

농특산품 전시판매장 디자인 현황 분석 및 유형별 분석 - 농촌관광마을 현장조사 및 농업인 공급자 의식조사를 중심으로 -

진혜련 · 채혜성 · 강가혜 · 조록환

농촌진흥청 국립농업과학원

Analysis of Design Status by Type at Display Store of Regional Agricultural Products: Focusing on the Survey of Farming Suppliers' Attitude and Site Examination of Rural Tourism Village

Jin, Hye-ryeon · Chae, Hye-sung · Kang, Ga-hye · Jo, Lok-hwan

National Academy of Agricultural Science, RDA

ABSTRACT : With the increase of visitors to rural tourism villages, the direct selling at sites is getting vitalized. Accordingly, their display stores is getting more important. Therefore, this study has selected 30 domestic rural tourism villages as study objects for the attitude survey of 200 farming suppliers and the site examination for the designs of those display stores in order to analyze their status and classify the types of necessity. Such operation status as sale item, sale method, method of supply and demand, major customer, sales scale, manager, opening hour, and operation cost were examined, to identify and for design factors the pattern, material quality and color were investigated. For the attitude of farming suppliers, the tactics of sales, the reason for being positive or negative, the functionality and the features of display stores were examined through brainstorming. IBM SPSS Statistics 20 Program was employed for Frequency, which indicated that village chiefs and store managers with the sales scale of 1 to 20 million won are dealing with female customers in their 40's and 50's and that those stores are open at the time of experience or year round without any operation expense. Permanent type and Fixed type were found to be the design factors of the display-case type with the material and the color of wood and orange respectively. The result of investigation analysis of farming suppliers' attitude showed the followings: the need of display stores is quite high, structure type and permanent type have high fitness and from the viewpoint of display-on-table type as a standard moving type was very convenient. The analysis of significant items at the characteristics of those display stores revealed that their locations, quality conservation, sanitation, users' convenience, designs and promotion are very important. The result of status analysis revealed that though there is a correlation among the types of display stores depending on the visiting season of tourists their installing is not desirable. Three types have been analyzed: Type 1 is a structure type only in the villages with continuous visitors, Type 2 a moving-table type only in the villages with temporary visitors and Type 3 is a fixed display-case type.

Key words : Property for sale Agricultural Exhibition, Rural Design, Fixed display sales facilities, Property for sale mobile display

I. 서 론

1. 연구 배경 및 목적

현재 소비자의 구매 욕구는 안전한 농산물에 대한

소비 트렌드가 증가하고 있으며 이에 따라 소비자는 생산자인 농촌에 직접 방문하여 신뢰를 통해 농산물을 구매하고 지자체에서 친환경 농산물의 소비자의 신뢰를 제고시킬 수 있는 안전성 검사, 생산 및 유통단계의 이력 추적시스템 활성화 등 친환경수요기반을 확대하는 방안도 마련되어 가고 있는 시점이다(농식품유통연구원, 2008). 농산물 판매는 농촌의 부가가치창출 및 이익창출

Corresponding author : Jo, Lok-hwan

Tel : 031-290-0270

E-mail : tryjoh@korea.kr

을 증가시키고 있으며 농가소득에 지속적으로 관여하는 핵심적인 요인이며 주로 방문객 대상 판매, 직거래, 구매, 출하 등의 방법으로 소진되고 있는 상황이다. 특히 농촌관광마을의 농특산품 판매는 방문 관광객 대상의 판매가 활성화 되고 있어 소비자 신뢰를 확보하고 편리성을 제공할 수 있는 전시판매장 공간이 요구된다. 현재 지자체별 농특산품 전시판매장 관련 운영조례를 제정하고 전시판매장을 운영하고 있을 정도로 전시판매장의 중요성은 인식되고 있으나 농촌관광객의 구매 욕구를 자극할 수 있는 만족도 높은 접근이 어려운 실정이다. 선행연구 또한 국내연구의 경우 농촌관광마을이나 농특산품 전시판매장에 대하여 이론적 근거를 바탕으로 한 체계적 분류연구나 디자인 현황에 대한 실증적 조사 및 분석연구는 미흡한 상황이다. 구체적인 전시판매장 유형, 상품 진열, 주변 환경에 대한 디자인 연구가 필요하며 농촌관광마을의 차별화 및 경쟁력 제고에도 기대할 수 있다. 이에 본 연구는 농촌관광마을의 농특산품 전시판매장을 체계적으로 연구하기 위해 현장조사를 통해 전시판매장 운영현황과 디자인 요소를 분석하고 농업인 공급자 의식 조사를 통해 공급자 측면의 의식과 전시판매장 특성에 따른 중요도 인식을 분석하여 현황과 유형별 분석을 진행하고자 한다. 이를 통해 농촌관광마을 뿐만 아니라 농특산품 전시판매장에 실제적으로 현장적용 가능한 정량적인 근거자료를 마련하고자 한다.

2. 연구 범위 및 프로세스

농촌관광마을 농특산품 전시판매장 디자인 현황 및 유형분석을 위해 Figure1과 같은 프로세스로 진행하였다.

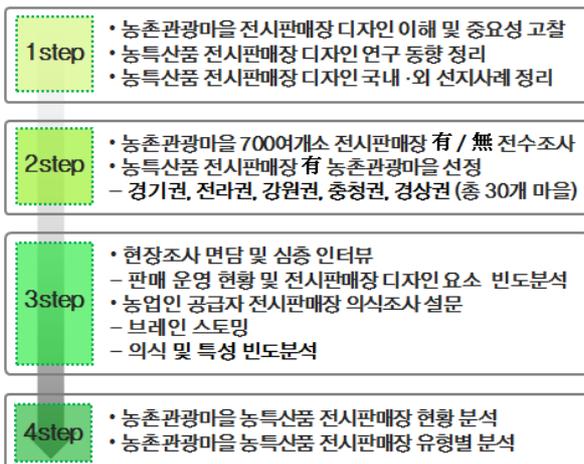


Figure 1 연구 프로세스.

1단계로 농촌관광마을 전시판매장 디자인의 이해 및 중요성에 관해 이론적 고찰을 통해 정리하고 선행연구를 통해 연구동향을 정리하였다. 또한 국내·외 농특산품 전시판매장에 관하여 선진사례를 조사하여 정리하였다. 국내 선진사례는 직접 현장을 방문하였으며 국외 선진사례는 인터넷 조사를 통해 진행하였다.

2단계로 현장조사 대상을 선정하기 위해 국내 농촌관광마을을 700여개를 대상으로 전화인터뷰를 통해 전수조사를 실시하여 전시판매장 有 / 無를 파악하고 전시판매 시설이 있으며 인터뷰 가능여부를 조사하여 현장조사대상지 30개소를 선정하였다. 3단계는 선정된 마을에 직접 방문하여 현장조사와 공급자 의식조사를 실시하였다. 현장조사시트 및 농업인 공급자 전시판매장 디자인 의식조사 설문항목은 브레인 스토밍을 통해 작성하였다. 선정된 30개소에 현장 방문하여 현장조사는 면담 및 심층조사를 실시하고 공급자 의식조사는 실제적으로 농특산품을 판매하고 있는 농업인 공급자 5권역의 각 60명씩 총 200명을 모집하여 설문조사를 실시하여 분석하였다. 4단계는 농업인 공급자의 전시판매장 디자인에 대한 의식조사와 현장조사를 종합적으로 분석하여 농촌관광마을 농특산품 전시판매장 디자인 현황 및 유형 별 분석을 실시하여 결론을 도출하였다.

II. 이론적 고찰

1. 농촌관광마을 전시판매장 디자인 이해 및 중요성

농촌관광마을은 정부부처의 정책적 성격으로 다양한 사업(최형두, 2009)을 통해 시작되어 현재 국내 700여개가 넘는 농촌관광마을이 구성되어 있다. 농촌관광마을은 농촌성(amenity)을 기반으로 자연환경과 농촌문화를 접할 수 있는 공간으로 Figure2와 같이 숙박, 서비스, 농산물 생산, 판매, 가공, 직판, 체험, 관광 등 이들의 상호유기적인 관계가 형성(박영일, 2008)되어 생산자가 공급자가 되고 소비자와의 편익과 신뢰를 공유하는 구조이다.

농촌관광마을은 농촌 6차산업화의 진행형 모델이라고 할 수 있으며 성공사례 마을 중 완주, 김포, 안성 로컬푸드 등이 농산물 생산, 가공, 직거래 판매장 등을 부각하여 성공한 농촌관광마을로 제시되고 있다. 그러나 이는 소수지역의 사례이며 지역단위로 범위가 넓어 모든 농촌관광마을들이 참여하기에는 애로사항이 있으며 소비자니즈는 마을을 방문해서 체험 및 관광과 동시에 현장에서 신선한 농특산품 구매를 원한다. 이에 부응하기 위해 지자체별 ‘농특산품 전시판매장 설치 및 운영조례’를 제정

하고 전시판매장을 운영하고 있으며 운영시간, 농산물 수급 관련 조항, 허가조항 등이 기재되어 있다. 이처럼 전시판매장의 조례가 제정될 만큼 중요성 및 필요성이 높게 요구되고 있으며 이를 기반으로 전시판매장을 이용하는 공급자, 소비자 측면의 만족도, 마케팅측면, 디자인 측면 등을 고려하고 설계되어야 하나 현재 지역단위 전시판매장은 비교적 효과적으로 운영되고 있으나 마을단위의 전시판매장은 농산물생산시기불균형, 관광객방문시기불균형, 운영비용 부담 등으로 운영이 원활하지 못한 상황이다. 전시판매장디자인은 마을의 정체성을 표현하고 차별화 할 수 있는 요소로 주관적, 객관적 측면을 고려하여 소비자들에게 이미지 제고를 통해 랜드 마크적 성향을 기대할 수 있다. 주관적 측면에는 소비자 감성 자극 이미지, 만족도, 신뢰도, 컬러 등이 속하며 객관적 측면에는 이용자 편리성, 동선, 공간 사이즈, 재질, 형태 등이 속한다. 이와 같은 전시판매장 구성 및 디자인을 위한 요소와 관련한 분석 연구 및 디자인개념 도입 관련 연구를 활발하게 진행하여 농촌관광마을에 실제적으로 적용하여 농업인 소득 증대 및 지역 활성화에 파급 효과를 창출할 수 있도록 연구가 진행되어야 한다.

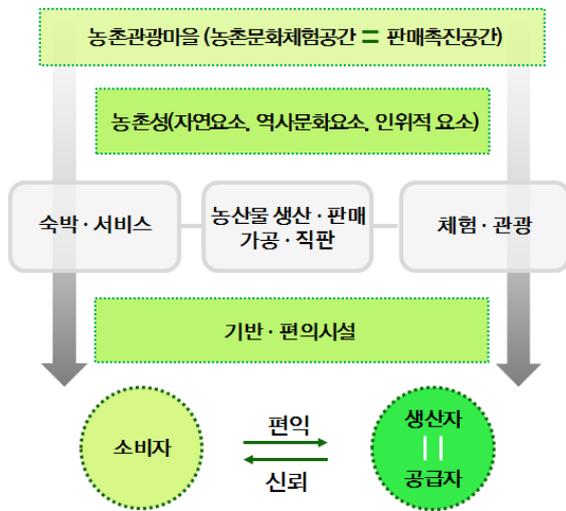


Figure 2 농촌관광마을 이해 (Inskeep, E. 1988재정리)

2. 농특산물 전시판매장 디자인 연구 동향

웰니스, 웰빙 트렌드에 소비자들의 친환경 농산물의 선호도가 높아짐에 따라 도심지에 친환경 농산물 전문매장이 오픈하고 있는 것을 쉽게 볼 수 있다. 전시판매장에 관한 연구는 일부 있지만 농특산물 전시판매장을 대상으로 하는 디자인 연구는 초기단계이다. 국내 농특산

품 전시판매장 관련 연구를 조사해 본 결과 Table 1과 같이 농특산물 전시판매장 관련 연구, 점포환경 관련 연구, 전시판매장 디자인 관련 연구, 마케팅 전략과 공간디자인 관련 연구, 실내디자인 관련 연구 등으로 분류되어 조사되었다.

최철재(2011)는 백화점 친환경농산물매장을 대상으로 점포환경요인과 소비자의 감정 관계, 점포환경요인과 만족 관계, 감정과 만족의 관계, 감정과 충성도 관계, 만족과 충성도 관계를 검증하여 전체적으로 점포의 분위기에 대한 쇼핑 반응관계에서 소비자 감정과 만족의 역할을 확인하였다. 김정희(2002)는 환경심리학 이론을 소매환경에 적용하여, 점포를 방문하는 동안 노출되는 매장의 물리적 환경 특성, 제품 및 서비스 품질, 고객만족과 구매의도를 자극요인, 조직요인, 반응요인으로 각각 설정하여 분석한 결과 점포의 물리적 환경은 주변요인, 디자인요인, 사회요인으로 분류되며 주변요인은 제품 품질과 고객만족에, 디자인요인은 제품 품질과 고객만족에, 그리고 사회요인은 제품 품질, 서비스 품질, 그리고 고객만족에 정(+)의 영향을 미치는 것을 확인하였다. 이소영·박사휴(2009)는 혁신적인 제품인 전자제품을 판매하는 공간에서 적극적인 체험의 공간으로 활용하고 이를 브랜드 이미지 강화로 이어지도록 계획한 상점 공간의 실제 사례를 분석하여 물건을 구매하는 공간을 넘어서 공간에서의 경험을 제공하며 사용자의 감성에 호소하는 체험공간의 제공은 상점 공간이 사용자에게 영향력을 미칠 수 있는 중요한 커뮤니케이션 매체라는 것을 보여주었다. 조성희·이미진(2010)은 공간디자인 연구 측면에서 식음 공간을 구체화 하였다. 상업공간의 실내디자인은 단순히 사용하기 위한 공간으로만 존재하는 것이 아니라 상업적인 수단이 되므로 마케팅 전략을 공간에 도입해야 한다고 하였다. 박혜숙·윤정숙 (2001)은 실내디자인 연구 측면에서 다양한 거주자들의 생활양식을 유형화하고 사회인구학적 특성을 파악하며, 생활양식의 유형에 따라 선호하는 실내 이미지의 특성과 구성요소를 파악하였다. 거주자의 선호 실내 이미지와 구성요소를 총체적으로 파악할 수 있는 다양한 방법의 연구가 필요하며 거주자의 생활양식에 맞는 실내 이미지 설정이 실내 디자인 계획에 있어 중요하게 고려되어야 함을 확인하였다.

조사결과를 통해 전시판매장은 구성요소가 다양한 만큼 공급자와 소비자 만족도 측면, 마케팅적 측면, 디자인적 측면 등 세부적으로 구분하여 연구되고 있음을 파악할 수 있었으나 농특산물 관련 전시판매장의 연구를 비롯해 대부분의 연구가 소비자 감성, 만족, 브랜드 이미지 등 정성적 연구에 치우침을 알 수 있었다.

Table 1 국내 농특산품 전시판매장 관련 연구

구분	연구자	연구 내용
농특산품 전시판매장 관련 연구	최철재 (2011)	친환경농산물 전문매장 사례 및 소비자 만족도
	박철 외 (2001)	농협 상설매장을 통한 농산물 직거래 활성화 방안
	최광수 (2012)	농산물 생산지 인식 및 매장 이용형태가 브랜드 충성도에 미치는 영향
점포환경 관련 연구	김정희 (2002)	서비스의 물리적 환경에 대한 Baker(1986)의 연구모델을 소매환경에 적용, 품질 평가요인으로 점포의 물리적 환경 결정요인 추출
	이종호 외 (2008)	소비자 환기수준에 따라 즐거움에 미치는 영향 분석
전시판매장 디자인 관련 연구	김경화 (2009)	브랜드 이미지 상승을 위한 효과적인 공간디자인 요소 제시
	이소영 외 (2009)	상점 공간디자인의 실제 사례를 통하여 물리적 환경요소가 브랜드 정체성과 확립에 기여하는 방식 분석
마케팅 전략과 공간디자인 관련 연구	조성희 외 (2010)	인테리어 디자인요소를 구조적요소, 가구요소, 장식적 요소, 조명요소, 색채요소로 분류하여 구체화하고 AIDMA 법칙을 공간에 적용하여 분류
	박성신 (2007)	경험적으로 행해지던 공간디자인 마케팅 이론의 기초를 정립하고 전략과 효과 제시
	김지현 (2010)	스페이스 마케팅의 영향요인과 기업의 경영성과의 관련성을 외식산업의 식음공간을 중심으로 통계적 통계를 이용하여 실증적 분석
	서형수 (2007)	가상현실 기법과 웹을 접목한 감성공학적 인테리어 분석도구를 설계
실내디자인 관련 연구	박혜숙 외 (2001)	다양한 거주자들의 생활양식을 유형화, 사회 인구학적 유형의 실내 이미지 특성으로 구성요소 파악

국외연구는 전시판매장 관련하여 점포의 환경과 고객의 서비스와 관련된 연구가 진행된 바 있다. Kotler(1973)는 주위환경 특성의 개념으로 점포의 분위기를 제시하였으며, Baker(2002)는 물리적 환경으로 디자인 요인, 사회 요인, 주변 요인의 세 가지 범주로 분류한 바 있다.

Bitner(1992)는 소매환경에서 점포의 분위기는 소비자의 내적상태에 영향을 받아 소비행동을 일으킨다고 하였으며, 주변요인, 공간적 배치와 기능성, 표지판, 상징물과 조형물의 범주로 나누어 분류하였으며 환경의 시각적 특성은 소비자의 직접적인 감정에 영향을 주기 때문에 중요하다 하였다. 국내에 비해 국외는 요인으로 분류하여 체계적으로 진행되어 온 연구동향을 살펴 볼 수 있었다.

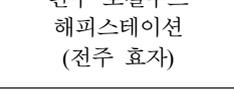
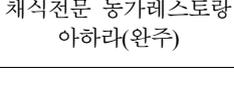
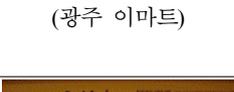
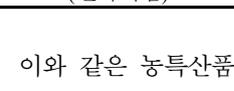
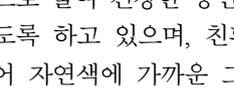
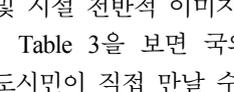
3. 농특산품 전시판매장 디자인 국내외 선진사례

농특산품 전시판매장 디자인 선진사례를 조사하기 위해 국내 사례는 현장을 방문하여 조사하고 국외 사례는 인터넷 검색을 통해 조사하였다. Table 2와 같이 지역 안에서 생산 및 소비가 이루어져 유통단계가 줄어든 로컬 푸드 직매장, 소비자가 믿고 구매할 수 있도록 기업의 브랜드를 살린 친환경 농산물 매장 등이 있다.

Table 2 국내 농특산품 전시판매장 선진 사례

구분	내용	
 완주 로컬푸드 직매장 (완주)	운영 방식	- 수확 즉시 출하 판매, 개인 매대 마련 및 농가 직접 참여 유통단계 축소
	형태	- 단위농협, 지자체, 농가 공동 관리 및 새로운 유형의 협동사업모델
	컬러	- 브라운, 그린계열의 컬러를 사용하여 친환경 이미지 컨셉 도출
 농부로부터 (파주)	운영 방식	- PB 상품과 NB 상품의 공존
	형태	- 재활용 자재 활용 및 농촌의 소박한 느낌에 따뜻한 감성을 도입 및 통일감과 친근감 이미지 부각
	컬러	- 그린, 브라운 계열 사용 절제되고 자연스러운 농부의 이미지를 만듦
 초록마을 (전국지점)	운영 방식	- PB 상품과 NB 상품이 공존, 자체 브랜드 상품을 다량 개발, 브랜드 충성도 제고
	형태	- 좁은 공간을 활용, 바닥부터 천장까지 진열장 계획, 통로를 막지 않는 'ㄱ'자형 동선으로 윈스탑 쇼펍 동선
	컬러	- 밝은 옐로우톤, 붉은톤의 벽돌 사용 및 밝고 활기찬 친환경적 분위기 조성
 김포 로컬푸드 직매장 (김포)	운영 방식	- 생산자 정보 사진 제공
	형태	- 농민정보전달 스마트 시스템 프로그램 활용
	컬러	- 수확 즉시 출하 판매, 포장해 내놓은 농산물을 시중보다 10~20% 저렴하게 판매
안성 로컬푸드 직매장 (안성)	컬러	- 진한 브라운계열과 그린계열의 혼합사용으로 거친 자연색 표현
	운영 방식	- 매장 입구에 참여농가의 사진을 게시
	형태	- 매월 20농가씩 잔류농약 검사 강화
		- 농가 조직화 농산물 안전성

농특산품 전시판매장 디자인 현황 분석 및 유형별 분석

	교육
	컬러 - 외관은 그린계열, 내부는 브라운계열 우드 진열대 사용으로 신선한 이미지 부각
	운영 방식 - 상품진열대에 농민의 사진 게시하여 신뢰도 상승 - 도심 한가운데 있어 도시민들의 이용 편리
	형태 - 단위농협, 지자체, 농가 공동 관리 및 새로운 유형의 협동사업모델
	컬러 - 브라운, 그린계열의 컬러를 사용하여 친환경 이미지 컨셉 도출
	운영 방식 - 농가레스토랑 한 칸에 전시를 위한 공간 마련 - 지역에서 생산한 가공식품 전시
	형태 - 폐교를 리모델링하여 완주 군비즈니스센터와 농가레스토랑 구축
	컬러 - 외관은 자연색에 가까운 브라운 계열이며 내부는 화이트 계열로 청결함 표현
	운영 방식 - 도심 한가운데 있는 이마트 매장을 활용하여 로컬푸드 진열
	형태 - 대형마트 이용방법과 동일하나 농민이 직접 매장에 배송하여 유통단계 축소
	컬러 - 거친 브라운 계열의 진열대에 녹색 바구니를 활용하여 농촌스러움을 강조
	운영 방식 - On/Offline 멀티 유통채널 보유를 통한 시너지 효과
	형태 - 디지털 유통의 가속화에 따른 시장 확대
	컬러 - 자연의 순리를 따르는 '그린 스타일' 디자인으로 설계하며 'Modern Nature' 컨셉의 문화공간 표방

이와 같은 농특산품 전시판매장은 유통경로를 최대한으로 줄여 건강한 농산물을 합리적 가격에 구매할 수 있도록 하고 있으며, 친환경 농산물 판매를 주로 하고 있어 자연색에 가까운 그린과 브라운 계열을 브랜드 컬러 및 시설 전반적 이미지로 사용하고 있다.

Table 3을 보면 국외에서도 유통경로를 줄여 농민과 도시민이 직접 만날 수 있는 직거래 방식을 사용하고 있

음을 알 수 있다. 특히 미국의 래리랜드의 경우는 농가에서 직접 수확을 한 후 구매로 이어지기 때문에 농촌체험과 연계된 사례로 볼 수 있다. 또한 국내의 사례와 유사하게 자연색인 그린과 브라운 계열 컬러를 사용하고 있음을 알 수 있다.

Table 3 국외의 농특산품 전시판매장 선진 사례

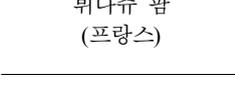
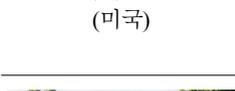
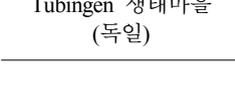
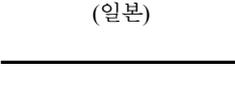
구분	내용	
	운영 방식	- 식품 생산 및 판매, 레스토랑, 여가 프로그램, 숙박시설 등 4가지 분야 운영
	형태	- 매년 회원농가들은 '오픈데이'를 열고 대규모 공동 장터 운영
	컬러	- 그린, 브라운계열 컬러의 바구니를 이용한 자연스러운 진열 구성 및 정보 표시
	운영 방식	- 농장에 마련되어 있는 비닐봉지에 야채를 따서 담은 후 계산
	형태	- 도시민들이 부담 없이 싱싱한 농작물을 수확, 쇼핑
	컬러	- 브라운계열의 나무 바구니, 진열대 사용
	운영 방식	- 농민이 소유한 농장에서 생산한 것 중 자가 소비하고 남은 부분 제공 - 전문적인 생산 유통시설이 아님에도 상시 운영
	형태	- 생태마을 중심에 있는 친환경 농산물 판매소(Bioland Hof)에서 친환경 농산물과 가공품 및 기념품 판매
	컬러	- 브라운 계열의 건축물 형태
	운영 방식	- 수확 즉시 출하 판매 - 생산자 정보 제공
	형태	- 정부지원으로 1억엔 출자 및 제3센터 방식으로 설립 - 한국 휴게소 형태+농산물판매장
	컬러	- 브라운계열 친환경이미지 - 우키하 생산: 노란색 리본 - 타지역 생산: 빨간색 리본

Table 2와 Table 3을 통해 본 국내·외 농특산품 전시 판매장은 디자인 컨셉에서 유사한 양상을 띄고 있으며, 판매 상품인 농특산품의 특성과 조화되는 자연스러운 편안함을 추구하고 있다.

III. 농촌관광마을 농특산품 전시판매장 현장조사 분석

1. 조사 대상 정리 및 프로세스

전국의 농촌관광마을은 약 700여개로 2012년을 기준으로 농촌전통테마마을 약 169개소 녹색농촌체험마을 약 521개소 정도가 조성되어 있다. 이를 기준으로 전화전수 조사를 실시하여 전시판매장 有 / 無를 파악하였다. 전수조사결과 전시판매장이 有에 해당하고 현장조사 가능 여부를 파악하여 인터뷰가 가능한 마을에 한하여 Table 4와 같이 각 권역별로 6곳으로 총 30개 마을을 선정하였다.

Table 4 권역별 현장조사 대상지

구분	조사대상마을	계
경기권	웁떡마을, 학일마을, 유기농마을, 가루메마을, 해바라기마을, 상두리마을, 옥계마을	7
강원권	솔바우마을, 장절공박사마을, 강언덕마을	3
충청권	연꽃마을, 바리실마을, 송죽농촌체험마을, 탕정산골마을, 소랭이마을, 탄방마을, 은행나무마을, 딸기마을	8
전라권	용암마을, 무병장수마을, 달오름마을, 치즈마을, 신기마을, 주행산마을, 무월마을, 구름호수마을	8
경상권	회룡포마을, 삼강주막마을, 궁터마을, 옛날솜씨마을	4
합계		30

현장조사내용은 마을 전시판매장 판매운영 현황 및 애로사항과 전시판매장 디자인 요소에 관하여 조사하였다. 판매운영 현황은, 판매품목, 판매방법, 수급방법, 주요고객층, 매출규모, 관리자, 개점시간, 운영비용, 만족도 등을 조사하였으며 디자인 요소는 시설형태, 설치형태, 이동형태, 컬러, 재질을 Table 5와 같이 분류하여 조사하였다.

시설형태는 전문문헌 및 국내 선진사례 현장조사 시 건축물형, 테이블 부스형, 진열장형으로 분류 됨을 파악하여 구분하였으며 이의 3유형은 설치형태에 따라 상설

형, 임시형으로 구분되며 이동형태에 따라 고정형, 이동형으로 구분 됨을 파악하여 정리하였다.

Table 5 디자인 요소 분류

요소	구분	요소	구분
형태	시설 형태	건축형	Red (R:빨강)
		테이블 부스형	YellowRed (YR:주황)
		진열장형	Yellow (Y:노랑)
	설치 형태	상설형	YellowGreen (YG:연두)
		임시형	Green (G:초록)
	이동 형태	고정형	컬러
이동형			
재질	나무	Blue (B:파랑)	
	플라스틱	PurpleBlue (PB:남)	
	철재	Purple (P:보라)	
	유리	RedPurple (RP:자주)	
	하이그로시	투명	

조사방법은 조사내용을 조사시트로 작성하여 각 마을 당 마을 대표 및 판매를 담당하는 대표 1명 총30명을 각 현장 별 면담 및 심층조사를 실시하였으며 조사항목 및 디자인요소에 한하여 데이터 코딩을 실시한 후 IBM SPSS Statistics 20 프로그램을 사용하여 빈도분석을 실시하였다.

2. 농촌관광마을 전시판매장 및 디자인 현장조사 분석 결과

농촌관광마을의 전시판매장에서 판매하는 농특산품 품목은 70% 정도가 채소류로 가장 많이 판매하고 있었으며, 과일류, 잡곡류 순으로 나타났다. 판매방법은 온라인 오프라인 판매 비율이 20:80으로 나타났으며 80%의 오프라인 판매는 대부분 전시판매장에서 이루어지는 것으로 나타났다. 30개의 마을 중 23개의 마을은 마을위원회에서 수급하여 공동으로 판매하고 있었으며 7개 마을은 주문 시 각 농가에서 수급하여 판매하고 있는 것으로 나타났다. Table 6은 주요고객층, 매출규모, 관리자, 개점시간, 운영비용의 빈도분석 결과를 나타낸 것이다.

Table 6 전시판매장 판매 운영 현황 분석결과

항목	구분	빈도	%
수급방법	마을수급	23	76.7
	개인수급	6	20.0
	물량 미확보	1	3.3
	합계	30	100.0
방문 고객층	학생	2	6.7
	30~40대 여성	9	30.0
	30~40대 남성	1	3.3
	40~50대 여성	11	36.7
	40~50대 남성	5	16.7
	50대 이상 여성	1	3.3
	50대 이상 남성	1	3.3
	합계	30	100.0
매출규모	100만원 이하	8	26.7
	100만원~2,000만원	13	43.3
	2,000만원~4,000만원	2	6.7
	4,000만원~6,000만원	2	6.7
	6,000만원 이상	5	16.7
	합계	30	100.0
관리자	마을대표 및 사무장	21	70.0
	판매 전담직원	1	3.3
	작목반	1	3.3
	부녀회	3	10.0
	농가	1	3.3
	기타	3	10.0
	합계	30	100.0
개점시간	체험 시	14	46.7
	연중 무휴	16	53.3
	합계	30	100.0
운영비용	없음	19	63.3
	마을 자체비용	11	36.7
합계	30	100.0	
전시판매장 만족도	전혀 만족하지 않음	10	33.3
	별로 만족하지 않음	15	50.0
	보통	2	6.7
	약간 만족함	2	6.7
	매우 만족함	1	3.3
	합계	30	100.0

주요 고객층은 40-50대 여성이 36.7%로 가장 많은 것으로 나타났으며 매출규모는 100만원의 소규모에서 6,000만원 이상의 대규모까지 범위가 넓었으며 100만원~2,000만원이 가장 많은 것으로 나타났다. 전시판매장 관

리는 70%가 마을 대표 및 사무장이 관리하고 있었으며 개점시간은 체험 시에 개점하는 마을과 연중무휴 개점하는 마을이 45.7:53.3으로 평등한 결과가 나타났으며 운영비용은 별도로 측정되어 있지 않으며 36.7%정도가 마을 자체비용으로 운영되고 있었다. 또한 현재 전시판매장의 만족도를 5단계로 조사한 결과 불만족측면의 의견이 83.3%로 대부분 현재 전시판매장에 관하여 불만족하고 있는 것으로 나타났다.

전시판매장 디자인 현황분석은 형태, 컬러, 재질을 분석하여 Table 7과 같은 결과가 나타났다. 형태의 경우 시설, 형태는 진열장형이 43.3%로 가장 많은 것으로 나타났으며 설치형태는 상설형, 고정형이 80%로 가장 많은 것으로 나타났다. 외관재질은 나무 재질이 73.3%로 가장 많았으며 이는 원목, 합판 등이 포함된다. 컬러는 거의 혼합컬러로 되어 있었으며 주조색을 기준으로 분석하였을 때 주황색계열이 73.3%로 가장 많은 것으로 분석되었다.

Table 7 전시판매장 디자인 요소 분석 결과

요소		구분	빈도	%
형태	시설형태	건축물형	11	36.7
		테이블 부스형	6	20.0
		진열장형	13	43.3
		합계	30	100.0
	설치형태	상설형	24	80.0
		임시형	6	20.0
		합계	30	100.0
	이동형태	고정형	24	80.0
		이동형	6	20.0
	합계	30	100.0	
외관재질	나무	22	73.3	
	플라스틱	1	3.3	
	철재	3	10.0	
	유리	3	10.0	
	하이그로시	1	3.3	
	합계	30	100.0	
컬러(주조색)	R: 빨강	3	10.0	
	YR: 주황	22	73.3	
	Y: 노랑	1	3.3	
	GY: 연두	0	0	
	G: 녹색	2	6.7	
	BG: 청록	0	0	
	B: 파랑	1	3.3	
	PB: 남색	0	0	
	P: 보라	0	0	
	RP: 자주	0	0	
	투명	1	3.3	
	합계	30	100.0	

IV. 농촌관광마을 농특산물 전시판매장 디자인 농업인 공급자 인식분석

1. 조사 대상 및 프로세스

전시판매장과 디자인에 관한 농업인 공급자 의식을 분석하기 위해 조사대상은 전국을 기준으로 각 권역별로 40명씩 현재 농촌관광마을에서 살면서 농특산품을 마을 공동판매, 체험시 판매, 개인 농가 방문판매를 하고 있는 농업인 공급자 200명을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 설문항목은 마을 전시판매장을 기준으로 판매 생각, 부정적 이유, 긍정적 이유, 필요성, 적합하다고 생각되는 형태(시설, 설치, 이동), 기능성을 설문하여 IBM SPSS Statistics 20 프로그램을 사용하여 빈도분석을 실시하였다. 전시판매장 특성의 중요도 의식을 조사하기 위해 Table 8과 브레인 스토밍을 통해 작성하여 5점 리커드 척도를 통해 통계량을 측정하여 분석하였다.

2. 농업인 공급자 의식 분석 결과

농촌관광마을의 농특산물 전시판매장 디자인에 관한 농업인 공급자 의식을 조사기 위해 200명을 대상으로 설문한 결과 200개중 170개를 유효 표본으로 측정되었다. 분석한 결과는 Table 9와 Figure 3과 같이 나타났다.

전시판매장을 구축하여 판매하는 것에 대해 매우 긍정적이 66.5%, 약간 긍정적이 14.7%로 80.2%가 긍정적인 의식을 가지고 있는 것으로 분석되었다. 전시판매장 판매에 긍정적인 이유는 방문객이 와서 직접 보고, 맛보고 구매 후 지속적 구매로 이어질 수 있는 점과 시장 및 납품 보다 안정적인 가격으로 거래할 수 있다는 점이였다.

Table 8 전시판매장 특성 중요도 항목

항목	상세설명
위치	전시판매장의 위치가 중요하다.
실내의 위치	전시판매장을 실내나 실외에 설치할지를 정하는 것이 중요하다.
안전성	전시판매장의 구조적 안전성이 중요하다.
품질보전성	전시판매 농산물의 품질을 보전하는 것이 중요하다.
위생성	전시판매장의 위생성이 중요하다.
규모	전시판매장의 규모가 중요하다.
시설형태	건축물, 테이블 등 전시판매장의 형태가 중요하다.
설치형태	상설 또는 임시 설치 등 설치 방식이 중요하다.
이동형태	고정된 시설 또는 이동 가능한 시설 등 유동성이 중요하다.
분위기	전시판매장의 분위기가 중요하다.
이용자 편리성	이용자의 편리성이 중요하다.
공간 확보	물품 보관을 위한 공간을 확보하는 것이 중요하다.
시설목적	전시 중심, 판매 중심 등 시설 목적을 정하는 것이 중요하다.
디자인	전시판매장 디자인 및 진열의 디자인이 중요하다.
진열의 통일성	진열의 통일성이 중요하다.
진열의 장식성	진열의 장식성이 중요하다.
정보전달성	정보 전달성이 중요하다.
진열상품교체주기	진열상품을 주기적으로 바꿔주는 것이 중요하다.
사회성	전시판매장의 사회적 인지도가 중요하다.
비용측면	전시판매장의 설치 비용이 중요하다.
홍보성	농특산물의 선정 등 홍보성이 중요하다.
기능성	문화기능, 여가기능 등 기능을 추가하는 것이 중요하다.

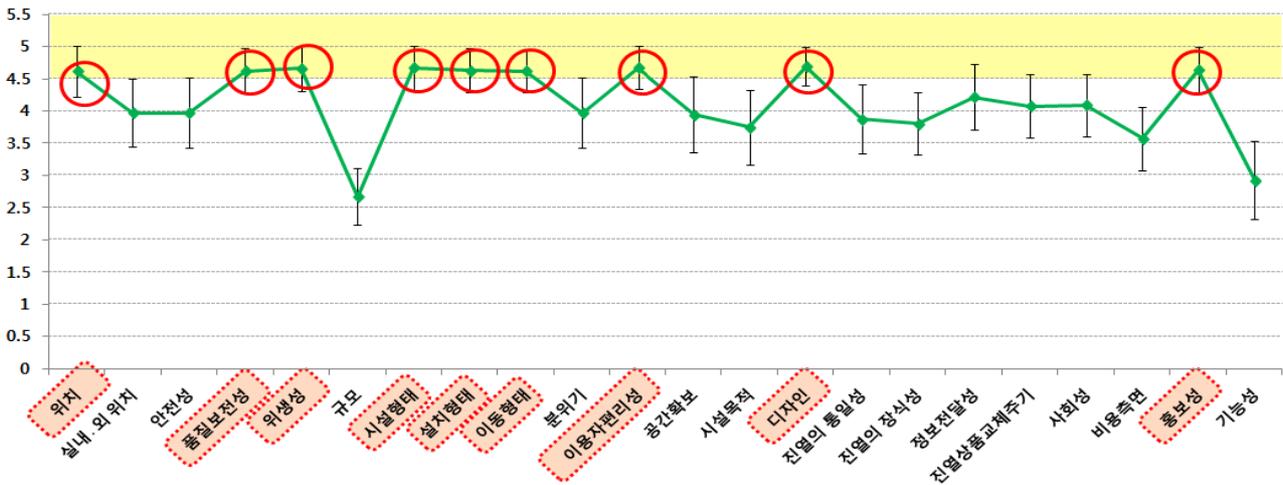


Figure 3 전시판매장 특성 중요도 분석 결과

Table 9 전시판매장 의식조사 항목 분석 결과

항목	구분	빈도	%
판매 생각	매우 부정적	1	.6
	약간 부정적	7	4.1
	보통	24	14.1
	약간 긍정적	25	14.7
	매우 긍정적	113	66.5
	합계	170	100.0
필요성	전혀 필요하지 않음	0	.0
	별로 필요하지 않음	10	5.9
	보통	21	12.4
	약간 필요함	51	30.0
	매우 필요함	88	51.8
	합계	170	100.0
적합 시설형태	건축물형	84	49.4
	테이블 부스형	44	25.9
	진열장형	32	18.8
	기타	10	5.9
	합계	170	100.0
적합 설치형태	상설형	123	72.4
	임시형	47	27.6
	합계	170	100.0
적합 이동형태	고정형	77	45.3
	이동형	93	54.7
	합계	170	100.0
기능성	농특산물 전시 위주 시설	5	2.9
	농특산물 판매 위주 시설	43	25.3
	전시와 판매가 함께 가능한 시설	120	70.6
	기타	2	1.2
	합계	170	100.0

부정적인 이유는 포장의 애로사항, 개인적 해결을 원하는 점 등이 있었다. 전시판매장의 필요성은 51.8%가 매우 필요함, 30%가 약간 필요함으로 81%의 필요도를 나타냈다. 적합한 시설형태는 49.4%로 건축물형이 가장 높았으며 테이블 부스형, 진열장형 순으로 나타났으며 적합한 설치형태는 72.4%가 상설형이 적합하다고 하였다. 적합 이동형태는 고정형이 45.3%로 이동형이 54.7%로 나타났다. 기능성측면에서 농특산물 전시와 판매를 동시에 원함이 70.6%로 가장 높았으며 판매위주, 전시 위주 순으로 나타났다. 전시판매장 특성에 대한 중요도 인식을 분석한 결과 Figure 3과 같이 나타났다. 5점 리커드 척도를 통해 통계량을 분석한 결과 중요도가 높게 나타난 그룹을 4.5이상으로 Figure 3의 노란면으로 표시하였다. 가장 높게 나타난 것은 디자인이 4.69, 이용자 편리성이 4.67로 높았으며 위생성, 홍보성, 품질 보전성, 시설형태, 설치형태, 이동형태, 위치 순으로 중요도가 높게 인식하고 있음이 분석되었으며 이를 통해 전시판매장의

디자인의 중요도에 대한 농업인 공급자 의식이 매우 중요하게 인식하고 있음을 알 수 있었다.

V. 농촌관광마을 농특산물 전시판매장 디자인 현황 및 유형별 분석

1. 전시판매장 디자인 현황 분석 결과

농촌관광마을 현장조사 및 농업인 공급자 의식을 분석한 결과를 종합적으로 분석하여 현황분석을 정리하면 다음과 같다. 현재 농촌관광마을 전시판매장에서 판매하는 주요 품목은 채소류로 40-50대의 여성고객층이 주요 구매 고객이었으며 개점시간은 체험 시 한시적이거나 연중무휴로 지속적으로 개점하고 있었다. 별도의 운영비용이 없었으며 있는 경우 마을 자체비용으로 해결하고 있으며 현재 전시판매장의 만족도는 거의 불만족하고 있는 것으로 나타났다. 형태는 진열장형, 상설형, 고정형으로 나타났으며 외관재질은 나무재질의 주황색계열로 나타났다. 이에 반해 농업인 공급자는 건축형, 상설형, 이동형을 적합한 형태로 인식하고 있었다. 이는 현장조사 시 주요판매품목이 채소류가 가장 많으며 신선도와 현장 직거래의 특성을 가지고 있는 품목임에 반해 진열장형의 전시판매장 디자인과는 적합하지 않기 때문에 실제적으로 농특산물을 판매하고 있는 입장에서 실제적으로 필요한 형태를 의식한 것으로 추측된다.

전시판매장의 농특산물 위생성 및 품질보전성의 중요도가 높게 인식되고 있음은 현장 직거래 농특산물의 기본적 중요도이나 디자인, 이용자 편리성, 홍보성 등 디자인과 소비자 입장의 관련 요소가 높게 나타난 것은 전시판매장 디자인적 요소의 중요도를 더욱 인식하게 해주는 흥미로운 결과이다. 또한 그만큼 농업인 공급자의 의식이 소비자의 트렌드, 만족도에 관하여 인식하고 있음을 알 수 있다.

2. 전시판매장 디자인 유형별 분석 결과

현장조사를 바탕으로 전시판매장 디자인은 건축물형, 테이블 부스형, 진열장형의 3유형으로 분류되었으며 분석 요소를 마을특성 및 사회적 요소, 공간구조 및 진열적 요소, 환경적 요소, 운영현황, 애로사항 및 문제점으로 나누어 분석하여 다음과 같은 결과를 나타냈다.

가. 건축물형

건축물형은 Figure 4와 같은 형태로 전통적 이미지가

나타나는 형태, 현대적 이미지가 나타나는 형태 등으로 시설되어 있었다.



Figure 4 건축물형 전시판매장 디자인.

각 요소를 분석한 결과를 Table 10과 같이 정리하였다.

Table 10 건축물형 분석 결과

요소	분석 내용
마을특성 및 사회적 요소	<ul style="list-style-type: none"> 방문객 규모: 15,000명/년 이상 가족단위, 기업단체, 여성단체 방문객 체험객의 50% 이상이 구매 마을 유래 및 농특산품 특성 등 판매자의 스토리텔링이 판매에 영향
공간구조 및 진열적 요소	<ul style="list-style-type: none"> 전통이나 자연친화적 이미지 지향 외관 마을 입구나 핵심공간에 위치 단체관광객 방문 시 장식적 요소 추가 내부공간이 협소 : 공간의 기능적 구분 불가 품목 및 기타 안내 등 정보전달 매체의 혼재
환경적 요소	<ul style="list-style-type: none"> 난방기 및 에어컨 설치 조명: 형광등 이용
운영현황	<ul style="list-style-type: none"> 상시 운영 상품 진열 부실 및 실제 판매 개인 농가 저온 창고에서 시행 “농촌 카페”로 농산물 전시와 휴식 및 시식을 위한 복합 공간 조성
애로사항 및 문제점	<ul style="list-style-type: none"> 포장, 가공을 위한 작업 공간 필요 전시효과에 대한 인식 부족 내부구조가 상업공간으로서의 전문성이 떨어짐 : 구매자 동선 충돌, 판매 예비 공간 부족

건축물형은 방문객 규모가 상대적으로 크고 체험객 50%이상이 구매를 하며 연중무휴로 상시운영을 하는 것으로 분석되었으며 포장, 가공을 위한 공간과 이용자 동선의 공간의 협소함이 애로사항으로 분석되었다.

나. 테이블 부스형

테이블 부스형은 Figure 5와 같은 형태로 이동이 가능한 바퀴형태와 고정형으로 시설되어 있었다.



Figure 5 테이블 부스형 전시판매장 디자인.

각 요소를 분석한 결과를 Table 11과 같이 정리하였다.

Table 11 테이블 부스형 분석 결과

요소	분석 내용
마을특성 및 사회적 요소	<ul style="list-style-type: none"> 예약 체험객을 대상으로 계획된 상황에서 판매 : 체험 연령 및 인원 에 따라 물량 조절 준비 가능 농촌관광을 위한 다양한 체험프로그램 구성 체험객의 30~50% 이상이 구매
공간구조 및 진열적 요소	<ul style="list-style-type: none"> 비닐하우스 또는 체험장 주변에 설치 : 그늘막, 좌판 등 활용 농가별 판매에 따라 공급자 위주 진열로 인하여 소비자 입장에서 동일 품목이 반복적으로 나열 테이블 주변에 휴식공간을 조성하여 체험객들이 머무를 수 있는 여건 마련
환경적 요소	<ul style="list-style-type: none"> 가공식품류 판매 시 위생문제 고려
운영현황	<ul style="list-style-type: none"> 체험 시 단시간으로 운영 : 1~2 시간 내외 마을주민이 직접 판매하여 상품의 진정성은 높지만, 포장 완성도 등 상품수준이 농가마다 천차만별
애로사항 및 문제점	<ul style="list-style-type: none"> 테이블의 유동성과 보관 편리성을 고려한 구조 필요 주변 집기류 이용 시 정돈 및 전시감각 필요 판매자들이 고령자가 많아서 의자 등 편의 시설 필요

테이블 부스형은 예약방문객을 대상으로 한시적, 계획적으로 운영하는 것으로 분석되었으며 특성상 테이블 유동성과 보관 편리성의 구조가 필요함이 분석되었다.

다. 진열장형

진열장형은 Figure 6과 같이 체험장, 회관입구에 설치되어 있었으며 농산물의 보관특성상 지속적으로 진열하는데 어려움이 있는 것으로 나타났다.

각 요소를 분석한 결과를 Table 12와 같이 정리하였다.



Figure 6 진열장형 전시판매장 디자인.

Table 12 진열장형 분석 결과

요소	분석 내용
마을특성 및 사회적 요소	<ul style="list-style-type: none"> •주요 관광객층이 유치원 또는 학생단체, 연수생 •체험 및 교육 등에 주안점을 둔 마을사업운영으로 농특산품 판매에 대한 의지가 높지 않음 •체험객의 10% 내외가 구매
공간구조 및 진열적 요소	<ul style="list-style-type: none"> •체험관 내 체험객 동선을 고려한 배치 중요 •마을 특산품 및 공예기술을 활용 •판매상품 외 체험공예품 등과 함께 진열 •마을 및 상품 생산이력 관넬을 이용해 소개 •판매상품 재고 보관을 위한 공간 필요
환경적 요소	<ul style="list-style-type: none"> •조명은 체험장 형광등, 진열장 자체등은 부재
운영현황	<ul style="list-style-type: none"> •책임 소재가 불명확 •마을 사무장이 시설 자체만 관리 •지속적 정리정돈 및 샘플 리뉴얼 필요
에로사항 및 문제점	<ul style="list-style-type: none"> •관리 소홀 시 주변 이미지에 부정적 영향 •진열된 샘플상품 구매요청 시 물품 수급이 원활하지 못함 •진열장의 관람 및 접근을 위해 주변 정리정돈 필요

진열장형은 체험객 10%내외가 구매하며 구매율이 낮은 것으로 나타났으며 마을 공예품 등은 지속적 전시가 가능하나 농특산물의 경우 부적절한 전시형태로 포장재 등만을 전시 가능한 것으로 나타났다.

VI. 결 론

본 연구는 농촌관광마을의 농특산품 판매 전시판매장 현황과 유형별 분석을 위해 전시판매장이 설치되어 있는 국내 농촌관광마을을 현장조사와 농업인 공급자 의식조사를 실시하였다. 그 결과 현재 설치되어 있는 형태는 건축물형, 테이블 부스형, 진열장형으로 나타났으며 그 중 진열장형이 현재 다수 설치되어 있었으나 주요판매 품목인 채소류와는 적합하지 않으며 농특산물 특성상 수확시기, 지속적 전시 기간 등이 문제점으로 파악되었다. 주요

고객층은 40-50대 여성의 고객층으로 매장관리는 마을대표 및 사무장이 관리하고 있었으며 체험 시나 연중무휴로 개점되고 있으며 운영비용이 없으며 과반수 이상이 현재 전시판매장에 관하여 불만족하는 것으로 나타났다. 농업인 공급자 의식조사분석 결과 전시판매장 필요도가 매우 높았으며 적합성 형태는 건축물형, 상설형, 이동형이 높은 것으로 나타났다. 전시판매장 특성의 중요도에 따른 농업인 공급자 의식조사 결과 특성관련 다양한 요소 중에 디자인, 이용자 편리성, 위생성, 홍보성, 품질보전성, 시설형태, 설치형태, 이동형태, 위치의 중요도가 높은 것으로 나타났다. 중요도가 높게 나타난 특성 요소들을 살펴보면 디자인적 요소와 소비자 입장의 트렌드, 만족도에 치중하여 의식하고 있음을 알 수 있으며 그만큼 농업인 공급자의 의식이 현대 트렌드를 인식하고 활용하려는 의식이 있음을 알 수 있다. 농촌관광마을의 전시판매장은 3유형으로 나누어 분석되며 1유형은 지속적 농특산품 구매 방문객이 있는 마을에 한하여 건축형, 2유형은 한시적, 계획적으로 농특산품을 구매하는 방문객이 있는 마을에 한하여 테이블 부스형, 3유형은 농특산품 판매와 관련성이 낮은 연령층의 체험위주 마을에 관련한 진열장형으로 분석되었다. 종합적으로 현황분석결과 판매 품목과 적합성이 떨어지는 전시판매장유형이 설치되어 있음을 파악하였으며 농업인 공급자의 실제 판매 경험과 의식으로 나타난 중요도 높은 특성들을 파악할 수 있었다.

본 연구의 이와 같은 결과를 통해 다음과 같은 시사점을 제안하고자 한다. 현재 전시판매장의 만족도가 낮음에 비해 농업인 공급자들은 전시판매장을 매우 필요로 하고 있다. 이에 농촌관광마을 전시판매장 설계 시 본 연구의 조사사항을 기반으로 각 마을의 판매품목, 주요 고객층, 판매장 유형, 마을 특성 등을 파악하여 마을이미지를 연출하여 마을에 적합한 차별화된 전시판매장 디자인을 설계하여 농업인 공급자 뿐만 아니라 소비자 입장에서도 만족도 높은 전시판매장 디자인을 설계해야 한다. 또한 전시판매장 디자인의 컬러선택 시 마을상징 컬러나 주요 품목의 컬러를 적용하고 재질이나 형태는 마을 안에서 생산되는 부산물을 활용하여 설계하는 방법도 마을의 차별화를 도모하는데 중요한 역할을 한다.

농특산품 전시판매장을 3유형으로 분석되었으며 이를 각 유형별로 전시대 사이즈, 판매대 사이즈, 이용자 동선, 유형에 따른 재질, 컬러 등 정량적인 조건을 세밀하게 연구하여 표준화 방안을 마련하여 이를 기본사항으로 준수하여 미적인 디자인을 설계해야 함을 제안한다.

본 연구를 진행하면서 체험객 방문시기, 농번기, 농산물 수확시기 등에 따라 이를 조절하여 인터뷰에 응할 수

있는 30개 마을을 대상으로만 현장조사를 실시하였으나 향 후 전수조사결과에 따른 전시판매장이 설치되어 있는 조사마을 대상 개수를 늘려 좀 더 객관화된 DB를 구축하고자 한다. 이와 같은 현장의 직접조사를 통해 분석한 자료는 농특산품 전시판매장 연구에 활용할 수 있는 자료로 주요할 것으로 사료된다. 또한 농업인 공급자 의식 조사에 그치는 것이 아니라 소비자 의식조사를 실시하여 비교분석하고자 하며 향 후 시사점 제안 내용을 바탕으로 3유형의 실용화 가능한 맞춤형 농촌관광마을 전시판매장 디자인을 실제적으로 설계하여 연구하고자 한다. 이와 같은 농특산품 전시판매장의 체계적인 연구가 계속적으로 진행되어 실제적으로 농촌관광마을에 활용함으로써 농촌의 소득을 증가할 수 있으며 마을 차별화와 경쟁력 제고를 기대할 수 있다.

본 연구는 농촌진흥청 국립농업과학원 농업과학기술 연구개발사업(과제번호: PJ00944802)의 지원에 의해 이루어진 것임.

참고문헌

1. 김경화, 2009, 브랜드 이미지 강화를 위한 공간디자인 요소에 관한 연구, 한국실내디자인학회, 제 11권 제1호.
2. 김정희, 2002, 점포의 물리적 환경이 품질지각과 고객만족에 미치는 영향에 관한 연구, 한국마케팅관리학회, 마케팅관리연구 제7권 제2호.
3. 김지현, 2010, 스페이스 마케팅을 적용한 식음공간 연출에 관한 연구 : 상호작용과 브랜드 아이덴티티를 중심으로, 홍익대학교 대학원 석사학위논문.
4. 김현정 외, 2007, 마케팅 전략을 기본으로 한 실내공간의 브랜드화에 관한 연구, 한국실내디자인학회, 제9권 제1호.
5. 민문희, 2006, 한국 소비문화 변화를 통한 로하스적 소비공간 디자인 연구, 숭실대학교 대학원 석사학위논문.
6. 박성신, 2007, 공간 디자인 마케팅의 전략과 효과에 관한 연구, 연세대학교 대학원 박사학위논문.
7. 박영일, 2008, 체험유형 선호에 따른 농촌체험관광마을태도가 방문의도에 미치는 영향에 관한 연구, 상명대학교 대학원 박사학위논문.
8. 박철 외, 2001, 농협 상설매장을 통한 농산물 직거래 활성화 방안에 관한 연구, 한국유통학회, 유통연구 제5권 제2호.
9. 박혜숙 외, 2001, 생활양식에 따른 실내 디자인 선호 유형, 한국실내디자인학회, 제27권.
10. 서형수, 2007, 효율적인 감성공학적 인테리어 디자인 분석도구의 설계, 한국실내디자인학회, 제16권 2호.
11. 이소영 외, 2009, 브랜드 확립을 위한 상점공간 디자인 분석 연구, 한국실내디자인학회, 제18권 5호.
12. 이종호 외, 2008, 점포환경으로 인한 환기와 즐거움, 행동의도 간의 관계에 대한 연구, 한국유통학회, 제13권 제4호.
13. 조성희 외, 2010, 마케팅 관점에서 상업공간 인테리어 디자인요소에 관한 연구, 한국실내디자인학회, 제12권 제3호.
14. 최광수, 2012, 국산농산물에 대한 생산지 인식 및 매장 이용형태가 브랜드 충성도 형성에 미치는 영향에 관한 연구, 수원대학교 박사학위논문.
15. 최철재, 2011, 친환경농산물의 매장환경에 따른 소비감성과 고객만족, 한국국제농업개발학회, 제23권 제2호.
16. 최형두, 2009, 농촌마을 주민의 농촌관광 사업 참여와 관광영향 지각에 관한 연구, 경기대학교 대학원, 석사학위논문.
17. Baker, Julie, A. Parasuraman, Dhruv Grewal and Glene B. Voss, 2002, The Influence of Multiple Store Environment Cues on Perceived Intentions, Journal of Marketing, 66(April).
18. Bither Mary Jo, 1992, Servicecapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees, Journal of Marketing, 56(April).
19. Inskoop, E, 1988, Tourism Planning, new york: Van Nostrand Reinhold.
20. Kotler, Philip, 1973, Atmosphere as a marketing tool, Journal of Retailing, 49(Winter).
21. www.choroc.com(초록마을)
22. www.fromfarmers.co.kr(농부로부터)
23. www.happystation.kr(전라북도 완주군 해피스테이션)
24. www.hof-butendiek.de(Biolandhof)
25. www.orga.co.kr(Orga Whole foods)
26. www.pickyourown.com(Larriland Farm)

접 수 일: (2013년 8월 12일)

수 정 일: (1차: 2013년 8월 22일, 2차: 9월 5일)

게재확정일: (2013년 9월 5일)

■ 3인 익명 심사필