

농가레스토랑 이용고객의 중요도-만족도 분석

- 완주군 비비정을 사례로 -

한아름 · 한진 · 이인재 · 장동현

전북대학교 농업경제학과

Analysis on Factors of Importance and Performance in terms of Securing Customers of Farm Restaurants - Based on the Case of Bibijeong in Wanju-Gun -

Han, A-Reum · Han, Jin · Lee, In-Jae · Jang, Dong-Heon

Department of Agricultural Economics, Chonbuk National University

ABSTRACT : This study aimed to analyze factors of importance and performance picked by customers of Bibijeong, a farm restaurant operated by the local community of Wanju-gun. Major points include: Recognition paths mostly were word of mouth and mass media, types of visit were in the company of friends, family members or work colleagues, and purposes of visit included consumption of meal and identifying features of the restaurant. Secondly, factor analysis showed that level of facility, atmosphere/cleanness, diversity of menu, employees, ingredients and network. The Cronbach Alpha coefficient was +0.6. Thirdly, average of importance of factors was 3.861 while average performance was 3.429. IPA analysis showed that employee(communication, customer contact) in the first quadrant proved the need for fast improvement through training. Atmosphere/cleanness (interior atmosphere, table clean, kitchen cleanliness, clean dishes, interior design) and employee(proficiency, menu recognition), foodstuff(freshness, origin, safety) in the second quadrant showed that the marketing strategy of improvement as well as maintaining current status is needed, including regular training and hygiene inspection. The third quadrant contains facilities(disability, baby, fire protection) and food menu(food packing, various menu, creative menu, menu description), network(village economic links), which showed the need for gradual improvement. The fourth quadrant contains network(sights's near contains. The results so far can be summed into the statement that overcoming the basic functionality of providing meals and linking the restaurant with local attractions and local economy would be need, as well as building up the image of unique farm restaurant with local features, so that Bibijeong can serve as the centerpiece of community and foundation of exchange with other areas.

Key words : Farm Restaurants, Importance and Performance, Local Community

I. 서론

농업·농촌의 농정 패러다임은 효율성에서 농업인의 행복 중시로, 개별 경영체에서 지역공동체 중심의 종합적 네트워크로, 농업·식품의 개별적이며 분산적인 접근에서 생산과 융복합한 6차산업으로, 정부주도의 획일성에서

지역특성을 반영하고 지역·주민이 참여하여 이에 상응하는 책임 강조로 변화되고 있다(농림축산식품부, 2013). 이러한 패러다임의 변화에 부응하고 농가소득의 향상과 농촌공동체의 활성화라는 대안으로 농업·농촌의 6차산업화가 등장하였다.

이와 같은 농정 패러다임의 변화는 대내외적으로 FTA 등 시장개방화, 농업인구의 고령화, 인구의 과소화, 농가경제의 악화, 도농소득의 격차 등이 영향을 주고 있다고 할 수 있다. 이에 따라 농업을 생산의 관점뿐만 아니라

Corresponding author : Jang Dong Heon

Tel : 063-270-4329

E-mail : jdh584@jbnu.ac.kr

농촌지역의 종합산업이라는 차원에서 접근하고 육성할 필요성이 제기되고 있으며, 농정 패러다임의 변화를 추진하는 하나의 요인으로 작용하고 있다. 이러한 농정의 패러다임의 변화, 대내외적인 여건변화 속에서 농촌지역의 경제 활성화를 위한 농업·농촌의 6차산업화 유도과 육성의 움직임이 나타나고 있다(유학열·이영옥, 2014).

농업·농촌의 6차산업화는 농촌주민이 중심이 되어 농촌에 존재하는 자원을 바탕으로 1차, 2차, 3차산업 등을 복합적으로 연계하여 새로운 부가가치를 창조하는 활동을 의미한다. 특히 농업·농촌의 가치인식 변화, 맞춤형 소비 증가, 농식품의 안전증가와 함께 농촌 지역주민의 역량 향상, 생산적 복지의 증가 그리고 농촌공동체성에 대한 회복의 차원에서 6차산업화가 중요시되고 있다(농림축산식품부, 2014).

농업·농촌이 갖고 있는 다양한 유무형의 자원에 대한 단순한 결합이 아닌 상호 보완적이고 유기적인 융복합의 형태로 볼 때 6차산업화의 중요성은 커지고 있다. 일반적으로 농업·농촌의 6차산업은 생산중심형, 가공중심형, 서비스중심형(외식중심형, 관광체험중심형, 치유중심형)으로 구분할 수 있다. 이러한 6차산업 중 서비스중심형에 속하는 외식중심형은 현지 농산물인 로컬푸드를 활용하여 생산·체험·가공·상품 판매를 지향하는 농가레스토랑으로 볼 수 있다(농림축산식품부, 2014; 장양례외, 2014).

농가레스토랑은 농업의 생활공간인 농가와 서비스의 공간인 레스토랑이 합쳐져 생긴 단어이다. 이러한 농가레스토랑의 개념에는 농가의 생활, 농업인과 지역주민, 농업인과 도시민, 지역주민과 도시민이 함께하는 재생산이 가능한 생활공간이라는 의미를 담고 있으므로, 단절된 도시와 농촌이 다각적인 시각에서 교류되는 훌륭한 도농교류의 공간이면서 지역연계, 지역경영이라는 의미를 함축하고 있다(장면주박덕병, 2005). 따라서 농가레스토랑을 지속적인 경영체로 유지하고, 경쟁력을 향상시켜 나가는 것이 중요하다고 할 수 있다.

이와 같은 농가레스토랑은 장거리 수송, 다단계 유통과정을 거치지 않고 그 지역에서 생산·소비되는 향토음식을 통해 지역농산물의 소비촉진 및 농가소득 증대를 통한 농촌지역의 경제적 발전에 기여하고 있다(장양례외, 2014). 또한 외식중심형의 농가레스토랑의 효과는 농업의 소중함을 아는 힘, 전하지 않으면 없어져 버릴 전통의 맛을 이어가는 힘, 안전 먹을거리를 선택하는 힘, 농업에서 서비스까지의 융복합의 힘, 농업의 생명을 도시에 전달하는 힘, 신뢰와 감정을 키워주는 힘의 6가지로 볼 수 있으며, 그 중요성은 더욱 커지고 있다(김현철, 2013; 장양례외, 2014).

따라서 농가레스토랑의 지역 식재료 사용, 지역주민의

운영, 지역자원의 재순환 등이 지속되기 위해서는 소비자의 선택이 지속적으로 이루어져야 할 것이다. 또한 지속적인 부가가치의 창출, 경영체로서의 자립성, 지역공동체의 활성화의 차원에서 농가레스토랑이 제공하는 서비스 품질이 중요하다고 할 수 있다. 즉 소비자들에게 있어서 차별화된 서비스 품질을 제공함과 동시에 서비스 수준을 지속적으로 향상시켜야 한다.

이 연구는 지역주민, 지역농산물, 지역공동체가 중심이 되어 운영하고 있는 사례지역인 비비정 농가레스토랑의 이용객을 대상으로 중요도와 만족도의 차이를 분석하고자 하였다. 그리고 농가레스토랑의 만족도를 높일 수 있는 차원에서 중요도-만족도의 매트릭스 분석을 통해 마케팅차원에서 시사점을 찾고자 하였다. 이러한 결과는 농가레스토랑의 지속성을 유지하기 위한 기초적인 정보를 제공할 수 있을 것이다.

II. 사례지역의 현황과 조사개요

1. 사례지역의 현황

조사대상인 비비정 농가레스토랑은 2012년 12월 14일 개장하였다. 이 농가레스토랑은 농림축산식품부 신문화공간조성사업의 2009년 공모사업 선정을 통해 지원받아 조성된 곳이다. 신문화공간조성사업은 농어촌 지역내 유무형 향토자원을 기록·복원하고, 이를 기존 문화시설 및 프로그램과 연계하여 지역을 명소화하며, 지역주민의 문화역량을 향상시켜 지역문화의 거점 및 도농교류 네트워크 기반으로 활용할 목적을 갖고 있다. 이 사업의 세부 내용으로는 하드웨어 측면에서 지역내 농어업용 시설 등을 문화공간으로 리모델링하여 문화거점 공간을 조성 및 연계하고자 하며, 소프트웨어 측면에서 유무형의 역사·문화 자산을 발굴하여 이를 이용한 교류프로그램 개발·보급 및 사회적 활동을 지원하고자 한다. 그리고 휴먼웨어 측면에서는 농어촌 문화보전 및 교류활동 조직체를 구성·운영하고 주민의 문화역량 향상을 지원하는 내용이다(농림축산식품부, 2009).

비비정 신문화공간조성사업은 사업기간이 2009~2012년이며, 총사업비 2,800백만원이 투입되었고, 사업내용으로는 하드웨어로 부지구입, 기본계획·실시계획, 시설공사의 3개 사업이며, 소프트웨어로 마을 프로그램 운영 외 3개 사업, 휴먼웨어 사업으로 주민교육 외 3개 사업이 추진되었다. 비비정 농가레스토랑의 현황을 <Table 1>에서 보면, 이 중 농가레스토랑의 면적은 349㎡이며, 마을의 여성 공동체에 의해 운영되고 있다. 또한 농가레스토

Table 1. Status of Bibijeong restaurants(2014)

Division	Contents
Area	350㎡
Open	14/12/2012
Operating	Village of women community
Foodstuff	Local foods 30%
Features	Farmstead restaurants
Operating earning	Sales: 540,000,000 Visitor(year): 20,000 Job creation(person): 8
Village economic links	Visitor center, Cafe, Woodcraft, Brewery etc.

랑에서 사용하는 식재료 중 지역 식재료는 30% 정도 사용하고 있다. 그리고 2014년 현재 농가레스토랑의 매출액은 540백만원이며, 이용객은 2만명 내외이고, 일자리 창출은 8명에 이르고 있다(완주군, 2014).

이러한 사례지역인 비비정 농가레스토랑의 위치는 <Figure 1>과 같다. 완주군의 비비정 농가레스토랑과 인근 도시와는 지리적 거리는 익산시가 15km, 전주시가 13km이며, 시간적으로 30분 내외의 거리에 위치하고 있어 인근 소비자의 접근성이 용이하다고 할 수 있다. 특히 사례지역이 속한 완주군은 행정구역이 전주시를 둘러싸고 있으며, 인근에 익산시가 있어서 소비시장의 확보가 용이한 지리적 특성을 갖고 있다.

2. 조사개요

설문조사는 비비정 농가레스토랑을 방문하여 식사를 마치고 농가레스토랑 주변에 머물고 있는 소비자를 대상으로 이루어졌다. 설문방법은 구조화된 설문지를 소비자가 직접 기입하는 방법을 이용하였다. 조사기간은 2014년 5월과 2014년 6월이며, 총 192부를 조사하였다. 이중 설문 답변이 부실한 설문지를 제외한 총 170부를 분석대상에 이용하였다. 분석은 SPSS 18.0 통계 패키지를 이용하여 빈도분석과 신뢰도와 요인분석, 대응분석 t-test, IPA 분석을 하였다.

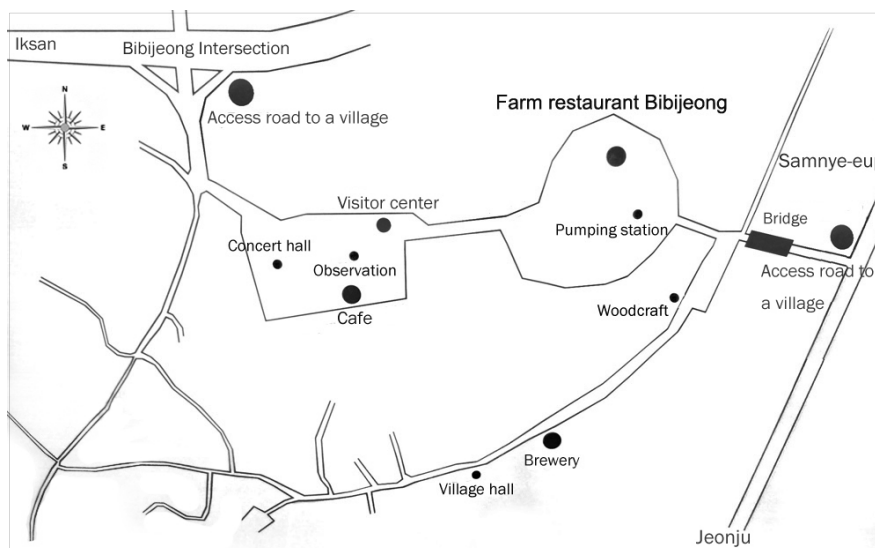


Figure 1. Location of the Farm Restaurant Bibijeong

SOURCE : Use modified farm restaurant in Bibijeong signs.

III. 분석방법 및 설문지 구성

1. IPA 분석

중요도-만족도(Importance-Performance Analysis) 분석은 1970년대 후반에 자동차산업에서 딜러의 서비스 중요성을 파악하기 위하여 처음으로 사용되었다(Martilla, J. A. and J. C. James., 1977). 그리고 중요도-만족도 분석은 다속성 모델의 각 속성의 상대적 중요도와 성취도를 비교 분석하는 평가기법이다(Keyt, J. C. et al., 1994). 그리고 기본 가정은 만족도 속성에 대한 고객의 수준을 판단하는 것이다(Hammitt et al., 1996; 이형래·서용모, 2013). 이후 중요도-만족도 분석은 마케팅 운영계획의 수립을 가능하게 하는 분석방법의 하나로 서비스마케팅, 교육, 은행, 여가 등 다양한 분야에서 활용되고 있다(Wu, H. H. and J. I. Shieh, 2009; Lee, G. and C. K. Lee, 2009; Tzeng, G. H. and H. F. Chang, 2011; Huang, H. C, 2013; Obonyo, G. O. et al., 2013; Chen, K. Y., 2014; Pan, F. C., 2015). 여기서 만족도는 수행도, 실행도, 성취도, 만족도라고도 해석되는데(손정민·김학선, 2014), 이 연구에서는 고객들이 농가레스토랑을 이용한 후에 인식하는 만족도라고 정의하였다.

중요도-만족도 분석에서 중심점을 결정하는 방법에 따라 해당 항목들이 어떤 영역에 포함하게 될지를 결정하게 되므로, 어떠한 방법을 사용하는지가 중요하다고 볼 수 있다(박종찬·김창수, 2008; 이형래·서용모, 2013). 기존

연구에서는 척도의 중앙값, 표준편차, 평균값, 임의적 방법을 사용하고 있는데(Mengak et al., 1986; Vaske, J. J. et al., 1996; Hudson and Shephard, 1998; 공기열, 2006; 윤선영, 2005), 본 연구에서는 선행연구에서 많이 사용한 중요도와 성취도의 평균값을 가지고 중심점을 설정하였다.

이와 같은 중요도-만족도 분석은 <Figure 2>와 같이 4분면으로 구분된다. 제1사분면은 집중(Concentrate Here), 제2사분면은 유지(Keep up the Good Work), 제3사분면은 저순위(Low Priority), 제4사분면은 과잉(Possible Overkill)으로 구분된다(Martilla, J. A. and J. C. James, 1977; Obonyo, G. O. et al., 2013).

제1사분면은 높은 중요도를 갖지만 만족도는 낮게 평가된 속성으로, 이 영역에서는 서비스나 제품의 만족도 수준을 시급히 개선시켜 나갈 필요가 있다. 제2사분면은 중요도와 만족도 모두 높은 수준을 의미하므로, 이 영역에 있어서는 이점이나 경쟁을 지속적으로 유지시켜 나갈 필요가 있다. 제3사분면은 중요도와 만족도가 모두 낮아서 현재수준 이상으로 노력이 필요하지 않은 상태를 의미한다. 제4사분면은 중요도는 낮고 만족도가 높게 나타나 과도한 노력은 지양해야 하는 영역을 의미한다.

일반적으로 중요도-만족도 분석을 이용한 연구는 다양하게 진행되고 있다. 국내연구로 이애자외(2009)는 삼계탕의 선택속성, 김태균외(2012)는 사과속성, 김정훈(2007)과 서철현·고호석(2010)은 지역축제와 방문객의 애호도 평가, 김별(2008)은 관광기념품, 허무열(2010)은 사과가공

E C N A T R O P M I	QUADRANT I <i>Concentrate Here</i> High Importance Low Performance	QUADRANT II <i>Keep up the Good Work</i> High Importance High Performance
	QUADRANT III <i>Low Priority</i> Low Importance Low Performance	QUADRANT IV <i>Possible Overkill</i> Low Importance High Performance

PERFORMANCE

Figure 2. Importance-performance analysis grid

SOURCE : Martilla, J. A. and J. C. James(1977), Obonyo, G. O. et al.(2013)

품, 남지연·홍완수(2012)는 쇠고기 선택속성, 백윤기의 (2013)는 농촌테마공원, 장동현의(2013)는 가축분뇨 액비 등이 있다. 또한 국외연구로 여행지의 이미지, 음식, 서비스속성, 온천이용은 Nield, K. et al.(2000), Lee, G. and C. K. Lee(2009), Sörensson, A. and Y. V. Friedrichs (2013), Chen, K. Y.(2014), Lai, I. K. W. and M. Hitchcock(2015) 등이 있다. 이외에도 동물원 방문객과 호텔종사자의 직업만족은 Lee, H. S.(2015)와 Pan, F. C.(2015)가 있다.

본 연구와 관련된 레스토랑의 중요도-만족도 분석은 농가레스토랑의 측면보다는 일반적인 레스토랑의 차원에서 연구되고 있다. 국내연구로는 우선, 일식 레스토랑의 품질특성과 차별화 전략의 중요도-만족도 분석은 손정민·김학선(2014)과 손정민(2013)이 있다. 그리고 패밀리레스토랑은 정은하·김종효(2013), 김현정(2003), 양태석·박준규(2002)가 있는데, 신메뉴 개발과 조직구성원의 직업선택 동기, 고객만족에 있어서 중요도-만족도 분석을 하였다. 다음으로 한식당은 왕미미(2011)와 김경희(2013)가 있는데, 이들은 중국관광객의 음식품질과 서비스 품질인식이나 한식 레스토랑의 선택속성을 중요도-만족도로 분석하였다. 또한 백승우외(2006)는 레스토랑의 고객지출행동 분석, 박문경·김재철(2007)은 입지별 마케팅전략, 고영숙(2012)은 반찬류의 구매특성 등을 분석하였다. 국외연구로는 레스토랑의 포지셔닝과 시장세분화로 Keyt, J. C. et al.(1994), Yüksel, A. and F. Yüksel(2002)이 있고, 레스토랑의 속성과 음식에 대한 속성의 중요도-만족도 분석은 Jang, S. C. et al.(2009), Tzeng, G. H. and H. F. Chang(2011), Ponnam, A. and M. S. Balaji(2014), Kim, S. and J. S. Lee(2013), Aigbedo, H. and R. Parameswaran

(2004) 등이 있다.

이러한 선행연구로 볼 때 일반 레스토랑에 대한 중요도-만족도 분석은 다양하지만, 농가레스토랑의 연구는 미진함을 알 수 있다. 다만, 농가레스토랑 차원에서 만족도 제고를 한 연구로는 장양례외(2014)로 6차산업 현장 활용을 위한 외식중심형 농가레스토랑을 중심으로 음식관리, 경영관리, 서비스관리, 구매관리의 선택특성이 사전기대만족, 추천의사, 재방문의사에 미치는 영향을 분석했지만, 조사대상자가 적기 때문에 그 결과를 일반화시키는 데는 한계점을 갖는다고 할 수 있다. 따라서 본 연구는 농가레스토랑이 농업·농촌에 기반을 두고 있고 지역경제 활성화나 공동체의 형성 등에 기여를 하고 있다고 판단하여, 비비정 농가레스토랑의 이용자를 중심으로 중요도-만족도 분석을 통해 마케팅 전략의 기초자료를 제공하고자 하였다.

2. 설문문항의 구성

중요도와 만족도의 설문문항은 농가레스토랑과 관련된 연구가 미흡하여, 연구자가 기존 연구(Tzeng, G. H. and H. F. Chang, 2011; Kim, S. and Lee, J. S., 2013; Aigbedo, H. and R. Parameswaran., 2004; Yüksel, A. and F. Yüksel, 2002; Ponnam, A. and M. S. Balaji., 2014)에서 농가레스토랑의 성격과 비슷한 설문내용을 사용하거나, 일부 수정하여 이용하였다.

설문문항의 구성은 <Table 2>와 같다. 중요도와 만족도 설문문항은 총 29개이며, 이중 요인적재량이 0.4이하이거나 중복 적재되는 7개 문항을 제거한 후 최종적으로 22개 문항을 분석에 사용하였다. 그리고 일반적 특성은

Table 2. Configuration of the questionnaire

	Contents	Based question	Analysis questions
Importance & Performance	facilities(disability, baby, fire protection, lounge presence, area*, Parking lot*), atmosphere/cleanliness(interior atmosphere, interior design, table clean, kitchen cleanliness, clean dishes, seat convenient*), food menu(food packing, various menu, creative menu, menu description, food price*, food tastes*), employee(communication, proficiency, menu recognition, customer contact, employee hygiene*), foodstuff(freshness, origin, safety), network(village economic links, sights near, reservations convenient*)	Tzeng, G. H. and H. F. Chang(2011), Kim, S. and J. S. Lee(2013), Aigbedo, H and R. Parameswaran(2004), Yüksel, A. and F. Yüksel(2002), Ponnam, A. and M. S. Balaji(2014)	22 of total 29 items
General characteristics	Cognitive path, Visiting experience, Visit form, Purpose of visit		4
Demographic characteristics	Gender, Age, Residence area, Marital status, Job		5

* Excluded from the final analysis.

인지경로, 방문경험, 방문형태, 방문목적의 4개 문항이며, 일반적 및 인구통계의 사항은 성별, 연령, 거주지역, 결혼여부, 직업의 5개 문항으로 구성하였다. 중요도와 만족도의 설문문항은 Likert 5점 척도로 하였으며, 일반특성과 인구통계의 문항은 명목척도로 하였다.

등으로 인해 관심을 가져서의 순이었다. 그리고 방문형태는 친구와 함께 방문했다가 35.9%, 가족 34.1%, 직장 동료 27.0%의 순이며, 직업은 회사원이 28.2%로 가장 많았다.

IV. 분석결과

1. 조사자의 일반적 특성

조사자의 특성은 <Table 3>과 같다. 성별은 남성이 42.4%, 여성이 57.6%이며, 연령은 20대가 19.4%, 30대 17.1%, 40대 24.7%, 50대 34.7% 그리고 60대가 4.1%를 보였다. 거주지역은 전북이 59.4%, 전북 외가 40.6%이었고, 결혼은 기혼이 61.2%, 미혼이 38.8%로 나타났다.

농가레스토랑의 인지경로는 주위사람에 의한 인지가 50.0%이었고, 방송과 인터넷이 각 23.5%, 20.6%이었다. 또한 조사자의 비비정의 방문경험은 재방문한 경험이 있다가 37.6%, 처음으로 방문했다가 62.4%를 보였다. 이들의 방문목적은 식사목적이 45.3%이었으며, 다음으로 어떠한 곳인지 알기 위해, 특색을 알기 위해서, 언론 보도

2. 측정항목의 타당도와 신뢰도 분석

농가레스토랑의 중요도-만족도 분석을 위해서 측정항목의 요인분석과 신뢰도, 타당도 분석을 실시하였는데, 그 결과는 <Table 4>와 같다. 우선, 측정문항의 변수들이 요인분석을 위해서 적합한 변수들인지를 알아보기 위해서 KMO와 Bartlett의 검정을 하였다. KMO는 변수간의 상관관계가 다른 변수에 의해 잘 설명되는 정도를 나타내는 값인데, 이 값이 적으면 요인분석을 위한 변수의 설정이 좋지 못함을 의미한다(송지준, 2011). <Table 4>에서 KMO 검정의 값을 보면, 중요도는 .831, 만족도는 .783이어서 요인분석을 위한 측정문항 변수들의 선정이 꽤 좋은 편이거나 적당한 편으로 파악할 수 있다. 또한 Bartlett의 구형성 검정은 요인분석의 적합성을 의미하는데, 유의확률이 중요도 .000, 만족도 .000으로 나타나 요인분석의 사용이 적합하고 공통요인이 존재하는 것으로

Table 3. Demographic characteristics

Division		N	%	Division		N	%
Gender	male	72	42.4	Purpose of visit	identification of features	19	11.2
	female	98	57.6		in order to eat	77	45.3
Age (years)	20	33	19.4		in the interest of the press	11	6.5
	30	29	17.1		to know what	49	28.8
	40	42	24.7		for the tour	7	4.1
	50	59	34.7		etc.	7	4.1
	60	7	4.1	Visit form	family	58	34.1
Residence area	jeonbuk	101	59.4		individual	1	0.6
	jeonbuk others	69	40.6		colleague	46	27.0
Marital status	married	104	61.2		friend	61	35.9
	single	66	38.8		etc.	4	2.4
Cognitive path	newspaper	2	1.2	Job	office worker	48	28.2
	broadcasting	40	23.5		business owners	20	11.8
	internet	35	20.6		professions	46	27.0
	neighborhood	85	50.0		student	20	11.8
	etc.	8	4.7		housewife	16	9.4
Visiting experience	revisit	64	37.6		etc	20	11.8
	first visit	106	62.4	Total	170	100.0	

Table 4. Reliability and factor analysis

Component	Importance			Performance		
	Factor Loadings	α	Eigenvalues (% of variance)	Factor Loadings	α	Eigenvalues (% of variance)
Factor 1	disability facilities	.883	.888 3.172 (14.420)	.786	.771	2.447 (11.123)
	baby facilities	.874		.817		
	fire protection	.765		.633		
	lounge presence	.709		.659		
Factor 2	interior atmosphere	.763	.848 3.079 (13.995)	.616	.810	2.896 (13.613)
	table clean	.755		.756		
	kitchen cleanliness	.740		.645		
	clean dishes	.737		.732		
	interior design	.659		.705		
Factor 3	food packing	.804	.822 2.823 (12.833)	.765	.756	2.466 (11.211)
	various menu	.716		.611		
	creative menu	.691		.796		
	menu description	.655		.606		
Factor 4	communication	.849	.831 2.815 (12.794)	.842	.883	3.121 (14.187)
	proficiency	.838		.817		
	menu recognition	.805		.818		
	customer contact	.657		.680		
Factor 5	freshness	.763	.801 2.452 (11.147)	.795	.824	2.388 (10.854)
	origin	.715		.779		
	safety	.676		.775		
Factor 6	village economic links	.810	.629 1.558 (7.082)	.857	.830	2.001 (9.096)
	sights near	.753		.868		
Total variance		72.270%			69.634%	
Kaise-Meyer-Olkin(KMO)		.831			.783	
Bartlett Test		.000			.000	

파악할 수 있다.

다음으로 타당도를 검증하기 위해서 탐색적 요인분석을 실시하였다. 측정변수의 구성요인을 추출하기 위해서 주성분 분석을 사용하였고, 요인 적재치의 단순화를 위해서 직교회전방식(varimax)을 채택하였다. 측정문항의 선택기준은 고유값(eigenvalue)은 1.0 이상을, 요인 적재량은 0.40 이상을 기준으로 하였다(송지준, 2011). 분석결과 요인은 총 6개의 요인으로 구분되었는데, 요인1은 장애인시설, 유아시설, 소방시설, 휴게실로 이를 시설요인으로 명하였다. 그리고 요인2는 실내분위기, 테이블 청결, 주방청결, 식기청결, 실내내테리어로 이를 분위기/청결요인으로 명하였다. 요인3은 음식포장, 메뉴다양, 메뉴독창, 메뉴설명이어서 음식메뉴로 명하였다. 또한 요인4는 종업원의 의사소통, 종업원의 숙련도, 메뉴인지 정도, 고객응대로 이를 종업원으로 명하였다. 또한 요인5는 식재료의 신선도, 원산지, 안전성이어서 식재료로 명하였다. 끝으로 요인6은 마을경제연계와 주변볼거리로, 이를 네트

워크로 명하였다.

끝으로 측정문항을 통해서 측정하고자 하는 개념이 조사자들로부터 정확하고 일관되게 측정되었는가를 알아보기 위해서 신뢰도 분석을 실시하였다. 신뢰도 분석을 위해서 각각의 하위요인별로 문항을 선택하여 각각 분석을 실시하였는데, 크론바흐 알파값은 중요도 항목에서 요인1(시설)은 .888, 요인2(분위기/청결)는 .848, 요인3(음식메뉴)은 .822, 요인4(종업원)는 .831, 요인5(식재료)는 .801 그리고 요인6(네트워크)은 .629로 나타났다. 그리고 만족도 항목은 요인1(시설)은 .771, 요인2(분위기/청결)는 .810, 요인3(음식메뉴)은 .756, 요인4(종업원)는 .883, 요인5(식재료)는 .824 그리고 요인6(네트워크)은 .830으로 나타났다. 일반적으로 크론바흐 알파값은 0.6 이상이면 신뢰도가 있다고 판단되는데(송지준, 2011), 중요도와 만족도의 각 하위요인의 크론바흐 알파값은 0.6 이상으로 신뢰도가 있었다.

3. 중요도와 만족도 차이 분석

농가레스토랑의 선택속성인 중요도-만족도의 차이분석은 <Table 5>와 같다. 측정항목별의 중요도와 만족도의 평균, 대응차이, t검정을 실시하였다. 농가레스토랑의 중요도 평균은 3.861이며, 식재료의 신선도(4.447), 테이블의 청결(4.418), 식기의 청결(4.412), 주방의 청결(4.235), 식재료의 원산지(4.218), 종업원의 고객응대(4.177), 식재료의 안전성(4.153), 농가레스토랑의 실내분위기(4.065)를 중요하게 생각하고 있는 것으로 나타났다. 반면에 음식의 포장(3.035), 메뉴설명(3.212), 유아시설(3.247), 휴게실(3.282), 장애시설(3.353), 메뉴의 독창(3.618), 소방시설(3.724), 메뉴의 다양(3.747)은 낮았다.

농가레스토랑의 만족도 평균은 3.429이며, 주방청결(4.047), 식기청결(4.018), 테이블의 청결(3.929), 농가레스토랑의 실내분위기(3.877), 실내 인테리어(3.865), 식재료의 신선도(3.753), 식재료의 안전성(3.635), 종업원의 메뉴인지(3.512)가 만족도 점수가 높은 반면에, 장애시설(2.859), 유아시설(2.929), 메뉴설명(2.929), 메뉴독창(3.135), 휴게실(3.153), 마을경제와의 연계(3.182)는 낮게 나타났다. 다음으로 농가레스토랑 이용자의 중요도-만족

도의 차이에 대한 대응표본 t-검정의 결과는 휴게실을 제외한 항목에서 통계적으로 유의한 차이가 있었다.

<Table 5>에서 통계적 유의성이 없는 시설의 휴게실 속성을 제외하고, 농가레스토랑 이용자의 중요도와 만족도의 평균을 이용하여 중요도-만족도의 매트릭스를 작성한 결과는 <Figure 3>과 같다. X축은 농가레스토랑 이용자의 중요도를, Y축은 만족도를 표시하였다. 또한 농가레스토랑의 중요도-만족도의 요인별 분석결과는 <Table 6>과 같다.

제1사분면은 중요도에 비하여 만족도가 낮은 항목으로 노력을 집중화할 필요가 있는 항목인데, 이러한 항목에는 종업원의 의사소통, 고객응대로 나타났다. 따라서 이 항목에 대해서는 향후 신속히 개선시켜야 하며, 집중적인 노력이 요구된다고 할 수 있다. 제2사분면은 중요도와 만족도가 모두 높은 지속적인 유지를 해야 하는 영역으로, 분위기/청결은 실내분위기, 테이블청결, 주방청결, 식기청결, 실내디자인이며, 종업원은 숙련도, 메뉴의 인지, 식재료는 신선도, 원산지, 안전성으로 나타났다. 따라서 현재의 상태를 유지하거나 강화하는 전략을 채택할 필요가 있을 것이다. 제3사분면은 중요도와 만족도가 모두 낮은 항목으로 시설의 장애, 유아, 소방시설이며, 음

Table 5. Identification of Differences Between Importance and Performance

	Component	Importance		Performance		(A-B)	t	p
		Mean(A)	Std. Dev.	Mean(B)	Std. Dev.			
1	disability facilities	3.353	1.085	2.859	0.656	0.494	5.745	.000
2	baby facilities	3.247	0.960	2.929	0.847	0.318	3.623	.000
3	fire protection	3.724	0.961	3.188	0.586	0.536	7.258	.000
4	lounge presence	3.282	1.004	3.153	0.857	0.129	1.337	.183
5	interior atmosphere	4.065	0.672	3.877	0.778	0.188	2.716	.007
6	table clean	4.418	0.593	3.929	0.804	0.489	6.702	.000
7	kitchen cleanliness	4.235	0.682	4.047	0.642	0.188	3.099	.002
8	clean dishes	4.412	0.640	4.018	0.692	0.394	5.517	.000
9	interior design	4.018	0.701	3.865	0.792	0.153	2.160	.032
10	food packing	3.035	1.181	3.188	0.784	-0.153	-1.666	.097
11	various menu	3.747	0.878	3.318	0.873	0.429	5.258	.000
12	creative menu	3.618	0.943	3.135	0.856	0.483	5.363	.000
13	menu description	3.212	0.931	2.929	0.920	0.283	3.074	.002
14	communication	3.988	0.713	3.394	0.824	0.594	6.966	.000
15	proficiency	3.977	0.737	3.441	0.835	0.536	6.198	.000
16	menu recognition	4.000	0.769	3.512	0.823	0.488	5.732	.000
17	customer contact	4.177	0.779	3.200	0.921	0.977	10.776	.000
18	freshness	4.447	0.697	3.753	0.760	0.694	9.668	.000
19	origin	4.218	0.859	3.482	0.844	0.736	8.789	.000
20	safety	4.153	0.836	3.635	0.711	0.518	7.511	.000
21	village economic links	3.841	0.795	3.400	0.866	0.441	5.514	.000
22	sights near	3.771	0.955	3.182	0.902	0.589	6.316	.000
	Total Mean	3.861		3.429		0.432		

농가레스토랑 이용고객의 중요도-만족도 분석

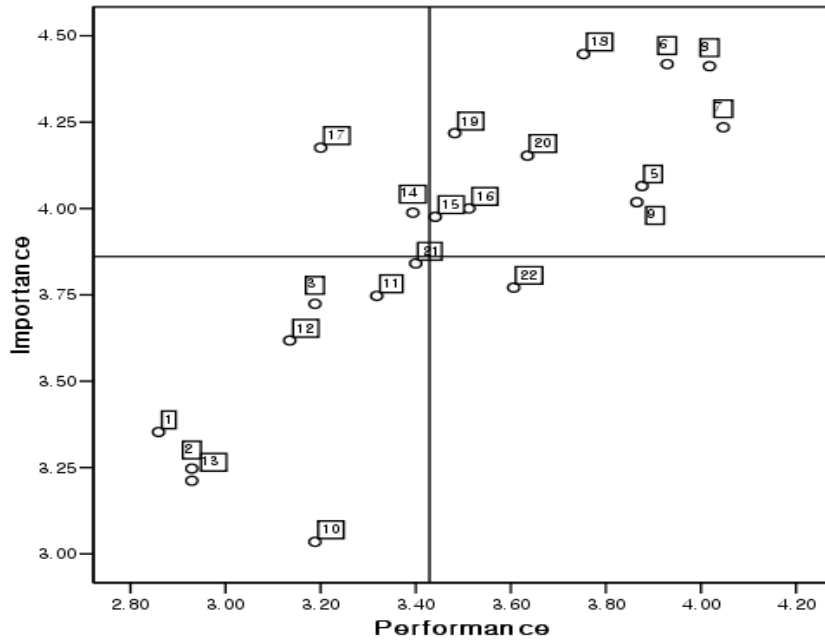


Figure 3. IPA Grid for farm restaurant attributes

식메뉴는 음식포장, 메뉴의 다양, 메뉴의 독창 그리고 메뉴의 설명이었고, 네트워크는 마을경제연계로 나타났다. 따라서 이들 항목을 점진적으로 개선시켜 나갈 필요가

있을 것이다. 제4사분면은 중요도는 낮지만, 만족도는 높아서 과도한 노력을 지양해야 할 영역인데, 이것은 네트워크의 주변불거리로 나타났다. 이는 사례지역에 산책로,

Table 6. IPA table for farm restaurant

Division	QUADRANT I (Concentrate Here)	QUADRANT II (Keep up the Good Work)	QUADRANT III (Low Priority)	QUADRANT IV (Possible Overkill)
Factor 1 (facilities)	-	-	1. disability 2. baby 3. fire protection	-
Factor 2 (atmosphere/cleanliness)	-	5. interior atmosphere 6. table clean 7. kitchen cleanliness 8. clean dishes 9. interior design	-	-
Factor 3 (food menu)	-	-	10. food packing 11. various menu 12. creative menu 13. menu description	-
Factor 4 (employee)	14. communication 17. customer contact	15. proficiency 16. menu recognition	-	-
Factor 5 (foodstuff)	-	18. freshness 19. origin 20. safety	-	-
Factor 6 (network)	-	-	21. village economic links	22. sights near

카페, 양조장, 공방 등이 존재하고 다양한 주변 볼거리를 제공하고 있다는 결과로 판단할 수 있다.

V. 요약 및 결론

이 연구는 농업·농촌이 다양한 어려움을 직면한 상황에서 지역농업의 공동체 차원에서 운영하고 있는 농가레스토랑 이용자를 대상으로 중요도-만족도를 분석하였다. 농가레스토랑을 이용하기 전에 중요하게 생각하는 중요도와 이용한 후의 만족도를 중요도-만족도 분석을 통해서 마케팅적인 시사점을 도출하고자 하였다. 주요 분석 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 농가레스토랑의 인지경로는 주위사람에 의해서가 50.0%이며, 방송과 인터넷이 각 23.5%, 20.6%이었다. 이용자의 방문은 단순한 식사, 어떠한 곳인지, 특색을 알아보기 위한 목적이 많았다. 그리고 방문형태는 친구, 가족, 직장동료의 순이었다. 이 점에서 농가레스토랑의 인지는 입소문과 대중매체, 그리고 방문은 이러한 인지경로를 바탕으로 식사, 농가레스토랑의 장소, 특색을 알기 위한 목적을 갖고 있었다.

둘째, 측정변수의 KMO 검정 결과를 보면, 중요도(.831), 만족도(.783)는 적당하였고, Bartlett의 구형성 검정은 유의확률이 중요도와 만족도가 .000으로 나타나 요인 분석의 사용이 적합하였다. 요인 분석의 결과, 요인1은 시설, 요인2는 분위기/청결, 요인3은 음식메뉴, 요인4는 종업원, 요인5는 식재료, 요인6은 네트워크로 명하였다. 또한 중요도와 만족도 측정문항의 신뢰도는 각 하위요인의 크론바흐 알파값이 0.6 이상으로 신뢰도가 있다고 판단되었다.

셋째, 중요도 평균값은 3.861이며, 식재료 신선도, 테이블 청결, 식기의 청결, 주방의 청결, 식재료의 원산지, 종업원의 고객응대, 식재료의 안전성, 실내분위기를 중요하게 생각한 반면에, 음식포장, 메뉴설명, 유아시설, 휴게실, 장애시설, 메뉴의 독창, 소방시설, 메뉴의 다양의 중요도는 낮았다. 또한 만족도 평균은 3.429이며, 주방청결, 식기청결, 테이블의 청결, 실내분위기와 인테리어, 식재료의 신선도와 안전성, 종업원의 메뉴인지는 만족도가 높은 반면에, 장애시설, 유아시설, 메뉴설명, 메뉴의 독창, 휴게실, 마을경제와의 연계성은 낮았다.

넷째, IPA의 매트릭스 분석결과, 제1사분면은 종업원(의사소통과 고객응대)이었고, 제2사분면은 분위기/청결(실내분위기, 테이블 청결, 주방청결, 식기청결, 실내디자인)과 종업원(숙련도와 메뉴인지) 그리고 식재료(신선도, 원산지, 안전성)로 나타났다. 제3사분면은 시설(장애, 유

아, 소방)과 음식메뉴(음식포장, 메뉴다양, 메뉴독창, 메뉴설명) 그리고 네트워크(마을경제연계)로 나타났다. 또한 제4사분면은 네트워크(주변볼거리)로 나타났다.

이러한 중요도-만족도의 분석결과를 바탕으로 농가레스토랑의 시사점을 도출하면 다음과 같다. 첫째, 농가레스토랑의 인지도나 홍보 등은 조사자의 특성에서 볼 때 이웃에 의한 구전이 50.0%, 인터넷과 방송매체가 44.1%인 점을 고려한다면, 이제는 농가레스토랑이 이용객들의 단순한 식사 수준을 넘어서 주변에 입지한 볼거리나 마을경제와의 연계성을 갖도록 연계시켜 나갈 필요가 있다. 이를 통해 지속가능한 공동체를 확보하고, 강화시킬 수 있을 것이다.

둘째, 다양한 형태의 농가레스토랑이 등장하고 있는 시점에서 그 지역의 특색을 충분히 반영할 수 있는 지역만의 농가레스토랑 이미지를 구축할 필요가 있다. 왜냐하면 농가레스토랑은 그 지역 공동체의 중심적 역할을 할뿐 아니라 도시민을 연계하는 교류거점의 역할을 하므로 일반 레스토랑과는 구분된다고 할 수 있기 때문이다(장면주박덕병, 2008). 따라서 농가레스토랑을 방문하는 이용자들이 지역적인 특색과 맛, 개성 등을 느낄 수 있도록 아이템의 지속적인 확보가 필요할 것이다.

셋째, IPA의 제1사분면에 위치한 종업원(의사소통과 고객응대)의 항목은 중요도에 비하여 만족도가 낮기 때문에 신속히 개선시켜 나갈 필요가 있다. 특히 이러한 항목들은 농가레스토랑의 고객접점에서 일어나는 것이기 때문에 종업원의 서비스 마인드에 대한 체계적인 교육이 필요할 것이다. 제2사분면에 위치한 항목은 분위기/청결(실내분위기, 테이블과 주방 그리고 식기 청결, 실내디자인)과 종업원(숙련도와 메뉴인지), 식재료(신선도, 원산지, 안전성)이었는데, 특히 식재료의 경우에는 원산지표시를 강화시켜 나간다면, 지역식재료의 사용 비율을 높여 나가야 할 것이다. 그리고 제3사분면의 시설과 음식메뉴 그리고 네트워크요인에 대해서는 향후 점진적으로 개선시켜 나갈 필요가 있을 것이다.

본 연구는 중요도-만족도의 분석을 위해 사용한 설문 내용이 일반 레스토랑의 문항을 이용하거나 수정하여 이용했기 때문에 농가레스토랑이 갖는 속성을 제대로 반영하지 못하였고, 사례지역을 비비정만을 대상으로 한 분석결과로 인하여 우리나라 농가레스토랑 이용자들을 대표하거나 분석결과를 전체 농가레스토랑의 시사점으로 도출하는데는 한계를 갖는다. 또한 소비자의 일반적 특성인 연령, 거주지, 인지경로, 방문경험에 대한 추가적 분석이 이루어지 못하여 더 많은 시사점을 제시하는데는 한계를 갖고 있다. 따라서 향후 농가레스토랑의 중요도-만족도 분석에 있어서 속성에 대한 재검토, 다수의 사례

분석 그리고 소비자의 특성을 고려한 추가적인 연구가 진행되어야 할 것이다.

References

1. Aigbedo, H. and R. Parameswaran, 2004, "Importance-performance analysis for improving quality of campus food service", *International Journal of Quality & Reliability Management*, 21(8), 876-896.
2. Bae, Y. K., Kim, N. Y., Jeon, I. C. and Kim, Y. G., 2013, An Importance and Satisfaction Analysis of Selection Attribute by Rural Theme Park Customers, *Journal of the Korean Society of Rural Planning* 19(2), 1-10(in Korean).
3. Baek, S. W., Park, S. G. and Lee, H. R., 2006, Relation between Restaurant Table Characteristics, Number of Guests, Time Period and Expenditure Amount, *The Tourism Science Society of Korea* 30(2), 103-120(in Korean).
4. Chen, K. Y., 2014, "Improving Importance-performance analysis: The role of the zone of tolerance and competitor performance. The case of Taiwan's hot spring hotels", *Tourism management*, 40, 260-272.
5. Hammitt, W. E., D. N. Bixler, and P. Francis, 1996, "Going beyond importance performance analysis to analyze the observance-influence of park impart", *Journal of Park Recreation Administration*, 14(1), 45-62.
6. Huang, H. C. 2013, "Measuring the Service Quality of Community Development Associations Using Importance-Performance Analysis", *IOSR Journal of Business and Management*, 8(5), 59-63.
7. Hudson, S. and G. W. Shephard, 1998, "Measuring Service Quality at Tourist Destination", *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 7(3), 61-77.
8. Huh, M. Y., 2010, Recognition and Importance-Satisfaction of Apple Processed Products, *Korean Journal of Food Culture* 25(1), 1-8(in Korean).
9. Jang, D. H., Lee, S. H., and Yu, C. J., 2013, Importance-Performance Analysis of Farmers Using Livestock Liquid Manure, *Korean Journal of Agricultural Management and Policy* 40(3), 703-725(in Korean).
10. Jang, M. J. and Park, D. B., 2005, The Situations of Farm Restaurants Managed by Community Corporation for Enhancing Rural Tourism and Its Challenges in Rural Japan, *Journal of rural tourism* 12(2), 189-208(in Korean).
11. Jang, M. J. and Park, D. B., 2008, Farm Restaurants for Sustaining Viable Rural Community in Japan and UK, *Journal of rural tourism* 15(1), 19-30(in Korean).
12. Jang, S. C., A. Ha. and C. A. Silkes, 2009, "Perceived attributes of Asian foods: From the perspective of the American customers", *International Journal of Hospitality Management*, 28(1), 63-70.
13. Jang, Y. L., Hwang, D. Y., Kim, S. H., Mun, M. H., Lee, S. J., Jang, D. J. and Kang, H. J., 2014, A Study on the choice attraction, satisfaction of local food farm styled restaurant of 6th industrial field application, *Tourism Management* 61, 287-306(in Korean).
14. Jeong, E. H. and Kim, J. H., 2013, The Study on the Importance and Satisfaction of Family Restaurant Employees' Job Selection Motivation, *The Tourism Sciences Society of Korea International Seminar*, 603-617(in Korean).
15. Keyt, J. C., U. Yavas. and G. Riecken, 1994, "Importance-performance analysis: a case study in restaurant positioning", *International Journal of Retail and Distribution Management*, 22(5), 35-40.
16. Kim, B., 2008, Importance-Performance Attributes Difference Analysis of Tourist Souvenir, *Korea Society of Basic Design Art* 9(2), 71-79(in Korean).
17. Kim, H. C., 2013, A Study on Management Performance and Improvements in of Local Traditional Food Resources Business, *ChungAng University*(in Korean).
18. Kim, H. J., 2003, A Study an under importance of and satisfaction with the new menu development by family restaurants, *Sejong University*(in Korean).
19. Kim, J. H., 2007, A Study on the Evaluation of Tourist Satisfaction of Regional Festival, *Tourism Management* 27, 160-173(in Korean).
20. Kim, K. H., 2013, A Study on the Selection Attributes for Korean Food Restaurants Using IPA Analysis, *Journal of Foodservice Management Society of Korea* 16(5), 125-146(in Korean).
21. Kim, S. and J. S. Lee, 2013, "Is satisfaction enough to ensure reciprocity with upscale restaurants? The role

- of gratitude relative to satisfaction”, *International Journal of Hospitality Management*, 33, 118-128.
22. Kim, T. K., Cho, J. H. and Gim, U. S., 2012, An Analysis of Importance-Performance and Preference on the Attributes of Korean Apples for Korean Residents in the U.S., *Korean Journal of International Agriculture* 24(3), 265-271(in Korean).
 23. Ko, Y. S., 2012, A Study on the Purchasing Characteristics of Side Dishes on the Market through IPA, Sookmyung Women’s University(in Korean).
 24. Kong, K. Y., 2006, Evaluation of Leisure Activity using the IPA method, *Tourism Management* 20(3), 285-303(in Korean).
 25. Lai, I. K. W. and M. Hitchcock, 2015, “Importance-performance analysis in Tourism: A framework for researchers”, *Tourism Management*, 48, 242-267.
 26. Lee, G. and C. K. Lee, 2009, “Cross-cultural comparison of the image of Guam perceived by Korean and Japanese Leisure travelers: Importance-performance analysis”, *Tourism Management*, 30(6), 922-931.
 27. Lee, H. R. and Seo, Y. M., 2013, Importance-Performance Analysis of Wine Specific Restaurant’s Servicescape, Customer Satisfaction and Revisit Factors, *Journal of Foodservice Management Society of Korea* 16(4), 161-184(in Korean).
 28. Lee, H. S., 2015, “Measurement of visitors' satisfaction with public zoos in Korea using importance-performance analysis”, *Tourism Management*, 47, 251-260.
 29. Lee. A. J., Kang, S. H. and Cha, S. B., 2009, Comparison of Importance of Samgyetang Selection Attributes and Satisfaction Level perceived by Chinese Students in Korea Using Importance-Performance Analysis, *Journal of Foodservice Management Society of Korea* 12(4), 217-234(in Korean).
 30. MAFRA, 2009, The new cultural space followed by the urban and rural composition 6, Press Releases(in Korean).
 31. MAFRA, 2013, Agricultural, Rural and Food Industry Development Plan(in Korean).
 32. MAFRA, 2014, 6th industrialization excellent casebook, Jinhan M&B(in Korean).
 33. Martilla, J. A. and J. C. James, 1997, “Importance-performance analysis”, *Journal of Marketing*, 41(1), 77-79.
 34. Mengak, K. K., F. D. Dottavio, and J. T. O’leary, 1986, “Use of importance-performance Analysis to Evaluate A Visitor Center”, *Journal of Interpretation*, 11, 245-252.
 35. Nam, J. Y. and Hong, W. S., 2012, A Study on the Selection Attributes regarding American Beef by Importance-Performance Analysis, *The Korean Society of Food & Cookery Science* 28(1), 33-40(in Korean).
 36. Nield, K., M. Kozak, and G. LeGrys, 2000, “The role of food service in tourist satisfaction”, *Hospitality Management*, 19(4), 375-384.
 37. Obonyo, G. O., M. A. Ayieko, and O. O. Kambona, 2013, “An importance-performance analysis of food service attributes in gastro-tourism development in Western Tourist Circuit, Kenya”, *Tourism and Hospitality Research*, 1-13.
 38. Pan, F. C., 2015, “Practical application of importance-performance analysis in determining critical job satisfaction factors of a tourist hotel”, *Tourism Management*, 46, 84-91.
 39. Park, J. J. and Kim, C. S., 2008, The Importance Performance Analysis(IPA) of an Exhibition Visitor, from a Viewpoint of Social Exchange Theory, *Korea Journal of Tourism and Hospitality Research* 22(1), 101-119(in Korean).
 40. Park, M. K. and Kim, J. C., 2007, Development of LSM(Local Store Marketing) Strategy Using the IPA Analysis of Service Quality Attributes by the Location in a Theme Restaurant, *Journal of the Korean Dietetic Association* 13(3), 277-294(in Korean).
 41. Ponnampalasa, A. and M. S. Balaji, 2014, “Matching visitation-motives and restaurant attributes in casual dining restaurants”, *International Journal of Hospitality Management*, 37, 47-57.
 42. Sohn, J. M. and Kim, H. S., 2014, A Study on the Foodservice Quality of Japanese Restaurants using the Importance-Performance Analysis (IPA), *Korean Journal of Culinary Research* 20(2), 199-213(in Korean).
 43. Sohn, J. M., 2013, Case study of differentiation strategy for Japanese restaurant using importance-performance analysis, Gyeongsang National University (in Korean).
 44. Song, J. J., 2011, SPSS/AMOS, Seoul(in Korean).

45. Sörensson, A. and Y. V. Friedrichs, 2013, "An importance-performance analysis of sustainable tourism: A comparison between international and national tourists", *Journal of Destination Marketing & Management*, 2(1), 14-21.
46. Suh, C. H. and Ko H. S., 2010, Analysis of the Influence Relationship between Choice Attributes of a Local Festival and Visitor's Loyalty, *Korean Journal of Hotel Administration* 19(6), 255-271(in Korean).
47. Tzeng, G. H. and H. F. Chang, 2011, "Applying Importance-Performance Analysis as a Service Quality Measure in Food Service Industry", *Journal of Technology Management & Innovation*, 6(3), 106-115.
48. Vaske, J. J., J. Beaman., R. Stanley, and M. Grenier, 1996, "Importance-Performance and Segmentation: Where Do We Go from Here?", 5(3), 225-240.
49. Wanjugun, 2014, Bibijeng composition defined subculture space business, *Agriculture Development Technology Center*(in Korean).
50. Wang, M. M., 2011, A Study on the Chinese Tourists' Perception of Korean Restaurants' Food and Service Quality, *Sejong University*(in Korean).
51. Wu, H. H. and J. I. Shieh, 2009, "The development of a confidence interval-based importance-performance analysis by considering variability in analyzing service quality", *Expert Systems with Applications*, 36(3), 7040-7044.
52. Yang, T. S. and Park, J. K., 2002, A Study on Family Restaurant Customer Satisfaction , Evaluation, *Korean Journal of Culinary Research* 8(2), 173-195(in Korean).
53. Yoon, S. Y., 2005, Application of Importance-Performance Analysis to Management of Theme Park Event Program, *Korea Academic Society of Tourism Management* 23, 235-255(in Korean).
54. You, H. Y. and Lee, Y. O., 2014, 6th Industrialization for the realization of creative agriculture, *Agricultural Outlook Korea*, KREI 703-730(in Korean).
55. Yüksel, A. and F. Yüksel, 2002, "Measurement of tourist satisfaction with restaurant services: A segment-based approach", *Journal of Vocation Marketing*, 9(1), 52-68.

-
- Received 1 June 2015
 - First Revised 24 June 2015
 - Finally Revised 26 June 2015
 - Accepted 26 June 2015