향으로 실질적인 외국인 관광객의 수는 감소했지만 추후 한국 관광이 활성화될 때 방문할 수요자층의 효율적인 대응과 관광객들의 만족도 향상을 위해 최신의 연구자료와 우선적으로 개선해야 할 사항들에 대해 알아볼 필요가 있다.

Ⅲ. 연구방법

본 연구에서는 2018년부터 2020년까지 3년간 한국의 농촌관광을 경험한 외국인 관광객 중 Korea Culture & Tourism Institute(2020)의 외래관광객 실태조사를 참고하여 가장 높은 비중을 차지하는 중국인, 일본인 관광객 각 140명과 서구권에서 가장 높은 비중을 차지하는 미국인 관광객 120명을 대상으로 조사를 실시하였고, 이 중 20, 30대의 미국인 106명, 중국인 125명 일본인 80명을 대상으로 분석을 진행하였다.

조사는 2020년 11월 4일부터 11월 16일까지 13일에 걸쳐 해당 국가의 언어로 번역된 웹설문지를 활용하여 온라인 설문업체의 외국인 패널을 대상으로 진행되었으며, 3단계의 검정문항을 통해 표본을 추출하였으며, 검정문항은 사전에 설문내용을 고지하지 않고 〈Fig. 1〉과 같은 과정으로 진행되었다.

설문의 문항은 선행연구(Choi et al. 2015; Kim 2015; Kim & Han 2017; Kim et al. 2018; National Institute of Agricultural Sciences 2019)를 통해 농촌관광 관련 요소, 선택속성, 이미지, 만족도 관련 연구에서 중요도-만족도를 조사하기 위한 속성들을 수집하였고, 이후 중복항목을 삭제하여 최종적으로 27개의 조사항목을 선정했다. 이 중 숙박시설의 경우 숙박시설을 이용한 대상에게

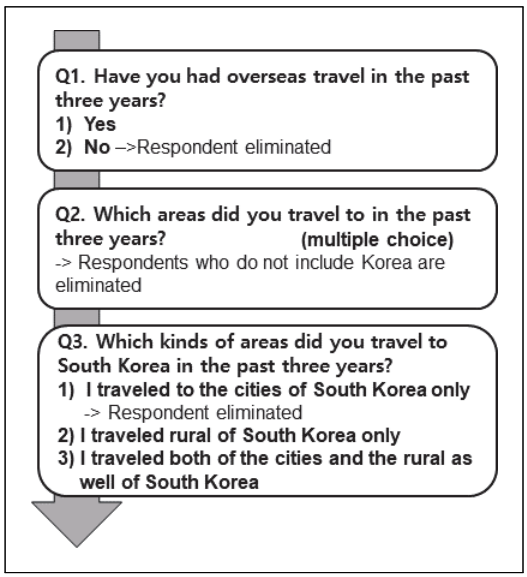

Fig. 1. Questions for sampling.

만 별도로 설문을 진행하였고, 조사결과를 IBM SPSS Statistics 25 활용해 분석하였다. 분석 내용은 중요도와 만족도 비교를 위해 t-test와 함께 서비스에 대한 이용자의 만족을 측정하기 위해 속성별 중요도와 만족도를 평가하여 상대적인 중요도와 성취도 분석기법인 IPA(National Institute of Agricultural Sciences 2019)를 실시하였으며, 중요도와 만족도의 차이, 상대적 강점, 집중개선 속성, 중점개선 속성, 유지관리 속성을 도출하였다. 이외 일원배치 분산분석을 통해 각 국가별 관광객이 느끼는 한국농촌관광 만족도의 차이를 알아보았다. 또한 선택속성을 대상으로 요인분석을 실시하여 해당 요인이 종합적인 만족도에 미치는 영향을 알아보기 위해 회귀분석을 실시하였다.

Ⅳ. 결과 및 고찰

본 연구의 응답자는 최근 3년 이내 한국농촌관광 경험이 있는 미국인관광객 106명, 일본인관광객 80명, 중국인관광객 125명이다(Table 1). 응답자의 연령별 수는 미국인관광객 중 30대 93명(87.7%), 20대 13명(12.3%), 일본인관광객 중 30대 48명(60.0%), 20대 32명(40.0%), 중국인관광객 30대 90명(72%), 20대 35명(28.0%) 순으로 나타났다. 또한 미국인관광객 중 남자는 105명(99.1%), 여자는 1명(0.9%), 일본인관광객 중 여자는 41명(51.3%), 남자는 39명(48.8%), 중국인관광객 중 남자는 67명(53.6%), 여자는 58명(46.4%) 순으로 나타났다.

응답자의 학력은 미국인관광객의 경우 중학교 졸업 이하 2명(1.9%), 고등학교 졸업 59명(55.7%), 대학교 졸업 45명(42.5%), 일본인 관광객 중에는 중학교 졸업 이하 6명(7.5%), 고등학교 졸업 35명

Table 1. Characteristics of respondents

		America		Japan		China	
		N	%	N	%	N	%
Age	Twenties	13	12.3%	32	40.0%	35	28.0%
	Thirties	93	87.7%	48	60.0%	90	72.0%
Gender	Male	105	99.1%	39	48.8%	67	53.6%
	Female	1	0.9%	41	51.3%	58	46.4%
Level of education	Middle school or lower	2	1.9%	6	7.5%	2	1.6%
	High school	59	55.7%	35	43.8%	110	88.0%
	College/University	45	42.5%	38	47.5%	13	10.4%
	Graduate school	0	0.0%	1	1.3%	0	0.0%
Marital status	Single	18	17.0%	11	13.8%	46	36.8%
	Married	88	83.0%	69	86.3%	79	63.2%

(43.8%), 대학교 졸업 38명(47.5%), 대학원 졸업 1명(1.3%), 중국인관광객 중에는 중학교 졸업 이하 2명(1.6%), 고등학교 졸업 110명(88.0%), 대학교 졸업 13명(10.4%) 순으로 나타났다.

결혼 여부의 경우 미국인관광객은 미혼이 18명(17.0%), 기혼이 88명(83.0%), 일본인관광객은 미혼이 11명(13.8%), 기혼이 69명(86.3%), 중국인관광객은 미혼이 46명(36.8%), 기혼이 79명(63.2%) 순으로 나타났다.

27개의 선택속성에 대한 외국인 관광객의 중요도와 만족도를 분석하기에 앞서 신뢰도 분석을 실시한 결과 중요도와 만족도 총 54개의 항목에서 Cronbach Alpha값이 0.953으로 나타나 충분한 신뢰도를 지니고 있다고 볼 수 있다. 중요도와 만족도는 Table 2와 같이 나타났으며, 중요도와 만족도를 비교한 결과 통신시설과 치유프로그램에서

Table 2. Comparison of importance and performance

	Importance		Performance		t	p
	M	S.D	M	S.D		
Nature-friendly	4.17	0.56	4.13	0.66	1.916	0.056
Local features	4.28	0.77	4.22	0.84	0.704	0.482
Entertaining	4.19	0.68	4.18	0.72	0.077	0.938
Cleanness	4.33	0.73	4.29	0.74	1.151	0.251
Aesthetics	4.14	0.67	4.12	0.70	0.221	0.825
Recreation facilities	4.11	0.61	4.10	0.63	0.096	0.924
Accommodations	4.19	0.87	4.23	0.62	0.462	0.645
Amenities	4.20	0.67	4.18	0.69	0.080	0.936
Information centers	4.23	0.76	4.32	0.64	−1.768	0.078
Communication facilities	4.10	0.68	4.22	0.79	−2.476*	0.014
Resident service	4.05	0.68	4.10	0.60	−0.712	0.477
Communication	4.16	0.82	4.18	0.81	−0.072	0.942
Reservation system	4.20	0.69	4.14	0.75	0.653	0.515
Hygiene management	4.31	0.75	4.26	0.77	1.095	0.274
Facility maintenance	4.22	0.68	4.14	0.74	1.032	0.303
Safety management	4.17	0.79	4.25	0.72	−1.287	0.199
Costs	4.12	0.73	4.15	0.73	−0.304	0.761
Food	4.29	0.70	4.24	0.74	0.454	0.650
Cultural experience	4.10	0.60	4.13	0.63	−1.502	0.134
Farming experience	4.24	0.80	4.23	0.81	0.151	0.880
Nature experience	4.23	0.67	4.20	0.70	1.228	0.220
Food experience	4.30	0.75	4.30	0.75	0.000	1.000
Healing programs	4.20	0.68	4.06	0.69	3.297***	0.001
History tour	4.21	0.73	4.22	0.76	−0.729	0.467
Enjoying scenery	4.14	0.70	4.20	0.70	−0.326	0.745
Festivals	4.24	0.73	4.26	0.73	−0.159	0.874
Purchasing agricultural specialties	4.21	0.67	4.21	0.69	−0.496	0.620

*p<0.5, **p<0.01, ***p<0.001

유의미한 차이가 발생했다. 이 중 통신시설의 경우 중요도가 4.10로 나타났으나 만족도가 4.22로 나타나 중요도보다 만족도가 높게 나타났고, 이는 통신시설의 충분한 확충이 이루어졌다고 볼 수 있다. 반면, 치유프로그램의 경우 중요도가 4.20로 나타났으나 만족도가 4.06으로 낮게 나타나 이에 대한 보완이 필요할 것으로 여겨진다.

IPA결과 1사분면은 중요도는 높으나 만족도가 낮은 항목들로 가장 적극적인 개선이 필요한 항목들이다. 여기에는 편의시설, 예약시스템, 시설물 유지관리가 해당되어 있다. 2사분면은 중요도와 만족도가 모두 높은 강점 항목들로 구성되어 있으며, 현재의 상태를 유지관리 하는 형태로 운영할 필요가 있다. 또한 이 항목들에 대한 마케팅과 활용방안을 모색할 필요가 있다. 여기에는 향토성, 청정성, 안내시설, 청결관리, 먹을거리, 농사체험, 자연체험, 역사탐방, 축제, 농특산물구매가 해당된다. 3사분면은 중요도와 만족도가 모두 낮게 나타나는 항목들이며, 관광객들이 방문했을 때 크게 영향을 미치지 않는 항목들로 볼 수 있으며, 여기에는 오락성, 자연친화성, 심미성, 놀이·오락시설, 주민서비스, 언어소통, 가격, 문화체험, 치유프로그램, 경관감상이 해당된다. 4사분면은 중요도는 낮으나 만족도가 높은 항목들로 이미 만족도가 충족되어있으므로, 추가적인 불필요한 지원은 줄이고, 지속적인 유지관리가 필요하다. 여기에는 숙박시설, 통신시설, 안전관리가 해당된다〈Fig. 2〉.

또한 국가별 관광객의 만족도를 비교한 결과 총 14개 항목에서 유의미한 차이를 보였는데 Duncan분석(a〈b〈c)에서 향토성은 미국, 일본, 중국, 청정성은 미국, 일본, 중국, 안내시설은 미국, 일본, 중국, 언어소통은 미국, 일본, 중국, 예약시스템은 미국, 일본, 중국, 청결관리는 미국, 일본, 중국, 안전관리는 미국, 일본, 중국, 먹을거리는 미국, 일본[a], 중국[b], 농사체험은 미국, 일본, 중국, 음식체험은 미국, 일본, 중국, 역사체험은 미국, 일본, 중국, 축제는 미국, 일본, 중국, 농·특산물 구매는 미국, 일본, 중국으로 나타났다(Table 3).

만족도 조사결과를 바탕으로 요인분석을 실시한 결과 Table 4와 같이 6개의 요인으로 구분되었

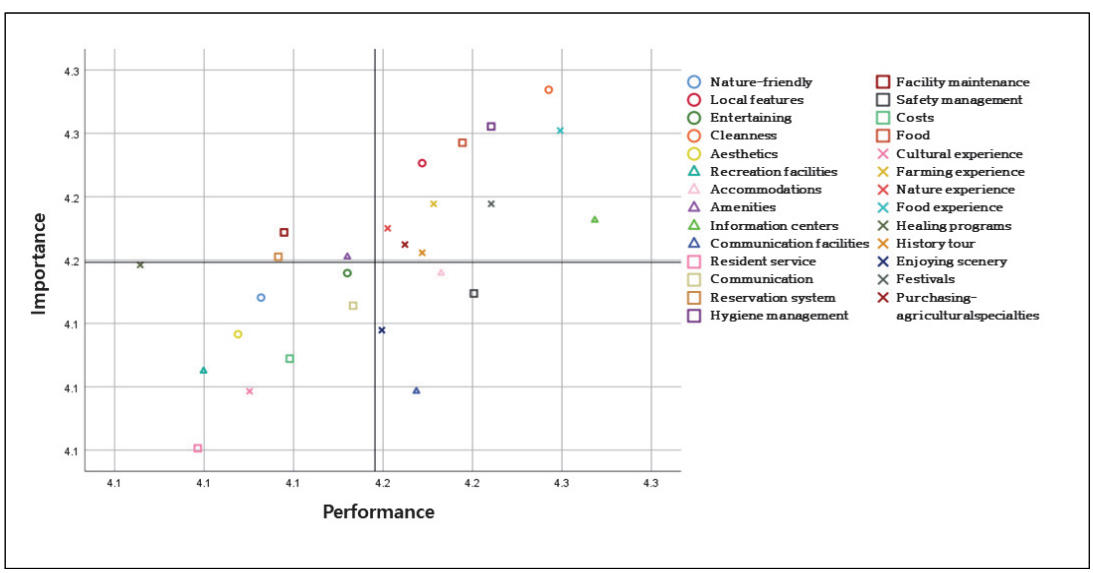

Fig. 2. Importance performance analysis.

Table 3. Comparison of rural tourism performance of tourists by country

	America		Japan		China		F	p
	M	S.D	M	S.D	M	S.D		
Nature-friendly	4.13	0.59	4.11	0.62	4.16	0.79	0.14	0.866
Local features	4.45^{b}	0.77	4.12^{a}	0.82	4.08^{a}	0.91	6.33^{**}	0.002
Entertaining	4.21	0.64	4.09	0.73	4.29	0.80	1.99	0.139
Cleanness	4.47^{b}	0.71	4.10^{a}	0.71	4.35^{b}	0.76	7.79^{***}	0.000
Aesthetics	4.08	0.66	4.05	0.69	4.28	0.73	2.81	0.062
Recreation facilities	4.11	0.50	4.09	0.62	4.10	0.79	0.05	0.956
Accommodations	4.22	0.50	4.16	0.62	4.35	0.77	1.95	0.144
Amenities	4.17	0.58	4.16	0.73	4.23	0.76	0.23	0.793
Information centers	4.46^{b}	0.64	4.10^{a}	0.57	4.48^{b}	0.66	13.59^{***}	0.000
Communication facilities	4.20	0.65	4.15	0.82	4.35	0.87	1.61	0.201
Resident service	4.05	0.52	4.10	0.57	4.16	0.72	0.85	0.430
Communication	4.42^{b}	0.73	3.96^{a}	0.82	4.21^{b}	0.82	10.00^{***}	0.000
Reservation system	4.08^{a}	0.64	4.06^{a}	0.82	4.36^{b}	0.75	4.77^{**}	0.009
Hygiene management	4.45^{b}	0.71	4.04^{a}	0.81	4.35^{b}	0.70	9.57^{***}	0.000
Facility maintenance	4.17	0.61	4.07	0.78	4.23	0.81	1.14	0.320
Safety management	4.52^{c}	0.64	4.01^{a}	0.77	4.28^{b}	0.64	15.71^{***}	0.000
Costs	4.15	0.58	4.07	0.77	4.26	0.82	1.67	0.190
Food	4.49^{b}	0.65	3.98^{a}	0.71	4.33^{b}	0.78	15.42^{***}	0.000
Cultural experience	4.12	0.56	4.06	0.62	4.23	0.73	1.59	0.206
Farming experience	4.55^{c}	0.72	3.96^{a}	0.81	4.23^{b}	0.80	16.46^{***}	0.000
Nature experience	4.24	0.54	4.10	0.79	4.33	0.71	2.86	0.059
Food experience	4.50^{b}	0.73	4.11^{a}	0.69	4.33^{b}	0.79	8.15^{***}	0.000
Healing programs	4.02	0.60	4.02	0.67	4.19	0.81	1.74	0.178
History tour	4.48^{b}	0.69	4.02^{a}	0.72	4.19^{a}	0.80	11.27^{***}	0.000
Enjoying scenery	4.12	0.61	4.18	0.78	4.34	0.65	2.29	0.103
Festivals	4.54^{c}	0.66	3.99^{a}	0.70	4.31^{b}	0.70	18.26^{***}	0.000
Purchasing agricultural specialties	4.22^{ab}	0.60	4.09^{a}	0.66	4.40^{b}	0.79	5.18^{**}	0.006

$^{*}p<0.5$, $^{**}p<0.01$, $^{***}p<0.001$, Duncan(a<b<c)

다. 각 요인에 대한 신뢰도 분석 결과 Cronbach Alpha값이 각각 0.832, 0.708, 0.747, 0.572, 0.580, 0.573으로 나타나 신뢰도가 있는 것으로 나타났으며, 제 1요인은 '관광자원'으로, 제 2요인은 '지역적 특성'으로, 제 3요인은 '이용 편의성'으로, 제 4요인은 '즐길거리'로, 제 5요인은 '주변환경'으로, 제 6요인은 '시장 접근성'으로 명명하였다.

각 요인을 대상으로하여 한국농촌관광의 전반적인 만족도와의 선형회귀분석을 단계선택(Stepwise) 방식으로 진행한 결과 4개 요인이 유의미한 영향을

Table 4. Factor analysis of performance

	Factor1	Factor2	Factor3	Factor4	Factor5	Factor6	Cronbach Alpha
Festivals	0.669	0.146	0.144	0.047	0.145	0.082	
Hygiene management	0.669	0.124	0.047	0.033	0.188	0.158	
Information centers	0.663	0.085	−0.057	0.125	0.148	0.137	
Food	0.572	0.206	0.270	0.020	0.235	0.093	
Cleanness	0.542	0.143	0.054	0.417	0.147	−0.055	0.832
Safety management	0.538	0.023	0.326	0.160	0.049	0.148	
Farming experience	0.524	0.015	0.509	0.105	−0.166	0.251	
Food experience	0.478	0.217	0.193	0.361	0.088	−0.002	
History tour	0.476	−0.020	0.304	0.214	−0.376	0.401	
Nature-friendly	0.147	0.705	0.044	0.434	0.078	−0.048	
Recreation facilities	0.145	0.693	0.123	−0.051	0.089	0.104	0.708
Cultural experience	0.143	0.676	0.022	0.102	0.212	0.164	
Resident service	0.155	0.544	0.142	0.051	−0.014	0.465	
Communication	0.508	0.092	0.621	0.000	0.085	−0.088	
Communication facilities	0.057	0.298	0.534	0.245	0.297	0.167	
Accommodations	0.073	0.508	0.521	0.072	0.029	0.080	0.747
Amenities	0.053	−0.035	0.515	0.169	0.291	0.349	
Local features	0.407	0.164	0.493	0.254	−0.034	−0.141	
Purchasing agricultural specialties	0.209	0.195	0.442	0.071	0.249	0.384	
Aesthetics	0.146	−0.005	0.205	0.650	0.119	0.079	
Entertaining	0.151	0.279	−0.032	0.640	−0.005	0.272	0.572
Healing programs	0.070	0.030	0.296	0.472	0.350	0.275	
Enjoying scenery	0.181	0.219	0.183	0.010	0.664	0.136	
Nature experience	0.261	0.177	−0.044	0.120	0.634	0.194	0.580
Facility maintenance	0.203	−0.019	0.191	0.296	0.478	0.039	
Reservation system	0.123	0.139	−0.015	0.229	0.262	0.717	0.573
Costs	0.186	0.324	0.207	0.060	0.150	0.537	
E.V.	8.033	1.935	1.346	1.237	1.134	1.043	
Kaiser-Meyer-Olkin							0.877
Bartlett's Spherical Test			Chi-Square				2440.008
			df(p)				351(0.000)

미쳤으며, 지역적 특성, 이용 편의성, 관광자원, 시장 접근성, 즐길거리 순으로 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며 (Tabel 5), R^2=0.443으로 44.3%의 설명력을 보이고 있다.

Ⅳ. 요약 및 결론

지속적으로 증가하고 있는 외국인 관광객을 효율적으로 대응하기 위해 외국인 관광객들의 요구

Table 5. Regression analysis between performance of selection attributes and comprehensive performance

	Non-standardization coefficient		Standardization coefficient	t	p
	B	Standardization error	Beta		
(Constant)	4.306	0.028		156.396	0.000
2	0.276	0.028	0.455	10.014	0.000
3	0.188	0.028	0.309	6.801	0.000
1	0.157	0.028	0.258	5.687	0.000
6	0.136	0.028	0.224	4.939	0.000
4	0.112	0.028	0.184	4.050	0.000

$Y=4.306+0.276X_2+0.188X_3+0.157X_1+0.136X_6+0.112X_4$

Y=Comprehensive performance

X_1=Tourism resources

X_2=Regional characteristics

X_3=Convenience

X_4=Something to enjoy

X_6=Market accessibility

를 수용할 필요가 있으며, 이들이 관심을 갖고 있는 분야를 파악하는 것이 중요하다. 아직 외국인 관광객들은 서울을 비롯한 부산, 제주 등 특정 지역을 방문하기 위해 방한하고 있으나, 음식, 문화유산 등에 많은 관심을 갖고 있어 이를 바탕으로 외국인 관광객을 대응하기 위한 방안을 마련하고 계획해 나간다면 지방을 찾는 관광객 수도 증가할 수 있을 것이다.

따라서 본 연구에서는 농촌관광에서 이러한 외국인 관광객의 관심사와 요구를 파악하여 추후 방문하게 될 외국인 관광객의 만족도를 향상시키고 재방문률을 높이기 위한 계획방안을 알아보고자 하였으며 그 결과는 다음과 같다.

첫째, 중요도와 만족도 분석(IPA)결과 1사분면에 속하여 중요도는 높으나 만족도가 낮게 나타난 편의시설, 예약시스템, 시설물 유지관리이며, 이는 추후 개선의 기회가 있을 때 가장 우선적으로 개선이 필요한 항목으로 대부분 편의성을 위한 항목들로 볼 수 있다. 중요도와 만족도 모두가 높게 나타나 2사분면에 속한 강점들은 향토성, 청정성, 안내시설, 청결관리, 먹을거리, 농사체험, 자연체험, 역사탐방, 축제, 농특산물구매가 있다. 이들을 중심으로 지속적인 유지관리를 시행하고, 먹을거리, 농사체험, 역사탐방, 축제 등 지역적 특성을 반영할 수 있는 항목들은 타 관광지들과 차별점을 두고 개발해 나갈 필요가 있을 것이다. 3사분면에 속한 오락성, 자연친화성, 심미성, 놀이·오락시설, 주민서비스, 언어소통, 가격, 문화체험, 치유프로그램, 경관감상의 경우 중요도와 만족도 모두가 낮게 나타나 관광객에게 큰 영향을 미치지 않을 것으로 여겨지며, 후순위로 개선을 통해 만족도를 높혀나갈 필요가 있다. 4사분면은 중요도는 낮으나 만족도가 높은 항목들로 숙박시설, 통신시설, 안전관리가 속하며, 해당 속성들은 불필요한 투자를 줄이고 지속적인 유지관리를 해 나갈 필요가 있다.

둘째, t-test결과 중요도와 만족도 차이에서 통신시설과 치유프로그램이 각각 0.05, 0.01의 신뢰수준에서 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다. 이중 치유프로그램의 경우 만족도가 중요도에 비

해 낮게 나타났다. 치유프로그램은 IPA분석에서 3사분면에 속한 속성으로 외국인 관광객에게 미치는 영향은 미미할 것으로 여겨지지만, 종합적인 만족도의 향상을 위해 개선방안을 모색해야 할 것으로 여겨진다.

셋째, 각 국가별 관광객의 만족도를 비교한 결과 14개 항목에서 유의미한 차이를 보였는다. 이 항목은 향토성, 청정성, 안내시설, 언어소통, 예약시스템, 청결관리, 시설물 유지관리, 안전관리, 먹을거리, 농사체험, 음식체험, 역사체험, 축제, 농·특산물 구매가 해당되며, 사후검정(Duncan)결과 시설물 유지관리를 제외한 모든 항목에서 일본인 관광객의 만족도가 낮게 나타났다. 일본인 관광객은 한국을 찾는 관광객 중 두 번째로 큰 규모에 속하는 집단이며, 접근성이 뛰어나 추후에도 많은 관광객들이 찾을 것으로 예상된다. 따라서 관광 자원과 기반시설의 관리, 지역의 색이 묻어나는 체험, 먹거리 등의 콘텐츠 개발이 필요하다고 볼 수 있다.

넷째, 선택속성의 요인분석 결과 관광자원, 지역적특성, 이용편의성, 즐길거리, 주변 환경, 시장 접근성으로 6가지 요인으로 분류되었다. 또한 각 요인을 활용하여 종합적인 농촌관광의 만족도에 미치는 영향을 알아보기 위하여 회귀분석을 진행한 결과 지역적 특성, 이용 편의성, 관광자원, 시장 접근성, 주변 환경 순으로 만족도 향상에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 만족도에 가장 큰 영향을 미치는 지역적 특성을 고려하여 계획할 필요가 있으며, 지역적 특성 요인에는 친환경성, 레크리에이션 시설, 문화체험, 주민서비스가 속해 있다. 이는 자연과 어우러진 삶을 중시하는 한국 농촌에서 현지인의 문화를 체험해 볼 수 있는 수단으로 전통 혼례, 놀이, 음식, 주거 등 지역 주민이 살아오면서 묻어난 생활 방식들의 활용을 고려해 볼 수 있다.

본 연구는 최근 3년간 한국농촌관광의 경험이 있는 중국인, 일본인, 미국인 관광객 중 20·30대를 대상으로 진행되었다. 외국인 관광객의 선택속성에 대한 중요도와 만족도를 분석하여 향후 농촌에서 외국인 관광객을 대응하기 위한 기초자료를 마련하고자 진행되었으며, 구매력을 갖추고 재방문이 가능한 연령대의 외국인 관광객을 대상으로 하여 추후 재방문률과 만족도를 높일 수 있는 방안을 모색하는데 의의를 두고 있다. 다만, 한국농촌을 찾는 다양한 국가의 외국인 관광객의 의사를 포함하거나 연령, 성별 등 응답자 특성에 따른 응답자 수의 차이가 있어 보다 세분화된 시장을 목표로의 계획을 수립하기에는 어려운 한계점을 지니고 있다. 따라서 추후 연구에서 더욱 다양한 국가와 세부적인 표본 선정 기준을 마련하여 조사를 진행하고 이에 대한 중요도, 만족도 조사를 통해 종합적인 개선방안 모색이 필요할 것으로 여겨진다.

References

Choi AR, Wang S, Koo HG(2018) A comparative study on satisfaction and influence factors of chinese, japanese and american tourists in Korea. J Dig Converg 16(5), 123-135. doi:/10.14400/JDC.2018.16.5.123

Choi YJ, Hwang JI, Han SH(2015) A study on urban residents satisfaction of rural tourism. J Rural Tour 22(2), 59-73

Han SH, Yoon YS, Kim KH(2014) A study on segmentation of potential foreign tourists based on rural destination selection Attributes. J Tour Leis Res 26(7), 25-41. doi:10.7851/ksrp.2014.20.2.115

Kang DH(2018) The effect of experience factor of rural tourism on pleasure and behavioral intention: focusing on foreign tourists. J Tour Manag Res 22(5), 47-67. doi:10.18604/tmro.2018.22.5.3

Keum KY, Kim BS(2014) A study approach to

raising the revisit rate of foreign inbound tourists in Korea: an introduction to the concept of basic tour environment. J Tour Leis Res 26(5), 5-21

Kim BM(2015) Development of an image scale relating to the rural tourism using sensibility vocabulary. Dissertation, Daegu University, pp1-121

Kim BS, Jang MS, Kang HS(2020) A meta-study on investigating foreign tourists' needs for activating inbound tourism: based on inbound tour res from 2000 to 2019. J Hospital Tour Stud 22(2), 13-34. doi:10.31667/jhts.2020.6.83.13

Kim JH, Son HG, Kim SB(2018) The analysis of rural tourism characteristics for urban resident's using the importance-performance analysis(ipA). J Northeast Asia Tour Res 14(4), 45-62

Kim, KH, Choi YH, Yoon YS(2015) A study on foreign tourists' rural destination selection attributes that affect travel satisfaction and destination loyalty. J Tour Res 30(3), 21-40

Kim KH, Yoon YS, Han SH(2014) A study on the foreigner rural tourism preparedness development of indicators utilized AHP. J Tour Res 29(5), 41-54

Kim MS, Han SJ(2017) An analysis of structural relationship during foreigner's satisfaction factor and intention of revisit, for Korean rural tour. J Korean Soc Rural Plan 21(1), 41-52. doi:10.7851/ksrp.2017.23.1.041

Korea Culture & Tourism Institute(2021) International visitor survey 2019. Available from https://datalab.visitkorea.or.kr [cited 2021 October 17]Korea Culture & Tourism Institute(2021) International Visitor Survey 2120. Available from https://datalab. visitkorea.or.kr [cited 2021 October 17]

Lee NH, Kim DK(2019) A study on the effects of the satisfaction on the relationship between tourist destination image and behavior intention : focused on global Korea scholarship(gks) scholars. J Tour Leis Res 31(8), 115-134

Lee YJ, Shim KE, Hong HJ(2017) An empirical study on the impact of Korea wave on the number of foreign tourists to Korea by age. Manag Inform System Rev 36(2), 21-35. doi: 10.31336/JTLR.2019.8.31.8.115

National Institute of Agricultural Sciences(2019) A fact-finding servey on rural tour 2018. Wanju-Gun: Kwangmundang 1-286

Oh JK(2010) The impact of destination's cognitive & affective image on tourism behavioral intentions. J Tour Leis Res 22(1), 231-248

Openservey(2021) US contents trend report 2021 : comparison of US and korean market. Available from https://www.opensurvey.co.kr/ [cited 2021 August 11]

Park JW(2020) A study on the development strategy of marine leisure tourism in the post corona era. J Marine Tour Res 13(2), 9-28

Yoon SM, Lee TH(2008) A study for tourist motivation and destination attractiveness having effects on visiting to Korea: a case of asian tourists. J Hospital Tour Stud 10(3), 68-83