

농촌관광마을 서비스스케이프지각이 만족과 행동의도에 미치는 영향

유광민 · 박한식*

한양대학교 관광학과 강사 · *명소IMC 이사

The Effect of Rural Tourism Village Servicescape on Tourist Satisfaction and Behavior Intention

Yoo, Kwang-Min · Park, Han-Sik*

Doctoral candidate, the department of Tourism, Hanyang University

*Ph. D. of the department of Tourism. MyeongSo IMC Director

ABSTRACT : This study was performed with 239 dwellers who live in the city, visited rural tourism village. This study investigated the relationship of servicescape perception of rural tourism village and tourist satisfaction and behavior intention. The servicescape factors of rural tourism village consist of artificial factors and social factors. Social factors affect more total satisfaction, service satisfaction and environmental satisfaction more than artificial factors, but facilities satisfaction is more affected by artificial factors than Social factors. Total satisfaction and service satisfaction and environmental satisfaction influence behavior intention but facilities satisfaction does not. Total satisfaction has the biggest influence on behavior intention. This means that for successful rural tourism village development, social factors should be considered than artificial factors.

Key words : Rural Tourism Village Servicescape, Service Quality, Satisfaction, Behavior Intention

1. 서 론

정부는 낙후된 농촌지역을 활성화시키기 위하여 농촌 관광마을을 개발하는데 많은 정책지원을 하여왔으나 성과는 기대에 못 미치고 있다. 이러한 문제점을 극복하기 위하여 최근에 농촌관광의 서비스 수준을 높여야 한다는 주장이 제기되고 있다(장경수, 2010). 이러한 주장을 반영하고 있는 연구 중의 하나가 바로 농촌관광 서비스품질에 관한 연구들이다(강신겸, 2010; 박덕병 · 최영창 · 이민수, 2007; 안세길, 2008; 최영창 · 김성수, 2007 등). 관광과 같은 소비는 환경과 서비스와의 상호작용 속에서 이루어진다. 서비스가 이루어지고 있는 배경인 서비스의 물리적 환경은 서비스에 대한 고객 만족과 행동의도에 영향을 미치게 된다(Bitner, 1992). 따라서 농촌관광 공급자는 소비자 만족을 극대화시킬 수 있는 농촌관광 서비스

환경을 제공해야 한다. 이러한 농촌관광 서비스 환경을 제공하기 위해서는 농촌관광 서비스 환경에 대한 이해가 요구된다.

대부분의 농촌관광 서비스품질 연구들은 주로 실내 서비스 공간의 서비스품질 연구에서 많이 활용되고 있는 SERVQUAL 모델에 의존하고 있다. 그리고 이 모델에서 서비스의 물리적 환경은 주로 서비스 품질의 유형성으로 다루어지고 있다. 농촌관광 서비스품질 연구의 유형성 하위 요소에는 서비스 물리적 환경과 서비스와 혼재되어 연구(안세길, 2008; 최영창 외, 2007 등)되고 있는 등 개념적 구분이 명확하지 않은 채 연구되고 있다. 따라서 이러한 서비스품질 연구들은 자연이나 문화자원과 같이 실외 환경에 주로 의존하고 있는 농촌관광마을의 서비스 물리적 환경 이해에 한계가 존재할 수밖에 없다. 그리고 서비스의 물리적 환경을 서비스에 대한 평가와 태도인 서비스품질의 일부분으로 다루고 있다. 이러한 접근은 서비스에 대한 평가나 태도에 영향을 미칠 수 있는 서비스 물리적 환경에 대한 이해를 힘들게 하고 있다. 이러

Corresponding author : Yoo, Kwang-Min

Tel : 02-2220-0866 E-mail : ykm4458@hanmail.net

Co-corresponding author : Park, Han-Sik

Tel : 02-576-2417 E-mail : corypark@hanmail.net

한 한계를 극복하기 위해서는 농촌관광 마을의 실내 시설 뿐 만 아니라 실외공간을 포함한 농촌관광 마을의 서비스 환경을 좀 더 넓게 포함할 수 있으며, 서비스에 대한 평가나 태도에 영향을 미칠 수 있는 요인으로 이해할 수 있는 서비스 물리적 환경에 대한 과학적 개념이 요구된다. 이러한 개념 중의 하나가 바로 서비스를 둘러싼 물리적 환경에 관심을 기울이고 있는 서비스스케이프이다(Bitner, 1992). 따라서 본 연구는 서비스스케이프 개념을 활용하여 농촌관광 마을의 물리적 환경이 농촌관광객 만족과 행동의도에 어떠한 영향을 미치는지를 연구하고, 이를 토대로 농촌관광 마을의 물리적 환경이 어떻게 구성되어야 하는지에 대한 시사점을 도출하고자 한다.

II. 이론고찰

1. 농촌관광서비스품질 선행연구 고찰과 만족 및 행동의도와와의 관계

서비스품질은 특정 서비스에 대해 갖는 개인의 주관적인 판단 또는 태도이다(Parasurman, Zeithaml & Berry, 1988). 일반적으로 관광 상품에 대한 서비스품질 측정은 SERVQUAL이나 SERVPERF 모델을 중심으로 이루어져 왔다(한숙영 · 김민주, 2006). 서비스품질 측정모델 중 가장 많이 활용되고 있는 모델 중의 하나인 Parasuraman과 Zeithaml, Berry(이하 PZB)가 제안한 SERVQUAL 모델은 서비스품질구성을 유형성, 신뢰성, 반응성, 확신성, 공감

성으로 구분하고 있다. 이중 서비스 물리적 환경과 유사한 유형성의 측정문항은 현대적 시설, 설비의 외관, 직원들의 깔끔함, 서비스와 관련된 제반자료로 구성되어 있어 주로 서비스 장소의 실내 환경을 다루고 있다(한숙영 외, 2006). SERVQUAL 모델에서 다루는 유형성은 서비스 물리적 환경 중 서비스가 이루어지는 실내 환경만을 다루고 있기 때문에 SERVQUAL 모델에 의한 서비스품질연구로서는 서비스스케이프를 충분하게 이해할 수 없는 일정한 한계를 지니고 있다. 이러한 점은 SERVPERF 모델도 마찬가지이다.

SERVQUAL 모델이 많은 서비스품질 측정 연구에서 활용되고 있음에도 불구하고, PZB가 제안한 5가지 차원으로 도출되지 않은 연구들도 상당수가 존재하고 있다. 이는 각 산업의 특성에 따라 서비스품질의 차원이 다를 수 있음을 의미하는 것이다. 따라서 서비스품질 측정 연구에서 산업의 특수성을 고려하여 적절한 응용이 필요하다(유정림 · 권현수 · 김영국, 2008). 이러한 필요성 때문에 연구자들의 주관적 관심사를 반영하여 서비스품질에 대한 연구를 진행하고 있어 객관적인 서비스품질 측정 척도개발이 이루어지지 않고 있다(최영창 외, 2007:244). 이러한 현상은 농촌관광서비스품질에 대한 연구에서도 마찬가지로 발견된다.

국내의 농촌관광 서비스품질에 대한 선행연구들을 정리해 보면 Table 1과 같다. 강신겸(2010), 이민수 외(2007), 장경수(2010)는 농촌민박을 대상으로, 최영창(2007)과 박덕병 외(2007)는 농촌지역의 청소년체험지를

Table 1 농촌관광 서비스품질에 대한 선행연구고찰정리

선행연구자	대상	서비스품질구성요인	물리적환경세부요인	연구모형
최영창·김성수 (2007)	청소년 체험학교	프로그램, 물리적환경, 상호작용, 성과	시설과 장비의 준비정도, 식사의 맛과 질, 협 장부변 정리정돈, 활동장의 안정성, 화장실및 숙소의 청결성	서비스품질-만족도- 충성도
장경수 (2010)	농촌민박	체험성, 정보성, 농촌성, 안내성, 소비성	농촌성(전통적인 분위기와 농촌문화, 자연환 경)과 정보성(안내책자, 안내표지판, 홈페이지)	서비스품질-만족-행동 의도/서비스품질-행동 의도
강신겸 (2010)	농촌민박	유형적시설수용, 판매상품 의 적절성, 운영자의 자질, 정보제공, 지역분위기	유형적시설수용(객실정리정돈, 휴게시설, 객실내 설비와 비품, 객실크기, 객실냉난방, 객실이용 료, 안전성, 주변환경의 청결, 부대설비)	서비스품질-만족- 재방문의도
이민수·박덕병· 윤우식 (2007)	농촌민박	기능적, 기술적	기술적(안내책자, 방의크기, 방의청결상태, 예 어컨시설, 가격수준, 방의꾸밈과 방주변의 경 관, 화장실및샤워실, 식당시설, 방의가구, 특산 품의 다양성)	서비스품질과 충성도
박덕병·최영창· 이민수 (2007)	청소년농촌 체험관광지	프로그램, 물리적 환경, 상호작용, 학습	체험활동시설과 장비준비정도, 식사의 맛과 질, 체험장 주변 정리정돈, 활동장의 안정성, 화장실및숙소의 사용불편성	서비스품질-만족도
안세길 (2008)	농촌지역 관광지	유형, 무형	유형(환경청결도, 진안및 농촌 분위기, 음식맛, 불거리, 관광안내표시)	서비스품질-만족도- 행동의도 (재방문-추천의도)

대상으로, 안세길(2008)은 전북진안 지역을 대상으로 농촌관광서비스품질에 대한 연구를 수행하였다. 최영창 외(2007)와 박덕병 외(2007)는 스포츠 서비스품질에 대한 Ko(2000)과 조승현(2002)의 연구모델을 적용하였다. 그리고 이민수 외(2007)과 장경수(2010)은 SERVQUAL 모델을 변형하여 소규모 농촌민박에 적용한 Fleischer 등(1993)의 연구모델을 적용하였다. 안세길(2008)은 서비스가 유형과 무형으로 이루어진다는 점에 착안하여 농촌관광의 서비스 품질을 유형과 무형으로 구분하였다. 강신겸(2010)은 농촌민박체험이 이루어지는 과정을 포함하여 서비스 품질에 대한 차원을 정의하였다. 이러한 연구들은 각자의 연구모델에 따라 농촌관광서비스 품질의 하위구성요인에 차이를 보이고 있다. 그리고 각 농촌관광서비스 품질 구성요인으로 분석된 요인 중 물리적 환경 요인으로 이해될 수 있는 요인들의 세부 항목을 보면 물리적 환경 뿐 만 아니라 제공되는 서비스의 질(식사의 맛과 질, 가격수준, 음식 맛, 객실이용료 등과 같은 요인)과 같이 서비스 자체와 서비스 환경이 혼재되어 있다. 이러한 국내 농촌관광 서비스 품질 연구는 농촌관광지 중 일부대상 시설에 집중되어 있을 뿐만 아니라 물리적 환경에 대한 하위 구성요소가 제공되는 서비스와 혼재되어 있어서 농촌관광마을의 서비스스케이프를 체계적으로 이해하는데 일정한 한계를 지니고 있다.

강신겸(2010), 박덕병 외(2007), 안세길(2008), 최영창 외(2007) 등의 연구에서 농촌관광서비스품질과 만족도, 만족도와 행동의도와의 영향 관계는 유의미한 영향관계가 있는 것으로 보고되고 있다. 그러나 기존의 서비스 품질, 만족, 행동의도에 대한 연구에서 이들 변수 간 관계에 대해서는 다소간의 차이점들이 존재하고 있다. 이수광(1997)은 이에 대한 검토에서 서비스품질은 만족과 행동의도에 영향을 미치며 만족은 행동의도에 영향을 미치고 있다는 연구결과를 제시하였다. 장경수(2010)는 Bitner(1990), 이수광(1997) 등의 선행연구결과를 토대로, 서비스품질이 만족에 영향을 미치고, 만족은 행동의도에 영향을 미치는 영향관계 이외에 서비스품질이 행동의도에 미치는 영향관계를 추가로 파악하였고, 그 결과 서비스품질은 행동의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이와 같은 농촌관광지의 서비스환경을 서비스품질의 하위요소인 유형성으로 취급되는 연구는 서비스에 대한 고객의 판단과 태도로 이해하는 것으로서 고객의 서비스에 대한 평가나 태도에 영향을 미치는 요소로 이해하지 않고 있다. 따라서 농촌관광지의 어떠한 서비스환경이 만족도나 행동의도에 더 큰 영향을 미치는지에 대한 이해에 한계가 존재할 수 있다.

2. 서비스스케이프 선행연구 고찰

유형단서는 소비자가 서비스 소비 전에 서비스 가차나 만족에 영향을 미칠 수 있다(Reimer and Kuehn, 2005). 따라서 '서비스를 둘러싼 물리적 환경은 공급자의 입장에서 매우 중요한 조직자원'이 될 수 있다(Becker, 1981; 서문식·오창호, 2006:222 재인용). 서비스스케이프에 대한 체계적 정의는 Bitner(1992)에 의하여 이루어졌다. Bitner(1992)는 물리적 환경의 개념에 포함되어 있었던 사회적 요소와 영향을 배제하고 물리적 시설만을 따로 구분하여 서비스스케이프라고 부른다. Bitner(1992)는 물리적 환경을 주변환경(ambient condition), 공간배치와 기능성, 신호·상징·인공물의 3개 차원으로 분류하였고 이를 서비스스케이프라고 하였다. 이러한 3개 차원의 분류는 실내만을 대상으로 하는 것이 아니라 서비스 환경 전반을 포괄하는 개념이다. 따라서 서비스스케이프 개념을 이용한 서비스 물리적 환경에 대한 연구는 실내 서비스 환경 뿐 만 아니라 야구경기장(Wakefield and Blodgett, 1994), 테마파크(이혁진·류재숙, 2007) 등과 같이 실내외를 포함한 대상에도 적용되고 있다.

Bitner의 서비스스케이프에서 중요한 측면은 (1) 공간적 배치와 기능성 (2) 미학적 매력과 관련된 요소들이다(Wakefield and Blodgett, 1994). 공간적 배치와 기능성은 의자, 복도, 통로, 보도로, 음식서비스라인, 휴게실, 출입구 등 여가서비스 장소에서 설계되고 배치되어진 방법에 관한 것이다. 심미적 매력은 외부적 환경을 둘러싼 요소, 건축디자인, 시설유지와 청결성, 사인(신호 등), 그리고 서비스스케이프에서 고객이 평가할 수 있는(심미적 질의 평가를 할 수 있는) 다른 물리적 요소들을 말한다. Bitner의 공간배치와 기능성에 해당하는 항목으로 공간성, 편의성, 접근성, 좌석안락성, 레이아웃과 디자인, 전자장비와 디스플레이, 공간배치/기능 등의 요소가 해당하며 주변환경에 해당하는 요소들은 청결성, 쾌적성, 환경의 매력성, 인테리어의 요소 등이 포함될 수 있으며 신호·상징·인공물에는 디자인이 해당된다. 서비스스케이프에 대한 선행연구들은 대부분 Bitner가 제안한 서비스스케이프에 대한 요소를 토대로 각 대상에 대하여 특화시켜 적용하고 있다(김용만·정정희·이계석, 2007; Lucas, 2000 등). 반면 Belk(1975), Maier & Verser(1982) 등은 서비스스케이프를 조직 내에서 일하고 있는 사람들과 그들의 업무수행에 영향을 주는 조건 또는 상황이라고 정의하고 있다. 이는 서비스가 전달되고 서비스기업과 고객의 상호작용이 이루어지는 환경으로 정의함으로써 공동체 환경을 서비스의 물리적 환경에 포함하고 있는 것이다.

서비스는 소비자 욕구를 충족시켜 주기 위해 인간 또는 설비와의 상호작용을 통해 제공되는 것이다(이상환 · 이재철, 1998). 따라서 대부분의 연구들은 서비스스케이프의 구성요소들이 서비스 질에 대한 지각과 연계되어 있다는 가정에 기초하고 있으며, 서비스스케이프 지각과 만족 그리고 행동의도와의 관계에 관한 연구(이해연, 2008; 심상욱 · 박근수, 2009; 최창권, 2004; Reimer and Kuehn, 2005 등)가 상당수를 차지하고 있다. 그러나 연구결과들은 이러한 가정을 확인하고 있는 동시에 서비스 장소에 따라 만족과 행동의도에 영향을 미치는 서비스스케이프 요인이 차이가 있음을 보이고 있다(유광민, 2008). 따라서 농촌관광 마을에서 어떠한 서비스스케이프 요인이 고객의 만족과 행동의도에 영향을 미치는 요인인지에 대한 이해가 요구되며, 이러한 이해는 농촌관광 마을의 환경 개발에 중요한 지침을 제공해 줄 수 있을 것이다.

III. 연구방법 및 설계

1. 연구모형 및 가설설정

서비스 물리적 환경은 고객의 서비스 만족과 행동의도에 영향을 미친다(Bitner, 1992). 그리고 서비스 장소에 따라서 고객 만족에 영향을 미치는 서비스스케이프 요인은 각각 상이하다(유광민, 2008). 고객만족은 행동의도에 영향을 미친다(장경수, 2010). 따라서 농촌관광 마을 서비스스케이프와 고객만족 및 행동의도와의 관계를 파악하기 위하여 다음 Figure 1과 같은 연구모형과 가설을 설정하였다.

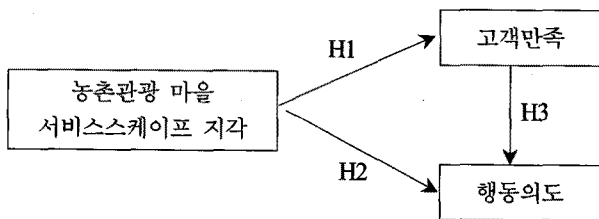


Figure 1 연구모형.

- H1 : 농촌관광 마을 서비스스케이프지각은 고객만족에 영향을 미칠 것이다(박덕병 외, 2007; 최영창 외, 2007).
- H2 : 농촌관광 마을 서비스스케이프지각은 행동의도에 영향을 미칠 것이다(안세길, 2008; 장경수, 2010).
- H3 : 고객만족은 행동의도에 영향을 미칠 것이다(강신겸, 2010, 안세길, 2008, 장경수, 2010)

2. 변수의 조작적 정의 및 설문지 구성

각각의 관광산업은 특수성이 존재하기 때문에, 농촌관광 마을 서비스스케이프 연구도 서비스스케이프 개념을 토대로 농촌관광마을에 적합하도록 변형할 필요가 있다. 농촌관광 마을에서 이루어지는 농촌관광은 농촌의 서비스 시설, 자연과 같은 물리적 환경 뿐만 아니라 지역 공동체 사회와의 접촉과 같은 사회 환경 속에서 이루어진다. 농촌관광은 바로 이러한 환경 속에서 자연과 농촌을 포함하는 농촌성을 소비하는 것이다(이경희, 2004). 따라서 농촌관광 마을 서비스스케이프 요인을 Bitner의 세 가지 차원(주변환경, 공간배치와 기능성, 신호 · 상징 · 인공물)과 지역 공동체와의 접촉과 같은 사회환경을 포함하고자 한다. 따라서 본 연구에서는 농촌관광 마을 서비스스케이프를 농촌관광 마을의 주변환경(전망, 조경, 소음, 실내온도, 실내장식의 디자인, 색상 등)과 시설물 배치의 기능성, 그리고 고객에게 전달되는 정보제공, 농촌관광마을의 공동체 환경으로서 지역주민 혹은 종사자와 친철함 등으로 농촌관광마을 서비스스케이프를 구성하였다. 이와 같은 개념을 토대로 농촌관광 마을 서비스스케이프에 적합하도록 변형한 척도의 타당성 확보를 위해 농촌관광개발 컨설팅 전문가 3명, 관광학 박사과정 학생 5명으로부터 타당성 검토를 수행하였다.

관광지와 같은 소비지에서의 소비자 만족은 관광객 동기와 기대 그리고 공급자원과의 상호작용과 관광객의 경험과 공급자의 서비스 수행(performance)에 의해 결정된다(Williams and Buswell, 2003). 따라서 소비자 만족은 서비스공급자원과 서비스에 대한 관광객의 총체적인 평가로 정의할 수 있으며, 만족은 서비스와 서비스공급자원인 시설과 환경에 대한 만족도와 전체만족도(Williams and Buswell, 2003)로, 체험 후 행동의도는 재방문과 추천의도(신우성, 2009)로 구성하였다. 본 연구의 질문지는 모두 리커트 척도 7점 척도로 구성되었다.

3. 표본수집방법

조사 설계의 타당성을 검토하기 위하여 예비조사를 경기도와 충남의 농촌관광마을을 대상으로 2008년 10월 26일과 11월1일에 각각 실시하였다. 수집된 설문 42부를 대상으로 신뢰도 등의 분석결과 큰 문제가 발견되지 않아서 본 조사에 설계된 설문문항을 전부 사용하였다. 본 조사는 2009년 5월부터 12월에 걸쳐 농촌관광마을의 농촌체험 참여자를 대상으로 실시되었다. 농촌관광 전문가 2명과 공무원 2명으로부터 본 연구 수행에 적합한 농촌관광마을을 전국적으로 추천 받았다. 추천받은 농촌관광

마을은 수도권 1개, 충남 3개, 경북 2개, 전북 1개, 전남 1개로 총 8개이다. 대상지별 설문응답 분포는 수도권 39부, 충남 84부, 경북 66부, 전북 31부, 전남 32부이다. 조사대상 마을들은 정부와 지자체의 지원 사업으로 농촌체험시설(식당, 체험관, 농산물 판매장, 숙박 등)을 운영하고 있었다. 조사 시작 2주일 전 체험을 예약한 농촌관광객의 방문 시기를 마을과 미리 협의하여 조사일정을 잡았고 방문자의 나이와 성별, 거주지 등을 고려하였다. 조사자들에게 연구 목적을 설명하고 농촌체험 후 귀가하기 전 설문조사가 진행되었다. 응답 설문지 252부 중 불성실하게 답변한 13부를 제외한 총 239매가 분석에 사용되었다. 분석은 SPSS 17.0을 사용하였다.

IV. 연구결과 및 분석

1. 응답자 특성

본 연구에 참여한 응답자 특성은 다음 Table 2와 같다. 응답자는 수도권 거주자와 대졸이상의 고학력자와 30-40대의 기혼자들이 대부분을 차지하고 있다. 이러한 응답자 특성은 농촌관광이 대부분 도시의 가족중심으로 이루어지고 있는 특징(노용호·조록환, 2006)을 반영하고 있다.

Table 2 응답자 특성

특성	빈도	특성	빈도		
결혼	기혼	145	나이	30세이하	61
	미혼	87		40세이하	78
	무응답	5		50세이하	43
거주지	서울	124	60세이하	29	
	경기도	37	60세이상	8	
	그외	75	학력	무응답	16
	무응답	1		고졸	31
소득 (만원)	200이하	59		대졸	143
	300이하	84	대학원졸	50	
	400이하	54	성별	남	101
	500이하	15		여	136
	500이상	17			
무응답	8				

2. 신뢰도 분석 및 요인분석

요인분석에 들어가기 전에 서비스스케이프와 만족도, 행동의도에 대한 신뢰도분석을 실시하였다(Table 3).

Table 3과 같이 서비스스케이프와 만족 및 행동의도에 대한 신뢰도 분석결과 Cronbach 알파 값이 모두 0.8 이상의 값을 보이고 있어서 신뢰성을 확보한 것으로 나타났다. 서비스스케이프 변수 1(전망의 아름다움)이 전체신뢰도와 삭제 시 신뢰도가 같지만, 전체신뢰도를 저하시키지 않아서 요인분석에 서비스스케이프에 대한 모든 변수를 포함시켰다.

요인분석은 주성분분석을 실시하였고, 회전방식은 Varimax 회전을 사용하였으며, 고유치가 1.0이상인 변수에 대하여 요인화를 실시하였다. 요인분석 결과, 표준 적합도를 의미하는 KMO값이 0.93이며, 요인분석 모형의 적합성 여부를 나타내는 Bartlett의 구형검정치도 모두 유의한 것으로 나타났다. 그러나 서비스스케이프 측정변수 중 1번(전망의 아름다움)변수의 공통성이 기준치 0.5보다 낮은(0.416) 값을 보여 요인분석에서 제외시켰다(table 4).

그 결과 농촌관광 마을 서비스스케이프 요인은 두 개의 요인으로 구분되었다. 첫 번째 요인은 주로 인공적으로 구성되는 시설을 그 대상으로 하고 있어서 인공적 요인으로 명명하였고, 반면에 두 번째 요인은 주로 지역사회 주민의 친절 및 조경 등과 관련된 농촌사회 요인이라는 공통적인 특성을 지니고 있어서 농촌사회요인으로 명명하였다.

Table 3 서비스스케이프, 만족 및 행동의도 신뢰도 분석

서비스스케이프			
변수	α^*	변수	α^*
1.전망의 아름다움	.959	10.시설물청결	.956
2.실내조명	.956	11.통로청결	.956
3.실내소음	.956	12.실내향기	.955
4.실내온도	.956	13.집기매력도	.956
5.실내장식디자인	.956	14.정보제공적절	.956
6.건물색상	.956	15.주민친절	.958
7.시설물이용편리	.956	16.종사자친절	.958
8.시서물배치여유	.957	17.조경아름다움	.958
9.숙박청결	.956	전체	.959
만족		행동의도	
변수	α^*	변수	α^*
전체만족	.865	재방문	.946
시설만족	.866	타인추천	
서비스만족	.865	α^* - 항목이 삭제된 경우 Cronbach 알파	
환경만족	.910		
전체	.905		

Table 4 서비스스케이프 요인분석

요인명*	변수명	요인 적재값	공통성	신뢰 계수
인공적 요인* (9.991 (62.445))	10.시설물청결	.832	.758	.956
	6.건물색상	.818	.737	
	7.시설물이용편리	.793	.719	
	9.숙박청결	.772	.714	
	8.시설물배치여유	.769	.641	
	5.실내장식디자인	.746	.669	
	3.실내소음	.743	.683	
	11.통로청결	.732	.644	
	2.실내조명	.725	.704	
	12.실내향기	.705	.648	
	13.집기매력도	.665	.696	
	4.실내온도	.616	.637	
	농촌사회 요인* (1.194 (7.465))	15.주민친절	.898	
16.중사자친절		.873	.784	
17.조경아름다움		.653	.634	
14.정보제공적절		.616	.647	

*아이젠값(설명력,%), KMO, Bartlett/p: .936, 3316.272/0.000

3. 가설검증 분석

가. 가설 1 과 2의 검증

가설검증을 위해서 다중회귀분석을 실시하였으며, 종속변수에 영향력이 있는 변수를 구별하기 위하여 단계입력방식으로 실시하였다. 가설 1과 2를 검증 결과는 다음 Table 5와 같다.

모델은 모두 0.000이상에서 유의하며, 공선성 진단지표인 VIF도 모두 1로 나타나 공선성에 문제가 없는 것으로 나타났다. 가설1과 2에 대한 검증결과는 농촌관광마을 서비스스케이프지각이 만족과 행동의도에 유의미한 영향을 미치고 있음을 보여주고 있다. 그러나 농촌관광마을 서비스스케이프 요인 중 전체만족과 서비스만족 그리고 환경만족에는 농촌사회 요인이 더 큰 영향을 미치고 있는 반면에 시설만족에는 인공적 요인이 더 큰 영향을 미치고 있다. 그리고 행동의도 중 재방문과 추천의도에는 인공적 요인보다 농촌사회 요인이 더 큰 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다.

이러한 결과는 시설물이나 건물과 같은 인공적 서비스환경 보다는 지역주민의 친절이나 마을의 조경과 같은 농촌마을의 사회문화, 자연 환경이 보다 더 중요한 서비스환경 요인임을 의미하는 것으로 해석될 수 있다. 따라서 본 연구결과는 농촌관광객에게 보다 더 높은 수준의 만족을 제공하기 위해서는 농촌사회의 조경이나 주민친절과 같은 농촌사회의 농촌다움을 느낄 수 있는 환경 조성에 보다 더 많은 관심을 기울여야 한다는 점을 시사하고 있다.

Table 5 서비스스케이프 지각과 만족, 행동의도와와의 관계

구분	표준화베타값(t/p)		조정된 R ² 값	모델F
	인공적요인	농촌사회 요인		
만족 (평균)	전체만족 (5.1384)	0.428 (9.074/0.000) 0.569 (12.057/0.000)	0.183	82.333*
	시설만족 (4.6607)	0.589 (12.715/0.000) 0.424 (9.154/0.000)	0.180	83.793*
	서비스만족 (5.1116)	0.381 (8.584/0.000) 0.648 (14.597/0.000)	0.145	73.691*
	환경만족 (5.1652)	0.335 (6.215/0.000) 0.496 (9.192/0.000)	0.112	38.6270*
행동 의도 (평균)	재방문 (5.2321)	0.369 (9.701/0.000) 0.598 (12.492/0.000)	0.136	59.3040*
	추천 (5.1883)	0.353 (7.212/0.000) 0.589 (12.018/0.000)	0.125	52.018*

* 공차한계와 VIF는 모두 1.000, * < 0.000

나. 가설 3 검증

가설3을 검증하기 위하여 다중회귀분석을 실시하였고 그 결과는 다음 Table 6과 같다. 모델은 모두 0.000이상에서 유의하며, 공선성 진단지표인 VIF도 모두 1이하로 나타나 공선성에 문제가 없는 것으로 나타났다. 전체만족과 서비스만족, 환경만족은 재방문과 추천의도에 유의미한 영향을 미치고 있는 것으로 나타났으나, 시설만족은 재방문과 추천의도에 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 재방문의도에는 전체만족이 가장 큰 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 또한 추천의도에는 전체만족의 표준화 베타값이 0.390이며, 환경만족의 표준화된 베타값은 0.377로 나타나 추천의도에는 전체만족과 환경만족이 미치는 영향력이 서비스만족에 비해 큰 것으로 나타났다. 재방문에는 전체만족이, 추천의도에는 전체만족과 환경만족이 중요한 영향요인인 것으로 나타났다.

Table 6 만족과 행동의도와와의 관계

구분 (R ² , F)	표준화베타값(t/p)/VIF			
	전체만족	시설만족	서비스만족	환경만족
재방문 (0.663, 116.412*)	0.569 (7.931/0.000) 3.474	-0.36 (-0.532/0.595) 3.3130	0.158 (2.312/0.022) 3.235	0.212 (4.047/0.000) 1.922
추천 (0.655, 112.16*)	0.390 (5.453/0.000) 3.476	-0.10 (-0.152/0.879) 3.3139	0.155 (2.231/0.027) 3.259	0.377 (7.077/0.000) 1.922

* < 0.000, R²=조정된 R², F= 모델 F

V. 결론

농촌관광의 서비스환경은 서비스품질의 일부로 다루어져 왔다. 그 결과 실내만을 대상으로 하여 왔으며 서비스 자체와 혼재되는 등 개념적 구분이 명확하지 않거나 서비스에 대한 고객의 만족도나 행동의도에 영향을 미칠 수 있는 요인으로써의 이해가 부족하였다. 농촌관광은 농촌성 소비를 특징으로 한다. 따라서 농촌관광 마을에서 이루어지는 농촌관광의 소비환경은 실내 뿐 만 아니라 농촌 사회 환경을 포함한다. 서비스품질 연구의 일부로 다루어져왔던 농촌관광 서비스환경 연구는 농촌성을 소비하는 농촌관광마을의 특성을 반영하지 못하여 농촌관광마을의 서비스환경에 대한 이해에 일정한 한계가 있다. 본 연구는 서비스의 물리적 환경인 서비스스케이프 개념을 활용하여 농촌관광마을의 서비스스케이프가 관광객의 만족도와 행동의도에 미치는 영향관계를 파악함으로써 농촌관광마을의 서비스 환경 개발에 대한 시사점을 모색하고자 하였다.

본 연구에서 전체만족과 환경만족에는 농촌사회 요인이, 시설만족에는 인공적 요인이 더 큰 영향을 미치고 있으며, 재방문과 추천의도에는 전체만족이 가장 큰 영향을 미치고 있으며, 시설만족은 행동의도에 유의미한 영향을 미치지 않고 있는 것으로 나타났다. 농촌관광마을이 지속가능한 발전을 하기 위해서는 농촌관광객의 재방문과 추천의도를 높여야 한다. 본 연구결과는 농촌관광객의 재방문과 추천의도를 높이기 위해서는 전체만족을 높여야 함을 의미한다. 따라서 전체만족에 보다 더 큰 영향을 미치는 요인 즉 농촌관광마을 주민의 따뜻한 친절함과 마을 조경과 같은 농촌다운 자연환경과 같은 농촌의 사회문화, 자연 환경이 농촌체험시설이나 숙박시설과 같은 인공시설의 서비스 환경보다 더 중요한 서비스 환경 요인이라는 것을 본 연구결과는 보여주고 있다. 따라서 농촌관광 마을을 성공적으로 개발하기 위해서는 농촌관광 마을 서비스스케이프 중 전체만족에 가장 큰 영향을 미치고 있는 농촌사회 요인의 조성과 개발이 매우 중요한 전략적 과제가 되어야 한다. 즉, 농촌관광마을이 성공적으로 개발되기 위해서는 농촌관광마을이 농촌답도록 느낄 수 있는 조경 조성과 주민들의 친절함과 따뜻함을 관광객이 느낄 수 있도록 농촌관광마을 주민들에 대한 교육과 참여가 중요한 과제가 되어야 한다.

본 연구에서 사용한 농촌관광마을 서비스스케이프 측정 척도는 Bitenr의 서비스스케이프 개념과 Belk 등의 개념을 종합하여, 농촌관광마을에 적합하도록 변형하였다. 따라서 농촌관광마을의 서비스스케이프 척도의 타당도를 높이기 위한 추가 연구가 요구된다.

참고문헌

1. 강신겸, 2010, 농촌민박 서비스품질이 고객만족과 재방문의사에 미치는 영향-평창지역 농촌민박을 중심으로. 관광연구논총, 22(1), 205-221.
2. 김기호, 정기한, 신재칙, 2010, 관광지요인, 관광지 이미지, 고객만족, 고객충성도 간의 관계:통영관광지 중심으로. 관광연구, 24(6), 151-172.
3. 김용만, 정정희, 이계석, 2007, 프로축구경기장의 물리적 환경과 재관람의도의 구조적 관계. 한국체육학회지, 46(5), 317-327.
4. 노용호, 조록환, 2006, 농촌관광자의 시장세분화 연구. 한국관광레저학회, 18(2), 281-300.
5. 박덕병, 최영창, 이민수, 2007, 계층적 회귀분석에 의한 청소년 농촌체험 서비스품질의 만족도 영향 결정요인 : 상호작용효과. 호텔관광연구, 9(2), 98-113.
6. 서문식, 오창호, 2006, 서비스실패의 심각성과 서비스회복의 공정성 지각에 관한 연구 : 서비스스케이프의 매개효과를 중심으로. 관광학연구, 30(5), 219-240.
7. 심상옥, 박근수, 2009, 축제행사장 서비스스케이프가 방문객의 만족과 행동의도에 미치는 영향에 관한 연구. 관광학연구, 33(3), 369-390.
8. 안세길, 2008, 농촌관광의 서비스품질의 만족도가 재방문에 미치는 영향-진안지역을 중심으로. 관광경영학연구, 12(1), 49-68.
9. 유광민, 2008, 포스트모더니즘 사회에서 서비스스케이프 지각과 서비스장소성에 관한 탐색적 연구. 관광연구논총, 20(2), 189-208.
10. 유정림, 권현수, 김영국, 2008, 외식서비스품질 측정 도구 : 보완과 재측정. 관광학연구, 32(5), 121-141.
11. 이경희, 2004, 농촌관광에 대한 선행연구 고찰. 문화관광연구, 6(1), 333-343.
12. 이민수, 박덕병, 윤우식, 2007, 농촌관광객의 충성도와 서비스품질. 관광연구저널, 21(1), 411-422.
13. 이상환, 이재철, 1998, 서비스마케팅. 삼영사.
14. 이수광, 1997, 호텔서비스 품질과 고객만족 구매의도의 상관성에 관한 연구. 관광학연구, 21(1), 102-118.
15. 이혁진, 류재숙, 2007, 테마파크의 서비스스케이프가 이용자 만족에 미치는 영향. 관광연구저널, 21(2), 5-18.
16. 장경수, 2010, 농촌관광의 서비스품질이 방문자 만족, 재방문의도, 추천의도에 미치는 영향. 관광연구,

- 24(6), 457-472.
17. 조승현, 2002, 참여스포츠의 서비스품질과 고객애호도의 관계. 서울대학교 박사학위논문.
 18. 이혜연, 2008, 컨벤션센터의 서비스스케이프가 전시회참관객 행동의도에 미치는 영향. 관광학연구, 32(5), 381-400.
 19. 최영창, 김성수, 2007, 청소년 농촌체험관광의 서비스품질, 만족도 및 충성도의 구조분석. 한국청소년연구, 18(2), 239-261.
 20. 최창권, 2004, 레스토랑의 서비스스케이프 품질이 이미지, 고객만족, 애호도에 미치는 영향. 관광-레저연구, 16(2), 136-160.
 21. 한숙영, 김민주, 2006, 관광산업의 서비스품질 측정 연구에 대한 비판적 소고-국내 호텔서비스품질에 관한 연구를 중심으로. 관광연구, 21(2), 213-233.
 22. Becker, Franklin D., 1981, Workspace. New York : Praeger Publishers.
 23. Belk, Russell W., 1975, Situation Variables in Consumer Behavior. Journal of Consumer Research, 2, 157-164.
 24. Bitner, M. J., 1990, Evaluating service encounters : the effect of physical surrounding and employee responses. Journal of Marketing Research, 54(1), 69-82.
 25. Bitner, M J., 1992, Servicescape : The impact of Physical Surroundings on Customers and Employees. Journal of Marketing, 56(April), 57-71.
 26. Fleischer, A., Rotem, A., & Banin, T., 1993. New Directions in Recreation and Tourism Activities in the Rural Sector in Israel, Demand and Supply Factors.: Development Study Center, Rehovot, Israel.
 27. Ko, Y, J, 2000, A multidimensional and hierarchical model of service quality in the participant sport industry. Unpublished doctoral dissertation, Ohio State University, Columbus, Ohio.
 28. Lucas, A. F., 2000, The Determinants and Effects of Slot Servicescape Satisfaction in a Las Vegas casino. Doctoral Dissertation, University of Nevada, Las Vegas, USA.
 29. Maier, N. F. and Verse, C., 1982, Psychology in industrial Organizations, 5th ed., Boston : Houghton Mifflin Co.
 30. Parasuraman A., Zeithame, V. A. & Berry, L. L., 1988, Communication and Control Processes in the Delivery of Service Quality, Journal of Marketing, 52(April) : 35-48.
 31. Reimer, Anja and Kuehn, Richard, 2005, The impact of servicescape on quality perception, European journal of marketing, 39(7/8), 785-808.
 32. Wakefield, K. L. and Blodgett, J. G., 1994, The Importance of Servicescapes in Leisure Service Setting, Journal of Service Marketing, 8(3), 56-76.
 33. Williams, Christine and Buswell, John, 2003, Service Quality in Leisure and Tourism. CABI Publishing.
-
- 접 수 일: (2010년 11월 5일)
 수 정 일: (1차: 2010년 12월 7일, 2차: 12월 13일
 3차: 12월 14일)
 게재확정일: (2010년 12월 14일)
 ■ 3인 익명 심사필