

# 팜파티 속성에 대한 중요도-만족도 분석(IPA) 연구

김선희\*

농촌진흥청 전라남도 농업기술원 강소농지원단(전남 나주시 산포면)

## A Study on the Importance-Performance Analysis of Farm Party Participants

Seon-Hee Kim

Rural Development Administration Stroung Support Center

### Abstract

This study conducted IPA of each item related to the farm party operation aiming at the participants to farm parties. The survey was carried out on the participants to the farm parties held in Damyang County from October 11th to November 22nd, 2014, and 103 questionnaires were used for the final analysis. The specific results of the IPA are as follows. In the first quarter of 'maintenance and management performance' are included the total of seven items. They are a harmonious view with the surrounding environment, friendliness of the farmer and the party staff, posting the event schedule and providing the program, proper disposition of the staff in the farm, an exchange among farm party participants, food that makes use of farm produce and the convenience of gaining information. In the second quarter of 'intensive improvement' are included eight items. They are cleanliness of the facilities such as restroom and basin, providing the pamphlets or promotion materials of the farms in the farm party, things to experience utilizing the farm produce grown in the host farm, various events, smooth progress of the farm party program, inclusion of the indigenous native food, variety of things to buy including farm produce and information delivery about the farm produce on sale.

**Key Words :** IPA(Importance-Performance Analysis), farm party

## 1. 서 론

지금 농촌은 산업화·도시화에 따른 인구감소, 고령화에 따른 활력 저하, 도농간 소득격차 확대, 국내농산물 경쟁력 저하 등 여러 가지로 어려운 여건에 놓여 있다. 어려운 농촌여건을 극복하고 활력을 불어넣을 수 있는 새로운 전략이 필요하게 되었는데, 이를 위한 대안으로 농촌관광이 추진되고 있다(송완구·박정화·조용현, 2011). 즉, 농업소득에 대한 불안이 커지면서 농촌체험관광이 대안으로 부각되는 것이다.

실제로 소득과 여가시간 증대, 삶에 대한 가치관 변화, 라이프 스타일 변화에 따라 농촌관광 시장규모는 지속적으로 확대되어 2017년에는 국내관광의 32.8%인 98,416천명으로 전망되고 있다(김미희, 2013). 특히 도시민들은 가족과 함께 움직이며 함께 체험하는 활동에 대한 요구가 증가되고 있는데, 농촌은 도시민들의 관광욕구를 충족시킬 수 있는 새로운 목적지로 각광받는 것이다(김소윤·엄서호, 2009). 이처럼 농촌관광에 대한 수요가 증가하면서 최근 팜파티를 실시하는 농가도 증가하는 추세이다.

팜파티(farm party)는 농촌 활력화를 위한 대안으로 '파티'라는

주요어: 중요도-만족도 분석, 팜파티

\* 전화: 061-330-2798 e-mail: 5034kim@naver.com 520-715 전남 나주시 산포면 세남로 1508 농촌진흥청 강소농지원단

개념이 도입되어 2009년부터 실시되고 있다(김덕현·이승현·김미희·송문갑·하지영, 2013). 2009년 전남 해남에서는 논두렁, 딸기밭, 고구마 밭 등에서 팜파티를 개최하여 1,300여 명의 관광객을 유치하였으며, 2012년 4월 전남 화순군에서는 복사꽃 팜파티를 개최하여 500여 명이 참석하고 당일 농산물 판매로만 800만원의 소득을 올리기도 했으며, 2012년 5월 경북 경산에서는 대추밭 팜파티를 개최하여 200여 명이 참석하고 대추 가공공장 견학 및 문화체험 기회를 갖기도 하였다(황성혁, 2012). 팜파티를 통해 농장주는 소비자에게 농가와 농산물에 대해 알리고, 자신의 마인드를 전달하며 소비자와 소통함으로써 지속적인 신뢰관계를 쌓아가는 순기능을 하는 것이다.

그러나 현재 실시되고 있는 팜파티는 참가자가 선호하는 팜파티 프로그램에 대한 분석없이 일반적인 체험이 대부분의 프로그램을 구성하고 있어 효율적으로 농가를 알리고 다른 농가와 차별화하는데 한계가 있다(김경희 외, 2013). 그리고 팜파티 참가자 만족도는 낮고 농가수익과 연계되는 비즈니스 모델도 미흡한 실정이다(김덕현 외, 2012).

팜파티의 긍정적 수요 전망에도 불구하고, 참가자들의 욕구를 제대로 파악하지 못해 획일적인 구성과 프로그램으로 운영되고 있는 것이다. 그러므로 성공적인 팜파티를 위해서는 참가자 수요에 부응하도록 하드웨어 및 소프트웨어를 정비해야 함과 동시에 농외소득원으로서의 입지를 구축해야 하는 어려움에 직면한 것으로 판단할 수 있다.

이에 본 연구는 국내 팜파티 참가자들을 대상으로 팜파티에 대한 중요도와 만족도를 분석(importance-performance analysis; IPA)하여 팜파티 운영과 관련하여 우선순위를 결정하는 데 유용한 정보를 제공하고자 한다.

## 2. 연구의 이론적 배경

### 2.1. 팜파티

팜파티(farm party)는 농가를 홍보하고 농가에 대한 신뢰도를 제고하기 위해 도시민들을 농장에 초대하여 파티를 통해 농산품, 농촌체험(문화예술, 농촌경험), 정보(브랜드, 상품 등) 등의 마케팅 매개체를 제공하는 것이다(김경희·박덕병, 2013). 즉, 농업인과 도시민이 농촌문화와 농산물을 주제로 자유롭게 정보를 교류하여 농촌과 농산물에 대한 인식변화를 제고하는 파티라고 할 수 있다(김덕현 외, 2013).

팜파티는 농촌관광에 대한 서비스 품질을 높여 농가소득을 증대

하고 도농교류를 활성화하는 것이 주목적이며, 이를 통해 지역발전에 기여할 수 있다(황성혁, 2012). 농장에서 이루어지는 농촌체험과 문화체험 등에 도시민의 능동적인 참여를 유도함으로써 농촌에 대한 인식변화를 추구하고 동시에 도시민과의 직접 대면을 통해 농산물과 생산장, 브랜드 정보를 제공하고, 농업인과 도시민의 네트워크를 통해 농산물 판매를 확대하고자 하는 것이다.

해외에서는 미국과 캐나다 등에서 주로 농장과 주변의 자연환경을 이용하여 생일파티, 웨딩파티, 가족모임, 직장행사, 자선행사 등의 형태로 이루어지고 있으며, 국내에서는 e-비즈니스를 하는 농가들을 중심으로 농가에 소비자를 초대하여 여러 가지 주제를 가지고 파티를 하면서 시작되었다(김경희·김미희·최재웅·정명철·김덕현·차주영·전이내, 2013). 즉, 농산물을 구입하는 소비자들은 자신이 구입하는 농산물이 어떤 곳에서 누가 어떻게 생산하는지에 대해 궁금해 하는데, 팜파티를 통해 농장주는 소비자들에게 농가와 농산물에 대해 알리고, 자신의 마인드를 전달하며, 소비자와 소통함으로써 지속적인 신뢰관계를 쌓아갈 수 있는 것이다.

팜파티를 준비하는 농가가 작성하는 ‘팜파티 기획안’을 토대로 팜파티의 구성요소를 살펴보면, 농장주와 대화시간, 농장생산물과 관련된 수확체험이나 음식체험, 무대공연이나 이벤트, 홍보·전시, 휴게·편의·주차, 농산물 판매 등이 주를 이루고 있다.

〈표 1〉 IPA 4사분면 주요 내용

구분	내용
제1사분면 (지속적 유지)	소비자들이 중요하게 생각하는 속성이며 동시에 실제로 만족하는 속성이 포함된다. 중요도와 만족도가 모두 높아 경쟁력을 가지고 있는 부문으로 이 부문에 위치하는 속성들은 계속 좋은 성과를 내도록 유지해야 한다.
제2사분면 (과잉노력 지양)	소비자들에게 중요한 부분이 아니지만 상대적으로 높은 만족도를 보이는 항목들이다. 현재의 활동이 과잉으로 판단되므로 이 부분에 투입되는 노력을 다른 항목에 투입하는 것이 타당하다.
제3사분면 (낮은 우선순위)	소비자들이 중요하게 생각하지 않으며, 만족도도 낮은 상태를 의미한다. 즉, 중요도와 만족도가 모두 낮게 인식되는 것으로 낮은 우선순위 부분에서는 제한된 자원이 소비되어야 한다. 응답자의 만족도가 낮더라도 개선 및 투자가 과도하게 집중될 필요가 없다는 의미이다.
제4사분면 (중점 개선)	소비자들이 중요하게 생각하지만 실제로 만족스럽지 않은 속성이 포함된다. 즉, 중요도는 높으나 만족도는 낮은 편으로 더 좋은 만족도를 창출하기 위해 집중적으로 노력해야 하는 부분이다. 개선을 위한 노력과 투자가 현재보다 더 많이 필요하다고 할 수 있다.

자료 : 김선희(2014), 농촌체험관광 운영에 대한 중요도-만족도 분석, 동북아관광학회

## 2.2. IPA

IPA(Importance Performance Analysis)는 응답자가 평가한 각 속성의 상대적인 중요도와 만족도를 2차원 도면상에 표시하여 비교·분석하는 것으로, X축은 만족도를, Y축은 중요도를 보여준다. 즉, 이용자의 만족(성취)도를 측정하기 위하여 각 속성의 중요도와 만족도를 이용자 스스로 평가하게 함으로써 각 속성에 대한 상

대적인 중요도와 만족도를 동시에 비교·분석하는 평가기법이다(김계섭·조주은, 2004).

IPA는 소비자가 중요시 하는 속성과 그 속성을 공급자가 얼마나 만족시켜주었는가를 직접적으로 비교하여, 가독성이 우수한 도표(matrix)를 산출할 수 있다는 이유로 전략적 선택이 필요한 마케팅적 의사결정의 근거로 이용되어 왔다(정철·서용석, 2010).

<표 2> 설문지 구성

변수명	측정항목	출 처	문항수
쾌적성	편의시설 청결성	김나영·김영택·조중현·김용근(2010), 김덕현·이승현·김미화·송문갑·하지영(2013)	6
	조화로운 경관		
	농장 정리정돈 상태		
	쾌적한 주변 환경		
	농장 꾸밈 상태		
팜파티 장소 청결성			
팜파티 프로그램	다양한 볼거리	김덕현 외(2012), 김경희 외(2013)	4
	농장생산 농산물 활용 체험거리		
	다양한 이벤트		
	팜파티 프로그램 원활한 진행		
농산물 판매	다양한 살거리(농산물 등)	김미화·김경희·최재웅·정명철·김덕현·전이내(2013)	3
	판매농산물에 대한 정보전달		
	농산물전시 및 공간연출 심미성		
음식	농가생산물 활용 음식	김덕현 외(2013)	6
	방문객 연령, 주제 고려한 메뉴		
	지역 고유의 향토음식 포함		
	음식종류 다양성		
	음식 디스플레이		
	팜파티 음식 맛		
접근성	농장까지 접근성	장경수(2010), 유광민·김기완(2009)	3
	정보취득 편리성		
	유도간판 등 설치여부		
고객 서비스	농장주 및 파티 스태프 친절성	김경희 외(2013), 백윤기(2012)	7
	행사일정 게시 및 일정표 비치		
	농가 팜플릿이나 홍보물 비치		
	농장 내 운영요원 적절한 배치		
	방문객 반응 및 만족도 평가		
	팜파티 참가자와 교류		
	농장내 시설물 표지판 설치여부		
비용	팜파티 참가비용 적정성	김나영·김영택·조중현·김용근(2010)	3
	판매농산물 가격 적정성		
	체험비용 적정성		
인구통계적 특성	성별, 연령, 학력, 결혼여부, 거주지, 팜파티 인지경로, 동행인, 동행인 수, 지출예산금액, 팜파티 참여횟수		10

## 3. 연구설계

### 3.1. 측정항목 도출

본 연구에서 사용한 설문항목은 총 42개로 쾌적성 6개, 프로그램 4개, 농산물 판매 3개, 음식 6개, 접근성과 비용 각 3개, 고객서비스 7개, 인구통계적 특성 10개(성별, 연령, 학력, 팜파티 인지경로, 팜파티 참여횟수 등)문항으로 구성하였다. 이렇게 도출된 32개 항목은 리커트 5점 척도(1=전혀 그렇지 않다, 3=보통이다, 5=매우 그렇다)에 의해 측정되었다. 설문지 구성은 <표 2>와 같다.

### 3.2. 조사설계 및 분석방법

본 조사는 전남 담양군에서 개최된 네 개의 팜파티 참가자들을 대상으로 2014년 10월 11일부터 11월 22일까지 실시되었다. 설문 조사는 조사자가 조사목적을 설명하고, 설문조사에 참여할 의향이 있는 응답자에게 자기기입식 설문조사방법을 통하여 실시하였다. 총 150부의 배포설문지 가운데 123부가 회수되었으며, 이 중

<표 3> 조사대상 팜파티 개요

농장명	일시	주요 프로그램	판매 농산물
A	2014.10.11	농가음식 제공, 무대공연, 식물원 관람, 체험(압화만들기, 고구마 캐기 등)	건나물, 다육식물, 목은 김치, 꾸지뽕 김치, 장아찌, 고구마
B	2014.10.25	장아찌 밥상, 무대공연, 체험(우렁장아찌 만들기, 도자기 만들기, 동물농장 등)	장아찌, 꽃차, 건나물 등
C	2014.11.8	통기타 공연, 체험(꾸지뽕 발효김치 만들기, 대통밥 만들기), 김치 사업장/대숲 속성실 둘러보기, 보물찾기	꾸지뽕 김치, 감말랭이, 감식초, 꾸지뽕 생과, 장아찌, 국화차, 죽순 등
D	2014.11.22	숯불구이 식사, 무대공연, 물 콘테스트, 체험(압화만들기)	신청차, 기청장청차, 무무에센스, 오레가노가루치약 등

103부를 최종분석에 이용하였다. <표 3>은 조사대상 팜파티에 대한 간략내용이다.

수집된 자료는 SPSS Window 20을 이용하여 분석하였다. 먼저 유효표본의 인구통계적 특성을 파악하기 위하여 10개 문항에 대해 빈도분석(frequency analysis)을 실시하였다. 그리고 신뢰도 분석은 최초 32개 문항을 대상으로 하였으나, 신뢰도를 높이기 위해 6개 항목을 제거한 뒤 26개 항목으로 신뢰성(reliability)과 타당성(validity)을 검증하였다. 마지막으로 중요도와 만족도 분석차이는 대응표본 T-test를 활용하였다.

IPA분석은 측정평균(actual mean)을 활용할 것인가와 척도평균

(scale mean)을 활용할 것인가에 대한 논란(정철·서용석, 2010)과 중요도의 적정성에 대한 문제(표성수, 2009)가 있으나, 본 연구에서는 중요도와 만족도 측정평균을 활용하였다.

## 4. 분석결과

### 4.1. 응답자의 일반적 특성

본 설문에 응답한 조사대상자들의 일반적인 특성을 파악하기 위하여 빈도분석을 실시하였다. 분석결과, 조사대상자 가운데 팜파티에 참여한 남성과 여성의 비율이 각각 41%와 59%로 여성의 비율이 다소 높았으며, 연령은 30대와 40대가 87%를 차지하였다.

지출금액은 5만원 이하가 95.2%였으며, 일만원 이하도 30.1%를 보이고 있다. 거주지는 광주와 전남이 97%를 차지하고 있으며, 학력은 대졸이 57.4%로 나타났다. 가족과 동행하는 경우가 72.8%이며, 친구는 10.7%로 나타났다.

팜파티 참여횟수는 1회가 67%로 가장 높은 비중을 보이고 있으며, 팜파티 인지경로는 농장주 초청이 53%, 지인소개가 34%로 나타났다. 그리고 팜파티 동행인 수는 2~3명이 44.3%, 4~5명이 23.5%로 분석되었다. 팜파티 참가목적은 ‘일상탈출’ 20%, ‘즐거움과 재미 추구’ 19.1%, ‘농가음식 체험’ 14.8%, ‘농촌을 알기 위해’가 12.2%의 비율을 보이고 있다. 이에 대한 구체적인 내용은 <표 4>와 같다.

### 4.2. 측정도구 신뢰도 및 타당성 분석

본 연구에 사용된 측정변수의 신뢰성(Cronbach's  $\alpha$ )은 .744에서 .918로 나타났다. 대체로 .60이상이면 아쉬운 대로 쓸 만하며, .8이상이면 상당히 신뢰할만한 측정이므로(서의훈, 2010), 본 연구의 신뢰도는 수용가능한 수준이라고 할 수 있다. 구체적으로 쾌적성은 .910, 고객서비스는 .918, 프로그램은 .825, 팜파티 음식은 .837, 판매농산물은 .827, 접근성은 .812, 비용은 .744의 신뢰도를 보이고 있다.

타당성 입증을 위해 탐색적 요인분석을 실시하였다. 요인 추출은 주성분분석(principal component analysis), 요인회전은 배리맥스(varimax)를 활용하였다. 고유값(Eigen Value)이 ‘1’ 이상이 되는 요인만을 인정하는 방법으로 26개 문항을 분석한 결과, 7개 요인에 80.612% 설명력을 보였다. 요인적재량은 .525부터 .892까지로 분석되었으며, 결과는 <표 5>에 제시되어 있다.

<표 4> 응답자의 인구통계적 특성 및 관광행동 특성(N=103)

변수	구분	명(%)	변수	구분	명(%)
성별	남성	42(41)	결혼 상태	독신	6(5.8)
	여성	61(59)		기혼	97(94.2)
연령	20대 이하	2(1.9)	팜파티 동행인	가족	75(72.8)
	20~29세	4(3.9)		친구	11(10.7)
	30~39세	42(40.8)		동네주민	3(2.9)
	40~49세	48(46.6)		직장동료	5(4.9)
	50~59세	6(5.8)		기타	9(7.8)
	60세 이상	1(1)		혼자	6(5.2)
지출 금액	일만원 이하	31(30.1)	팜파티 동행인 수	2~3명	51(44.3)
	1만원~3만원	38(36.9)		4~5명	27(23.5)
	3만원~5만원	29(28.2)		5명 이상	19(16.5)
	5만원~7만원	3(2.9)	팜파티 인지 경로	농장주 초청	55(53.4)
	7만원~10만원	2(1.9)		지인소개	35(34)
거주지	광주광역시	67(65)	인터넷,블로그	인터넷,블로그	8(7.8)
	전남	33(32)		기타	5(4.3)
	전북	1(1)		일상생활 탈출	23(20)
	경상도	1(1)	즐거움, 재미 추구	22(19.1)	
	서울특별시	1(1)	농가음식 체험	17(14.8)	
학력	고등학교 졸업	29(25.2)	팜파티 참가 목적	농촌을 알기 위해	14(12.2)
	대학교 졸업	66(57.4)		정보와 지식 획득	10(9.7)
	대학원 졸업	8(7.0)		프로그램이 좋아서	9(7.8)
팜파티 참여 횟수	1회	69(67)	새로운 것 체험	6(5.9)	
	2회	14(13.6)		12(10.5)	
	3회	14(13.6)	기타	12(10.5)	
	4회 이상	6(5.8)		12(10.5)	

〈표 5〉 요인분석 결과

요인명	항목명	요인 적재량	고유값	분산 (%)	공동성	신뢰도
쾌적성	편의시설 청결성	.892	11.602	16.000	.857	.910
	조화로운 경관	.772			.875	
	농장 정리정돈 상태	.725			.747	
	쾌적한 주변 환경	.721			.711	
	농장 꾸밈상태	.687			.848	
고객 서비스	농장주 및 스태프 친절성	.824	2.588	14.398	.851	.918
	행사일정 및 일정표 비치	.704			.844	
	팜플릿이나 홍보물 비치	.666			.743	
	운영요원 적절한 배치	.662			.766	
	농장내 시설물 표지판 설치	.646			.867	
	팜파티 참가자와 교류	.586			.758	
	팜파티 프로그램	다양한 볼거리			.877	
농장생산 농산물 활용 체험		.828	.801			
다양한 이벤트		.650	.789			
팜파티 프로그램 원활한 진행		.525	.659			
팜파티 음식	농가생산물 활용 음식	.744	1.554	11.675	.717	.837
	방문객 연령, 주제 고려 메뉴	.710			.774	
	지역 고유의 향토음식 포함	.699			.821	
	음식종류 다양성	.633			.838	
판매 농산물	다양한 살거리(농산물 등)	.728	1.277	11.368	.843	.827
	판매농산물에 대한 정보전달	.726			.891	
	농산물전시, 공간 연출 심미성	.696			.881	
접근성	농장까지 접근성	.836	1.119	8.138	.833	.812
	정보취득 편리성(홈페이지, 블로그, 카페 등)	.767			.881	
비용	팜파티 참가비용 적정성	.678	1.027	7.315	.852	.744
	판매농산물 가격 적정성	.659			.771	

총분산 설명력=80.612, KMO=.734, Bartlett's Test=2707.314, df=325, p<.000

### 4.3. 측정변수 간 상관관계

요인분석을 통해 본 연구에서 사용된 측정개념들이 단일차원임이 입증되었으므로 각 측정개념 간 판별타당성 충족정도 및 요

〈표 6〉 측정개념 간 상관관계

구성개념	쾌적성	고객 서비스	프로그램	팜파티 음식	판매 농산물	접근성	비용
쾌적성	1.00						
고객 서비스	.313**	1.00					
팜파티 프로그램	.349**	.302*	1.00				
팜파티 음식	.382**	.384*	.206*	1.00			
판매 농산물	.291**	.416*	.286**	.293**	1.00		
접근성	.395**	.370**	.211*	.244**	.301**	1.00	
비용	.379**	.376**	.238**	.247**	.243**	.226**	1.00

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

인 간 선형관계의 방향과 강도를 파악하기 위하여 상관관계를 분석하였다. 상관계수는 .206부터 .416까지 모두 정(+)의 관계를 보이고 있으므로 측정개념 간 상관성은 유의미한 것으로 볼 수 있다.

### 4.4. 기술통계 분석 결과

팜파티 참가자들이 느끼는 중요도와 만족도 차이를 분석하기 위하여 총 일곱 개 요인, 26개 항목에 대하여 대응표본 T-test를 실시하였다. 분석결과, 모든 항목이 P<.005에서 유의한 것으로 나타났다.

요인별 평균점수를 기준으로 중요도를 살펴보면, 판매농산물 요인(4.38), 고객서비스 요인(4.37), 접근성 요인(4.36), 팜파티 음식 요인(4.35), 팜파티 프로그램 요인(4.32), 쾌적성 요인(4.31), 비용 요인(4.26)의 순이었다. 총 26개 설문항목 가운데 중요하게 생각하는 항목은 판매농산물에 대한 정보전달(4.51), 다양한 살거리(4.49), 팜파티 참가자와 교류(4.48), 정보취득 편리성(4.47) 등의 순이었으며, 중요도가 낮은 항목은 농장 내 시설물과 화장실 등 표지판 설치여부(4.12), 다양한 볼거리(4.17) 등으로 나타났다.

반면 요인별 평균점수를 기준으로 만족도를 살펴보면, 비용요인(4.45), 고객서비스 요인(4.32), 접근성 요인(4.31), 팜파티 음식요인(4.28), 쾌적성 요인(4.22), 판매농산물 요인(4.18), 팜파티 프로그램 요인(4.14) 등의 순으로 나타났다. 총 26개 설문항목 가운데 높은 만족도를 보인 항목은 팜파티 참가비용 적정성(4.48), 농장주 및 스태프 친절성(4.45), 운영요원 적절한 배치(4.42), 판매농산물 가격 적정성(4.41)이었으며, 낮은 만족도를 보인 항목은 농장 정리정돈 상태(4.07), 농산물 등 다양한 살거리(4.08), 다양한 볼거리(4.09) 등의 순서였다.

중요도와 만족도 차이는 중요도에서 만족도를 뺀 값으로 중요

도에 따라 만족도를 가늠하는 지표이다. 음(-)의 값이 크게 나올수록 중요도에 비해 만족도가 높은 항목이라고 할 수 있다. 분석결과, 가장 큰 음(-)의 값을 나타낸 항목은 팜파티 참가비용 적정성, 판매농산물 전시 및 공간연출 심미성, 판매농산물 가격 적정성 항목으로 나타났다. 반면, 양(+의 값은 중요도에 비해 만족도가 낮은 항목으로 농산물 등 다양한 살거리와 다양한 이벤트, 농장 생산

물활용 체험거리 등으로 나타났다.

#### 4.5. 팜파티 참가자에 대한 IPA 결과

IPA 결과, 제1사분면은 중요도와 만족도가 모두 높은 영역으로 총 7개, 제2사분면은 중요도는 높으나 만족도가 낮은 영역으로 총

〈표 7〉 팜파티에 대한 중요도 만족도 평가 및 순위

요인	항목	중요도		만족도		중요도 - 만족도 차이	t(p) t(p)
		평균	표준편차	평균	표준편차		
쾌적성	편의시설 청결성	4.23	.67	4.12	.69	0.11	6.975(.000)***
	주변 환경과 어울리는 조화로운 경관	4.36	.69	4.38	.76	-0.02	4.867(.000)***
	농장 정리정돈 상태	4.31	.61	4.07	.99	0.24	6.129(.000)***
	쾌적한 주변 환경	4.39	.81	4.22	.93	0.17	5.551(.000)***
	농장 꾸밈상태	4.25	.69	4.32	.95	-0.07	6.553(.000)***
	평균	4.31		4.22			
고객 서비스	농장주 및 스태프 친절성	4.41	1.06	4.45	.89	-0.04	3.742(.000)***
	행사일정, 일정표 비치	4.35	.95	4.28	.81	0.07	5.443(.000)***
	팜파티 농가 팸플릿, 홍보물 비치	4.37	.70	4.16	.85	0.21	7.475(.000)***
	운영요원 적절한 배치	4.47	.69	4.42	.67	0.05	3.728(.000)***
	시설물과 화장실 등 표지판 설치여부	4.12	.69	4.21	.92	-0.09	4.337(.000)***
	팜파티 참가자와 교류	4.48	.77	4.38	.89	0.1	5.563(.000)***
평균	4.37		4.32				
팜파티 프로그램	다양한 볼거리	4.17	.80	4.09	.86	0.08	7.224(.000)***
	농산물 활용 체험	4.36	.85	4.11	.97	0.25	6.749(.000)***
	다양한 이벤트	4.38	.80	4.12	.12	0.26	8.449(.000)***
	팜파티 원활한 진행	4.36	.75	4.23	.55	0.13	4.247(.000)***
	평균	4.32		4.14			
팜파티 음식	농가생산물 활용 음식	4.42	.61	4.32	.83	0.1	6.785(.000)***
	방문객 연령, 주제 고려한 메뉴	4.31	.75	4.34	1.05	-0.03	4.821(.000)***
	지역 고유 향토음식 포함	4.37	.81	4.13	1.12	0.24	5.875(.000)***
	음식종류 다양성	4.30	.75	4.34	.99	-0.04	3.878(.005)**
	평균	4.35		4.28			
판매 농산물	다양한 살거리	4.49	.81	4.08	.83	0.41	3.665(.004)***
	판매농산물 정보전달	4.51	.86	4.14	.75	0.37	3.459(.001)**
	판매농산물 전시 및 공간연출 심미성	4.15	.80	4.31	.89	-0.16	3.264(.000)***
	평균	4.38		4.18			
접근성	농장까지 접근성	4.24	.84	4.29	.77	-0.06	4.315(.002)**
	정보취득 편리성	4.47	.89	4.33	.86	0.14	3.395(.000)***
	평균	4.36		4.31			
비용	참가비용 적정성	4.25	.66	4.48	.65	-0.23	5.428(.000)***
	판매농산물가격적정성	4.28	.59	4.41	.89	-0.13	6.245(.000)***
	평균	4.26		4.45			
전체평균		4.34		4.26			

\*\*\*p<.001, \*\*p<.005

8개, 제3사분면은 중요도와 만족도가 모두 낮은 영역으로 총4개, 제4사분면은 중요도는 낮으나 만족도가 높은 영역으로 총7개 항목이 포함되었다.

제1사분면 ‘유지관리’ 영역에는 쾌적성 요인(주변 환경과 어울리는 조화로운 경관), 고객서비스 요인(농장주 및 파티 스태프 친절성, 행사일정 게시 및 일정표 비치, 농장 내 운영요원 적절한 배치, 팜파티 참가자와 교류), 팜파티 음식 요인(농가생산물 활용 음식), 접근성 요인(정보취득 편리성)이 포함되었다. 고객서비스 요인이 총 4개 항목 포함되어 있으므로 이 분야의 중요성을 인지할 수 있다.

제2사분면 ‘집중개선’ 영역에는 쾌적성 요인(편의시설 청결성), 고객 서비스 요인(팜파티 농가 팸플릿이나 홍보물 비치), 팜파티 프로그램(농장생산 농산물 활용 체험거리, 다양한 이벤트, 팜파티 프로그램 원활한 진행), 팜파티 음식 요인(지역 고유의 향토음식 포함), 판매농산물 요인(농산물 등 다양한 살거리, 판매농산물에 대한 정보전달)이 포함되었다. 팜파티 프로그램 요인이 세 항목 포함되어 있으므로 이 분야는 집중개선이 필요하다고 할 수 있다.

제3사분면 ‘낮은 우선순위’ 영역에는 쾌적성 요인(쾌적한 주변

환경, 농장 정리정돈 상태), 고객 서비스 요인(농장 내 시설물과 화장실 등 표지판 설치여부), 팜파티 프로그램 요인(다양한 볼거리)이 포함되었다. 쾌적성 요인이 두 항목 포함되어 있다.

제4사분면 ‘과잉노력 지양’ 영역에는 쾌적성 요인(농장 꾸밈상태), 팜파티 음식(방문객 연령과 팜파티 주제를 고려한 메뉴, 음식 종류 다양성), 판매농산물 요인(판매농산물 전시 및 공간연출 심미성), 접근성 요인(농장까지 접근성), 비용 요인(팜파티 참가비용 적정성, 판매농산물 가격 적정성)이 포함되었다. 팜파티 음식과 비용요인이 각각 두 항목씩 포함되었으며, 이는 이 분야에 대한 과잉노력이 지양되어야 함을 의미한다.

### 5. 결 론

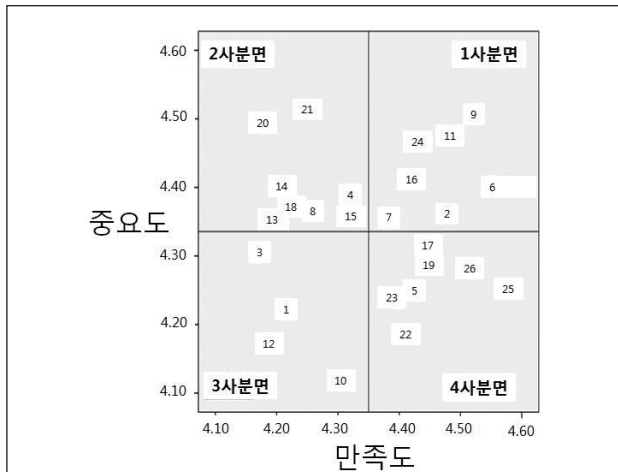
팜파티 참가자 103명을 대상으로 팜파티에 대한 중요도와 만족도를 측정한 결과는 다음과 같다. 높은 중요도를 보인 요인은 판매농산물 요인과 고객서비스 요인이었으며, 높은 중요도를 보인 항목은 판매 농산물에 대한 정보전달과 다양한 살거리(농산물 등), 팜파티 참가자와 교류로 분석되었다.

반면 높은 만족도를 보인 요인은 비용요인과 고객서비스 요인이었으며, 높은 만족도를 보인 항목은 팜파티 참가비용 적정성과 농장주 및 스태프 친절성, 판매농산물 가격 적정성 등의 순서로 나타났다.

IPA 분석결과, 제1사분면 ‘지속적 유지’ 영역에는 총 7개 항목으로 비중이 27%이며, 제2사분면 ‘과잉노력 지양’ 영역에는 8개 항목으로 비중이 31%, 제3사분면 ‘낮은 우선순위’ 영역에는 4개 항목으로 비중이 15%, 제4사분면 ‘과잉노력 지양’ 영역에는 7개 항목으로 27%의 비중을 보이고 있다. 제1사분면에 속한 항목들에 대해서는 계속 유지·강화시켜야 하겠지만, 제2사분면에 속한 항목들에 대해서는 이를 개선할 수 있는 대책과 방안이 필요할 것으로 판단된다. 제3사분면에 속한 항목들은 상대적으로 낮은 우선순위를 가지고 있다는 점을 기억해야 하며, 제4사분면 항목들은 중요도에 비해 만족도가 높으므로 추가적인 개선노력은 지양해야 할 것이다.

본 연구를 통해 다음과 같은 이론적 시사점을 찾을 수 있다. 첫째, 유지관리 영역에 관한 것이다. 유지관리 영역 가운데 하나인 쾌적성 요인 즉, 주변환경과 어울리는 조화로운 경관에 대해서는 그 중요성에 대해 여러 연구에서 언급되고 있다. 농촌체험 방문객 중요도-만족도를 분석한 김나영·김영택·조종현·김용근(2010)에서 농촌체험 방문객은 농촌자연경관 요소에 큰 비중을 갖고 있는 것으로 분석되었으며, 농촌자원 선호도를 분석한 류덕환·박재동·이상호·장우환(2012)에서도 경관자원 선호도가 높은 것으로 나타났

(그림 1) 팜파티 IPA 결과



1. 쾌적한 주변환경 2. 주변 환경과 어울리는 조화로운 경관 3. 농장 정리정돈 상태 4. 화장실과 세면대 등 편의시설 청결성 5. 농장 꾸밈상태 6. 농장주 및 파티 스태프 친절성 7. 행사일정 게시 및 일정표 비치 8. 팜파티 농가 팸플릿이나 홍보물 비치 9. 농장 내 운영요원 적절한 배치 10. 농장 내 시설물과 화장실 등 표지판 설치여부 11. 팜파티 참가자와 교류 12. 다양한 볼거리 13. 농장생산 농산물 활용 체험거리 14. 다양한 이벤트 15. 팜파티 프로그램 원활한 진행 16. 농가생산물 활용 음식 17. 방문객 연령과 팜파티 주제를 고려한 메뉴 18. 지역 교유의 향토음식 포함 19. 음식 종류 다양성 20. 다양한 살거리 21. 판매농산물에 대한 정보전달 22. 판매농산물 전시 및 공간연출 심미성 23. 농장까지 접근성 24. 정보취득 편리성(홈페이지, 블로그, 카페 등) 25. 팜파티 참가비용 적정성 26. 판매농산물 가격 적정성

다. 유광민·김기완(2009)에서도 농촌관광 활성화 중요요인 가운데 하나가 '자연자원 매력성'임을 밝히고 있다. 그러므로 쾌적성 요인에 대해서는 현상태 지속유지가 필요하다고 할 수 있다.

한편, 제1사분면에서 가장 많은 항목이 포함된 고객서비스 요인에 대해서도 본 연구와 동일한 연구결과가 발표되었다. 송완구·박정화·조영현(2011)에서는 환대친절성이 주민신뢰와 농산물 신뢰, 만족도에 직접적인 정(+)의 유의한 영향을 주는 것으로 나타났으며, 유광민·김기완(2009)에서도 서비스환경의 질이 농촌관광 활성화에 중요한 요인인 것으로 분석되었다. 그러므로 하드웨어도 중요하지만 소프트웨어를 개선·보완하는 노력을 통해 팜파티 참가자 욕구를 충족시키려는 노력이 병행되어야 할 것이다.

둘째, 집중개선 영역에 관한 것이다. 집중개선 항목 가운데 하나인 판매농산물에 대한 정보전달과 관련하여 송완구·박정화·조영현(2011)에서는 농촌체험활동에서 이루어지는 지식교육성이 농산물 신뢰와 지속적인 교류의사에 유의한 정(+)의 영향관계가 있음을 밝히고 있다. 즉, 판매농산물에 대한 지식습득은 농산물에 대한 이해로 이어져 신뢰가 형성될 수 있다는 것이다.

그리고 팜파티 프로그램에 대한 집중개선도 필요한 것으로 분석되었는데, 김보균·손호기·이명숙·박인환(2011)과 장경수(2010), 이상호·박재동·이응진(2008)에서도 체험 프로그램 보완을 지적하고 있다. 체험프로그램 개발 시에 본 연구에 나타난 팜파티 참가자 인구통계적 특성을 참고할 필요가 있다. 본 연구에서는 가족단위 참가자가 72.8%를 점유하고 있을 정도로 높은 비중을 보이고 있으므로 가족단위 관광객 수요에 부응할 수 있는 프로그램 구성에 관심을 기울여야 할 것이다. 송광인·김정준(2009)에서도 농촌체험관광의 주요 동반형태인 가족형 관광객을 대상으로 한 프로그램 구성 및 마케팅 전략이 요구됨을 밝히고 있다.

그러므로 <Table 3> 인구통계적 특성의 팜파티 참가목적에 나타난 것처럼 일상생활을 탈출할 수 있도록 즐거움과 재미를 주는 요소와 더불어 농가음식체험 기회제공 등과 같은 다양한 소재를 발굴할 필요가 있다. 연령별 팜파티 프로그램 요구도를 분석한 김경희·김미희 외(2013)에서는 30~40대가 주변의 자연환경을 느낄 수 있는 프로그램과 지역·농가음식체험에 선호도가 높은 것으로 분석되었다. 이해현·박덕병·이민수(2008)의 연구에서도 농촌관광 방문객이 농촌생활과 관련한 체험이거나 자연생태와 관련한 체험을 가장 선호하는 것으로 분석되었으므로 참고할 필요가 있다.

문선희·박덕병·김경희(2009)도 다른 지역과는 차별화된 지역의 농업생산과 연계된 프로그램 개발에 대해 언급하고 있으며, 김경희·박덕병(2013)도 농촌관광을 통해 소비자가 현장에서 생산과정에 직접 참여하고 체험하며, 생산자와 소비자가 직접 만나 커뮤니케이션함으로써 농가와 농산물에 대한 신뢰를 높여가고 소비자

만족도를 높인다고 하였다. 즉, 지역의 농특산물을 경험할 수 있는 다양한 프로그램을 개발함으로써 생산자와 소비자 간 신뢰관계가 구축된다는 것이다. 농촌의 생태체험 프로그램 유형별 성공요인을 연구한 류시영·김미희·황두현(2013)에서도 농어업체험 중심형은 농어업 관련 생태와 문화자원을 이용한 무형의 가치전달, 유기농 체험 및 농산물 차별화 등이 주요 성공요인으로 도출되었다.

셋째, 낮은 우선순위에 관한 내용이다. 제3사분면 '낮은 우선순위'에 포함된 관광편의성에 대해서는 상반된 의견이 존재한다. 예컨대, 박효균(2002)과 안세길(2007)에서는 농촌의 모습을 그대로 간직하는 것은 불편하여 관광객들의 재방문을 막는다고 하였다. 그러나 송완구·박정화·조영현(2011) 연구에서는 관광편의성이 주민신뢰와 지속적인 교류의사에는 정(+)의 유의한 영향을 미치지 만 농산물 신뢰와는 부(-)의 영향관계를 가지는 것으로 나타났다. 즉, 관광편의성 향상은 주민신뢰와 지속적인 교류의사향상으로 이어지지만, 농산물 신뢰는 오히려 감소한다는 것이다. 왜냐하면 관광편의성이 높다는 것은 그만큼 농촌마을이 개발되었다는 것을 의미하고 이러한 개발은 농촌마을이 깨끗하고 청정하다는 이미지를 약화시켜 관광객들에게 안전농산물에 대한 인식도 약화시키며, 반대로 각종 편의시설이 잘되어 있으면 좋은 대우를 받는다고 인식하여 신뢰는 향상된다는 것이다. 본 연구에서는 편의시설 철거성, 농장 정리정돈상태 항목은 낮은 우선순위로 나타났다.

제4사분면 '과잉노력 지양' 영역에 관한 내용이다. 농장 꾸밈상태와 판매농산물 전시 및 공간연출 심미성에 대한 과잉노력 지양은 앞서 제3사분면에 속한 관광편의성과 같은 맥락의 해석이 가능하다. 즉, 지나친 농장꾸밈은 오히려 깨끗하고 청정하다는 이미지를 훼손시킬 수 있다는 것이다.

그리고 비용에 대한 중요도-만족도 분석에서는 설문에서 사용된 두 항목 모두 과잉노력 지양으로 분석되었다. 장경수(2010)에서는 비용이 농촌관광 방문객 만족결정요인 영향력에서 체험 프로그램 다음으로 높은 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 본 연구대상 팜파티는 모두 참가비용이 무료였으며, 판매농산물도 시중가보다 상당히 저렴하게 판매되었으므로 이 부분에 대한 해석은 주의가 요구된다. 실제로 관광객 만족도를 증진하는 것과 더불어 돈에 합당한 가치(value for money)에 대한 관광객의 평가에도 관심을 기울여야 한다는 연구결과가 있으므로(Huang, & Yang, 2011) 비용부문에 대한 과잉노력 지양에 대해서는 신중한 접근이 필요하다. 그리고 농촌방문객은 다양한 여행선호를 가지고 있으므로 동일한 잣대를 적용하기도 어렵다(Dong, & Wang, 2013)는 점도 기억해야 한다.

본 연구를 통해 다음과 같은 실무적 시사점을 찾을 수 있다. 첫째, 유지관리 분야로 선정된 고객서비스에 대해 더 많은 관심을 기



올려야 할 것이다. 팜파티는 농산물이 생산되는 농장이라는 장소에서 고객과 농장주 간 만남이므로 결코 소홀히 다루어져서는 안 될 부분이다. 그리고 팜파티 개최장소에 농가 팸플릿이나 홍보물 비치 등에 대해서도 더 많은 관심을 가져야 할 것이다.

둘째, 중점개선 분야로 지적된 팜파티 프로그램 개발에 대한 노력을 게을리 하지 말아야 한다. 여러 연구에서 지적한 것처럼 농촌 체험관광의 가장 큰 문제점이 특화되지 않은 프로그램에 있으므로 팜파티 참가자 특성에 부응하는 프로그램 개발에 더 많은 관심을 가져야 할 것이다. 그리고 팜파티 프로그램 개발 시에는 가급적 농장생산 농산물을 활용함으로써 참가자가 자연스럽게 농산물에 대한 정보습득과 소비가 이루어지도록 유도할 필요가 있다.

본 연구는 다음과 같은 한계점을 가지고 있다. 첫째, 연구대상을 전남 담양군 팜파티 참가자로 한정하였다는 점이다. 그러므로 본 연구결과를 일반화하기에는 다소 무리가 있을 것으로 판단된다. 둘째, 본 연구에서 팜파티 참가자들이 느끼는 중요도-만족도를 분석하기 위한 설문항목으로 32개를 활용하였으나 실제로는 이보다 훨씬 많은 다양한 변수들이 영향을 미치고 있음에도 불구하고 그러한 변수들을 충분히 고려하지 못했다는 점이다.

### 참 고 문 헌

1. 김경희, 김미희, 최재용, 정명철, 김덕현, 차주영, & 전이내. (2013). *팜파티(farm party) 문화콘텐츠 개발 안내서*. 수원: 농촌진흥청 국립농업과학원, 8-11.
2. 김경희, & 박덕병. (2013). 농촌관광객의 지역 농특산물 구매 선택 속성, 만족, 충성도의 구조관계. *관광학연구*, 37(1), 279-301.
3. 김계섭, & 조주은. (2004). 항공사 서비스품질의 중요도-성과와 만족간의 상관성. *관광연구*, 19(2), 35-61.
4. 김나영, 김영택, 조중현, & 김용근. (2010). IPA 분석기법을 활용한 농촌체험 방문객의 중요도-만족도 인식에 관한 연구. *농촌관광연구*, 17(3), 43-67.
5. 김덕현, 이승현, 김미희, 송문갑, & 하지영. (2013). *팜파티(farm party) 운영 가이드*. 전남: 전라남도농업기술원, 10-11.
6. 김덕현, 임세화, 조동호, & 박신. (2012). *팜파티 참여고객 만족도 향상을 위한 프로그램 개발 및 실천 프로세스*. 전남농업기술원 내부자료.
7. 김미희. (2013). *농촌팜파티 전문가 교육교재*. 수원: 농촌진흥청.
8. 김미희, 김경희, 최재용, 정명철, 김덕현, & 전이내. (2013). *팜파티를 위한 지역과 마을자원의 문화콘텐츠 표현기법 활용*.

9. 김보균, 손호기, 이명숙, & 박인환. (2011). 농촌체험마을 방문객 선택속성에 대한 만족과 재방문의사에 미치는 영향. *농촌지도와 개발*, 18(3), 531-550.
10. 김선희. (2014). 농촌체험관광운영에 대한 중요도-만족도 분석. *동북아관광학회*, 10(2), 1-17.
11. 김소윤, & 엄서호. (2009). 농촌관광 참여동기에 따른 추구편익과 체험활동 선호도. *농어촌관광연구*, 16(1), 17-38.
12. 문선희, 박덕병, & 김경희. (2009). 제주 농촌관광 방문객의 체험 프로그램 선호 및 만족도 연구. *농촌지도와 개발*, 16(4), 795-835.
13. 류덕환, 박재동, 이상호, & 장우환. (2012). 경북지역 농촌관광자원에 대한 방문객의 선호도 상관분석. *동북아관광연구*, 8(3), 283-298.
14. 류시영, 김미희, & 황두현. (2013). 농촌의 생태체험 유형별 성공요인. *관광연구저널*, 27(5), 203-219.
15. 박호균. (2002). *한국 관광농원의 지속가능성 연구*, 서울대 대학원박사학위논문.
16. 백윤기. (2012). *농촌 테마파크 선택속성에 대한 이용자의 중요도 - 만족도인식에 관한 연구: 안성팜랜드를 중심으로*. 서울시립대학교 도시과학대학원 석사학위논문.
17. 서의훈. (2010). *통계분석*. 서울: 자유아카데미.
18. 송광인, & 김정준. (2009). 관광객 라이프스타일에 따른 농촌 체험관광 영향관계 연구. *농촌계획*, 15(2), 111-120.
19. 송완구, 박정화, & 조영현. (2011). 농촌관광 체험요인이 지속적인 교류의사에 미치는 영향. *관광학연구*, 35(5), 255-276.
20. 안세길. (2007). 농촌관광 서비스품질의 만족도가 재방문에 미치는 영향 연구: 진안지역을 중심으로. *관광경영학연구*, 12(1), pp.49-68.
21. 유광민, & 김기완. (2009). 가족 생활주기에 따른 농촌관광 동기, 농촌관광지 선택요인, 농촌체험관광프로그램 선호도 차이. *관광학연구*, 33(4), 403-426.
22. 이혜현, 박덕병, & 이민수. (2008). 농촌관광 방문객의 선호 체험프로그램 분석. *문화관광연구*, 8(1), 305-326.
23. 이상호, 박재동, & 이응진. (2008). 도시민의 농촌체험활동에 대한 지불의향 분석. *동북아관광연구*, 4(2), 155-68.
24. 장경수. (2010). 농촌관광 방문객의 만족 결정요인. *한국콘텐츠학회 논문지*, 10(7), 398-403.
25. 정철, & 서용석. (2010). 국내 관광학에 사용된 중요도-성취도 분석(IPA)의 재고찰. *관광연구논총*, 22(1), 119-37.
26. 표성수. (2009). 중요도-수행도 분석연구의 개성에 관한 연구.

관광학연구, 33(4), 227-251.

27. 황성혁. (2012). 팜파티(farm party). 농협경제연구소. 12.
28. Huang, B.-W., & Yang, Y.-C. (2011). Measuring rural tourism value for money: The experience economy of leisure agriculture in central Taiwan, *Management and Service Science(MASS)*, 2011 International Conference on 2011 Aug, 1-4.
29. Dong, E, & Wang, Y., & Morais, D., & Brooks, D. (2013). Segmenting the rural tourism market: The case of Potter County, Pennsylvania, USA, *Journal of Vacation Marketing*, 19(2), 181-193.

---

Received 15 February 2015; Revised 03 March 2015; Accepted 10 March 2015



Seon-Hee Kim is an agriculture tourism consultant in Rural Development Administration, South Korea. Her research interests are on Agricultural Tourism, 6th industry.

Address: Strong Support Center, Rural Development Administration, Naju, Jeonnam 520-715, Republic of Korea e-mail) 5034kim@naver.com, phone) 82-61-330-2798