

# CIT를 이용한 농촌관광의 만족·불만족 요인에 관한 연구

- 부래미 마을 방문객을 중심으로 -

류시영 · 엄서호\*

경기대학교 여가관광개발학과 · \*경기대학교 관광대학 관광개발전공

## Satisfaction and Dissatisfaction Factors on Rural Tourism

: Focused on rural tourists visiting Buraemi community

Ryu, Si-young · Um, Seo-ho\*

Doctoral Student, Dept. of Tourism and Recreation, Kyonggi University

\*Professor, Dept. of Tourism and Recreation, Kyonggi University

**ABSTRACT** : Drawing on Herzberg's two-factor theory, this article suggests that visitors to rural tourism base their overall evaluation with an experience on their consideration of two types of aspects referred to as either 'motivators' and 'hygienes' by using the critical incident technique. 233 critical incidents described by 121 participants are categorized into three exclusive factors which are named as experiential factor, cognitive factor, and affective factor. The application of Herzberg's two-factor theory to rural tourism suggests 'satisfiers' to come from the experience-activity itself, experiential factor. While more peripheral elements constitute 'dissatisfiers', cognitive factor. The paper provides the advancement and broad application of Herzberg's theory to further understand rural tourists satisfaction.

**Key words** : rural tourism, tourist satisfaction, Herzberg's motivation-hygiene theory, satisfaction-dissatisfaction, critical incident technique, experiential factor/cognitive factor/affective factor

### 1. 서 론

탈출형 관광에서 목적형 관광으로 전환하고 있는 현재의 관광추세에 있어서 농촌관광은 기능성 관광, 레저 스포츠 관광과 더불어 목적형 관광으로 인식되는 체험관광 중 일부이다(엄서호, 2007). 특히 도시민의 여가수요에 대한 대응책으로 도농 교류차원의 농촌관광이 부각되면서, 정부는 물론 농민들의 농촌관광에 대한 관심은 고조되고 있다(엄서호 등, 2003).

농촌관광은 농촌다움(rurality)을 체험하는 관광활동으로 방문자가 직접 참여하는 체험프로그램 중심으로 운영되고 있는데, 박석희 등(2002)은 농촌다움에 대해 농촌이 지니고 있는 자연과 문화와 그리고 농촌의 역사와 사회

구조를 형성해온 구성원들의 생활방식 등의 농촌 특성을 지각하는 과정에서 형성된 이미지라고 정의하고 있다. 이에 따르면 농촌 관광은 단순히 체험프로그램 참여 이외에도 농촌다움의 많은 속성들을 체험하는 관광활동이라 할 수 있으며, 따라서 농촌관광을 발전시키고 활성화하기 위해서는 참가자들이 어떠한 속성에 대해 만족하고 어떠한 속성에 대해 불만족을 느끼는지를 파악하여, 만족을 극대화시키고 불만족을 최소화시키기 위한 노력을 기울일 필요가 있다.

무엇이 소비자 만족에 중요한 변수인지에 대한 이해는 공급자 입장에서는 가장 중요한 도전과제이면서(Oliver, 1997), 동시에 연구자들에게도 만족은 중요한 연구주제가 되어왔다(심재명과 최정자, 2007). 일반적인 만족 연구에서는 만족과 불만족이 상호배타적으로 존재하고, 만족/불만족에 영향을 미치는 요인이 동일하다는 단일차원의 가정 하에 연구가 이루어져 온데 반해, 본 연

Corresponding author : Ryu, Si-Young

Tel : 031-249-9519

E-mail : tourist0@hanmail.net

구에서는 만족에 영향을 미치는 속성과 불만족에 영향을 미치는 속성이 별개로 존재하고 있다는 Herzberg et al.(1959)의 이론을 받아들여 연구를 수행하고자 한다. 만족과 불만족에 영향을 미치는 요인의 구분을 시도한 이요인 이론(two-factor theory)은 원래 직무 만족과 불만족을 설명하기 위해 발전된 이론이었는데, 후에 소비자 만족 연구에 적용되었고(심재명과 최정자, 2007), 최근 들어 관광분야에서도 연구가 시도되고 있다. 그러나 농촌관광의 만족·불만족에 관한 연구는 부족하며, 특히 이요인 이론을 적용하여 방문자 만족과 불만족에 영향을 미치는 요인을 파악하는 질적 연구는 전무한 실정이다.

따라서 본 연구에서는 그동안 농촌관광 분야에서 논의되지 않은 만족/불만족의 이요인 이론에 대한 이론적 배경을 기술하고, 질적 연구방법 중 하나인 중대사건기법(critical incident technique: CIT)을 이용하여 농촌관광에 있어서 어떠한 요인들이 만족과 불만족에 영향을 미치고 있는지를 파악하고자 한다.

## II. 이론적 배경

소비자 행동 분야의 일부 연구자들(전선규, 1996; 서용원과 손영화, 2003; 이재록 등, 2002)은 만족과 불만족을 별도의 차원으로 인식하는 이요인 이론의 검증 및 확장을 시도하고 있으며, 최근에는 관광분야에서도 Herzberg(1959)의 동기-위생이론(motivation-hygiene theory)을 적용하는 연구(Crompton, 2003; 이연택 등, 2006; 심재명과 최정자, 2007; Jensen, 2008; 류시영과 엄서호, 2008)가 시도되고 있다. 이요인 이론을 주장하는 연구자들은 만족에 영향을 미치는 요인과 불만족에 영향을 미치는 요인이 독립적으로 존재하고 있는데, 만족에는 주로 감성적인 요인이, 그리고 불만족에는 주로 인지적인 요인이 영향을 미치고 있다고 주장하고 있다.

만족과 불만족의 2차원의 문제에 대해 Herzberg et al.(1959)는 중대사건기법을 이용하여 직무수행에 있어서 만족에 영향을 미치는 속성과 불만족에 영향을 미치는 속성이 별개로 존재하고 있다는 동기-위생이론을 제시하였다. 이 이론에 의하면 직무만족을 갖게 하고 직무수행의 개선을 가져오게 하는 것은 근본적으로 직무 자체와 관련된 동기요인(motivation factor/satisfier)이고, 직무수행을 둘러싼 환경과 관련된 위생요인(hygiene factor/dissatisfier)은 긍정적인 직무태도를 가로막는 걸림돌이며, 이를 제거한다 하더라도 긍정적인 태도를 갖지 않는다는 것이다. 직무수행 자체와 관련된 요인과 직무환경을 설명해주는 두 요인 모두 종업원의 목적 대상으로 작용은

하지만 두 종류의 요인이 동기부여 하는 질의 특성은 본질적으로 다르다는 것이 확실하다고 주장하고 있다.

이 이론을 바탕으로 한 Swan and Comb(1976)의 연구에서는 의류를 대상으로 중대사건기법(CIT)을 이용하여 소비자들에게 만족스러웠던 점과 불만족스러웠던 점을 회상하도록 한 결과, 만족한 사건들은 인상적인 성과(expressive performance)와 연관된 반면, 불만족한 사건들은 도구적인 성과(instrumental performance)와 연관되어 있다는 결과를 도출하였다. Maddox(1981)는 이 연구결과를 다시 더 많은 제품군과 더 많은 표본을 대상으로 검증을 시도하였으나, 특정 제품군에 한해서 부분적으로만 이요인 이론이 적용될 수 있다고 주장하였다. Gardial et al.(1994)은 불만족 사고가 만족 사고보다 내적 비교기준을 덜 고려할 것이고, 불만족했다는 결과 자체에 더 집착할 가능성이 있다는 결과를 제시하며, 만족과 불만족이 양극단의 반대 개념이 아니라 만족 연구에 아직 자리잡지 못한 논쟁거리라고 밝히고 있다.

한편 국내에서 성영신과 김완석(1988)은 Swan and Comb(1976), Maddox(1981)의 연구결과를 서비스 분야에 까지 확장하여 이론의 일반화 가능성을 검증하였는데, 연구결과 어떤 요인은 만족과만 특별히 관계가 있으나 어떤 요인은 만족/불만족 모두와 관계가 있는 것으로 나타났다. 이는 개인에 따라 각 속성들의 상대적 중요성이 다를 수 있는데, 중요한 속성에 대해서는 좋으면 만족, 나쁘면 불만족하게 되나, 덜 중요한 속성들은 좋으면 좋고 나빠도 중요하지 않기 때문에 불만족과 직접 연결되지 않는다고 해석하였다.

관광분야 연구로서 Crompton(2003)은 Herzberg(1959)의 동기-위생이론을 축제 품질 지각(perception of event quality)에 대한 연구에 적용하였다. 연구결과 핵심 서비스인 축제 자체의 속성이 방문객 만족에 영향을 미치는 동기요인(motivator/satisfier)이고, 부가 서비스인 환경·시설 등의 속성이 불만족에 영향을 미치는 위생요인(hygiene/dissatisfier)이라는 결론을 도출하였으며, 이 두 속성은 상호 비보상적(noncompensatory)이라는 결과를 제시하였다. 이는 만족이 증가한다고 불만족이 감소하고, 불만족이 증가한다고 만족이 감소하는 것은 아니라는 것으로, 만족과 불만족이 이차원 구조로 존재하고 있다는 해석이 가능하다.

심재명과 최정자(2007)는 경주를 방문한 관광객들의 만족과 불만족에 작용하는 요인들을 Swan & Comb(1976)가 제안한 인상적인 성과와 도구적인 성과 개념을 이용하여 분석하였다. 그 결과 관광객 만족이 도구적 성과보다는 인상적 성과와 큰 관계를 가진다는 면에서 이요인 이론을 지지하고 있으나, 관광객의 불만족

역시 도구성 성과보다 인상적 성과와 더 큰 관계를 보여 주고 있다는 점에서는 이요인 이론을 지지하지 못하고 있다.

Jensen(2008)은 덴마크의 동물원과 이쿠아리움 방문객을 대상으로 이요인 이론을 적용·검증하였다. 연구결과 동기요인에 대한 만족도는 전반 만족에 직접적인 정(+)의 영향이 있고, 전반 만족은 재방문의사와 추천의도에 직접적인 정(+)의 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 한편 위생요인에 대한 불만족도는 동기요인에 대한 품질 지각에 부정적인 영향을 미치고 있으나, 전반 만족, 재방문의사, 추천의도에는 간접 효과만 존재하고 있다고 밝히고 있다. 이는 불만족과 관련된 위생요인이 없어진다고 해서 전반 만족이 증가하지는 않는다는 의미로, 이요인 이론을 지지하는 결과라고 볼 수 있다.

이와 같이 만족과 불만족이 독립적인 이차원으로 존재한다는 문제에 대해서 일관된 결과를 보이지는 않고 있다. 하지만, 이요인 이론을 입증하는 강력한 실증이 없었다는 것만으로 소비자의 내면에 만족과 불만족의 상존 가능성을 배제할 수는 없다(서용원과 손영화, 2003). 본 연구에서는 관광분야에서 비교적 최근에 진행된 선행연구(Crompton, 2003; Jensen, 2008; 심재명과 최정자, 2007)를 토대로 하여 관광자 만족에 영향을 미치는 속성과 불만족에 영향을 미치는 속성이 별개로 존재하고 있다는 입장을 견지하고 있다.

따라서 본 연구는 농촌관광에 있어 만족에 영향을 미치는 요인과 불만족에 영향을 미치는 요인을 탐색하고, 이를 통해 만족/불만족의 이요인 이론을 농촌관광 분야까지 확장하여 적용하고자 한다.

### III. 연구방법 및 절차

#### 1. 연구 방법

자료수집은 Herzberg(1959), Swan and Comb(1976), Maddox(1981) 등이 이요인 이론의 연구에서 활용한 질적 연구방법인 중대사건기법(CIT)을 이용하였다. 중대사건기법은 피험자에게 특별히 만족스러웠던 경험과 불만족스러웠던 경험을 회상하게하고 그렇게 느꼈던 원인과 결과를 중심으로 사건과 관련된 일체의 주관적, 객관적 경험을 모두 자세히 말하도록 하는 것이 가장 기본적인 방법으로(성영신과 김완석, 1988), 고객의 만족·불만족의 요인을 파악하는 데 있어서 구체적인 상황, 처리경과, 만족·불만족 원인, 향후 의도 등에 대해 기존의 설문조사 방법보다 훨씬 심층적이고 자세한 결과를 보여주기

때문에 서비스 마케팅 분야에서 널리 사용되고 있다(Meuter, 2000; 편효범과 이대용, 2004에서 재인용).

본 연구에서는 농촌관광 참가자들을 대상으로 방문 후에 느낀 만족경험과 불만족경험을 회상하게하고 그 내용을 기록하게 하는 방법을 사용하였다. 조사기간은 2008년 4월 5일, 9일, 12일 총 3일간 실시하였으며, 조사대상지는 경기도 이천에 위치한 부래미 마을로 선정하였다. 부래미 마을은 2002년 농림부의 녹색농촌체험마을, 2004년 행정자치부의 정보화마을, 2004년 경기도의 슬로푸드 사업 지정마을로 선정된 대표적인 농촌관광마을로서 본 연구의 대상지로 적합하다 판단하였다. 설문조사는 본 연구의 주제 및 목적을 이해하고 있는 연구자와 석사과정 학생 4명 등 총 5명이 참여하여 실시하였다. 조사일의 마지막 프로그램 진행 장소 혹은 마을 주차장에서, 모든 체험프로그램을 마치고 귀가하려는 응답자에게 연구의 취지를 설명한 후, 설문지를 나누어주고 만족·불만족 경험의 내용을 직접 작성하도록 하였다. 조사기간 3일 동안 총 126부의 설문지를 배부하여 회수하였고, 이중 분석에 적합하지 않거나 불성실한 응답을 한 설문지를 제외한 121부를 분석에 이용하였다.

#### 2. 자료 분류 및 공통 구성요인 도출

응답자들은 농촌관광에서의 만족·불만족의 경험을 비교적 간략하게 기술하였고, 대부분의 응답자들이 만족·불만족에 대해 각각 하나의 경험만을 제시하였으나, 2개 이상의 경험을 기입하거나 만족·불만족 중 한 가지만 기입한 응답자도 일부 존재하였다. 이러한 경험들을 체계적으로 분류하는 것은 중대사건기법에서 가장 중요한 과정으로, 본 연구에서는 수집한 설문지의 응답내용을 검토하면서 분류 가능한 속성을 찾아내어 내용분석하여 거기에서 연구결과 도출을 위한 요인을 분류하는 귀납적인 방법(*posteriori approach*)을 이용하였다.

자료 분류의 객관성과 신뢰성을 확보하기 위해 관광개발학과 석사과정 세 명의 도움을 얻어 공통 구성요인 도출을 위한 내용분석을 실시하였다. 분류과정은 1차로 수집된 만족·불만족 사건 총 207건을 각 분석자가 개별적으로 분석하여 만족·불만족에 대한 3가지의 공통된 요인-자체속성 요인, 인지적 요인, 감정적 요인-을 발견하였다.

분류의 신뢰도를 알아보기 위해 분석자간의 신뢰도<sup>1)</sup> 분석을 한 결과, 만족사건에 대한 신뢰도는 75.2%, 불만족 사건에 대한 신뢰도는 78.2%로 나타났으며, 전체 신뢰도는 76.3%였다. 분류된 자료를 연구자가 비교하여 동일한 분류를 적용한 경우에는 그대로 이용하였고, 상이

한 분류를 적용한 경우에는 논의를 거쳐 동일한 분류에 이르렀으며, 의견의 일치를 보이기 어려운 모호한 경우에는 연구자가 판단하여 결정하였다. 논의 과정을 통해 4건의 만족 경험을 추가하였다.<sup>2)</sup>

한편 분석자간 신뢰도 이외에 분석자내의 신뢰도 (intrajudge reliability)도 CIT 분석결과와 신뢰도를 검증하기 위해 사용되는데(편효범과 이대용, 2004), 본 연구에서 분석자내의 신뢰도는 분류에 참여한 분석자 중 두 사람이 일주일 후에 재분류를 하여 중전의 결과와 비교, 분석하였다. 그 결과 129건의 만족사건 중 분석자 A는 116건, 분석자 B는 115건이 일치하여 각각 89.9%, 89.1%의 신뢰도를, 78건의 불만족 사건 중 분석자 A는 67건, 분석자 B는 77건이 일치하여 각각 85.9%, 98.7%의 높은 분석자내 신뢰도를 확보하였다.

이러한 과정을 거쳐 최종적으로 만족·불만족에 대한 3개 요인을 도출하였으며, 각각 체험적 요인, 인지적 요인, 감성적 요인으로 명명하였다. 체험적 요인은 농촌관광의 기본적인 속성인 체험 프로그램을 의미하는데, 농촌에서의 체험은 대부분 향수를 자극하는 감성 체험(emotional experience)으로 구성되어 있다. 따라서 체험적 요인에는 관광의 '과정'인 농촌 현장에서 느끼는 감정적인 경험을 포함한다. 인지적인 요인은 실용적이고 물리적·환경적인 속성들을 의미하고, 감성적 요인은 심리적이고 인상적인 속성으로서, 관광활동의 '결과' 느끼는 감정을 나타내는 것으로 체험적 요인이 포함하는 감정과는 구별된다. 선행연구의 분류에서는 '소비 후의 결과'로서 인상적 성과(혹은 심리적 요인)와 도구적 성과(혹은 물리적 요인) 등과 같이 2개의 요인이 도출되었으나, 본 연구에서는 농촌관광이라는 연구 대상의 특성상 '관광 소비 과정으로서'의 체험적 요인이 추가로 도출되었다.

분석에 이용된 사례는 만족 사건 133건, 불만족 사건 78건으로 농촌관광에서 만족한 인상적인 경험이 훨씬 우세하게 나타났는데, 이는 최근 농촌관광이 활성화됨에 따라 농촌관광의 도입과 운영이 정착되었으며, 농촌관광 참가자들에게 만족 경험을 제공해 준다는 것을 의미한다고 할 수 있다.

#### IV. 연구결론

##### 1. 조사표본의 특성

조사 표본의 특성을 살펴보면, 성별로는 남자가 37명(30.6%), 여자가 84명(69.4%)로 표본의 여자 응답자가 두 배 이상 많게 조사되었고, 연령별로는 30대 후반인

35-39세가 50명(41.3%)으로 가장 많으며, 이어 30-34세가 39명(32.2%), 40-44세가 20명(16.5%), 45세 이상이 7명(5.8%)이었고, 20대가 5명(4.1%)으로 가장 낮은 비율을 나타냈다. 학력별로는 대재·대졸 학력자가 90명(75.6%), 대학원졸 이상이 21명(17.6%), 고등학교 졸업자가 8명(6.7%)로 조사되었고, 응답자의 42.5%(51명)가 이전에 농촌관광에 참여해본 경험이 있는 것으로 나타났다.

Table 1 조사 표본의 특성

항목		빈도(명)	구성비(%)
성별	남	37	30.6
	여	84	69.4
연령	29세 이하	5	4.1
	30-34세	39	32.2
	35-39세	50	41.3
	40-44세	20	16.5
	45세 이상	7	5.8
학력	고등학교 졸업	8	6.7
	대재, 대졸	90	75.6
	대학원졸 이상	21	17.6
농촌 관광경험	있음	51	42.5
	없음	69	57.5

#### 2. 만족·불만족 요인의 내용분석

##### 1) 만족 요인

전체 133건의 만족사건 분류는 체험적 요인 89건, 인지적 요인 20건, 감성적 요인 24건으로 분류되었으며 각 요인의 세부 속성은 다음 Table 2와 같이 다양하게 도출되었다. 체험적 요인은 농촌관광의 기본적인 속성인 체험 프로그램으로서, 기술된 내용은 조사일에 진행되었던 딸기 체험(59건), 계란꾸러미 만들기(14건), 인절미 만들기(13건), 체험 활동(3건) 등이 포함되었다. 인지적인 요인은 실용적이고 물리적인 속성들로서 주요 내용은 체험에 대한 설명(6건), 딸기가 실함·가져갈 수 있다는 것(5건), 프로그램의 다양성(4건), 맛있는 식사(3건) 등이 포함되었으며, 감성적 요인은 심리적이고 인상적인 속성으로 평소에 못하는 걸 직접 체험했다는 기분(11건), 주민의 친절(6건), 가족과 함께 했다는 점(4건), 마을의 분위기(2건), 딸기밭 때 소리(1건) 등으로 분류되었다.

농촌관광에 있어서 참가자의 만족에는 농촌관광 자체의 기본적인 속성인 체험적 요인이 가장 큰 영향을 미치고 있다고 볼 수 있다. 여기에서 체험적 요인은 관광활동 '과정'인 현장에서의 감정 경험을 포함하는 개념이라고 조작적 정의하였으므로, 이 연구결과는 일반 제품을 대상으로 한 Swan & Comb(1976)의 연구에서 나타난 감

성적 요인이 만족에 영향을 미친다는 결과를 지지하고 있다고 볼 수 있다. 또한, 자체 속성이 방문자 만족에 영향을 미친다는 점에서 볼 때 Crompton(2003)의 연구와도 유사하다 할 수 있다.

Table 2 만족 요인별 속성 분포

요 인	경험 내용
체험적 요인 (89건)	딸기체험(59건), 계란꾸러미 만들기(14건), 인절미 만들기(13건), 체험활동(3건)
인지적 요인 (20건)	체험에 대한 설명(6건), 딸기가 크고 실험가져갈 수 있다는 것(5건), 프로그램의 다양성(4건), 맛있는 식사(3건), 깨끗하다(1건), 쌀이 딱이 되는 과정을 본 것(1건)
감성적 요인 (24건)	평소에 못하는 걸 직접 체험했다는 기분(11건), 주민의 친절(6건), 가족과 함께 했다는 점(4건), 마을농촌의 분위기(2건), 딸기 딸 때 소리(1건)

2) 불만족 요인

전체 78건의 불만족사건 분류는 체험적 요인 5건, 인지적 요인 68건, 감성적 요인 5건으로 분류되었으며 각 요인의 세부 속성은 다음 Table 3과 같이 다양하게 도출되었다. 체험적 요인은 체험 종류가 단순함(4건), 아이 체험이 부족(1건) 등이 언급되었고, 인지적인 요인은 체험시간이 짧다(10건), 딸기팩이 작다(9건), 체계적이지 못한 행사운영(8건), 어린이 안전문제(5건), 식당이용 및 식단(5건), 교통 및 접근성(4건), 사람이 많아 혼잡(4건), 프로그램 이외 볼거리 부족(4건), 장소가 협소하고 불편(4건), 식당이 협소함(3건) 등 총 18개 속성이 도출되었다. 감성적 요인은 대기시간이 지루함(2건), 농촌분위기를 못 느낌(1건), 시끄럽고 정신없음(1건), 냄새(1건) 등 총 4개 속성이 언급되었다.

농촌관광 참가자의 불만족에는 체험시간 배분과 행사의 진행, 식당이용, 혼잡 등의 실용적이고 실질적인 인지적 요인이 가장 큰 영향을 미치고 있음을 알 수 있다. 이 결과는 불만족에는 기능적 성과가 연관이 있다는 Swan and Comb(1976), 물리적·환경적 속성이 위생요인이라는 Crompton(2003)의 연구를 지지하고 있다.

한편 흥미로운 결과가 도출되었는데, 만족 경험의 인지적 요인은 총 6개 속성이 언급된 반면 불만족 경험의 인지적 요인은 18개 속성이 언급된 것으로 볼 때, 불만족한 관광객들은 더욱 구체적이고 정확하며 세부적인 사항을 회상하는 것으로 볼 수 있다.

Table 3 불만족 요인별 속성 분포

요인	경험 내용
체험적 요인 (5건)	체험 종류가 단순함(4건), 아이들 체험이 부족어른체험 위주(1건)
인지적 요인 (68건)	체험시간이 짧다(10건), 딸기팩이 작다(9건), 체계적이지 못한 행사운영(8건), 어린이 안전문제(5건), 식당이용 및 식단(5건), 교통 및 접근성(4건), 사람이 많아 혼잡(4건), 프로그램 이외 볼거리 부족(4건), 장소가 협소하고 불편(4건), 식당이 협소함(3건), 체험이 어렵다(2건), 안내 및 설명부족(2건), 무질서(2건), 위생 및 정결(2건), 이동이 불편함(1건), 자유롭게 경관을 볼 시간이 없음(1건), 주변 산책거리가 짧다(1건), 떡이 맛있음(1건)
감성적 요인 (5건)	대기시간이 지루함(2건), 농촌 분위기를 못 느낌(1건), 시끄럽고 정신없음(1건), 냄새(1건)

3. 만족·불만족 요인의 분류결과

전체 211건의 만족·불만족 사건은 체험적 요인 94건, 인지적 요인 88건, 감성적 요인 29건으로 분류하였다. 인지적 요인과 감성적 요인은 Swan and Comb(1976)의 인상적 성과(impressive performance)와 도구적 성과(instrumental performance), 성영신과 김완석(1988)의 물리적 요인과 심리적 요인의 분류와 유사하였고, 체험적 요인은 성영신과 김완석(1988)이 음식점의 만족·불만족 요인으로 제시한 기본요인과 유사하다고 할 수 있다.

다음 Table 4는 만족·불만족 경험과 각 요인간의 분포이다. 만족 경험에서는 농촌관광의 기본적인 속성인 체험적 요인이 더 많이 언급되고 있지만, 불만족 경험에서는 구체적이고 실질적인 인지적 요인이 더 많이 언급된다는 것을 보여준다. 제시된 빈도표는 카이제곱 독립성 검정결과  $p < .01$  수준에서 유의미한 차이를 나타내고 있다.

Table 4 만족/불만족 경험의 요인별 빈도

	체험적	인지적	감성적	$\chi^2$ 값
만족경험	89	20	24	67.68**
불만족경험	5	68	5	101.77**

\*\* $p < .01$

이상과 같이 만족한 경험과 불만족한 경험을 기술하도록 요구받은 농촌관광 참가자들은 만족스러운 이유에 대해서는 체험적 요인, 불만족스러운 이유에 대해서는 인지적 요인이라는 서로 다른 수준의 원인을 회상하고 있다. 이러한 결과로 볼 때, 농촌 관광객들은 만족과 불만족을 동시에 경험하고 있다고 할 수 있으며, 따라서

본 연구 결과는 농촌관광의 만족과 불만족이 독립적인 이차원 구조로 이루어져 있다는 이요인 이론을 지지하고 있다.

## V. 결론 및 논의

본 연구는 농촌관광의 만족·불만족 요인을 파악하기 위해 부래미 마을의 체험 프로그램 참가자를 대상으로 연구를 수행하였다. 질적연구방법인 중대사건기법(CIT)을 이용하여 농촌관광활동 이후 만족·불만족 경험을 기술하도록 하였으며, 133건의 만족 사건과 78개의 불만족 사건을 내용분석하여 만족 요인과 불만족 요인을 추출하였다. 분석자간의 신뢰도는 만족 사건 75.2%, 불만족 사건 78.2%, 분석자내 신뢰도는 각각 만족사건 89.9%, 89.1%, 불만족 사건 85.9%, 98.7%로 나타났다.

각각의 사건 분류결과 부래미 마을 방문객의 농촌관광활동 만족·불만족에 영향을 미치는 요인으로 체험적 요인, 인지적 요인, 감성적 요인이 추출되었다. 구체적으로 체험적 요인은 불만족경험보다는 만족경험에서 유의미하게 많이 언급되고, 인지적 요인은 만족경험보다는 불만족경험에서 많이 언급되고 있다. 따라서 본 연구결과를 토대로 농촌체험 마을에서는 방문객의 만족도를 높이기 위해 체험 프로그램에 대한 부분을 강화할 필요가 있는 한편, 불만족을 줄이기 위해서 관리·운영, 시설 및 환경 측면에 대한 문제점을 개선할 필요가 있을 것이다.

이상의 내용과 같이 만족한 경험과 불만족한 경험을 기술하도록 요구받은 농촌관광 참가자들은 만족스러운 이유와 불만족스러운 이유에 대해 서로 다른 수준의 원인을 회상하는 것으로 나타났다. 이러한 결과로 볼 때, 농촌 관광객들은 만족과 불만족을 동시에 경험하고 있다고 할 수 있으며, 따라서 본 연구는 농촌관광의 만족과 불만족이 독립적인 이차원 구조로 이루어져 있다는 이요인 이론을 지지하고 있다.

본 연구의 한계점으로는, 농촌관광에 관한 중대사건기법 관련 선행연구가 부족하고 조사 표본수도 적어 각 사건에 대한 분류체계의 개발이 충분하지 못했으며, 부래미 마을이라는 한 지역만을 대상으로 한 결과이므로 이를 농촌관광 전체로 일반화하기에는 한계가 있다. 앞으로 보다 체계적으로 실증적 분석 자료를 보완하고 분류체계를 개발할 필요가 있으며, 다른 농촌체험마을을 대상으로도 이러한 연구를 시도해야 하겠다.

이러한 연구의 한계에도 불구하고 본 연구를 통해 몇 가지 의미 있는 시사점을 도출하였다.

먼저 학문적으로 농촌관광 분야에 이요인 이론을 적

용하여 검증하였다는데 의의가 있다. 또한 농촌관광에 있어 참가자의 선호도나 만족도를 실증적으로 분석한 연구는 있었으나, 질적 연구방법을 이용하여 만족·불만족을 독립적으로 파악한 연구는 없었으며, 본 연구의 결과가 농촌관광 만족·불만족에 대한 실증적 연구를 수행하기 위한 기초자료로 활용될 수 있을 것이다.

또한, 대부분의 선행연구에서 만족·불만족의 영향요인으로 분류되고 있는 인지적 요인과 감성적 요인 이외에, 귀납적 접근방식의 분류를 통해 농촌관광 소비과정으로서 체험적 요인을 만족·불만족의 영향요인으로 도출하였다는 점도 본 연구가 갖은 의의라 할 수 있다.

한편, 실무적 관점에서 참가자의 만족에 영향을 미치는 체험적 요인을 강화하고, 불만족에 영향을 미치는 많은 인지적 요인들을 개선하여 만족의 극대화와 불만족의 최소화를 모색하기 위한 근거를 제시하고 있다. 이 연구 결과를 통해서 부래미 마을에서는 어떤 부분에서 방문객들이 불만족을 느끼고 있는지를 확인할 수 있었으며, 관리·운영상의 문제점에 대한 개선방안을 마련할 수 있을 것이다.

본 연구결과는 농촌체험마을 개발계획 수립 및 마을의 성공적인 운영을 위해 유용한 시사점을 제공할 것으로 기대된다.

주1) 분석자간 신뢰도 =  $\frac{\text{일치된의사결정횟수}}{\text{코딩자각각의의사결정횟수의합}}$

주2) 예를 들어, 1차 분류에서 ‘친절하고 깨끗하다’라는 경험내용을, 2차 분류에서는 ‘친절하다’와 ‘깨끗하다’로 구분하여 분석하였다. 이런 방식으로 총 4건의 경험이 추가되었다.

## 참고문헌

1. 김사현, 2002, 관광학연구방법론강론, 백산출판사.
2. 류시영, 엄서호, 2008, 쾌락적/실용적 기대-성과 불일치가 관광객 만족/불만족에 미치는 상대적 영향, 학술연구 발표논문집, 한국관광학회 제63차 학술심포지엄.
3. 박석희, 이동기, 윤상현, 2002, 농촌다움의 의미와 측정 척도개발에 관한 연구, 농촌관광연구, 9(1), 22-37.
4. 서용원, 손영화, 2003, 고객 만족/불만족 차원 검증에 관한 연구, 한국심리학회지 : 소비자·광고, 4(1), 103-121.
5. 성영신, 김완석, 1988, 소비자 만족/불만족 요인에

- 관한 연구 : 이 요인이론의 검증과 확장, 한국심리학회지 : 산업 및 조직, 1(1), 1-12.
6. 심재명, 최정자, 2007, Herzberg의 Two-Factor 이론의 관광지 적용사례 연구 : 경주 방문객을 중심으로, 관광연구, 22(1), 155-175.
  7. 전선규, 1996, 만족하지 않는 것은 곧 불만족을 의미하는가?, 소비자학연구, 7(1), 91-108.
  8. 전영미, 임상봉, 한경수, 박윤희, 장은숙, 김범수, 2003, 도시민의 선호를 바탕으로 한 농촌마을의 관광자원 실태와 정비방향, 농촌계획, 9(1), 55-64.
  9. 엄서호, 2007, 한국적 관광개발론, 백산출판사.
  10. 엄서호, 나운중, 이경희, 2003, 농촌관광 마을지정에 대한 주민인식에 관한 연구-경기도 가평군 팜스테이 대리마을 중심으로, 농촌관광연구, 10(1), 119-129.
  11. 이경진, 이현희, 송병화, 2007, 정부지원 농·산촌마을 체험프로그램 분류기준 및 특성분석, 농촌계획, 13(3), 73-82.
  12. 이연택, 김종우, 안세길, 2006, 축제서비스품질, 방문객만족, 방문객불만족 및 방문객충성도, 관광연구논총, 18, 3-22.
  13. 이재록, 박소연, 임지훈, 2002, 소비자만족/불만족과 선행변수들의 구조적 관계에 관한 연구, 광고학연구: 일반, 13(3), 187-208.
  14. 편효범, 이대용, 2004, CIT를 이용한 인터넷 쇼핑몰 이용자의 만족·불만족유형 분류, 산업경제연구, 17(3), 953-971.
  15. Crompton, J. L., 2003, Adapting Herzberg: A conceptualization of the effects of hygiene and motivator attributes on perception of event quality, Journal of Travel Research, 41(February), 305-310.
  16. Gardial, Fisher S., Clemons D. S., Woodruff R. B., Schumann D. W., & Burns M. J., 1994, Comparing Consumers' Recall of Purchase and Postpurchase Product Evaluation Experiences, Journal of Consumer Research, 20(March), 548-560.
  17. Herzberg. F., Mausner, B. & Snyderman, B., 1959, The motivation to work. N.Y.: John Wiley & Sons, 주삼환 역, 허즈버그의 직무 동기이론, 파주:한국학술정보, 2006.
  18. Maddox, R. N., 1981, Two-factor Theory and Consumer Satisfaction : Replication and Extension, Journal of Consumer Research. 8(June), 97-102.
  19. Meuter, M L., Ostrom, A. L., Roundtree, R. I. & Bitner, M. J., 2000, Self-Service Technologies: Understanding Customer Satisfaction with Technology-Based Service Encounters, Journal of Marketing Research, 64(3), 50-64.
  20. Jensen, J. M., 2008, An Empirical Investigation of the Relationships Between Hygiene Factors, Motivators, Satisfaction, and Response Among Visitors to Zoo and Aquaria, Tourism Review International, 11(3), 307-316.
  21. Oliver, R. L., 1997, Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer. McGraw-Hill.
  22. Swan, J. E. and Comb. L. J., 1976, Product Performance and Consumer Satisfaction: A New Concept, Journal of Marketing, 40(April), 25-33.

\* 접수일 : 2008년 4월 30일

■ 3인 익명 심사필