

# 농촌체험의 속성과 만족이 행동의도에 미치는 영향

김경희\*

\* 경희대학교 호텔관광대학 관광학과(서울특별시 동대문구 회기동)

## Structural Relationships between Attributes, Satisfaction, and Behavioral Intention of Rural Tourism Activity

Kyung Hee Kim

Department of Tourism, College of Hotel and Tourism, Kyung Hee University, Korea

### Abstract

The purpose of this study was to examine the structural relationships between attributes, satisfaction, and behavioral intention of rural tourism activity. For this study, an onsite survey was conducted to tourists of 35 rural tourism farms. A total of 408 samples were collected for the analysis. The SPSS 20.0 and AMOS 18.0 statistical package were used for frequency, reliability, exploratory factor, confirmatory factor, and path analysis. Through exploratory factor analysis, four dimensions of rural tourism activity attribute were identified from 20 variables: 'human resource', 'activity', 'rural culture', and 'facility and environment'. The results of structural equation modelling indicate that 'human resource', 'activity', 'rural culture' had positive effect on behavioral intention. Through the results, agritourism farm operators will be able to develop effective marketing strategy and management skill.

**Key words:** rural tourism activity, attribute, satisfaction, behavioral intention

## 1. 서론

2000년대 들어 정부에서는 지역경제 활성화를 위해 농촌체험마을을 육성해오고 있다. 농촌체험관광은 농특산물 판매, 숙박, 음식판매, 다양한 체험활동 등을 통해 농촌지역과 지역경제를 활성화하는 중요한 수단이 되고 있다(Kim & Park, 2014). 각 부처에서 농촌체험마을 사업을 추진해 온 결과 현재 전국적으로 약 2,000여 개의 농촌체험마을이 운영되고 있다.

체험은 상품이나 서비스에 대한 소비와 상호작용으로, 개인에게 중요한 의미를 가져올 수 있다(Holbrook & Hirschman, 1982). 체험은 교육적 요소와 오락적 요소, 일상탈출적 요소, 심미적 요소 등 다양한 요소를 포함하고 있다(Holbrook, 2000;

Pine & Gilmore, 1998). 농촌체험의 교육적 가치로 인해 농촌체험과 교과과정을 연계하여 운영하는 사례도 늘고 있다.

농촌체험은 농촌의 자연환경과 문화, 인적교류 등 다양한 속성을 포함하고 있으며, 체험객의 만족은 향후 행동의도에 중요한 영향을 미친다(Lee, Lee, & Choi, 2010). 따라서 체험객의 만족을 높이고 농촌체험을 활성화하기 위해서는 체험객의 만족과 행동의도에 영향을 미치는 속성에 대한 이해가 매우 중요하다.

그동안 관광 속성과 관광객의 행동에 대한 많은 연구들이 이루어졌는데, 축제를 대상으로 한 연구(김병국 & 김보현, 2012; 오정근, 2008; 장양례, 2005; Yoon, Lee & Lee, 2010), 특정한 관광지의 매력속성에 대한 연구(김인신 & 조민호, 2011; 임

주요어: 농촌체험, 속성, 만족, 행동의도

\* 교신저자(김경희) 전화: 063-238-2631 e-mail: khkim08@khu.ac.kr

화순 & 고계성, 2006; 조장현 & 권종현, 2004; O'leary & Deegan, 2013), 여행상품의 속성에 대한 연구(김광근, 여창원, & 김용철, 2007; Gartner, 1989) 등이 이루어졌다.

농촌체험을 대상으로 속성과 체험객의 행동을 분석한 연구는 성인과 초등학생을 비교하여 분석한 연구(김경희 & 이선민, 2014), 외국인 관광객을 대상으로 분석한 연구(김기현, 최연화, & 윤유식, 2015), 성인 체험객들을 대상으로 속성에 대한 만족이나 속성 중요도를 분석한 연구(Mutinda & Mayaka, 2012) 등 일부 연구를 제외하고는 많이 이루어지지 않았다. 또한 현재 농촌체험객의 대다수를 차지하고 있는 학생층을 대상으로 농촌체험의 속성에 대한 인식을 분석한 연구는 거의 이루어지지 않았다.

본 연구에서는 농촌체험마을을 방문한 학생들을 대상으로 농촌체험 속성이 방문객 만족과 행동의도에 미치는 영향을 분석하고자 한다. 본 연구의 결과는 농촌체험객의 특성과 요구를 이해하고 체험객의 만족을 높이기 위한 중요한 정보가 될 것이다.

## 2. 이론적 고찰

### 2.1. 농촌체험의 속성

체험은 주관적이며 심리적이고 정서적인 상품으로, 체험 대상과 체험객의 직접적인 접촉을 통하여 이루어지는 심리적인 과정이다(조태영 & 서태양, 2009).

체험의 속성은 여러가지 측면을 포함하고 있는데, 체험 목적지와 체험 형태에 따라 다양한 속성이 나타나고 있다(김경희 & 이선민, 2014; 김기현, 최연화, & 윤유식, 2015; 모영미, 조현홍, 유창남, & 전기홍, 2014; 윤유식, 양정임, & 장양례, 2013; 조태영 & 서태양, 2009; Mutinda & Mayaka, 2012).

윤유식, 양정임, & 장양례(2013)는 6차산업 박람회 참석자 294명을 대상으로 농촌체험마을의 속성 세분시장에 따른 체험프로그램 선호도 및 행동의도를 분석하였다. 농촌체험마을의 속성은 숙박 및 식음료품질, 다양한 마을 주변 환경, 체험 프로그램, 지역주민 태도 및 서비스, 접근용이성, 전통문화체험으로 나타났으며, 군집분석 결과 속성에 대해 중요하게 고려하는 집단과 보통의 태도를 보이는 집단으로 구분되었으며, 세분시장별로 선호 체험프로그램과 행동의도, 농어촌 체험관광개발 지지도에 차이가 있는 것으로 나타났다. 김경희 & 이

선민(2014)은 생태체험마을에 방문한 20세 이상의 방문객 254명과 초등학생 252명을 대상으로 생태체험마을 속성이 방문객의 만족에 미치는 영향을 비교 분석하였다. 요인분석 결과 생태체험마을 속성은 프로그램·서비스, 시설, 마을환경으로 나타났으며, 다중회귀분석 결과 성인의 경우 프로그램·서비스, 시설이 방문객 만족에 영향을 미쳤으며, 초등학생의 경우 프로그램·서비스, 시설, 마을환경이 모두 방문객 만족에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 모영미, 조현홍, 유창남, & 전기홍(2014)은 전주한옥마을 방문객 204명을 대상으로 관광속성이 재방문의도에 미치는 영향을 분석하였다. 요인분석 결과 관광속성은 매력도, 편의성, 친절함, 정보성으로 나타났으며, 구조방정식 분석 결과 매력도와 편의성, 친절함, 정보성이 관광지 신뢰에 영향을 미치고, 매력도와 친절함이 관광지 감성에 영향을 미쳤으며, 관광지 신뢰와 관광지 감성은 재방문의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

김기현, 최연화, & 윤유식(2015)은 농촌체험마을을 방문한 외국인 관광객 570명을 대상으로 농촌체험마을 속성에 따른 만족도 및 충성도를 분석하였다. 요인분석 결과 중요속성은 정보안내 서비스 및 특산물, 인적 서비스, 농촌관광 프로그램, 농촌관광 수용태세로 나타났으며, 만족도는 농촌관광프로그램, 정보안내 서비스, 농촌관광 수용태세, 인적 서비스로 나타났다. 외국인 관광객들은 종사원의 태도, 목적지 자연환경, 언어소통, 농촌관광설명, 식·음료 가격, 접근성, 체험마을 시설, 체험프로그램을 중요시 하는 것으로 나타났으며, 국가별로 중요속성에 대한 차이가 있는 것으로 나타났다.

Mutinda & Mayaka(2012)는 케냐의 내국인 관광객 118명을 대상으로 관광지 선택 속성을 분석한 결과 지식과 모험, 경제적 요인, 안전성, 목적지에 대한 정보, 여행 준비, 여행지의 특색, 가족 및 친구, 레저 및 여가활동, 종교 및 문화, 여행에 대한 자랑 순으로 중요도가 높게 나타났다. 이상의 농촌체험 속성과 관련된 선행연구들을 살펴보면 농촌체험은 숙박 및 음식, 체험프로그램, 자연환경, 지역주민의 태도, 서비스, 접근성, 전통문화, 특산물 등 다양한 속성을 포함하는 것으로 나타나고 있다.

### 2.2. 만족과 행동의도

만족(Satisfaction)은 상품이나 서비스를 경험하고 난 후 얼마나 마음에 들어 하는지 또는 마음에 들어하지 않는지와 관련된 심리적 개념이다(WTO, 1985; Woodside, Frey, & Daly,

1989). 만족은 소비자의 경험에서 오는 긍정적인 감정으로 정의할 수 있는데, 상품이나 서비스에 대해 가졌던 사전 기대와 경험 후의 인식을 비교하여 성과가 기대를 넘는 것으로 인식되면 만족하게 되어 상품이나 서비스에 대해 긍정적인 태도를 이끌게 되며, 이는 소비자의 이후 행동의도에도 영향을 미치게 되는 것이다(Carpenter, 2008; Rust & Oliver, 1994).

관광행동과 관련하여서도 관광객의 만족은 관광 전에 가졌던 기대와 경험의 차이에서 온다(Moutinho, 1987; Pizam, Neumann, & Reichel, 1978). 관광에서 만족은 사람들과의 접점, 서비스, 시설 등 많은 개별적인 측면을 가지고 있기 때문에 일반적인 서비스와는 달리 다양한 측면을 포함하고 있다(Truong & Foster, 2006). 관광 경험이 기대했던 것보다 좋으면 관광객은 만족하게 되며, 관광 경험에서 불쾌감을 갖게 되면 불만족하게 되는 것이다(Reisinger & Turner, 2003).

행동의도(Behavioral intention)는 추천이나 재구매, 재방문의향 등을 포함하는 개념으로, 소비자들이 상품이나 서비스를 구매 후 어떤 대상에 대해 태도를 형성하게 되고, 이는 특정한 미래행동으로 이어지게 되는 것이다(Fishbein & Ajzen, 1975; Boulding, Kalar, Staelin, & Zeithaml, 1993).

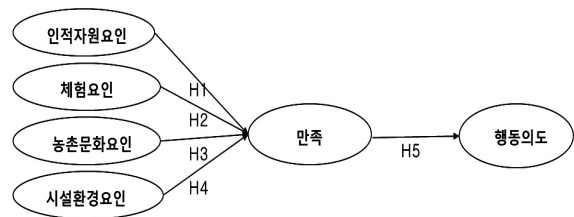
그동안 만족과 행동의도의 관계에 대해 많은 연구가 이루어져 왔다(Chen & Chen, 2010; Cronin & Taylor, 1992; Lee, Lee, & Choi, 2010; Williams & Soutar, 2009). 관광 경험에 대해 만족한 관광객은 목적지에 재방문하게 되며, 다른 이에게 추천하거나 긍정적으로 말하게 된다. 반면, 만족하지 못한 관광객은 같은 목적지를 재방문하지 않게 되며, 다른 이에게 추천하지 않거나 부정적으로 말하게 됨으로써 관광지의 이미지와 평판에 안 좋은 영향을 미치게 된다(Reisinger & Turner, 2003; Shoemaker & Lewis, 1999).

### 3. 연구방법

#### 3.1. 연구모형 및 가설 설정

본 연구에서는 선행연구를 바탕으로 농촌체험의 속성, 만족, 행동의도의 관계에 대해 <그림 1>과 같은 연구모형을 설정하였다.

<그림 1> 연구모형



체험의 속성은 방문객의 만족에 영향을 미치는 중요한 변수이다. 농촌체험의 물리적 환경과 상호작용은 체험객의 만족과 충성도에 영향을 미치는 것으로 나타났으며(최영창 & 김성수, 2007), 대학생을 대상으로 한 농촌체험 속성 중 시설요인과 체험요인이 만족과 재방문의사 추천의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다(한상겸, 2009). 어촌마을 체험관광의 속성 중 주변적인 매력요인과 관광자원요인이 체험관광 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다(장양래, 윤유식, & 구본기, 2011). 자연휴양 리조트 방문객을 대상으로 한 연구에서는 속성 중 친근한 서비스와 품질, 숙박시설이 방문객의 전반적 만족에 영향을 미치는 것으로 나타났다(Meng, Tepanon, & Uysal, 2008). 생태체험마을의 속성을 대상으로 이루어진 연구에서는 성인의 경우 프로그램·서비스, 시설이 방문객의 만족에 영향을 미쳤으며, 초등학교의 경우 프로그램·서비스, 시설, 마을환경이 방문객의 만족에 영향을 미치는 것으로 나타났다(김경희 & 이선민, 2017). 이에 본 연구에서는 선행연구를 바탕으로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

**H1. 농촌체험의 속성은 만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.**

**H1a. 농촌체험 속성의 인적자원요인은 만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.**

**H1b. 농촌체험 속성의 체험요인은 만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.**

**H1c. 농촌체험 속성의 농촌문화요인은 만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.**

**H1d. 농촌체험 속성의 시설환경요인은 만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.**

많은 연구를 통해 관광이나 체험의 속성은 방문객의 만족에 영향을 미치며, 만족은 행동의도에 영향을 미치는 것으로 나타나고 있다(조태영 & 서태양, 2009; Baker & Crompton, 2000; Yoon, Lee, & Lee, 2010; Williams & Soutar, 2009). 이에

본 연구에서는 선행연구를 바탕으로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

**H2. 농촌체험의 만족은 행동의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.**

### 3.2. 측정항목 도출

본 연구는 선행연구를 토대로 설문항목을 개발하였다. 농촌관광이나 체험의 속성에 관련된 선행연구(윤유식, 양정임, & 장양례, 2013; Mutinda & Mayaka, 2012)를 바탕으로 농촌체험 속성 항목을 도출하였으며, 학생들의 농촌체험 특성을 고려하여 체험 진행자의 관련 지식과 서비스에 관련된 항목들을 추가하였다. 각 문항은 농촌관광 분야의 3인의 전문가(focus group)를 대상으로 문항의 적절성을 검증하였으며, 25명의 농촌체험객을 대상으로 예비조사(pre-test)를 실시하여 의미가 중복된 문항과 표현이 모호한 일부 문항을 수정·보완하였다. 최종적으로 선정된 20개의 농촌체험 속성에 대해 리커트 7점 척도(1='전혀 그렇지 않다', 5='보통이다', 7='매우 그렇다')로 측정하였다. 체험객 만족은 선행연구(Lee, Lee, & Choi, 2010; Oliver, 1997; Zeithaml, Berry, & Parasuraman, 1996)를 바탕으로 4문항을 도출하였으며, 행동의도는 선행연구(Chen & Hu, 2009; Ha & Jang, 2010; Lee, Yoon, & Lee, 2007; Ryu, Han, & Kim, 2008)를 바탕으로 3문항을 도출하였다. 체험객 만족과 행동의도 문항 또한 리커트 7점 척도로 측정하였다.

### 3.3. 자료수집

설문조사는 전국 25개(경기6, 강원3, 충북4, 충남2, 전북2, 전남3, 경북2, 경남3) 체험마을 방문객을 대상으로 이루어졌는데, 학생층을 대상으로 농촌체험 프로그램을 운영하고 있는 마을을 조사대상으로 선정하였다. 조사기간은 2014년 7월부터 9월 사이에 이루어졌다. 조사원이 조사대상자에게 연구의 취지를 설명한 뒤 설문에 응답해줄 것을 요청하는 자기기입식 설문방법을 사용하였다. 농촌체험이 학생 단체 체험객들을 중심으로 이루어지는 경우가 많기 때문에 조사대상은 초·중·고등학교 학생들을 대상으로 하여 실시하였다. 전체 450명을 대상으로 설문지를 배부하여 442부를 회수하였으며, 이 중 응답이 불충분하여 분석에 적합하지 않은 33부를 제외하고 최종적으로 408부를 분석에 사용하였다.

### 3.4. 분석방법

농촌체험 속성 변인의 기저에 존재하는 차원을 도출하기 위해 SPSS 20.0을 이용하여 주성분분석과 베리맥스 회전법을 적용하여 탐색적 요인분석(EFA: Exploratory Factor Analysis)을 실시하였으며, 요인분석 시 변수와 요인의 선택에는 요인부하량 0.4 이상, 고유치 1 이상, 원 변량의 60% 이상을 설명하는 것을 기준으로 하였다. 이후 각 개념들의 타당성과 신뢰성을 알아보기 위해 확인적 요인분석(CFA: Confirmatory Factor Analysis)을 실시하였으며, 가설 검증을 위해 구조방정식 분석(SEM: Structural Equation Modeling)을 실시하였다.

## 4. 분석 결과

### 4.1. 조사대상자의 특성

조사대상자의 특성은 <표 1>과 같다. 성별은 남학생이 163명(40%), 여학생이 245명(60%)로 나타났으며, 재학 중인 학교는 초등학교가 198명(48.5%), 중학생 157명(38.5%), 고등학생이 49명(12.0%)로 나타났다. 이전에 농촌체험 경험이 없는 경우가 142명(34.8%)이었으며, 1회가 115명(28.2%), 2회가 81명(19.9%), 3회 이상은 69명(16.9%)로 나타났다. 체험을 위해 방문한 목적지까지의 거리는 30분 이하가 168명(41.2%), 31-60분이 88명(21.6%), 61-120분이 55명(13.5%), 121분 이상이 16명(3.9%)으로 나타났다. 거주지는 특광역시 74명(18.1%), 시단위에 거주하는 경우가 226명(55.4%), 군단위에 거주하는 경우가 108명(26.5%)로 나타났다. 체험 일정은 당일 256명(62.7%), 1박 2일이 114명(27.9%), 2박 3일이 26명(6.4%), 3박 4일 이상이 11명(2.7%)로 나타났다.

### 4.2. 농촌체험 속성의 다차원 구성개념 도출

농촌체험 속성에 대한 항목들이 동일한 개념을 측정하였는지를 확인하기 위해 먼저 탐색적 요인분석을 실시하였다(표 2). 20개의 농촌체험 속성 항목을 대상으로 요인분석을 실시한 결과 총 4개의 요인이 생성되었다. 4개 요인은 총 분산의 75.239%를 차지하여 비교적 높은 설명력을 나타내었으며, Kaiser-Meyer-Olkin의 표본적절성 검사 결과 0.953으로 높게 나타났다.

〈표 1〉 조사대상자의 특성(N=408)

구분		빈도(%)	구분		빈도(%)
성별	남자	163(40,0)	목적지까지의 거리	30분 이하	168(41,2)
	여자	245(60,0)		31-60분	88(21,6)
재학중인 학교	초등학교	198(48,5)		61-120분	55(13,5)
	중학교	157(38,5)		121분 이상	16(3,9)
	고등학교	49(12,0)	거주지	특광역시	74(18,1)
이전의 농촌체험 경험	없다	142(34,8)		시	226(55,4)
	1회	115(28,2)		군	108(26,5)
	2회	81(19,9)	체험 일정	당일	256(62,7)
	3회 이상	69(16,9)		1박 2일	114(27,9)
		2박 3일		26(6,4)	
		3박 4일 이상		11(2,7)	

〈표 2〉 탐색적 요인분석 결과

변수명	요인 부하량	고유치	분산 설명력	$\alpha$	평균 <sup>a</sup>
요인 1: 인적자원요인		4,293	21,463	0,932	6,02
체험 진행자는 민음이 가고 신뢰할 수 있었다.	.795				
체험 진행자는 잘 도와주었다.	.794				
체험 진행자는 관련 지식이 풍부하였다.	.736				
체험 진행자는 체험객을 인격적으로 존중하였다.	.703				
체험 진행자는 예의바르고 친절하였다.	.676				
요인 2: 체험요인		3,982	19,910	0,928	5,82
체험 진행자는 알기 쉽게 설명하였다.	.790				
체험프로그램은 예정된 대로 진행되었다.	.736				
체험프로그램의 구성은 적절하게 이루어졌다.	.730				
체험프로그램의 수준은 질적으로 우수하였다.	.715				
체험프로그램은 유익하였다.	.633				
체험을 위한 시설과 장비는 잘 준비되어 있었다.	.557				
요인 3: 농촌문화요인		3,704	18,520	0,907	5,85
자연환경의 중요함을 느낄 수 있었다.	.765				
우리의 전통문화를 배울 수 있었다.	.749				
농촌 주민들의 노고에 대해 이해하고 고마움을 느끼게 되었다.	.682				
색다른 문화와 분위기를 경험할 수 있었다.	.680				
농업과 농촌에 대해 많은 것을 알게 되었다.	.641				
요인 4: 시설환경요인		3,026	15,130	0,837	5,80
체험장 주변의 정리정돈은 잘 되어 있었다.	.727				
체험장은 안전하고 위험한 요소가 없었다.	.714				
식사의 맛과 질은 좋았다.	.650				
화장실과 숙소는 사용하기에 불편한 점이 없었다.	.622				

설명분산의 누적값 = 75,02%, KMO = 0,953  
Bartlett의 구형성 검정 근사  $\chi = 6916,829(df=190, p<0,001)$

주: a 1=전혀 그렇지 않다, 7=매우 그렇다.

〈표 3〉 확인적 요인분석 결과

요인	변수명	표준화 계수	C,R값	R <sup>2</sup>
인적자원요인	체험 진행자는 믿음이 가고 신뢰할 수 있었다.	0,852	22,640	0,725
	체험 진행자는 잘 도와주었다.	0,861	23,079	0,741
	체험 진행자는 체험객을 인격적으로 존중하였다.	0,876	23,826	0,767
	체험 진행자는 예의바르고 친절하였다.	0,865	-	0,749
체험요인	체험 진행자는 알기 쉽게 설명하였다.	0,835	20,601	0,698
	체험프로그램의 구성은 적절하게 이루어졌다.	0,885	22,611	0,784
	체험프로그램의 수준은 질적으로 우수하였다.	0,857	21,452	0,734
	체험프로그램은 유익하였다.	0,836	-	0,699
농촌문화요인	자연환경의 중요함을 느낄 수 있었다.	0,846	19,970	0,715
	우리의 전통문화를 배울 수 있었다.	0,764	17,323	0,583
	색다른 문화와 분위기를 경험할 수 있었다.	0,852	20,181	0,726
	농업과 농촌에 대해 많은 것을 알게 되었다.	0,820	-	0,672
시설환경요인	체험장 주변의 정리정돈은 잘 되어 있었다.	0,826	16,661	0,682
	체험장은 안전하고 위험한 요소가 없었다.	0,709	14,150	0,503
	식사의 맛과 질은 좋았다.	0,717	14,334	0,515
	화장실과 숙소는 사용하기에 불편한 점이 없었다.	0,758	-	0,575
만족	농촌체험은 전반적으로 만족스러웠다.	0,866	22,035	0,749
	농촌체험에 참여한 것은 현명한 선택이었다.	0,919	24,395	0,845
	농촌체험에 참여한 것을 기쁘게 생각한다.	0,912	24,071	0,832
	농촌체험은 기대했던 것보다 만족스러웠다.	0,833	-	0,693
행동의도	나는 다음에도 기회가 되면 농촌체험을 할 것이다.	0,865	25,003	0,747
	나는 농촌체험에 대해 좋게 말할 것이다.	0,940	29,702	0,884
	나는 주위 친구들에게 농촌체험을 할 것을 권유할 것이다.	0,894	-	0,800

주: C,R: Critical Ratio.

〈표 4〉 적합도 지수

	$\chi^2$	df	$Q(\chi^2/df)$	NFI	IFI	NNFI	CFI	RMSEA
CFA	614,147	215	2,856	0,928	0,952	0,944	0,952	0,068
SEM	639,614	219	2,919	0,926	0,950	0,942	0,950	0,069
기준값			≤3	≥0,9	≥0,9	≥0,9	≥0,9	≤0,08

요인 1은 전체 변량의 21.463%를 설명하며 요인을 구성하는 변인들은 체험 진행자의 관련 지식과 서비스 등과 관련되어 있어 ‘인적자원요인’으로 명명하였다. 요인 2는 전체 변량의 19.910%를 설명하며 체험프로그램의 구성과 진행에 대한 변인들을 포함하고 있어 ‘체험요인’으로 명명하였다. 요인 3은 전체 변량의 18.520%를 설명하며 농업과 농촌 문화에 대한 경험에 대한 변인들을 포함하고 있어 ‘농촌문화요인’으로 명명

하였다. 요인 4는 전체 변량의 15.130%를 포함하고 있으며 체험장과 주변의 시설에 대한 변인들을 포함하고 있어 ‘시설환경요인’으로 명명하였다.

<표 5> 구성개념 간 상관관계 행렬을 이용한 판별타당성 검증

	인적자원요인	체험요인	농촌문화요인	시설환경요인	만족	행동의도
인적자원요인						
체험요인	.780(.608)					
농촌문화요인	.819(.671)	.792(.627)				
시설환경요인	.791(.626)	.819(.671)	.762(.581)			
만족	.736(.542)	.696(.484)	.708(.501)	.675(.456)		
행동의도	.659(.434)	.677(.458)	.621(.386)	.587(.345)	.786(.618)	
Cronbach $\alpha$	.932	.928	.907	.837	.932	.924
CR	.902	.884	.851	.769	.915	.896
AVE	.696	.655	.588	.454	.730	.742

주: AVE=Average Variance Extracted(평균분산추출값), CR=Construct Reliability(개념신뢰도)  
괄호안의 숫자는 상관지수치를 의미함

### 4.3. 확인적 요인분석

본 연구의 구성개념들에 대한 측정항목들을 토대로 확인적 요인분석을 실시하였다. 다중상관계수(SMC: Squared Multiple Correlations)는 관측변수의 신뢰도를 나타낸다. ‘체험 진행자는 관련 지식이 풍부하였다’, ‘체험프로그램은 예정된 대로 진행되었다’, ‘체험을 위한 시설과 장비는 잘 준비되어 있었다’, ‘농촌 주민들의 노고에 대해 이해하고 고마움을 느끼게 되었다’의 4개 문항은 다중상관계수가 비교적 낮게 나타나 제거하였다. 최종적으로 16개의 변수로 확인적 요인분석을 실시하였으며 모델 적합도는  $\chi^2$ 값의 유의확률, Q값( $\chi^2/df$ ), NFI, IFI, NNFI, CFI, RMSEA 등의 수치로 확인하였다.  $\chi^2$ 값의 경우 614.147( $p<.001$ )로 나타나 모형이 적합하다는 귀무가설이 기각되었지만 표본의 크기가 증가하면 모델이 통계적으로 유의한 차이가 없는데도 차이가 있는 것으로 나타날 수 있기 때문에 그 대안인 Q값( $\chi^2/df$ )을 통해 적합 여부를 살펴보았다. 그 결과 Q값이 2.856으로 3보다 작기 때문에 측정모형은 적합함을 알 수 있다. 그 외에 다른 적합도 지수를 살펴보면, NFI = 0.928, IFI = 0.952, NNFI = 0.944, CFI = 0.952, RMSEA = 0.068로 나타나 적합한 수준으로 나타났다.

다음으로 잠재변수에 대한 개념타당성(construct validity)은 집중타당성(convergent validity)과 판별타당성(discriminant validity)을 통해 확인하였다. 집중타당성은 잠재개념에 대한 지표의 설명분산력을 나타내는 평균분산추출값(AVE: Average Variance Extracted), 지표의 내적일관성을 나타내는 개념신뢰도(CR: Composite Reliability), Cronbach's  $\alpha$  등이 이용된다. 분석결과

평균분산추출값은 0.454~0.742로 나타나 ‘시설환경요인’의 AVE 값만 기준치에 약간 미치지 못하는 것으로 나타났으나 다른 요인들은 기준치인 0.5를 상회하였으며, 개념신뢰도 값은 0.769~0.915로 나타나 기준치인 0.7보다 높게 나타났다. Cronbach's  $\alpha$  값은 0.837~0.932로 기준치인 0.7을 상회함으로써 측정모형에 대한 내적일관성이 증명되어 구성개념의 집중타당성이 확보되었다. 구성개념 간 판별타당성을 확인하기 위해 먼저 가장 엄격한 방법인 AVE값과 잠재변수 간 상관지수치를 비교하는 방법에서 체험요인과 시설환경요인의 관계에서 체험요인의 AVE가 0.655로 상관관계의 제곱값보다 낮고, 시설환경요인과 만족요인의 상관관계에서 시설환경요인의 AVE가 0.454로 낮게 나타났다. 하지만 체험요인과 시설환경요인, 시설환경요인과 만족요인 간 신뢰구간이 완전한 상관관계를 의미하는 1을 포함하지 않고 있고, 잠재변수들 간의 제약모델과 비제약모델을 이용한  $\chi^2$  차이분석을 실시한 결과 통계적으로 유의한 것으로 나타나 판별타당성을 만족하는 것으로 나타났다.

### 4.4. 구조방정식 분석에 의한 가설 검증

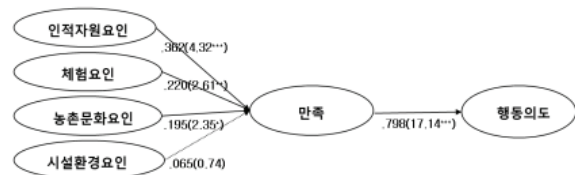
본 연구의 이론적 모델을 검증하기 위해 구조방정식 분석(SEM: Structural Equation Modeling)을 실시한 결과 모형 적합도의 경우  $\chi^2=639.614(df=219)$ ,  $Q(\chi^2/df)=2.919$ , NFI=0.926, IFI=0.950, NNFI=0.942, CFI=0.950, RMSEA=0.069로 나타나 모형이 적합함을 알 수 있다. <표 6>과 <그림 2>에서 보는 바와 같이, 농촌체험 속성의 인적자원요인과 체험요인, 농촌문화요인이

〈표 6〉 구조방정식 분석에 의한 가설 검증결과

경로	표준화계수	S.E.	R <sup>2</sup>	t값	p값	결과
H1 : 인적자원요인 → 만족	.362	.088	.611	4,317	.000***	채택
H2 : 체험요인 → 만족	.220	.081		2,610	.009**	채택
H3 : 농촌문화요인 → 만족	.195	.085		2,349	.019*	채택
H4 : 시설환경요인 → 만족	.065	.085	.638	.741	.459	기각
H5 : 만족 → 행동의도	.798	.053		17,137	.000***	채택

체험객 만족에 영향을 미치는 것으로 나타나 연구가설 H1~H3이 지지되었다. 반면, 시설환경요인은 체험객 만족에 영향을 미치지 않는 것으로 나타나 연구가설 H4는 기각되었다. 또한 체험객 만족은 행동의도에 영향을 미치는 것으로 나타나 연구가설 H5는 지지되었다. 구체적으로 살펴보면, 인적자원요인, 체험요인, 농촌문화요인 순으로 체험객 만족에 큰 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 이들 설명변수가 체험객 만족을 61.1% 설명하는 것으로 나타났다. 또한 체험객 만족은 행동의도를 63.8% 설명하는 것으로 나타났다.

〈그림 2〉 구조방정식 모델 분석결과



\* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$ , Standardized coefficient(t-value)

### 5. 결 론

본 연구는 농촌체험 속성이 방문객의 만족과 행동의도에 미치는 영향을 분석하였다. 농촌체험 속성에 대한 요인분석 결과 농촌체험 속성은 인적자원요인, 체험요인, 농촌문화요인, 시설환경요인으로 나타났다. 인적자원요인은 평균값이 가장 높은 6.02를 나타내고 있으며, 시설환경요인은 5.80으로 가장 낮아 농촌체험객들이 인적자원에 대한 중요도를 높게 인식하는 반면, 시설환경요인에 대한 중요도는 비교적 낮게 인식하는 것으로 나타났다.

농촌체험 속성이 방문객의 만족과 행동의도에 미치는 영향을 구조방정식으로 분석한 결과 인적자원요인, 체험요인, 농촌문화요인 순으로 방문객의 만족에 영향을 미쳤으며, 방

문객의 만족은 행동의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 선행연구(김기현, 최연화, & 윤유식, 2015; 윤유식, 양정임, & 장양례, 2013; Mutinda & Mayaka, 2012)와 유사한 결과이다.

본 연구의 결과를 통해 체험마을 방문객의 만족을 향상시키기 위해서는 체험 진행자의 친절함과 유의한 체험프로그램, 농촌의 자연환경과 문화에 대한 경험이 중요하다는 것을 나타내고 있다. 학생들을 대상으로 한 농촌체험이 대부분 단체 체험객을 중심을 이루어지고 있지만, 체험 진행자와의 인적 교류와 친절한 설명, 관련분야에 대한 지식과 신뢰를 느낄 수 있도록 하는 것이 중요하다. 체험객들이 농촌을 방문하여 농촌성을 느끼고 농촌의 인심과 정서를 느끼는 가운데 우수하고 유의한 프로그램을 경험하도록 해야 할 것이다. 또한 농촌의 아름다운 자연환경을 느끼고 전통문화와 농업과 농촌에 대해 이해할 수 있도록 하는 것도 매우 중요할 것이다.

따라서 체험마을이나 농장 운영자들은 단체로 방문하는 학생들을 대상으로 하여 농촌의 푸근함과 따뜻함, 좋은 프로그램을 제공하도록 하는데 중점을 두어야 할 것이다. 정책결정자들은 농촌체험 활성화를 위해 마을 체험운영자들이 질적으로 우수한 프로그램을 개발할 수 있도록 하며, 인적자원을 양성하고 현장에서 활동할 수 있도록 지원하는 것이 필요할 것이다.

본 연구는 농촌체험객 중 학생들을 대상으로 한 농촌체험의 다차원 속성과 만족, 행동의도의 관계를 분석함으로써 학생들의 농촌체험에 대한 인식과 행동을 실무적으로 분석하였다는데 의의가 있다. 본 연구에서는 초·중·고등학생층을 대상으로 속성과 행동을 분석하였으나 후속연구에서는 학생들의 연령을 보다 세분화하여 농촌체험 행동 특성을 분석하는 연구도 필요할 것이다.



참 고 문 헌

1. 김경희, & 이선민. (2014). 생태체험마을 속성이 방문객의 만족에 미치는 영향: 성인과 초등학생 비교를 중심으로. *농촌지도와 개발*, 21(4), 909-938.
2. 김광근, 여창원, & 김용철. (2007). 방한 중국인관광객의 여행상품선택속성과 만족도에 관한 연구. *관광연구*, 22(1), 133-153.
3. 김기현, 최연화, & 윤유식. (2015). 외국인 관광객의 농촌관광 선택속성에 따른 만족도 및 충성도 연구. *관광연구*, 30(3), 21-40.
4. 김병국, & 김보현. (2012). 지역축제 속성이 방문객 만족과 자발적 행동에 미치는 영향. *대한경영학회지*, 25(2), 1139-1152.
5. 김인신, & 조민호. (2011). 제주올레 관광지 속성, 도보관광객 편익, 그리고 지각된 가치 간 관계 분석: 수단-목적 사슬 이론 적용. *관광연구논총*, 23(2), 127-154.
6. 모영미, 조현홍, 유창남, & 전기홍. (2014). 관광지의 속성과 관광객의 재방문의도. *문화산업연구*, 14(1), 17-23.
7. 오정근. (2008). 축제의 체험속성과 환경단서가 방문객 만족에 미치는 영향. *관광학연구*, 32(4), 301-324.
8. 윤유식, 양정임, & 장양례. (2013). 6차산업 농어촌관광마을 선택속성 세분시장에 따른 체험프로그램 선호도 및 행동의도 연구. *농촌지도와 개발*, 20(3), 755-775.
9. 임화순, & 고계성. (2006). 관광목적지 매력속성에 따른 중요도-성취도 연구. *관광연구*, 21(1), 177-190.
10. 장양례. (2005). 축제 평가속성이 방문객 만족과 충성도에 미치는 영향연구. *문화관광연구*, 7(2), 163-180.
11. 장양례, 윤유식, & 구분기. (2011). 어촌관광객의 선호속성, 어촌체험관광 만족도 및 체험관광 상품개발 지도, 추천의도에 관한 실증적 연구: 고창군 만들어진 체험마을을 중심으로. *관광연구*, 25(6), 341-363.
12. 조장현, & 권종현. (2004). 유럽관광지 매력속성의 기대수준과 만족수준 평가 및 재방문/추천과의 관계 연구. *관광연구*, 19(2), 19-34.
13. 조태영, & 서태양. (2009). 안동 하회마을 문화관광체험이 관광만족과 행동의도에 미치는 영향. *한국콘텐츠학회논문지*, 9(7), 361-370.
14. 최영창, & 김성수. (2007). 청소년 농촌체험관광의 서비스품질, 만족도 및 충성도의 구조분석. *한국청소년연구*, 18(2), 239-261.
15. 한상겸. (2009). 농촌관광지 선택속성이 만족도와 재방문 및 추천의도에 미치는 영향. *한국항공경영학회지*, 7(2), 3-16.
16. Baker, D. A., & Crompton, J. L. (2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 785-804.
17. Boulding, W, Kalar, A, Staelin, R, & Zeithaml V. A. (1993). A dynamic process model of service quality: From expectation to behavioral intentions. *Journal of Marketing Research*, 30(1), 7-27.
18. Carpenter, J. M. (2008). Consumer shopping value, satisfaction, and loyalty in discount retailing. *Journal of Retailing and Consumer Service*, 15(5), 358-363.
19. Chen, C. F., & Chen, F. S. (2010). Experience quality, perceived value, satisfaction and behavioral intentions for heritage tourists. *Tourism management*, 31(1), 29-35.
20. Chen, P. T., & Hu, H. H. (2009). The effect of relational benefits on perceived value in relation to customer loyalty : An empirical study in the Australian coffee outlets industry. *International Journal of Hospitality Management*, 29(3), 405-412.
21. Cronin, J., & Taylor, S. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55-68.
22. Gartner, W. C. (1989). Tourism image: Attribute measurement of state tourism products using multidimensional scaling techniques. *Journal of Travel Research*, 28(2), 16-20.
23. Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. MA: Addison-Wesley.
24. Ha, J., & Jang, S. C. (2010). Perceived values, satisfaction, and behavioral intentions: The role of familiarity in Korean restaurants. *International Journal of Hospitality Management*, 29(1), 2-13.
25. Holbrook, M. B. (2000). The millennial consumer in the texts of our times: Experience and entertainment. *Journal of Macromarketing*, 20(2), 178-192.
26. Holbrook, M., & Hirschman, E. (1982). The experiential aspects of consumption: Fantasies, feelings, and fun. *Journal of Consumer Research*, 9, 132-140.
27. Kim, K. H., & Park, D. B. (2014). Factors influencing rural tourists' purchasing behaviour: Four types of direct farm markets in South Korea. *Tourism Economics*, 20(3), 629-645.
28. Lee, J. S., Lee, C. K., & Choi, Y. J. (2010). Examining the role of emotional and functional values in festival evaluation. *Journal of Travel Research*, 50(6), 685-696.
29. Lee, C. K., Yoon, Y. S., & Lee, S. K. (2007). Investigating the relationships among perceived value, satisfaction, and recommendations: The case of the Korean DMZ. *Tourism Management*, 28(1), 204-214.
30. Meng, F., Tepanon, Y., & Uysal, M. (2008). Measuring tourist satisfaction by attribute and motivation: The case of a nature-based resort. *Journal of Vacation Marketing*,

- 14(1), 41-56.
31. Moutinho, L. (1987). Consumer behavior in tourism. *European Journal of Marketing*, 21(10), 1-44.
  32. Mutinda, R., & Mayaka, M. (2012). Application of destination choice model: Factors influencing domestic tourists destination choice among residents of Nairobi, Kenya. *Tourism Management*, 33(6), 1593-1597.
  33. O'Leary, S., & Deegan, J. (2005). Ireland's image as a tourism destination in France: Attribute importance and performance. *Journal of travel research*, 43(3), 247-256.
  34. Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. New York: McGraw-Hill.
  35. Pine, J., & Gilmore, J. (1998). Welcome to the experience economy, *Harvard Business Review*, July-August, 97-105.
  36. Pizam, A., Neumann, Y., & Reichel, A. (1978). Dimensions of tourism satisfaction with a destination area. *Annals of Tourism Research*, 5, 314-322.
  37. Reisinger, Y., & Turner, L. W. (2003). *Cross-cultural behaviour in tourism: Concepts and analysis*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
  38. Rust, R. T., & Oliver, R. L. (1994). Service quality: insights and managerial implication from the frontier. In T. Roland Rust, & Richard L. Oliver (Eds.), *Service quality : New directions in theory and practice* (pp. 1-19). Thousand Oaks, CA: Sage.
  39. Ryu, K., Han, H., & Kim, T. H. (2008). The relationships among overall quick-casual restaurant image, perceived value, customer satisfaction, and behavioral intentions. *International Journal of Hospitality Management*, 27(3), 459-469.
  40. Shoemaker, S., & Lewis, R. C. (1999). Customer loyalty: The future of hospitality marketing. *International Journal of Hospitality Management*, 18, 345-370.
  41. Truong, T. H., & Foster, D. (2006). Using HOLSAT to evaluate tourist satisfaction at destinations: The case of Australian holidaymakers in Vietnam. *Tourism management*, 27(5), 842-855.
  42. Williams, P., & Soutar, G. N. (2009). Value, satisfaction and behavioral intentions in an adventure tourism context. *Annals of Tourism Research*, 36(3), 413-438.
  43. Woodside, A. G., Frey, L. L., & Daly, R. T. (1989). Linking service quality, customer satisfaction and behavioral intention. *Journal of Health Care Marketing*, 9(4), 5-17.
  44. WTO. (1985). *Identification and evaluation of those components of tourism services which have a bearing on tourist satisfaction and which can be regulated, and state measures to ensure adequate quality of tourism services*. Madrid, Spain: World Tourism Organization.
  45. Yoon, S. Y., Lee, J. S., & Lee, C. K. (2010). Measuring festival quality and value affecting visitors' satisfaction and loyalty using a structural approach. *International Journal of Hospitality Management*, 29(2), 335-342.
  46. Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31-46.

---

Received 31 October 2015; Revised 03 December 2015; Accepted 17 December 2015



Kyung Hee Kim is a graduate student of College of Hotel and Tourism at Kyung Hee University. Her research interests on contents development, consumer behavior, and rural tourism.  
Address: (02447) College of Hotel and Tourism, Kyung Hee University, 1 Hoegi-Dong Dongdaemoon-Gu, Seoul, South Korea.  
E-mail) khkim08@khu.ac.kr  
phone) 82-10-9133-4820