

농촌체험의 서비스품질이 가치와 충성도에 미치는 영향 -연령의 조절효과-

김 경희** · 정 명철*** · 김 미희**** · 이 상영***** · 최 재웅*****

요 약

본 연구의 목적은 농촌체험의 서비스품질이 가치와 충성도에 미치는 영향을 분석하는 것이다. 특히, 본 연구에서는 연령이 서비스품질과 지각된 가치의 관계에 조절효과가 있는지를 분석하고자 하였다. 전국 10개의 농촌체험마을을 방문한 방문객 481명을 대상으로 분석하였으며 SPSS 20.0과 AMOS 20.0 프로그램을 이용하여 분석하였다. 분석결과 기능적 품질은 지각된 가치에, 지각된 가치는 충성도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 연령은 서비스품질과 지각된 가치 간의 관계에 조절효과가 있는 것으로 나타났다. 집단별로 경로의 차이를 살펴보면 40대 미만 집단의 경우 기술적 품질이 지각된 가치에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 40대 이상의 경우 기능적 품질이 지각된 가치에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 분석결과를 바탕으로 40대 미만의 경우 편리하고 쾌적한 시설과 정보제공, 합리적인 가격수준 등에 대한 서비스품질에 중점을 두어야 하며, 40대 이상의 경우 친절함과 신뢰성 있는 서비스 품질 관리에 중점을 두어야 함을 알 수 있다. 본 연구의 결과는 농촌마을에서 방문객의 연령에 따른 효과적인 마케팅 전략을 수립하는데 도움이 될 것이다.

주제어: 서비스품질, 지각된 가치, 충성도, 조절효과

* 본 연구는 농촌진흥청 국립농업과학원 농업과학기술 연구개발사업(PJ01131002)의 지원에 의해 이루어진 것임.

** (교신저자) 농촌진흥청 국립농업과학원 농업연구사. E-mail: khkim08@korea.kr

*** 농촌진흥청 국립농업과학원 농업연구사. E-mail: jmc6807@korea.kr

**** 농촌진흥청 국립농업과학원 과장. E-mail: kimmih8312@korea.kr

***** 농촌진흥청 국립농업과학원 농업연구관. E-mail: syrhee84@korea.kr

***** 농촌진흥청 국립농업과학원 농업연구사. E-mail: juchoi0530@korea.kr

I. 서 론

경제협력개발기구(OECD, Organization of Economic Co-Operation and Development)에 의하면 농촌관광은 농촌에서 이루어지는 관광으로 정의된다. '농촌성(rurality)은 농촌관광 상품의 중심적이고 고유성 있는 판매 포인트가 된다(OECD, 1994). 따라서 농촌관광은 농촌지역에 위치해야 하며, 농촌의 특색있는 특성, 소규모 기업, 열린 공간 및 지속가능성에 기반해야 한다(Reichel et al., 2000). Bramwell & Lane(1994)은 농촌관광을 단순한 농장기반 관광이라기 보다는 다방면적인 체험활동이라고 하였다. 여기에는 농장기반의 휴가를 포함하는 것은 물론 자연휴가와 생태관광, 산책, 등산 및 휴가, 모험, 스포츠 및 건강관광, 사냥 및 낚시, 교육여행, 예술 및 문화유산관광 등이 포함된다. 선행연구를 통해 농촌관광이 지역경제에 미치는 중요성과 기여는 많이 강조되고 있다(Fleischer & Pizam, 1997; Page & Getz, 1997; OECD, 1994). 많은 연구에서 농촌관광은 농업능력의 감소를 대신하여 충분한 소득을 창출하는 소득으로 간주되고 있다. 농업인이라고 할 수 있는 농촌관광 운영자들은 대부분 농촌관광 서비스와 관리에 대한 기술이 부족한 반면, 잠재 소비자들은 교육적 수준과 소비수준이 높은 경우가 많다. 따라서 서비스에 대한 기대가 높은 경향이 있다. 특히 최근에는 매스미디어의 영향으로 좋은 가격과 서비스를 가진 관광 매력물에 대한 정보가 소비자에게 많이 전달되고 있다. 농촌관광 운영자들이 이러한 시장의 요구를 이해하지 못하고 소비자들의 서비스 기대에 부응하지 못한다면 이러한 실패는 경제적 영향은 물론 농촌지역에 부정적인 영향을 미치게 될 것이다.

서비스품질은 소비자가 경험한 서비스에 대한 평가로, 이는 궁극적으로 관광객의 재방문 등 충성도로 이어지기 때문에 서비스품질을 관리하는 것은 관광객의 재방문과 새로운 수요를 창출하는데 있어 매우 중요하다(Zeithamal, 1996). 특히 농촌에서 이루어지는 관광은 일반관광과 달리 농촌을 생활 가까이에서 경험하고 주민과 관계를 맺는 형태의 체험관광이기 때문에 주민의 태도와 책임감, 농촌성이 있는 시설 등과 같은 서비스의 품질이 매우 중요하다. 지금까지 농촌체험의 서비스품질과 관광객의 행동의도 간의 관계를 분석한 연구는 많이 이루어지지 않았다. 특히 농촌관광객의 연령이 서비스품질과 가치에 미치는 조절효과에 대한 연구는 거의 이루어지지 않았다. 본 연구의 분석결과는 농촌체험 서비스품질의 방향을 제시하고 농촌관광객의 행동특성을 이해하는데 도움이 될 것이다.

연령은 소비자 행동 연구에서 중요한 변수이며, 소비자의 특성을 구분 짓는 매우 중요한 요인이라고 할 수 있다(Matthews et al., 2010). 관광객의 행동 연구에서도 연령

은 관광객의 행동과 의사결정에 영향을 미치는 중요한 변수이다(김경희·이선민, 2015). 비슷한 시기에 태어난 사람들은 사회적·정치적·역사적·경제적으로 비슷한 환경적 배경을 가지고 있기 때문에 연령에 따라 유사한 행동 특성을 보일 확률이 높다(Pol, 1991).

현재 농촌관광은 서비스품질의 일관성 부족과 적절한 서비스 지향 부족이라는 문제를 가지고 있다. 본 연구의 목적은 농촌체험의 서비스품질이 가치와 충성도에 미치는 영향을 분석하고자 한다. 또한 농촌체험의 서비스품질과 지각된 가치 간의 관계에서 연령이 영향을 미치는지를 분석하고자 한다. 이를 통해 농촌체험객을 연령에 따라 세분화하여 체험객의 행동 특성에 어떤 차이가 있는지를 파악하고자 한다. 본 연구는 농촌체험의 서비스품질과 가치, 충성도 간의 관계에서 조절변수로서 연령의 역할을 규명하는데 기여할 것이다. 또한 본 연구의 분석결과는 농촌체험의 서비스품질과 체험객의 충성도를 효과적으로 향상시키는데 도움이 될 것이며, 농촌체험에서 서비스의 방향을 탐구하고 마케팅 관리를 위한 전략을 수립하는데 도움이 될 것이다.

II. 이론적 배경

1. 서비스품질

제품의 품질은 정의하거나 평가하기가 비교적 쉬우나, 서비스의 품질은 정의와 평가가 쉽지 않다. 서비스는 동시에 생산과 소비가 발생하고 무형적이며 변동의 가능성이 높다(Kotler, 1997). Parasuraman et al.(1985)은 서비스 품질을 유형성(tangible elements), 신뢰성(reliability), 대응성(response capability), 확신성(assurance), 공감성(empathy)의 5가지 차원으로 구분하였다. Reichel et al.(2000)은 이스라엘의 농촌마을에 방문한 관광객 206명을 대상으로 농촌관광 서비스 품질에 대한 기대수준과 경험수준의 차이를 기능적 측면과 기술적 측면으로 구분하여 분석하였다. 관광분야에서의 서비스 품질은 서비스 공급자가 제공하는 속성뿐만 아니라 관광객들이 지각하는 속성도 포함하므로 관광객이 지각하는 사회적·심리적 혜택에 대한 정서적인 반응이라고 할 수 있다(Chen & Chen 2010).

그동안 많은 선행연구에서 서비스 품질을 측정하기 위해 SERVQUAL(Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1985; Sahney, Banwet & Karunes, 2004) 등 다양한 방법을 이용하였다. SERVQUAL 방법에서는 고객의 서비스 품질 인식이 서비스 품질을 측정하

는 유일한 관련 요소라는 것을 가정한다(Buttle, 1996).

농촌관광 분야에서도 서비스품질에 대한 연구들이 이루어졌는데, Grönroos(1990)는 서비스의 기술적 특성과 기능적 특성 간에 구별이 필요하다고 하였다. 농촌관광에서 서비스의 품질은 손님에 대한 운영자의 태도, 예약시스템의 효율성, 객실 또는 실내 가구의 청결 및 지역주민의 태도 등을 포함한다(Fleischer, Rotem & Banin, 1993).

Reichel et al.(2000)은 기술적 품질은 ‘무엇(what)’을 말하며, 기능적 품질은 ‘방법(how)’을 다룬다고 하였다. 그들은 기술적 측면은 방의 크기, 방과 공공시설 등의 심미성 등이 다르게 인식될 수 있어 많은 경험을 토대로 평가되어야 한다고 하였다. 농촌관광에서 기능적 품질은 보통 한 두명의 소유자 또는 운영자에 의해 결정되고, 농촌관광객들은 여러 서비스 제공자를 접촉하는 것이 아니기 때문에 판단은 운영자를 좋아하거나 싫어하거나가 중요한 역할을 하게 된다고 하였다. 또한 농촌관광 시설은 제한된 수의 서비스 제공자들에 의해 운영되며, 농촌관광 운영자들은 기술적인 측면과 기능적인 측면 모두를 잘 통제할 수 있다는 특징이 있다고 하였다. Khan(2003)은 서비스품질에 대한 생태관광객의 기대를 분석하기 위해 ECOSERV 모델을 제시하였다. Rozman et al.(2009)은 농촌관광의 서비스 품질을 측정하기 위해 다차원의 평가 기준을 제시하였다. 농촌체험마을은 다양한 품질속성을 가지고 있는데, 김선희(2014)는 농촌체험마을 운영자들을 대상으로 분석한 결과 접근성, 농촌환경, 체험그램에 대한 중요도가 높고, 서비스와 쾌적성, 농촌환경에 대한 만족도가 높게 나타났다. 엄완용 · 엄봉훈 · 권재일(2019)은 초등학생 학부모들을 대상으로 분석한 결과 농촌체험마을 선택요인인 건강 웰빙체험, 농특산물 구매, 기분전환심리적 안정, 체험프로그램 학습효과, 식음료 품질 가격 적절성 모두 체험활동 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

2. 지각된 가치

가치는 서비스 접점에서 지불한 것에 대한 댓가를 바탕으로 한 상품의 효용성에 대한 전반적인 평가라고 할 수 있다(Zeithaml, 1988). 공정성 이론에 따르면 소비자는 금전적 지불 및 시간이나 에너지의 소비, 스트레스 경험과 같은 비금전적 희생을 포함하여 인식하는 비용에 대해 공정하고, 맞거나, 가치가 있는 것을 평가한다(Yang & Peterson, 2004). 비용에 대해 긍정적으로 지각된 가치는 행동의도에 영향을 미친다(Cronin et al., 2000). 소비자의 지각된 가치는 구매의도에 영향을 미치는 주요한 선행요인으로 밝혀졌다(Baker, Parasuraman, Grewal & Voss, 2002). 지각된 가치를 통해 소비자들이 상품이나 서비스를 어떻게 인식하고 있는지를 알 수 있으며, 상품이나

서비스를 개발에 대한 방향성 등 통찰력을 얻을 수 있다(Bajs, 2015). 지각된 가치는 다차원으로 측정할 수도 있고, 단일 차원으로 측정할 수도 있다(Petrick & Backman, 2002; Sheth, Newman, & Gross, 1991). 지각된 가치는 소비자 행동에서 많이 연구되어 온 개념이며, 최근에는 문화유산 관광, 농촌관광 등 관광분야에서도 다양하게 연구되고 있다(김경희·이선민, 2015; Bajs, 2015; Chen & Chen, 2010). 선행연구들은 지각된 가치와 금전적 비용은 관광서비스의 지각된 가치의 주요한 선행요인이라고 하였으며, 만족과 행동의도에 영향을 미치는 중요한 요인이라고 하였다(Duman & Mattila, 2005; McDougall & Levesque, 2000).

3. 충성도

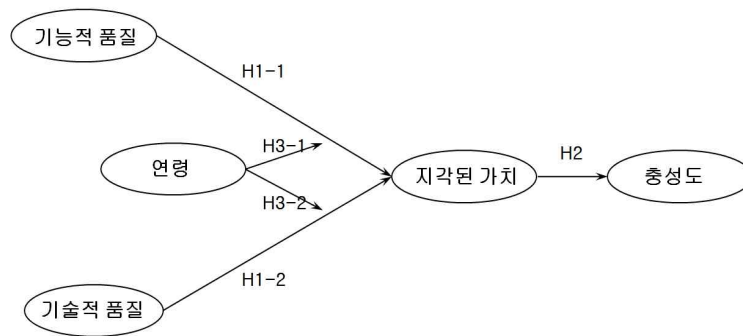
마케팅 연구에서 고객의 충성도는 여러 가지 측면에서 정의되었다(Jacoby & Kyner, 1973). 충성도의 첫 번째 정의는 태도적 정의이다. 지각된 가치에 대한 소비자의 신념은 재구매 의도와 같은 상품이나 서비스에 대한 전반적 태도로 이어진다(Fournier, 1994). 충성도에 대한 두 번째 정의는 지속적인 지지와 추천 행동을 포함하는 행동으로 정의한다(Sönmez & Graefe, 1998). 앞의 두 가지 견해를 통합한 개념은 상대적인 태도와 반복적인 지지 사이의 관계로 충성도를 정의하였다(Oliver, 1999). 관광객의 충성도는 관광 환경에서 소비자 충성도의 연장으로 다루어졌다(Baloglu, 2001). 관광지에서의 경험을 상품으로 간주한다면, 관광객은 재방문이나 주변 사람들에게 추천하는 것을 선택할 수 있다(Yoon & Uysal, 2005). 특히 관광객의 충성도는 행동적 충성도, 태도적 충성도, 복합적 충성도 중 하나로 접근하여 개념화되었다(Jacoby & Chestnut, 1978). 행동적 충성도는 반복적 행동과 같은 행동적 결과에 중점을 둔다. 태도적 충성도는 목적지를 다시 방문하거나 다른 잠재 관광객에게 추천할 의도와 같은 관광객의 심리적 표현을 나타낸다. 복합적 충성도는 태도적 충성도와 행동적 충성도의 통합을 제안한다(Backman & Crompton, 1991; Iwaskaki & Havitz, 1998).

III. 연구설계

1. 연구모형

본 연구의 목적은 농촌체험의 서비스품질이 체험객의 지각된 가치와 충성도에 어떤

영향을 미치며, 서비스품질과 지각된 가치 간의 관계에 연령이 영향을 미치는지를 분석하는 것이다. 본 연구는 선행연구를 바탕으로 <그림 1>과 같이 연구모형을 설정하였다.



<그림 1> 연구모형

2. 연구가설의 설정

1) 서비스품질과 지각된 가치 간의 관계

서비스품질과 지각된 가치는 행동의도를 예측하는 중요한 변수이다(Petrick, 2004). 관광분야의 다양한 영역에서 서비스품질은 소비자의 지각된 가치에 영향을 미치는 것으로 나타나고 있는데, 양길승(2014)은 농촌관광의 서비스품질이 지각된 가치의 매개를 거쳐 관광태도에 영향을 미친다고 하였으며, 이제용 · 이광옥(2015)은 강릉커피축제를 사례로 문화관광축제의 서비스품질이 지각된 가치에 영향을 미친다고 하였다. 양정임 · 추교인(2017)은 외국인 개별관광객의 서비스품질이 지각된 가치에 영향을 미친다고 하였다. Chen & Chen(2010)은 문화유산 관광객을 대상으로 분석하여 품질이 지각된 가치에 영향을 미침을 밝혀내었다. 본 연구에서는 선행연구를 바탕으로 농촌체험의 서비스품질과 지각된 가치 간의 관계에 대해 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H1: 농촌체험의 서비스품질은 지각된 가치에 영향을 미칠 것이다.

H1-1: 농촌체험의 기능적 품질은 지각된 가치에 영향을 미칠 것이다.

H1-2: 농촌체험의 기술적 품질은 지각된 가치에 영향을 미칠 것이다.

2) 지각된 가치와 충성도 간의 관계

소비자의 가치 판단은 만족이나 충성도 등 중요한 결과에 영향을 미치는 것으로 나

타나고 있다(Cronin, Brady & Hunt, 2000). 양길승·이경수(2012)는 지역축제 참가에 대한 지각된 가치가 충성도에 영향을 미침을 제시하였으며, 이후석(2013)은 파주 헤이리마을 관광객을 대상으로 분석하여 관광목적지의 지각된 가치가 행동의도에 영향을 미친다고 하였다. Chen & Tsai(2008)은 TV 홈쇼핑 여행상품에 대한 지각된 가치가 충성도에 영향을 미침을 제시하였다. 본 연구에서는 선행연구를 바탕으로 지각된 가치와 충성도 간의 관계에 대해 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H2: 농촌체험의 지각된 가치는 충성도에 영향을 미칠 것이다.

3) 연령의 조절효과

관광분야의 다양한 연구에서도 연령에 따라 관광객의 행동에 차이가 있는 것으로 나타나고 있다(김경희·이선민, 2015; 심창섭·김정아, 2017; 이혜현·박덕병·이민수(2006). 농촌관광을 대상으로 한 이혜현·박덕병·이민수(2006)의 연구에서는 연령에 따라 농촌관광객의 선호 체험프로그램에 차이가 있는 것으로 나타났다. 김경희·이선민(2014)의 연구에서는 성인과 초등학생을 대상으로 생태체험마을 속성이 방문객의 만족에 미치는 영향을 분석한 결과 성인은 프로그램·서비스요인과 시설요인이, 초등학생은 프로그램·서비스요인, 시설요인, 마을환경요인이 만족에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 본 연구에서는 선행연구를 바탕으로 농촌체험의 서비스품질과 지각된 가치 간의 관계에 미치는 연령의 조절효과에 대해 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H3: 연령은 농촌체험의 서비스품질과 지각된 가치 간의 관계에서 조절효과를 가질 것이다.

H3-1: 연령은 농촌체험의 기능적 품질과 지각된 가치 간의 관계에서 조절효과를 가질 것이다.

H3-2: 연령은 농촌체험의 기술적 품질과 지각된 가치 간의 관계에서 조절효과를 가질 것이다.

3. 측정항목

본 연구의 측정항목은 농촌체험객의 일반적 특성과 관광행동 특성, 기능적 품질과 기술적 품질, 지각된 가치, 충성도로 구성되어 있다. 본 연구에서는 농촌체험 서비스품질의 세부적인 문항을 구성하기 위해 농촌관광의 서비스 품질을 측정하는 선행연구(Reichel et

al., 2000)를 참고로 하여 본 연구에 맞게 도출하였다. Reiche et al.(2000)은 Fleischer et al.(1993)이 개발한 서비스품질 척도를 소규모 농촌관광에 적합하게 수정하여 적용하였다. 본 연구에서는 위의 선행연구를 바탕으로 도출된 8개의 문항을 농촌체험의 환경에 맞게 적용하였다. 매개변수인 지각된 가치는 선행연구 Lee, Yoon & Lee(2007)를 바탕으로 전반적 가치에 관한 단일차원의 4개의 문항을 도출하였다. 충성도에 대한 문항은 선행연구(Chen & Hu, 2010; Ha & Jang, 2010)를 참고로 4개의 문항으로 구성하였다. 도출된 서비스품질, 지각된 가치, 충성도에 대한 항목들은 모두 리커트 5점 척도(1= '전혀 그렇지 않다', 5= '매우 그렇다')를 이용하여 측정하였다. 구성된 항목들은 관광학자와 농촌체험 전문가 4인의 검토를 거쳐 농촌마을 방문객을 대상으로 예비조사(Pre-test)를 실시하여 의미가 모호하거나 이해하기 어려운 항목을 수정·보완하였다.

4. 자료수집

설문조사는 국내 농촌체험마을을 방문하여 농촌체험 활동을 경험한 20세 이상의 체험객으로 대상으로 실시하였다. 선정된 농촌체험마을은 비교적 활발하게 농촌체험을 운영하고 있는 사회적기업 형태로 운영되는 농촌체험마을이며, 전국 10개소(경기 1, 강원1, 충북1, 충남3, 전북1, 전남2, 경남1)를 대상으로 하였다. 설문조사 기간은 2015년 5월부터 10월 사이로, 조사원이 조사대상자에게 연구의 취지를 설명한 다음 조사대상자가 직접 설문을 기입하는 자기기입식 설문조사 방법을 적용하였다. 모두 500명에게 설문지를 배부하여 481부를 회수하여 실증분석에 이용하였다.

5. 분석방법

설문조사를 통해 얻은 자료는 SPSS 20.0과 AMOS 20.0을 이용하여 분석하였다. 우선 응답자의 일반적 특성, 관광행동 특성에 관한 정보를 파악하기 위해 빈도분석을 실시하였다. 다음으로는 2단계 접근방법을 이용하여 구조방정식모형을 분석하고자 한다(Anderson & Gerbing, 1988). 첫 번째 단계에서는 확인적 요인분석(CFA: confirmatory factor analysis)을 실시하여 측정모형의 적합도(X^2 , CFI, NFI, NNFI, RMSEA 등) 뿐만 아니라, 집중타당성(convergent validity) 및 판별타당성(discriminant validity)을 각각 확인하였다. 두 번째 단계에서는 구조방정식모형(SEM: structural equational modelling)의 추정을 통하여 적합도를 확인하고, 구성개념 간 인과관계를 규명한 후

연구모형의 가설들을 검증하였다. 마지막으로, 연령의 조절효과를 분석하기 위해 다중 집단분석(multiple group analysis)을 실시하였다.

IV. 분석결과

1. 조사대상자의 특성

조사대상자의 일반적 특성은 <표 1>과 같다. 성별은 여성이 313명(68.9%), 기혼자가 355명(78.0%)으로 나타났다. 연령은 40세 이상~50세 미만이 134명(29.5%), 50세 이상~60세 미만이 120명(26.4%) 순으로 높게 나타났다. 월소득은 200만원 이상~400만원 미만이 159명(37.0%), 학력은 대학교 졸업이 199명(44.2%)으로 가장 높게 나타났다. 직업은 주부가 125명(27.2%), 사무직이 73명(15.9%)순으로 높게 나타났다.

<표 1> 조사대상자의 일반적 특성(N=481)

		구분	빈도(%)			구분	빈도(%)
일반적 특성	성별 (결측: 27)	남성	141(31.1)	학력 (결측: 31)	고등학교 졸업 이하	141(31.4)	
		여성	313(68.9)		전문대	64(14.2)	
	결혼 여부 (결측: 26)	기혼	355(78.0)		대학교	199(44.2)	
		미혼/기타	100(22.0)		대학원 이상	46(10.2)	
	연령 (결측: 26)	20세 이상~ 30세 미만	63(13.8)		직업 (결측: 22)	사무직	73(15.9)
		30세 이상~ 40세 미만	81(17.8)			전문직	20(4.4)
		40세 이상~ 50세 미만	134(29.5)	서비스직		43(9.4)	
		50세 이상~ 60세 미만	120(26.4)	학생		40(8.7)	
		60세 이상	57(12.5)	공무원		39(8.5)	
	월소득 (결측: 51)	200만원 미만	122(28.4)	생산직·기술직		16(3.5)	
		200만원 이상~ 400만원 미만	159(37.0)	자영업		58(12.6)	
		400만원 이상~ 600만원 미만	99(23.0)	주부		125(27.2)	
		600만원 이상	50(11.6)	기타		45(9.8)	

조사대상자의 관광행동 특성을 살펴보면 <표 2>와 같다, 일정은 당일 방문객이 244명(52.5%), 1박2일이 156명(33.5%) 순으로 높게 나타났다. 불편사항이나 애로사항을 다중응답으로 분석한 결과 구매를 위한 상품이 다양하지 않다는 점이 115명(23.9%), 숙박시설이 82명(17.0%), 마을주민과의 관계가 53명(11.0%) 순으로 나타났다. 동반자는 단체가 165명(34.6%), 가족 및 친지가 153명(32.1%) 순으로 나타났다. 지출비용은 5만원 이상~10만원 미만이 163명(36.2%)으로 가장 높게 나타났다.

<표 2> 조사대상자의 관광행동 특성(N=481)

		구분	빈도(%)	구분	빈도(%)	
관광 행동 특성	일정 (결측: 16)	당일	244(52.5)	동반자 (결측: 4)	가족 및 친지	153(32.1)
		1박2일	156(33.5)		친구/동료/연인	129(27.0)
		2박3일	53(11.4)		단체	165(34.6)
		3박4일 이상	12(2.6)		혼자/기타	30(6.3)
	불편 사항 (결측: 182, 다중응답)	숙박시설	82(17.0)	지출 비용 (결측: 31)	5만원 미만	94(20.9)
		프로그램	39(8.1)		5만원 이상~ 10만원 미만	163(36.2)
		식사/비용	63(13.1)		10만원 이상~ 20만원 미만	125(27.8)
		마을주민과의 관계	53(11.0)		20만원 이상~ 30만원 미만	45(10.0)
		구매상품 다양하지 않음	115(23.9)		30만원 이상	23(5.1)

2. 구성개념에 대한 확인적 요인분석

본 연구에서는 측정도구의 요인구조와 측정모형의 타당성 검토를 위해 확인적 요인 분석(CFA)을 실시하였다. 확인적 요인분석은 잠재변수와 관측변수 간의 관계 및 잠재변수 간의 관계를 검증하는 분석방법이다(이충기, 2017). 본 연구에서는 판별타당성을 확인하는 방법 중에서 우선 가장 엄격한 방법인 평균분산추출값(AVE: average variance extracted)과 잠재변수 간 상관관계를 비교하는 방법을 이용하였다.

측정모형의 적합도는 $\chi^2(\text{CMIN})=245.767$, $df=98$, $p<.001$, $\text{CMIN}/df=2.508$, $\text{NFI}=.933$, $\text{NNFI}=.949$, $\text{CFI}=.958$, $\text{RMSEA}=.056$ 으로 전반적으로 적합한 것으로

로 나타났다. 요인적재값은 .574~.845($\geq .5$), 평균분산추출값(AVE: average variance extracted)은 .655~.848으로 기준치($\geq .5$)를 상회하여 집중타당성은 확보되었고, 개념신뢰도(CR: construct reliability)는 .882~.957($\geq .7$)로 기준치를 상회하여 구성개념의 신뢰성이 확보되었다(이창기, 2017).

<표 3> 구성개념 내 측정변수의 신뢰도 분석결과

구성개념 항목		요인 적재값	CR
기능적 품질	예약시스템	.619	.919
	지역주민의 친절성	.777	
	운영자의 책임성	.781	
	서비스의 질	.737	
기술적 품질	지역의 관광정보를 알 수 있는 자료들	.574	.882
	가격 수준	.659	
	화장실/샤워시설 등 시설의 청결성	.731	
	체험 활동	.772	
지각된 가치	이곳에 방문한 것은 옳은 결정이었다.	.753	.957
	이곳에 방문하여 좋은 결과를 얻었다.	.777	
	이곳에 방문한 것은 기대했던 것보다 가치있었다.	.845	
	전반적으로, 이곳에 방문한 것은 가치있는 일이었다.	.798	
충성도	나는 또 이 곳에 방문하기 위해 노력할 것이다.	.736	.935
	나는 또 이 곳을 방문할 의도가 있다.	.777	
	나는 기꺼이 이 곳에 또 방문할 것이다.	.760	
	나는 이곳을 방문하기 위해 시간과 금전을 투자할 용의가 있다.	.724	

$\chi^2(\text{CMIN})=245.767$, $df=98$, $p<.001$, $\text{CMIN}/df=2.508$, $\text{NFI}=.933$, $\text{NNFI}=.949$, $\text{CFI}=.958$, $\text{RMSEA}=.056$

또한 판별타당성을 확보하고 있는지를 파악하기 위해 잠재변수 간 상관관계를 분석하였다. 각 요인별 평균분산추출값(AVE)이 상관관계의 제곱값 보다 크면 판별타당성을 확보한다고 할 수 있다(이창기, 2017). <표 4>에서 보는 바와 같이 판별타당성을 분석한 결과, 각 변수의 평균분산추출값(AVE)이 각 변수 간 상관관계의 제곱보다 큰 것으로 나타나 판별타당성은 확보되었다. 상관관계 제곱값 중에서 가장 큰 값인 기능적 품질과 기술적 품질의 상관관계 제곱은 .650이었으나, 기능적 품질의 평균분산추출값(.741)과 기술적 품질의 평균분산추출값(.655)보다 낮아 판별타당성이 확보되었다.

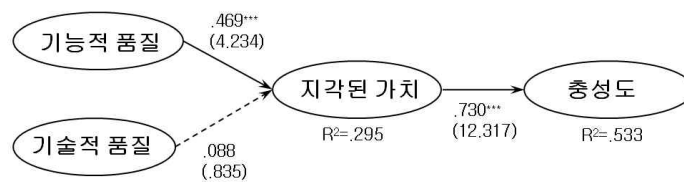
<표 4> 상관관계 행렬 및 판별타당성 분석결과

구성개념	기능적 품질	기술적 품질	지각된 가치	충성도
기능적 품질	1			
기술적 품질	.806* (.650)	1		
지각된 가치	.464 (.215)	.529 (.280)	1	
충성도	.358 (.128)	.462 (.213)	.725 (.526)	1
CR	.919	.882	.957	.935
AVE	.741	.655	.848	.784

주: 괄호 안은 상관관계 제곱값. *가장 높은 상관관계.

3. 구조모형 분석 및 가설검증

연구모형에 대한 구조모형 분석결과 적합도는 χ^2 (CMIN)=250.202, df=100, $p < .001$, CMIN/df=2.502, NFI= .932, NNFI= .949, CFI= .958, RMSEA= .056으로 나타나 전반적으로 적합한 것으로 나타났다(이충기, 2017; 배병렬, 2014). 연구가설에 대한 구체적인 검증 결과는 다음과 같다. <그림 2>에서 보는 바와 같이 기능적 품질은 지각된 가치에 정(+)의 영향($\beta = .469$, $t = 4.234$, $p < .001$)을 미치는 것으로 나타나 가설 H1-1은 채택되었다. 기술적 품질은 지각된 가치에 유의한 영향($\beta = .088$, $t = .835$)을 미치지 않는 것으로 나타나 가설 H1-2는 기각되었다. 지각된 가치는 충성도에 정(+)의 영향($\beta = .730$, $t = 12.317$, $p < .001$)을 미치는 것으로 나타나 가설 H2는 채택되었다. 또한, 전체 변량들 중 내생변수로 설명되는 변량을 의미하는 다중상관계수(SMC)는 지각된 가치는 .295, 충성도의 경우 .533으로 나타났다. 이는 품질이 지각된 가치를 29.5% 정도 설명하고, 지각된 가치가 충성도를 53.3% 설명함을 의미한다.



주: *** $p < .001$, 표준화계수(t-값), χ^2 (CMIN)=250.202, df=100, $p < .001$, CMIN/df=2.502, NFI= .932, NNFI= .949, CFI= .958, RMSEA= .056

<그림 2> 구조모형 분석결과

4. 조절효과 검증

조절변수인 연령을 기준으로 40대 미만 집단(n=144)과 40대 이상 집단(n=311)으로 구분하여 조절효과를 검증하였다(우중필, 2012). 본 연구에서는 다음과 같은 순서로 조절효과 검증을 실시하였다. 첫째, 두 집단의 경로에 제약을 가하지 않은 자유모형인 비제약모형(unconstrained model)을 추정하고, 경로계수 값이 동일하도록 제약을 가한 제약모형(constrained model)을 분석하여 두 모형의 χ^2 값의 차이검증을 실시하였다. 이때 제약모형의 적합도가 유의적으로 증가하면, 다시 말하면 제약모형과 비제약모형의 χ^2 차이가 존재하면 조절효과가 있는 것으로 판단한다. 참고로 χ^2 값의 차이가 df=1일 때 3.84($p < .05$) 이상이면 조절효과가 존재한다고 판단한다(배병렬, 2014). 품질과 지각된 가치 간의 관계에서 연령의 조절효과에 대한 검증결과는 <표 5>에 제시되어 있다. 연령에 따라 40대 미만 집단과 40대 이상 집단을 투입하여 분석한 연구모형의 적합도는 χ^2 (CMIN)=342.043, df=196, $p < .001$, CMIN/df=1.745, NFI= .911, NNFI= .950, CFI= .959, RMSEA= .041로 기준치에 적합하였다. 이 경로에서 비제약모형과 제약모형의 χ^2 (df) 변화량이 기능적 품질과 지각된 가치 간의 경로는 43.427(5), 기술적 품질과 지각된 가치 간의 경로는 18.632(3)로 3.84($p < .05$) 보다 크므로 조절효과가 있는 것으로 나타났다. 따라서 가설 H3-1, H3-2는 채택되었다. 두 집단 간의 경로계수의 차이는 <표 5>에서 보는 바와 같이 40대 미만 집단의 경우 기술적 품질이 지각된 가치에 정(+)의 영향($\beta = .359$, $t = 2.266$, $p < .05$)을 미치는 것으로 나타났으며, 40대 이상의 경우 기능적 품질이 지각된 가치에 정(+)의 영향($\beta = .563$, $t = 4.283$, $p < .001$)을 미치는 것으로 나타났다.

<표 5> 조절효과 분석 결과

구분	χ^2 (df)	$\Delta \chi^2$ (df)	Estimates(t-value)	
			40대 미만	40대 이상
비제약모형	342.043(df=196)		.234(1.459)	.563(4.283***)
기능적 품질 → 지각된 가치	385.470(201)	43.427(5)**	.234(1.459)	.563(4.283***)
기술적 품질 → 지각된 가치	360.675(199)	18.632(3)*	.359(2.266*)	-.033(-.263)

χ^2 (CMIN)=342.043, df=196, $p < .001$, CMIN/df=1.745, NFI= .911, NNFI= .950, CFI= .959, RMSEA= .041

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

V. 결론 및 시사점

농촌관광은 어려워져가는 농촌지역을 활성화 할 수 있는 중요한 수단이라고 할 수 있다. 그러나 대부분의 농촌관광 운영자들은 서비스 관리에 대한 인식과 기술이 부족한 경우가 많아 소비자들의 기대를 만족시키는데 부정적인 요인으로 작용하고 있다. 본 연구는 농촌체험마을을 방문한 20세 이상의 체험객 481명을 대상으로 농촌체험의 서비스품질이 가치와 충성도에 미치는 관계를 분석하였으며, 이러한 관계에 대한 연령의 조절효과를 분석하였다. 분석결과 기능적 품질이 지각된 가치에 영향을 미치며, 지각된 가치는 충성도에 영향을 미치는 것으로 나타나고 있다. 이는 지역관광에서 기능적 품질에 대한 중요성을 제시한 선행연구(김경희 · 이선민, 2015; 김창수 · 전대회, 2007; 이재용 · 이광옥, 2015)와 유사한 결과이다. 농촌체험에서 기능적 품질에 대한 중요성이 높게 나타난 이유는 농촌체험객들이 지역주민들을 통해 느낄 수 있는 친절과 책임성, 서비스의 질 등을 중요하게 인식하는 것으로 볼 수 있다. 농촌체험객의 지각된 가치는 충성도에 영향을 미치는 것으로 나타나 선행연구(양길승 · 이경수, 2012; 이후석, 2013; Chen & Tsai, 2008)와 일관된 결과를 보이고 있다. 이러한 결과는 농촌체험에서 기능적 서비스의 품질을 향상시킴으로써 체험에 대한 지각된 가치를 높이고 충성도를 유도할 수 있다는 것을 시사하고 있다.

농촌체험의 서비스품질, 지각된 가치, 충성도의 구조관계에 대한 연령의 조절효과를 분석한 결과 연령의 조절효과가 있는 것으로 나타났다. 연령에 따른 차이를 살펴보면, 40대 미만 연령층의 경우 기술적 품질이 지각된 가치에 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 40대 이상 연령층의 경우 기능적 품질이 지각된 가치에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 연령에 따라 관광객의 행동에 차이가 나타났던 선행연구(김경희 · 이선민, 2014; 이혜현 · 박덕병 · 이민수, 2006)와 유사한 결과이다. 이는 40대 미만 연령층의 경우 시설과 정보제공, 가격, 즐길거리 등이 중요하며, 40대 이상 연령층의 경우 예약의 편리성, 농촌의 정서와 친절함을 느낄 수 있는 서비스 등이 가치와 충성도에 영향을 미치는 중요한 요인이 됨을 나타내고 있다.

본 연구의 분석결과를 바탕으로 서비스 품질을 고려한 농촌체험 운영을 위한 시사점을 제시하면 다음과 같다. 40대 미만의 연령층을 대상으로 하여서는 편리하고 쾌적한 시설, 지역의 관광정보를 알 수 있는 자료들 제공, 합리적인 가격 수준, 유익하고 재미 있는 체험활동 등에 중점을 두어야 할 것이다. 이를 위해서는 농촌체험의 즐길거리를 다양하게 구성하고, 쾌적한 환경을 통해 방문할 만한 가치가 있다고 느낄 수 있도록 환경을 조성해야 할 것이다. 40대 이상의 연령층을 대상으로 하여서는 편리한 예약 시스

템, 지역주민의 친절성과 신뢰성, 제공되는 서비스의 질 등 농촌의 정서와 세심함을 느낄 수 있도록 기능적 품질에 대해 중요하게 고려해야 할 것이다. 이를 위해서는 농촌성을 느낄 수 있는 체험, 지역주민과의 관계적 체험 등이 이루어질 수 있도록 프로그램을 구성해야 할 것이다.

본 연구는 농촌체험의 서비스 품질이 소비자의 행동에 미치는 영향을 실증적으로 분석하였다는데 의의가 있다. 또한 농촌체험객을 세분화하여 연령에 따른 인식 차이를 제시함으로써 체험객의 특성에 따른 서비스 관리의 중요성을 시사하고 있다. 본 연구는 농촌체험 운영자들이 소비자의 특성에 맞는 서비스 관리와 운영 전략을 수립하는데 있어 방향을 제시해 줄 수 있을 것이다.

참고문헌

- 김경희 · 이선민(2014). 생태체험마을 속성이 방문객의 만족에 미치는 영향-성인과 초등학생 비교를 중심으로. *농촌지도와 개발*, 21, 909-937.
- _____. (2015). 농촌 공정관광의 품질과 만족이 행동의도에 미치는 영향. *한국지역사회생활과학회지*, 26(3), 523-540.
- 김선희(2014). 농촌체험관광 운영에 대한 중요도-만족도 인식차이. *동북아관광연구*, 10(2), 225-242.
- 김창수 · 전대회(2007). 지역축제의 서비스 품질과 만족도 평가 비교분석. *관광연구*, 22(2), 265-284.
- 배병렬(2014). *AMOS 19 구조방정식 모델링*. 서울: 도서출판청람.
- 심창섭 · 김정아(2017). 실존적 진정성 추구가 자유여행 및 나홀로여행 선호에 미치는 영향-연령의 조절효과를 중심으로. *관광학연구*, 41(6), 151-166.
- 전재균(2007). 농촌관광 활성화를 위한 팜스테이 (Farm Stay) 체험프로그램 개발. *관광저널*, 19(3), 323-341.
- 양길승(2014). 농촌관광의 서비스품질과 관광태도와의 관계에서 지각가치의 매개효과 분석. *관광연구저널*, 28(5), 181-193.
- _____. 이경수(2012). 지역축제의 참가동기, 지각가치, 충성도 간의 구조관계 연구. *관광연구저널*, 26(1), 199-215.
- 양정임 · 추교인(2017). 외국인 개별관광객 (FIT) 의 서비스품질에 대한 지각된 가치가 고객만족 및 충성도에 미치는 영향. *호텔경영학연구*, 26(7), 351-365.

- 우종필(2012). *우종필 교수의 구조방정식모델 개념과 이해*. 서울: 한나래출판사.
- 이재용 · 이광옥(2015). 문화관광축제의 서비스품질이 이용객의 만족과 재방문에 미치는 영향. *한국콘텐츠학회논문지*, 15(1), 482-494.
- 이충기(2017). *관광조사 통계분석*. 서울: 대왕사.
- 이혜현 · 박덕병 · 이민수(2006). 농촌관광 방문객의 선호 체험프로그램 분석. *문화관광연구*, 8, 305-326.
- 이후석(2013). 관광목적지 이미지와 행동의도의 관계에서 지각된 가치의 매개효과. *관광연구저널*, 27(3), 37-54.
- 엄완용 · 엄봉훈 · 권재일(2019). 농촌체험마을 선택속성이 행동의도 및 만족도에 미치는 영향 -대구광역시 초등학교 학부모 집단을 대상으로-. *동북아관광연구*, 15(1), 83-104.
- 최영덕 · 정대영 · 윤지환(2014). 농촌체험마을의 체험요소, 방문가치, 행동의도 간의 관계분석: 한반도뗏목마을을 중심으로. *관광레저연구*, 26(3), 95-112.
- 허지현 · 최현식 · 최영민(2008). 관광자의 라이프스타일 (유형) 에 따른 농촌체험관광 형태별 선호도에 관한 연구. *관광레저연구*, 20(3), 87-107.
- Anderson, J. C. & Gerbing, D. W.(1988). Structural Equation Modeling in Practice: A Review and Recommended Two-Step Approach. *Psychological Bulletin*, 103(3), 411-423.
- Backman, S. J. & Crompton, J. L.(1991). The Usefulness of Selected Variables for Predicting, Activity Loyalty. *Leisure Science*, 13(3), 205-220.
- Bajs, I. P.(2015). Tourist Perceived Value, Relationship to Satisfaction, and Behavioral Intentions the Example of the Croatian Tourist Destination Dubrovnik. *Journal of Travel Research*, 54(1), 122-134.
- Baloglu, S.(2001). Image Variations of Turkey by Familiarity Index: Informational and Experiential Dimensions. *Tourism Management*, 22(2), 127-134.
- Baker, J., Parasuraman, A., Grewal, D. & Voss, G. B.(2002). The Influence of Multiple Store Environment Cues on Perceived Merchandise Value and Patronage Intentions. *Journal of Marketing*, 66(2), 120-141.
- Bramwell, B. & Lane, B.(1994). Rural Tourism and Sustainable Rural Development. *Proceedings from the Second International School of Rural Development*. London: Channel View Books.
- Buttle, F.(1996). SERVQUAL: Review, Critique, Research Agenda. *European Journal of*

- Marketing*, 30(1), 8-32.
- Chen, C. F. & Chen, F. S.(2010). Experience Quality, Perceived Value, Satisfaction and Behavioral Intentions for Heritage Tourists. *Tourism Management*, 31(1), 29-35.
- Chen, P. T. & Hu, H. H.(2010). 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.
- Chen, C. F. & Tsai, M. H.(2008). Perceived Value, Satisfaction, and Loyalty of TV Travel Product Shopping: Involvement as a Moderator. *Tourism Management*, 29(6), 1166-1171.
- Cronin, J. J., Brady, M. K. & Hunt, T. M.(2000). Assessing the Effects of Quality, Value, and Customer Satisfaction on Customer Behavioral Intentions in Service Environments. *Journal of Retailing*, 76(2), 193-205.
- Duman, T. & Mattila, A. S.(2005). The Role of Affective Factors on Perceived Cruise Vacation Value. *Tourism Management*, 26, 311-323.
- Fleischer, A. & Pizam, A.(1997). Rural Tourism in Israel. *Tourism Management*, 18, 367-372.
- 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.
- Fournier, S.(1994). *A Consumer-Brand Relationship Framework for Strategy Brand Management*. Unpublished Thesis. University of Florida.
- Grönroos, C.(1990). *Service Management and Marketing: Managing the Moments of Truth in Service Competition*. Lexington, MA: Lexington Books.
- Ha, J. & Jang, S. S.(2010). Perceived Values, Satisfaction, and Behavioral Intentions: The Role of Familiarity in Korean Restaurants. *International Journal of Hospitality Management*, 29(1), 2-13.
- Iwaskaki, Y. & Havitz, M. E.(1998). A Path Analytic Model of the Relationships between Involvement, Psychological Commitment, and Loyalty. *Journal of Leisure Research*, 30(2), 256-280.
- Jacoby, J. & Chestnut, R. W.(1978). *Brand Loyalty: Measurement and Management*. New York: JohnWiley & Sons.

- Jacoby, J. & Kyner, D. B.(1973). Brand Loyalty vs. Repeat Purchasing Behavior. *Journal of Marketing Research*, 10(1), 1-9.
- Khan, M.(2003). ECOSERV Ecotourists' Quality Expectations. *Annals of Tourism Research*, 30, 109-124.
- Kotler, P.(1997). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control*(6th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- 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.
- Matthews, R. A., Bulger, C. A. & Barnes-Farrell, J. L.(2010). Work Social Supports, Role Stressors, and Work-Family Conflict: The Moderating Effect of Age. *Journal of Vocational Behavior*, 76(1), 78-90.
- McDougall, G. H. & Levesque, T.(2000). Customer Satisfaction with Services: Putting Perceived Value into the Equation. *Journal of Services Marketing*, 14, 392-410.
- OECD(1994). *Tourism Policy and International Tourism in OECD Countries: 1991-1992*. Organization for Economic Co-Operation and Development.
- Oliver, R. L.(1999). Whence Consumer Loyalty? *Journal of Marketing*, 63(Special issue), 33-44.
- Page, S. J. & Getz, D.(1997). *The Business of Rural Tourism: International Perspectives*. London: International Thomson Business Press.
- Parasuraman, A, Zeithaml, V. A. & Berry, L. L.(1985) A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- Petrick, J. F.(2004). The Roles of Quality, Value and Satisfaction in Predicting Cruise Passengers' Behavioral Intentions. *Journal of Travel Research*, 42(4), 397-407.
- Petrick, J. F. & Backman.(2002). An Examination of the Construct of Perceived Value for the Prediction of Golf Travelers' Intentions to Revisit. *Journal of Travel Research*, 41(1), 38-45.
- Pol, L. G.(1991). Demographic Contributions to Marketing: An Assessment. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 19(1), 53-59.
- Reichel, A., Lowengart, O. & Milman, A.(2000). Rural Tourism in Israel: Service Quality and Orientation. *Tourism Management* 21, 451-459.
- Reuter, T., Ziegelmann, J. P., Wiedemann, A. U., Lippke, S., Schöz, B. & Aiken, L.

- S.(2010). Planning Bridges the Intention-Behaviour Gap: Age Makes a Difference and Strategy Use Explains Why. *Psychology and Health*, 25(7), 873-887.
- Rozman, Č., Potočnik, M., Pažek, K., Borec, A., Majkovič, D. & Bohanec, M.(2009). A Multi-Criteria Assessment of Tourist Farm Service Quality. *Tourism Management*, 30(5), 629-637.
- Sahney, S., Banwet, D. K. & Karunes, S.(2004). A SERVQUAL and QFD Approach to Total Quality Education: A Student Perspective. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 53, 143-166.
- Sheth, J. N., Newman, B. I. & Gross, B. I.(1991). *Consumption Values and Market Choice*. Cincinnati, OH: South Western Publishing Company.
- Sönmez, S. F. & Graefe, A. R.(1998). Determining Future Travel Behavior from Past Travel Experience and Perceptions of Risk and Safety. *Journal of Travel Research*, 37(2), 171-177.
- Yang, Z. & Peterson, R. T.(2004). Customer Perceived Value, Satisfaction, and Loyalty: The Role of Switching Costs. *Psychology and Marketing*, 21(10), 799-822.
- Zeithaml, V. A.(1988). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-end Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2-22.
- _____, Berry, L. L. & Parasuraman, A.(1996). The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31-46.

접수일(2019년 04월 05일)

수정일(2019년 04월 25일)

게재확정일(2019년 05월 17일)

3인익명 심사필

Structural Relationships between Service Quality, Perceived Value, and Loyalty on Rural Tourism : Moderating Effect of Age*

Kim, Kyung Hee** · Jung, Myeong-Cheol*** · Kim, Mi-Heui****
· Rhee, Sang-Young***** · Choi, Jai-Ung*****

Abstract

The purpose of this study was to examine the relationships among service quality, perceived value, and loyalty of rural tourists. In particular, the study focuses on moderating effect of age. Data were collected from 481 visitors by field survey from the 10 rural tourism communities. SPSS 20.0 and AMOS 20.0 were used for frequency, confirmatory factor, and path analyses. The results of structural equation modeling indicate that functional quality had positive effects on perceived value, which in turn had a positive effect on loyalty. In addition, age moderated the relationships between service quality and perceived value. Specifically, functional quality had a positive effect on loyalty in the group of over 40s and technical quality had a positive effect on loyalty in the group of those under 40s. The results of this study will help to establish an effective marketing strategy according to the ages of visitors in rural tourism communities.

Keywords: service quality, perceived value, loyalty, moderating effect

* This study was supported by the research program of RDA(Project No. PJ01131002)
** (Corresponding Author) Researcher, National Institute of Agricultural Sciences, RDA, Korea.
E-mail: khkim08@korea.kr
*** Researcher, National Institute of Agricultural Sciences, RDA, Korea. E-mail: jmc6807@korea.kr
**** Director, National Institute of Agricultural Sciences, RDA, Korea. E-mail: kimmih8312@korea.kr
***** Senior Researcher, National Institute of Agricultural Sciences, RDA, Korea. E-mail: syrhee84@korea.kr
***** Researcher, National Institute of Agricultural Sciences, RDA, Korea. E-mail: juchoi0530@korea.kr