

경북지역 테마마을 방문객의 식사관련 서비스 품질 기대와 만족에 관한 연구

김 양 숙 · 이 인 선 · 김 행 란 · 최 정 숙
농촌진흥청 농촌자원개발연구소

Visitors' Expectation and Satisfaction with Foodservice Qualities in the Rural Theme Villages of Gyeongsangbuk-do

Kim, Yang Suk · Lee, In Seon · Kim, Haeng Ran · Choe, Jeong Sook
Rural Resources Development Institute, RDA, Suwon, Korea

ABSTRACT

This study was conducted to investigate the degree of visitors' expectation and satisfaction with foodservice qualities in the rural theme villages. The subjects were 210 participants in the rural theme villages of Gyeongsangbuk-do. The results of this study consisted of three major parts: sociodemographic characteristics, visitors' visiting behavior, the analysis of visitors' expectation and satisfaction. 98.8% of the subjects were accompanied by children and most respondents had the intention of revisiting. The foodservice qualities with the highest expectation scores were 'food freshness' (3.76 point) and those with the highest satisfaction scores were 'friendly employee' (4.14 point). According to the overall attributes, visitors' satisfaction was higher than expectation. 'Food taste' and 'Local food' were the relatively most important attributes for overall satisfaction in the rural theme village.

Key words: foodservice qualities, expectation, satisfaction, rural theme village

I. 서론

급속한 산업화와 경제 성장으로 인해 인구의 도시 집중화와 더불어 3차 산업인 서비스업에 종사하는 비율은 증가하고 반대로 1차 산업인 농업에 종사하는 비율은 감소하고 있는 추세이다. 1950년대 우리나라 농촌인구는 전체의 70%이었

으나 2000년도에 들어서면서 10%로 급격히 감소하였다(Lim et al. 2005). 이러한 현상으로 인한 농촌 지역경제의 어려움을 극복하기 위해 각각의 마을 특색에 맞는 테마마을을 조성하였는데(Lee 2004), 농촌전통테마마을이란 마을 고유의 전통 문화와 지식을 발굴하여 도시민이 농촌생활을 체험하고 학습하게 하는 장으로 농촌 진흥청에서

농가 소득을 증대시키고 농촌전통문화의 맥을 이어가기 위해 지원하고 있는 마을을 말한다. 이곳에 방문하는 도시민들은 민박을 하며 체험프로그램에 참여하고, 농산물도 현지에서 직접 구입하기도 한다.

최근 주 5일 근무제의 확산으로 시간에 쫓기는 일상에서 벗어나 보다 쾌적한 환경 속에서 휴식을 하기 위한 여가활동이 증가하고 있다(Kim et al. 2002). 이전의 향락적, 방문적 형태의 관광에서 벗어나 새로운 형태의 관광이 관심의 대상이 되어(Butler 1992) 농촌체험관광이라는 관광 모델이 등장하였다. 농촌진흥청에서는 2002년부터 농촌 전통테마마을을 육성하여 9개의 마을을 시작으로 2005년에는 전국적으로 66개 마을이 테마마을로 구성되어있다. 방문객의 수도 2002년 2,010명에서 2005년 19,120명으로 해마다 증가하는 추세에 있으며 잠재적인 소비자들의 관심도도 높은 편이다. 농촌진흥청 홍보관 콘텐츠에 대한 도시 소비자들의 관심도를 조사한 결과 농촌 전통테마마을이 35.8%로 가장 많은 관심을 가진 것으로 보고되었고, 농촌의 인상적인 자원에 대한 질문에 토속적인 음식이 25.6%로 가장 높은 응답률을 보였다(농촌진흥청 2005).

Goldblatt(1997)은 축제 행사장에서의 식음료의 중요성을 지적하면서 이벤트의 성공적인 개최를 좌우하는 중요한 요소는 식음료 공급과 관련 서비스라고 하였다. 국내외 민박사례를 비교 분석한 결과에서는 성공한 농촌 관광은 음식이라는 문화적 요소를 상품화 하는 것에 집중하여야 하고, 김치, 찌개, 불고기 등의 다양한 종류의 음식과 차(tea), 고유음식 만들기 체험 등의 다양한 시도를 하는 것이 필요하다고 하였다(Sohn & Chang 2000). 또한 농촌 민박의 활성화를 위해서는 단순한 숙박 위주에서 벗어나 그 지역의 향토 음식을 제공하고, 지역 특산물을 판매하고, 농촌 체험 기회 등을 제공하여 사업을 다양화해야 한다고 보고하였다(Kim & Oh 2000). 이렇듯 소비자의 욕구에 부응하는 성공적인 테마마을로 자리 잡기 위해서는 그 곳에서 제공되는 식사관련 서비스에 대한 체계적인 분석이 필요하다.

최근 고객들의 음식과 서비스에 대한 기대 수

준이 높아지면서 메뉴와 서비스품질의 고객 만족에 대한 연구가 활발하게 이루어지고 있다. 관련된 연구를 살펴보면 외식업체 고객서비스 품질에 대한 기대도와 만족도에 관한 연구(Yang et al. 2000; Lee & Yang 2004), 지역축제 식음료 서비스 만족에 관한 연구(Lee 2004), 중국 관광객의 한국음식 만족도에 관한 연구(Bai & Jinlin 2003, Kang 2003), 한식당 서비스 품질에 관한 연구(Park 2004; Chun & Choi 2002; Han 2002; Kim et al. 2004), 일본 관광객을 대상으로 한 한국음식의 메뉴품질 만족도에 관한 연구(Lee et al. 2005) 등 다수의 연구가 있다. 그러나 농촌테마마을에서 제공하는 식사 관련 서비스 품질에 관한 연구는 거의 이루어지지 않은 실정이다.

따라서 농촌전통테마마을을 방문하는 사람들에게 제공되는 메뉴에 대한 체계적이고 과학적인 접근을 위해 본 연구에서는 경상북도 3개 지역(김천, 경주, 안동)의 테마마을 방문객들을 대상으로 방문할 때 기대하는 요인과 이용 후의 만족도 수준을 분석하여 테마마을 이익 창출을 위한 방문객의 만족도 개선 방안을 제시하고, 지역 농산물을 활용한 식단개발을 위한 기초 자료를 제공하고자 하였다.

II. 연구내용 및 방법

1. 조사대상

본 연구의 조사대상자는 2002년부터 2005년까지 경상북도 3개 지역 농촌전통테마마을을 방문하여 직접 식사를 한 방문객 210명을 대상으로 하였다.

2. 조사기간 및 방법

2005년 8월부터 12월까지 우편 조사를 실시하였고, 2005년 10월부터 11월까지의 테마마을을 직접 방문하여 설문지에 조사대상자가 직접 기입하는 방식하게 하였다. 우편조사에 의한 설문 107부와 방문 설문조사에 의한 설문 134부 중 불성실하게 응답한 설문지를 제외하고 총 210부를

자료 분석에 활용하였다.

3. 조사내용

조사에 사용된 설문지는 선행 연구자의 연구 (Yang et al. 2000; Park 2001; Han 2002)를 토대로 본 연구에 적용할 수 있는 부분을 발췌하여 본 연구의 목적에 맞게 재구성하였다. 본 연구의 조사 내용은 테마마을 방문객의 행동 특성, 식사 관련 서비스 품질에 대한 기대도 및 만족도, 조

사대상자의 일반적인 특성으로 구성하였다. 방문객의 행동특성은 과거의 방문 횟수, 주요 방문계절, 방문이유, 재방문의사와 이유를 조사하였다. 식사 관련 서비스 품질에 대한 고객이 기대하는 정도와 만족하는 정도는 Likert 5점 척도(1:매우 그렇지 않다, 2:그렇지 않다, 3:보통이다, 4:그렇다, 5:매우 그렇다)를 이용하여 평가하였다. 조사대상자의 일반적인 사항은 성별, 연령, 결혼여부, 자녀의 유무, 자녀의 연령, 교육정도, 방문지역을 조사였다.

Table 1. Sociodemographic characteristics of the respondents

Variables	Frequency(%)
Gender	Male 79 (37.6)
	Female 131 (62.4)
	Total 210 (100.0)
Age	Under 20 5 (2.4)
	20-29 12 (5.7)
	30-39 84 (40.0)
	40-49 69 (32.9)
	Over 50 40 (19.0)
	Total 210 (100.0)
Marriage state	Single 24 (11.4)
	Married 186 (88.6)
	Total 210 (100.0)
Accompanied by children	Yes 171 (98.8)
	No 2 (1.2)
	Total 173 (100.0)
Children's age accompanied by	Infant 29 (18.6)
	Primary school 77 (49.4)
	Middle school 13 (8.3)
	High school 37 (23.7)
	Total 156 (100.0)
Educational level	Middle school 15 (7.1)
	High school 70 (33.3)
	College 23 (11.0)
	University 78 (37.1)
	Graduate school 24 (11.4)
	Total 210 (100.0)
Region of visiting	Gimcheon 74 (35.2)
	Andong 73 (34.8)
	Gyeongju 63 (30.0)
	Total 210 (100.0)

4. 자료분석

수집된 자료의 통계처리는 SPSS/PC+ Version 10.0 프로그램을 이용하여 평균, 표준편차, 빈도, 백분율 등의 기술적 통계 값을 산출하였고, T-test, ANOVA, Pearson Correlation, 회귀분석을 실시하였으며, 분산분석 후 사후검정은 Duncan test를 사용하여 다중검정을 하였다.

된 바와 같이, 성별은 남성이 79명(37.6%), 여성이 131명(62.4%)으로 여성의 비율이 약간 높은 것으로 나타났고, 연령층은 30대가 가장 많은 84명(40.0%)이었고, 그 다음으로는 40대가 69명(32.9%)이었다. 결혼여부는 조사대상자의 대부분(88.6%)이 기혼이었고, 자녀와 함께 농촌테마마을을 방문한 대상자는 171명(98.8%)이었으며 동반자녀의 연령대는 초등학생이 77명(49.4%)으로 가장 높은 빈도를 나타내었다. 조사대상자의 학력은 대학교 졸업이 78명(37.1%)으로 가장 많았고, 그 다음으로는 고등학교 졸업이 70명(33.3%)으로 높은 빈도를 나타내었다. 방문 지역은 응답자의 35.2%인 74명이 A지역을 방문했다고 답하였고, B지역은 73명(34.8%) 그리고 C지역은 63명

III. 결과 및 고찰

1. 조사대상자의 일반적 특성

조사대상자의 일반적인 특성은 Table 1에 제시

Table 2. Characteristics of visitors' visiting behaviors

Variables	Frequency(%)	
Frequency of visiting	First	105 (50.0)
	Second	55 (26.2)
	Third	25 (11.9)
	Over fourth	25 (11.9)
	Total	210 (100.0)
Season of visiting	Spring	9 (7.6)
	Summer	53 (44.9)
	Autumn	42 (35.6)
	Winter	10 (8.5)
	Others	4 (3.4)
	Total	118 (100.0)
Information source	TV/Magazine	15 (7.2)
	Family	11 (5.3)
	Friends	60 (28.7)
	Internet	37 (17.7)
	By chance	24 (11.5)
	Others	62 (29.7)
	Total	209 (100.0)
Purpose of visiting (double check)	Camping and hiking	28 (13.3)
	Experiencing local food	74 (35.2)
	Rural appreciation	74 (35.2)
	Traditional playing	97 (46.2)
	Purchase of local agriproducts	27 (12.9)
	Friendship	66 (31.4)
	Visiting historic area	44 (21.0)
	Picking wild greens and gathering chestnuts	28 (13.3)
	Others	27 (12.9)

(30.0%)으로 조사되었다.

2. 농촌전통테마마을 방문행동 특성

1) 방문행동 특성

경상북도 농촌전통테마마을을 찾은 방문객의 방문행동 특성을 조사한 결과는 Table 2와 같다. 테마마을 방문횟수 조사결과 '처음 방문'한 경우가 105명(50.0%)으로 가장 많았고, 그 다음으로는 '두 번째 방문'이 55명(26.2%), '세 번째'와 '네 번째 이상 방문'이 둘 다 25명(11.9%)으로 조사되었다. 주요 방문계절을 분석한 결과 '여름'이 53명(44.9%)으로 가장 많았고, 그 다음으로는 '가을'이 42명(35.6%), '겨울'과 '봄'이 각각 10명(8.5%), 9명(7.6%)이었으며 4명(3.4%)은 '4계절 모두 방문'한다고 응답하였다. 테마마을 특성상 농촌 체험 위주의 프로그램으로 여름에는 자녀들의 방학에 맞춰 아이들의 교육을 위해 가족이 함께 방문을 하고, 가을에는 농작물 추수 체험을 위해서 방문을 하기 때문에 이와 같은 결과를 나타낸 것이라고 생각된다. 테마마을을 방문하게 된 정보의 원천은 '친구를 통해서'가 60명(28.7%)으로 가장 많았는데, 관광객은 그들이 방문한 지역에 만족을 느끼게 되면 타인에게 자신이 경험한 좋은 점을 이야기 하는 경향을 보이기 때문에 좋은 홍보효과가 될 수 있다고 하여(Cronin et al. 1992) 이는 긍정적인 결과라 생각되어진다. 그 다음으로 '인터넷'이 37명(17.7%), '우연히' 방문한 경우

는 24명(11.5%), '텔레비전과 잡지 등의 광고'는 15명(7.2%), '가족'은 11명(5.3%) 순으로 나타났다. 방문을 하게 된 동기는 '마을의 전통놀이를 체험하기 위해서'가 97명(46.2%)으로 가장 많았고, 그 다음으로는 '마을의 향토음식을 먹어보기 위해서' 74명(35.2%), '시골길, 강변산책 등 전원감상' 74명(35.2%), '함께 간 사람들과의 친목을 위해서' 66명(31.4%), '명승고적을 보기위해서' 44명(21.0%), '야영, 하이킹 등 자연탐방' 28명(13.3%), '산나물 채취, 밤 따기 등의 자연채취' 28명(13.3%) 순으로 나타났다.

2) 재방문 행동 특성

방문객의 만족여부를 판단할 수 있는 재방문 여부(Park 2001)는 Table 3에 제시된 바와 같이 '향후 방문할 의향이 있다'고 응답한 사람이 198명(94.3%)으로 그렇지 않은 경우보다 월등하게 높은 빈도를 나타내었다. 재방문 의향이 있는 이유는 '고향의 맛을 느낄 수 있기 때문에'가 96명(45.7%), '자녀의 농촌 체험 교육을 위해서'도 역시 96명(45.7%)이 응답하였고, 그 다음으로는 '자연환경 보존이 잘 되어있기 때문에'가 53명(25.2%), '이 마을의 음식이 맛있기 때문에' 26명(12.4%), '특산품을 싸게 구입할 수 있기 때문에' 8명(3.8%)의 순으로 응답하여 고향에 대한 향수와 자녀교육의 이유로 재방문을 생각한다는 것을 알 수 있었다.

Table 3. Characteristics of visitors' revisiting behavior

Variables		Frequency(%)
Intention of revisiting	Not	12 (5.7)
	Sure	198 (94.3)
	Total	210 (100.0)
Reason of revisiting (double check)	Delicious food	26 (12.4)
	Feeling of hometown	96 (45.7)
	Children's experience of farm	96 (45.7)
	Well preserved nature	53 (25.2)
	Purchase of low-priced local agriproducts	8 (3.8)
	Others	9 (4.3)

3. 농촌전통테마마을 식사관련 서비스품질 숙성에 대한 방문객의 기대도와 만족도 분석

1) 식사 관련 서비스품질에 대한 기대도와 만족도의 격차분석

식사 관련 서비스품질별 방문객의 기대도와 만족도 결과 및 차이는 Table 4와 같다. 테마마을 방문 고객의 기대도가 가장 높은 항목은 '신선한 재료'(3.76점)였고, 그 다음으로는 '지역의 특성에 맞는 음식제공'(3.62점), 그리고 '식사제공자의 친절'(3.53점)이었다. 상대적으로 기대도가 낮았던 항목은 '식사하는 장소의 조명'(3.17점), '음식과 그릇의 조화'(3.18점)로 나타났다. 관광객들이 농촌 관광에서 추구하고자 하는 것은 농촌다움에 대한 가치이므로 마을의 특성에 따른 상품을 개

발하는 것이 중요하고(박석희 2003), 식음료에서도 마찬가지로 그 지역과 조화를 이루는 서비스를 제공하면 만족도를 향상 시킬 수 있다고 한다(Lee 2004). 본 연구의 결과에서도 음식에 대한 기대도 중 '신선한 재료'와 '지역의 특성에 맞는 음식 제공'이 다른 항목에 비해 높은 것으로 보아 이러한 방문객들의 기대를 만족시켜줄 수 있는 지역 농산물을 활용한 향토적인 식단의 개발이 필요하다고 생각된다. 만족도에 있어서는 '식사제공자의 친절'(4.14점)에 대한 항목에서 가장 높은 만족도를 나타내었고, '신선한 재료'(4.02점), '음식의 맛'(3.84점), 그리고 '음식의 양'(3.80점)의 순서로 높은 만족도를 나타내었다. 상대적으로 만족도가 낮은 항목은 기대도와 마찬가지로 '음식과 그릇의 조화'(3.41점)로 평가되었다.

Table 4. Comparison visitors' expectation and satisfaction

Attributes ¹⁾	Expectation (E)	Satisfaction (S)	(Mean±SD)	
			Expectation- Satisfaction (E-S)	T-value
Food taste	3.39 ± 0.80	3.84 ± 0.72	-0.45 ± 0.97	-6.74***
Seasoned with salt	3.25 ± 0.65	3.63 ± 0.74	-0.39 ± 0.90	-6.20***
Food temperature	3.25 ± 0.70	3.69 ± 0.71	-0.44 ± 0.82	-7.71***
Food freshness	3.76 ± 0.75	4.02 ± 0.69	-0.27 ± 0.80	-4.84***
Nutrition	3.30 ± 0.84	3.64 ± 0.76	-0.34 ± 0.97	-5.14***
Portion size	3.31 ± 0.69	3.80 ± 0.74	-0.50 ± 0.91	-7.85***
Number of side dish	3.32 ± 0.77	3.68 ± 0.84	-0.35 ± 1.14	-4.48***
Serving local food	3.62 ± 0.76	3.68 ± 0.87	-0.06 ± 1.07	-0.71
Combination of food appearance	3.26 ± 0.70	3.57 ± 0.78	-0.31 ± 0.96	-4.69***
Combination of food and dish	3.18 ± 0.80	3.41 ± 0.83	-0.23 ± 0.99	-3.34**
Sanitary of food	3.29 ± 0.72	3.73 ± 0.75	-0.45 ± 0.87	-7.46***
Cleanliness of utensils	3.27 ± 0.72	3.73 ± 0.73	-0.46 ± 0.82	-8.12***
Cleanliness of dining room	3.30 ± 0.76	3.72 ± 0.81	-0.42 ± 0.94	-6.49***
Employee appearance	3.20 ± 0.66	3.57 ± 0.74	-0.37 ± 0.79	-6.80***
Friendly employee	3.53 ± 0.72	4.14 ± 0.70	-0.61 ± 0.83	-10.64***
Attractive decoration	3.20 ± 0.72	3.52 ± 0.81	-0.32 ± 0.82	-5.78***
Dining room illumination	3.17 ± 0.71	3.61 ± 0.80	-0.44 ± 0.89	-7.21***
Ventilator	3.21 ± 0.70	3.59 ± 0.80	-0.38 ± 0.88	-6.21***
Cleanliness of toilet	3.19 ± 0.75	3.60 ± 0.84	-0.42 ± 0.95	-6.38***

1) 1. strongly disagree, 2. disagree, 3. neutral, 4. agree, 5. strongly agree

* : p<0.05, ** : p<0.01, *** : p<0.001

Oliver(1996)에 의하면 고객은 기대하지 않았거나 기대 이상의 만족감을 얻게 되면 긍정적으로 수행결과를 평가한다고 한다. 19개의 기대도 평가항목에 비해 만족도 평가항목의 평균값이 높게 나타나 모든 속성에서 만족도가 높은 것을 알 수 있었으며, 대응표본 t 검정결과 '지역의 특성에 맞는 음식 제공'을 제외한 모든 항목에서 기대도와 만족도 사이에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 서비스의 속성별로 기대도와 만족도의 평균값 차이를 살펴보면, '식사제공자의 친절'(-0.61, p<0.001), '음식의 양'(-0.50, p<0.001), 그리고 '식기의 청결'(-0.46, p<0.001) 등의 순으로 차이가 큰 것으로 평가되었다.

2) 방문지역에 따른 서비스에 대한 기대도와 만족도

방문지역에 따른 테마마을의 식사 관련 서비스 품질에 대한 기대도 분석 결과는 Table 5와 같다. 기대도는 식사 전의 기대 평가로서 A지역은 '식사하는 장소의 조명'(3.23점)과 '환기시설'(3.27점)에서 다른 지역과 비교하여 기대도가 높은 경향을 보였으나 유의적인 차이를 보이지 않았다. B지역의 기대도는 '숙식장소의 청결'(3.51점)이 유의적으로 높게 평가되었고(p<0.05), 그 외에도 '음식의 맛'(3.53점), '적절한 음식의 간'(3.32점), '영양'(3.36), '음식의 양'(3.33점), '음식의 전체적인 모양'(3.32점), '음식과 그릇의 조화'(3.26점), '음식의 위생'(3.36점), '식기의 청결'(3.33점), '식

Table 5. Visitors' expectations for foodservice in the rural theme villages by regions

(Mean±SD)

Attributes ¹⁾	Region			F-value
	A	B	C	
Food taste	3.24 ± 0.68	3.53 ± 0.82	3.40 ± 0.89	2.46
Seasoned with salt	3.14 ± 0.65	3.32 ± 0.53	3.30 ± 0.75	1.75
Food temperature	3.14 ± 0.60	3.22 ± 0.69	3.41 ± 0.80	2.80
Food freshness	3.64 ± 0.71	3.82 ± 0.79	3.83 ± 0.75	1.51
Nutrition	3.19 ± 0.77	3.36 ± 0.81	3.35 ± 0.95	0.91
Portions of food	3.28 ± 0.63	3.33 ± 0.67	3.32 ± 0.80	0.08
Number of side dish	3.28 ± 0.69	3.34 ± 0.75	3.35 ± 0.88	0.15
Serving local food	3.42 ± 0.76b ²⁾	3.68 ± 0.74a	3.79 ± 0.74a	4.63*
Combination of food appearance	3.24 ± 0.68	3.32 ± 0.68	3.21 ± 0.74	0.43
Combination of food and dish	3.16 ± 0.72	3.26 ± 0.85	3.11 ± 0.84	0.61
Sanitary of food	3.30 ± 0.70	3.36 ± 0.65	3.19 ± 0.82	0.91
Cleanliness of utensils	3.19 ± 0.75	3.33 ± 0.69	3.30 ± 0.73	0.76
Cleanliness of dining room	3.15 ± 0.70b	3.51 ± 0.77a	3.24 ± 0.78b	4.55*
Employee appearance	3.18 ± 0.61	3.29 ± 0.63	3.11 ± 0.74	1.26
Friendly employee	3.41 ± 0.70	3.66 ± 0.63	3.52 ± 0.82	2.28
Attractive decoration	3.19 ± 0.81	3.32 ± 0.57	3.06 ± 0.74	2.12
Dining room illumination	3.23 ± 0.69	3.23 ± 0.64	3.03 ± 0.80	1.75
Ventilator	3.27 ± 0.73	3.26 ± 0.55	3.10 ± 0.80	1.32
Cleanliness of toilet	3.16 ± 0.68	3.26 ± 0.76	3.13 ± 0.81	0.59

1) 1. strongly disagree, 2. disagree, 3. neutral, 4. agree, 5. strongly agree

2) Means with different superscripts in same row of each attributes (local food, cleanliness of dining room) are significantly different from each other

*p<0.05

사제공자 복장의 청결'(3.29점), '식사제공자의 친절'(3.66점), '실내 색상과 장식'(3.32점), 그리고 '화장실의 청결'(3.26점)의 대부분의 항목에서 B 지역의 테마마을을 방문하는 고객들 기대도가 다른 지역 보다 높은 경향을 나타내었다. C지역은 '지역의 특성에 맞는 음식 제공'(3.79점)이 두 지역에 비해 유의적으로 높은 기대도를 나타내었고 ($p<0.05$), '음식의 온도'(3.41점), '신선한 재료'(3.83점), 그리고 '반찬의 수'(3.35점)의 기대도가 타 지역에 비해 높은 경향을 나타내었다.

방문지역에 따른 테마마을의 식사 관련 서비스품질속성에 대한 만족도 분석 결과는 Table 6 과 같다. 만족도는 식사 후의 평가로서 기대도와 비교평가를 하도록 하였다. A지역은 '실내 색상

과 장식'의 만족도가 3.70으로 다른 지역보다 유의적으로 높게 평가되었고($p<0.05$), '지역특성에 맞는 음식제공'(3.76점), '식사하는 장소의 조명'(3.72점), '환기시설'(3.74점)에서 다른 지역보다 높은 만족도를 보였으나 유의적인 차이를 보이지 않았다. B지역은 '반찬의 수'(3.86점, $p<0.05$), '숙식장소의 청결'(3.92점, $p<0.05$), '식사제공자 복장의 청결'(3.77점, $p<0.01$), 그리고 '식사제공자의 친절'(4.30점, $p<0.05$)이 유의적으로 높게 평가되었고, 그 외에도 '음식의 맛'(3.97점), '음식의 온도'(3.75점), '신선한 재료'(4.15점), '영양'(3.73점), '음식의 양'(3.95점), '음식의 전체적인 모양'(3.63점), '음식과 그릇의 조화'(3.56점), '음식의 위생'(3.84점), '식기의 청결'(3.85점), 그

Table 6. Visitors' satisfaction for foodservice in the rural theme villages by regions

Attributes ¹⁾	Region			F-value
	A	B	C	
Food taste	3.72 ± 0.61	3.97 ± 0.73	3.84 ± 0.81	2.37
Seasoned with salt	3.50 ± 0.73	3.67 ± 0.69	3.75 ± 0.80	2.04
Food temperature	3.66 ± 0.69	3.75 ± 0.52	3.63 ± 0.90	0.53
Food freshness	3.88 ± 0.60	4.15 ± 0.72	4.05 ± 0.73	2.99
Nutrition	3.65 ± 0.65	3.73 ± 0.79	3.52 ± 0.84	1.21
Portion size	3.74 ± 0.76	3.95 ± 0.62	3.71 ± 0.81	2.09
Number of side dish	3.69 ± 0.72ab, ²⁾	3.86 ± 0.77a	3.44 ± 0.98b	4.39*
Serving local food	3.76 ± 0.77	3.66 ± 0.90	3.60 ± 0.96	0.58
Combination of food appearance	3.62 ± 0.72	3.63 ± 0.86	3.42 ± 0.76	1.41
Combination of food and dish	3.39 ± 0.74	3.56 ± 0.90	3.25 ± 0.84	2.37
Sanitary of food	3.69 ± 0.64	3.84 ± 0.73	3.67 ± 0.90	1.04
Cleanliness of utensils	3.69 ± 0.70	3.85 ± 0.74	3.65 ± 0.74	1.47
Cleanliness of dining room	3.70 ± 0.75ab	3.92 ± 0.81a	3.51 ± 0.84b	4.45*
Employee appearance	3.51 ± 0.67b	3.77 ± 0.77a	3.40 ± 0.73b	4.73**
Friendly employee	4.04 ± 0.69b	4.30 ± 0.64a	4.06 ± 0.74b	3.17*
Attractive decoration	3.70 ± 0.81a	3.49 ± 0.78ab	3.33 ± 0.82b	3.65*
Dining room illumination	3.72 ± 0.71	3.58 ± 0.76	3.54 ± 0.93	0.96
Ventilator	3.74 ± 0.76	3.48 ± 0.77	3.54 ± 0.88	2.19
Cleanliness of toilet	3.57 ± 0.70	3.66 ± 0.92	3.59 ± 0.89	0.23

1) 1. strongly disagree, 2. disagree, 3. neutral, 4. agree, 5. strongly agree

2) Means with different superscripts in same row of each attributes (number of side dish, cleanliness of dining room, employee appearance, friendly employee, attractive decoration) are significantly different from each other

* : $p<0.05$, ** : $p<0.01$

리고 '화장실의 청결'(3.66점)의 대부분의 항목에서 B지역의 테마마을을 방문하는 고객들 만족도가 기대도와 마찬가지로 타 지역보다 높은 경향을 보였다. C지역의 서비스 속성에 대한 만족도는 '적절한 음식의 간'(3.75점)에서 만족도가 A지역이나 B지역에 비해 높은 경향을 보였다.

3) 식사 관련 서비스품질 만족요인이 전반적인 만족도에 미치는 영향

식사 관련 서비스품질속성에 대한 만족도와 전반적인 만족도는 Table 7과 같이 유의적인 상관관계를 나타내었다(p<0.01). 만족도는 여러 요인들이 복합적으로 작용하여 하나의 이미지로 형성되기 때문에 어떠한 요인이 전반적인 만족도와 상관성이 높은지에 대한 분석이 필요하다 (Yang et al. 2000). A지역의 경우 '음식의 맛'(R=0.536)에 대한 만족도가 가장 상관성이 높

았고, 그 다음으로 '신선한 재료'에 대한 만족도가 전반적인 만족도와 상관성이 높은 것으로 평가되었다(R=0.528). B지역의 경우 '음식의 맛'(R=0.663), '영양'(R=0.632), 그리고 '지역의 특성에 맞는 음식제공'(R=0.548)이 전반적인 만족도와 상관성이 높은 것으로 분석되었으며 C지역의 경우 역시 '음식의 맛'(R=0.739), '지역의 특성에 맞는 음식 제공'(R=0.653), '음식의 위생'(R=0.642)이 중요한 속성으로 나타났다. 전체적으로 전반적인 만족도는 '음식의 맛'(R=0.638)과 '지역의 특성에 맞는 음식제공'(R=0.542)의 만족도와 높은 상관성을 나타내었다(p<0.01).

전반적인 만족도와 19개의 서비스품질에 대한 회귀분석 결과는 Table 8과 같다. 본 연구에서 수행한 회귀분석은 전반적인 만족도를 종속변수로 하여 종속변수에 영향을 미치는 독립변수들의 선형조합의 관계를 설명하기 위하여 사용하였다.

Table 7. Correlations between visitors' satisfaction for foodservice and overall satisfaction correlation coefficient

Attributes ¹⁾	Region			Total
	A	B	C	
Food taste	0.536**	0.663**	0.739**	0.638**
Seasoned with salt	0.442**	0.532**	0.597**	0.516**
Food temperature	0.517**	0.246*	0.530**	0.458**
Food freshness	0.528**	0.355**	0.572**	0.478**
Nutrition	0.446**	0.632**	0.550**	0.535**
Portion size	0.501**	0.275*	0.599**	0.477**
Number of side dish	0.271*	0.409**	0.570**	0.419**
Serving local food	0.438**	0.548**	0.653**	0.542**
Combination of food appearance	0.458**	0.499**	0.502**	0.477**
Combination of food and dish	0.474**	0.495**	0.406**	0.451**
Sanitary of food	0.401**	0.447**	0.642**	0.503**
Cleanliness of utensils	0.410**	0.394**	0.533**	0.443**
Cleanliness of dining room	0.427**	0.153	0.419**	0.336**
Employee appearance	0.327**	0.294*	0.458**	0.353**
Friendly employee	0.328**	0.417**	0.311*	0.345**
Attractive decoration	0.418**	0.394**	0.403**	0.399**
Dining room illumination	0.350**	0.168	0.408**	0.316**
Ventilator	0.400**	0.127	0.413**	0.319**
Cleanliness of toilet	0.399**	0.168	0.384**	0.312**

1) * : p<0.05, ** : p<0.01

Table 8. The influences of each factors with satisfaction on the overall satisfaction¹⁾
(Dependent variable : Overall satisfaction)

Independent variable	B	β	T	Sig-T
Food taste(X1)	0.370	0.313	3.528	0.001** ²⁾
Serving local food(X8)	0.168	0.174	2.416	0.017**

R2 = 0.507 F(P)=10.264(0.0001) adjusted R2 = 0.457

1) Y = B0 + B1X1 + B2X2 + B3X3 + ... + B19X19

2) ** : p<0.01

종속변수에 대한 회귀모델 설명력 50.7%에서 전반적인 만족도에 영향을 주는 변수로는 '음식의 맛'과 '지역의 특성에 맞는 음식제공'으로 나타났다(p<0.01). 따라서 테마마을 방문객들의 전반적인 만족도를 높이기 위해서는 음식의 맛과 종류에 차별화를 두어 그 지역에서 많이 생산되는 농작물을 이용하여 지역의 특색에 맞는 음식을 제공하는 것이 바람직할 것이라고 생각된다.

IV. 요약 및 결론

본 연구는 경상북도 3개 지역의 농촌전통테마마을의 방문객들을 대상으로 방문 시 식사서비스에 대해 기대하는 요인과 이용 후의 만족도 수준을 분석하여 방문객의 만족도 제고 방안을 제시하고자 하였다. 그 결과를 요약하면 다음과 같다.

테마마을 방문 고객의 식사서비스에 대한 기대도가 가장 높은 항목은 '신선한 재료'(3.76점)였고, 만족도에 있어서는 '식사제공자의 친절'(4.14점)에 대한 항목에서 가장 높은 만족도를 나타내었다. 지역별로 식사 관련 서비스품질속성에 대한 기대도를 분석한 결과 B지역은 '숙식장소의 청결'이 유의적으로 높게 평가되었고, C지역은 '지역의 특성에 맞는 음식 제공' 항목에서 유의적으로 높은 기대도를 나타내었다(p<0.05). 지역별 만족도 분석 결과 A지역은 '실내 색상과 장식'의 만족도가 다른 지역보다 유의적으로 높게 평가되었고, B지역은 '반찬의 수', '숙식장소의 청결', '식사제공자 복장의 청결, 그리고 '식사제공자의 친절' 항목에서 유의적으로 높게 평가되어 B지역의 테마마을을 방문하는 고객들 만족

도가 기대도와 마찬가지로 타 지역보다 높은 경향을 보였다. 전반적 만족도를 설명하는데 있어서는 '음식의 맛'과 '지역의 특성에 맞는 음식제공'이 상대적으로 중요한 요인으로 분석되었다.

따라서 방문객의 만족도를 높이기 위해서는 농촌전통테마마을 방문 시 자녀와 함께 방문한 비율이 높은 것과 지역의 특색에 맞는 음식이 전반적인 만족도와 상관성이 있는 것을 고려하여 향후 어린이들 입맛에 맞는 향토음식 조리법에 대한 연구와 지역의 특색에 맞는 식단의 개발이 이루어져야겠다.

참고문헌

- 농촌진흥청(2005) 제 1회 농산어촌체험박람회 농촌진흥청 홍보관 운영 설문 결과.
- 박석희(2003) 향토문화의 전승과 농촌관광의 발전방향. 농촌생활연구소 춘계학술대회 자료집 48.
- Bai YH, Jinlin Z(2003) Marketing strategy for korean restaurants in florida:Through view of customers' preference, recognition and satisfaction. Korean J foodservice management 6(2), 85-100.
- Butler R(1992) Alternative tourism: The thin edge of the wedge. Tourism alternatives ed unive of pennsylvania press.
- Chun BG, Choi SK(2002) The study of service quality perception determinants on korean restaurants. Korean J foodservice management 5(3), 127-142.
- Cronin JJ, Steven JR, Taylor A. Measuring service quality: A reexamination and extension. J marketing 56, 55-68.
- Goldblatt J(1997) Special Event: Best practices in modern event management. John Wiley & Sons Inc 153-154.
- Han KS(2002) Customer satisfaction analysis for korean franchise restaurants. Korean J foodservice

- management 5(1), 119-211.
- Kang DW(2003) A study of eating-out tendency and food-service satisfaction for chinese tourist in jeju island. Korean J foodservice management 6(1), 7-26.
- Kim HM, Oh IK(2000) Effective management of lodging business in a rural area. Korean J Hospitality administration 31-52.
- Kim SS, Lee CS, Ju DJ(2002) A study on socio-economic effects of participation in weekend farming. Korean J agricultural extension 9(1), 29-41.
- Lee KM(2004) Food&beverage service satisfaction at the regional festival: Focused on the korean wine and cake festival visitors in gyongju. Korean J foodservice management 7(2), 209-225.
- Lee MA, Yang IS(2004) Analysis of customer expectation and satisfaction for new menus in multi-chain family restaurants. Korean J community nutrition 9(6), 734-741.
- Lim JB, Ji YS, Mun SJ, Lee KY, Lee YS(2005) Home management. Shinjeong 11.
- Oliver RL(1996) Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer. Irwin mcgraw hill 98.
- Lee YJ, Seo YJ, Joo HS, Choi SK(2005) A study on the satisfaction for the menu quality of korean traditional food of japanese tourists. Korean J food culture 20(2), 283-291.
- Park YR(2001) A study on the analysis of satisfaction in service qualities of korean restaurants. Korean J foodservice management 4(2), 53-71.
- Sohn DH, Chang SH(2000) Cultural tourism merchandising for homestay. Korean J culture & tourism 2(1), 7-29.
- Yang IS, Kim HY, Shin SY, Kim SH(2000) Analysis of the customer's expectation and satisfaction for service quality in restaurants. Korean J dietary culture 15(1), 41-49.