

농가민박 이용객의 여행 동기에 따른 세분시장과 방문객 선호에 따른 서비스품질 만족 차이 분석

박덕병·김경희·윤유식*

농촌진흥청 국립농업과학원, 경희대학교 호텔관광대학*

Service Quality Satisfaction according to Farm Stay Visitors Preferences and Segmentation by Motivation

Park, Duk Byeong · Kim, Kyung Hee · Yoon, Yoo Shik*

Rural Development Administration

College of Hotel and Tourism, Kyung Hee University*

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine the difference between service quality satisfactions according to tourists' preference and segmentation by various motivations. Data were collected from 442 farm stay visitors by field surveys in rural areas. A factor-clustering method identified three distinct segments; want-it-all, overall low motivation, relaxation. MANOVA was used to examine the differences of service quality satisfaction for farm stay visitors' preference and segmentation by motivation. Results show that the type of guest room more significantly influenced farm stay visitors' satisfaction according to those three clusters. It should be noted that we have information on the characteristics and type of satisfaction of the consumers in order to improve the quality of farmstay's service in rural tourism.

Key words: tourist motivation, service quality, satisfaction, farm stay

I. 서론

현재 우리나라의 농촌은 인구감소와 고령화, 농산물시장 개방 등 사회적·경제적으로 어려움에 직면해 있다. 이러한 상황에서 농촌관광은 농촌지역 경제를 활성화 할 수 있는 중요한 대안이 될 수 있다. 우리나라 농촌관광은 최근 그 수요

가 증가하고 있으며, 향후 경제성장이 이루어지고 웰빙의식의 확산과 여가문화의 다양화 추구, 교육 및 역사향토학습 필요성 인식확대로 인하여 농촌관광은 더욱 커질 것으로 예상하고 있다(윤유식·오홍철 2008). 박덕병 등(2009)의 조사결과를 보면, 대도시민의 18.0%가 농촌관광을 인지하고 있고 18.45%가 농촌관광을 경험한 것으로 나

접수일: 2010년 2월 17일 심사일: 2010년 3월 31일 게재확정일: 2010년 4월 27일

Corresponding Author: Yoon, Yoo Shik Tel: 82-2-961-9274

e-mail: ysyn@khu.ac.kr

타나고 있으며, 61.9%가 앞으로 농촌관광을 할 의향이 있는 것으로 나타나 농촌관광 수요에 대한 전망은 매우 좋다고 할 수 있다.

정부에서는 농촌관광 활성화를 통한 농가소득 창출을 위해 다각적으로 지원사업을 추진하고 있는데, 농림부의 녹색농촌체험마을을 조성, 농촌마을 종합개발, 1사1촌운동 전개, 농촌진흥청의 농촌전통테마마을 조성, 산림청의 산촌종합개발, 행정자치부의 아름답마을꾸기 등이 추진되고 있다. 또한 지방자치단체, 농협 등에서도 도농교류사업에 관심을 가지고 지역실정에 맞게 추진되고 있다. 2008년 현재 녹색농촌체험마을은 364개 마을(농림수산식품부), 어촌체험마을은 95개 마을(농림수산식품부), 농촌전통테마마을은 170개 마을(농촌진흥청), 아름답마을은 23개 마을(행정안전부), 산촌생태체험마을은 56개 마을(산림청), 그 외에도 지자체관광마을까지 합하면 전국에 관광마을로 지정된 마을은 1200여개 마을을 넘어서고 있다.

이러한 변화는 갈수록 어려워지는 농촌의 현실을 극복하기 위한 것으로 기존의 농업생산의 양적생산에서 소비자 지향의 품질생산의 변화를 추구하고자 시도된 것으로 볼 수 있으며, 또한 농업농촌 공간에 존재하는 다양한 자원에 대한 가치인식에 대한 패러다임의 변환과 농촌지역을 체험하고 휴식하며 관광할 수 있는 공간으로의 농촌관광마을조성의 정책적 필요성에서 비롯되었다고 볼 수 있다. 즉 농촌지역의 풍부한 어머니 자원에 대한 가치인식과 재해석, 그리고 다원적 기능에 대한 가치창출을 통해 지속적인 농촌발전을 모색하고 경쟁력 있는 농촌지역조성을 위한 정책적 노력에서 시작된 것이다(윤유식·지경배 2008).

2009년 현재 전국 농촌관광마을에는 4400여개의 농가민박 가구가 있다. 그러나 농촌관광 경험층의 숙박 여행은 57.4%로 나타났으며, 농촌관광 경험자의 농가민박 이용율은 2004년 19.7%, 2006년 22.1%, 2009년 18.5%에 불과한 것으로 나타났다. 만족도 조사항목에서 종합 만족도가 75.2점으로 나타난 가운데, 농촌관광의 프로그램/콘텐츠에 대한 만족도(69.4점)는 가장 낮게 나타났으며, 위탁시설(67.5점), 숙박시설(71.2점) 만족도는 낮

게 나타났다(박덕병 등 2009).

현재 국내의 농촌관광이 직면하고 있는 문제 중 표준화된 서비스의 부족이 가장 자주 지적되고 있다. 농촌관광의 경영주들은 비즈니스로 개발하기 보다는 농가부업의 측면에서 시작하게 된 사례가 대부분이기 때문에 서비스 품질이 일관되지 못하고, 적절한 서비스의 방향제시가 부족한 문제점을 가지고 있다. 이는 관광객의 재방문을 떨어뜨리는 요인으로 지적되고 있다(김정섭 등 2004; 박덕병 등 2004).

관광객의 경험에 관한 연구에서 목적지 관광의 매력물에 의한 최고경험(peak experiences)도 중요하지만 최근에 식사, 숙박, 환대와 같은 일상적인 생활에 의한 보조경험(supporting experiences)이 방문객의 만족도가 점점 중요해지고 있다. 특히 농촌관광은 그 특정상 목적지 관광의 매력물에 대한 최고경험보다는 환대, 식사, 숙박시설과 같은 보조경험에 의한 서비스 품질이 특히 중요시되는 사업이다(박덕병·이혜현 2005).

농가민박의 활성화를 위해 현재 운영중인 시설의 서비스에 대한 방문객의 이용 만족도를 분석하는 것은 중요하다. 농가민박이 다른 숙박시설과 다른 점은 농촌의 자연경관과 함께 농업인들의 생활을 가까이에서 느끼고 체험할 수 있다는 점이며, 이를 통해 도농교류가 활성화 될 수 있을 것이다. 본 연구는 농가민박 이용객을 대상으로 여행 동기와 선호 민박시설에 따라 농가민박의 서비스품질 만족 차이를 분석하여, 농가민박 이용객의 서비스품질 만족을 향상시키기 위한 방안을 제시하고자 한다. 본 연구는 방문객의 동기별 세분시장에 따라 서비스품질 만족의 차이를 밝히는 데 초점이 있다.

II. 선행연구

1. 농촌관광 동기에 따른 방문객 세분화

관광행동을 일으키게 하는 심리적인 원동력을 일반적으로 '관광욕구'라 부르며 관광행동으로 이끄는 심리적 에너지를 '관광동기'라 한다(Gnoth 1997). 관광 동기는 실제 관광행동에 옮기게 하는 심리적인 힘이며(Iso-Ahola 1982), 관광행동과

목적지 선택행동에도 영향을 미치는 중요한 요인이다(Uysal M & Weaver 1995).

Lundberg(1971)는 18가지 관광동기를 구성하여 교육적 동기, 즐거움 추구 동기, 윤리적 동기, 기타 관광 동기 등으로 구분하였다. Crompton(1979)는 이 후 심층면접을 통해 '사회-심리적 동기' 7가지와 '문화적 동기' 2가지를 증명하였다. 이 동기들은 Goeldner 와 Ritchie(2003)에 의해 휴식과 같은 '신체적', 새로운 지리적 영역과 같은 '문화적', 사회화와 새로운 사람들과의 만남 같은 '인간관계', 자아존중과 자아실현 같은 '명성' 등의 유형에 따라 분류되었다. Iso-Ahola(1982)는 동기를 탈출의 견지에서 보았으며, Pearce(1996)은 내재적, 외재적 동기로 구별하였다.

김현과 김성조(2006)는 농촌관광 참여 동기에 따른 시장세분화를 통해 각각의 세분시장에 영향을 미치는 변수를 파악하기 위해 제주지역과 농어촌지역을 제외한 서울과 6대광역시, 8개 도에 거주하는 486명을 대상으로 농촌관광활동에 대해 조사하였다. 농촌관광객의 참여 동기는 적극적 체험형, 단순 휴식형, 고향방문형의 세 가지 요인이었으며, 이를 토대로 소극적 참여형, 단순 휴식형, 적극적 참여형의 세 가지 세분시장으로 구분하였다.

이승관과 오민재(2007)는 18세 이상의 전남 장진 지역의 농어촌 체험마을을 방문한 관광객 248명을 대상으로 농촌관광의 목적지 속성별 관광객 유형에 따라 농촌관광 동기와 관광객의 요구, 선호 체험요소를 분석한 결과 농촌관광 동기는 '내면적 요인', '농촌문화 요인', '체험적 요인', '신체적 요인', '사회적 요인', '농산물 요인'으로 6개 요인으로 나타났다.

전재균(2007)은 우리나라 현실에 맞는 팜스테이 체험프로그램 개발을 위해 팜스테이 이용객의 세분시장을 파악하고자 하기위해 추구편익에 기초한 시장세분화 분석을 실시하여 각 세분시장에 적합한 팜스테이 체험프로그램을 제시하였다. 이를 위해 팜스테이 참가자 332명을 대상으로 분석한 결과 농촌체험추구, 휴식추구, 야외활동추구, 자연탐방추구, 가족유대추구의 5개 요인이 도출되었으며 이를 토대로 가족유대/농촌체험형, 자

연탐방형, 가족유대/휴식추구형으로 구분되었다.

윤유식과 오홍철(2008)은 농촌관광마을 체험 관광객 154명의 농촌관광마을 방문만족도 세분시장별 농촌관광 행동특성에 관해 분석한 결과, 농촌관광마을 방문선택이유에 대해 '농촌생활체험 요인', '농촌시설 및 접근성 요인', '농촌놀이 및 주변관광 요인', '농촌경치 및 자연자원 요인'으로 구분되었다.

유광민과 김기완(2009)은 도시민 가족을 대상으로 가족생활주기이론을 적용하여 가족생활주기에 따른 도시민의 농촌관광 동기, 농촌관광지 선택요인, 농촌체험관광프로그램 선호도의 차이를 분석하였다. 서울시 및 수도권 도시에 거주하는 가족 262을 대상으로 조사한 결과 농촌관광 동기는 '이색체험성', '모험성', '자아실현성', '심미성', '일탈성', '유대성', '휴식성', '자연경관성'의 8개 요인으로 나타났다.

김소윤과 엄서호(2009)는 농촌관광시장의 주된 고객유형인 가족중심의 잠재방문객들을 대상으로 농촌관광지를 방문하는 참여동기, 추구편익, 방문객들이 선호하는 체험활동유형 등을 알아보고 이들 사이의 관련성을 분석한 후 참여동기를 바탕으로 시장을 세분화하였다. 서울과 경기 수도권 지역에 거주하는 지역주민으로 초등학교에 재학 중인 자녀가 있는 기혼가정을 대상으로 182명을 조사하였다. 분석결과 농촌관광 참여 동기는 '목적형 동기', '탈출형 동기' 두 가지 요인으로 나타났다. 목적형 동기를 높게 지각하는 방문객들은 관리운영과 관련된 편익과 활동형 체험유형을 중요시 여기며, 탈출형 동기를 높게 지각하는 방문객들은 농촌환경의 매력성과 관련된 편익을 중요시 여기는 것으로 분석되었다.

Park와 Yoon(2009)은 한국인들의 농촌관광 특성을 분석하여 농촌관광 동기에 의해 시장을 세분화하였다. 농촌관광을 경험한 18세 이상 남녀 252명을 분석한 결과 농촌관광 동기는 '휴식요인(Relaxation)', '사회화요인(Socialization)', '학습요인(Learning)', '가족단결요인(Family togetherness)', '새로운경험요인(Novelty)', '흥미요인(Excitement)'으로 분석되었으며, 농촌관광객의 주된 동기는 '학습요인'으로 나타났다. 이를 토대로 가족단결

형(Family togetherness), 소극형(Passive tourists), 전반적강한동기형(Want-it-all), 학습사회적흥미형(Learning & social excitement)의 네 가지 세분시장으로 구분하였다.

이상의 선행연구를 통해 농촌관광의 동기에는 ‘휴식’, ‘즐거움 추구’, ‘교육’, ‘체험’ 등의 요인이 공통적으로 나타나고 있음을 알 수 있다.

2. 여행 동기와 만족도에 관한 선행연구

관광자 만족도는 어떤 형태의 여가활동에 참여함으로써 관광자가 느끼는 긍정적인 감정이다(Beard & Ragheb 1980). 관광자의 만족은 관광목적지 선택(Cole & Crompton 2003)이나 미래의 관광행동에 영향을 준다(Bigne et al. 2001; Cole & Lee 2007). 관광자 만족도는 관광경험을 평가하는 도구로서 널리 사용되어 왔다(Lee 2007; Mannell & Iso-Ahola 1987; Ross & Ahola 1991). 결국 관광자 만족도는 관광자경험의 질에 정적인 상관관계를 갖고 있다(Tribe & Snaith 1998). 만족도 이론에 기초하여 설문지를 통한 관광자 만족도를 측정하는 연구를 살펴보면, 서비스품질(Akama & Kieti 2003), 중요도-수행도 분석(Hollenhorst et al. 1992), 중요도-만족도 분석(Aktas et al. 2007) 등이다. 만족도는 크게 두가지 방법에 의하여 연구되었다. 첫째는 서비스품질, 경관, 안전성 측면이다(Lee 2007). 둘째는 총체적인 만족도를 측정하는 연구이다(Bigne et al. 2001; Lee 2007).

동기와 만족의 관계는 다른 관점과 연구 방법으로 관광분야에서 연구되어 왔다(Devesa et al. 2010). Qu와 Ping(1999)은 1996년 Hong Kong의 크루즈(Cruise) 홍콩에 거주하는 크루즈 여행객 350명을 동기요인에 따라 분류하고, 만족 수준을 규명하였다. 홍콩 크루즈 여행객의 동기요인은 ‘일상생활 탈피요인(Escape from normal life)’, ‘사회적 모임 요인(Social gathering)’, ‘아름다운 환경, 경치요인(Beautiful environment and scenery)’, ‘문화적 이해 요인(Cultural understanding)’, ‘사회적지위요인(Social status)’, ‘사업목적 요인(Business purpose)’, ‘건강과 운동요인(Health and exercise)’, ‘자아발견요인(Self-discovery)’ 등의 8가지 요인으로 나타났다. 이 중 홍콩 크루즈 여행객의 주요 여행 동기

요인은 ‘일상생활탈피요인’ ‘사회적 모임 요인’, ‘아름다운 환경, 경치요인’으로 나타났다. 여행객들은 식음료시설, 품질, 인적서비스에 대한 만족수준이 높았으며, 크루즈 여행을 다시 하는 데는 숙박, 식음료, 연회가 주요 결정요인으로 나타났다.

최근 국내에서도 농가민박 서비스품질과 관련된 연구들이 이루어지고 있다. 박덕병과 이혜현(2005)은 2002년 정부주도로 추진된 11개의 전국 농촌관광마을의 농가민박을 경험한 방문객 104명을 대상으로 기대된 서비스 품질과 경험된 서비스 품질의 차이를 분석하였다. 우리나라 농가민박은 짧은 역사로 인해 고품질의 기술적인 서비스를 제공하는데 한계가 있으며, 조사결과 방문객은 농가민박에 대한 기대수준이 매우 낮아 전반적으로 기대한 것보다 경험한 후 만족수준이 높게 나타났다. 또한 전체적으로 기능적 서비스 상품의 품질이 기대-만족의 절대값도 크고 차이값도 높게 나타나 정부의 농촌관광 농가민박 정책사업은 농가민박 서비스 품질 제고에 많은 효과가 있음을 제시하였다. 농촌관광에서 기능적인 측면에서의 품질은 한 두 사람에게 의해 결정된다. 따라서 단지 기술적인 측면에서의 서비스 품질이 평가되는 경우가 많고, 서비스 제공자도 제한되어 있는 것이 일반적인 현상이다.

이민수 등(2007)은 정부에서 시행하고 있는 24개의 농촌관광개발 정책 시범마을의 방문객을 대상으로 충성도 수준에 따른 서비스 품질에 대한 만족수준의 차이를 분석하였다. 서비스 품질 만족의 차이가 가장 큰 품질속성은 특산품의 다양성, 방의 청결상태, 방의 꾸밈상태와 방주변의 경관과 같은 기술적 품질과 관련되어 있었으며, 상대적으로 만족차이가 작은 하위 속성들도 모두 기술적 품질로 나타났다. 상위 3개의 품질속성 다음으로 서비스 품질 만족 차이가 큰 품질 속성들은 대부분 기능적 품질 속성들로 ‘민박주인의 업무 전문성’에 대한 서비스 품질 만족차이가 상대적으로 가장 큰 것으로 나타났다. 또한 잠재이탈고객과 충성고객의 서비스 품질 만족 차이가 ‘특산품의 다양성’에서 가장 크게 나타나 다양한 특산품의 개발이 농촌관광 방문객의 충성도를 높이는 데 매우 중요하다고 제시하였다.

Yoon과 Uysal(2005)는 Northern Cyprus 지역의 여행객 500명의 이출과 흡입 동기가 여행만족과 목적지충성도에 미치는 영향을 분석하였다. 확인 요인분석 결과 이출 동기는 ‘휴식요인(Relaxation)’, ‘가족친교 요인(Family togetherness)’, ‘안전과 놀이 요인(Safety & fun)’, 흡입동기는 ‘소규모 및 안전한 날씨 요인(Small size & reliable weather)’, ‘청결 및 쇼핑요인(Cleanness & shopping)’, ‘야간 여행 및 지역요리요인(Night life & local cuisine)’으로 나타났다. 분석결과 이출 동기는 여행만족에 부정적영향을 미치는 것으로 나타났고, 여행만족도는 목적지 충성도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 여행의 이출 동기는 목적지 충성도에 직접적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

Devesa 등(2009)은 2004년 Spain의 Segovia지방을 방문한 농촌 관광객 316명을 대상으로 동기가 만족에 미치는 영향을 분석하였다. 농촌관광 동기에 따른 군집분석 결과 자연을 접하며 조용한 휴식추구형(Visitor looking for tranquillity, rest and contact with nature), 문화관광형(Cultural visitor), 근접, 미식, 자연관광형(Proximity, gastronomic and nature visitor), 재방문형(Return tourist) 등 네 개의 군집으로 나타났다. 농촌관광의 동기는 관광객의 기대에 영향을 미치고, 전반적인 만족에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

선행연구를 통해 여행지, 여행자의 특성에 따라 여행 동기가 만족에 영향을 미치기도 하고 만족에 영향을 미치지 않을 수도 있음을 알 수 있다.

III. 연구방법

1. 연구대상 및 자료수집

설문조사는 정부가 추진하고 있는 농촌관광마을개발 사업을 추진한 23개 마을에 방문한 숙박방문객 600명을 대상으로 2009년 6월 1일부터 8월 10일까지 조사하였다. 조사원이 직접 마을을 방문하여 마을을 방문한 숙박방문객에게 연구의 취지를 설명하고 설문에 응답해줄 것을 요청하는 직접 대면 설문방법을 사용하였다. 또한 마을 지도자가 적극적으로 일 경우에는 마을지도자가 마을주민을 대상으로 직접 설문조사를 하여 자료를 수

집하였다. 선정된 마을은 경기 7개 마을, 강원 4개 마을, 충북 1개 마을, 충남 1개 마을, 경북 3개 마을, 경남 3개 마을, 전남 2개 마을, 제주 2개 마을이다.

2. 여행 동기 측정

여행 동기 측정은 정신적 측면 및 라이프스타일과 관련하여 이루어졌다. 기존의 많은 연구에서 이루어진 관광동기 측정문항(Cha et al. 1995; Fodness 1994; Jang & Cai 2002; Lang et al. 1997; Yoon & Uysal 2005)을 여행 동기로 고려하여 조사하였다. 농촌관광마을을 방문한 숙박방문객의 사전조사 및 항목에 대한 이해도 사전검정을 통하여 여행 동기 측정항목 24문항을 개발하여 리커트 5점 척도법(1=전혀 그렇지 않다, ‘5=매우 그렇다’)을 사용하여 측정하였다.

3. 서비스품질 만족 측정

소비자의 만족은 그들의 비용, 편익 일치이론을 바탕으로 소비된 비용과 얻은 편익 관계로 파악된다(Oliver & Swan, 1989). 소비자들이 서비스의 질을 평가하기 시작한 이래로 서비스의 질을 평가할 때 그들이 어떤 기준이나 요인들을 고려하는지에 대한 이론적 연구들이 시도되었다. 초창기의 연구는 Grönroos(1984)에 의해 이루어졌는데, 그는 기술적 품질(technical quality), 기능적 품질(functional quality), 이미지(image)의 세 가지 차원으로 제시하였다. 그러나 Parasuraman 등(1985)의 연구는 더 큰 영향력을 가졌다. 초기에 그들은 10개의 차원을 정했으나 뒤 이어 유형성(tangible elements), 신뢰성(reliability), 대응성(response capability), 확신성(assurance), 공감성(empathy) 등 5개 차원으로 통합하였다.

지금까지 서비스품질 측정에 관한 대부분의 연구들은 SERVQUAL 기법을 중시하였다. 그러나 이러한 연구는 대규모 숙박시설에서 이루어지던 품질평가 방법으로서 농가민박과 같이 소규모 단위의 서비스 품질평가에서 이루어지는 질적인 차원들이 고려되고 있지 못하다는 지적을 받고 있다(Fleischer et al. 1993; Grönroos 1990; Reichel 2000).

Fleischer 등(1993)은 농촌관광에서 서비스의 품질을 손님에 대한 태도, 예약시스템의 효율성, 객실의 청결상태, 객실 가구배치, 지역주민들의 태도 등 다섯 가지를 제시하였다. Reiche 등(2000)은 1994년 Israel 23개 농촌관광마을의 206명의 숙박객과 23명에 대한 의 운영자에 대한 인터뷰를 하여 서비스 기대와 경험의 차이를 기능적측면과 기술적측면으로 분석한 결과 기술적측면에서 기대수준보다 만족도가 비교적 높게 나타났다.

본 연구에서는 서비스 품질 측정을 위해 소규모 숙박시설 위주인 농촌관광에 적합하게 개발된 Fleischer 등(1993)이 개발한 15개 서비스 품질 척도를 국내의 농촌관광 마을의 현실을 고려하여 문항을 수정하였다. Fleischer 등(1993)이 개발한 척도는 이스라엘 농촌관광에 대한 기존의 방대한 데이터를 이용하여 개발(기술적 차원 11개 문항, 기능적 차원 4문항)하였으며, 기존의 SERVQUAL (Parasuraman et al. 1994)의 척도를 소규모인 농촌관광의 특성에 맞게 변형한 것이다. Fleischer 등(1993)이 개발한 척도의 15개 문항 중 14문항 및 우리나라 농가민박의 특성을 반영한 ‘어른을 위한 체험프로그램’, ‘음식의 청결성’, ‘특산품(농산물 포함)의 다양성’, ‘마을소식, 다양한 마을행사 접할 기회 제공’ 등 4문항을 추가하여 총 18문항으로 구성하였으며, 농촌마을 방문객을 대상으로 사전검증을 통해 최종적으로 18개의 문항이 선정되었다.

4. 분석방법 및 절차

최종 수집된 500개 표본에 대하여 각 변수들에 대한 특성을 이해하고 사용된 통계기법에 앞서서 기본적인 문제 혹은 응답자의 이상치가 없는지 파악하기 위하여 기본적인 테스트를 실시하였고, 58개 부수는 무응답처리가 되어 제거되었다. 조사변수의 정규분포, 극단치(outlier), 선형성(linearity) 등을 분석하여 수집된 자료의 오류를 파악하였는데 결과적으로 변수의 정규분포는 왜도(skewness)와 첨도(kurtosis), 쿡스 거리(Cook's distance)를 기준으로 볼 때, 일정정도의 정규분포를 이루고 있었다. 또한 계층적 군집분석에서 군집과정의 최종단계까지 타 군집과 묶이지 않는 1

개 사례가 제거되어 최종적으로 441개의 사례수가 분석되었다. 그리고 변수 간 선형성도 피어슨 상관관계를 볼 때(Pearson's correlation) 일정정도 상관관계를 이루고 있어 통계기법 적용에 문제가 없다고 결론지었다.

수집된 자료는 세 단계로 분석되었다. 우선 여행 동기 변인의 기저에 존재하는 차원을 도출하기 위해서 주성분분석법과 베리맥스 회전법을 적용하여 탐색적 요인분석을 실시하였다. 요인분석 시 변수와 요인수의 선택에는 Hair 등(2006)에 의해 제시된 기준으로 요인부하량 0.4이상, 요인고유치 1이상, 원 변량의 60%이상을 설명하는 것을 기준으로 하였다.

두 번째 단계에서는 비슷한 여행 동기를 가진 집단을 도출하기 위해 요인분석을 통해 도출된 각 차원의 변인들의 평균값을 이용하여 군집분석을 실시하였다. 군집분석은 Hair 등(2006)이 제시한 2단계 방식으로서, 우선 계층적 군집분석을 통해 군집수와 초기값을 결정하고, 이 값을 토대로 비계층적 군집분석을 통해 군집을 결정하였다. 군집수의 결정은 계층적 군집분석을 통해 도출되는 군집화 일정표를 이용하였다. 계층적 군집분석 후 비계층적 군집분석법의 하나인 K-means를 이용하여 군집분석을 실시하였는데 K-means 분석 시 초기값으로는 계층적 군집분석에서 획득한 군집평균값을 활용하였다. 군집분석의 적절성을 확인하기 위해 판별분석을 사용하였다. 세 번째 단계에서는 여행 동기와 선호크기에 따른 만족도의 차이를 알아보기 위해 다변량분산분석(MANOVA)을 실시하였다.

IV. 결과 및 고찰

1. 응답자의 사회인구학적 특성

응답자 총 442명 중 남자가 173명(39.1%), 여자가 223명(50.5%)을 차지하고 있다. 연령은 20대 미만인 13명(2.9%), 20대가 84명(19.0%), 30대가 149명(33.7%), 40대가 124명(28.1%), 50대가 48명(10.9%), 60대 이상이 6명(1.4%)을 차지하고 있다. 학력을 살펴보면, 초등학교 졸업이하가 4명(0.9%),

중졸이 9명(2.0%), 고졸이상인 129명(29.2%)을 차지하고 있다. 동거가족은 혼자자 39명(8.2%), 부부만이 75명(15.8%), 부부와 자녀 또는 부모가 360명(75.9%)을 차지하고 있다. 거주지는 서울이 111명(25.1%), 경기도가 100명(22.6%), 강원이 16명(3.6%), 충북이 2명(0.5%), 충남이 5명(1.1%), 전북이 1명(0.2%), 전남이 5명(1.1%), 경북이 28명(6.3%), 경남이 65명(14.7%)를 차지하고 있다.

2. 여행 동기 요인분석

농촌관광마을 숙박방문객의 여행 동기의 차원을 규명하기 위해서 여행 동기 변인을 대상으로 Hair et al.(2006)의 기준을 적용하여 원변인에 대한 요인분석을 실시하였다.

우선 요인분석이 적절한지를 판단하기 위하여 Bartlett의 구형검사(Bartlett test of sphericity)와 Kaiser-Meyer-Olkin의 표본적절성 검사(measure of sampling adequacy)를 실시하였다. Bartlett의 구형검사(Bartlett

test of sphericity)는 상관계수 행렬이 영행렬(zero matrix)인지에 대한 검정이다. 분석결과 상관계수 행렬이 영행렬이라는 가설은 1% 수준에서 기각되었다. Kaiser-Meyer-Olkin의 표본적절성 검사(measure of sampling adequacy)도 주어진 자료가 요인분석에 적합한지를 판단하는 도구로서 0에서 1사이의 값을 가지는 지수이다. 일반적으로 이 지수의 값이 0.5 이상일 경우 요인분석이 가능하고 0.7 이상일 경우 요인분석에 적합한 것으로 간주된다. 본 연구에서는 0.805로 나타나 원자료가 요인분석이 가능함을 보여준다.

3개 요인은 총 분산의 60.37%를 설명하고 있으며, 각 요인부하량은 0.4 이상으로 나타나 요인분석이 적절함을 보여준다. 일반적으로 사회과학 연구에서는 총 분산의 60%를 설명하면 좋은 결과로 받아들여진다(Hair, et al, 2006). 3개 요인의 Cronbach α 값은 모든 요인에서 0.7 이상으로 높은 내적일관성을 가지고 있는 것으로 나타났다.

Table 1. Factor analysis of motivation

Motivation	Factor loading	Eigenvalue	Variance explained	Cronbach's α	Mean ^a
Factor1: Refreshment		2.96	21.12	.86	3.87
to have Refreshment	.878				4.02
to have relax	.843				3.85
to escape from daily life	.825				3.94
to enjoy tranquility and quietness	.728				3.70
요인 2: Thrill and Self Interest		2.86	20.44	.78	2.88
to have thrill and excitement	.862				2.78
to enjoy luxury	.760				2.46
to enjoy loneliness	.754				2.73
to feel excitement	.591				3.34
to meet person who has same interest	.577				3.08
요인 3: Agricultural Experience		2.63	18.81	.75	3.62
for agricultural experience	.894				3.57
to enjoy rural life	.822				3.51
to look at rural landscape	.695				3.75
to give their children education opportunities	.487				3.70
to have new knowledge	.443				3.56

Total variance extracted = 60.37%, KMO = 0.805

Bartlett's test of sphericity $\chi^2 = 2449.771$ (d.f=91, p<.001)

a: 1=not at all, 5=very agree

요인 1은 ‘재충전을 위해서’, ‘긴장감 해소를 위해서’, ‘일상생활로부터의 탈출을 위해서’, ‘고요한 분위기를 즐기기 위해서’ 등 4개의 변인을 포함하고 있으며 전체 변량의 21.12%를 설명하고 있다. 이들 변인은 재충전, 휴식 등과 관련되어 있다. 따라서 요인 1은 ‘재충전추구’로 명명되었다.

요인 2는 ‘스릴과 흥분을 느끼기 위해서’, ‘호화롭게 즐기기 위해서’, ‘고독감을 즐기기 위하여’, ‘흥미로운 것을 느끼기 위해서’, ‘관심분야가 비슷한 사람을 만나기 위해서’ 등 5개의 변인을 포함하고 있으며 전체 변량의 20.44%를 설명하고 있다. 요인 2는 스릴, 흥미와 관련되어 있어 ‘스릴과 흥미추구’로 명명되었다.

요인 3은 ‘농업체험을 위하여’, ‘농촌생활을 즐기기 위하여’, ‘농촌경관을 보기 위하여’, ‘자녀에게 교육적 기회를 주기 위해서’, ‘알지 못했던 지식의 습득을 위해서’ 등 5개의 변인을 포함하고 있으며 전체 변량의 18.81%를 설명하고 있다. 요인 3은 농업체험과 관련되어 있다. 따라서 요인 3은 ‘농촌체험추구’로 명명되었다.

농촌관광마을 숙박방문객의 여행 동기는 재충전추구요인 차원이 가장 높은 분산설명력(21.12%)을 가지고 있으며, 평균값이 가장 높은 3.87을 차지하고 있다. 농업체험추구요인은 가장 낮은 평균값인 2.88을 차지하고 있는 것을 볼 수 있다. 즉 농촌관광마을 숙박방문객의 여행 동기는 재충전추구 동기는 높지만, 농업체험추구 동기는 낮

은 것으로 나타나고 있다.

3. 여행 동기에 따른 농가민박 이용객 군집 분석

여행 동기 특성에 따라 방문객을 유형화하기 위해 군집분석을 실시하였다. 요인분석을 통해 도출된 3개의 여행 동기에 대한 각 요인들의 총합평균을 구한 후 Ward 방식의 제공한 유클리디안 거리를 이용하여 계층적 군집분석을 실시하였다. 제공한 유클리디안 거리는 제공근을 취하지 않고 제공한 거리를 합계한 것으로 중심값 방법(centroid method)과 워드 방법(ward's method)을 위한 거리측정으로 권장되고 있다(Hair et al. 2006).

계층적 군집분석은 개체들이 군집화 되어 가는 과정을 상세하게 보여주므로 군집해를 결정하기에 비교적 용이한 분석방법이다. 최적의 군집해를 결정하기 위해 군집화 일정표에서 응집계수의 변동비율을 계산하였고 군집의 동질성이 상대적으로 크게 증가하고 있는 지점에서 중단규정(Stopping Rule)을 적용하여 2개의 군집해(28.92% 증가), 3개의 군집해(14.35%), 4개의 군집해(14.59%)를 최종 선정하였다.

군집해법의 안정성과 이론적, 실질적 타당성을 확보하기 위해 각 군집해에 대한 군집변수들의 프로파일을 실시하였고, ANOVA를 통해 군집중심점 간의 통계적 유의성을 평가하였다.

계층적 군집분석은 변수의 규모 및 Outlier들의

Table 2. Cluster analysis of tourists segmentation by their motivation

		Cluster	Want-it-all	Overall low motivated	Refreshment	Mean	F-value
Factor							
Hierarchy Cluster	refreshment		4.18	3.47	4.21	3.87	85.853***
	thrill and self interest		2.77	3.09	2.89	2.88	182.475***
	agricultural experience		3.88	2.39	3.33	3.62	177.732***
K-means Cluster	refreshment (n=168)		4.34	3.52	4.22	3.87	335.671***
	thrill and self interest (n=48)		2.90	2.69	3.25	2.88	156.576***
	agricultural experience (n=225)		4.14	2.41	3.31	3.62	140.382***

Pillai's trace = .972*** Wilks' lambda = .252***

Hotelling's trace = 2.076***

Roy's largest root = 1.473***

***p<.001

Table 3. Factor analysis of service quality

Service quality	Factor loading	Eigenvalue	Variance explained	Crohbach's α	Mean ^a
Factor 1: In room service quality		6.86	57.12	.91	3.93
cleanliness of rooms	.813				3.97
shower and bathroom facilities	.779				3.94
air conditioning	.772				3.86
room size	.769				3.96
aesthetics of room and surrounding area	.758				3.97
price level	.740				3.90
Factor 2: Out room service quality		1.32	10.97	.90	3.60
information for village events	.800				3.49
variety of Specialty product	.788				3.55
activities for adult	.766				3.65
activities within the settlement	.752				3.52
activities for children	.750				3.72
printed information regarding are activities	.698				3.63

Total variance extracted = 68.10%, KMO = 0.920

Bartlett's test of sphericity $\chi^2 = 3224.107$ (d.f = 66, p < 0.001)

a: 1=not at all, 5=very agree

영향을 쉽게 받는다는 단점이 있다. 특히 초기 군집중심에 의해 지속적으로 결합하는 분석과정으로 인위적인 결과를 초래할 수 있기 때문에 이러한 단점을 보완하기 위해서는 비계층적 군집분석을 통해 최종해법을 결정하는 것이 바람직하다. 따라서 본 연구에서는 계층적 군집분석을 통해 얻은 군집해로부터 각각의 최초 군집중심(Initial Seed)값을 구하여 비계층적인 군집분석인 K-means를 실행하였다. K-means는 이상치, 개체(case)간의 거리측정 방법, 부적절한 변인의 포함 등에 덜 민감한 특성을 가진다(Hair et al. 2006).

해법의 예측타당성을 확보하기 위해 여행 동기 요인을 이용하여 ANOVA를 통해 검정한 결과, 1% 수준에서 3개의 모든 요인이 군집들 간에 차이가 있는 것으로 나타났으며, 최종적으로 3개의 군집해가 결정되었다.

평균값의 차이를 바탕으로 군집을 명명하였는데, 군집 1의 경우 3개의 여행 동기 요인에 모두 높은 평균값을 가지는 것이 특징이므로 '전반적 강한동기형'으로 명명하였다. 군집 2는 전반적으로 동기가 강하지 않아 '전반적낮은동기형'으로

명명하였고, 군집 3은 재충전추구 요인에서 평균값이 높게 나타나 '휴식추구형'으로 명명하였다.

4. 판별분석

한편, 군집을 구별하는데 있어서 3개의 여행 요인들 중 어떠한 요인이 군집을 판별함에 더 영향을 미치는지를 판별분석을 통해 살펴보았다. 분석결과 총 분산의 71.0%(Eigenvalue=1.473)와 29.0%(Eigenvalue=0.603)를 설명하는 2개의 판별함수는 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다. 요인간의 구조행렬을 통해 판별력을 살펴본 결과 판별함수 1에서는 스틸과 흥분추구 요인이, 판별함수 2에서는 재충전추구 요인이 가장 기여도가 높은 것으로 나타났다. 이와 함께 군집이 적절히 분류되었는지를 파악하기 위하여 판별분석의 결과를 이용하여 분류정확도(classification accuracy)를 도출하였다. 이에 해당하는 적중률(hit ratio)와 교차유효성(cross-validation)이 각각 91.4%, 90.9%로 각 케이스가 올바르게 분류되었고, 이러한 결과를 토대로 군집분석의 결과가 타당함을 알 수 있었다.

5. 농가민박 서비스 품질 요인분석

농가민박 서비스 품질 만족 차원을 규명하기 위해서 농가민박 서비스 품질 변인을 대상으로 Hair 등(2006)의 기준을 적용하여 요인분석을 실시하였다. 최종적으로 2개의 요인이 생성되었으며 설명분산의 누적값이 처음 61.92에서 68.10으로 증가하였다. 2개의 요인은 총 분산의 68.10%를 설명하고 있으며, 각 요인부하량은 0.4이상으로 나타나 요인분석이 적절함을 보여준다.

우선 요인분석이 적절한지를 판단하기 위하여 Bartlett의 구형검사(Bartlett test of sphericity)와 Kaiser-Meyer-Olkin의 표본적절성 검사(measure of sampling adequacy)를 실시하였다. 분석결과 상관계수행렬이 영행렬이라는 가설은 1% 수준에서 기각되었다. Kaiser-Meyer-Olkin의 표본적절성 검사(measure of sampling adequacy) 결과 0.920으로 나타나 원자료가 요인분석이 가능함을 보여준다. 2개 요인의 Cronbach α 값은 모든 요인에서 0.9 이상으로 높은 내적일관성을 가지고 있는 것으로 나타났다.

요인 1은 ‘방의 청결상태’, ‘화장실 및 샤워시설’, ‘에어컨 시설’, ‘방의 크기’, ‘방의 꾸밈상태와 방주변의 경관’, ‘가격 수준’ 등 6개의 변인을 포함하고 있으며 전체 변량의 57.12%를 설명하고 있다. 이들 변인은 농가민박 객실 내부의 서비스와 관련되어 있다. 따라서 요인 1은 ‘객실내부서비스 요인’으로 명명되었다.

요인 2는 ‘마을소식, 다양한 마을행사 접할 기회 제공’, ‘특산품(농산물 포함)의 다양성’, ‘어른을 위한 체험프로그램’, ‘시설기구가 갖춰진 체험 프로그램’, ‘어린이를 위한 체험 프로그램’, ‘지역 불거리 안내 책자’ 등 6개의 변인을 포함하고 있으며 전체 변량의 10.97%를 설명하고 있다. 이들 변인은 객실 외부의 서비스와 관련되어 있다. 따라서 요인 2는 ‘객실외부서비스 요인’으로 명명되었다.

객실내부서비스 요인은 평균값이 3.93으로 객실외부서비스 요인보다 만족도가 높은 것으로 나타나고 있다.

6. 여행 동기와 선호민박크기에 따른 서비스 품질 만족 차이

여행 동기와 선호민박크기에 따른 서비스품질 만족 차이를 검증하기 위해 여행 동기별 3개 군집(재충전 및 농촌체험 추구집단, 보통 동기 추구집단, 재충전추구집단), 선호민박크기(4인용 이하, 5인용 이상)를 독립변수로 하고, 농가민박 이용 만족도(객실내부서비스 요인, 객실외부서비스 요인)을 종속변수로 설정한 이원 다변량분산분석(Two-Way MANOVA)을 실시하였다.

MANOVA는 종속변수들 간에 유의한 상관관계가 있어야 하며, 종속변수들의 동분산성을 충족해야 한다(Hair et al. 2006). 종속변수인 서비스 품질 만족(객실내부서비스 요인, 객실외부서비스 요인) 간의 상관관계를 분석한 결과 유의한 양의 상관관계($r=.653, p<.01$)가 있는 것으로 나타났다.

공분산행렬에 대한 Box M의 동일성을 검정한 결과 Box's M 값이 19.981, $p>.05$ 로 나타나 집단들에 걸쳐 종속변수들의 동분산성의 차이가 없는 것으로 나타났다. 오차분산의 동일성에 대한 Levene의 검정 결과 기술적요인, 기능적요인 모두 $p>.05$ 로 나타나 집단의 동분산이 동일하다는 것을 확인할 수 있었다.

다변량 검증 표에서는 여행 동기와 선호크기에 따른 다변량 검증 결과가 제시되어 있다. Wilks' Lambda 값으로 집단들의 차이가 있는지를 검토한 결과 여행 동기는 값이 .893로 나타났으며($p<.001$), 선호민박크기는 값이 .970($p<.01$)로 나타나 여행 동기와 선호민박크기에서 모두 유의하게 나타나 농가민박 이용 만족요인에 차이가 있다고 결론지을 수 있다.

여행 동기와 선호민박크기에 따른 농가민박 이용 만족 요인의 유의확률은 여행 동기에 따라서는 모두 유의한 것으로 나타났고, 농가민박 이용 만족 요인은 여행 동기에 따라 동일하지 않다는 결론을 내릴 수 있다. 선호민박에 따라서는 객실외부서비스 요인에서만 유의한 것으로 나타났으며, 여행 동기*선호민박의 상호작용은 만족의 차이가 없는 것으로 나타났다.

농가민박 이용 만족 요인의 집단간 차이를 알아보기 위한 사후검증 결과 농가민박 이용 만족

Table 4. Two-Way MANOVA of Satisfaction According to Tourists' Motivation and Preferences

Dependent (Satisfaction)	Motivation	Type of Room	Mean	SD	n
In Room Service Factor	want-it-all	below 4 person room	4.08	.79	91
		over 5 person room	4.27	.78	76
		total	4.17	.79	167
	overall low motivated	below 4 person room	3.40	.78	26
		over 5 person room	3.39	.88	22
		total	3.39	.82	48
	refreshment	below 4 person room	3.85	.77	136
		over 5 person room	3.87	.74	85
		total	3.86	.76	221
	total	below 4 person room	3.89	.80	253
		over 5 person room	3.98	.83	183
		total	3.93	.81	436
Out Room Service Factor	want-it-all	below 4 person room	3.72	.81	91
		over 5 person room	4.01	.67	76
		total	3.85	.76	167
	overall low motivated	below 4 person room	2.96	.58	26
		over 5 person room	3.35	.69	22
		total	3.14	.65	48
	refreshment	below 4 person room	3.43	.73	136
		over 5 person room	3.61	.78	85
		total	3.50	.75	221
	total	below 4 person room	3.48	.78	253
		over 5 person room	3.74	.76	183
		total	3.59	.78	436

Table 5. Multivariate Tests of Motivation and Type of Room

	Effect	Value	F	Hypothesis df	Error df	Sig.
Intercept	pillai's trace	.950	4063.675(b)	2.000	429.000	.000
	wilks' lambda	.050	4063.675(b)	2.000	429.000	.000
	hotelling's trace	18.945	4063.675(b)	2.000	429.000	.000
	roy's largest root	18.945	4063.675(b)	2.000	429.000	.000
Motivation	pillai's trace	.107	12.119	4.000	860.000	.000
	wilks' lambda	.893	12.426(b)	4.000	858.000	.000
	hotelling's trace	.119	12.732	4.000	856.000	.000
	roy's largest root	.117	25.172(c)	2.000	430.000	.000
Type of Room	pillai's trace	.030	6.700(b)	2.000	429.000	.001
	wilks' lambda	.970	6.700(b)	2.000	429.000	.001
	hotelling's trace	.031	6.700(b)	2.000	429.000	.001
	roy's largest root	.031	6.700(b)	2.000	429.000	.001
Motivation *	pillai's trace	.006	.679	4.000	860.000	.607
	wilks' lambda	.994	.678(b)	4.000	858.000	.608
Type of Room	hotelling's trace	.006	.676	4.000	856.000	.609
	roy's largest root	.004	.947(c)	2.000	430.000	.389

a. Computed using alpha = .05

b. Exact statistic

c. The statistic is an upper bound on F that yields a lower bound on the significance level

d. Design: Intercept + Motivation + Type of Room + Motivation*Type of Room

Table 6. Tests of Between-Subjects Effects

Source	Dependent	Type III sum of squares	df	Mean square	F
Corrected model	in room	25.898(b)	5	5.180	8.533
	out room	29.959(c)	5	5.992	11.032
Intercept	in room	4107.040	1	4107.040	6766.299
	out room	3493.267	1	3493.267	6431.744
Motivation	in room	24.846	2	12.423	20.467***
	out room	22.261	2	11.130	20.493***
Type of room	in room	.302	1	.302	.498
	out room	5.762	1	5.762	10.609**
Motivation *	in room	.758	2	.379	.624
Type of room	out room	.474	2	.237	.436
Error	in room	261.003	430	.607	
	out room	233.546	430	.543	
Total	in room	7003.623	436		
	out room	5894.281	436		
Corrected total	in room	286.901	435		
	out room	263.504	435		

a. Computed using alpha = .05

b. $R^2 = .090$ (Adjusted $R^2 = .080$) c. $R^2 = .114$ (Adjusted $R^2 = .103$)

** $p < 0.01$ *** $p < 0.001$

요인이 모든 집단 간에 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다. 농가민박 이용 만족도의 집단간 차이를 살펴보면, 여행 동기의 경우 객실내부서비스 요인과 객실외부서비스 요인에서 모두 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며, 선호민박크기는 객실외부서비스 요인에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 여행 동기 상호작용의 만족도 차이는 없는 것으로 나타났다. Scheffe 사후검정결과 여행 동기 집단별로 만족도에 모두 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

여행 동기 각 집단별로 5인용 이상의 민박 크기를 선호하는 집단의 만족이 높은 가운데 객실내부서비스 요인 만족도에서 전반적낮은동기형 중 4인용 이하의 민박 크기를 선호하는 집단이 약간 높게 나타나고 있다. 여행 동기와 선호민박크기 간 서비스품질 만족의 상호작용 효과는 없는 것으로 나타나고 있다.

농가민박 서비스 품질 전반적강한동기형에서 가장 높게 나타났으며, 휴식추구형, 전반적낮은동기형 순으로 나타났다. 이는 농가민박이 다양한 프로그램과 즐길거리를 제공하고 있지 못하다

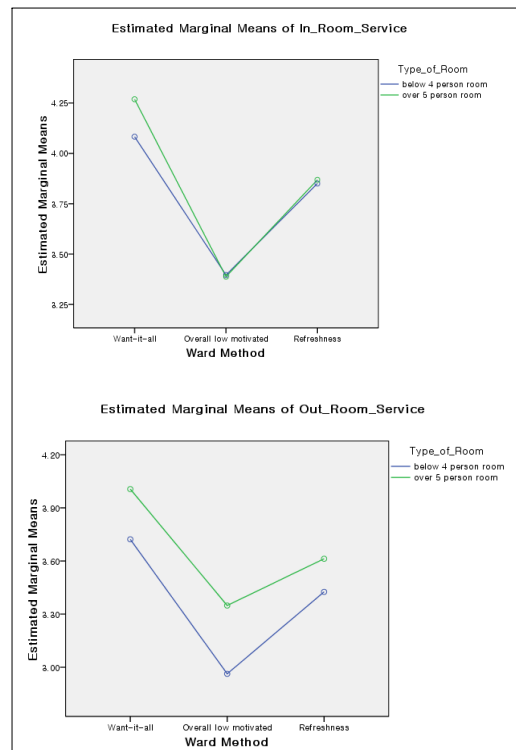


Fig. 1. Interaction of Service Satisfaction

는 것을 의미한다. 전반적으로 5인용 이상의 민박크기를 선호한 집단의 만족도가 높게 나타난 것은 농촌관광이 현재 가족단위로 이루어지고 있음을 나타낸다.

V. 결론 및 시사점

농촌관광마을의 방문객 수는 증가하고 있으나 숙박여건 미비로 숙박관광객 수는 정체되고 있다(박덕병 등 2009). 농촌관광을 통한 농외소득을 창출하는데 있어 농가민박의 서비스품질 향상은 중요하다. 농가민박 이용객의 여행 동기를 분석한 결과 여행 동기는 3개의 차원(재충전추구 요인, 스티븐과 흥분추구 요인, 농업체험추구 요인)으로 나타났다. 이 중에서 전체변량을 가장 많이 설명하는 여행 동기 차원은 재충전추구 요인으로 전체변량의 21.12%를 설명하였다. 이와 함께 평균점수에서도 재충전추구 요인이 3.87로 가장 높게 나타났다. 이러한 결과는 농가민박 이용객들은 재충전추구 요인을 가장 중요한 여행 동기로 고려하고 있다는 것을 보여준다. 이는 적극적 체험형, 단순 휴식형, 고향방문형으로 나타났던 김현과 김성조(2006)의 선행연구 및 농촌생활체험, 농촌시설및접근성, 농촌놀이주변관광, 농촌경치자연자원으로 구분하였던 윤유식과 오홍철(2008)의 선행연구와 유사한 결과이며, ‘휴식요인(Relaxation)’, ‘사회화요인(Socialization)’, ‘학습요인(Learning)’, ‘가족단결요인(Family togetherness)’, ‘새로운경험요인(Novelty)’, ‘흥미요인(Excitement)’으로 중 주된 동기가 ‘학습요인’으로 나타났던 Park과 Yoon(2009)의 결과와는 다른 결과를 보이고 있다. 농가민박 이용객의 여행 동기에 기초하여 군집분석을 실시하였다. 군집분석 결과 전반적강한동기형, 전반적 낮은동기형, 휴식추구형으로 구분되었다. 이는 추구편익에 따라 팜스테이 이용자를 가족유대/농촌 체험형, 자연탐방형, 가족유대/휴식추구형으로 구분했던 전재균(2007) 및 단순휴식형, 적극적참여형, 소극적참여형으로 구분했던 김현과 김성조(2006)의 연구와 유사한 결과이다.

농가민박 서비스 품질 만족은 요인분석 결과, 객실내부서비스 요인과 객실외부서비스 요인의

두 가지 요인으로 나타났다. 이 중 객실내부서비스 요인이 전체변량의 57.12%를 설명하였으며, 평균점수에서도 3.93으로 더 높게 나타났다. 이러한 결과는 농가민박 이용객들은 서비스 품질 만족에 있어서 객실내부서비스에 더 만족도가 높다는 것을 보여준다. 이것은 제주 농촌관광마을 방문객의 농가민박 서비스품질 만족도를 비교한 문선희 등(2010)의 선행연구에서 마을단위 관계성 요인보다는 농가단위 개별성 요인에 대한 만족도가 높게 나타났던 결과와 유사한 결과라고 할 수 있다. 농가민박 서비스품질을 기술적측면과 기능적측면으로 구분하였던 Reichel 등(2000), 박덕병과 이해현(2005)의 농촌관광 서비스품질 속성에 대해 요인분석을 통해 기술적 품질 요인과 기능적 품질 요인으로 구분하였던 이민수 등(2007)의 결과와는 다소 차이를 보이고 있다.

여행 동기와 선호민박크기에 따른 서비스품질 만족 차이를 규명하기 위해 Two-way MANOVA 분석을 실시하였다. 분석한 결과 여행 동기와 선호민박크기에 따른 종속변인 즉, 객실내부서비스 요인, 객실외부서비스 요인 간에는 상관관계가 존재하는 것으로 나타났다. 여행 동기에 따른 서비스품질 만족은 객실내부서비스 요인과 객실외부서비스 요인 모두 집단간의 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 이는 관광동기가 만족에 영향을 미친 선행연구(Yoon & Uysal 2005; Devesa et al. 2009)와 유사한 결과이다. 선호하는 민박크기에 따른 서비스품질 만족은 객실외부서비스 요인에서 집단간의 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 여행 동기와 선호하는 민박크기 상호작용에 의한 서비스품질 만족 차이는 없는 것으로 나타났다. 이것은 여행 동기에 따른 서비스품질 만족 차이에 비해 선호하는 민박크기에 따라서는 비교적 서비스품질 만족 차이가 크지 않기 때문으로 생각된다.

농가민박 서비스 품질 만족은 전반적강한동기형에서 가장 높게 나타났으며, 휴식추구형, 전반적 낮은동기형 순으로 나타났다. 이는 농가민박이 다양한 프로그램과 즐길거리를 제공하고 있지 못하다는 것을 의미한다. 여행 동기 각 집단별로 5인용 이상의 민박 크기를 선호하는 집단의 만족

이 대부분 높게 나타났다. 이는 현재 농촌관광이 주로 가족단위로 이루어지는 것으로 나타난 박덕병(2009)의 선행연구와 관련이 있다고 생각된다.

농촌관광에서 농가민박 경영은 소규모로 이루어지기 때문에 소비자의 만족을 고려한 경영에 대한 인식이 미흡한 실정이다. 차별화된 프로그램과 인정어린 서비스는 농촌관광의 핵심 상품이다(농림부·삼성경제연구소 2003). 농가민박을 이용하는 소비자들에게 농촌의 아름다운 경관과 함께 농촌의 생활문화를 체험하고 추억을 남길 수 있는 서비스를 제공하는 것은 중요하다. 화단 만들기, 허브 이용하기, 화훼를 이용한 꽃 장식 등 자원식물을 이용한 농촌체험 프로그램도 좋은 방안이 될 수 있을 것이며, 외국 농촌체험관광의 예를 참고로 다양한 프로그램을 개발하는데 응용(김현아 등 2008)해 볼 수도 있을 것이다. 이러한 프로그램을 효과적으로 홍보할 수 있는 방안에 대한 연구도 필요하다. 실제로 제주도의 경우 농촌관광 방문객의 52% 이상이 인터넷을 통해서 마을을 찾아오는 것으로 조사되었다(문선희 등 2010).

본 연구에서 농가민박 이용자들의 주요 여행 동기는 재충전추구 요인이었으며, 농가민박 서비스품질에 대한 만족은 객실내부서비스 요인에 대한 만족이 높게 나타났다. 이는 농가민박이 휴식을 제공하는 것 이외에 다양한 체험프로그램 및 정보제공의 기능면에서는 활성화 되어있지 못하다는 것을 나타낸다. 농가민박 이용자들의 주요 여행 동기인 재충전추구 요인을 만족시킬 수 있도록 객실내부서비스 요인 뿐만 아니라 객실외부서비스 요인의 만족도 또한 높일 수 있도록 해야 할 것이다.

농촌관광에 있어 프로그램 참가율은 10.9%로 낮게 나타나고 있다(박덕병 등 2009). 농가민박을 활성화하기 위해서는 지역주민의 서비스품질에 대한 인식 확대를 통해 농가민박 시설 개선은 물론 농가민박 이용자들을 위한 체험프로그램, 농특산물 판매, 마을행사 운영 등 농가민박 이용을 통해 경험할 수 있는 객실외부서비스에 대한 품질을 개선할 수 있는 방안 모색이 필요하다.

농촌관광사업의 정책 결정자들은 농가민박 서

비스품질의 중요성을 인식하고, 이에 대한 교육과 홍보에 좀 더 비중을 두어야 한다. 또한 마을의 자연환경과 인적자원, 농특산물을 이용하여 마을의 특성에 맞는 체험관광 프로그램 개발을 위해 노력해야 한다. 향후 농가민박 이용자의 세분화된 특성별로 농가민박 서비스품질에 대한 요구를 면밀하게 파악하여 소비자의 만족도를 더욱 높일 수 있도록 연구되어야 할 것이다.

참고문헌

- 김소윤·엄서호(2009) 농촌관광 참여동기에 따른 추구편의과 체험활동 선호도. 농촌관광연구16(1), 17-37.
- 김정섭·박덕병·박은식(2004) 농촌관광 민박 경영체의 사회경제적 특성과 시사점. 농촌경제 27, 63-73.
- 김현·김성조(2006) 농촌관광객의 참여동기에 따른 시장세분화. 농촌관광연구 13(1): 29-48.
- 김현아·허복구·박윤점(2008) 자원식물을 이용한 농촌체험관광 프로그램 개발에 관한 연구. 생명자원과학연구 30(2), 105-113.
- 농림부·삼성경제연구소(2003) 농촌관광프로그램 가이드북.
- 문선희·박덕병·김경희(2010) 제주 농촌관광마을 방문객의 농가민박 서비스품질 만족도 연구. 농촌관광연구 17(1), 15-39.
- 박덕병·이민수·김정섭(2004) 농촌관광 시장 세분화 연구. 관광학연구 28, 193-212.
- 박덕병·이혜현(2005) 농가숙박 서비스품질의 기대-만족 분석. 문화관광연구 7(2), 7-25.
- 박덕병·이상영·조록환·김미희·조영숙·최재웅·박병도·손은호(2009) 도시민 농촌관광 실태 조사. 수원: 농촌진흥청.
- 유광민·김기완(2009) 가족생활주기에 따른 농촌관광 동기, 농촌관광지 선택요인, 농촌체험관광프로그램 선호도의 차이분석. 관광학연구 33(4), 403-426.
- 윤유식·오홍철(2008) 농촌관광마을 방문만족도 세분시장별 농촌관광 행동특성에 관한 연구. 관광·레저연구 20(3), 109-124.
- 윤유식·지경배(2008) 농촌관광마을 방문객 선호체험프로그램과 방문만족도 및 성과에 관한 연구: 강원도 농촌관광마을 방문객을 중심으로. 호텔관광연구 10(1), 327-251.
- 이민수·박덕병·윤유식(2007) 농촌관광객의 충성도와 서비스품질. 관광연구저널 21(1), 411-422.
- 이승곤·오민재(2007) 농촌관광 목적지 속성에 따른 관광객 유형별 동기 및 체험 분석. 관광연구저널 21(4), 19-33.
- 전재균(2007) 농촌관광 활성화를 위한 팜스테이(Farm Stay) 체험프로그램 개발: 추구편의 시장세분화를 중심으로. 관광·레저연구 19(3), 323-341.

- Akama JS, Kieti DM(2003) Measuring tourist satisfaction with Kenya's wildlife safari: A case study of Tasavo West National Park. *Tourism Management* 24(1), 73-81.
- Aktas A, Aksu AA, Cizel B(2007) Destination choice: An important satisfaction analysis. *Quality & Quantity* 41, 265-273.
- Beard JG, Ragheb MG(1980) Measuring leisure satisfaction. *Journal of Leisure Research* 12, 20-33.
- Bigne JE, Sanchez MI, Sanchez J(2001) Tourism image, evaluation variables, and afterpurchase behaviour: Interrelationship. *Tourism Management* 22(6), 607-616.
- Cha S, McCleary M, Uysal M(1995) Travel motivations of Japanese overseas travelers: a factor-cluster segmentation approach. *Journal of Travel Research* 33(2), 33-39.
- Cole ST, Crompton JL(2003) A conceptualization of the relationships between service quality and visitor satisfaction, and their links to destination selection. *Leisure Studies* 22(1), 65-80.
- Crompton JL(1979) Motivation for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research* 6, 408-424.
- Devesa M, Laguna M, Palacios A(2010) The role of motivation in visitor satisfaction: Empirical evidence. *Tourism Management*, 31, 547-552.
- Fleischer A, Rotem A, Banin T(1993) New directions in recreation and tourism activities in the rural sector in Israel: demand and supply factors. *Research Report. Development Study Center. Rehovot, Israel.*
- Fodness D(1994) Measuring tourist motivation. *Annals of Tourism Research* 21(3), 555-581.
- Gnoth J(1997) Tourism motivation and expectation formation. *Annals of Tourism Research* 24(2), 283-304.
- Goeldner CR, Ritchie JR(2003) *Tourism: principles, practices, philosophies.* Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Grönroos C(1984) A service quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing* 18(4), 36-44.
- Grönroos C(1990) *Service Management and Marketing: Managing the moments of truth in service competition.* Lexington, MA: Lexington Books.
- Hair JF, Black WC, Babin BJ, Anderson RE, Tatham RL(2006) *Multivariate Data Analysis* (6 ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Iso-Ahola SE(1982) Towards a social psychology theory of tourism motivation. *Annals of Tourism Research* 9, 256-262.
- Jang S, Cai L(2002) Travel motivations and destination choice: a study of British outbound market. *Journal of Travel and Tourism Marketing* 13(3), 111-133.
- Lang CT, O'Leary JT, Morrison AM(1997) Distinguishing the destination choices of pleasure travelers from Taiwan. *Journal of Travel and Tourism Marketing* 6(1), 21-40.
- Lee TH(2007) Ecotourism behavioral model of national forest recreation areas in Taiwan. *International Forestry Review* 9(3), 771-785.
- Lundberg DE(1971) Why tourists travel. *Cornell HRA Quarterly* February, 75-81.
- Mannell RC, Iso-Ahola SE(1987) Psychological nature of leisure and tourism experience. *Annals of Tourism Research* 14(3), 314-331.
- Oliver RL, Swan JE(1989) Consumer perceptions of interpersonal equity and satisfaction in transaction: a field survey approach. *Journal of Marketing* 53, 21-35.
- Parasuraman A, Zeithaml V, Berry L(1985) A Conceptual Model of Service Quality and its implication for future research. *Journal of Marketing* 49(4), 41-50.
- Parasuraman A, Zeithaml V, Berry L(1994) Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service quality: Implications for further research. *The Journal of Marketing* 58(1), 111-124.
- Park D, Yoon Y(2009) Segmentation by motivation in rural tourism: A Korean case study. *Tourism Management* 30, 99-108.
- Qu H, Ping EWY(1999) A service performance model of Hong Kong cruise travelers' motivation factors and satisfaction. *Tourism Management* 20, 237-244.
- Reichel A, Lowengart O, Milman A(2000) Rural tourism in Israel: Service quality and orientation. *Tourism Management* 21, 451-459.
- Ross ELD, Iso-Ahola SE(1991) Sightseeing tourists' motivation and satisfaction. *Annals of Tourism Research* 18(2), 226-237.
- Tribe J, Snaith T(1998) From SERVQUAL and HOLSAT: Holiday satisfaction in Varadero, Cuba. *Tourism Management* 19(1), 25-34.
- Yoon Y, Uysal M(2005) An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model. *Tourism Management* 26, 45-56.