

농촌관광의이론과실제

엄서호 · 류선무 · 강신겸 · 오현석 · 송광인
이규민 · 오형은 · 최동주 · 김정섭 · 류희중
이희찬 · 박호균 · 이상엽 · 송재호

머리말

우리나라에 농촌 관광사업이 도입 된지 어언 20년이 지났지만, 아직 이 분야에 대한 전문서적이 몇 권에 불과한 불모지와 같은 현실을 안타깝게 여기어, 대산농촌문화재단에서 많은 연구비용의 지원과 협력으로 “농촌관광개발의 이론과 실제”란 책자를 발간하게 되어 기쁘게 생각합니다.

우리가 처한 시대적인 상황이 농업, 농촌을 농촌관광으로의 새로운 변화를 강요받고 있고, 많은 농업인들이 농촌관광에 관한 지식과 기술을 필요로 하는 시점에서, 이 책의 내용이 이론과 실제를 알기 쉽게 서술함으로써, 농촌관광을 이해하고 실행하려는 분들에게 좋은 지침서가 될 수 있을 것으로 확신합니다.

돌이켜보면, 1984년에 필자가 “관광농업의 개발과 경영”이란 책자를 저술한 이래, 1994년 한국관광농업학회가 창립되어, 정보교환과 상호친목을 도모하려 해도, 학회지의 발간마저 어려운 형편에 있습니다. 그러나 이번에 농촌관광 분야의 대가이신 여러 필자 분들이 헌신적이고 적극적으로 귀한 원고를 집필해 주시어 귀한책자를 발간하게된 것을 진심으로 감사드리며, 특히 본서 제작에 노고가 많으신 엄서호 박사님에게 감사드립니다.

그리고, 한국관광농업학회의 집필진외에 본서제작에 참여해 주신 이희찬 교수, 이상엽 교수, 박호균박사, 송재호 교수에게도 감사드립니다.

우리가 원시사회에서 현대사회로, 전통사회에서 문명사회로 변화하

면서, 인간 존립의 가치관과 패러다임이 혼란스러워지고 있지만, 환경과 정보를 중요시하는 현실사회 속에서 도시와 농촌이 교류하며 상호공생, 공존, 공영, 할 수 있는 지역 경영형 공동체 방법을 연구하는 농촌관광 연구가 또는 실천하려는 농어업인들은 이 책을 교훈으로 삼아 자연의 순리에 적응하는 올바른 방향을 잡아가야 할 것입니다.

다시 한번 도움을 주신 대산농촌문화재단에 감사드립니다.

저자대표 류 선 무

Contents

1부-농촌관광 활성화 방안

1장: 농촌관광수요의 결정요인 분석

I. 서론	9
II. 이론 및 모형	12
III. 자료 및 모형추정	20
IV. 결론 및 시사점	40

2장: 국내외 농촌관광개발: 한국적 농촌관광의 방향모색

I. 서론	49
II. 프랑스의 농촌관광개발	51
III. 일본의 농촌관광개발	66
IV. 한국의 농촌관광개발	77
V. 국내 농촌관광개발을 위한 시사점	85

3장: 도농교류 활동의 유형화와 발전방향

I. 서론	93
II. 도농교류 활동을 바라보는 두 가지 관점	95
III. '도농교류' 활동의 주체와 내용	106
IV. 결론 - 도농교류 활동의 발전 방향과 관련 조직들의 역할	117
V. 결론	121

4장: 농촌관광수요 활성화를 위한 홍보와 마케팅의 통합적 방안 연구

I. 서론	125
II. 본론	129
III. 결론	159

2부-농촌관광 프로그램 개발

1장: 도농교류 체험학습 활성화방안

I. 서론	169
II. 도농교류 체험학습의 필요성과 내용	171
III. 도농교류 체험학습에 대한 실증분석	181
IV. 도농교류 체험학습 활성화 방안	186
V. 결 론	213

2장: 농촌관광체험프로그램 개발계획과 사례조사

I. 농촌관광프로그램	217
II. 농촌체험프로그램에 대한 의견조사	253
III. 일본농촌체험 관광의 유형화와 특성분석	262

3장: 그린 투어리즘 프로그램 개발·평가를 위한 구조모델 구축과 적용

I. 서론	282
II. 이론 연구	285
III. 실증 연구	304
IV. 정책 연구	330
V. 결 론	342



1

농촌관광 활성화 방안

농촌관광수요의 결정요인 분석

이희찬 교수(세종대학교 호텔관광대학)

1. 서론

농촌의 새로운 역할론으로서 부각되기 시작한 농촌의 다원적 공익기능(국토보전, 수자원함양, 생태계보전, 자연경관, 그리고 전통문화보전 등과 같은 공익기능을 의미함)의 제공이 비농업부문으로부터의 소득이전(즉, 직접지불)에 대한 명분을 얻으면서 농촌내부의 부존자원에 대한 효과적인 활용은 농촌문제 해결의 실마리를 제공하고 있다. 녹색관광으로도 표현되는 농촌관광은 훼손되지 않은 농촌지역의 경관이나 전통가치를 관광자원화 함으로써 이를 찾는 소비자에게 여가효용을 제공하고 그 대가를 통해 대안적인 소득원을 구축하며 이는 지속적으로 고유의 관광자원을 보전 또는 부가가치화하기 위한 동인을 제공하는, 이른바 농촌 공익기능자원의 善循環的 활용을 일컫는다(이희찬 외, 2003). 농촌관광은 이들 공익기능자원의 구체적 활용을 통한 도·농간 교류 및 이해증진의 계기를 의미하며, 수요자의 여가효용과 공급자의 소득효용

의 교환을 통한 도·농간 경제적 불균형의 완화를 의미하기도 한다.

서비스산업의 비중이 타 산업분야를 추월하고 있는 이른바 후기산업 사회에 있어서 농촌관광은 이제 단순히 농외소득의 증대라는 특수한 정책목표를 벗어 난지 오래다. 수요측면에서 볼 때, 주5일 근무제 도입에 따른 여가시간의 확대, 교통망 확충에 따른 접근성 제고, 그리고 대안관광에 대한 인식변화 및 수요증가 등으로 인해 농촌관광에 대한 사회적 수요를 제약하는 요인들이 제거되고 있다. 공급측면에서 볼 때도, 개별농가와 민간기업, 공공단체, 지방정부 등 다양한 차원의 농촌관광 시장 참여자그룹이 형성되고 있으며, 농촌의 다양한 공익기능자원을 조직화하고 상품화하려는 노력이 이들에 의해 진행되고 있다.

국내 관광시장에 있어서 농촌관광은 이미 타 관광산업분야와 경쟁 또는 보완적 경쟁관계에 들어섰으며, 이에 따라 관광상품 및 프로그램 개발 등 고부가가치화를 위한 시책개발이 필요한 시점에 이르렀다고 볼 수 있다. 농촌관광 공급자와 공공부문으로 하여금 시장전략 및 시책 개발에 필요한 정보제공의 필요성이 대두됨에 따라 농촌관광시장에 대한 수요분석이 핵심사안으로 등장하고 있다. 더욱이 농촌관광은 농촌에 대해 대안적 소득원으로서의 역할 외에, 도시민의 여가효용증진을 위한 유용한 수단이다. 따라서 농촌관광에 대한 수요분석은 농촌내부 부존자원의 고부가가치화를 위한 정보제공의 유용한 도구로서 뿐만 아니라 일반 소비자의 여가효용증대를 통한 사회적 발전에도 기여할 수 있는 유용한 출구로 볼 수 있다.

농촌관광을 주제로 한 연구는 국내에서도 적지 않게 발견되고 있으나, 공급자측면에서 국지적으로 접근한 것들이 주류를 이루고 있다(예컨대, 박시현 외, 2003; 박호균 외, 2001; 류선무, 1999; 박석희, 1998). 이들 연구는 농촌의 공익기능자원의 유형과 분포를 고려한 농촌관광

자원개발 및 상품화전략에 유용한 정보를 제공할 수 있다는 점에서 의의가 있다. 하지만 국지적 사례연구에 제한되어 있어 농촌관광 전반에 걸쳐 일반화하기 어려우며, 이용주체인 수요자에 대한 분석을 간과함으로써 농촌관광 공급자와 공공부문으로 하여금 효과적인 마케팅전략 수립과 지원정책을 위한 정보 제공에 있어서 한계를 가질 수밖에 없다.

한편, 농촌관광을 수요자측면에서 접근한 연구는 소수에 불과하다(예컨대, 조재환 외, 2003; 김용근 외, 2001; 조록환, 2000). 이들 연구는 도시민을 대상으로 농촌관광에 대한 인지도와 선호하는 관광활동에 대한 설문조사를 통해 수요를 분석함으로써 공급자와 공공부문으로 하여금 농촌관광 프로그램개발에 필요한 정보를 제공하였다는 점에서 의의가 있다. 하지만 이들 연구 역시 수요이론에 입각한 분석적 접근이 결여되어 있으며, 농촌관광수요와 농촌관광의 특수성을 고려한 다양한 결정요인들 간의 인과적 관련성에 대한 분석을 간과하고 있다. 그 결과, 공공시책개발과 마케팅전략수립을 위해 필요한 시장세분화의 전제인 측정성(measurability)과 내용성(substantiality)에 있어 문제를 피할 수 없다.

본 연구는 농촌관광 활성화를 통한 소비자의 여가효용 증진과 공급자의 안정된 소득원 확보를 위해서는 농촌관광에 대한 수요분석이 필요하다는 인식에서 출발하였다. 본 연구의 목적은 대안관광으로서 농촌관광의 특수성을 고려한 농촌관광 수요모형을 개발하고, 모형분석을 통해 농촌관광수요에 영향을 미치는 결정요인을 파악하는 것이다. 모형개발에 있어 주요 착안점은 소비자행동론적 시각에서 볼 때, 농촌관광수요의 본질을 수요자의 관광참여결정 및 소비량결정으로 구분하는 것이다. 참여결정이라 함은 농촌관광활동에의 참여유무와 관련된 결정을 말하며, 소비량결정은 농촌관광활동에 이미 참여한 소비자들의 방

문수요량과 관련된 결정을 의미한다.

농촌관광수요를 설명하는 주요변수로서 주5일 근무제 및 관련변수, 다른 유형의 관광수요, 농촌의 다양한 공익기능자원에 대한 중요도 인식, 농촌관광 참여의 이유 등이 통상적으로 이용되는 설명변수들과 함께 수요모형에 포함된다. 농촌관광수요는 여가시간의 외연적 확대를 의미하는 주5일 근무제, 그리고 타 관광활동과의 보완 및 대체관계라는 정형 내에서 직·간접적으로 영향을 받을 수 있기 때문이다. 또한 농촌관광은 농촌의 다양한 공익기능자원의 활용과 밀접하게 연계되어 있어 이들 자원에 대한 인식이 농촌관광수요에 영향을 미치며, 농촌관광 참여이유로서 소비자의 선택속성 역시 농촌관광수요에 영향을 미치는 주요 요인일 수 있기 때문이다. 하지만 이들 설명변수가 농촌관광수요에 있어 참여결정 및 소비량결정에 미치는 영향력의 정도는 상이할 수 있다. 이러한 분석을 통해 나온 결과는 효과적인 세장세분화의 전제인 측정성과 내용성을 보장하므로 보다 구체적이고 통찰력 있는 마케팅전략을 가능케 한다.

II. 이론 및 모형

1) 관광수요모형설정의 이론적 배경

개별 관측자료를 이용하여 관광수요함수를 추정할 때 접하는 어려움은 임의추출된 표본 중 많은 수의 관측치가 연구대상 관광활동에 참여하지 않는 경우에 발생한다. 즉, 해당 관광유형에 대한 방문횟수가 '0'으로 관찰되는 경우이다. 이 때의 소비자행동은 참여유무에 대한 결정

및 기존 참여자의 방문량에 대한 결정 등 두개의 결정과정으로 구분될 수 있다(Bockstael 외, 1990).

관광수요모형과 관련하여 이루어진 연구 중 대부분은 방문량결정만을 고려한 것들이며, 두 개의 결정과정을 동시에 다룬 연구는 소수에 지나지 않는다. 예컨대, Bockstael 외(1990)는 낚시여행, Creel & Loomis(1992)와 Yen & Adamowicz(1994)는 각각 물새 및 야생양 사냥 수요와 관련하여 수요의 결정과정을 참여 및 소비량결정으로 구분하였다. 관광활동 참여자만을 대상으로 수요모형을 설정할 경우 참여결정과 관련된 정보를 얻을 수 없는 것은 물론, 적절치 않은 통계적 절차가 사용될 가능성이 다분히 있다(Bockstael 외, 1990).

표본선택모형(sample selection models)은 참여결정을 포함하는 관광수요모형의 설정과 이러한 모형추정에 적절하게 사용될 수 있는 통계적 분석방법이다. 표본선택모형에 관한 논의는 추정치의 통계적 성격에 관한 것들이 주류를 이루어 왔다(Cragg, 1971; Judge 외, 1980). 하지만 모형에 따라 상이한 행동패턴을 가정하고 있기 때문에 대상재화와 관련하여 소비자의 행동패턴을 어떻게 보는가에 따라 선정할 수 있는 모형의 종류가 결정될 수 있다. 표본 중 특정 관광활동에 참여하지 않은 층의 방문량을 다루기 위해 일반적으로 사용될 수 있는 표본선택 모형으로는 Heckman 모형, double-hurdle 모형, 그리고 Tobit 모형 등이 있다. 표본의 시장참여 유무와 참여자의 소비량결정을 다루기 위해 사용될 수 있는 적절한 계량경제적 접근은 시장 비참여의 원인이 무엇인가에 따라 다를 수 있다.

표준 효용이론에서 모든 소비자는 모든 재화의 잠재 소비자라고 가정한다. 하지만 어떤 재화의 경우 이것은 틀린 가정일 수 있다. 즉, 모든 가격과 소득 수준에서도 사람에 따라 해당 재화를 구입할 유인이 없을

수 있다(경제학적 용어로 이를 경계상의 해 “corner solution”이라함). 따라서 零의 관측치는 소비행위(예컨대, 농촌관광활동)에 가담치 않음을 의미하는 것이며, 수요곡선의 파라메타는 오직 시장참여자에 의해서 결정된다. 이러한 이론적 고려를 적절히 반영하기 위해 사용될 수 있는 통계적 접근방법이 Heckman 모형이다(Blaylock & Blisard, 1993). Heckman 모형은 零의 소비를 소비결정이 아닌 시장참여 결정과 관련된 결과로 해석한다. 이 모델은 참여결정을 위한 Probit 선택모형과 참여자만을 대상으로 하는 OLS 소비함수 등 두개의 독립된 부분으로 구성된다(Maddala, 1983; Heckman, 1979).

Double-hurdle 모형에서의 기본가정은 正의 소비를 관찰하기 위해 소비자는 반드시 다음과 같은 두 개의 장애물을 통과해야 한다는 것이다: 1)주어진 재화에 대해 잠재수요자가 될 것, 2)해당 재화를 실제로 소비해야 할 것(Cragg, 1971). Heckman 모형에서와는 달리 double-hurdle 모형에서 零의 소비는 참여결정 혹은 소비량결정이 될 수 있다. 공통적으로 Heckman 모형과 double-hurdle 모형은 관련재화에 대한 수요를 모델링 하는데 있어서 소비량결정과 참여결정의 분리가 중요한 이슈일 경우 유용한 방법이다. 하지만 double-hurdle 모형의 경우 두 가지 결정과정에 영향을 미치는 변수에 대해 특별한 제약을 두지 않는다. Double-hurdle 모형의 추정과정 역시 두 단계로 나뉜다. 첫 번째는 모든 표본에 대해 Probit 선택모형을 적용하는 단계로서 Heckman 절차와 동일하며, 두 번째는 正의 소비량을 나타내는 표본만을 대상으로 하여 사절두(truncated)모형에 따른 표본선택규칙을 적용하는 단계이다.

한편, 관광수요가 지출이 아닌 방문횟수로 표현될 경우(본 연구에서와 같이) 수요모형을 설정함에 있어 고려해야할 또 다른 조건은 비음정수(non-negative integers: 1, 2, 3,..)인 가산자료(count data)의 특성을

갖는 종속변수(방문횟수)를 내부화 할 수 있어야 한다는 점이다. 종속 변수에 대한 오차항이 연속확률분포의 하나인 정규분포를 가정하는 선형회귀분석을 離散종속변수인 가산자료에 적용할 경우 편의추정치 문제를 피할 수 없다(Hellerstein & Mendelsohn, 1993). 또한 선형회귀모형이 예측에 적용되었을 때 음의 방문량이 초래될 가능성이 있으며, 독립변수의 증감에 따라 예측된 방문량이 너무 높게 혹은 낮게 추정될 수 있다. 이러한 점에서 볼 때, 지출과 같이 비울척도로 표현되는 변수에 보다 적합한 Heckman 모형과 double-hurdle 모형의 소비량결정모형은 관광소비량 결정과정에는 다소 부적합할 수 있다.

소비량결정모형과 관련하여 방문횟수로 나타내어지는 관광수요와 공변량들간의 관련성을 파악하기 위해 사용될 수 있는 방법은 Poisson 모형의 적용이다. Poisson모형은 종속변수가 비음정수로 표현되는 가산자료의 추정에 일반적으로 사용되는 계량경제모형이다. 방문횟수로 표현되는 관광수요 역시 가산자료의 특성을 가지므로 여러 형태의 Poisson모형이 이 분야에 적용되어 왔다. 이 분야의 최초 연구로서 Shaw(1988)는 관광지 방문자를 대상으로 표본과 관련된 문제점을 시정하기 위한 방편으로 Poisson모형을 개발하였다. 그 후 Hellerstein(1989, 1991)과 Creel & Loomis(1990)는 각각 카누여행 및 수렵여행에 Poisson류의 모형을 적용하였다. Poisson모형은 그 밖에도 낚시여행(Grogger & Carson, 1991), 하이킹(Englin & Shonkwiler, 1995; Lutz et al., 2000), 보팅여행(Gurmu & Trivedi, 1996), 산악 바이킹(Fix et al., 2000) 등에 다양한 형태로 변형되어 적용되어 왔다.

관광수요의 이러한 특성과 관련하여 전술한 소비자행동(즉, 참여유무에 대한 결정 및 기존 참여자의 방문량에 대한 결정)을 모형화하기 위한 접근방법으로써 참여결정을 위한 二項확률모형과 正의 방문량을

위한 조건부 확률모형을 결합하는 Poisson hurdle 모형을 설정할 수 있다(Mullahy, 1986; Yen & Adamowicz, 1994). Poisson hurdle 모형은 Tobit 모형을 일반화시켰다고 볼 수 있는 double-hurdle 모형을 가산자료에 맞추어 변형시킨 형태로 볼 수 있으며, 자료의 처리과정과 관련하여 보다 융통성 있는 모형설정을 가능케 해준다.

한편, 검열자료(censored data)의 관련성을 추정하는데 이용되는 계량경제모형으로서 주어진 재화나 서비스에 대해 소비자의 수요가 제한된 값(예컨대, 零의 소비량)에서 집단을 이루고 있음을 가정하는 Tobit 함수는 수요관련 연구에서 가장 자주 사용되는 모형 중의 하나다. 소비자행동의 관점에서 보았을 때, Tobit 모형의 주요 가정은 모든 소비자가 주어진 재화에 대하여 잠재수요자라는 점, 그리고 시장참가와 소비량결정은 같은 변수에 의해 영향을 받는다는 가정에서 출발한다. 예컨대, Tobit 모형에서는 농촌관광활동의 참여결정에 영향을 미치는 요인과 똑같은 특성이 농촌관광의 수요량에도 영향을 미치며, 이들 특성의 계수 역시 같은 크기를 갖는다. 비록 Tobit 모형에서 참여 및 방문량결정은 분리되지 않고 동시에 이루어진다고 가정하지만 추정된 방문수요의 한계효과는 사후적으로 시장참여효과와 조건부 소비량효과로 구분되어 설명될 수 있다(McDonald & Moffitt, 1980; McCracken & Brandt, 1987).

본 연구에서 농촌관광수요를 분석하기 위해 이용된 모형은 Poisson hurdle 모형과 Tobit 모형이다. 요약컨대, 소비자행동론과 관련하여 Poisson hurdle 모형은 관련재화에 대한 수요분석에 있어서 참여와 소비량결정의 구분이 중요한 이슈일 경우 유용한 방법이며, Tobit 모형은 참여와 소비량 결정간의 구분에 특별한 의미를 두지 않는다. Poisson hurdle 모형과 Tobit 모형의 비교를 통해 농촌관광수요에 있어서 참여 결정과 방문량결정의 구분이 중요 이슈인가를 밝힐 수 있다. 두 모형간

의 비교는 우도비율검정(likelihood ratio test)을 통해 이루어질 수 있다. 검정결과, 두 모형 간에 유의한 차이가 발견되면 농촌관광 수요분석에 있어서 참여와 소비량결정과정의 구분은 중요한 의미를 갖는다고 해석할 수 있다. 이러한 해석이 가능한 이유는 Tobit 모형은 참여 및 소비량결정이 같은 변수들에 의해 같은 방식으로 움직인다고 가정하는 반면, Poisson hurdle 모형에서는 두 개의 결정과정에 특별한 제약을 두지 않기 때문이다.

2) Poisson hurdle 모형

가산자료의 특성을 갖는 농촌관광수요를 참여결정 및 소비량결정 간의 구분이 주요 이슈라고 판단할 때 사용될 수 있는 모형이 Poisson hurdle 모형이다. 소비량결정을 위한 Poisson 모형은 가산자료 또는 범주형 자료를 분석하기 위해 일반적으로 사용되는 접근방법으로서 Poisson 분포란 일정한 시간 또는 공간 내에서 사건이 무작위로 발생할 때 그 발생한 횟수와 그에 대응하는 확률분포를 의미한다. 관광수요의 총 빈도는 다음과 같은 Poisson hurdle 모형으로 표현될 수 있다:

$$P(t=0) = e^{-\lambda_1} \quad (1)$$

$$P(t|t > 0) = \frac{\lambda_2^t}{(e^{\lambda_2} - 1)t!}, \quad t=1,2,3,\dots \quad (2)$$

여기에서 식(1)은 농촌관광의 참여유무결정(yes/no)을 나타내는 이항 확률모형을, 그리고 식(2)는 기존의 농촌관광 참여자에 대한 정의 방문 횟수를 나타내는 조건부 확률모형을 각각 의미한다. 또한 t 는 비음정수 값으로써 관광횟수를, 그리고 λ 는 추정되어야 할 Poisson 파라미터로

서 관광발생횟수의 평균 및 분산을 나타낸다.

중요한 것은 Poisson 파라미터 λ_1 과 λ_2 는 상이한 추정과정을 통해 관광참여 및 방문량결정 역시 상이한 형태로 모형화(포함되는 변수의 성격 및 범주라는 측면에서)될 수 있다는 점이다:

$$\lambda_1 = e^{c_1 T_1} \quad (3)$$

$$\lambda_2 = e^{c_2 T_2} \quad (4)$$

여기에서 T_1 과 T_2 는 파라미터의 벡터를, 그리고 c_1 과 c_2 는 각각 그에 상응하는 참여유무 및 방문빈도를 설명하는 독립변수의 벡터를 의미한다. 만약 $\lambda_1 = \lambda_2$ 가 성립한다면 Poisson hurdle 모형은 표준 Poisson 분포로 수렴하게 된다.

표준 Poisson 모형에서는 오차항의 존재를 무시함에 따라 조건부 평균과 분산이 같다고 가정한다. 그러나 현실의 자료는 분산이 평균을 초과하는 이른바 과산포(overdispersion)의 특성을 종종 갖는다. 과산포 문제는 일반적으로 가산자료에 있어 관찰되지 않은 이질성이 존재하거나 또는 영의 빈도가 과도할 경우 발생하나, Poisson hurdle 모형은 모형의 분리절차를 통해 과산포를 자연적으로 허용하므로 해당 문제로부터 자유로울 수 있다(Mullahy, 1986). 가산자료의 과산포 문제를 해결하기 위한 대안으로써 음이항(negative binomial) Poisson 모형을 설정할 수 있으나 이 모형을 통해서도 참여 및 방문량 결정과정을 분리할 수 없다는 단점이 있다.

3) Tobit 모형

특수목적형 관광인 농촌관광의 수요를 추정하기 위해 무작위로 표집된 응답자 중 다수는 주어진 기간 동안 농촌관광에 참여하지 않을 수 있다. 이 경우 해당 표본에 대한 농촌관광수요는 0으로 표현되며, 해당 응답을 영으로 처리하는 검색절차(censoring)가 필요하다. 이러한 유형의 응답을 적절하게 취급할 수 있는 모형이 Tobit 함수이다. Tobit 모형에서는 재화나 서비스에 대한 소비자의 수요가 제한된 값(즉, 0)에서 집단을 이루고 있음을 가정하며, 다음과 같이 모형화될 수 있다:

$$\begin{aligned}
 y_i^* &= x_i' \beta + \epsilon_i \sim N(0, \sigma^2) & (5) \\
 y_i &= 0 \quad \text{if } y_i^* \leq 0, \\
 y_i &= y_i^* \quad \text{if } y_i^* > 0.
 \end{aligned}$$

여기에서 y_i^* 는 잠재변수(latent variable)로서 0을 포함한 농촌관광 방문횟수, x_i 는 독립변수 벡터, β 는 파라미터 벡터, y_i 는 응답된 소비량, ϵ_i 는 오차항을 나타낸다.

Tobit 모형은 비록 수요의 결정과정을 구분하지는 않지만 파라미터의 한계효과를 분해함으로써 수요의 결정과정과 관련하여 중요한 부가 정보를 제공해 줄 수 있다. 결론적으로 총 한계효과를 구성하는 두 개의 요소는 실제 방문수요와 관련된 조건부효과(소비량결정)와 소비의 확률효과(시장참여결정)이다(McDonald & Moffitt, 1980). Tobit 수요모형에서 종속변수, y_i 는 각각 다음과 같은 조건부(正의 수요량) 및 무조건부기대치(正 또는 0의 수요량)로 구분된다:

$$E(y_i | y_i > 0) = \beta' x_i + \sigma \frac{\theta(\beta' x_i / \sigma)}{\Phi(\beta' x_i / \sigma)} \quad (6)$$

$$E(y_i) = \Phi\left(\frac{\beta' x_i}{\sigma}\right) \beta' x_i + \sigma \theta\left(\frac{\beta' x_i}{\sigma}\right).$$

위 식에서 θ 와 Φ 는 각각 표준정규밀도함수와 분포함수를 나타낸다. 설명변수의 변화가 $E(y_i)$ 에 미치는 효과는 다음과 같이 나타낼 수 있다:

$$\frac{\partial E(y_i)}{\partial x_i} = \Phi\left(\frac{\beta' x_i}{\sigma}\right) \frac{\partial E(y_i | y_i^* > 0)}{\partial x_i} + E(y_i | y_i^* > 0) \frac{\partial \Phi(\beta' x_i / \sigma)}{\partial x_i}. \quad (7)$$

우항의 첫 번째 요소는 正의 방문확률에 의해 가중화된 正의 방문수요량 기대치(소비량결정)이며, 두 번째 요소는 正의 기대치에 의해 가중화된 正의 방문확률에 있어서의 변화(시장참여결정)를 의미한다.

III. 자료 및 모형추정

1) 자료

분석에 이용된 자료는 전년도(2003년)의 농촌관광활동과 관련된 내 용으로써 2004년 1월부터 3월에 걸쳐 수집되었다. 모집단은 우리나라 의 전체 가구 중 농어촌과 제주도를 제외한 도시지역 거주가구이다. 표 본추출을 위해 이들 모집단을 가구 수 비례에 맞추어 서울 및 수도권, 6 대 광역시, 그리고 8개 도로 나누어 층화하였다. 표본의 크기는 총 1029

개이며, 주어진 표본의 크기를 모집단 총화의 비율에 맞추어 할당하였다. 할당된 층화별 표본 수에 맞추어 가구 또는 공공장소 방문 등을 통해 무작위 추출된 표본에 대하여 면담조사를 실시하였다. 최종적으로 수요모형에 필요한 변수들에 대해 결측치가 없는 976개의 유효표본이 분석에 이용되었다.

설문서는 크게 지난 1년 동안의 농촌관광 활동과 관련된 질문, 농촌관광 지출에 관한 질문, 타 관광 방문수요와 관련된 질문, 농촌의 공익 기능자원에 대한 인식 및 가치와 관련된 질문, 그리고 응답자의 인구통계적 특성과 관련된 질문 등 5개 부분으로 나뉜다. 농촌관광수요와 관련하여 농촌관광의 범위를 농업과 관련된 관광활동, 농촌지역을 관광 목적으로 방문한 경우, 농촌지역 거주자와의 인적 교류 등 크게 3가지로 분류하고 각 구분에 대하여 구체적 예를 제시한 후 농촌관광활동 참여유무 및 (참여했을 경우) 계절별 방문횟수에 대하여 물었다.

기능적 측면에서 보았을 때, 농촌관광의 범위는 일반적으로 농업과 관련된 관광활동 및 농촌지역을 관광목적으로 방문한 경우로 정의를 내릴 수 있다(Roberts & Hall, 2001). 본 연구에서는 농촌관광이 농촌내부의 다양한 공익기능자원의 활용을 전제로 한다는 점에서 이들 공익기능의 유형과 연계하여 농촌관광의 범위를 설정하였다. 농촌관광의 범위는 농업과 관련된 관광활동 및 농촌지역을 관광목적으로 방문한 경우뿐만 아니라 농촌지역 거주자와의 인적 교류 및 행사참여를 포함한다. 농촌의 다원적 공익기능에는 안전한 농산물 생산, 자연경관 및 녹지공간 제공, 생태계 보전 등의 기능 외에도 지역사회 유지 및 전통문화 보전 등과 같은 인문적 기능이 포함되며, 농촌지역 거주자와의 교류 또는 행사목적으로 농촌지역을 방문하는 그룹은 이러한 인문적 기능에 대한 소비자로서 볼 수 있기 때문이다.

지난 2003년 동안 농촌을 관광목적으로 방문한 경험이 있는 표본의 수는 483명으로서 유효표본 총 976명 중 49.5%를 점하고 있다. 농촌관광 유경험자 중 288명(29.5%)은 체험이 주목적인 농촌관광에, 그리고 195명(20.0%)은 인적 교류가 주목적인 농촌관광에 참여한 것으로 나타났다(표 1). 본 연구의 농촌관광 참여율은 이희찬 외(2003)의 2002년 농촌관광 참여율 41.9%에 비해서는 다소 높은 수치이나 이는 농촌관광의 범위에 대한 차이에 연유한 것이다. 참고로 전영미 외(2003)에 의하면 도시민의 농촌관광 참여율은 82.8%로 계산되었다. 농촌관광 유경험자의 일인당 농촌관광횟수는 3.0회이며, 인적교류형(3.4회)이 체험형(2.7회)에 비해 높게 나타났다. 일인당 농촌관광 숙박일수는 평균 3.9일이며 역시 인적교류형(4.9일)이 체험형(3.2일)에 비해 높다. 따라서 농촌관광 유경험자의 농촌관광횟수와 숙박일수를 합한 참가일수는 일인당 6.9일이며, 인적교류형과 체험형이 각각 8.3일, 5.9일을 구성하고 있다. 한편, 전체 표본에 대한 평균으로 환산했을 때, 일인당 농촌관광 참여횟수는 1.5회, 숙박일수는 1.9일, 그리고 참가일수는 3.4일로 나타났다.

농촌관광 참여자가 농촌관광 1회 방문시 그룹당 지출한 비용은 평균 252,231원으로 조사되었다. 이 지출을 1인 1일당 금액으로 환산하면 평

〈표-1〉 농촌관광 경험을 및 방문량

		빈도(%)	관광횟수	숙박일수	참가일수
농 촌 관 광 참 여	체험중심형	288(29.5%)	2.73	3.17	5.90
	인적교류형	195(20.0%)	3.40	4.92	8.32
	소 계	483(49.5%)	3.00	3.88	6.87
농촌관광 미참여		493(50.5%)	0.00	0.00	0.00
합 계		976(100%)	1.48	1.92	3.40

〈표-2〉 농촌관광 참여자의 지출

	방문그룹지출/회	1인당지출/일	%
식음료비	94,037	12,262	37.3
교통비	41,061	5,666	16.3
오락비	26,998	3,635	10.7
숙박비	57,091	7,014	22.6
쇼핑비	17,226	2,686	6.8
기 타	15,818	2,237	6.3
합 계	252,231	33,500	100.0

주: 지출구성비는 1회당 방문그룹지출과 1인 1일당 지출 간에 약간의 차이가 있을 수 있음.

균 33,500원에 해당한다(표 2). 지출의 유형별 구성을 보면, 식음료비 지출이 37.3%로서 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 숙박비 지출(22.6%)이 그 다음을 잇고 있다. 이어서 교통비(16.3%), 오락비(10.7%), 쇼핑비(6.8%) 등의 순서로 지출한 것으로 나타났다.

농촌관광 수요모형을 설정하기 위해 선택된 설명변수는 〈표 3〉에서 보는 것과 같다. 제시된 설명변수 중 농촌관광 유경험자에게만 해당되는 Poisson hurdle의 방문량결정 모형에는 농촌관광의 참여이유와 관련된 변수와 여행비용을 비롯한 모든 변수가 포함된다. 반면에 농촌관광 경험유무에 관계없이 모든 표본에 공통적으로 적용될 수 있는 변수들이 그 대상인 Poisson hurdle의 참여결정 및 Tobit 모형에는 농촌관광의 참여이유 관련변수 및 여행비용변수를 제외한 모든 변수가 포함된다. 설명변수로서 주5일 근무제와 관련된 변수 4개, 타 관광활동과 관련된 변수 4개, 농촌의 다원적 공익기능자원에 대한 인식과 관련된 변수 5개, 지역구분 관련변수 3개, 관광성향을 포함한 인구통계적 특성을

나타내는 변수 5개, 농촌관광의 참여이유를 설명하는 변수 3개, 그리고 여행비용변수 등 모두 25개의 변수가 수요모형에 포함되었다.

주5일 근무제 관련변수는 근무형태에 따른 여가시간의 외연적 변화가 농촌관광수요에 영향을 미칠 것이라는 가정 하에 수요모형에 포함되었다. 타 관광활동 관련변수들은 농촌관광이 이들과 보완 내지는 경쟁 관계에 의해 영향을 받을 것이라는 가정 하에 포함되었다. 농촌의 공익 기능자원과 관련된 변수들은 대안관광으로서 농촌관광이 농촌내부자원의 활용과 연계되어 있다는 점, 그리고 농촌에 대한 관심도와 관련성을 가지고 있을 것이라는 가정 하에 포함되었다. 그 밖에 지역구분 및 인구통계적 특성은 통상적으로 관광수요모형에 포함되는 변수들이다. 한편, 방문량결정 모형에만 포함되는 변수로서 농촌관광의 참여이유를 나타내는 3개 변수는 15개 측정변수를 요인분석하여 도출된 요인들이다. 첫 번째 요인은 농촌체험 등과 관련된 관광활동에 참여하는 적극적 자원이용형을, 두 번째 요인은 단순휴식 및 감상 등과 관련된 소극적 자원이용형을, 그리고 세 번째 요인은 농촌거주자와의 인적교류 또는 행사참여 등과 관련된 인적교류형 농촌관광을 각각 의미한다¹⁾. 마지막으로 방문량 수요모형에 필요한 가격변수로서 농촌관광에 소요된 여행비용이 포함되었다.

Poisson hurdle 모형에 있어서 종속변수는 참여결정 모형의 경우 농촌관광 참여 유무(yes/no)이며, 방문량결정 모형의 경우 기존 농촌관광

1) 농촌방문의 주요이유를 묻은 5점 척도의 15개 측정항목에 대하여 요인분석을 실시하였다. Varimax를 이용한 주성분분석 결과 eigen값이 1 이상인 3개의 요인이 추출되었으며, 이들 요인의 전체 분산에 대한 설명력은 64.2%로 나타났다. 농촌방문 이유로서 제1요인은 농촌생활체험, 자연채취체험, 민박, 관광농원, 자연학습, 민속놀이, 주말농장, 농경체험, 생태체험 등의 측정변수를 포함하고 있어 체험위주의 적극적 자원이용형으로, 그리고 제2요인은 문화유적, 자연경관감상, 단순휴식, 향토음식 등으로 구성되어 있어 소극적 자원이용형으로 각각 명명하였다. 제3요인은 농촌 거주자 방문 및 행사참여 등이 농촌방문의 주요 이유로 구성되었으므로 인적교류 중심형으로 명명하였다. 신뢰도계수(Cronbach's α)는 요인순으로 각각 0.91, 0.80, 0.68로 추정됨에 따라 요인들의 내적 일치성은 매우 양호하게 나타났다.

〈표-3〉 변수 설명

변수요약	변수명	변수정의
종속변수1(농촌관광 참여유무)	DTRIP	농촌관광 참여경험 = 1; 무경험 = 0
종속변수2(농촌관광 소비량)	RTRIPS	농촌관광 참여횟수(회/년)
주5일제 관련 근무형태	DFIVE1	주5일 근무제 실시 = 1; 기타 = 0
	DFIVE2	격 주5일 근무제 실시 = 1; 기타 = 0
	DFIVE3	주5일/격 주5일 근무제 미실시 = 1; 기타 = 0
	DFIVE4	주5일/격 주5일 근무제 무관련 = 1; 기타 = 0
타 관광활동	NATRIPS	자연/생태관광 참여횟수(회/년)
	CUTRIPS	문화관광 참여횟수(회/년)
	INTRIPS	산업관광 참여횟수(회/년)
	PLTRIPS	위락관광 참여횟수(회/년)
농촌공익기능 인식 중요도	GREEN	자연경관, 및 녹지공간 제공기능 = 1; 기타 = 0
	ECO	생태계 보전기능 = 1; 기타 = 0
	LOCAL	전통문화 보전기능 = 1; 기타 = 0
	LAND	국토 보전기능 = 1; 기타 = 0
	SAFE	안전한 농산물의 생산기능 = 1; 기타 = 0
지역구분	CAPITAL	서울 및 수도권 = 1; 기타 = 0
	LGCITY	6대 광역시 = 1; 기타 = 0
	SMCITY	중소도시 = 1; 기타 = 0
인구통계적 특성	INC	가계소득(만원)
	WHITE	화이트칼러 직업군 = 1; 기타 = 0
	MARRIED	기혼 = 1; 기타 = 0
	RLIVE	주요 성장지역으로서의 농촌 = 1; 기타 = 0
관광성향	TEND	휴식 및 체험 혼합형 선호 = 1, 기타 = 0
농촌관광 참여이유(요인분석)	FAC_1	농촌 공익기능의 적극적 이용형(5 Likert Scale)
	FAC_2	농촌 공익기능의 소극적 이용형(5 Likert Scale)
	FAC_3	농촌지역 인적 교류형(5 Likert Scale)
여행비용	RCOST	농촌관광에 소요된 비용(만원/회)

참여자의 연간 방문횟수이다. 한편, Tobit 모형에 있어서 종속변수는 쉼의 방문량을 포함하여 모든 잠재수요자의 연간 방문횟수이다.

이들 변수에 대한 기술통계는 <표 4>에서 보는 것과 같다. 각 변수의 평균값을 농촌관광 참여자와 비참여자로 구분하여 정리하였다. 제시된 설명변수에 대한 통계치를 통해 분석에 이용된 표본의 특성을 파악할 수 있다. 뿐만 아니라 농촌관광 참여유무에 따라 주요 관련변수가 상이한 경향을 보이고 있어 농촌관광수요와 이들 변수간의 인과관계가 어떠한 형태로든 형성되고 있을 것임을 유추할 수 있다.

중요 설명변수인 주5일 근무제와 관련된 응답은 주5일 근무제(DFIVE1), 격 주5일 근무제(DFIVE2), 주5일 근무제 미실시(DFIVE3), 그리고 주5일 근무제 무 관련(DFIVE4) 등 모두 4개로 구분되는 더미변수이다²⁾. 전체적으로 볼 때, 주5일 근무제 미실시 집단이 아직은 다수로서 40.8%를 점하고 있으며, 주5일 근무제 실시 및 격 주5일 근무제 실시 집단은 각각 24.5%, 15.1%를 나타내고 있다. 또한, 자영업 및 서비스업 종사자의 비율이 높은 주5일 근무제 무관련 집단의 비율은 19.7%로 조사되었다. 농촌관광 방문자의 주5일 근무제 비율은 26.9%로서 무경험자의 22.1%에 비해 다소 높은 수치를 보이고 있다. 지난 1년 동안 농촌관광을 제외한 타 관광활동에 참여한 횟수로서 전체 표본의 자연생태관광(NATRIPS) 참여횟수는 개인당 1.2회, 위락관광(PLTRIPS) 1.1회, 문화관광(CUTRIPS) 0.5회, 산업관광 0.4회로 나타났다. 농촌관광 경험유무로 구분했을 때, 농촌관광 비참여그룹의 타 관광활동이 모든 영역에서 높은 경향을 보이고 있다.

2) 모형추정상의 특이행렬(singular matrix)문제를 피하기 위해 이들 더미변수 중 주5일 근무제 미실시 변수(DFIVE3)를 기간변수로 취급하여 모형에서 배제시켰다. 따라서 나머지 세 변수는 기간변수에 대한 농촌관광 참여율 또는 관광량의 상대적 변화로 해석된다.

농촌의 공익기능자원에 대한 응답자의 인식을 파악하기 위한 접근방법은 농촌공익기능을 유지보전하기 위해 지원금이 사용될 경우 각 공익기능에 대해 지원의 우선순위를 매기는 것이다. 각 공익기능자원에 대하여 1순위인 것과 기타로 나누어 더미변수화 하였다³⁾. 예시된 5개 공익기능자원 중 1순위 비율이 가장 높은 농촌의 공익기능은 안전한 농산물 생산기능(SAFE)으로서 27.5%를 점하고 있으며, 자연경관 및 농촌체험 장소로서의 기능(GREEN)이 25.9%로서 바짝 그 뒤를 잇고 있다. 다음으로 생태계 보존기능(ECO)과 국토보존기능(LAND)이 각각 17.8%, 17.6%로서 비슷하며, 9.2%인 지역사회 유지기능이 가장 낮은 중요도를 보이고 있다. 하지만 농촌관광 참여유무에 따라 농촌공익기능에 대한 중요도 인식은 다소 상이한 경향을 보이고 있다. 즉, 농촌관광 참여그룹이 가장 중요하게 인식하는 농촌의 공익기능은 GREEN(30.2%)이며 그 다음이 SAFE(23.6%)로 나타났다. 반면에 비참여 그룹이 가장 중요하게 인식하는 농촌의 공익기능은 SAFE(31.2%)이며, 다음 순위인 GREEN(21.7%)과도 격차를 보이고 있다.

지역구분 역시 3개의 더미변수로 이루어져 있다⁴⁾. 서울 및 수도권 거주자(CAPITAL)가 전체 응답자의 42.9%를 점하고 있으며, 6대 광역시는 32.8%를 점하고 있다. 농촌관광 참여유무별로 보았을 때, 그룹 간 지역 분포에 있어서도 다소 차이가 있는 것으로 보인다. 인구통계적 특성으로서 전체 응답자의 평균 가계소득(INC)은 266만원, 직업구분으로서 화이트컬러비율(WHITE)은 57.2%, 기혼비율(MARRIED)은 51.1%, 유년시절의 성장배경지로서의 농촌지역비율(RLIVE)은 39.3% 등으로 나타났다. 농촌관광 참여그룹이 일반적으로 INC, MARRIED, RLIVE 등에서 비참여그룹에 비해 높은 경향을 보이고 있으며, WHITE변수는 비참여그룹에서 다소 높은 경향을 나타내고 있다. 응답자의 관광성향(TEND)이

휴식 및 체험혼합형을 선호하는 비율은 45.8%로 나타났으며, 이러한 양상은 농촌관광 참여그룹에서 더욱 높은 경향을 보이고 있다.

한편, Poisson hurdle의 방문량결정 모형에만 포함되는 변수로서 농촌관광 참여이유의 첫 번째 요인인 농촌체험 위주의 적극적 자원이용형(FAC_1)의 평균은 1.98이며, 두 번째 요인인 단순휴식 및 감상 등과 관련된 소극적 자원이용형(FAC_2)의 평균은 2.80, 그리고 세 번째 요인인 농촌거주자와의 인적교류 또는 행사참여 등과 관련된 인적교류 중심형(FAC_3)의 평균은 2.32로 나타났다(각 요인을 구성하고 있는 측정 변수들은 5점 척도로 측정되었음). 마지막으로 수요함수에 필요한 가격변수인 여행비용은 농촌관광 방문 1회에 수반된 총비용으로서 방문 그룹 당 25.2만원을 지출한 것으로 나타났다.

설명변수에 대한 기술통계를 이용하여 농촌관광 참여유무별로, 그리고 주어진 변수그룹 내에서 관련변수 간의 변화를 살펴보았다. 비록 통계적 검정절차에 따른 비교는 아니지만 다양한 차원에서 예상되는 몇몇 변수의 변이는 궁극적으로 농촌관광 참여 및 방문수요에 유의한 영향을 미치는 요인으로 작용할 것이다. 관광수요모형은 이들 공변량의 변화에 따른 수요의 변화를 통계적 검정절차에 따라 구체적으로 제시해줄 수 있는 접근방법이다.

3) 농촌의 공익기능에 대한 중요도와 관련된 5개의 더미변수 중 안전한 농산물 생산기능(SAFE)을 기간변수로 취급함에 따라 모형으로부터 배제시켰다. 따라서 나머지 네 변수는 기간변수에 대한 상대적 의미로 해석된다.

4) 지방의 중소도시그룹(SMCITY)이 기간변수로 사용됨에 따라 모형에서 배제되었다. 따라서 나머지 2개 지역구분변수의 계수에 대한 해석은 기간변수에 대한 관광참여율 또는 관광량의 상대적 변화를 의미한다.

〈표-4〉 농촌관광활동 유무별 변수의 기술통계

변수명	평균 (표준편차)		
	농촌관광 유경험자 n=483	농촌관광 비경험자 n=493	합 계 n=976
DFIVE1	0,269 (0,444)	0,221 (0,415)	0,245 (0,430)
DFIVE2	0,161 (0,368)	0,140 (0,347)	0,151 (0,358)
DFIVE3	0,383 (0,487)	0,432 (0,496)	0,408 (0,492)
DFIVE4	0,186 (0,390)	0,207 (0,405)	0,197 (0,398)
NATRIPS	1,035 (1,852)	1,404 (4,083)	1,221 (3,185)
CUTRIPS	0,439 (0,914)	0,531 (1,519)	0,486 (1,257)
INTRIPS	0,391 (0,923)	0,475 (1,176)	0,433 (1,059)
PLTRIPS	0,913 (1,625)	1,329 (2,961)	1,123 (2,402)
GREEN	0,302 (0,460)	0,217 (0,413)	0,259 (0,438)
ECO	0,190 (0,393)	0,166 (0,373)	0,178 (0,383)
LOCAL	0,087 (0,282)	0,097 (0,297)	0,092 (0,289)
LAND	0,164 (0,370)	0,188 (0,392)	0,176(0,381)
SAFE	0,236 (0,425)	0,312 (0,464)	0,275 (0,447)
CAPITAL	0,449 (0,498)	0,410 (0,492)	0,429 (0,495)
LGCITY	0,288 (0,453)	0,367 (0,483)	0,328 (0,470)
SMCITY	0,263 (0,441)	0,223 (0,417)	0,243 (0,429)
INC	10,2 (133,1)	281,2 (135,4)	295,5 (134,9)
WHITE	0,548 (0,498)	0,594 (0,492)	0,572 (0,495)
MARRIED	0,586 (0,493)	0,438 (0,497)	0,511 (0,500)
RLIVE	0,443 (0,497)	0,345 (0,476)	0,393 (0,489)
TEND	0,501 (0,501)	0,416 (0,493)	0,458 (0,498)
FAC_1	1,980 (0,843)	- -	- -
FAC_2	2,795 (1,087)	- -	- -
FAC_3	2,315 (1,214)	- -	- -
RCOST	25,22 (21,89)	- -	- -

2) 모형추정

조사된 자료에 Poisson hurdle 모형과 Tobit 모형을 적용하여 추정된 결과는 <표 5>에서 보는 것과 같다. 추정된 결과의 평가를 위한 신뢰성 검정 중 이론적 검정은 파라미터의 부호가 이론적으로 예상된 부호와 일치하는가를 보며, 통계적 검정은 개별 독립변수에 대하여는 t-검정하고 전체에 대해서는 최우검정(likelihood test)을 하였다.

먼저 Poisson hurdle 모형 중 농촌관광 참여결정에 유의한 영향을 주는 요인은 다음과 같다. 주5일 근무제 관련변수는 농촌관광 참여결정과 관련하여 중요한 의미를 갖는다. 즉, 주5일 근무제(DFIVE1)와 격 주5일 근무제(DFIVE2)의 실시는 농촌관광 참여결정에 긍정적 영향을 미치는 것으로 추정되었다(각각 5%, 10% 유의수준). 농촌의 다양한 공익기능 자원에 대한 중요도 인식에 있어서 자연경관 및 농촌체험 장소기능(GREEN)과 생태계 보존기능(ECO)에 대한 중요도를 인식할수록 농촌 방문 참여결정에 긍정적으로 유의한 영향을 미친다(각각 1%, 5% 유의수준). 인구통계적 특성으로서 가계소득(INC)이 많을수록, 기혼자(MARRIED)일수록 농촌관광 참여율이 높은 것으로 나타났다(각각 1% 유의수준). 또한 유년시절의 성장배경지가 농촌지역(RLIVE)인 경우, 그리고 관광성향이 휴식 및 체험의 혼합형을 선호(TEND)할수록 농촌관광 참여에 긍정적 영향을 미친다(각각 5% 유의수준).

반면에 농촌관광을 제외한 다른 유형의 관광활동 중 위락관광활동(PLTRIPS)은 농촌관광 참여결정에 부정적 영향을 미치고 있는 것으로 추정되었다(5% 유의수준). 비록 통계적 유의성은 낮지만 그 외의 타 관광활동 역시 일반적으로 농촌관광 참여결정에 부정적 영향을 미치는 경향을 보이고 있다. 지역구분으로서 광역시 거주자는 지방의 중소도시 거주자에 비해 농촌관광시장 진입에 불리한 여건에 있는 것으로 나

타났다(5% 유의수준). 서울 및 수도권 거주자의 경우 중소도시 거주자에 비해 농촌관광시장 진입장벽이 다소 높을 수 있으나 통계적으로 유의할 만한 수준은 아니다. 직업구분에 있어 화이트컬러의 농촌관광 참여율은 통계적 유의성은 낮지만 일반적으로 낮은 경향을 보이고 있는 것으로 추정되었다.

참여결정모형에 이용된 변수들과 함께, 가격 및 농촌관광 참여이유와 관련된 변수들이 Poisson hurdle의 방문량결정 모형에 포함되었다. 농촌관광 방문량결정에 유의한 영향을 미치는 변수는 다음과 같다. 주5일 근무제를 실시하는 경우 농촌관광 방문수요량은 증가하는 것으로 나타났다(1% 유의수준). 농촌관광 이외의 타 관광활동으로서 자연생태(NATRIPS) 및 위락관광수요는 농촌관광과 보완적인 관계를 보이고 있다. 이러한 해석이 가능한 이유는 이들 관광활동의 증가에 따라 농촌관광 방문량 역시 증가하고 있기 때문이다(각각 1% 유의수준). 농촌의 다양한 공익기능 중 생태계 보전기능에 대한 중요도 인식이 강할수록 농촌관광 방문량에 긍정적인 영향을 미치고 있다(1% 유의수준). 유년시절의 성장배경지가 농촌인 경우 농촌관광 방문량 역시 증가하는 것으로 추정되었다(5% 유의수준). 한편, 농촌방문의 주요 이유가 인적교류중심형(FAC_3) 및 적극적 자원이용형(FAC_1)인 경우 농촌관광 수요에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다(각각 1%, 5% 유의수준).

가격변수로서 농촌관광에 소요된 1회 당 총비용과 관광수요와의 관계는 수요의 법칙을 충족시키고 있다(1% 유의수준). 그 밖에 격 주5일 근무제와 주5일 근무제 무관한 집단의 농촌관광수요는 주5일 근무제 미실시 집단의 그것과 비교할 때 유의한 차이를 보이고 있지 않다. 타 관광활동 중 문화관광(CUTRIPS) 및 산업관광(INTRIPS)활동은 농촌관광 방문수요량과 독립적인 관계를 형성하고 있는 것으로 추정되었다.

농촌의 다양한 공익기능 중 생태계 보전기능을 제외한 나머지 공익기능의 중요도 인식의 차이가 농촌관광수요량의 변화에 유의한 영향을 주지는 않는다. 농촌관광 방문량에 있어 서울 및 수도권, 광역시, 중소도시 등 지역구분이 갖는 통계적 의미는 없다. 소득, 직업, 기혼유무 등의 인구통계적 특성과 관광성향변수 역시 농촌관광 수요량과는 통계적으로 유의하지 않다. 한편, 농촌관광 참여이유로서 소극적 자원이용형 역시 농촌관광 방문수요량의 변화에 별다른 긍정적 영향을 주고 있지 않는 것으로 나타났다.

이상의 추정결과를 통해 Poisson hurdle 농촌관광 수요모형에 있어서 참여결정과 방문수요량결정에 영향을 미치는 결정요인을 살펴보았다. 각각의 결정과정에 공통으로 포함된 18개 변수 중 7개가 통계적으로 상이한 영향력(즉, 계수의 크기가 0이라는 귀무가설을 기각할 수 없는 경우 對 계수의 크기가 주어진 신뢰수준에서 유의한 경우)을 보이고 있으며, 나머지 변수들 중에서도 3개의 변수는 각 결정과정에 있어서 유의한 영향을 미치나 그 정도가 상이하다. 이러한 결과는 농촌관광수요의 결정과정에 있어서 참여와 방문량결정이 동시에 이루어지지 않음을 의미하는 것이며, 따라서 두개의 결정과정을 구분해야할 필요성의 근거를 제시한다.

농촌관광 수요모형에 있어서 시장참여 및 방문량결정을 분리해야할 필요성은 Tobit 모형과의 비교를 통해서도 확인할 수 있다. Tobit 모형에서 유의한 결과를 보이고 있는 변수는 Poisson hurdle 모형의 참여결정 및 방문량결정 모두 또는 어느 하나에 대해 (주어진 신뢰수준에서) 유의한 영향을 미치고 있음을 알 수 있다. 이러한 결과는 Tobit 모형의 경우 두 결정과정의 구분에 특별한 의미를 두지 않기 때문에 연유한 것이다. Poisson hurdle과 Tobit 모형과의 비교는 두 함수의 추정과정을

통해 계산된 대수우도함수(log-likelihood function: LLF)의 값을 비교하는 우도비율(likelihood ratio: LR)검정을 통해 이루어진다: $LR = 2(LLF_{\lambda_1} + LLF_{\lambda_2} - LLF_{\text{tobit}})$. 식에서 LLF_{λ_1} 과 LLF_{λ_2} 는 각각 Poisson hurdle 참여결정과 방문량결정 모형의 대수우도함수값을, LLF_{tobit} 은 Tobit 모형의 대수우도함수값을 의미한다. LR검정의 통계량은 Chi-square값을 취한다. 검정 결과, $\chi^2=114.87$ 로서 臨界値=36.19(유의수준=0.01, 자유도=19)를 상회한다. 따라서 Poisson hurdle과 Tobit 모형이 통계적으로 동일하다는 귀무가설은 기각되었다. 결론적으로 농촌관광수요에 있어 참여결정과 방문량결정은 같은 의사결정구조에 근거하고 있지 않으며, 따라서 두 개의 결정과정을 분리하여 결정요인을 추정하는 것이 바람직하다.

〈표-5〉 추정결과

	Poisson-Hurdle				Tobit	
	Participation		Consumption		Consumption	
	Coefficient	t-value	Coefficient	t-value	Coefficient	t-value
DFIVE1	0.2291**	2.099	0.1849***	2.729	1.3771***	3.098
DFIVE2	0.2359*	1.882	-0.0821	0.921	0.5989	1.153
DFIVE4	0.0026	0.022	0.1247	1.577	0.2528	0.525
NATRIPS	-0.0197	1.164	0.1041***	9.912	0.0410	0.620
CUTRIPS	-0.0227	0.567	-0.0058	0.189	-0.1935	1.145
INTRIPS	-0.0472	1.137	0.0451	1.554	-0.1070	0.617
PLTRIPS	-0.0501**	2.262	0.0460***	2.821	-0.1366	1.497
GREEN	0.3644***	3.256	-0.0920	1.214	0.8177*	1.771
ECO	0.3056**	2.453	0.2340***	2.987	1.3937***	2.707
LOCAL	0.0517	0.326	0.0147	0.132	-0.1011	0.152
LAND	0.0961	0.769	0.0127	0.148	0.4352	0.828
CAPITAL	-0.0292	0.270	-0.0454	0.649	-0.3688	0.833

LGCITY	-0.2308**	2,052	0,0210	0,282	-0,8952*	1,923
INC	0,0010***	3,271	-0,0002	1,059	0,0030**	2,257
WHITE	-0,1420	1,635	0,0608	1,073	-0,4848	1,358
MARRIED	0,3467***	4,037	0,0661	1,113	1,3394***	3,740
RLIVE	0,1867**	2,143	0,1193**	2,014	1,0278***	2,871
TEND	0,2164**	2,574	0,0746	1,346	0,8352**	2,412
FAC_1			0,0965**	2,204		
FAC_2			-0,0271	0,809		
FAC_3			0,0960***	3,972		
RCOST			-0,0054***	3,807		
CONSTANT	-0,6576***	3,971	0,4771***	3,351	-3,0127***	4,259
Sigma					4,7243***	28,68
Log likelihood func.		-1678,29			-1735,72	
Likelihood ratio test					114,87***	

주: t 값은 절대치임. *, **, ***는 각각 10, 5%, 1% 수준에서의 유의도를 의미함.

3) 한계효과 분석

모형을 통해 추정된 계수에 대한 직접적인 해석에는 어려움이 따른다. 각 설명변수가 관광수요에 미치는 영향력을 파악하기 위해서는 설명변수에 대한 수요의 상대적 변화를 나타내는 한계효과를 추정할 필요가 있다⁵⁾. 농촌관광 참여결정 모형에 있어서 한계효과는 설명변수의 변화로 발생하는 관광참여율의 변화를 의미한다(이하 통계적 유의성이 확인된 변수에 대해서만 설명함). 주5일 근무제와 격 주5일 근무제는 미 실시 그룹에 비해 각각 9.1%(5% 유의수준), 9.4%(10% 유의수준) 농

5) 주어진 독립변수에 대한 기대수요의 한계효과는 다음과 같다: $\partial E(Y_i|X_i)/\partial X_i = \lambda_i \beta$, 여기에서 $\beta = \text{Poisson}$ 회귀계수.

촌관광 참여율이 높은 것으로 추정되었다(표 6). 따라서 주5일 근무제 또는 이와 유사한 근무형태가 늘어날수록 농촌관광시장에 대한 신규진입 역시 실증적으로 증가할 것으로 예상된다.

농촌의 다양한 공익기능 중 자연경관 및 농촌체험 기능과 생태계 보전기능에 대한 중요도를 인식할수록 그렇지 않은 경우에 비해 농촌관광 참여율은 각각 14.4%, 12.1% 증가한다(각각 1%, 5% 유의수준). 이러한 결과는 농촌관광이 농촌 내부의 공익기능자원의 활용을 전제로 하는 만큼 다양한 공익기능 중 자연경관 및 생태계 보전기능에 대한 홍보가 농촌관광의 신규 수요시장 창출과 관련하여 중요한 의미를 가짐을 시사하는 것이다.

인구통계적 특성과 관련하여, 가계소득에 있어 1만원이 상승함에 따라 0.04%, 기혼의 경우는 그렇지 않은 그룹에 비해 13.8%, 그리고 유년시절의 성장배경지가 농촌인 경우 도시를 배경으로 성장한 그룹에 비해 7.4% 각각 농촌관광 참여율을 증가시키는 것으로 추정되었다(이상 1% 유의수준). 휴식 및 체험혼합형 관광을 선호할 경우 어느 한 쪽을 선호하거나 또는 특별한 성향을 보이지 않는 집단에 비해 농촌관광 참여율은 8.6% 높아진다(5% 유의수준).

반면에 위락관광활동이 1회 증가함에 따라 농촌관광 참여율은 2.0% 감소하는 것으로 나타났다(5% 유의수준). 이러한 결과는 위락관광활동이 농촌관광시장에 대해 진입장벽 요인으로 작용함을 시사하는 것이기는 하나 그 효과가 크다고 볼 수는 없다. 지역구분이 농촌관광 참여결정에 미치는 영향으로서 광역시 거주자는 지방 중소도시 거주자에 비해 9.2% 농촌관광 참여율이 감소하는 것으로 추정되었다(5% 유의수준). 서울 및 수도권 거주자 역시 중소도시 거주자에 비해 상대적으로 참여율에 있어 제한적인 경향을 보이거나 통계적으로 유의할 만한 수준은 아

니다. 참고적으로 타 관광활동 유형으로서 NATRIPS, CUTRIPS, INTRIPS 등은 농촌관광 참여율과 대체관계성향을 보이기는 하지만 통계적으로 유의할 만한 수준은 아니다.

〈표-6〉 한계효과(Poisson-Hurdle모형)

변 수	Participation (참가율%)	Consumption (방문횟수)
DFIVE1	0.0911**	0.5317***
DFIVE2	0.0937	-0.2361
DFIVE4	0.0010	0.3584
NATRIPS	-0.0078	0.2992***
CUTRIPS	-0.0090	-0.0167
INTRIPS	-0.0188	0.1298
PLTRIPS	-0.0200**	0.1322***
GREEN	0.1442***	-0.2645
ECO	0.1211**	0.6728***
LOCAL	0.0206	0.0423
LAND	0.0383	0.0364
CAPITAL	-0.0116	-0.1307
LGCITY	-0.0917**	0.0605
INC	0.0004***	-0.0007
WHITE	-0.0566	0.1748
MARRIED	0.1376***	0.1899
RLIVE	0.0744**	0.3429**
TEND	0.0861**	0.2145
FAC_1	-	0.2775**
FAC_2	-	-0.0779
FAC_3	-	0.2761***
RCOST	-	-0.0154***

주: *, **, ***는 각각 10, 5%, 1% 수준에서의 유의도를 의미함.

한편, 농촌관광 방문량결정 모형에 있어서 한계효과는 설명변수의 단위 당 변화에 대한 농촌관광량의 변화를 의미한다(이하 통계적 유의성이 확인된 변수에 대해서만 설명함). 주5일 근무제가 농촌관광 수요량에 미치는 한계효과는 0.5317(1% 유의수준)로 추정되었다(표 6). 그 의미는 주5일 근무제가 비교집단(주5일 근무제 미실시)에 비해 농촌관광량에 있어 약 0.53회만큼 수요증가효과를 초래하였다는 뜻이다. 이 추정치를 비교집단의 평균 농촌관광량(2.84회)에 대한 비율로 환산하면 주5일 근무제는 18.7% 정도 농촌관광 수요량을 증가시킨 셈이다. 따라서 주5일 근무제가 전면 도입될 경우 농촌관광수요는 괄목할 만한 증가를 보일 것으로 예상된다. 격 주5일 근무제와 주5일 근무제와 관련 없는 집단의 농촌관광량에 대한 한계효과는 t값의 크기가 0이라는 귀무가설을 기각할 수 없음에 따라 관광수요에 있어서 비교집단과 차이가 없는 것으로 나타났다.

농촌관광 방문량결정과 타 관광활동 간의 관계는 농촌관광 참여결정 모형에 있어서 타 관광활동의 영향과는 다른 양상으로 전개되고 있다. 자연생태 및 위락관광수요량이 1회 증가함에 따라 농촌관광량은 각각 0.30회, 0.13회 증가한다(각각 1% 유의수준). 비록 타 관광활동(특히 위락관광활동)은 농촌관광시장에 대한 새로운 진입에는 다소 부정적 영향을 미칠 수 있으나 기존의 농촌관광 참여자는 다양한 유형의 관광활동을 경험하고 있는 것으로 볼 수 있다. 특히 자연생태관광은 농촌관광과의 구분이 모호한 측면도 있지만 이러한 유사관광은 상호 보완적 관계를 형성함으로써 서로의 관광량을 증가시키는 요인으로 작용하는 것으로 보인다.

농촌의 다양한 공익기능 중 생태계 보전기능을 중요하게 인식하는 그룹은 그렇지 않은 경우에 비해 농촌관광량이 0.67회 더 증가하는 것

으로 추정되었다(1% 유의수준). 이 추정치를 비교집단의 평균 농촌관광량(2.75회)에 대한 비율로 환산하면 생태계 보전기능의 중요도 인식은 24.4% 정도 농촌관광 수요량을 증가시킨 셈이다. 이러한 결과는 농촌관광이 생태체험 장소로서의 기능과 밀접한 관련성을 가지고 있음을 의미하는 것으로서 생태체험에 대한 기대감이 농촌관광 방문량을 증가시키는 중요한 요인임을 시사하는 것이기도 하다.

유년시절 주요 성장배경지로서 농촌에서 보낸 그룹은 그렇지 않은 그룹에 비해 0.34회 농촌관광량이 증가하는 것으로 나타났다(5% 유의수준). 따라서 도시가 성장배경지인 그룹의 평균 농촌관광횟수(2.72회)와 비교할 때, 농촌에서 유년시절을 보낸 그룹은 12.5% 정도 농촌관광을 더 가는 셈이다. 농촌관광의 주요 이유로서 인적교류 중심형과 적극적 자원이용형에 대한 집중도가 높을수록(즉, 5점 척도 한 단위 증가함에 따라) 농촌관광량은 각각 공히 0.28회씩 증가한다(각각 1%, 5% 유의수준). 한편, 여행비용의 한계효과는 -0.0154(1% 유의수준)로 추정되었는데, 이는 회당 여행비용이 1만원 상승함에 따라 농촌관광 방문량은 약 0.015회 감소함을 의미하는 것이다.

요약컨대, 농촌관광수요의 참여 및 방문량결정과정 모두에 대하여 주요 결정요인으로 작용하고 있는 변수는 주5일 근무제, 위락관광수요, 생태계 보전기능으로서의 농촌공익기능의 중요도 인식, 그리고 유년시절 성장배경지로서의 농촌 등이다. 이들 변수 중 위락관광수요는 각각의 결정과정에 대하여 상반된 영향을 미치고 있다. 참여결정에 대해서만 영향을 미치는 주요 결정요인은 격 주5일 근무제, 자연경관 및 농촌 체험기능으로서의 농촌공익기능에 대한 중요도 인식, 광역시 거주 유무, 가계소득, 기혼유무, 관광성향 등이다. 반면에 방문량결정에 대해서만 영향을 미치는 요인은 자연생태관광수요, 농촌관광의 주요 이유

로서 체험중심의 적극적 자원이용형 및 인적교류 중심형, 그리고 여행 비용 등이다.

4) Tobit 한계효과 분해

Tobit 모형은 비록 소비의 결정과정에 있어 참여 및 소비량결정이 동시에 발생하는 것으로 가정하기는 하지만 추정된 파라미터를 분해함으로써 사후적으로 수요의 결정과정과 관련하여 중요한 부가정보를 제공할 수 있다. 결론적으로 총 한계효과를 구성하는 두 개의 요소는 실제 지출과 관련된 조건부효과(소비량결정)와 소비의 확률효과(시장참여결정)로 구분된다(McDonald & Moffitt, 1980). 농촌관광의 시장반응에 대해 한계효과를 분해한 결과는 <표 7>에서 보는 것과 같다.

Tobit 한계효과를 분해한 결과에 의하면, 농촌관광 방문수요에 대한 시장참여결정(주어진 농촌관광시장에 대한 가입/탈퇴와 관련된 결정)이 소비량결정(일단 농촌관광시장에 진입한 이후 방문량의 크기와 관련된 결정)에 비해 시장반응을 설명하는 정도가 더 크게 나타나고 있다. 즉, 한계효과의 총 변화 중 66%가 농촌관광이라는 상품시장에 가입할 확률의 변화에 의해 발생하는 반면, 34%만 소비량효과에 의해 설명되었다. 요약컨대, 농촌관광수요는 신규참여에 따른 방문효과에 의해 주도되는 경향이 있으며, 기존 참여자가 재방문을 통해 자신의 수요량을 증가시킴으로써 수요의 결정과정에 미치는 효과는 상대적으로 제한되어 있다고 볼 수 있다. 이러한 결과는 농촌관광수요를 근본적으로 확대시키기 위해서는 기존참여자의 재방문을 유도하기 위한 시책이 보다 필요함을 암시하는 것이다.

〈표-7〉 Tobit 한계효과 분해

	한계효과(%)	
	시장참여결정	소비량결정
농촌관광수요	65.9	34.1

IV. 결론 및 시사점

본 연구의 목적은 대안관광으로서 농촌관광의 특수성을 고려한 농촌관광 수요모형을 개발하고, 모형분석을 통해 농촌관광수요에 영향을 미치는 결정요인을 파악하는 것이다. 모형개발에 있어 주요 착안점은 소비자행동론적 시각에서 볼 때, 농촌관광수요의 본질을 수요자의 관광참여결정 및 방문량결정으로 구분하는 것이다. 농촌관광수요를 설명하는 변수로서 주5일 근무제 및 관련변수, 다른 유형의 관광수요, 농촌의 다양한 공익기능자원에 대한 인식, 농촌관광 참여의 이유 등이 통상적으로 포함되는 설명변수들과 함께 수요모형에 포함되었다. 농촌관광수요는 여가시간의 외연적 확대를 의미하는 주5일 근무제와 타 관광활동과의 보완 및 대체관계라는 틀 내에서 직·간접 영향을 받을 수 있으며, 농촌내부의 다양한 공익기능자원의 활용을 전제로 하는 농촌관광과 이에 대한 소비자의 선택속성을 파악함으로써 농촌관광자원 개발의 방향성을 제시할 수 있기 때문이다.

수요모형의 설정과 관련하여 소비자의 행동을 참여 및 소비량결정으로 구분하여 추정결과를 제시해 줄 수 있는 통계적 분석방법으로서 표본선택모형을 고찰하였다. 표본선택모형 중 가산자료의 특성을 갖는

방문수요량을 적절히 다룰 수 있고, 주어진 기간 동안 농촌관광량이 “0”으로 표현되는 시장 비참여자로 인해 발생할 수 있는 과산포문제를 해결해 줄 수 있다는 점에서 Poisson hurdle 모형을 이용하여 농촌관광 수요를 분석하였다. 모형추정결과를 통해 참여 및 소비량결정은 상이한 변수에 의해 영향을 받고 있으며, 따라서 농촌관광 수요모형의 설정에 있어 결정과정의 분리가 중요한 이슈임을 밝혔다. 이러한 결과는 두 개의 결정과정이 같은 요인에 의해 영향을 받음을 가정한 Tobit 모형과의 비교를 통해서도 입증되었다.

농촌관광수요의 주요 결정요인을 보면 다음과 같다. 먼저 농촌관광 참여결정에 유의한 正의 영향을 미치는 변수는 주5일 근무제와 격 주5일 근무제, 농촌의 공익기능 중 자연경관 및 농촌체험 기능과 생태계 보전기능에 대한 중요성 인식, 그리고 몇몇 인구통계적 특성(가계소득, 기혼, 성장배경지로서의 농촌) 등이다. 또한 관광성향이 휴식 및 체험혼합형일 경우 참여결정에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 반면에 타 관광활동은 일반적으로 농촌관광시장 진입에 부정적 영향을 미치는 경향을 보이며, 특히 위락관광수요가 통계적으로 유의하게 부정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 광역시 거주자는 지방의 중소도시 거주자에 비해 농촌관광시장 진입장벽이 다소 높은 것으로 추정되었다.

설명변수들에 대한 한계효과를 계산함으로써 농촌관광 참여율의 변화를 계량화된 수치로 나타냈으며, 이를 바탕으로 시사점을 모색하면 다음과 같다. 현상적으로 볼 때, 농촌관광 참여시장은 소득에 대해 우등재이며, 기혼자그룹과 농촌에서 유년시절을 보낸 그룹에 의해 선호되는 경향을 보이고 있다. 주5일 근무제가 농촌관광 참여에 유의하게 긍정적 역할을 하고 있는 것으로 추정됨에 따라 동 제도의 전면적 도입

이 향후 농촌관광시장의 외연적 확대와 관련하여 의미하는 바는 매우 크다. 농촌 공익기능자원의 활용을 전제로 하는 농촌관광에 있어서 다양한 공익기능 중 특히 자연경관 및 농촌체험 장소로서의 기능, 그리고 생태계 보전기능 등과 연계된 농촌관광 프로그램의 개발과 이들 공익기능에 대한 효과적인 홍보는 농촌관광시장의 진입장벽을 낮추는데 중요한 역할을 할 것으로 보인다. 또한 내용적으로 농촌관광은 체험뿐만 아니라 휴식공간의 역할을 병행할 수 있는 방향으로 전개되어야 할 것이다. 한편, 위락관광활동은 농촌관광시장 참여에 부정적 영향을 미치나 그 한계효과는 크지 않다. 지방의 중소도시 거주자에 비해 광역시 거주자는 농촌관광시장 진입율이 다소 떨어지고 있어 신규참여를 유도하기 위한 전략이 광역시 거주자를 중심으로 이루어질 필요가 있음을 시사하고 있다.

농촌관광 방문량결정에 유의한 正의 영향을 미치는 변수는 주5일 근무제, 자연생태관광 및 위락관광 수요, 생태계 보전기능으로서의 농촌 공익기능에 대한 중요성 인식, 유년시절의 성장배경지로서의 농촌, 농촌관광 참여이유로서 적극적 자원이용형 및 인적교류 중심형 등이다. 물론 가격변수로서 여행비용은 관광수요량을 유의하게 제한하는 요인으로 작용한다.

주요 결정요인의 변화에 따른 수요량의 변화를 구체적 수치로 나타낸 한계효과를 통해 시사점을 살펴보았다. 현상적으로 농촌관광 방문량은 유년기를 농촌에서 보낸 그룹일수록 증가하는 경향을 보인다. 타 관광활동과의 관련성이라는 측면에서 농촌관광수요는 자연생태관광 및 위락관광수요와 보완적 관계를 형성하고 있다. 즉, 기존 참여자의 농촌관광 방문량의 증가는 이들 관광수요(특히, 자연생태 관광)의 증가와 같은 방향으로 움직이면서 전체 관광량 변화에 영향을 주는 것으로

볼 수 있다. 관광참여율 증가에 유의한 영향을 미쳤던 주5일 근무제는 역시 농촌관광 횟수를 증가시키는데 있어서도 가장 중요한 변인 중 하나이다. 따라서 농촌관광 수요량은 주5일 근무제의 전면도입이 진행됨에 따라 실증적으로 가파른 상승추이를 보일 것으로 기대된다. 농촌의 공익기능자원 중 생태계 보전기능에 대한 중요도 인식이 농촌관광량의 증가와 매우 밀접하게 관련되어 있음에 따라 생태자원과 연계된 농촌관광 프로그램의 개발과 홍보는 농촌관광 재방문을 높이는데 있어 중요한 역할을 할 것으로 보인다.

여행비용, 그리고 농촌관광의 참여이유를 나타내는 변수는 농촌관광량 결정모형에만 포함된 변수들이다. 농촌관광수요의 가격(여행비용) 탄성치는 -0.129로서 타 관광수요에 비해 다소 비탄력적이다. 따라서 수요의 가격탄성치에 따른 재화의 성격으로 보면 필수재에 가깝다⁶⁾. 이는 가격요인에 의한 농촌관광수요량의 변화가 크지 않을 것이라는 의미로서 수요의 지속성과 관련하여 기초적인 기반을 갖추고 있음을 의미하는 것이기도 하다. 농촌관광의 참여이유로서 농촌체험 등을 중요시하는 적극적 자원이용형과 농촌거주자 방문이나 행사참여 등의 인적 교류형을 중요시 할수록 농촌관광량은 유의하게 증가하는 것으로 나타났다. 따라서 농촌내부의 공익기능자원에 대한 적극적 활용이 농촌관광수요의 증가와 밀접한 관련이 있음을 인식해야 하며, 도시의 출향민이나 독지가와 부단한 인적 네트워크를 형성하기 위해 노력하는 것이 중요하다.

6) 농촌관광수요의 가격탄성치는 가격변수의 한계효과와 여행비용 및 농촌관광량의 평균을 이용하여 계산한 것이다. 즉, $-0.0154(\text{한계효과}) \times 25.22(\text{평균여행비용})/3.0(\text{평균방문횟수})$.

Tobit 한계효과를 분해한 결과에 의하면, 농촌관광 방문수요에 대한 시장참여결정이 소비량결정에 비해 시장반응을 설명하는 정도가 더 크게 나타나고 있다. 요약컨대, 농촌관광수요는 신규참여에 따른 방문효과에 의해 주도되는 경향이 있으며, 기존 참여자가 재방문을 통해 자신의 수요량을 증가시킴으로써 수요의 결정과정에 미치는 효과는 상대적으로 제한되어 있다고 볼 수 있다. 이러한 결과는 농촌관광수요를 근본적으로 확대시키기 위해서는 기존참여자의 재방문을 유도하기 위한 시책이 보다 필요함을 암시하는 것이다.

본 연구를 통해 구축된 수요모형은 참여결정과 방문량결정과정으로 구분된다. 향후 연구과제로서 방문량결정모형을 지출함수로 대체할 경우 본 수요모형은 농촌관광 총량뿐만 아니라 총지출 예측을 위한 유용한 수단이 될 수 있다. 농촌관광 총량은 우리나라의 총가구수(또는 인구)에 참여 결정모형으로부터 추정된 농촌관광 참여율을 곱한 후 참여 가구(또는 개인)당 방문횟수를 곱함으로써 추정된다. 농촌관광 총지출은 위의 농촌관광 총량에 소비량(지출)결정모형으로부터 추정된 가구(또는 개인)당 지출을 곱함으로써 추정된다. 한편, 본 연구의 관광수요모형은 농촌관광뿐만 아니라 다른 유형의 대안관광에 있어 수요의 결정요인을 파악하고 수요량을 예측하는데 효과적으로 이용될 수 있다.

본 연구에서 농촌관광활동과 관련하여 자료를 수집한 방법은 연말시점조사(season end survey)에 의한 것이다. 가장 많이 사용되는 자료수집방법 중의 하나이기는 하지만 이러한 조사방법은 응답자로 하여금 관광방문횟수나 여행비용 등에 관한 내용을 회상시키는데 있어서 발생하는 회상오차(recall bias)문제를 피하기 어렵다. 응답자의 지출 등과 관련된 회상오차를 줄이기 위해 거론될 수 있는 것이 시차조사방법(wave survey method)이다. 이 조사방법은 주어진 기간(예컨대, 10개

월 간) 동안 일정한 시점(예컨대, 매달 말)에서 해당하는 기간(예컨대, 한 달)에 발생한 관광활동에 관하여 질문하는 것이다. 시차조사는 특히 여행 중 다양한 시점과 항목에 걸쳐 발생하는 지출 등과 같은 자료를 수집하고자 할 때 회상오차를 줄일 수 있는 방법이다. 시차조사방법은 또한 관광활동의 계절적 수요에 따른 변동과 주5일 근무제 등과 같이 동태적으로 진행되는 정책변수의 영향에 따른 관광수요의 변화를 파악하는데 있어서도 효과적으로 이용될 수 있다. 시차조사에 있어서 개인의 연간 관광수요량은 각 시점에서 조사된 누적관광량의 변화패턴을 이용하여 비교적 단순한 모형(예컨대, 로지스틱 함수)을 적용함으로써 추정될 수 있다.

참고 문헌

- 김용근 · 유기준 · 조중현 · 장혜진, 「도시민 의식조사를 통한 그린투어리즘의 활성화 방안」, 『관광농업연구』, 제8권 제2호, 2001, 17-31.
- 류선무, 「농촌자원의 활용과 건강휴양마을 조성방법에 관한 연구」, 『관광학연구』, 제22권 2호, 1999, 162-166.
- 박석희, 「농산촌지역 수변공간의 관광개발 전략모색에 관한 연구」, 『관광학연구』, 제21권 제2호, 1998, 257-271.
- 박시현 외, 『농촌지역의 활성화를 위한 그린투어리즘 개발모형 정립과 실용화 방안』, 한국농촌경제연구원, 2003.
- 박호균 · 유성호 · 이성우, 「한국 관광농원 실태 조사분석과 농촌관광 발전 전략 연구」, 『지역사회개발연구』, 제26권 제1호, 2001, 45-73.
- 유진채 · 이희찬, 「조진불리지역 농업 · 농촌의 다원적 기능에 대한 가치평가」, 『농업경제연구』, 제44권 제1호, 2003, 111-130.
- 이희찬 · 김영 · 안윤수 · 김은자, 「농촌관광 수요모형 개발연구」, 『관광학연구』, 제27권 제2호, 2003, 197-212.
- 전영미 외, 「도시민의 선호를 바탕으로 한 농촌마을의 관광자원 실태와 정비방향」, 『농촌계획』, 제9권 제1호, 2003, 55-64.
- 조록환, 『농촌 · 농업관광에 관한 요구도 분석 및 프로그램 개발 연구』, 농촌생활연구소, 2000.
- 조재환 · 김태균 · 박시현 · 박준형, 「농촌관광에 대한 도시민 선호분석」, 『농업경영 · 정책연구』, 제30권 제3호, 2003, 387-401.
- Blaylock, J. R. & Blisard, W., "Women and the demand for alcohol: Estimating participant and consumption", *Journal of Consumer Affairs*, 27(2), 1993, 319-334.
- Bockstael, N, Strand, E, McConnell, K. & Arsanjani, F., "Sample selection bias in the estimation of recreation demand functions: An application to sportfishing", *Land Economics*, 66(1), 1990, 40-49.
- Cragg, J. G., "Some statistical models for limited dependent variables with applications to the demand for durable goods", *Econometrica*, 39, 1971,

829-844.

- Creel, M. & Loomis, J., "Theoretical and empirical advantages of truncated count data estimators for analysis of deer hunting in California", *American Journal of Agricultural Economics*, 72, 1990, 434-441.
- _____ "Recreation value of wetland in the San Joaquin Valley: Linked multinomial logit and count data trip frequency models", *Water Resources Research*, 28(10), 1992, 2597-2606.
- Englin, J. & Shonkwiler, J., "Estimating social welfare using count data models: An application to long-run recreation demand under conditions of endogenous stratification and truncation", *The Review of Economics and Statistics*, 77, 1995, 104-112.
- Fix, P., Loomis, J., & Eichhorn, R., "Endogenously chosen travel costs and the travel cost model: An application to mountain biking at Moab, Utah", *Applied Economics*, 32(10), 2000, 1227-1238.
- Gurmu, S. & Trvedi, P., "Excess zeros in count models for recreational trips", *Journal of Business and Economic Statistics*, 14(4), 1996, 469-477.
- Heckman, J. J., "Sample selection bias as a specification error", *Econometrica*, 47, 1979, 153-161.
- Hellerstein, D. & Mendelsohn, R., "A theoretical foundation for count data models", *American Journal of Agricultural Economics*, 75, 1993, 604-611.
- Hellerstein, D., "Using count data models in travel cost analysis with aggregate data", *American Journal of Agricultural Economics*, 73(8), 1991, 860-866.
- _____ *The Use of Count Data Models in Travel Cost Analysis: An Application to the Boundary Waters Canoe Area*, Ph.D. dissertation, Yale University, New Haven, CT., 1989.
- Judge, G., Griffiths, W. Hill, R. & Lee, T., *The Theory and Practice of Econometrics*, New York: John Wiley and Sons, 1980.
- Lutz, J., Englin, J., & Shonkwiler, J., "On the aggregate value of recreational activities: A nested price index approach using Poisson demand systems", *Environmental and Resource Economics*, 15, 2000, 217-226.

- Maddala, G. S., *Limited Dependent and Qualitative Variables in Econometrics*, Cambridge: Cambridge University Press, 1983.
- McCracken, V. A. & Brandt, J., "Household consumption of food-away-from-home: Total expenditure and by type of food facility", *American Journal of Agricultural Economics*, 69, 1987, 274-284.
- McDonald, J. F. & Moffitt, R., "The uses of tobit analysis. *Review of Economics and Statistics*", 62, 1980, 318-321.
- Mullahy, J., "Specification and testing of some modified count models", *Journal of Econometrics*, 33, 1986, 341-365.
- Roberts, L., & Hall, D., *Rural Tourism and Recreation: Principles to Practice*, CABI Publishing, 2001.
- Shaw, D. G., "On-site samples' regression: Problems of non-negative integers, truncation, and endogenous stratification", *Journal of Econometrics*, 37(2), 1988, 211-223.
- Yen, S. & Adamowicz, W., "Participation, trip frequency and site choice: A multinomial-poisson hurdle model of recreation demand", *Canadian Journal of Agricultural Economics*, 42, 1994, 65-76.

국내외 농촌관광개발 : 한국적 농촌관광의 방향모색

강신겸, 송광인, 오현석, 오형은

I. 서론

1) 연구 목적

한·칠레 자유무역협정(FTA), WTO 도하개발아젠다(DDA) 농업협상 등으로 국내외 농업·농촌환경이 급변하고 있다. 앞으로 관련 협상이 어떻게 전개되더라도 분명한 것은 농산물 시장개방이 확대되면서 농가소득 하락과 불안정성이 높아지고 경쟁력은 낮아 질 것으로 전망된다. 농업 및 농촌에 대한 위기의식이 고조되면서 정부에서는 농업경쟁력 강화와 농촌개발을 위해 다양한 정책대안을 모색하고 있다.

농촌이 전통적인 농업생산만으로는 경쟁력을 유지할 수 없는 상황에서 농촌에 존재하는 다양한 어메니티자원을 활용한 농촌관광은 농촌활성화의 대안으로 주목받고 있다. 일찍이 유사한 농업환경 변화를 경험한 유럽과 일본 등에서는 농촌지역 활성화 전략으로 농촌관광을 채택하여 성공적으로 정착시켜 나가고 있다. 국내에서도 각 부처에서는 농

촌관광 관련 시책을 경쟁적으로 도입하고 있다. 행정자치부 「아름마을 가꾸기사업」, 농림부 「녹색농촌체험시범마을」, 농촌 진흥청 「농촌전통테마마을」 사업, 농협 「팜스테이마을」 사업 등이 그 예이다. 농촌관광은 농촌어메니티 자원의 시장가치로의 전환, 또는 시장내부화 과정이라 할 수 있다. 선진국 사례를 통해 볼 때 농촌지역에 향후 중요한 서비스 시장의 창출을 의미하는 것으로서 농촌지역활성화에 중요한 계기가 될 전망이다.

현재 진행되고 있는 농촌관광개발은 시장을 형성하는 초기단계로 소비자와 공급자 상호간에 새로운 상품화 가능성에 눈을 뜨고, 이를 조직화하기 위한 시도들이 일어나고 있는 상황이다. 그러나 각 사업이 지향하는 목표와 추진방법, 추진내용은 이상적임에도 불구하고 농촌에 적용하는 과정에서 극복해야할 과제 또한 적지 않다. 농촌관광 시장은 아직 틈새시장으로 남아 있고, 정부 정책은 여전히 하드웨어 중심의 육성에서 크게 벗어나지 못하고 있으며, 단기적인 성과에 집착하는 경향이 있다.

이에 따라 이러한 새로운 서비스 시장의 공급주체를 누구로 할 것인가의 문제와 농촌관광 시장에서 창출되는 부가가치를 어떻게 분배할 것인가의 문제가 향후 농촌관광의 지속적 발전을 위해 중요하게 다루어져야 한다. 농산물시장의 축소로 어려움에 처한 농업인을 위해 우리 사회가 대안적 시장을 제공한다는 차원에서 접근할 필요가 있다.

이와 같은 상황에서 각 국의 농촌관광, 개발정책과 시장형성 과정을 비교·분석하여 국내 농촌관광개발의 현주소를 점검하고 나아갈 방향을 모색할 필요가 있다. 본 연구에서는 프랑스, 일본, 한국 등 3개국의 농촌관광 개발정책 및 사례를 분석하고자 한다.

본 연구의 목적은 국내의 농촌관광 개발정책 및 사례의 비교분석을

통하여 농촌관광의 문제점과 가능성, 정책적 시사점을 제시하는데 있다. 이를 위하여 각 국가별로 ▲농촌관광의 등장배경과 성장과정 ▲농촌관광정책의 목표, 수단 그리고 프로그램 ▲농촌관광관련 조직과 역할을 분석하고 이를 바탕으로 국내 농촌관광개발의 방향을 제안하였다.

2) 연구방법

연구방법은 국내의 사례연구를 통해 농촌관광의 발전전망과 개발유형, 방향성을 모색하기 위해 본 연구는 문헌연구와 함께 정책사례를 분석하였다. 문헌연구로는 한국과 일본, 프랑스의 농촌관광 관련 시책들을 파악하고, 농촌관광 발전과정을 비교·분석하였다.

농촌관광의 역사가 오래된 유럽의 사례를 통해 시장으로서의 농촌관광의 성장배경과 발전과정, 시장조직화 사례 등을 통해 국내외 농촌관광시장의 발전단계별 특성과 시장조직화 내용을 분석하였다. 특히 시장조직화 사례에는 공급자 네트워크, 농촌관광 상품의 관리체계, 일반관광과의 경쟁구도 하에서의 농촌관광 공급자 조직 운영실태 등 농촌관광의 조직화 사례 등을 포함하였다. 국내 농촌관광이 어떻게 전개해왔는가를 파악하기 위해 관련 정책과 농촌관광개발 사례를 선정하고 이를 토대로 한국과 일본, 프랑스의 농촌관광을 분석하였다.

II. 프랑스의 농촌관광개발

1) 농촌관광의 등장배경과 성장과정

(가) 농촌관광의 발전과정

프랑스 통계청(INSEE)은 ‘농촌관광(tourism rural)’에 대한 나름대로의 정의를 통해 농촌관광활동의 사회적, 경제적 비중에 대한 계량화를 시도해오고 있다. 이러한 계량화 결과 2000년도의 경우 프랑스의 농촌관광 총소비지출 규모는 전체 관광소비 지출액 710억 유로의 18.3%에 달하는 131억 유로에 이르고 있는 것으로 파악되고 있다. 이와 같은 농촌관광 소비지출규모는 프랑스 국내총생산의 1.4%에 달하는 것으로서, 농업생산이 국내총생산에서 차지하는 비중이 2.2%인 것을 감안하면 농촌관광은 이제 농촌지역의 중요한 경제활동으로 성장했음을 알 수 있다.

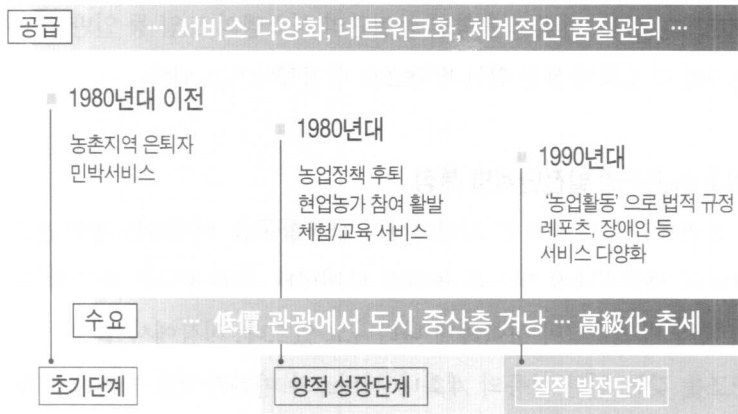
프랑스 농촌관광의 이와 같은 양적 성장은 농촌공간에 대한 사회적 소비형태의 변화를 배경으로 하고 있으며, 농촌공간에 존재하는 다양한 형태의 농촌어메니티 자원이 휴가일수의 증대 등 노동에 대한 사회적 조직방식의 변화와 함께 시장가치로 전환될 수 있는 상업적 가능성이 증대됐기 때문이다. 농촌관광이란 결국 농촌공간에 존재하는 다양한 어메니티 자원들이 프로그램을 통해 조직화되고, 다른 한편으로는 이것이 시장에서 ‘지불할 의사를 갖춘 소비자들’과 만날 기회가 점증하면서 ‘상업적 가치’로 전환되는 현상으로 파악될 수 있다

[그림-1] 프랑스에서의 ‘농업활동’의 분화발전



프랑스의 농촌관광은 이와 같은 양적성장과 함께 80년대 말에 이르
면 점차 일반관광과 경쟁하는 관계에 들어서게 되며, 농촌관광부문 내
에서도 농가가 농업활동의 연장으로서 수행하는 농업관광과 비농업적
성격의 농촌관광활동이 상호 경쟁하는 관계 속에서 분화 발전해왔다.

[그림-2] 프랑스 농촌관광의 발전단계(공급주체와 서비스유형의 분화)



프랑스 등 서유럽 국가들에 있어서 농촌관광은 초기에 은퇴농들을
중심으로 한 농촌민박 사업에서 출발해, 이후 농업정책이 후퇴하면서
경영다각화의 일환으로 많은 수의 현업농가들이 농촌관광부문에 유입
되면서 양적으로 성장하는 계기를 이루었다. 현업농가들의 참여가 활
발히 이루어지면서, 농촌관광 서비스 유형도 숙박위주에서 점차 교육,
체험분야로 확대되었으며, 1988년 농가의 농촌관광 활동이 법률적으로
'농업활동'으로 규정되면서부터 지방농촌지도기관인 농업회의소가 영
농지도활동의 일환으로 농업관광을 전국적인 네트워크와 브랜드를 갖

준 조직으로 육성하였다.

수요측면에서도 농촌관광은 초기에는 사회적 관광(tourism social), 대안관광(tourism alternatif)으로서 비교적 저소득층을 대상으로 한 관광활동이라는 인식에서 벗어나 점차 노동시간의 단축과 여가시간의 확대, 환경적 가치에 대한 사회적 인식의 변화 등으로 점차 중산층 중심의 가족단위를 대상으로 고급화가 진행되었다. 이에 따라 농촌관광 상품의 품질고급화가 추진되었으며, 이를 관리하기 위한 네트워크와 공동 브랜드의 사용, 서비스 유형별 품질관리 시스템의 도입 등 일반 관광부문과의 경쟁력 향상을 위한 방향으로 발전해나가고 있다.

(나) 농촌관광 발전단계별 특징

농촌공간으로 정의된 지역에서의 관광활동을 의미하는 농촌관광은 각국의 사회경제적 여건과 농업의 발전형태, 농촌공간의 구조의 차이에 따라 발전과정이 상이하게 나타나고 있으나, 시장에서 일정한 유통구조를 갖는 일반 상품의 재화나 서비스와 마찬가지로 농촌관광 또한 시장으로서 일정한 발전 패턴을 보이고 있다. 농촌관광은 초기 시장형성단계를 거쳐 양적성장 단계와 질적발전 단계를 거치면서 다양한 공급자 그룹을 형성하고, 공급자 그룹 상호간 경쟁의 단계로 나아가고 있는 것이 일반적으로 선진국의 농촌관광에서 발견할 수 있는 흐름이다. 프랑스 등 서유럽 국가들은 70년대 말과 80년대 초에 시장형성 초기단계를 거쳐 80년대와 90년대 초에 양적 성장기를 경험했으며, 90년대 초반 이후부터 질적 발전기에 들어서고 있다.

① 시장형성초기

농촌관광시장에 대한 새로운 참여자 그룹이 형성되는 단계로서 공급

자와 소비자, 기타 유통관계자의 시장진출이 다양한 형태로 이뤄지는 단계이다. 이 단계는 농촌어메니티 자원에 대한 소비자, 공급자 상호간에 새로운 상품화 가능성이 발견되기 시작하고, 이를 조직화하기 위한 다양한 시도들이 개별적 또는 집단적(단체 또는 지방의 공공부문) 형태로 이루어지는 단계이다. 그러나 이 단계에서는 거래가 규칙적으로 발생하기에는 시장조건이 성숙치 않아 자매결연 등 사회단체 간 협약을 통해 보다 안정적인 수요를 창출하는 노력이 중요한 특징을 이룬다.

그러나 이 단계에서는 농촌관광에 대한 사회적 수요가 여전히 여러 제약요인(여가시간의 불충분, 농촌지역에 대한 접근성의 미비, 정보의 부족 등) 하에 놓여져 있으며, 농촌어메니티 자원을 조직화하고 마케팅할 수 있는 공급주체 형성이 부족해 공급측면에서도 시장활성화 조건이 여전히 불충분한 상태이다. 공공부문의 농촌관광 관련시책도 농촌관광 시장의 조직화 차원에서 접근되기 보다는 농외소득 증대 등 특수한 정책목표 하에서 개별정책으로 시행되는 수준에 그치고 있다.

〈표-1〉 서유럽에서의 농촌관광의 발전

발전단계	시장형성 초기	양적성장	질적발전
시기	1950-60	1970-80	1990 - 현재
사회경제적 환경	<ul style="list-style-type: none"> - 전후 복구기 - 경제성장의 지속 - 유럽경제공동체의 건설 	<ul style="list-style-type: none"> - 저성장, 고실업 사회로의 진입 - 농촌지역으로의 인구역류현상 - 노동시간의 단축 - 녹색관광의 대두 - 제2거주지 등 주택수요의 증대 	<ul style="list-style-type: none"> - EU 단일시장의 창출 - 저성장, 고실업의 지속 - 실업문제의 사회문제화 - 환경적 가치의 존중 - 농촌관광의 고급화

발전단계	시장형성 초기	양적성장	질적발전
시기	1950-60	1970-80	1990 - 현재
정책환경	<ul style="list-style-type: none"> -농업근대화의 추진 -공동농업정책 시행 	<ul style="list-style-type: none"> -공동농업시장 창출로 인한 역내시장 개방 -가격지지와 구조정책의 병행 	<ul style="list-style-type: none"> -공동농업정책의 후퇴 -농업정책의 환경중시 -농업의 다면적 기능에 대한 사회적 인정과 농촌개발정책의 추진 -지역균형발전과 지역활성화를 위한 지역개발정책의 활성화
주요 공급자 그룹	<ul style="list-style-type: none"> -농가주택보전을 위한 은퇴농 또는 은퇴자 그룹 	<ul style="list-style-type: none"> -관광지 인근 농촌지역의 현업 중농 계층 	<ul style="list-style-type: none"> -중소농층의 경영다각화 -농업후속세대의 경영이양기회 확대 -은퇴자(은퇴농)의 지역 정착 -농업의 사회적 가치 인식제고를 위한 활동가 그룹

② 양적 성장기

농촌관광에 대한 사회적 수요를 제약하는 요인들이 점차 해소되기 시작하고(여가시간의 확대, 접근성의 제고 등), 공급측면에서도 농촌어메니티 자원을 다양한 차원(민간기업, 공공단체, 지방정부 등)에서 조직화하고 상품화하는 노력이 활성화되는 등 농촌관광시장에 대한 다양한 참여자 그룹이 형성되는 단계이다. 특히, 공급측면에서 농촌관광 공급자 그룹이 조직화되고, 네트워크가 형성되면서 농촌관광 서비스 유형의 다원화가 진행되며, 이를 통해 부분적으로 시장차별화(농업관광 vs. 농촌관광)가 이루어지면서 농촌관광시장의 전체 볼륨이 지속적으로 증대되는 단계이다.

농촌관광부문에 대한 공공개입도 이전 단계의 농외소득 증대에서 점차 농촌관광시장의 효율화를 위한 시장조직화 정책으로 전환하게 되

며, 이를 위해 농촌관광에 대한 수요 및 공급측면에서의 조직화를 위한 다양한 시책들(도농교류의 촉진, 농촌관광시설 현대화 지원, 정보화 등)이 추진된다. 70년대 말과 80년대 초에 농촌관광시장의 초기형성단계를 거친 프랑스 등 서유럽은 전후 지속적 고도성장의 한계, 고실업률 사회의 도래, 공동농업정책(CAP)의 생산주의적 농업정책의 후퇴 등으로 농업, 농촌의 고용유지기능이 정책목표의 최우선 순위로 부상했다. 이에 따라 고용효과가 기대되는 농촌관광분야를 육성하기 위해 숙박시설 지원 등 주로 시설지원 위주로 공공부문(EEC, 중앙정부, 지방정부)이 농촌관광분야에 개입했다.

③ 질적 발전기

이 단계는 농촌관광부문이 일반 관광부문과 경쟁하는 것은 물론, 농촌관광부문 내부에서도 농업과 연계된 관광과 그렇지 않은 농촌관광간에 차별화가 진행되는 단계이다. 이러한 관광시장 내 경쟁구조 속에서 농촌관광 공급자 그룹별로 네트워크화가 본격적으로 이루어지고, 공동브랜드의 사용과 공동예약시스템, 서비스 유형별 품질관리를 위한 등급 및 관리감독체계가 도입되는 등, 농촌관광 서비스의 부가가치를 높이기 위한 다각적인 노력이 농촌관광 민간조직들을 중심으로 펼쳐진다. 공공부문의 농촌관광 관련정책 또한 공급자 네트워크를 중심으로 지원되며, 농촌관광 시장수요를 분석하고, 이를 공급체계에 반영하는 제도적 장치를 마련하는 것에 중점을 두게 된다. 농촌관광과 관련한 각 부처별 시책도 일시적인 협의체 형식이 아니라 항시적인 협의체 기구를 통해 농촌관광의 고부가가치화를 통한 지역활성화에 공동의 목표를 두고 있다.

프랑스 등 서유럽의 경우 80년대 말과 90년대 초에 이르면 농촌관광

에 대한 사회적 수요의 증가와 함께 공급적 측면에서도 농업경영체의 관광관련 활동확대(숙박, 식당, 농장인근 레저활동), 비농가(주로 은퇴 농)의 관광분야 진출 등으로 수요와 공급 양 측면에서 농촌관광시장이 비약적으로 팽창하였다. 정책적 측면에서도 농업기본법 등의 개정을 통해 농업활동의 범위를 농가의 관광 관련활동 등으로 확대하는 한편, 농업과 관련된 사회보장제도와 세제지원 및 재정적 지원(보조금 및 저리융자) 등의 대상에 농촌관광 관련활동을 포함하였다(1988년 프랑스 농업기본법 개정).

2) 농촌관광정책의 수단과 목표

농촌관광부문에 대한 공공부문의 개입은 여러 차원에서 이루어지고 있다. 농림부는 주로 농업경영체들이 수행하고 있는 농촌관광 관련사업들을 지원하는 반면, 지역개발을 총괄하고 있는 국토정비청(DATAR)은 국가지역개발계약(CPER / Contrat de Plan Etat Region) 차원에서 각 지역의 관광 잠재력을 극대화하기 위한 목적에서 하드웨어 분야에 지원하고 있다. 또한 관광부는 CPER 계획차원에서 농촌관광시설 및 장비에 대한 지원사업을 수행하고 있으며, 관광관련 민간협회를 통해 농촌 지역의 관광자원 조직화와 상품화를 촉진하기 위한 프로그램을 지원하고 있다. 이밖에도 환경부는 「아름다운 마을가꾸기 사업」 등 농촌어메니티 자원관리를 위한 다양한 시책들을 추진하고 있다. 최근 프랑스 정부는 농촌관광 관련 각 부처는 물론 관련민간 단체들의 활동들을 보다 효과적으로 조율하기 위해 농촌관광육성을 위한 부처간 상설협의체를 운영하고 있다.

〈표-2〉 프랑스의 농촌관광 육성을 위한 주요 정책과 특징

공공부문의 개입분야 및 지원체계			특징
수요측면	공급측면	지원체제	
<ul style="list-style-type: none"> - 농촌관광에 대한 고객수요 분석과 이를 바탕으로 한 관광상품개발 - 농촌관광 상품정보시스템의 구축 	<ul style="list-style-type: none"> - 체인1화된 농촌관광상품을 중심으로 브랜드화 및 품질관리, 고품질 지역농산물의 개발과 식단개발 - 농촌지역의 자연, 환경, 역사, 문화자원에 대한 보전과 관광활동과의 연계, 건축적 가치가 뛰어난 농촌지역 건축유산의 숙박 시설 활용 - 농촌관광 종사자들에게 대한 교육, 농업교육 분야에서의 문화예술교육 강화 - 상품화 이전 단계에서의 관광자원의 조직화 및 관광 잠재력 극대화를 위한 적절한 지역단위의 설정(pays touristique) 	<ul style="list-style-type: none"> 〈중앙정부〉 - CIDAR (농촌개발을 위한 농림부 등 부처간 협의체) 〈공공단체〉 - 농업회의소 (Bienvenue a la ferme) - 전국지트연합회(Federation National des Gites de France) - 농민적 휴양시설 협회 Federation nationale Accueil Paysan 〈지방정부〉 - 도 및 지역자치단체의 '관광위원회' 	<ul style="list-style-type: none"> - 전체관광의 29% 수준 - 부처간 협력의 제도화 (CIDAR): 농림부, 관광부, 환경부, 지역개발청 등이 '농촌관광을 위한 항시적 회의제기구운영(2001.5)' - EU LEADER 프로그램을 통한 마을단위의 소프트웨어적 농촌관광 프로그램 지원 - 프랑스 지역개발정책 (Contrat d' Etat-Region)을 통한 지역단위의 농촌개발 관련 하드웨어 시설지원 - 주요 농촌관광 네트워크를 중심으로 한 서비스 유형화와 브랜드화(품질관리규정) <ul style="list-style-type: none"> • Bienvenue a la ferme • Accueil Paysan • Gites de France - 관광상품 유형별 품질관리 규정 제정 : Charte de qualite

프랑스 농촌관광의 두드러진 제도적 특징은 농가의 농촌관광활동을 법률적으로 농업활동으로 규정하고 있다는 점이다. 이는 농가의 서비스 생산활동을 농업활동으로 규정함으로써 농촌지역의 농촌관광 서비스 시장에 농민들이 보다 유리한 조건에서 진입할 수 있도록 하기 위한

것이며, 다른 한편으론 경영체의 농촌관광활동이 갖는 농업적 성격이 훼손되는 것을 방지함으로써 농촌관광의 정체성이 유지될 수 있도록 하기 위한 제도적 장치로서 이해될 수 있다. 1988년도에 제정된 관련법령(농가의 관광접객활동의 농업적 성격에 관한 규정/Decret no. 88-25 du 4 janvier 1988 / Decret relatif au caractere agricole, au sens de l'article 1144 (1) du code rural, des activites d'accueil touristique developpees sur l'exploitation agricole)은 농가의 농촌관광활동에 대해 “농업경영체에서 이뤄지는 관광이나 레저활동을 위한 숙박 및 외식 사업활동도 그것이 부차적 성격을 지니는 한 농업활동으로 간주한다”라고 규정하고 있다. 이로써 농가의 농촌관광활동은 법률적 지위에 있어 일반 농촌관광 사업형태와는 구분되는 농업법인으로서의 지위를 지니고 있으며, 따라서 세제 및 사회보장제도 등에 있어서 일반 농촌관광 사업자와 구별된다.

〈표-3〉 농가의 농촌관광활동을 농업활동으로 규정한 프랑스 규정(예)

농업경영체의 관광접객활동의 농업적 성격에 관한 1988년 1월4일 법령

“식물 또는 동물적 성격의 생물학적 순환을 제어이용하며, 이러한 순환과정에 필요한 하나 혹은 여러 단계의 활동을 농업활동으로 간주한다. 경영자의 생산활동의 연장선상에 있는 활동과 가축이나 농업생산물의 가치를 한층 높이기 위한 활동, 경영체 내에서 이뤄지는 활동, 그리고 경영체가 보유한 장비를 이용한 공사작업 등도 마찬가지로 농업활동에 속한다. 경영체에서 이뤄지는 관광이나 레저활동을 위한 숙박 및 외식사업활동도 그것이 부차적 성격을 지니는 한 농업활동으로 간주된다 ... 바 다양식활동도 그것을 행하는 사람이 속한 사회적 신분에도 불구하고 농업활동으로 간주한다.”

자료 : Decret no. 88-25 du 4 janvier 1988 / Decret relatif au caractere agricole, au sens de l'article 1144 (1) du code rural, des activites d'accueil touristique developpees sur l'exploitation agricole

3) 농촌관광 민간조직의 유형과 농업관광의 조직화

(가) 농촌관광 민간조직의 유형

프랑스의 농촌관광은 농촌지역에서 일반관광시설(호텔+식당)을 운영하는 상업적 활동그룹과 은퇴농 등 은퇴자들이 농촌주택 또는 농가주택을 숙박시설로 개조해 운영하고 있는 지트(Gite/국내에는 펜션으로 소개되고 있음) 활동그룹, 현업 농가가 농업활동의 연장으로 수행하고 있는 농업관광 활동그룹으로 3원화된 구조를 가지고 있다. 각 그룹들은 관광산업의 규모화, 계열화(체인화), 경쟁력 향상을 위한 차별화를 위해 독립된 개별 사업자가 특성을 살려 사업을 운영하면서도, 높은 수준의 결속력을 보유한 하나의 네트워크로서 시장에 대응하고 있다. 이렇게 네트워크화된 조직들은 공동브랜드의 사용, 공동마케팅, 공동예약시스템의 운영, 서비스 유형별 품질규정의 준수를 중앙조직을 통해 관리하고 있다.

이들 세 그룹들은 관광활동 참여동기와 사업형태, 사업운영방식, 참여그룹의 사회적 특성 등에 있어 차이를 보인다. 상업회사 형태로 운영되는 일반관광시설은 도시지역의 일반 관광시설과 동일한 방식으로 운영되는 것들이며, 일부의 경우에는 지역전통음식을 소재로 한 식당 운영 등 지역성과 농촌성(rurality)을 가미함으로써 농촌관광의 성격을 강조하고 있다(Logis de France). 농업활동과 직간접적으로 연계된 농촌관광 시설은 은퇴농이 다수로 구성된 지트(Gite)와 현업 농가들이 운영하는 ‘Bienvenue a la ferme’ (이하 BAF / “농가에 오신 것을 환영합니다” 라는 뜻임) 및 Accueil Paysan (이하 AP / 농민적 접대라는 뜻임)이 있다. 이들은 일반관광시설과 마찬가지로 전국단위의 네트워크 조직을 갖춘 조직으로서 중앙단위를 통해 공동브랜드의 사용, 농촌관광 서비스 유형별 품질관리, 공동마케팅 및 예약시스템을 운영하고 있다.

BAF와 AP는 농업활동에 기반을 둔 농촌관광 시설로서 현업 농가의 농촌관광 활동은 앞서 언급한 것처럼 세제와 사회보장 측면에서 농업적 성격의 활동으로 분류된다. 이에 따라 이들 시설들은 농업법인 형태로 운영된다. 농촌주택을 숙박시설로 개량한 지트는 비농업법인이나 연간 매출규모가 일정 규모 이하인 경우 상회회사가 아닌 비상회회사 형태로 운영된다. 4만여 지트 소유자의 35%가 은퇴농 출신이다.

(나) 농업관광의 조직화

농업활동의 연장으로서 농가가 수행하는 농업관광은 앞서의 새로운 규정을 계기로 프랑스 각 도에 설치된 농업회의소를 중심으로 농민단체, 농업은행, 농업협동조합 등 농업직능조직들이 상호 협력을 통해 1980년대 말 이후 본격적으로 조직화되었다. 농업회의소의 '농업과 관광' (Agriculture et Tourisme)팀의 BAF 사업은 현재 프랑스 농업관광을 대표하는 브랜드로 부상하였으며, 프랑스 전역에 약 4,000여 농가가 가입되어 있다. 농업회의소의 BAF 사업은 농촌관광 내에서의 농업관광의 경쟁력 강화를 위해 공동브랜드의 사용 및 공동마케팅, 서비스 유형별 품질관리 규약 등을 시행하고 있다. 농업관광은 BAF 외에도 소농 중심의 농민단체(Confederation Paysanne)를 중심으로 농업경영의 규모화의 대안으로서 농촌관광활동을 통한 농업활동의 다각화를 모색하면서, 농민적(paysan) 삶의 가치를 후속세대 및 도시민들과 공유하기 위해 조직된 AP(농민적 접대라는 뜻임) 네트워크가 프랑스 농업관광을 다른 한편에서 대표하고 있다. 현재 약 400여 농가가 가입되어 활동 중이다.

지트(Gite)가 은퇴농 또는 농촌지역의 은퇴자들을 중심으로 농촌주택을 개량, 보수해 주로 숙박위주의 임대사업을 하는 대표적인 농촌관광 숙박시설이라면, BAF는 농업생산활동에 현업으로 종사하는 농업경

영체들을 중심으로 외식사업과 체험교육, 숙박 등 농촌관광 활동을 조직화하고 있는 대표적인 사례이다.

농촌관광의 일부를 구성하는 농업관광의 이와 같은 조직화는 농촌관광시장이 창출하는 부가가치를 농업경영체로 흡수하는 한편, 참여 농민들 또한 '농업인' 으로서의 정체성을 유지하면서, 경영다각화를 통한 추가소득원의 확보, 농업생산활동의 부가가치 증대, 노후주택개량, 은퇴 후 연금소득의 보충 등의 경제적 동기를 갖고 참여하고 있다(경제적 동기). 이와 같은 경제적 동기 외에도 프랑스 농민들에게 농촌관광은 농장을 물려줄 자녀들에게 새로운 활동영역을제공하는 수단이 되고 있으며, 다른 한편으로는 다양한 접촉기회의 증대를 통해 사회적, 심리적 고립을 해소하기 위한 수단이 되고 있다(사회적 동기). 이밖에도 90년대 이후, 특히 광우병 사태 이후 소비자들이 농산물의 품질과 식품안전성에 보다 큰 관심을 나타내면서 농업에 대한 새로운 사회적 가치와 연대의식을 공유하려는 목적에서 농업활동과 관광활동을 연계하려는 농가가 농촌관광활동에 참여하는 중요한 동기가 되고 있다(이념적 동기).

〈표-4〉 농촌관광 네트워크 브랜드 사례

구 분	공동브랜드	조직 및 현황	농촌관광 서비스 유형 (품질규정)
농업 활동	(BAF) Bienvenue a la ferme "농가에 오신 것을 환영합니다"	농업회의소 '농업과 관광' 팀 - 96개 농업회의소 - 4000여 회원농가 - 공동브랜드, 공동 마케팅, 공동예약 시스템	- 품질헌장(Charte de qualite)에 따라 숙박 및 식사, 여가활동 9개의 서비스 유형 Ferme auberge (전통음식체험) Ferme de decouverte (자연체험) Ferme equestre (승마) Ferme pedagogique (아동들을 위한 농업체험) Ferme de sejour (4일 이상 장기체류) Ferme de chasse (사냥) Camping en ferme d'accueil (농장부근 캠핑) Produits de la ferme (농가특산물 직판) Gouter a la ferme (농가음식 식도락)

구분	공동브랜드	조직 및 현황	농촌관광 서비스 유형 (품질규정)
농업 활동	(AP) Accueil Paysan “농민 적 접대”	- 중소농 중심 - 6개 지역협회 및 22개 도 협회 - 400여 회원농가	- 품질현장에 따라 7 개의 서비스 유형 Gite paysan (농가민박) Table paysanne (농가식당) Chambre paysanne (농가숙소 이용) Camping et aire paysans (농가부근 캠핑) Accueil d' enfants a la ferme (아동들에 대한 농 장개방) Relais paysan (gite de groupe)(복수농가체험)
비농업 활동	Gite “지트”	Federation Nationale des Gites de France (프랑스 농촌민박협회) - 95개 도별 협회 - 공동브랜드, 공동 마케팅 및 예약시 스템 운영 - 40,000여 회원	- 품질현장에 따라 8개의 서비스 유형 Gite rural Chambre d' hotes Chambre avec tables d' hotes Gite d' etape, gite de sejour Campings et aires naturelles de camping Chalets-loisirs Gites d' enfants Gites pour adolescents Gites a theme : 낚시, 눈, 승마 Chambres et gites de 'niveau'

자료 : 프랑스 농업회의소 중앙회, 2002.

(다) 농업관광 현황

프랑스 농가의 농촌관광 참여비율은 1979년 1% 내외에서 1988년 1.6%, 2000년에는 2.8%로 꾸준히 증가하였다. 이와 같은 증가는 같은 기간 동안 농가수가 35% 감소한 가운데 이뤄진 것으로서 농촌관광 참여농가는 오히려 증가하고 있음을 알 수 있다. 농촌관광 참여농가 수는 1979년 15,000여 농가에서 1988년 16,000, 2000년 18,000 여 농가로 꾸준히 증가하고 있으며, 최근에는 2만여 농가에 달하는 것으로 추산되고 있다. 한편, 방문객에게 자체 생산한 농산물이나 가공품을 직판하는 농가 비율이 2000년도 농업총조사 결과 15.4%에 달하는 것으로 나타나,

이와 같은 직관활동을 농촌관광활동의 범주에 포함할 경우 농촌관광 참여비율은 이 보다 훨씬 높은 20%대에 이르고 있다.

〈표-5〉 프랑스 농가의 농촌관광 참여

농촌관광활동 유형	1979	1988 *	2000 *
식당	-	1 390	2 973
숙박	-	13 382	12 795
식당+숙박	-	1 683	-
관광과 연계된 수공업	-	-	736
관광과 연계된 기타활동	-	-	5 428
농촌관광 수행 농가 (A)	15 080	16 473	18 543
증가(율)	-	2 383 (20%)	2 070 (12.6%)
전체 농가수 (B)	-	1 016 755	663 807
농촌관광 참여농가 비율 (A/B)	1%	1.6 %	2.79%
농산물 직판	-	-	101 988 (15.36 %)
호당 평균경지면적	23 ha	28 ha	42 ha

* 1988년과 2000년 수치는 각각 프랑스 농업총조사(RA/Recensement Agricole) 결과에 따른 것임. 복수의 관광활동을 하는 농가를 제외한 수치임(자료: RA 1988)

프랑스 농가의 농촌관광 참여비율은 EU 회원국 가운데 중간 정도에 위치하고 있으나, EU에서 프랑스가 차지하는 농업 비중이 20%에 이르는 점을 고려할 때 절대수에 있어서는 매우 중요한 위치를 점하고 있다. 농촌관광 참여농가들은 낙농과 채소원에 농가에 집중 분포하고 있으며, 특히 유기농 생산농가의 경우 농촌관광 참여비율이 7% 대에 이르고 있어, 유기농 생산농가가 일반농가 보다 농촌관광 사업에 훨씬 적극적으로 참여하고 있는 것으로 나타나고 있다. 농촌관광 참여농가들은 대부분 부부를 중심으로 운영되는 농가이며, 특히 숙박 관련 농촌관광

은 부부 중심의 경영유형이 대다수를 차지하고 있다.

프랑스에서 농촌관광이 가장 활성화되고 있는 지역은 여름철 주요 관광지가 몰려있는 지중해 연안의 남부지방이며, 인근 농촌이 가족농 중심으로 발달한 지역이다. 그러나 농촌관광이 발달한 지역과 관광자원이 풍부한 지역과는 반드시 일치하는 것은 아닌 것으로 분석되고 있다. 프랑스 남부지방(오트 알프스, 로제르 등)의 경우 전체농가의 59%가 농촌관광사업을 수행하고 있으며, 이들 농가들은 숙박, 식당 등의 농촌관광활동 외에도 세 농가 중 하나의 비율로 직판사업을 하고 있다. 또한 다섯 농가 중 한 농가는 숙박 및 식당업과 함께 농산물 가공판매사업을 겸하고 있는 것으로 나타나고 있다(2002, Cemagref).

III. 일본의 농촌관광개발

1) 농촌관광의 등장배경과 성장과정

일본 농촌관광의 흐름과 방향성은 일본의 국토정책과의 상호관계 속에서 파악되어야 한다. 국토정책은 국토 공간의 구성요소인 도시와 농촌의 공간적 관계를 어떻게 가져갈 것인가에 대한 농촌관광 정책목표와 대안을 담고 있기 때문이다.

일본의 거시적인 국토정책은 국토 총합개발법에 의한 전국총합개발 계획(전총)의 흐름을 통하여 파악할 수 있다. 일본에서의 전국개발계획은 1962년의 제 1전총이 수립된 이후 1998년의 제 5전총에 이르기까지 5차례의 계획수립이 있었으며, 국토공간의 기본목표와 개발방식, 중요과제를 그 내용으로 하고 있고 그 안에 농촌관광의 정책도 포함한다. 특히 개발방식의 측면에서 살펴보면 제1전총(1962)은 거점개발방식,

신전총(1969)은 대규모프로젝트의 구상, 제 3전총(1977)은 정주구상, 제4전총(1988)은 교류네트워크의 구상, 제5전총(1998)은 다자연 거주 지역의 구상을 내용으로 하고 있다(그림 1).

이를 도시와 농촌계획이라는 관점에서 그 의미를 살펴보면 제 1전총은 거점인 도시를 중심으로 하는 개발방법임을 분명히 하고 있다. 당시에는 농촌관광개발 또는 농촌관광계획의 개념이 없었다고 할 수 있다. 신전총은 도·농간의 격차 해소를 목표로 하고 있으면서도 사실은 대도시를 연결하는 교통·통신네트워크의 선행 정비에 더 관심을 기울이고 있다. 다시 말하면 제 1전총과 신전총에서는 농촌보다는 도시에 더 중점을 두고 있어 농촌관광이 발달 할 수 있는 환경이 조성되어있지 않았다고 볼 수 있다. 농촌관광에 대한 본격적인 관심과 국토정책의 표현은 제 3전총의 정주권 구상에서 시작된다고 해도 과언이 아니다. 정주권 구상은 중심도시와 배후 농촌을 일체적으로 개발한다는 관점으로 특히 농촌의 생산 환경과 생활환경을 종합적으로 개발한다는 인식이다.

〈표-6〉 일본 전국 종합계획의 전개와 농촌관광의 관계

계획 전개	실시 년도	계획 내용
제1차 전국 종합개발 계획	1962년	- 태평양 벨트 지대를 중심 - 신산업도시와 공업정비지 특별지역거점 형성 - 중화학 공업화를촉진
신 전국 종합 개발 계획	1969년	- 대규모 개발방식, 농촌관광구상 - 전국의 네트워크화 - 일본 열도 개조론(1972년)등장의 배경
제3차 전국 종합개발 계획	1977년	- 정주(定住) 구상, 농촌관광확대 - 자연·생활·생산환경이 3대 중심 과제 - 전원 도시 구상(1979년)의 기반



자료 : 국토청의 내부자료에 의해 작성

그러나 이 당시는 도시와 농촌을 연결함으로써 도시의 편익을 농촌의 주민이 잘 이용할 수 있게 한다는 차원이어서 농촌관광이 활성화되지는 못했다. 제4전총 이후는 정주권 구상에서 한 걸음 더 나아가서 단순히 도시의 편익을 이용한다는 차원이 아니라 도시가 가지고 있지 않은 농촌만이 가지고 있는 지역적인 특징을 살려서 오히려 도시주민을 끌어들이고 도시와 대등한 관계를 맺어나가는 방향으로 전개되고 있다. 이에 따라 도시와 농촌을 연계하여 교류하는 방법에서 출발하여 이제는 농촌의 푸른 공간과 지역적인 문화를 상품화하는 적극적인 방향으로 전개되어 근래에 주목을 받고 있는 농촌관광의 중심인 그린 투어리즘이 활성화되는 계기가 되었다.

이러한 흐름은 시대적인 일본의 경제성장과 국토공간의 발전에 따른 도시와 농촌의 개발전략이 상호관계 속에서 농촌관광이 영향을 받으면서 전개되어 왔음을 나타낸다.

2) 농촌관광정책의 목표와 프로그램

일본의 지역개발과 관광개발은 정부나 민간 대기업에 의한 대규모개발이 주류를 형성하며 전개하여왔다. 높은 경제성장률과 경제가 활성화

화된 시기에는 대규모개발이 성장의 배경이었고 원천이기도 하였지만 현재와 같은 극심한 경제불황 시기에는 대규모개발이 관리와 운영 면에서 부정적인 면이 부각되어 있는 것이 현실이다. 일본은 경제의 고도성장 이후 농업과 타산업과의 소득격차의 확대와 농촌지역의 농업인구의 급격한 감소, 후계자의 격감, 농촌의 고령화 등의 발생으로 도시지역과 농촌지역간의 불균형이 한층 심각하게 되었다. 농촌관광정책의 목표는 이러한 지역간 불균형문제의 해결하는 것으로 농촌관광 진흥을 적극 추진하는 계기가 되었다.

1990년대에 들어와서 일본은 도시와 농촌간의 교류가 활발하게 진행되어서 농촌관광을 일반시민도 용이하게 경험할 수 있는 사회적 경제적 조건이 갖추어지게 되었다. 특히 1994년도의 “농산어촌 체재형 여가 활동 촉진법”의 제정으로 지역진흥을 위해 다양한 농촌관광의 형태가 추진되고 있어서 농촌관광에 관한 체계적인 연구가 더욱더 요구되어지고 있다. 더욱이 우루과이라운드의 농업합의서와 WTO체제하에서 한층 늘어날 수입농산물에 대하여 농촌사회에도 새로운 형태의 변화가 요구되어지는데 농촌관광의 도입으로 농촌 지역 활성화를 추구하는 움직임이 활발히 전개되어지고 근래 그린 투어리즘이 활성화되는 근간이 되고 있다.

일본에서 그린 투어리즘이 정책 용어로서 처음으로 등장한 것은 농림수산성이 1992년에 공포한 「새로운 식료·농업·농촌정책방향(신정책)」에 있어서이다. 신 정책은 말하자면 규제완화조치에 따라서 농업보호·규제완화로부터 시장원리를 도입한 일련의 움직임에 연유해서 새로운 농정체계를 가리키는 말이다. 신 정책을 추진해 나가던 중에 일본의 그린 투어리즘 추진방향을 검토하기 위해 동년 4월에 농림수산성 구조개선국장에 의해서 「그린 투어리즘 연구회」가 설치되었다. 따

라서 동년 7월에 동 연구회는 중간보고를 발표했다. 그 중간보고에 있어서 그린 투어리즘은 '녹음이 풍부한 농산 어촌지역에 있어서, 그 자연, 문화, 사람들과의 교류를 즐기는 체재형 휴가 활동'으로 규정하면서 한마디로 말하자면 '농산 어촌에서 즐겁고, 여유로운 휴가'라고 정의했다.

또한 그린 투어리즘은 농산 어촌지역의 활성화와 도시와 농산 어촌의 공존관계 구축을 위한 중요한 시책으로써 장기적인 계획이 필요하다고 제창하였다. 이러한 정책적 지침을 받아들여서 1993년에는 「농산 어촌에서 여유로운 휴가를」추진사업이 창설되면서 첫째, 추진방법의 조사연구사업, 둘째, 모델구상 책정사업이 시작되었다.

한편, 적극적인 수용기반정비와 농가입장으로부터 적극적인 그린 투어리즘에 대한 욕구에 부응하면서 1994년에는 「농산 어촌체재형 여가 활동을 위한 기반정비촉진에 관한 법률」이 제정되었다. 여기서 주목되는 것은 「농림어업체험 민박 업의 건전한 발전을 위한 조치」를 구체화한 「농림어업 체험 민박 업의 등록」이 1995년에 개시되었다.

이외에도 종래부터 농업·농촌을 지원해온 농업구조개선사업과 산촌 진흥 사업 등에 있어서도 도시농촌 교류촉진 시설의 정비와 교류계획의 책정·조사 등 그린 투어리즘에 관련한 사업을 충실하게 그리고 추진을 위한 기본적인 계획이 정비되기 시작했다. 2001년에는(재)농림어업체험협회, (재)고향정보센터, (재)21C마을 가꾸기 등의 3단체가 통합하여 「(재)도시 농산 어촌교류활성화기구」가 발족되어서 실천적인 일들을 총괄하고 있다.

일본의 그린 투어리즘의 전개는 1990년대 후반이후 적극적으로 실행되고 있고 한국과는 문화적, 경제적 상황이 비슷해 한국 그린 투어리즘의 전개에 가장 많은 영향력을 끼치고 있다. 그린 투어리즘에 대한

정의는 국가별로, 학자에 따라 차이를 보이고 있다. 일본의 그린 투어리즘은 프랑스, 영국, 독일 등의 유럽국가의 영향을 받아 전개되고 있다. 일본에서는 농촌관광, 관광농업, 농촌리조트 등으로 구별되어지고 있었지만 최근에는 그린 투어리즘으로 통일되어 사용되어지는 경향을 보이고 있다. 그 이유는 농업과 농촌의 어려운 현실을 타개하기 위해서는 농업관계 부서만이 아니고 여러 부처의 협조를 받아야 하는데 농업·농촌이라는 용어보다는 그린(Green)이라는 개념이 포괄적이어 업무 협조에 용이한 면도 있다. 그리고 그린 투어리즘이 친환경적인 농촌 개발이라는 인상을 주어 21세기 환경의 시대를 맞이하여 주목을 받고 있다.

그린 투어리즘은 기존의 명소탐방, 관광지, 유명리조트에서 하는 관광과는 다른 형태로 녹음이 풍부하고 자연이 아름다운 장소에서 휴양, 자연관찰, 지역의 전통적·개성적인 문화와의 만남, 농촌생활체험, 농촌사람들과의 교류를 추구하는 여행이다(中村攻, 1993). 결국, 그린 투어리즘은 지역의 자원, 전통, 문화 등의 특성을 활용한 친환경적 관광개발의 형태를 나타내며 도시주민과 농촌주민의 교류를 통하여 지역 활성화를 추구하는 것이라 판단된다.

일본의 농촌관광은 교통의 발달, 가족중심의 여행형태, 농촌에 대한 관광객의 욕구의 변화 등에 영향을 받으면서 전개되고 있다. 또, 앞에서 설명했던 것처럼 일본정부의 지역개발정책의 중요한 시책인 [전국종합계획과 관광형태의 변화 등에도 영향을 받으면서 전개되고 있다(井上和衛, 1996).

세계 2차대전후, 일본의 지역개발정책은 1950년의 국토종합개발에 의해 시작되었고 특정지역개발계획이 이 법에 근거해서 시행되었다. 이것에 의해 전력개발사업이 진행되어 공업부문은 발전하였으나 농업

부문에서는 혜택을 보지 못했다.

농촌지역에 대해 체계적으로 정책이 실시된 것은 1956년부터의 [신 농촌건설사업]이라고 말한다. 이것은 식량증산에 집중했던 지금까지의 농업정책으로부터 탈피해 시장경쟁을 전제로 한 농업정책의 전환점이었기 때문이다. 공동작업장, 공동출하시설, 토지정비 사업 등이 실행되어 농업을 중심으로 한 지역개발운동을 실시하였다. 일본 전국의 본격적인 지역개발의 전개는 국토 종합 개발법에 기초한 전국종합개발계획에 의해 시작되었다. 1950년대 후반부터 고도성장에 들어가 대도시의 과밀, 농촌의 과소 문제가 발생하고 지역간의 소득격차가 확대되어졌다.

이런 상황에서 전국종합개발계획이 1962년에 책정되었고 이 전국종합개발계획 안에 포함되어있는 농촌계획과 관광계획은 농촌지역의 관광개발과 농촌관광에 영향을 미치어 왔다. 특히 신 전국종합개발계획 이후 전국종합개발계획의 영향에 의해 농촌관광의 전개에 관련된 정책과 사업이 실시되었다.

아래 <표>는 「신 전국종합개발계획」 이후 농촌관광의 전개에 관련된 어떠한 정책과 사업 프로그램이 실시되었는가를 검토하기 위해 나타난 표이다. 농촌종합 정비계획, 과소 지역 진흥특별 조치법, 도시와 산촌의 교류촉진사업, 종합보양지정비법(리조트법), 농산어촌 체재형 여가활동 촉진법등의 정책·계획·사업프로그램 등이 계속해서 실행되었다. 이러한 정책·계획·사업 프로그램 등은 일본전국의 농촌관광 전개에 직접·간접적으로 관계를 맺고있고 농촌지역 활성화에 지대한 영향을 미치고 있다.

〈표-7〉 농촌관광 관련 정책과 사업프로그램의 전개

1969년	신 전국종합개발계획	1990년	과소 지역 활성화 특별조치법
1970년	과소 지역 대책긴급조치	1992년	신 식료·환경·농촌정책의 방향
1971년	「새로운 산촌을 위하여」	1993년	「산촌에서 휴가를」추진사업 특정 농산촌법
1972년	신 산촌건설 모델사업		과소 지역체제 시설정비 모델사업
1973년	녹지휴양 자원개발 이용사업		녹색고향·접촉 프로젝트
1974년	농촌종합정비계획		「농산촌에서 여유있는 휴가를」추진사업
1977년	제3차 전국종합개발계획	1994년	농산어촌 체제형 여가활동촉진법 「고향경관」추진모델사업
1980년	과소 지역 진흥 특별조치법		신·아름다운 산림 만들기 모델사업
1984년	「신선한 고향추진 모델사업」 산촌과 도시의 제휴 교류촉진사업	1995년	산촌진흥 농림어업 특별대책 21세기의 그랜드 디자인
1985년	도시와 산촌의 교류촉진사업	1996년	가족산림 만들기 모델사업
1987년	제4차 전국종합개발계획 종합보양지정비법	1998년	제5차 전국종합개발계획 농정개혁대강
1988년	다극분산형 국토형성촉진법		

자료 : 농림수산성·국토청·임야청의 내부자료에 의해 작성.

3) 농촌관광관련 조직과 역할

일본의 농촌관광의 흐름과 주변조건들의 전개과정을 살펴보면 농촌 관광의 중심인 관광농업의 시작은 “모기도리원(과일따기 과수원)”으로 제2차 세계대전이후 여러 곳에서 발생했지만, 본격적인 것은 1960년대에 들어와서부터이다. 당시에는 꿀, 포도 등의 과수농가를 경영하는 농가가 단순하게 과일을 따는 농원으로 개원해서 주로 온천지역 또는 해

수육장 등의 관광지 주변의 농가에서 경영되어졌다. 관광농원으로서 급증한 것은 1970년대에 들어와서부터이다. 특히 관동지역에서는 관광지와 연결이 쉬었던 사이타마(埼玉), 가나가와(神奈川), 야마나시(山梨) 등의 현에서 관광농업이 형성되었다. 이러한 배경에는 동경에 인구집중이 이루어졌던 점과 교통기관의 발달 등의 영향에 의한 것이다.

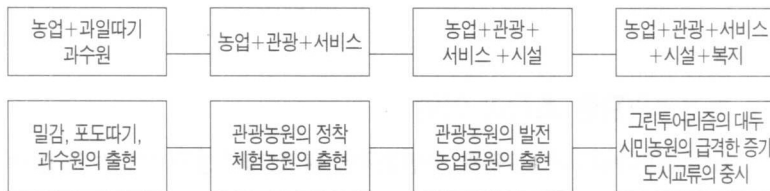
그후 관광객에 대한 서비스에 충실을 기해서 체험농원, 농업공원 등이 전개되어서 관광농업이 정착되었다. 현재는 주차장 식당 휴게시설, 숙박시설 등의 시설정비를 추진해서 다양화되어지고 있는 관광객의 욕구를 충족시키기 위한 체제를 정비하고 있다. 이러한 영향들은 1990년

[그림-3] 일본의 농촌관광의 흐름과 주변조건들의 전개과정

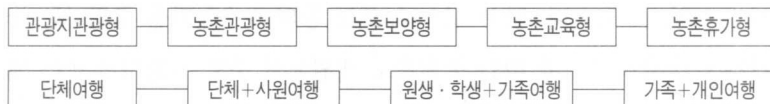
■ 일본 농촌관광의 흐름



■ 농촌관광의 발전형식



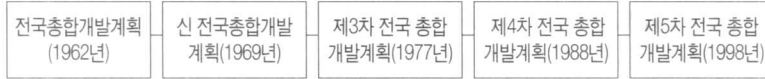
■ 관광형태의 전개



■ 교통수단의 발전



■ 국토개발정책의 전개



■ 농촌관광개발의 조직변화



주 : 1970년대 이전에도 제 3 섹타에 의한 개발은 있었으나 여기에서는 제 3 섹타가 공식적으로 등장한 1973년의 경제사회기본계획의 이전의 것은 제외함.

대 이후에 일본 전역에 농촌관광이 활발하게 전개되는 기반이 되었다.

한편, 농촌관광의 전개는 관광지 관광형, 농촌 관광형, 농촌 보양형, 농촌 교육형, 농촌 휴가형의 방향으로 진행되고 있다. 말하자면 온천지, 관광지 중심의 관광으로부터 리조트 관광으로 변하고 이것은 다시 체험농원 시민 농원 등의 도시주민과 농촌주민과의 교류를 중요시하는 그린 투어리즘으로 변해가고 있다. 즉, 농촌지역의 관광과 관광농업의 전개는 온천지역, 관광지 중심에서 리조트, 스키장 등의 대규모 시설형으로 변화되고 현재는 지역의 자연과 문화를 중시하는 친 환경적인 그린 투어리즘을 중시하는 경향이 있다고 말할 수 있다.

일본에서의 본격적인 지역개발의 전개는 1962년의 “전국총합개발계획”에서 시작되었고, 특히 1969년의 “신 전국총합 개발계획”에서는 농

촌지역과 도시지역간의 균형 있는 발전을 도모했다. 1970년대에 들어와서는 농촌지역에서 지역진흥시책의 한 방법으로서 관광개발이 중요시되어졌다. 1985년도의 “도시와 산촌의 교류촉진사업”과 1988년의 “고향창업사업” 등에 의해서 일본전국에 다양한 지역개발사업이 전개되었다. 1993년부터는 “제2차 고향건설사업”이 전개되었다. 자치단체가 독자적인 판단에 의해서 독자적으로 지역건설을 추진한 사업이다.

그린 투어리즘은 농림수산성에서 1992년 우루과이라운드와 관련된 농산물 수입개방에 대비하여 제시한 신 정책(新政策: 새로운 식료·농업·농촌정책의 방향)에서 농촌의 소득 증대와 주거환경정비의 관점으로 추진이 제창되었다. 그후, 녹색관광연구회를 설치하여 1993년에는 「녹색관광의 제창: “농산어촌에서 여유있는 휴가를”」이라는 연구보고서를 작성하여 그린 투어리즘의 방향성을 제시하였고, 1994년에 “농산어촌 체재형 여가활동 촉진법”을 공포하여 그린 투어리즘 관련 법제정과 제도적인 정비를 추진하는 계기가 되었다(山崎光博, 1993).

이러한 법제정과 제도적인 정비와 사업들의 추진결과 다양한 시설들이 농촌지역에 건설되었다. 이 가운데 상당부분은 그린투어리즘과 관계가 있어 실제로 관광객이 크게 늘어난 지역들이 생겨났다. 이러한 사업들은 일본전국 각지에 지역개발운동이 왕성하게 추진하게 된 중요한 원인이다. 특히 관광자원이 없는 지역에서는 그린 투어리즘을 더욱더 추진하여 지역활성화를 추구하는 움직임을 보이고 있다.

농촌관광의 성장단계별 조직의 주체는 행정주도형, 민간주도형, 제3섹타주도형, 지역주민주도형으로 변화하는 있는 추세이다. 따라서 과거 농촌관광개발에 중심에 있었던 중앙정부, 지방정부, 민간 대기업을의 역할이 많이 축소 되어지고있다. 중앙정부, 지방정부, 민간 대기업을 위주의 농촌관광개발에서 지금은 제3섹타의 활용과 지역주민의 주도로

농촌관광개발 추진되어지고 있어 역할이 변화되고 있는 것을 알 수 있다.

IV. 한국의 농촌관광개발

1) 농촌관광의 등장 배경과 성장과정

(가) 농촌관광의 등장배경

농산물개방과 국내농산물의 비계획적 공급으로 농업소득이 악화되고, 이로인한 농업의 기반이 약화되고 있다. 고 있으며, 농가평균 소득은 2002년말 24,474,630원으로 도시근로자 평균연봉 약 37,680,000원에 비해 65%수준으로 나타나고 있으며, 농가부채는 2002년 말 농가당 19,898,486원으로 2001년의 20,375,908원 보다 줄기는 했으나 농가소득의 81%가 부채인 경제적으로 취약한 상황을 나타내고 있다

소득의 측면에서도 2002년 농가소득 24,474,620원이 구성은 농업소득 11,274,417원(46%), 농외소득(33%)은 이전수입 5,060,472원(20.7%)로 나타나고 있으며 이전 수입중 친인척이나 공적보조 비율이 64%를 차지하고 있는 것으로 나타나고 있어 경제구조가 편중되어 있는 것으로 나타나고 있다.

농가인구 비율은 2001년 8.3%, 10년 만에 농촌인구가 37%정도로 격감하고, 노령화지수는(0-14세 인구대비, 65세 이상인구 비율) 2002년에는 3.2배 이상 높아지는 현상을 나타내며, 농촌 고령화 현상이 심각한 것으로 나타나고 있다. 농가경영주는 60대와 70대가 37.4%, 19.4%로 50%를 웃도는 반면 40세 미만의 경영주는 4.1%로 감소세를 보이고 있어, 농촌내 인구의 과소화와 고령화의 문제가 심각하게 나타나고 있음을 보여준다.

〈표-8〉 농촌관광 정책의 주요내용

사업명	기간	성 과	지원대상	평 가
관광농원사업	1984-2000	339개 운영/491개 지정	개인	-음식물관매, 숙박제공중심 -교류 프로그램 미비
농촌민박사업	1991-현재	275개 마을(2,979호 참여) *2001년 말 기준	개인	-단숙숙박형태로 운영 -교류프로그램, 농특산물 구매미비
농촌휴양단지 사업	1989-2000	3개 운영/13개소 지정	단체	-숙박제공 중심으로 운영 -분양이 잘 안됨
녹색농촌 체험마을	2002-2003	44개 마을(18+26)	마을	-민박, 농산물관매, 교류활동을 중심으로 -농가소득을 올리기 위해 노력하 나 아직은 미미함

(나) 농촌관광시장의 성장과정

국내 농촌관광의 시장은 공급자 단계에서 형성되기 시작했는데 80년대부터 정부가 주도한 관광농원, 농어촌휴양단지사업, 농촌민박마을, 주말농원 사업 등이 그 예라고 할 수 있다. 관광농원은 2000년까지 1,340억원의 국고를 지원하여 491개소가 지정되고 339개소가 운영되고 있고, 농촌민박사업은 2979호가 참여하여 운영되고 있고, 농어촌휴양단지사업은 지정된 13개소중 3개소가 운영되고 있으며, 녹색농촌체험마을사업은 44개 마을이 지정 운영되고 있으나 프로그램의 미비와 경영의 부실과 과도한 시설투자, 운영주체의 경영능력부족, 마케팅 부족 등의 이유로 활성화되지는 못하고 있다.

소비자 측면에서 농촌관광참여율을 조사한 결과를 보면 한국관광공사(1995)가 7.4%, 한국관광연구원(2002;생태관광을 포함)이 11.7%, 한국농촌경제연구원의 도시민 수요조사결과에 의하면 (2002) 국내관광총량의 9.4%를 나타내고 있어 현재의 농촌관광시장은 미미한 것으로 나타나고 있다.

농촌관광시장 규모측면에서는 농촌관광참여에 따른 체험활동참여 지불의사금액이 20,969원, 숙박시설이용에 따른 지불의사금액 43,408원, 농산물구입의 최대 지불의사 금액 36,561원으로 추정되며, 2001년 12,897억원(농림부분 GDP의 5.4%)에 달하고 있는 것으로 추정되고 있어, 아직은 농촌관광시장이 수익성이 높지 않은 시장임을 알 수 있다.

2) 주요 농촌관광 관련정책

2001년부터 중앙정부가 농업·농촌에 대한 위기의식이 고조되고, 주 5일 근무제도입이 임박하면서 각 부처가 농촌관광관련 정책을 경쟁적으로 도입하여 지원하고 있는데, 정책의 목표는 지역의 활성화이며, 그 수단과 전략은 기반시설정비, 체험프로그램운영, 농·특산물 발굴·가공·판매, 자연생태 복원사업 등으로 나타나고 있다.

‘농어민삶의질향상및농산어촌지역개발촉진에관한특별법’에 따라 도시와 농산어촌의 교류를 확대하기 위해 도농교류센터의 설치운영 등을 국가와 지방자치단체가 지원해야 한다. 특히 도농교류센터는 녹색농촌체험마을 선정 및 육성과 농촌관광마을 활성화를 위한 다양한 지원방안을 마련하기 위해 2004년 5월 농림부의 허가로 교육부, 문화관광부, 행정자치부 등의 공동후원방식으로 발족하고, 정부 및 농업관련기관단체, 기업소비자 등의 민간단체의 공동출연으로 기금을 조성하여 설립하였다.

2004년 2월 제정된 「농림어업인 삶의 질 향상 및 농산어촌 지역 개발 촉진에 관한 법률」은 농한어촌관광자원의 개발, 농산어촌 관광에 대한 교류 및 홍보, 농산어촌 관광마을의 육성 등의 정부시책을 더욱 적극적으로 추진할 수 있는 근거를 마련하게 되었고, 농어촌정비법, 농업농촌기본법 등에서는 농어촌민박사업과 농촌관광사업을 농업관련법인의 사업에 포함하게 되고, 농지정비법에서는 저수지 수변공간활용과 한계농지 정비지구내 시설은 농지전용허가 제한규정적용예외를 인정하도록 법령을 정비하면서 농촌관광을 더욱 지원하게 될 것이다.

또한, 2005년 도농교류센터는 식품위생법상에서 농촌관광마을에서의 식품가공업 기준완화, 교육부의 농촌관광마을에 대한 폐교임대료 인하, 농촌체험학습시간 의무배정, 초등학교 대상으로 농촌체험 시범학교 지정, 산림청의 농촌지역 관광체육레저시설에 대한 국공유림의

〈표-9〉 농촌관광관련 정책의 주요 내용

사업명(부처)	목적	추진전략	주요 내용	선정 및 지원대상
아름마을 가꾸기 (행정자치부)	<ul style="list-style-type: none"> 푸른 환경과 도시적 편익이 조화된 자연 친화적 농촌 조성 높은 소득과 정이 살아 있는 건강한 지역 공동체 재건 	<ul style="list-style-type: none"> 테마별 행사 개최 마을 출향인사, 향우회, 등과 연계 내고향 지원 운동 	<ul style="list-style-type: none"> 주택, 담장개량 등 사유 시설 개량 사업 특산물개발, 판매망 개척 등 소득원 증대 사업 시행 친환경적 마을 정비 농 특산물의 지속적 판매확충 	<ul style="list-style-type: none"> 공모방식 10억 이상 23개마을 (2003년 현재)
어촌 체험마을 (해양수산부)	<ul style="list-style-type: none"> 어촌의 자연자원, 인문자원, 산업생산과 연계한 관광자원 개발로 어촌 지역을 활성화 어업소득 증대의 기반을 조성 경쟁력 있는 관광 프로그램 개발하고 이를 운영할 관광안내자 양성 	<ul style="list-style-type: none"> 관광전문가와의 지원체계 강화 지자체와 현지어민의 연계 어촌주민의 적극적인 참여유도와 관광안내자 양성 	<ul style="list-style-type: none"> 체험 프로그램 운영 실사와 지원 어촌관광리더육성 사업 마을내 안내소, 진입로, 상수도, 가로 등, 해수욕장 등 정비사업 지원 	<ul style="list-style-type: none"> 공모방식 사업비: 7-15억 (국고50%, 지방비 45%, 지방담 5%) 19개 마을

사업명(부처)	목적	추진전략	주요 내용	선정 및 지원대상
전통데마 마을 (농촌진흥청)	<ul style="list-style-type: none"> 전통지식 및 생활 풍습을 발굴·전승하고 전국민의 농업, 농촌 체험학습, 농가 숙박 및 농산물 직거래 등 농촌생활 체험 자연과 조화로운 농촌생활환경 (amenity) 조성으로 농가소득 기여 	<ul style="list-style-type: none"> 체험프로그램발굴, 사업화 전통문화와 테마로 한 체험시설 설치 전통먹거리 개발 등 	<ul style="list-style-type: none"> 농촌의 전통문화와 생태 등의 체험 체험시설 설치 월별 프로그램 및 전통먹거리의 개발 	<ul style="list-style-type: none"> 공모방식 사업비: 1억원 18개 마을
녹색농촌 체험마을 (농림부)	<ul style="list-style-type: none"> 농촌마을의 경관을 아름답게 조성하고 농가민박 등 관광 기반시설을 갖춰 도시민을 유치 지역주민의 소득증대 및 지역사회 활성화 촉진 	<ul style="list-style-type: none"> 자연·문화자산, 농업 및 농촌체험 활동자원을 연계 자연친화적 마을 조성 차별화된 여가서비스 제공 주민합의에 따른 마을협정과 사업 계획 	<ul style="list-style-type: none"> 농·특산물의 가공·판매사업 농가숙박, 음식물판매, 기타 농촌체험활동 서비스 제공 기타 마을여건에 맞게 복합적으로 추진토록 권장 	<ul style="list-style-type: none"> 공모방식 사업비: 2억 (국고50%, 지방비 50%) 44개 마을
팜스테이 (농협중앙회)	<ul style="list-style-type: none"> 농촌지역의 풍부한 관광·휴양자원을 농업과 연계하여 보전개발함으로써 도·농교류를 촉진하고 농촌소득증대 및 지역개발 촉진 도모 	<ul style="list-style-type: none"> 촌의 자연환경을 지역특성에 맞게 농업활동과 연계 농촌관광휴양자원의 건전한 개발·운영 농업·농촌에 대한 도시민의 이해촉진 지역여건에 맞는 사업유형의 다양화 		
생태녹색관광 자원개발 (문화관광부)	<ul style="list-style-type: none"> 환경을 훼손하지 않고 보호하면서 관광자원으로 활용할 수 있는 사업 개발 	<ul style="list-style-type: none"> 친환경적 개발 농산어촌의 관광자원화 지역주민소득창출 생태녹색관광체험관광프로그램 개발 	<ul style="list-style-type: none"> 관광객 편의 및 환경 보호를 위한 공공기반시설 설치 관광객 유치를 위한 생태공원 조성사업 생태녹색관광체험프로그램 지원 	<ul style="list-style-type: none"> 시도별 신청 환경성영향평가, 환경성검토를 반드시 이행한 사업에 한해 신청 단위사업당 총 사업비 200억원, 국고 지원금 50억 이내

사업명(부처)	목적	추진전략	주요 내용	선정 및 지원대상
전통문화 관광마을조성 (문화관광부)	<ul style="list-style-type: none"> 지역의 전통문화와 생활문화의 관광자원화 전통적 주거 및 생활문화를 체험할 수 있는 전통문화 마을촌 조성 필요 	<ul style="list-style-type: none"> 고가, 전통가옥이 많이 분포하고, 지역문화가 보존되어 있는 지역의 관광자원화 	<ul style="list-style-type: none"> 전통가옥보수, 기반시설정비, 전통체험 프로그램 개발 	<ul style="list-style-type: none"> 5년간 매년 100억원 지원 매년 10개소씩 추진 지방자치단체보조, 국고보조 50%
소도읍개발 사업 (행정자치부)	<ul style="list-style-type: none"> 지역경제의 활력과 도시기능의 확충 주민생활개선과 복지증진을 도모 소도읍을 자족적 생산능력을 갖춘 농어촌지역의 중추 소도시로 육성 	<ul style="list-style-type: none"> 지역산업의 진흥 도시기반시설의 확충 주민생활환경의 개선 및 복지증진 문화 및 관광육성 	<ul style="list-style-type: none"> 전문기업지구 조성, 특화산업개발육성 시장 및 중심상점가의 현대화 전문화사업지원 택지개발 및 토지구획정리사업등 신규도시화지역조성 전통문화와 역사자원의 복원·보존, 관광활성화사업 집중지원 	<ul style="list-style-type: none"> 4년간 100억원지원(2004년기준) 첫해에는 용역 및 조사준비에 필요한 최소비용만 지원(읍당 5억원)
정보화 시범마을 (행정자치부)	<ul style="list-style-type: none"> 정보화 확산 및 정보격차 조기해소 주민소득창출 및 지역경제 활성화 지역커뮤니티형성 촉진 	<ul style="list-style-type: none"> 도시농어촌형으로 시범지역선정하여 표준 '정보화마을, 조성·국민정보화 새마을운동으로 유도 수익창출 중심의 콘텐츠 개발·보급 	<ul style="list-style-type: none"> 마을정보센터 인터넷망구축 가구별 초고속인터넷망 구축 정보화컨텐츠 구축 시범마을현판설치 마을운영위원회 구성 및 활성화 정보화지도자 양성 및 정보화 교육 	<ul style="list-style-type: none"> 정보센터구축:1억 가구별PC보급:1억 무인원발급기: 0.2억원 초고속인터넷망 인프라구축비는 통신문사업자 부담
문화마을 조성사업 (농림부)	<ul style="list-style-type: none"> 농어촌정비법에 따라 지역중심마을 조성 사업 	<ul style="list-style-type: none"> 마을의 생활환경 개선을 위한 정비사업 	<ul style="list-style-type: none"> 주택단지조성, 문화복지시설, 도로, 환경보전시설, 주택정비 	<ul style="list-style-type: none"> 20억 지원
농촌마을 종합개발사업 (농림부)	<ul style="list-style-type: none"> 농촌다움의 유지보전과 쾌적함 증진 등 농촌의 다원적 기능 확충 지역주민의 "삶의 질" 향상과 국토의 균형발전 도모 	<ul style="list-style-type: none"> 생활권, 영농권 등으로 동질성을 가진 마을을 소규모 권역단위로 개발 농촌관광기반형, 지역특성화형, 친환경육성형, 전통보전형, 경관주택중점형 등 마을의 특성화 개발 	<ul style="list-style-type: none"> 지역실정에 따른 기초생활시설지원 소득확충시설(특산물 판매장, 관광기초시설, 체험시설 등) 지원 소권역별 특성화시설 설치지원(마을소공원, 관광안내소, 공동활용시설 등) 	<ul style="list-style-type: none"> 2004년부터 실시, 향후 10년간 1,000개 권역에 추진할 계획 2004년 현재, 36개 권역을 대상으로 3년간 70억원 지원(국고 보조80%, 지방비 20%) 농업기반공사가 민간과 컨소시엄을 구성하여 시행

사업명(부처)	목적	추진전략	주요 내용	선정 및 지원대상
산촌종합 개발사업 (산림청)	<ul style="list-style-type: none"> 산림기본법에 따라 마을의 기반시설 조성 과 소득원개발 	<ul style="list-style-type: none"> 산촌마을의 소득원 개발을 위한 기반정비 및 관광사업 개발 	<ul style="list-style-type: none"> 생활환경개선, 생산기반조성, 소득원 개발, 주택개발사업 	<ul style="list-style-type: none"> 240개 마을 선정 사업의 내용에 따라 14억 내외 지원

장기임대 및 임대료 인하 등의 타부처소관인 기준과 법령의 완화를 추진하여 농촌관광의 지원프로그램이 더욱 강화시킬 것으로 보인다.

3) 농촌관광관련 조직과 역할

(가) 농촌관광 관련 이해당사자 규명

농촌관광과 관련한 이해당사자는 도시민, 농가, 비농가, 지원조직으로 구분되어 질 수 있다. 도시민은 여가시간의 활용, 안전한 농산물을 구입하고, 자연체험을 통한 정서함양 등을 목적으로 농촌체험에 참가하고, 농가는 직거래는 통한 친환경농산물의 판매와 농의소득의 증대, 비농가는 농촌관광으로 숙박, 식음료판매, 특산물가공판매등을 목적으로 농촌관광프로그램에 적극적으로 참여하며, 지원조직인 정부부처와 지자체는 농촌의 다면적 기능을 유지하고 농산물개방에 따른 농촌활성화대책으로 농촌관광개발을 추진하고 있다.

그 사이에서 도시민을 사이에 둔 농가와 비농가와의 갈등, 농가를 지원하고자 하는 정부와 농촌에서 사업체를 운영하며 농업에 종사하지 않는 비농가와의 갈등은 계속되어 오고 있다. 현재에는 도시민과 지원조직과의 갈등은 눈에 보이게 나타나지 않으나 지원의 규모가 커지고, 지속화되면 농업과 농촌을 이해하지 못하는 도시민과 지원조직과의 갈등도 나타날 것으로 예상될 수 있다.

(나) 이해당사자 및 조직화과정

농가중심의 대표적 조직은 중앙단위의 녹색농촌체험마을협의회, 팜스테이추진협의회, 도농녹색교류연대 등이 있으며, 지역단위에는 순창군 그린투어리즘연구회, 포천군농촌관광협의회, 평창군농촌체험민박협의회, 원주시 녹색농촌관광추진협의회 등이 있다. 그리고, 비농가 중심의 대표적 조직은 관광농원협회, 한국펜션협회 등이 있다. 이들은 농촌관광을 통해 농가나 마을 지역의 경제적, 사회적 이익을 도모하는 것을 목적으로 하고 있다.

소비자들과 공급자가 함께 하는 조직으로 (사)전국농업기술자협회가 추진하는 도농녹색교류연대와 농림부가 추진하려 했던 도시농촌교류추진협의회가 있다. 이는 소비자와 생산자 단체중심으로 교류를 위한 협의체를 구성하였으나 실질적인 활동이나 역할 등을 수행해내지 못하고 있는 실정이다. 그러나, 최근 추진되는 1사1촌 운동으로 금광기업(주), 현대건설(주) 등의 9개의 기업이 인천 강화 용두레마을, 전남 영암 영보마을을 포함한 9개의 농촌마을과 결연을 맺어, 기업체의 자금지원이나 일손돕기와 같은 일방적인 지원이 아니라 지원들의 농촌관광체험, 자연경관과 전통문화 먹거리 등을 제공하면서, 마을 내 연수시설이용, 친환경농산물 구입 등 마을과 기업이 상호 교류하는 활동으로 소비자측면에서의 역할들이 나타나고 있다.

또한 바람직한 도농교류를 유도하기 위한 정책입안과 지원의 주체는 농림부와 도농교류센터, 농촌진흥청 등으로 나타나고 있는데, 녹색농촌체험마을의 심사와 선정, 기 선정마을의 컨설팅과 사후관리, 다양한 지원방식의 마련, 지속적인 관리를 위한 인증제 및 등급제 실시, 보험상품개발과 보급 등의 사업을 수행하기 위한 준비를 하고 있다.

V. 국내 농촌관광개발을 위한 시사점

1) 양적 확대와 질적 성장 전략의 추진

국내 농촌관광은 공급측면과 시장측면, 조직화 측면에서 보면 아직은 양적성장의 단계이거나 아직 그에 미치지 못하는 단계에 놓여 있다고 볼 수 있다. 국내 농촌관광은 지원을 통한 개발로 인해 공급시장은 양적 성장기에 들어가 있으나, 시장측면은 시작단계에서 양적 성장

〈표-10〉 국내 농촌관광시장의 형성

구 분	시 작	양적 성장기	질적 성숙기	안정기
개발공급측면				
수요시장측면				
조직화측면				

기 단계로 넘어가고 있으며, 조직화측면에서는 시작의 초기단계에 놓여있다고 볼 수 있다.

양적 성장기에 놓여있는 공급의 측면은 질적 성장으로 변화해 나가야 할 것으로 판단된다. 이러한 질적 성장은 시장의 수요에 의해 지불의사에 따른 서비스의 정도의 다양화, 프로그램의 다양화를 통한 선택의 다양화로 나타나기도 하고, 조직화의 시작으로 공급자에 대한 인증제, 등급제 등 시설과 서비스의 기준, 테마프로그램의 특화 등으로 나타나기도 한다,

시작에서 양적 성장기로 넘어가는 시장측면은 공급자의 다양한 방식의 홍보와 판매상품에 의해 성장을 가속화 할 것이며, 그 성장에 의해 시장이 양적으로 커지거나, 계층과 연령의 다양화가 나타날 것이다. 아직 시작의 초기단계에 놓여 있는 조직화는 개발공급자와 수요시장 양측에서 나타날 것이며 이는 보다 체계적으로 안정적인 방법으로 수요와 공급을 균형을 이루게 하는 역할을 담당하며 성장해 나갈 것이다. 아직 농촌관광의 초기단계인 국내에서는 이해당사자간의 균형을 이루어 가면서 양적 성장에서 질적 성장으로 변화해 나아가야 할 것이다.

그린투어리즘 선진국인 유럽 및 일본의 그린투어리즘 역사와 제반환경은 한국과 다르다. 한국은 정치, 경제, 사회, 문화, 국민성, 휴가제도, 여가 형태, 국민소득 등 사회구조가 다르기 때문에 한국 실정에 맞는 접근방식이 중요하다고 생각한다. 일본 그린투어리즘 경영형태가 민박, 주말농장, 농촌공원 등 다양하게 개발되어 있고 이용형태도 참여형, 체험활동 등을 통해서 관광객의 다양한 욕구에 대응하고 있다. 숙박시설도 등록심사제도나 민박협회를 활성화하여 관광객에게 차별화 되는 숙박시설 시설을 제공하고 질 좋은 서비스를 유도하는 정책을 시행하고 있다. 국내 농촌관광은 발전단계로 볼 때 양적 확대기에 접어들고 있으나, 이미 시설 및 서비스 수준에 대한 관심이 높아지고 있어 질적 향상 노력이 동시에 진행되어야 한다.

2) 주민참여 확대 및 민간조직의 육성

첫째, 추진조직의 설립과 민간조직의 육성이 요구된다. 프랑스의 농촌관광은 지방행정체제인 코뮌(commune)이 지역단위의 관광위원회가 지역관광 활성화 차원에서 추진하는 내용과 페이(Pays)라는 역사문화적 단위에서 관광자원을 조직화하기 위한 추진체계가 있다. 이들 조

직에 가입한 농촌관광 사업체들은 하나의 브랜드와 이미지를 가지고 공동마케팅, 공동의 품질관리를 위한 프로토콜(Charge de qualit?)을 제정해 운영하고 있다. 외국인 관광객 유치를 위해 해외에 사무소를 운영하고 있을 정도로 일반관광분야는 물론 농촌관광분야 내에서도 상호 경쟁이 치열하다. 국내는 민간조직의 경우 협의체의 형태로 형성되고 있는 단계로서 공동마케팅 등은 엄두도 못내는 실정이다. 민간조직이 결성되어 독자적인 공동브랜드를 육성하고 품질을 스스로 관리해 나가는 것이 바람직하다.

둘째, 주민참여와 교육을 위한 공공부문의 지원과 시스템구축이다. 정부의 정책 못지않게 지역주민의 자발적 관심과 참여가 전제되어야만 농촌관광을 성공적으로 추진할 수 있다. 지금까지 농촌관광 분야의 많은 시도들이 성공하지 못한 것은 주민들 스스로 발전방향에 대한 비전이 없고 열정과 참여가 부족하며, 사업추진에 따른 편익(benefit)의 불확실성과 투자위험에 대해 두려움을 느끼기 때문이다. 따라서 사업추진 초기에는 주민 의식전환과 참여, 공감대 형성, 인재육성 등에 중점을 두고 점차 전문가 교육, 선진사례 벤치마킹 등을 실시하여 우선 주민들이 새로운 변화를 수용하고 자신감을 회복하도록 해야 한다. 농업생산에 익숙한 농업인들은 관광서비스업에 대한 마인드와 노하우가 부족하므로 네트워킹을 통해 부족한 역량을 보완해 주어야 한다. 이를 위해 프랑스와 일본의 경우 다양한 교육 프로그램이 공공부문 또는 민간부문에서 제공되고 있다. 주민들의 경영능력을 지속적으로 배양하기 위해 농촌관광진흥을 위한 전담조직이 설립되어 있다.

또한 농가중심의 대표자 조직과 지원조직, 지원조직, 이들 3개 분야의 당사자는 이해관계가 극명히 나타날 것이고 이로 인한 갈등을 야기될 것이다. 각 이해관계자들은 지속적인 논의를 위해 도농교류센터를

이용보다 적극적으로 이용하여야 하며, 상호간의 이해를 증진시키기 위한 교육의 기회들이 마련되어야 할 것이다. 특히 도시소비자들에 대한 농촌관광의 의의와 가치를 지식으로 전달하고 홍보하는 역할들도 보다 활발히 일어나야 할 것이다.

셋째, 농촌관광의 추진 주체 및 사업내용을 다양화시킬 필요가 있다. 특히 정책대상에 따라 차별적 농촌관광 시장을 형성해야 한다. 농민을 위한 농촌관광시장(농촌+농업+농민)과 농촌이라는 환경은 활용하지만 농민이 아닌 도시민들의 농촌관광시장(농촌)은 별도로 형성해야 한다. 특히 프랑스의 경우 민간부문이 주도가 되어 지트(Gite)와 현업 농가들이 운영하는 BAF(Bienvenue a la ferme)와 AP (Accueil Paysan) 등 다양한 형태의 농촌관광상품과 브랜드가 등장하였고 결국 차별화된 시장으로 발전하고 있다. 시장에 의해 차별화된 여가체험프로그램 제시하고, 차별화된 서비스, 주민의 광범위한 참여를 바탕으로 한 인정과 친절, 평범한 농촌마을의 매력 등 핵심경쟁력을 갖추어나가야 할 것이다.

넷째, 농촌관광 수요 활성화를 위한 노력이다. 농촌관광이 정착된 유럽의 경우 장기휴가가 제도화되어 있으며 관광이 일상적으로 이루어지고 있는데 반해 우리는 장기휴가제도가 정착되어 있지 않다. 프랑스에서는 장기간 저비용으로 머물 수 있는 여가시설로서 농촌관광이 각광을 받으며 시장이 확대되어 왔다. 최근 주5일 근무제에 도입이 현실화되면서 장기적으로는 우리나라도 장기휴가에 대한 기대가 높아지고 있으나 농촌관광은 여전히 틈새시장을 형성하고 있는 시작단계라고 할 수 있다. 따라서 도시민의 관광 수요를 창출할 수 있는 별도의 노력이 요구된다.

마지막으로 민간부분에서의 자발적 도농교류를 활성화하려는 노력이 요구된다. 농촌에서 휴가를 보내는 사회적인 분위기가 정착되지 않

은 상태에서는 일정 기간 동안에는 도시민과의 지속적인 교류활동이 중요하다. 교류를 통하여 양방향성, 반복성, 지속성을 확보함으로써 농촌관광이 일회성이 아닌 지속적인 경제활동으로 발전될 수 있다. 도시의 각종 단체와의 연계를 통한 지속적 교류활동도 중요하다. 특히 2004년 5월 추진되고 있는 1사1촌 결연운동을 통해 워크샵 등의 행사유치, 농촌돕기 봉사활동, 직원가족의 농촌체험관광 등 기업의 복지사업과 연계된 농촌관광의 추진은 농촌관광을 재방문을 통한 고향 만들기, 더 나아가 정착, 귀농 등의 농촌유입인구 증대를 통한 지역 활성화의 기초가 될 수 있을 것으로 판단된다. 농촌 주민 스스로 환경변화에 대한 위기의식과 변화의지, 핵심 역량강화 노력이 전제되지 않고서는 성공할 수 없다. 농촌관광에 대한 확고한 비전을 가지고 사업 추진과정에서 나타나는 문제를 문제로 인식하기보다는 문제를 해결해 나가는 과정(process)으로 보는 긍정적인 시각이 요구된다.

3) 농촌관광시장의 다각화

국내 농촌관광은 농업과 연계된 형태의 농촌관광(농업관광)과 그렇지 않은 형태의 농촌관광(비농업적 성격의 농촌관광)이 서로 다른 동기에 의해서 상호 독립적으로 발전하고 있으며, 농촌지역의 어메니티 자원을 동일한 활동배경으로 하면서 때로는 상호 반목하는 경향이 나타나고 있다.

농업과 연계된 농촌관광의 경우 농림부 등 중앙정부 각 부처가 실시하고 있는 마을단위 정책사업이 중요한 계기가 되고 있다. 그러나 마을단위 농촌관광사업은 주로 교육, 체험활동에 집중되어 있으며, 저가형 민박활동과 농산물 직관활동이 함께 연계되고 있다. 정책사업의 지원 내용은 주로 공동시설 마련을 위한 시설투자 등에 집중되어 있으며,

개별농가에 대한 지원은 없는 실정이다.

마을단위 농촌관광 사업은 참여농가에게 낮은 수준의 투자, 저 리스크, 낮은 수준의 소득기회를 제공하는 수준에 머물고 있다. 한편, 농촌 공간에서 활동하는 펜션이란 이름의 새로운 고급민박사업은 일부 농촌 지역에서 빠르게 확산되고 있으며, 도시부동산 자본이 주체가 되어 농촌어메니티 자원을 시장가치로 전환하고 있는 사례이다. 향후 시장규모가 크게 확대될 전망이다(전국 펜션 수 2000년 70개에서 2003년 1,400개, 2005년 4,300개로 증가 전망, 시장규모 같은 기간 200억원에서 5,000억원).

서유럽의 경우와 달리 농촌지역의 펜션사업은 지역주민이 주도하는 형태로 발전되기 보다는 점차 부동산시장의 투자논리에 의해 움직이면서, 해당 농촌지역과의 사회경제적 연계성을 상실한 가운데 확장되고 있다. 농촌지역의 펜션은 콘도나 호텔, 모텔 등 일반관광부문의 관광객을 농촌지역으로 유입시키고 있어 향후 체류형 농촌관광의 가능성을 보여주고 있다는 측면에서 긍정적 측면도 지니고 있다.

이처럼 국내 농촌관광은 공공부문의 정책사업에 의한 마을단위의 농촌관광사업(교육-체험 위주)과 도시부동산 자본의 유입에 의해 빠르게 확산되고 있는 펜션형 고급민박사업으로 이원화하고 있으며, 동일한 농촌공간 내에서 어메니티 자원을 활용해 시장가치로 전환하는 문제를 놓고 상호경쟁 또는 대립하는 관계에 놓여 있다.

이러한 문제를 해소하기 위해서는 농촌지역의 고급민박사업(펜션/비농업적 성격의 농촌관광)의 경우 지방정부가 지역주민 주도형으로 전환하기 위한 노력이 요구된다. 정부의 마을단위 농촌관광 정책은 농업적 성격이 분명히 유지되면서도, 소비자들의 눈높이에 맞는 농촌관광 서비스 공급능력을 갖춘 개별농가를 집중 육성하는 방향으로 지방

농촌 지도기능의 강화와 함께 한 단계 업그레이드시킬 필요가 있다. 농촌관광 서비스 유형별로 국내 시장조건에 맞는 시책을 개발할 필요가 있다.

참고문헌

- 강신겸(2001). 「여가시간 확대와 녹색관광의 발전방향」. 『관광농업연구』, 한국관광농업학회 제8권 2호, pp.179-191
- 농림부(2001a). 『농림업 주요통계』
- 농림부(2001b). 『그린투어리즘 중장기 추진계획』
- 박시현·송미령(2002). 『농어촌관광발전을 위한 정책과제』, KREI·농특위 공동주최 정책토론회 발표자료
- 서중혁(2001). 「농업·농촌의 다면적 가치와 농촌개발 방향」. 『농업의 다면적 기능과 농촌지역 활성화』 세미나 자료집, 전국농업기술자협회
- 이강욱(2001). 『주5일 근무제에 따른 국내관광변화 전망』. 한국관광연구원
- 전국농업기술자협회(2001). 『2001 도농녹색교류 토론회 자료집』
- 오현석 외, 프랑스 농업구조정책의 전개와 1998년 농업기본법개정안의 함축, 제62회 정기월례세미나결과보고서, 농정연구포럼, 1998. 8.
- 오현석 외, 농촌관광 금융신상품 개발을 위한 선진국 사례연구, 농협중앙회, 2003.12.
- 프랑스 농림부, D?cr?t no. 88-25 du 4 janvier 1988 / D?cr?t relatif au caract?re agricole, au sens de l' article 1144 (1) du code rural, des activit?s d' accueil touristique d?velopp?es sur l' exploitation agr?icole
- OECD, 어메니티와 지역개발 (오현석, 김정섭 공역), 새물결, 2002. 5.
- GROLLEAU: le tourisme rural dans 12 Etats membres de la CEE, TER dcembre 1987
- Huang, Yueh-Huang and William P. Stewart(1996), "Rural Tourism Development: Shifting Basis of Community Solidarity", Journal of Travel Research, Vol.34, No.4, pp.26-31.
- Page, S. J and Don Getz(1997), The Business of Rural Tourism, London : Tomson

- Agence pour la Cr?ation d' Entreprises, Guide m?tier : Ouvrez un g?te rural!, Eds. D' Oragnisation, Paris, 2000
- Recensement Agricole 1988.
- Cemagref, L' agritourisme en 2001, Paris, 2002.
- Sumer Gulez(1994), "Green Tourism: A Case Study", *Annals of Tourism Research*, Vol. 21, No. 2, pp. 413-414.
- Oppermann, Martin(1996), "Rural Tourism in Southern Germany", *Annals of Tourism Research*, Vol. 23, No. 1, pp. 86-102.
- Pearce, Philip L. (1990), "Green Tourism in New Zealand : A Social Situation Analysis", *Annals of Tourism Research*, Vol. 17, No. 3 , pp. 337-352
- Sharpley, Richard and Julia Sharpley(1997), *Rural Tourism : An Introduction*, London:Tomson

- 森季雄, 瀧嶋誠司, 清水優(1997), *グリーンツーリズムの計画と実践*, (財)21世紀村づくり塾
- 井上和衛, 中村攻, 宮崎猛, 山崎光博(1999), *地域経営型グリーンツーリズム*, 都市文化社

도농교류 활동의 유형화와 발전방향

오현석, 최동주, 김정섭, 오형은

1. 서론

도시와 농촌이라는 서로 다른 맥락 속에서 생활하는 사람들 사이에는 수많은 형태의 소통과 교환 활동들이 이루어지고 있다. 그 중 ‘도농교류’라는 단어로 범주화되고 있는 어떤 부류의 활동들은 공공정책 지원의 대상이 될 정도로 중요한 의미를 부여받고 있다. 많은 지방자치단체들이 예산을 지원하여 ‘도농교류’라는 이름으로 도시민들의 농촌방문을 촉진하고 있으며, 1990년대 중반 이후로는 중앙정부 또한 농소정 협력사업을 통해 ‘도농교류’ 활동을 지원해 왔다. 그와 같은 공공지원의 배경에는 도시와 농촌의 문화적 거리를 축소시키는 사회통합, 농업·농촌의 다원적 기능 또는 공익적 기능에 대한 범사회적 관심을 제고시키는 공론장(public sphere) 형성, 농식품 및 농촌관광 서비스 생산자와 소비자 사이의 거래비용 절감 등의 측면에서 긍정적인 효과가 있을 것이라는 기대감이 깔려 있다.

하지만 그러한 기대와는 달리, ‘도농교류’라는 언표 뒤에 작동하고

있는 다양한 동기들과 사회적 관계들 모두가 공공정책 지원의 정당성을 확보할 수 있을 만큼 공익적 가치 창출을 목적으로 하는 것 같지는 않다. 어떤 경우에는 전형적인 시장거래 활동이 '도농교류' 라는 표현으로 포장되고 있으며, 뚜렷한 공익적 목적 없이 이루어지는 일회성 농촌 방문 행사들도 '도농교류' 라는 제목을 달고 있다. 이러한 상황에서 '도시 공간과 농촌공간이 서로 결여하고 있는 것들을 ... 대등·호혜 원칙 하에 상호간에 주고받는 것(김병률 등, 2000:20)' 이라는 도농교류에 대한 정의는 너무 막연해서, 어떤 종류의 '도농교류' 활동을 공공부문이 지원해야 하는가라는 물음에 답을 주지 못한다.

'도농교류' 활동을 촉진할 때 사회가 얻게 될 것으로 기대되는 공익적 가치에 대한 논리가 뒷받침되지 않은 상태에서 정책지원이 앞서 나갈 경우, 그러한 지원은 향수어린 농촌적 정서만을 자극하고 끝나거나 도시민들의 즉흥적이고 일회적인 농촌 나들이에 덧붙여지는 슬로건 수준에만 머물게 될 가능성도 없지 않다. 그렇게 된다면 도농교류 활동에 대한 공공부문 지원의 정당성은 점차 부식되고, 도농교류 활동의 의의도 사회적 관심 영역으로부터 멀어지게 될 것이다. 지금 우리 사회에는 도농교류에 대한 엄밀한 정의와 그 기능에 대한 논리적 정당화가 뒷받침되지 않은 상태에서, '도시와 농촌 사이의 장벽을 허물고 공생관계를 만들기 위해 도농교류를 활성화시키자' 라는 막연한 슬로건만 팽배해 있는 것은 아닐까? 공공지원의 정당성을 갖출 수 있는 도농교류의 구체적인 행위유형은 어떤 것이며, 그 같은 행위들이 갖는 사회적 기여의 메커니즘은 어떤지를 분석하고 이해하는 작업이 더 중요한 시점은 아닌가?

이 글은 도농교류 활동에 대한 분석적 이해를 시도하며, 그것에 대한 효과적인 공공개입 방안을 논하고 있다. 글의 순서는 다음과 같다. 먼저

‘도농교류 활동을 공공부문이 지원하는 것이 왜 필요한가’라는 물음과 관련하여 두 가지 이론적 관점들을 검토한다. 두 번째로는, 의미연결망 분석(semantic network analysis)을 통해 ‘도농교류’라는 언표와 동반하고 있는 다양한 실천들을 귀납적으로 유형화한다. 이것은 지금 한국사회에서 이루어지고 있는 ‘도농교류’ 활동들의 주체와 내용을 경험적으로 파악하려는 노력이다. 마지막으로, 여러 주체들이 행하고 있는 도농교류 활동이 공익적 가치를 창출하는 것으로 발전되기 위해서 필요한 노력들이 무엇인지에 대해 제언하고 있다.

II. 도농교류 활동을 바라보는 두 가지 관점

도농교류를 통해 ‘어떤 실천들이 이루어질 때, 어떤 사회적 기여가 발생할 수 있는가’를 분석적으로 논의한 연구는 찾아보기 힘들다. 다만 도농교류 활동을 크게 8가지로 유형화하고, 도농교류의 효과를 서술한 사례가 있을 뿐이다(김병률 등, 2000:28-38)¹⁾. 하지만 이와 같은 유형화는 어떤 기준에 의한 것인가? 제시되고 있는 도농교류 활동의 효과를 뒷받침해 줄 논리적·경험적 근거는 존재하는가? 김병률 등(2000)의 연구는 다양한 ‘도농교류’ 활동들을 식별하고 분류를 시도한 거의 유일한 작업이었다는 점에서 의의가 있지만, 그와 같은 ‘도농교류’ 활동들에 대한 공공지원이 정당한 것인가라는 문제에 대해서는 적절한 분석의 관

1) 김병률 등(2000)은 도농교류활동을 ‘체재·휴양형’, ‘지역축제형’, ‘테마관광형’, ‘자매결연형’, ‘청소년 체험학습형’, ‘직거래형’, ‘주말농원형’, ‘농업·농촌 체험형’의 8가지로 분류하고 있다. 그리고 도농교류의 효과로는 ‘농촌·자연·환경에 대한 이해, 보존 인식’, ‘농촌 지역경제 활성화’, ‘농가소득 증대’, ‘우리 농산물, 친환경 농산물의 소비촉진, 홍보, 판로 확보’, ‘도시민과 농촌주민의 인적 유대 강화, 신뢰감 형성’ 등을 예로 들고 있다.

점을 제시하지 못하고 있다.

그렇다면 공공부문 정책지원의 정당성이라는 측면에서는 도농교류 활동을 어떻게 바라보아야 하는가? 여기에서는 ‘농식품 직접 마케팅’과 ‘농촌 어메니티 시장의 진화’라는 두 가지 주제와 결부하여 도농교류 활동에 대한 공공부문 정책지원의 정당성 문제에 대해 논의한다.

1) 농식품 직접 마케팅 활동으로서의 도농교류 : ‘얼굴 있는 농산물’

‘도농교류’ 활동의 상당수가 농식품 직접 마케팅 활동을 동반한다. 그러나 이때의 ‘직거래형 도농교류 활동’이 지니는 사회적 의의는 심층적으로 분석되지 못하고 있다.

“농산물 직거래는 넓은 의미에서 중간유통단계를 축소함으로써 유통 마진을 줄이기 위한 거래 형태로 농민(단체)들이 도시 소비자들에게 직접 판매하는 농민장터와 생협 등에서 1980년대 말부터 추진해 온 지속적인 농·도 직거래(공동구매) 등이 있다. 그러나 도농교류로 분류되는 직거래는 좁은 의미에서 후자에 국한된다고 할 수 있다. 실제로 지속성을 기반으로 한 협의의 직거래는 농산물의 물적 교류뿐만 아니라 한마당축제나 조합원간 상호 가정방문, 농촌 현장체험 등의 인적 교류가 함께 이루어지기 때문에 도농교류의 큰 부분을 차지하고 있다(김병률 외, 2000:37).”

도농교류에 수반되는 농식품 직거래 활동이 사회적 의의를 갖는 것은, 그것이 단지 중간유통단계를 축소시켜 생산자들과 소비자들 모두에게 더 많은 편익을 가져다주기 때문이라고 설명할 수는 없다. 김병률 등

(2000)이 밝히고 있는 농식품의 물적 교류에 부가된 인적 교류의 측면이 지니는 사회적 의의를 보다 깊게 고찰할 필요가 있다. '농식품 직거래에 수반하는 인적 교류'가 지니는 사회적 의의는 식품체계(food system) 관련 논의 속에서 농식품 직접 마케팅에 대한 연구를 통해 여러 연구자들에 의해 논의되어 왔다.

1990년대 중반 WTO의 출범과 더불어 가속화되어 온 식품체계(food system)의 지구화 현상은 식품 생산 및 유통의 대형화·산업화 과정을 통해 거래가 가능한 지리적 영역을 확대시킴과 동시에 거래의 익명성 또한 증대시켰다. 이 같은 배경 속에서 농식품의 품질, 특히 식품 안전성 측면에서 중요한 사회적 이슈가 되어 온 소비자들의 요구와 식품체계의 지구화 추세 속에서 새로운 생존방식을 찾아야 하는 지방의 소규모 농식품 생산자들의 이해가 맞물려 농식품 직접 마케팅 활동이 출현하기 시작했다²⁾. 이 같은 형태의 생산자-소비자 관계는 지구화된 식품체계의 그것에 비해 더욱 직접적이고, 대인적이며, 농식품 품질에 대한 투명한 정보 공유가 가능한 형태의 관계를 유지한다는 특징을 지니고 있다.

우리 사회에서 '도농교류' 활동이라고 불리는 것들 중 상당수가 사실은 농식품 직접 마케팅 활동에 다름 아니다. 그런데, 그 같은 활동을 농식품 시장에서의 마케팅 활동이라는 상업적 활동으로만 이해하는 것이 아니라, '도농교류'라는 표현을 통해 상업적 활동 외의 측면을 강조한

2) 농민장터, 회원제 농업, 신선채소류 직배, 여타의 구매협동조합형 농식품 유통 및 배송 프로그램 등, 선진 산업국가들에서 확산되고 있는 농식품 직접 마케팅의 다양한 형태와 그 의의에 대한 연구는 해외의 농촌사회학자들 사이에서 활발하게 진행되고 있다. 이에 상세한 자료로는, Festing(1998), Groh and McFadden(1997), Hinrichs(2000), Kneen(1993), Powell(1995) 등을 참고.

다는 사실을 주목할 필요가 있다. 농식품 시장에서 생산자들이 보여주는 상업적 활동으로서의 다양한 마케팅 활동들 중 일부로만 다루어지는 것이 아니라, 그 이상의 사회적 의의를 지니는 것으로 간주하는 분석의 관점은 어떤 것인가?

여기에는 시장이라는 개념을 정의함에 있어 고전주의 경제학과는 다른 새로운 관점이 동원된다. 경제사회학(economic sociology) 연구에서 형성되어 온 '배태(embeddedness)' 라는 개념이 바로 그것이다. 많은 경우에 농식품 직접 마케팅이 이루어지는 곳에서는 생산자와 소비자 간의 사회적 관계(tie) 속에 '거래' 라는 경제적 활동이 배태되어 이루어진다(Hinrichs, 2000:296). 즉, (동일한 품질의 상품이 거래되는 상황이라 가정하더라도) 가격이 판매자와 구매자 사이의 거래 성립 여부를 결정하는 가장 중요한 요인은 아니라는 것이다. 농식품의 직접 마케팅이 이루어지는 곳에서 사회적·대인적 관계가 소비자의 구매의사 결정에 있어 가격의 작용과 소비자의 도구적 행동(instrumental behavior)을 반드시 배제시키는 것은 아니지만, 가격 못지않게 중요한 의사결정 요인이 되는 것만은 분명해 보인다.

가령, 생활협동조합을 통해 특정 생산자로부터 유기농 쌀을 정기적으로 구매하는 소비자들의 거래 행위에는 '가격 대비 품질'에 대한 판단에 기초하여 효용의 극대화를 꾀하려는 경제적 합리성 이상의 것이 존재한다. 그 해의 작황이 좋지 않아 유기농 쌀의 품질이 떨어지거나 가격이 다소 오르더라도, 자신이 구매하는 유기농 쌀의 생산자와 상당한 친분과 사회적 관계를 유지하고 있는 생협 소비자들은 유기농 쌀 구매처를 쉽게 바꾸지 않는다. 이처럼 언뜻 보기에 '효용 극대화'라는 경제적 합리성의 원칙에 위배되는 것 같은 거래 행위의 이면에는 특정한 이념이 공유되는 사회적 관계가 작용하고 있는 것이다.

‘효용 극대화’ 라는 일반적인 경제적 합리성 원칙만으로는 설명되지 않는 거래 행위를 분석하기 위해 경제사회학 연구자들이 동원하는 개념이 ‘시장도(marketness)’ 와 ‘도구주의(instrumentalism)’ 이다. Block(1990)에 따르면, 모든 경제적 거래는 시장도라는 연속선 위에서 이루어진다.

“‘시장도가 높다’ 는 것은 가격에 대한 고려가 거래 의사결정을 지배하며 다른 어떤 것도 그 같은 의사결정에 간섭하지 않게 되는 상황을 의미한다. 그러나 시장도의 연속선을 따라 낮은 시장도의 상황에 이르게 되면, 가격과는 무관한 사항들에 대한 고려나 판단이 거래 의사결정에 있어 더 중요한 요인이 된다. 그렇다고 해서 시장도가 낮은 조건 하에서 가격이 거래와는 무관하다는 것을 뜻하는 것은 아니다. 단지, 시장도가 낮은 조건에서는 가격이라는 변수가 여타의 변수들과 경합하는 상황이 되고, 따라서 거래를 하기 전에 예상했던 것보다 훨씬 더 큰 가격 차이로 거래가 성립되는 상황을 충분히 예상할 수 있음을 말하는 것이다. ...(중략)... 거래의 시장도가 줄어들수록, 경제적 행동은 사회적 관계라는 보다 복잡한 그물망 안에 더욱 많이 배태되는 경향이 있다 (Block, 1990:51-53).”

시장도가 거래에 있어서 가격의 유관성을 드러내주는 개념이라면, 도구주의는 개별 거래행위자들의 동기를 설명해주는 개념이다. 높은 수준의 도구주의는 거래 행위자들이 경제적 목적을 가장 우선시하고 그 목적을 성취하기 위해 기회주의적 행동을 할 때 나타난다. 반면에, 낮은 수준의 도구주의는 행위자가 비경제적인 목적이나 관심사, 예를 들면 친분, 혈연, 지연, 도덕성, 이념, 종교 등과 같은 요인을 우선적으로

로 고려함을 보여준다. Block(1990)은 시장을 사회적 배태, 시장도, 도구주의가 서로 혼합되어 유동하는 공간으로 파악한다. 사람들은 자신의 욕구를 충족시키기 위해 것처럼 세 가지 개념의 스펙트럼이 얽혀져 있는 시장이라는 회색지대를 찾게 된다는 것이다.

우리가 ‘도농교류’ 라고 부르는 활동들 중 상당수는 분명히 그 배후에 어떤 사회적 관계가 배태되어 있어 낮은 시장도와 낮은 도구주의라는 조건 하에서 농식품 거래가 성립되는 것들을 말한다. 그리고 ‘도농교류’ 활동들에 대한 기대의 근거 또한 배후의 사회적 관계가 지니는 긍정적인 결과물에 있다. 특히 대면적(face-to-face) 사회관계 안에 배태된 농산물 직거래형 도농교류 활동, 즉 ‘얼굴 있는 농산물 거래’가 지구화된 식품 체계가 지니는 익명적 거래의 부정적인 결과들을 치유할 수 있는 대안으로 기대되고 있다. 하지만, 농산물 직접 마케팅을 통해 이루어지는 도농교류 활동이 배태되어 있는 대면적 사회관계가 자동적으로 긍정적인 결과를 보장해 줄 것인가? 긍정적인 결과가 예상된다면, 누구에게 긍정적인 결과일 것인가? ‘사회적 관계 속에 배태된 얼굴 있는 농식품 거래³⁾’라는 도농교류 활동의 특성을 그 자체로 긍정적인 것으로 평가하고 지원하기 보다는, 그 같은 활동들을 배태하고 있는 사회적 관계의 영향이라는 측면에서 세분화하고 비판적으로 검토하는 작업이 필요하다.

2) 농촌관광 시장 진화의 초기 단계로서의 도농교류 활동 : 농촌 어메니티 시장 촉진

‘도농교류’ 라고 언표되고 있는 활동들 거의 대부분이 도시주민의 농

3) 김병률 등(2000)의 표현을 따르자면, ‘인적교류가 수반되는 농산물 직거래형 도농교류’ 라고도 할 수 있을 것이다.

촌방문을 수반하기 마련이다. 방문자들의 활동 내용들은 도시에서는 경험할 수 없었던 것들을 경험하는 것으로 채워진다. 자신이 일상적으로 경험하지 못하는 것, 즉 낯선 것에 대한 경험은 관광행위를 구성하는 기본 요소이다. 하지만 도시주민들이 농촌을 방문하여 '낯선 것'을 경험하는 행위 그 자체를 농촌관광 시장에서 이루어지는 소비 행동이라고 부를 수는 없다. '낯선 것'에 대한 경험과 경제적 가치가 교환될 때, 농촌관광 시장에서의 소비행동이라고 부를 수 있을 것이다. 도농교류 활동은 본격적인 농촌관광 상품 거래행위가 이루어지지 않지만 도시민들의 경험 속에서 '농촌 어메니티 자원에 대한 소비자와 공급자 상호간에 새로운 상품화 가능성이 발견되는 농촌관광 시장 형성 초기 단계(오현석 등, 2003:53)'의 현상이라고도 말할 수 있다.

도농교류를 농촌 어메니티 상품화 과정의 초기 단계 현상으로 파악한다면, 이에 대한 공공부문의 정책 개입은 농촌 어메니티 시장을 촉진하기 위한 정책수단으로도 이해할 수 있다. 사회적 자산으로 인정되는 농촌 어메니티의 가치를 현실화시킴으로써 그것이 보존될 수 있도록 하는 다양한 형태의 정책수단들을 취할 수 있다⁴⁾. 도시주민들의 농촌 방문을 지원하는 것은 그 중에서도 수요자와 공급자들 간의 집합행동(collective action)을 유도함으로써 농촌 어메니티에 기반한 상품거래를 촉진시키고 거래비용을 줄이는 방법이 될 수 있다. 그러나 상품화되도록 유도시키고자 하는 대상이 농촌관광 시장의 활성화를 통해 최적 공급 상태를 유지하게 되고 그로 인해 사회가 수요가 존재하는 농촌 어

4) OECD(1999)의 논의에 따르면, 농촌 어메니티 정책은 크게 '시장거래 촉진 정책', '집합행동 유도 정책', '규제 정책', '인센티브 정책'의 네 가지로 범주화할 수 있다. 그리고 이들 네 가지 범주는 각각 다양한 정책수단들로 구성된다. 이에 대한 상세한 해설로는, 참고 「김정섭(2001). "농촌개발과 어메니티 : 국제적 논의동향과 함의", 농어촌과 환경, 제73호」를 참조.

메니티의 적정 보존 또는 공급이 가능할 것이라는 전제 하에서만, 정책 지원의 정당성을 확보할 수 있다.

도농간 사회적 연대의 강화 또는 농촌어메니티 자원의 보전을 위한 차원에서 시작된 도농교류라 하더라도 대개의 경우 그러한 교류를 통해 발생하는 거래적 관계가 규칙성을 확장하면서 시장으로 발전하는 경우가 많다. 예컨대 1950년대 프랑스 알프스 지방에서 농가주택 보존차원에서 시작된 지트운동(movements des gites rurales)은 오늘날 전국적인 규모의 네트워크화된 농촌관광 숙박시설로 성장하면서, 서유럽 농촌관광 숙박시설의 모델이 되고 있는가 하면, 하나의 브랜드로 시장에 나서면서 일반 숙박시설과 시장경쟁관계에 놓여 있다. 특정한 이념적 가치 또는 사회적 공감대를 바탕으로 이뤄지는 농촌체험 등 학습분야에 있어서도 그러한 상업적 거래관계의 규칙화 경향은 일반적인 현상이며, 때로는 도농교류의 지속가능성을 담보하는 물질적 토대로 이해되는 경우가 많다. 이 경우 공공부문의 개입은 이와 같은 도농교류의 시장화 추세가 지역균형발전을 위해 대안적 시장으로서 기능할 수 있다는 점에서 사회적 타당성을 갖춘 것으로 이해된다.

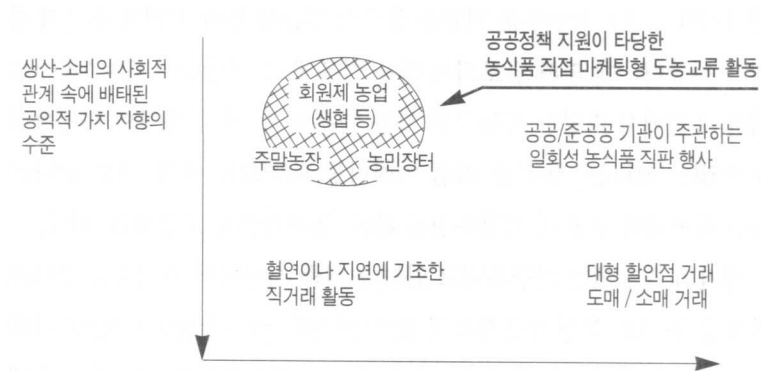
3) 공공부문은 어떤 유형의 '도농교류' 활동을 지원해야 하는가?

'이념적 가치'에서 '사회적 가치', '상업적 가치'에 이르기까지 그 활동의 결과가 폭넓은 범주에 걸쳐있는 '도농교류' 활동에 대해 이를 촉진하고 발전시키기 위한 공공부문의 개입활동의 정당성과 대상은 어떤

5) '도농교류'와 '농촌관광'이라는 용어가 종종 전자의 '사회적 가치'와 후자의 '상업적 가치'를 대비시키는 구도로 이해하는 경향이 없지 않다. 그러나 사회적 가치를 추구하는 과정에서 발생하는 거래적 관계가 시장에서의 상업적 활동을 수단으로 하는 범주에 있는 한, 이 두 용어를 대립적인 구도 속에서 이해할 필요는 없다. 실제 서구에서 시장으로서의 농촌관광은 도농교류가 포괄하는 사회적 가치를 본질로 하고 있다는 점에서(예컨대, 농촌관광의 농업적 성격의 제도화 등) 특히 그렇다.

것이어야 할까? 공공부문 개입은 공익성 창출을 통한 사회적 후생의 증대가 시장기구에 의해 담보되지 않을 경우에 그 정당성이 담보된다. 그러한 측면에서 다양한 도농교류 활동 가운데 두 가지 유형의 활동들이 주목된다. 하나는 '농식품 직접 마케팅형 도농교류'이며, 다른 하나는 농촌 어메니티 보존 및 시장축진을 위한 '농촌방문형 도농교류'이다.

전자의 경우에는 지구화되고 있는 농식품 시장에서 익명성의 증대로 발생할 수 있는 부정적인 사회적 결과(예컨대, 식품안전성 등)들을 예방 또는 최소화한다는 측면에서 이러한 유형의 도농교류를 지원하는데 대한 공익성이 담보될 수 있을 것이다. 앞서 정의했듯이 이러한 활동들은 낮은 시장도, 낮은 수준의 도구주의, 공익적 가치를 지향하는 사회적 관계라는 조건을 충족하는 농식품 직접 마케팅 활동으로 정의할 수 있다. 이러한 활동을 지원하는 것은 단순히 부정적 결과를 보완하거나 최소화하는 것에 국한된 것은 아니다. 생산자와 소비자 상호간의 직접적 접촉과 생산활동과 소비활동 자체의 성격에 대한 정보의 교류를 통해 이와 같은 형태의 교류는 사회적 연대를 강화하는 한편, 사회적 의사소통을 증진시킨다는 점에서 사회발전에 긍정적인 결과를 가져오는 측면이 있는 것이다. 서구의 많은 나라에서 이와 같은 형태의 교류를 생산자 단체 및 소비자 단체의 집합행동의 변화를 유도하는 것을 통해 지원하는 이유가 여기에 있으며, 이 경우 도농교류의 가치는 '사회적 가치'와 '경제적 가치'가 같은 방향으로 중첩돼 나타나고 있다. '도농교류'를 표방하며 전개되고 있는 다양한 유형의 농식품 거래 활동들 중에서 공공정책 지원의 정당성을 확보할 수 있는 것들을 구별해내기 위한 기준을 개념적으로 도식화하면 아래의 [그림 1]과 같은 모양이 될 것이다.



[그림 1] 도농교류 지원의 타당성 기준에 의한 농식품 거래 행위의 유형분류

한편, 농촌 어메니티 보존 및 시장축진을 위한 농촌방문형 도농교류의 경우 이에 대한 공공부문의 개입은 보다 지혜로워질 필요가 있다. ‘도농교류’라는 사회적 가치와 ‘농촌관광’이라는 상업적 가치가 충돌할 가능성이 높은 영역이기 때문이다. 공공부문의 개입은 이 두 개의 가치영역을 조화시키는데 어떻게 기여할 것인가가 중요한 과제가 되고 있다.

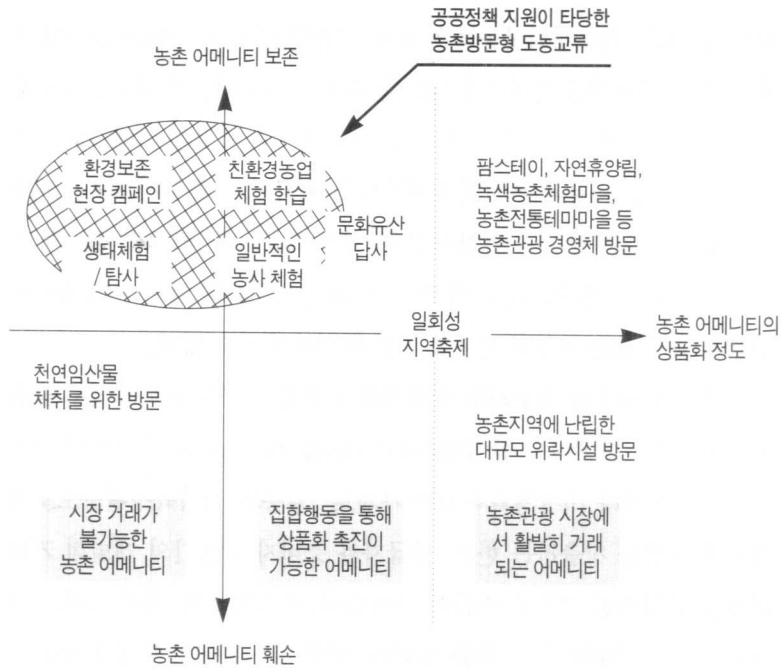
시장실패의 영역에 존재하는 농촌어메니티 자원의 보존을 위한 공공부문의 개입활동은 사회적 수요에 대해 공급능력을 적정수준에서 유지하기 위한 노력이라는 점에서 그 타당성은 분명해 보인다. 이른바 ‘공정적 외부효과(positive externality)’를 촉진한다는 측면에서 공익적 기능이 분명히 드러나기 때문이다. 농촌경관을 구성하는 자연생태계 및 농업생태계의 외관을 다듬고, 마을공간의 미학적 완성도와 농촌성(rurality)을 강화하기 위한 활동들이 여기에 포함될 것이다.

그러나 이러한 어메니티 자원을 시장가치로 전환시키기 위해 공공부

문이 펼쳐고 있는 개입활동들은 보다 세심한 배려와 준비를 전제로 할 때만이 그 정당성을 분명하게 담보할 수 있을 것이다. 이 경우 도농교류 활동은 농촌어메니티 자원의 훼손을 유발하거나, 새로운 어메니티 시장이 발생시키는 비용과 편익의 수혜구조를 왜곡시켜, 결과적으로는 지속가능성의 물질적 토대를 약화시킬 수 있기 때문이다. 비교적 경관적 가치가 우수한 농촌지역의 특정 장소에 대한 지역사회 또는 지방정부의 접근은 그와 같은 부정적 결과를 종종 목격하게 하고 있다.

어메니티 시장을 촉진하고 활성화하기 위한 공공부문의 개입은 농촌관광 등 지역 어메니티 산업(amenity-based industry)의 육성에서 나타난다. 이는 여타 시장영역과 마찬가지로 일종의 시장육성활동으로서 새로운 시장을 창출하는 한편, 공급자와 소비자 상호간의 개별적 거래 관계를 규칙적인 것으로 만들어 나가면서, 가격기구에 의해 양자의 경제적 후생을 극대화하기 위한 것이다. 비록 시장관계의 형성을 목표로 한 것이라 하더라도 농촌 어메니티 시장육성을 위한 공공부문의 개입은 시장이 창출하는 부가가치의 지역내 순환구조, 비용과 편익구조의 형평성, 지역정체성에의 기여라는 측면에서 개별적 활동들에 적극 개입할 필요가 있다. 이는 농촌어메니티 자원의 시장가치로의 전환활동이 개별적으로 이뤄진다 하더라도 자원 그 자체가 지역성(territoriality)에 토대를 두고 있어 공익적 가치에 대한 지역사회의 기대수준이 매우 높기 때문이다. 예컨대, 농촌지역의 펜션시장에 대한 지방정부의 상반된 대응 태도는 그와 같은 이유가 정리되지 않은 채로 투영되고 있어서이다.

도농교류' 라고 표현되는 다양한 형태의 농촌방문 활동들 중에서 공공정책을 통한 지원의 정당성을 가질 수 있는 것들을 구별하기 위한 기준을 개념적으로 도식화하면 [그림 2]와 같은 모양이 될 것이다.



[그림 2] 도농교류 지원의 타당성 기준에 의한 농촌방문 활동의 유형분류

III. '도농교류' 활동의 주체와 내용

도시와 농촌 각각에 거주하는 행위자들이 서로 맺고 있는 다양한 유형의 관계들은 복잡한 연결망을 이루고 있다. 우리가 '도농교류' 라고 하는 것은 그러한 도시-농촌의 연결망 구조 속에서 특정한 지향을 가진 행위자들 사이의 관계 속에 배태된 여러 속성들 중 하나이다. 도시와 농촌의 관계망 속에서 나타날 수 있는 여러 가지 출현적 속성들 중 유독

‘도농교류’에 우리가 관심을 갖는 이유는, 그 같은 활동들을 통해 무엇인가를 서로 주고받는 행위자들이 공통되게 사회적으로 긍정적인 기여를 할 수 있는 어떤 지향(orientation)을 갖고 있다고 믿고 있기 때문이다.

그러나 그 지향은 조금씩 서로 다른 의미를 내포할 수도 있다. 즉 어떤 이들은 도농교류 활동을 농업인의 소득증대 기회로 이해하기도 하며, 어떤 이들은 농업 및 농촌의 가치에 대한 사회적 공감대 형성의 장으로 이해하기도 하며, 어떤 이들은 도시적 삶과 농촌적 삶이 조우하면서 제3의 생태적 삶을 추구하는 환경운동의 일환으로 이해하기도 한다. 달리 말하자면 환경적 이념을 추구하는 시민사회 조직, 농가소득 증대의 기회를 찾고자 하는 생산자 조직, 농업의 공익적 가치에 대한 인식제고를 추구하는 정부나 농민운동 조직 등 다소 이질적인 목적과 활동방식들이 상호 밀접히 결합되어 있을 가능성이 높다. 따라서 이들 ‘도농교류’ 활동들에 대한 의미 연결망 분석은 그것들의 다양한 사회적 지향을 함축하는 실제 언표들에 기반해 귀납적으로 유형화하고 개념화할 수 있는 근거를 제공해줄 것이다⁶⁾.

1) 의미연결망 분석의 논리: ‘언어는 존재의 집’

의미 연결망 분석이란 어떤 공유된 의미에 기반하여 특정 체계의 구조를 보여주는 사회학적 분석방법의 하나이다(Doerfel & Barnet, 1999:590). 서로 관계를 맺고 있는 여러 사회적 단위들이 표현하고 있는 특정 언표들을 유목화하고, 각 언표들을 표방하는 사회체계 내 행위자

6) 연결망 분석은 사회적 현상을 한 행위자나 조직을 단위로 분석하기 보다는 이들 간에 맺어지는 관계로부터 파생되는 출현적 속성을 강조하고 그에 따라 관계의 양상을 분석한다는 점에서 행위자 중심, 혹은 변수중심의 접근법과는 구별된다.

들을 ‘소속 연결망(affiliation network)’의 형태로 재구성하고 분석함으로써, 우리는 그 사회적 단위들이 보이는 이념, 전략, 행위 등의 유사성과 차이점을 이해할 수 있게 된다⁶⁾. 이 같은 방식의 의미연결망 분석은, ‘특정 언표들을 표현하는 행위자들이 공통된 언표들을 표현하는 빈도가 높을수록 그 행위자들이 갖고 있는 이념, 전략, 행위 등의 유사성 정도는 증가할 것이다’라고 가정한다.

여러 명의 행위자들이 일정 주제에 대해서 여러 가지의 언표를 나타내고 있는 상황을 가정해보자. 분석의 대상이 되는 집단 내 행위자들의 이름을 행에 표시하고, 행위자들 전체가 표현하고 있는 모든 언표들을 열로 표시한 행렬 A 를 만들 수 있다. 그리고 행위자 집단 내의 두 행위자가 특정 언표를 공통적으로 표현하는 경우를 행렬에 ‘1’로 표시하고, 그렇지 않은 경우를 ‘0’으로 표시할 수 있다. 행위자 i 와 j 가 언표 k 를 공통적으로 표현하고 있다면, $a_{ik} = a_{jk} = 1$ 이 된다. 그리하여 두 행위자들에 대해 동일한 열에서 숫자 ‘1’이 나타나는 빈도 N 은 두 행위자들이 공통적으로 표현하고 있는 언표들의 개수가 된다. 그리고 행과 열에 모두 행위자들을 배치하고 각 행과 열이 교차하는 곳마다 공통적으로 표현하고 있는 언표의 수를 표시한 정방행렬 X^N 를 구성할 수 있게 된다. 이때, $x_{ij}^N = x_{ji}^N$ 가 된다. 분석대상 집단 내 행위자들이 표현하고 있는 모든 언표들의 집합의 원소의 개수를 h 라 한다면, 행위자 i 와 j 가 언표를 공통적으로 표현하는 경우의 수 x_{ij}^N 의 최소값은 0이고 최대값은 h 이다. 이를 식으로 나타내면 다음과 같다.

6) 소속 연결망 분석의 이론과 기법에 대한 상세한 내용은, Wasserman & Faust(1994)를 참조.

$$x_{ij}^N = \sum_{k=1}^h a_{ik} a_{jk}$$

(식 1)

이 때, 두 행위자 i와 j모두가 언표 k를 표현하고 있다면 $a_{ik} a_{jk}$ 는 1이 된다. 두 행위자들 중 한명이라도 언표 k를 표현하지 않고 있거나 둘다 언표 k를 표현하지 않고 있다면, $a_{ik} a_{jk}$ 는 0이 된다. 이로써 각 행위자들이 표현하고 있는 언표들의 유사성을 근거로 그들 사이의 상징적 거리를 살펴볼 수 있는 의미연결망을 $\{ X^N = x_{ij}^N \}$ 이라는 행렬식으로 표현할 수 있다. 행렬 A의 전치행렬을 A'이라 하면, (식 1)은 다음과 같이 표현할 수 있다.

$$X^N = AA'$$

(식 2)

이 같은 의미연결망 행렬은 행위자들의 가치관, 목적, 지향, 이념, 전략 등 다양한 관념들이 표현된 언표들을 근거로 하여, 그들 상호간의 유사성을 상대적인 거리로 표현해 줄 수 있게 한다. 이 행렬 데이터를 시각적으로 잘 표현하기 위해 연결망 분석에서 가장 자주 사용되는 기법은 다차원축척법(multi-dimensional scaling)이다. 이 기법은 주체들 간의 유사성을 낮은 차원의 공간에 시각적으로 표현하는 방법으로, 서로 간의 거리가 가까운 - 유사성이 높은 - 주체들은 그림 안에서 더욱 가까운 곳에 위치하게 된다.

2) '도농교류' 활동에 대한 의미연결망 분석 : '누가, 어떤 내용의 도농교류를 하는가'

(1) 자료수집 방법

'도농교류' 활동에 대한 의미연결망 분석을 수행하기 위해서는, 도농교류 활동을 하고 있는 조직들의 활동 목적과 내용이 드러나고 있는 언표들을 수집할 필요가 있었다. 이를 위해, 2002년 6월부터 2003년 5월까지 1년간의 주요 일간지와 농업관련 전문지에 나타난 도농교류 활동들과 관련된 기사들, 그리고 인터넷의 주요 검색엔진에서 '도농교류' 라는 단어를 핵심어로 검색하였을 때 찾을 수 있는 웹페이지들의 텍스트들을 수집했다. 자료를 수집하기 위해 검토한 신문은 조선, 동아, 중앙, 한겨레, 농민신문, 농수축산신문이었다. 인터넷 검색을 위해 사용했던 검색엔진 사이트는 야후(www.yahoo.co.kr)였다.

(2) 도농교류 활동을 수행하는 주요 조직

주요 일간지 및 농업전문지, 그리고 인터넷 검색엔진 '야후' 에서 '도농교류' 를 키워드로 검색한 결과 나타난 도농교류 활동 조직은 총 141개였다. 이 조직들을 유형별로 분류하면 다음 <표 1>과 같다.

<표-1> 신문과 인터넷을 통해 찾은 도농교류활동 수행 조직

대분류	빈도	백분율	소분류	빈도	백분율
교육관련 조직	533	7.5	교육청	4	2.8
			교육자협회	2	1.4
			초등학교	37	26.2
			중학교	10	7.1
농민 또는 농민운동조직	181	2.8	농민단체	6	4.3
			농업경영체	5	3.5
			농촌마을	7	5.0

대분류	빈도	백분율	소분류	빈도	백분율
협동조합	24	17.0	농협	21	14.9
			생협	2	1.4
			임협	1	0.7
농촌지역 여성 및 청소년단체	8	5.6	4-H	4	2.8
			생활개선회	4	2.8
도시지역 사회단체	11	7.8	시민운동단체	10	7.1
			도시여성단체	1	0.7
종교단체	3	2.1	종교단체	3	2.1
공공기관	24	17.0	지방자치단체	13	9.2
			농업기술센터	8	5.7
			농업기술원	2	1.4
			품질관리원	1	0.7
계	141	99.8	계	141	99.8

위의 <표 1>에 보여지는 빈도분포가 우리나라 전국의 도농교류 활동 조직 모집단의 분포를 대표한다고 보기는 어렵다. 조직의 특성이 특정 매체에 더욱 잘 노출될 수 있게 해줄 것이기 때문이다. 하지만 이 같은 분포를 고찰하면, '도농교류' 라는 언표를 사용하면서 나름대로의 활동을 전개하는 주요 조직들이 어떤 것들인지에 대한 대략적인 파악은 가능할 것이다.

(3) '도농교류' 조직들의 의미 연결망

신문자료와 인터넷을 통해 수집한 141개의 도농교류 활동 조직 중, 도농교류 행사의 제목이나 그러한 행사의 목적에 대한 언급이 비교적 명확하여 의미연결망 분석에 사용할 수 있다고 판단되는 조직들 64개를 선별하여 분석에 사용했다. 신문과 인터넷 웹페이지에 나와 있는 도

농교류 활동의 제목과 목적에 나타난 단어들을 정리한 결과, 총 292개의 단어들이 나타났다. 이와 같은 단어들을 다시 유사한 의미를 지니는 66개의 언표 범주들로 정리한 결과는 다음 <표 2>와 같다.

<표-2> 신문과 인터넷에 나타난 도농교류 관련 언표들의 빈도분포

언표	빈도	백분율	언표	빈도	백분율	언표	빈도	백분율
체험	32	11.0	공동체	4	1.4	학습	1	0.3
먹거리 명칭	20	6.8	장터	3	1.0	보호	1	0.3
농촌	17	5.8	일손돕기	3	1.0	농심	1	0.3
도농교류	16	5.5	소비	3	1.0	먹기	1	0.3
교육	13	4.5	지역명	3	1.0	운동	1	0.3
농업	13	4.5	어린이	3	1.0	가문	1	0.3
농사	11	3.8	전통식품	3	1.0	청소년	1	0.3
직거래	11	3.8	전시회	3	1.0	현실	1	0.3
문화	11	3.8	중요성	3	1.0	차이	1	0.3
환경농업	10	3.4	특산물	2	0.7	인성	1	0.3
볼거리 명칭	8	2.7	여성	2	0.7	팜스테이	1	0.3
농산물	8	2.7	잔치	2	0.7	정서	1	0.3
환경	8	2.7	어촌	2	0.7	여행	1	0.3
축제	7	2.4	음식	2	0.7	푸르름	1	0.3
삶	7	2.4	극복	1	0.3	사업	1	0.3
학교	5	1.7	임산물	1	0.3	다양성	1	0.3
공유	5	1.7	홍보	1	0.3	놀이	1	0.3
공익적 가치	5	1.7	이웃	1	0.3	일지	1	0.3
판매	4	1.4	향토	1	0.3	상품화	1	0.3
지역	4	1.4	사이버	1	0.3	지도자	1	0.3
우리	4	1.4	민속	1	0.3	농소정	1	0.3
현장	4	1.4	증진	1	0.3	가을	1	0.3

이 같은 언표들을 표현하고 있는 각 조직들 간의 유사성을 살펴보기 위해, 소속 연결망을 구성하고 다차원 축척법을 사용하여 조사대상 도농교류 조직 64개의 의미연결망 다차원 축척도를 그려본 결과, 이들 조직들은 대략 세 개의 조직군으로 유형화할 수 있었다⁸⁾. 각 조직들의 도농교류 활동 제목과 목적에 나타난 언표들을 기준으로 한 이 같은 유형화는 이들의 도농교류 활동들이 지향하는 이념이나 목적을 유형화한 것으로 이해할 수 있다. 다차원 축척법에 의해 유형화된 각 조직군들에 포함된 조직들은 다음 <표 3>과 같다.

이 세 개의 조직군 구성에는 일정한 경향이 발견된다. 조직군 “가”를 구성하고 있는 조직들은 주로 광역단위 협동조합, 지방자치단체들이며 여기에는 농민단체, 사회단체, 교육기관이 단 한개도 포함되어 있지 않다. 조직군 “나”에는 농민단체와 도시지역에서 주로 활동하는 사회단체들이 모두 포함되어 있으며, 그 외에도 농협, 지방자치단체, 농촌에서 활동하는 4H나 생활개선회 같은 학습단체, 농협, 지방자치단체들이 골고루 포함되어 있다. 조직군 “다”를 구성하는 조직들은 대부분 초등학교나 중등학교 같은 공교육기관, 또는 농촌진흥청 산하 기관(농업기술원이나 농업기술센터)과 강한 제도적 연계를 맺고 있는 4H나 생활개선회 같은 사회학습단체들이다. 흥미를 끄는 것은 농협조직은 조직군 “가”, “나”, “다”에 골고루 포진해 있다는 점이다. 이 같은 분포가 함의하는 바는 무엇인가?

8) 다차원 축척법은 연결망 분석에서 행위자들 간의 유사성을 표현하기 위해 자주 사용되어 온 기법이다. 다차원 축척법으로 각 개체들을 군집화하는 것은 군집분석이나 요인분석과 같은 기법에 비하면 통계적 엄밀성이 떨어지는 결점이 있으나, 선행되는 가정이나 전제 없이 개체들 간의 상대적 거리만을 기준으로 군집화한다는 ‘개방성’ 측면에서의 장점이 있다. <그림 2>에서는 조직 ‘생활 수도권연대(co4)’와 ‘청남농협(co12)’를 딱히 어느 한 조직군에 포함시키기 어려운 점이 있어서 그대로 두었다.

〈표-3〉 다차원 축척법에 의해 분류한 도농교류 활동 조직

조직군	포함된 조직들
“가” (12개)	산림협동조합 중앙회(co6), 농협강원지역본부(co7), 농협부산지역본부(co8), 전남농협(co9), 농협전남지역본부(co5), 맹동농협(co18), 고령군(r3), 음성군(r5), 태안군(r6), 용호리(v1), 천안시 업기술센터(ai2), 농수산물유통공사(ai4)
“나” (36개)	한국환경교육협회(e3), 강하초등학교(e4), 청원교육청(e5), 가톨릭농민회(f1), 경기농산물지킴이(f3), 오학리 청년회(f4), 충남예산 생명농업운동본부(f5), 정각리마을(fe1), 풀누리 농장(fe4), 고성군농업기술센터(ai1), 서울농업기술센터(ai3), 경기도 농업기술원(ai5), 농산물 품질관리원(ai6), 나주 농업기술센터(ai7), 신대리(v2), 여수 YMCA(c1), 안동 YMCA(c2), 서울 YMCA(c3), 휴살림(c5), 경기문화재단(c11), 사단법인 한생명(c12), 양양군(r2), 나주 농업기술센터(ai7), 홍천군(r4), 이천시(r7), 경기도(r8), 신갈농협(co1), 부산농협(co2), 농협중앙회(co10), 순천별량농협(co2), 농협경남지역본부(co11), 농협 전북지역본부(co13), 안산군 자조협(co14), 농협 울산지부(co15), 서창농협(co16), 동래농협(co17), 충북농협지역본부(co19),
“다” (14개)	진안 능길마을(fe3), 충북 농촌지도자회(f2), 공주시 금학동(fe2), 나주시(r1), 원주 교동초등학교(e2), 경남 4-H(c4), 봉화군 생활개선회(c9), 홍천군 생활개선회(c8) 광양 YMCA(c6), 제주 4-H(c7), 구미 YMCA(c10), 고삼농협(co3), 장수중학교(e1), 백련 초등학교(e6)

(4) 도농교류 조직들의 지향과 실천

세 개의 군집으로 유형화된 조직들이 지향하는 도농교류 활동의 이념과 목적은 무엇인가? 이에 대한 답을 구하고자, 의미 연결망 속에 출현하는 언표들의 빈도를 각 조직군 별로 분석한 결과는 다음 〈표 4〉와 같다.

먼저 각 조직군마다 빈도가 높은 순으로 누적 백분율 50%까지의 출현 언표들을 살펴보자. 조직군 “가”의 경우, ‘특정 식품의 명칭’, ‘직거래’, ‘소비’, ‘농산물’, ‘전시회’의 언표들이 출현한다. 조직군 “가”는 주로 광역 단위의 협동조합 조직과 지방자치단체들로 구성되어 있었다. 이 조직들이 전개하고 있는 도농교류 활동들은 지역에서 생산되는 ‘특정 농식품’의 ‘소비’ 증진이나 관촉을 목적으로 하는 ‘전시회’ 등과 같은 일회성 농식품 직접 마케팅 행사를 의미한다는 점을 쉽게 짐작할 수 있다.

조직군 “나”의 경우, 누적 백분율 50%에 이르기까지 출현하는 언표들은 ‘체험’, ‘교육’, ‘농촌’, ‘농업’, ‘특정 식품의 명칭’, ‘문화’, ‘농사’, ‘환경농업’ 등이었다. 조직군 “나”에는 특히 농민단체나 도시지역의 시민운동단체들이 속해 있었다. 이 단체들을 중심으로 전개되는 도농교류 활동은 농촌문화에 대한 도시민의 접근, 환경농업 등으로 대표되는 농업·농촌의 가치에 대한 범사회적 인식 제고, 그 같은 활동에 수

〈표-4〉 조직군 별 출현 언표의 종류와 빈도

연번	조직군 “가”			조직군 “나”			조직군 “다”		
	언 표	빈도	%	언 표	빈도	%	언 표	빈도	%
1	먹거리명칭	9	22.0	체험	21	16.4	도농교류	95	0.0
2	직거래	4	9.8	교육	13	10.2	지역	21	1.1
3	소비	3	7.3	농촌	12	9.4	삶	21	1.1
4	농산물	3	7.3	농업	8	6.3	문화	1	5.6
5	전시회	3	7.3	먹거리명칭	7	5.5	소비	1	5.6
6	장터	2	4.9	문화	6	4.7	지역명	1	5.6
7	전통식품	2	4.9	농사	5	3.9	임산물	1	5.6
8	축제	2	4.9	환경농업	5	3.9	운동	1	5.6

연번	조직군 "가"			조직군 "나"			조직군 "다"		
	언 표	빈도	%	언 표	빈도	%	언 표	빈도	%
9	지역명	2	4.9	볼거리	4	3.1			
10	지역	2	4.9	공익적가치	3	2.3			
11	판매	2	4.9	축제	3	2.3			
12	임산물	1	2.4	직거래	3	2.3			
13	문화	1	2.4	환경	3	2.3			
14	먹기	1	2.4	농산물	3	2.3			
15	우리	1	2.4	어린이	3	2.3			
16	민속	1	2.4	현장	3	2.3			
17	잔치	1	2.4	학교	3	2.3			
18	음식	1	2.4	특산물	2	1.6			
19				공유	2	1.6			
20				공동체	2	1.6			
21				전시회	2	1.6			
22				팜스테이	1	0.8			
23				상품화	1	0.8			
24				향토	1	0.8			
25				일손돕기	1	0.8			
26				도농교류	1	0.8			
27				소비	1	0.8			
28				중요성	1	0.8			
29				판매	1	0.8			
30				푸르름	1	0.8			
31				사이버	1	0.8			
32				장터	1	0.8			
33				현실	1	0.8			
34				전통식품	1	0.8			
35				여성	1	0.8			
36				지도자	1	0.8			
	계	41	100.0	계	128	100.0	계	18	100.0
총빈도/ 소속조직수	41/12 = 3.42			128/36 = 3.56			18/14 = 1.29		

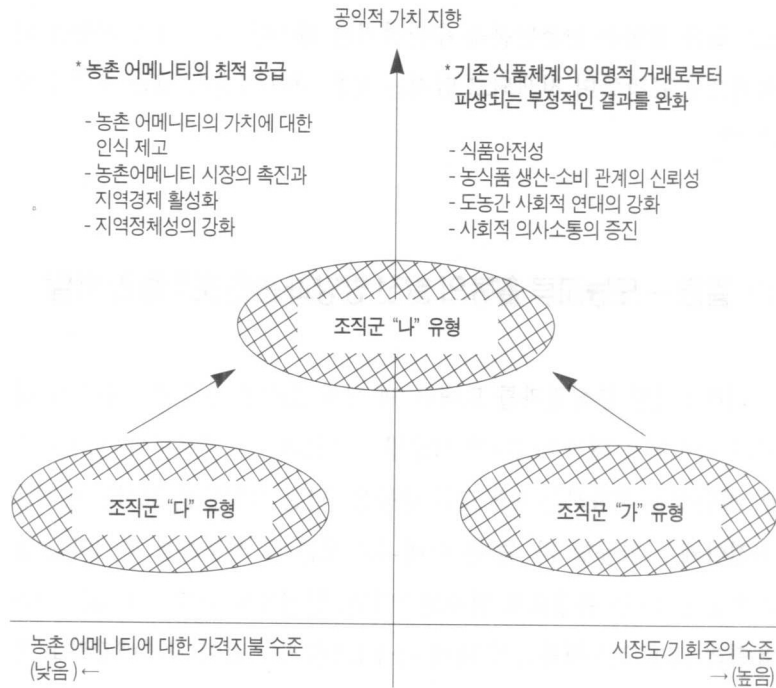
반하는 농산물 직거래 등을 지향하며 전개되고 있다고 추측할 수 있다. 조직군 “나”에 속한 조직들이 전개하는 도농교류는 폭넓고도 깊은 이념적 지향을 갖고 있는 것으로 보인다. 특히, 거의 대부분이 단순한 농식품 구매만을 목적으로 하지는 않는 농촌방문을 수반하는 활동인 것으로 파악된다.

한편, 조직군 “다”의 경우 주로 초중등 교육기관과 농촌지역에 존재하는 농촌진흥청과 긴밀하게 연결된 사회학습단체들로 구성되어 있는데, 단순히 ‘도농교류’라는 언표의 출현빈도가 두드러지게 높다. 출현한 언표들의 총 빈도를 소속 조직 수로 나눈 값 또한 1.29에 불과하여 조직군 “가” 또는 “나”에 비하면 현저히 낮다. 이 조직군들이 수행하는 도농교류 활동은 농촌방문을 수반하기는 하지만, 구체적인 지향을 의식적으로 표방하며 전개되고 있지는 못한 것이 아닌가 하는 추측을 할 수 있다.

IV. 결론 - 도농교류 활동의 발전 방향과 관련 조직들의 역할

의미연결망 분석결과를 토대로 세 개의 조직군 유형별 도농교류 활동의 차이점을 대략적이거나 서술할 수 있었다. 공공부문의 정책 지원이 정당성을 획득하는 도농교류 활동을 ‘낮은 시장도를 보이는 농식품 직접마케팅 활동형’과 ‘농촌 어메니티 보존 및 상품화를 촉진하는 농촌방문형’의 두 유형으로 범주화한다면, 현실에서 진행되고 있는 여러 유형의 도농교류 활동들에 대해 다음 [그림 3]와 같이 자리매김하고 진화·발전해 나가야 할 방향을 제시할 수 있을 것이다.

조직군 “가”에 속하는 조직들은 주로 지방자치단체들과 광역단위(광역시/도) 농협들이다. 이들 조직들이 수행하는 도농교류 활동들은 대부분 ‘일회성 농식품 관측 행사’의 성격을 갖고 있는 것으로 파악된다. 이들 조직들은 농식품의 직접적인 생산자가 아니기 때문에, 이 같은 직접 마케팅 행사를 발전시켜 지속성을 가지는 ‘소규모 식품사슬(Short Food Chain)’을 만드는 데에는 근본적인 한계가 따를 것이다. 따라서 이들 조직들의 도농교류 활동은 농식품 직판 행사를 직접 주관하기 보다는, 하위 단위의 소규모 생산자 조직들이 중장기적인 차원에서 보다



[그림-3] 도농교류 활동 진화·발전의 방향

지속성을 가지는 농식품 직접 마케팅형 도농교류 활동을 효과적으로 전개할 수 있도록 지원하는 방향으로 나아가는 것이 바람직해 보인다. 이를 테면, 보다 인접성이 높은 지역사회 수준에서 생산자와 소비자가 사회적 연대와 신뢰를 강화하면서 농식품 수급사슬을 짜기 위한 조직화 노력을 지원하는 방향으로 나아가야 할 것이다.

조직군 “다”에 포함되는 조직들은 주로 공교육기관이거나 지방 농업 기술센터 등으로부터 도농교류 활동에 대한 자금 지원을 받는 4H나 생활개선회 등과 같은 농촌지역의 사회학습단체들이다. 이들 조직들이 수행하는 도농교류 활동은 농촌 어메니티를 보존하거나 공급하는 농촌 주민 또는 농업생산자들에게 적절한 대가를 지불하는 형태의 것으로 발전되어야 한다. 그렇게 하기 위해서는, 농촌 어메니티 보존과 시장촉진이라는 선명한 지향을 가지고 도농교류 활동의 내용을 구체적으로 프로그램화시킬 필요가 있다. 더구나 이 유형의 도농교류 활동은 공교육기관과 지방농촌지도기관이 직접적으로 개입하고 있기 때문에, ‘제도적 동형화’에 빠질 가능성이 크다. 즉, 농촌 어메니티의 직접적인 공급자들의 경제적 이해와 무관하게 그 내용이 구성되거나 지역별로 내용의 차이가 별로 없이 그저 그렇게 전국 각지에서 진행되고 있는 공공기관 주도의 단순한 ‘일회성 농촌체험 행사’의 수준에 머물게 될 가능성이 존재한다.

이를 위해서는 보다 구체적인 농촌어메니티 시장 육성 프로그램이 지역차원에서 마련되어야 하며, 이러한 프로그램과 연계해서 농촌지역의 사회학습 단체들의 역할을 새롭게 디자인 할 필요가 있다. 프로그램에는 농촌관광 서비스 유형별로 공급능력을 향상시키기 위한 방안과 함께, 각각의 서비스 활동이 전체적으로는 지역정체성의 증진에 기여하는 구조가 될 수 있도록 공급자의 선별과 교육훈련 방안 등이 포함되

〈표-5〉 조직군 “가”, “다”에 속한 조직들의 도농교류 활동 발전방향

조직군	조직	현 재	발전방향
가	농촌지역 지방자치단체	- 일회성 도시민 초청 체험행사 위주의 프로그램 기획 / 주관	- 생산자 조직들의 지속적인 농 식품 직접 마케팅 활동 지원을 통한 농식품사슬 형성 - 농촌어메니티 시장의 조직화 및 지역체성의 개발
	광역 농업협동조합	- 일회성 농산물 판촉 행사 - 하위 단위 농협이나 소규모 생산자 조직들의 도농교류 활동과는 별개의 활동으로 추진	- 판촉행사 직접 주관에서 탈피, 하위 단위 농협이나 소규모 생산자 조직들의 지속적인 농식품 직접 마케팅 활동을 조직화 / 체계화
다	농업기술센터	- 일회성 단순 농촌체험 행사 기획 또는 지원	- 소규모 생산자 조직의 지속적 농식품 직접마케팅 활동을 위한 농민 교육과 홍보활동 지원 - 4-H, 생활개선회 등 생산자 조직이 아닌 학습단체가 주관하는 농촌체험행사의 성격이 지역 어메니티 보존 또는 시장 촉진을 지향하도록 교육지원 - 농업관광의 조직화, 네트워크화 및 공급능력의 체계화
	초·중등학교 등 공교육기관	- 단순한 형태의 도시-농촌 간 학생 교류	- 농촌 지역의 생산자 단체나 학교와의 긴밀한 파트너십 형성을 통해 단순한 체험이 아닌 '농업·농촌의 가치에 대한 체계적인 학습'이 되도록 프로그램 기획 - 농촌현장의 교육적 가치에 대한 새로운 인식과 목표 설정

어야 할 것이다. 프랑스의 지방농촌지도기관인 농업회의소(chambre d' agriculture)가 1990년대 이후 농업관광 네트워크인 Bienvenu a la ferme(농가에 오신 것을 환영합니다)를 지도, 육성하고 있는 사례는 우리에게 좋은 귀감이 될 수 있을 것이다⁹⁾.

V. 결론

도농교류 활동이 표방하고 있는 목표들과 실제 그것이 결과하고 있는 사회적 가치(경제적 또는 사회적)들은 다양하다. 이는 활동주체의 성격(공공 또는 민간, 단체 또는 개별)과 활동대상(시장 또는 비시장)의 차이에서 비롯되는 측면이 강하다. 이러한 차이는 도농교류를 수식하는 언표의 스펙트럼의 폭을 넓히는 결과를 낳고 있지만, 어쨌든 농업, 농촌을 둘러싼 외부환경의 변화와 이에 대한 대응활동의 일환으로서 도농교류는 우리사회의 중요한 화두가 되고 있다는 점에서 공통된 특성을 지니고 있다.

본 연구에서는 도농교류에 대한 분석적 이해를 위해 이론적 관점들을 정리하는 한편, 의미연결망 분석을 통해 도농교류의 유형화를 시도했다. 그리고 연구의 목적인 도농교류 발전방향을 모색하기 위해 공공부문 개입이 타당한 분야를 구분하는 한편, 그 방향성을 제시하고 있다. 그 결과 농식품 공급사슬이 지구화되어 가는 체계 속에서 익명적 거래의 증대로부터 발생할 수 있는 부정적인 사회적 결과를 최소화하기 위한 제반 활동들과 농촌 어메니티의 최적공급을 위한 활동들의 경우 도농교류를 위한 공공부문의 지원근거와 방향성은 더욱 분명해 졌다.

의미연결망 분석을 위해 동원된 자료분석 과정에서 ‘도농교류’를 표방하는 많은 활동들 중에는 그러한 활동들이 어떤 측면에서 공익적 가치를 지닌 사회적 의미를 내포하고 있는지 불분명한 사례들이 많이 나타났다. 도농교류와 관련된 많은 조직들의 현재의 활동들은 새롭게 정의된

9) 프랑스의 농업회의소는 약 4000여 농가를 9개 농촌관광 서비스 유형별로 품질규약을 만들어 농가를 선별, 집중육성하고 있으며, 지방정부의 지원도 여기에 집중하고 있다. 농촌관광의 농업적 성격을 법률로 명시적으로 규정하고 있는 프랑스는 이러한 농촌관광 네트워크를 통해 각 지역의 정체성을 강화하는 수단으로 활용하고 있으며, 공공부문의 재정적 지원 또한 그러한 것을 명분으로 하고 있다.

목표와 치밀하게 준비된 프로그램을 가지고 개선될 필요가 있다. 여러 관련주체들이 전개하고 있는 ‘도농교류’ 활동들을 보다 사회적인 의의를 가질 수 있는 형태로 발전시키기 위한 제언을 요약하면 다음과 같다.

첫째, 지방자치단체, 농업기술센터, 광역단위 농협은 일회성 농촌 방문 행사의 직접적인 ‘주체’ 역할을 수행하기 보다는 농촌지역의 생산자 그룹들이 도농교류 활동의 실질적인 주체가 되도록 지원하는 ‘후원자’ 역할을 수행하는 것이 바람직하다. 특히, 지방정부의 경우에는 도농교류 관련주체들의 다양한 활동들을 조율하는 한편, 이들 간의 파트너쉽 형성을 지원함으로써 각각의 활동이 결과적으로 통일적인 지역정체성 형성에 기여하도록 해야 할 것이다.

둘째, 공교육기관이나 농촌지역의 사회학습단체(4-H, 생활개선회 등)들이 추진하는 도농교류 활동은 내용 면에 있어 보다 명시적인 공익적 가치를 지향하도록 발전시킬 필요가 있다. 막연한 체험 보다는 농업·농촌의 다원적 기능이나 농촌 어메니티의 보존에 대한 강력한 메시지가 담긴 도농교류 프로그램 개발이 요청되며, 농촌공간과 농업활동의 교육적 가치를 한층 높이고 이를 구체화하기 위한 보다 전문적인 차원에서의 활동이 요청된다.

셋째, 도농교류를 표방하고 있으나 그 사회적 의미가 분명치 않은 광역단위 농협이 추진하는 일회성 농산물 판촉행사 형식의 ‘도농교류’ 활동의 경우에는 보다 장기적인 안목에서 하위 단위의 농협이나 소규모 농업생산자 조직들이 ‘얼굴 있는 농산물의 지속적인 직접 마케팅 활동’을 전개할 수 있도록 인접성이 높은 지역사회 차원에서 소규모 농식품 시슬을 조직화하는 활동을 지원하는 것에 자원을 집중할 필요가 있다.

참고 문헌

- 김병률 · 김윤식 · 김태곤(2000). 「도농교류 활성화를 위한 민관협력 방안」, 한국농촌경제연구원 연구보고 C2000-9.
- 김병률 · 김경필 · 김태곤(2001). 「도농교류 활성화를 위한 농소정 협력사업 2차년도 평가와 개선방안」, 한국농촌경제연구원 연구보고 C2001-09.
- 김정섭(2001). “농촌개발과 어메니티: 국제적 논의동향과 합의”, 『농어촌과 환경』, 제73호.
- 오현식 · 김현주 · 김정섭(2003). 「농촌관광 금융신상품 개발을 위한 선진국 사례연구」, 『농협중앙회』.
- Ansell, C.K.(1997), *Symbolic Networks: The Realignment of the French Working Class*, *American Journal of Sociology*, Vol.103, Issue 2, pp.359-390.
- Block, F.(1990). *Postindustrial Possibilities: A Critique of Economic Discourses*, Berkeley: University of California Press.
- Doerfel, M.L. & Barnet, G.A.(1999), *A Semantic Network Analysis of the International Communication Association*, *Human Communication Research*, Vol.25, No.4, pp.589-603.
- Festing, H.(1998). *Farmers' Markets: An American Success Story*. Eco-logic Books, Bristol.
- Groh, T. and McFadden, S.(1997). *Farms of Tommorow Revisited*, Biodynamic Farming and Gardening Association, Kimberton.
- Hinrichs, C. Clare(2000). “Embeddedness and local food systems: notes on two types of direct agricultural market”, *Journal of Rural Studies*, Vol.16, pp.295-303.
- Kneen, B.(1993). *From Land to Mouth: Understanding the Food System*, Toronto: NC Press.
- OECD(1999). *Cultivating rural amenities : an economic perspective*, Paris: OECD. [오현식 · 김정섭 역(2002). 「어메니티와 지역개발」, 서울: 새물결.]
- Powell, J.(1995). “Direct distribution of organic produce: sustainable food production in industrialized countries”, *Outlook on Agriculture*, Vol.24, No.2,

pp.121-125.

- Sage, C. (2001). "Embeddedness and the Geography of Regard: Good(Agro-)Food Networks in South West Ireland", presented in the international seminar 'International Perspectives on Alternative Agro-food Networks: Quality, Embeddedness, Bio-politics', University of California, Santa Cruz, Oct. 12-13.
- Wasserman, S. & Faust, K. (1994), *Social Network Analysis: methods and applications*, Cambridge University Press.

농촌관광수요 활성화를 위한 홍보와 마케팅의 통합적 방안 연구

박 호 균 *

1. 서론

농정이 단순히 사업을 지원하는 것이 아니라 지역을 활성화하는 방향으로 나아가 농업경쟁력과 함께 타 산업, 생활 인프라, 지역정책, 복지 정책이 함께 추진되어야 한다는 주장이 나날이 힘을 얻고 있다. 이런 시각은 이제까지의 농정에 대한 비판과 방향설정에 대한 고민을 반영하고 있는 것으로 몇 가지 중요한 점들을 근거로 한다. 통계청이 최근 발표한 '2003년 농가경제조사'에 따르면 2003년 농가당 부채가 2,697만원으로 전년보다 3.5% 증가된 것으로 나타났다. 이는 농산물시장 개방을 위한 우루과이라운드(UR)가 열린 1993년 이래 10년 만에 네 배나 증가한 것이다. 농가당 평균소득은 2,654만원의 소득을 올려 빛에 못 미치는 수

* 이스라엘 관광청 서울사무소 소장

준이다. 농사소득(-4.0%)이 줄었음에도 농외소득이 8.4% 늘어난 데 따른 것이다. 농가소득 중 농업소득이 차지하는 비중인 농업의존도는 40.8%로 전년보다 5.3%가 떨어졌다. 농촌인구는 같은 기간 동안 37% 급감했으나 65세 이상 노령 농촌인구 비율은 오히려 두 배가 늘었다. 이 같은 농촌인구 불균형과 농가경제 악화는 우루과이라운드(UR) 이래 10여 년 동안 펼쳐온 정부의 농정에 심각한 문제가 있다는 것을 여실히 보여 준다. 1994년 7월부터 2004년 6월 말까지 한시적으로 도입된 농어촌 특별세가 농촌과 농민을 위해 얼마나 효과적으로 사용되었는지 또한 의문이다. 농어촌특별세 재원으로부터 707억 원을 지원받은 국민연금 관리공단이 436억원을 공단의 일반 관리운영비로 사용한 사례(월요신문 140, 141, 2003)는, 농산물시장을 빼앗긴 농촌에 보상과 지원을 위해 사회가 마련한 제도가 이제까지 얼마나 왜곡되게 운영되어 왔고, 농촌 경제의 악화가 구조적으로 예견되어 온 것이라는 것을 대변해 준다. 전업농 육성, 경지정리, 농업기계화, 후계자 농업인 양성, 등 정책만으로는 농촌경제 문제해결에 실효를 거두지 못하고 농업 외의 소득원, 생활문화기반, 복지와 교육환경 등의 통합적 접근만이 농촌문제를 해결할 수 있다는 주장이 날로 공감대를 넓혀가고 있다.

농촌의 농산물 가격의 하락과 농촌소득의 감소는 전통적인 농림업 중심의 경제구조나 토지이용에 상당한 영향을 미쳐서 자원의 다면적 기능이용(multi-purpose resource use)과 경영 다각화를 추구하는 형태로 바뀌게 되어 농촌주민들은 새로운 형태의 소득과 고용을 낳을 수 있는 관광에 많은 관심을 기울이게 되었고 정책에도 적극 반영되게 되었다. 정부는 농어촌정비법이나 산촌개발 지원 사업 등을 통해 농촌 지역 지원에 나서고 있으며 또한 새로운 형태의 소득이나 고용기회를 증대시키기 위한 방법으로 농촌관광이나 농촌관광을 장려해 왔다(박호균, 2002).

우리나라에서 농촌공간과 농촌문화에 대한 관심과 관광에의 활용방식은 1980년대에 본격적으로 나타났다.

1983년 농어촌 소득원 개발촉진법, 1990년 농어촌 발전 특별조치법, 1994년 농어촌정비법 및 동 시행령 등 법령에 의거하여 농어촌소득증대와 지역개발에 기여하도록 농촌관광개발사업을 정책적으로 지원하였다. 정책목표와 의의는 1) 도시민의 정서함양에 기여하고, 2) 농어가 소득에 기여하며, 3) 농어촌에 새로운 서비스 산업을 육성하며, 4) 관광자원의 생산화, 5) 지역개발촉진, 6) 도시와 농촌의 교류를 통한 농어촌에 대한 이해 증진 등에 있다(농림부, 2001). 농촌관광은 농촌 어메니티인 자연경관과 전통문화, 생활과 산업을 매개로 한 도시민과 농촌 주민간의 교류활동을 통해 도시민에게는 휴식, 휴양, 새로운 체험의 공간을 제공하고, 농촌에는 농산물 판매, 가공 및 특산품 생산, 관광 서비스 등 소득기회를 제공하여 지역 활성화를 추구하는 것이다. 정책사업주체인 농림부에서는 주로 농촌 즉 공급부문에 대한 지원을 위주로 농촌관광을 지원해왔다.

그러나 전형적인 유럽의 경우에서처럼 사회적 갈등과 구조변화를 맥락으로 농촌공간에 대한 도시민의 수요를 바탕으로 서서히 발전하였다 기보다는 개발주체, 특히 농업정책 입안자들의 주도권 아래 본격적으로 농어촌 농외소득 증대 방안의 하나로 정책적으로 추진되어 오고 있다. 시설투자 위주로 사업이 진행되며 관련자의 교육과 훈련, 제도정비, 프로그램 개발, 농촌 어메니티 증진 노력, 등은 비교적 미흡한 편이라 하겠다. 아직 취약한 농촌관광 산업화 시스템과 농촌관광에 대한 낮은 인지도, 그리고 여름철에 집중된 농촌관광은 농외소득원으로서의 농촌관광은 아직도 개선의 여지가 많은 실정이다. 특히 가장 중점적으로 투자가 이루어진 관광농원 개발사업을 보더라도 그 결과가 다른 농정실패와

다름이 없어 안타깝기 그지없다(박호균, 2002). 더구나 농촌관광은 선진국들의 예를 보더라도 농촌문제를 해소하는데 가장 효과적이고 성공적인 지역 활성화 방안으로 증명되고 있기 때문에 우리나라에 맞는 바람직한 농촌관광 활성화 방안을 연구하는 것은 무척 중요하고 시급하다.

이런 경과를 배경으로 최근 정부는 농업·농촌 종합대책을 발표하였다. 지난 UR 협상 이후 62조원을 농업부문에 투자했음에도 불구하고 도·농간 소득격차가 확대되고 농촌의 교육·복지 여건이 여전히 열악한 것을 인정하며 향후 10년간 농정방향을 제시하였다(농업·농촌 종합대책 발표문, 농림부, 2004). 그 중에서 특히 농촌관광과 관련하여 주목을 끄는 것은 1) 소비자의 안전한 먹을거리를 확보하기 위한 우수농산물관리제도(GAP)를 도입과 생산·출하·가공과정에서 농약 등 유해물질 차단, 2) 친환경농업 확산으로 안전한 농산물을 생산하고 국토환경도 보전, 3) 농촌 복지인프라를 대폭 확충하여 농업인의 삶의 질을 향상, 4) 살고 싶고 가고 싶은 농촌을 건설하고 농촌 관광마을 1,000개소를 조성하며 일사일촌 운동과 청소년 체험학습 등을 통해 다양한 농촌관광 수요를 농가소득으로 연결, 5) 사람과 자본이 농촌에 모일 수 있도록 농촌주택 양도소득세 면제, 지방세 중과세 배제에 이어 도시민의 농협출자 허용 등 제도개선을 추진하겠다는 방향이다. 10 개의 제시된 정책방향들 중에서 위에 언급된 것들은 개별적으로 추진되기보다 농촌관광과 농촌 어메니티 개발이라는 차원에서 통합적으로 추진될 필요가 있다는 당위성에 주목할 필요가 있다.

농촌관광의 지속가능한 발전을 위해서는 농촌관광의 공급과 수요가 지속가능하고 이들이 시장기능을 통해 담보되어야하나 농업의 특성상 농촌관광에 시장실패가 발생하고, 그 원인들 중 특히 공공재적 성격이

강한 홍보와 마케팅이 특히 농촌관광의 지속가능한 발전을 저해한다(박호균, 2002, 2003). 80년대 초반부터 발전해 온 우리나라 농촌관광의 다양한 형태들과 농촌관광에 관련이 있는 공공부문 및 민간부문의 조직과 부서에서 이루어지는 홍보와 마케팅의 다양한 방법과 자료를 바탕으로 농촌관광에 발생하는 시장실패에 대한 해결방안을 제시하여 1) 도시와 농촌, 그리고 정부의 유기적 협력과 교류를 바탕으로 농촌관광이 하나의 국민운동으로 정착되도록 할 필요의 당위성, 2) 국민적 공감과 합의를 만들기 위해서 농촌관광에 대한 홍보와 마케팅이 통합적으로 추진되어야 함, 3) 시장실패에 대한 공공부문의 효율적 개입의 방안, 그리고 4) 세부적이고 구체적인 홍보와 마케팅 전략을 모색하고자 한다.

II. 본론

1. 농촌관광과 관광수요

1) 농촌관광

농촌관광은 그 체계 안에서 가치(value), 매력(attraction), 서비스(service), 마케팅(marketing), 그리고 조직(organization) 이라는 다섯 가지 요소들이 유기적 관계를 맺고, 그 체계 안에서 소비자와 공급자 그리고 공공부문이라는 사회 구성원들이 상호작용을 하는 것으로 파악할 수 있다. 농촌관광 개발의 모델 안에서 다양한 주체들이 다양하게 추진하는 농촌관광의 형태들이 전체적인 맥락을 공유하면서 다양함 속에서도 일관된 방향성을 지닐 때 소비자들과 공급자들 간의 의사소통과 시장기능이 활성화된다(MES, 1991). 홍보와 마케팅에 관한 내용은 바로 이런 체계에서 유도되는 것이므로 본 연구에서는 가치기준, 매력개발,

서비스, 조직과의 체계적 관계라는 맥락에서 마케팅과 홍보를 고찰하려 한다.

가치기준(values)에 있어서 효율적인 관광프로그램을 창출하기 위해 지역사회의 가치기준이 세워지고 지역사회에서 공감대를 갖게 되며, 관광발전을 지역사회의 가치기준으로 정착시키는 것이 필요하다. 관광은 근본적으로 방문자(visitor)와 지역주민(host)의 만남을 전제로 하며 지역사회가 방문자에게 노출되기 때문에 관광에 대한 지역사회의 합의가 전제되는 것이다. 어떤 지역사회에 관광이 시작되고 외부로부터 방문객이 오기 시작하면 이에 따른 변화는 대체적으로 세 가지 양상으로 나타나는데 각각 긍정적 측면과 부정적 측면이 있기 마련이다. 첫째로는 사회적 측면의 영향인데, 긍정적인 면은 관광이 발전하며 1) 지역사회에 다양한 편의시설이 개선되고, 2) 지역 정체성과 매력을 개발하면서 결과로 나타나는 축제, 전시, 문화적 유산 등이 지역주민의 자긍심과 소속감을 크게 하며, 3) 다양한 문화 활동과 의사결정에 주민들이 참여하며 주민들의 민주적 역량이 고취되고, 4) 외부 방문객들과의 접촉과 교류로 문화적 정서적 활성화가 이루어지게 된다. 그러나 반대로 1) 방문객들로 인해 삶의 방식과 고유한 가치들이 방해받을 수도 있고, 2) 지역의 공공 편의시설이나 한정된 자원을 방문객들과 경합하여 사용하게 되거나, 3) 혼잡과 교통체증에서 오는 삶의 질 저하, 4) 방문객과 함께 늘어나는 범죄, 5) 관광을 통해 이익을 얻는 주민들과 그렇지 못한 주민들 사이의 갈등과 감정에서 오는 사회적 불안 등 사회적 비용을 감수하게 된다. 둘째로는 환경적 측면인데 관광개발이 자연경관과 사회적 역사적 민속적 자원을 개발 보존시키고 보호하는데 긍정적 영향을 끼치고 지역사회의 환경미화화 환경의 제반정비를 조장한다. 부정적 효과는 중요한 자연유산이나 유적, 사적물이 방문객에 의해 손상되거나 가

치가 저하될 위험이 있고 쓰레기 투기, 소음, 그리고 공해가 관광의 발전과 더불어 늘어나는데 있다. 셋째는 경제적 측면이다. 이는 많은 경우 관광개발의 정당성을 제공하는 부분이기도 하다. 경제적 이득은 1) 방문객의 금전지출로 지역경제가 활성화되며, 2) 방문객 증가에 따른 새로운 수요와 매출증가에 따라 농촌 경제활동이 다양해지고 안정될 수 있으며, 3) 고용증가가 특히 여성 노인층을 포함해서 발생하고, 4) 지방정부의 조세수입이 늘어나고, 5) 방문객 증가와 함께 지역경제기반이 확충되며 새로운 서비스와 상품을 제공하는 사업들이 창출되는 등 다양하게 발생한다. 경제적 부담도 발생하는데 1) 관광개발과 지속가능성을 확보하기 위한 관리 및 운영, 홍보, 마케팅 조사 등 경상경비와 인적자원의 투자비용, 2) 관광지 수준의 공공시설과 편익시설 확충과 질적 향상에 따른 재정적 부담, 3) 관광 개발에 따른 물가수준의 앙등, 부동산 시장의 불안 등 인플레이션 현상의 발생, 4) 경합 관광지와 경쟁력을 갖추기 위한 공무원, 사업가, 종업원 등에 대한 교육과 훈련, 투자 등에 대한 압력, 그리고 무엇보다도 5) 지역경제의 운명을 계절성, 불황 또는 돌발적 상황에 따른 내방객의 발걸음에 의존하고 내맡겨야 한다는 점 등을 들 수 있다.

관광에 따르는 다양한 장점과 단점에 대한 주민들의 대화와 협의를 통해 개발과정과 운영이 진행되고 민주적 의사결정방식에 따른 지역주민 공감대의 형성과 관광에 대한 가치기준의 정착이 선행되는 것이 관광개발에 따른 장단점을 조화시키는데 필요할 뿐더러 각종 민원을 예방하는 길이다. 이때 정부나 공공부문의 역할은 지역주민들이 관광을 통한 지역발전의 가치판단에 대해 논의를 진행하고 결정을 이끌어내도록 행정적이거나 경제적인 유인요소를 제공하는 역할을 한다. 농촌관광과 정책에 대한 공개강좌, 공청회, 교육연수 등을 개최하거나 직접 의

사결정과정에서 중재자의 역할을 맡을 수도 있을 것이다. 정부나 공공 부문과 지역주민을 연결하는 고리의 역할을 맡는 지역 지도자의 존재가 중요하다. 주민들 사이의 지속적인 대화와 공동체 의식을 고양하는데에는 외부로부터의 설득과 교육도 필요하지만 지역사회로부터 배출되고 양성되는 지도자가 더 필수적이다. 지역 지도자를 찾아내는 다양한 유인요인과 검증 방안이 각 지역사회의 제반 사정에 따라 함께 모색될 필요가 있다.

매력(attractions)이란 지역사회에 관광객을 끌어들이는 힘을 가진 활동, 문화재, 예술품 및 유적지, 자연자원 등을 개발하여 운영하는 것이다. 농촌 어메니티(rural amenities)는 야생, 경작과 관련된 경관, 역사적 기념물, 문화적 전통, 등을 포함하는 농촌지역의 자연적이거나 인공적인 모든 것으로 사회적, 경제적 가치를 지니고 있는 것을 말하므로 농촌관광의 매력을 결정한다. 그러나 보다 구체적으로 살펴보면 매력이란 상대적으로 결정되는 경우가 많다. 방문객의 기호 변화, 시간적 상황, 사회적 변화, 공급자인 지역주민의 수용능력 등에 따라 달라질 수 있다는 점을 염두에 두고 신축성 있게 지속가능한 매력이 되도록 순환적인 체계 안에서 결정되는 것이다. 우리나라 농촌관광 방문자가 인지하는 농촌관광의 매력은 수요분석(농경연, 2003)에 따르면 농촌관광 경험 유무에 따라 차이가 나는데, 농촌의 생활문화체험(63%, 49%), 농작물심기/수확(25%, 21.2%), 도농교류(11%) 등이 농촌관광이라고 인식하며, 농촌관광 참여 동기는 재미(24.4%, 35.1%), 자녀교육(23.1%, 13.8%), 농촌의 향수(16.8%, 28.5%) 등으로 나타났다고 한다. 한편 농촌관광의 주요목적은 전원감상(51.2%), 자연탐방(15%), 생활체험(12.1%), 으로 소비자 기호를 조사하며 일방적인 체험 프로그램 강조보다는 우선 전원원에서 쉬면서 전원을 감상하고 자연과 농촌과 교감을 갖는 것이 더 중

요하다는 결론을 내리는 연구결과도 있다(박시현, 2003). 일본에서는 “즐겁고 여유로운 휴가”(류선무 외, 2003)로 재미와 여유를 중심매력으로 정하고 있으며 이스라엘에서는 “농촌다운 분위기에서 여유 있는 휴가”를 농촌관광 매력의 핵심으로 파악한다(Engel, 2001). 소비자가 바라보는 농촌관광 매력의 본질은 중요도에 따라 1) 농촌 어메니티로 아름답고 수려한 자연과 농촌의 조화된 경관, 2) 휴식과 여유를 보장하는 농촌분위기와 편의시설에서 이루어지는 농촌생활체험, 3) 교육적이거나 재미를 느낄 수 있는 자연생태와 농업활동을 내용으로 하는 체험프로그램, 4) 농산물 구입과 도농교류라는 것을 알 수 있다. 다른 연구들이나 조사에서는 언급되고 있지 않으나 5) 옛날 추억과 향수를 되살려주는 도시와는 다른 농촌의 순박한 인심을 맛보고 싶은 욕구는 우리나라에서 매우 중요한 농촌의 매력으로 언급되어야 할 것이다. 이들 욕구에 대한 충족이 그대로 재방문과 입소문을 통해 수요확대를 결정하는 중요한 피드백 요소들임을 아무리 강조해도 모자란다. 소비자가 인지하는 농촌관광의 매력은 농촌에 그대로 존재하는 것도 있지만, 많은 경우 매력개발과 정비를 통해 가꾸어진다. 지역의 특성에 따라 하우스 맥주, 와인, 민속주, 민속음식, 역사, 경치, 공기, 지역특산물, 양어장, 저수지, 승마장, 래프팅, 소 동물원, 하이킹, 등 다양한 형태로 개발된다. 또한 지역의 특성을 담은 농촌체험 프로그램으로 개발되기도 한다. 농촌관광의 매력이 이들 하드웨어나 소프트웨어 또는 조합으로 구체화되어 해당지역의 전체적 매력과 흡인(pull) 효과를 창출시키게 되는 것이다.

농촌관광을 방문객들이 가장 우려하는 서비스 관련 우려사항은 중복 응답을 허용할 때 숙박시설미비(20.5%), 교통불편(17.9%), 편의시설부족(16.5%), 길 찾아가기(14%), 여행정보부족(7%) 등으로 나타났다(박윤호, 2003). 방문객들이 지역사회에서 관광을 즐길 수 있도록 도와주

는 서비스는 크게 두 가지로 나눌 수 있다. 우선 공공서비스 개발로 도로교통 시설정비 확충과 안내 표지판, 그리고 각종 홍보 매체를 통한 여행정보 제공 등 공공성이 있는 부문이 있다. 그리고 다양한 상품 생산과 판매를 목적으로 하는 소규모 사업체들을 개발하고 확장하여 새로운 일자리와 소득원을 창출하고 지역사회 경제기반을 다양화시키고 지역경제를 강화시킬 수 있는 다양한 민간 부문 서비스의 개발이 있다. 지역사회의 접근성을 높일 수 있는 교통기반시설과 인지도 향상 및 각종 안내표지 시설 등은 지역사회 안에서 자원과 예산의 분배에 제약받기 마련이므로 지역사회의 관광에 대한 가치정립과 합의가 전제된다. 이에 반해서 체험시설, 편의시설, 숙박시설, 향토음식을 포함하는 먹을거리, 휴양 및 놀이시설 등의 서비스는 농촌관광 사업자 양성과 교육을 통해 서비스의 양과 질을 결정하게 된다. 서비스의 질과 등급은 투자규모와 판매가격과도 직접 연관되는 만큼 각 지역에서의 상황과 농촌관광에 종사하는 경영자의 합리적 판단에 따른 표적시장 선정과 포지셔닝(positioning)에 따라 선택되어야 한다.

구체적 사례로 이스라엘 경우를 들어본다. 이스라엘정부에서 조사한 내용에 따르면 농촌관광 공급자 차원에서 농촌관광에 뛰어드는 사업가는 1) 35~45세 연령이 75%, 2) 관광 그 자체보다 소득 증대를 위한 필요에 의해 시작하며, 3) 전에 관광과 관련한 경험이나 교육이 전혀 없고, 4) 관광이 농업 다음에 시작하는 두 번째 직업이고, 5) 60% 정도는 농촌에서 다양한 직업이나 농가에서 일하는 여성으로 파악되었다. 따라서 이스라엘 정부에서는 새로운 사업가들이 농촌관광에 필요한 서비스 능력을 지니게 하기 위해서 1) 전문적인 훈련과 교육을 받게 지원하고, 서비스와 편의시설 투자와 구축을 위해서 2) 사업계획 수립부터 창업단계까지의 전문적인 경영 상담을 받도록 유도하며, 이에 필요한 3)

재정지원을 소양과 과정을 성공적으로 마친 사업가에게 제공하며 4) 정보, 마케팅, 그리고 홍보에 지원을 제공하는 방식으로 농촌관광에 새롭게 진입하는 이들의 성공률을 높이도록 하는 방식을 정책으로 채택하여 실행하고 있다. 전문적인 훈련과 교육은 사업가가 여러 자료를 분석하여 자기 지역에서 관광 사업의 가능성을 파악하는 능력과 지역 주민들의 관광 사업에 대한 태도나 협력을 유도하는 방법, 그리고 무엇을 어떻게 어느 정도로 투자하여 개발할 것인가를 결정하는 문제, 그리고 금융기관이나 정부로부터 융자를 받기 위해 필요한 계획과 절차에 대한 교육을 포함한다.

우리나라 경우에도 농촌관광 종사자들에 대한 교육과 훈련이 앞으로는 보다 구체적이고 조직적으로 서비스의 질을 담보할 수 있도록 진행될 전망이다. 등급화나 시설 및 서비스 평가제도로 소비자의 질과 가격에 대한 합리적 선택을 가능케 하는 것은 소비자보호 차원에서도 필요하며 농촌관광 전체의 이미지를 지키는데도 필요하다. 농촌관광 운영자의 태도와接客절차, 식사제공에 따르는 서비스와 공중위생, 숙박시설 관리와 청결 위생준수, 고객관리와 네트워크 관리, 안전과 보안, 농산물 판매와 전시에 따르는 사항 등은 구체적인 교육과 훈련을 통해서만 확보되는 재화이다. 그러나 이보다도 더 중요한 것은 방문자들이 매력으로 느끼게 하는 농촌다운 친절과 인간적 교류를 통한 농촌인심이 농촌관광 서비스의 진정한 실체라는 것이다. 만일 농촌에 더 이상 농촌인심이 남아있지 않다면 노력과 자아성찰을 통해서 복원시키고 가꾸어 내야 한다. 심지어 필요한 경우 연출이라도 해야겠다는 의지와 자세가 농촌에서 무언가를 찾는 방문객들에 대한 서비스 마인드라는 것을 이해할 필요가 있다.

마케팅(marketing)을 위해 관광객의 욕구를 확인하고 지역사회에 유



지하려고 하는 목표집단을 선정하며, 마케팅 방법을 선정하고 효율성을 극대화시키기 위해 마케팅방법을 평가하고 조정한다. 마케팅은 본 논의의 주요 부문이므로 다음에 좀 더 세부적으로 논의하도록 하지만 전체 농촌관광 체계 안에서의 연관성만큼은 아무리 강조해도 지나침이 없다.

조직(organization)은 지역사회의 노력을 발전, 조정하기 위해서 지역주민 및 지역집단을 조직화하고, 지역의 자원 및 엘리트 집단들을 확인하며 관광 발전을 위한 안정 기금을 모색한다(MES, 1991). 이제까지 논의한 1) 가치기준의 정착과 지역사회에서 공감대 형성, 그리고 관광 발전을 지역사회의 가치기준 합의, 2) 지역의 특성에 따른 매력개발과 정비, 3) 접근성을 높이는 공공서비스와 농촌관광 사업자들 서비스의 양과 질을 개발, 4) 방문객의 욕구를 확인, 목표 집단을 선정, 포지셔닝, 등 마케팅 전략을 선정 및 효율성 극대화는 절대로 개별적으로 이루어 지는 것이 아니다. 이스라엘의 예를 보면, 지역 내의 다양한 사업가들을 모아 지역관광회의소라는 협회를 조직하였는데, 정부 예산지원과 협회 회비로 운영한다. 본인이 2001년 방문한 예후다 지역관광회의소나 북부 갈릴리 지역관광회의소 두 곳에서 1명의 전문가가 비서 1명과 함께 일하면서 일체의 활동을 외부발주(out-source)에 의존하여 활동을 하고 있었다. 이스라엘은 전체 50 여 개의 지방 자치단체가 있는데 그 중 농촌관광이 활성화된 10개 지역에만 협회가 구성되어 있다. 관광에 필요한 교육을 관계기관이나 교육기관을 통해 회원들에게 주선하며, 컨설팅을 위해 외부와 연결해 주기도 한다. 협회는 복합적 상품 구성을 목적으로 지역 이미지로 함께 홍보와 마케팅을 한다. 승마장, 나귀 타기, 래프팅, 농장 동물원, 하이킹, 지프 투어 등 다양한 활동에 참여하는 사업가들이 모여서 지역의 전체적 매력과 흡인(pull) 효과를 창출하는

것이다. 이스라엘 농촌관광에는 관광부, 토지관리청, 내무부, 국방부, 국회가 서로 다른 이유로 관련되어 있다. 법률적인 해석과 새로운 법의 제정이 다각적으로 추진되고 있다. 지방정부를 농촌관광에 끌어들이는 것이 힘들고 중장기적 성격을 지니는 사업이 많은 점은 단기 임기의 선출직 단체장 성격과 조화되지 않는 경우가 있어 어려움도 있다고 한다.

우리나라에서는 농촌관광의 다양한 형태에 따라 다양한 조직들이 관련되어 있다. 각 지방자치단체의 축제들과 더불어 환경부의 자연생태 우수마을사업, 산림청의 산촌종합개발사업과 자연휴양림, 농협에서 주도하는 팜스테이, 해양수산부의 어촌체험 마을사업, 농진청의 농촌전통 테마마을, 주말농장, 등이 관광농원이나 농촌민박과 함께 농촌관광의 다양한 모습을 구성하고 있으며 행정자치부 주관의 아름다운 마을 가꾸기 시범사업이나 민간 주도의 농촌 펜션사업 또한 농촌관광의 범주에 포함시킬 수 있다. 농림부에서는 관광농원사업의 경험을 바탕으로 2001년부터는 녹색체험마을 시범사업을 18개소 선정하여 시행하였고, 2002년에는 26개소로 확대하여 농촌지역사회 마을을 지원 대상으로 선정했으며, 2003년에는 32개소로 늘리고 있다(농림부, 2002, 2003, 2004). 그밖에도 친환경, 유기농과 연계된 소비자나 회원들의 생산현장 방문과 교육프로그램 참여도 농촌관광의 다양한 형태로 파악할 수 있다.

농촌관광을 추진하려는 지역사회나 사업자는 마을단위 또는 지역단위의 농촌관광 관련 지역사회 주민들의 협의체를 구성함과 동시에, 지역적 특성을 감안해서 협조 가능한 다양한 행정 또는 다른 조직들 중에서 최선의 선택을 해야 할 것이다. 서로 다른 모습들과 색채를 지닌 농촌관광의 형태들이 다양한 크기와 모양 그리고 색채를 지닌 퍼즐 조각들이며, 모두 모여 어떤 그림을 만들어 나가야 하는가가 우리나라의 농

촌관광 미래를 결정하며, 전체에서 어떤 부분이 되고 어떤 역할을 할 것인가를 파악하여야 한다.

2) 농촌관광의 지속가능성과 시장실패

농촌관광의 공급과 수요를 결정하는 농촌관광시장의 기능은 일반재화 시장의 기능과 다른 점이 있다. 중요한 차이점은 농촌관광의 본질에 기인한다. 농촌관광의 공급은 농촌 어메니티를 구성하는 농촌공간과 농촌지역사회 주민, 그리고 농업생산으로부터 창출되기 마련이다. 농촌공간에서 농산물생산의 단순한 부산물로 여겨오던 어메니티를 농업의 다원적기능(multifunctionality)을 중시하여, 농업의 외부경제를 내재화하며, 공공재적 성격을 지닌 어메니티에 대해 국가가 시장실패에 개입해야 한다는 사회적 준거로 농촌관광이나 어메니티를 파악하는 논의가 발전되어왔다(OECD, 1994, 1996, 1999). 사회적 합의를 전제로 농촌 어메니티를 관리하고 공급할 수 있는 농촌주민과 농촌지역사회에게 보상을 제공함으로써 농촌환경의 질과 긍정적 외부경제를 증진시키는 것이 농촌관광의 지속가능한 개발에 필수적이다(박호균, 2002). 농촌 어메니티(rural amenities)는 야생, 경작과 관련된 경관, 역사적 기념물, 문화적 전통, 등을 포함하는 농촌지역의 자연적이거나 인공적인 모든 것으로 사회적, 경제적 가치를 지니고 다. 개인, 지역사회, 그리고 사회전체가 이로부터 효용을 창출하기 때문에 농촌 어메니티는 농촌지역사회 발전에 중요한 자원이다(OECD, 1994), 지역단위의 자원(문화, 유적지, 자연 등)과 지역특성을 바탕으로 추진되는 농촌관광 체계는 방문자로 대변되는 관광수요와의 관계를 배제하고는 지속성을 담보할 수 없음을 잘 알 수 있다.

공급차원에서 농촌관광이 관광활동이 이루어지는 농촌지역사회와의 유기적인 관계 위에서 이루어지지 않는 경우, 농촌관광 사업의 지속

성이 가능하지 않을 경우가 있을 뿐 아니라 해당 농촌지역사회 (hosting community)의 지속가능성 또한 영향을 받을 수 있다. 농촌 지역사회의 균형 있는 발전을 바탕으로 하지 않고 개발자의 이익을 중심으로 관광사업을 진행하는 경우, 사업의 지속성(sustainability)이 결여되는 현상이 나타난다. 관광 상품의 수명(life-cycle)에 따라 개발단계, 성장단계, 침체단계를 거치며 농촌지역사회에 부작용과 황폐된 환경만 남겨지는 사회적 비용의 문제점을 방지하기 위해서는 초기 계획단계부터 지역사회의 주민들이 능동적으로 참여하고 다양한 방법으로 개발이익을 공유하고 관리하는 체제의 확보가 필요하다. 관광자원은 자연적 자원 외에도 지역사회 문화가 연계되므로 지역사회의 능동적 참여가 상승효과를 얻게 하여 환경보존과 방문자와 지역사회간의 바람직한 문화 교류라는 관광 고유의 목적을 달성케 하여 지역사회의 지속적 발전에 도움이 되어야 한다(박 호균 외, 2001).

농촌지역사회의 지속성을 구성하는 요소들은 세 가지로 요약할 수 있다. 1) 문화적 수용력(cultural capacity): 이는 질적인 것들로서, 문화적 자긍심 또는 정체성(identity), 외부문화의 선택적 수용능력, 집단행동을 가능케 하는 의사소통기능과 네트워크 등을 포함하며 민주적 합의도출 방식과 주민의 자발적 참여를 기반으로 한다. 2) 공간적 수용력(carrying capacity): 인구, 주택, 도로, 사회기반시설 등을 포함하는 양적인 성격을 지니며 특히 농촌지역사회의 경우 농촌 어메니티에 대한 지역사회와의 관계설정에도 바탕을 둔 환경보호, 농촌 어메니티의 지속적 확대재생산 기능이 비중을 지닌다. 3) 사회제도적 기능: 문화적 수용력과 공간적 수용능력을 지원하는 사회적 배경이 되는 제도적 기능으로 그린벨트 같은 법적 제도와 중앙/지방정부 정책, 그리고 공공부분의 개입 등이다. 이들 세 가지 요인들이 상호작용을 하며 균형을 이룰 때 농

촌지역사회의 지속성이 이루어지고, 서로 상승작용(synergy effect)을 할 때 지속가능한 발전(sustainable development)이 이루어진다.

농촌관광이 지속가능성(sustainability)을 지니기 위해서는 농촌관광의 소비와 공급이 지속가능하고 이러한 지속가능성이 시장기능을 통해 담보되어야 한다. 그러나 농촌과 농업을 모태로 이루어지는 농촌관광의 시장은 시장실패에 쉽게 노출되어 있다. OECD 국가들을 중심으로 활발하게 진행되고 있는 농촌관광과 농촌 어메니티에 대한 논의는 농업의 다원적 기능(multi-functionality)과 시장실패에 대한 공공부문의 개입을 중심으로 이루어진다. 농촌 어메니티와 관광 매력은 중요한 재화임에도 불구하고, 농업생산 성격상 결합생산(joint production) 형태로 농산물과 함께 생산되는 경우가 많다. 그러나 소비자 이용에 있어서 결합생산물들 모두에 배타성(excludability)을 적용할 수는 없다. 이 때문에 농촌을 방문하는 수요자는 무임승차(free rider)로 시장을 통한 대가를 지불하지 않고 농촌 어메니티를 사용하여 효용을 증대시킨다. 이는 결국 농촌 어메니티 공급자의 잠재적 이익손실과 지속가능성 상실로 나타나 효율적인 자원배분을 왜곡하는 결과를 낳게 된다. 따라서 농촌관광의 지속가능성을 확보하기 위해서는 공급측면과 수요측면의 시장기능을 촉진하고 농촌 어메니티의 외부경제효과를 농촌관광시장에서 내재화해야 한다. 이러한 측면에서 농촌사회에서의 시장실패를 방지할 수 있는 다양한 정책이 필요하고, 이를 위해서는 공공부문이 개입하여야 한다는 당위성과 방법론이 논의되고 있다. 농촌공간에서 농산물생산의 단순한 부산물로 여겨오던 어메니티를 농업의 다원적기능을 중시하여, 농업의 외부경제를 내재화하며, 공공재적 성격을 지닌 어메니티에 대해 국가가 시장실패에 개입해야 한다는 사회적 준거로 논의가 발전되어왔다(OECD, 1994, 1996, 1999). 사회적 합의를 전제로 농촌

어메니티를 관리하고 공급할 수 있는 농촌주민과 농촌지역사회에게 보상을 제공함으로써 농촌 환경의 질과 긍정적 외부경제를 증진시키는 것이 농촌관광의 지속가능한 개발에 필수적이다(박호균, 2002). 공공부문의 개입은 공급측면과 수요측면의 시장기능이 원활하도록 이루어지는데 특히 공공성을 지닌 홍보와 마케팅의 중요성이 강조되고 있다.

시장실패에 대한 공공부문 또는 정부의 개입은 1) 독점권 수립이나 어메니티와 농산물을 결합시키는 방안을 이용하여 농촌 어메니티를 시장내재화하고, 2) 생산자 네트워크 육성과 소비자 네트워크와의 연결을 통해 어메니티 생산자와 수요자가 서로에게 유익하게 교환할 시장 인센티브를 지니도록 시장기능을 활성화하고, 3) 필요한 규제와 재정적 인센티브를 통해 시장실패를 보완하여 농촌 어메니티 가치가 개발되도록 농촌지역과 도시지역간의 개발과 조정을 증진시키도록 해야 하며, 4) 네트워크 구축, 정보공유, 홍보, 마케팅 활동, 그리고 5) 연구와 교육 훈련, 등의 분야에서 다양하게 이루어지게 된다(박호균, 2000, 2001, 2002a, 2002b).

3) 농촌관광 수요와 홍보, 마케팅

이제까지 정책적 지원과 투자를 바탕으로 농촌관광의 공급이 구체적으로 파악이 가능하게 확대되고 발전되어왔지만, 농촌관광의 수요는 자연과 농촌에 대한 도시민의 관심증대와 주5일 근무 등을 바탕으로 막연하게 잠재적 수요가 크게 증대되고 있다고 예측되고 있다. 농촌관광의 잠재적 수요는 국민 국내 관광 총량의 9.4% 정도로 2001년 실측치가 파악되었고 2005년에 11.4%, 2008년 13.1%, 2011년 15.2% 까지 늘 것으로 예측치가 제시되었다. 농촌관광 시장규모는 2001년 12,897억 원으로 농림부분 GDP의 5.4%에 달했고 2011년 38,406억 원으로 농

림부분 GDP의 17.6%까지 늘 것으로 추정되고 있다(박시현, 2003). 그러나 이들 예측치는 도시민의 잠재수요가 발현될 수 있는 여건을 갖추었을 것을 가정한 수치여서 상당히 유보적이다. 달리 표현하면, 농촌관광의 공급과 수요를 활성화시키는 농촌관광시장 기능이 제대로 작동한다면 농촌관광 미래는 밝을 뿐 아니라 농촌소득 증대와 다양화에 크게 기여할 수 있다는 것이다. 마케팅과 홍보는 농촌관광의 접근성의 질과 양을 결정하는 농촌관광 성패에 중요한 결정요인이다. 관광농원의 지속가능성 연구에서는(박호균, 2001, 박호균, 2002, 박호균 외, 2002)은 농촌관광에 종사하는 개별 사업자들이 가장 커다란 어려움을 겪고 있을 뿐 아니라 지속가능성을 결정하는 유의성 있는 변수가 홍보와 마케팅이라는 것을 제시하며, 그 이유로 농촌관광에서 홍보와 마케팅이 지니는 공공재적 성격을 예로 들었다. 개별 사업자가 홍보와 마케팅을 추진하기에는 규모의 경제(Economy of Scale)문제와 무임승차(Free Rider)의 문제가 존재하기 때문에 시간과 노력을 잘 투자하지 않게 되고 결국 사업의 성패에 중요한 영향을 준다는 것이다. Fleisher & Pizam (1997)은 이스라엘의 농촌관광에서 사업을 운영하는 농민들의 지식 부족과 부적절하고 불충분한 마케팅 활동, 그리고 현대적 숙박시설을 위한 투자 재원의 부족 등의 이유로 경제적인 부분, 즉 이윤창출에서 어려움을 겪는다고 했다. 그 외에도 농촌관광의 주요 선진국들인 프랑스나 독일에서도 공공부문의 지원과 시장 활성화는 주로 홍보와 마케팅에 집중되어 있는 것을 볼 수 있다. Mill & Morrison(1998)은 관광자원과 관광수요를 연결시키는 부분이 바로 홍보와 판매촉진으로 대표될 수 있는 마케팅이라 하였다. 수요가 있다고 해도 그 수요와 공급을 연결시키기 위한 적절한 행위가 없다면 관광을 통해 농촌지역을 문화적, 경제적으로 활성화하는 것은 불가능하다. 따라서 농촌 지역에서 관

광을 도입하여 운영을 담당할 농촌 주민들을 위한 마케팅에 대한 적절한 교육이 필요하며, 계획단계에서부터 소득증대를 위한 마케팅 접근법은 필수적이다. 우리나라 농촌관광수요 활성화에 있어서 홍보와 마케팅이 제대로 효과를 거두게 하는 것은 농촌관광의 미래를 결정하는 중요한 사안임은 아무리 강조해도 모자랄 것이다. 홍보는 농촌관광의 공익성과 농촌경관의 환경보전 효과와 사회적 가치를 알리고 이에 대한 국민적 합의와 지원을 이끌어내는 기능을 주로 하지만 공공부문 각 부처나 추진기관간의 이해문제로 구체적인 수요 활성화와 연계되지 않는 부분이 있다. 마케팅은 소비자 선호 차원에서 시장조사나 체험 프로그램 개발과 운영, 서비스 개발 등 주제에 대한 학문적 관심과 연구가 있었으나 우리나라 상황에 기초한 실천적인 방법을 제시하며 통합적인 접근으로 홍보와 마케팅을 연구하는 것은 농촌관광 발전에 필요 불가결하다.

우리나라에서 농촌관광 수요 활성화를 위한 홍보와 마케팅이 발달하지 못한 이유는 우선 농촌관광이 농촌공간에 대한 도시민의 수요를 바탕으로 공급이 서서히 활발해지면서 발전하였다기보다는 개발주체 특히 농업정책 입안자들의 주도권 아래 농가소득증대정책으로 구체화되는 배경을 지녔으며, 농촌관광 다양한 농촌관광의 형태가 서로 다른 주체들에 의해 진행되며 홍보와 마케팅에 대한 관심과 투자가 미약했다는 점, 농촌관광의 다양한 형태가 함께 유기적으로 발전할 수 있도록 네트워크를 구축하여 홍보와 마케팅에 시너지 효과를 추구할 주체가 없었다는 점, 등을 들 수 있을 것이다.

2. 농촌관광 수요활성화

우리나라 농촌관광 수요를 활성화하는 홍보와 마케팅의 방향은 농촌관광의 본질과 우리나라의 제반 여건에 맞게 추진되어야 할 것이다. 농촌관광이 마을 또는 마을연합을 기본단위로 한 추진체계를 갖추고 사업추진에 있어 마을이나 일선 시 군에 재량을 대폭 부여하고, 마을 단위 추진체계 정비를 기반으로 하여, 권역별 개발로 발전시키고, 인근지역을 포함한 농촌지역 부존자원의 최대한 활용하며, 지역 내 인적 물적 자원조사를 바탕으로 한 사업계획 수립, 경영주체육성과 관련 산업을 연계하는 사업체들의 체계를 구축하는 네트워크 위에서 농림수산업과 농어촌여가 및 체험활동의 종합정보시스템 구축하여 산림청의 자연휴양림, 농협의 팜스테이, 농진청의 농촌테마마을, 심지어는 민간주도로 발전하는 펜션(pension)까지도 종합적으로 연계시켜야 할 것이다. 이와 함께 도시민 수요층과 농촌관광을 추진하는 농가, 마을, 지역 간의 원활한 정보흐름을 위해서 인터넷 등 정보제공시스템을 통합적으로 구축해야 한다. 농촌관광의 다양한 형태를 종합적으로 고찰하여 농촌관광 전체의 연계성과 조직 그리고 운영의 실태와 방향을 통합적 시각에서 분석하여야 할 뿐 아니라, 농촌관광의 통합적 이미지 구축과 홍보와 마케팅을 위한 통합적 전략을 모색 제시하고 도시농촌 교류위원회를 비롯한 정부기관이나 농협 또는 관광공사, 지방자치단체, 그리고 여행업계 등 관련 조직과 업계의 유기적 협력을 위한 바람직한 형식과 방안을 찾아내어야 할 것이다. 이에 더 나아가 수직적 수평적 협력과 시스템적으로 통합된 홍보와 마케팅 활동이 농촌과 도시를 함께 살리는 국민적 운동으로 정착될 수 있는 통합적 방안을 모색해야 할 것이다.

1) 농촌관광 수요의 진흥(Promotion)과 마케팅

농촌관광의 촉진 또는 진흥은 농촌관광을 소비자에게 알리고 구매를

선택하게 하는 마케팅 커뮤니케이션을 말한다. 도시의 소비자들에 대한 정보를 수집하여 분석하고 이를 토대로 상품을 구성하여 상품에 대한 정보를 홍보하고 선전하여 소비를 촉발시키고, 소비자 만족도를 다시 조사하여 상품을 개선시키고 반복되는 소비를 재창출시키는 일련의 과정을 마케팅이라고 할 때 농촌관광에 대한 마케팅 전략은 크게 기본이 되는 세 가지 요소로 이뤄진다: 1) 도농간 즉 소비자와 농촌관광 공급자 사이의 의사소통 기능인데, 이것은 소비자에 대한 기호와 수요의 변화를 파악하고 분석하여 공급자에게 전달하고 또 반대로 공급자의 상품에 관련한 정보와 내용을 소비자에게 전달하고(inform) 홍보하고(persuade) 상호 이해하는 의사소통 기능(influence)을 의미 한다; 2) 소비자와 공급자를 매개시키는 미디어로 신문이나 잡지 같은 대중 정보지, TV 또는 라디오 등 전파매체, DM이나 전화 등을 통한 접촉, 조직적인 입소문을 이용한 정보전달 전략, 그리고 인터넷을 통한 접촉(홈페이지 구축 및 각종 포탈사이트 등에 연결) 등의 방법들을 포함 한다; 그리고 3) 네트워크 구축을 통한 마케팅으로 지역단위의 자매결연, 각종 기업이나 기관들과의 연계를 통한 세미나, 교육프로그램, 휴가 등의 유치, 종교기관과의 연대를 통한 수련회 유치 등을 포함한다. 판매촉진, 광고, 인적판매, 홍보, 스폰서쉽 등을 포함한 다양한 촉진수단을 효과적으로 구성하는 것은 판매촉진, 광고, 인적판매, 홍보 및 스폰서 마케팅의 네 요소를 구성하는 마케팅 방법의 촉진믹스(promotion mix)의 문제라고 볼 수 있다.

마케팅(marketing)을 위해 관광객의 욕구를 확인하고 지역사회에 유지하려고 하는 목표집단을 선정하며, 마케팅 방법을 선정하고 효율성을 극대화시키기 위해 마케팅방법을 평가하고 조정한다. 마케팅과 홍보는 접근성의 질과 양을 결정하는 농촌관광 성패에 중요한 결정요인

이다. Fleisher & Pizam (1997)은 이스라엘의 농촌관광이 이곳을 운영하는 농민들의 지식 부족과 부적절하고 불충분한 마케팅 활동, 그리고 현대적 숙박시설을 위한 투자 재원의 부족 등의 이유로 경제적인 부분, 즉 이윤창출에서 어려움을 겪는다고 했다. Mill & Morrison (1998)은 관광자원과 관광수요를 연결시키는 부분이 바로 홍보와 판매촉진으로 대표될 수 있는 마케팅이라 하였다. 수요가 있다고 해도 그 수요와 공급을 연결시키기 위한 적절한 행위가 없다면 관광을 통해 농촌지역을 문화적, 경제적으로 활성화하는 것은 불가능하다. 따라서 농촌 지역에서 관광을 도입하여 운영을 담당할 농촌 주민들을 위한 마케팅에 대한 적절한 교육이 필요하며, 계획단계에서부터 소득증대를 위한 마케팅 접근법은 필수적이다.

홍보와 마케팅은 소비자들의 구매단계별로 진흥수단이 다르게 나타난다. 즉 구매 전(prepurchase)단계에서는 구매위험을 감소시키고, 구매가능성 증대, 이미지 개발, 브랜드자산 형성, 인지도 증가시키는 목적을 위해 농촌관광이 소비자들의 고려 상품 군(consideration set) 내에 인식되도록 하는 것이다. 소비(consumption)단계에서는 고객만족의 강화와 재 구매율의 증가를 추구한다. 구매 후(postpurchase) 단계에서는 농촌관광 경험의 기대와 성과를 비교하여 만족/불만족이 결정되고 재 구매 여부와 타 소비자에게 부정적/긍정적 전파, 그리고 인지부조화의 양상이 결정된다. 인지부조화는 소비자의 농촌관광 선택이 훌륭한 것이었다고 안심시켜 줌으로서 감소시킬 수 있는데, 지속적인 광고와 소비자에 대한 후속 접촉에 의해 실행 가능하다.

구체적으로 마케팅과 관련한 이스라엘 사례를 들어보도록 한다. 이스라엘에서는 마케팅을 위해 수요자에 대한 조사가 이루어졌는데 1992년부터 1996년 사이의 관광부 조사(survey)결과에 따르면, 목표대상 수

요자(표적시장 설정, target market)는 1) 가장이 30~49세가 75%, 2) 2~3명 자녀 동반 가족단위가 45%, 3) 대학교육 이상이 60%, 그리고 4) 중산층이상 소득자가 65%인 것으로 나타나 이에 맞는 홍보와 마케팅을 할 필요가 확인되었다. 농촌관광 수요 증감에 중요한 변수들은 1) 가처분소득 2) 근무시간 3) 연금 노인 인구 4) 자가용 보급 5) 농촌지역의 시설과 매력물 공급 6) 공급되는 서비스의 질로 나타났다(이스라엘 관광부, 1997). 농촌관광객의 지출액은 하루 평균 45 USD이고 이중에 50%가 숙박에 지출되었다(Fleischere & Pizam, 1997). 이스라엘 관광부와 전문가들은 수요자 조사를 바탕으로 농촌관광의 전략적 목표시장(포지셔닝, positioning)을 1) 시설 면에서는 중급 2) 음식과 음료도 중급 3) 관광매력은 농촌관광의 존재 이유를 구성하는 중점사항으로 4) 지역 내 다른 중소기업자들(상점, 특산물, 기념품, 등)과의 연계와 협력을 필요조건으로 정하였다.

이스라엘 경우는 농촌관광의 표적시장 선정과 포지셔닝(positioning)을 다른 관광형태와의 차별성 확보와 경쟁우위를 기초로 전체 산업 차원에서 찾았지만 나라와 인구가 작고 국내관광의 고유한 여러 사항들이 감안된 것으로 이해된다. 중요한 점은 우리나라의 경우 각 지역별 또는 사업체 별로 마케팅 마인드를 개발하고 전략적 마케팅을 추구해야 한다는 점이다. 홍보와 마케팅은 농촌관광 체계에서 유도되며 지속가능성을 보장하는 연결고리라고 파악된다. 농촌관광은 1) 각종 축제들, 환경부의 자연생태 우수마을사업, 산림청의 산촌종합개발사업과 자연휴양림, 농협에서 주도하는 팜스테이, 해양수산부의 어촌체험 마을사업, 농진청의 농촌전통테마마을, 주말농장, 농림부의 관광농원, 농촌민박, 녹색체험마을, 친환경이나 유기농과 연계된 소비자화 회원들의 생산현장방문과 교육프로그램 등 농촌관광의 다양한 형태를 종합적

으로 연계하여 농촌관광 전체의 연계성과 조직 그리고 운영의 실태와 방향이 통합적 시각에서 접근되어야 하며; 2) 농촌관광의 통합적 이미지 구축과 홍보와 마케팅을 위한 통합적 전략을 모색하고, 도농교류위원회를 비롯한 정부기관이나 농협 또는 관광공사, 지방자치단체, 그리고 여행업체 등 관련 조직과 업계의 유기적 협력이 바람직하며; 3) 농촌관광을 위한 홍보와 마케팅의 전략적인 방안들이 모색되어야 하며; 4). 수직적 수평적 협력과 시스템적으로 통합된 홍보와 마케팅 활동이 농촌과 도시를 함께 살리는 국민적 운동으로 정착될 수 있는 통합적 방안 제시와 활용은 농촌관광의 수요를 활성화시키고 농촌소득 향상에 도움이 되고 농촌관광의 지속가능한 발전을 가능케 한다.

2) 농촌관광 판매촉진(Sales Promotion)

농촌관광 공급자와 수요자 간의 통합적인 커뮤니케이션을 달성하기 위한 여러 가지 수단들은 판매 촉진, 광고, 인적판매, 홍보, 스폰서쉽 등을 포함한다. 그 중에서 판매촉진은 가격할인, 최저가격 보장, 공격적인 환불 보장, 샘플, 쿠폰, 프리미엄, 경연대회, 경품행사, 우수고객 우대 프로그램 등 다양한 수단들을 통해 이뤄진다. 판매촉진 활동은 주로 빠르고 강도 높은 반응을 유도하여 즉각적인 구매를 목표로 한다. 일반 상품의 경우 단기적인 판촉활동으로 장기적인 충성도를 유지시키거나 증진시키는데 한계가 있다고 보는 경향이 있음을 주의해야 할 것이다. 그러나 농촌관광의 경우 시장이 아직 미숙하고 공급자와의 의사소통이 충분하지 않은 경우 다양한 판촉활동을 심도 있게 추진할 필요가 있다.

특히 주목할 만한 판촉은 단골고객 프로그램이다. 대개의 판촉이 단기적이고 공격적인데 반해 농촌관광의 전체적 브랜드 충성도를 높일 수 있는 방법이다. 구매자에게 무료이용이나 추가 서비스를 제공하는

지자체	인센티브 내용	조 건	신청기간	연락처
충청북도	① 1인당 4,000원 ② 200만원/편당	① 충북관광을 목적으로 외국인단체관광객 10인이상을 충청북도 내에 소재한 1급 이상 관광호텔에서 1박을 하고 도내 2개소 이상 관광을 알선한 국내 일반여행업체 ② 외국인단체관광객이 탑승한 140석 이상의 전세기를 청구국제공항(입·출국)으로 유치하고 도내에서 1박 및 2개소 이상 관광을 알선한 국내 일반여행업체 유치기간: 2004. 1. 1 ~ 12. 15	2004년 1~12월(연중) 지급시기: 매분기 익월 (4, 7, 10, 12월)	관광과 전화: 043-220-4268 팩스: 043-220-4259
전라북도	① 시상참가비 100만원 홍보비 100만원 및 시상금 (시상금: 1위 500만원 2위 300만원 3위 200만원) ② 1인1박당 2천원 (단, 해외관광객 100명 이상을 도내숙박업소에 1인1박 이상 투숙 알선 도내 여행사에게는 1인 1박당 5천원 지급)	① 전북관광이 1박 이상 포함된 관광상품 기획 및 홍보플래트를 제작하고 관광객 500명 이상을 도내 숙박업소에 1인1박 이상 투숙하도록 알선한 외국여행사 (상위 1~3위) ② 전북관광이 1박 이상 포함된 관광상품을 해외여행사와 공동기획하여 홍보플래트를 제작하고 해외관광객 500명 이상을 도내 숙박업소에 1인 1박 이상 투숙하도록 알선한 국내여행사 유치기간: 2003. 9. 1 ~ 2004. 8. 31	2004. 9. 1 ~ 9. 10 시상일자: 2004. 9. 30	관광진흥과 전화: 063-280-3301 팩스: 063-280-3339
부산광역시	• 그랜드세일상 : 500만원(1) • 트래블부산상 : 300만원(2) • 웰컴투부산상 : 100만원(3)	부산지역 관광숙박업체(관광호텔, 콘도 등)에 1박 이상 단체 외국인 관광객을 유치한 실적 이 있는 국내 인바운드 여행사 유치기간: 2004. 2. 1 ~ 11. 30	2004. 12. 1 ~ 12. 15 지급시기: 2005년 1월초	관광진흥과 전화: 051-888-3511 팩스: 051-888-3509
강원도 (양양 국제공항)	입국 - 2만원 출국 - 1만원	양양국제공항을 통하여 출·입국하는 국내외 관광객을 유치하는 국내 여행업체 적용기간: 2004. 1. 1 ~ 12. 31	매분기 익월 10일까지 지급시기: 매분기 익월 20일전	강원도 관광협회 전화: 033-242-0089 팩스: 033-252-0088
고창군	최우수상: 1000만원 (1개 업체) 우수상: 700만원 (1개 업체) 장려상: 500만원 (1개 업체)	• 고창관광이 1박 이상 포함된 관광상품이 있고 홍보플래트를 제작한 국·내외 여행사 • 국내관광객은 1회 50명 이상, 해외관광객은 1회 30명 이상씩 군내 숙박업소에 1박 이상 투숙한 경우 • 군내 여행사는 직접 유치 또는 알선한 실적을 포함 적용기간: 2004. 1. 1 ~ 11. 20 (2005년부터는 2004. 11. 21 ~ 2005. 11. 30 적용)	2004. 11. 21 ~ 11. 30 (10일간) 시상일자: 2004년 12월 중	문화관광과 전화: 063-560-2234 팩스: 063-560-2792

지자체	인센티브 내용	조 건	신청기간	연락처
전주 시	<ul style="list-style-type: none"> • 1등 : 500만원(1개 업체) • 2등 : 300만원(2개 업체) • 3등 : 100만원(3개 업체) 	<ul style="list-style-type: none"> • 연간 단체투숙객 유치 실적 500명 이상 여행사 • 1회 20인 이상 단체관광객에 한하여 평가 하고 투숙객 및 투숙일수에 의한 차등배정 <p>적용기간 : 2004. 1. 1 ~ 12. 3</p>	<p>2004년 2 ~ 12월</p> <p>시상일자 : 2004년 12월 중</p>	<p>문화담당관실</p> <p>전화: 055-749-2055</p> <p>팩스: 055-749-2807</p>
목포 시	<p>포상금액 : 600만원</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1등(1개사): 상패 및 300만원 • 2등(1개사): 상패 및 200만원 • 3등(1개사): 상패 및 100만원 	<p>연간 해외관광객 100명 이상 또는 내국인 관광객 300명 이상을 목포시 소재 숙박업소 1박 이상 투숙시킨 실적이 있는 여행사 중 유치실적이 우수한 상위 3개 여행사</p> <p>유치기간: 2003. 3. 1 ~ 11. 30</p>	<p>2003. 12. 1 ~ 12. 13</p> <p>포상시기: 2003년 12월말</p>	<p>문예관광 담당관실</p> <p>전화: 061-270-8567</p> <p>팩스: 061-270-8569</p>
강화 군	<ul style="list-style-type: none"> ① 강화군관광지에 입장하고 강화군 내의 식당에서 식사 또는 특산물 매장 등 경유: 1인당 1,000원 ② 강화군내에서 1박 이상 숙박 시킨 여행사 : 1인당 2,000원 	<p>연간 50명 이상 유치한 일반여행사</p> <p>유치기간: 2003. 1 ~ 2003. 11. 30</p>	<p>2003. 12. 10</p> <p>지급시기: 2003년 12월</p>	<p>강화군 관광개발사업소</p> <p>전화: 032-930-3525</p> <p>팩스: 032-930-3644</p>
대구 광역시	<p>소요예산 : 5000만원 보상금 기준</p> <ul style="list-style-type: none"> • 대구시 : 1만원/1인 · 1박 • 관광협회 : 1만원/1객실 · 1박 (객실당 2인이내) • 수학여행단의 경우 50% 적용 	<p>관광을 목적으로 10명 이상의 외국인 단체관광객을 관내에 소재한 지정된 관광호텔에 1박 이상 투숙하여 대구 시내 주요관광명소 2개소 이상 관람하게 한 여행사</p> <p>유치기간: 2003. 1 ~ 2003. 12. 31</p>	<p>2003. 12. 30</p> <p>지급시기: 2003년 12월</p>	<p>관광과</p> <p>전화: 053-429-3334</p> <p>팩스: 053-429-3339</p>
	<p>포상금액 : 1200만원</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1위 : 500만원 • 2위 : 300만원 • 3위 : 200만원 • 장려(2) : 100만원 	<p>대구지역 관광호텔에 외국인 500명(1박 기준, 연인원) 이상 숙박하게한 국내 일반여행사의 신청을 받아 서류심사 및 호텔 실사를 거쳐 선정</p> <p>유치기간: 2003. 1 ~ 2003. 12. 31</p>	<p>2003. 1. 1 ~ 1. 15</p> <p>포상시기: 2004년 2월초</p>	

지자체	인센티브 내용	조 건	신청기간	연락처
전라남도	일반인(3개업체): 5500만원 • 최우수(1): 감사패 및 300만원 • 우수(1): 감사패 및 150만원 • 장려상(1): 감사패 및 100만원 수학여행단(2개업체): 4500만원 • 최우수(1): 감사패 및 300만원 • 우수(2): 감사패 및 150만원	타·시도의 관광객 300명 이상을 도내 숙박 시설에 1박 이상 투숙 유치한 여행업체별로 인원을 환산하여 순위결정 (일반인: 1인 1박당 1점, 수학여행단: 1인 1박당 1점) 유차기간: 2003. 1. 1 ~ 2003. 12. 20	2004년 1. 10까지 시상일자: 2004년 2월 중	관광진흥과 전화: 063-280-3301 팩스: 063-280-3339
인천광역시	소요예산: 7500만원 관광객 1인당 2,000원 지급	인천시가 개발한 관광코스과 연계된 여행사의 자체 또는 공동기획상품으로 년 500명 이상 유치하여 인천에서 1박 이상 숙박한 일반 여행사 유차기간: 2003. 1. 1 ~ 2003. 11. 20	2003. 12. 10 지급시기: 2003년 12월	관광진흥과 전화: 032-440-3312 팩스: 032-440-3319
울산광역시	지급기준 • 1박시 : 3,000원/1인 • 2박 이상 : 5,000원/2인이상	해외관광객 연 100명 이상을 관내 숙박업소에 1박 이상 투숙토록 알선한 국내 여행사 유차기간: 2002. 12. 31 ~ 2003. 11. 30	2003. 12. 1 ~ 12. 15 포상시기: 2003년 12월말	관광과 전화: 052-229-3732 팩스: 052-229-3789
	• 우수상(1): 300만원 • 장려상(2): 각 100원	해외관광객 유치 연간 실적 상위 3개 업체 적용기간: 2002. 12. 1 ~ 2003. 11. 30		
광주광역시	지급액: 5개 업체 1200만원 • 1위(1): 500만원 • 2위(1): 300만원 • 3위(1): 200만원 • 장려상(2): 각 100만원	매년 1월 1일부터 12월 20일까지 연인원 500명 이상 외국 관광객을 광주 소재 숙박업소에 1박 이상 투숙토록 알선한 실적이 있는 여행사 상위 5개 업체	2003. 12. 16 ~ 12. 20 포상시기: 2003년 12월말	관광과 전화: 062-606-3357 팩스: 062-606-3339

〈표-1〉 「지방자치단체별 여행사 인센티브 제공계획」
 여행신문 797호 2004년 4월 1일

프리미엄과 달리 단골고객 프로그램은 자주 구매하는 구매자 또는 구매자가 지정하는 소비자에게 보상과 재구매에 대한 인센티브를 제공한다. 설정되거나 열린 상태의 기간(open-ended or fixed-time ended) 동안 다수의 구매를 하는 경우에 제공하며, 표준화 된 마일리지 누적 수단이 있고, 일정한 포인트 누적에 따라 표준화 된 보상 수단이 있어야 한다. 데이터베이스 관리와 추가적 비용의 누적이라는 문제점 때문에 또 농촌관광의 공급자 조직화가 미흡하다는 특성상 일부 지역 지자체나 농촌관광 공급자가 주도할 성격은 아니지만 국가 차원에서 농촌과 도시의 교류활성화라는 명분으로 농촌관광 전국적 네트워크를 구성하고 단골고객 프로그램의 시행을 연구해볼 가치는 충분하다.

이미 언급한 바와 같이, 농촌관광의 경우 지역을 홍보하는 경우가 많고, 설사 개인 농촌관광업자가 관측활동을 하더라도 관측활동 과실에 대해 타 공급자들을 차단시키는 배제성(excludability)이 보장되지 않거나 미약하므로 관측활동이 활발해지는 것이 어려운 실정이다. 따라서 정부나 지방자치단체에서는 각종 농촌관광과 관련한 관측활동이 활발해질 수 있도록 시장에 개입할 필요가 있다. 이런 사례는 표-1 <지방자치단체별 여행사 인센티브 제공계획, 여행신문 797 2004, 4.1>에서 볼 수 있는 2003년에서 2004년 사이에 각 지방자치단체들이 중간상인 여행사들을 대상으로 각종 판매촉진 활동을 벌이는 것을 통해 참조할 수 있다. 비록 규모나 예산에서 흡인력이 미미하다는 인상을 지울 수는 없겠지만 이런 활동의 의의는 매우 중요하며 규모와 방법을 더욱 다양화시킬 필요가 있다. 관측활동의 대상도 중간유통자 역할을 하는 여행사, 학교 및 교육관계 기관 및 재단, 종교단체, 각종 시민단체 등에도 관심을 기울이고 최종 소비자인 도시민들을 대상으로 하도록 확대되어야 할 것이다.

3) 광고(Advertizing)

광고는 광고료를 지불하고 매체를 통해 구체적인 정보를 알리는 형태의 의사소통 수단이다. 광고는 우선 정보를 제공하며, 잠재적 구매자를 설득하며, 브랜드를 기억시키고 회상케 하며, 궁극적으로 구매행위를 유도하는 역할을 한다. 다수의 수요자를 대상으로 짧은 시간에 접근할 수 있는 장점에 반해 의사소통 방법이 일방적 정보 전달이며 정보의 질과 양이 제한된다는 단점이 있다. 특히 농촌관광의 경우 매체를 통한 광고는 찾아보기 힘든 형편이다. 농촌관광이 공공재적 성격을 미루어 볼 때 광고보다는 오히려 홍보가 더 바람직하다는 점이 현실로 나타나는 것으로 해석된다.

지역전보 발신수단으로 미디어를 잡지 및 인쇄물 등의 정보매체를 이용하는 경우 구체적이고 보관 가능한 구체적 고급 정보의 전달 목적으로 인쇄매체를 활용하는 것은 바람직하다. 여행관련 잡지 및 인쇄물이나 전원생활이나 펜션 관련 잡지 생활관련 잡지 등의 실리는 광고는 정보전달력이 비교적 높다. 전파매체의 경우 전달 속도와 반응성은 우수하지만 효과의 지속성에 문제가 있다. 농촌관광의 공익성과 비용의 높은 부담을 볼 때 농촌관광 전체에 대한 공익광고의 방향에서 고려해야 할 것이다.

4) 홍보와 스폰서십(Publicity & Sponsorship)

홍보(publicity)는 농촌관광이 제공하는 상품, 서비스에 관하여 뉴스나 화제 거리로 다루게 하여 농촌관광을 소비자들에게 알리는 활동이다. 상업성이 배제된 공공기관에 의해 홍보가 이루어지므로 광고와는 달리 높은 신뢰감을 주게 되고 촉진효과가 크다. 그러나 홍보활동을

주도하는 전문가가 필요하며 홍보 유치활동과 대 언론 활동의 운영비용에 대한 투자가 선결되어야 한다. 하동군과 같은 일부 지자체에서는 헌신적인 공무원이 대 언론 홍보 전문가로 경험을 축적하고, 각종 지방 축제, 지방 특산물, 영화나 드라마 촬영장 제공 등의 다양한 홍보활동에서 모범적 사례를 보여주고 있다. 실례로 함평 나비축제의 성공은 홍보 활동의 성공 덕분이라고도 한다.

관광분야에서 오래된 경험을 축적하고 있는 인쇄매체나 방송매체를 통한 정보전달의 경우 동일한 지면이나 방송시간의 광고 구입가격에 세 배를 곱한 금액을 홍보효과로 계산한다. 이것은 홍보를 통한 신뢰감과 촉진효과의 프리미엄을 감안하는 것으로 이해할 수 있다. 홍보의 편익 가치를 홍보유치활동을 위한 직접, 간접비용과 대비하여 홍보계획을 추진하는 기준으로 삼는다. 일반 사기업의 경우에도 마케팅이 고도화될수록 홍보활동에 비슷한 이유로 많은 고급인력과 비용을 투자하는 것을 볼 수 있는데 농촌관광의 경우처럼 생산자들이 조직화되지 않는 경우 고도로 효과적인 홍보활동이 아쉬운 실정이다. 이스라엘 관광부의 경우에도 기사를 목적으로 하는 인쇄매체 초청 팸투어(familiarization tour) 및 방송사 프로그램 촬영지원을 대상 나라 및 시장에 따라 연간 계획을 세워 추진하고 있는데, 여행목적지의 홍보는 공공성이 있기 때문에 정부와 같은 공공부문에서 담당해야 한다는 논리에 주목할 필요가 있는 것이다

스폰서십은 문화행사, 스포츠, 캠페인 등의 행사에 일정 비용이나 편익을 제공하고 후원기업이나 후원단체의 명목을 얻어 다양한 마케팅활동에 활용하는 것을 의미하는데 긍정적 이미지와 신뢰감 형성을 추구하게 된다. 농촌관광의 경우 환경보호, 생명존중, 자연교육, 전인교육, 봉사활동 캠페인 등에 다양한 형태의 협력을 제공하며 스폰서십을 추

구하는 것이 매우 바람직하다. 이상 언급한 홍보와 스폰서십 활성화를 위해서는 무엇보다도 전문가를 양성하는 것이 시급하다. 농촌지역에 근거를 두고 애정을 지닌 홍보전문가는 농촌관광을 이끌어가는 전문화된 핵심인력의 주요한 구성요소라는 것은 아무리 강조해도 지나치지 않다.

5) 인적판매와 네트워크

인적판매(personal sales)는 판매담당자들이 직접 고객을 접촉해서 대화와 의사소통을 통해 구매를 유도하는 활동을 말한다. 상황에 따라 적용할 수 있는 유연성과 고객의 다양한 욕구와 필요에 순발력 있게 대처할 수 있어서 설명하기 어려운 기술이나 복잡한 정보를 직접 고객과 상호접촉을 통해 판매할 수 있는 효과적인 촉진수단이다. 그러나 속도가 느리고 인적자원을 관리 유지하는데 많은 비용이 든다는 단점이 있다.

농촌관광은 마케팅에 있어서 도시와의 연계가 중요하게 작용하며, 이러한 연계는 농협, 생협, 노동조합, 각종 친목단체, 봉사단체, 동창회, 시민단체 등을 통해 이루어진다. 민간 기업이나 도시지역 지역단위 행정단위나 심지어 부녀회들과의 연계도 바람직할 것이다. 각종 학교들과의 연계도 학생들의 의무적 봉사활동이나 교육 프로그램과의 연계 또한 중요하다. 이 때 각 단체들의 이해를 구하고 협력을 이뤄내기 위해서는 정기적인 방문과 만남을 통한 커뮤니케이션 활동이 필요하다. 이벤트 투어나 팸 투어를 기획하고 의견 교환 모임 등을 통해 연계와 협력의 방향을 조정해 나가는 활동은 인적판매 전문가의 몫이라는 것은 자명하다.

3. 홍보와 마케팅의 통합적 접근(Integrated Marketing Communication)

효율적인 농촌 관광프로그램을 창출하기 위해 지역사회의 가치기준이 세워지고 지역사회에서 공감대를 갖게 되며, 관광발전을 지역사회의 가치기준으로 정착시키는 것이 우선이다. 지역사회에 관광객을 끌어들이는 힘을 가진 매력(attractions)으로 활동, 문화재, 예술품 및 유적지, 자연자원 등을 개발하여 운영하는 것이다. 또한 관광객들이 지역사회에서 관광을 즐길 수 있도록 도와주는 공공서비스 개발, 상품과 판매를 목적으로 하는 소규모 사업체들의 개발과, 확장, 새로운 일자리와 소득원을 창출함으로써 지역사회를 다양화시키고 지역경제를 강화시킬 수 있는 다양한 서비스(service)를 개발한다. 그리고 마케팅(marketing)을 위해 관광객의 욕구를 확인하고 지역사회에 유지하려고 하는 목표 집단을 선정하며, 마케팅 방법을 선정하고 효율성을 극대화시키기 위해 마케팅방법을 평가하고 조정한다. 조직(organization)은 지역의 노력을 발전, 조정하기 위해서 지역주민 및 지역집단을 조직화하고, 지역의 자원 및 엘리트 집단들을 확인하며 관광 발전을 위한 발전기금을 모색한다(MES, 1991).

이러한 일련의 농촌관광 체계 안에서 생성되는 많은 정보들은 마케팅을 통해 소비자들과 다양한 방법을 통해 의사소통이 이뤄지게 된다. 의사소통의 성공적 결과로 구매가 이루어지며 소비자 만족을 바탕으로 한 재구매가 확대 재생산 될 때 농촌관광은 해당 지역사회 안에서 지속가능한 발전을 영위하게 될 것이다. 공급자와 소비자 간의 효과적인 의사소통을 위해 농촌관광에서 가장 중요하게 고려해야 하는 것은 각 촉진 요소들의 장단점과 농촌관광의 본질을 바탕으로 어떻게 최적의 촉진믹스를 구성하느냐는 것이다. 잠재적 도시 소비

자들의 농촌관광 참여 욕구를 자극하고 구매행동을 이끌어내기 위해서는 1) 강력한 메시지 창출, 2) 설득과 구매 유발, 3) 소비자 만족의 극대화와 재구매 강화, 4) 긍정적 이미지의 확대 등의 과정에 있어서 전반적으로 전략적인 기획을 통해 다양한 촉진 수단들이 동원되고 조정되는 통합적 마케팅 의사소통(integrated marketing communication)의 구축이 필요하다.

표-2)에서 보는 바와 같이 농촌관광의 수요를 촉진시키기 위해서는 다양한 촉진요소들을 농촌관광의 성격에 맞게 다양한 농촌관광 관련자들이 선택적으로 분담하여 함께 통합적으로 이끌어가도록 해야 한다. 촉진믹스를 결정하고 주위환경과 상황의 변화에 맞추어 역동적으로 지휘하는 주체로서의 조직의 역할이 매우 중요하다. 농촌관광을 오랫동안 발전시켜온 나라들의 경우, 농촌관광 공급자 연합 조직이 주도적으로 정부와 공공부문을 끌어들이고 연관시키고 연합하여, 도시 소비자들을 설득하고 농촌관광에 참여시키는 역할을 담당하고 있는 실정이다. 촉진요소들을 전략적 선택적으로 구성하는 것을 촉진믹스라 할 때, 촉진믹스의 구성은 구성주체에 따라 다르기 마련이다. 국가 수준에서 중앙정부 농림부에서의 촉진믹스, 지방자치단체 차원에서의 촉진믹스, 마을이나 지역사회 수준에서의 촉진믹스, 그리고 개별 농촌관광 공급사업자로서의 촉진믹스가 달라야 할 것이다. 중요한 것은 서로 다른 수준의 촉진믹스를 조정하고 이끄는 기능이 있는가 하는 점이다. 특히 농림부에서는 촉진에 있어서 일반 서비스 산업과 비교할 때 마케팅 마인드가 부족하고 전문가 활동을 조장할 여지가 많다고 판단된다.

〈표-2〉 농촌관광 수요촉진 요소

촉진 수단	촉진 주체와 대상	전략적 중점 촉진요소	비 고
관촉	개별공급자 -> 소비자	할인, 가격보장, 환불, 샘플, 쿠폰, 프리미엄, 경품행사 등	개별 농촌관광 공급자의 독창성과 사업수단에 따라 다양하게 실행하고 공공부문은 관촉비용에 대해 일부 또는 전부 보조금 지급
	공공부문 -> 중간유통	장려금, 시상, 보조금 지급 등	농촌관광이 여행상품 취급집단에 항상 유지되도록 하는 것이 중요함
	공공부문 -> 소비자	보조금 및 지원금 지급, 경연대회, 단골고객 프로그램 등	여행상품 직접구매와 반복구매를 유도하고 구전효과를 조장함
광고	개별공급자 -> 소비자	인터넷, DM,	세분화하여 제한적이고 집중적으로 표적시장을 대상으로 실행
	공공부문 -> 중간유통	여행전문잡지, 관련 전문 매체, DM, 공고 등	중간유통업자의 여행상품 취급 집단에 항상 유지되도록 세부적이고 다양한 정보제공
	공공부문 -> 소비자	일반 대중 인쇄/방송 매체를 통한 공익광고	농촌관광이 여행상품 고려집단에 항상 유지되도록 하는 것이 목표
인적 판매	개별공급자 -> 소비자	아파트 부녀회, 각종 조합, 친목/봉사 단체, 기업, 학교 등 방문상담 및 유치활동	공급자의 독창성에 따라 관촉과 연결하여 시행
	공공부문	공급자와 중간상 연결 모임, 세미나, 박람회, 팸투어, 등을 기획하고 인적/물적 지원	방문상담, 기획, 안내 등 담당할 인적판매 지역전문가를 육성하고 고용창출을 지원
홍보 스폰서	개별공급자	홍보에 필요한 시간과 장소 제공에 적극 참여	홍보전문가와 홍보예산 확보가 관건
	공공부문 -> 중간유통	기획사, 여행사 등에 대한 홍보유치 포상 및 지원, 다양한 중간상들의 활동에 스폰서십 제공	
	공공부문 -> 소비자	안내 책자, 지도, 안내판, 도로표지, 농촌관광과 농촌살리기 캠페인에 언론 동참을 유도 등	

III. 결론

지역단위의 자원(문화, 유적지, 자연 등)과 지역특성을 바탕으로 추진되는 농촌관광 개발정책의 논리를 보여주는 모델은 방문자로 대변되는 관광수요와의 관계를 배제하고는 지속성을 규정할 수 없음을 잘 보여준다. 농촌관광의 무대, 즉 관광목적지와 연결되는 관계는 바로 접근성(accessibility)으로 나타난다. 농촌관광이 관광객들에게 농촌지역에서 여가를 즐길 수 있도록 접근성을 보장해 주거나 또는 농촌 어메니티의 관리, 확대재생산, 시장내재화 등을 위해 접근성을 제한하거나 하는 내용을 지닌다. 과도한 접근성의 보장은 또한 곧 농촌 어메니티를 해치는 결과를 낳을 수도 있다. 따라서 지속가능한 개발과 연계하여 농촌공간과 지역사회의의 보존과 지역개발의 균형을 유지하여야 한다. 마케팅과 홍보는 접근성의 질과 양을 결정하는 농촌관광 성패에 중요한 결정요인이다. 수요가 있다고 해도 그 수요와 공급을 연결시키기 위한 적절한 행위가 없다면 관광을 통해 농촌지역을 문화적, 경제적으로 활성화하는 것은 불가능하다. 따라서 농촌 지역에서 관광을 도입하여 운영을 담당할 농촌 주민들을 위한 마케팅에 대한 적절한 교육이 필요하며, 계획단계에서부터 소득증대를 위한 마케팅 접근법은 필수적이다.

미래 우리나라 농촌의 문제는 구조적으로 농촌에서 해결될 수 있는 것이 아니라 도시와의 연계에서 그 해법을 찾아야한다는 당위성이 있다. 도시와 농촌을 서로 교류하고 알게 하도록 하는 것이 농촌관광의 본질이기 때문에 미래 농촌문제를 풀어나가는데 농촌관광이 주목을 받고

있는 것이다. 관광이라는 면에서의 먹고 마시고 즐기고 체험하는 레저 위락행위의 범주를 뛰어넘어 도시와 농촌의 상생의 길을 찾아나가는 만남과 경험을 통해 농촌의 미래에 대한 사회적 합의를 만들어 나아가는 구체적 방법으로서 농촌관광이 자리 매김을 해야 할 것이다. 세계화와 시장개방에 농산물 시장을 내어주고 있는 우리나라 농업부문은 선진국의 예처럼 어메니티와 농산물을 결합시켜서 농업의 비교역적 특성을 강화하고 농촌관광을 통한 도농직거래, 계약재배, 위탁재배 등의 형태로 활로를 찾아나가야 한다. 단순한 농산물 판매가 아니라 농산물 더하기 무언가를 농촌관광과의 연장선에서 개발한다는 뜻이다. 도시와 농촌의 공간 활용에 대한 새로운 역할정립은 도시가 바라고 꿈꾸는 농촌의 농촌다움을 보존 유지하는데서 찾아야 할 것이다. 사회적 합의를 전제로 농촌 어메니티를 관리하고 공급할 수 있는 농촌주민과 농촌지역사회에게 보상을 제공함으로써 농촌 환경의 질과 긍정적 외부경제를 증진시키는 것이 농촌관광의 지속가능한 개발에 필수적이다. 또한 농촌을 찾는 도시민들이 농촌을 찾아 농촌 어메니티를 체험하고 즐기며 도시민의 세금부담이 농촌을 지키는 보람을 느끼도록 해야 한다. 이러한 사회적 합의는 농촌관광을 통한 만남과 체험에서 지속가능성을 지니게 될 것이다. 환경 친화적이고 무농약 유기농 농산물 생산 또한 도시와 농촌이 신뢰를 구축하며 도시 농촌 생산 유통 공동체와 같은 경우도 주기적으로 소비자에 대한 생명교육과 환경교육을 밑바탕으로 지속가능성이 보장 되는 것이다. 빠른 정보화를 배경으로 발전하고 있는 인터넷을 통한 직거래 또한 농촌관광을 통한 신뢰와 네트워크가 뒷받침이 될 때 가속도가 붙게 될 것이다.

우리나라의 경우 농촌관광 전체의 통합적 이미지와 브랜드 구축을 국가단위로 하여 홍보와 도시민의 관심과 참여를 유도하고, 각 지역별로

특성과 고유한 마케팅 전략을 가동하는 다원적 체계(multi-stages)의 마케팅이 필요하다. 즉 농촌관광이라는 케이크는 국가와 사회가 키우고 케이크를 나누는 과정에는 경쟁과 마케팅을 통한 시장기능이 발휘되도록 해야 한다는 것이다. 예를 들어, 우선 국민이 농촌을 아끼고 사랑하며 자신의 일부로 인식하게 하기 위해 범국가 차원에서 캠페인을 벌인다. “흙은 당신의 고향입니다”, “어머니의 품 농촌을 찾으세요”, “잊혀진 인심, 농촌에서 느끼십시오” 등의 슬로건으로 농촌을 찾고 지켜야 한다는 공익광고를 강력히 시행하여 도시납세자들이 농촌에 대한 관심을 갖고 농촌을 지키고 가꾸는데 필요한 세금을 납부한다는 데 자긍심을 갖게 해준다. 또한 이러한 투자의 결과를 직접 누리기 위해서 농촌관광에 초대되고 있다는 느낌을 각인시킨다. 교육인적자원부에서 초등학교 고학년이나 중등부 교과과정에 농촌체험과 봉사를 제도적으로 도입하는 등의 네트워크 구축은 농촌관광이라는 수요를 키우는 방법이 될 것이다. 그런 흐름 안에서 각 지역별 마을별 농촌관광 공급자들의 유치 경쟁과 서비스 경쟁이 비로소 의미를 지니고 농촌관광의 본래 의미가 실현되는 것이다.

정부가 발표한 2004년 농림부 소관 예산에 보면, 교육, 의료, 복지 등 지역개발분야에 2,445억 원을 투자하여 전년 대비 110% 증가시킨 것을 볼 수 있다. 도시민의 여가수요를 농촌관광으로 흡수하여 소득자원화하는 녹색농촌체험활동 지원에는 지난 해 보다 8억 많은 40억 원을 투자하고 지원마을도 전년 26개소에서 32개소로 늘이는 것으로 되어 있다. 또 신규사업으로 농촌마을 종합개발사업을 2004년 시작하여 16권역에서는 신규착수하고 36권역에서는 계획수립조사를 하며 총 480억 원을 지원하여 소권역별 농촌 다원적 기능을 확충하는 지역별 특성화 사업을 벌이도록 계획이 세워져 있다. 농정이 지역을 활성화하는 방향

으로 나아가 농업경쟁력과 함께 농촌관광과 같은 타 산업, 생활 인프라, 지역정책, 복지정책이 함께 추진되는 방향으로 구체적으로 시작되고 있다는 점은 높이 긍정적으로 평가할 만하다. 그러나 우리나라 유수의 모 여행사가 일 년 동안 쓰는 광고비만 40억 원이라는 사실에 비교하고, 생산기반조성(경지정리, 새만금 등 치수와 용수개발 등)에 5,000억 이상 또는 1 조원 이상 매년 투입하면서도 국가의 비교 농업경쟁력이 답보상태라는 사실을 상기하며, 농산물 시장을 내어주고 소득감소를 감내하며 보상형태로 사회적 합의에 따라 형성되는 농특세 사업이 농어민의 소득 보전과는 직접 관련되지 않은 사업들에 투입되어 오고 있다는 점을 보면, 농촌관광을 통해 농촌의 다원적 기능을 소득원으로 개발하고 관련 고용을 창출시킨다는 취지가 공허하게만 여겨진다. 일본에서 농촌관광 개발을 할 때, 지속가능한 일자리 하나를 만들기 위해 평균 1억 엔 정도를 투자하며, 10명에서 20명 정도의 안정적 고용효과가 있는 관광매력 개발에 10억 엔 이상을 중앙정부, 지방자치정부, 농협, 지역주민 등이 공동출자하는 사례가 비일비재하다는 점은 시사하는 바가 크다. 국가예산의 크기만 논할 것이 아니라 예산배분의 적절성과 효율에 대해서도 심각하게 고민할 필요가 있다.

2004년부터 10년간 119조 원 가량이 투자된다는 농촌마을 종합개발 사업이 관이나 정부의 주도 아래 지역주민 참여가 형식적으로 구색을 맞추는 형태로 과거와 같이 진행된다면, 10년 후 우리는 또다시 과거의 오류를 돌아보게 될지도 모른다. 모든 경영의 기본이 인적자원임을 중시하고 인위적이고 행정적인 농업후계자 양성 보다는 시장의 흐름과 시대적 트렌드에 맞는 농촌인력 배양을 유도해야 할 것이다. 농촌관광을 주도할 인력자원을 과감하게 유치, 양성하고 마케팅 및 홍보 분야의 전문가를 키워 내거나 농촌에 유치하는 것이 관건이다. 농촌에 생활 뿌리

를 두고 있는 전문 인력이 다양한 농촌관광 프로그램을 개발 운영하며 진행하고, 마케팅과 홍보를 기획하고 주도하며, 도시와 농촌 사이에 오고가며 농산물과 문화를 교류시키는 역할을 담당하고, 인터넷 및 현대 감각에 맞는 교양과 상식과 마케팅 마인드로 무장된 신세대 서비스업 인력고용이 농촌에서 창출될 때 비로소 우리나라 농촌관광이 꽃을 피우고 농촌경제에 기여하게 될 것이다.

참고 문헌

- 농림부, 「농외소득증대 증장기 추진계획」, 2001.
- 농림부, 「2003년 녹색농촌체험마을 시행 지침서」, 2002, www.maf.go.kr
- 농림부, 「2004년 농림부소관 예산」, 2004, www.maf.go.kr
- 류선무 외, 『그린투어리즘의 이론과 실제』, 2003, 서울, 백산출판사.
- 박시현, 강신겸, 박윤희, 『한국형 농촌관광의 증장기 발전을 위한 대안 모색』, 2003, 세미나 자료집, 한국농촌경제연구원
- 박호균, 정지웅, 「농촌지역사회의 지속가능성: 선린촌(1967-1999)을 중심으로」, 『지역사회개발연구』, 2003, Vol. 25, No. 1, pp. 227-242.
- 박호균, 유성호, 이성우, 「한국 관광농원 실태 조사분석과 농촌관광 발전 전략 연구」, 『지역사회개발연구』, 2001, Vol. 26, No. 1, pp. 45-73.
- 박호균, 「농촌관광 활성화를 위한 어메니티 증진방안」, 『농어촌과 환경』, 2001, 통권 제73호, pp. 3-11
- 박호균, 『한국관광농원의 지속가능성 연구』, 2002a, 박사학위논문, 서울대학교.
- 박호균, 「농촌관광과 지원체계: 이스라엘 사례」, 2002b, 『한국농촌지도학회 지』, 제9권 2호, pp. 161-171.
- 박호균, 이성우, 박지영, 「경로분석을 통한 농촌관광사업 평가 척도의 타당성 분석」, 2002c, 『농촌사회』, 2002c, 12집 제2호, pp. 75-102.
- 박호균, 「이스라엘의 지역협의체를 활용한 농촌관광 운영사례」, 『아시아 그린투어리즘 네트워크 발표논문집』, 2003, pp. 247-259.
- 야마자키 미쓰히로, 강신겸 외), 『녹색관광』, 1997, 서울, 일신사.
- 한국여행신문 797호 2004년 4월 1일, 「지방자치단체별 여행사 인센티브 제 공계획」.

- Engel Jossef, 「Rural tourism as a solution to the development of peripheral areas」, 2001, Unpublished Seminar printed material, Jerusalem: Society for the Protection of Nature in Israel, Israel
- Fleischer, A. and Pizam A., 「Rural tourism in Israel」. 『Tourism Management』 1997, 18(6): pp. 367-372.

- Fleischer, A. et. al., 『Visitors survey in rural accommodations in Israel and their pattern of expenditures』, 1994, Jerusalem: Israel Ministry of Tourism.
- Fleischer, A., Tsur Yacov, and Sidi A., 『Estimating the economic value of agricultural landscape as a tourism resource』, 1997, Jerusalem: Israel Ministry of Tourism(in Hebrew).
- Floyd, M. et al, 『The relationship between environmental concern and acceptability of environmental impacts among visitors to two U.S. national park settings』, 『Journal of Environmental Management』, 1997, 51: pp. 391-412.
- Mill, R. and Morrison A., 『The tourism system』, 1998, Dubuque. Iowa: Kendall/Hunt Publishing Company.
- Minnesota Extension Service, A 『 Training Guide for Rural Tourism Development』, 1991, p.3, University of Minnesota.
- OECD, 『Cultivating Rural Amenities-An Economic Development Perspective』, 1999, OECD.
- OECD, 『The Contribution of Amenities to rural development』, 1994, OECD.
- OECD, 『Amenities for Rural Development-Policy Examples』, 1996, OECD.
- Oppermann, M., 『Holidays on the farm: A case study of German hosts and guests』, 『Journal of Travel Research』, 1995, 34(1): pp. 63-67.
- Pearce, D., 『Economics, Equity, and Sustainable Development』, Future, 1988, 20: pp. 598-605.
- Pigram, J., 『Planning for tourism in rural areas: Bridging the policy implementation gap』, In D.G. Pearce and Butler R. (eds.), 『Tourism research: Critique and Challenge』, 1993, London: Routledge.
- Sharpley. R. and Sharpley J., 『Rural tourism: An introduction』, 1997, Boston, MA: International Thomson Business Press.
- WTO, 『Tourism 2000 Building a Sustainable Future for Asia-Pacific』, 1997, WTO.



2

농촌관광 프로그램 개발

도농교류 체험학습 활성화방안

이상엽 (한서대학교 행정학과 교수, 내포지역발전연구소 소장)

1. 서론

어릴 적 체험은 평생을 간다. 체험은 학습의 지름길이다. 다양한 교육개혁이 전개되지만 아직도 학생들은 학교를 재미있는 곳으로 인식하고 있지 못하고 있다. 이에 교육당국은 '체험학습의 확대'를 강조하면서 체험학습을 강화하기 위하여 다각적인 노력을 하고 있다.

최근 체험을 중심으로 독특한 경험과 가치를 얻고자 하는 관광욕구가 증가하고 있다. 특히 농촌으로의 관광 수요가 증가될 것으로 보인다. 국민 국내 관광 총량에서 농촌관광이 차지하는 비율은 2001년 9.4%에서 2011년에는 15.2%로 증가할 전망이다(박시현, 2003). 이에 기초할 때 농촌관광 총량은 2001년에 연인원 30,930천명이 2011년에는 연인원 92,107천명으로 연평균 11.5% 증가할 전망이다. 농촌관광시장 규모는 2001년 12,897억원으로 농림부분 GDP의 5.4%에 달하고 있는 것으로 추정되고 있다. 농촌관광지불의사 금액이 일정하다고 가정할 경우 2011년 농촌관광시장 규모는 38,406억원으로 농림부분 GDP의 17.6%에 달할 것으로 전망된다(단 2011년 농림부분 GDP는 KREI전망치).

특히 주5일 수업제가 도입되면 가족중심형의 여행수요가 확대되고 시간소비 체류형, 자기계발형, 체험의 적극적 참여형 여행수요가 증대될 것으로 예상되는바 기존의 소극적 체험학습 프로그램에 대한 전면적인 재검토가 요구되는 시점이다.

그동안 도시로의 경제력 집중으로 소득은 높아졌으나 육체적·정신적 스트레스로 삶의 질이 저하됨에 따라 오감을 느끼는 다양한 관광경험에 대한 수요가 증가되는 추세이다. 이에 반해 농촌은 시장개방 확대, 가격 하락, 농촌사회 인구 급감 등 농업생산 및 소득기반이 약화되고 있다. 반면 농촌의 고유한 전통문화를 보전하고, 기술, 자원 등을 상품화하며, 농촌다운 깨끗한 환경이 조성될 수 있는 여지는 남아 있다.

앞으로 우리의 뿌리인 농촌의 기반을 조성하고 도시와 농촌 자매결연 및 교류를 확대함으로써 충분한 휴식과 생활체험으로 전국민의 활력을 증진하고, 새로운 모습의 농업·농촌으로 지역경제 활성화에 기여할 수 있다. 도시민의 농촌에 대한 이해를 증진하고 도·농 상생교류를 활성화해야 할 것이다. 고향의 향수 발굴과 농촌 체험 여행으로 새로운 개념의 여가 문화에 적극 대응해야 할 것이다.

농촌지역 또는 도농복합지역에서는 도농교류 체험학습을 활성화할 경우 지역의 이미지 제고, 수도권 주민에 대한 잠재적 관광수요 확대 및 지역주민의 소득증대에 기여할 것으로 보인다.

따라서 여기에서는 도농교류 체험학습의 필요성과 목표, 체험학습의 의미와 범위 등에 대해 알아보고, 도농체험학습에 대한 만족도를 항목별로 분석한다. 설문조사는 서울특별시, 인천광역시, 경기도, 기타 지역의 초등학교, 중학교, 고등학교 교사를 대상으로 하였다. 수집된 자료는 SPSS 10.1을 통해 분석하였다.

도농체험학습 활성화 방안으로 농촌에서 비교적 쉽게 시행할 수 있

는 농촌체험 프로그램, 지방자치단체의 지원체계, RIS(지역혁신체계) 구축 방안 등을 중심으로 그 대안을 제시하기로 한다. 최근 추진되고 있는 RIS사업에서 농업문제나 도농교류문제에 대한 기초자치단체나 광역자치단체의 관심 부족으로 사업의 우선순위면에서 밀리고 있는 점은 통탄할 일이다. NURI사업이나 RHRD사업에서도 마찬가지이다. 농촌 사업들이 사업우선순위에서 밀리다 보니 지방대학의 대부분의 연구주체들이 사업 선정이 가능한 이공계 사업에 관심을 가지고, 결국 도농교류와 같은 농촌문제가 지역에서도 외면당하고 있는 실정이다. 따라서 여기에서는 도농교류 체험학습 RIS 구축 방안에 대해 역점을 두었다.

II. 도농교류 체험학습의 필요성과 내용

1. 도농교류 체험학습의 필요성과 목표

1) 환경교육의 장으로서의 체험학습 활용

실외에서 이루어지는 현장체험학습은 사람들로 하여금 직접 환경과 접하면서, 즉 환경과 학습자가 직접적으로 접촉함으로써 학습자가 주변 환경에 대한 관심과 애착을 가지고 환경과 친화되어 자기 환경화함으로써 환경교육적 효과를 극대화할 수 있다. 환경교육은 특정 연령층을 대상으로만 실시되는 것은 아니지만, 청소년을 대상으로 이루어지는 현장체험학습 야외활동은 대단히 중요하다.

그러나 우리 청소년들은 입시위주의 교육제도와 학교 교실교육에 대부분을 할애함으로써 전인교육 시간이나 장소를 제공받지 못하는 경우가 대부분이다. 청소년 여가활동 시간과 장소, 현장체험학습, 전인교육

학습의 필요성이 점차 요구되고 있으며, 이러한 요구를 수용하기 위한 활동들은 수련활동으로 개념화되어 1991년부터 제도화되기 시작했다.

환경교육장이란 환경교육을 위해 활용되는 공간으로 대부분 실내보다는 야외공간에 위치하며 환경문제에 대한 관심과 의식의 변화를 증진시킬 수 있는 장소를 말하며, 환경교육의 교육내용을 보완하고 완결하는 교육자원임과 동시에 전통적인 학습공간인 교실과 함께 야외에서 이루어지는 학습에 사용되는 수단이다.

야외환경에서의 현장체험학습은 학생들에게 가장 강한 충격을 주며 가장 오래도록 마음에 남는 것으로서, 교사와 학생은 이러한 체험학습이 계획되고 실행되는 환경교육장에서 친구관계가 되기도 한다.

이러한 청소년 시절에서의 체험장소는 청장년기에 가서도 친근감을 유발하여 잠재적인 관광수요로 작용할 수 있다. 최근 체험을 중심으로 독특한 경험과 가치를 얻고자 하는 관광욕구가 증가하고 있고, 특히 주 5일 수업제가 도입되면 가족중심형의 여행수요가 확대되고 시간소비 체류형, 자기계발형, 체험의 적극적 참여형 여행수요가 증대될 것으로 예상되는바 농촌자원, 생태자원 및 역사자원을 체험학습장으로 연계함으로써 환경교육의 장으로 활용할 필요가 있다.

2) 농촌 자활과 지역소득 창출

그동안 도시로의 경제력 집중으로 소득은 높아졌으나 육체적·정신적 스트레스로 삶의 질이 저하됨에 따라 오감을 느끼는 다양한 관광경험에 대한 수요가 증가되는 추세이다. 이에 반해 농촌은 시장개방 확대, 가격 하락, 농촌사회 인구 급감 등 농업생산 및 소득기반이 약화되고 있다. 앞으로 우리의 뿌리인 농촌의 기반을 조성하고 도시와 농촌 자매결연 및 교류를 확대하여 충분한 휴식과 생활체험으로 전국민의

활력을 증진하고 새로운 모습의 농업·농촌으로 지역경제 활성화에 기여할 수 있도록 해야 한다.

생태공동체운동도 활기를 띠고 있지만, 현재 우리 농촌은 경쟁력을 잃어가고 있는 상황에서, 무작정 생태공동체 운동을 이런 지역에 강요하는 것이 바람직한가에 대한 근본적인 검토가 전제되어야 한다. 도시민은 생태운동이 삶의 질을 향상시킬 수 있는 청량제적 역할을 하겠지만 농민은 삶이 아닌 생존의 문제이다. 따라서 생태공동체 운동도 농민의 소득에 기여할 수 있는 방안으로 전개되어야 하며, 농촌의 자활에 기여하도록 해야 한다.

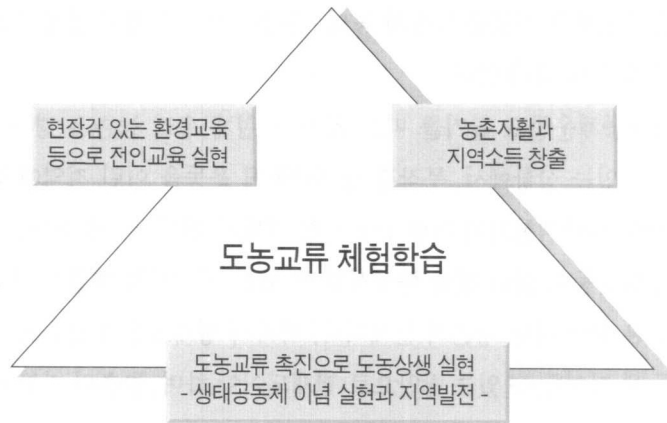
3) 도농교류 촉진으로 도농상생 실현

- 생태공동체 이념 실현과 지역발전 -

생태공동체는 도시나 농촌의 일반적인 주거양식에서 탈피하고자 하는 현대인들에게 새로운 문화와 새로운 패턴의 대안으로 제시함과 동시에 에너지·폐기물·자원의 순환체계를 가지고 생태적인 안정성을 가질 수 있는 생활규모를 조성하여 건강한 먹거리를 생산해내고 농촌 환경의 건강성을 지키고 생활의 질을 높여 농촌을 다시 살리는 하나의 대안이 될 수 있다.

도농교류 체험학습을 통해 도시민의 농촌에 대한 이해를 증진하고, 도·농 상생교류를 활성화해야 한다. 고향의 향수 발굴과 농촌 체험 여행으로 새로운 개념의 여가 문화에 적극 대응하도록 해야 한다.

이상 도농교류 체험학습의 필요성과 목표를 도식화하면 다음과 같다.



[그림-1] 도농교류 체험학습의 필요성과 목표

2. 도농교류 체험학습의 환경 분석

도농교류 체험학습의 SWOT 분석을 해보면 <표 1>과 같다.

1) 강점요인

○ 다양한 관광 자원 보유 : 우리 농촌은 아름다운 경관 및 깨끗한 자연환경, 세시풍속 등 다양한 전통문화유적, 농·특산물 생산, 농사·생태·전통문화 체험 등 각종 먹거리, 볼거리, 살거리, 놀거리, 배울거리, 쉴거리 등 관광 상품이 될 수 있는 다양한 자원을 보유하고 있다(박시현, 2003. 일부 수정)

○ 주민들의 강한 개발 의욕 : 농업의 장래가 불투명하기 때문에 새로운 대안으로서 도농교류에 대한 관심과 개발의지가 높은 상태이다.

○ 지방자치단체의 적극적인 태도 : 지방자치제 이후 여러 지방자치단체에서 지역활성화 전략으로 도농교류 사업을 추진하려는 움직임이

증가하고 있다.

○ 도시민의 전원 지향 성향 강화 : 은퇴 샐러러맨의 증가, 건강에 대한 관심 증대, 주5일제 근무 등으로 도시민의 전원 지향 성향이 갈수록 높아지고 있다.

〈표-1〉 도농교류 체험학습 SWOT 분석

강점 (Strength)	약점 (Weakness)
<ul style="list-style-type: none"> - 다양한 농촌 자원 보유 - 주민들의 강한 개발 의욕 - 지방자치단체의 관심 증가 - 도시민의 전원 지향 의식 강화 	<ul style="list-style-type: none"> - 도농체험학습 기반시설 부족 - 전문 지식과 경험을 갖춘 인력 부족 - 산업화 시스템 취약 - 도농체험학습에 대한 인식 부족
기회 (Opportunity)	위협 (Threat)
<ul style="list-style-type: none"> - 정부의 정책 변화 - 여가시간 증대 및 여가 패턴 변화 - 고속 교통망 정비 - 인터넷, 택배 시스템의 발달 - 매스컴에서의 홍보 기회 증가 - 우리·안전 농산물 소비 성향 증대 	<ul style="list-style-type: none"> - 추진 주체간의 경쟁 강화 - 농촌 어메니티 자원의 훼손 - 농촌주민의 노령화 - 과도한 경쟁

2) 약점요인

○ 농촌 관광 인프라 부족 : 관광객을 수용하기 위한 숙박 시설, 화장실 시설 등이 열악하고, 대중교통편, 관광안내소, 안내판, 안내도 등 연성적인 관광 인프라의 구축이 미흡한 실정이다.

○ 전문 노하우를 갖춘 인력 부족 : 홍보, 관광객 유치 방법, 서비스 기법 등을 습득하고 있는 전문 경영인이 부족한 실정이다.

○ 산업화 시스템 취약 : 업계 자율로 서비스를 개선하고 시장을 확대해 나갈 조직체계의 구축이 미흡하고, 숙박시설에 대한 등급제, 표

준 요금제, 보험 등의 안전 조치, 세금체계 등이 제대로 확립되어 있지 않다.

○ 농촌관광에 대한 인식 부족 : 도농교류에 대한 소비자의 인식이 아직도 부족한 편이고, 독립된 관광 장르로 확립되지 못하고 있다.

3) 기회요인

○ 정부의 정책 변화 : 정부 부처에서 다양한 농촌관광개발정책을 다각도로 추진하고 있고, 규제완화, 도시자본 유치 등 여러 가지 제도 개선이 추진되고 있다.

○ 여가 시간 증대 및 여가 형태 변화 : 주5일 근무제, 근로 시간 단축, 휴가 분산제 등으로 도시민들의 여가 시간이 점차 증대하고 있다. 여가 시간의 증대에 따른 체류형, 자연밀착형, 문화·건강추구형, 체험관광 여가 형태로 변화될 것으로 전망되고 있고, 저비용이면서도 실리를 추구하는 여가 성향이 대두되고 있다.

○ 고속 교통망 정비 : 고속전철, 고속도로망의 확충으로 전국이 반나절 생활권으로 진입하고 있고, 관광지 선택에서 거리적 요인은 영향력이 점차 감소하고 있다.

○ 인터넷, 택배 등의 발달 : 인터넷을 통하여 쉽고 편하게 관련 정보를 수·발신할 수 있고, 전자 상거래와 택배를 통한 물류시스템이 정착되고 있다.

○ 매스컴에서의 농촌 소개 프로그램 증대 : TV, 신문 등에서 농촌 현장 소개 프로그램이 증가하고 있다.

○ 진짜·안전 농산물 소비 성향 증대 : 건강에 대한 관심이 증대됨에 따라 진짜이면서 안전한 농산물을 구매하려는 성향이 강해지고 있어, 생산되는 현장에 대한 방문 수요를 증대시키고 있다.

4) 위협요인

- 추진 주체간 경쟁 강화 : 시장 확대가 충분하게 이루어지지 않는 상태에서 추진 주체간의 경쟁이 과열될 우려가 있다.
- 농촌 어메니티 훼손 계속 : 경관에 대한 배려 부족, 무분별한 건축물 입지 등은 농촌어메니티를 훼손하여 농촌관광 상품의 질 저하를 초래할 수 있다.
- 농촌 주민의 노령화 진행 : 농촌 주민이 노령화됨에 따라 마을 공동 농촌관광 사업 추진에 어려움이 있다.
- 추진 주체의 의욕 저하 : 도농교류에 대한 기대감이 현실로 나타나지 않을 때 마을 리더 등 경영 주체들의 추진 의욕 저하와 활동이 위축될 가능성이 있다.

3. 체험학습의 의미

일반적으로 체험요인은 일탈감, 지적 체험, 대인교류, 자연친화, 모험, 이색체험, 창의적 체험 등이 있으며, 체험학습은 이러한 체험요인을 충족시키기 위해 마련된 활동이다.

인간의 두뇌에는 개별적 체험에 대응하는 개별적 기능영역이 존재한다는 생각을 정신적 모듈적 관점(modular view of the mind)이라고 한다(슈미트, 1999; 102). 체험은 서로 다른 유형으로 세분화될 수 있고 각각 원래의 고유한 구조와 과정을 가지고 있으나 도농교류 체험학습을 위해 프로그램 참가자들의 심리적·행태적 요소를 전략적으로 고려하는 전략적 체험모듈(SEMs; Strategic Experiential Modules)을 개념적 틀로 하여 분석할 수 있다(강신겸, 2003). 전략적 체험모듈은 감각, 감성, 인지, 행동, 관계 등 5가지 구성요소 즉, 세부 모듈(module)로 이루어져 있다.

체험은 이처럼 서로 다른 유형으로 세분화될 수 있고 각각 원래의 고유한 구조와 과정을 가지고 있으나 체험프로그램은 감각적, 감성적, 인지적, 행동적, 관계적 요소들이 복합적으로 어우러져 총체적인 체험을 구성하게 된다. 예를 들어 하나의 체험프로그램은 '시각적으로 녹음이 풍부한 아름다운 환경에서(감각), 친절한 진행자의 설명으로(감성), 창조적이고 탐구적인(인지), 관찰(행동), 프로그램은 농촌다움을 이해하는(관계)...' 등 구성요소를 모두 포함한다. 물론 체험프로그램에 따라 특정 요소를 부각시키는 경우는 있을 수 있다.

체험(體驗)이란 '몸소 경험함 또는 그 경험'을 의미하며, '실제로 보고 듣고 겪는 일, 또는 그 과정에서 얻는 지식이나 기능'을 총체적으로 가리키는 용어이다. 이러한 체험은 '동기→경험→결과'라는 일련의 과정을 통해 이루어지며, 체험은 현장에서의 경험뿐만 아니라 사전·사후 활동까지 포함하며, 체험의 대상은 모든 환경요소를 포함한다.

4. 도농교류 체험학습의 범위

여기서 도농교류 체험학습의 범위를 환경교육장으로서의 체험학습 차원, 농촌관광으로서의 체험학습 차원에서 검토해 보기로 한다.

1) 환경교육장으로서 도농교류 체험학습

환경교육장의 유형은 활동목적별로 다음과 같이 구분할 수 있다.

첫째, 주변의 자연관찰학습을 위한 환경교육장으로, 이는 이동에 따른 시간이나 경비문제가 없어 기회성과 접근성이 높은 환경교육장이다(김인호, 1998: 195-216). 예를 들어 학교조경공간, 놀이터, 학교주변의 실개천이나 하천, 근린공원 등을 들 수 있는데, 소득이 높아짐에 따라 선호도가 줄어들 것이다.

둘째, 자연관찰·답사활동을 위한 환경교육장으로, 이는 다양한 자연환경요소를 보유한 장소의 활용을 위해 먼 거리를 이동하거나 숙박을 필요로 하는 경우이다. 예를 들어 수목원, 청소년 수련시설 중 자연권 수련시설, 자연휴양림 등을 들 수 있는데, 주5일수업제 실시와 소득증대에 따라 각광을 받을 수 있는 환경교육장이다.

셋째, 방문·견학활동을 위한 환경교육장으로서, 환경문제의 현황과 폐해를 직접 목격할 수 있는 장소나 환경이 잘 보전되어 보전의식을 고취할 수 있는 곳을 말한다. 예를 들어 하수처리장, 정수장, 쓰레기 매립장, 과학관 등을 들 수 있다.

넷째, 체험과 학습을 위한 환경교육장으로서, 보고, 듣고, 만지고, 냄새 맡고, 맛보는 오감을 이용한 환경교육에 추가되어야 할 것으로 勞作 활동을 통한 자연과의 교류이다. 예를 들어 학교주변 텃밭, 자연학습원, 관광농원, 청소년수련시설 등을 들 수 있는데, 이는 학생들에게 생명을 가꾸는 일의 소중함과 노동의 가치뿐만 아니라 일하는 즐거움을 느끼게 해준다.

이상에서 농촌지역에서 수도권 학생들을 대상으로 활용할 수 있는 도농교류 체험학습장은 자연관찰·답사활동을 통한 환경교육장, 체험과 참여학습을 위한 환경교육장이다.

2) 체험학습의 영역 구분

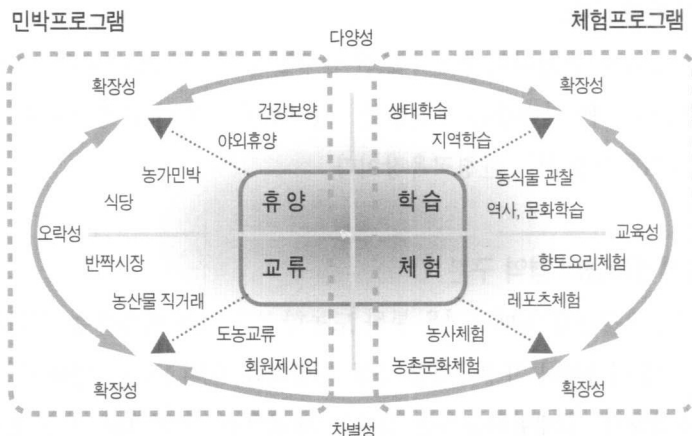
체험학습은 ①자매결연을 통한 도농학교간 교류 체험학습, ②학부모와 함께 여행이나 가정행사를 통한 체험학습, ③휴일이나 방학 중의 자율체험학습, ④체험학습장을 활용한 체험학습, ⑤웬밀리 그룹 조직을 통한 체험학습, ⑥친인척 집에 기거하면서 인근학교에서의 체험학습, ⑦지방자치단체 차원에서의 도농교류 체험학습 등으로 구분할 수 있다.

현재 일반 대중관광에 비해 열세에 있는 도농교류 체험학습의 활성화를 위해서는 지방자치단체 차원에서 본격적으로 나서는 체험학습 유형이 필요하다.

3) 농촌관광으로서 도농교류 체험학습

농촌관광의 주요활동은 도시민들이 휴양, 체험, 학습, 교류활동으로 구분할 수 있다. 각각의 활동은 여건에 따라 복합적으로 적용되며 유기적으로 확장 가능한 성격을 지니게 된다(강신겸, 2003). 이와 같은 농촌관광활동을 바탕으로 생각할 때 농촌관광 프로그램은 크게 휴양과 교류활동으로 구성되는 <민박프로그램>과 학습과 체험활동으로 구성되는 <체험프로그램>으로 구분할 수 있다.

〈농촌관광의 주요 활동〉



[그림-2] 농촌관광의 주요 활동 구분과 도농교류 체험학습의 위치

민박은 ‘농가에서의 숙박’이라는 활동을 의미하지만 시설 그 자체를 의미하기도 한다. 농촌민박은 등록 신고된 숙박업소가 아닌 한정적인 영리목적으로 농촌의 일반가정 또는 단체가 운영하며, 단순체류가 아닌 체험, 휴양, 교류 등 다양한 서비스를 동시에 즐길 수 있도록 제공하는 것을 의미한다. 과거 관광지 주변에 자연발생적으로 등장한 민박처럼 단순한 숙박시설에 그치지 않고 숙박시설을 제공하고 농특산물, 음식 등 상품을 개발하고 여기에 이벤트와 체험프로그램을 덧붙여 도시와 농촌이 교류함으로써 새로운 부가가치를 창출하는 것이다.

농촌관광은 관광객이 농촌을 직접 방문하여 각종 어메니티자원을 소비하는 것으로서, 직접 보고, 느끼고, 만들어 볼 수 있도록 한다는 측면에서 체험적 요소를 포함하고 있다. 체험프로그램 또한 민박과 마찬가지로 단순히 체험 그 자체에 머무는 것이 아니라 민박, 농산물 판매, 식음, 체험, 휴양 등과 연계하여 효과를 극대화하는 것이다. 농촌관광은 체험프로그램이 덧붙여질 때 가치를 발휘하며, 지역특성에 맞는 독특한 체험프로그램은 이용객들에게 잊혀지지 않는 추억을 만들어 재방문을 유도하는 효과가 있다. 여기에서는 광의의 의미에서 도농교류 체험학습의 범위에 농촌민박까지도 포함하기로 한다.

III. 도농교류 체험학습에 대한 실증분석

1. 조사설계

설문분석 대상자의 인구사회적 배경을 살펴보면 <표 2>와 같다.

〈표-2〉 설문조사 응답자의 인구사회적 배경

내 용		빈도(명)	비율(%)
전 체		416명	100%
성 별	여자	255	61.3
	남자	161	38.7
지 역	서울	176	42.3
	경기	148	35.6
	인천	35	8.4
	기타	57	13.7
학 교	초등학교	237	57.0
	중학교	146	35.1
	고등학교	33	7.9

도농교류 체험학습에 대한 설문조사는 서울특별시, 인천광역시, 경기도, 기타 지역의 초등학교, 중학교, 고등학교 교사 1,000명을 대상으로 2003. 9.1-2004.2.28 우편조사와 조사원을 통한 직접 설문지 배포 후 수거방식을 통해 조사를 시도하였다. 이 중 416명이 회신을 하였다(응답율 41.6%).

2. 도농교류 체험학습에 대한 만족도

교사들을 상대로 한 설문조사를 통해 파악한 도농교류 체험학습에 대한 항목별 만족도를 살펴보면 〈표 3〉과 같다.

〈표-3〉 도농교류 체험학습의 능력 정도 및 항목별 만족도

내 용	응답(율)						평 균	표준 편차
	계	매우낮음	낮은편	보통	높은 편	매우높음		
이해도	416 (100.0)	41 (9.9)	61 (14.7)	133 (32.0)	142 (34.1)	39 (9.4)	3,1851	1,1072
필요성 공감도	416 (100.0)	3 (0.7)	33 (7.9)	178 (42.8)	173 (41.6)	29 (7.0)	3,4615	0,7689
행정기관의 지원	416 (100.0)	20 (4.8)	52 (12.5)	153 (36.8)	144 (34.6)	47 (11.3)	3,3510	0,9973
전반적 협조체계	416 (100.0)	31 (7.5)	57 (13.7)	131 (31.5)	147 (35.3)	50 (12.0)	3,3077	1,0850
프로그램	416 (100.0)	5 (1.2)	29 (7.0)	222 (53.4)	137 (32.9)	23 (5.5)	3,3462	0,7414
이동수단	416 (100.0)	66 (15.9)	62 (14.9)	98 (23.6)	143 (34.4)	47 (11.3)	3,1034	1,2539
시설	416 (100.0)	62 (14.9)	54 (13.0)	80 (19.2)	157 (37.7)	63 (15.1)	3,2524	1,2842
음식	416 (100.0)	53 (12.7)	61 (14.7)	41 (9.9)	141 (28.8)	120 (28.8)	3,5144	1,3743
현장인의 인식과 친절도	416 (100.0)	20 (4.8)	76 (18.3)	55 (13.2)	155 (37.3)	110 (26.4)	3,6226	1,1920
홍보 및 정보	416 (100.0)	40 (9.6)	22 (5.3)	120 (28.8)	168 (40.4)	66 (15.9)	3,4760	1,1191
교자재	416 (100.0)	32 (7.7)	41 (9.9)	151 (36.3)	157 (37.7)	35 (8.4)	3,2933	1,0181
진행자 숙련도	416 (100.0)	84 (20.2)	33 (7.9)	99 (23.8)	91 (21.9)	109 (26.2)	3,2596	1,4461
교사의 전문성	416 (100.0)	35 (8.4)	73 (17.5)	98 (23.6)	159 (38.2)	51 (12.3)	3,2837	1,1433
평가시스템	416 (100.0)	13 (3.1)	35 (8.4)	165 (39.7)	163 (39.2)	40 (9.6)	3,4375	0,8922
전반적인 수행능력	416 (100.0)	27 (6.5)	44 (10.6)	168 (40.4)	148 (35.6)	29 (7.0)	3,2596	0,9668
전반에 대한 만족도	416 (100.0)	23 (5.5)	66 (15.9)	182 (43.8)	110 (26.4)	35 (8.4)	3,1635	0,9779

5점 척도로 환산해 보면, 전반적인 수행능력은 3.2596점이고, 도농교류 체험학습 전반에 대한 만족도는 3.1635점으로 상대적으로 낮게 나타났다. 도농교류 체험학습에 대한 이해도는 3.1851점인데 반해 도농 체험학습의 필요성에 대한 공감도는 3.4615점으로, 체험학습의 필요성을 공감하는 것으로 나타났다¹⁾.

행정기관의 지원 정도는 3.3510점, 전반적인 협조체계는 3.3077점, 프로그램에 대한 만족도는 3.3462점이고, 이동수단에 대해서는 3.1034점, 시설에 대한 만족도는 3.2524점으로 상대적으로 낮게 나타났다²⁾. 음식에 대해서는 3.5144점, 현장인의 친절도는 3.6366점으로 비교적 만족도가 높았다. 홍보 및 정보에 대해서는 3.4760점인데 반해, 교자재에 대해서는 3.2933점, 진행자의 숙련도는 3.2596점, 교사의 전문성은 3.2837점으로 다소 낮게 나타났다. 평가시스템에 대해서는 3.4375점으로 보통 이상의 만족도가 나왔다.

1) 도농교류 도입기에서는 수요자의 요구가 시장에 반영되지 않은 상태이므로 조사 등을 통하여 수요자의 요구사항을 정확하게 파악하여 이를 도농교류 경영에 활용하는 것이 필요하다. 새마을운동중앙회에서 농·소·정 협력사업의 일환으로 도·농교류에 참여한 경험자 조사 결과(새마을운동중앙회, 2000)에 의하면 59.6%가 앞으로 도·농교류 활동에 참여하겠다고 응답하였으며, 57.4%가 자녀에게도 권하겠다고 응답하였다. 본 조사의 빈도분석 결과를 보면 긍정적인 응답은 48.6%, 부정적인 응답은 8.6%로 긍정적인 응답이 매우 높게 나타났다.

2) 도농교류 체험학습 시설과 관련하여 가장 시급히 개선해야 할 사항에 대한 면접 결과 객실(방)의 청결·위생상태, 침구류 등의 청결·위생상태, 화장실의 쾌적성 등에 대해 불만이 많은 것으로 나타났다. 전통적 농가 주택은 목욕실, 화장실에 대한 접근이 불편하고 단열 효과가 낮은 등의 단점을 가지고 있다. 개량된 주택인 경우도 대부분 폐쇄형인 터라 하나의 출입구, 하나의 거실, 하나의 화장실을 공급자와 소비자가 함께 사용해야 하는 주택의 특징으로 관광객의 수용에는 부적합한 편이다. 시설내 공동이용시설의 부족과 획일성이 문제로 제기되고 있다. 아직까지 도농교류 추진을 위해 필요한 인프라에 해당하는 시설들이 전반적으로 부족하고, 공동이용시설의 항목들이 상당히 획일적인 경우가 많다. 대체로 공동주차장, 공동화장실, 체험시설 가능공간, 단체 방문객 숙박시설, 단체 방문객 교육시설, 효과적인 안내판 등에 문제가 있는 것으로 보인다.

3. 도농교류 체험학습 전반에 대한 만족도에 영향을 미치는 요인

도농교류 체험학습 전반에 대한 만족도에 영향을 미치는 요인에 대한 다중회귀분석 결과는 <표 4>와 같다.

도농교류 체험학습 전반에 대한 만족도에 영향을 미치는 요인으로는 전반적인 협조체계(BETA=0.242, P=0.000), 전반적인 수행능력(BETA=0.216, P=0.000), 필요성 공감도(BETA=0.116, P=0.009), 행정기관의 지원(BETA=0.112, P=0.023) 등 순으로 영향을 미치는 것으로 나타났다. 설명력은 41.0%이다.

<표-4> 도농교류 체험학습 전반의 만족도에 영향을 미치는 요인

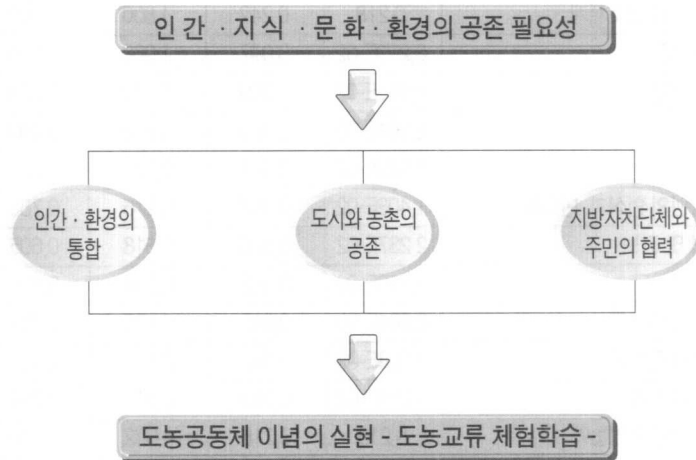
	B	BETA	t	P
이해도	3,251E-02	0,037	0,870	0,385
필요성 공감도	0,148	0,116	2,644	0,009
행정기관의 지원	0,109	0,11	22,284	0,023
전반적인 협조체계	0,218	0,242	4,800	0,000
프로그램	6,203E-02	0,047	1,060	0,290
이동수단	6,945E-02	0,009	0,146	0,884
시설	2,964E-02	0,039	0,676	0,499
음식	2,922E-02	0,041	0,634	0,526
현장인의 인식과 만족도	1,408E-02	0,017	0,276	0,783
홍보 및 정보	2,237E-02	0,026	0,518	0,605
교자재	1,119E-02	0,012	0,204	0,838
진행자 숙련도	6,864E-03	0,010	0,185	0,854
교사의 전문성	3,568E-02	0,042	0,787	0,432
평가시스템	4,256E-02	0,039	0,853	0,394
전반적인 수행능력	0,218	0,216	4,382	0,000
Constant		-0,130		
수정된 Rsquare		41,0%		

IV. 도농교류 체험학습 활성화 방안

도농교류 체험학습 활성화 방안은 도농체험학습에 영향을 미치는 다중회귀분석 결과 영향을 많이 미치는 요인을 중심으로 제시하기로 한다.

1. 도농교류 체험학습에 대한 이해도 제고

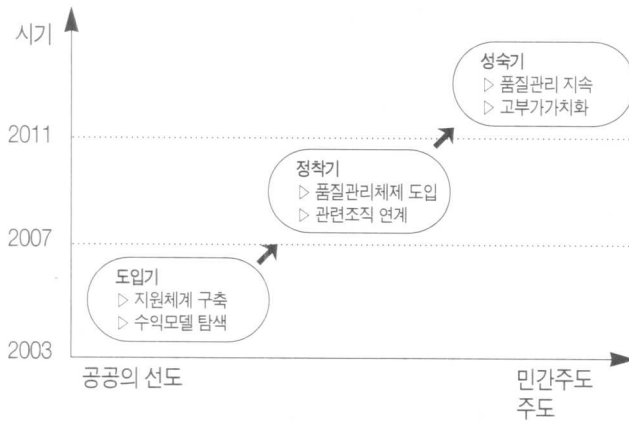
도농교류 체험학습은 단순히 수도권 학생들이나 시민들이 농촌에 잠시 들러 즐겼다 오는 단순한 시간체류형 관광차원에 머물러서는 안 된다. 우리 농촌이 산업화과정에서도, 신자유주의사상이 풍미하는 세상에서도 왜 반드시 존재되어야 하는지, 왜 도시와 농촌이 공존해야 하는지 그리고 각박해지는 물질만능시대에서 지역공동체 차원으로 승화되어 종국에는 도농공동체의 이념으로까지 확대되어야 하는지에 대한 국민적 공감대가 필요하다. 이를 도식화하면 다음과 같다.



[그림-3] 도농교류 체험학습의 이념

이러한 도농교류 체험학습이 아직 대중화 단계에는 진입하지 못한 상태이나, 일단 지방자치단체 등 공공기관에서 선도를 하고, 도시민과 농민의 도농체험학습에 대한 공감도가 형성이 되면 민간주도(시장주도)에 의해 정착이 될 것으로 기대한다.

도농교류 체험학습의 성장을 2007년까지는 도입기, 2011년까지는 정착기, 그 이후는 성숙기로 예측해 보았다.



[그림-4] 도농교류 체험학습의 성장 예측

2. 청소년 수련시설과 농가체험을 통한 도농교류 체험학습

현재 각 시군에서 경쟁적으로 지역축제를 개최하고 있으나, 개최기간 외에는 방문객이 매우 적은 상태이고(일부 성공 사례는 있지만), 농촌에서 체험학습 프로그램을 만들어도 내방객이 적어 기대만큼 큰 효과를 보고 있지 못하고 있다. 따라서 수도권 학생들이나 학부모들을 단체 또는 그룹별로 농촌 체험학습장에 유치하도록 해야 하는데, 지방자

치단체가 청소년수련시설이나 농가체험장을 적극 지원함으로써 내방객의 절대적 숫자를 증가시켜야 할 것이다.

1) 청소년수련시설을 이용한 도농체험학습

현재 청소년수련시설에서 실시하고 있는 수련활동으로는 시설 중심의 수련활동, 단체(조직) 중심의 수련활동, 사업형 수련활동, 프로그램(종합체계) 중심의 수련활동 등이 있다. 농촌지역에 적합한 수련활동 사업으로는 초기에는 수도권 학생들을 대상으로 한 시설 중심의 수련활동, 단체중심의 수련활동에 초점을 두되, 점차 사업형 수련활동, 프로그램 중심 수련활동으로 그 사업범위를 확대해야 할 것이다.

(1) 청소년 수련시설 내용

우리 나라 청소년 수련시설은 청소년기본법시행령 제27조에 의해 크게 생활권 수련시설, 자연권 수련시설, 유스호스텔 등으로 분류되며, 각각 생활권 수련시설은 청소년 수련원, 청소년 수련관, 청소년 수련시설로, 자연권 수련시설은 청소년 수련마을, 청소년 수련의 집, 청소년 야영장으로, 유스호스텔은 1종, 2종, 3종, 4종 유스호스텔로 다시 나누어진다. 이 중 자연권 수련시설, 특히 그 중 청소년 수련마을은 자연과 보다 밀접한 장소에 위치하는 종합시설로서, 그 위치, 규모, 성격상 환경교육의 장으로서의, 단체단위 도농교류 체험학습 장으로서 활용가치가 매우 높은 잠재성을 지닌 곳이다.

2002년 현재 우리나라 청소년 수련시설은 487개소로, 그 면적은 17,932,006평방미터이다. 이는 수련시설 1개소당 청소년 29,125명이 사용해야 한다는 것을 의미한다. 청소년 수련마을은 전국적으로 26개에 불과하다. 경기도 4개, 강원도 3개, 충북 5개, 충남 2개, 전남 5개, 경북

4개, 경남 2개, 제주도 1개이다. 이 중 평지형은 6개, 산악형 17개, 해안가형 3개이다. 현재 청소년 수련마을의 이용 용도는 종합 청소년 수련활동이다. 환경교육 시설뿐만 아니라 종합 청소년 수련활동을 위한 여러 가지 시설을 구비하고 있다.

청소년기본법 시행규칙을 참조하고 요즈음 청소년들의 주요 관심사항을 고려하여 주요 부대시설을 제시하면 다음과 같다.

- 생활관 및 숙박시설 : 4인 이상 20인 이하 규모. 지도자용 숙박실은 2인실. 총 200-300인 숙박.

- 야영지 : 세면장, 샤워장, 화장실 겸비.

- 식당 : 숙박정원의 30/100 이상 인원 일시 급식 가능.

- 실내집회장 : 숙박정원의 70/100 이상 수용 가능.

- 야외집회장 : 숙박정원의 80/100 이상 수용 가능.

- 체육활동장 : 수영장, 농구장, 축구장, 배구장, 족구장, 인라인스케이팅장.

- 민속놀이장, 자연체험장, 수련의 숲

- 정서함양장 : 컴퓨터실, 실내여가활동실

- 특별활동실, 강의실, 양호실, 시청각 시설

- 위생시설 : 화장실, 세면장, 샤워실, 세탁장

- 주차장, 휴게실, 방송설비, 물품보관시설, 공중전화.

(2) 운영주체

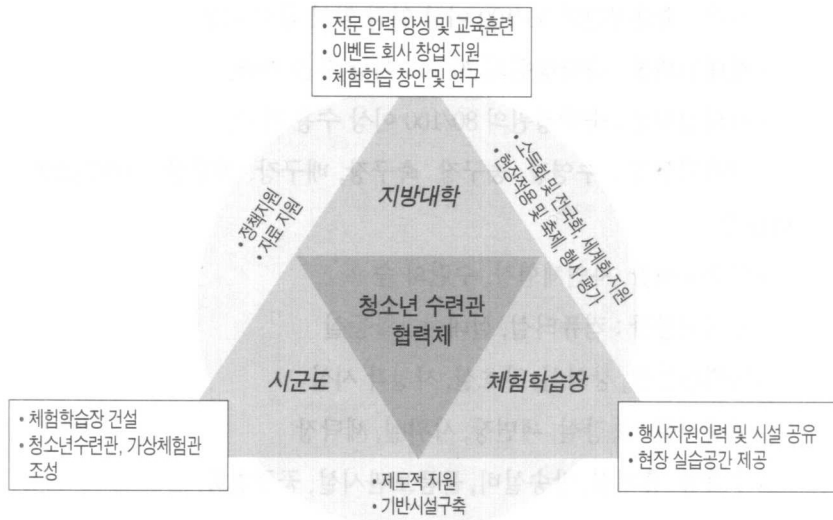
청소년 수련마을은 가능한 민관공동출자사업으로 구성하는 것이 바람직하다. 참고로 오대산 청소년 수련마을의 경우 개인이, 청소년 수련마을 보람원의 경우 오운문화재단이, 당진 청소년 수련마을의 경우 당진군이 운영하고 있다.

청소년수련마을이나 청소년수련관의 경우 학습장을 건설하는 등 기반시설 구축에 상당한 자금이 소요되고, 다양하고 현장감있는 프로그램을 운영해야 함은 물론 숙련된 행사진행인력이 필요하다.

사업자 단독으로 사업을 추진하기가 쉽지 않은만큼 지방대학, 지방자치단체, 사업자, 이벤트회사, 학습장 운영자 등 여러 주체들이 협력체를 구성하여 체계적으로 지원하도록 해야 한다.

청소년수련시설 협력체의 역할을 구체화하면 다음과 같다.

청소년수련관 협력체 역할 구체화



[그림-5] 청소년 수련관의 역할 분담

2) 능가체험 프로그램 활성화

농촌민박은 개별농가 또는 마을이 가진 자원을 활용하여 숙박과 다양한 농촌체험, 휴식과 휴양, 농산물 직거래 등 도농교류 프로그램을 연

계하는 형태가 바람직하다. 농촌민박은 농촌에서 여유있는 휴식과 휴양을 즐길 수 있는 여가공간을 제공하고, 농촌 자원과 문화를 재발견 또는 창조·보전함으로써 농촌활성화에 기여할 수 있다. 도농교류를 통해 도시와 농촌이 상호 이해의 폭을 넓히는 계기가 될 수 있으며, 민박 사업을 통해 주민들 스스로 역량을 강화하고 자신감을 회복하는 기회가 될 수 있다. 농가민박은 광의의 의미에서 도농교류 체험학습으로 활성화할 필요가 있다.

농가체험 프로그램의 경우 마을단위 또는 개별농가 단위로 운영하도록 한다. 지방자치단체에서는 홍보 책자 및 인터넷 홈페이지 지원, 도로안내판 지원, 다른 마을과의 네트워크를 지원하도록 한다.

다만 농가민박이 현재로서는 여름철과 초가을에 한정되어 있는 계절적인 특수성과 농산물 판매와 연계가 어렵기 때문에 전업형태의 창업이 용이하지 않은 편이다. 음식점 영업을 하고 있는 경우 숙박시설 및 농가체험시설을 확충한다면 전업형태도 가능할 것으로 보이는데, 지방자치단체에서 창업을 지도하는 것이 바람직하다.

농가민박을 이용하려는 도시민 중에는 농촌체험보다는 대중관광의 의도를 가진 층과 농촌 주거환경에 익숙치 못한 청소년의 경우가 있을 것이고, 여러 가지 불편한 시설임에도 불구하고 농촌의 정취를 느끼고 싶어하는 부류가 있을 것이다. 전자의 경우에는 주인세대와는 격리된 독립숙박형태, 후자는 민박경영주와 함께 하는 숙박형태를 선호할 것이다. 가능하다면 농가단위에서 이 두 부류의 욕구를 충족할 수 있는 시설을 동일한 공간에 확보하는 것이 가장 바람직하지만, 그렇지 못할 경우는 마을 공동으로 독립된 숙박시설을 건립하는 것도 검토해볼만 하다.

또한 단독세대, 노령부부세대 등 사용하지 않는 빈방을 이용하거나, 빈집을 수리하여 농가민박으로 개조하는 방안이 검토될 수 있다. 이 경

우 마을에서 공동으로 관리하되 숙박기능만 제공하고 음식은 공동으로 제공하거나, 방문객이 스스로 해결하는 것이 바람직할 것이다.

폐교를 활용해 체험 공간을 조성할 수도 있다. 전통문화체험 학습장을 조성하여 농사, 생활문화, 인격교양 등 다양한 프로그램을 운영하도록 한다. 계절별, 일정별, 대상별 프로그램을 다양화하고 주변지역의 유적지, 축제 등과 연계하도록 한다.

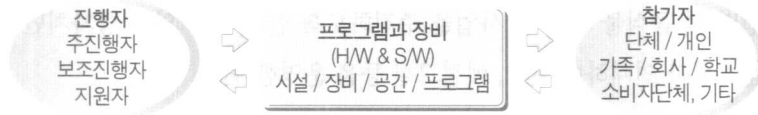
3. 도농체험학습 프로그램의 다양화

체험프로그램은 농촌에 잠재되어 있는 자연, 문화자원 등을 발굴하여 도시민들이 소비할 수 있는 상태 즉, 상품화하는 과정 또는 부가 가치를 높이는 활동이라고 할 수 있다. 체험 프로그램은 프로그램 참가자, 프로그램 진행자 및 프로그램 및 장비 등 세 가지 요소를 갖추어야 한다.

첫째, 프로그램 참가자는 규모에 따라 단체와 개인으로 구분할 수 있으며, 구성원에 따라 가족, 회사, 학교, 소비자단체 등으로 구분할 수 있으며 서로 다른 체험 니즈(needs)를 가지고 있다.

둘째, 프로그램 진행자는 전체적으로 행사의 완결성을 책임지게 된다. 농촌주민으로서 초대한 손님에게 프로그램 진행과 안내, 숙식에 관한 부분을 책임지는 역할을 담당하며, 프로그램 규모에 따라 진행자와 보조진행자, 기타 지원인력으로 구성된다.

셋째, 프로그램과 장비는 행사의 완성도를 결정짓는 중요한 요소이다. 체험프로그램에 필요한 소프트웨어와 하드웨어를 의미한다. 참가자의 움직임과 진행자의 의지가 담긴 약속된 절차이며, 체험이 일어날 수 있는 공간과 적합한 장비와 도구는 진행자와 참가자를 매개하는 역할을 한다.



[그림-6] 도농체험학습 프로그램의 구성요소

체험프로그램의 개발과정을 살펴보면 다음과 같다(강신겸, 2003).



[그림-7] 도농체험학습 프로그램의 개발과정

체험학습 프로그램으로는 다음과 같은 것을 구상할 수 있다.

1) 농사체험 프로그램

지역별 특색에 맞는 농사, 가공, 농촌체험프로그램을 개발하도록 한다. 예를 들어 감자 캐기, 밤따기, 고사리 채취, 버섯 채취, 자연식품 만들기 등을 들 수 있다.

친환경 농사 및 임산물 채취 체험프로그램 개발, 친환경 먹거리촌 조

성, 음식만들기체험 병행, 학생을 포함한 도시민이 방문했을 경우 농가 민박 및 음식물 제공 등 사업을 추진하도록 한다. 향교와 지방자치단체 문화원과 연계하여 한학, 예절교실 등을 운영한다.

2) 자연탐구활동 프로그램

철새 탐조, 별자리 관찰(그린투어리즘), 사구탐사(태안군과 연계), 흙 속 생물 관찰, 새둥우리 만들기, 허수아비 만들기 등 자연탐구활동을 전개하도록 한다.

3) 역사탐방 프로그램

체험학습의 경우 아직은 교육적 요소, 학습 차원의 요소를 가미해야 하는 상황이기 때문에 단순한 농촌체험프로그램만으로는 수도권학생들을 유인하기가 쉽지 않다. 따라서 농촌 주변지역의 역사 유적 탐방 프로그램을 동시에 추진할 필요가 있다.

일례로 내포문화권 지역의 경우 천주교, 불교 역사자원이 산재해 있는데, 이를 적극 활용하여 역사탐방 프로그램을 운영하도록 한다.

천주교 공동체만의 유산에 그치지 않고, 한국민의 역사자원으로 인식할 필요가 있다. 천주교인만이 아니라 내·외국인 모두에게 보고 경험할 수 있는 자원으로서 활용되어야 한다. 즉, 보다 많은 사람들이 과거의 역사를 경험하게 함으로써 문혀기는 과거가 아닌 살아있는 역사 교육의 장으로 제공하도록 한다. 역사교육장으로서의 가치와 관광상품으로서의 상품성을 갖기 위해서는 원래의 의미를 변질시키지 않는 범위에서의 창조적 연출미가 필요하다. 즉, 역사적 사실을 발굴하고 이를 스토리화함으로써 쉽게 이해하고, 오래도록 기억할 수 있게 해야 한다. 종교 체험형 프로그램의 일환으로 옛 교우들의 생활상 재연(옹기점, 화

전 등등)한다거나, 선교사들이 지나던 것으로 추정되는 교우촌을 연결하는 옛 오솔길 개발하도록 한다. 최근 성지 순례 단체의 규모는 축소되는 반면, 가족 단위의 순례가 점증할 것으로 예상됨에 따라 기타 관광 자원과 연계된 가족단위 체험 순례에 초점을 맞춰 프로그램을 개발하도록 한다. 박해사 등을 3차원 그래픽 등으로 복원하여 상영함으로써 생생한 과거의 역사를 느낄 수 있게 하고, 청소년들이 과거 역사에 대해 토론하고 학습하는 공간이자, 소규모의 종교 관련 세미나, 회의 등을 할 수 있는 공간으로 활용하도록 한다.

불교자원을 활용한 역사탐방 프로그램을 개발할 수도 있다. 각 지역에 산재해 있는 다양한 불교문화자원의 통합적 네트워크를 구축할 필요가 있다. 불교문화를 중심으로 한 역사명소는 단순한 역사자원을 관람하는 형태가 아닌 적극적으로 관광객들이 참여할 수 있는 체험형 공간으로 육성하도록 한다. 불교문화의 정적인 이미지를 맑고 동적인 이미지로 전환할 필요가 있고, 그 일환으로 산사 음악회 등 이벤트 개최, 친환경적 탐방로 설치, 사찰체험 프로그램(다도체험, 참선, 선문답 체험 등) 등을 시도할 필요가 있다.

4) 기타 프로그램

농촌체험프로그램으로 구상할 수 있는 테마를 열거해 보면 다음 표와 같다(강신겸, 2003 참조 재구성).

〈표-5〉 농촌체험프로그램의 예

대분류	중분류	프로그램 메뉴
농업 체험	파종관리	모내기, 두엄만들기, 보리밭기(겨울), 상추, 고추심기, 텃밭 가꾸기(주말농장)
	수확	감자축제, 고구마 캐기, 고추 따기, 꽃감 만들기, 감골 따기, 녹차잎 따기, 도토리·밤 줍기, 딸기 따기, 무·배추 뽑기, 벼베기(추수, 탈곡), 보리베기, 산나물 캐기, 사과(배) 수확, 송이 채취, 수박 나르기, 양파 캐기, 옥수수 따기, 인삼 캐기, 콩 타작하기, 토마토 수확, 포도 수확, 벌꿀 채취, 참깨수확(탈기/볶기/기름짜기), 더덕, 산도라지 캐기, 호박 수확, 버섯 따기(표고버섯, 느타리), 콩나물 키우기
	기타	닭 물이(모이주기), 소 여물주기, 동물 먹이주기(사슴, 토끼), 목장체험(소물기), 젓짜기(축사 관리), 양계장체험(계란줍기)
농촌 생활 체험	농가생활	나무해서 장작 패기, 멧돌에 콩 갈기, 새끼 꼬아 금줄 만들기, 소코뚜레 만들기, 아궁이에 고구마 구워먹기, 디딜방아 찧기, 허수아비 만들기, 옛 여인들의 삶(다듬이질, 인두질하기), 화롯불에 밤 구워먹기, 숯 만들기, 징검다리 놓기, 소 달구지 타기, 눈사람 만들기, 뗏목 만들어 타기
	전통문화 놀이	진풀공예, 굴렁쇠 굴리기, 긴 줄넘기, 다도예절 익히기, 동네놀이(닭싸움, 말타기), 놀이감 만들기(얼음썰매, 새총 만들기), 민속놀이(자치기, 투호놀이 등), 전통예절 교육, 쥐불놀이, 연 만들어 날리기, 옷 만들기, 제기 만들어 차기, 지게 만들기, 싸리비 만들어 마당 쓸기, 팽이 만들기, 달집태우기, 황토벽돌 쌓아 흙집 만들기, 돌담 쌓기, 야외 영화상영, 널뛰기
공예	식물	약초 향기주머니 만들기, 장승 만들기, 종이 그릇 만들기, 압화, 짚공예(짚신, 썰피), 나무 우체통 만들기, 손바닥 정원 만들기, 자연을 담은 액자, 내 손으로 만든 풍경, 호박램프, 목공예, 조롱박공예, 한지 만들기
	직물	퀼트 손지갑 만들기, 천연염색, 황토염색,
	기타	도자기 만들기, 자갈 인형 만들기, 자연소재로 테이블 장식하기, 햇불 만들기,
요리	향토	고구마 맛탕 만들기, 한과(꽃유과) 만들기, 포도잼 만들기, 콩나물로 만들어봐요, 묵 만들기, 두부 만들기, 밀반찬 나들이(장아찌 만들기), 메주 만들기, 된장장 담그기, 고추장담그기, 시루떡 만들기, 송편빚기
	일반	무더위를 이기게 하는 냉매실차, 오미자로 만드는 맛있는 요리, 복숭아 병조림, 포도병조림
생태 체험	관찰	숲 관찰, 갯벌 생태체험, 야생식물 관찰, 숲 속 새 관찰, 장수풍뎅이 관찰, 반딧불이 관찰, 울창이 관찰, 수생식물 관찰(수련, 개구밥), 토종물고기 관찰, 동굴 속 탐험, 철새 탐조, 나무의 고동소리 듣기
	채집	곤충 채집, 숲 속 열매 알아보기, 단풍관찰 및 화관 만들기, 풀피리 만들기, 산야초 탐험, 도토리 팽이만들기, 식물표본 만들기, 나뭇잎 짚짓기, 버들피리 만들어 불기, 나뭇잎 배 만들어 띄우기, 다슬기 줍기
	감상	낙조 감상 / 일출 감상, 별자리 따라잡기, 어두운 밤길,
레포츠 건강	레포츠	게이트볼, 길거리 농구, 눈썰매 타기, 씨름, 얼음축구, 오리엔티어링, 피구, 동네 야구, 마라톤, 배드민턴, 서바이벌, 스노클링, 스케이트 타기, 승마, 활쏘기, 인강 썰링, 빙상 불링, 인라인스케이트, 인공 암벽 타기, 자전거 하이킹, 족구, 너트배 타기, 래프팅, 빙어 낚시, 족대로 물고기 잡기, 물놀이와 먹김기
	건강, 수련	기공체조, 황토길 걷기, 요가, 단전호흡, 산림욕, 건강세안법, 한방건강프로그램

4. 농촌음식의 개발 및 제공 방안

농촌에서의 체험학습시 제공하는 식사는 지역의 향토색이 묻어나는 음식을 제공하도록 한다. 지역에서 생산되는 신선한 재료를 사용하여 토속적인 분위기가 배어나는 식단을 개발하는 것이 필요하다. 농가 또는 마을에서 생산되는 농산물을 사용하면 원가를 줄이는 동시에 농산물을 홍보하여 판매로 연결시키는 효과가 있다.

농촌음식물은 체험학습장에서 직접 제공하는 형태와 주변 음식점에서 제공하는 형태로 구분할 수 있다. 전자의 경우 도시 음식점과 같은 정갈함은 없지만 주변 밭에서 직접 재배한 신선한 농산물을 이용할 수 있는 장점이 있고, 주변음식점에서 제공하는 경우는 지역특산물을 맛볼 수 있는 장점이 있다.

그러나 현실적으로 음식을 제공하기 위해서는 원칙적으로 음식점 허가를 받아야 하지만, 체험학습장이 위치해 있는 지역이 토지이용상 제한을 받는 경우 허가를 얻는데 어려움이 있다. 또한 마을 내에 음식점이 있을 경우 이들 업소와의 갈등문제가 발생할 가능성이 있다. 이로 인해 음식물 제공이 음성적으로 이루어지기 쉽고, 음식물 개발에도 적극성을 띠지 않을 가능성이 크다.

따라서 체험학습장에서 일정인원의 범위 내에서는 음식물을 제공하도록 하고, 만약 일어날지 모르는 사고에 대비할 수 있는 조건을 제시하여 음식물을 제공하는 것을 적극적으로 조장할 필요가 있다. 체험학습을 추진하는 가구가 음식물을 제공할 능력을 갖추지 못할 경우는 숙박을 여러 곳에서 하되, 음식물은 한곳에서 제공하는 형태도 고려해볼 만하다.

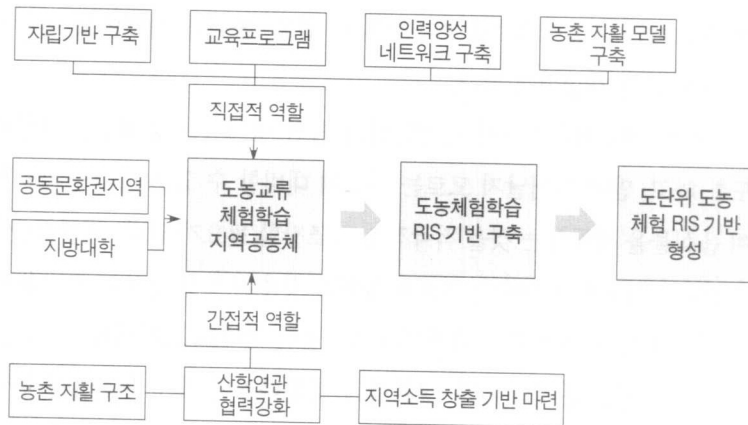
농산 특산물 판매의 경우 상표를 위조한다거나 가자 농산물을 판매하는 사례가 빈번해 지역 농민들이 선의 피해를 보는 경우가 있다. 읍면사무소나 농협에서 지역 농산물에 대한 철저한 보증 아래 판매를 하고,

만일 허위로 판명이 날 경우 지방자치단체나 농협에서 최고 5배 이상의 배상을 함으로써 지역 농산물에 대한 신뢰도를 높여야 할 것이다.

5. 도농교류 체험학습 지역공동체 구축

도농교류 체험학습을 활성화하기 위해서는 시군별로 각각 추진하는 것보다는 지방자치단체간 협력체를 구성하도록 하고 여기에 지방대학의 지역연구소나 평생교육원 등을 중심으로 도농교류 체험학습 지역공동체를 구성하도록 하여 시너지효과를 가져오도록 해야 한다. 이 지역공동체에는 친환경농업인 모임, 생태공동체 지도자, 환경운동연합, 시군 농업기술센터, 농림부서, 4H 등 농민단체 등이 모두 참여하도록 한다.

나아가 인근 지방대학간 도농교류 체험학습 RIS를 구축하도록 하고, 광역자치단체에서 적극적인 지원체계를 구축하도록 하여야 한다. 이를 도식화하면 다음과 같다.



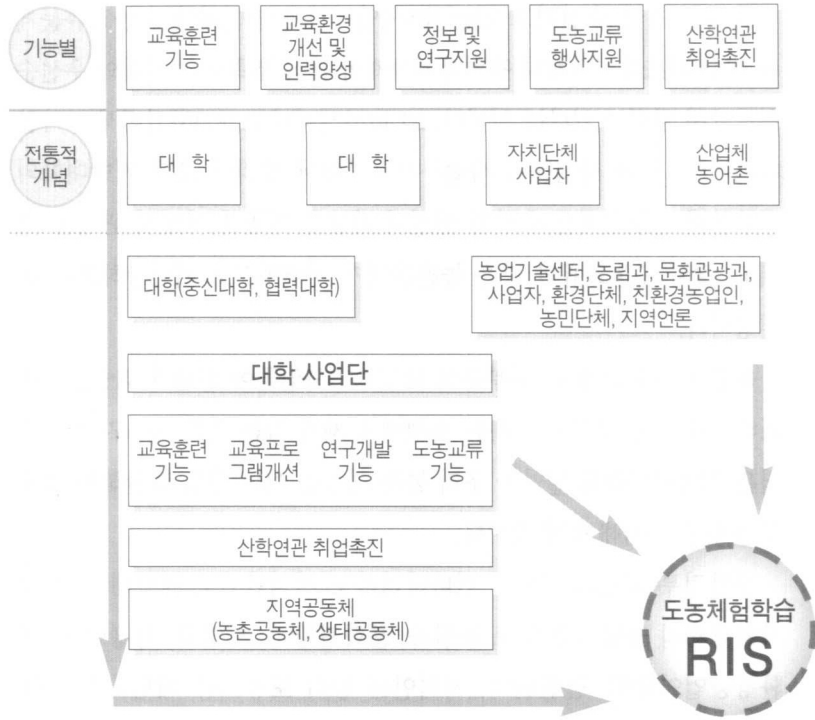
[그림-7] 도농교류 체험학습 지역공동체 추진전략도

문제는 최근 추진되고 있는 RIS사업에서 농업문제나 도농교류문제에 대한 기초자치단체나 광역자치단체의 관심 부족으로 사업의 우선순위면에서 밀리고 있다는 점이다. NURI사업이나 RHRD사업에서도 마찬가지이다. 농촌 사업들이 사업우선순위에서 밀리다 보니 지방대학의 대부분의 연구주체들이 사업 선정이 가능한 이공계 사업에 관심을 가지고, 결국 도농교류와 같은 농촌문제가 지역에서도 외면당하고 있는 실정이다.

최근 전개되고 있는 대부분의 국고보조사업들이 선택과 집중방식에 의해 지원하는 방식을 취하는 자체에 문제가 있는 것은 아니지만 경쟁력은 떨어지더라도 열악한 우리 농촌 현실을 어느 정도 감안하는 정책상 균형을 유지해야 할 것이다.

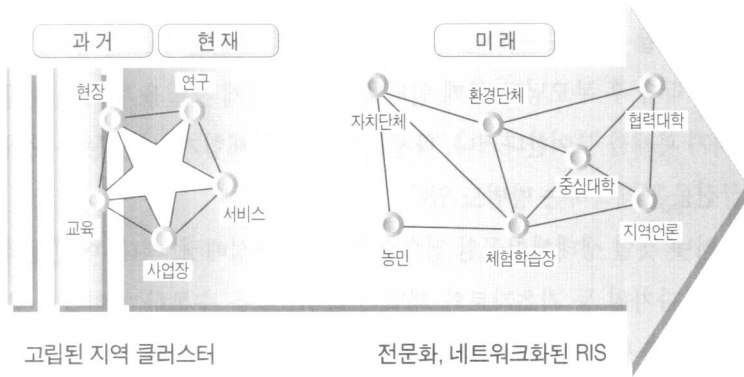
중앙정부 차원의 지원이 없더라도 지역단위로 지방대학, 지방자치단체의 농업기술센터, 농림과, 문화관광과, 사업체, 환경단체, 친환경농업인모임, 농민단체, 지역언론 등이 도농교류 체험학습 공동체를 구성하여 각자 역할을 분담하여 체계적으로 사업을 추진해야 할 것이다. 광역자치단체에서 지원하는 지연산업에 대한 지원은 농촌관련 정책, 특히 도농교류 체험학습에 관한 지원을 적극화해야 할 것이다.

교육훈련기능과 이를 위한 교육환경 개선 및 인력양성은 대학간 연합을 통한 지방대학에서 담당하고, 정보 및 연구지원기능과 도농교류 행사지원은 지방자치단체와 사업자가, 산학연관 취업 촉진 기능은 사업체와 농어촌 등에서 담당함으로써 유기적인 협조체제를 구축해야 한다.



[그림-8] 도농체험학습 RIS 역할 분담

현재 우리 농촌은 농민들만의 자체적인 힘만으로는 자활이 불가능한 상태이다. 따라서 지방자치단체, 대학, 시민단체, 지역언론 등의 총체적인 노력과 지원이 이루어져야 한다. 특히 지역언론은 도농교류 체험학습의 필요성에 주민들의 공감대를 형성하고, 친환경 농산물을 도시민에게 연결하는 사이버 장터를 개설하여 농산물의 판로를 확대하는 역할도 담당해야 한다.



[그림-9] 도농체험학습 RIS의 미래

이와 같은 도농교류 체험학습을 중심으로 한 지역공동체 형성의 과거, 현재, 미래를 도식화하면 다음과 같다.

6. 인터넷 체험공원 활성화와 정보화 지원

도농교류에 대한 학생들의 관심을 유도하고 자연환경에 대한 친숙감을 제고하기 위해, 예를 들어 ‘인터넷 갯벌 생태체험공원’ 등과 같은 인터넷 체험공원을 활성화할 필요가 있다.

태안군에서는 학생들이 방과후 컴퓨터실에서 인터넷으로 갯벌, 독살(일명 석방염) 등을 체험하며 키조개, 백합, 개불 등을 잡을 수 있는 ‘인터넷 갯벌 생태체험공원(인터넷으로 갯벌 조개 잡기)’에 방문하여 조개를 잡고, 갯벌의 생성배경, 중요성, 생물의 다양성, 바다자원 보호의 필요성에 대해 토론할 수 있도록 할 계획이다.

가상 갯벌생태 정보관, 사이버 바다목장 정보관, 어린이 갯벌 체험관, 갯벌 기행관, 지역관광 정보관 등 테마공간을 구성하고, 갯벌의 생성, 진화 과정과 지역별 체험 정보, 생물별 잡기 요령 등을 비롯해 갯벌과 관련, 현지 어민들과 함께 게임과 퀴즈도 운영한다.

체험학습에 대해 단순 검색이 아닌 체험으로 생태계의 보고(寶庫)를 직접 체험할 수 있도록 하는 것이 청소년들의 관심을 유도할 수 있다. 인터넷 학습 후 부모님과 함께 인터넷에서 본 실제 갯벌을 탐사하여 사진 찍기 과제를 부여한다거나, 학생들이 작성한 체험기, 사진 등을 모아 학급신문을 제작하는 방법도 있다.

인터넷 갯벌 생태체험공원 접속요령, 갯벌 생성배경, 생태, 어민들의 생활, 바다자원 등 기초자료와 체험기 작성요령을 수록한 재미있고 유익한 교재를 만들어 다양한 지식을 제공해야 한다.

지방자치단체와 대학에서는 체험학습장에 대한 홈페이지 구축을 지원하도록 하고, 각종 정보화 사업을 지원하도록 해야 한다. 도농체험학습의 홍보 수단은 대체로 인터넷, 유인물, 구전 등이며, 특히 인터넷을 통한 홍보의 비중이 차츰 중요해지고 있다. 인터넷을 통한 정보전달 시스템은 개별 농가 단위, 마을 단위, 시·군 단위 등으로 편재되어 있고, 정보내용 역시 다양한 수위로 공급되고 있어 소비자 입장에서 도농체험학습에 대한 체계적 정보 습득이 어려운 실정이다(박시현, 2003). 공급자 편에서는 홈페이지 등을 전문적으로 관리할 수 있는 인적자원이나 재원을 확보하지 못한 경우는 지속적인 콘텐츠 변경, 적극적 마케팅 수단으로서 활용 등에 제약을 가진다. 홈페이지의 개설을 지원하되, 운영을 위한 교육을 대학에서 실시할 필요가 있다.

7. 도농체험학습 전문가 양성

도농체험학습 진행요원의 숙련도를 제고하기 위해 거점대학의 평생교육원을 중심으로 레크리에이션 지도자 과정을 개설하도록 하고, 지역환경운동연합과 연계하여 생태·체험학습 지도자 연수를 현장중심으로 진행할 필요가 있다.

생명·환경교육 및 도농교류 체험학습 지도교원 직무연수를 재택학습 유형으로 적극적으로 추진할 필요가 있다. 자연환경·친환경농업 체험을 중심으로 생명·환경교육, 체험학습 지도요령의 이론과 실제에 대해 학습하도록 한다. 연수방법은 인터넷 강의, 실시간 동영상, VOD, 현장학습 위주로 진행한다.

농민들을 대상으로 농업기술센터와 대학이 연계하여 친환경농업 컨설턴트과정을 운영하도록 한다.

도농체험학습장을 운영하는 농민이나 사업자를 대상으로 고객응대 요령을 교육할 필요가 있다. 구체적으로 몸가짐과 복장, 인사요령, 자세, 접대 요령, 프라이버시 유지 의무, 안전과 위생, 응급상황 대비요령 등을 전수하도록 한다. 시설의 사용방법뿐만 아니라 각종 주의사항, 지역의 관광정보, 이벤트 소식, 교통 및 농특산물 구입안내 등 다양한 정보를 제공하며, 관련 팸플렛, 지도, 안내서 등을 제작하는 방법도 습득하도록 한다. 고객평가요령, 재방문을 유도하기 위하여 기억을 환기할 수 있는 다양한 아이디어에 대한 체험학습 성공사례를 소개하도록 한다.

8. 도농체험학습 프로그램 평가시스템 도입

도농교류 체험학습이 농촌 발전에 기여하는 생산적인 측면이 강한데도 체계적 또는 계량적으로 부각되지 못하고 있다. 사업의 진행도 중구난방으로 추진되고 있는 실정이다. 익년도 사업의 발전방안을 구축하는 데도 근거가 될 수 있는 객관적 데이터가 없어 체계적인 목표 설정이 어려운 실정이다. 따라서 체험학습 행사에 대한 평가시스템을 도입하여 사업별로 경쟁체제를 도입하여 지원을 차등화하도록 해야 한다(제주발전연구원, 2000). 평가는 사업 제 기간 중 행사에 대한 철저한 모니터링과 기록 보존을 통해 행사 종료 후 그 결과를 전년도 결과와 비교하

여 사업 목표와 컨셉을 재정립하고 다음 연도의 사업계획에 반영하는 피드백(feedback)과정을 거치도록 한다.

효율적인 평가기법을 확립하여 평가표를 만들어야 하며, 평가 결과를 토대로 세부적이고 구체적인 평가보고서를 작성하도록 한다. 광역 자치단체에서는 도내 체험학습 프로그램 운영 결과를 1년단위로 평가하여 차등지원하도록 한다. 체험학습의 경쟁력을 제고하기 위해서는 체험학습에 대한 객관적인 평가 시스템을 확보해 합리적인 평가와 지속적인 개선 노력이 필요하다.

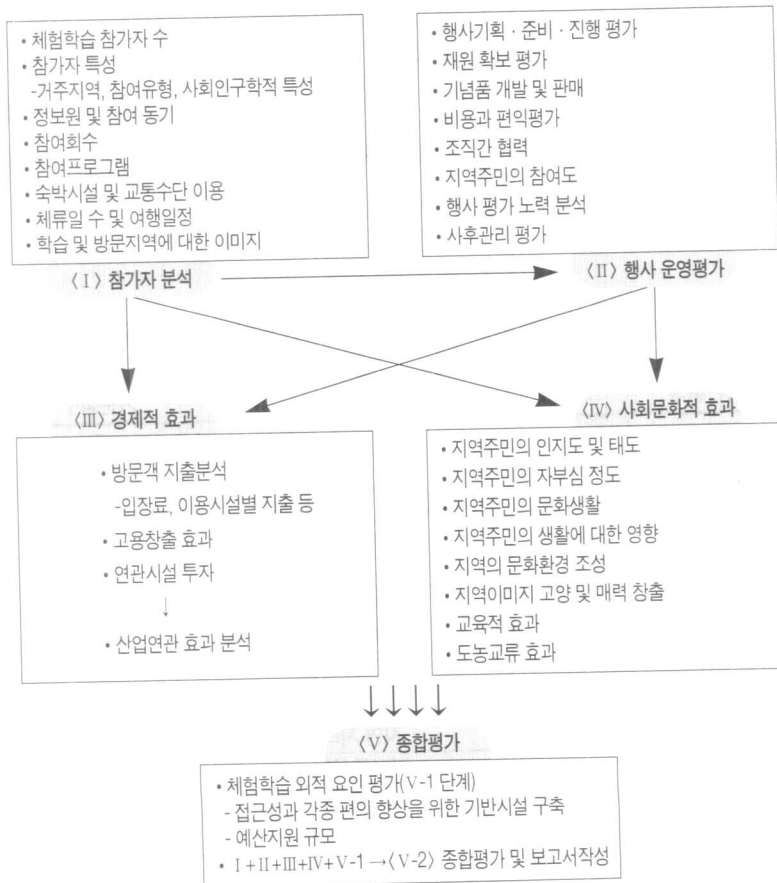
도농체험학습 평가에 적용할 평가지표를 제시하면 다음과 같다. 여기에서 각 단계는 형식상의 처리단계일 뿐 실제 평가과정에서는 꼭 일치시켜야 하는 것은 아니다.

예를 들어 V-1 단계는 다른 단계와의 관계없이 평가할 수 있으며, II 단계에 포함하여 평가할 수도 있다. 하지만 대체적으로 I 단계는 다른 평가단계 보다 먼저 수행되어야 하며, III단계와 IV단계에 앞서 II단계가 먼저 수행되어야 한다. 예를 들어 I 단계의 '참여프로그램' 항목은 II단계 평가의 기초가 되며, '숙박시설 및 교통수단 이용' 항목은 III단계, 그리고 '체험학습 지역에 대한 이미지' 는 IV단계 평가 자료가 된다. 또한 II단계에서의 '비용과 편익평가' 나 '기념품 개발 및 판매' 항목은 III단계 평가에, '조직간 협력' 이나 '지역주민의 참여도' 는 IV단계 평가 자료가 된다.

I 단계의 모든 측정치들은 다른 단계를 평가하는 기본이므로 정확하고 체계적으로 평가하기 위한 도구가 동원되어야 한다. 그리고 각 단계 내에서도 항목별 평가 순서 등 체계를 정립해야 한다. 예를 들어, II단계에서는 '비용·편익평가' 이전에 '재원 확보' 상황 등이 파악되어야 하며, IV단계에서는 '산업연관 효과' 분석 이전에 '방문객 지출', '고

용창출 효과', '연관시설 투자' 등에 대한 분석이 선행되어야 한다.

그리고 접근성과 각종 편의 향상을 위한 기반시설 구축, 예산지원 규모, 그리고 개최 회수 등 체험학습의 외적 여건을 평가하여 V단계 '종합평가'에 포함하여야 한다. 또한 평가보고서를 작성함으로써 체험학습의 내용과 결과를 사회적으로 공유하도록 해야 한다(한국관광연구원, 1998: 116-117 참조 재작성).



[그림-10] 도농체험학습 평가단계별 평가지표 및 상관관계

지방자치단체에서 개최되는 체험학습 행사를 객관적이고 일관성 있게 평가할 수 있는 체험학습 상품화 평가체계를 제안하면 다음 표와 같다. 여기서는 체험학습 관련 평가 항목을 크게 일곱 가지로 구분한다.

지역적 특성을 감안하여 중요성에 따라 배점을 할당한다. 또한 각각의 관련 항목은 세부항목으로 나누며 그 중요도는 세부항목내에서 상대적인 중요도를 감안하여 평가 배점을 할당한다. 또한 지역 실정에 맞는 축제 평가기준표를 마련하는 것이 중요하다.

평가 주체는 주최자, 정책자, 또는 관련 전문가 등 다양하게 구성한다. 그리고 평가대상도 처음으로 개최된 행사 또는 다년간에 걸쳐 치러져온 행사 등 여러 가지이다. 따라서 획일적인 평가 기준은 다양한 형태의 평가 방법에 오히려 적합하지 않을 수 있다.

〈표-6〉 체험학습 상품화 관련 세부 점검항목 및 평점 구분

관련항목	배 분	세부항목	기준점수	
1. 체험학습 행사의 구성 및 내용	25%	행사내용	독창성	7
			흥미성	7
			이해성	7
			충실성	7
			고유성	7
		개최기간	5	
		체험학습 내용	5	
		주민참여 정도	5	
2. 체험학습자원	15%	소계(A)	50	
		자연 지리	5	
		지역특산물	5	
		역사문화	5	
		레크레이션	5	
		농촌관련 문화행사	5	
		타학습지와 연계성	5	
		소계(B)	30	

관련항목	배 분	세부항목	기준점수	
3. 체험학습 수용체계	10%	주차시설 및 안내체계	2	
		식당(인근 및 간이)	2	
		휴게시설/편의시설	2	
		숙박시설	2	
		홍보(인터넷 등)	5	
		추진 인력 조직의 구성	2	
		소계(C)	20	
4. 경제효과	25%	유치실적	외지인	15
			내지인	10
		상품개발	15	
		협력체계 구축	10	
		소계(D)	50	
5. 사회문화	10%	안전성 및 범죄	5	
		외부와의 연계성	5	
		주민 호응도	10	
		소계(E)	20	
6. 환경·기술	5%	환경보호프로그램	5	
		체험학습후 쓰레기 규모	5	
		소계(F)	10	
7. 기타 요인	10%	개최 의지	5	
		개최시기	3	
		개최회수	3	
		행사장 접근성	3	
		유해시설 유무	2	
		기반시설	2	
		진행인력	2	
		소계(G)	20	
총계(A+B+C+D+E+F+G) = 200				

특정한 평가 주체가 동일한 기준을 가지고 여러 대상을 지속적으로

평가할 필요가 있다. 이런 의미에서 제시된 평가표를 적절히 활용할 수 있을 것이다. 따라서 본 표를 참고로 체험학습 주최측이나 정책입안자는 평가 목적에 입각하여 평가 항목을 추가 혹은 삭제할 수 있으며, 세부항목의 배점 규모를 달리함으로써 체험학습의 방향을 조정·유도할 수 있다. 그러나 장기적으로는 이를 특정유형으로 정립함으로써 체험학습의 성과와 지향점, 나아가서는 체험학습의 가치를 공유하기 위한 노력이 요구된다.

이 외에도 도농교류 체험학습의 경제적 가치를 측정하기 위한 방법으로 조건부 가치측정법(CVM; Contingent Valuation Method)을 활용할 필요가 있다. CVM기법은 탄력적인 방법론을 갖고 있어 환경재나 위락시설은 물론 사용가치와 비사용가치, 보전가치, 선택가치 등을 추정·평가할 수 있어 적용범위가 넓은 평가방법이다.

CVM은 시장에서 평가되지 않는 자산이나 서비스에 화폐적 가치를 부여하는 방법이며, 이는 가상적 시장을 설정하여 개인에게 공공재적 가치를 보존하기 위해서 얼마를 지불할 의도(WTP)를 갖고 있는가를 조사하여 추정하는 것이다. 시장의 재화가 실제로 존재하지 않으나 마치 존재하는 것처럼 인위적으로 가상시장을 설정하고 소비자에 대한 설문조사를 통하여 보상가치를 산출하여 비시장 재화에 대한 가치를 평가하는 방법이다³⁾.

3) CVM은 공공정책으로부터 발생하는 편익을 측정하는데 있어서의 기본적인 원칙은 그 정책에 대한 소비자의 지불의사금액(WTP: willing to payment), 즉 보상잉여를 측정하는 것이다. WTP의 개념은 사람들이 특정 공공재의 개선이나 이용편의에 대해 지불의사가 있는 최대금액을 의미한다. WTP를 구하는 방법론 중에서 가장 널리 이용되는 것은 CVM을 이용한 서베이 접근방법이다. 서베이를 할 때 가상시나리오를 통해 가상시장(hypothetical market)을 만들고, 상황에 맞게 고안된 설문지는 공공재의 공급수준 변화 혹은 환경질 변화에 대한 가상적인 상황을 설정하고 여러 조건을 달아 사람들을 가상적인 상황에 결합시킨다. 이런 조건하에서 응답자들은 환경질의 가상적인 변화에 대해서 어느 정도 지불의사가 있는지를 대답하게 된다. CVM기법은 직접적으로 공공재의 가치, 즉 지불의사(WTP), 나 보상의사(WTA)를 얻을 수 있기 때문에 효용함수에 대한 일반적 가정이나 수요함수의 도출 등의 복잡한 중간과정을 거치지 않고 지출함수의 Hicks적 후생개념, 즉 동등잉여(ES: equivalent surplus), 보상잉여(CS: compensating surplus) 등을 이끌어 낼 수 있다.

9. 도농교류 체험학습 행정지원체계 구축

지방자치단체에서 도농교류 체험학습을 담당할 수 있는 조직은 본청의 농림부와 직속기관인 농업기술센터가 있다. 농업기술센터는 과거에 농림부의 특별행정기관이었으나, 지방자치의 실시로 인하여 지방자치단체 소속기관으로 바뀌게 되었고, 1997년 소속 공무원의 신분도 국가공무원에서 지방공무원으로 전환되었다. 농업기술센터 장은 신분과 전문기술상으로는 농업을 담당하는 도의 농업기술원 장의 지휘를 받으면서 동시에 행정적으로는 당해 기초자치단체장의 지휘를 받도록 되어 있다.

유관업무들이 서로 부서를 달리하여 농정업무는 본청에서, 지도업무는 농업기술센터에서 이루어짐으로써 기능적 연계가 이루어지지 않고 있다. 그 이유는 농업진흥청과 농림부의 사업이 서로 조정되고 있지 않아서 농업진흥청은 도의 농업기술원, 자치단체의 농업기술센터로 업무를 추진시키고, 농림부에서는 도의 농정부서, 기초자치단체의 농정과로 추진시킴으로써 발생하는 문제이다.

농촌체험시범마을 사업을 예로 들면, 농림부에서는 녹색농촌체험시범마을 사업을 시행하면서 마을을 선정해서 국비 및 지방비를 지원해 주고 있다. 사업내용은 마을공동기반정비, 농촌체험프로그램 개발사업 등. 행자부에서는 아름마을가꾸기라는 사업을 시행하고 있는데, 이 역시 농촌 및 산촌마을을 대상으로 하여 마을 공동기반정비 및 체험프로그램개발사업이다. 한편, 산림청에서는 산촌종합개발사업을 시행하고 있는데, 이 역시 사업내용은 산촌의 생활환경 및 기반조성 및 체험프로그램개발인데, 농업진흥청에서는 전통테마마을사업이라는 이름하에서 농촌의 기반편익시설조성 및 테마체험프로그램개발사업을 하고 있는 실정이다.

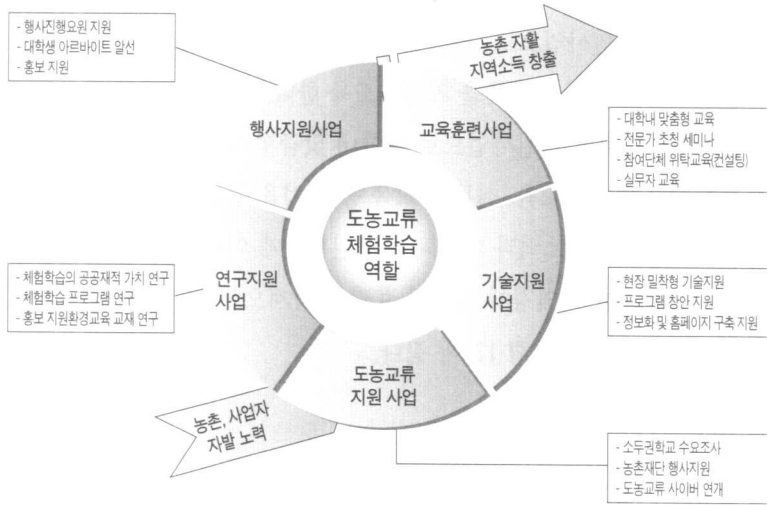
이상과 같은 사례로 인하여 발생하는 문제점을 보면, 첫째, 윈스톱 서비스의 어려움을 들 수 있다. 농업업무의 경우 서비스 수혜자인 농민의 입장에서 보면 농업관련 업무를 한 기관에서 처리하지 못하고 농정 업무와 관련한 서비스를 받기 위해 본청을 방문하고 다시 농업기술센터를 찾아야 되는 어려움이 있다. 동일 내지 유사사업들이 단편적으로 진행되기 때문에 효과의 극대화를 이루기 어려운 실정이다.

농촌체험업무의 경우 시군 농업기술센터의 기술지원과에서 주로 담당하고 있으나, 지도직이 본청의 농림직에 비해 상대적으로 소외되어 있고, 조직이 침체되어 있는 경우가 많아 체험학습 업무가 활기를 띠지 못하고 있다. 도농체험학습 지원의 경우 일정 수준까지는 공공기관에서 선도를 해야 하기 때문에 농업기술센터의 교육경영팀을 아예 도농 교류팀 또는 친환경농업팀으로 개명하여 도농체험학습업무를 전담하도록 하고, 본청의 농림과, 문화관광과와 프로젝트팀 형태로 전담조직을 만들어 적극 육성할 필요가 있다. 또한 지방자치단체는 관내 교육청과 협력하여 도시 학교 학생들과 농촌 학교간의 자매결연을 연계해주는 등 지원활동을 전개해야 한다.

10. 도농교류 체험학습 각 주체들의 역할과 기대효과

농민과 사업자는 우선 도농교류 체험학습에 대한 인식을 확고히 한 상태에서 자발적인 노력을 최대한 경주하되, 도농교류 체험학습이 하나의 지역사업으로 확대될 수 있도록 해야 한다. 지방대학, 시군, 교육청, 도, 환경단체, 지역언론, 농촌지원재단 등은 체험학습 행사를 지원하고 자원봉사자를 파견하고 자문을 해주어야 한다.

각 단위사업별로 역할 분담을 제시해 보면 <그림 11>과 같다.



[그림-11] 도농교류 체험학습 역할분담 체계

먼저 행사지원사업으로 지원팀에서는 행사진행요원을 지원하고, 대학생 아르바이트 요원을 알선하고 홍보를 지원해야 한다. 최근 대학마다 사회봉사과목을 정규 커리큘럼에 포함하고 있는데, 이와 같은 자원 봉사 시스템을 활용하도록 한다.

둘째, 연구지원사업으로, 체험학습의 공공재적 가치를 연구해서 왜 체험학습이 필요한지 계량적으로 그 가치를 도출하도록 한다. 체험학습 프로그램을 연구하고, 환경교육 교재를 연구해서 지원하도록 한다.

셋째, 도농교류 지원사업으로, 수도권학교의 수요를 조사하고, 농촌 지원재단에서는 행사경비 일부를 지원하도록 하고, 도농교류 사이버

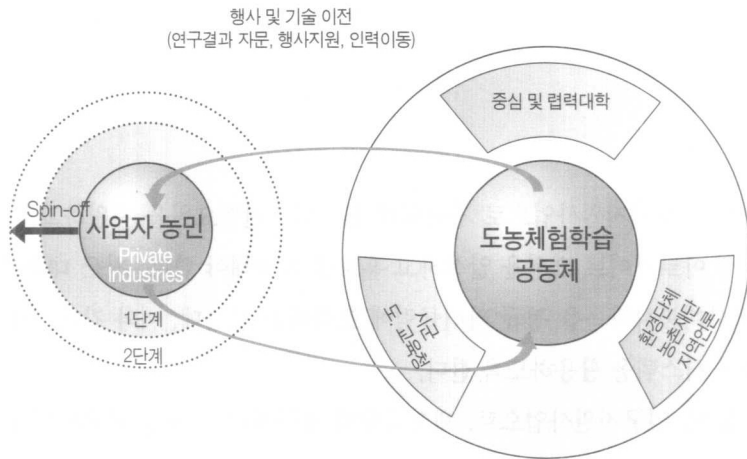
연계사업을 지원하도록 한다.

넷째, 기술지원사업으로, 현장밀착형 기술지원, 프로그램 창안 지원 및 정보화 및 홈페이지 구축을 지원하도록 한다.

다섯째 교육훈련 지원사업으로 대학내 맞춤형 교육, 전문가 초청 세미나, 참여단체 위탁교육, 실무자 교육 등 사업을 추진하도록 한다.

이러한 자발적인 노력과 지원체계가 원활하게 이루어질 경우 농촌의 자활과 그로 인한 지역경제 활성화 효과를 가져오게 될 것이다. 이러한 내용을 도식화하면 <그림 12>와 같다.

도농체험학습 지원 연계를 통한 지역소득 창출



[그림 12] 도농교류 체험학습 기대효과

V. 결 론

최근 체험을 중심으로 독특한 경험과 가치를 얻고자 하는 관광욕구가 증가하고 있다. 특히 주5일 수업제가 도입되면 가족중심형의 여행수요가 확대되고 시간소비 체류형, 자기계발형, 체험의 적극적 참여형 여행수요가 증대될 것으로 예상되는바 기존의 소극적 체험학습 프로그램에 대한 전면적인 재검토가 요구되는 시점이다.

지방자치단체에서 이런 추세를 감안하여 도농교류 체험학습을 활성화할 경우 지역의 이미지 제고, 수도권 주민에 대한 잠재적 관광수요 확대 및 지역주민의 소득증대에 기여할 것으로 보인다.

이에 지금까지 도농교류 체험학습의 필요성과 목표, 체험학습의 의미와 범위 등을 알아보고, 도농체험학습에 대한 만족도를 항목별로 분석하였다.

도농체험학습 활성화 방안으로 농촌에서 비교적 쉽게 시행할 수 있는 농촌체험 프로그램, 지방자치단체의 지원체계 등을 중심으로 그 대안을 제시하였다.

대부분의 시군에서 관광산업을 육성하겠다고 나서고 있으나, 일반관광의 경우 수요층이 한정되어 있는 만큼 일반관광보다는 청소년을 대상으로 하는 도농교류형 체험학습이나 농촌체험 프로그램과 같은 틈새시장을 공략하는 것이 보다 현실적일 것으로 보인다. 앞으로 농촌지역 시군에서도 도농교류 체험학습 분야에 대해 역점을 둬으로써 농촌의 자활과 도농상생 교류가 이어지기를 바란다.

참고문헌

- 강신겸, 「농촌관광의 가능성과 발전방향」, 삼성경제연구소, 『CEO Information』 333호, 2001.
- _____, 「도농녹색교류사업의 정책평가와 향후 발전방향」, 『2002년 도농녹색교류심포지엄 자료집』, 전국농업기술자협회, 2002.
- _____, 「농촌관광 프로그램의 개발과 운영」, 『한국형 농촌관광의 중장기 비전을 위한 대안 모색』, 한국농촌경제연구원 세미나 자료집, 2003.
- 강원개발연구원, 『주민참여에 의한 관광개발방안』, 1997.
- 강춘성, 「녹색교류를 통한 농촌활성화 방안」, 2001년도 춘계학술발표대회 발표논문, 한국관광농업학회, 2001.
- 권이중, 「현장학습의 실태 및 개선방안에 관한 연구」, 한국교원대학교 대학원 석사학위논문, 1996.
- 김성훈 외, 『친환경농업과 생명·환경교육』, 한국방송통신대학교출판부, 2003.
- 김인호, 「환경교육의 장애 대한 교사들의 인식에 관한 연구」, 『한국환경교육학회지』, 제11권 제1호.
- 김정연, 『금강권 생태산업 육성계획 추진방안』, 충남발전연구원 보고서, 2001.
- 농림부, 『그린투어리즘 중장기 추진계획』, 2001.
- 농촌진흥청 농촌생활연구소, 『전통세시풍속체험프로그램』, 2002.
- 류선무, 「농산촌의 관광농업 도입과 지역경영전략」, 『한국관광농업학회·한국산림휴양학회 공동학술대회 발표자료집』, 1999.
- 박석희, 「농산촌전통문화의 관광상품화에 관한 연구」, 『경기관광연구』, 제4호, 2000.
- 박시현, 「농촌관광 활성화를 위한 정책 과제」, 『국형 농촌관광의 중장기 비전을 위한 대안 모색』, 한국농촌경제연구원 세미나 자료집, 2003.
- _____ 외, 『관광개발을 통한 지역활성화 사례』, 한국농촌경제연구원, 2000.
- 박옥자, 「현장체험 위주의 특별활동 프로그램 개발 운영을 통한 창의적인 문제해결 능력 신장」, 『부산교육』, 281호, 1996.
- 박호근, 「한국 관광농원의 지속가능성 연구」, 서울대학교 대학원 박사학위

- 논문, 2002.
- 배중하, 「그린투어리즘 활성화를 통한 농의소득 증대방안」, 『그린투어리즘 발전을 위한 정책방안 정책토론회 자료집』, 한국농촌경제연구원, 2001.
 - 슈미트 저·박성연의 역. 『체험마케팅(Experiential Marketing)』, 세종서적, 2002.
 - 야마자키의 저·강신겸의 역, 『녹색관광』, 일신사, 1997.
 - 오명신, 「체험관광객의 활동유형별 선호특성과 만족도에 관한 연구」, 세종대학교 대학원 석사학위논문, 2001.
 - 이광희·김영준, 『체험관광상품개발 활성화방안』, 한국관광연구원, 1999.
 - 이동기, 「농촌자원을 이용한 그린투어리즘」, 『지방자치발전 및 행정혁신』, 한국지방자치학회 2001년도 동계학술세미나 자료집, 2002.
 - 이지혜, 『청소년 수련시설 유형별 수련거리 운영현황 조사보고서』, 청소년육성위원회, 1994.
 - 전국농업기술자협회, 『2001 도농녹색교류 토론회 자료집』, 2001.
 - 전운성, 「농업의 다원적 기능과 그린투어리즘의 전개」, 『새천년의 강원도세상-이상과 전략, 1999년강원비전 정기포럼 발표자료집』, 1999.
 - 정기환, 「농촌지역활성화를 위한 그린투어리즘 정책의 발전방향」. 『농촌경제』, 24(2).
 - 제주발전연구원, 『제주지역 축제의 진단과 활성화 방안』, 2000.
 - 조계현 외 역, 『녹색관광』, 누리에, 1998.
 - 주진순, 『재미있는 자연학습체험』, 하서출판사, 2000.
 - 최원국, 「도농교류 체험학습에 관한 학교구성원들의 의식과 문제점 분석」, 강원대학교 대학원 석사학위논문, 2000.
 - 한국관광산업개발연구소, 『새천년 지역관광의 국제경쟁력과 포지셔닝』, 2000.
 - 한국관광연구원, 『문화관광축제의 영향 및 운영효율화 방안』, 1998.
 - 한국농촌경제연구원, 『2001농업전망』, 한국농촌경제연구원, 2001.
 - 21世紀村づくり塾, 「グリーンツーリズム推進事業報告書」, 『日本型グリーンツーリズム新展開』, 2000.
 - 21ふるさとと京都塾, 『人と地域をいかすグリーンツーリズム』, 學藝出版社, 1998.

- 宮崎猛, 『グリーンツーリズムと日本の農村』, 農林統計協會, 1998.
- 山崎光博, 「グリーンツーリズムの實狀と明日への課題」, 『運輸と經濟』, 59(6), 1999.
- 財團法人 都市農山漁村交流活性化機構, 『田舎で體驗學習』, 2001.
- 横川洋外, 「日本における農業の多面的機能論とグリーンツーリズム」, 『21C 亞太地域地方政府の再創造と地域經濟の跳躍(국제학술심포지엄)』, 江原大地域開發研究所, 1999.
- Chow, Willard T., "Integrating Tourism with Rural Development", *Annals of Tourism Research*, 7(4), 1980.
- Cohen, Erick., (1987). *Alternative Tourism-A Critique*. *Tourism Recreation Research*, 12(2).
- Cointat, Michel., "Rural Tourism", *Tourism Recreation Research*, 16(1), 1991.
- Cooper, C. P. & Ozdil, I., "From Mass to Responsible Tourism", *Tourism Management*, 13(4), 1992.
- Davis, P. and Susannah Craig, *Running a Bed and Breakfast*, Indianapolis: Alpha books, 2001.
- Dernoï, L. A., "About Rural & Farm Tourism", *Tourism Recreation Research*, 16(1), 1991.
- Gunn, Clare A., *Tourism Planning*. New York: Taylor & Francis, 1998.
- Page, S. J and Don Getz(1997), *The Business of Rural Tourism*, London: Tomson
- Rogak, L. A., *Owing and Managing a Bed and Breakfast*, Chicago :Dearborn, 1995.
- Rossman, J. Robert, *Recreation Programming: Designing Leisure Experience*, Champaign:Sagamore Publishing, 1989
- Sharpley, Richard and Julia Sharpley, *Rural Tourism : An Introduction*, London: Tomson, 1997
- Tensie Whelan, *Nature Tourism*. Washington, D.C: Island Press, 1991.
- Walle, Alf H., *Cultural Tourism*. A Member of Perseus Books, L.L.C: Westview Press, 1998.

농촌관광체험프로그램 개발계획과 사례조사

류희중, 강신겸, 이규민, 류선무

Ⅰ. 농촌관광프로그램(Green Tourism Program)의 개발

1) 농촌관광(Green Tourism)의 개념

농촌관광이란 '21C 농업·농촌의 임무와 역할은 무엇이며 존립방안은 어떻게 하여야 되는가?' 라는 점을 생각해볼 때 새로운 삶의 방식에 선택으로서 농촌의 생산환경, 생활환경, 역사·문화환경, 자연환경을 유인요소로 활용하여 도시인을 농촌지역에 유치해서 생산(1차산업)+가공(2차산업)+유통(3차산업) 그리고 체험학습+교류가 생산 현장에서 동시에 이루어 질 수 있는 상업농경방식의 복합농촌마을(6차산업)을 말하며 그 개발주체나 개발범위에 있어서

첫째, 농촌 관광자원의 대상이 농촌지역에 있는 어메니티(Amenity)를 말하며,

둘째, 사업주체는 농산어촌의 농·어업인 또는 비농업인이 자발적 합의형성에 따라 관광사업경영이 중소규모(면적:3~10ha, 자금:5억~100억)로 이루어지고,

셋째, 도농교류의 목적이 농촌지역 소득증대에만 있는 것이 아니고

도시민의 자연욕구 충족, 농촌체험학습이란 상호보완적 관계에서 공생·공존·공영의 길을 모색하는 자원순환형 또는 지역경영형 공동체라고 말할 수 있다.

2) 농촌관광프로그램(Green Tourism Program)의 개념

일반적으로 프로그램(Program)이란 “어떤 일을 하는 절차나 진행, 순서, 목록 또는 이를 명시한 계획표 그리고 그것을 작성하는 일 등”을 의미하나 농촌관광프로그램이라고 할 때는 농촌관광의 추진, 운영과 관련하여 농촌지역에 도착해서 출발할 때까지 일어나는 모든 관련활동(Activity)을 말한다. 즉, 농촌관광프로그램은 농산 어촌지역에서 농촌관광이 이루어지도록 하는 활동프로그램(Activity Program)을 의미하며 체험, 교류, 판매, 숙박, 음식 등 다양한 활동을 중심으로 공급자와 수요자를 연결하는 활동을 의미한다. 따라서 농촌관광프로그램은 크게 휴양과 교류로 구성되는 “민박프로그램”과 체험학습으로 구성되는 “체험프로그램”으로 구분할 수 있으며 체험프로그램의 세 가지 구성요소는 프로그램참가자, 프로그램진행자, 프로그램내용과 관련장비가 필요하다.(2003.강신겸) 또한, 일반적 관광은 오락적 요소가 강하나 농촌관광 프로그램은 지식적, 경제적 효과가 크다.

3) 농촌관광프로그램(Green Tourism Program)의 계획과 운영

(1) 체험프로그램의 요점

농촌관광프로그램(Green Tourism Program)은 관광상품으로 도시관광객에게 판매 또는 제공하게 되는데 도농교류 촉진과 경제적 파급효과(농산물의 판매촉진, 숙박교류시설의 이용촉진 등)가 너무 커서 그 지역에서 기획·운영하는 프로그램의 내용이 중요하므로 유인력과 매

력성이 있어야하며 다른 지역에 없는 프로그램으로서 차별화, 특성화를 위한 창조력이 필요하다. 이러한 프로그램계획은 체재시간의 연장, 자가지역만의 독창성발휘, 부가가치의 증대를 위해서 농촌 어메니티(Amenity)를 활용하여 유인요소를 창출해 내야한다. 그러기 위해서는 참가자 스스로 체험(5감: 보고, 듣고, 맛보고, 냄새 맡고, 느끼고)을 통한 즐거움과 재미를 발견하고 창조할 수 있는 장치를 만드는 것이 중요하다. 그리고 각종 자원들을 합리적인 방법으로 체험하기 쉽게 하기 위해서는 프로그램화와 패키지화가 필요하며 이러한 프로그램을 흥미롭고 순조롭게 진행하기 위해서는 지역안내자(Guiders), 행사진행자(Progress), 체험지도사(Instructor)의 역할에 따라 농촌 관광프로그램의 성패가 크게 좌우된다고 하겠다.

(2) 체험참가자의 욕구

농촌관광프로그램은 기획단계에서부터 참가자에게 공감을 줄 수 있는 효과적이고 유익한 프로그램을 구상하여야하며 프로그램을 전개할 때에도 마치 행사 진행자나 지역안내자가 어떠한 사항에 유의해야하는가를 반드시 알아야 한다.

(가) 참가자의 흥미를 유발시키는 프로그램

농촌관광프로그램은 농촌활성화, 농업진흥, 환경교육 등 농촌관광의 이념에 얽매이지 말고 참가자의 관심과 흥미를 유발시킬 수 있는 “재미·즐거움” 등의 테마를 우선 제공해야 한다.

(나) 오랫동안 마음에 남는 프로그램

프로그램의 내용과 체험이 참가자의 마음에 오랫동안 남아있도록 하

기 위한 계획과 세심한 준비가 중요하다. 그러기 위해서는 5감(보고, 듣고, 맛보고, 냄새 맡고, 느끼고)을 통한 체험프로그램제작을 염두에 두어야한다.

(다) 참가자가 서로의 체험이나 감동을 공감할 수 있는 프로그램 프로그램에 참가하여 얻은 감동이나 체험을 여러 명의 참가자와 공유하는 것은 한사람의 경험을 다른 사람과 나누어 가짐으로서 미처 생각 못했던 새로운 발견이 나오게 되고 파급효과가 커서 하나의 프로그램이 몇 배나 충실한 것이 될 수도 있다.

(라) 일에서 일로의 내용이 전달되는 프로그램 한번 그 프로그램을 체험했던 사람이 그 경험이나 감동을 다른 사람에게 전달할 수 있는 프로그램이어야 하는 것은 중요한 요소이다. 그것은 재방문 희망을 강하게 환기시킴과 동시에 주위의 새로운 참가자를 창출하여 교류를 촉진하게 하는 요인으로 된다.

따라서 농촌관광체험프로그램참가자의 욕구동향을 파악하는 것이 중요하며 그 내용은 대략적으로 다음과 같다.

① 욕구동향

- 단체행동에서 가족, 소그룹단위로의 변화.
- 자녀들의 자연체험학습이 증가하고 있으며 숙박시설을 요망.
- 승용차 이용의 가족단위가 증가.
- 경제적으로 저렴한 비용의 농촌관광을 요구.
- 기업체 소그룹(부서 단위)의 농촌지역에서 여가활동이 증가.

- 흥미를 느낄 수 있는 프로그램이 인기.
- 관광지화 하지 않은 지역, 자기가 방문한 적이 없던 지역, 방문 후
우월감을 느낄 수 있는 지역.
- 고향의 정을 느낄 수 있는 제2의 고향을 찾는 가족이 증가.
- 1박2일~2박3일의 농촌관광이 주류.
- 교통이 편리한 지역에서의 활동.
- 참가동기의 요인은 프로그램내용, 가격, 지역의 연계관광지(불거리), 접근방법, 식사와 숙박 조건 등.
- 인기가 높은 프로그램은 야외스포츠(물놀이, 싸이크링, 카누), 자연체험(동·식물관찰)이고, 농업체험의 욕구는 낮다.
- 체험지도자의 사투리 섞인 설명(소박함), 전문성, 유머스러운 설명, 알기 쉬운 설명이 교육효과를 증대.

② 문제점

- 체험내용이 너무 보편적이고 일반화, 유형화 된 것은 인기가 없다.
- 지역실정에 맞지 않는 내용은 인기가 없다.
- 숙련된 지역안내자, 체험지도자가 부족.
- 지역주민과 교류를 배려한 프로그램이 없다.
- 가족단위의 숙박 시설이 부족(화장실, 욕실, 부엌).
- 지역의 연계관광 기획상품이 부족.
- 체험프로그램이 정착되기 전까지는 지역부담이 크다.

③ 유의점

- 가족이 함께 즐길 수 있는 내용을 준비
- 재미있고, 즐거움을 느낄 수 있는 프로그램의 내용
- 적당한 가격과 체재기간 (숙박비 소인6000원~대인7000원, 식사1회 4000원~5000원, 체험비는 내용에 따라 별도 결정.)

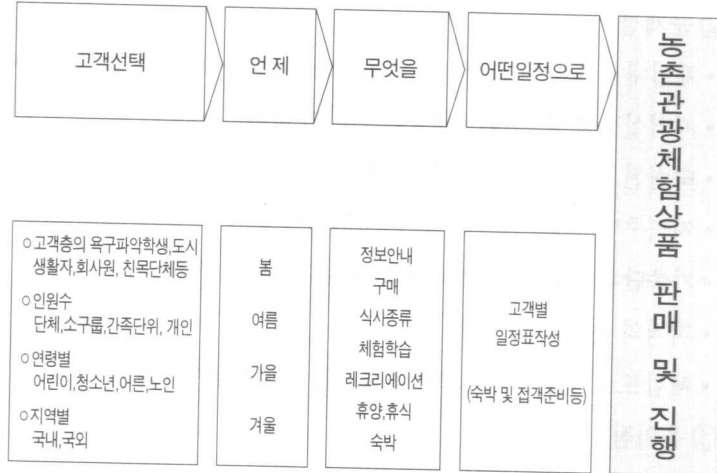
- 지역주민이 공동체가 된 운영(지역인재 확보 및 육성 등)
- 기발한 홍보부족(이미지제고, 상징성, 이야기 거리 등)

4) 체험프로그램의 전개방법

(1) 참가자속성에 따른 전개방안

프로그램을 진행할 때에는 참가자의 개성이나 성향, 경험유무에 따라 각각 적합한 방안을 강구하는 것이 중요하다. 지역을 방문하는 참가자의 계층은 연령, 가족구성형태, 직업, 성별, 자연과 농업에 대한 관심도, 지식수준 등 그 성향은 매우 다양하다. 따라서 참가자의 이러한 개별적 성향을 분석하여 참가자의 속성을 파악하고 대책을 확립한 단계에서 프로그램을 실시하여야한다.

(가) 전개방법



(나) 안내방법

농촌관광체험프로그램의 전개과정에서 해설기능은 “일정한 현상에 대하여 어떤 목적을 가지고 특정한 사람에게 정확하고 이해하기 쉽게

전달하는 수단"이라고 할 수 있다. 따라서 지역안내자와 체험지도자는 해설에 대한 개념과 방법을 확실하게 이해하여 사업추진과 활성화 도모에 적극적으로 활동하여야 한다.

따라서 해설의 6가지 원칙은 다음과 같다.

첫째, 참가자의 개성이나 경험과 관련하여 그 수준에 적합하게 기획한다.

둘째, 단순한 지식이나 정보를 전달하는 것만이 아니고 참가자 스스로 관심과 자기 계발을 하게 하는 동기를 유발시킨다.

셋째, 자연·농업·과학·역사·문화·건축 등 여러 가지기능을 합친 복합기능을 발휘한다.

넷째, 교육을 시키는 것이 아니라 흥미를 유발시켜 자기 스스로 계발을 하도록 한다.

다섯째, 사실적인 현상의 일부분만이 아니고 전체적인 현상들을 이해하고 알 수 있도록 한다.

여섯째, 어린이 대상과 어른대상의 설명은 눈높이에 맞게 한다.

5) 체험프로그램의 유형화와 추진계획

(1) 유형구분을 위한 기준

유형은 관광객의 욕구와 지역여건에 따라 구분할 수 있으나 대개 진행자(제공자)와 참가자(관광객)에 의해 결정된다. 즉 진행자의 관점에서서는 이용 가능한 자원을 중심으로 자연환경, 자연관찰, 경관감상 등 자연적 요소와 농업적 레크레이션, 전통문화 등 인공적 요소와 관련된 활동으로 구분되고, 이용자의 관점에서는 체험, 학습, 음식, 휴식, 구매 등 목적별로 분류가능하며 많은 경우 제공자의 관점에서 체험프로그램을 개발하고 있으나 이용자의 가치관에 따라 계획과 운영시스템을 만드는

것이 바람직하다.

또한 프로그램 유형구분은 주제, 계절, 방문형태, 운영주체, 지역특성, 체류시간별로 다양하게 분류할 수 있으나 그 기준과 유형을 구분해 보면 다음과 같다.

수요의 이질성	<ul style="list-style-type: none"> • U턴형 고객, 농촌애호가, 음식매니아, 단기 체재형, 장기 체재형
자원의 차이	<ul style="list-style-type: none"> • 지역이 가지고 있는 자원이 얼마나 매력 있는가에 따른 차이
경제적 여건, 관광인식	<ul style="list-style-type: none"> • 경제적 수준이나 관광사업에 대한 인식의 차이, 관광에 대한 의존도 차이
시장과의 접근성	<ul style="list-style-type: none"> • 접근성에 따라 도입 활동이나 시설프로그램, 방문규모의 차이가 발생 • 표적시장(target market)을 설정하는데 중요한 요소
수용력 차이	<ul style="list-style-type: none"> • 관광객으로 인한 환경적, 사회적 영향을 수용할 수 있는 정도에 따른 차이
리더쉽과 주민참여 의식	<ul style="list-style-type: none"> • 인구구성, 지도자 유무 등과 지역주민의 참여의식과 정도에 따른 차이
유휴노동력의 차이	<ul style="list-style-type: none"> • 재배작목, 생산구조 등에 따라 가용한 유휴노동력이 있는가에 따른 차이
운영관리상의 차이	<ul style="list-style-type: none"> • 농업이외의 새로운 지식과 기술, 안목이 필요 • 운영, 관리, 마케팅에 관한 지식을 습득하고 받아들일 수 있는 가능성

(2) 단계별 추진전략

체험프로그램의 단계별 추진력은 도입기, 정착기, 성숙기로 분류할 수 있으나 각 단계마다 그 내용을 점검해보면 다음과 같다.

(가) 추진단계

① 도입기(기간:1년, 모집규모:20~40명, 실시횟수 년1~5회)

- ② 정착기(기간:1~3년, 모집규모:30~50명, 실시횟수 년 10~20회)
- ③ 성숙기(기간: 4년 이후, 모집규모: 100명 이상, 실시횟수 년 중)

(나) 운영준비 단계

- ① 프로그램의 결정(테마의 결정, 목적, 실시시기. 연계프로그램의 패키지화, 준비기간, 인재확보가능 여부, 교통수단확보, 진행일정 등)
- ② 운영규모의 결정(실시횟수, 모집규모, 성수기 비수기 대책)
- ③ 숙박시설의 결정(종류, 객층별 대응분류, 청결도, 식사가능 여부, 서비스, 경치)
- ④ 교통수단의 확보(체재기간중 이동수단, 인원수와 시간대별 배치, 사고예방)
- ⑤ 인원배치 및 역할분담(총괄책임자, 안내지도자, 체험지도자, 자원봉사자 활용방안, 관련기관 전문가 활용 방안 등 연락처 확보)
- ⑥ 참가자의 모임, 알림, 안내(프로그램의 차별성 고지, 팸플릿 배부, 디자인, 문안, 문의전화응답요령 등)
- ⑦ 현장의 예비조사 및 점검(불만요소제거, 위험방지, 식사장소, 화장실, 집합장소, 안내요령, 안내자수의 확보)
- ⑧ 운영지침서 작성(일정표, 대응방안, 담당자, 협력자 지정, 준비물의 점검, 농기구, 핸드마이크 등)
- ⑨ 참가자 반응조사(양케이트 조사, 직접질문조사, 평가회개최, 동행 관찰조사)
 - 내용 : 프로그램 평가, 식사/토산품, 숙박시설/서비스, 지도자의 설명, 참가동기, 참가 횟수, 지역인상, 지역경관, 가격, 재 방문의사, 전반적인 만족도, 기타(의견, 희망사항, 개선점)

(다) 실시단계

- ① 수용체제 확보(도착시간확인, 스케줄확인, 변동상황 유무확인, 명찰, 안내요원배치, 연락방법, 이동수단 등)
- ② 프로그램 실시의 요령(사전설명, 주요 프로그램의 진행방법, 집합장소, 실시시간, 식사시간 등)
- ③ 요청에 의한 프로그램(별도내용의 설명과 참가확인. 요금의 산정, 소요시간)
- ④ 자유시간(일정표, 집합시간, 지역 안내지도, 주변시설, 비상연락방법)
- ⑤ 기타(이동소요시간, 오늘의 평가, 내일의 일정 소개, 진행전 설명)

(라) 안전관리

- ① 구급상자준비(구급약, 붕대, 모기약 등)
- ② 후송수단의 수배(구급차, 보건소 연락 관계 등)
- ③ 응급 조치 숙지(인공호흡, 골절 응급조치 등)
- ④ 안전사고 방지(안전요원배치, 위험표시, 출입금지구역표시, 호루라기)
- ⑤ 주의사항 계몽(뱀, 벌 등)
- ⑥ 보험 가입(단체 보험가입 등)

(마) 우천대비 및 비수기 대책

- ① 대체프로그램의 준비(실내 공작, 도예체험, 매듭, 슬라이드 쇼, 예절교육 등)
- ② 일기예보 사전확인(기상대 문의, 기상 예보청취 등)
- ③ 일정연기 확인(사전)

④ 우천 시 대피장소 확보

⑤ 비수기 대책 프로그램의 준비(눈썰매, 연날리기, 팽이치기)

따라서, 농촌지역에 와서 자연과 즐겁게 지내도록 연령계층, 단체에 따라 어떤 체험을 권유하면 즐거워할까 생각하고 이에 맞는 연출기법을 준비하는 것이 중요하다.

(3) 안전대책

농촌관광체험프로그램의 전개는 야외에서 행하여지는 경우가 대부분이다. 이러한 야외에서의 활동은 안전에 관하여 사고나 위험의 개연성이 상존하고 있으며 세심한 주의를 한다고 하여도 완벽한 안전확보는 할 수 없으므로 만약의 경우에 대비하여 사고나 부상에 관한 올바른 예비지식과 대응, 그리고 긴급한 상황에서의 대처할 수 있는 후송체제, 연락처확보 및 보상체제 등을 평상시에 점검을 통하여 정비해둘 필요가 있다. 특별히 이벤트를 기획할 때는 국내여행종합보험 및 레크레이션 관련 상해보험 등 사고에 대처할 수 있는 보장성이 있는 보험에 가입할 필요가 있다.

(4) 가족단위 참가행사의 유의점

참가단위가 가족인 경우에는 프로그램의 전개방법에 있어서 다음과 같은 여러 가지 사항을 고려하여 유의해야한다.

첫째, 가족에 따라 참가하게 되는 동기가 다양하므로 가급적 학습요소를 배제하고 가족끼리 지내며 공동의 체험이 가능한 프로그램을 준비한다.

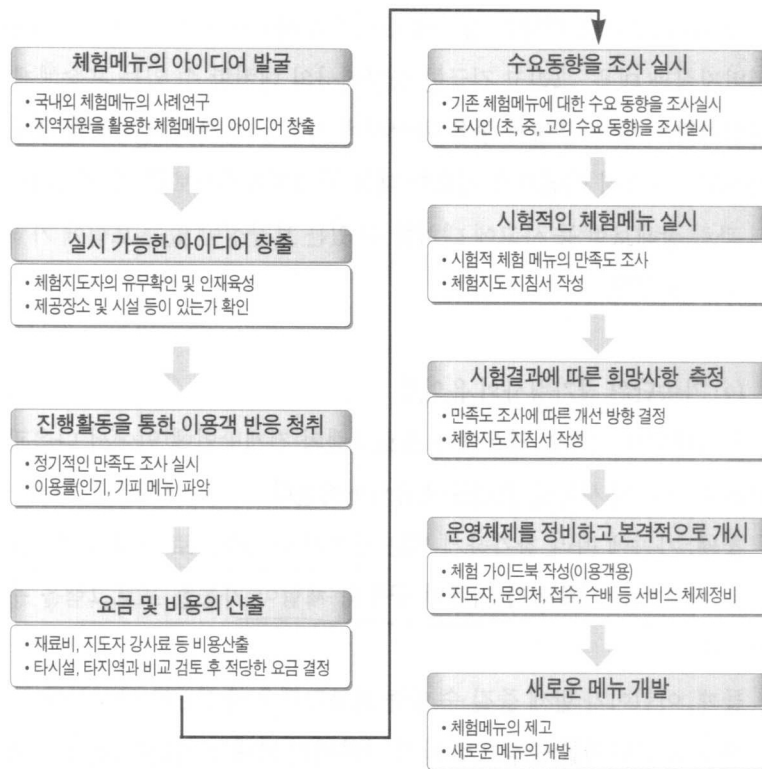
둘째, 어린이가 함께 즐길 수 있는 프로그램을 중심으로 구성한다.

셋째, 가족단위를 중심으로 자기 가족끼리 보내는 시간과, 전체가 어

올려 단체적인 행동을 하는 시간의 구분을 지어서 참가자 사이에 의식의 전환을 촉구한다.

넷째, 가족 간의 격식을 없애고 아이들의 집단, 부모의 집단으로 나누어서 활동하는 프로그램을 기획하여 보다 심화되고 인상적인 체험을 제공 한다.

다섯째, 가족단위로 행동하는 경우에는 예상이외에 시간이 필요하게 되는 경우가 발생하므로 이러한 것을 감안하여 가급적 이동시간 등의 스케줄은 넉넉하게 잡아둔다. 또한 거기에 대응할 수 있는 유연성을 동시에 준비해야 한다.



6) 체험프로그램의 기획

- (1) 체험 메뉴의 프로그램화 방법
- (2) 테마별 체험메뉴의 체계화

(가) 농업체험

- ① 농작물, 임산물의 성장 과정과 수확의 기쁨을 실제 작업을 통해서 체험하고 농업에 대한 이해를 측정
 - ② 자연과 접촉하면서 어린이 정조교육의 장소로의 기대
 - ③ 유휴 농지의 활용
 - ④ 지역농가나 교류시설과 연계추진
- 예) 채소 : 모종심기와 수확, 과수 : 교배 · 적과 · 수확,
 목장 : 젓짜기 · 건초 · 베기, 꽃 : 삼목, 적심 등

(나) 가공체험

- ① 지역의 신선하고 안전한 식재료를 사용한 소박한 맛의 제공
 - ② 농림산물 가공 : 가공품 제공(생활개선 구락부를 중심으로 연구개발 진행)
 - ③ 향토요리 : 지역 농산물을 사용한 요리제공, 지역 주민주도로 옛 것을 재생하여 젊은이에게 계승발전
- 예) 국수 만들기, 두부 만들기, 떡 만들기

(다) 미각체험

- ① 지역농축수임산물을 활용한 가공체험 실시
- ② 지역에 전래하는 전통기술을 체험실시
- ③ 기능 보유자의 지도를 받아 계승자를 육성

예) 국수, 두부, 메주, 찜, 아이스크림, 요구르트, 햄, 소시지, 드라이
홀라워, 목초염색, 압화, 죽세공, 짚세공 등

(라) 전통문화체험

① 이벤트, 축제에 참가하여 농촌에서의 옛날 지혜를 배운다.

② 지금은 없어진 옛날 풍습의 부활

예) 수확제, 반디불이 축제

(마) 자연체험

① 자연환경을 지키고, 이해하고, 친숙한 마음의 육성

예) 경관감상, 등산, 하이킹, 수목관찰, 동·식물 채집, 별 관찰 등

(바) 스포츠 체험

① 풍부한 자연에서의 스포츠를 즐기고 건강을 재충전한다.

예) 수영, 카누, 싸이크링(산악) 등

7) 체험프로그램의 진행

(1) 일정표 작성요령

체험프로그램작성은 실천 가능한 체험활동들을 조직화해서 월별 또는 일일별 운영할 수 있는 체제를 갖추어야한다. 따라서 농촌지역에 관광객이 도착하면 입지조건에 따라서 보고, 배우고, 먹고, 놀고, 쉬고, 숙박하고, 사가고 할 수 있는 활동계획을 수립해야한다. 그러나 실제적으로 계절 또는 장소에 따라서 보여주고 활용할만한 시설이 부족한 실정이다. 또한 동시에 수용능력보다 많은 인원이 도착하면 수입에 대한 욕심이 앞서서 진행은 하나 혼잡한 것이 현실이다. 그러나 새로운 삶의

방식으로 농촌관광사업을 시작한 이상 처음에 다소 어려움이 있더라도 필사의 생존개념으로 운영요원들은 체험시킬 내용에 대하여 완전히 숙지하고 있어야하며 설명도 간단명료하게 할 수 있어야한다.

그리고 가능하면 체재시간을 늘려야 하므로 인원이 많을 때는 조편성을 해서 활동별로 분할(10~15명)하고 시간차를 두어서 오전, 오후 회전시키면서 시설 활용도를 높여야한다. 그러기 위해서는 지역의 환경이나 입지조건만이 아니고 이웃의 문화적 요소(절, 능)나 산업적 요소(김치가공공장)를 응용하면 좋다. 농촌관광은 생산부분보다는 관광경영부분에 더 많은 연구를 해야한다.

〈초·중·고 학생 1박 2일 상품 개발 사례〉

시간	1일	2일		
06:00		기상(덩덩공체조)		
07:00				
08:00		아침식사		
09:00	서울출발			
10:00	도착	환경교육(폐수처리장활용)		
11:00				
12:00	버섯박물관 관람	신록사, 세종대왕능 태일		
13:00	중식(버섯요리)	중식(도시락)		
14:00	가공체험반 자연학습반 피크닉반	출발		
15:00	(목, 두부만들기)		(동식물채집)	(야외활동)
16:00	(10~15명)		(10~15명)	(10~15명)
17:00				
18:00	저녁식사			
19:00	전통예절교육			
20:00				
21:00	캠핑화이어			
22:00	취침(민박 또는 단체 숙박시설)			

※ 프로그램일정은 참가자와 사전협의에 의해서 또는 계절, 우천 시에 따라 다소 조정할 수 있음.

(2) 체험 프로그램 운영 시 유의사항

농촌관광체험프로그램의 성공적인 운영을 도모하려면 사전준비단계와 실시단계 그리고 실시한 단계에 있어서 대·내외적으로 예측하지 못했던 상황의 출현 및 잊어버리기 쉬운 각각의 중요한 유의사항들이 있다

(가) 준비단계의 유의점

우선 자기지역의 특성을 살려서 다른 지역과 차별화 할 수 있는 프로그램을 선정해야한다. 그리고 각종 상황에 대한 점검리스트를 작성하여 사전준비에 소홀함이 없어야한다. 이러한 절차와 준비는 프로그램 운영의 성패를 좌우한다. 따라서

첫째, 체험 프로그램의 결정이다.

여러 종류의 프로그램 중 관광객 모집과 진행에 가장 자신이 있으며 지역을 대표할 수 있는 상징적 프로그램을 결정한다. 그 다음 프로그램과 관련하여 지역에서 체류하는 일정을 정하고 계절이나 실시시기에 따라 차이가 있겠지만 경험을 쌓아가면서 1박2일, 2박3일로 일정을 늘려 가는 기획을 한다. 이러한 과정과 일정을 도입하려면 숙박시설과 이동시에 교통수단·메뉴의 다양한 준비·안내자 확보·진행관리·자유시간배정·안전관리 등 여러 가지 준비사항과 그에 따르는 대응책이 마련되어야 한다.

둘째, 적정규모의 인원유치

체험프로그램을 진행하는 데에 있어서 참가자에게 소기의 목적을 달성하고 순조로운 운영을 위해선 숙박 수용능력에 따라 적정인원이 어느 정도인가를 책정하게 된다. 또 프로그램의 운영기간이나 시기는 계절과 작물생육기간 등과 관계가 깊다. 따라서 단순한 수

확체험은 50명까지 가능하나 가공체험은 10~15명이 적당하다.

셋째, 숙박시설의 결정

숙박이 포함된 체험프로그램이라면 예약인원을 참고로 지역의 수용 가능인원을 먼저 파악한 후 결정을 하여야 한다. 다만 지역에 단체 수용시설이 있다면 가급적 단체는 한곳으로 유도하는 것이 관리 운영상 편리하다. 민박농가 소득을 위해서는 50%씩 분할하여 안배하는 것이 좋다. 그리고 가족단위는 민박농가로 유치해서 진행하는 것이 좋으나 이때 화장실, 부엌, 목욕시설, 식사서비스, 청결상태, 서비스수준 등은 재방문에 영향이 크다.

넷째, 이동수단의 확보

체험프로그램의 내용이 당일형일 때는 이동수단이 문제가 되지 않으나 숙박을 포함한 경우에는 활동반경이 넓어지므로 별도의 이동수단이 필요하다. 프로그램 참가자들이 승용차를 가지고 참가한 경우 우리도 프로그램진행상 함께 이동하는 것이 시간 손실을 줄일 수 있다. 이때 마이크로버스가 필요하며 도시 아파트단지 관광객을 유치하기 위해서는 지방자치단체와 유기적 협조체제로 관광버스를 지원 받아 공격적 마케팅을 전개할 필요가 있다. 다만 교통사고 예방과 단체보험가입을 하는 것이 안전하다.

다섯째, 적정인원배치와 역할 분담

체험프로그램운영과 관련된 전체 진행 계획자, 보조 진행자, 전문 진행자, 농가민박참여자 등 각각의 역할분담에 관하여 임무와 역할을 사전에 분명히 하여야한다. 따라서 보고 체계와 유관기관과의 유기적인 협력체제도 확실하게 해두어야 한다.

여섯째, 프로그램 홍보 및 참가자의 모집

진행할 체험프로그램이 결정되면 프로그램홍보와 참가자 모집을 적

극적으로 전개한다. 효과적인 홍보활동은 팜플렛 제작배부, 인터넷 홈페이지 등을 들 수 있으나 지역향우회, 자매결연도시, 동창회, 관련 기업체 및 기관 등 예산 고객 리스트를 작성하여 전화, 안내문 발송 등을 실행한다. 그 외에도 TV, 신문, 잡지 등에 보도자료도 제공한다.

일곱째, 프로그램실시 장소와 사전답사 및 조사

체험프로그램 진행상 시행착오를 방지하고 행사의 완벽함을 위하여 현장을 사전 답사하고 전개될 내용과 예행연습을 통하여 소요시간, 안내자포인트, 화장실, 식사장소, 집합장소, 위험요소의 유무, 관련장비 등을 기획단계에서부터 철저히 점검한다.

여덟째, 행사계획 지침서 작성

체험프로그램현장의 사전답사와 프로그램진행에 대한 결정을 한 다음에는 행사진행에 대한 세부지침서(메뉴얼)를 작성한다. 행사지침서를 작성하는 것은 계획한 프로그램의 시간대별 일정관리, 인적구성(담당자지정), 준비물, 협력사항, 해당프로그램의 시나리오를 포함한 일체사항을 기록해 놓는 것이다.

아홉째, 모니터링 실시

체험프로그램 도입단계에서 참가자의 반응을 점검하여 그 내용을 프로그램 전개에 반영시키기 위한 모니터링이 상당히 중요하다. 즉 무엇 때문에, 어떠한 항목을, 어떤 방법으로, 어느 정도까지 모니터링 할 것인가를 준비단계부터 검토 할 필요가 있다. 그 실천방법으로는 현장정취조사, 설문조사, 행동관찰 등의 방법이 있다.

(나) 실시단계의 유의점

흔히 하는 말로 '연습을 실전처럼, 실전을 연습처럼' 이란 말이 있으

나 체험프로그램준비단계의 완성도가 낮으면 실시단계에서 임기응변식 처방과 그에 따른 조정이 많아진다. 그러나 완전 무결함이란 있을 수 없고 실시단계에서 예상하지 못한 상황이 발생할 수도 있으므로 다음사항에 유의할 필요가 있다.

첫째, 교통편과 등록 시스템

체험프로그램실시에 있어서 참가자가 이용하는 교통수단은 대체로 자가용과 대중교통수단이므로 소요시간, 도착시간, 배차시간 등을 확인하고 마중을 하러 나가야 한다. 이때 접견행사는 좋은 인상을 갖게 한다(프랑 카드 설치하면 더욱 좋음). 참가자가 도착하면 인원 확인과 접수를 하고 일정표와 명찰을 배부한다. 숙박을 포함한 일정이라면 민박농가 배정표에 의하여 농가까지 동행한다. 주의해야 할 점은 늦게 도착하는 참가자에 대한 조치사항으로 사전에 진행자와 연락방법(H.P), 합류장소 확인, 예비차량 확보 등이 중요하다.

둘째, 프로그램실시의 포인트

체험프로그램은 진행자와 내용에 따라 실시단계에서부터 포인트가 변화한다. 즉 프로그램은 오리엔테이션, 중심프로그램, 선택 프로그램, 자유시간으로 구분하여 각 단계별로 중요한 사항을 점검해보면 오리엔테이션은 인사말과 일정확인 및 당부사항, 참가자 소개와 지역소개를 한다. 프로그램 진행지는 진행에 관계되는 준비물과 소지품 및 소요시간 등에 관한 정보를 행사장으로 이동하기 전에 충분히 참가자에게 전달하여 프로그램이 순조롭게 진행되도록 하여야 한다. 그리고 진행속도와 부상자나 낙오자 발생에 관하여도 주의를 기울이고, 때때로 인원과 비품을 확인하고 프로그램 종료 후에는 모이는 시간과 장소 등에 대해서 알려준다. 선택프로그램(자전거 타기, 오리엔트링, 목공예 등) 참가자에게는 지역에 대한 주요 지형지물과 도로들이 표기된 안내

지도와 긴급연락처를 알려준다.

자율행동시간에는 진행자가 관여하지 않지만 지역안내지도와 주변 시설에 대한 안내 팸플릿, 식당, 관광지 등의 정보를 제공하는 서비스를 준비해야한다. 기본적으로 프로그램 종료 후에는 프로그램에 대한 재점검과 개선점 등을 협의하여 보다 질 높은 프로그램운영이 필요하다.

(다) 실시후의 유의점

체험프로그램이 종료되고 참가자가 출발하면 진행 스태프 일동은 안도감과 피로감에 싸이게 되는데 미래지향적 관점에서 더 한층 발전시키려면 사후 관리와 대비책 점검이 중요하다.

첫째, 참가자의 사후관리

체험프로그램참가자의 재 방문을 위해서는 편지나 전화로 감사의 마음을 전한다. 그때 조그만 성의 표시로 농산물이나 관련사진, 추억에 남는 이야기 등을 포함시키면 적극적인 교류의 동기가 될 수 있다.

둘째, 모니터링의 총괄

전반적인 체험 프로그램에 대한 분석을 통한 미래지향과 새로운 목표를 위해서는 청취 조사와 모니터링의 결과를 통합하여 앞으로의 프로그램전개에 반영한다.

셋째, 지역 입장에서 재검토

체험참가자가 실제로 어떻게 느끼고 어떠한 욕구를 갖고 있는가, 그것에 대하여 어떻게 대응해나갈 것인가 등을 연구 검토하여 지역 전체적으로 생각해 볼 필요가 있다. 아울러 이번에는 새롭게 반영 한 프로그램이 어떻게 느껴졌는지, 앞으로도 지속적인 의욕이 있는지 등의 견교환을 하면서 앞으로의 방향을 점검한다. 이러한 것은 주제별로 분

과도의를 통하여 프로그램 종료 즉시 실시한다.

8) 농촌체험프로그램 상품 만들기

(1) 필요로 하는 인재

체험프로그램에 있어서 참가자에게 유익하고 흥미있는 프로그램이 되게 하려 면 내용과 더불어 프로그램을 운영·진행하는 사람의 역할이 매우 중요하다. 즉 프로그램진행의 의미는 단순히 해당프로그램과 관련된 지식과 정보를 전 달하는 역할뿐만 아니라 해설의 능력을 가지고 참가자의 수준에 알맞은 안내 와 진행에 관한 전체적인 관리를 맡아며 프로그램 성격에 따른 완벽한 준비 사항 및 진행경험과 기술의 습득이 필수적이다.

(2) 인적구성과 역할

(가) 지역지도자

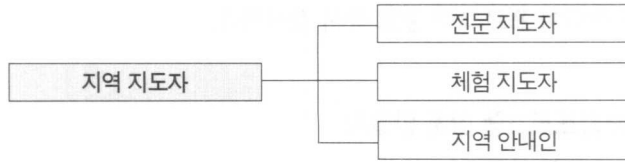
농촌관광을 추진하는 데에 있어서 지역을 방문하는 손님에 대한 농림어업 체험 등의 지도자로서 활동할 수 있는 사람(인재)이 필요하고 그 사람의역할은

첫째, 농림어업의 소개 및 진행

둘째, 지역관광의 알선, 역사문화의 소개 설명

셋째, 그 지역 정보를 발신, 수신(컴퓨터 가능자)하는 일이다.

이들의 표정이나 설명은 손님에게 많은 영향을 미치므로 항상 밝고 즐겁게 그리고 지식과 경험을 보유하며 강압적이 아니고 이해하기 쉽게 대응해야 한다. 따라서 지도방법연구·표현방법·지도자로서의 책임·안전대책·구급조치방안·체험활동에 있어서 보험에 관한 지식을 숙지해야 한다.



① 전문지도자(기능 보유자, 분야별 전문가)

각 분야의 기능보유자 또는 어떤 일에 대해 그 지역에서는 능력을 인정 받는 사람이다. 대개 노인층이 많지만 젊은층도 될 수 있다(농업경영인 후계자). 따라서 전문지도자는 연령이나 성별에 관계없이 풍부한 경험과 전문지식을 제공할 수 있는 사람이면 된다.

② 체험지도자

체험학습 전 과정을 통해서 지도를 진행한다. 물론 전문지식도 필요하겠지만 다방면에 풍부한 지식소유자가 필요하다. 중요한 역할은 손님과 전문지도자와의 교량역할을 한다. 그 지역대표로서 지역문화를 소개하는 때도 있다. 전문가의 설명이 사투리를 사용하면 인기가 높고 손님이 잘 이해하지 못하면 체험지도자가 보충설명도 한다. 그러나 경우에 따라서 전문지도자가 역할을 겸임할 수도 있다.

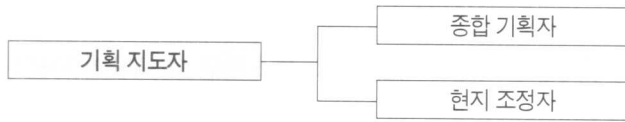
③ 지역안내자

지역을 소개하는 사람으로서 체험학습 전 과정을 지도하지는 않는다. 체험지도자와 현장지도자 역할의 보조자로서 본격적인 체험지도는 하지 않고 손님들의 안내에 충실하며 풍부한 지식과 현지 사정에 밝은 경험을 가지고 있어야 한다.

(나) 기획 지도자

기획지도자는 농촌관광에 있어서 지역 관광활동의 기획·조정·정비 등 전반적인 사업계획을 수립하고 실천하는 사람이다. 즉 지역의 흥

보, 체험메뉴의 개발, 사업계획의 수립, 고객의 접대, 사업의 지도, 조언, 권유, 설명을 행한다. 따라서 대인관계가 원만하고 풍부한 지식과 판단력을 갖고 있어야 한다.

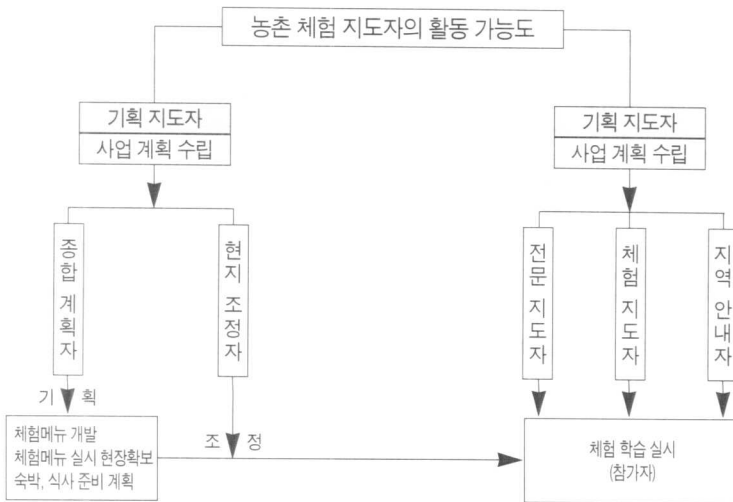


① 종합 기획자

종합 기획자는 사업계획의 수립, 지역의 홍보, 체험메뉴의 개발, 사업의 지도, 조언, 권유, 설명, 감독 등의 업무를 담당한다.

② 현지 조정자

종합기획자가 입안한 사업계획을 실시단계에 있어서 현지사정을 조정하고 고객의 접대, 사고 발생시 안전대책(후송), 추진업무의 기록(사진, 비디오)등을 담당한다.



[그림-1] 농촌체험지도자의 활동기능도

(3) 인재의 육성

농촌체험프로그램과 관련한 인재육성은 우리나라에서는 아직 활성화되어 있지 않다. 농협중앙회에서 팜스테이 농가를 대상으로 매년 교육을 하고 있으며 전국농업기술자협회에서 여름과 겨울의 농민대학에서 관광농업과정을 개설하고 있다. 그러나 매년 그 내용이 비슷하여 앞으로는 과정별(체험지도자, 민박경영자, 기획자 과정) 전문지도자를 육성하여야 한다. 따라서 과정별 커리큘럼을 예시하면 다음과 같다.

항 목	체험지도자과정(초급)	경영자과정(중급)	기획자과정(고급)
1. 농산어촌의 이해 (60분)	<ul style="list-style-type: none"> 그린투어리즘이란 무엇인가? 지역자원의 활용방법 도시, 농촌교류의 중요성 	사업추진 계획 <ul style="list-style-type: none"> 추진조직의 구성과 역할 지역자원의 발전과 네트워크화 사업계획수립과 주의사항 	농촌 계획과 정비이념 <ul style="list-style-type: none"> 기본이념과 정비과제 지속발전 가능한 농업 농촌이란? 농업의 6차 산업화와 경영의 다각화
2. 안내지도자의 임무와 역할 (60분)	<ul style="list-style-type: none"> 농촌 체험지도자의 기본 자세 안내 및 지도요령 대화기법 	지역 지도자의 임무와 역할 <ul style="list-style-type: none"> 지역 경영형 농촌 관광조직 지도자의 자질과 임무 계획서작성과 합의형성 기법 	농촌관광 기본계획 수립방법 <ul style="list-style-type: none"> 테마의 도입과 특성화 방안 사업목표와 검토 토지이용과 거점정비
3. 체험지도 방법 (60분)	<ul style="list-style-type: none"> 체험프로그램의 기획과 운영 1) 체험프로그램 작성방법 2) 체험프로그램 전개방법 3) 체험프로그램 운영시 주의사항 	농촌관광사업경영 <ul style="list-style-type: none"> 사업계획의 수립 수입원의 확보와 특산품개발 투자요령과 분석 	농촌어머니의 정비 <ul style="list-style-type: none"> 자원의 평가와 활용계획 생태자원순환시스템구축 농촌경관의 진단과 평가 관련시설의 정비
4. 야외레크레이션지도 (60분)	<ul style="list-style-type: none"> 야외활동 프로그램 구성 야외활동 지도방법 야외활동 사례실습 	농가민박의 운영방법 <ul style="list-style-type: none"> 팜 스테이와 펜션이란 접객 서비스 방법 식사준비와 환경정리요령 (항투음식) 	농촌관광 홍보방법 <ul style="list-style-type: none"> 효과적인 홍보방법 재 방문 유도방법 정보발신 네트워크 구성
5. 체험 프로그램실습 (60분)	<ul style="list-style-type: none"> 자연게임 임업체험 자연체험 	농촌 마케팅 <ul style="list-style-type: none"> 마케팅활동의 전개방향 고객 욕구파악과 수용 마케팅 전략 	친환경농업육성 <ul style="list-style-type: none"> 친환경농업이란 미생물 농법 농촌관광과 연계방안
6. 체험활동의 안전대책(60분)	<ul style="list-style-type: none"> 지역인내중의 안전대책 응급조치요령 보험의 종류와 내용 	농촌관광 관계법연구 <ul style="list-style-type: none"> 정부지원제도안내 추진상의 법령검토 관련법 검토 	농업인의 철학 <ul style="list-style-type: none"> 나의 길 나의 인생 21세기 농업, 농촌의 임무와 역할 도시, 농촌의 황금결합
7. 사례연구 (80분)	<ul style="list-style-type: none"> 모델사례 조사연구 1) 해외자료(감상) 2) 국내자료(감상) 3) 토론 	모델사례조사연구 <ul style="list-style-type: none"> 모델사례 조사연구 1) 해외자료(감상) 2) 국내자료(감상) 3) 토론 	<ul style="list-style-type: none"> 농촌관광 사업 계획수립연습
8. 그룹토론 및 현장실습 (120분)	<ul style="list-style-type: none"> 현장방문 토론 및 평가 	<ul style="list-style-type: none"> 현장방문 토론 및 평가 	<ul style="list-style-type: none"> 발표 및 평가

(4) 진행자의 주의사항

체험프로그램 진행자는 방문자의 만족도를 염두에 두고 무리하지 않게 체험 활동을 진행하는 것이 기본이다. 그리고 방문자의 분위기에 맞게 어울리는 지도 방법을 선택하기 위해서는 현장을 답사하고 현지의 상황을 완전히 숙지하여야 예견되는 문제점 파악 및 해결방안을 사전에 방지할 수 있다.

따라서 그 주의사항은 다음과 같다.

- 첫째, 현장의 상황을 숙지한다.
- 둘째, 참가자의 동기유발을 촉진한다.
- 셋째, 자신감을 가지고 행사를 진행한다.
- 넷째, 질문과 관심을 유도한다.
- 다섯째, 방문자의 수준(학력, 경험)을 확인한다.
- 여섯째, 수준에 맞는 지도방법을 선택한다.
- 일곱째, 눈높이에 맞게 지도한다.
- 여덟째, 설명을 쉽게 한다.

(5) 농촌체험프로그램의 상품 만들기

「자연체험프로그램」, 「농촌체험프로그램」, 「야외스포츠체험프로그램」의 각각 프로그램을 조합해서 하나의 종합상품을 만듦으로서 하나의 체재형 여가활동 프로그램이 된다. 그러나 전술한 바와 같이 본래는 방문자가 각각의 프로그램을 선택해서 자기 마음에 드는 일정을 짜는 것이 이상적이나 초기단계에서는 도시 방문자나 농촌지역에서도 아직 능숙하지 못하기 때문에 농촌 지역의 공급자입장에서 체험프로그램을 종합 정리하여 상품화한 것을 도시측에 제공하는 것이 필요하다.

이때 주의사항은 다음과 같다.

첫째, 핵심이 되는 프로그램을 설정해서 전체적인 테마성과 이야기 거리를 만든다.

둘째, 「자연체험」, 「농촌체험」, 「야외스포츠체험」의 3요소균형을 갖춘다.

셋째, 전체적으로 진행의 흐름을 여유롭게 한다. 특히 어린이들은 반놀이 개념으로 실시한다.

넷째, 방문자와 현지주민간에 교류기회를 갖도록 한다.

다섯째, 주최측에 과도한 부담이 되지 않도록 프로그램구성을 검토한다.

여섯째, 방문자가 주최가 돼서 체험 참가할 수 있는 내용이 되도록 한다.

한가지 사례를 들면 다음과 같다.

※ 자연체험학교

- 정원 : 20~30명
- 대상 : 가족, 일반그룹, 어린이그룹
- 기간 : 7월~9월(2박3일)
- 안내요원 : 지도원 2~3명(현지인)
- 장소 : 목장, 농장
- 교통 : 현지집합, 해산, 현지에서는 마이크로버스1대
- 개요 : 지역의 풍부한 자연, 농업의 전반적인 체험, 목장에서는 소와 말, 토끼, 염소 등의 동물과 어울리기 또는 젓짜기, 트랙터 타보기 등의 목장체험을 즐긴다. 넓은 농장에서는 감자, 고구마를 수확해서 바비큐 식재료로 그 날 시식한다. 현지 농촌주민들과 친교활동을 하면서 신선한 야채와 우유를 음미하는 프로그램이다.

• 일정표

	시간	내용	식사	숙박
1일	15:00	체크인		민박(농가)
	15:30	목장주변에서 오리엔테이션 (참가지소개, 자연게임 등)		
	17:00	민박농가 도착		
	18:30	석식 후 온천(별 보기 관찰, 또는 야간산책)	석식	
2일	07:30	조식	조식	민박(농가)
	09:00	목장체험(우유 짜기, 동물과 놀기, 트랙터 타기)		
	12:00	중식(우유짜기, 짠 우유를 시음)	도시락	
	13:30	농장에서 아채수확		
	15:00	자유시간(보트 타기, 미니골프 등)		
	18:00	바비큐(교류회)	석식	
3일	08:00	조식	조식	도시락
	09:00	민박농가출발 등산		
	11:00	휴식 (경관감상)		
	12:30	민박농가 도착(온천, 토산품쇼핑)		
	14:00	해산		

9) 농촌체험프로그램의 평가방법

농촌체험프로그램 도입단계에서는 참가자의 목소리를 직접 듣고 그것을 금후 전개해 나아가는 데에 있어서 반영시키는 작업이 중요하다. 그러기 위해서는 체험프로그램 실시 전에 조사내용을 준비해 놓을 필요가 있다. 체험프로그램 운영시에 조사분석 방법으로는 다음과 같은 방법이 있다.

(1) 앙케이트 조사

체험프로그램 실시 후에 설문지를 배부하고 의견과 감상 등을 파악한다. 가능하면 최종일 오전에 실시하는 것이 좋다.

(2) 청취 조사

체험프로그램 실시 중에 그렇지 않으면 휴식시간 또는 이동 중에 참가자에게 직접 물어보고 그 인상과 개선점, 희망사항 등 생생한 목소리를 청취한다.

(3) 단체면접 조사

체험프로그램참가자에게 감상발표 할 기회를 만들어 의견을 교환한다. 그러나 참가자에게는 사전에 주지의 사항을 고지해 놓을 필요가 있다.

(4) 행동 관찰법

체험프로그램진행자가 프로그램진행 중에 주의 깊게 참가자의 행동과 언동을 관찰한다. 이때 자기들끼리 자유롭게 의견과 요망사항 및 불만사항 등을 나누는 이야기를 현장에서 청취할 수가 있다.

또한, 의견조사에서 파악할 내용들로서는 첫째, 체험프로그램에 대한 평가, 둘째, 식사 및 토산품, 셋째, 숙박시설 및 서비스, 넷째, 지도자의 태도, 다섯째, 참가동기, 여섯째, 교류기회의 평가, 일곱째, 지역의 인상, 여덟째, 지역의 경관, 아홉째, 가격, 열째, 재 방문 희망, 열 하나째, 전체적인 만족도, 열 두번째, 기타의견(요망 및 개선점) 등이다.

(5) 설문지 작성법

일반적으로 체험프로그램참가자(또는 관광객)를 조사할 때는 첫째, 참가자의 일반속성(거주지별, 성별, 연령별, 학력별, 직업별, 소득별 등), 둘째, 참가동기와 목적, 셋째, 이용교통편, 넷째, 활동상황, 다섯째, 비용 및 구매상황, 여섯째, 희망사항 및 불편사항, 개선점, 일곱째, 재

방문의사 등을 조사한다. 체험프로그램 진행 중에 실시한 의견조사결과는 정량적으로 파악하여 정확하게 분석하면 일정한 경향과 방향을 예측할 수 있다. 청취조사와 면접조사결과는 요점을 정리해서 금후 전개방향에 반영할 수 있도록 한다. 행동조사는 진행자들이 각각의 의견과 느낀점을 종합 정리한다.

따라서 가능하면 의견조사의 종합정리는 프로그램진행 실시 후 조속히 하는 것이 기억이 새롭고 인상도 남아 있어서 그 결과에 대한 이미지가 좋아질 수 있다.

10) 농촌체험프로그램의 경제성

농촌체험프로그램을 실시하기 위한 경비를 검토해보면 인재 육성비, 비품비, 소모품비를 들 수 있다. 여기서 현장 정비비, 시설사용료 등은 포함시키지 않는다. 또한 여기서는 일반적인 사례에 근거하여 열거하고 프로그램내용에 따라서 변화가 크다.

(1) 인재 육성비

(가) 농촌관광전문가과정(전국농업기술자협회)

- ① 교육과정 : 2월17일~4월28일(6회, 격주 화,수,목, 총 6시간)
- ② 교육비 : 1인당 100만원(교재, 숙식제공)

(나) Green Tourism 대학(청농관광 농업연구소)

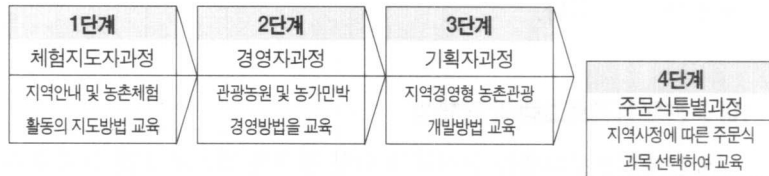
① 목적 : 주 5일 근무제와 초·중·고 학생들의 주 5일 수업제 도입 실시에 따른 도시민의 여가형태 변화와 농촌지역에서의 경영 및 소득구조 개선을 위하여 그린투어리즘에 대한 관심이 높아지고 있다. 따라서 농촌지역을 방문하는 도시인의 농촌체험 활동지도방법과 관광농원, 민박 경영 그리고 지역경영형 농촌관광개발을 위한 기법을 널리 보급

하고자 그린투어리즘대학을 설립하게 되었습니다.

② 교육방법

- 이론 및 실습위주의 교육
- 토론식 교육
- 현장방문 교육
- 주문식 교육

③ 개설강좌



④ 수강안내

	체험지도자과정	경영자과정	기획자과정	주문식특별과정
수강자적	18세 이상 희망 농어업인, 관광농원, 민박경영자, 귀농희망자, 관계공무원 등	18세 이상 희망 농어업인, 관광농원, 민박경영자, 귀농희망자, 관계공무원 등	체험지도자과정과 경영자과정을 수료한자	지역실정에 따라 주문식 별도운영
개강일	2003.12.15(13:00)	2003.12.16(13:00)	2003.12.17(13:00)	희망강의일정을 협의해서 설정
수강기간	1박 2일	1박 2일	1박 2일	1박 2일
수강료	1인당 150,000원	1인당 150,000원	1인당 150,000원	1인당 200,000원
모집정원	20~50명	20~50명	20~50명	15명 이상 실시
수료후특전	수료증발급 (정부정책 사업신청시유리)	수료증발급 (정부정책 사업신청시유리)	수료증발급 (정부정책 사업신청시유리)	수료증발급 (정부정책 사업신청시유리)
강의장소주소	경북대학 청농관광농업연구소 / 경기도 포천군 신북면 신평리 131번지 Tel : 031)539-5238 Fax : 031)539-0684 Home : http://:RURALTOUR.CO,KR E-mail: smryu@ruraltour.co.kr			
비고	1. 수강인원이 20명 이하일 경우에는 개강하지 않고 추후 강의 일정을 연기한다. 2. 매 과정마다 4시간 이상 결석자는 수료증 발급이 없습니다. 3. 강의장소는 사정에 따라 현장(관광농원 또는 녹색농촌체험마을)에서 할 수도 있다. 4. 주문식특별과정과목: 상기와정별 과목 또는 신청주제별로 별도과정을 편성 운영한다. 5. 매 강좌 등록은 인터넷으로 접수(성명, 주소, 전화-HP, E-mail주소)하여 등록금은 우체국 013334-02-055762 유선무선으로 입금하면 됩니다.			

⑤ 개설강좌 교육 커리큘럼

(p.240 인재육성 참조)

(2) 소모품비 및 농기구비

체험프로그램에 사용되는 기본적인 비품이나 소모품비는 체험내용에 따라서 다르기 때문에 여기서 열거하기는 곤란하고 대략적인 농기구비용과 비품비용만 열거하면 다음과 같다.

	내 용	수 량	단가 (원)	비 고
농기구	삽	1	5,000	(일반톱 : 35,000)
	호미	1	4,000	
	괭이	1	9,000	
	낫	1	5,000/6,000	
	전정가위(일제)	1	25,000	
	가지치기가위	1	50,000	
	전동 톱(일반톱)	1	600,000~3,000,000	
	잔디 깎기 기계(전동)	1	600,000~3,500,000	
	예초기	1	300,000~900,000	
비품류	디지털 카메라	1	1,500,000	
	망원경(쌍안경)		100,000	
	손전등		10,000	
	구급약품도구		100,000	

따라서 체험프로그램의 요금 및 내용의 산출은 시설사용료, 재료비와 지도자 강사료(일당 : 대략 50,000원)를 포함하여 비용을 산출하고 타지역과 비교 검토한 후 적당한 요금을 결정한다. 그러나 기자재나 시설사용료는 감가상각비용을 고려하여 결정해야하며, 주력상품과 부수상품에 따라 요금결정요소가 많은 차이가 있다.

(3) 체험프로그램의 요금산출

체험프로그램의 요금은 입지조건 또는 진행주체에 따라 같은 상품이라도 그 가격이 다르고 주력상품과 부수상품에 따라 가격차가 있다. 다만 체험프로그램을 사전에 예약하고 비가 왔다던가 참가자 개인사정에 따라서 프로그램이 취소될 경우 위약금에 대한 시비가 벌어질 수도 있으나 재 방문을 고려하여 손해를 감수하는 것이 고객관리상 이익이 크다. 또 공공기관이나 관광회사의 소개를 받을 때의 리베이트는 보통 수입대금의 10%를 제공해야 지속적 연계가 가능하다.

(4) 농촌체험프로그램의 마케팅

농촌관광의 마케팅전략은 농촌의 매력을 관광 상품화하여 도시와 농촌의 교류를 확대함으로써 농의소득증대와 지역경제를 활성화시키고자 다양한 마케팅 활동을 통합하는 방법을 찾아 실천하는 일이다. 이러한 마케팅전략은 도시민의 욕구를 파악 분석하여 욕구를 충족시키고 이용에 편리한 장소의 제공과 교육효과의 증대를 통하여 지속적인 고객 만들기과 새로운 시장의 창출을 도모하는 일이다.

이를 위하여 마케팅활동의 전개방향 및 전략구축, 마케팅활동의 실현, 도시고객의 욕구파악과 수용태세, 농촌지역의 홍보와 방법 등에 관한 효과적인 마케팅 전략수립이 필요하다.

(가) 마케팅활동의 전개방향

농촌관광의 마케팅활동을 전개할 때에는 도시와 농촌이 지니고 있는 특성과 성향을 분석하여 가장 적합한 마케팅전략을 입안, 조정, 구성하여야한다.

첫째, 도시민들의 농촌관광에 대한 인지도 또는 관심도를 객관적으

로 평가하고 그들의 욕구를 불러일으킬 수 있는 동기유발이 필요하다.

둘째, 농산 어촌지역의 주민들은 자기지역이 갖고있는 교육의 자원을 조사 발굴해내고 그것과 연계한 “즐거운 체험프로그램”을 만들어 도시민의 생각과 태도를 행동으로 변화시키는 것이 관건이다.

셋째, 도시민의 소비자욕구와 행태에 관한 정보를 수집, 분석하여 고객의 욕구에 맞는 농산물생산과 체험프로그램 개발, 환경정비, 서비스개선 등 소비자욕구에 맞는 마케팅활동을 전개하여야한다.

따라서 마케팅활동의 전개방향을 제시해보면 다음과 같다.

- ① 마케팅대상의 설정
- ② 목적(목표의 명확화 · 구체화)
- ③ Golden Balance(상부상조)
- ④ 모니터링(지속적 정기적인 소비자 활동 관찰 및 정보수집과 조사 분석)
- ⑤ 상호커뮤니케이션(교류회)
- ⑥ 대중매체활용과 홍보활동의 복합화(프로모션활동의 복합화)

(나) 정보의 발신과 방법

① 농촌지역자원의 발신내용

지역자원에 관한 정보발신은 도농교류의 시작이며 초석이다. 따라서 도시 측에 알려야할 그 주요정보내용은 다음과 같다.

- 자연 및 역사자원
(아름다운경관, 서식동식물, 문화재, 사적지, 명소 등)
- 문화자원
(향토문화, 풍습, 전통공예 및 기능, 전설, 야사, 놀이문화 등)
- 지역산업 및 농 · 특산물(농림수산업, 가공사업, 지역특산품 등)

- 음식문화(향토음식)
- 지역이벤트(축제, 행사, 스포츠 등)
- 레저문화 및 시설
- 생활환경 및 지역여건
- 교통이용시설 및 기관
- 계절별 특색
- 지역출신인재

② 지역자원의 관리문제

농산어촌 지역의 고유자원과 잠재자원을 방문하는 도시민에게 체험 및 학습을 통한 감동으로 이어지게 하려면 방문객을 위한 쾌적한 수용 체제 정비와 더불어 각 지역이 갖고 있는 자원을 세심하게 보호 관리하여야 한다. 그 주요내용은 다음과 같다.

- 풍요로운 자연환경과 경관을 유지, 증진
- 전통문화와 개성이 풍부한 향토문화의 계승과 육성
- 각종체험 메뉴의 발굴과 체험시설의 정비
- 각종체험을 지원할 지도자 및 안내자의 육성과 확보
- 개성적인 향토요리와 민박농가요리의 발전 및 음식시설의 정비
- 환경과 조화를 이루는 청결한 숙박시설의 정비
- 특산품판매거점 정비와 판매, 공급 시스템의 확립
- 안내관의 설치와 위치확보
- 안내시스템의 확립과 정비

③ 정보발신방법

지역활성화를 위한 전략적 수단으로서 농촌관광의 도입을 추진하기 위한 지역정보발신 및 전달방법으로는 다음과 같은 것이 있다.

- 지면에 의한 정보발신(전원생활관련잡지, 주부·노인·청소년대

상의 생활 관련잡지 및 인쇄물)

- 전파 매체를 이용한 정보발신(TV, 라디오, 지역방송TV)
- 입에서 입으로 방법에 의한 정보 발신(유명인사, 구전)
- DM에 의한 정보발신
- 인터넷에 의한 정보발신

(다) 마케팅전략의 구축

① 마케팅의 목적(목표의 명확화)

농촌지역의 활성화관점에서 농촌관광 마케팅전략은 그 목적을 명확히 하고 목표를 설정하는 데에 있어서 어느 정도 수치화, 계량화하여야 그 효과를 평가하는 데에 도움이 된다.

② 마케팅 기본전략

- 도시농촌상호커뮤니케이션구축(양방향성의 확보)
- 각종 매체의 활용
- 외부 단체 · 기업과 자매결연 및 인근도시의 기초단체와 연계후진
- 외부 민간단체 · 기업(자매결연)+인근 도시읍면동(네트워크 연계)

(라) 마케팅활동의 실시

① 도시 측과의 연계 및 결연

- 단체와의 연계

도시농협, 소비자단체(생협), 노동조합, 공제회, 봉사단체(YMCA, YWCA, 라이온스, 로타리, JC. 등), 친목회, 동창회등 농촌지역과 제2고향 갖기 및 홍보지원협정, 체험교류사업실시, 지역특산물구매, 농 · 특산물 공동개발, 판매신청 등 사업을 실시한다.

- 민간기업과의 연계

1회사 1마을 자매결연을 통하여 기업 내에 안테나숍을 설치하거나 주말농장단체계약을 해서 정기적인 방문을 유도하며 농산물직거래를 도모할 수 있다. 이때 지역출신 인사가 운영하는 기업체이거나 연고관계가 있는 회사면 유대가 깊어질 수 있다.

• 도시지방자치단체와의 연계

도시민(이북5도청)의 “제2고향 갖기 운동”을 전개하거나 연고관계가 있는 도시, 동 단위 행정기관과 자매결연을 통하여 농촌지역에 ○○고향마을 또는 ○○지역 동민휴양센터를 설치하면 정기적 교류가 이루어질 수 있다.

• 학교와의 연계

주 5일제 수업과 연계하여 특정학교 또는 어머니회와 협정을 맺고 어린이 농촌생활 또는 교과내용과 일치하는 체험학습프로그램을 운영하면 좋고, 더욱이 이러한 활동을 커리큘럼에 반영하여 학점화하면 효과가 높다.

• 기타와의 연계

교회의 기도원, 수양관 또는 동호인 마을을 설치하여 특정계층의 그룹을 유치하거나 아파트부녀회, 노인회 등과 연계하여 추진하는 방법도 있다.

② 도시생활자의 영입확대 및 조직화

해당 농산 어촌지역이 지니고 있는 다양한 특색 및 개성을 활용하여 도시생활자의 동호인 그룹을 유치한다. 예를 들면 문학인, 화가, 행글라이더, 싸이클, 도예 등으로서 이들에게 정기적인 지역정보를 제공한다. 따라서 고객카드 작성과 관리가 필요하다.

③ 농촌관광의 광역화전개

2004년부터 농촌종합개발사업인 3~5개 마을을 연계하여 공동 개발

하는 권역화 사업이 실시되고 있다.

따라서 한 마을 또는 한 권역권이 실시하는 것보다는 인근 지역 시, 군, 읍, 면, 마을이 연계하여 공동브랜드를 개발하고 통일된 주제를 가지고 연계체제를 구축하여 농촌관광을 추진할 필요성이 대두되고 있다.

④ 모객 캠페인의 실시

지금까지 다양한 형태의 지역별 이벤트가 있어왔지만 해당지역 기획 및 전문인력부족, 홍보부족과 타지역과의 유사한 행사개최로 독창성결여 등 관심과 호응도가 저조한 것이 대부분이었다.

참여형태도 체험프로그램보다 관찰위주였고, 체류 시간도 짧아 별로 기대효과가 높지 않았다.

이러한 부진요인을 개선하고 모객 활성화를 위한 효과적인 방법은 체재 시간의 연장과 직접체험위주의 프로그램화이다. 따라서 초기단계에 있어서는 안내자 및 기획의 운영체제와 모객을 중심으로 외부기업 및 단체와 연계하는 것이 바람직하다. 그 실천적 방법은 전문 프로그램의 기획 및 운영을 참조하면 된다.

⑤ 기존 매체의 활용

기존의 TV, 라디오, 신문, 잡지 등에 기획 프로그램 또는 보도자료를 제공하여 홍보비용을 절약할 수가 있다.

⑥ 인터넷(홈페이지)의 활용

II. 농촌체험프로그램에 대한 의견조사

1) 연구방법

(1) 조사의 범위 : 성별, 연령별, 학력별, 직업별, 소득별로 서울시 중랑구지역 (저소득층), 상계동지역(중산 층), 종로·서대문지역(상류층)에 소개 하는 초·중·고등학교와 여의도지역과 동대문지역, 강남지역 소개회사를 대상으로 설문조사를 했다.

※ 설문서(별첨)

(2) 조사기간 : 2003년 7월1일~7월30일 (30일간)

(가) 설문조사 수량 : 1338매 (1500매중 회수율 89.2%)

(나) 성 별 (총1310명)	남자 655명(50%)			여자 655명(50%)	
(다) 연령별 (총1313명)	① 14세 미만 494명 37.6%	② 14~19세 628명 47.8%	③ 20~30세 104명 7.9%	④ 31~50세 84명 6.4%	⑤ 51세 이상 3명 0.2%
(라) 학력별 (총1308명)	① 초등학교 386명 29.5%		② 중등학교 375명 28.7%	③ 고등학교 396명 30.3%	④ 대 학교 151명 11.5%
(마) 직업별 (총1307명)	① 학 생 1120명 85.7%		② 회 사 원 155명 11.9%	③ 기 타(공무원, 상업등) 32명 2.4%	
(바) 소득별 (총345명)	① 100만원 미만 175명 50.7%	② 100~200만원 94명 27.2%	③ 200~300만원 51명 14.8%	④ 300만원 이상 25명 7.2%	

(3) 조사방법

(가) 설문서(별첨)를 가지고 직접(회사)또는 간접(학교)조사 하였다.

(나) 초·중·고등학교는 지역별로 저소득층지역,중산층지역,상류층지역으로 구분하여 조사하였다.

(다) 회사는 중소기업협동조합, 동아제약, 동부화재를 중심으로 설문지를 가지고 직접조사 하였다.

(라) 조사분석방법은 SPSS(통계패키지)를 사용하였다.

2) 설문조사 내용

(1) 농촌지역에 가서 농업관련 체험활동이나 주변 관광지를 방문하신 경험이 있으신가요?

(가) 경험유무	① 있다 887명 (66.3%)		② 없다 451명 (33.7%)			
(나) 방문동기와 목적	① 학교행사,수련회 394명 (41.2%)	② 친척방문 336명 (35.1%)	③ 친목 및 야유회 74명 (7.7%)	④ 기타 152명 (15.9%)		
(다) 정보취득원	① TV/라디오 367명 (39.0%)	② 인터넷 250명 (26.5%)	③ 신문잡지 25명 (2.7%)	④ 친구,이웃 54명 (5.7%)	⑤ 여행사 26명 (2.8%)	⑥ 기 타 220명 (23.4%)
(라) 연간방문횟수	① 1~2회 633명 (68.5%)	② 3~4회 158명 (17.1%)	③ 5~6회 35명 (3.8%)	④ 7회이상 97명 (10.5%)		
(마) 체류시간	① 반나절 219명 (23.2%)	② 하루 139명 (14.7%)	③ 1박2일 188명 (19.9%)	④ 2박3일 249명 (26.3%)	⑤ 2박3일이상 151명 (16.0%)	
(바) 동반관계	① 가족 519명 (55.8%)	② 친구 277명 (29.8%)	③ 친목회 23명 (2.5%)	④ 회사동료 15명 (1.6%)	⑤ 기 타 23명 (2.5%)	
(사) 동반 인원수	① 3~5명 484명 (52.8%)	② 10명이상 287명 (31.3%)	③ 1~2명 102명 (11.1%)	④ 6~10명 43명 (4.7%)		

상기 조사분석 내용으로 보아 주5일 근무제와 주5일 수업제도가 확립되고 2004년부터 농촌체험학습실시에 따른 정부보조금지원이 교육정책으로 채택될 경우 폭발적으로 증대될 것으로 예측된다. 그러나 조사지역에 따라 경제적 이유로 참여율에 편차가 있음을 감지할 수 있었으며 따라서 농촌지역에서도 미래 예측능력을 발휘하여 사전에 기반조성을 서두를 필요성이 대두되고 있다.

현실적으로 농촌관광(관광농원)사업정책이 실패했다고 하는 일부이야기가 있으나 유럽지역에서도 사회적 여건조성 즉 주5일 근무제확립과 국민소득이 2만불이상 되었을 때부터 정상적 운영이 평균화 된 점

을 유의할 필요가 있다. 또한 농촌관광사업이 무조건 희망적이지만은 아닌 것이라는 부정적시각도 있지만 이 세상에 쉬운 일은 하나도 없으며 인생은 출발부터 고행 속에 문제해결의 연속이고 노력의 대가만큼 보상을 받는 것이며 지구가 존재하는 한 이러한 현상은 지속될 것이다.

(2) 귀하께서는 농촌관광프로그램의 참여를 경험하게 된 주요요인은 무엇입니까? (2가지선택)

	① 휴식 (휴가)	② 자녀 교육	③ 농촌 향수	④ 색다른 경험	⑤ 저비용 여가생활	⑥ 신선한 농산물구입	⑦ 친인척 방문	⑧ 기 타
(가)	394명 (41.2%)	394명 (41.2%)	394명 (41.2%)	394명 (41.2%)	394명 (41.2%)	394명 (41.2%)	394명 (41.2%)	394명 (41.2%)
(나)	394명 (41.2%)	394명 (41.2%)	394명 (41.2%)	394명 (41.2%)	394명 (41.2%)	394명 (41.2%)	394명 (41.2%)	394명 (41.2%)

참여동기는 (가), (나)의 경우를 종합해 보면 주로 ①휴식(휴가), ②친인척방문, ③색다른 경험으로 요약되며 이것은 관광시장의 새로운 틈새시장 개척과 상품개발에 도움을 줄 수 있다고 판단 된다.

외국에서는 자녀교육 및 신선한 농산물구입과 저비용 여가생활이 보편화되고 있으나 우리나라에서는 아직 경제적성숙(2만불)이 미완상태에 있어서 부진한 형편이라고 판단되나 앞으로는 이러한 관광욕구나 동기유발요소도 크게 작용할 것으로 예측된다.

(3) 방문했을 때 하신 활동내용은 주로 어떤 것이었나요? (2가지만 선택)

(가) 활동 내용	Ⓐ	① 농업관련 체험활동 389명 (42.9%)	② 농촌주변 산책 237명 (26.1%)	③ 주변관광지 관람 131명 (14.4%)	④ 자연학습 및 레크리에이션 119명 (13.1%)	⑤ 기 타 31명 (3.4%)
	Ⓑ	① 자연학습 및 레크리에이션 86명 (36.9%)	② 농촌주변 산책 65명 (27.9%)	③ 주변관광지 관람 47명 (20.2%)	④ 농업관련 체험활동 15명 (6.4%)	⑤ 기 타 20명 (8.6%)
(나) 만족도		① 농업관련 체험활동 189명 (30.6%)	② 자연학습 및 레크리에이션 151명 (24.4%)	③ 농촌주변 산책 129명 (20.9%)	④ 주변관광지 관찰 110명 (17.8%)	⑤ 기 타 39명 (6.3%)
(다) 재방문		① 있다 554명 (64.6%)		① 없다 303명 (35.4%)		

상기 조사분석 내용으로 보아 주요활동내용은 농업관련 체험활동, 자연학습 및 레크리에이션, 농촌주변 산책, 주변관광지 관람으로 요약되고 있으며 만족도 에서도 또한 같다. 다만 재방문 의사에서 35%가 '없다' 라는 의사를 나타내고 있는 것은 그 원인을 분석하여 불만족요인을 제거할 필요가 있다.

(4) 귀하께서는 농촌관광프로그램이 운영될 때 어떠한 것이 중요하다고 생각하십니까? (2가지만 선택)

(가)	① 다양한 프로그램	② 프로그램 진행자의 운영능력	③ 적절한 참여시간	④ 교육 적인 효과	⑤ 참여자의 의욕	⑥ 준비도구 (재료)의 양호성	⑦표준화된 프로그램 메뉴얼	⑧ 기 타
	178명 (18.6%)	144명 (15.0%)	205명 (21.4%)	163명 (17.0%)	145명 (15.1%)	62명 (6.5%)	60명 (6.3%)	1명 (0.1%)
(나)	① 다양한 프로그램	② 참여자의 의욕	③ 교육 적인 효과	④ 적절한 참여시간	⑤ 프로그램 진행자의 운영능력	⑥ 준비도구 (재료)의 양호성	⑦표준화된 프로그램 메뉴얼	⑧ 기 타
	500명 (41.4%)	295명 (24.4%)	150명 (12.4%)	96명 (8.0%)	70명 (5.8%)	38명 (3.1%)	38명 (3.1%)	20명 (1.7%)

상기 분석내용으로 보아 다양한 프로그램운영이 참여자의 욕구충족에 중요하며 학생의 경우는 교육과정에 알맞은 교육효과와 체력에 알맞게 하는 것이 좋으며 체험활동 보다는 레크리에이션활동이 더욱 중요하다. 또한 참여자의 의욕을 유발할 수 있는 프로그램진행자의 적절한 설명과 진행도 흥미유발에 중요하다.

(5) 앞으로 농산 어촌지역에 가서 하고싶은 활동내용이 어떤 것이 있나요?

가) 분야별				
① 야외레크리에이션활동	② 자연체험 학습활동	③ 농림어업작업 및 수확활동	④ 농산어촌생활 체험활동	⑤ 농촌지역문화 체험활동
387명 (30.8%)	195명 (15.5%)	270명 (21.5%)	307명 (24.4%)	99명 (7.9%)
나) 농림어업작업 및 수확활동 중 제일하고 싶은 것은?				
① 고기, 조개잡이	② 각종농작물 수확체험	③ 가축기르기	④ 씨뿌리기	⑤ 산에서가지치기, 풀베기, 숲만들기
601명 (47.4%)	383명 (30.2%)	125명 (9.9%)	112명 (8.8%)	48명 (3.8%)

(6) 농산어촌생활체험 활동중 제일하고 싶은 일은?

① 향토음식 만들어먹기	② 축산가공품 만들기	③ 농산가공품 만들기	④ 건어물만들기, 바다어망 설치체험	⑤ 시골장터, 재배단지관찰
502명 (39.4%)	353명 (27.7%)	149명 (11.7%)	147명 (11.5%)	124명 (9.7%)

(7) 야외레크리에이션 활동중 제일하고 싶은 활동은?

① 뗏목타기, 보트타기, 급류타기	② 해수욕(물놀이), 낚시	③ 그네, 널뛰기 및 스키, 족구,배구	④ 삼림욕, 잔디밭에서 휴식	⑤ 산악자전거, 등산
596명 (46.5%)	396명 (30.9%)	115명 (9%)	106명 (8.3%)	68명 (5.3%)

(8) 농촌지역문화체험 활동중 제일하고 싶은 활동은?

① 공예 배우기	② 탈춤 배우기	③ 유적지답사 및 이야기 듣기	④ 농업박물관, 역사박물관 답사	⑤ 전통예절 배우기
684명 (54.0%)	175명 (13.8%)	174명 (13.7%)	127명 (10.0%)	106명 (8.4%)

(9) 자연체험학습 활동중 제일하고 싶은 활동은?

① 별자리보기, 단풍등 자연관찰	② 자연에서 열매 따먹기	③ 조류, 갯벌의 생태관찰	④ 동식물채집 및 관찰	⑤ 자연물 채취 및 가공
374명 (29.6%)	337명 (26.7%)	330명 (26.1%)	166명 (13.1%)	57명 (4.5%)

상기 분석으로 보아 야외레크레이션 활동이 제일 많은 것은 자연접촉이 없고 아파트생활에서 벗어나려는 욕구가 강한 표현으로 예측할 수 있으며, 그러나 도시어린이들의 체력과 관계되므로 1시간이상의 농작업 및 수확 또는 농산어촌 생활체험활동은 다음 재방문시에 흥미를 잃을 염려가 있기 때문에 물놀이, 가제잡기, 급류타기 등 도시에서 할 수 없었던 야외스포츠를 많이 진행하는 것이 연령이 낮을수록 욕구가 강했다. 특히 여자의 경우는 향토음식 만들어먹기, 공예배우기에 대한 욕구가 강했으며 별자리보기, 단풍 등 자연관찰이나 자연에서 열매따먹기는 요인별 큰 차이가 없었다.

(10) 농산어촌지역의 체험활동기간과 비용은 어느 정도가 적당하다고 생각하십니까?

(가) 활동기간	① 2박3일	② 3박4일	③ 1박2일	④ 1주일
	581명 (46.2%)	263명 (20.9%)	255명 (20.3%)	159명 (12.6%)
(나) 비 용	① 2~3만원	② 3~5만원	③ 5~7만원	④ 4~10만원
	411명 (35.2%)	418명 (35.8%)	222명 (19.0%)	115명 (9.9%)

상기 분석으로 보아 활동기간이 2박3일을 제일 많이 희망하는 것은 앞으로 주5일근무제와 주5일수업제와 연계하여 농촌관광체류시간이 현재보다 증가할 것으로 예상되며 비용면 에서도 1박2일 3식에 23,000원에서 3~5만원으로 된 금액에 알맞은 상품개발이 필요하다. 그리하여 농림부에서는 5도2촌(5都 2村) 운동을 계획하고 있다.

(11) 주5일 근무제와 주5일 수업제도가 확립되면 누구와 가고 싶습니까?

(가) 동반관계	① 친구들 778명 (62.1%)	② 가족 434명 (34.7%)	③ 친목단체 24명 (1.9%)	④ 회사원 16명 (1.3%)
(나) 동반희망 인원	① 3~5명 697명 (59.5%)	② 5~10명 345명 (29.5%)	③ 10~20명 62명 (5.3%)	④ 학교·단체 67명 (5.7%)

상기 분석으로 동반관계가 친구들과 가족과의 모임을 희망하는 것으로 보아 주5일 근무제와 주5일 수업제가 실시되면 상당히 증가할 것으로 판단되며 동반희망인원수에서는 3~5명이 60%를 점하는 것은 가족동반이 더욱더 증가할 것으로 예상되고 5~10명은 동아리 모임이 증가할 것으로 판단된다. 따라서 동반인원수에 알맞은 숙박시설정비가 필요하다.

(12) 과거 농산어촌 지역의 체험활동 경험 중 가장 불편했던 점, 개선 또는 희망사항은 어떤 것이 있나요?

가) 불편사항					
① 숙박시설	② 교통관계	③ 시설관계	④ 음식관계	⑤ 서비스부족	⑥ 기념품부족
311명 (28.2%)	299명 (27.1%)	291명 (26.4%)	86명 (7.8%)	52명 (4.7%)	31명 (2.8%)
나) 개선 및 희망사항					
<p>개선 및 희망사항은 불편사항에서 제기되었던 숙박시설, 음식, 화장실 관계를 중심으로 초등학교와 중학교의 성별에 관계없이 다양하고 솔직하게 제기되었다. 그 내용을 순서대로 기술하면 다음과 같다.</p>					
① 체험 프로그램 관계	<ul style="list-style-type: none"> 표준화된 다양한 프로그램의 준비로 교육적 효과가 있으면 좋겠다. 교관들의 고압적 태도보다는 성의 있는 자세한 설명으로 재미있게 흥미 유발을 유인했으면 좋겠다. 출발 전 사전설명으로 동기부여 및 참여의욕을 고취시켜서 자율참여를 유도했으면 좋겠다. 도시에서 할 수 없는 자연 및 농촌 체험과 도자기체험, 바다낚시, 서바이벌게임, 한복입는법, 예절교육, 담력훈련(공포체험)등을 했으면 좋겠다. 체험비용, 실시시기, 진행시간, 구성인원수를 감안하여 과다노동이나 부정적 시각(업자결탁)이 없고 추억에 남게 했으면 좋겠다. 아이스포츠(수영, 물놀이, 뗏목타기, 급류타기, 달리기등)와 농산가공 체험의 남녀공동체험, 캠프화이어 놀이를 하면 좋겠다. 				
② 숙박시설	<ul style="list-style-type: none"> 숙박시설이 깨끗하고 수용인원에 맞게 숙박을 원한다. 이브자리가 청결하고 여유분이 있으면 좋겠다. 냉난방시설이 작동했으면 좋겠다. 인테리어 및 비품(전화기, TV, 음료수, 침대, 만화책, PC)등배치가 필요하다. 팬션 형태의 숙박시설에서 그룹별, 가족별 숙박하고 싶다. 방충망의 설치와 살충제(모기향)배치가 필요하다. 				
③ 화장실과 목욕시설	<ul style="list-style-type: none"> 수세식화장실로 청결하면 좋겠다. 화장실면적이 넓으면 좋겠다. 목욕탕시설은 필수이고 냉온수가 잘 공급되면 좋겠다. 				
④ 음식관계	<ul style="list-style-type: none"> 음식준비가 성의있고 다양하게 맛있는 식사를 하고싶다. 충분한 배식과 향도음식 또는 간식(농산물:감자,옥수수등)을 먹고싶다. 식당분위기가 청결했으면 좋겠다. 				
⑤ 시설관계	<ul style="list-style-type: none"> 기반시설의 정비와 주변환경의 청결상태가 유지되어야한다. (수용시설, 체험시설, 안전시설, 축사악취, 퇴비장, 쓰레기장, 농업시설) 편의시설(공중전화, 벤취, 파고라), 전시물, 급수대 등의 이용이 편리하고 잘 정비되어야 한다. 잔디운동장, PC, 노래방, 운동시설, 오락시설 등 놀이공간이 넓어야 한다. 				
⑥ 매점 및 기념품 관계	<ul style="list-style-type: none"> 편의점의 상품과 이용이 편리해야 하고 바가지요금이 없어야 한다. 지역의 다양한 특산품이 저렴하게 제공되어야 한다. 무료제공의 기념품을 받았으면 좋겠다. 				
⑦ 교통관계	<ul style="list-style-type: none"> 체험장소의 선정은 자연경관, 주변관광지와 연계, 승차시간, 주차장, 도로사정(마을안길)을 감안하여 선정 버스환경(에어콘, TV)버스요금, 버스 시간표 등의 정보가 필요하다. 계절별 또는 자원별 관광정보 제공이 필요하다. 				
⑧ 친절	<ul style="list-style-type: none"> 사전에 홈페이지 및 홍보팸플렛의 정보제공을 받고싶다. 상업주의를 배재하고 체험비용에 상응한 대접을 받고싶다. 말을 부드럽고 친절하게 대해주었으면 좋겠다. 				

III. 일본농촌체험 관광의 유형화와 특성분석

1) 일본농촌체험관광실태 분석

(1) 어린이 장기 자연체험마을

(가) 사업의 배경

문부성에서는 평성14년(2002)부터 완전히 주5일 수업제실시에 따라 농촌지역에서 도시어린이를 수용할 수 있는 환경을 정비하고 부모와 어린이들의 활동을 원활히 할 수 있는 체제를 정비하기 위하여「전국어린이 계획(긴급 3개년 전략)」사업을 책정해서 평성 11년부터 관계 부서의 협력을 받아 가면서 어린이의 다양한 체험활동 기회를 제공하는 정책을 실시해 오고 있다.

그 사업의 일환으로서 사업의 일부를 농림수산성과 협력하여「어린이장기 자연체험마을」사업을 평성13년(2001년)전국적으로 84지역에서 실시했다. 본 사업은 어린이들이 여름방학 등에 부모와 떨어져서 농가(수련원)등의 기존시설에서 최저 2주간 정도 숙박하며 농촌환경 가운데서 다양한 자연체험, 농업체험, 농촌문화 행사에 참가함과 동시에 농촌지역 어린이들과 교류활동을 실시하여 사회적으로 좋은 반응을 불러일으키고 동시에 본 사업의 조사연구결과에서는 장기자연체험활동은 요즘 심신이 나약한 어린이들의 「삶의 힘」을 키울 수 있다고 언급하고 있다.

(나) 사업의 개요

① 지역마을에서는 청소년단체의 대표, 농가, 행정관계자 등으로 구성된 실행 위원회에 사업을 신청함에 따라 장기자연체험마을로 지정 받고 자연체험 등을 실천하는 사업을 실행위원회에서 실천하고 있다.

(다) 사업의 운영

- ① 프로그램은 지역실정에 따라서 자연체험, 환경학습, 농작업 등의 근로체험, 야외스포츠와 레크리에이션 등을 실시한다.
- ② 「어린이 장기자연체험마을」은 원칙적으로 하계 방학활동으로서 장기체재하는 초등, 중등학생 등을 대상으로 한다. 지역에 따라서는 「겨울체험마을」의 개설도 가능하다.
- ③ 참가자는 수익자부담(식비, 교통비, 숙박비등)을 원칙으로 한다.
- ④ 숙박시설은 농가와 유스호스텔 등의 기존 숙박시설을 이용한다.

(라) 예산의 규모 (1999년도 창설)

(단위:천원)

년 도	1999년	2000년	2001년
예산액	66,111	66,105	65,773

(마) 사업실시 현황

(단위:개소)

년 도	1999년	2000년	2001년
실시상황	전국50개소	전국70개소	전국81개소
농림수산성과연계	10	9	11
유스호스텔과 연계	10	10	10
기 타	30	51	63

(바) 사업의 평가와 금후계획

① 평가

- 지금까지는 전국적으로는 거의 실시하고 있지 못하기 때문에 자연 체험 활동 계획사업을 전국적으로 전개과정에 있다.
- 모델사업의 연구조사결과 장기자연체험활동은 어린이들의 「삶의

힘」을 키울 수 있다고 제시하고 있다.

- 행정 등의 지원이 없으면 민간단체 등이 단독으로 자연체험활동사업을 실시하기가 곤란하다.

- 금후 장기자연체험활동을 보급, 정착시키기 위해서는 자원봉사자를 포함한 지도자 양성 및 확보가 필요하다.

2) 금후계획

지금까지「어린이 장기자연체험마을」사업의 성과를 기반으로 어린이의 장기 자연체험을 일층 보급·정착시키기 위해서는 지방공공단체가 자연체험활동 추진단체의 협력을 받아서 야외활동시설과 농가 등에서 2주정도 장기간 계층별 혼합집단(부모와 함께)을 편성하여 공동생활을 하면서 야외 활동을 할 수 있는 자연체험활동계획을 수립「청소년 장기자연체험활동 추진사업」(국고보조)을 평성14년도(2002년)부터 새롭게 실시하려고 계획하고 있다.

3) 일본 농촌체험 상품의 종류

(1) 보급가능성

어린이들의 공립초등·중등·고등학교에서는「체험학습」의 실시기회가 증가하고 있다. 어린이들의「삶의 힘」을 육성한다는 목표 하에 새로운 교육과제로서「종합적인 학습시간」으로

(가) 자연 체험과 봉사활동 등의 사회체험, 물건 만들기와 생산활동 등의 체험적인 학습기회제공

(나) 지역의 교재와 학습환경의 적극적인 활용등 연구에 대하여 배려를 실시한다. 또한 기타 사립학교, 대학, 전문학교 등에 있어서도 각각 학교매력을 높이는 방법의 한가지로서「체험학습」에 관심을 가지는 경

우가 많아지고 있다.

(2) 현황과제

농산어촌지역은 자연환경, 농림어업관련산업, 전통·문화 등 다방면에 관련되어 있기 때문에 잠재적으로 체험학습을 할 수 있는 다양한 자원을 갖고 있다. 그러나 그것만으로는 체험학습의 효과를 올릴 수 없다. 따라서 학교관계자로부터 의견을 들어보면 다음과 같은 내용들이 과제로 대두되고 있다.

- (가) 체험학습 지역에 대한 정보가 없다.
- (나) 체험내용, 학습효과가 분명하지 않다.
- (다) 안전성에 불안감이 있다.
- (라) 실제로 실시한 경험이 적다.
- (마) 지도원, 강사에 적당한 인재가 부족하다.
- (바) 체험학습에 관한 적정한 가격이 필요하다.
- (사) 안전사고에 대한 대응과 보상 및 책임소재가 불명하다.
- (아) 손해 보험의 종류 및 가입방법이 필요하다.
- (자) 교육과정과의 연관성 및 교육계획표 작성이 필요하다.

(3) 체험학습마을 선정기준

상기 과제들을 감안하면 「체험학습」을 받아드린다는 것은 수용자로서의 인식과 준비가 필요하고 특히 체험프로그램 실시와 안전대책 등에 대한 수용체제구축이 불가결한 조건이다. 따라서 금후 농산어촌지역을 대상으로 「체험학습 마을」의 선정기준은 다음과 같다.

- (가) 종합적 학습(학습지도요령)을 의식한 프로그램이 있을 것
- (나) 우천시에 대비한 프로그램과 시설 등을 준비할 것

- (다) 지역인재가 확보되어 있을 것
- (라) 지역 특성을 활용한 학습활동이 있을 것
- (마) 지속 가능한 체험 프로그램이 있을 것
- (바) 숙박장소, 지방자치단체, 여행사, 병원등 지역 내에 연합체제가 구축되어 있을 것.
- (사) 안전관리 및 대책수립이 되어있을 것
- (아) 과거「체험학습」의 추진실적이 있을 것

(4) 「체험학습」상품의 종류

일본농촌지역에서 「농촌체험학습상품」을 입지별, 자원별, 유형별로 실시하고 있는 모델을 다음 ※보기의 소개항목에 따라 열거하면 다음과 같다.

(※보기)

▪ 지역명	주소, 테마	추진단체명, 기타연락관계
-------	--------	---------------

(가) 지역개요

① 지역소개, 주변관광지, 접근방법
② 유치실적
③ 체험지도자(인재활용)제도

(나) 체험프로그램

① 야외에서의 체험학습
② 실내에서의 체험학습(우천대비)
③ 체험시설

(다) 숙박시설(팀별 숙박여부)

(라) 안전대책

- ① 응급시 병원 후송가능 여부
- ② 안전에 대한 배려

● 입지별

▪ 북해도 지전정 (심승지역)	도가치 자연체험학교 북해도 중천군 동경정동내1515 안전대책을 충분히 배려한 북해도다운 체험을 제공합니다.	Tel : 01557-9-5155 Fax : 01557-9-5151 담당자 : 약림, 유정 E-mail : fnorth@netbeet.ne.jp
------------------	---	--

(가) 지역 개요

① 지역소개	<ul style="list-style-type: none"> 지역내에 광대한 평야를 가진 도가치지역은 산과 하천, 바다, 평야를 모두 가지고 있어서 체험학습 및 관광에 제일 적합한 지역이다. 접근방법 : JR근일본선 지전역~차10분, 도동자동차도로 지전IC~차 15분
② 유치실적	<ul style="list-style-type: none"> 2003년도 3개교(당일형 3개교)300명 초등학교 (동경,북해도), 2001년도 4개교(당일형 3개교)800명 고교(가네가와원, 시가현)
③ 체험지도자	5명 (유치한 업체의 종업원이 지도지역할 대응)

(나) 체험프로그램

① 야외에서의 체험학습	
<ul style="list-style-type: none"> 카누체험 	<ul style="list-style-type: none"> 내용 : 육상에서 대비 연습후 수상에 나가서 체험한다. 장소 : 연못 요금 : 1인당 25000원 체험지도자수 : 1반에 4명 체험인원 : 1개반 10명×6개반 까지 소요시간 : 1시간 실시시기 : 5~9월
<ul style="list-style-type: none"> 미니골프 	<ul style="list-style-type: none"> 내용 : 기본적인 도구사용방법과 규칙설명후 실제 코스에 나가서 1반별(4~5명)로 코스를 돈다 체험인원 : 1반 40명×6반 까지 소요시간 : 1시간 실시 시기 : 5~10월 요금 : 1인당 10000원 체험지도자수 : 1반에 2인, 장소 : 하천변 부지, 전용 골프장
<ul style="list-style-type: none"> 마운틴보트 	<ul style="list-style-type: none"> 내용 : 육상에서 재난대비 연습후 수상에 나가서 체험한다. 체험인원 : 1반 40명×6반까지 지도자수 : 1반에 3명 장소 : 경사진 잔디밭 요금 : 1인 25000원 소요시간 1시간, 실시시기 : 5~10월
<ul style="list-style-type: none"> 기 타 	트랙타 체험, 농작물 수확체험, 찻짜기 체험 등
② 실내에서의 체험학습 (우천시)	
<ul style="list-style-type: none"> 새집제작 	<ul style="list-style-type: none"> 내용 : 자연의 나무와 금속을 사용해서 새집을 제작, 일기가 좋아지면 제작한 새집달기 실시 체험 인원 : 1반40명×6반까지 소요시간 : 1시간 실시시기 : 년 중 요금 : 15000원/1인당, 지도자수 : 1반에 2명 ,
<ul style="list-style-type: none"> 양모공예 체험 	<ul style="list-style-type: none"> 내용 : 여러 가지 색의 양모를 사용해서 실을 만들고 작은 공예품을 만든다 체험 인원 : 1반40명×6반까지 소요시간 : 1시간 실시시기 : 년 중 요금 : 1000원/1인당, 지도자수 : 1반에 2명 ,
<ul style="list-style-type: none"> 버터만들기체험 	<ul style="list-style-type: none"> 내용 : 신선한 우유로 버터를 만든다. 완성후 시식한다. 체험 인원 : 1반40명×6반까지 소요시간 : 30시간 실시시기 : 년 중 요금 : 5000원/1인당, 지도자수 : 1반에 2명 ,
<ul style="list-style-type: none"> 기 타 	풍차제작 교실, 자기업서 제작 등 자연 체험학습을 기획한다.

③ 체험시설			
시설명	수용인원(인)	사용료(원)	주요용도
• 도가치자연체험학교(본교)			
• 도가치자연체험학교(분교)			

(다) 숙박시설 가 ○ 불가

		농림어가민박	기타 민박	코테지 (단체 숙박시설)
• 동(간) 수	(동)	1	1	2
• 총 객실 수 (개소)		10	5	10
• 총 수용 인원 (인)		40	20	80
• 숙박료	1박 2일(원)	50000	50000	
	잠만자기(원)	40000		

(라) 안전대책 대응 유 ○ 무

- ① 긴급시의 병원등
- ② 안전에 대한 배려
 - 체험지도자 전원이 안전 (응급)지도자격 보유, -야외에서 사고 발생시 지원체제는 확립되어 있음.

<p>▪ 북해도신특정 (미영정, 부랑야시 신특정, 용추정)</p>	<p>교육 농장여관 대설산지역 북해도 상천군 신특정 북신특 아름다운 농촌 경관, 그리고 생명과 만나는 농업</p>	<p>Tel : 01566-4-4948 Fax : 01566-4-4151 담당부서 : 사무국 담당자 : 죽전영일 Email : eiichi@york.co.jp</p>
---	---	--

(가) 지역 개요

① 지역소개	<ul style="list-style-type: none"> • 대설산기슭, 4정(미영정, 부랑야시, 신특정, 용추)의 교육 농장, 여관대실, 구석구석 다니는데 2시간 소요 • 접근방법 : 육천-버스 미영 30분, 부랑야 60분, 신특120분, 용추150분 전세-버스 미영 210분, 부랑야 180분, 신특 150분, 용추 180분
② 유치실적	2000년 2개교 100명 1
③ 지도자수	40명 기본적으로 전부 농가가 운영하고 있기 때문에 숙박하면서

(나) 체험프로그램

① 야외에서의 체험학습	
• 양털깎기	<ul style="list-style-type: none"> • 내용 : 양에 대해서 공부하고 양털깎기 체험, 방목체험 • 체험인원 : 1 반 20명 까지 • 소요시간 : 90분 • 실시시기 : 6~11월 • 요금 : 1인당 15000원 • 지도자수 : 1반 1명 • 장소 : 옥크사 농장

• 말타기 체험	<ul style="list-style-type: none"> 내용 : 말과 이야기 하기, 돌보기를 하고 승마 체험 체험인원 : 1반 20명까지 소요시간 : 2시간 실시시기 : 년중 요금 : 1인당 30000원 지도자수 : 1반 1명 장소 : 지번432
• 낙농교육농장	<ul style="list-style-type: none"> 내용 : 소의생태에 대해서 교육, 아이스크림만들기, 우유짜기 체험인원 : 1반 20명 까지 소요시간 : 2시간 실시시기 : 년중 요금 : 1인당 30000원 지도자수 : 1반 1명 장소 : T&Y목장
• 기 타	트랙터체험, 작물수확 체험, 우유짜기 체험 등

② 실내에서의 체험학습 (우천시)

• 양모실뿔기	<ul style="list-style-type: none"> 내용 : 양모를 사용해서 실을 만든다. 체험인원 : 1반 20명 까지 소요시간 : 90분 실시시기 : 년중 요금 : 1인당 15000원 지도자수 : 1반 1명 장소 : 요크사농장
• 압화 만들기	<ul style="list-style-type: none"> 내용 : 압화만드는 방법, 그림엽서등을 만들기 체험인원 : 1반 20명 까지 소요시간 : 2시간 실시시기 : 년중 요금 : 1인당 30000원 지도자수 : 1반 1명 장소 : 산의 교류관
• 도예체험	<ul style="list-style-type: none"> 체험인원 : 1반 20명 까지 소요시간 : 3시간 실시시기 : 년중 요금 : 1인당 30000원 지도자수 : 1반 2명 장소 : 지번 432
• 기 타	체험프로그램 다수가 있음.

③ 체험시설

시설명	수용인원(인)	사용료(원)	주요용도
• 432승마장	20명		승마
• 양축사	20명		양털깎기
• 요크사 농장실습실	20명		양털공예
• 산림 체험관	20명		압화

(다) 숙박시설

분숙대응 가 ○ 불가

		농림어가민박	기타 숙박
• 동(칸) 수 (동)		19	
• 총 객실 수 (개소)		77	
• 총 수용 인원 (인)		251	
• 숙박료	1박 2일(원)	70000	
	잠만자기(원)	3000	

(라) 안전대책

대응	유	○	무
----	---	---	---

- ① 긴급시의 병원등
- ② 안전에 대한 배려
 - 야외에서 사고 발생시 지원체제는 확립되어 있음.

<p>▪ 천염현 부산정 암정 해안</p>	<p>아미경 천염현안방군 부산정구기563 남방총 예서의 체험을 안내합니다.</p>	<p>Tel : 0470-57-2111 Fax : 0470-57-2201 담당자 : 족달준소</p>
-------------------------------	---	---

(가) 지역 개요

① 지역소개 (주변관광지)	방총반도의 동경만내서 해안, 달천에서 3Km의 모래사장이 있다. · 접근방법 : JR내방선 암정역-도보 10분, 목갱진남 IC-차 40분
② 유치실적	2000년 11개교 436명(초중교 애지현 장아현)
③ 지도자수	민박 농가에서 지도

(나) 체험프로그램

① 야외에서의 체험학습		
· 투망 해험	<ul style="list-style-type: none"> · 내용 : 투망체험 · 장소 : 해안 · 요금 : 1망 /550000원 · 체험지도자수 : 1반에 5명 	<ul style="list-style-type: none"> · 체험인원 : 30명 까지 · 소요시간 : 1시간 · 실시시기 : 4~11월
· 건어물 만들기	<ul style="list-style-type: none"> · 내용 : 건어물 만들기 · 장소 : 정원, 허간 · 요금 : 1명 /5000원 · 체험지도자수 : 1반에 1명 	<ul style="list-style-type: none"> · 체험인원 : 1반10명 × 10반 까지 · 소요시간 : 1시간 · 실시시기 : 년중
· 어선 타기	<ul style="list-style-type: none"> · 내용 : 항만 순항 · 장소 : 해안 · 요금 : 1명/10000~15000원 · 체험지도자수 : 1반에 1명 	<ul style="list-style-type: none"> · 체험인원 : 1반5명 × 20반까지 · 소요시간 : 30~40분 · 실시시기 : 년중
② 실내에서의 체험학습 (우천시)		
· 비누만들기	<ul style="list-style-type: none"> · 내용 : 비누만들기 · 장소 : 어혈가공공장 · 요금 : 1센트/160000원 · 체험지도자수 : 1반에 1명 	<ul style="list-style-type: none"> · 체험인원 : 1반 10명 × 5반까지 · 소요시간 : 3시간 · 실시시기 : 년중
· 조미료만들기	<ul style="list-style-type: none"> · 내용 : 가공조미료 만들기 · 장소 : 가내 · 요금 : 20kg/150000원 · 체험지도자수 : 1반에 1명 	<ul style="list-style-type: none"> · 체험인원 : 1반10명 × 10반까지 · 소요시간 : 1시간 · 실시시기 : 년중

③ 체험시설			
시설명	수용인원(인)	사용료(원)	주요용도
• 숲가마장	50	-	숲
• 농산가공시설	50	1셋트250000원	아이스크림 만들기
• 스포츠 센터	500	1시간/10000원	입출식 · 퇴출식

(다) 숙박시설

		농림어가민박	기타 민박	분산숙박대응
• 동(칸) 수	(동)	20		가능
• 총 객실 수 (개소)		300		
• 총 수용 인원 (인)		500		
• 숙박료	1박 2일(원)	65000		
	잠만자기(원)			

(라) 안전대책

① 긴급시의 병원등

병원명	주 소	후송대책	소요시간
• 부산정국보병원	부산정평구리중	숙박지에서 10분	차장체험현장에서 10분

② 안전에 대한 배려

- 체험현장의 사고 발생시 지원체제확립.

● 자원별

■ 이수현
령하정

령석정 사무소
이수현임수군령석정 40 지할자천애전 5번지
웅대한 자연속에서 령석정의 농촌생활과 농림
업을 체험

Tel : 019-692-2111 Fax : 019-692-1311
담당부서 : 농림과 담당자 : 미택, 임지

(가) 지역 개요

① 지역소개 (주변관광지)	이수현의 증서부에 위하고 성강시 서쪽 16km 지점에 있는 농산어촌 지역이다. 국내 최대 광야를 자랑할 만한 목가적인 소암정목장과 1993년 알파인스키 세계선수권 대회 개최지이다. • 접근방법 : JR동북본선 성강역~차 30분 • 주변관광지 : 소암정농장, 이수산, 온천 등
② 유치실적	2000년 2개교(당일형)153명 중학교 (동경, 북해도 등) 2001년 4개교 (당일형) 363명
③ 지도자수	7명 (이수현 그린투어리즘추진협의회 6명, 농림어업체험협회 등록자 1명)

(나) 체험프로그램

① 야외에서의 체험학습			
• 농업체험	• 내용 : 농작업체험, 모심기, 밭작업 • 장소 : 지역내전답 • 요금 : 1인당 15000원 • 체험지도자수 : 1반에 3명	• 체험인원 : 1반20명×20반까지 • 소요시간 : 반일, 1일 • 실시시기 : 5~6월	
• 모심기체험	• 내용 : 민박하면서 모심기한다 • 장소 : 지역내전답 • 요금 : 상담요 • 체험지도자수 : 1반에 3명	• 체험인원 : 1반15명×15반까지 • 소요시간 : 반일, 1일 • 실시시기 : 5~6월	
• 산신제교류	• 내용 : 산신각에서 제례음악배우기 • 장소 : 전승문화교류센터 • 요금 : 상담요 • 체험지도자수 :	• 체험인원 : 1반20명×1반까지 • 소요시간 : 1주단위 • 실시시기 : 년중	
• 등반체험	• 내용 : 등반,산채뜯기, 요리 • 장소 : 지역내 산야 • 요금 : 1인당 15000원 • 체험지도자수 : 1반에 1명	• 체험인원 : 1반10명×20반까지 • 소요시간 : 반일, 1일 • 실시시기 : 4~6월	
• 수확체험	• 내용 : 채소 및 벼베기 • 장소 : 지역내 • 요금 : 1인당15000원 • 체험지도자수 : 1반에 2명	• 체험인원 : 1반20명×20반까지 • 소요시간 : 반일, 1일 • 실시시기 : 9~10월	
② 실내에서의 체험학습 (우천시)			
• 식문화체험	• 내용 : 향토요리 (칼국수등) • 장소 : 각마을회관 • 요금 : 1인당 10000원 • 체험지도자수 : 1반 2명	• 체험인원 : 1반15명×15반까지 • 소요시간 : 반일 • 실시시기 : 년중	
③ 체험시설			
시설명	수용인원(인)	사용료(원)	주요용도
• 공영운동장	3명		야구,소프트볼,축구
• 크로스칸투리장	100명		광대한자연을 등반할수 있는 5km코스
• 겐지월드	200명	1인당 15000원	워터테마파크
• 공영프레스센터	100명	임대시간당20000원	크로스칸투리센터하우스

(다) 숙박시설

	농림어업농가민박	기타민박	팬션	코티지(단체숙박)	분숙대응
• 동(칸) 수 (동)	27	3	27	1	가능
• 총객실수(개소)	252	16	208	7	
• 총수용인원(인)	970	75	623	38	
• 숙박료	1박 2일(원)	55000 ~	55000 ~	70000 ~	
	잠만자기(원)			50000 ~	

(라) 안전대책

① 긴급시의 병원등

병원명	주 소	후송대책	소요시간
• 시립 영석 병원	영석정35	숙박지에서5분	최장체험현장에서 25분
• 온천 병원	영석정 남전		

② 안전에 대한 배려

- 체험현장 사고 발생 시 지원 체제 확립

■ 산형현 유좌정 유좌	유좌정 백정 자연의 집	Tel : 0234-72-2069 Fax : 0234-72-2081
	풍부한자연이 축전시켜주는 어린이 들의 성장	담당자 : 도희, 관원 E-Mail : yuza0003@metshonai.or.jp

(가) 지역 개요

① 지역소개	산형현회북단에위치하고 서쪽으로 일본해가보이며 동쪽으로는 조해산을 안고 남쪽으로는 주전시 및 팔번정에 접해서 일향천이 흐르고 해발 0m ~ 2236m정도 정방형상의 급경지형 이루고 있다. 산맥과 평야, 사구대를 이루는 지대이다. * 접근방법 : JR우월본선 유좌역-버스20분 * 주변관광지 : 조해산
② 유치실적	2000년 16개교 810명(초,중,고)산형현 2001년 13개교 556
③ 지도자수	3명

(나) 체험프로그램

① 야외에서의 체험학습	
• 하천물놀이, 등산	• 내용 : 물고기 잡기, 산책, 산채뜯기 • 장소 : 월광천,오도천 • 요금 : 1인당 5000원 • 실시시기 : 봄~가을 • 체험인원 : 1반5명 × 5반까지 • 체험지도자수 : 2반에 1명
• 농작업체험	• 내용 : 밭작업 • 장소 : 지역내 • 요금 : 1인당 5000원 • 실시시기 : 봄~가을 • 체험인원 : 1반5명 × 25반까지 • 체험지도자수 : 2반에 1명
• 등반	• 내용 : 산책 • 장소 : 지역내 • 요금 : 1인/ 5000원 • 실시시기 : 봄~가을 • 체험인원 : 1반5명 × 5반까지 • 체험지도자수 : 2반에 1명

② 실내에서의 체험학습 (우천시)	
<ul style="list-style-type: none"> • 체육관창작활동 	<ul style="list-style-type: none"> • 내용 : 사정에따라 결정 • 장소 : 자연의 집 • 요금 : 1인/ 5000원 • 실시시기 : 년중
<ul style="list-style-type: none"> • 국수만들기 	<ul style="list-style-type: none"> • 내용 : 향토 요리(국수) • 장소 : 농림어업체험실습관 • 요금 : 1인/ 17000원 • 실시시기 : 년중
<ul style="list-style-type: none"> • 두부만들기 	<ul style="list-style-type: none"> • 내용 : 재래공을사용한 두부 만들기 • 장소 : 농림어업체험실습관 • 요금 : 1인/ 12000원 • 실시시기 : 년중
<ul style="list-style-type: none"> • 기 타 	<ul style="list-style-type: none"> • 체험인원 : 1반5명 x 5반까지 • 체험지도자수 : 2반에 1명 • 체험인원 : 1반4명 x 5반까지 • 체험지도자수 : 2반에 1명 • 체험인원 : 1반2명 x 5반까지 • 체험지도자수 : 2반에 1명 • 누에꼬치 공예 등

③ 체험시설			
시설명	수용인원(인)	사용료(원)	주요용도
• 랜드숙박	100명	1인 / 800원	
• 야외취사	100명	1인 / 500원	
• 대형비닐하우스	500명	1시간 / 20000원	동형스포츠택역 / 테니스, 게이트볼 등

(다) 숙박시설

		농림어업농가민박	기타 민박	모테이지(단체 숙박)	분숙대응
• 동(칸) 수 (동)				6	가능
• 총 객실 수 (개소)				13	
• 총 수용 인원 (인)				36	
• 숙박료	1박 2일(원)			여름 : 6,000~170,000 겨울 : 5,000~160,000	

(라) 안전대책

① 긴급시의 병원등

병원명	주 소	후송대책	소요시간
• 공영병원 일본해	주천시 아끼보 마을	숙박지에서 45분	최장체험지역에서 60분
• 시립 주전병원	주천시 천석 마을		

② 안전에 대한 배려

- 체험현장에서 사고 발생시 지원체제 확립.

<ul style="list-style-type: none"> • 복도현 남회진 군 하향정 대우대 내우산본 	<ul style="list-style-type: none"> 복도현 하향정 대내숙민박 송본옥 고풍스런 농가에서 민박하며 물과 흙에 친숙해 보자 	<ul style="list-style-type: none"> Tel : 0241-68-2919 담당부서 : 대내숙민박조합 담당자 : 산전무
--	--	---

(가) 지역 개요

① 지역소개	<p>이마을은 복도현 남서부 남회진의 동쪽에 위치하며 남쪽은 도지기현접하고 마을 주위에는 1000m급의 산이 연결되어 있어서 웅대한 아름다움을 이루고 중앙부에 흐르는 큰 하천을 따라 국도 121호와 제3타 회진선의 주요 교통망이 달리고 있다. 기후는 적설량이 많고 한냉지형이다. 「대내숙」은 에도시대 숙박시설이 그대로 유지된 문화재로서 각광을 받고 있다.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 접근방법 : 회진선 탕야상운천역 차10분, 동북 자동차 도로 경하천1c80분 • 주변관광지 : 역사의 길 산책
② 유치실적	<p>2000년 4개교650명 중학교(치바현) 2001년 5개교 720명</p>
③ 지도자수	8명, 민박농가에서 지도

(나) 체험프로그램

① 야외에서의 체험학습	
<ul style="list-style-type: none"> • 감자캐기 • 무우뽑기 • 고기잡기 	<ul style="list-style-type: none"> • 내용 : 수확체험후 요리해 먹기 • 장소 : 지역내 • 요급 : 실외 • 체험지도자수 : 1반1명 • 체험인원 : 1반30명×7반까지 • 소요시간 : 2시간 • 실시시기 : 7월
<ul style="list-style-type: none"> • 산책과 짚세공 	<ul style="list-style-type: none"> • 내용 : 지역내산책, 역사문화등 학습 • 장소 : 지역내 • 요급 : 실외 • 체험지도자수 : 1반1명 • 체험인원 : 1반30명×7반까지 • 소요시간 : 3시간 • 실시시기 : 7월
<ul style="list-style-type: none"> • 버베기, 잡새공 • 국수만들기 	<ul style="list-style-type: none"> • 내용 : 버베기체험을 통해서 생산과정과 농업인 이해, 선물로 가져감 • 장소 : 지역내 • 요급 : 실외 • 체험지도자수 : 1반1명 • 체험인원 : 1반25명×8반까지 • 소요시간 : 2시간 • 실시시기 : 9~10월
② 실내에서의 체험학습 (우천시)	
<ul style="list-style-type: none"> • 짚세공 	<ul style="list-style-type: none"> • 내용 : 새끼꼬기, 짚신만들기 체험 • 장소 : 지역내 • 요급 : 실외 • 체험지도자수 : 1반1명 • 체험인원 : 1반20명×8반까지 • 소요시간 : 2시간 • 실시시기 : 7~9월
<ul style="list-style-type: none"> • 국수만들기 	<ul style="list-style-type: none"> • 내용 : 국수만들기후 요리해먹기 • 장소 : 지역내 • 요급 : 1인/6500원 • 체험지도자수 : 1반1명 • 체험인원 : 1반10명×4반까지 • 소요시간 : 2시간 • 실시시기 : 7~9월

(다) 숙박시설

		농림어업농가민박	기타 민박	분숙대응
• 동(칸) 수	(동)	8		가능
• 총 객실 수 (개소)		50		
• 총 수용 인원 (인)		220		
• 숙박료	1박 2일(원)	70000		
		6000		

(라) 안전대책

① 긴급시의 병원등

병원명	주소	후송대책	소요시간
· 좌등병원	하향정 영생하석원	숙박지에서 30분	최장체험 현장에서 30분

② 안전에 대한 배려

- 체험현장의 사고 발생시 지원체제 확립.

● 유형별

<p>■ 북도현 관암촌</p>	<p>북도현 남회진군관암촌송호원50 보고, 듣고, 체험하면서 농산촌의 역사와 문화, 웅대한 자연 만끽하자</p>	<p>Tel : 0241-78-3340 Fax : 0241-78-3008 담당부서 : 농림과 농정계, 관암촌사무소 담당자 : 하원진관광청 E-mail : tat-nour@vill.tateiwa.fukushima.jp</p>
-------------------------	--	--

(가) 지역 개요

① 지역소개	<p>이마을은 1500m의 산이 둘러싸인 산악지대로써 자연이 풍부한 농산촌이다. 수많은 야생동물과 포류, 곤충이 서식하는 원시림과 인산식물의 보고이다. 4계절마다 변화하는 아름다운 자연 경관이 연출되고 있다. 도시에서는 느낄수 없는 자연을 만끽할수 있다.</p> <ul style="list-style-type: none"> · 접근방법 : 회진고원역-차 80분 · 주변관광지 : 하향정, 대내숙, 성하정
② 유치실적	<p>2000년 12개교 1440명 중학교(치바현외) 2001년 15개교 1880명</p>
③ 지도자수	25명

(나) 체험프로그램

① 야외에서의 체험학습	
· 농업체험	<ul style="list-style-type: none"> · 내용 : 모심기, 채소파종, 제초, 풀베기, 수확(각종) · 장소 : 지역내 · 요금 : 지도자1명/70,000원 · 체험지도자수 : 15명/여1명 · 체험인원 : 제한없음 · 소요시간 : 40분~2시간 · 실시시기 : 5~10월
· 자연체험	<ul style="list-style-type: none"> · 내용 : 야생자원채취(열매등) 및 조형물 만들기 곤충, 조류, 벌판찰, 개똥벌레잡기, 물놀이 · 장소 : 지역내 · 요금 : 지도자1명/70,000원 · 체험지도자수 : 15명/여1명 · 체험인원 : 1반 15명 × 20반까지 · 소요시간 : 40분~2시간 · 실시시기 : 5~10월
· 기타	· 내용 : 승마, 각종스포츠
② 실내에서의 체험학습 (우천시)	
· 공예체험	<ul style="list-style-type: none"> · 내용 : 나무목각만들기, 밀기루 공예(곤충, 동식물) · 장소 : 체험관 목공센터 · 요금 : 지도자1명/70,000원 · 체험지도자수 : 15명/여1명 · 체험인원 : 1반 15명 × 20반까지 · 소요시간 : 30~90분 · 실시시기 : 년중
· 동화듣기	<ul style="list-style-type: none"> · 내용 : 향토 민화를 청취 · 장소 : 체험관 공원체육관 · 요금 : 지도자1명/70,000원 · 체험지도자수 : 15명/여1명 · 체험인원 : 1반10명 × 4반까지 · 소요시간 : 30~90분 · 실시시기 : 년중
· 기타	· 내용 : 짚세공 체험

③ 체험시설			
시설명	수용인원(인)	사용료(원)	주요용도
• 화진고원스키장		리프트 1일 42,000원	스키
• 페러글라이더		1일체험/90,000원	페러글라이더
• 공원테니스코트	10면	1면/1시간/12,000원	테니스
• 승마장	15인 정도	1마리/40분/40,000원	승마
• 공원 캠프장	100명	텐트(임대)/30,000원	캠프
• 공원운동장		1일/80,000원	축구,소포트볼
• 체험관	40명	체험내용에따라 5,000-10,000	공작체험,국수체험
• 목공센터	40명	"	목공작체험
• 공원체육관	300명정도	1일/80,000원	스포츠(배구,탁구,농구)등

(다) 숙박시설

	농림어가민박	기타민박	팬션	호텔	분숙대응
• 동간 수 (동)	5	49	14	2	기능
• 총 객실 수 (개소)	35	200	130	110	
• 총 수용 인원 (인)	159	1100	326	750	
• 숙박료	1박 2일(원)	60000	60000	70000	
	잠만자기(원)				

(라) 안전대책

① 긴급시의 병원등

병원명	주소	후송대책	소요시간
• 현립 남회진 병원	전도정 영전	숙박지에서 45분	최장체험현장에서 90분

② 안전에 대한 배려

- 지도자등을 대상으로 사고 대응한 응급조치훈련 실시

▪ 청삼현하전정
향산 카와요
그린목장

자연과 인간의 하모니

Tel : 017-856-4112
E-mail : kawayo@nifty.com

(가) 지역 개요

① 지역소개	<p>하천마을은 청목현의 동남부에 위치하여 완만한 평탄지가 이어지는 농촌지대이고 마을 남쪽에는 국립공원 십화전호의 물이 동쪽태평양으로 흐르고 있다. 팔호시, 십화전시,삼택시의 중심에 위치하고 삼력공항에서 택시로 15분 소요된다.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 접근방법 : JR동북본선 하산역~도보10분, 하전IC~10분 • 주변관광지 : 십화전호, 팔갑전, 하북반도, 무도, 중차해안
② 유치실적	<p>2000년 1개교(당일형) 50명 중학교(동경) 2001년 1개교(당일형) 50명 중학교(동경)</p>
③ 지도지수	당해목장 종사자

(나) 체험프로그램

① 야외에서의 체험학습			
<ul style="list-style-type: none"> • 양털깎기 체험 	<ul style="list-style-type: none"> • 내용: 양털깎기 가위를 사용해서 털깎기체험(5월경) • 장소: 목장내 • 요금: 1인당 10000원 • 체험지도자수: 1반에 1~2명 	<ul style="list-style-type: none"> • 체험인원: 50명정도 • 소요시간: 1시간 • 실시시기: 5월 	
<ul style="list-style-type: none"> • 목장체험 	<ul style="list-style-type: none"> • 내용: 감자캐기와 목장내의 수확 재초등 계절에 따른 메뉴가 있음 • 장소: 목장내 • 요금: 상담요망 • 체험지도자수: 1반에 1~2명 	<ul style="list-style-type: none"> • 체험인원: 40명정도 • 소요시간: · • 실시시기: 년중 	
<ul style="list-style-type: none"> • 승마체험 	<ul style="list-style-type: none"> • 내용: 말과걷기, 미용 • 장소: 목장내 • 요금: · • 체험지도자수: 1반에 1~2명 	<ul style="list-style-type: none"> • 체험인원: 40명정도 • 소요시간: · • 실시시기: 봄-가을 	
② 실내에서의 체험학습 (우천시)			
<ul style="list-style-type: none"> • 버터만들기 	<ul style="list-style-type: none"> • 내용: 목장우유를 사용한 가공체험 • 장소: 그린홀 • 요금: 1인당8000원 • 체험지도자수: 1반1명 	<ul style="list-style-type: none"> • 체험인원: 50명정도 • 소요시간: 60분 • 실시시기: 년중 	
<ul style="list-style-type: none"> • 수공예 	<ul style="list-style-type: none"> • 내용: 목장주변 소재를 이용해서 나무 인형 만들기 등을 실시 • 장소: 목장내 • 요금: 1인당 8000원 • 체험지도자수: 1반에 1~2명 	<ul style="list-style-type: none"> • 체험인원: 40명까지 • 소요시간: 1시간 • 실시시기: 년중 	
③ 체험시설			
시설명	수용인원(인)	사용료(원)	주요용도
• 그린 홀	100명	·	비베큐 등
• 처모시홀	50명	·	수공예 등

(다) 숙박시설

분숙대응 가 ○ 불가

		농림어가민박	기타 민박	유스호스텔
• 동(칸) 수 (동)		·	1	2
• 총 객실 수 (개소)				
• 총 수용 인원 (인)				
• 숙박료	1박 2일(원)		1박조식 60,000	5930
	잠만자기(원)			

② 실내에서의 체험학습 (우천시)	
<ul style="list-style-type: none"> 프로젝트아드벤처 	<ul style="list-style-type: none"> 내용 : 그룹별협력해서 과제에도전체험을 통해 신뢰구축 장소 : 체육관 요금 : 체험지도자수 : 1반에1명 체험인원 : 1반20명 × 2반까지 소요시간 : 90분 실시시기 : 년중
<ul style="list-style-type: none"> 진짜버터만들기 	<ul style="list-style-type: none"> 내용 : 생우유+허브,프랑스빵만들기허브차 만들기 장소 : 실내 요금 : 1인/21,000원 체험지도자수 : 1반에 1~2명 체험인원 : 40명까지 소요시간 : 90분 실시시기 : 년중

③ 체험시설			
시설명	수용인원(인)	사용료(원)	주요용도
• 공원스포츠광장	50~100명	1일/10,000원	스포츠, 자연체험, 자원봉사 사회체험
• 바베큐장	80명	1명/15,000원	생산활동체험
• 자연생활관	50명	1명/10,000원	잼만들기
• 전통공예관	50명	1명/8,000원	목초염색

(다) 숙박시설

	농어업민박	기타민박	팬션	코테이지
• 동(간) 수 (동)	9	3	9	4
• 총 객실 수 (개소)	102	32	54	24
• 총 수용 인원 (인)	413	125	130	180
• 숙박료	1박 2일(원)	60,000~	60,000~	70,000~
	잠만자기(원)	35,000	35,000	

(라) 안전대책

① 긴급시의 병원등

병원명	주소	후송대책	소요시간
• 산이일적병원	하구호정선진	숙박지에서 15분	

② 안전에 대한 배려

- 체험현장에서 사고 발생시 지원체제 확립

참고문헌

1. 농촌생활연구소(2002), 「농촌·농업관광프로그램개발연구」, 『농촌생활연구소』
2. 농협중앙회(2002), 「농촌체험관광」, 『농협중앙회』
3. 농협중앙회(2003), 「농촌체험관광」, 『농협중앙회』
4. 강신겸(2003), 「농촌관광프로그램개발」, 『삼성경제연구소』
5. 류선무(2003), 「농촌관광성공전략」, 『청농관광농업연구소』
6. 류선무외 5인(2003), 「그린투어리즘이론과 실제」, 『청농관광농업연구소』
7. '류선무' (1997a), 「관광농업연구」, 『백산출판사』
8. 한국관광공사, 「체험관광실태조사 및 수요예측방안연구」 『한국관광공사』
9. 고종화(2003), 「농어촌체험 관광활성화방안」, 『아시아 그린투어리즘 네트워크 토론회 발표집』
10. 21世紀村づくり塾, “グリーン・ツーリズムの計画と實戦”, 21世紀村づくり塾, 平成 9年3月

그린 투어리즘 프로그램 개발·평가를 위한 구조모델 구축과 적용

송재호* · 이성은**

1. 서론

그린 투어리즘은 현대 도시인의 욕구에 부응하여 안전한 먹거리와 농업활동, 농촌의 전통 문화와 라이프 스타일, 아름다운 자연경관과 생태환경을 기반으로, 농촌발전, 방문객 만족, 지속가능성 보장을 동시에 달성할 수 있는 새로운 관광개발형태이며 또 그렇게 기대되고 있다. 오늘날 그린 투어리즘이 각광받는 이유는 고령화, 자유시간의 증대와 여행에 대한 취향의 변화가 주된 요인이다. 그리고 받아들이는 농어가 (host) 입장에선¹⁾ 농어업의 상대적인 쇠퇴에 따른 취업기회 모색²⁾ 소득의 감소에 따른 농어업의 다각경영 모색³⁾ 지방자치단체를 비롯한 민간단체의 농업·농정에 대한 관점 변화⁴⁾ 지속가능한 관광(sustainable tourism)의 중요성에 대한 인식의 전환이 주된 요인이다(박광순, 1998).

그러나 그린 투어리즘에 대한 연구영역의 확대는 활발히 이루어지고

* 제주대학교 관광개발학과 조교수. 관광정책, 섬 관광 등에 관심있음. e-mail: aaa2000@cheju.ac.kr
** 제주대학교 대학원 관광경영학과 박사과정. 관광지 경영관리, 관광마케팅 등에 관심있음.
e-mail: selee3427@hanmail.net

있지 않은 실정이다(Oppermann, 1996). 그린 투어리즘의 실천적 동향 역시 농외 소득의 확대와 농촌 재개발에 초점을 맞춘 프로그램 개발 등 공급측면에 치중되면서 수요와 공급간에 불균형을 낳고 있어(WTO, 1998), 이런 기대에 충분히 부응하지 못하고 있다.

그린 투어리즘을 제대로 개발 · 정착시켜 나가기 위해서는 그린 투어리즘을 통해 농촌지역의 사회경제적 문제에 대한 해결책을 제시해야 한다(Kieselbach and Long, 1990; Gannon, 1994; OECD, 1994). 동시에 관광의 특성을 개체적으로 분할하지 않고 총체적 맥락에서 고려하는 시스템 분석원리(principle of systematic approach)를 동시에 반영하는 기반을 구축할 필요가 있다. 다시 말해서 그린 투어리즘을 실현하기 위해서는 그린 투어리즘 개념의 모호함과 불분명함을 구체화하고 그것이 지향해야 할 바를 한눈에 알아볼 수 있는 구조모델의 개발이 무엇보다 선결되어야 한다(이웅진, 2002). 그리고 이에 더 나아가 이러한 모델을 이루는 각각의 구성개념을 측정가능한 형태로 표시하고 이를 실제 적용함으로써 모델의 실천가능성을 확보하는 것 역시 시급하다.

그래야 오늘날 한국의 농촌관광, 그린 투어리즘 개발이 가지고 있는 제반 문제점을 해결할 수 있는 실마리를 마련할 수 있으며, 방문객들이 요구하는 체험 프로그램을 자연 속에서 조화시킴으로써 지속가능한 생태문명을 회복하는 그린 투어리즘 본질의 구현도 가능하다. 이러한 문제인식하에 본 연구는 한국 농업과 농촌의 새로운 문제해결 대안으로서 그린 투어리즘을 연구초점으로 하고 있다. 그리고 그린 투어리즘이 한국 관광의 지속가능한 대안으로서, 소규모 주민주체 및 공동체 개발의 유력한 형태로서 자리잡게 하기 위하여 농업과 관광을 실효성있게 통합하는 이론적 구조모델을 구축하고, 이를 검증하여 현장에 적용하는 것을 주요 목적으로 하고 있다. 이를 위해 본 연구는 내용적 범위상

크게 규범적 맥락에서의 이론연구, 경험적 맥락에서의 실증연구, 그리고 가치적 맥락에서의 정책연구라는 세 가지 범주를 포괄하였다.

첫째, 문헌연구에 의해 그동안 분산적으로 이루어져온 그린 투어리즘 관련 연구를 추적, 다양한 관점에서 그린 투어리즘에 대한 접근체계를 확립하고 이에 근거하여 그린 투어리즘에 대한 새로운 통합적 개념화를 시도한다. 이러한 과정을 통해 그린 투어리즘을 이루는 입체적 구성개념을 명확히 하고 그 시스템적 구조를 규명함으로써 이론적 구조모형을 세운다.

둘째, 실증연구에 의해 개발된 구조모형을 측정모델로 하여 이를 검증함으로써 이론구조모형이 실제 현장에 적용할 수 있는 논리적 타당성을 확보한다. 이를 위해서 이론구조모형을 이루는 구성개념들의 관계가 가설로 설정되며 가설과 모델이 공변량구조분석을 통해 검증된다.

셋째, 정책연구에 의해 이론화 가능성이 검증된 그린 투어리즘 구조모형의 실천적 유용성을 확보하는 것이다. 이를 위해서 한국의 대표적 농촌관광지라 할 수 있는 강원도 화천군 상서면 신대리와 제주도 서귀포시 예래동을 연구지역으로 선정하고 이를 대상으로 그린 투어리즘 이론구조모형을 현장에 적용, 부문별·항목별 세부지표를 측정하고 그 결과를 계량경제기법을 통하여 지수형태로 산출·평가·비교한다. 이 과정을 거치면서 실제 그린 투어리즘의 취약한 부문과 항목이 선명하게 드러나는 만큼 그린 투어리즘 개발상의 문제점이 도출되게 되며, 또한 이를 개선하기 위한 정책우선권 설정도 가능하게 된다.

II. 이론 연구

1. 그린 투어리즘의 기존 개념들

개념적으로 그린 투어리즘은 농촌지역 환경을 기반으로 하는 상품을 제공하는 것을 주요내용으로 하는 관광으로 인식되어왔다. 그린 투어리즘의 매력은 지역마을 공동체의 일상생활 자체에 있으며(Pearce, 1990), 지역의 정체성과 자연에 친숙함, 농촌 관광지의 문화유적과 주민들과의 접촉을 통해 나타난다(Lane, 1989). 유럽에 근간을 두고 있는 그린 투어리즘은 농촌관광(rural tourism)과 일반적으로 혼용되고 있다(Yamazaki, Oyama and Ohshima 1997)²⁾. OECD(1994)에 따르면, 그린 투어리즘은 농촌다움(rurality)과 지속성(sustainability)이란 속성을 가짐으로써 다른 유형의 관광과 차별화 될 수 있다. 그리고 유사한 용어인 생태자원의 희소성을 바탕으로 환경보존과 교육적 경험을 제공하는 생태관광, 장기적으로 미래세대까지 관광의 연속성이 보장되는 지속가능한 관광 등의 형태 중에서 농촌지역에서 이루어지는 관광이라 규정하고 있다. 즉, 농촌관광은 도시민들이 농촌다움이 보전된 농촌에 머물면서 그곳의 생활을 체험하고 여가를 즐기는 형태인 것이다(Keane et al., 1992; 강신겸, 2002).

이호철(2000)은 그린 투어리즘은 조성하는 것이 아니라 ‘농촌을 가꾼 결과물’로서, 농촌의 고유한 문화·역사·자원을 근간으로 소자본,

2) 농민이 관광산업을 시행하면 농업관광으로, 농촌에 거주하는 비농업인이 민박 또는 농가식당을 운영하면 농촌관광으로, 농업관광과 농촌관광을 포함하여 나타낼 때는 그린 투어리즘이라는 견해가 있다(강신겸·김정연 역, 1997; 류선무 등, 2001; 홍성권·김성일, 2002). 관광농업이 농촌지역에 숙박·편의·안내시설, 안내도로 등을 구축하기 위하여 인위적으로 특정한 공간에서 방문객들이 휴양할 수 있는 하드웨어 중심의 개념(농업과 농민의 서비스 제공자로서 적극적인 성격을 담아내지 못한)임에 반하여, 그린 투어리즘은 농촌이 지니고 있는 역사, 문화, 전통, 설화, 자연 등의 농촌자원을 이용하여 농촌다움에 함께 참여하는 등 관광농업보다 다중적인 여가활동이 가능한 개념을 가지고 있다(Reichel, et al., 2000; 이동기, 2001).

생산자와 이용자의 상호 일체를 추구한다고 하였다. 그리고 농업과 타 산업과 연계를 통해 농촌자원의 공익적인 면을 최대화하여 자연을 파괴하기보다는 생태적이면서 환경 친화적인 개발을 지향하는 관광형태로 설명하면서 농촌진흥 전략적 측면을 강조하였다.

자료 : 연구자 작성

〈표-1〉 그린 투어리즘의 개념

연구자	개 념 정 의	강조점
이동기 (2001)	그린 투어리즘은 농촌이 지니고 있는 독특하면서도 고유한 자원의 문화, 역사, 전통, 놀이, 생태를 보전하면서 도시민들과의 상호 교류를 통해 생산적, 공익적 기능을 수행하는 농촌진흥전략이다.	농촌활성화, 농촌자원
류선무 (2001) 농림부 (2001)	도시민의 여가활동 측면에서의 그린 투어리즘은 농촌의 자연경관과 전통 문화, 생활과 산업을 매개로 도시민과 농촌주민간의 교류형태로 추진되면서 관광수요를 창출하는 체류형 여가활동이라고 정의될 수 있다.	도시민여가, 농촌자원
순창군 (2002)	그린 투어리즘은 농산촌 주민들의 주도로 농산출지역자원(자연경관, 풍습, 영농, 문화, 특산물 등)과 환경을 보전·개발하여 도시주민들에게 제공하면서 도시와 농촌의 상호교류를 통해서 이루어지는 지역진흥전략이다.	농촌활성화, 농촌자원
박덕병 (2002)	그린 투어리즘은 관광자원을 개발하고 서비스를 제공하는 주체가 외부자본이 아니라 농촌주민들이기 때문에 지속적으로 농촌사회의 경제를 활성화시키고, 지역주민이 참여하여 지역사회의 주체화가 이뤄지는 사회개발 차원이다.	농촌활성화, 대안관광형태
송미령 (2002) Potts et al. (1992)	농촌의 잠재적인 고유한 유·무형의 자원을 바탕으로 마을이 주체적인 참여하면서 상품을 생산하고, 도시민과 농산촌 지역 주민과의 교류를 통해 지역사회를 활성화하는 농촌활성과 전략이다.	농촌활성화, 농촌자원
山崎光博(1997), 財團法人21世紀 づくり整(1995), Kirppendof (1987)	그린 투어리즘은 자연중심의 여가, 자연적 농업정책, 농촌 정주정책, 야외 레크레이션, 농촌 생활문화, 농촌 사람들의 자본과 서비스를 바탕으로 도시민과 마을 주민과의 교류를 통해 이루어지는 지역활성화 전략이다.	농촌활성화, 농촌자원
Gilbert (1989)	그린 투어리즘은 환경, 지역공동체, 방문객의 일반적인 복지 향상을 유도할 수 있도록 지역사회의 자원을 계획하고 이용하는 것이다.	도시민여가, 농촌자원
Pearce (1990), Lane (1989)	농촌지역 환경을 기반으로 하는 상품을 제공하는 것을 주축으로 하는 관광으로, 그 매력은 일상생활 자체에 있으며, 지역의 정체성과 자연에 친숙함을 느끼며, 농촌 관광지의 문화유적과 주민들과의 접촉을 통해 이루어진다.	농촌자원, 대안관광형태
Bramwell & Lane (1994)	그린 투어리즘을 농장에서 단순히 주말을 보내는 것만 아니라 자연탐방, 생태관광, 유적관광까지 포함하는 다면적인 여가활동이다.	도시민여가

연구자	개 념 정 의	강조점
Luzar, et al., (1998)	그린 투어리즘은 농촌의 자원, 생태, 역사, 문화 등의 자원을 바탕으로 방문자의 방문욕구를 충족시키는 관광형태이다.	도시민여가 농촌자원
Reichel, et al., (2000)	관광농업보다 다중적인 여가 활동의 개념으로 농촌의 역사, 문화, 전통, 설화, 자연 등의 자원을 이용하여 농장을 기반으로 한 여가 활동뿐만 아니라 산악구보, 등산, 어드벤처, 스포츠와 건강 관광, 사냥, 교육체험, 자연미술 및 유적지 관광 등 자연과 생태를 중심으로 한 관광활동이다.	도시민여가 농촌자원 대안관광형태
Patel and Mitlin (2002)	대중관광의 아류로서가 아니라 농촌지역사회 주민 공동체가 합의, 자발성, 창의를 바탕으로 주체화되는 과정으로서 이런 농촌 주민들의 주체화 되는 과정은 효과적인 농촌개발을 위해 가장 중요하다.	대안관광형태

박석두(2000)는 그린 투어리즘은 녹색이 풍부한 농·산·어촌 지역에 머물면서 자연·역사·문화·사람과의 교류를 통해 다수 국민들에게 상품의 형태로 제공됨으로서 생산적 기능과 공익적 기능이 수행되는 체재형 여가활동으로 정의하면서 방문객의 여가활동 측면을 중심으로 설명하였다.

한국관광산업개발연구소(2000)에 따르면, 그린 투어리즘은 농촌지역만이 가지고 있는 자원을 활용하는 관광으로, 농촌 지역은 각 지역마다 특성을 가지고 있기 때문에 도시 주민에게 차별적인 체험을 줄 수 있고 교류를 가능하게 한다고 설명하면서 농촌자원의 개발과 공급적 측면을 중심으로 그린 투어리즘을 고려하고 있다. 프랑스 농촌관광진흥센터(TER) 사무국장 H. 클로로는 유럽의 그린 투어리즘을 정의하면서, 지역의 의지를 바탕으로 하고, 지역에서 모든 것이 통제되며, 지역에서 경영 및 운영되면서 지방의 문화적 특성을 살리고 지역에 사회적·경제적 이익이 환원되는 관광으로 설명하여(井上和衛·中村功·山崎光博, 2000), 주민참여와 지역의 문화 정체성 유지 및 경제적 이익 확보를 주목적으로 하는 대안관광 차원의 그린 투어리즘 관점을 강조

하고 있다.

2. 그린 투어리즘에 대한 접근체계 확립³⁾

1) 농촌 활성화 전략차원의 접근

대도시로의 인구집중은 농촌취락의 소멸 등 농촌 사회의 구조적 변화를 가져와, 농림업의 생산조건이나 취업조건, 생활환경 악화, 유희농지의 증가, 농림업 담당자의 고령화와 일손부족으로 이어지는 각종 문제를 일으켰다(井上和衛·中村功·山崎光博, 2000). 이런 농촌사회의 문제를 해결하기 위한 농촌 활성화 전략차원에서 그린 투어리즘에 대한 연구가 비교적 활발히 이루어져 왔다(Fleischer & Pizam, 1997; Page & Getz, 1997; OECD, 1994). 그러나 대부분의 연구들은 그린 투어리즘이 농촌지역 경제 활성화에 기여하는 역할에 초점을 맞추고 있다(Clarke, et al., 2001; Fleischer & Pizam, 1997).

실제로 그린 투어리즘은 농촌지역의 쇠신뿐만 아니라 다양한 고소비 시장 유인, 패키지 관광과 관련된 계절성 문제 최소화, 개별관광 활성화, 관광의 사회경제적 편익 농촌지역으로 확대, 환경 친화적 관광 수요 충족 등 다양한 관광진흥 효과를 가져오고 있다(Sharpley, 2002). 그린 투어리즘은 고령화된 농촌의 노동력 현실에 적합한 방식으로 농촌 주민소득 향상, 삶의 질 향상, 지역산업 기반의 다양성 확보, 고용증가, 세

3) 그린 투어리즘을 제대로 파악하려면 우선 개념의 다양한 속성차원(dimension)을 고찰하면서, 각 개념들의 이론적 테두리를 확인하는 작업을 실시해야 한다. 본 연구는 그린 투어리즘을 둘러싼 다양한 개념 범주를 농촌지역의 고유한 자연자원, 문화자원을 방문객에게 제공하는 농촌 체험프로그램의 측면, 농촌지역의 전반적 활성화를 도모할 수 있는 농촌 활성화 전략의 측면, 방문객의 새로운 체험공간에서의 질 높은 여가생활이란 측면, 환경보호와 지역 공동체의 정체성을 강화해 나가는 대안관광적 측면과 같이 4가지로 재구성하고 각 측면에서 지금까지 연구되고 있는 국·내외 선행연구를 바탕으로 그린 투어리즘의 통합적 개념화를 위한 전 단계로서 그린 투어리즘에 대한 접근체계를 확립하였다.

수확대, 기업수입 증대 등 농촌 공동체의 생존을 위한 경제적 거래의 활성화를 가능하게 해준다(송미령, 2002).

그러나 실제로 그린 투어리즘은 관심과 투자에 비해 농촌주민의 소득증가에 기대만큼 기여하지 못하는 것으로 지적되고 있다(Hjalager, 1996; Oppermann, 1996). 우리나라의 경우도 1980년대 중반 이후로 ‘농어촌발전 특별조치법’ 이나 ‘농어촌정비법’ 등을 통해 2000년 까지 491개소의 관광농원과 266개의 민박마을, 8개의 농어촌휴양단지를 조성하는 등의 정책적 노력은 상당했다. 그러나 과잉시설 투자로 인한 경영 불안정, 획일적이고 개성없는 서비스 등으로 큰 결실을 거두지 못하였고, 진정한 의미의 그린 투어리즘을 위한 디딤돌이 되지는 못하였다.

2) 도시민의 여가활동이라는 수요측면적 접근

그린 투어리즘은 도시민의 여가활동이라는 점에서도 중요한 위치를 점하고 있다. 도시화의 진전과 이로 인한 생활조건의 악화, 주5일 근무제 실시 등 도시민들의 여가가 복잡한 도시를 탈출하여 농촌을 지향하는 형태를 띠게 된 것이다(井上和衛 · 中村功 · 山崎光博, 2000).

이런 도시민들의 여가 패턴에 부응하기 위해 농촌은 휴식, 체험을 제공하는 장소로 새롭게 만들어지고 있는 것이다. 이는 환경, 생명, 다양성을 중시하는 사회적 가치의 변화로 인해 농촌에 대한 사회적 요구가 크게 달라지고 있음(채예병 · 박경호, 2000)과 맥락을 같이한다.

Bramwell and Lane(1994)에 따르면, 그린 투어리즘을 농장에서 단순히 주말을 보내는 것만 아니라 자연탐방, 생태관광, 유적관광까지 포함하는 다면적인 여가활동으로 기술하고 있다. 도시민의 여가활동 측면에서 그린 투어리즘은 농촌의 자연경관과 전통문화, 생활과 산업을 매개로 도시민과 농촌주민간의 교류형태로 추진되면서 관광수요를 창출

하는 체류형 여가활동(채예병·박경호, 2000; 류선무, 2001; 농림부, 2001)으로 간주되고 있는 것이다. 그린 투어리즘은 농촌에 대한 도시인들의 인식전환과 늘어나는 여가수요에 부응하여 농촌을 소비의 장소, 놀이와 휴식, 체험의 장소로 새로이 재편성하고 있는 것이다(문옥표, 2000). 농촌주민들은 전통적인 농업생산 행위를 수행하면서 농촌이 지니고 있는 자연과 문화의 활용을 통하여 도시방문객들과 사회적 교류까지 담당하게 된 것이다(Fleischer & Pizam, 1997).

이런 의미에서 그린 투어리즘은 농촌지역에서의 체재형 관광을 제공하는 농촌체재형 관광이라고 볼 수 있다. 따라서 이에 상응하는 농촌형 숙박과 식음, 접객, 체험프로그램과 이벤트, 도농교류와 호스티탈리티, 문화와 생태자원 관리 등이 요구된다고 할 것이다.

3) 농촌자원 개발 및 공급이라는 자원적 접근

그린 투어리즘은 농촌이 지니고 있는 고유한 농촌자원을 통해 이해될 수 있다. 그린 투어리즘의 성공은 결국 농촌자원에 달려있다고 해도 과언이 아닐 것이다(Kastenholz et al., 1999). 그린 투어리즘은 바로 농촌지역의 풍부한 역사, 문화, 생태, 자연자원을 바탕으로 성립된다(Reichel, et. al., 2000; 이동기, 2001; 농림부, 1997, 2001; 류선무 외, 2001). 그리고 이들 자원을 보전하고 관리하여 농촌주민들과 방문객이 함께 즐길 수 있는 이벤트와 체험프로그램을 제공함으로써 도시와 농촌이 교류하고, 이를 통해 방문객의 욕구를 충족시킬 수 있게 해준다.

농촌자원 중심의 접근방법은 매력있는 농촌자원의 공급을 통해 방문객의 관광과 체험, 여가 활동에 만족을 가져다주는 접근방식으로 이해될 수 있다(Kastenhaz, et al., 1999; 문옥표, 2000). 도시민의 관광패턴이 체재형, 체험형, 가족형, 친환경적형의 패턴으로 변화함에 따라 농촌

관광은 더욱 농촌자원을 이용하여 농사체험, 농촌휴양, 농촌문화체험, 특산물 판매, 농촌민박 등의 형태로 전환하기 시작하고 있다(강신겸 · 민승규, 2002). 제공되는 농촌자원의 유형은 문화와 역사, 생태와 자연, 전통생활양식(오순환, 2001), 특산품(Clark et al., 2000), 전통가옥과 향토음식(Fleischer & Pizam, 1997; 박동균, 1999), 경관(윤지옥, 1995) 등을 제시할 수 있다(이동기, 2001).

농촌자원 보전과 관리를 위한 프로그램으로서 그린 투어리즘은 다중적인 여가활동을 보장하고, 농업 · 임업 · 어업 등과 타산업과 연계를 시도하며, 먹거리와 도·농 교류활동과 농촌체험과 같은 활동(Reichel, et al., 2000)을 필요로 한다. 여가의 확대에 의해 점차 도시민들은 농촌자원을 활용한 체험이나 여가를 즐기기 위해 농촌으로 집중될 것은 분명한 사실이다. 그러나 그린 투어리즘 시장의 확대에 인하여 독특한 농촌자원을 이용한 프로그램이 차별화되지 못하고 시설의 유지 및 관리가 제대로 이루어지지 않게 되면, 그린 투어리즘은 제대로 시행될 수 없다. 따라서 그린 투어리즘은 방문자들에게 방문욕구를 충족시키기 위한 매력요인으로서 농촌지역 자원의 관리와 환경보전이 필요하게 되는 것이다(Luzar, et al., 1998).

4) 대안관광적 접근

그린 투어리즘은 관광의 관점에서 새로운 요구에 부응하는 대안관광으로서 크게 부각되고 있기도 하다. 1970년대 후반부터 관광의 부정적 영향을 지적하는 주목할만한 연구흐름이 있었고 그 해결방안으로 1990년대 초반 이후 ‘관광의 지속가능성’이 부각되었다⁴⁾.

이런 취지에서 그린 투어리즘은 생태관광, 문화관광 등과 함께 지속가능한 관광의 주된 형태로 인식되고 있다. 그린 투어리즘은 대중관광

과 구분하기 위한 지속가능한 관광의 한 형태로서 사용되고 있는 용어로(Harrison & Husbands, 1996), 지속가능한 발전론(sustainable development)에 의해 이론적으로 뒷받침이 되고 있다. 즉, 대량관광(mass tourism)의 통제되지 않았던 개발이 환경적·사회문화적으로 심각한 문제를 야기함에 따라 농촌지역의 경제성장에 있어서도 지속가능성이 필수적으로 적용되어야 하고, 그 과정에서 자연자원의 관리는 지역사회에 의해서 담보되고 그 속에서 경영되어야 한다는 것이다(Ioannides, 1995).

그린 투어리즘은 대규모 외부자본에 의한 관광개발이 아니라 지역주민들 자신이 관광자원을 개발하고 관광객들에게 서비스를 제공하는 주체가 되기 때문에 소득의 외부유출을 최소화하고 지역화할 수 있다는 점에서 경제적 지속가능성을 확보할 수 있다. 또한 농촌다움을 유지하기 위해서는 지역사회의 고유한 문화와 자연을 보존하고 쾌적한 환경을 보존하지 않을 수 없으므로 환경과 문화의 지속가능성을 담보할 수 있게 해준다⁵⁾.

농촌의 생태·문화 특성이 무너지면 그에 기반하는 그린 투어리즘도

4) 1970년대에 들어서 관광영향연구의 방향전환이 이루어져 관광의 부정적 측면을 서술하는 주목할만한 연구흐름이 있었다. 이들 연구자들에 속하는 Bryden(1973), Jafari(1974), Smith(1977), Matthews(1977), de Kadt(1979), Cohen(1978) 등은 좀 더 경종을 울리는 국제관광의 어두운 면을 기술하고 있는데, 그 중요 요소들은 전통문화의 변질, 기존 가치체계의 붕괴, 혼잡, 오염, 소음, 도박, 매춘, 범죄의 증가 등을 포함하고 있으며, 극단적인 경우에는 선진국의 국제관광정책을 신식민주의적 착취(plantation tourism)의 변형으로 보는 경우도 있다. 이러한 연구흐름들은 1980년대와 1990년대를 거치는 동안 '지역공동체에 기반한 관광'으로 그 흐름을 발전시켜 왔다. 여기에 속하는 Murphy(1983, 1985, 1988, 1993), Haywood(1988), Keogh(1990), Farrell과 Runyan(1991), Inskeep(1991), Jamal과 Getz(1995), Harrison과 Husbands(1996) 등의 연구자들은 관광개발의 궁극적 목적을 관광의 경제적·사회적·문화적 이익을 창출·분배함으로써 지역주민의 삶의 질을 향상시키는 것으로 정의하고, 관광계획은 지역사회의 지속가능성을 우선적으로 고려해야 함을 강조한다.

5) 농촌경제에 대한 논의가 외발적 접근에서 내발적 접근으로 전환되는 거시변화와 맥을 같이 한다. 농촌 개발에 있어 1970년대 후반까지는 외발적 발전 접근(exogenous development approach)이 지배적이었으나 농촌지역의 지속가능한 경제 성장으로 귀결되지 못함을 인정하고(Lowe et al., 1995), 지역의 자원과 지역의 추진력(impulse)에 의해 개발되어야 하고 지역공동체 지도로 진행되어야 한다는 내발적 발전 접근으로 그 연구의 흐름이 전환되었다(Slee, 1994; Murray & Dunn, 1995; Terluin, 2003). 농촌 활성화를 위한 전략이 지역공동체를 중심으로 한 생태적 경제적 기반을 강조하고 있는 것이다(Kneafsey, 2001: 763).

붕괴할 수밖에 없다는 점에서 지속가능성이 강조되고 있는 것이다 (Turnock, 1999; MocBoyle, 1996; 박대식, 2000). 지속가능성은 농촌자원 보전과 더불어 농촌자원과 인간이 별개의 존재가 아닌 동일한 시각을 전제로 하여 농촌의 생태·경제·사회·문화·정치적 기반에 대한 이해와 도시와의 긴밀한 교류를 통해 농촌의 공익적 기능을 극대화하는 것이다.

대안관광으로서 그린 투어리즘은 지역주민이 능동적인 주체(주민자치)가 되어 지역이 보유하고 있는 자연자원, 기술, 인재, 문화, 시장 등 모든 자원을 활용하여 복합적인 경제를 육성하는 것 뿐만 아니라, 그것들의 네트워크를 이룩하여 환경보전과 함께 생활의 질을 향상시켜 종합적으로 농촌지역과 같은 낙후지역의 지역발전을 도모한다(박덕병, 2002)는 의미를 담고 있다.

그리고 지속가능성이 강조된 그린 투어리즘 프로그램은 기존 마을의 전통 가옥을 개조와 보수를 통해 관광시설로 활용하고 관광객을 유인함으로써 지역공동체 활성화, 지역주민의 수입증가, 마을 환경(전통가옥, 거리풍경, 전통적 회합정소 등)의 보전, 프로그램 참여자들과의 공동 캠페인을 통한 마케팅, 지역축제, 동·식물권, 예술품과 수공예품 개발 등과 같이 지역에 기반한 잠재적 관광활동을 중시한다(Bourke and Luloff, 1996).

3. 그린 투어리즘의 통합적 개념화와 이론구조모델의 구축

그린 투어리즘은 농촌경제가 농촌에서의 경제활동의 쇠퇴를 보완할 수 있는 대안으로 등장했지만(Keane and Quinn, 1990), 단순히 전통적

농업을 보완하기 위한 선택으로 해석되서는 안 된다. 즉, 일반적인 지역 개발에 관련해서 매우 광범위한 관점에서 고려되어야 하며(Grefe, 1994), 다양하고 다른 관점이나 모순된 효과를 유발하는 매우 복잡한 현상(Mathieson and Wall, 1982)으로서 조심스럽게 접근되어야 한다.

이는, 농촌경제의 부흥과 농촌 사회의 전반적 활성화를 위한 농촌활성화 전략이 방문객 수요를 고려하는 측면과, 농촌 자원과 환경의 보전 관리를 고려하는 측면이 동시에 고려해야 함을 시사하고 있다. 관광은 일반적인 지역 개발에 관련해서 매우 광범위한 관점에서 고려되어야 한다(Grefe, 1994). 어떤 지역에서의 관광개발이라 할 지라도 그것은 다양하고 종종 서로 다른 관점이나 모순된 효과를 유발하는 매우 복잡한 현상이다(Mathieson and Wall, 1982).

Gilbert(1989)는 4가지 방식으로 그린 투어리즘을 설명하고 있다. 첫째, 지역공동체의 복지와 환경을 모두 향상시킬 수 있도록 하는 의미를 강조하는 개념(concept)으로서 농촌관광, 둘째, 인적자원, 정보기술 및 예산 사이의 상호관계의 결과로 나타나는 현상(phenomenon)으로서 농촌관광, 셋째, 지역주민, 방문객, 환경에 의해 파생된 사회적 편익을 향상시킬 수 있도록 고안된 최선의 계획의 의미를 담고 있는 전략(strategy)으로서 농촌관광, 넷째, 관광마케팅 뿐만 아니라 지리학, 경제학, 농업관련 학문에 본질적으로 상당히 의존할 수밖에 없는 다학문적(multidisciplinary) 학문분야(discipline)으로서 농촌관광이 그것이다. 이런 개념 체계 하에 Gilbert는 농촌관광을 ‘환경, 지역공동체, 방문객의 일반적인 복지(welfare) 향상을 유도할 수 있도록 지역사회의 자원을 계획하고 이용하는 것’이라 정의하고 있다.

그린 투어리즘의 통합적 개념화를 위한 기존의 선행연구들 역시 서로 다른 관점을 가지고 있으나, 대체로 농촌 활성화 전략의 의미, 도시

민의 새로운 여가활동의 의미, 농촌자원의 개발과 공급의 의미, 마을 지역공동체의 주체적 참여와 문화 정체성 확보, 환경보전을 목표로 하는 대안관광의 의미를 모두 포괄하고 있다고 보아진다. 따라서 그린 투어리즘의 통합적 개념화를 위해서는 각 접근체계의 상호 연관성을 살펴볼 필요가 있다.

첫째, 그린 투어리즘은 농촌지역의 활력을 회복케 해줄 수 있는 중요한 개발수단이다. 그런데 농촌 활성화를 위해서는 지역주민이 주체가 되어야 하고 외부자본이 아니라 지역주민의 소규모 투자가 실질적인 농촌경제 활성화에 도움을 줄 수 있기 때문에 대안관광적 접근체계와 상호 관련성을 갖는다.

둘째, 농촌사회는 도시민에게 휴식·휴양과 체험을 제공함으로써 도시민의 여가활동을 농촌부흥을 위한 새로운 소득원으로 인식하게 되었고, 도시인은 저렴한 비용으로 가족과 함께 색다른 농촌문화를 접하면서 도시의 스트레스를 해소하고 삶의 활력을 충전하면서 자연도 학습하는 여가체험 공간을 갖게 되었다. 즉, 도시민의 다중적 여가활동으로서 그린 투어리즘은 도시의 삶에 찌든 도시인들이 전원을 갈망하는 여가욕구의 증대라는 사회적 배경으로 인해 형성되고 있음을 파악할 수 있게 한다. 그리고 이런 수요측면은 상대적으로 지금까지 활발하게 제시되어 온 농촌자원의 개발 및 공급과 연계되고 있음을 알 수 있다.

셋째, 농촌의 사회적 변화로 인해 변모하고 있는 농업은 이제 농산물이라는 재화 생산영역과 농촌어메니티 공급이라는 서비스 생산영역을 아우르는 포괄적 형태로 변모하고 있는 사실에 주목할 필요가 있다. 다시 말하면, 농촌은 재화로서 유기농산물을 생산하고, 생산환경을 배경으로 풍부한 농촌 어메니티를 서비스로 공급하는 상호 의존적 형태가 이전 보다 훨씬 강화되는 형태로 변화하고 있다는 것이다.



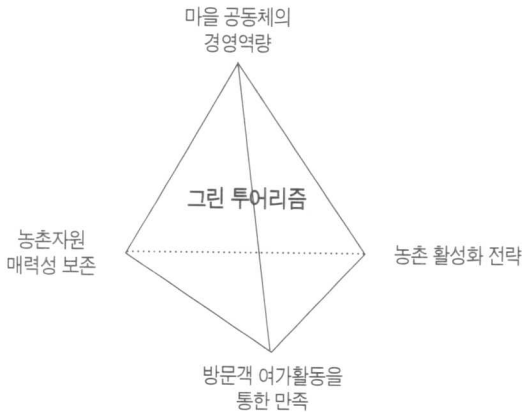
넷째, 그린 투어리즘은 대규모 외부자본이 아니라 지역주민들이 관광자원을 개발하고 관광객들에게 서비스를 제공하는 주체가 되는 내발적 발전(endogenous development)의 성격을 띠기 때문에, 소득의 외부유출을 최소화하고 지역화할 수 있다는 특성이 있다. 이런 성격으로 인해 그린 투어리즘은 지역사회의 경제적 지속가능성을 담보할 수 있고, 농촌다움을 유지할 수 있으며, 지역사회에 고유한 문화와 자연·쾌적한 환경의 보존을 확보할 수 있게 해준다.

이상과 같은 각 접근체계의 상호 연관성을 고려할 때, 통합적으로 적용할 수 있는 그린 투어리즘의 개념화는 '지역 공동체가 중심이 되어 농촌의 자연자원과 고유한 문화자원의 보존과 매력성을 유지함으로써 농촌 마을의 경제적·사회적 활성화와 방문객의 경험의 질을 높여 만족을 유도하는 새로운 관광 형태'로 규정할 수 있으며 이에 따른 이론구조모델과 그 구성개념은 다음 <그림 1>과 같이 '마을 활성화 전략', '농촌 자원 매력성 보존', '방문객 만족', '지역공동체 역량'과 같이 4가지로 도출하였다.

이와 같은 작업은 그린 투어리즘의 통합적 개념화 실시 이후 구성개념을 구체화시키는 단계로서, 각 구성개념이 전달하게 될 속성의 카테고리 고리를 명백히 구축하고, 그 카테고리들이 자료를 담는 용기의 역할을 수행할 수 있도록 이들을 경험적 지표(실증 지표, empirical indicators)로 전환시키는 절차의 성격을 갖는다. 이와 같은 통합적 이론구조모델에 근거해서 그린 투어리즘 프로그램 개발이 이루어지고 그 성과가 평가될 때, 오늘날 그린 투어리즘 개발이 가지고 있는 제반 문제점들을 해결할 수 있는 실마리를 마련할 수 있다. 그리고 이와 동시에 자연과 방문객의 요구를 최적으로 조화, 지속가능한 생태문명을 회복하는 그린 투어리즘의 본질도 구현할 수 있는 것이다.

[그림-1] 그린 투어리즘의 구성개념

자료 : 연구자 작성



4. 이론구조모델 구성요인의 도출

1) 농촌 활성화 전략의 구성요인

농촌활성화 전략으로서 그린 투어리즘의 기능은 지역활성화를 위한 전략적 수단, 지역의 이미지를 바꾸는 CI전략, 마케팅 의식 함양, 도시와의 교류 추진, 지역내 협력 의식 형성, 리더십 개발, 광역 네트워크 형성과 브랜드화 추진 등이다(森 秀雄, 1997). 이 구성개념의 주된 목적은 농가의 부수입 증가를 통한 농촌경제를 활성화시키는데 있다. 그리고 농가의 소득을 올릴 수 있는 방법은 도시와의 교류를 통한 방법과 방문객들의 여가활동을 통한 방법이 있다.

본 연구는 앞에서 설명한 그린 투어리즘의 접근체계별 고찰과 통합

적 개념화를 통해서 그린 투어리즘의 첫번째 구성개념으로서 ‘농촌 활성화 전략’을 도출하였고 ‘경제적 기여’, ‘사회적 활력’, ‘경쟁력 전략’과 같은 구성 변수를 갖는 것으로 선행연구를 통해서 확인하였다.

그린 투어리즘의 농촌활성화 전략은 그린 투어리즘이 농업 중심의 마을 경제기반을 다양화(Cavaco, 1995; Oppermann, 1995; Williams & Shaw, 1998)하면서 농가의 부수적 수입을 창출함으로써 소득증가(Swinnerton, 1982; Oppermann, 1995)와 지역 주민의 고용 증가(Dernoi, 1991; Potts, 1992)를 이뤄내는 ‘경제적 기여’의 기능이 있다. 그리고 농산물의 판매, 자매결연 등 도시지역과의 교류(Oppermann, 1995; Staudacher, 1984; Murphy & Williams, 1999)를 통해 지역 이미지가 향상됨으로서 주민들의 자긍심을 높이고, 결국 농촌 정주 인구의 유지 및 확대를 꾀할 수 있는 기능을 갖으며 농촌지역의 사회적 분위기에 활력을 줄 수 있다.

또한 농촌활성화의 구성요소인 농촌지역의 ‘경쟁력 강화’는 방문객

〈표-2〉 그린 투어리즘 농촌 활성화 전략 차원 구성요인

구성개념	변수	세부 항목	연구자
농촌 활성화 전략	경제적 기여	마을 경제기반 다양화	Cavaco (1995), Oppermann (1995) Williams & Shaw (1998)
		소득증가	Swinnerton (1982), Oppermann (1995)
		고용증가	Dernoi (1991), Potts (1992)
	사회적 활력	도시지역 교류 (직판, 자매결연, 대등 교류)	Oppermann (1995), Staudacher (1984), Murphy & Williams (1999)
		지역 이미지 향상	森 秀雄 (1997)
		농촌인구 과소화 방지	森 秀雄 (1997)
	경쟁력 전략	육구·기호·선호도 조사	Reichel et al. (2000)
		홍보 및 광고 등 마케팅활동	Fleischer & Pizam (1997), Koscak (1998), Clarke et al. (2000)
		관광상품 혁신	Hjalager (1996)

자료 : 연구자 작성

의 욕구·기호·신호도 조사(Reichel et al., 2000), 마을의 홍보 및 광고 등 마케팅 활동(Fleischer & Pizam, 1997; Koscak, 1998; Clarke et al., 2000), 관광상품의 지속적 혁신(Hjalager, 1996)으로 구성된다. 농촌활성화 전략 차원으로서 그린 투어리즘 구성요인은 <표 2>와 같다.

2) 방문객 여가활동 만족의 구성요인

도시민의 여가활동이라는 수요측면적 접근에서 도출된 그린 투어리즘 구성개념의 구성요인들은 <표 3>과 같이 ‘방문객 만족’으로서 ‘농촌 수용시설’, ‘체류형 여가활동’, ‘방문객 경험의 질’과 같은 하위 구성 변수를 갖는 것으로 선행연구를 통해서 확인할 수 있었다. 선행연구를 통한 통합적 개념화 과정에서 방문객 만족은 체류형 여가활동(류선무, 2001, 농림부, 2001)이며, 농촌 지역의 일정수준의 숙박시설을 확보하는 등의 시설적인 측면의 정비를 강조하며(農林漁業體驗協會 編, 1998), 단순한 여가활동이 아닌 자연탐방, 유적답사 등을 포함하는 의미있고 다면적인 여가활동(Bramwell and Lane, 1994)이란 측면에서 경험의 질을 추구하고 있음이 밝혀졌다.

‘농촌 수용 시설’에는 마을 숙박시설(Fleischer & Pizam, 1997; 홍성권·김성일, 2002), 교통·정보 등 기반시설(古塚 秀夫, 2002; 류선무, 1998), 소규모, 저밀도 시설(Murphy & Williams, 1999)과 같은 변수들이 도출되었고, ‘체류형 여가활동’은 다중적 여가활동(Dernoi, 1991; Bramwell & Lane, 1994), 체험가능 기회(Wohlmann & Lohmann, 1986; Lane(1994), 농촌 및 농장 체류(Fleischer & Pizam, 1997)와 같이 하위 구성변수들이 도출되었으며, ‘방문객 경험의 질’은 자연·역사·문화 교육 프로그램(MacDonald & Jolliffe, 2003), 농촌형 서비스 가치(Fleischer & Pizam, 1997; Reichel, et al., 2000), 방문경험의 농촌성과

진정성(Murphy & Williams, 1999; MacDonald & Jolliffe, 2003)과 같은 변수들이 도출되었다.

〈표-3〉 그린 투어리즘 방문객 여가활동 만족 차원

구성개념	변수	세부 항목	연구자
방문객 만족	농촌 수용시설	마을 숙박시설	Fleischer & Pizam (1997) 홍성권 · 김성일 (2002)
		교통 · 정보 등 기반시설	古塚 秀夫 (2002), 류선무 (1998)
		소규모, 저밀도 시설	Murphy & Williams (1999)
	체류형 여가활동	다중적 여가활동	Demoi (1991), Bramwell & Lane (1994)
		체험가능 기회	Wohlmann & Lohmann (1986), Lane (1994)
		농촌 및 농장 체류	Fleischer & Pizam (1997)
	방문객 경험의 질	자연 · 역사 · 문화 교육 프로그램	MacDonald & Jolliffe (2003)
		농촌형 서비스 가치	Fleischer & Pizam (1997), Reichel, et al. (2000)
		방문경험의 농촌성과 진정성	Murphy & Williams (1999), MacDonald & Jolliffe (2003)

자료 : 연구자 작성

3) 농촌자원 매력성 보전의 구성요인

농촌의 자원은 문화와 역사, 생태와 자연, 전통 생활양식(오순환, 2001), 특산품(Clark et al., 2000), 전통가옥과 향토음식(Fleischer & Pizam, 1997; 박동균, 1999), 경관(윤지옥, 1995) 등과 같이 세부적으로 나눌 수 있다. 그래서 이런 자원 구분에 따른 자원 관리가 농촌지역 자원 보전과 매력성 유지 개념에 포함되었다. 농촌 자원의 보전과 매력성 유지를 위해서는 우선, '농촌지역의 자원관리'가 필요하며 이를 위해서는 마을에 서식하는 동 · 식물 등 자연자원 지속 관리(Reichel, et al., 2000; MacDonald & Jolliffe, 2003), 전통 수공예 · 토산품 · 향토음식의 개발과 장려(Fleischer & Pizam, 1997; Clarke et al., 2001; 박동균

(1999), 역사 문화자원의 보존 · 보수(Koscak, 1998; 오순환, 2001)가 이루어져야 한다.

〈표-4〉 그린 투어리즘 농촌 자원 매력성 유지 차원 구성요인

구성개념	변수	세부 항목	연구자
농촌 자원 매력성 보전	농촌 지역 자원 관리	동 · 식물 등 자연자원 지속 관리	Reichel, et al.,(2000), MacDonald & Jolliffe(2003)
		전통 수공예, 토산품, 향토음식	Fleischer & Pizam (1997), Clarke et al. (2001) 박동균 (1999)
		역사 문화자원의 보존 · 보수	Koscak (1998), 오순환 (2001)
	환경 및 생태 보 전	깨끗한 환경(공기, 숲, 강 등) 보전	Koscak (1998), Luzar, et al., (1998)
		환경보호를 위해 자원 공동관리	채예병 · 박경호 (2000)
		방문객 수용 한계 설정	Unwin (1996)
	농촌 생활문화 환경 보 전	마을 어메니티(역사유적, 자연미 등)	Fredericks (1993), WTO (1994)
		마을축제 및 특별행사	MacDonald & Jolliffe (2003)
		마을 일상생활 경관 보전	Pearce (1990), Unwin (1996), 윤지옥 (1995), 오순환 (2001)

자료 : 연구자 작성

‘농촌지역의 생태환경이 보전’ 되어야 농촌 자원의 매력성이 유지되며, 이는 깨끗한 환경(공기, 숲, 강 등) 보전(Koscak, 1998; Luzar, et al., 1998), 환경보호를 위한 자원 공동관리(채예병 · 박경호, 2000), 방문객 수용 한계의 설정(Unwin, 1996)이 이루어 질 때 가능하다. 또한 농촌자원은 ‘농촌 마을의 생활문화환경’을 포함하여 마을 어메니티의 유지(역사유적, 자연미 등)(Fredericks, 1993; WTO, 1994), 마을축제 및 특별행사 복원과 활성화 (MacDonald & Jolliffe, 2003), 마을 일상생활 경관 보전(Pearce, 1990; Unwin, 1996; 윤지옥, 1995; 오순환, 2001)이 제대로 구현될 때 그 매력성을 확보할 수 있다. 이와 같은 선행연구를 바탕으로 농촌자원 매력성 유지를 구성하고 있는 3개의 요인을, 그리고 그 농촌지역 자원관리, 환경 및 생태 보전, 농촌 생활문화 환경의 보전과 같

은 구성 요인의 세부항목으로 각각 3개의 항목을 <표 4>와 같이 도출하였다.

4) 지역공동체 경영역량의 구성요인

그린 투어리즘의 구성개념으로서 ‘지역공동체의 경영능력’은 농촌 지역의 경제 성장이나 환경 관리에서도 지속가능성이 필수적으로 적용되어야 하고, 그린 투어리즘을 위한 자원관리도 지역사회에서 담보되고 경영(Ioannides, 1995)되어야 하는 의미에서 ‘경영능력’이란 개념을 도출하였고, 그린 투어리즘에서 참여(유병규, 2000)와 지속성 확보 문제가 담론 중심(Kneafsey, 2001; 박덕병, 2002)에 있다는 의미에서 ‘지역공동체의 경영역량’을 구성개념으로 선정하였다.

지역 주민의 참여와 지역 공동체의 운영능력은 그린 투어리즘을 정책적으로 지원하고 있는 지원체제(井上和 衛 · 中村功 · 山崎光博, 2000)와 동시에 추진되어야 할 정책사항이므로, ‘제도적 지원체제’를 지역공동체의 경영역량을 구성하는 요인으로 도출하였다. 그러나 정부보조금 및 우대조치가 불연속적으로 지원될 경우 그린 투어리즘에 부정적 영향(박광순, 1998)을 미치고있는 사례가 있는 것이 사실이지만, 제도적 지원은 Inskip(1991)이 지적한 관광개발의 구성요소 중 하나이고 국가 및 지자체에 의해 지원체제가 구축되어야 한다(井上和 衛 · 中村功 · 山崎光博, 2000)는 선행연구를 바탕으로 볼 때, 그린 투어리즘 프로그램 개발과 평가를 위한 구성개념으로 타당하다고 여겨진다.

〈표-5〉 그린 투어리즘 지역공동체 경영역량 차원

구성개념	변수	세부 항목	연구자
지역 공동체 경영 역량	GT 추진 조직 역량	지역리더 리더십	박광순 (1998)
		지역공동체 합의(컨센서스)	Page & Getz (1997), Patel & Mittin (2002)
		전문 인력 양성	박광순 (1998), 채예병 · 박경호 (2000)
	추진 지원체제	보조금, 세금감면 등 지원	Prohaska (1995), Unwin (1996), Ministry of Agriculture (2001)
		농촌 농업정책 및 정주정책	Kirppendof (1987), 박광순 (1998)
		자연환경 보전 · 정비 법체계	김범수 (1999)
	경영 능력	기업가 정신과 서비스 질	Gannon (1994), Murphy & Williams (1999)
		방문 프로그램 · 이벤트 개발	Koscak (1998)
		마을 관련 지식 및 GT운영 지식	Fleischer & Pizam (1997), MacDonald & Jolliffe (2003)

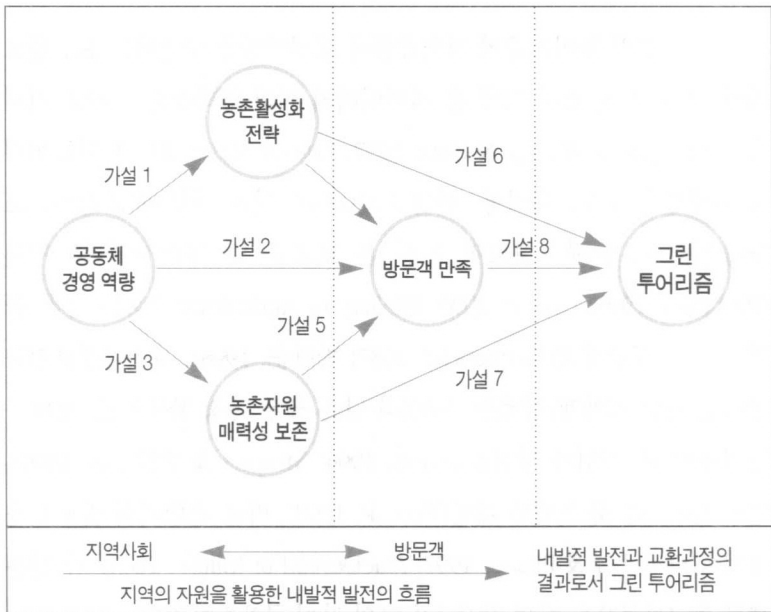
자료 : 연구자 작성

그래서 그린 투어리즘의 지역공동체 경영역량을 구성하는 요인들로 첫째, 'GT 추진 조직 역량'은 지역리더의 리더십(박광순, 1998), 지역공동체의 합의능력(Page & Getz, 1997; Patel & Mitlin, 2002), 전문인력양성(박광순, 1998; 채예병 · 박경호, 2000)과 같은 세부 측정 항목으로도 출되었고, 둘째 '제도적 지원'은 보조금 및 세금감면 등 지원(Prohaska, 1995; Unwin, 1996; Ministry of Agriculture, 2001), 농촌 농업정책 및 정주정책(Kirppendof, 1987; 박광순, 1998), 자연환경보전과 정비를 위한 법체계(김범수, 1999)와 같은 세부 측정 항목으로, 셋째, '경영능력'은 기업가 정신(Gannon, 1994; Murphy & Williams, 1999), 방문프로그램 및 이벤트 개발(Koscak, 1998), 마을 관련지식 및 GT 운영지식(Fleischer & Pizam, 1997; MacDonald & Jolliffe, 2003) '과 같은 세부 측정항목으로 하여 각각 〈표 5〉와 같이 구체화하였다.

III. 실증 연구

1. 이론구조모델의 설계와 가설의 설정

이론연구에서 제시된 바와 같이 본 연구의 이론구조모델은 지금까지 선행연구에서 진행되어온 그린 투어리즘 관련 제접근방식들을 개체적으로 분할하지 않고 총체적으로 통합하는 구조접근(structural approach)의 맥락에서 구축되었다. 그리고 측정모델은 구조모델로서 이러한 이론구조모델의 구조적 성격을 반영하고 각각의 구성개념 간 경로관계를 고려하는 방식으로 설계되었다.



자료 : 연구자 작성 [그림 2] 이론구조모델과 가설의 설정

그 결과 제안된 이론구조모델은 그린 투어리즘의 구성개념을 농촌자원 매력성 보존, 농촌 공동체 경영역량, 관광객 만족, 농촌활성화 전략과 같이 네 가지 차원으로 설정하였다. 농촌 지역주민의 능동적인 주체·지역 자원·문화 활용·환경보전을 통한 종합적인 지역발전을 의미하는 내발적 발전(endogenous development)의 맥락에서 농촌공동체의 경영역량을 외생개념으로 우선하였다. 그리고 관광객 만족과 함께 관광활동의 제공공간으로서 지역사회의 반응을 균형있게 고려해야 한다는 사회교환이론(social exchange theory, Perdue et al, 1990; Ap, 1992; Yoon et. al., 2001)과 지역공동체 중심적 개발을 강조하는 커뮤니티 접근(community approach, Murphy, 1983, 1985, 1988, 1993; Hayhood, 1988; Keogh 1990, Farrell & Runyan, 1991; Inskeep, 1991; Jamal & Getz, 1995; Harrison & Husbands, 1996)에 입각하고 있다.

이와 같은 이론기반 하에 외생개념인 농촌공동체의 경영역량이 농촌자원의 매력성 보존 및 농촌 활성화 전략, 방문객 만족이라는 내생개념에 매개되어 궁극적으로 그린 투어리즘에 영향을 미치는 것으로 가정되었다. 특히 방문객 만족 구성개념은 그린 투어리즘 개발과정에서 농촌자원의 매력성과 농촌활성화 전략의 영향을 받는 후순차적 개념으로 설계되었다. 이를 반영하여 연구가설은 다음 <그림 2>에서처럼 8개로, 농촌공동체의 경영역량이 농촌활성화 전략과 농촌자원의 매력성 보존으로 영향을 미치고, 농촌활성화 전략, 농촌공동체 경영역량, 농촌자원 매력성 보존은 방문객 만족에 다시 영향을 미치며, 농촌활성화 전략, 방문객 만족, 농촌자원 매력성 보존은 궁극적으로 그린 투어리즘에 영향을 미치는 구조적 경로로 설정되었다.

2. 측정지표의 개발

본 연구의 이론고찰에서 도출된 구성요인들은 지표로 전환되어 변수로 측정된다. 이러한 지표의 개발은 개념에 의해 지칭되는 현상의 존재 혹은 속성과 관련된 이론적 시각을 구체적·경험적인 관측지표(실증지표, empirical indicator)로 구축하는 작업으로서 교량원리(bridge principle)에 입각하고 있다. 본 연구의 측정지표 개발을 위해서 문헌연구를 통해 도출된 구성요인들이 관광분야 및 그린 투어리즘 관련 전문가 10명으로 구성된 NGT(nominal group technique) 기법을 통해 조정되었다. 측정지표 확정을 위한 NGT 자료들은 임의적으로 설정된 것이 아니라 앞에서 이론적으로 도출된 구성요인들에 대한 검토결과에 의거하고 있다. NGT는 체계화된 자료가 많지 않고 통계적인 모형을 통한 분석이 어려울 때 해당분야의 전문가를 모아 의견을 난상토론하고 각각의 결과를 제출토록 하여 종합적으로 조정하는 기법이다.

이와 같은 측정지표 개발 결과 측정지표는 다음 <표 6>과 같이 그린 투어리즘 이론구조모델의 4개 부문(category) - 마을 활성화 전략, 농촌 자원 매력성 보전, 방문객 만족, 지역 공동체 경영역량 -에 12개 측정변수와 36개 측정 항목으로 개발됐다.

<표-6> 그린 투어리즘 측정지표 개발결과

구성개념	측정변수	세 부 측 정 항 목
마을 활성화 전략	경제적 기여	마을 경제기반 다양화, 소득증가, 고용증가
	사회적 활력	도시 지역 교류(직판, 지매결연), 지역 이미지 향상, 농촌인구 과소화 방지
	경쟁력 전략	육구·기호·선호도 평가, 홍보 및 광고 등 마케팅활동, 관광상품 혁신

구성개념	측정변수	세 부 측 정 항 목
농촌자원 매력성 보전	농촌지역 자원관리	동·식물 등 자연자원 지속 관리, 전통 수공업·토산품·향토음식, 역사 문화자원의 보존·보수
	환경 및 생태 보전	깨끗한 환경(공기, 숲, 강 등) 보전, 환경보호를 위해 자원 공동관리, 방문객 수용 한계 설정
	농촌 생활문화 환경 보전	마을 어메니티(역사유적, 자연미 등), 마을축제·특별행사, 마을 일상생활 경관 보전
방문객 만족	농촌 수용시설	마을 숙박시설, 교통·정보 등 기반시설, 소규모·저밀도 시설
	체류형 여가활동	다중적 여가활동, 체험가능 기회, 농촌 및 농장 체류
	방문객 경험의 질	자연·역사·문화 교육 프로그램, 농촌형 서비스 가치, 방문경험의 농촌성과 진정성
지역 공동체 경영 역량	GT 조직 역량	지역리더 리더십, 지역공동체 합의(컨센서스), 전문 인력 양성
	제도적 지원	보조금 및 우대조치, 농촌 농업정책 및 정주정책, 자연환경 보전·정비 법체계
	경영능력	기업가 정신·서비스 질, 방문 프로그램·이벤트 개발, 마을·GT운영 지식

자료 : 연구자 작성

3. 조사설계와 자료분석 방법

이론구조모델 검증을 위한 분석자료는 자기기입식 설문에 의해 직접 방문조사와 E-mail을 이용한 우편조사에 의해 6월 28일부터 7월 12일까지 수집되었다. 설문지는 이론구조모델과 이를 구성하는 지표설정 결과에 토대해서 설계되었다. 설문지의 구성은 그린 투어리즘 측정모델 4개의 구성개념을 이루는 세부항목에 대해 각 구성개념별로 9문항씩 총 36문항을 추출하였다. 그리고 그린 투어리즘을 측정하기 위한 4문항과 각 구성개념의 상대적 중요성을 측정하는 1문항이 포함되어 있다. 그린 투어리즘 4개의 구성개념을 이루는 각 항목들의 측정은 계량화를 위하여 지각적 평가에 기초한 리커트식 5단계 척도를 사용하였다. 그리고



응답결과를 계량화하면서 항목의 측정수준을 평가하였다.

설문지를 통한 변수측정은 관광과 관련을 맺고있는 학계(전임강사 이상)와 업계(부장 이상), 그리고 공무원(과장 이상) 등을 대상으로 제3차 의견조사를 실시하여 총 120부의 유효표본을 확정하였다. 수집된 자료의 통계분석은 데이터 코딩 과정을 거쳐, 통계분석프로그램인 SPSS 10.0 for Windows 패키지를 이용하였다. 구성개념들간의 인과관계의 형성여부를 판별함으로써 제안된 이론구조모형을 검증하기 위해 공변량 구조분석(covariance structure analysis)을 사용하였다. 공변량 구조분석 패키지는 LISREL, AMOS(A moment of structure)등 여러 가지가 있으나, 본 연구에서는 LISREL Ver. 8.14를 활용하였다.

연구의 이론구조모형을 측정하기 위한 구조방정식은 그린 투어리즘의 기본 고려개념의 선행변수와 매개변수 및 그린 투어리즘 결과변수 간 인과관계를 구조적으로 검토하는 것이다. 이러한 구조방정식모형은 그린 투어리즘의 구조를 평가하는 일련의 과정을 이해하게 해주고 각 구성개념의 상대적 중요성을 밝혀줌으로써, 그린 투어리즘이 실제 이루어지는 데 영향을 미치는 주요인들의 유효성 수준을 확인케 해줌과 동시에, 구성개념간의 다중변수관계를 정확하게 추적하여 이들 변수들의 관계를 포괄적으로 측정·평가토록 해준다(조선배, 1996).

4. 분석 결과

1) 측정척도의 평가

(1) 신뢰성 분석

앞선 이론 연구 결과 개발된 그린 투어리즘의 평가를 위한 변수의 신

뢰성을 검증하기 위해 관광과 관련을 맺고 있는 학계, 공무원 등을 대상으로 신뢰성 검증을 실시하여, <표 7>과 같이 평균과 표준편차같은 기초통계량과 신뢰도 분석 결과를 얻었다.

본 연구에서는 측정척도의 신뢰성을 검증하기 위해서 내적 일관성(internal consistency reliability)을 고려하기 위한 Cronbach's Alpha 계수를 활용하여 분석되었다. Cronbach's alpha 계수는 0과 1사이의 값을 가지는데, 일반적으로 알파값이 0.7 - 0.9(Van de Ven, Ferry, 1979)여야 만이 설문지의 신뢰성이 보장되지만 새로이 개발된 설문지의 경우는 최저 허용치 0.6을 최저 허용치로 사용하기도 한다(Nunally, 1978). 신뢰성 분석결과, 구성개념의 신뢰성이 0.6 이상인 것은 내적 일관성이 높다는 것을 나타내는데, 본 연구에서는 5개 이론변수 모두에서 0.7681 ~ 0.8785까지로 나타나 본 연구의 신뢰도 검증결과는 양호한 수준이라고 할 수 있다.

한편 방문객 만족의 개념에서 체류형 여가활동의 측정변수 중 '다중적 여가활동' 항목과 지역공동체 경영역량의 개념에서 GT 추진조직 역량의 측정변수 중 '지역공동체 합의(컨센서스)' 항목은 구성개념의 전체 신뢰도 알파계수값보다 높게 나타났다. 즉 이러한 항목들을 제거해 줌으로써 전체신뢰도를 개선해줄 수 있다. 따라서 본 연구에서는 이러한 항목들은 다음의 탐색적 요인분석에서 제외되었다.

〈표-7〉 구성개념에 대한 신뢰도 분석 결과

구성개념	변수	세 부 측 정 변수	mean	S.D	α	total α
농촌 활성화 전략	경제적 기여	마을 경제기반 다양화	3.18	.91	.7735	.7994
		지역 이미지 향상	3.86	.73	.7861	
		농촌인구 과소화 방지	2.58	.84	.7689	
	사회적 활력	도시 지역 교류(직판, 자매결연 등)	3.21	.88	.7796	
		소득증가	3.18	.81	.7960	
	경쟁력 전략	고용증가	3.15	.93	.7814	
		육구 · 기호 · 선호도 조사	3.00	.82	.7717	
홍보 및 광고 등 마케팅활동		2.91	.86	.7795		
		관광상품 혁신	2.98	.84	.7803	
농촌자원 매력성 보전	농촌지역 자원관리	동 · 식물 등 자연자원 지속 관리	2.63	.81	.8639	.8721
		전통 수공예, 토산품, 향토음식	2.64	.91	.8699	
		역사 문화자원의 보존 · 보수	2.88	.96	.8541	
	환경 및 생태 보전	깨끗한 환경(공기, 숲, 강 등) 보전	3.01	.96	.8546	
		보호를 위해 자원 공동관리	2.78	.99	.8498	
	농촌 생활문화 환경 보전	방문객 수용 한계 설정	2.18	.84	.8571	
		마을 어메니티(역사유적, 자연미 등)	2.90	.83	.8573	
	마을축제 및 특별행사	2.94	.90	.8530		
	마을 일상생활 경관 보전	3.18	.91	.8643		
방문객 만족	농촌 수용시설	마을 숙박시설	3.35	.90	.7244	.7842
		교통 · 정보 등 기반시설	3.32	.79	.7259	
		소규모, 저밀도 시설	3.22	.93	.7588	
	체류형 여기활동	다중적 여기활동*	2.71	1.10	.8209	
		체험가능 기회	3.03	.87	.7090	
	방문객 경험의 질	농촌 및 농장 체류	3.86	.72	.7766	
		자연 · 역사 · 문화 교육 프로그램	2.63	.79	.7261	
농촌형 서비스 가치		3.06	.81	.7118		
	방문경험의 농촌성과 진정성	3.00	.82	.7430		
지역 공동체 경영 역량	GT 추진조직 역량	지역리더 리더십	2.86	.81	.8731	.8785
		지역공동체 합의(컨센서스) *	2.60	.71	.8814	
		전문 인력 양성	2.40	.80	.8751	
	추진 지원체제	보조금, 세금감면 등 지원	2.96	.98	.8597	
		농촌 농업정책 및 정부정책	3.03	1.02	.8591	
	경영능력	자연환경 보전 · 정비 법체계	2.83	1.10	.8511	
		기업가 정신과 서비스 질	2.23	.80	.8630	
	방문 프로그램 · 이벤트 개발	2.96	.87	.8654		
	마을 관련 지식 및 GT운영 지식	2.70	.78	.8555		
그린 투어리즘	농촌 활성화 전략	3.36	.87	.8122	.8522	
	농촌자원 매력성 보전	3.40	.92	.7934		
	방문객 만족	3.46	.76	.8002		
	지역 공동체 경영역량	3.20	.98	.8227		

주) * 은 항목제거시 알파값이 구성개념 알파값 보다 높게 나타나 이후 분석에서 사용하지 않음.

(2) 탐색적 요인분석

새롭게 개발된 설문에 대한 판별타당성(discriminant validity)과 집중 타당성(convergent validity)을 검증하기 위해서 신뢰성 분석에서 제외된 3개 항목을 감안하여 각 구성요인별로 <표 8>과 같이 탐색적 요인분석을 실시했다. 개념타당성(construct validity)은 측정도구가 실제로 무엇을 측정하는가는 조사자가 측정하고자하는 추상적인 개념이 실제로 측정도구에 의해서 적절하게 측정되었는가의 문제로 이론적 연구를 하는데 있어서 가장 중요한 타당성이다. 이러한 개념 타당성은 요인분석을 통해서 검증된다.

본 연구에서의 요인분석은 주성분분석을 이용하였고, 요인적재량의 단순화를 위해서 직각회전(orthogonal rotation)중 배리맥스 회전(varimax rotation)을 실시하였다. 요인의 수는 아이겐 값(eigen value)의 크기를 우선 고려하여 아이겐 값이 '1' 이상이 되는 요인의 수와 다음의 아이겐 값과의 차이, 즉 아이겐 값들의 크기가 어디서 급격한 차이(sharp drop)를 보이면서 평균화하느냐 하는 판단을 할 수 있는 스크리 검사(scree test) 결과를 살피고, 마지막으로 요인의 설명변량(proportion) 등을 고려하여 요인의 수를 결정하였다(이순목, 1995).

〈표-8〉 탐색적 요인분석 결과

	농촌활성화 전략		농촌자원 매력성 보전		방문객 만족		농촌공동체 경영역량		GT	communality
	y1	y2	y3	y4	y5	y6	x1	x2	y7	
X3	.776	.148								.625
X4	.750	.124								.579
X5	.575	.195								.369
X2	.572	.000								.327
X8	.107	.908								.837
X7	.171	.895								.832
X12			.889	.157						.816
X13			.883	.144						.800
X14			.760	.310						.674
X18			.566	.285						.402
X11			.143	.820						.694
X10			.194	.805						.686
X17			.337	.725						.639
X27					.856	.063				.738
X26					.831	.249				.752
X25					.816	.187				.701
X19					.225	.832				.743
X20					.247	.831				.752
X21					.037	.806				.651
X36							.923	.223		.902
X34							.823	.239		.735
X35							.796	.213		.679
X31							.207	.933		.914
X32							.226	.925		.908
X30							.382	.426		.428
w2									.851	.724
w3									.849	.721
w1									.820	.672
w4									.808	.653
eigenvalue	2,3641	1,2069	3,575	1,138	3,009	1,330	3,386	1,082	2,772	
%	39,40	20,12	51,08	16,26	50,16	22,17	56,43	18,04	69,31	
Total%		59,52		67,35		72,34		74,47	69,31	

또한 본 연구에서의 탐색적 요인분석은 1차 분석과 2차 및 3차 최종 분석으로 나누어 분석하였다. 이는 그린 투어리즘 평가를 위한 각 구성 개념의 측정항목들은 다양한 출처에서 수집하여 개발되었고, 이후에 그린 투어리즘 평가를 위한 연구모델을 추정하기 위한 측정변수의 도출이므로 타당성과 적용성의 확보가 중요하기 때문에 이러한 1-3단계 절차를 통하여 측정척도를 정제하였다(Singh and Rhoads, 1991). 이러한 방법은 첫째 그린 투어리즘 평가에 대한 각 구성개념의 타당도를 높이기 위해 각 척도에 포함된 항목들 가운데 관련 요인적재값(factor loading)이 0.40 이상인 문항들만을 가려내었으며(Stevens, 1986), 둘째 0.40 이상의 요인적재값이 하나의 요인에만 적재되지 않고 다른 요인에도 함께 적재되어 있으면 표본의 수가 추가되거나 기타 이유가 발생한다면 다른 요인에도 적재될 가능성이 크고 개념적으로 타당도가 불투명하기 때문에 이러한 항목들도 제거하였고, 셋째 공통성(communality)의 값도 0.40 미만이면 각 요인을 설명하는 해당 항목의 설명력이 부족한 것으로 판단하여 이러한 변수도 제거하였으며(Hair, Anderson, Tatham, and Black, 1995), 다섯째, 적재된 요인의 항목들이 이론적 내지 내용적으로 정당성이 확보될 수 있는지를 검토한 후 내용적 타당성이 결여되고 적합하지 않은 항목들은 제외시켰다.

이러한 그린 투어리즘의 평가와 관련된 구성개념들, 즉 농촌활성화 전략, 농촌자원 매력성 보전, 방문객 만족, 지역공동체 역량, 그린 투어리즘의 다섯 개의 구성개념에 대한 최종 요인분석 결과로 추출된 요인들은 추후 연구모델 추정을 위한 구조방정식(LISREL) 분석의 측정변수로 활용된다.

〈표 8〉은 그린 투어리즘 평가를 위한 측정변수들에 대한 변수 제거 기준을 근거로 추출된 최종 요인분석 결과이다. 최종 요인분석 결과는

아이젠 값의 크기, 스크리검사, 설명변량 등을 고려해 볼 때 그린 투어리즘이 한 개의 요인이 추출된 것을 제외하고 나머지 다른 구성개념들의 요인분석은 각각 두 개씩의 요인이 적절한 것으로 최종 판단되었다.

요인분석 결과로 얻어진 농촌공동체 경영력량 2개 요인은 'x1: 경영능력' 과 'x2: 추진지원체계' 요인으로, 농촌활성화 전략의 2개 요인은 'y1: 경제기여와 사회적 활력' 과 'y2: 경쟁력 전략' 요인으로, 농촌자원 매력성 보전의 2개 요인은 'y3: 농촌자원과 환경 보전' 과 'y4: 농촌자원·생활문화 관리' 요인으로, 방문객 만족의 2개 요인은 'y5: 방문객 경험의 질' 과 'y6: 농촌 수용시설' 요인으로 각각 명명하였고, 그린 투어리즘의 전반적인 평가에 대한 4개의 측정항목은 1개의 요인으로 그룹핑되어 'y7: 그린 투어리즘' 으로 명명하였다.

(3) 확인적 요인분석 결과

새롭게 개발된 설문에 대한 타당성을 검증하는 수단으로 개념타당성 (construct validity)은 측정하는데, 추상적 개념이 실제로 측정도구에 의해서 적절하게 측정되었는가를 알아보는 것으로써 본 연구에서는 확인적 요인분석(confirmatory factor analysis)을 통해 분석하였다. 확인적 요인분석은 특정가설을 설정하고, 이 자료에서 관찰되는 관계를 어느 정도 잘 설명하고 있는지의 정도를 나타내는 통계기법으로 분석과정에서 연구자는 사전지식이나 이론적인 결과를 가지고 가설형식으로 모델링하고 행렬의 일부원소의 값을 제약한다. 또한 확인적 요인분석은 내생개념과 외생개념을 막론하고 전체 예측변수를 대상으로 실시할 수도 있으며, 외생개념과 내생개념을 각각 분리하여 실시할 수 있는 등 연구의 의도에 맞게 수행할 수 있는 장점을 지니고 있다.

본 연구에서는 제안된 이론구조모델에서는 농촌공동체 경영력량, 농

존활성화 전략, 농촌자원 매력성 보전, 방문객 만족, 그린 투어리즘의 다섯 개의 잠재변수(latent variables)들로 구성되었다. 내생개념과 외생개념을 막론하고 전체 변수를 대상으로 하여 <표 9>와 같이 실시하였다.

각 단계별로 항목의 구성 최적상태를 도출하기 위한 적합도를 평가하기 위하여 GFI(Goodness-of-Fit Index; ≥ 0.90 이 바람직함), AGFI(Adjusted Goodness-of-Fit Index; ≥ 0.90 이 바람직함), NFI(Normed Fit Index; ≥ 0.9 가 바람직함) χ^2 에 대한 p값(≥ 0.05 가 바람직함), RMSR(Root Mean Square Resident; ≤ 0.05 가 바람직함)등이 판별된다. 분석결과는 다음의 <표 10>과 같이 제시되어 있는데, 적합도 지수는 $\chi^2 = 468.590$ ($p = 0.00$), $GFI = .813$, $AGFI = .557$, $NFI = .683$, $RMSA = .161$ 로 각각 나타나, 구조모델을 분석하는데 절대적으로 지지되지 않고 한계수용(지지)을 할 수 있는 것으로 판단되었지만 나름대로 이론적 타당성이 뒷받침되므로 구조모델을 분석하는데는 무리가 없을 것으로 판단되었다. 각 구성개념의 측정개념에 대한 요인적재치가 모두 통계적으로 유의적으로 나타나 집중타당성이 입증되었으며, 다음의 <표 10>의 구성개념들간의 상관관계 행렬에서와 같이 모든 상관계수가 통계적으로 유의하여 판별타당성이 입증되었다.

<표-9> 전체 구성개념들에 대한 확인적 요인분석 결과

구성개념	측정개념	표준요인적재치	표준오차	고정지수 값
농촌공동체 경영역량	X1. 경영능력	0,716	0,067	10,747
	X2. 추진지원체계	0,734	0,066	11,098
농촌활성화 전략	Y1. 경제 기여와 사회적 활력	0,410	0,081	6,713
	Y2. 경쟁력 전략	0,588	0,082	7,218

구성개념	측정 개념	표준요인적재치	표준오차	고정지수 값
농촌자원 매력성 보전	Y3. 농촌자원과 환경 보전	0,774	0,065	11,845]
	Y4. 농촌자원 · 생활문화 관리	0,672	0,068	9,922
방문객 만족	Y5. 방문객 경험의 질	0,385	0,072	5,353
	Y6. 농촌 수용시설	1,000	0,053	18,921
그린 투어리즘	Y7. 그린 투어리즘	1,000	0,053	18,921

GFI = .813, AGFI = .557, NFI = .683, RMSR = .161, $\chi^2 = 468,590$, $p = 0,00$

〈표-10〉 개념들간 상관관계행렬

개 념	농촌공동체 경영역량	농촌활성화 전략	농촌자원 매력성 보전	방문객 만족	그린 투어리즘
농촌공동체 경영역량	1,000				
농촌활성화 전략	1,108 (0,101) 10,941	1,000			
농촌자원 매력성 보전	1,352 (0,070) 19,311	1,077 (0,100) 10,751	1,000		
방문객 만족	0,894 (0,040) 22,130	0,827 (0,082) 10,034	0,854 (0,043) 19,826	1,000	
그린 투어리즘	0,776 (0,051) 15,318	0,959 (0,080) 11,998	0,729 (0,054) 13,470	0,797 (0,027) 29,231	1,000

2) 이론구조모델의 추정결과

본 연구에서 제안된 모델의 구성개념간 일련의 인과관계를 검증하기 위하여 본 연구는 투입행렬유형으로 많이 채택되는 공분산 행렬 대신에 상관관계(Pearson Correlation Coefficient) 행렬을 이용하였다. 상관관계 행렬은 쉽게 설명될 수 있고, 결과의 판단이 용이하며 직접적이라

는 이점에 더하여, 계수의 유의성에 대해 상당히 안정적인 추정치를 제공해주기 때문에 과대 편기(upwardly biased)를 일으키지 않는 장점이 있다(Dillon, Kumar, and Mulani, 1987; 조선배, 1996).

다음의 <표 11>는 연구모델 추정에 사용된 상관계수 행렬이며, <그림 3>은 LISREL 분석을 위한 프로그램 입력 경로도이다. <그림 3>의 모델에서는 구성개념과 관측변수간의 관계에 있어서 구성개념(잠재변수)이 관측변수의 공통원인에 해당하므로 이들간의 관계가 반영지표로 구성되어 있으며, 구성개념 간에는 앞에서 설정된 가설에 따라 인과관계가 구축되어 있는 모델이다.

<표-11> 탐색적 요인분석 결과

Mean	SD	X1	X2	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	
X1	2,633	0,724	1,000								
X2	2,800	0,784	0,526	1,000							
Y1	3,356	0,578	0,389	0,460	1,000						
Y2	2,956	0,772	0,504	0,459	0,318	1,000					
Y3	2,969	0,778	0,726	0,789	0,472	0,458	1,000				
Y4	2,741	0,717	0,691	0,632	0,420	0,424	0,520	1,000			
Y5	2,900	0,691	0,721	0,664	0,460	0,766	0,627	0,634	1,000		
Y6	3,300	0,734	0,627	0,669	0,468	0,469	0,647	0,596	0,385	1,000	
Y7	3,358	0,737	0,562	0,564	0,517	0,565	0,527	0,549	0,482	0,797	1,000

주1) 모든 상관계수는 $p < 0.001$ 임.

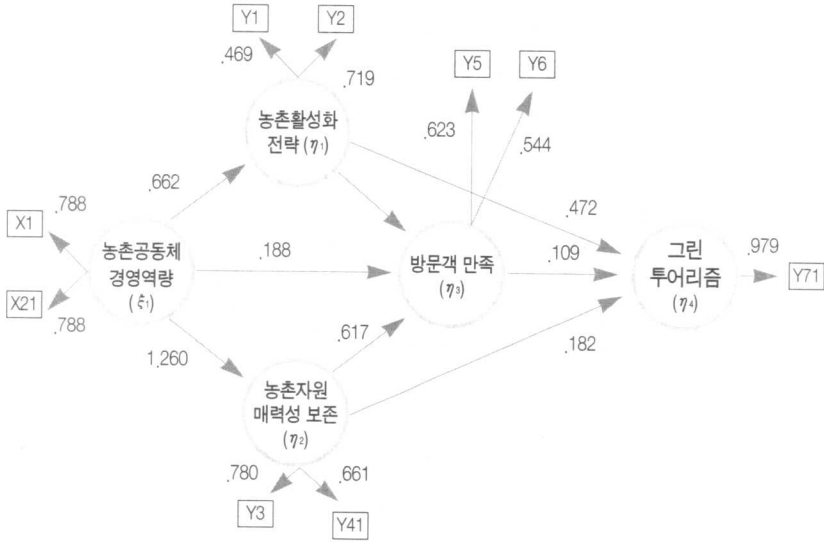
주2) X1. 경영능력, X2. 추진지원체계, Y1. 경제 기여와 사회적 활력, Y2. 경쟁력 전략, Y3. 농촌자원과 환경 보전, Y4. 농촌자원 관리와 생활문화보전 관리, Y5. 방문객 경험의 질, Y6. 농촌 수용시설, Y7. 그린 투어리즘

다음의 <표 11>은 연구모델 추정에 사용된 상관계수 행렬이며, <그림 3>은 LISREL 분석을 위한 프로그램 입력 경로도이다. <그림 3>의 모델에서는 구성개념과 관측변수간의 관계에 있어서 구성개념(잠재변수)이 관측변수의 공통원인에 해당하므로 이들 간의 관계가 반영지표로 구성되어 있으며, 구성개념간에는 앞에서 설정된 가설에 따라 인과관계가 구축되어 있는 모델이다.

본 연구에서의 관광객만족구조에 대한 구조방정식 모델 분석은 LISREL PC용 Version 8.14 프로그램에 의해서 이루어 졌다. 추정방법은 확인적 요인분석에서의 방법과 동일한 방법, 즉 각 개념적채치의 하나를 값 1.0으로 고정시키는 방법이 아닌, 개념분산을 직접적으로 추정하는 접근방법으로 진행하였으며, 그린 투어리즘 평가를 위한 구조방정식 모델의계산방법으로는 측정치의 정산분포를 가정하는 최우추정법(ML: Maximum Likely Estimation)을 사용하였다.

다음의 <그림 4>와 <표 12>는 이론구조모델의 추정결과를 나타낸 것이다. 이론모델의 부합도를 평가하기 위하여 GFI(Goodness-of-Fit Index; ≥ 0.90 이 바람직함), AGFI(Adjusted Goodness-of-Fit Index; 0.90 이 바람직함), NFI(Normed Fit Index; ≥ 0.9 가 바람직함) x^2 에 대한 p 값(≥ 0.05 가 바람직함) 등의 기준을 이용한 결과, GFI=0.861, AGFI=0.739, NFI=0.838, RMSR=0.011, x^2 에 대한 p 값은 0.00으로 모델 검증에 필요한 부합지수를 충분히 만족시키지는 못하지만 한계적으로 수용할 수 있는 것으로 나타났다.

[그림-3] 이론구조모델과 연구가설 검증을 위한 LISREL 분석결과



주) 제시된 경로계수는 표준화계수, GFI=0.861, AGFI=0.739 NFI=0.838, RMSR=0.011, χ^2 의 p= 0.00

〈표-12〉 연구모델의 추정결과

구분	경로	파라미터	경로계수	표준오차	t-value
이론 모형	H1: 농촌공동체 경영역량 → 농촌활성화 전략	γ_{11}	0.662	0.111	5.965
	H2: 농촌공동체 경영역량 → 농촌자원 매력성 보존	γ_{21}	1.260	0.086	14.700
	H3: 농촌공동체 경영역량 → 방문객 만족	γ_{31}	0.188	0.095	1.984
	H4: 농촌활성화 전략 → 방문객 만족	β_{31}	0.678	0.083	8.136
	H5: 농촌자원 매력성 보존 → 방문객 만족	β_{32}	0.617	0.076	8.124
	H6: 농촌활성화 전략 → 그린 투어리즘	β_{41}	0.472	0.090	5.259
	H7: 농촌자원 매력성 보존 → 그린 투어리즘	β_{42}	0.182	0.067	2.729
	H8: 방문객 만족 → 그린 투어리즘	β_{43}	0.109	0.148	2.261

구분	경로	파라미터	경로계수	표준오차	t-value
측정 모형	경영능력 ← 농촌공동체 경영역량	$\lambda_x 11$	0,788	0,062	12,727
	추진지원체계 ← 농촌공동체 경영역량	$\lambda_x 21$	0,787	0,062	12,687
	경제 기여와 사회적 활력 ← 농촌활성화 전략	$\lambda_\gamma 11$	0,469	0,078	6,008
	경쟁력 전략 ← 농촌활성화 전략	$\lambda_\gamma 21$	0,719	0,086	8,358
	농촌자원과 환경보전 ← 농촌자원 매력성 보전	$\lambda_\gamma 32$	0,780	0,053	14,599
	농촌자원 · 생활문화 관리 ← 농촌자원 매력성 보전	$\lambda_\gamma 42$	0,661	0,053	12,526
	방문객 경험의 질 ← 방문객 만족	$\lambda_\gamma 53$	0,623	0,046	13,658
	농촌 수용시설 ← 방문객 만족	$\lambda_\gamma 63$	0,544	0,042	13,001
	그린 투어리즘 ← 그린 투어리즘	$\lambda_\gamma 74$	0,979	0,073	13,384

GFI = .840, AGFI = .641, NFI = .880, RMSR = .0905, $\chi^2 = 177,600$, $p = .00$

연구가설의 검증 결과에서 첫째, 농촌공동체 경영역량이 농촌활성화 전략에 영향을 미친다는 가설 1을 검증한 결과, 경로계수 값은 0.662, t 값은 5.965 ($p < 0.001$)로 농촌공동체 경영역량은 농촌활성화 전략에 유의적인 정(+)의 효과를 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설 1은 지지되었다.

둘째, 농촌공동체 경영역량이 농촌자원 매력성 보전에 영향을 미친다는 가설 2를 검증한 결과, 경로계수 값은 1.260, t 값은 14.700 ($p < 0.001$)으로 농촌공동체 경영역량은 농촌자원 매력성 보전에 유의적인 정(+)의 효과를 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설 2는 지지되었다.

셋째, 농촌공동체 경영역량이 방문객 만족에 영향을 미친다는 가설 3을 검증한 결과, 경로계수 값은 0.188, t 값은 1.984 ($p < 0.05$)로 농촌공동체 경영역량은 방문객 만족에 유의적인 정(+)의 효과를 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설 3은 지지되었다.

넷째, 농촌활성화 전략이 방문객 만족에 영향을 미친다는 가설 4를 검증한 결과, 경로계수 값은 0.678, t 값은 8.136 ($p < 0.001$)으로 농촌활

성화 전략은 방문객 만족에 유의적인 정(+)의 효과를 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설 4는 지지되었다.

다섯째, 농촌자원 매력성 보전이 방문객 만족에 영향을 미친다는 가설 5를 검증한 결과, 경로계수 값은 0.617, t 값은 8.124 ($p < 0.001$)로 농촌자원 매력성 보전은 방문객 만족에 유의적인 정(+)의 효과를 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설 5는 지지되었다.

여섯째, 농촌활성화 전략이 그린 투어리즘에 영향을 미친다는 가설 6을 검증한 결과, 경로계수 값은 0.472, t 값은 5.259 ($p < 0.001$)로 농촌활성화 전략은 그린 투어리즘에 유의적인 정(+)의 효과를 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설 6은 지지되었다.

일곱째, 농촌자원 매력성 보전이 그린 투어리즘에 영향을 미친다는 가설 7을 검증한 결과, 경로계수 값은 0.182, t 값은 2.729 ($p < 0.01$)로 농촌자원 매력성 보전은 그린 투어리즘에 유의적인 정(+)의 효과를 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설 7은 지지되었다.

여덟째, 방문객 만족이 그린 투어리즘에 영향을 미친다는 가설 8을 검증한 결과, 경로계수 값은 0.109, t 값은 2.261 ($p < 0.05$)로 방문객 만족은 그린 투어리즘에 유의적인 정(+)의 효과를 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설 8은 지지되었다.

이와 같이 각 구성개념간 파라미터의 경로계수 추정결과에서 모든 파라미터가 통계적으로 유의한 것으로 나타나, 각 구성개념 간의 영향 관계를 설정한 연구가설은 모두 지지되는 것으로 분석되었다.

3) 구성개념의 인과효과 분석

구조방정식 모델에서 개념간에 전체적인 영향력을 계산할 수 있는데, 전체적인 영향력을 인과효과(causal effect) 또는 총효과(total effect)

라 하며, 인과효과는 직접효과(direct effect)와 간접효과(indirect effect)로 구분된다. 예를 들어 농촌공동체 경영역량(ϕ)과 방문객 만족(ψ)의 관계를 살펴보면, 농촌공동체 경영역량은 방문객 만족에 직접적으로 영향을 주고 있으며, 농촌활성화 전략(η)이나 농촌자원 매력성 보전(η2)을 거쳐서도 방문객 만족에 간접적으로 영향을 주고 있다는 것을 알 수 있다. 이때 직접효과는 어떤 원인변수가 결과변수에 직접적으로 영향을 주는 효과를 의미하며, 이는 경로계수의 추정치 자체를 나타낸다. 한편 간접효과는 원인변수가 하나 이상의 다른 변수들을 거쳐서 결과변수에 영향을 주는 효과를 의미하며, 거쳐간 경로계수 추정치들의 곱으로 계산된다. 또한 총효과는 직접효과와 간접효과의 합을 의미한다(김기영·강현철, 2001).

그린 투어리즘 구성개념간 영향력을 보여주는 인과효과의 분해 결과는 다음 <표 12>와 같다. 농촌공동체 역량이 농촌자원 매력성 보전, 농촌활성화 전략, 방문객 만족을 통해서 그린 투어리즘에 미치는 영향은 $(a \times e) + (b \times g) + (c \times h) + (a \times d \times h) + (b \times f \times h)$ 로 계산할 수 있으며, 그값은 0.695로 나타났다. 농촌자원 매력성 보전이 그린 투어리즘에 미치는 영향력은 직접효과(e)와 간접효과(i)의 합으로 0.545이며, 농촌활성화 전략의 인과효과는 직접효과(g)와 간접효과(j)의 합산한 값인 0.249로 산출되었으며, 방문객 만족이 그린 투어리즘에 미치는 영향력은 직접효과(h)인 0.109로 나타났다.

인과효과 분석 결과, 농촌공동체 경영역량이 가장 높은 영향력(0.695)을 보였고, 농촌활성화 전략(0.545), 농촌자원 매력성 보전(0.249), 방문객 만족(0.109) 순으로 그린 투어리즘에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

〈표-12〉 인과효과 분해를 통한 직접효과 및 간접효과 분석

효과	원인변수	농촌공동체 경영역량(ξ1)	농촌활성화 전략 (η1)	농촌자원매력 성 보전(η2)	방문객만족 (η3)
	결과변수				
직접효과	농촌활성화 전략(η1)	.662(a)	-	-	-
	농촌자원 매력성 보전(η2)	1.260(b)	-	-	-
	방문객 만족(η3)	.188(c)	.678(d)	.617(f)	-
	그린 투어리즘(η4)	-	.472(e)	.182(g)	.109(h)
간접효과	농촌활성화 전략(η1)	-	-	-	-
	농촌자원 매력성 보전(η2)	-	-	-	-
	방문객 만족(η3)	1.226	-	-	-
	그린 투어리즘(η4)	0.695	0.074(i)	0.067(j)	-
총효과	농촌활성화 전략(η1)	0.662	-	-	-
	농촌자원 매력성 보전(η2)	1.260	-	-	-
	방문객 만족(η3)	1.414	0.678	0.617	-
	그린 투어리즘(η4)	0.695	0.545	0.249	0.109

4) 대안 모델의 탐색

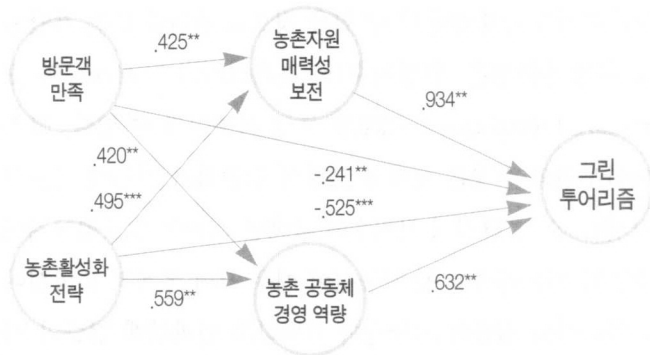
본 연구에서의 모델추정은 인과관계를 재설정하거나 또는 측정치를 잘 다듬어 수정(measure refined)하거나 추가적인 변수들이 더해질 때 제안된 측정모델이 수용될 수 있을 것으로 판단하였다. 제안된 측정모델의 수정가능성은 수정지수(modification indices)와 표준잔차(normalized Residuals)의 검토를 통해 이루어질 수 있다. 그러나 때때로 제안모델의 수정은 재설정 모델이 검증되기 이전에 이론적 정당성을 갖춰야 한다. 단지 수정지수의 값에만 의존하여 모델이 수정된다면 그 결과가 비논리적이 될 가능성이 매우 크며 통계적 유의성이 입증된다고 하더라도 일반화 가능성이 희박하고 인과관계 검증의 이용이 제한적일 수밖에 없는 것이다.

(1) 대안모델 I

그린 투어리즘과 같은 지속가능한 관광(대안관광)의 측정과 평가를 위한 준거를 제안한 바 있는 OECD(1993)는 관광의 지속가능성에 관련한 구조적 모델을 ‘압력(pressure)-상태(state)-반응(response) 구조’로 제시한 바 있다. 그린 투어리즘에 있어서 ‘압력은 농촌(공동체)에 미치는 방문객들의 방문(여가)과 농촌 활성화를 위한 경영적·정책적 전략으로, 상태는 농촌(지역) 자원의 보존과 경영역량으로, 반응은 그린 투어리즘이라고 <그림 4>와 같이 가정 될 수 있다.

이런 이론적 전제 하에 외생개념으로 방문객 만족과 농촌활성화 전략을, 내생개념으로 농촌자원 매력성 보전과 농촌공동체 역량 및 그린 투어리즘을 설정한 모델을 <표 13>과 같이 추정한 결과, GFI=0.867, AGFI=0.684, NFI=0.899, RMSR=0.0849, χ^2 에 대한 p값은 0.00으로 모델 검증에 필요한 부합지수를 충분히 만족시키지는 못하지만 연구모델과 같이 한계적으로 수용할 수 있는 것으로 나타났다.

[그림 4] 대안모델 I의 탐색 결과



주) * p < 0.05, ** p < 0.01, *** p < 0.001

〈표-13〉 대안모델 I의 탐색 결과

구분	경로	파라미터	경로계수	표준오차	t-value	
이론 모형	방문객 만족 → 농촌자원 매력성 보전	γ_{11}	0,425	0,086	4,947	
	농촌활성화 전략 → 농촌자원 매력성 보전	γ_{12}	0,495	0,094	5,281	
	방문객 만족 → 농촌공동체 역량	γ_{21}	0,420	0,077	5,467	
	농촌활성화 전략 → 농촌공동체 역량	γ_{22}	0,559	0,112	5,007	
	방문객 만족 → 그린 투어리즘	γ_{31}	-0,241	0,129	-1,876	
	농촌활성화 전략 → 그린 투어리즘	γ_{32}	-0,525	0,151	-3,469	
	방문객 만족 → 그린 투어리즘	β_{31}	0,934	0,128	7,283	
	농촌공동체 역량 → 그린 투어리즘	β_{32}	0,632	0,079	7,989	
	측정 모형	방문객 경험의 질 ← 방문객 만족	$\lambda\gamma_{11}$	0,640	0,073	8,800
		농촌 수용시설 ← 방문객 만족	$\lambda\gamma_{21}$	0,557	0,073	7,635
경제 기여와 사회적 활력 ← 농촌활성화 전략		$\lambda\gamma_{32}$	0,296	0,062	4,767	
경쟁력 전략 ← 농촌활성화 전략		$\lambda\gamma_{42}$	0,530	0,079	6,712	
농촌자원과 환경보전 ← 농촌자원 매력성 보전		$\lambda\gamma_{11}$	0,783	0,089	8,842	
농촌자원 관리와 생활문화보전 관리 ← 농촌자원 매력성 보전		$\lambda\gamma_{21}$	0,664	0,075	8,808	
경영능력 ← 농촌공동체 경영역량		$\lambda\gamma_{32}$	0,726	0,057	12,678	
추진지원체계 ← 농촌공동체 경영역량		$\lambda\gamma_{42}$	0,724	0,057	12,674	
그린 투어리즘 ← 그린 투어리즘		$\lambda\gamma_{53}$	0,991	0,113	8,753	
GFI = ,867, AGFI = ,684, NFI = ,899, RMSR = ,0849, $\chi^2 = 148,652$, $p = ,00$						

그러나 연구모델과는 달리 방문객 만족이 그린 투어리즘에 직접적 효과를 갖는다는 전제가 유의하지 않음이 밝혀졌으며, 농촌활성화 전략이 그린 투어리즘에 직접적 효과를 갖는다는 결과에서는 통계적으로는 유의하나 부(-)의 효과를 나타내고 있다. 다른 나머지 직접적 효과의 전제는 모두 유의적인 정(+)의 효과를 미치는 것으로 나타났다.

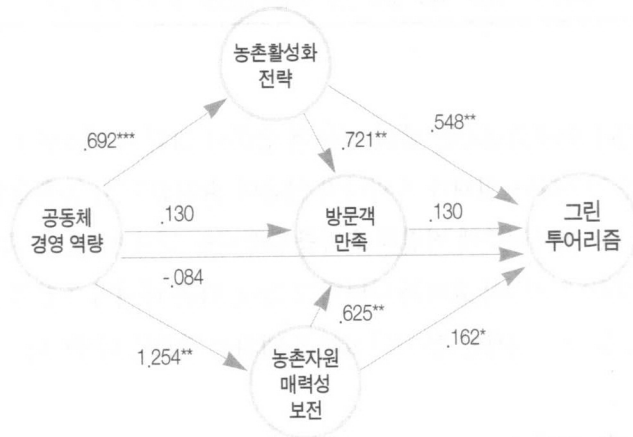
(2) 대안모델 II

대안모델 II는 다음의 〈그림 5〉와 같다. 이 대안 모델 II는 그린 투

어리움을 내발적 발전에 입각하고 있고, 농촌공동체 경영역량이 그린 투어리즘에 직접적인 영향을 미치는 것을 가정한 모델이다.

〈표 14〉와 같은 추정결과, GFI=0.839, AGFI=0.618, NFI=0.880, RMSR=0.0896, x^2 에 대한 p값은 0.00으로 모델 검증에 필요한 부합지수를 충분히 만족시키지는 못하지만 연구모델과 같이 한계적으로 수용할 수 있는 것으로 나타났다. 그러나 연구모델과는 농촌공동체 경영역량이 방문객 만족에, 농촌공동체 경영역량이 그린 투어리즘에, 그리고 방문객 만족이 그린 투어리즘에 직접적 효과를 갖는다는 가정이 유의하지 않음이 밝혀졌다. 특히 사회교환과정으로서 관광의 본질적 특성은 지역(host)과 방문객(guest)의 상호작용과 교환과정이라는 맥락에서 볼 때, 공동체의 경영역량이 직접 그린 투어리즘에 미치고 있다는 가설적 경로가 유의하지 않음이 밝혀졌다.

[그림-5] 대안 모델 II의 탐색 결과



주) * 는 $p < 0.05$, ** 는 $p < 0.01$, *** 는 $p < 0.001$

〈표-14〉 대안모델 II의 추정결과

구분	경로	파라미터	경로계수	표준오차	t-value
이론 모형	농촌공동체 경영역량 → 농촌활성화 전략	γ_{11}	0.692	0.144	4.804
	농촌공동체 경영역량 → 농촌자원 매력성 보전	γ_{21}	1.254	0.087	14.427
	농촌공동체 경영역량 → 방문객 만족	γ_{31}	0.130	0.147	0.880
	농촌공동체 경영역량 → 그린 투어리즘	γ_{41}	-0.084	-0.589	-0.589
	농촌활성화 전략 → 방문객 만족	β_{31}	0.721	0.095	7.554
	농촌자원 매력성 보전 → 방문객 만족	β_{32}	0.625	0.078	7.973
	농촌활성화 전략 → 그린 투어리즘	β_{41}	0.548	0.150	3.664
	농촌자원 매력성 보전 → 그린 투어리즘	β_{42}	0.162	0.070	2.326
	방문객 만족 → 그린 투어리즘	β_{43}	0.130	0.071	1.836
	추정 모형	경영능력 ← 농촌공동체 경영역량	$\lambda\gamma_{11}$	0.790	0.062
추진지원체계 ← 농촌공동체 경영역량		$\lambda\gamma_{21}$	0.788	0.062	12.718
경제 기여와 사회적 활력 ← 농촌활성화 전략		$\lambda\gamma_{11}$	0.454	0.099	4.589
경쟁력 전략 ← 농촌활성화 전략		$\lambda\gamma_{21}$	0.700	0.115	6.075
농촌자원과 환경보전 ← 농촌자원 매력성 보전		$\lambda\gamma_{32}$	0.783	0.054	14.400
농촌자원 관리와 생활문화보전 관리 ← 농촌자원 매력성 보전		$\lambda\gamma_{42}$	0.664	0.053	12.442
방문객 경험의 질 ← 방문객 만족		$\lambda\gamma_{53}$	0.624	0.047	13.218
농촌 수용시설 ← 방문객 만족		$\lambda\gamma_{63}$	0.546	0.043	12.587
그린 투어리즘 ← 그린 투어리즘	$\lambda\gamma_{74}$	0.978	0.099	9.872	

GFI = .839, AGFI = .618, NFI = .880, RMSR = .0896, $\chi^2 = 177.214$, $p = .00$

공변량 구조분석에서 경로계수를 추정하는 이유는 경로가 의미를 없을 경우 그 경로를 제거함으로써 모델부합도의 검증을 가능하게 해 주기 때문이다. 따라서 구조모델 자체의 검증을 주된 목적으로 하는 공변량 구조분석에서 추정된 경로계수는 통계적 의미가 문제가 되는 것이지 그 크기는 그 자체로서 큰 의의를 가지는 것은 아니다(이순목, 1990). 그러므로 공동체 경영역량은 그린 투어리즘에 직접적 영향을 미치지 않고 방문객 만족이나 농촌활성화 전략, 농촌자원의 매력성을 매

개로 그린 투어리즘으로 영향을 미친다는 경로로 수정되어 연구모델과 같이 제시될 필요가 있다.

5) 실증연구의 시사점

본 연구의 분석결과를 토대로 시사점을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 신뢰도 분석결과에서 전반적으로 각 구성개념의 신뢰도는 수용할 수 있는 것으로 분석되었지만 구체적 측정항목에서 방문객 만족의 구성개념에서 체류형 여가활동의 요인 중 다중적 여가활동과 지역공동체 경영역량의 구성개념에서 GT 추진조직 역량의 요인 중 지역공동체 합의(컨센서스)의 측정항목 1개가 제외되었다.

둘째, 본 연구에서의 탐색적 요인분석은 그 주요 목적이 그린 투어리즘 평가를 위한 구조모델의 추정을 위한 것이었으므로 1-3단계 요인분석을 통하여 측정변수를 정제하였지만, 분석결과 각각의 구성개념에서 사용된 개별 항목들이 구성개념을 대표할 만한 측정변수임을 확인되어 측정척도 개발의 타당성이 입증되어 새로운 측정척도가 개발되기 전까지는 이러한 구성개념을 측정하는데 수용될 수 있을 것으로 판단되었지만, 처음에 이론적 근거에 의해 설정된 요인들이 없어지거나 과대 축소되는 경향이 있다. 이러한 결과는 각 구성개념의 이론적 요인에 해당되는 개별 측정변수들이 새롭게 추가로 개발되어야 함을 의미한다고 하겠다.

셋째, 측정모델의 확인적 요인분석 결과 집중타당성, 이해타당성, 판별타당성 등의 타당성이 확인되었고, 모든 구성개념에서의 측정변수들이 모두 유의적으로 나타나 그린 투어리즘 평가를 위한 구조방정식 모델을 추정하는데 일단 수용할 수 있는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 탐색적 요인분석의 결과로 얻어진 각 구성개념의 요인들이 측정모델

분석을 통하여 측정변수들의 타당성과 적용성을 입증된 것으로 해석할 수 있으며, 각 구성개념에 대한 측정변수들은 새로운 측정척도가 개발되어 더욱 확고한 타당성과 적용성이 입증되기 전까지는 전적으로 수용될 수 있을 것으로 판단된다. 그러나 모델추정의 전반적 부합지수들이 한계적으로 수용되어 추후 이론적 근거에 의한 모델수정과 측정변수의 추가 개발 및 새로운 모집단에 적용하는 절차가 필요함을 시사하고 있다.

넷째, 연구모델의 추정결과 설정된 구성개념간 인과관계가 모두 지지되어 이론적으로 근거를 더욱 뒷받침해주고 있다. 하지만 앞의 확인적 요인분석 결과와 마찬가지로 모델추정의 전반적 부합지수들이 한계적으로 수용되어 추후 이론적 근거에 의한 모델수정과 측정변수의 추가 개발 및 새로운 모집단에 적용하는 절차가 필요함을 시사하고 있다. 가설 검정 결과, 모든 가설이 지지되었는데, 특히 성공적 그린 투어리즘은 농촌활성화 전략과 농촌자원 매력성 보전 및 방문객 만족을 통하여 달성될 수 있음이 증명되었고, 이러한 성공적 그린 투어리즘의 세 가지 전제 조건은 농촌공동체 경영역량의 달성을 통하여 한층 강화될 수 있음을 의미한다고 하겠다. 농촌공동체 경영역량의 강화에 따른 구체적이고 목표지향적인 농촌활성화 전략 설정을 세우고, 농촌자원 매력성 보전 계획을 보다 구체화한다면 이러한 노력의 결과로 방문객의 만족이 극대화될 수 있고, 이러한 일련의 활동들은 결국 그린 투어리즘의 성공적 결과를 낳을 수 있음을 시사하는 것이다.

IV. 정책 연구

1. 이론구조모델의 현장적용 대상지역 선정

1) 강원도 화천군 상서면 신대리

강원도 화천군 상서면 신대리는 '고향만들기'를 통해 연간 4천명의 도시민을 유치하여 농촌의 활성화를 시도하고 있는 마을이다. 서울에서 3시간 걸리는 휴전선 인근의 오지마을인 신대리는 예로부터 쌀이 많이 나는 곳으로 품을 팔면 쌀로 주었다하여 토고미(土糶米)라 불렀다.

1999년 토고미 환경농업작목반에서 무농약 오리 쌀 재배를 시작하여 도시민과 함께 농사를 지으며 생산된 농산물은 나누어 먹는 방법인 '나눔의 농사가족'을 통해 판매되기 시작하였다. 신대리는 2002년 농림부에서 추진하는 농촌체험관광 시범마을과 강원도에서 추진하는 새농촌마을로 선정되어 농촌발전의 새로운 모델로 평가받고 있다. 앞으로 '우리 아이들의 미래, 토고미 2031계획'이라는 마을 가꾸기 30년 계획을 수립하여 경제적으로 자립하고 자연과 조화를 이루며 도시인들에게 고향이 되어주는 마을로 가꾸어가고 있다.

2) 제주도 서귀포시 예래동

예래마을은 서귀포시내 중심지에서 서쪽으로 약 17km 거리에 위치해 있고, 마을의 상징인 군산과 중문천과 접해있다. 마을 안에는 2개의 작은 개천이 흐르고 곳곳에 용천수가 솟아나고 있으며, 바로 인근에 국내 최대 관광단지인 중문관광단지가 있다. 그러나 관광단지의 화려한 개발과는 달리 예래 마을은 전체 가구의 83.8%가 농사에 종사하는(주로 감귤농사) 전형적인 농촌마을의 분위기를 가지고 있다.

예래동에서는 1990년대 초 이후 마을 자체적으로 ‘예래동 환경연구회’를 조직하여 마을의 환경 보호와 문화자원 복원 등에 힘쓰고 있다. 어린이 환경학교는 환경연구회를 중심으로 5년동안 지속된 프로그램이고 이 밖에 마을 차원에서 생태마을워크샵, 홈스테이 운영, 반딧불이 보호지역 1호 지정, 하천보전 활동, 마을 자체 축제인 ‘논짓물 축제’ 개최, 서울 등 도시지역과 자매결연, 감귤따기 체험행사 등을 진행해 오고 있다.

2. 현장적용을 위한 지수화 소프트웨어

그린 투어리즘 측정모델 지표측정치를 지수로 산출하기 위해서는 가중치 적용과 SAS계량통계기법을 활용한 항목지수 측정 → 부문지수 산출 → 종합평가에 이르는 상향식 접근방법이 활용되었다.

이 단계는 그린 투어리즘을 구성하는 세부항목에 대한 조사대상지역 그린 투어리즘 수요자들의 평가수준을 바탕으로 부문별 평점을 계산하고 다시 이에 근거하여 종합적인 그린 투어리즘 개발 및 평가 수준을 도출하는 과정을 거치는 것이다. 그린 투어리즘 지수분석 소프트웨어(model software)는 측정모델을 형성하는 각각의 구성개념과 구성개념을 이루는 측정변수에 가중치(weight)를 부여하는 방식으로 이루어진다. 이와 같이 그린투어리즘 개념을 구성하는 항목별·부문별지수가 산출되면 정책우선권의 부여가 훨씬 용이해짐으로써 그 실천성을 담보하게 된다.

1) 항목의 평가 (I_{ij})

$$\frac{\sum_{k=1}^5 f_{ijk} \cdot k}{\sum_{k=1}^5 f_{ijk}}$$

I_{ij} : i 번째 부문의 j 번째 항목의 평가수준

f_{ijk} : i 번째 부문의 j 번째 항목의 k 번째 평가수준의 빈도수 (응답자수)

k : k 번째 평가수준의 점수 ($k=1 \cdots 5$)

2) 부문의 평가 (C_i)

$$C_i = \sum_{j=1}^m WS_{ij} \quad WS_{ij} = I_{ij} \cdot IW_{ij} \quad \sum_{j=1}^N IW_{ij} = 1$$

C_i = i 부문의 평가수준 IW_{ij} = i 부문의 j 항목의 가중치

3) 종합적 그린 투어리즘 개발수준의 도출 (OS)

$$OS = \sum_{j=1}^N TS_j \quad OS = \sum_{j=1}^N CW_j = 1$$

$TS_j = C_i \cdot CW_j$

CW_j = i 부문의 가중치

4) 정책우선권 설정방법

$$Pr = TW_{ij} (\bar{I} - I_{ij})$$

항목별로 목표수준과의 격차 ($\bar{I} - I_{ij}$)를 계산하고 이 결과를 중요도(TW_{ij})에 곱함으로써 정책의 우선순위정보를 주는 격차점수(Pr)를 도출하는 식이다.

3. 대상지역에 대한 이론구조모델 적용결과

1) 그린투어리즘 항목별 지수 산출결과

그린투어리즘을 이루는 5개 구성개념의 부문에 대한 항목별 그린투

〈표-15〉 그린 투어리즘 구성개념 부문 항목별 지수 산출

부 문 C_i	항 목 I_{ij}	평 균 M_{ij}		가 중 치 W_{ij}		부 문 기 여 도 $A_{ij}=M_{ij} \times W_{ij}$		부 문 지 속 성 지 수 ΣA_{ij}		
		신 대 리	예 래 동	신 대 리	예 래 동	신 대 리	예 래 동	신 대 리	예 래 동	
농 촌 활 성 화 전 략	경 제 적 활 성 화	x2	3,592	2,956	.240	.239	0,8620	0,706484	3,7647(4)	3,0895(2)
		x3	3,444	2,739	.229	.218	0,7887	0,597102		
		x4	3,962	3,214	.264	.251	1,0460	0,806714		
		x5	4,000	3,478	.267	.282	1,0680	0,980796		
	경 쟁 력 전 략	x7	3,500	3,043	.457	.493	1,5995	1,500199	3,7715(3)	3,0871(3)
		x8	4,000	3,130	.543	.507	2,1720	1,58691		
농 촌 매 력 성 보 존	환 경 보 존	x12	3,629	3,046	.244	.255	0,8854	0,77673	3,7233(6)	2,9112(6)
		x13	3,851	3,174	.259	.278	0,9974	0,882372		
		x14	3,740	2,823	.251	.247	0,9387	0,697281		
		x18	3,666	2,522	.246	.220	0,9018	0,55484		
	자 원 관 리	x10	3,481	2,870	.313	.325	1,0895	0,93275	3,7592(5)	2,94335(5)
		x11	3,884	2,957	.337	.335	1,3089	0,990595		
		x17	3,888	3,000	.350	.340	1,3608	1,0200		
방 문 객 만 족	방 문 객 경 험	x25	3,851	2,739	.326	.339	1,2554	.928521	3,9398(1)	2,6986(7)
		x26	3,888	2,565	.329	.317	1,2791	.813105		
		x27	4,074	2,782	.345	.344	1,4053	0,957008		
	시 설	x19	3,777	3,217	.346	.339	1,3068	1,090563	3,6438(8)	3,1613(1)
		x20	3,555	3,217	.325	.339	1,1553	1,090563		
		x21	3,592	3,044	.329	.322	1,1817	.980168		
농 촌 공 동 체 역 량	경 영 역 력	x34	3,481	2,174	.312	.291	1,0861	0,632634	3,6890(7)	2,5178(9)
		x35	3,962	2,783	.356	.372	1,4105	1,035276		
		x36	3,703	2,522	.322	.337	1,1924	0,849914		
	지 원 체 계	x30	3,347	2,304	.266	.295	0,8903	0,67968	3,7727(2)	2,6321(8)
		x31	3,851	2,609	.360	.333	1,3864	0,868797		
		x32	4,000	2,913,374	.372	1,4960	1,063636			



어리증 지수를 화천군 상서면 신대리와 서귀포시 예례동을 대상으로 산출한 결과는 다음 <표 15>와 같다. '해당부문응답점수/요인응답 총 점수' 값이 가중치로 적용되었다.

(1) 화천군 상서면 신대리

<표 15>에서는 25개 항목별 점수가 해당 요인에 기여하는 정도를 가중치로 부여하여 요인별 점수를 산출한 결과로서 '방문객 경험의 질 보장' 이 가장 높은 지수(3.9398)를 보이는 것으로 산출되었고, 그 다음으로 그린투어리즘에 대한 지원체계를 강화가 3.7727점, 마을 활성화 전략으로서 경쟁력 전략 마련이 3.7715점과 같이 높은 수준으로 산출되었다. 그러나 방문객 만족을 위한 농촌의 수용시설 정비는 8개 요인 중에서 가장 낮은 지수(3.6438)를 나타냈으며, 공동체 영향에서 경영마인드 강화를 통한 능력배양 역시 상대적으로 낮은 지수값(3.6890)을 보였다.

그리고 위 <표 15>에서는 8개 요인에 기여하는 각 변수의 부문별 기여정도를 $A_{ij}(M_{ij} \times W_{ij})$ 으로 알 수 있는데, 경제적 활성화 요인에서 가장 중요한 변수는 x5인 '지역이미지 향상을 통한 사회적 활력 조성' 이었고, 경쟁력 전략에서 상대적으로 많은 기여를 하는 변수는 x8 '홍보 및 광고 등의 마케팅 활동을 통한 경쟁력 강화 전략 수립' 으로 x7 (방문객의 욕구나 기호)에 대한 조사를 하는 것보다 중요하게 나타났다.

농촌매력성 보존 구성개념 중 환경보존 요인에서는 x13 '깨끗한 환경(공기, 숲, 강 등) 보전' 을, 자원관리 요인에서는 x17 '마을 축제 및 특별행사' 가 상대적으로 높은 값을 보이며 해당 개념 설명에 기여하고 있다. 방문객 만족에서는 x27 '방문경험의 농촌성과 진정성 보장을 통한 경험의 질 향상' 이 다른 항목들보다 높은 기여를 하고 있으며, 시설

요인에서는 x19 마을 숙박시설이 교통시설 및 정보시설이나 그 시설의 규모가 소규모이고 저밀도여야 한다는 것보다 높은 기여를 하고 있는 것으로 분석되었다.

지역공동체 역량에서 경영능력에서는 x35 '방문 프로그램·이벤트 개발' 하는 것이 서비스 질을 높인다던가 마을 관련 지식을 확대하는 것보다 중요하게 나타났으며, 지원체계에서는 x32 '농촌 농업정책 및 정주정책' 과 같은 그린 투어리즘을 지원할 수 있는 거시적 환경을 조성하는 추진체계를 확립하는 것이 보조금이나 세금감면(x31)과 같은 단기적 시책보다 많은 평가를 받고 있는 것으로 분석되었다.

(2) 서귀포시 예래동

신대리 지역의 부문별 그린 투어리즘 지수가 '방문객 경험의 질 보장' 에서 가장 높게 나타난 것과는 달리 예래동 지역에서는 방문객 만족을 위한 농촌의 수용시설 정비가 가장 높은 지수(3.1613)를 나타냈다. 이 부문은 신대리인 경우 현재 가장 낮게 측정된 부문이었고, 신대리에서 가장 높게 나타난 방문객의 경험의 질 보장과 만족은 예래동인 경우 8개 부문 중 6번째에 해당하는 낮은 점수를 보인 것 역시 주목할 만 하다.

그리고 8개 요인에 기여하는 각 변수의 부문별 기여정도는 전반적으로 신대리와 유사한 구성을 보여주고 있다. 조금씩 차이가 있는 항목들은 '경쟁력 전략' 에서 예래동은 'x7 방문객 욕구 및 기호 조사' 와 'x8 홍보 및 광고 등 마케팅활동' 을 통한 경쟁력 강화가 비슷한 상대적 기여를 하고 있었다. 그리고 '환경보전' 부문에서 'x12 역사문화자산의 보존 및 보수' 나 'x13 깨끗한 환경(공기, 숲, 강) 보전' 이 'x17 마을 축제 및 특별행사' 나 'x' 18 마을의 일상생활적 경관보전' 보다 상대적으로

로 많은 지수로 산출되어 신대리와 다른 구성을 보여주고 있다.

방문객 경험 부문에 해당하는 x25(자연·역사·문화 교육프로그램), x26(농촌형 서비스), x27(방문경험의 농촌성과 진전성 보장)에서 예래동은 x26이 다른 항목에 비해 낮은 지수로 산출되어 농촌성과 프로그램이 서비스 제공 수준보다 높게 진행되는 것으로 평가될 수 있다. 그 밖에 자원관리 부문이나 시설 부문은 해당 항목의 지수값이 비슷한 수준으로 나타나고 있다. 농촌공동체 역량 구성개념에 해당하는 2개 부문의 지수값은 신대리와 비슷한 구성을 보이고 있다. 예래동 지역에서도 그린 투어리즘 경영능력 부문에서 x35 '방문 프로그램·이벤트 개발' 이 서비스 질 향상(x34)이나 마을 관련 지식을 확대(x36)하는 것보다 중요하게 나타났다. 그리고 지원체계에서도 x32 '농촌 농업정책 및 정주정책' 과 같은 그린 투어리즘을 지원할 수 있는 거시적 환경을 조성하는 추진체계를 확립하는 것이 보조금이나 세금감면(x31)이나 전문가 양성(x30)과 같은 시책 보다 현재 상대적으로 잘 시행되는 것으로 평가되었다.

2) 그린 투어리즘 부문별 지수산출 결과

부문별 지속가능성 지수에 다시 가중치를 적용하는 방식으로 구성개념별로 그린 투어리즘이 대상지역에서 실행되는 정도를 측정된 결과는 <표 16>과 같다.

(1) 신대리

4가지 구성개념 모두가 중간값인 2.5를 상회하고 있고, 4개 부분의 지수값이 서로 비슷한 값으로 분석되었다. 방문객 만족 부문(3.79)과 농촌활성화 전략(3.76), 농촌매력성 보존(3.738), 농촌공동체 역량

(3.730)이 모두 비슷한 수준의 지수값을 나타내고 있다.

‘농촌활성화 전략’ 구성개념을 구성하는 2개의 부문 중에서 ‘경제적 활성화’가 경쟁력 전략을 마련하는 일보다 해당 구성개념을 설명하는데 중요하게 기여하고 있다. 그리고 ‘매력성 보존’에서는 환경보존 부문이 자원관리보다 더 많은 기여를 하고 있었으며, ‘방문객 만족’에서는 방문객 경험의 질 확보가 수용자 지향적 시설을 준비하는 것보다 더 많은 기여를 하고 있다. ‘농촌 공동체 경영역량’의 경영능력과 지원체계와 같은 두 부문은 서로 비슷한 수준에서 구성개념의 지수값에 기여하고 있는 것으로 나타났다.

(2) 예래동

〈표-16〉 그린 투어리즘 구성개념별 지수 산출

구 성 개 념 C_i	내 용 I_{ij}	평균 M_{ij}		가중치 W_{ij}		부문 기여도 $A_{ij}=M_{ij} \times W_{ij}$		부문 지속성지수 ΣA_{ij}	
		신대리	예래동	신대리	예래동	신대리	예래동	신대리	예래동
농촌 활성화 전략	경제적 활성화	3,7647	3,0895	.671	.667	2,526114	2,060664	3,766938(2)	3,088668(1)
	경쟁력 전략	3,7715	3,0871	.329	.333	1,240824	1,028004		
농촌 매력성 보존	환경 보존	3,7233	2,9112	.573	.564	2,133451	1,64193	3,738629(3)	2,92516(3)
	자원 관리	3,7592	2,9433	.427	.436	1,6051784	1,28323		
방문객 만족	방문객 경험	3,9398	2,6986	.520	.460	2,048696	1,241372	3,79772(1)	2,948471(2)
	시설	3,6438	3,1613	.480	.540	1,749024	1,707099		
농촌 공동체 역량	경영 능력	3,6890	2,5178	.510	.500	1,88139	1,258912	3,730013(4)	2,574969(4)
	지원 체계	3,7727	2,6321	.490	.500	1,848623	1,316057		

예래동에서는 농촌활성화 전략이 가장 높은 지수값을 보였고(3.08), 방문객 만족(2.94), 농촌매력성 보존(2.92), 농촌공동체 역량(2.57)과 같은 순서로 지수값이 산출되었다. 특히 예래동은 농촌공동체 역량이 현재 가장 낮게 산출되어 그린 투어리즘을 운영할 수 있는 능력과 추진을 위한 지원이 현재 잘 이뤄지지 않는 것으로 평가될 수 있다.

3) 그린투어리즘 종합적 지수산출 결과

그린투어리즘의 종합지수 산출은 5개 구성개념의 상대적 중요성을 파악하는 방식으로 이루어졌으며, 그 결과는 다음 <표 17>과 같다. 총 응답자수를 분모로, 각각의 구성개념에 대해 중요하다고 대답한 수치를 분자로 계산하여 종합적인 지수를 산출하기 위한 가중치로 사용하였다. 그린투어리즘 구성개념별 지수에 가중치를 곱해 나온 기여도의 합으로 종합적 지속성 지수를 산출한 결과, 신대리는 5점 척도를 기준으로 했을 때 3.757868점, 100점 환산의 경우 75.1573점에 해당하는 지수로 산출되었고, 예래동은 2.899866점, 100점 환산의 경우 57.99732점으로 산출되었다.

이와 같은 그린투어리즘을 시행하고 있는 두 대상지역에 적용시켜 본 결과, 100점 만점 기준으로 할 때 17점 정도 높게 산출된 신대리 지역이 예래동 보다 그린 투어리즘이 보다 잘 수행되고 있어 것으로 평가되었다. 그리고 지속가능성 평가에 대한 연구를 수행한 Ko(2001)에 의하면, 신대리의 종합적인 그린투어리즘 지수값은 잠재적으로 지속가능한 수준이지만, 예래동은 지속불가능한 수준과 잠재적으로 지속가능한 수준 사이의 중간 수준으로 판단할 수 있다.

〈표-17〉 그린 투어리즘 구성개념별 지수 산출

구성개념		구성개념 지속성 지수		가중치 W		기여도 A=M×W		지속성지수 ΣA	
		신대리	예래동	신대리	예래동	신대리	예래동	신대리	예래동
그린 투어 리즘 (GT)	농촌 활성화전략	3,766938	3,088668	.2406	.260	0,906325	0,803054	3,757868	2,899866
	농촌 매력성 보존	3,738629	2,92516	.2797	.284	1,045695	0,830745		
	방문객 만족	3,79772	2,948471	.2446	.246	0,928922	0,725324		
	농촌 공동체 역량	3,730013	2,574969	.2351	.210	9,604668	0,540743		

4. 대상지역 그린 투어리즘 정책우선권 설정

그린 투어리즘의 구성부문에 대한 정책우선권은 중요도와 평가수준과의 상관관계를 이용하여 다음 식과 같은 간단한 조작을 통해 부여할 수 있다. 이 식은 항목별로 목표수준과의 격차 ($I-I_{ij}$)를 계산하고 이 결과를 중요도 (TW_{ij})에 곱함으로써 정책의 우선순위정보를 주는 격차점수 (Pr)를 도출하는 식이다. 이 격차점수는 항목과 부문에 상관없이 어느 정도의 정책적 관심이 요구되는가를 나타내주는 장점이 있다(하성규외, 1999).

$$Pr = TW_{ij} (\bar{I} - I_{ij})$$

여기서 \bar{I} 의 값은 원하는 평가수준 혹은 벤치마크가 되는데 어떠한 점수를 부여하더라도 격차점수의 순위는 변하지 않는다. 그리고 \bar{I} 의 수준보다 평가 수준이 높은 항목은 격차점수가 양의 값을 가지며 정책



의 고려대상에서 제외할 수 있다. 격차점수를 이용한 정책우선권 부여 논리는 지속가능성 수준에 미치는 영향력이 클수록 그리고 평가수준이 낮을수록 그 항목에 높은 정책 우선순위를 부여하는 것이다. 따라서 격차점수가 낮을수록 개선요구가 강하다고 해석되며 정책의 우선순위는 격차점수가 낮은 순으로 부여한다. 정책 우선순위는 부분간·항목간에도 부여할 수 있고 또 격차점수를 비교함으로써 개선 요구의 강도에 대한 항목간 비교도 할 수 있다.

항목별·부분별 점수를 활용하여 격차점수를 계산하고 원하는 정책 수준 혹은 벤치마크가 되는 8개 부문의 평균점수와 격차점수가 낮은 순으로 부여된 정책우선 순위결과는 다음 <표 18>과 같다. 항목 중 격차점수가 양의 값을 가지면 벤치마크 수준을 상회하므로 정책대상에서 제외시킬 수도 있을 것이다.

신대리의 경우 그린투어리즘의 수준을 개선하기 위해 정책이 우선적으로 관심을 기울여할 부문은 '숙박시설, 교통·정보 등 기반시설' 과 같은 부문으로 평가되었다. 이어서 '도시민의 농촌 방문 프로그램 개발 과 서비스 향상' 도 중요하게 개선해야 할 부문으로 나타났고, 그 다음으로 '깨끗한 환경(공기, 숲, 강 등)' 보전방안 마련도 필요한 것으로 분석되었다.

예대동은 '그린투어리즘과 관련된 경영능력' 을 배양하는 것이 가장 시급히 정책적으로 처리되어야 할 부문으로 분석되었다. 그 다음으로 '그린 투어리즘 추진 지원체계', '방문객들의 경험의 질을 보장' 함으로써 방문객 만족을 추구하는 방안, '환경보존을 통해 농촌 매력성을 보존' 하는 정책이 우선적으로 고려되어야 할 부문으로 평가되었다.

〈표-18〉 정책우선권 설정을 위한 우선순위 부여부문

부 문 C_i	항목 I_{ij}		$I_{ij} - \bar{I}$ ($\bar{I}_{\text{신}} = 3.76$) ($\bar{I}_{\text{예}} = 2.88$)	가중치 TW_{ij}	격차점수 ($I_{ij} - \bar{I}$) TW_{ij}	정책우선 순위		
	요인명	요인점수				신대리	예레동	
농촌 활성화 전략	경제적 활성화	신대리	3,7647	0,0047	,671	0,017694	5	7
		예레동	3,089452	0,209452	,667	0,647092		
	경쟁력 전략	신대리	3,7715	0,0115	,329	0,0037835	6	6
		예레동	3,087099	0,207099	,333	0,639335		
농촌 매력성 보존	환 경 보 존	신대리	3,7233	-0,0367	,573	-0,136645	3	4
		예레동	2,943345	0,063345	,436	0,186446		
	자 원 관 리	신대리	3,7592	-0,0008	,427	-0,003007	4	5
		예레동	3,089452	0,209452	,667	0,647092		
방문객 만족	방문객 경험	신대리	3,9398	0,1798	,520	0,708376	8	3
		예레동	2,698634	-0,181366	,460	-0,48944		
	시 설	신대리	3,6438	-0,1162	,480	-0,42341	1	8
		예레동	3,161294	0,281294	,540	0,889253		
농촌 공동체 역량	경 영 능 력	신대리	3,6890	-0,071\	,510	-0,261919	2	1
		예레동	2,517824	-0,362176	,500	-0,911895		
	지 원 체 계	신대리	3,7727	0,0127	,490	0,047913	7	2
		예레동	2,632113	-0,247887	,500	-0,652467		

정책이라고 하는 것이 시간과 인력 및 자본의 제약 속에서 차선을 공공적으로 선택하는 행위로 이해한다면, 신대리인 경우 방문객들의 경험 자체를 충족시키기 위한 방향보다는 농촌의 정주환경과 그린 투어리즘의 수용태세를 확립하는 차원에서 '시설 개선' 과 경영능력을 우선적으로 해결해야 하고, 예레동인 경우 농촌공동체의 경영역량 강화를 가장 먼저 정책적으로 해결해야 할 것으로 나타났다.



V. 결론

그린 투어리즘과 같은 새로운 농업 형태는 농산물이라는 재화생산영역과 농촌어메니티 공급이라는 서비스생산영역을 아우르는 포괄적 형태의, 그러나 성격은 전혀 다른 농업활동으로 떠오르고 있다. 재화생산 영역은 과거처럼 양적인 것이 아니라 질적인 것으로서 품질을 최우선시 한다. 따라서 재화로서 유기농산물을 생산하고, 생산 환경을 배경으로 풍부한 농촌어메니티를 서비스로 공급할 수 있다면 그러한 농업활동가는 농업시장의 새로운 흐름을 선점하는 자가 될 것이다. 새로운 농업은 다양성의 가치를 존중하는 사회적 분위기와 맥을 같이 한다. 다양성을 존중하는 이와 같은 생각은 물질문화의 세계화가 진행되는 것과 마찬가지로 가치문화의 세계화를 뒷받침하고 있다. 유럽에서는 이미 고품질 농업생산과 관광서비스생산을 중심으로 가족이 참여하는 농업 형태가 경제적, 사회적, 환경적 조건의 변화에 맞춰 변화되고 재편되면서 '유럽적 농업모델'로 자리를 잡고 있다.

우리나라의 경우 그린 투어리즘에 대한 사회적 수요가 폭발적으로 증가할 것으로 예견되고 있지만 이를 준비하고자 하는 노력은 매우 부족하다. 1980년대 중반 이후로 '농어촌발전 특별조치법'이나 '농어촌정비법' 등을 통해 2000년까지 491개소의 관광농원과 266개의 민박마을, 8개소의 농어촌휴양단지를 조성하는 등의 정책적 노력이 있었다. 그러나 대부분 과잉 시설투자로 인한 경영 불안정, 획일적이고 개성 없는 서비스 등으로 큰 결실을 거두지 못하였고, 진정한 의미의 그린 투어리즘을 위한 디딤돌이 되기에는 역부족이었다.

물론 한편으로는 강원도 신대리, 전라북도 능금리, 강화도 장화리 등

을 중심으로 민간 영역에서 다양한 농촌시설을 근간으로 그린 투어리즘을 새롭게 준비하려는 노력들이 성숙해 가고 있기도 하다. 여러 유기농 생산자들이 단순히 안전한 농산물 생산에 그치는 것이 아니라, 자신들의 농장을 도시 소비자들에게 개방하여 유기농업활동을 체험할 수 있도록 준비하고 있으며, 교육적인 목적으로 농촌의 생태환경이나 역사문화유산을 직접 탐방하고 관찰할 수 있도록 하는 체험 프로그램들이 곳곳에서 만들어지고 있음을 볼 수 있다.

그러나 아직은 부족하다. 그린 투어리즘에 대한 연구와 실천적 동향들은 농의소득의 확대와 농촌의 재개발에 초점을 맞춘 프로그램 개발 등 공급측면의 연구가 주류를 이루어왔다. 그린 투어리즘이 도시관광과 대비된다든지(rural tourism), 산업관광(agricultural tourism)의 측면에서 연구되어 그것이 가지는 구조적(시스템적) 성격을 제대로 조명하고 또 반영해오지 못했다고 해도 과언이 아니다.

그린 투어리즘을 제대로 개발해나가기 위해서는 그것이 지향하는 바를 제시해주는 나침반을 우선 만들 필요가 있다. 그린 투어리즘이 가지고 있는 각각의 성격들을 하나로 아우르면서 통합하는 구조모델을 구축하고 이를 검증하는 것이 요구된다. 그리고 모델을 구성하는 각각의 개념들을 측정가능한 지표의 형태로 표시하고 이를 실제 적용함으로써 모델의 실천가능성을 확보하는 것도 필요하다. 그래야 프로그램 개발도, 도농 커뮤니티 형성도, 새로운 농촌으로의 리모델링도 비로소 가능한 것이다. 오늘날 한국의 그린 투어리즘 개발이 가지고 있는 제반 문제점들을 해결할 수 있는 실마리도 제공해 줄 수 있을 것이다.

우리 한국에서도 한국형의 새로운 농업모델을 만들어야 한다. 이를 실천하여 농촌을 살려야 한다. 다시 돌아오는 마을로 고향창생(故郷創生)하여야 한다. 이를 위해서는 그린 투어리즘을 주목할 필요가 있다.



이러한 기초 아래 본 연구는 그린 투어리즘을 초점으로 하여 한국 농업의 새로운 발전모델로서, 한국 관광의 지속가능한 대안적 형태로서, 소규모 주민주체 및 공동체 개발의 형태로서 한국의 지역 농업 및 관광 개발이 요구하는 제반 사항들을 달성할 수 있는 나침반과 토대를 마련하기 위하여 그린 투어리즘 프로그램 개발과 평가를 위한 통합모델을 구축하고 이를 검증·적용하는 것을 궁극적 목적으로 삼았다.

본 연구는 지금까지 그린 투어리즘에 대한 연구가 분산적·개별적으로 이루어져 '나무는 보고 있으돼 숲을 보지 못한' 약점을 극복하고자 그린 투어리즘이 농업과 관광, 그리고 환경의 균형있는 조합이라는 원칙을 중시하고 다학제적 연구성과를 기존 그린 투어리즘 연구결과와 통합하면서 이들 모두를 조망할 수 있는 이론구조모델을 개발하고자 했다. 이와 같은 이론구조모델은 문헌연구에 의해 농업과 관광의 요구를 학제적으로 연계하면서 방문객 만족과 지속가능성 및 지역사회의 발전을 담보하는 그린 투어리즘의 탐색적 통합 모델이다.

그리고 본 연구에서 개발된 이론구조 모델은 그 동안 수요과 공급, 농업과 관광 등의 분야에서 분산적·개별적으로 이루어져 온 그린 투어리즘 관련 선행연구와 그린 투어리즘의 국내외 실천적 동향을 분석하여 이를 입체적으로 통합함으로써 그린 투어리즘의 시스템적 구조를 규명·정립하는데 도움을 줄 것이다. 그리고 통합 이론모델에 근거해서 그린 투어리즘의 구성개념을 계량화할 수 있는 지표를 부문별·항목별로 개발하였다. 이와 같이 개발된 측정지표는 질적 접근방법에 의해 방문객과 지역주민이라는 그린 투어리즘 수요자를 대상으로 측정·분석함으로써 이론적으로 탐색된 그린 투어리즘 통합모델을 검증하고 모델 부합도가 개선된 대안모델의 가능성을 모색하는데 이용될 수 있다.

이론구조모델의 개발 이후 본 연구는 그린 투어리즘 프로그램 개발

및 평가를 위해 SAS계량경제기법을 통하여 그린 투어리즘의 부문별·항목별 지수를 산출하였다. 지수산출은 그린 투어리즘을 구성하는 부문을 대상으로 각각 산정되고 가중치 적용을 통해 다시 하나의 종합지수(OS)로 계산되는 상향식 과정을 거치는 흐름으로 수행되었다. 지표측정 결과는 그린 투어리즘 지수로 산출됨으로써 그린 투어리즘 프로그램 개발요소를 분명히 하고 평가를 위한 모니터링을 가능하게 하며 정책우선권을 부여할 수 있도록 해준다. 또한 이와 같이 항목별·부문별 지수가 산출되면 정책우선권의 부여가 훨씬 용이해짐으로써 그린 투어리즘의 실천성을 담보하게 되고 각 대상지역간의 비교를 가능하게 함으로써 벤치마킹이 이루어질 수 있는 토대를 갖추게 된다. 결국 그린 투어리즘의 실천가능성을 높게 하고 정책오차를 줄일 수 있게 되는 것이다.

이와 같은 그린 투어리즘 지수 산출과 정책 우선순위 부여는 이른바 '차선의 공공선택'으로서 정책의 실효성을 증대시키고 자원의 낭비를 예방할 수 있는 효율적 대안도출이 가능하게 할 것이다. 특히 그린 투어리즘 지표와 지수화 소프트웨어는 프로그램 개발을 위한 사전설계지도를 제공해주고 사후 평가체계 및 진단장치를 제공함으로써 그린 투어리즘의 지속가능성을 지원하고 지식과 정보에 근거한 의사결정을 통해 그 관리능력을 증진시켜 줄 것이다.

향후 본 연구는 본 논문에서 고려된 구성개념 및 변수들 이외의 변수들이 그린 투어리즘에 대한 종합적 개념화에 추가되어야 하는지 여부를 보다 다양한 문헌연구를 통해 고찰해야할 것이다. 또한 그린 투어리즘을 실시하고 있는 농촌마을을 대상으로 본 연구에서 개발된 지표를 실제 적용하는 과정을 계속적으로 시행함으로써, 그린 투어리즘의 부문별, 항목별 지수를 산출하고 비교·분석하고, 그린 투어리즘 구성요소들에 대해 합리적으로 목표수준과 벤치마크를 설정하며, 그린 투어

리즘의 성과기준을 제시하는 방향으로 전개될 것이다.

참고 문헌

- 강신겸(2001). 여가시간 확대와 농촌관광의 가능성. 『여가와 농촌활성화 심포지엄』. 전국농업기술자협회·삼성경제연구소.
- _____(2002). 농촌관광의 가능성과 발전방향. 『CEO Information』, 제333호.
- 강신겸·민승규(2002). 농촌관광의 가능성과 발전방향. 삼성경제연구소.
- 古塚 秀夫(2002). 그린투어리즘 발전요인의 일·한 비교. 『한관농지 Korea J. Tour. Agri』 8(2): 1-8.
- 김경영,(1997) 경북지역 도시와 환경의 미래, 경북 경관행정 추진방향. 대구: 대구대학교과학기술연구소, p.175.
- 김범수(1999). 일본의 그린투어리즘, 『산림휴양연구』, 3(1): 1-13.
- 김범수·한상열·이주희(2001). 한국과 일본의 그린 투어리즘에 대한 비교 연구. 『관광연구』,16(1): 83-103.
- 김병문, 한국관광농업의 활성화방안에 관한 연구, 주봉 김병문 박사 회갑기념 논문. 『한국관광개발학회 관광개발논총』, 1993.
- 김영준(2002). 사회친화적 도서관광의발전방향에 관한 연구. 부경대학교 대학원 석사학위논문.
- 농림부(2000). 2000년도 농림사업시행지침.
- _____(2001). 농외소득증대 증장기 추진계획.
- 류선무(1995). 『관광농업의 개발과 경영』, 형설출판사.
- _____(1998). 농촌공원의 자원별 관광농업 개발방법에 관한 연구. 서울시립대학교 대학원 박사학위논문.
- 류선무·장용만·김성기(2001), 그린 투어리즘(Green-Tourism)의 개념에 대한 고찰. 『관광농업연구』. 8(1):1-15.
- 문옥표(2000). 그린 투어리즘의 생산과 소비-일본군마현편품촌의 총합교류 터미널 사례를 중심으로. 『농촌사회』, 10: 105-127.
- 박광순(1998). 농산어촌의 활성화와 그린투어리즘: 일본의 사례를 중심으로. 『지역개발연구』, 3(1): 12.
- 박대식.(2000). 바람직한 농촌개발의 방향-Sustainable Development 관련

논의를 중심으로. 『농촌사회』, 10: 105-127.

- 박덕병(2002). 시민사회, 사회적 자본의 형성을 위한 지역사회개발 프로젝트로서 그린투어리즘. 『지역사회개발연구』, 27(1): 151-170.
- 박동균(1999). 경북북부권의 관광자원개발에 관한 연구. 『한세정책』, 6(1): 141-163.
- 박석두(2000). 그린투어리즘의 의의와 활성화 방안. 『미래농촌』, 13.
- 송미령(2001). 농촌마을 관광모델과 주민참여 방안. 「여가와 농촌활성화 심포지엄」: 23-40. 전국농업기술자협회·삼성경제연구소.
- ____ (2002). 도농교류를 위한 주민참여 활성화 방안. 지방경영형 노동교류방안. 「제1기 녹색교류대학 최고지도자과정 자료집」, 4. 서울, 한국: 전국농업기술자 협회.
- 신용인(1992). 관광농업의 개발 전망. 『충남대학교 지역개발논집』, 4.
- 오순환(2001). 한국의 전통축제와 놀이형태에 관한 고찰. 『한국관광학회』, 25(2): 197-215.
- 유승우(1992). 한국관광농업의 경영실태와 유형분석, 충북대학교 대학원 박사학위논문.
- 윤진옥·김유일·정기호(1995). 도시 및 농촌거주자의 농촌경관 선호도에 관한 연구. 『한국조경학회지』, 23(2): 93-103.
- 이동기(2001). 농촌자원을 이용한 그린 투어리즘. 「자방자치발전 및 행정혁신을 위한 농계세미나」: 259-178.
- 이용진(2002). 한국그린투어리즘의 지역관광진흥에 관한 연구. 한국문화관광학회 『문화관광연구』, 4(1): 295-311.
- 이호철(2000). 그린투어리즘에 의한 지역사회 개발방안 - 대구시의 약초 시민공원 개발을 중심으로. 『농촌사회』, 10: 167-203.
- 조선배(1996). LISREL 구조방정식 모델. 서울: 영지문화사.
- 채예병·박경호(2002). 그린 투어리즘에 관한 연구. 『관광경영학연구』, 7: 317-346.
- 한국관광산업개발연구소(2000). 「새천년 지역관광의 국제경쟁력과 포지셔닝」: 280.
- 홍성권·김성일·이태희(2001). 컨조인트 선택모델을 통한 녹색관광 선택 행동 연구. 『관광학연구』, 25(1): 215-231.

- 하성규 외(1999). 지속가능한 도시개발론. 서울: 보성각. 196-199.
- Ap. J.(1990). Residents, Perceptions Research on the Social Impacts of Tourism, *Annals of Tourism Research*, 17(4): 610-616
- ____ (1992). Residents' perceptions on tourism impacts, *Annals of Tourism Research*, 19(4): 665-690.
- Armstrong, J. & Taylor, J.(1993). *Regional Economics and Policy*(2nd edition). Harvester Wheatsheaf, Hemel Hempstead.
- Babbie, E(1986). *Observing ourselves, Essays in Social Research*. Belmont, California: Wadsworth.
- Blunden, J. & Curry, N.(1988). *A Future for our Countryside* Basil Blackwell, Oxford.
- Bourke L. & Luloff, A. E.(1996). *Rural Tourism Development: Are Communities in Southwest Rural Pennsylvania Ready to Participate?*, Harrison L. C. & Husbands, W. *Responsible Tourism*, John Wiley & Sons, INC. 277-295.
- Bramwell, A. & Lane, T.(1994). Special issue on rural tourism and sustainable rural development, *Journal of Sustainable tourism*, 2: 1-2.
- Bramwell, B.(1991). Sustainability and rural tourism policy in Britain, *Tourism Recreation Research*, 16(2): 49-51.
- Bryden, J. A.(1973). *Tourism and Development: A case study of commonwealth Caribbean*. New York: Cambridge University Press.
- Gunn, C. A.(1979). *Tourism Planning*. New York: Crane, Russak & Company, Inc.
- Cavaco, D.(1995). *Rural tourism: The creation of new tourist spaces*. In A, Montanari, & A. Williams(Eds.), *European tourism: Regions, spaces and restructuring*. Chichester, UK: Wiley.
- Clarke, J., Denman, R., Hickman G. & Slovak, J.(2001). *Rural tourism in Roznava Okres: a Slovak case study*. *Tourism Management*, 22(2): 193-202.
- Cohen, E.(1978). *The Impact of Tourism on the Physical Environment*. *Annals of Tourism Research*, 5(2): 215-237.

- Davies, E. T. & Gilbert, D. C.(1992). A case study of the development of farm tourism in Wales. *Tourism Management*, 13(1): 56-63.
- DeKadt, E.(ed.) (1979). *Tourism: Passport to Development?*. New York: Oxford University Press.
- Demoi, L.A.(1991). Prospects of rural tourism: needs and opportunities. *Tourism Recreation Research*, 16(1): 89-94.
- Dillon, W., Kumar, A. & Mulani, N.(1987). Offending Estimates in Covariance Structure Analysis: Comments on Causes and Solutions to Heywood Cases. *Psychological Bulletin*, 101: 126-135.
- Inskip, E.(1991). *Tourism Planning : An Integrated and Sustainable Development Approach*, New York : Van Nostrand Reinhold.
- Farrell, B. H. & Runyan, D.(1991). Ecology and Tourism. *Annals of Tourism Research*, 18(1): 26-40.
- Fleischer, Aliza & Pizam, Abraham(1997). Rural tourism in Israel. *Tourism Management*, 18(6): 367-372.
- Fredericks, M. 1993. Rural Tourism and Economic Development. *Economic Development Quarterly*, 7: 215-226.
- Gannon, A.(1994). Rural tourism as a factor in rural community economic development for economies in transition. *Journal of Sustainable Tourism*, 2: 51-60.
- Garrod, B. and Fyall, A.(1998). Beyond the rhetoric of sustainable tourism?. *Tourism Management* 19(3): 199-212.
- Gilbert, D.(1989). Rural tourism and marketing : Synthesis and new ways of working. *Tourism Management*, 10(1): 39-50
- Greffe, X.(1994). Is tourism a lever for economic and social development? Rural Tourism and Sustainable Rural Development: Proceedings of the second International School of Rural Development. 28 June-9 July 1993. University of Galway, Ireland. *Journal of Sustainable Tourism*, 2(1 & 2): 22-40.
- Harrison, L. C. & Husbands, W.(1996). *Practicing Responsible Tourism: International Case Studies in Tourism Planning, Policy and Development*.

New York: John Wiley and Sons.

- Haywood, M. K. (1988). *Responsible and responsive tourism planning in the community*. *Tourism Management*, 9(2).
- Hjalager, A. M. (1996). *Agricultural Diversificatino into Tourism: evidence of a European Community Development Programme*. *Tourism Management*, 17(2): 103-111.
- Hoggart, K., Buller, H. & Black, R. (1995). *Rural Europe: Identity and change*. London: Arnold.
- Hong Sung-Kwon, Kim Jae-hyun & Kim Eeong-il (2003). *Implications of potential green toursim development*. *Annals of Tourism Research*, 30(2): 323-341.
- Inskip, E. (1991). *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Ioannides, D. (1995). *A flawed implementation of sustainable tourism: the experience of Akamas, Cyprus*. *Tourism Management*, 16(8): 583-592.
- Jafari, J. (1974). *The Socio-Economic Costs of Tourism to Developing Countries*, *Annals of Tourism Research*, 1(2): 227-259.
- Jamal, T. B. & Getz, D. (1995). *Collaboration Theory and Community Tourism Planning*. *Annals of Tourism Research*, 22(1): 186-204.
- Kastenholz, E. Duane, D. & Gordon, P. (1989). *Segmenting Tourism in Rural Areas: The Case of North and Central Portugal*. *Journal of Travel Research*, 37: 353-363.
- Keane, M. J. & Quinn, J. (1990). *Rural Development and Rural Tourism Research Report, No. 5*, Social Science Research Centre, University College Galway.
- Keane, M. J., Briassoulis, H. & Straaten, J. van der. (1992). *Rural tourism and rural development*, In Briassoulis, H. & Staaten, J. van der. eds. *Tourism and Environment and Assessment*, 2. Dordrect: Kluwer Academic Publishers.
- Keogh, B. (1990). *Public Participation in Community Tourism Planning*. *Annals of Tourism Research*, 17(3): 449-465.

- Kieselbach, S., & Long, P. (1990). *Tourism and the rural revitalization movement*. *Parks and Recreation*, 25(3): 62-66.
- Kneafsey, M. (2001). *Rural cultural economy: Tourism and Social Relations*. *Annals of Tourism Research*, 28(3): 762-783.
- ko, J.G. (2001). *Assessing Progress of Tourism Sustainability*. *Annals of Tourism Research*, 28(3): , No.3, 2001.
- Koscak, M. (1988). *Integral development of rural areas, tourism and village renovation, Trebnju, Slovenia*. *Tourism Management*, 19(1): 81-86
- Krippendorf, J. (1987). *The Holiday Makers*. Heinemann.
- Lane, B. (1989). *The future of rural tourism, insights*. *English Tourist Board*, D5: 1-5, 6.
- ____ (1990). *Developing Sustainable Rural Tourism*, Paper presented at the Irish National Planning Conference. *Planning and Tourism in Harmony*. Newmarket on Fergus, County Clare, April.
- Lowe, P., Murdoch, J. & Ward, N. (1995). *Networks in rural development beyond exogenous and endogenous models*. In : Ploeg, J. D. van der, Dijk, G. van(Eds.), *Beyond modernisation; The impact of endogenous rural development*. Van Gorcum, Assen.
- Luloff, A. E., Jeffrey C. B., Alan R. G., Mary S., Martin, K & Gitelson, R. (1994). *Assessing rural tourism efforts in the United States*. *Annals of Tourism Research*, 21(1): 46-64.
- Luzar, E. J., Assane D., Christopher G. & Brenda R. H. (1998), *Profiling the nature-based tourist: A multinomial logit approach*, *Journal of Travel Research*, 37(1): 48-55.
- MacDonald, R. & Jolliffe, L. (2003). *Cultural Rural Tourism: Evidence form Canada*, *Annals of Tourism Research*, 30(2): 307-322.
- Mathieson, A. & Wall, G. (1982) *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. London and New York: Longman.
- Matthews, H. G. (1997). *Radicals and Third World Tourism: A Caribbean Focus*, *Annals of Tourism Research*, 5(Special No.): 20-29.
- McBoyle, G. (1996). *Green Tourism and Scottish Distilleries*. *Tourism*

Management, 17(4): 255-263.

- Milne, S. S.(1998). *Tourism and Sustainable development: exploring the global-local nexus*. In *Sustainable Tourism: A Geographical Perspective*, edited by Hall, C. M., and Alan A. Lew.
- Murphy, A. & Williams P. W.(1999). *Attracting Japanese tourists into the rural hinterland: implications for rural development and planning*, *Tourism Management* 20(4): 487-499.
- Murphy, P. E(1983). *Tourism as a community industry: an ecological model of tourism development*, *Tourism Management*, 4(3):180-193.
- ____ (1988). *Community-driven tourism planning*. *Tourism Management*, 9(2): 96-104,
- ____ (1985). *Tourism: A Community Approach*. New York: Methane.
- ____ (1993). *Community-driven tourism planning and residents' preferences*. *Tourism Management*, 14(3): 218-227.
- Murray, M., Dunn, L.(1995). *Capacity building for rural development in the United States*. *Journal of Rural Studies* 11(1): 89-97.
- Nachmias, D. & Nachmias, C.(1987). *Research Methods in the Social Sciences*. New York: St. Martin' s,
- Nunally, J. C.(1979). *Psychometric Theory*. New York: McGraw-Hill.
- OECD(1994). *Tourism policy and international tourism in OECD countries: 1991-1992*. Organization for Economic Co-Operation and Development,
- Oppermann, M.(1996). *Rural tourism in southern Germany*, *Annals of Tourism Research*, 23(1): 86-102.
- Page, S. J., & Getz, D.(1997). *The business of rural tourism: International perspectives*. London: International Thomson Business Press.
- Patel, S. and Mitlin, D.(2002). *Sharing experiences and changing lives*. *Community Development Journal* 37(2): 125-136.
- Pearce, P. L.(1990). *Farm tourism in New Zealand; A Social situation analysis*, *Annals of Tourism Research*, 17(3): 337-352.
- Perdue, R .R., Patrick, T L, & Lawrence A.(1990). *Resident support for tourism development*, *Annals of Tourism Research*, 17(4): 586-599.

- Potts, T. D., Backman, K. F., Uysal, M. & Backman, J. (1992). Issues in rural community tourism development, *Visions in Leisure and Business*, II (1): 5-13.
- Prohaska, S. (1995). Trends in Cultural Tourism. IN *Island Tourism: Management Principles and Practice*, Conlin M. & Baum, T. (eds.), London: Wiley.
- Reichel, A., Lowengart, O. & Milman, A. (2000). Rural tourism in Israel: service quality and orientation. *Tourism Management*, 21(5): 452-459.
- Sharpley, R. & Sharpley J. (1997). *Rural tourism: an introduction*, Boston, MA: International Thomson Business Press.
- Sharpley, R. (2002). Rural tourism and challenge of tourism diversification: the case of Cyprus. *Tourism Management*, 23(3): 233-244.
- Slee, B. (1994). Theoretical aspects of the study of endogenous development. In Ploeg, J. D. van der, Long, A. (Eds.), *Born from within: Practice and Perspectives of Endogenous Rural Development*. Van Gorcum, Assen.
- Smith, V. L. (ed.) (1977). *Hosts and Guests: Anthropology of Tourism*, Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Staudacher, C. (1984). Invention, Diffusion and Adoption der Betriebsinnovation "Urlaub auf dem Bauernhof", Beispiel Neiderosterreich, *Zeitschrift for Agrargeographie* 2: 14-35.
- Swarbrooke, J. 1999. *Sustainable Tourism*. Oxford: CABI Publishing.
- Swinnerton, G. S. (1982). *Recreation on the Agricultural Land in Alberta Environment*. Council of Alberta, Edmonton.
- Terluin, I. J. (2003). Differences in economic development in rural regions of advanced countries: an overview and critical analysis of theories. *Journal of Rural Studies*, 19(3): 327-344.
- Thomas W. B., Mohammad, G. & Turgut Var. (1993). Demand for rural tourism: An exploratory study, *Annals of Tourism Research*, 20(4): 770-773.
- Turnock, D. (1999). *Sustainable Rural Tourism in the Romamian*

Carpathians, *The Geographical Journal*, 165(2): 192-199.

- Unwin, T.(1996). *Tourist development in Estonia: images, sustainability, and integrated rural development*, *Tourism Management*, 17(4): 265-276.
- Van de Ven, A. and Ferry, D.(1979), *Measuring and Assessing Organizations*, New York: John Wiley and Sons.
- Whilliams, A., & Shaw, G.(Eds.).(1998). *Tourism and economic development: European experiences(3rd ed.)*. Chichester: Wiley.
- Wohlmann, R., & Lohmann, M.(1986). *Urlaub auf dem Land. Eine empirische Untersuchung der Meinungen, Einstellungen und Verhaltenseisen von Urlaubern*, Starnberg: Studienkreis für Tourismus.
- WTO(1994). *National and Regional Tourism Planning, Methodologies and Case Studies*. Longon: Routledge.
- World Tourism Organization(1998). *Tourism market trends: Europe*, Madrid: WTO.
- Yamazaki, M., Oyama, Y. & Ohshima, J.(1997). *Green Tourism*. Seoul: Ilshinsa. 강신겸·김정연 역(1997). *녹색관광*. 서울: 일신사.
- Yoon, Y, Gursoy D, and Chen, J. S.(2001). *Validating a tourism development theory with structural equation modeling*, *Tourism Management*, 22(4): 363-372.
- 山崎光博(1999). *グリーンツーリズムの實態と明白への課題, 運輸と經濟*. 59(6): 72,
- 森 秀雄外(1997). *グリーンツーリズムの計劃と實踐; 地域經營の具體化に向けて*. (財團法人)21世紀づくり整.
- 井上和衛·中村功·山崎光博(2000). *조계현·송태갑·김은일·배중남·윤용환 공역. 녹색관광(Green Tourism)*. 서울: 도서출판 누리에.

* 이 책은 대산농촌문화재단의 연구비 지원을 통해 발간되었습니다.

* 대산농촌문화재단은 교보생명 창립자 대산 신용호 선생의 뜻에 따라 교보생명의 출연으로 설립되어 우리 농업과 농촌, 농민을 위한 다양한 공익사업을 펼치고 있습니다.

농촌 관광의 이론과실제

펴낸날 : 2004년 12월 24일

공 저 : 엄서호·류선무·강신겸·오현석·송광인·이규민·오형은
최동주·김정섭·류희중·이희찬·박호균·이상엽·송재호

펴낸이 : 이능형

편 집 : **대산농촌 문화재단**

www.dsa.or.kr

펴낸곳 : (주)명진씨앤피

주 소 : 서울시 영등포구 문래1가 39번 센터플러스 616호

등 록 : 2004년 4월 23일 제 318-2004-00036호

전 화 : 02-2164-3000

ISBN : 89-954953-3-2

정 가 : 10,000원

※잘못된 책은 바꾸어 드립니다.