

ISSN 1229-8565 (print)                      ISSN 2287-5190 (on-line)  
한국지역사회생활과학회지                26(3) : 523~540, 2015  
Korean J Community Living Sci            26(3) : 523~540, 2015  
<http://dx.doi.org/10.7856/kjcls.2015.26.3.523>

## 농촌 공정관광의 품질과 만족이 행동의도에 미치는 영향

김 경 희<sup>†</sup> · 이 선 민  
농촌진흥청 국립농업과학원

### Structural Relationships between Quality, Satisfaction, and Behavioral Intentions in Rural Responsible Tourism:

#### Moderating Effects of Age

Kyung-Hee Kim<sup>†</sup> · Sun-Min Lee

National Academy of Agricultural Science, Rural Development Administration, Iseo, Korea

#### ABSTRACT

This study examines the structural relationships between service quality, satisfaction, and behavioral intentions in responsible tourism. In particular, the study focuses on moderating effects of age. Data were collected from 471 tourists from seven responsible tourism agencies. SPSS 20.0 and AMOS 18.0 were used for frequency, reliability, exploratory factor, confirmatory factor, and path analyses. The results of a exploratory factor analysis yield two dimensions of service quality (functional quality and technical quality). The results of structural equation modeling indicate that functional quality and technical quality had positive effects on satisfaction, which in turn had a positive effect on behavioral intentions. In addition, age moderated the relationships between service quality, satisfaction, and behavioral intentions such that functional quality had a positive effect on satisfaction in the group of tourists in their twenties and thirties and that functional quality and technical quality were important factors for tourists in their forties. The results are expected to help responsible tourism communities better manage service quality to increase tourist satisfaction.

Key words: quality, satisfaction, behavioral intention, responsible tourism, age

### I. 서론

관광분야에서 책임성에 대한 논의가 시작되며

1980년대 들어 지속가능한 관광에 대한 관심이 커지기 시작하였다(Krippendorff 1987). 공정관광은 기존 관광산업에서 대규모 기업으로의 수익편중, 환경과

This work was carried out with support from the "Cooperative Research Program for Agriculture Science & Technology Development" (Project No. PJ01008202) of the Rural Development Administration of the Republic of Korea.

접수일: 2015년 6월 8일 심사일: 2015년 7월 30일 게재확정일: 2015년 8월 24일

<sup>†</sup>Corresponding Author: Kyung-Hee Kim Tel: 82-063-238-2631 E-mail: khkim08@korea.kr

This is an Open-Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0>) which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

피와 문화 훼손, 여행관련 종사자의 인권문제와 같은 부정적인 영향들에 대한 인식과 함께 그에 대한 대안으로 출발하였다. 공정관광은 지역주민의 삶을 향상시키며 관광객에게 풍부한 경험을 제공하고, 운영자에게는 보다 나은 사업 기회를 제공하여 사회·문화적, 경제적, 환경적으로 지속가능한 관광을 만들어갈 수 있다(Curtain & Busby 1999).

농촌 인구의 감소, 인구의 노령화, 시장개방 등 어려워져 가는 농촌지역을 활성화 할 수 있는 수단으로 농촌관광이 주목을 받고 있다. 정부에서는 2000년대 이후 농촌관광개발 사업을 통한 농촌관광 활성화를 위해 노력해오고 있다. 도시민의 농촌관광 경험 정도는 2003년 8.1%에서 2014년 14.76%로 꾸준히 증가하는 추세이다. 그러나 당일방문객의 비율은 2003년 20.4%에서 2011년 46.4%로 증가한 반면, 숙박방문객의 비율은 2003년 79.6%에서 2011년 53.6%로 감소하였다. 숙박방문객 중 농가민박을 이용하는 관광객의 비율은 2003년 32.6%에서 2011년 10.3%로 감소하였다(Rural Development Administration 2011, 2014). 이를 통해 농촌관광객 수는 증가하였으나 실질적으로 농촌 지역의 소득과 연계되는 측면이 미흡하다는 것을 알 수 있다. 위의 도시민 농촌관광 실태 조사에서 농촌관광 만족도를 살펴보면, 콘텐츠/프로그램 만족도가 60.6점으로 낮게 나타나 관광객들이 농촌의 지역문화를 경험하고 지역 주민들의 삶을 경험할 수 있는 고유성 있고 차별화된 콘텐츠가 필요하다는 것을 알 수 있다. 관광으로 인한 혜택이 지역주민에게 보다 직접적으로 돌아갈 수 있고 농촌 지역의 삶과 문화를 보다 가까이에서 경험하며 지속가능한 농촌관광 개발이 되도록 하기 위해 농촌 공정관광이 매우 중요하다고 할 수 있다.

관광에 대한 사회적 인식의 변화와 함께 공정관광에 대한 소비자들의 관심이 높아지고 있다(Dolnicar & Leisch 2008). 국내에서는 1990년대 이후 시민단체, 사회적기업, 공정관광 사업체 등을 중심으로 공정관광 프로그램들이 운영되고 있으나 아직 공정관광이 하나의 시장으로 자리 잡기에는 인식이 미흡한 실정이다. 공정관광에 대한 가치를 우선하여 숙소나 시설 등에서 다소 불편함이 따를 수도 있다는 점도

알려져 있다. 하지만 관광은 가치뿐만 아니라 즐거움도 있어야 하기 때문에 소비자의 요구를 분석하는 것이 매우 중요하다. 아직 농촌 지역을 방문한 공정관광객을 대상으로 소비자 요구를 반영한 서비스 품질에 대한 관리는 거의 이루어지지 않고 있다.

서비스 품질은 경험한 서비스에 대한 소비자의 평가로, 소비자의 만족은 관광객의 재방문으로 이어지기 때문에 서비스 품질을 관리하는 것은 관광객의 재방문 확대와 새로운 방문객을 유인하는데 매우 중요하다(Zeithamal 1996). 특히 농촌에서 이루어지는 관광은 관광지를 통해 얻는 경험뿐만 아니라 주민의 환대, 식사, 숙박시설과 같은 서비스 품질이 매우 중요하다(Park & Lee 2005). Park et al.(2004)은 국내 농촌관광의 낮은 서비스품질이 낮은 재방문의 원인이 된다고 하였다. 지금까지 농촌 공정관광의 서비스 품질과 관광객의 행동의도의 관계를 분석한 연구는 거의 이루어지지 않았다. 농촌 공정관광객을 대상으로 서비스품질과 관광객 만족, 행동의도의 관계를 분석하는 것은 농촌 공정관광 서비스 품질의 방향을 제시하고 농촌 공정관광객의 행동 특성을 이해하는데 도움이 될 수 있을 것이다.

연령은 소비자 행동 연구에서 소비자의 특성을 구분 짓는 매우 중요한 변수이다(Yoon et al. 2009; Kim & Park 2011; Kim & Lee 2014). 관광객의 행동 연구에 있어서 연령은 관광객의 행동과 의사결정에 영향을 미치는 중요한 변수로 사용되어 왔다(Seo et al. 2002; Lee et al. 2006; Choi & Park 2010; Park 2013; Kim & Lee 2014).

본 연구는 농촌 공정관광객을 대상으로 품질과 관광객 만족이 행동의도에 미치는 영향을 분석하고자 한다. 또한 연령을 조절변수로 하여 품질과 관광객 만족이 행동의도에 미치는 영향에서 연령의 조절효과를 분석하고자 한다. 이를 통해 농촌 공정관광객을 연령에 따라 세분화하여 공정관광객의 행동 특성에 어떤 차이가 있는지를 파악할 수 있을 것이다. 본 연구의 결과는 농촌 공정관광의 서비스품질과 공정관광객의 만족을 효과적으로 높이고 농촌 공정관광을 활성화하기 위한 전략을 수립하는데 도움이 될 것이다.

## II. 문헌고찰

### 1. 농촌 공정관광

공정관광이라는 용어는 윤리적인 소비를 바탕으로 한 착한관광, 윤리적 관광과 유사한 개념으로 사용되고 있다. 공정관광은 대중관광에 대한 비판과 함께 공정무역의 개념이 관광분야에 적용된 것으로 관광에 참여하는 이해주체들이 서로 동등하고 공정한 관계를 갖는 것을 지향하며, 지역사회의 사회·경제적 편익을 증진하고 문화자원과 생태자원에 미치는 영향을 최소화함으로써 지역주민의 삶의 질을 높일 수 있는 지속가능한 형태의 관광을 말한다. 공정관광의 목표는 공정관광으로 인한 혜택이 지역주민과 관광객 모두에게 돌아갈 수 있도록 하는 것이라고 할 수 있다(Cleverdon & Kalisch 2000; Goodwin & Roe 2001).

국외에서는 공정관광에 대한 움직임이 일찍부터 시작되었다. 1989년에 조직된 영국의 NGO 단체 Tourism Concern은 관광산업의 이면에 감춰진 환경 파괴, 노동력 착취, 인권침해를 알리고 개선하고자 하였으며, 공정관광 교육 자료와 가이드라인 등을 보급하고 있다. 1996년 출범한 미국의 비영리단체 Ethical Traveler는 환경보호와 인권 등에 대한 정보를 제공하고 윤리적 여행 프로그램을 운영하고 있다. 2003년에 설립된 미국의 Center for Responsible Travel은 책임관광의 사회적·환경적 약속을 디자인하고 모니터링, 평가 등을 수행하고 있다. 국내에서는 1990년대 후반 들어 공정관광이 소개되기 시작하였으며, 아직은 초기단계로써 공정관광에 대한 사회적인 인식이 미흡한 상태이다. 국내의 공정관광 사업은 약 20개의 사회적기업, 지역기반 공정관광업체, 지역기반 중간지원조직, 시민단체 등을 중심으로 사업이 운영되고 있으며, 대부분 사업 규모가 크지 않은 실정이다.

농촌 공정관광은 관광을 통해 발생한 사회적·경제적 이익이 지역에 직접적으로 돌아갈 수 있도록 하는 것으로, 농촌의 고유한 문화를 경험할 수 있고, 관광객과 지역주민이 교류하며, 자연환경에 미치는 영

향을 최소화함으로써 최종적으로 지역 주민의 삶을 향상시키고 지속가능한 관광이 될 수 있도록 하고자 하는 것이다.

아직 농촌 공정관광에 대한 연구는 거의 이루어지지 않았으나, 공정관광객의 행동과 관련된 국외 연구를 살펴보면, Kang & Moscardo(2006)는 한국·영국·호주 관광객의 공정관광 태도를 비교분석한 결과 연령, 성별, 국적에 따라 공정관광에 대한 관광객의 태도에 차이가 있는 것으로 나타났다. Miller(2010)는 영국 공정관광객 411명의 친환경 인식과 행동을 분석한 결과 응답자의 78%는 목적지의 환경에 대한 정보를 수집하며, 환경적 정보가 응답자의 84%의 관광 목적지 선택에 영향을 미치는 것으로 나타났다. Caruana et al.(2014)은 responsibletravel.com을 통해 여행한 영국인 관광객 16명의 공정관광 관여도, 공정관광 참여 목적 등을 심층면접조사를 통해 분석하였다. 공정관광 관여도와 참여목적은 멋짐·조용함·소규모, 진정성, 경제·문화·환경 보존, 참여, 옳은 일, 관광객과의 거리, 상업성 회피, 정직한 마케팅, 학습·교육 등 9가지로 나타났으며 이를 내적 평온함, 의식주장, 기회주의, 교육적 공감 등 4가지 범주로 유형화하였다.

국내에서 이루어진 공정관광객의 행동과 관련된 연구를 살펴보면 Park(2010)은 공정관광 경험자 9명의 공정관광 경험에 대한 소비자 인식을 나눔과 봉사, 환경과 동물보호, 함께 만드는 관광, 소통과 관계, 소비보다는 공감과 체험, 윤리성과 공정성, 성찰하는 삶 등으로 범주화하여 분석하였다. Jo & Jung(2012)은 공정관광객의 윤리적 소비행동을 중심으로 관광객의 가치가 공정관광 결과지각에 미치는 영향을 분석하였다. 개인가치는 내적지향, 외적지향, 쾌락지향으로 윤리적 소비행동은 시민행동, 나눔기부, 녹색소비, 소비절제로 분석되었다. 또한 공정관광 결과지각은 경제성, 환경성, 사회성으로 분석되었다. 개인가치는 공정관광 결과지각에 영향을 미치며 내적지향 성향과 외적지향 성향이 높은 경우 공정관광 결과지각이 높게 나타났다. 쾌락지향이 높은 경우 현지관광을 고려한 공정관광에 대한 결과 지각이 낮게 나타났다. 공정관광 결과지각은 공정관광 행동의도

에 영향을 미치는 것으로 나타났다. Park(2014)은 해외여행객의 개인가치에 따른 공정관광 인식의 차이를 분석하였다. 개인가치는 자기방향추구형, 자존추구형, 성취추구형, 효용추구형으로, 공정관광 인식은 경제적 도움, 문화존중, 환경보호로 나타났다. 군집 분석결과 성취추구형, 자존추구형, 효용추구형, 자기방향추구형 집단으로 나타났으며 개인가치유형에 따라 공정관광 인식에 차이가 있는 것으로 나타났다. 성취추구형 집단은 문화존중을 가장 중요하게 고려하고 환경보호를 중요하게 여기지 않는 것으로 나타났다. 자존추구형 집단은 경제적 도움, 문화존중, 환경보호를 모두 중요하게 고려하는 것으로 나타났다. 효용추구형 집단은 환경보호, 문화존중을 고려하며, 자기방향추구형 집단은 문화존중을 가장 중요하게 고려하며 경제적 도움, 환경보호도 고려하는 것으로 분석되었다. 공정관광 소비자들을 대상으로 한 국내·외 선행연구를 살펴보면 일부 사례연구를 제외하고는 공정관광객의 태도, 인식, 윤리적인 행동 등에 대한 분석을 중심으로 이루어졌다.

## 2. 품질, 만족, 행동의도의 관계

품질은 서비스품질(Service quality)을 의미하는데, 품질과 고객 만족은 매우 밀접한 관련이 있다. 서비스 품질은 만족에 선행하며, 사후 행동의도보다 만족에 더 큰 영향을 미친다(Cronin & Taylor 1992). 관광에서의 품질은 관광객들이 관광을 경험하고 난 뒤 갖게 되는 심리적 결과를 의미한다. 즉 관광에서의 서비스 품질은 공급자가 제공하는 속성뿐만 아니라 관광객들이 지각하는 속성도 포함하기 때문에 품질은 관광객이 지각하는 사회·심리적 혜택에 대한 정서적인 반응이라고도 할 수 있다(Chen & Chen 2010). Parasuraman et al.(1988)은 서비스에 대한 소비자의 기대와 실제 제공되는 서비스에 대한 인식 차이라고 정의하였다. Grönroos(1984)는 서비스 품질을 기술적 품질(technical quality), 기능적 품질(functional quality)로 구분하였으며, Parasuraman et al.(1985)은 유형성(tangible elements), 신뢰성(reliability), 대응성(response capability), 확신성(assurance), 공감성(empathy)의 5가지 차원으로

로 구분하였다.

그동안 지역관광을 대상으로 이루어진 서비스품질에 대한 연구들을 살펴보면, Fleischer et al.(1993)은 농촌관광 서비스 품질을 유형적 측면과 관련된 기술적 품질과 무형적 측면과 관련된 기능적 품질로 구분하였다. Reichel et al.(2000)은 이스라엘의 23개 농촌마을에 방문한 관광객과 23명의 운영자들 대상으로 서비스 기대와 경험의 차이를 기능적 측면과 기술적 측면으로 구분하여 농촌관광의 서비스 품질에 대한 인식을 분석하였다. Lee et al.(2007)은 서비스 품질을 Fleischer et al.(1993)이 개발한 척도를 주말농장의 실정에 맞게 수정하여 기능적 측면과 기술적 측면으로 구분하였다. 기능적 측면은 주민의 태도, 농장주 태도, 농장주 업무 전문성, 농장정보 예약관리, 작물재배기술 지도, 원예포관리, 토양의 질, 재배환경 등을 포함하고 있으며, 기술적 측면은 휴식공간, 원예포 공간배치, 화장실·샤워실, 식당시설, 수도시설, 어린이 안전시설, 농기계이용, 작물재배 매뉴얼 등을 포함하고 있다. Jang(2010)은 농촌관광의 서비스 품질을 체험성, 정보성, 농촌성, 안내성, 소비성으로 구분하였으며, 농촌관광의 서비스 품질은 방문자 만족, 재방문의도 및 추천의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. Park et al.(2010)은 농가민박 서비스 품질을 객실내부서비스, 객실외부서비스로 구분하였다. 여행 동기에 따라 서비스 품질 만족에 차이가 있는 것으로 나타났으며, 선호하는 민박크기에 따라 객실외부서비스 만족에 차이가 있는 것으로 나타났다.

지역축제에 대상으로 한 선행연구를 살펴보면, Childress & Crompton(1997)은 지역축제의 품질을 볼거리, 안내자의 친절성, 음식의 품질·가격, 프로그램의 구성, 프로그램의 유익성, 즐거움, 주차의 용이성, 접근성, 행사장 안전·청결, 안내 시설, 상점의 친절성 등으로 구분하였다. Wicks & Fesenmaier(1993)은 지역축제의 서비스 품질을 품질지향, 편익추구, 공예품 선호, 서비스 선호, 쾌락추구 등 5가지로 구분하여 축제방문객의 인식을 평가하였다. Baker & Crompton(2000)은 지역축제의 품질을 전반적 특징, 오락, 정보의 출처, 편안한 시설 등 4가지로 구분하였으며, 이들 모두 방문객의 만족에 영향을 미치는 것

으로 나타났다. Kim & Jeon(2007)은 무주 반딧불축제 대상을 서비스 품질을 축제 상품, 축제 적합성, 축제 프로그램, 축제 안내서비스, 축제 편의시설 등 5가지로 구분하였으며, 이 중 축제 프로그램과 축제 적합성이 만족에 영향을 미치는 것으로 나타났다. Lee & Lee(2015)는 천안홍타령 춤 축제의 서비스 품질을 사회적 품질(문화적 효과, 이미지 효과), 과정적 품질(방문자 중심 서비스, 음식·기념품 품질), 물리적 품질(행사장 이용 편리성, 시설 배치), 전반적서비스품질 등 4가지로 구분하였으며, 서비스 품질은 모두 만족에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

선행연구들에서 제시된 지역관광 또는 지역 축제의 서비스품질은 초기에 이루어진 Grönroos(1984)의 연구에서 제시한 “무엇을” 제공하느냐의 기술적 품질과 “어떻게” 제공하느냐의 기능적 품질을 중심으로 서비스 품질을 구분하였다. 기술적 품질은 관광을 경험한 뒤 평가하는 최종적인 서비스로 프로그램·상품, 시설, 가격 등을 포함하고 있으며, 기능적 품질은 관광을 체험하는 과정 중 평가하는 서비스로 운전자나 지역주민 등의 태도를 포함하고 있다.

만족(Satisfaction)은 상품이나 서비스에 대해 사전에 소비자가 가졌던 기대와 경험 후 갖게 되는 인식과의 비교를 말하는데, 실제 성과가 소비자의 기대를 넘는 것으로 인식되면 만족의 상태가 되며 이는 상품이나 서비스에 대해 긍정적인 태도를 이끌어 이후의 행동의도에 영향을 미치게 된다(Carpenter 2008; Park & Kim 2011; Kim & Lee 2015). 관광객이 느끼는 만족은 관광 경험을 통한 외적인 정보뿐만 아니라 정서적 반응을 포함한다. 관광객의 만족은 목적지 선택과 방문 후 평가, 미래의 행동의도에 영향을 미치는 것으로 나타나고 있다(Baker & Crompton 2000; Hutchinson et al. 2009; Williams & Soutar 2009; Chen & Chen 2010; Jang 2010; Žabkar et al. 2010; Park & Lee 2011; Prayag et al. 2013).

행동의도(Behavioral intention)는 추천이나 재구매 또는 재방문 의향 등을 포함하는 개념으로, 소비자들이 어떤 대상에 대해 태도를 형성하고 특정한 미래행동으로 나타나게 한다(Fishbein & Ajzen 1975; Boulding et al. 1993). 관광객의 행동의도는 경험한

관광지를 다시 방문하고 욕구를 느끼는 재방문 의사나 주변사람에게 자신이 방문한 관광지를 긍정적으로 추천하려는 의사 등을 의미한다. 즉, 행동의도의 긍정적 의도는 재방문, 구전이나 추천행동으로 나타나며 부정적 의도는 불평, 이탈 등으로 나타난다(Zeithamal & Parasuraman 1996). 관광지에 대한 만족이나 불만족은 관광객의 목적지 변경이나 재방문 등에 영향을 미친다(Mountinho 1987).

서비스 품질과 소비자 만족은 매우 밀접한 관련이 있다(Parasuraman et al. 1985; Bitner 1990; Bolton & Drew 1991; Cronin & Taylor 1992). 그 동안 관광분야에서도 서비스 품질과 만족의 관계에 대한 연구가 꾸준히 이루어져 왔는데, Baker & Crompton(2000)은 미국의 축제 방문객을 대상으로 축제의 전반적 서비스 품질이 만족과 행동의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. Choe & Kim(2007)은 농촌을 방문한 청소년을 대상으로 분석한 결과 농촌체험관광의 서비스품질은 프로그램, 물리적 환경, 상호작용, 성과로 구분되었으며, 만족에 영향을 미치는 것으로 나타났다. González et al.(2007)은 스페인 스파리조트 방문객을 대상으로 분석한 결과 높은 수준의 지각된 품질은 만족과 행동의도를 향상시키는 것으로 나타났다. Chen & Chen(2010)은 문화유산 관광객을 대상으로 분석한 결과 문화유산 관광객의 경험품질은 지각된 가치와 만족에 영향을 미치는 것으로 나타났다. Jang(2010)은 농촌관광객을 대상으로 분석한 결과 농촌관광의 체험성, 안내성, 농촌성, 정보성의 순으로 방문객의 만족에 영향을 미치는 것으로 나타났다. Jeon et al.(2010)은 한국을 방문한 외국인 관광객을 대상으로 분석한 결과 외국인 관광객의 체험 품질은 체험만족에 영향을 미치는 것으로 나타났다. Kang(2010)은 농촌민박 방문객을 대상으로 분석한 결과 농촌민박의 서비스 품질은 유형적 시설수용, 판매 상품의 적절성, 운영자의 자질, 정보제공, 지역분위기로 나타났으며, 유형적 시설수용, 운영자의 자질, 지역분위기는 고객만족에 영향을 미치는 것으로 나타났다. Žabkar et al.(2010)은 슬로베니아 방문객을 대상으로 목적지의 인지된 품질이 만족과 행동의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. Lee et al.(2011)

은 한국을 방문한 중국인 관광객을 대상으로 분석한 결과 관광 품질이 관광객의 만족에 영향을 미치는 것으로 나타났다. Park & Kim(2011)은 농가민박 숙박객을 대상으로 분석한 결과 농가민박 서비스품질은 시설, 프로그램, 마을·지역으로 구분되었다. 이중 시설만 만족에 영향을 미치는 것으로 나타났다. Rajaratnam et al.(2014)은 농촌관광객을 대상으로 분석한 결과 농촌 관광목적지의 서비스 품질이 만족에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 본 연구에서는 선행 연구의 분석결과를 바탕으로 공정관광 품질과 만족의 관계에 대해 다음과 같은 가설을 설정하였다.

**H1. 공정관광의 품질은 공정관광객의 만족에 영향을 미칠 것이다.**

**H1a. 공정관광의 기능적 품질은 공정관광객의 만족에 영향을 미칠 것이다.**

**H1b. 공정관광의 기술적 품질은 공정관광객의 만족에 영향을 미칠 것이다.**

관광객의 만족은 행동의도와 밀접한 관련이 있다. Baker & Crompton(2000)의 연구에서 축제방문객의 만족이 행동의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. Hutchinson et al.(2009)은 골프여행객의 가치와 만족이 재방문의도와 구전의도에 영향을 미침을 제시하였다. Williams & Soutar(2009)는 어드벤처 투어리즘(adventure tourism) 관광객을 대상으로 분석한 결과 어드벤처 투어리즘의 가치는 만족에 영향을 미치며, 만족은 행동의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. Chen & Chen(2010)과 Prayag et al.(2013)의 연구에서 문화유산 관광객의 만족이 행동의도에 영향을 미치는 것으로 나타났으며, Jang(2010)의 연구에서는 농촌관광객의 방문자 만족이 재방문의도와 추천의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. Žabkar et al.(2010)의 연구에서 슬로베니아 방문객의 만족이 행동의도에 영향을 미치는 것으로 나타났으며, Park & Lee(2011)는 한국을 방문한 일본인 관광객을 대상으로 분석한 결과 의료관광 만족이 행동의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 본 연구에서는 선행연구의 분석결과를 바탕으로 공정관광객을 대상으로 만

족과 행동의도의 관계에 대해 다음과 같은 가설을 설정하였다.

**H2. 공정관광객의 만족은 행동의도에 영향을 미칠 것이다.**

### 3. 연령의 조절효과

비슷한 세대에 태어난 사람들은 사회적·정치적·역사적·경제적으로 비슷한 시대적 환경을 가지고 있어 연령에 따라 유사한 행동 특성을 가질 확률이 높다. 연령은 사회인구학적 변인 중 소비자 행동 분석에 매우 중요한 변수로 이용되어 왔다(Pol 1991; Yoon et al. 2009; Kim & Park 2011; Kim & Lee 2014).

연령에 따라 관광객의 행동 특성을 분석한 연구를 살펴보면, 연령에 따라 선호하는 관광상품이나 프로그램에 차이가 있는 것으로 나타나고 있다. 농촌관광을 대상으로 한 Lee et al.(2006)의 연구에서는 연령에 따라 농촌관광객의 선호 체험프로그램에 차이가 있는 것으로 나타났다. 20대 이하의 농촌관광객은 농촌토속음식 제조·전통놀이, 30대는 축제 및 이벤트·문화유적 체험프로그램, 40대는 농사체험·농가생활풍습, 50대 이상은 농촌토속음식제조·자연생태 체험을 선호하는 것으로 나타났다. 해양관광을 대상으로 한 Kim et al.(2014)의 연구에서는 성별과 연령에 따라 해양관광활동 유형에 차이가 있는 것으로 나타났다. 20대는 체험·활동 등 활동적이고 능동적인 체험, 30대 이상의 중·장년층은 관광·휴양 등 정적이고 소프트한 체험을 선호하는 것으로 나타났다. Kim & Lee(2014)의 연구에서는 성인과 초등학생 체험객을 대상으로 생태체험마을 속성이 방문객의 만족에 미치는 영향을 분석하였다. 분석결과 성인은 프로그램·서비스요인과 시설요인이, 초등학생은 프로그램·서비스요인, 시설요인, 마을환경요인이 만족에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

연령에 따른 관광객의 행동에도 차이가 있는 것으로 나타나고 있는데, 축제 방문객을 대상으로 한 Seo et al.(2002)의 연구에서는 연령에 따라 축제 만족도

에 차이가 있는 것으로 나타나고 있다. 문화관광을 대상으로 한 Choi & Park(2010)의 연구에서는 유형 문화자원에 40대가 다른 연령대보다 비교적 높은 점수를 부여하는 것으로 나타났으며, 무형문화관광자원은 연령대가 높아질수록 평가 점수가 낮아지며 60대의 평가 점수가 가장 낮은 것으로 나타나고 있다. Park(2013)의 연구에서는 연령에 따라 관광욕구에 대한 인식의 차이가 있는 것으로 나타났다. 20대의 경우 관광욕구가 낮고 결속욕구는 높은 반면, 50대 이상의 경우 휴식욕구가 높은 것으로 나타났다. 이처럼 연령에 따라 관광객의 선호 프로그램이나 관광 행동에 차이가 있는 것으로 나타나고 있다. 이러한 선행연구를 바탕으로 본 연구에서는 공정관광의 품질, 만족, 행동의도의 관계에 있어 연령의 조절효과에 대해 다음과 같은 가설을 설정하였다.

**H3. 공정관광 품질, 만족, 행동의도의 관계는 연령에 의해 조절될 것이다.**

### III. 연구방법

#### 1. 연구모형

본 연구의 목적은 공정관광 품질, 관광객 만족, 행동의도 간의 구조관계와 이러한 관계에 있어 연령의 조절효과를 분석하는 것으로 선행연구를 바탕으로

Fig. 1과 같은 연구모형을 설정하였다. 연구 모형은 공정관광 품질, 관광객 만족, 행동의도 간의 구조적 관계를 나타내고 있으며, 연령에 따라 공정관광 품질, 관광객 만족, 행동의도 간의 구조적 관계에 대한 조절효과를 나타내고 있다.

#### 2. 측정항목 도출

품질은 소비자의 사전 기대와 실제 제공되는 서비스에 대한 인식의 차이로, 서비스 품질을 구성하는 요인은 서비스산업의 특징에 따라 달라진다(Grönroos 1984). 관광의 품질은 크게 기능적 품질과 기술적 품질로 유형화 할 수 있다(Grönroos 1984; Fleischer et al. 1993; Reiche et al. 2000; Lee et al. 2007). 공정관광 또한 관광의 범주에 속해있으므로 기능적 품질과 기술적 품질로 구분하여 설명할 수 있다. 본 연구에서 공정관광의 품질의 세부적인 문항을 구성하기 위해 농촌관광의 서비스 품질을 측정 한 선행연구(Fleischer et al. 1993; Reichel et al. 2000)를 참고로 하여 공정관광의 특수성을 반영할 수 있도록 하였다. Fleischer et al.(1993)은 이스라엘의 농촌관광의 서비스 품질 측정을 위한 척도를 기술적 차원(11개 문항)과 기능적 차원(4개 문항)으로 개발하였다. Reiche et al.(2000)은 Fleischer et al.(1993)이 개발한 서비스 품질 척도를 소규모 숙박시설을 주로 운영하는 농촌관광에 적합하게 수정하여 적용하였다. 본 연구에서

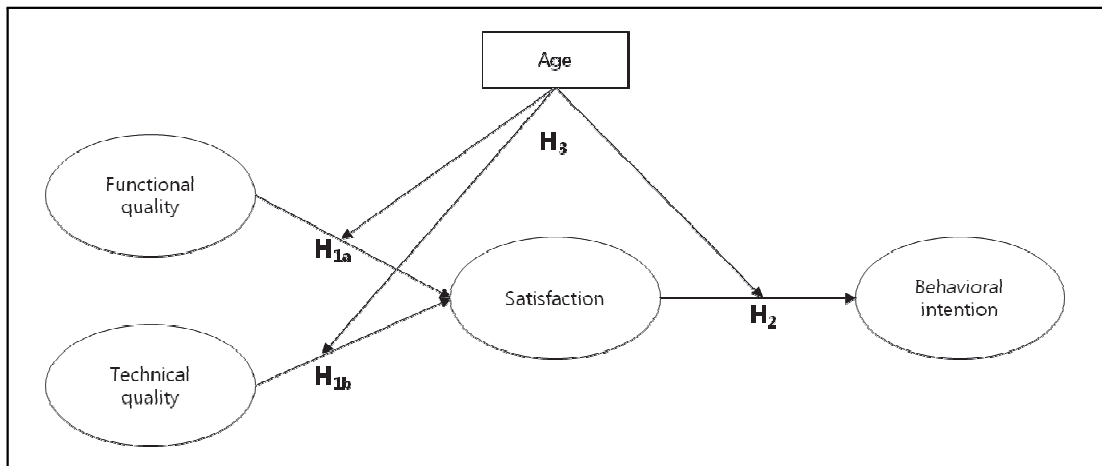


Fig. 1. The proposed hypothetical model

는 선행연구에서 도출한 문항을 바탕으로 국내 농촌 지역 공정관광 현장에 대한 참여관찰 조사, 운영자와 관광객을 대상으로 한 면접조사를 통해 농촌 공정관광 실정에 맞게 문항을 구성하였다. 이후 관광학자와 공정관광 현장전문가 4인의 검토를 거친 문항을 농촌 공정관광객을 대상으로 예비조사(Pre-test)를 실시하여 의미가 모호한 문항을 수정·보완하는 여러 단계의 절차를 거쳐 문항에 대해 타당성을 확보하였으며, 최종적으로 11개의 측정문항을 도출하였다.

관광객 만족의 측정은 전반적 만족을 측정할 수 있도록 만족에 대한 선행연구(Zeithaml et al. 1996; Oliver 1997; Lee et al. 2010)를 참고로 4개의 문항으로 구성하였으며, 행동의도는 선행연구(Lee et al. 2008; Yoon et al. 2010; Lee et al. 2011)에서 활용한 척도를 이용하여 4개의 문항으로 구성하였다. 각각의 측정항목은 Likert 5점 척도(1='전혀 그렇지 않다', 5='매우 그렇다')를 사용하여 측정하였다.

### 3. 자료수집

설문조사는 국내 지역관광 프로그램을 운영하고 있는 전국 공정관광 단체 및 사업체 7개소를 통해 공정관광에 참여한 공정관광객을 대상으로 하였다. 설문조사 기간은 2014년 6월부터 10월 사이이며, 조사원이 조사대상자에게 연구의 취지를 설명한 뒤 설문에 응답할 것을 요청하는 자기기입식으로 이루어졌다. 설문대상은 20세 이상의 공정관광객으로 하였으며, 483명에게 설문지를 배부하여 회수한 480부 중 응답이 불충분한 9부를 제외하고 최종적으로 471부를 분석에 사용하였다.

### 4. 자료분석

공정관광의 서비스품질 변인의 기저에 존재하는 차원을 도출하기 위해 SPSS 20.0을 이용하여 주성분 분석과 베리맥스 회전법을 적용하여 탐색적 요인분석(EFA: Exploratory Factor Analysis)을 실시하였으며, 요인분석 시 변수와 요인의 선택에는 요인부하량 0.4이상, 고유치 1이상, 원 변량의 60% 이상을 설명하는 것을 기준으로 하였다. 이후 각 개념들의 타당

성과 신뢰성을 알아보기 위해 확인적 요인분석(CFA: Confirmatory Factor Analysis)을 실시하였으며, 가설 검증을 위해 구조방정식 분석(SEM: Structural Equation Modeling)을 실시하였다. 조절효과 분석을 위해서는 다중집단분석(Multigroup Analysis)을 실시하였다. 연령은 소비자 행동 분석에 중요한 변수로 여겨져 왔으며 관광분야에서도 연령에 따라 관광객의 행동 특성에 차이가 있는 것으로 나타나고 있다(Seo et al. 2002; Lee et al. 2006; Choi & Park 2010; Park 2013 Kim et al. 2014; Kim & Lee 2014). 본 연구에서 연령에 따라 집단을 구분하기 위해 조사대상자의 평균 연령을 구한 결과 평균연령은 39.1세로 나타났다. 또한 연령별로 인원수를 나누어 본 결과 20·30대 연령층이 244명, 40대 이상 연령층이 224명으로 나타나 비율이 거의 비슷하게 나타나 연령층을 두 집단으로 나누어 조절효과를 분석하는 것이 적절하다고 판단하였다.

## IV. 결과 및 고찰

### 1. 조사대상자의 특성

조사대상자의 사회인구학적 특성을 살펴보면 성별은 남성이 185명(39.8%), 여성이 280명(60.2%)으로 여성의 비율이 높았으며, 연령은 19-29세가 122명(26.1%), 30-39세가 122명(26.1%), 40-49세가 114명(24.4%) 순으로 높게 나타났다. 월소득은 200만원 미만의 비율이 215명(46.7%)으로 가장 높게 나타났으며, 학력은 대학교 졸업의 비율이 239명(51.4%)으로 가장 높게 나타났다. 직업은 사무직이 98명(21.1%), 주부가 81명(17.5%) 순으로 높게 나타났다.

조사대상자의 관광행동 특성을 살펴보면 214명(46.3%)이 공정관광에 대한 사전교육을 받은 것으로 나타났다. 동반자유형은 단체가 213명(45.2%), 친구/동료/연인이 98명(20.8%), 가족 및 친지가 82명(17.4%) 순으로 높게 나타났다. 일정은 1박2일이 247명(52.4%)으로 가장 높게 나타났으며, 지출비용은 5-10만원이 163명(36.2%), 11-20만원이 125명(27.8%) 순으로 높게 나타났다. 공정관광 참여 횟수는 1회의



비중이 262명(56.6%)으로 가장 높게 나타났다. 공정 관광을 하며 느낀 불편사항이나 애로사항에 대해서는 숙박시설이 89명(30.6%)으로 가장 높게 나타났으

며, 식사 73명(25.1%), 여행비용 68명(23.4%)순으로 높게 나타났다. 공정관광에 대한 정보 획득 경로는 지인이 209명(45.2%), 단체여행이 89명(19.3%), 인

**Table 1.** Characteristics of the respondents(N=471)

		Variables	N(%)	Variables	N(%)		
Socio-demographic characteristics	Gender (n=465)	Male	185(39.8)	Educational level (n=465)	Less than high school	18( 3.9)	
		Female	280(60.2)		High school diploma	111(23.9)	
	Marital status (n=460)	Married	249(54.1)		College diploma	47(10.1)	
		Not married	209(45.4)		University diploma	239(51.4)	
		Others	2( 0.4)		Some graduate school or more	50(10.8)	
	Age (n=468)	19-29	122(26.1)		Occupation (n=463)	White-collar worker	98(21.2)
		30-39	122(26.1)			Professional	38( 8.2)
		40-49	114(24.4)			Service	51(11.0)
		50-59	81(17.3)			Student	55(11.9)
		60 and older	29( 6.2)			Public officer	15( 3.2)
Monthly income (n=460) US \$	Up to 2,000	215(46.7)	Blue-collar worker	55(11.9)			
	2,000~3,999	165(35.9)	Self-employed	47(10.2)			
	4,000~5,999	57(12.4)	Homemaker	81(17.5)			
	More than 6,000	23( 5.0)	Other	54(11.7)			
Tourism behavior	Prior education for responsible tourism (n=462)	Yes	214(46.3)	Expenditure (n=450)		40 and less	94(20.9)
		No	248(53.7)		50-100	163(36.2)	
	Company (n=472)	Family or relatives	82(17.4)		111-200	125(27.8)	
		Friends or partners	98(20.8)		211-300	45(10.0)	
		Alone	74(15.7)		311 and over	23( 5.1)	
		A group tour	213(45.2)	Frequency of participation in responsible tourism (n=463)	One time	262(56.6)	
	Other	5( 0.8)	2-3 times		125(27.0)		
	Length of stay (n=471)	One day	133(28.2)		4-5 times	38( 8.2)	
		Two days	247(52.4)		6-10 times	31( 6.7)	
		Three days	27(17.2)		More than 11 times	7( 1.5)	
More than four days		10( 2.1)	Information source (n=513, multiple response)	Internet	87(18.8)		
Inconvenience (n=378, multiple response)	Accommodations	89(30.6)		Brochure	39( 8.4)		
	Meal	73(25.1)		Word of mouth	209(45.2)		
	Tour program	54(18.6)		Mass media	28( 6.1)		
	Travel cost	68(23.4)		Responsible travel agency	23( 5.0)		
	Relationship with residents	59(20.3)		Group tour	89(19.3)		
	Other	35(12.0)		Other	38( 8.2)		

터넷이 87명(18.8%)순으로 높게 나타났다.

2. 측정모형

가. 탐색적 요인분석(EFA)

공정관광 품질에 대한 항목들이 동일한 개념을 측정하였는지를 확인하기 위해 먼저 탐색적 요인분석을 실시하였다(Table 2). 11개의 품질 항목을 대상으로 요인분석을 실시한 결과 총 2개의 요인이 생성되었다. 2개 요인은 총 분산의 63.47%를 차지하여 비교적 높은 설명력을 나타내었으며, Kaiser-Meyer-Olkin의 표본적절성 검사 결과 0.921로 높게 나타났다.

요인 1은 전체 변량의 53.05%를 설명하며 ‘공정관광 운영자의 책임성’, ‘서비스의 질’, ‘지역주민의 친절성’, ‘예약 시스템’, ‘체험 해설프로그램’ 등 5개의 변인을 포함하고 있다. 이들 변인은 서비스, 프로그램 등과 관련되어 있어 ‘기능적 품질’로 명명하였다. 요인 2는 전체 변량의 10.42%를 설명하며 ‘가격 수준’, ‘샤워시설’, ‘숙박시설과 주변환경의 아름다움’, ‘방의 청결성’, ‘체험활동’, ‘지역의 관광정보를 알 수 있는 자료들’ 등 6개의 변인을 포함하고 있다. 이들 변인은

시설, 가격, 주변환경 등과 관련되어 있어 ‘기술적 품질’로 명명하였다.

나. 확인적 요인분석(CFA)

본 연구의 구성개념들에 대한 측정항목들을 토대로 확인적 요인분석을 실시하였다. 다중상관계수(SMC: Squared Multiple Correlations)는 관측변수의 신뢰도를 나타낸다. 기능적 품질의 ‘공정관광 운영자의 책임성’과 기술적 품질의 ‘체험활동’, ‘지역의 관광정보를 알 수 있는 자료들’의 3개 문항은 다중상관계수가 0.6 미만으로 신뢰도가 낮게 나타나 제거하였다.

본 연구에서는 최종적으로 16개의 변수로 확인적 요인분석을 실시하였으며 모델 적합도는 절대적합지수(absolute fit index), 증분적합지수(incremental fit index), 간명적합지수(parsimonious fit index)를 통해 확인하였다. 절대적합지수는 모델의 전반적인 적합도를 평가하는 지수로  $\chi^2(df)$ , Normed  $\chi^2(\chi^2/df)$ , GFI, RMSEA 등의 수치로 확인하였다. 증분적합지수는 독립모델에 대한 제안모델의 적합도를 비교하는 지수로 NFI, RFI, TLI, CFI 등의 수치로 확인하였다. 마지막으로 간명적합지수는 적합도가 추정계수에 의

Table 2. EFA for service quality of responsible tourism

Service quality	Factor loadings	Eigen value	Variance explained	Cronbach's <i>a</i>	Mean <sup>a</sup>
<b>Functional quality</b>		5.84	53.05	.875	3.90
Operator's responsibility	.830				4.07
Service quality	.777				3.96
hospitality of area residents	.748				3.84
Reservations system	.727				3.65
Tour guide of local experience	.724				3.97
<b>Technical quality</b>		1.15	10.42	.863	3.75
Price level	.794				3.72
Shower and bathroom facilities	.790				3.63
Aesthetics of room and surrounding area	.758				3.93
Cleanliness of rooms	.726				3.62
Activities	.620				3.94
Printed information regarding area activities	.498				3.62

Total variance explained = 63.47%, KMO = 0.9213

Bartlett's test of sphericity  $\chi^2 = 2158.34 (df=55, p<.001)$

Note: 1 = strongly disagree, 5 = strongly agree

**Table 3.** Goodness-of-fit indices for the measurement model

Absolute fit measures		Incremental fit measures					Parsimonious fit measures				
$\chi^2(df)$	Normed $\chi^2$	GFI	RMSEA	NFI	RFI	TLI	CFI	PGFI	PNFI	PCFI	AIC
283.212(98)	2.890	.928	.063	.943	.930	.953	.962	.669	.770	.786	359.212

**Table 4.** CFA results for the measurement model

Constructs	Factor loading	C.R.	Cronbach $\alpha$
<b>Functional quality</b>			.871
Hospitality of area residents	.745		
Operator's responsibility	.834	17.871	
Service quality	.860	18.401	
Tour guide of local experience	.737	15.707	
<b>Technical quality</b>			.840
Cleanliness of rooms	.748	14.871	
Price level	.805	15.840	
Aesthetics of room and surrounding area	.725		
Shower and bathroom facilities	.726	14.472	
<b>Satisfaction</b>			.911
Overall, I am satisfied with the responsible tourism	.854		
I made the right decision to go on responsible tourism	.875	24.307	
The overall feeling I got from responsible tourism was satisfying	.829	22.263	
Satisfaction with responsible tourism in comparison to my expectations	.833	22.416	
<b>Behavioral intention</b>			.899
I will make efforts to go on responsible tourism in the near future	.817		
I have intentions to go on responsible tourism again	.872	22.226	
I am willing to go on responsible tourism again	.890	22.802	
I am willing to spend time and money on responsible tourism	.754	18.186	

Note) C.R.: Critical Ratio

**Table 5.** Estimated correlations between constructs

	Functional quality	Technical quality	Satisfaction	Behavioral intention
Functional quality				
Technical quality	.711(.505)			
Satisfaction	.642(.412)	.522(.272)		
Behavioral intention	.414(.171)	.390(.152)	.634(.402)	
Cronbach's $\alpha$	.871	.840	.911	.899
CR	.925	.906	.966	.940
AVE	.756	.707	.878	.798

Note) AVE: Average variance extracted; CR: Construct reliability.

Numbers in parentheses indicate squared correlations between latent constructs ( $r^2$ ).

해 과대적합된(over-fitting) 것인지를 진단하는 것으로 PGFI, PNFI, PCFI, AIC 등의 수치로 확인하였다. 절대적합지수인  $\chi^2(df)$ 는 283.212(98)로 나타났으며, Normed  $\chi^2$ 값은 2.890으로 기준치 3보다 적게 작게 나타나 측정모델이 적합함을 확인하였다. 이외에 GFI는 0.928로 나타나 Hair et al.(2006)이 제시한 기준치인 0.9보다 높게 나타났다. RMSEA는 선행연구(Browne & Cudeck 1992; Hair et al. 2006)에서 제시한 기준치인 0.08보다 낮은 0.063으로 도출되어 적합한 것으로 나타났다. 중분적합지수인 NFI=0.943, RFI=0.930, TLI=0.953, CFI=0.962로 선행연구(Hair et al. 2006)에서 제시한 기준치(NFI $\geq$ 0.9, RFI $\geq$ 0.9, TLI $\geq$ 0.9, CFI $\geq$ 0.9) 이상으로 적합한 것으로 나타났다. 간명적합지수는 수치가 낮을수록 양호한 것으로 판단하는데, 본 연구에서는 PGFI=0.669, PNFI=0.770, PCFI=0.786, AIC=359.212로 적합한 것으로 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 0.707~0.878로 나타나 기준치인 0.5를 상회하였으며, 개념신뢰도값은 0.906~0.966로 나타나 기준치인 0.7보다 높게 나타났다. Cronbach's  $\alpha$  값은 0.840~0.911로 기준치인 0.7을 상회함으로써 측정모형에 대한 내적일관성이 증명되어 구성개념의 집중 타당성이 확보되었다고 할 수 있다. 구성개념 간 판별타당성을 확인한 결과 Table 5와 같이 잠재변수의 평균분산추출값이 결정계수( $r^2$ )보다 높은 것으로 나타나 판별타당성이 있는 것으로 확인되었다.

Table 6. Goodness-of-fit indices for the structural equation model

	Absolute fit measures				Incremental fit measures				Parsimonious fit measures			
	$\chi^2(df)$	Normed $\chi^2$	GFI	RMSEA	NFI	RFI	TLI	CFI	PGFI	PNFI	PCFI	AIC
All (N=471)	231.211(98)	2.359	.941	.054	.954	.943	.966	.973	.678	.779	.794	307.211
20s-30s (N=244)	232.856(98)	2.376	.889	.075	.916	.897	.938	.949	.641	.748	.775	308.856
Over 40s (N=224)	168.173(98)	1.716	.917	.057	.930	.914	.962	.969	.661	.759	.792	244.173

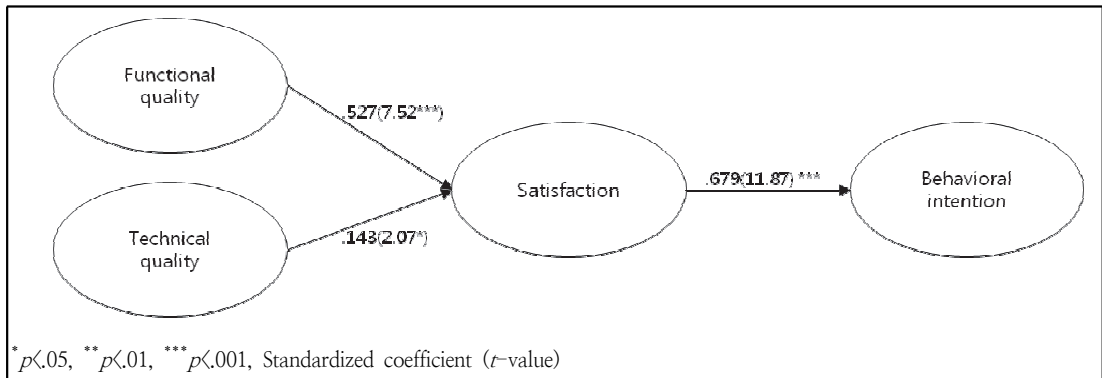


Fig. 2. The structural equation model(overall group)

**Table 7.** Standardized structural estimates

Hypothesized path		Estimates( <i>t</i> -value)
Functional quality	→ Satisfaction	.527( 7.52 <sup>***</sup> )
Technical quality	→ Satisfaction	.143( 2.07 <sup>*</sup> )
Satisfaction	→ Behavioral intention	.679(11.87 <sup>***</sup> )

\**p*<.05, \*\**p*<.01, \*\*\**p*<.001

**Table 8.** Test for metric invariance

	$\chi^2$	<i>df</i>	$Q(\chi^2/df)$	Chi-square differences	<i>p</i>	RMSEA	NFI	GFI	CFI
Unconstrained model	452.021	196	2.306			.053	.913	.891	.948
Constrained model	464.750	208	2.234	$\Delta\chi^2(12)=12.73$	0.389	.051	.910	.887	.948

### 3. 구조방정식 분석(SEM)

#### 가. 공정관광 품질과 관광객 만족, 행동의도의 관계

공정관광 품질과 관광객 만족, 행동의도간의 구조관계를 검증하기 위해 구조방정식 분석(SEM: Structural Equation Modeling)을 실시하였으며, 연구 모델의 모델적합도는 Table 6과 같이 대체적으로 만족스럽게 나타났다( $\chi^2(df)=231.211(98)$ , Normed  $\chi^2=2.359$ , GFI=0.941, RMSEA=0.054, NFI=0.954, RFI=0.943, TLI=0.966, CFI=0.973, PGFI=0.678, PNFI=0.779, PCFI=0.794, AIC=307.211). 이에 가설을 검증한 결과는 Fig. 2와 Table 7에 제시되어 있으며, 기능적 품질( $t=0.527$ ,  $p<0.001$ )과 기술적 품질( $t=0.143$ ,  $p<0.05$ )은 관광객 만족에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 1은 지지되었다. 또한 관광객 만족( $t=0.679$ ,  $p<0.001$ )은 행동의도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 2는 채택되었다.

#### 나. 연령의 조절효과

공정관광 품질과 관광객 만족이 행동의도 등 변수들 간 구조모형이 관광객의 연령에 따라 차이가 있는지를 알아보기 위해 다중집단 구조방정식 모형분석을 실시하였다. 먼저 조사 대상자의 평균 연령인 39.1세를 기준으로 20·30대와 40대 이상 연령층으로 집단을 두 집단으로 분류하였다. 그 결과 20·30

대 연령층은 244명, 40대 이상 연령층은 224명으로 나타났다.

다중집단 구조방정식 모형 분석을 위해 먼저 집단 간 측정동일성(measurement equivalence)에 대한 분석이 필요하다. 이는 측정도구에 대한 집단간 동일성 여부를 판단하기 위한 것으로 두 집단 간 어떤 요인도 제약하지 않은 비제약모델(unconstrained model)과 제약모델간  $\chi^2$  차이로 검증할 수 있다. 연령에 대한 측정동일성을 분석한 결과는 Table 8과 같으며 비제약모델과 집단간 적재치가 동일하도록 제약한 완전측정동일성 모델 간  $\chi^2$  차이는  $\Delta\chi^2(12)=12.73$  ( $p<0.05$ )으로 통계적으로 유의하지 않다는 것을 나타낸다. 이는 본 연구에서 사용한 측정도구에 측정동일성에 문제가 없는 것으로 판단할 수 있다. 또한 기준모델의 RMSEA, NFI, GFI, CFI값은 선행연구(Browne & Cudeck 1992; Hair et al. 2006)에서 제시한 기준치(RMSEA $\leq$ 0.08, NFI $\geq$ 0.9, GFI $\geq$ 0.9, CFI $\geq$ 0.9)를 만족시키는 것으로 나타나 연령에 따른 다중집단 구조방정식 모형이 적합함을 확인하였다.

공정관광객 연령에 따른 두 집단 간 경로계수의 차이를 검증하기 위해 자유모델과 경로를 각 집단 간 동일하게 제약한 모델간의  $\chi^2$  차이검증을 실시하였으며 가설을 검증한 결과는 Fig. 2, Fig. 3, Table 9에 제시되었다.  $\chi^2$  차이가 유의적이라면 연령 간 차이가 있으며 조절효과가 있음을 의미한다. 먼저 공정관광

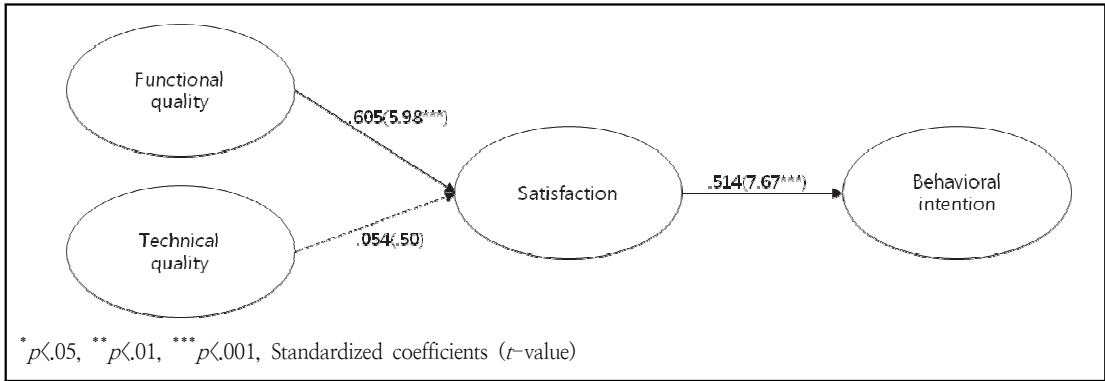


Fig. 3. The structural equation model(group in twenties and thirties)

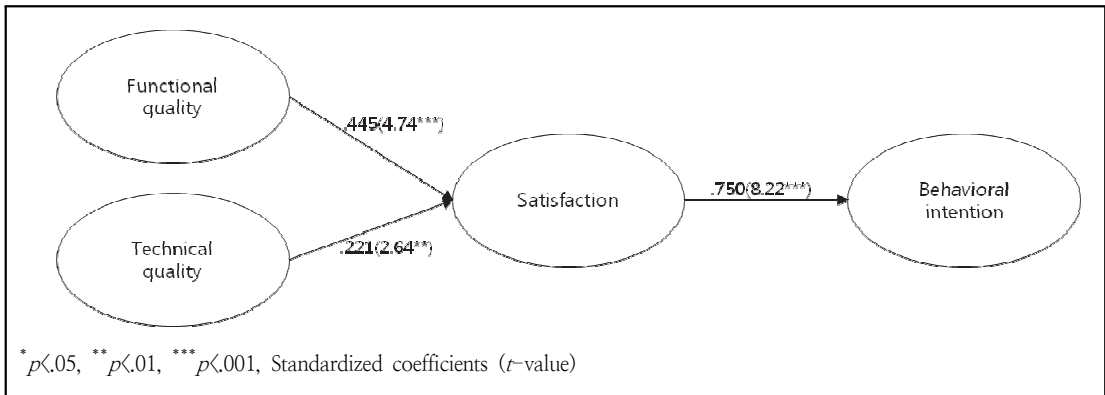


Fig. 4. The structural equation model(group in forties)

Table 9. Structural parameter estimates for group comparisons

Hypothesized path	Estimates ( $t$ -value)		Chi-square differences
	20s-30s	Over 40s	
Functional quality → Satisfaction	.605(5.980 <sup>***</sup> )	.445(4.736 <sup>***</sup> )	$\Delta\chi^2(1)=1.34$
Technical quality → Satisfaction	.054( .501 )	.221(2.637 <sup>**</sup> )	$\Delta\chi^2(1)=1.53$
Satisfaction → Behavioral intention	.514(7.670 <sup>***</sup> )	.750(8.216 <sup>***</sup> )	$\Delta\chi^2(1)=4.22^*$

\* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$

품질과 관광객 만족의 관계에서 연령의 조절효과를 분석한 결과 20·30대는 기능적 품질이 관광객 만족에 유의한 정(+)의 영향을 미치며, 40대 이상은 기능적 품질과 기술적 품질이 관광객 만족에 모두 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으나  $\Delta\chi^2$ 의 차이가 통계적으로 유의하지 않아 연령의 조절효과는 없는 것으로

나타났다(기능적 품질→관광객 만족:  $\Delta\chi^2(1)=1.34$ , 기술적 품질→관광객 만족: $\Delta\chi^2(1)=1.53$ ). 관광객 만족이 행동의도에 미치는 영향은 20·30대와 40대 이상 두 집단 모두 유의하였으며, 20·30대에 비해 40대 이상에서 높게 나타났다. 또한  $\Delta\chi^2$ 의 차이가 통계적으로 유의하게 나타나 연령의 조절효과를 확인되었으며(관

관광객 만족→행동의도:  $\Delta\chi^2(1)=4.22, p<(0.05)$  가설 3은 부분적으로 지지되었다.

### V. 요약 및 결론

세계적으로 가장 큰 산업 중 하나라고 할 수 있는 관광산업의 이면에는 지역주민의 소득이나 삶의 질에 향상과 연계되지 못한 경우가 많다. 이러한 회의 속에서 관광으로 인한 혜택이 지역에 돌아갈 수 있도록 하려는 공정관광이 성장하게 되었다. 대중관광이 갖는 한계 속에서 착한소비와 환경보전, 지역의 고유성을 경험할 수 있는 차별화된 형태의 관광이 주목을 받게 된 것이다.

본 연구는 농촌을 방문한 공정관광객을 대상으로 공정관광 품질과 관광객 만족, 행동의도의 구조관계를 분석하였으며, 이러한 관계에 대한 연령의 조절효과를 분석하였다. 이를 위해 전국 농촌 공정관광 단체 및 사업체 7개소를 통해 공정관광에 참여한 공정관광객 471명을 대상으로 분석하였다.

요인분석 결과 농촌 공정관광의 품질은 기능적 품질과 기술적 품질로 나타났으며, 구조방정식 분석 결과 기능적 품질과 기술적 품질 모두 관광객 만족에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 관광 분야에서 품질이 관광객 만족에 영향을 미치는 것으로 나타난 선행연구(Parasuraman et al, 1988; Bitner 1990; Bolton & Drew 1991; Cronin & Taylor 1992; Baker & Crompton 2000; Ekinci 2003; Jang 2004; Chen & Chen 2010; Jang 2010; Jeon et al. 2010; Lee et al. 2011)와 유사한 결과이다. 이 중 기능적 품질이 더 큰 영향을 미치는 것으로 나타나 공정관광에서 지역주민의 환대, 운영자의 책임성, 서비스 품질, 체험 해설 등 정서적 만족을 줄 수 있는 요소들이 더욱 중요한 것으로 나타나고 있다. 이는 지역관광에서 기능적 품질에 대한 중요성을 제시한 선행연구(Kim & Jeon 2007; Jang 2010; Lee & Lee 2015)와 유사한 결과이다. 공정관광에서 기술적 품질보다 기능적 품질에 대한 중요성이 높게 나타난 이유는 공정관광객들이 서비스 품질의 최종 결과뿐만 아니라 공

정관광이 이루어지는 과정에서 지역 주민들과의 교류, 체험해설 등을 통해서 느낄 수 있는 정서적 교류와 경험에 대해 더욱 중요하게 인식하는 것으로 볼 수 있다.

공정관광객의 만족이 행동의도에 영향을 미치는 것으로 나타나 선행연구(Baker & Crompton 2000; Hutchinson et al. 2009; Williams & Soutar 2009; Chen & Chen 2010; Jang 2010; Žabkar et al. 2010; Park & Lee 2011; Prayag et al. 2013)와 일관된 결과를 보이고 있다. 이러한 결과는 공정관광에서 서비스 품질을 고려한 프로그램 운영으로 공정관광객의 만족을 높이고 재방문을 유도할 수 있다는 것을 시사하고 있다.

공정관광의 품질, 관광객 만족, 행동의도의 구조관계에 대한 연령의 조절효과를 분석한 결과 연령의 조절효과가 있는 것으로 나타났다. 연령에 따른 차이를 살펴보면, 20-30대 연령층 집단의 경우 기능적 품질만이 관광객 만족에 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 40대 이상 연령층 집단의 경우 기능적 품질과 기술적 품질 모두 관광객 만족에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 모든 연령대에서 관광객 만족은 행동의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 20-30대 연령층 집단에서 기능적 품질만 만족에 영향을 미치는 것으로 나타난 결과는 젊은 연령층의 공정관광객들이 공정관광에서 숙박시설이나 기타 시설 등에서 올 수 있는 불편함 등을 수용하고 있음을 의미한다고 볼 수 있다. 공정관광에서 외형적인 시설이나 쾌적함, 안락함 보다는 공정관광의 의미를 느낄 수 있는 프로그램이나 정서적 만족을 더욱 중요시하고 있음을 나타내는 결과이다. 이는 연령에 따라 관광객의 행동에 차이가 나타났던 선행연구(Seo et al. 2002; Choi & Park 2010; Park 2013)와 유사한 결과이다.

본 연구의 분석 결과를 바탕으로 공정관광의 서비스 품질을 고려한 농촌 공정관광 상품개발과 운영을 위한 시사점을 제시하면 다음과 같다. 20-30대 연령층 집단을 대상으로 하여서는 공정관광이 가진 의미와 가치를 느낄 수 있도록 하며, 지역의 고유성 있는 문화와 색다른 경험을 느낄 수 있는 프로그램의 개발과 운영이 필요할 것이다. 이를 통해 지역에서의 차

별화 된 경험을 할 수 있도록 하며 공정관광을 통해 자신의 소비와 관광행동이 지역에 긍정적인 영향을 미치고 있음을 느낄 수 있도록 해야 할 것이다. 40대 이상의 연령층을 대상으로 하여서는 지역에서의 고유성 있는 경험이나 공정관광의 의미를 느낄 수 있도록 함과 동시에 적절한 가격, 주변의 경관, 숙박시설 등 기능적 품질에 대해서도 중요하게 고려해야 할 것이다. 이를 통해 지역에서의 아름다운 경관을 감상하고 문화를 경험하며 쾌적하게 휴식할 수 있는 가운데 자연스럽게 공정관광의 의미를 느낄 수 있도록 프로그램의 구성해야 할 것이다.

지역에 경제·문화·사회적으로 긍정적인 영향을 가져오는 공정관광을 활성화 하고 공정관광의 시장을 효율적으로 확대하기 위해서는 공정관광객의 만족과 행동의도에 영향을 미치는 서비스 품질을 고려한 상품개발과 운영으로 공정관광객들의 지속적인 방문과 새로운 관광객들을 유도해야 할 것이다. 아직 공정관광에 대한 인식이 미흡하기 때문에 정책적으로 관광객들이 공정관광을 통해 지역에서 느낄 수 있는 진정성과 색다른 즐거움, 착한 소비 등 공정관광의 가치에 대한 홍보 지원이 필요할 것이다.

본 연구는 농촌 공정관광에 대한 소비자 측면의 연구가 많지 않은 상황에서 공정관광의 서비스 품질 항목을 도출하였으며, 공정관광의 서비스 품질, 만족, 행동의도의 관계를 실증적으로 분석하였는데 의의가 있다. 또한 공정관광객을 세분화하여 연령에 따른 인식 차이를 통합적으로 분석하였는데 의의가 있다.

농촌과 지역사회 활성화를 위한 효율적인 마케팅 전략을 수립하기 위해서는 보다 다양한 개념들을 활용하여 농촌 공정관광객의 인식과 행동을 분석하는 연구가 이루어져야 할 것이다. 또한 농촌 공정관광의 지속가능성을 위해 공정관광의 공급자, 지역공동체, 관광객 등 각 주체들의 시각에서 보다 심도 있는 후속연구가 필요할 것이다.

## References

Baker DA, Crompton JL(2000) Quality, satisfaction and behavioral intentions. *Ann Tourism Res* 27(3),

- 785-804  
 Bitner MJ(1990) Evaluating service encounters: the effects of physical surroundings and employee responses. *J Marketing* 54(2), 69-82  
 Bolton RN, Drew JH(1991) A longitudinal analysis of the impact of service changes on customer attitudes. *J Marketing* 55(1), 1-9  
 Boulding W, Kalar A, Staelin R, Zeithaml VA(1993) A dynamic process model of service quality: From expectation to behavioral intentions. *J Marketing Res* 30(1), 7-27  
 Browne MW, Cudeck R(1992) Alternative ways of assessing model fit. *Sociol Met Res* 21(2), 230-258  
 Carpenter JM(2008) Consumer shopping value, satisfaction, and loyalty in discount retailing. *J Retailing Consum Serv* 15(5), 358-363  
 Caruana R, Glozer S, Crane A, McCabe S(2014) Tourists' accounts of responsible tourism. *Ann Tourism Res* 46, 115-129  
 Chen CF, Chen FS(2010) Experience quality, perceived value, satisfaction and behavioral intentions for heritage tourists. *Tourism Manage* 31(1), 29-35  
 Childress RD, Crompton JL(1997) A comparison of alternative direct and discrepancy approaches to measuring quality of performance at a festival. *J Travel Res* 36(2), 43-57  
 Choe YC, Kim SS(2007) A structural analysis on service quality, satisfaction and loyalty of rural experiential tourism for youth. *St Korean Youth* 18(2), 239-261  
 Choi BC, Park JH(2010). Traveller's satisfaction on cultural tourist attractions in Baekje cultural zone - Focusing on Gongju City, Buyeo County -. *Korean J Tourism Res* 24(4), 279-296  
 Cleverdon R, Kalisch A(2000) Fair trade in tourism. *Int J Tourism Res* 2(3), 171-187  
 Cronin JJ, Brady MK, Hult GTM(2000) Assessing the effects of quality, value, and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments. *J Retailing* 76(2), 193-218  
 Cronin JJ, Taylor SA(1992) Measuring service quality: a reexamination and extension. *J Marketing* 56(3), 55-68  
 Curtin S, Busby G(1999) Sustainable destination development: the tour operator perspective. *Int J Tour Res* 1(2), 135-147  
 Dolnicar S, Leisch F(2008) Selective marketing for environmentally sustainable tourism. *Tourism Manage* 29(4), 672-680  
 Ekinci Y(2003) An investigation of the determinants of customer satisfaction. *Tourism Anal* 8(2), 193-196  
 Fishbein M., Ajzen I(1975) *Belief, attitude, intention, and behavior: an introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison-Wesley  
 Fleischer A, Rotem A, Banin T(1993) New directions in recreation and tourism activities in the rural sector in



- israel: demand and supply factors. Research Report. Development Study Center. Rehovot, Israel
- González MEA, Comesana LR, Brea JAF(2007) Assessing tourist behavioral intentions through perceived service quality and customer satisfaction. *J Bus Res* 60(2), 153-160
- Goodwin H, Roe D(2001) Tourism, livelihoods and protected areas: opportunities for fair trade tourism in and around National parks. *Int J Tourism Res* 3(5), 377-391
- Grönroos C(1984) A service quality model and its marketing implications. *European J Mark* 18(4), 36-44
- Hair JF, Tatham RL, Anderson RE, Black W(2006) *Multivariate data analysis* (Vol. 6). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall
- Hutchinson J, Lai F, Wang Y(2009) Understanding the relationships of quality, value, equity, satisfaction, and behavioral intentions among golf travelers. *Tourism Manage* 30(2), 298-308
- Jang KS(2010) The effects of rural tourism service quality on the visitor's satisfaction, revisit and recommendation. *Korean J Tour Res* 24(6), 457-472
- Jeon KY, Kim MS, Ha DH (2010) Effects of tourists experiences on experiential quality, experiential satisfaction, and loyalty. *Korean J Tour Res* 25(2), 271-292
- Jo MH, Jung SJ(2012) A study on values of tourist's and perceived consequence of fair tourism. *J Tour Sci* 36(1), 91-114
- Kang MH, Moscardo G(2006) Exploring cross-cultural differences in attitudes towards responsible tourist behaviour: a comparison of Korean, British and Australian tourists. *Asia Pac J Tour Res* 11(4), 303-320
- Kang SK(2010) Effects of rural tourism service quality on visitor satisfaction and revisit intention - home- stay service in Pyeongchang -. *J Tourism St* 22(1), 205-221
- Kim CS, Jeon DH(2007) Comparative analysis of 2005-2006 MUJU Firefly Festival's service quality and satisfaction. *Korean J Tour Res* 22(2), 265-284
- Kim GY, Kim HC, Kim JH(2014) Activation of ocean tourism considering The characteristic of proposed. *Tourism Leisure Res* 26(2), 67-81
- Kim KH, Lee SM(2014) Effects of ecotourism village attributes on tourists' satisfaction - Focused on comparison of adults and children -. *J Agr Extension Community Dev* 21(4), 909-937
- Kim KH, Lee SM(2015) Structural relationships between ecotourism village visitors' motivation, value, satisfaction, and loyalty. *Korean J Community Living Sci* 26(1), 87-102
- Kim KH, Park DB(2011) Structural relationships among benefit sought, satisfaction, and loyalty of green tea consumers: the moderating effect of age. *Korean J Food Culture* 26(4), 314-322
- Krippendorf J(1987) *The holiday makers: understanding the impact of leisure and travel*. Oxford: Heinemann
- Lee HH, Park DB, Lee MS(2006) Investigating rural tourist's activity preferences. *Korean J Culture Tourism Res* 8(1), 305-326
- Lee JS, Lee CK, Choi YJ(2010) Examining the role of emotional and functional values in festival evaluation. *J Travel Res* 50(6), 685-696
- Lee JY, Lee KO(2015) Effects of service quality of culture and tourism festivals in relation to Satisfaction and re-visit of visitors -focusing on Cheonan World Dance Festival-. *J Korea Contents Assoc* 15(1), 482-494
- Lee MS, Park DB, Lee EC(2007) Service quality gap analysis toward allotment gardener loyalty. *J Rural Tour* 14(1), 139-157
- Lee S, Jeon S, Kim D(2011) The impact of tour quality and tourist satisfaction on tourist loyalty: the case of Chinese tourists in Korea. *Tourism Manage* 32(5), 1115-1124
- Lee YK, Lee CK, Lee SK, Babin BJ(2008) Festivalscapes and patrons' emotions, satisfaction, and loyalty. *J Bus Res* 61, 56-64
- Miller GA(2010) Consumerism in sustainable tourism: a survey of UK consumers. *J Sustain Tour* 11(1), 17-39
- Moutinho L(1987) Consumer behaviour in tourism. *Eur J Marketing* 21(10), 5-44
- Oliver RL(1997) *Satisfaction: a behavioral perspective on the consumer*. New York: McGraw-Hill
- Parasuraman A, Zeithaml VA, Berry LL(1985) A conceptual model of service quality and its implications for future research. *J Marketing* 41-50
- Parasuraman A, Zeithaml VA, Berry LL(1988) SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perception of service quality. *J Retailing* 64(1), 12-40
- Park DB, Kim KH(2011) Structural relationships among rural tourism motivation, satisfaction, and loyalty including the moderating effects of gender. *Korean J Community Living Sci* 22(2), 283-298
- Park DB, Kim KH(2011) Structural relationships among service quality, satisfaction, and loyalty for farmstay visitors: the moderating effects of distance to the destination. *J Tourism Sci* 35(9), 319-342
- Park DB, Kim KH, Yoon YS(2010) Service quality satisfaction according to farm stay visitors preferences and segmentation by motivation. *Korean J Community Living Sci* 21(2), 163-177
- Park DB, Lee HH(2005) Characteristics of Rural tourist's activities in Korea: a correspondence analysis. *J Rural Tour* 12(1), 141-158
- Park DB, Lee MS, Kim JS(2004) Segmenting rural tourists on farm stay in Korea. *J Tour Sci* 28(2),

- 193-212
- Park ES, Lee JS(2011) Effects of medical tourism service quality on satisfaction and behavioral intention among Japanese medical tourists. *Korean J Tour Res* 30(2), 487-502
- Park HP(2013) Effect of tourism needs on tourism satisfaction. *J Korea Contents Assoc* 13(8), 443-449
- Park JH(2014) The research of difference about the personal values of foreign tourists with regard to the awareness of fair tourism. *Int J Tour Hos Re* 28(6), 37-52
- Park MH(2010) A study on the consumers' perceptions of fair tourism experiences. *Korean J Hum Ecol* 19(5), 857-872
- Pol LG(1991) Demographic contributions to marketing: an assessment. *J Acad Market Sci* 19(1), 53-59
- Prayag G, Hosany S, Odeh K(2013) The role of tourists' emotional experiences and satisfaction in understanding behavioral intentions. *J Destination Mark Manage* 2(2), 118-127
- Rajaratnam SD, Munikrishnan UT, Sharif SP, Nair V(2014) Service quality and previous experience as a moderator in determining tourists' satisfaction with rural tourism destinations in Malaysia: a partial least squares approach. *Procedia-Social Behav Sci* 144, 203-211
- Reichel A, Lowengart O, Milman A(2000) Rural tourism in Israel: service quality and orientation. *Tourism Manage* 21, 451-459
- Rural Development Administration(2011) A fact-finding survey on rural tourism 2011. Suwon: Rural Development Administration
- Rural Development Administration(2014) A fact-finding survey on rural tourism 2014. Wanju: Rural Development Administration
- Seo HS, Lee DK, Kim YH(2002) Visitor's perception about regional festival: case of the Iksan Int'l performing arts festival for children & young adults. *J Korean Assoc Local Gov St* 14(2), 237-255
- Wicks BE, Fesenmaier DR(1993) A comparison of visitor and vendor perceptions of service quality at a special event. *Festival Manag Event Tour* 1(1), 19-26
- Williams P, Soutar GN(2009) Value, satisfaction and behavioral intentions in an adventure tourism context. *Ann Tourism Res* 36(3), 413-438
- Yoon YS, Lee JS, Lee CK(2010) Measuring festival quality and value affecting visitors' satisfaction and loyalty using a structural approach. *Int J Hosp Manag* 29(2), 335-342
- Yoon YS, Park DB, Lee MS(2009) Segmentation and characteristic analysis of rural tourists behavior applied by two stage cluster and multi nominal logit model. *Korean J Tour Res* 23(4), 337-355
- Žabkar V, Brenčič MM, Dmitrović T(2010) Modelling perceived quality, visitor satisfaction and behavioural intentions at the destination level. *Tourism Manage* 31(4), 537-546
- Zeithaml VA, Berry LL, Parasuraman A(1996) The behavioral consequences of service quality. *J Marketing* 60(2), 31-46